

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）	・食品の放射能汚染問題などがあるが、この問題が解決すると再び購買意欲が上がると予測する。
		百貨店（営業担当）	・3か月後には石油ストーブやファンヒーターが必要な時期に入り、エコ対策の一つとして、質の良い暖かいインナー、上質なアウターが打ち出されてくる。
		百貨店（売場担当）	・生活必需品以外の領域、婦人のファッション部門、ミセスゾーンが動き出したことにより購買意欲が高まりつつある。インテリアは冬に向けて暖かいものに新商品の芽が出ている。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の投入に伴いメーカーの宣伝が復活し、需要促進がこれから進むと考えられる。
		乗用車販売店（経理担当）	・中古車市場に陰りが見えているので、当社専売車の上級車種の柔軟な供給体制が整い、新車販売のかさ上げが出来るように期待している。
		観光型旅館（スタッフ）	・7～9月の第2四半期は、前年を上回る予約保有となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストランの先行きは読みにくいものの、一般宴会の予約は前年以上にある。
		旅行代理店（従業員）	・個人の動きはまだまだ悪いが、秋口の団体は少しではあるが動いている。照会相談件数、受注件数、春から秋へ移行して復活件数も増加しており、景気は良くなる方向にある。
		通信会社（職員）	・地元企業の3月期決算内容が良好である先が多くみられたことから、雇用も低調ながら安定することが期待できる。また、好調な家電製品が追い風となり、全体として景気はやや良くなる。
	通信会社（社員）	・今後、各種情報通信機器への関心が一層高まり消費に結びつく可能性がある。	
	通信会社（営業担当）	・東日本大震災後は、販売数、来客数ともに低迷していたが、7月に入り、ボーナス時期も重なり新商品の販売が好調なため、少し期待が持てそうな雰囲気になってきた。	
	その他レジャー施設 （職員）	・とりあえずボーナスもほぼでそろい、当面の安心感からか少しずつ入会者数が回復している。	
	変わらない	商店街（代表者）	・百貨店では高額品が少し動くようになってきたようだが、一般の小売店では、お値打ち商品やバーゲン品しか売れない。特に衣料品は苦戦しており、涼しくなってもしばらくこの傾向は続きそうである。
		一般小売店〔事務用品〕 （営業担当）	・東日本大震災の影響がいろいろなところである。客先でも予算を組んでおらず、必要以上のものは買わない雰囲気になっている。
		一般小売店〔書籍〕 （従業員）	・買い控えは弱まっても、節電をはじめ消費者には厳しい状態が続き、現状と変わらない傾向が続くであろう。
		百貨店（売場主任）	・節電、クールビズ関連商品は、最終処分期まで好調に推移すると思われる。円高傾向は見られるものの、復興事業による特需など、企業にとってプラス要素が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・来客数、購買量については復調はしてきたものの、頭打ち、戻り止まり感がうかがわれる。2～3か月後も酷暑の影響が続き、特にファッションについては秋物の買い控えが予想される。また、必要な物しか買わない傾向が依然残っているため、苦戦が強いられる。
		スーパー（店長）	・特に良くなる要素も、悪くなる要素もみられない。近年、全国的に気象状況が不安定になっており、気象状況によって大きく販売するものが変わってくる。また、今後東北の復興に関連した増税など政府の対応次第で、状況が大きく変わってくる。
スーパー（店長）		・夏の賞与が落ち込んでいたり、世の中で様々な問題が起きており、景気が良くなる要素が見当たらない。	
スーパー（総務担当）		・東日本大震災の直接の影響は少なくなっているが、原子力発電所の運転停止や節電継続などのため、消費は全般的に盛り上らないだろう。	
スーパー（総務担当）		・東日本大震災による被害の影響は薄れてきたが、好材料は無いように感じる。競争店ではディスカウント店が好調と聞いている。	
コンビニ（経営者）	・たばこの売上が上がっているが、ついでで買いをする客が少なく、まだまだ目的買いの客が多い。無駄なものを買わない節約志向は根強く残っている。		
コンビニ（店舗管理）	・購入意欲の低迷ムードから抜け出せない。		

衣料品専門店（経営者）	・異常気象も含めて、先行きの見通しは楽観できない。
衣料品専門店（経営者）	・取引先を訪問したが、原子力発電所が点検期間中で、機械、器具、人などの動きが活発な時期であるという。来年3月稼働予定だが、稼働後は商活動は通常では悪くなるという話を聞いた。来年3月以降停止期間が長くなると、不活発な時間が長くなり、先行き大変心配をしているようだ。
乗用車販売店（経営者）	・購入資金の確保や支払い方法に至るまでの動機づけにきめ細かく対応しながら、売上の拡大を図っているが、相変わらず慎重な購買意欲は緩みそうにない。
自動車備品販売店（従業員）	・地上デジタル放送関連の需要はまだ続くと考えられるが、今後は単価低下も予想されプラス要因が見当たらない状況である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・近く良くなるという客の声は全くと言っていいほど聞かれない。
