

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	・市内はインバウンド需要が急拡大中である。また、年度末から消費者の行動が活発になり、外出や外食の機会が増え、さらに企業の歓送迎会なども4年ぶりに実施されている。その反面、物価が上昇し続けているため、1人当たりの外食回数は減っている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候も良く、新型コロナウイルス感染症の影響も薄れつつあり、春恒例の大型イベントも再開されて期待感は大きい。しかし、電気料金の値上げが6月まで先送りされたことがこの後の消費を抑え、買い控えにならないか心配である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・桜の開花が例年よりも早く4月の売上を心配していたが、インバウンド需要に助けられている。このままインバウンドが勢いを増してくればよいが、4月20日以降は外国人客が少し減少しており、新型コロナウイルス感染症発生前と同水準の売上にとどまっている。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークに向けた準備で、旅行かばんは前年の1.5倍の売行き、UV対策の化粧品も店によっては前年の2倍以上と、客の外出機会が増えたことを反映する動きとなっている。
	○	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・週末の客の流れが特に良くなっている。広域の観光客も多くみられ、人の動きが戻っている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足は戻りつつあり前年と比べるとプラスで推移しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状態には今一つ届かない。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・ファミリー層及びシニア層、インバウンドも回復傾向になってきており、買上点数や飲食の利用が伸びてきている。外出の機会が増えてきていることや、これまで買い控えていたこともあり新調が多くみられる。
	○	観光型旅館（経理）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前には戻らないが、インバウンドの増加が宿泊をけん引している。
	○	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・団体ツアー客の予約が増加し、団体予約の受注数は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して115%となっている。
	○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・個人旅行、団体旅行共に問合せが増えている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少なくなり、観光客が多くなってきた。4月に入り週末以外も観光客が増えており、外国人客も多くなっている。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、マスクの着用ルールも緩和されたことから、3か月前との比較では前年同期よりやや良くなっている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・3か月連続で新型コロナウイルス感染症発生前の2018年及び2019年の売上は超えたが、ほぼ前年並みの見込みである。コロナ禍において店全体をけん引していたラグジュアリーブランドの勢いが鈍化した。旅行用のキャリーケースは前年の3倍で推移している。海外や首都圏、関西圏への旅行需要が復活したことで富裕層の金の使い道に変化がみられる。
	□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・価格がより安い店へ足を運び、特売商品のみ購入する客が多くなっている。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・年初と比較すれば、来客数はコロナ禍の落ち着きにより持ち直している。しかし、値上げが継続しているため、買い控えと部門別に異業種店舗を買い回る傾向は更に拍車がかかり、依然として厳しい状況である。
□	コンビニ（店舗管理）	それ以外	・売上は回復基調であるものの、それ以上に原材料等の値上がりや痛みが強い状況である。	
□	家電量販店（本部）	単価の動き	・来客数は改善しているが売上につながっていない。特に主要商品の動きが悪い状態である。	
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車の商談が長くなっており、購入には慎重な様子がみえる。また、現金一括支払が減り、残価型など支払方法も変わり始めている。	

