

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	-	-
		一般小売店〔精肉〕 (店長)	・消費増税の反動による景気の落ち込みを懸念していたが、想定していたほどではなく、景気は今後良くなっていくと考えている。
		一般小売店〔鮮魚〕 (従業員)	・4月を乗り切れば新幹線開業の効果が少しずつ現れると考えられるので、今後の状況はやや期待できる。
		百貨店(営業担当)	・この先夏に向けて、セールの時期にも入ることから、現在は控えられている客の買物が増えると考えている。
		スーパー(店長)	・4月は消費増税後ということで影響を受けたが、今後回復すると考えている。
		スーパー(総務担当)	・消費増税により酒、米などの売上は前年同月比で減少しているが、想定範囲内であり、生鮮食品に関しては売上の落ち込みがないことから、景気は上向きが続いていくと考える。
		衣料品専門店(経営者)	・4月の売上の不振が消費増税の反動の影響によるものであるとすれば、時間が経過するにつれて回復に向かうと思われるが、これまでの企業業績の回復や個人収入の増加などの傾向がどこまで続くかに左右されると考えている。消費増税は、これまでの株高円安景気に水を差したものであり、全く残念なことである。
		乗用車販売店(経営者)	・同業各社の情報によると、給与を少し引き上げた企業が多いので、これから少しずつ購買状況は良くなると思う。
		住関連専門店(店長)	・新税率へのなじみや新需要の発生などにより、売上は少しは回復すると見込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・当社も営業増資、修繕、就職内定数を増やし、積極的な企業体質改善に向けて動き出そうとしている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・消費増税後の反動は、一部の商品にみられる程度で、全体を引き下げるまでには至っていない。総じて緊縮感は薄く、5月以降のペースアップによる消費拡大効果や、夏のボーナス消費に期待が持てる。
		通信会社(役員)	・通信の光化サービスを提供する予定で周知活動を展開しているが、客の反応は良く、今後の契約数の大幅増を期待している。
		通信会社(営業担当)	・新機種の発売と新料金プランの提供開始に伴い、販売台数も伸びてくると考える。
		通信会社(役員)	・客からの申込、契約数は前年同期と変わらず推移しているが、問い合わせの件数が徐々に増加している。
テーマパーク(職員)	・事前先行予約の状況をみると、国内の客の動きはやや不透明ではあるものの、この先2~3か月は団体客を中心に前年同月を上回る状況である。また、インバウンド客については引き続き順調に推移すると考えられることから、この先2~3か月の状況は現在よりやや上向きで推移すると考えている。		
変わらない	商店街(代表者)	・このままの状況で推移すると考えている。様々な物が値上がり傾向にあるため、おしゃれのための衣料品の購入は後回しになりやすい。	
	商店街(代表者)	・円安の恩恵を受けている大手企業は別として、中小企業では消費増税の余波として、逆に給料が減ることが予想され、今後は、今より景気が冷え込みこそすれ、良くなるとは到底思えない。	
	一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・現状より状況が良くなるとは考えられないが、今後、状況は次第に落ち着いていくと考えている。	
	百貨店(売場主任)	・駆け込み需要のカード支払期日到来を控え、客の購買動向の鈍化が懸念されるなど、若干不安定な要素はあるが、消費増税による市場の極端な変化は見られない。必要なものは、多少高額でも購入していく客が多い。ただし、前年同期から始まっている高額商品の駆け込み需要の反動をカバーしきれないかが課題である。	
	百貨店(営業担当)	・ぜいたく品や大型耐久消費財の売上は、今後3~6か月は厳しい状態が続くと思う。日用品に関しては、品質を落とすことはなかなか難しいことから、食品を中心に少し回復の兆しがみえる。ただ、5月の売上も4月と同じく2けた近い前年同月割れになると見込んでいる。	
	スーパー(店長)	・これまでの駆け込み需要の反動に対して、回復はもう少し時間を要する。現在、日常使用する生鮮品、日配品の購買については戻ってきているが、食品、雑貨、酒についてはもう少し時間が経たないと考えられる。簡単には以前のように戻らない。	

コンビニ（経営者）	・当店はイベントに左右される立地であり、イベントが行われる際の天候に売上が大きく左右されるのは例年のことである。状況が良くなる要素もないが、これ以上落ち込むことも考えていない。
コンビニ（店舗管理）	・消費税増税後の閉塞感も徐々に緩和すると予測するが、近隣に競合他社が複数店出店の予定なので、相殺されると見込んでいる。
衣料品専門店（経営者）	・いろいろな予測がされているが、今後状況が確実に良くなるという実感はない。
衣料品専門店（総括）	・消費税増税による悪影響はなかったが、今後良い影響があるとも考えられない。
家電量販店（店長）	・客が新税率に慣れるまでしばらくかかりそうである。また、消費税増税前に購入された分の反動から回復するまでに3か月以上要すると考えている。
