

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）	・ 中国人観光客による売上の回復は見込めないものの、欧米からのインバウンド需要は底堅い。クリスマス休暇やスキーシーズンなどで北陸を訪れる欧米人観光客は引き続き多いとみており、好調な推移が続くと考える。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・ 需要期になり購買が増えることに期待している。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ 物価対策が進みそうであるため、少し経済が回っていくとみている。
	○	スーパー（店長）	・ ガソリンの暫定税率廃止など、政策が良い方向に進むと期待している。
	○	スーパー（役員）	・ 節約志向は続くともっているが、新政権の経済対策により一般家庭の負担は一時的だが緩和されるため、食品の買い控えなどは起こらないと考える。
	○	コンビニ（店長）	・ ガソリンの暫定税率廃止を受け家計に余裕が生まれ、客足が戻ることを期待できる。年末商戦の予約に力を入れて、客単価の底上げを狙いたい。
	○	コンビニ（店舗管理）	・ 新政権への期待感から閉塞感が薄まるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ 気候や社会情勢に影響されやすい業種ではあるが、客は賢くメリハリ消費をしていくと考える。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・ 前年は政府が観光支援策として北陸応援割を実施していたため、支援のない今年は厳しい状況が続いている。しかし、県が団体旅行者に1人当たり4000円の地域共通クーポンを付与する観光需要喚起策を検討しているため、その予算が年内に通れば少し風向きが変わるとみている。
	○	タクシー運転手	・ この先、酒を飲む機会が増えることや冬を楽しむ観光客が多くなることから、景気はやや良くなるとみている。
	○	美容室（経営者）	・ 美容小物の売上が良くなってきている。目先の変わった5000円程度の商品に客は財布のひもを緩めている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ 生鮮食品が良くない状態はしばらく続くともっている。生鮮食品は何でも高いという客の意識があり、コストパフォーマンスの観点から総菜が動いていると考える。
	□	百貨店（販売促進担当）	・ 物価高に対する市場の反応が強い。衣食住のうち、特に食については毎日欠かせないため購入せざるを得ないが、我慢できる衣料品にまで手が伸びていない。政府によって物価高対策という言葉は広がっているが、生活者の感覚にまでは届いていない。
	□	スーパー（仕入担当）	・ 年末に向けて現状の販売数を維持できれば、ある程度売上増加が見込める。ただし、年末商材は単価が高いため、通常の商品と同様に販売数が推移するとは限らない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 客の節約志向が強く、当面、売上回復の見通しが立たない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 価格上昇に客が慣れてきたのか、客単価がやや上向いている。
	□	家電量販店（本部）	・ パソコン特需の動きが弱まり、今後は反動減も想定している。一方で、厳冬の気配があるため、季節商材には好影響が出るとみている。全体として景気は変わらないと考える。
	□	乗用車販売店（経営者）	・ 今の状況が変わる要素があるとは考えられない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・ 特に大きな変化はないとみている。
	□	乗用車販売店（経理）	・ 以前は決算期に向けて動きがあったが、新車納期の長期化等の影響により、これまでのような盛り上がりがなくなっている。法改正により、車検の受検期間が前倒しされて初めての決算期を迎えるが、どのような影響が出るかは不明である。
	□	住関連専門店（役員）	・ 物価高が問題視されるようになってから、市場では食料品を中心に3割前後販売価格が高騰している。当社においても今後仕入商品の更なる値上げが控えているため、ますます客が買えない、買わない要素が増える。

□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・来年1年間は頑張るが、状況が良くならなければ廃業するつもりである。
□	一般レストラン（店長）	・天候やインバウンドなど気になる要素はあるが、影響は少ないとみている。
