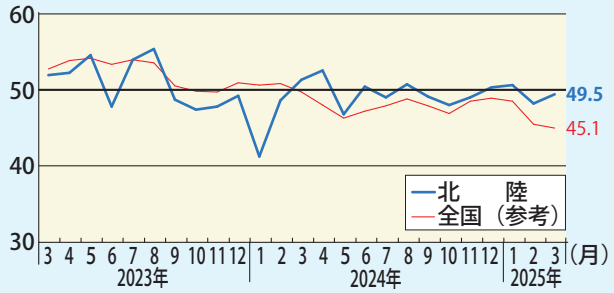
北陸地域の概要（2025年３月調査）

一般財団法人 北陸経済研究所　地域開発調査部研究員
前田 由美子

1．景気の現状判断

新生活シーズン到来も、需要の取り込みには明暗が分かれる

図1　景気の現状指数（ＤＩ）の推移［季節調整値］

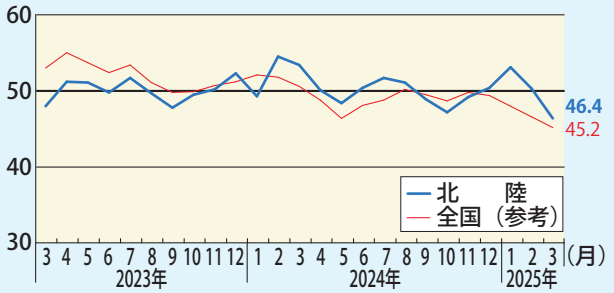


現状判断指数（ＤＩ）は前月から1.2ポイント上昇し49.5となった。「卒業、入学、就職等、若者を中心に人が動く時期となり、商店街の人出が多くなっている。春のイベントを行っている百貨店からの人の流れもあり、買回品のうち、特に洋服店や飲食店がにぎわっている（商店街）」、「需要期ということもあるが、物価高への順応などが進み、客の消費意欲に変化がみられる（住関連専門店）」と、新生活シーズンを迎え、消費者の需要を取り込めた業種からは明るい声が上がった。一方で、「例年この時期は商戦期であるが、通信、放送サービス共に契約数が伸びておらず、前年同月と比べて減少している。また、解約数も前年同月比で10％増えている（通信会社）」、「春の入会シーズンにもかかわらず、入会数が伸びない。その一方で、各経費の値上げが続いており、影響が大きい（その他レジャー施設［スポーツクラブ］）」と、需要が高まるはずの年度の切り替わり時期においても、厳しい状況であるとの声も聞かれる。

2．景気の先行き判断

続く物価高に加え、米国の関税問題による影響を懸念する声も

図2　景気の先行き指数（ＤＩ）の推移［季節調整値］



先行き判断指数（ＤＩ）は前月から3.9ポイント下落の46.4となり、４か月ぶりに50を下回った。「前年と比較してインバウンド関連の需要が伸びており、ゴールデンウィークに向けて更に需要の拡大が期待できる（その他小売［ショッピングセンター］）」、「宿泊部門におけるインバウンドの受注が堅調なので期待している（都市型ホテル）」と明るい声が上がる一方で、「あらゆる物が値上がりしているため、賃金上昇が追い付いていない。購買意欲のある年齢層が広くなっているが、４月から更に値上がりする商品も増えるため余り期待できない（衣料品専門店）」と、物価高を懸念する声は引き続き多い。また、「米国の関税政策が不透明なこともあり、景気の上昇は余り期待できない（乗用車販売店）」、「米国の関税引上げや世界的な景況悪化による消費の冷え込みにより、受注が減少しているという声が多く、先行きに対する警戒感が強まっている（繊維工業）」と、米国の関税問題に関連して先行きの不透明感が指摘されている。

●３月のアンケート内容
調査期間：2025年３月25～31日
調査対象：合計100名（うち回答者87名）
（内訳）　A．家計動向関連
B．企業動向関連
C．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。

