



# 北陸地域の概要（2022年10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 全国旅行支援による効果は出るものの、業種や対象顧客によりバラツキ

現状判断指数(DI)は前月から6.0ポイント上昇し49.7となった。「10月11日に全国旅行支援がスタートして予約が殺到し、予約システムが数日間ダウンするなど、一度に予約が増加している(観光型旅館)」、「新型コロナウイルス感染症の第7波のピークを過ぎてきたことや、全国的な行動抑制がなくなって全国旅行支援などの施策効果もあり、来客数と買上率が向上してきている(その他小売[ショッピングセンター])」と支援策の効果が一部に出ている。しかし、「飲食店は金曜の夜などはにぎわいが戻っているが、日によって差が激しくまだ回復したとはいえない。衣料品も消費喚起策が実施されている割引期間中はにぎわうが、それ以外は低迷していて、客の財布のひもは固いままである(商店街)」、「円安の影響などによる物価上昇が続いており、個人消費の面で購買意欲の減退がみられる(乗用車販売店)」とシビアな消費行動が続いており、業種や対象顧客によりバラツキがみられている。

## 景気の先行き判断 年末に向け活動の活発化を期待する一方、支援頼みの状況に陰りも

2~3か月先を占う先行き判断指数(DI)は5.5ポイント下落の45.4となった。「クリスマスシーズンや年末年始など、消費活動が活発になる時期を迎えて各企業の営業活動も活性化する。前年よりもクリスマスイベントなどが増加傾向にあり、季節要因もあいまって景気は上昇傾向になる(新聞社)」と期待する声の一方、「12月に全国旅行支援が終了するとともに、国内の物価高による消費抑制があいまって、国内宿泊客の反動減があるとみている。インバウンド客は増加傾向にあるが、高級路線のホテルに集中しており、国内宿泊客の減少を補うことは難しい(都市型ホテル)」、「各種支援策が打ち切られれば、一旦静かになる(旅行代理店)」と支援策終了後の失速を懸念する声もあがる。コロナ禍において「助成金等で持ちこたえてきた会社や個人商店が事業廃止を決めたため、加入していた商店街振興組合や事業協同組合の解散が多くなっている(司法書士)」という声もあり注視が必要である。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

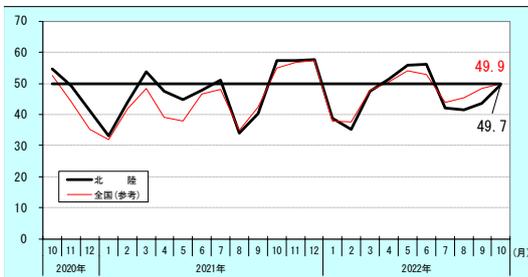
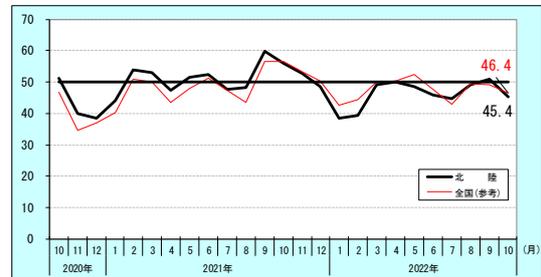


