

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 やや良くなる | - | - |
| | | 一般小売店〔精肉〕（店長） | ・2、3か月前から客の買上状況が悪くなっているが、これが底であり、今後は回復に向かう。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・ファッション雑誌に掲載中の秋物商材に関する問い合わせが前年に比べ多くなっており、客の購買意欲が上昇する兆しが見える。気温が下がり、水害の復旧にある程度のめどが付けば、秋物の需要が高まる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・現在の好調な状況が当面は続く。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・新製品の発売時期が近づき、また旧型品がお買い得になることから、相乗効果が期待できる。 |
| | | 通信会社（役員） | ・北京オリンピックで高まったデジタル放送への関心が今後も継続する。デジタルテレビの製品価格も逐次低下しており、ケーブルテレビ契約の動向に良い影響を与える。 |
| | | 競輪場（職員） | ・全レース併用発売の運用により、1人当たりの購買額が増えた。今後、これが定着すれば期待できる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・住宅ローン減税の内容が固まってくるため、年末に向けて客の動きに変化が出る。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・客の購買意欲をそそる材料がない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・客の動向や販売量の推移から見て、現状は変わらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・3か月後に灯油価格が上がれば、そのしわ寄せが食品の販売に影響する。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・タスポカード効果はもうしばらく続く。ただ、カードによるたばこ自販機の購入も回復基調にあるため、店頭への来客数は横ばいで推移すれば良い方である。 |
| | | 乗用車販売店（経理担当） | ・新型車発売の予定もないため、秋以降の販売は大変厳しくなる。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | ・ガソリン価格の安定が予想されるため、現状のまま推移する。 |
| 一般レストラン（店長） | | ・ガソリン価格の高騰によるマイカー客への影響は観光客で若干減少したが、全体としてはほとんど変わらない。 | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | | ・レストラン利用客は2か月連続で増加し、回復の兆しは出ているが、宴会場の利用客の低迷により全体では伸び悩む。原油価格は下がっているが、市場価格への反映が見えてこないため、収支は厳しい。 | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | | ・予約状況は低迷している。 | |
| 旅行代理店（従業員） | | ・原油高騰に歯止めが掛かり始めたプラス要因と、景気全体の減退傾向のマイナス要因が並行したままの状態が続く。 | |
| タクシー運転手 | | ・客の財布のひもはまだ固く、今後も徹底して支出を切り詰めるという雰囲気を感じられる。 | |
| 通信会社（営業担当） | | ・来客数に変動はないが、携帯電話の販売台数は季節的に減少する。 | |
| 通信会社（営業担当） | | ・携帯電話の新発売や特別な割引が実施されるまでは現状維持が続く。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・住宅展の誘客活動で、客や見込み客名簿の確保が次第に困難になっており、また競合件数も増えている。 | | |
| やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・衣料品では秋物商材の供給が窮屈で、この傾向は冬に掛けても懸念材料である。メーカーでは今年の秋冬物の受注が落ち込み、来年の春夏物への切替えを早めたためとみられる。商品がなくては、売上減も避けられない。 | |
| | 一般小売店〔事務用品〕（営業担当） | ・諸物価が上がるなかで、当社の事務用品も今年の1月、7～8月に値上げを実施した。客の購買意欲がますます低下し、また設備投資も減っているため、不安が大きい。 | |
| | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・9月以降、紙や資材の値上げがほぼ決まっており、客の購買意欲にもかなりの影響が出る。 | |
