



北陸地域の概要（2025 年 6 月調査）

一般財団法人 北陸経済研究所
地域開発調査部主任研究員 石崎 大地

景気の現状判断 活発な動きも一部に出ているが、観光需要は足踏み

現状判断指数(DI)は、前月から1.3ポイント上昇し46.8となった。「客単価は上がっていないが、来客数や販売数は伸びており、売場が少しずつ活気を取り戻しつつある(一般小売店[書籍])」、「急激に気温が高くなり、エアコン製品や熱中症対策グッズを中心に小売業では動きが出ている(税理士)」など、消費の拡大を示唆する前向きなコメントが寄せられた。一方で「米を中心とした食料品価格の上昇により、客の節約志向が一層高まっている(その他小売[ショッピングセンター])」、「宿泊部門では国内旅行者数の減少が今月も続いている。季節要因によりインバウンドも伸びが弱い。宿泊客数の減少によりレストラン部門でも売上が減少している(都市型ホテル)」、「ここに来て観光客が大幅に減っている。大阪・関西万博や参議院選挙があり、夜の街に出掛けなくなっていることが理由とみている(タクシー運転手)」と、節約志向に加えて順調に推移してきた観光需要の伸び悩みに言及する声が上がっている。

景気の先行き判断 回復への期待感が高まるが、依然として物価高や関税交渉への懸念も

先行き判断指数(DI)は前月から1.5ポイント上昇の46.9となった。「能登半島地震の影響が落ち着き、前年にはなかったイベントや観光の需要回復が見込める(スーパー)」、「株価が上昇傾向にあること、高額車や新型車の受注が引き続き好調なことなどから、景気はやや良くなるとみている(乗用車販売店)」などの期待の声が上がる一方で、「猛暑になるほど外出を控える傾向があることや最近の物価高騰で生活防衛意識が強まるなど、明るい材料が見当たらない(百貨店)」、「原材料価格の高騰や住宅ローン金利の引上げ、改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行による着工遅れが重なり、景気は大きく押し下げられるとみている(住宅販売会社)」、「販売単価の引上げは実現するものの、価格転嫁以上に原価や人件費などが上昇しているため、利益ベースでは悪化傾向の中小企業が多い。米国の関税政策に対する懸念も残っており、厳しい状況が続くものとみている(金融業)」など、先行きへの悲観的な意見も目立った。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

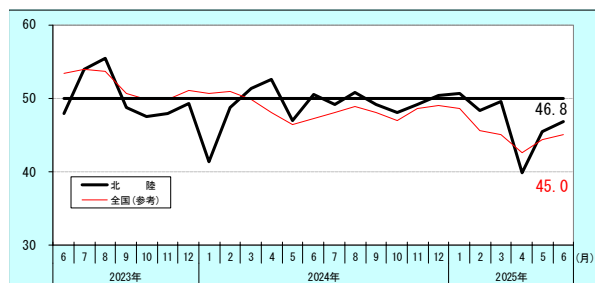
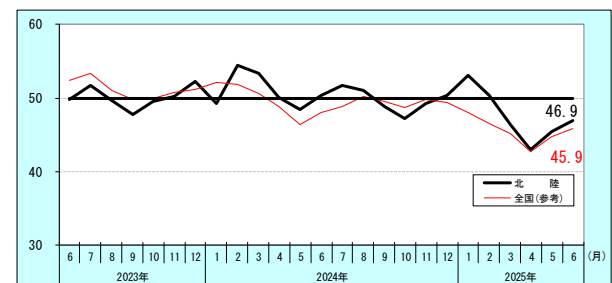


