



北陸地域の概要 (2023年6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 家計動向が振るわず、5か月ぶりに現状DI値は50を下回る

現状判断指数(DI)はウォッチャーの7割を占める家計動向の不振が響き、前月から6.1ポイント下落の48.3となった。「尻上がりに来客数が増加している。新型コロナウイルス感染症の影響からの脱却を強く実感している(コンビニ)」、「企業単位で来県し宿泊する人が増えているため、タクシー需要はやや増加している(タクシー運転手)」と明るい声も出るが、「原材料単価の高騰に加え、為替の影響で輸入品価格が大幅に高騰しており、単価が大きく上昇している。来客数、販売数にも大きな影響が出ている(スーパー)」、「客が買物に慎重になっており、お中元の早期割引やポイントアップ企画などのタイミングでは売上が増加するが、企画のないときは売上が減少する傾向が強くなっている(百貨店)」と厳しい声が目立っている。特に「衣料品については売上不振のためか、ブランド品も例年より早くインターネット販売によるバーゲンセールを開催している(商店街)」との動きもみられる。

景気の先行き判断 夏休みの需要への期待と物価高への懸念で先行きDI値は微減

先行き判断指数(DI)は0.1ポイント下落の51.0となった。「夏の旅行シーズンに入るため問合せは増えており、グループ客や団体客も徐々に増加していることから、やや良くなる(テーマパーク)」、「夏休みにかけては外出機会が増えるため、引き続き好調に推移するとみており、関連商材の動きも良くなる(その他小売[ショッピングセンター])」と好調さが窺える一方、「エネルギー価格の高騰は他の物価にも連鎖するため、支出は更に制限される(衣料品専門店)」、「物価高が止まらず、給与は上がっていないため、買物指数は減少していくと考える(スーパー)」と依然として収まらない物価高がネックとなっている。そのなかで「住宅価格は高くなったままで下がる気配はないが、実需の動きは安定している。低金利のままであれば若年層でも借入れできる状況のため、安定した職業に就いている若い夫婦は早く家を建てる傾向である(住宅販売会社)」という動きが出ているようである。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

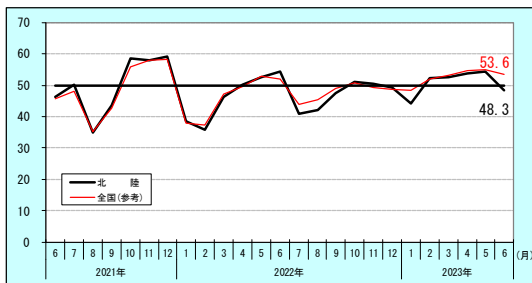
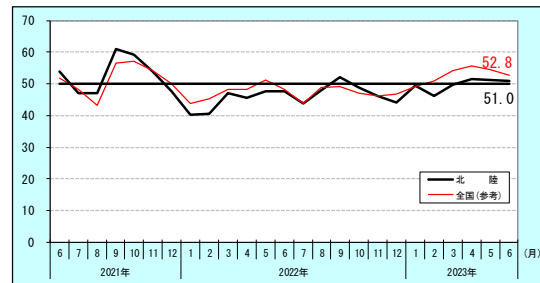


