

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	◎	都市型ホテル（役員）	・スポーツやイベントなど、旅行会社から団体予約の問合せや予約受注が増えている。また、県民割などを延長しているが、夏のトップシーズンに向けて個人の予約に対する継続的な需要喚起策を期待している。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症による自粛生活が続くとみていたが、意外に多くの人が出歩き始めている。その一方で株価が低迷しているため、高額品の売上回復まではまだ時間が掛かると考える。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・コロナ禍ではあるが、規制緩和によって人の動きが出てくることを期待している。
	○	スーパー（総務担当）	・現状のままウィズコロナの対応を続ければ、少しずつ回復傾向で推移していくと考える。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が変わらないという前提ではあるが、来客数の回復が続くと見込んでいる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・予断を許さないが、世の中の経済活動が徐々に再開してきており、少し期待したい。
	○	衣料品専門店（経営者）	・スピードは鈍化しているが、徐々に良くなっていくとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ゴールデンウィーク前からの行動抑制のない状況が今後も一定期間継続され、夏休みやお盆の時期の消費者の行動範囲が広がるようであれば、来客数と売上は力強く回復すると見込んでいる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の影響が、ようやく少し薄らいできた感じがする。宿泊部門は個人客やビジネス客の予約が増えてきたが、団体客の予約はまだ少ない。個人客の予約増加については、県民割などの効果が大きい。レストラン部門も徐々に来客数が増えてきているが、宴会部門は密を避けるため、引き続き企業の利用は少ない。
	○	旅行代理店（従業員）	・インバウンドの制限緩和が発表になり、更に客の警戒心もなくなってくれば、旅行需要は上向きになると考える。
	○	タクシー運転手	・週末には夜の繁華街に人が出ているようである。
	○	テーマパーク（役員）	・現在実施されている県民割が、ブロック割や新しいGo To Travelの再開につながれば、来客数も更に回復すると期待している。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の濃厚接触者の休業期間が短縮され、新規感染者数も全国的に減少傾向にあることから、今後は消費行動が活発化するとみている。
	□	商店街（代表者）	・駅前新しい商業施設が好調である。その波及効果は、デパートではみられるとのことだが、当商店街では感じられない。全体で良くなればよいが、売上のパイが大きくなりなかなかで、以前に郊外でショッピングセンターができたときと同じ状態になっては意味がないと考える。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・外食が活発になり内食が弱くなっているため、生鮮三品については買上点数が減少すると見込んでいる。この先2～3か月後もこの状態を見込んでいるが、仕入価格が高騰しており経費等が厳しい状態になってきている。
□	百貨店（売場主任）	・外国人観光客の受入れ再開で、円安によるインバウンド需要に期待が高まるが、その反面、外国人が増えることで新型コロナウイルスの新規感染者数の急増が心配である。	
□	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響による消費低迷は、少し収束してきたと考える。しかし、食関連以外の旅行需要などはまだ少ない状況である。県や市が実施する消費喚起策が間もなく終了することだが、施策の有無が客の動向を左右しており、小売店としてはプラス要素になるため継続してほしい。また、当店の取扱品を含めて商品価格が高騰しており、ぜいたく品なども大幅値上げとなっていることから購入をちゅうちよする場面がある。当面は増減しながら、現状維持で推移するとみている。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（統括）	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の終息の見通しは不透明ではあるが、一部で社会活動が正常化する動きがみられ、徐々に景気が回復していくことを期待している。その一方でウクライナ情勢等の政情不安の影響により、原材料価格の更なる上昇や金融資本市場の変動、原油や天然ガス、穀物、半導体等の供給面での制約による製品への価格転嫁や商品の値上げ等、依然として先行きは不透明な状況である。スーパーマーケット業界では、コロナ禍によるライフスタイルの変化に加え、消費者の節約志向、業種業態を超えた競争の激化、働き方の変化、電気料金や物流費等の高止まりなど、厳しい経営環境が続くことが見込まれる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> 商品価格の上昇から1人当たりの購入金額が増えたことが影響して売上は好調に推移している。買上単価は50円近く増加しているが、来客数は以前と変化していないので、この状況で景気が良くなったとは考えられない。今後は過度な商品の値上がりから来客数が減少するのではないかと危惧している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店舗管理）	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍が明けても、消費行動はもはや変わらないと考える。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> 必要な商品のみ購入になりそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> 天候等の影響で需要が伸びる兆しはあるが、各メーカーの在庫状況は良くなる様子が見えず、景気の改善にはつながらないと考えている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（本部）	<ul style="list-style-type: none"> 長期予報では気温が高くなるとの予報が出ており、エアコン等の販売に期待したい。