

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)	◎	*	*	*
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・季節の変化が今一つはっきりせず、衣料品関係は苦戦している。気候としては雨が少なく、外出を控えていた高齢者や子供の人出が回復することに期待している。ただし、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症が再び流行し始めたため不安である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・9月前半は残暑が厳しく来客数は少なめだった。しかし、連休の頃から外国人客が増え、最終的に売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して2けたの増加と好調である。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・外出機会の増加や地域行事の活発化により、外出需要に対する商材の販売量が引き続き増えている。猛暑日が続く、暑さ対策や涼を感じる食材などの需要も継続している。
	○	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・ランチ中心の業態は6月から好調を維持しており、それに加えて8～9月はインバウンドや企業の宴会などが増え、居酒屋の業態でも上向いている。
	○	都市型ホテル（役員）	単価の動き	・個人予約は伸び悩んでいるが、企業研修やスポーツイベント、ツアーなどの団体予約は増加傾向である。来客数は伸び悩んでいるが、販売価格をコントロールして売上確保に努めている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が増加している。夜の街は観光客に加えて地元客も増えており、人出が多くなっている。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行してから、国内の団体客の動きが回復している。客は増加傾向だが動きは鈍く、全体としては前年同期と比べてややプラスという状況である。
	□	一般小売店 [書籍]（従業員）	販売量の動き	・物が売れない悪い状態が続いている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・台風の影響がなく、売上は前年及び新型コロナウイルス感染症発生前の2018年実績を超える見込みである。食品は好調に推移している反面、残暑が続いた影響で秋物商材の動きは鈍く、アパレル関連は苦戦している。
	□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・富裕層に向けたラグジュアリーブランドの期間限定企画や食品催事、仏像の展示販売会が話題となっている。地元で開催できない期間限定の企画は集客力があり、売上が好調に推移するケースが多い。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・各商品の値上がりで買上単価は上がっているが、買上点数に変化はなく横ばいである。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・1品単価や客単価は上昇しているが、各家庭のコスト上昇分とも捉えられる。来客数は下降傾向にある。
	□	スーパー（経営企画）	お客様の様子	・来客数、客単価、買上点数等を勘案すると、変わらない状態である。
	□	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・米飯類の値上げにより客単価が上昇したため、売上全体が好調である。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ニュースによって客の気持ちが日々変化しているとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候が不順で、売上に影響が出ていると考える。新型コロナウイルス感染症発生前の状態にはなかなか戻らない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車価格の値上げで客との商談回数が増えており、購入することに慎重になっていると考える。一方で、車検等の修理関係は影響なく入庫している。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・10月に新型車が発売されるため客の関心は高まっている。しかし、年間の生産台数は配車スケジュールにより決定されており、最近の傾向としては受注が増加してもすぐに配車が増えるわけではない。配車がなければ売上の増加にはつながらず、現状では余り変わらない。	

□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・半期決算でお買い得なイベントやダイレクトメールによる案内を実施しているが、客の反応は決して良くない。特に冬用タイヤの販売は、値上げ前の駆け込み需要の反動もあり、例年と比較して減少している。さらに、客は価格に対して非常に敏感である。
□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・来客数は徐々に戻りつつあるが、買上点数も買上単価も減少傾向となっている。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・いろいろなことを実施しているが、売上が回復しない。
□	一般レストラン（店長）	それ以外	・観光客の動きが良くない状況である。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客単価の平均が変わらない。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・9月は新商品の発売があり、全体的な伸びを期待していたが、新商品の入荷が少ないため販売数に反映されていない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・酷暑が一段落し、外回りの営業活動がしやすくなったため、放送、通信共に前年同月と同様の新規契約件数を獲得できている。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約件数に大幅な変動はなく、契約の解約件数も横ばいの状況である。
□	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	・健康づくりや水泳教室などに対して否定的な雰囲気はないが、新規入会者数は増えていない。まだコロナ禍の雰囲気のなかでの生活や活動を繰り返している。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年はお盆過ぎから客の動きが出てきて商談数が増えてくるが、今年は暑さが続いているためか動きは鈍い。問合せは多少出てきているが、成約には程遠い内容が多くなっている。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントを企画しても、来場者数が増加しない状況が続いている。
□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・春先から集客低迷が続いており、9月も改善がみられない。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・9月に入ってからも猛暑が続き、既に秋冬物商材に入れ替わっている衣料品の動きが非常に悪い。また、暑さで高齢者は外出を控えているようで人出も少ない。
▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・3か月前との比較では、ゴルフの景品等は多少増えているが、デイリー商材の動きが非常に悪くなっている。物価高や酷暑などが原因ではないかと考える。
▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・気温が高い影響で秋物のファッション商材は大苦戦している。単価が高くなるため客は購入に更に慎重になっている。催事など客の動員企画を実施し、来客数は前年並みを維持するが購入は少ない。駐車料金が無料となる最低金額での買物、無料企画やイベントで来店し買物をしない客が多い。商品の値上げが続くため、必要かどうかをしっかりと見極めて購入しており、下見や他店と価格などを比較する客も増加している。県外に行つてアウトレットやラグジュアリーな店舗で購入する動きも増えていると考える。
▲	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・商品原価や相場の高騰の影響で値上げをするしかない。今後も予定されている値上げや相場状況のなかで、販売店として無理ができない状態である。
▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・8月までの好調が一旦収まり、来客数だけでなく売上も減少している。商品の値段が高いため買い控えが起こっていると考える。その一方で、経費は今まで以上に掛かっている。コンビニ業界ではロイヤリティが掛かるため、値上げが直接的に利益の増加にはならず、店舗の運営は厳しいままである。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・残暑が厳しいためエアコンの売行きは良いが、その他の商品は必要がない限り購入しない様子である。
▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・季節要因が無くなり非常に厳しい状況である。8月と比較して、売上も来客数も急激に悪化している。