| | 百貨店（売場主任） | ・物価の高騰に落ち着きが見えない。客の消費行動は、エコ、セコ（節約）、ポイントなどに敏感になっていく。 | |
| | スーパー（店長） | ・数か月にわたる値上げのため、一品単価は上がっているものの、買上点数は悪くなるばかりで客単価が上昇せず、今後もこの状態が続く。来店頻度も悪化し、来客数も減少する。 | |
| | スーパー（総務担当） | ・食品などの値上げが続き、今後消費は落ち込む。 | |
| | スーパー（営業担当） | ・9、10月に食品の値上げ予定がある上、原材料高騰による段階的値上げの可能性もあるため、客の更なる生活防衛が今年一杯は続く。 | |
| | スーパー（副店長） | ・原油高が引き続き消費に悪影響を及ぼす。 | |

| | | |
|----------------|-----------------------|---|
| | コンビニ（経営者） | ・食品関係の値上げが続々予定されており、ただでさえ価格に敏感な客の動きが大変心配である。付加価値商品の提案ができなければ、非常に苦しくなる。 |
| | コンビニ（店長） | ・来客数、販売量共にお盆明けから急激に減少している。通常は落ち込んでも25日の給料日以降持ち直すが、8月は月末が近づいても改善していない。現状の推移から見て、9月以降は悪化する。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・諸物価の値上げは今後も続き、消費への悪影響が必ず出る。 |
| | 家電量販店（経営者） | ・これといった魅力ある現行商品がない。また、今後も需要を喚起する新製品が見当たらない。 |
| | 乗用車販売店（営業担当） | ・今年に入ってからの来場者数の推移を見ても、今後好転する兆しはない。 |
| | 住関連専門店（店長） | ・物価の値上げ傾向がまだまだ続き、景気回復の兆しが見えない。 |
| | 高級レストラン（スタッフ） | ・ガソリンや物価の高騰による客離れは深刻である。高単価の店舗は真っ先に敬遠され、郊外店では特に県内や隣県の中距離からの来客数が大幅に減っていく。 |
| | 一般レストラン（スタッフ） | ・食用油・小麦等の原材料の値上げ、漁業組合のストに加え、灯油高による温室物の野菜、果物の値上げによる入手困難などが予想される。消費の冷え込み、来店頻度の減少、経費増など、経営環境はより厳しくなる。 |
| | 観光型旅館（経営者） | ・食品を中心に仕入価格の値上がりが続いているが、消費マインドが低迷している限り販売価格に反映できず、利益の低下につながる。 |
| | 観光型旅館（スタッフ） | ・9月の予約状況は前年並みであるが、10月は前年を若干下回っており、勢いが鈍ってきている。 |
| | タクシー運転手 | ・客が出費を抑える傾向は変わらない。夜の繁華街の気持は当分戻らない。タクシー利用客が増えないため、厳しい状況がまだ続く。 |
| | パチンコ店（店員） | ・パチンコチェーン大手の倒産から1年が経過し、ようやく落ち着いたと思われたが、関東で大倒産が発生しており、金融関係の支援状況はまだまだ消極的である。 |
| | その他レジャー施設（職員） | ・最も稼ぎ時のシーズンでも、マッサージや女性水着などの高単価商品の売上減が大きいことから、今後買い控えが続く。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・物価上昇のため住宅取得資金が少なくなっており、客の購入条件は更に厳しくなる。 |
| | 悪くなる | |
| | 百貨店（営業担当） | ・客は家計のエンゲル係数をいかに抑えるかを考えている。米とパンでさえも、グレードを下げるという客の行動に顕著に表れている。また、自転車や公共交通機関への乗り換えなど、ガソリンを使わない客が多く見られる。 |
| | 百貨店（営業担当） | ・来客数が減少し、商品が活発に動かないという状況が続く。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・客は非常に慎重な買物をしている。以前であれば、あれもこれもという買い方が見られたが、最近に必要な物しか買わず、客単価の低下が続く。 |
| | 乗用車販売店（総務担当） | ・ガソリンの高騰を始め、生活用品の値上げなどが続き、消費者が生活防衛に動くことが懸念される。 |
| | 自動車備品販売店（従業員） | ・先行きが不透明ななかで、客の消費行動は更に消極的になる。 |
| | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | ・石油販売量の減少、単位当たりの粗利の減少で先が暗い。 |
| | スナック（経営者） | ・今まで業務多忙であった製造業関係の客から「受注の延期やキャンセルが続き、2、3年は悪い状態が続く」などの声が聞かれ、景気回復の気配が感じられない。 |
