

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)		高級レストラン(スタッフ)	・ 今月は北陸新幹線が2週間運休したことにより大きな影響を受けたが、25日から新幹線が再開したので来客数は元に戻ると見込んでいる。
		家電量販店(店長)	・ 消費税の引上げ後ということもあり、購入率、点数共に落ちている。しかし、月末が近づくとつれて客が戻りつつあるのに加え、年末に完成する新居のための下見をする客が増えてきている。
		住関連専門店(役員)	・ 消費税の引上げ前の需要増加の反動は否めず、今月は売上に影響しているが、数か月先には若干の回復が見込める。
		タクシー運転手	・ これから年末にかけて忘年会などがあり、外出の機会が増えることから、タクシー利用も期待できると考える。
		タクシー運転手	・ 11月は10月の反動からか、観光の仕事が随分入っている。
		通信会社(営業担当)	・ 今は消費税の引上げに伴い、販売量、来客数共に減っているが、年末のボーナス商戦に向けて、客が集中して動くともみている。
		商店街(代表者)	・ 消費税の引上げの影響はある程度落ち着くが、売上増加までは厳しいと考える。暖冬のように、値の張る冬物衣料の売上増加は難しいとみている。
		一般小売店[精肉](店長)	・ 消費税率が2%上がり、百貨店内は上の階の客足が鈍っている。来客数が減る可能性があり、年末のお歳暮ギフト等の懸念はあるが、食品は消費税率が8%と変わらないことから、希望も含めて前年並みで推移すると考える。
		一般小売店[書籍](従業員)	・ 今が底といった感じがしばらく続きそうである。
		百貨店(売場主任)	・ 消費税の引上げは家計の実質可処分所得を押し下げたため、しばらくは苦戦が続くと見込む。
		百貨店(販売促進担当)	・ 不必要なものを買わない。客の様子から買物に慎重なムードがうかがえる。
		スーパー(総務担当)	・ キャッシュレス決済や消費者へのポイント還元事業、プレミアム付商品券が継続するため変わらない。
		スーパー(総務担当)	・ 消費税の引上げに伴い、キャッシュレス決済での支払で5%還元を国負担で実施できる企業と、国負担でできず自社負担による企業が発生している。当社は自社負担による対応となるため、客へのアピールができない状況にあり、客の購入先の店舗選びはよりシビアになるとみている。ただし、景気に影響が出るほどではないと考える。
		スーパー(店舗管理)	・ 消費税の引上げによる家計圧迫は少なからずあり、年末までは影響があると考える。
		コンビニ(経営者)	・ 季節商材の売行きが変わらない。
		コンビニ(エリア担当)	・ 消費税の引上げ後ではあるが、天候要因を除けば来客数、客単価等が安定している。
		コンビニ(エリア担当)	・ キャッシュレス決済によるポイント還元の効果が継続する。
		コンビニ(店舗管理)	・ 好転の材料が思い当たらない。
		衣料品専門店(経営者)	・ 将来への不安からくるのか、客の節約志向が続いているようである。
		衣料品専門店(店舗運営)	・ 年末年始の購買意欲は消費税の引上げ直後の現在よりも回復すると考えているが、初売り後に再び消極的になることを懸念している。
	家電量販店(店長)	・ 3か月くらいは消費税引上げによる反動が続く。	
	乗用車販売店(経営者)	・ これから2~3か月の間に良くなる要素はみえないので変わらない。	
	乗用車販売店(従業員)	・ 消費税の引上げ後は、しばらく低迷が続くのではないかと考える。	
	その他専門店[酒](経営者)	・ キャッシュレスで購入する客がいることから帳尻が合い、今までと変わらない。変わらないといっても、最低限のラインであり、景気は全く良くならない。	
	その他小売[ショッピングセンター](統括)	・ 来客数は増えているが、競合環境に変化が出ており、その影響により状況は変わると考える。	
	スナック(経営者)	・ 災害の後遺症や世界情勢など、マイナス状態が続く気配を感じることから、このままの状態が続きそうである。	

観光型旅館（経営者）	・忘年会の予約が例年より遅い。地元大手企業などの忘年会の取りやめなどが影響している。また、天皇誕生日の変更により、前年は3連休の初日であった22日の売上も減少している。
都市型ホテル（スタッフ）	・10月の売上が近年にない落ち込みのため、今後の回復を期待するが、値下げしても売上が回復しない現状から、ますます節約意識の高まりを感じる。
旅行代理店（所長）	・来年の東京オリンピック観戦に向けての出控えが続きそうである。
通信会社（職員）	・災害復興ムードでイベントの縮小や中止などで消費動向が抑えられる。
通信会社（営業担当）	・新機種の販売状況が落ち着きを取り戻し、販売数は前年と比べ変化していない。
通信会社（役員）	・営業体制やサービス価格の強化により、引き続き放送、通信サービス共に前年同月比からプラスで推移すると考える。
美容室（経営者）	・消費税の引上げは、売上に余り大きくは影響していない。キャッシュレス決済による売上は、2倍近く増えている。
