

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	-	-
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当） 通信会社（社員） 通信会社（営業担当）	・灯油を始め諸物価の値上がりの影響が若干生じるが、買上点数は落ち込んでいないため、今後は上向きとなる。 ・携帯電話の新端末の販売や新サービスが始まる。 ・携帯電話の春商戦を迎え、卒業や入学の学生が多く来店する。2月から学生向けの新サービスを開始するため、店頭は例年以上に活気付く。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（店長）	・飼料、原油などの高騰により食肉自体が上がっており、売行きを心配している。この分を外商等で挽回し、現状維持を目指す。
		百貨店（営業担当）	・秋冬物商材のセール時期に移っても、販売量が特に好転する傾向が見られない。新しい春物商材も出始めているが、前年以上の動きがなく、今後も良くなる見込みが薄い。
		スーパー（営業担当）	・2、3か月後は灯油の使用期間も終わり、原油関連の値上げ感が多少軽くなる。また、客は食品の値上げにも慣れてくるため、現状のまま推移する。
		家電量販店（経営者） 乗用車販売店（総務担当）	・家電製品において売れそうな新製品の発売予定がない。 ・燃料高により国内旅行などの消費マインドが冷え込み、自動車の販売に大きな影響が及ぶと懸念している。
		自動車備品販売店（従業員）	・ガソリン暫定税率の動向もあるが、環境や車の使い方についての消費者の意識も変わりつつある。しかし、客が購入する上で慎重に判断する傾向に変化はない。
		高級レストラン（スタッフ）	・もともと高級レストランは単価が高いため、景気に左右されやすい。高単価メニューの利用客もいるが、全体の来客数の減少に歯止めが掛からない。売れるメニューは、新しく設定した低価格商品である。
		観光型旅館（経営者）	・油、食材、アルコール類など様々な仕入れで値上がりしているが、客の宿泊料金には転嫁できず、利益が減少する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・利用客数はレストランごとにバラつきがあり、今後継続的に増加するか否かは不透明である。また、宿泊利用客の伸び悩みが続いており、不安定な面がある。
		タクシー運転手	・新年度の歓送迎会などで人出はあるが、運賃改定の影響でタクシーの利用が控えられる懸念がある。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の売上は新卒者などの購入で若干良くなるが、昔と違ってほとんどの人が持っているため極端に増加するとは思えない。新機種の発売を6月ごろに控えているため、買い控えも目立ってくる。
	住宅販売会社（経営者）	・住宅の受注量や見込客の動向に変化はない。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・新年度からあらゆる業界で原油高騰の影響が予想され、多くの商品が値上がりするため、しばらくは消費が落ち込む。
		百貨店（売場主任）	・ガソリン税問題や株価低迷など、マイナス要素ばかりがマスコミ報道されている。また、徐々に原材料の高騰が販売価格に反映されつつある。
		百貨店（営業担当）	・原油高騰の影響から、メーカーサイドでは物づくりの上で厳しいコストダウンを迫られており、遊びのある商材の供給がかなり少なくなる。この影響を受けて、客の購買行動も鈍くなる。
		スーパー（店長）	・2月に入ると、ビール、食品ラップ、食用油などの値上がり相次ぐため、商品の動きが悪くなる。特売で販売量を増やすことは難しい。
		スーパー（総務担当）	・2～3月にかけて、特に食品は値上げが相次ぐため、消費が落ちる。さらに衣料品や雑貨品にも影響が及び、小売業にとって厳しい状態となる。
		家電量販店（店長）	・石油価格に次いで電気料金の値上げも予想され、家計の圧迫度合がますます強まる。
一般レストラン（スタッフ）		・灯油、ガスの値上げ要請が相次いでおり、利益を圧迫している。また、物価は上がるが、個人所得は増えず、株価の下落もあり、消費マインドは冷え込む。	
スナック（経営者）		・株価低落、諸物価の上昇など、客にとって悪い材料が横たわっており、明るい見通しが持てない。	
観光型旅館（スタッフ）		・2月以降の予約保有は2、4月で前年を下回っている。徐々にばん回してきたが、まだ弱含みである。	
旅行代理店（従業員）		・航空運賃、観光バス運賃の値上げなどから、客の旅行意欲の減退が懸念される。	

