

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	-	-
		百貨店（売場主任）	・まだ一部の購買層だけはあるが、高額商材に関しては着実に金額単価の上昇が見られる。また、住宅関連、生活関連の商材に単価上昇傾向が出始めている。
		百貨店（営業担当）	・全般的にはかなり消費が活性化してきた。ただ、ファッションを中心としたトレンドといわれる商品の供給量は、メーカー側はかなり抑えているのが実態である。前年比で60～70%程度だろうと思われ、危惧するところである。
		百貨店（営業担当）	・婦人ファッションに関しては、今年は明確にトレンドが見えており、前年実績を超えることが予測される。また、客の買物の仕方を見ても復調の兆しがみられるので、春物初夏物ファッションについても、前年実績をクリアできるとみている。
		コンビニ（店長）	・季節変動を考慮に入れても、3～4月に向け客の財布のひもも緩んでくる。例年どおり弁当や飲料の売上が戻ってくれば、たばこの買上単価が増加している現状を維持していく限り、全体的な売上は増加する。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約保有は、2月は前年比81%、3月は同94%、4月は同161%、5月は同100%となり、予約状況は回復傾向となっている。
		旅行代理店（従業員）	・受注できるか否かではなく、案件全てが実施されるようになれば、需要に力強さが見えてくる。需要回復がさらに実感できるかどうかは、この先3か月の案件の精度にかかると予想される。
		タクシー運転手	・新年度に入り何かと外出する機会も増加し、また、歓送迎会などもあり、夜は繁華街への人出は増えるのではないかと思われる。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォン需要が高まっており、新商品発売に合わせた混雑が予想される。
		競輪場（職員）	・今月の入場者数減少及び売上減少の要因として、降雪の影響及び翌月のビックレースに備えた買い控えが想定される。
		その他レジャー施設（職員）	・雪解け時期となり、年間で一番客が動くシーズンであるが、期待も込めて景気が良くなると予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・長期金利の上昇傾向が顕著になっており、客自身が焦り出している。また、ハウスメーカーも金利上昇で客をあおっており、当面は契約件数は増えそうである。
	住宅販売会社（従業員）	・展示場の来場客数はずかではあるが徐々に増えている傾向にあるため、受注につながる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・中心商店街と駅前との商圏の争奪が激しくなっている。中心商店街には有名セレクトショップの出店が相次いでおり、今後も期待ができそうである。感度の高いファッションをマーケットが要求している。一方、駅前の方は大衆層の全国ブランドファッションが集積している。
		商店街（代表者）	・Webでの購買意欲増加傾向が強い。
		商店街（代表者）	・これといった新商品や売れ筋商品もなく、また流行もなさそう。消費を刺激するような要素が今のところ見つからない。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・今のところ景気が上向くような気配は感じられない。取引先も同じ思いでいるところが多い。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・年度末には国の出先機関をはじめ県市町村の予算執行が終了し、新年度からの新しい仕事を探す必要がある。今後は、営業方法を一変し、予算執行に関係のない客の困りごとに対応するような、解決型営業に変化しようとしている。購買を創出する必要性に迫られている。
		百貨店（売場担当）	・来客数、客単価ともに前年並みに推移している。婦人服を中心に春物は好調と聞いているが、急激な変化は望めない。
		スーパー（店長）	・現状から変わる要素はない。依然として必要以上に物を買わない客の消費態度に変化は見られない。懸念されるのは、世界的な異常気象の影響による農作物などの値上がりによる買い控えである。
スーパー（店長）		・景気を刺激する要因が不明な現状では、生活防衛型動向は変わらない。子ども手当や減税・エコポイントなどが大きな課題・要因となろう。	
スーパー（店長）	・来客数、売上が伸び悩んでいることもあり今後も景気が良くなるとは思えない。		

スーパー（店長）	・景気は良くなって欲しいが、競争環境が今後さらに厳しくなってくる点を大変危惧している。ただ、全国的に求人数の改善傾向がうかがえるなどの点で景気の上向き傾向を若干ではあるが感じている。ただ、この地域の景況感には、まだ変わらない。
スーパー（総務担当）	・今後食料品の値上げも予想されるが、現在の客の様子を見ていると、値上げに伴う買い控えの影響は少ない。
