

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)	◎	競輪場（職員）	販売量の動き	・競輪事業については、前月から引き続き売上が増加する傾向がある。2～3月は毎年度、競輪の大規模なレース開催が続き、売上が増加傾向にある。現在食料品や燃料の価格が高騰し、買い控えの動きが広がっているが、競輪事業への影響はない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・変わらずインバウンドを中心に来客数が多い。ただし、中国人観光客の来店及び客単価が下落している印象を受ける。来客数が多いため売上自体は横ばいとなっている。
	○	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・3月中旬以降、来客数が前年と同水準に回復している。
	○	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・需要期ということもあるが、物価高への順応などが進み、客の消費意欲に変化がみられる。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・卒園式や入園式に伴うオケージョンスーツや新生活関連の雑貨の動きが良く、これらの商品を求めて来店する客が増加している。
	○	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や大雪の影響が大きかった時期と比べると、随分良くなっている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・当店の常連客は高齢のため、来店が天候に左右されやすく、売上は前年の9割程度である。居酒屋などは若い人たちが満席と聞いている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・卒業、入学、就職等、若者を中心に人が動く時期となり、商店街の出入が多くなっている。春のイベントを行っている百貨店から人の流れもあり、買回品のうち、特に洋服店や飲食店がにぎわっている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・3月は、2月の雪害による売上減少の反動があり、春物衣料品を中心に全商品群で売上が好調に推移している。ただし、2～3月の累計では前年実績をやや上回る程度の見込みである。
	□	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・2月の大雪による影響の反動と気温上昇のため、今前半より新生活に必要なスーツなどのハレの日用の紳士服、婦人服が共に伸びている。カジュアル衣料、婦人靴なども伸長する一方で、バッグ、財布などの小物や化粧品は苦戦している。また、デイリー商材の食品や肌着、ギフトアイテムも苦戦している。期間限定企画や食品催事を強化しても、前年の売上とかけ離れた状態が継続しており、全体を押し下げている。
	□	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・主食の米や日配品の大幅値上げが控えており、買い控えの兆しがみえる。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候不順の影響もあるが、客の節約志向は変わらず、売上が苦戦している。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・季節を先取りするアパレル業にとって、天候不順で季節感がつかめないことと、物価高騰による客の購買意欲低下が、景気悪化の大きな要因となっている。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・新生活の需要はあるが、安価なセット商品が購入の中心になっているため、景気は変わらないとみている。
	□	家電量販店（本部）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。
	□	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・メーカーからの車の入荷状況が悪いため、販売量がなかなか増えない状況が続いている。
	□	一般レストラン（統括）	それ以外	・2月は2回の寒波到来で、外出を控える傾向が強くなり、気候による景気停滞がみられた。3月は、震災復興需要や北陸新幹線の延伸効果があった前年同期と比較すると、売上は落ちているが、景気は決して悪いわけではない。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・直近の予約数が伸びており、3月は北陸新幹線開業の前年よりも宿泊客数は伸びている。
	□	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震の影響で休業中である。再開までにまだかなりの期間を要する。

