

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) | | 通信会社（営業担当） | ・新機種の発売によって、かなりの販売増が見込める。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（店員） | ・秋に向けて、即受注に結び付く商談の件数増加を見込んでいる。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（役員） | ・これから秋の行楽シーズンに入り、旅行客の増加が見込める。関東在住の人たちにとっても、北陸が観光地として認知されつつあるのではと考えている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・来客数が伸びており、今のところ悪くなる要素はあまりみられない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・全館の中でも比較的好調な化粧品コーナーの改装や新規ブランドの導入、外国人観光客や若い層の客をターゲットにした改装を予定している。今後は集客や購入が見込めると期待している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・これからの時期は、業界他社も含めて宣伝量とイベント開催が多くなっていく。販売量は上向くと考える。 |
| | | スナック（経営者） | ・客の口からも財布のひもを締めているとの発言があり、先行きは心細い。しかし、今月の最悪状態よりは良くなると期待している。 |
| | | タクシー運転手 | ・来月は大きなイベントがあり、特に当地の有名な祭りが今年は日並びが良く、非常に忙しくなりそうである。 |
| | | 通信会社（役員） | ・閑散月に客からの問い合わせが若干増加しており、商戦期に入ると更に増加傾向になることを期待している。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・時代に先駆けてVRを導入しており、新たな客層を開拓できると考えている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・景気改善のニュースが流れており、消費者が金を使うような気分になることを期待している。少なくとも前年比はクリアできるような状況になれば良いと考える。 |
| | | 商店街（代表者） | ・アパレル業界全般に言えることだが、トレンドがなく前年同様に苦戦しそうである。 |
| | | 商店街（代表者） | ・天候不順によって、先が読めない状況が続いている。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（店長） | ・お盆から月末までの動きをみて、このまま上向きに推移するのではないかと期待している。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・マイナス要因として日経平均株価が下がってきており、富裕層の美術品や高級輸入時計などの購買意欲に影響が出ないか心配である。一方で、8月は徐々に婦人ファッションの晩夏、初秋物の動きが好調に推移しているため、秋冬物商戦全体としては変わらない見込みである。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・消費者の購買行動には変化がなく、天候不順や宅配大手が値上げを発表するなど消費マインドに改善の兆しはみられない。 |
| | | スーパー（店長） | ・有効求人倍率が高く推移し、失業率は下がっているとみられるが、個人消費を促すほどではない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・今後も天候や気温の変化で売上が増減するとみられるが、ほぼ前年並みに推移しそうである。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・10月に最低賃金の変更があるものの、消費が活性化するほどには届かず、変動はないと考える。 |
| | | スーパー（店舗管理） | ・お盆商戦以降は客単価の増加がみられず、更に天候の影響もあって来客数が低調になっている。 |
| | コンビニ（経営者） | ・煙の出ないたばこの特需によって売上が上がっており、客単価向上に貢献している。しかし、ソフトドリンクやコーヒー、お茶などの単価の安いものを1本だけ買っていくという客は相変わらず多く見かける。安いものを買う傾向は引き続きあると考える。 | |
| | コンビニ（経営者） | ・来客数、販売量共に変わらない。 | |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・以前は、買物を楽しむとか街をぶらつくという表現があったが、今は目的買いで、わき目もふらずという時代が変わってきているようである。アウトレットは好調だが、商店街は不振である。 | |
| | 家電量販店（店長） | ・販売に期待がもてそうな新しい家電が出てこない。 | |
| | 家電量販店（本部） | ・先行きは依然として不透明であり、景気改善の要素が見当たらない。 | |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車種の発売予定がなく、売上増につながる要素が少ない。 | |
| | 乗用車販売店（役員） | ・景気が更に上向きになる要素がみられない。 | |
| | 自動車備品販売店（役員） | ・タイヤの値上げによる駆け込み需要や車検特需が終わり、状況は厳しくなると判断している。更に人手不足が続いており、明るい兆しが無い。 | |

