



北陸地域の概要 (2024年11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 前田由美子

景気の現状判断 秋冬商材が本格的に動き出す一方で、根強くみられる節約行動

現状判断指数(DI)は前月から1.6ポイント上昇し50.3となった。「ようやく秋冬らしい気候となり、高単価商品が動き出している(衣料品専門店)」、「冬に強いエアコンへの買換えが多くみられる。冷蔵庫なども、省エネ機能や食品ロスを防ぐために野菜が長持ちする機能のある、高単価なものの販売が好調である(家電量販店)」と、気温の低下で動き出した秋冬商材を中心に需要の増大が見られ、明るい声が上がっている。その一方で、「人出はそれなりにあっても、さほど売上に結び付いていない。商品の値段が上がっているため、本来なら客単価も上昇するはずだが、現状では下がっている(商店街)」、「平均客単価が全店で前年比5%前後低下している(コンビニ)」、「週末の来客数の減少が著しい。これまでピークであった時間帯に人が入らないケースもある。販売動向からも、物価高による買い控えが顕著にみられる(住関連専門店)」といった声も聞かれ、依然として根強い消費者の節約志向が指摘されている。

景気の先行き判断 年末年始の消費に期待が高まるなか、先行きの不透明感を危惧する声も

先行き判断指数(DI)は前月から2.4ポイント上昇し49.5となった。「消費者のマインドの変化からか、年末商戦に向けた商材の予約状況が好調である(スーパー)」、「年末年始が9連休となるため、帰省客を迎える準備としておせちや集まり用の食材の購入が増え、また、初売りを中心に子供のおねだりによる需要が増えるともみている(百貨店)」と、年末年始に向かって消費の拡大を期待する声が高まっている。そのようななかで、「米国での政権交代、ウクライナや中東での戦闘、中国の動き、そして我が国の政権の不安定さなど、先行きが不透明なことばかりで明るい兆しがみえない。このような状況では、消費者の購買意欲は高まらない(美容室)」と、国際情勢や国内政治状況を不安視する声が出ている。さらに、「観光客が増え、飲食店ににぎわっている様子ではあるが、1月に続き11月にも北陸で地震があったことの影響が不安である(司法書士)」といった、能登半島地震発生以降続く自然災害への懸念の声も上がっている。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

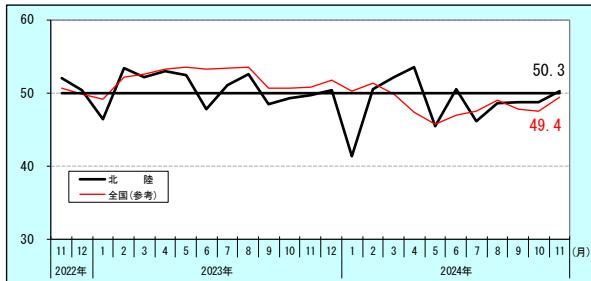
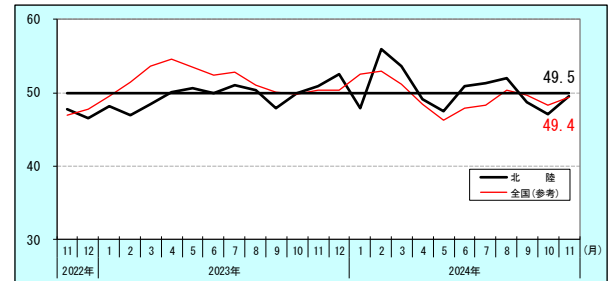