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



● 6月のアンケート内容

調査期間：2025年6月25～30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2025年7月28日発行の「北陸経済研究2025年8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）	来客数の動き	・梅雨の時期ということもあり、今までのようには来客数が伸びない。7月に日本で地震が起こるといふ噂の影響で、アジアを中心としたインバウンド需要が激減しているという話を最近よく耳にする。確かに中華系の客が減っている印象を受ける。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・客単価は上がっていないが、来客数や販売数は伸びており、売場が少しずつ活気を取り戻しつつある。
	○	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・客単価が前年比で2～3％上昇している。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に新規契約数が前年同月より増えている。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・業界全体で例年よりも売上が増加している。来場者を見ると、若年層やファミリーが増えている。現在は物価高だが、競輪場の入場料は非常に安く気軽に訪れることができる施設となっており、ビジネスチャンスと捉えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月の人出は前年同月比で約2割減少している。客の買い控え傾向が続いている一方で、一部の買回品店では、インバウンドの旺盛な購買意欲がみられる。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・6月の売上は、前年及び新型コロナウイルス感染症発生前の実績を超える見込みではあるものの、内容が良くない。富裕層によるラグジュアリーブランドの時計や宝飾などの一時的な高額品需要に支えられているだけで、基幹商品群である衣料品は苦戦している。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価が上がるなかで食品の購入に対する節約意識が依然として高く、値段が上がっていると客が話している姿を見掛ける。
	□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・細かな値上げや備蓄米の投入などにより客単価の動きはあるが、販売量には大きな変化はない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客は節約志向が強く、不要不急のものはなかなか購入しない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・地方都市における生活の足である自動車の購入に対して、客の慎重な様子は変わらない。自動車の使用期間が長くなっている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・これだけ物価高が続くと、客は嗜好品である酒の購入を後回しにしてしまう。あるいは買わなくなってしまうかもしれない。そうすると最悪である。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・米を中心とした食料品価格の上昇により、客の節約志向が一層高まっている。一方で靴やかばんなどの買換えは進んでおり、夏に向けた外出需要が見込める。
	□	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震の発生以降、休業状態が続いている。
	□	美容室（経営者）	それ以外	・気温が30度を超える日が続いているからか、夏用のシャンプーの売上が好調である。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の動きは活発で、今月も前年と同様の契約件数がある。契約件数は前年と変わらないが、商品性能を向上させて単価を高くしたため、売上は増えている。
	□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰や人件費の上昇が止まらない。
	□	住宅販売会社（営業）	販売量の動き	・景気が変わらないというよりも、読めないといったニュアンスに近い。客足にブレーキが掛かっている印象は薄いものの、とにかく販売が伸びない。高い買物がますます敬遠され始めている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・食料品の動きは堅調といえるものの、婦人用、紳士用、子供用全ての衣料品の動きが低調に推移している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇による生活環境の変化に伴い、購買意欲も変化している。
	▲	家電量販店（店長）	単価の動き	・物価高騰が止まらないため、客の購入数量が減少している。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから、人の動きが極めて悪くなっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・4月以降、大阪・関西万博の影響もあるのか、平日の集客に苦戦している。特に6月は新型コロナウイルス感染症発生前よりも5％ほど売上が減少している。

(－：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
家計 動向 関連	▲	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門では国内旅行者数の減少が今月も続いている。季節要因によりインバウンドも伸びが弱い。宿泊客数の減少によりレストラン部門でも売上が減少している。宴会部門は件数が伸びており前年を上回っているが、予算には届いていない。
	▲	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・ビジネス、レジャー共に個人客の予約状況が弱く、前年及び前々年の稼働率を下回っている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・ここに来て観光客が大幅に減っている。大阪・関西万博や参議院選挙があり、夜の街に出掛けなくなっていることが理由とみている。
	▲	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・前年の北陸新幹線延伸効果や観光支援策の特需による反動があり、前年同月と比較して個人客、団体客共に来客数の動きが悪くなっている。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・他県における受注の減少を、能登半島地震からの復興需要による受注がカバーしている。
	×	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・今月は来客数が少なく、売上面では非常に苦戦している。予算とのかい離が大きく、過去経験したことのない進捗率となっている。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・例年は比較的安定している月だが、今年は春から来客数の動きが鈍くなっており、例年の9割程度である。居酒屋は若い客で満員と聞く。常連客の話では不景気になっているということである。
企業 動向 関連	◎	－	－	－
	○	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・量産品の受注状況は自動車関連を中心に若干上向き傾向になっている。その他の民生用電気機器や産業用電気機器関係の受注には目立った変動はみられないが、何とか横ばいを維持できている。
	○	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・土木工事と舗装工事、電気設備工事の業界では人手が余っているという話は聞かない。
	○	通信業(営業)	受注量や販売量の動き	・2月から4月中旬までの株価の下落から現状は安定しており、3か月前と比べて現在は売上が順調に推移している。
	○	税理士(所長)	取引先の様子	・急激に気温が高くなり、エアコン製品や熱中症対策グッズを中心に小売業では動きが出ている。
	□	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約1年半が過ぎたが、受注は数量、金額共に震災前には遠く及ばない状況が続いている。機能的に復旧したとしても、被災企業にとっては厳しい現実があることを痛感している。
	□	一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・工作機械の受注量は内需、外需共にほぼ横ばいに推移しており、良くも悪くもなっていない。
	□	輸送業(管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・B to Bの受注量は横ばい、ないし微減となっている。
	□	不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者からは客の動きが少しずつ出始めていると聞いている。
	□	司法書士	取引先の様子	・廃業や解散の依頼が多いが、黒字廃業の案件が多い。
	▲	繊維工業(総括)	受注量や販売量の動き	・米国政権の関税措置による影響は、現時点においても正確には見通せないが、様子見により発注を抑制する取引先があったという声や、取引先から値下げ要求があったという声がある。
	×	－	－	－
	◎	－	－	－
雇用 関連	○	＊	＊	＊
	□	新聞社[求人広告](営業)	周辺企業の様子	・業種によって上向き、下向きの差が激しい状態が続いている。従来型の業種は総じて人手不足感が強いが、だからといって景気が良いわけではなく、物価高の影響は広範に及んでいる。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求職者数は前年同月と比較して変化はないが、有効求人倍率が下がり続けている。人件費や原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などが影響している。
	□	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・人手不足の業界や不人気の業界は常に募集しているものの、人が集まらずマッチングしていない状況である。
	▲	人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・企業によってまちまちの状況ではあるが、全体的に製造業の派遣先企業からの依頼が減っている。
	▲	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・企業からは、売上は変わらないが物価高騰により利益が減少していると聞いている。
	×	－	－	－