1．景気の現状に対する判断理由（3カ月前と比較して）

A．家計動向関連

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
良くなっている	**競輪場**（職員）	販売量の動き	・競輪事業については、前月から引き続き売上が増加する傾向がある。２～３月は毎年度、競輪の大規模なレース開催が続き、売上が増加傾向にある。現在食料品や燃料の価格が高騰し、買い控えの動きが広がっているが、競輪事業への影響はない。
やや良くなっている	**商店街**（代表者）	来客数の動き	・変わらずインバウンドを中心に来客数が多い。ただし、中国人観光客の来店及び客単価が下落している印象を受ける。来客数が多いため売上自体は横ばいとなっている。
	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・需要期ということもあるが、物価高への順応などが進み、客の消費意欲に変化がみられる。
	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	来客数の動き	・卒園式や入園式に伴うオケージョンスーツや新生活関連の雑貨の動きが良く、これらの商品を求めて来館する客が増加している。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・当店の常連客は高齢のため、来店が天候に左右されやすく、売上は前年の９割程度である。居酒屋などは若い人たちで満席と聞いている。
変わらない	**商店街**（代表者）	来客数の動き	・卒業、入学、就職等、若者を中心に人が動く時期となり、商店街の人出が多くなっている。春のイベントを行っている百貨店から人の流れもあり、買回品のうち、特に洋服店や飲食店がにぎわっている。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・３月は、２月の雪害による売上減少の反動があり、春物衣料品を中心に全商品群で売上が好調に推移している。ただし、２～３月の累計では前年実績をやや上回る程度の見込みである。
	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・２月の大雪による影響の反動と気温上昇のため、今月前半より新生活に必要なスーツなどのハレの日用の紳士服、婦人服が共に伸びている。カジュアル衣料、婦人靴なども伸長する一方で、バッグ、財布などの小物や化粧品は苦戦している。また、デイリー商材の食品や肌着、ギフトアイテムも苦戦している。期間限定企画や食品催事を強化しても、前年の売上とかい離した状態が継続しており、全体を押し下げている。
	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・主食の米や日配品の大幅値上げが控えており、買い控えの兆しがみえる。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・季節を先取りするアパレル業にとって、天候不順で季節感がつかめないことと、物価高騰による客の購買意欲低下が、景気悪化の大きな要因となっている。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・新生活の需要はあるが、安価なセット商品が購入の中心になっているため、景気は変わらないとみている。
	家電量販店（本部）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。
	一般レストラン（統括）	それ以外	・２月は２回の寒波到来で、外出を控える傾向が強くなり、気候による景気停滞がみられた。３月は、震災復興需要や北陸新幹線の延伸効果があった前年同期と比較すると、売上は落ちているが、景気は決して悪いわけではない。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門は桜の季節とともにインバウンドが増えているが、日本人客は減少しており、総じて良くない。食堂部門は、値上げにより来客数が減少しており、物価高の影響がみられる。宴会部門は能登半島地震によるキャンセルが相次いだ反動で増えており、震災前の水準に戻ってきている。
	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・旅行代金が上がり続けている。客からは厳しい声を聞いているため、今後の影響を考えると楽観視はできない。
	通信会社（役員）	販売量の動き	・例年この時期は商戦期であるが、通信、放送サービス共に契約数が伸びておらず、前年同月と比べて減少している。また、解約数も前年同月比で10%増えている。
	その他レジャー施設［スポーツクラブ］（総支配人）	それ以外	・春の入会シーズンにもかかわらず、入会数が伸びない。その一方で、各経費の値上げが続いており、影響が大きい。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・震災復興需要は完全に一段落したようで、震災関連での補修や新築は、ほぼなくなった。ただし、20代、30代にはしっかりした新築需要がみられる。２～３年動いていなかった土地も動き出し、底堅い需要がある。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅業界の景気は建築単価の上昇により厳しい状況だが、金利の先高観に加え、能登半島地震からの復興が少しずつ進んでいることにより、受注が増加している。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅の建築コストが落ち着かず、客の動きが鈍い。

