

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)	◎	一般レストラン（統括）	・今年のゴールデンウィークは、前年以上に人が動くともており、観光地を始めとして、北陸三県へ観光や帰省を中心に多くの人々が来るとみている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店長）	・マスク着用の緩和等が始まり、人々の意識も少しずつ変わってくれば集客につながると考える。内祝いや遠方からの来客のための購入などに期待している。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で、いろいろな催物が増えて買物客が増えると考ええる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・客はまだまだ元どおりとはいかないが、元の生活に戻ろうとしているようにみえる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢が少しずつ安定化し、行事も抵抗なく行える傾向があるため、消費も活発になると考える。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行やマスク着用の個人判断など、新型コロナウイルス感染症対策が更に緩和されていくことから、消費者マインドはポジティブでアクティブな方向に向かうと考える。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げ報道により、旅行需要と宴会需要の高まりを感じる。宿泊ではインバウンドの引き合いが増えており、期待している。
	○	タクシー運転手	・3月の観光及び行事に使うタクシーの予約が順調に入っている。
	○	通信会社（営業担当）	・新入学の時期になり、販売数に少し動きが出ている。
	○	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・3月と5月に新型コロナウイルス感染症における規制緩和の情報が出てきている。タイミング的には、新規入会及び新型コロナウイルス感染症が理由で退会した元会員の再入会を期待している。
	○	美容室（経営者）	・物価の上昇や人手不足、ウクライナ情勢等の懸念材料はあるが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、消費活動は活発になるとみている。
	○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、5月から5類へ移行し、客の動きが活発になると考える。
	□	商店街（代表者）	・来客数自体は伸びていないが、仕入価格などの高騰による販売価格の上昇で、売上金額の数字だけが上がっている。当然のことながら、電気料金や人件費なども高騰しているため、経営自体は厳しい状況である。コロナ禍が落ち着いて、通常どおり花見シーズン、ゴールデンウィークを迎えられることのみが安心材料である。
	□	百貨店（売場主任）	・4月以降、このまま電気料金やガス料金が値上げとなれば、消費者の生活防衛意識は更に高まるため、国内経済はしばらく低迷するとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・新生活、入学などのモチベーション需要とトラベル需要は確実に増加している。この需要に関しては当面拡大が期待でき、仕掛けをしながら更なる拡大を見込む。しかし、自家需要については、商品価格の上昇や電気料金等の増加などのマイナス要因によって商品購入に慎重になる傾向があり、プラス面とマイナス面が相殺し、現状を維持すると考える。
	□	家電量販店（店長）	・節電のための高付加価値商品で買上単価は上がるが、販売数量が落ちる。
	□	家電量販店（本部）	・新型コロナウイルス感染症の影響は、ほぼなくなりつつある。来客数は増加するが、物価高により景気は良くならない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・2月から新車の入荷が増え始めたが大幅に改善したわけではないため、しばらくは現状維持が続くとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価の上昇が続く限り、先は見通せない。
	□	乗用車販売店（役員）	・現在も受注残が膨らんでいるが、その解消については2年程度は必要だと見込んでいる。