家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により来客数が減少しており、来客数の回復がまだみられない。ただし、消費税増税前からの傾向で単価は前年より上昇しており、今月も低下せず推移しているため、来客数と比較して販売実績の落ち込みはない。
乗用車販売店（従業員）	・展示会、広告などで来客数の増加を見込みたいが、来客数が増加する要因は少ない。
自動車備品販売店（従業員）	・キャンペーンなどのイベントを計画しているが、今月の客の動きを見ても反応が鈍く、回復の兆しが見えない状況である。今後も状況は変わらないと考える。
高級レストラン（スタッフ）	・現在の予約状況を見る限り、消費税増税による受注の増減はない。
一般レストラン（店長）	・基本的な景気の方向性は決して楽観できない。消費税増税の影響と外国人観光客の動向をもうしばらく注視したい。
観光型旅館（経営者）	・5月以降の集客は前年同月並みに推移する見込みである。現状では消費税増税の影響はない。
観光型旅館（スタッフ）	・4～6月の予約保有は前年同期比95～97%で推移しているが、7月以降の予約保有は前年同期を上回っている。4月以降については前年同月の売上はクリア出来る見込みで、消費税増税による影響は少ない。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税や、北陸新幹線開通を1年後に控え、当地における学会やコンベンションの開催数が減少していること、国内の旅行者が旅行を新幹線開通後まで待とうとする心理による宿泊客数減少を懸念している。
都市型ホテル（役員）	・全国大会などのイベントが、来春の北陸新幹線開業以降の開催になり、宴会、宿泊関係が非常に厳しくなると想定されるが、ビジネス客、インバウンド宿泊などの増加により全体としては状況は変わらない。
旅行代理店（従業員）	・まだまだ、そう簡単には旅行に消費は回ってこない。
旅行代理店（従業員）	・少しずつ回復はあると思われるが、消費税増税の影響が落ち着くまで、しばらくは厳しい状態が続く。
タクシー運転手	・消費税増税で実質的にタクシー料金が値上がりしており、利用者の消費税増税に対する違和感が無くなるにはあと2～3か月かかると考えている。また、夜の繁華街への人出が増える要素が見当たらない。
タクシー運転手	・週末の飲食店の盛り上がり弱い。
通信会社（職員）	・消費税増税による売上の増減は一時的な動きであり、今後は元に戻り可もなく不可もなく落ち着くと考えられる。
通信会社（営業担当）	・予想されていた消費税増税前の駆け込み需要は落ち着いた。契約内容のコストカットを意識する動きは従来と変わらない。3か月前と比べても客の動きに大きな変化がみられないため、今後2～3か月で状況が大きく変化するとは考えにくい。
通信会社（店舗統括）	・それほど状況が良くなる要素が見当たらない。
美容室（経営者）	・今後の状況についてはこのまま回復基調であってほしいという期待が強いが、予測が難しい。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による反動減が予想以上に長く続いていたが、2月以降平常月の90%近くまで戻っている。今後は、すまい給付金などの優遇措置の理解をいかに浸透できるかが課題である。
住宅販売会社（従業員）	・契約金額、契約件数ともに前年同月比で3割強減少している状態であり、今後も伸びそうな雰囲気がない。需要層も20代後半の人が多く、本人が住宅購入を考えないので親が先に検討し本人に住宅購入を促すケースが増えており、契約までの時間のかかる客が多くなっている。
住宅販売会社（従業員）	・消費税の10%への引上げまではまだ時間もあるため、それまでの景気は期待できない。

	やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・原材料費の高騰により取扱商品が値上げされ、購買能力のある企業でも今は様子見の状態である。また購入まで至っても、消費税増税分を値引き対象にされる傾向があり、まだまだ状況が良くなるとは考えられない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税後の買い控えは、もうしばらく続く。
		スーパー（総務担当）	・いったん冷え込んだ景気はすぐには復活しない。
		スーパー（統括）	・消費税増税により、消費者は買い控えている。少しでも安く、購入量を少なくということで、生活防衛をしている。消費税増税の影響が回復するには、この先1年程度はかかると思う。
		乗用車販売店（役員）	・4～6月の第一四半期の結果を見なければ予想できないが、上半期は新規投入の車種もないため、業況はかなり厳しくなる。
		一般レストラン（統括）	・自動車、電化製品、旅行パックなどの高額商品の節約傾向がみられることから、日常に使用される食品などの商材にも徐々に節約の余波がくると考えられる。
		スナック（経営者）	・社会動向と、年配者が多い当店の客層を考えると、今後の売上の増加はあまり期待できない。
	悪くなる	その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費者の財布のひもはますます固くなった。今後客が現行の消費税率に慣れてきたら、購買は戻ってくると予想されるが、その頃には更に消費税の10%への引上げが控えている。先行きは非常に暗い状態である。
