

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	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・自粛ムードも緩み、買い控え傾向も徐々に弱くなったように感じる。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・節電、クールビズの影響で関連商品に動きがある。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は、前年の実績までには戻っていないものの、回復傾向にある。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・売上は前年並みに推移している。来客数は前年同月比94%と悪いが、客単価は同105%と上がっている。ミセスゾーンの婦人服の買い控えがみられた前月から一転し、セールで来店した客が多く、通常より多く購入する客がみられるようになった。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・前半は、例年より梅雨明けが早く盛夏商材の動きが良かった。しかし後半は、前年が猛暑だったこともあり、前年実績を下回った。特に食品の放射能汚染問題があり、牛肉の売上が低迷している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・梅雨明けが早かったこともあり夏物商材の動きが非常に良い。また、東日本大震災の影響で入荷が滞っていたたばこも通常通りの入荷状況に戻っていることもあって、客の買上単価が上がっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上の前年同月比は、相変わらず120%を超えている。中旬までに気温が急上昇したことよって、順調にソフトドリンクの売上も伸び、粗利益も伸びている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・前半は気温が高くエアコンが好調であった。また、アナログ放送終了によりテレビの販売も順調に推移した。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・総量はそれほど多くないが商談数が増え始めた。それに伴い、新型車の受注が取れた。
		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は依然続いているが、乗用車販売量は前年同月比約50%まで戻り、回復基調にある。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・アナログ放送終了により地上デジタルチューナーの駆け込み販売が好調に推移し、全体をけん引した。また、客単価も前年を超える結果となった。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・連休ごろから来客数が下がり始めている。賞与も東日本大震災の影響で企業格差があったこと、子ども手当の行方などの理由から、教育費のかかる子どもを持つ家庭では出費を抑えている。独身者でも物に対するこだわりもなくなり、バーゲンが始まって話題に上らず、堅実な消費になっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・団体客がなく、2、3人連れの2次会程度で顔ぶれに変化がない上、職種にもよるが、いろいろな問題を抱え厳しい話をしているものの、売上は前年同月と変わりはない。ここ2～3か月と比較すると上向いている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・夏休み期間に入り家族客を中心に間際であるが予約が入っている。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊人数は前年同月比95%、宿泊単価は同100%、総売上は同93%となり、宿泊人数が徐々に回復している。宿泊単価を下げる営業施策は今後の営業に影響を与えるため採用していない。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊者数は回復傾向にあるものの、レストラン、宴会利用はまだら模様の傾向にある。
	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・夏の個人旅行需要がようやく動き出した。ただあまりにもタイミングが遅すぎるので、今後残された期間の短さを考えると大きな期待はできない。天候不順や不安定な為替相場、原油価格高騰などが顧客の動き出しの遅さを誘発しているように感じる。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・例年になく前年より8日も早く梅雨が明け、連日暑い日が続いたため、タクシー利用があり、どの町も涼を求めて人出があった。	
	タクシー運転手	販売量の動き	・売上は前年並みを何とか確保しており、しばらくは続くともっている。	
	通信会社（職員）	お客様の様子	・アナログ放送終了となったが、客の家電製品への関心は高く、この傾向はしばらく続く。	

	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・相変わらず国内の一般団体旅行は東日本大震災後のキャンセルの影響で、前年同月比80%程度の水準となった。また、海外からの観光客数は、福島第一原子力発電所問題、燃油サーチャージの値上がりなどの影響もあり同50%程度の水準である。国内の個人旅行は前年同月実績を超える水準となり、全体的には来客数では同96~97%まで回復している。ただし、消費単価は、同91~92%とかい離がある。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災後の客の勤務先の動向、将来像が確認把握されてきたのか、受注も中長期管理先から上がってきている。
変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・セールが盛り上がり欠けた。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・暑さのせいか人出が極端に少ない日が多い。雨の日の夕方などは、怖いほど閑散としている時がある。バーゲンも前倒しで始まっているが、この時期になると半額でないと売れないような状況である。
