

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)	◎	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・年末年始の行動制限がなくなったことで消費者の動きがあり、特に観光客が多かった。また、1月も全国旅行支援が再開されるなど消費者が外出しやすい状況だった。しかし、現在は寒波による大雪の影響により外出を控える人が多くなり、来客数は減少している。
	○	一般小売店〔精肉〕 (店長)	来客数の動き	・行動制限がなかったため、新春初売りは前年に比べて来客数は多かった。しかし、降雪等の関係もあり売上は前年並みである。動きとしては良いのではないかと考える。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・状況は少しずつ良くなってきているとみられるが、新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザ、大雪の影響が心配である。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕 (統括)	来客数の動き	・来客数は回復し、物販及び飲食の売上が回復してきた。特に飲食店では、ランチの利用が顕著な回復状況にある。県独自のプレミアム付食事券の効果もあると考えるが、利用期限が1月31日までのため、2月以降の動きを注視したい。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新年会も順調にあり、街に出る機会が増えている。後半に入っても雪の日が続いて、タクシーの利用がある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・12月は新型コロナウイルス感染症の急拡大が原因かどうかは不明だが、乗車回数、売上共に非常に悪かった。1月に入ってから急に良くなっている。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・子供向けの契約を検討している客が増え、その際に家族も一緒に契約していくパターンが増えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてもインフルエンザの流行など心配な要因は多いが、商店街の来客数に影響しているようには余りみえない。今後は電気料金の引上げなどが大きく家計に影響するとみられるなか、給与の引上げなどが順調に進まなければ景気は厳しくなる。商店街の中小零細店では、物価の上昇が売上減少の要因である。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・物価高や電気料金の高騰もあり、客の買い方が小さくなっている。来客数は多いが売上の伸びが一時期より小さい。
	□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・季節柄、雪の影響による買いだめ需要はあるが、全体としては販売量に大きな変化はみられない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・数か月前と比べると売上は下がっているが、季節変動等を考慮すると、新型コロナウイルス感染症発生前と同様となっている。一方で、今年は1月中旬まで全く積雪はなく、小売業としては大変良い状況であったが、積雪の多かった年と比較しても同程度の売上であることから、良いとはいえない。数年前の全く積雪がなかった年の売上を大きく下回っている。
	□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車の受注数は3か月前と比べると少しずつ増えているが、メーカーからの新車入荷の遅れが依然として解消しないことで、売上に結び付けられない。
	□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・長納期の状況が続いているが、新たな受注も以前と同様に発生しており、特に変化は感じていない。
	□	自動車備品販売店 (役員)	お客様の様子	・初売りの集客等をみると以前のにぎわいを取り戻しつつあるようだが、その後は一気にお祭り騒ぎが終息したようにみえる。客の財布のひもは固い。
	□	その他専門店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・寒波の影響で日本全国が冷え込んでいる。当社が納品している店舗も、雪の影響で客が余り来ていない。この冷え込みが、なおさら景気を冷え込ませている。
□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・飲食店を対象としたプレミアム付食事券も年末で期限を迎え、明らかに個人利用客が減少している。法人利用で建設関係や組合など団体関連の利用が戻りつつあるが、全体では新型コロナウイルス感染症発生前の70%ほどの集客しかない。	
□	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門の団体旅行客の回復が遅れている。レストラン部門は悪天候と値上げにより来客数が減少している。	

□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約者数は低調な状態が継続している。
□	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	・新年を迎えて心機一転、入会が増えることを期待し新年早々に販促チラシを入れたが、残念ながら反応はなかった。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がかかなり減ってきたと喜んでいたところに、今度は10年に1度の大雪で、結局は前年同月と変わらない売上に終わりそうである。
□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・総合展示場への来場者数が前年後半から落ち込んだまま、回復する見込みがない。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候が人出に影響している。足元が悪いときに無理をしてまで買物をするという雰囲気では、まだないようである。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・最近では、何年前の売上と比較してという基準で判断できなくなってきている。売上は、新型コロナウイルス感染症が続いたこの数年よりは間違いなく良いが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると80%くらいの売上しか取れていない。初売りも、天候が悪かったこともあり売上を伸ばすことができなかった。
▲	一般小売店 [書籍]（従業員）	来客数の動き	・ここ数か月間、来客数の減少に歯止めが利かない。売上、販売数共に減少している。
▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年は新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、1月後半にまん延防止等重点措置が適用され、来客数が大幅に減少して売上が低迷した。今年は年末年始を含めて行動制限がなく、1月前半は防寒用品や衣料品が好調に推移したが、後半は寒波及び積雪の影響で客足が止まって苦戦し、全体では何とか前年を超える状況である。
▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・1月前半は足元も良く、企画した催事も好調に推移したため、前年比で2けた以上プラスの日もあった。ただし、下旬の大雪に伴い全館で大きくマイナスに転じた。2月の前半までは雪と気温の低さによって、特に来客数は減少するとみている。
▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・セールでの購入客数の増加を期待したが、12月と変化がなく、購買行動における慎重さは継続中である。1月後半は雪による天候悪化で売上は大幅に低下した。例年ある再値下げも少ないため、特にファッション衣料品の購入が厳しい状態である。外出需要に期待したが売上は向上しなかった。しかし、県の買物支援策が入った中旬からはやや上昇した。少額補助でも心理的に購買に動くが、購買を決めていた必需品を補助金を待って購入する傾向で、ついで買いは少ない。生活防衛意識が高まる傾向である。
▲	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・3か月前は、コロナ禍に対する景気対策の各キャンペーンの効果が顕著であったが、現状は落ち着いている。直近の大雪が悪影響を及ぼしている。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・降雪の影響で不要不急の外出を控えるようにという呼び掛けがあり、来客数が減少した。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・初売りから前年に比べて売上がダウンしている。必需品しか買わない状況である。
▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・初売りは前年を若干下回る程度だったが、1月下旬は雪の影響もあり、主要商材を中心に非常に悪くなっている。
▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・全国旅行支援の再スタートで観光客の動きが良くなるかと思ったがそれほどでもない。他地域では自治体による割増しの助成があるようだが、当地ではないことによる影響かとも考える。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が継続されているが、記録的寒波など雪の影響を受けキャンセルが多く出ている。
▲	通信会社（職員）	お客様の様子	・住宅の新築着工戸数が減っている。
▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・大雪による天候不良の日が多く営業活動に影響が出ており、新規契約者数は前年同期と比較して減少している。

