

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	テーマパーク（職員）	・メディアを利用した広告宣伝関係の製作を相当行っており、この影響で来場者の増加が見込める。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・3月末からお祝いギフトが非常に伸びている。天候の回復に伴い、カジュアルのジャケットなども動き始めており、この流れから祝日や土、日曜日の日数が増える4、5月は期待できる。
		スーパー（店長）	・味の良さや買いやすい価格の新商品が店頭で並ぶと、確実に売れるような状態になっており、近い将来少しは上向きになる。
		コンビニ（経営者）	・これから暖かくなるため、最近販売を開始した酒の動きが良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・今年は例年より暖かく、春夏物の前倒し需要が期待できる。
		家電量販店（経営者）	・白物家電がシングル需要の影響もあって、前年比で大幅に伸びている。また、エアコン商戦は天候に左右されるが、メーカーの新型商品に今までにないタイプが登場するため、大きく期待できる。
		家電量販店（店長）	・今年はオリンピックの開催や地元でいち早く実施される地上デジタル放送などの効果が期待できる。
		乗用車販売店（総務担当）	・現状の販売台数はやや悪いが、5月には新型車が登場し、夏を過ぎると主力車種のモデルチェンジが予定されているため、底上げにつながる。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・健康食品や酒の販売量が昨年比大幅に増加しており、ドラッグストアでの買物内容に変化が見られる。
		旅行代理店（従業員）	・上海便の特需が期待できる。
		設計事務所（職員）	・まだ手探りの状態であるものの、自動車販売の店舗や懸案になっていた住宅関連の計画が少しずつ具体化しそうな気配がある。
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・消費税の総額表示が客の足を若干引っ張る。
		百貨店（営業担当）	・春物ではヤング、OL層を中心にシャツにセーターなどを組み合わせる重ね着が流行しているが、3か月後にも同じような商品が動くため商品単価は若干上がる。しかし、消費税込みの総額表示にどのような反応が返ってくるかは予想がつかない。
		スーパー（店長）	・4月から消費税の総額表示が義務づけられるが、当店では3月中旬から先行して実施している。その結果、予想したとおり客の消費傾向が若干落ちている。4月1日から全国一斉に足並みがそろった段階で、価格の見直しが必要となるかもしれない。
スーパー（店長）		・天候不順に加えて、バーゲン期にならないと商品を買わないという客の傾向がますます顕著になっている。	
スーパー（総務担当）		・消費税の総額表示により客は割高感を持つため、商品が売りにくくなる。	
スーパー（総務担当）		・4月から始まる消費税の総額表示によって、商品に割高感が生じ、消費が伸び悩む。	
スーパー（営業担当）		・4月からの消費税の総額表示に関して、客に買いやすい値ごろ感を出すため一品単価が下がり、厳しい状況になる。また、客の購買意欲が高まるとも思えない。	
コンビニ（経営者）		・以前は天候の良し悪しによって来客数が変動したが、最近は天候に左右されることが少ない。	
乗用車販売店（経営者）		・販売は低価格車に集中し、全体の台数では減少傾向にある。	
乗用車販売店（営業担当）		・直前の土、日曜日に開催されたイベントの集客数や受注量は前年より悪化しており、このトレンドは4月以降も続く。	
観光型旅館（スタッフ）		・4～6月の予約状況は前年並みで、7月は前年を下回っている。	
都市型ホテル（スタッフ）		・昨年5月に開催された大型学会に代わるものがないため、中小宴会を取り込んでいるが、売上は伸び悩んでいる。	
タクシー運転手		・利用客の少ない中で、他社との競合が一層激しくなる。	
競輪場（職員）		・2か月連続で客単価が若干低下したが、今月は各家庭で子供の卒業、就職、入学などの費用がかさんだ影響とみられる。	

