

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)	◎	商店街（代表者）	販売量の動き	・3月に入り、急激にインバウンド需要が復調し、売上が大幅に伸びている。ノーマスクの客も増え、ようやく本格的に新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったようである。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・3月下旬よりレジャー客を中心に直近の予約が増加している。春休みシーズンに入り、桜の開花も例年より早く、中高年夫婦や若年ファミリー層の利用が多くみられる。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・比較的天候に恵まれ、入込客も増加し、大手デパートは春の新生活応援フェアや、春のプライダルフエアで盛り上がりを見せている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	販売量の動き	・入学や就職などの祝いや年度末の決算時期ということで、いろいろな商品が売れている。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・入学式、卒業式などの各種行事や企業等の動きが新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、関連したフォーマル、ビジネススーツ等の商品や、手土産といった商品に動きがある。またゴールデンウィークへ向けての旅行準備など、今まで不調だった商品が復調している。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前まで回復する勢いで、来客数が増加している。前月までは、商品価格の上昇で来客数が減少していることを心配していたが、3月は来客数も増加に転じており、このままの勢いで夏を迎えると新型コロナウイルス感染症発生前の状況にまで迫る勢いである。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、明らかに消費マインドは改善している。新型コロナウイルス感染症発生前に回復するまでもう一息である。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・社会情勢が安定してくると、安心して消費意欲が湧いてくると考える。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカーからの新車入荷が少しずつ多くなり、販売量が多くなっている。この状況がしばらく続くとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への不安低下と安定した天候により、来客数が伸びている。衣料品など外出に向けた物販の動きが良く、飲食店の利用も大幅な回復をみせている。その一方で、物価高騰による商品の値上げに対する節約志向として、特売日の来客数が増加している。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・観光地のため、春休みに入り県外はもちろんインバウンドの観光客が多くなっている。駅周辺に加えて市内全体で人の動きが活発化しており、飲食店の来客数や利用頻度も上がっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3月13日以降マスクの着用が個人の判断によることとなり、気分的にも社会的にも自粛ムードが和らぎ、人出が増えてきたと感じている。宿泊人数も宴会件数も増えている。しかし、レストランは地元客が主で生活防衛の意識が高く、商品の値上げで平日の会社員の利用も減少しており、夜のグループ利用の回復を期待している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月に入り観光客が増えている。特に週末を中心に増えている。新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいている。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新生活が始まる時期とともに新規契約者が増えており、客の携帯電話の需要が大きくなっている様子がみえる。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年同月と比べると、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきていることや、マスク着用が個人判断になったこともあり、国内の個人客を中心に来客数が徐々に回復している。しかし、国内の団体客やインバウンドはまだ動きが鈍い。また、物価の上昇があり、個人消費も今後減速することが懸念される。

□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年の3月はまん延防止等重点措置の解除があり、それまで控えていた外出機会が増え、リベンジ消費という特需があった。前年比だけでみると2月までの勢いはないものの、婦人服や紳士服、食料品、化粧品等は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を超えている。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきており販売量は少しずつ回復しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の売上には、まだ回復途上である。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・米国での金融不安や、国内の物価上昇が続いているが、しばらくは現状どおりの安定した経済状況が続くと考える。
□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・今月は例年と比較して気温が温暖でタイヤの需要期が早まり、さらに4月の値上げの影響もあって、タイヤの売上は大きく増加している。しかし、それ以外は例年を下回り、集客も減少しているため、依然として厳しい状況である。
□	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・3月は送迎会や花見などが行われているのだろうが、利益はもたらされていない状況である。
□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・例年、選挙のある時期は人の動きが悪くなる。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の事情で悪い影響が多かった感じはあるが、会社関係の客が数人で来店している。花見の時期になると人の出入りが増え、少しずつ活気がみられるようになってホッとしている。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客は少しでも安くするために動いており、景気の良さを感じない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、契約者数が前年と同じレベルの数値で推移している。
□	通信会社（役員）	お客様の様子	・割引サービスへの問合せは増加しているが、新規契約者数自体の伸び悩みは続いており、景気上向きの実感はない。
□	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	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和が始まったが、客の行動様式はほぼ従来どおりであり、様子見というところで、売上等に影響はしていない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・価格の高止まり状況のなかで、新規の契約件数は減り、販売総額も減っている。3月は例年並みに販売額は増えると思っていたが、そこまではならない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅ローン金利上昇により客の動きがあってもよいとみていたが、客の動きがみられない。
□	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・外部環境に好転の材料が見当たらないにもかかわらず、客の動きが完全に止まるわけでもない。低水準ながら安定している印象を受けており、景気の変化をここ3か月は感じていない。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・どの業種も商品価格は上がっているが、生活必需品以外はバーゲンセールや割引のときにしか売れない。結局、商品の販売価格が上がっているとはいえず、売手が利益を減らして販売している状態である。
▲	一般小売店 [精肉]（店長）	販売量の動き	・前年はプレミアム付商品券などがあったが、今年はないため売上等は落ちている。それに加えて、4月の値上げによる買い控え等が目立つようになっている。
▲	一般小売店 [書籍]（従業員）	販売量の動き	・前月、前々月と傾向は同じで、来客数、販売量の減少が続いており、特に販売量の落ち込みが非常に大きい。
▲	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・2月はビジネス需要の拡大で高単価商品が好調に推移し伸長したが、3月は一変して苦戦している。2月に前倒した可能性もあるが、天候、特に気温の乱高下の影響で衣料品が苦戦し、好調だったビジネス需要もフレッシュャーズなどのモチベーション需要による客以外は減少している。全国的にいわれているトラベル需要はまだ少なく、バッグやスーツケースなどが前年より僅かに良い程度である。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・給与が上がっていないのに、物価だけがどんどん上がってきている。客の買い方も変化し、無駄な物を全く買わない状況である。

