

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	一般小売店〔精肉〕 （店長）	・ギフト素材の売上も思わしくなく、今が底辺だと思っている。希望的観測も含めて、今後打ち出す商品によって徐々に売上があがる。
		コンビニ（店長）	・本来1月の売上は悪い状況ではなかったが、天候要因もあり、予想より悪くなった。この状況は2月までは続くともっており最悪期と感じている。3、4月は3～4か月前の状況にまで回復するとみている。
		家電量販店（経営者）	・テレビは引き続き好調であるが、今まで悪かったパソコン及び関連商品、白物家電も前年売上を上回るようになってきた。
		旅行代理店（従業員）	・新型インフルエンザの状況がこのまま落ち着いたままであれば、年度明け以降の上海万博や平城京遷都などのイベントに対する需要が高まってくると予想している。現に問い合わせも増えつつある。
		通信会社（社員）	・補正予算も可決され、公共投資等の影響が少しずつ出てくることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・新商品が出そろった時期でもあり、今まで購入を控えていた客や、価格が下がるのを待っていた客の来店が予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・見込み客数からみるとさらに上向く。
	変わらない	商店街（代表者）	・依然として厳しいままであると考えられる。消費意欲をかき立てるものがない。
		商店街（代表者）	・年末商戦に合わせて、衣料品も年明けのバーゲンを前倒しして販売した商店も多いが、その反動で、年明けは苦戦している商店が多い。飲食店などは、新年会シーズン終了後に閉店・撤退を考えている店舗も多いと聞いている。
		百貨店（営業担当）	・春物の正規価格での展開が始まる時期であるが、客の様子からすると、セール品を合わせて展開するか、何らかのお買い得イベントを開催し買物を促す方法をとらざるを得なくなっている。また、一旦購入しても後日返品するケースも増えており、相変わらず慎重な買物の仕方に変化はない。
		スーパー（店長）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。また、客の購買意欲は最低の水準にまで落ちており、これ以上の下げも考えられない。
		スーパー（店長）	・年末年始の買物動向を見ると、いまだ不要な買物をしない、節約型の買物を考えているため、消費動向に変化は見られない。まだまだこの状況が続く。
		スーパー（店長）	・春の新学期、新生活の需要期に入るが、新規需要といえども、依然として、単価の低い状況に変わりはない。
		スーパー（店長）	・経済が上向くような刺激策が模索されているが具現化されていない。消費者もデフレを実感しており、生活防衛型の消費志向を変化させる要因は不透明な状況である。
スーパー（総務担当）	・今後も客単価が減少する流れは変わらない。		
コンビニ（経営者）	・売上は、これ以上悪くなるという水準にまで落ちているが、上昇への転換期も見当たらない。		
コンビニ（店舗管理）	・節分時の巻き寿司の予約販売を実施しているが、前年比で大きく下回る。営業した感触では、不景気を理由に断られる。数百円の商品に対してでさえ財布の紐が固くなった状態のままという印象である。		
乗用車販売店（経営者）	・9月まで補助金等が延長されたので、駆け込み購入が期待できなくなった。		
乗用車販売店（経理担当）	・地元百貨店の店舗縮小や建設業界の倒産等、消費を喚起するような状況にないので、春先の状況を想像するに不安材料の方が大である。		
一般レストラン（スタッフ）	・終息に向かった新型インフルエンザが、一部の地域でまた流行し始めており外出控えが懸念される。エコポイントの見直しを前に家電等の購入を検討している人もおり、大型の消費が増えれば外食控えになる。また、お弁当グッズが一つのブームで売場コーナーまであり、女性の弁当派は確実に増えている。したがって、良くなる要素はあまり見られない。新入学、異動などの時期に当たり、週末のファミリー客が戻れば平日減はカバーできるだろう。		
スナック（経営者）	・かつてない最悪の状況のなかで、来店客の状況は今後も仕事量が戻らない気配があると聞いており、悪い状況が続く。		

