



# 北陸地域の概要 (2023年9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 残暑は厳しく、コロナ禍からの回復にも一服感

現状判断指数(DI)は前月から6.4ポイント下落の48.4となった。「外出機会の増加や地域行事の活発化により、外出需要に対する商材の販売量が引き続き増えている(その他小売[ショッピングセンター])」、「新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行してから、国内の団体客の動きが回復している(テーマパーク)」と明るい声の一方で、「コロナ禍からの回復が5月をピークに鈍化している。好調なのはインバウンドだけで、国内旅行者や値上げをしたレストラン部門の来客数は減少している(都市型ホテル)」と回復に一服感もみられる。また、「残暑が厳しいためエアコンの売行きは良いが、その他の商品は必要がない限り購入しない様子である(家電量販店)」、「9月に入っても猛暑が続き、客は外出を控えている(美容室)」、「気温が高い影響で秋物のファッション商材は大苦戦している。単価が高くなるため客は購入に更に慎重になっている(百貨店)」と長引いた残暑の影響も大きい。

## 景気の先行き判断 期待感の一方で不安要素も多く半年ぶりに50割れ

先行き判断指数(DI)も前月から2.3ポイント下落し47.8となった。「本格的な秋の観光シーズンを迎え、周辺で開催されるイベントも新型コロナ発生前以上に増える見込みである。売上の増加を期待している(商店街)」、「例年どおりではあるが、年末商戦を迎えて新規契約件数の増加が見込まれ、前年と同様の契約件数を確保できる(通信会社)」と期待する声の一方、「建築資材価格の高騰が続き、不安定な状況が続くとみている(住宅販売会社)」、「会員数が増えず売上も伸びない状態で、経費だけが增加していく状況は確実に続くと考え。経費を抑えた運営の先が見えない(その他レジャー施設)」と厳しい声も出ている。特に先行きDI値の下落要因となった雇用動向では、「製造業関連の派遣先企業からの依頼数が回復するとは見込めない。また、コロナ禍から回復した販売、サービス関連企業からの依頼も一段落し、減少し始めると考える(人材派遣会社)」と注視が必要な状況である。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

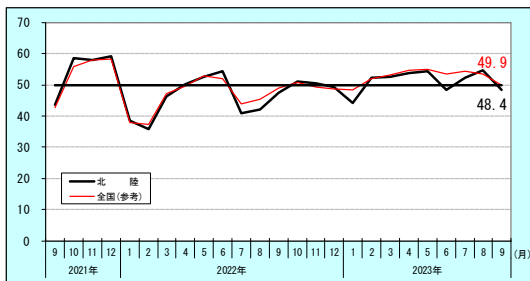
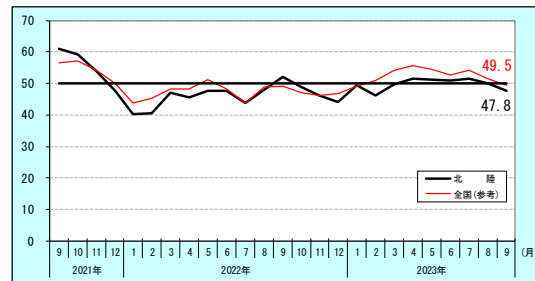


