



# 北陸地域の概要（2021年2月調査）

地域開発調査部 研究員 吉田聡子

## 景気の現状判断 現状DI値は上昇したが、消費の動きは鈍く依然として低水準

現状判断指数(DI)は、前月から10.4ポイント上昇したものの、43.2と依然として低水準である。飲食や旅行関連は、「Go To Travel キャンペーンの休止と首都圏等の緊急事態宣言の発出により、旅行者はもとより地元客の動きも止まっている(都市型ホテル)」と引き続き厳しい状況である。また、「例年であれば、新生活や卒入学用品などで定価品が売れる時期であるが、今年は割引商品ばかり売れている状況である(衣料品専門店)」、「会計時の釣り銭を両替する頻度が少なくなってきた。むしろ小銭の使用が以前より多くなっていて、両替が必要ないほどである。要するに客単価が減少しており、紙幣を持ち歩かない、金を使わない傾向が顕著にうかがえる(商店街)」と消費を抑える傾向である。その一方で、「旅行や出張の需要は皆無に等しく、旅行バッグなどは動かない状況である。外出で金をほとんど使わないためか、一部に上質で高額な商材を購入する傾向がある(百貨店)」という指摘もみられた。

## 景気の先行き判断 持ち直しつつある企業動向とワクチンへの期待感から、先行きDI値は50超え

3か月先を占う先行き判断指数(DI)は10.5ポイント上昇の53.2となり、4か月ぶりに50を上回った。特に企業動向における先行きDI値の上昇が顕著で、「自動車部品関係を中心に旺盛な受注が入ってきており、材料や人員の確保に追われる状況が当面続くと見込んでいる(一般機械器具製造業)」、「国内外共に不安要素は多い状況ではあるが、予約分等を含めて全体的な販売量や生産数量は増えてきている(精密機械器具製造業)」と回復傾向である。家計動向においても、「ワクチン接種の開始、首都圏や関西圏の緊急事態宣言の解除、年度末から新年度で人が動く時期であることなどから、2月よりも消費者が動き始め、景気が上向きになるとみている(一般レストラン)」と期待の声が出始めている。なかでもワクチンに関するコメントが目立ち、「多少接種に時間が掛かっても、期待感が景気を後押ししそうである(通信会社)」という声の一方で、「ワクチンが行き渡り、経済が回り始めるまでにはまだまだ時間が掛かりそうである(住宅販売会社)」という慎重な声もみられる。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

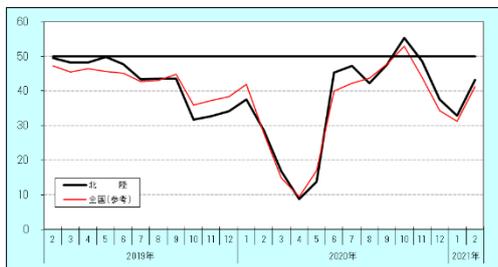
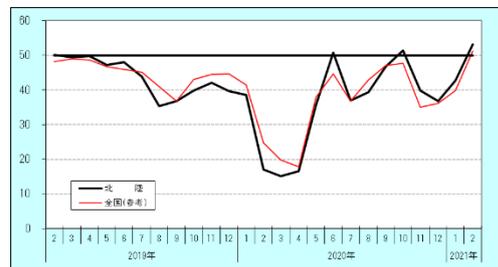


