

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）	・愛知万博が終了することや海外からの誘客強化などにより、来客数の増加が期待できる。	
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・来客数や客の買物態度が徐々に良くなっている。店頭の仕事の入替えなど客へアピールする態勢が整ったため、これから期待できる。	
		百貨店（営業担当）	・ファッション、食、暮らし共にやや上向き傾向にある。秋のファッションは従来のワイン系、レッド系のカラーに加えてターコイズ（トルコ石）カラーやグリーンなどの従来にない色が打ち出されており、新しい需要が期待できる。食と暮らしも上質志向や産地のこだわりなどの動きが活発にみられ、この分野も伸びていく。	
		百貨店（営業担当）	・2、3か月先は婦人ファッションではジャケットのピークを迎えるが、ヒット商品のなかった昨年の秋、冬に比べ、今年は秋のトレンドに反応が出てきており、多少期待が持てる。	
		スーパー（店長）	・商品の上質志向は消費者に広がりつつあり、次のシーズン商品に関してさらに強まる。この結果、消費者の収入は増えなくても、消費に関しては上向き傾向となる。	
		衣料品専門店（経営者）	・商品単価が安くなっているせいか、客の買物態度が上向き傾向にある。	
		乗用車販売店（総務担当）	・9月の終わりに新型車が投入されるため、新ジャンルを切り開く大衆車として期待できる。	
		乗用車販売店（経理担当）	・高額車のマイナーチェンジがあり、また話題の車の取扱店もオープンするため期待できる。	
		住宅販売会社（従業員）	・受注数が期初から増加傾向にあり、また販売できる分譲住宅が充実してくる。	
		変わらない	百貨店（営業担当）	・秋のトレンドアイテムが不透明であり、9月のファッションは予測できない。新ブランドがなく、継続ブランドのみの展開では厳しい。
			百貨店（営業担当）	・7月に活発であった正価販売商品の秋物の動きが今後も続く。
	スーパー（店長）		・今後も激しい特売合戦により一品単価が低下し、客単価も上がらない。	
	スーパー（総務担当）		・小売業では今後も売上の伸びはみられない。気温等の関係で売れる時期があっても、長続きしない。	
	スーパー（副店長）		・ガソリン価格の高騰、青果商品の価格下落、店舗での客単価ダウンが恒常的になりつつある。	
	コンビニ（経営者）		・来客数は前年とほとんど変わっていないが、1人当たり買上単価が下がっている。昼食は増えているが、本来これと連動して増加する書籍や雑貨の売上がかなり悪い。客が本当に必要なものしか買わないという現状からみて、先行きは厳しい。	
	家電量販店（経営者）		・DVDレコーダー、デジカメは既に頭打ちになっており、当然ながら今後新商品が登場しても大抵2、3年で勢いはなくなる。現時点では薄型テレビ以外に期待できる大型商品は見当たらず、新しい商品の開発を期待している。	
	家電量販店（店員）		・販売量は若干上向きになるが、商品単価が前年比で大幅にダウンしているため、先行きの売上は現状と変わらない。	
	乗用車販売店（経営者）		・価格優先の引き合いが圧倒的に多いため、景気上昇による需要の回復を感じない。	
	自動車備品販売店（従業員）		・欲しい商品については、価格よりも品質を重視する客が多いため、販売店にとっても提供するサービスや品質が問われている。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元の大手スーパーや酒販店が閉店し、小さな小売店にとって衝撃を受けている。将来的な不安がますます大きくなる。		
観光型旅館（経営者）	・お盆明けから9月いっぱいには愛知万博に客が流れる。			
都市型ホテル（スタッフ）	・大型の宴会が少ないため、一般宴会が前年を下回っている。また、愛知万博により国内観光客の減少が予想される宿泊部門やレストランの通常営業の減収により見通しは厳しい。			
旅行代理店（従業員）	・国際的なテロ事件が旅行意欲を阻害している。また、国内でも今年は地震など災害年のイメージが強く、先行きは厳しい。			

