

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）	・3か月後の8月には夏休みやお盆休みを迎えるが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり、人々の活動や外出は継続するとみている。その一方で、あらゆる材料費や光熱費が上がり続け、値上げ分がそのまま外食回数の減少になると懸念している。
	◎	都市型ホテル（役員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により各地でイベントが開催されており、夏季シーズンに向けて更なる人流の増加が期待できる。
	○	商店街（代表者）	・物価上昇が心配であるが、好景気を感じ始めている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・脱マスクや新型コロナウイルス感染症対策の緩和で、世の中の雰囲気は以前に戻りつつあると考える。
	○	コンビニ（店舗管理）	・今年の夏休み期間への期待が大きい。これまでのうっ積を晴らすようなムードがあるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関しては分類の変更など、心理的には相当良くなっているため、今後に期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・客の動きは余り良くないようだが、新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、展示会等のイベントへの来場者が多くなっている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・行動変容によりこれまで購買を控えていた外出需要は回復傾向が続いている一方で、イエナカ需要が後退しつつある。また、飲食店の利用者が大幅に増えてきている一方で、食品関連では値上げの影響もあり、節約志向が強まっているように見える。8月頃までは新型コロナウイルス感染症からの反動で回復すると考えるが、9月以降については不透明である。
	○	観光型旅館（経営者）	・個人客に加え、夏以降の団体やグループの問合せが増えている。
	○	観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げ後に期待している。
	○	タクシー運転手	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が増加せず、人々がマスクをはずして外出すれば、景気が良くなってくると考える。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の発売と夏休みに入ることで、少し購入が増えるかとみている。
	○	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・夏に向けてマスク着用の習慣が減ってくれば、人々の行動が以前と比べて積極的になり、会員動向にも少しずつ影響が出てくると希望的観測をしている。しかし、電気料金が40%アップするなど、経費の上昇が続くので採算面が不安である。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数もほぼ落ち着いている様子であり、連日の株高の報道もあって、消費者の購買意欲も高くなってくる。
	□	商店街（代表者）	・売上が伸びているのは、日本人観光客ではなく外国人観光客の増加が主な要因である。日本人観光客による売上が伸びないと、景気が良くなったとは考えられない。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・値上げが続き、高額な牛肉はなかなか売れない状態が続くと考える。そのなかでゴルフの景品等の受注が少し増えてきているため、そういった需要に期待しつつ、来月から始まるお中元等ギフトの売上にも期待したい。
□	百貨店（売場主任）	・電気料金や原材料価格の高騰による物価高の影響で生活防衛意識が強まり、お中元やクリアランスセール商戦も余り期待できない。	
□	百貨店（販売担当）	・電気料金やガソリン代の上昇、円安、物価高などによって消費者心理にどのくらい影響が出るのか様子を見ている。5月中旬に実施した優待会では来客数、買上点数共に少なく苦戦した。早くもクリアランスセールを待つ声すら出ており、客はより価格に敏感になっている。当面は品質よりも低価格を強化した品ぞろえが必要だと考える。そのため夏休みまではやや低調に推移し、夏のボーナスや夏休みの外出需要の掘り起こしでの回復に期待している。	
□	スーパー（店舗管理）	・卵の特売を中止しただけで、来客数が100人以上減少するような状況である。ポイント付与もキャリア決済に左右されるため、囲い込みをしたくても費用対効果が得られない。	

□	スーパー（経営企画）	・値上げはまだ続くとみられ、来客数も現状と同様の動きをすると考える。
