

6. 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)	良くなる	家電量販店（店長）	・気温が高くなり、猛暑が予想されるため、夏物商材が大きく売れる。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・消費税増税に伴う反動があると思われたが、その幅が小さかったため、今後は景気が良くなるとみている。
		百貨店（営業担当）	・客の購買は単品買い中心であったが、セール期になり2～3点のまとめ買いが増加してくると予想される。
		スーパー（店長）	・前年同月との比較で売上は順調に増加しており、今後も増加傾向は続くと考えている。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動も落ち着いてきた。買い置き品の家庭での在庫もなくなりつつあることから、買物需要も今後は増加すると期待している。
		スーパー（総務担当）	・食品を扱う小売業では競争が更に激化するが、全体としては消費税率の10%への引上げに向けて緩やかな上昇基調にある。
		スーパー（統括）	・4月と比較すると5月は売上が増加している。また、客が買い置きをしていた商材が消費されれば、その関連商材の販売量が増加してくると見込めることから、この先3か月は客の購買量は増加すると考えている。
		コンビニ（店舗管理）	・5月は前半に比べ、後半の方が売上は良かった。今後は消費税増税による買い控えも緩和されると予想する。
		乗用車販売店（経営者）	・現在の売れ筋がハイブリッド車が中心なので、ガソリン高の状況下で、これを中心に需要が戻ってくる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・消費税増税後も引き続き食料品、生活必需品は動いている。寒さで苦戦した衣料品や洗剤、化粧品などの保存の利く商材も夏場からは需要が戻ってくると予想している。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の影響が薄れ、徐々に客が戻ってくることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売やボーナス時期が重なり、販売が伸びる。
		通信会社（役員）	・4月は例年書き入れ時であるが、5月においても契約数の状況は良い状態が継続している。消費税増税の悪影響もみられないことから、今後も良い状況が続くと考えている。
		住宅販売会社（経営者）	・今後予定されている消費税率10%への引上げの影響で、住宅需要は高まる。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響も薄れ、客も次の消費税増税について口にするものが多くなった。展示場来場、問い合わせ件数の増加からみて、契約件数はこれから増えてくる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・トレンドの変化も少ないため、状況の大きな変化は期待できない。
		商店街（代表者）	・消費者の給与アップはまだまだ先のように、ここしばらくは財布のひもは非常に固くなりそうだ。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・閑散期と購入の鈍化が重なり、景気が良くなる判断材料は乏しい。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・当地には観光客も安定して入ってきており、あまり不安な要素はないが、更なる景気の上昇が見込めるわけでもない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税後は、教育費など出費が多い30代の顧客の購買が若干ではあるが落ちたように思われる。固定客、フリーの客でも比較的年齢の高い層でカバーをしている。今後しばらくはこの傾向が続くと予想されるが、しっかりとした提案、顧客管理のもと対応していけば現状維持は出来ると考えている。ただし、長期天気予報によると今年は冷夏になるとのこと、これが経済のマイナスを引き出す可能性は否めない。
百貨店（営業担当）		・この先お中元などのギフトシーズンが始まるが、買上点数は減少しないが、1品単価が低下するのではないかと懸念している。また、ファッションやおしゃれに関する夏物商材についても、消費税増税がネックになることを懸念しており、先行きについては不透明である。	
スーパー（総務担当）		・売上はほぼ前年同月並みに戻りそうだが、客が消費に対して慎重になっている様子がみられるため、今後状況が良くなるとは考えられない。	
スーパー（店舗管理）		・消費税増税の影響も落ち着きを取り戻し、来客数及び客単価が安定してきた。	
コンビニ（経営者）		・当店はイベントにより売上が左右される立地であるが、直近数か月と同様、良くなる要素も悪くなる要素も現在のところ見当たらない。	
衣料品専門店（経営者）		・前月から衣料品の売上に関しては想定していたほど大きな落ち込みはないが、良くなっているという実感もない。	

衣料品専門店（経営者）	・報道によると大手を中心に懐が潤っていると聞いているが、当店と付き合いのある人々は、消費税増税が大分こたえているようである。物価高などにより、需要の戻りはあまり期待できないという意見が大多数である。	
衣料品専門店（総括）	・特價商品で集客を図っても、一時的なものでしかない。購買意欲が全体的に上がらない限りは根本的な解決にはならない。	
家電量販店（本部）	・日常生活に欠くことが出来ないものは購入するが、その他の物品の購入は控えられる状態が続く。	
