



# 北陸地域の概要（2022年9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 活動の活発化で現状DI値は上昇の一方、物価上昇が足かせとなり低水準

現状判断指数(DI)は前月から2.3ポイント上昇の43.7となった。個人消費をみると「新型コロナウイルス感染症に対する国の対応が緩和されたため自粛の雰囲気はなく、消費者の動きが活発化している(一般レストラン)」、「年末に向けた商材の購入が活発になってきたように見える。前年まで取りやめになっていた行事も徐々に開催されてきている(一般小売店[事務用品])」とコロナ禍前に戻りつつあることでDI値が上昇した。しかし、依然として50を下回る要因には「価格改定が続き、消費者がディスカウントストアへと流れている状況である。来客数の減少がじわじわと続いている(スーパー)」と節約志向があるためとみられ、企業動向でも「原材料価格を始めとした様々なコストアップによる価格転嫁で値上げした商品が苦戦する一方、価格転嫁していない商品の受注や販売は増加する傾向となっており、収益性は著しく低下している(食料品製造業)」と影響が出ている。

## 景気の先行き判断 いよいよ始まる観光支援策への期待に先行きDI値は5か月ぶりに50超え

先行き判断指数(DI)は前月から1.6ポイント上昇の50.9となった。「全国旅行支援の開始やインバウンドの上限撤廃、新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握の簡略化などで、観光客の動きも上向きになる可能性もあり、やや良くなる方向に動くと考えている(テーマパーク)」と期待が大きい。しかし、良くなると回答しながらも「急速な来客数の増加に伴い、ホテルスタッフの確保が追いついていない。業界からの人離れは思っていた以上に深刻な状況で、人材確保に苦慮している(都市型ホテル)」、「県外からの団体客はコロナ禍となってから最も予約を受けているが、県民向けのプレミアム付食事券が終了を迎えるため、地元の個人客は動きが鈍ると考える(高級レストラン)」との指摘や、「年末の繁忙期に向け、観光客などが増えているため売上の増加は見込めるが、一方で仕入価格や輸送費が高騰しており、収益の増加は難しいと考える(一般小売店[鮮魚])」と課題も山積している。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

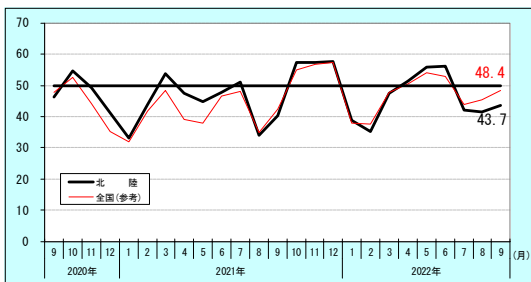
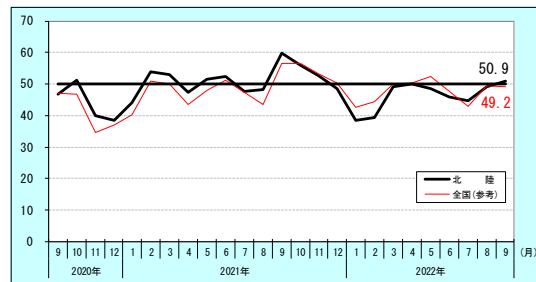


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●9月のアンケート内容

調査期間：2022年9月25～30日  
調査対象：合計100名（うち回答者92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。

