

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	通信会社（社員）	・携帯電話の新サービス、割引サービスの導入が間もなく始まる。
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・一部であるが、業績が上向いてきた取引先が目につくようになってきた。
		百貨店（売場主任）	・7～9月の長期予報では、今年の気温は平年並みか高いとみられるため、夏物や盛夏物の商材の消費は例年の1.2倍程度に拡大する。
		スーパー（店長）	・最近の来客数は前年の110%程度に伸びており、単価は97～98%と前年に近くなっている。今後、客に違いの分かる商品やサービスが提供できれば、単価アップが可能となる。その結果、単価と買上点数の増加が両立し、売上は更に拡大する。
		家電量販店（経営者）	・暑い夏、平年より厳しい残暑が予想され、空気をきれいにする新型エアコンを始め、大画面テレビなどの需要が期待できる。
		家電量販店（店長）	・オリンピックに続いて、今秋から地元で地上波デジタル放送が開始されるため、薄型テレビの販売が期待できる。
		乗用車販売店（総務担当）	・今月末に発売された新型車の効果により、7、8月の販売量は大きく伸びる。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みから秋の観光シーズンに向けて順調に予約が入ってきている。
		美容室（経営者）	・昨年7、8月は冷夏で来客数が減少したが、今年は猛暑の予報が出ているため期待できる。また、「業界ニュース」では美容業界が回復傾向にあると報じている。
	住宅販売会社（従業員）	・同じ客が何度も来場するなど、少し動きが出てきた。	
変わらない	一般小売店〔果物〕（経営者）	・相変わらず客に購買意欲が見受けられない。	
	百貨店（営業担当）	・客のファッションスタイルはカジュアルに傾いており、新しい色やデザインに走ることが少なくなっている。	
		・メーカーから供給される夏物商品の絶対量が少ない。	
	スーパー（店長）	・来客数は増えているが、消費税の総額表示による割高感から客に買い控えがみられ、客単価も低下している。	
	スーパー（店長）	・店頭に食べたい商品があっても、客は事前に買う物を決めているか、安い物や予算の範囲にとどめて買物をするケースが多い。	
	スーパー（総務担当）	・天候の影響などで売上が伸びるときもあるが、基本的な商品の動きは変化していない。今後とも良くなる様子は見られない。	
	スーパー（営業担当）	・客は相変わらず少しでも安い物を買ひ、無駄な物は買わない。今後この傾向が続くため、客単価も上らず、買上点数も増える見込みがない。	
	スーパー（副店長）	・夏物バーゲンに期待をかけているが、バーゲン前には買わないという客の傾向が、今後バーゲンになっても余分量は買わないという意識へ大きく変化する。	
	乗用車販売店（経営者）	・人気車や限定車に偏った売行きのため、全体としては苦戦が続く。	
	乗用車販売店（経理担当）	・7月後半に従来当社になかった小型車が発売されるため、販売数量は増加する。1台当たりの単価、収益は低下するが、商売的には活気が出る。	
	乗用車販売店（営業担当）	・新型車が登場したが、集客効果があまりない。	
	自動車備品販売店（従業員）	・高額の家電商品との競合により厳しい状態が続く。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・中元の時期に入るが、参議院議員選挙もあり、また現状も不安定なため、あまり期待できない。	
	その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・買上点数は減っているが、これを来客数でカバーしている。今夏は暑さが期待できる点を考慮すれば、横ばいで推移する。	
	高級レストラン（スタッフ）	・今年の暑さが続けば、ステーキ専門店の売上増加に期待ができる。一方、和食店における新盆の予約状況は例年より悪く、全体としては変わらない。	

		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門とレストランの通常営業、一般宴会は前年を上回る見込みであるが、レストランを含む婚礼宴会は1件当たり売上高の減少などの影響から前年とほぼ同額の売上を見込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・売上の減少にまだ歯止めがかからず、出口が見えない状況である。
		タクシー運転手	・日中はますますであるが、夜は相変わらず利用客が少ない。支出を減らすため、帰宅する場合も終電車に間に合わせるか、家族の出迎えを受ける人が多くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・客数の減少をリフォームでカバーするという状況は当面変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店〔鮮魚〕（店長）	・7月上旬に近隣で競合店がオープンするため、来客数の減少、単価の低下が予想される。
		百貨店（営業担当）	・夏のシーズン商品である水着の売上が前年の90%を下回っており、7、8月の売上に期待が持てない。秋物についても各メーカーの仕上がりが遅れがちで、例年より商品量が少ない。
		百貨店（営業担当）	・この夏は猛暑の予想が出ているため、8、9月はまだ夏物中心の展開になると思われる。秋物が売れば単価も上がるが、夏物が続けば単価が上がらず、厳しい戦いになる。
		住関連専門店（店員）	・買い回り商品の購入点数について良い月と悪い月の差がありすぎて、先が読みにくい。
		観光型旅館（スタッフ）	・7月から9月まで、本店と姉妹館を合わせた予約状況は前年を上回ることがない。
	悪くなる	テーマパーク（職員）	・2、3か月先の予約状況は過去10年の中で最低の部類である。浜名湖花博や他地域の大型イベントの影響もあって、団体客を中心に動きが鈍い。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・非衣料の自動車内装材の生産を開始した。
		一般機械器具製造業（経営者）	・昨年の夏以降、客先の設備意欲は強含みで順調に推移している。このような状態が1年近く続いており、ここ当分は国内の動きはもとより、米国でも強含みで推移する。
		金融業（融資担当）	・現在、生産能力増強の投資を行っている各社で稼働が始まっており、本格的に生産量が增大する。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・原材料の値上げ分を商品価格に転嫁することがなかなか難しい。
		化学工業（営業担当）	・受注ベースに変化はないと思われるが、価格競争の激化により対応ができないケースが多くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注商談は若干増えると思うが、価格が厳しいため、損益はほとんど変わらず、現状維持が続く。
		建設業（総務担当）	・原価面では鉄骨価格の動向いかんによる。工事入手面では供給過剰の構造は依然として変わらず、し烈な価格競争が続く、先行きは厳しい。
		通信業（営業担当）	・通信機器の伸び率も、インターネット回線の販売数も今一つで、当面はこの状態が続く。
		司法書士	・新しい動きがある一方で、取引先の破産申立等もある。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・客は素材価格が上昇するとみて買い込んだが、さばけない商品が倉庫に満杯になっているため、今後在庫が減少するまでは良くない状態が続く。
		通信業（営業担当）	・他社との競争激化から、通信料金の割引額が拡大するなど、売上が大幅に減少する。
	悪くなる	建設業（経営者）	・地元の建設会社のうち3分の1が廃業を真剣に考えている。建設業はますます厳しく、今後倒産も続出するとみている。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業からの派遣要請は当面変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・求人数は減少傾向にあるものの、求職者数、企業整備も減少傾向にあり、正規職員でなくても何らかの形態での就労者が増加する。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・新規出店先からの広告が増えている。
		職業安定所（職員）	・非正規型求人が増加し、学卒求人は前年並みである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・好調業種とその他の業種間の格差は依然として残るが、全体としては大きな変化はない。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-