住宅販売会社（従業員）	・新築する人の数は減っているものの、住宅に強いこだわりを持つ人が多くなっている。それぞれのこだわりに合ったものを提案することで1件当たりの単価が大きくなり、件数が少なくなっても金額は大きく減らないようになってきている。
住宅販売会社（従業員）	・しばらくは停滞するとみている。
住宅販売会社（営業）	・良くなる要因が見当たらない。
商店街（代表者）	・高額品やまとめ買いの動きがなかなか鈍い。
一般小売店〔事務用品〕（店員）	・年末までの受注案件が少なく、年末に向けた季節商材の売上も期待が薄い。
百貨店（販売担当）	・消費税の引上げの影響は、年末まで続くともみている。クリスマスは食品関連に影響はないと考えるが、衣料品や雑貨などのクリスマスギフトは、子供の物以外は控える、若しくは低単価の物にシフトする可能性がある。ギフトにも必需品を選ぶ傾向があるとみている。ボーナスの状況によっては、防寒衣料品も前年同様に苦戦が予測される。しかし、前年より低気温の場合には、やや低単価の防寒衣料品は動くともみているが、購入は慎重さを増し、セールまで待つ可能性が高い。
スーパー（店長）	・キャッシュレス決済によるポイント還元の実施がないため、制度が消費者に浸透していくにつれて、来客数の減少は更に加速すると考える。
スーパー（店長）	・年末に向け消費が増えてくると予想するなかで、消費税の引上げの影響による節約志向が出てくるとみている。また、近隣に競合が出店する影響も大きいと考える。
乗用車販売店（役員）	・将来に備えて、不要不急の支出は抑えるといった気持ちを多くの人が持ち始めているようである。
自動車備品販売店（役員）	・冬本番の季節に入るが、例年と比べてもスタッドレスタイヤの販売が低迷しており、キャッシュレス決済のポイント対象外であることも含めて厳しい状況である。
一般レストラン（店長）	・北陸新幹線を使ったツアー客に影響があり、景気がどこまで回復するか読めない。
都市型ホテル（役員）	・働き方改革によりレストラン部門で定休日を導入したことや、消費税の引上げにより厳しい状況にある。北陸新幹線の復旧が早く安どしているが、宿泊部門、レストラン部門共に景気が悪くなると考える。
通信会社（役員）	・通信サービスの新規契約数の減少傾向が今後収まるかは不透明で、年度末に向けてもう少し減少傾向が継続するのではないかとみている。
テーマパーク（役員）	・今後3か月先の国内の団体客や企画募集ツアー、インバウンドの予約状況をみても、前年同月比で予約がマイナスになっており、全体としてやや悪くなる傾向にある。
パチンコ店（経理）	・消費税の引上げに加え、遊技台の規制等により客の確保が厳しくなっている。
競輪場（職員）	・消費税の引上げの影響が少しずつ売上に影響してくると考える。
その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・11月が近づくと冬支度の雰囲気が出てきて、積極的な動きが鈍くなってくるので、これからの伸びは期待できない。
住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げと冬場という季節要因が影響してくる。

	×	商店街（代表者）	・プレミアム付商品券、キャッシュレス決済などの消費拡大政策も今一つの反応で、小売店は大変な危機感を感じている。早急かつ、更なる消費拡大政策が必要だと考える。
	×	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・北陸新幹線の暫定ダイヤでは前年並みは期待できない。また、水産庁の見解では11月のカニの解禁以降の水揚げ量が激減するとの見通しらしい。悪いことは重なるものである。
	×	コンビニ（店長）	・キャッシュレス決済によるポイント還元は分かりにくく、特定の人にもみキャッシュバックされる大変不公平な制度になっている。コンビニのシステムが大手ドラッグストアなどのシステムに追い付いていない点もあると考える。当店はスーパーマーケットからも離れており、年配客が半数以上を占めているが、キャッシュバックやその他の恩恵も余り受けてないようである。最低賃金の上昇や人手不足により、今後も経営が困難な状況で、当店の景気も含めてかなり悪くなるとみている。
	×	一般レストラン（統括）	・消費税の引上げから1か月間の10月は、消費者はまだ様子見の状態である。今後、よりシビアに必要なものを必要な量だけ消費する傾向が強まると考える。供給側は値引き販売により一定量の消費を促す一方で、消費量は上がらず、より安いものへ消費がシフトし、更にデフレ状態が強くなるとみている。
	×	観光型旅館（スタッフ）	・10月から先6か月では、台風19号による北陸新幹線運行停止によりキャンセルが発生し、予約保有率が前年比で5%減少した。25日からの運行再開後も新規予約受注に対して不安は拭えない。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		*	*
