



北陸地域の概要 (2023年5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 好調な飲食や旅行と、物価高の影響で振るわない小売で明暗

現状判断指数(DI)は前月から0.6ポイント増の54.4となった。「新型コロナウイルス感染症」の分類が5類に移行し、人々が余り気にすることなく外出するようになって客は増えている。夜の街も人出が増え、タクシーの利用も増えている(タクシー運転手)、「5類感染症に移行したことで、ふだんは余り利用のない九州方面や関東方面からの団体利用があり、大きなプラス要因になっている(高級レストラン)」と飲食や旅行、交通関連業種での好調な声が目立つ。その一方で、「物価高で1人当たりの買上単価は上がっているものの、来客数は前年と比べて下がっている(コンビニ)」、「値上げの影響により店舗全体で買上点数が徐々に落ちてきている。今後も続く値上げに対して不安が募る(スーパー)」、「豚肉やとり肉の売行きは良いが、数々の値上げによる影響か、牛肉の売行きが悪い状態がずっと続いている(一般小売店[精肉])」と日常的な消費が振るわない状況も指摘されている。

景気の先行き判断 回復への期待感は募るが、依然として物価高など課題は山積

先行き判断指数(DI)は0.4ポイント下落し、51.1となった。「数年ぶりに開催される祭りやイベントなどが多く、告知のための広告出稿も新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。ゴールデンウィークに続き、夏休みやお盆の時期に向けて観光地や宿泊施設の特集紙面も検討しており、近年としては明るい材料が多い(新聞社[求人広告])」とコロナ禍からの回復を期待するなかで、「今後、新型コロナウイルス感染症対策融資(ゼロゼロ融資)の返済に対応できない会社がどんどん増え、倒産が相次ぐと考える(税理士)」と気掛かりな指摘も出ている。また、「5類感染症への移行で、人出が増え売上の増加を期待していたが、予想以上に財布のひもは固い。食料品や光熱費の値上げによる影響が大きい(商店街)」、「電気料金や原材料価格の高騰による物価高の影響で生活防衛意識が強まり、お中元やクリアランスセール商戦も余り期待できない(百貨店)」と厳しい声も相次いでいる。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

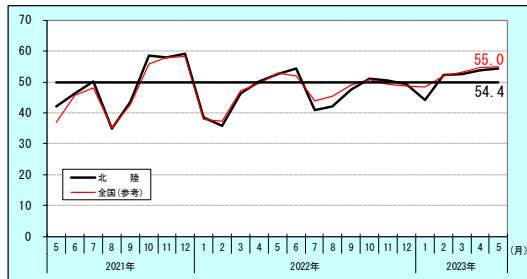
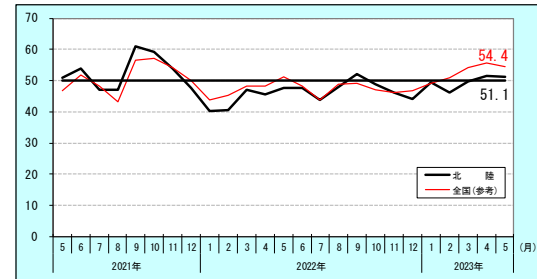


