

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）	・夏季休暇の終了に伴い一時的に需要は落ち着くだろうが、秋の行楽シーズンに向けて国内旅行需要の底堅さは続くともっている。欧米圏を中心としたインバウンドが定着し、特定の国による一時的な商品の大量購入に左右されない安定した集客基盤が形成されており、今後も前年並みの高い売上水準を維持できるとみている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・客が値上げを受け入れ始めるとみている。
	○	コンビニ（店舗管理）	・高騰していた米の仕入価格が大きく値下がりする影響が大きい。
	○	乗用車販売店（経営者）	・これからの時期は、各メーカーで新型車の発表が多くなるため、来場者や購入者が増えるともっている。
	○	一般レストラン（経理）	・能登半島地震による被災から当温泉地では少しずつ復興が進んでおり、客も増えつつある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、秋の予約が順調に入っている。
	□	商店街（代表者）	・最寄りの空港発着の国際線が再開したことにより、観光客の入込が増えるともられ、その波及効果に期待している。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・値上げが一旦落ち着いたとみていたが、９月、１０月にまた仕入価格が上昇するため、値上げを検討しなくてはならない。値上げによる売上への影響は不透明である。
	□	百貨店（売場主任）	・物価高の影響により、消費者の節約志向はますます強くなっていくともっている。
	□	百貨店（販売促進担当）	・世界情勢と日本経済が連動している。ウクライナや中東など、世界情勢が安定しなければ、経済成長は空回りが続く。
	□	百貨店（販売担当）	・厳しい暑さの影響により秋物への移行が進みにくく、衣料品は当面苦戦するとみている。この秋は各ブランドで手頃な価格帯の商材がやや拡大するため、これを起点に消費者に訴求する。また、秋色の高気温対応商材の販売を拡大することで、近年減少してきた秋商材の売上を補えると期待している。しかし、秋は連休など休みが多く、レジャーや旅行の支出が増えるため、衣料品の購入にはつながりにくく、コンテンツ関連商品の販売や旅行アイテムの拡大が必須になるとみている。
	□	百貨店（売場担当）	・毎月、取引先から値上げの報告があり、物価高が止まらない。今後は消費者の購買行動がますます慎重になるとみている。
	□	スーパー（仕入担当）	・観光客の増加などにより来客数が増加する一方、９月以降の価格改定による悪影響も見込まれ、どちらに転ぶか分からない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・３か月後は秋シーズン真っただ中であるため売上増加が期待できる。気候や社会情勢が安定することを期待している。
	□	家電量販店（店長）	・故障するなど必要になった場合にしか、客は商品を購入しないとみている。
	□	家電量販店（本部）	・前年と比べて趣味に関連する商材の売上が増加している。春先には特需でエアコンが動いたが、最近の一般的な耐久財の売行きは堅調な範囲で、景気を左右するほどの影響はないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・当分は現状のままとみている。
	□	乗用車販売店（経理）	・中東情勢や物価上昇など先行き不透明な部分はあるが、政府のガソリンに対する補助金の継続方針等を踏まえ、受注面には大きな影響がないとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・本来は最も需要が膨らむ四半期であるが、現在の市況や販売の動きを見ると、回復に向かうとは考えられない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・更なる値上げのニュースが出ており、この先、良くなる要素は全くない。状況が変わらなければ、まだ良い方である。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・秋は県外からの団体旅行が最も多い時期だが、２～３か月先までの受注に好材料は少なく、例年並みの状況で推移している。

□	一般レストラン（店長）	・連休等はそれなりに集客が期待できるが、平日はそれほどでもない。
□	一般レストラン（統括）	・今後は急激な変化はなく、前年と比較して好調な現状を維持するとみている。
□	スナック（経営者）	・世界情勢の不透明さに加え、特に物価高が影響していると考ええる。
□	旅行代理店（従業員）	・回復に時間が掛かるとみている。
□	通信会社（職員）	・景気が良くなりそうであっても、物価高騰がストップを掛けるとみている。
□	通信会社（営業担当）	・新機種の発売に伴い来客数は増えると思っているが、景気が良くなる起爆剤になるかは不透明である。
□	通信会社（役員）	・新規獲得数が前年を若干下回り、解約数は前年より増えると思っている。
□	通信会社（役員）	・円安や原油価格高騰による物価上昇が続く、サービス提供に必要な設備や備品の価格上昇や供給不足が発生しているが、景気が悪くなるほどの影響はないとみている。
□	テーマパーク（役員）	・9月の大型連休により旅行需要が高まる一方、物価高の影響があるため、全体としては変わらないとみている。
□	パチンコ店（経理）	・業界の状況、経済の状況共に、目先に大きな変化がみられない。
□	美容室（経営者）	・物価上昇が収まらないと消費者の購買意欲は上向かない。
□	住宅販売会社（従業員）	・新たな分譲地の販売イベントの開催や住宅展示会の計画があり、一定の成果は得られるとみている。ただし、建築件数が減っているなかで安定した契約金額を維持するためには、設備のグレードアップや外構の整備までしっかり提案することが大切である。
□	住宅販売会社（従業員）	・地価が上がり、建築資材も値上がりしており、客が動かない。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・10月以降は最低賃金引上げや更なる物価上昇という2つのコスト増加が重なり、厳しい状況になるとみている。物価上昇は来店頻度の減少や買い控えにつながるため、来客数や買上点数が落ち込み、全体の売上が下がるとみている。
▲	スーパー（店長）	・自然災害等が身近になってきている。この調子では景気が上向かない。
▲	スーパー（総務担当）	・水害などの影響により、損害が大きい企業が出るとみている。
▲	スーパー（役員）	・10月からの最低賃金引上げに加え、電気・ガス代の補助金がなくなること、中東情勢が改善する見通しが立っていないことなどメーカー側が値上げする要因が多く、今後も商品仕入価格の上昇が続くとみている。客の節約志向をみても、すぐに前向きな購買状況にはならないとみている。
▲	コンビニ（店長）	・今年は例年ほどの猛暑に見舞われず、結果としてソフトドリンクやアイスクリームの販売が不調である。例年であれば9月頃にもう1度販売の山はあるが、今年は早々にピークアウトの兆しがある。特にソフトドリンクの不調は、コンビニにおいて販売量や利益率の減少につながり、厳しいと言わざるを得ない。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・値上げ商品の増加により物価上昇を感じるが増えており、客の購買意欲が下がるとみている。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・近隣に競合店がオープンしたため、影響を受ける可能性が高い。
▲	タクシー運転手	・8月が良すぎたこともあり、観光客は多少減るとみている。10月に入れば秋の観光シーズンとなり、再び観光客が増えると期待している。
▲	タクシー運転手	・物価高が続く限りは、金が掛かるものに支出はしないとみている。
▲	競輪場（職員）	・物価高による生活費高騰の影響が大きい。短期では改善せず、景況感はやや悪くなるとみている。
▲	住宅販売会社（従業員）	・物価や金利の上昇を踏まえ、1円の価値が下がる前に借入れをするという積極的な姿勢が広がってほしいが、やや悪くなるとみている。
▲	住宅販売会社（営業）	・価格の高騰や金利の上昇が続くことは避けられないため、今年度の下期は客足が滞るとみている。徐々に競合負けや計画中止の商談が増え、見込み客が減ってきている。

