



北陸地域の概要 (2026年2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 大雪の反動と春先需要の高まりで、13か月ぶりにDI値が50超え

現状判断指数(DI)は前月から4.3ポイント上昇の53.7となった。「前年は大雪の影響があったため、前年同期と比較すると全体の買上点数が増えている。春の異動や新生活に向けて購買意欲が向上している(その他小売[ショッピングセンター])」、「地元業界では春先需要を見込んで販売イベントなどを多く開催しているため、3か月前と比べると販売量は増えている(乗用車販売店)」と明るい声が上がった。一方で、「衆議院選挙、県知事選挙と続き、人の動きがとにかく悪い。インバウンドも日中関係の影響がみられる(一般レストラン)」、「土日の人出はある程度あるが、平日の人出が戻ってこない。郊外店舗も駐車場に車が少なく、にぎわっているようにはみえない(商店街)」と厳しい声も上がっている。また、衆議院選挙の結果を受け、「政治が安定したことにより、消費動向の安定感が更に増してくる(衣料品専門店)」、「衆議院選挙の結果や株価の安定により、市場では投資などの活発な動きがあり、受注量が増加傾向にある(通信業)」とのコメントも見られた。

景気の先行き判断 観光シーズンに期待する一方で、依然として不透明な先行きに厳しい声も

先行き判断指数(DI)は前月から2.7ポイント下落し47.0となった。「3月の3連休や日並びの良いゴールデンウィークなどで、売上増加が見込める(観光型旅館)」、「テレビ番組で紹介された地元地域を訪れる人が増えている。県内ではこの後も季節のイベントやホタルイカ漁などでにぎわうとみており、消費が加速する(税理士)」と期待の声が聞かれる一方で、先行きへの不安は根強く、「春夏商材への切替えのタイミングでは値上げが多く、値上げ幅も大きいいため、販売数に大きくマイナスの影響が出る(スーパー)」、「物価高による建設費の高騰や行政手続の厳正化による工期の長期化、住宅ローンの金利上昇への懸念など、業界を取り巻く環境が厳しい(住宅販売会社)」、「何とか現状を維持しているだけで、売上増加に向けた挑戦が予算の制約により行うことができない。売上の維持も、最近の値上げによる商品単価の上昇が主な要因である。来客数は、前年、前々年と比較すると下降の一途をたどっており、しばらくは減少が続く(コンビニ)」との声も聞かれる。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

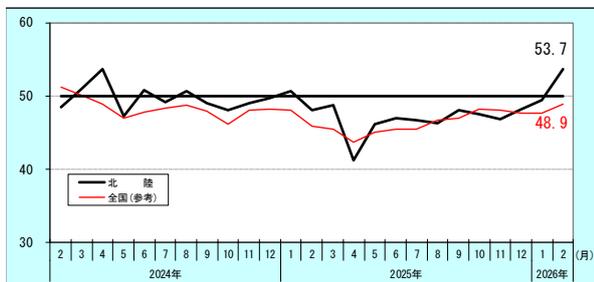
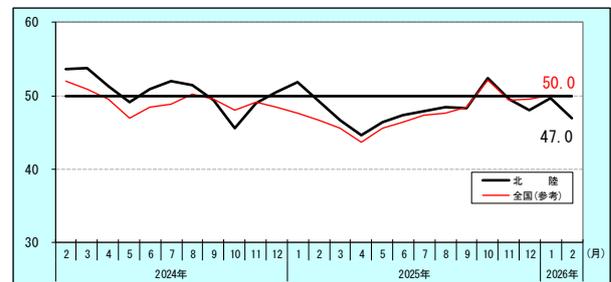


