

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<br>関連<br><br>(北陸) | ◎       | コンビニ（店舗管理）                | それ以外    | ・ 今月は日並びが良く、大型連休だったため、例年になく盛況である。                                                                                                                                                                          |
|                        | ○       | 商店街（代表者）                  | 単価の動き   | ・ 今月は地元客が95万円の抹茶碗を即決購入するなど、地域内の富裕層や美術、茶道愛好家による購買意欲が非常に高い。また、インバウンドは米国人客の平均単価が前年と比べて約3倍に急伸び、台湾人客の来訪数も3倍以上増えている。9月の大型連休の活況に加え、平日、通常の週末における売上自体が底上げされており、過去最高レベルの好況感となっている。                                   |
|                        | ○       | その他小売<br>〔ショッピングセンター〕（統括） | それ以外    | ・ 季節の2季化が進むなかで今月は気温が低下し、秋らしい気候となったことにより、衣料品が活発に動いている。特に長袖の売行きが良い。                                                                                                                                          |
|                        | ○       | 一般レストラン（経理）               | 来客数の動き  | ・ 当温泉地全体では、能登半島地震の発生から時間の経過とともに復興が進み、客も徐々に増えている。                                                                                                                                                           |
|                        | ○       | タクシー運転手                   | 来客数の動き  | ・ 今月は後半に大型連休があったため、観光客が多く忙しかった。                                                                                                                                                                            |
|                        | ○       | 通信会社（役員）                  | お客様の様子  | ・ 3か月前と比べて解約数が減少している。新規契約数については前年並みである。                                                                                                                                                                    |
|                        | ○       | 美容室（経営者）                  | 来客数の動き  | ・ 今月の売上、来客数は前年同月比5%以上の伸びとなっている。このようなことは、今年に入って初めてである。ただし、その要因がはっきりしないため、来月以降もまだ不安である。                                                                                                                      |
|                        | □       | 商店街（代表者）                  | 来客数の動き  | ・ 11年ぶりに5連休となった9月の大型連休中は、隣接する百貨店のイベント効果などにより来街者が多かった。飲食店や最寄り品店では、休日を楽しむ若者や家族連れ、キャリーバッグを携えた観光客でにぎわっていた。ただし、その期間以外は天候が悪く、閑散としている。                                                                            |
|                        | □       | 一般小売店〔精肉〕（店長）             | 販売量の動き  | ・ イベントが多かったことにより集客ができ、デイリー商品の動きは良いが、ギフト関係は大口注文がなく、余り良くない。                                                                                                                                                  |
|                        | □       | 一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）           | 販売量の動き  | ・ 販売量は依然として増えない。現在も変わらず、客の生活防衛意識は高いとみている。                                                                                                                                                                  |
|                        | □       | 百貨店（売場主任）                 | 来客数の動き  | ・ 11年ぶりの9月の大型連休が集客に寄与し、全商品群で前年実績を超えている。8月後半の大雨による落ち込みの反動と、9月の恵まれた天候や気温の低下を背景に、しばらく苦戦していた婦人服の販売が久々に好調に推移している。                                                                                               |
|                        | □       | 百貨店（販売促進担当）               | 競争相手の様子 | ・ 高額品等に対する富裕層の購買意欲は高いといえるが、物価高などで中間層の買い控えが日常的に続いている。それに加え、新しい商業施設がオープンするなど、縮小傾向にある市場のなかで奪い合いをしている印象が強い。                                                                                                    |
|                        | □       | 百貨店（販売担当）                 | お客様の様子  | ・ 前年との企画内容の違いにより来客数に差はあるが、大幅な減少はない。期間限定店や食品催事などは好調に推移している。一方、気温の影響があり、衣料品などファッション全般が苦戦している。高単価商材の動きが悪く、収益全体の構造も悪化している。衣料品の単価が高騰し、ヒット商品がなく、量販店との価格差の広がりが必要とみている。また、客の購買行動は変化しており、食への関心が高く、メリハリ消費の傾向が強まっている。 |
|                        | □       | 百貨店（売場担当）                 | お客様の様子  | ・ 平時は来客数が減少傾向だが、ポイントアップや優待期間に来店が集中するため月全体の来客数は横ばいである。物価高の影響により、食品は特売品や割引シールのついた商品の売行きが良い。また、季節商材や消耗品、秋物衣料などは、ポイントアップを狙って購入するなど客の動きがシビアである。                                                                 |

|   |                |        |                                                                                                                                                                                                |
|---|----------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ | スーパー（仕入担当）     | 来客数の動き | ・お盆以降、天候が不安定な日が多かったが、週末を中心に来客数を大きく落とすことはなく、売上は好調に推移している。9月の大型連休での帰省が多かったことも要因とみている。                                                                                                            |
| □ | コンビニ（店長）       | 販売量の動き | ・毎月、商品が値上がりしており、気付いたら高くなっていたという声をよく聞く。店舗側では人件費高騰により利益捻出が大変困難になり、商品廃棄を抑えるために陳列量を制限している。イベント時や週末には多くの商品を並べるが、平日の朝や昼のピーク時に加え、特に夕方以降は商品の陳列量を著しく制限しており、売場は閑散としている。そのため、客は必要な物だけを必要な量のみ購入する動きになっている。 |
| □ | 衣料品専門店（経営者）    | お客様の様子 | ・大雨の影響も一定程度あり、来客数が減ってなかなか売上が上がらない。                                                                                                                                                             |
