



北陸地域の概要（2020年8月調査）

地域開発調査部 研究員 吉田聡子

景気の状態判断 お盆を含め夏休み期間も帰省や外出控えが続き、DI値は再び下落

現状判断指数(DI)は、前月から▲4.7ポイントの41.2となった。全国値を下回る地域は北陸と沖縄のみである。「新型コロナウイルスの影響で県外旅行客や組合及び協会関係の懇親会や接待利用などが低迷しているため、例年の50%ほどの来客数で推移している(高級レストラン)」、「自粛ムードから遠出の自動車使用が少なくなったためか、メンテナンス商品のタイヤやオイル交換の販売は激減している。ガソリン販売も同様の動きである(自動車備品販売店)」と依然として厳しい声が続く一方、「やや良い」との回答には「帰省がない、距離のある場所への旅行を控える、自宅で過ごすなど、夏休みやお盆の過ごし方に変化があり、特に総菜やグロッサリー、スイーツといった自宅で食べる食品や、機能寝具、リラクシングウェアなど生活用品の売上に伸びがみられる(百貨店)」、「外出控えからくる住環境の見直しや、外食控えからくる嗜好品に向けられた消費の増加などが販売量の動きの要因と考える(住関連専門店)」と消費者の行動変化が追い風となった声もあがっている。

景気の先行き判断 先行きDI値は上昇したものの、コロナ禍の終息がみえず低水準のまま

3か月先を占う先行き判断指数(DI)は依然として低いものの、+3.1ポイントの38.2となった。「新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのか不確かで、1人感染者が出れば即振出しに戻る怖さがある(商店街)」という状況では、「引き続き新型コロナウイルス感染拡大の対応により、自粛や制限をしながらの営業活動となることや、消費者マインドが冷え込むことが想定され、解約が徐々に増えていくと考える(通信会社)」、「新型コロナウイルスの影響による消費者の行動変化により、時間の使い方が変わってきている。特に旅行や外出などの晴れの場で過ごすことを自粛しており、消費の低調さにもつながっている。年内一杯はこの状況が続くとみている(その他小売[ショッピングセンター])」と消費の冷え込みが指摘されている。「人が動かないから物が動かない、物が動かないから金が動かない、金が動かないから人が動かない」といった悪循環がそのまま続いている。この先、これ以上悪くならないことを祈っている(その他専門店[酒])」。

図1 景気の状態指数(DI)の推移[季節調整値]

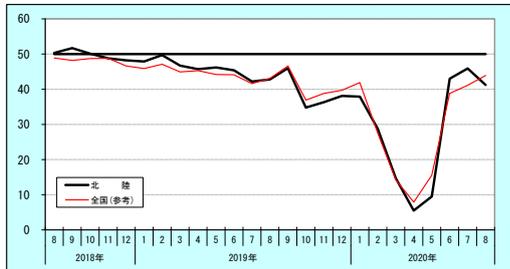
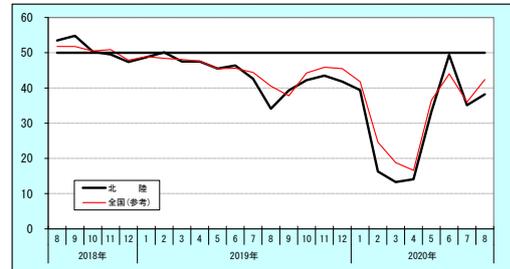


