

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)	◎	一般レストラン (統括)	それ以外	・1月1日の能登半島地震での被害が大きく、北陸では観光、飲食など各業種に被害が生じているが、今後は復興支援が強くなっていくとみている。復興支援による関連業種の特需が出てくることで、北陸への人の流入が大きくなり、建築業を始め、宿泊業や外食業もそれに引っ張られる形で良くなると考える。
	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・能登半島地震による災害支援関係者の宿泊があり、高稼働となっている。
	○	一般小売店〔書籍〕 (従業員)	来客数の動き	・来客数が若干増え、3か月前と比べれば回復傾向にある。
	○	スーパー(店 長)	販売量の動き	・客単価も買上点数も増えている。
	○	家電量販店(店 長)	販売量の動き	・能登半島地震で壊れてしまった商品の買換えが多い。
	○	家電量販店(本 部)	単価の動き	・省エネ家電購入の補助金の影響が大きい。来客数は減少が続いている。
	○	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・1月に入ってから来客数が少しずつ増えている。客は購入に対して慎重だが、3か月前と比べて少しずつ良くなる様子がうかがえる。
	□	一般小売店〔事 務用品〕(店 長)	来客数の動き	・能登半島地震の影響で来客数が減っている。
	□	百貨店(販売担 当)	お客様の様子	・暖冬や物価上昇の影響が継続しており、特に衣料品が引き続き苦戦中である。価格が下がっても購入が少ないことが今年の特徴で、客は必要かどうかをしっかりと吟味して購入する傾向が強くなっている。また、最大の商戦期であるセール開始時期に能登半島地震があり、購入が減少したこともあって売上は90%前後と苦戦している。一方、食品部門やレストランに関しては大きな影響を受けず好調に推移している。現在の消費は、商品より食や娯楽に集中している。
	□	スーパー(経営 企画)	お客様の様子	・全体の景気としては引き続きそれほど良くない状態である。
	□	その他専門店 〔酒〕(経営 者)	販売量の動き	・年末に引き続き年始も悪い状態である。
	□	その他小売 〔ショッピング センター〕(統 括)	お客様の様子	・コロナ禍からの回復は堅調に推移している。当初は元日に起きた能登半島地震の影響によりマインドが低下していたが、後半にかけてはほとんど回復している。今後はニーズの変化などに注目する必要がある。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・能登半島地震の影響があり観光客が激減している。天候、災害、事件、景気に左右される事業のため安定しない。景気回復の見込みはない。
	□	通信会社(職 員)	お客様の様子	・客からの問合せや要望が変わらない。
	□	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・例年と変わらず年末に携帯電話を必要とする人の購入が終わり、1月は販売が落ち着いている。
	□	通信会社(役 員)	販売量の動き	・新規契約の獲得状況について大きな変動はない。
	□	美容室(経営 者)	来客数の動き	・来客数が前年比5%程度落ち込んでいる。値上げの効果で売上は落ちていないが、人口減少の影響が心配である。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・能登半島地震の影響で細かな緊急対応に追われているが、契約件数は減っていない。新規分譲地の販売が進んでおり、今後の建物契約件数もある程度見込める状況になっている。
□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・3か月前と比べると、今月は客の動きがあったようにみえる。能登半島地震の影響も少なからず出ている。	

▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新年を迎えたが、能登半島地震で出鼻をくじかれ、人出が少ない。親戚等が被災した客もあり、影響はしばらく続きそうである。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・1月1日の能登半島地震の影響で人出が極端に少ない。大手デパートの企画展も今一つである。地震による店舗修繕も非常に多く必要とみられ、外からはよく見えない箇所もあるが、中の状況としては相当被害があったようである。
▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・能登半島地震が発生し、年始の営業が1日遅れた。豚肉の動きはあるが、牛肉の動きがやや鈍く、買い控えなどがあるようにみえる。
▲	スーパー（総務担当）	それ以外	・能登半島地震の影響が出ている。
▲	スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・能登半島地震からの避難や断水などの影響で、制限のある生活を余儀なくされており、最低限の買物に抑えている状況である。
