

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	-	-	-
	やや良く なっている	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災により、たばこ、飲料、ビールなどが極端に品薄となっているものの、売上の前年同月比は、依然として110%と好調である。特に、たばこは品薄感が消費者の心理をかきたてているのか、すべての銘柄が売上を伸ばしている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・全般的に春先にしては気温が低く、まだコートを着ている人が多い月であった。東日本大震災の影響による買い控えは一段落して人通りは以前と変わらない。ゴールデンウィークに向けて気温が上昇しないと消費に結びつかない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響によりイベント自粛などで景品需要が少なくなっているが、一方で震災地に向けた特需もある。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・全社的に見れば売上目標数値に到達した。年度末需要の残りが受注につながったと見ており、基本的には例年どおりである。
		スーパー（店長）	それ以外	・東日本大震災の影響により、発生当初は特需のみであったが、今月中旬より、衣料品を中心に婦人服、インナー、靴などの需要が大きく伸び始め、先が読めなくなっている。
		衣料品専門店（総括）	販売量の動き	・東日本大震災後、必要でない無駄なものは買わないといった消費自粛ムードが高く、単価は落ちないものの数量の低下が目立っている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・家電エコポイント制度終了に伴う落ち込みを予想したが、テレビ、エアコン、冷蔵庫全ての売上が前年同月を上回った。単価の下落はあるが数量が大きく伸びた。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・目立った動きが見られない。省エネ志向も強くなっているが、買換えより買い控えが強く見られる。
		自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・春タイヤ需要により、月初から集客は例年以上の伸びを示し、履き替え作業やこれに伴う部品交換作業で混雑したが、月末にかけては例年並みの状況となった。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	単価の動き	・客が購入する1品単価の上昇が見られないものの、販売数量と販売価格に関しては大きな変化はない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・4月に入り回復傾向にある。能登方面では、停止中及び定期検査中である志賀原子力発電所の工事関係者も含め、県外ナンバーの車やふだん見られない人達が増えている。一方、駅は観光客が減っている。ガソリンの値上げで遠出はしない。関東方面への出張も減っていると聞いている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・前年同月よりも売上はやや良かった。しかし、統一地方選挙や東日本大震災の影響が、経営者層の来店が少なく、リタイアされた年配客の来店が目立った。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・アナログ契約からデジタル契約への移行も山場を越え、今後は通常の営業活動を展開することになるが、現時点ではテレビ契約・インターネット契約の獲得件数に大きな変化は無い。
		その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・利用者数は3か月前と比較して大きな変化はない。ただ、東日本大震災の被災者の利用問い合わせが少数ではあるが入ってきており、対応を検討した。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降も客数に大きな変動は見られない。
住宅販売会社（従業員）		単価の動き	・見込み客の情報が激減した上に、値引き要請が厳しい。契約単価も低くなり数量でカバーしても収益面の悪化が懸念される。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年同様の販売量があり特別な変化はなかった。東日本大震災の影響で自粛ムードがあるが販売に影響が出るほどではない。		

やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の終息が見られないこともあって、衣料品に対する購買意欲が戻っていない。
	百貨店（売場主任）	単価の動き	・気温も落ち着き、東日本大震災の影響も徐々に解消されつつある。しかし、生産体制が依然不透明であり、商品供給が客の要望に完全に答えられない状況にある。また、買い控えが続いている。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・生活防衛行動は高まっている。不要不急のものは一切買わないとする購買行動や購入するにしても十分吟味の上、次回の来店の際に購入するなど時間がかかっている。将来不安がなくならない限り、このような行動は続くであろう。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・1人当たりの販売額、買上点数が減少している。東日本大震災以降、若年層の購買マインドは回復傾向にあるが、年配層では、通常ならば10点購入するのに対し2点にとどめておくといった買物に対するわくわく感が盛り上がり切らない客が多い。
	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・3～4月の累計の来客数をみると、前年同期の96%にしかならず、客の動きはまだまだ停滞している。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災以降、前月は当地においても防災用品や非常食などの買いだめが発生し、売上が増加したが、今月に入り買いだめ分の需要がなくなった。また、地元の春の祭の自粛が多くの地区で見られ、町内会や家庭からの食材など関連商品の注文が減少している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・客が必要とする以上の容量の商品や嗜好品の売行きがやや下降気味である。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により商品入荷がままならず、特売品目も減少し買上点数が下がり気味である。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で節約傾向が見られる。また、たばこの入荷が少ないため、1人当たりの購買金額が低下している。
	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・国産たばこの出荷制限によりたばこの在庫が壊滅状態である。これによる客離れが激しい。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前月は東日本大震災の影響で消費は縮小傾向にあったが、今月は戻ってきた。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・どちらかという不要不急の衣料品を積極的に購入しようという雰囲気はない。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で遅れていた仕入はほぼ正常に戻ったものの、マンネリ化しているのでもいままさら驚かないが、荷動きはすこぶる悪い。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電エコポイント制度の終了や、東日本大震災の影響による商品供給が不安定なこともあり、販売量としては減っている状況である。
	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・エコカー補助金の打ち切りにより、前年9月以降大変厳しい状況であったが、年度末を迎え若干回復基調に移りつつあった。しかし、未曾有の東日本大震災に遭遇し計り知れない影響が出ているものと推測している。自動車販売では完成車が在庫しないので手の打ちようがない。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・間際になって個人客の予約は入るようになったが、間際まで空室があったために宿泊単価は下落している。	
通信会社（職員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響を受け、省エネ・節約志向が強くなっている。家計に占める通信費などについても例外なく節約傾向がうかがえる。	
通信会社（社員）	お客様の様子	・情報通信機器の販売台数が一部機種を除き、伸び悩んでいることから、景気が若干後退している感がある。	
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響からか、展示会の来場者数が例年と比べ少ない。	
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年に比べ寒い日が続いたことや、日中、東日本大震災関連のテレビ番組が連日放送されていたこともあり、特に、年配の客は自宅から出る機会がめっきり減っている。
	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災発生前から外食産業は良くなかったが、震災で駄目押しされた感がある。

一般小売店〔書籍〕（従業員）	お客様の様子	・客は本当に必要なものしか買わず、趣味、娯楽といったものの購買をかなり控えている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・店全体で、ポイントカード増強キャンペーンを実施し、はがきDMの郵送やカラー広告の新聞折込も実施した。来客数は増加傾向にあるが、婦人服ではセット買いの客が少なく、単品買いの客が多かった。また、4、5月に予定のある目的買いの客が多く、予定のない自家需要の客は少ない。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の自粛が続き、衣料品や行楽用品など行楽関係の商品の売行きが悪い。食品は自粛の影響を受けておらず、前年並みの売上で推移している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響からか店舗周辺にある宿泊施設利用者が極端に減少しているようである。出張客が激減し、これに伴い売上が低下している。また、自粛ムードのなか、週末においてもイベントなどが中止されており、買物利用が減少している。さらに、たばこの入荷がないため、客単価が低下し全体的な売上也芳しくない。
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・「軽・短・小」と控えめな消費傾向は相変わらず変化がない。メーカーもこの傾向に合わせる商品企画や販売支援策で需要の掘り起こしに懸命に取り組んでいる。さらに販売店は引き合いを受注するため、種々の販売経費を注ぎ込んでいる。結果として単価は低下しているが、現状はやらざるをえない状況である。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の入荷が無く、売上げが大きく減少した。新車ディーラーではあるが中古車の販売を主として営業をかけ、客の情報を収集しているが、購入に関して慎重な客が多い。
乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、自動車の生産は前月に引き続き回復せず、車の販売量は前年同月の40%を下回っている。
住関連専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後、来客数が減少している。資材供給不足で家屋の完成が遅れていることもあるが、購買意欲が欠けている様子が見られる。
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災後は、キャンセルと自粛により接待や会合は前年同月比25%の落込みが続いている。外国人の利用も台湾や韓国からの客は若干戻っているが、欧米からはゼロに近い状態である。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比71%、宿泊人員は同67%、宿泊単価は同106%と東日本大震災、福島第一原子力発電所問題でキャンセルが発生し、前年同月に対し大幅減少となった。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災以降、宴会の自粛、海外客の激減など売上は前年同月比20%減と大幅に低下した。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災後、キャンセルが続出し売上は前年同月比55%の減少となった。団体旅行も見合わせるところが多く全滅状態にある。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は大きい。すっかり自粛ムードが定着し、いまだに需要が冷え込んだままの状態である。震災復興需要に期待したが今のところ思うようにビジネスにつながっていない。
タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災から1か月間は自粛ムードが強かったが、後半になって薄らいできた。月間では、大震災の影響で売上が激減している。観光客数は大幅に減少し、官公庁も歓送迎会を中止するなどしていた。
タクシー運転手	販売量の動き	・花見シーズンであったが、これに伴って飲食店に入る客が少なかった。前月よりは改善が見られるものの、売上は依然として前年同月比20%近く下回っている。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・人気商材の在庫不足により予約はあるものの販売することができない。また、東日本大震災の影響により、携帯端末の入荷数が少なくなっており、全体的に客が希望する端末が用意できていない。