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●11月のアンケート内容

調査期間：2024年11月25～30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。

〈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	・企業や旅行会社ツアーの団体予約が好調である。稼働率は5か月連続で前年を上回り、好調を維持している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年と比較して紅葉が遅いこともあり、前年よりも人通りが気持ち少なめである。また、高額な美術品も前年と比べると若干動きが鈍く、売上自体もやや低い。
	○	衣料品専門店 （経営者）	お客様の様子	・ようやく秋冬らしい気候となり、高単価商品が動き出している。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・冬に強いエアコンへの買換えが多くみられる。冷蔵庫なども、省エネ機能や食品ロスを防ぐために野菜が長持ちする機能のある、高単価なものの販売が好調である。
	○	乗用車販売店 （総務担当）	販売量の動き	・車両販売の受注状況に少し改善傾向がみられる。
	○	一般レストラン （店長）	来客数の動き	・紅葉の時期が比較的長く、人出も多いようである。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・秋の観光シーズンが終わり、インバウンドが減る11月は例年人出が少なくなるが、今年もその傾向が駐車場の利用状況からうかがえる。売上面では、クリスマス商戦が始まっており、宝飾品や高級衣料品が動き出しているほか、飲食は安定している。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前月は奥能登豪雨災害の影響で消費マインドが冷え込み、徐々に前年実績を割り込んだが、今月はその反動が出ている。お歳暮の受注が低迷している食品以外の商品群では前年を上回り、店全体としても新型コロナウイルス感染症発生前の2018年の実績を超える見込みである。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数、客単価共に大きな変化はないが、鍋に入れる食材の需要で少しずつ客単価が上がっている。
	□	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・平均客単価が全店で前年比5%前後低下している。
	□	衣料品専門店 （経営者）	お客様の様子	・肌寒い季節となり、本格的に秋冬商材が動き出している。
	□	乗用車販売店 （経営者）	来客数の動き	・例年どおり、公共施設で新車購入イベントを実施した。来場者数は前年比120%と増加したが、販売量はほぼ同数であった。まだ景気が良くなっているとはいえない状況である。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・例年、月末にかけてタイヤ交換のピークを迎えるが、今年は降雪情報がなかったことも影響しているのか、履き替え作業依頼が少ない。タイヤの販売本数も厳しい状況で、年数の経過したタイヤをそのまま使用する客も多い。
	□	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・気温の低下とセール開催の時期が重なり、11月は冬物のまとめ買い傾向がみられ、販売量が増加している。衣料品については10月が不調であったため、その反動とも考えられる。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・当店は客の年齢が高いため来店が減って静かな日が多いが、前年同月の売上より1割程度良い状態である。ただし、ボトルの仕入価格が値上がりした分料金も上げているため、その分売上が増えているとみている。当店周辺は静かな日が続いているが、駅周辺などは大変混雑していると聞いている。
	□	都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門は、インバウンドの伸びが国内団体宿泊者数の減少を上回り、売上は増加している。宴会部門は、学会の開催などで宴会件数も増えているが単価は伸びない。レストラン部門は、今月に入り急に来客数が減少した。消費者は外食を控えているとみている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・平日も観光客が多く、特に外国人観光客が今までより増えている。夜の街も週末を中心に人出が多い。	
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信サービスの契約獲得数が前年同月と比べて下回っている。また、解約数については、前月に引き続き、前年同月より増えている。	
□	通信会社（役員）	単価の動き	・低価格プランのニーズは相応にあるため、訴求を継続する予定である。	
□	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・能登半島地震による震災需要は一段落したが、来年4月の改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行による安全基準や省エネ基準の強化により、建築費がアップするとみている。今のうちに工事をしようとする人も少しずつではあるが出てきている。	

(－：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
関連	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・人出はそれなりにあっても、さほど売上に結び付いていない。商品の値段が上がっているため、本来なら客単価も上昇するはずだが、現状では下がっている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・11月中旬くらいまで気温が高く、ダウンコートやロングコートといった従来の重衣料の動きは悪い。一方で、気候に合わせた半袖、裏地なし、ジャコットと呼ばれるショート丈の商品は動きがある。また、マフラーやブーツといった冬のおしゃれを楽しむアイテムも動きが良い。
	▲	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・来客数が減少しているが、購入客数も更に減っている。生活に必須の食品も苦戦している。衣料品や食品などの単価上昇で、客単価はやや上がっているが、売上拡大につながらず。商材の複数購入率も下がっており、衣料品などの高額商材や生活必需品以外の購入が減っている。
	▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・生活必需品の高騰により、客単価は伸びているが、販売点数が減っている。
	▲	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・週末の来客数の減少が著しい。これまでピークであった時間帯に人が入らないケースもある。販売動向からも、物価高による買い控えが顕著にみられる。
	▲	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・年末年始の出費が多くなる時期を控え、11月は外食頻度を抑えている様子である。また、前年同期と比較しても、物価高により可処分所得が減り、外食に掛ける金額や頻度が減少しているようだ。
	▲	競輪場（職員）	来客数の動き	・例年と比べると来客数が減少している。
	×	－	－	－
企業動向関連	◎	－	－	－
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・7月に販売価格の値上げを実施したが、それ以降も販売量、受注量が落ちることなく、堅調に推移している。
	○	金融業（融資担当）	受注価格や販売価格の動き	・製造業で原価管理の見直しに基づく価格転嫁が進んでいる。また、飲食業や小売業は、インバウンドの増加もあり、一般的に価格が上昇している。
	○	司法書士	取引先の様子	・宿泊施設、飲食関連事業者からは、年末の予約が一杯だと聞いている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・顧問先の小売業や飲食業は変わらず好調で、特にインバウンドにより活況である。また、製造業なども受注状況が良く、受注残を抱えている会社が多い。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の被災からやがて1年経過するが、生産供給体制はおおむね回復したものの、主力商品の中には、受注量が被災前の水準に戻らない物が多数あり、厳しい状態が続いている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年初頭から、工作機械の販売金額は前年同月と比較して下がり続けており、この傾向は続くともみている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・顧客の開発案件が若干活発になっているため見積りは増えているが、最終的に製品化まで至らない状況が続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・国や自治体などの補助金施策が一部あるものの、限定的であるため、受注量に大きな変化はない。
	▲	輸送業（経理）	それ以外	・物価の上昇傾向が止まらないため、経営に有形無形の影響が出そうである。
×	－	－	－	
雇用関連	◎	－	－	－
	○	－	－	－
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・新聞広告におけるスポンサーの財布のひもが固い。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数はほぼ横ばいの状況である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数に大きな変化はみられないが、有効求人数は前月比約3%増加し、有効求人倍率も微増の傾向にある。大手企業を中心に売上や利益が増加し、決算状況も好調で、設備投資や求人募集に意欲的である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・人手不足感が継続している。不人気の業界のなかでも、特に中小企業は常に募集をしているものの人が集まらず、3か月前と状況は変わらない。
	▲	*	*	*
×	－	－	－	

