

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）	・2月は春節本番を迎えるため、1月は減少していた中国圏からのインバウンド需要の回復が確実である。現在、日本人観光客と欧米やオーストラリアからのインバウンドだけで前年比130%の売上を作れているため、そこに春節需要が上乗せされる来月以降は、更なる売上拡大が見込める。客層のバランスが取れた非常によい状態が続くとみている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・春の需要期に入るため、景気はやや良くなるとみている。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費税減税など景気に直結する政策が控えており、影響が出るとみている。
	○	コンビニ（店舗管理）	・大型経済対策実施の雰囲気があるため、消費が活発になるとみている。
	○	家電量販店（店長）	・2027年にエアコンの省エネ基準が大幅に強化されることで駆け込み需要が出てくる。また、ハードディスクやメモリ高騰によるパソコンの値上げが発生するため、こちらも最後の駆け込み需要があるとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・大規模設備投資を行い、施設の環境整備を実施した。テナントへの出店意欲が以前より増しており、売上の改善が期待できる。
	○	一般レストラン（統括）	・衆議院選挙の結果次第の部分もあるが、年度末からゴールデンウィークの春に向けて外食頻度は上がると考えるため、現在よりも景気は良くなるとみている。しかし、食料品の消費税廃止が実現する方向に向かうと、外食業界は厳しい状況になると考える。
	○	通信会社（営業担当）	・新入学の時期を迎えるため、来客数が増加し、必然的に販売数も増加すると考える。
	○	テーマパーク（役員）	・大雪による影響は落ち着くとみているが、物価高による外出控えは続くと考えられ、全体としては、やや回復といった状況で推移するとみている。
	○	パチンコ店（経理）	・消費税や所得税の減税が実施され、可処分所得が増えれば、消費は増えると考ええる。
	○	美容室（経営者）	・衆議院選挙の結果にもよるが、現在の政権政党が信任されれば短期的、一時的ではあっても景気は良くなる。
	□	商店街（代表者）	・先行きが不透明で消費傾向が読みにくいなか、空き店舗の問合せも少なく、様子見の傾向が強い。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・これからもしばらく物価高が続くため、状況は変わらないとみている。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・消費者の心理的不安、物価高による実質賃金の低下など様々な要因が考えられ、必要不可欠な物以外は買い控える状況が続くとみている。
	□	百貨店（売場主任）	・中国からの航空便の運休が10月23日まで延長となった。しばらくは中国からのインバウンドの渡航自粛が続くため、厳しい状況が続くとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・天候要因を除いても、低迷の状況が当面続くとみている。春の新生活需要に若干期待しているが、生活必需品のみの購入となり、全般的に厳しくなるとみている。理由は、生活必需品が今後値上げされることに加え、ここ数か月購買率が低迷しているためである。低価格商品の導入で伸長するかもしれないが、消費マインドは大きく低下するとみている。
	□	スーパー（店長）	・客の買い方に変化がない。
	□	スーパー（仕入担当）	・天候による内食需要、中食需要への影響は予測できないが、節約志向は強いと考えており、引き続き外食を控える傾向が続くとみている。
	□	スーパー（役員）	・食品の値上げは今年も多いとみている。特に3月以降は加工食品の改廃時期になり、毎年多くの値上げが実施されているため、価格上昇は今後も続くと考える。一方、生鮮品に関しては、一部価格が前年を下回るものも出ているため、景気は変わらないとみている。

□	コンビニ（店長）	・天候の影響で購入点数が増加する一方で、当店で軽食を買い求める客の低価格志向が強まっており、安い物を少しでも購入する傾向がみられる。先行きは総合して大きく変わらないとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・消費者心理は当分好転しそうになく、一進一退の状況が続くとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・政局の動きや社会情勢の変化による消費者の動向、また、天候不順による季節感の欠如がもたらす購買意欲の低下などに景気が左右される。
□	家電量販店（本部）	・弱含んでいる大型白物家電の動きが不透明で、新生活需要は前年並みを見込んでいる。
□	乗用車販売店（経営者）	・例年この時期は客の動きが増えてくるため、現在のやや良い状況が続くとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・特に大きな変化はないが、大雪の影響により客足が鈍い。
□	乗用車販売店（経理）	・新型車の発売、モデルチェンジなどを通じて需要が続くとみている。
□	住関連専門店（役員）	・依然として、耐久財の消費は取り残されている。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上悪くなってほしくない。
□	高級レストラン（スタッフ）	・能登の観光需要喚起を図るキャンペーンが3月1日から7月31日まで行われるが、地域的に現状では恩恵がない。
□	観光型旅館（経営者）	・2月以降も厳しい予約状況が続いている。客は天候を見て、実際に予約しようとしている。
□	観光型旅館（経理）	・2024年1月1日に発生した能登半島地震以降休業状態が続いており、営業再開までにかかなりの期間を要する見込みである。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・客はシニア層が多く、物価高により消費額が厳しい。
□	都市型ホテル（役員）	・インバウンド需要の減少に伴い、競合ホテルと価格競争が発生すると予想しており、客室単価の下落と稼働率低下が続くことを懸念している。
□	旅行代理店（従業員）	・客からの受注状況による。
□	タクシー運転手	・新年度に向けて何かと外出の機会が多くなり、タクシーの利用が見込まれる。
□	タクシー運転手	・期待はしたいが、全て政治の動き次第だと考える。非常に厳しい状態が続くため、経費削減の上で運営するしかない。
□	通信会社（職員）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
□	通信会社（役員）	・年度初めの商戦期に入るが、前年と同レベルの契約数で推移するとみている。
□	通信会社（役員）	・取扱サービスが生活インフラであり、景気に余り左右されない。ただし、一部の同業他社において値上げの動きが見られる。
□	住宅販売会社（従業員）	・今後は大きな変化が予想できない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・大雪の影響などを考えると、近々に消費が伸びる要素は少ない。所得増加などで経済循環が整い消費が回らないと、大きな潮流は変わらないと考える。
▲	衣料品専門店（経営者）	・2～3か月後から更に価格を引き上げるメーカーが多い。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・物価高の影響により、客の購買意欲が低下している。
▲	一般レストラン（店長）	・急な衆議院選挙があり、県知事選挙も予定されている。会合など人の動きが少なくなる。
▲	スナック（経営者）	・国内外共に国際的な影響があり、全体的に先行きが不透明で希望がみえない。
▲	競輪場（職員）	・売上自体は好調ではあるものの、人件費や材料費が高騰しており、収益が減少するおそれがある。社会全体が同じ状況であるため、売上の伸びが縮小するおそれもある。
▲	住宅販売会社（従業員）	・建築価格が落ち着けばよいがまだ上昇傾向にあり、金利も上がっているなか、早く建築しようかどうか迷っている客が増えている。今の価格が妥当とみるまでにまだ時間が掛かりそうであるため、しばらくはやや悪くなるとみている。

