



北陸地域の概要（2025 年 7 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 一部で消費者心理が改善するも、猛暑で動向に明暗

現状判断指数(DI)は、前月から変わらず 46.8 となった。「客は物価高に慣れてきている様子で、スーパーやドラッグストアでも値上げが常態化しているため、高単価の商品でも抵抗なく購入する人が増えている(コンビニ)」、「月末に向かい、涼を求めて繁華街に繰り出す人が多くなり、タクシー利用が増えている(タクシー運転手)」など、一部で消費の持ち直しを歓迎するコメントが寄せられた。一方で「晴天の日が増えていることから来客数は前年と比べて微増しているが、購買数、購買率は共に悪化している。セール品やお買い得品の購入にも慎重さが増している(百貨店)」、「猛暑で客足が遠のいている。客はクーリングシェルターなどの涼を確保できる場所に避難しており、商店街を歩く姿はまばらである(商店街)」と、物価高や猛暑が消費を下押ししているとの声も聞かれた。また「物価高騰により年金だけでは生活が厳しいとの理由で、高齢者の求職者数が増加する傾向が続いている(職業安定所)」との指摘もあった。

景気の先行き判断 関税交渉の合意で不透明感は解消するも、長期化する物価高に懸念の声

先行き判断指数(DI)は前月から 0.8 ポイント上昇の 47.7 となった。「秋口に向けて各メーカーで新型車の発売が予定されているため、業界全体で少し上向きになるとみている(乗用車販売店)」、「外交面では米国による相互関税が 15%で決着し、国内では参議院選挙で政権政党が敗北するなど国内経済に何らかの変化が出るとみている。景気はこれ以上悪い方向に向かうことなく、変わらない若しくはやや良くなっていくとみている(一般レストラン)」などの景気の好転に期待する声上がる一方で、「物価高で、豚肉や鶏肉も高くなっており、売価の設定に非常に苦労している。利益が伴わず、売行きも厳しい(一般小売店[精肉])」、「物価高が今後も継続する一方で、賃金上昇は抑制的になるとみている(通信会社)」、「新規の分譲地は工事費が高くなり、販売価格に転嫁せざるを得ない。その上住宅価格も高くなっているため、客の購入意欲は落ちてくると考える(住宅販売会社)」など、物価高の継続を懸念する声が相次いだ。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

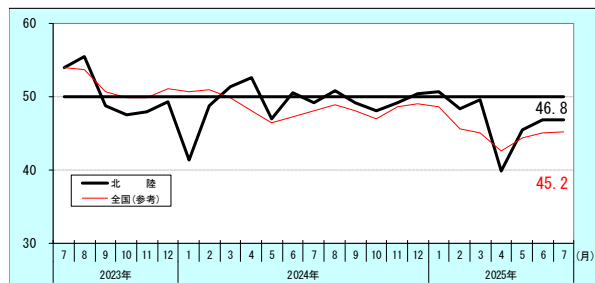
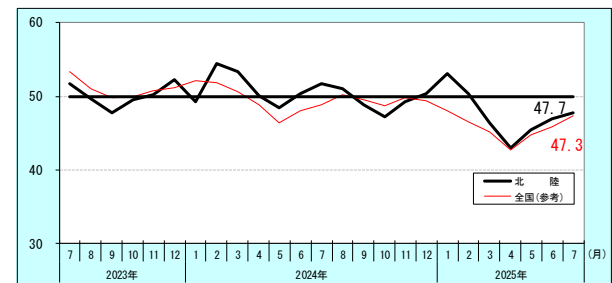


