



北陸地域の概要 (2024年2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 能登半島地震の復興支援の動きが見え始め、現状DI値は50超え

現状判断指数(DI)は前月から9.2ポイント上昇し50.5となった。引き続き能登半島地震に関するコメントが目立つ。「能登半島地震の影響により、北陸は一時的に来客数、売上が大きく減少したが、2月からは支援活動の活発化で復興ムードが高まっている。被災しなかった人による地元応援意識が強まり、2月は客の消費行動が活発である(一般レストラン)」、「能登半島地震による災害支援関係者の宿泊により高稼働となっている(都市型ホテル)」と復興に向けた動きがうかがえる。一方、「地震の影響によるキャンセルや風評被害の拡大により、来客数が大幅に減少している(テーマパーク)」、「地震による避難や断水の影響があり、明らかに来客数が減少している。また、財布のひもも固く、安価なスーパーマーケットやドラッグストアへ客が流出している(スーパー)」、「小売業等で能登半島地震の影響による一時休業や修繕対応のため業績の下振れがみられる(金融業)」と依然として厳しい状況も指摘されている。

景気の先行き判断 北陸応援割や北陸新幹線の敦賀開業への期待感から先行きDI値も上昇

先行き判断指数(DI)は前月から8.0ポイント上昇し55.9となった。「現状は能登半島地震の影響で厳しいが、北陸応援割などの施策に期待が高まっている(衣料品専門店)」、「地震の影響による消費マインドの低下がみられたものの、3月16日の北陸新幹線の敦賀開業や復興支援などにより消費マインドが上向きになることを期待している(その他小売[ショッピングセンター])」、「北陸新幹線延伸による旅行者や見物客の増加、開業イベントの増加による経済効果で、5~6月頃まではやや回復するとみている。県民の北陸新幹線を利用した旅行需要の拡大も旅行商材の購入に拍車を掛け、伸長すると予測している(百貨店)」と復興支援と北陸新幹線延伸への期待の声大きい。一方で、「北陸新幹線の延伸で観光客の増加が見込まれているが、波及効果はどれほどのものか不透明である。関西や中京方面からは直通列車がなくなり、不便になることの影響も懸念している(商店街)」といった見方も一部には出ている。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

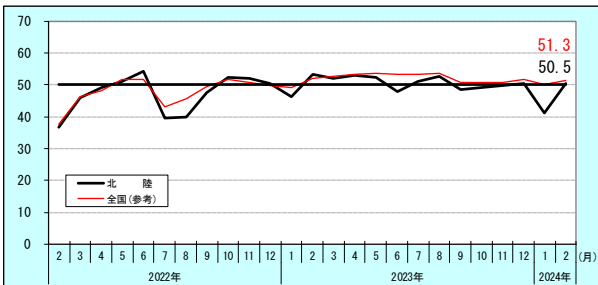
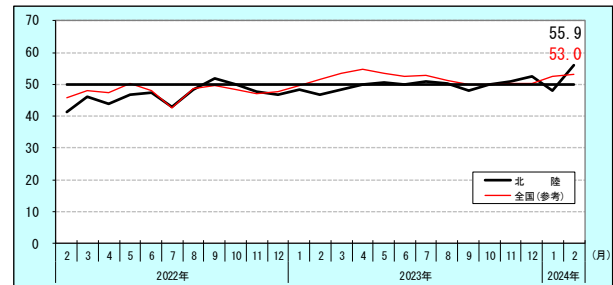


