

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<br>動向<br>関連<br><br>(北陸) | 良く<br>なっている    | 百貨店（営業担当）      | 来客数の動き  | ・初売りがスタートし、客の購買意欲が高くなり来客数が増加した。セール待ちだった客がほとんどで、まとめ買いなどもみられた。目的以外でふらっと立ち寄った人が、良いものがあれば買うという感じで、1月は大きな天候不順もなく、予算ペースで推移している。                    |
|                            | やや良く<br>なっている  | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員） | お客様の様子  | ・毎月北陸新幹線の話になるが、開業を間近に控え、観光客の入り方がやや落ち着いたかに思えるが、ぐんと減っているわけではない。ホテルなどの取引先は、開業後の予約の見込みが従来とはけた違いに増えている様子で、忙しくなるのは目に見えているので、優先的に納品してほしいとの依頼を受けている。 |
|                            |                | 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き  | ・来年度の自動車関連の税制大綱が発表されて買換えの促進につながったようで、注文が少しずつ多くなっている。   |
|                            |                | 乗用車販売店（従業員）    | 来客数の動き  | ・1月に他社合同のイベントがあり当社も毎年出展しているが、年々来場者が増えている。  |
|                            |                | 一般レストラン（統括）    | 販売量の動き  | ・北陸新幹線開業に向けた準備で、モノの動きが盛んになってきた。一例として、ホテル飲食部門の宴会に不足する食器類補充が、年明けよりあちらこちらで盛んになっている。大きな催しが例年になく多く生まれ、消耗品関係業者はその準備に慌ただしい。                         |
|                            |                | タクシー運転手        | 来客数の動き  | ・全体的に寒い日が続いたこと、また、新年会などで利用客があり、好調であった。   |
|                            |                | 通信会社（営業担当）     | 来客数の動き  | ・購入意思がある新卒生の客が下見に来ることが増えたため、来客数が増えている。また、「かけ放題」のプラン見直しに伴い来客数が増えている。  |
|                            |                | 美容室（経営者）       | 来客数の動き  | ・来客数が前年を上回る月が、3か月に一度くらいの比率で出てきた。   |
|                            |                | 住宅販売会社（従業員）    | 販売量の動き  | ・受注は駆け込み需要の反動減から回復基調にある。しかし、一過性のものか見極めが難しい。実態は円安に伴う資材の高騰分を価格に反映させておらず、反映すれば受注減は避けられない状況下にある。   |
|                            |                | 住宅販売会社（従業員）    | お客様の様子  | ・北陸新幹線が3月14日に開業ということで、人の動きが活発になり、景気が上向きだ。  |
| 変わらない                      | 商店街（代表者）       | それ以外           | ・春物に対する動きが、例年通りの感がある。   |  |
|                            | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 来客数の動き         | ・来客数の伸びもなく、客単価も特に変わっておらず、横ばいである。  |  |
|                            | 百貨店（売場主任）      | 単価の動き          | ・季節商品の単価ダウンにより、期待していたほどの伸びは示さなかった。特に選挙後に期待していたが、公務員のボーナスアップにもかかわらず消費に回ったとは言い難く、高額商品は不振だった。  |  |
|                            | 百貨店（営業担当）      | お客様の様子         | ・1月の百貨店ではファッションの冬物最終処分セールで、例年であればこの時期には、コートやブーツの値下がりしたものの動きが結構あったのだが、今年はそうした商材の動きは非常に厳しい。食料品関連は何とか前年並みを維持しているが、ファッションについては季節商材が厳しいという現状である。 |  |
|                            | スーパー（総務担当）     | 来客数の動き         | ・来客数の前年割れが続いている。メーカーの商品値上げ等もあり売上を維持している状態だが、今後も来客数減少が続くそうである。   |  |
|                            | スーパー（総務担当）     | 販売量の動き         | ・食料品の値上げがこれまで通り続くが、生活必需品であることから販売量は変わらない。   |  |
|                            | スーパー（統括）       | 来客数の動き         | ・3か月前から見ると、客の買物動向は変わっていない。昨年などから見ると、当地は雪がないということで足場の状況は良いが、だからといって来客数が多いわけではない。   |  |
|                            | コンビニ（経営者）      | 販売量の動き         | ・ここ3か月ほど、同じようなことを言っていて申し訳ないが、三大チェーンがそろい踏みして落ち込んだ数字が、ずっと変わらない状態が続いている。   |  |

