



# 北陸地域の概要 (2024年7月調査)

地域開発調査部インターン (北陸銀行本店営業部 得意先課主任)

堀 真奈美

## 景気の現状判断 猛暑による外出自粛と消費者の節約志向により、現状DI値は下落

現状判断指数(DI)は前月から4.3ポイント下落の46.2となった。「各地でイベントやスポーツ大会が開催され、個人予約、団体予約が好調に推移し、新型コロナウイルス感染症発生前を上回る稼働率となっている。また、客室単価の上昇もあいまって、単月売上は過去最高となっている(都市型ホテル)」、「気温が高く、電気代を少しでも安くしたいという消費者心理から、省エネ性能のある高付加価値エアコンの販売が好調である(家電量販店)」と一部に明るい声は上がる。しかし、「暑い日が続いており、外出を控える人が増えてきている(衣料品専門店)」と猛暑による客足への影響に加えて、「セール期の価格低下、猛暑による需要拡大を期待したが、購買拡大には全くつながっていない。購買意欲が価格中心で、より慎重さが増している(百貨店)」、「客の節約志向で、ここ数年なかった客単価の下落がみられる(コンビニ)」と消費マインドの冷え込みに対する厳しい声も相次いでいる。

## 景気の先行き判断 観光関連への期待が高まる一方で、買い控えへの懸念も根強く

先行き判断指数(DI)は前月から0.4ポイント上昇し51.3となった。「変わらない」と回答する声にも明るさがあり、「8月以降も順調に予約が入っている。宿泊客数は減少しているが、宿泊単価は上がっており売上も上がっている(観光型旅館)」、「暑さの影響でタクシーの利用は引き続き多くなるとみている。また、観光客も好調に推移する(タクシー運転手)」と観光関連で期待が高まっている。一方、「物価上昇の影響等で、新車販売数が増えないとみている。また、この後猛暑日が続くようであれば、来客数にも影響が出る(乗用車販売店)」、「光熱費の値上がりや物価上昇により、手元に残る現金の余裕はない(スーパー)」と危惧する声も上がる。また、「物価上昇に賃金上昇が追い付いていないなかでは、短期金利の上昇が懸念されるという状況も住宅購入の強い追い風にはならず、もう少しこのままの状況が続く(住宅販売会社)」とローン金利上昇前の駆け込み需要も望み薄である。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

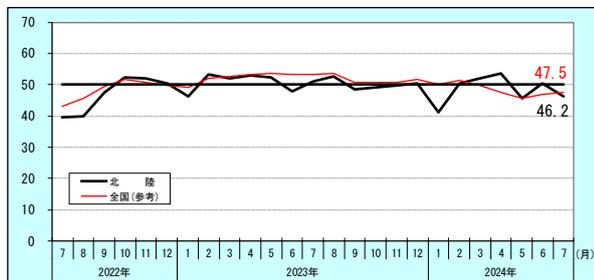
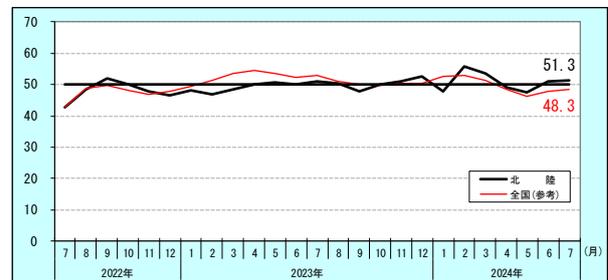