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●5月のアンケート内容

調査期間：2023年5月25～31日

調査対象：合計100名(うち回答者90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2023年6月26日発行の「北陸経済研究2023年7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	◎	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したことで、ふだんは余り利用のない九州方面や関東方面からの団体利用があり、大きなプラス要因になっている。
	◎	一般レストラン （統括）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが明けてからも来客数は減少せず、2019年と比べて上昇傾向となっている。特にランチタイムで客が戻りつつある。
	◎	都市型ホテル （役員）	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークから、個人客、団体客共に宿泊客数が好調にスタートした。ゴールデンウィーク明けも、新型コロナウイルス感染症対策の緩和や、G7広島サミットの会合関連の利用があったことで宿泊需要が落ち込むことはなく、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して105%の高稼働となっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、人々が余り気にすることなく外出するようになって客は増えている。夜の街も人出が増え、タクシーの利用も増えている。
	○	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感染症対策の緩和によっていろいろな行事が開催され、必要なものを購入する人が増えている。
	○	スーパー（店舗管理）	お客様の様子	・値上げによる単価高騰で前年実績はクリアしている。新型コロナウイルス感染症の5類への引下げにより、来客数も前年並みまで回復する傾向にある。しかし、買上点数は前年未達のため、決して良い状況ではない。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足は戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の売上にはまだ足りない。
	○	家電量販店（本部）	単価の動き	・エアコン、冷蔵庫が好調である。気温の影響もあるが、県の省エネ家電購入応援キャンペーンの影響が大きい。
	○	美容室（経営者）	それ以外	・夜の繁華街を歩いている人の数が次第に増えている。マスクをしている人と、していない人の割合はほぼ半々である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・稼ぎ時のゴールデンウィーク期間は低単価商材しか売れず、売上が伸びなかった。また、当県では大地震が発生し、ゴールデンウィーク明けもしばらく観光客の姿がまばらだった。トータルの売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して例年並みであったが、今までは2けた増となっていたので、余り良くなかったと考える。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・一般文具の販売、売上が厳しい状況が数か月続いている。特に高単価の商材は売行きが非常に悪くなっている。
	□	スーパー（経営企画）	来客数の動き	・値上げ等により買上単価が上がり売上は確保できているが、それに対して来客数の伸びが鈍い。この傾向が続いているため変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・物価高で1人当たりの買上単価は上がっているものの、来客数は前年と比べて下がっている。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車本体の配車は回復しつつあるものの、付随するエアロパーツなどの生産に遅れが出ており、取付けができないことで納車が遅れるといった影響が出始めている。そのため商談の際にも購入をちゅうちょする客が散見される。
	□	自動車備品販売店（役員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間が明けてからの来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前と比較しても減っている。他の業界では人出が増えているようだが、車用品を扱う業界は季節商材に左右される傾向が強く、来客数の回復に至っていない。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は5類感染症の扱いになったが、店頭販売は値上げの影響でさっぱりである。取引先の飲食店は2割増程度の売上で、全体としては変わらない。	
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークがあり心配していたが、前年から来るようになった客の来店があり、特別な落ち込みはなかった。また、法人関係で利用する動きもみられる。	
□	通信会社（役員）	単価の動き	・通信サービスの契約者数については、3カ月前と同様に前年同月と同レベルで推移している。放送サービスについては、前年同月と比べて若干契約者数が下回っている。	
□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に引き下げられ規制がなくなった分、グループや団体客がやや増加傾向となっている。しかし、全国旅行支援が停止となったため個人旅行の動きがやや鈍くなっており、全体としては変わらない状況で推移している。	

(－：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
	□	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・営業収益に余り動きがなく、変わっていない状況である。
	□	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	・3月から新型コロナウイルス感染症対策の緩和が進み、5月には5類感染症に移行したが、利用者はまだ様子を見ており、行動様式がほぼ変わっていない。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・建売住宅や坪単価が安い住宅への需要が高い状態が続いている。資材等の原価も高い状態で推移している。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来客数の低迷に改善の兆しが全くみられない。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・豚肉やとり肉の売行きは良いが、数々の値上げによる影響か、牛肉の売行きが悪い状態がずっと続いている。
	▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	・当店は来客数、客単価、1品単価等の伸びが大きいですが、買上点数だけは伸びが鈍化している。競合店でもかなり来客数や単価が減少していると聞いている。
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・値上げの影響により店舗全体で買上点数が徐々に落ちてきている。今後も続く値上げに対して不安が募る。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・買い渋っている状況が続いている。
	▲	競輪場（職員）	販売量の動き	・前年と比べて売上収入が落ちている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークで稼働日が少ないものの、5月は春の需要があるため例年は販売目標を達成できるが、今年は大きく未達となっている。価格が高騰しているなかで、購入に至らない状況が増えている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・とにかく人出が少ない。中心市街地はもとより、ショッピングセンターに行っても駐車場の車がまばらである。食品関係はまだ人がいるが、衣料やその他の物販関連は客の姿がない。ブランド衣料も不振なのか、インターネットの直接販売で安売りが目立っている。
	×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・買い控えなのか、スマートフォンを購入する客が少ない。店頭で案内を行っても、検討のみで購入に至らない客が多い。
	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	・小売店舗での販売が堅調な上、卸売部門も回復している。
□		食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・数度の値上げにより、ここ数か月の販売量は前年割れながら売上は前年を上回って推移している。それでも原料やエネルギーのコストアップを吸収し切れず、増収減益のパターンが続いている。鳥インフルエンザの影響で原料として必要な卵の量を確保できず、一部で販売の機会損失が生じている。
□		繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・受注は引き続き堅調である一方、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
□		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	・エネルギー価格の高騰や原材料高の状況が長期化しており、価格転嫁できるものは実行しているが、もはや出尽くした感じが否めず、受注量や販売量も弱含みで展開している。
□		輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内の物量は前年下期以降、前年実績を下回る状況が続いていたが、徐々に回復している。一方、国際関係は大きく落ち込んでいる。
□		通信業（営業）	受注量や販売量	・前月と変化はない。
□		司法書士	取引先の様子	・各種助成金を活用した建物の新築や本店の移転といった依頼が多かったが、一方では事業承継ができずに解散という依頼も多くなっている。
▲		－	－	－
×		－	－	－
雇用関連	◎	－	－	－
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新卒の採用活動が一旦落ち着く時期だが、5～6月に開催する就活イベントへの申込み企業は例年よりも多い。売り手市場の様相が顕著で、参加学生数はやや伸び悩んでいる。人材確保のため、積極的に求人活動に取り組む企業が多く、市場は活性化している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・いろいろな業界から求人との問合せが増えている。人材不足もあって、採用が進んでいない状況があるとみている。
	□	*	*	*
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数が増えている。
	×	－	－	－

