

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	通信会社（営業担当）	・スマートフォンの潤沢な入荷が見込めることと、他社からの乗り換え数が一番増える時期でもあることから、それなりの販売が見込める。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・良くなる要因として、販売量・来客数ともに増加していることが挙げられる。
		百貨店（営業担当）	・年末から年始にかけてファッションも含め消費の活性化が見えてきたが、大雪による消費の減退は一過性であり、ファッションを中心としたものが売れている。いままでの不要不急のものは買わないとする消費態度からの変化が見られ、財布のひもを緩めさせるであろう。
		乗用車販売店（経営者）	・春先需要を控え、各メーカーの新型車発表があり、それによって販売台数の増加が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・格安航空券販売業者と組んだチャーター便などをはじめとして多くの企画商品が出てきた。
		旅行代理店（従業員）	・海外視察案件を中心にMICE関連も複数の案件が出てくるなど、海外市場に活路を見いだした企業が業績回復し、MICE需要全体を押し上げる兆しが出てくる。
		通信会社（社員）	・政局では不確定要素が多いため、全体的な潮流としては変わらないものの、年度末の予算消化など局面的な需要により、限定的だが一時的改善が期待できる。
		その他レジャー施設（職員）	・現在入会の動きがないので、その反動が出てくると期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイントやフラット35の金利優遇の延長があり、購買層の気持ちを盛り上げている。また、フラット35の金利が若干上昇傾向にあることも購買層の気持ちを焦らせている。
		住宅販売会社（従業員）	・春先に向けいろいろな住宅設備などの新商品が発表されるので、客の動きに変化がでると予想する。
変わらない	商店街（代表者）	・例年以上の積雪が予想され、それによってまた一段と外出する気力が失われそうである。積雪による家の修繕など、買物以外に使われるお金は増えそうだが、商業者にまでその恩恵が回ってくるのかが心配である。	
	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費者の購買意欲を上げる要素が何もない。商品を見る目が厳しく、必要なものしか購入しない傾向が続く限り、景気が良くなることはないだろう。	
	百貨店（売場主任）	・業態別で突出するような購買動向は見られないが、ライフスタイルに合致した提案があれば購入することは安定的にあり、地産地消的な地元志向も高まりを見せつつある。ただし、全体的なデフレ感是否めず、売上が向上するにはしばらく時間がかかる。	
	百貨店（営業担当）	・来客数は一時期の落ち込みからの回復は見られるが、前年と比較すると依然として戻っていない。客は必要なもの、品質の良いものを見極めての買物が目立っており、衝動買いは見られない。	
	百貨店（売場担当）	・2月に子ども手当が給付される予定だが、前年の6月、10月の給付時には景気があまり変わらなかったもので、今回も同様であろう。	
	スーパー（店長）	・今の客の様子から見ると3か月たっても変わらないであろう。食べるものに関しては必要なものは購入するが、必要でないものは購入しない。また、必要なものでも必要な量だけを購入する傾向については変わる見込みがない。このあと異常気象にでもならない限り、良くなる要素は見込めない。	
	スーパー（店長）	・高単価商材の動きが盛んになっている状況は変わらないと予想する。	
	スーパー（店長）	・景気が不透明な中、ハレの日商材は最低限度の需要を期待できるが、余分な購買をしない傾向や日常品中心の動向は変わらない。子ども手当や年金問題、消費税などの不信感が生活防衛型消費へ拍車をかける懸念がある。	
	スーパー（店長）	・将来の明るい材料が見当たらない。現状から察すると、来客数、買上点数などの数値が上昇してこない。ただ、買上単価が前年を少し上回る日が多くなったようである。その点だけが良い点だと感ずる。	
	スーパー（総務担当）	・衣料品部門は相変わらず低迷しており、景気が良くなったという実感はない。	

コンビニ（経営者）	・売上が下降しないように、チルド弁当や新しい惣菜などのいろいろな新商品を採用し、まねされないよう工夫をし展開している。しかし、財布のひもが固いせいか、単価の高いものにはなかなか手を出してもらえず、買上点数が少ない状況が続いている。たばこが下支えしているものの、売上が増加するまでには至っていない。	
コンビニ（経営者）	・たばこの売上也前年を上回っているほか、ホットドリンクの売上也増えており、明るい面がたくさんある反面、相変わらず弁当の売上が落ち込んだままで、よく分からないのが実感である。	
コンビニ（店舗管理）	・たばこの値上げも値上げ金額分だけ販売数量が減少し、結果的には売上は変わっていない。	
衣料品専門店（経営者）	・冬物セールが一段落してから先物買いの客の動きが鈍い。	
衣料品専門店（経営者）	・40人程度の旅行会に参加したが、参加者は財布のひもが固いと言うより、会費以上のお金は使わないと決めて参加した人が多い。予算以上にお金を使うことは避けているようで、お金の使い方の傾向に変化はみられない。	
衣料品専門店（総括）	・景気回復の要素が見当たらない。消費より貯蓄中心が続く。	