□	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門は桜の季節とともにインバウンドが増えているが、日本人客は減少しており、総じて良くない。食堂部門は、値上げにより来客数が減少しており、物価高の影響がみられる。宴会部門は能登半島地震によるキャンセルが相次いだ反動で増えており、震災前の水準に戻ってきている。
□	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・震災復興需要の反動減により、稼働率は前年を下回っている。しかし、春休みに向けて北陸新幹線開業10周年及び敦賀延伸1周年などのイベントが開催され、レジャー客や学生団体等の予約受注があり、前々年の稼働率を上回ることができている。
□	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・旅行代金上がり続けている。客からは厳しい声を聞いているため、今後の影響を考えると楽観視はできない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・年度末に向けて需要が更に減少している。一般客の動きが良くない。景気後退によるものとみている。
□	通信会社 (職員)	お客様の様子	・客からの問合せ内容に変化がない。
□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・例年この時期は商戦期であるが、通信、放送サービス共に契約数が伸びておらず、前年同月と比べて減少している。また、解約数も前年同月比で10%増えている。
□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・新規契約数等に大きな変化はない。
□	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・来客数は、3か月前と比較して例年並みで推移している。
□	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	それ以外	・春の入会シーズンにもかかわらず、入会数が伸びない。その一方で、各経費の値上げが続いており、影響が大きい。
□	美容室 (経営者)	来客数の動き	・2度の寒波で前月来店しなかった客が3月になって来店している。今月は売上、来客数共に前年を上回っているが、2月のマイナス分の補填はできていない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・震災復興需要は完全に一段落したようで、震災関連での補修や新築は、ほぼなくなった。ただし、20代、30代にはしっかりした新築需要がみられる。2～3年動いていなかった土地も動き出し、底堅い需要がある。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・住宅業界の景気は建築単価の上昇により厳しい状況だが、金利の先高観に加え、能登半島地震からの復興が少しずつ進んでいることにより、受注が増加している。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・住宅の建築コストが落ち着かず、客の動きが鈍い。
□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・展示場の来場者数に大きな変化はない。低下傾向というより、低値安定といった印象が強い。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・前月のバレンタインデーのときは数年ぶりに駐車場が大渋滞になるほどの人出であったが、一転、現在は閑散としている。消費しようという気運が高まりつつあるが、食料品等の高騰で今一つ盛り上がっていない。
▲	一般小売店 [書籍] (従業員)	販売量の動き	・景気の底かと考えていたが、今月は来客数と売上の減少が、今まで以上に大きい。
▲	スーパー (総務担当)	お客様の様子	・米だけでなく、食品類全般の価格高騰などにより、客の節約志向がみられる。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・客が多様化しているなかで、これまで以上に店独自の提案を考えていかなければならない。
▲	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・例年であれば、売上のピークとなる3月を迎えて来客数が増え、活発化するところだが、やや盛り上がり欠けている。物価上昇による客の疲弊が懸念される。
▲	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・新車、中古車共に、前年と比較して受注がマイナスとなり悪化している。特に中古車は在庫不足の影響もあり、新車に比べてマイナスが大きい。

	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上、来客数共に減少している。本部が企画する商材の売上は好調だが、それ以外は前年比で6～8%程度減少している。客単価は上昇しているが、来客数の著しい減少から売上は前年比で5%強減少している。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・4～5月にも値上げがあるなど様々な情報が飛び交っている。これだけ物価高が続くと、一般消費者の財布のひもはますます固くなり、生活に余裕のある人しか、し好みである酒に金を回さない。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・3月に入り、特に観光客が増えている。休日だけでなく、平日も客が増えている。春休みに入ったことも関係していると考ええる。
企業動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・既存流動品の受注状況に関しては大きな変化がみられず先行きは不透明だが、客からの情報等に基づくと、横ばいがしばらく続くと考ええる。一部車載品に関しては若干の増産傾向がみられるが、受注数量が月次ごとに変化しているため、一般的に横ばいとみている。しかし、新規製品の引き合い件数や新規案件の受注に関して若干動きが出ている。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・店頭での商品の動きが前月より改善している。
	○	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・業種業態にも左右されるが投資意欲は旺盛である。一方で、レンタルやサブスク契約の需要は横ばいの傾向がみられる。
	○	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、価格転嫁が進んでいる。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震での被災から1年余りが経過するなか、数字の戻り方は極めて緩い右肩上がり、震災前の同時期の数字には程遠い状態が続いている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は変化なく推移している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界全体の国内受注推移において、増加の兆しはあるものの、ほぼ横ばいが継続している。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・企業間物流の物量は前年と比べて回復傾向にあるが、前年を上回る程度には至っていない。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在、購入者がなかなかいない。
	□	司法書士	取引先の様子	・建築材料費高騰の影響があるのか、高額な新築物件の保存登記の依頼が多い。
	▲	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・米国政権の関税引上げや世界的な景況悪化による消費の冷え込みにより、需要の減退を懸念する声が高まっている。
	▲	税理士（所長）	取引先の様子	・人手不足により受注しても業務を遂行できないため、売上を思うようには伸ばせないという会社が多い。一方で、飲食業や宿泊業などはインバウンド需要が続いており、堅調である。
	×	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・能登半島地震からの復興工事や外国人観光客の回復により、建設や観光関係の企業は人手不足が続いている。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数、求職者数共に3か月前と大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は高止まりの状態が続いている。原材料費、水道光熱費の高騰などの影響で求人数は減少傾向にあり、降雪によって求職者数も減少している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・3月開催の合同説明会に対する企業の応募が多く、抽選になる状況で、求人数も前年より多くなっている。しかし、参加求職者数が減っていることから、マッチング成立が難しい。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—