|           |                        |         |   |
|-----------|------------------------|---------|---|
|           | コンビニ（店長）               | 販売量の動き  | ・景気自体は悪いと実感しているが、先月までで下げ止まったように感じる。売上は消費税増税後から前年と比較にならないほど低下し、前年割れがここ数か月続いていたが、先月とほぼ同様の数値まで下げ止まった。逆に人件費の単価は上がる一方で、規模の小さな同業者はやっていけなくなってきている。景気が上がって所得が上がっているのではなく、少なくとも当業界では人がいないから時給を上げて求人せざるを得ない状況である。 |
|           | コンビニ（店舗管理）             | 来客数の動き  | ・年末年始の商戦は、大雪で大苦戦した。その後は天気も安定し、徐々に盛り返している。   |
|           | 衣料品専門店（経営者）            | 販売量の動き  | ・セールの影響もあり、売上は少し回復をみせた。   |
|           | 衣料品専門店（経営者）            | 来客数の動き  | ・円安が一服して、ガソリンや灯油が値下がりし、物価も落ち着いているような気配だが、当店の売上は不思議なくらいに悪い。近くの商店街の人たちは、口では悪いと言っているが、本当のところはそれほど悪いと思っていないのかもしれないとも思い、とても不安な思いである。   |
|           | 衣料品専門店（総括）             | 競争相手の様子 | ・ブランド力のあるもの、趣味し好品にはお金を出すが、買わなくても生活に支障のないもの、家に在庫があるものに関しては買わない。  |
|           | 家電量販店（店長）              | 来客数の動き  | ・来客数が鈍り始めている。一人暮らしの新生活セットの販売数量が伸びない。  |
|           | 乗用車販売店（役員）             | 販売量の動き  | ・自動車の整備事業では一時の下降状況から脱して前年を上回るようになってきたが、販売の方がなかなか受注に結び付かない状況である。台数では前年比10%程度ダウンの状況が続いている。  |
|           | その他小売 [ショッピングセンター]（統括） | 販売量の動き  | ・期待された年末年始商戦は、寒気降雪の影響もあり昨年を下回る結果となった。家具家電などの耐久消費財、高額宝飾品の販売も不振である。   |
|           | 高級レストラン（スタッフ）          | 販売量の動き  | ・売上の中心は新年会での利用になるが、忘年会と違って町会、婦人会、組合などの恒例行事が大半のため例年並みの売上となった。  |
|           | 観光型旅館（経営者）             | 販売量の動き  | ・北陸新幹線開業の前のせいか入込人員、売上ともに例年並みである。  |
|           | 観光型旅館（スタッフ）            | 来客数の動き  | ・前年比総売上94.1%、宿泊人員90.5%、宿泊単価101.8%であった。12月は大雪暴風の影響で個人客が前年比90%割れになった。地区別では地元北陸地区が低調であった。  |
|           | 都市型ホテル（役員）             | 販売量の動き  | ・宿泊に関しては、ビジネス客のネット申込と北陸新幹線工事関係者の特需により増加傾向にある。レストランと宴会利用に関しては横ばい傾向である。婚礼に関しては価値観の多様化と少子化、郊外のハウスウエディングの影響により減少傾向にある。  |
|           | 旅行代理店（従業員）             | 来客数の動き  | ・個人客が全く動いていない。天候不順だけではない。北陸新幹線開業までは、動く気配はない。  |
|           | 通信会社（役員）               | 販売量の動き  | ・光サービスの提供エリア拡大を進めており、新サービス知名度の浸透と相まって、ここ数か月は新規契約件数も徐々にではあるが増加傾向にある。   |
|           | その他レジャー施設（職員）          | お客様の様子  | ・1月に入ってから、微増であるが入会が動き出した。しかし、第3四半期までの会員減が解消されるような動きではない。ガソリン等が下がってきているのが救いである。  |
|           | 住宅販売会社（従業員）            | 販売量の動き  | ・問い合わせや住宅展示会の来場は増えているものの、契約件数や販売額はまだ増えていない。一棟あたりの金額もますます低くなっている。  |
|           | 住宅販売会社（従業員）            | 販売量の動き  | ・注文住宅の受注が落ち込んでいる。展示会等の来場数は多く、住宅取得を望む人は活発に動いているが、歩留りの悪さが目立ち、かつ時間を要するケースがほとんどである。   |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者）               | 競争相手の様子 | ・今年は冬物バーゲンに入る時期が極端に早く、また商品も豊富にそろっている。商品を見ると、11~12月に売行きが悪かったことがうかがえる。  |
|           | 商店街（代表者）               | 販売量の動き  | ・1月当初はまずまずであったが、それ以後は人通りも少なくなり、それにつれて売上も若干減少してきている。日用品などの価格が上昇傾向にあり、消費者の心理として必要な物以外は買わない傾向がある。  |
|           | 一般小売店 [精肉]（店長）         | 単価の動き   | ・単価の高いものがそれほど出なかったように思う。単価自体安いものが売れているようだ。  |

|                |           |                   |            |  |
|----------------|-----------|-------------------|------------|--|
|                |           | スーパー（店長）          | 単価の動き      | ・客の買物状況は上がっておらず、食品の値上げや農産物の相場高騰もあり、客単価も上がっていない。  |
