

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)		-	-	-
		商店街（代表者）	お客様の様子	・気候の変化によって、羽織りものを中心に動きがある。新しいデザインの商品に関心が集まっている。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・10月はイベントが多く、天気による影響が少なかった。来客数が元に戻ってきたように感じられる。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・8～9月は、台風が数多く日本列島に接近して海が荒れたため、魚価は高止まりしていた。10月に入って、魚価が安定してきたため、粗利はやや落ち着いてきている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・4Kテレビが好調に売れている。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・耐久消費財を取扱う業界では、今月から年末へ向けて繁忙期を迎える。
		タクシー運転手	販売量の動き	・朝方と夕方のほかに、日中でもタクシー利用客の動きが結構あった。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・今月に入って、通信サービスについて客からの問い合わせや契約が増えている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型スマートフォンの販売効果が今も継続しており、販売台数は確実に増えている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・好立地の土地販売で動きが出ている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・気候が定まらず、秋物から冬物衣料への切替えが進まない。来客数は前年比で一割ほど増加しているが、前月同様に売上増加には結び付いていない。クリスマス商戦に期待している。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	販売量の動き	・季節商材や新商品が発売されたが、一般的で低価格の商品を選定される客が多く、売上増につながらない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・農産物の価格高騰により買上点数が少なくなり、消費行動はよりシビアになってきている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・野菜の価格高騰により、支出は増えていると思われる。しかし、販売量が全体で大きな変動がないことから、景気動向にまで影響はないと考える。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・客が価格に敏感になってきている。特に野菜の価格高騰が続いており、その他の特売商品も含めて価格に対応するため、低い売上で推移している。
		スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・旧盆セール以降は、来客数の伸長がみられない。前年同月比で数値的には良いが、曜日の関係と判断している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・我々コンビニ大手の全てが、近隣の一定距離の中に勢ぞろいしてからというもの、各店の特別セール期間において多少の変動はみられるものの、平常の日々においては、特にウィークデーの売上などは、ほとんど変わっていない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ここ3か月ほどは、客単価の動きは好調で来客数は微増が続いている。トータル的に販売量はやや上向きが続いている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・10月に入って気温が下がりはじめた。衣料品の動きが出はじめ、何とか前年の来客数は確保できた。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・生活者の心情について考えてみると、現状に合わせており神頼みはしない。日々の努力だけが頼りである。誰も助けてくれない。辛さは皆一緒である。不安定な生活が何年も続いているが、生きているのだから我慢しようとする。
	家電量販店（本部）	販売量の動き	・ほぼ前年並みで推移している。	
	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新車展示会、中古車展示会を2週続けて開催したが、来場者数は昨年と変わらない状況だった。まだ景気が良くなったとは言えない。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・整備や修理の売上は昨年並みだが、新車、中古車の販売に関してはなかなか売上に結び付かない。週末の展示会では来客数が減少している。	
	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・消費環境が良いわけではないが、当社の販売状況は、新型車やモデルチェンジ車によって前年並みを維持している。	

自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・カーナビゲーションなどの高額商材の動きは良くなった。景気が上向いてるとみえるが、買回り品は価格に敏感で、なるべく出費を抑える傾向は変わらない。しかし、欲しいものにはお金を掛ける。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・営業状態は本当に暇である。冷え込んできて日本酒などが少しは出てくれるのではないかと期待している。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	単価の動き	・シネマでヒット作があるため、全体の来客数の増加につながっている。全体の売上は前年並みで推移している。しかし、衣料品については季節変化の遅れの影響により、秋冬物の売行きが苦戦している。客単価低下につながっており、衣料品売上は前年を割っている。
