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 (北陸)	◎	－	－
	○	一般小売店［鮮魚］（役員）	・ゴールデンウィークと春の行楽シーズンに入り、観光客の増加が見込める。ホテルや旅館の予約状況も良いと聞いている。
	○	スーパー（店長）	・現状が悪いことの反動と気温の上昇に伴い、購入点数は上がってくる。大きな天災も相場の影響もなく、好調であれば売上は伸びてくる。
	○	衣料品専門店（店舗運営）	・例年とは違うセールを企画しており、客の反応が良くなると見込んでいる。
	○	家電量販店（店長）	・サッカーワールドカップのスポーツイベントによって、映像関連商材の売上増が見込める。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今後も独自イベントなどが続き、来客数と売上のアップにつなげていく考えである。
	○	タクシー運転手	・天候が良くなって観光客もどんどん増えてくるので、夜の繁華街の人出が期待できる。タクシー利用客も増えると見込んでいる。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の発表時期となり、買い控えていた客が戻ってくると期待している。
	○	住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げ前に、受注増加を見込んで土地の仕込みなどの動きが激しくなり、業界の動きが活発になっている。
	○	住宅販売会社（従業員）	・今後も北陸新幹線開業効果の勢いが止まらず、ホテル建設ラッシュとなり、景気が良くなっていく。
	○	住宅販売会社（営業）	・消費税の引上げを意識した動きが、加速すると見込んでいる。
	□	商店街（代表者）	・地方でも外国人観光客が増えており、当商店街でも最近よく見かけるようになっている。しかし、商店街は生活用品中心の店が多く、土産に特化した店舗がないため、今一つ活性化にはつながらない。
	□	商店街（代表者）	・市内中心部では、特に従来と変わった動きはない。中心商店街全体でも大きな変化はない。
	□	一般小売店［精肉］（店長）	・暖かくなってきて、焼肉用のスライス物の動きが出てくる。直近はブランド牛の需要が非常に高かったことから、今月も同様に好調に推移している。来月からも、肉の売行きが良いため、このまま推移すると考える。
	□	一般小売店［事務用品］（店員）	・働き方改革に関連する商品の動きが、まだ少ない。この状況がしばらく続きそうである。
	□	百貨店（売場主任）	・インポート雑貨などの高額品は好調に推移しているが、依然として婦人衣料と紳士衣料が苦戦している。クリアランスセールでも同じような状況が続くと考える。
	□	百貨店（営業担当）	・インバウンド効果はあるものの、国内消費に大きな変化を感じられない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・新年度になって一部の食料品が値上げされ、社会保障制度の見直しによって生活負担は増している。節約志向に拍車が掛かっており、消費マインドの改善はみられない。
	□	スーパー（店長）	・北陸新幹線延伸を控えて、飲食店などの出店が増えそうである。失業率は更に改善するとみられるが、正規雇用が増えるわけではない。景気を後押しするように、安定的に個人所得が増えていくとは考えられない。
	□	スーパー（総務担当）	・連休期間中に穏やかな天候が続けば、バーベキュー商材が売れるかもしれない。しかし、月間ではほぼ前年並みの売上になりそうである。
	□	スーパー（総務担当）	・競争店との価格競争や、パートとアルバイトの採用が足りていない状況が続いている。今後は大きな変動要素がみられないため、景気は横ばいであると考える。
	□	スーパー（店舗管理）	・現状は前年より高い客単価を維持している。しかし、今後は１品単価が落ち着いてくると、今の来客数では売上が厳しくなる。
	□	スーパー（統括）	・値上げなど物価上昇の動きはあるものの、賃金の上昇が伴わないため、依然として節約志向が根強い。
	□	コンビニ（経営者）	・来客数、単価共に大きな変化がみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・景気が上向いているのか下向しているのか、天候や経済状況の影響を受けるので、全く予断を許さない状況が続いている。
	□	家電量販店（本部）	・季節商材の動き次第で上向きになると期待している。ただし、全体の消費については楽観できない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・これから先、新商品投入なども予定されているが、購入に慎重な客の様子から、販売数が特別多くなるようには見込めない。

	□	自動車備品販売店（役員）	・例年、ゴールデンウィーク期間の来客数は減少傾向にある。オイル交換などのメンテナンスを希望する客も減少しており、明るい材料は見当たらない。
