



北陸地域の概要（2026 年 8 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 夏季休暇で観光や外食は賑わうも、物価高で小売は苦戦しDI値が下落

現状判断DIは、前月から1.6ポイント下落の46.4となった。「今年は前年以上に帰省客の数が多かった。また、国内観光客やインバウンドも多く、外食産業全体がにぎわっている（一般レストラン）」、「お盆期間の帰省客や観光客、インバウンドも多く、忙しい（タクシー運転手）」と観光や外食では明るい声が聞かれた。一方、「購買行動には、特売日のまとめ買いや低価格商品に集中する傾向がみられ、節約志向が続いている（スーパー）」、「客の購買力が低下している。記録が確認できる2024年から現在にかけて、買上点数が右肩下がりとなっている（コンビニ）」、「生活防衛意識が非常に高まっているとみられ、客単価は前年割れが続いている。お盆明けの反動減も顕著であり、節約ムードが続いている（一般小売店〔鮮魚〕）」と物価高により日常消費を抑える傾向がみられ、小売業を中心に厳しい意見が目立った。また、「猛暑と豪雨により、客が街に出にくい状況が続いている（衣料品専門店）」との指摘もあった。

景気の先行き判断 秋の行楽シーズンに期待するも、更なる値上げの影響への懸念は強い

先行き判断DIは、前月から1.3ポイント上昇の47.2となった。9月は大型連休もあり、「夏季休暇の終了に伴い一時的に需要は落ち着くだろうが、秋の行楽シーズンに向けて国内旅行需要の底堅さは続くともっている（商店街）」、「宿泊部門は、秋の予約が順調に入っている（都市型ホテル）」と、秋の観光消費に期待する声があがる。物価高の影響については、「客が値上げを受け入れ始めるとみている（一般小売店〔事務用品〕）」と前向きな意見もあるが、「毎月、取引先から値上げの報告があり、物価高が止まらない。今後は消費者の購買行動がますます慎重になるとみている（百貨店）」、「9月に入っても多品目で値上げがあり、その影響は大きく、厳しい状況が続くとみている（一般小売店〔書籍〕）」、「価格の高騰や金利の上昇が続くことは避けられないため、今年度の下期は客足が滞るとみている（住宅販売会社）」と厳しい見方が多い。このほか、8月下旬に発生した豪雨災害や10月以降の最低賃金引上げの影響を懸念する声もあった。

図1 景気の現状判断DIの推移[季節調整値]

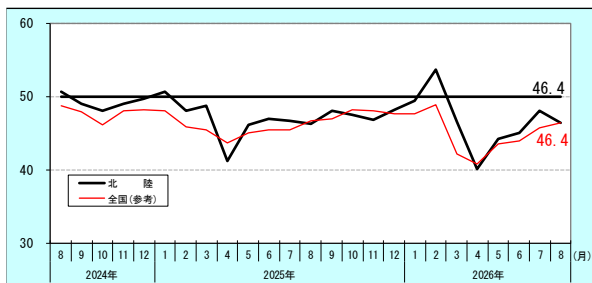
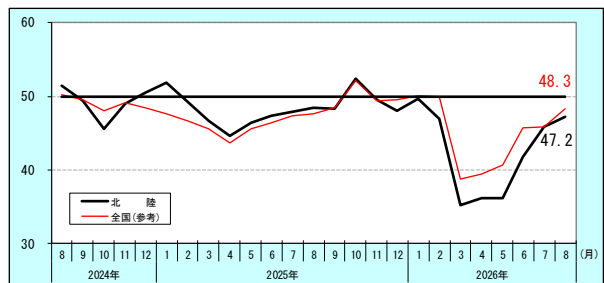


図2 景気の先行き判断DIの推移[季節調整値]



●8月のアンケート内容

調査期間：2026年8月25～31日
調査対象：合計100名（うち回答者87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。

