

景況などに関する会員アンケート

調査結果

2023年 12月

北陸経済連合会

目 次

I. アンケート調査 実施概要	1
II. アンケート調査 結果概要	2
総括	2
III. アンケート調査 結果詳細	
1. 北陸の景気動向（半期毎に調査）	5
2. 会員企業の業績（半期毎に調査）	8
3. その他	
3.1. 国際化（隔年調査）	14
3.2. 北陸新幹線の敦賀開業	18
(敦賀開業については初めての調査)	

I. アンケート調査 実施概要

○実施概要

北陸地域の景気動向や業況、その他について、会員企業の意見、要望を迅速かつ的確に把握し、各方面への要望活動、北経連の事業に活かすため、アンケート調査を実施した。[毎年、春と秋の2回、同様の調査を実施しており、今回で50回目]

○調査時期

2023年10月6日～10月20日

○調査対象

北陸経済連合会 会員企業 284社

○回答率

39.1% (送付企業 284社、回答企業数 111社)

○調査企業概要

本社の所在地	回収数	割合
富山県	42	37.8%
石川県	37	33.3%
福井県	14	12.6%
北陸三県以外	18	16.2%
計	111	100.0%

資本金	回収数	割合
1億円未満	37	33.3%
1億円～10億円未満	29	26.1%
10億円以上	45	40.5%
計	111	100.0%

調査結果の取りまとめにおいては、規模別を以下の基準で分類することとする。

【規模別】

中小企業：資本金1億円未満
 中堅企業：資本金1億円以上10億円未満
 大企業：資本金10億円以上

	業種	回収数	割合
製 造 業	食料品製造業	0	0.0%
	繊維工業	1	0.9%
	木材・紙・パルプ製造業	0	0.0%
	出版・印刷・同関連業	3	2.7%
	化学工業	1	0.9%
	鉄鋼業・非鉄金属製造業	6	5.4%
	金属製品製造業	5	4.5%
	機械工業	9	8.1%
	その他製造業	12	10.8%
	小計	37	33.3%
非 製 造 業	卸売業	12	10.8%
	小売業	4	3.6%
	建設業	18	16.2%
	電気・ガス・水道業	1	0.9%
	運輸業	6	5.4%
	農・林・漁業	0	0.0%
	鉱業	0	0.0%
	金融業・保険業	10	9.0%
	不動産	2	1.8%
	サービス業	16	14.4%
	その他の非製造業	5	4.5%
小計	74	66.7%	
計	111	100.0%	

Ⅱ. アンケート調査 結果概要(1)

[総 括]

1. 北陸の景気動向

※景気判断BSI：北陸地域の景気が(「良くなった」「やや良くなった」)―(「悪くなった」「やや悪くなった」)回答社数構成比

- 2023年度上期の景気判断BSI※は42.3となり、2022年度下期(17.6)から更に改善した。2023年度下期は23.4となり、引き続き改善を見込む。
- 2023年度上期の景気が回復した理由は、製造業で「企業収益の回復」(64.7%)、非製造業で「個人消費の回復」(63.2%)がそれぞれ最多となった。
- 一方、景気が悪い理由は、製造業、非製造業ともに「資源高・円安の影響」が最多となった。(製造業：84.2%、非製造業：85.7%)

2. 会員企業の業績

※業績判断BSI：各社の業績が前期より(「改善」「やや改善」)―(「悪化」「やや悪化」)回答社数構成比

- 2023年度上期の業績判断BSI※は22.5となり、6期連続(2022年度下期 10.5)で改善している。来期の見通しも16.2と、改善継続を見込む。
- 2022年度下期の(業種別)製造業の業績判断BSIは▲2.7だったが、今回調査では27.0と大幅に改善した。
- 経営上の課題では、業種別、規模別の双方で「人材育成・確保」を挙げる企業が最も多く、4期連続で課題のトップとなっている。
- 原材料費高騰に伴う影響については、全産業で「大きく影響を受けている」が44.1%(前回調査:2022年度上期 39.8%)、「少し影響を受けている」が34.2%(32.3%)。製造業では「大きく影響を受けている」と「少し影響を受けている」が合わせて89.2%(95.0%)と非製造業73.0%(62.4%)に比べても高い。
- 価格転嫁について、「100%出来ている」が13.8%(前回調査11.5%)、「50%程度出来ている」が39.1%(21.9%)であった。「価格転嫁していない」は、製造業が3.0%(7.9%)、非製造業が24.1%(41.4%)。その理由は、全産業で「経費削減(見直しを含む)」が多く、次が「対応できない」であった。
- デジタル化への取り組みについて、3段階で最も進んだ段階である「デジタルトランスフォーメーション(DX)」と回答した企業は、全産業で32.4%(前回調査:2023年度上期 26.3%)、製造業では24.3%(21.1%)、非製造業では36.5%(28.9%)であった。規模別では、大企業で48.9%(45.2%)、中堅企業で17.2%(15.2%)、中小企業で24.3%(15.4%)であり、いずれも前回調査より増加した。

Ⅱ. アンケート調査 結果概要(2)

[総 括]

3. その他

3.1 国際化

- ・ 生産拠点・市場として有望な国は、「ベトナム」「インド」が上位だが、「インド」は前回調査（2021年度下期）の倍以上となり、中国が減少した。
- ・ 国際化における課題は、前回同様、今回も「国際化の人材不足」が最多となった。
- ・ 今後の国際化について、「更に拡大・推進する」は27.9%（28.9%）、「現状を維持する」は35.1%（28.2%）、「今後も国際化には取り組まない」は29.7%（32.4%）であった。
- ・ 業種別では「更に拡大・推進する」は、製造業で43.2%（37.0%）、非製造業で20.3%（25.0%）と製造業の方が倍以上となっている。
規模別では、大企業が46.7%（42.1%）、中堅企業が17.2%（24.4%）、中小企業が13.5%（15.0%）と規模が大きいほど多くなっている。
- ・ 今後5年程度で市場として有望な国・地域について、上位はインド（35.1%）、ベトナム（28.8%）、米国（18.0%）となった。（前回調査（2021年度下期）では、ベトナム（26.8%）、中国（20.4%）、インド（16.9%））
- ・ 今後5年程度で生産拠点として有望な国・地域について、上位はベトナム（28.8%）、インド（24.3%）、インドネシア（13.5%）となった。（前回調査（2021年度下期）では、ベトナム（28.2%）、タイ（11.3%）、インド（9.9%））
- ・ 国際化を進める上での障壁、課題は、「国際化対応人材の不足」が54.1%（前回調査2021年度下期：52.1%）と最も多く、続いて「現地パートナーの確保」が30.6%（31.7%）、「情報・ノウハウの不足」が29.7%（31.7%）、「進出先の政情不安」が21.6%（21.8%）となっている。
- ・ 国際化を進める上で、行政や経済団体に望むこととしては、「情報・ノウハウの提供」29.7%（前回調査2021年度下期：31.7%）と「人材育成支援」29.7%（23.2%）が最も多く、続いて「現地情報の提供」27.0%（30.3%）、「現地パートナーの紹介」20.7%（23.9%）となっている。

Ⅱ. アンケート調査 結果概要(3)

[総 括]

その他

3.2 北陸新幹線 敦賀開業

- 北陸新幹線 敦賀開業の北陸経済への影響が「ある」「多少はある」は86.4%（金沢開業前調査：2014年度上期 92.7%）であった。富山県で95.3%（95.6%）、石川県で72.9%（91.9%）、福井県で100.0%（90.9%）と、新幹線が初めて延伸する福井県で「影響がある」と回答した企業が増えた。
- 北陸経済への良い影響では「交流人口の増加」、悪い影響では「首都圏方面へのストロー現象」が最多となった。個別企業への影響は、「商圏の変化」が28.8%、「売上げの変化」が23.4%、「雇用や採用」が18.0%であった。
- 北陸経済への悪い影響については、全業種、全規模とも「首都圏方面へのストロー現象」が最も多かった。
- 個別企業への影響が「ある」「多少はある」と答えた企業（全産業）は、「商圏の変化」28.8%、「売上げの変化」23.4%、「雇用や採用」18.0%であった。
- 「雇用や採用」に影響があるとした企業は、「求人企業の増加により人材確保が困難になる」「交流人口の拡大による地域経済の活性化」「Uターン・Iターンによる求職者増に期待」「北陸全体の注目度向上に期待」等であった。
- 三大都市圏との取引(販路)・誘客数について、「増加する」「多少増加する」は、全産業で60.4%、製造業で51.3%、非製造業で64.9%、大企業で71.1%、中堅企業で58.6%、中小企業で48.6%であった。
- 北陸三県内との取引(販路)・誘客数について、「増加する」「多少増加する」は、全産業で56.7%、製造業で43.2%、非製造業で63.5%、大企業で62.2%、中堅企業で51.7%、中小企業で54.0%であった。
- 三大都市圏および北陸三県内での企業間取引(販路)や誘客数を増やすための行政の施策や経済界の後押しについては、全産業で「インフラ整備」「観光プロモーション」「税制優遇策」が多かった。特に、製造業で「労働力の育成」、非製造業で「地域社会との連携」が多かった。
- 北陸新幹線の延伸を活用して、新たに取組もうと考えていることについては、全産業で「人材採用、受け入れ施策の拡大」「北陸三県内での取引拡大(販路や誘客)」「三大都市圏との取引拡大(販路や誘客)」が多かった。特に、製造業で「人材採用、受け入れ施策の拡大」「三大都市圏との取引拡大(販路や誘客)」、非製造業で「北陸三県内での取引拡大(販路や誘客)」が多かった。
- 敦賀開業を控え、北陸の経済界が取り組むべき内容については、「更なるインフラ整備(2次交通・新幹線敦賀以西等)」、次に「北陸三県(周辺地域含む)自治体との広域連携」が多い。

