

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)	◎	コンビニ（営業）	・全国旅行支援やインバウンド需要により、良くなるとみている。
	◎	一般レストラン（統括）	・前年、前々年と同様に、北陸では11月から海の幸が豊富となり、カニの解禁など外食市場が1年で最もにぎわう時期になる。物価上昇により外食の回数は減ると考えるが、11～12月には県内外から多くの観光客が来るとみている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響も一段落し、当地の有名な祭りや街めぐり、大規模なマラソン大会などのイベントも予定されており人出も期待できることから、前年より良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・物価上昇に伴う商品の値上げが止まらない。また、売れ筋商品を生産する取引先に注文が集中しているため、商品の確保が難しくなっている。その一方で、当地の空港を発着する海外直行便がまだ再開しないこともあり、富裕層が多い台湾や中国からのインバウンド需要が全くない状態である。
	○	百貨店（販売担当）	・外出や旅行需要に対する支援策次第ではあるが、しばらくは数年ぶりに需要が拡大するとみている。止まっていた衣料品や旅行バッグなどに動きが出ていることに加えて、今年は気温の低下も早く極寒と大雪の予測も出ているため、防寒衣料品も堅調である。インバウンド需要が戻ると更にこの動きが拡大すると考える。しかし、商品価格の高騰に加え各メーカーの製造調整により商品が欠品するおそれがあり、この冬は商材確保の可否による売上の変動を懸念している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・政府の経済対策で人の動きが出てきていると同時に中心市街地回帰の動きも出てきている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・社会が落ち着きを取り戻すにつれ、景気も回復してくると考える。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・地方では回復が遅れ気味だが、都市部ではイベントや外出、外食が回復してきており、地方もやがて同じ状況になるとみている。また、今後も継続的に旅行関連の利用者が増えるようであれば物販の回復が期待できる。一方で、原材料費の上昇に起因した各種値上げに対する生活防衛は一層厳しくなると考える。日常の消費は必要最低限となる懸念があり、急激な回復は期待できない。
	○	一般レストラン（店長）	・ようやく外国人が来店する姿も見え始め、良くなることを期待している。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・全国旅行支援が開始された影響で予約が大幅に増加しているが、個人客が主で団体客がまだ少ないため、宿泊人数が増加しない状況が続いている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が心配だが、今の予約状況からは回復傾向が継続するとみている。ただし、新型コロナウイルス感染症が拡大すれば、また予約のキャンセルが発生するとみられ、心配している。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が余り増加しなければ、年末年始は利用客が増加すると考える。
	○	タクシー運転手	・貸切りなどの予約が来月も順調に入ってきている。
	○	通信会社（営業担当）	・新生活の準備期間に入り、需要が増加するとみている。
	○	通信会社（役員）	・円安により地元製造業の業績が好調であり、ボーナス商戦時には新規契約者数の増加が期待できる。
	○	競輪場（職員）	・毎年、売上が年末に向けて良くなる傾向がある。
□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・外ではぜひたくをして家では質素にというわけではないと思うが、数か月前から豚肉の売行きが良く牛肉の売行きが悪くなっており、売上が伸びない状態が続いている。今後予定されているプレミアム付商品券などの発行に期待したいが、前年とは異なり外食の動きが出ていることから、3か月前と変わらない動きになると考える。	
□	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、仕入原価が高騰しており、利益が増加しない。	
□	スーパー（店長）	・物価高騰はまだ続くとみている。また、これ以上円安が進むと、経営が厳しくなる企業が更に増えてくると考える。	
□	スーパー（仕入担当）	・一時的な販促による効果は見込めるが、継続的なものではない。ただし、物価高が続くなかで食料品の買上単価の上昇により、来客数や買上点数のマイナスをカバーできるとみている。	

□	コンビニ（店長）	・2～3か月では、現状とそれほど変化はないと考える。しかし、今後更なる値上げによってこれまで同様に単価上昇が続いた場合、来客数が一気に激減しないか不安である。現在も週末や祝祭日、イベント時の売上は数年前と比べ減少している。イベント時の昼食購入先がコンビニから他へシフトしているようで、実際に近辺のイベント主催者の話によると、飲料などはスーパーでまとめ買いをしているということである。
□	コンビニ（店舗管理）	・コロナ禍で各種経済対策やキャンペーンが維持されるため、この状況が続くとみている。
□	家電量販店（本部）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほぼなくなってきた。ただし、食品や日用品等の値上げの影響が大きくなりそうである。
□	乗用車販売店（経営者）	・自動車販売においては新車の納期遅れが依然として続いており、しばらくは変わらないとみている。
