



# 北陸地域の概要 (2023年10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 活発な消費が一部にみられるが、消費者の節約志向は一層高まる

現状判断指数(DI)は前月から0.1ポイント下落し48.3となっている。「インバウンドや観光需要が拡大している。また、秋の行楽シーズンで、地元客の外出が活発化している(一般レストラン)」、「食品からファッション、化粧品、ラグジュアリーブランドが好調に推移している。特に富裕層の高額商材への購買意欲が旺盛で、外商売上は前年比140%と好調に推移し、店全体の売上をけん引している(百貨店)」と好調な声があがる。一方、「物価上昇や異常気象で食費の負担が増えたためか、他のものに金を掛けられず、その他の業種では客単価が下がっている(商店街)」、「客の動きを見ると、本当に必要なものしか購入しない。買い控えなどがあり、販売数が落ち込んでいる(一般小売店[書籍])」、「会員向けのセールは、特価品も含めて動きが悪く、安価な商材でも購入には慎重で、必要品のみ購入する客が多い(自動車備品販売店)」と厳しい声もあり、消費行動には強い節約志向が窺える。

## 景気の先行き判断 年末に向けて期待が高まるなか、節約志向と人手不足が課題に

先行き判断指数(DI)は前月から1.4ポイント上昇し49.2となった。「飲食や宿泊などの観光関連は、引き続き国内観光客やインバウンドの増加に加え、年末に向けての会食需要などから改善傾向が続く(金融業)」と明るい見方がある一方、「光熱費が間違いなく高騰するため、家庭ではコスト上昇分を日々の食費により調整するなど、更に出費を抑える傾向である(スーパー)」と厳しい見方も出ている。また、「1人当たりの売上としては限界値まできているため、これ以上は見込めない。ただし、人材不足を解消できれば全体としてはまだ上がる見込みがある(タクシー運転手)」、「社内の人手不足により、リフォーム需要の取りこぼしが続くとみている(住宅販売会社)」と人手不足による機会損失が指摘されており、「求人をしていても応募者が少ない状態が長く続いている。人手不足が続き、この先の経済活動が鈍ることを懸念している(民間職業紹介機関)」という声も上がっている。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

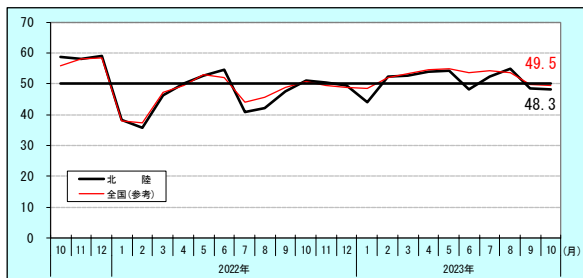
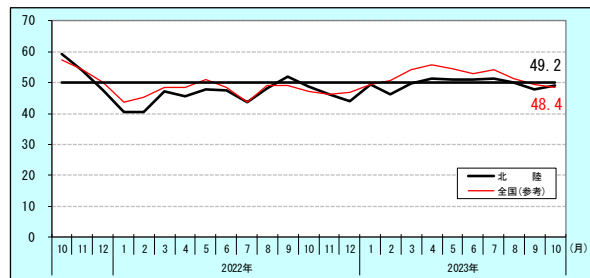


