

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	コンビニ（店長）	・店の近くで住宅団地工事が行われるため、工事関係者や新しい居住者の来店が期待できる。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・4月から完全実施される個人情報保護法の関係で、設備修理や新たなセキュリティ商品の引き合いが徐々に出てくる。
		百貨店（売場主任）	・紳士服の新ブランドの導入などにより、購買量や新規客の拡大が期待できる。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・客の健康や美に対する欲求は依然衰えておらず、ますます高い関心を示している。これにきっちり対応すれば、先行きは良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・愛知万博の受注が既に入っており、今後さらに万博効果が拡大する。
	変わらない	通信会社（社員）	・携帯電話の春商戦で販売台数の増加が見込める。
		百貨店（営業担当）	・ファッション全般では昨年のエレガンススタイルに代わって、「エスニック」というカジュアル傾向の商品がこの春のトレンドとして提案されている。昨年になかった商品を探る客の動きが期待できるが、メーカーからの春物商品の提供が遅れる懸念が多少あるため、現状の厳しさが続く。
		百貨店（営業担当）	・現在、本格的な春物商品が多く並んでおり、いわゆる「春色冬素材」という、春を感じつつ今すぐ着られる商材が大変少ないため、なかなか販売に結びつかない。2、3か月後は春物又は初夏物の商品が並ぶ予定であるが、今の商品がこのまま継続されると新鮮味がなくなり、また夏物素材の動きも懸念される。
		スーパー（店長）	・1年前に発生したBSE、鳥インフルエンザなどの影響は改善しつつあるが、来客数の伸び悩みがあるため、プラス・マイナス・ゼロである。
		スーパー（店長）	・家計における食費の支出金額は6、7年前に比べて5～10%減少している。水産物については2割も減少しており、今後食料品の支出が伸びるとは思えない。
		スーパー（営業担当）	・間もなく消費税の総額表示の導入から1年が経過するなかで、売上の対前年比のマイナスが解消され、4月以降ようやく前年並みとなる。
		スーパー（副店長）	・3月が間近になっても雪がちらついており、春物需要、社会行事の関連商品の動きがみられず、期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・1月から2月前半にかけて婦人衣料は非常に売れていたが、2月後半からこのムードが薄らぎ、先行きに一抹の不安がある。
		家電量販店（経営者）	・春のシングル需要は出足が遅いものの、活況を帯びてきた。先行きはオール電化と新商品で期待できる。
		家電量販店（店長）	・目新しい商品もなく、2、3か月後も期待できる製品が登場する見込みがない。当分は厳しい状態が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・最近の客の様子や心理状態からみて、急激な販売増加は期待できない。
		自動車備品販売店（従業員）	・定率減税の縮小、消費税率のアップなどが懸念されるため、客の購買心理に対して圧迫要因となる。
		高級レストラン（スタッフ）	・3、4月は歓送迎会や卒業、入学など、1年間で最も販売量の多い時期であるが、受注は例年並みである。
		観光型旅館（経営者）	・3月25日から始まる愛知万博の影響で、集客面では厳しいが、人が動くという点で観光業としては明るい兆しとなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストランの通常営業の利用客減少と一般宴会の実施件数減少が続いている。また、愛知万博の開催による宿泊客の減少が予想され、好転する材料が見当たらない。
住宅販売会社（従業員）	・分譲住宅の販売が順調に継続する。		
やや悪くなる	一般小売店〔鮮魚〕（店長）	・客の買物の様子を見ると、品質よりも、とにかく安ければ何でもいいという流れになっている。今後良くなる要素が全くみられず、客の財布のひもは固くなり、一品単価は更に低下する。	
	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・3月から愛知万博が開催され、旅行会社などのツアーはほとんどが愛知方面へ向かっている。当分、北陸への観光客の入込が少なくなるため、売上の増加は見込めない。	
	百貨店（営業担当）	・春物の動きが非常に悪く、前年の70～80%で推移している。これから先の春の商品の動きは非常に厳しい。	

