

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)	・消費増税に対する反動も徐々に少なくなりつつあり、来客数、買上点数とも増加している。このまま売上も増加傾向が続き、景気は良くなる。
		一般小売店〔鮮魚〕 (従業員)	・7月に当地の駅の商業スペースがリニューアルオープンする。かなり力が入っているようなので、良い起爆剤になると期待している。
		百貨店(営業担当)	・夏のボーナス支給やクリアランスセールに伴い、客の購買意欲が高まっている。今後についても状況は良くなる。
		スーパー(総務担当)	・来客数が前年同月並みに戻れば、景気が良くなってくる。
		スーパー(総務担当)	・社会全体で雇用状況が良くなっていると聞いており、消費が悪くなる要素が少ないことから、今後当面は良い状況が継続する。
		コンビニ(店舗管理)	・現在の状況は悪いが、今後は消費増税の余波も次第に収まると考えている。
		家電量販店(店長)	・消費増税の反動もみられなくなり、今後は高単価の省エネ商品の販売数が伸びてくることで客単価が前年よりも上がってくる。
		乗用車販売店(経営者)	・3か月先には新商品の発表を予定しており、需要の喚起になると期待している。
		乗用車販売店(役員)	・現政権での政策でのこ入れへの期待や、消費増税のマイナス面も次第に薄れつつあること、この春の賃上げ及び夏季賞与支給額の増加を踏まえて、景気も次第に良くなるとみている。
		タクシー運転手	・客が消費増税に慣れてきたことや、これから夏にかけていろいろなイベントがあることから、タクシー利用は増加してくる。
		通信会社(営業担当)	・新商品が出そろい、廉価端末から高機能端末まで選択肢が増えるため、販売数が少しは伸びると期待している。
		競輪場(職員)	・出場を自粛していた有力選手達の復帰が決まり、業界全体が活気づく。
		住宅販売会社(経営者)	・消費税の10%への引上げを前に、駆け込みの顧客が多くなる。
住宅販売会社(従業員)	・消費増税後の反動減も落ち着いてきて、次の増税を見据えた動きに変わってきた。客の動きは良くなっており、次の増税まで成約数は伸びる。		
住宅販売会社(従業員)	・再度の消費増税を見込んだ駆け込み需要が想定される。ただし、需要の先食い感があり、長くは持続しないと考えられる。		
変わらない	変わらない	商店街(代表者)	・トレンドが変わり新しい商品が出てくれば状況は良くなるが、今のところ大きく変わるとは考えられない。
		商店街(代表者)	・暑くなると途端に人が悪くなる。猛暑のなか無理して買物に行こうという雰囲気ではなく、この状態は今後も続きそう。
		一般小売店〔事務用品〕(店員)	・業界全体が活性化されるほどの商材はなく、また商品単価の値上げもあるため、景気回復する要素はあまりない。
		スーパー(店長)	・消費増税後、この時期になり各部門で売上が回復している。この傾向は今後も続いていくとみている。
		スーパー(店長)	・今後のお中元シーズンや夏物商材の動きは、予測がつきにくい状況である。夏のボーナス支給後の買物需要が増加することを期待している。
		スーパー(統括)	・食品関係は梅雨の状況や気温の関係によって客の購買動向が変わるため、3か月後の状況を見通すのは難しい。農作物や水産物は、天候や水温による影響を受けるため、夏場に向けての天気がこのあとの景気を左右するポイントになる。
		コンビニ(経営者)	・今後、店舗周辺で様々なイベントが予定されており、週末の売上はかなり期待しているが、平日は全く変わる様子がない。
		衣料品専門店(経営者)	・現状、全く好転の兆しがみられず、今後良くなるという実感もない。
		家電量販店(店長)	・前年は消費増税と天候による特需があり、エアコンと冷蔵庫を節電タイプに買い替える客が多かったが、今年は主だった特需がないため、良くなる要因がない。
		自動車備品販売店(従業員)	・用品関係の回復は期待できないが、板金塗装、車両整備などで若干の伸びがあるので、全体の売上は変わらない。

住関連専門店（店員）	・冷夏予測により季節商材の売上増加も見込めず、直近の需要から判断しても回復の要因は見当たらず、依然苦戦を強いられる。消費税増税に伴う反動はまだまだ継続しており、耐久消費財への需要は回復には至っていない。前月と比較しても、来客数や単価の回復はみられず、変化の兆しがみられない。
その他小売〔ショッピングセンター〕	・自分自身、ガソリン代や高速料金などの生活コストが上がる中、無駄遣いをしないよう気をつけている。景気回復より先に値上げが先行するなか、消費は活発にならない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・賃金のベースアップや一時金の上昇が、小売業の販売増加につながるかは不透明である。夏休みやお盆の消費動向を注視する。
観光型旅館（経営者）	・夏休み期間を除いて、個人客の動きが鈍い。北陸新幹線開業を間近に控え、北陸地区への出控えを懸念している。
観光型旅館（スタッフ）	・今後の予約保有は8月を除いてほぼ前年並みを確保している。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の本当の影響は、半年ほど経ってから出てくる。また、北陸新幹線開通を来年に控え、大きな学会や大会の開催は開通後の次年度になっており、旅行者も開通後まで旅行を控える傾向がみられる。