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●7月のアンケート内容

調査期間：2024年7月25～31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。

※ 詳細は2024年8月28日発行の「北陸経済研究2024年9+10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）	販売量の動き	・今月も中国人のインバウンド需要を中心に好調な売上を達成することができた。能登半島地震の影響で多くの展示を休止していた美術館が前月再開したこともあり、人通りが震災前に戻っている。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・各地でイベントやスポーツ大会が開催され、個人予約、団体予約が好調に推移し、新型コロナウイルス感染症発生前を上回る稼働率となっている。また、客室単価の上昇もあいまって、単月売上は過去最高となっている。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・気温が高く、電気代を少しでも安くしたいという消費者心理から、省エネ性能のある高付加価値エアコンの販売が好調である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月中旬から1か月間夏休み親子向けイベントが開催されているが、暑い日が続いたこともあり、休日以外は人通りが少ない。最近の傾向として宝飾品や高級服を扱う商店の売上が伸びていないようである。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候不順などもあり、客の買物に対する姿勢は依然として慎重である。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売量が相変わらず増えていない。自動車は高額商品のため、購入に際しては身の回りの景気状況をうかがって慎重になっているという声がある。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・客から自動車の購入希望があっても、メーカーの生産枠が決まっているため受注扱いにできず、今年の売上につながらない。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・天候にも左右され、週末イベントを開催するものの売上単価が上がらず、客は最低限の必要品購入に抑えているようである。例年の冬タイヤ購入に対しても慎重な様子が見られる。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・とにかく来客数が少なくなり、店頭販売がほとんどない状態の日が多々ある。業務用の方は好調のようであるが、店頭販売が全く駄目である。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・売上は前年並みであるが、販売単価が上昇しているため、販売数自体は落ちている。
	□	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・3か月前の4月も好調で、その状態を維持している。
	□	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震の損害により、営業再開のめどがまだ立っていない。
	□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・予約は堅調だが、上向きとまではいえない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・7月の後半から夏休みに入り、家族連れの客や観光客が増え、好調である。また、最近の暑さの影響でタクシー利用が増えている。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送共に契約者数が前年同期と比べて若干下回っている状況が続いている。また、解約数も前年より増えている。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約の獲得状況、既存客の解約状況に大きな変化はない。
	□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年同月と比べると、個人客の来客数がやや落ち着くなかで、法人、団体の来客数がやや増加傾向にある。全体としては横ばいで推移している。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅の販売価格の高騰による販売数の伸び悩みと商談の長期化がみられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示会の来場者数は増えているが、住宅着工数の増加に結び付かない。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・展示場への来場者数が3か月前と変わらない。
▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・パリオリンピックが始まってから、少し客足が少ない。牛肉の高価格帯商材の動きが悪く、豚肉の動きは良いことから、低単価なものに流れる形で売上が伸び悩んでいる。	
▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・セール期の価格低下、猛暑による需要拡大を期待したが、購買拡大には全くつながっていない。購買行動が価格中心で、より慎重さが増している。また、当社とはマーチャンダイジングなど業態の違いはあるが、近隣に初のショッピングモールがオープンした。低価格訴求と、前回のショッピングモール出店から20年以上たっているという目新しさから、県民の多くがショッピングモールに流れた傾向はある。	

(- : 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
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・物価上昇、価格上昇に賃金上昇が追いついていない。果物等のし好品の動きが鈍い。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・暑い日が続いており、外出を控える人が増えてきている。
	▲	競輪場（職員）	競争相手の様子	・競輪車券収入が落ち込んでいる。
	×	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・平均客単価が前年比では5%以上減少している。最近は客の節約志向で、ここ数年なかった客単価の下落がみられる。
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・セールやイベントを実施したときは一時的に来客数が増えるものの、通しでみると、確実に全体のボリュームが減っている。
企業 動向 関連	◎	-	-	-
	○	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震で被災して半年余り、復旧不能となった工場も一部には残っているが、おおむね震災前の生産活動が可能な状態に戻ってきている。しかし、一旦ストップした受注はなかなか戻らず、おおよそ前年比8割程度にとどまっている。
	○	輸送業（管理会計担当）	受注価格や販売価格の動き	・物量の増加は余りみられないが、少しずつではあるが運賃改定が進んでいる。
	○	輸送業（経理）	受注価格や販売価格の動き	・2024年物流問題の対応のため実施する高速道路の往復使用について、客先が徐々に理解を示してくれ、運賃改定がおおむね実現できたのは良かった。しかし、諸経費の高騰が継続しているため楽観はできない。
	○	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・リース、レンタル型よりも設備投資型の受注量が旺盛である。特に新工場建設等の需要が増加している。
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・業種を問わず、一般的に収益改善の企業が増加傾向にある。コロナ禍を本格的に脱し、能登半島地震の影響も回復基調にあり、品不足の解消、輸送の正常化、原材料及び経費高騰の価格転嫁が進んでいる様子である。
	○	司法書士	取引先の様子	・会社設立、取締役増員に関する依頼が多くなっている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・定額減税とボーナス支給の影響があるのか、特にB to Cの業種で業績が良い。一方で、製造業は厳しい状況が続いている。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の被害により稼働できていなかった工場も再開し、生産高は既に震災前程度に回復しているが、本格復旧工事に係る費用負担が重くのし掛かっている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上が変わらずに推移している。
	□	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	・引き続き、民生品、産業機器共に受注が低迷しており、受注額が維持できているのは自動車関係の製品のみになっている。また、客からの発注見込みに関してもほぼ変動がなく、いまだ低いレベルの発注が続きそうな状況である。
	▲	金融業（融資担当）	取引先の様子	・資材価格等の高騰を受け、県内の建設需要が停滞している。川上となる生コン出荷量の減少状況は下げ止まらず、付随する設計、地盤工事、電気工事などの関連業種も受注に苦戦している。また、人材確保の困難や電力等の経費増加により厳しい状況が続いている。
	×	-	-	-
雇用 関連	◎	-	-	-
	○	-	-	-
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・長期にわたる積極的な求人少ない。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・高齢者の新規求職者数は引き続き増加しているが、若年者の求職者数は増えておらず、かつ、求職活動にも余裕がある。求職者数全体として見れば大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数、有効求人倍率、就職者数等に大きな変動はみられないが、有効求人数は令和6年3月の9680人から、製造業を中心に3か月連続して徐々に減少し、令和6年6月現在で8750人となり、前年同月比も3.8%の微減となっている。円安による原材料費、燃料費、光熱費等の高騰が影響している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・人材不足の業界は、以前からマッチング成立の厳しい状況が変わっていない。
	▲	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・製造業を中心に、現在人材を派遣している取引先企業を訪問すると、忙しい企業、忙しくない企業それぞれあるが、1年前と比べると人材不足のひっ迫感は和らいでいる。
×	-	-	-	-

