



# 北陸地域の概要（2022年8月調査）

一般財団法人 北陸経済研究所  
地域開発調査部研究員 吉田聡子

## 景気の現状判断 企業・雇用動向は回復傾向がみられるが、第7波や悪天候により家計動向は低迷

現状判断指数(DI)は前月から0.6ポイント下落の41.4となった。企業動向や雇用関連では、「製造業は困難だった材料の調達が回復してきたようである。経営者は潜在的な受注は多いという手応えを持っており、製造業や工事業では、景気は上昇傾向にある(税理士)」、「求人数は増加傾向にあり、雇用機会が増えている(人材派遣会社)」と力強い声も出始めているが、ウォッチャーの7割を占める家計動向では、「新型コロナウイルス感染症や、水害等の自然災害が頻発し消費マインドが落ちている(衣料品専門店)」、「値上げによる買上点数の減少が顕著である。値上げした商品群の買上点数が特に悪化している(スーパー)」、「感染症の拡大と新規感染者数の高止まりにより、行動制限はないものの、全体的に人の動きが鈍くなりつつある。さらに、エネルギー価格を始めとした物価上昇の影響もあり、景気は悪い状態である(テーマパーク)」と様々なマイナス要因が響き、低迷が続いている。

## 景気の先行き判断 行楽シーズンの人の動きに期待する一方、値上げの秋に警戒感

先行き判断指数(DI)は前月から4.6ポイント上昇の49.3となった。「新型コロナウイルス感染症の状況次第だが、今の状況が景気の底に近いとみているため、3か月後には回復すると考える。県外からの秋の団体予約も、前年や前々年と比べるとかなり回復している(高級レストラン)」、「新規感染者数が減少し、秋の行楽シーズンにも入るため観光客が増加するのではないかとみている(タクシー運転手)」と行楽の秋に期待する声があがる。一方、秋に予定されている値上げについては「消費者の所得が増加しないのに、光熱費や食品など生活するために不可欠なものが全て値上がりしている。酒類も10月に値上げが決まっており、今よりも更に売れなくなる(その他専門店[酒])」、「様々なコストアップを受け、今年の春に続きこの秋も製品価格の値上げを実施する予定だが、それによって販売量は若干減少する(食料品製造業)」と家計動向、企業動向ともに警戒感が示されている。円安を主因とする物価上昇に対して、今後の消費行動がどのように変化するか注視が必要である。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

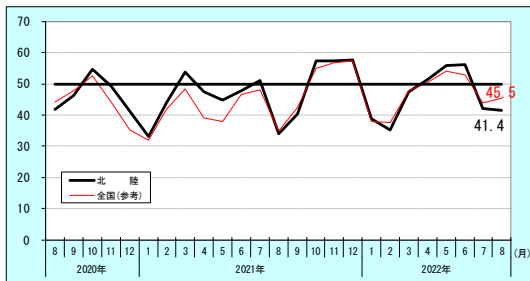
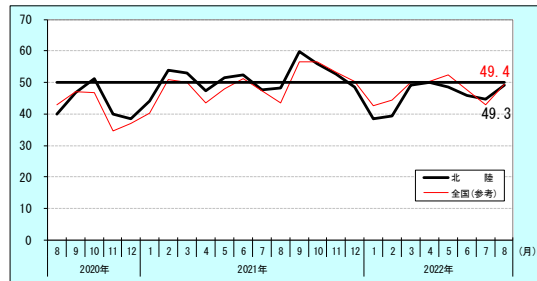


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●8月のアンケート内容

調査期間：2022年8月25～31日  
調査対象：合計100名（うち回答者93名）  
（内訳）  
・家計動向関連  
・企業動向関連  
・雇用関連

### ●景気の判断指数（DI）の算出方法

景気の現状や先行きに対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これを各回答区分の構成比(%)に乗じて算出している。(良い=+1、やや良い=+0.75、変わらない=+0.5、やや悪い=+0.25、悪い=0) DIが50の場合には、景気は「横ばい」、50を超えると「改善」、50を下回ると「悪化」を示す。

内閣府「景気ウォッチャー調査」は景気の動きを敏感に観察できる立場の2050人を対象に全国12地域で毎月実施され、北陸地域では当研究所が100名を対象に調査している。本誌の北陸地域の概要は当研究所の責任で取りまとめたものである。なお、調査内容は内閣府のホームページで毎月第6営業日に公表されている。