□	乗用車販売店（役員）	・政府による為替介入も影響は限定的であり、国内景気が良くなる要素が全くない。
□	自動車備品販売店（役員）	・新車の納車台数が回復していない状況では見通しは暗い。車の乗換えをやめてメンテナンスに金を使う客もいるが、売上をカバーするには至っておらず期待が持てない。
□	住関連専門店（役員）	・記録的な円安や経済不安、新型コロナウイルス感染症の第8波への懸念、消費が家の中より外に向いているなど、売上が回復傾向に向かう材料が見当たらない。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上悪くなってほしくないという思いだが、10月に入って朝晩の冷え込みが厳しくなっており、当店の売上も冷え込んでいる。
□	高級レストラン（スタッフ）	・物価高で生活コストが掛かるなか、当店は単価の高い店舗であるため、勢いが付かない状況が続くと考える。
□	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなどのニュースが流れたり、国内外でいろいろな情勢変化が起こったりしており、先の見通しが立たない。
□	観光型旅館（経営者）	・12月20日に旅行支援が終了するまでは良い状態が続くが、それ以降は年末年始以外の空室が目立っている。
□	通信会社（営業担当）	・物価が上昇し消費者の財布の状況が厳しいように見える。高い機種は余り好まず、手頃で購入可能な機種を選択する客の姿が見受けられる。
□	テーマパーク（役員）	・個人旅行者については徐々に動き出しているものの、全国旅行支援の補助額上限に達し、利用のピークが落ち着いている。海外や団体客の予約は依然として動きが鈍く、全体としては今と変わらない状況で推移すると考える。
□	美容室（経営者）	・年末商戦を控えて、新型コロナウイルス感染症の第8波とインフルエンザの流行が心配である。
□	住宅販売会社（従業員）	・個人住宅の受注はまだ様子見で進捗が遅く、リフォームの受注で売上をカバーする状況が続くとみている。
□	住宅販売会社（従業員）	・土地を探す客が動き始めている。
□	住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が全く見当たらない。
▲	商店街（代表者）	・全国旅行支援で人の動きがあると、当然新型コロナウイルスの新規感染者数も増加して人出が減少する。値上げをできる企業は良いが、立場の弱い小売店などは自社の利益を減らして対応するしかない。冬のボーナスも期待できず、景気回復にはまだ程遠いと考えている。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来月以降も各種値上げは続き、当社の取扱品については、今のところ良くなる兆しがみえない。
▲	百貨店（売場主任）	・原材料価格や電気料金の高騰でインフレとなり、消費者の生活防衛意識が強まるため景気は後退すると考える。
▲	百貨店（販売促進担当）	・年末に向けて帰省や年越し準備などで来客数は増加するだろうが、物価高や光熱費の上昇など家計に影響する情報が多く、節約志向になるとみている。食品や住関連といった商材は価格志向になり、買上単価の低下による影響が出ると考える。
▲	スーパー（総務担当）	・最低賃金が増えたことと固定費が増えたことや、水道光熱費も上がっていることから景気は悪くなると考える。
▲	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が続いているなか、もう1つの不安材料である新型コロナウイルスの感染拡大とインフルエンザの流行により、消費が途切れないことを望んでいる。

	▲	家電量販店（店長）	・電気料金の高騰などで出費が多いことから、必需品以外の購入にはつながらないとする。
	▲	家電量販店（店長）	・値上げされた商品が多く物価が上昇していることで、買上点数が前年と比べて下がっており、必要な物しか購入しない傾向が出てきている。
	▲	都市型ホテル（役員）	・12月に全国旅行支援が終了するとともに、国内の物価高による消費抑制があいまって、国内宿泊客の反動減があるとみている。インバウンド客は増加傾向にあるが、高級路線のホテルに集中しており、国内宿泊客の減少を補うことは難しいと考える。
	▲	旅行代理店（従業員）	・各種支援策が打ち切られれば、一旦静かになると考える。
	▲	通信会社（職員）	・円安による物価高など、経済不安がある。
	▲	通信会社（役員）	・半導体不足が解消されていないほか、今後更に物価が上昇すると見込んでいる。
	▲	パチンコ店（経理）	・円安や物価高騰により、パチンコ業界に対する消費が減少するとみている。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・会員の増加がほぼ期待できない。何とか売上を現状維持しているところに、電気料金や燃料費などの上昇による経費の増加が確実に進んできており、下半期は期待できない。また、新型コロナウイルス感染症でスタッフの戦力ダウンはまだまだ続きそうであり、会社への悪影響は避けられないと考える。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新規の見込み客がなかなか現れない状況であり、今後の新規契約者数及び契約金額が目標に届かない状態が続くとみている。また、新規の土地販売にも供給に時間が掛かるため、厳しい環境が続くそうである。
	×	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・円安による物価上昇の影響で、生活に必要な最小限の商材しか購入しないことが増え、業界によってはかなり厳しくなると考える。
