

7. 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		通信会社（営業担当）	・年末商戦に加え、新機種の入荷状況によっては多くの販売量が見込める。
		通信会社（役員）	・これから商戦期を迎えるとともに新サービス導入を予定しており、更に良くなると期待している。
(北陸)		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・年末に向け、季節商材の発売やセールによって売上が伸びると考える。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・10月に入ってからはやや盛り返してきており、11月からはいよいよカニ漁の解禁となる。漁獲量次第ではあるが、鮮魚販売にとっては書き入れ時である。
		百貨店（売場主任）	・外商関連では法人需要が伸びている。周年記念品や販促品、ゴルフコンペ景品などで企業からの注文が好調に推移している。個人においても、株高を反映して富裕層を中心に高級輸入時計や美術品が動いている。この状態はしばらく続くと思込んでいる。
		百貨店（販売促進担当）	・衆議院選挙における与党政権の圧勝により、年末商戦に向けての消費マインド改善が期待できる。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・株価が上がり、経済がやや良い方向に進むことへの期待感がある。
		スーパー（店長）	・年末に向け野菜の相場が上がるため、安定した1品単価を維持できる。
		コンビニ（店舗管理）	・O157の事故の影響が落ち着くと考える。
		乗用車販売店（役員）	・衆議院選挙の結果を踏まえて、経済状況が堅調に推移していくものと期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・季節商材の動きが気候に合わせて一進一退している。今冬の長期予報は例年並みとのことで、防寒衣料や防寒対策用品、季節食材の売行きに大いに期待している。
		一般レストラン（店長）	・全体としては良い方向へ向かっているようにみられるが、ささいな外的要因にも左右される。
		観光型旅館（経営者）	・11月以降の予約状況は、前年並みの水準まで戻ってきている。
		観光型旅館（スタッフ）	・単月仕入れの改善傾向によって、予約状況の前年比は10月で95%、11月で100%となっている。しかし、間際の予約受けが顕著になっている。
		旅行代理店（支店長）	・地方創生推進交付金に関連する動きが進みそうである。
		通信会社（職員）	・衆議院選挙が終わって、株価が上昇するなど年末年始商戦に向けて期待が高まる状況にある。
		通信会社（役員）	・例年であれば年末に向けて購買意欲が高まる傾向だが、政権安定のなかで、今年はその流れが更に強くなることを期待している。
		商店街（代表者）	・新しい動きがあまりみられない。
		商店街（代表者）	・景気を左右するような大きな要因がみられない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・チルド食品は平年並みで動いている。来月からお歳暮ギフトの取扱を始めることから、そこに期待したい。
		百貨店（営業担当）	・海外情勢などの不安要素があるなか、先行きがどうなるのか読み取りにくい。また、客の購買動向は慎重な状態のまま、大きな変化はないと考える。
		スーパー（店長）	・景気回復が一般消費者まで伝わっていない。
	スーパー（総務担当）	・パートやアルバイトの採用は、厳しい状況が続いている。最低賃金が10月1日から上がるものの、給与の増加分が景気を左右するには至らないと考える。	
	スーパー（店舗管理）	・良くなる要素が見当たらない。	
	スーパー（統括）	・客の節約志向などの状態が、3か月先でも大きく変わらないと考える。	
	コンビニ（経営者）	・今はおでんのセールが終わったところで、セール中や安いものには客は大きく反応してくれるのだが、セールが終わると販売量が激減する。通常営業時に買う客が減っているようである。客は価格には非常に敏感になっており、通常営業時に売上が伸びない。	
	コンビニ（経営者）	・来客数と客単価に大きな動きが期待できない。	
	家電量販店（店長）	・季節商材などは天候によって実績が大きく変わるが、通年商材の販売数量は横ばいか減少である。サービス提案や関連商品の提案によって客単価を上げているものの、景気の変化は感じられない。	
	家電量販店（店長）	・寒波によって暖房商品の売行きが見込めれば良いが、そうでない限り変わらない。	
	家電量販店（本部）	・景気が良くなる要素は見当たらない。	

