

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〔精肉〕（店長） | 販売量の動き | ・消費税増税の反動があったが、7月に入ってから販売量が確実に増加している。 | |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・梅雨明けが例年に比べ遅かったため、夏物衣料の動きが悪くなると予想していたが、クリアランスセールスタートとともに財布のひもがゆるみ、売上が伸びた。全体としては例年並みに推移している。 | |
| | | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・3か月前の消費税増税後と比較すると、売上高は前年並みに回復して来ている。来客数は前年を下回る状態が続いているが、客単価が上昇している。 | |
| | | コンビニ（店舗管理） | 販売量の動き | ・増税直後の4月度よりは、客足も戻ってきた。来客数は前年並みに近づいている。 | |
| | | 乗用車販売店（経理担当） | 販売量の動き | ・7月の販売量は、前年同月比100%である。4月の販売量は前年同月比105%であったので、3か月前との比較では下向きだが、4月は消費税増税前の注文残があり、7月は実質的に上向きである。 | |
| | | 住関連専門店（店員） | 販売量の動き | ・3か月前の消費税増税直後と比較すると数量は戻りつつある。 | |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・通常は行っていない客への冊子ダイレクトメールを2万通送ったことにより、来客数が8%増加しているが来店特典コスト分の経費は増加している。 | |
| | | 一般レストラン（店長） | 単価の動き | ・価格帯による差が感じられる。高価格帯の売上は少し伸びているが、安いところは逆に減っている。 | |
| | | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・外国人旅行客の増加や当社及び観光関係会社の売上増加が、各会合で報告されている。 | |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・タクシーの利用状況は4月が悪かったのでやや良くなった。今年は連日暑い日が続く、雨の日も例年に比べ少なく、夏休みに入ってから各地で花火大会などのイベントがあり、良かった。 | |
| | | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・ここ数年、来客数が前年割れをすることが当たり前になっていたが、今月は来客数、売上とも3%ほど伸びている。 | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・展示会を開催した場合には、依然として多くの来客がある。客の様子を聞いても、仕事が好調との返事も多く景気の改善が進んでいることが感じられる。 | |
| | | 変わらない | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・セールの時期であるが、提供品数が少ないせいもあり、盛り上がりには欠けている。 |
| | | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・6月の売上減少の回復を期待したが、売上の良い日も確かにあるが、月単位で見るとまだその勢いはない。お中元も、贈る側ももらう側も数が激減しているのではないかと。 |
| | | | 百貨店（売場主任） | 単価の動き | ・消費税増税の影響はほぼ解消したが、低単価傾向に変化は見られない。 |
| | | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・客の買物状況を見ると、食品系の買上は前月と変わらない。中元商材である一部のビール、菓子箱などが中心となっており、目立った売行きは示していない。 |
| | | | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・4月の消費税増税の影響は予想どおり薄れ、販売点数は前年並で推移している。一部値上げのあった一般食品や、前年より高騰している精肉等も売行きが安定している。 |
| | | | スーパー（統括） | 来客数の動き | ・天候の要因もあるが、ガソリン価格の高騰や、食材、特に肉の高騰で来客数が減少しており、来客数が順調に推移していた5月と比べると客の来店頻度は低下している。ただし、消費税増税を実施した4月と比較すると変わらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・売上は前月比では増加しているが、前年同月比では90%となっている。数字に大きな変化はない。 | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・衣料品の売上の下げ止まり感がない。業界全体として下落傾向が続いている。客は慎重である。 | |
