

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)	良く なっている やや良く なっている	－	－	－
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・4月に入り、消費税増税の悪影響が懸念されたが、売上の極端な落ち込みはみられず、観光客の増加などで今月の売上は前年同月を上回っている。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・消費税増税の影響は調味料などの買い置き品などでは一部みられたが、それ以外ではみられなかった。また、周辺の競合店が2店閉店したことで、売上が増加すると考えている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・雇用状況は売手市場が続いており、景気は上向きが続いていると考える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	単価の動き	・客は必要なもの、納得がいくものは買う。購買の決め手は安さではなく価値観に変わってきているようである。結果、客単価が上昇している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・3月は生活必需品の買い足しと、高額品の駆け込み購入の効果で販売量が大きく増加し、客単価が大きく上昇した。その結果、来客数、客単価、購入点数のすべてが前年同月を上回った。4月に入ってからも消費税増税後の反動は全体を引き下げるまでには至っていない。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・消費税増税の影響は軽微である。価格帯が少し上がったように感じられる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響があると想定していたが、今のところあまり実感はない。客からはセット料金より安い価格での依頼もあり、サービスする機会が増えている。花見客の来店はほとんどなかったが企業OBの集まりが多く、4月の売上は前年同月比で15%増加した。ただし、4月後半の売上はあまり良くなかった。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・5月より通信の光化サービスを提供する予定で、必要な工事を進めるとともに、新規契約獲得活動を強化している。これは消費税増税の影響を受けないサービスであり、現在、前年同期を上回るペースで新規契約の獲得ができています。
		通信会社（役員）	お客様の様子	・上位コースへの変更やオプションサービスの追加の申込が徐々に増加している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・4月中旬から来客数が盛り返し、ほぼ前年同月に近くなっている。ただ、この半年間の来客数が非常に悪かったので、まだまだという印象である。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・3月末での物件の引き渡しは順調に終わり安堵している。しかし、例年の倍以上の完工が集中した結果、業者によっては今後手あき、待ち状態になる恐れがある。その解消は、新規来場者は低調であるが、受注、完工数確保に向けた差別化と中長期管理先の掘り起し、リフォーム工事などで対応できると考えている。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（店長）	単価の動き	・客単価が低下してきているように思われる。消費税増税の影響が多少あるようである。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・消費税増税の影響も想定していたほどではなく、極端な買い控えは少ない。特に低価格な商材について節約するという意識は弱い。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣の競合店出店以来、売上は前年同月比を下回っており、改善の兆しが全くみえない。しかし、4月に限っては売上が想定ほど落ち込んでおらず、消費税増税の影響はあまり感じられなかった。
		衣料品専門店（総括）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要があったのは3月末の数日だけであった。消費税増税後も特に状況は変わらず推移している。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・商品の売価は2月から外税にしている。消費税増税前の駆け込み需要もなかったため、増税後も大きな動きはない。
		一般レストラン（統括）	来客数の動き	・日常的に消費される食品関係について消費税増税後も大きな動きがみられない。特に国民食であるラーメン、カレーなどの食品は、飲食店、量販店ともに大きな動きがなく、その食材原料供給メーカーでも大きな動きはない。来客数への影響も小さい。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費税増税による売上減少を懸念していたが、来客数は前年同月並みである。ただし、ゴールデンウィークの日並びによる売上減少はあった。

観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・4月は前年同月比で売上110%、宿泊人数111%、宿泊単価103%となっている。15名以上の団体客数が117%、15名以下の個人客数も105%と引き続き好調であった。宿泊単価は低額な棟の売上が減少し、高額な棟の売上が増加したため、上昇した。	
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊は、外国人客数が前年同月比で約4倍と順調に伸びている。レストラン部門も消費税増税の影響を心配していたが、一部は戦略的に価格据置きしたものの、ある程度は価格転嫁ができた。一方、宴会は価格転嫁が難しく、質を落としても、前年並みの価格を求められ、結果、税引き後の単価は下落している。	
都市型ホテル（役員）	お客様の様子	・当社近隣の会館が免震工事のため2月末に閉館となり、従来当会館で催されていた催事、会合などによる当社の利用がなくなる。また消費税増税によりランチ客の若干の減少傾向があるが、ビジネス客やインバウンドの宿泊の増加などにより全体で売上は変わらない。	
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・消費税増税に伴い、高額商品購入の手控えがある。一定期間で解消すると考えているが、現状では引き続き売上が前年同月を下回っている。	
