



北陸地域の概要 (2025年1月調査)

地域開発調査部インターン (北陸銀行砺波支店 得意先課主任)

高島 彩

景気の現状判断 1月下旬は売上が落ち込みを見せるも、賃金水準は上向きとの声

現状判断指数(DI)は前月から0.3ポイント上昇し50.7となった。「1月上旬は長い休日と天候に恵まれ人出でにぎわっていたが、その後感染症拡大の影響も見受けられ人出が減り、百貨店のイベント開催時以外は周辺駐車場の空きが目立っている(商店街)」、「年始は良いスタートだったが、正月が終わってからの動きが非常に良くない。豚肉や鶏肉の動きは良いが牛肉の動きが鈍く、売上を落としている状態である(一般小売店[精肉])」と、年末年始の売上からの落ち込みに頭を悩ませるコメントが目立った。一方で、「能登半島地震の発生から1年が経過し、被災者それぞれの将来の方針が固まってきたのか、新築住宅、リフォーム共に問合せや受注が増加している(住宅販売会社)」、「ほとんどの顧問先で、前年よりもボーナス及び給与支給額を増やしている。人員確保のため、賃金を上げざるを得ない状況だが、利益もきちんと確保できている(税理士)」と、新年早々幸先の良い声もあった。

景気の先行き判断 春に向け企業が売上拡大を狙う一方で、物価高が依然として懸念材料

先行き判断指数(DI)は前月から2.7ポイント上昇し53.1となった。「前年と比較して店舗の設備投資意欲が高まっている(その他小売[ショッピングセンター])」、「新たなサービスメニューの導入により、解約数が減るとみている(通信会社)」、「米国大統領の施策や方向性が明らかになり、また、物価上昇が落ち着けば、消費者の行動も春に向けて活性化するとみている(一般レストラン)」と、企業の設備投資意欲が上向いている兆しや、春先に向けての景気の高まりを感じさせる声もあった。一方で、「今後も多品目の値上げが控えているため、消費者の購買が鈍るとみている(スーパー)」、「物価高が続いているため、客の買い控えの傾向は続くとみている(家電量販店)」や、「新年会を始め団体客の減少が目立っており、2月以降も苦戦が続くとみている(観光型旅館)」などと、先行き不透明な物価高を懸念する声とともに、利用客数の減少が長期化するのではないかと不安視する声が寄せられた。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

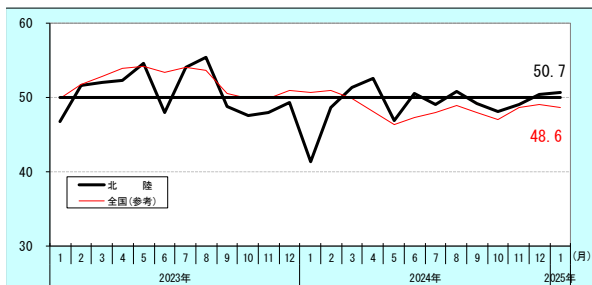
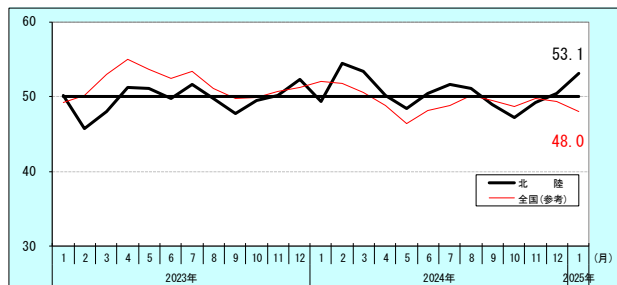