乗用車販売店（従業員）	・ゴールデンウィーク明けの来客数が予想よりも少なく、今後しばらくは大きな期待が出来る要因がない。	
乗用車販売店（役員）	・今年度の上半期は消費税増税の影響が続くのではと危惧している。5～6月が過ぎれば傾向が見えてくると考えている。	
自動車備品販売店（従業員）	・車両販売数、ガソリン給油量ともに減少しており、全体的な集客が落ち込んでいる。客の反応からも今後の景気回復は期待できない。	
その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気は良くなれないと考えている。もうしばらくするとお中元の時期だが、中元需要による売上の増加は全く期待できない。	
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・販売量が大きく減少する気配は感じられない。景気回復による賃金上昇や、夏のボーナスがどの程度消費につながるかへの注視が必要である。	
高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税や北陸新幹線開通を1年後に控えてのマイナス要因を懸念していたが、今のところ大きな影響は感じられない。	
スナック（経営者）	・末端の個人経営企業などには、やはりまだお金が回ってきておらず、厳しい声が聞かれる。先々も、業種や客層によって状況の良し悪しが決まると考えている。	
観光型旅館（経営者）	・夏休みまでは状況は変わらないと考える。新幹線開業を控え、当地方への旅行が敬遠されないか心配している。	
観光型旅館（スタッフ）	・5月の予約保有は前年同月比104%であった。傾向としては回復しているように感じられるが、今後は6月が96%、9月が94%と前年同月割れを見込む月もある。	
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税により、少しずつ個人消費に影響が出てくることを懸念している。足元では単価は減少している。7～8月の夏休み期間中の動向を注視している。	
旅行代理店（従業員）	・ビジネス客が動いている。同様に施設や運輸機関なども混み合っており、団体客の動きもみられる。しかし、個人の観光への支出まではお金は回ってきていない。	
タクシー運転手	・一般消費者のマインドが改善するにはもう少し時間がかかりそうである。消費税増税に慣れてくれば、タクシー利用も増えてくるだろう。	
タクシー運転手	・週末の夜の繁華街は、変わらず振るわない状態である。	
通信会社（職員）	・中小企業のボーナス増など、景気の好転につながる具体的な動向がまだ聞こえてこない。	
通信会社（営業担当）	・来客数や売上を前年同月と比較しても変動がない。また、大きな起爆剤も特になく、景気が良くなると考えにくい。	
通信会社（役員）	・営業エリアにおいて、人口は減少しているが世帯数は増加している。光サービスの契約獲得数はあまり景気の影響を受けず増加していくと期待している。	
美容室（経営者）	・周囲の声からは景気の大変動は感じられない。	
住宅販売会社（従業員）	・新築部門は来場者数も戻りつつあり、新たな見込み先の発掘と補助金などの優遇制度活用の動きがみられるが、売上増加には結びついていない。リフォームは小型案件の件数が大幅に増加しており忙しいが、売上は横ばいと予想している。	
住宅販売会社（従業員）	・イベントを開催すると動員はできるが、商品単価の縮小や、契約に踏み切る材料が少ないことにより価格競争になっている。今後も契約まで時間が掛かるという状況は続くと思われる。	
住宅販売会社（従業員）	・4月と比較しても、来客数の動きに変化が出るとは思えない。	
やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費税増税の影響は薄れていくと考えられるが、あらゆる面において良くなる要素が見当たらない。
	コンビニ（経営者）	・近隣のドラッグストアで、これまでコンビニエンスストアで行われていた公共料金の支払を開始したこともあり、客数の減少は更に進むと考えられる。また、好景気となっているといわれていることが影響してか、アルバイト店員の給料の上昇により人件費が高騰し、経営状態が悪化している。
	一般レストラン（店長）	・今後の予約状況はあまり芳しくない。

		一般レストラン（統括）	・世界的な豚の頭数不足により、畜肉関係の原料供給量不足が発生している。肉製品関係の売価上昇が懸念材料である。購入を控えるのではなく、購入量を減らす傾向が発生すると考えられる。外食はメニュー売価への転嫁を避けられない状況である。
		テーマパーク（職員）	・今後3か月の予約状況を見ると、国内については団体予約が前年同期をやや下回る傾向にあり、個人客も同様の傾向が予想される。インバウンドの客は前年同期を上回るが、全体としてはやや悪い方向に推移すると考えている。
	悪くなる	その他レジャー施設（職員）	・当社は消費税増税分の転嫁以外で本体価格の値上げはしていないが、新年度に入ってから仕入れ等で新たに値上げを打診してくる業者が出てきており、燃料代の値上がりも含めて、経費面で厳しさが出てきている。
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・数量面では非常に前向きな話が多いが、製造価格については原材料価格の高騰や社会保険料及び最低賃金上昇による経費の増加を、なかなか吸収できていない。先行きも、経費の増加をいかに吸収するかによって決まってくると考えている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州はウクライナ問題など不安定要素があるが引き合いは増えており、また欧州からの来客も増えている。北米では、電気自動車のベンチャー企業などから引き合いがあり、今後受注の期待が高い。国内は複合加工機が好調である。
