



# 北陸地域の概要（2022年12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 年末年始の需要が回復しつつあるが、節約志向のため消費は抑制傾向

現状判断指数(DI)は前月から1.6ポイント下落の48.1となった。「週末に観光客が多く、忘年会も盛んである。売上も前年の2倍近くと良くなっている(タクシー運転手)」、「年末年始に必要なものを購入するため来客数が増加している(一般小売店[事務用品])」と好調さが窺える。一方で「物価高騰の影響で節約志向が強まり、前年と比べてお歳暮やおせちなどの購入単価が下落している。また、クリスマスのギフトも高価なアクセサリやブランド品より雑貨やスイーツなどで、購入に慎重な傾向が強くなっている(百貨店)」、「会社関係の忘年会が戻らない。光熱費や物価の上昇により、購買行動が生活防衛になっているようで、来客数も減少している。おせちも高額であるためか、前年より売行きが悪い(都市型ホテル)」と厳しい状況もみられる。その理由には「原油価格の高騰による生活必需品の値上げが止まらないなか、賃上げの動きが伴っていない(スーパー)」ことが指摘されている。

## 景気の先行き判断 年が明けても止まらない値上ラッシュに家計、企業ともに苦境が続く

2～3か月先を占う先行き判断指数(DI)は0.1ポイント下落の45.1となった。年明けも続く値上げに、家計動向では「メーカーから毎日のように値上げのFAXが入ってくるが、値上げしても正札では売れず、結局は安いバーゲンセール価格にしないと売れない。値上げのしわ寄せが小売店に回されているだけである(商店街)」という指摘が出る一方、企業動向では「この1～2年で、数度価格の引上げを実施してきたが、原材料やエネルギーなど更なるコストアップが見込まれるなかで、来春にはまたもや価格を引き上げることになりそうである。どこまで受注量を維持できるかは不透明である(食料品製造業)」と小売り、メーカーともに苦しむ様子が窺える。また、住宅市場では「住宅価格が上昇したため需要は減るとみていたが、金利の先高感が出てきたため、客は金利の低いうちに購入しようとの思いが強くなっているように見える(住宅販売会社)」と動向変化の兆しも出ている。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

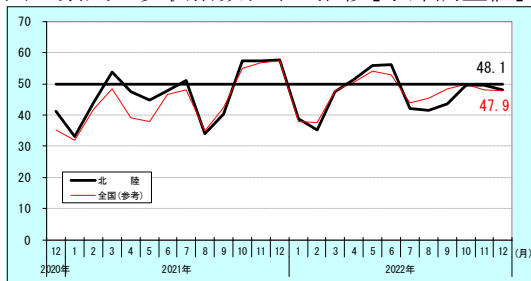
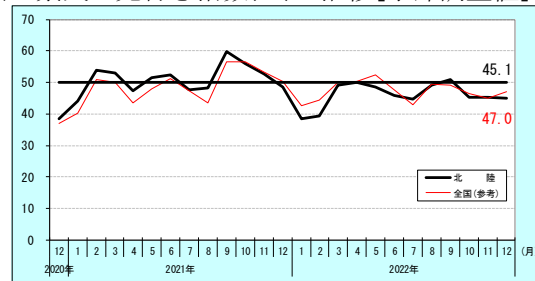


