

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	-	-
		商店街（代表者）	・価格だけでなく、おしゃれをしたいという願望が強くなりそうであり、しかも、市場が求めているそのような商品を提供できそうである。
		一般小売店〔書籍〕 （従業員）	・新規顧客の取り込みも順調で、町全体も活気を感じられ期待できそうである。
		百貨店（売場担当）	・新生活関連の商品の動きが例年よりやや良い。
		コンビニ（店長）	・前年が悪すぎたこと、天候の回復などの要因もあり売上は上昇するであろう。来客数に大きな変化はないが、客単価の上昇に期待ができる。
		コンビニ（店舗管理）	・ここ最近の売上からみると改善方向にあり、今後もこの傾向は続く。
		家電量販店（経営者）	・テレビの売上はしばらくは落ち込むが、夏場以降は3Dテレビも多く発売され期待できる。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントを商品券などに交換した人のうち、さらに家電エコポイント対象商品のエアコンや冷蔵庫の購入を検討している人が多い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・改善の兆しが見えた当月の伸びが続くかどうか不透明だが、宴会受注などが持ち直している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストランの予約は前年以下の状況であるが、宴会予約は前年を上回っている。
		旅行代理店（従業員）	・年度明けより各企業の業績にも復調の兆しが見られ、旅行業界にその影響が感じられるのは5～6月頃になると予想している。
		通信会社（職員）	・3月中旬以降活発化している客からの問い合わせを受け、マイナス要因を逆転できる売上増が期待できる。
		通信会社（役員）	・競合する大手通信会社との商品ラインナップ統一の観点から、電話事業に進出した。申込件数も順調に推移しており、今後の加入1世帯あたりの月間売上高を表すARPUの増加に寄与するものと期待している。
	住宅販売会社（従業員）	・以前に展示場へ来場し、新築やリフォームなどに関心を示した先の掘り起こしにより、住宅版エコポイントの申込が新築、リフォームとも期待でき、展示場来場者の落ち込み分を補える見通しである。	
	変わらない	商店街（代表者）	・近隣企業では業績悪化が多く、決算期を終えるとその状況が明白となり消費が増えそうな話題がない。
		一般小売店〔精肉〕 （店長）	・まだまだ来客数が少ないので冷え込んだままである。
		百貨店（売場主任）	・一部に高額商品の販売が目立つようになっているが、大多数の消費者の購買意欲が向上してこない。特に宝飾関連の動きが悪く、買い控え傾向に変化は見られていない。
		百貨店（営業担当）	・これまでファッション関連では、不景気なときはカラフルなカラーが好まれ、これに沿った提案を行ってきた。現在、汎用性の高い黒や茶といった地味な色使いに飽きており、カラーパリエーションの提案が今後の需要につながる。
		百貨店（営業担当）	・春物の動きを見ていると、慎重な買物が続いており、現状のまま、春物のセールや夏物投入時期に入っても、この傾向は変わらない。店側でもセールをやらざるを得ず、春物の早期セールも予測され、単価の伸び悩みは続く。
		スーパー（店長）	・客の様子からは下げ止まり感がうかがえる。日々必要な食料品は最低水準にまで低下しており、これ以上の買い控えや少量パックへの移行は考えられない。一方、たばこやアルコール類に関しては販売数量が低下しており、さらにアルコール類についてはより安価なものへの移行がみられる。
スーパー（店長）		・売上が伸び悩み傾向にあり、景気回復の兆しが見えない。	
スーパー（店長）		・客単価が前年比約5%程度低下して推移しており、今後2～3か月程度も変化はないであろう。	
スーパー（店長）		・サラリーマンの定期昇給に期待ができないため、所得増加の見込みも薄い。入学・新学期などの出費もかさむ時期に入るため、消費者の買い控えは当分続くであろう。	
コンビニ（経営者）		・来客数や客単価が下げ止まった実感はあるものの、上昇に転じる感触は得られていない。	
衣料品専門店（経営者）		・引き続き消費者の買物は単価を中心に厳しい態度で臨んでいるようである。	

	衣料品専門店（経営者）	・来客の層がわずかではあるが広がっているように感じており、悪い方向には向かわない。
	乗用車販売店（経営者）	・減税やエコカー補助金の効果はある程度期待しているが、あくまで対象は限定的で景気を押し上げるまでは見込めない。
