

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)		通信会社（営業担当）	・新機種の発売が予定されているため、販売増を見込んでいる。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・働き方改革に伴い、職場の環境改善につながる商材に動きが出始めている。
		コンビニ（経営者）	・単価の高い商品が売れ始めている。
		乗用車販売店（経営者）	・2～3か月先には新モデルの車種販売が予定されており、販売が上向くと見込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・競合環境は厳しいが、新製品の販促企画や値下げセールに対する動きがよい。今後も期待できそうである。
		通信会社（職員）	・新商品の販売エリアが拡大されて、初動での売上の伸びが期待できる。その一方で、既存の販売エリアの売上は伸び悩んでいる。
		通信会社（役員）	・ここ数か月は、新規契約獲得数が確実に増加傾向にある。最低賃金の引上げや夏のボーナス支給額の増加等で消費心理が拡大していると考えられる。更なる契約数増加を期待している。
		競輪場（職員）	・7月は売上の減少が著しかったが、来月は夏休みとお盆期間でもあるため、若干の売上増加が見込める。
		商店街（代表者）	・8月のイベントや夏休みなど、集客につながるものが例年どおりある。しかし、今のところ特に新しい施策は聞こえてこない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・来客数は前年並みに推移しており、8月に入ってから同様の動きと考える。お盆の帰省客に少し期待したいところである。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・夏休みにはそれなりに旅行者の増加が期待できるが、前年並みで上々といったところではないかと考える。
		百貨店（売場主任）	・富裕層の購買意欲が旺盛な反面、中間層の財布のひもが固いため、全体としては変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・政治への不信感が強まり、将来への不安感は強まるばかりである。景気回復の恩恵は一部であり、根本的な改善の兆しはないと考える。
		スーパー（店長）	・求人倍率が上がっており、賃金は上昇傾向にあるが、身の回りで景気が良くなっている実感が無い。賃金上昇分は、消費よりも貯蓄に回るとは思わない。
		スーパー（総務担当）	・7月は気温の上昇によって、夏物商材の動きが前年を上回っている。しかし、他には目立った商品の動きもないことから、今後についても大きな変化はないと考える。
		スーパー（総務担当）	・景気回復は見込めず、今後も低価格志向が続く。
		スーパー（統括）	・消費動向は良くなる見込みがない。
		スーパー（店舗管理）	・競合の新規出店によって顧客の奪い合いは続いており、一方で客の節約志向は顕著になっている。
		コンビニ（店舗管理）	・政治への失望感が増し、好転する兆しが見えない。
		衣料品専門店（経営者）	・ほとんどの自営業者やその従業員は、ここ何年も給料が上がっていないらしい。給料が上がらなくても物価が上がらないため生活できるというわけである。公務員や大企業志望が多くなるのは分かるような気がする。
	家電量販店（店長）	・気温が高かったため夏物商材は良かったが、その先は売上を見込める商品がない。	
	家電量販店（店長）	・季節商材により店全体の売上は上がってはいるが、他の部門は苦戦している。	
	家電量販店（本部）	・天候による後押しはあるが、景気が好転する兆しはみられない。	
	乗用車販売店（従業員）	・人手不足もあり、景気が良くなる要因は見当たらない。	
	自動車備品販売店（役員）	・スタッドレスタイヤの値上げが予定されており、前年以上に早期販売を仕掛けたが反応は薄い。車検特需があっても、その反動が出てくるため明るい兆しは見えない。	
	住関連専門店（役員）	・原油の高騰などで生活に関わる出費が減らない状況で、販売数量と単価が一時的に例年を上回ったものの、それが継続するとは考えにくい。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・長年低迷したままの状態が変わらない。今後も変わるような動きがない。	