		テーマパーク（職員）	・個人客の利用が低迷するなかで、募集・企画旅行の催行率も前年に比べ悪化傾向にある。
		その他レジャー施設（職員）	・ガソリン以外にも物価上昇が予想され、客の財布のひもが固くなる。単価の下落が止まらないが、客はお得感があり、安いと思う商品にはお金を使う傾向がある。ただ、会社としては薄利多売で利益が圧縮され、厳しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・前年同様に雪の無い1月であったが、客の動きは前年に比べかなり少なかった。現実の受注は客の動向から1、2か月遅れで表れるため、先行きは厳しい。
悪くなる		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・年始から文房具等の値上げを予定していたが、コピー用紙の古紙配合率問題から品不足の状態が起きている。今後2、3か月は商品調達や価格調整に時間が掛かり、厳しい状態となる。
		百貨店（営業担当）	・ガソリンを始め、身近な商品の値上がりが続いており、消費は大幅にダウンする。
		百貨店（売場担当）	・来客数、買上客数共に減少している上に、客は無駄な買物をしないよう1品1品を選んでおり、この態度は今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・新規競争店がオープンするため集客が落ちる。さらに客の生活防衛意識が高まり、特に衣料品分野の支出を抑える傾向が強くなる。
		コンビニ（経営者）	・ビールを始めとする値上げが相次ぐなかで、コンビニは価格競争力が弱いため、客がドラッグストアやホームセンターへ流れるおそれがある。
		衣料品専門店（経営者）	・相次ぐ諸物価の値上げラッシュに客の財布のひもはますます固くなる。客からも、給与が上がらないため貯金を崩して生活しているなど、厳しい話が聞かれる。
		住関連専門店（店長）	・家具業界はメーカー、問屋、小売とも非常に厳しい状況である。小売では特に格差が広がり、地元企業は追い詰められた状況がまだ続く。
	企業 動向 関連	良くなる	-
やや良くなる		通信業（営業担当）	・1月後半になって、ようやく電話設備の引き合いが出てきた。
変わらない		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅着工件数の回復は期待できず、原材料価格も不安定なままで推移する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・米国景気が急激に回復するとは考えにくく、輸出関係の厳しい状況が続く。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・3月の決算月が近いこと、取引先では在庫調整の局面となる。今後の受注は大きな落ち込みもないが、極端に増加することもなく、一進一退が続く。
やや悪くなる		繊維工業（経営者）	・原料及び燃料関係のコストアップが顕著な上、受注環境も厳しく、販売数量、単価共に苦戦が予想される。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・設備投資も一巡した感がある。
		精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡ユーザーの低価格志向のトレンドは続いている。確かに高付加価値商品へのニーズはあるものの、それらを的確に開発し供給しているメーカーは当社を含め一部である。また、今まで比較的好調であった欧米の客先についても、市場の景気悪化を懸念する声が増えてきている。
		輸送業（配車担当）	・原油の値下がりが見込めない状況のなかで、燃料費のコスト負担がますますきつくなる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・住宅着工件数の減少や流通業界の伸び悩みなどから、折込チラシの出稿減が続く。
悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・「原料高の製品安」と言われるように、原料、燃料などの値上げ要請が軒並みに来ているなか、当社製品価格はそれに即して上げられる環境ではない。	
	繊維工業（経営者）	・食料品や生活必需品の値上がりで景況感が厳しくなっている。このため節約モードが続き、取引先の動きも慎重になっている。	
	建設業（経営者）	・当社の手持工事のほとんどは3月20日ごろまでに完成させなければならない。以前は3月60日という言葉が示すとおり、3月工期の工事でも4月完成にずれ込むことがよくあった。しかし、今はそれが通用しないため、3月末から6月くらいまでの人員の過剰をどうするか大きな問題である。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新年から特に目立った動きはなく、また新年度からの採用に関する明るい話もあまり聞かれない。求職者確保の厳しさはまだ続く。

	職業安定所（職員）	・新規求人数、新規求職者数共に前年同月比で減少し、落ち着いた動きとなっている。
	職業安定所（職員）	・新規求職者は昨年4月以降、前年に比べ減少傾向で推移しており、今後もこのまま変化しない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・ガソリンを始め、諸物価の値上げが求人にも影響しており、採用の手控え状態が続く。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で6か月連続の減少となっており、この傾向が続く。
悪くなる		