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●2月のアンケート内容

調査期間：2026年2月25～28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	◎	スナック（経営者）	来客数の動き	・2月は開店休業の日もあったが、貸切営業の日もあった。比較的天候が良かったこともあり、人の出入りがあってホッとしている。ただし、客の業種によっては厳しい話を聞いている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上は前年同月比で約8.5%増加し、堅調に推移している。今月は春節があったが、中国からのインバウンドによる免税売上は前年比では約4割減り、大きく落ち込んでいる。しかし、台湾や欧米、南米といった他国からのインバウンドが増え、客層が多様化していることに加えて、日本人観光客の購買意欲が極めて旺盛であることが、中国からのインバウンドの減少分を完全に補っている。国内需要と多様な国からのインバウンドが景気を支える安定した構造へ変化している。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・例年のことであるが、地元業界では春先需要を見込んで販売イベントなどを多く開催しているため、3カ月前と比べると販売量は増えている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・販売単価に伸びがみられないものの、前年は大雪の影響があったため、前年同期と比較すると全体の買上点数が増えている。春の異動や新生活に向けて購買意欲が向上している。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・1月の大雪の反動から、今月は隣県からの来客数が多く、特に後半の3連休はゴールデンウィーク並みの集客となった。
	○	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・2月上旬の大雪や衆議院選挙の影響などにより、外出、外食を控える傾向が強かったが、中旬以降、客の動きが活発化し、来客数が上向いている。このまま3月も来客数の上向き傾向を維持するとみている。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信サービス、放送サービス共に契約数が前年同月を上回っている。解約数は前年同月と比べて減少している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月前半は寒い日が続き人出が少なかったが、後半は3連休の天候が安定したことや隣接百貨店におけるイベント効果もあり、若者や家族連れが多く来街しており、洋服など春物商材の売行きが好調である。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・ここ数か月、客は家で食事を作るというより、総菜などでささやかなぜいたくをしている状態が続いている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年2月の大雪と今年1月の厳しい寒波の反動で、今月はバレンタインデー商戦で過去最高売上を達成するなど、国内売上が好調に推移している。しかし、インバウンド売上は低迷しており、前々年の実績には届かない見通しである。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・前年に内閣が代わり、その期待感で消費意欲が向上していたところに、衆議院選挙を経て政治が安定したことにより、消費動向の安定感が更に増してくる。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・受注は前年に近い水準まできているが、新車、中古車共に供給不足により、登録数が前年と比べて落ち込んでいる。全体としては3カ月前と変わらない。
	□	乗用車販売店（経理）	販売量の動き	・従来1～3月は繁忙期だが、新車の受注から納車までの期間が長期化している影響により、ある意味平準化されている状況である。以前は2～3月に動いていた客がより早く動く傾向にあり、結果として3カ月前と同じ水準で推移している。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・依然として耐久財の消費はなかなか回復の兆しがみえない。購入に至るまでの件数が少ない状況が続いている。
	□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・宿泊客数はほぼ前年並みだが、2月は雪の影響がなく3連休もあったため、売上は10%強増加している。
□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・全体の売上はほぼ前年並みである。宿泊部門とレストラン部門は、前年に雪が多かった反動で前年の売上を上回っているが、宴会部門は下回っている。宴会部門は通年で回復が鈍く、マーケットのニーズが変わったとみている。	
□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・大雪による公共交通機関の乱れや一部の風評被害、中国からのインバウンドの入込がなくなった影響などもあったが、他の国からのインバウンドが増加していることもあり、全体としては前年と変わらない程度の利用となっている。	

(-：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	□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・金利がやや上昇傾向にあるなか、金利が低いうちに住宅ローンを組みたいという客がまだいると考える。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・資材価格の上昇や賃上げによる販売価格の高騰の影響により、高価格帯の商品を検討する客が減少し、競合店との競争が激しくなっている。能登の住宅受注は変わらず好調である。
	□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・展示場への来場者数の低迷が続いている。複数社合同によるイベントの集客も振るわず、打つ手がない状況である。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕 (経営全般)	販売量の動き	・物価高による消費者の購買意欲の低下、インバウンド需要の停滞も重なり、販売量が前月よりも落ちている。
	▲	スーパー (役員)	単価の動き	・客単価が下がっている。1品単価の伸びは継続しているが、買上点数がその伸び以上に下回るカテゴリーが出てきている。
	▲	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・衆議院選挙、県知事選挙と続き、人の動きがとにかく悪い。インバウンドも日中関係の影響がみられる。
	×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・土日の人出はある程度あるが、平日の人出が戻ってこない。郊外店舗も駐車場に車が少なく、にぎわっているようにはみえない。
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	・首都圏を中心に販売量が伸びている。
	○	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・量産流動品の受注が以前と比較して10%弱増加傾向にある。目先の状況を確認すると、産業用機器関連の受注が増加傾向にある。
	○	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・衆議院選挙の結果や株価の安定により、市場では投資などの活発な動きがあり、受注量が増加傾向にある。
	○	税理士 (所長)	取引先の様子	・確定申告で様々な業種の個人事業者の決算を見たり、話を聞いたりしているが、物価高騰のなかにあっても、価格転嫁ができていない業者が多く、利益率を確保している。ただし、人手不足の状況は変わらない。
	□	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前は年末工期の工事の完成に向けて忙しかったが、現在は3月の年度末に向けて工事の完成に追われ、人手不足気味である。
	□	輸送業 (経理)	取引先の様子	・取引先が値上げ交渉に応じてくれない。
	□	金融業 (融資担当)	取引先の様子	・企業業績は価格転嫁や単価の引上げ効果からおおむね増収だが、利益率は悪化傾向にある。要因としては、仕入価格の上昇を上回る価格転嫁が進んでいないことに加え、人材確保のための人件費増加が挙げられる。受注状況については特段大きな変化はないが、今後各社の利益率が更に悪化したり、価格を改定した場合に受注に影響が出たりすることが考えられる。
	□	司法書士	取引先の様子	・不動産の取得や新規の事業展開という動きがある一方、飲食業などでの廃業も多い。
	▲	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量の動き	・能登半島地震での被災から丸2年が経過したが、3年目を迎えて今なお、震災前の売上に届かぬまま推移している。最大の要因は、被災により失った大口の取引の幾つかが、いまだ取り戻せていないことである。
	×	-	-	-
雇用 関連	◎	-	-	-
	○	*	*	*
	□	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・中国からのインバウンドの減少により宿泊清掃の仕事が減っているという声を聞くが、逆に自動車の板金修理では人手不足のため修理が滞っていると聞いている。専門技術を要する分野の人手不足感は依然として強い。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求職者数、紹介件数、就職者数に大きな変化はないが、前年同月と比較すると有効求人数や有効求人倍率が徐々に下がり続けている。人件費、原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などが影響している。一方、海外取引を行っている企業は、円安の恩恵を受けて売上や利益を伸ばしており、2極化の傾向が高まっている。
	▲	人材派遣会社 (役員)	周辺企業の様子	・紹介先企業において人を選ぶ傾向が出始めている。
	×	-	-	-

