

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) | | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・先月からの新サービス導入と営業マン増強によって、契約数が伸びている。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（店長） | 来客数の動き | ・10月の終わりに、近くに集客力のある店がオープンした。これにより街中への人の流れができて、こちらの方にも来客数が増えた。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（役員） | 販売量の動き | ・自社内で、売上が前年比100%を超える部署が増えてきた。カニ漁解禁となつてからは順調で、昨年より価格が安いため値ごろ感があり、よく売れている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 来客数の動き | ・来客数、客単価が微増している。客の消費マインドが上がってきたようである。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・来客数は伸びないままだが、気温が低下してきたため婦人ファッションの衣料に動きが始めた。前年は暖冬だったことから、前年を上回る数字で推移している。 |
| | | スーパー（店舗管理） | 来客数の動き | ・前月から来客数の回復が継続している。依然として商品価格の高騰はあるが、集客イベントが奏功している。 |
| | | 一般レストラン（統括） | 来客数の動き | ・9～10月は青果や水産物の高騰と品不足となり、利益減と来客数減で昨年を下回る状況が続いた。11月のカニ漁解禁後から来客数が増えはじめ、現在は昨年同時期とほぼ同じくらいの水準になってきた。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・営業活動が多くなっているためか、ホテルからの客の出入りが多い。 |
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・高単価のヘアケア商品の販売が好調である。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・基本的には変化がない。着なくなった衣料を引き取ってポイント値引きする催事は、反応は大きいが一過性のものである。 |
| | | 商店街（代表者） | それ以外 | ・来客数は増加しているが、衣料関係では客単価が伸びない。冬物商品の売上増加に期待している。近隣の商業施設では、一旦はテナント出店が出そろったものの、洋菓子店の閉鎖、フランス料理店の撤退、イタリア料理店に入替えなど、安定したにぎわいはまだこれからといった状況である。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（店員） | お客様の様子 | ・客の要望に合った商品の見積を提出するものの、すぐに受注に結び付かない。受注延期や安価な商品にグレードダウンすることが多い。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・11月前半は、気温低下によって防寒商材のコートやマフラーが好調に動いた。日曜日が1日少ない曜日配列にもかかわらず、前年実績を超えて推移した。しかし、中旬以降は、肌寒さが感じられない気温であるため、防寒商材の動きは鈍くなっている。先月までの低調なペースに戻り、苦戦する日々が続いている。月全体で前年実績を若干割り込む見込みである。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・今後2～3か月先で、特に環境の変化はない。来店頻度をみても変わらない。 |
| | | スーパー（総務担当） | 来客数の動き | ・これまでより特卖価格を安くしているため、一部の店舗では来客数は増加してきている。しかし、全体では減少が続いている。改装した店舗では、売上が前年を上回っている。 |
| | | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・野菜の価格高騰が続くが、全体としての物量は昨年並みに推移しており、売上は横ばいの見込みである。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・当店は、イベントに依存している立地である。土日、祭日のイベント当日のアップダウンはあるが、ウィークデーにおける変化はみられない。 |
| | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・近隣の競合店が3～4か月ほど前に閉店した。それからは来客数が若干伸びて、微増の状態が続いている。また、半年くらい前から品ぞろえを強化することによって、客単価が微増となっている。ただし、全体傾向としては売上が上がっているという状況ではなく、そこそこ良い状態を維持しているのが現状である。 | |
