

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）   | ・食品業界でもデフレが進み、今後2～3か月では売上が上昇に転じるようには思われない。厳しさが残るものの、様々な戦略を立てて売上が上昇するようにしていきたい。             |
|                |   | コンビニ（経営者）   | ・近隣の競合店が閉店したこともあって、少なくとも現状よりよい方向に推移すると期待している。  |
|                |   | コンビニ（店長）  | ・天候的にも、季節的にも売上が減少することはないが、2月後半から続く来客数微増、単価微増の傾向は今後もしばらく続く。                                 |
|                |   | 観光型旅館（スタッフ）   | ・3月の予約は前年を上回っているが、4、5月は前年比72～87%の保有であり、今後の間際受付がどれだけ伸ばせるかが売上を左右する。6月以降は前年保有を上回っている。         |
|                |   | 通信会社（営業担当）  | ・携帯電話の買い控えをしていた人たちが、検討したうえで購入し始める。ただし、ゴールデンウィークが過ぎれば、お金を多めに使った人が出てくると思われ、少しずつ悪くなっていく。      |
|                |   | 通信会社（役員）  | ・競合事業者との対抗上、プライマリー電話の販売など新規事業の開始を予定しており、数か月後には相応の販売量が確保できることを期待している。                       |
|                |   | 通信会社（営業担当）  | ・販売単価自体は大きく変わらないが、以前に機種変更した分割払い分が終了している客が増えており、子どもが新規に携帯電話を購入するのに伴って、家族で機種変更を検討する客が多く見られる。 |
|                |   | 住宅販売会社（経営者）   | ・2、3か月後に受注できるであろう展示場への来場者数が増えている。  |
|                | 住宅販売会社（従業員）   | ・まだまだ件数的には少ないが、客の動きが感じられるようになってきている。まだ全体量が少ないので企業間競争が激化している。                      |  |
|                | 住宅販売会社（従業員）   | ・住宅版エコポイントが普及するにつれて、新築部門よりリフォーム部門で成果が表れる。   |  |
|                | 変わらない   | 商店街（代表者）  | ・商店街の集客力がかなり落ちているなかで、各個店の努力も限界に来ている。固定客をしっかり持っているテナントがかるうじて善戦している。                         |
|                |   | 商店街（代表者）  | ・購買意欲を増す材料がない。   |
|                |   | 商店街（代表者）  | ・節約志向を払しょくするような雰囲気もなく、財布のひもが固い状況が続く。   |
|                |   | 一般小売店〔鮮魚〕<br>（従業員）  | ・劇的に良くなる気配はないが、納入先の温泉旅館の予約が増えているなど上向きつつある気配は感じる。   |
|                |   | 一般小売店〔書籍〕<br>（従業員）  | ・販売量、客単価、買上点数などは、効果的な景気回復策が具体化しないかぎり、当分変わらない。  |
|                |   | 百貨店（営業担当）   | ・仕入先の価格の下方見直しが懸念される。購買点数が増えることは見込めないため、同じ量の販売では売上総額が上がらない状況に変化は見られない。                      |
|                |   | 百貨店（営業担当）   | ・卒業式や入学式用のスーツなど必要な物についての購買意欲は感じられるが、春物の買い足しなど多少我慢できるようなカテゴリーの商品については、買上点数が伸び悩むことが予想される。    |
|                |   | スーパー（店長）  | ・客を見ている限り下げ止まり感がある。購買意欲は最低水準までに落ち込んでおり、これ以上の買い控えや不必要な切り詰めは発生しないであろうが、ぜいたくをするといった意識もない。     |
| スーパー（店長）       |   | ・バレンタイン需要など愛情関連マーケットは落ち込んでおらず前年並みに推移していることから、大きくは落ち込まないと見込んでいる。                   |  |
| スーパー（店長）       |   | ・新年度に入って、エコポイント、高速道路料金の引下げや無料化、子ども手当など不透明感が強く、景気への追い風は見られない。大手企業の決算状況も期待できない感がある。 |  |
| スーパー（総務担当）     | ・「定期昇給が実施されない企業の増加」などが話題になり、今後も消費に対する節約志向が続く。   |   |  |
| コンビニ（経営者）      | ・相変わらず、消費者は値引き商品やお買い得商品など低価格商品に目が向いており、状況に変化はない。高単価で価値の高い商品も動くが、傾向としては低単価商品に消費者の関心があるようである。 |   |  |
| 衣料品専門店（経営者）    | ・景気が良くなっているとは思えないが、少し落ち着いた雰囲気を感じられる。  |   |  |

|        |                   |  |
|--------|-------------------|--|
|        | 家電量販店（経営者）        | ・エコポイント制度の継続によりしばらくは良い状態が続くそうである。  |
|        | 乗用車販売店（経営者）       | ・エコカー減税や補助金制度などの消費拡大施策は一応の効果があったが、恩恵は一部の需要層に限られている。特に高級車、高額車や輸入車の需要を喚起すべきである。  |
