

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 やや良くなる	-	-
		一般小売店〔鮮魚〕 (役員)	・北陸新幹線開業から1年経過したが、依然として飲食業界は活況を呈している。この先、春の観光シーズンに入ればさらに観光客は増える。
		百貨店(営業担当)	・特に景気が良くなる要素は見当たらないが、お中元商戦や母の日のギフトを探す客も多く、当店も母の日には非常に力を入れているため、早くから来客数が増えるのではないかと。
		家電量販店(店長)	・消費税増税がどうなるかによるが、商品単価は昨年より上がっているため期待できる。
		乗用車販売店(従業員)	・新型車などもあり、来客数の伸びに期待している。
		乗用車販売店(役員)	・メーカーの配車遅れが4月以降順次改善していくので、販売に結び付いていなかった部分が良くなっていく。
		都市型ホテル(役員)	・一般宴会においては、5月のG7環境大臣会合や全国規模のレセプションの開催に伴い、売上の増加が見込まれる。また宿泊部門も、立山黒部アルペンルートの開通に伴う予約が例年同様に推移している。
		旅行代理店(支店長)	・自治体および企業の動きが活発化している。
		タクシー運転手	・暖かくなっていくので、観光客も増えてくる。一頃、観光客が北海道新幹線に行ってしまうと思われていたが、影響は少ないと思う。
		タクシー運転手	・4月も県外からの観光の予約が順調に入っている。
	住宅販売会社(従業員)	・今が買い時と考えるユーザーが増えており、実需の客層が動き出している。慎重に検討していた客も、マイナス金利政策以降の低金利下で住宅購入を決めた人が増えてきている。	
	住宅販売会社(従業員)	・消費税増税に向けて、客の動きがさらに活発になると思う。	
	変わらない	商店街(代表者)	・大きな変化はない。
		商店街(代表者)	・都会では外国人観光客で商店街もにぎわっているが、地方では外国人観光客の姿をほとんど見ることはない。これでは都会と地方の格差が広がるばかりである。免税も手続きが煩雑であり、地方にも外国人観光客の来店を促すような方法を考えなければならない。
		商店街(代表者)	・6月には当商店街西側の再開発ビルが完成し、オープンする予定だが、当商店街ではそれほど大きな期待はない。人通りは多くなるかもしれないが、各店舗の売上増加はあまり期待されていない。
		一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・消費を喚起する要素はなく、変わらない。
		スーパー(店長)	・4月以降の収入面、給料の状態が良くなると、支出の部分は増えない。食品を扱うものであってもそう思う。
		スーパー(総務担当)	・北陸新幹線効果が少し薄れてきているものの、今年の8月ぐらいまで変わらないと思われる。
		コンビニ(経営者)	・主力系の商材が不調なことから、それを補うようにコーヒーやドリンク剤でカバーしている状態であるが、売上が大きく伸びるといった感じはない。
コンビニ(経営者)		・イベントに依存する立地条件であることから、土日の天候次第で若干の数字の変化はあると思うが、その他では大きく変わる要素は見当たらない。	
コンビニ(店長)		・今後、良くなると思えることがない。消費税の増税は間違いなく景気悪化につながる。現在の景気に客が慣れてきたのか、キャラクターグッズなどのホビー商品やスーパーやドラッグストアで購入した方が明らかに安い商品など無駄な買物を控え、必要最低限の買物しかしていないような感じを受ける。このことから、景気が良くなるとも悪くなるとも判断しづらい状況である。	
衣料品専門店(経営者)	・時々スーパーマーケットに行くが、周りの買物客は、広告の品、何割引、何個限定の品を手にとって、慎重に買われている。御婦人の方の真剣な顔つきをみると、景気が上向いているとはとても思えない。お茶をする女性は多いようだが、ノイローゼ予防として認めるべきであろう。		
自動車備品販売店(役員)	・4月からの自動車税の変更に伴い若干の駆け込み需要があったので、反動により車販売の苦戦が予想される。		
住関連専門店(役員)	・需要期である3月の売上が伸び悩み、移動需要が落ち着くことからさらに売上ボリュームが減少することが予想される。ここ数か月の販売数量や単価からも、厳しい状況が続く。		

