

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	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約件数、契約金額ともに過去3か月の実績を大きく上回った。客の動きは変わらないものの、過去3か月落ちていた分がここにきて契約になっている。
	変わらない	一般小売店〔書籍〕（従業員） 百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数は増加しているが、客単価が低下している。
			お客様の様子	・前月以上に客の購買意欲が低下している。来客数は増加傾向にあるものの、高額商材の動向が不調である。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・イベントやセールの日、今まで見られたような来客数が爆発的に多くなることなくなくなった。イベントやセールでも慎重な買い方が見受けられる。
		百貨店（売場担当）	単価の動き	・クリスマス関連ギフトの単価が、前年比3割程度低下している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・レジ袋有料化の影響もあるが、社会情勢の悪化による要因が大きく客単価が非常に悪くなっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・買上点数を絞っている様子がうかがわれ、客単価も低下している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上は前月、前々月と変わらず、下げ止まっている。悪い状況には変わりないがこれ以上悪くなることはない。週末は、悪いながらもそれなりの売上が上がっている。来客頻度は、全体的には減少しているが、常連客の来店頻度は回復しており、これ以上の悪化は考えられない。
		衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・チラシを出しても、目玉商品のみを購入する客が多い。新店舗のオープン時には買物かごにたくさんの商品を買っていったが、現在では買上げ数量は減少している。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・エコポイント効果により、テレビの売上は前年比30%以上増加し、引き続き好調である。またDVDレコーダーがテレビとのセット買いも多く売上を伸ばしている反面、エコポイント対象になってはいるがエアコン、冷蔵庫は売上が伸びない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・本に必要な商品、数量しか購入しないため、ついで買いやまとめ買いが少なくなった。製品が古くなくても、壊れない限りは買換えしない傾向がでてきた。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・大型施設を借りてイベントを開催したが、来場者数が以前の開催と比較して減少した。イベントも需要喚起にはならなくなった。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・前年と比較すると自動車販売台数は増加している。環境対応の減税・補助金の効果によるところが大きいですが、一時ほどの影響力が薄れ、受注ペースが低下しており、先行きが懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・料亭部門は、会合や接待をする企業としない企業が分かれて安定し始めたこともあり、9月以降全体の売上は前年実績を上回り始めている。個人がメインとなる鉄板焼き部門は、9月の大型連休後、手の平を返したように悪化している。冬のボーナス減額などが影響し財布のひもは固い。
スナック（経営者）		来客数の動き	・悪くなってきた景気に慣れてきた客が多い。前月に引き続き、売上は例年と遜色のない数字をあげている。しかし、客の間では、工場は海外に持っていかなるを得ない、国内では仕事が成り立たない、ボーナスは気持ち程度、ますます倒産が増えるなどといった話題が多い。	
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・混雑する日とそうでない日の差が大きく、平均すると入込人員減である。		
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・売上は前年比85%、宿泊単価は同101%、宿泊人員は同83%とまだ回復したとは言えず、価格的に安い姉妹館も売上は同85%で終わっている。土日中心で平日が埋まらない傾向が強い。		

	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・景気低迷による企業の利益額の減少や、新型インフルエンザによる影響も一段落したが、それは「支出控え」「外出控え」が定着したような「マイナス」面での定着であり、決してプラスになる動きまでは回復していない。
	通信会社（社員）	それ以外	・当社の事業は、季節変動的な要素が強いいため、社外との意見交換の中では、景気はあまり好転していないような意見が多い。
	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の単価数値まで持ち直した。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・単にセール待ちではなく、安価なもので済まず傾向が強い。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・他業種に比べると好調であった食料品関連も、ここに来て売上を落としている。商店街の人通りも少なくなっており、ここ2か月ほどで空き店舗も出始めている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は、全体では5～6%減少している。会員カード保有客に限っての買物回数も、同様に5～6%減少している。全体的に客の買物回数が減少している。
