

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） | ・過去数年の動きをみると、3～4月のオケージョン需要は安定している。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・東京オリンピックの影響で、テレビや録画機の販売実績が増えてくと見込んでいる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・大きなイベントが続くため、新規の集客に期待している。 |
| | | 通信会社（職員） | ・業種柄、例年の年度末の入学や卒業、新生活に伴う人の動きによる販売増に期待している。 |
| | | 通信会社（役員） | ・2～3か月後は、例年商戦期を迎える。東京オリンピック関連で4Kテレビの販売増も見込め、それに伴い放送や通信の契約数増が期待できる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・北陸新幹線開業効果はまだ続いており、東京オリンピックも近くなるため、客の動きに活気が出るとみている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税の引上げの影響は落ち着いてきたようだが、良くなる要素は少ない。在庫処理の問題も影響するとみられ、低空飛行が続きそうである。 |
| | | 商店街（代表者） | ・春節が始まり外国人観光客が増えたものの、今後新型コロナウイルスによる来客数減が見込まれる。少しずつではあるが、高額品が動き始めたようである。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（店長） | ・雪が降らないため、鍋物類のすき焼きやししゃぶしゃぶ用の商材の動きが大変悪い。それに伴いギフトの売行きも余り良くない状況で、多少売上に響いている。冬の時期が終われば徐々に元に戻ってくるとみているが、このまま雪が降らないと、こうした状況が続くと考え。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（店員） | ・官公庁の年度末、民間企業の決算時期なので需要が見込まれるが、例年よりも見込みが少なくシビアである。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くか不透明である。特にものづくりをしている中国の工場の操業停止が長期化した場合、材料や製品が不足し、今後の春夏商材の供給に悪影響が出ないか不安である。 |
| | | スーパー（店舗管理） | ・良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 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（店舗管理） | ・良くなる要因が見当たらない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・衣料品に関しては全く回復の見通しが立たない。中国の新型コロナウイルスの影響も大変心配である。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・暖冬によって季節商材の動きが悪く、それに伴い来客数と販売量が減少している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・今月の販売状況は2～3か月前と比べると良いが、前年と比べると3割減の状況なので余り変わらないと考える。 |
| | | 自動車備品販売店（役員） | ・暖冬により春商戦は早まる予想だが、新車販売の受注件数は回復していない。ガソリンが高値安定傾向で、業界としては明るい兆しがみえない。 |
| | | 住関連専門店（役員） | ・積雪がない分、来客数の減少はないが、消費税の引上げ後カバーするまでには至っていない。3月には需要期を迎えるが、回復していくとはみしていない。 |
| | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・希望的観測で変わらないとする。現在、新型コロナウイルスの影響で、人の動きなどが制限されている。この先暑くなるまでは収束しないとみられていることから、景気が悪くなりそうな雰囲気が漂っている。 | |
| | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・競合環境の変化により一概にはいえないが、これまでの全体のトレンドのとおり、衣料品が苦戦し、その部分を飲食やシネマ、アミューズメントといった非物販業種がカバーするという流れが継続すると考える。 | |
| | スナック（経営者） | ・新型コロナウイルスやインフルエンザが広がれば先が読めず、その影響を懸念している。 | |
| | 観光型旅館（経営者） | ・先々の予約状況も厳しい状況が続いている。今のところ売上を伸ばす要因が見当たらない。 | |
| | 観光型旅館（スタッフ） | ・この先4か月の予約保有率は前年比で92～99%を確保している。間際の受注も確保しないと、この先も厳しい状況が続くと考え。 | |
| | タクシー運転手 | ・暖冬の影響で、前年からみると寒い日が少なく足元も良いため、タクシーの利用客は余り期待できない。 | |
| | 通信会社（営業担当） | ・販売数や客の動きをみても大きな変化を感じることがなく、前年と比べても同じような推移である。 | |