Ⅲ. アンケート調査 結果詳細

1. 北陸の景気動向

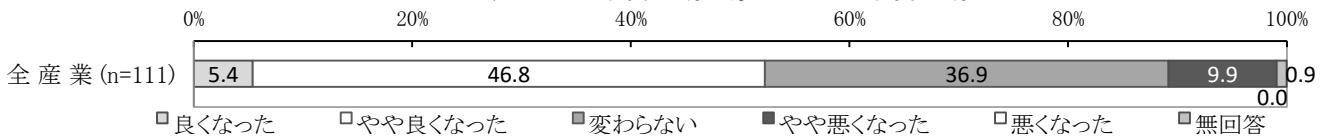
2023年度上期の景気判断BSI※は42.3となり、2022年度下期（17.6）から更に改善した。2023年度下期は23.4となり、引き続き改善を見込む。2023年度上期の景気が回復した理由は、製造業で「企業収益の回復」（64.7%）、非製造業で「個人消費の回復」（63.2%）がそれぞれ最多となった。一方、景気が悪い理由は、製造業、非製造業ともに「資源高・円安の影響」が最多となった。（製造業：84.2%、非製造業：85.7%）

※景気判断BSI:北陸地域の景気が前期より(「良くなった」「やや良くなった」)ー(「悪くなった」「やや悪くなった」)回答社数構成比

(1) 北陸地域の2023年度上期(4月～9月)の景気は2022年度下期(10月～3月)に比べてどのように変化したと思われますか。(季節的要因を除外してお答え下さい。)

- 2023年度上期の景気動向については、2022年度下期と比べて「良くなった」「やや良くなった」と答えた企業が52.2%で、「やや悪くなった」「悪くなった」の9.9%を大幅に上回っている。「変わらない」と答えた企業が36.9%となっている。(図表1)

図表1. 2023年度上期の景気 (2022年度下期比)



- 2023年度上期の景気について、景気判断BSIは全産業では42.3となり、2022年度下期の17.6から、更に改善した。
- 業種別にみると、製造業が35.1(2022年度下期:▲0.1)、非製造業が46.0(2022年度下期:26.4)と、製造業、非製造業とも大幅なプラスとなった。規模別にみると、大企業が48.9(2022年度下期:28.6)、中堅企業が37.9(2022年度下期:27.3)、中小企業が37.8(2022年度下期:▲2.6)となり、規模別でも大幅なプラスとなった。(図表2)

景気判断BSI

図表2. 2023年度下期の景気判断と見通し

(「良くなった」「やや良くなった」)ー(「悪くなった」「やや悪くなった」)社数構成比 単位:%ポイント

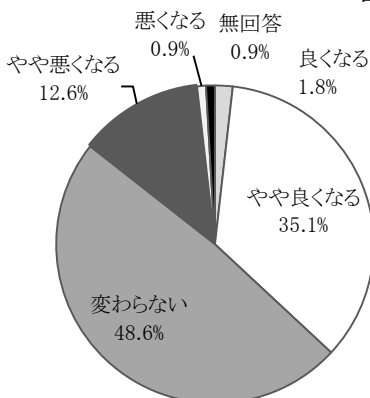
		前回調査		今回調査			
		2022年10～3月(前期)		2023年4～9月(今期)		2023年10～3月(見通し)	
		景気判断BSI		景気判断BSI	変化幅	景気判断BSI	変化幅
全産業		17.6		42.3	24.7	23.4	▲ 18.9
業種	製造業	▲ 0.1		35.1	35.2	27.0	▲ 8.1
	非製造業	26.4		46.0	19.6	21.6	▲ 24.4
規模	大企業	28.6		48.9	20.3	35.5	▲ 13.4
	中堅企業	27.3		37.9	10.6	17.3	▲ 20.6
	中小企業	▲ 2.6		37.8	40.4	21.6	▲ 16.2

注) 2023年4～9月(今期)の変化幅は2022年10～3月(前期)との対比、2023年10～3月(見通し)の変化幅は2023年4～9月(今期)との対比

(2) 北陸地域の2023年度下期(10月～3月)の景気は2023年度上期(4月～9月)に比べてどのように変化すると思われますか。(季節的要因を除外してお答え下さい。)

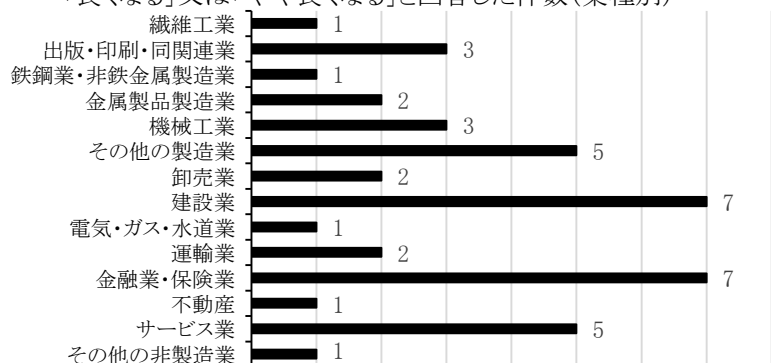
- 2023年度下期の見通しについては、2023年度上期と比べて「良くなる」「やや良くなる」と答えた企業が36.9%で、「やや悪くなる」「悪くなる」の13.5%を23.4ポイント上回り、更に改善を見込む企業が多くなっている。業種別でみると建設業、金融業・保険業、サービス業、その他の製造業が上位となっている。(図表3)

図表3. 2023年度下期の景気見通し(2023年度上期比)



(n=111)

「良くなる」又は「やや良くなる」と回答した件数(業種別)