〈景気の現状に対する判断理由（3カ月前と比較して）〉

（－：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	◎	一般レストラン （統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が拡大したが、国からの行動制限がないため客の行動は活発である。
	○	一般小売店〔鮮魚〕 （役員）	お客様の様子	・観光客が徐々に増加しており、観光地の売上は回復傾向にある。
	○	自動車備品販売 店（役員）	販売量の動き	・9月から冬用タイヤが値上げされるため、今年は例年以上に問合せが多く、販売数量も大幅に増加している。先行きを心配しての購入かもしれないが、必要品は少しでも安い価格で購入を希望する客が多い。しかし、性能重視で価格の高い商品を選ぶ傾向も強くなっている。
	□	商店街（代表 者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症第7波の影響で引き続き入込客は低調である。ラグジュアリー関係はいまだに好調とのことで、どのような動きをするか注目している。行政の支援策は飲食業に対してばかりのように見える。行動制限がないとはいえ衣料品等の業種も厳しいため、何か良い支援策がないか思案している。
	□	百貨店（売場主 任）	来客数の動き	・前年は8～9月にまん延防止等重点措置が適用されていた。今年はその反動からラグジュアリーブランドを中心に高額品が好調に推移している。観光客も回復基調で街全体がにぎわっているが、それでも店全体の売上は2019年との比較では約10%減少の見込みである。
	□	衣料品専門店 （経営者）	お客様の様子	・明るい兆しがみえたかと思っただが、新型コロナウイルス感染症第7波の影響が色濃く出ており、売上は前年同月と比べてマイナスのときもある。
	□	乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・メーカーからの新車納入に時間が掛かる状態は以前と変わらず、販売量の確保が困難な状態が続いている。
	□	その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症第7波の影響は軽微だったが、旅行や外出などの需要は新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復していない。お盆期間は帰省客が多かったが、セール品等の動きが中心で定価品の買上率は低くなっている。
	□	通信会社（職 員）	お客様の様子	・客の反応には変化がなく、良いとも悪いともいえない状態である。
	▲	一般小売店〔事 務用品〕（店）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、来客数が減少している。
	▲	百貨店（販売担 当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加と猛暑の影響か、セール後の7月末頃から来客数がやや減少している。また、大雨など災害の多発も悪化の一因とみている。今年の夏休みは外出制限がないため旅行需要を期待したが、外出や帰省した客による購買行動は食品などの土産以外にはつながらず、大きな増加にはならない。しかし、新しい物への反応はあり、新鮮な物や目新しい物には購買行動を起こす傾向がみられる。
	▲	スーパー（仕入 担当）	販売量の動き	・値上げによる買上点数の減少が顕著である。値上げした商品群の買上点数が特に悪化している。
	▲	衣料品専門店 （経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症や、水害等の自然災害が頻発し消費マインドが落ちている。
	▲	乗用車販売店 （役員）	販売量の動き	・現在も新車生産の遅れが続いている。本来なら新型車のモデルチェンジ展示会が行われ来店客でにぎわうはずが、実車が店頭に並ばず寂しいショールームとなっている。納期の長期化が定着して客の購買意欲にも影響が出ており、商談も盛り上がらない。
	▲	通信会社（役 員）	販売量の動き	・通信サービスは新規契約の獲得が順調で、契約者数が前年同月を上回っているが、放送サービスは前年同月を下回っている。また、解約数が前年より増加している。
	▲	テーマパーク （役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の拡大と新規感染者数の高止まりにより、行動制限はないものの、全体的に人の動きが鈍くなりつつある。さらに、エネルギー価格を始めたとした物価上昇の影響もあり、景気は悪い状態にあると考える。
▲	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・建築資材の高騰による住宅価格の上昇だけでなく、食品や生活用品を含めた物価上昇の影響で客は様子見の状況であり、消費者の購入意欲の減少を感じる。	
▲	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・建築資材の価格が安定しない。	

