

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）	・来客数は例年より多く、客単価も例年より高額なものを求めているように感じる。	
		一般小売店〔鮮魚〕 （従業員）	・震災直後の飲食・宿泊のキャンセルの代わりに夏休みに利用する消費者がかなりの数に上ると取引先から聞いている。	
		百貨店（売場担当）	・長く暑い夏を迎えるにあたって、クールビズ関連商材、クール寝具などの商品の動きがかなり良くなっているほか、梅雨対策の商品も急激に伸びている。これらの需要はかなり伸びると予測している。また、夏休みも外出したいとの声が聞かれ、夏のバーゲンを待っている客も多い。	
		コンビニ（経営者）	・現在は好調な数字である。たばこの売上が前年同月比150%を超えており、突出しているが、粗利の部分で不満が残っている。気温の上昇とともにソフトドリンクが伸びれば粗利も伸びてこよう。	
		衣料品専門店（経営者）	・景気回復によって気楽にお金を使ってもらえるようになることを期待することは無理であろう。売る側で財布のひもを緩めさせる努力が欠けていると思って販売に取り組みれば、明るさが見えてこよう。	
		家電量販店（経営者）	・節電家電としてエアコン、LED照明の買換え需要が大きく見込まれる。また、太陽光発電への関心の高まりによる既築住宅への新規設置、住宅断熱効果が大きい2重窓リフォームなどの販売増が期待できる。	
		乗用車販売店（経営者）	・3か月以上納車待ちの客に新車を納車でき始め、下取り車も入り始めてきたなど、商品の動きが出始めた。	
		乗用車販売店（経理担当）	・自動車業界では下期に期待を寄せている。秋口には東日本大震災以前の状況に戻れるようなので、今後の受注獲得が今後の業績に影響する。	
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税率アップは避けられないとのムードがあり、車の買換えなど大型消費の前倒しを考えているとの声が客から聞かれる。節電対策グッズ、スーパークールビズの衣類、避暑地への旅行など、夏場はそこそこ消費にお金が回ると考えられる。	
		観光型旅館（スタッフ）	・予約保有は6～9月は個人客中心に予約が戻っており、今後の間際予約がどの程度確保されるかが課題である。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約は前年以上に多く、今よりは良くなる見通しである。	
		旅行代理店（従業員）	・高速道路料金休日上限1000円制度の廃止もあり心理的に旅行気分が損なわれるが、着実に改善傾向にある予感がしている。	
		旅行代理店（従業員）	・MICE関連の問い合わせが複数あり、今後に期待できる手応えを感じている。さらに世間の雰囲気好転し景気回復が本物になるかかどうかは、MICE案件だけでなくレジャー案件の動きが本格化するかどうかで見極める必要がある。	
		通信会社（職員）	・福島第一原子力発電所問題にも一定の方向性が出てくることで期待でき、復興も本格化することから、秋頃から年末にかけて消費が伸びてくるものと思われる。	
		通信会社（営業担当）	・新機種が全て出そろい、客の好みに合わせた提案が出来るため販売数増が見込める。	
		住宅販売会社（従業員）	・受注及び完成工事高も回復基調にある。また、住宅エコポイント制度のポイント発行期間の短縮もあって景気は底を打ち、穏やかに良くなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災後、ワンランク上の商品を検討する客が増えている。	
		変わらない	商店街（代表者）	・今年も猛暑・残暑が続くと予想され、節電などの影響が、少し上向いてきそうな購買力を阻害しそうである。
			百貨店（売場主任）	・全体的な不景気感が払しょくされず、市場に疲労感がある。7～8月における例年のレジャー支出に対する低下分が消費に回る度合いは少ないと推測される。
		百貨店（営業担当）	・ファッションアイテムで夏のトレンド商品については、価格志向、低単価に終始するであろう。また、直近の高額品や非日常品の動きには期待できない一方、食、暮らし、節約、節電に関する商品の購買が引き続きあるだろう。総体的には、将来不安、政局不安などがあり消費は活性化しない状況が続く。	

百貨店（営業担当）	・客の買物意欲の高まりは感じられるが、爆発的なヒット商品がないため急激な回復は見込めない。ただ、ニーズにあったものを提供できれば買物につながり、ゆるゆるとしたペースではあるが、前年同期よりは売上が上がると考えている。
百貨店（営業担当）	・婦人服を購入しようとする購買意欲の向上は、東日本大震災の影響が薄れている一つの事象であろう。
スーパー（店長）	・客は特に必要としない商品には手を出さない。省エネ関連、節電関連商品など必要に迫られた商品は見極めて買い求める傾向が強くなる。
スーパー（店長）	・いろいろな悪条件が重なり給与、賞与などの増加が見込めず、目的買いしかしなくなっている。売上の増加がそれほど見込めないため景気は今後も変わらない。
