



北陸地域の概要 (2023年12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 外出や飲食など、外向き需要の活発化で明暗が分かれる

現状判断指数(DI)は前月から1.3ポイント上昇の49.3となった。「今月は会社関係の忘年会が開催され、曜日を問わず盛況で、タクシー難民が出るようになった日も多くある。4年ぶりに忘年会で忙しい(タクシー運転手)」、「観光客だけでなく、県内在住者にも外出意欲があり、飲食店やイベント会場は満員である。客は多少高くても購入する傾向にあり、うまく価格転嫁できているところは、売上、利益共に確保できている様子である(税理士)」と好調さが窺える一方、「前年まではコロナ禍で、法人が歳末行事を中止した代わりに謝礼品を出すといった大口受注がギフトの売上をかき上げしていたが、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い受注が減少している(百貨店)」、「暖冬の影響で季節関連商材の動きが悪い。外向きの需要が良いようだが、各々の業種における賃上げやコスト高で吸収され、全体的な景気上昇を感じない(家電量販店)」と振るわない声も上がっている。

景気の先行き判断 先行きへの期待感は膨らむものの、物価上昇や地域格差に課題

先行き判断指数(DI)も前月から1.8ポイント上昇の50.6となった。やや良くなるとの判断理由には、「新型コロナウイルス感染症の影響からの回復、半導体不足の解消などにより、売上、受注共に回復傾向が続く見通しである。コストは高止まりするものの、上昇には落ち着きもみられ、価格転嫁が徐々に進むことで、利益面の改善も期待できる(金融業)」ほか、「3月16日の北陸新幹線敦賀延伸に向けた各種イベントなどが業種を問わず計画されており、一定の経済効果を期待している(プラスチック製品製造業)」と北陸新幹線延伸への期待も散見される。一方、「年が明けても、資材や人件費の高騰、いろいろな商品群の値上げも控えており、更に景気は悪くなる(一般小売店[書籍])」、「都市部では悪くないと聞かすが、インバウンド効果や景気回復の恩恵が地方においては少ないようである(職業安定所)」と厳しい声も出ている。なお、本調査は能登半島地震発生前に実施したものである。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

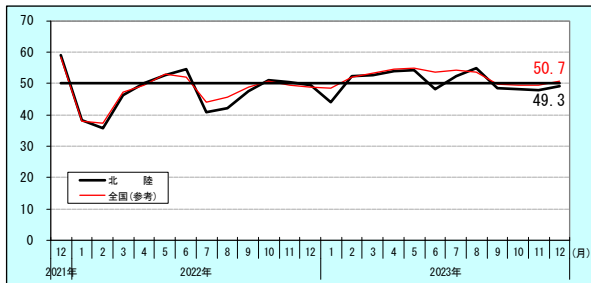
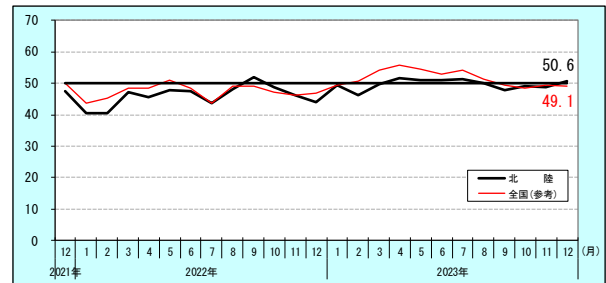


