

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（社員） | 販売量の動き | ・新型携帯電話の売行きが好調で、12月からスタートする新サービスへの期待感も高い。 |
| | やや良く なっている | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・10月中旬から冷え込んだため、コートの売上が前年に比べて好調である。特に丈の短いカジュアルコートの動きが良い。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・客の慎重な購買行動は変わっていないが、季節にふさわしい天候になったこともあり、カシミア素材のウエアやロングブーツなど単価の高い商品が動き出した。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・営業時間の延長効果により、来客数が予想以上に増加している。 |
| | | 家電量販店（経営者） | 販売量の動き | ・DVDレコーダーが引き続き絶好調で推移している。液晶などの大型テレビとのセット販売や追加販売も見受けられ、売上に大きく貢献している。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・最近発売された2種類のハイブリッドカーの人気により、販売台数がやや上向いている。1種は年内の納車ができないほどの受注残高をかかえており、市場をリードしている。 |
| 変わらない | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・先日行われた1日当たりの通行量調査では2年前に比べて2割増加し、また3年半ぶりに3万人超に回復した。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・商店街の空き店舗がかなり増えつつあるなかで、顧客の購買層がヤングに偏り、年配者が満足できる店舗構成が崩れつつある。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（店長） | 単価の動き | ・来客数、1人当たり買上点数は増えているが、一品単価が下がっているため、売上は前年とほぼ同額である。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・9月にヤングキャリアをターゲットとした新しいブランドを投入した結果、新しい客の来店数が増えている。しかし、前年にプロ野球の優勝セールがあったため、この実績を確保するのは非常に難しい。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・年1回の感謝祭やプロ野球の応援感謝セールなどの割引企画で来客数の増加を図ったが、単価はダウンしている。 |
| | | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・食品の売上は前年並みであるが、衣料品などは気温が低下したため売れてはいるものの長くは続かず、前年比では依然下回っている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・来客数は伸びているが、客単価が悪い。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・販売量は微増しているが、客の購買態度は相変わらず慎重である。 |
| | | 家電量販店（店長） | 単価の動き | ・全体的には若干単価が下がっている。付加価値の高い商品を買う客と安い商品を買う客が二極化している。 |
| | | 住関連専門店（店員） | 販売量の動き | ・全体の受注件数は前年比87%で、内訳はホームファッション部門が86%、家具部門が102%となっている。ホームファッションは9月には上向き傾向となったが、今月は買い回り品の動きが鈍いため、7、8月と同様に厳しい結果となった。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | お客様の様子 | ・客は欲しい物、価値のある物、例えばダイエットやサプリメントにはお金を使う。しかし、それ以外の生活必需品には価格で追いかけており、二極パターンとなっている。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・秋の観光シーズンに入っているが、前年の大河ドラマのリバウンドにより、例年のようなにぎわいはない。また、選挙前は大口の宴会や会合が少ないため、厳しい状況が続いている。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | 単価の動き | ・来客数は相変わらず増加しない。客の様子をみるとファミリーが少なく、客単価が上がっていない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・3か月前と比較して客室稼働率、宴会受注件数などが伸び悩んだため減収となっている。前年同月との比較ではレストランウエディング件数が倍増したため、宿泊部門における昨年の大河ドラマ効果の剥落をカバーし、ほぼ同額の見込みである。 |

