

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)	◎	商店街（代表者）	・例年であれば、梅雨時期を迎え観光がオフシーズンとなる。インバウンドが絶好調のため今後も期待したい。その反面、周りをみていると、日本人しか行かない業種は厳しい状況が続いている。ますます格差が広がっていることに対して、商店街としてどうすべきか自問自答している。
	○	商店街（代表者）	・高級品を求める東南アジアからの客の姿がみられ、今後は楽しみである。
	○	スーパー（仕入担当）	・仮設住宅への転居や自宅へ戻る住民も増え、道路状況も改善しており人の流入が期待できる。
	○	コンビニ（店舗管理）	・北陸新幹線延伸後の夏休み期間には期待できると考える。
	○	衣料品専門店（経営者）	・2～3か月後は売場をリニューアルオープンする予定があるため、売上の伸び率が良くなるとみている。
	○	観光型旅館（経営者）	・北陸新幹線の金沢開業ほどの集客力はないが、福井県の露出が増えて平日における客室の稼働状況が均等化されている。
	○	タクシー運転手	・これから夏に向けて観光客も増える。夏休みにも入るためタクシー利用が増えると考ええる。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・肉の仕入価格が高くなっているため、利益が出づらいつつ状況である。それに伴い、更なる値上げ等が考えられるため、その状況によっては変化があるとみている。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・これからの3か月は業種的に大きく商品が動く時期ではない。
	□	百貨店（売場主任）	・クリアランスセールについてはアパレル各社の商品在庫量が品薄のため、早々に終了する見込みである。期中に追加投入予定の定価品の販売に軸足をシフトしていくことになるが、酷暑が予測されているため、消費者の購入意欲を引き上げることができるのか見通せない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・お中元やクリアランスセールといった例年同様の企画などは目減りするとみている。一方、ブランドジュエリーの企画を中心に富裕客向けに新しい企画をしたり、化粧品等についてはブランドやUVなどの機能といった切り口による高価格商材は好調なので、ボーナス商戦に向けて引き続き強化したいと考える。
	□	百貨店（販売担当）	・街全体の集客力は増しているが、主力は食である。祝い事などのイベントは、外食中心だという客の声も聞いている。衣料品や雑貨は母の日の動きも減少し、今後のモチベーション需要も苦戦を予想している。延長していた旅行需要も、旅行単価の高騰で行くことのみ金の使い方が変化しており、物品購入は減少している。6月末のセールで一時的に改善するとみるが、セール商材は少なく、現状維持が精一杯だと考える。
	□	スーパー（店長）	・商品の値上げ以外にも電気代の値上げ等が続くため、無駄な商品を買わない傾向は続くともみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・購買意欲が高まらず、財布のひももなかなか緩まず、厳しい状態である。
	□	家電量販店（店長）	・光熱費の高騰によって省エネ、節水のモデルを選ぶ客は増えているが、故障してからの買換えが多く、年数経過や省エネ性を求めて故障前に買換えることは少なく、販売台数が減少している。
	□	家電量販店（本部）	・今夏は気温が高い予想で期待はしているが、物価上昇や電気代の値上げで、良くなるとは考えられない。
□	乗用車販売店（経営者）	・物価高に対して給与の上昇は十分でないと考えられるため、しばらく景気は変わらないとみている。	
□	乗用車販売店（従業員）	・物価高の影響があり、販売が芳しくない。	
□	乗用車販売店（役員）	・円安傾向が継続しており、物価上昇に対する消費者の守りの姿勢が続くとみられ、なかなか上向きにならないと考える。	
□	自動車備品販売店（役員）	・ガソリン単価は高値で安定しており、物価の上昇も更に続くとの予想もある。消費を控えているという話も聞いているため、購買意欲は高まっていないと考える。	