その他専門店〔酒〕 (経営者)	・非常に悪くなっているが、もうしばらくすると花見、そして暖かくなっていくことから、人の財布のひもも緩むかなと期待して、変わらないとした。あくまでも、そう願っているだけで、本当はかなり落ち込むのではないかと考えている。
その他小売〔ショッピングセンター〕	・消費税増税を再検討との報道もあり、消費の先行きが不透明である。
その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・さらに悪くなる見込みではないが、前年比という意味では競合店オープンの影響を夏まで引き続き受けるので、苦戦の状態が続く。当施設は車での来客が多く北陸新幹線の利用者の増減の影響を受けにくい施設なので、今後、新幹線利用者が下降気味となっても影響は少ないと考える。
スナック(経営者)	・先々期待できる要素はあまりない。株価の動向や他国の様子などで何かあれば、心理的に落ち込んで影響がある。
観光型旅館(経営者)	・今の時点で4月以降の予約は前年並みだが、募集形式の団体旅行の集客やインパウンドなど、これからの集客が伸びるかどうかが不安である。
観光型旅館(スタッフ)	・4～5月が前年を下回る予約状況となっている。昨年は北陸新幹線開業もあり、事前予約が非常に多かったことが原因と思われる。今後、間近予約がどこまで伸ばせるかが勝負といえる。6月以降は100～118%で推移しており、まだ北陸新幹線開業効果が残っていると感じる。
旅行代理店(所長)	・北陸新幹線開業から1年経過し、北海道新幹線が開業したが、その他現在の旅行需要に大きく変化があるとは考えられない。
通信会社(職員)	・新商品ではハイエンドかつコストパフォーマンスの高いものを大きく打ち出しているものの、ローエンドでコスト重視のものを選択する客が意外に多い。
通信会社(営業担当)	・卒業入学シーズンを迎え、少し動きはあったものの、この先これが続くとは考えにくい。例年ほぼ同じ数値できており、今以上の販売台数の増加は見込めない。
美容室(経営者)	・ここ数か月、連続して前年の数値をクリアしているので、この調子は続きそうである。
住宅販売会社(従業員)	・今年に入って常設展示場の来場者数は累計で約20%近く伸びており、順調である。情報量も同じく20%増となり、今後の商談件数の増加に期待したい。マイナス金利政策に伴う住宅ローン金利の引き下げというプラス面もあるが、懸念材料として消費税増税の延期問題が持ち上がってきており、先行きがどうなるか見通しが立たない。
住宅販売会社(従業員)	・周囲を取り巻く状況は変わらないが、消費税率が予定どおり変更されると駆け込み受注が予想される。
やや悪くなる	
一般小売店〔精肉〕 (店長)	・当店周辺は北陸新幹線開業の効果をそれほど受けないと思われたが、やはり1年経ち一段落ちて集客力が落ちているような感がある。今年1年は前年と比べて厳しいような感じがする。
一般小売店〔事務用品〕 (店員)	・メーカーの人件費などが上がり、販売価格に反映されるので、少し買い控えがあるような気がする。
百貨店(売場主任)	・株価低迷により、富裕層の購買意欲が落ちている。先月まで売上をけん引してきた美術品や宝飾、高級輸入時計が苦戦している。中間所得層は引き続き価格にシビアであり、よく吟味してから購入するため、衝動的な購買行動は減っている。
百貨店(営業担当)	・例年この時期は、春のファッションのトレンドや、今からのセレモニーに関する衣料などが、比較的よく動く時期である。しかし、色々な部分で少し消費が冷え込んでおり、新たに買わなくても今持っている物で着まわそう、使いまわしをしようという客の声も、今後のファッション傾向に顕著に表れてきている。したがって、今後も財布のひもは固めに推移するのではないかとというのが実感である。
スーパー(総務担当)	・今年の定期昇給は、人手不足のため若干のベースアップはあるだろうが、大幅な賃金の上昇は見込めない。そのため、ますます節約志向が続くのではないかと。
コンビニ(店舗管理)	・求人難から、パート、アルバイトの時給上昇や求人費用の増大は止めようがなさそうである。
衣料品専門店(経営者)	・現実的に、閉店したり倒産したりが出てきており、次はどこかと憶測させられる。
