

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	旅行代理店（従業員） 通信会社（営業担当）	・ 燃油サーチャージの減額又は撤廃により、海外旅行客の需要増加が期待できる。 ・ 新規携帯電話の販促強化策として、新卒者向けの端末価格を優遇するため、販売数の増加が期待できる。
	変わらない	コンビニ（経営者）	・ 競合店出店の影響からコンビニに対する注目度が高まり、従来の客層とは違った客の来店が続く。一方、客単価の低下は解消されず、来客数増加の効果は相殺される。
		乗用車販売店（経営者）	・ メーカーも販売店も、あらゆる手段で販売促進に取り組んでいる。客は低価格車や小型車ばかりではなく、顧客ニーズにマッチした商品の開発を待ち望んでいる。
		乗用車販売店（経理担当）	・ 税制改正などにより、2、3月の最大需要期に買い控えが起こり、4、5月にずれ込む可能性がある。しかし、自動車への購買意欲が高まるような状況ではない。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・ 縮小している市場は、ギフトや高額品だけであり、日用品を9割以上取り扱うドラッグストアでは変化がない。
		観光型旅館（経営者）	・ 不況のため、国内の客の予約が減少している。また近年増えてきた海外客の需要も円高により期待できない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 新年会シーズンが終わり、歓送迎会シーズンに入るが、利用客数の確保は不透明である。
		タクシー運転手	・ 客の中には、製造業を中心に倒産や雇用の不安を訴える人が多く、いつ自分自身に降りかかるか不安なため、夜の繁華街へは足が遠のくとの声が聞かれる。今後も繁華街の活気は期待できない。
		通信会社（社員）	・ 携帯電話の販売量増加につながる大きな変化は期待できない。
		通信会社（役員）	・ デジタル移行に関する視聴者の関心は相変わらず高く、既アナログ契約のデジタル移行件数は前年比2倍以上で推移している。これに連動する形で新規契約件数も増加しており、この傾向に当面大きな変化はない。
		その他レジャー施設（職員）	・ 新規入会者数及び売上高の減少に歯止めが掛かってきたが、景気の早急な回復は期待できない。
	住宅販売会社（経営者）	・ 家づくりを計画している人は減っていない。	
	やや悪くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ 2月に競合店のリニューアルが控えており、先行きは期待できない。
		スーパー（店長）	・ 生鮮食料品を中心としたスーパーでは大きな影響はない。また製造業を中心とした不況感は消費者のすべてが感じており、先行きに対して不安は消えない。
		スーパー（店長）	・ し好品などの売上は悪く、客単価が上がらない。今後もこのような状態が続く。
		スーパー（店長）	・ 食品スーパーやドラッグストアなども含めて、新規店舗の出店などで大競争となっている。また食品や日用品以外は売れず、今後は非常に厳しくなる。
		スーパー（副店長）	・ 客単価は前年を下回って推移しているが、これをカバーするだけの来客数の伸びは期待できない。先行きの不況感、不透明感から、必要な物以外は購入しないという節約志向や低価格志向が客に見られる。
		コンビニ（経営者）	・ 売上は前年を上回っているが、競合店が更なる出店を計画しており、来客数が減少すれば厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・ 2月は例年悪い月だが、今年は更に悪くなり、苦しい状況が続く。3月も期待できそうにない。
衣料品専門店（総括）		・ 客の生活防衛はますます進み、売上が良くなる要素は見られない。	
家電量販店（店長）		・ 商況の厳しさはまだ底を打ったとは言いがたく、これが始まりとも言える。客はますます生活防衛に走り、必要最低限の物しか買わない。	
乗用車販売店（総務担当）		・ 最近の受注状況から推測すると悲観的である。大きな新商品の投入もなく、マスコミの過剰報道だけが目立ち、消費マインドは小さくなるばかりである。	
高級レストラン（スタッフ）	・ 例年、3、4月の夜の売上は法人・官庁の客で50%を占めているが、今年の予約状況は例年の半分程度で推移している。このため単価を下げた商品を用意して訪問営業を行っているが、反応は鈍い。		

