

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<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる         | -  | -   |
|                |                        | 一般小売店〔精肉〕<br>（店長）  | ・今が景気の底であり、今後、季節物の商品展開を進めていく。   |
|                |                        | 百貨店（売場担当）<br>コンビニ（経営者）   | ・クリアランスセールが始まり期待している。<br>・景気対策の効果が表れ、消費者の財布のひもが少しは緩んでくる。  |
|                |                        | 衣料品専門店（経営者）  | ・定額給付金の給付の影響か、売上の前年比低下幅が縮小し上昇傾向になってきた。また、ショッピングセンター内の店舗では、来客数の増加が見られ、客単価が100円程度上昇している。                                    |
|                |                        | 家電量販店（経営者）   | ・今はエアコンの販売はあまり良くないが、エコポイント付与の効果で買換え需要による夏場の販売が大きく期待できる。   |
|                |                        | 乗用車販売店（総務担当）   | ・新型ハイブリッド車がけん引役となり、さらに環境対応車普及促進税制や車齢13年超車の下取支援政策が追い風になり、受注台数が堅調さを見せ始めている。この傾向は当分の間続くものと期待している。                            |
|                |                        | 乗用車販売店（経理担当）   | ・新型ハイブリッド車の受注が、現在のペースでしばらく推移してくれることを期待している。   |
|                |                        | その他専門店〔医薬品〕（営業担当）  | ・新型インフルエンザの影響で、消費者は人がたくさん集まる百貨店やショッピングセンターでの買い物を避ける傾向があり、ドラッグストアのような居住地の近くにある店舗に集まりやすくなる。                                 |
|                |                        | 通信会社（社員）   | ・携帯端末の販売価格が低下し、販売量が多くなる見込みである。  |
|                |                        | 通信会社（営業担当）   | ・携帯電話の新商品の定着が進み、旧機種単体の価格が安くなることも見込めるため、安定した販売が見込める。   |
|                | 通信会社（営業担当）<br>通信会社（役員） | ・天気が良くなり外出やアウトドア等の行事が増えてくる。<br>・地上アナログ放送の終了に関するマスコミ報道の継続と、グリーン家電普及促進事業によるエコポイント等家電製品に対する割引制度によるデジタルテレビ購入者の増加により、デジタル契約に対する新規加入、移行が一層増加するものと期待している。 |   |
|                | 住宅販売会社（従業員）            | ・企業の業績が徐々にではあるが回復してきている。しかし、個人消費回復につながるにはまだ時間が必要である。   |   |
|                | 変わらない                  | 商店街（代表者）   | ・この夏も暑くなるとの予報が出ており、依然として外出を控える傾向が続くものとみられる。客単価も下がってきており、売上減少は止まらない。   |
|                |                        | 商店街（代表者）   | ・新型インフルエンザの影響でこれ以上悪くなるのか、影響なくこのままなのか判断が難しい。   |
|                |                        | 一般小売店〔鮮魚〕<br>（従業員）   | ・新型インフルエンザは収束に向かうが、これを契機に景気が上向くとは考えにくい。選挙や北朝鮮問題も微妙に影響する。  |
|                |                        | 一般小売店〔書籍〕<br>（従業員）   | ・底は脱したが、今以上に良くなる要素もなく現状と変わらない。  |
|                |                        | 百貨店（売場主任）  | ・一部の企業での所得上昇傾向は見られるものの、全体の購買意欲を刺激できるだけの所得には追いついてはいない。   |
