

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	コンビニ（店長）	・8月後半から、売上、乗客数、客単価が前年並みに上向いており、天候次第であるが、今後の上昇が期待できる。
		テーマパーク（職員）	・愛知万博の終了に伴い、当地への観光客が増加する。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・秋のファッションの傾向はこれまでのジーンズスタイルのカジュアルベースから、ややエレガンス調へ動く。また、色の面でも従来のワインー辺倒からグリーンやブルー系の商品が新しく提案され、多少上向きに推移する。食や暮らし関連の商品は相変わらず着実に伸びていく。
		スーパー（店長）	・時系列でみると、乗客数、客単価共に伸長しており、消費者の不況に対する不安感も薄らぎ、今までの貯蓄志向から消費志向に移行しつつある。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ2、3か月は徐々に売上が安定してきており、この流れが秋物にも反映される。また、婦人服にもクールビズ後のウォームビズの効果が期待できる。
		家電量販店（経営者）	・テレビを始めとして高額商品の単価が高く、また総額100万円を超えるまとめ買いも結構多くなってきた。支払は現金、クレジットカード払いなどいろいろであり、今後の傾向として良いものや欲しいものは金額に関係なく買うという客が増えていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・10月から新しい市場の開拓を目指して新車種を投入する。販売台数も強気な目標を立てており、秋の商戦では期待できる。
		観光型旅館（経営者）	・愛知万博が9月で終わるため、秋の観光シーズンに向けて集客が期待できる。
		通信会社（社員）	・年末に向けて携帯電話の種々のサービスが始まる。
		住宅販売会社（従業員）	・分譲住宅の供給増による受注の増加が見込める。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・秋から冬にかけてのコートやファッションの大きなトレンドがまだ現れていない。
		百貨店（営業担当）	・客のファッションに対する態度は、季節の先取りよりも体感温度を重視する傾向が強まっており、厳しい残暑が予想されるなか、初秋物は苦戦する。
		スーパー（店長）	・客は必要なとき必要な量だけ買うという態度が定着している。また、石油高騰の影響から家計費の増加も懸念される。
		スーパー（副店長）	・中元贈答品では個人需要は伸びたが、法人需要が低迷している。このような状況を見ると、景気回復にはまだ時間がかかる。
コンビニ（経営者）		・乗客数は微増傾向、客単価は若干低下傾向にあるが、先行きは読みにくい。	
コンビニ（経営者）		・客単価の低下がずっと続いているが、乗客数はほとんど変わっていない。今後は天候次第であるが、書籍、たばこ、酒などの嗜好品の売上が徐々に減っていることが気がかりである。	
乗用車販売店（経理担当）		・当面は厳しい状況が続くが、高額車両のマイナーチェンジが予定されているため、営業活性化の起爆剤となる。	
乗用車販売店（営業担当）		・お盆の間に企画したイベントの乗客数が前年比25%も減少しており、このような状況が今後も続く。	
高級レストラン（スタッフ）		・減り続けていた乗客数がこの1年間でやっと止まった。しかし、集客力が上向きになるには、まだ時間がかかる。	
スナック（経営者）		・1、2か月後の予約がすでに入っており、また来店客の話にも明るさを感じられるため、しばらくは現状のままで推移する。	
観光型旅館（スタッフ）		・9月から来年1月までの予約保有は前年比80%の状況で、まだ北陸の観光産業は厳しい営業が続く。	
都市型ホテル（スタッフ）		・前年の大型宴会に代わるものがないことに加え、婚礼受注件数の一進一退により不安定な状況が続いている。宿泊部門はASEAN諸国からの旅行者の積極的な取り込みにより前年並みを見込んでいる。	
都市型ホテル（スタッフ）		・予約状況は前年と比較してかなり厳しい状況にある。	
旅行代理店（従業員）		・予約状況にも好転の兆しはみえず、現状維持で推移する。	