家電量販店(店長)	・前年、ケーブルテレビのアナログ停波でテレビの台数が伸びたのに対して、今年は4Kテレビの台数は伸びているが単価で補えていない。携帯電話もMNP契約者へのキャッシュバックなどの終了から、継続して販売台数を落としている。
乗用車販売店(経営者)	・春先の需要が一段落するので、今月よりも販売量は少なくなる予測である。

	高級レストラン（スタッフ）	・予約単価は上がっているが、特に団体旅行の件数が減少しているため、全体の数字は悪くなっている。	
	一般レストラン（統括）	・食材原価が上がり、利益を圧迫する先の見えない状態が続いている。今までのやり方ではコストアップ抑制やコストダウンに限界があり、やり方を大幅に見直さねばならない時期にきた。当社では今月から従来の仕入先でも、今後注文を増やすところ、減らすところの取捨選択に着手した。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・受注状況をみると、宿泊は4月までは良いが5月が弱い。婚礼やレストランは引き続き弱い。	
	通信会社（役員）	・3～4月は入学や人事異動などに伴い人の動く時期であり、例年は当社の商品やサービスの契約も伸びる時期であるが、今年は伸びが鈍く、今後しばらくはこの傾向が続くとみている。	
	通信会社（店舗統括）	・新商品の発表もあったが、大幅な来客数増にはつながらない。	
	通信会社（役員）	・3月の商戦期が終わり、例年若干問い合わせ数や契約数が下がる時期である。特に今年は国によるケータイショップへの指導があり、さらに厳しくなる。	
	テーマパーク（役員）	・向こう3か月の予約状況をみると、前年同期比で海外からの客や国内の個人客はまずまず横ばいで推移するとみているが、国内の団体客の動きは予約ベースで大変鈍っており、やや悪くなる方向にある。	
	競輪場（職員）	・4月以降、冬期は中断していた当地でのレース開催が始まるが、このときは1人当たりの購入単価が下がる傾向にある。	
	その他レジャー施設（総支配人）	・昨年以下の会員総数でスタートとなり、非常に厳しい状況である。	
	悪くなる	スーパー（店舗管理）	・新規出店の動きもあり、競合他社の価格競争激化のあおりにより、客の奪い合いがある。
		通信会社（営業担当）	・端末の大幅値引きがなくなり、買い控える可能性がある。また最近の傾向として格安SIMへ移行する客が増えているように思う。
企業動向関連 (北陸)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（役員）	・為替の問題から輸入原材料価格が下がる傾向にあるため、収益がよくなる方向性がみえてくるのが最大の要因である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州市場において、今後引き合いの増加が期待できる。
		通信業（営業担当）	・相変わらず、中小企業での通信設備の更改需要は良い結果となっている。一方で、ブロードバンド化の市場は芳しくないのが現状である。
		不動産業（経営者）	・個人客からの問い合わせが少しずつ増えている。前年より動きが早く、個人関係が前年より増えている。
		司法書士 税理士（所長）	・駅周辺で再開発の話が複数進行している。 ・昨年からは始まった若干の円高や、石油価格の大幅な変更がようやくなじんできた。経済はどうしてもいろいろな数字が動く停滞するが、外的な要因の数字が落ち着いてくると計画通りにいろいろなものが進めていきやすいということになる。基本的に設備投資意欲は潜在的に高いとみられ、外的要因の動きが大きくなければ、今後も堅調に進むような感じがする。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・国内の需要については大きな変化はないが、この秋冬の仮需がこの4～5月からスタートすることから期待したい。また、外需については為替次第で期待が持てる。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・軸足を置く住宅市場は、新設住宅着工数において春以降順調に伸びてきていた。しかし、10～12月は前年割れ、1月に入って回復となっており、今後2～3か月の判断がしづらい。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文の入り具合から判断した。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・新興国経済の成長鈍化懸念が国内景気に与える影響は依然あるものの、大きな影響を与える中国景気はそれほど急速に変動しないと考えられる。また、マイナス金利により国内景気に与える影響については、企業及び消費者も慎重に対応していくものと考えられる。

