

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	乗用車販売店（経理担当） 通信会社（社員）	・12月末に高級車のニューモデルが登場するため、2、3月の最大需要期にかなり期待できる。 ・新サービスが浸透すれば、携帯電話の販売台数の増加が見込める。
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕（従業員） コンビニ（経営者） コンビニ（経営者） 家電量販店（経営者） 高級レストラン（スタッフ） 観光型旅館（スタッフ）	・BSEの影響で肉のメニューが多少でも魚にシフトする。 ・今月から酒の販売を始めたため、売上は上昇する。 ・駄菓子、500円のプラモデル、マスコット人形など、1年前には売れなかった商品が衝動買いの対象としてよく売れている。 ・パソコンの売上が徐々に前年同月を下回ったが、春に新製品がそろえば、すぐに回復する。また、白物家電は引き続き好調であり、今後も期待できる。 ・今月に続き来月の予約状況もいつになく順調である。ずっと苦戦していた大型和食店が活気づいているが、これは近年にない傾向である。 ・1、2月の予約保有件数は前年と比較して1割程度増加している。
	変わらない	一般小売店〔果物〕（経営者） 百貨店（売場主任） 百貨店（営業担当） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（総務担当） 衣料品専門店（経営者） 乗用車販売店（営業担当） 住関連専門店（店員） その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） その他専門店〔医薬品〕（営業担当） スナック（経営者） 観光型旅館（経営者） 都市型ホテル（スタッフ） 競輪場（職員）	・客は商品の購入に当たって品質をより吟味し、そのうえ金額を抑えている。 ・例年はフレッシュャーズ、リクルートなどの商品群が売れる時期であり、特に3月は人の動く時期であるが、今は大変な就職難のため需要の盛り上がり不安がある。 ・2、3か月先はちょうど春物衣料の立ち上がりであるが、今年の春物は色、形、アイテムともにヒット商品が絞り込めていないため、予測がつかない。それまでの絞りが切れない場合は春物のスタートが芳しくない状態になる。 ・客単価が更に低下してきている。一品単価の低下とともに、1人当たり買上点数も減少している。理由は、客は無駄な物は買わず、安い店を目掛けて買い回っているため、この傾向は今後も続く。 ・クリスマスやお歳暮などのギフト商材の動きが前年を上回り、回復傾向にあると感じる。 ・食品ではBSE問題で数日前から売上が前年を大きく割っている。衣料品は来月からバーゲンが始まるが、暖冬のため早くから値段が低下し、この先さらに単価が低下する。住生活関連では防寒商品が引き続き衣料品と同じ動きとなっている。 ・来客数は前年を維持できるが、客単価は上がる要素がない。むしろ、より安い商品へ客が移っている。 ・多分、消費税の総額表示の実施時期前後までは現状が続く。表示方法についてはまだ決めていない。 ・来客との商談は以前と違って、結論が長引く傾向にある。 ・12月の数字が良かったのは年末の最需要期のせいであり、客の買物の仕方は相変わらず厳しい。 ・製品市況の悪化が続き、また大口ユーザーの中国への輸出効果と思われる生産増による石油需要が増加している。 ・前年はインフルエンザによる風邪関連の売上が多かったが、今年は前年並みの状況は考えられない。 ・客の収入は頭打ちであるにもかかわらず、税金等の支出が多くなるため、実質的に中身は減少する。客の消費控えが予想される。 ・1～3月の予約数は順調に伸びている。ただし、1件当たりの人数が少ないため、売上の上昇に不安がある。 ・宿泊部門は前年を若干上回る見込みであるが、レストランウエディングの少人数化、婚礼宴会の受注件数の伸び悩みなどにより、収入は前年を下回る見通しである。 ・今年度の地元開催競輪の売上は前年比20～30%減少しているが、場外発売は記念レース、超ビッグレースのみの場合が多く、人気面でもコンスタントである。

