

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)	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・ツアーや学会、イベントといった団体客による予約が好調である。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が多くなっている。地元ではマスクを着用せずに外出をする人が多くなった。夜の街も人が増えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑の影響か残暑が長く、秋物商材の動きが鈍かった。ここに来て急に寒くなったため、秋を通り越して冬に向かう感じで、秋物ではなく冬物の準備が必要な季節になっている。インフルエンザが流行しており、入込客への影響もあると考える。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は好天に恵まれたこともあり、インバウンド需要を中心に2けた増と絶好調の売上を達成した。特に米国からの外国人観光客が高額商材を購入したことで大幅に売上が増加している。残念ながら期待していた中国人観光客を見掛けることは相変わらず少ない。
	○	百貨店（売場主任）	単価の動き	・食品からファッション、化粧品、ラグジュアリーブランドが好調に推移している。特に富裕層の高額商材への購買意欲が旺盛で、外商売上は前年比140%と好調に推移し、店全体の売上をけん引している。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症によって生活様式が変わり、エレガンス系のアパレル衣料を購入しなくなっていたが、少しずつ戻る気配がある。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・引き続き地域行事や社会行事などのイベントが活発化しており、需要の回復がみられる。また、気温など天候が良い日が多く、外出機会が増えたことによる需要がみられ、来客数及び販売量が伸びている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・県外団体や法人による利用の動きが良く、全体としては前年比115%で推移している。2019年の水準には届かないが、今年1番良い数字を出している。
	○	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・インバウンドや観光需要が拡大している。また、秋の行楽シーズンで、地元客の外出が活発化している。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入って中小企業経営者の利用が多くなっている。定期的な来店があり、安定した状態が続いている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊部門は団体旅行の催行率が伸びてきたが、催行人数はまだ少ない。インバウンドは堅調に伸びているが、単価は大都市のように上がっていない。レストラン部門はディナータイムの集客が少なく、コロナ禍後は客の動きが変わったとみている。宴会部門は、徐々に件数は増えてきているが、利用人数は新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
	○	タクシー運転手	単価の動き	・国から運賃の改定が認可され、1回の出勤で1割程度売上が良くなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・猛暑から一転し、朝晩は寒いくらいで、衣料品は秋物の需要が吹き飛んでしまっている。物価上昇や異常気象で食費の負担が増えたためか、他のものに金を掛けられず、その他の業種では客単価が下がっている。
	□	一般小売店 [精肉]（店長）	販売量の動き	・ゴルフの景品用などの注文は少しずつ増えているが、円安や値上げなどの影響があるのか、客の購入意欲が上がらない。
	□	一般小売店 [事務用品]（店長）	それ以外	・通販サイトでの購入が多い。
	□	一般小売店 [書籍]（従業員）	販売量の動き	・客の動きを見ると、本当に必要なものしか購入しない。買い控えなどがあり、販売数が落ち込んでいる。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・相場高と物価高で客単価は上がっているが、買上点数は横ばいである。
	□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・値上げによる消費動向の変化からか、高単価商材の販売量が伸び悩み、ふだん使いできる低単価商材の数量が伸びる傾向が顕著である。
	□	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・客単価が高止まったまま安定している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候不順のなか、物価高で客が消費意欲をなくしている。

□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・暖かい秋になったため、暖房機器の売行きが悪い。
□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・9月と比較して下げ幅は減少したが、上向きだとは感じない。夏の暑さや外向き需要の影響が続いている。
□	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・例年この時期になると来場者数が増えていくのだが、今年は3か月前とほとんど変わらず動きが弱い状況が続いている。購入意欲が低下していると考える。
□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・新車の受注が鈍化している。原因としてはメーカーが年度計画により生産台数を制限しており、車種によって販売店サイドで受注ストップを求められたことなどが影響している。販売面で苦慮することが続いている。
□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・来客数が増えてきた感覚はあったが、実態としては悪かった前年並みである。集客対策で実施した会員向けのセールは、特価品も含めて動きが悪く、安価な商材でも購入には慎重で、必需品のみ購入する客が多いようである。冬用タイヤは必需品だが、購入検討や買い控えも多く、一向に景気が変わらない。
□	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・酒を卸している飲食店などの売上は好調だが、一般客に向けた店舗販売や配達などは、ほとんどない状態である。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、団体や小規模から中規模グループの予約が増えている。
□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・どこも人手不足のため旅行の予約が思うようには取れない。日によっては客の要望にこたえられない状況である。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品の発売により販売数が伸びるとみていたが、在庫の入荷遅延、オンライン販売での価格差などが影響し、思うようには販売につながっていない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・引き続き通信、放送サービス共に前年同月と同レベルでの新規契約者数を獲得できている。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・景気等を理由にした新規契約者数の増減はない。
□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・インバウンドや国内の団体客は増加傾向だが、国内の個人旅行客がやや落ち着いており、全体としては微増程度である。消費面では客の財布のひもが固くなってきており、全体としては変わらない状況である。
□	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・大きな変化はないものの、依然として低水準で推移している。
□	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	・コロナ禍から脱却できていない。さらに、物価上昇で消費者が金を使う先を選択しており、その選択肢にスポーツクラブが入っていないようである。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比で5%ほど落ち込んでいる。8月にカット料金を500円値上げした影響によるものか、コロナ禍が明けて旅行などといったほかの消費に向かっているのか、まだ不明である。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅の販売価格が高止まりしており、見積金額が予想を超えたため、改めて修正設計する案件が多くなっている。業務量の割に成約数は増えない状況が続いている。
□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰で不安定な状況が続いている。
▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・食品やレストラン、物産展などの催事企画は前年ペースで推移しているが、旅行を中心とした外出が増え始めているにもかかわらず、アパレル関連が良くない。ラグジュアリーブランドのアパレルなど期間限定企画は外商の客を中心に好調である。価格によらず、ブランドなどの特徴がないと売れないのは最近の傾向である。
▲	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・物価高の影響からか客が購入する商品を絞っているため、買上点数は減少している。その一方で、野菜の仕入価格高騰により、産地直送コーナーで出している青果物の売上は伸びている。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前年と比べると10月も暖かく、アウターの動きが今一つである。

