

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)	◎	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・夏休みやお盆がある8月は例年帰省客でにぎわうが、今年は前年以上に帰省客の数が多かった。また、国内観光客やインバウンドも多く、外食産業全体がにぎわっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は暑い日が続き、近いところでもタクシーを利用するようになっている。また、お盆期間の帰省客や観光客、インバウンドも多く、忙しい。
	○	スーパー（仕入 担当）	来客数の動き	・地域の街おこしイベント等により、観光客を始め来客数が増えてきているため、全体的に業績は上向きである。しかし、いつまで続くかは見通せない。
	○	一般レストラン (経理)	来客数の動き	・2年前の能登半島地震から当温泉地は少しずつ復興が進んでおり、来客数も増えつつある。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・売上は前年同期比で約7%増加し、堅調に推移している。欧米やオーストラリアからのインバウンドは前年と同水準を維持しているが、前年目立った中国からのインバウンドによる高額品のまとめ買いが落ち着き、免税売上は減少している。一方、お盆期間を中心に日本人観光客による購入が急増しており、一般売上が前年比で約6割増加と大幅に伸長している。インバウンドの高額消費に過度に依存せず、国内需要の強さが全体の売上を力強く下支えしている。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・今月はお盆期間を含め、前年同期より人出が多い。観光客や帰省客を始め、休み中は家族連れで飲食店がにぎわっている一方、宝飾店や衣料品店等の買回品店の客は少ない印象を受ける。
	□	一般小売店〔精 肉〕（店長）	販売量の動き	・牛肉の売上は徐々に回復しているが、ギフトの売上はまだ回復しない。
	□	一般小売店〔事 務用品〕（店 長）	来客数の動き	・頻繁な値上げが客の買い控えにつながっている。
	□	百貨店（売場主 任）	来客数の動き	・8月の後半にレベル5大雨特別警報が発表され、管内及び市内中心部から人が消えて閑散とした状況となり、売上が低迷した。しかし、月前半が好調に推移していたため、月全体では前年の実績を超えている。国内富裕層による高額品の売上が好調に推移し、全体をけん引している。
	□	百貨店（販売促 進担当）	販売量の動き	・中東情勢は好転せず、依然として物価高の状況である。AI関連銘柄などの株価高騰や最低賃金引上げ、米価格の下落など不確定要素が多い。一部では景気の良い層もあるが、大多数を占める一般中間層以下においては必要最低限の消費しかない。
	□	百貨店（売場担 当）	来客数の動き	・お中元ギフトを求める客は減少しているが、帰省時の土産やお盆期間の来客に備えて商品を購入する客が多く、全体では前年並みの来客数である。今年は帰省客の滞在期間が長く、節約志向から自宅で料理を振る舞う人が多いようで、オードブルなどの総菜が動いている。
	□	家電量販店（店 長）	販売量の動き	・売上は前年並みである。猛暑日が続いているが、エアコン販売などの大きな動きにはつながらなかった。
	□	家電量販店（本 部）	来客数の動き	・気温の変動に伴い来客数が増減しているが、良くも悪くも平年並みである。
	□	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・来場者が車の購入に慎重な様子は変わらず、車検整備をして乗り続ける人が多くなっている。
	□	乗用車販売店 (経理)	販売量の動き	・今月は稼働日数が少ないため、3か月前と比べて全体の販売台数は減少しているが、新型車登場の効果もあり、1日当たりの受注台数は同水準である。
	□	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・毎年8月前半のお盆までは比較的需要が増加するが、お盆を過ぎた後半は来客数と売上の伸び悩みが著しい。
	□	その他専門店 〔酒〕（経営 者）	来客数の動き	・取引先のうなぎ料理店は連日の猛暑で大変忙しい様子である。しかし、当店の来客数は少なく、全体として引き続き大変悪い状態である。