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●10月のアンケート内容

調査期間：2022年10月25~31日  
調査対象：合計100名（うち回答者91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11月25日発行の「北陸経済研究2022年12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	◎	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・観光都市である当地では、10月の3連休には県外からの客が大変多く、その後は全国旅行支援により観光客が継続的に来ている。観光客の動きは良くなっているものの、10月下旬からは県内客の外出の動きが落ち着きをみせている。物価上昇による買い控えや、県内のプレミアム付食事券を使い切った人が出始めていることが主な要因だとみている。
	◎	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・10月11日に全国旅行支援がスタートして予約が殺到し、予約システムが数日間ダウンするなど、一度に予約が増加している。
	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・全国旅行支援により、稼働率は前月より10%以上アップし、新型コロナウイルス感染症発生前と同じ水準まで回復している。
	○	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業や自社の販促強化により来客数は下げ止まりし、販売量が大幅に伸びたことで一時的に上向きとなっている。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響については油断できないが、経済対策もあって旅行や飲食などは少しずつ好転しているようである。
	○	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきたなか、政府の施策も功を奏して上向きになっている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第7波のピークを過ぎてきたことや、全国的な行動抑制がなくなって全国旅行支援などの施策効果もあり、来客数と買上率が向上してきている。
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり県外客の団体利用が増加してきたが、飲食店への恩恵は少ない。県のプレミアム付食事券の販売や県民割が終了したことで、個人客の動きが鈍っている。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・売上はまだ新型コロナウイルス感染症発生前の70%程度だが、旅行客や宴会の利用が徐々に増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や全国旅行支援によって、今月に入って観光客が増加している。夜の街にも人出が増えている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・観光や研修、宿泊送迎などの仕事が多く入るようになっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店は金曜の夜などはにぎわいが戻っているが、日によって差が激しくまだ回復したとはいえない。衣料品も消費喚起策が実施されている割引期間中にはにぎわうが、それ以外は低迷していて、客の財布のひもは固いままである。
	□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今まで不振だったアパレルや雑貨が復調している。気温が低下したことや外出及び旅行による需要で、コートやブーツといった防寒を中心とした商材に動きがある。さらに、会合やパーティー、イベントなどの土産や記念品といった需要も外販で動き始めている。
	□	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が抑えられていることや、プレミアム付商品券の効果もあり、来客数は前年と比べて少し増加している。
	□	家電量販店（本部）	単価の動き	・買上単価は伸びていないが、来客数は戻ってきている。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民割や全国旅行支援の施策により個人旅行は好調に推移しているが、団体旅行はまだ件数が少ない。トータルで見ると売上金額は、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の半分程度である。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前と同様に放送、通信サービス共に新規契約者数が前年同月と比べて順調に推移している。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・景気の影響だけではないとみているが、新規契約者数が伸び悩んでいる。
	□	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・全国旅行支援がスタートし、個人旅行客の動きはやや増加傾向にあるものの、海外からのインバウンド客や団体旅行客の動きは鈍く、全体としては変わらない状況にある。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・前月、今月共に来客数が5%近く前年より減少している。売上が大きくなる年末に向けて心配である。

(－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない)

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
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・個人の新築注文住宅の受注が安定しない反面、個人の住宅リフォームにおける大型物件や、法人関係の店舗及び社屋に対する受注が、新築住宅受注の不足をフォローしている。
□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・来客数が低調なことに加え、客の質の低下を感じる。中高層の動きが特に悪いようである。
▲	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、消費者の関心が旅行や観光へシフトしている。また、原材料価格の高騰や円安の影響も加わり、前月まで好調に推移していた高額商材やインポートブランドにおける売上の伸び率が鈍化している。
▲	スーパー(店長)	単価の動き	・物価の上昇により各商品が値上げされている。そのため、果物や嗜好品の売上の落ち込みが大きい。無駄な商品を買わない傾向になっている。
▲	スーパー(総務担当)	単価の動き	・光熱費や生活用品の値上げにより、今まで以上に買上単価が低くなっている。
▲	家電量販店(店長)	販売量の動き	・高付加価値商品などの販売量が落ち込んでいる。
▲	乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・円安の影響などによる物価上昇が続いており、個人消費の面で購買意欲の減退がみられる。
▲	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・客の問合せやイベントの来場者数が想定を下回っている。現在折衝中の客の動きも遅く、時間が掛かることが多い。予定どおりに話が進まない状況が続いている。
×	スーパー(店舗管理)	販売量の動き	・物価高や電気料金の値上げ、最低賃金の是正など経営的には苦しい状態が続いており、公共料金のように単に一律値上げをすれば済む業態ではない。企業努力は当然だが、それでは済まない現状である。
◎	—	—	—
○	精密機械器具製造業(財務担当)	受注量や販売量の動き	・客や地域によってばらつきはあるが、全体として受注量が増加している。
□	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	・ロシアによるウクライナ侵攻の長期化に伴う供給制約や原材料価格の高止まり、製品値上げの影響が大きく、回復は足踏み状態が続いている。
□	輸送業(管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・物量の回復には至っていない。国際貨物や倉庫関連は堅調であるが、国内輸送部門の物量回復が鈍くなっている。
□	通信業(営業)	受注量や販売量の動き	・今期6月以降は販売量、受注量共に変化はない。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、以前ほど景気の低迷感はないが、政府や自治体の新たな補助金施策なども特段なく、現状維持というところである。
□	不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・法人客、個人客共に、活発な話が余りなく、問合せも少なくなっている。
□	税理士(所長)	取引先の様子	・依然として製造業、建設業については堅調である。しかし、一般消費者を対象とする食料品販売事業者では価格転嫁が難しい状況が多く、利益率も売上自体も低下している。一方で、体力のある一部の大手企業では値下げの動きがあり、中小の小売業は非常に厳しい状況に置かれている。
▲	食料品製造業(経営企画)	それ以外	・原材料に限らず、コストは軒並み上昇し続けている。価格転嫁のための製品価格の引上げにも限度があり、吸収できるレベルではない。収益構造が崩壊しつつあり、構造改革が必須だと考える。
▲	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かかっており、特に電気料金の引上げが大きく収益を圧迫している。
×	金融業(融資担当)	取引先の様子	・売上や受注量が新型コロナウイルス感染症発生前との比較で80%程度であるのに対し、原価が少なくとも前年比で10～15%は上昇しており、業況が厳しくなっている取引先が増えている。
◎	—	—	—
○	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・例年であれば一旦求職が落ち着く時期であるが、僅かながら増加している。
○	民間職業紹介機関(経営者)	周辺企業の様子	・最近になって、企業の先行きに向けた生産対応や営業活動といった前向きな人員採用の動きが増加しており、人材紹介や人材派遣の問合せが増えている。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・製造業の求人数が多い状況が続いている。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は前年同月に比べて増加が続いているが、慢性的な人手不足や、会社の人員構成で高齢者の比率が高いため求人を出している事業所が多いことから、景況が好転したとは言い難い。
▲	—	—	—
×	—	—	—

