

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） 百貨店（売場担当） 高級レストラン（スタッフ） 通信会社（社員） 通信会社（営業担当） 通信会社（営業担当） | ・ギフト需要が全くなく、単価の低下がみられる現状の店頭 の状況と比較すると、今後は上向くと見込まれる。 ・セールでの来客数が増加する見込みである。 ・少人数接待や個人利用が伸びないものの、団体の新年会の 予約は例年並みに推移する見込みである。 ・追加経済対策の効果、アジア向け輸出の好転などプラス要 因が期待される。 ・2月までは悪くなると思うが、3月は来客数も増えて景気 は良くなる。 ・進学や引越しなどに伴い機種を変更する機会が多いため、 売上増加が見込まれる。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） 百貨店（営業担当） スーパー（店長） スーパー（店長） コンビニ（経営者） コンビニ（店長） 家電量販店（経営者） 家電量販店（店長） 乗用車販売店（経理担 当） その他専門店〔医薬 品〕（営業担当） 一般レストラン（ス タッフ） 観光型旅館（経営者） 観光型旅館（スタッ フ） 都市型ホテル（スタッ フ） 都市型ホテル（スタッ フ） 旅行代理店（従業員） 旅行代理店（従業員） テーマパーク（職員） その他レジャー施設 （職員） 住宅販売会社（従業 員） | ・ボーナス支給を取り止める企業も多く、消費拡大につな がるような明るい話題がない。年明け早々一斉にバーゲンが始 まるが、例年並みの売上維持は難しい。 ・春物の立ち上がりの時期になるが、商品単価に対する客の 目は厳しく、価値に納得できる商品、価格に納得できる商品 しか購入しないので、前年と比較すると価格設定は1割から 2割低くせざるを得ない。 ・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらず、消費者の購買 態度は最低ラインにきている。 ・消費を刺激する具体的な施策が不明瞭で、実生活につな がる景気上昇が不透明な状況である。生活防衛型消費動向は継 続し変わらない。 ・スーパー等他の業態がコンビニの利便性を取り入れ始め、 現在のコンビニの形態そのものが問われている。 ・クリスマスや松の内が過ぎると、財布のひもが固くなるの は毎年のことであり、この傾向に変化はない。しかし、現状 の水準が悪いだけに、これ以上悪くなることは考えられな い。 ・エコポイントが2010年12月まで延長されたことにより、当 面、今の状況が続く。 ・景気回復に必要な起爆剤がなく、変化の見込みがない。 ・3月あたりまでは前年を上回る実績を伴うことができ、今 期中は受注残でしのげると予想している。 ・依然として若者の購買意欲は衰えていないものの、中高年 の財布のひもが固い。不安感から消費は伸びないであろう。 ・子ども手当と関係のない家庭では、増税等の将来に備え ボーナスの残りは貯蓄に回したり、独身女性でも年明けの バーゲンには行かないとの声があり、不必要なものは買わ ない節約志向は当面続くと考えられる。 ・年末年始にかけても、正月料金を外した前後の安価な日に 予約が集中している。新年会などの予算も前年より安くなっ ている。 ・予約数は、1月は前年比117%、2、3月は同85%、姉妹 館は、1月が同106%、2月が同88%、3月が同147%となっ ている。予約状況を見ると単価が安い姉妹館の方で改善傾向 がみられる。 ・利用客低迷が続いており、回復感が感じられない。まだし ばらくは厳しい状況が続くそうである。 ・予約は弱く、前年のような勢いが感じられない。 ・不況感が一巡した感があり、新型インフルエンザが落ち着 けば回復傾向が期待できる。 ・企画見積案件の数も上がってこないため、1～3月の動き に活発さを感じられない。4月の年度明けまで景気動向の好 転は期待できない。 ・周辺の宿泊施設などによると、依然として団体、グルー プ、個人の客の予約状況は厳しい。 ・売上高は横ばい状態であり、会員の新規入会状況及び地元 企業動向から判断して早期での景気回復は期待できない。 ・個人消費が伸びない現状では、住宅版エコポイントが市場 の活性化にどれだけ役立つかわからない。 |

