

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	-	-
		一般小売店〔鮮魚〕 （従業員）	・高速道路料金引下げと定額給付金の影響で地方の観光地などへの来客が増える。人が動けば食事などの消費が増える。
		一般小売店〔書籍〕 （従業員）	・定額給付金や高速道路料金引下げなどから消費は上向く。
		スーパー（店長）	・定額給付金が給付されれば、購買需要が喚起され、期待が持てる。
		スーパー（店長）	・製造業を中心に21年度下期から回復してくるとの話が聞かれる。
		コンビニ（経営者）	・定額給付金が当地で給付される4月以降にその効果が出るものと期待している。
		コンビニ（店長）	・現状はようやく下げ止まってきており回復が近い。常連客の話では、高速道路料金引下げもあって「ゴールデンウィークは県外に出かける」との声が多く聞かれる。
		家電量販店（経営者）	・テレビ、DVDレコーダーが売上、数量共に好調である。今後、価格戦略、販促次第では売上を確保できる。
		乗用車販売店（経理担当）	・自動車優遇税制が施行されれば、環境対策車に焦点が当たり、ユーザーへの訴求要因になる。また5月に新型車の発売予定があるので、今よりは期待ができる。
	自動車備品販売店（従業員）	・高速道路料金引下げにより、県外からの集客が見込まれる。また、長距離の移動で車のメンテナンス効果も期待できる。	
	旅行代理店（従業員）	・社会的環境によるさらなる個人旅行需要の活性化が、各種団体及び法人需要へ少なからず影響を与える。	
	変わらない	商店街（代表者）	・定額給付金の給付が始まり、それを当てにした商戦が始まる。効果は未知数だが、少しでも景気が良くなることに期待感が持てる。
		一般小売店〔精肉〕 （店長）	・競合店のリニューアルなどがあり、売り場は非常に苦戦を強いられている。朝昼晩に分けた販売戦略を構築し、防戦に努めている。これから先は現状維持が精一杯である。
		百貨店（営業担当）	・この時期に売れるはずの新しいスーツなどの需要はほとんどなく、春物の定価品の動きも少ない。今後も買物の量が急激には増えない。
		スーパー（店長）	・定額給付金などの景気対策が、なかなか消費拡大にまでつながらない。客の動向も「節約」がキーワードであり、食費には使うが衣料、住居余暇商品への消費にはまだ回ってこない。
		家電量販店（店長）	・政府の経済対策である定額給付金については、購買よりも貯蓄に回す家庭の方が多くなる。
		家電量販店（店長）	・政府の経済対策の効果が見込めず、消費者の購入動向の悪化が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・政府の景気浮揚策に期待したいが、最大需要期を外しているので実感できそうにない。自動車販売業界はこのままでは死滅する。
		乗用車販売店（総務担当）	・景気の底入れが見えないなか、自動車の買い控えが続くものと懸念している。5月には新型のハイブリッド車が投入されるため期待しているが、価格が高めであることから大きな販売にはならない。
その他専門店〔酒〕 （経営者）		・定額給付金や高速道路料金引下げなど消費喚起策に期待している。	
その他専門店〔医薬品〕 （営業担当）		・当地の主要産業である製造業において、操業短縮が本格的に始まっており、残業時間減、基本給減などの影響が今後も続く。	
一般レストラン（スタッフ）	・定額給付金の給付、高速道路料金引下げ等の景気対策は、インターチェンジに近い地域などでは、多少は潤う可能性もあるが、平日のサラリーマンの外出単価・頻度が上がらないと厳しい。		
観光型旅館（スタッフ）	・予約状況からは回復傾向は見られない。		
タクシー運転手	・客との会話の中で、定期昇給の凍結や賃下げといった話題が多く、節約志向から飲食店へはなかなか足を運ぶことができないという嘆きの声が聞かれる。		
通信会社（社員）	・携帯電話加入増につながる要因が無い。		

	通信会社（役員）	・当社のケーブルテレビ契約に占めるアナログ契約者割合は、現時点でまだ6割を占めており、この移行者に加え、新規加入者も引き続き前年比高水準で推移する。
