

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)	◎	商店街（代表者）	・インバウンドの来店が増加傾向にあるため売上増加が期待できる。新型コロナウイルス感染症によって中止されていた屋外イベントが今年は4年ぶりに開催される予定であり、来客数の増加が期待できる。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・例年であれば年末に向けての繁忙期に入っていくため、良くなってほしい。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症や物価上昇など何度もあった社会の混乱は、今年の春から夏の間に尽きたため、消費者のマインドが高揚することを期待している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・8月との比較であればやや良くなるだろうが、新型コロナウイルス感染症発生前には戻らないとみている。物価の上昇が、アフターコロナによる需要回復に水を差していると考ええる。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の発売が予定されているため多少は販売数も伸びるとみているが、最近ではオンラインで購入する客が多く、以前と比べると店頭での販売数は激減している。
	○	通信会社（役員）	・特段のイベントはないが、前年同期と同程度の契約数の獲得で推移すると考える。
	□	商店街（代表者）	・今年の夏は異常気象による高温が続き、野菜や魚などが従来とは違う動きになっている。これまでの経験にないことが増え、不安材料が多い。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・特に良くなる要素はなく、現在と変わらないか、やや悪くなると考える。
	□	百貨店（売場主任）	・中国政府が8月10日に、日本への団体旅行を約3年半ぶりに解禁したことで、インバウンド需要の大幅な伸びを期待したが、原子力発電所の処理水の海洋放出で日本への旅行はキャンセルが広まるとみている。インバウンド需要の本格的な回復にはまだ時間を要すると考える。
	□	百貨店（販売担当）	・低調さが当面続くとみている。食品や燃料などの価格が高騰し、販売商品も軒並み2割程度価格がアップしており、買い控えが発生すると考える。秋の外出需要においても、衣料品や雑貨、バッグといったアイテムが高騰しており、以前なら旅行のために新調していた消費意欲を抑制させている。秋以降は低価格商材を中心とした対応で乗り切る必要がある。
	□	スーパー（店長）	・当店は好調だが、競合店の状況を聞くと厳しい状況は変わらない。無駄な物の買い控えが大きな影響を与えている。
	□	スーパー（経営企画）	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、直近ではガソリン価格や食料品価格などが上昇傾向にあり、需要の喚起に至っていない状況である。
	□	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルス感染症は再びまん延気味であるが、閉塞感を増大させてはいない。この雰囲気であれば景気への悪影響はないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・早急な回復は見込めないが、新型コロナウイルス感染症で気付いた問題を1つ1つ解決していかなければならない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・売上は回復の傾向にあるが、まだ楽観できる状況ではない。
	□	家電量販店（本部）	・外向きの需要の力強さを感じるが、その恩恵を受けられない業界は厳しい状態である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・メーカーからの新車の入荷状況は少しずつ良くなっているが、客は高額な消費に対してまだ慎重であり、しばらくはこの状況が続くと考える。
	□	乗用車販売店（役員）	・ガソリン価格の高騰が懸念材料である。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・光熱費や物価の上昇に見合った収入の増加がない限り景気は良くならない。このまま低調な状態が続くと考える。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・秋の行楽や連休での外出需要は今後も見込める。その一方で、今後も各種値上げが予想されるなかで、消費者は購入に対して更に吟味して商品の選定や絞り込みを行うなど、シビアな傾向が続くとみている。
□	高級レストラン（スタッフ）	・地元企業の接待会食や、企業の会合が売上の大きな比率を占めるなかで、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も受注数が戻らない。	
