

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）	・引き続きインバウンドは好調だが、日本人の財布のひもは固い。円安基調が続いているため、更なるインバウンド拡大に期待したい。
	○	一般小売店〔事務用品〕 （店長）	・需要期に入るため、景気が良くなることを期待している。
	○	スーパー（仕入担当）	・消費者のマインドの変化からか、年末商戦に向けた商材の予約状況が好調である。
	○	衣料品専門店（経営者）	・セールの時期になるため、消費マインドが高まるとみている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・冬季ボーナスの時期で、業界によっては支給状況が良好である。消費者心理も一定の改善が見込める。
	○	タクシー運転手	・新年会などで酒を飲む機会が増えるため、タクシーの利用も多くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・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。
	□	百貨店（売場主任）	・今冬は積雪量が平年並みの予報のため、来客数が大幅に減少し、売上が低迷する可能性が高い。能登半島地震の発生から1年となるため、初売りも例年と違ってめでたい雰囲気が出せないなど難しい営業を強いられる。
	□	百貨店（販売促進担当）	・お歳暮ギフトを中心とした儀礼的な商材の需要は減少し、クリスマスなど友人と楽しむためのパーティー用商材やギフトの需要は増加すると考える。年末年始が9連休となるため、帰省客を迎える準備としておせちや集まり用の食材の購入が増え、また、初売りを中心に子供のおねだりによる需要が増えるかとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・当面、慎重な購買行動が続くため、売上の低迷も続くかとみている。低価格のお買い得商品の展開を拡大しているが、これらの購入にも慎重さがみられ、売上拡大にはつながっていない。セールが始まる1月は、お買い得感から一時的に売上が回復するだろうが、お買い得商品を潤沢には用意できないため、状況は継続しないとみている。
	□	スーパー（店長）	・給与が大きく上昇しないため景気も変わらないとみているが、国の政策によっては変化もあり得る。
	□	スーパー（総務担当）	・賃上げが追いついていないため、状況は変わらないとみている。
	□	コンビニ（店舗管理）	・景気が好転する材料が見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・節約志向の傾向に変化はなく、当面は厳しい状態が続くとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・来客数と購買点数から、現状のやや良いくらいの景気が続くと考え。新型コロナウイルス感染症の発生以降足が遠のいていた客層がまた購買を始めているようだが、商材単価の上昇により、点数はそこまで伸びないとみている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高が続いているため、販売数が増加するとは考えにくい。
	□	家電量販店（本部）	・良いニュースがない。政治も不安定で、安心して消費行動を取れないのではないかと考える。
	□	乗用車販売店（経営者）	・車の購入台数が増えないなか、車検整備台数は多くなっている。3か月先に状況が反転するとは考えにくいいため、景気は大きく変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・販売は厳しい状況が続いているが、自動車整備はタイヤ交換のシーズンであるため入庫が多い。
□	乗用車販売店（役員）	・新たな懸念材料や、反対に景気が上向く要因が特にない。	
□	自動車備品販売店（役員）	・12月はクリスマス商戦や年末商戦を控えているが、ここ数年の状況から期待はできない。消費者は金を掛けるには徹底的に掛けるが、抑えるところには全く出費しない傾向が続いており、自動車業界には依然明るい兆しが無い。	
□	住関連専門店（役員）	・これまでは年度末に向けて動きのある時期もあったが、現状からは到底想像ができない。市況を見ても、苦しい流れが続くと考える。	

□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかく消費者の財布のひもが固い。今後、賃金上昇を待っているように見える。年末や正月を迎えるに当たり、少し財布のひもが緩むのを期待している。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・店舗数が増えているため、来客数の増加が期待できる。生活必需品の価格高騰により、購買行動が生活防衛型になっており、会社として対策が必要だと考えている。
□	一般レストラン（店長）	・これからの季節は天候に左右される。適度な降雪だと有り難い。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、インバウンドも国内旅行者も少ない時期であるため、回復は見込めない。宴会部門は能登半島地震の反動で件数は増えている。レストラン部門はなかなか来客数が増えず、特にサラリーマンやシニア世代の客の減少が目立つ。
□	旅行代理店（従業員）	・交通費、宿泊費共に価格の上昇が止まらないため、客に旅行の意欲があっても価格面が妨げになるとみている。
□	通信会社（営業担当）	・来客数は増加傾向にあるが、特に大きな変化はみられない。
□	通信会社（役員）	・引き続き、契約獲得数は前年同月と比較して若干下回るとみている。解約数については、新メニューの導入により改善されると期待している。
□	通信会社（役員）	・特に変化する要因が見当たらない。
□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・会員が増えず、経費のみがかさむ状況では、なかなか先が見えづらい。
□	住宅販売会社（従業員）	・冬季は需要が減りやすいが、2025年4月からの改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行の前に工事をしておこうと考える人がどのくらい出てくるかによる。そのような意味で、年度内は安定して受注が続き、例年より受注高は増えるかとみている。
□	住宅販売会社（従業員）	・補助金制度や支援制度が受注の下支えとなっているため、その継続が大きな鍵となる。
□	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震や奥能登豪雨の影響から、景気回復は遠いとみている。
□	住宅販売会社（営業）	・当面急激な変化はないとみているが、段階的に政策金利が上がった場合の住宅ローンの上昇を懸念している。物価の上昇に伴い、僅かな金利上昇でも購買意欲を阻害しかねないとする。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・継続する物価高、原材料価格の高騰、輸送費の値上げなど、景気が良くなる要素が全くない。
▲	スーパー（店舗管理）	・令和7年も値上げが続くため、景気は悪くなるとみている。
▲	家電量販店（店長）	・全体的に1品単価が下がっており、成約単価も下がっている。限定販売の商品も、暖房などの生活必需品は売れるが、趣味し好品のデジタル家電は売れ残ることが多い。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・秋の観光シーズンや忘年会が終わると、春まで団体の受注が少なくなるため、来客数がやや減少するとみている。
▲	一般レストラン（統括）	・物価高の継続、米国大統領の交代による影響、北陸地区での大雪予測による外食頻度の減少から、景気は変わらない、又はやや悪くなるとみている。
▲	スナック（経営者）	・大企業の人員整理や気候変動など良くない話題を耳にすることが多い。
▲	都市型ホテル（役員）	・12月以降は団体予約が減少し、稼働率低下により販売価格が下がるとみている。
▲	タクシー運転手	・天候不順や自然災害の影響が大きく、復興にはまだ時間が掛かると考える。
▲	通信会社（職員）	・景気が良くなる要素がない。
▲	テーマパーク（役員）	・現状の予約状況を見ると、3か月先については前年同月と比較して、団体客を中心にやや予約状況が悪くなっている。
▲	競輪場（職員）	・長引くインフレにより消費意欲が減衰している。人々の関心が金の掛からない娯楽に移行している。
▲	美容室（経営者）	・米国での政権交代、ウクライナや中東での戦闘、中国の動き、そして我が国の政権の不安定さなど、先行きが不透明なことばかりで明るい兆しがみえない。このような状況では、消費者の購買意欲は高まらない。

