

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 | ・買上単価は低下しているが、買上点数は増加している。今後も買上点数が多い状況のまま推移すると考えている。 |
| | | スーパー（総務担当） | 単価の動き | ・消費税増税後、来客数は伸びていないが、客単価は上向いている。 |
| | | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響はほぼ無くなり、生活必需品も、酒や菓子などの嗜好品も、売行きが前年同月を上回る状況で推移している。 |
| | | 家電量販店（店長） | 単価の動き | ・消費者の省エネ志向が強く、高単価商品の販売数が増加している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・全体的に見て状況はあまり良くないが、今月は全社合同のイベントを開催したため、それなりの受注があった。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・7～8月のボーナス月を前に客の動きが鈍っており、今月中旬には来客がない日が2～3日あった。しかし、月末には団体客が入り、今月の売上は前年同月を1割上回った。来店した骨とう商からは、客に少し動きが出てきているとの話があった。 |
| | | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・大手通信事業者の大幅なキャッシュバックを伴った営業姿勢にも変化があり、インターネット契約の獲得数は順調である。ただし、競合事業者の攻勢も強く、解約も一定数ある。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 来客数の動き | ・問い合わせ件数、イベント来場者数ともに増えており、客の動きが活発になってきた。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・セール開始を控え、客は例年と同様セール待ちの状態である。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・デパートでは数年ぶりに来客数が増加したようだが、人出の多い日と少ない日の差が相変わらず激しい。高額品にも少し動きが見られる一方で、バーゲンなどで安くならなければ売れないという雰囲気もあり、格差が出てきている。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（店員） | 単価の動き | ・消費税増税の影響は収まりつつあるが、燃料代などの上昇などにより諸経費が増え、利益を圧迫している。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員） | 販売量の動き | ・4～5月は売上が前年同月を多少上回っていたが、6月に入ってから少し様子が変わってきた。決して暇なわけではないが、やや盛り上がり欠けている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 販売量の動き | ・販売に対する顧客の姿勢は厳しく、本当に必要な物を厳選している。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・消費税増税後の客の動向は落ち着いてきている。月末のセール開始を控え、ダイレクトメール送付後のセール待ちを予想していたが、予想に反してあまり影響を受けなかった。セール開始後も前年並みに推移している。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・客の買上状況は以前と変わらず、買物は必要な品を必要な分だけにとどめている。 |
| | | スーパー（統括） | お客様の様子 | ・消費税増税直後の4～5月は来客数が少し伸び悩んでいたが、現在は増税前と変わらない状況である。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・当店は周辺で開催されるイベントの大きさや天候によって売上が大きく左右される立地の店だが、地元サッカーチームの成績不振もあり、来客数は伸びなかった。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・婦人衣料は売上の減少傾向が続いており、好転の兆しは見られない。セールも大して盛り上がりせず、苦しい状態が続いている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・これまでと同様、客は価格に非常に敏感である。一時しのぎができればよいという考えで、生活防衛に専念している人たちの集合体になっているようだ。なにか打開策はないかと考えている。紳士服の小売業界も低空飛行である。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | お客様の様子 | ・前月より宣伝量を多くして来店を促しているが、来客数が少ない状況が続いている。同業他社もイベントを開催しているが、結果は同様であると聞いている。 |

| | | | |
|---------------------------|-------------------|--|---|
| 乗用車販売店 (役員) | 販売量の動き | ・消費税増税直後の4月は駆け込み需要の反動により売上減少などの影響が出たが、5～6月と経過するにつれ、業界全体では前年以上の成果が出ているところもある。しかし、高額商品を中心とする販売店では若干厳しい傾向にある。 | |
| その他小売 [ショッピングセンター] | 来客数の動き | ・3～6月は買上単価は前年超えを維持できているが、買上点数が95～97%と前年を割り込む状況が続いている。客は無駄な買物をしない。安全性、品質などを気にして買物をしている。 | |
| その他小売 [ショッピングセンター](統括) | 販売量の動き | ・4～6月にかけて、衣料品、服飾品の買上が前年同月を下回り、全体の販売量を減少させている。しかし、食品や日用品、身の回り品の駆け込み需要の反動は想定より小さく終わった。 | |
| 高級レストラン (スタッフ) | 販売量の動き | ・今月で閉店する店舗は、駆け込みで通常の130%を超える集客があったが、他の既存店はその分苦戦を強いられた。 | |
