

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）	・2月の来客数と売上は特に悪かったが、下旬の給料日以降は回復傾向が見られるため、3月以降は上昇に転じる。
	やや良くなる	衣料品専門店（経営者）	・春物のコートやスーツは寒さのせいで良くなかったが、3月以降は遅ればせながら春物が売れていく。
		家電量販店（店長）	・オリンピック需要や各社の新製品投入により、AV商品の売上回復が見込める。
		乗用車販売店（経理担当）	・3月以降、高級セダンの新型車効果が大きく寄与するため、業績に好影響をもたらす。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・食品・健康食品の残留農薬問題や原料の値上げによる食品の値上げなどの影響に終息感が出始めており、今が底で今後は良くなる。
		通信会社（営業担当）	・4月からの家族間の通話無料新サービスやその他割引サービスに伴い、新規加入者が増える。
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・取引先の中で店を閉鎖したり、売却するなどの話が何件か具体化している。
		百貨店（営業担当）	・春物の下見客はあるが、必要になるまでは買わないという厳しい買物態度が見られる。特別招待会などでは、安くてもまとめて買う客は少ない。季節が変わり、新しい物が店頭に出ても、この傾向は弱くならない。
		スーパー（営業担当）	・食品等の値上げも3、4月には一段落する。また、客は中国製食品から日本製品への切替えを図るため、単価が上がる可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・近くの小学校工事の影響で来客数が増加しており、客単価が若干低下しても売上は前年比2～3%増加する。
		乗用車販売店（総務担当）	・当面、大型の新車投入は5月の1車種だけで、新車効果による大きな販売の伸びは期待できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・最近の来場者数や販売単価の傾向を見ても、この先は厳しい。
		高級レストラン（スタッフ）	・3月から2か月間のキャンペーンを開催する予定である。10年ぶりにテレビコマーシャルを流すが、ひっ迫した状況が続いている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・一時的に増加していたレストラン利用客数の減少が再び低迷している。回復力に力強さを感じられず、しばらくは現状が続く。
		旅行代理店（従業員）	・原油高に伴う燃油サーチャージの値上げが続き、海外旅行は個人・団体旅行共に敬遠される傾向が続く。
タクシー運転手		・新年度や異動シーズンに入り、利用客はあるが、タクシー運賃の改定問題が控えており、各社の格差運賃の影響がどうなるか不透明のため、あまり期待できない。	
タクシー運転手		・12月にタクシー業者1社が廃業したが、それでも駅構内では客待ちのタクシーが夜でもあふれている。	
通信会社（営業担当）	・携帯電話業界では春商戦が終わるため、販売量は2月に比べ変化しない。		
競輪場（職員）	・2月の1日当たり入場者数、売上高はワーストに近い水準であったが、4月からは待望の地元開催が実施されるため、小幅な減少にとどまる。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・原油高騰等の影響により、来月から商品の値上げが徐々に始まる。冷え切った市場に追い打ちをかけるような値上げにより、景気は更に悪くなる。	
	百貨店（営業担当）	・ガソリン、灯油、食品の値上げの影響が大きく、婦人服ではコーディネート用のセット販売が厳しくなる。	
	百貨店（売場担当）	・客は本当に必要な物しか買わず、さらに価格も非常に気にしている。	
	スーパー（店長）	・今後、電気代などの値上げが相次ぐため、客の財布のひもは固くなり、不要な物は買わないという態度が一層厳しくなる。	
	家電量販店（経営者）	・競合激化に伴う価格の乱れから、買い控えが懸念される。	
	自動車備品販売店（従業員）	・ガソリンの高値や食品の値上げもあり、消費の縮小傾向は続く。季節や天候が良くなる反面、消費者マインドの冷え込みを懸念している。	
一般レストラン（スタッフ）	・相次ぐ中国食材の問題による国内産の食材高騰、麦価再値上げ、原油高による包材・物流費の値上げなど、各業界に値上げが広がっている。同時にM&Aや資本提携など、強いところに淘汰されていく傾向があり、貧富の格差が一層開く。消費は伸び悩み、経費負担が増える。		