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・1年で最も観光客の多い時期だが、北陸新幹線開業直前で数字が良かった前年との比較では苦戦している。前々年との比較では、集客は若干プラスで推移している。
一般レストラン（統括）	来客数の動き	・10月初旬の天候不良によって来客数は前年を割り込む傾向がみられたが、以降は前年並みに推移している。ここ2～3か月で大きな変化はみられない。
スナック（経営者）	来客数の動き	・例年の9～10月は売上が大変悪い傾向だが、売上悪化を少しで抑えられてほっとしている。小規模の経営者などから聞かれる人手不足の声は深刻な様子である。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月は前年より団体の受け入れが多く、売上が前年より5%ほど上回った。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・新幹線開業前の年度よりは12%上回っているが、開業2年目は前年との比較で総売上83%、宿泊人数85%、宿泊単価97%と、利用客の減少傾向がみられる。
旅行代理店（所長）	販売量の動き	・前年比で売上、受注は横ばい状況である。
タクシー運転手	来客数の動き	・平日は観光客が少ない。週末の利用客は前年より減っているものの、平日に比べると十分にある。さらに、大きな催し物があると活気がある。先日行われたマラソン大会では両日にわたってタクシーは大変忙しかった。
通信会社（職員）	単価の動き	・新商品をA、Bで比較したとき、コストパフォーマンスに優れたAが購入の8割を占めると予測していたが、実際には低価格商品Bとの購入比は、ほぼ50%ずつで推移している。
通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約獲得数は、例年と比較して前月は落ち込んだものの、10月は前年に近い数に回復してきている。
その他レジャー施設（総支配人）	来客数の動き	・入退会の動きがない。
美容室（経営者）	来客数の動き	・8～9月に続き今月も来客数が前年を割り込みそうである。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅市場を取り巻く環境は好条件が整っているものの、新築市場における受注競争が激しい。リフォーム市場は堅調に推移している。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の動きはあるものの契約件数、金額ともに少なかった。他社の状況を見ても、安価な住宅の動きは良いが、高価な住宅を求める客層は減っているようにみられる。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・年初に立てた目標に対して、受注は月間計画、累計ともに80%強の実績となっているが、展示場来場者や問い合わせが安定した動きとなってきた。消費税増税の再延期による影響は落ち着いたものと判断している。
商店街（代表者）	来客数の動き	・季節の変わり目で例年は客足の落ちる時期だが、今年は極端に来客数が少ない。平日の朝晩は、商店街の通りや大型店の店内にはひっそり感が漂っている。
一般小売店〔書籍〕（従業員）	お客様の様子	・数か月前に比べて、購入に関する顧客の姿勢が厳しい。何点もの中から厳選している様子がみられる。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・10月は、前年より日曜日が1日多い日曜配列であったが、プレミアム付商品券の駆け込み需要のあった前年実績を下回った。物産催事で集客しても、顧客の財布のひもは固く買い回り効果は薄い。依然として衝動買いやまとめ買いといった消費行動は弱い。

	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・10月に入っても来客数が少ない。客の動向は目的のもの以外は買わず、吟味して買う傾向が強い。暖かい日が続いて気温が前年より下がらないことから、ファッションの動きは悪いままである。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・普通なら食欲の秋やスポーツの秋、行楽の秋といった消費のモチベーションになりそうなものが多い月だが、生活防衛意識によって消費を控える行動が大変顕著な月であった。野菜関係の価格高騰によって、客は食に関しては大分消費をちゅうちょしている。天候不順もあって行楽に伴うファッション関連の動きも大変厳しいものがあった。食とファッションに関しては、10月は大変に厳しい。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・夏が終わる頃の9月からの売上が好調でない。6～8月までと9月からとでは季節変動を考慮しても1割ほど売上が低迷している。前年の実績を調べても、天気などの要因ではないとみられる。9月に入って急に売上が低迷している根本的な要因はつかめていない。他のチェーン店や他店舗のオーナーとも話しているが、夏が終わって急に売上が悪くなったと、同様の意見が多数であった。
	コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・既存店のほとんどで売上は前年割れしている。客単価のダウンも顕著である。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・個人消費は縮小傾向にあり、高額品、不要不急の品は目に見えて落ち込んでいる。特にアパレル業界は、構造不況業種のようにさえ感じられる。
	その他小売〔ショッピングセンター〕	販売量の動き	・残暑が続いた影響もあるが、衣料や住まいの品を中心に買上単価の前年割れが続いている。肌着や靴下、洗剤、紙消耗品などの最寄品需要も弱く、節約志向が強まっている。野菜や根菜類の価格高騰が続いており、客は他店舗と価格を比較して購買している。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門は微減でとどまっているが、宴会部門は大型宴会の減少により厳しい状況である。レストラン部門では、低価格メニューの提供により来客数がやや戻ったものの、まだ弱さが残っている。
	通信会社（店舗統括）	来客数の動き	・9月と比べると10月は来客数が減っている。ただし、ある程度の販売数は確保できている。
