

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	・総売上は前年同月比105%、宿泊単価は同105%、宿泊人数は100%と宿泊単価が上昇したことが売上増加の要因である。また、宿泊規模別では1～14人が114%、15人以上の団体が91%と個人客増加による。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・例年と比べ携帯電話の新規契約数が飛躍的に増加している。原因としては、新入学生の携帯電話購入の前倒し、端末価格の大幅な値下げなどが考えられる。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・初売りは天候に恵まれ、また市内一斉セールの効果もあり、北陸3県から多くの人出が見られ、多くの客が買い物袋を提げていた。ただし、26日から大雪寒波で未締めの上は予断を許さない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・週末の来客数が目に見えて伸びており、良い傾向である。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前半は暖冬に恵まれ、年始よりシーズン商材も好調に推移し前年を上回った。宝飾関連の高額商品に興味を示す客が増加している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の受注が好調であるほか、タイの洪水の影響も薄れ、乗用車の入荷も正常に戻ったため、売上が増加した。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・小型HV車の新発売、補助金の復活やエコカー減税の継続が見込まれるなど、自動車業界を取り巻く環境は良い状況になっている。販売促進のための大型イベントは計画以上の受注が確保できた。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・乗用車の生産が正常化したことに加え、エコカー購入補助金やエコカー減税の継続が見込まれることなどにより、販売台数は、前年同月比約25%増加している。
		一般レストラン（店長）	単価の動き	・客単価が少しずつ上向いており、さらに来客数も増加傾向にある。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・4週目あたりから雪が降り続き、2、3日閉店休業であったが、悪かった前年同月と比較すると2割程度売上が増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊、レストラン、宴会各部門において、売上は前年同月比増加傾向にある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・前半は年始回りや新年会などもあり好調に推移した。月末は雪の降る日も多く、まとまって雪が降ったこともあって足元が悪く、タクシー業界としては良かった。天候が良い日があり暇な時もあったものの、全体としてはやや良かった。
	通信会社（営業担当）	単価の動き	・安い普及版携帯電話よりもむしろ高額なスマートフォンの販売台数が多くなっている。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・全体として前年同月比2割の増加となった。団体部門は、旧正月の影響もあり台湾を中心とした客が前年同月比で大幅に増えている。また、比較的天候が穏やかだったこともあり、一般団体や募集ツアーもまずまずの利用があった。個人部門では、天候要因もあり前年同月比2割の増加となった。	
	変わらない	商店街（代表者）	競争相手の様子	・衣料品関係は前倒しでバーゲンを開催しようだが、ショッピングセンターを含めて勢いもなく、にぎわいも長続きしない。底冷え感を強く感じる。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・3か月前も売上は好調であったが、その好調を現在も維持している。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・景気が上向いている実感はないが、売上は前年同月比で大きく上回っている。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・消耗品や文房具に大きな変化はない。また、家具や機器についても、受注から納品まで2～3か月程度のタイムラグがあるものもあるため、売上に大きな変動はない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災からの回復は見られたものの、戻りどまりに終わっている。客の来店はあるが、買い回る様子は見られず、目的買いが主流である。
百貨店（営業担当）		来客数の動き	・初売りやクリアランスセール、特招会、近隣のイベントなどが開催された時だけ来客数が多く、売上が伸びている。	
百貨店（売場担当）		来客数の動き	・年末年始は天候に恵まれ、来客数は増加した。また、冬物衣料を中心に福袋やバーゲンセールなども好調に推移した。衣料品部門の来客数は前年同月比93.6%と悪化しているが、客単価が同105%と購買率は上昇している。	

スーパー（店長）	単価の動き	・通常価格では買わず、特売品、バーゲン品など安い時期に必要なものを購入する客の購買動向に変化はない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・寒波の影響などもあり、長靴や手袋は前年同月比102%、風邪対策でマスクを中心とした医薬品が同150%、野菜の相場が高く同120%となったが、不要不急の商品は相変わらず売れず、前年割れの状況が続いている。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・前年同月は雪のため除雪用品や防寒具が良く売れていたが、今年はその動きがなく売上が減少している。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・前年より降雪日が少ない地域もあり、来客数は前年を上回っている。一方、客単価が低下したことにより売上は前年実績を下回った。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・全体的な売上は、前年同月比で大きな変化はない。しかし、客単価が前年をクリアして推移し、来客数が前年を割っていた前月までとは異なり、今月に限れば、来客数が前年実績を若干ではあるが上回る一方、客単価が前年を下回っている状況となった。
コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・価格訴求のキャンペーンには反応が良いものの、ついで買いの傾向はあまり見られない。依然として財布のひもは固い。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・年明けからの断続的な降雪、月末にかけての本格的な降雪で、客の来店に影響が出ている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・正月は天候が良く前年より入店はあったが、売上にはつながらなかった。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・12月も1月も売上は前年同月実績より増加しているものの、前年実績が悪すぎたのが原因である。3か月前と比較すると良くも悪くもなっていない。
衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・客が慎重に商品を選んでおり、必要な物しか買っていない。
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・前年と同様の販促を企画しても販売量がかなり減少している。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・年始の売上が盛り上がり欠けていた。それでもテレビは中心となっているが、テレビの単価やインチが上がりにくくなっている。
自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・天候に左右される業種のため、降雪に伴う来客数の減少が大きく、景気動向は判断しにくい。高額品の動き、単価状況から見て変化は感じられない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・3か月前と比べて悪化しているように感じるものの、客の動きや来客数に大きな変化はない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・売上見込みラインを下回っている月が続いている。必要なものでも慎重に考えて買うなど厳しい時代である。
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・年始休暇は短かったが例年並みの売上は確保できた。冬休み後は、町内会や協会、組合関連による恒例の新年会が行われ大きな変化はなかった。旧正月によるアジア系富裕層の旅行者が若干増えている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・値引きで販売促進をしても来客数増加にはつながらなかった。客単価が上昇しても、安売りが来店への動機になっていない。販売促進期間が終わっても来客数が減少することもなく、安くても unnecessaryなものは買わない習慣になっている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストランの来客数は、地元の客を始め、県外からの観光や昼食などで前年より上向き傾向にあるが、第3四半期から同じような状況にある。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響を大きく受けた前年からのムードは変わっていない。さらに歴史的な円高の影響などで経済及び政治が落ち着かなければ、レジャー需要は期待ができない。
タクシー運転手	販売量の動き	・雪のため足場が悪く、そのためタクシー利用者が多くなっているが、仕事で利用する客は増加していない。
通信会社（職員）	それ以外	・携帯電話の新規契約数や解約件数はともに大きな変化がなく、停滞している。
通信会社（社員）	販売量の動き	・スマートフォンの販売が引き続き好調である。
通信会社（役員）	販売量の動き	・毎年年末は新規契約申込の年間ピークとなり、逆に1月はその反動で相当落ち込んでいたが、今年の落ち込み幅は小さく、契約申込も相応に獲得できている。
その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・新規入会の問合せや体験参加者が多くなり、入場者数が若干ではあるが増加している。

	美容室（経営者）	それ以外	・ 抜け毛予防商品の販売は好調であるが、来客数の減少傾向は変わらず、結果として売上に変化はない。
	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・ 景気の不透明感から、ローコスト住宅の購入層が増えている。また、購買意欲についてもまだまだ本来の力強さは感じられない。さらに契約までの時間も依然として長く客の慎重な動向は変わらない。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・ 現状では、見込み客が増加せず動きが活発にならない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・ 月末にきて1週間以上絶えず雪が降り、街への人出が減少し、売上も低下している。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・ 例年雪は降るが、今年は通常より降雪日数が多く足場もより悪い。春物への移行も遅くなっている。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ 1月は通常、新しい食器やキッチン用具の要望が多いが、今年の特徴は単品買いである。家族の分をまとめて購入したり、コーディネートして購入したりする購買行動が見られなかった。1品1品吟味して購入しており、客の単価は前年同月比90%前後で推移している。
	スーパー（店長）	単価の動き	・ 客の買物状況を見る限り、買物点数が非常に減少している。年明けから急にその傾向が強まってきた。食品でいえば安価な商品だけで、それも必要な食品以外は購入されていない。生鮮食品といえどもこの傾向は強い。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 売上は前年同月の101%と維持しているものの、粗利益の低いタバコの売上が好調な反面、飲料や菓子の売上が減少していることもあり、店の利益が低下している。
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・ 同業6社で開催した合同イベントへの来場者数が前年比180%と好調であったが、受注件数は半減し、成約率は低下傾向である。