〈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	◎	一般レストラン （統括）	お客様の様子	・夏休みやお盆がある８月は例年帰省客でにぎわうが、今年は前年以上に帰省客の数が多かった。また、国内観光客やインバウンドも多く、外食産業全体がにぎわっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は暑い日が続き、近いところでもタクシーを利用するようになっている。また、お盆期間の帰省客や観光客、インバウンドも多く、忙しい。
	○	スーパー（仕入 担当）	来客数の動き	・地域の街おこしイベント等により、観光客を始め来客数が増えてきているため、全体的に業績は上向きである。しかし、いつまで続くかは見通せない。
	○	一般レストラン （経理）	来客数の動き	・２年前の能登半島地震から当温泉地は少しずつ復興が進んでおり、来客数も増えつつある。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・売上は前年同期比で約７％増加し、堅調に推移している。欧米やオーストラリアからのインバウンドは前年と同水準を維持しているが、前年目立った中国からのインバウンドによる高額品のまとめ買いが落ち着き、免税売上は減少している。一方、お盆期間を中心に日本人観光客による購入が急増しており、一般売上が前年比で約６割増加と大幅に伸長している。インバウンドの高額消費に過度に依存せず、国内需要の強さが全体の売上を力強く下支えしている。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・今月はお盆期間を含め、前年同期より人出が多い。観光客や帰省客を始め、休み中は家族連れで飲食店がにぎわっている一方、宝飾店や衣料品店等の買回品店の客は少ない印象を受ける。
	□	百貨店（売場主 任）	来客数の動き	・８月の後半にレベル５大雨特別警報が発表され、管内及び市内中心部から人が消えて閑散とした状況となり、売上が低迷した。しかし、月前半が好調に推移していたため、月全体では前年の実績を超えている。国内富裕層による高額品の売上が好調に推移し、全体をけん引している。
	□	百貨店（売場担 当）	来客数の動き	・お中元ギフトを求める客は減少しているが、帰省時の土産やお盆期間の来客に備えて商品を購入する客が多く、全体では前年並みの来客数である。今年は帰省客の滞在期間が長く、節約志向から自宅で料理を振る舞う人が多いようで、オードブルなどの総菜が動いている。
	□	家電量販店（店 長）	販売量の動き	・売上は前年並みである。猛暑日が続いているが、エアコン販売などの大きな動きにはつながらなかった。
	□	乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・来場者が車の購入に慎重な様子は変わらず、車検整備をして乗り続ける人が多くなっている。
	□	住関連専門店 （役員）	販売量の動き	・毎年８月前半のお盆までは比較的需要が増加するが、お盆を過ぎた後半は来客数と売上の伸び悩みが著しい。
	□	都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門はインバウンドを中心に前年より回復している。レストラン部門、宴会部門は前年並みだが、８月の後半は急に弱くなった。
	□	テーマパーク （役員）	来客数の動き	・国内の団体客やインバウンドの動きはやや鈍いものの、個人客の動きが良いため、全体としては変わらない。
	□	美容室（経営 者）	単価の動き	・来客数の減少は少しずつ収まっているが、前年まで順調だった客単価は下落が続いている。同業者も同じような状況らしく、物価高の影響との認識で一致している。
	□	住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・中古住宅の問合せなど不動産流通に関する問合せが多い。資材価格や人件費の上昇及び金利の先高観があり、新築の契約数は計画を下回っている。
	▲	一般小売店〔鮮 魚〕（経営全 般）	お客様の様子	・お盆期間は飲食部門が好調だったが、物販は非常に苦戦した。生活防衛意識が非常に高まっているとみられ、客単価は前年割れが続いている。お盆明けの反動減も顕著であり、節約ムードが続いている。
	▲	百貨店（販売担 当）	お客様の様子	・気温の影響やセール商材の減少などにより、衣料品が特に苦戦している。夏季の長さに対応し、前年から夏の定価販売商材が増えており、セール販売が減少している。特に衣料品はセールで安く商品を購入したいと考える客が多いため、夏の定価販売商材への移行が進まず苦戦している。一方、肌着などのデイリー商材はリカバリーウェアなどのヒット商材が一部あり、好調に推移している。また、カプセルトイなどのコンテンツやキャラクター販売も単価上昇の影響はなく、数千円の購入をする客は多い。
	▲	スーパー（役 員）	お客様の様子	・客の購買行動には、特売日のまとめ買いや低価格商品に集中する傾向がみられ、節約志向が続いている。

