

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<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる | -   | -   |
|                |                | 商店街（代表者）  | ・天候が回復することで、今月よりは購買意欲がでてくることを期待している。  |
|                |                | 一般小売店〔精肉〕（店長）   | ・2～3か月先に天候が回復すれば、現状の購買状況はやや良くなるとみている。   |
|                |                | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員）  | ・良い悪いはともかく、子ども手当の支給などで若干なりとも経済にプラスの作用が働く。   |
|                |                | 一般小売店〔書籍〕（従業員）  | ・文具業界でのヒット商品も多くなり、この先さらなる期待が持てる。  |
|                |                | コンビニ（経営者）   | ・来客数や客単価は下げ止まったと実感している。また、近隣の競合店の閉鎖もあって、売上は上向く。   |
|                |                | コンビニ（店舗管理）  | ・春の販売促進企画の反応が上々であり、前年よりは反応しやすい雰囲気が醸成されている。  |
|                |                | 家電量販店（経営者）  | ・販促手法を変えることにより、多くの集客が実現でき売上も確実に伸びている。   |
|                |                | 家電量販店（店長）   | ・各メーカーが客からの期待も高い3Dテレビの販売を夏までに予定しているので若干の期待はできる。理美容・デジタル関連では売れ行きのよいものもある。  |
|                |                | その他専門店〔医薬品〕（営業担当）   | ・購買に大きく影響する地場主幹産業が、円安マインドでやや良くなりつつあり、期待している。  |
|                |                | 旅行代理店（従業員）  | ・上海万博の予約は現段階ではないが今後期待できる。高速道路料金の見直しも業界にとっては混雑の平準化が期待できる。  |
|                |                | 旅行代理店（従業員）  | ・法人、自治体の年度明けの行事が一段落し、上海万博や平城遷都1300年などのイベント需要を中心とした案件がしだいに活発化している。ゴールデンウィーク明けが一つのヤマ場になると予想している。ゴールデンウィーク明けも活発化しなければ、年度内における見通しは暗くなる。 |
|                |                | 通信会社（営業担当）  | ・例年の年度末に比べて、携帯の新規導入が増加傾向にあり、また、3か月前と比較すると受注量、客からの問合せ量に復調の傾向がでてきている。   |
|                | 通信会社（役員）       | ・アナログ放送の終了まで1年余りとせまる中、マスコミを通じた終了告知の頻度も増しており、国民の関心の高まりのなかで、今後地上デジタル放送移行件数は確実に増加していくものと予想している。      |   |
|                | 通信会社（営業担当）     | ・新商品の発売に重なり、販売数が増加する。   |   |
|                | 住宅販売会社（従業員）    | ・各企業の景気回復が客との会話の中で実感として感じ取られ、商談に入る客が増えている。  |   |
|                | 住宅販売会社（従業員）    | ・子ども手当支給などで消費者がどう変わるか期待したい。   |   |
|                | 変わらない          | 商店街（代表者）  | ・寒い日が続いており、恒例の大型連休前後の農作業も遅れがちのようで、消費行動に結びつきづらい。   |
|                |                | 百貨店（売場主任）   | ・業態別に良好な兆しが見えてこない。市場のデフレ傾向に変化がみえない。   |
|                |                | 百貨店（営業担当）   | ・前年の定額給付金が食料品や身の回り品に使われたとのデータもあり、6月から支給される子ども手当も家庭用品や食料品の売上の後押しになるうが、シーズン物のファッショントレンドにまで回るかどうかは難しい。                                 |
| 百貨店（営業担当）      |                | ・客の買い控えに対する我慢ができなくなってきた様子がうかがえるものの、回復するほどには財布のひもは緩んでいない。きっかけを探しているといった印象を受ける。                     |   |
| スーパー（店長）       |                | ・客単価は、ここ2～3か月は前年水準近くまできている。現状はこれ以上上がる要因も、上がる要因も感じられない。今が客単価の一番低い水準であり、下げ止まったと思われる。                |   |
| スーパー（店長）       |                | ・相変わらず売上の前年比は5%減で推移している。要因は、買上単価の低下や特売日への集中来店傾向が挙げられる。  |   |
| スーパー（店長）       |                | ・子ども手当支給により、全額が消費に回る根拠が無い。前年のインフルエンザによる影響もあり若干消費は高まるが、子ども手当支給効果は期待できない。失業率上昇による雇用の安全性の不透明感は変わらない。 |   |
| スーパー（店長）       |                | ・定期昇給が見込めず、節約志向が続き、景気回復につながるような材料がない。今後も厳しい状況が続く。   |   |

|        |                |   |
|--------|----------------|---|
