



# 北陸地域の概要 (2023年8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 新型コロナ発生前の夏が戻りDI値は上昇、猛暑の影響大きく

現状判断指数(DI)は前月から2.6ポイント上昇の54.8となった。「今年のお盆期間は4年ぶりに新型コロナウイルス感染症対策の制限がなく、円安で欧州を中心としたインバウンドが拡大するなど、好景気の条件がそろったことから、旅行や外出機会が増えて客の動きが活発になっている(一般レストラン)」と新型コロナ発生前の夏に戻りつつある。また、今夏の暑さの影響を指摘するコメントが多く、「猛暑の影響で日傘を中心とした対策グッズや、調理の際に火を使いたくないという理由で総菜やレストランなどの需要が伸びている(百貨店)」、「猛暑日が続いていることから、エアコンなどの夏物商材が好調である(家電量販店)」という声の一方、「連日の暑さ、物価の高止まりにより、消費が今一つ押し上げられない(衣料品専門店)」、「通信、放送サービス共に、契約者数が前年同期をやや下回っている。異常な暑さが続いているため、営業活動に影響が出ている(通信会社)」と振るわない声もあがっている。

## 景気の先行き判断 先行きに期待感はあるものの、節約志向の高まりと人手不足が懸念材料

先行き判断指数(DI)は前月から1.3ポイント下落の50.1となった。「インバウンドの来店が増加傾向にあるため売上増加が期待できる。新型コロナウイルス感染症によって中止されていた屋外イベントが今年は4年ぶりに開催される予定であり、来客数の増加が期待できる(商店街)」と明るい声があがる。「秋の行楽や連休での外出需要は今後も見込める。その一方で、今後も各種値上げが予想されるなかで、消費者は購入に対して更に吟味して商品の選定や絞り込みを行うなど、シビアな傾向が続く(その他小売[ショッピングセンター])」という節約志向の高まりや、「秋以降、少しずつ団体の問合せも増えており、予約は順調に推移しているが、働き手が足りないという受入れ態勢の問題があり、100%受入れしてよいのか迷っている(観光型旅館)」、「景気はこのままの状況を維持すると考えるが、サービス業は他の業界よりも人手不足が深刻になっており、売上への影響が出てくることを危惧している(美容室)」と人手不足の影響が懸念材料としてあげられている。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

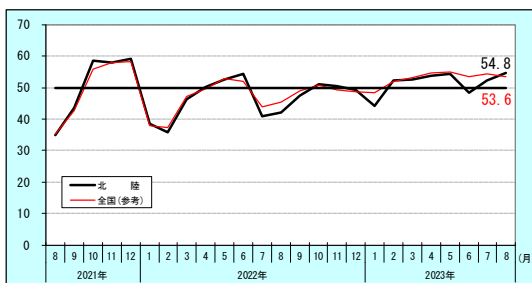
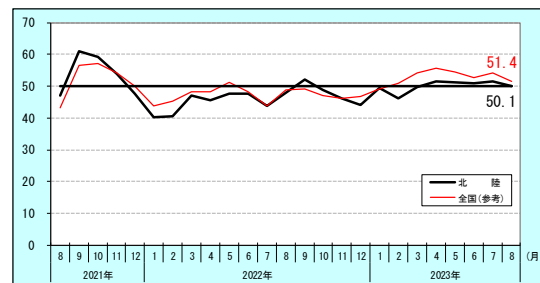


