



# 北陸地域の概要 (2023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 吉田聡子

## 景気の現状判断 家計動向の好調さが現状DI値の上昇に寄与し、3か月ぶりに50超え

現状判断指数(DI)は前月から8.3ポイント上昇の52.4となり、3か月ぶりに50を上回った。「バレンタイン関連は好調に推移し、過去最高の売上を達成した。また、マスク着用の要件緩和となる3月13日が近づいていることから、リップ関連を中心に化粧品の動きが好調で、店全体の売上をけん引している(百貨店)」、「感染状況が収まってきていることで、日常生活が元に戻るといわれ始め、客足も徐々に戻っている(衣料品専門店)」、「遅延していた新車の入荷が少しずつではあるが増えてきたため、売上が戻り始めている(乗用車販売店)」と家計動向の回復がDI値の上昇に寄与した。その一方、「物価高騰による買い控えがある。来客数は増えているが、買上点数が伸びない(スーパー)」、「今は本当に必要なものしか購入しない。買い控えの傾向が強い(一般小売店[書籍])」、「販促などの仕掛けをしても、動きが見られない(住関連専門店)」と消費動向の鈍さを指摘する声もあがっている。

## 景気の先行き判断 感染症対策の緩和を好感するものの、物価高で先行きには厳しい見方

先行き判断指数(DI)は3.2ポイント下落し46.3となった。「感染症対策の緩和で、いろいろな催し物が増えて買物客が増える(一般小売店[事務用品])」と喜ぶ声が目立つが、「マスク着用の緩和は景気に影響することはないとみている。外出や多くの人が集まる場所への警戒感を持つ人も一定数いるとみられ、すぐには元に戻らない(自動車備品販売店)」と慎重な声も出ている。また、物価高について、「食料品などの生活必需品の値上がりで、その他の商品にまで金が回らない。賃上げも地方にまで影響してくるにはまだ時間が掛かるとみられ、買い控えは当分続きそうである(商店街)」、「主原料や副資材、燃料、輸送費、諸経費の増加に加え、足元では大きな電力の値上げが予定されており、価格転嫁がどこまでできるかが課題である。少なくとも採算としては、非常に厳しい状況が当面続く(一般機械器具製造業)」と家計動向、企業動向ともに厳しい状況が継続することが指摘されている。

図1 景気の現状指数(DI)の推移[季節調整値]

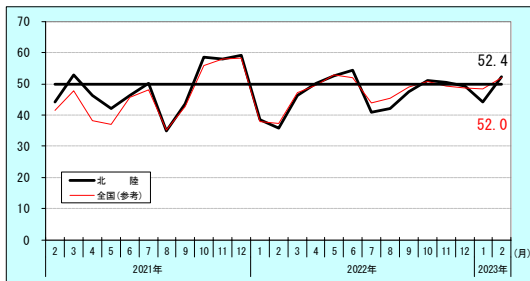
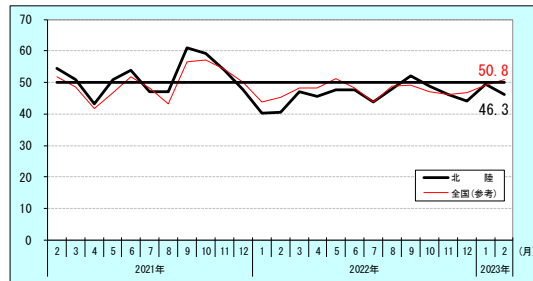


図2 景気の先行き指数(DI)の推移[季節調整値]



### ●2月のアンケート内容

- 調査期間：2023年2月25～28日  
調査対象：合計100名（うち回答者85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

