

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	タクシー運転手	来客数の動き	・忘年会等の影響で、全体として多くのタクシー利用があり、週末は特に多忙であった。また、中旬には寒波の到来で雪が降り、足元が悪かった一週間は一段と利用が増え活気があった。
	やや良く なっている	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・ギフト関連の買上点数が増加している。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・8、9月のお盆等の連休があった後は、そこでお金を使ったせいか来客数がかなり落ち込んだ。この時期と比べると現在は来客数が増えている。また、年が明けけるまでに用件を済ませたいという客もいるため来客数は増えている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数が平日も含め、1.5倍程度に増えている。また、ボーナス支給もあってか、新商品への関心も強まっている。販売数は前年比8割と落ち込んではいないが、それ以前の月は同約7割で推移しているため、若干良くなっている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・消費者の買い控えが強く年末の雰囲気が出ていない。
			一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・買上客数は、前年比8割で推移しており、客単価も回復していない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・相変わらず、客単価の低下は収まっていない。低単価志向のなか迎えた歳暮商戦では、買上単価のゾーンは上限3,000円までの商品しか動いておらず、厳しい状況が続いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・セール時でさえ買い控えがみられる。最低限必要な商品しか購入しない生活防衛型消費動向が顕著にでていいる。平日でのコモディティ商材中心の動向は変わらない。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・売上高が前年比20%減少のまま、半年間が推移している。各チェーンのセールで安売り競争のため、客単価は下げ止まらない。一方で、弁当類の廃棄が増加し収益が悪くなっている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・前半は、悪かった10、11月の流れを受けて推移したが、クリスマス、年末を含む後半は、季節的要因もあってか来客数、売上共に上がってきた。忘年会等の帰りに立ち寄る客が多く見られた。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・テレビの売上が前年比で1.5倍とエコポイントの影響で異常な売行きである。テレビを除いた売上は前年比110%と一見いい数字に見えるが、前々年と比較すれば同水準である。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・商談は安い、小さい、軽い等の買いやすい商品に一極化してきた。環境対応車に絞っての引き合いが大勢を占めている。全体で前年を超えたと言うが中身は軽薄である。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・受注残をこなした月次実績が数か月続いている。結果的には最悪期の前年と比較すれば販売増、利益増になっているが、受注ペースがかなり低下しているので、先行きが懸念される。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・ガソリン需要が減少しているので、供給能力を減らし価格だけでも適正水準に戻って欲しい。		
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型インフルエンザ等の影響で外出を控えていた人達が、12月に入り若干は戻ったものの、まだ前年割れが続いている。持ち帰り、通販など自宅消費型の商品が好調で「巣ごもり」傾向のあらわれである。		
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・個人の宿泊単価に変化はみられないが、忘年会などのグループ・団体の宿泊単価・消費単価共に前年より低下している。		

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
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年比81%、宿泊人数が同82%、宿泊単価が同101%で人員減が売上減の主原因である。好調だった前年と比較すると大幅減となった。姉妹館は価格が若干安いいため総売上は同92%で終わった。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・外出を手控える消費感覚が好転せず、年末年始の近場宿泊さえ極端に少ない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・忘年会シーズンであったが、夜の早い時間帯での一次会だけで終了し、公共交通機関で帰宅する客が多く見受けられた。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少傾向に歯止めがかからない。美容業界では9割以上の店舗がこの傾向にあると聞いている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注数が安定しない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・景気回復の兆しが見えないため、顧客の動きが鈍く展示場への来場者数が増えない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年なら歳暮シーズンの土日には、駐車場への入庫待ちで長蛇の列ができるが、今年はさっぱり見られない。高額品や贈答品がいかにか売上減になっているのが推し量れる。百貨店もバーゲンを早めているが、いまひとつはずみにはなっていない。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・一般のユーザー向けでは、買い控えが進んでいるため価格競争が一段と厳しい。官公庁の予算はいまだ不透明であり、競争が激化している。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・お歳暮商戦の受注件数は前年並みに推移したが、金額の低下は避けられなかった。業態による好調、不調は顕著にあらわれておらず、企業間の努力に格差が生まれつつある。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・この冬のファッショントレンドは利便性に目が向けられ、仕事や行楽両方に使えるカジュアル志向が強くなっている。価格が安く汎用性が高いものに目が向いており、さらにまとめてコーディネートする購買行動はほとんど見られなくなったため、客単価が大きく低下している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・すぐに必要の無いものは購入しない、少しでも安い商品を購入する消費者の購買態度に変化はないが、最近の特徴として、閉店間際に半額程度までに低下した生鮮食料品を購入するために来店する客が増えている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数はそこそこあるが、買上率、買上単価の低下で前年実績を超えることができない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・必需品のみ購入する傾向が強くなり、ついで買いや衝動買いが徐々に少なくなっている。来客数も減っている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車販売量が極端に少なくなった。商談中の見込み客もなかなか購入が決まらず、ボーナスの減少を口にする客が多くみられる。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・自動車販売量は前年比8割程度の増加となっているが、補助金等により前月末までに受注済みのものが多く含まれており、新たな受注は減少傾向にある。
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・降雪需要で冬季用品の動きが活発になり、前月度の遅れを取り返したものの、顧客の志向は低価格帯に大きく偏っている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・デフレ環境下、価格を下けているが、それでも売れないのでさらに価格を下けている。こういった悪循環が収まらない。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	来客数の動き	・来客数が既存店比較で前年比3.5%減少している。3か月前よりも減少幅が徐々に拡大している。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・忘年会による団体利用は例年並みだが、昼の客数は過去10年間、単月で最低と大苦戦している。夜はクリスマスの暦の配列も悪いいためか、個人利用は例年の80%ほどと低迷が続く。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・常連の経営者の来店が少なく、また後半には貸切のキャンセルなどがあり大変厳しい。売上は前年の84%となり、近年では最低となった。

