

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 動向 関連	良くなっている	-	-	-	
	やや良くなっている	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・ここ数か月に比べ売上の下げ幅も小さくなり、来客数も増加傾向にある。	
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・政府の経済対策に先がけた省エネ家電の割引セール等による効果が出ている。	
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・低迷していた新車販売は、新型ハイブリッド車の予想を超える予約受注が殺到し、納車に数か月を要する状況にある。ただ、その他の車は相変わらず販売が低水準であり、ハイブリッド車による上乗せ効果はそれほど大きくはない。	
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・販促に対する客の反応が良くなっており、し好品の動きも数量ベースからみると上がってきている。	
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・高速道路料金引下げ、燃油サーチャージの値下げ実施、ゴールデンウィークの曜日の好配列等の影響で、レジャーに対してのムードが高まり、消費動向にも動きが出てきている。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・前半の花見の時期は静かに推移したが、20日過ぎからタクシーを利用する客が徐々に増えだした。	
		通信会社（職員）	お客様の様子	・景気対策として政府が実施した定額給付金の給付にあわせ、地元商工会議所などが中心となって企画したプレミアム付き商品券の当社取扱いが予想以上に多く、一部の顧客に景気対策効果が出ている。	
		通信会社（役員）	販売量の動き	・地上デジタル放送を推進する総務省では、いろいろなメディアや各種会合でデジタル化の意義や必要性をアピールしており、この流れの中で当社のデジタル契約の新規・移行件数は前年比で大幅に増加している。	
	変わらない		商店街（代表者）	お客様の様子	・高額品とあわせて価格帯で中程度の商品でも動きが悪くなっている。消費者は目的の物しか買わない。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・衣料品などに対する購買意欲が全く感じられない。多少の割安感が漂うセールより、今までに無いインパクトのあるセールであれば、ようやく財布のひもも緩む、といった感じである。
			百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数が回復し始めているショップはあるものの、入店客に対する買上率は依然低迷を続けている。1人当たりの客単価、買上点数も低迷し、売上は前年の90%以下が続いている。
			百貨店（売場担当）	販売量の動き	・平日、土日とも商品の動きが悪い。
		スーパー（店長）	単価の動き	・定額給付金の給付により回復を期待しているが、実際には景気浮揚に結びついていない。	
		スーパー（店長）	単価の動き	・前月に引き続き来客数は横ばい状態であるが、買上単価は100～200円程度低下している傾向に変わりはない。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・買い控えが顕著になり販売点数の減少につながっている。販促品主体の最低限度の買物スタイルが定着している。	
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・天候に恵まれ、気温も高かったので夏物商材が前年より良かった。また、新型インフルエンザなどによりマスクや衛生用品等が伸びた。しかし、主力の中食関連では前年比1割減となった。全体の売上は前年比1%のマイナスとなり、客の財布のひもは相変わらず固く、変化はない。	
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・環境対応車普及促進税制による恩恵もあって、自動車販売業界としては需要喚起の一助になっている。補正予算による自動車購入促進に関連する政策を期待しているが、エコカーといわれる車種が少ない当社としては苦戦している。	
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	販売量の動き	・既存店の来客数は前年比で変わらないものの、売上は同2%低下している。1人当たりの買上点数が前年同月比0.1点減少し5.4点となり、購買量の減少が主な要因である。	
	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・4月上旬は天候が良く桜も長持ちしたこともあり例年並みに推移したが、花見が終わった3、4週目では個人客が前年比10%の減少となった。		

	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊客数、レストラン利用客数、宴会利用客数がいずれも減少している。特に宴会利用客数は前年を大きく下回った。
	タクシー運転手	来客数の動き	・桜の開花以降天候に恵まれ、ここ10年来で最高の人出となった。また、週末には新入社員の歓迎会なども活発に開催されていた。しかし、平日は依然として活気がなく、朝夕の通勤時間も節約傾向が目につき、タクシー利用は非常に少ない。
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・本来であればポイント有効期限月で、ポイント消化のための販売量が増えてくるが、今年は目立った動きが見られない。また、来月以降新商品が出るため買い控えも目立ってきた。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数減に歯止めがかからない。来店間隔の長期化と価格の安い店に客が流れているためである。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・景気が悪く予算が厳しいなかで客は動いているが、他社との競合も激化している。客の動きが直接受注に結びついていない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・定額給付金の給付に合わせてプレミアム付き商品券を発売したが当初予定販売額に届かず、追加販売日を設定した。給付時期が確定していない消費者も多く、思った以上の購買行動につながっていない。