| | | |
|--|-----------------------|---|
| | 住関連専門店（役員） | ・今年の夏休みやお盆時期の消費者の動向が、現在と今後の景気推移を表しているようである。外食や外出の減少、買い控えや節約志向など、消費回復に向かう材料が全く見当たらない。 |
| | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・この状態が今までも続いてきたことから、変わらないとみている。 |
| | その他小売〔ショッピングセンター〕 | ・食料品のプライベートブランドを中心に値下げ商品量を増やして需要を掘り起こすが、全体を引上げるほどのインパクトは弱く、前年を維持している程度である。デフレ感が拡大しているようである。 |
| | 高級レストラン（スタッフ） | ・夏休み明けから秋の観光シーズンが始まるまでの1か月ほどは、例年、集客に苦戦している。ポイントカード利用者に対して、9月にはポイントを2倍利用できるキャンペーンを行うが、効果があっても費用もかかる企画になる。 |
| | 一般レストラン（店長） | ・取り立てて良くなる要因はなく、このままの状態が続くと考える。ただし、北朝鮮の動向を不安視している。 |
| | 観光型旅館（経営者） | ・今年に入り個人客の動きが鈍く、前年割れの状況が今後も続く。 |
| | 観光型旅館（スタッフ） | ・8月の予約状況は前年を下回るものの、目標は達成する見込みである。しかし、9～10月の予約状況が前年比75%前後と伸び悩んでいる。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・販売単価を下げた商品やお得感がある商品の売上が伸びている。客の購買行動は慎重な状態が続いており、足元の状況だけで楽観はできない。 |
| | 都市型ホテル（役員） | ・宿泊部門は堅調に推移している。レストラン部門は店舗により異なるが、催事企画などにより若干良くなると見込んでいる。宴会部門は大型会合により良い傾向にあるが、婚礼部門の減少傾向は歯止めがかからない。全館では景気動向は変わらないと考える。 |
| | 旅行代理店（所長） | ・内政不安やテロ問題など、旅行需要にプラスになる要因が見受けられない。 |
| | 旅行代理店（支店長） | ・先行きに変化がみられる具体的な客の動きがない。 |
| | タクシー運転手 | ・これから秋口にかけて観光客が増えると見込んでいる。そのため、タクシー利用数はあまり変動しないのではないかと考える。 |
| | 通信会社（職員） | ・新商品の売上が減少している。稼働日数が少なかったとはいえ、前月比60%では少ない。しかし、来月も今月並みの見込みである。 |
| | 通信会社（営業担当） | ・客の様子は、相変わらず安価な商品を希望して購入しているケースが多い。前年と比べて大差ない販売数で推移している。 |
| | 通信会社（役員） | ・インターネット契約獲得を巡る他社との競争は激しさを増しており、従来のように安定した契約数の伸びはもはや期待できない。 |
| | 通信会社（店舗統括） | ・新機種の手配はあるが、来客数に対する影響は一過性のもので考えている。そのため、大きな変化とはならない。 |
| | 競輪場（職員） | ・売上が低迷し続けており、上昇する気配がみられない。 |
| | その他レジャー施設（総支配人） | ・競合他社でも会員獲得は厳しいようで、会費ディスカウントのキャンペーンを打ち出している。その影響が出てきそうである。 |
| | 美容室（経営者） | ・景気が良くなる要素は見当たらない。 |
| | スーパー（統括） | ・8月の天候不順や日照不足によって農産物相場が高騰し、その影響があると考えられる。 |
| | コンビニ（店舗管理） | ・お盆後の売上が低迷している。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・衣料品については天候不順だけが問題ではなく、単価や必要性など構造的な大きな問題を抱えている。 |
| | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・前年の集客の要であったシネマ作品に力がなく、大幅減が見込まれる。そのシネマ不振によって来客数が減少し、食料品や飲食店の売上が落ち込むことを懸念している。衣料品も今の売上傾向では、秋物での爆発は見込めない。敬老の日やハロウィーンといったイベント性の高い時期の需要に期待するしかない。 |
| | 一般レストラン（統括） | ・外食産業では、慢性的な人手不足による人件費高騰に加えて、秋から来春にかけて原材料が値上げとなる見込みである。また、宅配便の料金改定などコストアップ要素が多い。しかし、売上高や来客数が下がることを考慮すると、価格改定には踏み切れない。売上高が上がっても期待するような利益が残らない。 |

| | | |
|----------------|-------------------|---|
| | テーマパーク（役員） | ・これから先の3か月は秋の行楽シーズンで、本来であれば団体客やインバウンド客を中心ににぎわう時期であるが、今年度は北陸新幹線開業3年目で落ち着きをみせていることも影響している。現時点での予約状況は反応が鈍く、やや悪くなるとみている。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・現在販売中の土地の動きが鈍くなってきており、今後の住宅契約数が増えないことを懸念している。各社でイベントを開催しても、来場者数は予想を下回っている。リフォーム案件は増えているが、件数の割に売上高は伸びず、今年度の業績は厳しくなる見込みである。 |
