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	・９月の大型連休以降、国内観光客とインバウンドが増えている印象を受ける。また、11月６日からのカニ漁解禁により、県外からの観光客とインバウンドがより一層増えると考える。例年どおりだと、地元客の忘年会などの宴会シーズンとも重なるため、このにぎわいが年末年始まで続くとみている。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・観光や学会イベント等の予約客が好調に推移し、団体客は前年同月比で30％上昇した。全体の稼働率も６か月連続で前年を上回っている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上は前年同期比で約40％増加と極めて好調に推移している。特筆すべきは、地元の優良顧客による高額美術品の継続的な購入である。前月に続いて、同じ客が66万円の抹茶わんを即決で購入するなど、地元にいる富裕層の購買意欲が非常に高い。インバウンドについても、中国人観光客は前年並みの売上水準を維持する一方、米国人観光客は前年比で約2.6倍、ドイツ人観光客は約4.6倍に売上が急増しており、欧米圏の観光客による高額商材への需要が売上全体を力強く押し上げている。高額商材による単発の特需を除いても、売上は前年比で２割以上増加しており、当店の景況感は最高水準にある。
	○	一般小売店［精肉］（店長）	販売量の動き	・販売量は少し良い程度だが、値上げなどにより売上は増加している。高額商材が売れ出している。
	○	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・気温が例年並みで推移し、商品価格が高いなかでも販売量は落ちていない。現状の短期的な業績としては好調である。
	○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・今月は今年初めて、全ての部門で売上が前年を上回っている。県外団体客の売上単価が高いことが好調の要因である。
	○	一般レストラン（経理）	来客数の動き	・2024年１月に発生した能登半島地震以降、徐々に復興は進んでおり、来客数は増加傾向にある。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・県の宿泊支援策などにより、個人、団体共に好調であり、10月単月では新型コロナウイルス発生以降で最高の売上となっている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・行楽シーズンで観光客が増えている。また、クルーズ船が何隻も寄港しているため、タクシーの需要が多い。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・放送、通信サービス共に新規契約数は前年同期と同水準で推移している。また、放送サービスの解約数が減少傾向である。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・今月は秋の行楽客や隣接する百貨店の食に関するイベントの来街者に加えて、期間限定のポイント還元キャンペーンなどにより、飲食店や最寄り品店はにぎわっている。一方、衣料品店では販売の動きが鈍い状況が続いている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10月中旬に改装を終えた海外ブランド部門が全館の売上をけん引した。また、食品物産展やワールドフェアといった催事も集客に寄与し、婦人服や化粧品など各階への買い回り効果が出ている。
	□	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・ここ最近は気候が秋らしくなっており、ファッション関連は堅調な動きといえるが、エネルギー情勢などによる物価高や世界情勢の先行きに不透明感があり、良い方向には向かっていない。
	□	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・取り寄せグルメや食品の限定販売には早朝から長蛇の列ができるなど来客数が増えた。しかし、10月は例年より雨天の日が多く、地域イベントからの集客や館内への入店が減少したため、来客数全体では横ばいである。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・前年と比べて売上は上がっているが、来客数は減少傾向のため、トータルでは変わらないと考える。

□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇は続いているが、提案力のある商品については購買意欲が強くなっている。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候不順という要因もあるが、根本的に節約志向が強いため、販売の拡大につながらない。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年はパソコンのＯＳサポート終了に伴う買換え需要が販売を押し上げたが、今年はその反動減の影響が大きい。
□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・パソコンについては、前年にＯＳサポート終了に伴う特需があり、その反動減が大きくなっているものの、家電全体では前年と同水準であるため堅調である。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・客が現状に慣れたのか、販売量は余り変わらない。
□	乗用車販売店（経理）	販売量の動き	・金利や物価の上昇に加えて、自動車の販売価格も上がっているが、受注台数は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	・販売価格の微増によって支えられているが、販売数量は依然として減少傾向である。
□	その他専門店［酒］（経営者）	来客数の動き	・今年で閉店すると客に伝えたためか、来客数が更に減っている。
□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	お客様の様子	・前月は大型連休があったため、衣料品を始めとして行楽関連商材の売行きが良かったが、10月に入り購買行動が変化し、客は衣料品や服飾品への支出を控えている。趣味関連の商材の売行きは好調である。
□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・インバウンドも含めて、昼はある程度の来客数はあるが、夜は少ない。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・限られた常連客は高齢者が多く、身体を悪くするなどして来店頻度が下がり、当店は６月くらいからやや悪い状態が続いている。若い年代が行く居酒屋などはにぎわっていると聞いている。
□	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として堅調に推移している。一方、宴会部門やレストラン部門は、配膳員やアルバイトの人件費及び、物価上昇に対して価格転嫁が難しく、収益を圧迫している。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・先行きを不安視する消費者が多く、ぜいたく消費と考えるものには金を使わない。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客の問合せ内容に変化はみられない。
□	競輪場（職員）	販売量の動き	・開催レースによって前年の水準を上回ることもあれば、下回ることもある。今月はＷｅｂシステムのぜい弱性の影響で一部売場において売上が大きく下がっている。
□	美容室（経営者）	それ以外	・数か月前に新しく集客システムを導入し、約１年ぶりに売上と来客数は増加している。しかし、新システム導入の経費を考慮すると、経営的にはまだ厳しい。物価高の影響なのか、技術料の客単価が５％ほど低下している。商品の売上は前年並みである。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・イベント来場者数が少なくなっており、問合せも少なくなっている。ただし、契約者数は減っておらず前年と同様のため、商品内容やサービスについて客の理解が得られ、評価されていると考える。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・建築資材の高騰で客の動きが鈍く、住宅着工戸数が減少している。
□	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・新規来客数や商談数に大きな動きは見られない。
▲	一般小売店［書籍］（従業員）	お客様の様子	・買い控えや節約の傾向が顕著にうかがえる。
▲	一般小売店［鮮魚］（経営全般）	販売量の動き	・販売量が目に見えて減ってきている。水産物の価格が上昇し、景気が悪いのに仕入価格だけが跳ね上がっている。食品全般で値上げラッシュが続いており、生活防衛としての買い控えが完全に定着している。

