

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)	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・企業や旅行会社ツアーの団体予約が好調である。稼働率は5か月連続で前年を上回り、好調を維持している。
	○	商店街（代表 者）	来客数の動き	・例年と比較して紅葉が遅いこともあり、前年よりも人通りが気持ち少なめである。また、高額な美術品も前年と比べると若干動きが鈍く、売上自体もやや低い。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・ようやく秋冬らしい気候となり、高単価商品が動き出している。
	○	家電量販店（店 長）	販売量の動き	・冬に強いエアコンへの買換えが多くみられる。冷蔵庫なども、省エネ機能や食品ロスを防ぐために野菜が長持ちする機能のある、高単価なものの販売が好調である。
	○	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・車両販売の受注状況に少し改善傾向がみられる。
	○	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・紅葉の時期が比較的長く、人出も多いようである。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・秋の観光シーズンが終わり、インバウンドが減る11月は例年人出が少なくなるが、今年もその傾向が駐車場の利用状況からうかがえる。売上面では、クリスマス商戦が始まっており、宝飾品や高級衣料品が動き出しているほか、飲食は安定している。
	□	一般小売店〔事 務用品〕（店 長）	販売量の動き	・前月と比べると売上は上がっているが、前年と比較すると下がっている。
	□	百貨店（売場主 任）	来客数の動き	・前月は奥能登豪雨災害の影響で消費マインドが冷え込み、徐々に前年実績を割り込んだが、今月はその反動が出ている。お歳暮の受注が低迷している食品以外の商品群では前年を上回り、店全体としても新型コロナウイルス感染症発生前の2018年の実績を超える見込みである。
	□	スーパー（店 長）	販売量の動き	・買上点数、客単価共に大きな変化はないが、鍋に入れる食材の需要で少しずつ客単価が上がっている。
	□	スーパー（仕入 担当）	来客数の動き	・多少客単価の上がり下がりはあるが、来客数が伸びていないため売上金額に変化はない。
	□	コンビニ（店舗 管理）	単価の動き	・平均客単価が全店で前年比5%前後低下している。
	□	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・肌寒い季節となり、本格的に秋冬商材が動き出している。
	□	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・天候不順が続き、売上は一進一退である。なかなか好転しない。
	□	家電量販店（本 部）	来客数の動き	・来客数の減少が大きいため、商材の単価はアップしているが、売上をカバーできていない。
	□	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・例年どおり、公共施設で新車購入イベントを実施した。来場者数は前年比120%と増加したが、販売量はほぼ同数であった。まだ景気が良くなっているとはいえない状況である。
	□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・新車販売、自動車整備共に、売上は好調をキープしている。
	□	自動車備品販売 店（役員）	お客様の様子	・例年、月末にかけてタイヤ交換のピークを迎えるが、今年は降雪情報がなかったことも影響しているのか、履き替え作業依頼が少ない。タイヤの販売本数も厳しい状況で、年数の経過したタイヤをそのまま使用する客も多い。
	□	その他専門店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き	・物価高、不安定な国内政治と世界情勢など全てがマイナスに影響しているのではないかと考えられるくらい厳しい状況である。
	□	その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	販売量の動き	・気温の低下とセール開催の時期が重なり、11月は冬物のまとめ買い傾向がみられ、販売量が増加している。衣料品については10月が不調であったため、その反動とも考えられる。

