

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 長）	来客数の動き	・来客数は横ばい若しくは微増だが、単価の上昇により売上は増加している。これをもって景気が良いとみるのは難しいが、前年売上との比較で10%強増えており、好調に推移している。経営面では、単価の上昇以上に経費の高騰があり大変厳しい状況で、特に人件費や光熱費が前年とは比較にならないほど急騰している。売上が増加しているのに事業が成り立たず、倒産するというケースが身近で起こる危険性がある。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・お盆を中心に3年ぶりの帰省客や観光客で街中がにぎわい、タクシーの利用も増加している。
	○	商店街（代表 者）	来客数の動き	・繁忙期であるお盆期間の台風により売上が減少したが、全体ではインバウンド需要に助けられ、新型コロナウイルス感染症発生前の売上を確保している。連日の酷暑にもかかわらず来店する客に感謝している。
	○	スーパー（店 長）	来客数の動き	・当店では来客数や買上点数が伸び続けている。値上げ分で客単価も上昇しており、果物などのし好品を含めて、売上は年間で1億円の増加ペースとなっている。
	○	スーパー（総務 担当）	お客様の様子	・お盆は帰省客が多く、人の流れが前年までとは違い、買上単価が高くなっている。
	○	コンビニ（店舗 管理）	単価の動き	・米飯の値上げを実施したが、おおむね受け入れられており、客単価の増加分がプラスになっている。また、駅前再開発による競合店のリニューアル工事の影響も大きい。
	○	家電量販店（店 長）	販売量の動き	・猛暑日が続いていることから、エアコンなどの夏物商材が好調である。
	○	その他小売 [ショッピング センター]（統 括）	お客様の様子	・8月は地域の祭りや外出などで人の動きが活発になり、外出需要が増加した。猛暑が続く外出を控えるなかで、涼を求めた子連れファミリー層の来店が増加し、季節商材の販売や、飲食店やカフェなどの冷たいメニューが好調である。
	○	一般レストラン （統括）	お客様の様子	・今年のお盆期間は、4年ぶりに新型コロナウイルス感染症対策の制限がなく、円安で欧州を中心としたインバウンドが拡大するなど、好景気の条件がそろったことから、旅行や外出機会が増えて客の動きが活発になっている印象を受ける。しかし、一方ではガソリンを始めとした光熱費や物価の上昇が続いており、消費者は2極化している。
	○	観光型旅館（経 営者）	販売量の動き	・8月の売上は新型コロナウイルス感染症発生前の、2019年同月の売上を1割ほど上回っている。
	○	都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・単純に3か月前と比べれば、宿泊部門と宴会部門は宿泊者数や宴会件数共に増加しているが、諸経費や原材料が高騰しているなかで、単価は改善していない。レストラン部門は来客数が伸び悩んでおり、生活防衛意識が高まっている。新型コロナウイルス感染症発生前との比較では、全体として20%減少の状態が続いている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・物価が上昇しているためタクシーの乗り控えが増えると考えていたが、タクシー需要は増加し、夏場の暑さで乗車率も上昇している。
	○	通信会社（営業 担当）	来客数の動き	・発表された新プランに興味を持った客の来店が増え、いろいろと提案できる環境が整ったと考える。
	○	テーマパーク （役員）	来客数の動き	・猛暑の影響や台風、ガソリン価格の高騰などのマイナス面はあるが、個人旅行を中心にやや良くなっている。
	○	美容室（経営 者）	単価の動き	・今年7月からカット料金のみ値上げしたが、来客数は減少していない。7月、8月共にカット料金の値上げ以上に技術単価が上がっている。
□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・価格上昇により売上は増加しているが、仕入価格のほか、電気料金、ガス料金、ガソリン価格など経費の上昇を加味すると、収益的にはダウンしている。また、今年の夏は好天に恵まれ、自然災害も比較的少なかったが、余りの猛暑に高齢者や子供、学生などの外出が減少している。	

