



北陸地域の概要（2025 年 12 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 年末需要が高まる一方で、消費動向の二極化も進む

現状判断指数(DI)は前月から2.3ポイント上昇の48.9となった。「特に夜間の客による外食が好調である。地元客の忘年会需要が例年より1か月ほど早く動きがあったことに加え、県外からの観光客やビジネス客の需要も重なり、今月は継続してにぎわっている(一般レストラン)」、「年末向けのごちそう商材の予約数が多く、店頭における季節商材の買上点数も増えている(スーパー)」と明るい声上がる一方で、「余りに景気が悪いため、年末の書き入れ時ではあるがかなり仕入れを減らしている(その他専門店[酒])」、「ぜいたく品や高単価の商品は今まで以上に売れにくくなっている(一般小売店[鮮魚])」と厳しい声も上がる。また、「一般客は購入する商品をより厳選する傾向があり、低価格志向も継続している。食品売場は夕方の値引き後に混雑する傾向が顕著になっている。一方、富裕層はラグジュアリー商材、貴金属など資産になり得る商材の購入が目立つ(百貨店)」と消費動向の二極化が進んでいる様子もうかがえる。

景気の先行き判断 力強い観光需要と積極財政に期待するも、物価高騰には不安が続く

先行き判断指数(DI)は前月から1.9ポイント下落し48.0となった。「年明けの春節における中国からのインバウンド回復は見込めないが、現在好調な台湾や欧米、オーストラリアからのインバウンド需要は継続するとみている。また、日本人観光客の回復基調も続いており、客層の変化に対応した販売を続けることで、全体としては堅調に推移すると考える(商店街)」、「現在売上が増加しており、2～3か月先もこの水準で推移するとみている。現政権が積極財政にかじを切っているため、消費者の購買意欲も上がっていくと考える(衣料品専門店)」と期待のコメントが見られる一方で、「国の補助が多少あっても、それを上回る勢いで物価が上昇しており、一般消費者の生活を圧迫している。そのため、これまで以上に消費には慎重になるとみている(一般小売店[事務用品])」、「物価高騰に企業業績や家計状況が追い付いていないため、投資意欲の減退や消費マインドの低下を懸念している(金融業)」と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]

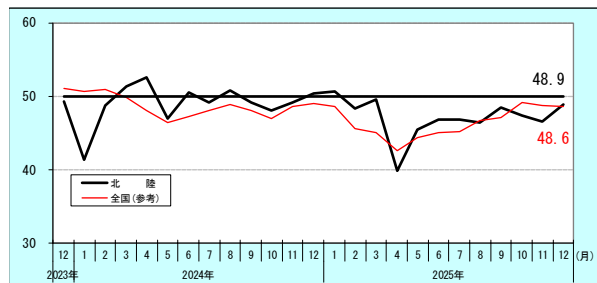
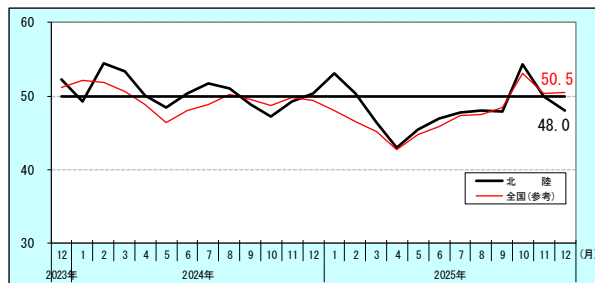