□	コンビニ（店長）	・売上は増加しているが、経費の上昇がカバーしきれていない。経営面での景気は変わらないが、来月以降に光熱費が更に上昇するようであれば悪化するとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・消費者の価値観が洋服から他へと移ったように見える。洋服に金を使わなくなっている。
□	家電量販店（店長）	・県の省エネ家電購入応援キャンペーンが実施されているが、より性能が良い高単価商品の購入に結び付いているわけではなく、前年をキープできる程度と考える。
□	乗用車販売店（経営者）	・しばらくは今までの受注残による納期遅れの影響で納車業務が続くため、変わらないと考える。
□	乗用車販売店（役員）	・受注に関しては引き続き大きな懸念材料がなく、現状同様に順調に推移していくと考える。
□	自動車備品販売店（役員）	・自動車業界としては、新車の販売数量が増えて商流が活性化する必要がある。納車期間は改善方向にあるが、新車販売は依然として軽自動車やエコカーの比率が高く、オプション用品等の売上が上がっていないため、この先も景気は変わらないとみている。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻ればと思うが、戻ったところで景気は悪かったのだと思っ直している。
□	高級レストラン（スタッフ）	・5月は今年に入り初めて来客数が増加し、手応えを感じているが、この先の動向はまだ見通しが立てにくい。
□	一般レストラン（店長）	・アルコール類の消費や、夜の来客数の増加は鈍い状態である。
□	スナック（経営者）	・このままの状態であれば変わらないが、国内、国外共に異変があれば、マイナスになると考える。
□	旅行代理店（従業員）	・夏は団体旅行のオフシーズンであり、個人旅行の受注も前年同様とみている。
□	通信会社（営業担当）	・前年の販売数と比較して大きな変化はみられない。2～3か月後に変化する要因が見当たらない。
□	通信会社（役員）	・5月同様に、前年と同レベルの契約者数で推移するものとみている。
□	通信会社（役員）	・大きな変動要因が見当たらない。
□	テーマパーク（役員）	・今後3か月間の予約状況を見る限り、現在と変わらない状況が続くと考える。
□	パチンコ店（経理）	・今のところ景気に大きく影響する事柄が見当たらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・イベントへの来場者数、問合せ件数共に減ってきているなかで決断にも時間が掛かっており、大変厳しい状況が続くとみている。金利の低さだけは変わっておらず助かっているが、住宅価格が下がるとは当面考えられないため、現状が続くとみている。
□	住宅販売会社（従業員）	・坪単価の高い新築住宅は厳しい状況が続くと考える。リフォームにはまだ需要はあるが、人手が不足している。それに加えて協力業者の高齢化による施工能力の低下問題もあり、売上の伸びに対して課題も多い状況が続くとみている。
□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の高騰が落ち着かないと、景気の回復が期待できない。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来月以降も多品目の値上がりが控えており、良くなる要素が皆無である。
▲	百貨店（販売促進担当）	・電気料金値上げのタイミングで節約モードになるとみており、生鮮食品などのデイリー品は厳しくなる。ただし、富裕層の消費はいまだに継続しており、ラグジュアリーブランドや高級時計などの販売会を中心に、高額商品の販売機会をより仕掛けていく必要があると考える。
▲	スーパー（店長）	・物価高が止まらない。客は余計なものを買わない流れになっている。
▲	スーパー（仕入担当）	・食料品に加えて光熱費等の生活費が高騰してくるなかで、嗜好品の購入頻度は下がるとみている。
▲	衣料品専門店（経営者）	・足元の物価は高止まりしていて、サービスでも価格転嫁が進展している。6月からの電気料金の大幅な値上げを控え、消費への影響を懸念している。
▲	家電量販店（店長）	・電気料金の値上げで買換えを検討する客もいるが、想定予算は前年よりも低く、低予算での買換えを検討している。
▲	家電量販店（本部）	・電気料金の値上げ率が大きく、消費マインドへの影響を危惧している。

	▲	住関連専門店（役員）	・夏休みに入ると、外向きの消費が更に加速すると考える。
	▲	通信会社（職員）	・大手の進出により売上が減少する。
	▲	競輪場（職員）	・新型コロナウイルス感染症対策での行動制限がなくなったことから、今まであった巣籠り需要がなくなっている。
	▲	住宅販売会社（営業）	・物価が緩やかに上昇を続けることで、販売単価の更なる値上げが避けられず、客足が離れるとみている。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行で、人出が増え売上の増加を期待していたが、予想以上に財布のひもは固い。食料品や光熱費の値上げによる影響が大きいと考える。