|                |           | コンビニ（経営者）         | 来客数の動き     | ・客単価については前年同月比101%くらいの状態がずっと続いているが、来客数の落ち込みが大きく、前年を大きく割り込んでいる状態が続いている。   |
|                |           | 衣料品専門店（経営者）       | お客様の様子     | ・衣料品に関しては、初売りから売上の不振が続いている。都心の百貨店などでは高額品、インバウンドなどの売上が好調のようだが、地方ではまだまだ実感ができない。  |
|                |           | 乗用車販売店（経理担当）      | 販売量の動き     | ・1月の販売量は対前年同月比69%であった。昨年10月の販売量は対前年同月比90%だったので、3か月前と比較して下向きである。昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったとはいえ、減少幅が大きいと見受けられる。                                      |
|                |           | 自動車備品販売店（従業員）     | お客様の様子     | ・初売りの状況では例年から客数も大きく減少している。高額商品の動きも鈍く、消費を控える傾向が続いている。また、カーメンテナンス関連もオイル交換件数が下がっており、全体の買上単価の減少になっている。車販売では買換え需要が若干ではあるが増えている。                   |
|                |           | その他専門店〔酒〕（経営者）    | 販売量の動き     | ・年始の売上に少し期待をしていたが、やはり本日に必要な分しか買っていかず、財布のひもは固いというか、余分な分は一切買わないという状態で、やはり景気は冷え込んでいる。   |
|                |           | その他小売〔ショッピングセンター〕 | 販売量の動き     | ・衣料や住まいの品の不振が続いている。期待の冬バーゲンも盛り上がりせず、大きく前年を割り込んだ。住まいの品も寝具、防寒用品も苦戦しており、人気キャラクター玩具のみピンポイントで需要がある状態である。必要以上に買わない、節約志向が感じられる。                     |
|                |           | 都市型ホテル（スタッフ）      | 販売量の動き     | ・宿泊は消費税を考慮し、販売価格に転嫁したところ、宿泊単価は上がったが宿泊客数が減少し、売上高はわずかに前年を上回っている。しかし宿泊客数が減少したため、レストラン売上が減少している。レストランでは、1月は宿泊客以外の一般客数も減少しており、ここ1年で一番厳しい状況となっている。 |
|                |           | タクシー運転手           | 来客数の動き     | ・1月は雪があまり降らず足場が非常に良いことから、利用客がものすごく少ない。夜の繁華街は、金曜日や土曜日でも静かである。   |
|                |           | 通信会社（役員）          | 販売量の動き     | ・年末キャンペーンの反動で契約獲得数が少し減っている。  |
|                | 悪くなっている   | スナック（経営者）         | 来客数の動き     | ・新年早々からとにかく客が少なく、前年同月の8割である。客も年齢層が高くなってきており、来店頻度も減少してマイナスが多い状態である。駅前の居酒屋は客が多いと聞くと、商店街の店主からは、例年と様子が違うと悲鳴が聞こえている。                              |
|                |           | テーマパーク（職員）        | 来客数の動き     | ・海外からの来客数については、前年同月比でも同水準か、やや良い状況ではあるが、国内客の動きが大変鈍くなっている。中でも個人客については、前年同月比で10%を超える利用減となっている。1月は例年と比べ天候が悪かった影響もあると思うが、2～3か月前とくらべると、景気が悪くなっている。 |
| 企業動向関連<br>(北陸) | 良くなっている   | -                 | -          | -  |
|                | 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 | ・受注量については安定感を増しているが、採算面での改善がこれからの課題である。  |
|                |           | 繊維工業（経営者）         | 受注量や販売量の動き | ・今年は非常に早くから寒くなっていることから、冬物の実用衣料関係は売行きがまあまあ良いという状況である。非衣料の分野は、非常に安定している。   |
|                |           | 輸送業（配車担当）         | 取引先の様子     | ・北陸新幹線の開業を控え、今後は人の動きが活発となり、それに伴い物量も多くなる。   |
|                |           | 金融業（融資担当）         | 取引先の様子     | ・北陸新幹線開通が3月に控えて、工事などが多い。それに伴い、消費活動も活発化している。  |
|                | 変わらない     | 化学工業（総務担当）        | 受注量や販売量の動き | ・売上状況は、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 | ・価格面においても現段階では大きな動きはない。  |
|                |           | 一般機械器具製造業（総務担当）   | 受注量や販売量の動き | ・昨年12月までは欧米、国内とも受注があった。しかし、各市場とも設備投資意欲が落ちている。  |

|           |                |                |   |   |