- ・ 景気判断BSIの推移をみると、2023年度上期の景気判断BSIは42.3となり、2022年度下期（17.6）より上昇した。（図表4）

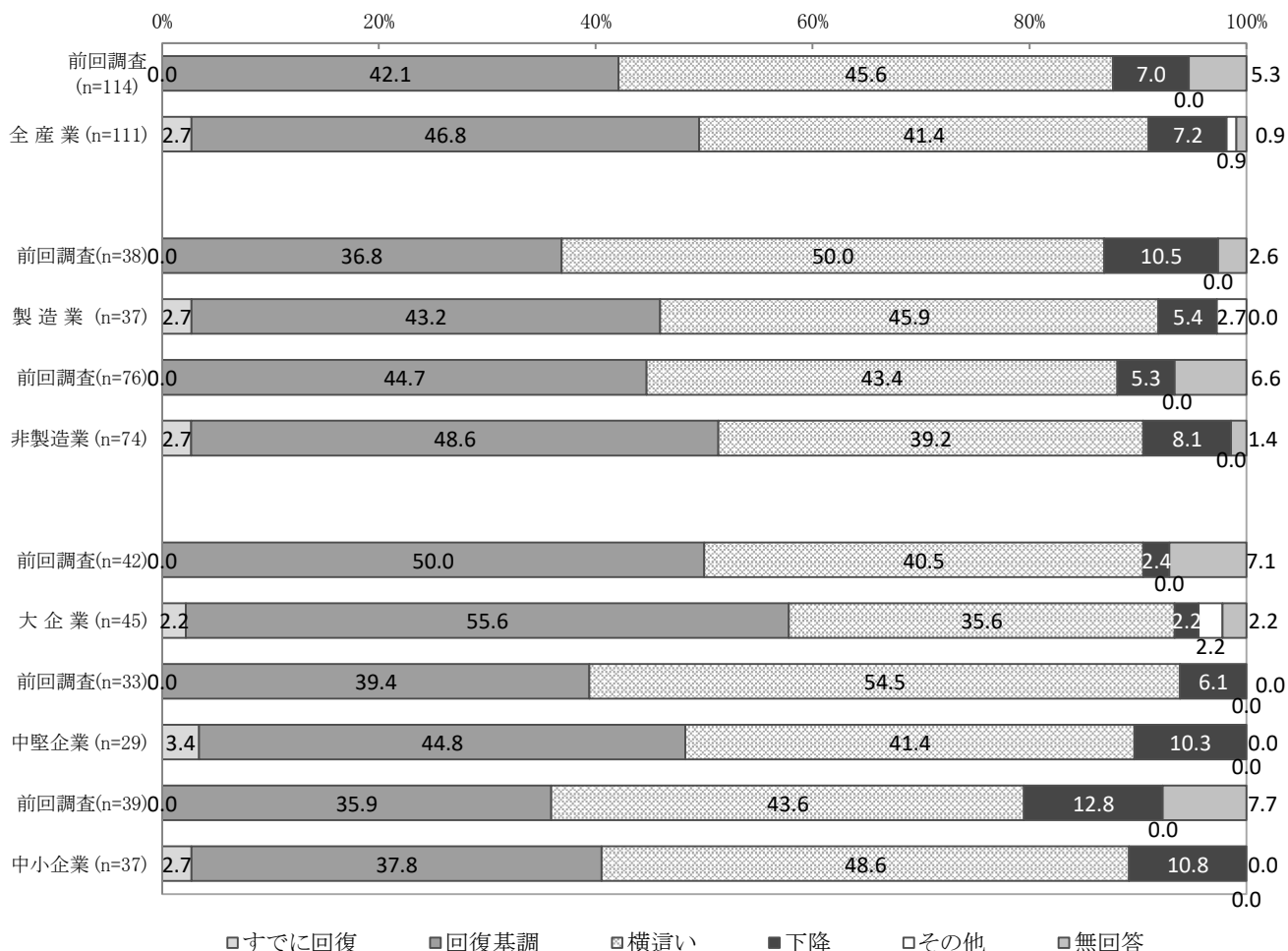
図表4. 景気判断BSIの推移（2004上期～2023上期）



(3) 2023年度上期（4月～9月）の北陸地域の景気は基調として以下のどの局面にあると判断されていますか。

- ・ 2023年度上期の景気基調をみると、「すでに回復」「回復基調」と回答した企業は49.5%（2022年度下期：42.1%）、「横這い」が41.4%（2022年度下期：45.6%）、「下降」が7.2%（2022年度下期：7.0%）となり、2022年度下期よりも「すでに回復」「回復基調」と回答した企業が増加した。（図表5）

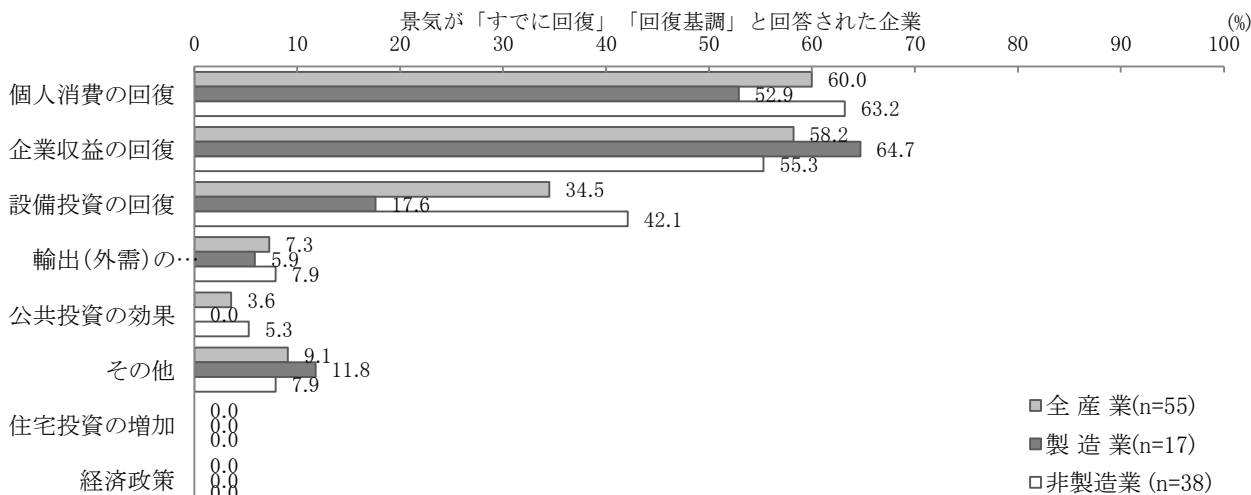
図表5. 2023年度上期の景気基調



(4) 2023年度上期(4月～9月)の景気が良いのは何によるものだと思いますか。(複数回答可)

- ・2023年度上期の景気が「すでに回復」「回復基調」とした企業に、回復した理由を尋ねたところ、「個人消費の回復」が(60.0%)と最も多く、次いで「企業収益の回復」(58.2%)、「設備投資の回復」(34.5%)となっている。(図表6)

図表6. 2023年度上期の景気が良い理由



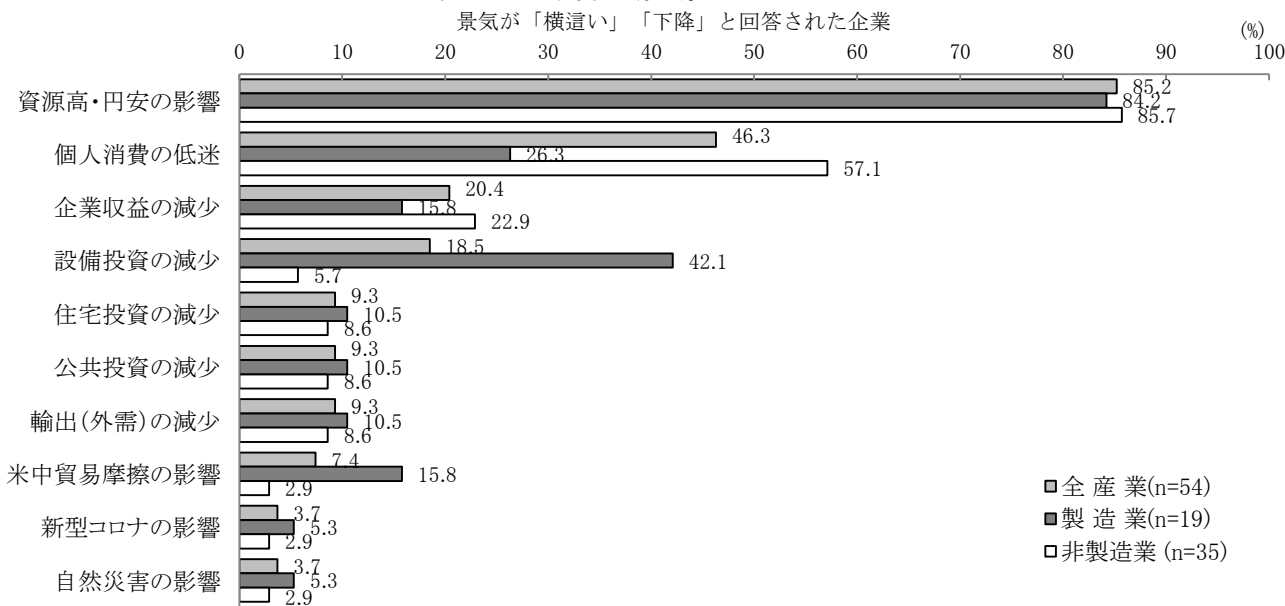
◎その他の具体的な回答

コロナ5類への影響、インバウンド(訪日外国人)観光客の増加、コロナの落ち着き、観光産業の回復

(5) 2023年度上期(4月～9月)の景気が悪いのは何によるものだと思いますか。(複数回答可)

- ・景気が悪い理由は、製造業、非製造業ともに「資源高・円安の影響」(製造業：84.2%、非製造業：85.7%)が最多となった。製造業は「設備投資の減少」(42.1%)、非製造業は「個人消費の低迷」(57.1%)と続いている。

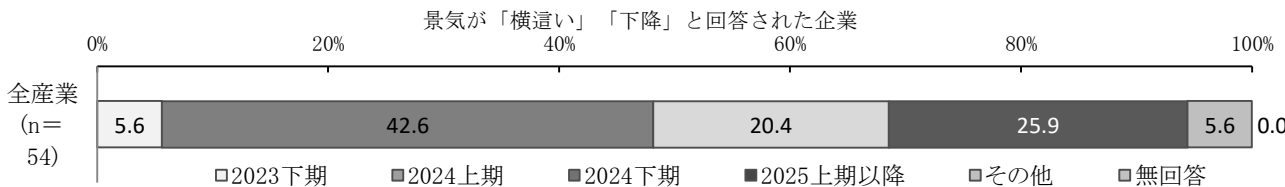
図表7. 2023年度上期の景気の悪い理由



(5) 北陸地域の景気が今後回復に転じると予想される時期はいつ頃と思われますか。

- ・2023年度上期の景気が「横這い」「下降」とした企業に対し、今後回復に転じると予想される時期について尋ねたところ、「2024年度上期」が42.6%と最多になっている。(図表8)

