

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〔精肉〕 （店長）	・東日本大震災の影響も少しずつ薄れており、購買意欲が高まると予想される。自粛マインドも薄れる方向にある。
		一般小売店〔書籍〕 （従業員）	・東日本大震災の影響も薄れており、顧客全般に購買意欲が戻ってきた。
		百貨店（売場主任）	・前年の東日本大震災での落ち込み分はカバーできると考えられるが、懸念材料は原油価格の高騰であり、消費マインドに影響を与えそうである。しかし、エコ関連商材は継続してプラス要素として見込める。
		百貨店（営業担当）	・ファッションの動きは不透明であるが、イエナカ消費という観点からは、住食関係は堅調に推移していくであろう。全般的にはわずかでも消費の盛り返しが実感されよう。
		コンビニ（店長）	・給料日明けの動向をみると回復傾向がわずかだがうかがわれる。3月末ごろには回復感が見られたので、4～5月にかけてもこの流れが続くと思われる。客との会話でも景気の悪い話は聞こえてこない。
		コンビニ（店舗管理）	・東日本大震災があった前年度との比較では閉塞感の緩和がみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・最近の株高、円安などをどう評価するか。一方、ガソリンの高騰や給与の停滞をどう評価するか。どちらに重点を置くかによって先行きの判断が変わる。自分のポジションがどこにあるかで変わる。
		乗用車販売店（経理担当）	・エコカー補助金の復活やエコカー減税の継続などにより、今以上に需要を喚起するものと思われ、新型車効果も含めて、しばらくは前年以上の販売が期待できる。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・冬場は車での来店が多いが、天候がよくなれば、自転車や徒歩での来店が増加する。また、農作業が始まるので飲料や菓子などの食品や栄養ドリンク、シップ剤の動きが活発になる。
		観光型旅館（スタッフ）	・3月より予約状況は前年の120%を超えている。しかし間際受けがどれだけ伸び、インターネットでの予約がどれだけ伸ばせるが課題といえる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年の東日本大震災の影響を考慮した場合、どの部門とも予約は例年並みに受注している。
		旅行代理店（従業員）	・既存の客はもちろん新規の客からも問い合わせや申込が、団体個人を問わず増えている。また、これまで控えていたと思われる東北方面への旅行企画依頼も増えている。
	テーマパーク（職員）	・個人旅行の動きは堅調に推移しており、募集ツアーや団体旅行の先行予約も、前年同月比では順調であるため、ややプラスの方向に改善する。	
	美容室（経営者）	・今年に入って来客数、売上、客単価といずれもが前年同月を上回っており、この上向き傾向は本物のように思える。	
	住宅販売会社（経営者）	・見込み客の様子を見ているとやや良くなる感触である。	
	住宅販売会社（従業員）	・将来の消費税増税が見えており、増税前に新築を考える人が増えてきた。今後ますます増えてくると予想される。	
	変わらない	商店街（代表者）	・イベントや行事が年々減少し、生活自体に消費の抑制が感じられる。
		商店街（代表者）	・前年は東日本大震災直後ということで景気が低迷していた時期であり、前年比だけでみると好調のようだが、前年同月が悪いだけである。景気が良くなったといえるまでにはまだまだ時間がかかりそうである。
		一般小売店〔鮮魚〕 （従業員）	・希望的観測では悪化はないだろうが、良くなる材料も見当たらない。
百貨店（営業担当）		・春物、初夏物のなかでは特に大きなヒット商品の予測もない。また、春物の立ち上がりから見ると、お出かけ用の衣服一式を購入するのではなく、後々使い回しのできるものの購入、家にあるものを併用してプラス1点の購入などなるべく量を増やさないように買物をしているようで、今後大きく数字が伸びる予想は立てにくい。	
百貨店（営業担当）		・最近の1か月では、自社カードのダブルポイント付与や分割払い手数料無料など特典を付けると集客、売上が確保できた。そのため、今後の予定からみるとほぼ現状の水準を確保できるだろう。	
百貨店（売場担当）		・生活に必要な最低限のものを購入するといった姿勢に変化はない。ただし、雪解けや春らしい気候が続くと徐々に衣料品を中心に売れると予想している。	
スーパー（店長）		・今のところ、悪くなる要素も良くなる要素も見られない。ただ、この後、消費税増税議論の影響は出てくるであろう。	

スーパー（店長）	・現在、食品の買上点数、客単価ともに前年を下回っており、まだまだこの状況が継続する。東日本大震災による需要も商材によってはまだまだかなりあり、しばらくはこの傾向が続く。
スーパー（総務担当）	・ガソリンの値上げによる影響が、製造や物流のコストに大きな影響を与える可能性が高いのが不安材料である。消費についてはやや上向き傾向と思われる。
スーパー（総務担当）	・電気料金、健康保険料など値上げが続くため、消費者は引き続き無駄な出費を控えるだろう。