|-----------|----------------|----------------|---|---|
|           | 建設業（経営者）       | 受注量や販売量の動き     | ・3か月前は年末工期の工事の完成に向けて多忙であったが、現在は年度末工期の工事、特に工程管理が難しい大型工事の完成を目指して、土日も祝日も返上で施工している。3月14日の北陸新幹線開業に合わせたの工事に携わっていることで高揚感はあるが、景気が上向きになっているとまでは感じられない。 |   |
|           | 建設業（総務担当）      | 受注価格や販売価格の動き   | ・地域により受注競争が再燃しつつあり、一部で厳しい価格で受注する業者が始め、受注環境が変化し始めている。  |   |
|           | 金融業（融資担当）      | 取引先の様子         | ・設備や不動産への投資意欲が強まっている取引先がある。一方で為替相場など金融市場の不安定化を警戒して、先行きに不安感を示す取引先も出てきている。  |   |
|           | 不動産業（経営者）      | 受注量や販売量の動き     | ・個人客では、購入者が出てきていないという情報が多い。   |   |
|           | 司法書士           | 競争相手の様子        | ・司法書士間で新しい受託が相続手続ばかり、会社法人の解散ばかりという話をよくする。   |   |
| やや悪くなっている | 食料品製造業（役員）     | 受注量や販売量の動き     | ・同品種の販売品目が高価なものから廉価品へと移行している。かつ、全体的に販売数量が微減傾向である。   |   |
|           | 精密機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子         | ・大～中規模展開をしている小売チェーン店において、恐らく雪や選挙の影響だと思われるが、在庫調整のために特別な商品を除いて各メーカーからの仕入れをストップしているところが何軒か出てきている。これが単月に終わるのか、しばらく継続するのかはまだ分からない。                 |   |
|           | 税理士（所長）        | 取引先の様子         | ・小売業などの販売関係は、今一つ伸び切れていない。全体として売上が増加していくという客は少ない現状である。実質的な賃金も、中小企業の従業員では、むしろ目減りの状態ではないかと思われる。人件費の面と大手企業から下請企業に対する工賃などの値上げが大切だと思う。              |   |
| 悪くなっている   |                |                |   |   |
| 雇用関連      |                | -              | -   | -   |
| (北陸)      | やや良くなっている      | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・新規求人数は再び増加傾向で、2～3年ぶりに求人募集する事業所が目立ってきたなど、企業の採用意欲は高まっている。                          |
|           | 変わらない          | 人材派遣会社（役員）     | 求人数の動き  | ・雇用情勢は安定しているが、派遣需要が少ない。スキルを問われる人材要求の対応が厳しい。                                       |
|           |                | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き  | ・業種や職種にもよるが、30代前半～後半の経験豊富な営業職の求人依頼をする企業が増えてきた。                                    |
|           |                | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き  | ・1週あたりの求人の数が3か月前とほとんど変わっていない。   |
|           |                | 新聞社〔求人広告〕（役員）  | 求人数の動き  | ・1月の求人広告売上は、前年同月比で75%程度である。   |
|           |                | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き  | ・求人広告の件数は減っているが、多い日と少ない日にばらつきがある。2016年度新卒採用に対する意欲は高い。                             |
|           |                | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・新規求人は増加傾向が続いている。北陸新幹線の開業への期待から、宿泊業やサービス業から活発に求人が申し込まれている。                        |
|           |                | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き   | ・新規求職者は減少傾向にあるが、増加傾向にあった在職者の求職申込数も減少していることから、今の状況に満足はしていないが、転職には慎重になっていることが想像される。 |
|           |                | 民間職業紹介機関（経営者）  | 求人数の動き  | ・企業からの求人数が増えてきていない。また求人広告を出しても応募者が少なく登録人数が増えていない。                                 |
|           | 学校〔大学〕（就職担当）   | 求人数の動き         | ・求人数は前年同月と比較しても微増であり、特に変化はみられない。  |   |
| やや悪くなっている | -              | -              | -   | -   |
| 悪くなっている   | -              | -              | -   | -   |