



北陸地域の概要 (2023年3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 外出機会が増え回復傾向が鮮明になるが、物価高が依然足かせに

現状判断指数(DI)は前月から0.2ポイント増の52.6となった。「春休みに入り県外のほかインバウンドの観光客が多くなっている。人の動きが活発化しており、飲食店の来客数や利用頻度も上がっている(一般レストラン)」、「入学式、卒業式などの各種行事や企業等の動きが新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、関連したフォーマル、ビジネススーツ等の商品や、手土産といった商品に動きがある。またゴールデンウィークへ向けての旅行準備など、今まで売れなかった商品が復調している(百貨店)」と明るい声があがる。一方、日用品では「客の買上点数が顕著に下がっており、単価が上がっているにもかかわらず売上が徐々に減少している(スーパー)」。「どの業種も商品価格は上がっているが、生活必需品以外はバーゲンセールや割引のときにしか売れない。結局、商品の販売価格が上がっているとはいえ、売り手が利益を減らして販売している(商店街)」と節約傾向で厳しい状況が続いている。

景気の先行き判断 新型コロナの5類感染症への移行で消費動向は内から外に変化

先行き判断指数(DI)は3.4ポイント上昇の49.7となった。「新規感染者数が少なくなっており、観光客も増えてきている。以前の状況に戻りつつある(タクシー運転手)」、「新型コロナウイルス感染症の5類感染症への変更に伴い、消費活動や経済活動が徐々に復活する兆しを感じている(通信会社)」と前向きな声が届く。一方で、「ゴールデンウィークや新型コロナウイルス感染症の5類への移行など、ますます旅行や外向きの消費に向いていく(住関連専門店)」、「5類感染症への移行に期待はするが、観光や外食中心になり来客数に影響が出ることを懸念している(家電量販店)」などと、家の中から外への消費動向の変化を懸念する声もあがる。また、企業動向では「4月以降は人が動き出すため、新型コロナウイルス感染症でダメージがあった業種ほど明るい兆しがみられる。一方で、物価上昇に伴う賃金アップは必須な状況であり、人件費率が収益を圧迫する(税理士)」との声も出ている。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

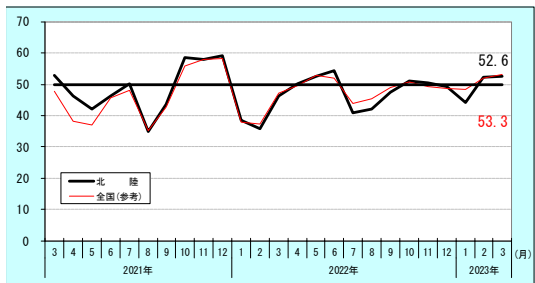
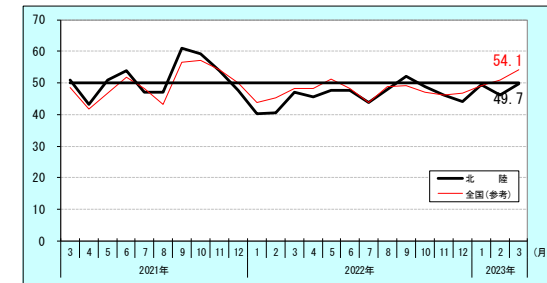