(－：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	▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・客の購買力が低下している。記録が確認できる2024年から現在にかけて、買上点数が右肩下がりとなっている。先日、コンビニ各社とスーパーがおにぎりの販売価格を下げるとの報道があったが、値下げは客の併せ買いにつながらず、むしろ客単価の下押し要因になることを危惧している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・猛暑と豪雨により、客が街に出にくい状況が続いている。前年と比べて、お盆の帰省客も少なかった。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・シーズンの過渡期であり、気温の変化や台風、豪雨の影響により売上が変動する不安定な時期である。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・全体的な商品価格の上昇により、買い控え傾向がみられ、来客数は減少傾向だが、客単価は上昇している。
	▲	競輪場（職員）	販売量の動き	・競輪事業は例年どおり開催できているものの、前年と比べて車券の売上が減少することが多くなっている。消費者の景況感が悪くなっていることが影響しているとみられる。
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・小売店の倒産や廃業の話は春頃から聞いていたが、ここに来て問屋の廃業も多くなっている。季節の変わり目で一区切りつける会社が増えている。9月からは、また値上げラッシュである。
	×	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前のピーク時と比較して3分の2まで減少し、売上も減少している。これに対して、客単価や商品単価は4割程度上昇している。前年の売上を何とか維持できている要因は、商品単価の高騰のみである。コンビニのおにぎりが200円を超え、その他の商品の価格もそれ以上に上昇しているため、低価格の飲食店との競合も新たに始まっている。また、特に人件費などの経費が高騰しており、値上げしても追いつかない。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は休日が多くあったが、開店以来初めて固定費も賄えず赤字である。数少ない来店客からも、今月は厳しいという声を聞いている。開店休業状態の日もあり、大変苦しい状況である。
企業 動向 関連	◎	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・中東情勢が落ち着き、株価が上昇に転じている背景から、受注量は増加している。設備投資は旺盛であり、新規事業も増加していることにより、販売量は伸びている。
	○	建設業（経営者）	競争相手の様子	・過当競争がなくなってきた。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・顧問先の決算状況では、価格転嫁などにより売上が軒並み増加している。ただし、資材価格や人件費が上昇しているため、粗利益率が低下しているか、良くても横ばいといった会社が多い。
	□	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、いろいろな原材料の価格が高止まりしている。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	取引先の様子	・原材料調達に関する不安は小さくなったが、価格高騰に対する市場の反応が良くないとする客先が多い。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・物量は若干減少しているが、単価が上昇しているため、売上は横ばいである。
	□	司法書士	取引先の様子	・不動産取引は通常よりかなり多いが、相続財産の処分や投資目的の売買であり、景気動向との関連は不明である。
	▲	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の被災から2年半余り、1度失われた売上は、もはや元には戻らない。さらに、中東情勢に限らず、原材料費や人件費などいろいろな物の価格上昇が重なり、収支は悪化するばかりである。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前月発生した令和8年熊本地震の影響により、熊本を拠点とする客先への納入が停止している。
	×	－	－	－
	◎	－	－	－
雇用 関連	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・内々定を得た学生の割合が、前年同期と比較して増加している。企業の採用意欲は高く、事業拡大に備えた動きであるとみている。
	□	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・県内の求人倍率は上昇傾向にあるが、周囲の状況は変わらない。
	▲	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・派遣しているスタッフ数が3か月前と比べて1.3%減っている。
	×	－	－	－
	×	－	－	－