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●12月のアンケート内容

調査期間：2022年12月25～31日  
調査対象：合計100名（うち回答者85名）  
(内訳)  
・家計動向関連  
・企業動向関連  
・雇用関連

### ●景気判断指数(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	◎	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・コロナ禍における景気対策キャンペーンの効果に尽きると考える。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は週末に観光客が多く、忘年会も盛んである。売上も上がっており、前年の2倍近くと良くなっている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・年末年始に必要なものを購入するため、来客数が増加している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大傾向が続いているものの、日常生活は戻ってきている様子で、衣料品店や飲食店が回復している。旅行や外出機会の増加で一定の回復はあるが、まだ回復途上である。各種値上げによる影響で、購買単価は上がっているものの来客数の伸びは低く、購買も慎重な姿勢がみられる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・20人を超える忘年会の開催などがあり、久しぶりににぎわいをみせていたが、クリスマス前的大雪で大きく失速し、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると85%ほどの販売量となっている。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・ウィズコロナのなかで行動制限も特になく、全国旅行支援の追い風もあり、国内の個人旅行を中心に前年同月と比べて客の動きは堅調である。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・バーゲンセール等でそれなりの人出があったときでも、結果をみると期待したほどの売上はない。財布のひもが固いと客単価の減少によると考える。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響も少なく落ち着いており、年末のにぎやかさが出てきているようである。プレミアム付商品券の利用は順調であるが、商品の値上がりが悪影響を与える可能性が大きく、今後の営業を懸念している。
	□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で節約志向が強まり、前年と比べてお歳暮ギフトの送付商品やおせちなどの単価下落が影響している。また、クリスマスのギフトも高価なアクセサリやブランド品より雑貨やスイーツなどで、購入に慎重な傾向が強くなっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・客の購買動向は良くなってきているが、人によってまだまだ差がある。
	□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・来客数が若干落ちているが、売上は変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・半導体不足による自動車メーカーの生産減少により新車の入荷が滞る状態が続いており、以前の売上に戻ってこない。一方で、車検をして乗り続ける客が多く、車検実施台数は毎月多い状況が続いている。
	□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・12月に入り、降雪の影響や新型コロナウイルスの新規感染者数の増加によるキャンセルが出てきており、前年比で10%程度売上が落ちている。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・一部で円安により仕入単価が上昇しているが、料金などへの転嫁は行っていないにもかかわらず、新規契約の獲得は苦戦が継続している。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・建築資材の高騰や、新型コロナウイルス感染症の影響が大きいと考える。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・集客の低迷が続いており、消費行動の鈍化を感じる。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・半年以上、来客数の減少が続いており、今後も続きそうである。
▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10月に全国旅行支援がスタートしてから売上の伸び率が鈍化しており、今月はとうとう売上が前年を割り込んでしまっている。行動制限の緩和に伴い首都圏や関西圏へ出向く機会が増えたことに加えて、エネルギー価格や諸物価高騰に伴う客の生活防衛意識の高まりによる影響が大きい。	
▲	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・地方は人口減少と高齢化のなかでオーバーストア状態にあり、先行きは見通せない。屈指の大手ショッピングセンターでさえ、売上は前年割れの状態が続いている。	
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・12月はボーナスが出た会社が多く、客の買物の仕方に変化はみられたが、買物に対して相変わらず慎重な姿勢である。	

(- : 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
	▲	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・必要品以外の家電購入がみられない。
	▲	自動車備品販売店 (役員)	お客様の様子	・今年はスタッドレスタイヤへの交換作業が例年と比較して遅かった。新車の購入を諦めた客が多く、同時期の新車における装着が減ったことが要因とみている。タイヤの新規購入者も減少しており、我慢して使用しているようである。交換作業を依頼されたタイヤをみると、古いタイヤを装着する客も多い。
	▲	美容室 (経営者)	来客数の動き	・売上、来客数共に、前年比で5%程度ダウンしている。5%ほどのダウンは、大雪の影響があった2022年2月以来である。また、物価上昇の影響も懸念している。
	×	スーパー (総務担当)	お客様の様子	・原油価格の高騰による生活必需品の値上げが止まらないなか、賃上げの動きが伴っていない。
	×	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・会社関係の忘年会が戻らない。光熱費や物価の上昇により、購買行動が生活防衛になっているようで、来客数も減少している。おせちも高額であるためか、前年より売行きが悪い。
企業動向関連	◎	-	-	-
	○	精密機械器具製造業 (財務担当)	受注量や販売量の動き	・ばらつきはあるものの、販売量が上向きの客先が増加している。
	□	繊維工業 (総括)	受注量や販売量の動き	・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あり、国内の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。一方で原材料価格が高騰し、特に電気料金の値上げが深刻さを増している。
	□	化学工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に変わらず推移している。
	□	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・販売量を考慮すると景気は9月頃より上向いているとみられ、現状も昨今のデジタル化に対応するための商材を中心に安定した受注量を確保できている。しかし、3か月前との比較では大きな変化はみられない。
	□	金融業 (融資担当)	取引先の様子	・取引先の売上は回復傾向にあるが、原価の上昇により利益率の改善がなかなか進んでいない。価格転嫁を進めている取引先は利益率も改善しているが、一部の取引先にとどまっている。
	□	税理士 (所長)	取引先の様子	・光熱費の高騰は全業種に影響を及ぼしているが、飲食業や食品関係は好調である。製造業は、半導体不足や原材料価格の高騰により厳しい状況が続いている。
	▲	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・ロシアによるウクライナ侵攻を受けて原油価格やLPガスなどの価格が上がり、工事の材料費や運送費も上がっているが、公共事業の発注価格に反映されるまでにタイムラグがある。また、スライド条項の適用も手続が煩雑である。
	▲	輸送業 (役員)	取引先の様子	・物流業者では燃料費の高騰に対して荷主へのサーチャージをお願いしているが、快諾を得られない状況が続いており、業績を圧迫している。
	▲	司法書士	取引先の様子	・大企業や大型事業では、新会社設立などの新しい事業の展開があったが、それ以外の企業関係では新しい事業の動きが全くない。
×	-	-	-	-
雇用関連	◎	-	-	-
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・年末年始に向けて第二次産業の企業を中心にUターンやIターンの求職者を狙った求人広告の申込みが増加している。2024年問題に向かうロジスティクス企業などにも求人を検討する動きが見られ、人材の確保などに向けて求人市場が活性化している印象を受ける。
	○	民間職業紹介機関 (経営者)	それ以外	・マイナンバーカードの普及に関わる業務で人材の雇用が増えている。行政機関は出張申請など様々な方法を派遣や委託で賄っている。
	□	新聞社 [求人広告] (営業)	周辺企業の様子	・企業の活動形態が変化したように感じる。新型コロナウイルス感染症や資材不足、価格高騰などに合わせるため、企業がこれまでのやり方を変えつつあるようにみえる。
	□	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・年末ということもあったのか、飲食や宿泊、販売関係が好調である。
	▲	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・派遣先企業からの求人数が減っている。半導体関連の派遣先企業からは、派遣契約解除の通知が出てきている。
	×	-	-	-

