



北陸地域の概要（2026 年 7 月調査）

一般財団法人 北陸経済研究所
調査研究部 主任研究員 田中 秀和

景気の現状判断 家電や観光・宿泊で消費拡大の兆しも、物価高で節約志向が強まる

現状判断DIは、前月から2.9ポイント上昇の48.0となった。「猛暑とエアコンの省エネ基準の改定により、季節商材の売行きが好調である（家電量販店）」、「週末を中心に順調に集客しており、来客数は前年比106%になっている（観光型旅館）」、「各種のイベントにより人出があり、観光客も増えている（タクシー運転手）」と、猛暑による需要や観光関連で堅調な動きがみられた。

一方で、コスト・物価高に対する懸念は根強い。「商品全般の値上げに伴い、消費者の節約志向が強まっている（一般小売店〔鮮魚〕）」、「販売価格の高騰により消費動向は低調であり、前年の売上水準を維持できていない（コンビニ）」と、日常の消費を中心に慎重な購買姿勢をうかがわせる厳しい意見もみられた。中東情勢をめぐっては「ナフサ不足が解消されている（プラスチック製品製造業）」と改善を評価する声がある半面、「主原料である石油由来の糸を始め、あらゆる原材料価格が高止まりしている（繊維工業）」との指摘も残る。

景気の先行き判断 夏場の消費拡大に期待が広がるも、相次ぐ価格改定に警戒感

先行き判断DIは、前月から4.2ポイント上昇の45.9となった。「8月はお盆休みや夏休みのピークを迎えるため、国内の家族連れや観光客の更なる増加が期待できる（商店街）」、「夏休みに向けてスポーツ等の団体予約が好調である。一部不通となっていた観光鉄道の全線開通や新ルート開通など誘客に向けた明るい話題もあり、レジャー客の入込が期待できる（都市型ホテル）」と、夏場の観光消費に期待する声があがる。一方で「毎月のように続く商品の値上げにより物価高が止まらず、購買行動が慎重になっている（百貨店）」、「金利や住宅価格の上昇などにより、新築住宅の販売は厳しい。リフォームは受注計画を上回っているが、部材や人件費の上昇が続いており、今後の受注は減少するとみている（住宅販売会社）」、「9月、10月に大きな価格改定が予定されているため、買い控えや様子見状態になると考える（スーパー）」と、度重なる商品値上げが消費に与える影響を危惧する声も目立った。

図1 景気の現状判断DIの推移[季節調整値]

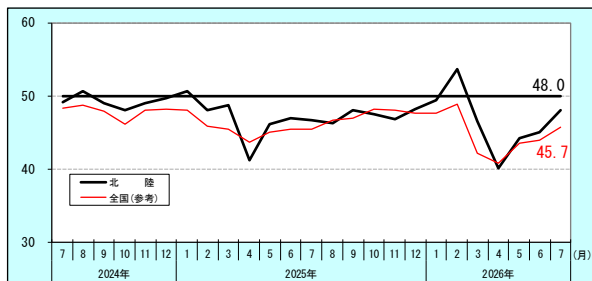
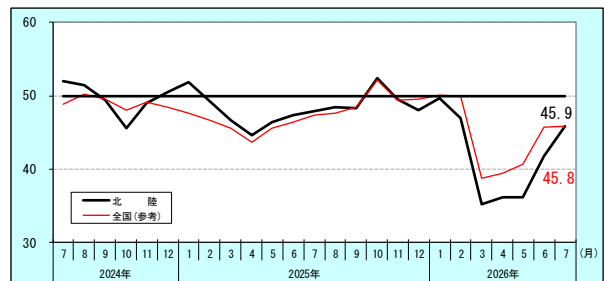


図2 景気の先行き判断DIの推移[季節調整値]



