

7. 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)		衣料品専門店（店舗運営）	・春夏商材の準備が着実に進んでおり、例年どおりに推移すれば今月よりは来客数、単価共に期待できる。
		商店街（代表者）	・今年のゴールデンウィークは10連休なので、来客数が増えることを見込んでいる。しかし、小口購入の平均単価は下がっており、高額商材や大口注文へ期待せざるを得ない不安要素がある。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・改元による需要や消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待できる。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・天候1つでこれだけ変わるものかと思うくらい順調にきている。春先までこの感じで進むとみている。
		百貨店（売場主任）	・改元や皇太子殿下の御即位により慶祝ムードが一気に高まる。さらに、ゴールデンウィークの10連休で外出する機会が増え、消費行動が活発化するとみている。
		百貨店（営業企画）	・3～5月の北陸地方の平均気温は平年より高い予報が出ているため、春物や初夏物への需要が高まりそうであり、期待している。
		スーパー（店長）	・北陸新幹線開業までは景気が上向くとみている。
		スーパー（店長）	・春に向けての食材が出てきて、気温ともマッチすれば単価が安定してくると見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・天候の好条件が続く予報が出ている。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前に、夏物商材のエアコンや冷蔵庫などの売行きが良くなりそうである。
		家電量販店（本部）	・消費税の引上げによる需要に期待がもてる。
		乗用車販売店（従業員）	・イベント等の効果を期待している。
		住関連専門店（役員）	・10月の消費税の引上げを控え、住宅関係の契約が増加する。需要が増える見込みであると同時に、買換え対象の需要も若干は動きがある見込みである。
		旅行代理店（所長）	・ゴールデンウィークまでは問合せの増加傾向が見込める。
		旅行代理店（支店長）	・販売量の増加を見込んでいる。
		タクシー運転手	・これから歓送迎会や新年度に入ることから、何かと出掛けることが多くなり、タクシー利用も増えると考えられる。
		タクシー運転手	・来月の観光の予約が順調に入っている。
		通信会社（営業担当）	・3～4月は新入学と重なり毎年販売量が増加する。携帯業界では一番の繁忙期であり、年間通して最も期待できる時期となる。
		通信会社（役員）	・動画配信サイトなど映像のネットによる視聴が進んでおり、今後高速ネット契約の拡大につながるのではないかと期待している。
		通信会社（営業担当）	・今後、総務省の指導の中で分離型プランが定着するようになってくる。その前に駆け込み需要が見込まれる。
		通信会社（役員）	・通信サービスの商戦期を迎え、放送サービスも含め客からの問合せが増えることを見込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げの影響か、客の動きは引き続き力強い。
		住宅販売会社（従業員）	・今後、消費税の引上げによる駆け込み需要が増えることを見込んでいる。
		商店街（代表者）	・改元による期待感はあるが、消費税の引上げの影響も考えられ、流動的である。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・ここ数か月は横ばいできているので、この先もそのまま行く感じがしている。
		百貨店（販売促進担当）	・平成のカウントダウンが始まり、お祝いムードの中で消費税の引上げ前のメモリアル需要が期待されるが、全体的に慎重な動きである。全体消費をけん引する中間層は節約志向が強く、消費マインドの改善は依然として厳しい。
		スーパー（総務担当）	・春の訪れは例年より早くなり、野菜の単価は大幅に下がっている。しかし、その分その他の商品購入が期待されるため、売上は例年並みを見込んでいる。

スーパー（総務担当）	・人手不足は引き続き解消できていないものの、消費税の引上げまでは大きな変動要素はないとみている。
スーパー（店舗管理）	・乳製品の値上げがあるが、青果物の底値相場が回復する兆しもなく、さらに、ゴールデンウィークの10連休を控え消費の抑制があるとみられ、客単価が上がるとは考えにくい。