	×	スーパー（店舗管理）	・可処分所得の増加は見込めず、経費のみ増加している。高齢化と人口減少が起きている地方では、買上点数を増強させようにも頭打ちの状態である。
	×	乗用車販売店（従業員）	・身近な物の価格高騰により、買い控えが続くとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・来月以降の受注高は増加する予定である。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内産業用の関連部品や海外向けのオートバイ用部品は、依然として堅調な受注状況で推移している。足元の急速な円安は輸出面で大きくプラスに働いているが、各種購入品等の値上げ傾向が利益を押し下げており、価格転嫁がどこまでできるかが課題である。当面はこの状況が続くとみている。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・海外からの入国制限が緩和されたことで、消費がやや上向いてくると考える。
	○	輸送業（管理会計担当）	・行動制限の緩和や外国人観光客の増加を含む人流の増加により、物量の回復が期待できると考える。
	○	通信業（営業）	・全国旅行支援の開始により、低迷していた飲食業やホテル等の宿泊施設における積極的な投資を期待したい。
	○	税理士（所長）	・製造業や建設業では、強気な需要を予測している中小企業経営者が多い。しかし、依然として半導体不足の影響で原材料が十分に入らず、売上にブレーキが掛かっている。今後その状況が改善すれば円安の影響もあり、輸出関連を中心に売上は上がっていくと考える。ただし、賃金が上がらなければ一般消費が落ち込んでしまうため、賃金が上がるかどうか最大の心配事である。
	□	食料品製造業（経営企画）	・年末年始の需要期を迎えることで、景気は若干上向くだろうが、コストの上昇傾向が収まるわけではなく、プラスマイナスゼロくらいとみている。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・食品からエネルギーに至るまで、製品値上げの動きが相次いでおり、消費の落ち込みを懸念している。
	□	金融業（融資担当）	・コロナ禍の反動と円安進行を背景に、工作機械メーカーの海外受注が増加している。輸入部材の価格上昇を、受注の増加が補っている状態である。全国旅行支援により観光業、飲食業は増収傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症発生前までには回復していない。円安や原燃料価格の高騰が続いており、価格転嫁が進まず採算が悪化する企業が出ている。
	▲	繊維工業（総括）	・世界的な景況悪化による消費の冷え込みにより、受注の減少を懸念している。

	▲	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況を見て、やや悪くなると考える。
	▲	建設業（経営者）	・円安や電気料金の値上げ、食料品や原材料費の値上がりなど、景気はますます低空飛行に移行すると考える。
	▲	建設業（役員）	・円安基調など先行きの景気動向が不透明であり、業界全体を含めて設備投資が抑制されることを懸念している。
	▲	輸送業（役員）	・円安による物価上昇が、当社や当社荷主の経営状況を悪化させると考える。
	▲	金融業（融資担当）	・円安の傾向は1ドル150円を挟んでしばらく続くとみられ、原材料価格の高止まりを見込んでいる。それに伴って取引先の破産や廃業等が増加しており、しばらく続くのではないかと考える。
	▲	不動産業（経営者）	・急な物価上昇により、一般客の購買力が減少している。
	▲	司法書士	・助成金等で持ちこたえてきた会社や個人商店が事業廃止を決めたため、加入していた商店街振興組合や事業協同組合の解散が多くなっている。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・クリスマスシーズンや年末年始など、消費活動が活発になる時期を迎えて各企業の営業活動も活性化する。前年よりもクリスマスイベントなどが増加傾向にあり、季節要因もあいまって、景気は上昇傾向になると考える。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束後に備えて、人材確保の動きが出てきたとみている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てきていない。
	□	職業安定所（職員）	・人が動くようになり金も回るようになったが、年末に何が起きるか分からないため、変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・物価や光熱費等は高騰しているが賃金の上昇はなく、家計にゆとりが無くなると考える。
	□	職業安定所（職員）	・製造業では原材料の物流が回復したことによる求人数の増加がみられたが、全体としては慢性的な人手不足や、会社の人員構成で高齢者の比率が高いことによる求人を出している事業所が多いことから、景況が好転に転じるとは言い難い。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・円安傾向が続き、求人数については状況が変わる要素や心配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・物価高や円安が派遣先企業の業績に影響を与え、派遣スタッフの賃金アップに圧力が掛かることにより、利益が減少する可能性がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・全国旅行支援のスタートや、それに伴う新型コロナウイルス感染症の第8波、インフルエンザの流行などにより、求職者数が減少するとみている。求職者はよほどの好条件でないと、求人に歩み寄らないのではないかと考える。
	×	—	—