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●12月のアンケート内容

調査期間：2025年12月25～31日

調査対象：合計100名（うち回答者92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2026年1月28日発行の「北陸経済研究2026年2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	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・前年よりも多くの人が街に出ており、平日も人出がある。特に週末は忘年会で盛り上がり、利用客が多くなっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・店舗全体の売上は前年同月比で２けた増加しており、好調を維持している。中国からのインバウンドによる免税売上が前年比で約６割減少しているが、台湾、米国、オーストラリアなど他地域からの観光客が大幅に増え、減少分を補っている。また、今月は日本人観光客の来店が明らかに増えている。特定の国からのインバウンドの不振を、他国と国内需要で十分にカバーする好循環が生まれている。
	○	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・年末向けのごちそう商材の予約数が多く、店頭における季節商材の買上点数も増えている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・例年と比べて来客数が５％ほど多い。要因は不明だが、天候に恵まれたことが一因かもしれない。年明け以降は平年並みの気温、降水量が予測されているため、このまま堅調な推移が期待できる。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・特に夜間の客による外食が好調である。地元客の忘年会需要が例年より１か月ほど早く動きがあったことに加え、県外からの観光客やビジネス客の需要も重なり、今月は継続してにぎわっている。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・ボーナスが支給された影響もあり、今月は年末にかけて売上が増加している。おこめ券の配布などが発表されたことにより、物価高に対する一定の安心感がみられ、娯楽に掛ける費用が増加したと考えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・比較的稳定した天候の日が多かったが、周辺の駐車場は空きが目立ち、前年同期よりも人出が少ない。歳末商戦にもかかわらず淡々としており、高級服や宝飾品などの店の売上は前年を超えていない。ただし、飲食店は時期的ににぎわっている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・中国による日本への渡航自粛の影響によりインバウンド売上は厳しいものの、それ以外の売上が好調に推移し、店全体としてはほぼ前年並みの見込みである。ハイブランドの時計が好調に推移し、店全体の売上をけん引している。
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・景気は低空飛行のまま変化がない状態である。一般客は購入する商品をより厳選する傾向があり、低価格志向も継続している。気温の影響により一時的に衣料品は伸長したが、一巡した後は低迷している。食品売場は夕方の値引き後に混雑する傾向が顕著になっている。一方、富裕層はラグジュアリー商材、貴金属など資産になり得る商材の購入が目立つ。ただそれも一部の客のみで、全体の押し上げ効果としては限定的である。一般客と富裕層の差が大きくなっている。
	□	スーパー（役員）	単価の動き	・値上げが一回りし、１品単価の伸びも落ち着いてきている。そのため、客単価の上昇率は今までと比べると大きくない。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・冬の始まりが暖かかったため、暖房の売行きが悪い。
	□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・ボーナス商戦において、テレビ、パソコン、ゲーム機といった趣味に関連した商材の動きは上向きである。しかし、生活防衛意識の高まりから耐久財の買換えが促進されておらず、全体では横ばいである。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量が３カ月前から前年比９０％で、この状況がしばらく続くともっている。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・価格訴求のイベントを行っても人が集まらない。また、購入が少なく、客単価が上がらない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・余りに景気が悪いため、年末の書き入れ時ではあるがかなり仕入れを減らしている。そのため不良在庫は少なくなっている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門は前年並みで、レストラン部門はインバウンド効果により前年を超えているが、おせちの受注状況が厳しい。宴会部門は大型宴会が減少し、前年割れである。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約件数は前年と変わらないが、確認や申請に日数が掛かる分着工が遅れ、売上が立つ時期が遅くなっている。１件当たりの契約金額が高くなっており、契約件数も変わらなければ売上は増えるはずだが、着工が遅れる分完成件数も減るため、経営数字としては減収減益の可能性がある。

(－：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
家計 動向 関連	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・実質賃金の下がるなか、家計の厳しい状況が続いており、1棟当たりの請負単価が少しずつ下がってきている。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・人手不足と建築資材の価格高騰で状況が安定せず、販売量の見込みが立てにくい。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕 (経営全般)	販売量の動き	・物価上昇に伴い、買上点数が減少している。また、ぜいたく品や高単価の商品は今まで以上に売れにくくなっている。
	▲	スーパー (総務担当)	単価の動き	・クリスマス商戦では、ホテルのケーキなど単価の高い商品がなかなか売れない。
	▲	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・一定の受注量を確保しているが、新車の登録台数が前年同月と比べて悪くなっている。
	▲	都市型ホテル (役員)	単価の動き	・客室の販売価格をコントロールすることで前年の稼働率を維持できているが、個人客を中心に客単価が下がった結果、前年同月の売上を割り込んでいる。
	▲	住宅販売会社 (営業)	競争相手の様子	・同業他社からも徐々に受注の落ち込みが進んでいるという話が増えており、業界全体の景気が悪くなっている印象を受ける。
	×	商店街 (代表者)	お客様の様子	・寒くなってきたが、衣料品店は今一つ活気がない。飲食店も低価格帯の店はにぎわっているが、今まで比較的好調だったやや高級志向の店は閑散としている。やはり客の懐具合に余裕はないようである。
	×	コンビニ (店長)	来客数の動き	・値上げの影響により客単価が5%程度増加している反面、来客数が全体で1割弱減少している。ユニーク客の減少ではなく、1人の客の1日の利用回数が減少している様子で、1日に複数回利用していた客が1日1回の利用に減っている。年末年始に向けてコンビニ利用を控える客が多く、売上が大きく減少している。
企業 動向 関連	◎	－	－	－
	○	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注が好調で、来年6月の決算予想は増収増益である。
	○	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・日米の金利変動は織り込み済みであったようで、株価は高止まっており、企業の設備投資が積極的である。
	□	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量の動き	・12月は年末年始に向けた最需要期で例月とは異なるため数字は悪くない。しかし、能登半島地震の発生からもう少しで丸2年だが、被災直前である前々年12月の数字にはいまだ及ばない状況である。
	□	繊維工業 (総括)	受注量や販売量の動き	・今のところ、懸念していた米国の関税引上げの影響が少なく、落ち着いている。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・現状の受注量に増加傾向はみられない。即増産に転じる商品や案件に関する客からの情報が少なく、客自身も目先の受注に関する情報が不足しているようである。そのため、受注を増やす話が余りできていない。
	□	司法書士	取引先の様子	・経営者から今年の売上は良かったという話をよく聞く一方、年末は会社の解散に関する依頼も多い。
	▲	金融業 (融資担当)	取引先の様子	・原材料価格や人件費の高騰により、企業の利益率は悪化傾向にある。受注量や売上自体が減少しているわけではないものの、コストの増加が投資意欲の減退につながり、今後マイナスに働く可能性は高い。
	▲	税理士 (所長)	取引先の様子	・人手不足や最低賃金引上げにより、無理をしても賃金を上げざるを得ない状況が続いており、零細企業はかなり疲弊している。一方、体力のある会社は賃金を上げて人材を確保することで受注対応ができており、2極化が進んでいる。
	×	不動産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者の話では12月は少しだけ動きがあったということだが、全体的に良い話を聞くことができない。
	◎	－	－	－
雇用 関連	○	＊	＊	＊
	□	新聞社〔求人広告〕 (営業)	それ以外	・新聞広告の売上に大きな変動はない。業種ごとにばらつきはあるものの、全体としてみれば変化はない。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・中小企業を中心に人手不足による求人はあるものの、業種によってはコストを抑えるために求人を抑える動きもある。全体の傾向として大きな変化はみられない。
	▲	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・業績好調による増員ではなく、従業員の高齢化が進むなか若返りのため求人を出す傾向が高まっている。その結果、増加する高齢の求職者数とのミスマッチが生じている。
	×	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・派遣先企業の減産や事業撤退による契約解除の件数が明らかに多くなっている。