| | コンビニ（店舗管理） | 来客数の動き | ・野菜の、特に葉物野菜の価格高騰により、青果部門の売上で苦戦している。 | |

| | | |
|---------------------------|--------|---|
| 衣料品専門店 (経営者) | 販売量の動き | ・当店では、今月はオーダーシャツの安売りをしたところ、予算の倍売れた。予算が甘かったにしても、大幅な狂いである。当然といえば当然のことだが、損得に非常に敏感になっている。オーダースーツの場合は大手量販店があるからか、ここまで伸びることはない。 |
| 衣料品専門店 (経営者) | お客様の様子 | ・個人消費の回復傾向がみえず、消費が低いところから上向くのか下向きになるのか、分からない状況が続いている。 |
| 衣料品専門店 (総括) | 来客数の動き | ・11月前半は好調だったが、下旬に入って徐々に来客数が減った。 |
| 家電量販店(店長) | 販売量の動き | ・気温が高く、暖房器具の売行きが悪い。 |
| 家電量販店(本部) | 販売量の動き | ・季節要因を除けば、あまり変化がない。 |
| 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・前月からの受注残による入庫があったため、売上は前年同様であったものの、受注は前年比の70%程度と良くない。 |
| 乗用車販売店 (従業員) | 販売量の動き | ・イベント開催中は来客数が増加しているが、なかなか販売に結び付かない。 |
| 乗用車販売店 (役員) | 販売量の動き | ・新型車種の取扱が増え、年末にもさらに1台、新型車種が増えるので受注状況は好調に推移している。また、登録台数も計画どおりに推移している。 |
| 乗用車販売店 (経理担当) | 販売量の動き | ・11月の販売量は前年同月比で120%の見込みである。8月の販売量が前年同月比で119%であったので、3か月前との比較でほぼ変わらない状況である。 |
| 自動車備品販売店 (役員) | お客様の様子 | ・今月は冬季用品の需要期で、集客策として例年以上に販促を集中投下した。しかし、客の反応は鈍く、限定商品の販売数でも期待以下であった。また、関東方面の降雪情報によって市場が活性化されると期待したが、動きは鈍い。 |
| 住関連専門店 (役員) | 販売量の動き | ・1件当たりの単価は増加しているが、絶対的な数量に変化がない。 |
| その他専門店 [酒](経営者) | 販売量の動き | ・とにかく景気の悪いのが、ずっと何年も続いている。もう期待することはない。期待しても景気は良くならないと感じている。 |
| その他小売 [ショッピングセンター] | 来客数の動き | ・衣料品や暮らしの品ともに季節品中心となってくるが、厳しかった昨年値にも届かずまだ苦戦が続いている。食料品は野菜と根菜類の相場高が長く続いており、特売や切り売り、カット野菜の需要が多い。消費者のやりくり感がうかがえる。 |
| その他小売 [ショッピングセンター](総括) | 来客数の動き | ・これまでも好調だったシネマの勢いが、引き続き継続している。ただし、大きく前年を超過しているものの、やや勢いが落ち着いてきたこともあり、直近数か月で好調だった全体の来客数が日によっては前年を割る日も増えてきた。トータルでは前年並みで推移している。また、昨年自店で実施したカード顧客への値引き企画が今年は実施していないため、宝飾、ブランド品、化粧品などの高額品を取り扱う専門店の売上は伸び悩んでいる。 |
| 高級レストラン (スタッフ) | 販売量の動き | ・例年に近い来客数だったが、夜の来客数減少に歯止めが効かない状況が継続している。 |
| 一般レストラン (店長) | 来客数の動き | ・例年の11月は忙しいシーズンである。例年と変わらない水準と考える。 |
| 観光型旅館(経営者) | 来客数の動き | ・昨年に比べて11月は連休がなかったため、来客数と売上は減少した。 |
| 観光型旅館(スタッフ) | 来客数の動き | ・前年比で総売上90%、宿泊人員90%、宿泊単価は97%と、北陸新幹線開業時と比べて大きく減少した。想定では5%減の見込みであったが、それよりも減少幅は大きい。14名以下の個人客割合は51%と、前年より5%プラスであったが、企画募集の旅行者が大きく前年割れしている。 |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・新幹線開業の前年と比べても、宿泊部門はほぼ前年並みである。レストラン部門は、地元客の利用が戻らない状況が続いている。一般宴会は、前年より件数が若干減少している。 |

| | | | |
|----------------------------|-----------------|------------|--|