	×	タクシー運転手	・電気料金の大幅値上げ、野菜や食品の値上げにより、買い控えや外出控えが増えて金回りが悪くなると考える。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・企業業績も改善がみられ設備投資も順調なことから、産業機械向けの受注が順調に入ってきている。自動車関係も生産が戻りつつあるものの、正常化までにはもう少し時間が掛かると考える。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・来日外国人観光客の消費に期待している。
	○	輸送業（管理会計担当）	・物流はやや回復傾向にあることから、徐々に景気は回復してくるとみている。
	○	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により各種行動制限が緩和され、観光、飲食、交通及び関連業種の需要が増加している。一部の製造業でみられた部材の供給不足による納期遅延も徐々に解消されている。
	○	金融業（融資担当）	・製造業の受注状況及び観光関連産業に回復の動きがみられる。しかし、売上回復の程度にはばらつきがあり、原材料や各種のコストアップにより利益が圧迫されている事業者も多い状態である。
	○	司法書士	・新幹線駅の開業が近づき、駅周辺では新しい事業の計画が多くある。
	□	食料品製造業（経営企画）	・人の動きはより一層活発になるだろうと、売上に関しては楽観視している。一方、コスト面でのプラス材料は見当たらず、この先も収支は厳しい状態が続くとみている。
	□	化学工業（総務担当）	・受注量は変わらずに推移するとみている。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・状況が早急に改善するとは考えられず、今後も当分は厳しい状況が続くとみている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注量から判断して、景気は変わらないとみている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・依然として為替や社会環境の変化が大きく、先行きの見通しが難しくなっている。
	□	輸送業（経理）	・食品や電気料金などライフライン価格の上昇と、賃金の上昇が一致していないため、必要最低限の買物で済ませるような消費動向が続くとみている。
	□	通信業（営業）	・政府の新たな施策等がないため、変わらないと考える。
	□	不動産業（経営者）	・個人客や企業などの法人客からの問合せが、かなり少ない状態である。
	▲	繊維工業（総括）	・電気料金の値上げに加え、景気減速による欧米の消費マインドの低下により、これまで好調であったスポーツやアウトドア向けの受注にも影響が出始めるなど、先行きの不透明感が強くなっている。
	▲	建設業（役員）	・大型案件を含め受注量の確保が、現状と比べて減少方向にあると考える。
	▲	税理士（所長）	・今後、新型コロナウイルス感染症対策による融資の返済に対応できない会社がどんどん増え、倒産が相次ぐと考える。
	×	—	—
	雇用 関連 (北陸)	◎	—
○		人材派遣会社（社員）	・求職者数の増加から就労者数の増加が見込まれ、賃金増、消費増へと好転し始め、景気が徐々に回復するとみている。
○		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・数年ぶりに開催される祭りやイベントなどが多く、告知のための広告出稿も新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。ゴールデンウィークに続き、夏休みやお盆の時期に向けて観光地や宿泊施設の特集紙面も検討しており、近年としては明るい材料が多い。
○		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、経済活動の正常化を期待している。
○		職業安定所（職員）	・求人数、求職者数共に増加傾向であり、今後は採用活動や求職活動が少しずつ活発化する兆しがみられる。

□	人材派遣会社（役員）	・新型コロナウイルス感染症の収束というプラス面と、ウクライナ情勢や物価高というマイナス面がまだきつ抗している。
□	新聞社 [求人広告]（営業）	・物価の上昇が終息する様子はない。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、人流が回復することを見込んだ増員のための求人が出てきているが、全体の求人数は余り変わっていない。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人活動をしていても人材が集まらない状況で、年齢幅や経験などの採用条件を緩めても応募がない。
□	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心配が見受けられない。
▲	求人情報誌制作会社（編集者）	・求人数がやや減少している。
×	—	—