□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・自動車の受注に関しては、ここ数か月は同様の水準で好調に推移している。
□	自動車備品販売店 (役員)	お客様の様子	・3月のタイヤ値上げ前にあった駆け込み需要の反動から、4月は来客数、売上共に厳しい状況である。会員優待のフェアに対しても反響は弱く、敏感に価格を検討する客が多い。
□	その他専門店 [酒] (経営者)	来客数の動き	・全体の売上は増えておらず変化はない。しかし、新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行した影響か、帰省した人が土産に酒類を買って帰る兆候が少しみえる。
□	スナック (経営者)	来客数の動き	・会社関係の客からは大変厳しくなる気配だと聞いているが、当店は他店の閉店や紹介により来客数が増え、以前よりは少々忙しくなっている。しかし、新型コロナウイルス感染症発生前まで来ていた常連客は、年齢や健康問題で足取りが重くなっている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシーの利用が必要とされていない。
□	通信会社 (職員)	お客様の様子	・客からの問合せ内容に変化がない。
□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・3か月前と同じく、通信、放送サービス共に新規契約者数が前年同月と同程度で推移している。
□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・料金の滞納件数は横ばいである。
□	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	・新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和が打ち出されてはいるが、マスク着用など客の感染対策にはほとんど変化がない。そのため、ふだんの利用状況にも入会状況にもほとんど変化がない。
□	美容室 (経営者)	来客数の動き	・売上、来客数共に前年同月比で5%ほど伸びている。ただし、6月よりカット料金の500円アップを予定しており、客にも告知しているため、値上げ前の駆け込み需要の可能性も考えられる。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・持家の着工件数が減少するなかで、注文住宅の受注も厳しい状況となっている。リフォームの受注は堅調に増加している。
□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・本来なら、春先の展示場への来場者数は冬場と比較して2倍程度見込めるが、冬場と来場者数が変わらない。
□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れてきているにもかかわらず、展示場の来場者数に改善の兆しが全くみえない。
▲	一般小売店 [精肉] (店長)	販売量の動き	・ギフトの動きが芳しくない。ふだん買われている鶏肉や豚肉等の動きは活発だが、牛肉の動きは良くない。
▲	百貨店 (販売担当)	来客数の動き	・3月以降の気温変化や、店舗周辺の大規模工事などの環境変化もあり、来客数が減少している。新生活関連や入学式、卒業式などのモチベーション需要は若干あり、来客数は一定数いたが、4月初旬以降は特に苦戦している。選挙や気温の乱高下などの影響はあるが、人気催事やテレビCM、媒体チラシなどによる販促を実施しても来客数が増加しない。外国人客は増加しているが、全体の売上を押し上げるには全く至らない。購入もこれまで以上に慎重になっている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・物流は活発さを増しているが、物価高による影響が常に脳裏をかすめている。
▲	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・物価高により、必需品以外の電化製品は買わない傾向がみられる。
▲	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・4月の宿泊客数は、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて30%程度ダウンしている。地方はまだインバウンドの影響も少なく集客に苦戦している。
▲	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・スマートフォンを初めて持つ層などへの需要が満たされ、新商品の発売も一通り終わっているため買い控えが発生している。
▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・見込み客が少なくなっているなかで、一定数の客を確保し商談を進めたが、客層が細分化して対応が難しくなっており、予定どおりには進まず目標を下回っている。

	×	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一段落したなかでの花見シーズンということで人出を期待していたが、人出はまだ元には戻らず財布のひもも固い。今年は桜の開花が早かったせいもあるが、物価高の影響もあると考える。	
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・気温が高くなると消費が外向きになり、趣味やし好みへの消費意欲が低下している。	
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—	—	
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事の受注が順調に推移している。	
	○	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落し、物流量が少し増加している。各社の値上げにより大幅な回復とはいかず、少しずつではあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の景気に戻りつつあるとみている。	
	○	金融業（融資担当）	取引先の様子	・観光関連事業者は感染症対策の緩和により、新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準まで回復の動きがある。製造業の受注は堅調だが、原料価格等のコストアップがあるなか価格転嫁は一部にとどまり、利益率は低下傾向にある。	
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・人の動きが活発になっており、特に飲食業において回復がみられる。あらゆる食材やその他の原価が高くなっているものの、特に一般消費者向けにおいては販売価格に転嫁できている傾向がみられる。	
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・人の動きが戻ってきたことで受注は好調に推移している。原料やエネルギー関連のコストアップに対する値上げ効果も手伝って売上は前年を上回っているが、各種コストの高止まりによって増収減益傾向が続いている。	
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・生産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	・受注量は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	・エネルギーの高騰や原材料価格の高止まりに苦しむなか、国を挙げた賃上げムードも出てきているが、景気は大きく変わらないと考える。	
	□	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前と比較し大きく増加してはいないが、堅調に推移している。	
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内の企業間物流は低迷しており、前年割れが続いている。	
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・3月は例年と比べ受注量は低下し、4月は若干回復したが例年並みである。	
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人客からの活発な話を聞かない。	
	□	司法書士	取引先の様子	・新築は床面積の大きい物件が多く建築費が高い物件が増えているが、材料費高騰の影響があるとみている。	
		▲	*	*	*
		×	—	—	—
雇用 関連  (北陸)	◎	—	—	—	
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人と求職がうまくマッチして、新規契約数が少しずつ増加している。	
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・大きな変化はない。	
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ゴールデンウィークを控えた時期に、UターンやIターン希望者向けの求人広告特集を実施したが、申込みは伸び悩んだ。媒体そのものの特性も影響していると考えますが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には達していない。一方で観光地からの広告出稿は前年を上回り、回復基調となっている。	
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・求職者数が少ない状況が続くなか、募集の年齢層や職種で企業とのアンマッチが発生しており、就業につながっていない。	
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年と比べ求職申込件数が少ないようにみえる。今後の動きに注目している。	
	×	—	—	—	