| | | 衣料品専門店（総括） | お客様の様子 | ・特価セールをしても、特価商品のみでの購入で、定価品の購入に繋がらない。来客数は伸びても単価が取れない。 | |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・ボーナスが支給される時期だが、販売量はいっこうに増えない。まだ買い控えが続いている様子である。 | |

| | | | |
|----------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 自動車備品販売店（従業員） | お客様の様子 | ・集客面においては大きな減少にはなっていないが、買上げ点数が下がってきており、必要な商品以外の購入を控える傾向が感じられる。しかしカーナビゲーションなどの高額商品の単価は若干だが上向きになっており、状況は総合的には変わっていない。 | |
| その他専門店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・相変わらず景気が悪い。お中元を送らない人が増えている。お中元を送る人も例年より数量、金額を減らしている。 | |
| 一般レストラン（統括） | 来客数の動き | ・天候の影響で売上高、来客数が左右される傾向がみられる。外食に対して客の行動に大きな変化はみられない。 | |
| 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・7月上旬までは宿泊売上も前年を割っていたが、夏休み期間に入り家族客の予約が伸びてきた。 | |
| 観光型旅館（スタッフ） | 来客数の動き | ・前年同月比で売上92%、宿泊客数92%、宿泊単価100%となっている。個人、団体とも前年の宿泊客数を下回ったが、4月からの累計では98%と前年並みを確保している。消費税増税の影響は出ているが売上は計画を上回っている。 | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・5月は外国人旅行者に助けられ前年超えだった。6月はその外国人観光客が止まり前年比20%弱の減少となった。7月は、相変わらず外国人観光客は戻らず、代わりに日本人が多少戻り、宿泊は前年並みだったが、宴会、レストランの売上は前年を割り込んだ。原因はレストラン、宴会とも婚礼が減少したこと、北陸新幹線の開通前で大型の学会や大会が前年比で3割減少したことである。 | |
| 都市型ホテル（役員） | 販売量の動き | ・宿泊に関して、インバウンドは堅調に推移するもビジネス客およびWeb申込が月により変動幅が大きい。レストランに関しては、4月からの消費税増税による個人客の落ち込みを懸念していたが、大きな影響もなく推移している。 | |
| 旅行代理店（従業員） | 来客数の動き | ・旅行の夏休み商戦は、既に終了している。消費税増税やガソリン高で、安近短旅行も間際予約もみられない。 | |
| タクシー運転手 | 販売量の動き | ・例年この時期は夜の繁華街がにぎやかになるのだが、客足が伸びていない。 | |
| 通信会社（営業担当） | 来客数の動き | ・新料金プランの受付が落ちついてきており、来店する客もピーク時よりかなり少なくなってきた。また、販売量も来客数に比例して落ちているため、状況はあまり良くない。 | |
| 通信会社（役員） | お客様の様子 | ・客の上位コースへの申込やサービス増設の申込、新規申込が継続して堅調である。 | |
| テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・前年同月と比較すると、これまで好調だった海外からのインバウンド客は減少したが、国内の一般団体や個人客はやや増加し、全体としては前年並みの水準を維持している。全体としては3か月前から同様の傾向が続いている。 | |
| その他レジャー施設（職員） | お客様の様子 | ・夏の特別教室の動員が伸びず、前年比で15%減少した。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・地区別のばらつきが依然として続いており、一部の地区を除いて苦戦をしている。消費税増税後の回復傾向からの脱却はみられず、売上は3か月前から同水準で推移している。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・消費税増税以降、客の動きが止まっている。 | |
| やや悪くなっている | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員） | 販売量の動き | ・6月の終盤から7月にかけて、やや販売量が伸びなくなり、静かな状態が続いている。駅構内の商業施設がリニューアルオープンしたが、思ったほど売上は上がっていない。しかし、土用の丑の日のウナギは前年より売上が伸びた。 |
| | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響がじわじわと販売に表れている。 |
| | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・最近の中国の食問題が食の不安を引き起こし、食に関しては国産品が見直されている。これにより単価も上昇してきており、食品は好調である。また、猛暑の影響から涼感寝具などのクールエコ商材も、前年をやや上回る傾向である。しかし、ファッションは厳しく、前年にやや届かない。美術品、高級ブランドについては2けたの前年割れが続く。総合的には、サマーバカンスといった今の時期を考えると、まだまだ財布のひもが固いのではないかという傾向にある。 |

| | | | | |
|------------------------|------------------------------|------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 衣料品専門店 (経営者) | お客様の様子 | ・地政学的リスクに伴うガソリン価格の上昇により、一般消費者は消費に対して消極的にならざるを得ない。 |
| | | 衣料品専門店 (経営者) | 来客数の動き | ・当店のある商店街でエステの店が年の初めに開店したが、6月に閉店してしまった。別の空家に今月末、飲食店がオープンするが、なんとか定着してほしいものである。近くの酒屋の話では、景気は横ばいであり、飲み屋は大変もうかっている店と全くだめな店の両極端に分かれていると話している。 |
| | | 家電量販店 (店 長) | 販売量の動き | ・エアコンなどの夏物商材の動きが悪い。気温が前年より低いこと、消費税増税前にすでに購入してしまっていることが原因と考えられる。 |
| | | 乗用車販売店 (従業員) | 来客数の動き | ・6月のイベント以降、来客数、新車、中古車の販売台数が減少している。 |
| | | 乗用車販売店 (役員) | 販売量の動き | ・7月に入ってから買い控えなどの消費税増税による反動からは抜け出ているようだが、高額商材中心の当社においてはまだまだ厳しい状況である。9月に向けての新規商材に期待している。業界全体としては前年と同水準に回復しつつある。 |
| | | その他小売 [ショッピング センター] | 販売量の動き | ・消費税増税後、当初想定していたとおり、食品売場の利用頻度、買上額ともに需要が戻ってきたが、衣料や暮らしの売場の数字が戻ってこない。今年は前年に比べ梅雨入りが2週間早く、気温も朝晩低めだったことから夏物関連の動向が悪く苦戦している。しかし、テナントショップや競合の路面店が打ち出すこだわり品、高感性なものの動きは良い。 |
| | | その他小売 [ショッピング センター] (統 括) | 販売量の動き | ・夏物の衣料品を中心にバーゲン商戦は不振であった。また高額な装飾品、家具なども増税後の反動からの立ち直りが遅く、ボーナス商戦の販売量は前年を割り込んだ。 |
| | | 通信会社 (役 員) | 販売量の動き | ・消費税増税の影響はまだ残っており、新規契約獲得数は減少傾向にある。解約数もやや減少傾向にあるが、総じて純増数は伸び悩んでいる。 |
| | | 通信会社 (店舗 統括) | 販売量の動き | ・販売数が5月以降落ち続けている。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・今年度に入ってから契約件数は徐々に上向いていたが、今月は前月よりも落ち込んだ。消費者の動きは鈍く、慎重に検討して決める客が増えているようだ。 |
| | 悪く なっている | コンビニ (経営 者) | 販売量の動き | ・来客数は減少し、客単価も低下している。客単価に関しては、消費税増税などがあり上昇すると予想していたが、前年の100%には届いていない。 |
| | | コンビニ (店 長) | お客様の様子 | ・夏場のため売上自体は前月、前々月よりも良い数値で推移しているが、消費税増税の影響か前年比で見た場合の落ち込みが激しい。また、食料品の売上は変わらないのに対し、利益率の高い衣料品下着等や雑貨の売上が極端に下がっている。いわゆるコンビニで購入すると割高な商品の落ち込みが目立つ。 |
| | | スナック (経営 者) | 来客数の動き | ・7月はここ2年赤字が続いていたが、今年はそれよりも少し良い状況である。ボーナス月だが、消費が活発になる気配はなく、若い人が集団で歩いている様子はみられるが、客からは他の店も暇だという話も聞く。中小の個人の経営者からも良い話が聞けない。橋梁、鉄工関係の会社の役員も、大きいゼネコンが仕事を取っていき、自分たちは取れないと言っており、格差が広がっているようである。 |
| 企業 動向 関連 (北陸) | 良く なっている やや良く なっている | — | — | — |
| | | 食料品製造業 (役員) | 受注量や販売量 の動き | ・受注量、販売量については前年同月比で110%近くまで上向いているが、原料費、燃料費の高騰から収益面では前年同月以上に数字が悪く、一概にはどちらともいえない状況である。 |
| | | 繊維工業 (経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・受注については堅調に推移している。しかし、コストアップがあるので収支は厳しい。 |