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●6月のアンケート内容

調査期間：2023年6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2023年7月25日発行の「北陸経済研究2023年8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	・今期の後半に向け、尻上がりに来客数が増加している。新型コロナウイルス感染症の影響からの脱却を強く実感している。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が増加しており、特に外国人観光客が増えている。夜の繁華街は、新型コロナウイルス感染症発生前の状態にまで回復している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・日本人の来客数は少なく売上の半分近くは外国人観光客によるもので、前月と同様にインバウンド需要に支えられた月となっている。全国旅行支援のクーポンを利用する客は激減している。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統	お客様の様子	・来客数は落ち着きつつあるが物販は堅調に推移しており、客の購買意欲は継続している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・企業単位で来県し宿泊する人が増えているため、タクシー需要はやや増加している。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・コロナ禍において、店全体の売上をけん引し、好調だったラグジュアリー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（総務担当）	単価の動き	・生活用品の価格高騰の傾向は変わらず、買い控えが続いている。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・相次ぐ値上げにより、プライベートブランド商材の売上構成比が上昇している。生鮮食品の売上構成比も上昇しているが買上件数は横ばいであり、値上げの影響によるものとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・販売量は余り変わらないが低価格車の比率が高くなっている。特に軽自動車が多く、小型自動車の中間層が売れない状況が続いている。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車の配車状況は回復傾向が続いているが、納期は正常な状態になっていない。受注は引き続き順調なペースで推移している。
	□	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の分類が5類感染症に移行して、店舗販売分の売上は増えていないが納品している取引先の売上が良くなっているため、ある程度利益が出ている。しかし、全体としては変わっていない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・コロナ禍後に売上は回復しつつあったが、現在は伸びなくなり前年並みの状態となっている。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人客、団体旅行客共に受注は一段落した。今後は予約の問合せがあっても、予約を受けられない可能性が日を追うごとに増えている。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、新規契約者数は前年と同レベルで好調に推移している。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・問合せやイベントの来場者数が減少しており、販売金額が減少するとみていたが、大型のリフォーム案件が増加し、目標の販売金額を上回った。また、新規の分譲地販売が始まり、販売を待っていた客との契約が進んでいる。
	□	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はまだ力強さに欠け安定していないが、上向いている。リフォームは引き続き、計画を上回る受注が獲得できている。
	▲	一般小売店 [事務用品]（店長）	販売量の動き	・3か月前は新生活に必要な商材やギフト用の需要があり、来客数、買上点数共に多かったが、現在は本当に必要な商材のみの購入である。
	▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・客が買物に慎重になっており、お中元の早期割引やポイントアップ企画などのタイミングでは売上が増加するが、企画のないときは売上が減少する傾向が強くなっている。実績は前年同月との比較では同程度だが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年との比較では下回っている。
	▲	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・原材料単価の高騰に加え、為替の影響で輸入品価格が大幅に高騰しており、単価が大きく上昇している。来客数、販売数にも大きな影響が出ている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今までにない客は価格に敏感になっている。
▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・電気料金の高騰による買い控えが多く、家電の買換えによる節電効果を実感してもらえない。	
▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・非常に厳しい状況である。エアコンの不振は気温の影響と考えるが、他の商品も厳しく、エアコンの不振をカバーできていない。	

(－：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
	▲	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・インバウンドも含めて昼食時の来客数はあるが、夜の客は少なく、アルコール類も出ていない。
	▲	観光型旅館 (経営者)	それ以外	・原材料や電気料金の値上がりをはじめとして経費の支出が増加しており、利益を残すのに苦戦している。
	▲	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・店頭での販売価格とインターネットでの販売価格に乖離があり過ぎる。そのため自分で手続できる客は店頭に来ないため販売数が極端に減少しており、売上に影響している。
	▲	住宅販売会社 (営業)	お客様の様子	・物価高もあり、客の予算の上限が徐々に下がっている。予算と要望のバランスが取れていない案件が増加している。
	×	商店街 (代表者)	競争相手の様子	・他県の同業者も5月からの売上が悪いようである。衣料品については売上不振のためか、ブランド品も例年より早くインターネット販売によるバーゲンセールを開催している。
	×	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・特に婦人衣料の購買意欲が低下している。最近の物価高による影響か、買物に対して慎重になっている。
	×	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、客の動きが大変鈍くなっている。4月で全国旅行支援が中止になった影響も大きいと考える。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たことで、グループ客や団体客は徐々に回復傾向にあるが、個人客の動きは鈍くなっている。
企業動向関連	◎	－	－	－
	○	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量の動き	・原料やエネルギーのコストアップにより損益分岐点は上昇したままだが、人々の動きが戻ったことで売上は好調に推移しており、収益は改善傾向にある。
	○	金融業 (融資担当)	受注量や販売量の動き	・物価高を受けた消費者マインドの低迷により小売業は苦戦しているが、人流の増加により観光関連産業は回復傾向で、自動車関連産業も半導体不足の解消により受注は回復傾向にある。しかし、全般的に原材料価格の高騰や電気料金の値上げなどによるコストの増加が利益を圧迫している。
	○	司法書士	取引先の様子	・事業承継や新規事業のための不動産購入、新会社設立や役員増加など、企業活動が活発な依頼が多くなっている。
	○	税理士 (所長)	取引先の様子	・原材料や光熱費等の価格高騰はあるものの、業種を問わず価格に転嫁できている。特に飲食業では、この1～2か月で新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っており、過去最高の売上で最高益となった取引先が多くなっている。
	□	繊維工業 (総括)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行したことにより、国内ファッション衣料の売行きが好調で、受注は引き続き堅調である。しかし、その一方で電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・工作機械業界の受注高は堅調に推移しているが、受注額は前年から少しずつ減少傾向が続いている。
	□	輸送業 (管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・国内貨物の物量は前年を下回る水準が続いている。輸出入についても今年に入り低迷が続いている状態である。
	□	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量に変化は見受けられないが、電子帳簿保存法が来年1月に義務化されるため、客の関心が高く、提案件数が増加傾向にある。
	▲	輸送業 (経理)	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークが明けてからは、物量が明らかに減少している。
雇用関連	×	－	－	－
	◎	－	－	－
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・夏に向けた各種イベントの広告申込みが、前年や前々年と比べると盛況となっている。前年にもウィズコロナで復活した祭りなどはあったが、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、今年は4年ぶりの開催と銘打つものが多く、実際に1万人規模の集客がみられたイベントもある。
	○	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・コロナ禍の落ち着きに合わせて、求人数が増加しつつある。求人数の増加は企業活動の再開に向けた意欲の表れだとみている。
	□	*	*	*
	▲	求人情報誌制作会社 (編集者)	求人数の動き	・正社員、アルバイト共に求人数が減少している。
	▲	新聞社 [求人広告] (営業)	周辺企業の様子	・物価高による各種経費削減などにより、活発な経済活動が行われている感じがしない。
×	－	－	－	