□	一般レストラン（統括）	・現在みられる来客数の好調は、年明け1月まで続くと考える。例年2月は雪の影響により来客数が減少するため、今年度も例年同様に推移するとみている。
□	スナック（経営者）	・先行きが不透明であり、豪雪の予報も伝えられているため、余り期待ができない。
□	観光型旅館（経営者）	・年内の予約は前年並みに推移しているが、正月明け以降の予約が低迷しており先行きが不安である。
□	観光型旅館（経理）	・前年1月1日に発生した能登半島地震により休業状態が続いており、再開までにまだ1年以上の期間を要する見込みである。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・国内観光客の動きが弱い。
□	通信会社（職員）	・景気が変わる要素は特にない。
□	通信会社（営業担当）	・客の様子や前年と比べた販売量に大きな変化がない。
□	通信会社（役員）	・前年同期と比べて、新規契約獲得数が同レベルか若干下回る形で推移すると考える。
□	通信会社（役員）	・当社の扱っている商品やサービスは生活インフラであるため、競合他社が存在するものの大きな変化はないとみている。
□	パチンコ店（経理）	・大きな政策がなく、景気回復は望めない。
□	競輪場（職員）	・売上水準が高くなる一方で、委託や物品購入に係る費用が増加しており、今後の景気については楽観視できない。
□	住宅販売会社（従業員）	・優良企業数の違いという地域の経済的格差によって、契約件数が異なるとみている。今後もこの傾向が続くかどうか注視したい。
□	住宅販売会社（従業員）	・人手不足や原材料費高騰などの影響を受け、売上の増加は見込めない状況である。
□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の価格が安定しない上、人手不足となっている。
□	住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が全く見当たらない。悪くなることはあっても良くなることはないとみている。
▲	商店街（代表者）	・年末年始の来街者数は天候に左右されるため予想ができない。また、客の購買意欲が盛り上がる要素が見当たらない。
▲	百貨店（売場主任）	・中国人観光客の渡航自粛の状況がいつまで続くのか見通せない。春節期間まで長引く可能性が高く、そうなった場合はしばらく前年割れの状況が続く見込みである。
▲	百貨店（販売担当）	・今後のガソリン価格引下げにより、郊外に住む30～50代の客はより遠くの低価格帯の店舗や商品が多い都会の商業施設に流れるとみている。ボリューム層の客を単店で訴求するには非常に厳しい状況である。一方、絵画や金などの高級雑貨商材は比較的堅調である。富裕層にシフトしたり、限定商材を拡大したりするなどの特色を打ち出していくことがより必要になってくるが、数か月で改善できる内容ではなく、しばらく景気はやや悪化するとみている。
▲	コンビニ（店長）	・来客数の減少から景気は悪くなるとみている。店舗のサービスレベルを上げたくても、赤字を防ぐために仕方なく人員削減をし、営業力が低下していることから、現時点の質を下げないようにするので精一杯である。利益の減少と経費の増加を抑えなくてはならない状況がこれからも続く。
▲	家電量販店（店長）	・物価高がおさまらず、強力な買い控えが続いている。
▲	家電量販店（店長）	・水道光熱費の高騰により節水、節電の意識が高まって、商品の買換えを検討する客が増えている。しかし、付加機能による利便性を求める客が減っており、単価が下がっている。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・新車注文できない車種があることが影響し、新車、中古車共に受注が弱く目標を割り込んでいる。物価高の影響により節約志向が進むなか、自動車のような高額品に対する消費者心理の冷え込みが進むとみている。
▲	都市型ホテル（役員）	・販売価格を上げてコスト上昇分を補ってきたが、前年と比べて稼働率が低下しており、価格転嫁が難しくなっている。
▲	旅行代理店（従業員）	・貸切バスの料金改定などを含めて物価高騰が止まらないため、客が旅行を控えるようになる心配がある。

	▲	タクシー運転手	・インフルエンザの感染拡大とインバウンド激減による影響のため、外を出歩く人が減って景気も悪くなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・景気対策が打ち出されているが、具体的な方法や時期が不明であるため、現在の悪い状況がまだ続くとみている。
