



# 北陸地域の概要（2022年11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 外出機会の増加により消費は内から外、高額から低額へシフト

現状判断指数(DI)は前月から横ばいの49.7となった。家計動向では、「第7波も落ち着き、全国旅行支援も始まったため、国内の個人グループ旅行を中心に来客数が増加(テーマパーク)」、「全国旅行支援や自治体ごとの消費支援策により、旅行等の外出や商品を購入する動きが高まっている(一般レストラン)」と活気づく。一方で「消費者の関心は旅行や観光にシフトしている。当店はラグジュアリーブランドの購入など富裕層の消費による恩恵を受けていたが、旅行需要の再開とともに10月中旬以降は売上の伸び率が鈍化している(百貨店)」、工芸品では「高額商品が振るわず低単価なものが爆発的に売れている(商店街)」と消費活動は内から外へ、高額から低額な商品へとシフトしている。また、雇用動向では「半導体関連の取引先で、部品の調達ができないことから生産のめどが立たず、求人募集の停止や派遣契約の解除通達が出てきている(人材派遣会社)」と気になる動きもみえる。

## 景気の先行き判断 全国旅行支援の継続は好材料だが、物価上昇で節約意識が一層強く

2～3か月先を占う先行き判断指数(DI)は0.2ポイント下落し45.2となった。「新型コロナウイルス感染症の第8波を懸念しているが、全国旅行支援の延長が決まり、観光客の動きは引き続き好調になるとみている(一般小売店[鮮魚])」と支援の継続に好意的である。一方で、「コストプッシュのみの物価上昇で、消費者物価指数の伸び率は40年ぶりに3.6%となり、今後は電力の大幅値上げが影響を与える(衣料品専門店)」と物価上昇に厳しい視線が向けられている。「ボーナス支給による買換えのための下見はあるが、予算を抑えて検討している客が多く、以前と比べて分割払いを選択する客も増えている。物価高騰により、更に貯蓄意識が上がっている(家電量販店)」、「住宅価格の上昇により、面積を削る話と設備のグレードを下げる話が多く、家の縮小方向が明確になってきた。イベントへの来場も少なくなっている(住宅販売会社)」と、消費行動における節約意識が一層強くなっている。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

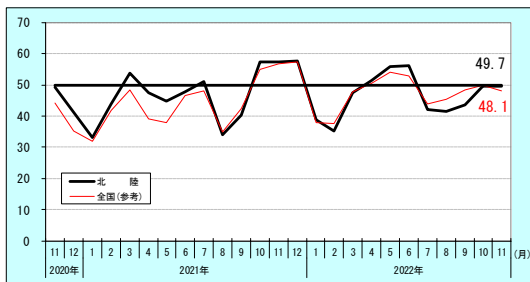
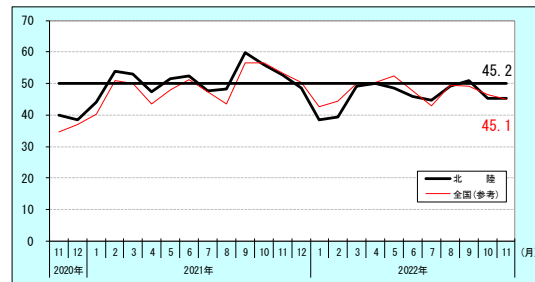