〈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	・新型コロナウイルス感染症は終息していないが、行動制限がなくなった。さらに、3月13日からはマスク着用要件が緩和されるなど、消費者マインドが行動したり、外出したりする気持ちに向かい、活動的になっている。この消費者マインドをなくす懸念事項の1つに値上げの継続があるが、直近数か月の消費者マインドは上向きだと考える。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・2月前半は天候にも恵まれず来客数は少なかったが、後半は大学生を中心とした卒業旅行シーズンに入り、天候にも恵まれ売上自体は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・バレンタイン関連は好調に推移し、過去最高の売上を達成した。また、マスク着用の要件緩和となる3月13日が近づいていることから、リップ関連を中心に化粧品の動きが好調で、店全体の売上がけん引している。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・入学式や卒業式など春の行事におけるウェアや、祝いや祝返しのギフトを中心に動きが出始めている。自身への買物は節約傾向にあるが、大切な人への贈物といった需要はバレンタイン、入学や卒業関連、ブライダル祝いを中心に、新型コロナウイルス感染症発生前に近づく勢いがある。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が収まってきていることで、日常生活が元に戻るといわれ始め、客足も徐々に戻っているようにみえる。
	○	家電量販店（店長）	単価の動き	・電気料金の高騰により節電機能が付いた高付加価値商品の販売数が増え、商品単価が上がっている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・遅延していた新車の入荷が少しずつではあるが増えてきたため、売上が戻り始めている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と、降雪日が少なかったことで来客数が増加している。また、飲食店の喫食率が回復して滞留時間が長くなっており、買い回りも向上している。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・天候のせいもあると考えるが、新型コロナウイルス感染症も少々落ち着いてきた状態で、客の様子も以前とは違い、出歩く人が増えてきている。当店周辺も人通りが少し増えたようである。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・昼間のタクシー利用が多くなっている。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・子供の新生活などで新規契約の需要が増えてきているなか、家族連れでの同時購入が増えており、販売数が伸びてきている。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援のお陰で個人の国内旅行は底堅く動いているが、団体旅行やインバウンドの動きはまだ鈍い。全体としてはやや良くなっている。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・2月は雪の影響がなく、新型コロナウイルスの新規感染者数も減ってきて、来客数、売上共に増えてきている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、雪も予想以上に少なかったが、客の動きは変わらず慎重である。電気料金の値上げや欧州での戦争拡大不安などが、自然と影響しているのかもしれない。
	□	スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・季節が変わり、売れる商品が徐々に変わってきた印象を受ける。
	□	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・来客数の確保が困難ななか、既存客の買上点数増加のための施策を実施するが、利益を下げるだけで、収益に結び付かない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・前年と比べ新型コロナウイルスの感染状況は収まってきており、客も落ち着きを取り戻している。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・依然として長納期となっているが、前年末より当社への車の配送が徐々に増えてきており、受注も現況と変わらず安定した状態で推移している。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・今年は厳しい寒波があったが降雪量はそれほど多くなかったため、冬季用品の動きが例年以下であった。集客も前年を下回り、一時回復した売上も厳しい状況となっている。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・通常人の動きが少ない時期ではあるが想定より悪い。鉄道会社の旅行キャンペーンの影響で宿泊施設は活況だったようだが、飲食店は駅周辺や一部の店舗に客が集中し、恩恵には差がある。

(- : 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
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・2月に入り、週末や休みの前日はほぼ満室に近いが、平日の稼働はまだ少ない状態である。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約獲得数が低迷している。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・建築資材価格の高騰が落ち着かない。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・常設展示場への来場者数の低迷が続いている。新型コロナウイルス感染症発生前との比較で3割程度の落ち込みが、ほぼ1年にわたって続いている。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・多少の人出があっても、1日を縮めてみると売上がパッとしない。客単価が確実に減少していて、財布のひもが固い。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	お客様の様子	・今は本当に必要なものしか購入しない。買い控えの傾向が強い。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・物価高騰による買い控えがある。来客数は増えているが、買上点数が伸びない。
	▲	スーパー（総務担当）	競争相手の様子	・鳥インフルエンザによる鶏卵の高騰等、物価高が続くなかで、1円でも安い方に客が流れている。
	▲	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援により12月まで続いていた来客数の増加は、1月以降横ばいから緩やかに減少へ転じているが、販売客室単価の増加により新型コロナウイルス感染症発生前の売上を確保している。
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・販促などの仕掛けをしても、動きが見られない。
	×	高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・3か月前はプレミアム付食事券により大きな恩恵を受けていたが、その反動なのか地元個人客の集客が悪化している。新型コロナウイルス感染症発生前に対して70%以下の集客しかない。
企業 動向 関連	◎	-	-	-
	○	-	-	-
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・受注は引き続き堅調である一方、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	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	・原材料価格の高止まりに加えて電気料金などのエネルギーコストも増加し、一部価格転嫁でしのいでいるが、状況はより厳しくなっている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・人件費についてはベースアップを行う会社が多く、待遇を良くしなければ人が集まらない、定着しない状況になっている。ベースアップを行うことで景気が良くなればよいが、企業にとっては材料費等が高騰しているなかで、更なる利益圧迫の要因となっている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・3月決算期の企業が多く例年この時期は受注量が多いが、今期は販売量が鈍化傾向である。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・売上は緩やかに回復しているが、仕入原料の値上がりや電気料金の上昇で、利益の額は横ばいか、微減している。
	□	司法書士	取引先の様子	・資材の高騰や住宅金利の上昇が懸念材料とみられていたが、新築住宅の依頼は多い。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・どの分野も価格高騰が響いており、利益率が5～10%下がっている。価格転嫁できていない現状をなかなか脱することができない状況が続いている。
	▲	輸送業（役員）	それ以外	・物価上昇等の影響が客先との契約価格に反映できていないため、経営環境を悪化させている。
	▲	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・前年10月以降、企業間物流の物量は減少傾向で、売上は前年同月割れが続いている。
	×	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今は同業者から良い話が全くなく、止まっている状態である。
雇用 関連	◎	-	-	-
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・転職市場では派遣やパートの区分も含め安定的に出稿があり、新卒も採用が解禁される3月に向け、各企業の採用に積極的な姿勢がみて取れる。合同企業説明会などは前年度を上回るペースで申込みがある。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・まだしばらくは現状維持が続くと考える。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人倍率が上昇しているのは景気の活発化によるものではなく、人手不足のなかで応募者数が少ないことに起因しているとみている。求人活動しても人が来ない状況が続いている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人員整理を進める会社が結構あるため、余り良くないのではないかと懸念している。
×	-	-	-	-