| □ | 家電量販店（本部）      | 来客数の動き | ・来客数、売上共にほぼ前年並みで、大きな変化はない。                                                                                                                                                                     |
| □ | 乗用車販売店（経営者）    | お客様の様子 | ・イベントを開催したが来場者がなかなか増えない状況が続いている。他業種の人に関しても同じ状況である。消費に慎重な様子がみられる。                                                                                                                               |
| □ | 乗用車販売店（経理）     | 販売量の動き | ・特に変動がなく、受注、入庫共に一定水準を維持している。                                                                                                                                                                   |
| □ | 住関連専門店（役員）     | 販売量の動き | ・今月の前半は比較的来客数が多く販売が伸びたが、9月の大型連休のスタート以降は想像以上に落ち込んでいる。                                                                                                                                           |
| □ | その他専門店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・販売量の動きが鈍い。                                                                                                                                                                                    |
| □ | 一般レストラン（店長）    | 来客数の動き | ・連休など客の集中する日はあるものの、波がある。                                                                                                                                                                       |
| □ | スナック（経営者）      | 来客数の動き | ・駅周辺は若い人でにぎわっているようだが、客の年齢層が高い当店では、新規客の獲得はなかなか期待できず、苦戦している。常連客からは経営が厳しいという声を聞く。                                                                                                                 |
| □ | 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堅調に推移している。宴会部門はイベント開催の状況に左右され、9月の大型連休以降は宴会件数が減少している。                                                                                                                           |
| □ | 旅行代理店（従業員）     | お客様の様子 | ・客の動向に変化はない。                                                                                                                                                                                   |
| □ | タクシー運転手        | 来客数の動き | ・値上がりしたタクシーよりも他の移動手段を選ぶ客が増え始めている。                                                                                                                                                              |
| □ | 通信会社（職員）       | お客様の様子 | ・問合せ内容に変化がない。                                                                                                                                                                                  |
| □ | テーマパーク（役員）     | 来客数の動き | ・大型連休の期間を中心として個人客の動きは好調に推移したが、台風の影響に加え、インバウンドや団体客の動きがやや鈍かったため、全体としては横ばいである。                                                                                                                    |
| □ | 競輪場（職員）        | 販売量の動き | ・現在の競輪事業における車券売上の状況は低迷期を脱したようである。前年度の売上を大きく下回ることも依然として多いが、開催日によっては前年の売上を上回ることも増えてきている。                                                                                                         |
| □ | 住宅販売会社（従業員）    | お客様の様子 | ・住宅ローンの金利が上昇し、客の動きが鈍い。                                                                                                                                                                         |
| ▲ | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 販売量の動き | ・ここ数か月は販売量が常に前年を下回り、来客数の減少も続いている。                                                                                                                                                              |
| ▲ | スーパー（店長）       | 単価の動き  | ・物価が上昇しており、買い控えがみられる。                                                                                                                                                                          |
| ▲ | スーパー（役員）       | 販売量の動き | ・加工食品の値上げが多数あり、商品全体の価格が高くなっている。また、急激な気温低下があり、夏物商材の売上は前年よりも減少している。米についても引き続き10～20%の売上減少が続いている。                                                                                                  |
| ▲ | コンビニ（店長）       | 来客数の動き | ・コンビニを利用する客の減少傾向が続いている。1日複数回利用していた客の来店回数が減少しており、余裕が失われつつあるとみている。                                                                                                                               |
| ▲ | 衣料品専門店（経営者）    | お客様の様子 | ・夏の暑さが徐々に収まり、今月の後半からようやく秋物に対する関心が高まってきている。                                                                                                                                                     |

|                            |   |                          |                  |                                                                                                              |
|----------------------------|---|--------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北陸) | ▲ | 衣料品専門店<br>(経営者)          | お客様の様子           | ・晩夏から初秋にかけて災害級の天候が続いたことで先行きへの不安が拭い切れず、消費に前向きな思考にならない様子である。                                                   |