| | 旅行代理店（従業員） | ・原油高が諸悪の根元である。温泉宿の売れ筋は高級なところと料金の安いところに二極化している。加賀温泉郷は東海北陸自動車道開通の恩恵は全くなく、北陸から中京方面へのスポット現象が懸念される。 |
| | テーマパーク（職員） | ・秋の団体・募集ツアーの予約状況は前年に比べて一層悪化する。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・いよいよ各資材の高騰の影響をカバーできなくなってきた。販売価格の値上げに踏み切らざるを得ない。 |
| 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） | ・ここ数か月間の生産量の落ち込みがかなり厳しかったため、2、3か月間は若干回復する。ただし、1年単位で見ると増加が見込めず、ほぼ現状維持で推移する。 |

| | | | |
|--------|-------------------|---|---|
| | 金融業（融資担当） | ・ガソリン価格の反落、株価の割安感が見られる現在が底であり、これから先はやや良くなる。 | |
| | 税理士（所長） | ・設備・製造業関係の経営者からの感触では、2、3か月後の受注見通しは明るい。ただ、建設業の状況は厳しく、安い単価のたたき合いの動向が心配である。 | |
| 変わらない | 繊維工業（経営者） | ・受注環境の改善があまり期待できない。 | |
| | プラスチック製品製造業（企画担当） | ・受注量の伸び悩みに加え、原材料価格の値上げ傾向は変わらず、非常に苦しい状況が続いている。10月からは製品の値上げを検討している。 | |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・2、3か月後の受注状況に変化はない。 | |
| | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・受注予測などから見て、早期の回復は考えにくい。 | |
| | 輸送業（配車担当） | ・9月から軽油価格が下がるが、まだまだ高い水準にある。 | |
| | 不動産業（経営者） | ・法人、個人共に不動産が動く兆しが見えない。 | |
| やや悪くなる | 精密機械器具製造業（経営者） | ・国内の眼鏡受注量は前年同期と比較してもかなり低水準である。加えて、ここへ来て顧客である国内大手小売チェーン店から、更なる在庫調整の話が出始めている。 | |
| | 輸送業（配車担当） | ・今後急激に商品価格が安くなるとは考えられず、商品は売れず、物量の増加は見込めない。 | |
| | 金融業（融資担当） | ・株式市場が下落基調であり、ガソリン価格の高騰がやや落ち着いたとはいえ、物価が安定するまでは、引き続き景況感は悪い。 | |
| | 司法書士 | ・今年は不動産登記が例年以上に少なく、明るい動きが乏しい。 | |
| 悪くなる | 食料品製造業（企画担当） | ・原材料価格の高騰の影響がますます大きくなり、収益が悪化する。 | |
| | 繊維工業（経営者） | ・業界のオーバーストアに加え、衣料品の買い控えが特に強くなっている。 | |
| | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・客の決定が遅れ、予定の受注がなかなか取れない。 | |
| | 建設業（総務担当） | ・新興不動産業者の破たんや信用不安による選別受注に加え、民間設備投資の見直しなどにより、工事受注活動は一段と厳しさを増す。 | |
| 雇用関連 | 良くなる | - | |
| | やや良くなる | - | |
| | 変わらない | 民間職業紹介機関（経営者） | ・原材料などのコスト高が企業収益を圧迫しているため、上昇要因がなかなか見いだせない。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・新卒採用者が落ち着いてきた影響から、派遣契約の終了が出始めている。また、企業のコスト削減に伴う終了もあるが、後任の需要はなかなか見込めない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・企業では景気後退を予想し、契約満了後の派遣の採用を控える動きが見られる。先行きに対して大きな不安がある。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・ここ数年間、求人主流となっていた派遣会社の募集が減っており、今後も増える見込みがない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・人員整理や事業所閉鎖も見られ、4月以降、新規求職者は増加傾向で推移し、有効求人倍率も下降気味であることから、大きな改善は望めない。 |
| 悪くなる | - | | |