

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）	販売量の動き	・旧方式端末の格安販売が奏功してか、計画していた 端末販売数の140%を販売した。また、通常の来客数 も前月の1.5倍ほどになっており、客自身も新商品発 売に合わせた旧端末の値下げを期待していると思われ る。
	やや良く なっている	一般小売店〔鮮 魚〕（従業員）	販売量の動き	・大型連休は予想を上回る人出となり、ほとんどの取 引先がフル稼働状態であった。売上も今年度初めて前 年を超えた。
		一般小売店〔書 籍〕（従業員）	来客数の動き	・大きな原因はないが、来客数がここ数か月の中で一 番良い。
		家電量販店（経 営者）	販売量の動き	・販促企画が成功し、テレビの販売台数が前年の2倍 となり、その他AV商品も好調であった。
		その他専門店 〔医薬品〕（営 業担当）	来客数の動き	・既存店の来客数が前年比4.4%伸びている。要因は 新型インフルエンザ需要によるものと考えられる。
		旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・販売高は全体では前年を上回った。国内は今一步の 感があるものの、中国旅行など海外でカバーができて いる。
		テーマパーク （職員）	来客数の動き	・依然として団体客や募集ツアー、海外からの観光客 の動きは鈍いものの、大型連休効果で、個人客の動き が良かったため、全体として入場者は前年比ややプラス となった。
	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・住宅関連販売額が3か月前と比較し伸びている。単 価は厳しくなっているが数量が増えたことでプラスに なっている。	
	変わらない	商店街（代表 者）	お客様の様子	・消費者は、価格が安く付加価値のある商品を中心に 購入している。今までそれなりに高額な商品を購入し ていた人でも、安価な商品に手を出すようになってい る。メンズ市場でもこの動きは顕著である。
		百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・不透明感がまだ多く残っており、購買意欲をかき立 てる新商品にも乏しい。
		百貨店（営業担 当）	単価の動き	・来客数は復調しているにもかかわらず、客は、安価 なセール商品から品定めし、その後定価の通常商品に 移っていく。買上点数もかなり絞っている様子が見ら れる。
		百貨店（売場担 当）	単価の動き	・秋物衣料の動きが活発になってきたものの、消費者 の消費動向に変化はない。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・都市部では景気が回復傾向とでているが、地方では 全く変化がない。客単価が低く買物意欲が上向きとい う感がない。
スーパー（店 長）		単価の動き	・客の1品単価は、特売、セール品を選んで購入して いるため低下し、周りの競合店も含めて買い回る状況 に変化はない。社会情勢は上向きとはいえ、実質的な 収入には反映されておらず、厳しい状況がまだまだ続い ている。	
コンビニ（経営 者）		来客数の動き	・上旬は残暑の影響で夏物を中心に前年比プラスに推 移したが、中旬以降、気温の低下とともに前年割れと なった。客数はほぼ横ばいに推移したものの、インフ ルエンザ関連商品は予想より動かず、目立った販促活 動も行わなかったため、客単価が前年比マイナス5% となった。全体では売上は引き続きマイナスとなっ た。	
衣料品専門店 （総括）	単価の動き	・来客数は戻りつつあるが、1品単価は依然として低 く、買上点数も前年を下回ったままの状態が続いてい る。		
乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・政権交代が家計に及ぼす影響を、期待と不安の両面 で見極める動きが感じられる。自動車購入の引き合い は増加傾向にあるものの、エコカーにこだわる動きも 薄らいできており、今は静観の構えのようである。		
乗用車販売店 （総務担当）	単価の動き	・前月同様、価格の安い小型車中心で受注が続いてい る。		
乗用車販売店 （経理担当）	販売量の動き	・販売量は前年比大幅に増加しているが、これは車齢 13年超の車に対するスクラップに伴う補助金やエコ カー減税による前月までの注文が実際の登録に結びつ いたためであり、受注は上向いていない。		