|                |                        | 百貨店（営業担当）  | ・夏物のファッショントレンドが動く時期であるが、総じて前年の70～80%で推移している。また、例年7月から始まる夏のバーゲンに対して既に問い合わせがあり、客はバーゲン待ちの状況になっている。夏物商戦は引き続き厳しいものとなることが予想される。 |
|                |                        | 百貨店（営業担当）  | ・セールの立ち上がり日の起爆力が年々小さくなってきていることに加え、買い控え傾向やセールの前倒しが進んでいるので、例年に比べ厳しいセールが予想される。しかし、お買い得感に対する客の反応がよいので、これをどこまで引き出せるかが鍵となる。     |
|                |                        | スーパー（店長）   | ・消費者の物を買うときの考え方が厳しい状況は、しばらく続く。  |
| スーパー（店長）       |                        | ・定額給付金が給付されても、食品スーパーでは目立って売上が変化しない。  |   |
| スーパー（店長）       |                        | ・景気回復の見通しが不明瞭で、ボーナス低額・雇用問題など不安材料が払しょくされない状況であり、生活防衛意識が高まる一方である。  |   |

|               |   |   |
|---------------|---|---|
| スーパー（店長）      | ・収入の減少が今後も続くものとみられ、ボーナス商戦に影響が出るのが必至の様相である。  |   |
| コンビニ（店長）      | ・客のイベントに対する反応がやや鈍いものの、年初時の景気の悪さと比較すればやや落ち着いた感があり変化は無い。  |   |
| 衣料品専門店（経営者）   | ・来客数の減少、買上率、売上単価の低下に歯止めがかからず、先行き好転の兆しがみられない。  |   |
| 衣料品専門店（総括）    | ・高速道路料金の引下げなどよい要因もあるが、新型インフルエンザなど悪化要因もある。   |   |
| 家電量販店（店長）     | ・グリーン家電普及促進事業によるエコポイントの効果も期待していたより出ていない。政府の景気回復の効果も未知数である。  |   |
| 乗用車販売店（経営者）   | ・客のニーズがエコカーや低燃費の軽自動車に偏る傾向がある。車齢13年超車の下取支援、環境対応車普及促進税制などの対象車種や該当車などはもっと規制緩和して、まずはボリュームを上げるべきである。                         |   |
| 住関連専門店（店長）    | ・客の動きが以前と比べて悪く、店頭では購入を決めかねている消費者が多くなっている。良くなる兆しさえもみえない。   |   |
| 高級レストラン（スタッフ） | ・6月の受注状況は、旅行代理店からの団体予約が昼は前年比120%、夜は同105%と昨年秋から最も良い状況であるものの、新型インフルエンザ関連による団体予約キャンセルや逆に関西方面をやめて北陸方面への変更などの問合せなど、日々流動的である。 |   |
| スナック（経営者）     | ・しばらくは現状が続き、戻っても前年の7割程度という声が聞かれる。また、不安定な状態の中で悪い材料が入ると、一段と悪くなる気配も感じる。  |   |
| 観光型旅館（経営者）    | ・夏休み期間の予約が始まり、出だしは順調である。しかし、それまでの予約が新型インフルエンザの風評被害でキャンセルがあり、前年比2桁低下している。  |   |
| 観光型旅館（スタッフ）   | ・8月以降の予約は前年の85～98%に達しているものの、5月の予約（実績含む）は同76.9%、6月が同57.3%、7月が同69.4%と直近の予約が悪い。  |   |
| 都市型ホテル（スタッフ）  | ・宿泊状況はビジネス客を中心に低迷している。レストラン利用客は、5月は前年を上回ったが、前年は8月頃まで重油高騰の影響を受けていたこともあり、前年と変わらないと見込んでいる。                                 |   |
| 旅行代理店（従業員）    | ・7～9月の燃油サーチャージの撤廃と、新型インフルエンザ騒動の沈静化が与える経済活動の復活によって、海外旅行需要は活気を取り戻せる期待感がある。一方で国内旅行は、高速道路料金引下げ効果が依然として期待できる状況とは言えない。        |   |
| タクシー運転手       | ・夏のボーナスは軒並み前年より減額になるとの話を聞くなど明るい材料はない。そのため、低迷したまましばらくは抜け出せない。  |   |
| タクシー運転手       | ・必要なものは購入するが、不要不急のものは購入しない風潮が定着している。  |   |
| 美容室（経営者）      | ・新型インフルエンザの影響、また総選挙を控え、消費が活発になる環境にない。   |   |