	一般レストラン（スタッフ）	・大手外食チェーンの撤退などで、今まで奪われていた客が少しずつ当店に戻ってきている。しかし、景気の不透明感、雇用不安、残業カットなどの要因で、サラリーマンの弁当へのシフトや外食控えの傾向に変化がないため、今後も厳しさが続く。
	都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は今一つである。
	タクシー運転手	・夜の繁華街の客が非常に少ないため、1、2月で数10軒の飲食店が閉店すると聞いている。
	通信会社（職員）	・大企業の3月末決算で大きな下方修正が予測されており、これらの数値が明らかになるに従い、消費意欲が一層停滞する。同時に放送通信・広告業界の落ち込みが進む懸念がある。
	パチンコ店（店員）	・今後、失業率が上昇し、客は生活資金に精一杯のため、娯楽費が減少する。
	競輪場（職員）	・車券単価の低下傾向が続く。
	美容室（経営者）	・現在の経済状況では、消費者マインドは上向きにならない。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税が具体的に決定しても、すぐに消費者の動きに反映されない。
	住宅販売会社（従業員）	・安定した勤務先の客層しか契約に結びつかないため、客は絞り込まれていく。不安定な勤務先の客では、契約直前や契約後のキャンセルが出る。
悪くなる	商店街（代表者）	・購買意欲が生じるような、明るいニュースが期待できない。
	商店街（代表者）	・「お金を使わない」という客の習慣が確立されつつあり、今後もその傾向は強い。
	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・企業活動の縮小や休業が今後増えると予想されるため、個人消費、外食の先が読めない。
	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・取引先では生産調整や受注減少の話が多く、設備投資も控えているなかでは、先行きに期待が持てない。
	百貨店（営業担当）	・世の中の空気で景気が悪いと感じている消費者でも、実際に給料や生活に影響が出てくると、今以上に財布のひもが固くなる。特にファッションなど、生活必需品でないものには影響が大きい。
	百貨店（営業担当）	・婦人服の各ブランドの客が激減していることに加え、フリー客も伸びず、期待が持てない。
	百貨店（売場担当）	・来客数の伸び悩みが続き、加えて客の買い控えが更に進む。
	スーパー（総務担当）	・製造業の客からは、正月休みの期間が延びた、残業がなくなったなどの話を聞いており、2、3月には消費の更なる縮小傾向が出てくる。
	スーパー（営業担当）	・客の購買意欲が減退しているなかで、スーパー、コンビニは飽和状態となっている。したがって、客が店舗を選ぶ状況になり、シェア争いが激しくなっていく。
	コンビニ（経営者）	・暗いニュースばかりのため、消費者の購買意欲がどんどん減退している。今後、爆発的な新商品登場やイベント展開ができなければ更に悪化する。
	衣料品専門店（経営者）	・来客数、買上単価共に徐々にダウンしてきている。無駄遣いをやめたり、低価格品を購入したりするなど生活防衛に向かう客は更に多くなる。
	家電量販店（経営者）	・売上ボリュームのある映像商品、パソコン及び関連商品の動きが悪く、今後も買い控えが続く。
	自動車備品販売店（従業員）	・経済の悪化に伴い、セール企画などにより集客向上策を打たなければ、現状が打開できない。また販促費もあまり増やせないため、苦戦が予想される。
	住関連専門店（店長）	・不動産の動きが悪い。住宅地の販売不振による住宅着工件数の減少、プライダル事情の不振など、良くなる要素がなく、長い低迷が続く。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・世界同時不況の影響を受け、消費者の財布のひもは固く、消費の更なる落ち込みが続く。
	スナック（経営者）	・製造業の経営者から稼働率が50～60%に落ちているとか、来月から全社員に2、3日休んでもらうという話を聞くと、先々が不安になる。
	観光型旅館（スタッフ）	・3月以降の予約状況は各月とも前年割れとなっている。
	テーマパーク（職員）	・団体の予約状況は前年の2割程度にとどまっている。また円高傾向が続くなか、外国人客の予約状況も引き続き鈍い。全体として、更に悪化する方向に進む。

		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税の拡大はごく一部の客にしか恩恵がない。金融機関の対応も今までと違って厳しくなることが予想され、新築住宅市場の伸びは鈍化する。