〈景気の先行き（2、3カ月後）に対する判断理由〉

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	◎	—	—
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、消費面は上向きである。仕入価格の上昇を、売上の増加で吸収できるかどうかが鍵である。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新生活のために必要な用品や、贈答品などが売れることに期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・日常生活が戻ってきたため、旅行やイベントなどの晴れの場や外出機会が増えてくれば、今後は購買機会も増えて良くなってくとみている。しかし、エネルギー価格の上昇を含めた各種値上げによる買い控えや安価な商品の選択など、生活防衛意識が更に高まるとみられ、楽観視はできない。
	□	商店街（代表者）	・メーカーから毎日のように値上げのFAXが入ってくるが、値上げしても正札では売れず、結局は安いバーゲンセール価格にしないと売れない。値上げのしわ寄せが小売店に回されているだけである。
	□	百貨店（販売促進担当）	・前年は新型コロナウイルスの感染拡大や大雪などマイナス情報が多かったが、今年は行動制限のない年末年始を中心に初売りで帰省客の需要が戻ると見込んでいる。帰省客を迎えたり、おねだりされたりするといった需要が復活し、前年に近い推移をすると考える。2月以降も、外出や集まりによる需要が戻り、アパレルが動き始めるとみている。
	□	スーパー（店長）	・物価高は続くと考えている。その分、売上があるように感じてしまうが、給料は上がってこない。
	□	コンビニ（店長）	・しばらくは販売価格の上昇により売上は維持できるが、長い目で見た場合にそれが良いとは全く思わない。客のコンビニ離れが始まれば一気に売上が減少する危険性がある。コンビニの商品価格は高過ぎる。せめて必要不可欠な商品は適正価格で販売しないと、スーパーやドラッグストアに取って代わられる危機感が常々ある。
	□	家電量販店（本部）	・景気が良くなる材料がない。来客数は、新型コロナウイルスの感染再拡大と物価高の影響で落ちるとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売量確保が困難な状況が続いているため、2～3月は変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・積雪が多い地域のため、積雪量によっては来客数や入庫数にかなりの影響が出るとみている。
	□	自動車備品販売店（役員）	・新型コロナウイルス感染症の自粛緩和策がいろいろと出され、旅行や買物を楽しみたいが、新型コロナウイルス感染症の第8波による感染拡大や各種値上げなどで余裕がないという声を多く聞いている。抜本的な改善施策がみえないなかで、見通しは暗い。
	□	タクシー運転手	・来月は貸切りの仕事があるが、前年の悪い時期と同じくらいである。
	□	通信会社（営業担当）	・前年と比べても大きな変化がなく推移している。依然として物価高であり、消費者の目がとても厳しく感じられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格が上昇したため需要は減るとみていたが、金利の先高感が出てきたため、客は金利の低いうちに購入しようとの思いが強くなっているようにみえる。
	□	住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が見当たらない。値上げに対する世間の不安を感じている。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	・12月はプレミアム付商品券が発行されたことで、売上はそこそこ伸びて前年並みとなり良かった。1月は通常に戻るため、12月より悪くなるとみている。12月は新型コロナウイルスの感染拡大により内食が進んだ。引き続き内食が伸びてくれたらと考えている。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来年以降も各種値上がりが続き、良くなる要素がない。
	▲	百貨店（売場主任）	・長期予報によるとこの冬は大雪の可能性が高く、外出を控える行動が強まると考える。それに加えて電気料金や物価の上昇で、生活防衛意識が極めて高いため、消費は更に冷え込む。
	▲	スーパー（店舗管理）	・オーバーストア状態は変わらないとみている。
▲	コンビニ（店舗管理）	・各キャンペーンの効果は弱まると考える。	
▲	家電量販店（店長）	・4月からの電気料金の値上げもあり、省エネ家電への買換えを検討する客は増えてきたが、故障による買換えでは、省エネ等の長期的なことよりも価格を抑えた商材を選ぶ客が多く、単価が下がっている。	
▲	高級レストラン（スタッフ）	・今のところ、景気が良くなる要素が見当たらない。	
▲	スナック（経営者）	・先々は非常に不透明な様子で、先を読むことができない。	

