

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 | 良く なっている | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・月初は低調な動きであったが、中旬以降は特に週末や祭日の前日を中心に忘年会などで活気があふれ、売上も増加した。 |
| | やや良く なっている | 都市型ホテル （スタッフ） | 販売量の動き | ・建物のリニューアル効果により、宿泊部門を除きレストラン、宴会部門が好調であった。 |
| | | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・官民挙げての地上デジタル放送推進のアナウンス効果もあり、ケーブルテレビの新規とデジタル移行契約件数は最も多かった前年を上回った。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・携帯電話の新機種の発売に伴い、来客数が増えているが、値下げした旧機種の購入比率が高まっている。また、プランの見直しや使用中の端末の修理など、維持費を極力安くする動きも目立った。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔精肉〕（店長） | 販売量の動き | ・競合メーカーの特殊要因により、歳暮商品の売上は伸びているが、全体的に景気が良いとは言えない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・来客数に回復の兆しはあるが、販売量、売上は改善されていない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | 単価の動き | ・価格競争が激しく、収支を償える利幅が確保できない状態が続いている。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・常連客の貸切りにより、売上は例年並みを維持したが、中小企業の客の予約はなく、個人客も減少している。また同業者が何軒も廃業している。 |
| | やや悪く なっている | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員） | お客様の様子 | ・小売部門は前年の売上を大きく上回っている。自宅を正月を過ごそうとする人たちの増加が影響している。反面、業務用卸部門は宴会等のキャンセルで伸び悩んでいる。 |
| | | スーパー（営業担当） | 販売量の動き | ・来客数は前年並みであるが、1人当たり購買量が減少している。 |
| | | スーパー（副店長） | 単価の動き | ・来客数は前年の101%、客単価は同98%となり、3か月前と比べ若干悪化している。 |
| | | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・クリスマスケーキやおせち料理の予約件数が減っている。客に声を掛けても効果がなく、安い店や量販店へ足が向いている。 |
| | | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・一部の店ではライバル店の撤退により来客数が増加しているが、他の店では売上が減少している。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | 販売量の動き | ・11月から売上が減少しているため、12月は利幅を抑えた販売により集客を図った。しかし、来客数は前年比100.6%と微増に終わった。 |
| | | 一般レストラン（店長） | 来客数の動き | ・売上、来客数共に前年に比べ1割程度減少している。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・売上は前年を若干下回る程度で推移しているが、土・日曜日と夜は来客数が減少している。ガソリン、灯油等の値下げにより、懸念していた冬期の光熱費増加が回避された。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・忘年会の件数が例年より少なく、年末年始の予約件数もキャンセルなどで、例年の9割程度である。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・宿泊客、レストラン利用客が減少し、忘年会の利用も低調である。クリスマス期間の来客数も伸び悩んでいる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・忘年会の取消しに続き、来年度の職場旅行・研修旅行を中止する企業が出てきた。 |
| | | 通信会社（職員） | それ以外 | ・ケーブルテレビを利用している集合住宅の客の解約が増加傾向にある。今後、関連サービスの売上減少が懸念される。 |
| 通信会社（営業担当） | | 販売量の動き | ・携帯電話市場は飽和状態が続いている。来客数の減少に伴い、販売量も激減している。折込チラシの効果も低下し、客は商品を手に取っても購入しない。 | |
