

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	・今月も引き続きインバウンド需要を中心に絶好調で、売上全体の20%程度を占めるようになってきている。相変わらず中国からのインバウンドは少なく、米国やオーストラリアからのインバウンドが大半である。売上も新型コロナウイルス感染症発生前より増加している。
	◎	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・当社も含めて、外食業界全体で2019年を超える売上や来客数になっている。秋の旅行やインバウンド需要の高まりなど、良い条件がそろった状況である。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・旅行会社のツアー関連の予約が絶好調であった。コロナ禍明けの反動により、新型コロナウイルス感染症発生前の同月に対し2倍近い伸びとなっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が大変多くなっている。週末だけではなく平日にも観光客が来ており、夜の街も人出が増え、売上は良くなっている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・季節商材を購入する人が増えている。
	○	家電量販店（本部）	販売量の動き	・寒さや県の省エネ家電購入支援策による影響でエアコンを中心に商材が動いている。
	○	自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・11月は冬季用品の販売促進を例年以上に投下したこともあり、スタッドレスタイヤを始め、冬季用品を購入する客の来店が例年のタイミングより早まり、商談待ちが多く発生している。競合他社も同じような動きが見られ、必需品に対しては良い物を購入する傾向が戻ってきている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・値上げにより客単価が上昇した影響が大きいだが、やや良くなっている。服飾品などの物販における販売量は堅調に推移しており、単価上昇を消費者が受け入れているようにみえる。外出機会が戻り、需要の回復が継続している。
	○	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・全国旅行支援が無くなり、宿泊単価の下落を心配していたが、設定したとおりの単価で予約が取れている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門、宴会部門共にコロナ禍からの回復効果で売上は伸びてきているが、新型コロナウイルス感染症発生前の80%程度の回復にとどまっている。販売価格についてはインバウンド分野では値上がりしていない。宴会部門も値上げについてはなかなか了解してもらえないのが現状である。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約の獲得件数は、3か月前と比較して若干増加している。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・来客数の前年同月比をみると、3か月前と比べて増加傾向にある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・気候の変化が激しく、季節商材の需要が一定しない。ブランド品など比較的高級な物を大事に使う考え方が若い層にも出てきているようにみえる。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・来客数、販売数などここ数か月横ばい、又はやや下降気味である。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・11月の売上は引き続き前年及び新型コロナウイルス感染症発生前の2018年の実績を超えている。化粧品やファッション関係が好調に推移している。お歳暮やおせちなどの年末年始需要は前年並みの見込みである。外商売上は富裕層によるラグジュアリーブランドの購買意欲が旺盛で、店全体の売上をけん引している。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・物価上昇と賃上げのバランスがまだ悪いと考える。
□	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・会員カードやアプリの分析から、近隣住民の来客数は横ばいであるが、新規の来客数が徐々に増えてきている。店舗からは観光客、レジャー客の増加が顕著であるとの報告がある。	
□	スーパー（経営企画）	来客数の動き	・価格上昇で買上点数が下がるなか、来客数には改善傾向がみられる。	

□	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・天候不順のため秋冬商材の動きが今一つである。消費者は慎重に買物をしている。
□	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・アパレル衣料の売行きは気候に影響されやすい。残暑や暖冬により売行きが大きく変わるため、一概に景気の判断材料にはなりにくい。
□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・自動車メーカー側の生産計画により限られた台数で商談に対応しているため、当面の間は販売量が一定の台数で推移する。
□	その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・とにかく景気が悪い。物価高や光熱費の値上げなど、いろいろなことが重なり、客の財布のひもは固い。
□	一般レストラン (店長)	お客様の様子	・11月中旬まではまずまずだったが、後半以降は客足が遠のいている。紅葉の季節も余り長続きしなかった。
□	スナック (経営者)	来客数の動き	・来客数がやや減少している。しかし、駅前周辺は人出が多く、居酒屋などは連日満員でなかなか入店できないと聞いている。
□	通信会社 (職員)	お客様の様子	・問合せ内容に特に変化がない。
□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・継続して通信サービス、放送サービス共に、新規契約件数が前年同期と同様に推移している。
□	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	・客の優先順位の上位に健康づくりが入っていない。あえて施設へ来て運動しようという意識がないように見える。身近ないろいろなものが値上がりしており、スポーツクラブの会費に金を使うのは後回しになっている。
□	美容室 (経営者)	来客数の動き	・来客数が前年比で5%程度ダウンしている状況がここ3か月続いている。8月にカット料金を500円値上げした影響が出てきているのかもしれない。総売上は単価上昇が寄与し、3%程度伸びている。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新築戸建て住宅については建物の総額は変わらないが、建築資材の高騰により床面積が小さくなっている。リフォームの大型案件も減少している。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・建築資材の高騰などで、住宅建築に対する客の意欲がみられない。
□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・ここ3か月の来客数に変化がない。全く止まっているわけではないが、低空飛行がずっと続いている。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・そこそこの客入りでも、締めてみると売上は満足のいくものではない。客単価が確実に下がっている。飲食店の突然の閉店も最近多い。
▲	一般小売店 [精肉] (店長)	来客数の動き	・景品用途などの動きはまずまずだが、来客数が少ない。
▲	百貨店 (販売促進担当)	お客様の様子	・物価高による節約志向が出てきている。物産展では前年まで好調だった単価の高い弁当の動きが鈍ったり、お歳暮では早期割引企画は好調に推移するが、送付件数や高単価なギフトは前年と比べて動きが鈍い。
▲	百貨店 (販売担当)	お客様の様子	・暖冬と値上げが重なり、購買行動は非常に慎重である。お買い得品やお買い得な時期を設定し、価格の低さをアピールしても購入しない傾向である。アイテムでは特に衣料品、年代では30~40代の購買が少ない。一方、レストランはどの年代も来店しており、特に昼食時には多くの客が利用している。また、食に関するイベントや催事にはどの年代も多くの客が来店しており、需要が高い。
▲	スーパー (総務担当)	お客様の様子	・物価高騰のため、チラシ掲載商品ばかりが売れる。
▲	スーパー (店舗管理)	お客様の様子	・来客数が確実に減少しており、1週間当たりの買物回数が減少している。ポイント付与のある販売促進日やチラシ投入日のみに客が集中し、その翌日には完全に平常な状態に戻ることが顕著になっている。
▲	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・家電製品は壊れるまで買換えない傾向が強くなっている。
▲	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・10月にインボイス制度が始まってから客との商談が長くなっている。今後の状況の様子見が多いようで、購入について慎重な様子がかがえる。

