

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<br>動向<br>関連 | 良くなっている     | 通信会社（営業担当）        | 来客数の動き   | ・来客数、携帯電話の販売台数とも増加しているが、特に高額商品の売行きが良い。女性ではデザインを重視する傾向が強い。   |
|                | やや良くなっている   | 一般小売店〔書籍〕（店長）     | 販売量の動き   | ・客単価、来客数共に上向き傾向であるが、特に来客数の増加が目立つ。   |
|                |             | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員）    | お客様の様子   | ・売上は前年比で7～8%の増加となっている。また、納入先でも今までになく多忙という話を聞く。  |
|                |             | 百貨店（営業担当）         | お客様の様子   | ・消費のキーワードは「上質、高質」である。昨年の春から初夏へのファッションは汎用性の高い商品が好まれていたが、今年は自己主張の強いオリジナル商品が大きな購買要素になっている。食料品、家庭用品でも「上質、産地、職人の巧み」などをキーワードに動いている。 |
|                |             | コンビニ（経営者）         | 販売量の動き   | ・来客数は前年を若干下回ったが、売上は週末ごとに天候が悪かったにもかかわらず前年をクリアしている。   |
|                |             | 乗用車販売店（経理担当）      | 単価の動き  | ・ミニバンやセダンでも300～400万円の高額車の売上がやや好調である。  |
|                |             | 自動車備品販売店（従業員）     | 単価の動き  | ・ワンセグや地上デジタル放送についての関心が高く、ナビゲーション等高額商品の購入客が増加している。   |
|                |             | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | 販売量の動き   | ・季節商品である花粉症関連商品が既存店で前年比7%減少のダメージを受けたが、その他の商品で取り戻し、全体としては前年の売上をクリアした。  |
|                |             | 都市型ホテル（スタッフ）      | 来客数の動き   | ・レストラン、一般宴会の利用客増加、客室稼働率の上昇などにより増収が見込まれる。また、レストラン利用客の客単価も上昇している。   |
|                |             | 通信会社（役員）          | 販売量の動き   | ・各テレビメーカーが薄型デジタルテレビの新製品を投入している影響を受けて、ケーブルテレビの申込は堅調に推移している。  |
|                |             | 競輪場（職員）           | 単価の動き  | ・1日当たり入場者数は3か月前と比べ4.4%増、1人当たり売上単価では同2.8%増となった。  |
|                | 美容室（経営者）    | お客様の様子            | ・高価格のヘア商品を購入する客が増えている。   |   |
|                | 住宅販売会社（従業員） | 来客数の動き            | ・季節的要因や住宅展の開催などにより来客数は増えている。加えて、金利が上昇するまでに住宅を取得したいという気持ちで動き出した客が多い。  |   |
|                | 変わらない       | 一般小売店〔事務用品〕（営業担当） | お客様の様子   | ・例年の年度替わり時期にはコピー機やパソコンなどの買換え需要が発生するが、最近では更に使用期間を1年延長するなど、購入態度が鈍っている。  |
|                |             | スーパー（店長）          | 単価の動き  | ・来客数は回復してきたが、一品単価の大幅低下による客単価の下落が続く、苦しい状態は変わらない。   |
| スーパー（店長）       |             | 単価の動き             | ・高額食品の動きも若干みられるが、相変わらず買物の多くは買い得商品で占められている。   |   |
| 衣料品専門店（経営者）    |             | 販売量の動き            | ・気候の変化で売上は伸び悩んでいるが、客の商品に対する関心は以前より高まっている。  |   |
| 家電量販店（経営者）     |             | 販売量の動き            | ・パソコン、DVDレコーダーの売上は単価の低下により前年を大きく下回っているが、逆に大型カラーテレビ、携帯電話、IHクッキングヒーター等住設機器の売上は単価の上昇により前年を上回っている。               |   |
| 家電量販店（店員）      |             | 販売量の動き            | ・テレビ、DVDレコーダーの売行きは引き続き順調に推移しているが、パソコンは新製品が登場したにもかかわらず、出足が鈍く、買い控え状態である。                                       |   |
| 乗用車販売店（経営者）    |             | 来客数の動き            | ・新型の低価格車は3月に過去最高の売上を記録し、景気回復を予感したが、今月の状況を見ると新車効果と年度末の最高需要期が単に重なっただけの結果と受け止めざるを得ない。                           |   |
