

## (7) 北 陸



北陸地域では、景気は持ち直しの動きに足踏みがみられる。

- ・ 鉱工業生産は弱含んでいる。
- ・ 個人消費は緩やかに持ち直している。
- ・ 雇用情勢は持ち直している。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す( \_ は上方に変更、 \_ は下方に変更)。

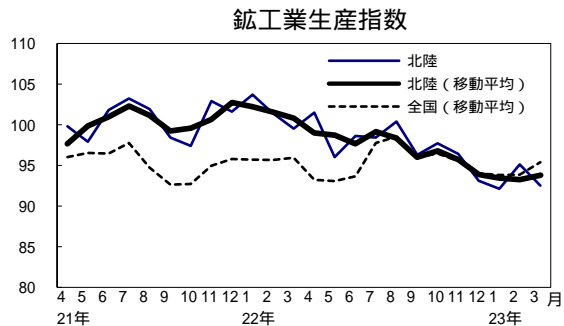
### 前回からの主要変更点

なし

### 1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は弱含んでいる。

1 - 3月期の鉱工業生産は、前期比 2.6%減となった。月別にみると、1月は電子部品・デバイスが減少したこと等により前月比 1.1%減、2月は電子部品・デバイスが増加したこと等により同 3.3%増、3月は生産用機械が減少したこと等により同 2.7%減となった。



(備考) 1. 2015年=100、季節調整値。北陸の最新月は速報値。  
2. 全国及び北陸の太線は中心3か月移動平均。  
直近月は2か月平均。

域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比) (%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		10 - 12 月期	1 - 3 月期	1月	2月	3月
電子部品・デバイス	15.3	18.2	5.9	12.3	12.9	1.5
化学	14.0	4.4	3.9	1.7	1.3	6.3
生産用機械	11.8	4.7	4.2	15.3	2.1	10.7
金属製品	8.1	2.7	0.7	1.5	2.4	2.6
繊維	6.9	2.9	4.6	4.6	1.7	0.3
鉱工業	100.0	2.7	2.6	1.1	3.3	2.7

(備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い15業種。  
2. 1 - 3月期、3月は速報値。

## 2. 個人消費の動向

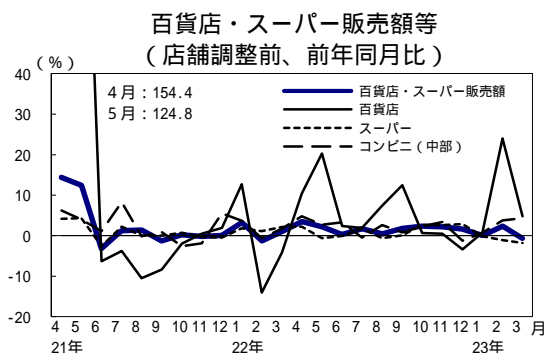
個人消費は緩やかに持ち直している。

### (1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

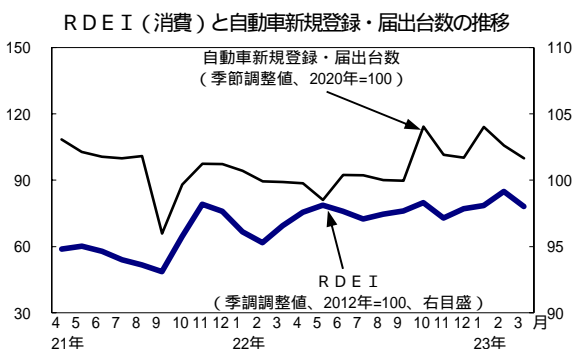
1 - 3月期は前期比0.7%増となった。月別にみると、1月は前月比0.2%増、2月は同1.1%増、3月は同1.1%減となった。

### (2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、1 - 3月期は前年同期比0.5%増となった。月別にみると、1月は前年同月比0.0%減、2月は同2.3%増、3月は同0.7%減となった。



	2023年1-3月	2023年1月	2月	3月
RDEI (消費*1)	0.7	0.2	1.1	1.1
百貨店・スーパー(*2)	0.5	0.0	2.3	0.7
百貨店(*2)	8.7	0.7	24.0	4.8
スーパー(*2)	1.0	0.2	1.1	1.8
コンビニ(*2)	3.0	0.7	3.8	4.3
乗用車(*3)	15.8	21.2	19.2	11.4
(季節調整値)(*3)	1.2	14.0	7.4	5.5



(備考) 1. 季節調整済前期(月)比(%)

2. 店舗調整前、前年同期(月)比(%)