〈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）	・引き続きインバウンドは好調だが、日本人の財布のひもは固い。円安基調が続いているため、更なるインバウンド拡大に期待したい。
	○	スーパー（仕入担当）	・消費者のマインドの変化からか、年末商戦に向けた商材の予約状況が好調である。
	○	衣料品専門店（経営者）	・セールの時期になるため、消費マインドが高まるとみている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・冬季ボーナスの時期で、業界によっては支給状況が良好である。消費者心理も一定の改善が見込める。
	○	タクシー運転手	・新年会などで酒を飲む機会が増えるため、タクシーの利用も多くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・クリスマス商戦が始まっており、宝飾品や高級衣料品が動き出しているほか、飲食は安定している。
	□	百貨店（売場主任）	・今冬は積雪量が平年並みの予報のため、来客数が大幅に減少し、売上が低迷する可能性が高い。能登半島地震の発生から1年となるため、初売りも例年と違ってめでたい雰囲気が出せないなど難しい営業を強いられる。
	□	百貨店（販売促進担当）	・お歳暮ギフトを中心とした儀礼的な商材の需要は減少し、クリスマスなど友人と楽しむためのパーティー用商材やギフトの需要は増加すると考える。年末年始が9連休となるため、帰省客を迎える準備としておせちや集まり用の食材の購入が増え、また、初売りを中心に子供のおねだりによる需要が増えるともみている。
	□	百貨店（販売担当）	・当面、慎重な購買行動が続くため、売上の低迷も続くともみている。低価格のお買い得商品の展開を拡大しているが、これらの購入にも慎重さがみられ、売上拡大にはつながっていない。セールが始まる1月は、お買い得感から一時的に売上が回復するだろうが、お買い得商品を潤沢には用意できないため、状況は継続しないとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・来客数と購買点数から、現状のやや良いくらいの景気が続くとも考える。新型コロナウイルス感染症の発生以降足が遠のいていた客層がまた購買を始めているようだが、商材単価の上昇により、点数はそこまで伸びないとみている。
	□	家電量販店（本部）	・良いニュースがない。政治も不安定で、安心して消費行動を取れないのではないかと考える。
	□	自動車備品販売店（役員）	・12月はクリスマス商戦や年末商戦を控えているが、ここ数年の状況から期待はできない。消費者は金を掛けるには徹底的に掛けるが、抑えるところには全く出費しない傾向が続いており、自動車業界には依然明るい兆しが無い。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかく消費者の財布のひもが固い。今後、賃金上昇を待っているように見える。年末や正月を迎えるに当たり、少し財布のひもが緩むのを期待している。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・店舗数が増えているため、来客数の増加が期待できる。生活必需品の価格高騰により、購買行動が生活防衛型になっており、会社として対策が必要だと考えている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、インバウンドも国内旅行者も少ない時期であるため、回復は見込めない。宴会部門は能登半島地震の反動で件数は増えている。レストラン部門はなかなか来客数が増えず、特にサラリーマンやシニア世代の客の減少が目立つ。
	□	旅行代理店（従業員）	・交通費、宿泊費共に価格の上昇が止まらないため、客に旅行の意欲があっても価格面が妨げになるとみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・冬季は需要が減りやすいが、2025年4月からの改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行の前に工事をしておこうと考える人がどのくらい出てくるかによる。そのような意味で、年度内は安定して受注が続き、例年より受注高は増えるともみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・補助金制度や支援制度が受注の下支えとなっているため、その継続が大きな鍵となる。
	□	住宅販売会社（営業）	・当面急激な変化はないともみているが、段階的に政策金利が上がった場合の住宅ローンの上昇を懸念している。物価の上昇に伴い、僅かな金利上昇でも購買意欲を阻害しかねないと考える。
▲	家電量販店（店長）	・全体的に1品単価が下がっており、成約単価も下がっている。限定販売の商品も、暖房などの生活必需品は売れるが、趣味嗜好品のデジタル家電は売れ残ることが多い。	
▲	一般レストラン（統括）	・物価高の継続、米国大統領の交代による影響、北陸地区での大雪予測による外食頻度の減少から、景気は変わらない、又はやや悪くなるとみている。	