□	その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	来客数の動き	・夏休みに予定していたイベントが中止や延期となり、来客数に影響が出ているが、お盆期間の帰省客を始めたとした来客数は前年度と変わらない。
□	一般レストラン （店長）	来客数の動き	・来客数の動向で繁閑差が大きい。
□	都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門はインバウンドを中心に前年より回復している。レストラン部門、宴会部門は前年並みだが、8月の後半は急に弱くなった。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・来客数の動きを見ると悪い状態が続いている。
□	通信会社（職 員）	お客様の様子	・問合せ内容に特に変化はない。
□	テーマパーク （役員）	来客数の動き	・国内の団体客やインバウンドの動きはやや鈍いものの、個人客の動きが良いため、全体としては変わらない。
□	美容室（経営 者）	単価の動き	・来客数の減少は少しずつ収まっているが、前年まで順調だった客単価は下落が続いている。同業者も同じような状況らしく、物価高の影響との認識で一致している。
□	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・お盆を過ぎて客の動きは出てきているが、住宅建設契約数は前年より若干減っている。契約金額は建築費の上昇により横ばいである。
□	住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・中古住宅の問合せなど不動産流通に関する問合せが多い。資材価格や人件費の上昇及び金利の先高観があり、新築の契約数は計画を下回っている。
□	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・建築資材の高騰によって、客の動きが鈍い。
□	住宅販売会社 （営業）	お客様の様子	・価格高騰や金利上昇が続いているが、客の動きには大きな変化がみられない。
▲	一般小売店〔書 籍〕（従業員）	来客数の動き	・ここ数か月は来客数の減少が続き、販売量の落ち込みも目立つようになってきた。
▲	一般小売店〔鮮 魚〕（経営全 般）	お客様の様子	・お盆期間は飲食部門が好調だったが、物販は非常に苦戦した。生活防衛意識が非常に高まっているとみられ、客単価は前年割れが続いている。お盆明けの反動減も顕著であり、節約ムードが続いている。
▲	百貨店（販売担 当）	お客様の様子	・気温の影響やセール商材の減少などにより、衣料品が特に苦戦している。夏季の長さに対応し、前年から夏の定価販売商材が増えており、セール販売が減少している。特に衣料品はセールで安く商品を購入したいと考える客が多いため、夏の定価販売商材への移行が進まず苦戦している。一方、肌着などのデイリー商材はリカバリーウェアなどのヒット商材が一部あり、好調に推移している。また、カプセルトイなどのコンテンツやキャラクター販売も単価上昇の影響はなく、数千円の購入をする客は多い。
▲	スーパー（総務 担当）	それ以外	・物価高の影響により、最低限のものしか買わない客が多い。
▲	スーパー（役 員）	お客様の様子	・客の購買行動には、特売日のまとめ買いや低価格商品に集中する傾向がみられ、節約志向が続いている。
▲	コンビニ（店 長）	お客様の様子	・客の購買力が低下している。記録が確認できる2024年から現在にかけて、買上点数が右肩下がりとなっている。先日、コンビニ各社とスーパーがおにぎりの販売価格を下げるとの報道があったが、値下げは客の併せ買いにつながらず、むしろ客単価の下押し要因になることを危惧している。
▲	衣料品専門店 （経営者）	それ以外	・猛暑と豪雨により、客が街に出にくい状況が続いている。前年と比べて、お盆の帰省客も少なかった。
▲	衣料品専門店 （経営者）	単価の動き	・シーズンの過渡期であり、気温の変化や台風、豪雨の影響により売上が変動する不安定な時期である。
▲	乗用車販売店 （総務担当）	販売量の動き	・前年と比べて大きく受注が減少している。
▲	自動車備品販売 店（従業員）	来客数の動き	・全体的な商品価格の上昇により、買い控え傾向がみられ、来客数は減少傾向だが、客単価は上昇している。
▲	旅行代理店（従 業員）	お客様の様子	・取引先企業は余り良くない様子である。

	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に新規獲得数が前年同期を下回り、解約数は前年同月より増えている。
	▲	競輪場（職員）	販売量の動き	・競輪事業は例年どおり開催できているものの、前年と比べて車券の売上が減少することが多くなっている。消費者の景況感が悪くなっていることが影響しているとみられる。
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・小売店の倒産や廃業の話は春頃から聞いていたが、ここに来て問屋の廃業も多くなっている。季節の変わり目で一区切りつける会社が増えている。9月からは、また値上げラッシュである。
	×	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前のピーク時と比較して3分の2まで減少し、売上も減少している。これに対して、客単価や商品単価は4割程度上昇している。前年の売上を何とか維持できている要因は、商品単価の高騰のみである。コンビニのおにぎりが200円を超え、その他の商品の価格もそれ以上に上昇しているため、低価格の飲食店との競合も新たに始まっている。また、特に人件費などの経費が高騰しており、値上げしても追いつかない。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は休日が多くあったが、開店以来初めて固定費も賄えず赤字である。数少ない来店客からも、今月は厳しいという声を聞いている。開店休業状態の日もあり、大変苦しい状況である。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・中東情勢が落ち着き、株価が上昇に転じている背景から、受注量は増加している。設備投資は旺盛であり、新規事業も増加していることにより、販売量は伸びている。
	○	建設業（経営者）	競争相手の様子	・過当競争がなくなってきている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・顧問先の決算状況では、価格転嫁などにより売上が軒並み増加している。ただし、資材価格や人件費が上昇しているため、粗利益率が低下しているか、良くて横ばいといった会社が多い。
	□	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢の影響が長期化し、主原料である石油由来の糸を始め、いろいろな原材料の価格が高止まりしている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注高は変わらず推移している。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	取引先の様子	・原材料調達に関する不安は小さくなったが、価格高騰に対する市場の反応が良くないとする客先が多い。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客先の受注は依然として好調だが、受注が増えた製品に関しては市場が狭く、今後、市況が良くなり受注が伸びるか判断しにくい。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・物量は若干減少しているが、単価が上昇しているため、売上は横ばいである。
	□	輸送業（経理）	取引先の様子	・主要取引先に変化があったが、状況は変わらない。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・依然として中東情勢の不透明感は払拭できず、各種の材料価格は高止まり傾向である。一方で値上げについてはどの業種も理解を得やすい環境にあり、一定の利幅は確保されている。なお、賃上げ圧力は強く、企業業績の利益率の悪化要因となっているが、今後の賃上げが消費の底上げにつながるかは不透明である。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に、個人客から活発な話を聞かない。
	□	司法書士	取引先の様子	・不動産取引は通常よりかなり多いが、相続財産の処分や投資目的の売買であり、景気動向との関連は不明である。
	▲	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の被災から2年半余り、1度失われた売上は、もはや元には戻らない。さらに、中東情勢に限らず、原材料費や人件費などいろいろな物の価格上昇が重なり、収支は悪化するばかりである。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前月発生した令和8年熊本地震の影響により、熊本を拠点とする客先への納入が停止している。
	×	—	—	—

雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・内々定を得た学生の割合が、前年同期と比較して増加している。企業の採用意欲は高く、事業拡大に備えた動きであるとみている。
	□	人材派遣会社 (営業)	求人数の動き	・県内の求人倍率は上昇傾向にあるが、周囲の状況は変わらない。
	□	民間職業紹介機 関（経営者）	求人数の動き	・物価上昇や原材料価格の高騰が幅広い業種に影響を及ぼすなか、求人の動きは職種によってばらつきがあるが、人手不足の傾向は続いている。また、従業員の高齢化も引き続き深刻な状況である。
	▲	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・派遣しているスタッフ数が3か月前と比べて1.3%減っている。
	×	—	—	—