

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	・前年は能登半島地震、その前はコロナ禍で、良い悪いの判断がしづらいが、新型コロナウイルス感染症発生前のように春節の時期は中華系のインバウンドに助けられ、例年並みの売上となっている。正月の初売りシーズンは、北陸ならではの天候同様に良くなく、日本人客の財布のひもは固い。
	○	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・節約志向で自炊傾向が高まっているのか、年明けから来客数が増加している。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の受注状況が改善している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・1月中旬まで新年会シーズンのタクシー利用の動きがあった。その後、例年どおりなら雪が降って足元が悪くなり、タクシー利用も多いが、今年は雪が降らず気温も上がり、タクシー利用は少ない状態である。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・前月と比較すると、売上が伸びている。
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・前年の特に7月以降は物価高の影響からか、来客数、売上共に前年を下回る月が多かったが、前月、今月と回復の兆しが出てきている。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・能登半島地震の発生から1年が経過し、被災者それぞれの将来の方針が固まってきたのか、新築住宅、リフォーム共に問合せや受注が増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・元日営業の百貨店の福袋には数年ぶりに大行列ができたが、北陸新幹線の延伸効果も一段落で、ふだんの街中は閑散としている。都会では衣料品店が好調のようだが、地方では閑古鳥が鳴いている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・1月上旬は長い休日と天候に恵まれ人出でにぎわっていたが、その後感染症拡大の影響も見受けられ人出が減り、百貨店のイベント開催時以外は周辺駐車場の空きが目立っている。消費動向も年末商戦の反動があり、飲食も含めて全体的に低調である。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	販売量の動き	・年々子供の数が減っているため、注文数や購買数も減っている。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・来客数が増えず、横ばいが続いている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年の1月は、能登半島地震により消費が冷え込んでいたが今年はその反動と雪の影響が少なかったことから、全商品群で前年実績を上回っている。特にメンズ、レディースの衣料品が大きく伸ばし、全館をけん引している。バレンタインデー催事も過去最高売上を更新するペースで推移している。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・震災復旧で2日間休業だった前年と比べて、今年の初売りは曜日周りが良く、営業日数も多かったため、売上増加につながった。また、物産催事期間中は天候に恵まれ、売上を伸ばすことができている。
□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・気温の低下と年末からのセールによる価格の低下で、特に防寒衣料の需要が拡大している。セール商材が確保しづらいことから、一部定価販売の商材にも需要がある。特に婦人マフラー、手袋などの防寒雑貨は定価販売の商材も売上が伸びている。しかし、福袋、ビジネスアイテム、財布や革小物などの商材は苦戦しており、加えて購買率、複数購入率が下降しているため、業績の改善には至っていない。低迷している状況が数か月続いている。	

□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年から横ばいだが、販売単価の上昇により維持されている印象を受ける。一方で来客数の減少が目立っている。当店舗の立地における来客数の減少は、主に固定客の1日の来店頻度に相当する減少であり、これ以上販売単価が上昇すれば、致命的になりかねないほどの来店頻度の減少につながると危惧している。
□	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・気候が比較的穏やかで、コートなどの季節商材の売行きが今一つである。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・冬らしく気温が下がってきているが、まだ節約志向が強く、余分な買物はしないようである。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客の新車購入に対する慎重な様子は変わらず、支出に対して厳しい。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新車の配車状況がなかなか改善されず、売上増加につなげられない。一方、車検などの整備部門は好調に推移している。ただし、雪が少ない影響で板金や塗装の入庫件数が例年を下回っている。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・正月が終わってから何も動いていない状態である。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・前年の能登半島地震の影響からか、年始は自宅で過ごす客が比較的多かったようである。
□	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震による損害のため休業状態である。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客からの問合せ内容に特に変化がない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約、解約の状況からは、景気の変動はみられない。
□	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	・子供向けの冬季短期教室からの入会や大人向け体験教室の集客が少なく、会員数がほとんど伸びない状況である。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新規の分譲地販売が始まり、現在契約が進んできている。これから客の動く時期でもあるため、土地契約とともに建物契約が進むとみている。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・能登半島地震と建築資材高騰の影響か、客の動きに変化がみられない。
□	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・日本銀行の利上げにより、客の動きに多少の慌ただしさがみえるものの、物価上昇による建設費高騰に対する不安が足を引っ張っている印象を受ける。
▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・年始は良いスタートだったが、正月が終わってからの動きが非常に良くない。豚肉や鶏肉の動きは良いが牛肉の動きが鈍く、売上を落としている状態である。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・物価高が進むなかで買い控えが顕著になっている。野菜や果物の相場高も重なり、安価な焼きそば等の購入が増えている様子である。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食品の値上げに続き、ガソリン価格の上昇等が消費者の購買行動に影響を与えていると考える。
▲	コンビニ（店舗管理）	お客様の様子	・米を始めとした食材の原価が高騰しているが、客の節約志向により値上げに踏み切れない。
▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・婦人服に対する客の価値観が変化し、高価な商品よりもお買い得感のある商品の購入がメインになっている。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・季節商材である暖房機器の売行きが悪い。
▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・前年は県の補助金の影響が大きかったため、来客数、売上共に前年に及ばない。補助金対象外の商品の動きも良くない。
▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・インフルエンザの流行の影響か、人の動きが悪い。前年は能登半島地震の影響がありながらも、何かしようとする積極的な動きがあったが、今年は動きがない。

