

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)		-	-
		商店街（代表者）	・9月に入り、高額商材も少しずつ動き始めている。とはいえ消費税の引上げ前の駆け込み需要かどうか判断できない。外国人観光客も国慶節で増え始めているので、期待している。
		衣料品専門店（店舗運営）	・消費税の引上げ後は出費を抑える反動で、クリスマスや年末年始に向けて購買意欲が高まると考える。
		観光型旅館（スタッフ）	・月間仕入数は前年並みを確保し、予約状況も少しずつ上向きである。予約保有率は前年比で8月は89%、9月以降3か月は91～97%で推移している。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・9月は例年並みの推移で動いた。10月からの消費税の引上げで、食品は軽減税率なので税率は変わらない。他のものが高くなるところで、さほど影響はないのではないかと考える。
		百貨店（売場主任）	・2014年4月の消費税の引上げ時並みの駆け込み需要には程遠かった。軽減税率などの施策があり、前回より冷静な人が多く消費意欲が上がらなかったことが要因と考える。したがって、楽観視はできないが、駆け込み需要が小規模であれば消費税の引上げ後の落ち込みも小さいのではないかと考える。
		スーパー（総務担当）	・消費税の引上げが10%となるビールや雑貨など、駆け込み需要があった商品群は10月初旬は落ち込むとみている。しかし、他は特に変化はないと考える。
		コンビニ（経営者）	・季節商材の売上が変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・10月以降の消費税の引上げの影響が不透明である。食品については問題ないが、雑貨等の軽減税率対象外商品には影響があると考えられる。
		衣料品専門店（経営者）	・10月の消費税の引上げがあり、消費者は慎重に買物をしているようである。
		住関連専門店（役員）	・消費税の引上げ後は、消費マインドの低下が広がると考えるが、ポイント還元などの政策を含め、仕掛け方によっては余り大きな落ち込みはないと考える。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・あくまでも希望的なものだが、現在が最低と考えており、変わらないと答えた。とにかく来月から不安が一杯である。
		スナック（経営者）	・国内外の状況から、この悪い状態が継続していく心配である。
		観光型旅館（経営者）	・地元企業の大型団体の忘年会が業績悪化のため中止になったり、10月以降の集客にも苦戦している。また、カニのシーズンを迎えてカニの仕入価格の上昇が見込まれる。
		旅行代理店（所長）	・東京オリンピック観戦ツアーの発売が始まったが、抽選予約のため好景気は感じられない。また、消費税の引上げによる影響が出る可能性もあり、先行き不透明である。
		タクシー運転手	・これから一段と節約傾向が強まり、利用客が減る傾向だと考える。
		通信会社（職員）	・イベントの集客数が伸びてこない。
		通信会社（営業担当）	・新商品が発売され来客数は増加しているが、完全予約商品のため販売に至っていない。しばらくこの状況が続くそうである。
		通信会社（役員）	・現在、底辺近くにある新規契約件数は、消費税の引上げ月を超えれば回復してくるのではないかと考えている。
		通信会社（営業担当）	・今と同じ状況がしばらく継続すると考える。
	通信会社（役員）	・販売においては放送、通信共に悪化要因が少なく、引き続き堅調に推移するものと考えられる。	
	住宅販売会社（従業員）	・今後は消費税の引上げと同時にエコポイントや、住宅ローン減税の拡充があるので、その内容が客に浸透するまではこの状態が続くと考える。内容が徐々に浸透するとともに、販売量も回復していくとみている。	
	住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が浮かばない。	
	商店街（代表者）	・たかが2%、されど2%である。多少の売上の落ち込みは覚悟しておかなければならない。	
	商店街（代表者）	・消費税の引上げ後しばらくは節約が続くと考えるが、キャッシュレス決済の還元ポイントへの反応が別の動きとしてあるようにみえる。	
	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・業界の閑散期と消費税の引上げによる買い控えが重なり、期待要素が薄い。	

一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費税の引上げの影響は大きく、販売量は当面落ちるだろう。
百貨店（販売促進担当）	・消費税の引上げ後の影響で高額品の動きが鈍化し、まとめ買いの反動で化粧品や婦人衣料が影響を受ける。
百貨店（販売担当）	・まとめでの購入がやや多く、定番品を中心に消費税の引上げ後の反動を見込んでいる。さらに、心理的な状況を鑑みると悪化する方向だと考える。ただ、前年は暖冬で大幅に苦戦したコートやダウンが、今年は例年並みの気温であれば拡大する可能性があり、11月以降は期待が持てる。
スーパー（店長）	・軽減税率や、キャッシュレス決済のポイント還元があるとはいえ、消費税の引上げの影響で買い控えはあるとみている。