●7月のアンケート内容

調査期間：2026年7月25～31日
調査対象：合計100名（うち回答者92名）
調査分野：・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8月28日発行の「北陸経済研究2026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	◎	－	－	－
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上は前年同期比で約25%増加し、非常に好調である。免税売上は台湾や米国、イタリアからのインバウンドが急増し、全体の客単価が前年比で約1.5倍に上昇した。また、夏休みシーズンに入り国内旅行客の動きも活発で、日本人の売上も前年を1割上回って推移している。インバウンド向け売上単価の上昇と、国内観光需要の堅調さが相乗効果を生んでいる。
	○	コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・県独自の観光振興策であるキャンペーンの恩恵を受けている。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・猛暑とエアコンの省エネ基準の改定により、季節商材の売行きが好調である。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・週末を中心に順調に集客しており、来客数は前年比106%になっている。
	○	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・スポーツイベントにより団体予約客は前年同月比で20%増加している。個人客も前年同月より増えており、全体の稼働率は3か月連続で前年を上回っている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・夏に入って暑い日が続く、タクシーの利用が多くなっている。各種のイベントにより人出があり、観光客も増えている。また、タクシー運賃の改定により売上が増加している。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・3月頃から車券売上が日によって乱高下する傾向がみられたが、最近は安定して高い売上を維持している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・月の後半は熱中症警戒アラートが発出される暑い日が続く、下旬の週末は来街者が少ない印象であった。ブランド品を扱う洋服店では夏物セールが前年より前倒しになり、また、来店者から冬物を求められるなど季節感が変わってきている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・デイリー商品は前年並みで推移しているが、6～7月はお中元やギフトの動きが芳しくない状況が続いている。
	□	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・客層が高齢化しており、気温の変化によって来客数が激減する日がある。また、お中元商戦においては、年賀状と同様に高齢化のため廃止する動きが増えている。
	□	コンビニ（店長）	それ以外	・販売価格の高騰により消費動向は低調であり、前年の売上水準を維持できていない。単価は上昇しているが、来店頻度の著しい減少が続いている。また、経費の高騰に対して、現時点で店舗側の対策は何もできていないが、光熱費節約のため、店舗トイレの使用制限などを検討している。サービス低下につながるおそれはあるが、やむを得ないと考えている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・猛暑が続く、客足が伸びず、売上に影響が出ている。
	□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・エアコンの売行きが好調で、前年に比べて大きく伸長しているが、前年は動き出しが早かったため、ピークの時期がずれたとみている。前々年とほぼ同水準であり、今月はほぼ平年並みの販売量である。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・ここしばらくは新車購入に対して慎重な様子は変わらない。販売量がなかなか増えない状況が続いている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	単価の動き	・全体では車両やサービスの単価が上昇傾向のため、売上や利益が前年を上回っている。ただし、中古車は在庫不足などにより若干苦戦しており、全体としては横ばいである。
	□	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・平日・週末にかかわらず、来客数が減少している。販売促進をしても、動きが余り良くない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・物価高により地元客が減少し、レストラン部門の売上が低調である。宿泊部門は前年より良いが、前年は大阪・関西万博があったため大阪に旅行客が集中し、売上が低調だったことを考慮すると、決して良くはない。
	□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・旅行需要は上昇傾向にあるが、一部の企業では団体旅行を自粛する動きもある。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・この半年間、前年と比べて来客数が減り続けている。1番の原因は、物価高による来店サイクルの長期化と考えている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建物の価格は高くなる傾向が強いが、今後安くなる方向に動くとも考えられないため、少し無理をしても借入を増やし、建築しようとする客が増えている。

(－：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	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・販売数は前年を大きく下回り、来客数も減っている。様々な商材の値上げや中東情勢の影響をいまだ引きずっており、現状は非常に厳しい。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	販売量の動き	・商品全般の値上げに伴い、消費者の節約志向が強まっている。時期的な要因もあるが、前年同月と比べると悪い。
	▲	スーパー（役員）	単価の動き	・客単価が上がりづらくなっている。特に米は前年の価格高騰から一転して、単価が急落し、売上も大幅に減少している。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に契約数が前年同期に比べて減少し、解約数は増えている。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・物価高騰や暑さの影響かもしれないが、国内の団体や個人旅行、インバウンドの動きが前年同月に比べてやや悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建設資材の高騰、人件費の上昇が止まらない。商品の販売価格の上昇、地価上昇、金利の上昇と厳しい条件が重なっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・中東情勢の影響により建築資材の価格が高騰し、工期の遅延も発生している。
	×	商店街（代表者）	単価の動き	・商品は値上がりしているが、客単価が下がっている。来客数が同程度でも、売上は減っている。買物に対する客の目が以前より厳しくなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・3か月前と比べて、商品の品ぞろえが充実していない。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・前月辺りから急に人の出入りが少なくなり、常連客も体調の変化などで来店頻度が減っている。2～3日は開店休業状態で、固定費の支払で精一杯の状況である。小規模事業者からも厳しくなっていると聞く一方で、居酒屋は忙しいと聞く。
企業 動向 関連	◎	－	－	－
	○	プラスチック製品製造業（広報）	それ以外	・中東情勢が落ち着き、ナフサ不足が解消されている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・車載品は既存の流動品の受注が増加傾向で、産業機器向けや民生向け製品はやや増加傾向である。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月末決算の前期はボーナス支給前の営業利益率が12%と好調であった。7月からの新年度についても、国土強靱化政策の下で工事物件の受注が見込める。
	○	輸送業（管理会計担当）	受注価格や販売価格の動き	・輸送量に大きな変化はないが、運賃の見直しが進んできている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・中東情勢で滞っていた流れが徐々に動き出している。どの業界も納期に間に合わせようと精一杯だが、人手不足のため思うようには対処できていない。建材関係は価格高騰が顕著であり、タイルなどの装飾関係から削られている。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・資材価格等は高止まりしているが、ある程度は織り込み済みとなっている。現状のコストを前提として価格交渉を行う動きもあり、時流から取引先が値上げ要請に応じるようになってきている。
	□	司法書士	取引先の様子	・不動産取引は多いが、相続登記の義務化により相続した不動産の処分が多く、金額を下げてでも処分したいという案件が目立つ。
	▲	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震から2年半余りの間、被災前の売上規模を下回り続けている。また、ここ数年間は原料価格を始め、あらゆるコストが増加傾向にあり、何度も製品価格に転嫁し値上げをしているが、収益は悪化の一途をたどっている。
	▲	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢の影響が長期化し、主原料である石油由来の糸を始め、あらゆる原材料価格が高止まりしている。全てを価格転嫁することは困難である。
	×	－	－	－
	◎	－	－	－
雇用 関連	○	＊	＊	＊
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・有効求人倍率は、建設、運輸、サービス業が高く、事務職が低い傾向は変わらない。また、中小企業の専門職、技術職における人手不足の深刻化は続いている。
	▲	－	－	－
	×	－	－	－