スーパー（統括）	・良くなる見込みを感じられない。
コンビニ（経営者）	・季節商材などの売上も例年並みである。
コンビニ（店長）	・競合店の出店を含めた外的要因の変化も加盟者がいてこそ成り立つものだが、前年より深刻な加盟者不足になっており、本部の出店計画が滞っている。そのため、今年は競合店ができていく上に、近隣店舗の閉鎖などがある可能性が高い。近隣店舗の閉鎖から一時的には上向くかもしれないが、最低時給の増額がコンビニ経営において致命的な経費増加になっていることから、長期的に考えた場合、経費を何とかしないと、客がきているが店舗を閉鎖しなくてはならない状況に陥る。目先の景気は上向いても、将来、コンビニが成り立たなくなる懸念から景気は極めて落ち込むと考えている。
コンビニ（店舗管理）	・今春より各食品メーカーが値上げを発表する。閉塞感は強まるばかりである。
家電量販店（店長）	・主要商品の単価は上がっているが来客数が減少しており、販売台数が落ちている。
乗用車販売店（経営者）	・売上単価を含めて、大きく良くなる様子はしばらくの間はないとみている。
乗用車販売店（役員）	・消費税の引上げ前に車両の購入が若干増える見込みがあるが、米中の貿易問題などの動きが懸念され、経済全体が上向きにはならない。
自動車備品販売店（役員）	・春タイヤの需要が早まる予想のなか、それ以降は市況的な明るい兆しの要素が業界内でなく、良くも悪くも大きな変化は期待できない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・3か月先も3か月前もずっと変わらないとしている。とにかく景気が少しでも良くなってほしいと願っている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・専門店の入替え工事の時期となっているため一概に比較ができないが、アパレルの売上傾向は改善しつつあるものの、大きく好転することもないと考える。堅調である非物販業種の食物販や飲食、アミューズメントやシネマなどの売上をかんがみると前年並みとなる見込みである。
一般レストラン（店長）	・景気の雰囲気の影響されやすい業種なので、景気の動向に留意しているが、方向性がはっきり分らない。
観光型旅館（経営者）	・今後3か月先まで予約は順調に入っている。働き方改革などによる社員の労働力不足が心配である。
観光型旅館（スタッフ）	・前年比で2～3月の予約保有は70～75%と苦戦している。4月以降は95%以上で推移しており、改善の兆しがみえる。
都市型ホテル（役員）	・部門により異なるが、予約状況から景気動向は変わらない。
通信会社（職員）	・PRが行き渡り、特典やキャンペーンがないと目新しさが薄れてきている。
通信会社（店舗統括）	・極端に上がるとは見込めない。
テーマパーク（役員）	・3か月先の予約状況をみると、前年同月比でもほぼ変わらない水準にあり、横ばいに推移すると見込んでいる。
競輪場（職員）	・客単価等において、2～3か月以内に大きな変動がみられない。
その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・現役世代の入会が全体として減少しているなか、低価格の新規店に数少ない入会者が移動している。春先までこの傾向が続くとみている。
美容室（経営者）	・半年前から売上や来客数は好調であり、この傾向はしばらく続きそうである。
住宅販売会社（営業）	・客とのコミュニケーションにおいて、消費税の引上げの影響を感じる事が少なく、消費税の引上げ後の客足も極端に変動がないものとみている。
商店街（代表者）	・今年は統一地方選挙があり、例年、どうしても売上は落ちる。今年もその傾向があるとみている。
一般小売店〔書籍〕（従業員）	・資材や原材料費の値上げなどが続いており、良くなる要素は今のところない。

	衣料品専門店（経営者）	・人手不足と客の衣料品の買物に対するシビアさが増しており、厳しさは続いている。	
	一般レストラン（統括）	・コスト吸収を目的にしたこれ以上のメニュー売価アップは大幅な来客数減につながるおそれがある。しかし、原価や物流費の高騰だけでなく4月より働き方改革への対応による人件費増加や、営業時間短縮による売上高の減少、キャッシュレス決済普及による手数料負担の増加など、利益を圧迫する要素ばかりである。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・3月の宿泊の予約状況は悪い。ゴールデンウィークの10連休待ちとの声も聞くが、良くなる要素が見当たらない。	
	x	スナック（経営者）	・先々選挙や連休などがあり、我が業界は不安感を隠し切れない感じがしている。
企業 動向 関連 (北陸)	-	-	
