

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)	◎	競輪場（職員）	・世の中の動きとして、給与の手取り額の上昇や給付金の給付、減税の動きが強まれば、娯楽に費やす費用も増えると考ええる。
	○	コンビニ（店長）	・客が物価高に慣れてきたことにより、買い控えなどによる売上の減少はなくなっていくとみている。景気が良くなり収入が増加して購買意欲が高まってきたのか否かを見極めるには、数か月の観察が必要である。
	○	コンビニ（店長）	・全体的に物価上昇は継続しているが、政府による備蓄米の放出に伴い一部で値下がりしている関連商品もある。そういった商品を求める来客数の増加が期待でき、短期的に景気改善につながるとみている。
	○	コンビニ（店舗管理）	・米の仕入価格は現状よりも下がるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・商品の質を吟味して販売することにより、客の購買意欲が増すとみている。一層慎重に仕入れをすることで、販売が伸びると考える。
	○	乗用車販売店（経営者）	・秋口に向けて各メーカーで新型車の発売が予定されているため、業界全体で少し上向きになるとみている。
	○	一般レストラン（統括）	・外交面では米国による相互関税が15%で決着し、国内では参議院選挙で政権政党が敗北するなど国内経済に何らかの変化が出るとみている。景気はこれ以上悪い方向に向かうことなく、変わらない若しくはやや良くなっていくとみている。
	□	商店街（代表者）	・都会では賃上げや株価高騰などの明るい話題が多いようだが、その効果が地方に波及するにはまだ時間が掛かるとみている。しばらくは厳しい状況が続くそうである。
	□	商店街（代表者）	・来月上旬に比較的大型の最寄品店が開店する予定なので、人の流れが増えることが期待できる。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・物価高で、豚肉や鶏肉も高くなっており、売価の設定に非常に苦労している。利益が伴わず、売行きも厳しい。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・良くなる要素がなく、しばらく現状と変わらないとみている。
	□	百貨店（売場主任）	・9月も引き続き気温の高い日が続き、秋物衣料品の動きが鈍くなるとみている。米の価格については、当初は新米が出始めれば落ち着くと考えていたが、猛暑による水不足で稲の生育に影響が出ており、万が一不作となれば米の価格は下がることがなく、厳しい状況が続くと考ええる。
	□	スーパー（店長）	・高品質で高価格の商品が売れる一方で、低価格の商品を求める客も多く、買い方が2極化している。全体的にみれば、客単価や買上点数の変化は少なく、景気は変わらないとみている。
	□	スーパー（仕入担当）	・商品の動きが上げ止まっているなかで、メーカーの製造能力の限界に起因する涼味商材の欠品、休売が多発しており、予断を許さない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・天候は不順で、物価高による節約志向が強く、衣料品の購入などはより一層厳しくなっている。
	□	家電量販店（本部）	・景気は大きく変わらないと考えるが、今後の経済政策や補助金施策などで変動するとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・猛暑日が続いているせいか来客数は減っているが、中古車の販売が好調である。
	□	乗用車販売店（経理）	・商品に対する需要がいまだ高い。
	□	住関連専門店（役員）	・これまで経験したことがないほど来客数が減っている。最近の来客数や消費の傾向は市況に大きく左右されている。非常に厳しい。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在が最悪だと考えるしかない状態である。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年から客単価に大きな変動はない。販売数で見ても、月ごとには変動があるものの、四半期単位では大きく変わる要素がない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・例年、秋口は県外から団体客の予約が多数入り、1年で最も受注が増える。今年も例年に近い受注で推移しているが、人手不足のため予約や定休日の調整が必須である。

□	一般レストラン（店長）	・暑さが続くことは外食産業にプラスに働くのではないかと期待している。
□	観光型旅館（経営者）	・7月中旬から夏休み期間中の予約が増えてきたが、9月以降の予約はまだ空室が目立つ。
□	観光型旅館（経理）	・能登半島地震の発生以降営業しておらず、営業再開までにまだかなりの期間を要する。
