

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	・ 今月もインバウンドが絶好調である。観光施設の無料開放期間の終了とともに客は減少したが、前年と比較しても外国人の来客数が多い。
	◎	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・ 北陸は年度末から継続的に人の動きが活発化している。北陸新幹線の延伸や能登半島地震の復興需要、更に円安でのインバウンドと需要が高まっている。
	◎	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利用や北陸応援割、北陸新幹線延伸による観光需要の増加など、複合的な要因により高稼働を維持しているとともに、客室単価も上昇している。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・ 能登半島地震の影響が落ち着き、観光客が増えている。桜の開花で一段と観光客が増え、夜の街も活況である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・ 春の観光シーズンを迎え、外国人が目立つ。飲食店にはぎわっている。また、大きなイベントもあり、人通りが多い日もあるが、消費につながっているかは疑問である。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルス感染症まん延時は、密の回避やソーシャルディスタンスなどで個々に来店していたが、今は大人数での買物客が増えている。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・ まだまだ厳しい状況は続いているが、取りあえず底は脱し、来客数も販売数も僅かだが伸びてきている。
	○	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・ 能登半島地震による状況の変化から徐々に戻りつつあるなかで、今まで売れていなかった生鮮食品も販売点数が徐々に伸びてきている。ただし、物価高もあいまって想定より伸びていない。
	○	家電量販店（本部）	単価の動き	・ エアコンを中心とした季節商材が好調である。補助金がある商品も好調を維持している。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・ 見た限りでは安定した状態が続いているが、限られた常連客で年齢層が高いため、先々は決して明るくない。また、仕入価格が高くなり、経営しにくくなっている。店の近辺の人通りが少ないが、駅周辺は若い人たちが多く、居酒屋などは入店できないという話を聞いている。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・ 北陸新幹線の敦賀開業に北陸応援割も重なり、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年と比べても売上が上回っている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・ 1月の能登半島地震から4か月が経過し、宿泊部門は個人旅行が増え始め、インバウンドの増加も加わり堅調に推移している。宴会部門は、震災の影響があり宴会件数は減少しているが、徐々に戻りつつある。レストラン部門は新型コロナウイルス感染症発生前から2割減少し、個人消費の節約志向がうかがえる。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・ 3月の北陸新幹線延伸開業や、それと同時に始まった北陸応援割などの影響で地域の観光客数が増加しており、それに伴い来客数も増加傾向である。
	○	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・ 住宅ローン金利の上昇を懸念してか、3か月前と比べて客の動きが出てきたように見える。しかし、景気回復につながっているとは考えられず、一過性の動きだとみている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・ 能登復興関連の商材は動いているが、通常のデイリー商材の動きはそれほど変わっていない状況である。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・ 今年は雨や強風によって桜が散ることもなく約2週間見頃が続いたことで、国内及び訪日外国人観光客が多数来店している。記録的な円安でラグジュアリーブランドなどにおけるインバウンド売上が好調に推移し、店全体の売上がけん引している。	

□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・好調に推移していた食品物産催事の足出しが少し鈍い。話題性のある商品や新登場のものには反応があるものの、定番商品や今まで好調だった弁当の動きが鈍いようにみえる。期間限定で取り組むブランドの販売会や高額な輸入化粧品については好調に推移していて、今後も企画を増やしたいと考えている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げ分の影響で客単価は上がっているが、買上点数に変化はない。更なる物価の上昇があっても、給与の上昇がまだ追いついていない状況だと考える。
□	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・北陸新幹線の敦賀開業効果で関東圏の旅行客が増加している。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・旅行に行く客が多く、支出計画が旅費中心になっている。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・当地では能登半島地震の影響もあり、なかなか購買意欲が戻ってこない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・3か月前は能登半島地震で消費に対して自粛ムードがあった。月の前半は停滞気味だったが、後半にかけて少し持ち直している。しかし、自粛ムードの名残か、震災から4か月が経過しても消費に対して慎重な感じがあり、景気が上向いているとはいえない。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・電気代への支援がなくなる不安から買い控えがみられる。
□	家電量販店（店長）	単価の動き	・全体の販売数量は下がっていないが、単価が下がっており売上が低下している。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売量が前年と比べて10%少ない。継続して乗り続ける客が多く、景気を様子見している状況がうかがえる。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・来客数は一定数あるものの、納期が長いこともあり、今すぐ欲しいといった様子は余りみられない。
□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・恒例の春需要が4月にずれ込み、タイヤを中心に客の問合せや商談件数、販売数量が伸びている。その反面、車両販売やガソリンの販売量は依然として厳しい状況である。
□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・ホームファニッシングと呼ばれるインテリア雑貨や日用品の動きが依然として良くない。
□	その他専門店 [酒]（経営者）	来客数の動き	・4月は年度初めということで少し期待したが、店頭販売は芳しくない。一方で業務店向けは変わらず好調のため、トータルでは横ばいである。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・地元客におけるタクシーの乗り控えが続いており、日中の動きが悪い。ただし、日本人観光客やインバウンドの来県が多く、わずかながらタクシーを利用する客もいる。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・問合せ内容に変化がみられない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規の契約数に大きな変化はない。
□	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	・施設体験プログラムの販売促進にはそれなりに反応は出ているが、これは2月末に閉店した他施設の利用者が多く、一般客からの反応は今一つ活発ではないようにみえる。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新しい宅地の供給があり、新築需要はある程度出てきている。販売金額は前年度よりアップしている。
□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰や人手不足で人件費がかさんで価格は上昇しており、景気が停滞している。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・北陸新幹線の敦賀開業による人出も一段落となっている。いつもの客が戻ってきているが、食料品の値上げの影響か、その他の消費に回す余裕がないように見受けられる。お店によっては前倒しのバーゲンセールなど工夫を凝らしているが、観光関連以外の業種の売上は今一つのような状況である。

