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）	◎	一般レストラン（統括）	・今後は年末年始まで地域の外食産業は全体的ににぎわうと予測している。国内観光客とインバウンドが増えていることに加え、今後は、地元客の宴会シーズンとも重なり、冬の幸が出そろうなど、外食市場が良くなる要因が多くなる。
	◎	タクシー運転手	・これから年の瀬に入り、ボーナス時期になる。忘年会などが多いと予想されるため、忙しくなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・11月は紅葉やカニなど冬の味覚を目的とした国内観光客が年間で最も活発になる時期であり、更なる観光客の増加が期待できる。また、米国やドイツを始めとする欧米客の来客数や客単価の伸長傾向が定着していることに加え、地元客との強固な信頼関係による高額品の需要も盤石である。秋冬の観光が本格化するシーズンに向けても高水準の売上が続くとみている。
	○	百貨店（売場主任）	・今冬は暖冬予想のため衣料品の動きには注視が必要だが、前年のような記録的な寒波や大雪の影響により外出できない状況が回避できれば、今年の繁忙期の集客は期待できる。
	○	コンビニ（店舗管理）	・米の仕入価格が劇的に下がるはずである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・客が少しずつ現状に慣れてきて、消費が回復するとみている。
	○	一般レストラン（経理）	・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。
	○	都市型ホテル（役員）	・市内全体の販売価格が上昇しているが、適正な価格コントロールにより前年を上回る予約を受注できたため、11月までは高稼働をキープできている。
	□	一般小売店［精肉］（店長）	・日販品の動きは少しずつ良くなっている。11月はギフトの時期だが、年々縮小傾向にあるため相殺されている。
	□	一般小売店［書籍］（従業員）	・現状と変わらないと考える。
	□	百貨店（販売促進担当）	・ここ最近のサイバー攻撃など、世間には新たな不安感がある。
	□	百貨店（販売担当）	・食品売場や食の催事、クリスマスやおせちについては前年並みを維持すると見込んでいる。一方、ランドセルは前年より大幅に低迷するとみている。ここ数年のランドセルブームが完全に終了したことや商品価格の高騰が影響し、孫や子供のための購入にも価格訴求が浸透している。また、前年好調に推移した防寒アウターは、気候に左右されるため、今年の主力衣料品の動きが読めない。さらに、富裕層の高額品購入にばらつきがあり、今後への不透明感がある。当面は現状維持かやや低迷するとみている。
	□	スーパー（仕入担当）	・価格改定が落ち着く様子もなく、今後も単価上昇による販売量ダウンの傾向にあるなかで、販売量の維持が重要になってくる。年末の繁忙期は財布のひもが緩むことに期待できるが、年明けに若干の不安はある。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価高が続き、当分の間は節約志向も続くとみている。
	□	家電量販店（店長）	・2027年に省エネ基準が大幅に引き上げられるためエアコンの販売は伸びている。しかし、他の商品の下げ幅が大きいためトータルでは変わらないと考える。
	□	家電量販店（店長）	・主要商品の単価は変わらないが、調理家電やクリーナーの単価が下がっており、販売構成に変化が出てきている。
	□	家電量販店（本部）	・ある程度は堅調に推移するとみているが、エアコンについては2027年の省エネ基準改定を目前に控えており、注視が必要である。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価高の継続が購買意欲の低下につながっている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・物価高で、客の購買マインドが向上しにくい環境がしばらく続くと考える。
	□	乗用車販売店（経理）	・年末年始の稼働日減少による影響はあるものの、受注台数等は現状と同じ水準を維持できる見通しである。

□	住関連専門店（役員）	・年内は季節の変わり目による需要が増加するため、一定の期待は持てる。しかし、積雪の影響や継続する販売量の減少と相殺され、回復には向かわないとみている。
□	その他専門店［酒］（経営者）	・景気は大変冷え込んでいるが、これ以上悪くならないことから変わらないと考える。
□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・衣料品の売行き不振をカバーするため、競合店とポイント付与やセールを競い合っており、コストが増加している。