自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・前半は大型連休効果により集客は多く、遠出のためにポータブルナビゲーションシステムなど好調であったが、その後は集客も、買上点数も減っている。	
その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・売上が増加しない状況が続いており、金が回らない状態となり大変苦しい。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・大型連休はやや好調に推移したが、連休以外は節約と新型インフルエンザの影響のためか芳しくなかった。日常は節約し目的あるものに消費する傾向にある。特にエコカー減税などで、これを機に自動車等大きな消費にお金を回している一方、ショッピングセンター・百貨店のアパレル関係に客はあまり入っていない。	
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・大型連休期間中は家族・個人を中心ににぎわったが、大型連休前後の入込が悪く前年並みの集客に終わる。	
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年比81%、宿泊人数は同83.4%、宿泊単価は同94.3%と大幅に前年を下回る状況が続いている。一方、姉妹館では宿泊単価が幾分安いいため前年数字に近づきつつある。	
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門を除き、相変わらず前月比減少が続いている。	
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・秋から冬にかけて懸念される新型インフルエンザの爆発的流行が旅行申込動機に歯止めをかけ、直前まで計画を立てない動きとなっている。	
通信会社（役員）	販売量の動き	・エコポイント効果も一息ついたようで、従来のようなデジタルテレビの買換えに伴うデジタル契約の伸びは鈍化傾向にある。	
その他レジャー施設（職員）	販売量の動き	・会員の新規入会者数が低位で安定している。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・相変わらず来客数の減少が続いている。ただ、大型連休については期待していなかったが、予想に反してゴールデンウィークよりも忙しかった。	
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・良いと思われた時期に住宅販売会社が集まって合同展示会を開催したが、来場者数が少なく、景気は上向きと感じない。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・同業他社との競合も激しく、受注量も相対的に減少しており、その量も安定しない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・ここ2～3か月の間に、撤退、倒産店舗が数店発生している。今後も2～3店舗発生の可能性があり、商店街内の空き店舗が増加傾向である。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・大型連休は、街から人が消えたかのように人通りが少なかった。天候が良かったこともあり、消費者は買物ではなくレジャーに重きをおいたようである。衣料品はもとより、いままで好調だった飲食関係も客足が悪く悲鳴をあげている。
	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・官公庁関係では、政権交代により予算の見直しが控えており、今後どのような形で予算が下りてくるのか現在では不明である。また、民間の客でも政権交代による政治的不安のため、できる限りお金を使わないようにしているのが現状である。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・インポートブランド、ファッショントレンド品などは前年比70～80%の売上しかない一方、食料品は相変わらず好調に推移している。大型連休の客の様子をみると旅行より近場でおいしいものを食べたり、おいしい食材を買って家で楽しむスタイルが定着し、不用不急のおしゃれやブランド買いについてはほとんど動いていない。
	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・来客数はこれまでと同じだが客単価が低下している。特に買上点数が減少しており、これは特売品を求めて他の食品スーパーなどに買い回っているのが原因のようである。
	スーパー（営業担当）	単価の動き	・広告、チラシなどに掲載している単価の安い商品の販売量が増えている。客は今まで以上に価格の面で厳しく吟味し購入している。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・タスボ効果の反動がしばらく続く。また、客の財布のひもが固いために買上単価の下落は止まっておらず、売上を確保するため低単価商品を投入し、さらに客単価を押し下げる要因となっている。

		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ここ2～3か月間の売上は前年比80%台で推移し、落ち込みが止まっていない。コンビニ弁当離れに加え、冷夏の影響で飲料の売上が上がらなかったのが原因である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客は、新着の秋物商品に対して興味を示すが、買上についてはまだまだ慎重である。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・商品に対する単価、必要性の吟味など、客の厳しい目が定着化している。
		乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・エコカー減税、補助金制度によりハイブリッド車を中心に高受注が続いているが、ハイブリッド車の登録が来年4月以降となった時点より、急激に受注ベースが低下している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・大型連休で旅行等に出かけたのか、繁華街は静かな日が目立った。客の動きがなく、今年になって最低の売上の月となった。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・大型連休での利用は全体的に好調だったものの、レストラン利用客が低迷している。また、宴会利用も前年を大きく下回り低調に推移した。総選挙以降の宴会受注の低迷が続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・前半は夏休みにお金を使ったためか人出は少なかった。後半は大型連休で病院の送迎や夜の繁華街への人出も少なく、タクシー利用の機会が少なかったようである。休みが多いとタクシーは暇である。
		タクシー運転手	販売量の動き	・今月も売上は前年比でダウンしている。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・携帯電話料金を滞納する客がやや増加傾向にある。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・お盆や大型連休でお金を使うことが多かったためか来客数が少なかった。消費活動が非常に消極的だった。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・来客数と販売量がともに下降気味である。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・住宅の一次取得者層における将来に対する不安が行動を制限させている。
	悪くなっている	スーパー（店長）	販売量の動き	・品質や素材を意識した本格的商品の動きが鈍化し、消費が日用品に集中している。第一に価格を優先している購買動向が顕著である。衣料品の売上が大幅前年割れとなる一方、食品、住居、余暇の一部が前年を確保している状況である。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年比5%減少している。原因は、来客数が1日あたり5%近く減少し、さらに単価も2.5%低下しているためである。その結果、かなりの苦戦を強いられている。競合店が近くに出来たわけでもないのに、客の来店頻度が低下してきたのではないかと分析している。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・住宅着工数減少の影響が大きいように感じる。住宅新築の客でも家具は全部購入せず一部だけにとどまる傾向があり、客単価も減少している。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・大型連休は、昼も夜もゴールデンウィーク以上の集客があり、予想を大きく上回ったものの、それでも何とか例年並みの売上である。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・衣料は非常に厳しい状況が続いているものの、冬物の最終追い込みの生産や春物商品の生産が始まり動きが出ている。一方、非衣料は目先の生産は忙しくなっている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は、単発的なものか長期的なものかまだ見極めがつかないものの、8月、9月と増えている。
	変わらない	食品製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・低価格品が堅調に出荷され、高額品の動きが鈍く低迷している状況が、ここ数か月続いている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的要因もあり受注量の増大の動きが見られるものの、まだまだ力が弱い。相変わらず期近商売が中心で先行き不透明な状況が続いている。
		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	・主力の住宅市場には変化がなく、明るい光が見えていない。