(- : 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
	×	スーパー (店舗管理)	販売量の動き	・値上げの影響を考慮しても、来客数に対して買上点数が少ない状態である。ついで買いが確実に減少している。
	×	コンビニ (店舗管理)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症のまん延に加え、お盆期間には豪雨で高速道路が通行止めとなり、繁忙期の帰省客需要は大きなダメージを受けている。
	×	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・豪雨などにより客足が遠のき、夏物家電も売上不振となっている。
	×	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・生活用品や食品、原油などの値上げに加え、新型コロナウイルス感染症第7波による感染拡大が影響している。さらに、夏休みが重なり、支出が旅行や外食産業へ向いていることも販売量が悪くなっている要因として考えられる。
	×	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症第7波により、宴会のキャンセルが出ている。レストランの来客数も減少しているが、これはメニューの値上げも影響していると考えられる。
	×	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・団体旅行客のキャンセルが続出している。
企業 動向 関連	◎	-	-	-
	○	金融業 (融資担当)	それ以外	・行動制限がない夏休みでイベントや観光が活発化し、繁華街やショッピングモールも人出がかなり増加している。
	○	税理士 (所長)	取引先の様子	・建築業は少し厳しくなってきたが、土木工事業や設備工事等を含めて建設関係は需要が安定しており、問題は材料の調達だけである。製造業は困難だった材料の調達が回復してきたようである。経営者は潜在的な受注は多いという手応えを持っており、製造業や工事業では、景気は間違いなく上昇傾向にあると考える。
	□	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	・新型コロナウイルスの感染再拡大に加え、半導体不足やウクライナ情勢の長期化に伴う供給制限、物流費や原材料費などの高騰の影響が大きく、引き続き厳しい状況が続いている。
	□	輸送業 (役員)	受注量や販売量の動き	・燃料サーチャージへの対応や、基本運賃の交渉が厳しい状態である。
	□	輸送業 (管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・7月は物量が減少気味であったが8月は回復傾向にある。しかし、本格的な回復には至っていない。
	□	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・現在のIT関連補助金等施策は働き方関連のソフトが対象となっており、ハード商材の補助金がほとんどないため売上が上がらない状況である。
	□	不動産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者からも、良い話は聞くことができない。
	□	司法書士	取引先の様子	・取引先における建設業許可の工事高をみると前年より増加しているが、新規案件は建築費高騰の影響のせいか、件数が少ないようである。
	▲	食料品製造業 (経営企画)	それ以外	・原材料や包装資材、設備関係を始めコストアップ要因だらけで、製品の原価が上昇し続けている。販売量は何とか維持できているが、製品価格の値上げなくして、経営は成り立たなくなっている。
	▲	繊維工業 (総括)	受注価格や販売価格の動き	・受注は引き続き堅調であるが、原材料価格の高騰に拍車が掛かっており、収益環境が一層厳しくなっている。
	▲	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・受注量は堅調に推移しているが、資材が高騰する一方で販売価格を十分に上げることができず、利益率を悪化させている。
	×	-	-	-
雇用 関連	◎	-	-	-
	○	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症と、ウクライナ侵攻の影響について言及する派遣先企業が少なくなっている。また、物流関係の企業を中心に求人依頼が増加している。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は増加傾向にあり、雇用機会が増えている。
	□	求人情報誌制作会社 (編集者)	求人数の動き	・求人数に大きな違いはみられない。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数は前年同月と比べて増加が続いていたが、8月の求人数は前年同月とほぼ同数である。
	▲	-	-	-
×	-	-	-	-

〈景気の先行き（2、3カ月後）に対する判断理由〉

（－：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	◎	一般レストラン（統括）	・10～12月は年末に向けて、外出や外食機会など客の動きが増える とみている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の状況次第だが、今の状況が景気の底に 近いとみているため、3か月後には回復すると考える。県外からの秋の団体 予約も、前年や前々年と比べるとかなり回復している。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、秋の行楽シーズンにも 入るため観光客が増加するのではないかとみている。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品発売の影響で今より販売数は増加するとみているが、オンライン で購入する客も増えており、店頭での販売は接客努力が必要である。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりし、高齢の感染者の死亡 が連日報告されている。客が安心して出歩けるようになるには、まだ時間 が掛かりそうである。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・売上は回復傾向だが、原料や資材の価格高騰が影響し利益を確保する のが難しくなっている。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の大規模な対策がない限り、現状が大きく 変わることはないと考え。
	□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、外出を自粛する 傾向は変わらないため来客数の大幅な増加は見込めないが、富裕層の 旺盛な購買意欲に支えられていくという流れは変わらない。
	□	スーパー（統括）	・原材料価格の高騰による商品値上げや、電気料金を中心としたエネルギー 価格の高騰が今後も継続するとみられ、今の状態と変わらないと考える。
	□	家電量販店（店長）	・物価上昇の影響が出てきており、客のニーズに沿った商品よりも希望 の予算での商品購入が多く、平均単価が下がっている。
	□	家電量販店（本部）	・行動制限がないため期待しているが、新型コロナウイルスの新規感染者 数の減少スピードが遅く、景気は変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・良くならないのは外的要因が大きいため、景気が回復するためには もう少しばかり時間が掛かると考える。
	□	自動車備品販売店（役員）	・自動車業界は新車の販売台数に大きく影響されるため、新車納入 までのスピードが上がらなければ、今の状況は変わらないと考える。
	□	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症次第で、先々の見通しが立たない状態 である。状況は8月とそれほど変わらないとみている。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症第7波による予約取消しは前回の感染 拡大時と比べて少ないが、新規予約の勢いが止まっている。都道府県ご との県民割が9月末まで延長されたが、全国旅行支援が実施されないと 本格的な回復は難しいと考える。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症第7波の収束の見通しが立たない。
	□	旅行代理店（従業員）	・2～3か月後に新型コロナウイルスの感染状況が改善しても、1度 キャンセルになった旅行は戻らないため、売上を積み増すことは非常に 困難である。
	□	通信会社（営業担当）	・夏のボーナス商戦が終わり、新機種発売の情報は少しずつ入っている が客からの問合せは少なく、今後大きく変化する要因が見当たらない 状況である。
	□	通信会社（役員）	・物価上昇の傾向に変化の兆しはない。楽観的な見込みではあるが、 今の状況がしばらく継続すると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないため、景気回復は 難しいと考える。
▲	スーパー（店長）	・今後も一般食料品の値上げがあり、生活のなかで節約志向が一層 強まると見込んでいる。	
▲	スーパー（仕入担当）	・10月に控えている大型値上げの影響で買上点数が減少するとみ ている。	
▲	乗用車販売店（従業員）	・新車納期の長期化等、何も改善されていない。	
▲	乗用車販売店（役員）	・物価上昇やエネルギー不足、新型コロナウイルスの新規感染者数の 高止まりなどに対する政府の対策には全く進展がなく、無為無策を痛 感している。	
▲	通信会社（職員）	・物価上昇などによる先行きの不安定さから、やや悪くなる。	