	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・4月に入って大型ホテルなどへの納品が急激に落ちた。昨年は歓迎会、花見などにぎわいがあったが今年は企業も個人も消費を控えている。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・高額商品の動向が一段と厳しくなっている。呉服、美術、貴金属など、平均単価も同時に低下傾向が続いている。
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・週末の来客数が減少している。消費者は収入減のため郊外店舗への買物回数が減ってきている。
	スーパー（営業担当）	単価の動き	・ここ数か月、商品の値下げ傾向が続いており、スーパー業界全体が一層の値下げ合戦になっている。客はより安いものを少量だけ買って行くので客単価の低下が続いている。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は微増が続いているが、客単価の下落が大きい。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・3月に入って急に売上が落ち込み、4月も売上下下が続き前年比91%と不調であった。値下げ競争がコンビニ業界にも波及し、客単価の低下を一層強めている。
	コンビニ（店長）	それ以外	・大手コンビニチェーンの進出による影響が出始めており、徐々に売上が低下してきている。また、4月後半は、例年と違って客の動きが鈍く、アウトドアに出かける客や県外からの客が少ない。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・売上の減少傾向が続いている。しかし、内外のニュースの影響等で商品購買に対する客の気持ちは日々変化している。
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・5月15日から実施されるエコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業による買い控えからか、目に見えて来客数が減っている。
	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・環境対応車普及促進税制による対象車種が制限され景気浮揚策の効果が出てこない。むしろ適用外車種はその分を値引きでカバーする等の乱売が多くみられる。すべての国民、車種で恩恵を受けられ、業界全体の収益改善がなされないと不公平感が残る。
	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・ハイブリッド車の需要は上向いてきたが、全体の売上台数は前年比で減少が続いている。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・工場の操業短縮による影響で、大幅な売上減がみられる。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・定額給付金で商品を購入している動きは見当たらない。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・土日およびランチタイムの落ち込みが大きくなり低調に推移している。製造業の低迷、ベースアップ凍結など、サラリーマンのランチは手作り弁当になる人が増え、外食回数が減る傾向にある。	

		スナック（経営者）	来客数の動き	・接待の二次会もなく厳しい状況となっている。底を打ったとの話も聞かれるが、売上は前年の75%程度となっている。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・売上は前年比81%、宿泊人数は同85%、宿泊単価は同99%となっており、宿泊人数の減少に加え館内での消費単価の低下が売上大幅減の原因である。また、円高で海外からの観光客もほとんどない状態である。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・売上は、前年比、前月比共に低下している。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前と比べ購入単価が約2,000円低下している。
		その他レジャー施設（職員）	販売量の動き	・新規入会者数は下げ止まり感が出ているが、景気動向の影響もあり退会者数が増加傾向にあるため、会員数減少、売上高減少がみられる。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年1、2月の契約件数より、4、5月の契約件数が多いが、今月は3か月前の契約件数を割っており、5月も割りそうな状況である。
悪くなっている		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	販売量の動き	・例年であれば3、4月の販売目標は達成できたが、今年は未達に終わった。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費を喚起させるため、下取りセールを実施しているが、客に渡したクーポンの回収率が1割にも満たない。このような仕掛けをしても消費に結びついていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・し好品等が売れず客単価が上がらない。また今月よりスタートしたレジ袋有料化も影響している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数に改善が見られるものの、買上率が悪く、客単価も低下しているため売上が低下している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・売上の前年比が低下し、悪くなってきている。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数、売上共に減少している。政府の景気対策エコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業を待っている客が増えているため、買い控えが発生している。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・来客数が減少しているなか、接客をしても、客は慎重になっているためか、なかなか決めてもらえない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・売上は前年比26%低下している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・個人客数の推移は前年比90%台と健闘しているが、一般団体や募集旅行がキャンセルなどで前年比5割程度の水準で推移しており、非常に厳しくなっている。