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●2月のアンケート内容

調査期間：2024年2月25~29日

調査対象：合計100名(うち回答者86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	◎	一般レストラン (統括)	来客数の動き	・元日の能登半島地震の影響により、北陸は一時的に来客数、売上が大きく減少したが、2月からは支援活動の活発化で復興ムードが高まっている。被災しなかった人による地元応援意識が強まり、2月は客の消費行動が活発である。また、例年より暖かく、雪がないことも活動の活発化に寄与しているとみている。
	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・能登半島地震による災害支援関係者の宿泊により高稼働となっている。
	◎	タクシー運転手	販売量の動き	・1月に起きた能登半島地震でタクシー事情が変化している。保険会社が家屋被害調査にタクシーを利用しており、1日に30～40台のタクシーが能登方面に向かっていている。そのため夜の街が手薄になり、夜は全体としてタクシー台数が少なく売上が上がらない。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・バレンタインの催事や物産展といった企画の来客数が増え、ふだん買えないスイーツや期間限定の弁当などが売れている。外食の代わりに自分への御褒美といった声が多く、プチぜいたく気分で購入をする客が多く見受けられる。
	○	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・能登半島地震の影響で、前月の来客数は大苦戦したが、今月は右肩上がりに回復基調となっている。北陸新幹線の延伸を目前にした気運の高まりも感じている。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・元日に能登半島地震が発生し自粛ムードがあったが、活力をつける意味から消費に前向きさも出てきている。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・給湯省エネ2024事業の対象期間内であるため、先行して省エネ型給湯器の買換えが増えている。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・能登半島地震直後は宿泊、宴会、レストランの全部門でキャンセルが相次いだ。現在は宴会部門以外は徐々に予約が戻ってきているが、新型コロナウイルス感染症発生前から比べると2割減少している。
	○	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・能登半島地震による家屋の修繕工事が一段落し、新築や中古住宅を購入してリフォームするなど工事量が増えていることに加え、分譲住宅を購入する人も出てきている。小さな仕事から徐々に大きな仕事が増えてくるとみている。
	□	一般小売店〔書籍〕 (従業員)	販売量の動き	・前年同月と比べて売上は悪く、来客数も全く伸びておらず厳しい状況が続いている。
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・能登半島地震の影響や気温変化の激しさにより、セール商材を含めて高単価の冬物商材が苦戦する一方、気温が高いと春物商材に動きが出ており、不安定な売上が続いている。就職や入学、卒業などの祝い事関連や旅行商材などは好調に推移している。2月は天候不順で遠出が少ないためか、週末の百貨店に客足が向いているようである。特に、食催事では来客数が増加している。しかし、目的とする商材以外の購入は少なく、全体としてはやや低調傾向が続いている。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数は横ばいである。食品などの値上げも一時に比べて落ち着いてきている。前年より1品単価が上がった分で客単価は上昇しているが、客の購買数量は落ちていない。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上が悪い状態は変わらない。食料品の販売量が例年より減少し、デザートやイベント商材などの利益率の比較的高い商材も値段が高騰しているからか、売れ残りが目立っている。廃棄や値下げで対応しているため余分な経費が掛かり、売上減少以上に利益が圧迫されている。
	□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・例年この時期になると販売量が多くなるが、今年は思うようには増えない状況が続いている。新車価格が高くなっているからか、購入に対して慎重な様子がかがえる。
□	自動車備品販売店 (役員)	販売量の動き	・今月は天候が比較的穏やかで、冬季用品の販売量は平年と比較して大幅に減少しており、車販売についても厳しい状況となっている。しかし、買取り査定依頼は増えており、免許返納等の理由もあるが、車両を維持する負担低減のための売却もみられる。	
□	その他専門店〔酒〕 (経営者)	販売量の動き	・テレビでは株価が最高値を記録したなど景気の良い話をしているが、実際の暮らし向きは停滞している状態である。	
□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・旅行のオフシーズンに入ってから横ばいである。	
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・契約件数や解約件数に大きな変化はみられない。	