A．家計動向関連

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
やや悪くなっている	**商店街**（代表者）	お客様の様子	・前月のバレンタインデーのときは数年ぶりに駐車場が大渋滞になるほどの人出であったが、一転、現在は閑散としている。消費しようという気運が高まりつつあるが、食料品等の高騰で今一つ盛り上がっていない。
	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・米だけでなく、食品類全般の価格高騰などにより、客の節約志向がみられる。
	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・例年であれば、売上のピークとなる３月を迎えて来客数が増え、活発化するところだが、やや盛り上がりに欠けている。物価上昇による客の疲弊が懸念される。
	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車、中古車共に、前年と比較して受注がマイナスとなり悪化している。特に中古車は在庫不足の影響もあり、新車に比べてマイナスが大きい。
悪くなっている	**コンビニ**（店長）	販売量の動き	・売上、来客数共に減少している。本部が企画する商材の売上は好調だが、それ以外は前年比で６～８％程度減少している。客単価は上昇しているが、来客数の著しい減少から売上は前年比で５％強減少している。
	その他専門店［酒］（経営者）	販売量の動き	・４～５月にも値上げがあるなど様々な情報が飛び交っている。これだけ物価高が続くと、一般消費者の財布のひもはますます固くなり、生活に余裕のある人しか、し好品である酒に金を回さない。

B．企業動向関連

良くなっている	－	－	－
やや良くなっている	**電気機械器具製造業**（営業担当）	それ以外	・既存流動品の受注状況に関しては大きな変化がみられず先行きは不透明だが、客からの情報等に基づくと、横ばいがしばらく続くと考える。一部車載品に関しては若干の増産傾向がみられるが、受注数量が月次ごとに変化しているため、全般的に横ばいとみている。しかし、新規製品の引き合い件数や新規案件の受注に関して若干動きが出ている。
	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・業種業態にも左右されるが投資意欲は旺盛である。一方で、レンタルやサブスク契約の需要は横ばいの傾向がみられる。
	金融業（融資担当）	受注価格や販売価格の動き	・業種を問わず、価格転嫁が進んでいる。
変わらない	**食料品製造業**（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震での被災から１年余りが経過するなか、数字の戻り方は極めて緩い右肩上がりで、震災前の同時期の数字には程遠い状態が続いている。
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界全体の国内受注推移において、増加の兆しはあるものの、ほぼ横ばいが継続している。
	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・企業間物流の物量は前年と比べて回復傾向にあるが、前年を上回る程度には至っていない。
	司法書士	取引先の様子	・建築材料費高騰の影響があるのか、高額な新築物件の保存登記の依頼が多い。
やや悪くなっている	**繊維工業**（総括）	受注量や販売量の動き	・米国政権の関税引上げや世界的な景況悪化による消費の冷え込みにより、需要の減退を懸念する声が高まっている。
	税理士（所長）	取引先の様子	・人手不足により受注しても業務を遂行できないため、売上を思うようには伸ばせないという会社が多い。一方で、飲食業や宿泊業などはインバウンド需要が続いており、堅調である。
悪くなっている	－	－	－

C．雇用関連

良くなっている	－	－	－
やや良くなっている	**職業安定所**（職員）	周辺企業の様子	・能登半島地震からの復興工事や外国人観光客の回復により、建設や観光関係の企業は人手不足が続いている。
変わらない	**職業安定所**（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は高止まりの状態が続いている。原材料費、水道光熱費の高騰などの影響で求人数は減少傾向にあり、降雪によって求職者数も減少している。
	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・３月開催の合同説明会に対する企業の応募が多く、抽選になる状況で、求人数も前年より多くなっている。しかし、参加求職者数が減っていることから、マッチング成立が難しい。
やや悪くなっている	－	－	－
悪くなっている	－	－	－