□	一般レストラン（店長）	・良くなるのか悪くなるのか判断する決定的要因が見当たらない。	

□	一般レストラン（統括）	・中国のインバウンド需要が不透明なことや、円安、物価の上昇などまだマイナス要素が続くとみられ、今後の景気を見通すのは難しい。
□	スナック（経営者）	・常連客が大部分を占めるので、この先も極端な変化はないと考える。
□	観光型旅館（経営者）	・秋以降、少しずつ団体の問合せも増えており、予約は順調に推移しているが、働き手が足りないという受入れ態勢の問題があり、100%受入れしてよいのか迷っている。
□	旅行代理店（従業員）	・旅行代金の上昇はもちろん、その他生活費も上昇傾向は変わらない。また、10月以降の貸切バス料金の値上げによる影響も出てきそうである。
□	タクシー運転手	・観光客による人の動きは秋にかけても変わらないとみている。
□	通信会社（営業担当）	・10月に新機種が発売される予定があり、問合せが少しずつだが増えている。商品が潤沢に市場に出回れば少し期待はできるが、今のところ予測が付かない。
□	通信会社（役員）	・物価上昇は懸念材料だが、大きな変動はないと考える。
□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・コロナ禍の雰囲気から抜け出すことは難しい。また、このまま残暑やガソリン価格等の高騰が続く状態では、現在の不調から回復するとは考えられない。
□	美容室（経営者）	・景気はこのままの状況を維持すると考えるが、サービス業は他の業界よりも人手不足が深刻になっており、売上への影響が出てくることを危惧している。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅着工数が伸び悩んでおり、景気回復につながらない。
▲	商店街（代表者）	・この先も暑い日が続くようなので、高齢者の外出が望めない。また、景気刺激策も減ってきている。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、普通の状態に戻るにはまだ時間が掛かりそうである。
▲	百貨店（販売促進担当）	・電気料金やガソリン価格の値上げなど、相変わらずの物価高で買い控えの傾向になるとみている。比較的関心の高い食の物産展や、デパ地下を切り口とした菓子、総菜の企画を増やし、何とか来客数を増やしたいと考える。
▲	スーパー（仕入担当）	・食料品以外の価格が高騰しており、値上げも予定されている。
▲	スーパー（店舗管理）	・燃料費高騰の影響がどの程度出るか懸念している。また、厳しい残暑により昼間の来客数の増加は全く見込めない。
▲	家電量販店（店長）	・電気料金や燃料価格の高騰により、冬物の暖房器具の売行きが悪くなりそうである。
▲	家電量販店（店長）	・食品やガソリン等の値上げが続くなかで、故障による買換えの客は、希望する性能より価格にこだわり、できるだけ支出を抑えようとしている。
▲	乗用車販売店（従業員）	・新車価格の高騰やガソリン価格の値上げなど、厳しい状況が続く。
▲	自動車備品販売店（役員）	・観測史上最も暑い日が連続し、外出を控えているとみられる。更に、各種値上げラッシュが当たり前となり購買意欲が低下していることから、明るい兆しはみられない。
▲	タクシー運転手	・運賃の改定で9月11日からタクシー運賃が値上がりするため、乗り控えが出てくると考える。
▲	通信会社（職員）	・競合の進出が影響すると考える。
▲	テーマパーク（役員）	・ガソリン価格や物価高騰などの影響があり、個人旅行の動きがやや鈍くなると考える。また、団体旅行の予約も動きが鈍い状況である。
▲	住宅販売会社（従業員）	・原材料の値上げが続いているため、価格上昇が収まらない状態である。客との商談中も提示する価格で迷うことがあり、商談への集中力が欠けてしまうことも多い。展示場の来場者数も減少しており、厳しい状況はもう少し続きそうである。
▲	住宅販売会社（従業員）	・資材の高騰が続いている。
▲	住宅販売会社（営業）	・電気料金やガソリン料金の高騰が工事費や運搬費に転嫁され、値上げの対象品目が増えている。今以上の客離れを防ぐためにも値上げは避けたいが、売価に上乘せせざるを得ない状況に追い込まれるとみている。

	×	コンビニ（店長）	・10月からの最低賃金引上げに経営側が耐えられない。物価上昇による売上増加があっても、フランチャイズ特有のロイヤリティが発生するため、利益はそれほど増加するわけではなく、経費のみが大きく押し掛かってくる。商品売上と粗利が上昇することで、ロイヤリティも上昇するため利益率が悪化するところに、経費が急騰するという大変厳しい状況が続いている。
	×	住関連専門店（役員）	・電気料金やガソリン価格の値上げなど、家計を圧迫する要素が多く、不透明な経済状況による影響を懸念している。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・販売量は増加するとみている。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・足元の状況が上向きであることに加え、インバウンドの影響が期待できると考える。
