

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〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・大学の新生も増えたが、一般客も月平均では増加している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・ようやく気温も上昇し春物商材に動きがある。またエコ、節電への関心の高まりなのかクールビズ商品も例年より動きが速い。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ギフト関連は4月上旬までは前年同月比5～6割増しで堅調に動いていた。また、家で楽しむ部分では、食器の買換えや台所用品を良いものにするなど、家のなかで楽しく過ごすための消費がかなり活発化している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客は、イベントなどの実施もあって、ここ最近は頻度良く利用している。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・衣料品部門で来客数が増加しているが、旅行やレジャーなどの買物で増加していると思われる。またホームセンター部門で園芸商品が好調なのは、趣味などに消費が向っているようである。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・前年同月は東日本大震災の後でサプライチェーンの寸断など大変厳しい状況であったが、今年はエコカー補助金の復活など消費者に受け入れられやすい環境が整っており、好調な状況を維持している。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・新車購入補助金、エコカー減税の効果もあり、前年同月比で車の販売台数は140%増加している。ただし、この増加は前年同月が東日本大震災の影響で生産が大幅に落ち込んだ要因が大きく、消費の増加とは言い切れない面もある。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	販売量の動き	・上旬は肌寒い天候が続いたが、中旬以降暖かくなるにつれて、春夏物商材がよく動いている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・今年は桜の開花が遅く、咲いた後は雨も風もなく春休みとゴールデンウィークの間を盛り上げる形となり、例年より1割以上来客数が伸びた。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・今月が良くなっているというよりも、以前が悪すぎた印象である。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年同月は震災の影響もあったが、団体の取り込みが順調で前々年と比較しても来客数は増加している。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比122%、宿泊人数は同123%、宿泊単価は同96%となったが、前々年同月比では総売上は同88%、宿泊人数は同82%、宿泊単価は同103%であり同時期の比較で回復はしていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・前年の東日本大震災の影響を考慮しても、宿泊、レストラン、宴会各部門とも好調に推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・客室販売単価はレジャーやビジネスともに上向き傾向にあり、高単価プランの販売も堅調に推移している。レストランの利用でもお手頃な商品のほか、やや高い商品についても比較的出しており、高品質なサービスの提供による高価格商品に対する希求は高まっている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・問い合わせが増加している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・売上が2年前の水準にまで近づいた。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・アプリケーションの充実に伴いスマートフォン需要が好調である。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・新たなインターネット契約は料金引下げ効果もあり、ここ半年内では前月同様比較的良好な水準で推移している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前年同月は東日本大震災直後であり、団体、個人、海外からのインバウンドの観光客が激減した。今年は2月に大雪の影響があったものの、4月については、団体、個人、インバウンドの観光客ともに前年同月比で回復傾向にある。また、2～3か月前と比較しても来場者数が増加しており、全体として2けたの伸びを示しており、やや回復の兆しが見える。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・今年に入ってから、来客数、売上とも前年を上回るようになってきた。前年が景気の底で少しずつ上向きになってきている感がある。	

	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・やはり春になると、客の転勤などで多少土地や物件の動きが表れている。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・消費税が上がるまでに建築したいと思う客が動き出しており、潜在客が顕在化してきた。
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・気温の変動が大きく冬物から春物への移行が良くないので、客の動きも弱い。
	一般小売店[精肉](店長)	お客様の様子	・景気はまずまずであるが、3か月前もそれなりに良かったので変化はない。
	一般小売店[事務用品](役員)	お客様の様子	・全社的には、販売の数値は悪くはないが、内容に偏りがありすぎる。お金を使う客と使わない客の識別がはっきりしている状況に変わりはない。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・気温の変化が激しかったため、商材が多種多様にあったように思える。上旬には冬物の最終バーゲン、中旬には春物、下旬には初夏物と幅広く商品が動き、予算達成につなげることができた。