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●11月のアンケート内容

調査期間：2022年11月25～30日  
調査対象：合計100名（うち回答者89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12月26日発行の「北陸経済研究2023年1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	◎	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・コロナ禍対策の各種キャンペーン効果が絶大で、土日祝における来客数の増加が顕著である。
	◎	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・国内の団体旅行や海外のインバウンドの戻りはまだだが、新型コロナウイルス感染症の第7波も落ち着き、全国旅行支援も始まったため、国内の個人グループ旅行を中心に来客数が増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響で平日も多くの客が来店し、売上もほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。高額商品が振るわず低単価なものが爆発的に売れているため、生産が追い付かず商品の入荷が滞っている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・政府の経済対策で旅行も多くなり、買物に対する意識も高まっているようである。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・ファミリー層の増加や飲食店の利用が回復するなど、来店する客層と利用店舗に変化がみられ、客の様子もふだんの生活スタイルに戻りつつある。また、外出機会も増えてきたとみられ、衣料品や服装品などの物販も回復傾向にある。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・11月は全国旅行支援や各自自治体ごとの消費支援策により、旅行等の外出や商品を購入する動きが高まっている。この動きは12月も変わらず続くとみている。しかし、それに伴い新型コロナウイルスの新規感染者数も増加し、比較的多い状態で推移しているため、1月以降は不透明である。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・前月と同程度で観光や会社の営業、研修などといった送迎の仕事が入っている。
	○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・物価の上昇や金利の上昇懸念によって様子見の感はあるが、一部の人はこの状況を考慮に入れて、建築資材の価格高騰等もはかりに掛けながら動き出している気配がある。
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ残るが、前年と比べれば一定の来客数がある。しかし、全国旅行支援が始まり、客の目が家の中から外に向き始め、旅行を含めて外出を楽しむ傾向となり、物の消費に意識が向いていない。ここ数年好調だったパジャマなどが低迷し、僅かだがバッグや靴など外出用商品の動きが堅調である。しかし、商品価格の高騰が要因か購入は非常に慎重で、好調な商品だけで売上全体を押し上げるほどのパワーはない。
	□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価高のため、客に買い控えの様子がみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が続き実質賃金が減少しているため、客は商品購入に慎重である。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・景気は上向きのようなのだが、物価高や電気代などの公共料金の値上げに鑑みると、顕著に上向いているとはいえない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・中古車は価格上昇で引き合いが多いが、新車販売はメーカーの生産調整があり、なかなか良くならない。しばらくはこの状態が続くと考える。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・冬季用品の需要月だが来客数は前年割れで、冬用タイヤの装着も例年より遅くなっている。車の乗換えを検討していた客は、納期が掛かり中古車相場も高くなっているため購入を断念し、今の車を安価なタイヤに入替えて乗り続けるということである。冬用タイヤの新規購入が減少しているため、装着率も上がっていない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・全国旅行支援もあり、久しぶりにランチもディナーも県外からの団体客を集客しているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると来客数は80%にすぎない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比べ徐々に戻ってきているが、新型コロナウイルス感染症の第8波の兆しがみえてきており、再び団体旅行需要の回復に陰りがみえ、会社関係の宴会のキャンセルが出てきている。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品が発売された翌月だが、今までのように店頭に来店して購入する客が減ったと感じる。オンライン購入の相談も多く、来客数はあっても操作説明やプランの相談が多いため、販売に結び付きにくい。	
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約獲得数の伸び悩みが継続している。	

(- : 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
	□	美容室（経営者）	それ以外	・今月の売上と来客数はほぼ前年並みであるが、県内でも第8波による新型コロナウイルスの新規感染者数が次第に増えてきている。12月の繁忙期の売上が少々心配である。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・新規展示会場がオープンしたが、来場者数が前年と比較しても減少している。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・とにかく人出が少ない。新型コロナウイルス感染症や社会情勢の影響か、周辺で行われている大規模な再開発工事が本格化したからか、何が原因か分からないほど減少している。
	▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10月の全国旅行支援スタートから、消費者の関心は旅行や観光にシフトしている。9月までは、海外はもとより首都圏や関西、中京圏への外出を控えていたこともあり、当店はラグジュアリーブランドの購入など富裕層の消費による恩恵を受けていたが、旅行需要の再開とともに10月中旬以降は売上の伸び率が鈍化している。
	▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・光熱費や生活必需品の高騰により節約志向が強くなり、お歳暮や婦人服の買上に影響が出ている。お歳暮や婦人服は前年から約10%売上がマイナスになる見通しである。反面、外商客である富裕層を中心にブランドジュエリーや高額時計などは根強い動きがある。
	▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	・当店の売上は2けたの伸びで推移している。競合店は安価に出すのが厳しくなっており、その分当店は価格的に優位に立っている。商品価格が上昇しているため、客は無駄な商品を買わなくなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・現在商談中の客が検討する住宅ローンは、長期固定型が多くなってきている。金利の先高感が強くなってきている。
	×	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大のため、来客数が減っている。
企業動向関連	◎	-	-	-
	○	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が少しずつ増加している。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・飲食業の売上が新型コロナウイルス感染症発生前近くまで戻っており、新型コロナウイルス感染症に関係なく人が出ているようである。人が動いているため、小売業やサービス業、車関係も良い流れになっている。建設業は継続的に受注量を確保しているが、資材価格が上がっているため、価格に転嫁できている企業は良いが、できていない企業は粗利率が下がっている。
	□	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・アウトドアやスポーツ関連を中心に受注は引き続き堅調で、国内ファッション衣料や自動車関連にも明るい兆しがみられる一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが深刻さを増している。
	□	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	・半導体不足や資源エネルギーコストの上昇、原材料価格の高止まりの影響は大きく、回復に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	・倉庫や国際関連は好調だが、国内の輸送部門の回復が遅れている。
	□	司法書士	取引先の様子	・太陽光発電事業や私募債発行、大規模な事業用借地権設定といった大型案件がある一方、解散や清算の依頼も多くなっている。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は堅調であるものの、円安などによる資材の高騰が利益を圧迫している。また、人手不足により生産がなかなか追い付かず、販売量が少し落ちている。
	×	-	-	-
雇用関連	◎	-	-	-
	○	*	*	*
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・広告掲載の申込状況などは、6か月前から3か月前にかけて復調の兆しがあった。イベント関連やディーラー、買取業者や外壁工事などから安定して出稿があり、直近3か月は状況に大きな変化はない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・最近の求人状況は、短期間や短時間の仕事を希望する高齢者はいるが、企業の望む長期安定的な若年求職者が集まらない。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・半導体関連の取引先で、部品の調達ができないことから生産のめどが立たず、求人募集の停止や派遣契約の解除通達が出てきている。
	×	-	-	-