| | 都市型ホテル (役員) | 販売量の動き | ・宿泊部門は、稼働率と宿泊人数に若干の減少があるが、宴会部門においては大型会合によって例年と変わらない状況である。レストラン部門は、ランチ営業は順調であるものの、ディナー営業で法人利用が減少しているため厳しい。全館トータルでは例年と変わらない。 |
| | 旅行代理店(所長) | 販売量の動き | ・出張などの取扱数は変わらないが、個人観光旅行の問い合わせが減少傾向である。 |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・だんだんと寒くなってきて、週末を中心に繁華街でお酒を飲む人が増えてきた。人出があり、タクシー利用客が増えてきた。 |
| | 通信会社(店舗統括) | 販売量の動き | ・機種変更によるスマートフォンの販売量は増えている。しかし、追加で購入するタブレット端末や付属品の量は増えておらず、トータルとしては変わらない。 |
| | 通信会社(営業担当) | 来客数の動き | ・新商品が出そろったが、興味を持った客の来店は大幅減り、故障やプラン見直しの客が増えている。 |
| | 通信会社(役員) | 販売量の動き | ・最近ではテレビCMでも、ビデオオンデマンドサービスの話題が目につくようになった。当社にも提供サービスに関する問い合わせがあるが、契約数に大きな変化はない。 |
| | その他レジャー施設(総支配人) | 来客数の動き | ・施設のリニューアルを実施した。1か月間で体験希望者や見学者の数は伸びたものの、入会者数では目標を大きく下回っている。 |
| | 住宅販売会社(従業員) | 販売量の動き | ・高価格帯の注文住宅を検討する客と、ローコスト系を検討する客とがはっきり分かれてきている。それぞれ、競合関係が強まっている。 |
| | 住宅販売会社(従業員) | お客様の様子 | ・来客数は増えているが、受注数は伴わない。 |
| | 商店街(代表者) | 競争相手の様子 | ・ようやく寒くなってきて冬到来となるが、シーズン当初からバーゲンの広告を出す小売店が多い。商品は昨年の商品が多く在庫処分といったところだが、今までの売上減をカバーするため、新商品の値引きもやむをえずという状況である。 |
| | コンビニ(店長) | 販売量の動き | ・11月の落ち込みが激しい。10月もあまり販売量が多くなかったものの、11月は前年比や季節変動を考慮しても売上が5%程度減になっている。来客数の減少というよりも、週末や夕方以降の売上などからみると、どうしても必要なものを買いに来の方以外が来店するような時間帯の落ち込みが激しい。また、クリスマスケーキの予約件数は、去年ほどの伸びがない。 |
| | 衣料品専門店(経営者) | 販売量の動き | ・初秋は比較的安定した購買がある季節だが、毎日の消費にあまり連続性が感じられなくなっている。 |
| | スナック(経営者) | 来客数の動き | ・売上が悪かった昨年の11月よりは15%良かったものの、最低ラインぎりぎりといった状況である。客の職種にばらつきがあるが、中小企業ではボーナスなしという声がいくつも聞こえてくる。 |
| | テーマパーク(役員) | 来客数の動き | ・前年同月比でみると、北陸新幹線開業効果がやや落ち着きをみせたこともあり、団体、個人客ともに、この夏の時期と比べてもやや低調な予約、利用状況になっている。 |
| | 住宅販売会社(従業員) | 販売量の動き | ・客の動きが鈍くなっている。契約数も契約額も減ってきた。例年、年末は動きが鈍くなるが、1か月早い年末の雰囲気になっている。 |
| | 住宅販売会社(従業員) | お客様の様子 | ・受注累計を前年比からの増加で見ると、毎月の受注契約額と件数は、月を追って減少している。熊本地震では他地域でも地震災害の影響を受けており、耐震構造について問い合わせが多く関心度は高いものの、交渉までには至らない。 |
| | x | - | - |
| 企業 動向 関連 (北陸) | 繊維工業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・全体の受注状況からみると、衣料用途については、短いサイクルではあるが横ばいの状況である。資材関係は受注増で安定をしている。 |
| | 化学工業(総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・受注額が上昇傾向である。 |
| | 一般機械器具製造業(経理担当) | 受注量や販売量の動き | ・米国大統領選挙以降の円安基調が、輸出企業にとっては想定以上のプラス効果となっている。今後も米国の利上げ実施が確実となってきたことを背景に、先行きの期待感がある。国内生産から輸出への動きの後押しとなって、堅調に受注が入ってきているとみられる。 |

| | | | |
|------|-----------------|--------------|---|
| | 一般機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・ 9月に米国で行われた展示会の効果もあって、北米市場の受注が伸びている。しかし、欧州市場と日本市場の受注は伸びていない。 |
