

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)	◎	タクシー運転手	・これから寒くなり、飲食の機会が多くなるため、利用客が増える とみている。
	○	商店街（代表者）	・値上げの状況は落ち着くと考える。暖冬になるとの予報があり、 冬物商材の動きを懸念しているが、天候が良ければ来客数も増えて 商店街の売上増加につながる。高齢者や子供が外出を控えなけれ ば、回復は早いとみている。
	○	商店街（代表者）	・例年カニ漁の解禁とともに観光客が増えるシーズンとなる。イン バウンド需要も引き続き増加が見込めることから、売上が期待でき る。反面、相変わらず日本人の需要は停滞気味である。売上は絶好 調だが、経費も大きく増えているため、経営としては難しいかじ取 りを迫られている。
	○	一般小売店〔事務用品〕 （店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で来客数が増える。
	○	スーパー（仕入担当）	・年末が控えるなかで、帰省客や観光客の増加が見込める。
	○	その他小売〔ショッピング センター〕（統括）	・現在の傾向が続くとみている。コロナ禍で抑制されていた外出機 会に対して、客が新調する傾向が高いため、各店で買上点数が増え ている。単価上昇の影響が少ない傾向が続けば、回復傾向は継続す ると考える。
	○	観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いている。
	○	通信会社（営業担当）	・現在の新品における在庫遅延が少しでも改善されれば、販売数 が伸びる見込みはある。
	□	商店街（代表者）	・街中ではマスク姿も大分減ってきている。出歩く機会は着実に増 えているようだが、まだ金を使おうという雰囲気ではない。
	□	一般小売店〔精肉〕（店 長）	・客は増えているが、円安や値上げ等の影響で客の財布のひもが固 い状態が続いている。多少は上向きになるとみているが、ギフト等 への影響を懸念している。
	□	百貨店（売場主任）	・今後、中国からの直行便が再開する見込みであり、インバウンド による売上の更なる拡大を期待する。お歳暮関連の動きが良く、前 年並み程度の売上を見込む。
	□	スーパー（店長）	・物価高は変わらず続き、給与は全く上がる状況ではない。
	□	スーパー（店舗管理）	・光熱費が間違いなく高騰するため、家庭ではコスト上昇分を日々 の食費により調整するなど、更に出費を抑える傾向である。
	□	コンビニ（店舗管理）	・当地は雪国のため、昨今の悪天候のみが不安要素である。
	□	衣料品専門店（経営者）	・天候が秋らしくなり、物価高が落ち着いてくれば、売上も少し回 復すると考える。
	□	家電量販店（店長）	・故障するまで買換えの動きがなく、買い控えが続きそうである。
	□	家電量販店（本部）	・ガソリン代や電気代の補助金継続によって悪くはならないが、良 くなる材料もない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・低迷状態が続いているため景気の向上を期待しているが、何か刺 激や変化がなければ変わらないと考える。
	□	乗用車販売店（役員）	・販売面で苦慮する状況への改善が見込めない。
	□	住関連専門店（役員）	・円安やインボイス制度、物価高、増税など、積極的に消費をしよ うという話題が全くない。
□	その他専門店〔酒〕（経 営者）	・これ以上悪くなってほしくないが、良くなる傾向が全くみえな い。	
□	高級レストラン（スタッ フ）	・1～2月は個人客の動きが中心になるが、足元の物価高で低調に 推移しているため、手応えがみられない。	
□	一般レストラン（統括）	・比較的好調な状態が続くとみているが、今以上に良くなるまで景 気が上向きになるとは考えられない。プラス要因は、年末年始での 帰省や旅行、インバウンドなどの需要が続くこと、マイナス要因は 円安や物価高騰も継続することである。	
□	スナック（経営者）	・周辺にマイナスなことが特別に起こらない限り、この状態が続く と考える。	
□	観光型旅館（経営者）	・11月のカニ漁の解禁や12月の忘年会など団体客の問合せが増えて いる。	
□	都市型ホテル（スタッ フ）	・生活必需品の値上がりで生活防衛意識が高く、節約傾向が強くな るとみている。	
□	旅行代理店（従業員）	・団体旅行はシーズンオフになっているため状況を判断するのは難 しいが、忘年会や新年会の予約状況を見ると好材料は見当たらない。	

□	タクシー運転手	・1人当たりの売上としては限界値まできているため、これ以上は見込めない。ただし、人材不足を解消できれば全体としてはまだ上がる見込みがある。
□	通信会社（営業担当）	・新機種が発売され、販売数は伸びてきているが、一過性の動きだとみている。
□	通信会社（役員）	・特段のイベントはないが、前年と同様の新規契約者数を確保できると考える。
