

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	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・受注量が増えている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年の後半から売上は前年同月比80%台を低迷していたが、2か月前にようやく同90%台になり、5月は同95%台まで回復した。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・例年のゴールデンウィークと比較すると景気のレベルでは悪いと感じるものの、3か月前と比較すると、1、2月が悪かったこともあり上向いている。しかし、1～2か月前と比較すると横ばいかやや下向いており、来月の判断が難しい。
		衣料品専門店 （総括）	単価の動き	・安いものばかりに集中するのではなく、多少高額でも自分の欲しいものを買う客が増えた。
		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は天候に恵まれすぎたのか、出かけた帰りに寄った客が多かった。平日はランチタイム、週末はディナータイムの客数に回復傾向が見られるが、客単価は低下傾向にあり節約傾向は変わらない。また、新店の求人募集をかけたところ、小さな子どもを抱える主婦層から高齢者まで100名ぐらいの応募があり、失業率の高さと家計を助けるため仕事を探す主婦層の多さが目立った。
		都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・宿泊、レストラン、宴会各部門とも前年比増加で推移した。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・売上が25%増加した。県内は業関係を中心に企業収益が改善しており、個人収入も改善傾向にある。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・客との会話の中では業種等でバラツキはあるものの、総じて少しずつ良くなっているという感想を聞くことが多かった。
		住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・新築部門及びリフォームの受注は前年比較、前月比較ともそれぞれ増加している。
	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・契約額は3か月前に比べ確実に増えている。また、契約件数も伸びている。	
	住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・イベントでの集客はかなり見込めるようになった。しかしこれが受注につながるにはまだまだ弱く安定感にも欠ける。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・天気が不安定で夏物の動きが悪い。安価ではないデザイン性の高いものに戻る傾向があるが、慎重である。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・例年5月は、金も商品も動かない時期であり、良くもなく悪くもない月であった。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・客の節約疲れによる購買意欲が一瞬高まりを見せたが、一般消費者は依然所得環境の悪化による支出をカバーするまでに至っていない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・天候要因によりサンダルやサングラス、帽子などシーズン物の売上が前年比60～70%に落ち込んでいる。一方、高級ブランドの動きがよくなり、富裕層を中心に我慢をしてきた層に回復傾向がみられる。全体的には、まだまだ厳しい状況が続いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・固定客はイベントなどには来店するが、どのイベントが最も安く買えるのか、得になるのかを検討・研究している。思いつきや一目ぼれで購入することはない。
		百貨店（売場担当）	単価の動き	・衣料をはじめ夏物の動きが弱くなっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・引き続き客の節約傾向はうかがえるものの、一品単価や販売量はここ2～3か月は横ばいで、下げ止まっている。また、特売日やポイントサービス日などプラスアルファのサービス日に客が集中している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・相変わらず自社カードの割引企画日に客が集中する傾向が強く、また、低単価商材に集中している。
スーパー（店長）		販売量の動き	・コモディティ商材でも必要最低限度の品数しか購入しない生活防衛型購買動向は変わらない。イベントや行事などでも関連商品の買い控えや最低必要な商品のみ購入するため買上点数の減少傾向がみられる。	

スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比100%で推移しており、大きな変化がみられない。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・月間を通して気温の寒暖の差が大きく、特に気温の低い日数が多かったため、不要な商品は購入しない傾向から衣料品、ホームセンター部門での季節商品の動きが悪かった。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・下げ止まっている感がある。現場の労働者も少しずつ動き出しており、ひと頃の非常に悪い状態は脱している。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中は好転に恵まれたため比較的安定して客が来店した。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・以前は、衣料品を購入できる人までが買い控えていたが、徐々に買える人は買うようになり始めている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・全く静かである。高いスーツを作っていた客が安いスーツに、1年に3着作っていた客が1着に減らしている。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車の購入費用やメンテナンスにかかる費用は、必要最小限に絞り込み一切の無駄やぜいたくを省いたものになり、価格次第で購入先が変わる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・一部人気車の受注は目立つが、総販売台数はほとんど増えていない。補助金がきっかけの商談件数も減り始めている。
乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・先々の受注状況が懸念されるが、エコカー減税や補助金延長の効果もあり好調な販売状況を維持している。
乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・乗用車の販売量は前年同月比約2割増加しているが、これは新車購入補助金によるものである。受注量は横ばいである。
自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・集客面での落ち込みはそれほど大きくないが、趣向品の単価低下と必要な商品以外の購買減少が続いている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・不景気でどん底を這っている状況が続いている。上向く兆しさえ見えない。
その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	来客数の動き	・既存店舗の売上を比較すると、特売などで前年同月比101%となったが、来客数は同98%と前年同月を下回る状況が続いている。
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の集客は過去5年の平均値に対して約85%の売上と低迷した。昼の集客は例年並みだが、夜は客数も単価も悪く厳しい結果となった。
スナック（経営者）	来客数の動き	・売上は下がったままだが、安定感がある。客の会話からでは、小企業では仕事量は戻ったが人をリストラしたとか、建設業では全く見通しが見えないなどの声が聞かれる。戻りつつある状況の中でも厳しい雰囲気がかがわれる。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間の集客は例年並みにあったが、それ以降の予約が伸びてこない。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比104%、宿泊単価は同94%、宿泊人数は同112%となった。宿泊人数が大幅に増加したが、大型団体及び海外からの観光客の団体が取れたのが理由である。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストラン利用客、宿泊利用客が前年を下回っている。天候が安定しないせいか、4月までの好調さがなくなっている。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・上海万博、サッカーワールドカップなどのイベント需要が期待したほど活発ではない。レジャー需要の回復はもう少し様子を見てからになる。
タクシー運転手	販売量の動き	・ゴールデンウィーク中は、観光施設が少ないからか、県外から市内への観光客の入込みは非常に少なかった。
通信会社（職員）	それ以外	・来客数、問い合わせ件数ともに、増加するわけでもなく平静さを保っているようだ。
通信会社（役員）	販売量の動き	・デジタルテレビ販売はエコポイント制度の延長などにより好調との電気店情報があるが、これがケーブルテレビ・デジタル契約増には結びついておらず、新規契約数は前年比横ばいで推移している。
競輪場（職員）	販売量の動き	・3か月前に比べると売上額は増加しているが、例年の売上傾向と同じであるため変化はない。

