

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	一般小売店〔書籍〕（従業員） 百貨店（営業担当） 衣料品専門店（経営者）	来客数の動き 来客数の動き 販売量の動き	・3か月前と比べると、来客数も増え、買い控えの傾向も弱まっている。 ・来客数、買上客数、客単価共に前年の90%程度の水準である。ただ、月末近くに気温が下がったため、秋物商材に対する購買意欲が感じられるようになった。 ・秋物が順調に動いたため、売上は前年を上回り、客単価も上昇した。今年に入って、売上が前年を超えたのは1月に次いで2回目である。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・周辺で百貨店を核とした再開発ビルがオープンしてから1年が過ぎたが、開店時の目新しさがないためか、商店街の客は減少気味である。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・鍋物などの秋物商材を意識的に陳列しているため、売上はやや良好である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・タスポ効果も一段落した。それ以外では変化がない。
		自動車備品販売店（従業員）	販売量の動き	・ガソリン価格は若干下がってきたものの、客に先行きへの不安感があるため、商品の動きは悪い。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・団体・グループ客の取り込みは前年に比べて増えているが、個人客が減っており、全体では前年並みになっている。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・売上は前年比107.6%、宿泊人数は同105.1%、宿泊単価は同100.9%である。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前半は大きなイベントが開催されたため、売上は前年を上回ったが、中旬以降は失速した。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・8月の北京オリンピック効果が薄れ、新規加入者の伸びは前月に比べ鈍化傾向にある。ただし、テレビ加入のアナログ契約からデジタル契約への移行については、国や県から消費者へ多様な働きかけがあり、一定の件数を持続している。
		その他レジャー施設（職員）	単価の動き	・来客数は大幅に増加したが、客単価の減少が大きいいため、売上は微増にとどまる見通しである。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・客の様子や見込み客数、イベントの集客数などに変化はない。
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・毎年この時期になると展示会への来場者数が増加するが、今年はなかなか増えない。	
	やや悪く なっている	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・固定客の来店にばらつきがある。販売者側からの積極的なアプローチがないと、なかなか来店してもらえない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の靴、バッグの選び方は利便性の高い汎用品に集中しており、特定の目的に限定した高額品などは落ち込みが大きい。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・来客数が前年比9割と落ち込み、前年の開催数を超えるイベントを打ち出しても効果が上がらない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・最近の客の買物動向は本当に必要な物だけを選択し、無駄な物は一切買わない。特に食の安全に対する不安心理から衝動買いは控えている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食品の相次ぐ値上げや風評被害で、業界は冷え切っている。売上確保のため、チラシによる乱売が進み、特売品の構成比が上昇する結果、粗利低下と費用増加から非常に厳しい状態となっている。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・食品価格が値上がりしたため、買上点数が減り客単価が下がっている。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みであるが、買上点数が上がらないため客単価が前年の95%に落ちている。客は2分の1にカットした野菜など、少量の商品を必要なだけ買っている。
スーパー（副店長）		単価の動き	・来客数は前年の99%、客単価は同100%とほぼ同水準である。	
コンビニ（経営者）		単価の動き	・客は値引きセールに敏感になっており、客単価が低下している。タスポカードの追い風があるにもかかわらず、全体の売上は前年を下回っている。	

コンビニ（経営者）	お客様の様子	・一気に涼しくなったため、アイス、ソフトドリンク、冷めんなどの売行きがダウンした。秋冬商材の中華まん、おでんを投入したが、反応が鈍く、たばこ以外の商品はすべて前年割れとなった。タスポ効果も薄れてきたため、全体ではプラスマイナスゼロである。子どもが財布の中をのぞきながら買物している姿を見ると、子どもの小遣いにも厳しさを感じる。	
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・A V商品、パソコン並びに関連商品が前年割れとなり、特に携帯電話は非常に悪い。ただ白物家電、なかでも洗濯機は好調である。	
家電量販店（店長）	お客様の様子	・客は商品の購入に非常に慎重である。1つの商品を買うのに競合他社を調べ、価格差がゼロ又は当社が安い場合でも購入に踏み切るまで何度も来店し、即決が少なくなった。	
乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・ガソリン価格は若干低下してきたが、車の販売動向は大変厳しい。6月以降の受注は前年に比べマイナスが続いており、9月も15%以上の減少が見込まれる。	
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・販売量、来場者数が減少している。	
乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・車の販売台数は前年に比べかなり減少している。ガソリン価格が低下しても、消費者の買い控え心理は払拭されていない。	
その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	単価の動き	・ガソリンの需要が落ちているため、価格競争が激しくなっている。	
その他専門店 [医薬品]（営業担当）	来客数の動き	・3か月前の来客数は前年比101%であったが、今月は同99%と減少した。	
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・例年、売上が伸びない9月だが、個人利用が中心の洋食・ステーキ部門では例年の85%程度の集客で大苦戦である。法人利用が中心の和食部門では夏場の落ち込み後、若干回復してほぼ例年並みの集客である。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・9月中旬の連休まではガソリンの値下げもあり、来客数は好調に推移していたが、事故米、中国乳製品汚染による食の安全への不安、米大手証券会社の破たん、株価暴落などが続いたため、後半は落ち込み、月全体では前年を下回る。	
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストラン利用客の増加傾向が鈍化し、加えて一般宴会の受注件数や宿泊客数が低迷している。	
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・売上が激減している。	
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・先行契約が前年同期に比べ鈍化しているが、特に海外旅行が悪い。海外旅行は直近の申込比率が低いとため、11月までは前年比マイナスで推移する。	
通信会社（営業担当）	来客数の動き	・携帯電話の端末価格の値上げと基本料金の値下げの組合せ販売がまだ客に受け入れられず、また近隣店舗の頭金の価格競争により客足が遠ざかっている。	
競輪場（職員）	販売量の動き	・3か月前の1日当たりの売上と比較するとやや落ち込んでいる。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示場への来場者数が毎月前年を下回り、下降線を描いている。	
悪くなっている	商店街（代表者）	競争相手の様子	・秋物商戦がスタートしているが、前年の残品をセール品として販売している店が多いように見える。値打ち感がなければ、客は買わない。
	一般小売店 [鮮魚]（従業員）	販売量の動き	・一部の取引先で良い動きがあるものの、依然として消費者の外食機会の減少や単価の低下が見られ、業界として低迷が続いている。
	一般小売店 [事務用品]（営業担当）	販売量の動き	・例年、商品の動きが少ない9月であるが、それでも売上は3か月前と比べて極めて悪い。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・朝晩が寒くなった中旬以降、秋冬商材の動きは悪くないが、肝心の土・日曜日がかかり暇なため売上は前年の約8割である。ガソリン、食品の値上げの影響から婦人服のまとめ買いがなく、単品買いの多いことが原因である。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・週末のチラシ合戦のなかで、特売品を中心に買い回っている客が目立つ。

	コンビニ（店長）	来客数の動き	・タスポカード効果は若干あるものの、天候の悪い日は客足が極端に落ち、売上が大幅に減少している。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・近隣の同業者の販売状況から見ても、販売の中心は軽・小型車であるが、それでも前年比2けたの落ち込みとなっている。特に中型以上の輸入車は壊滅的な状況である。採算を無視した無茶な販売に引き込まれることもあり、収益面でも最悪である。	
	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・秋は年間でも新車販売量のヤマが大きくなる時期であるが、新車の受注状況並びに販売の状況は思わしくなく、ショールームへの来場者数も減少気味である。	
	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・客が来店しても購入までに至らない。下見、ウインドウショッピング、他店との比較などが多く、なかなか売上に結びつかない。	
	その他専門店【酒】（経営者）	販売量の動き	・従来はなんとか売れていた高い酒も売れなくなった。	
	スナック（経営者）	来客数の動き	・自動車、機械関連など、景気の良かった業種の常連客から、受注の一部キャンセルや売上減少などの厳しい声が聞かれた。当店も客のない日が目立ち、30年間の営業で最も厳しい状況となり、売上は例年の65%に落ち込んだ。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ガソリンの値上げと高止まりが客の旅行気分を大きく阻害している。東海北陸自動車道開通の影響もあり、客の動きは「安・近・短」にシフトし、遠方への旅行が敬遠されている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・平日は依然として良くない。週末でも従来に比べ人出が2～3割少なく、売上が上がらない。家族の出迎えなどが見受けられ、客の節約志向は相変わらず強い。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・団体募集ツアー客、海外からの観光客共に前年に比べ数%減少している。また、個人客の利用状況が同2けた減となり、極端に悪い。	