	観光型旅館（経営者）	・依然として予約の人数は前年を割り続けている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会実施を見送るなど、2、3月の予約状況も低調である。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・予約は今一歩で見通しも悪い。	
	旅行代理店（従業員）	・雪国に春近しの感があり景気が一服している。チャーター便などの話もチラホラと出ている。	
	タクシー運転手	・雇用不安などで夜の街に出かけなくなった。節約志向も強く、マイカー、電車、バスなどを利用するため、タクシー利用は少ない。	
	通信会社（役員）	・多チャンネル放送、インターネットサービスにおける競合事業者等とのシェア争いはますます激化していることもあり、契約者動向の厳しい局面が続くと想定される。	
	テーマパーク（職員）	・相変わらず個人客の動きは鈍いと予想しているものの、団体客やグループ客の問い合わせや予約が若干ではあるが回復している。全体では現状と変化はない。	
	その他レジャー施設（職員）	・会員の新規入会状況が増加傾向にないため、売上高は横ばいの状態である。	
	美容室（経営者）	・美容業界でもディスカウントの店が増えてきており、互いに足を引っ張り合う傾向になっている。	
	住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイントが前倒しで受注に反映してくると予想される。特にリフォームが多いと思われる。	
	住宅販売会社（従業員）	・来年度の住宅着工戸数も本年度と同程度の水準で推移する予想をしている。	
	住宅販売会社（従業員）	・贈与税非課税措置の拡大や住宅版エコポイントなど消費者に対し施策を展開しているが、今の景気を考えると直接景気向上に結びつくとは感じない。	
やや悪くなる	百貨店（売場担当）	・需要を喚起するような目新しい商品がない。	
	コンビニ（経営者）	・ここ最近従業員から「ヒマ」という単語が頻繁に聞かれるようになった。実際に客のいない時間帯が増え、また、購入金額も以前と比べ低下している。	
	衣料品専門店（経営者）	・最近の状況からみると、来客数が回復するとは考えられない。同じ商店街の経営者も同様に感じている。	
	自動車備品販売店（従業員）	・昨年はE T C効果もあったが今期は大きな特需も無く、客の購買につながる策が見えない。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・すべてが悪循環である。デフレ傾向で商売も先行き暗く、預金も目減りしている。少しでも蓄えがあるうちに商売をやめることも考えている。	
	その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・必要でないものは買わない傾向は依然として続いており、なおかつ1品単価も低下している。この傾向はここ2、3か月は変わらない。	
	タクシー運転手	・節約志向がまだまだ強くなっている。	
	通信会社（職員）	・消費者が中長期での購買計画を立てるといったような積極的な行動に移せない状況が続いているため、現在の家計の予算もさらに縮小する努力をするようになっている。	
	競輪場（職員）	・今月の動きは一時的なもので、全体的な単価傾向は下がっている。	
	住宅販売会社（従業員）	・客の動きは多くなっているが、実際の契約、販売に結びついていない。今後、契約が増加するような感触はない。	
悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・景気対策が実行されないなか、ますます事務用品の案件の見込みが減少している。	
	衣料品専門店（経営者）	・仕入先からも客からも要求がシビアになっており、その狭間で大変な苦戦を強いられている。	
	家電量販店（店長）	・デフレという言葉が先行してしまい、安くならないと買わないという傾向が強い。安売りのセールを仕掛けても薄利多売となり、一瞬の売上が見込めるだけで、長くは続かない。エコポイント効果があったとしても、せいぜい横ばいとなりそうである。	
	乗用車販売店（経営者）	・通勤などの実用車に需要が限られており、メンテナンスも不具合箇所を最小限の予算に絞り込むなど消費傾向はますます後退している。	
	住関連専門店（店長）	・良くなる兆しは見えない。耐久消費財が一番我慢できるものである。本当に必要と考えなければ買わない。このような考え方が変化しているとは思えず、逆に更に悪化している。	
企業 動向 関連	良くなる	-	
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・どの程度継続できるか不安が残るものの、受注面で量的に変化の兆しがあり、先行きに若干の明るさが見える。
		繊維工業（経営者）	・用途全体の動きが少しずつ良くなってくる。

	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注まで決まる商談はまだ少ないものの、引き合い件数は増えている。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・現状の水準が非常に悪く、これと比較すれば改善するだけのことである。最大限回復するとしても前年の10、11月の水準までしか戻らない。	
	通信業（営業担当）	・事業所の通信設備の投資については、若干伸びを示している。	
	税理士（所長）	・為替が数か月落ち着いているが、どういう商材をどこから輸入するのか、または、国内生産から海外生産に切替えるような動きが出てきている。仕入れ価格が円高で安くなっており、材料関係や中小企業の財務的にはプラスに働くが、長期的に見ると、中小企業でさえ海外に生産設備を出そうとしている動きがあることが不安である。	
変わらない	食料品製造業（企画担当）	・安いものが売れて、高いものが敬遠されている現状からの変化は、大きな景気浮揚策の実施がない限り今後数か月はない。当業界では、漁獲高の割当の縮小により主原料の高騰が予想され注視が必要である。	
	化学工業（総務担当）	・今後の予定について現時点の実績並みの納入依頼がきている。	
	プラスチック製品製造業（企画担当）	・今のところ、住宅市場が2～3か月後に良くなる見通しはない。一方、現状の産業資材の動きがどこまで持続できるかは不明である。	
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合に変化はない。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・関係業界の生産計画・販売計画からも今の状況が変わる見込みがない。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・今後数か月の生産計画は、今までと比較し若干高いレベルにあるが、それ以後、そのままの状態が続くかどうかは確信が持てない状況である。	
	輸送業（配車担当）	・軽油高が先行きどうなるのかわからない状況やデフレ傾向の中で消費が冷え込んでいる状況では急転して改善するとは思われない。	
	不動産業（経営者）	・現状では、法人・個人ともに不動産取引の動きは鈍いであろう。	
	司法書士	・不動産取引、建物新築の話をほとんど聞かない。	
やや悪くなる	金融業（融資担当）	・新年度予算の策定に混乱が予想され、公共工事を含めた財政出動が弱含みと考えられる。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・売上げが期待できる材料はない。ちらしなど配布枚数のエリア縮小で減少方向へ進む。	
悪くなる	建設業（経営者）	・国の第2次補正予算が成立したが、第1次補正予算で凍結された公共事業の穴埋めにはならないであろう。また、2010年度の公共事業は、実質前年比20%減になると予想されることから、公共事業に大きく依存している地方経済にとっては、建設業だけでなく全体として3月から6月にかけての景気の悪化は不可避となるであろう。	
	建設業（総務担当）	・工事発注量は、依然として増加が見込めず、価格競争がエスカレートする。状況は一段と深刻になる見込みである。	
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2、3月の取引発注は前月より早いペースで申込がくるようになった。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気の悪さは依然として変わらず、雇用不安定のため、派遣登録者も少ない。
		人材派遣会社（社員）	・製造業関連からの派遣の引き合いがほとんどなく、若干仕事が増えても、今いる社員で賄う企業がほとんどであり、派遣需要は今後も極めて厳しい。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・サービス業や飲食関連の求人はそこそこあるが、製造業などの募集が少なく、大量雇用の話が出てこない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・景気が多少上向いても企業は雇用に最も慎重であり、雇用拡大はもっと先になる。	
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・窓口で聴取した内容では、年度末に向けて、補正予算など経済対策の効果がなければ、悪化するとの回答が多い。	
	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の相談件数は、依然として高めに推移している。	
悪くなる			