	化学工業（総務担当）	・今後、受注量は増える予定である。	
	精密機械器具製造業（役員）	・今のところ、ここ4～5か月の受注は一杯で、かつその先の新商品についても開発キャパシティが足りない状況である。	
	不動産業（経営者）	・現在、個人も法人も問合せや相談が多くなってきたことから、やや良くなると思う。	
	税理士（所長）	・経営者との面接から決算の見直しなどをみても、マイナスになるところは比較的少なく、当地の景気はまだ堅調ではないかと思う。ただ、販売業関係は店によって厳しいところが多い気がする。しかし、工事受注や製造受注に潜在的な需要があり、経営者は非常に自信を持っているので、見直しは暗くない。	
	プラスチック製品製造業（企画担当）	・通商問題や海外情勢の不透明感が懸念材料となるおそれもあるが、当面は引き続き堅調に推移するものと思う。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内及び海外共に景気動向面において不透明感が強い。半年以上前のように生産能力を超える受注量が当面続く傾向は、一段落したようにみえる。	
	建設業（経営者）	・3月は年度末工期の工事の完成で大変忙しくなる。しかし、新年度となる4～5月は、端境期ということで発注量が少なくなる。このことから、景気がそれほど良くなるという感じはしない。	
	建設業（役員）	・受注動向について、ピークは過ぎた感がある。3月は消費税の引上げ前の駆け込み契約が多少あるが、その後4月以降の動向が懸念される。	
	通信業（営業）	・主要商材で受注件数が僅かではあるが増加に転じ始めている。しかし、前年を上回る勢いは感じられない。	
	金融業（融資担当）	・中国向けの輸出にブレーキが掛かる傾向が続くと感じているメーカーが多く、輸出産業の勢いは止まった印象を受ける。一方で、地元消費関連はおしなべて堅調で、3月決算の着地見込みも明るい報告が多い。	
	司法書士	・建物の新築や増改築、土地購入のための住宅ローンなどが堅調である。	
	食料品製造業（経営企画）	・今後も引き続き労働力確保に苦しむだろうし、さらに、原材料を始め各種コストアップ要因が収益を圧迫する状況が強まりそうである。	
	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、やや悪くなると思う。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・中国の景気減速や米中貿易摩擦、欧州の政局リスクにより設備投資意欲が落ちてきている。	
	金融業（融資担当）	・消費税の引上げに対して節約の空気が強い。また、ゴールデンウィークの10連休に対しても観光関係は期待しているが、現在のところ予約は前年並みである。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今月の売上も前年同月を下回っている。食品スーパーや衣料品、家電は前年を上回っているが、携帯電話や通信販売ほかが悪くなっていることの結果である。4月から紙の値段が高騰するので、チラシとしては苦戦するのではと考える。	
	x	-	
雇用 関連	-	-	
	-	-	
	-	-	

(北陸)	人材派遣会社（役員）	・企業側で求人採用ができないので派遣会社にも声が掛かるが、登録者が集まらない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を生む話が出てこない。
	新聞社〔求人広告〕（営業）	・消費動向が活発だという声を聞かない。
	職業安定所（職員）	・引き続き求人を預かっている事業主からは、なかなか労働力が確保できないと多くの相談がある。特に、建設業、運輸業、介護福祉業の企業からは、労働力確保の具体的な相談を受けている。なかでも運輸業に関しては、これから人や物が動く時期であり、当面はまだまだこのような状態が続くのではないかと考えている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・2020年4月採用に向けた求人活動は、ワンデーインターンシップを含め、前年と比べて3月の広報活動解禁前から多くなっている。人材確保の課題が、日本の景気を左右する要因の1つであると強く感じる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げの影響が徐々にみえているが、駆け込み需要などの大きな動きはみられず、徐々に悪くなるという感覚がある。
	民間職業紹介機関（経営者）	・派遣契約件数の減少と派遣スタッフの人材不足は、回復するまでに時間を要すると考えており、厳しさが続く。
x	-	-