

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：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  (北陸)	-	-	-	-
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・富裕層は購買意欲が旺盛であり、特に絵画や高級輸入時計の動きが堅調である。特に絵画の企画が大成功となり、全体売上がけん引している。クリアランスセールが前年より前倒しスタートとなっている要因を除いても、売上が前年を超える見込みである。
		スーパー（店長）	単価の動き	・気温上昇に伴って購入点数も上がっているなかで、肉の販売状況が好調である。特に、単価の高い商品が好調に推移している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・気温が高く、エアコンの販売量が前年より増加している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車、中古車共に、前月と比べて少しではあるが売上が伸びている。
		自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・例年より高額商品の動きが早く、客単価も向上している。目的商品だけでなく、品定めをしながら数点を購入する客が増えたようである。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・地元客の動きは良くないが、観光客の動きは、この時期とすれば良くなっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・例年より悪い状態になってきているが、当店における年2回の予約が6月末に予定どおりあり、ほっとしている。ただし、前年同月比7割の状態である。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・土地や建物の販売状況を見ると、新しく売り出された土地での新築だけでなく、数年間売れ残っていた土地で新築需要が3件あった。土地探しも含めて新築需要の力強さがみられる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の空き店舗の数は減っているものの、新たに入るテナントの多くが居酒屋チェーンなどの飲食店であり、夕方からの営業がほとんどで日中は閉店している。商店街全体としての来客数アップには、残念ながら余り貢献できていない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・空梅雨の好影響によって、夏物衣料の売行きを期待している。しかし、例年と大して動きは変わらない。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	来客数の動き	・来客数が少なく、集客イベントを行っても目標来客数が達成できない。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・気温上昇とクリアランス効果によって、夏の婦人ファッション関連商材が先行して動いている。ただし、客の購買行動は相変わらず慎重である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・商品価値があれば高単価商品でも動きはみられるが、必需品以外の嗜好品の動きは弱い。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・気温の変動で品目によっては販売量に差があるが、おしなべて前年並みであり、目立った変化はない。
		スーパー（統括）	単価の動き	・節約志向は底堅く、必要なもの以外の購入がみられない。青果の相場安や鮮魚の不漁などで生鮮部門が苦戦している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数が増えていない。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・原料価格高騰により、月初に米飯、総菜類の値上げを実施している。客単価は当然上昇しているが、来客数は減少している。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・気温の変動が大きく、夏物商材が販売量を引き上げていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・毎月の販売総数は例年と余り変わらない。小型車が少なく、軽自動車の割合が多くなっている。そのために売上金額が落ち気味である。
	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・来客数や購入点数に回復の兆しがみえない。購入客数も横ばいである。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・梅雨に入ったが空梅雨のような天候である。気温も高くなってきており、飲料水やビール等が売れるのではないかと期待しているが、その兆候はまだみられない。	

その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	来客数の動き	・来客数は前年比でほぼ横ばいである。気温の上昇によって、衣料品が前年並みの売上に戻ってきている。また、前月まで不振だったシネマも復調している。その一方で、化粧品関連は前年に実施したポイントキャンペーンがなかったため、大幅減となっている。服装品もアクセサリーを中心に伸び悩んでおり、気温の変化に伴って衣料品に売上が流れた可能性がある。全体としては前年並みで推移している。
一般レストラン (統括)	来客数の動き	・4～5月初旬までの客の動きは、前年同時期より良い。しかし、ゴールデンウィーク以降は、客の動きが鈍くなっている。6月は家電量販店で客が金を使っているようで、外食消費はやや節約傾向にある。
観光型旅館(ス タッフ)	来客数の動き	・前年比で総売上110%、宿泊人数116%、宿泊単価94%である。Webサイトや大手代理店からの予約が好調であり、地域的には関東方面の数字が伸びている。宿泊単価が低下したのは、1泊朝食のみの団体客による影響である。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから急に悪くなったが、やや持ち直しており、その先がみえない。
旅行代理店(所 長)	販売量の動き	・前年実績とほぼ同水準で推移している。
通信会社(役 員)	販売量の動き	・前月に引き続き、放送、通信のサービス契約獲得数が前年実績を上回って推移している。特にインターネットサービスの新規獲得が好調である。
テーマパーク (役員)	来客数の動き	・北陸新幹線開業効果の反動もあり、前年同月比でみると決して来客数は良くない。3か月前と変わらない水準である。
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・住宅取得希望者は多いが、高額物件を希望する客は限定され、獲得競争が激しい。商品も特徴あるものが求められている。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・前月や前々月と比較して、仕事量はほぼ横ばいで推移している。
一般小売店[鮮 魚](役員)	販売量の動き	・6月はこれまでと空気が一変したかと思うほどに街が静かになっている。観光客は依然として多いものの、欧米外国人が驚くほど増えている。彼らは、飲食や物販よりも文化体験や単なる観光だけで満足しているようである。
一般小売店[書 籍](従業員)	お客様の様子	・値上がりしている商材が多く、紙関係も上がっており、客の買い控えも感じられる。
百貨店(営業担 当)	来客数の動き	・当地域のコミュニティバスが廃止になり、客の減少を肌で感じられるようになっている。
百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・梅雨入りしたが、雨の日が少なく来客数に影響はみられない。早くからセール待ちの声があり、購買行動は慎重な様子である。
スーパー(総務 担当)	来客数の動き	・4月以降は来客数が徐々に前年を下回りつつある。これまでは客単価のアップで売上高を維持していたが、6月の客単価はほぼ前年並みになっている。
コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・来客数の落ち込みが割と大きく、この1～2か月で前年比5%くらいのダウンが続いている。いろいろな販促企画は前年同等かそれ以上に打っているが、それに反応する人もいる一方で、慣れてしまった客もいるようである。近隣のドラッグストアなど出店が多いせいか、来客数の伸び悩みが続いている。
衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・6月は土曜日が1日多かったため、前年並みの来客数は何とか確保できている。
衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・天候に左右されていることもあるが、衣料品については業界全体に不況感も漂っている。
乗用車販売店 (経理担当)	販売量の動き	・6月の販売量は前年同月比で約75%の見込みである。3か月前の販売量が前年同月比87%であったので、3か月前との比較で下向きである。
高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・メニューを変更していないのに、客単価が昼も夜も105%ほど上がって、来客数は90%に減少している。県外からの団体旅行客が単価を押し上げているのだが、売上トータルは95%と悪い流れである。
タクシー運転手	来客数の動き	・週末は全体として売上が見込めるが、平日が良くない。駅や病院では、ほとんどの人が家族に送迎してもらっており、客待ちのための時間が長い。全体的にやや悪くなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・前月に続き、県外から営業で来る人が少なくなっている。