	□	住関連専門店（役員）	・販売量と客単価の減少に回復の兆しがみられない。電気料金の値上げなどによる生活費の圧迫などが背景にある。
	□	その他専門店［酒］（経営者）	・いつもと変わらない状況であり、本当に回復の兆しがみえない。良い話がないし、期待できないという状況である。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・衣料品のトレンドは、現状から大きな変化がみられない。そのため、他業態が好調であっても急激に良くなることは考えにくい。しかし、客単価や購入率からみると購買意欲が落ちているわけではないため、悪化の可能性は低いと考える。懸念事項は、市内近隣に競合施設が新規にオープンすることで、その影響があるかどうかである。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・県外団体客の受注が、昼の利用を中心に５％ほど減少している。夜の利用は、地元客の宴席や会合によって５％ほど増加している。
	□	一般レストラン（店長）	・悪くはならないが、格段に良くなるとは考えられない。
	□	一般レストラン（統括）	・パート従業員の家計所得を聞く限りではほとんど変化がなく、今のところ生活スタイルが変わる予兆はみられない。先行きの不安から、ぜいたくはできないとの意識を強く感じる。
	□	スナック（経営者）	・やはり懸念材料としてあるのは、国際的な経済状態や株価の影響、客の健康状態である。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・４月の予約状況は前年比120％で、５月以降も110％台で推移している。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・これからの予約状況が特に良くない状態で、力強さがみられない。
	□	都市型ホテル（役員）	・宿泊部門と宴会部門の予約状況は例年と同様である。レストラン部門は若干厳しいと考えるが、全館での景気動向は大きくは変わらない。
	□	旅行代理店（所長）	・団体、個人旅行共に大きく伸びる要因がない。
	□	タクシー運転手	・来月は田植えの時期と重なることから、毎年のことではあるが、夜の繁華街が相変わらず静かになりそうである。
	□	通信会社（営業担当）	・繁忙期が重なり、契約数は順調に伸びている。ただし、一時的なものにすぎないと考えており、今のところ景気が良くなるようにはみられない。
	□	通信会社（役員）	・新年度に入って、環境変化に応じた新たな契約者獲得施策を逐次実行に移している。大きな増加とはなっていないものの、現在の好調がしばらく継続するとみている。
	□	通信会社（役員）	・通信系の新サービスを更に訴求することで、客の反応を維持できると考える。
	□	テーマパーク（役員）	・先行予約状況をみると前年並みの状況であり、２～３か月先も現在の状況が変わらず続くとみている。
	□	競輪場（職員）	・大型連休が控えており、客の財布のひもが緩くなることが期待できる。しかし、その後は反動で落ち着いていく。
	□	その他レジャー施設［スポーツクラブ］（総支配人）	・競合施設との価格競争の影響が出てきている。さらに、全国展開の新たな競合施設が24時間営業でオープンするので、しっかりと影響を見極めていきたい。
	□	美容室（経営者）	・来客数は慢性的に減少傾向にあり、今後もこの傾向は続きそうである。
	▲	一般小売店［書籍］（従業員）	・各メーカーの値上がりが本格化している。今のところ悪くなる要素しかない。
	▲	コンビニ（経営者）	・来客数の減少がずっと続いている。客単価の増加は続いているが、増加に転じてから１年を迎え、このまま客単価が上がり続けることはなさそうである。
	▲	コンビニ（店舗管理）	・今月は自社キャンペーンのヒットで良い成果を上げたものの、消費マインドの改善はみられない。
	▲	観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィーク以外の集客が弱く、夏休みが始まるまでの予約状況が厳しい。北陸新幹線開業前の売上高まで落ち込みそうである。
	▲	通信会社（職員）	・年度末のキャンペーンを終えて、一息ついた状態である。さらに、ゴールデンウィークを控えて、また、その後も財布のひもは固くなりそうである。
	×	－	－
企業動向関連 (北陸)	◎	－	－
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・ＡＳＥＡＮと欧州諸国向けに、受注は堅調に伸びている。国内向けにおいても、産業機械関係の受注が順調に伸びており、当面はこの状況が続くと期待している。
	○	通信業（営業）	・商品を提案する段階で、消費税の引上げより前に導入したい様子の客が増えている。