全体としては前年比80%台の状況になっている。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・客の引き合いが減少し始め歯止めがかからない。政府の大型住宅ローン減税も恩恵にあずかる対象者も少なく、減税効果はあまり期待できない。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・一年のうち一番良い時期に展示会をしても、以前とは比較にならないほど来場者数が少ない。新築よりリフォームの動きが目立っている。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量はピーク時の3～4割程度しか戻っていないものの、2月に底を打ち、3、4月と若干増加している。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・販売単価の高い商材の販売が落ち込み、廉価品が販売数量を伸ばしている状況が続いている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・衣料品は春夏物に期待しているが、現状では非常に厳しい。また、秋冬物の商品開発に期待をしている。
		化学工業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の話によれば、仕事量確保のため受注活動を活発に行っている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・新年度に入っても住宅関連の売上は伸びていない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・国内、海外市場とも機械の受注が取れない状況が続いている。
精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に国内商品に関しては量的にも金額的にも厳しい状態ではあるが、依然として3か月前と同レベルの状況が続いている。		

		輸送業（配車担当）	受注価格や販売価格の動き	・特に変わらず悪いままで、現在のところ変化はない。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・客の決算状況は悪いながらも想定範囲内で、底打ち感がでている。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産業界では、個人経営、法人とも悪いまま変化がないとの声を聞いている。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・折込チラシのサイズ小型化、エリア縮小によって売上高減が続いている。この状態に歯止めが利かない。
		司法書士	取引先の様子	・金融機関の担保管理の際、担保評価額や抹消条件が厳しくなっている。
やや悪くなっている		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・国内では消費者の買い控えや低価格志向の影響を受け、輸出では欧米市況の悪化を受け、足元の受注は厳しい状況である。取引先も打つ手がなく様子見の状況が続いている。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・前年秋口からの受注低下が財務諸表に数字となって表れてきている。
		税理士（所長）	取引先の様子	・中小企業が苦しんでいるのは、円高と未婚の増加、少子高齢化などが根本にあるためである。そのため税金を使ってこれらに関係のない施策を実行しても、景気に対する効果は一時的である。為替対策や子供が増える対策が必要であり、全体の需要が増える施策が必要である。
悪くなっている		建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共工事の事業量が大きく減少したことから、建設会社の社長の中には、公共事業からの撤退を決めたり、廃業を考えて業界団体の役員の留任を拒んだりする話が増えている。
		建設業（総務担当）	それ以外	・計画中の設備投資計画のうち、主に製造業において工事の凍結、先送りが顕著となり、受注環境が一段と厳しさを増してきた。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・消費者の購買意欲がなく物の動きが悪い中で、物流の動きが鈍くなってきている。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	-	-	-
変わらない		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3月末でかなりの雇止めがあり、次の派遣先が全く見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の出稿状況は前年比35%減である。
やや悪くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人材の新規需要は全く発生せず、また今後も契約期間満了時に継続更新がない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人件数が月を追うごとに減少しており、今後も続く。
悪くなっている		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・機械製造系企業が数社、新卒採用者を自宅待機とするなど、雇用情勢は厳しさを増している。また地域密着をうたう地元大手企業が正社員の早期退職に踏み切るなど、現職就労者にとっても厳しい環境となった。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数が大幅に増加している。特に、事業主都合離職者が前年同月比3倍近く増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は製造業を始め、運輸業、医療福祉業、建設業で前年比半減している。一方、新規求職者数は事業主都合による離職者が大幅に増加しており、有効求人倍率は低下傾向となっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・4月に入ってから紹介・派遣とも依頼がほとんど無い状態が続いている。