	百貨店(売場担当)	来客数の動き	・前年同月より全体で悪化している状況である。衣料品は前年同月比98%、雑貨が同101%、食品が同94.5%、来客数は伸びたり減少したりしている。全体で波がみられるので変化がない状況である。客の動きがバラバラしているので今後の見通しはわからない。
	スーパー(店長)	単価の動き	・現在の生鮮食品の動きに関しては、前年の東日本大震災需要のころと比較すると、良くなっているとみられるが、買上数は増加していない。一部の商品しか増えていない。一般食品、菓子、雑貨は買上点数が増えていない。全体的には変わらない状況が続いている。
	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・菓子、酒などの嗜好品の買上率の低調が続いているのが不安材料である。価格競争が激化するなか、価格の高いコンビニエンスストアが堅調であると聞くと、これは好材料である。また、従業員や客の声で前年は旅行に行けなかったが今年は行くとする人が増えているのも好材料である。
	スーパー(統括)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で前年同月は花見や祭りなどは自粛されていたが、今年は実施されており、客の動きに変化があった。
	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・来客数は前年同月比3~4ポイント下回り、客単価は同3~4ポイント上回っているのでは前年並みの売上を維持している。
	コンビニ(店長)	来客数の動き	・販売量自体が減少している。単価云々より客自体がコンビニを利用していないイメージである。天気の良い日はそれほどでもないが、風が強かったり、天気が悪い時は極端に客の入りが悪く、前年同月実績を下回っているが、傾向的には前月とそれほど変わらない。4月の終わりから5月にかけては、天気の良い日は好調になってきているので、来月は期待が持てそうである。
	コンビニ(店舗管理)	単価の動き	・客単価の前年割れが、長期に渡り続いている。
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・売上は悪くないが、これはクールビズという季節要因のためである。客の動きが悪くないことは個人的には安心していられる。
	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・新規の目新しい店舗には興味を持って入店しているようであるが、長続きはしていないようだ。前年の東日本大震災の影響が比較的少なかった分、予想以上の売上増もない。
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・季節感が不安定ということがあるが、日によって来客数のアップダウンが顕著である。
	自動車備品販売店(従業員)	お客様の様子	・4月は天候に左右されタイヤの履き替え需要がずれ込んだが後半に例年並に回復した。しかし、依然として財布のひもは固く必要最小限の購買に留まっている。特に趣向品の売上は低迷している状況である。
住関連専門店(店長)	販売量の動き	・客の動きは出てきたように感じるが、販売量は上がっていない。購買に対して慎重になっているように感じる。	
その他専門店[酒](経営者)	販売量の動き	・いつものとおり客の財布のひもは固い。加えて、客はゴールデンウィークでも外出を差し控えている人が結構いるようで、金を使わない消費者が多いように見える。	

	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・春休み後に花見のピークがきたことで、ファミリー客やグループ客が増えた。しかし、ランチタイムのサラリーマン客がコンビニに流れており、来客数では前年並みと変わらない。また、ガソリン高は一段落したが、ガスなどの光熱費が高くなっている。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・わずかではあるが、団体客、個人客ともに前々年並みに戻ってきている。	
	通信会社（職員）	お客様の様子	・春先の景気動向に期待していたが、大きな成果は出ていない。	
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前年より販売数は増えてはいるが、よりイニシャルコスト、ランニングコストにシビアになっている。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・低価格商品に引きずられる形で価格全般が下落しており、合わせて展示場の来場者数が伸び悩んでおり、今後の動向が不透明である。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・中心市街地一番の通りでも、いつの間にか空き店舗が5か所以上になってしまった。確かに最近の人通りの少なさはひどいものだ。	
	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・4月に入ってから販売量が伸びない。前年は東日本大震災の影響で自粛行動が多かったため、今年はその反動で最低でも1割は前年同月比で伸びると読んでいたがさっぱりである。	
	スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品では全般的に子供用品以外は前年同月比90%、寝具やインテリア、自転車などは新生活需要が全くなく同80%、食品は、鶏肉、野菜やフルーツなどが良いものの、内食傾向にあり、不安定な気温の影響もあるが、全体的に消費は止まっている。	
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の特需ともいえるたばこや水などの品目において、前年同月比で大幅低下がみられる。	
	家電量販店（店長）	単価の動き	・高単価商品よりも、無難な中位商品までしか購入の様子は見られない。	
	家電量販店（管理本部）	販売量の動き	・前年、前々年の販促と比較して予想を大きく下回っている。	
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車購入に対してエコカー補助金が使えなくなる期間を伝えての営業活動を多くしているが、受注が少なく、購入希望者探しで苦労している。	
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・エコカー補助金の恩恵を受ける車種は売れているが、それ以外は全くといえるくらいに売れていない。景気の動向はエコカーの販売だけで判断できない。	
