

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〔精肉〕（店長）	単価の動き	・中元商品が動き始めたが、例年と比較すると単価の高いものが売れている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・買物の仕方自体はまだまだ厳しい目を持って選んでいるが、着心地の楽なもの、涼しく感じるもの、盛夏物の肌着など特化したものは販売量が増えている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・例年6月はクリアランスセール待ちで婦人服販売の動きが悪くなるが、セールの前倒しをする売場が増え、前年並みの売上を達成できた。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・婦人衣料品を中心に、上得意向けのシークレットセールやブランド品のセールなど早期の割引販売に対して購入率が上昇している。また、涼しく過ごすためのインテリアなど夏の商材に動きがみられる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ここ3か月ほど、売上の前年同月比は120%を維持している。
		コンビニ（店長）	それ以外	・地域の事情もあって、近隣のコンビニ店舗が別の大手コンビニチェーンへ移行するための改修工事しており、当店の売上は好調である。7月の中旬ごろから再開するので今月限りの現象であろうが、改修がなかったとしても調子は良かった。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・テレビの売行きが異常なほど良い。地上デジタル放送への移行後も、家中のテレビが地上デジタル放送対応に変わるまで当分は現在の状況が続くそうである。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・節電関連の販売量、地上デジタル放送対応商品の販売量が前年比150～200%で推移している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・アナログ放送終了により、テレビの販売数量が増加している。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響は依然として続いているが、自動車の販売量は前年同月比50%までに回復してきた。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	販売量の動き	・来店客1人当たりの買上点数が5.8点から6.6点へと増加し、買上量が増加している。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・今月に入りメーカーの接待需要が急増している。ただし、10、11月に次いで6月は団体旅行の多い月だが、団体旅行に関しては昼も夜も例年比約60%と低調である。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・高速道路料金休日上限1000円制度の駆け込み需要もあり、週末は好調であった。制度終了後の週末も大きく落ち込むこともなかった。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は落ちてきた気配を感じている。しかし、職種によって格差があり、給料が下がってきたとか、特に建設関連では仕事がなくなってきているなどの声を聞く。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・売上の前年同月比が前月40%減、今月24%減とマイナス幅が改善傾向にある。団体旅行計画も中止から実施への見直しが始まっている。ただ安近短傾向が目立っている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べると明らかに問い合わせ件数は増加している。直近の団体旅行案件も複数ある。しかし本格的な需要復活までの力強さは感じられない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・自粛ムードが和らいできており、東日本大震災以前の生活に戻れば経済的にも良くなっていく。そして、それが最終的には、復興の手助けになるとの声をよく聞くようになった。
		タクシー運転手	販売量の動き	・企業の営業担当と思われる客が増加している。
		通信会社（職員）	来客数の動き	・アナログ放送終了を前に、ここにきてようやく駆け込み需要が増加速度を上げてきた。
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・スマートフォン需要が高まっており販売数も増えている。まだ未発売の商品もあり今後が期待できる。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・入込客数は全体では前年同月比で相変わらず6～7%下回って推移している。ただ、団体客数が10%強前年を下回っているのに対し、個人客数は4～5%の増加に転じている。全体としてはややマイナスなもの、3か月前との比較ではやや持ち直している。	

	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・フラット35の金利1%優遇が、今秋にも前倒しで終了しそうな状況にあり、駆け込み需要となって販売が増えている。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・7月末で住宅エコポイント制度のポイント発行が終了となり、駆け込み需要が増えている。
変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・セールが始まったが単品買いが多く、まとめ買いがあまり見られない。
	一般小売店〔鮮魚〕(従業員)	販売量の動き	・震災直後の過剰な自粛は収束してきたが、景気が良くなったわけではない。今後、高速道路料金休日上限1000円制度の廃止による悪影響が懸念される。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・エコや節電対策商材は堅調であるが、以前よりし好品に対する消費が落ち込んでいる。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・将来の不安からか、相変わらず高額品やラグジュアリーブランドといわれる非日常的な商品の動きは厳しい。ただし、絆を大切にするためのギフト関係や節電、節約、エコといった商品の動きは好調に推移している。全体的な売上は前年並みを確保できるかどうかの水準である。