〈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	◎	コンビニ（営業）	・全国旅行支援やインバウンド需要により、良くなるとみている。
	◎	一般レストラン（統括）	・前年、前々年と同様に、北陸では11月から海の幸が豊富となり、カニの解禁など外食市場が1年で最もにぎわう時期になる。物価上昇により外食の回数は減ると考えるが、11～12月には県内外から多くの観光客が来るとみている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響も一段落し、当地の有名な祭りや街めぐり、大規模なマラソン大会などのイベントも予定されており人出も期待できることから、前年より良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・物価上昇に伴う商品の値上げが止まらない。また、売れ筋商品を生産する取引先に注文が集中しているため、商品の確保が難しくなっている。その一方で、当地の空港を発着する海外直行便がまだ再開しないこともあり、富裕層が多い台湾や中国からのインバウンド需要が全くない状態である。
	○	衣料品専門店（経営者）	・政府の経済対策で人の動きが出てきていると同時に中心市街地回帰の動きも出てきている。
	○	一般レストラン（店長）	・ようやく外国人が来店する姿も見え始め、良くなることを期待している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が心配だが、今の予約状況からは回復傾向が継続するとみている。ただし、新型コロナウイルス感染症が拡大すれば、また予約のキャンセルが発生するとみられ、心配している。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が余り増加しなければ、年末年始は利用客が増加すると考える。
	○	タクシー運転手	・貸切りなどの予約が来月も順調に入ってきている。
	○	通信会社（営業担当）	・新生活の準備期間に入り、需要が増加するとみている。
	○	通信会社（役員）	・円安により地元製造業の業績が好調であり、ボーナス商戦時期には新規契約者数の増加が期待できる。
	○	競輪場（職員）	・毎年、売上が年末に向けて良くなる傾向がある。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、仕入原価が高騰しており、利益が増加しない。
	□	コンビニ（店長）	・2～3か月では、現状とそれほど変化はないと考える。しかし、今後更なる値上げによってこれまで同様に単価上昇が続いた場合、来客数が一気に激減しないか不安である。現在も週末や祝祭日、イベント時の売上は数年前と比べ減少している。イベント時の昼食購入先がコンビニから他へシフトしているようで、実際に近辺のイベント主催者の話によると、飲料などはスーパーでまとめ買いをしているということである。
	□	家電量販店（本部）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほぼなくなってきた。ただし、食品や日用品等の値上げの影響が大きくなりそうである。
	□	自動車備品販売店（役員）	・新車の納車台数が回復していない状況では見通しは暗い。車の乗換えをやめてメンテナンスに金を使う客もいるが、売上をカバーするには至っておらず期待が持てない。
	□	住関連専門店（役員）	・記録的な円安や経済不安、新型コロナウイルス感染症の第8波への懸念、消費が家の中より外に向いているなど、売上が回復傾向に向かう材料が見当たらない。
	□	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなどのニュースが流れたり、国内外でいろいろな情勢変化が起こったりしており、先の見通しが立たない。
	□	観光型旅館（経営者）	・12月20日に旅行支援が終了するまでは良い状態が続くが、それ以降は年末年始以外の空室が目立っている。
	□	通信会社（営業担当）	・物価が上昇し消費者の財布の状況が厳しいように見える。高い機種は余り好まず、手頃で購入可能な機種を選択する客の姿が見受けられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・土地を探す客が動き始めている。
	□	住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が全く見当たらない。
▲	百貨店（売場主任）	・原材料価格や電気料金の高騰でインフレとなり、消費者の生活防衛意識が強まるため景気は後退すると考える。	
▲	百貨店（販売促進担当）	・年末に向けて帰省や年越し準備などで来客数は増加するだろうが、物価高や光熱費の上昇など家計に影響する情報が多く、節約志向になるとみている。食品や住関連といった商材は価格志向になり、買上単価の低下による影響が出ると考える。	
▲	スーパー（総務担当）	・最低賃金が増えたこと、水道光熱費も上がっていることから景気は悪くなると考える。	