	スーパー（店長）	単価の動き	・客は価格面での追及が厳しく、特売などで安さを打ち出しているものの、買上点数増加には結びついていない。デフレ傾向があり、安くしても買上には結びつかないのが現状である。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・特別招待会を実施したが、来客数は前年比95%、買上単価は同90%前後の実績となった。客の買上点数、買上単価ともに前年比低下しており、厳しくなっている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・クリスマス商戦がスタートしたが本格的な動きはほとんど無く、間際需要のみの動向が懸念され、全体としての販売総量に期待が持てない状況である。コモディティ関連の消費も前年割れが相次ぎ、天候不順に伴いシーズン商材の動きも向かい風状態である。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・単価の下落が続いている上に、来客数も減少に転じ、全体では販売額が低下している。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・イベント等で割引セールを実施すれば、数量は前年を上回るが、単価が低下しているため、売上は前年を下回っている。
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・購入車種も時期も決まらずに日数だけが過ぎてゆく傾向の商談ばかりである。何かを期待して待っている様子がうかがえ、迷っているから買えない状況にある。
	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・車の販売量は前年比1割程度増加しているものの、補助金などに負うところが大きい。現在では受注が低下傾向である。
	その他専門店 [医薬品]（営業担当）	単価の動き	・客数は前年比102.5%と増加しているにもかかわらず、売上は同100.0%となり、1品あたりの単価が30円程度低下している。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・10月24日土曜日頃から前月に比べ5ポイントほど急激に落ち始めた。11月中旬頃からは2ポイント改善するもまだ落ち込む前の水準には戻りきっていない。夜、土日の客数は確実に減少している。外食控えが顕著で、昼もサラリーマンは弁当派が増えている。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・11月に入りレストラン利用客が前年を下回る日が続いている。また、宿泊、宴会も伸び悩んでおり全体的に低調な動きとなった。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・客数は増加したものの、客単価は低下したため、全体では売上減少に悪戦苦闘の毎日を送っている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・一日を通して暇である。朝夕の通勤時間帯でもタクシー利用は少なく、夜になっても人出は少ない。利用者からは、ボーナスは前年より厳しいとの話をよく聞く。年末を控え出費も防衛に向かっている。
タクシー運転手	販売量の動き	・全国的な業界団体の会議があるときだけ動きが良い。また、週末も一時的にある時間帯だけ稼働率が良い状況である。	
通信会社（職員）	競争相手の様子	・通信各社では値下げ戦略に拍車がかかっているが、結果的に既存客の獲得競争が激化するばかりで、新たな消費拡大へつなげていない。デフレ状態に陥っているとの政府発表があった後でもあり、今後、緩やかな下降状態がしばらく続く。	

	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前月、前々月よりも少なかった。また、年末は客の動きが活発になることが予想されるため、今月に関しては動きを控えた人も多いと推測される。	
	通信会社（役員）	販売量の動き	・ケーブルテレビ契約数は確実に増加傾向にあるものの、消費者の家計節約傾向が続くなかで、前年比増加数は半数程度にとどまっている。	
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品発売のため買い控えが発生していたが、新商品の発売とともに販売が伸びた。しかし、月全体では販売数は落ち込んだ。	
	美容室（経営者）	単価の動き	・8月から客単価が下がり始め、今月もその傾向が続いている。	
	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・価格に対して、客は敏感に反応している。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・同業者等の倒産や地価の下落など景気後退のニュースが多く、客の動きが鈍い。	
悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	単価の動き	・OA機器や備品のような大きな商談もない。経費削減のため消耗品の購入についても再度価格的に安くなる提案を要求する取引先が増えており、非常に厳しくなってきた。	
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・歳暮商戦は、件数、単価ともに前年比70～80%で低下している。一般の売り場では、カード決済でのボーナス払いが極端に減少している。全体的には先を見越した消費が厳しく、進物にまで節約・倹約志向が高まっている。	
	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は前年並み、買上点数は価格政策の効果があり増えているが、来店客1人当たりの買上単価が前年比3ポイント低下している。相当な努力をしているが、結果的に売上は低下している。	
	スーパー（総務担当）	単価の動き	・10月よりさらに客単価の低下が目立つようになってきた。1品単価も低くなっているが、買上点数も減少する傾向が出てきている。	
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・平日、土日にかかわらず中心部への来街者が減少している。	
	家電量販店（店長）	お客様の様子	・客の購買意識が薄く、ボーナスも期待できないとよく聞く。	
	自動車備品販売店（従業員）	販売量の動き	・主要部門の販売低迷、天候にも左右されているがそれ以上に買い控えが大きく影響しており、販売量は前年比大きく低下している。	