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●7月のアンケート内容

調査期間：2025年7月25～31日

調査対象：合計100名（うち回答者89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8月28日発行の「北陸経済研究2025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	◎	競輪場（職員）	お客様の様子	・インターネットを用いた広告販売戦略により、以前よりも幅広い客層をターゲットにできるようになっている。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・ほんの僅かだが、販売量と来客数が増えている。
	○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・売上は前年比３％程度上昇している。客は物価高に慣れてきている様子で、スーパーやドラッグストアでも値上げが常態化しているため、高単価の商品でも抵抗なく購入する人が増えている。また、以前であれば100円の商品が128円に値上がりした際に客の抵抗感があったが、最近では電子マネーなどの非現金化が進んだせいか、きりの悪い単価の商品でも売れている。非現金化によって支払時の抵抗感が薄れ、売上、販売量が戻ってきたようである。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費者の購買意欲と商品のラインナップが合致している。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・観光客の入込はさほど良くない。しかし、暑さの影響か、土用の丑の日のウナギ商戦は例年にも増して好調だった。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・７月は参議院選挙の影響で、やや低調であった。月末に向かい、涼を求めて繁華街に繰り出す人が多くなり、タクシー利用が増えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・最近の節約志向に加え、暑い日が続いたことにより商店街を歩く人が少なく、駐車場に余裕がある。買回品店や飲食店も来客数が少ないとのことである。夏休み中は活気が出ることを期待したい。
	□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・高気温が続き、内食需要などもあいまって、涼味商材の動きが良好である。
	□	家電量販店（本部）	お客様の様子	・季節要因を除けば、来客数、客単価共に前年並みである。客が好んで選ぶ商品は、高付加価値なものとベーシックなものに２極化する傾向がある。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量が低調な状況が続いている。３カ月前と状況はほとんど変わらない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・土用の丑の日の前後１週間はウナギ屋が非常に繁盛したが、ビールや飲料は余り売行きが良くない。
	□	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・物価高騰や米不足などは継続しているが、客がその状況を受け入れて生活している様子が見受けられる。３カ月前から状況は好転していないが、悪くもなっていない。外食頻度はここ数か月横ばいである。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・７月前半は集客に苦戦していたが、19日以降は夏休み期間に入り、ほぼ満室が続いている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響で来客数が減っており、特に高齢の客の減少が目立っている。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・酷暑の影響で展示会等の来場者数が落ち込んでいる。インターネットや民間の住宅相談窓口で情報を入手する客の割合が大きくなっている。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・インバウンドの国籍の構成が大きく変化し、売上が前年から大幅に減少している。これまで売上の中心を担っていた中国からの団体旅行客が減少し、代わりに欧米からの観光客が増えている。高価格帯の伝統工芸品に対する購買意欲や客単価がこれまでと大きく異なるため、来客数が増えても売上の減少をカバーできていない。観光客数は回復しているようにみえても、地域経済への貢献という質の面ではむしろ悪化している。
	▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・物価高騰による生活防衛意識の強まりに加え、免税品の売上減少や猛暑による外出控え、中元需要の減少と、マイナス要因の四重苦となっている。７月の売上は４月以来３か月ぶりに前年割れの見込みである。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・晴天の日が増えていることから来客数は前年と比べて微増しているが、購買数、購買率は共に悪化している。セール品やお買い得品の購入にも慎重さが増している。富裕層向けにラグジュアリー販売会を実施したが、前年割れとなった。一方で、夏の外出用化粧品、暑さ対策商材、カフェやピヤガーデンなどの飲食店は好調に推移している。

(－：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	▲	衣料品専門店 (経営者)	それ以外	・酷暑が続いているため、客足が安定しない。
	▲	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・国内旅行客の減少が続き、宿泊部門は前年割れである。前年は北陸応援割があったが、本年はそういった支援策がないことも要因であると考ええる。宴会部門とレストラン部門も悪い。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・毎年お盆までの暑い時期は客の動きが少ないが、今年は例年以上に動きがない。イベントや新規の分譲地情報に対する反応が良くないため、今後も期待できない。
	×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・猛暑で客足が遠のいている。客はクーリングシェルターなどの涼を確保できる場所に避難しており、商店街を歩く姿はまばらである。
	×	住関連専門店 (役員)	来客数の動き	・物価高、米価格の高騰、米国関連の報道などの影響で、来客数が著しく減少している。
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	・米国の関税問題が一段落し、若干ではあるが先行きの見通しが立つようになっている。
	○	電気機械器具製造業 (営業担当)	取引先の様子	・既に見積書を提示していた新規案件について、顧客からの問合せや起工に向けた動きが活発化している。見積書提示から起工に至るまでの期間が、以前と比較して非常に長くなっている。
	○	税理士 (所長)	取引先の様子	・猛暑続きではあるが、夜は人の往来が増えてにぎわっている。また、ボーナスの支給月でもあることから、特に飲食店の業績が良い。
	□	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量の動き	・能登半島地震で被災したことで取引を失い、そのうち幾つかの大口取引が戻らない状況が続いている。被災から1年半余り経過した今でも、影響が色濃く残っている。
	□	輸送業 (管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・企業間物流の物量は横ばいで推移している。
	□	司法書士	取引先の様子	・相続登記義務化の影響で不動産売買などの相続財産処分が進んでいるようだが、処分できる見込みが立たない土地については国庫帰属に関する相談が非常に多い。
	▲	繊維工業 (総括)	受注量や販売量の動き	・日米関税交渉が合意に至るまでは、様子見により発注を抑制する取引先があるという声や、取引先から値下げ要求があったという声を聞く。
	▲	金融業 (融資担当)	取引先の様子	・取引先から受け取った決算書をみると、一般的に売上にかかわらず減益している企業が多い。資材価格の高騰などを受けて値上げを実施しても、値上げ以上に人件費を中心とした経費の増加が大きく、企業収益を圧迫している様子が見受けられる。
	▲	不動産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・業者間の情報では活発な話が余りない。
	×	－	－	－
	◎	－	－	－
	○	＊	＊	＊
雇用 関連	□	新聞社 [求人広告] (営業)	周辺企業の様子	・多くの業種で人手不足感が強く、需要があっても対応できない企業が多い。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求職者数や紹介件数、就職者数に大きな変化はないが、有効求人倍率は前年同月と比較すると下がり続けている。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	・不人気の業界は求人倍率が高く、人気のある事務関係職種の求人倍率が低い傾向は変わらない。人が集まらないなかでも高齢者の求職は若干増えている。しかし、労働時間の短縮や週2～3日の勤務を希望する人が多いため、労働条件がマッチングしない状況に変化はない。中小企業におけるエッセンシャルワーカーの人手不足も継続している。
	▲	人材派遣会社 (役員)	周辺企業の様子	・新規の顧客数が減っている。
	▲	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・物価高騰により年金だけでは生活が厳しいとの理由で、高齢者の求職者数が増加する傾向が続いている。
	×	－	－	－
	×	－	－	－