| 住宅販売会社（経営者）   | ・新規客の行動をみても変わる気配がない。  |   |
| 住宅販売会社（従業員）   | ・契約金額は減っているものの客の動きは増えてきた。そのまま契約に反映しないだろうが、これ以上落ち込むことも考えられない。車、住宅への減税措置がこれから消費者マインドを改善させる雰囲気がある。                         |   |
| やや悪くなる        | スーパー（営業担当）  | ・現状の客の動きをみていると良くなることは期待できない。  |
|               | コンビニ（経営者）   | ・近隣への競合店の進出が決まっており、また、タスポ効果の反動もあり売上が厳しくなる。                                      |
|               | 自動車備品販売店（従業員）   | ・ガソリン価格の上昇や夏季賞与の減少予測から消費の落ち込みが考えられる。  |
|               | 一般レストラン（スタッフ）   | ・低価格のうどん店の出店、大手外食チェーンのクーポン券合戦等、厳しい状況が続く。また、ボーナスカット、減給とサラリーマンの財布のひもも一層固くなりそうである。 |
|               | 都市型ホテル（スタッフ）  | ・景気悪化要因のほか新型インフルエンザの影響もあり予約は今一つである。   |
|               | 住宅販売会社（従業員）   | ・需要喚起のため、特典を活用した広告宣伝費の増加や資材の値下げによる既契約分の価格見直し要求が出てくるなど、収益性の悪化要因が多い。              |

|        |           |   |   |
|--------|-----------|---|---|
|        |           | 住宅販売会社（従業員）   | ・雇用の問題などで明るい話題がない限り、住宅や土地といった高額な不動産は動かない。   |
| 悪くなる   |           | 一般小売店〔事務用品〕（営業担当）   | ・景気の底が見えないとの声が取引先から聞こえてくる。特に製造業では元気が無く、今以上に先行き不透明で売上が見込めない状況にあると聞いている。  |
|        |           | スーパー（総務担当）  | ・定額給付金の経済効果は全く感じられず、今後も景気が回復する傾向がみえない。夏のボーナスも前年の支給額を下回ることが明らかなため、2～3か月先も景気が悪い状態が続く。   |
|        |           | コンビニ（経営者）   | ・タスポ効果は5月で終わり、来月から確実に売上の伸びは低下する。また、低価格商品を購入する客が増える一方、ついで買いをする客が期待しているほど増えていないため、客単価が下がり売上げ低下に歯止めがかからない。                     |
|        |           | 旅行代理店（従業員）  | ・旅行シーズンである10～11月は更に新型インフルエンザが蔓延しそうな気配であり、経営的には大赤字必至である。   |
|        |           | テーマパーク（職員）  | ・周辺の宿泊施設の予約状況は、依然として団体客は鈍い。また、現状では比較的堅調な個人客でも今後動きが鈍くなることが予想される。   |
|        |           |   |   |
| 企業動向関連 | 良くなる      |   |   |
|        | やや良くなる    | 繊維工業（経営者）   | ・秋冬の衣料関係は小ロットではあるが生産に入っている。車両関連など非衣料関係は在庫調整が進んでいる。  |
|        |           | 電気機械器具製造業（経理担当）   | ・夏までにはピーク時の70%まで一時的に回復する見込みであるが、その先は楽観視できない状況である。   |
|        |           | 輸送業（配車担当）   | ・少しずつではあるが明るい話題も増え、荷動きも良くなっていく。   |
|        | 金融業（融資担当） | ・取引先の在庫水準が急激に絞られたため決済額が減少し、資金繰り懸念が薄らいでおり、これ以上の悪化はなくやや上向き見込みである。 |   |
| 変わらない  |           | 繊維工業（経営者）   | ・先行き不透明感が続いており、受注環境は厳しいままである。さらには新型インフルエンザの影響が消費にでてるのではと懸念している。   |
|        |           | プラスチック製品製造業（企画担当）   | ・住宅向けは回復に半年から1年かかるとみている。ほかには一部で回復の兆しがみられるものの、全体的に状況が好転する気配がみられない。   |
|        |           | 金属製品製造業（経営者）  | ・2～3か月先の受注の入り具合は現状と変わらない。   |