コンビニ（経営者）	・客単価に関しては、たばこを除けば、下落傾向にある。チルド弁当など新商品を投入して全体的な押し上げを図っている。先行きに関してはまだまだ不透明である。
コンビニ（経営者）	・現在の前年比の推移を見れば良くなるかもしれないという期待はあるが、冷静に見ると前々年の売上までには達していない。そのためまだまだの水準であることには変わりない。
コンビニ（店舗管理）	・高付加価値商品への反応が相変わらず鈍い。一方、価格訴求商品は好調である。節約志向に変化が感じられない。
衣料品専門店（経営者）	・先行き期待はしたいが、寒い日が続くことと客足が止まり、春物の動きが鈍くなるのが心配される。
衣料品専門店（経営者）	・2月は販売数量が非常に悪かったなか、隣県からの来店割合が高かったことも事実である。また、ここ2、3日来店を予約する電話が多くなってきた。
衣料品専門店（総括）	・低単価の商品に飽きて、普通の価格以上の商品を求める客も見られるようになってきたが、まだまだ節約ムードが高い。
家電量販店（経営者）	・4月以降の家電エコポイント終了に伴う落ち込みが懸念される。
乗用車販売店（経営者）	・引き合いが受注までつながらず、延期や中止になることが多くなった。迷っている原因が従来の予算ではなく、電気自動車やハイブリッド車への端境期でのちゅうちょではないかと思われる。
自動車備品販売店（従業員）	・地上デジタル放送移行での特需期待もあるが、カーオーディオとカーナビゲーションシステム、液晶ディスプレイが一体化となっているAVNタイプのナビゲーション単価の低下により、全体的な伸び率は期待できない。
住関連専門店（店長）	・変化しそうなことがあまり感じられず、変わらないのではと考える。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	・北アフリカに始まる中東諸国、中国の先行きに懸念はあるものの、今のところ客の中には、影響がないようにみられる。
その他専門店 [酒]（経営者）	・どこを見ても景気が良くなるような兆候が見られない。景気の底をはいずり回っているようで、耐え忍んで暮らしていくしかない。
その他専門店 [医薬品]（営業担当）	・デフレマインドで商品の割安感が出ているなかで、原料値上げの兆しがみられ、ここ2～3か月先は、この値上げがどう影響するのか見当が付きにくい。
高級レストラン（スタッフ）	・3年後の北陸新幹線開通に向け、首都圏から様々な業態の新規参入が目立ち始めている。一つ出店するとライバル社が出て来る。さらに、開通後は小さな営業支店は閉鎖される見込みが強く、接待需要の減少が更に進む恐れがある。
スナック（経営者）	・良い方向への気配も感じられるが、特殊要因である統一地方選挙もあり、このままの状態が続く。
観光型旅館（経営者）	・3月以降も予約客数は増加しているが、消費単価がどうなるか心配である。
都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン利用客数、宴会場利用件数の回復感がつかめず、低迷が続くそうである。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は今一歩である。
タクシー運転手	・タクシー利用は必要最小限と客は考えているようである。
通信会社（社員）	・スマートフォンへの関心が高まっているが、既存ユーザーの買換えが大半であり、新規拡大には結びついていない。売上拡大があまり期待できない。
通信会社（営業担当）	・相変わらずスマートフォン型の販売量は大幅に伸びているが、従来型携帯電話の販売量が減少しており、全体的に大きな動きがみられない。
通信会社（役員）	・ケーブルテレビ・アナログ契約からデジタル契約への切替も最終段階にあり、当面現在の勢いが継続すると予想している。
美容室（経営者）	・短期間で景気が良くなる雰囲気ではない。
住宅販売会社（経営者）	・見込み客数、動向は今後も変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・受注はある程度見込めるものの、資材の高値が利益面で圧迫要因となっている。

		住宅販売会社（従業員）	・企業の収支は改善しているが、個人所得の改善が見られない。
やや悪くなる		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・原油の高騰などが影響し、今まで以上に財布のひもが固くなる。買上点数、客単価ともに上がる要素が全くなく、景気は悪くなるとしか考えられない。
		衣料品専門店（経営者）	・食料、原油、原材料の値上がり懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・春の需要期が終わると購買意欲が低下する状況がある。先行きに対する不安感を口にする客が多く、販売の伸びは期待できない。
		一般レストラン（スタッフ）	・中東問題で上がり続けるガソリン、小麦・サラダ油などの値上げが経営にも家計にも負担となる。ガソリンが今後も高くなることから、エコカーへの買換え、自然冷媒ヒートポンプ給湯機の話聞くようになった。また節約に関心が向いている。