スーパー（総務担当）	・節電と共に節約意識が働くので、無駄な出費を抑える消費が続く。
スーパー（総務担当）	・東日本大震災による影響は薄れていくと思われるが、政治的不安定により明るい材料が無い。また小麦の高騰、ガソリン価格の高止まりなど不安要素が多い。
コンビニ（経営者）	・近隣のドラッグストアの営業時間延長や競合するコンビニエンスストアの出店などがあり、伸びる要素は見つからない。客数微減、客単価微増が続いているので先行き不透明である。
コンビニ（店長）	・近隣店舗の改修工事が終了するため、今月と比較すれば下がると思われるが、この要素を除いても現状を維持すると推察される。客に買い渋りなどの様子が見られないため、天候次第ではよくなるとも考えられる。
コンビニ（店舗管理）	・エネルギーに対する不安感が払しょくされず、閉塞感が継続する。
衣料品専門店（経営者）	・前年が悪かったわけではないが、前年実績は上回っている。しかし、不透明感は継続している。
衣料品専門店（総括）	・エコ関連やクールビズ関連のものはある程度売れると思われるが、生活防衛のため、無駄な消費は抑える状況は変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・新商品や人気ブランドに活気はやや感じられるものの、それ以外は売る側も買う側も止まっている。在庫は動かずむしろ増える傾向にある。
自動車備品販売店（従業員）	・地上デジタル放送関連の商品はアナログ放送終了後も期待は持てるが、高速道路料金休日上限1000円制度が終了してETC、ロングドライブ商品の販売減少が予想される。
その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・来店客の多くが勤めている基幹産業である機械産業や繊維産業の景気が上向くと聞いているが、実際に操業日数が増加したり、残業時間が増加したりなど収入増加に結び付くような事象が現実化してないとみられるため、しばらくは現状が続く。
高級レストラン（スタッフ）	・東日本大震災の影響が弱まったのは間違いないが、例年の受注にはまだ10%弱ほど不足している。
スナック（経営者）	・少し良くなる気配も感じるが、消費税を始めとした増税などの話もあり、個人で消費を抑える傾向が強くなっているように感じている。
観光型旅館（経営者）	・夏休みの予約数が前年を下回っている。今後の間際予約に期待したいが、間際予約は宿泊単価を落としてしまう傾向にあり、収益が懸念される。
タクシー運転手	・3か月前が悪すぎたため時間がかかるが、少しずつ回復の方向に向かっている。しばらくは忍耐の時だと思っている。
タクシー運転手	・売上が前年並みに近づいてきており、今後もこの傾向は続くともみている。
通信会社（社員）	・本年度の情報通信サービス・機器の販売状況において大きな変化がない。
通信会社（営業担当）	・客の購買動向が、東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響もあってか前向きな姿に見えない。
テーマパーク（職員）	・団体旅行の予約状況を見ると、一般団体では2～3か月先に向けやや持ち直してこようが、海外からの観光客は依然として動きが鈍い。そのため団体全体では前年比10%程度減少すると予想している。一方、個人旅行は夏のシーズンに向けややプラスで推移すると予想している。全体では現状と変わらず推移する。
競輪場（職員）	・本場でのビッグレースやナイター開催を抑えているが、最近の売上の傾向として、レースのグレードやイベントに売上が比例しないことが多い。

	美容室（経営者）	・来客数の減少を客単価のアップで補って売上をカバーしているが、この状況はしばらく続きそうである。	
	住宅販売会社（従業員）	・フラット35の優遇金利政策が続く間は現在の状況が続くが、その後は反動減になると思われる。政策次第で大きく変わるので今後の政策に注意したい。	
やや悪くなる	スーパー（店長）	・前年においては向こう3か月中に猛暑があり、特需的な商品の動きから売上は良かった。今年に関しては先行きの天候が不透明であること、良かった前年の数字との比較になること、また東日本大震災などの影響による自粛などで上がる要素が見当たらない。	
	家電量販店（店長）	・地上デジタル放送関連商品や節電関連商品も一段落してくる。	
	通信会社（役員）	・7月に地上デジタル放送への完全移行が完了することもあり、ケーブルテレビのデジタルサービスへの関心も薄れる傾向にある。今後の新たな契約獲得における苦戦が予想される。	
	その他レジャー施設（職員）	・増税の方向性がより明確になった。また、高速道路料金休日上限1000円制度が廃止され、実際に影響を受けるようになり、節約意識が今まで以上に高まるであろう。しかし、子どもに対する支出にはまだまだ財布のひもが緩い。	
	住宅販売会社（経営者）	・見込み客数がやや減少している。	