|        | コンビニ（店長）       | ・非常に悪かった前年ベースで考えるとそこまで落ち込むとは思われず、しかし、前々年ベースで考えると、良くなるまでとはいえない。中食の売上は増加しているものの、全体としては前年に届かず、横ばいか微増が継続する。 |
|        | 衣料品専門店（経営者）    | ・今後も客の消費動向は極端には変わらない。   |
|        | 衣料品専門店（経営者）    | ・近隣では外装を塗り替えるビルが目立っているものの、全体的にみれば、現状と変化はみられない。  |
|        | 家電量販店（店長）      | ・夏が暑くなれば、エアコンの売上見込みも上がるが、このままの天候の状況では昨年並みで推移しそうである。   |
|        | 乗用車販売店（経営者）    | ・乗用車販売については、引き合いはあるが購入にはなかなか進まない。まだ景気回復とは実感ができない。   |
|        | 乗用車販売店（経営者）    | ・乗用車を買換えせず、継続して使用する客は、「出費をしばらく控える」「様子見」を理由とする方が多い。  |
|        | 乗用車販売店（経理担当）   | ・前年が上昇に反転した時期であることから、環境適合車購入補助金の終了する9月以降の販売状況が大変厳しくなると推測できる。前年実績を確保できるか懸念される。                           |
|        | 自動車備品販売店（従業員）  | ・依然として低単価志向が強く主力商品の売上低下が続く。しかし地上デジタルチューナーなどの関連商品群では若干の伸びも期待できる。   |
|        | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・景気は最低のラインまできており、これ以下になるようなことはないであろう。万が一なるようなことがあれば、店をたたむしかない。  |
|        | 高級レストラン（スタッフ）  | ・ゴールデンウィークの受注は例年の8割程度と低迷している。観光都市であるため、6月から高速道路料金が平日も特別料金になれば、土日集中から平準化されトータルでは売上増が見込める。                |
|        | スナック（経営者）      | ・先行きのよい話も聞かれるようになったが、スナックなど飲食店では、まだ客の警戒心がみられ、無駄なことには手を出さない、無駄なものには手を出さないなどの心理に変化がみられない。                 |
|        | 観光型旅館（経営者）     | ・来客数は伸びているが、宿泊単価や消費単価が低く売上の的には昨年並みになりそうである。   |
|        | 観光型旅館（スタッフ）    | ・予約状況が4月に入って伸び悩んでいる。4月は前年比114%までだったが、5月は同93%、6～7月は同110%、8月以降は80%以下と先行きにまだ不安が残る状況と言える。                   |
|        | 都市型ホテル（スタッフ）   | ・レストラン利用は前年並みを見込んでいるが、宿泊、宴会の受注状況が低迷している。特に6月の宴会低迷が大きい。  |
|        | タクシー運転手        | ・今後もタクシー利用が目に見えて増える状況にはない。多少の変化はあっても、明るい材料に乏しい。   |
|        | 通信会社（職員）       | ・携帯電話を積極的に契約をしている、検討しているというより、とりあえず現状維持のため必要だとする客が大多数を占めるため、目先良くも悪くもならない。                               |
|        | その他レジャー施設（職員）  | ・新規入会者数は前年割れの状態が続いており、回復の兆しが見られない。  |
|        | 住宅販売会社（経営者）    | ・客の様子に変化はみられない。   |
|        | 住宅販売会社（従業員）    | ・客の動きに大きな変化があるわけではなく、前年の経済情勢で様子見していた人たちが少しずつ動き出してきた状態である。まだ単価が回復基調に無く厳しい状態は続く。                          |
|        | 住宅販売会社（従業員）    | ・客数がまだまだ不足しており、競合の激化もしくは企業の自然淘汰が進むと思われる。  |
| やや悪くなる | 百貨店（売場担当）      | ・シーズン商品が動き始めたが、大きな動きではない。   |
|        | スーパー（総務担当）     | ・前年からの客単価の低下傾向は、1年間経過して前年並みに落ち着いているが、新たに来客数の前年割れが発生している。引き続き家計の引き締め傾向が見受けられる。                           |
|        | コンビニ（経営者）      | ・「仕事量が少ない」「休みが多すぎる」などの客の声が聞かれ、購入単価が上昇する要因が見当たらない。   |
|        | 住関連専門店（店長）     | ・企業の業績が良くならない限り、従業員の収入は増えない。増えなければ消費も上がらない。この状況はまだ続きそうである。ボーナス支払はほとんど無くなっている。                           |
|        | 一般レストラン（スタッフ）  | ・今年は気温の乱高下の影響で季節メニューの出足が悪く、長期予報でも冷夏とあり、6月にゲリラ豪雨や長雨が続きと客足・客単価にも影響がでる。また、野菜高騰が続くと利益にも影響を与える。              |
|        | 都市型ホテル（スタッフ）   | ・宿泊予約以外の予約は低調である。   |

|                |                |  |   |
|----------------|----------------|--|---|
|                |                | テーマパーク（職員）   | ・依然として一般団体の予約件数や人数は前年を下回っている。また、海外からの客や個人客は上海万博の影響もあり動きが鈍る可能性も懸念されている。特に個人客については反応が鈍く、なかなか回復してこない。  |
|                |                | 競輪場（職員）  | ・販売額の全体的な動きが落ち込み傾向にある。  |