※ 詳細は2022年10月25日発行の「北陸経済研究2022年11月号」をご覧ください。

〈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	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・3年ぶりに当地域で祭りやイベント、スポーツ大会が開催され、国内の個人客、団体客共に増加傾向が続いており、稼働率は新型コロナウイルス感染症発生前の85%にまで回復している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上は新型コロナウイルス感染症発生前と同じ水準に戻ってきたが、1人当たりの買上単価は相変わらず低い。仕入価格や電気代などの経費が上がっているため、経営自体は変わらず厳しい状況である。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	お客様の様子	・年末に向けた商材の購入が活発になってきたようにみえる。前年まで取りやめになっていた行事も、徐々に開催されてきている様子である。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・富裕層向けラグジュアリーブランドの期間限定販売や食品物産催事など、客が興味のある企画や商品には反応があり、大きく売上を伸ばしている。また、限定的ではあるが、アパレル部門では旅行やセレモニー需要により、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年の実績を超えるブランドが出始めている。
	○	家電量販店（本部）	単価の動き	・季節関連商材や大型商材が健闘しており、やや好調に推移している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・来客数や販売量の動向から、日常生活は新型コロナウイルス感染症発生前の生活スタイルに戻りつつあるとみている。一方で、非日常型の商材や晴れの日向けの商材などの回復はまだ低調である。この先は年末年始などを迎えて季節行事が増えるため、回復してくることを期待している。
	○	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する国の対応が緩和されたため自粛の雰囲気はなく、制限がない状況のため、消費者の動きが活発化している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月中旬頃から、貸切りの仕事が多少入ってきている。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新商品が発売され予約が多かったことに加え、思っていた以上に新商品の納入数が多い状況である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・当地の大きな祭りや大型商業施設の周年イベント、コスプレイベントなど、秋の催事は相変わらずにぎわいをみせているが、客の周遊や売上への影響が少ないなどの課題も多い。飲食店の団体利用はまだこれからの状態であり、プレミアム付食事券の期間延長は喜ばしいが、飲食業以外の店舗への支援は乏しいと考える。
	□	スーパー（統括）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻りつつあるものの、物価上昇や電気料金等コストの増加により、以前と大きく変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大という1つのきっかけで、金を掛ける価値観が変わったようにみえる。
	□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・自動車販売業においては、生産が回復せず長納期状態が続いている。9月から増産できる予定であったが、先日の台風被害の影響もあり遅れが続いており、販売の大きな支障となっている。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・9月は半期決算のため集客増加を狙い販促も多く実施したが、来客数は前年割れた。前月の反動による販売減少を大きく見込んでいたがそれほど影響はなく、市況全体の変化は少ないと考える。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、引き続き新規契約者数が前年と同様の獲得数で推移している。	
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・景気の影響だけとはいえませんが、今春以降、新規契約者数が伸び悩んでいる。	
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりといった状態で、イベントやランチの人は回復しているようだが、今一つ活気がない。地方ではコンサートも大入りのようだが県外客も多いが、当商店街でその恩恵を受けるまでには回復していない。	
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・販売量や来客数の減少はずっと続いているが、今月は特に来客数の減少が大きかった。来月以降も続く、値上がりの影響があると考え。	
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・価格改定が続き、消費者がディスカウントストアへと流れている状況である。来客数の減少がじわじわと続いている。	
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇が続き、支出は生活を維持するために慎重にならざるを得なくなっている。	

(- : 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
	▲	旅行代理店（従業員）	それ以外	・3か月前は団体の問合せがそれなりにあったが、新型コロナウイルスオミクロン株のまん延で、秋の団体旅行は半分以上キャンセルとなっている。現在、新型コロナウイルスの感染状況は落ち着きつつあるが、秋に団体旅行をするにはもはや準備が間に合わないため、団体予約が復活することはないと考える。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・行動制限はないものの、観光業において客の動きは依然として鈍く、諸物価の上昇もあり、3か月前と比べるとやや悪くなっている。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているが、自分が感染するリスクを皆意識しており、新規入会者が増えない。また、経費が上昇した分の吸収ができそうにないため苦しい運営になっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の検討期間が長くなっている。また、検討後のキャンセルも増えており、契約率が悪くなっている。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への意識は少し和らいできた感じが見受けられるが、生活用品の価格高騰やその他商品の値上げが大きく影響している。
	×	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・10月から酒類が値上がりするため、その前にまとめて仕入れたが、以前の感覚から買い過ぎてしまうという悪い判断になり、これをどう販売するか思案している。
	×	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客は様子見で、すぐに結論を出すことはない。物価の上昇や金利、地価など今後の変動を見極めるために時間を掛けており、商談も長引いている。
企業動向関連	◎	-	-	-
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・取引先の様子を見ると、中国におけるゼロコロナ政策などの新型コロナウイルス感染症の影響により物流が滞った時期はほぼ脱出したようである。各企業が調達ルートを確保し、生産も徐々に回復している。感染症発生前までにはまだ届かないという経営者が多いが、おおむね日常の仕事はできるようになってきており、全ての業種において、感染症発生前の状態に近づいてきたという印象で、少し明るい兆しがみえる。
	□	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	・半導体不足やロシアによるウクライナ侵攻の長期化に伴う供給制約の継続、原材料価格の高止まりの影響は大きく、引き続き厳しい状況が続いている。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注価格や販売価格の動き	・物量は若干回復傾向にあるが、運賃改定が思うように進まず、収益の回復が遅れている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・半導体不足の影響により納品が遅延している状況ではあるが、3か月前と受注量に変化はなく上期に引き続き好調である。
	□	司法書士	取引先の様子	・親族や従業員への事業承継関連の依頼が多かったことはプラスだと評価している。しかし、この数年の新型コロナウイルス感染症の影響による業績悪化のため、事業承継の過程で債務整理等で苦労したという話も多い。
	▲	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・表面上の受注や販売は堅調に推移しているが、原材料価格を始めとした様々なコストアップによる価格転嫁で値上げした商品が苦戦する一方、価格転嫁していない商品の受注や販売は増加する傾向となっており、収益性は著しく低下している。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ウクライナ情勢や円安などにより、原材料や燃料の価格が高騰しているが、発注者の設計価格に反映されるまでに時間差があり、その間の採算性が悪くなっている。
	×	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・一部に販売が堅調な取引先はあるものの、全般的には3か月前又は前月と比較して、販売量が落ちてきている。
雇用関連	◎	-	-	-
	○	新聞社 [求人広告]（営業）	周辺企業の様子	・各種イベントが復活し、企業の活動が活発になっている。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は高止まりの状態、更に増加したり減少したりはしていない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が求職者数を上回る状況は継続しているが、特段の変化はみられない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・民間の求人数が増加しておらず、好転の兆しがまだみられない。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・燃料費の高騰で、企業の動きが少し鈍くなっている。
	×	-	-	-

