

7. 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北陸)		家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要がある。
		自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・タイヤ販売は夏冬共に前年から大幅な増加となり、消費税の引上げ前の駆け込みで購入する客が多かった。また、ドライブレコーダーも高性能のモデルを希望する客が多い。しかし、車両販売は納車タイミングもあり、それほど伸びていない。
		商店街（代表者）	単価の動き	・6～8月は高額商材が全く動かず、とても厳しい状況であった。9月に入り週末の悪天候に悩みながらも前年並みの感じである。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・消費税の引上げを意識した買物が増えている。特に化粧品、婦人の冬物衣料の前倒し購入や、宝飾や時計の高額品が売上を伸ばしている。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・中旬から気温が低下し、ようやく秋物商材を求める客が増加している。さらに、消費税の引上げ前の店舗のセールと優待の実施により割安感が伝わり、消費税の引上げ前の購入が促進され、来客数や販売数が増加している。しかし、お買得品や必需品の購入が大半の上、定番品のまとめ買いなどがあり、今後の買い控えにつながりそうである。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月からの消費税の引上げに向けた駆け込み需要がある。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・消費税の引上げにより若干の駆け込み需要がみられる。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要と気温低下のタイミングが重なった上、改装効果もあいまって、来客数が大きく伸びている。9月中はこの状況が続くと考える。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・昼は県外からの団体旅行客数が例年比で120%、夜はポイント2倍買取などのキャンペーンの効果があり、来客数が増加している。この1年で最も好調に推移した月である。
		一般レストラン（統括）	来客数の動き	・消費税の引上げ前に若干消費が上向いている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新料金プランや新商品の発売に伴い、来客数及び販売数共に伸びているが、前年度ほどの伸びがない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の買い控えがみられ、駆け込み需要とならない。入込客は9月も引き続き減少している。郊外の大型ショッピングセンターの拡張があることから、当面は厳しさが続くと考え。イベント実施時の入込客は相変わらず多く、回遊性と売上増加に結び付ける工夫が引き続き必要である。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・9月前半～25日くらいまでは平年に比べ気温が高い日が続く、衣料品を中心としたファッション関連アイテムは売上の低迷が続いた。それでも好調が続く化粧品や輸入雑貨が全体を引っ張り、前年比10%増で推移した。最後の5日間でようやく駆け込み需要があり、月全体では前年比20%増の見込みである。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の増減は特にみられない。消費税の引上げ前の駆け込み需要があるかと思込んでいたが、取り扱う商品の多くが軽減税率対象品目のため、駆け込み需要がない。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・10月1日の消費税の引上げに向け、ビールや雑貨品等の売上は9月中から若干伸びたものの、他の商品の販売量は前年並みで推移しており、景気は変わらないと考える。
		スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・依然として買上点数が少ない状態であるが、イベント催事等の販促強化を実施しても、思いの外、来客数が増加しない状況である。
	スーパー（統括）	単価の動き	・雑貨類の駆け込み需要はみられるものの、生鮮品の単価安や買上点数の伸び悩みが続き、客単価が上がっていかない。	
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・単価が変わらない。	

コンビニ（店長）	それ以外	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で近所のドラッグストアやホームセンター、スーパー等は行列ができるほど来客数が増えている。ただし、コンビニは食品が主で、トイレトーパー等々は高品質、高価格で緊急時に購入する傾向があるため、駆け込んで購入すべき商品がほとんどない。駆け込み需要による景気の良さはほぼない。
コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・お買得商品は安定しているが、ぜいたく品寄りの商品は動きが鈍い傾向である。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今秋、大型店2強の大増床があり、9月にオープンしたショッピングセンターでは多くの人々が来店している。人手不足もあり、思ったほど売上がとれない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年と比較して、来客数、販売量共に減少している。
その他専門店【酒】（経営者）	販売量の動き	・とにかく暇で駆け込み需要も何もなく、不安で一杯である。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上は85%、宿泊人数は89%、宿泊単価は104%である。個人客のシェアは80%で、宿泊単価はアップしたが、大型団体を取り込めていない。
旅行代理店（所長）	販売量の動き	・前年と比較し販売量に大きな動きはないが、前年は北海道胆振東部地震による予約取消しがあり、前年よりその分の売上高が増加している。
タクシー運転手	来客数の動き	・農家の稲刈りが終了したが、夜の繁華街は客が戻らず静かである。県外からの営業の出張者が少ないようである。
通信会社（役員）	販売量の動き	・放送、通信共に継続して契約獲得数が好調に推移している。
美容室（経営者）	単価の動き	・今年5月にカット料金を500円値上げしたが、来客数は変わっておらず、客単価は値上げした分だけ上がっている。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・消費税の引上げが近づくと、客の動きが更に鈍くなると見込んでいたが、3か月前と余り変化がみえない。
商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は、商店街では余りみられない。キャッシュレス決済の5%還元対象店舗がほとんどで、店側も消費税の引上げを余りアピールしていないこともあるとみている。
一般小売店【事務用品】（店員）	販売量の動き	・前年同期と比べて販売量及び利益が減少しており、消費税の引上げ前の駆け込み需要もみられない。
一般小売店【鮮魚】（役員）	販売量の動き	・今月は3連休が2度あったが、いずれも鳴かず飛ばずである。当地を訪れる観光客は依然として多いが、北陸新幹線開業当初と比べて財布のひもは相当固くなっている。
一般小売店【書籍】（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は多少あるが、全体の販売量や来客数は落ちている。
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・軽減税率の適用もあり、10月からの消費税の引上げに対する駆け込み需要は一部の商品のみで、トイレトーパーやティッシュペーパー等の消耗品に限定されている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、前年の売上は何とか維持できたが、客に余り積極性はない。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・例年どおり決算フェアを開催しているが、今年は例年のような販売量とならない。来場者が減少し、客に買い控えの様子がうかがえる。
乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が余りみられなかったように、収入の伸び悩みにより、購買力が全般的に落ちてきていると考える。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・7月以降の集客が悪い。さらに、宿泊単価は変わらないが、消費単価が落ちている。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・9月の宿泊部門、宴会部門、レストラン部門共に10%以上悪い。前年同月は、台風被害や地震の影響が今年より多かったが、それより悪い。
タクシー運転手	来客数の動き	・夏に金を使ったことと、10月に消費税の引上げで10%となることから、節約傾向である。
通信会社（職員）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の需要の伸びはみられない。