		食料品製造業（経営企画）	・明るい材料が見当たらない。ありきたりだが販促により数量維持をもくろむ以外に手がない。
		繊維工業（経営者）	・消費の状況次第であり、年内の稼働は横ばいとみてよいと考える。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況のみで、変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・海外を含め、依然として不透明な景気環境が続いており、予測することに苦慮している。鋼材や副資材等の価格が上昇するなか、受注量が伸び悩んでおり、利益を生み出すのが厳しい環境になってきている。
		精密機械器具製造業（役員）	・現段階では、春先までの生産数量はほぼ現状並みで計画している。
		通信業（営業）	・大型案件の受注を見込んでいるものの、見込み案件数が前月同様に少ない。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線の早期復旧によって、年末年始に掛けた観光需要の取り込みはほぼ予定どおり行えるとの安心感が取引先にはある。ただし、消費税の引上げの影響が徐々に出てくるとみている取引先も多い。また、メーカーの受注減が予想以上に大きいことが懸念材料である。
		金融業（融資担当）	・消費税の引上げの反動は少ないものの、様子見ムードや台風の影響から年末に向けての業況見通しは、前期比マイナスとする取引先が半数以上ある。
		司法書士	・増資や役員増員の依頼もあるが、相変わらず解散が多い。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・米中貿易摩擦、中東や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みている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・自動化や効率化へのニーズは強いが、景気動向が不透明な影響で受注は伸びないとみている。
		建設業（役員）	・景気の減速が強まっており、先行きに低迷感がある。
	不動産業（経営者）	・個人客も法人客も、2～3か月先の情報や問合せが少ないという話である。	
	税理士（所長）	・人件費が上がらない、働き方改革で残業代が減り、消費者の可処分所得が減っているという不安がある。東日本などで災害があるが、過去の例をみても災害復旧によって速やかに景気回復に向かうかという、そんなことはない。給料が上がる、あるいは災害復旧の建設業者の認可単価が上がるといった施策が待ち望まれる。とにかく給料が上がって消費が増えないと、今の日本経済は良くならないというのが、底辺でも感じることである。設備投資頼みでは弱いのではないかと考える。	

	x	建設業（経営者）	・建設業においては、10月から消費税の引上げがあったことから、資材価格が高騰し、採算が悪くなるとみている。また、民間事業において、発注の手控えがあると考える。
	x	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・10月も前年同月比で大幅に下回っている。消費税の引上げ後の消費縮小のあおりが影響しているのは明白である。今後も、回復は厳しいと考える。
雇用 関連 (北陸)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（役員）	・人材を確保できず、マッチングに苦労している。
		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法に向け、求職者数は増加すると推測する。しかし、採用側は雇用賃金アップを求められることから、社内の効率化や社員の教育に注力し、スキルや力量を持った要員の採用に向かうため、新たな採用は横ばいではないかと考える。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
		職業安定所（職員）	・製造業においてはやや減少傾向が見受けられる。9月はサービス業の増加が製造業の減少をカバーしていたような状態である。また、今後は製造業を中心に、新規求人数や正社員求人数の動きに注目していく必要があると考える。
		民間職業紹介機関（経営者）	・人手不足については、近々に改善される見込みはない。そのなかで、働き方改革により同一労働同一賃金という賃金の改善が求められるが、中小企業はその対応に苦慮している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業としては、年度途中での給与補填に対応できないため、来春までの半年は景気が低迷すると考える。
		職業安定所（職員）	・新規求職者が微減している一方で、雇用保険受給者の増加がみられる。在職者の退職の増加と求人数の減少が重なる傾向はこれまでなかったものである。
	x	-	-