〈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）	・年末に向けて10月11日から全国旅行支援が開始される。当社拠点である北陸は冬の海の幸が代名詞であり、県外から多くの観光客が訪れるとみている。
	◎	都市型ホテル（役員）	・これまでの宿泊客はほぼ国内客であったが、水際対策の緩和により徐々にインバウンド客の増加を見込んでいる。一方で急速な来客数の増加に伴い、ホテルスタッフの確保が追い付いていない。業界からの人離れは思っていた以上に深刻な状況で、人材確保に苦慮している。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・例年であればこれから繁忙期に向かうため、期待も込めて良くなると考える。
	○	百貨店（売場主任）	・大幅な行動制限は恐らく今後もないと考えられ、観光、飲食業界は活況になるとみている。リベンジ消費も見込まれるが、戦争などによる原材料価格の高騰や円安による影響が出てくる業界もあるため、やや良くなる程度にとどまると考える。
	○	衣料品専門店（経営者）	・経済対策も含め、業況は少しずつ改善していくと考える。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・10月11日開始予定の全国旅行支援や、各自治体における地域振興支援などの施策が増え、消費者のマインドが回復することをきっかけに消費意欲が高まることに期待している。しかし、物価の上昇を受け、消費に対して防衛意識が強まる懸念もあると考える。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・県外からの団体客はコロナ禍となってから最も予約を受けているが、県民向けのプレミアム付食事券が終了を迎えるため、地元の個人客は動きが鈍ると考える。
	○	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が少し落ち着き、人の動きが良くなることを期待する。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症第7波が落ち着いてくるとみている。一方で、生活必需品の値上がりで消費行動を抑制する心配もあると考える。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症に対して、予防や対策をしていればよいという人が主になっていると考える。客からもそうした声を聞いている。全国旅行支援が開始されるため、忙しくなると考える。
	○	テーマパーク（役員）	・10月からの全国旅行支援の開始やインバウンドの上限撤廃、新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握の簡略化などで、観光客の動きも上向きになる可能性もあり、やや良くなる方向に動くと考えている。
	□	商店街（代表者）	・10月からの全国旅行支援に期待はしているが、現時点では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているわけでもなく、治療薬ができたわけでもないため、どれほどの効果があるか疑問である。新型コロナウイルスの感染拡大にでもなれば、また大変なことになるという懸念がある。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・商材の値上がりは続くが効果的な経済政策はなく、現状より良くなることはないと考えている。
	□	コンビニ（店長）	・しばらく状況は変わらなそうだが、値上げの限界が来たときに、観光客の減少や買い控えなど、客の行動がどう変化するか不安である。
	□	家電量販店（本部）	・商品の値上げや物価上昇の影響があり、状況は変わらないと考える。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車の納車遅延が続いている。
	□	乗用車販売店（役員）	・円安や物価の上昇、ロシアのウクライナ侵攻の継続などにより、持ち直しの期待が全くできない。
	□	自動車備品販売店（役員）	・10月からの各種の値上げや円安、ウクライナ情勢のため、経済の活発化を期待できない。自動車業界としては新車納期の長期化が一番響いている。
	□	通信会社（営業担当）	・新型スマートフォンが発売されたため問合せが多く、見込んでいた数字で推移している。
	□	通信会社（役員）	・年末に向けて商戦期に入っていくが、今のところ特段プラスやマイナスとなるイベントはなく、前年同様の契約者数で推移していくと考える。
□	住宅販売会社（従業員）	・価格が高止まり状態で、今までは当社より高級なハウスメーカーで契約していた所得層の人たちが、中級メーカーの当社と契約するようになり、客層が変わってきている。契約件数は減少しているが、売上は余り減少しないとみている。	
▲	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・年末の繁忙期に向け、観光客などが増えているため売上の増加は見込めるが、一方で仕入価格や輸送費が高騰しており、収益の増加は難しいと考える。	

