

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 やや良く なっている	-	-	-
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・客単価は低くなっているが、来店客数は増えている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・身の回り品・日用品を購入する消費者が増えている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・政府の景気対策であるグリーン家電普及促進事業のエコポイント付与の効果がかなりあり、テレビ、冷蔵庫の販売が大きく伸びた。
		乗用車販売店（総務担当）	来客数の動き	・発売前から人気が高かった新型ハイブリッド車が発売され、ショールームへの来客数が大きく増加している。また、新型ハイブリッド車を中心とした受注が前年同期を上回り、販売に活気が出てきている。
		乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・自動車販売台数は、新型ハイブリッド車が発売されたので6月以降の販売に期待をしている。しかし、環境対応車普及促進税制の恩恵を受けられる取扱車が限られているので、相乗効果は期待できない。
		自動車備品販売店（従業員）	販売量の動き	・自家用車の長距離移動が増え、消耗品のメンテナンスを希望する客が増加している。また、趣向品も若干ではあるが伸びている。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	来客数の動き	・ドラッグストアの既存店での来客数の伸びは、3か月前と比較すると新型インフルエンザなどの影響で約5%増加している。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・販促キャンペーンを特に実施していなかったが、エコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業によるデジタルテレビ購入者を中心に、デジタル契約への新規加入及び移行が、予想を上回り推移している。
		パチンコ店（店員）	販売量の動き	・売上高の前年比減少幅が小さくなってきた。
変わらない	変わらない	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中のイベント来客数が増えてきた。客との商談回数も多くなってきた。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型インフルエンザの影響が、街なかでマスクを着用している人を見かけるようになり、入出が極端に少ない日が増えている。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・目的買いが多く、衝動買いがほとんど見られない。また、競合店のリニューアル等で客の流れに変化が生じている。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・市内中心部にオープンした商業施設は大変な賑わいを見せているものの、その他の地域は低迷が続いている。しかし、一時より悪化の声が聞こえなくなってきた。新型インフルエンザによる予約のキャンセルはあるが、一時的なものである。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・新型インフルエンザの影響で、せっかくの定額給付金の効果が見えない状況になっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・近隣施設のリニューアルオープンに伴い入店客数は増えているものの、目的以外の買い回りが全く見られず、客単価は低下する一方である。全体では変化のない状況が続いている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・相変わらず、低単価商材およびストアブランドを中心とした動きが大きい。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価が約30円低下し、上がらない状況が続いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・最低限必要な商品を中心に買物がされている。必要なもの以外は買い控えており、価格に対する敏感な消費者の購買動向が顕著に表れている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・必要なもの以外は買わない状況が続いている。また、同一商品であれば、少しでも安く販売する店に客は出向いている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・引き続き客単価が低下している。売上は前年比3%減、客数は2%減となった。値ごろ感のあるプライベートブランド商品やキャンペーン品などの商品だけを買っていく客の割合が高くなり、ついで買いの客が減少している。また、新型インフルエンザの影響で、衛生関連商品が売れたが、商品の供給が途絶え、売上には貢献しなかった。		