□	自動車備品販売店（役員）	・マスク着用の緩和は景気に影響することはないとみている。外出や多くの人が集まる場所への警戒感を持つ人も一定数いるとみられ、すぐには元に戻らないと考える。新車の納車状況は十分良くなってきたが、中古車市場が冷え込み、全体の活性化につながっていない。新型コロナウイルス感染症対策の縮小や値上げの連鎖等、安心できる要素が何もみえない。	

□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行が決まったが、光熱費の高騰や物価高により、生活していく上で全ての物が値上がりしているなかで給料は上がらず、年金は少なくなっていくという状況では、今後景気が良くなることは全くないと考える。下手をすると、今よりももっと悪くなる可能性がある。
□	高級レストラン（スタッフ）	・燃料費の高騰や物価高など足元の生活が不安定な環境にあることから、高単価の飲食店への客足は確実に遠のいているようである。
□	一般レストラン（店長）	・全国旅行支援や旅行キャンペーンの切符などお買い得感のある企画には飛びつくが、通常の消費が増える様子がみえない。
□	スナック（経営者）	・先々には選挙などの心配材料はあるが、最近の傾向として客が来店する回数が増えてきているようにみえるため、期待したい。
□	観光型旅館（経営者）	・電気料金を始め4月以降の固定費の高騰が、経営を圧迫してくるとみている。
□	通信会社（職員）	・変わる要素が見受けられない。
□	通信会社（役員）	・特段プラス、マイナスに働くイベントがなく、新規契約者数は前年同期と同程度に推移すると見込んでいる。
□	通信会社（役員）	・好転若しくは悪化する要因が見当たらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・給与水準がどれだけ上昇するか、物価の上昇が抑えられるかが大きなポイントとなっている。
□	住宅販売会社（営業）	・景気が良くなる要素は全くないが、今後極端に悪くなることも考えにくい。当面はこのままの状況が続くとみている。
▲	商店街（代表者）	・食料品などの生活必需品の値上がりで、その他の商品にまで金が回らない。賃上げも地方にまで影響してくるにはまだ時間が掛かるとみられ、買い控えは当分続きそうである。
▲	商店街（代表者）	・物価高や光熱費の大幅値上げによる消費者の買い控えを見込んでいる。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・今年に入ってからいろいろな商品群の値上げがあり、ウクライナ情勢も変わらず、厳しい状況が続くと考える。
▲	百貨店（販売促進担当）	・電気料金の値上げや物価高により食料品が中心となる買物が主となり、アパレルを中心に苦戦するとみている。また、卵などの原材料の不足により店頭には並ばない商品が出始め、品ぞろえに影響が出てきており、売上に影響する問題が更に増えてきている。
▲	スーパー（店長）	・物価の上昇、卵不足、エネルギー不足、電気料金の上昇はこのまま続きそうである。しかし、給与が上がっていない家庭は厳しくなっており、良くなっていくとは考えられない。
▲	スーパー（仕入担当）	・食品の価格改定が多く、ますます買い控えが起こる。
▲	スーパー（店舗管理）	・食料品の値上げは当然ながら、光熱費の値上げも控えている。
▲	衣料品専門店（経営者）	・消費者物価指数や日用品の店頭価格は高い伸びを示しているが、4月からの値上げは難しいとの報道もあり、物価は少し落ち着いてくると考える。
▲	家電量販店（店長）	・電気料金の値上げにより省エネ家電の買換えは多少あるが、デジタル家電の需要が落ちてきており、今後の趣味し好品の家電の苦戦を懸念している。
▲	都市型ホテル（役員）	・国内の個人観光客が伸び悩んでいる。今後も燃料価格の高騰や物価高による宿泊需要への影響が懸念され、付加価値なく販売価格に転嫁するだけでは売上獲得は難しくなる。
▲	旅行代理店（従業員）	・物価の上昇や全国旅行支援の終了は、レジャー費用の縮小につながると危惧している。
▲	通信会社（営業担当）	・一旦新規需要が落ち着いたら、買い控えが起こるとみている。
▲	テーマパーク（役員）	・エネルギーを始めとした諸物価の上昇により客の財布のひもが固くなるなかで、全国旅行支援が3月で終了した場合、現在堅調に推移している個人旅行の動きも鈍くなり、全体としてやや悪くなると考える。
▲	パチンコ店（経理）	・物価高騰による消費動向の減少を見込んでいる。
▲	競輪場（職員）	・様々な値上げがあるなかで、公営競技に使う金が増加するとは見込めない。
×	スーパー（総務担当）	・賃上げが追い付いておらず、物価高が続いている。

	×	コンビニ（店長）	・光熱費の上昇や物価高などから、今以上のコンビニ離れが起こるとみている。本部へ支払うロイヤリティ等は新型コロナウイルス感染症発生前と同等だが、最低時給の上昇、社員の生活維持のための給与上昇など、経費が掛かるばかりである。客も従業員も会社も値上げが続き疲弊している。