旅行代理店（従業員）	・給与、ボーナス増の好影響と消費税増税やガソリン高などの悪影響のバランスを見極めるには、まだ時間を要する。すぐに旅行に消費が向かうとは思えない。
旅行代理店（従業員） タクシー運転手	・夏商戦には客の動きが戻ってくると思いたい。 ・今年も去年と同様、夏に向けて7～8月は結婚式の回数が多くなっている。
通信会社（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要による販売量の反動減からの回復が遅れている。
通信会社（営業担当）	・新料金プランの発表があり、問い合わせの電話や来客数が増加している。4月以降は売上減少を見込んでいたが、前年度と同水準で推移しており、今後の状況についても同様であるとみている。
通信会社（役員）	・光サービスエリアの拡大を背景に、インターネット契約数の獲得は今後も堅調に推移していく。
通信会社（役員）	・消費税増税後も客の契約状況は良い状態が続いており、今後もこの状態は続くと考える。
テーマパーク（職員）	・夏休みの時期を控え、今後は個人客の旅行が中心となってくる。予想ではほぼ前年並みになるとみているが、ガソリン価格の高騰や消費税増税による心理的な影響などもあり、どのように推移するかは、判断が難しい。
美容室（経営者）	・来年秋の消費税増税が一段落するまでは、消費者のマインドは上向かない。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響により、今後しばらくは客に動きがない状況が続く。
やや悪くなる	
一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ガソリン価格の高騰など、状況が悪くなる要素はあるが、良くなる要素はない。
百貨店（売場主任）	・現在の景気は上向いているが、今年の夏が冷夏であるとの予測がマイナスに響いてくることを懸念している。例年販売される晩夏企画商材には大きな変化がみられない。
百貨店（営業担当）	・夏物商材の売出しが始まっているが、客の購買行動は非常に冷めている。通常であれば売出しの初日は駐車場も満車になり、来客数も多いが、今年は冷夏の問題など、マイナス要素が前に出て、ファッションへの関心が高くない。したがって、全体的にまだ先行きは厳しい。
コンビニ（経営者）	・値上げから大分時間が経ったが、たばこの販売量は全く回復していない。また、近隣への競合店出店もあり、来客数は依然として減少したままである。客単価は一時期よりは回復しているが、まだ以前の水準には戻っていない。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税と物価上昇の影響で、家計は圧迫されている。各業界のトップと話をしているが、調子がいい企業も多少あるようだが業界全体としては良くないと言っている。先行きに明るい見通しはない。何かでこ入れをすべきである。
衣料品専門店（総括）	・買上率は商品の中身を見直せば改善は早いと客に再度信用してもらわなければならない。信頼の回復は一朝一夕にはできない。
乗用車販売店（従業員）	・しばらくはこれといった目玉もなく、消費税増税の影響がまだ続いていると思われるため、今後の状況はやや悪くなるとみている。

	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・今の状況ではお中元の販売はまず期待できない。お中元の時期が過ぎてもその悪影響を受けたまま推移することが懸念される。状況がますます悪化する可能性があるため、がんばらなくてはならない。	
	高級レストラン(スタッフ)	・来年の北陸新幹線開通に向けたリニューアル工事を行うため、9～10月は大型料亭を閉鎖する。そのため、売上の減少が懸念される。	
	一般レストラン(店長)	・4～5月は消費税増税の影響が想定範囲と想定していたが、6月は回復するどころか、かえって悪くなっているように感じる。先行きについてはやや悪くなるとみている。	
	一般レストラン(統括)	・建設などの一部業界の景気が良くなることで、外食に従事する労働者の不足が深刻な問題となっている。人手不足により年中無休営業ができないことや、営業時間の短縮などが売上、来客数の減少につながっており、解決の糸口はまだ見えない状況である。	
	スナック(経営者)	・2～3か月先は例年売上が良くない傾向にある。また、今後の景気は国際的な要因でマイナスに転換する可能性も十分あり、状況はやや悪くなる可能性もある。	
	都市型ホテル(役員)	・北陸新幹線開業を来春に控え、今秋はコンベンション関係の予定が少ない。	
	その他レジャー施設(職員)	・夏休み期間中のイベント申込受付を開始しているが、今年度は申込が少なく、夏場の売上確保が大変厳しそうである。同業他社も同様だと聞いている。	
	住宅販売会社(従業員)	・今までのように来場者の増加が商談件数の増加につながるケースが減ってきている。他社との競争激化から長期にわたる商談が増えており、契約に至るまでの時間が長くなってきている。	
	悪くなる	-	
企業動向関連 (北陸)	良くなる	一般機械器具製造業(総務担当)	・今後も受注の伸びが期待できる。
	やや良くなる	繊維工業(経営者)	・消費税増税の影響が小さいため、国内景気の回復が期待できる。また、構造的な問題はあがるが、差別化商品の輸出も多少期待ができる。
