

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	-	-
		一般小売店〔書籍〕 （従業員）	・文具業界内で新製品、新企画などが多く見られる。市場も回復傾向に感じられ今後に期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費者にとっては、エコカー購入補助金やエコカー減税など自動車関連の政策に優遇感が感じられ、3月までは良いと思われるが、4月以降は現在のところ不透明感が強い。
		乗用車販売店（経理担当）	・前年は東日本大震災などの影響が大きく自動車業界は大変苦労したが、本年は補助金の復活やエコカー減税の継続が見込まれ、さらには各メーカーからの新型車の発売もあり好調に推移するだろう。計画以上の受注が確保できた1月の勢いが2～3月にかけても衰えず、春商戦は期待できる。
		一般レストラン（店長）	・現状の客単価、来客数の増加傾向が春に向けても衰えることはなく、明確な動きとなりそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約の勢いを見ていると、東日本大震災が発生する前の状況に戻っており、ここ2～3か月は明るい。
		通信会社（職員）	・春以降に、新商品や新サービスに対して消費者の反応を期待したい。消費税引上げ機運が高まるにしたがって、引上げ前に対応しようという動きが広がり、一時的には景気が良くなると推測する。
		通信会社（営業担当）	・新入学生向けの販売とは別に新スマートフォンが全て出そろい、その販売が全体をけん引すると思われる。
		通信会社（営業担当）	・今後しばらくは、欲しいもの、必要なものに対してはお金をかけるという傾向が続く。
	住宅販売会社（経営者）	・客の様子から判断すると、この2～3月にかけては、やや良くなる手ごたえを感じる。	
	住宅販売会社（従業員）	・復興支援・住宅エコポイントが創設され、客の動きに期待できる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・購買意欲が向上するような動きが期待できない。
		商店街（代表者）	・例年2月は売上も厳しい時期だが、東日本大震災から約1年が経過し、消費は増えるというよりは減少する傾向が強いのではないかと予想する。
		一般小売店〔精肉〕 （店長）	・3～4か月前にテナントとして入居しているビルが設備投資を行い好調を維持している。しかし、今後さらに伸びるかかどろかは疑問が残る。
		一般小売店〔事務用品〕 （営業担当）	・4月までは建設業は忙しいと聞いており、こういった業界に見込み販売をしていくしかない。それ以降は、世界情勢、金融などに客がどう対応するのかが不透明であり、不安要素である。
		百貨店（売場主任）	・天候の状態にもよるが、例年より早い春商材の投入もあり、客の来店を促進できる企画を開催できる。
		百貨店（営業担当）	・婦人ファッションでは春物が動く時期となるが、来店はあっても下見で終わったり、セールを見るだけの客が多い現状からの回復は難しい。
		百貨店（売場担当）	・すぐに必要な防寒衣料品などは上質な商品で価格が下がったものが売れている。来客数は、食品部門が衣料品部門よりは良いが、客単価が前年同月比97%と落ち込んでおり、今後も不安定な状況が続くものと予測している。
		スーパー（店長）	・景気が変わる要素が見当たらない。当地では電気料金、ガス料金の値上げが3月に予定されており、これが消費行動にどう影響を与えるかが気かりである。
スーパー（店長）		・デフレ傾向が強まるなか、消費税増税など客の今後の方向が不透明になっていることから、良くなる状況は当面ありえない。	
スーパー（総務担当）		・東日本大震災以後、商品の動きが大きく変化しているため、これからの商品動向が予想しづらい。	
スーパー（総務担当）	・悪材料や好材料はさまざま耳にするが、業界全体では横ばいと感じる。ただし勝ち組、負け組の差は拡大すると予測する。		
コンビニ（店長）	・来客数に大きな落ち込みは見られないものの、食料品、趣味娯楽商品などを始めとして販売量自体が減少している。通常、販売量の悪い1、2月であるが、このまま2月も同様な動きとなるであろう。		
コンビニ（店舗管理）	・例年よりも大雪が予想され、閉塞感が漂い、良くなることはない。		
衣料品専門店（経営者）	・天候によって一喜一憂しており、今後も予断を許さない。		
衣料品専門店（経営者）	・建設関連の知人は民間には期待ができないと話しているものの、身の回りを見れば、良い材料も悪い材料もない。		

