

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）	・能登半島地震からクローズ状態であった美術館が6月22日に再開した。観光のキラコンテンツの復活によって、多くの日本人観光客が戻ることを期待したい。
	○	百貨店（売場主任）	・新紙幣の発行により各家庭のタンス預金が流通し、消費に回ると見込んでいる。本年のお盆休み期間は最大9連休となるが、円安により国内旅行を計画する人が増える見込みである。
	○	コンビニ（店舗管理）	・現状が異常値だとみているため、ここまで悪い状態がこのまま続くとは考えにくい。
	○	衣料品専門店（経営者）	・今まで控えていた投資が多少回復傾向にあり、今後の施策に弾みがつくと考える。
	○	衣料品専門店（経営者）	・売上増加を見込める店舗数が徐々に増えている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・夏のボーナスの時期が定額減税の実施と同時期となり、一時的に消費者の消費意欲が刺激されるとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・購買率も上昇しており、直近2～3か月先までの購買行動には期待が持てる。ただし、水道光熱費や生活必需品の値上げ等、生活に係るコスト変動の影響については継続して注視していく。
	○	パチンコ店（経理）	・パリオリンピックの開催で気持ちが高揚することや、定額減税によって僅かではあるが手取りが増える人も出てくることから、やや良くなると考える。
	○	競輪場（職員）	・定額減税により可処分所得の増加が見込まれる。
	□	商店街（代表者）	・高層マンションの建設など街中の定住人口の増加を期待していたが、売行きは芳しくないようである。ホテル建設に変更の動きも出てきているが、街の観光地化が進んでいくのか疑問である。
	□	商店街（代表者）	・大きなイベントもないため人通りは少なく、週末の駐車場の空きが目立っている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ここ3か月はデイリー商材については、ほぼ横ばいである。仕入価格が上がっているため、売価も上げなければならない状態が続いており、この状態がずっと続くのではないかと考える。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・このところずっと良くなる要素がない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・猛暑や夏休みなど集客企画に工夫が必要だが、帰省客を対象としたランドセルの早期予約企画や、富裕層向けにラグジュアリーブランド企画の誘致など、良品や高額品といったものは衣食住それぞれで反応があるため、継続していくつもりである。
	□	百貨店（販売担当）	・セールが始まり、価格面では1年ほど前の定価に匹敵する価格になるため、購入の増加を期待しているが、当面はギフトも含め購入には慎重になるとみている。さらに、来月以降も衣料や雑貨商材の値上げが続く。旅行需要の増加は期待しているが、旅行商品の購入が増えることで、衣料やバッグなどの事前の商品購入は期待薄だと考える。当面、やや厳しい状況が続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・買上点数の変化もなく、客単価は物価高で勝手に上がっている状態であり、それほど変化はないとみている。
	□	スーパー（仕入担当）	・販売単価の高騰は長期間続くとみている。現在の相場状況が続くとみられ、今後、利益確保のため価格で対応することは考えにくい。
	□	スーパー（経営企画）	・物価高騰による節約志向のマインドが続くとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・食品の値上げなどが続いている。実質賃金の低下は生活防衛の心理的な重しにつながっている。
□	家電量販店（店長）	・電気代への不安から必要な分の購入しかしないとみている。買換えもせず、渋い販売数となりそうである。	
□	家電量販店（本部）	・気温による影響が大きく、暑さが長引くことを期待している。電気代の補助も復活していれば、景気は悪くなることはないが、良くなることもないと考える。	

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・地方都市では給与が増えたとの話は余り聞かない。消費そのものがしばらくは増えないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・購入に対して慎重になっているようではなかなか販売につながらず、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・売上が急に増える状況ではない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（役員）	・政治不安、社会不安など総合的に見れば決して安心はできず、まだまだ厳しい状態が続くと考える。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・円安が続いており、我が国の経済力が弱まった状態が続いていると考える。日本全体がそのような状態であり、自分の周囲の経済も引き続き良くならない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・能登半島地震からの復興や支援を目的としたメディアの特番や、人気の店や商品の紹介などでの露出が増えたこともあり、県外からの旅行客が増加している。ただし、地元客は減少しているため、景気が良いというわけではない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・北陸新幹線の延伸効果も余りなく、劇的に良くなる要因がない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（統括）	・円安、物価上昇、天候不順による農作物不作のための価格高騰など、悪条件が多くある。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・物価が上昇し、年金生活者や経営者などにますます影響が出てくるとみているが、当店では恐らく現状維持だと考える。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経理）	・営業再開時期は未定である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は国内の団体旅行客が回復していない。レストラン部門もメニュー単価の上昇で来客数が伸びない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・忙しい割に金額的には変わらない状況である。2024年問題とインバウンド急増の影響で貸切バスやホテルなどを探すのに苦労している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・北陸新幹線が敦賀まで伸びたため、観光客が増えている。インバウンドもまだ増えると考ええる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・タクシー台数が少ないということで、従業員を増やすなど対策したものの逆に利用者が減っている。物価高のあおりを受け、乗り控えが出始めている模様である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（職員）	・変化する要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・来客数、販売量共に大きな変化がみられない。景気が良くなる要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・ここ2～3か月は今の状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・ここ数か月続いているが、競合他社との競争が激しく、今後2～3か月先も同様に契約者数が前年同期と比べて若干下回る数字で推移するものと考ええる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・景気が変動する要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（役員）	・3か月先の予約状況をみても前年並みに推移しており、変わらない状況が続くと考える。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・世の中は値上げラッシュで、生活が楽になりそうだと思える状況が客の様子から見られない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・6月から始まった定額減税の話題が、客との会話でほぼ出なくなっている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・当社の第1四半期の契約高は、どの月も前年からアップしており、住宅需給はまだまであるとみていたが、他社の動向は良くないところが多い。今後は更に、デザイン、施工力、適正コスト共に客目線で選ばれるメーカーを目指す。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響で業者が不足しており、現場が予定どおりに進まない。また、受注単価は目に見えて縮小しており、この傾向はこれからも続くとみている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・建築コストが落ち着くまでにもう少し時間が掛かると考えるため、しばらく景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（営業）	・円安の影響か、建築資材の価格上昇にとどまる気配がないことから、景気に大きな変化はないものの、やや悪くなる方向に進むとみている。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・毎年商品の値上げが続くなか、購買行動は必要最小限で、買い控えはますます増加していくとみている。インバウンドでの景気回復は一部の地域のみで、一般的には景気が上向くとは到底考えられない。