	コンビニ（店長）	来客数の動き	・横ばい状態が続いている。また、運動会シーズンではあるが、前年と比較するとおにぎり等の売上の伸びが良くない。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数がわずかながら増加し、さらに財布のひもも以前に比べて緩んだのか、売上の前年比低下幅が小さくなってきた。景気は、悪い時期を脱しつつある。
	衣料品専門店（総括）	単価の動き	・1人当たりの販売数量に変化はないが、1点単価が下がったままである。この傾向に変わりはない。
	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・車齢13年超車の下取支援や低金利オートローンなど、販売増への対策は打っているが、狙った効果は出ていない。高級輸入車を中心に扱っており、やや引き合いは増えてきたが、環境対応車普及促進税制には該当しないため、新型ハイブリッドカーの売行きだけで景気回復基調との判断はできない。
	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・新型ハイブリッド車の受注台数は大きく増加しているが、これは環境対応車普及促進税制効果であって、必ずしも需要の増加とはいえない。
	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・販売量が絶対的に足りない。
	その他専門店 [酒]（経営者）	来客数の動き	・定額給付金の給付による効果が伝わってこない。また、高速道路料金引下げの影響も見られない。
	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは曜日配列もよく、久しぶりに例年並みの集客ができた。また土日が5回あったほか、週末は高速道路料金引下げ効果もあり、県外の個人客で平日の売上減少を穴埋めしている。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中の昼は良くても夜が悪く、特に最終日の6日は落ち込み、全体では昨年並みまでも回復しなかった。ゴールデンウィーク明けは前月の水準に戻った。また、地方では仕事がなく社員を首都圏に異動、集中し、地方の支社・営業所を縮小している業種もある。
	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・レストラン利用客数は、夕食帯の減少を昼食利用の増加でカバーしているが、これにより客単価が低下している。
	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型インフルエンザによる旅行取消が多発したものの、他方面への変更や時期の延期が多く、旅行自体の取消は少ない。また、計画段階にあった夏から秋にかけての旅行需要も、予想していたよりも取消が少なく、予定通り推移している。
	タクシー運転手	販売量の動き	・高速道路料金引下げの影響か、ゴールデンウィーク中のJRの駅や空港とも観光客が少なかった。また、夜の繁華街も静かであった。
	タクシー運転手	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、高速道路料金引下げによりマイカーでの観光客が前年より2～3割増加し、人出も多くなった。しかし、タクシー利用は少なく売上は上がらなかった。また、休日に出費が多かった影響か、休み明けには繁華街も閑散としていた。
	競輪場（職員）	単価の動き	・1人当たりの単価など例年の動きと変わらない。
	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新規客の来社数、問い合わせ等の数量に変化はない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費者は、消費を抑える傾向が強い
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・靴・バッグなどの下取りセールで出したクーポン券の回収率は20%台に終わり、7～8割の客の消費喚起にはつなげていない。また、プレミアム付き商品券は当初見込みでは一週間で完売の予定であったが、10日以上かかって完売した。依然として消費者の財布のひもは固い。
	スーパー（総務担当）	単価の動き	・特売商品の価格を従来より引下げて販売するが、買上点数が伸びないので、結果として客単価が下がってきている。消費者は安くても、必要なものを必要な量しか購入しない傾向が今後も続く。
	スーパー（営業担当）	単価の動き	・ここ数か月間、商品の値下げ傾向が続いてきており、客もより安い商品を求めている。

		コンビニ（経営者）	単価の動き	・2～3か月前から弁当の売上が急減し、前年を大きく下回っている。代わって、おにぎり等の買い合わせで安く済ませている。	
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・売上に好転の兆しが見られない。	
		スナック（経営者）	来客数の動き	・前半は、製造関係の長期連休と新型インフルエンザの影響で全く人が動かなかった。後半は、予約が入ったり学会が開催された影響もあり、売上は前月とほぼ同レベル、前年の95%まで回復した。客からは底を打ったとの声も聞かれる。	
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・不景気に加えて新型インフルエンザの影響でキャンセルが相次ぎ、大きなダメージを受けている。	
		通信会社（職員）	お客様の様子	・定額給付金の効果は一過性のもので、販促キャンペーンの効果も期待を下回っており、消費が活発になるとは考えにくい。	
		通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・客自身が近隣の店舗へ電話等で金額を調べ、確認してから来店する傾向がある。安い店舗を探してから来店している。	
		美容室（経営者）	単価の動き	・来客数の減少を単価アップで補ってきたが、今月に入り客単価が前年よりダウンしてきた。	
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・住宅展示場への来場者や新規見込先の減少から、管理先を含めた客の需要掘り起こしとパイの奪い合いが激化している。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅にしても不動産にしても、客の動きの変化がほとんど見られず、買い控えの様子があがる。	
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・前月に引き続き前年比30%程度契約額が減少している。	
悪く なっている		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・客は、買う見込みは無いものの、新しい情報だけは聞きたがる。しかし、見積りや引き合いまでには至っていないのが現状である。	
		スーパー（店長）	お客様の様子	・買物中の家族連れが、競合店の方が安いという会話をすると、客は安いものを選んで買っている。	
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・客は低単価志向になっており、しかも低単価商品ばかりを購入する客も増えている。財布のひもは依然として固い。	
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金の引下げは、消費者に新たな体験と価値観を生み出し、街の中心部への集客を減らす要因の一つとなった。	
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・購入意思はあるものの、購入までいかない客が多くなっている。	
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・客の動きが良くない。来店してもなかなか決まらず、購入しない客が多くなっている。	
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年比70.4%、宿泊人数は同64%、宿泊単価は同108.1%となっている。宿泊単価が前年を上回ったのは団体客が減少した結果である。	
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・ホテルサービス全ての部門で前年比、前月比減少している。	
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型インフルエンザの影響は甚大である。売上は半減し、収益のある団体旅行の取りやめ、延期が続出している。	
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・客の購買意欲は落ち込んでいないように見えるが、携帯電話の新機種の不具合、流通商品の入荷減など売る物が少ないため、売上を上げることができない。	
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・全体としては前年比2割を超える減少となった。個人客数は高速道路料金引下げなどもあって前年並みに推移した。一方、団体客数は景気の悪化から企業団体を中心に前年比3割程度の減少となった。また、海外からの客数は新型インフルエンザの風評被害もあり前年比3割を超える減少となった。	
	企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
		やや良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・衣料関係は依然として厳しいものの、車両関連など非衣料関係はわずかながら動き出している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・前月までは従来製品に受注の回復がみられたが、今月に入り客先は新製品の開発に着手しているようである。	
変わらない		食品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・食品製造業界全体では、販売数量が2けた落込んでいる。しかし、落込み率が増加しているわけではなく横ばいで推移し、悪化傾向が継続している。	

