

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)		-	-
		一般小売店〔事務用品〕 (店員)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に向けて、仕掛けた商談が受注につながり、販売量が増加する。
		スーパー(店長)	・消費税の引上げ前の買いだめ需要が発生するとみている。
		コンビニ(経営者)	・季節商材の売行きが例年より良い。
		コンビニ(エリア担当)	・盛夏とキャッシュレス対応の拡大でやや良くなるとみている。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が出始めているのと、やっと季節商材が動き始めたため良くなってきている。また、消費税の引上げ前の住宅購入による新規家電購入が見込める。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待して良くなると考える。
		都市型ホテル(役員)	・宿泊部門はインバウンドが減少傾向にあるが、コンベンション関係の増加により堅調に推移すると考える。レストラン部門は、定休日による売上ロスがあるが、大きくは変わらない。一般宴会は大型コンベンション、慶事などの予約状況によると考えており、全館での景気動向はやや良くなるとみている。
		通信会社(営業担当)	・9月に新機種が発売される予定があるので、販売数の増加が少し見込める。
		通信会社(営業担当)	・10月以降に新商品の発表があれば、販売台数に影響するとみている。
		通信会社(役員)	・ここ数か月契約数が好調に推移している。2～3か月先は通信サービスが例年好調な時期でもあり、マイナス要素が少ない。
		商店街(代表者)	・駐車券の利用は例年と比べ25%ダウンしている。通行量もダウンしているようである。一過性のものかどうかは分からないが、近隣の大型ショッピングモールが秋に増築開店する影響を想像するに、危機感を持たざるを得ない。
		一般小売店〔精肉〕(店長)	・デイリー商品はほぼ前年並み、若しくは少し弱いくらいで推移しているが、お中元ギフトでの落ち込みが大きく、今は非常に落とす形となっている。要因が何か分からないが、参議院選挙等もあり、影響があったかと考える。来月以降はデイリー商品だけでみていかなければならないので、前年並み辺りで推移すると考える。
		百貨店(売場主任)	・老後資金2000万円問題で消費者の財布のひもはより一層固くなった。消費税の引上げ前の駆け込み需要は小売側からみれば期待する部分はあるが、軽減税率などの施策により前回の消費税の引上げ時に比べ衝動買いは少ないと考える。
		百貨店(販売促進担当)	・参議院選挙での与党の圧勝で市場は落ち着き感を取り戻しつつあるが、年金問題を含め将来への不安は払拭される気配がない。消費税の引上げ後は、個人消費の節約志向はますます強くなると考える。
		百貨店(販売担当)	・消費税の引上げが決定しているが、客の購買動向は変化がない。高額商品などには一部動きが出ているようだが、一般商品、雑貨、衣料品など先行購入の兆しはみえず、大きな変化はないと考える。
		スーパー(総務担当)	・10月からの消費税の引上げにおいて軽減税率があるため、食品の売上増加はほぼ見込めない。消費税の引上げによる景気の変動は少ない。
		スーパー(総務担当)	・会社としては軽減税率を含む消費税の引上げの対応に追われているなか、客のスーパーでの動向に大きな変動はないと考える。8%から10%に税率が変わる雑貨類の駆け込み需要が推測される程度である。
	スーパー(統括)	・10月の消費税の引上げにより、軽減税率やキャッシュレス決済のポイント還元制度などの施策がどう消費行動に影響が出るか、見込みが立てづらい。	
	コンビニ(店舗管理)	・消費税の引上げで消費マインドは更に冷え込む。	
	衣料品専門店(経営者)	・もうそろそろ底打ち感が出てきたかと思っていたところ、景気の先行き感は見通せず、天候は不安定で、客は慎重である。	
	乗用車販売店(従業員)	・新型車が発売され期待はしているが、厳しい状況が続きそうである。	

その他専門店〔酒〕（経営者）	・3か月先には、今のままの状況であれば消費税の引上げがある。軽減税率というややこしい制度が始まり、その制度で大変な目にあう。苦勞しても売上が上がらない状態が続くのではないかと考える。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・リニューアルに向けた専門店の入れ替わりが発生しており一概にはいえないが、梅雨が明けて気温が上がる見込みのため、衣料品が動いてくる。消費税の引上げ前の駆け込み需要も含めて今月のような苦戦はないと考える。
スナック（経営者）	・客からは、消費税の引上げでなかなか来られなくなるとの声を聞く。また、海外における関係悪化も不安材料である。
観光型旅館（経営者）	・夏休み期間の予約状況が例年よりも悪く、9月以降も好転する兆しがみえない。10月の消費税の引上げの影響もあり心配である。