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・4月に入り消費税増税の影響が少しあるのか、国内の団体客や個人客の動きは、前年同月と比較してやや鈍い状況である。その一方で、海外からのインバウンド客の動きは、前年同月を上回る状況で好調に推移している。全体としては、前年同期をやや下回る動きになっている。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・イベントへの来場者数は戻りつつあるが、様子見の客が多く、具体的に検討している客が少ない。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・消費税増税の影響による客の目立った動きは見られない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税のためか、客は買い控えをしているようである。
	一般小売店〔事務用品〕（店員）	販売量の動き	・消費税増税後、客からの問い合わせが減り、商品の動きも鈍化し始めた。
	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・消費税増税の影響はそれほど大きいわけではないが、例年の新入学時期の繁忙期に比べると、販売量は減少している。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・婦人服フロアの売上は前年同月比88%であった。消費税増税後の買い控えの影響が大きい。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・全体的には、来客数は減少しているように感じる。必要とする商材の具体的なイメージを持って来店する客が多く、自分のイメージに合わないものは購入しないケースが多くなっている。無計画な買物をしないという気持ちが感じられる。
	スーパー（店長）	単価の動き	・客の購入品の内容をみると、今月は消費税増税前の買い置き品である食品、雑貨、酒の販売量が低迷しており、購買がなかなか戻ってきていない。
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・消費税増税後、来客数が減少し、4月下旬になっても前年同月を下回っている。あと1～2か月間経過しないと来客数は増加しないと考えている。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・4月以降、消費税増税の影響もあって、来客数が大幅に減少しており、買上単価も低下している。目的買いが更に増えて、ついで買いが減っている。5月に入ると変化があるかもしれないが、現状は単価が低下している。
	コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・消費税増税後、一般食料品及び日用雑貨の売上が全店で前年同月比90%の水準になった。消費者の購入マインドは冷え込んでいる。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・衣料品においては、予想どおり大きな駆け込み需要はなかったが、その割には4月に入ってから客が買い控えをしているようである。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要の反動が予想以上に響いている。回復まで先が見えない状況である。
	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・販売と修理に関する来客数が、4月に入って明らかに減少した。
	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・消費税増税後、確実に売上、車検件数、来客数が減少している。

		乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・3月までの駆け込み需要の反動で市場が縮小している。当社でも3月中旬ごろから、受注のペースが落ち込んでいる。4～5月はゴールデンウィークで休日も多いため、商談に結びつけるのは若干厳しい状況である。
		乗用車販売店 (経理担当)	販売量の動き	・4月の販売量は、前年同月比103%となった。平成26年1月の販売量が前年同月比140%であったことから、3か月前との比較では下向きの状況である。消費税増税の影響によるものと推察される。
		自動車備品販売店 (従業員)	お客様の様子	・消費税増税後の影響は顕著に表れている。集客は前年同期と比較して大きく落ち込むことはないが、特に必要なもの以外は購入を控える客が多く、単価は前年同期比で低下している。
		旅行代理店 (従業員)	来客数の動き	・安近短のイベントや無料のイベントには動きがあるが、それ以外は客の来店も問い合わせも止まっている。当然売上も減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税により、極力タクシー利用を控えているように感じる。夜の繁華街への人出も減少している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・火力発電所の定期点検の送迎によって多少の動きはあったが、それ以外の病院の送迎などが減少している。
		通信会社 (店舗統括)	来客数の動き	・3月までは当業界ではキャッシュバックを実施しており、消費税増税前の駆け込み需要もあったため、その反動で4月は来客数が激減している。
悪く なっている		商店街 (代表者)	来客数の動き	・4月に入って繁華街にくる客の数が予想どおり激減している。平日は、歩行者も車もなく、閑散としている。いつになったら元の状況に戻るのか見通せない。
		百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・4月の売上は前年同月比で約2割減少している。日常的な食料品や雑貨などよりも、大型耐久消費財などの高額品の売上が落ち込んでおり、軒並み売上が前年同月比で3割減少している。商材によっては5割減少しているものもある。来客数はそれほど減少しておらず一時的な動きであると考えている。
		スーパー (統括)	販売量の動き	・消費税増税後は販売量が極端に減少している状況である。これまでは、ポイントのプロモーションや商品の価格を出した販促を行えば販売量を回復できたが、4月はこれらに対する客の反応が全くなかった。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・消費税増税により、売上は想定よりも大きく落ち込んでいる。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・今年4月の売上は催事などの要素を除くと前年同月比で15%低下している。また、3月と比較して、消費税増税の反動による影響が出ている。
		住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・3月はやはり消費税増税前の需要が大きく、世間でも税率改正の話題が連日取り上げられていたこともあり、駆け込みムードのあおりが広がっていた。4月に入り、特に当社が扱う耐久消費財への影響は大きく、買換え需要の反動により一気に減速している状況である。