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●12月のアンケート内容

調査期間：2023年12月25～31日

調査対象：合計100名(うち回答者81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2024年1月29日発行の「北陸経済研究2024年2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 | ◎ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・今月は会社関係の忘年会が開催され、曜日を問わず盛況で、タクシー難民が出るようになった日も多くある。4年ぶりに忘年会で忙しい状況である。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・12月に入り、11月までのインバウンドを含めた怒りのような来客は急にストップしている。悪天候が続く北陸ならではの気候では仕方ないのかもしれない。1人の日本人客がまとめ買いをしたため売上は絶好調だが、それを除けば例年並みである。 |
| | ○ | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・全商品群で前年並びに、新型コロナウイルス感染症発生前の2018年と2019年の実績を超える見込みである。訪日外国人観光客はアジアのほか欧米豪からも多くの来店があり、前月、前々月に続いてインバウンドによる売上も過去最高となる見込みである。 |
| | ○ | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・12月後半より端末販売価格の改定があるため、それに伴う前倒しの購入が目立っている。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・来客数は少し増加しているが、売上をみると変わらない。どの店でも客単価が下落していると聞いている。 |
| | □ | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 来客数の動き | ・繁忙期にもかかわらず、前年や前々年と比べて来客数の減少が大きい。 |
| | □ | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・前年まではコロナ禍で、法人が歳末行事を中止した代わりに謝礼品を出すといった大口受注がギフトの売上をかさ上げしていたが、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い受注が減少している。ファッション部門は気温の高い日が続き、特にコートやアウターといった冬物衣料の売行きに影響が出始めている。 |
| | □ | スーパー（経営企画） | お客様の様子 | ・節約志向が高まった状態は変わっていない。 |
| | □ | コンビニ（店舗管理） | 単価の動き | ・客単価は高止まりで推移しているが、来客数は前年割れのため、売上としては微増である。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・天候不順により売上に影響が出ている。苦戦していると言わざるを得ない。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・12月は10月と比べて客単価は上がっているが来客数は減っており、全体的に沈滞ムードで消費意欲が低下しているとみている。 |
| | □ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・新車の販売が大きく減少している。物価高の影響とともに新車価格も上がったため、買い控えの状況が続いている。 |
| | □ | 乗用車販売店（役員） | 来客数の動き | ・引き続き新車において長納期の状況が続いており、売上の増減が景気の良しあしの基準にならないところだが、客の購買意欲は高いとみている。 |
| | □ | 自動車備品販売店（役員） | お客様の様子 | ・11月に続き月初めは、冬季需要のあるスタッドレスタイヤを中心に例年以上の動きだったが、降雪前にはピークが過ぎ、結果的には例年以下の販売数量となっている。新車納期に合わせて備品購入が集中したが、買換え客が予想以上に落ち込んでおり、必要最低限の支出に抑える傾向がみられる。 |
| | □ | 住関連専門店（役員） | 販売量の動き | ・耐久消費財や趣味やし好品への消費や支出は依然として厳しい状態が続いている。 |
| | □ | 一般レストラン（統括） | お客様の様子 | ・土地柄から11月は旅行者や観光客、インバウンドの活発化と、冬の幸の時期とが重なり、多くの客でにぎわいをみせたが、12月第2週からは、地元客を中心に4年ぶりのクリスマス、忘年会などで外食の機会や頻度が増えている。この流れは、年末年始から1月下旬頃まで続く予測している。 |
| | □ | 観光型旅館（経営者） | 単価の動き | ・忘年会の団体客は減少しているが、個人客は週末を中心に予約が入っており、宿泊人数は減少しているが売上は減少していない。 |
| | □ | テーマパーク（役員） | 来客数の動き | ・国内の個人旅行については全国旅行支援も無くなりやや落ち着いているものの、団体旅行やインバウンドは増加しており、全体としては横ばいで推移している。 |
| | □ | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・客単価の上昇で売上は維持しているが、ここ数ヶ月は来客数が前年を大きく割り込むことが多く、今後が心配である。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・注文住宅の受注は依然として厳しい状況が続いている。部材価格の高騰により追加工事が減り、1戸当たりの金額は伸び悩んでいる。また、大型物件の受注も減っている。リフォームの受注は計画どおりには進んでいるが、規模が小さくなっており、小規模工事の数を積み重ねている。 | |

