

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)	◎	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・今期の後半に向け、尻上がりに来客数が増加している。新型コロナウイルス感染症の影響からの脱却を強く実感している。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・団体ツアー客の予約が好調に推移し、新型コロナウイルス感染症発生前との比較で稼働率は106%、客室単価は105%である。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が増加しており、特に外国人観光客が増えている。夜の繁華街は、新型コロナウイルス感染症発生前の状態にまで回復している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・日本人の来客数は少なく売上の半分近くは外国人観光客によるもので、前月と同様にインバウンド需要に支えられた月となっている。全国旅行支援のクーポンを利用する客は激減している。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年比で1割程度上がっている。単価の上昇が主な原因だが、来客数も前年、前々年から好転している。前月も好調であり、値上げによる買い控えもなく高単価商材が動いているため、夏に向けて好調を維持すると期待している。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・来客数は落ち着きつつあるが物販は堅調に推移しており、客の購買意欲は継続している。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・今年のゴールデンウィークは4年ぶりに行動制限がなく、更に5月8日からは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、外出する機会が一層増えて人の動きが活発になっている。アフターコロナの状況で、各自治体も全国旅行支援など消費を促すキャンペーンを行っているため消費行動は継続している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・企業単位で来県し宿泊する人が増えているため、タクシー需要はやや増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・6月に開催された大規模な祭りは、天候にも恵まれ人出は予想以上で、露店での購入はそれなりに増加していたようである。商店街には、露店で買った食べ歩きのごみの始末のために立ち寄り客の様子であり、商店街を回遊する客は増加していない。
	□	一般小売店 [書籍]（従業員）	販売量の動き	・販売量、来客数共に下げ止まった感じはするが、決して良くはなっていない。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・コロナ禍において、店全体の売上をけん引し、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している。
	□	スーパー（総務担当）	単価の動き	・生活用品の価格高騰の傾向は変わらず、買い控えが続いている。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・相次ぐ値上げにより、プライベートブランド商材の売上構成比が上昇している。生鮮食品の売上構成比も上昇しているが買上件数は横ばいであり、値上げの影響によるものとみている。
	□	スーパー（経営企画）	来客数の動き	・この数か月を比較すると、既存店の来客数が100%を切っている状態だが、商品の値上げにより売上は100%を超える状態が続いており、大きな変化はないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足の戻りが落ち着いてきており、コロナ禍からの特別な回復状況はみられなくなっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・販売量は余り変わらないが低価格車の比率が高くなっている。特に軽自動車が多く、小型自動車の中間層が売れない状況が続いている。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車の配車状況は回復傾向が続いているが、納期は正常な状態になっていない。受注は引き続き順調なペースで推移している。	

□	自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・スタッドレスタイヤは値上げ前の駆け込み需要があり例年以上の販売量となったが、大口取引によるもので、個人への販売としては数量、金額共に計画に届かなかった。新車の納車は増えているが、オプション装着は安価な商品を選択する傾向が強い。ガソリン価格も上昇しており、給油量を抑える客が多くなっている状況で、景気の変化は感じない。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して、店舗販売分の売上は増えていないが納品している取引先の売上が良くなっているため、ある程度利益が出ている。しかし、全体としては変わっていない。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症発生前の常連客は高齢になったことや体調不良で来店しなくなったが、新規の客が定着し、以前より安定した状態である。
□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍後に売上は回復しつつあったが、現在は伸びなくなり前年並みの状態となっている。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・個人客、団体旅行客共に受注は一段落した。今後は予約の問合せがあっても、予約を受けられない可能性が日を追うごとに増えている。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・客からの問合せや、購買動向に変化がない状態である。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・通信、放送サービス共に、新規契約者数は前年と同レベルで好調に推移している。
□	通信会社（役員）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス加入者数や解約者数に大きな変動はなく、利用料金の多寡等に関わる問合せがほとんどない。
□	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	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者にとってはまだコロナ禍の状況が続いており、新型コロナウイルス感染症が1番影響している。新型コロナウイルス感染症が第9波に入ったという報道があれば、前向きに活動する利用者の動きにも間違いなく水を差すと考える。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・マスクを付けて来店する客の数は、5月以前と変わらない状態である。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・問合せやイベントの来場者数が減少しており、販売金額が減少するとみていたが、大型のリフォーム案件が増加し、目標の販売金額を上回った。また、新規の分譲地販売が始まり、販売を待っていた客との契約が進んでいる。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・個人の新築注文住宅の受注はまだ力強さに欠け安定していないが、上向いている。リフォームは引き続き、計画を上回る受注が獲得できている。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・本来であれば新しい展示場への来場者が増えるはずだが、来場者数は増加していない。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・3か月前は新生活に必要な商材やギフト用の需要があり、来客数、買上点数共に多かったが、現在は本当に必要な商材のみの購入である。
▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・客が買物に慎重になっており、お中元の早期割引やポイントアップ企画などのタイミングでは売上が増加するが、企画のないときは売上が減少する傾向が強くなっている。実績は前年同月との比較では同程度だが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年との比較では下回っている。
▲	百貨店（販売担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・3月中旬以降、明らかに来客数が減少している。再開の大規模工事を実施している周辺の環境や、県や市による支援策の減少、電気料金の値上げなど様々な要因が考えられるが、特に新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の報道後、移行後の減少が激しい。集客のための新企画や父の日イベントにも反応は少なく、お中元も中旬から月末まで優待セールを実施しているが、来客数は大幅に減少している。食関連もやや苦戦しており、好調なのはトラベル関連商材くらいで、スーツケースやビジネスバッグの売上は伸長している。
▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・当店では来客数、買上単価、買上点数は伸びているが、競合店は値上げや物価高に対応できていない。しかし、当店もいつ同じ状況になるか分からない状態である。