□	高級レストラン（スタッフ）	・週末を中心に企業や公共団体の忘年会の受注が進んでいるが、ほぼ例年並みである。
□	一般レストラン（店長）	・予約状況では混雑の時間が集中し、閑散とした時間帯と差がある。
□	スナック（経営者）	・世界情勢や物価高などの影響により、景気が悪いという声をよく聞く。
□	観光型旅館（経営者）	・11月以降は県の宿泊支援策の効果がなくなるものの、予約は順調に推移している。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・急激な物価高や航空運賃の上昇など、先行きが見通せない。
□	タクシー運転手	・物価高が止まらない。
□	通信会社（職員）	・物価高騰による閉塞感や食料品の消費税減税がどう影響するか注視している。
□	通信会社（営業担当）	・新機種の発売により来客数は伸びているが、販売面で大きな変化を感じるほどではない。
□	通信会社（役員）	・年末年始の商戦期に入るが、獲得契約数は前期並みを想定している。解約数は、放送サービスが若干減少するとみている。
□	通信会社（役員）	・ＡＩ需要拡大を背景とした半導体不足により、設備や端末の価格上昇や供給不足が続いているものの、業績悪化に直結するほどではないため、２～３か月程度の短期的な影響は限定的とみている。
□	パチンコ店（経理）	・景気回復に寄与する要因が見当たらない。
□	競輪場（職員）	・公営競技におけるポイント制度の見直しの影響は薄れてきているものの、物価高の影響が大きく、今後の予測が難しい。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅販売業界としては客が減っていることを実感するが、競合他社に負けない商品力とサービスをしっかりと行っていくことで、前年と同様の成果は出せると考える。
□	住宅販売会社（従業員）	・新築住宅は厳しい状況が続くとみているが、リフォーム関係の受注は順調に進んでいる。新築は物価が安定し、先が見える環境にならないと改善は厳しい。
□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の高騰に価格転嫁が追い付かない。契約につながることが減っている。
▲	商店街（代表者）	・現在の個人消費が弱い状況のなか、冬季を迎える品ぞろえに各店舗が苦労している。
▲	一般小売店［事務用品］（店長）	・今年は長雨や台風などの自然災害が多く、食料品価格が高騰すると考える。さらに、電気・ガス料金支援がないと、消費者の購買意欲低下につながるため、特に小売業が打撃を受けることを懸念している。
▲	一般小売店［鮮魚］（経営全般）	・この先、寒くなるにつれ、家庭の電気料金やガス料金が跳ね上がり、生活防衛意識が更に高まると考える。年末年始で一瞬の盛り上がりはあるとみているが、年を越すと元の厳しい状況に戻ると考える。
▲	百貨店（売場担当）	・以前は年金給付月に高齢者の来店が増えてまとめ買いもあったが、８月頃から減ってきている。天候や物価高の影響もあるが、高齢者は生活防衛意識が高いようである。
▲	スーパー（店長）	・物価上昇の流れは変わらず、厳しい状態が続いている。
▲	スーパー（総務担当）	・右肩下がりで悪くなっている。
▲	スーパー（役員）	・商品の値上げが続いていることから、やや悪くなると考える。
▲	コンビニ（店長）	・最低賃金引上げにより、フランチャイズ加盟店の負担は重い。店によってはワンオペの時間帯を設けたり、オーナーが自らシフトに出たりするなどして対策を講じていると聞くが、人件費は店舗の問題であるというフランチャイズ本部のスタンスに変化がなければ、数年以内に廃業する加盟店も出てくると考える。

	▲	テーマパーク（役員）	・物価高などにより全体的に消費がやや鈍り、旅行需要にも影響が出ているため、やや悪くなるとみている。
	▲	その他レジャー施設［スポーツクラブ］（経営者）	・物価高騰により、やや悪くなると考える。
	▲	美容室（経営者）	・ここ最近、中小零細企業の倒産のニュースが多い。物価高や人手不足は深刻な問題である。
	▲	住宅販売会社（営業）	・厳しい外部環境が続くが、客の動きはむしろ活発化している。物価高による建築価格上昇と住宅ローン金利上昇に備え、駆け込み需要が一部で発生している。しかし、この動きは長く続かず、年度終盤には客の動きが鈍化すると懸念している。
	×	商店街（代表者）	・地方では企業の増収や増益の話はあっても、昇給の話は聞こえてこない。客の様子をみても、景気が良くなっているのか、甚だ疑問である。