(一：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) | お客様の様子 | ・建築費の高騰により住宅着工が停滞している。 |
| | □ | 住宅販売会社 (営業) | お客様の様子 | ・この3か月は全く変化を感じない。悪くなる要素しかない割に目に見えた変化がない。今後しばらく変化があるとも考えられない。 |
| | ▲ | スーパー (総務 担当) | 来客数の動き | ・以前にも増して客が価格の安いところに流れる傾向がみられる。 |
| | ▲ | スーパー (店舗 管理) | お客様の様子 | ・来客数の減少が顕著に表れている。飛び抜けた競合店があるわけではなく、ドラッグストアを含めてオーバーストア状態のため、各社の実績を分析しても、単価で前年実績はクリアしているが、来客数、買上点数は前年を割っている状況である。 |
| | ▲ | 家電量販店 (店 長) | 販売量の動き | ・暖房器具の売行きが悪い。 |
| | ▲ | 家電量販店 (本 部) | 販売量の動き | ・暖冬の影響で季節関連商材の動きが悪い。外向きの需要が良いようだが、各々の業種における賃上げやコスト高で吸収され、全体的な景気上昇を感じない。 |
| | ▲ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・タクシーの乗り控えが続いている。運賃改定後、売上額は増加したが輸送量が減り、3か月前より収入が減少し始めている。 |
| | × | — | — | — |
| | ◎ | — | — | — |
| 企業 動向 関連 | ○ | 建設業 (経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・土木部門での受注は可もなく不可もないが、電気部門においてはLED照明への交換工事の受注が多く好調である。 |
| | ○ | 司法書士 | 取引先の様子 | ・駅周辺での新規事業関連の不動産取得、賃貸借契約の依頼が多くなっている。 |
| | ○ | 税理士 (所長) | 取引先の様子 | ・観光客だけでなく、県内在住者にも外出意欲があり、飲食店やイベント会場は満員である。客は多少高くても購入する傾向にあり、うまく価格転嫁できているところは、売上、利益共に確保できている様子である。 |
| | □ | 食料品製造業 (経営企画) | 受注量や販売量 の動き | ・年末年始向け商材が加わる最需要期を迎えているが、販売の傾向は変わらない。製品価格値上げの影響もあって販売量自体は苦戦する一方、金額ベースでは前年を上回る形で推移している。 |
| | □ | 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類感染症移行後、国内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。その一方で、これまで好調であった欧州向けのスポーツやアウトドア用途が失速しており、生産高は全体としては前年同期並みの水準となっている。 |
| | □ | 輸送業 (管理会 計担当) | 受注量や販売量 の動き | ・特別積合せ業務では、物量の回復には至っていない。 |
| | □ | 通信業 (営業) | 受注量や販売量 の動き | ・今年上期は受注量が好調に推移したものの、10月以降は鈍化傾向となっている。 |
| | ▲ | 化学工業 (総務 担当) | 受注量や販売量 の動き | ・販売量が減少している。 |
| | ▲ | 一般機械器具製 造業 (総務担 当) | 取引先の様子 | ・工作機械業界全体として、受注量が毎月減少し続けている。 |
| | ▲ | 輸送業 (経理) | 取引先の様子 | ・物流量が減少していて、荷物の確保に困難を要している。路線会社 (大手運送会社など) での物流は従前どおりと聞いているが、中小や零細企業は依然厳しい状況である。 |
| | × | 電気機械器具製 造業 (営業担 当) | 受注量や販売量 の動き | ・一般消費者向け電子部品に関しては受注量が一方向に上向かず、ここに来て大手自動車メーカーの不正問題が出て、余り変動のなかった車載関連部品まで受注が減少している。 |
| | × | 不動産業 (経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・個人客からの問合せが余りなく、活発な話を聞かない。 |
| 雇用 関連 | ◎ | — | — | — |
| | ○ | — | — | — |
| | □ | 新聞社 [求人広 告] (担当者) | 求人数の動き | ・求人広告の出稿状況は前年を大きく下回る結果となったが、新卒採用のためのイベント等には現段階で例年とほぼ変わらない数の企業が出展する予定である。求人以外の新聞広告はおおむね好調であり、総合的にはマイナス分をカバーするプラス分があり、大きな変動はない。 |
| | ▲ | 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件数が少しずつ減っている。 |
| | ▲ | 職業安定所 (職 員) | 求人数の動き | ・フルタイムの求人数の減少が続いている。 |
| | × | — | — | — |