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●9月のアンケート内容

調査期間：2023年9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10月25日発行の「北陸経済研究2023年11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）	来客数の動き	・9月前半は残暑が厳しく来客数は少なめだった。しかし、連休の頃から外国人客が増え、最終的に売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して2けたの増加と好調である。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・外出機会の増加や地域行事の活性化により、外出需要に対する商材の販売量が引き続き増えている。猛暑日が続く、暑さ対策や涼を感じる食材などの需要も継続している。
	○	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・ランチ中心の業態は6月から好調を維持しており、それに加えて8～9月はインバウンドや企業の宴会などが増え、居酒屋の業態でも上向いている。
	○	都市型ホテル（役員）	単価の動き	・個人予約は伸び悩んでいるが、企業研修やスポーツイベント、ツアーなどの団体予約は増加傾向である。来客数は伸び悩んでいるが、販売価格をコントロールして売上確保に努めている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が増加している。夜の街は観光客に加えて地元客も増えており、人出が多くなっている。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行してから、国内の団体客の動きが回復している。客は増加傾向だが動きは鈍く、全体としては前年同期と比べてややプラスという状況である。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・台風の影響がなく、売上は前年及び新型コロナウイルス感染症発生前の2018年実績を超える見込みである。食品は好調に推移している反面、残暑が続いた影響で秋物商材の動きは鈍く、アパレル関連は苦戦している。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・各商品の値上がりで買上単価は上がっているが、買上点数に変化はなく横ばいである。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・1品単価や客単価は上昇しているが、各家庭のコスト上昇分とも捉えられる。来客数は下降傾向にある。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候が不順で、売上に影響が出ていると考える。新型コロナウイルス感染症発生前の状態にはなかなか戻らない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車価格の値上げで客との商談回数が多くなっており、購入することに慎重になっていると考える。一方で、車検等の修理関係は影響なく入庫している。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・10月に新型車が発売されるため客の関心は高まっている。しかし、年間の生産台数は配車スケジュールにより決定されており、最近の傾向としては受注が増加してもすぐに配車が増えるわけではない。配車がなければ売上の増加にはつながらず、現状では余り変わらない。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・半期決算でお買い得なイベントやダイレクトメールによる案内を実施しているが、客の反応は決して良くない。特に冬用タイヤの販売は、値上げ前の駆け込み需要の反動もあり、例年と比較して減少している。さらに、客は価格に対して非常に敏感である。
	□	一般レストラン（店長）	それ以外	・観光客の動きが良くない状況である。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客単価の平均が変わらない。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・酷暑が一段落し、外回りの営業活動がしやすくなったため、放送、通信共に前年同月と同様の新規契約件数を獲得できている。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・春先から集客低迷が続いており、9月も改善がみられない。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・気温が高い影響で秋物のファッション商材は大苦戦している。単価が高くなるため客は購入に更に慎重になっている。催事など客の動員企画を実施し、来客数は前年並みを維持するが購入は少ない。駐車料金が無料となる最低金額での買物、無料企画やイベントで来店し買物をしない客が多い。商品の値上げが続くため、必要かどうかをしっかりと見極めて購入しており、下見や他店と価格などを比較する客も増加している。県外に行つてアウトレットやラグジュアリーな店舗で購入する動きも増えていると考える。
▲	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・商品原価や相場の高騰の影響で値上げをするしかない。今後も予定されている値上げや相場状況のなかで、販売店として無理ができない状態である。	

(－：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	・残暑が厳しいためエアコンの売行きは良いが、その他の商品は必要がない限り購入しない様子である。
	▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・季節要因が無くなり非常に厳しい状況である。8月と比較して、売上も来客数も急激に悪化している。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・小規模な企業の経営者から景気が悪くなっていると聞くようになり、当店も8月下旬から来客数が減少している。また、インボイス制度の導入で仕事をやめるといった話も聞いている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・コロナ禍からの回復が5月をピークに鈍化している。好調なのはインバウンドだけで、国内旅行者や値上げをしたレストラン部門の来客数は減少している。
	▲	タクシー運転手	単価の動き	・9月11日の運賃改定により、客の乗り控えが始まって仕事量が減りつつあるが、1回当たりの売上は増えている。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が学校や職場で増加している。また、9月に入っても猛暑が続き、客は外出を控えているようで、来客数が5%程度落ち込んでいる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・受注する棟数も減少しているが、床面積も小さくなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・3か月前も前年比86%と悪い状態であったが、現在はそれ以上の前年割れになるとみている。9月は予想以上の残暑で、秋物商材の売行きが前年よりも悪くなっている。
企業 動向 関連	◎	－	－	－
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間工事の受注は低調だが、公共工事はようやく受注できているようになっている。
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・各業種で受注量、販売量の改善がみられる。受注額、販売額については、円安や材料費の上昇も含め、適正採算を確保するための単価の改善が行われている企業とそうでない企業に分かれている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・原価の高騰を価格に反映できている企業は好調で、余裕のある企業は従業員の賃金アップもできている。飲食業では価格を上げすぎて、周りとの価格差で売上に影響が出ているところもある。建設業では倒産が出始めている。
	□	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が5類に移行し、国内ファッション衣料の売行きが好調であるなど、受注は引き続き堅調である。一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の上昇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	・原材料費や物流費は高止まりし、個人消費もなかなか上向きにならず、厳しい状況が続いている。
	□	輸送業（経理）	それ以外	・各品目の値上げが続き、原材料やエネルギーコストの負担が増加しているため、先行きが不透明である。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きに変化はない、下期の政府補助金等の施策に期待したいが、その動きも不透明である。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・そろそろ購入者が出てくるとみていたが、法人客も含めて問合せが少ない状態である。
	▲	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・中国の日本産水産物輸入禁止措置を受け、輸出売上が大幅に前年割れとなっており、会社全体の足を引っ張っている。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界は、2023年当初からずっと受注金額が減少傾向である。
	×	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注はほぼ横ばいの状況だが、一般消費者向け商品関連の受注が非常に悪く、新規の案件も少ない状況にある。
雇用 関連	◎	－	－	－
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・大型イベントが立て続けに開催されており、集客も新型コロナウイルス感染症発生前と同水準まで回復している。それに合わせて催事告知の新聞広告や事業協賛など、各企業の動きも復活してきた印象を受ける。求人関係は横ばいの状態で、売手市場の状況に変化はないと考える。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はみられなくなっている。各種値上げにより売上は好調だが、その一方で利益を圧迫している。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数がやや増えているようである。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は増加も減少もしておらず、物価や人件費の高止まりの影響による様子見の状態にあるとみている。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの派遣依頼が減少したり、取り消されたりすることが少し増えている。
×	－	－	－	－

