

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	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年同月比で売上は105%、宿泊人数は同109%、宿泊単価は同100%と宿泊人数が増加したことで前年を上回ることができた。宿泊人数の増加は募集団体客の増加が大きな要因である。			
		やや良く なっている	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・当店が入居するビルの各テナントの改装も終了し、来客数が増えている。		
			百貨店（売場主任）	販売量の動き	・先行きに不安感はあるものの、顧客の買回りにより、順調に秋物、冬物商品が売れている。		
			百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客が購買意欲を抑えている印象はなく、数か月前と比較すると買物をしようとする意欲は高まっている。		
			コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数の微減が続いているものの、客単価はたばこの値上げもあって前年を維持している。		
			乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の車両生産は正常化したため、販売台数は前年同月比7割増加している。		
			その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	お客様の様子	・災害グッズ系の商品の動きは落ち着き、普段の生活に必要なもの、季節用品が売れ始めている。		
			高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・観光シーズンの集客は、昼の団体旅行客が例年より多く単価も良い。特に関東方面からの来店が多い。夜は法人利用の単価が例年より1割ほど良く好調である。		
			一般レストラン（店長）	来客数の動き	・客単価がやや上昇しているのに加え、来客数の増加がみられる。		
			都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・企業利用では単価を低く抑える傾向が続いている。個人利用では低価格商品への希求はあるものの、以前より高単価商品を選ぶ客は増えている。		
			旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・秋の旅行シーズンでもあり、団体旅行の件数、売上ともに前年を上回っているが、4～6月の穴埋めまではできていない。		
			通信会社（社員）	販売量の動き	・スマートフォンなど携帯電話の新機種種の発売により、消費者の購買意欲が増している。		
			変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・前月に引き続き新規出店が続いている。10月はイベントもたくさんあり、かなりの広域集客ができています。
					商店街（代表者）	お客様の様子	・本来ならそろそろ単価の高いジャケットやカーディガンなどアウターが売れ始める時期であるが、暑い日が多く興味を示さない。
					商店街（代表者）	来客数の動き	・前年まではイベントなどである程度の集客が見込めたが、この秋はイベントがあっても人出が少ない。休日でも「いったい客はどこに行ったのだろうか?」といった雰囲気である。
					一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・販売量はほぼ前年並みに戻ってきたが、デフレ傾向のなかで販売単価を上げることができない。東北地方の海産物の流入が減少しており、数種類の商品で流通不足による値上がり傾向が見られる。値上げすればよいだけの話だが、今の状況では厳しい。
					一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・当店の購買の中心層である学生に買い控えが目立つ。
					百貨店（営業担当）	お客様の様子	・冬の暮らしの準備のための購買状況がみられる。節電、節約、エコをキーワードにウォームビズ、ウォームライフに対する商品の動きがよい。石油ストーブは前年の販売台数を既に上回った。一方、ブーツやコートなどにはそこまでの勢いはない。おしゃれを楽しむよりは、いかに節約して冬を過ごすかに重点が置かれている。
					百貨店（営業担当）	来客数の動き	・当店では、10月中旬から後半にかけて自社カード保有者向けに特典を付したため、来客数が増加し売上が上がった。しかし、イベントなどの実施によるものに起因しているため、基調に変化はない。
百貨店（売場担当）	単価の動き	・客単価は、ミセスゾーンの防寒衣料を中心に前年同月比108%と大きく伸び、好調である。暖かいファー、小物などもよく動いている。一方、食品は野菜の高騰もあり、客単価は前年同月比92.5%と格差が広がっている。全体では、大きな変化は見られない。					

スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品については婦人服が前年同月比104%と大きく伸長した。逆に食料品では、精肉が同89%で肉離れの傾向が続いている一方、鮮魚が同100%、加工品が同103%と客は敏感に反応している。	
スーパー（総務担当）	単価の動き	・商品の買上率、来客数は前年並みで推移している。野菜は一時期の高騰の影響もあるがバラ売りが好調、精肉では鶏肉がここ3か月前年を大きく超えるなど、一点単価が前年同月を上回る10月であった。し好み、不要な品を買わない状況が3か月前よりは改善しているものの、前年実績までには到達していない。	
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・ホームセンター部門では暖房用品の動きが良い。しかし景気に影響されているものではなく、東日本大震災の影響で早めに購入しているようである。食品の売上、来客数はほぼ前年並みである。	
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・地域間の競争激化により、来客数は伸び悩んでいるが、その分客単価は若干伸びている。	
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・シーズンインにもかかわらず、来客数が極端に落ちている。店舗運営の仕方が悪いのか、郊外店に人が流れているのか、買い控えの影響なのかはわからない。	
衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・節約に疲れた感も見えるが、反動での消費は一時的なものと思われる。安い商品ばかりを求めていた時期は終わったようであるが、基本はぜいたくな消費はしないように見える。	
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行後、テレビなどの販売量に変動が見られない。	
