６．北陸（地域別調査機関：（財）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	良くなる	－	－
	やや良くなる	百貨店（売場担当）	・急激な気温低下に伴う冬物の動きが活発になる。
		タクシー運転手	・暑い時期もようやく終わり、今まで極力外出を控えていた人も秋の行楽シーズンで外出するようになると聞いている。夏場が悪かった分、良くなることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・新スマートフォンの発売で、今まで興味を持たなかった客も振り向いてくれそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・現在、２か月先の契約ストックがみえている状況であり、今後２～３か月間は安定して契約が進むと思われる。金利の低下が需要を掘り起こしている状況である。
	変わらない	商店街（代表者）	・金沢の商圏にますます大きく差をつけられそうである。
		商店街（代表者）	・景気刺激策もすでに一定の効果を残し、新たな展開がみえていない。これから一気に寒くなれば、秋物を飛ばして冬物へと移行してしまい、在庫調整が難しくなるだろう。
		一般小売店［精肉］（店長）	・良くなる外的要因も悪くなる外的要因も見当たらない。客の様子をみても楽観視したり、悲観的になっている様子もない。
		一般小売店［書籍］（従業員）	・消費者に購買意欲が感じられない。
		百貨店（営業担当）	・レザーやファーなどトレンドを感じる秋冬物については、関心を持ち、買上につながる場合があるのは固定客ばかりで、それ以外のフリー客は買上に結びついていない。また、秋物自体の動きが顕著になっていないため、厳しい秋冬商戦が予測される。
		スーパー（店長）	・たばこの値上げに伴う前倒し需要は、10月に反動が来るため加味しないが、良くなるも悪くなるも変わる要素が見当たらない。この状況は年末まで継続する見込みである。
		スーパー（店長）	・厳冬と予測され暖房商材の需要が高まると見られる。消費スタイルは最低必要限度の物が中心になり、景気には若干影響するも動向は大きく変わらない。
		スーパー（店長）	・たばこの値上げもあり、景気が良くなる要因が何もない。
		スーパー（店長）	・この数か月間の来客数などの数値状況の推移をみると一向に改善が見られない。
		コンビニ（経営者）	・競合店の開店から間もなく１年を迎えるが、売上の上がりそうな要素も下がりそうな要素もない。
		コンビニ（店舗管理）	・プラスに転じる要因も見当たらず、猛暑も起爆剤とはならなかった。
		衣料品専門店（経営者）	・暑さは収まってきたが、客の購買意欲は慎重姿勢が続くものと予想される。
		衣料品専門店（総括）	・景気が上昇すると考えられるプラス要因が見つからない。
		家電量販店（経営者）	・６月からの猛暑と家電エコポイント特需によるもの以外はいい材料がなく、これからも大きな変化はみられない。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントについて、省エネ効果の低い商品が対象から外れ、駆け込み購入が予想されるが、単価面で前年より大幅に価格が下落しているので、売上は前年と同じ程度と予想している。
		家電量販店（店長）	・テレビの販売量で助かっているが、いつまでも続かないであろう。総売上は変わっていない。
		自動車備品販売店（従業員）	・新車販売台数の減少が予測され、趣向品、カーナビゲーションなどの高額商品の動きが鈍くなっている。
		住関連専門店（店長）	・特別変わるようには思えない。「現状でいかに利益を出していくか」これしか考えていない。売上が上がる見込みを立てられないのが現状である。
		その他専門店［ガソリンスタンド］（経営者）	・現在の景況が急激に変化するとは思わない。
		その他専門店［酒］（経営者）	・これ以上悪くなって欲しくないという願望だけがある。
		その他専門店［医薬品］（営業担当）	・収入源の増加が期待できないため、客の財布のひもの固さに変化はなく、先が見えないことには変わりない。

		高級レストラン（スタッフ）	・秋の観光シーズンと忘年会シーズンを控えるが、大型の受注は例年の85%ほどと厳しい状況が続く予定である。２年前と比べると商品の低価格化もあり売上も85%前後から伸ばせない。ぜいたくな食事を売っているので、今後の業態転換も含め正念場である。
		スナック（経営者）	・先々もこのままではお手上げ状況である。客の入りも株価や社会の変動次第で影響されると感じている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストラン利用客の低迷が続いており、婚礼件数も低迷したままである。回復感がなく、厳しい状況が続く見通しである。
		旅行代理店（従業員）	・企業は全体的にいまだに閉塞感がぬぐいきれず、海外需要を中心に回復にはまだしばらく時間がかかると予想している。個人旅行消費の活発化にわずかな期待を寄せている。