	▲	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・年末年始はそれなりに人が動き、外食利用も多かったが、消費者の動向を見ていると、1人当たりの外食頻度や金額が、数か月前と比較して減少している。ガソリンを始めインフラ関係も含めて価格が上昇しており、家計で自由に使える金が徐々に減少傾向になっている。さらに、1月の米国大統領の交代により、世界経済、日本経済が今後どうなるのかといった漠然とした不安が、国民の消費意欲を減退させているとみている。
	▲	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・新幹線延伸効果が一段落し、12月以降は集客に苦戦している。
	▲	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門は、インバウンドが少なく日本人宿泊客も団体旅行の催行が少ない状態が続いている。宿泊客の減少に比例してレストランの来客数が少なく、単価を上げたものの、売上が悪い。宴会部門は、能登半島地震の影響でほとんどキャンセルになった前年と比べて戻ってきてはいるが、人数が少ない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・業界としては、毎年この時期になると客の動きが少なくなり売上也減るが、今年は前年以上に悪い。景気が回復していないことも影響していると考える。
	▲	通信会社(役員)	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、契約数が前年同月と比べて下回っている。また、解約数も前年より増えている。
	×	住関連専門店 (役員)	来客数の動き	・新年を迎えたが、初売りの実績は年々下がっている。来客数と販売量の減少が顕著である。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・新年の営業開始がいつもより遅かったため、開店以来最も悪い状態で、赤字である。客からはインフルエンザによる高熱で来店を控えていたという話や、中小企業の経営者から景気が悪くなっているという話を聞く。また、物価高で外出しづらくなっている客の様子もうかがえる。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・ほんの僅かであるが受注量が増え始めている。
	○	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今冬の大雪予想が外れ、例年と比べて除雪作業の売上が非常に少ない。反面、受注している工事で除雪作業が発生しないため、工事が順調にはかどっている。
	○	金融業(融資担当)	受注価格や販売価格の動き	・業種を問わず価格転嫁が浸透している。
	○	税理士(所長)	取引先の様子	・ほとんどの顧問先で、前年よりもボーナス及び給与支給額を増やしている。人員確保のため、賃金を上げざるを得ない状況だが、利益もきちんと確保できている。
	□	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てから1年が経過し、会社としての機能はほぼ戻っているが、肝心の受注が震災前の水準に戻らず業績の低迷が続いている。
	□	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生前のレベルに回復しているものの、全体としては、依然として盛り上がり欠ける展開が続いている。
	□	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と比べて変化なく推移している。
	□	電気機械器具製造業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・一部車載向け製品は生産増加の話があり、現在準備に奔走しているが、既存流動品の受注動向に大きな変動がなく、先々受注量が大幅に伸びる案件もない。全体としては今後の売上増加が見込めない状況である。
	□	精密機械器具製造業(財務担当)	受注量や販売量の動き	・新年の来客数及び販売数が、やや減っている。
	□	輸送業(管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・前年同月と比べて物量に変化がない。
	□	司法書士	取引先の様子	・12月から1月に提出した建設業事業年度終了届の売上は前年より良いものが多かったが、比較すると利益はそれほど上がっていない。

	▲	輸送業（経理）	それ以外	・令和4年1月から始まった政府の燃料油価格激変緩和補助金が前年12月より段階的に縮小されている。物流業界は2024年問題の対応で荷主に運賃の値上げ交渉を実施し、十分ではないがようやく価格転嫁が実現できた状況下で、新たな課題となっている。
	▲	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を聞くことがない。購入者がなかなかいないという話が多い。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	*	*	*
(北陸)	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの求人数は高止まりの状態が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・業種によって景気の上向き、下向きの差が激しい。能登半島地震の復旧工事で、建設業界の動きが活発なのに対し、広告業界は冷え込んでいる。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数はほぼ横ばいが続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は2か月連続で2倍を超えたが、原材料費、光熱費、燃料費等の高騰や賃上げなど企業を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。各企業は事業の拡大や合理化、設備投資等の経営努力に積極的である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・新規案件が少なく、中小企業が常に募集しているという求人の動きに変わりがない。求職者の中には、フルタイムではなく短時間勤務を望んでいる人もいるためマッチング成立が難しい。求職者数は頭打ちで、人手不足が解消されていない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人票1件当たりの求人数が減少している。
	×	—	—	—