□	スナック（経営者）	来客数の動き	・当店は客の年齢が高いため来店が減って静かな日が多いが、前年同月の売上より1割程度良い状態である。ただし、ボトルの仕入価格が値上がりした分料金も上げているため、その分売上が増えているとみている。当店周辺は静かな日が続いているが、駅周辺などは大変混雑していると聞いている。
□	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震の影響を受け現在休業状態で、再開までにかかりの期間を要する。
□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門は、インバウンドの伸びが国内団体宿泊者数の減少を上回り、売上は増加している。宴会部門は、学会の開催などで宴会件数も増えているが単価は伸びない。レストラン部門は、今月に入り急に来客数が減少した。消費者は外食を控えているとみている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・平日も観光客が多く、特に外国人観光客が今までより増えている。夜の街も週末を中心に人出が多い。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客からの要望に特に変化がない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信サービスの契約獲得数が前年同月と比べて下回っている。また、解約数については、前月に引き続き、前年同月より増えている。
□	通信会社（役員）	単価の動き	・低価格プランのニーズは相応にあるため、訴求を継続する予定である。
□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年同月と比べて、来客数は団体客、個人客共に横ばいの状況が続いている。
□	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	・企業出張向けの案件が出てくるようになったが、本来の会員増加が見込めていない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・能登半島地震による震災需要は一段落したが、来年4月の改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行による安全基準や省エネ基準の強化により、建築費がアップするとみている。今のうちに工事をしようとする人も少しずつではあるが出てきている。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・能登半島地震関係の受注が他県での落ち込みをカバーしている。リフォームの受注数は、北陸3県全てで計画を上回っている。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅展示会を開催しても来場者の動きが鈍い。
□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・感覚的には景気は若干下降気味な印象だが、実質的に大きな変化はない。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・人出はそれなりにあっても、さほど売上に結び付いていない。商品の値段が上がっているため、本来なら客単価も上昇するはずだが、現状では下がっている。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・前年と比べて販売数、売上共に減少している状態が数か月続いている。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・11月中旬くらいまで気温が高く、ダウンコートやロングコートといった従来の重衣料の動きは悪い。一方で、気候に合わせた半袖、裏地なし、ジャコットと呼ばれるショート丈の商品は動きがある。また、マフラーやブーツといった冬のおしゃれを楽しむアイテムも動きが良い。
▲	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・来客数が減少しているが、購入客数も更に減っている。生活に必須の食品も苦戦している。衣料品や食品などの単価上昇で、客単価はやや上がっているが、売上拡大につながらず。商材の複数購入率も下がっており、衣料品など的高額商材や生活必需品以外の購入が減っている。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・生活必需品の高騰により、客単価は伸びているが、販売点数が減っている。
▲	スーパー（店舗管理）	単価の動き	・商材の単価が上昇しているため、景気は悪くなっている。
▲	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・週末の来客数の減少が著しい。これまでピークであった時間帯に人が入らないケースもある。販売動向からも、物価高による買い控えが顕著にみられる。

	▲	一般レストラン (統括)	来客数の動き	・年末年始の出費が多くなる時期を控え、11月は外食頻度を抑えている様子である。また、前年同期と比較しても、物価高により可処分所得が減り、外食に掛ける金額や頻度が減少しているようだ。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・利用客が減り、売上は冷え込んでいる。
	▲	競輪場(職員)	来客数の動き	・例年と比べると来客数が減少している。
	▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・地元新聞が12月から700円の値上げを発表するなど、あらゆる分野で物価が上がっている。そのため、消費者の節約志向は高まっており、低価格の店に顧客が流出している。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
企業 動向 関連  (北陸)	○	精密機械器具製造業(財務担当)	受注量や販売量の動き	・7月に販売価格の値上げを実施したが、それ以降も販売量、受注量が落ちることなく、堅調に推移している。
	○	金融業(融資担当)	受注価格や販売価格の動き	・製造業で原価管理の見直しに基づく価格転嫁が進んでいる。また、飲食業や小売業は、インパウンドの増加もあり、全般的に価格が上昇している。
	○	司法書士	取引先の様子	・宿泊施設、飲食関連事業者からは、年末の予約が一杯だと聞いている。
	○	税理士(所長)	取引先の様子	・顧問先の小売業や飲食業は変わらず好調で、特にインパウンドにより活況である。また、製造業なども受注状況が良く、受注残を抱えている会社が多い。
	□	食料品製造業(経営企画)	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の被災からやがて1年経過するが、生産供給体制はおおむね回復したものの、主力商品の中には、受注量が被災前の水準に戻らない物が多数あり、厳しい状態が続いている。
	□	繊維工業(総括)	受注量や販売量の動き	・生産高は能登半島地震発災前の金額まで回復しているが、本格復旧工事に係る費用負担が重くのし掛かっている。
	□	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・販売量が変わらない状態が続いている。
	□	一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・前年初頭から、工作機械の販売金額は前年同月と比較して下がり続けており、この傾向は続くともみている。
	□	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・顧客の開発案件が若干活発になっているため見積りは増えているが、最終的に製品化まで至らない状況が続いている。
	□	通信業(営業)	受注量や販売量の動き	・国や自治体などの補助金施策が一部あるものの、限定的であるため、受注量に大きな変化はない。
	□	不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者から活発な話が聞かれない。法人客の動きが非常に悪い状態である。
	▲	輸送業(経理)	それ以外	・物価の上昇傾向が止まらないため、経営に有形無形の影響が出そうである。
	×	—	—	—
雇用 関連  (北陸)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	新聞社[求人広告](営業)	周辺企業の様子	・新聞広告におけるスポンサーの財布のひもが固い。
	□	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・求職者数はほぼ横ばいの状況である。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求職者数に大きな変化はみられないが、有効求人数は前月比約3%増加し、有効求人倍率も微増の傾向にある。大手企業を中心に売上や利益が増加し、決算状況も好調で、設備投資や求人募集に意欲的である。
	□	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・人手不足感が継続している。不人気の業界のなかでも、特に中小企業は常に募集をしているものの人が集まらず、3か月前と状況は変わらない。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—