スーパー（総務担当）	・10月からキャッシュレス対応のいろいろなポイント還元セールがスタートするが、客にとって非常に分かりづらいため、消費が伸びるとは考えづらい。
スーパー（店舗管理）	・消費税の引上げを控え、軽減税率により影響は少ないと考えるが、消費税の引上げ後のドラッグストアやホームセンター等の販促強化があるとみており、それが必ず影響してくると考える。
スーパー（統括）	・スーパーは軽減税率対象品目をメインに販売しているが、消費者の生活において購入するもののほとんどが標準税率であり、節約志向が強まればおのずと食費にも強く現れる。そのためキャッシュレス決済のポイント還元策を含め、来客数確保のための競争環境が厳しくなるとみている。
コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げがある。
コンビニ（店舗管理）	・消費税の引上げにより、売上は微減となる。
衣料品専門店（経営者）	・やはり消費税の引上げの影響はあると考える。
乗用車販売店（経営者）	・消費税の引上げとなれば、個人客の買い控えが見込まれるので、しばらく販売は悪くなると考える。
乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ後は更に厳しくなるとみている。
乗用車販売店（役員）	・消費税の引上げ後、更に消費の落ち込みが進むとみられる。また、海外要因等により経済全体が守りに入る局面が見込まれる。
自動車備品販売店（役員）	・消費税の引上げ後の、キャッシュレス決済のポイント還元指定外企業のため恩恵は受けられず、厳しい状況になると考える。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税の引上げに伴う反動が出るのに加え、周辺の競合環境に変化が発生するので、10月以降についてはやや停滞するとみている。
高級レストラン（スタッフ）	・好調な9月の反動が消費税の引上げの影響か、夜の地元客の受注は例年並みだが、昼の県外団体旅行による会食が例年の75%しかなく、大苦戦となっている。
一般レストラン（店長）	・消費税の引上げの影響もあり、明るい展望がない。
一般レストラン（統括）	・消費税の引上げ後、外食産業は真っ先に支出を抑える対象になるが、駆け込み需要の少なさや軽減税率の導入、キャッシュレス決済のポイント還元事業などにより、前回の消費税の引上げほどの景気悪化や落ち込みはないとみている。
都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は、インバウンド関係では香港の逃亡犯条例や日韓の関係悪化による影響、レストラン部門では10月からの消費税の引上げによる個人消費の落ち込みの影響が懸念される。一般宴会部門はコンベンション関係が若干弱く、景気動向はやや悪くなっている。
タクシー運転手	・観光の予約の上積みが少ない。
テーマパーク（役員）	・先行きの国内の団体旅行をみても予約が鈍ってきている。また、香港からの客を中心に海外からの客も鈍くなっている。全体としては、やや悪くなる方向にあると考える。
競輪場（職員）	・10月からの消費税の引上げの影響が少なからずあると考える。
その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・更に年内には、近隣に競合店の出店が3店舗決まっており、今以上に新規会員獲得が難しくなるとみている。
美容室（経営者）	・ここ数か月、余りに国際情勢が悪い方向に向かっており、心情的に景気も悪くなると考える。

	住宅販売会社（従業員）	・数多くの政策によって駆け込み需要の反動は少ないとみているが、個人消費の減少により厳しい状況になると考える。
	住宅販売会社（従業員）	・10月から消費税の引上げが施行されると客の様子も変化し、動きが鈍くなると考える。
×	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・まず第1に消費税の引上げがある。破壊的な景気停滞を招くと考える。次に対外的な中国や韓国との問題で、中国相手の企業は悲鳴を上げており、韓国からの訪日客を当て込んでいたホテルなどは散々な状況である。さらに、根底にあるのは、老後資金2000万円不足の大問題である。今後、景気が良くなるとは考えられない。
×	コンビニ（店長）	・消費税の引上げによる駆け込み需要がなく、増税後の買い控えが発生する可能性が極めて高いことから、今までにない景気の悪化が考えられる。消費税が5%から8%に変わった際も厳しい買い控えがあったが、近年の景気の下落状況は当時の比ではない。前年比からも大変苦戦している状況に加え、最低賃金上昇による経費の増加もある。コンビニエンスストア事業者はとてでもないが経営できない状況になりつつある。
×	家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要からの反動が出ると考える。
×	家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の買いだめで、主要商品だけでなく最寄品も含めて消費税の引上げ前に購入するための来店が多い。プレミアム付商品券も今回は購入条件が厳しく、以前のような効果が期待できない。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・消費税の引上げによる生活防衛意識の高まりを、予約状況や日々の売上内容から感じる。価格転嫁できないどころか、値引き販売を計画せざるを得ない状況である。