企業 動向 関連 (北陸)	×	商店街（代表者）	・ 9 月から値上げがあるとの連絡が多く、更に物価は上がるとみている。所得が上がらない限り、景気は良くならないとみている。
	×	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ 9 月に入っても多品目で値上げがあり、その影響は大きく、厳しい状況が続くとみている。
	×	コンビニ（店長）	・ 営業時間を短縮した方が利益が増加するため、夜間営業の停止を検討している。景気を良くする動きではないものの、事業所の維持を優先せざるを得ない。
	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・ 今後は受注高が増える予定である。
	○	プラスチック製品製造業（広報）	・ 今は様子見の姿勢が強く、後半に少し持ち直すとみているが、外部環境が変わらなければ一過性にとどまるとみている。
	○	建設業（経営者）	・ 同業他社も施工の最盛期を迎え、下請け業者や材料納入業者も多忙になるとみている。
	○	不動産業（経営者）	・ 法人からの問合せや相談が出てきている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・ 国内は前月発生した令和 8 年熊本地震の影響により、熊本を拠点とする客先の今後の生産が不透明で、受注見通しの見極めが難しい。海外は欧州向け二輪車用部品の受注が引き続き好調である一方、米国向け産業機械用部品の受注は高関税率の影響などにより低調である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 産業機器関連の受注が好転し、この後も継続若しくは増加傾向であることが、客先への確認で判断できているが、民生用関連の動きが余り良くない。車載関連は、現状維持から若干の増加傾向との見方もあるが、現時点では確実に上向くような情報は得られていない。
	□	輸送業（管理会計担当）	・ 足元の状況から判断すると、3 か月先の物量に大きな変化はないとみている。
	□	輸送業（経理）	・ 中東情勢に大きな変化がみられない。
	□	通信業（営業）	・ 現状どおり当面は好景気が続くとみているが、米国の中間選挙が山場であり、結果次第では景気が大きく左右される可能性があるともみている。
	□	金融業（融資担当）	・ 賃上げ圧力が強く、企業業績の利益率悪化の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。また、今後は豪雨災害の影響が出てくる可能性がある。
	□	司法書士	・ 6 月決算の状況は悪くないが、人手不足や材料費高騰、融資金利の上昇など不安要素が多い。
	□	税理士（所長）	・ 8 月末に豪雨災害があり混とした状況である。災害に見舞われたのは一部地域だが、消費行動は全体的に慎重になるとみている。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・ いろいろなコストアップを踏まえ、9 月に値上げを実施する。販売数量の減少は避けられないが、採算性を考えるとやむを得ない。
	▲	繊維工業（総括）	・ 中東情勢の影響による受注減少は懸念したほどではないものの、先行きの不透明感が強くなっている。
	▲	建設業（役員）	・ 原材料価格が安定しないなか、受注価格の上昇基調も続いている。今後の受注については不透明感があり、先行きが良くなるとは考えにくい。
	▲	金融業（融資担当）	・ 円安の進行に起因する物価高、原油価格の高止まり、海外情勢の不透明感、日中関係の影響によるインバウンド需要の減少など景気の下振れリスクは大きい。更に北陸地域では豪雨災害の影響が大きく、景気が好転するような明るい材料が少ない。
雇用 関連 (北陸)	×	—	—
	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 求人見込み数が増加している。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・ 物資や原材料の不足が収束に向かっており、事業継続の安定感や雇用拡大への期待感がある。
	□	職業安定所（職員）	・ 中東情勢の影響を懸念する声は、これまでと大きくは変わっていない印象を受ける。雇用面でもはっきりした影響はみえていない。
	□	職業安定所（職員）	・ 今後も賃上げや物価上昇、中東情勢の影響等について注視していく必要がある。

	□	民間職業紹介機関（経営者）	・物価高騰や中東情勢の影響など先行きの不透明感が払拭されないため、今後もこのままの状況が続くとみている。
	▲	人材派遣会社（役員）	・求職数の確保が難しくなっている。
	×	—	—