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●1月のアンケート内容

調査期間：2025年1月25～31日

調査対象：合計100名(うち回答者90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	◎	＊	＊	＊
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・前年は能登半島地震、その前はコロナ禍で、良い悪いの判断がしづらいが、新型コロナウイルス感染症発生前のように春節の時期は中華系のインバウンドに助けられ、例年並みの売上となっている。正月の初売りシーズンは、北陸ならではの天候同様に良くなく、日本人客の財布のひもは固い。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・1月中旬まで新年会シーズンのタクシー利用の動きがあった。その後、例年どおりなら雪が降って足元が悪くなり、タクシー利用も多いが、今年は雪が降らず気温も上がり、タクシー利用は少ない状態である。
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・前年の特に7月以降は物価高の影響からか、来客数、売上共に前年を下回る月が多かったが、前月、今月と回復の兆しが出てきている。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・能登半島地震の発生から1年が経過し、被災者それぞれの将来の方針が固まってきたのか、新築住宅、リフォーム共に問合せや受注が増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・1月上旬は長い休日と天候に恵まれ人出でにぎわっていたが、その後感染症拡大の影響も見受けられ人出が減り、百貨店のイベント開催時以外は周辺駐車場の空きが目立っている。消費動向も年末商戦の反動があり、飲食も含めて全体的に低調である。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年の1月は、能登半島地震により消費が冷え込んでいたが今年はその反動と雪の影響が少なかったことから、全商品群で前年実績を上回っている。特にメンズ、レディースの衣料品が大きく伸ばし、全館をけん引している。バレンタインデー催事も過去最高売上を更新するペースで推移している。
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・気温の低下と年末からのセールによる価格の低下で、特に防寒衣料の需要が拡大している。セール商材が確保しづらいことから、一部定価販売の商材にも需要がある。特に婦人マフラー、手袋などの防寒雑貨は定価販売の商材も売上が伸びている。しかし、福袋、ビジネスアイテム、財布や革小物などの商材は苦戦しており、加えて購買率、複数購入率が下降しているため、業績の改善には至っていない。低迷している状況が数か月続いている。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年から横ばいだが、販売単価の上昇により維持されている印象を受ける。一方で来客数の減少が目立っている。当店舗の立地における来客数の減少は、主に固定客の1日の来店頻度に相当する減少であり、これ以上販売単価が上昇すれば、致命的になりかねないほどの来店頻度の減少につながると危惧している。
	□	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・気候が比較的穏やかで、コートなどの季節商材の売行きが今一つである。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新車の配車状況がなかなか改善されず、売上増加につなげられない。一方、車検などの整備部門は好調に推移している。ただし、雪が少ない影響で板金や塗装の入庫件数が例年を下回っている。
	□	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	・子供向けの冬季短期教室からの入会や大人向け体験教室の集客が少なく、会員数がほとんど伸びない状況である。
	□	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・日本銀行の利上げにより、客の動きに多少の慌ただしさがみえるものの、物価上昇による建設費高騰に対する不安が足を引っ張っている印象を受ける。
	▲	一般小売店 [精肉]（店長）	販売量の動き	・年始は良いスタートだったが、正月が終わってからの動きが非常に良くない。豚肉や鶏肉の動きは良いが牛肉の動きが鈍く、売上を落としている状態である。
▲	コンビニ（店舗管理）	お客様の様子	・米を始めとした食材の原価が高騰しているが、客の節約志向により値上げに踏み切れない。	
▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・婦人服に対する客の価値観が変化し、高価な商品よりもお買い得感のある商品の購入がメインになっている。	
▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・前年は県の補助金の影響が大きかったため、来客数、売上共に前年に及ばない。補助金対象外の商品の動きも良くない。	

