

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北陸)	◎	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったように感じており、今まで悪かった状況が以前に戻ってきたということで良いと回答した。しかし、来客数の減少は顕著であり、買上単価の上昇で売上を維持又は伸ばしている。物価上昇のみでの売上増加であり、来客数の増加がなければ安心できないと考える。
	◎	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・コロナ禍における景気対策キャンペーンの効果に尽きると考える。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援により、前月に続き新型コロナウイルス感染症発生前の同月稼働率に対し、110%を超える水準での高稼働となっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は週末に観光客が多く、忘年会も盛んである。売上も上がっており、前年の2倍近くと良くなっている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・年末年始に必要なものを購入するため、来客数が増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・少しずつ状況は良くなっているようだが、新型コロナウイルス感染症の第8波による新規感染者数が意外に多くなっている。また、電気料金などが大幅に上がっていることが、消費者のもう1つの重しになっているとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大傾向が続いているものの、日常生活は戻ってきている様子で、衣料品店や飲食店が回復している。旅行や外出機会の増加で一定の回復はあるが、まだ回復途上である。各種値上げによる影響で、購買単価は上がっているものの来客数の伸びは低く、購買も慎重な姿勢がみられる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・20人を超える忘年会の開催などがあり、久しぶりににぎわいをみせていたが、クリスマス前の大雪で大きく失速し、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると85%ほどの販売量となっている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・月初めから中旬にかけては今一つだったが、中旬以降は半年前からの常連客が頻繁に来店し、忙しい日もあった。ただし、以前からの常連客については振るわない。天候が良かったこともあり、若い人が外に出ているようである。
	○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年比で104%、宿泊客数は99%、宿泊単価は105.5%で、宿泊客数の減少を宿泊単価がカバーした形となっている。宿泊単価が高くなっているのは、団体客が非常に少なく、一部屋に入る宿泊客数が少ないことも要因になっている。一方で、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年との比較では総売上は79%と、まだ厳しい状況が続いている。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・ウィズコロナのなかで行動制限も特になく、全国旅行支援の追い風もあり、国内の個人旅行を中心に前年同月と比べて客の動きは堅調である。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・バーゲンセール等でそれなりの人出があったときでも、結果をみると期待したほどの売上はない。財布のひもが固いと客単価の減少によると考える。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響も少なく落ち着いており、年末のにぎやかさが出てきているようである。プレミアム付商品券の利用は順調であるが、商品の値上がりが悪影響を与える可能性が大きく、今後の営業を懸念している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・大雪の影響を心配していたが、全国旅行支援の影響で来客数が増えているため、売上自体は新型コロナウイルス感染症発生前よりも好調に推移している。
□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で節約志向が強まり、前年と比べてお歳暮ギフトの送付商品やおせちなどの単価下落が影響している。また、クリスマスのギフトも高価なアクセサリやブランド品より雑貨やスイーツなどで、購入に慎重な傾向が強くなっている。	

□	スーパー（店長）	販売量の動き	・客の購買動向は良くなってきているが、人によってまだまだ差がある。
□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ紛争はまだ継続中ではあるが、前年との比較では社会情勢に落ち着きが出てきているようで、それらが景気に反映されているようにみえる。しかし、婦人アパレル衣料に関しては、業界自体の疲弊感が大きくなっている。
□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・来客数が若干落ちているが、売上は変わらない。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・半導体不足による自動車メーカーの生産減少により新車の入荷が滞る状態が続いており、以前の売上に戻ってこない。一方で、車検をして乗り続ける客が多く、車検実施台数は毎月多い状況が続いている。
□	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・昔の感覚で仕入れなどをしていると、大変在庫が残ってしまう。今は頭を切り替えて、とにかくロスをなくしていくやり方しか思い付かない。
□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・12月に入り、降雪の影響や新型コロナウイルスの新規感染者数の増加によるキャンセルが出てきており、前年比で10%程度売上が落ちている。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・3か月前の停滞した状態とほぼ変わらない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前より継続して、通信、放送サービス共に新規契約者数が前年同月と同レベルで、好調に推移している。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・一部で円安により仕入単価が上昇しているが、料金などへの転嫁は行っていないにもかかわらず、新規契約の獲得は苦戦が継続している。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・12月中旬から雪が降り、客の動きも鈍くなるかとみていたが、客の動きは安定している。契約件数も例年並みで、目標にはほぼ到達できている。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・建築資材の高騰や、新型コロナウイルス感染症の影響が大きいと考える。
□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・集客の低迷が続いており、消費行動の鈍化を感じる。
▲	一般小売店 [書籍]（従業員）	来客数の動き	・半年以上、来客数の減少が続いており、今後も続きそうである。
▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10月に全国旅行支援がスタートしてから売上の伸び率が鈍化しており、今月はとうとう売上が前年を割り込んでしまっている。行動制限の緩和に伴い首都圏や関西圏へ向う機会が増えたことに加えて、エネルギー価格や諸物価高騰に伴う客の生活防衛意識の高まりによる影響が大きい。
▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・12月になり売上は悪化している。早期の気温低下で11月早々からアウターなど重衣料が売れた影響があるとみている。食品だけでなく多くの品の値上げラッシュの影響があるが、電気料金の引上げの発表以降は、売上がより低下したと感じる。購買価格を重視する傾向が強まり、セールやディスカウント商品が動き、お買い得感のある商材が売れ筋になるなど、上質感よりも価格を重視する傾向が今まで以上に強くなり、購買行動は非常に慎重になっている。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・全体的には大きな変化はないが、一部の年末商材の動きが悪い。本来なら売れていなければならない数量に対して進捗が悪くなっている。
▲	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・地方は人口減少と高齢化のなかでオーバーストア状態にあり、先行きは見通せない。屈指の大手ショッピングセンターでさえ、売上は前年割れの状態が続いている。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・12月はボーナスが出た会社が多く、客の買物の仕方に変化はみられたが、買物に対して相変わらず慎重な姿勢である。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・必需品以外の家電購入がみられない。

