

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	通信会社（営業 担当）	競争相手の様子	・携帯電話の端末は各社共に値下げ状態にあり、新規客の加入にプラス要因となっている。
	やや良く なっている	コンビニ（店 長）	販売量の動き	・弁当の売上は例年以下であるが、全体の売上は前年を4%前後上回っており、徐々に回復傾向を示している。来客数は変化していない。
		その他専門店 〔医薬品〕（営 業担当）	来客数の動き	・既存店の来客数は前年比101.6%と増加している。
		通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・入学の準備に携帯電話を購入する客が目立つ。しかし、例年に比べ携帯電話を持っている年齢層が低年齢化しているため、新規の販売比率は低下している。
	変わらない	百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・物価上昇前の駆け込み需要が目立つ。婦人靴のバーゲンでは平均2、3足のまとめ買いが見られ、多い客では10足の購入があった。セレモニー関連商品では、価格が若干高くても良い商品を早く買っておこうという態度が見られた。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・能登半島地震の影響があった前年の売上実績を確保することさえ難しい状況が続いている。来客数に占める買上率が低く、慎重な買物の様子が見える。
		百貨店（売場担 当）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。また、必要としない商品は買わないという客の態度も変わっていない。
		スーパー（店 長）	お客様の様子	・消費者は値上げに慣れてきたため、買物の態度に落ち着きが見られる。冷凍ギョウザ問題の発生により、中国産商品はほとんど売れなくなり、代わって国産のギョウザの皮や豚のひき肉などが売れている。また、輸入商品全般に消費者のチェックが厳しくなり、国産商品が見直されている。
		スーパー（総務 担当）	販売量の動き	・落ち着いた天候が続いたせいか、食品や日用品の売上は久しぶりにほぼ前年並みの実績を確保した。特にファッション関係では、婦人服を中心に好調であった。
		スーパー（営業 担当）	単価の動き	・客はこれまでの値上げに慣れてきた。中国産ギョウザ問題が発生してから、家庭での手作りや国産商品が見直され、客単価は上昇している。
		高級レストラン （スタッフ）	販売量の動き	・料亭やステーキハウスでも、1,000円台後半のランチ販売により来客数を伸ばしているが、前年の売上を確保するのが精一杯である。
		一般レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・大手外食チェーン、大手スーパーの値上げに追従するように値上げが相次いでいる。ここ数か月の客単価は前年並みまたはやや微増で推移していたが、3月は若干前年割れとなった。この結果、来客数は横ばいで推移しているものの、売上は減少した。
		都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・レストラン、宿泊利用客共に減少が続いている。
		都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・売上は低迷しており、特にレストランでは厳しい。
		通信会社（役 員）	競争相手の様子	・県内同業者との情報交換では、ケーブルテレビ商品のうち専門チャンネル主体の高価格商品に比べ、地上波、BS、自主放送主体の廉価版商品の販売が好調と聞いた。この傾向は当社も同様で、視聴者当たりの収益は若干低下傾向にある。
		その他レジャー 施設（職員）	来客数の動き	・来客数は前年に比べ減少しているが、3か月前と比較すると横ばいである。春休みに入ってから若干の上昇が見られる。
美容室（経営 者）		来客数の動き	・ほとんどの同業者が来客数の減少で悩んでいる。売上をカバーするために値上げをしたいが、来客数が更に減少するリスクを考えると動けない。	
住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・展示場への来場者数、問い合わせ件数共に変化していない。		
やや悪く なっている	商店街（代表 者）	来客数の動き	・駐車場の平均駐車時間が2時間を切った。商店街の滞留時間が減っていることから、客は必要なものだけを買ってすぐに帰ってしまう傾向が読み取れる。	
	一般小売店〔鮮 魚〕（従業員）	お客様の様子	・例年の歓送迎会シーズンは多忙でにぎわうが、今年は非常に静かである。	