図表8. 北陸地域の景気が回復に転じる時期



2. 会員企業の業績

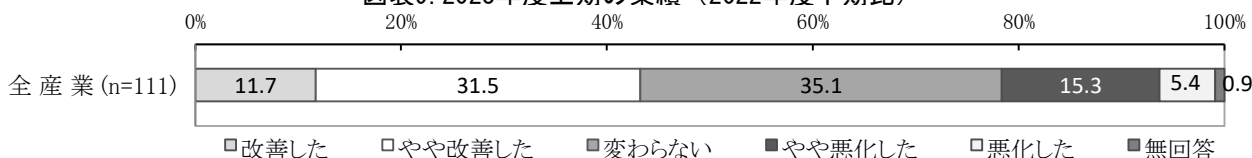
2023年度上期の業績判断BSI※は22.5となり、6期連続（2022年度下期 10.5）で改善している。来期の見通しも16.2と、改善継続を見込む。2022年度下期の（業種別）製造業の業績判断BSIは▲2.7だったが、今回調査では27.0と大幅に改善した。経営上の課題では、業種別、規模別の双方で「人材育成・確保」を挙げる企業が最も多く、4期連続で課題のトップとなっている。

※業績判断BSI:各社の業績が前期より（「改善」「やや改善」）—（「悪化」「やや悪化」）回答社数構成比

(1) 貴社の2023年度上期（4月～9月）の業績は2022年度下期（10月～3月）に比べどのように変化しましたか。（季節的要因を除外してお答え下さい。）

- 2023年度上期の業績については、2022年度下期と比べて「改善した」「やや改善した」が43.2%で、「やや悪化した」「悪化した」の20.7%を22.5ポイント上回っている。「変わらない」と答えた企業は35.1%となっている。（図表9）

図表9. 2023年度上期の業績（2022年度下期比）



- 2023年度上期の業績について、業績判断BSIの現状判断は22.5となり、2022年度下期の10.5から上昇し、プラスとなっている。
- 業種別でみると、製造業が27.0（2022年度下期:▲2.7）、非製造業が20.2（2022年度下期:17.2）となり製造業、非製造業ともプラスとなった。規模別では、大企業が26.7（2022年度下期:9.6）、中堅企業が41.1（2022年度下期:15.1）、中小企業が2.7（2022年度下期:7.6）となり、大企業、中堅企業、中小企業はいずれも2022年度下期と比べ改善した。2023年度下期の業績判断BSI見通しは16.2（2023年度上期:14.9）とプラスを見込む企業が上回っている。（図表10）

図表10. 2023年度下期の業績判断と見通し

業績判断BSI

（「改善」「やや改善」） - （「悪化」「やや悪化」）社数構成比

単位:%ポイント

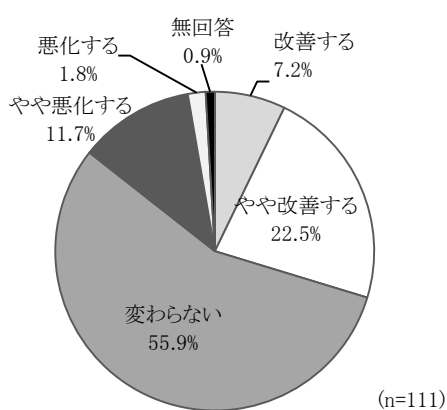
		前回調査		今回調査		
		2022年10～3月(前期)		2023年4～9月(今期)		2023年10～3月(見通し)
		業績判断BSI	変化幅	業績判断BSI	変化幅	業績判断BSI
全産業		10.5	12.0	22.5	16.2	▲ 6.3
業種	製造業	▲ 2.7	29.7	27.0	8.1	▲ 18.9
	非製造業		3.0	20.2	20.3	0.1
規模	大企業	9.6	17.1	26.7	33.4	6.7
	中堅企業	15.1	26.3	41.4	10.4	▲ 31.0
	中小企業	7.6	▲ 4.9	2.7	0.0	▲ 2.7

注) 2023年4～9月(今期)の変化幅は2022年10～3月(前期)との対比、2023年10～3月(見通し)の変化幅は2023年4～9月(今期)との対比。

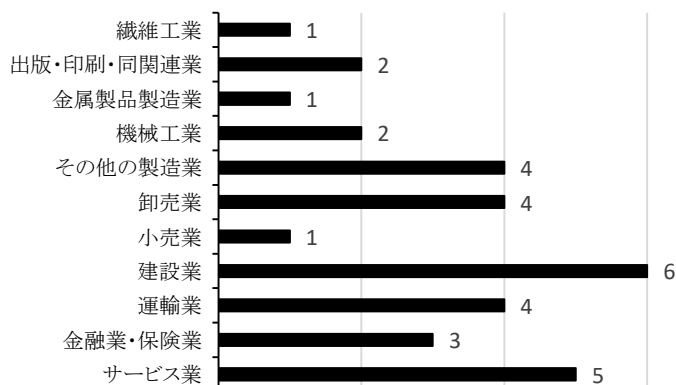
(2) 貴社の2023年度下期（10月～3月）の業績は2023年度上期（4月～9月）に比べどのように変化すると思われますか。（季節的要因を除外してお答え下さい。）

- 2023年度下期の業績見通しについては、2023年度上期と比べて「改善する」「やや改善する」が29.7%で、「やや悪化する」「悪化する」の13.5%を16.2ポイント上回っている。「変わらない」は55.9%となっている。業種別では、建設業、サービス業が上位となっている。（図表11）

図表11. 2023年度下期の業績見通し(2023年度上期比)

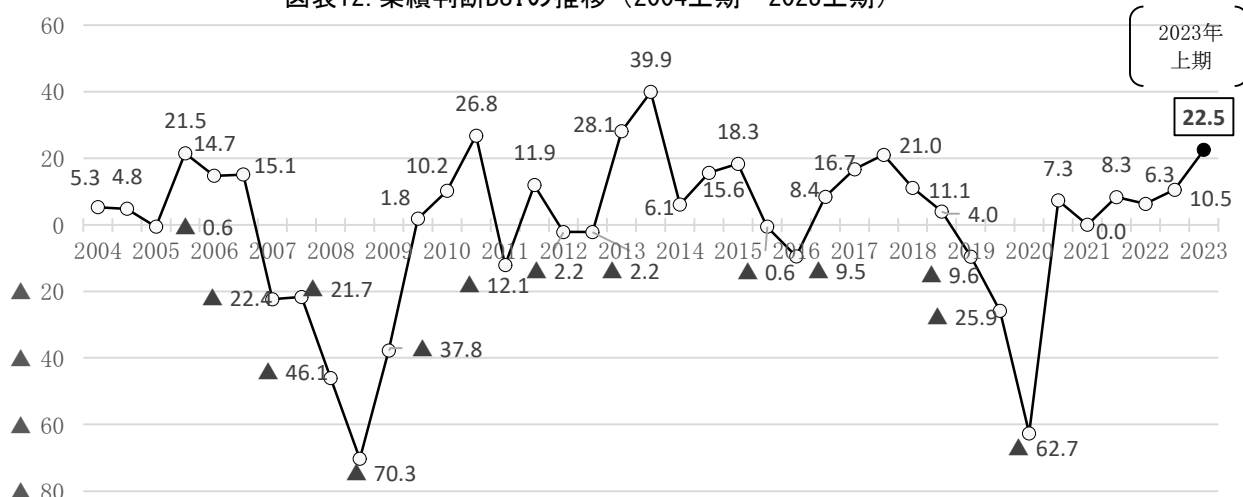


「改善した」又は「やや改善した」と回答した件数(業種別)