		旅行代理店（従業員）	・ニュージーランドの地震や中東の騒乱状況から当面海外旅行は自粛傾向であろう。海外から日本へは期待できるが小規模業者にはビジネスチャンスがない。
		通信会社（職員）	・中東情勢不安・政局不安・アジア諸国の台頭など不安材料が多く、客の消費意欲はより低下するという見方が地元において大勢を占めている。
		テーマパーク（職員）	・3月の卒業旅行、春休みの動きは鈍い。全体的にはやや回復の兆しがあるものの、4月には統一地方選挙が予定されており、特殊事情を加味すると、現在より悪くなるものと考えられる。
悪くなる		家電量販店（店長）	・家電エコポイント終了後の4月以降は明らかに販売量は落ちる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		電気機械器具製造業（経理担当）	・4月以降は在庫調整も若干緩み、生産は回復するであろう。そのほかは増えることはないが、スマートフォン関係はかなり増産の注文が来ているので期待している。
		精密機械器具製造業（経営者）	・前年より開発を進めてきた新商品の評価が国内、海外とも良く、ここしばらくは当初の計画に対し、さらに上方修正した生産体制を敷く必要が出ている。
		通信業（営業担当）	・今年度の電話系の設備投資を実施した県内の業種を集計したところ、建設・建築、製造、卸売・小売と続いており、景気のベースとなる業種の回復感が出てきたように思える。
		不動産業（経営者）	・2～3か月すれば商談が成立するような明るい話が少しずつ聞かれるようになっている。
		税理士（所長）	・為替、政策が落ち着いているが、この先総選挙や、政治が揺れ動くことがあれば、かえって経済に悪影響を及ぼすことが心配である。現在のところ、企業も予定した計画に沿って事業を進めているが、将来に不安が起きると大手企業を中心に計画の見直しが行われるのでこれが一番心配である。
変わらない		食料品製造業（企画担当）	・具体的な外部環境、内部環境は大きく変化しない。
		繊維工業（経営者）	・原燃料の値上がりが足かせとなり、取引先が発注を控えることが懸念される。
		繊維工業（経営者）	・原料高や円高傾向が全体的に強く市場の状況は悪い。このため消費に相当の影響を与えている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅向け資材は3か月、6か月では良くなる動きが見えない。3年、5年かかるとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現状と変化がない。
		金融業（融資担当）	・引き続き本格的な回復が定着するかどうかは、様子見が必要である。
		新聞販売店〔広告〕（従業員） 司法書士	・ここ2～3か月の前年同月売上高を維持できている状況が、もうしばらく続きそうである。 ・不動産登記、商業登記全体の事件数は増えていない。
やや悪くなる		一般機械器具製造業（総務担当）	・世界情勢の不安から景気の見通しが不安定である。これにより設備投資意欲も模様眺めとなり、延期や中止といった可能性も現実味を帯びてきた。
		輸送業（配車担当）	・今後、家電エコポイント、住宅版エコポイントなどの措置が終わり、終了後の需要が極端に落ち込み、今後ますます悪くなると思われる。
		輸送業（配車担当）	・高止まりしている軽油価格にさらに上昇する気配がみられ、燃料費の上昇分を運賃に転嫁できそうにもない。

	悪くなる	建設業（経営者）	・新年度は、公共工事がこれまで以上に減少することが分かっているため、今のうちに受注しようと応札した物件が、基準価格を下回って失格したり、2番札に甘んじたりと軒並み受注に失敗している。このまま際限なき価格競争が続けば、地方における建設業者の大量倒産が、大きな社会問題になるであろう。
		建設業（総務担当）	・大手業者が従来相手にしていなかった小型工事にも積極的に参入しており、今までの業者間のすみ分けが崩れ、ますます受注競争の激化が予想される。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（社員）	・徐々にではあるが、技術者系を中心に人材不足感がでてい
	職業安定所（職員）	・有効求職者数は減少傾向にあり、一方、就職者数は増加傾向にある。	
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・景気が良くなると派遣求人の話は出てこない。早期回復に期待するのみである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
		職業安定所（職員）	・中小企業における休業計画届の提出件数は横ばい状態が続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・介護関連以外は、採用はまだ手控えられている感がある。
やや悪くなる			
悪くなる	-	-	