	パチンコ店（店員）	単価の動き	・1人当たりの平均遊技代が少なくなっている。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は3か月前・前年比共にかなり減少している。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅業界では依然厳しい市場環境が続いており、かつ同業他社との競合も激化している。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	税理士（所長）	取引先の様子	・石油価格などが落ち着き、景気は良くなっている。個人消費の小売店関係では厳しいが、製造業関係の見通しはそれほど暗くない。建設業はやはり厳しい。
	変わらない	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず住宅関連の受注量が伸び悩んでいる。
		輸送業（配車担当）	受注価格や販売価格の動き	・軽油価格の上昇が利益を圧迫している。運賃は若干上がったが、これだけではコストアップを吸収できない。
		司法書士	取引先の様子	・積極的な登記案件は非常に少なく、中堅事業者の倒産、廃業が多い。
	やや悪くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず受注の確保が厳しく、前年比20%以上の減少となっている。海外市場の環境悪化の影響もある。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内眼鏡枠市場では従来の高・中価格帯商品の小売販売数量が減少しているため、現在の受注数量は従来に比べ低水準である。
		金融業（融資担当）	それ以外	・米国の金融危機の影響について、各企業は様子見の状況である。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産の購入希望者がますます減少している。
		新聞販売店【広告】（従業員）	受注量や販売量の動き	・チラシサイズ、折込エリアの縮小が響き、売上は相変わらず前年に比べマイナス傾向が続いている。
悪くなっている	食料品製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・食品業界の値上げが進んでいるなか、廉価品の販売が好調に推移している反面、高付加価値品の販売が苦戦している。受注・販売価格の平均値が下がっており、なかなか収益が改善しない。	

		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・衣料はますます多品種・小ロット化の方向に進んでいる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・米国の受注状況が悪くなり、また欧州・国内市場も受注が落ちている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品の受注が減少しているが、特に自動車関連での落ち込みが大きい。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・従来はダンピング受注はなるべく避けていたが、最近はますます競争が激化し、工事量を確保するためにやむなくダンピング価格で応札するケースが増えている。しかし、当然のことながら、採算は赤字である。
		建設業（総務担当）	競争相手の様子	・建築工事は受注確保のためか、採算を無視した価格競争が再燃しており、採算確保の受注はますます厳しくなってきた。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・原油価格の高騰により物量が拡大せず、またコストの吸収もできない状態が更に進んでいる。
雇用 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	-	-	-
	変わらない	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の70%台である。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数が前年度に比べ若干増えている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今春以降、派遣需要件数は減少が続いている。また契約期間終了後、派遣利用を控えている企業も見られる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の労務費削減のため、派遣社員に対する需要は引き続き減少している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前と比べ、情報誌の求人社数が1回当たり平均10～15社減っている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・企業のリストラに伴う人員整理が前年に比べ件数、人数共に増加しており、新規求職者増加の一要因となっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・不景気を反映し、求人件数が上期中の各月で前年割れとなっている。
	悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・あらゆる業種、業態で人件費を抑える対策に着手している。求人が必要な場合でも、有料の広告を控えて職業安定所に掲出するなど、求人広告費をカットする傾向が見られる。