| 競輪場（職員） | | 単価の動き | ・例年、12月は1人当たりの車券購入額が上がる傾向にあるが、今年は11月と変わらなかった。 | |
| その他レジャー施設（職員） | お客様の様子 | ・景気の悪化により、今年度の新規入会者数が前年に比べ大幅に減少している。 | | |
| 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・例年、多忙になるのが当たり前の12月であるが、来客数は通常月とほとんど変わらなかった。 | | |

| | | | |
|-------------|-------------------|--|---|
| | 住宅販売会社 (経営者) | お客様の様子 | ・潜在的な客の動向にも明るさが見えない。 |
| | 住宅販売会社 (従業員) | 来客数の動き | ・例年、12月でも天候が良ければ展示場に客は来場するが、今年是不景気の影響で来場者が少ない。 |
| 悪く なっている | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・客の間に節約ムード、不況ムードがあまりにも強く浸透している。 |
| | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・商店街の人通りは極端に少なくなっている。また、以前は差別化で需要があった高額商品の売上が極端に減少している。消費者の生活防衛策が本格化し始めた。 |
| | 一般小売店[事務用品](営業担当) | お客様の様子 | ・10月以降、受注が激減し、取引先を訪問しても、設備投資の見直しや取りやめ、派遣社員の解雇など悪い話ばかりを聞かされる。 |
| | 一般小売店[書籍](従業員) | 販売量の動き | ・客の購買態度は非常に厳しく、1点1点を厳選して購入している。 |
| | 百貨店(売場主任) | 来客数の動き | ・客の買物意欲が減退し、新富裕層の来客数の減少傾向が止まらない。 |
| | 百貨店(営業担当) | お客様の様子 | ・例年の年明けのパーゲンを1か月前倒しして実施したが、ファッション関係など、非日常的な商品に対して客の財布は全く開かなかった。ただし洋服は我慢しても、おいしい物を食べたいという顧客心理から、食料品などで一点豪華主義が見られた。 |
| | 百貨店(営業担当) | お客様の様子 | ・暖冬のため、コートなどの重衣料やジャケットが苦戦した。マスコミ報道の影響から客の消費心理は冷え切っており、婦人衣料の売上は前年の7割に落ちた。恒例の1万円均一セールは前年の63%に終わり、コートは1万円でも売れなかった。 |
| | 百貨店(売場担当) | 販売量の動き | ・販売数量、来客数、1品単価共にかなり落ち込んでいる。クリスマスギフトのアクセサリでも単価の低下が見られた。 |
| | スーパー(店長) | 単価の動き | ・クリスマスや年末のオードブルの中心的な予約価格は、前年の3,000円から2,000円へと低下した。 |
| | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・大型ショッピングセンターの出店の影響もあり、厳しい状況である。衣料品で売れているのは実需衣料のみで、単価ダウンから売上は大幅に減少している。食料品は前年並みで推移しているが、まとめ買いは減っている。 |
| | スーパー(店長) | 単価の動き | ・店の近辺の製造業ではかなりの人員削減を行っており、客の買物状況に影響が出ている。 |
| | スーパー(総務担当) | お客様の様子 | ・来客数が減少し、特に衣料品の売上は前年を大きく下回っている。客に購買意欲が見られず、食品、日用品など必要なものだけを購入している。 |
| | コンビニ(経営者) | 単価の動き | ・月前半は天候に恵まれたが、来客数、客単価共に前年に比べ大幅に悪化した。月全体では同2%減までほんのりしたが、売れているのは利幅のないたばこだけという状態である。正月飾り、年賀状、雨具、除雪道具などの季節商材は全滅状態となり、客は本当に必要な物だけに絞っている。 |
| | コンビニ(経営者) | 単価の動き | ・常連のサラリーマンの客単価低下が目立つ。クリスマスケーキも安い物が早くから動いた。 |
| | 衣料品専門店(経営者) | 単価の動き | ・12月は来客数、売上、客単価共に前年比で大幅なマイナスとなっている。中には15%の落ち込みもあり、異常な状態になっている。 |
| 衣料品専門店(経営者) | 来客数の動き | ・経済の縮小に伴い、来客数が減少している。 | |
| 家電量販店(経営者) | 販売量の動き | ・売上は前年に比べ2けた減少の日が続いている。特にテレビは、大幅に値下げしても、販売台数で前年を上回ることができなかった。 | |
| 家電量販店(店長) | お客様の様子 | ・欲しい家電商品はあがるが、景気が回復するまで、あるいは価格が更に下がるまで買わないという声がよく聞かれる。客からの値引き要求も従来以上に厳しくなっている。 | |
