

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	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン控除の延長が具体化しており、来客数の動きに期待が持てる。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（店長）	・競合店との販売合戦が続き、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・来店客の買上率の改善を期待しているが、客単価が低下する一方のため、全体の売上は良くならない。
		コンビニ（経営者）	・タスポ効果で来客数の増加は続いているが、この効果は徐々に低下する。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・製造業を中心とした不安定な雇用状況を見ると、1～2月は厳しくなる。3月になれば、夏に向けて客の前向きな姿勢が表れると期待している。
		通信会社（社員）	・携帯電話の販促キャンペーンを継続するため、現状のまま推移する。
		通信会社（役員）	・ケーブルテレビのデジタル契約の大幅増加は、国策に沿った一時的な動きという見方もあるが、アナログ地上波停止まであと2年余りとなり、この傾向は継続する。
		通信会社（営業担当）	・売上は前年比約50%で推移しており、今後発売される新機種にもあまり期待できない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費を刺激する話題もなく、当面は現状維持か若干悪化で推移する。例年1月から衣料品のバーゲンが始まるが、前倒しで行った一部の店でも苦戦が予想される。
		スーパー（店長）	・売上は11、12月と持ち直しているが、ボーナス支給額の減少やリストラなどを考えると、今後悪くなることも、良くなることはない。
		スーパー（店長）	・製造業の雇用情勢の厳しさは当面続き、小売業にも影響が及ぶ。
		スーパー（営業担当）	・客の来店頻度は変わらないが、生活防衛から本当に必要な量しか買わず、売上は更に減少する。
		コンビニ（経営者）	・相変わらず、タスポ効果により来客数は前年を超えるが、客単価の低下、利幅の減少が更に進む。
		家電量販店（店長）	・派遣切りや大手企業の減益など、景気悪化の報道の影響を受け、客の慎重な購入態度が続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・景気悪化が目に見えて押し寄せている。秋口の観光シーズンはまだ良かったが、11月中旬ごろから新規予約が激減しており、今後も厳しい。
		一般レストラン（スタッフ）	・原材料の値上げは止まり、値下げ傾向が出始めているが、零細企業の倒産で仕入先の変更を余儀なくされている。また、当店の利用客を始め、不景気で外食を減らす人が多くなる懸念がある。
		観光型旅館（経営者）	・1月以降の予約が団体、個人共に伸びず、前年に比べ10%強の減少となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年会の受注状況も低調で、客の回復見込みがない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・建物のリニューアル効果がいつまで持続できるかが心配である。
旅行代理店（従業員）		・円高は海外旅行にはプラスだが、それ以上に景気後退のマイナス面が大きい。企業は旅行より雇用や生き残りを選択する。	
通信会社（職員）		・通信費を抑えようとする動きがケーブルテレビ利用料にまで及ぶ。デジタル化対応に必要な出費を2011年のアナログ終了時期まで先送りする傾向が強くなる。	
競輪場（職員）	・例年、客の購買額が増加するはずの12月が振るわなかったことから、今後の景気上昇の期待は薄い。		
その他レジャー施設（職員）	・新規入会者数の減少傾向が続いており、早急な景気回復は期待できない。		
住宅販売会社（経営者）	・客の動きに明るい兆しが見られない。		
住宅販売会社（従業員）	・昨年までは年末でも一定の客の動きがあったが、今年はほとんど見られなかった。新規客がいないため、既存客への需要の掘り起こしにより、少額の受注に注力するしかない。		
悪くなる	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・年明けからの業況は予測がつかない。建設、自動車、家電などの不況で、個人消費は今年より更に悪化する。	
	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・取引先の製造業、販売業共に厳しい状況であり、当社の取扱商品は真っ先に削られるため、先行きは極めて厳しい。	