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●10月のアンケート内容

調査期間：2023年10月25～31日  
調査対象：合計100名(うち回答者88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11月27日発行の「北陸経済研究2023年12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	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・ツアーや学会、イベントといった団体客による予約が好調である。
	○	商店街(代表者)	来客数の動き	・今月は好天に恵まれたこともあり、インバウンド需要を中心に2けた増と絶好調の売上を達成した。特に米国からの外国人観光客が高額商材を購入したことで大幅に売上が増加している。残念ながら期待していた中国人観光客を見掛けることは相変わらず少ない。
	○	百貨店(売場主任)	単価の動き	・食品からファッション、化粧品、ラグジュアリーブランドが好調に推移している。特に富裕層の高額商材への購買意欲が旺盛で、外商売上は前年比140%と好調に推移し、店全体の売上がけん引している。
	○	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症によって生活様式が変わり、エレガンス系のアパレル衣料を購入しなくなっていたが、少しずつ戻る気配がある。
	○	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・県外団体や法人による利用の動きが良く、全体としては前年比115%で推移している。2019年の水準には届かないが、今年1番良い数字を出している。
	○	一般レストラン (統括)	来客数の動き	・インバウンドや観光需要が拡大している。また、秋の行楽シーズンで、地元客の外出が活発化している。
	○	スナック(経営者)	来客数の動き	・今年に入って中小企業経営者の利用が多くなっている。定期的な来店があり、安定した状態が続いている。
	○	タクシー運転手	単価の動き	・国から運賃の改定が認可され、1回の出勤で1割程度売上が良くなっている。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・猛暑から一転し、朝晩は寒いくらいで、衣料品は秋物の需要が吹き飛んでしまっている。物価上昇や異常気象で食費の負担が増えたためか、他のものに金を掛けられず、その他の業種では客単価が下がっている。
	□	一般小売店〔精肉〕 (店長)	販売量の動き	・ゴルフの景品用などの注文は少しずつ増えているが、円安や値上げなどの影響があるのか、客の購入意欲が上がらない。
	□	一般小売店〔書籍〕 (従業員)	販売量の動き	・客の動きを見ると、本当に必要なものしか購入しない。買い控えなどがあり、販売数が落ち込んでいる。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・相場高と物価高で客単価は上がっているが、買上点数は横ばいである。
	□	スーパー(仕入担当)	販売量の動き	・値上げによる消費動向の変化からか、高単価商材の販売量が伸び悩み、ふだん使いできる低単価商材の数量が伸びる傾向が顕著である。
	□	コンビニ(店舗管理)	単価の動き	・客単価が高止まったまま安定している。
	□	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・天候不順のなか、物価高で客が消費意欲をなくしている。
	□	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・例年この時期になると来場者数が増えていくのだが、今年は3カ月前とほとんど変わらず動きが弱い状況が続いている。購入意欲が低下していると考えられる。
	□	乗用車販売店 (役員)	来客数の動き	・新車の受注が鈍化している。原因としてはメーカーが年度計画により生産台数を制限しており、車種によって販売店サイドで受注ストップを求められたことなどが影響している。販売面で苦慮することが続いている。
	□	自動車備品販売店 (役員)	お客様の様子	・来客数が増えてきた感覚はあったが、実態としては悪かった前年並みである。集客対策で実施した会員向けのセールは、特価品も含めて動きが悪く、安価な商材でも購入には慎重で、必需品のみ購入する客が多いようである。冬用タイヤは必需品だが、購入検討や買い控えも多く、一向に景気が変わらない。
	□	その他専門店〔酒〕 (経営者)	販売量の動き	・酒を卸している飲食店などの売上は好調だが、一般客に向けた店舗販売や配達などは、ほとんどない状態である。
	□	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・どこも人手不足のため旅行の予約が思うようには取れない。日によっては客の要望にこたえられない状況である。
□	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・新商品の発売により販売数が伸びるとみていたが、在庫の入荷遅延、オンライン販売での価格差などが影響し、思うようには販売につながっていない。	
□	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・インバウンドや国内の団体客は増加傾向だが、国内の個人旅行客がやや落ち着いており、全体としては微増程度である。消費面では客の財布のひもが固くなってきており、全体としては変わらない状況である。	

(－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない)