	○	金融業（融資担当）	・取引先へのヒアリングによると、観光関連や小売、サービス業は引き続き堅調に推移するとみられる。さらに、製造業でも、米国の輸入制限による影響が限定的であると考える企業が多く、地域経済を下支えすることが期待できる。
	○	税理士（所長）	・得意先に聞くと、非常に見通しは明るいようである。建設業は受注拡大が厳しいが、販売関連では個人所得アップによってこれから期待できる。住宅関係は来年の消費税の引上げに向けて宅地造成が続いており、住宅着工数も少しずつ上がってきているようである。
	□	食料品製造業（経営企画）	・ここ数か月は、輸出向けが前年を上回る見込みである。しかし、国内向けはどのチャネルも頭打ち傾向にあるため、苦戦している。
	□	繊維工業（経営者）	・コストアップについて客との交渉中である。従来であれば生産側からの値上げは非常に難しいが、新規開発商品については交渉中である。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・受注状況は順調であると見込んでいるが、原料価格の推移次第では今後の影響が危ぶまれる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・２～３か月先の受注状況をみて、変わらないと判断している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・世界情勢の変化が気掛かりであるが、円安に向かっているので、輸出企業にとっては追い風である。
	□	精密機械器具製造業（役員）	・国内の得意先については、個別には好不調があるものの、ほぼ横ばいという状態である。海外販売は、円高の影響によって一部に不安がある。
	□	輸送業（配車担当）	・前年や前月と比較して荷動きは上向いているが、人手不足のため仕事が受注できず、特にドライバー不足による厳しい状況が今後も続く。
	□	司法書士	・賃貸アパートの新築やアパート用地所有者の成年後見制度利用、用地の相続についての相談が以前は多かったが、今はほとんどない。
	▲	繊維工業（経営者）	・受注の先行きについては交渉がなかなか難しく、受注量の確保が大変難しい状況にある。また、価格の問題についても客の返答から交渉が難航するとみており、採算面でもより厳しくなりそうである。
	▲	建設業（経営者）	・2020年の東京オリンピックとパラリンピック開催に向けて、来年に向け投資が増えるようである。しかし、地方経済にはさほどの効果はない。
	▲	建設業（役員）	・首都圏以外は受注価格競争が徐々にし烈になっており、受注環境の先行きは厳しい見通しである。
	▲	金融業（融資担当）	・取引先では、人手不足によって仕事の進捗が遅れているようである。さらに、経費も上昇している様子である。
	▲	不動産業（経営者）	・動いているところと全く止まっているところと、半々の話がある。法人関係は今はまだ活発ではない。
	▲	新聞販売店［広告］（従業員）	・４月の売上も前年同月を下回っている。特に住宅関連のチラシ出稿が落ち込んでおり、今後の動向に注目している。
	×	－	－
雇用関連 (北陸)	◎	－	－
	○	－	－
	□	人材派遣会社（役員）	・新卒者の定着もあるため、求人需要が少ない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用につながる動きがない。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・人手不足が慢性化しているが、人の動きは落ち着いており、大きく状況が変化する様子はない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が大きく伸びているなかでは、医薬品製造業において、かなり活発な動きがみられる。その他の産業においては、慢性的な人手不足のなかで求人が動いているが、本来であればその打開策である労働条件の改善などがみられなければならないのに、余り目立った改善の動きがない。そうしたことを考えると、当分は現状のまま続くのではないかと考える。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足による求人が増加しているが、景気は現状維持であると考える。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足が景気の足を引っ張る可能性がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・得意先企業では、新たな仕事の案件があっても人手不足によって積極的に受注できない状況にある。
	□	学校［大学］（就職担当）	・製造業や情報産業系の求人が目立ち、売手市場が続いている。
	▲	新聞社［求人広告］（営業）	・１～２月の大雪の影響から反転攻勢をかけるという話を聞かない。消費税の引上げも大して話題に上がらない。
	×	－	－