	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・衣料品販売は、前半の３連休までは気温低下で前年より好調に推移したが、後半は低迷したため、月全体ではやや低迷している。しかし、化粧品やバッグなどの雑貨は好調に推移している。一方、富裕層の購買行動は金融情勢に左右されているのか、慎重さがみられる。高級ブランドなど期間限定販売の雑貨は好調だったが、絵画や宝飾、資産になる金などがやや低迷している。全体として来客数は維持しているが、食品催事などの低単価商材の動きが強いことから、全体としてはやや低迷が続いている。
	▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響はまだ続くと考える。
	▲	スーパー（役員）	来客数の動き	・来店頻度の数値が下がっている。
	▲	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・７月と同様に県独自で物価高対策のキャンペーンを実施しているが、客の反応は鈍くなっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・３か月前は辛うじて前年の売上を上回ったが、当月は前年を下回っている。この１～２か月は気候変動による異常気象で、安心して買物ができる状況ではなかったと考える。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車、中古車、サービス利用共に受注が苦戦している。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年同月と比べると個人客、国内団体客、インバウンドのいずれも少なくなっている。
	▲	その他レジャー施設［スポーツクラブ］（経営者）	来客数の動き	・物価高騰により、来客数の動きがやや悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・県や市がいろいろなプレミアム付商品券を発行しているが、景気を刺激しているというより、生活の足しになっているだけである。買上点数の増加や、高付加価値商品を選択するといった購買行動にはつながっていない。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売価格の上昇により来客数が減少し、売上が減っている。カウンターで販売するコーヒー類の値段は他のコンビニチェーンより20円程度高く、当店では来客数の減少が止まらない。人件費は高騰しており、経費抑制のため、賞味期限の短い商品の発注量を極限まで絞っていることから、棚に陳列する商品数量が少なくなり、販売が落ち込んでいる。
	×	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建築業者の動きから、一部地域での仕事が減っているとみている。
企業動向関連 （北陸）	◎	－	－	－
	○	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きが良くなっている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は６月決算だが、電気工事部門では既に受注目標金額を達成している。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・住宅関連でも特にリフォーム関連事業が堅調である。ただし、相変わらず人手不足は続いており、今後は受注をこなせるかどうかが課題である。
	□	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間もなく３年が経過するが、どのような種別で見ても、ほとんどで震災前の生産量、販売量を下回って推移している。
	□	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢の影響で原材料価格は高止まりしており、厳しい経営状況が続いている。しかし、受注状況については懸念していたほど悪化していない。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	取引先の様子	・物価高が継続し、消費者の買い控え傾向というネガティブな状況は変わらないと考える。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・目先の受注動向はほぼ横ばいである。客からの情報に特に良い事象はなく、車載部品の一部は若干の減少傾向である。民生品はほぼ変化がない。産業機器関係は、数量が増加して推移する製品はあるが、全体に大きく影響を与えるほどではない。

	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・米国の中間選挙の結果次第では、株価変動などにより景気の方向性が変わるかもしれないが、現状の市場は様子見の状態なのか、受注量は変化していない。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・原材料価格の高騰から、取引各社ともおおむね値上げを実施している。値上げ効果により増収となっているものの、原材料価格の高騰分を吸収できない上、人件費の高騰もあり利益率は悪化傾向にある企業が多い。この状況は３か月以上前から継続している。
	□	司法書士	取引先の様子	・特に飲食業では廃業する店舗が多く、厳しい経営環境が続いている。一方で、駅周辺では新規開店する店舗もみられるなど地域によって動きに差があることから、景気は一進一退の状況にあると考える。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産関連では、活発な話が聞こえてこない。
	×	－	－	－
雇用関連 （北陸）	◎	－	－	－
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・半導体関連の求人数が増加傾向にある。
	○	学校［大学］（就職担当）	採用者数の動き	・内定や内々定を得た学生の数は、例年同様に高めで推移している。早期選考の時期は、前年よりも１～２か月前倒しとなっている。
	□	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・求人数は、自動車部品メーカーからの派遣依頼が急回復するなどして好調である。しかし、求職者数の確保は依然として厳しく、求人数が増えても派遣人員数が増えないため、横ばいである。
	□	新聞社［求人広告］（営業）	周辺企業の様子	・新聞広告の営業状況からみると、好調とも不調とも言えない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・建設や運輸、サービス業等では慢性的な人手不足が続いており、人手不足感に大きな変化はない。また、従業員の高齢化が深刻な状況に加えて求職者も高齢者が多く、求人企業とのマッチングが難しい。
	▲	－	－	－
	×	－	－	－