〈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 | ◎ | － | － |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | ・しばらく商品の入荷遅れが続いていたが、入荷状況も随分と改善しているため売上対象となる商品が多くなっていく。 |
| | ○ | 観光型旅館（経営者） | ・北陸新幹線の敦賀延伸に向け、マスコミで福井県の露出が増えることによる経済効果が期待できる。 |
| | ○ | 通信会社（営業担当） | ・新生活に向けた端末の購入が増えるかとみている。 |
| | ○ | テーマパーク（役員） | ・3月の北陸新幹線敦賀延伸の効果もあり、全体としては来客数が増えることを見込んでいる。 |
| | □ | 商店街（代表者） | ・地方では、物価が上昇しても給与は変わらず、実質減少している。インバウンド増加の恩恵も波及してこないため、景気が良くなるにはまだ時間が掛かりそうである。 |
| | □ | 商店街（代表者） | ・通常、暖冬であれば人流は改善してくる。しかし、冬の初めにドカ雪が降り、秋が短くすぐに冬が来てしまった感覚で、晩秋に冬物を準備する期間がなく、どのような影響があるのかよく分からない。 |
| | □ | 百貨店（売場主任） | ・前回のバレンタイン商戦は改装工事の影響で会期を大幅に短縮したにもかかわらず売上は大きく伸びた。今回は通常の期間で催事が開催できるため、更なる売上の伸長を見込んでいる。現在の好調を維持したい。 |
| | □ | スーパー（経営企画） | ・賃金上昇が物価上昇を上回る状況になるまで景気は変わらない。 |
| | □ | 家電量販店（店長） | ・ボーナス支給週でも家計の節約志向が強く、商品ニーズより予算を優先して商品を選定している客が多い。物価上昇により消費が低迷しているように見える。 |
| | □ | 乗用車販売店（従業員） | ・整備等の在庫は順調であるが、販売に関しては厳しい状況が続いている。 |
| | □ | 住関連専門店（役員） | ・政治や経済の先行きの不透明さや物価高に加えて、家具インテリア用品を販売する際の指標の1つでもある住宅着工件数の減少など、商品販売を後押しする材料が少なすぎる。 |
| | □ | 高級レストラン（スタッフ） | ・秋口には個人や団体の観光客で久しぶりのにぎわいがあり、法人利用の回復もみえたが、12月の動きや3か月後の受注状況をみる限り、景気の良さはみられない。 |
| | □ | タクシー運転手 | ・ライドシェアの認可もよいが、タクシー業界における法律の規制緩和を優先した方が客の乗り控えが減り、タクシー需要も高まると考える。 |
| | □ | 通信会社（役員） | ・特段イベントはないが、前年と同様に新規契約者数が推移していくと考える。 |
| | □ | 通信会社（役員） | ・今後の景気については賃上げ状況の影響を受けるとみているが、現時点では不透明である。 |
| | □ | 美容室（経営者） | ・スタッフ不足が深刻で、すぐには解決しそうでない状況であり、将来に不安がある。 |
| | □ | 住宅販売会社（従業員） | ・物価高騰の影響で大きな受注を期待できない。 |
| | □ | 住宅販売会社（従業員） | ・客に住宅着工の意欲がみられない。 |
| | ▲ | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・年が明けても、資材や人件費の高騰、いろいろな商品群の値上げも控えており、更に景気は悪くなるとみている。 |
| ▲ | 百貨店（販売促進担当） | ・気温が高めで推移するためファッション部門に影響が出ると考える。また、クリアランスセールや福袋といった目玉商品の投入がかなり減るため初売りに影響するとみている。食関連は話題の商品や取り寄せ企画が好調で、引き続き取り組んでいく。1月下旬からのバレンタイン企画では首都圏で話題となっているスイーツの投入で集客を図りたい。 | |
| ▲ | 百貨店（販売担当） | ・今後、気温が低下してもアウターなどの購入にはつながらないとみており、衣料品は春の新生活まで苦戦を予想している。一部トラベルバッグなどは非常に好調で、旅行や飲食に費用を掛けるため、衣料品にまで消費が回らないとみている。低価格帯商材の動きは悪くないため、今後デフレのような価格帯に流されることも予想している。 | |
| ▲ | スーパー（店舗管理） | ・北陸新幹線の延伸効果は駅最寄りの地区に限定されるため、広範囲にわたっての集客にはつながらない。依然として人口減少、さらには高齢化が続くため、厳しい状況でしかない。 | |
| ▲ | 家電量販店（店長） | ・新生活のための商品が低価格のものしか売れなくなっている。 | |
| ▲ | 乗用車販売店（役員） | ・円安傾向や金利の上昇により消費の減少を見込んでいる。 | |
| ▲ | 自動車備品販売店（役員） | ・新車販売は相変わらず車両の確保が厳しく、自動車業界の度重なる不祥事の発生で客も購入に慎重になっている。今後、自動車の販売数が落ち込むことを予想するため、先行きは不安である。 | |