	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・北陸新幹線の敦賀開業後、店舗への来客数は前期比で110%前後に増加している。食品や食催事などは好調に推移している一方、混雑を嫌い以前からの客の来店は減少している。さらに、気温の影響や物価高騰による商品の値上げから買い控えが発生している。そのため、低単価商材は動くが、衣料品や雑貨などが大苦戦し、客単価もダウン傾向である。高収益アイテムの苦戦により店舗全体の収益にも影響が出ている。
	▲	スーパー（総務担当）	単価の動き	・光熱費などの固定費の上昇により、食品などの買い控えが目立つようになっている。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新規契約、機種変更共に減っている。店頭で金額を見て検討する客が増えている。円安の影響も響いていると考える。また、オンラインショップでの購入を希望する客も多く、店頭販売が減っている。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に契約者数が前年同月を下回っている。また、通信サービスにおいては解約が増えている。
	▲	競輪場（職員）	競争相手の様子	・記念競輪における車券売上が低迷している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・資材価格の高騰により販売価格が上昇しているなかで、1戸当たりの受注単価は下がってきている。所得が大きく増えず、金利上昇も気になるなかで、客の予算は厳しくなっている傾向である。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
企業 動向 関連 (北陸)	○	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たが、まだ再稼働できていない工場が複数ある。明らかに復旧工事業者のマンパワーが不足している。代替製品でしのいだりしながら、徐々に数字を戻してはきているが、震災前にははるか及ばない状況である。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前月はやや落ち込んだが、当月は回復傾向にある。
	○	輸送業（経理）	受注価格や販売価格の動き	・物流の2024年問題の対応としてコストが先行していたところ、一部の取引先で価格改定に応じてもらえることになり、やや良くなっている。
	○	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・企業における業績の好調や株価の上昇により、設備投資が旺盛になっており、受注量も増加している。
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の影響について、被害の大きい企業の復旧には時間が掛かるが、小売業や観光関連業で徐々に回復の動きも見られる。
	○	金融業（融資担当）	取引先の様子	・能登半島地震の影響が改善されてきており、製造業は部品の供給が安定し、飲食業は観光客や地元客の利用が回復している。観光業はインバウンドを含めて震災前の観光客が戻ってきている。
	○	司法書士	取引先の様子	・前月に引き続き、事業承継を目的とする役員変更登記、新規事業のための不動産取得が多い。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・観光客の増加により、観光業と飲食業が特に好調である。また、製造業においても設備投資をする会社が増えてきている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらずに推移している。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関係は一部低迷していた製品に関しても、5%から10%程度向上気になる情報が入っているが、民生向け、産業機械向けの製品に関しては、ここ数か月上昇傾向になっていない。
	□	建設業（経営者）	それ以外	・円ドル相場が156円台になったが、日常生活への波及効果は全くみられない。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者から活発な意見を聞くことができない。
	▲	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震による稼働の遅れや、稼働率の低下による生産高への影響は完全には回復していない。また、本格的な復旧工事はこれからの企業も多く、その費用が重くのし掛かっている。

	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械の受注量が徐々に減りつつある。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が徐々に増加している。求職者の不足並びにアンマッチ感がある。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・基本的に景気と連動する広告出稿の状況は、能登半島地震の影響で鈍ったままの状況が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数が減少に転じたが、求人数も減少している。
	□	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・待遇面など募集している求人内容に変化がない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	周辺企業の様子	・合同企業説明会の開催があったが、求人企業は人手不足のため積極的な参加がみられる一方、求職学生はある程度の参加があるものの頭打ちの状態である。説明を希望する学生が大手企業に集まる傾向がある。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの派遣契約解除通知が若干出始めている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の申込みが3割減少しており、求人広告を出稿する余力のある企業が減少している。
	×	—	—	—