	▲	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・原材料単価の高騰に加え、為替の影響で輸入品価格が大幅に高騰しており、単価が大きく上昇している。来客数、販売数にも大きな影響が出ている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今までになく客は価格に敏感になっている。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・電気料金の高騰による買い控えが多く、家電の買換えによる節電効果を実感してもらえない。
	▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・非常に厳しい状況である。エアコンの不振は気温の影響と考えるが、他の商品も厳しく、エアコンの不振をカバーできていない。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・インバウンドも含めて昼食時の来客数はあるが、夜の客は少なく、アルコール類も出ていない。
	▲	観光型旅館（経営者）	それ以外	・原材料や電気料金の値上がりを始めとして経費の支出が増加しており、利益を残すのに苦戦している。
	▲	観光型旅館（経理）	来客数の動き	・当県で発生した大地震の影響で来客数が減少している。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・店頭での販売価格とインターネットでの販売価格にかい離があり過ぎる。そのため自分で手続きできる客は店頭に来ないため販売数が極端に減少しており、売上に影響している。
	▲	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・物価高もあり、客の予算の上限が徐々に下がっている。予算と要望のバランスが取れていない案件が増加している。
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・他県の同業者も5月からの売上が悪いようである。衣料品については売上不振のためか、ブランド品も例年より早くインターネット販売によるバーゲンセールを開催している。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・特に婦人衣料の購買意欲が低下している。最近の物価高による影響か、買物に対して慎重になっている。
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・週末の来客数も落ち込みが目立つようになっている。
	×	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、客の動きが大変鈍くなっている。4月で全国旅行支援が受付終了した影響も大きいと考える。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たことで、グループ客や団体客は徐々に回復傾向にあるが、個人客の動きは鈍くなっている。
企業動向関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・原料やエネルギーのコストアップにより損益分岐点は上昇したままだが、人々の動きが戻ったことで売上は好調に推移しており、収益は改善傾向にある。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が安定しており、堅調に推移している。
	○	建設業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、マスクを外した人も多く、街中や飲食街に活気が戻ってきている。
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・物価高を受けた消費者マインドの低迷により小売業は苦戦しているが、人流の増加により観光関連産業は回復傾向で、自動車関連産業も半導体不足の解消により受注は回復傾向にある。しかし、全般的に原材料価格の高騰や電気料金の値上げなどによるコストの増加が利益を圧迫している。
	○	司法書士	取引先の様子	・事業承継や新規事業のための不動産購入、新会社設立や役員増加など、企業活動が活発な依頼が多くなっている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・原材料や光熱費等の価格高騰はあるものの、業種を問わず価格に転嫁できている。特に飲食業では、この1～2か月で新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っており、過去最高の売上で最高益となった取引先が多くなっている。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行したことにより、国内ファッション衣料の売行きが好調で、受注は引き続き堅調である。しかし、その一方で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	・電気料金の高騰や物価高など、状況の改善はみられない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界の受注高は堅調に推移しているが、受注額は前年から少しずつ減少傾向が続いている。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内貨物の物量は前年を下回る水準が続いている。輸出入についても今年に入り低迷が続いている状態である。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量に変化は見受けられないが、電子帳簿保存法が来年1月に義務化されるため、客の関心が高く、提案件数が増加傾向にある。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からは、活発な話を聞くことができない。
	▲	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークが明けてからは、物量が明らかに減少している。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・夏に向けた各種イベントの広告申込みが、前年や前々年と比べると盛況となっている。前年にもウィズコロナで復活した祭りなどはあったが、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、今年は4年ぶりの開催と銘打つものが多く、実際に1万人規模の集客がみられたイベントもある。
	○	職業安定所（職員）	それ以外	・人流がコロナ禍のときよりも増加していることを実感している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・コロナ禍の落ち着きに合わせて、求人数が増加しつつある。求人数の増加は企業活動の再開に向けた意欲の表れだとみている。
	□	*	*	*
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・正社員、アルバイト共に求人数が減少している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・物価高による各種経費削減などにより、活発な経済活動が行われている感じがしない。
	×	—	—	—