| | | | | |
|-----------|-----------------------|---|---|--|
| | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・来客数は増加しているが、客単価が低下しており、売上は変わらない。 | |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・総選挙の激戦区のため、会社関係者をはじめとして夜の街への人出が少なく、週末でも静かである。 | |
| | 設計事務所（職員） | お客様の様子 | ・業種にもよるが、業績の好転により保留案件に具体化の兆しが表れてきた。しかし、これが広がりをもせるかどうかはまだ不透明である。 | |
| | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・キャンペーンも長続きせず、受注数が前月に比べて減少している。 | |
| やや悪くなっている | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・今月の買上客数は前年の93%であるが、客単価は108%と伸びており、売上高では101%となっている。 | |
| | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・客は安い品やお買い得品を求めているんな店を買い回っている。最近は大きなセールがあると一極集中の傾向が顕著で、ポイントや超特価につられてまとめ買いをする客が多い。競合店や自店ではこのあおりで前後の日の売上がダウンし、トータルとしては安い物しか売れないという状況になっている。 | |
| | 乗用車販売店（経営者） | それ以外 | ・客への販売条件として、支払い方法でいかに優遇するかが大きなポイントになっている。 | |
| | 乗用車販売店（営業担当） | お客様の様子 | ・客は以前と違ってなかなか即決せず、商談が長期化している。 | |
| | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | 単価の動き | ・ガソリンの市況が一段と下落している。 | |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | 単価の動き | ・旅行団体、各種団体の全国大会やシンポジウムなどが多く開催され、宿泊稼働率や一部レストランの集客は伸びた。しかし、格安プランが多いため、単価の低下が続いている。 | |
| | テーマパーク（職員） | 単価の動き | ・2、3か月前は冷夏の影響もあり、来客数は順調に推移し、消費単価に大きな動きはみられなかった。しかし、最近では来客数が微減したうえ、消費単価は一割以上の大幅減少となり、売上は2けたの減収となっている。 | |
| 悪くなっている | コンビニ（経営者） | それ以外 | ・近くにある同業のコンビニの撤退や他業種の商店の廃業、撤退が続いている。 | |
| | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・売上は前月と同様に悪く、前年の9割程度である。総選挙の影響も多少はある。 ・製造業の客は相変わらず多忙で上向き状態であるが、家内工業の客からは深夜まで仕事をしてもらっても単価が安すぎて赤字のため見切りをつけたという話が聞かれる。 | |
| | 競輪場（職員） | 単価の動き | ・大口の車券購入が減少し、少額のバラ買いが多くなっている。 | |
| 企業動向関連 | 良くなっている | - | - | |
| | やや良くなっている | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・板金関連の取引先の仕事量がかなり増えているため、当社からの発注に関して一部納期面で厳しくなっており、景気全体としてはやや好転の兆しがする。 |
| | | 司法書士 | 取引先の様子 | ・企業では新店舗開設のための資金に関する融資設定、個人では住宅建設の設定が増えている。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・販売数量はここ2、3か月間変わらないが、購入金額が安い商品へ移行している状況が目立つ。 |
| | | 繊維工業（経営者） | 取引先の様子 | ・来年の春夏物の生産に入っているが、受注や販売の動きが非常に慎重にみえる。 |
| | | 化学工業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・新製品の発売により売上は若干増加したが、既製品は減少傾向が続いている。 |
| | | 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 | ・物件のロットが極端に小さくなり、件数が増加している。価格的には非常に厳しい状況が続いている。 |
| 輸送業（配車担当） | | 取引先の様子 | ・業界では排ガス規制対応トラックが足りないなどの情報もあるが、今月は多くの荷物を運んだという印象が薄い。売上はなんとか前年並みで推移した。 | |
| 通信業（営業担当） | 競争相手の様子 | ・通信業界では今後も受注量はある程度伸びるが、利益が極端に抑えられているケースもあり、必ずしも上昇気流にあるとは言い切れない。 | | |

| | | | | |
|---------------|-----------|-----------------|----------------------------------|--|
| | やや悪くなっている | 電気機械器具製造業（経理担当） | 競争相手の様子 | ・当業界の受注量が激減している。新製品は若干流れているが、従来品が非常に減少している。 |
| | | 建設業（経営者） | 競争相手の様子 | ・上期の公共事業の発注量は期待はずれに終わった。発注量が少ないことからなりふり構わぬ営業姿勢をとり、発注者から指名停止を受けた業者も出てきた。建設業をめぐる状況はますます悪くなっている。 |
| | 悪くなっている | 建設業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注価格競争が依然として厳しいなかで、鋼材価格の上昇がみられ、工事採算は悪化傾向にある。 |
| 雇用 関連 | 良くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・今月の求人広告件数は非常に増加し、前年比120%の売上となっている。 |
| | やや良くなっている | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・昨年10月に大型ショッピングセンターがオープンし、一時的に求人が増えたが、今年も当時と同じ水準を維持している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 雇用形態の様子 | ・求人数は増えているが、この中にはパート、アルバイトなどの非正規従業員や派遣、請負などの比率が高く、これが全体の求人数を押し上げている。また、企業側に採用の手控えなど慎重な態度がみられる。 |
| | 変わらない | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・10月の求人広告の出稿金額は前年の9割程度である。 |
| 職業安定所（職員） | | 求人数の動き | ・求人の受理状況にあまり変動がない。 | |
| 民間職業紹介機関（経営者） | | 求人数の動き | ・夏場は求人依頼数が増加したが、秋口に入り例年並みに戻っている。 | |
| | やや悪くなっている | - | - | - |
| | 悪くなっている | - | - | - |