(－：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
	▲	美容室（経営者）	・秋から生活必需品の値上げが更に増えるとの報道もあり、消費者は節約志向に向かっていくと考える。
	▲	住宅販売会社（営業）	・住宅業界で原材料価格高騰の影響が本格化するのこれからだと考える。それに対する税制や取得者への支援制度などの政府の対策が全くみえないため、景気の落ち込みを懸念しており、先行きについては不安しかない。
	×	コンビニ（店長）	・仕入原価からくる販売価格の上昇による売上増加は、景気が良いというより様々な負担が増えているだけだと考える。実際に当社社員の給与は減少しており、金の動きはあるが景気は悪くなるとみている。
	×	住関連専門店（役員）	・今後の新型コロナウイルス感染症に対する国の施策の内容にもよるが、予定されている食品の値上げ実施により耐久消費財や、嗜好品への支出は減少すると考える。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費者の所得が増加しないのに、光熱費や食品など生活するために不可欠なものが全て値上がりしている。酒類も10月に値上げが決まっており、今よりも更に売れなくなる最悪のシナリオの始まりだと考える。
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・オートバイメーカーでは、4月から6月の半導体不足や中国でのロックダウン等の影響による生産減少をばん回す動きがあり、受注の増加が期待できる。産業用も国内の設備投資の回復により、受注が増加している状態である。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・大手企業を中心に底堅い受注があるため、やや良くなるとみている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・様々なコストアップを受け、今年の春に続きこの秋も製品価格の値上げを実施する予定だが、それによって販売量は若干減少するとみている。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染再拡大に加え、ウクライナ情勢の長期化に伴う供給制限や製品の値上げ、原材料費の高止まり等の影響で、当面個人消費は本格的に回復しないとみている。
	□	輸送業（役員）	・世界情勢の停滞や、新型コロナウイルス感染症の収束が不透明である。
	□	輸送業（管理会計担当）	・運賃の引上げが思うようには進まず、業績に対するマイナス要因となっている。さらに、海外景気の不安定要素もあり、比較的好調な国際貨物の動向に先行きの不透明感がある。
	□	金融業（融資担当）	・ウクライナ情勢等による原料価格の高騰で各企業とも厳しい状況が続いているが、このまま移動制限がない生活環境で年末商戦を迎えることができれば、現状と変わらない経済活動が期待できる。
	□	金融業（融資担当）	・行動制限のない8月は旅客業や観光業の需要は増加したが、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており持続性に欠けると考える。燃料や原材料価格の高騰が続いており、企業の収益減少の要因となっている。
	□	不動産業（経営者）	・法人客、個人客共に問合せはほとんどない状態で、良い話を聞くことができない。
	▲	繊維工業（総括）	・ウクライナ情勢や円安により、原材料価格の高騰が長期化する懸念がある。
	▲	建設業（経営者）	・大量に使用しているガソリンや重油の価格が、ウクライナ情勢や円安の影響で高騰しているが、今後更に高騰すると考える。
×	－	－	
雇用 関連	◎	－	－
	○	人材派遣会社（役員）	・求人数が増加し始めており、今後それが減少する雰囲気はみられない。
	○	人材派遣会社（社員）	・求人数が増加することで求職者の多様なニーズにマッチした雇用機会が増加するとみている。雇用が決まることで、世間の様々な出来事に良い変化が起これると考える。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・延期や中止になっていた行事が徐々に復活し、経済活動も活発になると考える。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ウクライナ侵攻から半年経過するが戦争状態は続いており、燃料価格の高騰などの影響からはすぐに回復しないと考えるため、当分は現在のような状態が続くとみている。
	▲	－	－
×	－	－	