

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)		-	-
		一般小売店〔鮮魚〕 (役員)	・2月の今頃の時期でも、週末は卒業旅行などの旅行者が多く見られる。これから春の行楽シーズンには更に増える見込みである。
		百貨店(売場主任)	・昨年に日銀が導入したマイナス金利によって、百貨店積立制度の加入口数が増加した。3月以降は、その1年間の積み立てを経て満期を迎える。衝動買い需要が増えることを期待したい。
		スーパー(店長)	・競合店が閉店した影響がこの後2～3か月続くため、自店にとってやや良くなると判断した。
		コンビニ(店舗管理)	・原因は全くわからないが、ここ数か月が悪過ぎただけで、今後は良くなると考える。
		衣料品専門店(経営者)	・自分たちの周りでは、お金が動いているように見えるが、もう少しお金が動いてもよいと考える。余裕のある会社は一時金などで対応してほしいものである。定期昇給の考えから脱却する時代と考える。
		家電量販店(店長)	・プレミアムフライデーを導入している企業は少ないが、各メディアが取り上げて話題になったことによって来客数、週末の売上は伸びた。
		乗用車販売店(従業員)	・少しではあるが来客数は増えている。販売に結びつくことを期待している。車検、点検等の入庫台数も増加傾向にある。
		自動車備品販売店(役員)	・新車販売台数が増え、カー用品装着も前年と比べると増加している。客はせっかく購入するのであれば、より良い商品を選択する傾向となっている。
		高級レストラン(スタッフ)	・これからは歓送迎会のシーズンとなる。ただし、例年より大型宴席の受注が悪く、学校や官公庁の受注が入らなかった。
		タクシー運転手	・冬の観光は終了したが、これからは春の観光の予約が少しずつ入っている。
		タクシー運転手	・これから暖かくなってくれば観光客が増える。また、会合などが増えてくるとタクシーの利用につながる。
		通信会社(職員)	・年度末の進学や就職、異動による転居など、人の移動時期による販売増を見込んでいる。
		商店街(代表者)	・これといった購買意欲をそそるような商品も機運もなく、売上アップは狙えそうにない。
		商店街(代表者)	・3月は目的買いがいちばん多く、その傾向が強い時期であるため、いつもどおりの動きがみられると考える。
		商店街(代表者)	・空き店舗だった2店に新店舗が入居した。予想以上の集客があり、既存店への刺激になることを期待している。プレミアムフライデーの参加は24店あった。行ってみたい店、行って良かった店、また行ってみたい店と思われるような、個々の店の今まで以上の工夫や努力が必要であり、定着化のポイントであると考えている。
		一般小売店〔事務用品〕(店員)	・競争激化の構造は今後も変わらない。限られた市場の中で潰し合いをしている状態となっている。
		百貨店(営業担当)	・大幅に良くなる要因や見込みがないことから、変わらないと考える。
		百貨店(販売促進担当)	・プレミアムフライデーによって消費拡大策が推進されているが、根本的な改善になっていない。先行きは依然として不透明である。
		スーパー(店長)	・良くなる要素が見当たらない。
	スーパー(総務担当)	・人手不足が解消できない状況である。しかし、景気の面では大きな変動要素はなく、変わらない。	
	スーパー(総務担当)	・競合の各店共に特売価格が安くなっている。さらにチラシの投入回数が増加しているため、今後も競争が激しくなる。景気が良くなるとは考えられない。	
	コンビニ(経営者)	・スーパーマーケットの代替商品のようなものの動きは、良くなっている。冷凍食品やカット野菜といった単品のみで、それだけを買っていく客が多い。コンビニとしては、たばこの売上が好調に推移しているため、単価は上がっている傾向にあるが、トータル的に今後も上向いていくとは考えられない。	
	コンビニ(経営者)	・業界の競合3大チェーンがそろい踏みとなるが、当分の間は変化はないと考える。	
	衣料品専門店(経営者)	・衣料品の売上に関するデータのどれを見ても、好転する兆しが見られない。	
	家電量販店(本部)	・個人消費を刺激する施策が見られない。	

乗用車販売店（役員）	・ 新型車種の受注残はあるものの、既存の販売車種の状況があまり期待できない。そのため、現状と変わらない状況が続くものとする。
住関連専門店（役員）	・ 例年と同じ動きで営業を続けていると売上は維持できない。仕掛けをすることによって、何とか例年並みの売上を維持できる状態である。更なる回復はあまり見込めない。
その他小売〔ショッピングセンター〕	・ 先行き不安な情報が多く、消費が上向くような材料が少ない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 商圏内で大きな新店オープン等もなく、競合環境の変化は見られない。そのため、季節的な大きな変動がなければ、当面は前年並みで推移するとみている。