コンビニ（経営者）	・ファストフード類や店内調理の惣菜、おにぎり、サンドイッチ、デザートなどは好調だが、日用品や飲料などは悪くなっている。今後もこの傾向が続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・今後、現状が大きく好転していくことは考えにくい。消費者の価値観と合う商品については、価格にかかわらず引き続き売れていく。
衣料品専門店（総括）	・消費税、電力料金、ガソリンなど不透明な点が多く消費が回復するとは思えない。
家電量販店（店長）	・現状では期待できる商品が少なく、前年のエコ家電需要も今年は薄れている様子が見受けられる。
家電量販店（店長）	・節電商品を押し出して高単価の商品でテレビの落ち込みをカバーするのがやっとなのである。前年同月は地上デジタル放送移行でテレビの販売額が全体をけん引していたが、今年はどこまでカバーできるか難しい。
家電量販店（管理本部）	・大型商品の販売状況の推移を見ると、今後新しいカテゴリーの商品が出てこない限り売上に大きな変動は見込めない。
乗用車販売店（経営者）	・小型化、低燃費で低価格の戦略車と限定車で対応して受注を獲得するが、大きく期待はできない。
自動車備品販売店（従業員）	・前年と比べても4月以降の特需的な要素がなく、現状の単価低下、高額品の買い控え傾向からの変化はない。
住関連専門店（店長）	・良くなる兆しが見えず、現状がまだまだ続くと考えられる。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・人や物が動く季節になるが、それほど多くの期待は持てない。
高級レストラン（スタッフ）	・前年5月以降では売上は底を打ったが、3年後に開通する北陸新幹線以外に環境が良くなる要因が見当たらない。
一般レストラン（スタッフ）	・消費税や電気料金値上げの問題もあるが、車社会の北陸にとってガソリンの値上がりが一番家計を圧迫している。休日は近場で過ごす傾向にある。
スナック（経営者）	・会社経営者の客からの話では良くなっていく気配があると思っていたが、先々の不透明感や原料高、国際的要因によるリスクなどで落ち込むようでは、プラス要因も相殺されてしまう。
観光型旅館（経営者）	・春以降、東京スカイツリーの開業や東北支援など人の流れが東へと動いていくように思われる。
都市型ホテル（スタッフ）	・「春」という季節が消費者心理を浮き立たせることはあると思われるが、今より良くなるという積極的な理由は見当たらない。
旅行代理店（従業員）	・消費税をめぐる政局の不安定感や原油高さらには原子力発電所問題からくる夏場へ向けての電力不安などが影響し、旅行業界への先行きが明るくなる要素が見当たらない。ただし、当地では比較的電力事情が安定しているため、不安定になると予想される地域を避け当地に目を向ける可能性も残されている。
タクシー運転手	・変化するための明るい要因に乏しく、さらに他社と競合するためこの先期待できない。
通信会社（職員）	・これといった良い材料がなく、現状を維持するのが精一杯である。
通信会社（社員）	・携帯電話の販売量は大きくは変化しない。
通信会社（営業担当）	・新商品が発売され、スマートフォンの買換え需要は伸びているが、販売量はここ2～3か月は横ばいで推移している。今後も著しい変化はないであろう。
通信会社（役員）	・大手通信事業者との競合がますます厳しさを増すなかで、当社でも高速通信サービスの内容見直しや強化に努めており、今後その認知度の高まりにより、市場の拡大と契約数の増加に寄与するものと考えている。
競輪場（職員）	・現状を打開すべき解決策が見当たらない。引き続き厳しい状況が続くと予想される。
住宅販売会社（従業員）	・新築の注文住宅に積極的な動きがみられず、横ばいである。

	住宅販売会社（従業員）	・消費税の問題がどう決着するのかを含め先行き不透明である。客の値引き依頼も依然として強く、契約件数が横ばいでも金額で伸び悩むとみている。	
やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・この時点でわかる限りでは、まとまった案件がない。世の中が動くようになれば、OA関連の入替えなどのタイミングがあると予想されるが、現状では動く気配がない。	
	スーパー（店長）	・消費税増税に対する不安感が客にみられる。	
	コンビニ（経営者）	・前年の東日本大震災時の飲料や電池、小物品など特需の反動で、今後3か月は粗利が大きく落ち込むと予想される。	
	衣料品専門店（経営者）	・中東情勢をにらんだガソリンの値上がり、景況感を押し下げる要因の1つとなる。	
	乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税やエコカー補助金による需要の前倒しが見られ、その反動が予測される。	
	タクシー運転手	・ガソリンや食料品が値上がりする一方で、所得が上がっていないことを考えると景気は冷え込んでいくものと思われる。	
	通信会社（営業担当）	・毎年恒例の新商品発表前の買い控えが発生すると思われる。また、在庫処分商品の販売価格低下が見込まれるため、在庫不足に陥り、購入を希望する客にいきわたらない可能性がある。	
	その他レジャー施設（職員）	・子ども会員の減少分の確保が新年度当初には難しい。また、燃料費が大きく上昇しており、当面下がる見込みが少ないと判断している。	