衣料品専門店（総括）	・景気が良くなる要素が見当たらない。	
家電量販店（経営者）	・特に目新しいニュースも無く、新商品発売も無い。	
家電量販店（店長）	・この状況はしばらく続くと思われる。オリンピックなどのイベントを期待して待つしかない。	
自動車備品販売店（従業員）	・新車納車待ちの客情報も多くなり期待感もあるが、純正装備品への移行も強く、市販市場では恩恵も少ないと考えられる。	
住関連専門店（店長）	・飛躍的に変わるとは思えず、この状況はまだまだ続く。	
その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・消費税引上げの議論の心理的影響が大きく、不要不急の商品の買い控えが続く。	
一般レストラン（スタッフ）	・消費税や年金の問題など、先行きに対する不安から、無理な節約はしないが無駄使いもしない傾向にある。バーゲンにも無駄なものを買ってしまうから行かず、ネットで欲しい物だけ価格比較して購入している。	
観光型旅館（経営者）	・週末はある程度予約は入っているが、平日の集客に苦戦している。2月、3月と総会シーズンだが予約の取り込みに苦戦している。また、一つの団体が小規模化しているのも集客人員が伸びない要因の一つと考えられる。	
都市型ホテル（スタッフ）	・レストランの予約状況から考えると、第3四半期からの上向き傾向を維持し、今後3か月の見通しとしては大きな変動は無い。	
旅行代理店（従業員）	・心理的に現状の中途半端な状況から明るい方向に改善されないと旅行には向かわない。様子見の状況に変化はない。	
タクシー運転手	・客との会話のなかでは将来に向けて良い話は聞かれない。	
通信会社（社員）	・引き続きスマートフォン販売は好調に推移する予定である。	
通信会社（営業担当）	・企業からのスマートフォン導入の声が増えてはいるが、客からの問合せや申込に至るまでの変動がないため、今後も状況に変化はない。	
通信会社（役員）	・大手通信事業者との競合が激化しているなかで、当社も対抗商品を出すべく準備を進めており、今後順次効果が出てくる。	
テーマパーク（職員）	・全体的には前年並みで推移すると予想している。個人客は、これまでの傾向から今後も前年同月比でややプラスに推移する。一方、一般団体、募集ツアー、海外団体客の予約は前年を下回っている日が多く、前年水準の維持は難しい。	
その他レジャー施設（職員）	・雪の状況に影響されるが、大きな変化はないであろう。	
美容室（経営者）	・景気が良くなる雰囲気にはなっていない。	
住宅販売会社（従業員）	・大きな影響が考えられる消費税の税率アップがどのようになるかがポイントであるが、駆け込み需要も受注の先食いとなる可能性が強く先行き不透明である。	
やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・春に向けての新商品や、トレンド商品など流行にかかわる部分の商品に対する客の関心が薄くなっている。実用第一で衣食に中心を置いた購買行動が見られ、価格に対しても十分吟味しており、まだまだ財布のひもは固い。
	スーパー（店長）	・社会保障と税の一体改革の議論が長期的に高まり、先行きが見えづらくなっている。不要不急の商品の購買にはなかなかつながらない状況が続く。
	コンビニ（経営者）	・近隣に異業態の大型店があり、その店に寄ってから、当店に来店する客が明らかに多くなっている。そのため、当店では必需品だけを購入する姿を多く見るようになった。売上や利益が好転する状況にはない。
	乗用車販売店（経営者）	・客の希望車種が低燃費、低価格、エコカーなどに集中している。対応車種だけでは計画台数を割り込み、客単価も収益も低下する。
	スナック（経営者）	・県外からの鋼材関係の客は現場が忙しいため今年は良くなると話しているが、為替の変動や気候などに左右されるこの頃では当店の売上にはプラス要因とはならない。また、2次会利用の多い当店では、客足が遠のいてると実感し、近隣の同業者が今月で閉店するとの話を聞き不安になっている。
	観光型旅館（スタッフ）	・予約保有でみると前年同月比102%から88%と各月で大きな開きがある。今後、東北支援の動きとして東北地方への観光客が増えてくると、前年実績を確保するのも厳しくなることもあり得る。
	タクシー運転手	・12月、1月とタクシー利用は何かと多かったが、今後は利用も減少し、供給過剰の状態が改善されない限り、売上は改善されない。
	競輪場（職員）	・ここ数年のこの期間の傾向を見ると、購買率が5～7%減少して推移している。現状でこれといった打開策が見つかっていないことを考えると、やや悪くなると予想される。

