

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	-	-
		百貨店（売場主任）	・3月は新しいブランドの導入や売場のリニューアルを行うため、売上は増加する。
		百貨店（営業担当）	・昨年まで低迷していたファッション部門が、バーゲンなどの影響もあり、かなり活性化してきた。この春のファッション志向は多少カジュアル寄りの「エスニック」というトレンドになる。これは現状のはん用性の高いファッションスタイルに非常にマッチするため、客のモチベーションが高い「食・住」に「ファッション」が加わることで、先行きは多少明るい。
		スーパー（店長）	・年末の売上は前年比115%、年始は125%と伸長しており、緩やかな景気回復傾向が続く。
		家電量販店（経営者）	・4月からの電気料値下げのテレビコマーシャルが盛んに放映されているが、ビルトインタイプのIHクッキングヒーターなどオール電化の需要の盛り上がりが見られる。
		住関連専門店（店員）	・客単価の低下傾向は前年と変わらないが、来客数の増加傾向が見られる。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・「自分の体は自分で守る、なるべく病院へ行かず予防する」という本格的なセルフメディケーション時代が到来するため、ドラッグストアで扱う健康食品や医療用品の需要がますます高くなる。
		観光型旅館（スタッフ）	・2、3月の予約保有は前年比で大きくマイナスになっているが、4、5月の予約受注は前年を上回っており、やや上向き傾向が見える。
		旅行代理店（従業員）	・愛知万博への営業活動の展開により、受注の増加が期待できる。
	通信会社（社員）	・携帯電話の新機種の発売が予定されている。	
	住宅販売会社（従業員）	・最近、家賃を払うことに疑問を持つ客が住宅購入計画を前向きに考えている。特に30歳代の賃貸住まいの客が引き続き活発に動いており、販売量の伸びが期待できる。	
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（店長）	・客単価の低下が若干気になるものの、周囲の競合店の出店も一段落し、当面は客の様子に大きな変化はない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・来客数の増加はほとんどが好天によるものであり、景気回復と断定するには疑問がある。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・昨年1月は大雪に見舞われたため、今年の売上は前年比で若干改善すると予想していたが、ほとんど変わらなかった。宴会やパーティーの減少が影響しているが、この傾向は今後も続く。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・年度末に向けての受注見込みが少ないが、4月から施行される個人情報保護法に関連して、シュレッダーや入退室のセキュリティなどをPRしていく。
		百貨店（営業担当）	・カーディガンなど春物商品が多少動いている店もあるが、まだヒット商品が見えていないため、2、3か月先の春物実需のピーク時に息切れするか、それとも新しいヒット商品でブレークするかは見極めがつかない。
		スーパー（店長）	・客の低価格商品を求める傾向は変わらない。
		スーパー（店長）	・定率減税の縮小や消費税の増加などの話があるため、特にスーパーでは家計を預かる主婦の財布のひもは固く、これが更に強まる。
		スーパー（副店長）	・正月営業や冬物バーゲンにおいて、来客数は前年より増加しているが、客は必要な物しか買わないという傾向がますます顕著になっており、今後続く。
コンビニ（経営者）		・競合店の出店から約1年が経過し、前年比の売上は改善方向に向かうが、立地的な厳しさは変わらず、総体としては今後も変わらない。	
衣料品専門店（経営者）		・今冬の婦人服のファッションは毛皮を中心に流行があったため、単価も上がり、販売量、売上とも増加した。先行きの流行は読めないが、前年並みの売上を予想している。	
乗用車販売店（経営者）	・イベントでの集客数がなかなか伸びず、新規顧客も極めて少なくなり、先行きに期待できない。		
乗用車販売店（営業担当）	・直近の土、日曜日の来場者の動きは前年や1週間前に比べて相当悪くなっており、当面は現状が続く。		
高級レストラン（スタッフ）	・昨年からはじめた2月のキャンペーンを今年も継続したため、今後の予約状況は例年並みである。		

		観光型旅館（経営者）	・今年に入ってから来客数は戻りつつあるが、3月開幕の愛知万博の影響が心配である。
やや悪くなる		百貨店（営業担当）	・春先のファッションの重点商品やヒット商品の見極めができず、手探りの状態である。春先の商品の動きは厳しい。
		一般レストラン（店長）	・寿司の安い皿をとる人が徐々に増えている。
		スナック（経営者）	・数社の常連客を除いて、来店回数は減少しており、また業種によって厳しい客の声も聞こえているため、期待できない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊客、レストラン利用客の減少、婚礼受注件数の減少などにより、減収の見通しである。
		タクシー運転手	・卒業式、春休み、入学シーズンなどで人出が予想されるが、他社との競争は激しく、まだまだ厳しい状態が続く。
		タクシー運転手	・他地域の料金値下げ競争が県内に波及してくる恐れがある。また、燃料のLPGガスが大幅に値上げされたことが今後にも響く。
		テーマパーク（職員）	・来客数の動きがここ数か月低迷している。加えて、周辺の旅館・ホテルからも先行きの明るい情報が入らない。
		競輪場（職員）	・大口の車券購入者が減少したままで、また入場者数も徐々に減少しており、先行きはやや悪化する。
		住宅販売会社（従業員）	・販売促進に反応してくれる来客が前年に比べて減っており、先行きは不安である。
		悪くなる	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	プラスチック製品製造業（企画担当）	・原料の値上げは若干落ち着いているため、一方の製品価格の値上げが浸透すれば、現状より若干上向く。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・食品業界では付加価値の非常に高い商品が一部大きく伸びているが、一般商品は客の価格意識が強いため数量が伸び悩んでおり、この状況が続く。
		化学工業（営業担当）	・大手メーカーからの順調な受注状況は今後も変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・生産能力が限度いっぱいになっている。また、パーツや素材の納期が延びる恐れがある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・3月までの受注は非常に多いが、一部に来期への延伸等もあり、4、5月まではあまり変わらない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡の春商戦では、ある程度の生産量を確保できるが、リピート性がないため収益的に悪くなる。
		金融業（融資担当）	・取引先の動きをみると、製鉄など素材製造業では前年ほど大幅増ではないが、今年も微増という計画が多い。一方、電子部品製造業では春先以降受注は持ち直すと話が多い。
	やや悪くなる	電気機械器具製造業（経理担当）	・昨年後半から始まった電子部品関係の在庫調整は全く終了しておらず、今後もこれが継続する。
		輸送業（配車担当）	・物量は変わらないが、運賃が前年を下回っているため、総体的な売上は落ちる。
通信業（営業担当）		・通信業界は非常に冷え込んでおり、受注数が極端に落ち込んでいる。当面はやや悪化傾向となる。	
悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・2、3か月先の注文の入り方が非常に悪い。	
	建設業（経営者）	・2、3月は前倒しの公共工事がほとんど発注されず、4月は役所の年度初めで発注がなく、4月は惨たんたる状況になる。	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・一般求人の増加が続き、パート求人が減少気味になっている。
		職業安定所（職員）	・一般求人もさることながら、学卒求人が前年同月比で20%も増加しており、先に明るさが少しみえてきた。
		民間職業紹介機関（経営者）	・好調業種の家電や自動車関連が拡大するにつれ、雇用も改善方向に向かう。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣社員の需要は堅調であるが、スタッフ不足は相変わらず深刻である。また、正社員雇用の動きも少なく、現状が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が2か月連続で増加しており、年度末に向けて若干の増加も予想される。
やや悪くなる		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業に求人広告費の削減の動きがある。また、今後の求人にも消極的な声が聞かれる。
悪くなる		-	-