

ほくりくのさくらレポート



2015年7月6日
日本銀行金沢支店

北陸地域における消費関連企業の最近の販売動向と事業戦略

1. 北陸地域における消費関連企業の販売動向

(1) 業種別・地域別の動向

- ・ 北陸の個人消費は、業種によるばらつきがみられるものの、雇用・所得環境の改善に加え、北陸新幹線金沢開業効果やインバウンド消費の増加もあって、持ち直している。
- ・ 北陸新幹線金沢開業による観光客の増加は、ホテル・旅館や飲食店、百貨店の土産物売り場やレストラン、旅行会社等のほか、新幹線駅周辺のコンビニエンスストアや各種専門店（衣料品、書籍）等の売上が大きく押し上げており、これが当地の消費活動を活性化させている。また、各種コンベンションの増加も、交流人口の増加を通じて、当地の宿泊や飲食、土産物需要の増加に大きく貢献している。もっとも、同じ企業の店舗でも、新幹線駅周辺と郊外店等とでは売上の動向に差があり、後者の店舗では新幹線開業効果はなかなか実感できないとの声も聞かれている。
- ・ 地域別にみると、新幹線駅近辺や周辺の観光・宿泊施設等では観光客増加の恩恵を大きく受けて売上が急増している（ないし稼働率が大幅に上昇している）。また、レンタカー・バス等の二次交通手段を使った周遊観光も増加し、北陸新幹線金沢開業効果は石川・富山両県だけでなく、隣接する福井県嶺北地方、岐阜県飛騨地方等へも広がっている。特に、能登半島・輪島を舞台とするNHKの朝の連続テレビ小説「まれ」の放映開始により、能登地域への観光客入込みが増加している。
- ・ こうした中、北陸新幹線金沢開業は地元消費者のマインドを改善させることを通じ、間接的にも域内消費を押し上げている。

(2) 顧客属性別の動向等

- ・ 顧客属性別にみると、メリハリ消費の傾向がより明確になっている。富裕層やアクティブ・シニア層等では、株価上昇もあって宝飾品やクルーズ旅行などの高額消費が活発であるほか、趣味・健康（ゴルフ、アウトドア、スポーツクラブ等）への支出意欲も旺盛である。また、所得増加を受けて、勤労者世帯の一部でも「節約志向が幾分和らいでいる」（スーパー）ほか、若年層の一部でも「価格帯が高めの良質な商品を購入する傾向が

高まっている」(衣料品販売店)という声が聞かれている。ただし、一部の先からは、「節約志向が根強く残っている」(レンタルショップ)、「低価格志向が一段と強まっている」(スーパー)との声も聞かれている。

(3) インバウンド消費の動向

- 当地でもインバウンド消費は百貨店・スーパーや衣料品販売店、ホテル・旅館、日本料理店等で大幅に増加しており、新幹線開業効果と相まって、当地の消費活動を一段と押し上げている。

2. 最近の消費関連企業の販売戦略・価格設定行動

(1) 最近の販売戦略の特徴

- 消費持ち直しの牽引役となっている観光客や富裕層、インバウンドの需要をさらに取り込むため、当地企業では顧客ニーズが強い品物やサービスの提供に一段と力を入れている。具体的には、観光客やインバウンドの需要が強い地酒や伝統工芸品、地場食材・食品などの品揃えを拡充する企業が多くみられるほか、自社の商品・サービスをより良く(広く)理解してもらうため、HPや案内板、館内放送など情宣活動を見直す(強化する)先も少なくない。また、富裕層向けに新企画の旅行商品を投入したり、オンラインショップを新設して新たな顧客を取り込む動きもみられている。
- この間、需要増加に対応するため、レストラン、温泉旅館等では店舗・施設の新設や拡充に踏み切る先もみられている。また、当地では、夏場にかけて、大型のアウトレットモール、ショッピングセンター、ディスカウントストアなどが相次いで新規出店する予定である。