景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的な状況の説明
□	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	・コロナ禍から脱却できていない。さらに、物価上昇で消費者が金を使う先を選択しており、その選択肢にスポーツクラブが入っていないようである。
□	美容室 (経営者)	来客数の動き	・来客数が前年比で5%ほど落ち込んでいる。8月にカット料金を500円値上げした影響によるものか、コロナ禍が明けて旅行などといったほかの消費に向かっているのか、まだ不明である。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・住宅の販売価格が高止まりしており、見積金額が予想を超えたため、改めて修正設計する案件が多くなっている。業務量の割に成約数は増えない状況が続いている。
□	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・建築資材の高騰で不安定な状況が続いている。
▲	百貨店 (販売促進担当)	来客数の動き	・食品やレストラン、物産展などの催事企画は前年ペースで推移しているが、旅行を中心とした外出が増え始めるにもかかわらず、アパレル関連が良くない。ラグジュアリーブランドのアパレルなど期間限定企画は外商の客を中心に好調である。価格によらず、ブランドなどの特徴がないと売れないのは最近の傾向である。
▲	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・前年と比べると10月も暖かく、アウターの動きが今一つである。
▲	通信会社 (職員)	お客様の様子	・客単価が下がりつつある。
▲	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・来場者数が一段と落ちている。客の言動からも景気改善の気配がみられない。
×	住関連専門店 (役員)	来客数の動き	・週末になってもこれまでのような来客数ではなくなっている。
◎	－	－	－
○	金融業 (融資担当)	受注量や販売量の動き	・機械製造業の取引先が多いが、輸出中心に出荷台数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準前後に回復している。円安傾向の改善があり、円貨実質ベースでの販売価格や利益率の改善も進んでいる。
○	税理士 (所長)	取引先の様子	・どの業種もおおむね売上は上がっており、従業員へのベースアップなども着手できている。ただし、原材料価格の高騰により、利益の確保が難しくなっている。
□	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問題の影響で輸出売上は大幅に減少しているが、それをカバーして余りあるほど国内向け主要チャネルが好調で、会社全体では前年売上を超えている。
□	繊維工業 (総括)	受注量や販売量の動き	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したことで、国内のファッション衣料用途が堅調であることに加え、自動車用途も回復しているなど、受注は引き続き堅調である。一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
□	輸送業 (管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・輸送部門、特に特別積合せ部門の売上は前年同月比でマイナスの状態が続いている。
□	金融業 (融資担当)	取引先の様子	・観光関係は好調を維持している。小売はやや厳しい状況が続いている。
□	司法書士	取引先の様子	・取引先では建築工事業、建築資材販売業の売上が堅調である。
▲	プラスチック製品製造業 (広報)	受注量や販売量の動き	・施工業者不足が慢性化している。
▲	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行前後の5月は受注量も前年を大きく上回っていたが、下期以降は受注が減りつつあり、今月は通常ベースの受注量となっている。
×	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・電子部品業界では新規製品の開発を継続して行い、今後の販売額の維持及び増加への対応を図っていたが、コロナ禍以降は新規開発品の案件数が激減している。それに伴い、当社でも新規金型や設備への受注が激減している。
◎	－	－	－
○	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・受注数が10%程度増加しているが、人材不足のためマッチングには時間を要している。
□	新聞社 [求人広告] (営業)	周辺企業の様子	・全業種にわたって値上げ圧力が強く、利益を損なっているようにみえる。
▲	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・派遣先企業からの依頼数が大きく減ったということはないが、減少傾向が明確になっている。
×	－	－	－