	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・小規模な企業の経営者から景気が悪くなっていると聞くようになり、当店も8月下旬から来客数が減少している。また、インボイス制度の導入で仕事をやめるといった話も聞いている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・コロナ禍からの回復が5月をピークに鈍化している。好調なのはインバウンドだけで、国内旅行者や値上げをしたレストラン部門の来客数は減少している。
	▲	タクシー運転手	単価の動き	・9月11日の運賃改定により、客の乗り控えが始まって仕事量が減りつつあるが、1回当たりの売上は増えている。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が学校や職場で増加している。また、9月に入っても猛暑が続き、客は外出を控えているようで、来客数が5%程度落ち込んでいる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・受注する棟数も減少しているが、床面積も小さくなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・3か月前も前年比86%と悪い状態であったが、現在はそれ以上の前年割れになるとみている。9月は予想以上の残暑で、秋物商材の売行きが前年よりも悪くなっている。
企業動向関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間工事の受注は低調だが、公共工事はようやく受注できるようになっている。
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・各業種で受注量、販売量の改善がみられる。受注額、販売額については、円安や材料費の上昇も含め、適正採算を確保するための単価の改善が行われている企業とそうでない企業に分かれている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・原価の高騰を価格に反映できている企業は好調で、余裕のある企業は従業員の賃金アップもできている。飲食業では価格を上げすぎて、周りとの価格差で売上に影響が出ているところもある。建設業では倒産が出始めている。
	□	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が5類に移行し、国内ファッション衣料の売行きが好調であるなど、受注は引き続き堅調である。一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の上昇が経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	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	・原材料費や物流費は高止まりし、個人消費もなかなか上向きにならず、厳しい状況が続いている。
	□	輸送業（経理）	それ以外	・各品目の値上げが続き、原材料やエネルギーコストの負担が増加しているため、先行きが不透明である。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きに変化はない、下期の政府補助金等の施策に期待したいが、その動きも不透明である。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・そろそろ購入者が出てくるとみていたが、法人客も含めて問合せが少ない状態である。
	□	司法書士	取引先の様子	・経営状態が良いときに依頼のある、事業承継のための代表者などの役員変更、退任代表者への退職慰労金承認のための株主総会開催といった依頼が複数ある。
	▲	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・中国の日本産水産物輸入禁止措置を受け、輸出売上が大幅に前年割れとなっており、会社全体の足を引っ張っている。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界は、2023年当初からずっと受注金額が減少傾向である。
	×	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注はほぼ横ばいの状況だが、一般消費者向け商品関連の受注が非常に悪く、新規の案件も少ない状況にある。
雇用関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	新聞社「求人広告」(担当者)	周辺企業の様子	・大型イベントが立て続けに開催されており、集客も新型コロナウイルス感染症発生前と同水準まで回復している。それに合わせて催事告知の新聞広告や事業協賛など、各企業の動きも復活してきた印象を受ける。求人関係は横ばいの状態で、売手市場の状況に変化はないと考える。

<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はみられなくなっている。各種値上げにより売上は好調だが、その一方で利益を圧迫している。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数がやや増えているようである。
<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は増加も減少もしておらず、物価や人件費の高止まりの影響による様子見の状態にあるとみている。
▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの派遣依頼が減少したり、取り消されたりすることが少し増えている。
×	—	—	—