	通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前の商戦期に比べ、契約数が落ちるのは例年どおりである。しかし、前年同期に比べると契約数はやや増加している。
	その他レジャー施設[スポーツクラブ]（総支配人）	競争相手の様子	・競合施設の販促が拡大しており、会員の獲得機会が制限されてきている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・6月中旬までは来客数は順調であったものの、第4週目の18日以降は、売上、来客数共に前年を下回っている。大阪北部地震が消費者の心理面に作用しているかもしれない。
	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・新規来場者数が前年度比で減少している。
	× 衣料品専門店（店舗運営）	来客数の動き	・客単価は前年並みだが、来客数の前年比は3か月前に比べて3%下がっている。特に平日の集客に苦戦している。
	× 通信会社（営業担当）	来客数の動き	・繁盛期であれば1日の平均来客数は60前後あるが、およそ半分になってしまっている。そのため、来客数はおろか販売数も伸びない。
企業動向関連	-	-	-
(北陸)	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・欧米やアジア、国内の全ての市場において好調である。全市場が前年比120%以上である。
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・製造業は全般に好調である。ボーナス資金の借入れ状況を見ると、夏のボーナスを例年より増額している事例が目立つ。それが地元の小売やサービス分野での消費に結び付いているかは分からないが、小売業やサービス業でも県外旅行者などによる売上が好調を維持している。
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者の話を見ると、不動産情報の動きが出ているとのことである。法人客の問合せも、少し出てきているとのことである。
	司法書士	取引先の様子	・住宅新築を目的とした土地購入や、増改築のための抵当権設定などの依頼が多い。
	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・国内向け販売は、一部特定チャネルを除いて全般的に苦戦している。一方で、海外向けが引き続き好調で、国内向けを補っている。
	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・非衣料関係の受注は、どちらかという安定している。衣料関係は、消費が倍増しているものの、輸入品の割合が非常に多い。そのため、国内生産が大きく減少しており、新しい商品用途の開発が求められる。
	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注はほぼ順調である。ただし、原料価格高騰が続いており、少なからず影響がある。
	精密機械器具製造業（役員）	競争相手の様子	・業界的にはやや厳しい状況が続いている。一部の比較的低価格帯商品を扱っているところは多忙なところもあるが、全般的には受注は必ずしも増えていないようである。
	建設業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・安値受注競争が拡大傾向にあり、受注環境は徐々に厳しさを増している。
	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・当月も前年同月を上回っており、引き続き堅調である。この状況が続くとみている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同期と比べて、相変わらず受注工事額が3割減である。
	輸送業（配車担当）	それ以外	・ここ2～3か月の原油高騰によって燃料費コスト増となり、利益が圧迫されている。
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・ガソリン価格が上昇して、経費が増加している。資金繰りの圧迫感が強くなっている。
	×	*	*
雇用関連	-	-	-
(北陸)	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業からの求人数が微増傾向にある。
	学校[大学]（就職担当）	求人数の動き	・求人票の出足は早かったが、求人を出している企業数は前年並みに落ち着いている。しかし、内定状況は前年同期より2割ほど早く進んでいる。2次募集の案内も増えている。
	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・依然として有期間雇用契約の求人広告に対する反応がない。

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	雇用形態の様子	・ 求人広告数そのものは微増だが、その内訳はパートアルバイトも含めて非正規雇用の求人が増えている。正社員募集については、広告主から募集疲れとそれに対する諦めの声が聞こえてくる。
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 営業 )	それ以外	・ 路線価の上昇など景気に関する数値は上向いているが、企業の声を聞くと景気の良い話が余りない。
	職業安定所 ( 職員 )	求人数の動き	・ 5月の新規求人数は、全所において4,093人と前年同月比で3.0%の微増となっている。フルタイムでも7.6%の微増である。ただし、パートタイムのほうでは0.2%の減少となっている。増加については、建設業、卸売業、小売業、学術研究、専門技術研究、学習支援業、医療、福祉で大きく増加している。特に建設業、小売業、医療業での増加が大きくなっている。
	民間職業紹介機関 ( 経営者 )	求職者数の動き	・ 求職登録者は減少、若しくは横ばい状態である。人材探しに難航している。マッチング状況も厳しくなっている。
	求人情報誌制作会社 ( 編集者 )	求人数の動き	・ 少しではあるが、求人数が減っている。
x	-	-	-