| 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 |
|-------------|-------------|---|--|
| | やや悪くなる | 住宅販売会社（従業員） | ・平成22年度の住宅贈与税について住宅取得資金贈与の非課税枠拡大案も出ているので、景気向上に期待したいが、現状では確定しないため変わらない。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・ボーナスの減少やデフレ傾向の強まりなどにより、消費は低迷し売上は減少する。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・デフレ状況が地方にもあらわれており、年末、年始の需要が過ぎた頃から一気に消費に陰りが見えるようになるであろう。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・バーゲンに関して消費者の関心は「いつからどのブランドがどれだけ安くなるのか」から「この商品が一番安くなるのはいつなのか」に変化しており、客は妥協してでも、一番安い時期に安い商品を購入しようとしている。生活防衛意識が高いなか、こういった購買行動はしばらく続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・ボーナスの減額も伴い、歳暮関係は非常に動きが悪い。年末間際に売り出す商品も動きが鈍化している。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・近隣に最近オープンした競合店の影響がまだまだ続くと思込んでいる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・地上デジタル放送化対応でテレビの販売台数は好調だが、単価も低下しており、薄利多売となっている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・必死の企業努力は続けるが、何よりも先行きの透明化には期待したい状況である。値引きや補助金等での拡販は消耗戦でしかない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・状況が悪いという声が多く、様子見の状態だという事をよく耳にする。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | ・高速道路料金問題も不透明でETCなどの需要が大きく落ちている。電器関連商品も買い控えが見られ先行き不安定な状況である。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・価格低下の悪循環に収まる気配はなく、さらに悪くなることを心配している。 |
| | | タクシー運転手 | ・節約志向が強くなっているため、ますます利用客が少なくなる。 |
| | | 通信会社（職員） | ・生産性の高い製造業など、大手企業が景気のけん引役となり、大幅な回復が数値で確認できるまで、この状態はしばらく続く。 |
| | | 通信会社（役員） | ・現在のような家計収入の減少が続く限り、契約者数の回復は期待できず、今後とも厳しい傾向が継続すると予想している。 |
| | | 競輪場（職員） | ・売上額、来客数、購買単価、どれを見ても下降傾向にある。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・会社の休業や業績不振による先行き不安感から、10月より解約が毎月1～2件出始め、着工そのものも一時延期や棚上げして欲しいとの要望案件も出てきている。 | |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・例年12月は展示場来場客数は減少するが来場はあった。今年は週末の展示場来場客がほとんどなく、今後の契約件数はさらに減りそうである。また、1件あたりの単価も下がってきている。 | |
| | 悪くなる | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員） | ・個人消費は回復の見通しが立たず、中堅以上の飲食・宿泊関係の破たんが続き、業界全体で疑心暗鬼になっている。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（営業担当） | ・3、4月は業界では繁忙期であるが、取引先を回っても、来年はどうなるかわからないとの会話があり、先行きが不安である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・セールの前倒し等が顕著であっても、前年実績を超えられない状況がある。翌月以降のセール本番を考えると全く期待が持てない。 |
| 衣料品専門店（経営者） | | ・毎年年末に優良顧客リストを作成しているが、従来の売上ラインを超過した客数は前年比30%減少している。第一位の客への販売額は約40%低下している。 | |
| 住関連専門店（店長） | | ・今の状況では、良くなるとは思えない。良い材料もなく、兆しが見えない。 | |
| スナック（経営者） | | ・「年末まで何とかやってきた」「先に仕事がない」「仕事があっても40～50%引きでやっている」など客の話を聞くと、先が見えてこない。 | |
| タクシー運転手 | | ・12月が良かったため、このままの状況を維持するのは難しい。節約傾向の定着や新年会等の自粛などもあり、よくない見込みである。 | |
| 企業 | 良くなる | - | - |

| 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 |
|----------|--------------|--|---|
| 動向 関連 | やや良くなる | 繊維工業（経営者） | ・デフレや円高などの不安要素が強いが、輸出を中心に受注面の動きが期待される。 |
| | | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・円高が是正される方向に向かっているため、海外の受注が動く予想している。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・中小企業の中でも大きい事業所から徐々に設備投資の意欲が出てきた。 |
| | | 司法書士 | ・充電スタンドなど、新しい事業を始める動きがある。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（企画担当） | ・量販店がプライベートブランド商品の強化というように低価格品に力を入れており、販売単価が継続的に下がっている状況が今後も続く。 |
| | | 繊維工業（経営者） | ・衣料については、2～3か月先の計画が読めない状況が続いている。非衣料については、目先の見通しはある。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・当社営業担当者からは、現在の状況が2、3か月続くと予定・計画していると聞いている。 |
| | | プラスチック製品製造業（企画担当） | ・住宅版エコポイント制度が確定すれば、景気浮揚のきっかけになると考えられるが、この先3か月、6か月先では現状と変わらない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・現在の受注状況がこれまでの数か月と変わらない状況である。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理担当） | ・客先の決算期を控え、設備投資意欲や新製品開発意欲が低迷しており、しばらくは厳しい状況が続く。 |
| | | 精密機械器具製造業（経営者） | ・春先に向けての新商品については量産時期に入るため、かなりの受注量を抱えているが、旧商品、特に国内商品に関しては厳しい状況が相変わらず続いていく。 |
| | | 金融業（融資担当） | ・各種税金面の効果の薄れおよびデフレの更なる深刻化が懸念される。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（従業員） | ・春先からみると前年比売上高は少しずつ改善の方向にあるが、売上の基幹である流通関係がふるわないので良くなる方向に向かうとは思われない。 |
| | やや悪くなる | 不動産業（経営者） | ・個人間の不動産取引に期待をしていたが動きが鈍く、さらに法人の取引も全く動きが鈍い。 |
| 税理士（所長） | | ・円高の影響で大企業、輸入関連業種の景気は悪くないが、下請の製造業や建設業、国内に基盤をおいている販売業などは、厳しい環境にある。輸入を取り巻く環境によって格差が見られる。 | |
| 悪くなる | 金属製品製造業（経営者） | ・受注の入り具合は悪化傾向にある。 | |
| | 建設業（経営者） | ・2009年度補正予算の執行停止による発注量の減少と、国土交通省の2010年度概算要求の前年度比14%減により予想される国発注の公共事業の減少とのダブルパンチを受け、3月ごろには受注難から倒産の危機に見舞われる業者が多発するのではないかと思う。 | |
| | 建設業（総務担当） | ・3月期末に向かって受注量確保に動く業者もあり、ますます受注価格競争がエスカレートし、さらに業況は厳しさを増す。 | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・厳しい状況に置かれているため、企業でもさらに人員整理する必要があり、派遣増は期待できない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・労働者派遣法改正の方針が示され、依然として先が見えない中、業界は言うに及ばず派遣労働者にとってもますます厳しい環境になる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・求人広告は依然として低水準で推移しているが、より悪化する傾向はみられない。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・年度決算を控えて当分の間、雇用コストも圧縮せざるを得ないと企業の声がある。 |
| | やや悪くなる | 職業安定所（職員） | ・窓口で聴取した状況によると、円高・デフレの影響を受け、先行き悪化すると推測する企業が多くみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中小企業からの雇用調整助成金の支給に関する相談件数は減少していない。 |
| 悪くなる | - | - | |