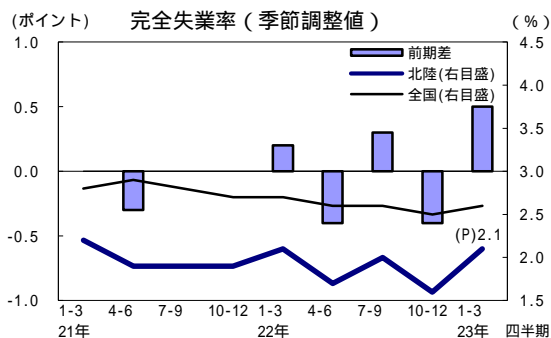
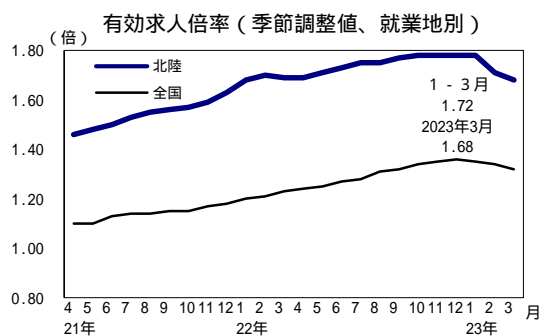
コンビニは、経済産業省の中部(富山、石川、岐阜、愛知、三重)の値。

3. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段は前年同期(月)比(%))

## 3. 雇用情勢

雇用情勢は持ち直している。

有効求人倍率は低下している。完全失業率は前期を上回っている。



(備考) 1. 内閣府にて季節調整。

2. 1 - 3月期の値は暫定値。

(13) 景気ウォッチャー調査 (令和5年4月調査) 景気判断理由の概要

7. 北陸

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連	□	・年初と比較すれば、来客数はコロナ禍の落ち着きにより持ち直している。しかし、値上げが継続しているため、買い控えと部門別に異業種店舗を買い回る傾向は更に拍車が掛かり、依然として厳しい状況である (スーパー)。
		○	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少なくなり、観光客が多くなってきた。4月に入り週末以外も観光客が増えており、外国人客も多くなっている (タクシー運転手)。
		▲	・物価高により、必需品以外の電化製品は買わない傾向がみられる (家電量販店)。
	企業 動向 関連	□	・人の動きが戻ってきたことで受注は好調に推移している。原料やエネルギー関連のコストアップに対する値上げ効果も手伝って売上は前年を上回っているが、各種コストの高止まりによって増収減益傾向が続いている (食料品製造業)。
		○	・人の動きが活発になっており、特に飲食業において回復がみられる。あらゆる食材やその他の原価が高くなっているものの、特に一般消費者向けにおいては販売価格に転嫁できている傾向がみられる (税理士)。
		▲	—
	雇用 関連	□	・求職者数が少ない状況が続くなか、募集の年齢層や職種で企業とのアンマッチが発生しており、就業につながっていない (民間職業紹介機関)。
	▲	・前年と比べ求職申込件数が少ないように見える。今後の動きに注目している (職業安定所)。	
	その他の特徴 コメント		○：ゴールデンウィークに向けた準備で、旅行かばんは前年の1.5倍の売行き、UV対策の化粧品も店によっては前年の2倍以上と、客の外出機会が増えたことを反映する動きとなっている (百貨店)。 ▲：4月の宿泊客数は、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて30%程度ダウンしている。地方はまだインバウンドの影響も少なく集客に苦戦している (観光型旅館)。
先行き	家計 動向 関連	□	・地方では零細企業が多いため、都市部のような大幅な値上げは難しく、消費行動は活発にならない (美容室)。
		○	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、インバウンドも少しずつ増えてきている。ゴールデンウィークの曜日回りも比較的良いことから客足が増えることが期待できる (一般レストラン)。
	企業 動向 関連	□	・コロナ禍も収まりつつあり、経済活動も活発化するため景気を持ち直しを期待しているが、物価上昇や供給面の制約などが続き、回復も一進一退が続くと考える (プラスチック製品製造業)。
		○	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行すれば人の動きが増え、個人消費の増加につながり、小売業やサービス業の売上増加を見込める。製造業の受注は堅調のようである。燃料価格の高騰は落ち着いてきたことから、経費増加は限定されると考える。また、過去の原料高の価格転嫁も徐々に進んでいくとみている (金融業)。
	雇用 関連	□	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、人流が回復することを見込んで求人増員が出てきており、求人数はやや増加傾向にあるが、景気は余り変わらない (職業安定所)。
その他の特徴 コメント		○：新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、消費者の行動は更に外出傾向へと変化するとみられ、コト消費を含めた関連商材の購買が続くと考える。一方で物価上昇に伴う消費者の節約志向が強まり、買上単価や買上点数に変化が出てくることも考えられるため、今後の消費動向は注視していく必要がある (その他小売 [ショッピングセンター])。 ▲：今後も燃料費等が高騰する見込みで、ほぼ全ての衣食住メーカーが値上げを表明しているため、消費者の購買意欲がますます低下すると考える (一般小売店 [事務用品])。	

(D I) 現状・先行き判断D I (北陸) の推移 (季節調整値)

