

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	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新規契約需要の増加、および旧商品の値下げによる機種変更の増加がきっかけとなり、来客数の増加につながった。また、契約者の家族および同伴者のプラス1台購入が増えたため販売増につながっている。	
		やや良く なっている	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・天候が良かったこともあって、来客数が増加している。
	変わらない	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・売上の伸びはそれほどでもないが、来客数の伸びは勢いを感じる。	
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・催事での提案によるモチベーション需要が高まる時期でもあるが、ギフト部門においては、価格よりライフスタイルにあった商品は高くても購入する客が増加傾向にある。	
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ギフト関連の商材が好調に推移した。卒業や進入学などで人の動きが一層活発となり、お祝いや内祝いなどが、前年同月には自粛ムードでできなかった分、今年は大いに動いている。	
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・例年と比較して、スプリングコートの動きが良い。中でも低価格もの、機能性を重視したコートが好調である。	
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・春先需要とエコカー補助金が重なり、売上が大きく増加した。	
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・新型ハイブリッド車が好調に受注を伸ばしているほか、エコカー減税やエコカー補助金の復活もあって受注や販売ともに前年をかなり上回っている。	
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・エコカー補助金やエコカー減税効果もあり、車の販売台数は前年同月比で50%増加している。	
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前々年同月と比較しても宿泊やレストランの来客数が伸びている。企業の宴会は大型物件の当たり年などの要因があるものの、利用を控える動きも特にみられず、歓送迎会などでの利用が堅調に推移している。	
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・これまで抑えていたと思われる出張と業務関連の動きが顕著にみられる。	
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年同月と比較すると販売量が上がっている。	
		通信会社（役員）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行後、デジタルテレビの売行き不振と連動してケーブルテレビ新規契約件数は低迷していたが、円安や株価上昇のなかで、わずかながら個人の消費マインドも好転しているようであり、契約件数もやや回復傾向にある。	
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ほぼ3年ぶりぐらいに、前年同月比で来客数が増加している。それに伴い売上も5%近く伸びている。	
		変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・春物に対する購買意欲があまり感じられない。
			一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	お客様の様子	・景況については底打ち感はあるものの上昇の気配はない。取引先に聞いても客単価は依然低いままで推移しているとの声が多い。
			百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年同月と比較して気温が10度近く低いこともあって、年配客にとっては外出がおっくうになったようである。そのため春物の買物の来店が2週間ほど遅れている。
			百貨店（売場担当）	お客様の様子	・気温が上がらずダウンコート着用の客も見られ、なかなか薄着にはなれないとの声を聞いている。足元はゴム長靴からブーツやパンプスに変化しているため、気温の上昇で変化すると思われる。品目別では、婦人服が特に好調で前年同月比で120%以上の伸長となっている。衣料品全体でも同110%、雑貨は同101%、食料品は同102%となっている。ただ、前々年の実績と比較すると大きな変化はない。
			スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数は前年同月比で下回っている。野菜などの高騰に加え、ハレの日に使われるごちそうメニューが期待したほど売れていない。
スーパー（総務担当）	来客数の動き		・気温が上がらず春の訪れは遅いようだが、衣料品の動きは少しではあるが良くなっている。		

スーパー（総務担当）	お客様の様子	・ここ数か月の1人当たりの買上点数は上向き傾向、1品単価はやや下落傾向で、必要な品は特売などでの購入頻度が高い状況が続いている。3月単月では前年の東日本大震災の影響で単純比較できないものの、ここ数か月と同じ状況が続いている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年同月は東日本大震災の影響で日用品や飲料などの売上が増加したが、今年はそのと比較すると減少している。しかし、例年と比較すると客数が2～3ポイントの微減、客単価が2～3ポイントの微増、全体としてここ2～3か月は前月比100%で推移しており、大きな変化がない。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・2店舗を経営しているが、1店舗は近隣に競合店ができたことで売上は前年同月比で85%と落ち込んでいる。もう一方の店舗では、ファストフードなどが前年同月を大きく上回っており、全体で110%の売上となっている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上は依然として前年を下回っているが、前年割れの割れ幅は前月、前々月と同等程度の割れ幅であり、苦戦が続いている。売上だけではなく、来客数の減少割合も売上と同程度の減少率である。単価が高いものが売れるものでもなく、春休みの動向も含めてここ数か月間は変化がない。
コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・店舗の半数以上で、客単価が前年同月比90%前後の状況が続いており、苦戦している状況は変わっていない。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・客足は増え販売量もやや戻っている。客の愚痴を聞く機会も減少し顔つきも良く見える。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・目的の商品で良いものは購入しているが、必要のないものは買っていない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・2月に雪で買い控えていた客が、やっと春らしくなったため来店し買物をしている。
衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・以前は安さが購入の決め手だったように感じたが、最近の消費者は品質も求めているため購入数量が減少している。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年同月と比較するとテレビの売上の落ち幅をカバーできない状況が続いている。
家電量販店（管理本部）	単価の動き	・来客数の落ち込みと比較して客単価の落ち込みが大きい状況に変わりはない。
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・小型、低燃費で低価格は車選びの必須条件となり、どの世代にも選択される傾向が強い。顧客の要望に答えられる車種のみ好調な受注となっている。
自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・天候に左右されることもあったがタイヤの動きが鈍いのに加え、低価格の商品を希望する傾向が強く、単価は低下している。また、エコカー減税で新車の動きは高まっているが、アルミホイールやオーディオ、カーナビなど従来のオプション装着率が低下している。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べ変わっておらず、売上は相変わらず良くなっていない。
その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	販売量の動き	・2月下旬から、店頭は春物商材に切り替わっているが、3月に入っても寒い日が続いていることから、例年売れている防虫剤や化粧品の動きが遅くなっている。カイロなどは容量の少ないものを買っているの、買物の量は少なくなっている。
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・学校や官庁、病院関係の送別会を中心に例年通りにぎわっている。個人利用では合格、卒業祝いなどお祝いの利用が多く、通常月より客単価を2割ほど引き上げている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・春休みに入り観光客は前年と比較すれば増えていると感じるが、全体では特別に客数が増加しているとは思えず、前年の秋ごろからの傾向は変わらない。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・冬場の地元客中心のシーズンに入ってからからの集客が思わしくない。グループ、団体の少人数化も来客数減少の要因になっている。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響を考慮した場合、宴会部門は前年同月比でそれほど増加はしていない。ただし、宿泊部門とレストラン部門は好調に推移している。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・客からの案件数が増加してこない。東日本大震災から1年が過ぎたが旅行需要に活気が戻っている実感が無い。法人からの問い合わせが依然として増加してこない。

	通信会社（職員）	お客様の様子	・春先の需要増を期待していたが、ガソリンの値上がりをはじめ政局や政策不安などのマイナス材料が影響し、客の動きが停滞している。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前々年の同月を基準とすると、3か月前と比較して個人客の動きに変化は見られず、まずまず堅調である。団体客は順調に利用があったため、全体としては変わらない。	
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・毎年入学シーズンは分譲住宅に動きがでて不思議ではないが、今のところ客の動きは鈍い。	
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・展示場来場者は降雪量の影響も薄れ増加しているものの、実需までつながるかはわからない。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今年も3か月前よりは販売件数は伸びているものの、例年の伸び率と変わらない。住宅取得等資金の贈与に係る非課税措置の延長など住宅関連税制の決定も遅れており、販売増は望めない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・春休みに入って新学期需要などで街にも活気が出てこなくてはいけない時期だが、今ひとつ人出が少ない。また滞在時間も短いようで、休日ほとんど家で過ごすという人が増えているようだ。	
	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・全社的には売上目標を達成したが、個々の数字を見ると非常に苦戦しているメンバーもあり、万遍なく客が元気で購買力があるとは限らない。特定の客や会社だけが投資できる環境にあるのではないかと思われる。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・寒暖の差が大きくなかなか春めいてこないことや、一部野菜の高騰、消費税増税の議論などがあって、全体の販売量は伸びていない。	
	スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品の売上は前年同月と比較するとクリアするが、前々年同月と比較すると下回っている。さらに、食料品の売上は前年同月と比較しても下回っている。	
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・地方のガソリンスタンドでは良い話が聞かれることはほとんどない。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・不景気に慣れてしまっており、現状が当たり前の感覚になってしまった。	