		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年同月比10%以上下回っている。美容室でも不景気と安売り店の両方の影響を受けている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅版エコポイント効果を期待しているが、新築の場合は思ったほど効果が表れていない。
やや悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの街なかのにぎわいは、近年稀にみる人通りでにぎわいを取り戻したが、後半にかけては人通りに反して売上は伸び悩んだ。買う日と買わない日があきらかに分かれている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークもさることながら、それ以降もめっきり人通りが少ない。これまで、まだ売れているほうだった食品関連の業種も、最近では売上減となっている。出歩かない、お金を使わないという傾向が強いように感じる。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・3、4月と好調を維持してきたがゴールデンウィークの後半から急ブレーキがかかった。これといった理由が見つからない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	単価の動き	・今月に入り、客数は増えているものの、売上、客単価は落ちている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・エコポイントの影響で販売量は上向いているが、単価が下がっている。
	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・この時期は特に何かすれば客数は上がるが、何もしなければ全く客が動かない。動いても単価が下がり、なかなか買わなくなっている。	
悪くなっている		タクシー運転手	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候がよかったため、マイカーなどでの人出が前年より多かったが、タクシー利用は少なかった。連休明け以降は、ゴールデンウィークにお金を使ったためか、夜の街は閑散としている日が多かった。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品の発売が開始されたにも関わらず、客の関心が非常に薄い。さらに旧端末の値下げもほとんどないため、買い換えるタイミングを見計らっている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・世界的な景気回復から、海外からの観光客は回復傾向にあるものの、最も利用ウエイトの高い個人客については、前年同期比で1割以上の利用減少になりつつある。全体的に個人客の土産購入も含め消費が弱まっている。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・スポーツ関連及び自動車関連で受注量が回復しており、多品種小ロットでロスがともなう生産ではあるがフル操業が続いている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・機能性のある実用衣料は、秋冬物が生産シーズンであるが、前年より忙しくなっている。また、非衣料は全体的に忙しい。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量は順調に増加している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界全体の受注は上がっている。また当社も引き合い、受注が増えている。ただし7割程度の回復である。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注価格が下がっており回復感に乏しいものの、数量的には回復している。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・機械製造業において、中国をはじめとした外需の好調を要因として、生産面の回復がみられる。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・各種経済指標はもとより、取引先の月次報告をみても、前年春ごろが底でそれ以降はこの時期を下回る業績報告がなくなった。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・不動産取扱の同業者からは、少しずつ取引が動いているとの声が聞こえるようになった。
		司法書士	取引先の様子	・マンションの売れ行きが良くなっている。
変わらない		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	・住宅市場に先行きが見えていない状況がここ2～3か月続いている。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・欧米向け商品については厳しいながらも前年同期を上回り比較的順調である。国内向け商品については、トータルでは何とか前年同期を上回っているものの、動きのいいものと悪いものとが極端になっている。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・荷動きはいいが、軽油価格の上昇で相殺される。

	新聞販売店〔広告〕（従業員） 税理士（所長）	受注量や販売量の動き 受注量や販売量の動き	・今月は売上高ではマイナスだが、折込チラシのサイズが大きくなっている。 ・最近、取引先の仕事受注量はほぼ平年並みに戻っている。価格には不安があるが、仕事は安定的にあるようである。ただ、中小企業も円高で経営が左右されることも多くなったので、今後の懸念事項となっている。
やや悪くなっている	食料品製造業（企画担当） 輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き それ以外	・業界内の販売単価がますます下がっている。今までの価格帯では売り場からはずされ、売上の低下傾向がみられる。 ・前年末以降、燃料費が徐々に上昇しており、これに伴い輸送コストが上昇し、利益を上げにくい状況になっている。
悪くなっている	建設業（経営者） 建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き 受注価格や販売価格の動き	・3か月前は年度末工期の工事を完成すべく例年並の忙しさであった。しかし、4月に入ってからは、年度始めということも官庁工事が発注にならず、例年仕事量が減る時期であるが、今年はさらに少なく、4月入社の新入社員に仕事を教える現場すら少ない。 ・受注価格競争が極限にまでエスカレートしており、赤字と思われる見積・入札価格で受注する業者が増加している。
雇用関連	-	-	-
良くなっている	-	-	-
やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員）	求人数の動き 周辺企業の様子 求職者数の動き	・求人数がわずかではあるが増えた。 ・高い料金の商品も売れるようになった。 ・事業主都合離職者が前年同月比減少していることから、新規求職者が減少した。
変わらない	人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 民間職業紹介機関（経営者） 学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き 求人数の動き 求人数の動き 求人数の動き 求人数の動き	・一般企業での景気回復の兆しが見えないため、人材需要の案件も少ない。 ・機械関連製造業で派遣求人の増加がやや見受けられるが、全体的には依然として低迷している。 ・求人広告は前年同月比89%程度となった。 ・企業の紹介求人、派遣求人はともにこのところ低迷したままで増える気配がない。 ・求人数が前年比で約30%減少となっており、大学にくる求人数が増えない状況である。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-