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



●8月のアンケート内容

調査期間：2020年8月25～31日

調査対象：合計100名（うち回答者90名）

- (内訳) ・家計動向関連
- ・企業動向関連
- ・雇用関連

●景気の状態指数(DI)の算出方法

景気の状態や先行きに対する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。

(- : 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）	お客様の様子	・新たな商業施設の開店後、商店街入口の両側に核となる店舗ができたため、入込客の回遊性を期待できる。マスコミが取り上げたこともあり、久しぶりのにぎわいであったが、1か月を過ぎて落ち着きが出てきている。今後も引き続きにぎわうかは不確かである。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・帰省がない、距離のある場所への旅行を控える、自宅で過ごすなど、夏休みやお盆の過ごし方に変化があり、特に総菜やグロッサリー、スイーツといった自宅で食べる食品や、機能寝具、リラクシングウェアなど生活用品の売上に伸びがみられる。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客単価が引き続き高いなか、少しずつ来客数が戻ってきている。
	○	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第1波の期間との比較では若干良いものの、前月と比較して大幅に悪化している。経営的には第2波の影響を受けている。特にお盆の帰省自粛と夏休みの短縮から、前年に比べ来客数が大幅にダウンしている。
	○	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・外出控えからくる住環境の見直しや、外食控えからくる嗜好品に向けられた消費の増加などが販売量の動きの要因と考える。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・3か月前の5月は新型コロナウイルス禍の真ただ中で、外出自粛のため外食する消費者が極端に少なかったが、現状は新型コロナウイルス禍での新しい生活様式が徐々にだが定着し始めており、外食する機会も少しずつ増えている。
	○	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・県民割引やGo To Travelキャンペーンなどの宿泊補助金制度のお陰で、露天風呂付き客室を始め単価の高い部屋の稼働が良い。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・高齢者の買物や通院での外出が大分戻ってきたと感じる。しかし、県外からの出張者が少ない。夜の繁華街は相変わらず閑散としている。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・例年なら新商品発売に向けて買い控えが発生しているが、今のところそのような傾向はみえない。また、新型コロナウイルスの影響も収束してきたようにみえる。
	○	競輪場（職員）	来客数の動き	・3か月前の5月は営業そのものが困難であった。現在は規模縮小などの対策を講じながら営業しているため売上を計上できているが、来客数や客単価は前年を下回っている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売については軽自動車を中心に増え始めたが、業界全体では買換えせずに車検をして乗り続ける人が多いようである。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・東京オリンピックもなければ、イベントも何もない。大変寂しい8月である。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・3世代家族やファミリー層などが減少しており、単独、少人数での来店客が目立つ。夏休みの短縮、お盆の帰省自粛などの動向が影響していると考えられる。
	□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で県外旅行者や組合及び協会関係の懇親会や接待利用などが低迷しているため、例年の50%ほどの来客数で推移している。
	□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが開始されて起爆剤となり、旅行需要が増えることを期待したが、新型コロナウイルスの感染拡大傾向に水を差された状況である。現状は自粛して県内や近県の旅行にとどまる傾向が続く感じである。
	□	美容室（経営者）	それ以外	・高齢者の来店サイクルが伸びている結果、来客数は前年より5%ほどダウンしているが、商品販売は好調で前年売上をキープしている。各自治体が発行している需要喚起策の買物クーポン券の利用が多くなっている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新規分譲地の販売も一段落し、例年と変わらぬ受注量となっている。他社動向をみても新型コロナウイルス対策をしながら営業活動を展開しており、今のところは平年並みを維持できると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客は動いているが、同業他社との販売競争が激しくなっている。

(- : 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	▲	一般小売店〔書籍〕(従業員)	来客数の動き	・今月に入り新型コロナウイルスの影響がまた大きくなっており、来客数の減少が顕著に表れている。
	▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・ディスカウント系ドラッグストアの出店が続き、来客数を大きく落としている。今後も出店の予定があるため、やや悪くなる。
	▲	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・猛暑及び新型コロナウイルスの影響で厳しい状況が続いているが、新型車発売の効果で週末の来客数は回復しつつある。
	▲	自動車備品販売店(役員)	お客様の様子	・来客数は前年から比べると減っているが、この数か月間は変化がない。しかし、自粛モードから遠慮の自動車使用が少なくなったためか、メンテナンス商品のタイヤやオイル交換の販売は激減している。ガソリン販売も同様の動きである。
	▲	住宅販売会社(営業)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の再拡大が影響し、お盆前から客足が鈍っている。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・人出への影響が大きく、新型コロナウイルス感染者数の発表に一喜一憂の毎日である。感染者の年齢が上がっているため、高齢者の姿が顕著に少なくなっている。
	×	スーパー(店舗管理)	来客数の動き	・周辺の老舗飲食店の閉店や仲卸業者の廃業が相次いでいる。
	×	都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる外出の自粛、集会や宴会の自粛が続き、Go To Travelキャンペーンでも人は動かない。宿泊部門の売上は8割減、宴会部門は9割減、レストラン部門は6割減である。地元客の動きは多少感じるが、県外からの移動や県内であっても会議や宴会がほとんどない状態が続いている。
企業 動向 関連	◎	税理士(所長)	取引先の様子	・緊急事態宣言が出ていたことで非常に厳しい状態だった事業体が、3か月前に比べると良くなっている。今のところ製造業、建設業の関係は、新型コロナウイルス感染症による落ち込みがなく続いていることから、全体としては3か月前と比較すると良くなっているという感じである。
	○	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共工事の発注が増えてきて、当社も受注ができてきている。新年度に入り工事が発注されてきたという意味では、例年どおりではある。
	□	不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・現在、業者関係の情報がかかなり止まっており、一般の問合せが全く出てこないという状況である。
	□	司法書士	取引先の様子	・前年から準備が進んでいた企業買収が1件中止となった一方、前月に買収完了となったものが2件ある。
	▲	食料品製造業(経営企画)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で大きく落ち込んだ業務用も前月辺りは確実に回復傾向であったが、8月に入って再び大幅な前年割れとなっている。引き続き市販用が好調とはいえ、その穴は全く埋まらない。普通の夏と普通ではない夏の業務用需要のギャップを痛感している。
	▲	一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・引き続き新型コロナウイルス感染拡大の影響で、営業活動が十分に行えない状況が続いている。受注金額は前年同月比で米国は70%、欧州は30%、国内は50%である。
	×	繊維工業(経営者)	取引先の様子	・繊維工業は衣料のウエイトが高い。前年10月に2%の消費税の引上げがあり、さらに今年の冬は暖冬で、天候に敏感な冬物衣料の売行きが非常に悪かった。それに加えて、新型コロナウイルスの感染拡大が追い打ちを掛けている。幾つもの条件が重なって悪い状況である。非衣料分野については、低位安定である。
	×	建設業(役員)	受注量や販売量の動き	・今後の先行受注は減少傾向である。
雇用 関連	◎	-	-	-
	○	*	*	*
	□	新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・ウィズコロナのフェーズに入り、人の動きは次第に戻りつつあるが、景気が上向いたというところまでには至っていない。皆どこかで不安を抱えながらの生活で、財布のひもは固いままの印象を受ける。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・全産業において求人数は、新型コロナウイルスの影響で前年より大幅に減少している。特に、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービスの減少が大きい。これらの産業は客足の戻りが依然として悪く、関連する卸売業、小売業にも連鎖して影響を及ぼしている。
	▲	学校〔大学〕(就職担当)	求人数の動き	・前年の同時期に比べて、求人を行う会社数が少ない。
	×	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で退職者が増え、求職者の不安感が増している。