	乗用車販売店（経営者）	・来客数がこれから2～3か月で多くなるとは考えにくい。
	乗用車販売店（従業員）	・自社独自のイベントを行っているが、大きく売上に結び付いていない。
	住関連専門店（役員）	・業界の傾向をみると、依然として購買価格の2極化や買い控えが止まらない。単価の減少は、数量ではカバーできなくなっている。近年の傾向としては、高級な外食や旅行などで体験や体感するための出費は続きそうである。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・世間では株価が高値を更新しているなど景気の良い話があるが、自分たちの周りでは、消費税増税が先々に確定したことなどで不安に思っている商店経営者が多くいる。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・シネマの不調によって来客数は前年を割っているが、客の買い控え感はない。シネマの影響が小さくなる年末に向けて来客数が戻ってくれば、現状のまま推移すると思われる。
	高級レストラン（スタッフ）	・忘年会の受注状況は、金曜日は年末まで満室状態が続くものの、まだ余裕のある日が多く苦戦している。新年会の受注に関しては今からが本番となるが、年明けに2週間ほどの設備工事を予定しているため、厳しい状況が見込まれる。
	スナック（経営者）	・業種によって、あるいは国際的な変化によっても、極端な景気動向の変動があるかもしれない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況を見ると、宿泊や宴会、レストラン共に特に良いという状況ではなく、客の動きに特別な変化はみられない。
	都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は堅調に推移すると見込んでいる。レストラン部門は6店舗それぞれの状況により異なる。婚礼部門の販売量は減少傾向が続く見通しだが、一般宴会の忘新年会の予約状況は例年と変わらない。ホテル全体でみると景気動向は変わらないと考える。
	旅行代理店（所長）	・衆議院選挙が終わったが、今までの状況に変化がある動きはみられない。しかし、消費税増税となれば影響が出るだろうと懸念している。
	タクシー運転手	・現状のまま推移すると思われる。これから寒くなってくるとタクシー利用客が増えてくる。
	タクシー運転手	・以前と比較すると、高齢者の通院などでのタクシー利用が減っている。
	通信会社（営業担当）	・販売量が前年の同時期と変わりなく推移している。特に大きな変化はみられない。
	テーマパーク（役員）	・北陸新幹線開業から3年目に入り、前年と比べて国内旅行者を中心にやや悪い状況が続いている。2～3か月先も現在と同様の状況が続くとみている。
	競輪場（職員）	・売上は停滞傾向にある。今後良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。しばらくは停滞が続くと思われる。
	その他レジャー施設（総支配人）	・人手不足の影響が顕著になり、仕事依頼に対応できない。さらに、通常営業における人員配置が難しくなっている。
	美容室（経営者）	・地方では、景気が良くなっているとの認識を持つ人はほとんどいない。
	住宅販売会社（従業員）	・契約に至るまで従来より苦戦しており、難しい対応の客が多くなっている。粘り強く対応できるかで結果が変わる。
	住宅販売会社（従業員）	・イベント来場者数や問い合わせ数が、比較的多い状況が続いている。しばらくはこの状況が続くと思われる。
	住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が見当たらない。
	商店街（代表者）	・求人倍率が高くなっているにもかかわらず、消費に回る金は節約気味である。むしろ小売業では、パートやアルバイト、正社員の人手不足により、売上減と経費増で閉店を余儀なくされる店も出てきている。
	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・国内外の状況をみても、景気に関しては良くなる要素はない。
	スーパー（総務担当）	・可処分所得が増加していないため、来店客の節約意識が徐々に高まっている。
	自動車備品販売店（役員）	・新車販売はこれからの時期が重要であるが、自動車メーカーの不正検査問題によって業界は厳しくなる。
	一般レストラン（統括）	・外食産業では、従業員の高齢化による退職や求人しても集まりにくい状況にあるため、営業時間を短縮し、それによって売上高は下がっている。以前は売上高を上げるために営業時間を延長したが、今の時代は逆に営業時間の短縮が主流になっており、特に郊外店は厳しい状況が続いている。