家電量販店（経営者）	・家電エコポイント対象のテレビは2台目、3台目の追加購入が目立ち始めた。小型が多いため、単価下落が激しく台数は持ち直しているものの売上金額は伸び悩んでいる。エアコンは暖房機としての購入が多く見受けられ単価アップとともに売上は完全に回復してきた。冷蔵庫はまだ販売台数が戻っていない。	
乗用車販売店（経理担当）	・集客施設でのイベントはまずまずの成果を得られたため、最大の需要期である2～3月に向けて、少しは期待出来るようになった。	
自動車備品販売店（従業員）	・地上デジタル需要でプラス要素はあるが、降雪が長引く予想もあり春タイヤ商戦に影響が考えられるため、大きくは変わらないと予想される。	
住関連専門店（店長）	・良くなる気配はない。特別追い風となる項目もなく現状と変わらない。	
その他専門店〔酒〕（経営者）	・何も良い材料はなく、悪くなる状況に変化はない。	
その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・地方都市における高齢化が進んでおり、1世帯あたりの所得が伸びていない。この状況は早急には変わらない。	
高級レストラン（スタッフ）	・売上の下げ止まりを感じてはいるが、一年で最も季節指数の高い春に売上を落とすと挽回できないので、数年ぶりにテレビコマercialによる販売促進を準備している。	
都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン利用客の回復感がつかめず、厳しい状況が続く見通しである。	
タクシー運転手	・運転手不足が影響しており、売上増加が望めない状況である。	
通信会社（職員）	・経済界の年頭談話の多くが、年度後半に期待するというものが多かったが、当業界においても、完全デジタル化後の道筋が不透明な部分も多い。客においても年度前半は様子見状態が続くと見る向きが大勢である。	
通信会社（営業担当）	・携帯電話市場に占めるスマートフォンの割合は上昇しているが、それ以外の商品の動きが鈍い。結果的には、状況に大きな変化は見られない。	
通信会社（役員）	・テレビ契約のデジタル移行は最終段階となり、相応の件数が期待できる。一方でインターネット契約の獲得は、大手通信事業者との競合が一段と厳しさを増しており、短期的な回復は見込めない。	
美容室（経営者）	・短期間で今の状況が変わるとは、とても思えない。	
住宅販売会社（経営者）	・客の動きに変化はみられない。	
住宅販売会社（従業員）	・受注数量は横ばいを予想している。今後の伸びは期待できない。	
やや悪くなる	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・年末年始をみても忘年会・新年会の減少や規模の縮小が目立った。この傾向はしばらく続くと考えられる。
	スーパー（店長）	・いろいろな商品の仕入れ値が上昇しているため、値上げせざるを得なくなり今まで通りの販売数が見込めなくなる。
	乗用車販売店（経営者）	・ハイブリッド車や電気自動車への期待が大きすぎて、現行車には目を向けない傾向が強くなった。燃費やサイズにとらわれすぎて自身のライフスタイルや使い勝手など本来の選考基準がずれている。当分この傾向が続くそうである。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・大手工場への納入量は若干回復しているが、零細業者からは悲観論が目立っている。

	一般レストラン（スタッフ）	・円高の影響もあり周囲でも海外旅行に行く話を聞くようになった。逆にガソリンやサラダ油、小麦などが値上がり、仕入れ業者からは値上げの話や大手スーパーやメーカーが買い占めていて手に入らないなどの話が多くなった。今後、原材料費・経費増が利益を圧迫していく。	
	スナック（経営者）	・海外に工場を持っている一部の客に限れば、先々明るい会話も聞かれるが、それ以外では、原料の値上げや、一段と厳しさが増しているという声が聞かれる。さらに個人商店の廃業が増えつつある現状では、悪いほうに向かっていると感じる。	
	観光型旅館（経営者）	・なかなか消費単価が伸びないなか、原油高や気象状況による仕入単価が上昇傾向にあるが、宿泊単価には転嫁できないため今後の利益率が心配である。	
	観光型旅館（スタッフ）	・予約状況及び予測は、1月が前年同月比88%、2月が同82%、3月が同106%、4月が121%と先に行くほど回復しているように見えるが、実際になってからの予約がどれだけ入るか、確保できるかは未知数である。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・消費単価の下落に歯止めがかからないことに加え、予約は弱含みである。	
	タクシー運転手	・1月は新年会や降雪のため利用客が増え売上が増加したが、先行きは暇な状況に転じる。	
	テーマパーク（職員）	・近隣の宿泊施設の予約状況を聞いても、向こう2～3か月はやや鈍い状況にあり、やや悪くなる方向にある。また、今シーズンは降雪量が例年より多くなる予測もあり、来場者数に悪い影響を与える。	
悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・2～3か月後は年度末需要が完了した後になるので、例年通りではあるが悪くなる予定であり改善する気配はない。2～3か月後を見据えて新たな受注の見込みなどを探さなくては出てきた。	
	家電量販店（店長）	・家電エコポイント終了のため、さらに販売量は落ちる。	