(－：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
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・暖かい日もあれば、一転して平年並みの寒い日もあり、寒い日は極端に人出が減っている。寒い日が続けば寒さに慣れてしまうが、今年は天候不順に泣かされている。
	▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商品の値上げだけでなく、能登半島地震の発生により景気が後退している。
	▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・能登半島地震による避難や断水の影響があり、明らかに来客数が減少している。また、財布のひもも固く、安価なスーパーマーケットやドラッグストアへ客が流出している様子がみ取れる。
	▲	スーパー（店舗管理）	お客様の様子	・都市部と異なり、地方では賃上げ等の実情が厳しい状況である。物価上昇は浸透しているとはいえ、買上点数の減少が顕著である。商品カテゴリーごとに他の小売業態店舗への客の買い回りが更に加速するとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・能登半島地震の影響がまだ続いており、購買意欲を押し下げている。
	▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・省エネ家電購入のための補助金による反動が大きい。
	▲	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・能登半島地震の影響や北陸応援割が3月から開始されるということで、2月に予約が入っていた客のキャンセルや外出控えが発生し、新型コロナウイルス感染症発生前の6割程度の売上になっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・北陸を襲った能登半島地震の影響で観光客が激減し、交通事業の柱になる部分の収益が減っている。しかし、物流は動いているため、これから良くなっていくと考える。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	競争相手の様子	・市内の大手競合店舗が能登半島地震被害の影響で2月末で閉店し、撤退することが急ぎよ決まった。同事業所の別の建物で子供水泳教室は継続するということだが、大人の利用場所がなくなる。また、当社でも3年前に開業した特化型ジムを2月末で閉店するため、フィットネスクラブ全体としてのイメージダウンを避けたい。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ半年間ほど連続して来客数が前年を割り込んでいる。物価高から客の来店サイクルが長くなっていることが要因の1つと考えている。
	×	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・能登半島地震以来、観光客の動きは悪い。北陸応援割が始まるまで、旅行を控えている。
	×	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登地区は能登半島地震により多大な被害を受けている。
	×	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・能登半島地震の影響によるキャンセルや風評被害の拡大により、来客数が大幅に減少している。
	企業動向関連	◎	－	－
○		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・景気的好調に後押しされ、受注量は増加している。金額の大小関係なく、設備投資も積極的である。
□		電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注動向に変化がなく、相変わらず悪い状況である。新製品の引き合いに関しては、若干増加傾向にはあるが、新規注文にいまだつながらない状況である。
□		輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・企業間の物量が前年比でマイナスが続いている。
▲		繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震により半数を超える繊維事業者が被害を受け、一時稼働停止を余儀なくされた事業者も多い。
▲		金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・小売業等で能登半島地震の影響による一時休業や修繕対応のため業績の下振れがみられる。
▲		税理士（所長）	取引先の様子	・能登半島地震から2か月がたち、一時的に落ち込んでいた飲食業、小売業はほぼ回復しているが、全体的にまだ静かな様子である。
×		食料品製造業（経営企画）	それ以外	・能登半島地震で被災した工場の製品については製造も販売もストップしたままで、復旧を急いでいる状況である。
×		金融業（融資担当）	それ以外	・能登半島地震の影響により、製造業や飲食業、観光業が低迷している。
雇用関連	◎	－	－	－
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	求人数の動き	・2025年卒の学生を対象とした企業説明会などを実施しているが、参加企業からは人材不足のため良い学生がいれば積極的に採用したいという声が多かった。インターンシップへの参加など就職活動の早期化が進み、既に内々定が出ている学生も多いようで、中小企業を中心に採用活動が最も活発化する時期となっている。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの依頼数は増えも減りもしていない状況である。求職者数も同様に減りも増えもしていない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・北陸新幹線の敦賀開業に向けての求人は見受けられるが、全体的に求人数の微減が続いている。
	×	－	－	－

