

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)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・ 8 月はお盆休みや夏休みのピークを迎えるため、国内の家族連れや観光客の更なる増加が期待できる。欧米や台湾を中心としたインバウンドの客単価が高い傾向は定着しており、国内外の観光需要も重なって、高い売上水準が続くとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ 主要客層となる建設、建築系の仕事が中東情勢の影響によって鈍化していたが、このところ急に動き出しているという声を多く聞く。以前のように飲食店に出掛ける状況に戻れば、衣料の売上も期待できる。
	○	一般レストラン（統括）	・ 現状が良くないため、今後少し改善するとみている。
	○	一般レストラン（経理）	・ 当温泉地において 2 軒の旅館が営業を再開したため、来客数が増えるとみている。
	○	都市型ホテル（役員）	・ 夏休みに向けてスポーツ等の団体予約が好調である。一部不通となっていた観光鉄道の全線開通や新ルート開通など誘客に向けた明るい話題もあり、レジャー客の入込が期待できる。
	□	商店街（代表者）	・ 消費動向は不透明だが、複数の空き店舗が埋まると聞いており、商店街のにぎわいにつながると期待できる。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ ギフトの動きが悪い状況は変わらないが、デイリー商品は前年並みで推移するとみている。少し心配なのは暑さであり、暑い日は外出控えが目立つため注意が必要である。
	□	百貨店（販売促進担当）	・ 世界情勢がすぐには改善せず、食料品の消費税減税などの国内政策も決まらない。株価は一部しか良くなっていないため、景気が良くなる要素は非常に少ない。
	□	百貨店（販売担当）	・ 毎月のように続く商品の値上げにより物価高が止まらず、購買行動が慎重になっている。富裕層は高齢世代の購買意欲が低下している。その下の世代の富裕層では、高額なラグジュアリー商材の購入はあるが、成約後のキャンセルが増加しており、どの客層も購買行動に慎重さが増している。低価格志向の客層は多いが、低価格化には限界があり、当面は低調な状況が続くとみている。
	□	百貨店（売場担当）	・ 来客数は減少傾向だが、商品価格が上昇しているため、売上の減少は小さい。必要な物は、多少高価でも購入する傾向がみられる。
	□	スーパー（店長）	・ 世界情勢がなかなか落ち着かないため、節約志向の顧客が多いとみている。
	□	スーパー（役員）	・ 今の状態が続くとみている。ただし、10月以降は電気とガスに対する政府の補助金がなくなるため、円安と中東情勢の影響が電気代等へ反映されることを強く懸念している。
	□	コンビニ（店長）	・ 現状と変わらず、悪いままだとみている。10月には最低賃金が再び上昇し、それに伴う値上げにより、物価高は止まらないと考える。店の経営面では、人件費が 5 % 上昇すると、現在の販売単価で営業を続けることはできない。
	□	コンビニ（店舗管理）	・ 県独自の観光振興策のキャンペーン第 2 弾があり、第 1 弾と同様の効果が期待できる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 食品が値上がりし、ガソリン価格は高止まりしているため、将来について全く樂觀できない。
	□	家電量販店（店長）	・ 物価高が続いており、価格上昇が止まらない。
	□	家電量販店（店長）	・ 気温が高くエアコンなどの季節商材の販売は伸びているが、パソコンなど価格が上昇した商品の売行きが良くない。
	□	家電量販店（本部）	・ エアコンを除く耐久財の動きは、すぐには変わらない。一方で、趣味のための製品の売上は右肩上がりであり、欲しい物への投資を惜しまなくなっていることは好材料である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・ 給与がある程度増えても可処分所得が余り変わらないことが、販売量が増えない要因の 1 つとみている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・ ボーナス支給は購買意欲の向上につながるが、物価上昇が消費マインドを悪化させており、全体としては横ばいとみている。

□	乗用車販売店（経理）	・車のモデル改良が少なく、先行きはやや不透明であるが、これまでの受注状況等を踏まえ、引き続き一定水準で推移するとみている。
□	住関連専門店（役員）	・夏休みや9月の大型連休で外向き消費が活発になるため、耐久財の消費は抑制する傾向になるとみている。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今春からのリニューアルに向けた設備投資により、テナントの新規出店が増えている。新店開店の効果が年内は継続すると見込んでおり、自社の状況は変わらないとみている。
