

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)	◎	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したことで、ふだんは余り利用のない九州方面や関東方面からの団体利用があり、大きなプラス要因になっている。
	◎	一般レストラン (統括)	来客数の動き	・ゴールデンウィークが明けてからも来客数は減少せず、2019年と比べて上昇傾向となっている。特にランチタイムで客が戻りつつある。
	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークから、個人客、団体客共に宿泊客数が好調にスタートした。ゴールデンウィーク明けも、新型コロナウイルス感染症対策の緩和や、G7広島サミットの会合関連の利用があったことで宿泊需要が落ち込むことはなく、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して105%の高稼働となっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、人々が余り気にすることなく外出するようになって客は増えている。夜の街も人出が増え、タクシーの利用も増えている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・景気が悪くなっているせいか、し好みやぜいたく品の購入をこれからのために控えるようになっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候に恵まれたが、県外や郊外への外出が多く、中心部への入込客は少なかった。5月末にかけては天候も良くないようだが、3年ぶりに開催される大規模な祭りへの期待が大きく、初夏の動きに結び付くか注目している。新型コロナウイルス感染症の影響も少なくなったようで、集客をいかに売上に結び付けるか工夫が必要である。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和によっていろいろな行事が開催され、必要なものを購入する人が増えている。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に分類されたことで、外出の機会が増えたようである。
	○	スーパー（店舗管理）	お客様の様子	・値上げによる単価高騰で前年実績はクリアしている。新型コロナウイルス感染症の5類への引下げにより、来客数も前年並みまで回復する傾向にある。しかし、買上点数は前年未達のため、決して良い状況ではない。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・5月の売上は前年比で10%程度増と好調に推移している。売上は増加しているが来客数は横ばいで、買上単価の上昇が売上増加の主な要因である。商品単価が上がっているが、来客数が変わらない点では好調だと考える。身の回りの客の様子から景気は良いと感じるが、経営面では売上以上に光熱費や人件費などが掛かり、利益は減少している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足は戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の売上にはまだ足りない。
	○	家電量販店（本部）	単価の動き	・エアコン、冷蔵庫が好調である。気温の影響もあるが、県の省エネ家電購入応援キャンペーンの影響が大きい。
	○	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の5類感染症への移行に伴い、春休み、ゴールデンウィークと来客数が増加した。外出機会が増えたことにより販売量も増加傾向が続いている。一方で、5月は寒暖差が激しく、天候不順が続いていることもあり、夏物の動きに不安定な面がある。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・観光客の劇的な増加はみられないが、インバウンドなどが徐々に戻っている。
	○	観光型旅館（経理）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきている。

○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門はインパウンドを中心に堅調である。新型コロナウイルス感染症の5類への引下げが決まってから、宴会部門は徐々に件数が増え始めている。ただ、1件当たりの人数は新型コロナウイルス感染症発生前の8割程度である。レストラン部門は夜の営業はまだまだ弱く、前年は超えているものの以前のにぎわいはない状態である。
○	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・団体旅行の問合せが増えている。
○	美容室(経営者)	それ以外	・夜の繁華街を歩いている人の数が次第に増えている。マスクをしている人と、していない人の割合はほぼ半々である。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・稼ぎ時のゴールデンウィーク期間は低単価商材しか売れず、売上が伸びなかった。また、当県では大地震が発生し、ゴールデンウィーク明けもしばらく観光客の姿がまばらだった。トータルの上は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して例年並みであったが、今までは2けた増となっていたので、余り良くなかったと考える。
□	一般小売店〔書籍〕(従業員)	販売量の動き	・一般文具の販売、売上が厳しい状況が数か月続いている。特に高単価の商材は売行きが非常に悪くなっている。
□	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・4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、前年並みの見込みである。新型コロナウイルス感染症対策が緩和されたことで、首都圏や関西圏、海外への旅行需要が増えた反面、コロナ禍で好調だったラグジュアリーブランドにおける売上の伸び率が鈍化するなど、消費行動に変化がみられる。
□	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、帰省客に関連した買物や食品物産催事で伸張した。3年ぶりの帰省によるおもてなし需要で食品を中心ににぎわったが、母の日以降はギフトの単価がダウンしている。ファッションを中心に、セットよりも単品で購入するなどの買い控えが顕著に出始めている。
□	スーパー(経営企画)	来客数の動き	・値上げ等により買上単価が上がり売上は確保できているが、それに対して来客数の伸びが鈍い。この傾向が続いているため変わらない。
□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・物価高で1人当たりの買上単価は上がっているものの、来客数は前年と比べて下がっている。
□	コンビニ(店舗管理)	来客数の動き	・ゴールデンウィークは後半に盛り上がりを見せたが、その後は前年並みの来客数と落ち着いている。
□	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・ゴールデンウィークは久しぶりに旅行に出掛ける客がいたが、来客数は通常と変わらない。
□	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・街中の人出は少しずつ多くなり始めたようだが、自動車業界での販売量はまだ動きが変わらない。自動車の購入には慎重な様子である。
□	乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・自動車本体の配車は回復しつつあるものの、付随するエアロパーツなどの生産に遅れが出ており、取付けができないことで納車が遅れるといった影響が出始めている。そのため商談の際にも購入をちゅうちょする客が散見される。
□	自動車備品販売店(役員)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間が明けてからの来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前と比較しても減っている。他の業界では人出が増えているようだが、車用品を扱う業界は季節商材に左右される傾向が強く、来客数の回復に至っていない。
□	その他専門店〔酒〕(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は5類感染症の扱いになったが、店頭販売は値上げの影響でさっぱりである。取引先の飲食店は2割増程度の売上で、全体としては変わらない。
□	スナック(経営者)	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークがあり心配していたが、前年から来るようになった客の来店があり、特別な落ち込みはなかった。また、法人関係で利用する動きもみられる。