(－：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
家計 動向 関連	▲	都市型ホテル（役員）	・12月以降は団体予約が減少し、稼働率低下により販売価格が下がるとみている。
	▲	タクシー運転手	・天候不順や自然災害の影響が大きく、復興にはまだ時間が掛かると考える。
	▲	通信会社（職員）	・景気が良くなる要素がない。
	▲	競輪場（職員）	・長引くインフレにより消費意欲が減衰している。人々の関心が金の掛からない娯楽に移行している。
	▲	美容室（経営者）	・米国での政権交代、ウクライナや中東での戦闘、中国の動き、そして我が国の政権の不安定さなど、先行きが不透明なことばかりで明るい兆しがみえない。このような状況では、消費者の購買意欲は高まらない。
	×	商店街（代表者）	・景気刺激策は議論ばかりで一向に実行されない。集客ばかりに労力を費やし、消費を促すことへの対策にはなっていない。景気は更に悪くなるとみている。
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震の被災によるマイナスの影響は、通常商品の受注量に色濃く残っているが、年末商品の受注は前年並みの水準が期待できる。年明け以降、通常商品の受注量の回復も加速するとみている。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国大統領選挙の結果が判明し、政策の方向性が見え始めている。対中国や対メキシコなどの関税を強化する動きのなか、米国市場で展開している日本企業は優位性が高まると考える。米国の産業機械用部品市場は中国製が多くを占めており、現在、価格競争が厳しくなっているため、米国への輸入品により高い関税が掛かれば競争優位となる。
	○	金融業（融資担当）	・インフラや建物の整備など能登方面の復興需要が本格化し、足元の景気が回復している状況が持続するとみている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・情報収集のため、顧客を訪問して見積検討状況の確認を行っているが、すぐに発注に結び付くような話が少なく、しばらくこの状況が続くものとみている。
	□	司法書士	・観光客が増え、飲食店がにぎわっている様子ではあるが、1月に続き11月にも北陸で地震があったことの影響が不安である。
	□	税理士（所長）	・地震から1年がたとうとしているが、最近になってまた小さな地震が頻発しているため、祝い事を控えたり、活動が慎重になったりする傾向にある。しかし、ボーナスの時期でもあるため、消費の拡大を期待したい。
	▲	繊維工業（総括）	・一部には在庫調整が一段落し明るい兆しが出始めたと期待する声があるものの、引き続き先行きが不透明だという声がほとんどである。
	▲	建設業（役員）	・これまではほぼ順調だったが、労働力不足が当面の課題となっており、年明けまで業績を維持できるか見通しが立っていない。
	▲	輸送業（経理）	・物価の上昇傾向が止まらないため、経営に有形無形の影響が出そうである。
	▲	金融業（融資担当）	・一部の業種では業績の改善がみられるが、円安や物価高を背景に県内の設備投資需要は停滞している。価格転嫁は進んでいるものの、利益ベースで見れば苦戦している企業が大半である。新型コロナウイルス関連融資の返済据置期間も終わり、キャッシュフローの悪化が目立ち、今後返済の条件変更や破綻件数が増加するとみている。
	×	－	－
	雇用 関連	◎	－
○		－	－
□		人材派遣会社（社員）	・IT関連の求人は継続しているが、ほかに積極的な増員案件はない。依然、アンマッチの状態が続いている。
□		新聞社〔求人広告〕（営業）	・身の回りであれば、能登復旧に関わる業種は好況でも、その他はそうではない。
□		職業安定所（職員）	・大手企業を中心に売上や利益が増加し、決算状況も好調であるが、原材料費、燃料費、光熱費などの高騰や最低賃金の大幅な引上げ、他社との競争などで、厳しい経営環境に置かれている企業もある。
□		民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きに変化はなく、求職者数が頭打ちの状況である一方、中小企業における人手不足は継続している。
□		学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇が続く、円安や能登半島地震、奥能登豪雨の影響もあるため、状況が好転する要素や気配が見当たらない。
▲		人材派遣会社（役員）	・派遣比率が高い製造業の派遣先からの依頼がやや減っている。
▲		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の見込み数が減少している。
×		－	－