〈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）	・夏季休暇の終了に伴い一時的に需要は落ち着くだろうが、秋の行楽シーズンに向けて国内旅行需要の底堅さは続くともっている。欧米圏を中心としたインバウンドが定着し、特定の国による一時的な商品の大量購入に左右されない安定した集客基盤が形成されており、今後も前年並みの高い売上水準を維持できるとみている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・客が値上げを受け入れ始めるとみている。
	○	コンビニ（店舗管理）	・高騰していた米の仕入価格が大きく値下がりする影響が大きい。
	○	乗用車販売店（経営者）	・これからの時期は、各メーカーで新型車の発表が多くなるため、来場者や購入者が増えるともっている。
	○	一般レストラン（経理）	・能登半島地震による被災から当温泉地では少しずつ復興が進んでおり、客も増えつつある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、秋の予約が順調に入っている。
	□	商店街（代表者）	・最寄りの空港発着の国際線が再開したことにより、観光客の入込が増えるともみられ、その波及効果に期待している。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・値上げが一旦落ち着いたとみていたが、９月、１０月にまた仕入価格が上昇するため、値上げを検討しなくてはならない。値上げによる売上への影響は不透明である。
	□	百貨店（売場主任）	・物価高の影響により、消費者の節約志向はますます強くなっていくともっている。
	□	百貨店（販売担当）	・厳しい暑さの影響により秋物への移行が進みにくく、衣料品は当面苦戦するとみている。この秋は各ブランドで手頃な価格帯の商材がやや拡大するため、これを起点に消費者に訴求する。また、秋色の高気温対応商材の販売を拡大することで、近年減少してきた秋商材の売上を補えると期待している。しかし、秋は連休など休みが多く、レジャーや旅行の支出が増えるため、衣料品の購入にはつながりにくく、コンテンツ関連商品の販売や旅行アイテムの拡大が必須になるとみている。
	□	百貨店（売場担当）	・毎月、取引先から値上げの報告があり、物価高が止まらない。今後は消費者の購買行動がますます慎重になるとみている。
	□	スーパー（仕入担当）	・観光客の増加などにより来客数が増加する一方、９月以降の価格改定による悪影響も見込まれ、どちらに転ぶか分からない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・３か月後は秋シーズン真っただ中であるため売上増加が期待できる。気候や社会情勢が安定することを期待している。
	□	家電量販店（店長）	・故障するなど必要になった場合にしか、客は商品を購入しないとみている。
	□	家電量販店（本部）	・前年と比べて趣味に関連する商材の売上が増加している。春先には特需でエアコンが動いたが、最近の一般的な耐久財の先行きは堅調な範囲で、景気を左右するほどの影響はないとみている。
	□	乗用車販売店（経理）	・中東情勢や物価上昇など先行き不透明な部分はあるが、政府のガソリンに対する補助金の継続方針等を踏まえ、受注面には大きな影響はないとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・本来は最も需要が膨らむ四半期であるが、現在の市況や販売の動きを見ると、回復に向かうとは考えられない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・秋は県外からの団体旅行が最も多い時期だが、２～３か月先までの受注に好材料は少なく、例年並みの状況で推移している。
	□	通信会社（役員）	・円安や原油価格高騰による物価上昇が続き、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が発生しているが、景気が悪くなるほどの影響はないとみている。
	□	テーマパーク（役員）	・９月の大型連休により旅行需要が高まる一方、物価高の影響があるため、全体としては変わらないとみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・地価が上がり、建築資材も値上がりしており、客が動かない。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・１０月以降は最低賃金引上げや更なる物価上昇という２つのコスト増加が重なり、厳しい状況になるとみている。物価上昇は来店頻度の減少や買い控えにつながるため、来客数や買上点数が落ち込み、全体の売上が下がるとみている。
	▲	スーパー（総務担当）	・水害などの影響により、損害が大きい企業が出るとみている。
	▲	スーパー（役員）	・１０月からの最低賃金引上げに加え、電気・ガス代の補助金がなくなること、中東情勢が改善する見通しが立っていないことなどメーカー側が値上げする要因が多く、今後も商品仕入価格の上昇が続くとみている。客の節約志向をみても、すぐに前向きな購買状況にはならないとみている。