	× 乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・10月の販売量は前年同月比92%の見込みである。7月の販売量が前年同月比138%であったので、3か月前との比較で下向きである。
	× テーマパーク（役員）	来客数の動き	・北陸新幹線開業2年目に入り、春からだんだんと落ち着きをみせている。この秋は、前年の大型キャンペーンとの比較で全体として悪くなっている。団体客やインバウンド客、個人客も動きが鈍い。
企業 動向 関連 (北陸)	-	-	-
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・ここ1か月間に大型公共工事の受注があったため、前年ほどではないものの、ある程度の受注量は確保できている。同業他社でも、この時期にきて受注が活発になってきている。
	司法書士	取引先の様子	・債務整理、破産などの相談がなくなった。さらに会社については、解散より設立、増資、目的追加の案件の方が多い。
	税理士（所長）	取引先の様子	・製造業がやや落ち着いてきて、受注が見通せるようになってきた。建設業関係では県の工事発注が動き始めた。ただし、県の公共工事は利益が大変薄いため景気への効果があるかは疑問である。個人消費については、中小企業の業績が給与にうまく反映されておらず地方では厳しい。特にスーパー、小売では、値下げなどで若干デフレの傾向が出ていると考える。
	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・主力商品群の販促活動を強化しているが、結果が数字に現れてこない。
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・百貨店の衣料関係は非常に販売状況が悪い。非衣料関係については、まだ安定している方である。
	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内、輸出ともに衣料関連については動きが悪く、受注確保に苦労している。一方、資材用途の車両関係については安定感があり、受注も増えつつある。
	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は昨年より増加している。
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・米国では、9月に行われた展示会の影響で受注が若干延びた。国内に関しては、国の補助事業に採択された企業からの受注があった。しかし、全体として右肩上がりといえるほどの受注量ではない。

	精密機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・小売店の店頭販売の状況によると、百貨店をはじめとして特に中～高価格帯の商品の販売量は全体的に縮小傾向である。ごく少数の店舗を除いて、売上が前年割れとなる店舗が多い。
	建設業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・工事発注量が多少増加してきたものの、一部では依然として受注価格競争がし烈で、受注環境は厳しさが続いている。
	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事の発注が少ない状況が続いている。県知事選挙などが影響している様子である。
	不動産業（経営者）	取引先の様子	・複数の得意先や関係者から聞こえてくる状況では、良い悪いが半々であったため変わらないと判断した。
	輸送業（配車担当）	取引先の様子	・原油減産により、燃料費が今後はじわじわと値上げ傾向になる。輸送業の利益に直結するため、じわじわと利益が上げにくくなる。
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・小売業、特に百貨店は売上の減少傾向が顕著である。個人消費の落ち込みが景況感を悪化させている。飲食店の売上も以前ほどの状況ではなくなっている。
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)	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となっている。有効求人倍率もここ1年間で最も高い水準となっている。
	新聞社〔求人広告〕（役員）	求人数の動き	・10月の求人広告売上が、前年同月比で2割増えている。
	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・欠員要員による需要が少し増加している。ところが、派遣登録者が極端に少ないため、マッチングできない状況にある。
	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・先月と比べて新規登録者は増えたが、仕事を紹介してもマッチングが厳しい。
	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・発行1回当たりの掲載件数が、3か月前とほとんど変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	採用者数の動き	・求人広告への出稿数が、昨年度後半から落ち込みが大きくなったが、先月は対前年比で130%を超えた。今月も90%台を維持するなど、ある程度、底が見えてきた格好である。人材不足感はいまだに払拭されておらず、景気にとってプラス方向は消えていないと考える。ただし、前年比で正社員の求人数が落ちており、大きな需要の変化が落ち着いてきていると考えるため、プラス要因だけではないと判断する。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・高い求人倍率で推移しているが、仕事は増えても利益が少ないという事業所の声が多い。全体として変わらないと感じる。
	民間職業紹介機関（経営者）	周辺企業の様子	・中小の企業では人材不足感がある。その反面、製造業の大手企業では派遣契約が短時間になったり、契約満了での終了が見受けられる。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人件数は前年と変わらない。製造業を中心に2次募集や追加募集の案内、内定状況の問い合わせが来ている。
		-	-
	x	-	-