しかし、在庫状況に不安があるため、景気回復は難しいと考える。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> メーカーからの新車入荷が改善しない状況では、販売量が増加するとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ウクライナ情勢や円安などの要因で各種値上げが起こっている反面、所得は増加せず、景気が良くなる要素がみられない。最悪の状態にならないでほしいと願っている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> 県民割や、金額が20%プラスされた自治体の飲食店応援食事券の発行期間中は、集客の後押しをしてくれるものと見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（統括）	<ul style="list-style-type: none"> 今後は新型コロナウイルス感染症よりも、ロシアのウクライナ侵攻継続による原材料や食料の不足に起因する値上げで、消費マインドが低下し、消費や外出が若干控え気味になるというリスクを見込んでいるため、現状維持で推移すると考える。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 非常に大きく変化する国内外の状況により、生活に対する守りの姿勢が強くなっていくと考える。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> 予約の状況を新型コロナウイルス発生前と比較すると、大都市からの予約は50%、地元からの予約は180%で、大都市からの予約がまだ回復しておらず、県民割や近隣のブロック割でつないでいる状況である。Go To Travelの再開が、早く実現することを期待している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの新規感染者数が連日500人前後で推移し、なかなか減少しないため、コロナ禍の前の状態に戻るのにはまだ時間が掛かりそうだと考える。
<input type="checkbox"/>	通信会社（職員）	<ul style="list-style-type: none"> 原材料価格だけでなく、手数料関連のコストも原価を押し上げてきているが、販売価格への転嫁が困難であり、収益減少は必至である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> 2～3か月後はボーナス商戦の時期に入るが、大きな変化を感じさせるような要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> 当面は販売数の上下がない状態が続くと考える。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	<ul style="list-style-type: none"> 通信、放送サービス共に契約者数は、引き続き今と同程度で推移すると見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	<ul style="list-style-type: none"> 半導体不足、ロシアのウクライナ軍事侵攻に終息の兆しがみえない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> 木材や資材などの価格が安定しない限り、客の動向が変化することは難しい。そのため、景気の回復は厳しいと考える。
<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> 6月からの商品値上げの話を多くの業種から聞いている。生活必需品に回す金が増えるため、衣料品や外食、レジャー関連への影響は必至である。

	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・原油価格の上昇や、生活関連品全般の値上がりは今後も続くため、景気の悪さはしばらく続くともみている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・食品や生活関連品など生活必需品の値上げの影響が大きく、婦人、紳士アパレル、化粧品といった部門で、購入品をワンランク下げたり我慢したりするなど、価格を意識した動きが出てきている。
	▲	スーパー（店長）	・政府の誘導により新型コロナウイルスへの警戒感が一層薄れて外食産業が活性化すれば、スーパーマーケット業界は厳しい状況となる。加えて6月から一般食料品の値上げが進めば、買上点数が減少するとみている。値上げによる単価の上昇で全体の売上は前年並みを見込めるが、来客数や買上点数などの内容は悪くなる。
	▲	スーパー（仕入担当）	・値上げの影響による来客数の減少は、今後も続くと思込んでいる。
	▲	スーパー（店舗管理）	・食料品だけではなく、商品を作るための資材も含めて今後の値上げは確実に、売価に反映せざるを得ない。商品によっては節約志向のため、消費者の買い回りに更に拍車がかかると見込んでいる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇は、この先もまだ続くと考える。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・納期の長期化や部品供給の遅延等、不安な状況が続くと考える。
	▲	乗用車販売店（役員）	・新型コロナウイルス対策における政策が緩和傾向になり人の移動も活発化しているが、物価高などに対する生活防御で、今後は購買意欲が減少していくと思込んでいる。
	▲	自動車備品販売店（役員）	・住宅建設の増加や雇用の回復など明るい兆しはあるが、海外の新型コロナウイルス感染症による影響やウクライナ情勢、原材料価格の上昇、円安等の直近の危機をあおる報道から、消費に対しては慎重になると考える。
	▲	一般レストラン（店長）	・旅館休業などの影響があるのか、予約の入り方も悪くなっている。
	▲	パチンコ店（経理）	・ウクライナ情勢の影響などによる諸物価の上昇で、より景気が悪くなる。