	高級レストラン（スタッフ）	・大きな販売促進キャンペーンを行うと、集客増の効果は出る。しかし、費用対効果を考慮するとそれなりの内容である。秋口の団体旅行の受注は例年並みに推移している。	
	一般レストラン（店長）	・当地からその地方周辺へと徐々に経済効果が波及しつつある。	

	一般レストラン（統括）	・景気の良い話を聞くが、売場ではそれほど良くなっている実感や事象がまだ見られない。また、今夏は猛暑になりそうだが、秋商戦に向けて猛暑の影響が読めない。	
	スナック（経営者）	・客の職種によってはマイナス要因が心理的影響を及ぼすため、来客数はあまり期待できない。	
	観光型旅館（経営者）	・夏休み期間はトップシーズンではあるものの、今年は非常に予約の発生が遅い。日程によっては宿泊料金の見直しを考慮しなければならないほどである。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・売上の内容をみると、価格を安くしないと売れないことがわかる。全体の売上高はやや良くなっているが、個人消費が改善しているとは楽観的に見れない。	
	都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は山岳観光ルートの開通時から堅調に推移していたが、インバウンド客と国内団体客の申込状況にやや陰りがみられる。レストラン部門と宴会部門では個人、法人共に例年と同様の動きになっており、全館では大きく変動することはないと見込んでいる。	
	旅行代理店（所長）	・特に話題性のある旅行先がなく、受注増が見込めない。	
	タクシー運転手	・8月は夏山シーズンであり、観光予約が入ってきている。	
	タクシー運転手	・色々な催しが数多くあり、入出は減ることなく推移すると見込んでいる。	
	通信会社（役員）	・2～3か月先には人気のスマートフォン端末の販売が予定されている。それに伴って契約数が増える見込みだが、今年のボーナス商戦期の反応をみると厳しい状況になりそうである。	
	通信会社（営業担当）	・感覚的にはそれほど悪くはないが、販売数量や売上共に大きな変化は見られない。	
	通信会社（店舗統括）	・上向く確実な要素は見当たらないが、落ち込むこともないと考える。	
	その他レジャー施設（総支配人）	・積極的に入会してくるような様子が全く見られない。	
	美容室（経営者）	・客単価を上げて何とか売上を維持している。しかし、毎月の来客数が微減しており、これからが不安である。	
	住宅販売会社（従業員）	・これまではやや良い状態が続いていたが、更に良くなりそうな状況は見込めない。イベント来場や問い合わせの状況から考えて、ここ1～2か月の販売量と同程度で推移する見込みである。	
	住宅販売会社（従業員）	・数か月前に受注した分の仕事はあるものの、この先はこれからの受注分によって状況が変動する。	
	住宅販売会社（従業員）	・受注数だけでなく、施工現場における人手不足等のクリアすべき課題が多い。課題が解消されない限り、大きな回復は見込めない。	
	住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が見当たらない。	
	商店街（代表者）	・大型再開発が市内2か所で始まるため、それに伴って閉店した店舗の街区がシャッター通りになっている。再開発は1～2年先までかかる予定で、それまでの間に周辺地域で客離れが起きないか心配である。	
	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。資材の値上げなどが迫っており、悪くなる要素はいくつかある。	
	百貨店（営業担当）	・客の購買行動はここ最近変わらないので、来客数を上げないと売上に結び付かない。優待やポイントアップであっても売上に繋がらないため、若い客層向けに新たな提案をすることによって、来客数が伸びることを期待している。	
	衣料品専門店（経営者）	・衣料品売上の下落傾向については、全く底入れ感がない。どこまで行ったら止まるのか予測すらできない。	
	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・客の買い控えといった雰囲気はないが、購買行動が多様化し、主力となる衣料品では引き続き前年割れの状況が続くだろう。これまではシネマが好調であることによって来客数の増加があり、それに伴って飲食や食料品の売上が伸びて不足分をカバーしていたが、前年のシネマヒット作の反動によって、来客数は今後減少すると考える。	
