

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<br>動向<br>関連<br><br>(北陸) | ◎         | 都市型ホテル（役員）  | ・アフターコロナの夏休みシーズンに向けて、ファミリー層の予約数増加に期待している。   |
|                            | ○         | 商店街（代表者）  | ・観光のオフシーズンである6月に多くの外国人観光客が来店しており、当面はインバウンド需要に期待が持てる。また、新型コロナウイルス感染症対策の緩和後初めての夏休みシーズンとなるため日本人観光客にも期待したい。   |
|                            | ○         | スーパー（総務担当）  | ・夏のボーナスが支給されれば、少し良くなると思う。   |
|                            | ○         | コンビニ（店長）  | ・夏に向けて季節要因による売上増があると思うが、最近の売上をみていると、新たな土地に新店を出した際と似た推移になっている。新店の場合は、売上が夏期に上昇し秋冬に減少するが、想定よりも高い値で下げ止まる場合がよくある。2月からの推移をみると、新店同様に8月に売上が増加し、9～10月に想定より高い値で下げ止まり、結果的に景気が良くなるような動きになっていくと考える。                                |
|                            | ○         | 乗用車販売店（役員）  | ・新型車の発売を契機に、更に受注が増加するとみている。   |
|                            | ○         | その他小売 [ショッピングセンター]（統括）  | ・梅雨明けから夏休みにかけては外出機会が増えるため、引き続き好調に推移するとみており、関連商材の動きも良くなると思う。   |
|                            | ○         | 観光型旅館（経営者）  | ・7月の連休から個人客を中心に予約が堅調に入っている。また、バスを利用する団体客の問合せも増えている。   |
|                            | ○         | 観光型旅館（経理）   | ・新型コロナウイルス感染症及び当県で発生した大地震の影響が減少すると考える。  |
|                            | ○         | タクシー運転手   | ・夏にかけて行楽等で観光客が増加し、人々の外出が活発になるとみている。   |
|                            | ○         | タクシー運転手   | ・消費を我慢していた分の金を使うことが多くなると、景気回復が数字にも表れてくると考える。  |
|                            | ○         | テーマパーク（役員）  | ・7～8月は夏の旅行シーズンに入るため、問合せは増えており、グループ客や団体客も徐々に増加していることから、やや良くなると思っている。   |
|                            | □         | 商店街（代表者）  | ・賃上げが購買に結び付いていない。ボーナスに期待したいが、物価上昇分に吸収され景気を引っ張っていく気配がみられない。  |
|                            | □         | 一般小売店 [事務用品]（店長）  | ・物価は上昇しているがそれに伴って給与が上がっているわけではなく、まだ余分なものを購入する状況にはないと考える。  |
|                            | □         | 百貨店（売場主任）   | ・消費行動が商材の購入から旅行などへシフトしており、売上の急拡大は見込めない。晩夏から初秋にかけての端境期の売上は、前年並みで推移すると考える。  |
|                            | □         | 百貨店（販売担当）   | ・しばらくは売上の低空飛行が続く我慢の時期であると思う。今までは新型コロナウイルス感染症の影響による近隣の消費だったが、現在は県外含む広い範囲での消費へと移行している。物価高騰や夏の家族旅行の費用増加などに対して、大幅な給与の増加がなく限られた金額内での消費のため、消費が分散している。当社の都心店はインバウンドなどで高額商品が好調のため高水準で売上が伸びているが、地方店は多くが苦戦しており、今後もこの格差が続くとみている。 |
|                            | □         | スーパー（店舗管理）  | ・生鮮品の売場を設けたドラッグストアの進出と、人口当たりの店舗数が飽和状態であることから、大きな改善は見込めない。   |
|                            | □         | スーパー（経営企画）  | ・今後も商品の値上げが続くため、来客数や売上の傾向は変わらないとみている。ただし、猛暑になった場合には電気使用量の増加による電気料金の上昇も考えられ、その場合は家計の引締めが更に進み、悪い影響を及ぼす可能性があると思う。  |
|                            | □         | 衣料品専門店（経営者）   | ・来客数や売上の上昇が鈍化しており、今後は必ずしも上昇していくとは限らない。  |
| □                          | 家電量販店（店長） | ・気温が上昇しきっていないこともあるが、エアコンや冷蔵庫の売行きが悪い。商品価格も上がっているため客の想定する予算より高くなっており、県の省エネ家電購入支援策が始まって、買換えについては慎重な客が多い。 |   |
| □                          | 家電量販店（本部） | ・これ以上悪くならないよう期待しているが、良くなる要因が全くない状況である。  |   |