〈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	◎	一般レストラン（統括）	・今年のゴールデンウィークは、前年以上に人が動くと思っており、観光地を始めとして、北陸三県へ観光や帰省を中心に多くの人々が来るとみている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で、いろいろな催物が増えて買物客が増えると考ええる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢が少しずつ安定化し、行事も抵抗なく行える傾向があるため、消費も活発になると考える。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げ報道により、旅行需要と宴会需要の高まりを感じる。宿泊ではインバウンドの引き合いが増えており、期待している。
	○	通信会社（営業担当）	・新入学の時期になり、販売数に少し動きが出ている。
	○	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・3月と5月に新型コロナウイルス感染症における規制緩和の情報が出てきている。タイミング的には、新規入会及び新型コロナウイルス感染症が理由で退会した元会員の再入会を期待している。
	○	美容室（経営者）	・物価の上昇や人手不足、ウクライナ情勢等の懸念材料はあるが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、消費活動は活発になるとみている。
	○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、5月から5類へ移行し、客の動きが活発になると考える。
	□	商店街（代表者）	・来客数自体は伸びていないが、仕入価格などの高騰による販売価格の上昇で、売上金額の数字だけが上がっている。当然のことながら、電気料金や人件費なども高騰しているため、経営自体は厳しい状況である。コロナ禍が落ち着いて、通常どおり花見シーズン、ゴールデンウィークを迎えられることのみが安心材料である。
	□	百貨店（販売担当）	・新生活、入学などのモチベーション需要とトラベル需要は確実に増加している。この需要に関しては当面拡大が期待でき、仕掛けをしながら更なる拡大を見込む。しかし、自家需要については、商品価格の上昇や電気料金等の増加などのマイナス要因によって商品購入に慎重になる傾向があり、プラス面とマイナス面が相殺し、現状を維持すると考える。
	□	家電量販店（店長）	・節電のための高付加価値商品で買上単価は上がるが、販売数量が落ちる。
	□	乗用車販売店（経営者）	・2月から新車の入荷が増え始めたが大幅に改善したわけではないため、しばらくは現状維持が続くとみている。
	□	乗用車販売店（役員）	・現在も受注残が膨らんでいるが、その解消については2年程度は必要だと見込んでいる。
	□	自動車備品販売店（役員）	・マスク着用の緩和は景気に影響することはないとみている。外出や多くの人が集まる場所への警戒感を持つ人も一定数いるとみられ、すぐには元に戻らないと考える。新車の納車状況は大分良くなってきたが、中古車市場が冷え込み、全体の活性化につながっていない。新型コロナウイルス感染症対策の縮小や値上げの連鎖等、安心できる要素が何もみえない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・燃料費の高騰や物価高など足元の生活が不安定な環境にあることから、高単価の飲食店への客足は確実に遠のいているようである。
	□	一般レストラン（店長）	・全国旅行支援や旅行キャンペーンの切符などお買い得感のある企画には飛びつくが、通常の消費が増える様子がみえない。
	□	観光型旅館（経営者）	・電気料金を始め4月以降の固定費の高騰が、経営を圧迫してくるとみている。
	□	通信会社（役員）	・特段プラス、マイナスに働くイベントがなく、新規契約者数は前年同期と同程度に推移すると見込んでいる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・給与水準がどれだけ上昇するか、物価の上昇が抑えられるかが大きなポイントとなっている。
	□	住宅販売会社（営業）	・景気が良くなる要素は全くないが、今後極端に悪くなることも考えにくい。当面はこのままの状況が続くとみている。
▲	商店街（代表者）	・食料品などの生活必需品の値上がりで、その他の商品にまで金が回らない。賃上げも地方にまで影響してくるにはまだ時間が掛かるとみられ、買い控えは当分続きそうである。	
▲	商店街（代表者）	・物価高や光熱費の大幅値上げによる消費者の買い控えを見込んでいる。	
▲	百貨店（販売促進担当）	・電気料金の値上げや物価高により食料品が中心となる買物が主となり、アパレルを中心に苦戦するとみている。また、卵などの原材料の不足により店頭には並ばない商品が出始め、品ぞろえに影響が出てきており、売上に影響する問題が更に増えてきている。	