▲	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・年末は一時的に来客数が回復していたが、年明け以降は減少傾向である。さらに、ドラッグストアで生鮮品の特売が強化されるため、客が分散する傾向が加速しており、厳しい状況が続いている。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・例年は降雪の影響で売上が伸び悩む時期だが、今年は交通の便に影響があるほどの降雪はない。そのため、雪の影響があった前年1月と比べて売上が増えると予想していたが、商品売上額は1%程度前年割れしている。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・正月の能登半島地震や月末の大雪の影響で、売上に大きく影響が出ている。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・能登半島地震の影響で自粛ムードが顕著に現れており、消費動向に影響している。
▲	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・元日の能登半島地震により当社も能登地区の店舗に損傷が発生している。取引先においても同様で、低価格の中古車の需要があるものの復旧優先で、能登地区の受注に陰りがみられる。
▲	自動車備品販売店（役員）	来客数の動き	・年明けの能登半島地震の影響があり、初売りの集客は例年以下である。穏やかな天候の日が多く冬季用品の販売は低迷したが、災害関連グッズは金額を問わず売上が好調である。ガソリン販売は、震災直後に客が集中したが、月で見ると給油量は伸びていない。大手自動車メーカーの不正問題等で業界全体の信頼度が下がり自動車販売の低迷が続いている。そのなかで、震災も重なり厳しい状況である。
▲	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・来客数と買上点数が減少している。
▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・新年早々の能登半島地震で、客がキープしていたボトルが割れ、新しいものに差し替えるなど、当店も被害を受けている。また、客である経営者の事務所が100万円単位の被害を受けたという話も聞いている。来客数が減っており、ようやく新型コロナウイルス感染症の影響から脱したと思った矢先でショックが大きい。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・元日に起きた能登半島地震の影響で1月だけで約2700人のキャンセルが出ている。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・能登半島地震で観光客が激減し、宴会部門も自粛でほぼキャンセルになり、新規予約も入らなくなっている。
▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・能登半島地震の影響でキャンセルが出ている。
▲	通信会社（役員）	来客数の動き	・雪や能登半島地震の影響で通信、放送サービス共に前年同期と比べて契約者数が減少している。
▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	それ以外	・元日の能登半島地震で施設の基幹設備等に被害を受け、半月の臨時休館を余儀なくされた。月会費の半額を返金、施設復旧のため臨時経費の出費があり、今年度の決算は絶望的である。

	▲	住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・能登半島地震の対応に追われ、新規受注は後回しにならざるを得ず、対応人員及び部品等の手配を最優先に進めている。会社の業績及び今後のインフラ改善がどのように推移するか想定が難しい。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・元日の能登半島地震により客の購買マインドが低下している。
	×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・元日に発生した能登半島地震の影響により、コロナ禍の状況に逆戻りしている。自粛ムードが漂い、歩行者もまばらである。来客数も1日に1～2組という状況である。日本人ではなく、外国人の購入が目立っている。
	×	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・能登半島地震発生後、消費マインドが大幅に低下している。市内から国内及び外国人観光客が激減し、街中の車や歩行者の通行量が目に見えて減っている。また、断水が続いている被災地のサテライトショップは休業が続いている。1月の店全体の売上は前年比7%減少の見込みである。
	×	百貨店 (販売促進担当)	それ以外	・元日の夕方に発生した能登半島地震により、昇降機の安全装置の作動、じゅう器や商品の破損など売場等が被災し、それらの復旧作業のため、1月2日を休業にしたことが非常に大きい。年間でも初売り初日は売上が大きく、休業したことで業績に影響が出ている。また、隣接する駐車場や駐車場との連絡通路も被害が出たため通行ができない状態であり、2週間程度は来客数が減少した。
	×	コンビニ (店舗管理)	来客数の動き	・能登半島地震の影響で、県外からの観光客の減少が顕著である。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・1月1日に発生した能登半島地震で当県でも大きな揺れを観測し、不安な年明けとなった。余震もあり、2日からの初売りも人出が少なく、低調であった。
	×	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・能登半島地震による営業店舗への被害は軽く、ライフラインなどに問題はないが、相次ぐキャンセルと自粛ムードにより、前年比60%の集客と苦戦を強いられている。