〈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	◎	＊	＊
	○	商店街（代表者）	・9月に開催された大きなイベントによる人の回遊は、これまでに大きく大きかった。イベントを利用した各店の工夫や売込みが大切だと考える。
	○	商店街（代表者）	・期待していた中国のインバウンドは全く増えていない。来客数は多いものの買上単価の平均が低い。本格的な秋の観光シーズンを迎え、周辺で開催されるイベントも新型コロナウイルス感染症発生前以上に増える見込みであるので、売上の増加を期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・日常生活がほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきているなかで、旅行需要などが更に増加すれば、外出需要はまだ伸びるとみている。一方で、物価高による生活防衛意識がより一層高まることで、日用品類や生活必需品の購入に関してはより価格重視の傾向が強まるとみられ、注視する必要がある。
	○	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ため、やや良くなるとみている。
	○	通信会社（役員）	・例年どおりではあるが、年末商戦を迎えて新規契約件数の増加が見込まれ、前年と同様の契約件数を確保できると考える。
	○	テーマパーク（役員）	・前年同期と比べると団体客が増加傾向で、ややプラスになっているが、物価やエネルギー価格が上昇した影響が個人客の動きが鈍い状況である。全体としてはややプラスで推移するとみている。
	□	商店街（代表者）	・ようやく涼しくなり衣料品も動き始めたが、今までの売上減少を取り返せるほどの勢いはない。地方ではインバウンドの恩恵もなく回復は見込めない。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・物価の上昇が止まらない。一方で給与は物価上昇に合わせて上がっていないため、必要最低限のものしか購入せず、余分な商品を購入する状況ではないと考える。
	□	百貨店（売場主任）	・台北やソウル、上海との定期便やチャーター便が再開しているため、アジアからの外国人観光客の増加による売上の増加を期待している。その反面、原材料費やエネルギー関連の価格高騰で、生活必需品の値上げの影響がしばらく続くと見込んでいる。
	□	百貨店（販売促進担当）	・地下食品階の改装や物産展を始めとする食に関する企画や富裕層に向けた限定企画を予定しており、ある程度の売上が見込める。一方で、この冬は暖冬との長期予報が出ており、冬物衣料の動きを注視しなければならない。
	□	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルス感染症の再流行も、来客数の減少にはつながらず、閉塞感もみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇等の経済環境の変化に伴い、客の購買に対する許容範囲が狭くなっていくとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・天候不順に加え新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行など、悩ましい問題で不透明感が強くなっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・景気の状態はしばらく変わらないと考える。地方都市では、物価高のなかでも特にガソリン価格の高騰の影響が大きい。マイカーが生活の足となっているため、負担が重くなっている。
	□	乗用車販売店（役員）	・配車が増えなければ売上は増加しないため変わらない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・前年と比べると県内外の団体予約は2倍近く増加しているが、今年はプレミアム付食事券や県民割などがなく、足元の物価高もあり、個人客からの受注が大幅に減少している。
	□	一般レストラン（統括）	・中国を中心としたインバウンド需要の更なる増加などの好調要因を打ち消すほど、物価高や円安の継続、原料入手の困難、鳥インフルエンザへの心配等の不調要因が多くあるため、右肩上がりに推移しないとみている。
	□	タクシー運転手	・現状からは人出が増えることがあっても、減ることはないと考ええる。
	□	タクシー運転手	・金額が高い乗り物扱いとなれば、タクシーの乗り控えは続くと考ええる。補助金に期待している。
□	通信会社（営業担当）	・新機種の発売で問合せは多数あるが、その状況を継続するのは難しい。	
□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症とともにインフルエンザの流行期に入り、外出を控える客が増える。	
□	住宅販売会社（従業員）	・物価が高止まり状態で中級や高級住宅を建てる客層が減り、ローコスト住宅に向かう客が増えている。中級、高級の魅力ある住宅に磨きを掛け、高級住宅志向の客に選ばれる頻度を上げていきたい。	
□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材価格の高騰が続き、不安定な状況が続くとみている。	