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●3月のアンケート内容

調査期間：2023年3月25～31日

調査対象：合計100名(うち回答者87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

※ 詳細は2023年4月25日発行の「北陸経済研究2023年5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	◎	商店街（代表者）	販売量の動き	・3月に入り、急激にインバウンド需要が復調し、売上が大幅に伸びている。ノーマスクの客も増え、ようやく本格的に新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったようである。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・3月下旬よりレジャー客を中心に直近の予約が増加している。春休みシーズンに入り、桜の開花も例年より早く、中高年夫婦や若年ファミリー層の利用が多くみられる。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・比較的天候に恵まれ、入込客も増加し、大手デパートは春の新生活応援フェアや、春のプライダルフエアで盛り上がりを見せている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	販売量の動き	・入学や就職などの祝いや年度末の決算時期ということで、いろいろな商品が売れている。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・入学式、卒業式などの各種行事や企業等の動きが新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、関連したフォーマル、ビジネススーツ等の商品や、手土産といった商品に動きがある。またゴールデンウィークへ向けての旅行準備など、今まで不調だった商品が復調している。
	○	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も落ち着いてきて、明らかに消費マインドは改善している。新型コロナウイルス感染症発生前に回復するまでもう一息である。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカーからの新車入荷が少しずつ多くなり、販売量が多くなっている。この状況がしばらく続くともみている。
	○	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への不安低下と安定した天候により、来客数が伸びている。衣料品など外出に向けた物販の動きが良く、飲食店の利用も大幅な回復をみせている。その一方で、物価高騰による商品の値上げに対する節約志向として、特売日の来客数が増加している。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・観光地のため、春休みに入り県外はもちろんインバウンドの観光客が多くなっている。駅周辺に加えて市内全体で人の動きが活発化しており、飲食店の来客数や利用頻度も上がっている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月に入り観光客が増えている。特に週末を中心に増えている。新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいている。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新生活が始まる時期とともに新規契約者が増えており、客の携帯電話の需要が大きくなっている様子が見える。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年の3月はまん延防止等重点措置の解除があり、それまで控えていた外出機会が増え、リベンジ消費という特需があった。前年比だけとみると2月までの勢いはないものの、婦人服や紳士服、食料品、化粧品等は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を超えている。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきており販売量は少しずつ回復しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の売上には、まだ回復途上である。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・今月は例年と比較して気温が温暖でタイヤの需要期が早まり、さらに4月の値上げの影響もあって、タイヤの売上は大きく増加している。しかし、それ以外は例年を下回り、集客も減少しているため、依然として厳しい状況である。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・3月は送迎会や花見などが行われているのだろうが、利益はもたらされていない状況である。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、契約者数が前年と同じレベルの数値で推移している。
	□	通信会社（役員）	お客様の様子	・割引サービスへの問合せは増加しているが、新規契約者数自体の伸び悩みは続いており、景気上向きの実感はない。
	□	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感染症に対する規制の緩和が始まったが、客の行動様式はほぼ従来どおりであり、様子見というところで、売上等に影響はしていない。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅ローン金利上昇により客の動きがあってもよいとみていたが、客の動きがみられない。
	□	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・外部環境に好転の材料が見当たらないにもかかわらず、客の動きが完全に止まるわけでもない。低水準ながら安定している印象を受けており、景気の変化をここ3カ月は感じていない。

(－：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
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・どの業種も商品価格は上がっているが、生活必需品以外はバーゲンセールや割引のときにしか売れない。結局、商品の販売価格が上がっているとはいえず、売手が利益を減らして販売している状態である。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・前年はプレミアム付商品券などがあったが、今年はないため売上等は落ちている。それに加えて、4月の値上げによる買い控え等が目立つようになっている。
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・客の買上点数が顕著に下がっており、単価が上がっているにもかかわらず売上が徐々に減少している。
	▲	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・値上げの影響により、確実に買上点数が減少している。また、卵の特売に制限が掛かることにより、来客数の減少に更に歯止めが掛からない状況である。
	▲	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景気対策キャンペーンが落ち着き、特需が減っている様子である。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・新生活に向けての販売数量や商品単価が下がってきている。
	▲	家電量販店（本部）	来客数の動き	・旅行シーズンに入ったためか、来客数が非常に減少している。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・県外の営業職の人が少なかったようにみえる。また、高齢者の買物のためのタクシー利用も少ない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・例年3月は卒業式や花見などで消費活動が活発になる月であり、今年は新型コロナウイルス感染症が落ち着きをみせているにもかかわらず、客の消費意欲が盛り上がってきていない。売上、来客数共に前年より5%程度落ち込んでいる。物価高が影響していると考えられる。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・商品の値上げなどで単価は上がっているが、販売量が減っている。さらに、来客数も減少している。
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	・1～2月と好調だった受注状況が、3月も継続している。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・原料やエネルギーなど様々なコストアップを受け、数回にわたって値上げを実施してきたが、その結果、販売数量は前年割れながら金額ベースでは前年を上回る傾向である。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・現在の受注状況は、変わらずに推移している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・業界全体として受注量は減少しているものの、依然として堅調な水準を維持している。
	□	輸送業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇に伴う経営環境の悪化が懸念されるが、客先は契約条件の改定に慎重な態度を崩さない。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・下期に入り、B to Bの国内貨物の物量は前年割れが続いている。今年に入り、国内貨物も低迷が続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・前年10月以降、今月まで受注量の動きに変化はない。また、例年3月は駆け込み需要が多いが、今期については通常月と変わらない程度の受注にとどまっている。
	□	司法書士	取引先の様子	・12月決算の会社や3月決算の会社で事業承継となる役員変更がある一方で、解散を決議した会社も多くなっている。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・物価高のため、どの業種も1割ほど粗利益率が下がっており、一部の建設業では受注残が減ってきている。
▲	金融業（融資担当）	取引先の様子	・第3四半期決算の数字をみると、売上は前年比で横ばいか微増で推移している取引先が多いが、原価上昇の影響を受けて利益率が低下している。	
×	－	－	－	－
雇用 関連	◎	－	－	－
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・合同企業説明会にも、前年を上回る多くの企業から参加があった。一方で新卒学生の動きは鈍く、売手市場の様相が顕著に表れている。転職者対象の説明会にも、やはり前年を上回る企業や求職者の参加があり、市場全体が活性化してきたと考える。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業の中小企業において、電気料金の高騰が厳しいという声をよく聞く。賃上げも難しい状況で、高騰分を価格転嫁しづらい企業にとっては苦しい状況である。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数が若干減ってきており、既存の派遣先から契約解除の連絡が数件出てきている。
	×	－	－	－