- 2023年度上期の業績判断BSIは22.5（2022年度下期：10.5）と引き続き上昇している。（図表12）

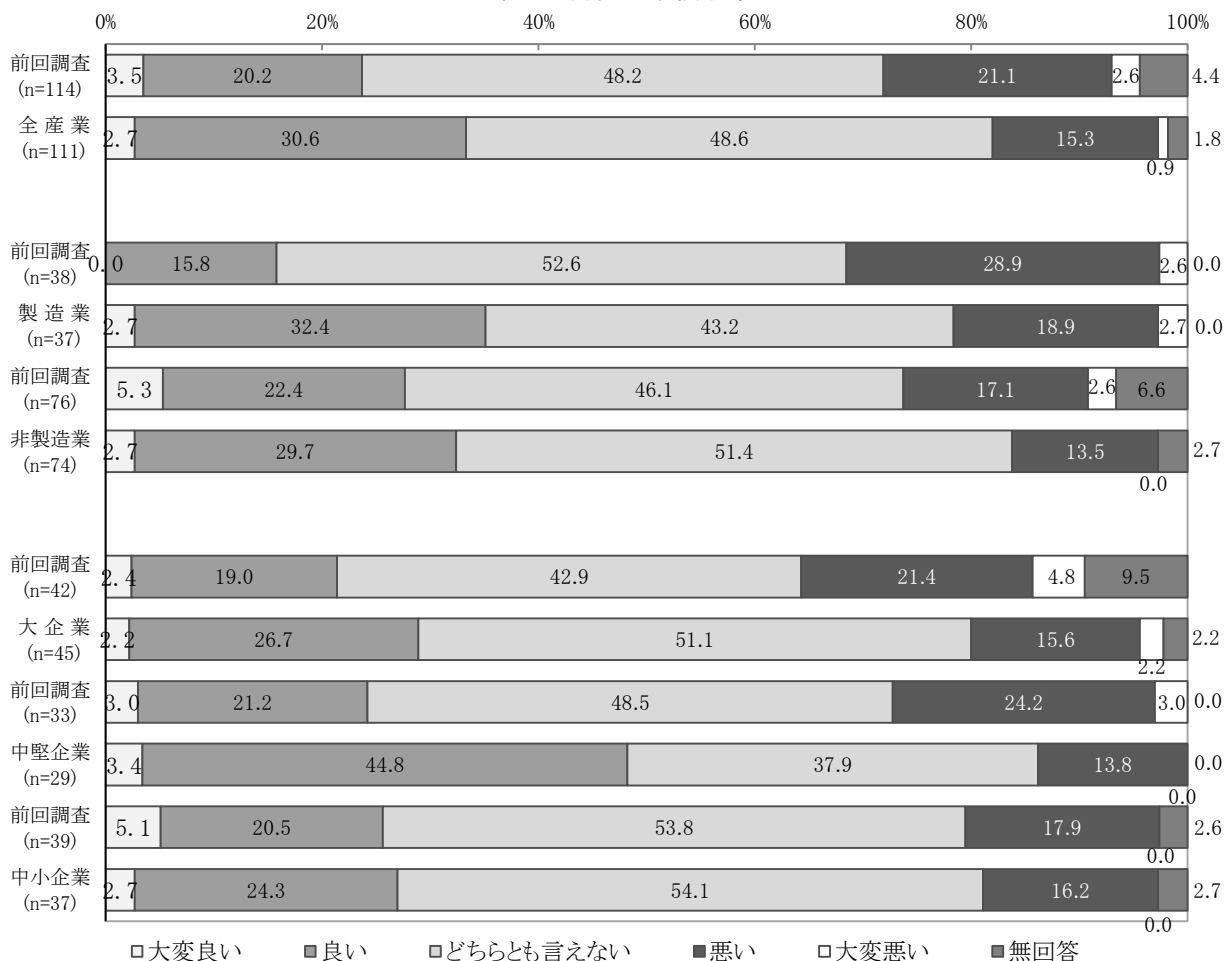
図表12. 業績判断BSIの推移（2004上期～2023上期）



(3) 現在の貴社の業績水準についてどう思われますか。

- 2023年度上期の業績水準については、「大変良い」「良い」が33.3%（2022年度下期：23.7%）、「どちらともいえない」が48.6%（48.2%）、「悪い」「大変悪い」が16.2%（23.7%）となった。2022年度下期よりも「大変良い」「良い」と回答した企業が増加した。
- 業種別でみると、製造業では「大変良い」「良い」35.1%（2022年度下期：15.8%）が「大変悪い」「悪い」21.6%（31.5%）、非製造業では「大変良い」「良い」32.4%（27.7%）が「大変悪い」「悪い」13.5%（19.7%）となった。（図表13）

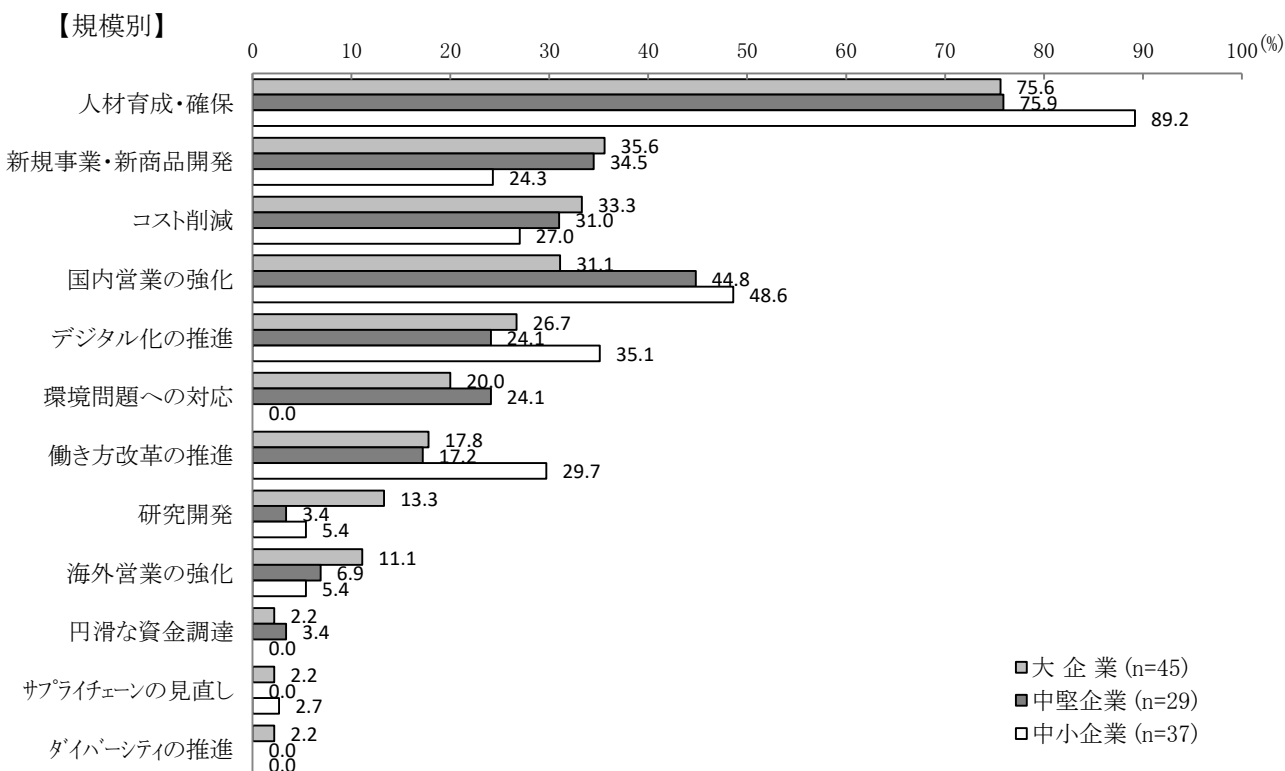
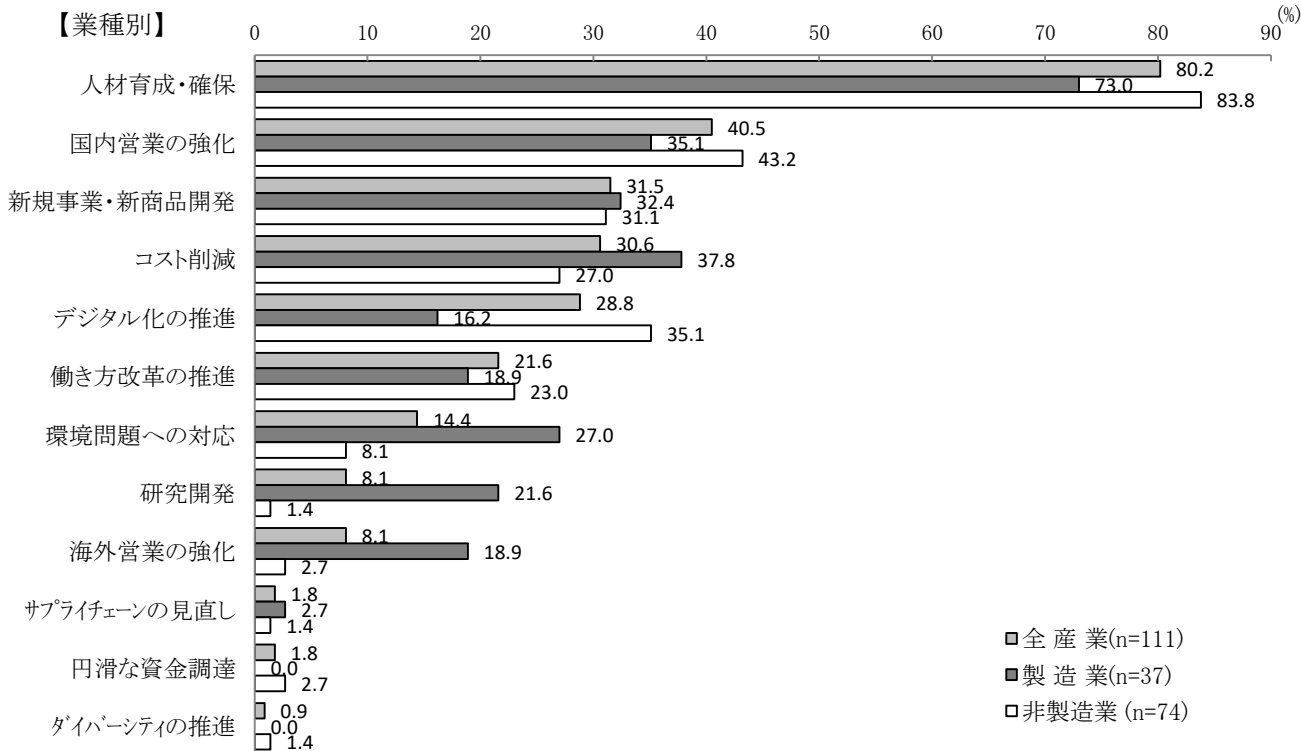
図表13. 現在の業績水準