〈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	◎	都市型ホテル（役員）	・全国旅行支援の延長が発表され、期間中の宿泊需要は引き続き高く推移するとみているが、一方で新型コロナウイルス感染症の感染拡大による全国旅行支援継続への影響を懸念している。また、このまま人手不足の問題が続けば営業体制を見直す必要性も生じる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況から政策判断で全国旅行支援が休止しなければ、好調なまま推移すると考える。徐々にではあるが外国人観光客が少しずつ増えつつある。とはいえ、高額美術品を購入する富裕層の客がまだまだ少ない。スタッフを増員したいが、募集しても誰も来ない状況である。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波を懸念しているが、来年以降も全国旅行支援の延長が決まり、観光客の動きは引き続き好調になるとみている。
	○	スーパー（仕入担当）	・年末に向け帰省客が見込めるため、徐々に改善するとみている。雪のシーズンに突入すれば、買いだめ需要や家ナカ需要が見込める。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・来年も全国旅行支援が継続されることが、継続的な改善の前提だと考える。
	□	商店街（代表者）	・全国旅行支援やインバウンドの復活などに期待しているが、まだ財布のひもが固い客が多いと考える。
	□	百貨店（販売担当）	・今年の年末年始は久しぶりに行動制限がないため人の往来が増加し、しばらく好調に推移するとみている。しかし、様々な物の価格が高騰しているため購入には慎重になり、使う人と節約する人が出て景気を相殺するとみている。また、低価格志向が強くなり、バーゲンセール期やアウトレットなどでの購買が集中する可能性がある。仕掛けによっては売上の向上を見込めるが、利益面が厳しく一長一短な動きになると考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現状の売上は回復傾向であるが、新型コロナウイルス感染症の第8波で新規感染者数が急速に増えているため、先行きに不透明感があり、楽観できないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢に大きく左右されるため不透明さはあるが、景気を押し上げるスパイスが必要だと考える。
	□	家電量販店（本部）	・購買価格は値上げにより上昇するとみているが、必要のない機能は求めない傾向にあり、大きく変わることはないと考える。
	□	乗用車販売店（経営者）	・現在も車の点検や修理が増えている状況が続いており、車の買換え等は多く望めないため、しばらくは現状維持が続くと考える。
	□	乗用車販売店（役員）	・状況は回復傾向にあるものの、依然として半導体不足などによる生産調整をされている。既に受注している分の配車は徐々に進んでいて数か月間は問題ないが、今後はオーダーできない車種が発生しているため、受注残の漸減により、将来の見通しに不安な点がある。
	□	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況をみなければ分からない。また、全国旅行支援などの施策がどのようになるか注視したい。
	□	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波とインフルエンザの流行次第で予測ができない。3年ぶりの新年会の予約が入っているが、キャンセルの可能性もある。生活防衛の意識の高まりから客の価格への見方は厳しく、仕入コストやガス、電気等の諸経費の上昇した分の一部しか価格転嫁ができていない。
	□	通信会社（役員）	・景気の低迷が継続しており、物価高騰等の不安要素もあるが既に織り込み済みの内容であり、これ以上の悪化は想定しづらい。
	□	住宅販売会社（従業員）	・一部の企業は好調な業績を収めており、企業の設備投資をどう取り込むかが今後の大きなポイントになると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の状況が落ち着かず、景気回復が期待できない。
	▲	商店街（代表者）	・前月は何か動きが出てくると思っていたが、良くなる前に次の悪い動きが発生し、我慢できるか懸念している。この冬は大雪の予報があるが、最悪の事態にならないければよいと考える。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・物価上昇のため客が購入先を選別し、ネット通販などでの購入が増えると考え。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇は止まらなるとみている。新型コロナウイルス感染症も落ち着かず、徐々に円安等の影響も出てくると考える。
▲	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加すると考える。物価高もあり、買い控えが増加するとみている。	
▲	衣料品専門店（経営者）	・コストプッシュのみの物価上昇で、消費者物価指数の伸び率は40年ぶりに3.6%であった。今後は電力の大幅値上げが影響を与えると考える。	