	▲	競輪場（職員）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、飲食や旅行等の行楽が再開されたときに、現在の売上が維持できるか不明である。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・コロナ禍の生活に慣れてきているが、新規感染者数は高止まり状態で客の気持ちは前向きになっておらず、新規入会者の獲得は厳しい。また、ウクライナ状況による影響も含めて、全ての経費増加が追い打ちを掛けてきている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格の高止まりが顕著になっている。今後世界的にインフレ抑制のため金利の上昇傾向が進めば、我が国もいやおうなしに金利が上昇傾向になると考える。そのときは近づいてきており、それまでできるだけ受注して乗り越えられるよう取り組みたい。
	×	住関連専門店（役員）	・今年のゴールデンウィークは3年ぶりに新型コロナウイルス感染症対策による規制がなく、人もよく動き、完全に外食や旅行に消費意識が向いている。この意識は恐らく今年の夏休みも継続するため、それまでは節約志向がより強まると考える。
	×	住宅販売会社（従業員）	・ウクライナ情勢や材料価格の高騰、不確定な納品時期など、悪影響の要因が多い。この先の状況は読みにくい、良くなる要因がない。
	×	住宅販売会社（営業）	・ウッドショックの継続やインフレの加速、円安、エネルギー価格の高騰といった要因が重なり、建築費用の高騰が止まらない。客にもこれらの認知が広がっていることから、単価の安い建売系の住宅へのシフトを強く懸念している。
企業動向関連	◎	—	—
(北陸)	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・中国のロックダウン等コロナ禍による懸念はあるが、輸出は好調であり、良い方向に向かっていくと考える。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・受注状況が改善している取引先が徐々に増加している。
	○	建設業（経営者）	・国土強靱化は絶対にやらなければいけない施策であり、財務省の削減方針はあるが、国土交通省は必要な工事を発注してくれると考える。

	○	不動産業（経営者）	・6～7月に向けて、個人客からの問合せやハウスメーカーからの話が多くきており、動きが出てくるとみている。
	○	司法書士	・各種法人の定時総会で、積極的な事業展開を内容とする事業計画予算が多くなっている。
	○	税理士（所長）	・中国の新型コロナウイルス新規感染者数のゼロ政策も、いつまでも続くとは考えられず、物流についてもこの先は少しずつ良くなると思う。そのためコロナ禍明けの経済は必ず盛り上がりを見込んでおり、期待したい。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスによる供給制約に加え、ウクライナ情勢の混乱により食料品や日用品等の商品の値上げが相次いでおり、個人消費は当面本格的に回復しないと考える。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、変わらないと見込んでいる。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症による上海のロックダウンの影響が長引いていることで、好調であったオートバイ用部品の受注が、オートバイメーカーの部品調達の遅れによる生産調整により、停滞する可能性が高くなっている。コスト面では鋼材等の値上げが止まらないことから、価格転嫁が追い付かない状況が続くと考える。
	□	輸送業（管理会計担当）	・原油高は今後も続く見通しであり、更に人材不足もあいまって、当面は厳しい状況が続くと考えている。
	□	通信業（営業）	・一定の設備投資などは期待できるが、抜本的な補助金対策がなければ中小企業からの受注を期待できる材料は乏しく、現状程度の受注量になると見込んでいる。
	□	金融業（融資担当）	・売上は引き続き改善する見通しであるが、資源価格の高騰を背景とする経費増加が本格的に業況に影響を与えると考える。
	□	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限が解除され、外食や観光業の需要は回復傾向にある。一方で円安の進行や原材料価格の高騰は、利益を圧迫する要因となっている。上海のロックダウンやウクライナ情勢の長期化により、供給面での制約が顕在化しており動向を注視していく必要がある。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・国際情勢の悪化による輸入原材料のコストアップや慢性的な労働力不足など、マイナスの要因しか見当たらず、売上は何とか確保できたとしても、経営は更に厳しくなるとみている。
	▲	繊維工業（総括）	・ウクライナ情勢や円安により、原材料価格の高騰が長期化することを懸念している。
	▲	化学工業（総務担当）	・今後の受注量については、減少傾向である。
	▲	建設業（役員）	・資材価格の高騰が収まる見通しが立たず、先行きの不透明感が依然として続いている。
	×	輸送業（役員）	・世界情勢の緊迫化が影響すると考える。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・求人と求職者がマッチングすることで就労者が増加し、必然的に経済も上昇すると考える。
	○	職業安定所（職員）	・求人数は前年と比べて増加が続いている。特に製造業の求人数が増加している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・新卒学生の就職率は高くなっている。中途採用に関してはマッチングが厳しく採用率は低下しているが、景気が上向きになれば改善されると考える。
	□	人材派遣会社（役員）	・ロシアのウクライナ侵攻の状況が、すぐに好転するか不透明である。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数に大きな変化はないと見込んでいる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ウクライナ侵攻を背景に各種の原材料価格や輸送費の高騰が続いている。生活に直結したガソリン価格や食料品の値上がりも落ち着く気配がなく、当面この状況は好転しないと考える。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスによる影響は落ち着いてきているが、生活必需品等における値上げのニュースが続く一方、賃上げの様子はほとんどみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数については、状況が変わる要素や気配が見受けられない。

	▲	職業安定所（職員）	・夏になり人の動きは活発になると思うが、4回目のワクチン接種がどうなるかみえないと、なかなか良くならないと考える。
	×	—	—