	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・業種によっては上向き傾向も見られるが、全体的には底のまま推移しているように感じられる。世界的には、アジアを中心とした新興国でかなり需要が戻ってきたが、欧米を中心とした先進国では依然として厳しい状況にあり、欧米中心の輸出企業にとっては厳しい状況である。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・生産量は回復の兆しが見られるが、コストダウン要請が厳しい。国内生産で要請に応じきれない場合は、全て海外生産になっている。	
	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・展示会シーズンなど季節的要因で総量は多少増えているが、受注量レベルとしては厳しい状況が続いていることに変わりはない。	
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・施工中の市街地大型プロジェクト関連工事のほかに、民間下請工事の受注もあり、施工部隊は人手不足気味である。しかし、同業者には手持ちの仕事が完成すると次の工事が無いという会社もあり2極化傾向にある。	
	輸送業（配車担当）	取引先の様子	・政権交代により高速道路料金無料化やガソリンの暫定税率廃止などの話が出ているが、先行き不透明なため、現状では荷主の状況も含めて景気に変化は見られない。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・総選挙の結果政権が代わり、特に建設業においては公共事業の影響がどのような形で出てくるのか様子見のところが多い。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・医薬品業界をはじめ一部で設備投資の動きが見られるが、製造業全体の業況は円高の影響など回復の足取りが重い展開となっている。	
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産の購入者が、法人、個人ともいない。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上高、チラシ枚数などの前年比マイナス傾向は変わらない。	
	司法書士	取引先の様子	・相変わらず、法人の解散、事業廃業の相談が多い。	
やや悪くなっている	税理士（所長）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格がたたかれており、製造業、卸売業レベルではデフレ傾向が顕著になっている。この競争の中では、人件費を抑えないと企業は生き残っていけない。中小企業の状況は円高による先行きの悪化が見られる。内需拡大と円高は両立せず、厳しい状況である。	
悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外	・見積、入札の価格競争が激しく、破格の低価格で行われており、採算を考えた受注は困難な状態が続いている。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・臨時社員、パート社員の求人が増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ここ6か月間、派遣先からの人材需要は低迷状況にある。正社員の産休・育児休業要因の申し出が若干発生しているものの、数社への申し出で優れた人材を選別しており、成約も厳しい状況である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は前年比30%程度で、依然として悪い状態が続いている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数に大きな変化がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の売上状況は前年比40%後半となっている。この動きはここ数か月変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告件数を前年と比較すると、相変わらず低い数字で推移しており、上昇傾向は見られない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、全体で前年比35.3%の減少となった。産業別では、製造業が同38.4%減少、建設業が同32.2%の減少と目立っている。製造業では、食料品飲料製造が同45.4%の減少、電気機械が同40%の減少となった。また、新規求職者数は同15%の増加となり、中でも高年齢者の新規求職者数が同22.7%と増加したのが特徴である。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数の減少に底打ち感があるが、企業の採用に関する態度は慎重で求人数は増えてこない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前年度より追加の求人件数が少なくなっている。
やや悪くなっている	-	-	-	

悪く なっている	-	-	-
-------------	---	---	---