| | |
|--------------------------|---|
| 通信会社（役員） | ・数か月続いた新規契約件数の増加傾向に頭打ち感が出ており、今後の大きな伸びは期待できない。 |
| 通信会社（店舗統括） | ・学生の契約シーズンに入ってくるが、今のところ問合せは少ない。 |
| その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人） | ・この先も暖冬が続くとのことだが、新規獲得ができる雰囲気ではない。 |
| 商店街（代表者） | ・消費税の引上げの影響がじわじわと出てきている。キャッシュレスのポイント還元もさほどの刺激にはなっておらず、先々が恐ろしい。 |
| 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・更にいろいろな商材の値上がりが控えており、厳しい状況が続くそうである。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・冬物が不振のため、春物の販売を早めるなど、衣料品を中心に季節を前倒ししている。そのため企画内容や在庫量不足への懸念があり、後半は厳しくなる。新型コロナウイルスの動向も、客足への影響がないか不安材料である。 |
| 百貨店（販売担当） | ・暖冬のため、春を超えて夏までは苦戦傾向とみている。新生活の必需品需要の変化は少ないと考えるが、消費税の引上げ以降、客には質より低価格の志向がみられるため、上質な商品や複数での購入が減り、売上拡大につながりにくい。トレンドの変化から、高価格のスーツが低価格の化繊スーツに、革靴が安価なスニーカーに変化しているのも要因である。唯一のトラベル需要を期待していたが、昨今の新型コロナウイルスの影響で、海外旅行を敬遠し、安近短の旅行にシフトするシニア層が増加している。衣料やバッグなどの新調にもつながりにくく、購入減になるとみている。 |
| スーパー（店長） | ・自社はキャッシュレスのポイント還元対象ではなく、少なくとも6月30日まで状況が好転する要素がない。また、競合他社も数値状況は悪い様子である。 |
| 高級レストラン（スタッフ） | ・暖冬の影響で花見シーズンが早まり、春休みと重なると来客数の減少が見込まれる。 |
| 一般レストラン（店長） | ・新型コロナウイルスの影響がどの程度になるか分からず、不安である。外国人だけでなく、日本人も雰囲気が悪くなるのが怖い。 |
| 一般レストラン（統括） | ・新型コロナウイルスの問題が大きな要因である。まだ沈静化する時期がみえない状況だが、SARSのときのように沈静化に半年ほど掛かると、客の活発な行動が控えられ、消費も抑えられると考える。また、中国人を始め、インバウンドも減るとみている。消費全体が減少し、景気は下がると考える。 |
| 都市型ホテル（役員） | ・宿泊部門は香港や台湾が中心のため、インバウンドのキャンセルなどの影響は今のところないが、新型コロナウイルスの影響が懸念される。4月中旬の山岳観光ルートの開通までに終息することを期待している。レストラン部門はクリスマスケーキやおせち料理など販路拡大があり伸長しているが、定休日の影響で回復基調にはない。宴会部門は例年同様だが、大型案件が若干弱い。全館での景気動向はやや悪いと考える。 |
| 旅行代理店（所長） | ・中国の新型コロナウイルスによる出控えにより、ますます旅行需要が冷え込む懸念がある。 |
| タクシー運転手 | ・夜の繁華街は、金曜日、土曜日でも客足が少ない。 |
| テーマパーク（役員） | ・今後2～3か月先の予約状況をみた場合、前年同期比では予約人数がやや悪くなっている。また、現在ニュース等で報道されている新型コロナウイルスの影響も懸念している。 |
| パチンコ店（経理） | ・遊技台の規制により、射幸性の高い機種が外されるため、客の減少が見込まれる。 |
| 競輪場（職員） | ・車券の売上が伸びる時期だが、今年は伸びが鈍い。 |
| 美容室（経営者） | ・新型コロナウイルスの日本での感染が非常に心配である。これ以上患者が増えると、消費に影響が出てくる。 |
| 住宅販売会社（営業） | ・回復要素が見当たらない。 |
| コンビニ（店長） | ・今までは幾ら景気が悪かったとはいえ、1年間全ての月で前年を割ることはなかった。今以上に割り幅が大きいこともあったが、最近では前年を上回る気配がない。安定して前年を割っているようで、このまましばらくは売上の前年比を割り続けるのではないかと危惧している。前年売上の割り幅が大きければ、翌年は大きく割った分前年をクリアできるが、3%程度安定して割り続けていることに焦りを覚える。 |

| | | | |
|----------------------------|---|-------------------|---|
| | x | 都市型ホテル（スタッフ） | ・新型コロナウイルスによるキャンセルや、旅行そのものを見合わせようという動きが出れば、更に厳しくなる。 |
| | x | 住宅販売会社（従業員） | ・企業の設備投資や店舗の新規開店などの需要はあるが、個人住宅の需要は厳しい。また、同業者との競争も激しくなっている。 |
| 企業 動向 関連 (北陸) | | - | - |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・輸向向けは、北米、アジアを中心に厳しい受注状況である。国内においては産業用関連の新規投資は多くないものの、補修用部品については堅調に推移している。 |