〈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	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・今年は梅雨明けが早いと予報されており、高齢者の多い日本人はますます出歩かなくなるとみている。反面、円安が続いているためインバウンド需要には期待が高まっている。
	○	スーパー（仕入担当）	・能登半島地震の影響が落ち着き、前年にはなかったイベントや観光の需要回復が見込める。
	○	コンビニ（店舗管理）	・高止まりしている米の価格が若干下がるとみている。
	○	乗用車販売店（経理）	・株価が上昇傾向にあること、高額車や新型車の受注が引き続き好調なことなどから、景気はやや良くなるとみている。
	○	競輪場（職員）	・他の競輪場の売上も好調であり、関連するネット番組や広告も好評である。販売量の増加には、賃上げによる影響も出ているとみている。
	□	商店街（代表者）	・今後はボーナス支給後の消費や夏のレジャー関連商品の動きに期待したい。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・米の価格が下がっており景気が上向く傾向はあるが、多品目で値上げや資材高騰などもあり、全体としては現状と変わらないとみている。
	□	百貨店（売場主任）	・猛暑になるほど外出を控える傾向があることや最近の物価高騰で生活防衛意識が強まるなど、明るい材料が見当たらない。米国の関税政策を受けた日米交渉が長期化しており、不透明な状況が続いていることから、先行きについても潜在的に不安を抱く客が多いとみている。
	□	スーパー（店長）	・商品価格は現状維持、若しくは上がる傾向にある。客単価の上昇は高品質商品の購入によるものではなく、値上げ分によるものである。
	□	スーパー（総務担当）	・米の価格が安定しない状態が続いているが、新米の価格動向によっても左右されるとみている。また、天候の影響を受ける作物の出来によって、今後の動向が変わるとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現在の節約志向から消費が拡大する兆しはなく、当面現状のまま推移していくとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・物価高が継続しており、客の可処分所得が増えていない状況が続いているため、景気は変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・ボーナス支給により自動車のような単価の高い商品への購買意欲は高まる。一方で、物価上昇による節約志向も拡大しており、プラスとマイナスの要素を合わせると、大きくは変わらないとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・緊迫する国際情勢の影響で世界経済が不安定になっているなか、国内の市況もより一層不安定さが増している。この状況が消費マインドの低下に直結し、景気はより悪化するとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・前年は能登半島地震の復興支援事業などがあり春以降は来客数が伸びたが、今年はその反動か、県外からの来客数が減少している。特に20人を超える県外団体客は前年比70%ほどに落ち込んでいる。
	□	観光型旅館（経営者）	・猛暑や大阪・関西万博の影響があるのか、夏休み期間も平日の空室が多くみられる。直前の集客に期待したい。
	□	都市型ホテル（役員）	・7月下旬まで個人客の予約状況が弱い。客室の販売価格を下げて少しでも稼働室数を増やし、売上の最大化を図る予定である。
	□	パチンコ店（経理）	・参議院選挙の結果にもよるが、現状では消費活動を押し上げる施策が見当たらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・契約件数は今後も前年と同水準で推移しそうだが、単価を上げた分売上は増えるとみている。客が求める性能と価格で、客の納得を得ていく状況は変わらないと考える。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・気温上昇や世界情勢の悪化に加え、物価高が収まる見通しも立たない状況から、景気は悪くなるとみている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・今年も猛暑が継続し、秋らしい時季がないまま冬になるとみている。四季に合わせたファッションの購買意欲は高まらない。
	▲	百貨店（販売担当）	・食品などの生活必需品を中心に物価高騰の影響を受け、衣料品や装身具などの購入は後回しになるとみている。セールの拡大や低価格商材の導入を実施しても、客の買い控えは当面続くとみられ、景気は悪化傾向になると考える。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢や気候が目まぐるしく変化するなかで、おしやれに投資する余裕がなくなってきたのではないかと考える。