		住宅販売会社（従業員）	・社会保障と税の一体改革の動きが不透明ななか、高額商品である住宅で需要がどうなるかわからない。時期に左右される状況にある。
		住宅販売会社（従業員）	・毎年1月は一定数の客の動きが見込め、2、3月の契約につながっている。しかし、今年は来客数が少ない上に競合相手の値引きもかなり強いので消耗戦になっている。
	悪くなる	コンビニ（経営者）	・1月中旬、2月上旬と近隣に同業他社の店舗が進出し、さらに厳しくなると予想している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・社会保障と税の一体改革により消費税増税が見込まれており、ますます財布のひもは固くなっている。消費者が商品やサービスを買わないため、金が回らず、悪循環となっており、景気を冷やしている。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・外国為替市場でユーロが少しずつ戻っているので欧州からの受注に期待ができる。また国内も本格的な復興需要が出ると思っている。
		司法書士	・これまでほとんどなかった事業用資金の担保権設定、住宅用地以外の売買があった。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・販売単価の上昇、販売量の微増の要因については、自社努力以外の要因が見当たらないため、現時点ではこれ以上の伸張は厳しい。
		繊維工業（経営者）	・政治や経済ともに非常に混沌としているため、見通しは不透明である。仮需要も非常に慎重である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・3か月や6か月で変化する状況にはない。タイの洪水の影響で当社の受注に変化が見られそうであるが、まだまだ不透明である。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現在と変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・円高状態の継続、設備投資の冷え込みの継続などにより回復の見込みがない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・電子部品関係はスマートフォン関連のみ活況を呈しており、その他については、横ばいまたは減産を強いられている。
		精密機械器具製造業（経営者）	・特に欧州や米国向け商品については依然厳しく、為替をはじめ好転する状況は見られない。
		輸送業（配車担当）	・原油高などに伴い、燃油価格の高騰が続いている。今後安くなるとは思われず、コスト負担が上昇し、現状より良くなると思われない。
		金融業（融資担当）	・景気の緩やかな回復の動きを探るものの、ここ数か月は引き続き横ばいが続く。
		不動産業（経営者）	・個人客からの話では、不動産取引が活発に動いていることはないとの声が聞かれ、変化はないであろう。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今のところ通信販売系1業種のみが激しい落ち込みなので様子見の状況である。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・円高とともにユーロの動向が懸念され、欧州市場が大きく後退することにもなれば、中国も含め、影響がさらに大きくなり、輸出関連のビジネスが縮小するのではと心配している。
		輸送業（配車担当）	・原油価格は高止まりしているが今後はさらに上がる気配もある。トラック運賃の値上げも難しく年度末に向け厳しい状況が続く。
		通信業（営業担当）	・個人向けは当然ながら、企業向けでさえ電話機など数十万円の大きな買い物をする場合は、必ずと言っていいほど数社の価格の比較をしており、サービスよりも価格が重視されている。
	悪くなる	建設業（総務担当）	・年度末を控え、受注確保のための価格競争は、工事発注量の低調な見通しから一段と激しさを増し、受注、採算とも依然厳しい状況が続く。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・有効求職者数は減少傾向が続き、職業相談窓口利用者数が減少している。有効求人数は増加傾向である。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・大幅な増員計画をしている企業は少ない。また、要求する人材のレベルや質が高く、長期的に求める企業の要望に対し、マッチする人材がいいため成約しない。
		人材派遣会社（社員）	・今春の新採用者の就業時期を間近に控え、派遣スタッフへの需要は乏しい。また、客からの要求スキルの水準が高くなっており、マッチングしないケースが増えている。
		求人情報誌制作会社（編集者）	・工場を始めとして正社員募集の求人原稿が増加してこない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・円高などが景気の足を引っ張っており、製造業の求人が少ない。
	やや悪くなる	-	-

悪くなる

-

-