	競輪場（職員）	・年末のビッグレース及び新年競輪が終了し、客の購買意欲も一段落する時期に入る。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・客の機械の稼働状況が上がれば、設備投資意欲もわいてくると予想する。
		金融業（融資担当）	・外需主導の要因もあるが、受注量や販売量の動きがやや上向きに推移していく。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・不安定な政治情勢のうえに、原燃料の値上がりが懸念材料である。円高が輸出にどのように影響するか注視している。
		繊維工業（経営者）	・今月から原材料の価格が3～5%程度値上がりしており、価格交渉に入らなければならないが、全体の環境が良くないため、先行きは非常に不透明である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅着工数は微増していると聞いているが、当社の業況にまで影響が及ぶことはまだない。住宅市場の回復には3～5年必要と考えている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現状と変化がない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ここへきての鋼材の再値上げなど収益圧迫要因が出ており、国内需要が回復しない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・客先は年度末に向けて在庫調整に入っており、3月までは現状維持で落ち込んだままの状況が続くと予想している。ただし、4月からは若干上向くとも見込んでいる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・産地全体の生産能力が縮小された状況のなか、特に金型・部品などの製造業者は2～3か月先の受注を多少抱えているようで、段々と残存メーカーに発注が集中している。ただし価格的にはかなり厳しい状況であると思われる。
		通信業（営業担当）	・年度末に向かって設備更改の案件が進んでいるが、全体的に設備投資のガードは固い。
		不動産業（経営者）	・2～3か月先には、不動産取引に動きが出そうであるという同業者の話が聞かれる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・折込チラシの基本となる食品スーパーが前年同月比で伸びない。この業種から前年並みの出稿があると売上も上がってくる。
司法書士 税理士（所長）	・個人住宅以外の不動産売買や会社設立の話が無くなった。 ・2～3か月先は、官公庁を中心に年度末需要が潜在的にあり、手堅い動きとなる。円高に伴う大手企業の海外への設備投資が続いているので、機械関係・工作機械関係は、円高の状態が続けば安定する。4月以降を考えると、為替相場の問題、長期的に見れば、産業の空洞化が進行しているので心配である。		

	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・小麦、大豆などの副原料、重油、ガスなどの燃料費が確実に値上がりしている。しかし、製品価格に転嫁できる環境ではなく、ますます収益性が厳しくなる方向にある。
		輸送業（配車担当）	・急激に燃料費などの経費が下がるとは考えられず、また、エコカー補助金の終了、家電エコポイントの縮小により車関係の部品、家電関係の製品の荷動きの先行きが良くなると感じられない。
		輸送業（配車担当）	・軽油価格が上昇している。これ以上上昇すると利益を圧迫する。
		金融業（融資担当）	・公共工事などを含めた予算策定および執行の遅れが景気の足を引っ張る。
	悪くなる	建設業（経営者）	・統一地方選挙がある年は、工事の発注が例年より遅れる上に、次年度は県にも市にも大規模な工事は無いといわれ、前年比5.1%の減少となる。国の次年度公共事業予算も、成立が遅れば発注も遅れることになる。8月、9月まで仕事らしい仕事は無いのではないかという悲観的観測をしている。
		建設業（総務担当）	・工事の採算より受注優先の動きが強く、今後も破格の受注価格競争が続くと予想され、ますます厳しい状況が見込まれる。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・一部プログラマーなどの技術職には不足感も出始めており、情報化投資などにも取り組む企業が増えつつある。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・安定した就業を求める求職者は、一時的な期間契約である派遣契約に対する反応が悪い。
		求人情報誌制作会社（編集者）	・大型の雇用につながる新規出店の情報が出てこない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数のうち、正社員の占める割合が約4割の状態が長期間続いており、上昇する気配が見えない。
		職業安定所（職員）	・依然として有効求人倍率は1倍を下回っている。また、従業員を増員しようとする事業所はまだ少ない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・政府の雇用対策が講じられているが、現在も就職先が未定の学生に対する効果が見当たらない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・派遣を直接雇用に取り替える企業が増加している。ただし雇用条件の悪化と有期契約などにより直接雇用を望まない人の失業も出ている。
悪くなる	—	—	