	一般小売店[鮮魚](従業員)	販売量の動き	・若干の回復感はあるものの決して良いとはいえない。
	一般小売店[事務用品](営業担当)	販売量の動き	・もともと夏は売上が上がらない時期であるが、個々の営業部員でみると上がる人、下がる人がある。全社の売上目標は未達成に終わった。
	スーパー(店長)	それ以外	・前年の7月と比較すると、今年は後半から朝晩の気温の低下に伴い、この時期に売れるべきものが売れていない。また、食品の放射能汚染問題で牛肉関連の売行きが3割程度減少している。
	コンビニ(店長)	それ以外	・県内のコンビニ再編成によって近隣競合店が改装している期間の売上は、非常に良い状況で推移したが、改装後は元に戻る状況にある。競合店改装前となる3か月前と比較すると、売上には大きな変化は見られない。
	コンビニ(店舗管理)	来客数の動き	・主力商品である米飯を安価で提供を始めて好評を得ている。その上で、来客数は微増である。
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・前月後半から続いたセールが一服し、反動で今前半の来客数が前期より減少した。
	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・猛暑による実需品が売れている。
	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・5~7月は毎月同じような販売傾向がみられた。1~10日までは大変順調であるが、それ以降は伸び悩んでいる。月々の総販売額には変化が見られるが、この傾向がここ3か月続いている。買物は10日間で済ませるといふことだろうか。
	家電量販店(経営者)	販売量の動き	・地上デジタル放送移行に伴うテレビ及び関連品の異常な売れ方だけが目立っているが、台風通過後の気温低下によるエアコン販売数激減や白物家電の苦戦が続いている。
	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・車の購入間隔は明らかに伸びている。購入動機は現在の車の修理代がかさむことや事故や転勤などの突発的な理由がほとんどである。景気が良くなった、収入が増えたなどではない。
	乗用車販売店(経理担当)	販売量の動き	・新車の供給状況が良くなりつつあり、自動車販売業界としては良い傾向が見えているが、当社においては、上級車種などはまだまだ供給体制が整っていないので厳しい状況である。ただ、中古車市場や修理部門が好調なため、売上は前年比60%程度で推移している。
	その他専門店[酒](経営者)	販売量の動き	・必要なものしか買わない。財布のひもが固く余分なものを買わない。
	その他専門店[医薬品](営業担当)	販売量の動き	・生活に必要な消耗品を中心に商売をしているが、買上点数は上がっているものの来店頻度が低下しており、この動きに変化はない。
旅行代理店(従業員)	単価の動き	・客単価の落ち込みが著しい。超安近短の商品が売れ、超間際申込で単価下落傾向に拍車を掛けている。	
通信会社(社員)	単価の動き	・情報通信端末の販売数に大きな変動はない。	
通信会社(役員)	販売量の動き	・アナログ放送の終了に当たり、ケーブルテレビ事業者が行なうデジアナ変換によるアナログ放送継続に注目が集まっており、アナログテレビの有効活用手段として新規テレビ契約の取扱いが増えている。	

	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・全体的な販売数が低迷している中、注目の新商品発売とそれに伴う在庫状況が潤沢だったため、販売数の激減を抑えることができた。	
	その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・暑い日が続き、受託公共施設の利用者は伸びたが、会員制の施設ではほぼ例年どおりの来客数になっている。	
	美容室（経営者）	来客数の動き	・来店サイクルを短くするために、いろいろな施策を講じているが、依然として来客数の減少に歯止めがかからない。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・ここ最近では東日本大震災の影響からか、土地の購入や住宅の建て替えなどの建築の動きに関しては、客の動きに慎重な傾向がみえる。	
やや悪くなっている	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・来客数が増加し買物意欲が高まっているなか、食品の放射能汚染問題で買い控える商品もあるため、やや悪くなっている状況である。	
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・買物の判断基準は、節電、節約、エコなどがキーワードになっている。生活に密着した物については購買されているが、高額品、ぜいたく品など生活に密着していない商品については動きが悪い。	
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・バーゲン、クリアランス商戦も終盤を迎えるが、今すぐ着用できるTシャツやカットソーの品切れ、サイズ切れで販売に結びついていない。夏本番を迎えるに当たり、婦人服売場では晩夏、初秋向け商品を展開しており苦戦をしている。	
	スーパー（店長）	お客様の様子	・熱中症関連商品、猛暑対策商品、具体的には、消耗品・UV・ベビー用品・寝具などは非常に好調な動きを示している。地上デジタル放送対応テレビは一時的であるが前年比330%の伸びを示している。しかし、一時的な需要に対応して大きく伸びているだけであって、一般的に見れば決して明るくはない。	
	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると、来客数の前年比の伸び率が縮小している。	
	衣料品専門店（総括）	来客数の動き	・急激に来客数が少なくなった。	
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響による省エネ家電への買換えも一段落し、テレビの地上デジタル放送への切り換えも終了した。そのため家電商品への需要は3か月前よりは減少している。	
	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・節電による企業の休日変更によってか、特に土曜日の来客数が減少している。売上が、平日は少し上がるも取り戻せていない。これがいつまで続くのかが不明である。	
