

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	-	-	
		コンビニ（店長）	・タスポカード効果によるたばこの店頭売上増加は当分続く。	
			通信会社（役員）	・8月の北京オリンピック開催を控え、テレビメーカー・家電量販店がデジタルテレビの宣伝・販売を強化しており、この購入者からデジタル契約の獲得が期待できる。
	変わらない		百貨店（営業担当）	・7月末の水害による消費マインドの低迷に加え、8、9月は残暑が厳しいとの予報があり、夏物衣料の買い足しや秋物衣料へのシフトが難しい。
			スーパー（店長）	・客は相次ぐガソリン価格の値上げにも慣れ、支出を締める習慣ができています。お盆にしても、良い品を必要最小限に絞って買うという態度が続く。
			コンビニ（経営者）	・7月の売上は前年比112%、来客数は同116%と増加しており、この流れは当分変わらない。
			コンビニ（経営者）	・たばこを扱う店ではタスポカード効果で売上が増加しているが、取り扱っていない店の売上は減少傾向が続いている。全体として売上は増えない。
			コンビニ（経営者）	・タスポカードの申込がそれほど増えていないため、当面はたばこの店頭売上増加が続く。しかし、各商品の値上げによるマイナス要素があるため差引きで変わらない。
			乗用車販売店（経営者）	・車の売行き、車種、台替動機などはガソリン価格の動向に大きく左右される。年間の走行距離が多い地方、特に田舎へ行くにつれ、この傾向が強くなる。
			乗用車販売店（営業担当）	・新型車が登場した割には、来場者や販売台数があまり変わらず、この傾向は今後も続く。
			その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・客が住まいの近くで買物をする傾向が見られる。しかし、先行き不安から支出を締める態度は変わらない。
			高級レストラン（スタッフ）	・郊外立地で店舗規模が大きく、高単価となっているが、ガソリン高や消費低迷のなかで有効な打開策は見つからない。
			都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン利用客は回復しているが、一時的なものが、「安・近・短」による需要回復なのか、見極めができない。
			通信会社（社員）	・販売量の増加につながるサービスなどが新たに登場する予定がない。
			通信会社（営業担当）	・7月のボーナス時期は携帯電話の販売台数の伸びが例年に比べ悪く、今後も期待できない。
		競輪場（職員）	・全体的な売上と収益を確保するため、開催日数を増やす対策を予定している。	
		その他レジャー施設（職員）	・暑い夏のため、ドリンクの販売数が伸び、飲食部門は上昇傾向にあるが、高単価のマッサージの落ち込みが大きい。当面は現状が続く。	
	やや悪くなる		商店街（代表者）	・物価が上昇し、可処分所得が次第に減っているなかで、消費者は生活防衛に入っている。景気も下降気味で、今後の売上増加は難しい。
			商店街（代表者）	・明るい材料が一向に出でこない。ガソリン高が様々なところに影響し、客は守りの姿勢を強める。
			商店街（代表者）	・来月には更なるガソリンの値上げが予想されており、地方ではより一層家計に響く。この影響が他の消費に及んでくる。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・ガソリンを始めとする諸物価の上昇に加え、食品の偽装表示が食品を扱う業種で深刻な問題として続く。	
		百貨店（営業担当）	・消費者は食費の節約に躍起になっており、一方、メーカーでは原材料高から余分な物は一切つくらないという態度である。消費も供給も縮小に向かう。	
		百貨店（営業担当）	・婦人衣料は晩夏物と初秋物の販売に入っているが、客はなかなか目を向けてくれない。当面は販売員と客のきずだけに頼る販売となる。	
		百貨店（売場担当）	・来客数の減少に加え、客の価格に対する厳しい態度から客単価も落ちており、この傾向は今後も続く。	
		スーパー（店長）	・食品の偽装や値上げラッシュで、消費者の購買意欲が下がる。	
		スーパー（総務担当）	・消費者はガソリン価格高騰や諸物価の上昇により生活防衛に走り、消費を減らす。	
		家電量販店（店長）	・客の生活防衛意識は依然高く、高単価商品の動きは今以上に鈍る。	