| 観光型旅館(スタッフ) | 来客数の動き | ・前年同月と比べて総売上105%、宿泊人数104%、宿泊単価103%と、ほぼ前年並みとなった。中型団体客が好調で、全体をけん引している。インバウンド客は前年同月比127%と好調である。 | |
| 旅行代理店(従業員) | 来客数の動き | ・来客数、問い合わせ件数は増加しているが、売上にはつながっていない。まだまだ様子を見ている状態である。 | |
| 旅行代理店(従業員) | お客様の様子 | ・消費税増税後、客の動きが戻らない。 | |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・消費税増税から約2か月が経過し、タクシー利用を控えていた人が、ようやく戻りつつある。しかし、夜の歓楽街は依然として活気が欠けている。 | |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・週末の夜は、少し人の動きがみられるようになった。 | |
| 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・新商品発売により来客数は増えているが、ボーナス商戦前の買い控えがあり、期待値以上の販売にはつながらず、検討もしくはプラン変更のみにとどまる客が多い。 | |
| 通信会社(役員) | 単価の動き | ・良い状態が続いている。オプション追加や上位コースへの変更により、客の契約単価が上昇している。 | |
| その他レジャー施設(職員) | お客様の様子 | ・一般入会者数が、大人も子供も全く増加してこない。 | |
| 住宅販売会社 (従業員) | 来客数の動き | ・現在、住宅ローン金利などの諸条件が良いため客は動いているが、一方で慎重さもみられ、結論を出すのに時間がかかっている。 | |
| 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・消費税増税以降、客がなかなか決断をせず、動きがない。 | |
| やや悪くなっている | 百貨店(売場主任) | 来客数の動き | ・体感温度が上がらず、夏物衣料品の購買意欲が低下しているようだ。 |
| | 百貨店(営業担当) | お客様の様子 | ・全体的には少し厳しい状態だが、食品関係は消費税増税前である前年同月の売上を少し上回っている。食については毎日必要であることと、他のところで消費を抑えてでも、少しぜいたくを楽しみたいという思考であるようだ。ただし、ファッション関係の売上は、夏のセールが始まる時期だが前年同月比で2割ほど下回っている。優先順位の低いものには相変わらず財布のひもが固い。 |
| | コンビニ(店舗管理) | 販売量の動き | ・消費税増税前に買いためされたたばこやビールの売上が、いまだに回復しない。 |
| | 衣料品専門店 (経営者) | 販売量の動き | ・6月後半からサマーセールを始めたが、客の購買は消費税増税分を考え慎重である。来客数も今一つ増加しない。 |
| | 衣料品専門店 (総括) | それ以外 | ・来客数が大幅に減っている。3か月前も景気が良かったわけではないが、比較すると現在はより悪化している。 |
| | 乗用車販売店 (経理担当) | 販売量の動き | ・6月の販売量は前年同月比80%であった。平成26年3月の販売量は前年同月比103%だったため、3か月前との比較では下向きである。消費税増税の影響と推察される。 |
| | 自動車備品販売店 (従業員) | お客様の様子 | ・消費税増税後の4月以降、明らかに客の購買に変化があり、前期と比べて予想以上に来客数は減少し、単価は低下している。特に用品関係や高額商品の動きは悪い。しかし、整備や補修などのメンテナンス関連は大きな落ち込みがなく、今乗っている車を大事にして乗ろうとする傾向が感じられる。 |

| | | | | |
|----------------|-----------|--------------------|--------------|---|
| | | 一般レストラン (統括) | 来客数の動き | ・ 今月は消費税増税後の3か月間で1番客の動きが鈍かった。夏商戦前に無駄な買物をしないという意識からか、週末に外出する人もやや少なかった。 |
| | | 観光型旅館(経営者) | 来客数の動き | ・ 4月の消費税増税以降、間際予約の発生が例年に比べ減少している。 |
| | | 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・ 6月は宿泊、宴会、レストランとも売上は前年比で10%ほど減少した。宿泊では外国人旅行者が減少し、レストランも婚礼の減少により、売上は前年割れになりそう。 |
| | | テーマパーク (職員) | 来客数の動き | ・ 前年同月と比べると、海外からの客はますます順調に推移しているが、国内の団体客、個人客は減少傾向にある。来年に控えた北陸新幹線開業や、ガソリン価格の上昇、消費税増税などの影響により、特に個人客の動きが鈍くなっている。 |
| | | 美容室(経営者) | 来客数の動き | ・ 広告、キャンペーンを打っても、来客数は徐々に減少している。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 来客数の動き | ・ 顧客動向としては、展示場での来場者数は横ばいで、それなりの顧客を確保できたが、プラン提示まで至らず、商談件数は前年同月比25%減と大幅に落ち込んだ。消費税増税後の冷え込みから一時は盛り返し、回復を期待していたが、ここにきて後退した感がある。 |
| | 悪くなっている | コンビニ(経営者) | 販売量の動き | ・ 販売数は全体的に減少している。販売単価の低下に加え、来客数の減少と客単価の低下も続いている。 |
| | | 住関連専門店 (店員) | 販売量の動き | ・ 一定期間内で見ると売上が減少している。販売のピークとなる週末でも、以前と比較すると件数、買上点数ともに明らかに減少がみられる。 |
| | | その他専門店 [酒](経営者) | 販売量の動き | ・ 消費税増税から2か月が経過したが、販売量は落ち込んでいる。この調子ではお中元の時期も大変に苦しいのではないかと懸念している。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなっている | 一般機械器具製造業(総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・ 欧米の受注が順調に伸びている。 |