(-：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 | |
|----------------|----------------|--|---|---|
| 企業 動向 関連 | ▲ | その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人) | ・経費増加は今後もしやおうなしであるが、収入源である会員数の増加は期待薄である。やるべきことは経費削減になるが、削れる要素は段々と少なくなっているのが現実である。 | |
| | × | - | - | |
| | ◎ | - | - | |
| | ○ | プラスチック製品製造業 (広報) | ・2024年3月16日の北陸新幹線敦賀延伸に向けた各種イベントなどが業種を問わず計画されており、一定の経済効果を期待している。 | |
| | ○ | 一般機械器具製造業 (経理担当) | ・主原料である鉄鋼材の価格転嫁はおおむね済んだものの、副資材や燃料関連、人件費などに係るコスト上昇分の転嫁が遅れている。しかし、上期の状況と比べて下期は価格転嫁が進むことから、売上、利益共に改善する見通しである。 | |
| | ○ | 精密機械器具製造業 (財務担当) | ・客先である小売店からの引き合い、店頭での販売共に堅調さを維持している。 | |
| | ○ | 金融業 (融資担当) | ・新型コロナウイルス感染症の影響からの回復、半導体不足の解消などにより、売上、受注共に回復傾向が続く見通しである。コストは高止まりするものの、上昇には落ち着きもみられ、価格転嫁が徐々に進むことで、利益面の改善も期待できる。 | |
| | ○ | 金融業 (融資担当) | ・北陸新幹線の敦賀延伸、インバウンドを含めた観光客の増加、製造業の部品供給の正常化による出荷台数の改善などが良くなる理由として挙げられる。 | |
| | ○ | 司法書士 | ・北陸新幹線の延伸までは、駅周辺での依頼が続くと考える。 | |
| | ○ | 税理士 (所長) | ・従業員給与のベースアップを検討しているところが多いため、うまく消費につながれば、期待できる状況である。 | |
| | □ | 食料品製造業 (経営企画) | ・外部環境にポジティブな要素が余り見当たらず、今より良くなるとは考えにくい。 | |
| | □ | 建設業 (経営者) | ・12月は初雪を観測し、当社も2晩除雪にあたったが、その後は雪が降らず道路除雪による収益がなく経費倒れであった。今後も道路除雪による利益は見込めないが、その反面、受注工事での除雪経費が不要になり、工事ははかどるであろうから、収益面では変わらないとみている。 | |
| | □ | 輸送業 (経理) | ・原油やエネルギーなどのコストが高止まりするなかで、すぐに運賃に価格転嫁するのは厳しい状況である。 | |
| | □ | 通信業 (営業) | ・現状の受注量の動きは変わらず、1月以降も低調である。3月決算期の企業における駆け込み需要を期待したい。 | |
| | 雇用 関連 | ▲ | 一般機械器具製造業 (総務担当) | ・経済が好転する材料が見当たらず、政治についても大きな変化はなさそうであるため、やや悪くなるとみている。 |
| | | ▲ | 電気機械器具製造業 (営業担当) | ・一般消費者向け関連及び産業機器関連の電子部品に関しては、コロナ禍での受注増加への対応により、流通在庫がかなり多くあるという情報が入っている。また、産業機器関連に関しては、コロナ禍での生産販売数量が余りにも多かったため、次に新型コロナウイルス感染症発生前程度の数量で動き始めるのが2026年になるとの情報も入っている。 |
| ▲ | | 建設業 (役員) | ・先行きの受注増加は期待できないとみられ、悪くなる要因として、資材単価上昇の影響もあるが、依然として続く人手不足がより大きく影響すると考える。 | |
| × | | - | - | |
| ◎ | | - | - | |
| ○ | | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・新卒採用が本格的にスタートする時期となる。売手市場の景況感相変わらずで、新型コロナウイルス感染症の分類が5類移行してから初めてとなる採用活動に向け、オンラインから対面型に戻す企業も多い。合同企業説明会などへの参加が増える見込みで、不調であった中途採用広告企画からの巻き返しを期待している。 | |
| □ | | 人材派遣会社 (社員) | ・企業担当者によると、前年同期と各需要は余り変動がないという話が多い。求人と求職者のアンマッチが依然として続いている。 | |
| □ | | 職業安定所 (職員) | ・求人担当者からは、仕事はあるが人手不足で受注を調整せざるを得ない状況といった話をよく聞くため、当面の新規求人数は底堅い状況で推移するものとみている。 | |
| □ | | 学校 [大学] (就職担当) | ・物価上昇や円安傾向が続き、状況が変わる要素や気配が見受けられない。 | |
| ▲ | | 人材派遣会社 (役員) | ・今までは派遣依頼件数が減っている状況はあったが、現在派遣している企業から1か月後の派遣契約解除通知がちらほら出てきている。 | |
| ▲ | 職業安定所 (職員) | ・都市部では余り悪くないと聞けるが、インバウンド効果や景気回復の恩恵が地方においては少ないようである。 | | |
| ▲ | 民間職業紹介機関 (経営者) | ・機械や部品製造業で、資材関連高騰の影響による業績低迷を理由に、要員の絞り込みや削減の話が具体的に出てきている。 | | |
| × | - | - | | |