	▲	コンビニ（店長）	・現状は単価上昇により売上額が維持されているが、根本的な景気の刺激がない限り、徐々に売上は減少していくと考える。
	▲	家電量販店（店長）	・エアコンや冷蔵庫等は光熱費の高騰もあり、20年以上使用している家電の買換えが増えてはいるが、高単価な省エネ機種ではなく、ミドルクラスやボトム機種への買換えが多いため単価が下がっている。
	▲	自動車備品販売店（役員）	・明るい兆しや、市況の改善もみえないなか、今後は更に支出を抑える傾向が続くとみている。
	▲	都市型ホテル（役員）	・物価上昇による販売価格転嫁で売上の減少を抑えているが、個人ビジネス客を対象にこれ以上価格を上げることは難しい。これ以上価格を上げると、販売部屋数にも影響が出ると不安視している。
	×	—	—
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震被災前にはいまだ及ばないが、着実にそれに近づいていく見通しである。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内及び海外需要共に自動車関連、産業機械関連の受注は順調で、生産余力を確保すべく生産性の向上や効率化を図る取組を継続している。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・秋口より産業機械関係の受注増加の情報が客先より入ってきており、期待はしている。しかし、目先の設備導入検討時には特に機械のリードタイムが新型コロナウイルス感染症発生前よりいまだ長い印象を受けている。産業機械関係も機械受注動向に左右されるものの、受注については目先での問題はなく、このまま秋口の受注増加につながると期待している。
	○	建設業（経営者）	・定額減税などの経済対策はお粗末だが、足元では繁華街の人通りが増え、マンション建設工事や、ビル建設のためのクレーンもみられ、景気回復の雰囲気が見られる。
	○	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症や震災の影響が落ち着き、観光関連や製造業で売上、受注が増加傾向である。原料や物流のコスト、人件費の上昇分が重荷となっているが、徐々に価格転嫁が進んでいる様子である。しかし、一部ではコロナ禍の低迷から回復できず、業績悪化している企業も増加しており、注意が必要である。
	○	金融業（融資担当）	・加賀地区において企業の堅調な業績推移が継続され、能登地区の復興を進めることにより、より景気が良くなることが期待できる。能登地区は和倉温泉の旅館の一部再開など、観光業も復興の取組が徐々に進んでいる。
	○	税理士（所長）	・今後もB to Cの商売は引き続き調子が良いとみている。また、少しずつではあるが事業譲渡や、第三者承継の実例が増えてきている。体力のある事業が生き残ることで、良い景気のサイクルに入れると考える。
	□	繊維工業（総括）	・スポーツやアウトドア部門での調整局面が続いているなど、受注については引き続き先行き不透明となっている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文状況から変わらない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・人手不足により賃金は上がっているものの、企業としては円安による影響や人件費などコスト増加の要因ばかりで、売上はなかなか上がる見通しが立たない。
	□	建設業（役員）	・受注の機会はあるものの、対応できる人員が依然として不足しているため、なかなか先行きの見通しが読めない状況が続いている。
	□	輸送業（管理会計担当）	・企業間物流の物量にそれほど変化はみられない。
	□	不動産業（経営者）	・新築住宅を建てようとする人からの問合せが少なく、それに関係する土地が動かない状態である。若干動いているのは、中古住宅関係だけのようである。
	□	司法書士	・新築建物で高級な物件を多く見掛けるが、建物の需要が2極化しているようで、景気の判断としてはどちらともいえない。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・原材料費の高止まりや円安、住宅価格の高騰、職人不足などが継続しており、プラス要因が不足している。
	×	—	—

雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（役員）	・企業からの派遣依頼数は減ってきているものの、慢性的な労働力不足であることに変わりはない。新規登録者数が増えてきている現状からすると人材紹介はしやすくなるため、今の売上を維持することができると思う。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣先の担当者との会話では特定の職種を除き人材不足感はない。
	□	職業安定所（職員）	・製造業における求人数の減少が続いているが、繊維関係の会社では人材獲得の好機と前向きに捉えているところもあることから、全体的には変化がないと考える。
	□	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変動や新たな動きの兆候がみられない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・大企業における新入社員の定着や給与アップで採用はやや上回るとみているが、中小企業の大半は採用自体に苦労している状況が続くと考える。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響や物価上昇、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。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告出稿の見込み数が不透明である。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高、原材料費高騰に加えて、賃上げ、社会保険料負担が企業の採用意欲を抑制してくるとみている。
×	—	—	