〈景気の先行き（2、3カ月後）に対する判断理由〉

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	◎	都市型ホテル（役員）	・市内の近くにあるホテルで販売価格が上昇している。足元では新型コロナウイルス感染が広がるが、夏のレジャーシーズンに向けた宿泊需要への影響はみられず、2名での利用を中心とした販売価格の上昇により、前期を上回る売上獲得を見込んでいる。
	○	商店街（代表者）	・少しずつ円高傾向になり始めたことで、どのような影響が出てくるか不安である。特に日本人の需要は周りを見ても冷えている感じがする。
	○	衣料品専門店（経営者）	・買い控えている現状から、今後は買換え需要に移行するとみている。
	□	商店街（代表者）	・マスコミで北陸新幹線の話が取り上げられる機会もめっきり減り、注目度も落ちてきている。2か月足らずで新幹線効果が薄れてきているのは残念である。
	□	商店街（代表者）	・休日以外は人通りが少ない。また、最近の傾向として宝飾品や高級服を扱う商店の売上が伸びていないようである。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・今は豚肉の売上が高い状態が続いている。引き続きこの状態が続き、牛肉の高価格帯商材における購買がなかなか進まないとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・夏休みの旅行者、帰省客のほか、祭りなど、街への集客は高めで推移するが、物品購買は当面、慎重になるとみている。店内でも友人や家族と過ごす飲食店などは比較的好調で、客単価が高価格になっている分、衣料や雑貨の節約にとどまらず、生活必需品も低価格商材に流れる傾向がある。定価品を扱う当店としては、苦しい状況が続くと考える。
	□	スーパー（店長）	・経済の状況が何も変わらないため、景況も変化がないと考える。
	□	スーパー（仕入担当）	・相場状況も落ち着きを見せ、販売単価の維持は可能になるとみているが、販売数量の回復は見込めない。イベント、催事の再開もあり、来客数の回復は期待できる。
	□	コンビニ（店舗管理）	・景気が好転する材料が見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今後は景気が改善していくとは考えられず、厳しい状態が続くそうである。
	□	衣料品専門店（経営者）	・季節に影響を受けるアパレル業界は残暑が続くと秋物が売れにくい。
	□	家電量販店（店長）	・パリオリンピックが終わり、テレビなどの映像関連商品の販売が落ち込むとみている。
	□	家電量販店（店長）	・天候の影響もあるが、家計の出費を抑える傾向がみえ、前年と比較して客単価が下がっている。
	□	家電量販店（本部）	・補助金がなくなり、季節要因もなく、パリオリンピックも終わった状況で景気が上がることは考えにくい。足元の来客数が回復傾向なので、期待はしている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・給与も多少上がったようだが、物価がそれ以上に高くなっている状況では、しばらくは景気は変わらないと考える。
	□	住関連専門店（役員）	・来客数が伸びる要素がない。そのための材料を自分たちで作って継続していかないと、景気の回復は見込めない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなる材料が全く見当たらない状態である。このままの状態であれば商売をやめなければならないときが、すぐそこにやってくるようにみえる。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・個人消費の動向は依然として厳しく、景気が良くなる要素は少ない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・能登半島地震に対する復興支援の意味合いもあり、県外団体客の顕著な利用や受注が続いているが、物価高などにより、地元客による高単価な飲食店の利用は低調である。
□	一般レストラン（統括）	・現状から、好調を維持するとみている。新型コロナウイルスの感染状況と、物価高や円安の継続が気になるが、現時点ではこの状態を維持できると考える。	
□	観光型旅館（経営者）	・8月以降も順調に予約が入っている。宿泊客数は減少しているが、宿泊単価は上がっており売上も上がっている。	
□	都市型ホテル（スタッフ）	・8月は宿泊予約の入り弱く、回復の勢いが弱い。北陸新幹線延伸の効果はみられない。9月は宿泊、宴会共に、予約が戻りつつあり、期待している。	
□	タクシー運転手	・暑さの影響でタクシーの利用は引き続き多くなるとみている。また、観光客も好調に推移すると考える。	
□	通信会社（職員）	・好材料が特に見当たらない。	
□	通信会社（役員）	・競合他社との競争が激しく、解約数が前年より増える状況が2、3か月後も続くと考え。また、契約者数も前年同月を若干下回る数字で推移するとみている。	