(4) 貴社にとっての経営上の課題は、どのような点でしょうか。(3つまで回答可)

- 「人材育成・確保」80.2%が最も多く、「国内営業の強化」40.5%、「新規事業・新商品開発」31.5%が続いている。(2022年度下期は、「人材育成・確保」74.6%に「新規事業・新商品開発」36.0%、「国内営業の強化」「デジタル化の推進」32.5%が続いた。)
- 業種別では、「人材育成・確保」に次ぐ課題としては、製造業で「コスト削減」37.8%、非製造業で「国内営業の強化」43.2%となっている。
- 規模別では、すべての規模で「人材育成・確保」(大:75.6%、中堅:75.9%、中小:89.2%)が特に多くなっており、深刻な状況であることが推測できる。(2022年度下期も同様に「人材育成・確保」(大:69.0%、中堅:84.8%、中小:71.8%)が大きな課題となっていた。)(図表14)

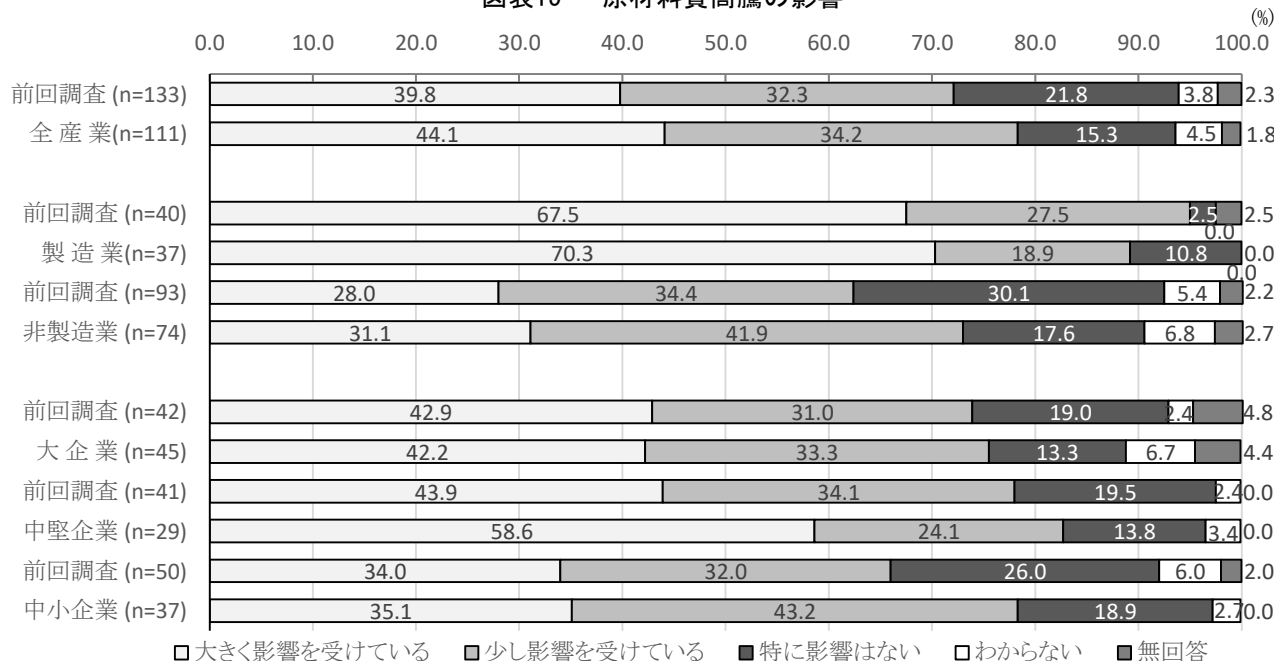
図表14. 経営上の課題



(5) 原材料費高騰に伴う価格転嫁について

- 原材料費高騰に伴う影響については、全産業で「大きく影響を受けている」が44.1%（前回調査:2022年度上期 39.8%）、「少し影響を受けている」が34.2%（32.3%）。製造業では「大きく影響を受けている」と「少し影響を受けている」が合わせて89.2%（95.0%）と非製造業73.0%（62.4%）に比べても高い。規模別では、「大きく影響を受けている」「少し影響を受けている」と合わせ、大企業で75.5%（73.9%）、中堅企業で82.7%（78.0%）、中小企業で78.3%（66.0%）となっている。（図表15）

図表15 原材料費高騰の影響

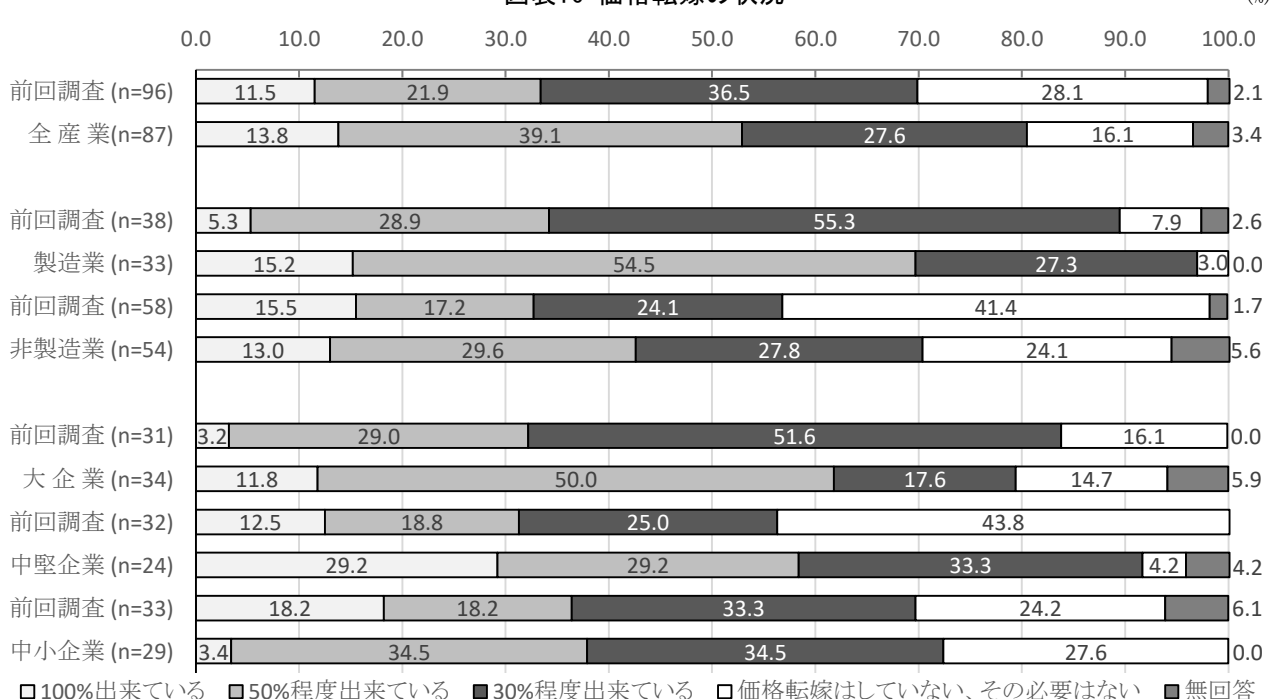


(5)-1 原材料費高騰に伴う価格転嫁について

[前問で「大きく影響を受けている」「少し影響を受けている」と回答された方を対象に]

- 価格転嫁について、「100%出来ている」が13.8%（前回調査11.5%）、「50%程度出来ている」が39.1%（21.9%）であった。「価格転嫁していない」は、製造業が3.0%（7.9%）、非製造業が24.1%（41.4%）。規模別では、中堅企業の価格転嫁できている割合が91.7%（56.3%）と前回調査より大幅に増えている。

