

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）	・インバウンドを中心に今後も来客数が増えることを期待している。最近は小さな子供連れの家族旅行者が増えている。
	○	スーパー（仕入担当）	・備蓄米放出の影響や鶏卵相場が今より落ち着くという予測が出ているため、状況は改善に向かうとみている。
	○	一般レストラン（統括）	・米国の関税政策、米国米の輸入量増加、為替の変動など不透明な要素が多いが、外食産業各社の値上げがこの春で一段落するとみている。その価格に消費者も慣れてきて、現状より若干上向きになるとみている。また、今年も気温が高くなる予報のため、家庭における光熱費を抑制するために外出する機会が増えるるとみている。
	○	競輪場（職員）	・競輪事業は経験的に5月の売上が高くなる傾向があるが、これはゴールデンウィークを利用した積極的な消費の影響であると考ええる。また、新規就業者や転職者は給与収入により金銭的余裕が生まれ、趣味やし好品への消費が高まるとみている。
	□	商店街（代表者）	・当月以降、飲食店、衣料品店、サービス店の新規開店を予定しており、にぎわいにつながると期待している。しかし、経済情勢の不透明感が強く、様子見の状況がしばらく続くとみている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・5月に入っても贈答用商品の売上は少なめで、自分たちで消費する分も単価の低い豚肉や鶏肉の販売が主となる状況が続くとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・価格や商品内容を吟味する、目的以外の場所に向かないといった客の購買行動の慎重さにより、当面景気の低迷が続くとみている。ゴールデンウィーク需要で伸びる衣料品やバッグ等の購買が今年はより少なくなっている。当地域では報道で聞くような旅行需要も低く、消費者は旅行を控えているとみている。
	□	スーパー（店長）	・米の価格が上昇し、下がる気配がない。ガソリンも依然として高い。客の来店頻度は減少している。来客数の減少と単価の上昇傾向は変わらないとみており、景気は良くならないと考える。
	□	コンビニ（店舗管理）	・前年度は景気が悪すぎたとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・景気が不安定で、多少の減税や給付金では消費に向かわないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・婦人服に対する価値観が変化し、購買対象としての優先順位が下がってきている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価が上昇するなかで、青年層はまだ購買に意欲的だが、中年層が守りに入っている。結局売上は相殺され、現状の景況感が続くとみている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高が止まらないため、買い控えが続く。
	□	家電量販店（店長）	・エアコンが売れてきたが購入単価が下がっている。更なる物価上昇に備えて、予定より前倒しで取付けを考える客が増えている。
	□	家電量販店（本部）	・消費マインドが良くなるニュースがない。政府の施策に期待しているが、景気は変わらないと考える。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新年度がスタートして1か月が過ぎたが、身の回りで景気の良い話は聞こえていない。報道にも要因があるとみている。地方都市では可処分所得を大きく増やすほどの賃上げになっていない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続いており、厳しい状況は変わらない。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売の受注状況に大きな変化はなく、中古車の在庫不足も継続するとみている。社会情勢として前年と同様に賃上げが一定程度広がっているため、景気の下支えにはなるとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・売上のなかで最も構成費の高い中堅層の販売数が伸び悩んでいる。この層の動きが活発にならないと厳しい。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上、景気が悪くなってほしくないと切望している。

□	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・消費マインドの低下がみられるものの、プチゼいたくによる消費は継続しており、今後の動きは見えにくい。
□	高級レストラン (スタッフ)	・スタッフ不足が解消できないため、満席にして営業することが難しい。また、休みを確保するため月に4～5日の休業日もあり、フル営業ができていない状況である。
□	一般レストラン (店長)	・ゴールデンウィーク前半は低調で、後半に期待したい。あらゆる物が値上がりしているため、消費者は外食費を抑えているとみている。
□	スナック (経営者)	・国内外共に混とんとしている様子のため、景気がプラスとマイナスのどちらの方向に行くのか判断がつきにくい。
□	観光型旅館 (経営者)	・食材を始め原価率が高くなっている。夏休みまではオフシーズンとなるため集客に苦戦する。
□	観光型旅館 (経理)	・能登半島地震の影響で2024年1月1日以降休業状態である。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)	・インバウンド以外は厳しい状況である。
□	都市型ホテル (役員)	・今年のゴールデンウィークは飛び石連休のため予約が分散しており、前年同期の稼働率を下回ると見込んでいる。また、客室単価も横ばいに転じており、ゴールデンウィーク明けの需要と他社販売価格を見極めた価格コントロールが重要となる。
□	タクシー運転手	・この春に賃金は上がったが、それ以上に物価が上がっており、客の節約傾向が始まると考える。
□	タクシー運転手	・これからもっと節約志向が進み、人の動きもより悪くなる。景気対策が鍵となる。
□	通信会社 (営業担当)	・前年の販売数、来客数と比べて大きな変化はない。
□	通信会社 (役員)	・解約防止のための新サービスを導入して3か月が経過しているが、しばらく解約が続く厳しい状況になるとみている。
□	住宅販売会社 (従業員)	・イベントや展示場の来場者数は多くないが、来場した客の契約率は高くなっており、新しい商品が客に適合していると考ええる。
□	住宅販売会社 (従業員)	・建築資材の高騰に加え、住宅ローンの金利上昇も想定され、客の動きが見られない。
▲	一般小売店 [事務用品] (店長)	・関税問題などの様々な社会情勢によって、消費の仕方に変化が出てくるとみている。
▲	一般小売店 [書籍] (従業員)	・多品目で値上げの影響が続くため、厳しい状況が続く。
▲	百貨店 (売場主任)	・米国の追加関税が我が国の輸出産業及び国内経済に与える影響が全く見通せず、先行きは不透明である。インバウンド売上も円高傾向により以前のような勢いはない。
▲	百貨店 (販売促進担当)	・賃上げを上回る物価高騰や米国の関税によるマイナスの影響が、これから生活実感として出てくるとみている。
▲	乗用車販売店 (役員)	・国内の物価上昇や海外の関税問題による影響で、株価や為替はしばらく乱高下が続く、安定した状況が見込めない。
▲	旅行代理店 (従業員)	・サービス業、飲食業の人手不足による影響が大きい。旅行を受注しても手配が難しく、断らなければならないことも今後出てくるとみている。
▲	通信会社 (職員)	・関税問題等の不安材料への対応策が不透明である。
▲	通信会社 (役員)	・米政権の関税政策等による影響は不透明だが、景気は悪化する可能性が高いとみている。
▲	テーマパーク (役員)	・物価高による旅行需要への影響がやや出ている。また、大阪・関西万博などの影響もあり、客の動きがやや悪くなると考える。
▲	パチンコ店 (経理)	・物価高騰などによる消費の減退に対して、政府が対応できていない。
▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (経営者)	・様々な物の価格の高騰により、景気は悪くなるとみている。
▲	美容室 (経営者)	・景気が減速していくとの報道が多く、消費マインドも下向きになっていくとみている。
▲	住宅販売会社 (従業員)	・施工業者の高齢化に加え、震災対応に伴う人手不足がますます深刻になっており、現場の段取りが付かず、受注することが難しくなっている。