〈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	◎	都市型ホテル（役員）	・アフターコロナの夏休みシーズンに向けて、ファミリー層の予約数増加に期待している。
	○	商店街（代表者）	・観光のオフシーズンである6月に多くの外国人観光客が来店しており、当面はインバウンド需要に期待が持てる。また、新型コロナウイルス感染症対策の緩和後初めての夏休みシーズンとなるため日本人観光客にも期待したい。
	○	スーパー（総務担当）	・夏のボーナスが支給されれば、少し良くなると思う。
	○	コンビニ（店長）	・夏に向けて季節要因による売上増があると思うが、最近の売上をみていると、新たな土地に新店を出した際と似た推移になっている。新店の場合は、売上が夏期に上昇し秋冬に減少するが、想定よりも高い値で下げ止まる場合がよくある。2月からの推移をみると、新店同様に8月に売上が増加し、9～10月に想定より高い値で下げ止まり、結果的に景気が良くなるような動きになっていくと思う。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型車の発売を契機に、更に受注が増加するとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・梅雨明けから夏休みにかけては外出機会が増えるため、引き続き好調に推移するとみており、関連商材の動きも良くなると思う。
	○	観光型旅館（経営者）	・7月の連休から個人客を中心に予約が堅調に入っている。また、バスを利用する団体客の問合せも増えている。
	○	タクシー運転手	・夏にかけて行楽等で観光客が増加し、人々の外出が活発になるとみている。
	○	タクシー運転手	・消費を我慢していた分の金を使うことが多くなると、景気回復が数字にも表れてくると考える。
	○	テーマパーク（役員）	・7～8月は夏の旅行シーズンに入るため、問合せは増えており、グループ客や団体客も徐々に増加していることから、やや良くなると思う。
	□	商店街（代表者）	・賃上げが購買に結び付いていない。ボーナスに期待したいが、物価上昇分に吸収され景気を引っ張っていく気配がみられない。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・物価は上昇しているがそれに伴って給与が上がっているわけではなく、まだ余分なものを購入する状況にはないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・来客数や売上の上昇が鈍化しており、今後は必ずしも上昇していくとは限らない。
	□	家電量販店（店長）	・気温が上昇しきっていないこともあるが、エアコンや冷蔵庫の売行きが悪い。商品価格も上がっているため客の想定する予算より高くなっており、県の省エネ家電購入支援策が始まって、買換えについては慎重な客が多い。
	□	自動車備品販売店（役員）	・各社から発表された基本給のベースアップや、新型コロナウイルス感染症の5類への移行で市況は活性化してきているが、各種値上げは続いており、自動車関係業界で消費マインドは戻ってきていない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・人々は旅行などに金を使い、ふだんの飲食は節約する状況である。また、当店の納品先で利用はあるが、店舗販売は芳しくないため、平均すると変わらない状態が続くとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へと移行したことで、九州や東北など余り実績のない地方からの団体旅行が増え始めている。しかし、肝腎の地元家族層の利用が増加しておらず、全体では今年1～2月と同様に大苦戦となっている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・食品や光熱費などの値上げが激しく、生活防衛意識が高まっている。政府の景気刺激策が徐々に減少し、物価高でコロナ禍のペントアップ需要がなくなったと考える。
	□	通信会社（職員）	・経済も物価状態も不安定であるため、変わる様子が見られない。
	□	通信会社（営業担当）	・客の様子からは景気が良くなってきた兆しが見られず、価格重視で機種を選ぶ人が多い状態である。
□	通信会社（営業担当）	・インターネットでの販売価格が安く、商材も最短で翌日には届くため、店舗特有のメリットがなければ販売数の増加は厳しいと考える。	
□	通信会社（役員）	・変動要因が見当たらない。	
□	美容室（経営者）	・全国的に観光客は増加しているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が不安である。	
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格は高くなったままで下がる気配はないが、実需の動きは安定している。低金利のままであれば若年層でも借入れできる状況のため、安定した職業に就いている若い夫婦は早く家を建てる傾向である。	