	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約件数はここ数か月間、徐々に減少傾向である。消費税の引上げを控え、家計は引締め傾向である。	
	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・国内旅行の個人のフリー客や海外からの客は前年並みに推移しているものの、募集企画旅行や団体旅行については、前年と比べ利用人数が減っており、全体としてはやや厳しくなっている。	
	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	来客数の動き	・競合の新規出店の影響が大きく、新規入会が取れない。夏の特別教室からの新規会員も取れない状況が続いている。	
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントへの来場者数が2割以上減っている。また、問合せも減っており、今後の販売量は少なくなりそうである。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げによる駆け込み需要は多くなかった。建て売り住宅の建築により住宅着工戸数は増加したが、注文住宅の受注は伸びていない。	
	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来客数の低迷が常態化してきている。消費税の引上げによる駆け込み需要がなかったにもかかわらず、冷え込みだけが続いている印象を受ける。	
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・連休のある月は特に来客数が少なくなる。また、10月からの消費税の引上げで、なかなか来店しにくくなるという話を聞く。20日以降から特に落ち込みが激しく、赤字である。
企業 動向 関連  (北陸)	-	-	-	
	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・生産量が増えている。	
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からの話では、法人関係が少し出てきているということである。	
	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・今春以降、この半年くらいは低空飛行が続いている。食品業界を取り巻くコストアップ要因を吸収するのは困難で、量を確保するための価格戦略も打てない状況にある。	
	精密機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・ここ2～3か月の客ごとの全体的な売上は、前年を割っているところが多いと営業から報告を受けている。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要もさほどなかったようで、その量は限定的である。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地方自治体からの公共事業が順調に発注されているが、変化はない。	
	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・かつての大口受注は少なくなっている感がある。10月からの消費税の引上げについても気になるところである。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・絵画や高級腕時計などの高額品以外については、消費税の引上げ前の駆け込み需要は限定的と話す百貨店や小売店が多い。工作機械関連等のメーカーの一部からは、米中貿易摩擦の影響等で既に受注が減少傾向と聞く。	
	司法書士	取引先の様子	・6月決算の法人の事業報告は悪くないが、相変わらず解散登記の依頼が多い。	
	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月は予想以上に健闘している。特に非衣料分野は忙しい。	
	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況は分野によっては米中貿易摩擦の影響を受け、減少に転じているものがある。また、原材料費や物流費の高騰も影響を及ぼしつつある。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・米国市場は受注が伸びているが、欧州市場は9月に行われていた国際見本市の影響もあり、受注が落ちている。国内市場の受注も伸びていない。	
	通信業（営業）	受注量や販売量	・受注額が3か月連続で前年同月を下回っている。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・直近の財務状況や受注見込みの状況から赤字企業が目立つようになってきている。土木工事などの災害関連事業以外の事業者の受注状況に明るい材料が乏しい。	
	税理士（所長）	取引先の様子	・建築業若しくは製造業の民間関係の受注残が、半年より先はみえなくなっている。以前は1年以上先がみえていたのだが、3か月先くらいまでしか見通しが立たないという経営者が増えてきている。さらに、一般労働者の給料が上昇していない。働き方改革の残業減が響いていることから、消費も心配である。	
	×	-	-	

雇用 関連  (北陸)	-	-	-
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・年度の中間期における契約満了からの更新や、労働力が必要な期間限定の作業が発生している。
	新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	採用者数の動き	・県内東西の大型商業施設の増床オープンに合わせた大量採用が必要となり、一時的に有効求人倍率が上昇している。
	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・依然として人材確保が難しい。
	新聞社 [ 求人広告 ] (営業)	周辺企業の様子	・消費税の引上げを前に流通でも家電などは好調だと聞くが、その他の流通や住宅、自動車業界では全く動きがなく、むしろ前年を割っているという話を聞く。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・8月の新規求人数は3878人で、前年同月と比べ9.1%の減少となっている。フルタイム、パート共に減少傾向である。主要産業別では、情報通信、運輸、郵便業において求人数は増加したものの、他の産業においてはおおむね減少している。一方で求職者も減少傾向にあり、有効求人倍率はほぼ横ばい状態になっている。
	求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	・1回の発行で20件ほど掲載件数が減っている。
	民間職業紹介機 関 (経営者)	求人数の動き	・紹介予定派遣や派遣の求人数が減少している。最近6か月で最も少ない。
x	-	-	-