	テーマパーク（職員）	・愛知万博などの大型イベントが間もなく終了するため、予約数の増加を期待しているものの、前年同月比で2けた近い減少となっている。特に団体客の動きが鈍く、現状と変わらない。	
	住宅販売会社（従業員）	・全体的に言えば、新築や建売住宅の価格は非常に低い水準にあるが、成約件数は少ない。所得税の増加や住宅ローン控除の縮小などの負担増から客にあきらめ感が広がり、賃貸住宅に心が向いている。	
	住宅販売会社（従業員）	・金融機関のローン金利が下がるなどのメリットが出ないと、客はなかなか動かない。	
やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・新しいビルが完成しても、事務機器の予算がなかなかとれない先が多い。見込先が少ないうえに、激しい価格競争によって厳しい商談が多くなる。	
	百貨店（営業担当）	・2、3か月先はまさに冬物商戦の最盛期であるが、今年はコートのトレンドが特にみられないため、客単価の上昇が期待できない。全体的な底上げが見込めないため、販売量や来客数はある程度確保できて実績は落ち込む。	
	スーパー（営業担当）	・来客数はある程度確保できるが、価格競争の激化から商品単価が下がり、売上が減少する。	
	コンビニ（経営者）	・最近、同系列のコンビニが近くにオープンしたため、来客数、売上共に減少する。	
	タクシー運転手	・特別な大イベントがないと、人出が増えない。好景気時の「花金」は昔日のものとなり、今後かつてのような人出は期待できない。	
	タクシー運転手	・同じ地域でライバル会社が1社増えるため、先行きは深刻である。	
	住宅販売会社（従業員）	・富裕層の動きが鈍い。また、住宅建築を計画中の若年層は親頼みの傾向が強く、決定権を持っていないため商談が進まない。	
	住宅販売会社（総務担当）	・原油価格の上昇による調達部材のコストアップ要因を吸収できるか否かが問題である。価格に転嫁せざるを得ない状況になれば苦しい。	
悪くなる	商店街（代表者）	・例年であれば衣料品など秋物が立ち上がる時期であるが、商品が並んでいるのはデパートぐらいである。夏物の売上不振に加え、先が読めない状態で、各店では陳列商品の投入に不安感が増している。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	電気機械器具製造業（経理担当）	・取引先各社は、新製品の立ち上げに注力しており、秋以降は期待できる。
		通信業（営業担当）	・9月から光電話サービスが開始されるため、IP電話の引き合いが増加しており、今後期待できる。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・原油高による原材料のコストアップが懸念材料である。採算割れの商品は減少傾向となる。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・商品の動き自体は悪くならないが、原材料の値上げの話が持ち上がっており、非常に不透明である。
		建設業（総務担当）	・土木工事では発注量が依然減少傾向を続けており、厳しい状況が見込まれる。建築工事では見積件数は多いが、価格面は受注競争から改善されず、依然として厳しい状況は変わらない。
		通信業（営業担当）	・携帯電話の月額使用料も下げ止まる傾向にあり、しばらくは現状が変化しない。
		金融業（融資担当）	・原油や鉄・非鉄金属の価格上昇によるコストアップが製品価格へ転嫁できる域を超えており、利益率の悪化がさらに表面化するものの、当面は生産量の多さでカバーすることができるという取引先が多い。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・ここ数か月の売上高は前年とほとんど変わっておらず、今年後半に上向く要因もないため現状のまま推移する。
	やや悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・今年は天候的な要因もあって、特にサングラスの販売状況が悪く、依然として在庫に悪影響を及ぼしている。これから年末にかけて在庫調整が行われる。
輸送業（配車担当）		・荷量が若干増えても、原油価格の高騰が利益の圧迫要因となる。	
悪くなる	建設業（経営者）	・毎年続く公共事業予算の縮減は、受注量の激減に加え、ダンピングでの受注、新積算方式の採用など工事原価面でも大きな影響がある。	
雇用関係	良くなる	-	-

関理	やや良くなる	職業安定所（職員）	・来春の高校卒業予定者を対象とする求人受理件数が8月末時点で、昨年11月末と同数となった。特に製造関連企業では採用予定計画が早期に作成されており、2007年問題はあるものの受注に関する将来展望に明るさがみえてきた。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・正社員の求人数が少ないなか、求職者が集中する傾向が見受けられ、採用状況は厳しい。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・季節的な募集数に若干の増減があっても、先行きの雇用環境に大きな変化を与える要因はみられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人のうちパートや派遣・請負求人の割合が全体の約50%を占めており、このような傾向が今後も続く。
	やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-	