〈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	◎	観光型旅館（経営者）	・3月16日の北陸新幹線敦賀開業に伴う予約増加に期待したい。
	◎	旅行代理店（従業員）	・団体旅行の受注状況から、今よりは良くなると見込んでいる。
	○	百貨店（販売担当）	・3月の北陸新幹線延伸による旅行者や見物客の増加、開業イベントの増加による経済効果で、5～6月頃まではやや回復するとみている。県民の北陸新幹線を利用した旅行需要の拡大も旅行商材の購入に拍車を掛け、伸長すると予測している。しかし、周囲に飲食店を中心に競合が多数できるため競争の激化による苦戦と、客の県外流出によるマイナスも予測され、大幅には回復しないと考える。
	○	コンビニ（店舗管理）	・北陸新幹線の延伸に期待している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・現状は能登半島地震の影響で厳しいが、北陸応援割などの施策に期待が高まっている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・能登半島地震の影響による消費マインドの低下がみられたものの、3月16日の北陸新幹線の敦賀開業や復興支援などにより消費マインドが上向きになることを期待している。
	○	一般レストラン（統括）	・景気にプラスとなる要素としては、株価の高値継続、北陸応援割の開始といった復興支援活動、北陸新幹線の敦賀延伸などが挙げられる。一方で景気にマイナスとなる要素には、物価上昇の継続、現状では観光客が激減していることから北陸観光需要の伸び悩みが挙げられる。以上をプラスマイナスで考えると、若干景気は上向きになるとみている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線の敦賀延伸による効果を期待している。しかし、能登半島地震で修学旅行がキャンセルになって戻らない。インバウンドはアジア圏は堅調だが、欧米からは減少している。
	○	通信会社（役員）	・賃上げの状況次第だが、景気が少し上向き可能性はありとみている。
	○	テーマパーク（役員）	・能登半島地震による影響はあるものの、北陸新幹線の延伸や北陸応援割の開始により、来客数の増加を期待している。
	○	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響で、中古住宅のリフォーム物件の希望や、被災地からの移住による新築の間合せが多いが、状況はまだ不透明である。リフォーム物件は、入居者の震災対応に追われておりメンテナンスが中心業務となっているが、これもまだ先行きは分からない。一方で、人手不足が問題となっている。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新生活に必要なものをそろえ終わり、落ち着く時期になると考える。
	□	百貨店（売場主任）	・能登半島地震により消費マインドが冷え込んでいて、来客数は前年を割っているが、富裕層を中心に高単価商材の売上が好調で、全体をカバーしている。この先2～3か月後に消費マインドが回復しているか現時点では見通せない。
	□	スーパー（店長）	・値上げのなかでも給与は思うほど上がっているわけではない。これからその辺が改善されてくると変わるかもしれないが、現状から変化はないと考える。
	□	スーパー（総務担当）	・能登半島地震により修繕費用が掛かるため、買い控えが発生する。
	□	家電量販店（店長）	・テレビの販売量はパリオリンピックの目前まではまだ伸び悩みそうである。
	□	家電量販店（本部）	・政策の後押しが必要である。補助金なしに景気が回復することはないとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・都市部では賃上げのニュースもあるようだが、地方都市ではまだそのような状況が期待できないため、しばらくは景気も変わらないと考える。
	□	乗用車販売店（従業員）	・能登半島地震のため、景気が良くなる要因がない。
	□	乗用車販売店（役員）	・来年度は新型車の発売が少なく、現状と変わらないペースで受注が推移すると考える。
□	住関連専門店（役員）	・能登半島地震の影響を受け、消費の落ち込みがうかがえる。回復にはまだ時間が掛かりそうである。	
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・3月には北陸新幹線の延伸があるため、少し景気が良くなることを期待しているが、実際にはそこまで景気は良くならないとみている。	
□	都市型ホテル（役員）	・災害支援関係者の宿泊利用で高稼働が続くなか、北陸応援割による観光需要をどう取り込むかコントロールが難しい。	
□	タクシー運転手	・能登の復興には時間が掛かるため、タクシーの需要はまだ続くと考える。	
□	通信会社（営業担当）	・新入学の時期は期間限定で販売量に大きな変化がみられるが、この先の2か月後以降は、大きく変化する要因が見当たらない。	
□	通信会社（役員）	・商戦期を終える時期であり特段イベントもなく、契約者数は前年と同レベルで推移するものとみている。	