〈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）	・年明けの春節における中国からのインバウンド回復は見込めないが、現在好調な台湾や欧米、オーストラリアからのインバウンド需要は継続するとみている。また、日本人観光客の回復基調も続いており、客層の変化に対応した販売を続けることで、全体としては堅調に推移すると考える。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・景気対策の効果が出ており、今後も良い影響が現れるとみている。
	○	スーパー（役員）	・政府の物価対策である重点支援地方交付金事業が、３月頃から増えるとみている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・例年業界では春先に需要が増えるため、現在よりも景気は良くなるとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・来春に向けて設備投資をする予定のため、景気はやや良くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・ここ２～３か月で撤退した店舗の空き状態が続いている。問合せはあるが、出店が決まらず気掛かりである。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・全てにおいて物価高ということで、客は外食を控える傾向があり、総菜関係でゼイタクをしているようである。当店としては家で作ってくれたらと考えており、内食の動きがポイントになるとみている。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・賃上げが物価上昇に追い付いていないため、実質賃金が低下している。中小企業の従業員が大部分を占める我が国において、この状況を好転させることは難しいとみている。
	□	百貨店（売場主任）	・中国による日本への渡航自粛期間が長引きそうな状況で、春節期間の売上は期待できない。ただし、前年２月は月を通して大雪の影響により売上が低迷したため、１～２月の積雪が平年並みであれば、前年の売上を上回るとみている。
	□	百貨店（販売促進担当）	・引き続き全体として賃上げの傾向はあるが、それは生活必需品の購入を補う程度のもので、生活者のゆとりや潤いにつながる力強い消費に回るイメージがない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現在売上が増加しており、２～３か月先もこの水準で推移するとみている。現政権が積極財政にかじを切っているため、消費者の購買意欲も上がっていくと考える。
	□	乗用車販売店（経理）	・引き続き需要はあるとみているが、販売可能な車種や販売量に限りがあるため、景気が良くなるとまではいえない。
	□	住関連専門店（役員）	・耐久財に対する客の消費意欲が明らかに低い。必要最低限の物しか購入しない傾向が続いている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・１～２月は町内会や組合などの新年会の受注が例年並みにあるが、全体では前年比90％と弱めで推移している。
	□	スナック（経営者）	・業種によって差はあるが、当店に出入りしている一部の経営者からは、間違いなく不景気になっているという話を聞く。
	□	通信会社（営業担当）	・ボーナスの支給時期以降の来客数は増えていたが、販売数でみると大きな変化がみられない。
	□	通信会社（役員）	・物価高のなか、当社が提供しているサービスについても一部値上げの動きはあるが、生活インフラということもあり、値上げがしづらい。また、人口が減少しており、市場が飽和していることから、契約者数の増加を見込むのが難しい。
	□	美容室（経営者）	・賃上げと物価高により、消費マインドはほぼこのままの状態推移していくとみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・被災地における住宅の需要は高いが、大型物件が少ない。また、人手が不足しているため大量受注が難しい。金利上昇が住宅購入のきっかけとなるか、期待している。
	□	住宅販売会社（従業員）	・展示場の来場者数が現状維持の見通しで、変化がみられない。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・国の補助が多少あっても、それを上回る勢いで物価が上昇しており、一般消費者の生活を圧迫している。そのため、これまで以上に消費には慎重になるとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇に賃上げが追い付いていない状況は変わらない。しかし、ガソリン価格が下がったことと、年末調整による還付金の増額、賃上げに伴うボーナス増加の効果による販売量の微増が年明けも続くと考えている。
	▲	一般レストラン（統括）	・１～２月は雪の影響を受けやすく、１度大雪になると例年３日間ほど交通が麻痺するため、天候次第にはなるが、現状より外食頻度は下がるとみている。
	▲	観光型旅館（経営者）	・１月以降の予約の動きが鈍い。北陸新幹線の延伸開業が３年目を迎え、厳しい状況が続くとみている。

