

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 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・放射能問題など、商品に関する規制がだんだん弱くなり、そうしたことに関する関心事も薄れてきたようである。その分、景気が戻ってくるように思われる。
		家電量販店（店長）	・節電対策商品の省エネ家電や、LED関連、太陽光発電関連商品の問い合わせが増加しているため今後は期待できる。
		住関連専門店（店長）	・消費税の影響が出てくれば上がるが、まだ早いようにも感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人の予約、特にレジャー関連の予約が、前年、前々年同月と比較して順調に入っており、期待が持てる。
		通信会社（社員）	・スマートフォン需要がまだ伸びると想定される。
		通信会社（営業担当）	・新商品の品目がそろえば、店舗へ足を運ぶ客も増える。また、それに伴い旧商品の値下げにより販売数増加が見込まれる。
		住宅販売会社（経営者）	・契約予定客の件数が増加傾向にある。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場の客が増えている。折衝件数も歩みが遅いものの、着実に増加し始めている。
		住宅販売会社（従業員）	・復興支援・住宅エコポイントも前倒して無くなる発表がされ、フラット35Sエコの金利優遇期限も終了が迫る中、需要が若干増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・SNSで友人の行動を見ていても、土日は買い物より、家族でお金のかからない所へ出かけている人が多い。この傾向は簡単には変わらないのではないかと。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・消費者の消費マインドは依然低いままで、外食を避けたり、低価格のもので済ませたりという状態が継続している。
		百貨店（営業担当）	・節電を意識したエコ関連の「クールエコ」といわれる商材については期待はできそうである。ギフト関連も「絆」という観点からすれば顕著な動きをしている。ただ、非日常的なファッショントレンドだったり、ファッションアイテムに関しては、選択肢からいくと優先順位は後順位になると思われる。全体で見れば若干ではあるが低下傾向の予測がたてられる。
		百貨店（営業担当）	・夏のセールのスタートが芳しくないまま、7、8月とセールが続くが、特に第2弾の起爆剤という予測もつけづらく、このまま厳しい状態が続く。
		百貨店（売場担当）	・衣料品や日用雑貨、食料品のどの領域を見ても、来客数は全て前年同月比95%前後で前年よりも悪くなっている。しかし、客単価はどの領域も前年を超えて101%、102%以上であるため、大きな変化はないと思われる。夏物商戦と秋の兆候は、まだ見通しがたっていないため、大きな変化はないと思われる。
		スーパー（店長）	・特に2～3か月では判断できない。
		スーパー（総務担当）	・夏のレジャー消費が前年より伸びることを期待している。
		スーパー（総務担当）	・全体としては回復傾向である思いは前月同様である。ただし、ユーロに関わる円高や消費税増税について、今は一部の業界であるが今後の影響力は大きいと思われる。
		スーパー（統括）	・今後の景気は、夏に向かっていく中で気候や気温に左右される。現状、前年から見ると「夏商材」に関して大きく売上が落ちてきている状況にあるが、この後の天候がどうなるか、気温に関して前年との差がどれくらいになるのかで、売上等が大きく変わってくる。
	コンビニ（経営者）	・猛暑が予想されており、粗利の高い飲料の売上の伸びには期待をしているが、その他の部門で明るい見通しはたっていない。	
	コンビニ（店長）	・前年の7～9月の調子があまり良くなかったため、過去5年間の平均値のまま推移してくれると著しく上がってくる。そこまで期待できるかは疑問だが、前月や今月を見ていると、今までの平均値位までは回復している。だが前月比で考えると、7、8月に向かっていくため季節変動ではあるが売上はどんどん上がっていくのではと感じる。ただ、過去2年前、3年前と比較すると、おそらく同じくらいの数字で推移するのではないかと考えている。	
	コンビニ（店舗管理）	・ネガティブな話題ばかりではあるが、オリンピックは気持ちを明るくするイベントである。ここを起点に好転することを願うが、一過性のものだと予測する。	

衣料品専門店（経営者）	・店頭では不要不急の物は極力購入しない傾向が、相変わらず続いている。
家電量販店（店長）	・必要な時以外は購入しようという傾向はない。テレビが前倒して売れたことにより、カバーできる商品がない。
家電量販店（管理本部）	・季節商品以外で、大きなうねりを起こすような目新しい新製品やカテゴリーが無い。
乗用車販売店（経営者）	・見込み客の様子では、ボーナス時期で期待したいところであるが、具体的に購入予算の確保ができるサラリーマン層は不確定である。法人顧客の代替サイクルは伸びる傾向であり、車種もエコか小型化の傾向が見られる。
乗用車販売店（役員）	・9月の中間期あたりまでは、業績的には変わらず維持できるものと思うが、以降は受注などに陰りが出てくるものと思う。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先では、まだ消費税が上がっていないと思う。これから消費税が上がる日にちが分かれば、それまでにという駆け込み的な消費が生まれると思うが、消費税が上がってしまうと、また冷え込むというパターンは目に見えている。将来的にはかなり冷え込むのではないかと心配している。