|        |           | 一般機械器具製造業（経理担当）   | ・一部に改善の傾向との報道があるが、受注量自体には大きな変化がない。  |
|        |           | 精密機械器具製造業（経営者）  | ・一部の商品では予想を上回るリピート受注が来ているものもあるが、総量的には低水準のままである。ここしばらくは横ばい状態が続くことが予想される。   |
|        |           | 輸送業（配車担当）   | ・製造業では、在庫を持っている中で生産を増やすような状況にはならず、物流が好転するとは考えにくい。   |
|        |           | 金融業（融資担当）   | ・下げ止まり感はあるものの、この後上昇する気配はまだ確実になっていない。  |
|        |           | 不動産業（経営者）   | ・個人客にしても法人客にしても不動産取引がなかなか動き出さない。  |
|        |           | 新聞販売店〔広告〕（従業員）  | ・折込チラシのサイズダウンや配布エリア縮小から良くなりそうな状況が見えないため、新規オープンがあっても落ち込み分をカバーできない。   |
|        |           | 司法書士  | ・不動産取引においても会社関係の相談でも、景気回復を感じさせるものは無い。   |
| やや悪くなる |           | 食料品製造業（企画担当）  | ・食品会社においては、高額品の販売不振、廉価品の好調さが背景にあり、流通業界から価格の見直し要求が継続している。このため、ますます収益性が悪くなる傾向を危惧している。   |
|        |           | 建設業（経営者）  | ・競争激化による低価格での受注や、積算における資材単価の低さや歩掛りの厳しさにより、工事の採算が悪くほとんど利益が出ない状況がより強まる。   |
|        |           | 通信業（営業担当）   | ・事業所での電話更改の設備投資需要がなかなか上向いてこない。特に製造業比率の高い富山では顕著となっている。   |
|        |           | 税理士（所長）   | ・定額給付金の給付が始まったが、民間企業の給与の減額が続いており、相殺され消費の刺激になっていない。グリーン家電普及促進事業によるエコポイントは高齢者を中心に分かりにくく、全体的な消費刺激にはなっていない。街の電気店は値引き等で減益になっている。 |
| 悪くなる   |           | 一般機械器具製造業（総務担当）   | ・自動車産業、半導体産業などでは在庫調整が終了していると言われている。しかし設備投資の動きはその後になるので、回復は来年以降との見通しである。   |

|          |           |                           |   |
|----------|-----------|---------------------------|---|
|          |           | 建設業（総務担当）                 | ・工事の発注先送りと受注価格競争がエスカレートしてきており、受注環境は一段と厳しさを増している。                        |
| 雇用<br>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）                | ・1～3月期ほどの大きな雇い止めはないにしても、今後も規模は小さくなるが雇い止めは続く。                            |
|          |           | 求人情報誌製作会社（編集者）            | ・大規模な人員採用の話がまったくでてこない。  |
|          |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）            | ・雇用は連休を境に回復傾向にあったが、新型インフルエンザの影響でストップした。経済の動きはますます鈍くなり、雇用問題は解消に向かう様子はない。 |
|          | やや悪くなる    | 民間職業紹介機関（経営者）             | ・休業している企業でも先行きが見えないと聞いており、さらにこれから一時帰休体制を実施に踏み切る企業もある。                   |
|          |           | 人材派遣会社（社員）                | ・景気回復の見通しが全く立たない状況で、人材の増加も期待できない。今後も雇用環境がますます厳しくなる。                     |
| 悪くなる     | 職業安定所（職員） | ・当面、求人数の減少、求職者数の増加が予想される。 |   |
|          |           | 職業安定所（職員）                 | ・前月に引き続き中小企業等からの雇用調整助成金の相談が多い。  |