その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・必要なもの以外は買わないという生活環境が急速に変化するとは思われない中で、単品での値下げ、価格競争だけが起きている状況はしばらく変わらない。
一般レストラン（スタッフ）	・節電対策で製造業など大手が長期夏休みを採用すること、米国の財政問題から円高に振れていることなどから、休みを利用して海外旅行に行く、帰省する人も福島第一原子力発電所問題などがあり長期で戻ってくると聞く。
観光型旅館（経営者）	・団体客の予約発生が少なく、夏休みや連休など個人旅行のシーズン以外の予約の入りが悪い。
旅行代理店（従業員）	・円高は海外旅行需要に追い風になるかもしれないが、原油価格高騰や福島第一原子力発電所問題、天候不順といった景気へのマイナス要因が是正されなければ、上昇気流も力強さを感じるものとはならないだろう。
タクシー運転手	・良くなる条件はないが、自粛ムードが薄くなるなどマイナスの要因が徐々に解消されているため、少しずつではあるが回復傾向に向かっている。
タクシー運転手	・売上は前年並みを何とか確保しており、しばらくは続くともみている。
テーマパーク（職員）	・個人旅行については、回復または前年を上回る動きになってくるであろう。ただ、海外からの観光客は福島第一原子力発電所問題に見通しがつかず、燃油サーチャージ問題もかなり響いており、影響は今後も続く。一般団体については現状よりやや回復感があるが、前年レベルまでには至らないと予想する。全体としては現状と変わらない水準となる。
競輪場（職員）	・2、3か月前と比べ、平均売上額、平均入場者数がほぼ横ばいであり、今後急激に伸びる要素も見当たらない。
美容室（経営者）	・しばらくは、来客数が増え景気が良くなる要素が見当たらない。
住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントの終了も当初の12月末から7月末に繰り上げられており、その影響が必至である。さらに資材の単価も上昇気味であり収益圧迫が予想される。
住宅販売会社（従業員）	・しばらくは、客の様子は変わらないと感じている。
やや悪くなる	
百貨店（営業担当）	・例年では8月中旬以降は秋物の展開となるが、今年はいろいろな要素が加わり、できるだけジャストタイムでの提供に徹し、シーズンの先取りなど前倒しはできるだけやらない方向で予定している。客に対する秋物のPRは例年より遅れるため、夏物の最終品と秋物の初回品が同時に動いていた例年と比較すると、やや悪くなると予想している。
スーパー（店長）	・今後、食品の放射能汚染問題の影響が東北地方だけでなく当地においても影響が表れ、買い控えが危惧される。
コンビニ（経営者）	・県内コンビニの再編成により、加盟しているフランチャイザーの店舗が急増し、近隣に同サービスと同商品の店舗が出現することで、来客数、売上が目減りする。
衣料品専門店（経営者）	・小麦粉をはじめ生活必需品の高騰が気がかりである。一時的であれ、ファッションに金が向けられなくなる恐れもある。
衣料品専門店（総括）	・景気が良くなる要素は無いが、来客数の急減をはじめとして悪くなる要素はたくさんある。
家電量販店（経営者）	・テレビの販売が前年比では半分以下と極端に落ち込み、全体の売上に大きく影響があると思われる。しかし省エネに対する関心がさらに高まり太陽光発電、省エネエアコン、冷蔵庫やLED電球、LED照明器具の販売が大きく伸び、ある程度はテレビの販売減をカバーできる。

		住関連専門店（店長）	・前年から続いた地上放送のデジタル化の特需もなくなり、これ以上に上がっていく見込みがない。節電・節約商品は好調であるが、全部をカバーするには至っていない。
		高級レストラン（スタッフ）	・食品の放射能汚染問題の解決が見えてこない、稼ぎ頭であるステーキ部門が立ち直れない。納入価格も高騰しており、簡単には解決しないと思われる。
		スナック（経営者）	・会社経営者のなかで、先々に対して、世界的な経済に連動して、大変厳しい状況に置かれ、不透明感が強まっているとする客が多い。
		通信会社（役員）	・7月まで地上デジタル放送移行の話題がマスコミに多く取り上げられ、その分関心も集まり契約数増加に貢献していたが、今後は関心も薄まり契約獲得に影響がでないか懸念している。
		住宅販売会社（経営者）	・見込み客の数からみるとやや悪くなる見通しである。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントが終了したことで駆け込み需要も終了し、客の動きが全く見えない。しばらくは動きがなさそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災による材料入荷の遅れもほぼ解消しているが、施工体制が厳しい状況にある。工期が長くなって売上計上が遅れる可能性が出ている。また住宅エコポイントの終了により、今後リフォームの受注が減少することを危惧している。
	悪くなる	コンビニ（店長）	・競合店が改装のため閉鎖していた影響で良すぎた6、7月と比較すると、今後売上は低下する。しかし、例年と比較しても大きく低下するとは考えにくく、例年通りに戻ると考えてよい。
		家電量販店（店長）	・テレビなどの販売が一段落する。