図表16 価格転嫁の状況

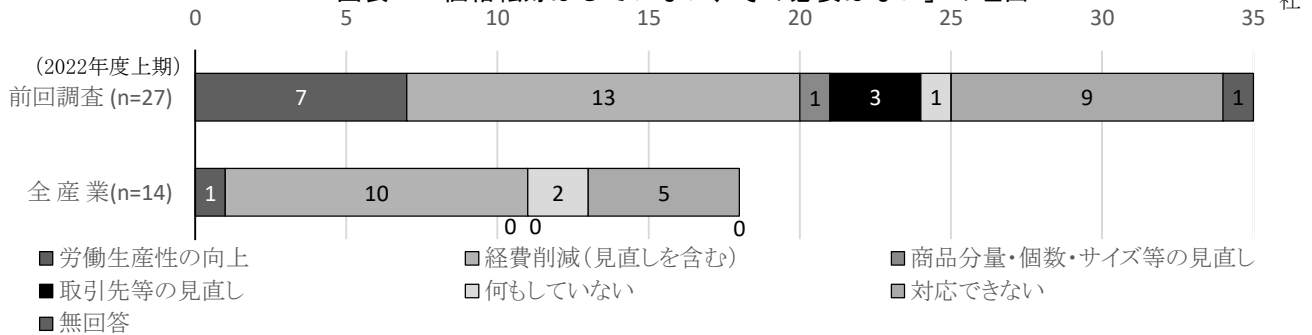


(5)-2 原材料費高騰に伴う価格転嫁について

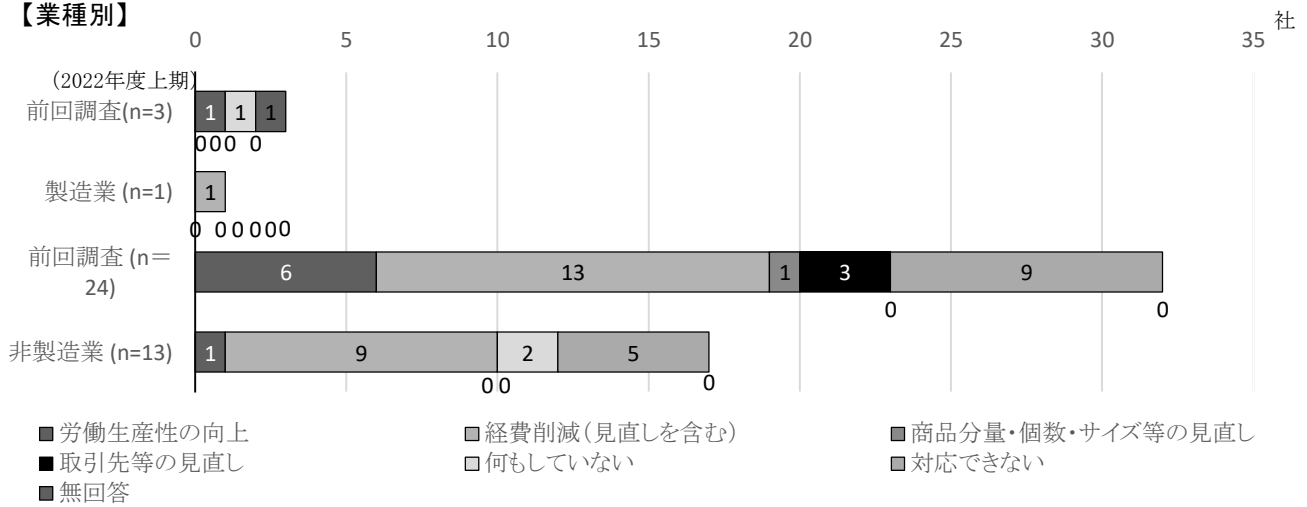
「価格転嫁はしていない、その必要はない」の理由（複数回答可）

- 「価格転嫁はしていない、その必要はない」とした企業は14社（製造業1社、非製造業13社）で、前回調査に比べて半数程度に減っている（前回27社）。価格転嫁をしない理由は、「経費削減（見直しを含む）」（10社）が多く、次が「対応できない」（5社）であった。（図表16）