一般レストラン（店長）	・ 地元の商店は、近々開業するショッピングモールに戦々恐々としている。地域の経済への影響を測りかねる。
一般レストラン（統括）	・ 予約状況からみると、北陸への観光客は春休みに向けて増える傾向にある。しかし、全体が良くなっているような実感はない。
観光型旅館（経営者）	・ 大型団体の受注はあるが、オンとオフの日の差が激しく前年比では減少している。しかし、一昨年よりは売上、集客共に上回っている。
都市型ホテル（スタッフ）	・ 3月の予約状況は前年並みである。下げ止まりを期待している。
都市型ホテル（役員）	・ 宿泊部門は北陸新幹線開業効果の継続によって、インバウンドを中心に堅調に推移している。ただし、レストラン部門、婚礼部門、一般宴会はいずれも、予約状況が例年と同じ状況にあるため、景気は変わらないとみている。
旅行代理店（所長）	・ 特に市場が活発化する要因が見当たらない。
通信会社（役員）	・ 3月の商戦期が過ぎると、4月中旬以降の契約数は、若干落ち着くと考える。
通信会社（店舗統括）	・ 通信業界としては、来月が最も来客数が増える見込みであるが、想定以上とは考えられない。
通信会社（営業担当）	・ 前年比で大きな変化が見られない。
通信会社（役員）	・ 通信系サービスの契約数は増加傾向にある。しかし、今後の数か月間は季節要因によるものとなるため、あまり大きな変化はないとみている。
テーマパーク（役員）	・ 訪日インバウンド客や、国内の団体旅行、個人旅行の動きをみていると、2～3か月先も現状と変わらず推移する。
競輪場（職員）	・ 前月からの売上に何の変化もない。下降する気配はないものの、上昇に転じる要素も見当たらない。
その他レジャー施設（総支配人）	・ 競合店の4月開業を控え、公共のレジャー施設のリニューアル予定が大型連休前後となっている。厳しい新年度になりそうである。
美容室（経営者）	・ 消費が回復する気配が感じられない。
住宅販売会社（従業員）	・ 例年なら新年度に向けて土地の動きが活発になるが、今年はまだ見られない。
住宅販売会社（従業員）	・ 特に新しい情報や、呼び水となりそうな税制の変更はなさそうである。特に住宅の需要が増えると考えにくい。住宅性能のアップとコストダウンを分かりやすく説明して、地道に需要を増やしていくしかなく、今後はますます厳しくなっていくと考える。
商店街（代表者）	・ 近隣に地域最大級となるショッピングモールができるため、当面は苦戦が続くとみている。小手先のイベントでは対抗できない。
一般小売店〔精肉〕（店長）	・ ただの売出しでは、なかなか集客ができない。何か特別なことがないと、客は爆発的な買物をしない。このまま何もなければ、景気が悪くなっていくように感じる。
一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ 客の購買意欲が高まる要素は、今のところみられない。
家電量販店（店長）	・ 今年はオリンピックなどのイベントがなく、上向いていく見込みがない。
乗用車販売店（経営者）	・ 地域特性である需要期が終わると、毎年、しばらくは販売量が落ちてくる。全体の動きは悪くなる。
スナック（経営者）	・ 選挙があり、連休に向かうことからビジネス客に影響しそうである。春に期待できる実感がなかなか湧かない。
観光型旅館（スタッフ）	・ 2～3月の予約の伸びが大幅に鈍化している。2月以降の予約状況は、前年比で少しずつ回復傾向が見られるものの、まだ悪い状況にある。
通信会社（営業担当）	・ 3月がピークとみている。その時期までに、新しいスマホなどを欲しい客がほとんど買いそろえるため、それ以降は全体的に販売が伸び悩むと考える。
住宅販売会社（従業員）	・ 製造業関連では所得に陰りが見え始めている。請負金額は少しずつ小さくなっており、市場規模の縮小が懸念される。

	x	スーパー（店舗管理）	・今後、良くなる材料がなく、更に安易な価格競争の激化が進むと考える。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		食料品製造業（経営企画）	・販促費を増強して売上増を目論んでいる。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合を見て、やや良くなると判断した。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内市場に関して、中小企業経営強化税制の創設によって、引き続き設備投資が行われると考える。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・海外向けを中心に、4月くらいまでは今以上に受注が入っている。非常に忙しい時期が続く。それ以降は若干落ち着くと見られる。依然として人手不足への対応がカギとなっている。