|        | 自動車備品販売店（従業員）     | ・前年のようなE T C特需的な要素が無く、物販数は厳しい予想をしている。新車購入補助金いかなでは更に景気は悪くなる。  |
|        | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | ・景況が回復しないにもかかわらず、競争だけが激化している。単価が上がらず、現状のままデフレマインドで動いていくと見込まれる。   |
|        | 高級レストラン（スタッフ）     | ・春は一年で最も季節指数の高い季節だが、送別会・歓迎会の受注は企業の統廃合により減っている。例年通りに受注して単価も変わらないのは学校関係と病院ぐらいである。  |
|        | スナック（経営者）         | ・スナックという業種も、中途半端な要素があり、特徴がないと現状の低水準が続く。  |
|        | 観光型旅館（経営者）        | ・宿泊客数は前年より増加しているが、宿泊単価や消費単価ともに厳しく、売上では前年並みである。   |
|        | 都市型ホテル（スタッフ）      | ・一般宴会の受注については動きが出ているが、知事選の影響を懸念している。   |
|        | 都市型ホテル（スタッフ）      | ・予約状況は弱含みである。  |
|        | 旅行代理店（従業員）        | ・年度明けから問い合わせが活発化されることは予想されるが、実際の動きは5月以降となり、継続的な顧客の活発な動きとなるかどうかは、夏休みの動きをみてみないと判断できない。   |
|        | タクシー運転手           | ・花見や歓送迎会などで人出があっても一時的であり、タクシー料金が現状より2～3割程度低下しない限り客は利用しないので、このまま悪い状況が続く。  |
|        | その他レジャー施設（職員）     | ・売上高は横ばいで、新規入会者は低位安定の状態である。  |
|        | 住宅販売会社（従業員）       | ・新築は展示場来場者を見ても減少傾向にあるが、リフォームは住宅版エコポイントの認識と普及により受注が前倒しとなる事が予想され、総体ではあまり変化がない。   |
| やや悪くなる | スーパー（店長）          | ・収入が減少した結果ますます節約志向が高まり、必需品以外は買わないという消費者心理が強く働いているように感じている。   |
|        | スーパー（店長）          | ・各企業が決算期を迎え、給与所得者は不安感が募るため、消費は上向かない。   |
|        | 衣料品専門店（経営者）       | ・客の景気に対する意識が改善していないため、購入に結びついていない。   |
|        | 家電量販店（店長）         | ・エコポイント制度の見直しによるテレビなど対象機種変更の影響があると認識している。  |
|        | 乗用車販売店（経営者）       | ・自社の顧客からも倒産した会社が3社出ている。年度末からの不安材料が多く、厳しい状況が続くと見込まれる。   |
|        | 一般レストラン（スタッフ）     | ・1月は回復傾向にあるかと思うほど数字が戻ってきたが、2月に入り極端に落ち込み先行きが見えない。3月、4月は人の異動で諸々動く時期でもあるが、取引業者からはいつもの年ほど予約もなくどちらかと言うと暇と聞く。支店・大手工場の統廃合や百貨店の撤退が春先から夏にかけて決まっており、働いていた人達が他地域へ異動したり、失業するなか空洞化が進む地域も出てくる。 |
|        | タクシー運転手           | ・節約志向の高まりにより、足元が悪い状況にならない限り、タクシー利用者は増加しない。   |
|        | テーマパーク（職員）        | ・先行予約をみると、一般団体や海外客については回復の兆しがみられるものの、個人客は不透明な状況にあり、募集ツアーは前年比3～4割程度の減少がみられ一番弱い。全体では、悪化方向に向かっている。  |
|        | 競輪場（職員）           | ・1日当たりの購買額が下がり傾向にある。   |
|        | 住宅販売会社（従業員）       | ・建物の価格を抑える傾向が強いことと同時に、土地についても良い場所から売れるのではなく、安い順に売れていく状況が顕著になってきた。  |
| 悪くなる   | 一般小売店〔事務用品〕（営業担当） | ・不況下とはいえ年度末の需要は期待できる。もっとも2～3か月後を見通すと、景気回復が見込めず、不安な状態になる。   |
|        | 住関連専門店（店長）        | ・良くなった感じは全く感じられず、客の変化がなかなか見えない。このまま当面続きそうである。  |

|                |        |                     |  |
|----------------|--------|---------------------|--|
|                |        | その他専門店〔酒〕<br>(経営者)  | ・良くなる兆しはまったくみられない。確実に悪くなる雰囲気を感じている。なんとか明るい兆しが見られればと思っている。  |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる   | -                   | -  |
|                | やや良くなる | 繊維工業(経営者)           | ・前年からみると新製品開発の要望が多くなっている。動きの悪い衣料関連も秋冬物の生産シーズンに入るこれからが期待できる。  |
|                |        | 一般機械器具製造業<br>(総務担当) | ・半導体、自動車産業では、7割近く生産が回復している。これに伴い次期設備検討を開始している客の工場来社が増えている。   |