(- : 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
家計 動向 関連	▲	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・インフルエンザの流行の影響か、人の動きが悪い。前年は能登半島地震の影響がありながらも、何かしよとする積極的な動きがあったが、今年は動きがない。
	▲	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・年末年始はそれなりに人が動き、外食利用も多かったが、消費者の動向を見ていると、1人当たりの外食頻度や金額が、数か月前と比較して減少している。ガソリンを始めインフラ関係も含めて価格が上昇しており、家計で自由に使える金が徐々に減少傾向になっている。さらに、1月の米国大統領の交代により、世界経済、日本経済が今後どうなるのかといった漠然とした不安が、国民の消費意欲を減退させているとみている。
	▲	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門は、インバウンドが少なく日本人宿泊客も団体旅行の催行が少ない状態が続いている。宿泊客の減少に比例してレストランの来客数が少なく、単価を上げたものの、売上が悪い。宴会部門は、能登半島地震の影響でほとんどキャンセルになった前年と比べて戻ってきてはいるが、人数が少ない。
	×	スナック (経営者)	来客数の動き	・新年の営業開始がいつもより遅かったため、開店以来最も悪い状態で、赤字である。客からはインフルエンザによる高熱で来店を控えていたという話や、中小企業の経営者から景気が悪くなっているという話を聞く。また、物価高で外出しづらくなっている客の様子もうかがえる。
企業 動向 関連	◎	-	-	-
	○	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・ほんの僅かであるが受注量が増え始めている。
	○	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・今冬の大雪予想が外れ、例年と比べて除雪作業の売上が非常に少ない。反面、受注している工事で除雪作業が発生しないため、工事が順調にはかどっている。
	○	金融業 (融資担当)	受注価格や販売価格の動き	・業種を問わず価格転嫁が浸透している。
	○	税理士 (所長)	取引先の様子	・ほとんどの顧問先で、前年よりもボーナス及び給与支給額を増やしている。人員確保のため、賃金を上げざるを得ない状況だが、利益もきちんと確保できている。
	□	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から1年が経過し、会社としての機能はほぼ戻っているが、肝心の受注が震災前の水準に戻らず業績の低迷が続いている。
	□	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	・一部車載向け製品は生産増加の話があり、現在準備に奔走しているが、既存流動品の受注動向に大きな変動がなく、先々受注量が大幅に伸びる案件もない。全体としては今後の売上増加が見込めない状況である。
	□	司法書士	取引先の様子	・12月から1月に提出した建設業事業年度終了届の売上は前年より良いものが多かったが、比較すると利益はそれほど上がっていない。
	▲	輸送業 (経理)	それ以外	・令和4年1月から始まった政府の燃料油価格激変緩和補助金が前年12月より段階的に縮小されている。物流業界は2024年問題の対応で荷主に運賃の値上げ交渉を実施し、十分ではないがようやく価格転嫁が実現できた状況下で、新たな課題となっている。
雇用 関連	×	-	-	-
	◎	-	-	-
	○	*	*	*
	□	新聞社 [求人広告] (営業)	周辺企業の様子	・業種によって景気の上向き、下向きの差が激しい。能登半島地震の復旧工事で、建設業界の動きが活発なのに対し、広告業界は冷え込んでいる。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・有効求人倍率は2か月連続で2倍を超えたが、原材料費、光熱費、燃料費等の高騰や賃上げなど企業を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。各企業は事業の拡大や合理化、設備投資等の経営努力に積極的である。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・新規案件が少なく、中小企業が常に募集しているという求人の動きに変わりがない。求職者の中には、フルタイムではなく短時間勤務を望んでいる人もいるためマッチング成立が難しい。求職者数は頭打ちで、人手不足が解消されていない。
▲	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人票1件当たりの求人数が減少している。	
×	-	-	-	