〈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	◎	商店街（代表者）	・以前のインバウンド需要の中心だった中国人観光客がいなくても売上が伸びているため、今後中国人観光客の入国が増えるようになると、もっと売上が伸びると考える。
	○	コンビニ（店長）	・売上、来客数共に好調に推移しており、期待のできる春夏を迎えられそうである。劇的に急上昇しているわけではないが、前年比で3%程度来客数が増加し、売上額は値上げ分以上に増加している。利益でみた場合は依然として経費が高騰して厳しい状況は変わらないが、来客数や売上の状況は前月と比べて大変好調に推移している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・今までの生活水準に戻ってくるとみている。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行する5月以降、国内旅行など経済活動が徐々に増加し、人々の気持ちも前向きになって上向いていくと考える。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症による影響が改善している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に引下げとなった後、新型コロナウイルス感染症発生前に対し、どこまで売上が回復するか期待している。
	○	都市型ホテル（役員）	・マスク着用ルールの変更や新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、行動制限から解放され旅行に行きやすくなり、全国旅行支援が続く間の宿泊需要は続くと考え。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少なくなっており、観光客も増えてきている。以前の状況に戻りつつある。
	○	通信会社（役員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への変更に伴い、消費活動や経済活動が徐々に復活する兆しを感じている。
	○	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	・新型コロナウイルス感染症対策が5月に緩和されることが良いきっかけになることを期待している。新年度の第1四半期で何とか上向きに動き出してほしい。
	□	一般小売店 [事務用品]（店長）	・必要なものを買そろえたら、購買意欲は落ち着くとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・好不調が月替わりで変化しているが、長期では現状程度と考える。ただし、4月から大幅な値上げにより、一時的に消費にブレーキが掛かる可能性がある。真面目な県民性からか旅行にも慎重な感じはあるが、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、国の対策も緩和されると、旅行需要が5月頃から増加するとみている。旅行需要で消費拡大できれば、やや向上する可能性はあるが、現段階では希望的観測でしかない。
	□	家電量販店（本部）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に期待はするが、観光や外食中心になり来客数に影響が出ることを懸念している。
	□	乗用車販売店（経営者）	・自動車販売業界では客の買い控えが続いており、すぐに販売量が増えていかないため、変わらないと考える。
	□	住関連専門店（役員）	・この先のゴールデンウィークや新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の実施など、ますます旅行や外向きの消費に向いていくとみている。
	□	その他専門店 [酒]（経営者）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症が5類感染症になる。それは良いことだが、以前ほどにはイベント等は行われないとみられる。また、今は全ての商品が値上がりしているため、状況はそれほど変わらないと考える。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に引き下げられることにより、団体客の集客増加が見込まれるが、足元の物価高もあり個人消費は厳しい状況が続くとみている。
	□	スナック（経営者）	・物価高や年金が下がって生活が厳しくなっている状況で、先行きは読めない。
	□	通信会社（営業担当）	・繁忙期が過ぎ、大きな変化が起こるとは考えにくい。
	□	通信会社（役員）	・特段のイベントもなく、前年と同様の契約者数で推移すると考える。
□	テーマパーク（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況は更に落ち着いていく可能性が高いものの、物価等の値上がりの影響もあり、個人消費も含めて景気は減速する可能性が高い。	
□	美容室（経営者）	・地方では中小、零細企業が多いため賃上げの幅も小さく、消費意欲はしばらく上向きにはならないとみている。	
□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の高騰が落ち着かず、客に変化がみえない。	
□	住宅販売会社（営業）	・景気については良くなる要素も悪くなる要素も見当たらないが、客からは5月以降の電気代高騰に関する問合せが増え、少なからず景気の足を引っ張るような気配がある。	