		住宅販売会社（従業員）	・個人の雇用状況が不安定であり、また企業の生産調整などの影響から、収入が減少し消費意欲も後退する。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・主原料の高値推移が続き、原価に関しては改善の余地がない。このような状況下では、受注量も増えない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・取引先からの受注に好転する材料が見えない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・取引先の状況から考えると、3、4月までは現在の悪い状況が続く。それ以降も1年程度は長引く可能性がある。
		不動産業（経営者）	・法人・個人業者共に、今後の不動産取引は動きが鈍いと見ている。
		司法書士	・不動産登記、商業登記並びに関連相談において、新規事業、事業拡大の話がほとんどない。
	やや悪くなる	金融業（融資担当）	・設備投資の延期や派遣労働者の契約打ち切りなどで、消費が引き続き低迷する。
		金融業（融資担当）	・決算内容の悪化が急激だった反動により、今後の悪化傾向は若干弱まって推移する。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・2月後半から流通関連の企業が広告宣伝費を更に減少させる見込みである。
		税理士（所長）	・現状の円高水準が長く続くと、先行きが不安である。為替相場に左右され過ぎる日本経済の弱さが、地方の中小企業にまで及んでいる。今後のきめ細かい為替対策は期待できない。
	悪くなる	繊維工業（経営者）	・先行きが全く不透明で、受注が確保できるかどうかの不安が増している。
		繊維工業（経営者）	・衣料については、ニーズに合ったものづくりに期待するしかない。一方、非衣料の車両関係は期待が持てない。
		金属製品製造業（経営者）	・2、3か月先までの受注量は、かつてないほど落ち込んでいる。
一般機械器具製造業（総務担当）		・このままの景気が継続すると、受注済みの注文にも影響が出てくる。	
精密機械器具製造業（経営者）		・当地でも大手眼鏡チェーン店の店舗閉鎖が数件生じている。また当社の取引先でも現在生産中のロットの納品先送りの依頼があり、更に厳しくなる。	
建設業（経営者）		・例年、年度始めの4、5月は工事の発注量が少ないが、新年度の国の予算案は相変わらず公共事業費削減であり、何とか3月を乗り切った業者でも倒産の懸念がある。	
建設業（総務担当）		・設備投資の先送りや中止が顕在化しており、工事案件の減少が見込まれ、受注確保に向けた業者間の価格競争の激化が予想される。	
輸送業（配車担当）		・生産調整が行われているため、物量が3、4割減少しており、これが3月に急激に上向くとは考えられない。4～6月はますます悪くなる。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・雇用問題は更に悪化する。企業は、解雇という切り札を温存できないほど疲弊しており、長期的な見通しも立てにくくなっている。
		人材派遣会社（社員）	・各企業の状況から判断すると、短期間の回復は絶望的である。たとえ回復しても、すぐに新規需要は望めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今後、県内から撤退する派遣会社が数社予想される。
		民間職業紹介機関（経営者）	・年度末の派遣契約終了の増加に加え、製造関連先の仕事量減少による臨時休業日の設定が発生している。
	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・来年度の学生の求人数について、未確定の企業が多く見られる。
		人材派遣会社（社員）	・製造業の操業短縮が当たり前になり、雇用に関する不安が一段と増幅する。
		職業安定所（職員）	・前年後半から企業における雇用調整の動きが活発になっている。1月に入ってからも中小・零細企業からの相談が大幅に増えており、今後も更に増加する。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金等の相談や届出が大幅に増加している。また労働者の雇用を維持するため、生産量などの減少により休業等を実施する事業所が今後増える。

		職業安定所（職員）	・すぐに景気がよくなるとは考えられず、今後正社員の雇用調整も始まる。
--	--	-----------	------------------------------------