	観光型旅館（経営者）	・ガソリンや食品の価格上昇による旅行意欲の減退が今後も心配である。また、東海北陸自動車道の開通による人の流れが、当地には逆風になることも考えられる。	
	観光型旅館（スタッフ）	・7～9月の予約保有は前年並みであるが、10月は前年を下回っており、秋以降の予約に不透明感がある。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・予約の状況は前年より悪く、苦戦が予想される。	
	旅行代理店（従業員）	・物価上昇により個人消費が余暇・レジャーにまで回らない。また、旅行代金も値上がり傾向にあり、マイナス要因となる。	
	タクシー運転手	・秋口からの観光シーズンに入っても、客の節約ムードが強く、タクシー利用が見込めない。客が夜の繁華街へ出掛ける回数も次第に減少していく。	
	通信会社（営業担当）	・現在、旧シリーズ携帯電話の値下げが実施され、販売につながっている。しかし、この在庫がなくなれば、新機種がメインとなり、販売数の低下が見込まれる。	
	パチンコ店（店員）	・最近、リース会社が契約を結んでくれそうな感触になってきたが、この案件が進まないとい今後の資金繰りが大変である。	
	住宅販売会社（従業員）	・資材の高騰など住宅メーカーとしては我慢の限界に来ている。収益状況も悪化しており、価格転嫁に踏み切らざるを得ない。	
	住宅販売会社（従業員）	・地元ゼネコンの倒産の影響がこれからも出てくる。	
悪くなる	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・地元の大手ゼネコンが民事再生法の申請をしており、この影響が出てくる。また、水害で地元の温泉街、茶屋などが大変な被害を被った。大手温浴施設の閉館も決まり、先行きは全く暗い。	
	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・全社的に見ても、今後の見込みや引き合い予定が例年になく少ない。また、原油の高騰などで追い打ちが掛かる。	
	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・8月以降も諸物価が値上がりし、来客数は増えないばかりか、客単価の低下が続く。	
	スーパー（店長）	・ガソリンを始めとする物価上昇、給与所得の実質減少など、消費にマイナスの要素しか見られない。特に客の態度は食品に対して厳しくなる。	
	スーパー（店長）	・今後もガソリンや原材料の高騰による商品価格上昇が続き、消費者は更に節約に向かう。地元でも倒産やリストラという声が大きく聞こえる。先行きに閉塞感があり、即効の回復は予測できない。	
	スーパー（営業担当）	・食品の値上げが順次予定されている。加えて、毎月初めにガソリンの値上げが実施されているため、客の消費マインドが低下し、買上点数も落ちていく。	
	衣料品専門店（経営者）	・客の不景気感が強く、財布のひもは固い。特に高額商品では極めて悪い。単価の安い物はそれなりに動いているが、それでも前年よりは悪い。厳しい現状はまだ続く。	
	自動車備品販売店（従業員）	・客は将来の生活防衛に懸念であり、車離れが更に進む懸念がある。	
	スナック（経営者）	・一部の客を除いて、経営が厳しいという話題が多く、先行きに明るさを感じられない。	
	旅行代理店（従業員）	・9～11月の団体旅行の受注は大幅ダウンの見通しである。また、団体1件当たりの売上が縮小傾向にあり、企業からは出張旅費の削減方法について提案を求められている。	
	テーマパーク（職員）	・個人客の利用は例年に比べ悪いが、中でも家族旅行が少ない。客の財布のひもは固く、消費単価は減少傾向にある。今後の予約状況はますます厳しい。	
		住宅販売会社（従業員）	・原材料高による住宅価格の上昇がまだ顕著になっていないにもかかわらず、客の住宅購入態度は慎重である。また値下げ要求も強くなっている。
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・短期的対応策として製品価格の値上げを進めており、計画通りに進めば改善効果が望める。ただ値上げによる消費量の減少がどこまで拡大するかにより、効果は大きく左右される。
		金属製品製造業（経営者）	・2、3か月先の受注状況は増加傾向にある。
	税理士（所長）	・原油高や原材料高などの悪材料が出尽くし、取引先では独自に工夫しながら徐々に回復に向かっているように見える。消費財の値上げや下手な景気対策がない限り、民間企業は状況が安定すれば自立的に上昇する。	

雇用 関連	変わらない	一般機械器具製造業 (経理担当)	・原材料価格の更なる高騰が予想され、商品末端価格の値上げが避けられず、消費にも影響が出てくる。	
		精密機械器具製造業 (経営者)	・国内向け商品の受注水準は以前に比べ低いレベルであるが、低価格商品の受注量は増えている。全体的にはこのままの状況が当分続く。	
		不動産業(経営者)	・同業者の情報では、今後の法人案件は全くなく、個人でわずかながら見られる程度である。	
	やや悪くなる	繊維工業(経営者)	・今後に明るさが見えず、受注の確保が難しい。加えて、電気料金の値上げも予想され、コスト面での圧迫が続く。	
		一般機械器具製造業 (総務担当)	・原油価格は高騰し、資材も値上がりしているが、製品価格への上乗せが難しい。このまま販売できたとしても利益は圧迫され、受注の見通しも楽観できない。	
		電気機械器具製造業 (経理担当)	・携帯電話関連の売上は横ばいもしくは微減で推移し、自動車関連では特に電装品を多く付けた車種の売上減少が予想される。	
		金融業(融資担当)	・建設業での大型倒産や河川はんらんによる災害の影響が関連企業に響いてくる。	
		金融業(融資担当)	・原油価格の高騰を理由とする各種物価高がマイナス要因である。	
	悪くなる	繊維工業(経営者)	・周辺で信用不安が出始めている。	
		建設業(経営者)	・2009年度予算の公共事業費圧縮は、疲弊の極みにある地方建設業者の経営意欲をますます失わせる。廃業しようにも借金のため廃業できない業者、名前だけで建設業とはいえない業者などが、資金繰りだけのダンピング入札に向かい、まともな建設業者は廃業せざるを得ない。	
		建設業(総務担当)	・主要な工事資材の価格上昇が収まらず、特に鉄骨等の納期が長期化し、ますます厳しい状況が見込まれる。	
		輸送業(配車担当)	・今後、原油価格の急激な低下は考えられず、物価高による消費者の購買意欲の低下が懸念される。	
		司法書士	・老舗の建設業倒産の影響が懸念される。また外車販売業、建設資材販売業等の取引先から“体力の限界”を耳にすることが多い。	
		良くなる	-	-
		やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・派遣需要件数は減少しており、また企業の人件費削減傾向も強くなっている。	
		民間職業紹介機関(経営者)	・企業ではコストアップの対応策として、当面は人、物、設備投資を控える。	
	やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・派遣需要の低迷に加え、今後、規制強化の動きが予想され、派遣業界全体が厳しい状況に置かれる。	
		職業安定所(職員)	・新規求職者数の増加、新規求人数の減少などから、有効求人倍率は下降気味に推移しており、当面はこの状態が続く。	
		職業安定所(職員)	・このまま原材料の高騰が続けば、今まで持ちこたえていた企業も厳しい状態に陥り、求人数が減少する。	
	悪くなる	新聞社[求人広告] (担当者)	・原油高は企業の体力を奪い、また家計にも響いており、消費減退に歯止めが掛からない。	