(2) 価格設定行動

- 為替円安に伴う輸入原材料価格や人件費など様々なコストが上昇している中、企業は足もとの需要の強さをみながら、慎重に価格転嫁を進めている。具体的には、観光客向けに需要が強含んでいる伝統工芸品やホテル・旅館では、価格改定や値引き幅の縮小により収益を改善させているほか、スーパー等でも、安全・健康志向など消費者のこだわりを捉えた品質重視の取り組みで値上げや値引きセールの削減を行っている。
- 一方、価格転嫁できるほど需要が強くない品物・サービスでは、「客離れを招く危険性があるため、価格転嫁できない」(レストラン)、「需要を喚起するため、新たに低価格商品を開発中」(洋菓子店)といった声が聞かれている。

(3) 中長期的な事業戦略

- ・ 人口減少により現在の延長線上での事業モデルでは需要の先細りが避けられないとの認識の下、足もとの北陸新幹線金沢開業に伴う需要増加効果を持続させるため、これまで接点のなかった他業種や隣県企業との連携（コラボ商品の開発等）に乗り出す企業や、事業拡大を企図した設備投資に踏み切る先がみられている。もっとも、事業拡大を図ろうにも様々な職種で人手が不足しているほか、食材（酒米、加賀野菜等）などで足もとの需要増加に供給が追いつかないといったボトルネックの発生が、企業の前向きな事業活動の制約要因となる可能性を危惧する声も聞かれる。

3. 先行きの見通し

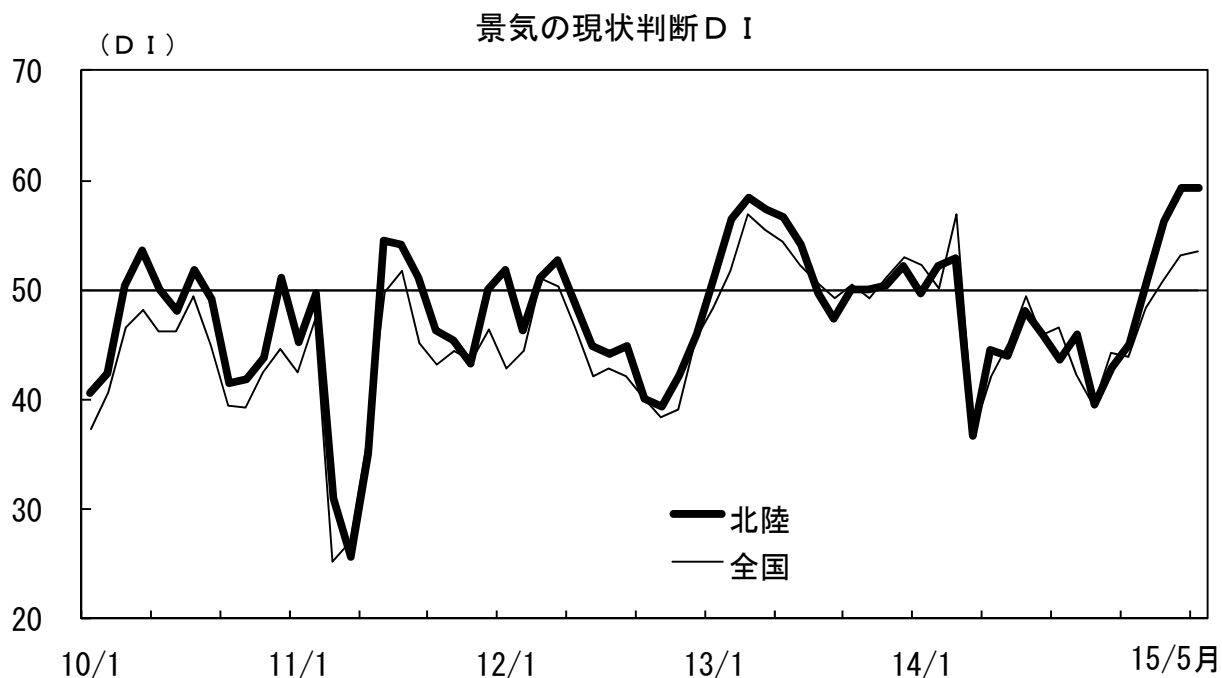
- ・ 当面、当地の個人消費は北陸新幹線金沢開業効果等から堅調に推移する見通し。新業態を含む大型小売店の相次ぐ開業により、企業・店舗間の競合は厳しさを増すとみられるものの、集客力の向上等から当地全体でみた消費活動はさらに活性化していくと思われる。
- ・ ただし、人手不足感は一段と強まっており、パート・アルバイトの時給も上昇傾向にある。雇用・所得環境の着実な改善は消費を押し上げる方向に作用する一方、人材確保難も含めた供給制約が顕在化するリスクに注意していく必要がある。