企業動向関連  
雇用関連

〈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	◎	タクシー運転手	・これから寒くなり、飲食の機会が多くなるため、利用客が増える とみている。
	○	商店街（代表者）	・例年カニ漁の解禁とともに観光客が増えるシーズンとなる。イン バウンド需要も引き続き増加が見込めることから、売上が期待 できる。反面、相変わらず日本人の需要は停滞気味である。売上 は絶好調だが、経費も大きく増えているため、経営としては難し いかじ取りを迫られている。
	○	スーパー（仕入担当）	・年末が控えるなかで、帰省客や観光客の増加が見込める。
	○	その他小売〔ショッピング センター〕（統括）	・現在の傾向が続くとみている。コロナ禍で抑制されていた外出 機会に対して、客が新調する傾向が高いため、各店で買上点数が 増えている。単価上昇の影響が少ない傾向が続けば、回復傾向は 継続すると考える。
	○	通信会社（営業担当）	・現在の新商品における在庫遅延が少しでも改善されれば、販売 数が伸びる見込みはある。
	□	一般小売店〔精肉〕（店 長）	・客は増えているが、円安や値上げ等の影響で客の財布のひもが 固い状態が続いている。多少は上向きになるとみているが、ギフト 等への影響を懸念している。
	□	スーパー（店長）	・物価高は変わらず続き、給与は全く上がる状況ではない。
	□	スーパー（店舗管理）	・光熱費が間違いなく高騰するため、家庭ではコスト上昇分を 日々の食費により調整するなど、更に出費を抑える傾向である。
	□	家電量販店（店長）	・故障するまで買換えの動きがなく、買い控えが続きそうであ る。
	□	乗用車販売店（経営者）	・低迷状態が続いているため景気の向上を期待しているが、何か 刺激や変化がなければ変わらないと考える。
	□	住関連専門店（役員）	・円安やインボイス制度、物価高、増税など、積極的に消費をし ようという話題が全くない。
	□	一般レストラン（統括）	・比較的好調な状態が続くとみているが、今以上に良くなるまで 景気が上向きになるとは考えられない。プラス要因は、年末年始 での帰省や旅行、インバウンドなどの需要が続くこと、マイナス 要因は円安や物価高騰も継続することである。
	□	観光型旅館（経営者）	・11月のカニ漁の解禁や12月の忘年会など団体客の間合せが増え ている。
	□	都市型ホテル（スタッ フ）	・生活必需品の値上がりで生活防衛意識が高く、節約傾向が強 くなるとみている。
	□	タクシー運転手	・1人当たりの売上としては限界値まできているため、これ以上 は見込めない。ただし、人材不足を解消できれば全体としてはま だ上がる見込みがある。
	□	通信会社（営業担当）	・新機種が発売され、販売数は伸びてきているが、一過性の動き だとみている。
	□	通信会社（役員）	・今後の物価上昇を注視しているが、現時点では景気の大きな変 動要因が見当たらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅資材価格も人件費もまだ落ち着いた雰囲気、それらが 落ち着くまでは厳しい状況だと考える。キャンペーンなどでサー ビス感を打ち出しても、客の動きに余り変化がないようにみえ る。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅展示会などのイベントを企画しても来場者が増えないた め、回復が見込めない。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・お歳暮ギフト、クリスマスケーキ、おせちといった食を中心と した企画が多くなり、来客数は前年ペースで推移するとみている。 ギフトは予算や件数を抑え気味だが、クリスマスケーキやお せちはプチぜいたく志向で売上の増加を見込んでいる。ただし、 当店はギフトの構成比が高いため、前年より厳しくなると考え る。
▲	百貨店（販売担当）	・日々の食品価格の高騰にはやや慣れが出て、珍しい物の購入 や、団体での飲食店利用には抵抗がなく、客の動員がやや増えて いる。しかし、今年は暖冬との報道があり、高利益の衣料品にお ける客の購買行動がより慎重になっている。買えないではなく、 よく考え、更に低価格のものをネットなどでも探すという購買に 慎重な動きになっていると考える。主力の衣料品は春先まで苦戦 が続くと予測しており、今後は悪化を見込んでいる。	
▲	衣料品専門店（経営者）	・年末年始商戦でもセール時期が近くなると売上が減少するこ とは前年と同様とみており、苦戦を強いられると考える。	
▲	家電量販店（店長）	・主要商材の客単価が前年よりも低い。節電節水等の提案をし ても想定予算内での購入が多く、物価上昇により現在の出費を極力 抑えたいと考えている客が多い。	
▲	乗用車販売店（従業員）	・イベントや出張展示会等は通常どおりにできるが、物価高など でやや悪くなっている状況は変わらない。	