		タクシー運転手	・忙しくなるという要因が見当たらない。
		通信会社（職員）	・夏の商戦が、前年に比べやや良かったため、冬の商戦にも期待したいところであるが、政治的に外交・防衛問題、経済的に円高問題などが足かせとなり、思うほどの上昇が期待できないため、結果的には横ばいで推移するであろう。
		通信会社（社員）	・政局は落ち着いたものの、中国との関係など周辺環境状況に不安定要素が多く、期待感を持てない状態である。
		通信会社（役員）	・地上アナログ放送の終了期限である23年７月が迫るなか、アナログテレビのデジタル置換えも今年度の年末商戦がピークになると予想され、ケーブルテレビアナログ契約のデジタル切替も引き続き順調に推移すると予想している。
		住宅販売会社（従業員）	・政治が安定しないことや、消費税に関する議論もあいまいなせいか、今後とも動きが変わらないと感じる。
	やや悪くなる	一般小売店［事務用品］（営業担当）	・取引先を訪問しても、家具などを購入する、オフィスなどを整備するといった話が聞かれない。
		百貨店（売場主任）	・ようやく気温も低下し、秋物商材に動きが見られるが、客の商品選定基準、価値観の変化は変わらず、消費に対する引き締め感は続くと思われる。
		百貨店（営業担当）	・ファッション関係は依然低迷しており、かつカジュアル志向の強い汎用性の高い商材が受けており、単価が落ちている要因の一つである。また、暮らし関連、食品関連でも厳しくなり、プチぜいたく、プチ消費といった行動も最近では見られなくなっており、財布のひもが固くなっている。
		スーパー（店長）	・店舗が空港や高速道路に近いこともあって、通常から中国人観光客が多い。今後の日中関係の展開しだいでは影響が大きく、悪くなる可能性がある。
		スーパー（総務担当）	・厚生年金保険料の料率アップ、たばこの値上げなどが家計に影響して、消費がさらに低迷する。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金等の景気浮揚策で需要喚起の成果はみられたものの、反動はすでに表れている。車種や需要層に顕著な格差があり、より細かな対応が求められる。
		乗用車販売店（経営者）	・販売台数が期待できない期間が２～３か月ぐらい続くと予測される。
		乗用車販売店（経理担当）	・自動車販売業界は政策により、作られた又は守られた需要であったため、かなり先食い販売で推移してきた。今後は現在の景気動向並びに消費動向に大きく左右されると考えられるので、厳しい状況に直面すると推測できる。
		一般レストラン（スタッフ）	・たばこの値上げによるまとめ買いでサラリーマンのランチ代節約が目立っている。豊作だった米の安売り、スーパーの円高還元セールなどで外食より内食に向かう傾向にある。
		観光型旅館（経営者）	・秋から冬にかけ宿泊予約数は前年並みに推移している。消費単価が低下している現状を考えると売上は前年を下回ると思われる。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況は秋の行楽シーズンの10、11月でまだ前年同月比92～85%で推移している。団体予約の減少が大きな原因である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・中国からの旅行客の減少が予想され、宿泊を中心に厳しくなる見込みである。
		テーマパーク（職員）	・予約によれば、今後２～３か月は団体、募集ツアーが中心となる。個人、海外からの観光客と比較すると１人当たりの消費単価が低いことから良くなることはない。
		競輪場（職員）	・購入単価の上昇を見込める要因が見当たらず、下落傾向にある。
		住宅販売会社（経営者）	・季節がら工事量が減ることが確実であるにもかかわらず、受注が増えそうにない。

		住宅販売会社（従業員）	・リフォームの受注が下降気味である。住宅版エコポイント延長により割安感、お買い得感が継続すれば横ばいか少し上向きにならないかと期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・個人消費がまだまだ改善されず、円高など今後の経済の状況も不透明である。また、抜本的な景気対策が示されない状況であり、楽観視できない環境が続くと予想される。
	悪くなる	コンビニ（経営者）	・たばこ特需の反動が非常に大きい。売上は、３か月前のレベルかそれ以下にまでに低下するのではないかと予想している。
		コンビニ（店長）	・たばこの売上が９月比５割以上減少すると予想している。たばこ以外の商品の売れ行きも引き続き悪いと思われる。たばこの売上が極端に下がり、たばこ以外でも売上は９月同様伸び悩むものと感じている。
		衣料品専門店（経営者）	・７月ごろには９、10月には上向きの波が来ると思っていたが、現在では、低調、最悪、先行き真っ暗といった表現が一番似合う。膨らんだ桜のつぼみが雪に埋まったような感じである。