(－：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
	▲	スーパー（仕入担当）	・値上げ額が大きいため、客の意識の変化を懸念している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・年末商戦となる3か月後は、気候が大きく関与してくると考える。暖冬になるとコートやジャケット販売の動きに影響が出てくる。さらに、洋服に対する価値観の低下とともに消費者の購買意欲も低下しており、苦戦が強いられるとみている。
	▲	家電量販店（店長）	・気温が高いこともあり継続して日中の来客数が少ない。通常は決算期のため故障前でも買換えが多い月だが、今年は故障してからの買換えが多く、決算による買換え需要がみられない。
	▲	家電量販店（本部）	・現状は、季節要因や政府の補助金などの外的要因がないと厳しい。物価高からのマインド悪化はすぐには回復しないと考える。
	▲	都市型ホテル（役員）	・10月は団体予約が見込まれるが、11月以降のオフシーズンは稼働率の低下とともに、販売価格のコントロールが難しくなると考える。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・会員数が増えず売上も伸びない状態で、経費だけが増加していく状況は確実に続くと考え。経費を抑えた運営の先が見えない。
	▲	住宅販売会社（営業）	・お盆明けより商談の進展が鈍化している。同業他社も同様の状況で、下半期の受注を大いに懸念している。
	×	コンビニ（店長）	・現在の値上げは本部やメーカーの指示に従ったものであり、値上げによる一時的な売上の上昇も大半は本部ロイヤリティに吸収されている。さらに、10月からの最低賃金の改定があり、人件費の上昇に耐えられそうにない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・資材価格の高騰や長期金利の上昇基調、建設業の2024年問題や人材不足等、抱える問題は多い。リフォーム事業が好調であることが、唯一の好材料である。
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・足元では販売量、受注量共に勢いが弱くなっているが、落ち込むことはなく堅調に推移している。
	○	金融業（融資担当）	・県内の主力産業では、製造業は部品不足の解消や採算確保の動きがあり、飲食業、観光業では年末年始を含めた会食の増加やインバウンド需要が継続している。さらに、北陸新幹線延伸による金沢駅より西側の小松や加賀温泉方面の商業や不動産の動きが活性化しており、上向き景気が継続するものとみている。
	○	税理士（所長）	・新型コロナウイルス感染症対策の借入れ猶予期間が終わり、返済が苦しい会社が出始めているため、今後も倒産する企業が出てくるとみている。しかし、景況感は確実に良い方向に向かっており、環境変化に対応できている企業は良い循環になると考える。
	□	食料品製造業（経営企画）	・中国の日本産水産物輸入禁止措置が続く限り、会社全体の数字が上向くことはないと考え。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・価格改定が一段落しこれ以上の価格転嫁はままならず、今後の利益改善は難しいと考える。売上は回復基調にはあるが、なかなか思うようにはいかず、厳しい状況が続くとみている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・為替相場の影響や各種資源のコスト高が続いており、先行きは不透明なため、見通すのは難しい。
	□	建設業（役員）	・株価上昇など上向きの兆しがあるようだが、建設の受注動向は決して上向きとは考えられない。
	□	輸送業（経理）	・円安や金利上昇による更なるコスト増加を見込んでいる。
	□	通信業（営業）	・政府は育児支援等に注力しているが、物価高騰の対策には限定的な支援しかなく、恩恵を受ける業種も一部に限られるため、見通しについては期待が薄い。
▲	電気機械器具製造業（経理担当）	・客の新規案件の開発動向や中国経済の動きから、一般消費者向け商品関連の伸びはほぼ望めないと考える。	
×	－	－	
雇用 関連	◎	－	－
	○	－	－
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・各企業に対する2025年新卒の求人予定などについてのヒアリングでは、採用予定数については前年並みとする回答が多く、全体的な市場の状況は当面大きく変動しないとみている。
	□	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がある一方で、電気料金等の高騰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幅は少ない状態が続いている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の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）	・円安や物価高騰、実質賃金の低下が続いているため、やや悪くなると考える。
×	人材派遣会社（役員）	・製造業関連の派遣先企業からの依頼数が回復するとは見込めない。また、コロナ禍から回復した販売、サービス関連企業からの依頼も一段落し、減少し始めると考える。	