

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）	・6月からタスポカードが導入されるが、カードを持たない人のたばこの購入場所が自動販売機からコンビニへシフトするため、売上増加が期待できる。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・当地では6月からタスポカードが導入され、販売機の普及が進んでいく。一方、カード作成の手間が要らない店頭購入の便利さが理解され、ついで買いの増加などから売上増加に若干寄与する。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・地元の製造業の業績が好調で、夏の賞与も期待できるため、消費の先行きは楽観視している。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の新機種発売に伴い、旧端末の大幅な値下げが見込まれ、新機種販売との相乗効果が出る。
	住宅販売会社（従業員）	・金融機関が金利を引き下げているため、客の住宅取得ニーズをくみ取れる。	
変わらない		一般小売店〔精肉〕（店長）	・前年は能登半島地震の後遺症で、来客数や販売量が非常に悪かったが、それを考慮に入れて比較しても売上は伸びていない。今後、ガソリンを含めた物価上昇の影響から思うように売れない状況が続く。
		スーパー（店長）	・ガソリン価格の高騰や小麦を代表とする食料品の値上げが重なり、生活防衛の意識が膨らみ、小売消費にマイナスとなる。
		家電量販店（経営者）	・北京オリンピック特需の盛り上がりは期待できない。
		家電量販店（店長）	・依然、物価上昇は続く。二極化は更に進むと思われるが、省エネ商品の低価格モデルを選別する方向に向かう。
		高級レストラン（スタッフ）	・6月は協会や組合、企業の決算後の会食が最も多い月である。定例の会食の受注は入っているが、旅行者からの団体予約が弱い。駅前に開業したシティホテルは市内最大級の宴会場を併設しているため、会合や団体利用の競争が更に激化する。
		観光型旅館（スタッフ）	・5、6月の売上は前年、前々年をクリアする見込みであるが、7月以降は出入りがある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・近隣のホテル開業による一般宴会の低迷と、レストラン利用客の減少が続いていることが気掛かりである。
		旅行代理店（従業員）	・客は最初に燃料、食品などの生活必需品、次いで衣料などの購入を優先する。当分は旅行消費増加の見込みは薄い。
		タクシー運転手	・客の交通費削減ムード、タクシー各社の競争激化などに加え、マイカーやレンタカーによる観光客の増加により、タクシーの利用はあまり期待できない。
		通信会社（社員）	・携帯電話の販売量に影響の出る新サービス等が登場しない。
		通信会社（役員）	・北京オリンピックでデジタルテレビ契約がどこまで伸びるかについては、「ダビング10」の開始先送りの悪影響が懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・物価上昇懸念が広がったことから、住宅購入はもう少し先と考えている人が早く動き出し、駆け込み需要が出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・現状の見込み客リストの中では、かなりの努力をしても、契約に至る客数や金額が前年実績を上回るのには難しい。
		やや悪くなる	
百貨店（営業担当）	・引き続き、消費者の財布のひもはかなり固い。7月からの夏のバーゲンを待っている客の声が多いため、どうせ安くなるのであれば、その時期まで買物は控えるという態度である。		
スーパー（店長）	・6月からガソリン価格が更に上がる。食品も一斉に値上がりするため、客の買い控えが広がる。特売価格を据え置けば利幅が少なくなり収益が悪化する。対応策として、価格の安いプライベートブランド商品の売り込みを図っているが、ナショナルブランドの信頼度に及ばないため苦戦が続く。		
スーパー（営業担当）	・6月からのガソリン値上げ、相次ぐ食品値上げの影響から、客は「不必要な物は買わない、高い物は買わない」という態度を鮮明にしている。		
スーパー（副店長）	・ガソリン価格の高騰に加え、食料品の値上げなど、好材料が見当たらない。		