|   |                          |   |
|---|--------------------------|---|
| □ | 自動車備品販売店（役員）             | ・各社から発表された基本給のベースアップや、新型コロナウイルス感染症の5類への移行で市況は活性化してきているが、各種値上げは続いており、自動車関係業界で消費マインドは戻ってきていない。                    |
| □ | 住関連専門店（役員）               | ・夏休みに入り、観光など外向きの消費が更に加速するとみている。   |
| □ | その他専門店〔酒〕（経営者）           | ・人々は旅行などに金を使い、ふだんの飲食は節約する状況である。また、当店の納品先で利用はあるが、店舗販売は芳しくないため、平均すると変わらない状態が続くとみている。                              |
| □ | 高級レストラン（スタッフ）            | ・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へと移行したことで、九州や東北など余り実績のない地方からの団体旅行が増え始めている。しかし、肝腎の地元家族層の利用が増加しておらず、全体では今年1～2月と同様に大苦戦となっている。   |
| □ | 一般レストラン（店長）              | ・地元客の動きが戻る気配が余りみえない。  |
| □ | 一般レストラン（統括）              | ・現在の消費行動は継続するとみているが、新型コロナウイルス感染症の再拡大や物価上昇の継続、光熱費による家計の圧迫、円安の継続など複数のマイナス要因もあるため、先行きは不透明である。                      |
| □ | スナック（経営者）                | ・国内外の情勢が大きく変化する状況では、先々を見通すことは難しい。   |
| □ | 都市型ホテル（スタッフ）             | ・食品や光熱費などの値上げが激しく、生活防衛意識が高まっている。政府の景気刺激策が徐々に減少し、物価高でコロナ禍のペントアップ需要がなくなったと考える。                                    |
| □ | 通信会社（職員）                 | ・経済も物価状態も不安定であるため、変わる様子がみられない。  |
| □ | 通信会社（営業担当）               | ・客の様子からは景気が良くなってきた兆しがみられず、価格重視で機種を選ぶ人が多い状態である。  |
| □ | 通信会社（営業担当）               | ・インターネットでの販売価格が安く、商材も最短で翌日には届くため、店舗特有のメリットがなければ販売数の増加は厳しいと考える。  |
| □ | 通信会社（役員）                 | ・この先も新規契約者数は前年と同様に推移するとみているが、ここ1年の毎月の解約者数が、前年より若干多いレベルで推移していることが懸念材料である。  |
| □ | 通信会社（役員）                 | ・変動要因が見当たらない。   |
| □ | その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人） | ・新型コロナウイルスの感染状況次第と考えるが、前向きな明るい動きが増加するかがみえない。新型コロナウイルス感染症に関する報道が減少しているため、徐々に前向きになってほしいと希望している。                   |
| □ | 美容室（経営者）                 | ・全国的に観光客は増加しているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が不安である。   |
| □ | 住宅販売会社（従業員）              | ・住宅価格は高くなったままで下がる気配はないが、実需の動きは安定している。低金利のままであれば若年層でも借入れできる状況のため、安定した職業に就いている若い夫婦は早く家を建てる傾向である。                  |
| □ | 住宅販売会社（従業員）              | ・物価の安定と、先の状況が見通せるようになることが受注安定の絶対条件と考える。   |
| □ | 住宅販売会社（従業員）              | ・建築資材の高騰で状況が安定しないため、景気回復が期待できない。  |
| □ | 住宅販売会社（営業）               | ・物価高に終息の気配がみられず、客の財布のひもが固くなっている。実際の景気よりも客のマインドは低下していると考えられる。  |
| ▲ | 一般小売店〔書籍〕（従業員）           | ・来月以降も多品目の値上げが控えており、製造も販売も厳しい状況が続くとみている。  |
| ▲ | 百貨店（販売促進担当）              | ・前年7月は新型コロナウイルス感染拡大警報の発出があった。今年はゴールデンウィーク同様に帰省客の増加が見込めるため、前年実績を超える要因は多いものの、お盆休み以降は厳しく、相当の企画を打ち出さないと前年を下回るとみている。 |
| ▲ | スーパー（店長）                 | ・物価高が止まらず、給与は上がっていないため、買物指数は減少していくと考える。   |
| ▲ | スーパー（仕入担当）               | ・数か月は、為替の影響による価格高騰が続くとみている。   |
| ▲ | コンビニ（店舗管理）               | ・新型コロナウイルス感染症が再拡大しつつあるとみている。  |

|                            |                      |                   |   |
