

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)		家電量販店(店長)	来客数の動き	・気温が高く、エアコン等の夏物商材が好調である。
		その他小売 [ショッピングセンター]	販売量の動き	・7月に入って30度を超える日が連日続いた。今まで売行きが停滞していた盛夏衣料や暑さ対策品、飲料などの需要が一気に上がった。食料品は引き続き前年並みの販売量を保っている。
		一般レストラン(店長)	来客数の動き	・季節要因を差し引いても、人の動きは良くなっている。
		一般レストラン(統括)	単価の動き	・夏向けのやや単価が高いメニューの売行きが良い。客はある程度の範囲内であれば、多少価格が高くても欲しいものを購入しているようである。財布のひもを締めるような様子はない。
		都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・宿泊、宴会、レストランの各部門共に売上がやや良くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年になく暑い日が続いており、ボーナス時期でもあるためタクシー利用客は増えた。また、猛暑のせいか夜の街にも人出が多かった。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・大手携帯電話会社の新料金プランの発表によって、金額的にも魅力ある端末が増えて客は買いやすくなっている。店頭においてもプラス提案がしやすくなったため、販売台数が増えた。
		通信会社(役員)	販売量の動き	・今年に入り新規契約獲得数が前年割れる月が続いたが、求人倍率の高止まりなど個人消費を促すプラス要因もあって、契約件数は回復傾向にある。
		通信会社(店舗統括)	来客数の動き	・特に新商品が人気になっているのではないが、来客数は増えている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・7月前半は比較的涼しく、後半になると一挙に猛暑になって客の動向が定まらない。歩行者通行量は、土日のイベントでかなり増加してきているものの、平日は逆に少なくなっている。プレミアムフライデーのスタート時は参加店が多かったが、効果がないとのことで取りやめた店が大半を占める。来客数が増える期待感は少ない。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・猛暑であるため、初秋向け商材に客の目が向かない。
		一般小売店[事務用品](店員)	お客様の様子	・具体的な商談や引き合いが少なく、客の購入意欲があまり感じられない。
		一般小売店[鮮魚](役員)	販売量の動き	・北陸新幹線開業効果はかなり落ち着いた。ホテル等の納入業者の集まりで様々な職種の人と話をしたが、一様に同じ意見である。もう一段、新しいイベントやプロジェクトを地元自治体に取り組んでもらいたい。
		一般小売店[書籍](従業員)	来客数の動き	・来客数や売上がなかなか伸びない状況が続いている。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・お中元やセール商戦がスタートしているにもかかわらず、来客数が少なく1人当たりの買上金額が少ない。また、セール品であっても通常販売と同じように接客しないと購買につながらない。
		百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・夏物セールを中心に婦人衣料品の需要が弱い。食料品やお中元ギフトは堅調であるが、消費の回復傾向がみられない。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・競合店の休業によって来客数は増えている。しかし、1人当たりの買上点数が増えているわけではない。
		スーパー(総務担当)	お客様の様子	・ドラッグストアを含む競合店のオープンによって、一部の店舗では売上や来客数が減少している。しかし、既存店全体では前年並みに推移しており、客の動向については目立った変化がない。
		スーパー(総務担当)	来客数の動き	・7月中旬までは雨天が少なく、気温も上昇したため来客数は増えて、売上が前年を上回った。しかし、景気が良くなっているようには見えない。
		スーパー(統括)	来客数の動き	・依然として消費者の節約志向は強く、来客数は減少傾向にある。
	スーパー(店舗管理)	来客数の動き	・競合の新規出店は一巡したものの、競合対策のため前年に掲げた目標数値には届かない。依然として来客数確保が厳しい状態である。	
	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・来客数、客単価共に微増の状態が続いている。まとめ買いの客が少し増えたようである。	