×	パチンコ店（経理）	・消費税の引上げによる景気の冷え込みがあるとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	-	-
	不動産業（経営者）	・物件関係の照会が多くなってきている。特に個人の客からの問合せが増えてきている感じがする。
	税理士（所長）	・10月からのキャッシュレス決済のポイント還元セールは、各販売会社もいろいろな形で手を出している。こうした劇的な変化に伴う消費の増加はあるとみている。景気自体をどこでみるかによるが、売上高や収益は上がるのではないかと考える。ただ、ポイント還元等で企業が体力をすり減らす状況、消費税の引上げ分を会社がかぶる状況があり、利益は厳しく長期的には不安が大きい。
	食料品製造業（経営企画）	・一般的な食品のため、消費税の引上げによる影響は少ないだろうと考えるが、かといってプラス要因も見当たらないのが実情である。
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文の入り具合から変わらない。
	金融業（融資担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が限定的であったことから、消費税の引上げ後の需要減少も限定的と楽観的に考えている取引先が多い。ただし、一部の小売店は消費意欲が回復しない状況のまま、年末商戦に突入する可能性があることを懸念している。
	金融業（融資担当）	・取引先で信用保証協会の保証付融資の案件が増えている。信用保証協会の審査応諾にも時間が掛かるようになっており、問合せや審査件数は増えている様子である。
	司法書士	・住宅用土地の購入や建物の新築案件の依頼が続いている一方、事業関係の取引は少ない。
	繊維工業（経営者）	・10月から先については、少し持ち直しの傾向がみえる。
	プラスチック製品製造業（企画担当）	・米中貿易摩擦や中東、朝鮮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ている。また、消費税の引上げ後は反動減も予想され、当面厳しい状況が続くものと考えられる。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州市場は国際見本市が終わり、受注が伸びると期待している。しかし、景気が不安定ななか、設備投資意欲が高まるか不安である。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・世界経済の動きに加え、国内は消費税の引上げの動きもあり、全体的に消費や投資の抑制を感じる。以前に比べると産業用分野においては国内受注が低調になってきており、厳しい状況に向かっているようである。
	精密機械器具製造業（役員）	・当社は輸出比率が比較的高いため、関税問題や為替動向に対しての不安定要素がある。国内市場全体においても特に活性化に向かう要素は少ない状況である。

	建設業（経営者）	・10月1日からの消費税の引上げで工事原価が上がるが、民間ではそれを価格に転嫁するのは難しくなるだろうと考える。
	建設業（役員）	・設備投資の抑制基調から、世界及び国内経済において低迷、先細り感が想定される。
	通信業（営業）	・主要商材の受注件数の伸びが鈍い。減少傾向に転じ始めているのか、少し気掛かりである。
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・9月も前年同月比を下回っている。消費税の引上げ前の駆け込み需要の啓発チラシが出稿されたにもかかわらず、売上を押し上げることができなかった。10月は消費税率が上がり、消費が落ち込むのは明白で、期待感が全くない。
雇用 関連 (北陸)	-	-
	人材派遣会社（社員）	・契約の更新や期間限定の作業が各部門に発生することが考えられる。また、税率改定の対応や2020年に向けた各種求人が増加することにより、景気が上向きになると見込んでいる。
	人材派遣会社（役員）	・人材登録者が増えないことからマッチングができず、非常に苦勞している。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用につながる話が出てこない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数に対し応募数が満たず、継続的に求人が必要になっている。採用が進めば景気が上昇するが、現状は横ばいである。
	職業安定所（職員）	・悪いと言い切るまでの状態ではないが、若干不安な要素がみられる。求人の減少について、まとまった数を申し込む事業所の求人数は申込時期のタイミングもあり、今のところ大きな動きはみられないが、細かな数を申し込む事業所が今月はかなり減少しているのが気になる。親会社と子会社という関係があるので、今後の動きに注意したい。
	職業安定所（職員）	・8月は減少傾向だった求人数が、9月に入り再び増加した。一部の製造業で人員整理があり、不安要素はあるものの、大きな変動はないと考える。
	民間職業紹介機関（経営者）	・消費税の引上げを目の前にして買いためなどが少ないように感じる。増税に対して諦めた感じや、慣れた感じがする。
	新聞社〔求人広告〕（営業）	・消費税の引上げにより、各業種から総じて見通しが悪いとの声を聞く。
	x	-