		美容室（経営者）	・業界では客の来店サイクルが延びており、またここ数年は新規オープンのお店が増えているため、来客数と売上が減少傾向にある。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅建築に慎重な態度を示していた人が、ようやく実施に踏み出すというケースが見られる。しかし、従来のように全部の取り壊しでなく、一部を残した大規模な改造が目立つ。
		住宅販売会社（従業員）	・電話の問い合わせ内容は塗装や改装などリフォームが中心で、客はこれ以外に興味を示さない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客は消費税の総額表示に戸惑う結果、消費は落ち込む。
		一般小売店〔鮮魚〕（店長）	・消費税の総額表示は客に割高感を与えるため、買い控えが増え、消費は低迷する。
		百貨店（営業担当）	・現在好調をキープしているのは旅行かばんやキャスターケースなどの旅行関連商品と高級食材であるが、前者は前年の5割増しとなっている。しかし、一般衣料やその他の雑貨品については客の慎重な購買態度がより一層強くなる。
		スーパー（店長）	・4月から消費税の総額表示が導入されると、客に割高感が生じるため非常に厳しくなる。売価の低下や利益の圧迫など企業としては苦しくなる。
		住関連専門店（店員）	・消費税の総額表示の導入により客の買い控えが続き、景気の回復傾向にブレーキがかかる。
		観光型旅館（経営者）	・消費税の総額表示から生じる割高感による購買意欲の減退と浜名湖花博の影響が不安材料である。
	悪くなる	テーマパーク（職員）	・浜名湖花博など他地域での大型イベント開催のため、北陸や当地への旅行の設定が少なくなっている。予約状況も前年より鈍くなっており、また6月には参議院議員選挙があるため、今後は厳しくなる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・受注はポリウムゾーンからベター（中級品）ゾーンに移る傾向にあり、消費は上向きになる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・サプライヤーからの値上げがマイナス要因であるが、受注量が多くなったこと、価格の値戻しが始まったことがプラス要因である。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・電子、電気関係の部品業界は引き続きデジタル家電の好況に支えられ、好調に推移する。
		輸送業（配車担当）	・当社は食品の取扱が多いため、新商品の登場、キャンペーンの実施、ゴールデンウィークなどが好材料となる。
		通信業（営業担当）	・4月から固定電話から携帯電話への通話料金が値下げされるため、利用量の増大が見込める。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・業界の中で消費意欲をかき立てる商材の開発が特に見当たらない。
		化学工業（営業担当）	・消費者の購買意欲は依然として低く、客単価の増大は見込めない。
		金属製品製造業（経営者）	・素材関係の業種では、商品価格が上がると見込んで在庫引き当てのため早めに注文をしている。しかし、製造する側はフル操業の状態になっており、当分はこれ以上増産できないため現状のままで推移する。
		精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡業界の脅威となっていた中国製品の攻勢は品質問題などで一段落し、この分が日本製品に帰属している。これは一部の良いメーカーにとってプラスとなり、今後とも維持されると思うが、消費全体が伸びない中では、いまだに仕事の少ないメーカーの今後は厳しい。全体としては好調企業が現状を維持できれば良い方である。
	やや悪くなる	通信業（営業担当）	・携帯電話の料金値下げ競争が一段と激しくなり、収益が大幅に減少する。
	悪くなる	建設業（経営者）	・例年5、6月は仕事の発注が出ない時期で手持ち工事が少なくなるが、特に今年度は悪く、当社の現場ではゴールデンウィークを11連休とした。今後は受注できたとしても、非常に採算の悪い工事になる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・新年度に向けて求人予算を増額する企業が出始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・この半年間は求人企画の売上が常時前年の100%を超え、その割合も少しずつ上昇している。今後の景気見通しは明るい。
	民間職業紹介機関（経営者）	・徐々にではあるが、企業の求人が増加しており、雇用環境は回復傾向にある。	

変わらない	職業安定所（職員）	・求人の動きを見ると、不安定な雇用形態である派遣、請負、パートなど非正規従業員型が多くなる一方で、求職者は常用を望んでおり、このミスマッチは当然変わらない。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-