	住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントのポイント発行が終了し、客の動きが一段落する。	
悪くなる	家電量販店（店長）	・テレビの売上が見込めない。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・自動車関連の受注が増加しつつあり、今後生産量が増えていく。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・円高の影響で海外受注はまだ厳しい状況であるが、設備投資をしないと競争に勝てないとのユーザーの決断で受注が出てくる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・現在のところ動きが活発なのはスマートフォン向けの電子部品に限られているが、今後消費者の購買意欲が高まるにつれて、その他の物にも波及し数量的には伸びていく。
		通信業（営業担当）	・停滞していたビジネスホンなどの機器が徐々に入荷している。北陸エリア内での受注高もゆっくりではあるが、回復しているようである。製造業など他業種も通常勤務体制となっており、今までの落ち込み分をどれだけ取り戻せるかが勝負になってくる。
		不動産業（経営者）	・同業者からの物件の問い合わせが少しずつ増えており、また、個人客からの物件の問い合わせも増加している。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・電力会社の計画停電などの不確定要素があるものの、新規店舗の建設などの予定があり、前年実績は超えそうである。
		税理士（所長）	・民間大企業のボーナスが良くなっているため、消費を自粛し、後回しにしていた分がこれから伸びてくる。また、節電のための商品の受注も増加しているため、為替が大きくぶれない限り、2～3か月は大丈夫だろう。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・スポット的には販売先からの一層厳しい条件提示も散見されるが、基本的には現状以上に厳しい条件は出ていない。今後の秋冬商材の展開も既製品は前年と同条件同数量の様相であろう。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅市場の回復にはかなりの時間がかかる。東日本大震災の影響はまだ不透明な状況が続く。
一般機械器具製造業（経理担当）		・電力不足による製造業の稼働に制限が強いられるなど景気浮揚にはまだ時間を要する。	
精密機械器具製造業（経営者）		・特に国内小売市場の厳しい状況は当分続くと思われ、今後も量的にはある程度確保できているメーカーも、価格的には相当厳しい状況が続く。	
金融業（融資担当）		・復興による特需を受けている業界もあるものの、全体としては生産量が減少しているところも多く相殺されてしまっており、現状が続く。	
金融業（融資担当）		・電力需給のひっ迫状況次第と思われる。消費マインドに水を差すような状況が続けば、景気の好転は望めない。	
司法書士		・法的手続きによる債権回収を図っても、押さえるべき資産のない債務者が多い。特に高齢の事業者の場合、事業自体は全く収益がなく年金のみが収入となっている案件が非常に多い。	
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・原燃料アップに加え電気料金の値上げなどコストアップが懸念される。加えて、国内外の市場に力強さが見られず、円高も足を引っ張る要因になりそうである。	

		金属製品製造業（経営者）	・ 2～3か月先の受注の入り具合は、現状よりやや悪い。
		輸送業（配車担当）	・ 東北地方の復興がすぐには立ち上がらない状況のなかで、燃料費などのコスト増の要因が今後しばらく続く。
	悪くなる	建設業（経営者）	・ 現在最重要課題である東日本大震災の復旧、復興にもたもたしているようでは、地方の公共事業に対する今後の配慮は望めそうにない。
		建設業（総務担当）	・ 製造業などにおいて、節電要請の対応見通しがつくまでは設備投資抑制の動きが起きており、発注工事量の減少で依然として厳しい受注価格競争の環境が続く。
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（役員）	・ 時期的には動きのない夏季賞与前で人材利用の申し出も少ない。企業側もまだまだ慎重な様子である。
		人材派遣会社（社員）	・ 東日本大震災の影響による生産調整はほぼ元に戻ったようだが、人員の増強などの動きは当面考えられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ 正社員を雇用する動きが活発になっていない。
		職業安定所（職員）	・ 有効求人倍率は2か月連続して前月を下回ったが、新規求職者数は前月比21.0%減少している。
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	