|----------------------------|----------------------|-------------------|---|
|                            | ▲                    | 衣料品専門店（経営者）       | ・エネルギー価格の高騰は他の物価にも連鎖するため、支出は更に制限されると考える。  |
|                            | ▲                    | 家電量販店（店長）         | ・節約のため、家電の買換えにはつながらないと考える。  |
|                            | ▲                    | 乗用車販売店（経営者）       | ・自動車メーカー各社が値上げしており、しばらくは販売量が低迷するとみている。  |
|                            | ▲                    | 乗用車販売店（従業員）       | ・新型車が発売されたが、客の関心は低い状態である。   |
|                            | ×                    | 商店街（代表者）          | ・天候に恵まれた春が終わり、猛暑や大雨、台風のシーズンに入るとまた人出が少なくなる。また、新型コロナウイルス感染症の収束ムードが盛り上がらない場合、今年後半の商戦が非常に心配である。                             |
|                            | ×                    | 衣料品専門店（経営者）       | ・通常ならこの先の3か月はセール時期に入り販売に活気が出てくるが、今は安くても買わない傾向が顕著になっており、売れない時期になっていると考える。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北陸) | ◎                    | —                 | —   |
|                            | ○                    | 精密機械器具製造業（財務担当）   | ・この先の出荷の予約状況も堅調に推移している。   |
|                            | ○                    | 建設業（経営者）          | ・新型コロナウイルス感染症ワクチン接種の6回目の案内が65歳以上の対象者に来ているが、新規感染者数は確実に減少しており、企業や商店の動きは更に活気付くとみている。                                       |
|                            | ○                    | 通信業（営業）           | ・電子帳簿保存法の施行や介護保険法改正を見据え、関連する業種では今年度末に向けて駆け込み需要が高まり、受注量も増加するとみている。   |
|                            | ○                    | 金融業（融資担当）         | ・観光、外食、小売業の売上は回復に向かっている。原燃料価格の高騰や円安進行によるコスト増加分の価格転嫁の成否で、企業業績に明暗が出ている。一部製造業では部材供給に遅れが生じており、仕掛在庫が増加している。                  |
|                            | ○                    | 司法書士              | ・会社関係の登記、不動産売買、相続登記の依頼のほか、駅周辺の再開発事業に対応するための案件や相談が多いため、やや良くなるとみている。  |
|                            | ○                    | 税理士（所長）           | ・夏のボーナスが増加傾向にあるため、レジャー産業や飲食業、小売業などが活況になるとみている。製造業は、原材料高や人手不足等の諸問題を解決できるかに懸かっている。  |
|                            | □                    | 食料品製造業（経営企画）      | ・収支いずれも底を打った感はあるが、右肩上がりになるような材料も見当たらないため、変わらないとみている。  |
|                            | □                    | プラスチック製品製造業（企画担当） | ・改善の気配がみられず、依然として困難な状況が続くと考える。  |
|                            | □                    | 金属製品製造業（経営者）      | ・2～3か月先の受注状況を見て、変わらないと考える。  |
|                            | □                    | 一般機械器具製造業（経理担当）   | ・オートバイ関係や産業機械関連の部品受注は、国内外共に依然として順調だが、主原料を中心に副資材や運賃、電力などの価格上昇は勢いに歯止めが掛からず、並行して価格転嫁の交渉をしている。旺盛な需要を期待しており取り込めるかは難しいところである。 |
|                            | □                    | 建設業（役員）           | ・受注動向は依然として先行きが不透明である。価格については一服感があるが、今後については想定しにくい状況である。  |
|                            | □                    | 輸送業（管理会計担当）       | ・足元の荷動きからは、回復の兆しはみえてこない。  |