〈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	◎	—	—
	○	商店街（代表者）	・今年はや暖冬傾向で天候が良いため、来客数の増加に期待している。先日大阪で展示会をしたが、改めて北陸新幹線祝賀延伸以降、関西からの客が減っていると実感している。とはいえインバウンドが絶好調であるため、大きな問題にはなっていない。
	○	乗用車販売店（従業員）	・例年この時期は雪による悪天候が多いため来客数が落ち込むが、予想されたほどの積雪がなく、来客数は安定している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年と比較して店舗の設備投資意欲が高まっている。
	○	一般レストラン（統括）	・米国大統領の施策や方向性が明らかになり、また、物価上昇が落ち着けば、消費者の行動も春に向けて活性化するとみている。
	○	通信会社（役員）	・新たなサービスメニューの導入により、解約数が減るとみている。
	○	住宅販売会社（従業員）	・物価や建築資材及び外注費の上昇幅が大きいため、その分を価格に転嫁できるかが大きな課題となっている。特に能登地方での受注は多いが、現場の業者と利益を確保できるかどうかのポイントである。
	□	商店街（代表者）	・富裕層には消費の動きも見られるが、一般の人はまだ生活するのが精一杯という雰囲気である。賃金が上昇しているようなので、早く支出に回せるようになることを期待している。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・1月と同様に、2月についても仕入価格が高くなる。野菜なども値上がりしているため客の財布のひもは固くなり、高価格商材の動きが良くなると考える。
	□	百貨店（売場主任）	・為替の状況にもよるが、このままの状況が続けばインバウンド需要は右肩上がりでも推移すると考える。株価が大きく下がらない限り、富裕層の購買意欲は旺盛な状態が続くとみている。反面、物価高や電気、ガス、ガソリン料金の高騰により、一般消費者の財布のひもは固くなると考える。
	□	百貨店（販売担当）	・当面、低空飛行の状況が続くとみている。ラグジュアリー商材やインバウンドの伸長、食品を含む商品単価の上昇で客単価は向上する。しかし、来客数や購買数の減少、複数販売単価の低下など、客の慎重な購買行動に変化がない。新生活など生活必需品の需要が伸びる時期だが、ここ数か月のセール商材の伸び、ポイントアップやお買い得なキャンペーン、プレミアム券の使用の集中といった客の低価格志向から、当面伸びないとみている。
	□	スーパー（仕入担当）	・今後も多品目の値上げが控えているため、消費者の購買が鈍るとみている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高が続いているため、客の買い控えの傾向は続くとみている。
	□	家電量販店（店長）	・性能より価格面を重視した商品選定をする客が多く、主要商品及び中小物商品の購入価格帯が下がっており、前年より客単価が下がっている。
	□	乗用車販売店（役員）	・ガソリン代を始め、物価高騰が続いていくと考えるが、極力値引きを抑えた商談を進めることで、収益は確保できる見込みである。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・車の需要が一定程度継続しており、数か月前よりも改善している。新年度に入るまでこの状況は続くとみている。
	□	観光型旅館（経営者）	・新年会を始め団体客の減少が目立っており、2月以降も苦戦が続くとみている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は3月後半から予約が入ってきており、4月からの大阪・関西万博開催によるインバウンド需要を期待している。国内旅行者の回復はみえない。生活必需品の価格が上がっているため、レストランの来客数の回復が弱い。宴会部門は学会の開催が回復しているため期待している。
	□	タクシー運転手	・春先は歓送迎会や新年度に向けて何かと外出の機会が増え、タクシー利用が増えるため、現状より景気が良くなるとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・卒業や入学の時期に入り、来客数は増えると思われているが、新機種発売の情報がないため、販売数に大きな変化は望めない。
□	住宅販売会社（従業員）	・これまで土地の供給が少なかった地域で土地の契約が始まったところなので、これから販売が促進されると考える。住宅の価格は高くなったが、金利が上昇傾向にあるため、金利がまだ低いうちに固定金利で借りようとする客がいるとみている。	
□	住宅販売会社（営業）	・住宅ローンの金利上昇と建設費高騰の不安に対する客の心理は読み切れないが、悪くなる方向であるとみている。ただし、価格上昇のスピードが思いの外遅いため、2～3か月内であれば、景気は下向きながら横ばいに近い流れになると考える。	