| | | 繊維工業 (経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・国内の受注、需要についてはやや良い状況である。目先の8月～10月の3か月も、受注状況はやや良いようである。 |
| | | 一般機械器具製 造業 (総務担 当) | 受注量や販売量 の動き | ・欧米の受注は順調に伸びている。 |
| | | 建設業 (経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・第2四半期に入った7月から、ようやく地方自治体から工事が発注され始め、受注もでき、社員の人数状況が解消されつつある。 |

| | | | | |
|-----------|-------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・工事の見積入札物件が高水準で続いており、業界全体の施工能力が手一杯で、受注価格競争は緩和状態が続いている。 | |
| | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・消費税増税の反動から徐々に抜け出しつつあることや、微妙な単価の上乗せが行えるようになってきていることから、やや良くなってきているようである。 | |
| | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・大型の設備投資に踏み切る企業が増加している。 | |
| | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・業者やハウスメーカーの情報を聞くと、少しずつではあるが客に動きが出てきたという話が多い。 | |
| 変わらない | 化学工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注は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 | ・消費税増税の影響がいまだに続いており、今月までは影響があったと考えられる。 | |
| | 精密機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・4月以降、小売からの販売量は継続して落ち込んでいたが、ここへ来てようやく大型店では回復への兆しが見えてきたようである。しかし一般店ではまだまだ厳しい状況が続いている。 | |
| | 輸送業（配車担当） | 受注量や販売量の動き | ・軽油価格の高騰などにより輸送コストは増加しているが、運賃に転嫁できない。 | |
| | 司法書士 | 取引先の様子 | ・会社の設立が増えた。事業のための土地、建物取引も以前より多い。 | |
| | 税理士（所長） | 取引先の様子 | ・今のところ、客の様子ではプラスとマイナスがきつ抗している。プラスの方向に向かっているところも、必ずしもそれがずっと継続的にプラス傾向にあるということはないようである。 | |
| | やや悪くなっている | 輸送業（配車担当） | 取引先の様子 | ・中東情勢の不安による原油高の影響がしばらく継続すると考えられる。 |
| 悪くなっている | — | — | — | |
| 雇用 関連 | — | — | — | |
| (北陸) | やや良くなっている | 新聞社〔求人広告〕(担当者) | 求人数の動き | ・3か月前と比べると正社員の募集件数がやや増えている。 |
| | | 職業安定所(職員) | 求職者数の動き | ・久しぶりに出てくる求人申込が若干増加している。 |
| | | 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9.2%増加し、業種間にバラツキが見られるものの総じて企業の採用意欲は高く、有効求人倍率も高水準で推移している。 |
| | | 民間職業紹介機関(経営者) | 求人数の動き | ・企業の求める人材のスキル条件に合う求職者が少なく、成立は難しい状況が続いているが、このところ受注件数が増加してきている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社(役員) | 求人数の動き | ・県内の雇用情勢は2年前から3年前と比べて持ち直しており、有効求人倍率も全国平均を大きく上回っている。事務的職業の求職者数はかなり多いが、求人数が少ない。経験者対象の求人に対して求職者とのミスマッチが存在している。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | 求人数の動き | ・先月から、プログラマー、SEの求人が増えてきているが、求職者数が圧倒的に少ない状況なのでミスマッチの割合が多い。 |
| | | 学校〔大学〕(就職担当) | 求人数の動き | ・状況には特に変化はない。 |
| やや悪くなっている | 求人情報誌制作会社(編集者) | 求人数の動き | ・発行1回あたりの求人数が前年同月比で50件ほど減少した。 | |
| | 新聞社〔求人広告〕(役員) | 求人数の動き | ・7月の求人広告売上は、前年同月に対して5割から6割程度である。 | |
| 悪くなっている | — | — | — | |