〈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）	・3か月後の8月には夏休みやお盆休みを迎えるが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり、人々の活動や外出は継続するとみている。その一方で、あらゆる材料費や光熱費が上がり続け、値上げ分がそのまま外食回数の減少になると懸念している。
	○	商店街（代表者）	・物価上昇が心配であるが、好景気を感じ始めている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・脱マスクや新型コロナウイルス感染症対策の緩和で、世の中の雰囲気が以前に戻りつつあると考える。
	○	乗用車販売店（従業員）	・客の動きは余り良くないようだが、新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、展示会等のイベントへの来場者が多くなっている。
	○	観光型旅館（経営者）	・個人客に加え、夏以降の団体やグループの間合せが増えている。
	○	観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げ後に期待している。
	○	タクシー運転手	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が増加せず、人々がマスクをはずして外出すれば、景気が良くなってくると考える。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の発売と夏休みに入ることで、少し購入が増えると思えている。
	○	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・夏に向けてマスク着用の習慣が減ってくれば、人々の行動が以前と比べて積極的になり、会員動向にも少しずつ影響が出てくると希望的観測をしている。しかし、電気料金が40%アップするなど、経費の上昇が続くので採算面が不安である。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数もほぼ落ち着いている様子であり、連日の株高の報道もあって、消費者の購買意欲も高くなってくる。
	□	商店街（代表者）	・売上が伸びているのは、日本人観光客ではなく外国人観光客の増加が主な要因である。日本人観光客による売上が伸びないと、景気が良くなったとは考えられない。
	□	百貨店（売場主任）	・電気料金や原材料価格の高騰による物価高の影響で生活防衛意識が強まり、お中元やクリアランスセール商戦も余り期待できない。
	□	スーパー（店舗管理）	・卵の特売を中止しただけで、乗客数が100人以上減少するような状況である。ポイント付与もキャリア決済に左右されるため、囲い込みをしたくても費用対効果が得られない。
	□	スーパー（経営企画）	・値上げはまだ続くとみられ、乗客数も現状と同様の動きをすると思える。
	□	コンビニ（店長）	・売上は増加しているが、経費の上昇がカバーしきれていない。経営面での景気は変わらないが、来月以降に光熱費が更に上昇するようであれば悪化するとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・消費者の価値観が洋服から他へと移ったように見える。洋服に金を使わなくなっている。
	□	家電量販店（店長）	・県の省エネ家電購入応援キャンペーンが実施されているが、より性能が良い高単価商品の購入に結び付いているわけではなく、前年をキープできる程度と考える。
	□	乗用車販売店（役員）	・受注に関しては引き続き大きな懸念材料がなく、現状同様に順調に推移していくと考える。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻ればと思うが、戻ったところで景気は悪かったのだと思直している。
	□	一般レストラン（店長）	・アルコール類の消費や、夜の乗客数の増加は鈍い状態である。
	□	スナック（経営者）	・このままの状態であれば変わらないが、国内、国外共に異変があれば、マイナスになると考える。
	□	旅行代理店（従業員）	・夏は団体旅行のオフシーズンであり、個人旅行の受注も前年同様とみている。
	□	通信会社（営業担当）	・前年の販売数と比較して大きな変化はみられない。2～3か月後に変化する要因が見当たらない。
	□	通信会社（役員）	・大きな変動要因が見当たらない。
	□	テーマパーク（役員）	・今後3か月間の予約状況を見る限り、現在と変わらない状況が続くと考える。
□	パチンコ店（経理）	・今のところ景気に大きく影響する事柄が見当たらない。	
□	住宅販売会社（従業員）	・イベントへの乗場者数、問合せ件数共に減ってきているなかで決断にも時間が掛かっており、大変厳しい状況が続くとみている。金利の低さだけは変わっておらず助かっているが、住宅価格が下がるとは当面考えられないため、現状が続くとみている。	