	▲	通信会社（職員）	お客様の様子	・客単価が下がりつつある。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・材料費や人件費高騰の影響で商品価格が高くなっている。一方で建物の受注単価は下がってきており、新築請負住宅の販売戸数は苦しい状況が続いている。
	▲	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来場者数が一段と落ちている。客の言動からも景気改善の気配がみられない。
	×	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・集客企画を実施しているが、客が来店しても購入にはつながらない。一部の富裕層に向けた高額商材や、地元で買えない菓子や総菜など県外の食品は、行列ができるくらい動きがあるが、主力の衣料品において一般客の購買意欲が大幅に低下している。10月中旬より気温が低下し、衣料品の購買を期待したが、様子見の状態である。特にビジネス商材が大苦戦している。もともとメンズスーツは単価上昇による苦戦を予測していたため、低価格スーツのセール販売会を実施したが、こちらも苦戦している。さらに、肌着などのデイリー商材も苦戦するなかでワゴンセールにはやや動きがあるが、全体の押し上げには貢献していない。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・8月末に比べて9月、10月と売上が減少している。季節要因を考慮しても心配になるほどの減少である。特に今まで前年比110%程度と好調だった売上が、10月は前年と余り変わらない数字となっている。物価上昇により販売単価は1割強上昇したが、来客数が激減したためである。新型コロナウイルス感染症発生前と比較して来客数が20%以上減少している。
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・週末になってもこれまでのような来客数ではなくなっている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・機械製造業の取引先が多いが、輸出中心に出荷台数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準前後に回復している。円安傾向の改善があり、円貨実質ベースでの販売価格や利益率の改善も進んでいる。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・どの業種もおおむね売上は上がっており、従業員へのベースアップなども着手できている。ただし、原材料価格の高騰により、利益の確保が難しくなっている。
	□	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問題の影響で輸出売上は大幅に減少しているが、それをカバーして余りあるほど国内向け主要チャネルが好調で、会社全体では前年売上を超えている。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したことで、国内のファッション衣料用途が堅調であることに加え、自動車用途も回復しているなど、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	・受注量の推移は変わらない。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・輸送部門、特に特別積合せ部門の売上は前年同月比でマイナスの状態が続いている。
	□	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・物量に多少の変動はあるものの、平均すると余り変わっていない。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・観光関係は好調を維持している。小売はやや厳しい状況が続いている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人客からの問合せなどに活発さがいない状態である。
	□	司法書士	取引先の様子	・取引先では建築工事業、建築資材販売業の売上が堅調である。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	受注量や販売量の動き	・施工業者不足が慢性化している。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・業界全体の受注額が減少傾向にある。

	▲	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行前後の5月は受注量も前年を大きく上回っていたが、下期以降は受注が減りつつあり、今月は通常ベースの受注量となっている。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品業界では新規製品の開発を継続して行い、今後の販売額の維持及び増加への対応を図っていたが、コロナ禍以降は新規開発品の案件数が激減している。それに伴い、当社でも新規金型や設備への受注が激減している。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・受注数が10%程度増加しているが、人材不足のためマッチングには時間を要している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・2025年度の新卒採用活動に向けた広報や合同企業説明会の企画を各社に案内する時期となったが、現状で参加意思を示している企業は例年並みといった印象を受ける。中途採用に対応した求人広告も横ばいの状況が続いており、悪くはないものの売手市場を受けた伸びに頭打ちの感がある。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・全業種にわたって値上げ圧力が強く、利益を損なっているようにみえる。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの依頼数が大きく減ったということはないが、減少傾向が明確になっている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・春先から前年同月と比べて新規求人数の減少が続いている。ただし、有効求人倍率は改善傾向にあるため悪くなっているとまではいえない。
	×	—	—	—