	▲	住宅販売会社（従業員）	・積極財政が続くと景気は多少上向くかもしれないが、金利の上昇と政府の財政悪化による増税懸念などマイナス面も考えられる。住宅などの高価な商品にとっては苦しい販売環境になると考える。
	▲	住宅販売会社（営業）	・原材料の価格上昇や賃上げの影響が更に強まり、販売価格を抑えようにも抑えられないことで、受注に深刻な悪影響が出ると考える。
	×	商店街（代表者）	・食料品の支出に占める割合が非常に高くなっているとみている。他の日用品に支出を回す余裕がない消費者が多いようである。
	×	コンビニ（店長）	・仕入れ抑制によって売上が減少しても、経費を削減しないと必要最低限の利益すら出せない。経費抑制による商品量の減少、従業員数の削減による売上減少が続く。これ以上経費を掛けることができず、非常に困っている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震による被災から3年目に突入したが、いまだ復興とまではいかない状況である。しかし、積極的に販売促進活動を繰り返すことにより、僅かながら数字は右肩上がりで推移する見込みである。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・二輪車関連製品の欧州向け輸出を中心に計画超過の注文が入っている。国内向けの産業機械関連製品なども、ほぼ計画を上回る水準で受注している。
	○	建設業（経営者）	・3月末までに完成する公共工事の金額が増え、それに伴って収益も増える。
	○	司法書士	・不動産鑑定士の話では、駅前の賃貸物件は空室がなく、賃料は高いままの状況らしい。駅前は今後も再開発事業が進むため、駅周辺では景気が良くなると考える。
	○	税理士（所長）	・国内、海外共に一旦は状況が落ち着くため、製造業や建設業は年度末に向けて受注消化の方向に向かう。また、人の動きが出てくるため、飲食業や観光業に動きが出るとみている。
	□	化学工業（総務担当）	・受注量は3か月前と比べて変わらず推移している。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・受注予測や販売予測に特段の動きが見られない。
	□	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。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・工作機械の受注が若干増加傾向にあるものの、依然としてほぼ横ばいで推移している。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規案件の引き合いが増加してはいるものの、新型コロナウイルス感染症発生前と異なり、開発品の量産化までの期間が以前と比較して長期化しているため、2～3か月先の期間では売上増加を見込める状況にはない。ただし、引き合い案件の増加に伴う受注増加が見込まれるため、6か月から1年先の期間での売上増加に期待している。
	□	輸送業（経理）	・ガソリンや軽油の価格は下がるが、それ以外の価格が軒並み上がるため、景気は変わらない。
	□	通信業（営業）	・衆議院選挙後の株価や金利の動きにも左右されると考えるが、基本的に変化はないとみている。
	□	金融業（融資担当）	・人件費の引上げにより個人消費の増加が期待できるが、物価上昇分をカバーしているかは不透明である。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せが少ない。また、取引先から活発な話を聞かない。
	▲	繊維工業（総括）	・国内や中国のファッション市況の低迷に加え、これまで好調であったスポーツやアウトドア用途にも減速感が出ており、先行きに対する不透明感が強まっている。
	▲	建設業（役員）	・今後の受注量については拡大が見込めず、先細り感が強い。
	▲	金融業（融資担当）	・足元の物価高、賃上げ圧力が続くなか、米国と諸外国との関係悪化や国内の政治停滞など外部環境に好材料が少なく、改善の兆しがみえない。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の見込み数が増加している。

（北陸）	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（営業）	・楽観や悲観する強い材料はないが、衆議院選挙を受けて減税があるのかどうかで状況は変化するとみている。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・引き続き高齢者の求職意欲は高いが、マッチングできる求人数が少なく、世代によってミスマッチ感が強い。したがって、全体的に現状と大きくは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・有効求職者数が減少傾向にあるため有効求人倍率は上昇傾向にあるものの、求人数はそれほど大きく変化していない。
	<input type="checkbox"/>	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数や有効求人倍率が徐々に下がっている。また、前年10月から最低賃金が大幅に引き上げられ、人件費の高騰により先行きを不安視する事業所も少なくない。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（経営者）	・賃金引上げと長期にわたる物価上昇によるコスト増加の影響から、中小企業は依然厳しい経営状況にある。景気動向に大きな変化はなく、今後もこのままの状況が続くと考える。
	<input type="checkbox"/>	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安、能登半島地震と豪雨災害の影響に加え、日中関係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）	・現在派遣しているスタッフの契約解除と、新たな派遣人員の受入れ停止の件数が多くなっている。幾つかの派遣先企業から、来年度の生産計画が予想以上に落ち込むという情報も入ってきている。