タクシー運転手	・今後秋口にかけて、今以上に観光客が増えると考え。週末を中心に繁華街の人出は変わらないとみている。
タクシー運転手	・暑くなったこの時期でも夜の繁華街の人出が、平年より少ないようである。
通信会社（職員）	・東京オリンピックを控えて新機器がラインナップされてきているものの、客側には様子見感が強く、買換えまでは至っていない。
住宅販売会社（従業員）	・工事量がある程度あり、今からの契約では来年になってしまう。客としてはもう少し検討しても建てる時期は変わらないこともあり、検討期間が今まで以上に長くなっている。
商店街（代表者）	・消費税の引上げに向けての買いだめというよりは、買い控えが懸念される。キャッシュレス決済のポイント還元制度への個店対応は申請受理に時間が掛かっているようで、10月までに間に合うのか不安である。
商店街（代表者）	・前年に比べると爆買いをする中国人の来店は、減少すると考える。外国人観光客の数自体は増えていくと考えるが、どこまで購買につながるか予想できない状況である。
一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・消費税の引上げ後は間違いなく消費は冷え込むと考える。特に外食関係は皆身構えている。さらに、老後2000万円問題が大きく報道され、なおさら出費を控える要因になっている。
一般小売店〔書籍〕（従業員）	・紙製品を中心とした値上がりが続くため、良くならない。
百貨店（営業企画）	・10月の消費税の引上げにより、必要なもの以外は買い控えが発生すると考える。
スーパー（店舗管理）	・消費税の引上げに伴う節約部分が少なからず食品へ浸透してくると考える。
コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げがある。
乗用車販売店（役員）	・米中関係の不透明さ及び10月の消費税の引上げの悪影響により、景気が冷え込んでいくと考える。
自動車備品販売店（役員）	・消費税の引上げ後の反動減が消費全体に影響し、季節商材の販売にも波及するのではと不安な状況である。
住関連専門店（役員）	・消費税の引上げ後の消費者への還元制度があるとはいえ、消費税の引上げ直後は消費マインドが落ち込むことが避けられないと考える。
高級レストラン（スタッフ）	・消費税の引上げや老後の2000万円の資金など財布のひもが固くなる報道が多いことが気になる。
都市型ホテル（スタッフ）	・今のところ、消費税の引上げ前の駆け込み需要は、前回の5%から8%になったときよりはるかに少ない。
旅行代理店（所長）	・今後も東京オリンピック入場券の二次発売や旅行会社の企画商品が発売され始めること、韓国との問題による景気の減速で今年の旅行自体は低調さが続きそうである。
通信会社（役員）	・10月に控えた消費税の引上げの影響を心配している。当社のサービスは家計における必需品とはいえず、節約志向による解約が増えるのではないかと考えている。
テーマパーク（役員）	・向こう2～3か月の団体客の予約状況をみると、国内客や海外からのインバウンド客共に前年より悪くなっている。国内においては、消費税の引上げの影響も懸念されることである。
競輪場（職員）	・消費税の引上げの影響で、売上や客単価のマイナスが懸念される。
その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・8月に大人向け教室の大型競合店がオープンするため、6月よりスタートさせたプログラムの集客減を懸念している。

	美容室（経営者）	・10月からの消費税の引上げ時のキャッシュレス対応に伴うポイント還元の入金準備が遅れていて不安である。
	住宅販売会社（従業員）	・10月から消費税の引上げが開始するに当たり、再度冷え込むとみている。
	住宅販売会社（営業）	・消費税の引上げにより客の購買意欲が減退する可能性がある。
	コンビニ（店長）	・最低賃金の上昇が経営の圧迫となり、人手不足からくる求人費の増加も重なり、大変厳しい状況がしばらく続く。気候の変化から7月はとても悪かったが、8月には盛り返してもらえるものと考えている。売上が前年と同程度であり、明確な打開策がない状況である。
	衣料品専門店（店舗運営）	・消費税の引上げによって生活必需品以外の売上減が見込まれる。
	一般レストラン（統括）	・10月の消費税の引上げにより、外食産業は悪くなるとみている。
	観光型旅館（スタッフ）	・前年比で予約状況は7～9月までは80～88%、10月以降は少し改善し92～97%で推移している。
	パチンコ店（経理）	・消費税の引上げがあり、消費動向が鈍る。
	住宅販売会社（従業員）	・リフォームの受注高は消費増の引上げの影響が小さそうだが、新築部門で影響が出そうである。
企業 動向 関連 (北陸)	-	-
	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内においては、消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響があり、物流関連の受注が堅調に伸びてきている。