(－：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）	・販売価格を上げてコスト上昇分を補ってきたが、競合ホテルの客室価格が低下しており、今後は価格競争のため価格転嫁が難しくなると考える。
	▲	競輪場（職員）	・物価高の影響が強く、建設費を中心に費用が高騰している。売上は上昇しているものの、メンテナンスなどに費用がかさみ、収益を確保することが難しくなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・着工が遅れることにより、商談から完成引渡しまでの期間が長くなり、1件当たりの間接コストが増えている。この状況が長引けば、当然景況は悪くなると考える。
	▲	住宅販売会社（営業）	・政策金利の引上げに伴い住宅ローン金利が上昇すると、融資額の減額につながり、受注の足かせとなると懸念している。
	×	商店街（代表者）	・地元企業の増益決算のニュースがマスコミで取り上げられても、所得が上がったという話は余り聞かない。どこに金が流れているのか分らないが、節約志向は続きそうである。
	×	タクシー運転手	・12月のタクシー利用が非常に多く、この先は元に戻ると見込んでいるため、今月よりも景気は悪くなる。
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・引き続き二輪車関連製品の輸出が好調で、欧州向け、中国向けの受注が順調に入っている。産業機械関連製品においても、国内メーカーからの需要が順調に推移している。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・外需を中心として、工作機械の需要が徐々に増えつつある。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・来年春までの取引先の発注予定では、車載関連製品が増加する見込みとのことで、3か月後から徐々に増産対応を行う準備をしている。また、パソコンなどのコンシューマー案件の引き合いも出てきており、来期へ向けてある程度新製品が動くと考えている。
	○	建設業（経営者）	・現政権は国土強靱化に対する意欲が高いため、防災工事などの公共工事の発注増加が期待できる。
	○	司法書士	・来春は駅周辺の再開発事業の幾つかが完成し、多くの新規開業が予定されているため、景気はやや良くなるとみている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・時期的に閑散期であり、コスト面を含めてプラス材料が見当たらない。
	□	建設業（役員）	・年明けの状況に不透明感があり、受注動向の見通しが必ずしも明るいとはいえない。
	▲	繊維工業（総括）	・米国の関税引上げの影響が顕在化することへの不安は和らいでいるが、中国市場の低迷や合繊メーカーの構造改革などにより、先行きに対する懸念が高まっている。
	▲	通信業（営業）	・前年5月より株価が大きく上昇しており、景気も連動して上向いてきたものの、業種によっては年明け以降は現状維持か一旦下降するとみている。例えば、金利上昇によって住宅購入意欲が停滞し、住宅関連業種の設備投資などが落ち込むなど、先行きには不透明感がある。
	▲	金融業（融資担当）	・物価高や賃上げ、加えて足元の金利上昇が企業利益を圧迫している。価格転嫁ができていない零細中小企業の多くが赤字に陥り、当面は更なる淘汰が進んでいくとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・物価高騰に企業業績や家計状況が追い付いていないため、投資意欲の減退や消費マインドの低下を懸念している。
	▲	税理士（所長）	・日中関係の影響は、観光業のような直接的な業種から間接的な業種まで、今後じわじわと及んでくると懸念している。
	×	－	－
雇用 関連	◎	－	－
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告数が増加している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・人件費の引上げと物価上昇によるコスト増加の影響から、大きな景気改善は期待できない。また、後継者不足が問題視されるなか、企業の経営状況に変化はなく、今後もこのままの状況が続くと考えられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安、2024年の能登半島地震と豪雨災害の影響に加え、日中関係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。
	▲	職業安定所（職員）	・人件費、物価高を価格に転嫁できず、事業規模を縮小する企業が出てきている。また、社会保険料の負担を避けようとする企業によって、労働時間を週20時間未満に切り替えられた労働者が増加している。
	▲	職業安定所（職員）	・仕事量が徐々に減っている事業所が増加している。
	×	人材派遣会社（役員）	・派遣先企業から追加で派遣契約解除の可能性があるという情報が入っているため、景気は悪くなる見通しである。