□	タクシー運転手	・この先も暑い日が続き、タクシーの利用が増えると考ええる。また、観光客も増加するとみている。
□	通信会社（職員）	・景気が良くなる要素は特にはない。
□	通信会社（営業担当）	・販売数や来客数は前年度と比較して大きな変化がみられない。
□	通信会社（役員）	・特段のイベントもないため、契約数は前年並みで推移するものとみている。
□	パチンコ店（経理）	・参議院選挙が終わりどんな施策が講じられるか分からないが、大きな変化はないものとみている。
□	住宅販売会社（営業）	・コストの上昇が収まらず、販売価格が徐々に上がり続けている。追い風要素は一切ないものの、これ以上は悪くなり得ない。
▲	商店街（代表者）	・久しぶりに売上が前年同月比で20%の大幅減少となった。これまで売上の中心であった日本人客の消費マインドの冷え込みが深刻である。最近の物価高を受けた生活防衛意識の高まりからか、客の来店頻度が明らかに減っている上、客単価も落ち込んでいる。特に、贈答用や自家用での高価格帯の伝統工芸品の動きが著しく鈍っており、客は消費を切り詰める傾向が強い。インバウンド需要の変動に加え、国内の基盤となる日本人客の消費が冷え込んでおり、非常に厳しい状況である。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・猛暑で来客数が減るとともに、商品価格の上昇による購入数量の減少が続くとみている。
▲	百貨店（販売促進担当）	・天候の長期予報から、今年は残暑が長引き、短い秋を経て冬に移っていくとみている。物価高に対する客の心理や不安定な政局、人口減少など小売業にとって先行きは決して明るくない。
▲	百貨店（販売担当）	・当面下降傾向が続くとみている。夏の外出用化粧品、暑さ対策商材に対しては、若年層の購買意欲が高く伸長を見込んでいるが、低単価のため、売上全体を押し上げるには足りない。猛暑の影響により来客数は減少すると考えるが、夏祭りなどのイベントでカフェやビヤガーデンなどは前年を超えるとみている。一方で、高収益の衣料品については夏商材を前年より増やしたが、購買が増えるかどうかは不透明である。8月末から9月初めに秋物衣料の投入を考えているが、高気温の影響で売れる見込みがないとみている。
▲	スーパー（総務担当）	・食料品以外でも物価の上昇は続くと考えるため、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（役員）	・食料品などの値上げが続くとみている。
▲	家電量販店（店長）	・商品が壊れない限り、客に買換えの動きは余りみられないため、景気はやや悪くなると考える。
▲	家電量販店（店長）	・主要商品の単価が下がっている。通常であれば、気温が上がると季節商材の動きが良くなるが、今年は販売数が伸びていない。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・価格に対する客の意識の高まりが購買行動に反映されているため、利益率を上げるのが難しい状況がしばらく続くとみている。
▲	スナック（経営者）	・国内外の関税問題や天候不順による農作物の不作などの影響で、景気はやや悪くなると考える。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・9月以降、インバウンドを中心に宿泊部門の予約は堅調だが、国内の団体旅行客は回復しないとみている。
▲	都市型ホテル（役員）	・夏休みに入り、スポーツ団体からの受注はあるが、ビジネスやレジャーでの利用は共に個人予約の動きが鈍く、客室販売価格を下げるなどの対応をしている。
▲	通信会社（役員）	・物価高が今後も継続する一方で、賃金上昇は抑制的になるとみている。また、米国による関税政策の影響は、今後輸出企業を中心に大きくなるとみている。
▲	テーマパーク（役員）	・先行きの予約状況を前年同期と比べると、特に団体客やインバウンドの予約が悪くなっている。

	▲	美容室（経営者）	・米国との関税問題や政権政党の参議院選挙大敗による政局の不安定化など明るい話題がない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新規の分譲地は工事費が高くなり、販売価格に転嫁せざるを得ない。その上住宅価格も高くなっているため、客の購入意欲は落ちてくると考える。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・リフォームの受注が堅調であることに支えられている。住宅の新築については、能登半島地震の被災地からの契約が多いが、厳しい状況が続いている。今後の金利状況を注視したい。現場は暑い日が続き、工期が予定より遅れ気味である。
	×	—	—