	観光型旅館（スタッフ）	・10月までの予約状況は、前年比75%で推移している。当月の予約仕入数は前年を上回ったが、この先は厳しい状況が続く。	
	x	テーマパーク（役員）	・3か月先までの予約状況を前年同月と比べると、特に国内団体客の予約状況が悪く、全館でも悪くなるとみている。
企業 動向 関連		*	*
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・主要分野の建築資材では、高齢者住宅や宿泊施設等での上昇が期待できる。また、産業資材では車両用途において引き続き堅調な伸びを見込んでいる。

(北陸)	一般機械器具製造業 (総務担当)	・為替が安定しており、欧米市場では安定した受注が見込める。また、国内市場は設備投資意欲が高く、引き続き高い受注が期待できる。
	一般機械器具製造業 (経理担当)	・企業の業績改善を背景に、設備投資は増加傾向となっている。さらに、設備投資の中身はこれまでの維持補修関係の投資から、増産や合理化のための投資にシフトしつつある。ただし、賃金上昇や人手不足が引き続きの課題となっており、働き方改革を中心とした人材への投資が急務である。
	通信業(営業担当)	・企業におけるセキュリティ対策の意識が高くなっている。市場全体の活性化を期待したい。
	食料品製造業(経営企画)	・現状が比較的好調なだけに、今よりも更に良くなるとは考えられない。また、そういった要素も見当たらない。
	繊維工業(経営者)	・国内消費の回復を待っているが、受注面で大きな期待はできない。
	金属製品製造業(経営者)	・2～3か月先の注文の入り具合をみて、変わらないと判断した。
	精密機械器具製造業 (役員)	・ほとんどの顧客で在庫調整が終わっており、今後の受注回復に期待している。しかし、現時点では業績が好調な顧客と低調な顧客が混在し、全体としては現状のレベルがしばらく続くと考える。
	輸送業(配車担当)	・景気がすぐに上向き様子はなく、人手不足は今後ますます深刻な状況になってくる。
	金融業(融資担当)	・夏休み等で観光客が増えるため、サービス業や小売業は引き続き堅調な推移が見込める。しかし、地元客の消費意欲が伸びるだけの材料に乏しい。業績好調な企業であってもボーナス増額に対して積極的とは言えない。
	金融業(融資担当)	・酒税法改正による影響で酒類の小売価格が引上げとなり、飲食業の売上が良くないなかで、売行きが悪いまま進む懸念がある。
	不動産業(経営者)	・今の状態の動きは2か月先くらいまで続くというのが、同業者間での見通しである。個人客からの問い合わせでも、大体同じような動きだろうとの話が多かった。
	新聞販売店[広告] (従業員)	・7月の受注量は前年を割った。衣料品や家電、ホームセンターなどの量販店からの広告出稿が特に落ち込んだ。品物が動いていないのではないかと考える。
	司法書士	・相続財産の処分等の相談は多いが、やはり中心部以外ではなかなか処分できない。
	税理士(所長)	・前年比でみると低い状態であるものの、大企業や官公庁の4月からの新年度計画がスタートして、具体的に動き出す時期でもあり、現在と比較すると3か月先は良くなると考える。ただし、前年より景気の勢いが落ちているとみられる点は不安材料である。
		建設業(経営者)
	x	-
雇用 関連		-
(北陸)	新聞社[求人広告] (担当者)	・人手不足が恒常化して、正社員の求人比率は一定になっていると考えられるので、継続的に景気は良くなる方向に動いているとみられる。
	新聞社[求人広告] (営業)	・求人数増加に象徴されるように、企業に動きが出てきている。
	人材派遣会社(役員)	・紹介予定派遣や、有期契約でも直接雇用される形態の求人に対しては少し反応がよい。
	求人情報誌製作会社 (編集者)	・大きな雇用につながる話が出てこない。
	職業安定所(職員)	・業績が良いという事業所があるものの、一方で深刻な人手不足等により先行きを不安視する事業所がある。
	職業安定所(職員)	・建設業、製造業、サービス業といった地域の主要な産業では、引き続き求人数の増加傾向がみられる。企業から話を聞く限りでは求人数が減少する様子はなく、今後もこの傾向が続くと考える。
	民間職業紹介機関(経営者)	・各業種で人手不足感が続いている。求職者が増えず、特に派遣や紹介派遣の登録者が増えていないことを憂慮している。
	学校[大学](就職担当)	・製造業やIT関連企業を中心に、2次募集や追加募集の案内が前年より多くなっている。売手市場の傾向は今後も続くと考える。
		-
	x	-