	×	住関連専門店（役員）	・生活用品や電気料金の値上げなどで消費マインドが確実に低下している。さらに、数か月後には旅行などに消費が向くと考える。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	建設業（経営者）	・年度末に向けての発注と、年度繰越しの緩和でやや良くなると見込んでいる。
	○	司法書士	・新幹線関連の事業や新施設の開業が始まり、各駅周辺への投資が期待できる。
	○	税理士（所長）	・3～4月は人の移動があり、5月には新型コロナウイルス感染症が5類へ移行することで、あらゆる業種において活動や消費が前向きになるとみている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・売上は堅調に推移するとみているが、コスト面でのプラス材料が見当たらない。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けた経済活動の正常化が見込まれる一方で、資材価格の高止まりが引き続き重くのし掛かると考える。当社の主力である住宅の新築需要が減退し、売上状況も更に厳しくなると見込んでいる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から変わらないとみている。
	□	輸送業（役員）	・客先との交渉が簡単に進むとは考えられない。
	□	輸送業（管理会計担当）	・物量の回復には至っておらず、現状では物量の増加が見込めない。
	□	通信業（営業）	・政府の景気刺激対策がほとんどない状況では、変化はないとみている。
	□	金融業（融資担当）	・企業の受注状況や販売状況は改善傾向にあり、売上は増加傾向にある。一方で原燃料価格の高騰が続いており、価格転嫁が進まない企業の収益は悪化傾向にある。新型コロナウイルス感染症の5類移行を見据え、飲食業、観光業、旅客業の売上も増加傾向にあるが、収益環境は依然として厳しい。
	▲	繊維工業（総括）	・更なる電気料金の値上げが予定されていることに加え、景気減速による欧米における消費マインドの低下により、これまで好調だったスポーツやアウトドア向けの受注に変調の兆しが鮮明になっている。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・主原料や副資材、燃料、輸送費、諸経費の増加に加え、足元では大きな電力の値上げが予定されており、価格転嫁がどこまでできるかが課題である。少なくとも採算としては、非常に厳しい状況が当面続くとみている。
	▲	建設業（役員）	・原材料価格の動向が依然として先行き不安定で、利益確保が現状より厳しくなっていくと考える。
	▲	金融業（融資担当）	・4月から更に電気料金が上昇することから、各社の試算では相当の経費増加を見込んでおり、利益率悪化が避けられない状況である。
▲	不動産業（経営者）	・個人客から電話連絡などの問合せがほとんどなく、法人関係の問合せもほとんどない。今は活発な話が全く聞けない状況である。	
×	—	—	—
雇用 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末から新年度に向かい変化の多い時期となるため、新商品やセミナーの広告出稿が期待できる。新生活を控えた学生に向けての大型催事なども予定しており、年末年始ほどではないが広告やイベントが活性化する時期となる。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、イベントの復活などで人流が多くなるため企業活動も活発化して拡大に向かうとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人案件に興味を持ち、問合せはそれなりにあるものの、自分の就業条件が優先であり、そぐわない条件が1つでもあれば辞退という傾向が多く見受けられる。新年度に向かい多少変化があればよいが、これでは景気が上向くのはまだ先だと考える。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。

□	職業安定所（職員）	・求職者や求人の動きは良いが、事業所の整理が結構出てきているのが少し気になるところである。
□	職業安定所（職員）	・求人数についてはほぼ変わりがない。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
▲	人材派遣会社（役員）	・インバウンドによる好影響があるようにもみているが、半導体不足やウクライナ情勢、物価高などのマイナス要因を埋めるほどではないため、やや悪くになると考える。
×	—	—