	▲	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・寒波の影響で交通アクセスが乱れ、国内旅行客の来店が減少した。それとともに、エネルギー価格などの物価高の影響もあり、全体的には景気がやや悪くなっていると考えられる。
	▲	パチンコ店(経 理)	販売量の動き	・諸物価の上昇により、金を娯楽へ回す余裕がなくなっている。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・住宅価格の上昇で思いどおりの広さが取れないことや、金利の上昇懸念で打合せ時間が今までより更に長引くようになっており、予定どおりに契約が進まなくなっている。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・日本銀行が長期金利の変動許容幅を拡大したためか住宅を検討する客が少なく、展示場の来客数が減少している。
	×	スーパー(店舗 管理)	お客様の様子	・値上げの影響で買上単価は上がっているが、来客数と買上点数が減少し総合的にはマイナスが続いている。光熱費の高騰もあり、更にシビアな買物の傾向になっている。
	×	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・3か月前は、秋冬物がまだ正規価格で販売できたため活気があったが、物価高などによる社会情勢の警戒感が強く、消費マインドの低下につながっている。
	×	住関連専門店 (役員)	来客数の動き	・相次ぐ値上げが大きく影響し、節約志向が強まっている。
	×	スナック(経営 者)	来客数の動き	・1月は13日からの営業だったため他の月との比較はできないが、中旬は客の出入りもあり良かった。1月24日と25日は雪のため休業し、月末は付近に人通りもなくなり、厳しい状態である。
	×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・イベントによる来客数は多いが、競合負けや、契約までに時間を要するケースが増えている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	金融業(融資担 当)	取引先の様子	・取引先の第3四半期の業況を確認すると、3か月前の業況は良くなっている。経済の流れが良くなっており、売上の回復が鮮明になっている。
	□	繊維工業(総 括)	受注量や販売量 の動き	・受注は引き続き堅調である一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に与える影響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	・発注先からの受注は、横ばいで推移している。
	□	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	・国内の新型コロナウイルスの感染状況はまだ増加傾向だが、共存しつつ経済を回す方向に動き出しており、消費も上向きとなってきている。ただし、物価の上昇に歯止めが掛からず、特にエネルギー価格や原材料価格の上昇幅が相変わらず大きいと、利益確保が困難となっている。
	□	建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・公共工事の受注は発注官庁によって差はあるものの、ほぼ前年並みの受注ができています。しかし、民間工事の受注が振るわない状況である。
	□	通信業(営業)	受注量や販売量 の動き	・受注量は3か月前と比較して変わらない。3月期決算の企業があるため、2月以降に多くの駆け込み需要を期待したいところである。
	□	司法書士	取引先の様子	・複数の新会社設立、新役員追加といった依頼があったが、その一方で会社解散の依頼も多くなっている。
	▲	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量 の動き	・国内販売は堅調だが海外、特に中国向けが大幅に前年割れをしている状態である。中国の新型コロナウイルス感染症対策の転換によって、経済状況が回復することを期待している。
	▲	一般機械器具製 造業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・国内向けの需要が、少し鈍くなってきている。
	▲	輸送業(役員)	取引先の様子	・物価の上昇に伴う経営環境の悪化は、客先も同様である。運賃等価格改定の要素を見いだせないなか、昇給等の提示は難しい状況が続くと考える。
	▲	不動産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・動きが止まっているという話が同業者から多く出ている。
	▲	税理士(所長)	取引先の様子	・製造業等の仕入価格が高騰しており、粗利益率の低下がみられる。また、物価高騰の影響か、一般消費者向けの消費に鈍化がみられる。
		×	—	—

雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕(担当者)	求人数の動き	・新卒者を対象にした合同企業説明会への申込みや、採用関連の広告掲載が前年度よりも増えてきた印象を受ける。企業の採用担当者と話をしても、売手市場の傾向が強く、求人市場は当面活性化していくものとみている。
	○	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症がやや落ち着き気味となり、求人数が増え始めた。しかし、求職者数が少なく人材不足の状態、マッチングはかなり難しくなっている。
	□	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・求職者数の増加はみられるものの、マッチング数はそれほどでもない。
	□	求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	・大きな違いがみられない。
	□	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・急いで活動する求職者が減少している。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数に大きな変化はみられず、求人倍率は高い状況が継続している。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は、3か月前とほぼ変わらない。
	▲	人材派遣会社(役員)	周辺企業の様子	・派遣先企業の残業時間が減少し、派遣契約解除の申出が散見されるようになっている。
×	—	—	—	