(- : 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
	▲	スーパー (店長)	・物価の上昇、卵不足、エネルギー不足、電気料金の上昇はこのまま続きそうである。しかし、給与が上がっていない家庭は厳しくなっており、良くなっていくとは考えられない。
	▲	都市型ホテル (役員)	・国内の個人観光客が伸び悩んでいる。今後も燃料価格の高騰や物価高による宿泊需要への影響が懸念され、付加価値なく販売価格に転嫁するだけでは売上獲得は難しくなる。
	▲	旅行代理店 (従業員)	・物価の上昇や全国旅行支援の終了は、レジャー費用の縮小につながると危惧している。
	▲	通信会社 (営業担当)	・一旦新規需要が落ち着いたら、買い控えが起こるとみている。
	▲	テーマパーク (役員)	・エネルギーを始めとした諸物価の上昇により客の財布のひもが固くなるなかで、全国旅行支援が3月で終了した場合、現在堅調に推移している個人旅行の動きも鈍くなり、全体としてやや悪くなると考える。
	▲	パチンコ店 (経理)	・物価高騰による消費動向の減少を見込んでいる。
	▲	競輪場 (職員)	・様々な値上げがあるなかで、公営競技に使う金が増加するとは見込めない。
	×	スーパー (総務担当)	・賃上げが追い付いておらず、物価高が続いている。
	×	住関連専門店 (役員)	・生活用品や電気料金の値上げなどで消費マインドが確実に低下している。さらに、数か月後には旅行などに消費が向くと考え
	×		
企業 動向 関連	◎	-	-
	○	建設業 (経営者)	・年度末に向けての発注と、年度繰越しの緩和でやや良くなると見込んでいる。
	○	司法書士	・新幹線関連の事業や新施設の開業が始まり、各駅周辺への投資が期待できる。
	□	食料品製造業 (経営企画)	・売上は堅調に推移するとみているが、コスト面でのプラスチック材料が見当たらない。
	□	プラスチック製品製造業 (企画担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けた経済活動の正常化が見込まれる一方で、資材価格の高止まりが引き続き重くのし掛かると考える。当社の主力である住宅の新築需要が減退し、売上状況も更に厳しくなると見込んでいる。
	□	輸送業 (管理会計担当)	・物量の回復には至っておらず、現状では物量の増加が見込めない。
	□	金融業 (融資担当)	・企業の受注状況や販売状況は改善傾向にあり、売上は増加傾向にある。一方で原燃料価格の高騰が続いており、価格転嫁が進まない企業の収益は悪化傾向にある。新型コロナウイルス感染症の5類移行を見据え、飲食業、観光業、旅客業の売上も増加傾向にあるが、収益環境は依然として厳しい。
	▲	一般機械器具製造業 (経理担当)	・主原料や副資材、燃料、輸送費、諸経費の増加に加え、足元では大きな電力の値上げが予定されており、価格転嫁がどこまでできるかが課題である。少なくとも採算としては、非常に厳しい状況が当面続くとみている。
	▲	建設業 (役員)	・原材料価格の動向が依然として先行き不安定で、利益確保が現状より厳しくなっていくと考える。
	▲	金融業 (融資担当)	・4月から更に電気料金が上昇することから、各社の試算では相当の経費増加を見込んでおり、利益率悪化が避けられない状況である。
×	-	-	
雇用 関連	◎	-	-
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・年度末から新年度に向かい変化の多い時期となるため、新商品やセミナーの広告出稿が期待できる。新生活を控えた学生に向けての大型催事なども予定しており、年末年始ほどではないが広告やイベントが活性化する時期となる。
	○	民間職業紹介機関 (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、イベントの復活などで人流が多くなるため企業活動も活発化して拡大に向かうとみている。
	□	人材派遣会社 (社員)	・求人案件に興味を持ち、問合せはそれなりにあるものの、自分の就業条件が優先であり、そぐわない条件が1つでもあれば辞退という傾向が多く見受けられる。新年度に向かい多少変化があればよいが、これでは景気が上向くのはまだ先だと考える。
	□	職業安定所 (職員)	・求職者や求人の動きは良いが、事業所の整理が結構出てきているのが少し気になる場所である。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社 (役員)	・インバウンドによる好影響があるようにもみているが、半導体不足やウクライナ情勢、物価高などのマイナス要因を埋めるほどではないため、やや悪くなると考える。
	×	-	-