(－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	自動車備品販売店（役員）	・値上げや物価の高止まり、世界情勢などにより明るい兆しが全くない。自動車販売業界においては各メーカーから新車の発売は多くあるが、ディーラー販売店の囲い込み施策や締め付けも多く、一般販売店は車両確保もままならない状況である。貧富格差も増えているが、販売店格差も今後更に拡大するとみている。
	▲	都市型ホテル（役員）	・12月以降は団体予約の受注が減少、金沢以外はインバウンド需要が弱く、稼働率の低下とともに料金設定も下がると考える。
	▲	通信会社（職員）	・物価上昇や賃上げに対する政策の効果が見えずらい。
	▲	パチンコ店（経理）	・パチンコ業界は良くなる兆しがみえない。遊技台の高騰などで一層経営が厳しくなる。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	・今以上の物価上昇が続くとみえており、寒くなる時季に向かって活発な行動が少なくなるため、入会等の動きに期待ができない。しかし、各種経費は確実に上昇してくるため、経営は非常に苦しい状況が続くと考えている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・インフレによる家計への悪影響と社内の人手不足により、リフォーム需要の取りこぼしが続くとみている。
	×	コンビニ（店長）	・客の動きが金を使わない傾向になっている。1日に3回利用していた複数の常連客が1日1回しか来店しなくなっている。来店が生活のルーティンになっていたのに、1日3回利用する客がほぼいない。かなり心配な動きで、明らかに身の回りの景気に影響すると、危機感を抱いている。
企業動向関連	◎	－	－
	○	輸送業（管理会計担当）	・足元では若干ではあるが物量は戻りつつあることから、年末に向けて、物量の回復を見込んでいる。
	○	金融業（融資担当）	・飲食や宿泊などの観光関連は、引き続き国内観光客やインバウンドの増加に加え、年末に向けての会食需要などから改善傾向が続くものとみている。
	○	税理士（所長）	・年末に向けて人の動きが活発になり、特に小売業や飲食業の業績が上向くとみている。原材料の価格高騰による価格転嫁は続くが、企業の賃金アップとうまくバランスがとれれば、景気は良くなると考える。
	□	食料品製造業（経営企画）	・中国の日本産水産物輸入禁止問題は強烈な向かい風だが、国内向け販売はいずれのチャネルも引き続き好調を維持できる見通しである。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・施工業者不足の解消がみえず、原材料価格の高騰も継続している。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車やオートバイ関連部品の受注状況は、完成車メーカーの生産量が大きく変動しないため、変わらないとみている。企業の設備投資は業種によって格差があるものの、当面大きな変化がみられないため、設備関連部品の受注も大きな増減はないと考える。
	□	建設業（役員）	・先行受注量の増加が期待できず、現状維持で精一杯だと考える。
	□	通信業（営業）	・政府の抜本的な景気対策がないなかで、一部の業種を除き、全ての商品において値上げが続いているため、需要拡大への好転を期待できず買い控えが続くと見込んでいる。
	□	司法書士	・来年3月の北陸新幹線延伸に向けて、街づくりや新店舗など多くの企画が進んでいる。
	▲	繊維工業（総括）	・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やアウトドア分野において、特に欧州市場での回復が遅れているなど、先行きへの不透明感が強くなっている。
	▲	金融業（融資担当）	・建設業はコスト増加を受けた工事規模縮小や延期の影響で受注が減少している。機械設備関係の製造業は、取引先の設備投資に慎重さがみられ受注は減少している。
×	電気機械器具製造業（営業担当）	・車載関連以外における電子部品の新規製品への動きが非常に少なく、現時点で先々の相談案件すら獲得できていない状況である。そのため、ここ2～3か月のスパンでは、上向き要素が何もない状況になっている。	
雇用関連	◎	－	－
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	・年末年始に向けてUターン就職を希望する人に向けた求人特集などを予定している。例年、ゴールデンウィークやお盆時期と比べ、地元での就職希望者を取り込もうとする出稿が増えるため、季節要因もあり期待している。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇等の不安要素はあるものの、新規求人数は底堅い状況である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をしてしても応募者が少ない状態が長く続いている。人手不足が続く、この先の経済活動が鈍ることを懸念している。
	▲	人材派遣会社（役員）	・派遣先企業から依頼数の復活が見込めない。
×	－	－	