	×	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・能登半島地震の直接的な被害はほとんどなかったが、予約のキャンセルや自粛ムードにより、客足は止まっている。
	×	観光型旅館 (経理)	それ以外	・能登半島地震のため悪くなっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・1月1日に発生した能登半島地震で様相が一変し、観光客がほとんどキャンセルになっている。新年会も全てキャンセルとなり、夜の街にも人出が少なく、閑散としている。
	×	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・能登半島地震により予約のキャンセルや風評被害があり、大幅に来客数が減少している。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	プラスチック製品製造業 (広報)	受注量や販売量の動き	・能登半島地震からの復興に向けて、建築資材や自動車関連製品の受注量が増加している。
	○	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・株価の上昇とともに企業の業績も安定し、投資意欲が旺盛になっていると考える。受注量も増加している。
	□	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・工作機械の受注は、依然として前年と比べて緩やかに減少傾向である。
	□	建設業 (経営者)	競争相手の様子	・公共土木工事がメインの当社及び競合相手である同業者も受注状況は特段変わりがない。
	□	輸送業 (管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・依然として企業間物流の物量は、前年同月と比べて増加がみられない。
	□	金融業 (融資担当)	受注量や販売量の動き	・プラント関連で受注回復の動きがある。一方、卸売業では値上げにより売上を維持するものの、販売数量の減少がみられる。小売やインバウンド関連は横ばいである。
	□	司法書士	取引先の様子	・事業承継に係る役員変更登記もあるが、3月の事業年度終了をめぐりに会社解散の依頼も多い。

	▲	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・海外向けスポーツ、アウトドア用品の受注調整局面が続いており、先行き不透明となっている。
	▲	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売額が減少している。
	▲	輸送業（経理）	それ以外	・元日の能登半島地震で北陸の景気は減退している。復興に向けた需要は高まるが、取引先や従業員も被害を受けているため、通常稼働はなかなかできない状況である。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からも活発な話がなく、やや悪くなっていると考える。
	▲	税理士（所長）	取引先の様子	・能登半島地震の影響で、飲食業や宿泊業、観光に関わる業種がコロナ禍を思わせるくらいの相次ぐキャンセルで弱っている。他方で、震災により壊れた建物等の修繕に関わる事業者に依頼が殺到している。
	×	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震で被災し、生産活動に支障を来している。売上はかつてないレベルで前年割れの状態である。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新規案件の引き合いは徐々に増加傾向にはあるものの、目先の受注量の回復がまだ見込めない状況である。特に民生用や産業機械向けの受注が悪く、産業機械に関しては本年の回復も見込めない状況になっている。民生用に関しては、見積りの引き合いが出てきているものの受注確定までに時間を要する案件が多い。
	×	金融業（融資担当）	それ以外	・コロナ禍が明けて景気は回復基調であったが、1月1日の能登半島地震によって、能登地区を中心に道路や電気、上下水道などのライフラインの崩壊や、観光施設や工場の損傷などの大きな被害が出ており、復旧にはかなりの時間を要する状況である。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・やや求人数が増えているが、年度や季節変動による急募に起因した微増である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は高止まりながら、求職者数が少ないためマッチングに至っていない。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・能登半島地震の影響で、稼働できない派遣先企業からの休業や派遣契約解除が少し出ている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・能登半島地震により、予定されていた各種催事などの延期や中止が相次いだため、新聞広告にも影響が出ている。県内では西部の被害が大きく、宿泊施設などが確保できないことから毎年3月に行われていた学生スポーツの全国大会が中止となり、関連広告も消滅した。一方、2025年新卒の採用活動を控えた時期となり、各企業のリクルート活動は活性化してきた印象を受ける。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・3月の北陸新幹線敦賀開業に期待が集まっていたが、能登半島地震の発生により不透明感が強まったようである。
	×	—	—	—