	乗用車販売店（経理担当）	・補助金が9月まで延長されたので、現在のような水準で推移する。しかし、前年の春先以降は回復傾向にあったので、その水準を維持できるかどうかは疑問である。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・先行きに何の期待も持てない状況が続いている。
	その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・地元製造業の操業時間が少しずつ延びてきた好影響が、小さいながらも認められる。しかし、実質的に消費につながっている実感はまだない。
	高級レストラン（スタッフ）	・花見の時期が若干遅れているのはプラス要因である。できるだけ春休みとゴールデンウィークの間に開花したほうが、兼六園に近い立地では観光需要が高まり売上増につながる。
	スナック（経営者）	・経営者の「回復しつつある」との話から、今後国際的な悪要因が発生しなければ、現在の状況が続く。
	観光型旅館（経営者）	・今年に入り1人当たりの消費単価の低下が続いており、入込客数は前年並みに確保できても売上総額の下落が続いている。
	観光型旅館（スタッフ）	・予約状況では5月が93%、8月が77%と前年を下回っているが大きな減少ではなく、他の月は前年を上回っている。このまま勢いが止まらなければ良いと感じている。
	旅行代理店（従業員）	・団体旅行の予約状況が引き続き不振である。
	タクシー運転手	・新年度に入って歓送迎会や花見などで人出があっても、一過性のものであり、全体としては変わらない。
	タクシー運転手	・これまでの我慢や不満が蓄積されているものの、花見などで街に繰り出すことによってこれらの解消が期待できる気配がある。
	その他レジャー施設（職員）	・新規入会者数の前年割れが続いており、回復の兆しが見られない。
	住宅販売会社（経営者）	・来社した客の話から判断すると、今後しばらくは現状維持が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・現在、展示場来場者数は一定数あるが、良い住宅をより安く購入したいと考える人が多くなり、成約まで厳しい要求が増えている。また、融資審査も厳しい状況が続いており、収入状況や勤務先、勤務年数など属性が良くなければ思うように借入れができない。
	住宅販売会社（従業員）	・受注が安定するのかどうか、この2～3か月が今後を占う上で重要な期間であると考えている。市場は活発化してもまだまだ個人所得は厳しい状況が続いており、今以上に大幅な改善は難しい。
やや悪くなる	スーパー（店長）	・県外資本・大手資本のディスカウント業態の出店が春以降にいくつか控えており、パイの奪い合い、安売り競争で厳しい状況になる。
	スーパー（総務担当）	・子ども手当の支給が決定されたが、それ以上に今後あるかもしれない増税に対して消費をさらに引き締めるようになる。
	コンビニ（経営者）	・現場の仕事がないのか、来客数が減少している。この傾向に変化は予想されず、売上の増加が見込めない。
	家電量販店（店長）	・家電エコポイントの駆け込み需要の反動により販売台数の落ち込みが予想される。
	乗用車販売店（経営者）	・春先需要期に販売が低迷している状況から考えると、4～5月の販売量は期待できない。
	自動車備品販売店（従業員）	・前年はE T C特需で売上をけん引したが、今年はその分をカバーすべき商品が無く物品販売では厳しい予想をしている。
	通信会社（営業担当）	・新機種が販売間近になるため、買い控えが発生する。
	競輪場（職員）	・購買量の流れが全体的に下降傾向である。
悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・地価の下落について毎年右肩下がりの現状では、なかなか景気の上向きは期待できない。
	通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークがあり、旅行などにお金を使う人が増え、そのため、そのほかの部分にお金をかけられる人がかなり少なくなる。
悪くなる	テーマパーク（職員）	・団体客や個人客が急激に回復する様子は見られず、依然として予約状況は前年を7～8%下回って推移している。また、客の購買意欲も弱くなり、消費単価が低下傾向にある。
	企業	良くなる

動向 関連	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・デフレや円高の影響が心配されるものの、在庫水準が大きく改善されていることもあり受注全体の持ち直しが期待される。
