

6. 北陸（地域別調査機関：（財）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 | 良くなる やや良くなる | 通信会社（社員） | ・携帯電話の新機種が発売を近く予定している。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・春物のトレンドはまだ絞り込めていないものの、ヤングキャリア層の関心は春物に移っており、トレンチコートなどを中心に春物の動きが既に始まっている。 ・制服を廃止した企業が増えているため、今まで北陸で弱かったシャツやブラウスなどの動きが例年よりも良くなることが予想される。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・12月末に酒の販売を始めたため売上は5%程度上昇しており、暖かくなるにつれ売上が期待できる。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・光ディスクメディア、DVD、パソコン用などのサプライ品、消耗品の売上が前年比倍増した。その他、デジカメメモリ、USBメモリーなども好調に売れている。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・ハイブリッド車の受注は相変わらず好調で、店頭への来客数も多い。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・新しいもの、珍しいもの、独創性のあるメニューの提供により、来客数の増加が期待できる。 ・消費者は鳥インフルエンザ、BSEなど食肉に対する不安を持っているため、外食産業としては多少の心配はある。 |
| | 変わらない | 旅行代理店（従業員） | ・SARSや鳥インフルエンザなど悪い要素もあるが、2月から上海向けのチャーター便が動くため期待できる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・バーゲンの時期になっても、若者以外の客はほとんど買物に来ない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・冬物が低迷し、春物の購入が前倒しになったことから、2月から3月にかけての春物の実売期に向けて、商品量の確保が心配である。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・ファッションは全般的に今までのカジュアル志向からエレガンス志向に変わりつつあり、春物の手ごたえを若干感じている。一番懸念されるのは消費税総額表示の消費者に対するイメージであり、この点から景気の先行きはまだまだみえにくい。 |
| | | スーパー（店長） | ・BSEや鳥インフルエンザの問題は食品スーパーに大きな影響を与えている。牛肉問題は客が慣れていて微減にとどまったが、鶏肉は初めての情報で客に戸惑いがあり、中国での発生が加わったことから一挙に落ちこんだ。逆に豚肉は増加したが、食肉全体では落ちこんだ。魚は多少プラスになっている。 |
| | | スーパー（店長） | ・店内を見回しても客はなかなか購買に至らない。入店各社も同様で、この傾向が依然続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費傾向はやや良くなっているが、4月に消費税の総額表示が実施されたときに消費者がどのように反応するかが問題である。消費者が将来の消費税率引上げの一段階としてとらえると影響が大きい。 |
| | | スーパー（店長） | ・食品は鳥インフルエンザやBSE問題の影響で、原価が上がり、また売上は多少ダウンしているが、需要は豚肉や水産関連へ移行している。 ・衣料は核になるトレンドが少なく、トレンチコートなどは若干売れているが、今後大きな期待は持てない。 |
| スーパー（営業担当） | ・今後、来客数は現状を維持できるが、単価や買上点数は伸びる要素が見付からない。 | | |
| コンビニ（経営者） | ・雇用問題や年金問題などで、若い世代も年配の人も財布のひもが固くなりがちである。景気は底を打っているが、金離れがどうしても悪い。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・消費は低価格品、バーゲン品に大きく偏っている。 | | |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・正月のイベントにおける来場者数や販売量は前年と比較してほとんど変わっていない。この先も変化する兆しが見えない。 | | |
| 住関連専門店（店員） | ・店側から仕掛けづくりをしないと、売上増加は望めない状況が続いている。客の買物の仕方はまだ厳しさが続く。 | | |
| 高級レストラン（スタッフ） | ・2月は全店でキャンペーンを実施し、3、4月は最大の繁忙期で春プランを打ち出しているが、例年のペースで受注が入ってきている。 | | |