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●2月のアンケート内容

調査期間：2021年2月25～28日

調査対象：合計100名（うち回答者89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。

(－：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	◎	－	－	－
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・家の中や近場でできる娯楽が主となっており、食を中心とした需要がある。食品の物産催事やバレンタインの企画等は高額品から品薄となり、自分への御褒美需要が顕著にみられる。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店の出店が続くなか、新型コロナウイルス禍で下がっていた来客数が上昇傾向に変化してきている。客の話では、食品スーパーとしてワンストップで買物できる利便性が再評価されているようである。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・子供向けの新規契約や、既存の子供向けの機種をスマートフォンに替える客が増えている。また、ガラケーから替えると購入価格が安くなるため、スマートフォンを購入する傾向が目立つ。
	○	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・2月中旬から来客数が増えてきている。県が新型コロナウイルスに対する警戒レベルを1段階引き下げたタイミングと符合している。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年2月は中旬以降に県内初の新型コロナウイルス感染者が発生し、来客数が大幅に減って売上が低迷した。今年2月はその反動もあり、前年11月以来3か月ぶりに前年実績を超える見通しである。ただし、前年実績を超えたとはいえ、一昨年実績には程遠い状況である。バレンタイン商戦は店頭もWebも好調に推移している。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・月半ばに雪が降り、春物商材の出ばなをくじかれている。また、ワクチン接種の予定も不透明で、なかなか売上が戻ってこない。
	□	衣料品専門店（店舗運営）	単価の動き	・例年であれば、新生活や卒入學用品などで定価品が売れる時期であるが、今年は割引商品ばかり売れている状況である。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・1年のうちの最需要期となる2～3月に向け、来客数が徐々に増えてきており、例年と変わらない受注が見込める。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・一部地域限定の還元企画では今までになく客が来店し、ふだんは余り動きの良くない商品が本当に飛ぶように売れている状況である。客は価格等に敏感で、生活が厳しい状況は変わっていない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・節分が終わってからというもの、商材が動かなくなっている。また、当店取引先の飲食店で、Go To Eatキャンペーンの恩恵が段々と少なくなっている。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前年の新型コロナウイルス禍以来、最悪な状況が続いている。
	□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・この1年間ずっとどん底である。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・2月は雪の日が多かったため、商談が進まず契約者数は少なかった。また、月初めは問合せも少なく、雪のせいで土地を見ることができず、販売が進まなかった。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響に加え、まれにみる大雪で経済活動は完全に停止した。通勤もままならない状況があり、春に向けた売出しに影響している。雪が多過ぎて冬物は消化不良である。春の大型イベントも中止が発表され、明るい話題が少ない。早く平常に戻らなければ、大変な不況になる心配がしている。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・思ったより客が多い感じはするが、購入につながらない。時期的なものでは、バレンタインなどのギフト需要も非常に少ない。外出自粛に加え、イベント自粛に伴うギフトの自粛も見受けられる。一方、必需品の需要はあるが、安価な商品に目を向ける傾向である。また、旅行や出張の需要は皆無に等しく、旅行バッグなどは動かない状況である。外出で金をほとんど使わないためか、一部に上質で高価な商材を購入する傾向がある。
▲	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・固定客の購入点数は横ばい状態では変化は見受けられない。流動客に関しては必要な商品以外は購入しない傾向である。	
▲	コンビニ（営業）	来客数の動き	・特に駅周辺の人の動きが弱まっている。	

(－：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	・新型コロナウイルスの影響か、客の動きに活気がないようにみえる。
	×	商店街(代表者)	お客様の様子	・会計時の釣り銭を両替する頻度が少なくなっている。むしろ小銭の使用が以前より多くなっていて、両替が必要ないほどである。要するに客単価が減少しており、紙幣を持ち歩かない、金を使わない傾向が顕著にうかがえる。
	×	一般小売店〔鮮魚〕(役員)	販売量の動き	・大都市における緊急事態宣言は大都市ばかりではなく、当然地方都市にも影響している。当県では第4波が来ているかのように感染者数が増加していて、緊急事態宣言並みの様相である。当然人々は外出を控え、消費は低迷している。
	×	コンビニ(店長)	来客数の動き	・今月は前月同様大雪の影響で来客数が激減している。2月に入ってからも異例の大雪で、店舗の駐車場に客の車が入られないほどの状況が数日続いた。新型コロナウイルスの影響で前年比で10%程度減少しているなかで、雪の影響からあり得ないほどの来客数の減少となった。売上ベースでは、前年の4割強減少しており、1～2月と2か月続けて固定費の支払もできないほどの状況である。
	×	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・大雪以降、販売、サービス共に厳しい状況が続いている。
	×	都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの休止と首都圏等の緊急事態宣言の発出により、旅行客はもとより地元客の動きも止まっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・夜の飲食店は閑散としており、県外からの出張者は非常に少ない。
	×	テーマパーク(役員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出により観光客が大幅に減っていることから、ほぼ週末のみの営業であり、大幅に来客数も減少している。
企業 動向 関連	◎	*	*	*
	○	プラスチック製品製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・引き続き新型コロナウイルスの影響が大きいものの、受注、販売共に厳しい状況からやや明るさがみえてきている。特に自動車関連部材が上向いてきている。
	○	一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・今年に入り、国内市場が回復基調にある。欧米市場も少しずつ動きが出ている。
	○	精密機械器具製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・前年末頃と比べると、1～2月の販売実績や受注状況は増えてきている。
	□	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、家庭消費向けを中心とした市販用が前年同月を上回り、低迷が顕著な外食向けを含む業務用が前年同月を下回るパターンが固まりつつある。
	□	建設業(経営者)	取引先の様子	・当社のような公共土木事業をメインとする建設業者は、1～2月の大雪による除雪作業が加わって収入を確保できているが、行きつけの居酒屋や会合で出掛けるホテルなどは閑散としていて、業種間の格差を感じる。
	□	税理士(所長)	取引先の様子	・前月と同じく、製造業でも特に設備投資につながる機械製造において受注の先細りが続いている。細々と需要はあるのだが、大口の需要が少し遠のいたままという状態である。一部業種では回復の動きがあるが、トータルすると余り芳しくない状況である。
	▲	司法書士	取引先の様子	・金融機関への融資依頼のための議事録作成や定款作成、商業登記手続の依頼が多い。
×	金融業(融資担当)	取引先の様子	・年末年始の大雪に加えて、緊急事態宣言の延長が重なり、取引先の1月の売上は前年比で大幅に減少している。無利子制度融資が取扱延長や限度額の増額により、相談が増加している。	
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕(担当者)	求人数の動き	・採用の動きが鈍い状態に変わりはないものの、少しずつだが求人広告数が上向きになりつつある。
	□	人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・求人数が減少している。
	□	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・職業紹介、人材派遣共に新規の受注が少ない。行政関係の派遣や業務委託などの発注はあるが、短期間の案件ばかりで回復には程遠く感じる。
	▲	新聞社〔求人広告〕(営業)	周辺企業の様子	・年明けの緊急事態宣言の後、どの業種も再び人が動いていないと話すようになってきている。
	×	—	—	—

