

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）	・中国経済の先行きが不透明であることから、かつてのような爆買いは期待しづらい状況である。しかし、日本人客による購買が好調で、多様化したインバウンド需要も定着しているため、今後数か月は高い売上水準を維持できるとみている。春の観光シーズンに向け、日本人向けの品ぞろえを強化することで、安定した推移を見込んでいる。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来客数が増えており、しばらくこの傾向が続くそうである。
	○	コンビニ（店舗管理）	・米の価格が下がると考える。
	○	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢の安定が経済を活気付け、消費者マインドを高揚させると考える。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・施設及びテナントの設備投資が進んでおり、全体として来客数と売上の増加が期待できる。
	○	一般レストラン（店長）	・2月は閑散期の上、悪い条件が重なり状況が良くなかったが、株価の上昇など明るい兆しもみられるため、回復に期待したい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの引き合いが多い。宿泊部門が売上をけん引し、レストラン部門も回復傾向が続くとみているが、宴会部門が回復するかは分からない。
	○	タクシー運転手	・県知事選挙が終わり、新年度に入れば飲食の機会が増えるため、景気は良くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・春からの観光シーズンにインバウンドがどの程度訪れるか、経済状況が不透明ななかで落ち着いた状況が続く。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・総菜は好調、生鮮品はやや低調という状態がしばらくは続くともみている。金に余裕のある客に動きがあることを期待している。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・賃金は微増するとみているが、物価高は継続し、個人消費は足踏みすると考える。
	□	百貨店（売場主任）	・インバウンド売上の低迷に出口がみえないため、しばらくは厳しい状況が続くとみている。ただし、免税手続の件数は伸びている。
	□	百貨店（販売促進担当）	・春闘の状況から、賃上げが進み個人消費は活発化していくと考えるが、その恩恵は生活に不可欠である食、住、衣の順で受けると考える。小売では、ファッション関連に消費が回ることが景気の良しあしを判断する基準といえるため、注視したい。
	□	百貨店（販売担当）	・一般客に関しては、低価格志向と吟味して購入する傾向は続くともみている。特に生活必需品以外のファッション関連は、当面苦戦すると考える。低価格商品の拡大も限界で、価値と価格のバランスを客が理解するまでに相当時間を要するとみている。一方、富裕層は経済状況の変化が少なければ、今後も継続した購入が見込める。貧富の差が拡大しており、店舗運営にはバランスが必要で、難しさが増している。
	□	スーパー（店長）	・更に値上げが進んでおり、生活は楽になっていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現在の環境では、景気が好転していくことは余り考えられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・若い客の新規来店が増えている。ゴールデンウィーク頃まで、現在のやや良い状況が続くとみている。
	□	家電量販店（店長）	・値上げが止まらないため、客の購買意欲は高まらない。
	□	家電量販店（店長）	・処分商材は売れるが、客への聞き取りを行うと、壊れたことによる買換えがほとんどである。商材の買換えサイクルが延びている。
□	家電量販店（本部）	・全体としては堅調ながら、持続的な成長を促す要因は乏しく、厳しい。今後はエアコンの2027年問題などプラスに転じる要素も一部にはあるが、見通しは総じて不透明である。	
□	乗用車販売店（従業員）	・特に大きな変化はみられない。	
□	乗用車販売店（総務担当）	・新年度を迎えるため一定の需要は見込めるが、供給不足も継続するとみており、状況は変わらない。	

□	乗用車販売店（経理）	・4月以降に自動車業界以外でも更なる値上げが実施される。これによる影響が不明であるため、判断を据え置いている。
□	住関連専門店（役員）	・景気が大きく変化することは到底期待できない。ゴールデンウィークを控え、需要期を迎えるが、最近の状況から旅行や食事など別の分野に消費が回るとみている。
□	高級レストラン（スタッフ）	・仕入価格が高くなっているため商品の価格を上げたいが、地元客は単価にシビアであるため、来客数と単価のバランスが取れず苦戦が続いている。
□	一般レストラン（統括）	・通常であれば、年度末、年度初めからゴールデンウィークまで外食の需要は上向く傾向があり、現在は客の行動が活発化し始めている。しかし、先日の大手ファーストフード店の値上げを受けて、他社もこれに続き4月に値上げをすると、消費者マインドが低下し、外食需要はゴールデンウィークに集中すると考える。
□	観光型旅館（経営者）	・3月の3連休や日並びの良いゴールデンウィークなどで、売上増加が見込める。
□	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、再開までにまだかなりの期間を要する。
□	通信会社（職員）	・景気が好転する要因が特にならない。
□	通信会社（営業担当）	・新入学の時期と重なり販売量は増加しているが、一時的なものだとみている。
□	通信会社（役員）	・商戦期を迎えるが、競合他社との競争が激しくなることが予想され、解約数が増えるともみている。
□	通信会社（役員）	・取り扱っているサービスごとに契約件数は異なるが、総合的にみて現状維持の状況である。
□	テーマパーク（役員）	・先行きの予約状況を見ると、団体客については一部に弱さがあるが、個人客、インバウンドを含めた全体では変わらない。
□	パチンコ店（経理）	・消費税減税や物価対策がこの先3か月の間には間に合わないため、景気は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・現状の受注状況が続くとみている。能登半島地震からの復興受注には変化がみられ、多くの人が地元を離れて別の地域で中古住宅を探すなどの問合せが増えている。
□	住宅販売会社（従業員）	・建築単価の高止まりが続き、住宅ローンの金利が上昇することで、消費者のマインドが低下している。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・春の需要期が一旦落ち着くため、低調になるとみている。
▲	スーパー（仕入担当）	・春夏商材への切替えのタイミングでは値上げが多く、値上げ幅も大きいため、販売数に大きくマイナスの影響が出るとみている。
▲	スーパー（役員）	・消費者の節約志向は月を追うたびに顕著になっている。
▲	乗用車販売店（経営者）	・例年、年度末決算が終わるとしばらくは自動車の購入が低調になるため、2～3か月先はやや悪くなるとみている。
▲	スナック（経営者）	・国内外の状況から、ますます格差社会が進み、一般的に厳しさが増すと考える。
▲	旅行代理店（従業員）	・旅行単価の上昇傾向が強く、客の許容範囲を超えつつある。
▲	競輪場（職員）	・激しい物価高のため、消費を抑えようという動きが事業者間でみられる。消費者にもこのような動きがあると消費は低迷すると考える。
▲	住宅販売会社（従業員）	・イベント来場者は若干減少傾向で、これからの需要期に例年並みの受注ができるかどうか難しい。受注数が減るなか、今までは1件当たりの金額が増えることで売上は増えたが、今年も同様になるかはまだみえない状況である。
▲	住宅販売会社（営業）	・物価高による建設費の高騰や行政手続の厳正化による工期の長期化、住宅ローンの金利上昇への懸念など、業界を取り巻く環境が厳しい。
×	商店街（代表者）	・店舗の開店もあるが、閉店も多い。百貨店やショッピングセンターでも、空き店舗が増えている。駅直結の商業施設にも空き店舗があり、高額な家賃に見合う売上が確保できないようである。