□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・来客数や販売数は前年度より悪いが、この数か月は余り変わっていない。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・8月は、前月に続き婦人衣料やメンズファッション、食品が好調に推移した。猛暑で外出を控える傾向が高まることを懸念したが、来客数も好調で、売上は前年度実績及び2018年度実績を超えている。
□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・猛暑の影響で日傘を中心とした対策グッズや、調理の際に火を使いたくないという理由で総菜やレストランなどの需要が伸びている。富裕層によるラグジュアリーブランドのジュエリー購入などは継続して伸張している。
□	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・商品単価の上がり幅は高止まりし、10月からの更なる値上げを控えるなかで、し好品の買上点数は確実に減少しており、買物全般がシビアになっている。
□	スーパー（経営企画）	それ以外	・来客数、販売量、単価の動きを勘案すると変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・連日の暑さ、物価の高止まりにより、消費が今一つ押し上げられない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来客数は確実に戻ってきているが、まだ買物には慎重であり、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には届いていない。
□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・猛暑が続いて季節商材の動きは良いが、映像や情報関連機器の売上不足を補えない。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・他の商品価格と同様に新車の値上げも発表され、客は新車購入に対して慎重になっている。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今年に入ってから受注は順調に推移しており、3か月前と変わらない。
□	自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・来客数は前年同月との比較で大幅な伸びとなっているが、買上単価と買上点数が低く販売量が伸びておらず、ガソリンも値上げが続き給油量が減少している。また、自動車の販売台数についても、商談件数が少ないため厳しい状況が続いている。
□	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・企画の実施時はそれなりに来客数は増加するが、それ以外のときは変わらない。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・取引先の飲食店は好調だが、当店で店頭販売は全く振るわない状態が続いており、全体としては良くないままである。
□	一般レストラン（店長）	販売量の動き	・お盆までは例年以上に忙しかったが、お盆以降は観光客も含めて客足が伸びていない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人旅行は比較的堅調だが、団体旅行は来年以降の予約に移行しつつある。
□	通信会社（職員）	来客数の動き	・来客数、問合せ内容共に、特に変化がみられない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約者数の状況に大きな変動はない。
□	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	・スタッフ関係者が新型コロナウイルス感染症に感染し、業務に影響が出ている。客もまだコロナ禍の感覚から抜け出しておらず、新規入会者数を含めてほとんど動きがない。また、猛暑やガソリン価格等の高騰は、確実に客の外出意欲をそいでいるとみられ、日々の利用者数も減少している。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・作成した計画と比較して安定した受注が達成できない。また、地域によって受注高に差がある。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・分譲住宅が売れず、苦戦している。
□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・客足は3か月前から全く変化がない。猛暑の影響があり、悪化している印象を受ける。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・地方でもマスクを着けていない来店客が増加しているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の人出には戻っていない。新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増加しており、飲食や旅行は勢いがつく前に足を引っ張られている。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・天候の影響か、前年よりも来客数が減少している。

	▲	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・街の祭りなどイベント実施時に客が増加しているため、来客数は微増だが、購入率が低下している。目的以外の商品を購入しない上、購買行動が今まで以上に慎重になっている。価格にも敏感でセールでの購入が拡大している。8月中旬以降はセール商材が少なくなり、購入が大幅に減少している。ギフト需要なども少ない。
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・様々な物の値上げによる影響は小さくなく、販売量が顕著に低下し、客単価も落ちている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・3か月前もそれ以前の状態と比べて悪い状態であったが、現在も同じ状態で推移している。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・お盆後、天候が影響したのか客足が遠のいている。一方で、駅前周辺の居酒屋などは若い年齢層の客が利用して忙しいと聞いている。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、契約者数が前年同期をやや下回っている。異常な暑さが続いているため、営業活動に影響が出ている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年8月は契約件数が少ないが、今年は非常に暑い日が続いて客の動きも悪く、契約件数が例年より2割程度少なかった。さらに、大きな案件がキャンセルになり業績は厳しい状況である。
	×	—	—	—
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	・小売店舗への卸に加え、小売店頭での販売額も増加している。
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・観光を含めた飲食業や宿泊業などでは、新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、会食機会やインバウンドを含めた観光客の増加で改善傾向にある。製造業では部品不足が改善され、出荷数量が増加傾向にある。
	○	司法書士	取引先の様子	・駅周辺での新規事業展開に関連して、新会社設立や役員変更の依頼がある。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症が発生してから初めて、規制のない状態で多くのイベントが行われており、飲食業や小売業は好調である。建設業や製造業では人手不足による納期の遅れが目立っている。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前との違いは、コストの上昇による数度にわたる価格の引上げであるが、人々の動きが以前と同等のレベルに戻ってきたためか、毎月の売上は前年同月を上回るようになり、収支は確実にプラス傾向にある。
	□	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5類感染症への移行により、国内の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が、原材料価格の高騰や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	・エネルギーや原材料費の高止まりなど、一向に回復の兆しがみえない。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内の物量低迷に加えて、国際貨物の大幅な低迷が続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・4月以降の販売量に大きな変化はないが、前年と比べると明らかに増加している。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に法人関係から、活発な話が聞こえてこない。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械の受注が、徐々に前年よりも減少している。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事をメインとする当社の1月から7月の受注は前年同期の半分である。同業他社も同様の傾向であり、国も地方自治体も財政の余裕がなく、発注できない状況だとみている。
	▲	輸送業（経理）	それ以外	・エネルギーコストの高止まりが続いている影響で、利益が圧迫されている。
		×	—	—

雇用 関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	新聞社〔求人広告〕(担当者)	求人数の動き	・お盆中にUターン就職者を対象とした求人広告を掲載したが、申込件数が前年度を上回るなど、採用活動に積極的な企業が多い印象を受ける。また、2025年の新卒学生を対象とした企業の人事担当者との座談会なども企画しているが、参加に前向きな企業が増えている。
	○	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・求人数がやや増加しているが、求職者の高齢化に加えて勤務条件の希望も高くなっているため、マッチングが難しくなっている。
	□	新聞社〔求人広告〕(営業)	周辺企業の様子	・物価高の影響で、積極的な企業活動が行われていない気配がある。売上は堅調な企業が多いが、飽くまでも値上げによる効果が出ているだけで、収益の増加には直結していない企業が多いと考える。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・景気動向については良いとも悪いとも聞かないが、最近の求人数は下降気味である。
	▲	人材派遣会社(役員)	求職者数の動き	・思うように求職者を集められていない。
	×	—	—	—