		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、風評被害によるキャンセルや自粛ムードの蔓延などで、前年同月比で30%以上の客の減少となっている。特に海外からの客は、通常であれば桜の時期でにぎわうが、今年は福島第一原子力発電所の風評被害によりほぼゼロとなっている。個人客の動きはやや回復傾向にある。
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く 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	・東日本大震災の影響で国内市場の受注が一時的に止まっていたが、今月に入り戻っている。ただ、海外向けは外国為替市場が予想に反して円高になり、苦しい状況にある。
	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	・販売単価、販売数量、商品構成ともに大きく変化は見られない状況が続いている。
		繊維工業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響もあり、受注面で勢いが低下している。特に自動車関連では生産調整を余儀なくされており、実質受注減となっている。
		化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・受注量は横ばいで推移している。
		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	・物が動きだした感はあるが、東日本大震災特需も不透明である。全体的な物量としては上昇が見られない。
		新聞販売店[広 告](従業員)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で前半は自粛ムードであったが、後半になり広告出稿量が増えてきた。前月に抑えていたものが今月に回ったようである。
	やや悪く なっている	一般機械器具製 造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響により受注が減少している。
		電気機械器具製 造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で従来品は生産量が落ち込んでいる。取引先は非常に慎重になっている。
		精密機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・取引先の全体的な受注量も、2～3月はそれなりの量を抱えていたようだが、ここへきて東日本大震災の影響がどれくらいかはわからないものの、減りつつあるようだ。
税理士(所長)		取引先の様子	・前月までは順調であったが、東日本大震災の影響により、生産面では部品の滞りや設備計画の延期など、販売面では自粛ムードなどにより、関与先では軒並み前年比減収傾向が顕著になってきた。	
悪く なっている	繊維工業(経営 者)	取引先の様子	・東日本大震災による自動車業界の減産、百貨店の売上低迷による影響が大きい。	
	建設業(経営 者)	競争相手の様子	・先代からの取引先である協力会社が自己破産した。今年に入り2社目であるが、いずれも取引先の建設会社の経営不振のおおりの影響を受けたものであり、建設業界の経営環境がますます厳しくなっていることを表している。	
	建設業(総務担 当)	それ以外	・受注価格競争は依然としてし烈である。採算を確保しての見積、入札価格では、ほとんど受注が見込めない状況で異常な価格競争が続いている。	
	輸送業(配車担 当)	取引先の様子	・東日本大震災により、電子部品などの供給が悪くなり、それに伴い家電・自動車関連を始めとして、ものの流通がますます悪くなっている。また、電力のコスト高により燃料費が高騰していくと思われる。	
	金融業(融資担 当)	取引先の様子	・東日本大震災の影響を受け、取引先の受注量、販売量に停滞感が見られる。	
	金融業(融資担 当)	取引先の様子	・当地においても東日本大震災の影響、特に、風評被害がじわじわ迫っている。自動車販売、観光業など幅広くマイナスの影響が広がっている。	
	司法書士	取引先の様子	・外食産業、自動車販売業などで支払い猶予、弁済計画変更の申し入れが多い。	
雇用 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・他の状況を見ると一時的なものと思われるものの、求人広告の現状は前年同月比150%と5割増加している。常用雇用、パートともに増加している。
	変わらない	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・年度替りでの派遣の需要も一段落した。一般企業からの派遣申出件数も減少気味である。産前産後休業・育児休業関係での需要が発生しているだけであり、まだまだ見通しは暗い。

	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は少しずつ回復傾向にあるが、採用に慎重な会社も多く、全体としては特別な動きは見られない。
	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・3か月前と求人数がほとんど変わらない。
	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・新規求職者数は、前月比16.0%の増加、前年同月比7.4%の減少となった。
	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・新規求職者数の減少幅は大きく、また雇用保険受給者数も減少傾向にある。
	民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・東日本大震災以後、企業は採用について慎重であり、どうしても不足の場合にのみアルバイト雇用や短期派遣で調整している。派遣依頼、紹介依頼が少ない。
やや悪く なっている	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・今年度の求人数が前年度より20%程度減少しており、一部企業では採用選考の日程を遅らせるなど東日本大震災の影響が見られる。
悪く なっている	-	-	-