	× 衣料品専門店（経営者）	・大企業と中小零細企業との格差がますます拡大しており、中小零細企業の事業継続が難しくなっている。
企業動向	輸送業（配車担当）	・北朝鮮の状況の変化によっては、今後不透明な状態が続く。

関連 (北陸)	一般機械器具製造業 (総務担当)	・引き続き好調は続くと思込んでいるが、減速時期は必ずくると考える。	
	精密機械器具製造業 (役員)	・受注残がやや増加傾向にあるため、年末に向けて販売量は増えていく見込みである。	
	通信業(営業担当)	・事業所向けは依然として好調である。ただし、住宅向けインフラ設備の光回線は、頭打ちの状況で伸び悩んでいる。住宅向け回線は、販売シェアの様相は変わっても相変わらず携帯会社と電力会社の独占状態となっている。	
	金融業(融資担当)	・地元企業群の好調な業績によって景気が良くなっているとすれば、消費者の購買意欲を刺激することで自社の業績に直結すると考える小売業やサービス業関係者は多くいるようである。株価上昇による資産効果を期待する消費関連業者が多いのではないかと考える。	
	食料品製造業(経営企画)	・現状は比較的好調であるが、更に上向くまでは考えられない。	
	繊維工業(経営者)	・為替の影響もあって輸出の伸びが期待できるものの、先行きの不透明感は続く。	
	繊維工業(経営者)	・衣料については先行きの不透明感が強く、多品種少量生産で対応している現状である。	
	プラスチック製品製造業(企画担当)	・現在の受注状況からは今後の大きな伸びを展望できないが、今後も受注は底堅く続くと考え。	
	金属製品製造業(経営者)	・2～3か月先の注文の入り具合をみて、変わらないと判断した。	
	一般機械器具製造業 (経理担当)	・欧米や東南アジア諸国、中国向けの受注は依然として好調に推移している。しかし、大手鉄鋼メーカーの品質データ改ざん問題に端を発して、今後の資材調達への影響が危惧されるため、生産面での不安要素を抱えている。	
	建設業(役員)	・首都圏を除いて、受注価格競争が更にし烈になっている。受注環境の先行きは厳しくなりそうである。	
	金融業(融資担当)	・観光関連の予約は前年比で変化がみられない。冬場を迎えて急に改善するとは考えにくい。	
	新聞販売店[広告] (従業員)	・ホームセンターなど量販店のチラシ出稿が低調である。長期的に低調であるため、今後の変化は見込めない。	
	司法書士	・不動産業者や建設業者の話では、客の業種に偏りがあって今後は奪い合いになるとのことであった。また、今後も良い傾向が続くとは考えにくいとも言っている。	
	税理士(所長)	・現在、建設関係では公共工事が発注されている。ただし、以前ほど公共事業への大きな期待はない。また、自社の取引先拡大ということで見れば、同業者の廃業によって客を引き継いだりと消極的な内容でのプラスなのではないかと考える。販売業でも大きくプラスに伸びる要素は少ない。地域の製造業には下請会社が多いが、日系企業よりも外資系企業からの下請が多いことが懸念点である。	
建設業(経営者)	・ここ3年間ほどでみられたような大型プロジェクトがなくなってきたおり、今後の工事の発注は期待できない。		
不動産業(経営者)	・同業者からの情報では、先行きが少し不安だという意見である。法人関係の話が止まっている。		
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)	新聞社[求人広告] (担当者)	・求人広告以外にも、一般の広告枠の問い合わせが多くなっており、市場が動いている様子がみられる。ただし、広告料単価の上昇には結び付いておらず、威勢のいい言葉を直接聞くことはあまりない。	
	新聞社[求人広告] (営業)	・県内では相変わらず求人倍率が高い。大口の雇用を打ち出した企業もある。住宅産業などは早くも消費税増税を見据えて対応している。	
	学校[大学](就職担当)	・大学内での企業説明会について、前年より多くの問い合わせがきている。	
	人材派遣会社(役員)	・有期雇用契約に対する応募者が増えず、需要と供給のバランスが取れていない。	
	人材派遣会社(社員)	・企業からの求人に対して求職者数が少ない。	
	求人情報誌製作会社 (編集者)	・大きな雇用を行う企業が出てこない。	
	職業安定所(職員)	・業績が良いという事業所と悪いという事業所の2極化が進んでいる。	
	職業安定所(職員)	・新規求人数は引き続き増加傾向にあるが、伸び幅は若干緩やかな増加に変わってきている。一方で、人手不足を訴える企業は引き続きかなり多いものの、少しでも若い年代や応募者を選ぶ傾向があることから、今後も状況は変わらないと考える。	

	民間職業紹介機関（経営者）	・求職者の減少に加えて、求人側の条件とのマッチングが難しくなっている。
	-	-
x	-	-