	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・大抵の家庭は物価高で支出は増えたが、収入は増えるどころか変わらず、悪くすれば減収という状態で、将来の見通しは真っ暗である。当店に関しても同じ状態で、景気は変わらないか、悪くなるとみている。
	□	一般レストラン（店長）	・北陸新幹線の延伸効果もさほどなく、北陸応援割の効果も余りみられない。ただし、コロナ禍で中止していた会合などが少しずつ戻っており、大口での引き合いは出てきている。
	□	一般レストラン（統括）	・大きく落ち込むことはないと予測するが、あらゆるものの値上げや円安が継続し、インフレが続くと人々がどこまで付いていけるかが不透明である。物の価格を上げて、消費する客の収入が増えないことには、なかなか今以上の景気にならないと考える。
	□	観光型旅館（経理）	・復興にまだまだ時間が掛かる見通しである。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンド需要は強いが、国内需要について宿泊部門、宴会部門の来客数が減少している。
	□	タクシー運転手	・物価高騰による乗り控えがある間は変わらないと考える。
	□	通信会社（職員）	・良くなる要素が見当たらない。
	□	通信会社（営業担当）	・販売量を見ていて大きな変化がみられない。前年と同様の販売数で推移している。
	□	通信会社（営業担当）	・現状維持だと考える。
	□	通信会社（役員）	・特段のイベントもなく、契約件数は前年同月と同等か下回るとみている。
	□	通信会社（役員）	・物価上昇が予想されるなか、景気の先行きは不透明である。
	□	テーマパーク（役員）	・現状の予約状況をみる限り、現在とそれほど変わらない状況が続くと考える。
	□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・売上の微増以上に経費の大幅な増加が先行している現状では、不安しかない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・金利の上昇が気になるころだが、ゆっくりなら営業支援になるため、金利はゆっくり上昇してもらいたい。また、所得の上昇が広がれば心理的にも買いやすくなるが、このままでは販売状況は大きく変わらないと考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・協力業者不足の状態が改善するには時間が掛かると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・客の購買意欲が上がらないため変わらないと考える。
	□	住宅販売会社（営業）	・物価高が続いており、さすがに消費マインドが追い付かなくなってきた感がある。今後の改善要素がみえず、むしろ景気は悪くなる気配さえある。
	▲	商店街（代表者）	・減税効果を期待しているが、客の様子からみても節約傾向はしばらく続きそうである。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・6月使用分より電気代の補助がなくなり、実質値上げとなる。その他の品目の値上げもあり、良くなることはないと考える。
	▲	家電量販店（店長）	・電気代や物価の上昇による買い控えが続いている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・電気代が上昇する分、生活防衛マインドになることを懸念している。
	▲	スナック（経営者）	・先々に明るい様子や材料がなく、生活は引き締める方向に変化するとみている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・団体旅行が一旦落ち着くため、売上は今より下がるとみている。
	▲	競輪場（職員）	・物価上昇に対し、賃上げが追い付いていない。
	▲	美容室（経営者）	・国内の政治状況、国際情勢も不安定で景気が良くなる要素が全くない。
	×	住関連専門店（役員）	・物価高がいよいよ家計に大きな影響を与え始めている。無駄な消費はしない傾向が強いように見える。ガソリン代などへの軽減措置がなくなると、なおさら苦しい状況になる。
企業 動向 関連	◎	—	—
(北陸)	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災した工場の復旧が進むにつれて、業績は回復していく見通しである。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・A I 向けの半導体が好調で、その好影響が続くことを期待したい。

	○	輸送業（管理会計担当）	・企業間物流の回復と運賃改定が進んでいく見込みである。
	○	金融業（融資担当）	・取引先では能登半島地震の影響が改善し、各種製造業は通常の生産体制となっている。また、インバウンドを含めた観光業や飲食業も加賀地区を中心にゴールデンウィーク以降も順調に推移している。
	□	繊維工業（総括）	・引き続きスポーツやアウトドア用途の調整局面が続いているなど、受注については先行きが不透明となっている。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・建築関連、産業資材関連の上昇や下降の傾向について3か月のうちに変化する動きが見られない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文状況を見て、変わらないと考える。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・産業機械向け部品関係の受注は順調に推移しているものの、オートバイ向け関連部品の受注が計画を下回っており、特に輸出品を中心に伸び悩んでいる状況である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規案件の引き合いは若干増加傾向にあり、今後に期待したいが、実際に受注まで至っていない案件が多く、2～3か月後の受注増加には結び付かない状況である。ただし、現状以上に悪化傾向になる情報もないため、変わらないと考える。
	□	建設業（役員）	・受注量については、前年はまだ比較的順調だったが、人員の制限もあり、今後の受注については不確定要素がある。
	□	通信業（営業）	・6月の受注量予測から現状の好景気状態は当面継続するとみている。為替も落ち着いている状態で不安材料はない。
	□	金融業（融資担当）	・製造業の受注は増加傾向で、観光関連は人流増加により増収傾向だが、物価高によるコスト増加が懸念材料である。価格転嫁は進みつつあるが、物価高による値上げで小売業は苦戦している様子であり、全体としては横ばいだと考える。
	□	不動産業（経営者）	・個人客はもとより、法人客からもほとんど問合せがない。
	□	司法書士	・住宅、店舗、会社社屋といった建物の新築案件が堅調である。
	□	税理士（所長）	・定額減税の影響で消費マインドが上昇すれば、景気は良くなると考えるが、人手不足による納期遅れが足を引っ張る可能性がある。
	▲	輸送業（経理）	・円安に起因する物価の上昇は避けられそうにない。従業員の賃上げに対応しにくい状況は継続しそうである。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・新入社員の定着や給与アップ及び所得減税により、緩やかな消費拡大に向かうとみている。雇用の拡大にもつながることに期待したい。
	□	人材派遣会社（社員）	・人手不足が懸念されるなか、求人数は増加せず減少気味である。求職者に関しても応募は少ない。依然としてスキルのアンマッチが発生している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・良くなる要素も悪くなる要素もはっきりとは見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・世界情勢が今と変わらなければ、2～3か月先はこのままではないかと考える。
	□	職業安定所（職員）	・求人数、求職者数、有効求人倍率、就職者数等に目立った動きや新たな動きの兆候がみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響、物価上昇、円安傾向が続き、状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・中小企業に比べて人員を採用しやすい大手企業の求人数が頭打ちにあるため、景気は悪い方向に向かっている。ただし、まだ中小企業までは人員が行き渡っておらず求人があるため、やや悪くなると考える。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・直近の3か月先における求人広告の出稿予定の問合せが減少している。
	▲	職業安定所（職員）	・能登半島地震の復旧や復興に関する分野の人手不足感は依然として高いものの、求職者、求人先双方から物価高騰による将来への経済的不安の声を聞いている。
	×	—	—