|                | 悪くなる           | 一般小売店〔事務用品〕（営業担当）  | ・事務機器業界では、6～8月は物が動かない時期になり、良くなる状況にはない。先行きの計画もまだ立てておらず、不透明感が強くなっている。   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる | -  | -   |
|                |                | 繊維工業（経営者）  | ・全体的に新商品開発の動きがあり、6月以降期待している。  |
|                |                | 一般機械器具製造業（総務担当）  | ・引き合いが出ているので、設備投資意欲が増していると判断している。今後受注が期待できる。  |
|                |                | 電気機械器具製造業（経理担当）  | ・従来からの製品についての受注増は難しい状況にあるものの、5～6月には新製品を発売する取引先が多く、これに向けての新規受注でフル稼働に近い状況になっている。  |
|                |                | 通信業（営業担当）  | ・通勤途中でも目立ってきたが、住宅の新築工事が最近増加したように思える。また通信分野においても上向きに転じている。   |
|                |                | 不動産業（経営者）  | ・個人客、法人客ともに不動産取引について問い合わせや動きが出ている。  |
|                | 変わらない          | 繊維工業（経営者）  | ・受注の先行きについては期待感があるものの、デフレや国内消費の低迷、さらには原料および燃料関連の値上がり心配である。  |
|                |                | プラスチック製品製造業（企画担当）  | ・3か月や6か月といった期間の先行きでは、住宅市場は戻ると思えない。現状変わらない状況が続くであろう。   |
|                |                | 一般機械器具製造業（経理担当）  | ・業種によって景気の回復がまだら模様である。まだまだ消費が回復するには時間を要する。  |
|                |                | 精密機械器具製造業（経営者）   | ・ここ2～3か月の受注状況は、現在よりは若干減少するものの、ほぼ同水準の予定である。  |
|                |                | 金融業（融資担当）  | ・製造業においては、中国、東南アジア方面への輸出を見込む企業もあるが、販売価格においては大きく期待できず、引き続き現状維持となる。   |
|                |                | 新聞販売店〔広告〕（従業員）   | ・前年は前半が非常に悪かった影響で、売上はここ数か月前年比増加傾向だが、今後は前年を維持して推移する。   |
|                |                | 司法書士<br>税理士（所長）  | ・新しい動きもあるが、会社の解散・店舗の閉鎖も多い。<br>・製造業では、エンドユーザーが中国をはじめとしたアジアの企業であり、価格では円高の影響もあり、以前のような価格が付かないものの、出荷量自体は伸びている。為替相場が安定しており、企業では比較的計画的に生産計画を立て易くなっている。為替相場が安定している時期の方が将来の投資計画も立て易い。ただ人民元の切り上げの問題が懸念される。 |
|                | やや悪くなる         | 食料品製造業（企画担当）   | ・主原料価格の割程度の値上がりが予測されている。一方、市場の製品価格は下がり、主原料、重油やガスなどの燃料費の値上がりがますます収益力を弱めることとなる。   |
|                |                | 金属製品製造業（経営者）   | ・2～3か月先の受注は現状よりやや悪い。  |
| 輸送業（配車担当）      |                | ・少しずつ軽油価格が上昇しているが、荷主への価格転嫁ができない。   |   |
| 悪くなる           | 建設業（経営者）       | ・連立政権が7月の通常選挙に向けて、公共事業発注を行なおうとしても「コンクリートから人へ」の呪縛を解き放つことはできない。できたとしても効果が現れるには時間がかかり、結局のところ建設業は衰退の道を加速することになるであろう。 |   |
|                | 建設業（総務担当）      | ・建設工事量の減少に伴い、受注価格がさらに非常識な水準での競争が続くと思われ、ますます厳しい局面に入ると見込まれる。   |   |
|                | 輸送業（配車担当）      | ・ここへきてトラックの燃料である軽油価格が110円を突破する勢いで上昇しており、これが値下げ方向に転化するとは思われず、先行き燃料費などのコスト増でますます悪くなる。                              |   |
| 雇用<br>関連       | 良くなる           | -  | -   |
|                | やや良くなる         | -  | -   |
|                | 変わらない          | 人材派遣会社（社員）   | ・要求される人材のスキルは高くなる一方、派遣料金低下で人材確保も厳しい状況である。   |
| 人材派遣会社（社員）     |                | ・先行き不透明感が強い。女性の大学卒・短大卒の新卒の就職がかなり厳しく、すぐに解消するとは思えない。   |   |

|        |                    |   |
|--------|--------------------|---|
|        | 求人情報誌製作会社<br>(編集者) | ・社員の積極的な採用の話が出てこない。                             |
|        | 職業安定所(職員)          | ・天候不順のため、個人消費の盛り上がりが出ていない。                      |
|        | 民間職業紹介機関(経営者)      | ・民間企業の人材紹介や派遣を採用する動きはなく、多少の仕事量の増加では内部対応で済ませている。 |
| やや悪くなる | -                  | -   |
| 悪くなる   | -                  | -   |