□	一般レストラン（店長）	・客が集中する日は忙しいが、全体としては平年並みとみている。
□	スナック（経営者）	・物価高が大きく影響している。内外情勢や世界的な要因などもあり、ますます客足が遠のくとみている。
□	観光型旅館（経営者）	・9月からは当県独自の宿泊応援施策があり、大型連休の日並びも良いため、夏休みから10月にかけて順調に集客できている。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・国内客については、お盆や夏休みがある8月の予約状況が低調である。夏休みは安近短で終わるとみており、地元客向けの企画を実施している。
□	タクシー運転手	・まだ暑い日が続くとみられ、熱中症を防ぐため、今月と同様にタクシーの利用は多いとみている。
□	タクシー運転手	・客の景気が良くならないと、乗客数が増えることはない。早期の景気回復を期待している。
□	通信会社（営業担当）	・ボーナス時期も重なり来客数は多いようだが、販売量は前年と比べて大きな変化がみられない。
□	通信会社（役員）	・新規契約獲得数が前年同期並みで推移するとみている。
□	テーマパーク（役員）	・3か月先の予約状況は、全体として前年同月と同じ水準になっている。
□	競輪場（職員）	・中東情勢の影響による先行きの不安定感を取り除かれつつあるが、依然として物価高や円安が続いているため、消費者は娯楽産業への支出に対して引き続き慎重になるとみている。
□	美容室（経営者）	・賃金の伸びが物価高に追い付くには、まだしばらく時間が掛かるとみている。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・世界情勢を含めて、景気が上向くような明るい兆しがみえない。また、商品の値上げが続き、消費者の買い控えも多く、景気は上向かない。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・物価上昇による買い控えが長期化するとみている。繁忙期の一時的な需要はあるが、最近はその反動が激しく、繁忙期後の停滞期間が徐々に長くなっている。
▲	スーパー（仕入担当）	・9月、10月に大きな価格改定が予定されているため、買い控えや様子見状態になると考える。外食から内食へシフトする可能性もあるが、景気は下向きになるとみている。
▲	コンビニ（店長）	・最低賃金の引上げはパートタイム従業員にとっては前向きなニュースだが、個人経営の店舗にとっては負担が重い。中東情勢の影響による原価の上昇と併せて、苦しい風向きが続くことは避けられない。
▲	衣料品専門店（経営者）	・在庫量が少ないため、残暑が続くと売上が維持できない。
▲	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続いており、良くなる要素がない。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・例年、中京方面からの団体予約が多い時期だが、今年はアジアのスポーツ大会が9月19日から10月4日まで名古屋で開催されるため、旅行用のバスが不足し、受注がなく厳しい状況である。
▲	旅行代理店（従業員）	・石油市場の動向と全体的な旅行費用の増加が影響し、景気はやや悪くなるとみている。
▲	通信会社（職員）	・円安による物価高騰が経済の閉塞感につながるとみている。
▲	通信会社（役員）	・中東情勢に不透明感が漂い始めている。円安や原油価格高騰による物価上昇が続き、サービス提供に必要な設備や備品の価格上昇や供給不足につながることを懸念している。
▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（経営者）	・物価やエネルギー価格が高騰している。

企業 動向 関連 (北陸)	▲	住宅販売会社（従業員）	・ 建築件数は間違いなく減る方向だが、建築単価が高いため、売上は前年と同程度かそれ以上になるとみている。新たな住宅地の供給を行っており、今後は住宅展示会での集客に力を入れて、顧客を獲得していく。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・ 当面の間、建築資材の高止まりは続くともっている。また、金利上昇などの影響も懸念している。
	▲	住宅販売会社（営業）	・ 多くの取引業者からの値上げ要請が続いており、販売価格に転嫁せざるを得ない。値上げをすれば、売上に影響することは避けられず、ますます身の回りの景気は落ち込むとみている。
	×	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ 現在の状況はまだ続き、良くならないとみている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・ ニュースを見ても、景気が良くなる様子が全くない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・ 金利や住宅価格の上昇などにより、新築住宅の販売は厳しい。リフォームは受注計画を上回っているが、部材や人件費の上昇が続いており、今後の受注は減少するとみている。