		自動車備品販売店（従業員）	・消耗品の変化はあまりないが、カーナビ等の商品に対する関心は実際の購買との間に温度差がある。来客数は減少していないが、購買点数や単価については厳しい状態が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・当地では車が生活必需品となっている。ガソリン価格の更なる値上げが家計を直撃し、マイカー客が減少する。
		スナック（経営者）	・客の企業経営者からは「原材料がなかなか入らない」などマイナス方向の話が多い。景気は現状維持が精いっぱい、悪化に向かう。
		観光型旅館（経営者）	・ガソリンをはじめ、食品の多くの品目で値上げがあり、消費者が旅行に出る余裕がなくなっている。
		その他レジャー施設（職員）	・ゴールデンウィーク明けの来客数の減少が大きい。ガソリン価格の高騰も影響し、遠方からの客が減っている。
		住宅販売会社（従業員）	・各資材価格が相次いで高騰しており、加えてガソリン価格の値上げや社会保険料の負担増から、消費者の購買意欲が減退する。
	悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・鋼材の値上げによりスチール家具が6月から10%値上げされる。客の買い渋りがますます進み、利益的にも一層厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・目的買いの客が少なくなった。旅行などでお金を使わず、近くで楽しむという生活が増えている。洋服でもスーツなどが売れにくく、Tシャツやカットソーなどが重視されるため、客単価はますます低下し、厳しくなる。
		百貨店（売場担当）	・来客数はかなり落ち込み、客単価も非常に下がっている。
		スーパー（総務担当）	・更に増加している加工食品の値上げと原油価格の高騰は、今後の消費生活に大きな影響を与える。
		テーマパーク（職員）	・ガソリン値上げによりマイカーの利用を控えているため、個人旅行客の動きは低迷している。今後、ガソリンの値上げが続けば、個人客の来場者数が更に落ち込む。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	不動産業（経営者）	・法人から不動産物件を探す動きが徐々に出てきている。
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・原材料の更なる高騰が見込まれるが、すぐに売値に転嫁できない。
		金融業（融資担当）	・原材料の高騰が見られるなかで、粗利の低下が懸念される。一方で、市場金利の若干の上昇傾向が企業収益をやや圧迫する要因となる。
		税理士（所長）	・建設業では道路特定財源問題の影響を受け、公共工事の着工が遅れている。また、海外事情から設備投資が足踏み状態の企業も見られる。厳しい現状が当面続く。
	やや悪くなる	プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅着工件数が回復する気配がなく、さらに原材料価格も間違いなく値上げされる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州市場が全体の受注をけん引している。しかし、原油高や仕入価格の高騰により機械発注を控える動きが見られる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・移動体通信関係は低調ながらも安定傾向が続く。また自動車、特に車載電子部品関係は落ち込みが予想される。
		精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡枠の工場出荷価格自体はそれほど低下していないものの、中国の低価格商品との差別化のため、製造コストはますます上がる傾向にある。原材料・副資材関係の値上げも依然続いており、通常のコストダウン手段ではなかなか吸収できない。
		輸送業（配車担当）	・輸送運賃に占める燃料費の割合が高くなってきている。特に長距離輸送はコストが高く、利益が見込めない。
		司法書士	・不動産取引の少ない状況に加え、会社設立、増資、役員追加の動きも少ない。
	悪くなる	建設業（総務担当）	・工事原材料の更なる価格上昇が予想される。一方で、受注競争はますます激化し、低価格の受注業者が相変わらず減らないなか、受注環境は更に悪化する。
		輸送業（配車担当）	・6、7月に原油の高騰が予想されるなか、運送業としてはコスト負担の増加に加え、荷動きの低迷による影響もあり、ますます厳しくなる。
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）	・求職者の年齢は35～45歳が多く、また企業が求めるスキルのある人材が少ないためなかなか契約に至らない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業の撤退の話はあるが、大規模な新規出店の話はない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・新規求職者は増加傾向にあり、有効求人倍率は1月以降、前年を下回り、下降気味である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・原料コスト抑制のため、派遣契約の更新をしない企業が出てきている。

悪くなる	新聞社 [求人広告] (担当者)	・燃料の高値などにより、求人を含む経費圧縮が各事業所で進行している。鉄鋼や環境産業、後発医薬品などの一部業種が県内では好調といわれるが、これが即求人広告の増加にはつながらない。
------	---------------------	--