

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 やや良く なっている	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・個人の来場者が増加している。
		商店街(代表 者)	来客数の動き	・今年大型連休はかなりの人出があり、商店街は連日にぎわった。
		スーパー(店 長)	来客数の動き	・3か月前との比較では来客数の増加が顕著である。買上点数も単価ダウンの影響により増加している。
		コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・酒の販売を始めたため、客単価が上がり、売上高も増加している。
		コンビニ(経営 者)	それ以外	・従来はあまり動かなかった競馬雑誌、パチンコ雑誌やゲームソフトなどが徐々に売れている。また、以前は天候が悪いと確実に売上が落ちたが、最近は天候の影響をあまり受けない。
		家電量販店(経 営者)	単価の動き	・乾燥機能付き洗濯機、ツインドアの大型冷蔵庫、食器洗い乾燥機などの高額商品が良く売れている。
		自動車備品販売 店(従業員)	単価の動き	・価格に関係なく、良い商品が売れるようになってきた。
		その他専門店 [医薬品](営 業担当)	来客数の動き	・来客数は既存店で前年同月比8.6%増加している。4月に比べ1ポイント低下しているものの、客に向けて情報を発信すれば来客数は増加する。
		競輪場(職員)	単価の動き	・3か月前と比較して1人当たり売上単価が6~7%上昇している。
	美容室(経営 者)	単価の動き	・ここ1年間は客単価が低下していたが、これまで少なかったヘアカラーの比率が上がったため、久しぶりに単価がアップした。また、来客数の前年比マイナス幅が小さくなった。	
	設計事務所(職 員)	販売量の動き	・受注量は以前の水準に戻っていないものの、引き合い等が活発になり、受注のチャンスが増えてきた。	
	変わらない	百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・こだわり商品や付加価値商品などの高額商品は好調であるが、ボリューム商品の中にヒット商材がないため、全体的にやや落ち込み傾向にある。
		スーパー(店 長)	単価の動き	・最近ようやく酒の免許が全店に行き渡り、酒の取扱が増加した。酒を新規に取り扱った店は売上がそれなりに増加しているが、既存店は逆に減っている。
		スーパー(店 長)	お客様の様子	・客の態度を見ていると、無駄な物は決して買わないという強い態度が定着している。
		スーパー(総務 担当)	単価の動き	・来客数は前年と変わらないが、客単価が低下しているため、売上は減少している。この傾向は今年になってずっと続いている。
スーパー(副店 長)		単価の動き	・来客数、客単価ともに前年を下回っている。消費税の総額表示により、価格に対する割高感が客の中に根付いている。	
衣料品専門店 (経営者)		お客様の様子	・客は以前に比べて商品に興味を示すようになってきたが、売上に結び付けるのはまだ難しい。	
乗用車販売店 (経理担当)	単価の動き	・主力車種のマイナーチェンジに伴い実施した大規模イベントでは、前年を上回る実績を残した。しかし、客の低価格志向は強く、また値引き競争も激しいため、市場環境は依然として厳しい。		
乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・今年に入ってから販売量が前年を割り込む状況になっている。		
高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・大型連休後も来客数は前年を上回っている。特にステーキ専門店が前年の130%を越す集客により全体をけん引している。		
一般レストラン (店長)	販売量の動き	・大型連休中の来客数は好調であったが、平日はあまり変わらない。客単価は以前と同じである。		
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門の客室稼働率、客室販売単価は前年を上回っているが、レストランの通常営業は伸び悩んでいる。婚礼宴会はレストランを含め受注件数の増加により増収となっているものの、一般宴会は実施件数の減少により減収となっている。この結果、全体では前年を下回る見通しで、3か月前と比べてもあまり変化していない。		

		タクシー運転手	来客数の動き	・ゴールデンウィークはマイカーやバスの利用が多かったため、タクシー利用客は平日の3分の1ぐらいであった。また、ゴールデンウィーク以降も既にお金を使ったせいか、財布のひもは固かった。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・団体客は前年に比べてマイナスとなる厳しい状況が続いているが、今月はゴールデンウィークの影響で個人・グループ客の利用が伸びた。全体としては前年並みとなった。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・キャンペーンの来場者数は前年より増加したが、受注はあまり変わらなかった。
やや悪くなっている		一般小売店〔鮮魚〕（店長）	単価の動き	・消費税の総額表示がスタートしてから一品単価、客単価がともに5%低下している。やはり客は総額表示に対し高いと感じているため、購買意欲が落ちている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・今月の婦人服部門の買上客数は前年比75%と大きく割り込んでいる。従来展開していたファッションの有名2ブランドが撤退したため、客足が遠のいたことが大きな要因である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数、客単価ともに大きな変化はない。婦人服では価格が安くても買わないが、冠婚葬祭などのフォーマル商品は若干高くても購入する。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・2、3月に比べ5、6月は販売台数が大幅に落ち込むのは例年のパターンであるが、今年は例年よりやや悪い。
		乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・4月以降、来客数、受注残ともかなり落ちている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・例年5月は良くない月であるが、今年は特に長めの連休が尾を引き、通日も閑散としている日が多かった。当店も5月としては過去最低で、例年の売上の7、8割程度である。
悪くなっている		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・この時期に主力となるはずのTシャツやカットソーなどの洋品の動きが非常に悪い。また、客の様子を見ると何着も試着しながら、結局1着しか求めないという慎重な買い方が目立つ。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・高額車ほど売上が落ちている。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	それ以外	・連休後、引き合いや成約件数に若干一服感はあるものの、依然として仕事量は十分確保している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・取引先の間では新製品の開発が盛んに行われている。この影響で2、3か月先まで受注が入っている。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・3月決算の企業の業績が上向いている。
	変わらない	新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・チラシ折り込み料の値上げにもかかわらず、取扱枚数は変わっていない。
		化学工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・医薬品の受託製造事業において、価格競争が激しくなってきた。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は1月以降前年比70%で推移しており、手持ち工事も少なくなっている。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・メーカー等から工場の増改修工事の見積依頼が増加しているが、受注価格競争が依然激しいため環境は厳しい。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・集荷量、価格ともに例年とほぼ変わらない。新規の仕事もない。
		通信業（営業担当）	競争相手の様子	・インターネット接続回線のADSLは競合他社の攻勢が激しいため、シェアが低下している。
不動産業（経営者）		受注量や販売量の動き	・客との話がなかなか進まず、また最近はい問合わせも少ない。	
やや悪くなっている	精密機械器具製造業（経営者）	競争相手の様子	・今年初めには各メーカーがかなり多くの受注量を抱えて頑張っていたが、今春の商戦が終わるこの時期になって各社の受注生産に活発さが見えない。	
悪くなっている	食料品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・一過性のものと思われるが、消費税の総額表示や5月の大型連休の影響で、販売数量が前年同月比、前月比で大幅に落ち込んでいる。	
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	・求人広告が昨年実績に比べ2割程度増加している。

やや良くなっている	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・ 求人広告の伸びが前年の160%となっている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 新規求人数が前年同月に比べ伸びている。求職者数も増加している。
	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・ 幅広い業種にわたり、求人数が増加している。
変わらない	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・ 求人件数に大きな変化はない。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-