	スナック（経営者）	来客数の動き	・売上は、前年同月比でマイナス15%となり、花見客の影響もほとんどなく、期待外れとなった。地元の建設会社に勤務している客は「仕事が大変忙しいので給料を上げたいと経営者に言われたが、利益が出ないのでは仕方がない」といった話やほかの客からも「材料や燃料などが高くなり大変厳しい」など厳しい話を聞く。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・桜が開花した1週間は、花見客で人出があり良かったが、この時期以外は、昼間を中心に客待ち時間が長く暇であり、全体として悪かった。	
	その他レジャー施設（職員）	お客様の様子	・子ども会員を中心に前年同月比約6%減少して新年度をスタートした。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・イベントの来客数は多いが成約までに時間がかかり、また成約率も下がっている。	
悪くなっている	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・特に男性客、紳士用品を求める客の来店数が前年同月比で減少している。なかでも、ビジネス用のシューズやカバンなどサラリーマンの男性客向けの商品が前年比でかなり落ちている。	
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	・受注状況は少しずつ良くなっている。
		輸送業（配車担当）	受注価格や販売価格の動き	・軽油価格の上昇が心配な要因だが、荷動きは随分良くなっており、今後も回復していくと考えている。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・エコカー減税などで車関係の物量が動き、東日本大震災の復興関連の物量も動き、若干良くなっている。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・為替や株価が落ち着きを取り戻し、景気の先行き、足元にやや安定感が出てきている。
	司法書士	取引先の様子	・個人住宅やマンションばかりではあるが、不動産取引が堅調である。	
変わらない	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	・前月は少し動いている節があったのだが、具体的にみると受注が伸びない状況が続いている。	

	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品関係では、スマートフォンやタブレット端末向けの部品の注文は異常なほどあるが、これらのみ好調であり、その他の製品向けの部品はさっぱりである。	
	金融業（融資担当）	取引先の様子	・企業業績の報告を受ける立場にあるが、製造業はしっかりしている。しかし、個人消費に関連する客の業績は非常に芳しくない。個人消費の腰折れが懸念される。	
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者にも聞いたところ、不動産の購入者があまりいないようである。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・4月の売上は前年同月実績を超えたが、東日本大震災後の前年同月比とは比較できない。	
やや悪くなっている	食品品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・3月から発売された春の新商品の販売量も計画の半分ほどしか届かず、また既存品の販売量が前年より低下しているものが散見されるようになり、全体的に物量が下がっている。	
	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・為替および市況悪化の影響で欧州向けのスポーツ関連の高機能織物の落ち込みが大きく、受注面および単価の面で苦戦を強いられている。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・国内、米国からの受注量が計画通りに上がってこない。	
	精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の材料メーカー、部品メーカーの話を知っていると、ここ何か月間の全体的な出荷量は、かなり落ち込んでいるようである。	
悪くなっている	建設業（経営者）	取引先の様子	・先日、今年が創業100年目の建設資材業者が自己破産した。当社の協力会の運搬業者からは、もっと仕事を回して欲しいと陳情を受けるが、建設業者や資材業者が仕事が無く倒産、廃業する状況では、とても協力業者に仕事を回す余裕は無い。	
	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格競争は依然としてし烈である。しかし、これまで低価格での競争が大勢を占めていたものが、ここへきて低価格業者と適正価格業者の2極に変化する現象が見受けられるようになった。	
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	・求人広告の売上は前年同月の95%まで上がってきた。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	採用者数の動き	・新卒採用以降、新規需要は激減している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・従来同様、ピーク時や産休対応の求人要望があるが、新規事業などの新たな需要は少ない。また派遣での求職者も少なくマッチングしないケースも多い。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・大きな変化がない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で26か月連続して増加しており、新規求職者数は減少傾向にある。有効求人倍率も9か月連続して1倍を超えており、持ち直している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向で推移している。
	学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・求人数については、前年度に比べて特に変化はないが、県内企業から留学生の採用について問い合わせが増えている。	
	やや悪くなっている	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・人材紹介や人材派遣とも前年同月より30%程度落ち込んでいる。スポット短期の案件がやや多く、中期や長期の求人案件が減少している。
悪くなっている	-	-	-	