(- : 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
	▲	スーパー (総務担当)	・新型コロナウイルス感染症に加え、水害などの影響も出てくると考える。
	▲	スーパー (仕入担当)	・来客数の減少は今後も続くとみている。また、年末に向け家庭の支出が増加するなかで、節約志向が顕著になってくると考える。
	▲	コンビニ (エリア担当)	・物価上昇の影響がある。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ問題、米国を始めた金利の上昇による円安などで、景気の後退と物価の上昇が同時に起こっており、購買意識の変化に地道に対応していかなければならないと考える。
	▲	家電量販店 (店長)	・各商品の値上げ告知による前倒しの買換えが増えてきているため、値上げ後の反動がどのようになるのか分からない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・ファッションやアパレルに対して生活様式が変わった現状では、洋服にそれほど価値観を見いださなくなっている。そのなかで以前の状態に100%回復するのは、恐らく不可能だと考える。
	×	住宅販売会社 (営業)	・円安の影響により徐々に資材価格が上昇すると考えられることに加え、政府の物価高対策がみえず、景気的好転要因が全く見いだせない。
	◎	-	-
企業 動向 関連	○	輸送業 (管理会計担当)	・物量の回復や内製化、運賃改定の効果が多少はあり、収益の回復を見込んでいる。
	□	食料品製造業 (経営企画)	・ありとあらゆるコストアップに対して価格転嫁するのも限度があり、このまま厳しい経営環境が続くと考える。
	□	一般機械器具製造業 (経理担当)	・国内企業の設備投資関連需要の増加により設備部品の受注が増加している。しかし、比較的工数の掛かる製品に偏っていることから、各種材料等の値上げも重なり、採算性は厳しいと見込んでいる。一方で輸出関連は円安効果とあいまって受注は順調なことから、結果として大きな変化はないと考える。
	□	一般機械器具製造業 (総務担当)	・為替相場や資材の値動きを見てみると、先行きがなかなか見通せない。
	□	精密機械器具製造業 (財務担当)	・ここ2~3か月で、徐々に悪くなってきている。
	□	金融業 (融資担当)	・原材料価格高騰の影響と円安の進行により、価格転嫁が進まない企業の収益が悪化している。新型コロナウイルス感染症対策の行動制限がないなかで、宿泊業、飲食業では需要に持ち直しの動きが見られる。個人消費は値上げ前のまとも買い需要がみられるほか、住宅では安価な分譲物件の需要が増加している。総体的に緩やかに回復傾向にあるが、10月以降の物価上昇が個人消費に影響を与える可能性があるかとみている。
	□	不動産業 (経営者)	・全体的なことになるが、仕入れ関係の物価がかなり上昇しており、様子見の法人客や個人客が増えていると聞くため、先行きは期待できないと考える。
	□	司法書士	・事務所が駅近辺にあるため、前月同様に新幹線延伸に関連する行政の予算措置を受けての新規事業の話は盛んな一方、駅前通りでも空き店舗が目立っている。駅周辺の建物所有者から、地主の合意が難しく再開発のめどが立たないという話を聞いている。
	▲	繊維工業 (総括)	・世界的な景況悪化による消費の冷え込みにより、受注の減少を懸念している。
	▲	建設業 (役員)	・資材価格の高騰傾向に加えて最近の円安にも歯止めが掛からず、先行きに一層の不透明感が出ている。
	×	-	-
雇用 関連	◎	-	-
	○	人材派遣会社 (社員)	・新型コロナウイルス感染症の落ち着きとともに、求職や求人の動きが活発になるのではないかと考える。
	○	職業安定所 (職員)	・3か月先は年末であり、例年のように新年に向けて景気が良くなるとみているが、さほど大きな変化にはならないと考える。
	○	民間職業紹介機関 (経営者)	・アフターコロナに向け、旅行業や飲食業などへの経済活動支援策が浸透すれば、人の動きが活性化し、徐々に消費の拡大につながるかと考える。
	□	人材派遣会社 (役員)	・景気自体は物価上昇等の影響で若干悪くなるとみているが、労働力人口の減少により求人数が大きく減少することはないと考える。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・円安傾向が続いており、求人の状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	職業安定所 (職員)	・物価上昇が続いているものの、それに見合う賃上げが見込めない。最低賃金は上昇しているが、中間層以上の賃金は余り動いていないと考える。
×	-	-	