		精密機械器具製造業（役員）	・依然として不透明な市況の読みが変わりはない。しかし、生産量については、夏前に向け徐々に増産をしてゆく計画である。
		通信業（営業担当）	・各事業所の設備投資は継続して行われている。セキュリティの強化を打ち出して、各社が参入してきている。
		金融業（融資担当）	・昨年末からの円高基調が一服し、その効果が輸出を中心とする製造業において現れている。今期決算では収益が黒字転換となる見込みの地元メーカーが増えてきた。明るい見通しを語る経営者が多く、下請け企業への波及も見込めることから、現状からプラスに転じると考える。
		不動産業（経営者）	・同業者の話によると、2か月先であれば動きが出てくる。法人取引も2～3か月先の話は、少し聞いているということであった。
		司法書士 税理士（所長）	・駅周辺での不動産取引が増えている。 ・製造業、建設業は、新年度以降の計画がしっかり立てられているようだ。例年は新年度で発注が一時的に停滞するが、今のところ5月までは大丈夫とみている。販売業は厳しい状況にある。消費者は安いものに流れている様子である。
		繊維工業（経営者）	・開発した新商品に動きがみられるが、先行きの勢いが無い。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・国内、海外共に先行き不透明感が強い。軸足を置く住宅、建築市場についても先行き見通しの見極めが難しい状況にある。良くなるか悪くなるかの判断がしづらい。
		建設業（経営者）	・3月末までの公共工事の完成に向けて、元請工事、下請工事共に追われるようになるのは例年のことである。手持ち工事量からすれば3月は例年並みに忙しくなる見込みである。しかし、新年度が始まる4月以降となると工事の発注が例年並みに少なくなる。
		建設業（役員）	・首都圏以外は引き続き、受注価格競争がさらに激しくなると見込まれる。先行きの受注環境は厳しさを増すと考える。
	金融業（融資担当）	・米国の新大統領政権によって、不透明感がまん延している。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今月も前年の売上を下回った。各業種における量販店の動きがまだ鈍い状況である。プレミアムフライデーによる動きを期待したが、チラシ出稿には影響がなかった。通販やメーカーによる無店舗販売からの広告出稿が、先月に続いて好調である。	
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・そろそろ契約更新の確認時期となるので、仕事量等を含めて時給の交渉や相談が今後増えてきそうである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の状況や、出稿主の話からも人手不足感は既に固定されてきている。そのため、給与の上昇圧力は相当に強いものと受け止められる。しかし、企業の業績悪化につながるほど強くなるとマイナス影響が出るので、万全とはいえない状況である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人倍率が高く、現場での人手不足感が続いている。しかし、企業の採用条件も厳しいためか、マッチング率が低い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・引き続き採用活動が活発である。学校への訪問予約の申込は、前月と比べ増加傾向にある。昨年より早く企業からの内々定の報告も来ている。
		人材派遣会社（役員）	・新卒採用時期になると、派遣需要は伸びない見通しである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大規模な新規出店などの計画がないため、大きな雇用につながると期待できない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数の増加が続くものの、一部の産業で事業再編による雇用調整の動きがみられる。	

	職業安定所（職員）	・製造業のうち、一部において希望退職を募るといった業種もあるが、それ以上に全体的に求人が増加傾向にある。その中でも電子部品製造業が好調である。また、医療福祉においても医療における看護師を中心とした求人が活発である。
	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、海外経済の不確実性や金融資本市場の変動の影響等によって先行きを不安視している事業所がある。
	-	-
x	-	-