	×	テーマパーク（役員）	・物価高などの影響もあるのか、先行きの予約状況が全体として悪くなっている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・依然として欧州向けの二輪車関連製品の需要が旺盛で、生産が追い付かない状況が続いている。しかし、ASEAN向けの二輪車関連製品については、タイを中心に厳しい状況となっている。ベトナムでは来年、都市部を中心に排ガス規制が導入予定で、完成車メーカーの生産が低調となっている。
	○	輸送業（経理）	・軽油の暫定税率廃止が実現すれば、その分利益が上振れるため景気はやや良くなる。
	□	食料品製造業（経営企画）	・年末年始の最需要期を迎え、一時的に数字は上向くとみているが、もとより経営環境は逆風ばかりである。さらに、中国による再度の日本産水産物輸入禁止措置の影響を受けることは確実で、プラスチック材料がほとんど見当たらない。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・受注量、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。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・コロナ禍明け以降、新規案件の引き合いから金型、設備着工までの期間が2～3か月から半年～1年程度に伸びる傾向がある。ここ数年の実績を踏まえると、目先2～3か月で販売量が伸びる要素がほぼなく、車載関連製品を中心に横ばいが続くとみている。ただし、産業機器関連製品の受注が若干回復基調になってきている。
	□	精密機械器具製造業（財務担当）	・客先からの受注が堅調に推移している。
	□	建設業（役員）	・年明け以降の先行きにまだ不透明感があり、何ともいえない状況である。
	□	金融業（融資担当）	・日中関係がどの程度まで影響を及ぼすか不透明な状況である。中国による人流制限により観光関連は下振れを見込むが、素材や部品等にまで制限の範囲が及べば更なる下振れのおそれがある。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せが少ない。
	□	司法書士	・12月以降、企業の利益面においても消費者の動向においても、最低賃金引上げの影響が出るとみている。
	□	税理士（所長）	・飲食業については忘年会シーズンに向けて更なる売上増加を期待できるが、台湾をめぐる問題に対する中国の動きが、観光業だけでなく小売業などの他業種にも悪影響をもたらす可能性がある。
	▲	繊維工業（総括）	・最低賃金の大幅な引上げに加え、今後は米国の関税引上げの影響が顕在化することを懸念している。
	▲	通信業（営業）	・円安が続くなか、輸出関連企業からの受注は停滞するとみている。一方でその他の業種は現状どおり推移するとみられる。
	▲	金融業（融資担当）	・物価高と賃上げが企業収益を圧迫するなか、今後中国との外交問題による影響が出てくると考えられ、厳しい環境が続く。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の申込件数が増加している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・住宅業界において需要に供給が追いついていないように、人手不足と原材料価格の高騰が景気の足かせとなる状態が続いている。
	□	職業安定所（職員）	・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おり、前年同月と比較すると有効求人倍率も徐々に下がっている。さらに、10月からの最低賃金の大幅な引上げで先行きを不安視する事業所も少なくなく、廃業したり事業を縮小したりする企業が増加している。

	□	民間職業紹介機関（経営者）	・最低賃金引上げと物価高騰によるコスト増加の影響から、大幅な景気改善は期待できない。今後も企業の人手不足は続くと思われることから、当面このままの状況が続くと考える。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安、前年の能登半島地震と豪雨災害の影響に加え、米国の関税問題や少数政権政党による運営であることの影響が懸念され、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）	・求人数が微減しているにもかかわらず求職者数も減っており、人材派遣業としては厳しい状況となっている。また、求職者数は高齢者の割合が高く、雇用につながらないケースが多い。こうした傾向が改善する兆しがまだない。
	▲	職業安定所（職員）	・運送業を中心に、ガソリンの暫定税率が廃止されることを理由に値下げ圧力が強まるという声を聞く。
	▲	職業安定所（職員）	・人手不足の状況は変わっていない。採用はしたいが、業績が良くないためにやむを得ず募集を中止する事業所が出てきている。
	×	—	—