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●8月のアンケート内容

調査期間：2023年8月25～31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。

〈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	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・お盆を中心に3年ぶりの帰省客や観光客で街中がにぎわい、タクシーの利用も増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・繁忙期であるお盆期間の台風により売上が減少したが、全体ではインバウンド需要に助けられ、新型コロナウイルス感染症発生前の売上を確保している。連日の酷暑にもかかわらず来店する客に感謝している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・当店では来客数や買上点数が伸び続けている。値上げ分で客単価も上昇しており、果物などのし好品を含めて、売上は年間で1億円の増加ペースとなっている。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・お盆は帰省客が多く、人の流れが前年までとは違い、買上単価が高くなっている。
	○	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・米飯の値上げを実施したが、おおむね受け入れられており、客単価の増加分がプラスになっている。また、駅前再開発による競合店のリニューアル工事の影響も大きい。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・猛暑日が続いていることから、エアコンなどの夏物商材が好調である。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・8月は地域の祭りや外出などで人の動きが活発になり、外出需要が増加した。猛暑が続く外出を控えるなかで、涼を求めた子連れファミリー層の来店が増加し、季節商材の販売や、飲食店やカフェなどの冷たいメニューが好調である。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・今年のお盆期間は、4年ぶりに新型コロナウイルス感染症対策の制限がなく、円安で欧州を中心としたインバウンドが拡大するなど、好景気の条件がそろったことから、旅行や外出機会が増えて客の動きが活発になっている印象を受ける。しかし、一方ではガソリンを始めとした光熱費や物価の上昇が続いており、消費者は2極化している。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・8月の売上は新型コロナウイルス感染症発生前の、2019年同月の売上を1割ほど上回っている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・物価が上昇しているためタクシーの乗り控えが増えると考えていたが、タクシー需要は増加し、夏場の暑さで乗車率も上昇している。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・発表された新プランに興味を持った客の来店が増え、いろいろと提案できる環境が整ったと考える。
	□	一般小売店 [書籍]（従業員）	販売量の動き	・来客数や販売数は前年度より悪いが、この数か月は余り変わっていない。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・8月は、前月に続き婦人衣料やメンズファッション、食品が好調に推移した。猛暑で外出を控える傾向が高まることを懸念したが、来客数も好調で、売上は前年度実績及び2018年度実績を超えている。
	□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・猛暑の影響で日傘を中心とした対策グッズや、調理の際に火を使いたくないという理由で総菜やレストランなどの需要が伸びている。富裕層によるラグジュアリーブランドのジュエリー購入などは継続して伸張している。
	□	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・商品単価の上がり幅は高止まりし、10月からの更なる値上げを控えるなかで、し好品の買上点数は確実に減少しており、買物全般がシビアになっている。
	□	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・連日の暑さ、物価の高止まりにより、消費が今一つ押し上げられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来客数は確実に戻ってきているが、まだ買物には慎重であり、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には届いていない。
	□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・猛暑が続いて季節商材の動きは良いが、映像や情報関連機器の売上不足を補えない。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今年に入ってから受注は順調に推移しており、3か月前と変わらない。
	□	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・企画の実施時はそれなりに来客数は増加するが、それ以外のときは変わらない。
□	一般レストラン（店長）	販売量の動き	・お盆までは例年以上に忙しかったが、お盆以降は観光客も含めて客足が伸びていない。	
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人旅行は比較的堅調だが、団体旅行は来年以降の予約に移行しつつある。	
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約者数の状況に大きな変動はない。	
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・作成した計画と比較して安定した受注が達成できない。また、地域によって受注高に差がある。	

(－：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
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・分譲住宅が売れず、苦戦している。
	□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・客足は3か月前から全く変化がない。猛暑の影響があり、悪化している印象を受ける。
	▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・地方でもマスクを着けていない来店客が増加しているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の人出には戻っていない。新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増加しており、飲食や旅行は勢いづく前に足を引っ張られている。
	▲	一般小売店 [事務用品] (店長)	来客数の動き	・天候の影響か、前年よりも来客数が減少している。
	▲	スーパー (仕入担当)	販売量の動き	・様々な物の値上げによる影響は小さくなく、販売量が顕著に低下し、客単価も落ちている。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・3か月前もそれ以前の状態と比べて悪い状態であったが、現在も同じ状態で推移している。
	▲	スナック (経営者)	来客数の動き	・お盆後、天候が影響したのか客足が遠のいている。一方で、駅前周辺の居酒屋などは若い年齢層の客が利用して忙しいと聞いている。
	▲	通信会社 (役員)	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、契約者数が前年同期をやや下回っている。異常な暑さが続いているため、営業活動に影響が出ている。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・例年8月は契約件数が少ないが、今年は非常に暑い日が続いて客の動きも悪く、契約件数が例年より2割程度少なかった。さらに、大きな案件がキャンセルになり業績は厳しい状況である。
	×	－	－	－
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	・小売店舗への卸に加え、小売店頭での販売額も増加している。
	○	金融業 (融資担当)	受注量や販売量の動き	・観光を含めた飲食業や宿泊業などでは、新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、会食機会やインバウンドを含めた観光客の増加で改善傾向にある。製造業では部品不足が改善され、出荷数量が増加傾向にある。
	○	税理士 (所長)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症が発生してから初めて、規制のない状態で多くのイベントが行われており、飲食業や小売業は好調である。建設業や製造業では人手不足による納期の遅れが目立っている。
	□	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5類感染症への移行により、国内の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が、原材料価格の高騰や電気料金の値上げが、経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	化学工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらずに推移している。
	□	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	・エネルギーや原材料費の高止まりなど、一向に回復の兆しがみえない。
	□	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・4月以降の販売量に大きな変化はないが、前年と比べると明らかに増加している。
	□	不動産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・特に法人関係から、活発な話が聞こえてこない。
	▲	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・公共工事をメインとする当社の1月から7月の受注は前年同期の半分である。同業他社も同様の傾向であり、国も地方自治体も財政の余裕がなく、発注できない状況だとみている。
	▲	輸送業 (経理)	それ以外	・エネルギーコストの高止まりが続いている影響で、利益が圧迫されている。
	×	－	－	－
	雇用 関連	◎	－	－
○		新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・お盆中にUターン就職者を対象とした求人広告を掲載したが、申込件数が前年度を上回るなど、採用活動に積極的な企業が多い印象を受ける。また、2025年の新卒学生を対象とした企業の人事担当者との座談会なども企画しているが、参加に前向きな企業が増えている。
□		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・景気動向については良いとも悪いとも聞かないが、最近の求人数は下降気味である。
▲		人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・思うように求職者を集められていない。
×		－	－	－