		旅行代理店（従業員）	・中国との関係悪化を懸念している。また、格安航空会社の台頭により海外志向が増加する半面、国内旅行の空洞化も懸念事項である。デフレが一段と進むと考える。
企業動向関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・良くなってもらわないと当社の存続も危ぶまれる程である。設備投資は必ず出てくると考えている。
		輸送業（配車担当）	・少しずつではあるが荷動きが良くなっている。軽油価格も下落し経費も削減できる。
		通信業（営業担当）	・通信設備への投資が徐々に回復してきたようである。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・同業者の中では売上高が２けたの落ち込みとも聞いており、当社も例外ではない。昨今の先行き不透明感がぬぐえない限り、またデフレの影響下にて食料品がすべてに安価になっており、廉価品を好む消費者の選択肢が広がる限り、食料品業界の商品に関しての消費の低迷は現在と同様に続く。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・主である住宅建材向けは、３か月先、６か月先ではまだ伸びる要素が見えていない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注の引き合い状況から考えて大きく変化しない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・客は新製品を出して世界に向けて発信しているが、円高状況から考えると、この後受注が順調に取れるかどうかは不透明である。
		精密機械器具製造業（経営者）	・年末から年明けにかけての受注量は、前月の読みに比べ多少上乗せされて続く予定である。
		金融業（融資担当）	・ここ数か月は現状の景況感が続く。
		新聞販売店［広告］（従業員）	・ここ数か月は前年同月比100％を少し下回る。折込チラシを入れるような店舗の出店もないので競争がなくこの市場は落ち着いている。
		司法書士	・会社の解散、営業所閉鎖、事業廃止の手続き依頼が増えている。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・円高や国内消費の頭打ち感から、今後の受注において数量及び単価に悪影響を与える懸念があり、先行き不安が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・受注の入り具合をみると現状よりやや悪い。
		輸送業（配車担当）	・80円前半の円高などにより輸出産業にかかわる物量が減少し、また、家電エコポイントの縮小・終了が近くなり、今後大きな需要増加は見込まれない。
		不動産業（経営者）	・法人、個人ともに活発な動きが見られなくなっている。
		税理士（所長）	・労働者の所得が上昇傾向になることは期待できず、エコカー補助金などの施策も終わり自動車販売も一段落するため、個人消費が上向くことは難しい。輸出関連は、円高で輸出が厳しい状況が続き、このような外的環境が改善されない限り、大きなプラスにはならない。中小企業は経営については消極的にならざるを得ない。
	悪くなる	繊維工業（経営者）	・円高やエコカー補助金終了などの影響で、今後、非衣料分野で生産減少につながっていく。
		建設業（経営者）	・資金繰りのために施工能力の無い業者が一般競争入札に参加してダンピングまがいの低価格で受注を狙い、それに対抗してまともな業者も低価格で応札するという、建設産業崩壊の負のスパイラルが加速していく。
		建設業（総務担当）	・民間の工事発注量が低水準で推移しており、特に受注価格競争面では更にエスカレートし、ますます厳しい状況が続くと見込まれる。

雇用関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・このところ雇用調整助成金の計画提出件数が減少している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・期間限定の求人は発生しても、スキルを持った即戦力の人材を要求されるため、求職者の人選が厳しい状況である。見通しは暗い。
		人材派遣会社（社員）	・新たな雇用の場が創出されないため、新規の求人数が少ない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にあるものの、円高が雇用に及ぼす影響が懸念される。
		民間職業紹介機関（経営者）	・円高の及ぼす影響が不透明であり、回復しかけた雇用が元に戻る可能性もある。
		学校［大学］（就職担当）	・今後の学生の就職内定については不透明である。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・９月の反動で今後求人数が減っていく。
	悪くなる	－	－