□	通信会社（役員）	・今後の物価上昇を注視しているが、現時点では景気の大きな変動要因が見当たらない。
□	テーマパーク（役員）	・全体の来客数の動きは微増にとどまり、消費はやや鈍くなっていることから、現状維持になるとみている。
□	美容室（経営者）	・10月から最低賃金が大幅に引き上げられ、中小零細企業は経費が膨らみ、経営が苦しくなってくる。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅資材価格も人件費もまだ落ち着かない雰囲気、それらが落ち着くまでは厳しい状況だと考える。キャンペーンなどでサービス感を打ち出しても、客の動きに余り変化がないようにみえる。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅展示会などのイベントを企画しても来場者が増えないため、回復が見込めない。
□	住宅販売会社（営業）	・同業他社の倒産や廃業が相次いでおり、業界の景気が悪くなることを懸念している。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・景気対策が後手で、現状から良くなる要素は今のところない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・お歳暮ギフト、クリスマスケーキ、おせちといった食を中心とした企画が多くなり、来客数は前年ペースで推移するとみている。ギフトは予算や件数を抑え気味だが、クリスマスケーキやおせちはプチぜいたく志向で売上の増加を見込んでいる。ただし、当店はギフトの構成比が高いため、前年より厳しくなると考える。
▲	百貨店（販売担当）	・日々の食品価格の高騰にはやや慣れが出て、珍しい物の購入や、団体での飲食店利用には抵抗がなく、客の動員がやや増えている。しかし、今年は暖冬との報道があり、高利益の衣料品における客の購買行動がより慎重になっている。買えないではなく、よく考え、更に低価格のものをネットなどでも探すという購買に慎重な動きになっていると考える。主力の衣料品は春先まで苦戦が続くと予測しており、今後は悪化を見込んでいる。
▲	衣料品専門店（経営者）	・我が国のエンゲル係数が40年ぶりに26%を超えてきたとの報道があり、家計の負担になるため、やや悪くなると考える。
▲	衣料品専門店（経営者）	・年末年始商戦でもセール時期が近くなると売上が減少することは前年と同様とみており、苦戦を強いられると考える。
▲	家電量販店（店長）	・主要商材の客単価が前年よりも低い。節電節水等の提案をしても想定予算内での購入が多く、物価上昇により現在の出費を極力抑えたいと考えている客が多い。
▲	乗用車販売店（従業員）	・イベントや出張展示会等は通常どおりにできるが、物価高などでやや悪くなっている状況は変わらない。
▲	自動車備品販売店（役員）	・値上げや物価の高止まり、世界情勢などにより明るい兆しが全くない。自動車販売業界においては各メーカーから新車の発売は多くあるが、ディーラー販売店の囲い込み施策や締め付けも多く、一般販売店は車両確保もままならない状況である。貧富格差も増えているが、販売店格差も今後更に拡大するとみている。
▲	都市型ホテル（役員）	・12月以降は団体予約の受注が減少、金沢以外はインバウンド需要が弱く、稼働率の低下とともに料金設定も下がると考える。
▲	通信会社（職員）	・物価上昇や賃上げに対する政策の効果が見えづらい。
▲	パチンコ店（経理）	・パチンコ業界は良くなる兆しがみえない。遊技台の高騰などで一層経営が厳しくなる。
▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・今以上の物価上昇が続くとみており、寒くなる時季に向かって活発な行動が少なくなるため、入会等の動きに期待ができない。しかし、各種経費は確実に上昇してくるため、経営は非常に苦しい状況が続くと考えている。
▲	住宅販売会社（従業員）	・インフレによる家計への悪影響と社内の人手不足により、リフォーム需要の取りこぼしが続くとみている。

	×	コンビニ（店長）	・客の動きが金を使わない傾向になっている。1日に3回利用していた複数の常連客が1日1回しか来店しなくなっている。来店が生活のルーティンになっていたのに、1日3回利用する客がほぼいない。かなり心配な動きで、明らかに身の回りの景気に影響すると、危機感を抱いている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・受注量は増加傾向である。
	○	輸送業（管理会計担当）	・足元では若干ではあるが物量は戻りつつあることから、年末に向けて、物量の回復を見込んでいる。
	○	金融業（融資担当）	・飲食や宿泊などの観光関連は、引き続き国内観光客やインバウンドの増加に加え、年末に向けての会食需要などから改善傾向が続くものとみている。