		美容室（経営者）	・現場で肌で感じていることに加え、メーカーの営業マンの話も総合して推測すると、美容業界は今後1年間は今後も続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・ローン控除の延長や、春からの着工物件の予約もあるため、2、3か月後は変わらない。しかし、客は今後の景気動向に不安を持っているため、それ以降の住宅受注は若干落ちる。	
やや悪くなる		一般小売店〔鮮魚〕（店長）	・競合店のチラシを見ても、商品単価が更に下がっており、客は通常価格では買わない状態になっている。単価の下げ止まりがない限り景気は良くならない。	
		百貨店（営業担当）	・各取引先の春物の商品展示会に参加しても、重点アイテムの絞り込みができていないため、春物商戦の立ち上がりに向けた商品がまだみえてこない。	
		百貨店（営業担当）	・最も懸念されるのは、4月からの消費税法改正に伴う総額表示の開始である。これが物販業全般に最大のダメージとなる。消費税を加味した価格が視覚的に消費者に戸惑いを与える。	
		自動車備品販売店（従業員）	・客は本当に必要な物しか買わない。消費者の目は厳しい。	
		タクシー運転手	・春にタクシーの新規参入があるため、ますます厳しくなる。当業界の規制緩和は大打撃である。	
		テーマパーク（職員）	・2、3か月先のグループ、団体の予約件数は前年に比べて極端に鈍い。特に大口の団体客は皆無の状況である。	
		住宅販売会社（従業員）	・展示場の来客数は平日ではほとんどゼロに近く、土、日曜日でも10人を超えることは少ない。ローコスト住宅も若い客が一巡したため元気がない。 ・仕入れのコストダウンも限界に来ており、そのしわ寄せが中小の工務店に及ぶ。その結果、工務店の経営は不安定となり、廃業、倒産もみられる。	
悪くなる		タクシー運転手	・新年会も終わり、1年で最も暇な時期になる。また、他社では生き残りをかけた料金値下げの動きや増車の予定もあり、厳しくなる。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・2か月前の見本市で発表した新製品が好評で、3月前後の出荷時期には相当良くなる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注に至らないものも含め、新規商談の動きがかなり活発になっている。	
		司法書士	・商業登記分野では会社の設立や営業目的の追加など、積極的な情報が多くなり、不動産登記では億単位の不動産取引が増えている。	
	変わらない		繊維工業（経営者）	・相変わらず期近の受注が多く、なかなか先の読めない状況が続いている。
			繊維工業（経営者）	・先行きはまだまだ不透明であり、計画の見通しがなかなか立たないため、目先1か月単位の受注状況が続く。
			精密機械器具製造業（経営者）	・現在は業界全体に悪い状況である。本来3か月先は春物シーズンで新しい受注が増える時期であるが、円高が続いているため貿易関係の受注減が予想されるので、差引きでは変わらない。
			通信業（営業担当）	・次世代携帯電話への切替えは進んでいるが、毎月の利用料金は若干減少傾向にあり、トータルでは変わらない。
			通信業（営業担当）	・IT関連では製造業を中心に需要動向は高まっているが、取引先に迷いがあるため、本格的な拡大は難しい。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・先行きの注文残高が徐々に減少している。	
	不動産業（経営者）	・2、3か月先の仕事の中身が同業者も含めて具体的にみえない。		
悪くなる		建設業（経営者）	・平成15年度の公共土木事業は当県でも例年の3割近く落ちこんでおり、各業者とも今後の繰越工事が極端に減少している。また、3月の補正予算も国、県の財政難から期待が薄く、工事量が極端に少なくなる。	
雇用 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ここ6か月の求人件数の動きは前年比2割増で、比較的好調である。都会部門の求人件数は今後も増加する。	
		職業安定所（職員）	・製造業の求人が回復基調にあり、その中でも電子機械製造やプラスチック製品製造などの求人が増加している。全体の求人ではパート、請負求人、派遣求人が増加している。また、求職者の減少が顕著である。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・求人、求職状況ともに変化がみられない。	

	職業安定所（職員）	・企業をみると、確かに景気が好転し、新規求人数も伸びているが、内容的には非正規型求人又はパートなど不安定な求人が多い。今後求人が増えても、実質的に安定した内容の雇用確保という点からはあまり変わらない。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-