	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・ 受注量はやや良くなるとみている。
	○	建設業（経営者）	・ これから公共工事が発注される時期になるため、建設業界は景気が良くなるとみている。
	○	輸送業（経理）	・ 軽油の価格次第で、今期の数字が大きく上振れる可能性がある。
	○	不動産業（経営者）	・ 少しずつではあるが、法人客の動きが出てきている。
	○	税理士（所長）	・ 受注残を抱えている顧問先が多く、少なくとも年内は好況とみている。ただし、中東情勢が終結したわけではなく、不確実な要素がある。
	□	食料品製造業（経営企画）	・ 最近の原料価格や様々なコスト増加を吸収するため、秋口以降に値上げをする予定である。しかし、ここ数年は毎年のように値上げをしており、販売量の減少は避けられないとみている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・ 二輪車用部品は、欧州市場向けを中心に受注が好調に推移している。一方、自動車用部品は中国市場における日系自動車メーカーの販売不振、産業機械用部品は北米市場での受注低迷のため、全体として業績の伸びは限定的である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 夏季休暇の影響は多少あるとみられるが、新規案件の引き合いが若干減少傾向である。夏季休暇明けから9月にかけての新規引き合い件数の傾向を注視している。
	□	輸送業（管理会計担当）	・ 輸送する物量に大きな変化はないと見込んでいる。
	□	通信業（営業）	・ 株価の下落や円安傾向は続くが、2～3か月後の景気への影響はないとみている。しかし、11月の米国中間選挙の結果は景気に影響を与えるとみている。
	□	金融業（融資担当）	・ 中東情勢の影響により先行きは不透明であり、資材価格等は高止まりしているが、ある程度は織り込み済みとなってきている。現状のコストを前提として価格交渉を行う動きもあり、時流から取引先が値上げ要請に応じるようになってきている。
	□	司法書士	・ 飲食業や建設業の売上は悪くないが、人件費や材料費の価格転嫁ができないため利益が出ず、人手不足により営業時間を短くせざるを得ないため利益につながらないと聞く。
	▲	繊維工業（総括）	・ これまで好調であったスポーツやアウトドア用途の製品に一服感がみられることに加え、中東情勢は最終合意までの道筋がみえず、先行きが不透明である。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・ ナフサは確保できたが、全体的な物価上昇により消費マインドが悪化するとみている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・ 石油製品の不足への懸念による需要が発生しているが、実需ではないようである。仮需要であるため、その反動で減少するとみている。
	▲	建設業（役員）	・ 受注価格の上昇により、受注量が減少傾向になるとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・ これまでの物価高により費用負担が増加し、中小企業は疲弊している。国内での更なる金利引上げや不安定な国際情勢など外部環境は厳しく、中小企業の淘汰が進むとみている。
	×	—	—

雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 求人数が増加している。
	□	職業安定所（職員）	・ 中東情勢の影響について懸念する事業所はあるものの、7月は新規求人件数が今年度初めて増加している。ただし、今後の状況については引き続き注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・ 物価上昇や中東情勢の影響について、引き続き注視していく必要がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・ 人手不足が深刻な状況である。求人への動きは業界によってばらつきはあるが、大きな動きは見られない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・ 中東情勢や物価高の影響に対する不安が大きい。派遣登録者数が伸びる要素はないため、大規模な優良派遣先企業の開拓や求職者市場の変動がない限り、状況は良くならないとみている。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・ 諸経費の高騰や資材の調達難が一層進み、価格転嫁ができない製造業等は利益が確保できず、内部留保の切り崩しや倒産が増えるとみている。
	×	—	—