	スーパー(店長)	お客様の様子	・衣料品では涼しく過ごせるステテコ、機能性の高いインナー、住居関連ではクールな敷きパッド、寝具、枕など省エネ関連、節電関連商品が活発に動いているものの、全体的に見れば、相変わらず商品の動きは鈍い。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数は前年同月比100%を維持しているが、売上に前年以上の伸びがない。
	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・ホームセンター部門では、節電対応で扇風機・日よけなどが良く売れている。しかし一部の商品だけで全体の売上は変わらない。
	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・3か月前と比較すれば、東日本大震災の影響は多少残るものの、和らいでいる。ただし、酒・乳製品などのし好品は売行きが以前ほど回復しきれていない状況である。生活必需品の生鮮品、日配品などは前年並みである。
	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・客数は微減傾向が続いている反面、客単価は微増傾向が続いている。全体では、ほぼ前年並みで推移している。
	コンビニ(店舗管理)	単価の動き	・ビール、カップ麺などは、一時期ほどの出荷制限がなくなり、ようやく安定的に供給されるようになったものの、客単価は下がったままである。
	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災後、消費に対して自粛傾向であったが、セールは前年比微増で推移した。
	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響による極端な買い控えは収まっている。
	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・スーツは前年と同様で低調であるが、ドレスシャツの注文は前年より増加している。しかし、これは景気の良し悪しとは関係がなくクールビズの影響であろう。
	衣料品専門店(総括)	販売量の動き	・本当に必要な物しか買わない雰囲気まん延している。
	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・新型車が3か月遅れで発表となり期待をしているが、客の反応が今ひとつ弱いようである。受注進捗が大変鈍く、客に購入時期を聞くと、まだ様子を見てからの判断が多いようである。
	乗用車販売店(経理担当)	来客数の動き	・東日本大震災以降、自動車販売業界は完成車の配車状況が大変厳しかったものの、今月に入ってから徐々に好転している。今後は消費者のニーズに応えられるような配車状況になるであろうと期待しているが、来客数はかなり減少している。
自動車備品販売店(従業員)	お客様の様子	・地上デジタル放送移行に伴う関連商品の動きはよくなっているが買い控えている客も多い。また、タイヤ販売価格の値上げにより売上が鈍化傾向となっている。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕(経営者)	販売量の動き	・客の不況感は相変わらず強まっているようにみられる。	
観光型旅館(経営者)	単価の動き	・来客数は前年並みだが、宿泊単価・消費単価が前年同月比5%程度低下している。	

	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比80%、宿泊人数は同77%、宿泊単価は同100%となり、宿泊人数減が売上減の主な原因である。宿泊人数減の要因は東日本大震災による旅行自粛の影響が大きい。	
	通信会社（社員）	販売量の動き	・情報通信サービス・機器の販売状況に大きな変動はない。	
	美容室（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響はあまり感じられない。それ以上に政治、経済の停滞感の方が強い。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災後の資材調達もほぼ順調であり、回復作業工程も軌道に乗っている。また、住宅展示場の来場者も心理的な不安感の解消もあるのか回復基調にある。	
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントの集客もまずまずの状況ではあるが、商品・内容によって大きく結果が異なり良いものには集客が望める。選別される傾向がますます強くなっている。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・前月は寒い日が続いたが急に暑くなり、衣料品では合い物の出番がなくなった。外出を控える傾向が一層強くなり、また、出歩いても購買には結びつかず、来客数と購買数に開きが出ている。	
	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・平日の来客数が非常に減少している。財布のひもが固く、買い控えの傾向が強い。	
	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数については前年同月並みで推移しているが、1品単価、客単価は低下している。特に1品単価が低下し、客は安売りの品を買い回り、生鮮食材においては必要なものを必要な量だけを購入している。	
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・買える客層と買えない客層、売れる車と売れる価格帯がはっきりしてきた。大企業従事者、医療関係は持ち直してきたが、それ以外は依然厳しい。オートローンも審査が通らないケースが増加傾向にある。	
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊は壊滅状態から低迷状態へ、レストランは手堅く推移し、宴会は引き続き低迷している。全体としては低迷が続いている。	