		その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・駆け込み需要がなかったことに加えて、4月の消費税増税以降、販売量が大きく減少しており、大変困難な状況である。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・3月までの駆け込み需要の反動で新規契約が激減している。また6月からの新料金プラン提供に合わせての購入意思が強く、しばらく買い控えも発生すると考えられる。
		その他レジャー 施設 (職員)	お客様の様子	・4月からの入会者数が増えていない。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・客は動いているが、契約に時間がかかり、結果に結び付く速度が遅い。
企業 動向 関連	良く なっている	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・北米、欧州からの工作機械の受注が前年同月比で伸びている。国内では金属光造形複合加工機が3Dプリンタとして注目を集めている。
(北陸)	やや良く なっている	繊維工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・4～6月の受注量は前年同月比で5～6%増加している。状況は少しは前向きになりつつある。
		建設業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・工事発注量が増加しており、受注価格競争が緩和され、受注量の増加と採算の改善につながっている。
		司法書士	取引先の様子	・北陸新幹線工事関連で事業の動きがある。また一般の建設業界でも退職した技術者、建築士などの資格者に復帰の要請があるほど人手不足とのことである。
変わらない	化学工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・現在の受注量は前年同月比横ばいで推移している。	

	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・11～12月以降、消費税増税の影響で好調な受注が続いている。	
	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部、消費税増税前の駆け込み需要や消費税増税後の反動などはあったが、全体的には比較的堅調に推移している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前の1月は雪が少なく、除雪作業はなかったが、年度末工期の工事の施行があり、人手が余るということはない。現在は官庁元請工事の受注が少ないことや前年度に受注した工事も本格着工できないなどで人手はやや余剰であるが、何とか凌いでいる。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・消費税増税の反動はあるが、落ち込みは想定内の範囲内であり、動向はまだ不鮮明な様子である。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・小売について、消費税増税の反動が予想されていたが、予想の範囲内の減少にとどまっているようである。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の4月の売上は、想定していたほどは減少しなかった。	
やや悪くなっている	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・4月の消費税増税から幾分販売量の減少がみられる。ただし、想定していたほどの落ち込みではなく、影響は小さい。	
	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・欧州の暖冬の影響を受けて、主力のウィンタースポーツ関係の受注が前年同月を下回る状況となっており、受注面で苦労している。全体的にコストが上昇しており、単価についての改善が必要だが、単価交渉についても成果は限定的である。	
	輸送業（配車担当）	取引先の様子	・4月からの消費税増税による買い控えにより、物量が減っている。	
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者の話では、法人関係の客があまりいないということである。また、不動産購入を検討している個人客も少ないということである。	
悪くなっている	—	—	—	
雇用関連	—	—	—	
(北陸)	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比3.1%増加した。そのうちサービス業においては、前年同月比6.9%増加した。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体的に、求人数は前年同月と比較して増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人の件数が増加しない。求職者のスキルによってマッチング率に差がある。求職者も有期雇用に対して前向きではない。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・4月からの消費税増税によって出費は増えても給料は上がらないので、サイドビジネスとして日雇派遣の求職者が増加傾向にある。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は3か月前と大きく変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（役員）	求人数の動き	・4月の求人広告売上は、前年同月比7割であった。全体としては3か月前とほとんど変わっていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・3か月前と比較すると、求人広告の件数は微増している。ただし、前月と比較すると減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加しているが、先行きの不透明感を心配する声も少し聞かれた。
		民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・求職者の正社員希望は変わらず、人材紹介、派遣ともに登録者が増えている。登録者の高齢化が進むなかで、いかに即戦力人材を確保するかが課題になっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・特に求人数の状況に変化はない。
やや悪くなっている	—	—	—	
悪くなっている	—	—	—	