	×	商店街（代表者）	・景気刺激策は議論ばかりで一向に実行されない。集客ばかりに労力を費やし、消費を促すことへの対策にはなっていない。景気は更に悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震の被災によるマイナスの影響は、通常商品の受注量に色濃く残っているが、年末商品の受注は前年並みの水準が期待できる。年明け以降、通常商品の受注量の回復も加速するとみている。
	○	プラスチック製品製造業（広報）	・受注量や販売量の見込みから、景気は良くなるとみている。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国大統領選挙の結果が判明し、政策の方向性が見え始めている。対中国や対メキシコなどの関税を強化する動きのなか、米国市場で展開している日本企業は優位性が高まると考える。米国の産業機械用部品市場は中国製が多くを占めており、現在、価格競争が厳しくなっているため、米国への輸入品により高い関税が掛かれば競争優位となる。
	○	金融業（融資担当）	・インフラや建物の整備など能登方面の復興需要が本格化し、足元の景気が回復している状況が持続するとみている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文の入り具合から、景気は変わらないとみている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・情報収集のため、顧客を訪問して見積検討状況の確認を行っているが、すぐに発注に結び付くような話が少なく、しばらくこの状況が続くものとみている。
	□	通信業（営業）	・衆議院選挙の結果を受けて、今後新しい取組があり、国の制度なども改革されていくだろうが、この影響で業績が良くなる企業もあれば悪化する企業もあるとみている。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せが少なく、動きが悪い。
	□	司法書士	・観光客が増え、飲食店がにぎわっている様子ではあるが、1月に続き11月にも北陸で地震があったことの影響が不安である。
	□	税理士（所長）	・地震から1年がたとうとしているが、最近になってまた小さな地震が頻発しているため、祝い事を控えたり、活動が慎重になったりする傾向にある。しかし、ボーナスの時期でもあるため、消費の拡大を期待したい。
	▲	繊維工業（総括）	・一部には在庫調整が一段落し明るい兆しが出始めたと期待する声があるものの、引き続き先行きが不透明だという声がほとんどである。
	▲	建設業（役員）	・これまではほぼ順調だったが、労働力不足が当面の課題となっており、年明けまで業績を維持できるか見通しが立っていない。
	▲	輸送業（経理）	・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。
	▲	金融業（融資担当）	・一部の業種では業績の改善がみられるが、円安や物価高を背景に県内の設備投資需要は停滞している。価格転嫁は進んでいるものの、利益ベースで見れば苦戦している企業が大半である。新型コロナウイルス関連融資の返済据置期間も終わり、キャッシュフローの悪化が目立ち、今後返済の条件変更や破綻件数が増加するとみている。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（社員）	・IT関連の求人は継続しているが、ほかに積極的な増員案件はない。依然、アンマッチの状態が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・身の回りでいえば、能登復旧に関わる業種は好況でも、その他はそうではない。
	□	職業安定所（職員）	・窓口で景気が悪くなってきたという求職者はいないが、景気が良くなってきたという求職者もいない。
	□	職業安定所（職員）	・大手企業を中心に売上や利益が増加し、決算状況も好調であるが、原材料費、燃料費、光熱費などの高騰や最低賃金の大幅な引上げ、他社との競争などで、厳しい経営環境に置かれている企業もある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きに変化はなく、求職者数が頭打ちの状況である一方、中小企業における人手不足は継続している。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇が続く、円安や能登半島地震、奥能登豪雨の影響もあるため、状況が好転する要素や気配が見当たらない。

▲	人材派遣会社（役員）	・派遣比率が高い製造業の派遣先からの依頼がやや減っている。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の見込み数が減少している。
×	—	—