〈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	◎	商店街（代表者）	・インバウンドの来店が増加傾向にあるため売上増加が期待できる。新型コロナウイルス感染症によって中止されていた屋外イベントが今年は4年ぶりに開催される予定であり、来客数の増加が期待できる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症や物価上昇など何度もあった社会の混乱は、今年の春から夏の間に出尽くしたため、消費者のマインドが高揚することを期待している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・8月との比較であればやや良くなるだろうが、新型コロナウイルス感染症発生前には戻らないとみている。物価の上昇が、アフターコロナによる需要回復に水を差していると考ええる。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の発売が予定されているため多少は販売数も伸びるとみているが、最近ではオンラインで購入する客が多く、以前と比べると店頭での販売数は激減している。
	□	百貨店（売場主任）	・中国政府が8月10日に、日本への団体旅行を約3年半ぶりに解禁したことで、インバウンド需要の大幅な伸びを期待したが、原子力発電所の処理水の海洋放出で日本への旅行はキャンセルが広まるとみている。インバウンド需要の本格的な回復にはまだ時間を要すると考える。
	□	スーパー（店長）	・当店は好調だが、競合店の状況を聞くと厳しい状況は変わらない。無駄な物の買い控えが大きな影響を与えている。
	□	スーパー（経営企画）	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、直近ではガソリン価格や食料品価格などが上昇傾向にあり、需要の喚起に至っていない状況である。
	□	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルス感染症は再びまん延気味であるが、閉塞感を増大させてはいない。この雰囲気であれば景気への悪影響はないと考える。
	□	乗用車販売店（経営者）	・メーカーからの新車の入荷状況は少しずつ良くなっているが、客は高額な消費に対してまだ慎重であり、しばらくはこの状況が続くと考える。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・光熱費や物価の上昇に見合った収入の増加がない限り景気は良くなる見込みがない。このまま低調な状態が続くと考える。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・秋の行楽や連休での外出需要は今後も見込める。その一方で、今後も各種値上げが予想されるなかで、消費者は購入に対して更に吟味して商品の選定や絞り込みを行うなど、シビアな傾向が続くとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・地元企業の接待会食や、企業の会合が売上の大きな比率を占めるなかで、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も受注数が戻らない。
	□	一般レストラン（統括）	・中国のインバウンド需要が不透明なことや、円安、物価の上昇などまだマイナス要素が続くとみられ、今後の景気を見通すのは難しい。
	□	観光型旅館（経営者）	・秋以降、少しずつ団体の問合せも増えており、予約は順調に推移しているが、働き手が足りないという受入れ態勢の問題があり、100%受入れしてよいか迷っている。
	□	旅行代理店（従業員）	・旅行代金の上昇はもちろん、その他生活費も上昇傾向は変わらない。また、10月以降の貸切バス料金の値上げによる影響も出てきそうである。
	□	通信会社（営業担当）	・10月に新機種が発売される予定があり、問合せが少しずつだが増えている。商品が潤沢に市場に出回れば少し期待はできるが、今のところ予測が付かない。
	□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・コロナ禍の雰囲気から抜け出すことは難しい。また、このまま残暑やガソリン価格等の高騰が続く状態では、現在の不調から回復するとは考えられない。
	□	美容室（経営者）	・景気はこのままの状態を維持すると考えるが、サービス業は他の業界よりも人手不足が深刻になっており、売上への影響が出てくることを危惧している。
	▲	商店街（代表者）	・この先も暑い日が続くようなので、高齢者の外出が望めない。また、景気刺激策も減ってきている。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、普通の状態に戻るにはまだ時間が掛かりそうである。
▲	百貨店（販売促進担当）	・電気料金やガソリン価格の値上げなど、相変わらずの物価高で買い控えの傾向になるとみている。比較的関心の高い食の物産展や、デパ地下を切り口とした菓子、総菜の企画を増やし、何とか来客数を増やしたいと考える。	
▲	スーパー（仕入担当）	・食料品以外の価格が高騰しており、値上げも予定されている。	