	スナック（経営者）	来客数の動き	・前年同月よりも売上はわずかだが良いものの、同業者からは客がとにかく少ないといった共通の話題があり厳しさを実感している。会社経営者の話では、電気やガソリンの価格が不透明、流動的となり、先々良くなると言っていた客も今では慎重になっている。	
	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比で92%、宿泊人員は同95%、消費単価は同95%、1名から14名のグループが減少したため消費単価が低下した。1月から予約状況は弱含みで推移した。	
	タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災後に冷え込んだ前年同月の売上にも届くか届かないかの水準にしかない。	
	その他レジャー施設（職員）	お客様の様子	・例年以上に年度末に会員の退会が多く出ている。特に子ども会員の減少が目立っている。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客は動いているが、契約に時間が費やされている。また他社との競合が激しくなっており、契約につながる精度も下がっている。	
悪くなっている	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前は年末であり、忘年会や天候不順のため客足は良かったが、徐々に春めき、足元の状態が良くなってくるとともに、タクシーを利用する客が少なくなってきた。	
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	・全体的には衣料、非衣料関係ともに受注環境が良くなってきた。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主力市場の欧米は依然として低調であるものの、決算期の影響があり、エネルギー需給構造改革推進投資促進税制対応の機械受注及び納品があった。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・止まっていた荷動きが少しづつではあるが改善している。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災から1年が経過する3月11日以降受注が増大した。

	司法書士	取引先の様子	・年度末には、個人住宅やマンションが中心だが、久しぶりに多くの不動産取引があった。	
	税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・現在、輸出企業に製品を収めている中小の下請製造企業では稼働率が上がっている。	
変わらない	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・為替の問題、欧州市場の市況悪化に加え、在庫増もあって、主力のスポーツ関連やアウトドア関連の高機能織物の輸出が大苦戦している。	
	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	・住宅資材の動きはわずかに良くなっているが、産業資材は不透明感があり、かなり悪い分野もみられるため全体的には変化はない。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・業界全体の動きとしてはやや良い状況が続いている。客によっては、100%海外生産、100%国内生産と2分化がさらに進んでいる。数量をみると依然として良い状況が続いている。	
	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ2～3か月の販売数量については、ほぼ同レベルで推移している。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・円高の修正がやや進み、地元製造業では海外売上に対する修正期待感が出ている。	
	やや悪くなっている	食品製造業（企画担当）	それ以外	・重油をはじめとする燃料費の価格および主原料、包装資材の価格がいずれも上昇しており、コストアップが顕在化している。しかし、商品の値上げは経済環境から受け入れられず、収益面で厳しくなっている。
	輸送業（配車担当）	取引先の様子	・先般の円高により輸出関係の物量が減少し、原油高によるコスト増も加わってますます厳しい。	
	通信業（営業担当）	それ以外	・大企業の来年度の新規雇用は、まだ抑えている傾向に思える。客先で契約社員の募集を転職サイトに掲載したところ、高学歴の人材が多く集まり逆に困ったとの話を聞いている。	
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者に聞いたところ、今月は不動産の購入者がいなかったということであった。	
悪くなっている	建設業（経営者）	競争相手の様子	・地元の公共土木主体の建設会社2社が、5月末の決算をもって廃業する。2社とも、公共事業が激減した現在、清算できる体力が残っているうちに廃業しようとの勇気ある決断であった。地方の建設業界にとってはこのように景気は悪いが、借金があるので仕方なく安値受注をして綱渡りの経営を続けている業者が多い。	
	建設業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の復興需要の影響で、鉄筋、型枠、タイル職人などの不足と単価上昇により、工事原価や一部資材価格の上昇が続いており、業績のマイナス要因となっている。	
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	・新規求人数は増加傾向、新規求職者数は減少傾向で推移している。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	採用者数の動き	・新卒採用を控え、派遣社員の需要は減少傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は、東日本大震災前と同程度の水準までには回復しているが、まだ新規の長期需要に本格的な回復はみられない。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数に大きな変化がない。
		新聞社【求人広告】（担当者）	求人数の動き	・求人広告の売上は、前年同月の約8割である。この水準はここ2～3か月大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加傾向が続いている。一方、新規求職者数は横ばい傾向が続いている。
		学校【大学】（就職担当）	求人数の動き	・求人数は変わらないが、企業の採用活動が早まっている。
	やや悪くなっている	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・例年2～3月は、紹介や派遣の求人数は増えていたが、今年は低調なままである。
	悪くなっている	-	-	-