〈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	◎	競輪場（職員）	・世の中の動きとして、給与の手取り額の上昇と給付金の給付、減税の動きが強まれば、娯楽に費やす費用も増えると考ええる。
	○	コンビニ（店長）	・客が物価高に慣れてきたことにより、買い控えなどによる売上の減少はなくなっていくとみている。景気が良くなり収入が増加して購買意欲が高まってきたのか否かを見極めるには、数か月の観察が必要である。
	○	コンビニ（店長）	・全体的に物価上昇は継続しているが、政府による備蓄米の放出に伴い一部で値下がりしている関連商品もある。そういった商品を求める来客数の増加が期待でき、短期的に景気改善につながるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・商品の質を吟味して販売することにより、客の購買意欲が増すとみている。一層慎重に仕入れをすることで、販売が伸びると思われる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・秋口に向けて各メーカーで新型車の発売が予定されているため、業界全体で少し上向きになるとみている。
	○	一般レストラン（統括）	・外交面では米国による相互関税が15%で決着し、国内では参議院選挙で政権政党が敗北するなど国内経済に何らかの変化が出るとみている。景気はこれ以上悪い方向に向かうことなく、変わらない若しくはやや良くなっていくとみている。
	□	商店街（代表者）	・都会では賃上げや株価高騰などの明るい話題が多いようだが、その効果が地方に波及するにはまだ時間が掛かるとみている。しばらくは厳しい状況が続くそうである。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・物価高で、豚肉や鶏肉も高くなっており、売価の設定に非常に苦労している。利益が伴わず、売行きも厳しい。
	□	百貨店（売場主任）	・9月も引き続き気温の高い日が続く、秋物衣料品の動きが鈍くなるとみている。米の価格については、当初は新米が出始めれば落ち着くと考えていたが、猛暑による水不足で稲の生育に影響が出ており、万が一不作となれば米の価格は下がることがなく、厳しい状況が続くと考える。
	□	スーパー（店長）	・高品質で高価格の商品が売れる一方で、低価格の商品を求める客も多く、買い方が2極化している。全体的にみれば、客単価や買上点数の変化は少なく、景気は変わらないとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・天候は不順で、物価高による節約志向が強く、衣料品の購入などはより一層厳しくなっている。
	□	家電量販店（本部）	・景気は大きく変わらないと考えるが、今後の経済政策や補助金施策などで変動するとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・猛暑日が続いているせいか来客数は減っているが、中古車の販売が好調である。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・例年、秋口は県外から団体客の予約が多数入り、1年で最も受注が増える。今年も例年に近い受注で推移しているが、人手不足のため予約や定休日の調整が必須である。
	□	一般レストラン（店長）	・暑さが続くことは外食産業にプラスに働くのではないかと期待している。
	□	観光型旅館（経営者）	・7月中旬から夏休み期間中の予約が増えてきたが、9月以降の予約はまだ空室が目立つ。
	▲	商店街（代表者）	・久しぶりに売上が前年同月比で20%の大幅減少となった。これまで売上の中心であった日本人客の消費マインドの冷え込みが深刻である。最近の物価高を受けた生活防衛意識の高まりからか、客の来店頻度が明らかに減っている上、客単価も落ち込んでいる。特に、贈答用や自家用での高価格帯の伝統工芸品の動きが著しく鈍っており、客は消費を切り詰める傾向が強い。インバウンド需要の変動に加え、国内の基盤となる日本人客の消費が冷え込んでおり、非常に厳しい状況である。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・天候の長期予報から、今年は残暑が長引き、短い秋を経て冬に移っていくとみている。物価高に対する客の心理や不安定な政局、人口減少など小売業にとって先行きは決して明るくない。
	▲	スーパー（総務担当）	・食料品以外でも物価の上昇は続くと考えため、景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店長）	・主要商品の単価が下がっている。通常であれば、気温が上がると季節商材の動きが良くなるが、今年は販売数が伸びていない。