(－：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（エリア担当）	・新型コロナウイルスの心理的不安が徐々に収束しており、客の消費意識も少しずつ回復していくとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表が続くため、客の購買意欲に期待している。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのか不確かで、1人感染者が出れば即振出しに戻る怖さがある。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・8月も2～3か月前から比べると大分良くなってきているが、やはり新型コロナウイルスの影響がある。デパートも大きな広告を出せない状況であり、来客数が極端に少ない状態が続いている。その中でも贈り物には多少動きが出ていることから、良い感じではないかとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・来客数の少なさや販売提案時の返答から、まだ様子見が続くと考えるので変わらないとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・秋冬に入り風邪やインフルエンザ、さらには新型コロナウイルス感染症への対策がまだ見いだせないなかでは、家の中で過ごす時間が夏場よりも一層長くなるとみている。住環境を整えるという流れはしばらく継続するものと考える。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・人が動かないから物が動かない、物が動かないから金が動かない、金が動かないから人が動かないといった悪循環がそのまま続いている。この先、これ以上悪くならないことを祈っている。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの影響による消費者の行動変化により、時間の使い方が変わってきている。特に旅行や外出などの晴れの場で過ごすことを自粛しており、消費の低調さにもつながっている。年内一杯はこの状況が続くとみている。
	□	一般レストラン（統括）	・現状の第2波の後、9月の大型連休で多くの人が動くため、それによって10月以降の新型コロナウイルスの感染者数がまた増加傾向になると考える。また、寒くなるにつれてインフルエンザも発生するため、外食産業の景気は現状と大きく変わらないとみている。
	□	スナック（経営者）	・社会全体がマイナス方向でゆとりもなく、収入も減っている現状で、新型コロナウイルス感染症の終息がなければ光は見えてこない。今月の悪い状態と変わらないと考える。
	□	旅行代理店（所長）	・新型コロナウイルスのワクチンが完成するか終息宣言が出ない限り、県内や近県への旅行が中心の自粛傾向が続くとみている。
	□	タクシー運転手	・分かっている範囲では、今年一杯は大きなイベントが中止になっている。新型コロナウイルスの感染が収束しない限りは、元の生活には戻らないと考える。
	□	通信会社（職員）	・現状でも訪問及び営業活動が回復している。
	□	通信会社（営業担当）	・ボーナス時期で増販を期待していたが、新型コロナウイルスの影響もあり来客数、販売数共に大きな変化がみられない。
	□	通信会社（役員）	・引き続き新型コロナウイルス感染拡大の対応により、自粛や制限をしながらの営業活動となることや、消費者マインドが冷え込むことが想定され、解約が徐々に増えていくと考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス終息の兆しがみえないため、厳しい状況が続くと考える。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・新型コロナウイルスだけではなく、突然の現総理の辞任による政治的な混乱が生じ、しばらくは景気も低迷するとみている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・アパレルの取引先の退店があり、秋冬物商材の投入が例年どおり見込めない。大きな売上となる食品物産催事も、入場人数の制限や出店業者の減少等の新型コロナウイルス感染防止策が影響し、売上を大きく上げることが難しい。
	▲	スーパー（店長）	・景気が悪い状況になるとみているなかで、ディスカウント系の需要が高まってくると予想する。
	▲	コンビニ（経営者）	・自粛による影響がある。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス禍の収束がみえてこない、売上の回復は見込めないのではないかと考える。当面は期待できない。
	▲	家電量販店（店長）	・猛暑によるエアコンの購入や特別定額給付金による先取り分の反動が出そうである。
	▲	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの第2波により団体や忘年会の間合せがなく、個人客での集客しか見込めないために宿泊客の絶対数が少ない。売上高が大きく減少する見込みである。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染者の減少が予想されていた夏場でも感染第2波といわれるほどであり、これから冬に向けて人出の回復は見込めそうにない。3密を避ける傾向はしばらく続きそうである。