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国による関税政策の影響で、自動車関連や二輪車関連の完成車メーカーからの受注は低調であり、当面減産するなどの対応を取っている。一方、メンテナンスサービス市場での需要は旺盛で、生産が追い付かない状況が続いていることから、生産体制の立て直しが急務となっている。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・産業用機械における米国の需要が増えている。関税の問題はあるものの、高い受注水準を保つとみている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・現状は新規案件の動きが活発化しているが、量産に向けた動きは依然不透明であり、今後3か月程度で量産品の受注が上向くという状況にはなっていない。ただし、量産品のなかでも特に自動車関連はある程度順調に生産数が伸びており、受注状況は若干上向くとみている。
	○	建設業（経営者）	・県や市による工事の発注は少ないが、国からは国土強靱化基本計画に基づき安定的に工事が発注されるとみている。
	○	税理士（所長）	・参議院選挙が終わり、米国の関税問題が決着したことで、空気が変わったようである。外出機会が増え、特にB to Cの売上増加が期待できる。
	□	食料品製造業（経営企画）	・唯一の明るい材料は、中国の日本産水産物輸入停止措置が緩和されることである。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・受注量や販売量の見込みに特段の変化がみられない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から景気は変わらないとみている。
	□	建設業（役員）	・依然として先行きが不透明で、今後の受注量の拡大は見込めない。
	□	輸送業（管理会計担当）	・企業間物流の物量に変化の兆しがない。
	□	不動産業（経営者）	・法人からの問合せが少なく、個人客の情報も少ない。
	□	司法書士	・高額な借入れを伴う新築物件を多くみるようになったが、今後住宅ローン金利が上がるのが予想され、どのような状況になっていくのか不明である。
	▲	繊維工業（総括）	・日米関税交渉の合意内容については、交渉がまとまらないという不透明感が払拭されて良かったと評価する声がある。一方で、15%という数字自体は決して低くなく、関税分の価格転嫁が進まなければしわ寄せを受けると心配する声が多い。
	▲	輸送業（経理）	・景気が良くなるきっかけがない。
	▲	金融業（融資担当）	・日米関税交渉の決着が見えつつある。当初提示された関税率よりも引き下げられたものの、各企業の負担増加が顕著である。物価や人件費の高騰に加え、米国関税による更なる負担増加で厳しい状況が続くものとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・当県は機械製造業関連の取引先が多いため、米国関税の影響が出始めることが懸念される。取引先からは、主要な機械製造企業の業績悪化に伴う受注減少を心配する声が出ている。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告への問合せ数が増加している。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数共に変動がない。アンマッチが継続している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・景気が悪化している様子はないが、消費マインドが上向いている様子もみられない。
	□		

	□	職業安定所（職員）	・ 多数の事業所から、米国の関税政策の影響は多少あるかもしれないが、業況については今までと特に変わらないと聞いている。
	□	職業安定所（職員）	・ 人件費や原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などにより企業を取り巻く環境が厳しくなり、有効求人倍率は徐々に下がっている。また、8月から適用される予定の米国関税により、先行きを不安視する事業所も少なくない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・ 求人の動きは業界によりばらつきがあるものの、大きくは変わらない。求職者数も頭打ちの状況で、全体的に大きな変化は期待できない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ 物価上昇や円安、能登半島地震、豪雨災害の影響に加え、米国の関税政策や参議院選挙の影響が懸念され、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）	・ 新規顧客が増えていない影響が2～3か月後に出るとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・ 企業からは物価高の影響を価格に転嫁できないという声が出てきている。
	×	—	—