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	
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊、レストラン利用客の減少が続いている。クリスマス期間の利用客も低調で、年末も期待できそうもない。	
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・低価格志向が強く、客単価の低下、宴会件数の減少等売上は低下している。	
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・売上は、前年比1桁のマイナスとなった。	
		通信会社（職員）	お客様の様子	・政権が変わっても、内政・外交ともにこれといった成果がなく、失業率も上がっている。これらの不安要因が消費意欲の低下につながっているものと思われ、受信契約の解約・縮小圧力が大きくなりつつある。	
		通信会社（役員）	販売量の動き	・年末は毎年、ケーブルテレビ契約が最も伸びる時期であるが、ボーナスの落ち込み等による家計収入減少のなかで、生活必需品では無いこともあり前年のような勢いが無い。	
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・デフレ傾向のあおりが契約金額の引下げ要求が、今まで以上に厳しく増え続けている。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示場来場客数の減少及び他社の建築案件も少なくなっており、客足が業界から遠ざかっている。	
	悪くなっている	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・料理店向けの業務用は予想されたとおり減少となった。また、個人消費者向けの小売部門は、若干の期待があったがボーナスの減額などの影響が落ち込んでしまった。	
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・積雪のため、一時的に長靴、手袋や除雪用品に動きはあったが、食品では相変わらず客単価が低下しているため売上は前年を下回っている。	
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣に競合店がオープンしたうえに、単価の下落が止まっていない。客の財布のひもが固いため、商品の動きが悪い。	
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・クリスマス商戦ではプレゼントを選ぶ客の購買態度は慎重で、客数、客単価共に盛り上がり欠けた。	
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が少ない。30年以上営業しているがこのような状況は初めてである。	
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・来客数の落ち込みはそれほどでもないが、購買態度はかなり慎重になっており、なかなか購入しない。必要でないものはほとんど購入しない。無駄遣いをほとんどしない状況である。	
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・企業業績の悪化から、一般の団体客が前年比大きく減少している。さらに、個人客も募集ツアーや一般客は、旅行を控えているようで来客数が少ない。団体は前年比約3割の減少、個人は同1割超の減少、海外からの観光客は同3割の減少となっている。	
競輪場（職員）	来客数の動き	・一日の平均来客数が初めて2,000人を下回り、一日の平均販売額も初めて4,000万円を下回った。			
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	・季節的要因もあるが、前年と比べると数量面で良い動きが見られる。今後の動きについては予断を許せないが、この勢いが続くことを期待している。
			化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・現在、受注量・販売量が増加傾向にある。ただ、この状況がいつまで続くかは、不透明である。
	一般機械器具製造業（総務担当）		受注量や販売量の動き	・海外、国内とも引き合い件数が増えているものの、受注獲得には時間がかかっている。	
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年比で販売単価が7%前後の低下が続いている。	
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・スポーツ衣料、婦人用衣料については、春夏物の動きが悪い。非衣料については目先の受注残はある。	
		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	・住宅分野は2年にわたって低迷している。この3か月、6か月をみても横ばいが続いている。	
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・荷物の量が増えず、最近特に鋼材関係が悪い。	
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・年末年始の需要に期待する企業の声がかれ、月初はますますの状況であったものの、引き続き上向きに転じるまでにはなっていない。	

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
	やや悪くなっている	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産取引において依然として購入者があられれてこない。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・広告の売上は前年比横ばいである。
		電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・客は3月決算期に向けて、新製品開発を止めている。在庫調整もさることながら、新製品が出てこない状況になっており、3月までは低迷する。
		精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・材料仕入先からの話では、従来、10月以降は新型の量産時期でもあるため、各メーカーへの材料出荷量は増えていたが、2009年の場合はその量がかなり少ない。特に国内市場向けの生産量は、各メーカーともかなり減少していると思われる。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・建設業界の冬のボーナスは、前年以上に支払えた企業も若干あったものの、全体的には支払えなかった、あるいは前年を下回った企業がほとんどで総じて業績は下がっている。
		輸送業（配車担当）	それ以外	・デフレ傾向のなか、商品の価格が下がったため消費が活発になると見込まれたが、不況により、商品の買い控えが進み、これに伴い物流の動きが鈍くなってきた。
		司法書士	取引先の様子	・融資を断られたり、融資の決定に時間がかかるという話をよく聞くようになった。
		税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・取引先のうち、製造業では仕事の受注量が減少している。円高の影響もあり、大手では海外に商品の発注先をシフトしているところもある。建設業では手持ちの受注残が非常に減少している。国内の設備投資、特にプラント設備投資関連が減少している。
	悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外	・受注確保のため、採算度外視で見積りや入札する業者が見られ、価格競争が激しさを増すばかりであり、異常な状態が続いている。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・デフレ現象が顕著にあらわれており、安いものしか売れない、収益が上がらないという悪循環に陥っている企業が多くなってきた。
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	・求人広告の売上は前年比7割にとどまったものの、増加傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・依然として派遣の引き合いが発生しない。新規登録者も減少している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・季節的なスポット需要はあるが、売上増による求人はほとんどなく、景況感は依然として厳しい。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数は減少しているが、企業からの求人意欲は依然として低調である。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・依然として求人数が増えていない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人状況は低迷しており、前年比で24%減少している。
			求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比21.1%の減少となった。一方、新規求職者数は同7%の増加、有効求職者数も同22.2%の増加となり、再就職がなかなかできない厳しい雇用環境が続いている。
		悪くなっている	-	-