| | 司法書士 | 取引先の様子 | ・ 長期間、売買が成立しなかった大きな物件で進展があった。展示場、店舗の新築など事業者が依頼人である不動産登記案件が多い。 |
| | 食料品製造業（経営企画） | 受注量や販売量の動き | ・ 販促を仕掛けた領域では前年並みから若干プラスも見られる。何も仕掛けていない領域では前年割れが続く。 |
| | 繊維工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 自動車関連の資材を除いて、輸出及び国内共に受注確保が難しい。特に衣料関係では、前年同期を下回る受注状況が続いている。 |
| | 精密機械器具製造業（役員） | 取引先の様子 | ・ 関連商品を扱う百貨店売場の売上が、総じて前期比10%弱ダウンしている。また、独自で調査をしている価格帯別売上データからも、全体に低価格帯にシフトしていることがうかがえる。高価格帯の市場が縮小しているという現状に変化はない。 |
| | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 年末までの完成に向けた工事の下請受注が増えており、3か月前に比べると手持ち工事は増えている。しかし、これは例年のことであり、景気が上向きになったわけではない。 |
| | 建設業（役員） | 受注価格や販売価格の動き | ・ 首都圏を除いて、受注価格競争は依然として厳しい状況が続いている。受注環境は厳しさを増している。 |
| | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・ 取引先の建設関係の話では、公共工事が少なく、民間工事の受注で何とか維持しているとのことである。 |
| | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・ 売上が落ちている状況まではみられないが、小売業などの販売動向は弱含みと聞いている。 |
| | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ 同業者の話によると、少し忙しい人とそれほど忙しくない人が半々であった。 |
| | 輸送業（配車担当） | 取引先の様子 | ・ 燃料の軽油価格がじわじわと上昇傾向にあり、コスト増となって利益を圧迫している。 |
| | 税理士（所長） | 取引先の様子 | ・ 請負工事関係や製造業では、受注先となる大手企業からの発注が、やや先送りされているようである。客を訪問しても従業員が若干暇そうで、道具の整備などしている状況が心配である。 |
| | x | - | - |
| 雇用関連 | | | |
| (北陸) | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・ ここ最近では20～30代前半の、資格取得者の新規登録が増えている。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・ 新規求人数が7月は4,066人、10月は4,285人で5.4%増となっている。 |
| | 人材派遣会社（役員） | 求職者数の動き | ・ 年末に向けて短期要員の需要が発生している。有期雇用のため派遣では人気がない。 |
| | 求人情報誌制作会社（編集者） | 求人数の動き | ・ 求人数がほとんど変わらない。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（役員） | 求人数の動き | ・ 11月の求人広告売上は、前年同月比で8割であった。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 雇用形態の様子 | ・ 求人広告は昨年に引き続き、前年の6割程度と大きく下回る結果となった。パートやアルバイトに関してはそれほど下がってない。正社員の申込数とフリー広告は、半減となるほど大きく落ち込んでいる。この状態が続くようなら、正社員需要がある程度一回りしていることになるが、全体の求人倍率は落ち着いていくか注視している。 |
| | 職業安定所（職員） | それ以外 | ・ 有効求人倍率は、3か月前とほぼ同水準にある。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・ 10月の新規求人数は、前年同月比で増加している。しかし、前月と比べると減少はしたものの、大きな数字の変化はみられないため状況は変わらない。 |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・ 人材紹介や派遣の注文が、技術を要する人材が少ない職種であるため、なかなかマッチングすることが難しい。さらに、短期間の仕事が多い派遣に対応するスタッフが少ない。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・ 先月に続いて製造業やアウトソーシングを中心に、内定状況の問い合わせや2次募集、追加募集の案内が来ている。 |
| | x | - | - |