□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークや週末と平日との格差が大きい。また、原材料費や光熱費の上昇による経費の増加が大きく、利益の圧迫につながっている。
□	通信会社（役員）	単価の動き	・通信サービスの契約者数については、3か月前と同様に前年同月と同レベルで推移している。放送サービスについては、前年同月と比べて若干契約者数が下回っている。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・当社の新規契約者数の状況をみる限り、大きな変化はみられない。
□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に引き下げられ規制がなくなった分、グループや団体客がやや増加傾向となっている。しかし、全国旅行支援が停止となったため個人旅行の動きがやや鈍くなっており、全体としては変わらない状況で推移している。
□	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・営業収益に余り動きがなく、変わっていない状況である。
□	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	・3月から新型コロナウイルス感染症対策の緩和が進み、5月には5類感染症に移行したが、利用者はまだ様子を見ており、行動様式がほぼ変わっていない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・建売住宅や坪単価が安い住宅への需要が高い状態が続いている。資材等の原価も高い状態で推移している。
□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来客数の低迷に改善の兆しが全くみられない。
▲	一般小売店 [精肉]（店長）	来客数の動き	・豚肉やとり肉の売行きは良いが、数々の値上げによる影響か、牛肉の売行きが悪い状態がずっと続いている。
▲	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・3月下旬から来客数、買上点数共に減少している。前年実施された県の景気対策の反動が大きいと考える。集客イベントも食催事が苦戦している。子供向けイベントは好調だったが、全体での買い回りにつながらなかった。電気料金の値上げが確定した報道後はより慎重な購買行動となっている。高額ブランド品にはやや動きはあるが、気温の影響もあり、主力の衣料品や雑貨は苦戦している。ゴールデンウィークは県外でのショッピングに流れる動きもあったようである。他県より半年以上遅れて、ようやく一部にトラベル需要が拡大してきたが、全体を押し上げるには至っていない。
▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	・当店は来客数、客単価、1品単価等の伸びが大きいですが、買上点数だけは伸びが鈍化している。競合店でもかなり来客数や単価が減少していると聞いている。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・値上げの影響により店舗全体で買上点数が徐々に落ちてきている。今後も続く値上げに対して不安が募る。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・婦人衣料に関しては、3月は入学式などの行事や式典で着用するオケージョン商材の引き合いがあったことに加えて、新型コロナウイルス感染症も落ち着いたため消費が活発になったが、現在は慎重になっている。
▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・買い渋っている状況が続いている。
▲	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークがあり、来客数は更に減少している。
▲	競輪場（職員）	販売量の動き	・前年と比べて売上収入が落ちている。
▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークで稼働日が少ないものの、5月は春の需要があるため例年は販売目標を達成できるが、今年は大きく未達となっている。価格が高騰しているなかで、購入に至らない状況が増えている。
▲	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰が影響している。

	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・とにかく人出が少ない。中心市街地はもとより、ショッピングセンターに行っても駐車場の車がまばらである。食品関係はまだ人がいるが、衣料やその他の物販関連は客の姿がない。ブランド衣料も不振なのか、インターネットの直接販売で安売りが目立っている。
	×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・買い控えなのか、スマートフォンを購入する客が少ない。店頭で案内を行っても、検討のみで購入に至らない客が多い。
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	・小売店舗での販売が堅調な上、卸売部門も回復している。
	□	食品品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・数度の値上げにより、ここ数か月の販売量は前年割れながら売上は前年を上回って推移している。それでも原料やエネルギーのコストアップを吸収し切れず、増収減益のパターンが続いている。鳥インフルエンザの影響で原料として必要な卵の量を確保できず、一部で販売の機会損失が生じている。
	□	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、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	・販売量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	・エネルギー価格の高騰や原材料高の状況が長期化しており、価格転嫁できるものは実行しているが、もはや出尽くした感じが否めず、受注量や販売量も弱含みで展開している。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内の物量は前年下期以降、前年実績を下回る状況が続いていたが、徐々に回復している。一方、国際関係は大きく落ち込んでいる。
	□	輸送業（経理）	取引先の様子	・取引先の物流量に大きな変動はみられないが、食品や電気料金などライフラインの価格上昇で、一般消費者の購買意欲の衰退がみえる。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量	・前月と変化はない。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者から活発な話が出ていない。
	□	司法書士	取引先の様子	・各種助成金を活用した建物の新築や本店の移転といった依頼が多かったが、一方では事業承継ができずに解散という依頼も多くなっている。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり動きが活発になっていることや、インバウンド効果で売上が回復している業種がある一方で、新型コロナウイルス感染症対策での融資の返済に対応できず、借換えや条件変更をしている会社もみられる。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・例年の同時期と比較して求職者数が増えている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新卒の採用活動が一旦落ち着く時期だが、5～6月に開催する就活イベントへの申込み企業は例年よりも多い。売り手市場の様相が顕著で、参加学生数はやや伸び悩んでいる。人材確保のため、積極的に求人活動に取り組む企業が多く、市場は活性化している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・いろいろな業界から求人の問合せが増えている。人材不足もあって、採用が進んでいない状況があるとみている。
	□	*	*	*
	▲	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数がやや減少している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・物価上昇により、経費の削減傾向が強まっている。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数が増えている。
	×	—	—	—