	▲	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・今年スタッドレスタイヤへの交換作業が例年と比較して遅かった。新車の購入を諦めた客が多く、同時期の新車における装着が減ったことが要因とみている。タイヤの新規購入者も減少しており、我慢して使用しているようである。交換作業を依頼されたタイヤをみると、古いタイヤを装着する客も多い。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・12月は元々閑散期であり、旅行に出掛ける人は3か月前より少ない。全国的に新型コロナウイルスの新規感染者数は増えつつあるが、キャンセルが増大するまでには至っていない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・夜の繁華街の忙しさは週末のみである。今月は県外観光客のバスによるホテルへの乗り入れが少ないようである。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	お客様の様子	・自分たちの身近に新型コロナウイルス感染症が迫ってきている実感と、新型コロナウイルスに感染しても軽症が多いという変な安心感が混ざり合って、安心して前向きに健康づくりをしたい人がいない状態である。このため会員の増加につながらず、子供対象の冬休み特別教室の集客も75%にとどまっている。燃料費等の価格は上がり続けており、大変である。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・売上、来客数共に、前年比で5%程度ダウンしている。5%ほどのダウンは、大雪の影響があった2022年2月以来である。また、物価上昇の影響も懸念している。
	×	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・原油価格の高騰による生活必需品の値上げが止まらないなか、賃上げの動きが伴っていない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・会社関係の忘年会が戻らない。光熱費や物価の上昇により、購買行動が生活防衛になっているようで、来客数も減少している。おせちも高額であるためか、前年より売行きが悪い。
	×	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・物価上昇や金利上昇の懸念、物資不足等の影響が出てきている。また、今後の住宅は省エネルギーなど性能の向上が望まれているため、ますます価格が上昇していくと考える。
企業動向関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・ばらつきはあるものの、販売量が上向きの客先が増加している。
	□	食料品製造業（経営企画）	それ以外	・販売価格の上昇により、売上自体は前年を上回って推移しているが、原材料やエネルギーなどのコストアップが勝り、収支は悪化している。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・アウトドアやスポーツ関連を中心に受注は引き続き堅調であり、国内のファッション衣料や自動車関連にも明るい兆しがみられる。一方で原材料価格が高騰し、特に電気料金の値上げが深刻さを増している。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に変わらず推移している。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が正常化に向かい、売上の持ち直しも期待しているが、原材料価格や燃料価格の高騰で利益が圧迫され、引き続き厳しい状況が続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・販売量を考慮すると景気は9月頃より上向いているとみられ、現状も昨今のデジタル化に対応するための商材を中心に安定した受注量を確保できている。しかし、3か月前との比較では大きな変化はみられない。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・取引先の売上は回復傾向にあるが、原価の上昇により利益率の改善がなかなか進んでいない。価格転嫁を進めている取引先は利益率も改善しているが、一部の取引先にとどまっている。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・光熱費の高騰は全業種に影響を及ぼしているが、飲食業や食品関係は好調である。製造業は、半導体不足や原材料価格の高騰により厳しい状況が続いている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ロシアによるウクライナ侵攻を受けて原油価格やLPGなどの価格が上がり、工事の材料費や運送費も上がっているが、公共事業の発注価格に反映されるまでにタイムラグがある。また、スライド条項の適用も手続が煩雑である。

	▲	輸送業（役員）	取引先の様子	・物流業者では燃料費の高騰に対して荷主へのサーチャージをお願いしているが、快諾を得られない状況が続いており、業績を圧迫している。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者や住宅関連業者からの活発な話は聞かない。
	▲	司法書士	取引先の様子	・大企業や大型事業では、新会社設立などの新しい事業の展開があったが、それ以外の企業関係では新しい事業の動きが全くない。
	×	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・年末年始に向けて第二次産業の企業を中心にUターンやIターンの求職者を狙った求人広告の申込みが増加している。2024年問題に向かうロジスティクス企業などにも求人を検討する動きが見られ、人材の確保などに向けて求人市場が活性化している印象を受ける。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	それ以外	・マイナンバーカードの普及に関わる業務で人材の雇用が増えている。行政機関は出張申請など様々な方法を派遣や委託で賄っている。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は余り変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・企業の活動形態が変化したように感じる。新型コロナウイルス感染症や資材不足、価格高騰などに合わせるため、企業がこれまでのやり方を変えつつあるようにみえる。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・年末ということもあったのか、飲食や宿泊、販売関係が好調である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月とほぼ変わらない。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの求人数が減っている。半導体関連の派遣先企業からは、派遣契約解除の通知が出てきている。
	×	—	—	—