	住宅販売会社（従業員）	・当社の実績に表れていないが、公表される着工棟数などの前年同月比が低下している。また、資金的に厳しい客も増えている。	
	悪くなる	-	
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・円高が幾分是正されており、欧米への輸出が7割近い当社にとっては円安は良い材料である。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・衣料関係では、これから秋冬物の仮需が発生し受注が良くなるとともに、非衣料関係では、車関係で先行きの受注見通しが明るい。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・引き続きスマートフォン関連の部品の受注は、2～3か月後まで異常なほどの受注が入っている。ただし、その後は全く状況が見えない。
		金融業（融資担当）	・原油高や消費税増税問題で消費者心理が冷え込む恐れがあるが、株価が底打ちした心理的影響のほうが大きく、消費者は心理的に明るくなるであろう。この影響で、消費者に近い業種から川上までさかのぼり、製造業にまで好影響を及ぼすであろう。
		税理士（所長）	・公共事業でのデフレ的な工事発注による価格低下がマイナス要因ではあるが、民間では物の流れが良くなっていると感じている。原油高で問題はあつたものの、物が動き始めていると実感しており短期的には回復が見込まれる。
変わらない	繊維工業（経営者）	・為替が多少改善しているものの、円高基調は変わらず、輸出関連の苦戦が続く。一方、国内は復興需要が期待でき、大きな下支えになる。	
	プラスチック製品製造業（企画担当）	・今の状態は3～4か月で変わるものではなく、半年、1年続くとみている。	
	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。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内需要、特に設備投資の回復が見込めない。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・3か月先までの生産計画数量は、現状と同水準の推移となっている。海外向けについても一時的かもしれないが、為替の安定感から現状と同水準が続くであろう。	
	金融業（融資担当）	・円高の修正、株価の修正で目先の期待感はあるものの、足元の実態としては引き続き現状の状態が続くと思われる。	
	不動産業（経営者）	・同業者や法人取引先に聞くと、一部に先行き明るくなる期待感があつたものの、良い話は少なく現状が続くものと思われる。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・東日本大震災後から1年が経過する3月11日以降の受注の増大は長続きせず、特需にすぎないように感じる。	
	司法書士	・マンション新築や住宅新築などであれば、今後、建築業、ホームセンターなど波及効果が考えられるが、多くの取引があつた既存マンション、中古住宅の売買が中心では大きな変化は見込めない。	
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・燃料費の値上がり幅、原料、包装資材の値上がり幅がますます大きくなり、なお一層収益に与える影響が大きくなっていく。

		輸送業（配車担当）	・消費税の増税が予想されるなかで、消費者の購買意欲が減退し、また、一週間単位で原油価格が上がっているため燃料費の負担が大きくなり、経営を圧迫するであろう。
	悪くなる	建設業（経営者）	・4月の手持ち工事がほとんど無い状況であり、新年度に発注予定されている工事も地域的に偏っており、受注の見通しが立たない。発注時期も7月以降になると思われる。
		建設業（総務担当）	・製造業では計画中の設備投資の先送りが続いており、工事発注量は依然として低調な状況が見込まれ、受注価格競争はますます厳しさを増していく。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新年度を迎えるということもあり短期の案件が主であるが、求人数が徐々に増えており今後も微増傾向にあると思われる。
		職業安定所（職員）	・製造業や建設業など基幹産業の求人が増加しているが、個人消費関連企業の求人が減少しており、注視が必要である。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・企業側での特別企画要員や業務多忙による増員計画でもない限り、派遣需要は増えそうもない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員の雇用計画をあまり聞かない。
		職業安定所（職員）	・3月に入り、原油高騰など先行きに不安感が出ている。事業主から休業実施計画届の相談はあるものの、新規休業実施計画届の提出は今のところない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・派遣やパートの求人広告をだしても問合せや応募者が極めて少なく、求職者探しが難しくなっている。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-