(－：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（スタッフ）	・9月以降、インバウンドを中心に宿泊部門の予約は堅調だが、国内の団体旅行客は回復しないとみている。
	▲	都市型ホテル（役員）	・夏休みに入り、スポーツ団体からの受注はあるが、ビジネスやレジャーでの利用は共に個人予約の動きが鈍く、客室販売価格を下げるなどの対応をしている。
	▲	通信会社（役員）	・物価高が今後も継続する一方で、賃金上昇は抑制的になるとみている。また、米国による関税政策の影響は、今後輸出企業を中心に大きくなるとみている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新規の分譲地は工事費が高くなり、販売価格に転嫁せざるを得ない。その上住宅価格も高くなっているため、客の購入意欲は落ちてくると考える。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・リフォームの受注が堅調であることに支えられている。住宅の新築については、能登半島地震の被災地からの契約が多いが、厳しい状況が続いている。今後の金利状況を注視したい。現場は暑い日が続く、工期が予定より遅れ気味である。
	×	－	－
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国による関税政策の影響で、自動車関連や二輪車関連の完成車メーカーからの受注は低調であり、当面減産などの対応を取っている。一方、メンテナンスサービス市場での需要は旺盛で、生産が追いつかない状況が続いていることから、生産体制の立て直しが急務となっている。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・産業用機械における米国の需要が増えている。関税の問題はあるものの、高い受注水準を保つとみている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・現状は新規案件の動きが活発化しているが、量産に向けた動きは依然不透明であり、今後3か月程度で量産品の受注が上向くという状況にはなっていない。ただし、量産品のなかでも特に自動車関連はある程度順調に生産数が伸びており、受注状況は若干上向くとみている。
	○	税理士（所長）	・参議院選挙が終わり、米国の関税問題が決着したことで、空気が変わったようである。外出機会が増え、特にB to Cの売上増加が期待できる。
	□	食料品製造業（経営企画）	・唯一の明るい材料は、中国の日本産水産物輸入停止措置が緩和されることである。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・受注量や販売量の見込みに特段の変化がみられない。
	□	輸送業（管理会計担当）	・企業間物流の物量に変化の兆しがない。
	▲	繊維工業（総括）	・日米関税交渉の合意内容については、交渉がまとまらないという不透明感が拭き取られて良かったと評価する声がある。一方で、15%という数字自体は決して低くなく、関税分の価格転嫁が進まなければしわ寄せを受けると心配する声が多い。
	▲	金融業（融資担当）	・日米関税交渉の決着が見えつつある。当初提示された関税率よりも引き下げられたものの、各企業の負担増加が顕著である。物価や人件費の高騰に加え、米国関税による更なる負担増加で厳しい状況が続くものとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・当県は機械製造業関連の取引先が多いため、米国関税の影響が出始めることが懸念される。取引先からは、主要な機械製造企業の業績悪化に伴う受注減少を心配する声が出ている。
	×	－	－
雇用 関連	◎	－	－
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告への問合せ数が増加している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・景気が悪化している様子はないが、消費マインドが上向いている様子もみられない。
	□	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により企業を取り巻く環境が厳しくなり、有効求人倍率は徐々に下がっている。また、8月から適用される予定の米国関税により、先行きを不安視する事業所も少なくない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きは業界によりばらつきがあるものの、大きくは変わらない。求職者数も頭打ちの状況で、全体的に大きな変化は期待できない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・新規顧客が増えていない影響が2～3か月後に出るとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・企業からは物価高の影響を価格に転嫁できないという声が出ている。
	×	－	－