| 家電量販店(店長) | 販売量の動き | ・来客数、売上共に前年に比べ減少している。最近の景気情勢を踏まえると、現状の打破は難しい。 | |
| 乗用車販売店(経営者) | それ以外 | ・販売量の激減により、メーカーから販売店への流通においても経費や支援策を削減する方向が見え始めた。また、来年度の販売計画で30%減少のブランドもある。 | |

| | | | | |
|----------------|---------------------|-----------------------|--|---|
| | | 乗用車販売店 (総務担当) | 販売量の動き | ・過去に経験がない販売量の落ち込みにより、経営の採算ラインを下回る状況である。新車の売れ筋も1.5リットルクラスの低価格車が主流で、売上の伸び悩みに拍車が掛かっている。 |
| | | 乗用車販売店 (経理担当) | 販売量の動き | ・9月以降、販売量は激減している。県内の市場では前年比30%のマイナス状態が続いている。 |
| | | 乗用車販売店 (営業担当) | 来客数の動き | ・来客数は前年の60%程度である。 |
| | | 乗用車販売店 (経理担当) | 販売量の動き | ・前月に引き続き、消費者心理は一層冷え込み、販売台数は前年に比べ大きく減少している。 |
| | | 自動車備品販売店 (従業員) | 来客数の動き | ・生活必需品とは言い切れない車関連用品は、購買の優先順位が低いためか、来客数が減少している。 |
| | | 住関連専門店 (店長) | 販売量の動き | ・新築や婚礼の家具の購入でもまとめ買いが少なく、客単価が低下している。来客数も減少するなかで、売上の向上策が見いだせない。 |
| | | 高級レストラン (スタッフ) | 販売量の動き | ・特に料亭部門は、接待や宴席が激減している。12月の忘年会も例年の約75%の利用である。またステーキ部門は得意としているクリスマスの利用が例年の約70%と過去10年で最低となった。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・売上は前年比35%の減少である。明るい材料が見えない。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・忘年会シーズンであったが、客は公共交通の最終時間内に帰宅するケースが多く、それ以降のタクシー利用は少なかった。 |
| | | テーマパーク (職員) | 来客数の動き | ・利用客は前年に比べ約1割減少した。内訳は一般企業を中心とした団体が同1割減、海外客が円高等の影響から同4割減、一般個人客が同5%減である。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | それ以外 | ・展示場への来場者は激減している。実需者のみが来場している。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・展示場や販売会場への来客がほとんど見られなくなった。特に新規の客の動きが止まった。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・雇用環境の急激な悪化により個人消費が落ち込み、住宅の購買意欲が著しく低下している。 |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている | - | - | - |
| | やや良く なっている | 食料品製造業 (企画担当) | 受注量や販売量の動き | ・消費者が外食を避け、内食に向いているため、年末年始のおせち商材が例年以上に伸びている。 |
| | | 税理士(所長) | 取引先の様子 | ・大手メーカーの下請は受注の減少で厳しい。一方、従来どおり独自の経営で頑張っている企業や、輸入中心のアパレル商材を扱っている企業は結構元気で、全体的にはそれほど悪い状態ではない。中小零細企業で深刻に悪化している企業は、従来から経営が甘かったところである。 |
| | 変わらない | - | - | - |
| | やや悪く なっている | 精密機械器具製造業 (経営者) | 取引先の様子 | ・国内の眼鏡小売店への販売量は、ここ数年間で最低のレベルであった。また、大手小売チェーン店の在庫調整にはまだ数か月掛かるという話も聞いている。 |
| | | 新聞販売店[広告] (従業員) | 受注量や販売量の動き | ・折込チラシでは大型量販店(家電・郊外型ショッピングセンター)の落ち込みが激しい。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・分譲マンション大手が当地区から撤退するという動きが見られる。 |
| | 悪く なっている | 繊維工業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・自動車関連商品の販売量が大幅に減少した。輸出関連を含め主力商品の受注が大崩れしたことから、経営面での打撃が大きい。 |
| | | 繊維工業(経営者) | 取引先の様子 | ・在庫調整は進んでいるが、取引先全般に閉そく感がある。 |