|                            | □                    | 輸送業（経理）           | ・新型コロナウイルス感染症や季節外のインフルエンザなどの新規感染者数が微増しており、景気回復の兆しがみられないため、変わらないと考える。  |
|                            | □                    | 金融業（融資担当）         | ・業種によりばらつきがあり、更に物価高によるコストの上昇や消費者マインドの低迷などマイナス要素もあり、先行きは不透明な状態である。   |
|                            | □                    | 不動産業（経営者）         | ・法人関係の問合せは全くない。個人客からの問合せも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て景気減速による欧米の消費マインドの低下により、これまで好調だったスポーツ、アウトドア向けの受注に影響が始まるなど、先行きの不透明感が強くなっている。                                 |
|                            | ▲                    | 一般機械器具製造業（総務担当）   | ・政治、経済共に不透明な部分が多く、良くなる材料も考えにくい状況である。  |
|                            | ×                    | —                 | —   |
|                            | 雇用<br>関連<br><br>(北陸) | ◎                 | —   |
| ○                          |                      | 職業安定所（職員）         | ・人流の拡大や、物価上昇に伴う賃金上昇といった流れが出てくる可能性があるともみている。   |

|                          |                                     |                |   |
|--------------------------|-------------------------------------|----------------|---|
| (北陸)                     | <input type="checkbox"/>            | 人材派遣会社（役員）     | ・製造業からの派遣依頼は微減となっているが、販売、サービス業からの派遣依頼は増えているため、求人数は横ばいの状態である。もうしばらくこの状態が続くと考える。                  |
|                          | <input type="checkbox"/>            | 人材派遣会社（社員）     | ・新型コロナウイルス感染症の第9波が押し寄せる懸念も拭えず、求人数、求職数共に横ばいの状態が続くとみている。  |
|                          | <input type="checkbox"/>            | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・大きな雇用の話が出てこないため、変わらない。   |
|                          | <input type="checkbox"/>            | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・イベント告知などの広告出稿が回復基調にあり期待感こそあるが、紙代やインク代などの資材費等の高騰で、全体的な状況としては決して明るいわけではない。先行きが不透明なことに変わりない状況である。 |
|                          | <input type="checkbox"/>            | 新聞社〔求人広告〕（営業）  | ・物価高による消費活動の低迷が長引くと考える。   |
|                          | <input type="checkbox"/>            | 職業安定所（職員）      | ・人流も物流も少しずつ回復していることから求人を出す事業所もあるが、物価高により求人を控える事業所もあり、全体としては求人数の増減は少なくなっている。                     |
|                          | <input type="checkbox"/>            | 職業安定所（職員）      | ・新規求人数、求職者数の動きには大きな変化はなく、落ち着いた状態である。  |
|                          | <input type="checkbox"/>            | 民間職業紹介機関（経営者）  | ・年度替わりに定年となった人は求職活動を始めているようだが、高齢者の再就職については、企業の採用条件と本人の希望条件に差異があり厳しい状況だと聞いている。                   |
|                          | <input type="checkbox"/>            | 学校〔大学〕（就職担当）   | ・物価の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気配が見受けられない。  |
|                          | <input checked="" type="checkbox"/> | —              | —   |
| <input type="checkbox"/> | —                                   | —              |   |