| | | 食料品製造業（経営企画） | ・相変わらず低空飛行が続くそうだが、直近では新型コロナウイルスの問題が少なからず影響すると考える。ただし、自社にとってプラスかマイナスかは予想し難い。 |
| | | プラスチック製品製造業（企画担当） | ・米中貿易摩擦や中東など海外情勢の不透明感、運送コストの上昇もあり、当面厳しい状況が続くものとする。 |
| | | 通信業（営業） | ・見込み案件数からみて、今のところ減少傾向に転じることはないと思うが、若干増加することを期待する程度で、飽くまで現状維持の範囲とみる。 |
| | | 金融業（融資担当） | ・機械関連を中心にメーカーの足元の受注環境は厳しいが、今がボトムで春先から回復する兆しがあるとの報告もあり、一進一退を続ける可能性が高い。小売やサービス業は、スキー場等を除けば、好天候の恩恵を受ける可能性が高い。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・客からの問合せが少なく、法人関係の問合せもかなり少なくなってきたと、同業者から話を聞く。 |
| | | 司法書士 | ・相続はしたが処分困っている不動産があるという話が多い一方、法人がまとまった土地を探しているという話もある。 |
| | | 繊維工業（経営者） | ・国内の受注は非常に厳しくなりつつある。国内が悪い場合は海外が支えていたが、最近は海外も輸出が非常に悪くなっている。世界的に余り良くない状況が重なっているのではないかと考える。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・2～3か月先の受注の入り具合をみて、やや悪くなる。 |
| | | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・国内は半導体製造装置向けの受注が期待できるが、英国のEU離脱問題、米国とイランの緊張、新型コロナウイルスなど、市場にマイナスの影響が出て、設備投資はストップすると考える。 |
| | | 精密機械器具製造業（役員） | ・新型コロナウイルスの影響がどこまで続くかが心配である。中国工場の稼働率の問題や、国内でのインバウンド需要への影響が出始めている。 |
| | | 建設業（役員） | ・先行きに不透明感があり、不安定な要素がある。 |
| | | 税理士（所長） | ・暖冬のため雪不足で、1月の観光サービス業は、例年からいえばほぼ全減である。この後も暖冬が続くとみられ、販売業やサービス業は非常に厳しいのではないかと考える。好調であった製造業や建設業も、3月以降、特に4月以降の見通しが全く立っていないのが現状である。多くの経営者が不安を口にしていない現状から、見通しは厳しいとみている。 |
| | x | 建設業（経営者） | ・手持ち工事がなく、2月は暇である。さらに、今後の発注も見込めないことから、悪くなるとみている。 |
| | x | 金融業（融資担当） | ・地元の大手小売業の競争激化による業績悪化のため、商品納入先への値下げ要請が強まっている。そのため納入業者の業況悪化が見込まれる。また、調査会社の調査員への接触回数が増加している。 |
| | x | 新聞販売店〔広告〕（従業員） | ・1月の前年同月比の売上の減収率が前月を大きく上回っている。回復の兆しが全くみえない状況である。 |
| 雇用 関連 (北陸) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・働き方改革や同一労働同一賃金等の法改正により、派遣を始めとする労働者の待遇が改善する。それを見込んで職を求める人が順調に伸び、マッチングにつながっている。賃金の向上によって消費意欲も高まり、好転するのではないかとみている。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | ・人手不足の状況に変わりはない。需要件数も増加していない。 |
| | | 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〕（担当者） | ・東京オリンピックなどのインバウンドも首都圏のみで一過性のものにすぎない。景気の回復には貢献しないとみている。就労人口の減少は消費の減少とイコールで、景気の下振れがますます進む。 |

| | | |
|---|------------------|---|
| | 職業安定所（職員） | ・製造業では先行きの不透明さから採用を控える傾向の事業所があるものの、高齢化や就職氷河期世代の労働力不足、将来を見据えての人手不足を訴える事業所も多々あり、今後は緩やかな減少傾向になると考える。また、最近窓口では営業職について相談に来る事業所が増えており、将来に向けての人材確保ではないかと考える。 |
| | 学校 [大学]（就職担当） | ・変わる要素が見当たらない。 |
| | 新聞社 [求人広告]（営業） | ・全体的に良い業種がない印象を受ける。商品が売れている話を余り聞かない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・韓国や中国からの観光客が減少した影響等により、製造業だけでなく宿泊や飲食関係の求人数も減少傾向がみられる。 |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | ・客との話で、東京オリンピック開催時の景気がピークで、その後は次第に下降し、雇用も減るのではないかという見方をする人が多い。 |
| x | - | - |