| | 住宅販売会社（営業） | ・良くなる要素が見当たらない。 |
| | x | - |
| 企業 動向 関連 | - | - |
| (北陸) | プラスチック製品製造業（企画担当） | ・現状の受注や販売動向からみて、今後も比較的順調に推移すると見込んでいる。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・2～3か月先の注文の入り具合をみて、やや良くなると考えている。 |
| | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・前年から引き続き、欧州向けを中心に海外需要が旺盛である。月ごとに先の受注が上乘せされていく状況が続いている。 |
| | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・8月は夏休みの影響により受注が落ちるとみられる。9月初旬に欧州で開催される機械の展示会に出展予定なので、欧州市場に期待がもてる。 |
| | 建設業（経営者） | ・これから工事が発注される時期になり、そこそこの期待はできる。 |
| | 輸送業（配車担当） | ・運賃是正の成果が出て、収益が改善されている。 |
| | 食料品製造業（経営企画） | ・引き続きコンビニエンスストア向けの商材が好調をキープできそうではあるが、今以上に良くなるとは考えられない。 |
| | 繊維工業（経営者） | ・衣料、ファッション商材については相変わらず国内消費が厳しい。また、輸出についても為替の影響によって先行き不透明な状況が続いている。 |
| | 繊維工業（経営者） | ・先行きは、為替の状況にもよると考える。消費が慎重であるため先行きの需要がみえない。したがって、非常に厳しい状況であるとみている。 |
| | 精密機械器具製造業（役員） | ・直近の2～3か月先の生産計画では、一部に流動的な部分はあるものの、現在のところ若干プラスで推移しそうだ。 |
| | 建設業（役員） | ・工事の発注量は増加傾向だが、当地域では依然として受注価格競争による厳しい状況が続く。 |
| | 通信業（営業担当） | ・通信機器関連の同業他社の動きは、通信機器に限らず商材を増やしてきている。防犯カメラにおいては特にニーズが高まっており、対応に手が回らない状況である。 |
| | 金融業（融資担当） | ・建設関係では公共工事に目立った動きがなく、民間のマンション工事で何とか前年並みを維持できる状態となっている。 |
| | 金融業（融資担当） | ・電子デバイス関連企業を中心に、製造業では依然として好調を維持している取引先が多く、先行きの見通しも強気である。一方で、小売業は大型ドラッグストアなどの好調な取引先と不調な取引先の格差が従来より拡大しており、後者が景気全体の足を引っ張る可能性がある。 |
| | 不動産業（経営者） | ・周りのいろいろな情報の中で活発な話が聞かれないことと、個人からの問い合わせの動きがやや少なくなってきたということから、変わらないと回答した。 |
| | 司法書士 | ・会社設立や新店舗開設の業務依頼が多いが、解散や清算、資本減少をする会社も多くみられる。 |
| | 税理士（所長） | ・取引先の製造業や建設関係では受注の見通しはあるようだが、価格が非常に厳しいと言われるようである。また、人手不足によって受注を断るケースが出てきている。人が少ないということは、いろいろな面で活気がなくなってくるのではないかと考える。あまり良くなる要素は見当たらない。 |
| | 新聞販売店〔広告〕（従業員） | ・前年8月の売上がいつも以上に減少した月であったため、今月は前年比を上回るチャンスであったにもかかわらず、また前年割れの状態である。ほかにも、流通業である量販店で前年割れの状況が続いている。 |
| | x | - |
| 雇用 関連 | - | - |
| (北陸) | 人材派遣会社（役員） | ・依然として派遣登録者数が伸びず、契約率に影響が出ている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・求人があっても求職者数が少ないため、マッチングの成立が難しい。 |

| | | |
|---|-----------------------|---|
| | 求人情報誌製作会社 (編集者) | ・大きな雇用を期待できる新規出店などの予定がみられ ない。 |
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・特に大きな変動はみられない。 |
| | 新聞社 [求人広告] (営業) | ・現状と同じく先行きでも、人手不足についての会話が 多い。 |
| | 職業安定所 (職員) | ・受注量は増加しているが利益が上がらないという事業所 の声が多く、景気が良くなったようにはみえない。 |
| | 職業安定所 (職員) | ・求人数については、産業間で減少と増加のいろいろな 動きがある。7月は、卸売と小売業でかなり大きな減少 がみられたが、全体では横ばい状態と言える。今のと ころは大きな動きはみられず、求人数が全体的に横ば い状態となっている。2～3か月後についても状況は 大きく変わらないと考える。 |
| | 民間職業紹介機関 (経 営者) | ・景気は上向きとの報道があるが、人材紹介や派遣に 関しては求人が増加する明るい材料は見当たらない。 |
| | 学校 [大学] (就職担 当) | ・今年度の新規求人についてはほぼ落ち着いてきたが、 2次募集や追加募集の案内に加えて、次年度の採用活 動につながる企業説明会についての問い合わせが、前 年より早くきている。 |
| | - | - |
| x | - | - |