		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・取引金額は現状維持で進んでおり、なかなか増えてこない。
		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	・住宅向けに変化は見られないが、車両関連向けは回復の兆しが見え始めてきた。全体としては、悪い状況に変化がない。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量はここ数か月、ほぼ横ばい状態で推移している。しかし、競合メーカーの中には今までは考えられなかったような価格で、少しでも受注を確保したいという動きが出てきている。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・荷動きなどは依然として良くないが、3か月前と比較してこれ以上悪くなることもない。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・企業の在庫が減っていない状況の中で、物流が急激に回復するとは考えられない。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・高速道路料金の引下げやエコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業など景気対策事業が奏功し、消費マインドの悪化に歯止めがかかった。しかし、原油価格が再び上昇に転じ、注視する必要がある。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・これまでと比較して、下げ一方ではなくなってきた。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者の話や聞くとも全く希望が持てないとの話が多い。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年に入って折込チラシの売上高は前年比10%の落ち込みである。各地の状況を聞いても同じような回答であり、この傾向はしばらく継続する。
	やや悪くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注に力がなく、量がまとまらない。さらに期近な商売が増え、現場の苦勞が増大している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3大市場である欧州、米国、日本とも新規受注がない状態が続いている。前年の受注残でここまで来たが限界がきている。
		司法書士	取引先の様子	・債務整理の相談が増えてきている。また、過払い金の返還状況も悪くなってきている。
		税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・取引先の一部で大手からの受注があったところもあるが、5月以降の見通しが不透明なところも多く、非常に不安定な状況になっている。中小企業では減産傾向が再び顕著になってきている。
	悪くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・本格的に工事が進行している現場が極端に少ない。現場作業員に余剰が生じ、すぐにかかれる小さな下請け工事の受注を目指して日々苦心している。
		建設業（総務担当）	それ以外	・民間建築工事における見積、入札価格競争が一段と激しくなり、採算を確保しての受注が極めて困難な状況となってきた。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業の一部の企業で休業などの日数が減少してきていると聞いている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・雇用情勢がさらに悪化した感はないが、新たな求人は依然として低迷している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の出稿量は、前年比4割程度しかない状況が続いている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・依然として企業からの人材派遣の新規需要はない状況にある。わずかに継続している派遣先からは派遣料金の値下げも要求されている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・一時の急激な落ち込みではなく、緩やかではあるが求人数が減っている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は前年比4割減少している。
	悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・介護関係、自動車ディーラーなどの人手不足は変わらないため、一定数の求人広告の申込みがあるものの、求人広告の数は相変わらず減少傾向である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、製造業を中心に前年比減少幅が大きくなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は全体で前年比38%減少している。産業別では製造業が同60%減少し、中でも一般機械・電気機械が同78%減と目立っている。さらに医療福祉関係では同48%、サービス業で同44%それぞれ減少している。一方、飲食宿泊業では同20%増加している。新規求職者数は同48%増加している。

	民間職業紹介機 関（経営者）	求人数の動き	・人材紹介・派遣ともに求人の依頼が低迷したまま、 4月以後ほとんど動きがなくなっている。
--	-------------------	--------	---