(－：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）	・新型コロナウイルス感染のピークが終わったというニュースを見ながらも、県内の感染者数は全く減っておらず、近くの飲食店も閑散とした雰囲気である。好調だったネット通販も今までの勢いが全くなく前年並みである。秋の観光シーズンまでに自粛ムードを払拭するニュースを期待している。	
	×	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・テレワークにより、オフィス関連のじゅう器等の調達がますます減少していく。	
	×	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス不況によりアパレル各社のブランド撤退が始まっている。その後の出店交渉も難航しており、今後の2～3か月先は更に厳しい状況に陥っていると考えている。	
	×	観光型旅館（スタッフ）	・予約状況は前年比で8月は87%、9月及び10月は40%台で、Go To Travelキャンペーンの利用客は少しずつ増えてはいるが、県民宿泊割引までのインパクトはないので状況的には厳しい。Go To Travelキャンペーンの対象から東京の除外がなくなることを期待している。	
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・秋冬の予約は徐々に入ってきているが、新型コロナウイルスの感染状況次第でキャンセルが出る可能性があり、先は全くみえない。	
	×	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で各業界の業績が悪化するなか、今後の景気次第では個人消費の落ち込みが激しくなり、ますます受注が厳しくなる可能性がある。	
企業動向 関連	◎	－	－	
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・中国を筆頭に海外各国においても、新型コロナウイルスの感染防止策を講じながら経済の回復に向けて動き始めている。自動車メーカーを中心に生産をばん回する動きもみられることから、受注が順調に回復してきている傾向である。当初予定していた休業計画も生産回復により見直しし、休業日数を減らして生産対応に努める予定である。	
	□	食料品製造業（経営企画）	・新型コロナウイルス禍はこの先も一進一退の状況が続くように感じている。	
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・世界規模での新型コロナウイルスの感染拡大は今後も当分続くとみられ、日本国内でも終息まではかなりの時間を要すると考える。政府の打ち出す経済施策も効果は限定的で、当社が関わる建築業界や自動車業界での大きなマイナス影響は当面継続するものとみている。	
	□	精密機械器具製造業（役員）	・正直予測は難しい。客もいろいろな工夫に取り組んでいるものの、具体的な受注の数字となって現れてきているものはまだまだ少数である。	
	□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス対策に政府も地方自治体もばく大な予算をつけてきたが、このツケは来年の新年度予算での公共事業費の削減になりそうである。しかし、今年度は既に決まった予算が執行されているので、景気は変わらないと考える。	
	□	建設業（役員）	・依然として新型コロナウイルスの感染拡大傾向により、設備投資意欲は減退しており、先行きが不透明である。	
	□	不動産業（経営者）	・法人関係の客や業者、そして一般客からも情報や問合せなどが止まっている状況である。	
	▲	税理士（所長）	・飲食サービス関係は、新型コロナウイルスの状況次第ではないかと考えるが、今まで安定していた製造業や建設工事業で、新規の設備投資計画や建築計画が中止になっている所がかなり多くみられる。今後の受注見通しが立っていないという企業が出てきており、そういう面で若干景気の落ち込みが心配である。	
	×	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス第2波の懸念が高まっており、経済優先の環境に戻る状況ではない。一部を除くほとんどの企業が業務を縮小しながらであり、更に縮小させる動きもある。	
	雇用 関連	◎	－	－
		○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・無理にでも経済を回していかないとという思いから、少しずつ上向きになるのではないかと考える。
		□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響が継続していることで、求人数や求職者数はほぼ横ばいであると推測する。倒産や閉店が増加して離職者が次の職を求める傾向も考えられるが、雇用側もよほどの人材でない限り簡単に雇い入れることはないと考えている。
□		求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルス禍により求人を控える企業がまだまだ多い。	
▲		民間職業紹介機関（経営者）	・まだ新型コロナウイルスの感染が収束に向かっていない。企業の関連で感染者が出ると事業所は即休業状態となり、大きな損害が発生する。これが景気に大きな影響を与えていくものと考えている。	
×	－	－		