		スーパー（総務担当）	・今後も客単価が上がる要素がみられない。客の買い方が厳しく、買上点数、一品単価ともに伸びない。
		コンビニ（経営者）	・相変わらず、近隣の慢性的な車の渋滞が解消される見込みがない。また、コンビニ以外の業態の営業時間延長などにより、来客数の増加は見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・購買層の年齢や職業、更に収入面が多様なため、販売のターゲットが絞りきれず、全体的に低調に推移する。
		観光型旅館（スタッフ）	・4月、6～7月の予約保有は前年より少なく、楽観は許されない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会などの予約状況をみている限り、悪くなる一方である。
		住宅販売会社（従業員）	・例年、春先やゴールデンウィークには大型フェアを開催するが、今年は予定がないため、来客数の増加が期待できない。
	悪くなる	スナック（経営者）	・歓送迎会や花見のシーズンに入るが、4月に行われる市議会議員選挙がマイナス要因となる。
		テーマパーク（職員）	・3月から始まる愛知万博の影響を受け、旅行ツアーを始めとして個人客も奪われ、来場者数が減少すると予想される。また、2月にスタートした中部国際空港からの海外旅行の流れもあり、先行きは厳しい。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・既存商品に比較して販売単価で約3割高い新商品を拡販するため先行きは好転する。ただし、主原料の高騰が不安材料である。
		通信業（営業担当）	・2月になって、事業所用のビジネスホンの更新などが若干増えており、中小企業の設備投資が前進する傾向がみえる。
		金融業（融資担当）	・医薬品製造業では4月の薬事法改定に伴い、特定企業で増産体制が整い、受注は増加する見通しである。電子部品業界では、春先以降受注の増加見通しの先が多い。
変わらない		プラスチック製品製造業（企画担当）	・販売価格の値上げ交渉は3か月後も現状の厳しさが続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内、米国輸出ともに強含みで推移しており、更に強くなる。しかし、鋼材価格の高騰により4月以降納入先から値上げ要請を受けているため相殺され、現状のまま推移する。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・在庫調整が続くなか、新規製品の数が非常に増えているが、この立ち上がりは早くも夏以降、遅ければ来年以降にずれ込む。
		精密機械器具製造業（経営者）	・春の商戦、夏のボーナス商戦に向けた眼鏡の受注がそれなりに入っている。しかし、これは季節的なものでプラス材料とはなりえない。業界構造としては良くなる新しい動きが出ておらず、体質的に変わらないなかでは、精いっぱい頑張っても先行きは横ばいで推移する。
		司法書士	・新会社の設立や不動産取引がある一方で、相変わらず大変厳しい状況にある企業が見受けられる。
やや悪くなる		金属製品製造業（経営者）	・先行きの受注残高が徐々に減少している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・前月よりも受注の伸びが落ちており、期初という季節要因を考慮しても先行きは確実に悪化する。
		建設業（総務担当）	・特に北陸3県では、限られた工事発注量の中で業者間の過当な受注競争がますますエスカレートする傾向にあり、更に厳しさが増す。
		輸送業（配車担当）	・地元企業が海外にシフトとしている関係から、外から荷物が入ってくるが、内からの流通は活発でなく、明るい材料に乏しい。
	悪くなる	建設業（経営者）	・市町村合併の影響で、町村において従来の3月末工期の工事が3月15日または10日と早まっている。このため、3月中旬以降は全く工事がなくなり、また新年度予算も前年比マイナスで非常に厳しい。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・求人増加傾向がこのまましばらく続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今後も求人案件は減ることはないが、企業の希望する派遣社員の不足は当分続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・11月以降、求人件数の伸びが少し鈍くなっている。
	職業安定所（職員）	・求人倍率は1.2倍台で推移しているが、求人の4割以上が非正規型であり、本格的な回復ではない。	

やや悪くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・5月の連休前まではアルバイト募集を中心に求人はあるが、それ以降は4月の新卒者の入社、2、3月の人員補充などにより正社員の求人数は減少に転ずる。
悪くなる	-	-