		繊維工業(経営者)	・先行きは為替の状況次第である。為替の安定を期待したい。
		建設業(総務担当)	・当面は業界全体の施工能力に余力が少ないため、受注価格競争は緩和状態が続く。
		通信業(営業担当)	・消費税増税の反動からの回復によるものは分からないが、通信機器販売に活性が出てきた。
		金融業(融資担当)	・ベースアップなどの個人所得の増加により消費意欲が高まっていることや、景気に関して明るい雰囲気があること、国の成長戦略も実行段階に入ってくるなどから、下ぶれリスクも減退しており、今後徐々に回復していくと考える。
		金融業(融資担当)	・設備投資が進んでいる。賃金上昇も進みつつある。
		不動産業(経営者)	・6月は個人客からの問い合わせが少しずつ増えるようになった。同業他社でも問い合わせなどの動きが少し出てきたようだ。
		税理士(所長)	・客である経営者の話を聞いていると、将来的な需要見通しは割と手堅く、自信を持っているようだ。不安な面は、雇用と原材料価格の値上がり問題である。なかなか人材が集まらない状況や、価格で仕事を評価してもらえない状況が続いていることが不安であるようだ。
	変わらない	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みている。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・為替はある程度安定して推移しており、今後の受注や引き合いも継続してあるため、しばらく大きな変動はない。
		精密機械器具製造業(経営者)	・今年の年末に向けて全体としてかなりの増産を計画しているが、今後2～3か月の間では現在とほぼ同水準の生産量を予定している。
		建設業(経営者)	・当県では国の大型工事が一時に発注になり、資材運搬のダンブトラックの確保が困難になっている。今後第2四半期には、県や市町村の工事も順次発注されるだろうが、技術者や技能者の不足にダンブトラック不足も加わり、受注したくても応札できない、落札しても仕事にかかれぬという状況になるため、景気が上向くまでには至らないのではないかとみている。
		輸送業(配車担当)	・先月と同様、今月も物量の動きが悪く、今後急激に良くなると思えない。
		輸送業(配車担当)	・軽油価格が一段と上昇しているが、運賃に転嫁できず、厳しい状況が続いている。

		司法書士	・法人登記において積極的な事業展開に関する案件が増える一方、創業から30～40年の会社の解散が相変わらず多い。破産、倒産ではないが、先を見据えて、ある程度資産を残せるうちに解散する、事業を廃止するという決断のようだ。
	やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・主原料を始めとして、副原料、燃料費、運送費と軒並み値上がり兆しがある。対応策は打っていくが、徐々に収益を圧迫していくことが予想される。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・消費税増税による好影響は6月で終わると考えているため、3か月後には状況は少し悪くなっているとみている。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・6月の折込チラシ出荷売上は、前年同月比で6年前の米国の大手金融機関の破たん以来の落ち込みになった。消費税増税後の売上の落ち込みは3か月間の我慢ともいわれていたが、本当の落ち込みは、これからではないかと感じさせる。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
(北陸)	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数は横ばい状況にあるが、正社員の占める割合が高くなってきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税増税の影響は落ち着きを見せており、ボーナス状況も好転しつつあるので、消費拡大へ向かうとみられる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・企業の活動が活発化し、人材の話題がにぎやかになるのが待ち遠しい。
		人材派遣会社（社員）	・すぐ戦力になる経験者を紹介予定派遣で募集し、社員にする傾向がみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話はまだ出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告を出す企業は毎回違うことから、幅広い業種で求人意欲が高まっていると考えられる。この先急激に求人広告が落ち込むとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・新規求人は前年同月比で減少したが、求職者も減少を続けているため、それほど大きな変化は起きない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響はあまりみられないという事業所が多いが、先行きはわからないという事業所も依然として多い。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-