

6. 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)	良くなる やや良くなる	－ 住宅販売会社（経営者） 住宅販売会社（従業員）	－ ・見込み客の動向から状況はやや良くなるを考える。 ・2か月連続で受注が増加しており、今後も少しずつではあるが受注が増加する気配がある。住宅ローンの条件を緩和する金融機関も増加しており、景気回復傾向は続くと考えられる。
	変わらない	百貨店（営業担当） スーパー（店長） コンビニ（経営者） コンビニ（店舗管理） 衣料品専門店（総括） 乗用車販売店（従業員） その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） 観光型旅館（経営者） 都市型ホテル（役員） 旅行代理店（従業員） タクシー運転手 通信会社（役員） 通信会社（店舗統括） 住宅販売会社（従業員） 住宅販売会社（従業員） 住宅販売会社（従業員）	・3～5月の3か月トータルで前年同期間の実績を超えるのであれば先行きにやや明るい希望が持てる。しかし、消費税率引上げという大きな要因によって、消費者の財布のひもがますます固くなることが懸念される。 ・4月に関しては消費税率引上げによって売上に影響が出ると思うが、その後はその部分の購買が戻ってくると考えている。 ・当店はイベントに期待する立地の店舗であり、週末の天候次第で売上が大きく左右される部分はあるが、全体的に見て現在の数字が大きく変わる要素は全くないと考えている。 ・自社の価格政策によって、なんとなく安くなったというイメージが付き、当面はその残存効果で状況は悪化しないものと期待する。 ・駆け込み需要があまりなかったため、買い控えはないと考える。そのため、状況が悪化することはない。 ・消費税率引上げ前の車検、修理依頼が多く、4月1日以降しばらくは客足が遠のく。 ・消費税率引上げ後の客の動向と分散型ゴールデンウィークの来店客傾向が不透明であり、懸念される。 ・消費税率引上げによる出控えを懸念している。特に、消費税率引上げ直後の夏休み前までが心配される。 ・予約状況は低調である。消費税率引上げもあり先行きは不透明である。 ・現実に収入が増加してから初めて旅行に関心が向かう。給与増や夏のボーナス増に期待をしたい。 ・消費税率引上げ後も、必要な物は必要、不要な物は不要ということが定着するのではないかと思う。 ・通信契約は毎月継続するものであり消費税率引上げとは直接結びつかない商品である。心理的落ち込みの影響は避けられないが、契約獲得数の傾向は現状と変わらないとみている。 ・大幅に状況が良くなるような要因は特に考えられない。 ・落ち込んでいた新築部門の売上は若干回復すると予想するが、落ち込み分を増改築・リフォーム部門の伸びでカバーできるかが今後大きな影響を与えると考える。大型増改築物件の掘り起こしと小口のリフォーム件数をどのようにすくい上げるかが鍵となる。 ・新築個人住宅については、今後消費税率引上げが再度見込まれる中、今回の引上げの影響は薄らいできており客は動いている。今後の落ち込みは少ないと考えられる。 ・客の心理から、今後2～3か月の状況は変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔精肉〕（店長） 一般小売店〔事務用品〕（店員） 一般小売店〔鮮魚〕（従業員） 一般小売店〔書籍〕（従業員） 百貨店（売場主任） 百貨店（営業担当）	・4月以降は消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動によって売上は減少する。 ・消費税率引上げによる買い控えがしばらくあると考えられる。 ・消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動があると思われる。駆け込み需要があった分、反動で購買意欲が薄れる。 ・4月からの消費税率引上げにより、客の設備投資や消費力が落ちる。 ・消費税率引上げで一時的には外食が控えられると予想するが、売上が2～3割落ちるとは考えにくい。 ・消費税率引上げにより消費は控えられる。それに伴い、売上も確実に減少する。 ・消費税率引上げ後の売上の減少は考慮しなければならない。賃金の上昇などにより市場の購買意欲が回復するまで時間がかかると予測する。また、若干の客単価下落も懸念される。 ・3月中旬～下旬まで春物商材のまとめ買いが多かった分、この先しばらくは反動を受けて集客が厳しくなると考えている。

スーパー（店長）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要で売上が増加した分、4月以降は反動による売上減少が懸念される。今後、買物状況は厳しくなり、単価も下落する気配を感じている。
スーパー（総務担当）	・4月1日の消費税率引上げ後は明らかに買い控えがあると考えられる。
スーパー（統括）	・現状、客は生鮮食品以外の商材を消費税率引上げ前に買いだめしている。4～6月は買いだめした物を使用することになるため、前年同月の売上を確保することは難しいと考えている。また、客が消費税8%に慣れるまでは買い控えがあるとみている。
コンビニ（経営者）	・消費税率引上げの影響で客の財布のひもはますます固くなる。衝動買いや、ついで買いがなかなか期待ができない状態の中で、売上が伸びるのは、ファーストフードなどの一部のカテゴリーに限定されるのではないかと考える。コーヒーは人気であるが、売上を上げる効果はない。売上は厳しい状況になる。
衣料品専門店（経営者）	・消費税率引上げで、生活者の日常生活の負担が増加する。
衣料品専門店（経営者）	・4月の消費税率引上げ後の落ち込みが懸念される。その後の回復については全く楽観できない。
