

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 やや良くなる	通信会社（社員）	・携帯電話の新機種が発売予定がある。
		一般小売店〔精肉〕 （店長）	・季節要因で来客数が落ちているが、3か月後は売場の充実により、来客数が増加する。
		一般小売店〔鮮魚〕 （従業員）	・納入先のホテルなどでは愛知万博の影響が予想を下回っており、先行きはやや明るい。
		百貨店（営業担当）	・ようやく秋の流行がみえてきたが、気温に大きく左右される時期のため予測は難しい。ただ、良品質への購買意欲がみられるため、ヤング商材を中心に好転が期待できる。
		その他専門店〔医薬品〕 （営業担当）	・一品単価が前年に比べて10～20円アップしている。安い目玉商品や競争による価格低下にも限界があり、これからは質の勝負になる。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みの個人客を中心に、予約数が前年比で若干上回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客の予約数に改善の動きがみられる。
		住宅販売会社（従業員）	・不良在庫の土地は売れないが、立地条件の良い土地はすぐに完売するなど、二極化現象がみられる。客は自らの予算に応じた住宅計画をしっかりと立てている客が多く、先行きは明るい。
	住宅販売会社（従業員）	・分譲住宅の完成が下半期から増加し、受注増が見込める。	
	変わらない	百貨店（営業担当）	・今後、食品は中元などを含めて動きが出るが、ファッション関連は流行のヒットアイテムがほとんどみられないため、客の財布のひもは緩まない。
		百貨店（営業担当）	・7月から始まるバーゲンでは商品の投入量が少ない点が懸念材料である。
		スーパー（副店長）	・6月の天候から判断して季節感が2か月ずれており、7、8月の真夏時に消費の手控えが懸念される。
		家電量販店（経営者）	・相変わらず客の買い方は慎重であり、高額商品を買うときは即決しないで他店を調べたうえ再度来店する。当然価格の対応も厳しくなり、今後とも利益の薄い商売が続く。
		家電量販店（店員）	・これといって目を引く新商品がなく、どの商品も単価ダウンが顕著である。今後、急激な売上増加は見込めない。
乗用車販売店（経営者）		・全体的に景気回復の気運はやや感じるものの、自動車、特に輸入車の売行きは銘柄によりばらつきが大きく、まだ現状のまま推移する。	
乗用車販売店（総務担当）		・新型小型車の投入が秋口まで遅れる模様で、当面、当社の販売台数は伸び悩む。	
観光型旅館（スタッフ）		・7月以降の予約保有をみても、改善の兆しがない。	
都市型ホテル（スタッフ）		・宿泊部門は、海外からの宿泊客の取り込みにより増収を見込んでいるが、婚礼件数は相変わらず前年を下回る。レストランの通常営業、一般宴会共に前年同月を下回り、全体では前年を下回る見込みである。	
旅行代理店（従業員）		・原油高、円安など、旅行の環境がいま一步で、当面は変わらない。	
タクシー運転手		・通勤に公共交通を利用したり、家族が送迎するなど、タクシーの利用を控える傾向が加速する。	
通信会社（営業担当）		・新機種が発売予定があるため来客数は増加する。ボーナス時期に入るが、ボーナスをカットされる会社も増え、かなり厳しい夏商戦を迎える。	
テーマパーク（職員）	・愛知万博の開催期間中は来客数に大きな変化がない。		
パチンコ店（店員）	・今までの人気台がマンネリ化してきている。今後しばらくは良い台が登場する予定がない。		
住宅販売会社（従業員）	・来店客を含め、あまり活発な動きがみられず、先行きは期待できない。		
住宅販売会社（総務担当）	・昨年の税制改正により、現実の税負担が重くなっているにもかかわらず、更なるサラリーマン増税の論議が起きており、客は消費に慎重な姿勢を示す。特に住宅という高額物件取得に対する影響は当面模様眺めである。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・再開発工事の着工により、来客数の減少が予想される。	
	百貨店（営業担当）	・夏物の処分セールを行うに当たり、メーカーからの商品量が例年より少ない傾向にあり、厳しい残暑が予測される中でセール商材の不足が懸念される。	

		スーパー（店長）	・今後、価格競争が更に過激になる。対応策は来客数や買上点数の増加であるが、狭い商圏の中で各店が乱立している現状から、改善の見通しは当面立たない。	
		スーパー（店長）	・消費者の購買意欲は、ガソリンの高騰や今後の増税などのニュースの影響を受け、現状より悪くなる。	
		コンビニ（経営者）	・当地区のアパート、マンションの居住人口はかなり減少しており、来客数の減少傾向が当分続く。	
		衣料品専門店（経営者）	・消費税のアップや厳しい年金などのマスコミ報道が多く流れているため、今後、消費者心理は冷え、財布のひもは固くなる。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・衣料関連では夏物商品の低価格化が進む。また、物余りやこれといった流行商品も見当たらないことから、客の買い控えが今後さらに強まる。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・インターネット回線は客全体にほぼ行き渡り、売行きは低調である。しかし、インフラ整備に向かう企業の動きもあり、ビジネスホンなどの売行きに明るさがみえる。	
		新聞販売店〔広告〕 （従業員）	・7、8月に量販店の出店があり、広告料の増加が期待できる。	
	変わらない	繊維工業（経営者）	・当社、産地全体共に受注確保に苦戦する状況が当分続く。	
		金属製品製造業（経営者）	・3か月後の受注の入り方が代わり映えない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・中小企業経営者の機械購入を決定する際の目つきから、前向きの姿勢が感じられる。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡産地の金型・部品メーカーの受注状況は、一部で増産計画があるものの、全体的には受注残が少なく、これがさらに川下工程に広がっていく。	
		建設業（総務担当）	・工事物件ごとの競争見積入札の参加業者数は増加傾向にあり、10社以上となるケースも多くみられ、更に受注競争が激烈になる。	
		金融業（融資担当）	・原油価格、資材価格の高騰の影響が更に大きくなり、売上は順調でも、利益率が悪化するという見込みを立てている企業が多い。	
		司法書士	・法人向けの融資の設定がほとんどない状況では、景気は上向きにならない。	
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・業界の動向としては、燃料費、包装資材、主原料の高騰が顕在化しており、業績に影響が及んでいる。今後、特に主原料の価格は右回りと予測され、更に悪影響が出る。	
		輸送業（配車担当）	・燃料費の高騰分を客に転嫁できず、燃料費の値下げも当分は考えられない。	
	悪くなる	建設業（経営者）	・公共事業の縮減が続いており、地域によっては1年間に1件の受注もできない業者がいる。過当競争の中でダンピング受注がますます増え、今後公共土木に依存する建設業者は衰退の一途をたどる。	
雇用 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・求人のイベントを予定しているが、客からの問い合わせ件数が昨年に比べて格段に多い。	
		職業安定所（職員）	・運輸業の求人がやや増えている。製造業全体では、求人数は減っているものの、派遣や請負の製造関係求人がかなり増加しており、この傾向が今後とも続く。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣料金の引上げが依然として厳しく、しばらくはこの状況が変わらない。
			求人情報誌製作会社（編集者）	・企業の経費削減、求人控えの動きはあるものの、新たな企業や店舗の進出も予想され、求人の件数に大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は前年同月比で10.1%増加している。求職者の実態をみると、事業主都合の離職が同12.0%増、自営業者が同51.0%増となっており、不安定な状況は当分続く。	
	やや悪くなる	-	-	
	悪くなる	-	-	