

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	・梅雨の時期ということもあり、今までのようには来客数が伸びない。7月に日本で地震が起こるという噂の影響で、アジアを中心としたインバウンド需要が激減しているという話を最近よく耳にする。確かに中華系の客が減っている印象を受ける。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・客単価は上がっていないが、来客数や販売数は伸びており、売場が少しずつ活気を取り戻しつつある。
	○	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・客単価が前年比で2～3％上昇している。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に新規契約数が前年同月より増えている。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・業界全体で例年よりも売上が増加している。来場者を見ると、若年層やファミリーが増えている。現在は物価高だが、競輪場の入場料は非常に安く気軽に訪れることができる施設となっており、ビジネスチャンスと捉えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月の人出は前年同月比で約2割減少している。客の買い控え傾向が続いている一方で、一部の買回品店では、インバウンドの旺盛な購買意欲がみられる。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・6月の売上は、前年及び新型コロナウイルス感染症発生前の実績を超える見込みではあるものの、内容が良くない。富裕層によるラグジュアリーブランドの時計や宝飾などの一時的な高額品需要に支えられているだけで、基幹商品群である衣料品は苦戦している。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価が上がるなかで食品の購入に対する節約意識が依然として高く、値段が上がっていると客が話している姿を見掛ける。
	□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・細かな値上げや備蓄米の投入などにより客単価の動きはあるが、販売量には大きな変化はない。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数は前年比では数％落ちている程度でほぼ横ばいとなっている。来客数の微減は商品価格の上昇が大きく影響している。客のコンビニに対する意識は、利便性よりもちよつとしたぜいたくを求める方向に変わってきている。以前はドラッグストアと共存できていたが、ドラッグストアの商品価格は飲料を含めコンビニよりかなり安価であり、競合先となっている。現在はスイーツや限定品などでの差別化により、目的を持ってコンビニを利用する客層を確保できており、売上を維持できている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客は節約志向が強く、不要不急のものはなかなか購入しない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・地方都市における生活の足である自動車の購入に対して、客の慎重な様子は変わらない。自動車の使用期間が長くなっている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・売上全体は前年とほぼ同水準となっている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・これだけ物価高が続くと、客はし好品である酒の購入を後回しにしてしまう。あるいは買わなくなってしまうかもしれない。そうすると最悪である。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・米を中心とした食料品価格の上昇により、客の節約志向が一層高まっている。一方で靴やかばんなどの買換えは進んでおり、夏に向けた外出需要が見込める。
	□	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震の発生以降、休業状態が続いている。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客からの相談内容に変化がない。
	□	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・特段、好材料も悪い材料もない。

	□	美容室（経営者）	それ以外	・気温が30度を超える日が続いているからか、夏用のシャンプーの売上が好調である。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の動きは活発で、今月も前年と同様の契約件数がある。契約件数は前年と変わらないが、商品性能を向上させて単価を高くしたため、売上は増えている。
	□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰や人件費の上昇が止まらない。
	□	住宅販売会社（営業）	販売量の動き	・景気が変わらないというよりも、読めないといったニュアンスに近い。客足にブレーキが掛かっている印象は薄いものの、とにかく販売が伸びない。高い買物がますます敬遠され始めている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・食料品の動きは堅調といえるものの、婦人用、紳士用、子供用全ての衣料品の動きが低調に推移している。
	▲	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、入店客数と購買客数は共に減っている。購買率も前年比では2～5%減少し、苦戦している。特に衣料品の購買は春以降非常に苦しい状況である。低価格商材を導入したが伸びておらず、客の動きは慎重な購買から買い控えへとシフトしている。化粧品はブランド品が苦戦している一方、韓国製などの低価格商材は伸長している。若者だけでなく、40代以上の女性も節約志向になっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇による生活環境の変化に伴い、購買意欲も変化している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・物価高騰によりファッションなどのぜいたく品は敬遠されがちである。
	▲	家電量販店（店長）	単価の動き	・物価高騰が止まらないため、客の購入数量が減少している。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから、人の動きが極めて悪くなっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・4月以降、大阪・関西万博の影響もあるのか、平日の集客に苦戦している。特に6月は新型コロナウイルス感染症発生前よりも5%ほど売上が減少している。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門では国内旅行者数の減少が今月も続いている。季節要因によりインバウンドも伸びが弱い。宿泊客数の減少によりレストラン部門でも売上が減少している。宴会部門は件数が伸びており前年を上回っているが、予算には届いていない。
	▲	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・ビジネス、レジャー共に個人客の予約状況が弱く、前年及び前々年の稼働率を下回っている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・ここに来て観光客が大幅に減っている。大阪・関西万博や参議院選挙があり、夜の街に出掛けなくなっていることが理由とみている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・客がタクシーの乗り控えをしている。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年の北陸新幹線延伸効果や観光支援策の特需による反動があり、前年同月と比較して個人客、団体客共に来客数の動きが悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・他県における受注の減少を、能登半島地震からの復興需要による受注がカバーしている。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・今月は来客数が少なく、売上面では非常に苦戦している。予算とのかい離が大きく、過去経験したことのない進捗率となっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・例年は比較的安定している月だが、今年は春から来客数の動きが鈍くなっており、例年の9割程度である。居酒屋は若い客で満員と聞く。常連客の話では不景気になっているということである。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・量産品の受注状況は自動車関連を中心に若干上向き傾向になっている。その他の民生用電気機器や産業用電気機器関係の受注には目立った変動はみられないが、何とか横ばいを維持できている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・土木工事と舗装工事、電気設備工事の業界では人手が余っているという話は聞かない。

	○	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・ 2月から4月中旬までの株価の下落から現状は安定しており、3か月前と比べて現在は売上が順調に推移している。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・ 急激に気温が高くなり、エアコン製品や熱中症対策グッズを中心に小売業では動きが出ている。
	□	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約1年半が過ぎたが、受注は数量、金額共に震災前には遠く及ばない状況が続いている。機能的に復旧したとしても、被災企業にとっては厳しい現実があることを痛感している。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ 販売量は変わらず推移している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ 工作機械の受注量は内需、外需共にほぼ横ばいに推移しており、良くも悪くもなっていない。
	□	建設業（役員）	それ以外	・ 足元の景気については、3か月前と特段変わりはない。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・ B t o Bの受注量は横ばい、ないし微減となっている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 同業者からは客の動きが少しずつ出始めていると聞いている。
	□	司法書士	取引先の様子	・ 廃業や解散の依頼が多いが、黒字廃業の案件が多い。
	▲	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・ 米国政権の関税措置による影響は、現時点においても正確には見通せないが、様子見により発注を抑制する取引先があったという声や、取引先から値下げ要求があったという声がある。
	×	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・ 業種によって上向き、下向きの差が激しい状態が続いている。従来型の業種は総じて人手不足感が強いが、だからといって景気が良いわけではなく、物価高の影響は広範に及んでいる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ 求職者数は前年同月と比較して変化はないが、有効求人倍率が下がり続けている。人件費や原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などが影響している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・ 人手不足の業界や不人気の業界は常に募集しているものの、人が集まらずマッチングしていない状況である。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・ 企業によってまちまちの状況ではあるが、全体的に製造業の派遣先企業からの依頼が減っている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・ 企業からは、売上は変わらないが物価高騰により利益が減少していると聞いている。
	×	—	—	—