(－：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	▲	コンビニ（店長）	・今年は例年ほどの猛暑に見舞われず、結果としてソフトドリンクやアイスクリームの販売が不調である。例年であれば9月頃にもう1度販売の山はあるが、今年は早々にピークアウトの兆しがある。特にソフトドリンクの不調は、コンビニにおいて販売量や利益率の減少につながり、厳しいと言わざるを得ない。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・値上げ商品の増加により物価上昇を感じるが増えており、客の購買意欲が下がるとみている。
	▲	タクシー運転手	・8月が良かったこともあり、観光客は多少減るとみている。10月に入れば秋の観光シーズンとなり、再び観光客が増えると期待している。
	▲	競輪場（職員）	・物価高による生活費高騰の影響が大きい。短期では改善せず、景況感はやや悪くなるとみている。
	▲	住宅販売会社（営業）	・価格の高騰や金利の上昇が続くことは避けられないため、今年度の下期は客足が滞るとみている。徐々に競合負けや計画中止の商談が増え、見込み客が減ってきている。
	×	商店街（代表者）	・9月から値上げがあるとの連絡が多く、更に物価は上がるとみている。所得が上がらない限り、景気は良くならないとみている。
	×	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・9月に入っても多品目で値上げがあり、その影響は大きく、厳しい状況が続くとみている。
	×	コンビニ（店長）	・営業時間を短縮した方が利益が増加するため、夜間営業の停止を検討している。景気を良くする動きではないものの、事業所の維持を優先せざるを得ない。
企業 動向 関連	◎	－	－
	○	化学工業（総務担当）	・今後は受注高が増える予定である。
	○	プラスチック製品製造業（広報）	・今は様子見の姿勢が強く、後半に少し持ち直すともっているが、外部環境が変わらなければ一過性にとどまるとみている。
	○	建設業（経営者）	・同業他社も施工の最盛期を迎え、下請け業者や材料納入業者も多忙になるとみている。
	○	不動産業（経営者）	・法人からの問合せや相談が出てきている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内は前月発生した令和8年熊本地震の影響により、熊本を拠点とする客先の今後の生産が不透明で、受注見通しの見極めが難しい。海外は欧州向け二輪車用部品の受注が引き続き好調である一方、米国向け産業機械用部品の受注は高関税率の影響などにより低調である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・産業機器関連の受注が好転し、この後も継続若しくは増加傾向であることが、客先への確認で判断できているが、民生用関連の動きが余り良くない。車載関連は、現状維持から若干の増加傾向との見方もあるが、現時点では確実に上向くような情報は得られていない。
	□	金融業（融資担当）	・賃上げ圧力が強く、企業業績の利益率悪化の要因となっているが、今後の賃上げが消費の底上げにつながるかは不透明である。また、今後は豪雨災害の影響が出てくる可能性がある。
	□	司法書士	・6月決算の状況は悪くないが、人手不足や材料費高騰、融資金利の上昇など不安要素が多い。
	□	税理士（所長）	・8月末に豪雨災害があり混とんとした状況である。災害に見舞われたのは一部地域だが、消費行動は全体的に慎重になるとみている。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・いろいろなコストアップを踏まえ、9月に値上げを実施する。販売数量の減少は避けられないが、採算性を考えるとやむを得ない。
	▲	繊維工業（総括）	・中東情勢の影響による受注減少は懸念したほどではないものの、先行きの不透明感が強くなっている。
	▲	建設業（役員）	・原材料価格が安定しないなか、受注価格の上昇基調も続いている。今後の受注については不透明感があり、先行きが良くなるとは考えにくい。
	▲	金融業（融資担当）	・円安の進行に起因する物価高、原油価格の高止まり、海外情勢の不透明感、日中関係の影響によるインバウンド需要の減少など景気の下振れリスクは大きい。更に北陸地域では豪雨災害の影響が大きく、景気が好転するような明るい材料が少ない。
	×	－	－
雇用 関連	◎	－	－
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人見込み数が増加している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・物価高騰や中東情勢の影響など先行きの不透明感が払拭されないため、今後もこのままの状況が続くとみている。
	▲	人材派遣会社（役員）	・求職数の確保が難しくなっている。
	×	－	－