衣料品専門店（経営者）	・ガソリンや日用品などの値上がりで消費税率引上げの影響は、かなり深刻であると考えている人が多いようである。京都や金沢へ買物に行く京金族への対応など、対策を真剣に考えるにはまだ遅くないと考えているが、現状は景気よりも店舗の生き残りが大切である。
乗用車販売店（役員）	・駆け込み需要の反動で大変厳しい状況になる。前半期は赤字覚悟で取り組む必要がある。
自動車備品販売店（従業員）	・消費の落ち込みは懸念されるが、消費税率引上げ後の特典イベントやキャンペーンを期待する客の声も多くあり、それほど大きな落ち込みにならないと考える。
その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・2～3月の反動減で、売上は当面減少傾向が続く。消耗品と食品中心の売上構成で、収益的にも厳しい状況となる。
高級レストラン（スタッフ）	・飲み放題付きプランの主力である10,000円、12,000円のコースなどは、会合の会費として半端な額が嫌われるため、消費税率引上げ分の値上げがしにくく、単価の下落が確実である。
一般レストラン（店長）	・当業種には消費税率引上げ前の駆け込み需要の影響があまりないが、消費税率引上げ後の雰囲気による消費控えが不安である。
一般レストラン（統括）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動によって消費者が高価な商品を買わないだけでなく、プラス1品買いや外食の機会を減らすことで生活を切り詰めることが懸念される。
観光型旅館（スタッフ）	・4月からの消費税率引上げにより4～5月の予約保有が前年同月を下回る状況となってきた。北陸新幹線開業を1年後に控え、北陸地域への旅行を北陸新幹線開業後まで待とうとする客の心理から、関東地区からの宿泊客数の減少が懸念される。
都市型ホテル（スタッフ）	・客が価格に敏感になっているので、消費税率引上げ後はさらに消費マインドが悪化する。
旅行代理店（従業員）	・今後しばらくの消費の手控えやE T C割引の廃止などの逆風により景気は悪くなる。
タクシー運転手	・過去、2度の消費税率引上げ時は、引上げ後1～2か月はタクシーの利用が控えられた。今回も過去のように、しばらくは節約志向も強くなり、利用客数は減少する。今後2～3か月先の状況はやや悪くなる。
通信会社（職員）	・消費税率引上げの影響により、目先の動きはやや沈滞化する。
通信会社（役員）	・現在は若干良くなってきているが、今後は消費税率引上げによるマイナスの影響が出始めて状況はやや悪くなる。
テーマパーク（職員）	・当業界には消費税率引上げ前の駆け込み需要がない分、大きな反動もないと考えられるが、消費税率引上げに伴う心理的な影響からか、今後3か月の予約状況は、団体を中心に前年同月比でやや低調な推移となっている。個人も同様の動きがあると考えられるため、やや厳しい方向に推移する。
競輪場（職員）	・有力選手の出走に規制がかかり、その影響がどの程度出るか不透明である。
その他レジャー施設（職員）	・4月からの入会が消費税率引上げの影響を受け、少なからず減少する。
美容室（経営者）	・家計支出の減少の影響が当業界に及ぶことが懸念される。

	悪くなる	商店街（代表者）	・駆け込み需要がない店でも、買い控えは必ず来る。中小の商店では、増税分も値上げできず仕入れ値が上昇するばかりである。大型店も他店との競合から値上げできず、結局仕入先の値下げでカバーすると考えられる。より一層の景気低迷が懸念される。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・消費税率引上げによって状況は悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・4月からの消費税率引上げと、まとめ買いの反動による生活用品の需要減のため2～3か月間は来客数が減少する。
		コンビニ（店長）	・消費税率引上げのため、状況は確実に悪くなる。平日は生活に必要な買物の方が多く、影響は少ないが、週末の売上には確実に影響が出る。
		家電量販店（店長）	・消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動が3か月は続く。
		家電量販店（店長）	・今月は消費税率引上げを前に買換えが多く、支払いがボーナス払いの客が多い。壊れての買換えではない客が多い。今後、消費税率引上げ前の出費分の買い控えの発生が考えられる。
		家電量販店（本部）	・今月は好調であるが、その大部分は消費税率引上げ前の駆け込み需要によるものであり、将来の消費が前倒しされたものであると考えられる。高い山があればそれと同量程度の谷がやって来る。消費税率引上げは税抜価格を押し下げる方向に働くので、商品単価の動向への影響が懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の個人向け需要は消費税率引上げ前の購入が終わり、減少する。
		住関連専門店（店長）	・現在は消費税率引上げ前の駆け込み需要で動いているだけであり、今後の状況はかなり悪くなる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・客の財布のひもが固い。消費税率引き上げによってますます固くなる。前途多難である。
		スナック（経営者）	・消費税率引上げの影響が落ち着くまでは、売上は減少傾向で推移すると考えている。
		通信会社（営業担当）	・消費税率引上げに伴う購買意欲低下や、人気機種の新作の発表待ちによる買い控えが懸念される。