| 変わらない          |        | 食料品製造業(企画担当)        | ・価格が下がっている状況下では、2~3か月間は下げ止まりが期待出来ても、好転することは期待できない。今以上に価格が下がる懸念の方が強い状況が続いている。   |
|                |        | 繊維工業(経営者)           | ・デフレや円高が足かせになり、海外・国内とも大きな期待ができない。しかし、資材関連など一部商品については在庫調整が終わり、増産の要請ができてきている。  |
|                |        | 化学工業(総務担当)          | ・受注状況は、今後も現状と変化はない。  |
|                |        | プラスチック製品製造業(企画担当)   | ・産業資材向けが動き出し、3か月後には良くなる期待できるものの、住宅向けが相変わらず動きがなく不安定である。全体としては現状と変わらない。  |
|                |        | 金属製品製造業(経営者)        | ・2~3か月先の分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)     | ・受注状況、現状の引き合いからも大きな変化があるとは考えにくい。   |
|                |        | 電気機械器具製造業(経理担当)     | ・発展途上国向けの生産は、数量的には落ち込んでいないが、価格的に低下している。価格競争に勝てなければ完全に失墜する状況が当面は続く。   |
|                |        | 精密機械器具製造業(経営者)      | ・ここ2、3か月先までの生産計画としては、価格帯別の商品ミックスも現状とほぼ変わりなく、また生産量全体としても同水準の生産がほとんど確定している。  |
|                |        | 輸送業(配車担当)           | ・消費者の購買意欲は急激に上がらず、これに伴い、物量も急激な変化は見られない。また、コスト削減に伴い、運賃の単価も安くなり、経営的に厳しい状況になることが予想される。  |
|                |        | 輸送業(配車担当)           | ・毎年3月は荷動きが良いが、4月以降は特に目新しい材料が無く厳しい。   |
|                |        | 金融業(融資担当)           | ・受注量の減少は、いったん底を打ち回復の兆しが見えるものの、今後さらに上向く傾向にはなく、引き続き様子見が続く。   |
|                |        | 金融業(融資担当)           | ・新政権発足後約半年が経過し最近では失望感が強い。エコカー減税の需要一巡や高速道路料金引下げ施策の見直しなど、悪化はないがプラス材料が乏しくなっている。   |
|                |        | 不動産業(経営者)           | ・現状が当面続き、不動産の動きは鈍いままである。   |
|                |        | 新聞販売店〔広告〕<br>(従業員)  | ・売上高は、前年同時期と比べ10%以上落ち込み、その水準で推移する。   |
|                |        | 司法書士                | ・不動産登記分野でも商業登記分野でも新しい動きが全く無い。  |
|                |        | 税理士(所長)             | ・製造業関係、販売業関係で少しずつ落ち着いているが、デフレの影響で価格が元に戻らず利幅が厳しい状況が続いている。建設業関係では受注の見通しは過去になく厳しく、この状況はしばらく続く。  |
|                | やや悪くなる | -                   | -  |
|                | 悪くなる   | 建設業(経営者)            | ・役所の年度変わりや例年通り工事の発注が少ないことに加えて、新政権により実施される「社会資本整備総合交付金」は、地方自治体の新年度の予算編成には間に合わず、年度途中で補正予算を組むという二重予算になることが確実であり、工事の発注がさらに遅れることが懸念される。 |
|                |        | 建設業(総務担当)           | ・依然として工事発注量は低調に推移する見込みで、し烈な受注獲得競争が見込まれ、業況の回復は見込めない。  |
| 雇用<br>関連       | 良くなる   | -                   | -  |
|                | やや良くなる | 新聞社〔求人広告〕<br>(担当者)  | ・求人広告件数を過去2か月間でみると上昇しており、今後もこの傾向が続く見込みである。   |
| 変わらない          |        | 人材派遣会社(社員)          | ・新卒入社の時期でもあり、新規需要の申し出は見込めそうもない。  |
|                |        | 人材派遣会社(社員)          | ・製造業の現状は依然として厳しく、早期の回復は見込めない。  |
|                |        | 求人情報誌製作会社<br>(編集者)  | ・社員募集が増えない。  |

|        |               |  |
|--------|---------------|--|
| やや悪くなる | 職業安定所（職員）     | ・窓口で事業主から聴取すると、4月以降先行き不透明との回答が多く聞かれる。                  |
|        | 職業安定所（職員）     | ・引き続き中小企業からの雇用調整助成金の申請がある。                             |
| 悪くなる   | 民間職業紹介機関（経営者） | ・派遣法改正の動きが、更なる派遣離れにつながるが、正社員の増にもならず、非正規者・失業者の増加となっている。 |