	建設業（経営者）	・新年度が始まるこの時期は、例年公共工事の発注準備が整っておらず暇になり、やや悪くなると感じている。しかし今年は、安倍首相の「景気対策の第一は、成立した平成28年度予算の速やかな執行」が掛け声に終わらなければ、公共工事が例年より少しは多く発注されるのではないかと淡い期待から、やや良くなるのではないかとも思う。とすれば、その中間の「変わらない」というところに落ち着くのではないか。	
	金融業（融資担当）	・現在は年度末であり、建設業では4月以降の新年度の工事受注が控えているため、現在よりも景気が低下することは考えづらい。ただし、日経平均株価の低下などの不安要素はある。	
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・国内、輸出とも受注環境が厳しくなっており、先行き不透明感が強くなっている。	
	精密機械器具製造業（役員）	・当社の現在の受注量、今後の生産計画量は微増の状況であるが、客先の店頭全体については、厳しい見通しを示す割合が多くなっているようだ。	
	建設業（役員）	・首都圏においては、受注価格競争の緩和が当分続くと思われるが、北陸3県では一部に安値受注が拡大しており、今後更に受注価格競争が激化すると見込まれる。	
	輸送業（配車担当）	・燃料費の下げも底をついた状態である。今後値上がりするとの予測があり、現状より景気が上向くとは思われない。	
	金融業（融資担当） 新聞販売店〔広告〕（従業員）	・マイナス金利導入による逆風は今後も続くだろう。 ・前年同月は北陸新幹線開業、大型ショッピングモールの出店などで、特需的なチラシ出稿があったが、今年は目立ったものもなく、3月としては過去にない落ちようであった。やはり、物が売れず広告費に充填できない状況は、今後も続くように思える。	
悪くなる	-	-	
雇用 関連 (北陸)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・6月末までの短期派遣の仕事が、前年から比べると増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一時的な求人過多による求人広告数の多さは落ち着いてきたが、企業の採用意欲は低くなく、経済活動としてみた場合に就業者の増加が経済にもたらす影響は大きいと思われる。
		職業安定所（職員）	・2020年の東京オリンピックの頃までは、製造業を中心に求人が増えていく、もしくは受注が増えていくのではないかとこの見方をしている会社が、非常に多くなっている。
変わらない		人材派遣会社（役員）	・新卒採用時期でもあり、年度切替時期でもあるので求人数も少なく、スキルのある求職者数も少ない。
		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）	・新規求人数、有効求人倍率ともに前年同月とほぼ同水準となっており、現在、それぞれの指標が大きく変動する要素は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・業績が良くなるという事業所がある一方で、依然として先行きを不安視している事業所もある。
		民間職業紹介機関（経営者） 学校〔大学〕（就職担当）	・人材紹介のミスマッチ状態がある。また、紹介や派遣の登録希望が少なく、人手不足が続いている。 ・国内外の経済状況も落ち着きを取り戻してきているように感じられる。自動車関連産業を中心に安定していくのではないか。
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	