	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・競合店が増えているため、より安い単価の店へ客が流れている。
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・客の買上点数が顕著に下がっており、単価が上がっているにもかかわらず売上が徐々に減少している。
	▲	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・値上げの影響により、確実に買上点数が減少している。また、卵の特売に制限が掛かることにより、来客数の減少に更に歯止めが掛からない状況である。
	▲	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の景気対策キャンペーンが落ち着き、特需が減っている様子である。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・新生活に向けての販売数量や商品単価が下がってきている。
	▲	家電量販店（本部）	来客数の動き	・旅行シーズンに入ったためか、来客数が非常に減少している。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・県外の営業職の人が少なかったように見える。また、高齢者の買物のためのタクシー利用も少ない。
	▲	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・販売量が減少している。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・例年3月は卒業式や花見などで消費活動が活発になる月であり、今年は新型コロナウイルス感染症が落ち着きを見せているにもかかわらず、客の消費意欲が盛り上がってきていない。売上、来客数共に前年より5%程度落ち込んでいる。物価高が影響していると考えられる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅ローン金利が上昇気味で地価も低くなく、建築資材が高騰しているため、様子見の客が多い。不動産業者によると、資材高騰による建築価格の上昇で予算を上回り、解約するケースもあるらしい。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・商品の値上げなどで単価は上がっているが、販売量が減っている。さらに、来客数も減少している。
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	・1～2月と好調だった受注状況が、3月も継続している。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・原料やエネルギーなど様々なコストアップを受け、数回にわたって値上げを実施してきたが、その結果、販売数量は前年割れながら金額ベースでは前年を上回る傾向である。
	□	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、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・現在の受注状況は、変わらずに推移している。
	□	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	・エネルギーや原材料など各種価格の高騰に歯止めが掛からず、利益の出ない状況が続いている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・業界全体として受注量は減少しているものの、依然として堅調な水準を維持している。
	□	輸送業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇に伴う経営環境の悪化が懸念されるが、客先は契約条件の改定に慎重な態度を崩さない。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・下期に入り、B to Bの国内貨物の物量は前年割れが続いている。今年に入り、国内貨物も低迷が続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・前年10月以降、今月まで受注量の動きに変化はない。また、例年3月は駆け込み需要が多いが、今期については通常月と変わらない程度の受注にとどまっている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からの話では、購入者が余りいないということである。
	□	司法書士	取引先の様子	・12月決算の会社や3月決算の会社で事業承継となる役員変更がある一方で、解散を決議した会社も多くなっている。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・物価高のため、どの業種も1割ほど粗利益率が下がっており、一部の建設業では受注残が減ってきている。

	▲	金融業（融資担当）	取引先の様子	・第3四半期決算の数字をみると、売上は前年比で横ばいか微増で推移している取引先が多いが、原価上昇の影響を受けて利益率が低下している。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・合同企業説明会にも、前年を上回る多くの企業から参加があった。一方で新卒学生の動きは鈍く、売手市場の様相が顕著に表れている。転職者対象の説明会にも、やはり前年を上回る企業や求職者の参加があり、市場全体が活性化してきたと考える。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・大きな変動がない。
	□	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・製造業の中小企業において、電気料金の高騰が厳しいという声をよく聞く。賃上げも難しい状況で、高騰分を価格転嫁しづらい企業にとっては苦しい状況である。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・2～3か月前と比べて、求人数は増加傾向にあるが求職者数が少ないため、マッチング率は変わらない状態が継続している。
	▲	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数が若干減ってきており、既存の派遣先から契約解除の連絡が数件出てきている。
	×	—	—	—