	○	税理士（所長）	・年末に向けて人の動きが活発になり、特に小売業や飲食業の業績が上向くとみている。原材料の価格高騰による価格転嫁は続くが、企業の賃金アップとうまくバランスがとれば、景気は良くなると考える。
	□	食料品製造業（経営企画）	・中国の日本産水産物輸入禁止問題は強烈な向かい風だが、国内向け販売はいずれのチャネルも引き続き好調を維持できる見通しである。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・施工業者不足の解消がみえず、原材料価格の高騰も継続している。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分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）	・自動車やオートバイ関連部品の受注状況は、完成車メーカーの生産量が大きく変動しないため、変わらないとみている。企業の設備投資は業種によって格差があるものの、当面大きな変化がみられないため、設備関連部品の受注も大きな増減はないと考える。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・悪くなる要因は余りないが、良くなる要因も余り見当たらない。先行き不透明な状況が続くとみている。
	□	建設業（役員）	・先行受注量の増加が期待できず、現状維持で精一杯だと考える。
	□	通信業（営業）	・政府の抜本的な景気対策がないなかで、一部の業種を除き、全ての商品において値上げが続いているため、需要拡大への好転を期待できず買い控えが続くと見込んでいる。
	□	司法書士	・来年3月の北陸新幹線延伸に向けて、街づくりや新店舗など多くの企画が進んでいる。
	▲	繊維工業（総括）	・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やアウトドア分野において、特に欧州市場での回復が遅れているなど、先行きへの不透明感が強くなっている。
	▲	輸送業（経理）	・暖冬の予報が出ているため、近年の流通量より増加を期待したいが、物価高などで消費が減退するとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・建設業はコスト増加を受けた工事規模縮小や延期の影響で受注が減少している。機械設備関係の製造業は、取引先の設備投資に慎重さがみられ受注は減少している。
	▲	不動産業（経営者）	・同業者や法人客から活発な話を聞かない。
×	電気機械器具製造業（営業担当）	・車載関連以外における電子部品の新規製品への動きが非常に少なく、現時点で先々の相談案件すら獲得できていない状況である。そのため、ここ2～3か月のスパンでは、上向き要素が何もない状況になっている。	
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・年末から新年に向け、新たな人材案件が発生すると考えられ、それに応じて求職者の就労が増加し、多少上向きになるとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始に向けてUターン就職を希望する人に向けた求人特集などを予定している。例年、ゴールデンウィークやお盆時期と比べ、地元での就職希望者を取り込もうとする出稿が増えるため、季節要因もあり期待している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・円安が続き、エネルギーコストは依然として高いと考える。引き続き、物価上昇も懸念している。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症への対策が緩和したことで人流が回復していることから、今後の業務量増加を見込んで増員するための求人が出てきている。しかし、10月の最低賃金の改正による人件費の増加や、光熱費、物価の上昇により求人控える事業所もある。全体として人手不足は続いているが、求人数の増減幅が少ない状態も続いている。

□	職業安定所（職員）	・物価上昇等の不安要素はあるものの、新規求人数は底堅い状況である。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をしていても応募者が少ない状態が長く続いている。人手不足が続く、この先の経済活動が鈍ることを懸念している。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続く、求人数について状況が変わる要素や心配が見受けられない。
▲	人材派遣会社（役員）	・派遣先企業から依頼数の復活が見込めない。
▲	職業安定所（職員）	・物価高騰分を価格に十分に転嫁できていないとの情報を事業所より聴取している。そのなかで国際情勢などが悪化しており、良い材料が見られない。
×	—	—