(- : 回答が存在しない、\* : 主だった回答等が存在しない)

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
▲	スーパー (店舗管理)	・燃料費高騰の影響がどの程度出るか懸念している。また、厳しい残暑により昼間の来客数の増加は全く見込めない。
▲	家電量販店 (店長)	・電気料金や燃料価格の高騰により、冬物の暖房器具の売行きが悪くなりそうである。
▲	自動車備品販売店 (役員)	・観測史上最も暑い日が連続し、外出を控えているとみられる。更に、各種値上げラッシュが当たり前となり購買意欲が低下していることから、明るい兆しはみられない。
▲	タクシー運転手	・運賃の改定で9月11日からタクシー運賃が値上がりするため、乗り控えが出てくると考える。
▲	テーマパーク (役員)	・ガソリン価格や物価高騰などの影響があり、個人旅行の動きがやや鈍くなると考える。また、団体旅行の予約も動きが鈍い状況である。
▲	住宅販売会社 (営業)	・電気料金やガソリン料金の高騰が工事費や運搬費に転嫁され、値上げの対象品目が増えている。今以上の客離れを防ぐためにも値上げは避けたいが、売価に上乗せせざるを得ない状況に追い込まれるとみている。
×	コンビニ (店長)	・10月からの最低賃金引上げに経営側が耐えられない。物価上昇による売上増加があっても、フランチャイズ特有のロイヤリティが発生するため、利益はそれほど増加するわけではなく、経費のみが重く押し掛かってくる。商品売上と粗利が上昇することで、ロイヤリティも上昇するため利益率が悪化するところに、経費が急騰するという大変厳しい状況が続いている。
×	住関連専門店 (役員)	・電気料金やガソリン価格の値上げなど、家計を圧迫する要素が多く、不透明な経済状況による影響を懸念している。
◎	-	-
○	精密機械器具製造業 (財務担当)	・足元の状況が上向きであることに加え、インバウンドの影響が期待できると考える。
○	税理士 (所長)	・円安やガソリンなどの資源価格の高騰は変わらないが、賃金は少しずつ上昇しているため、消費は引き続き良い傾向に向かうと考える。
□	繊維工業 (総括)	・国内ファッション衣料向けが堅調で、自動車向けも回復傾向にある。しかし、世界的なインフレの影響により需要が減退したスポーツ、アウトドア用製品は、特に欧州市場での回復が遅れており、先行きについて楽観できない。
□	一般機械器具製造業 (経理担当)	・国内、海外共に自動車関係、産業機械関係部品の受注状況は順調で、3か月ほど先の受注もおおむね現状程度確保できている。しかし、調達価格の上昇に伴う販売価格への転嫁を急速に進めており、受注数量への影響を懸念している。
□	輸送業 (経理)	・10月からインボイス制度が開始されるが、対応をしていない事業者への仕入れがどうなるのか、社会動向を注視したい。
□	通信業 (営業)	・ガソリン価格や食品等の値上げが続くなかで、政府の支援金等の施策も頭打ちの状態であるため、景気が良くなる要因は少ない。ただし、外食産業を中心に各業種の業績が好調であるため、景気が悪くなる要素は少ないと考える。
□	不動産業 (経営者)	・個人客からの問合せが少ない。物価の上昇によって、今は手が出ないという話をよく聞いている。
□	司法書士	・建物関係では、建築資材の高騰で低価格帯の新築が減少している。新規事業展開の動きはあるが、燃料価格などの上昇という不安要素もある。
▲	一般機械器具製造業 (総務担当)	・円安の傾向は引き続き変わらず、企業にとってコスト高の影響はまだ続きそうである。
▲	建設業 (役員)	・受注量はピークを過ぎた感があり、先行きについては減少方向であるとみている。仮に、全体の受注量が減少しないとしても現状の人員体制に限りがあるため、受注増加は想定しづらい。
×	-	-
◎	-	-
○	人材派遣会社 (社員)	・期間限定ではなく直接雇用を前提とした派遣契約が微増しており、企業側にも若干の余裕が出てきたようである。また、派遣スタッフも自身の環境のなかで短期間、短時間でも働きたいという就労意欲が向上していると考えられる。
○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・2025年の新卒学生を対象とした採用活動の企画立案がスタートする時期となり、各企業からは様々な要望が寄せられている。学生の動きはまだ鈍いものの、人材を確保するための各企業独自の取組も多く、市場は活性化していくとみている。
□	職業安定所 (職員)	・人流や物流が回復していることで久しぶりに求人を出す事業所もあるが、電気料金等の高騰により求人を控える事業所もあるため、全体としては求人数の増減幅は少ない。
▲	人材派遣会社 (役員)	・製造業を中心に求人数が若干減少している。
×	-	-