		スナック（経営者）	・個人事業者、小規模企業経営者からは相変わらず景気が悪いという声を聞く。また建設業、製造業関係者からは原油や鋼材の値上げの影響が非常に厳しいという切実な話が伝わってくる。
		観光型旅館（経営者）	・来月あたりから、いよいよ原油、小麦などの値上がりが入り商品の価格に反映されるが、サービス料金に上乗せできない。また客の旅行意欲が無くならないかも心配である。
		旅行代理店（従業員）	・消費者物価高騰の影響が大きく表面化し、不要不急の旅行がまず縮小する懸念がある。
		通信会社（役員）	・NGN（次世代通信ネットワーク）の発表やIP技術を使用したテレビ放送のスタートなど、ケーブルテレビ会社を取り巻く環境変化を予想するニュースが多く流れており、今後の消費者の契約動向が懸念される。
		その他レジャー施設（職員）	・物価上昇に伴い、客の消費意欲が減退し、館内の利用単価の下落が顕著である。また、マッサージなど趣向性の高い商品・サービスの売上が減少しているのが目立つ。
		住宅販売会社（経営者）	・原油高による資材の高騰により、建築価格の上昇傾向が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・契約直前になって、返済計画に自信を持たず、契約をキャンセルする客が続いている。さらに、今後は価格や返済計画について厳しさが増してくる。
	悪くなる	スーパー（店長）	・メーカーの値上げは一巡したが、今後更なる値上げが続く。客の生活防衛意識は一層高まる。
		コンビニ（経営者）	・小麦粉の値上げにより主力のパンが大幅に上がる。客の買物に対する目は更に厳しくなり、苦戦する。
		テーマパーク（職員）	・前年に比べて動きの鈍い個人客の回復見込みが立たないなかで、団体・募集ツアー客の予約も前年を下回る傾向があり、全体としては更に厳しい状態となる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・年度末の3月ということもあり、事業所向けの情報端末（ビジネスホン等）の売行きが良くなってきている。経費削減を目指す一方で、利便性を図ることのできる携帯電話との融合システムの需要も出始めている。
		金融業（融資担当）	・運転、設備共に前向きな資金需要が見られる。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・製品のコストアップに加え、受注面の先行きも厳しく、この状態が当分続く。
		繊維工業（経営者）	・消費者のニーズが多様化しているため、特定の商品も多く製造することはできない。従って、新製品の開発による利益追求を目指すしかない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量からみて急激な変化はない。
		金融業（融資担当）	・取引先はサブプライムローン問題による株価の低迷や原油高の推移に対して様子見の状況である。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・売上の前年比マイナス傾向は今後数か月は続くと言われる。またマイナス幅が前年比5%前後で推移している傾向も変わらない。
	やや悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・一部の小売客からは前年以上の受注をもらっているが、ここへ来て仕入れ予定を下方修正する先も出ている。
		輸送業（配車担当）	・今後、原油高が継続するなかで物量は増えず、燃料費のコスト負担が重くのし掛かる。
		司法書士	・商業・法人登記関係でも、解散、合併による企業再編が多く、裁判事務では、家賃滞納による明渡請求、賃金不払事件など不況時の案件が多い。
	悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・原料について、今までは過去の在庫分もあり、値上がり幅の急激な上昇は抑えられていたが、2か月後には影響がストレートに出てくる。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・米国のサブプライムローン問題や原油高騰の影響があらゆる産業で始めている。設備関連が一番早く影響を受けるため、今後は非常に心配である。	
	建設業（総務担当）	・今後も鉄骨等の工事資材価格の上昇が見込まれ、工事採算にますます悪影響が出る。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・昨年末あたりから、求人、求職共に動きが鈍くなってきており、今後も現状の急激な変化はない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・原材料高、原油高など、企業にとって雇用の増加に結び付くような材料が少ない。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・昨年4月以降、上昇傾向で推移していた有効求人倍率もここ3か月間は前年を下回っている。	

悪くなる