		通信会社（営業担当）	・メインとなる商材が、スマートフォンに偏ることで、旧来型の携帯電話などスマートフォン以外の端末の需要が減少する。さらに、スマートフォンを欲しいと思っている人は既に購入していると予測するため、全体的に販売数が落ち込むと思われる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（企画担当）	・同一商品の得意先への納入価格の動向を調査し、得意先別に低価格帯の納入先へは、その販売価格での納入を取りやめる方向に動いており、全体として収益性の改善に向けて取り組んでいる。この施策により販売量の大幅なダウンが予想されたが、幾分かの落ち込みだけであり、今後の景気が良くなっていく前兆と期待する。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現状と比べてやや良くなる方向にある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車生産の回復が見受けられるため受注量が戻っている。ただし、円高基調の為替の影響が懸念される。
		通信業（営業担当）	・ビジネス電話の需要が徐々に増えている。各企業では増築などの設備投資も活性化してきた。
		税理士（所長）	・現在、不安定要因が非常に多くあり、中小企業の経営者は委縮しているが、それなりに努力を重ねておりこれに期待したい。米国の問題が解決すれば、円高も先が見えてこよう。予算関係もこれからの執行が期待され、秋口からは良くなるかとみている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・持ち直しつつあるものの、今後為替による影響が心配され、先行き不透明である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響が一部出ているため今後も見通しがつかない。また、住宅市場も低迷が続きそう、なかなかよくなる気配がみられない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・不安要因は円高である。工作機械は7割が輸出であり1ドル80円では経営的に非常に厳しい状況である。何とか政府に介入など手を打って欲しい。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・現在、けん引役のスマートフォン関連の部品需要が一服した後は、長期的には景気は落ち込むが、ここ2～3か月といった短期間では変化は見られないであろう。
		精密機械器具製造業（経営者）	・現時点での3か月後までの生産計画は、今月よりは増産となる予定である。一方で、ここへきての一層の円高の影響が心配される。
		輸送業（配車担当）	・電力制限などに伴う工場の動きが変化したことにより、今後、通常の流れで物量が動くとは思われない。また、燃料コストも今後下がる見込みもない状況の中で、良くなるとは予測しにくい。
		金融業（融資担当）	・為替相場では円高の進行もあり、現状の景気動向が継続する。

		不動産業（経営者）	・同業者によれば、法人からの不動産取引に動きが出るが、個人からはまだまだ動きが出てこないとする話が聞かれた。
		司法書士	・相談の内容で廃業に関するものはあっても、会社設立、事業拡大のものがない。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・欧米経済の先行きの不安感に加え、円高が輸出に影響するのではと心配している。頼りは中国など新興国の経済のみである。
	悪くなる	建設業（経営者）	・当社の受注高は前年の半分であるが、もっと少ない業者もたくさんいる。積雪寒冷地域の北陸地方にあって、もっとも施工しやすいこの時期に工事の発注が激減している状況であり、経営破たんする業者が今後増加すると思われる。
		建設業（総務担当）	・補助金事業の医療福祉関係や保育園などの建設工事の発注が一部にみられるが、全般的には設備計画はあるものの、投資時期の様子見で発注量が増加せず、厳しい価格競争は依然として続くと見込まれる。
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる		
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・景気回復での生産増大にならない限り、人材の増強はなかなか見込めない。
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災前とほぼ同じ水準に戻ったとは言え、本格的な上昇には程遠い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員の求人数が伸びてこない。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響も鎮静化に向かい、休業等実施計画届の提出件数の減少が今後見込まれる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加幅が小さくなり、一方、新規求職者数は減少しているため現状維持が続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・前々年の冬から春に人員削減や派遣終了した大手工作機械メーカーから、求人依頼があったが、一般企業の求人はまだ低調である。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-