		一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	お客様の様子	・例年の年度末には、若干の駆け込み需要や予算消化のための小口注文が来ていた。しかし、今年はそれも見られず、客は静観している感じである。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・天候は比較的良かったが、婦人服の売上は前年の95%にとどまった。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・ファッションやし好品の買上点数が減少し、一品単価も低下傾向にある。一方、食品、住生活、消耗品など日用品の買上点数は上昇しているが、単価は低下している。客の買物は食品を中心とした売場で増えているが、他の消費に関しては抑えている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・パンなどの値上げにより客単価は上昇するはずであるが、前年並みにとどまっている。また来客数の落ち込みは止まらない。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・前半は天気も悪く、売上は前年を大きく割り込んだが、中旬以降は来客数、売上共に前年並みとなった。しかし、販売量の増加には値引きや景品付き販売が欠かせないため、経費がかさみ、利益が出せないという厳しい状況となっている。
		衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・客は余分な物は買わないという姿勢が強く、売上は前年に比べ3.5%減少した。特に女性客は最近の物価高を鋭敏に感じており、財布のひもは固くなっている。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・原油高を始め、小麦の値上げ、輸入食品の安全性などの問題で、客の生活防衛意識が高まり、高付加価値商品が売りにくくなっている。また、買上点数も減少傾向である。
		乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・販売量が増える月にもかかわらず、店頭への来場者数は思わしくない。受注台数も大衆小型車の販売は堅調ながら、2、3リッター車は伸び悩んでいる。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・例年同様に、自営業者、サラリーマンの客は少なかったが、週ごとに会社関係の2次会予約が何件か入ったため、数字的には前年並みとなった。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・今年に入ってから、個人客の販売量が前年より落ち込んでいる。
		旅行代理店(従業員)	単価の動き	・バス、航空機共に運賃が値上がりしており、旅館などでも相次ぐ値上げの対応に苦慮している。
		住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・建築資材等の値上げにより、客との価格決定の調整に時間が掛かる。
	悪くなっている	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・衝動買いが減少し、セット販売率も低下気味である。
		自動車備品販売店(従業員)	販売量の動き	・客は必要な商品のみを購入し、出費を最低限に抑えたいという意識が強い。
		住関連専門店(店長)	来客数の動き	・来客数だけでなく、販売量、単価などすべてが悪くなっている。加えて、客の買物態度も慎重で、なかなか決断しない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・週末は送別会などで人出はあるが、平日の落ち込みがあまりにも大きいため、月全体では悪化している。最近、法人客で経費削減のため、3,000円、5,000円までの限定チケットの使用が目立つ。
		テーマパーク(職員)	販売量の動き	・天候にも恵まれ、団体、グループ、個人、外国人客の全来場者数は前年実績を確保したが、消費単価が前年に比べ1割近い減少となった。客の購買意欲は急激に落ちている。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	-	-	-
	変わらない	精密機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・原材料の値上げなどから、眼鏡産地では厳しい環境が続いている。現在の生産販売量はほぼ横ばいで推移している。
		金融業(融資担当)	取引先の様子	・株価の低迷、ガソリン価格の高騰、生活必需品の値上げ、サブプライムローン問題などで、取引先は様子見の状態である。
		金融業(融資担当)	取引先の様子	・取引先からは仕入れ価格の上昇を売値に転嫁できないという声が多く聞かれる。
やや悪くなっている	食料品製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・100円均一商品などは前年並みに動いているが、定価販売品については減少傾向である。	

		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高・ドル安の影響もあるが、輸出関連の受注状況が厳しい。数量、加工賃についても前年並みの数字が確保できず、大幅減収が懸念される。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原油高騰によるコスト高に加え、天候不順のため売行きが非常に悪い。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・原油高に伴う各商品の値上げの影響により、荷動きが鈍くなっている。
		税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・取引先では特に小売業の不振が目立つ。給与所得者の収入の伸び悩みが影響している。
	悪くなっている	電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・電子部品のコネクター関係は輸出向けがかなり落ち込んでおり、今後しばらくは回復しない。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・取引先数社の信用調査を行ったが、ほとんどが悪い評価点であり、なかでも非常に悪い業者に対しては大型契約を断った。
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）	求人数の動き	・求人情報誌の発行1回につき、求人件数が約30件増えている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ここ2、3か月の求人件数は減少気味で、求職者も少ない。技術を持った登録者も少ないため、マッチング率が低い。ハローワークでのマッチングコーナーに依頼しても実績がない。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・今年度の卒業生の9割程度が就職している。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の出稿量は前年比3割減少した。
	悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・派遣会社及び個別企業共に求人広告件数の落ち込みが目立ち、前年に比べ約2割減少している。人件費以外の経費増大が影響している。