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	商店街 (代表者)	・水道光熱費の負担増加で更に家計は圧迫され、物価が上がる以上に消費が抑えられると考える。
	▲	一般小売店 [精肉] (店長)	・4月からの値上げ等で、今月も客の購買意欲が少し落ちている。このままで行くと来月もそうなるとみているが、新型コロナウイルス感染症対策の緩和があり、遠方からの集客に期待している。
	▲	百貨店 (販売促進担当)	・食品フロアを中心として来客数、買上金額などが徐々に減少傾向にある。物価高や電気料金の値上げなどによる生活防衛意識を感じる動きが日に日に高まっている。生鮮品などは価格重視の傾向が強く出ており、単なるお買い得品では通用しない。
	▲	スーパー (店舗管理)	・コロナ禍の落ち着きにより流動客化が進み、大型ショッピングセンター等へ客足が流れることを懸念している。
	▲	コンビニ (店舗管理)	・エネルギー費の高騰から、節約ムードが高まると考える。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・食料品を始めとした物価の上昇に歯止めが掛からず、節約意識の常態化を懸念している。
	▲	家電量販店 (店長)	・電気料金の高騰により、家電製品の購入意欲が下がってしまう。
	▲	家電量販店 (店長)	・物価の上昇に対して、今必要な物は安価に済ませようという傾向が見受けられる。
	▲	通信会社 (営業担当)	・4月以降、おおよその需要を満たした後は販売数が落ちると考える。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	・広告や展示会からの契約が減っており、入居者の家族や親戚などの契約が増えてきている。販売チャネルが狭くなり、厳しい状況が増してくるとみている。
	×	-	-
	企業 動向 関連	◎	-
○		一般機械器具製造業 (経理担当)	・オートバイ向け部品において、欧州を中心とした海外需要が好調に推移していたが、ピークにきたからか、落ち着き始めている。ただし、現在でも関係の生産工場では高い操業度を維持し続けている。
○		精密機械器具製造業 (財務担当)	・好調な受注状況が継続している。
○		司法書士	・北陸新幹線延伸1年前ということで、行政だけでなく各種団体や企業で、多くの事業が企画されている。
□		食料品製造業 (経営企画)	・原料を始め様々なコストの高止まりにより、当面は単月ベースで増収減益が続くとみている。
□		化学工業 (総務担当)	・3か月先の売上状況は、変わらず推移する見込みである。
□		プラスチック製品製造業 (企画担当)	・価格改定を実施してもすぐまた物価高に打ち消されて、再度値上げを実施せざるを得ない悪循環は当面続くとみられ、改善のめどは立たない。
□		輸送業 (管理会計担当)	・物量回復の兆しがみえない。
□		金融業 (融資担当)	・各種の行動制限が徐々に緩和され、これまで新型コロナウイルス感染症の影響が大きかった飲食業や観光業、旅客業の需要が回復に向かっている。一方、原燃料価格高騰の影響は続いており、価格転嫁の成否により企業の収益力に差が生じている。業種によっては人材不足で需要増加に対応できないところもある。
□		税理士 (所長)	・4月以降は人が動き出すため、新型コロナウイルス感染症でダメージがあった業種ほど明るい兆しがみられる。一方で、物価上昇に伴う賃金アップは必須な状況であり、人件費率が収益を圧迫するとみている。
▲		繊維工業 (総括)	・更なる電気料金の値上げが予定されていることに加え、景気減速による欧米の消費マインドの低下により、これまで好調だったスポーツ、アウトドア向けの受注にも変調の兆しが鮮明になっている。
▲		輸送業 (役員)	・価格改定がなければ賃金も上げられず、人材確保も困難になると考える。
▲	金融業 (融資担当)	・4月以降に電気料金の値上げがあることから、利益率が更に圧迫されるとみている。	
×	-	-	
雇用 関連	◎	-	-
	○	人材派遣会社 (社員)	・売手市場が落ち着き有能な人材が求められるとともに、職場に活気が戻ると考える。
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・ゴールデンウィークには、Uターン人材を対象とした求人広告の出稿が期待できる。企業のイメージ広告も含め、求人関連の広告が増えると思われている。
	○	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で、宿泊業や飲食サービス業など徐々に景気が上向きとなる業種が増えてくる。
	□	職業安定所 (職員)	・求人数の増減が余りない。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・物価上昇や円安傾向が続く、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)	・製造業で落ち込みの気配がある。
×	-	-	