(－：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
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・現時点では、景気変動の要因が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	テーマパーク（役員）	・前年同月と比べると、個人客の旅行動向がやや鈍さを感じるなかで、法人、団体旅行がやや増加傾向にあり、全体としては横ばいで予約状況が推移すると考える。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇に賃金上昇が追いついていないなかでは、短期金利の上昇が懸念されるという状況も住宅購入の強い追い風にはならず、もう少しこのままの状況が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・建築資材価格が不安定で、景気回復の兆しがみえない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・10月頃まで暑さが厳しく、秋物衣料の売上は伸びないとみている。そのため、夏のセールを早めに切上げ、8月には売場を秋物に切り替えることで販売期間を延ばし、売上の確保とかさ上げをしたいと考えている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・光熱費の値上がりや物価上昇により、手元に残る現金の余裕はない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・物価上昇の影響等で、新車販売数が増えないとみている。また、この後猛暑日が続くようであれば、来客数にも影響が出ると考える。
	<input checked="" type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・昨今の車券売上が落ち込んでいる状況に加え、貯蓄の傾向が強くなることから、やや悪くなると考える。
	<input type="checkbox"/>	－	－
	<input type="checkbox"/>	－	－
企業 動向 関連	<input checked="" type="checkbox"/>	－	－
	<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営企画）	・秋口以降は受注量、生産量共に、能登半島地震被災前の数字に近づいていくことを期待している。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車関連の生産回復により、四輪車用、オートバイ用共に製品の受注量が伸びている。また、円安も追い風となり輸出が特に良い。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（管理会計担当）	・物量の回復、運賃是正の進展を見込んでいる。
	<input type="checkbox"/>	金融業（融資担当）	・この先も品不足の解消、輸送の正常化、原材料及び経費高騰の価格転嫁は継続するとみている。加えて、食品関連は梅雨時期に雨が降り、暑さも例年どおりであるため作物の生育が順調で、観光や飲食関連が、地場やインバウンドの需要、能登半島地震からの復興などで堅調である。
	<input type="checkbox"/>	金融業（融資担当）	・足元は物価高騰で厳しい状況にあるが、一方で能登半島地震の震災復興需要や北陸新幹線延伸効果により、全体的には改善に向かうとみている。
	<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（広報）	・新築住宅着工戸数の減少、人手不足などで好転材料が乏しい。
	<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・2、3か月先の分の注文状況から変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（総務担当）	・良くなる材料が余り見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	精密機械器具製造業（財務担当）	・足元の受注状況の傾向から、景況は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	建設業（役員）	・前年の実績と比較して、同水準の売上と利益が確保できるかどうか、現状では未確定な部分があり、先行きが不透明である。
	<input type="checkbox"/>	通信業（営業）	・現状と同様に、しばらくは活発な好景気が続くと考え。
	<input type="checkbox"/>	税理士（所長）	・全体的に持ち直してはいるが、年末にかけて円安の影響がどのように出るか不透明である。
	<input checked="" type="checkbox"/>	繊維工業（総括）	・調整局面が続いていたスポーツやアウトドア部門も底を打ったと期待する声がある一方で、10月以降の受注が不透明であるとい
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送業（経理）	・円安に伴う物価の上昇傾向が続いているため、やや悪くなるとみている。
	<input type="checkbox"/>	－	－
	雇用 関連	<input checked="" type="checkbox"/>	－
<input type="checkbox"/>		－	－
<input type="checkbox"/>		人材派遣会社（社員）	・求職者数の変動はない。また、派遣先と求職者のアンマッチが
<input type="checkbox"/>		職業安定所（職員）	・製造業の新規求人数が減少したものの、宿泊業及び飲食業の新規求人数が増加している。全体としては大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>		民間職業紹介機関（経営者）	・最低賃金が平均50円の大幅上昇と厚生労働省の審議会は取りまとめたが、物価高が続くなか、大企業の賃上げに反映されても、中小企業の給与が上昇しない限り、厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>		学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響、物価上昇、円安傾向が続く、状況が変わる要素や気配が見受けられない。
<input checked="" type="checkbox"/>		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の出稿見込み数が減少している。
<input type="checkbox"/>		－	－