		建設業（経営者）	・日本海側は太平洋側と違い、冬場は雨や雪が多く作業ができないため、気候のよい第1四半期における公共事業の発注を要望しているが、四半期の最終月である6月も地方自治体にはその気配が感じられない。しかし、7月には期待できると考えている。もし発注がなかったら、アベノミクスにはかなりの痛手になることは間違いない。
		建設業（総務担当）	・業界全体で施工能力が限界状態と思われ、当面は受注価格競争の緩和が見込まれる。
		通信業（営業担当）	・5月は通信関連商材のほとんどで売上が低迷していた。ただし、需要そのものは若干ではあるが伸びてきており、先行きについては期待ができる。
		金融業（融資担当）	・消費税増税後2か月が経過し、増税の反動が想定内の範囲内で、想定していたほど強くなかったことが確認されつつあり、品物の動きもそれほど鈍化していないことから、今後は徐々に回復していくとみている。
		金融業（融資担当）	・消費税増税の反動減について、業種によって違いはあるが、既に克服したとみられる取引先が出てきている。
		不動産業（経営者）	・同業者によると、現在問い合わせが来ている業者が多く、少し先になれば話が決まってくるとみている。
		税理士（所長）	・北陸新幹線が来年開業することにより、観光客の誘致などに目が行きがちであるが、現在日本で最も発達している首都圏と、時間的に非常に近い結び付きができ、人の交流とビジネスの拡大が目立ってくると考える。工場の誘致関係などの話も出てきていることから、長い目では状況は良くなっていく。消費税増税後のマイナス作用も、なんとか押し返せるだろう。カギは7月のボーナスがどの程度出るかであると考えている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・円安や消費税増税によるコストアップが続いているが、増税分は別にして、コストアップを転嫁しにくい状況が今後とも続く。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・消費税増税の影響は、6～7月まではあるとみている。この先3か月は、きわどいところであるが、おそらく現在と変わらない状況が続くと予想している。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合から、状況は変わらないと予想する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内向けは順調に推移していくと推測されるが、新興国、特にアジア向けについては、タイの政情不安により現地の景気に影響が出てくる懸念がある。
	精密機械器具製造業（経営者）	・小売店頭の販売量は、消費税増税後の落ち込みから想定より早く戻り始めているようだが、この先従来レベルまで、あるいはそれ以上に伸びていくかは全く楽観視できない状況である。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・5月のチラシ広告出稿量は依然沈滞化している。携帯電話関連のチラシ広告出稿量も減少が続いており、今後も同様の状況が続くと考えられる。消費税増税による売上の落ち込みは、今のところ想定していたほどではない。	
	司法書士	・飲食店業の創業の話はいくつかあるが、製造業では後継がないための解散が相変わらず多い。	

	やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・主原料の購入価格が上がっており、総平均法から在庫の価格帯が上昇傾向にある。この影響により収益面での影響を懸念している。
		輸送業（配車担当）	・消費税増税の反動の影響が今後も続くと考えられるため、物量が回復するとは思えない。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・求職者数に動きが出てきており、転職に向けて動いている在職者もみられるようになってきた。先行きについても期待が持てる。
(北陸)		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加により、雇用失業情勢の改善が続いている。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・優秀な人材が少ない。企業側も景気の影響で人材増強の話題に乏しい。
		人材派遣会社（社員）	・今後求人数の増加に伴い、賃金の引き上げは人材不足を解消する最も効果的な手段になると考える。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数について、動きはまだ出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告数は前年下半期と比べると落ち着いてきている。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響で売上が前年同月比で若干下がっているという事業所の声も多く、先が見えない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税増税後、景気の急回復は見込めそうにない。求人企業が人材に求めるスキルは高く、マッチングに苦戦している。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-