	競輪場（職員）	・車券の1人当たり購入金額は若干増加傾向にあるが、大きな期待感はない。
	その他レジャー施設（職員）	・他業種の厳しい状況から判断して早急な景気回復が期待できず、当面は当社においても厳しい状況が続く。
	住宅販売会社（経営者）	・見込み客数が依然変わらない。
やや悪くなる	スーパー（総務担当）	・「レジ袋有料化」の導入地域では買上点数の減少が指摘されている。4月から「レジ袋有料化」の地域が拡大し、客単価が更に前年を下回る。
	衣料品専門店（総括）	・サラリーマンの昇給がなくなり、賞与の見通しも暗いため、今より買い控えが進む。
	高級レストラン（スタッフ）	・高速道路料金引下げにより乗り放題が始まり、県外客の増加が予想される。しかし、直近6か月間の予約状況は例年に比して最も悪く、期待できない。
	スナック（経営者）	・客の声を聞くと「5、6月の先行きの見通しが不透明」「良くなる要素がない」など、明るさが感じられない。
	観光型旅館（経営者）	・4月以降もホテルでの消費単価の下落は続く。また、予約客数も前年割れしている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・4、5月の宴会受注状況が前年同月に比べ大きく落ち込んでいる。その先も低調な状況である。
	都市型ホテル（スタッフ）	・リニューアル効果も徐々に薄れつつあり、予約も今一つである。
	タクシー運転手	・花見の時期以外は期待が持てない。
	通信会社（営業担当）	・携帯電話の新機種発売前の買い控えが発生する。
	住宅販売会社（従業員）	・製造業を中心に労働環境がますます厳しさを増しており、今後の先行き不安感が払しょくされない。
	住宅販売会社（従業員）	・同業者の動きや広告を見ても、将来に向けての活気が感じられない。
	住宅販売会社（従業員）	・契約しても融資がつかなかったり、リストラによる収入減でキャンセルとなる件数が増えている。また、実際の展示場への来客数も減っており、先行きは厳しい。
	住宅販売会社（従業員）	・建設業界は依然厳しい状況が続いており、自主廃業や倒産が今なお多く見られる。
悪くなる	百貨店（売場主任）	・労使間の交渉でも雇用の確保が優先され、実質的に給与ダウンの会社が拡大傾向にあり、消費の拡大に期待できない。
	百貨店（営業担当）	・商品供給にかかわるメーカーや問屋はいずれも厳しく、これから夏にかけての商品の入荷状況は前年の60～70%となる。
	スーパー（店長）	・工場が多い地域に立地する同業他社では、来客数、買上点数、客単価などの落ち込みが激しいと聞いている。今後工場の操業状況によっては、ますます消費マインドが冷え込み、厳しい状況になっていく。
	スーパー（営業担当）	・客の買物動向を見ると、安価な商品のまとめ買いが多くなってきている。今後、特売日での買物、目玉商品の買物などが一層増加し、今すぐに必要な物以外は購入せず、客単価が低下していく。
	コンビニ（経営者）	・今後はますます悪くなる一方である。現状では売上は前年と比較し微増となっているが、6月以降はタスポ効果もなくなり、前年を下回って推移する。
	コンビニ（経営者）	・近隣に競合店の出店が決定し大きな影響を受ける。
	衣料品専門店（経営者）	・客の財布のひもが非常に固く、買い物の際には価格で選んでいるため、ますます深刻になっていく。
	住関連専門店（店長）	・地方の景気動向は都市部から比べ少し遅れてくるが、現状から考えても良くなりそうにない。また家具業界においても、売上の大幅低下が続く。
	旅行代理店（従業員）	・職場旅行を止める方向で検討中の客が続出している。
	通信会社（営業担当）	・携帯電話の春商戦が終わり、市場は停滞に向かう。
	テーマパーク（職員）	・予約状況を見ると、一般団体、募集ツアー、海外からの観光客のいずれも前年同期比20～30%の減少となっている。さらに、個人客の動向も現在の景況感から見て厳しくなる。
企業動向関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	一般機械器具製造業（総務担当）	・各企業の在庫調整も一段落し、生産が上向く。ただし、全産業が動く訳でないため楽観はできない。