(- : 回答が存在しない, * : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価の安定と、先の状況が見通せるようになることが受注安定の絶対条件と考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の高騰で状況が安定しないため、景気回復が期待できない。
	□	住宅販売会社（営業）	・物価高に終息の気配がみられず、客の財布のひもが固くなっている。実際の景気よりも客のマインドは低下していると考え。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来月以降も多品目の値上げが控えており、製造も販売も厳しい状況が続くとみている。
	▲	スーパー（店長）	・物価高が止まらず、給与は上がっていないため、買物指数は減少していくと考える。
	▲	スーパー（仕入担当）	・数か月は、為替の影響による価格高騰が続くとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・エネルギー価格の高騰は他の物価にも連鎖するため、支出は更に制限されると考える。
	▲	家電量販店（店長）	・節約のため、家電の買換えにはつながらないと考える。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカー各社が値上げしており、しばらくは販売量が低迷するとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売されたが、客の関心は低い状態である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・通常ならこの先の3か月はセール時期に入り販売に活気が出てくるが、今は安くても買わない傾向が顕著になっており、売れない時期になっていると考える。
企業 動向 関連	◎	-	-
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・この先の出荷の予約状況も堅調に推移している。
	○	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症ワクチン接種の6回目の案内が65歳以上の対象者に来ているが、新規感染者数は確実に減少しており、企業や商店の動きは更に活気付くとみている。
	○	通信業（営業）	・電子帳簿保存法の施行や介護保険法改正を見据え、関連する業種では今年度末に向けて駆け込み需要が高まり、受注量も増加するとみている。
	○	金融業（融資担当）	・観光、外食、小売業の売上は回復に向かっている。原燃料価格の高騰や円安進行によるコスト増加分の価格転嫁の成否で、企業業績に明暗が出ている。一部製造業では部材供給に遅れが生じており、仕掛在庫が増加している。
	○	税理士（所長）	・夏のボーナスが増加傾向にあるため、レジャー産業や飲食業、小売業などが活況になるとみている。製造業は、原材料高や人手不足等の諸問題を解決できるかに懸かっている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・収支いづれも底を打った感はあるが、右肩上がりになるような材料も見当たらないため、変わらないとみている。
	□	建設業（役員）	・受注動向は依然として先行きが不透明である。価格については一服感があるが、今後については想定しにくい状況である。
	□	輸送業（管理会計担当）	・足元の荷動きからは、回復の兆しはみえてこない。
	□	輸送業（経理）	・新型コロナウイルス感染症や季節外のインフルエンザなどの新規感染者数が微増しており、景気回復の兆しがみられないため、変わらないと考える。
	□	金融業（融資担当）	・業種によりばらつきがあり、更に物価高によるコストの上昇や消費者マインドの低迷などマイナス要素もあり、先行きは不透明な状態である。
	□	不動産業（経営者）	・法人関係の間合せは全くない。個人客からの間合せもかなり少ない状態である。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・政治、経済共に不透明な部分が多く、良くなる材料も考えにくい状況である。
	×	-	-
雇用 関連	◎	-	-
	○	職業安定所（職員）	・人流の拡大や、物価上昇に伴う賃金上昇といった流れが出てくる可能性があるかとみている。
	□	人材派遣会社（役員）	・製造業からの派遣依頼は微減となっているが、販売、サービス業からの派遣依頼は増えているため、求人数は横ばいの状態である。もう少しばかりこの状態が続くと考える。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の第9波が押し寄せる懸念も拭えず、求人数、求職数共に横ばいの状態が続くとみている。
	□	職業安定所（職員）	・人流も物流も少しずつ回復していることから求人を出す事業所もあるが、物価高により求人を控える事業所もあり、全体としては求人数の増減は少なくなっている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数、求職者数の動きには大きな変化はなく、落ち着いた状態である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・年度替わりに定年となった人は求職活動を始めているようだが、高齢者の再就職については、企業の採用条件と本人の希望条件に差異があり厳しい状況だと聞いている。
	▲	-	-
	×	-	-