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・需要期ととらえて宣伝量も多くしたが、来客数は全く増加しない。毎年実施しているイベントでも、来客数は2割減の状況である。	
乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・高額車両の供給ベースが改善され、登録、売上に結びついているため営業状態は良くなりつつあるが、受注ベースでは購買意欲が薄れつつあるように感じられる。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前月に比べれば、来客数は戻っているようだが、給料日前の週末は落ち込む傾向にある。また、今年は寒暖の差が急に訪れ、秋物は欲しくないという人も多い。消費も今一つ伸び悩んでいるように感じる。	
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月に入りグループ客や団体客は例年並みに動いているが、個人客の予約が少ない。実績としては例年並みとなっている。	
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・法人のコンペションをはじめ展示会や会議・研修・セミナー開催などのMICE需要、及び一般レジャー需要の案件が増えてこない。不安定な気候や政情により動きが止まってしまっているようである。東日本大震災の影響はほぼ解消したが、いまだに回復基調に力強さが感じられない。	
通信会社（職員）	お客様の様子	・新規契約は頭打ちとなっているが、解約も今のところ落ち着きを見せていることから、結果的に様子見傾向が強いと感じる。	
通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数などから見て、大きな変化は感じられない。	
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・冬商戦に向けて携帯電話の新機種に対する買い控えもあり、販売量が減少傾向にある。	
競輪場（職員）	販売量の動き	・年金支給直後のレース開催は比較的好調だったものの、月平均で比較すると前月と変わらない。	
その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・秋の健康増進イベント月間を開催中で、例年同様順調に新規会員数を獲得できている。	
美容室（経営者）	それ以外	・前年同月より売上は3%程度伸びているが、この伸びが安定した売上である確信が持てない。	
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントなどの来場者は、地域別にはばらつきがあるものの予定数は達成できた。契約については、同業他社との競合が激しく、また、契約締結までの時間もかかるようになっている。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・前年同期と比べても展示会での客足が鈍い。土地購入なども買い控えしているようである。	
やや悪くなっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数、客単価ともに前年を下回っている状態が続いている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・客一人の購買量が減少している。以前ならば飲料が6本入った箱売り、30本入った箱売りは価格を多少安くすれば売れたものが、現在は必要数だけしか買っていない。

	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・気温の上下が激しく、季節商品の売行きが予測しにくい。そのため廃棄が多くなり利幅が薄くなっている。なかなかコントロールしにくいというのが実情である。	
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上を前年同月比で見ると5%前後減少となり芳しくない。8月の前年比マイナス幅と比較すると大きくなっている。前々年や東日本大震災前と比較しても売上は減少している。常連客の1日当たりの来店回数が減少している。	
	コンビニ（店舗管理）	お客様の様子	・ブルーカラー層の来店が減少しているように感じる。	
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・10月に入っても気温が比較的暖かかったため、コート、ブルゾンなど単価の高い商品の動きが鈍い。	
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行に伴いテレビの販売数量が激減した。	
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・一部で話題の新車や限定車に引き合いがあるが、販売が確定する確率もそれほど高くない。先行きへの不安から購入への慎重さを感じる。顧客の動きは極めて弱い。	
	自動車備品販売店（従業員）	販売量の動き	・残暑の影響から冬用タイヤの動きが鈍く低迷状態が続いている。また、買上点数自体は下がっていないが、来客数が減少している。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が少なくなっており、仕入れも控えているが、それでもロスが出る状況である。	
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・全部門において、前年同月比、前月比ともに減少し苦戦を強いられている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・夜間に繁華街へは足を向けない傾向が続いている。駅から観光地まで100円均一バスが循環しており、大多数の観光客はそのバスを利用するためタクシー利用が少ない。節約傾向のためタクシー利用は依然として厳しい状況である。	
	タクシー運転手	販売量の動き	・夜の繁華街を遅くまで飲み歩く人が減少していることもあって、景気が悪かった前年度と同レベルまで売上が低下している。	
	通信会社（役員）	販売量の動き	・地上デジタル放送への対応が一巡して、テレビに対する関心が低下傾向となっており、ケーブルテレビ契約の獲得も前年比大幅に落ち込んでいる。	
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品発表を控え買い控えが発生しているが、同時に旧商品の値下げが始まり、販売のバランスが取れている。	
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・工事施工において一部業種に職人不足が目立ち進捗状況が遅れている。また、資材不足も目立ち価格上昇がみられる。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・例年10月は秋の商戦で多くの住宅メーカーがイベントを開催し集客している。今年も例年と同様にイベントが多かったが、どの住宅メーカーも集客が良いとはいえない状況であった。当社も有効なイベントにはならなかった。	
	悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	販売量の動き	・全社的な販売量は3か月前と比較すると、非常に減少しており問題となっている。個人向けのみならず法人向け事務用品市場も冷え切っている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数では、好調だった7月、最悪の8月、若干改善を見せた9月であったが、今月は再び客足が遠のいており、絶えず危機感と背中合わせの月となった。ただ、当店の客層と異なる若者層は本店とはやや離れた地域の駅前周辺でにぎわっていると聞いている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・これまで好調であった個人客の動向は、前年同月実績を超えているものの増加幅がやや鈍化傾向にある。また、団体部門の集客は非常に苦戦し、前年同月比1割以上の減少となった。内訳をみると一般団体では同1割の減少、海外からの客は円高や風評被害などもあり、同4割の減少となった。全体としては依然として厳しい状況にある。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・廉価品はもちろんのこと、高付加価値商品も含め全体的に販売量が増えている。

	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に国内高付加価値商品の販売量については、震災の影響や低価格ショップの続伸など、不安材料もいくつか懸念されたが、今のところ堅調に伸びている。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・大型ショッピングセンターの改装によるリニューアルオープンのチラシサイズがアップしている。また、そこに新規入店したテナントの単独オープンチラシの新規出稿で特需売上があった。	
	司法書士	取引先の様子	・事業用資金の担保権設定案件が増加している。	
変わらない	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・非衣料関係では、受注状況は安定している。	
	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばいで推移している。	
	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	・住宅市場向けの商品は少し動きが出てきたが、以前のレベルと比べるとほど遠い。全体でみるとやや悪いという状況から抜け切れていない。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・円高傾向が継続しており、国内の設備投資が延期傾向にある。また海外の取引先も資金調達に難しく、設備投資が動かない。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	競争相手の様子	・電子部品関連の業界では、忙しい会社と仕事が少ない会社とに2極分化している。業界全体では横ばいだが、企業格差はさらに進んでいる。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の官庁元請工事の受注はやや回復し、民間下請工事も持ち上がりが増えてきた。しかし、価格が厳しく忙しいばかりで利益にはつながらない。	
	輸送業（配車担当）	取引先の様子	・ここ1～2か月の円高により物の流れが変わり、燃料費が低下すると予想していたが、想定していたほど燃料費が低下せず、むしろ、物流に伴うコストの方がまだ負担となっている。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・取引先の受注量や販売量については、東日本大震災以降やや戻りがみられたが、それ以降については引き続き横ばいが続いている。	
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者に話を聞いても、取引が動いていると動いていないが半々となっている。	
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	・受注面で厳しさが続いている。さらに多品種小ロット生産の影響、材料である原系の一部が供給面でタイトになっている影響などで、生産ロスにつながっている。	
	税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・工作機械メーカーのなかで好調な取引先があるものの、最終組立てラインが海外に移転している影響もあり、一部に限られる。工作機械は国内で製造している場合が多く需要があると思われるが、最終的に生産ラインとして国内で作る部分については弱含みになっている。建設業関連については、公共事業を中心としての受注単価が非常に低下している。	
悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外	・工事発注量の減少で、依然としてし烈な受注価格競争が続いており、受注、採算とも厳しい状況で推移している。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人情報誌1回当たりの求人企業数が、50件程度増えている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は4か月連続で減少し、有効求職者数も減少傾向となっている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・最近数が月は同じような求人数で推移しており、交代要員やピーク時の対応での派遣がほとんどである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・10月の求人広告は、前年同月比2割増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比増加傾向が続いているが、うち臨時パート求人の増加が目立っている。
		民間職業紹介機関（経営者）	周辺企業の様子	・介護施設関係で人手は欲しいが、コストが限界にきており要員数は現状維持のまま、求人は控えざるを得ない状況だと聞いた。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・現状での就職内定状況は前年度より若干良いが、引き続き厳しい状況が見受けられる。なお、企業の採用活動も前年度以上に長期化している。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・新規の人材需要案件がかなり少なくなった。早期の景気回復を望みたい。
	悪くなっている	-	-	-