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる やや良くなる	—	—
		建設業（総務担当）	・消費税率引上げの影響は見極められないが、業界全体の施工能力が限界にきており、当面は受注価格競争の緩和状態が続くと考えられるため、今後3か月の状況はやや良くなる。
		税理士（所長）	・4月1日の消費税率引上げの反動も多少はあると思うが、客の中に国内設備投資の動きが少し出てきており、下請けに対する部品類や機械類の製造依頼が増加している。大手企業の目が国内に向いてきたのではないかと考えている。円安効果にしては少し遅い気がするが、良い動きが出てきているので期待している。
変わらない		繊維工業（経営者）	・国内の消費回復に期待がかかるが、消費税率引上げの関係から先行きが心配である。
		繊維工業（経営者）	・4月1日からの消費税率引上げによる受注の減少を心配しているが、現時点では横ばいで推移していくと見通している。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・現在の消費税率引上げの影響は、6月末くらいまではこのまま続くとみており、3か月先の業況については、現在と変わらないと考えている。
		建設業（経営者）	・デフレから脱却し、消費税率引上げによる景気の落ち込みを防ぐためにも、4月早々からの公共事業の発注、それもすぐに着工できる工事の発注がなされることが、国全体にとっても地方にとっても大事であるとする。しかし、発注者、特に市町村担当者にはアベノミクスや景気回復に対する意識が薄いために、前年同期と同様に4～6月の発注がほとんどないということになりかねない。
		不動産業（経営者）	・個人客も法人客も、問い合わせが意外と少ないという話が多い。
やや悪くなる		食料品製造業（役員）	・原料費、燃料費の上昇がはっきりと影響を及ぼす時期になる。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、状況は現状よりやや悪くなると考える。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国際情勢の不安感、新興国通貨安など、世界経済の景気減速により輸出量が減少すると考えられる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内は消費税率引上げの影響で景気が悪くなる。また欧米市場は、クリミア問題による景気の悪化が懸念される。
		精密機械器具製造業（経営者）	・当社の場合、中高価格帯の商品がほとんどであるため、2～3ヶ月先までは、やはり多少なりとも消費税率引上げの影響があると考える。

		輸送業（配車担当）	・4月からの消費税率引上げによる消費の前倒しの影響により、物量は減少する。
		金融業（融資担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動で景気は悪くなる。ただ、駆け込み需要が今のところ想定よりも弱いのので、当初思っていたほどは悪くならないのではないかと考えている。
		金融業（融資担当）	・消費税率引上げ以後、一旦のスローダウンが懸念される。小売業の予算立ても3月に精一杯稼いで、4月に落ち込むことを前提としている。店舗改装も4月に先送りしている。
		新聞販売店〔広告〕 （従業員）	・駆け込み需要を狙った家電量販店、通信販売のチラシ出稿量が減少するのは必至である。その他量販店のチラシも出稿量の減少が続くと予想され、出稿量が増加する業種の見当がつかない状況である。
		司法書士	・2月末、3月末の解散登記が多く、事業承継が困難な会社が見受けられる。
	悪くなる	通信業（営業担当）	・消費税率引上げの影響は必ず出てくる。景気が一時的にしる冷え込むのは確実だが、それがいつまで続くのかが心配である。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	— 職業安定所（職員）	— ・新規求人数の増加により、雇用失業情勢の改善が期待される。
(北陸)	変わらない	人材派遣会社（役員）	・消費税率引上げの影響はない。長期安定を希望する求職者が多いため、成約件数は伸び悩んでいる。全体として今後2～3か月先の状況は変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動で、この先の景気への影響が非常に不透明であるとの声が客から多く聞かれる。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・パートの求人が増加したが、社員の求人が増加していない。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・求人件数は増加しているが、求人広告に対する反応が鈍くなってきており、なかなか採用につながらないという話が一部から聞こえてくる。求人が計画通りに進まないことにより事業にも影響が出ることが懸念される。
		職業安定所（職員）	・景気は消費税率引上げの影響もあり少し悪い方向へ向かう。サービス業や介護関係の人手不足感は継続していく。
		職業安定所（職員）	・消費税率引上げ後の状況を不安視する企業が依然として多い。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税率引上げ後の消費動向が読みづらいが、半年くらいは大きな変化はないと考える。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕 （役員）	・4月からの消費税率引上げの影響が懸念される。