	×	コンビニ（店長）	・同業他社のチェーン加盟店と比較して商品単価が高いことに加えて、本部ロイヤリティも高いため経費が使えない。本部が行う対策も目立つイベントはなく、おにぎり１個200円以上で販売しているコンビニの現状では、販売量を上げる方法はかなり限られている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・客が安心して楽しんで買物をしようという高揚した気持ちになるためには、心のゆとりが不可欠である。社会情勢や気候などの安定を期待したい。
企業動向関連 （北陸）	◎	－	－
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内では、物流設備やインフラ関連など一部の産業分野において需要は堅調である。一方、海外では北米を中心として需要の弱さや在庫調整の影響が続いている。なお、補修関連の需要は底堅く推移しており、全体としては市場や地域によってばらつきがみられる。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・工作機械業界の受注状況は引き続き好調である。
	○	建設業（経営者）	・年末に向けて、降雪前の発注量が増える。
	□	食料品製造業（経営企画）	・年末の最需要期を迎えて数字は確実に上向くだろうが、相変わらず原料価格は上昇し続けており、収支として厳しい状況に変わりはない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・２～３か月先の受注状況をみて、変わらないと考える。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・一部の民生品や産業機器関係の新規製品の引き合いが活発な状況が続いている。ここ２～３か月では、金型や設備関係の受注は見込めるが、製品販売に結び付く状況ではないため、大きな変動はないとみている。
	□	建設業（役員）	・現状の情勢から判断し、２～３か月先については現状と変わらないと考える。
	□	通信業（営業）	・現状は市場に明るいニュースや材料がないため、大きな変化はないか、やや悪くなるとみている。
	□	金融業（融資担当）	・中小零細企業は物価高、賃上げ、金利引上げ等の影響により収益が圧迫される厳しい状況が続くとみられる。米国の中間選挙以降の海外情勢の先行きは不安定で、現状維持から大きく変化する要素が見当たらない。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せがかなり少なく、法人客からの問合せも減ってきている。
	□	司法書士	・コスト増加や人手不足が重荷となり先行きは不透明ではあるが、現時点で売上は堅調であり、悪くなるとまでは言えない。
	□	税理士（所長）	・例年であれば年末に向けて景気は良くなってくるはずだが、中東情勢や米国の中間選挙など不確実な外的要因により、混とんとしている。飲食料品販売業や飲食業からは、不安の声を聞いている。
	▲	繊維工業（総括）	・原材料価格がここに来て更に高騰する傾向にあることに加え、欧米の政情不安から先行きを懸念する声が高まっている。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・150円台を維持する為替、ナフサ価格の高止まり、物価高など改善に向けた情報が乏しい。
	▲	輸送業（経理）	・原油価格の高止まりが続いていることから、やや悪くなるとみている。

	▲	金融業（融資担当）	・原材料価格の高騰を見据えた設備投資の一巡も想定され、今後は企業業績の悪化から、投資の抑制等の影響を懸念している。
	×	－	－
雇用関連 （北陸）	◎	－	－
	○	新聞社［求人広告］（担当者）	・求人数が増加傾向にある。
	○	学校［大学］（就職担当）	・原材料や資材の価格は高騰しているが需要は減っておらず、製品への価格転嫁の進展により利益が確保されている。
	□	人材派遣会社（役員）	・派遣依頼数は増えるとみているが、新規の派遣登録者数が増える気配はない。
	□	新聞社［求人広告］（営業）	・企業レベルでは資材価格の高騰で投資に着手しにくい状況が続き、個人レベルでも消費が喚起されていない。
	□	職業安定所（職員）	・一部好調な業界があるものの、引き続き中東情勢や物価高の影響を注視していく必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・受注増加に対応するための新工場建設や小売業での新店舗開設による人材の需要増加がある。一方で、原材料価格の高騰などにより、不安定な状況を見守るしかないといった声もあることから、全体として変わらないと考える。
	□	職業安定所（職員）	・今後も賃上げや物価上昇、中東情勢等の影響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）	・人手不足が改善する要素がなく、最低賃金が大幅に引き上げられて経営環境の厳しさは増すものの、景気はこのままの状況が続くとみている。
	▲	－	－
	×	－	－