(－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援にも一服感があり、1月以降の予約数が伸びてこない。
	▲	都市型ホテル（役員）	・全国旅行支援が一時休止し、年始以降の宿泊予約の入込みが鈍い。北陸地区でのインバウンド需要は回復しておらず、国内宿泊需要においては全国旅行支援の縮小とあわせて、日用品の物価高や今後の燃料費高騰による旅行に対する意欲の低下を懸念する。
	▲	タクシー運転手	・今月は忘年会で忙しかったが、これから先は新型コロナウイルスの感染状況次第で変わっていくと考える。また、新年会があっても前年ほどではないとみている。
	▲	テーマパーク（役員）	・全国旅行支援も縮減していく方向に加えて、現在の物価高の影響もあり、個人客の動きは鈍くなるとみている。
	▲	パチンコ店（経理）	・良くなる要因が見当たらない。逆に物価の上昇や増税があり、消費動向が減退すると考える。
	×	住宅販売会社（従業員）	・駆け込み受注が発生するかもしれないが、契約までの決断に時間が掛かることや、建物の価格が上昇することで受注が苦しくなる。
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	通信業（営業）	・3か月後は年度末決算の企業が多く、業績も上向きであるため現在よりも受注量が増加するとみている。一方で値上げによる消費支出の負担増の影響で、各企業共に一時金やペースアップを強いられることも想定され、投資が抑制される可能性を懸念している。
	□	食料品製造業（経営企画）	・この1～2年で、数度価格の引上げを実施してきたが、原材料やエネルギーなど更なるコストアップが見込まれるなかで、来春にはまたもや価格を引き上げることになりそうである。どこまで受注量を維持できるかは不透明である。
	□	繊維工業（総括）	・受注は引き続き堅調であり、稼働は年度末までタイトな状況が続くものとみているが、先行きについては世界的な景況悪化により、不透明感が増している。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・原材料価格が高止まりしているため販売価格を改定せざるを得ず、その影響が売上に及ぶことを懸念している。本格的な回復にはまだ時間が掛かる。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・円安傾向は緩和されたが、先行きが不透明な状態が続いている。
	□	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、行動制限のない年末年始を控え、観光需要や個人消費は上向きである。一方、原燃料価格の高騰や円安の影響が継続しており、価格転嫁の成否で企業業績が二分されつつある。
	□	司法書士	・新築住宅の案件が数量的に落ち込んでいたが、住宅ローンの金利上昇が見込まれるなかで、需要がどのように変動するのか見通しが立たない。
	▲	輸送業（役員）	・メーカー及び物流センター等の荷主は、輸送会社に配慮できる状況ではないことはある程度理解できるため、社内合理化の努力でどこまで対応できるか次第である。
	▲	金融業（融資担当）	・来年以降も電気料金を中心に経費増加が見込まれており、利益率が悪化すると考える。
	×	－	－
	雇用 関連	◎	－
○		人材派遣会社（社員）	・求人数と比べ、求職者とのマッチングは停滞気味であるが、新しい年を迎えて気候が良くなるにつれ、求職者数やマッチング数が増加するとみている。
□		新聞社〔求人広告〕（営業）	・変化の途中であり、落ち着くまで景気は回復しないのではないかと考える。
□		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全体的にみると大きな変動はないものとみている。資材価格や燃料費の高騰により、新聞の発行原価も上昇しており、年末年始は広告出稿が最も活発な時期であるとはいえ、楽観視できない状況に変わりはない。
□		職業安定所（職員）	・物価が上昇するなかで、大手企業が賃上げを行っているニュースはあるが、中小企業で同様に行われているようにはみえない。
□		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状況にもよるが、飲食や宿泊、観光業は一気に回復する兆しがある。
▲		人材派遣会社（役員）	・半導体関連企業から、欧米諸国が台湾有事などの地政学的なリスクを回避するため、これまでアジアで生産していたものを自国生産に戻す動きが出ているという情報を聞いている。
▲		職業安定所（職員）	・消費者向けのいろいろな物価が上がることや金利が上昇することで、かなり出控えがあるとみられ、それによって雇用にも少し影響が出るとみている。
×		－	－