その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・夏祭りやお盆の帰省で、来客数、売上とも増加するが、例年のパターンであり、景気の見通しに変化はない。
高級レストラン（スタッフ）	・夏場は法人関連が一番動かない閑散時期である。個人旅行や法事マーケットの営業を強化しているが、他社も法事狙いが増加している。
一般レストラン（スタッフ）	・近年バーゲンでも unnecessaryなものは買わない傾向にあったが、消費税増税を意識してか、買換えたいものは今のうちになのか、バーゲンやスマートフォン、タブレット型PC購入などの話題が多い。外食は節約して物品には消費しそうだ。
観光型旅館（スタッフ）	・7、8月は前年予約を上回っているが、姉妹館は前年同月比60～80%と大幅に減少し、9月以降の先行きがまだ読めない状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストランの予約は今ひとつである。
旅行代理店（従業員）	・旅行に向かわせる要素や動機、経済状況が見えない。単価が安くなる一方で、旅行という夢の価値も下げている。状況は変わらない。
旅行代理店（従業員）	・消費税問題など不透明感がある。
タクシー運転手	・明るい材料は依然として乏しく、ボーナスも期待できないため、節約傾向も継続して良くない。
タクシー運転手	・消費税アップ、欧州の信用不安などがあって気が滅入っているような感じである。
通信会社（職員）	・地域住民の声も、政局、欧州の信用不安、東日本大震災などの不安材料によって心理的な圧迫感を感じており、上昇機運が見当たらず現状維持という意見が多い。
通信会社（営業担当）	・毎年この時期は、新機種の発売もなく、販売量も来客数も平行している。そのため、景気が良いとも悪いともいえない。新商品の発売が待ち遠しい。
通信会社（役員）	・提供商品の強化・拡充を段階的に進めており、マーケットに対し周知を図る中で、需要の拡大に寄与することを期待している。
住宅販売会社（従業員）	・消費税率がアップされるか否かを見極めるまで行動を差し控えることが予想され、個人の消費意欲向上が望めない。
住宅販売会社（従業員）	・注文住宅の受注はこれまで通り動きは見込めるが、増加とまではいかない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・消費税が上がる事が決定し、物販業にはさらに逆風になりそうである。現状景気も悪く、早くから財布のひもが固くなりそうである。
一般小売店〔事務用品〕（役員）	・世界的にはギリシャなどの信用不安の問題もある。国内では、消費税増税法案が衆議院で可決され、景気が良くなるような話は一切ない。したがって、あまり良い見込みの話も信頼感がないのが正直なところであり、2～3か月後というのは、先行き不透明で全く分からない。
百貨店（売場主任）	・消費税税率アップの影響が出てくる。駆け込み需要が見込める商品群もあるが、購買意欲の低下が続くと思われる。また、スマートフォンに代表される通信費増が実際の可処分所得、商品購買に関してはマイナスに作用する。

	スーパー（店長）	・客単価をみても、今後も上がる要素はあまり期待できそうにもない。食生活の必需品を提供する立場としては、購入してもらえらるための売場の提供をもっと工夫する必要がある。このシビアな買物動向に対しての売場の設定や改善もしていかなければならない。
	コンビニ（経営者）	・来客数が伸びてこないことももちろんだが、各部門ごとの売上で見ると、主力の弁当やコンビニ独自の商材と言われる弁当やサンドイッチなど、調理や揚げものなどのファストフードはなんとか好調だが、それ以外の商品の売上はほとんど軒並み前年の数値を下回っている。他のドラッグストアやスーパーで扱っているものは、かなり取られているという状況が続いている。競合商品がなかなか戻ってこないのが現状である。
	衣料品専門店（経営者）	・近くの商店街の人達の話である。景気を良くして欲しいと願っている人はいない。政治家にしても官僚にしても、せめて世の中を悪くするのは止めてほしい。こんなことを言っている人達がたくさんいる。
	衣料品専門店（総括）	・消費税増税法案が可決され、その影響力は大きい。
	乗用車販売店（経営者）	・新車購入補助金などが終了すると、しばらくは購入が落ちると予測される。
	自動車備品販売店（従業員）	・夏のボーナス商戦は、ナビゲーションを主体に電気機器のウエイトが大きい。年々客の要望する価格ラインが下がり、さらに新車需要も減少し、売上は厳しい状況になると予想される。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・売上だけで言うと、前年度実績に猛暑関連の需要、震災関連の需要が残っているため、今年の夏場の売上は、前年を10%ぐらい下回るといって予測を押しよくできない。
	スナック（経営者）	・製造関係の方々が海外にますますシフトしていく話題や、為替関係や国際的な諸問題による影響があり、厳しくなっていく。
	観光型旅館（経営者）	・東京スカイツリーや東北支援、九州新幹線などの影響が夏以降の予約が前年よりも苦戦している。
	テーマパーク（職員）	・今後3か月先も、現時点では九州や瀬戸内方面など西への旅行や、東京スカイツリーを中心にした首都圏、東北方面への旅行需要が強いように感じられる。予約も前年同月比で見ると下回っており、やや悪い方向へ推移する。
	競輪場（職員）	・売上減少に歯止めがかからない。打開策も見当たらない。
	その他レジャー施設（職員）	・春から夏までの入会が年間売上のベースになる。これが落ち込むと大変厳しい年度になるという予想になる。
	悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員） ・消費税増税の影響が今後大きく関わり、消費者の買い控えなど、物が売れない期間が長く続くように思われる。
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	-
	やや良くなる	建設業（経営者） ・2、3月に受注した工事が、ようやく着工できるようになり、そこそこ忙しくなっているだろう。
		通信業（営業担当） ・全体が落ち込んでいる中で元気な会社が頑張っている。タンス、漆器、繊維、民宿と非常に厳しい業種であっても電話設備の更改をしている。知恵を絞り生き残っていけるかを真剣に考えていく会社が景気を支えていく。
		新聞販売店〔広告〕（従業員） ・今秋に新店のオープンがいくつかあり、チラシなど広告が増加する要因である。
	変わらない	繊維工業（経営者） ・超円高に加え、海外市況の厳しい状況が継続すると思われ、先行き不透明感が強い。
		プラスチック製品製造業（企画担当） ・3か月先、6か月先の見通しは、現在の状態が続くという見方をしている。
		金属製品製造業（経営者） ・2～3か月先の分の受注の入り具合を見ると現状と変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当） ・欧州の信用不安が押しよくされないかぎり、景気高揚は難しいと感じる。
		一般機械器具製造業（総務担当） ・欧州の信用不安、また国内の政治問題、円高など将来への希望が見えない。したがって、設備投資を控える傾向にあり、受注が好転するとは思えない。
		精密機械器具製造業（経営者） ・ここ2、3か月先までの生産計画は、ほぼ現状レベルから若干プラス気味で推移しそうな気配であるが、為替に対しての不安要素が大きい。
	輸送業（配車担当） ・今後、急速に現状が変化するとは考えにくい。	
	輸送業（配車担当） ・少しずつ荷物も動くようになってきているが、活発というほどではない。	
	金融業（融資担当） ・為替相場も円高で安定するような動きになっており、引き続き現状の景況感が続く。	

	やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・商品のプライベートブランド化も一因となり、販売単価の低下傾向が見えているとともに、原材料の上昇傾向が進んでおり、収益面では厳しい状況が予測される。
		繊維工業（経営者）	・為替の問題が非常に大きく影響している。円高ユーロ安で、輸出が非常に厳しくなっているところに、大手企業の海外シフトがここにきて非常に進んでいる。我々が取扱っているアパレルにしる、メーカーにしる、全て海外シフトに向かっており、先行きは今のところ全く不透明である。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・好調を呈してきたスマートフォン関係の部品やタブレット型端末の電子部品については、ここ1～2か月は現在の活気を継続するものと思っている。それ以降に関しては消費の低迷による急激な落ち込みを懸念しているため、先はあまり良くないと予想している。
		金融業（融資担当）	・政局の混迷と株価の低迷で、消費マインドが全く盛り上がりがない状況が当面続くと思われる。電力事情のひっ迫などのニュースが、消費マインドにマイナス影響を及ぼし、厳しい夏、秋を迎えるのではないかと懸念される。
		不動産業（経営者）	・同業者にも聞いているが、期待感は少しはあったものの、意外に法人からも個人からも問い合わせが少ないということであった。
		司法書士	・金融円滑化法による期限が到来し、返済猶予が無くなるために資金繰りに行き詰まる会社が今後顕在化してくるであろう。
		税理士（所長）	・電気製品などの需要は天候に左右されると思うが、潜在的な需要を押し上げる国民所得つまり給料がなかなか上がらない。関与先でも厳しい価格競争にさらされているため給料を上げられないという。ただ秋口からは色々な予算が通過した後であるため、工事関係や企業も新年度の生産計画が出てくるのは秋ごろからではないかと思っている。
	悪くなる	建設業（総務担当）	・受注確保のため、一部業者のダンピング受注が今後も続き、工事受注量は依然として厳しい状況が続く。
雇用 関連 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・企業の採用意欲は衰えておらず、求人などについても回復してくる。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・求人に関しては、自社直接求人または派遣会社複数からの人材を選出しスキルチェックされるため、マッチングが厳しい。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・大型店の新規出店の話がないため、正社員の大量募集がない。
		職業安定所（職員）	・介護事業では、新規オープンや事業拡大のための求人はあるが、それ以外の産業からの求人事業所からは、先行きが明るいとか、受注が好調である、増員を計画しているなどの話を聞くことはない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比28か月連続して増加しており、今月も増加傾向にあるが、正社員求人数は全体の半分以下であり、不透明感がある。
民間職業紹介機関（経営者）	・製造業が回復しないことには、求人も増えてこない。職業訓練を終えても就業できない人が多い。		
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・夏の電力供給能力の懸念と、消費税増税法案が決まった時の景気不安が気になる。	
	悪くなる	-	-