		化学工業（総務担当）	・工場からの報告では受注予想が増加傾向である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・今年後半からは本格的に設備投資が動いてくる。ただし、価格的には厳しく利益確保が難しい状況が予想される。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・4月以降の新規製品の受注が生産に結びつけば、確実に初夏以降は売上が上がる。
		通信業（営業担当）	・受注額が回復しているので、4月以降期待できる。
		不動産業（経営者）	・取引先の話では、2～3か月先には不動産取引にわずかではあるが明るさが見え、業界でも売り物件に少しずつ問い合わせが増えていと聞いている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・衣料品は、秋冬物の生産シーズンに入り、新製品開発に期待している。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅版エコポイントの影響で先行き明るい光が見えているものの、売上に寄与するかどうかは現在のところ不明確である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・引き合い、ボリュームからみても変化が無い見込みである。
		精密機械器具製造業（経営者）	・今後夏場にかけては、季節的な要因で仕事量は少なくなるが、当面この状況が続く。
輸送業（配車担当）		・物量が減少し売上が低下するなかで、燃料などのコストが高いまま推移し、急激な変化は望めない。	
輸送業（配車担当）		・建物やビルが建築されないため鉄骨などの運搬が少ない。	
金融業（融資担当）		・ボトムからの回復感が継続する。	
金融業（融資担当）		・株価と為替相場が落ち着いているのが幸いだが、郵貯の問題で国債の需給バランスが大きく崩れることが懸念される。また、政権内の足並みが乱れ、国民の不信感が募っており、財政健全化や景気対策が遅れることも懸念される。	
新聞販売店〔広告〕（従業員）		・2～3月はエコポイントなどで家電量販店などからの駆け込み需要があったが、4月以降は期待できそうにもない。	
司法書士		・取引先からの、現状は「良くなった」には、「一時的なものかもしれない」「今後はわからない」という言葉が続いて聞かれる。	
やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・主原料の価格が1割程度値上がりするものの、商品価格に転嫁できる環境下ではないため、収益に影響を与える。	
	金属製品製造業（経営者）	・受注の入り具合は、現状よりやや落ちる。	
	税理士（所長）	・製造業は順調に回復しているものの、建設業では、翌月以降の受注状況の見通しが一段と暗い。建設業を中心に非常に厳しい状況となり危機感を持っている。	
悪くなる	建設業（経営者）	・公共工事の発注が全体的に少なくなっているなかで、3月は新年度工期の公共工事を例年より少ないものの数件受注できたが、全く受注できなかった業者も多い。4～5月は公共工事の発注が少ないので、手持ち工事が無い建設業者は非常に苦しくなるであろう。	
	建設業（総務担当）	・製造業からの工事発注量が大きく落ち込み、当面回復が期待できないことから、工事量と採算の両面で厳しい状況が続くと見込まれる。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当社が実施した県内企業主要56社の集計では、来春の採用動向は25%の企業が「増やす」との回答で、「減らす」の12.5%を大きく上回っている。製造業や金融などの一部に採用意欲の回復傾向がみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新入社員の採用で、社員数も安定するので企業からの需要はしばらく見込めない。また、求められる人材のスキルは高い半面、派遣料金の低下がみられ人材確保が厳しい。
		人材派遣会社（社員）	・正社員の求人数は依然として少なく、1人の求人にも20人の応募がある状況である。この状況は当分続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員募集の動きがアルバイト・パート募集に比べて良くない。
		職業安定所（職員）	・製造業などにおいて底打ち感はあるものの、特に建設業においては厳しい状況が続いている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の支給申請が引き続き多く行われている。
悪くなる	-	-	