		その他レジャー施設（職員）	・新年度、春の新規入会の反応が非常に悪く、会員数は伸びないと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響が住宅関係にも影響を与えてくるようになり、客の行動がますます慎重になることが予想される。
企業 動向 関連  (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・国内、海外とも引き合い件数は増加しているため、今後受注量は増加すると考えている。
		建設業（経営者）	・ゴールデンウィーク明け早々の官庁工事の発注が前年は全く期待はずれだった。しかし、確たる根拠は無いが、今年は前年よりは発注が増加すると予想している。
		建設業（総務担当）	・消費税増税の影響が不透明であるが、当面は業界全体の工事施工能力が手一杯で、受注価格競争の緩和状態が続くと考えられる。
		金融業（融資担当）	・消費税増税の反動も極端に深刻ではなく、景気回復の大きな流れを阻害する要因ではなくなる可能性が出てきている。当地では来春の新幹線開業を控え、ムードは悪くない。
		不動産業（経営者）	・個人客でも企業でも、2～3か月後の問い合わせが少し出てきている。
		司法書士	・2～3月の年度末には、会社の解散が多かったが、今月から6月にかけての定時株主総会の打ち合わせでは、後継者の役員就任の話が多い。
		食料品製造業（役員）	・販売量の回復は見込めるが、原材料価格の高騰が顕在化しており、徐々に収益を圧迫してきている。
		繊維工業（経営者）	・円安にもかかわらず、輸出はあまり増加していない。また、国内の景気回復の期待もあるが、中小企業への波及効果は26年下期以降になると考えている。
		繊維工業（経営者）	・今後の状況の見通しについては、慎重な見方をしている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・受注の好調は6～7月ごろまでは続くともており、状況は現在と変わらないとみている。
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、状況は変わらないと考えている。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・為替、株価も安定した状態が続いており、現在の引き合い状況からも、今後2～3か月の状況は急激に変動しないと考えられる。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・当業界の小売市場全体の状況としては、消費税増税後少なくとも30%程度売上が減少しているという話を営業から聞いているが、幸い当社商品に関しては比較的順調に売上を伸ばしており、今後もこの水準で推移すると考えている。	
	金融業（融資担当）	・消費税増税の反動が想定範囲内に収まっていることから、期待も込めてではあるが、今後も想定していたほど落ち込まないのではないかと考えている。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・特に日用品に関する業種のチラシの出稿量は減少していないため、少し楽観的にみて状況は変わらないと考えている。	
	やや悪くなる	輸送業（配車担当）	・3月の消費税増税による駆け込み需要の反動が、4月以降しばらく続くと考えられる。
		通信業（営業担当）	・4月の情報機器の売上は、3月の駆け込み需要の反動と4月の消費税増税によって、西日本全体で約3割減の状況となった。
	悪くなる	-	-
雇用	良くなる	-	-

関連	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数については、全般的に、消費税増税の反動織り込み求人が多くみられる。
(北陸)	変わらない	人材派遣会社（役員）	・労働者派遣法の改正案が話題になっており、今後はますます求職者の有期雇用離れが進むので、状況は変わらないと考える。
		人材派遣会社（社員）	・今後、求人数の増加に伴い、優秀な人材の不足感が一層高まると考えられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・現在の状況では、正社員の求人数は増加しないと考えられる。
		新聞社〔求人広告〕（役員）	・消費税増税の影響が本格的に出てくるのは、2～3か月先になると考えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の件数は3月は突出しているが、半年前から漸減傾向にある。ただし、新卒採用に対する企業の意識は非常に高く、合同企業説明会は盛況である。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響を受けているとの声は、想定していたほど多くない。
		職業安定所（職員）	・今後の状況を不安視する事業所が依然として多い。
		民間職業紹介機関（経営者）	・公共工事などで例年を上回る入札不調が報じられているが、人材の不足や資材高騰などを招き、景気回復に水をさす事象である。紹介、派遣業界も人材の不足に困っており、先行きは引き続き厳しい。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-