

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	-	-	-
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客の要望する商品の価格帯に合致させれば、非常に売れる商品が登場している。例えば、従来480円の刺身を398円にするなど、生活防衛につながる価格帯にすると、非常に売行きが良い。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・3か月前に比べて、土、日曜日の売上と来客数は増加している。特に、給料日直後の週末は顕著である。
		その他専門店 〔医薬品〕（営業担当）	競争相手の様子	・客の購買意欲は上向きになってきている。また、店舗売場面積の拡大などの競争状態がますます激化し、1人当たり買上点数が減っていても、ある程度の利益は確保できている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・最近6か月間の各店のトータル販売量は各月とも前年、前々年を上回っている。また、売上の下げ止まり感がある。
		一般レストラン（スタッフ）	単価の動き	・最近家族連れと団体の来店客が増加している。また、一品単価、1人当たり客単価も伸びている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・春先ということもあり、来客数は増えている。住宅金融公庫の金利が下がったことから、販売量も増加している。	
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・販売量については良くも悪くもないが、最悪期は脱した。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	単価の動き	・年度末の3月を控えての案件が少なく、また案件があっても競争激化で販売単価が下がっている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客は各店のチラシを見ながら安い商品を買って回っている。オーバーストアの中でチラシ攻勢を怠れば、販売量は落ちる。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・昨年4月に消費税の総額表示が導入されて以来、一品単価が約5%下がったまま状態である。加えて、1人当たり買上点数が上がらないため、客単価は10～20円低くなっている。
		スーパー（副店長）	単価の動き	・来客数は冬物バーゲン時に増加している。しかし、客は商品をより吟味し、必要な物以外は購入しない傾向がますます顕著になっている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・薄型テレビやDVDレコーダーが引き続き好調に推移する一方で、パソコン本体の販売数量と単価がともに前年比2けたダウンとなり、不調に歯止めがかからない。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・毎年この時期は客の購買意欲が高まり、商談が短時間で終了していたが、今年はかなり長期化しており、その上なかなか決まらない。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・昼の来客数はますますであるが、夜の客が少ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊、一般宴会、レストランの通常営業の利用客がいずれも前年を下回り、売上額も下回る見込みである。
		タクシー運転手	来客数の動き	・月の前半は新年会や食の祭典などで、後半は大学入試や週末の夜の繁華街で人出があった。しかし、中旬や平日の人出はさっぱりで、また特に昼の売上が悪いいため、全体としては変わらない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・昼はますますであるが、夜の客はタクシー台数が過剰なため、客の依頼電話から10分後の到着では断られる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・今月は売れ筋商品がほとんど在庫せず、客への販売量は伸びなかった。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・団体客の動きは悪いが、グループ、個人の客が天候にも恵まれて堅調なため、全体では前年並みの来客数を確保できた。
テーマパーク（職員）		単価の動き	・入場者数は前年に比べてあまり良くないが、一人当たり支出額はそれなりに上がっている。	

	住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・他社との差別化政策により、高価格商品が受注できた。時代に合ったものであれば、少し高くても客に受け入れてもらえる。
やや悪くなっている	一般小売店〔鮮魚〕(店長)	単価の動き	・一品単価は前年の低下に歯止めがかからず、今年も更に下げ続けている。来客数や1人当たり買上点数は変わっていないが、単価が極端に低下したため、売上は非常に厳しい。競合他店のチラシをみても異常な価格になっており、価格競争にまた入りつつある。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・2月は冬物の最終バーゲンと春物の立ち上がりの月である。通常はメーカーからの春物商品の供給は80~90%となるが、最近はメーカーも非常に慎重になり、直近にならないと商品展開をしないため、今年は60%程度にとどまった。このため、客の出足が遅くなっている。
	コンビニ(経営者)	競争相手の様子	・同業他社で来月に1店、再来月に1店と、軒並みに閉店予定がある。
	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・昨年末から暖冬が続いたため、2月は春物が早くから動くと期待していたが、月半ばから月末にかけて雪が降り、販売量は思ったように上がらなかった。
	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83.4%、内訳はホームファッションが83.8%、家具が81.0%となった。上旬は大雪の影響で来客数がダウンしたが、中旬以降も一向に回復傾向がみられず、厳しい状況である。
	その他専門店〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・当店の商売の仕方が時代に合っていないのかと思うくらいに、販売量も来客数も少なくなっている。
	観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・2月の宿泊実績は前年同月比で大幅な減少となった。
	美容室(経営者)	お客様の様子	・高齢者の来店が徐々に減少している。
悪くなっている	美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数の減少は客の来店サイクルが延びていることと、近くに安い店が増えてきたことが原因である。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・来街者数の減少だけでなく、店や客の雰囲気も悪くなっている。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・来客数が前年に比べて少ない。加えて、春物の動きが非常に悪く、店頭で品物を見ても購入に結びつく客が非常に少ない。
	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・来客数や引き合いの数は前年並みであるが、なかなか販売に結びつかない。
	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・例年2月は商談の進まない時期であるが、今年は特に降雪が連続したため除雪などで仕事のパワーが奪われ、商談が中断するなど、契約量も減っている。
企業動向関連	良くなっている	-	-
	やや良くなっている	一般機械器具製造業(経営者)	それ以外
変わらない	金融業(融資担当)	取引先の様子	・電子部品業では昨年11月以降、在庫調整によりやや減少していた受注が戻ってきている。その他の業界でも、素材価格の上昇で値戻しが進展している。
	食料品製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・主原料の高騰が徐々に顕在化しており、これが不安材料となりつつある。
	プラスチック製品製造業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・昨年12月1日から製品の値上げに踏み切ったが、半分以上の先は思ったように交渉が進んでいない。
	電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・在庫調整がまだ終了しておらず、新規及び従来品の受注が非常に低調である。
	輸送業(配車担当)	受注量や販売量の動き	・全体的に荷物の量が減っており、特に鉱工業製品が目立つ。
やや悪くなっている	繊維工業(経営者)	競争相手の様子	・産地全体の受注状況が悪化している。
	繊維工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・スポーツ衣料と資材は特に変化がないが、婦人衣料は昨年の猛暑と今年の暖冬で流通段階の動きが非常に悪く、苦戦している。

		精密機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・眼鏡の仕事量はあまり変わっていないが、最近是中国製品の価格に引きずられて、非常に安い価格の受注が多く、収益性が悪くなっている。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・土木のAランク業者では受注量も手持ち工事量も極めて少なくなっている。Aランク業者向けの公共工事が少ないため、C、Dランク業者向けの公共工事受注を意図して、子会社を設立する動きが目立っている。
	悪くなっている	建設業（総務担当）	競争相手の様子	・期末を控え、受注価格競争が一段とエスカレートしており、建築、土木ともに落札する機会は極めて厳しい状態にある。
雇用 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	雇用形態の様子	・広告件数は変わらないが、製造関連企業の正社員募集がやや増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が増加している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は依然として堅調で、これに応ずる求職者数も多いが、企業が要望する能力を持つ人材が極めて少ない。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は多いものの、企業の期待する人材が少ないためか、繰り返しの求人が多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・学生の就職内定率は1月末で約8割と、前年とほぼ同じである。
やや悪くなっている	-	-	-	
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・2月の求人広告は前年比で2割減少している。内容的には正社員の募集広告が減っている。	