| (北陸) | やや良くなっている | 繊維工業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・ 採算面については課題を残しているが、受注量は増加傾向にある。 |
| | | 繊維工業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・ 非衣料関係の受注状況はかなり良い。衣料はシーズン性があり、現在は秋冬商材生産の終盤に入っており忙しい。来春の状況については現在準備中で、受注状況を探っているところである。 |
| | | 建設業(総務担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・ 工事発注量が高い水準を維持しており、受注価格競争は一部を除いて緩和傾向が続いている。 |
| | | 金融業(融資担当) | 取引先の様子 | ・ 設備投資案件、不動産取得案件が増加してきている。 |
| | | 不動産業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・ 同業者からの情報によると、わずかではあるが問い合わせなどの動きが出ているようだ。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・ 会社、法人登記関係で、事業目的の追加、役員の増員、会社設立など、積極的な事業展開の案件が増えた。 |
| | | 税理士(所長) | 取引先の様子 | ・ 3月決算、4月決算の業務あるいは月次の監査をみていると、売上の見通しについて自信が出てきている経営者が多くなってきている。 |
| | 変わらない | 食料品製造業(役員) | 受注量や販売量の動き | ・ 消費税増税後、4～5月は少し受注量が減少していたが、当月に入ってから回復している。ただし、高額品の伸びはみられず、景気が良くなっているという状況はみられない。 |
| | | 化学工業(総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・ 現在の受注状況は前年同月比で横ばい傾向にある。 |
| | | 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 | ・ 消費税増税の駆け込み需要の影響で、6月末までは想定通り順調に推移している。しかし、7月以降については少し状況が悪くなるとみている。 |
| | | 精密機械器具製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・ いまだに消費税増税の影響が残っており、客により回復の状態にはかなりばらつきがあるが、国内向け商品に関しては、総量としてそれなりの量を生産する状態が続いている。海外向け商品では、特に欧州向けについて厳しい状態が続いている。 |
| | | 建設業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・ 4月は公共工事の発注が例年どおりほとんどなかったが、5月に県や市の工事を若干、そして6月には国の大型工事を受注できた。しかし、建設業は受注産業であり、毎月コンスタントに工事が受注できるわけではないので、これをもって景気が上向いてきたとはいえない。 |

| | | | | |
|------|-----------|----------------|---------------|---|
| | | 輸送業（配車担当） | それ以外 | ・4月からの消費税増税の影響で消費者は買い控えをしており、物量の動きが悪い。しばらくはこの状況が続く。 |
| | | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・消費税増税の影響は想定の範囲内であり、数量もそこそこ出ている。足元は底固い。 |
| | やや悪くなっている | | | |
| | 悪くなっている | - | - | - |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | - |
| (北陸) | やや良くなっている | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・各産業の求人数を前年同月と比較してみると、増加している産業が多い。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・求人数は横ばいだが、求職者数は減少傾向にあるため、労働力不足となっている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（役員） | 求職者数の動き | ・有効求人倍率や就職率は高水準になっているが、求人側が高いスキルを求める一方で、それに見合う求職者は多くなく、マッチング率は低い状態が続いている。また、求職者の有期雇用に対する関心が従来より薄れている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・40～50代の経験者を対象とした専門職の求人がわずかではあるが増えている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・発行1回当たりの求人数は50件ほど減少した。引き続き状況は厳しい。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・3月と比べると求人広告の件数は減っているが、前年同月比では件数、金額ともに上回っている。ここ数か月、求人広告の件数は堅調に推移している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が前年同月比で15か月ぶりに減少となった。減少幅は小さいため、それほど心配する必要はないが、今後の推移に注意が必要である。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・受注数はやや増加しているが、それが景気拡大によるものなのか、求人アンマッチングによるものなのか判断が難しい。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・求人数の動きには特に変化がみられない。 |
| | | やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（役員） | 求人数の動き |
| | 悪くなっている | - | - | - |