2．景気の先行き（2、3カ月後）に対する判断理由

A．家計動向関連

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
良くなる	－	－
やや良くなる	**商店街**（代表者）	・欧米からの観光客を中心に来客数が今後も伸びるとみている。日本人による購入が増えることを期待している。
	スーパー（仕入担当）	・能登半島地震からの復興が進み、地域行事や観光スポットが復活することで、流入人口が増加するとみている。
	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・前年と比較してインバウンド関連の需要が伸びており、ゴールデンウィークに向けて更に需要の拡大が期待できる。
	一般レストラン（統括）	・前年の春は復興支援策として北陸応援割が始まり、県外からの客が増えたことを考慮すると、今年の４～５月は前年同期よりも悪くなるとみている。前年の震災復興需要と北陸新幹線開業効果による影響を除けば、外食企業各社の値上げも落ち着き、外食などの消費マインドも通常に戻ると考える。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門におけるインバウンドの受注が堅調なので期待している。
	タクシー運転手	・暖かくなりこれまで以上に観光客が増え、修学旅行客も訪れることから、タクシー利用が増えるとみている。
	住宅販売会社（従業員）	・被災地域からの受注が増加するとみているが、人手不足や作業効率の低下など懸念点も多い。
変わらない	**商店街**（代表者）	・４月以降、水道光熱費の上昇が予測され、再び倹約ムードに陥りそうである。
	百貨店（売場主任）	・４月３日からの米国における輸入自動車への追加関税が、我が国の基幹産業である自動車業界並びに日本経済にどのような影響を与えるのか、見通せない。
	百貨店（販売担当）	・４月以降も多くの食品や化粧品で値上げが拡大する。百貨店主力アイテムの値上げによって客の購買活動に一層慎重さが出ると考える。また、一部好調なラグジュアリー商材はあるが、ギフト返礼品などが若干減少していることから、当面売上は低めの現状維持が続くとみている。
	衣料品専門店（経営者）	・電気料金やガソリン価格など物価上昇が収まらず、客の節約志向が続いている。
	衣料品専門店（経営者）	・消費者のファッションに対する優先度が低くなっているため、景気が良くなると感じるほど売上は上がらないと考える。
	衣料品専門店（経営者）	・あらゆる物が値上がりしているため、賃金上昇が追い付いていない。購買意欲のある年齢層が広くなっているが、４月から更に値上がりする商品も増えるため余り期待できない。
	家電量販店（店長）	・この後も物価高が続き、生活必需品しか売れなくなるため、景気は変わらない。
	家電量販店（店長）	・白物家電は、節電や節水を考えて高単価でも良い物を選ぶ客が増えている。一方、テレビ等の黒物家電はスペックよりも価格重視の客が多く、商材のカテゴリーによって客単価の差が大きい。物価高による節約志向は続いている。
	乗用車販売店（経営者）	・生活用品の価格が上昇しているなか、自動車の価格も上がっているため販売量がなかなか増えない。可処分所得が上がるまでしばらくはこの状況が続くとみている。
	住関連専門店（役員）	・依然として続く経済不安や物価高の影響により、耐久消費財や趣味し好品への支出は最小限で推移するとみている。
	高級レストラン（スタッフ）	・個人利用による来客数の減少が続いているが、コスト高やスタッフ不足により低価格メニューの販売も厳しい状況になっている。
	都市型ホテル（役員）	・引き続き、インバウンド需要は期待できるものの、国内宿泊客の販売単価は横ばいに転じており、宿泊需要と他社販売価格を見極めた価格コントロールが重要となる。
	旅行代理店（従業員）	・円安基調、物価の上昇を考えると、海外旅行が伸びる可能性は低く、国内旅行のみで対処せざるを得ない。
	通信会社（営業担当）	・毎年この時期は新入学で来客数が増加するが、一時的なものである。
	その他レジャー施設［スポーツクラブ］（総支配人）	・４月より会費の値上げを実施するが、人件費や経費の上昇分で相殺される。現時点で会員数の伸びが見込めないため厳しい。
	住宅販売会社（従業員）	・他社では販売量減少の話が多いが、実際は堅調な会社と落ち込んでいる会社の２極化が進んでおり、今後は建築基準法の内容を遵守してスピードを持った提案ができるかどうかが、受注量を増やす鍵になると考える。
やや悪くなる	**一般小売店［事務用品］**（店長）	・最近発表された諸外国の関税問題や戦争など世界情勢が不安定であるため、消費者の購買行動は減退に向かうとみている。
	乗用車販売店（役員）	・米国の関税政策が不透明なこともあり、景気の上昇は余り期待できない。
	観光型旅館（経営者）	・春休みやゴールデンウィークなどの特定日は順調に予約が入っているが、平日などはまだ空室が多く、間際の予約に期待したい。