	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・客がタクシーを乗り控える様子が増えてきている。料金が高くなってから、段々と経費がかさむようになったことに気付いたためとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量が大幅に減っている。来客数が減っているわけではないが、プランを見直す客が圧倒的に多く、節約傾向がうかがえる。
	▲	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・売上を上げるための設備投資ができていない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・土地の売出しや住宅展示会への来場が少なく、販売には時間が掛かりそうである。来場者についても、すぐに住宅を求めるといより、これから検討していきたいという人が多く、家族構成は親子世帯が増えているようにみえる。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・来客数の減少に続き、買上点数や成約率の下降が目立つようになっている。低価格帯商材の動きすら鈍くなっている。
企業動向関連	◎	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・前月はやや落ちていた売上が回復している。
(北陸)	○	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・物量は戻りつつある。ただし、輸出入の動きは依然として低迷している。運賃改定も徐々にではあるが、成果が現れてきている。
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の各業種における売上が回復傾向である。インバウンドを含めた観光客も増加しており、飲食業、宿泊業の出店が増加している。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・小売業などの一般消費者向けは、物価上昇による節約志向からか、売上確保は厳しい状況が続いているが、企業向けはどの業種もおおむね好調である。ただし、原材料の価格高騰など先行き不透明ななか、できるだけ内部留保を厚くしておきたいという意向が多い。
	□	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による輸出の減少を、堅調に推移している国内向け販売がカバーするといった構図が続いている。
	□	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の5類感染症移行により、国内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	・販売量は変わらず推移している。
	□	建設業（経営者）	それ以外	・個人消費が拡大している様子が見受けられない。
	□	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・自社で輸送できない場合は外注しているが、その回数や金額が減少している。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量	・大きな変化はなく、受注量の推移も安定している。
	□	司法書士	取引先の様子	・不動産関連では売買、商業法人登記関係では営業目的の追加等、新幹線駅周辺での新店舗開業関連の依頼が続いている。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・全体的に工作機械業界の受注金額が減少傾向にある。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一般消費者関係の受注が激減しており、さらに新規商材の受注獲得に至っていない。客への聞き取りでも余り目先の動きがなく、この先更なる悪化が生じる可能性が高い。
	×	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からの情報や問合せなど活発な話が全く聞こえてこず、状況は止まった状態である。
雇用関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(北陸)	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の動きは変わらない。求人とのアンマッチが続いている。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求職者数の動き	・年末年始に向けUターン就職の希望者を募る求人広告企画を実施予定だが、例年と比べると申込件数が伸びていない。売手市場の情勢からも前年を超える掲載社数を見込んでいたが、現状では難しい。通常の求人広告掲載数は横ばいで推移しており、大きな変化はない。
□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・コスト上昇要因の対応について、各企業が落ち着きをみせたのか、コスト増加が当たり前となり、企業活動の妨げにはなっていないとみている。
□	民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・求人数は増加傾向ながら、対応する求職者数が少ないためマッチングに苦労している。
▲	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・物価上昇や最低賃金の改定に伴い、求人票の賃金額は上昇傾向にあるが、賃金額を大きく上げられない会社も目立つ。少子化による人手不足をにらみ、若い人材を採用したいと考える会社は多いが、採用できていない。
×	—	—	—