(- : 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	▲	商店街（代表者）	・駐車場の利用状況が例年同時期と比べて少なく、心配である。	
	▲	衣料品専門店（経営者）	・客の婦人服に対する価値観が変わるとなかなか元に戻らない。	
	×	コンビニ（店長）	・経費が上昇し、来客数が減少するなかで、販売価格の上昇が売上を支えている。特段景気が良いわけではない地方の状況を考えると、コンビニでの販売価格がこれ以上上昇すれば、景気が良くなることはない。当店舗では経費高騰のため、運営を維持するのが精一杯の状況である。	
企業 動向 関連	◎	-	-	
	○	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災し業績低迷が続くなか、それでも受注水準は少しずつ右上がりで推移しており、今後もその傾向が続くとみている。	
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・オートバイ用関連部品において、欧米を中心に受注が大きく伸長している。特に欧州においてはコロナ禍後に好受注となっていた一方で、在庫調整の影響により受注が低調に推移していたところ、調整が落ち着いて受注状況が一転したため、好景気となる見通しである。	
	○	建設業（経営者）	・公共工事を主体に受注する当社では、年度末に向かって、公共工事の完成工事高が計上される。	
	○	金融業（融資担当）	・観光業や飲食業などで、中国などアジア系の旅行者を中心にインバウンド需要が見込まれ、関連業種も含めて収益が堅調に推移するとみている。能登半島地震の復興需要も、インフラ整備などを中心に関連業種で受注が急増し、融資の申請も増加している。	
	□	繊維工業（総括）	・直面している経営上の課題として、人材の確保難、原材料価格の高騰、並びに需要の見通し不安を挙げる企業が増加しており、先行きの不透明感が強まっている。一方で、スポーツやアウトドア向け商材の本格的な売上回復への期待が高まっている。	
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・客からの情報等から勘案すると、ここ2～3か月以内での変動はないと考える。産業機械関係や一部民生製品では春先より受注が増加する等の情報もあるが、現時点では余り期待できない。やはり新製品設備関係の受注の伸びがないことには、先々の売上増加は確信できない。	
	□	建設業（役員）	・受注したい工事はあるが、人手不足のため思うようには取り組めないという事情もあり、先行きは依然不透明である。	
	□	通信業（営業）	・米国の政策の動きに連動し、株価や金利の動向次第で景気は大きく変わると考える。	
	□	司法書士	・営業状況は悪くないにもかかわらず、人手不足で廃業する飲食業、小売業が多数ある。	
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・金利の上昇と価格高騰による住宅の買い控えや、建築工事における慢性的な人手不足が続くと考えている。	
	▲	輸送業（経理）	・客先との契約運賃は、国土交通省が示している標準的な運賃に比べて十分とはいえず、高速料金や燃料サーチャージが明確に区分されていないため、これからの価格交渉に課題が多い。	
	▲	金融業（融資担当）	・日本銀行の利上げにより、企業の利息負担は増加する。足元の物価高の影響や賃上げ圧力もあり、国内企業には厳しい状況が続くとみている。	
	×	-	-	
	雇用 関連	◎	-	-
		○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告掲載の問合せが増加している。
□		人材派遣会社（社員）	・事務関係の求職者数が若干増加している。IT系の求人は引き続き需要があるが、人手不足が続いている。	
□		新聞社〔求人広告〕（営業）	・業種間の好不況の差は更に広がる可能性がある。	
□		職業安定所（職員）	・冬のボーナスをもらってから転職を希望する求職者が一定数いるが、例年並みであり、景気の良しあしを理由としたものではない。	
□		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は2か月連続で2倍を超えたが、新規求人数は前年同月と比べると2か月連続で微減となった。円安の恩恵を受けられない企業や価格転嫁が遅れている企業もあり、総合的に今後の景気は変わらないとみている。	
□		民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きに変わりがなく、求職者数も頭打ち状態で、中小企業における人手不足が継続している。	
▲		人材派遣会社（役員）	・求人数は高止まりの状態、今のところ減少することはないようだが、求職者の確保が難しくなっており、売上が落ちている。	
×	-	-		