〈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	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・ ８月はお盆休みや夏休みのピークを迎えるため、国内の家族連れや観光客の更なる増加が期待できる。欧米や台湾を中心としたインバウンドの客単価が高い傾向は定着しており、国内外の観光需要も重なって、高い売上水準が続くとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ 主要客層となる建設、建築系の仕事が中東情勢の影響によって鈍化していたが、このところ急に動き出しているという声を多く聞く。以前のように飲食店に出掛ける状況に戻れば、衣料の売上も期待できる。
	○	一般レストラン（経理）	・ 当温泉地において２軒の旅館が営業を再開したため、来客数が増えるかとみている。
	○	都市型ホテル（役員）	・ 夏休みに向けてスポーツ等の団体予約が好調である。一部不通となっていた観光鉄道の全線開通や新ルート開通など誘客に向けた明るい話題もあり、レジャー客の入込が期待できる。
	□	商店街（代表者）	・ 消費動向は不透明だが、複数の空き店舗が埋まると聞いており、商店街のにぎわいにつながると期待できる。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ ギフトの動きが悪い状況は変わらないが、デイリー商品は前年並みで推移するとみている。少し心配なのは暑さであり、暑い日は外出控えが目立つため注意が必要である。
	□	百貨店（販売担当）	・ 毎月のように続く商品の値上げにより物価高が止まらず、購買行動が慎重になっている。富裕層は高齢世代の購買意欲が低下している。その下の世代の富裕層では、高額なラグジュアリー商材の購入はあるが、成約後のキャンセルが増加しており、どの客層も購買行動に慎重さが増している。低価格志向の客層は多いが、低価格化には限界があり、当面は低調な状況が続くとみている。
	□	百貨店（売場担当）	・ 来客数は減少傾向だが、商品価格が上昇しているため、売上の減少は小さい。必要な物は、多少高価でも購入する傾向がみられる。
	□	スーパー（役員）	・ 今の状態が続くとみている。ただし10月以降は電気とガスに対する政府の補助金なくなるため、円安と中東情勢の影響が電気代等へ反映されることを強く懸念している。
	□	コンビニ（店長）	・ 現状と変わらず、悪いままだとみている。10月には最低賃金が再び上昇し、それに伴う値上げにより、物価高は止まらないと考える。店の経営面では、人件費が５％上昇すると、現在の販売単価で営業を続けることはできない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 食品が値上がりし、ガソリン価格は高止まりしているため、将来について全く楽観できない。
	□	家電量販店（店長）	・ 気温が高くエアコンなどの季節商材の販売は伸びているが、パソコンなど価格が上昇した商品の売行きが良くない。
	□	家電量販店（本部）	・ エアコンを除く耐久財の動きは、すぐには変わらない。一方で、趣味のための製品の売上は右肩上がりであり、欲しい物への投資を惜しまなくなっていることは好材料である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・ 給与がある程度増えても可処分所得が余り変わらないことが、販売量が増えない要因の１つとみている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・ ボーナス支給は購買意欲の向上につながるが、物価上昇が消費マインドを悪化させており、全体としては横ばいとみている。
	□	乗用車販売店（経理）	・ 車のモデル改良が少なく、先行きはやや不透明であるが、これまでの受注状況等を踏まえ、引き続き一定水準で推移するとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・ 夏休みや９月の大型連休で外向き消費が活発になるため、耐久財の消費は抑制する傾向になるとみている。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 今春からのリニューアルに向けた設備投資により、テナントの新規出店が増えている。新店開店の効果が年内は継続すると見込んでおり、自社の状況は変わらないとみている。
	□	一般レストラン（店長）	・ 客が集中する日は忙しいが、全体としては平年並みとみている。
	□	スナック（経営者）	・ 物価高が大きく影響している。内外情勢や世界的な要因などもあり、ますます客足が遠のくとみている。
	□	観光型旅館（経営者）	・ ９月からは当県独自の宿泊応援施策があり、大型連休の日並びも良いため、夏休みから10月にかけて順調に集客できている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・ 国内客については、お盆や夏休みがある８月の予約状況が低調である。夏休みは安近短で終わるとみており、地元客向けの企画を実施している。
	□	タクシー運転手	・ まだ暑い日が続くとみられ、熱中症を防ぐため、今月と同様にタクシーの利用は多いとみている。