〈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）	・中国経済の先行きが不透明であることから、かつてのような爆買いは期待しづらい状況である。しかし、日本人客による購買が好調で、多様化したインバウンド需要も定着しているため、今後数か月は高い売上水準を維持できるとみている。春の観光シーズンに向け、日本人向けの品ぞろえを強化することで、安定した推移を見込んでいる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・施設及びテナントの設備投資が進んでおり、全体として来客数と売上の増加が期待できる。
	○	一般レストラン（店長）	・2月は閑散期の上、悪い条件が重なり状況が良くなかったが、株価の上昇など明るい兆しもみられるため、回復に期待したい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの引き合いが多い。宿泊部門が売上をけん引し、レストラン部門も回復傾向が続くとみているが、宴会部門が回復するかは分からない。
	○	タクシー運転手	・県知事選挙が終わり、新年度に入れば飲食の機会が増えるため、景気は良くなるとみている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・総菜は好調、生鮮品はやや低調という状態がしばらくは続くとみている。金に余裕のある客に動きがあることを期待している。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・賃金は微増するとみているが、物価高は継続し、個人消費は足踏みすると考える。
	□	百貨店（売場主任）	・インバウンド売上の低迷に出口がみえないため、しばらくは厳しい状況が続くとみている。ただし、免税手続の件数は伸びている。
	□	百貨店（販売促進担当）	・春闘の状況から、賃上げが進み個人消費は活発化していくと考えるが、その恩恵は生活に不可欠である食、住、衣の順で受けると考える。小売では、ファッション関連に消費が回ることが景気の良しあしを判断する基準といえるため、注視したい。
	□	百貨店（販売担当）	・一般客に関しては、低価格志向と吟味して購入する傾向は続くとみている。特に生活必需品以外のファッション関連は、当面苦戦すると考える。低価格商品の拡大も限界で、価値と価格のバランスを客が理解するまでに相当時間を要するとみている。一方、富裕層は経済状況の変化が少なければ、今後も継続した購入が見込める。貧富の差が拡大しており、店舗運営にはバランスが必要で、難しさが増している。
	□	スーパー（店長）	・更に値上げが進んでおり、生活は楽になっていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・若い客の新規来店が増えている。ゴールデンウィーク頃まで、現在のやや良い状況が続くとみている。
	□	家電量販店（店長）	・処分商材は売れるが、客への聞き取りを行うと、壊れたことによる買換えがほとんどである。商材の買換えサイクルが延びている。
	□	家電量販店（本部）	・全体としては堅調ながら、持続的な成長を促す要因は乏しく、厳しい。今後はエアコンの2027年問題などプラスに転じる要素も一部にはあるが、見通しは総じて不透明である。
	□	乗用車販売店（経理）	・4月以降に自動車業界以外でも更なる値上げが実施される。これによる影響が不明であるため、判断を据え置いている。
	□	住関連専門店（役員）	・景気が大きく変化することは到底期待できない。ゴールデンウィークを控え、需要期を迎えるが、最近の状況から旅行や食事など別の分野に消費が回るとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・仕入価格が高くなっているため商品の価格を上げたいが、地元客は単価にシビアであるため、来客数と単価のバランスが取れず苦戦が続いている。
	□	一般レストラン（統括）	・通常であれば、年度末、年度初めからゴールデンウィークまで外食の需要は上向く傾向があり、現在は客の行動が活発化し始めている。しかし、先日の大手ファーストフード店の値上げを受けて、他社もこれに続き4月に値上げをすると、消費者マインドが低下し、外食需要はゴールデンウィークに集中すると考える。
	□	観光型旅館（経営者）	・3月の3連休や日並びの良いゴールデンウィークなどで、売上増加が見込める。
□	通信会社（営業担当）	・新入学の時期と重なり販売量は増加しているが、一時的なものだとみている。	
□	通信会社（役員）	・商戦期を迎えるが、競合他社との競争が激しくなることが予想され、解約数が増えるるとみている。	
□	住宅販売会社（従業員）	・現状の受注状況が続くとみている。能登半島地震からの復興受注には変化がみられ、多くの人が地元を離れて別の地域で中古住宅を探すなどの問合せが増えている。	