	▲	住宅販売会社（営業）	・賃上げを含む原価上昇分の価格転嫁により、客の購買意欲が後退することを懸念している。	
	×	商店街（代表者）	・年金給付日ににぎわっていた店に今はその気配がない。年金生活者は2か月間何とか食いつないでいる様子である。	
	×	コンビニ（店長）	・人件費や光熱費等の経費の高騰で経営が圧迫されている。中小零細企業は事業として成り立たなくなりつつあり、大変苦悩している。	
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	
	○	建設業（経営者）	・米国の関税により日本経済全体は悪い影響を受ける。しかし、公共工事を主に行っている当社にとっては、発注元によってはばらつきはあるものの、5月以降に発注される公共工事に期待を持てる。	
	□	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震での被災から、想定よりも復興に時間が掛かっている。震災前の受注レベルに戻るかどうかは怪しい状況である。	
	□	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考える。	
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・米国の関税により、先行きの見通しが立てにくくなっている。為替の動きも大きくなってきており、不安定な状況である。	
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・今後2～3か月で、車載向け部品以外に量産品の販売増加傾向は見受けられず、産業機器関係や民生品関係については先々の動きが全く読めない。そのため、目先の販売増加は見込めないと考える。	
	□	通信業（営業）	・米国の関税政策の動きと連動して、投資意欲が高まるか減退するかにより、景気は左右されるとみている。	
	□	司法書士	・これまで取引のなかった空き家や山林を求める県外業者の話を聞く機会が増えている。	
	□	税理士（所長）	・関税問題や世界情勢の不安感があり、製造業などは落ち込むとみている。ただし、大阪・関西万博が開幕されたことで、宿泊業や飲食業は堅調に推移すると考える。	
	▲	繊維工業（総括）	・米国政権の関税引上げの影響により、今後の受注減少や取引先からの値下げ圧力を懸念する声を聞く。	
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・物価上昇の影響で、住宅、非住宅共に着工数が減少傾向である。関税引上げなどの問題もあり、景気上昇につながる好材料が見当たらない。	
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国の関税政策により、日系自動車メーカーが米国へ生産移管を検討しているなどの情報が入ってきている。加えて、現地市場へ直接輸出する補修品などの価格転嫁が販売量に与える影響も不透明であり、当面の間、予断を許さない状況が続くとみている。	
	▲	建設業（役員）	・米国政権に対する先行きの不透明感から、今後の設備投資については一旦見直し等があり、落ち込む可能性があるかとみている。	
	▲	輸送業（経理）	・今後の動向が全くみえない。	
	▲	金融業（融資担当）	・物価高や賃上げで企業収益が圧迫されるなか、ある程度の価格転嫁は進んでいるものの、費用の増加に追いついていない。また、米国政権によって先行きも不透明で、景気が良くなる好材料がない。	
	▲	不動産業（経営者）	・個人客、法人客共に、2～3か月先の話は余り聞くことがない。	
	×	—	—	
	雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
		○	—	—
		□	人材派遣会社（社員）	・求人数及び求職者数は若干増加気味であるが、アンマッチが続く、人手不足感が否めない。IT系の求人数は依然として安定している。
□		新聞社〔求人広告〕（営業）	・似たような状況が続いており、良くなりそうな要素も悪くなりそうな要素も具体的に見当たらない。	
□		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数は横ばいであるとみている。	
□		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高止まりが続いており、人件費、原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などにより企業環境が厳しくなっている。今後は米国の関税政策に関する国際情勢を注視する必要がある。	

□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きに変わりがなく、求職者数も頭打ち状態で、中小企業における人手不足が継続している。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇、円安、能登半島地震や奥能登豪雨の影響が続いていることに加えて、米国の関税による影響が懸念され、状況が好転する要素や気配がみられない。
▲	人材派遣会社（役員）	・新規住宅着工数が減っているようで、戸建て住宅用の建材メーカーから派遣人員削減の連絡があり、物価高の影響が出てきていると考える。さらに、米国関税の影響が出てくる可能性もあるため景気は悪くなるとみている。
▲	職業安定所（職員）	・企業からは、物価高騰と米国関税が懸念材料であり先が読めないと、不安の声が出ている。
▲	職業安定所（職員）	・米国の関税引上げの影響が現れるとみている。
×	—	—