(－：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	□	テーマパーク（役員）	・3か月先の予約状況は、全体として前年同月と同じ水準になっている。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・物価上昇による買い控えが長期化するとみている。繁忙期の一時的な需要はあるが、最近はその反動が激しく、繁忙期後の停滞期間が徐々に長くなっている。
	▲	スーパー（仕入担当）	・9月、10月に大きな価格改定が予定されているため、買い控えや様子見状態になると考える。外食から内食へシフトする可能性もあるが、景気は下向きになるとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・最低賃金の上げはパートタイム従業員にとっては前向きなニュースだが、個人経営の店舗にとっては負担が重い。中東情勢の影響による原価の上昇と併せて、苦しい風向きが続くことは避けられない。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・例年、中京方面からの団体予約が多い時期だが、今年はアジアのスポーツ大会が9月19日から10月4日まで名古屋で開催されるため、旅行用のバスが不足し、受注がなく厳しい状況である。
	▲	旅行代理店（従業員）	・石油市場の動向と全体的な旅行費用の増加が影響し、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	通信会社（役員）	・中東情勢に不透明感が漂い始めている。円安や原油価格高騰による物価上昇が続く、サービス提供に必要な設備や備品の価格上昇や供給不足につながることを懸念している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・建築件数は間違いなく減る方向だが、建築単価が高いため、売上は前年と同程度かそれ以上になるとみている。新たな住宅地の供給を行っており、今後は住宅展示会での集客に力を入れて、顧客を獲得していく。
	▲	住宅販売会社（営業）	・多くの取引業者からの値上げ要請が続いており、販売価格に転嫁せざるを得ない。値上げをすれば、売上に影響することは避けられず、ますます身の回りの景気は落ち込むとみている。
	×	住宅販売会社（従業員）	・金利や住宅価格の上昇などにより、新築住宅の販売は厳しい。リフォームは受注計画を上回っているが、部材や人件費の上昇が続いており、今後の受注は減少するとみている。
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	建設業（経営者）	・これから公共工事が発注される時期になるため、建設業界は景気が良くなるとみている。
	○	不動産業（経営者）	・少しずつではあるが、法人客の動きが出てきている。
	○	税理士（所長）	・受注残を抱えている顧問先が多く、少なくとも年内は好況とみている。ただし、中東情勢が終結したわけではなく、不確実な要素がある。
	□	食料品製造業（経営企画）	・最近の原料価格や様々なコスト増加を吸収するため、秋口以降に値上げをする予定である。しかし、ここ数年は毎年のように値上げをしており、販売量の減少は避けられないとみている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・二輪車用部品は、欧州市場向けを中心に受注が好調に推移している。一方、自動車用部品は中国市場における日系自動車メーカーの販売不振、産業機械用部品は北米市場での受注低迷のため、全体として業績の伸びは限定的である。
	□	司法書士	・飲食業や建設業の売上は悪くないが、人件費や材料費の価格転嫁ができないため利益が出ず、人手不足により営業時間を短くせざるを得ないため利益につながらないと聞く。
	▲	繊維工業（総括）	・これまで好調であったスポーツやアウトドア用途の製品に一服感がみられることに加え、中東情勢は最終合意までの道筋がみえず、先行きが不透明である。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・ナフサは確保できたが、全体的な物価上昇により消費マインドが悪化するとみている。
	▲	建設業（役員）	・受注価格の上昇により、受注量が減少傾向になるとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・これまでの物価高により費用負担が増加し、中小企業は疲弊している。国内での更なる金利引上げや不安定な国際情勢など外部環境は厳しく、中小企業の淘汰が進むとみている。
	×	－	－
	◎	－	－
雇用 関連	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数が増加している。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響について懸念する事業所はあるものの、7月は新規求人件数が今年度初めて増加している。ただし、今後の状況については引き続き注視する必要がある。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・諸経費の高騰や資材の調達難が一層進み、価格転嫁ができない製造業等は利益が確保できず、内部留保の切り崩しや倒産が増えるとみている。
	×	－	－
	◎	－	－