以 上

本件に関するお問い合わせは、日本銀行金沢支店営業課・広報担当（電話 076-223-9522）までお願いいたします。なお、本ペーパーは日本銀行金沢支店のホームページ（<http://www3.boj.or.jp/kanazawa/>）でもご覧いただけます。

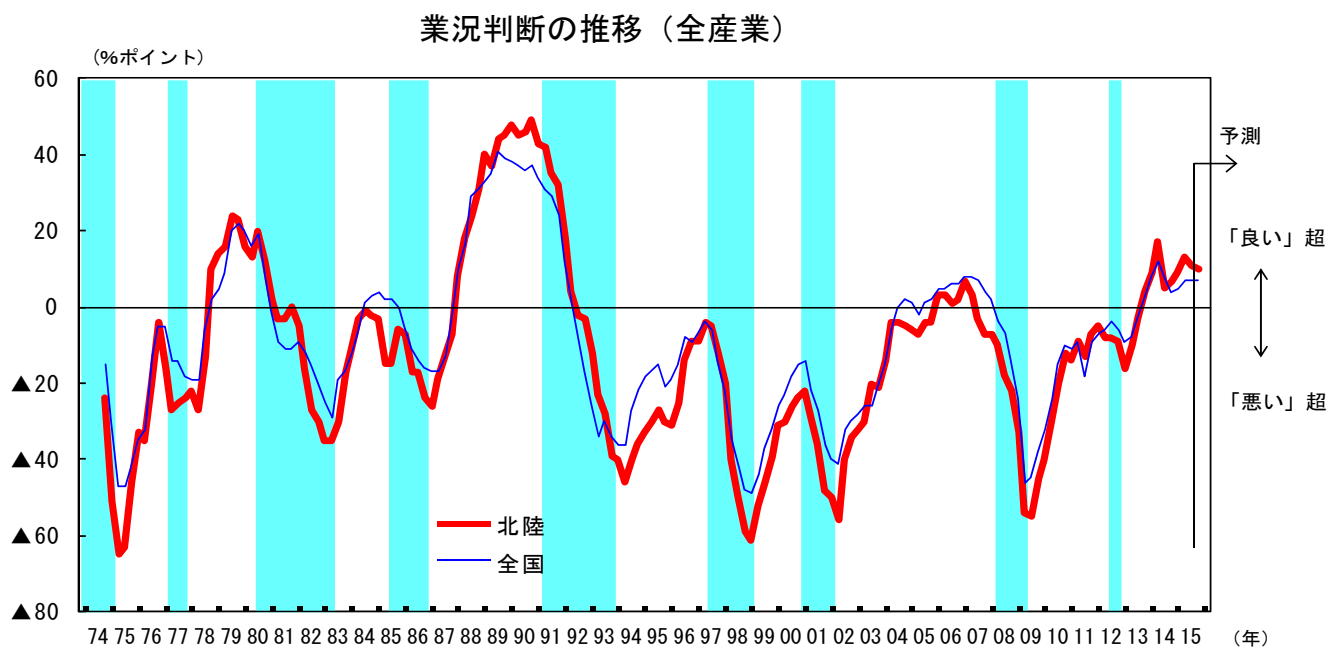
本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行金沢支店までご相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

▽ 景気ウォッチャー調査 (家計動向関連)



(出所) 内閣府「景気ウォッチャー調査」

▽ 短観



(注1) シャドーは景気後退期 (内閣府調べ)。

(注2) 調査対象企業見直し直前の調査回については、見直し前の旧ベース。

(出所) 日本銀行金沢支店「北陸短観」、日本銀行「全国企業短期経済観測調査」