	その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	販売量の動き	・ 来客数、客単価とも前年実績を下回って推移している。必要なものだけを買ひ、ついで買いをする客の比率が低下している。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ 正月は順調であったが、それ以降バス会社の募集团体の集客力が例年より弱く、入込人員が1割ほど減少している。
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ 降雪など季節要因はあるものの、個人客の動きがみられず、さらに旅行単価を引き下げても動かない状況である。団体客については、計画件数は増加傾向にある。
	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・ 年末の一服状態に加えて、年が明けても客の動きが鈍い。客の動向や展望は、降雪の状況にも左右され先が読めない。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・ 客の絶対数が少ないため、競争が厳しく、各社が値引きを強力に行っている。
悪くなっている	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ 外的要因に変化がないにもかかわらず、非常に苦戦している。前年同月比でも悪いが、前月比でも1割以上売上が低下している。雪の影響も考えられるが、コンビニ業界全体の傾向であり原因がわかっていない。
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）	受注価格や販売価格の動き
	司法書士	取引先の様子	・ クレジットサラ金被害者の会が相談数の減少で活動を停止し、裁判所での債務整理特定調停も減少している。
変わらない	繊維工業（経営者）	それ以外	・ 数量ベースでは前年同月比ややプラスに推移しているものの、機械メーカーや衣服製造メーカーなど企業自体が海外にシフトしている状況である。
	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・ 現状では受注先からの発注に変化がみられない。
	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	・ 相変わらず住宅市場は低迷している。タイの洪水の影響で一部受注が落ち込んだものもあるが、逆にタイから当社に変更して発注する企業もあり、プラスマイナスがある状況が続いている。
	電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・ 引き続き円高の影響で客は海外の販売に苦戦をしている。国内生産で生き残るためには、より高度なものに特化し製造していく方針と聞いている。

	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内、中国含めたアジア向けは堅調に推移している。しかし、特に欧州向け商品については為替の影響もあり厳しい状況が続いており、一部海外生産に移したももある。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・機械製造業においては、アジアの受注を受けて回復の兆しが見られると思われたが、円高の影響もあり、景気については横ばいである。	
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	・ユーロ安に加え、欧州市場の景気悪化でスポーツ分野やアウトドア分野を中心に受注が大幅減少となった。全体的にも前年同月比で大きく下回る結果になった。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き、円高、ドル安、ユーロ安により海外からの受注が伸びない。また国内もタイの洪水や東日本大震災の特需が出ていない。	
	輸送業（配車担当）	取引先の様子	・12月、1月の物流は、前年同月比80%と荷物の動いていない状況が続いている。	
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産取引に動きがないとする同業者が多い。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・通信販売系のチラシの投稿量が劇的に減少した。	
	税理士（所長）	受注価格や販売価格の動き	・輸出関係は円高の影響があり、製造業、特に中小企業は輸出企業の下請けでもあり、価格が厳しくなっている。また、中小企業でも、国内の企業で製造していたものが海外に移転する傾向もみられる。建設業では、公共工事自体がコスト削減のありを受けデフレを促進するような入札状況となっており、景気対策になっていない。	
悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外	・依然として、鉄筋、型枠職人の不足が続いており、単価上昇に加え工期にも影響が出ている。さらに、受注価格競争も依然としてし烈で、採算を確保できる水準での受注は困難を極めている。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ほぼ全産業からの求人が増加している。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	採用者数の動き	・業務量的に落ち着いている1～3月にかけては、特に人材採用数も少ない。臨時的、一時的な労働力を提供する人材派遣の需要はさらに減少している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・短期的な求人、特にサービス業からの求人が以前に比べると多くなったが、新規投資や事業拡大による長期的あるいは大人数の需要は以前同様みられない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新年に入り事業主の求人意欲は高く、新規求人数は、前年同月比、前月比とも大幅に増加しているものの、月末にかけて勢いがなくなってきた。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・派遣求人数が増加傾向となったものの、増加幅はわずかなため大きな変化は見られない。
		学校〔大学〕	採用者数の動き	・平成23年度卒業予定者の就職内定状況は、前年同期比で大きな変化がない。
	やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人情報誌1回の発行で平均20～30件ほど求人原稿が減少している。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の売上高は前年同月比65%となった。	