| | | 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 | ・全体の8割を占める住宅関連の受注量は前年夏ごろから落ち込みが続いている。それ以外の家電やデジカメ関連の受注も減少し始めている。 |
| | 一般機械器具製造業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・円高の影響で欧米からの受注が落ち込み、また受注機械の出荷延期なども見られる。国内も自動車産業の落ち込みに引きずられ、設備投資意欲が落ち込んでいる。 | |
| | 電気機械器具製造業 (経理担当) | 受注量や販売量の動き | ・受注量は3か月前の3分の1に減少している。 | |

| | | | | |
|-----------|-----------|----------------|---|--|
| | | 建設業（経営者） | 取引先の様子 | ・支払が滞っていた取引先が、また1社破産した。今年に入ってから3社目であるが、まだ数社は危ない状況である。 |
| | | 建設業（総務担当） | それ以外 | ・工事資材価格は値下がり傾向にあるが、設備計画の縮小や先送りの見直しが顕在化している。工事量の減少から受注価格競争は更にし烈となり、採算を確保できる受注は極めて困難な状況になってきた。 |
| | | 輸送業（配車担当） | 受注量や販売量の動き | ・円高の影響から、輸出産業の物流が停滞している。 |
| | | 輸送業（配車担当） | 取引先の様子 | ・荷動きが悪く、仕事が減っている。特に関東、大阪方面の落ち込みがひどい。 |
| | | 通信業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・売上実績は計画に比べ3割減となっている。 |
| | | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・企業からは設備投資の延期や人員削減の話が聞かれる。法人、個人共に消費が減退している。 |
| | | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・同業者からは「仕事が全くない」という話ばかりである。 |
| 雇用 関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | - | - | - |
| | 変わらない | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・全体の求人数は前年と変わらないが、一部に人数が未定の企業が見受けられる。また、現時点で内定取消しの報告はない。 |
| | やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員） | 採用者数の動き | ・事務系においても、企業からの派遣依頼が減少しており、更に例年にない契約の終了が発生している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・求人広告の出稿状況は前年の6割を切っている。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 雇用形態の様子 | ・大手メーカー（自動車関連、工作機械、電気部品）の派遣契約の中途解約が現実のものとなり、間接部門にまで広がっている。 |
| | 悪くなっている | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・すべての業種で悪い方向へ進んでいる。派遣依頼の件数も落ち込み、中途解除の申出件数が増えている。一方、求職者は増えるばかりの状態である。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・派遣会社の求人が減ったことに加え、営業所を閉鎖する企業まで出てきた。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・事業所の人材採用は9月まで若干の動きがあったが、年末が近づくと鈍くなっている。中途採用も新卒採用もゼロという企業が続出している。自動車関連部品メーカー、携帯電話向け電子部品メーカーは受注減若しくは受注ゼロとなり、経営的にも厳しさを増している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年比3割近く減少しているが、ここ数か月間は減少幅の拡大が全産業に及んでいる。 |
| 職業安定所（職員） | | 周辺企業の様子 | ・「受注が半減した」、「先が見えない」などという急激な悪化の声に加え、「来年以降は更に悪化する」と訴える企業が、規模にかかわらず、製造業を中心に多く見受けられる。また派遣労働者の中途解除、雇止め等の動きも見られ、雇用調整助成金等（休業・訓練）の相談が急激に増加している。 | |
| 職業安定所（職員） | | 周辺企業の様子 | ・企業の倒産や離職者の増加が一層進んでいる。 | |