一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・具体的な景気回復策も見えず、雇用問題、所得水準の改善も期待できず、先行きは厳しい。
百貨店(売場主任)	・日本経済を支えてきた中小企業が窮地に追い込まれ、サラリーマンの所得も減少し、消費より貯蓄が優先される。
百貨店(営業担当)	・春物の入荷、販売の時期になるが、メーカー各社の生産調整により、前年の半分以下の供給量となる可能性があり、品ぞろえの点から商売にならない。
百貨店(営業担当)	・重衣料を3割引にしても売れない現状から判断して、今後の値引きや安売りでも苦戦する。
百貨店(売場担当)	・予算をかなり絞って買物をしている客の姿があちこちの売場で見られる。今後の買物行動は更に悪化する。
スーパー(店長)	・新店のオープンでオーバーストアになっている。この先は各店舗が生き残りをかけたシェア争奪で激戦となる。消費マインドが低下するなかで、市場は更に厳しくなる。
スーパー(総務担当)	・新聞等で報道されている「派遣社員の失業」はこれから地方でも影響が出てくる。各企業の決算見込みも下方修正され、給与所得者は消費でなく、貯蓄志向を更に強める。
コンビニ(経営者)	・タスポ導入から1年が経過し、その効果が薄れてきている。これに代わる起爆剤となる商品が見つからず、先行きは厳しい。
コンビニ(店長)	・来客数の増加につながっていたタスポ効果が今後低下する。
衣料品専門店(経営者)	・売場に沈滞ムードが広がり、イベントを開催しても客は乗ってこない。年明けから年度末にかけて、景気の悪化が更に進む。
衣料品専門店(総括)	・毎日のようにマスコミの景気悪化報道が流れているため、だれもが明るい気持ちになれない。消費者の生活防衛意識にますます拍車がかかる。
乗用車販売店(経営者)	・世界経済の不況を伝えるメディアと政治の混迷が、消費マインドをますます冷やしている。業界内でもリストラへの動きが顕在化する。
乗用車販売店(総務担当)	・マスコミによる景気低迷の報道が多すぎる。消費者はムードで行動する部分が多いため、これらの暗いニュースがはんらんする限り、消費の上向きは期待できない。
乗用車販売店(経理担当)	・サブプライムローン問題に始まった経済環境の悪化が、雇用にも影響を及ぼしている現状から見て、消費が上向きに気配すらない。消費者心理は悪化の一途をたどる。
乗用車販売店(営業担当)	・12月の来客数は前年の6割に落ち込んでいるが、このトレンドは当面続く。
自動車備品販売店(従業員)	・自動車関連の不振に伴い、購入後のサービス市場も縮小傾向にあり、今後更に悪化する。
住関連専門店(店長)	・不況のなかで、仕入先が次々と倒産している。商品の調達も厳しさを増しており、品ぞろえも懸念材料である。
スナック(経営者)	・企業関係の客から「来年は全く見通しが立たず、赤字幅がどれくらいになるか予想できない」、「人員整理や労働時間の短縮が避けられない」などの会話を聞くと、極めて不安な気持ちになる。今後に期待は持てない。
観光型旅館(スタッフ)	・1月以降の予約保有が前年実績を下回っている。
旅行代理店(従業員)	・家計でも企業でも、まずカットできるのは不要不急の旅行分野であり、今後一層厳しくなる。
タクシー運転手	・忘年会は行ったが、新年会は取りやめという客からの話が多かった。生活防衛から財布のひもは一層固くなる。
タクシー運転手	・年末ボーナスの支給状況が厳しかったという客が多く、新年からの消費は落ち込み、タクシー利用も減少する。
テーマパーク(職員)	・予約状況は団体客を中心に前年の1割以上の減少となっている。周辺の宿泊施設へのヒアリングでも年明け以降、個人客を含め予約が減少しているという。台湾、中国からの観光客の動きも鈍い。
住宅販売会社(従業員)	・住宅ローン減税で大幅に優遇されたとしても、必ずしも需要増につながらない。潜在購買層の受注の掘り起こしも期待できず、今後の受注は大幅な減少となる。
住宅販売会社(従業員)	・類のない世界経済の危機により、個人消費が更に悪化し、住宅環境が厳しくなる。
企業 動向 関連	良くなる - - やや良くなる - - 変わらない 化学工業(総務担当) ・今後の注文量に変化はない。 プラスチック製品製造業(企画担当) ・現時点では、3か月後の住宅や家電関連の受注見込みは予想が付かない。

	一般機械器具製造業（経理担当）	・好況業種が見当たらないため、受注回復のきっかけがつかめない。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・商品が売れないため、各社の広告費が縮小し、全体の折込チラシ量が減っている。この状態がしばらく続く。	
やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・漁獲制限が一段と規制されるため、主原料の再値上げにより、収益性が厳しくなる。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・取引先から1月以降の発注量は若干減少すると聞いている。悪い状況が1年間にわたり続く可能性がある。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・マーケットの現状を考えると、国内市場での販売計画量は恐らく下方修正となる。	
	金融業（融資担当）	・製造業に続き、従来は比較的良かった小売業も個人消費の冷え込みにさらされる。	
	司法書士	・取引先で廃業の話はあるが、新規事業や事業拡大の動きはない。	
悪くなる	繊維工業（経営者）	・国内外の消費低迷が受注に暗い影を落としている。同時に自動車関連も先行きが全く見えないため、不安が増大している。	
	繊維工業（経営者）	・引き続き、1～3月は受注が悪化する。	
	金属製品製造業（経営者）	・3か月後の受注状況は悪化している。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・年末は受注が落ちる時期であるが、本格的な不況は来年に来る。企業としての実力が試される年となる。	
	建設業（経営者）	・手持ち工事がほとんどない状況のなかで、この冬も暖冬が予想され、除雪作業による収入はあまり期待できない。	
	建設業（総務担当）	・設備計画の縮小や先送りに加え、資材価格の値下がりに対して様子見の取引先が増加傾向にあるため、建設投資の大幅な減少が見込まれる。今後、受注量確保に向けた価格競争に歯止めが掛からない。	
	輸送業（配車担当）	・現在の物流が更に減少する。	
	輸送業（配車担当）	・原油価格の低下以外に明るい材料が全くない。	
	金融業（融資担当）	・大手自動車会社の赤字発表により、全体的に景気悪化の空気が広がっており、この状況が今後も続く。	
	不動産業（経営者）	・法人客では、先行きの不安から動きが止まり、また価格も下落傾向にある。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人を行う会社が全く増えない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・これからも製造業の下請、孫請、関連企業のリストラが続く。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・過去に例のない契約終了が発生しており、新規求人が全く追いつかない状況である。今後も派遣人数の減少に歯止めが掛からない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・雇用情勢の流れを見ると、現状より若干悪化する。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・労働市場の悪化で、景気回復は絶望的である。たとえ景気がわずかに回復しても、直ちに雇用回復（派遣依頼）は望めない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・製造業の見通しが立たず、流通業は激しい価格競争に疲弊している。また金融業はかつての金融危機を再び経験し、慎重になっていることなどから、今後の求人広告は厳しい。
		職業安定所（職員）	・雇用調整の動きが活発になっており、12月に入ってから相談件数が大幅に増えている。また非正規社員の雇止めや解雇に対する相談も、今後更に増加する。
		職業安定所（職員）	・1月以降、求職者が大幅に増加する。また仕事がないため、休業等を実施する企業も増加する。
	職業安定所（職員）	・景気は更に悪化し、持ちこたえられない企業の倒産が増加する。	