(－：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	□	住宅販売会社（従業員）	・建築単価の高止まりが続き、住宅ローンの金利が上昇することで、消費者のマインドが低下している。
	▲	スーパー（仕入担当）	・春夏商材への切替えのタイミングでは値上げが多く、値上げ幅も大きいため、販売数に大きくマイナスの影響が出るとみている。
	▲	スーパー（役員）	・消費者の節約志向は月を追うたびに顕著になっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・例年、年度末決算が終わるとしばらくは自動車の購入が低調になるため、2～3か月先はやや悪くなるとみている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・旅行単価の上昇傾向が強く、客の許容範囲を超えつつある。
	▲	競輪場（職員）	・激しい物価高のため、消費を抑えようという動きが事業者間でみられる。消費者にもこのような動きがあると消費は低迷すると考える。
	▲	住宅販売会社（営業）	・物価高による建設費の高騰や行政手続の厳正化による工期の長期化、住宅ローンの金利上昇への懸念など、業界を取り巻く環境が厳しい。
	×	商店街（代表者）	・店舗の開店もあるが、閉店も多い。百貨店やショッピングセンターでも、空き店舗が増えている。駅直結の商業施設にも空き店舗があり、高額な家賃に見合う売上が確保できないようである。
×	コンビニ（店長）	・何とか現状を維持しているだけで、売上増加に向けた挑戦が予算の制約により行うことができない。売上の維持も、最近の値上げによる商品単価の上昇が主な要因である。来客数は、前年、前々年と比較すると下降の一途をたどっており、しばらくは減少が続くとみている。	
企業 動向 関連	◎	*	*
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内は企業の設備投資需要が堅調で、関係部品などの受注が旺盛である。海外は欧州向けの二輪車関連製品が引き続き好調で、船便の手配が厳しくなってきたこともあり、生産の前倒しが必要になっている。
	○	建設業（経営者）	・現内閣が国土強靱化を最重要課題としていることが、国だけでなく県や市町村にも波及効果をもたらし、工事の発注量が増えると思われている。
	○	輸送業（経理）	・今後はドライバーに対するの待遇が見直されていくと考える。
	○	税理士（所長）	・テレビ番組で紹介された地元地域を訪れる人が増えている。県内ではこの後も季節のイベントやホタルイカ漁などでにぎわうとみており、消費が加速する。
	□	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震での被災により失った大口の取引の穴を埋めるべく、新商品開発や新たなチャネル開拓に取り組んでいるが、なかなか成果が現れていない。
	□	輸送業（管理会計担当）	・引き続き、運賃改定の交渉をしていくが、物量に大きな変化はない見通しである。ドライバー不足と労働時間の規制もあり、物理的に物量増加を図れない。
	□	金融業（融資担当）	・物価高、賃上げなどによるコスト増加は、依然として企業収益を圧迫している。一方で、国内政治は衆議院選挙の結果により、今後の経済政策がどのように推し進められるのか、景気改善への期待感がある。
	□	司法書士	・駅周辺の再開発は進んでいるが、地域的な偏りがあり、全体の景気に影響があるかは疑問である。
	▲	繊維工業（総括）	・国内や中国のファッション市況の低迷に加え、これまで好調であったスポーツやアウトドア用途にも減速感が出ており、先行きに対する不透明感が強まっている。
	▲	建設業（役員）	・前年同期と比べて、今年の先行きの受注量には拡大が見込めない。
	×	－	－
	×	－	－
	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。
□		職業安定所（職員）	・生活費の確保を目的とした高齢の求職者数が増えているが、若年者がやりたがらない仕事は希望しておらず、仕事を選ぶ余裕もみられる。
□		民間職業紹介機関（経営者）	・賃上げと物価上昇によるコスト増加の影響はあるものの、中小企業における人材確保のための求人の動きはある。しかし、景気動向に大きな変化はなく、今後もこのままの状況が続くと考える。
▲		人材派遣会社（役員）	・派遣先企業の業種により新たな派遣依頼の増減はあるが、全体的に減少している。現在派遣しているスタッフの中途解除も増えてきている。
×	－	－	