		タクシー運転手	・愛知万博などで観光客が依然少ない傾向が続く。また、節約傾向も続くため利用客は少なく、多過ぎるタクシーによる客の奪い合いが続く。	
		通信会社（社員）	・新サービス等の予定が当面ない。	
		通信会社（営業担当）	・今月はボーナス時期も重なったことから、機種変更の客が多かったが、2、3か月後はピークも終え、落ち着きを取り戻す。	
		競輪場（職員）	・入場者数は落ちていない。1人当たり売上は前月比で3%増と増加傾向にあり、今後の落ち込みはない。	
		住宅販売会社（従業員）	・最近金利の動きに変化がみえないため、今後の客の動向も現状のままで推移する。	
		住宅販売会社（従業員）	・昨年に比べて来客数も減少しており、今後の受注増は見込めない。	
		住宅販売会社（従業員）	・新築よりも、増改築、リフォームに特化する傾向があるものの、全体としては変わらない。	
	やや悪くなる	コンビニ（経営者）	・8月に近くでコンビニが1店オープンするため、売上は落ちる。	
		スナック（経営者）	・来店客の企業の中には設備投資や隣接土地の購入など積極的な動きもみられるが、工務店では“給与カット、ボーナスなし”でなんとかしのいでいるという厳しい現実も聞かれる。	
		テーマパーク（職員）	・愛知万博の終了後は若干来客数が回復すると思われるが、万博で旅行機会がかなり費消されるため、大幅な回復は期待できない。団体の予約状況も良くない。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・ショッピングセンターの改装に伴う店じまいセールが始まったが、来客数は驚くほど少ない。モノ余りや価格破壊とあいまって、消費者動向の変化に売手が追従できなくなっている。また、地方では小売店にそれにこたえるだけの余力もなくなり、まさに“地方消費の崩壊”寸前と言ってもよい。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	電気機械器具製造業（経理担当）	・新製品の動きは多少あるが、まだ軌道にのっていない。ただ、新製品の種類が多いため期待もてる。	
	変わらない	繊維工業（経営者）	・ユーザーの合繊メーカーが9月末の在庫を気にしており、先行きの受注が懸念される。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・原油価格も安定せず、原料価格も不透明なため、先行きの見通しが立たない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・納期、価格面などからみて、取引先の勢いが若干落ちてきている。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・2、3か月先の受注量は、新商品の投入シーズンに向かうものの、恐らくこのまま伸び続けることはなく、一部の取引先では年末に向けた在庫調整を始めるため、横ばいもしくは若干下降気味に推移する。	
		建設業（総務担当）	・土木工事は官民とも発注件数が減少を続けている。建築工事は引き合いが増加しており、今後、工事が具体化してくるが、価格競争は依然としてし烈と思われる。	
		通信業（営業担当）	・ブロードバンド回線の伸びは2、3か月間鈍化しているものの、客から通信機器の買換え需要が出てきている。	
		金融業（融資担当）	・順調な売上はしばらく続くが、重油や電力料金の引上げによる燃料費、運賃や石油製品資材価格の上昇を危惧する取引先がさらに増えている。	
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・ここ数か月は受注量が増加しているが、単価が落ちており、売上は前年比100%で推移している。今後も現状のまま変わらない。	
		司法書士	・会社設立や土地売買などの案件が減っているわけではないが、当事者が医療関係や社会福祉関係などに偏っているため、景気の回復が全体に広がっているとは思えない。	
		やや悪くなる	輸送業（配車担当）	・ここ2、3か月間の物量が前年比で約10%ダウンしており、この傾向が今後も続く。
		悪くなる	建設業（経営者）	・公共工事の発注価格は今後ますます厳しくなり、受注機会の減少から廃業や倒産等がさらに増加する。
雇用 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人件数の伸びが続いている。また、企業の採用担当者からは人は欲しいが、採用したい人材がいけないという話をよく聞く。	
		職業安定所（職員）	・新規常用求職者の実態をみると、好調な雇用情勢を背景に条件の良い職場を求める自己都合離職者が前年同月比で30.6%と大幅に増加しており、やや明るい兆しがみえる。	

	民間職業紹介機関（経営者）	・地元において電機メーカー、複写機メーカーの増設工場が稼働を開始するなど好材料がある。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣要請の増加に比べ、正社員の求人が極めて少ない。今後もこの状態は当面変わらない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・アウトソーシング企業の求人募集やサービス業の出店の動きは今後も続く。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-