	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・来客数、購買意欲などどれをとっても増える見込みがない。販促等の仕掛けをしても、しないよりはましなだけで、しなければもっと来客数は少なくなる。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・物が動かない状況が続き、毎日が静かに過ぎていく。まだまだ底が見えない。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・1団体当たりの売上が大幅に低下した。また、日帰り旅行にシフトする傾向がみられる。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型インフルエンザの影響や企業業績の悪化から、団体客数は前年比4割程度減少となった。また、個人客、グループ客も同1割程度の減少となっている。全体としてまだ悪化している傾向が強い。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・他社とのサービス内容、特典の有無などの比較後、さらに価格の値引き要求があり受注の長期化と収益面の悪化が進んでいる。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・市場の規模も縮小しており、年末に向け資金的理由により経営破たんする企業も増加することが予想される。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・衣料分野では婦人服にやや動きが出てきた。非衣料分野では価格は厳しいものの、数量面では回復がみられる。
		化学工業（総務担当）	取引先の様子	・発注量も増え、各部所忙しくなってきた。
	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、海外ともに引き合いが増え、受注も取れるようになってきた。	
変わらない	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に回復がみられるものの、期近および小ロット対応が中心で、厳しい状況が続いている。	

		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	・住宅市場は盛り上がり欠ける。今年是一年中同じような状況が続いている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・絶対的受注量が少ないため、単価の切り下げが広く要求されている。これに応じなければ取引できなくなっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大型プロジェクト工事に参画し現場は忙しいが、地域的には、受注が激減し手持ち工事がほとんど無くて悲嘆にくれている業者もいる。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・各企業の試算表や決算書からは、数値は底を打ったものの、上向き状況にはないと読み取れる。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産売買については動きが鈍ってきているとの話が多く聞かれるようになってきた。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上高は前年比で10%の落ち込みだが、4月からの累計では同5%低下でとどまっている。
		司法書士	取引先の様子	・法人・会社の解散、廃業の相談が増加している。
	やや悪くなっている	食料品製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格の低下がますます進み収益が圧迫されている。販売数量は前年比100%を超えるなかで、売上高は同90%台で推移し数値の差が開きつつある。
		精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量は増えつつあるものの、仕入先や業界他社メーカーの話や聞くと、ここへ来て一段と仕事量が減っており、全く回復の様相すら見えないとの話を多く聞く。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・不景気のなか、消費者の買い控えが進み、これに伴って物流が動いていない。さらに、円高により輸出関連の物流も減少している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えない。他県の販売状況は伸びてきているにもかかわらず、当県は製造業の割合が大きいため、企業を対象とする当業界では影響が大きい。
		税理士（所長）	取引先の様子	・円高をはじめとして不安定な経済状況になっている。大企業はじめ中小企業でも、設備投資に対して、先の見通しが立たないため、ブレーキをかけている。不安定感が先にたち、設備投資関連の需要が非常に細くなっている。
	悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外	・工事発注量の減少により、受注競争が一段と厳しくなっており、正常な価格競争では受注困難な状況にある。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・製造業のみならず、小売業特に生活必需品の小売業にまで減収の影響が及んでいる。家庭に至るまで節約志向が相当高まっている。デフレは現実のものとなっている。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・求人広告の件数は、前年と比較すると低い水準であるものの、前の3か月に比べると改善している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規派遣需要件数が大きく減少している。求職者に次の仕事を紹介できず、登録から外れていくばかりである。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・依然として正社員の産休などの交代要員や急な退職の一時しのぎ的求人しかない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・期間的、短期的なアルバイトの募集は増えているが、正社員の募集が伸びていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告件数は前年比4割減少となった。この減少の動きは変わらない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・管内の有効求人倍率は、引き続き低水準で推移している。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・新しい人材紹介求人と人材派遣求人がほとんど無い状況が続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前年度と比較して求人数が約3割減少しており、今後も引き続き求人数の減少が予想される。
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、全体で前年比33.9%減少する一方、新規求職者は同12.3%増加し非自発的離職者の同67.8%の増加が目立った。有効求職者も同24.7%の増加となっており、再就職がなかなかできない厳しい状況が続いている。
	悪くなっている	-	-	-