	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・前月から順調に法人利用が復活し料亭部門は例年並みに推移していたが、食品の放射能汚染問題で、ステーキ専門店の客足が大きく後退している。稼ぎ時の夏休みに大きな打撃を受けている。	
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・他社はモデルハウスの建築を行っているものの、土地の問い合わせなど客付けの動きが全く見られない。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・商談開始から成約までに要する時間が長くなっている。また、競合による値引きなどにより利益率も下がっている。	
悪くなっている	-	-	-	
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	・受注状況は全体的に低位安定している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、落ち込んでいた国内の設備投資が動き出している。この影響で当社への受注も上向きである。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品はスマートフォン関連だけが好調で、その他に目立った動きはない。スマートフォン関連部品中心の同業者は好調だが、その他は低迷していると聞いている。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・4、5月を底に回復はしているが、売上は前年並みである。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産取引に動きが出てきたとする同業者が3割までに上がってきた。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・折込広告の各スポンサーのチラシ出稿量がここ3か月連続で前年実績を上回っている。

変わらない	食料品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・3か月ほど前から受注数量は増えており、この傾向は直近月も変化はない。ただ、販売価格が下がっている状況が続いており、収益性は厳しい状況が続いている。	
	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えず現状維持である。	
	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	・住宅市場は相変わらず低迷しているが、自動車関連でも一部生産調整が入っているため、良くない状況が続いている。	
	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に国内商品においては東日本大震災の影響を心配していたが、現在の受注量は総量的には3か月前とほぼ同程度で、新商品が引き続き好調である。	
	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て特需による増収要因と被災地からの影響による減収要因が相まって、相殺されている状況が続いている。	
	司法書士	取引先の様子	・大きくはないが、長く営業していた企業や店舗の廃業、倒産が多くなっている。	
やや悪くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注に力強さがなく、先行き不透明感が強くなっている。	
	輸送業（配車担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、消費の冷え込みに伴って物流が動いていない。また、燃料費などの高騰が収まらず、コストアップにつながり、厳しい状況になっている。	
	税理士（所長）	取引先の様子	・取引先のなかで、製造業ではここ2～3か月順調に推移していたが円高の影響が徐々に大きくなっている。また、電力関係で脱原発がどうかなどで揺れ動いており、企業は様子見の状況である。建設業では予算の執行が十分に行われていないため、県内各地とも公共工事がなかなか執行されておらず、建設業の厳しい経営状況が続いている。そのため、倒産が続く可能性がある。	
悪くなっている	建設業（経営者）	競争相手の様子	・今月、またしても地元の老舗建設業者1社が経営破たんした。最近ほとんど受注していないところに、銀行から支援打ち切りを告げられ、あつという間の出来事であった。	
	建設業（総務担当）	取引先の様子	・見積、入札競争で、価格に大きなばらつきがあり、最高価格と最低価格で約2～3割の開きがみられるケースが散見されるようになった。いずれにせよ依然として価格競争が厳しい状況が続いている。	
雇用関連	良くなっている			
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・短期的な仕事ではあるが、仕事量の増加に伴う求人数は増えている。そのため、以前に比べれば若干良くなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の売上は、前年同月比15%の増加である。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・事業拡張や生産増による人材確保のための需要は依然として見受けられない。産休や育休、一時的欠員によるものがやや発生している程度である。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は3か月前とほとんど変わりが無い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の対前月比増加が見込まれる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は14か月連続で増加しているが、増加幅が小さくなっている。新規求職者数は前月は増加したが、今月は減少した。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・派遣需要と派遣希望登録者数が、3か月前と比較して増加していない。突発的に明日からとか、来週からとか急な派遣依頼があるがマッチしにくい。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は若干の増加傾向にある。なお、例年通り学生の就職活動の長期化が見られる。
	やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-	