| 乗用車販売店（総務担当）   |             | 販売量の動き            | ・新車受注台数は前年並みであるが、ハイブリッド車や一部の人気車が玉不足になっており、売上に結び付かない状況が目立っている。また、受注は一部の人気車に偏っており、主力であるセダン系の受注不振で販売総量が伸び悩んでいる。 |   |

|                |                   |                    |   |   |
|----------------|-------------------|--------------------|---|---|
|                | 住関連専門店<br>(店長)    | 販売量の動き             | ・新築、婚礼のまとめ買いが一部みられるようになったが、一般商品の動きは鈍い。下見や買い回り客が多く、慎重な購入客が増えている。                         |   |
|                | 高級レストラン<br>(スタッフ) | 販売量の動き             | ・例年に比べ花見のシーズンが長かったが、集客は例年と変わらなかった。来客数は減少傾向にあるが、一部の客層で高単価商品が売れているため、大幅な売上減にはなっていない。      |   |
|                | タクシー運転手           | 来客数の動き             | ・企業に明るさが出ているせいか、歓迎会や花見会の開催で週末は前年に比べ人出があった。しかし、平日は人出が少なく、全体としては変わらない。                    |   |
|                | 通信会社(営業<br>担当)    | 単価の動き              | ・携帯電話の価格はあまり変化せず、例年並みの販売台数となっている。また、来客数も例年並みである。  |   |
|                | テーマパーク<br>(職員)    | 来客数の動き             | ・今年に入り、来客数は前年比2けたの減少となっている。特に旅行会社の募集ツアーによる客を中心に減少が大きく、3か月前と変わらない。                       |   |
|                | パチンコ店(店<br>員)     | お客様の様子             | ・1人当たりの遊技時間が短くなった。  |   |
|                | その他レジャー<br>施設(職員) | 単価の動き              | ・単価を始め、売上、来客数などはほとんど変化がない。  |   |
|                | 住宅販売会社<br>(従業員)   | お客様の様子             | ・新築、リフォームとも相見積が多くなっている。客が慎重に検討しているため、競争は激しさを増している。                                      |   |
|                | 住宅販売会社<br>(総務担当)  | お客様の様子             | ・金利の上昇気配、地価動向などにより、展示会などで客の動きはあるものの、住宅購入に対する最終決定の意欲にまだ力強さが感じられない。                       |   |
| やや悪く<br>なっている  | 商店街(代表<br>者)      | 来客数の動き             | ・大手百貨店の撤退により、4月の通行客数が平常月に比較して1~2割減少している。  |   |
|                | 商店街(代表<br>者)      | 来客数の動き             | ・3月末で大手百貨店が撤退し、商店街のにぎわいが小さくなり、近くの競合百貨店でも前年に比べ売上を落としたと聞いている。                             |   |
|                | 百貨店(営業担<br>当)     | 販売量の動き             | ・来客数が少ない上に、客の慎重な買物行動により買上決定に至らないケースが非常に多い。  |   |
|                | 百貨店(営業担<br>当)     | お客様の様子             | ・天候不順が続いた上、去年の愛知万博のようにはっきりとした旅行目的がみられず、ミセスの行楽用ジャケットに対する購買意欲は高くなかった。婦人服全体の売上は前年比95%であった。 |   |
|                | 衣料品専門店<br>(経営者)   | 販売量の動き             | ・3月は大手百貨店の閉店セール開催により盛況であったが、その反動から来客数や売上が極端に悪化した。                                       |   |
| 悪く<br>なっている    | 商店街(代表<br>者)      | お客様の様子             | ・4月でありながら肌寒い日が多く、雪が降った地域もあって、衣料品は全く動きが鈍かった。災害復旧工事の関係で一部飲食店ではプラス面がみられたが、小売店全般への影響は皆無である。 |   |
|                | スナック(経営<br>者)     | 来客数の動き             | ・花見シーズンでありながら、駅前周辺の居酒屋に客が集中し、売上は例年の75%と散々な月に終わった。                                       |   |