(- : 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 (店舗管理)	・緊急事態宣言の解除やワクチンの普及など、新型コロナウイルス禍の閉塞感を打破する雰囲気があり、好転するはずである。
	◎	一般レストラン (統括)	・景気が良くなると考える理由は3つある。ワクチン接種の開始、首都圏や関西圏の緊急事態宣言の解除、年度末から新年度で人が動く時期であることなどから、2月よりも消費者が動き始め、景気が上向きになるとみている。
	○	百貨店 (販売促進担当)	・自粛ムードは和らぐが、いきなり旅行や集まりに行くとは考えにくい。引き続き、巣籠り需要を切り口に総菜や取り寄せの食関連や、ウェア、寝具等のリラクシング用品の住関連を中心に動きがあるとみている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	・新型コロナウイルスの影響が気になるが、通常3月は繁忙期であり、期待している。
	○	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・全国的な新型コロナウイルス感染者数の減少による緊急事態宣言解除の流れから、新生活の動きがある程度は活発になるとみている。また、1~2月の自粛生活や豪雪など雪の影響による行動控えなどの反動から、衣料や服装、住居、余暇関連商材で動きが出るとみている。この時期の動きが活発になれば、上半期はある程度景気が持ち直しになると期待している。
	○	観光型旅館 (経営者)	・感染者数の減少、医療関係者へのワクチン接種で新型コロナウイルスに対する免疫ができることなどにより、Go To Travelキャンペーンの再開や、東京オリンピックなど、明るい話題が出てきているようにみえる。
	○	通信会社 (職員)	・新型コロナウイルスワクチンの動向によるが、多少接種に時間が掛かっても、期待感が景気を後押ししそである。
	○	通信会社 (営業担当)	・携帯電話業界にとって、毎年恒例の繁忙期がやってくる。販売数が増加し、景気が良くなることに期待したい。
	○	競輪場 (職員)	・緊急事態宣言の解除、ワクチン接種の開始などにより、客足が安定することを見込んでいる。
	○	住宅販売会社 (従業員)	・2月後半から土地の間合せが増えるとともに、大雪でカーポートが潰れたり、屋根の直しが必要になったりした家も多くあり、家づくりの商談が増えている。土地の契約予定も増えてきているので、今後住宅の契約は増えるかとみている。
	□	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まり、明るい話題をちらほらと聞くが、どれほどの景気回復になるか、まだ未知数である。
	□	一般小売店 [鮮魚] (役員)	・緊急事態宣言が解除されれば、多少なりとも消費活動が活発化するとは考えるが、感染者数次第ではないかと考える。
	□	百貨店 (売場主任)	・3~5月は前年実績を超えるのは間違いないが、一昨年実績に対してどうなのかが1つの判断基準になる。今後もアパレルブランドの撤退や期間限定店舗の出店終了が続くため、油断できない状況が続く。
	□	スーパー (店長)	・ワクチン接種が進み、行動がアクティブになっていくなかで、内食化傾向で伸びていた商品が低迷する反面、来客数の増加が鍵になってくると考えるため、イベントやセール強化、復活を検討していく。
	□	スーパー (店舗管理)	・総合的に来客数の増加は見込めない。ワクチンの効果も不透明な部分が多いため、過度な期待はできない。
	□	コンビニ (営業)	・ワクチンの接種状況や世評によるマインドの変化を期待しているが、先行きは不明である。
	□	衣料品専門店 (経営者)	・ワクチンの予定が大幅に遅れているようで、当面は新型コロナウイルス発生前の売上水準には戻ってこないかとみている。
	□	乗用車販売店 (役員)	・春を迎えたこともあるが、ワクチン接種が進むにつれて、新型コロナウイルスの感染拡大が縮小傾向になるとみている。一方で、2月にあった東北地方の地震により部品供給に支障が出ており、車の生産に遅れがみられるため、売上が4月以降にずれ込むことが懸念される。
	□	その他専門店 [酒] (経営者)	・Go To Eatキャンペーンの締切りが1月から2月に延長され、更に2月から4月まで延長となっている。しかしながら、プレミアムが付いても購入するための現金が回ってこないというのが現状であり、この先も景気は良くなるならず、このままの状態が続くのではないかと考える。
	□	高級レストラン (スタッフ)	・3か月後の状況を予測することはできないが、新型コロナウイルスワクチンの効果を感じられるのは、まだまだ先の話になると考える。