	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・既存店の来客数は軒並み前年割れしている。特に深夜帯の落ち込みが激しい。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・7月の当店の状況は、良くも悪くもなく非常に低調である。消費者の状況としては、ぜいたくが許されず生活防衛意識が高まっているのだろう。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・高温の日が続き雨が少なかったので、夏物商材の動きが安定した。
	家電量販店（本部）	販売量の動き	・販売量の動きをみると、天候の影響を受けないものについては横ばいである。
	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・月初のイベント開催時は来客数が多かったが、後半は極端に少なくなっている。また、商談にかかる日数は長くなっている。
	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・夏の商戦期に集客のための販促を実施したが、来客数は前年を下回り、買上単価も下がっている。特に高額商材の動きが悪く、カーナビゲーションの代わりにスマートフォンを利用する人が多い。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・お中元の時期だが、大したことはないだろうと予測して仕入れを控えた。そのとおりの状況であった。しかし、あまりの暑さのため清涼飲料水の方は結構出ている。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・売上は前年比でほぼ横ばいだが、主力の衣料品は引き続き前年割れの状況が続いている。それに対して好調のシネマや、それに伴う来客数の増加により、飲食や食料品の売上が全体を補っている状況である。ただし、客の様子をみると、買い控えといった雰囲気はない。
	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ポイントカード顧客の約1万人にダイレクトメールを発送して、ポイント2倍などのキャンペーンを実施した。これによって例年の105%を超える十分な集客効果につながっている。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・個人客の予約数が、春以降から前年比の10%以上落ちている。
	都市型ホテル（役員）	販売量の動き	・部門によっては前年比や今後の予約状況などが異なるが、景気動向は変わらないと考える。
	旅行代理店（所長）	販売量の動き	・夏休みや9月の大型連休の予定に関しては、前年の受注額と大きく変わらない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・この時期にしては深夜の利用客が少ない。
	通信会社（役員）	販売量の動き	・ボーナス商戦の時期であったが、通信、放送サービス共に新規契約数の低迷が続いている。
	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・来客数の動きは、前年同月比で横ばい状態が続いている。
	その他レジャー施設（総支配人）	来客数の動き	・大人の入会と退会の数が一進一退である。子供の方では、夏休みの体験教室の利用申込が目標の7割にとどまり、厳しい状態である。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・ボーナスの話では、あまり景気のいい話題が聞こえてこない。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の動きはコンスタントにあるが、契約件数と契約額共に横ばいである。新規客の商談件数は増えておらず、現在の状態が続きそうである。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・来客数が今一つ伸びない。梅雨の時期でもあり、雨が降ると来客数が伸びない。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・ローコスト住宅のニーズが増えており、価格が高い住宅のニーズは減っている。受注数に大きな変化はない。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・7月に入って衣料品のバーゲンセールが始まったが、例年ほどのにぎわいが無い。20～30%引きでは魅力に欠け、半額になるまで待つという客も多い。近隣にできた大型ショッピングセンターの影響かどうかはわからないが、前年より入出が少なくなっている。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・6月後半にクリアランスセールが前倒しスタートとなり、また、7月前半の局部的豪雨などの影響で来客数のマイナスが大きく、カバーできていない状況である。ばん回策としてカード会員向けの優待会の日数を増やして来店を促しているが、客の反応は鈍い。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・多少天候の影響はあるものの、衣料品に対する節約志向は全く変わらず、好転していない。
	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・猛暑や豪雨の日が週末に重なり、客足が伸び悩んでいる。
	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・7月の新車販売量は前年同月比82%の見込みである。3か月前の販売実績は前年同月比99%であったので、3か月前との比較で下向きである。

	スナック（経営者）	来客数の動き	・客の年齢層が高くなっており、天候不順の影響を受けたこともあって3～4日は開店休業状態であった。特に自営業者で落ち込みが激しいのは業業関係で、来店しなくなった。売上は例年の90%くらいであった。
	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上79%、宿泊人員77%、宿泊単価96%である。地元客は確保できているが、県外からの企画募集の団体客の低迷が続いている。
	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来場者数が前年度に比べ落ちてきた。
	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	・受注量は潤沢ではないが、回復の兆しがある。数量的には前年同期を上回る。内容的にはユニフォーム関連や自動車内装用等で堅調であるものの、ファッション、衣料関係はスポーツ用途も含めて動きが良くない。
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・国内市場の受注が好調であり、また、欧米市場からの受注も円安傾向によって順調である。
	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・本年に入って以降、受注量が引き続き前年同月を上回って推移している。
	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より増加しており、順調に推移している。
	精密機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・特に高価格帯商品を販売している取引先において売上を落としている状況であるが、当社では中価格帯商品を拡充しており、全体の販売状況はほぼ変わっていない。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・地域間で格差はあるものの、新年度に入ってから自治体による発注工事に対して全体としては前年並みの受注となっている。
	輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・受注量はあまり変わらず、変化は少ない。軽油価格が高くならなければ良い方向に向かう。
	輸送業（配車担当）	取引先の様子	・現状は特に物流量の増加が見られず、景気が上向いている気配はない。
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・29年度に入って、取引先企業の業績は全般的に好調に推移している。ただし、上向き判断を続けてきたものの、更なる景気上昇には材料不足であると考え。
	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・天候不順によって、山岳観光ルートへの観光客数が前年比マイナスとのことである。市内の飲食業の売上にも影響している。
	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、状況が良いという人と悪いという人が半分ずつの割合であった。
	司法書士	取引先の様子	・空家になった建物の売買が重なったが、中心部のものばかりで郊外物件はない。
	税理士（所長）	取引先の様子	・取引先の今年の3月以降の売上高をみると、前年比で減少している取引先が多くなっている。建設業、製造業、販売業と全ての業種で前年より景気の勢いが落ちているようである。
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告全体は前年比9割程度だが、正社員と非正規雇用の求人比率はほぼ同じである。全体的な求人倍率の数字からみると、人手不足で正社員比率がある程度決まってきたことは、雇用状況が大きく変化していないことを意味する。景気そのものは良い方向に向かっているのではないかと考える。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数と有効求人数が、前年同月比、前月比共に増加している。
	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・依然として派遣での求職者数が伸びない。そのためにマッチングができず、派遣先に迷惑を掛ける状況となっている。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は依然として横ばいであり、人手不足であることがわかる。また、求職者が少ないため、景気にそれほど変化がないと考える。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は引き続き増加傾向にある。新規求職者は引き続き減少傾向にある。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人案内が、前年同時期を超えて継続的に来ている。売手市場の傾向は変わっていない。
	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人広告1回の発行で、50件ほど掲載件数が減っている。

	民間職業紹介機 関（経営者）	求人数の動き	・新入社員が補っているためか、事務系の求人数が増加しない。経験者が少ない業種や、土木建設関連作業管理者、介護関連の資格保持者などの求人は減っていない。
	x	-	-