(- : 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
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・物価の上昇が続いているなか、もう1つの不安材料である新型コロナウイルスの感染拡大とインフルエンザの流行により、消費が途切れないことを望んでいる。
	▲	家電量販店 (店長)	・電気料金の高騰などで出費が多いことから、必需品以外の購入にはつながらないと考える。
	▲	家電量販店 (店長)	・値上げされた商品が多く物価が上昇していることで、買上点数が前年と比べて下がっており、必要な物しか購入しない傾向が出てきている。
	▲	都市型ホテル (役員)	・12月に全国旅行支援が終了するとともに、国内の物価高による消費抑制があいまって、国内宿泊客の反動減があるとみている。インバウンド客は増加傾向にあるが、高級路線のホテルに集中しており、国内宿泊客の減少を補うことは難しいと考える。
	▲	旅行代理店 (従業員)	・各種支援策が打ち切られれば、一旦静かになると考える。
	▲	通信会社 (役員)	・半導体不足が解消されていないほか、今後更に物価が上昇すると見込んでいる。
	×	一般小売店 [事務用品] (店長)	・円安による物価上昇の影響で、生活に必要な最小限の商材しか購入しないことが増え、業界によってはかなり厳しくなると考える。
	×	スーパー (店舗管理)	・可処分所得の増加は見込めず、経費のみ増加している。高齢化と人口減少が起きている地方では、買上点数を増強させようにも頭打ちの状態である。
	×	乗用車販売店 (従業員)	・身近な物の価格高騰により、買い控えが続くとみている。
	企業 動向 関連	◎	-
○		化学工業 (総務担当)	・来月以降の受注高は増加する予定である。
○		精密機械器具製造業 (財務担当)	・海外からの入国制限が緩和されたことで、消費がやや上向いてくると考える。
○		輸送業 (管理会計担当)	・行動制限の緩和や外国人観光客の増加を含む人流の増加により、物量の回復が期待できると考える。
○		通信業 (営業)	・全国旅行支援の開始により、低迷していた飲食業やホテル等の宿泊施設における積極的な投資を期待したい。
□		食料品製造業 (経営企画)	・年末年始の需要期を迎えることで、景気は若干上向くだろうが、コストの上昇傾向が収まるわけではなく、プラスマイナスゼロくらいとみている。
□		プラスチック製品製造業 (企画担当)	・食品からエネルギーに至るまで、製品値上げの動きが相次いでおり、消費の落ち込みを懸念している。
□		金融業 (融資担当)	・コロナ禍の反動と円安進行を背景に、工作機械メーカーの海外受注が増加している。輸入部材の価格上昇を、受注の増加が補っている状態である。全国旅行支援により観光業、飲食業は増収傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症発生前までには回復していない。円安や原燃料価格の高騰が続いており、価格転嫁が進まず採算が悪化する企業が出ている。
▲		建設業 (経営者)	・円安や電気料金の値上げ、食料品や原材料費の値上がりなど、景気はますます低空飛行に移行すると考える。
▲		輸送業 (役員)	・円安による物価上昇が、当社や当社荷主の経営状況を悪化させると考える。
▲		金融業 (融資担当)	・円安の傾向は1ドル150円を挟んでしばらく続くとみられ、原材料価格の高止まりを見込んでいる。それに伴って取引先の破産や廃業等が増加しており、しばらく続くのではないかと考える。
▲		不動産業 (経営者)	・急な物価上昇により、一般客の購買力が減少している。
▲		司法書士	・助成金等で持ちこたえてきた会社や個人商店が事業廃止を決めたため、加入していた商店街振興組合や事業協同組合の解散が多くなっている。
×		-	-
雇用 関連	◎	-	-
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・クリスマスシーズンや年末年始など、消費活動が活発になる時期を迎えて各企業の営業活動も活性化する。前年よりもクリスマスイベントなどが増加傾向にあり、季節要因もあいまって、景気は上昇傾向になると考える。
	○	民間職業紹介機関 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の収束後に備えて、人材確保の動きが出てきたとみている。
	□	職業安定所 (職員)	・人が動くようになり金も回るようになったが、年末に何が起きるか分からないため、変わらないとみている。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・円安傾向が続き、求人数については状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社 (役員)	・物価高や円安が派遣先企業の業績に影響を与え、派遣スタッフの賃金アップに圧力が掛かることにより、利益が減少する可能性がある。
×	-	-	