(－：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（スタッフ）	・宿泊、レストラン、宴会共に、前年4～5月の底に次ぐ低い売上が1月に続き2月も続いており、全く先が見えない。緊急事態宣言は対象地域以外にも大きな影響が出ていると強く感じている。
	□	旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンの停止が終わって旅行に行く人が増えてきたとしても、すずめの涙にしかならない。客の間で、団体旅行にかなりの拒否感が芽生えているのではないかと考える。個人旅行ならインターネット販売事業者に勝てるはずもなく、厳しい状況が続くとみている。
	□	タクシー運転手	・まだまだ新型コロナウイルスの感染状況が収まらないことから、しばらくはこのままの状態が続くそうである。ワクチン接種が始まって状況が安定するまで、タクシーの仕事は回復しないようにみえる。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスのワクチン接種が、一般の人まで始まらなければ難しいと考える。
	□	通信会社（役員）	・ここ数か月前と同様に、前年同期並みの契約者数で推移すると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスのワクチンが行き渡り、経済が回り始めるまでにはまだまだ時間が掛かりそうである。
	▲	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス禍の先行きが見えないため、特別定額給付金などの特需がない限り先行きは良くなさそうである。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・一部のエリアで飲食店が時短営業となり、先行きは不透明であるとみている。
	×	コンビニ（店長）	・雪さえ積もらなければ、来店客の動きは例年より1割減少しているものの、通常どおりになりつつあると感じる。しかし、当社では粗利が固定費を下回る月が3か月続いており、事業が維持できない状態が続いている。過去の内部留保もここ1年で使い果たしており、今後事業を維持するためにやむなく人員の整理や採算の取れない事業所の閉鎖を模索しなくてはいけないくらい、経営がひっ迫している。
企業 動向 関連	◎	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品関係を中心に旺盛な受注が入ってきており、材料や人員の確保に追われる状況が当面続くと見込んでいる。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス禍ではあるが、国内市場の客の来社が増えてきて、引き合いも増加している。また、生産回復により一時帰休が2月末で終了している。
	○	精密機械器具製造業（役員）	・国内外共に不安要素は多い状況ではあるが、予約分等を含めて全体的な販売量や生産数量は増えてきている。
	○	金融業（融資担当）	・緊急事態宣言の解除や、新型コロナウイルスワクチンの接種開始など、事態の改善となる材料が出てきている。感染者数の推移にもよるが、3か月先は現在より改善していることを期待する。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・回復の兆しは出てきているが、まだ当分は予断を許さない状況が続くとみている。本格的な回復にはかなりの時間を要すると考える。
	□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス禍で低迷を続ける業種や廃業に向かう事業者と、回復に向かう業種や事業者との二極化が更に進み、全体としては良くも悪くもならないと考える。
	□	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・2月も前年同月の売上を下回っている。新型コロナウイルス禍で落ちた売上は、ここ数か月80%台後半に落ち着いてきている。しかし、この辺が売上の頭打ちで、完全復旧は難しいと考える。
	▲	司法書士	・新型コロナウイルスの影響による個人事業者破産についての相談を受けている。
	×	－	－
雇用 関連	◎	－	－
	○	人材派遣会社（社員）	・年度が替わり、また、徐々にではあるが新型コロナウイルスの感染拡大の鎮静化に伴い、多少なりとも求人が増加するのではないかと考える。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種による現状打破への期待感から、少しずつ景気が上向くとみている。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は前月よりも増加傾向にあるが、ここ1年新型コロナウイルスの影響に耐えてきた事業所の経営が、今後耐え得るのか不明である。
	□	職業安定所（職員）	・ワクチン接種が開始になるが、新型コロナウイルスの影響は、まだ落ち着きをみせない。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス禍で企業は採用を自重している。できるだけ現有戦力で乗り切りたい気持ちが強みられる。ただ、1年先や新卒採用には前向きであり、企業の説明会や面接会は盛況である。
×	－	－	