(－：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	▲	一般レストラン（店長）	・ 7月以降の予約状況に明るい兆しはない。7月に日本で地震が起こるというSNSでの噂の影響か、インバウンドが急減している印象を受ける。
	▲	テーマパーク（役員）	・ 先行予約の状況では、国内の団体客やインバウンドの予約数が前年同期と比較してやや悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・ 金利の水準が比較的安定しており駆け込み需要が期待できない。また、物価上昇が止まらない現状では、住宅建築を後押しする要因が少ない。住宅の着工数が減少しており、新しいチャネルの開拓が急がれる。
	▲	住宅販売会社（営業）	・ 住宅販売業では、直近3か月において景気浮揚の好材料はほぼない。原材料価格の高騰や住宅ローン金利の引上げ、改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行による着工遅れが重なり、景気は大きく押し下げられるとみている。
	×	－	－
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	金属製品製造業（経営者）	・ 2～3か月先の注文の入り具合がやや良くなっている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 既に見積書を提示している複数の新規プロジェクトに動きがあり、発注される見込みの案件が出てきている。新製品の受注状況が前年に比べて非常に悪かったが、ようやくこの先の動きが見えてきている。
	○	不動産業（経営者）	・ 法人や個人にかかわらず、客からの問合せが少しずつ増えており、期待感が強まっている。
	○	税理士（所長）	・ 世界情勢など不安材料はあるものの、ボーナス支給に伴って購買意欲の高まりが期待できる。
	□	食料品製造業（経営企画）	・ 中国の日本産水産物輸入停止措置が撤廃されることを心待ちにしているが、それ以外には好材料が見当たらない。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・ 自動車用部品の受注は依然として低調だが、オートバイ用部品においては輸出向けを中心に受注が好調である。産業用製品においても受注状況は順調で、当面は継続しそうである。
	□	建設業（経営者）	・ 市の発注工事は件数が少ないため、市からの受注に頼っている業者は厳しい状況だが、県や国からの仕事を請け負っている業者はそれなりに受注できるとみている。
	▲	繊維工業（総括）	・ 米国の関税政策の先行きが読めず、特に自動車関連の取引先に、発注を様子見する姿勢が強まっている。
	▲	建設業（役員）	・ 米国政権の関税措置に加え、中東情勢の緊迫化など先行きが不透明で、景気の行方を判断しづらい。
	▲	輸送業（経理）	・ 原油価格高騰の影響が出ているため、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・ 販売単価の引上げは実現するものの、価格転嫁以上に原価や人件費などが上昇しているため、利益ベースでは悪化傾向の中小企業が多い。米国の関税政策に対する懸念も残っており、厳しい状況が続くものとみている。
	×	－	－
	◎	－	－
	○	新聞社「求人広告」（担当者）	・ 求人数が増加見込みである。
雇用 関連	□	人材派遣会社（社員）	・ 求人数、求職者数共に若干の増加傾向にあるが、長期の積極的な求人は以前と変わらず少ない。アンマッチが続いている。
	□	職業安定所（職員）	・ 米国の関税などによる影響で、先行きが不透明とする企業がある一方で、業績が好調で積極的に採用したいとする企業もあるため、全体的に変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・ 人件費や原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などで企業を取り巻く環境が厳しくなり、有効求人倍率が徐々に下がっている。米国の関税政策や中東情勢の緊迫などで先行きを不安視する事業所は少なくない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・ 業界によってばらつきがあるものの求人の動きに変わりはなく、求職者数も頭打ちの状況であることから、全体として大きな変化は期待できない。
	□	学校「大学」（就職担当）	・ 物価上昇や円安、能登半島地震と奥能登豪雨災害の影響に加え米国の関税政策による影響が懸念され、状況が好転する要素や気配がみられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・ 米国の関税引上げに対する先行きの不透明感が強く、派遣先企業のマインドが落ちている。
	▲	職業安定所（職員）	・ 求職者数が増加している。特に、収入の足しに働きたいと考える高齢者が増加している。
	×	－	－