	建設業（経営者）	・今後発注される工事物件がみえており、受注の機会が増えると予想され、気持ち的にも余裕がある。
	食料品製造業（経営企画）	・現状より更に悪化するとまでは考えていないが、受注や販売面及びコスト面においても状況が改善される見通しは立っていない。
	繊維工業（経営者）	・繊維の場合は全体をみると、悪い部門とまあまあ健闘している部門がある。その大きなところは資材分野で先行きの動きが非常に良いという状況である。相変わらず婦人衣料が悪いという状況は変わらないと考える。
	精密機械器具製造業（役員）	・米中や日韓、英国のEU離脱問題、国内の消費税の引上げ等の不安要素に異常気象の問題も加わり、景気回復へのイメージが余りつかない状況である。
	通信業（営業）	・現時点での8月以降の受注見込みも前年並みの状況を維持している。
	不動産業（経営者）	・周囲の情報では、個人の動きは少しあるが、法人の話が少ないという不安がある。
	司法書士	・建築関係の会社は好調なようであるが、一方で会社の解散もまた多い。
	プラスチック製品製造業（企画担当）	・米中貿易問題や中東、朝鮮半島など海外情勢の不透明感、材料費や運送コストの上昇が懸念材料となってきた。また、消費税の引上げ後は駆け込み需要の反動減も予想され、当面厳しい状況が続くものとする。
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合から、やや悪くなるとみている。
	建設業（役員）	・直近又は今後の受注動向から先細り感がある。
	金融業（融資担当）	・米中貿易摩擦などを背景に、製造業全般の失速が思ったよりも大きいと感じる。前月辺りから潮目が変わったと話す企業が増え、その逆風が徐々に現実化している印象を受ける。今まで好調だった企業の業績悪化によって、地域における消費に影響を与える可能性もある。
	金融業（融資担当）	・取引先からのヒアリングでは、受注状況及び受注見込みが減少する企業は大半を占めている。
	税理士（所長）	・建設業や機械製造業での受注関係、あるいは量産型のところでも、元請の需要が非常に厳しいということで、特に国内向けの仕事が減っているのが目立っている。設備投資にブレーキが掛かっているか心配である。働き方改革で残業代が減っていることから、個人消費が減るのではないかと不安もある。
		一般機械器具製造業（総務担当）
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・7月の売上は前年同月比で落ち幅が6月を上回った。最初は参議院選挙期間中の影響と思っていたが、終了後も売上の上昇がみられない。まだまだ回復の兆しは見受けられない状況である。
雇用	-	-

関連 (北陸)	人材派遣会社（社員）	・賃金の見直しを実現すれば、労働者の勤労意欲が高まることが期待されるとともに、雇用側の勤務形態も多様化し、労働者数も増加するのではないか。人が動けば物も金も動くので景気が少しずつ良くなるのではないかと考える。
	人材派遣会社（役員）	・依然として人材派遣登録者が増えないため、マッチングに苦しんでいる。有期雇用契約への関心がない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を生む話が余りない。
	新聞社〔求人広告〕（営業）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が動いていない現状と、消費税の引上げ後の冷え込みが見込まれる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・国際社会における我が国の立場は良くも悪くもない状態である。内需拡大の起爆剤としての東京オリンピック効果は首都圏に限定される。地方都市の景況感是不変わる。
	職業安定所（職員）	・新規求人数においては、引き続き一定の求人数を確保しているところであり、労働力確保に向けての相談も日々窓口で多々受けているため、当面大きな変動はないと考える。しかしながら、企業においては将来に向け、機械化やAI化を進めるような声もある。また、スマートフォンやパソコンに関わる電子部品製造業の一部において先行きが不透明との声も出ていることから、引き続き企業の動きには注意していく必要があると考える。
	職業安定所（職員）	・ゴールデンウィークで若干下がっていた求人倍率は6月以降回復しており、人手不足で求人募集をする企業が多い状況である。景気の不透明感はあるものの、当面はこのままの状況が続くとみている。
	民間職業紹介機関（経営者）	・人手不足の状況が変わらないのと、消費税の引上げ後の消費動向の低迷や、米中貿易摩擦の影響による輸出減が、景気停滞への引き金になりそうである。
	学校〔大学〕（就職担当）	・景気が変わる要素が見付けられない。また、消費税の引上げの影響について評価できない。
	*	*
×	-	-