

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	テーマパーク（職員）	・テレビなどのメディアを使って幅広くPRしており、入場者の増加が期待できる。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・百貨店の売場テーマに沿って営業展開しているため、今後来客数が増加する。
		スーパー（店長）	・今まで抑えられていた客の買物意欲がようやく高まってきたように見える。値段が少々高くても新鮮な物、おいしい物など、こだわりの商品が動き出している。このような差別化商品を品ぞろえすることにより、客の購買意欲が活性化していく。
		コンビニ（経営者）	・来客数は順調に伸び、客単価も上昇しており、この先も現状が続く。
		家電量販店（経営者）	・MP3レコーダーなどポータブルオーディオが大変な勢いで売れている。品切れが続出し、1か月待ちの受注残も多い。
		家電量販店（店長）	・間もなく始まる当地のデジタル放送についての問い合わせが非常に多くなっており、期待が持てる。
		乗用車販売店（総務担当）	・6月に発売される新車は若いファミリー層を中心にヒットが予想される。
		乗用車販売店（経理担当）	・6月後半から7月にかけて小型の新型車を投入する。高級車中心の当社としては1台当たりの単価、粗利の減少が懸念材料であるが、販売台数では期待できる。
		スナック（経営者）	・製造関係は相変わらず忙しいが、一方で「この先仕事がない」という人や、「極めて厳しい」という商店主などの声が聞かれ、ますます二極化が進んでいく。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行中の買物の量が増加している。また、客の遊びに対する意欲が強まっている。
変わらない	百貨店（営業担当）	・これから小売業は夏物が販売の中心となるが、メーカーでは冷夏のため売れなかった昨年に準じた商品供給態勢をとっているため、総じて売るべき商品の量が少ない。また、ヒットアイテムも見いだせないなど、今のままの景況が続く。	
	百貨店（営業担当）	・2、3か月後はちょうど秋物商品の立ち上がりの時期であるが、今年は毎年恒例の晩夏色ファッションがあまり見えていないため新しい売場展開が可能である。ただし、これが当たるか否かは予測がつかない。	
	コンビニ（経営者）	・中小企業で働く客からはあまり明るい話が聞かれない。	
	コンビニ（経営者）	・客の態度に若干余裕が出てきたように見える。	
	衣料品専門店（経営者）	・再開発工事の影響もあって商店街の通行量が多少減っているが、加えて好天の日でも以前に比べて出歩く人が少ない。	
	乗用車販売店（経営者）	・車の販売はまだ底が見えていないが、修理は上向いている。	
	乗用車販売店（営業担当）	・昨年と比較して販売量や来客数にあまり変化がない。	
	住関連専門店（店員）	・買い回り品は回復傾向にあるが、大型家具の需要が下降気味である。	
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・大企業では業績が底を打ったとはいえ、依然としてリストラを進めている。そのしわ寄せが中小零細企業の客に及んでいる。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・客の食生活の変化を読み切れないためか、売上は前年同月比で2割減と低迷している。	
	高級レストラン（スタッフ）	・年明けに近隣のシティーホテルが廃業した影響もあり、大型和食店2店が今後も好調に推移する。	
	観光型旅館（経営者）	・6、7月の予約組数は前年を10%程度上回っているが、団体が少ないため、予約人数は前年並みである。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は前年をやや上回る見込みであるが、婚礼関係の受注件数の増減により一進一退で推移する。	
	タクシー運転手	・これから行楽で山や海などへ出かける機会が増える。しかし、新規参入業者の増加も予想されることから、競争が激しくなり、結果的には変わらない。	
美容室（経営者）	・今月に入って少し明るさが見えてきたが、当面は現状のままで推移し、回復は半年後か1年後となる。		

		住宅販売会社（従業員）	・60歳代の客や築20年前後の住宅を持っている客からの大型リフォームが増えている。客の予算額が多いため、要求するレベルも非常に高い。一方、メーカーから従来抑えられていた原材料の値上げに加え、職人の工賃が上昇しつつあることがマイナス要因である。
		住宅販売会社（従業員）	・客が急に建築に踏み切ったり、逆に計画をあきらめるなどの客が多いため、先が読みにくくなっているが、全体的にはあまり変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築住宅やリフォームの状況を見ても昨年とあまり変わらない。
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・今月は好天のため盛夏物や夏物の動きが非常に良いため、今後長い夏を戦う上で商品量がタイトになることが懸念される。
		百貨店（営業担当）	・この夏のセールについてはメーカーが商品を作り込んでおらず、また天候という不安定な要素があるため、セールはあまり長く続けられない。また、晩夏、初秋など秋の立ち上がり時期のファッションの傾向がまだはっきり見えていない。
		スーパー（営業担当）	・消費税の総額表示導入後、価格を下げて対応したにもかかわらず、客は割安感を感じていない。2、3か月後にはスーパーでも収益が悪化するため、若干売価を上げざるを得なくなり、客の購買意欲がダウンする。
		観光型旅館（スタッフ）	・5、6月までの予約保有は前年を上回って推移している。しかし、7月は前年を大きく割っており、8月は前年並み、9月以降は弱含みである。
		通信会社（社員）	・他社の新しい携帯電話サービスがスタートする。
		テーマパーク（職員）	・これから団体客を中心に利用の多い時期であるが、他地域のイベントとの競合があるため厳しい。個人、グループ客によってカバーすることもなかなか難しい。
	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
企業 動向 関連	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・販売数量の大幅落ち込みは消費税の総額表示、5月の大型連休などによる一過性のものでしょうか、今後需要は徐々に増えていく。現に高額商品の販売数量が増えている。
		繊維工業（経営者）	・非衣料分野のニッチ市場に向けて新商品を開発中であり、期待感がある。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・電子、電気に限らず、様々な機械業界の会合で、受注が増加し、業況が良くなっているとの話を聞く。
	変わらない	化学工業（営業担当）	・大手医薬品メーカー各社の製造委託が活発化している。しかし、生産コストの大幅削減を求められている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・取引先からの発注予定に変化がない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事を消化するため大車輪で取り組んでいる。
		通信業（営業担当）	・固定電話発携帯向けの通信料金の値下げに伴い、取引先に勧誘訪問すると、一も二もなく同意するという状況で、客は通信費の削減に必死である。
		司法書士	・破産や会社整理の相談は減っているが、景気全体を押し上げる力になるかどうかはまだ分からない。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・原材料の高騰により各社とも価格転嫁を発表したことから、一時的な仮需が大量に発生したが、値上げも一服したためメーカーの生産、販売水準は多少減少する。
		通信業（営業担当）	・通信料金の競争激化から収入が大幅に減少する。
	悪くなる	建設業（経営者）	・いよいよ各業者とも手持ち工事が少ない状態になっている。これから発注される数少ない工事に対しても受注できない業者が多く、また受注できたとしてもダンピングにより極めて不採算な工事が増える。
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加傾向が今後も続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・昨年4～5月の求人件数や売上は前年に比べて減少しているが、今年は逆に前年比増加傾向にある。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人ニーズは業種によって偏りがみられる。
		職業安定所（職員）	・企業の設備投資が増加している一方、求人倍率がやや減少気味であり、企業の廃止や縮小も依然として減っていない。雇用面では楽観できない。
		職業安定所（職員）	・いまだに受注の見通しが立たないことから、即戦力となる請負業者、派遣業者に対する依頼が強いため、非正規型求人が多くなっている。

やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-