(- : 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
	□	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震による被害があるなかで、経済力のある人は新築や耐震リフォームを考えている。新築も耐震等級を上げることや免震構造を併用するなど、安全性を高めることに費用を掛けようとする客が増えており、住宅価格が高まる傾向にある。
	□	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震により応急仮設住宅を優先することで、客への影響が出てくると予想している。
	□	住宅販売会社（営業）	・能登半島地震の影響による新規来場者数の増加は一定程度あるものの、家づくりにおいて前向きとなる要素はなく、景気の浮揚にはつながらないとみている。
	▲	商店街（代表者）	・北陸新幹線の延伸で観光客の増加が見込まれているが、波及効果はどれほどのものか不透明である。関西や中京方面からは直通列車がなくなり、不便になることの影響も懸念している。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・3～4月も多品目の値上がりがあり、良くなる要素がないため、これまで以上に厳しくなると考える。
	▲	スーパー（店舗管理）	・人口に対して明らかなオーバーストア状態と、高齢者世帯の増加が続いている。価値のある物を少量欲しいと言われるが、その客層だけで売上が上がるわけではない。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・撤退した競合施設の大人会員の受入れと、春の子供水泳教室での利用者拡大を目指していく。しかし、自社撤退店舗分の売上ダウンをカバーできるとは考えていない。
	×	コンビニ（店長）	・近隣にドラッグストアができて半年が経過した。本来コンビニエンスストアとドラッグストアは競合しないが、値上げとともに、酒類を筆頭に買いだめする客が多く、ドラッグストアでの購入にかなり流れている。売上の減少が止まらず、前年比の80%を維持できていないことから、この先も悪くなると考える。
企業 動向 関連	◎	通信業（営業）	・株価が上向きで企業の業績も良いため、当面は好調に推移すると考える。
	◎	金融業（融資担当）	・加賀地区を中心に製造業の生産が正常化し、観光業ではインバウンドを含めて観光客が戻り、飲食業では地元客を含めて利用が回復するとみている。国や県主導の景気回復支援の実施や北陸新幹線の敦賀開業もあり、良くなると考える。
	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災した工場の復旧が進むにつれ、売上も徐々に回復する見込みである。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・能登半島地震の影響による大きな需要の増減はないが、産業機械向けの部品の受注は堅調に推移しており、生産対応が最優先事項となっている。自動車関連は、中国向けが想定より上向きになっており、依然として生産余力はあるため漏れなく受注対応していく。
	○	建設業（経営者）	・4月の賃金改定で賃上げする企業が増えるかとみている。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・材料費高騰による価格転嫁も一段落した雰囲気であり、今後の大きな伸びは余り期待できない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・前年から徐々に売上が落ちてきている。また、新卒採用が年々難しくなっており、多様な就職活動への対応と活動の長期化により、採用活動に関わるコストがかさんでいる。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・自動車関連は、横ばいから若干増加傾向にあるが、産業機器関係や、民生関係部品での回復基調が全く認められない状況である。
	□	輸送業（管理会計担当）	・足元の物量の動きに変化がない。
	□	司法書士	・新築住宅や駅周辺のマンションの売行きは良さそうだが、材料の価格高騰で販売価格が上がっているため、今後もこの状態が続くかは不明である。
▲	繊維工業（総括）	・主要な企業では今のところ能登半島地震による影響は限定的であるが、引き続き海外向けスポーツ・アウトドア分野で調整局面が続いている。さらに、自動車用途が大手自動車メーカーの不正問題の発覚による生産停止の影響を受けていることや、暖冬による冬物衣料の販売量の鈍化により、先行きに不透明感が増している。	
×	—	—	
雇用 関連	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（役員）	・株価は上がっているが、全く実感がない。右肩上がりが続くことはないともみられ、やや悪くなると考える。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回って推移している。しかし、求人数は前年同月より僅かではあるが減少が続いており、足踏み感がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・賃金や物価の上昇により、採用が最小限の人数に抑制されている。一方、人手不足を見越して新卒学生に向けての採用意欲は活発である。
	▲	人材派遣会社（社員）	・派遣先企業からの契約終了及び求職者数が増加傾向にある。
×	—	—	