	○	金融業（融資担当）	・観光やレジャー、飲食関係は好調で回復に寄与することが期待されるが、小売業は様々な値上げの影響があり、必需品以外の買い控えや巣籠り需要の反動減がみられる。製造業は堅調だが、原料の高騰や光熱費の上昇に対し、値上げや売上増加でカバーしきれていない企業も多くみられる。
	○	金融業（融資担当）	・現状が今後も継続すると考える。
	○	税理士（所長）	・円安やガソリンなどの資源価格の高騰は変わらないが、賃金は少しずつ上昇しているため、消費は引き続き良い傾向に向かうと考える。
	□	繊維工業（総括）	・国内ファッション衣料向けが堅調で、自動車向けも回復傾向にある。しかし、世界的なインフレの影響により需要が減退したスポーツ、アウトドア用製品は、特に欧州市場での回復が遅れており、先行きについて楽観できない。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・エネルギー価格の高騰や物価高など外的要因が解消する兆しがなく、住宅需要も目に見えて回復するとは見込めない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、変わらないと考える。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内、海外共に自動車関係、産業機械関係部品の受注状況は順調で、3か月ほど先の受注もおおむね現状程度確保できている。しかし、調達価格の上昇に伴う販売価格への転嫁を急速に進めており、受注数量への影響を懸念している。
	□	建設業（経営者）	・電気料金や食料品の価格が上がっているが、それに賃金の上昇が追い付かず、家計は厳しいままである。消費に回す余裕がないため、悪いままで推移すると考える。
	□	輸送業（管理会計担当）	・国際貨物は米中関係や日中関係の悪化に伴い、物量の回復が見込みにくい状況にある。
	□	輸送業（経理）	・10月からインボイス制度が開始されるが、対応をしていない事業者への仕入れがどうなるのか、社会動向を注視したい。
	□	通信業（営業）	・ガソリン価格や食品等の値上げが続くなかで、政府の支援金等の施策も頭打ちの状態であるため、景気が良くなる要因は少ない。ただし、外食産業を中心に各業種の業績が好調であるため、景気が悪くなる要素は少ないと考える。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せが少ない。物価の上昇によって、今は手が出ないという話をよく聞いている。
	□	司法書士	・建物関係では、建築資材の高騰で低価格帯の新築が減少している。新規事業展開の動きはあるが、燃料価格などの上昇という不安要素もある。
		▲	食料品製造業（経営企画）
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・円安の傾向は引き続き変わらず、企業にとってコスト高の影響はまだ続きそうである。
	▲	建設業（役員）	・受注量はピークを過ぎた感があり、先行きについては減少方向であるとみている。仮に、全体の受注量が減少しないとしても現状の人員体制に限りがあるため、受注増加は想定しづらい。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・期間限定ではなく直接雇用を前提とした派遣契約が微増しており、企業側にも若干の余裕が出てきたようである。また、派遣スタッフも自身の環境のなかで短期間、短時間でも働きたいという就労意欲が向上していると考えられる。

○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・2025年の新卒学生を対象とした採用活動の企画立案がスタートする時期となり、各企業からは様々な要望が寄せられている。学生の動きはまだ鈍いものの、人材を確保するための各企業独自の取組も多く、市場は活性化していくとみている。
○	職業安定所 (職員)	・求人数は堅調に推移しており、求職活動も活発化の兆しがみえる。
○	民間職業紹介機関 (経営者)	・サービス業を始めとして人手不足が続いている。徐々に新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻り、消費に活気が出てくると景気も良い方向に向かうと考える。
□	職業安定所 (職員)	・人流や物流が回復していることで久しぶりに求人を出す事業所もあるが、電気料金等の高騰により求人を控える事業所もあるため、全体としては求人数の増減幅は少ない。
□	職業安定所 (職員)	・良い話も聞くが、物価高騰の影響は思った以上に長引くと考える。
□	学校 [大学] (就職担当)	・物価上昇や円安傾向が続いており、求人の状況が変わる要素や気配がみられない。
▲	人材派遣会社 (役員)	・製造業を中心に求人数が若干減少している。
▲	新聞社 [求人広告] (営業)	・国の電気料金やガス料金に対する補助の先行きが不透明であることに加え、最近のガソリン価格の上昇が徐々に家計や企業に影響を及ぼすと考える。
×	—	—