|                            | ▲ | 家電量販店 (店<br>長)           | 販売量の動き           | ・前年と比べてパソコンの販売数量が落ちている。<br>○Ｓサポート終了に伴う買換え需要増加の反動がある。                                                         |
|                            | ▲ | 乗用車販売店<br>(総務担当)         | 販売量の動き           | ・受注が前年を下回っている。物価高を感じるという声が増えており、購買意欲にマイナスの影響を与えている。                                                          |
|                            | ▲ | 住宅販売会社<br>(従業員)          | 販売量の動き           | ・新規の分譲地販売や住宅展示会を行ったが、問合せや来場者数が確実に減っており、契約件数も前年より少なくなっている。                                                    |
|                            | ▲ | 住宅販売会社<br>(従業員)          | 販売量の動き           | ・競争が激化し、契約までの時間が長期化している。販売価格が高騰したことにより、手頃な価格帯の住宅販売会社へとニーズがシフトしている。                                           |
|                            | ▲ | 住宅販売会社<br>(営業)           | お客様の様子           | ・住宅ローンの金利上昇がきっかけとなり、予算への不安による商談の滞りが複数発生している。                                                                 |
|                            | × | —                        | —                | —                                                                                                            |
|                            | ◎ | —                        | —                | —                                                                                                            |
|                            | ○ | 建設業 (経営<br>者)            | 競争相手の様子          | ・倒産したという建設業者はほとんど見受けられない。                                                                                    |
|                            | ○ | 税理士 (所長)                 | 取引先の様子           | ・今月は大型連休がありイベントが多いものの、小売業や飲食業などのＢｔｏＣにおいては買い控えがみられた。ＢｔｏＢでは、半導体関連事業で大量受注があり活況である。                              |
|                            | □ | 食料品製造業<br>(経営企画)         | 受注量や販売量<br>の動き   | ・能登半島地震から２年半余りが経過しているが、販売量、金額共に被災前の数字を超えることなく低迷が続いている。最近の人件費や原材料価格の上昇に加え、中東情勢の影響などあらゆるコスト増加が重なり、収支は更に悪化している。 |
|                            | □ | 繊維工業 (総<br>括)            | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・中東情勢による影響の長期化により、主原料である石油由来の糸を始めとして、あらゆる原材料価格が高止まりした状態が続いている。                                               |
|                            | □ | 化学工業 (総務<br>担当)          | 受注量や販売量<br>の動き   | ・受注量は変わらず推移している。                                                                                             |
|                            | □ | 電気機械器具製<br>造業 (営業担<br>当) | 受注量や販売量<br>の動き   | ・一部の受注急増品に関しては、ここに来て落ち着いている。数か月前と比較すると、受注量はおおむね変動がなく、目先の急増品もない。                                              |
|                            | □ | 通信業 (営業)                 | 受注量や販売量<br>の動き   | ・株価の動向は６万５０００円前後を行き来しているものの、各企業の決算状況などをみると業績は引き続き好調であり、景気も堅調に推移している。                                         |
|                            | □ | 金融業 (融資担<br>当)           | 取引先の様子           | ・設備投資の相談は増加傾向である。                                                                                            |
|                            | □ | 不動産業 (経営<br>者)           | 受注量や販売量<br>の動き   | ・同業者からは活発な話を全く聞かない。                                                                                          |
|                            | □ | 司法書士                     | 取引先の様子           | ・６～７月決算の企業については、売上が比較的堅調に推移している先が多い。一方、一般経費が増加し、売上が伸びても利益には余り結び付いていないため、利益面では厳しい状況が続いている。                    |
|                            | ▲ | プラスチック製<br>品製造業 (広<br>報) | 受注量や販売量<br>の動き   | ・物価高騰や値上げによる受注量の減少が継続している。                                                                                   |
|                            | × | —                        | —                | —                                                                                                            |
| 雇用<br>関連<br><br>(北陸)       | ◎ | —                        | —                | —                                                                                                            |
|                            | ○ | 学校 [大学]<br>(就職担当)        | 採用者数の動き          | ・内々定を得た学生の割合は、例年同様に高めで推移している。企業の採用意欲は依然として高い。                                                                |
|                            | □ | 人材派遣会社<br>(営業)           | 求人数の動き           | ・求人数の引き合いは横ばいである。                                                                                            |
|                            | □ | 民間職業紹介機<br>関 (経営者)       | 求人数の動き           | ・３か月前と比較した人手不足感に大きな変化はなく、建設や運輸、サービス業等では慢性的な人手不足の状況が続いている。                                                    |
|                            | ▲ | 人材派遣会社<br>(役員)           | 採用者数の動き          | ・スタッフの派遣人数が３か月前と比べて１．４％減っている。                                                                                |
|                            | × | —                        | —                | —                                                                                                            |
|                            | × | —                        | —                | —                                                                                                            |