|                | 通信会社(営業<br>担当)    | 販売量の動き             | ・3か月前は携帯電話の新機種が出そろったため、客に選択の幅があったが、今月は価格の低下も見込めないため、次の新機種の登場を期待し購入を控える客が多い。             |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている       | -                  | -   |   |
|                | やや良く<br>なっている     | 繊維工業(経営<br>者)      | 受注量や販売量<br>の動き  | ・相変わらず期近発注が中心であるが、受注量は確保している。   |
|                |                   | 一般機械器具製<br>造業(経営者) | 受注量や販売量<br>の動き  | ・生産、販売は過去最高の水準を維持している。また、一部ではあるが、引き合い、受注面で大型特殊機から汎用性のある標準機への移行も増えつつある。                      |
|                |                   | 輸送業(配車担<br>当)      | 受注量や販売量<br>の動き  | ・今月はようやく前年並みの物量を確保できた。  |
|                | 変わらない             | 食料品製造業<br>(企画担当)   | 受注価格や販売<br>価格の動き  | ・現状の価格帯、商品構成から見て、日ごとに高騰する原料、燃料費の影響を受け、利益の出にくい方向へ更に進んでいる。                                    |
|                |                   | 精密機械器具製<br>造業(経営者) | 取引先の様子  | ・眼鏡産地メーカーの状況は依然二極化が進んでおり、産地全体としては決して上向き感はない。加えて材料関係の値上げについての要請が各サプライヤーから来ており、良く見ても横ばい状態である。 |
| 金融業(融資担<br>当)  |                   | 取引先の様子             | ・小売業では小幅ながら業績が回復しているが、多くの業種は横ばいで推移している。   |   |

|          |           |                |              |  |
|----------|-----------|----------------|--------------|--|
|          |           | 司法書士           | 取引先の様子       | ・不動産売買で担保権設定を伴わないものが多く、資金を持つ人と持たない人との格差が広がっている。  |
|          |           | 会計事務所（経営者）     | 取引先の様子       | ・高度な機械部品加工業者で、一部材料の安定入荷に不安が生じており、入荷量確保が課題になりつつある。仕事量はあるが、材料高、残業加算、燃料高などのコストアップで利益に結び付きにくい状況が続いている。 |
|          | やや悪くなっている | 建設業（経営者）       | 競争相手の様子      | ・年度初めのため新たな公共工事の発注は少なく、また受注してもすぐに着工はできず、このゴールデンウィークはほとんどの同業企業が9連休である。                              |
|          | 悪くなっている   | 建設業（総務担当）      | 受注価格や販売価格の動き | ・独占禁止法改正後の入札価格は軒並み低入札が続いており、採算を確保しての受注は一段と厳しい。   |
| 雇用<br>関連 | 良くなっている   | -              | -            | -  |
|          | やや良くなっている | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き       | ・登録者数が伸びないため、需要に応じ切れない。  |
|          |           | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き       | ・アルバイト、パート及び正社員募集共に求人件数は増加傾向にある。特に正社員募集に対しては、業界を問わず求人意欲がみられる。                                      |
|          |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き       | ・求人広告の出稿量は前年比6%の増加となっている。  |
|          |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き       | ・関係企業へのヒアリングでは、求人件数、採用動機、採用人数から見てV字回復となっている。   |
|          |           | 民間職業紹介機関（経営者）  | 求人数の動き       | ・3か月前に比べ求人数が増えてきており、派遣や紹介の希望者からも直接採用されたという話が増えた。   |
|          | 変わらない     | 職業安定所（職員）      | 雇用形態の様子      | ・新規求人数を前年比較で見ると平成14年9月以降増加している。一方、一時減少傾向にあったパート、請負、派遣などの非正規雇用求人のおよそ5割が50%以上となり、増加傾向にある。            |
|          | やや悪くなっている | -              | -            | -  |
| 悪くなっている  | -         | -              | -            |  |