(－：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
	▲	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の給付金などで購入を前倒しした反動が続くと考える。
	▲	家電量販店（店長）	・ボーナス支給による買換えのための下見はあるが、予算を抑えて検討している客が多く、以前と比べて分割払いを選択する客も増えている。物価高騰により、更に貯蓄意識が上がっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・例年この時期は、主にタイヤ交換等で入庫がかなり多くなるが、先行きに関しては円安や物価の上昇等、景気が良くなっていくとはみられない。
	▲	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、今後の成り行き次第でどうなるか見通しが立たない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・県民割など前年度のような旅行業への支援が恐らくなくなるとみられ、国内需要は一旦落ちてしまうことを危惧している。地方空港発着の海外路線復活は、4月以降のようであり、これもすぐには期待できないと考える。
	▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の第8波による感染拡大で、また感染拡大警報が出されるような雰囲気があり、平日でも夜は客が少なくなってきた。
	▲	通信会社（職員）	・競合他社の動向によって変動すると考える。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	・新規会員の入会はほとんどなく売上は伸びない。新型コロナウイルス感染症の第8波は、ふだんのスタッフ配置に大きく影響が出ており、人繰りにプラスの人件費が出ていく。水道光熱費を始めとする営業用資材等もどんどん値上がりしており、経費の増加は止めようがない状態である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格の上昇により、面積を削る話と設備のグレードを下げる話が多く、家の縮小方向が明確になってきた。イベントへの来場も少なくなっている。
	×	スナック（経営者）	・国内外の情勢や物価高の影響により、生活の圧迫がますます進みそうである。
企業動向関連	◎	－	－
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・産業機械やオートバイ関連では国内外共に旺盛な需要が続いており、受注は順調に推移するとみている。しかし、主原料価格の高止まりや半導体不足の影響が広がることで、受注した分を作り込めるかが鍵になると考える。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・依然として製造業全体で工作機械の需要が高水準で推移している。
	○	輸送業（管理会計担当）	・国内の輸送部門の物量が回復傾向にある。また、適正運賃の収受も徐々に進んできている。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・物価高対策など経済対策による消費の持ち直しが期待されるものの、新型コロナウイルス感染症の第8波による感染拡大や、相次ぐ製品価格の値上げによる消費の落ち込みが懸念される。
	□	通信業（営業）	・新型コロナウイルスの感染拡大状況と、政府の景気対策次第で動きが変わると考えるので、正直なところ分からない。
	□	金融業（融資担当）	・ドル円相場は、やや円高に振れたが安値圏で推移している。原燃料価格は緩やかな上昇が続いており、価格転嫁の成否で企業収益に差が生じている。全国旅行支援により旅客、宿泊、飲食業は回復傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症の第8波とインフルエンザの同時流行も懸念されており、年末年始の需要期の動向を注視していく必要がある。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・売上がどのように推移するか見通しは立っていないが、コストアップはこの先も続くとみている。
	▲	建設業（役員）	・受注量についてはピークが過ぎた感覚があり、今後は受注が減退する方向になると考える。
	×	－	－
雇用関連	◎	－	－
	○	人材派遣会社（社員）	・新たな求人先の増加や求人内容の変化により、求職者の選択肢が増えることで、マッチング率が多少なりとも向上すると考える。それに伴って景気が上向くとみている。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・低調だった飲食や観光、宿泊業がようやく活発になりつつある。新型コロナウイルス感染症の第8波という不安要素はあるが、次第に良くなると考える。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、人手不足分野の慢性的な求人や高齢化への対応などによるものが増えてきている。
	□	学校 [大学]（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について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）	・ガソリン代も思ったほど元に戻らず、雪が降ることもあり、特にこの年末年始を超える頃に、企業の倒産等が若干出てくるのではないかとみている。また、雇用調整助成金の縮小動向も踏まえて、余り良くならないと考える。
×	－	－	