	通信会社（役員）	販売量の動き	・ケーブルテレビアナログ契約のデジタル移行もほぼ完了しており、契約獲得の勢いも鈍化傾向にある。	
悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・全体的に客の動きが悪い。設備投資を控えて義援金に回したいという雰囲気が最近まで続いていた。消費を抑えるムードが漂っている。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・景気の底だと思っていたが、東日本大震災の影響で買い控えや行事の中止などが重なり、悪循環が発生している。	
企業動向関連	良く なっている	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産取引に大きな動きはないものの、徐々に動き出している。
	やや良く なっている	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・全体としては前年同月と変化はないものの、衣料関連で秋冬物の生産が前年より増加している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、一時止まっていた設備投資意欲が出てきており、特に国内からの受注が増えている。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・家電量販店の新店舗オープンにつき折込チラシの量が増えた。また通信販売のチラシが東日本エリアに入れられない分、西日本エリアに入るようになった。
		税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・関与先のなかで、製造業は徐々に良くなっており、なかでも輸出関連の機械製造は堅調である。自動車関連も追いついている。小売業関連は、東日本大震災で一時自粛していたものの、需要が当地に向いてきたので全体的には上向きだが、価格は厳しいものがある。
変わらない	食料品製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・低価格志向を反映し、販売価格は低下した状態で推移した。売れ筋商品も低価格品が主で変化に乏しい。	
	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	・東日本大震災の影響もまだ不透明な部分もあるが、住宅着工自体は伸びているとは言えない。したがって主力商品の売上の伸びも見込めない。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・スマートフォン向けの電子部品関連が元気ではあるが、そのほかについては動きがない。	
	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的には厳しい状況が続いているが、購買率を上げている取引先がいくつか増えている。	
	司法書士	取引先の様子	・売掛金回収のための法的手続きについての相談や、売掛金担保のための設定が増えている。	
やや悪くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・輸出関連については底堅いが、車関係およびインテリア関係の商品などの動きが悪い。	

		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で物量の流れが変化し、市場も節約方向に向かっている。これらに伴い物量が増加していない。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響からか、荷動きが悪く低迷している状態が続いている。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響などによる節電モードの過度な高まり、政局の混迷などマイナスの影響がみられる。
	悪くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の受注工事は前年同月比40%減で、技術者や技能者の行く現場がない。そのため、指名解雇ならぬ、会社が日を指定して未消化の代休を取らせる指名代休を実施している。
		建設業（総務担当）	それ以外	・受注価格競争が依然として厳しいが、民間建築工事の見積入札において、低価格業者グループと適正価格業者グループの2極化現象が起きている。いずれにしても、破格の安値業者があり厳しい価格競争が続いている。
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）	求人数の動き	・求人広告の出稿は前年同月比5割増である。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・産休や育休・欠員要因などで一時的需要がわずかではあるが発生している。全体的には低調な求人数である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・交代要員や短期的な求人はあるが、新規投資や事業拡張による人材需要は、従来同様見られない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・休業等計画届受理件数は横ばい状態が続いている一方、初回計画届の提出件数は東日本大震災後、多い状態が続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・人材紹介・派遣の依頼数が激減したまま回復していない。企業の人事担当者も多少の欠員があっても我慢している様子が見られる。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・大手企業の採用活動の遅れに伴い、中堅・中小企業の採用活動が一部重複している。大企業と中堅・中小企業両方から内定を獲得した学生は、大手企業志向もあって、中堅・中小企業へ内定の辞退をするため、中堅・中小企業からの求人数が増加している。
	やや悪くなっている	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前と比べると、求人情報誌1回あたり100件ほど求人数が減少した。
悪くなっている	-	-	-	