| | | | | |
|--------|--------|-----------------|--|---|
| | | スナック（経営者） | ・常連客の中で複数の製造関係の会社が工場の増築に踏み切る反面、複数の個人、小規模会社が間もなく廃業するなど、事業展開はますます二極化している。 | |
| | | 観光型旅館（スタッフ） | ・1月の実績は前年を上回る見通しで、2、3月も前年を上回る予約を保有している。ただ、4月以降はまだ数字がみえない。 | |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊、レストランの通常営業は前年同期を上回る見込みである。婚礼の受注件数は、カジュアル志向の高まりでゲストハウス施設に流れたため前年を大きく下回り、全体でも下回る見通しである。 | |
| | | テーマパーク（職員） | ・2、3か月先には大口の団体ツアーの予約があり、順調な来客が予想されるが、その他の団体、グループ客の動きが鈍く、周辺の温泉旅館の予約状況も悪いいため、全体としては今後変わらない。 | |
| | | 競輪場（職員） | ・来場者数は冬期間でもあり、天候に左右され、売上は低迷傾向にあるものの、客単価の変化がなく、ほぼ一定額を維持している。 | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・内見会などでは春から住宅建設を考えている人が多く見受けられるが、実際の契約となると客も結構厳しい。また、ローン控除を意識して年内の建築を考える人が増える傾向もあるが、最終契約に持ち込めるケースは前年並みとはいかない。 | |
| やや悪くなる | | 商店街（代表者） | ・2月から商店街の再開発工事に着手するため、来客数が落ちる。 | |
| | | 百貨店（営業担当） | ・百貨店における春に向けてのヤングファッションのヒットアイテムが、メーカー等の展示会に行ってもはっきりみえてこない。 | |
| | | 家電量販店（店長） | ・来客数や客単価の回復がみられず、下降したままの状態が続く。 | |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・4月からの予約数が悪い。浜名湖で開催される花の博覧会が予約数にどう影響するのか心配である。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・昨年まで何とか好調だったヘアカラーであるが、最近では色の明るさがトーンダウンし、変化が目立たないため、来店サイクルが長くなっている。今後、苦戦が予想される。 | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・大雪の影響で受注活動が一時的にせよ停滞した。タイミングが失われたために、客に対する詰めができず、このマイナスはすぐには取り戻せない。 | |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（店長） | ・4月から消費税の総額表示が実施されるが、売価を簡単に上げていくため、利益の確保が難しくなり、企業体質が弱まる。 | |
| 悪くなる | | タクシー運転手 | ・運転代行業者も2種免許が必要になるため、代行業者がタクシー業界に参入する傾向があり、既に数社がタクシー申請を行った。供給がますます過剰となり、競争が激化する。 | |
| | 企業動向関連 | 良くなる | 一般機械器具製造業（経営者） | ・取引先からの要求がますますエスカレートしている。最近では価格よりも納期が厳しい。12、1月に引き合いのあった製品の納期が3、4月に集中している。 |
| やや良くなる | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・単価は安いものの、受注は増加傾向にあり、操業は増える。 | |
| | | 電気機械器具製造業（経理担当） | ・デジタル家電向けの製品が増加している。今後製品価格が下がるため、数量的にはますます増加する。 | |
| 変わらない | | 化学工業（営業担当） | ・取引先のドラッグストア、量販店では消費者の低価格志向にこたえるため、値下げ要求がエスカレートしている。 | |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・2、3か月後の注文の予約状況をみても、現状と変わらない。 | |
| | | 精密機械器具製造業（経営者） | ・本来3、4月は春の商戦に向けて仕事量が増えていく季節であるが、現状は例年のペースからみて増え方が少ない。また、良いメーカーは比較的多くの仕事を抱えているが、悪いところは相変わらず少ないままで低迷しており、この傾向が今後更に広がる。 | |
| | | 輸送業（配車担当） | ・低下した受注価格がまだ上がってこない。 | |
| | | 通信業（営業担当） | ・次世代携帯電話への切替えは進んでいるが、毎月の利用料金の減少や他社の攻勢によって、トータルでは変わらない。 | |
| | | 不動産業（経営者） | ・同業者の新年会で、先行きは期待できないという見方が多い。 | |
| やや悪くなる | | 悪くなる | 建設業（経営者） | ・同業各社では3月の年度末の公共工事が減少し、4月の入金が少ない結果、運転資金に支障を来す。4月以降、建設業では倒産が続出する懸念がある。 |

| | | | |
|----------|--------|----------------------------------|--|
| 雇用 関連 | 良くなる | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・昨年以降、求人件数の動きが前年を大幅に超えており、東京、大阪、名古屋など都会地も良くなった。 |
| | やや良くなる | 求人情報誌製作会社 (編集者) | ・今春オープンする地元の駅前再開発や大型ショッピングセンターなどの求人ニーズが期待できる。 |
| | | 職業安定所 (職員) 民間職業紹介機関 (経営者) | ・求職者の減少傾向が顕著である。 ・好調な決算が予測される自動車部品メーカーなどではこの勢いが持続する。また、大手電気メーカーが地元で大型工場を建設するため、多くの雇用確保が期待できる。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社 (社員) | ・求人、求職の動きに大きなものがみられず、特に景気に大きな影響を与える要素が見受けられない。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・パート求人や派遣、請負求人が増加傾向にあり、求人が量的に増えても質的には変わらない。 |
| | やや悪くなる | - | - |
| 悪くなる | - | - | |