	電気機械器具製造業（経理担当）	・4月から徐々に受注が増える見込みであり、悪かった3か月前の状況は脱している。受注は夏に向けて回復し、ピーク時の6割程度の受注量まで戻る。

変わらない	金属製品製造業（経営者）	・ 2～3か月先の受注の入り具合に変化が見られない。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・ 取引先からの情報でも生産量が回復する計画が聞かれない。
	金融業（融資担当）	・ 取引先の悪材料は出尽くし、在庫調整も一巡し、これ以上の悪化はない。しかし、良くなる材料も見当たらないため当面は横ばい傾向が続く。
	不動産業（経営者）	・ 法人、個人向けのいずれも動きが悪い。
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・ 都会の代理店や量販店の動向を聞くと、前年比マイナスで予算立てをしており、前年比10%減の現状は変わらない。
	司法書士	・ 住宅用土地の売買は堅調という不動産業者の話もあるが、融資では政府経済対策の緊急融資が中心で景気が回復している様子は見えない。
やや悪くなる	税理士（所長）	・ 中小企業といえども円高の直撃を受けている。重機関連の中古の輸出も1ドル97円台で回復の兆しが見られており、110円になれば完全回復も見込める。円相場次第で中小企業の景況は変化する。
	繊維工業（経営者）	・ 国内外の消費減退で受注の先行きが全く見えず、小ロットで短納期注文の積み重ねに頼るしかない状況が続く。
	プラスチック製品製造業（企画担当）	・ 業界では、4、5月には住宅向けが更に悪くなると言われるなど、良い材料が見られない。
	精密機械器具製造業（経営者）	・ 5、6月にかけての受注量は減少傾向にあり、受注におけるロットサイズも以前に比べ一段と小さくなってきている。
悪くなる	通信業（営業担当）	・ 大企業からは、若干の動きは出てきたものの、中小企業からの受注は、一層厳しいものとなる。
	食料品製造業（企画担当）	・ 小売業界の値下げ企画が顕著となったため商品納入価格の相見積による再提出が顕在化してきており、収益への一層の悪影響が懸念される。
	建設業（経営者）	・ 公共事業が主体の当社は、4月の手持ち工事が例年以上に少なく、ほとんどないと言っても良い状況である。同業他社も同様で、このままでは、公共事業の発注が始まる前の4、5月に経営破たんする会社が相当数出る。
	建設業（総務担当）	・ 計画の見通しが不確実なことから、様子見の取引先が散見され、受注環境は一段と厳しさを増す。
雇用関連	輸送業（配車担当）	・ 今後、消費者の購買意欲の急速な改善と物量増加の動きがあるとは思われず、一層悪くなる。
	良くなる	-
変わらない	やや良くなる	-
	求人情報誌製作会社（編集者）	・ 求人誌の中で割合が高い派遣業界の動きが悪い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 消費者は蓄えを持っており、より有効な消費活動に向かう。消費財は横ばいで売れるが、車などの高額品は必要なら買うという行動にシフトする。
	職業安定所（職員）	・ 雇用維持にかかる助成金を申請している事業主にヒアリングしても、「改善の兆しが見えない」と回答する企業が大半を占めている。
	民間職業紹介機関（経営者）	・ 官公庁関連の雇用対策求人が若干増加する以外に大きな変化は生じない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ 企業からは、「好転の兆しが見えない」「見通しが立たない」などの声が多く、仮に少し良くなっても直ちに人材の需要には結び付かない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・ 今年の卒業生の中には、自宅待機など採用条件の変更が見受けられ、厳しい状況が続く。
悪くなる	職業安定所（職員）	・ 急激な景気低迷の影響により、前月に引き続き中小企業からの雇用調整助成金の相談が激増している。