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

A．家計動向関連

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
やや悪くなる	**通信会社**（職員）	・関税引上げ等の外交上の理由から、景気上昇の気配がみえない。
	住宅販売会社（営業）	・今後は原材料費の価格上昇に加え、ベースアップもあるため、更に値上げせざるを得ない。利益確保を前提に進めているが、一方で顧客マインドの冷え込みを大いに懸念している。
悪くなる	**コンビニ**（店長）	・商品単価の上昇が来客頻度の減少につながっていると実感している。コンビニでは１日に同じ客が何度も来店することが多々あるが、ヘビーユーザーの１日の来店頻度が著しく減少しており、売上減少へとつながっている。小遣いがないから何回も来られないといった声も聞かれ、今後も来店頻度が減少する動きが増えていくとみている。

B．企業動向関連

良くなる	－	－
やや良くなる	**食料品製造業**（経営企画）	・能登半島地震での被災以降、少しずつだが数字は戻り続けており、当面この傾向が続くとみている。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内、海外共に各企業の工場稼働率の高まりから、設備に関わる交換用部品の需要が堅調となっている。４月以降、生産量を増やしながら対応していく予定である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規案件の引き合い件数、技術的な問合せや相談事項が増えていることにより、顧客サイドに新規案件開発の動きが出ていると実感する。実際に着手する明確な動きはまだないが、現状と顧客からの情報を考え合わせると、着手する可能性の高い新規案件が増加傾向にあるとみている。
	金融業（融資担当）	・地区の主要産業である製造業や観光業、飲食業が堅調に推移している。能登半島地震関連の復興支援に関連する工事も本格化している。
変わらない	**プラスチック製品製造業**（広報）	・特に景気が良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
	金属製品製造業（経営者）	・２～３か月先の分の注文の入り具合から、景気は変わらないと考える。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・すぐには変わらないものの、人手不足の常態化によって自動化や自動運転に対するニーズが高まることをきっかけに状況が良くなることを期待したい。
	輸送業（管理会計担当）	・企業間物流の物量は回復傾向にあるが、関税問題などで先行きに不透明感があり、現状と大きくは変わらないとみている。
	通信業（営業）	・米国による関税の動きにより、関連業種の投資縮小が懸念され、投資については現状より悪化する可能性がある。
	不動産業（経営者）	・個人客、法人客共に、問合せがほとんどない状況である。
やや悪くなる	**繊維工業**（総括）	・米国の関税引上げや世界的な景況悪化による消費の冷え込みにより、受注が減少しているという声が多く、先行きに対する警戒感が強まっている。
	金融業（融資担当）	・物価高や賃上げの圧力が続き、企業収益は圧迫されている。加えて、米国政権の影響も不透明で、好材料に乏しく、状況が改善する様子がみえない。
	税理士（所長）	・米国の関税引上げによる影響がどう出るのか不安はあるが、人が移動する季節なので、飲食業などでは明るい兆しがある。
悪くなる	－	－

C．雇用関連

良くなる	－	－
やや良くなる	**新聞社［求人広告］**（担当者）	・求人広告の見込み数が増加している。
変わらない	**人材派遣会社**（社員）	・求人及び求職状況に変動はない。新たな積極的求人も期待できない。
	職業安定所（職員）	・現在の人手不足感は続くとみているが、求人窓口では新たに大口の求人が出る動きはない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高止まりの状態が続いている。原材料費や水道光熱費の高騰などで、中小企業を中心に企業環境が厳しくなっている。今後は米国の自動車関税引上げに関する国際情勢に注意する必要がある。
	民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きに変化がなく、求職者数は頭打ちの状態のままである。一方で、中小企業における人材不足は継続しているため、今後も景気は変わらないとみている。
	学校［大学］（就職担当）	・物価上昇、円安、能登半島地震、能登豪雨災害の影響が続いており、状況が好転する要素や気配がみられない。
やや悪くなる	**人材派遣会社**（役員）	・今のところ、求人数、求職者数共に増減する要素がない。
悪くなる	－	－