	×	コンビニ（店長）	・何とか現状を維持しているだけで、売上増加に向けた挑戦が予算の制約により行うことができない。売上の維持も、最近の値上げによる商品単価の上昇が主な要因である。来客数は、前年、前々年と比較すると下降の一途をたどっており、しばらくは減少が続くとみている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・50年以上取引をしてきた酒の総合問屋が突然廃業した。予期せぬことで、全く先が見えない世の中になってきた。景気が悪くなるという感覚で一杯である。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	*	*
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内は企業の設備投資需要が堅調で、関係部品などの受注が旺盛である。海外は欧州向けの二輪車関連製品が引き続き好調で、船便の手配が厳しくなっていることもあり、生産の前倒しが必要になっている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・今までの傾向から、産業用機器関連の受注が増加傾向にあることにより、他の民生用機器などの受注も増加すると考えている。ただし、車載関連製品に関しては、新規のバッテリー式電気自動車関連の立ち上げの日程が、引き続き先送りになっている。
	○	建設業（経営者）	・現内閣が国土強靱化を最重点課題としていることが、国だけでなく県や市町村にも波及効果をもたらし、工事の発注量が増えるともみている。
	○	輸送業（経理）	・今後はドライバーに対しての待遇が見直されていくと考える。
	○	通信業（営業）	・安定した政権運営が期待され、株価や円の動きも当面安定している。
	○	税理士（所長）	・テレビ番組で紹介された地元地域を訪れる人が増えている。県内ではこの後も季節のイベントやホテルイカ漁などでにぎわうとみており、消費が加速する。
	□	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震での被災により失った大口の取引の穴を埋めるべく、新商品開発や新たなチャネル開拓に取り組んでいるが、なかなか成果が現れていない。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・受注及び販売見込みに大きな動きが見られない。
	□	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。
	□	輸送業（管理会計担当）	・引き続き、運賃改定の交渉をしていくが、物量に大きな変化はない見通しである。ドライバー不足と労働時間の規制もあり、物理的に物量増加を図れない。
	□	金融業（融資担当）	・物価高、賃上げなどによるコスト増加は、依然として企業収益を圧迫している。一方で、国内政治は衆議院選挙の結果により、今後の経済政策がどのように推し進められるのか、景気改善への期待感がある。
	□	金融業（融資担当）	・企業業績は価格転嫁や単価の引上げ効果からおおむね増収だが、利益率は悪化傾向にある。要因としては、仕入価格の上昇を上回る価格転嫁が進んでいないことに加え、人材確保のための人件費増加が挙げられる。受注状況については特段大きな変化はないが、今後各社の利益率が更に悪化したり、価格を改定した場合に受注に影響が出たりすることが考えられる。
	□	不動産業（経営者）	・時期的なものは別として、個人からの電話相談や法人からの問合せは、かなり少なくなっている。
	□	司法書士	・駅周辺の再開発は進んでいるが、地域的な偏りがあり、全体の景気に影響があるかは疑問である。
	▲	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）	・前年同期と比べて、今年の先行きの受注量には拡大が見込めない。
	×	—	—
	◎	—	—
	雇用 関連 (北陸)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）
□		職業安定所（職員）	・生活費の確保を目的とした高齢の求職者数が増えているが、若年者がやりたがらない仕事は希望しておらず、仕事を選ぶ余裕のみられる。

□	職業安定所（職員）	・事業所の話を聞くと、ほとんどの企業が景気はほぼ変わらないとみているようである。
□	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徐々に厳しくなっており、前年同月と比べて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月からの最低賃金の大幅な引上げによる人件費高騰や、米国の関税など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）	・賃上げと物価上昇によるコスト増加の影響はあるものの、中小企業における人材確保のための求人の動きはある。しかし、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。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇、円安、能登半島地震と豪雨災害の影響、日中関係による影響、米国の関税など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）	・派遣先企業の業種により新たな派遣依頼の増減はあるが、全体的に減少している。現在派遣しているスタッフの中途解除も増えてきている。
×	—	—