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔書籍〕(従業員)	・来月以降も多品目の値上がりが控えており、良くなる要素が皆無である。
	▲	スーパー(店長)	・物価高が止まらない。客は余計なものを買わない流れになっている。
	▲	スーパー(仕入担当)	・食料品に加えて光熱費等の生活費が高騰してくるなかで、し好品の購入頻度は下がるとみている。
	▲	衣料品専門店(経営者)	・足元の物価は高止まりしていて、サービスでも価格転嫁が進展している。6月からの電気料金の大幅な値上げを控え、消費への影響を懸念している。
	▲	家電量販店(店長)	・電気料金の値上げで買換えを検討する客もいるが、想定予算は前年よりも低く、低予算での買換えを検討している。
	▲	家電量販店(本部)	・電気料金の値上げ率が大きく、消費マインドへの影響を危惧している。
	▲	通信会社(職員)	・大手の進出により売上が減少する。
	▲	競輪場(職員)	・新型コロナウイルス感染症対策での行動制限がなくなったことから、今まであった単籠り需要がなくなっている。
	▲	住宅販売会社(営業)	・物価が緩やかに上昇を続けることで、販売単価の更なる値上げが避けられず、客足が離れるとみている。
	×	商店街(代表者)	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行で、人出が増え売上の増加を期待していたが、予想以上に財布のひもは固い。食料品や光熱費の値上げによる影響が大きいと考える。
	×	タクシー運転手	・電気料金の大幅値上げ、野菜や食品の値上げにより、買い控えや外出控えが増えて金回りが悪くなると考える。
	企業 動向 関連	◎	-
○		一般機械器具製造業(経理担当)	・企業業績も改善がみられ設備投資も順調なことから、産業機械向けの受注が順調に入ってきている。自動車関係も生産が戻りつつあるものの、正常化までにはもう少し時間が掛かると考える。
○		精密機械器具製造業(財務担当)	・来日外国人観光客の消費に期待している。
○		輸送業(管理会計担当)	・物流はやや回復傾向にあることから、徐々に景気は回復してくるとみている。
○		司法書士	・新幹線駅の開業が近づき、駅周辺では新しい事業の計画が多くある。
□		化学工業(総務担当)	・受注量は変わらずに推移するとみている。
□		一般機械器具製造業(総務担当)	・依然として為替や社会環境の変化が大きく、先行きの見通しが難しくなっている。
□		輸送業(経理)	・食品や電気料金などライフライン価格の上昇と、賃金の上昇が一致していないため、必要最低限の買物で済ませるような消費動向が続くとみている。
□		通信業(営業)	・政府の新たな施策等がないため、変わらないと考える。
▲		繊維工業(総括)	・電気料金の値上げに加え、景気減速による欧米の消費マインドの低下により、これまで好調であったスポーツやアウトドア向けの受注にも影響が出始めるなど、先行きの不透明感が強くなっている。
▲		建設業(役員)	・大型案件を含め受注量の確保が、現状と比べて減少方向にあると考える。
▲		税理士(所長)	・今後、新型コロナウイルス感染症対策による融資の返済に対応できない会社がどんどん増え、倒産が相次ぐと考える。
雇用 関連	◎	-	-
	○	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・数年ぶりに開催される祭りやイベントなどが多く、告知のための広告出稿も新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。ゴールデンウィークに続き、夏休みやお盆の時期に向けて観光地や宿泊施設の特集紙面も検討しており、近年としては明るい材料が多い。
	○	職業安定所(職員)	・求人数、求職者数共に増加傾向であり、今後は採用活動や求職活動が少しずつ活発化する兆しがみられる。
	□	職業安定所(職員)	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、人流が回復することを見込んだ増員のための求人が出てきているが、全体の求人数は余り変わっていない。
	□	民間職業紹介機関(経営者)	・求人活動をしていても人材が集まらない状況で、年齢幅や経験などの採用条件を緩めても応募がない。
	□	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。
	▲	求人情報誌製作会社(編集者)	・求人数がやや減少している。
	×	-	-