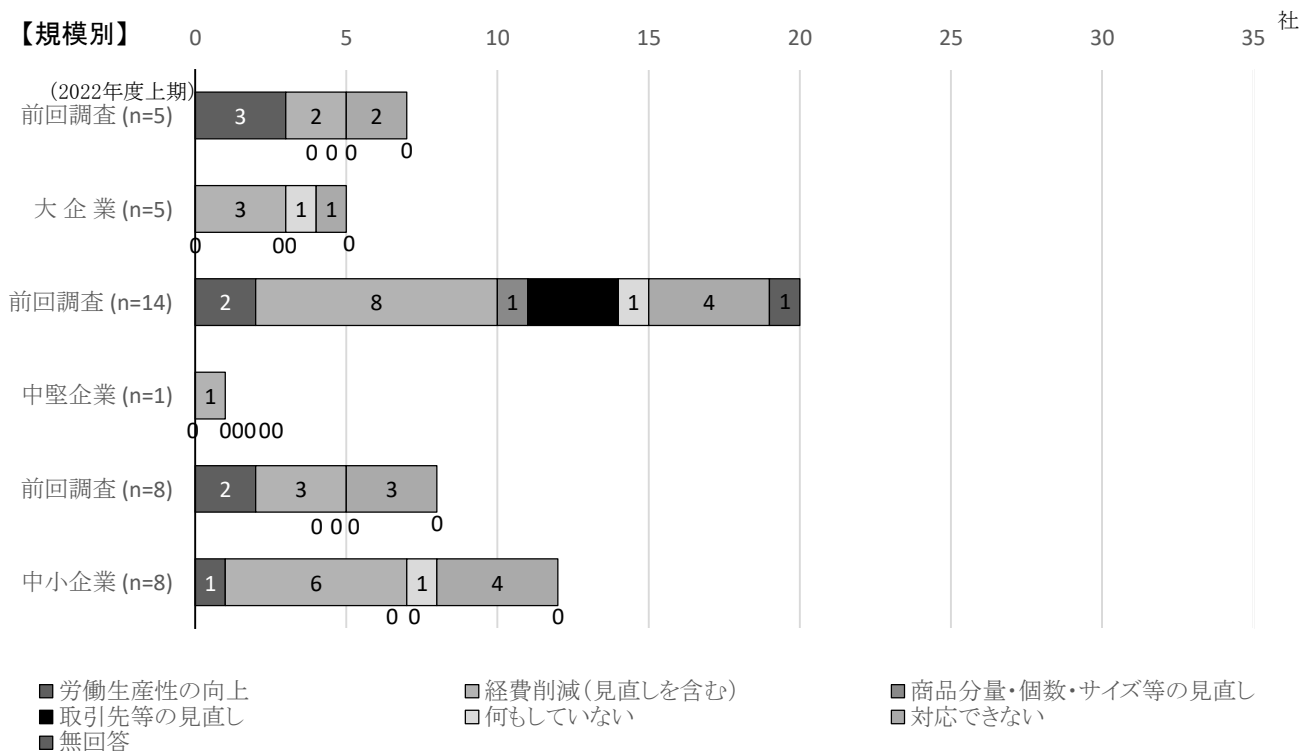
図表16 「価格転嫁はしていない、その必要はない」の理由



【業種別】



【規模別】



(6) デジタル化への取り組みについて

＜デジタル化の推進段階＞

① デジタイゼーション

＜アナログ・物理データのデジタルデータ化（IT技術の活用で作業の効率化や生産性の向上を見込む）＞

② デジタライゼーション

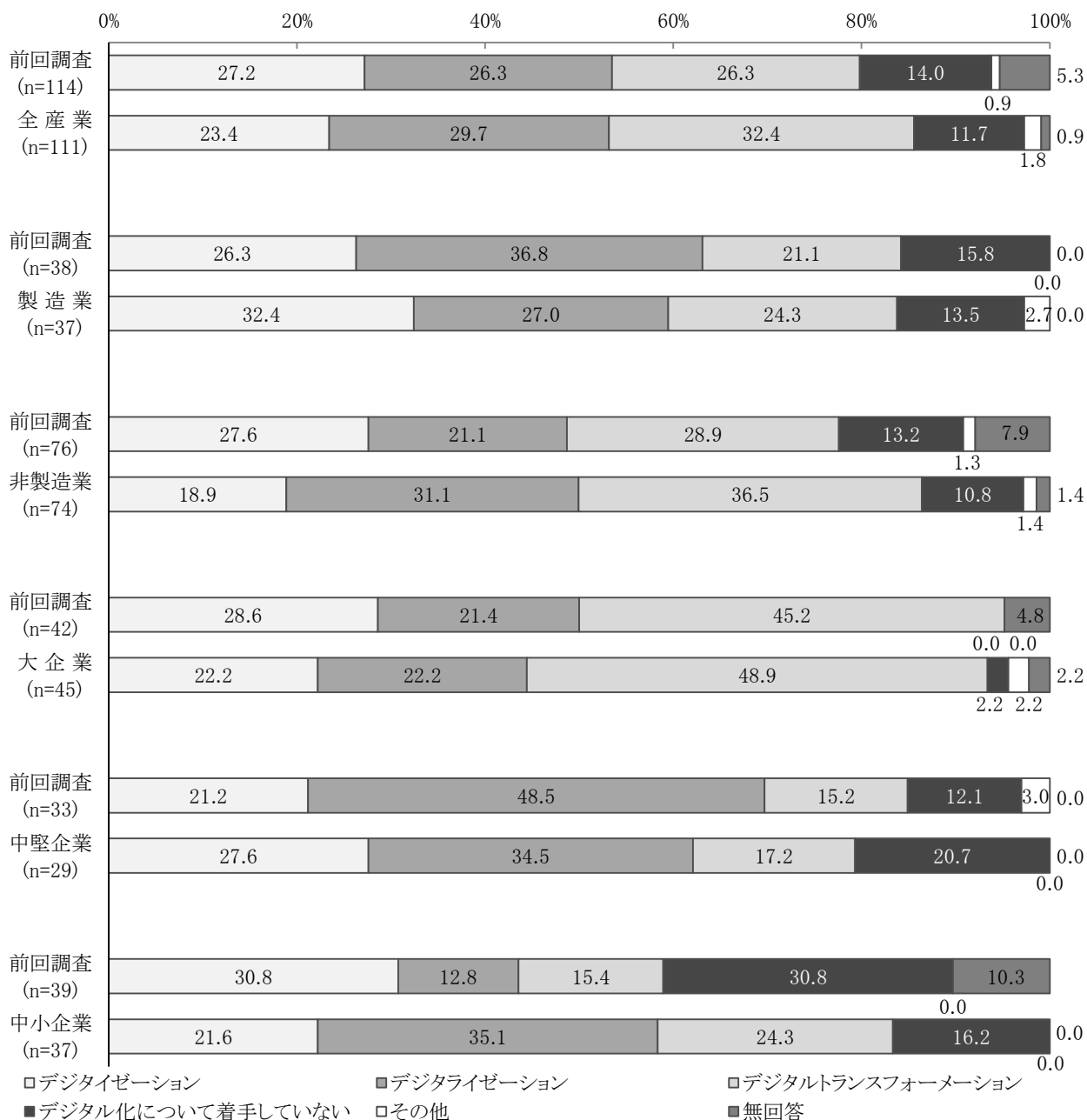
＜個別の業務・製造プロセスのデジタル化（ワークフロー全体を横断的にデジタル化し効率化する）＞

③ デジタルトランスフォーメーション（DX）

＜組織横断/全体の業務・製造プロセスのデジタル化“顧客起点の価値創出”のための事業やビジネスモデルの変革＞

- デジタル化への取り組みについて、3段階で最も進んだ段階である「デジタルトランスフォーメーション（DX）」と回答した企業は、全産業で32.4%（前回調査：2023年度上期 26.3%）、製造業では24.3%（21.1%）、非製造業では36.5%（28.9%）であった。規模別では、大企業で48.9%（45.2%）、中堅企業で17.2%（15.2%）、中小企業で24.3%（15.4%）であり、いずれも前回調査より増加した。中小企業は「DX」「デジタライゼーション」「デジタイゼーション」を合わせた回答が81.0%（59.0%）となった。中小企業のデジタル化への取り組みが進んでいる。（図表17）

図表17 デジタル化の取り組み段階



- ・その他 「デジタイゼーションが出来ているものが一部あるだけ」「DXに取り組んでいるが、大きな利益を生み出せる優位性には届いていない」

3. その他

3.1 国際化

生産拠点・市場として有望な国は、「ベトナム」「インド」が上位だが、「インド」は前回調査（2021年度下期）の倍以上となり、中国が減少した。国際化における課題は、前回同様、今回も「国際化の人材不足」が最多となった。

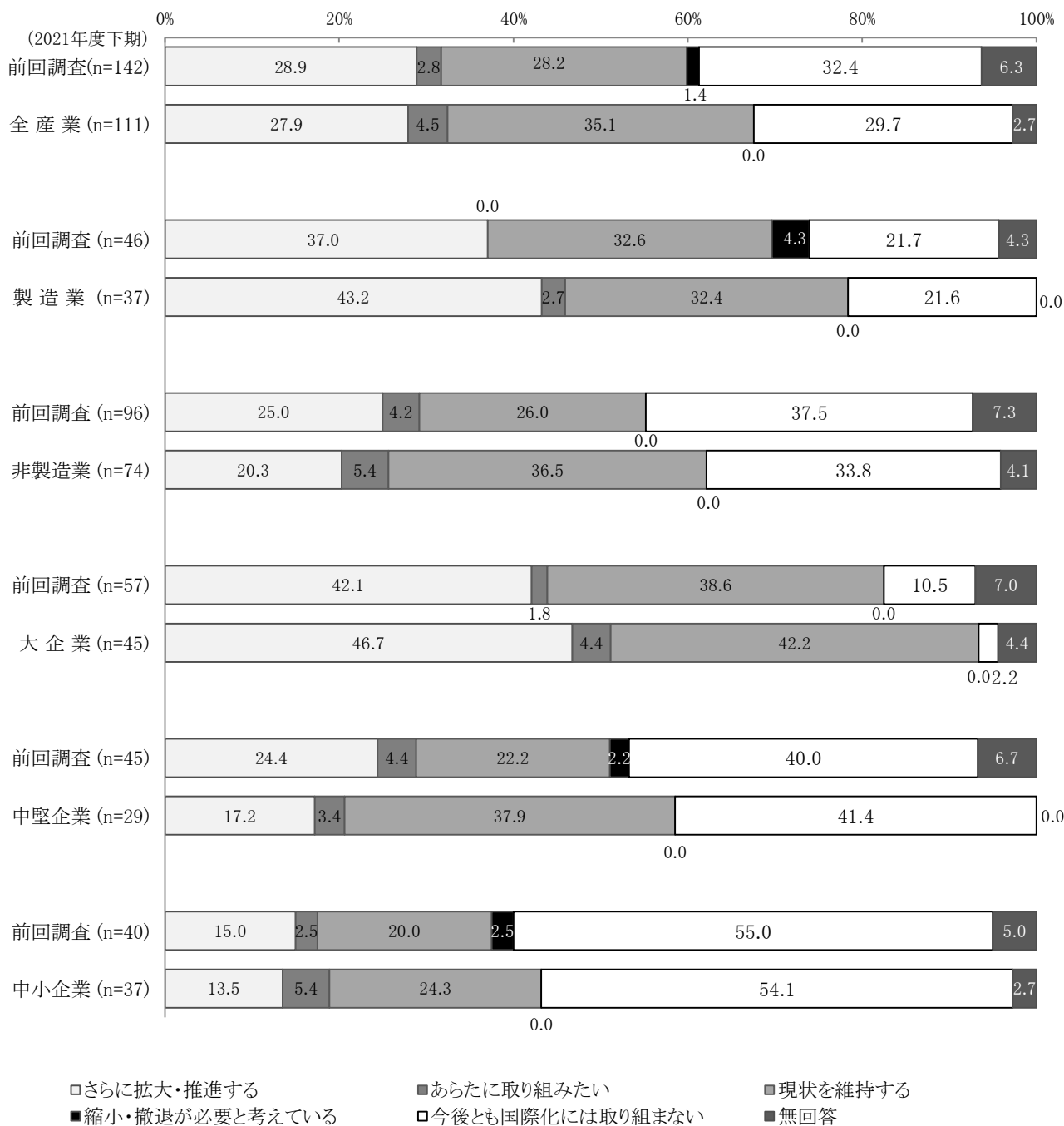
貴社の国際化（※）について

（※貿易取引や海外企業との提携、海外進出など幅広い企業活動を指す）

(1) 貴社は国際化について、今度どのように取り組みますか

- ・ 今後の国際化について、「更に拡大・推進する」は27.9%（28.9%）、「現状を維持する」は35.1%（28.2%）、「今後も国際化には取り組まない」は29.7%（32.4%）であった。業種別では「更に拡大・推進する」は、製造業で43.2%（37.0%）、非製造業で20.3%（25.0%）と製造業の方が倍以上となっている。規模別では、大企業が46.7%（42.1%）、中堅企業が17.2%（24.4%）、中小企業が13.5%（15.0%）と規模が大きいほど多くなっている。（図表18）

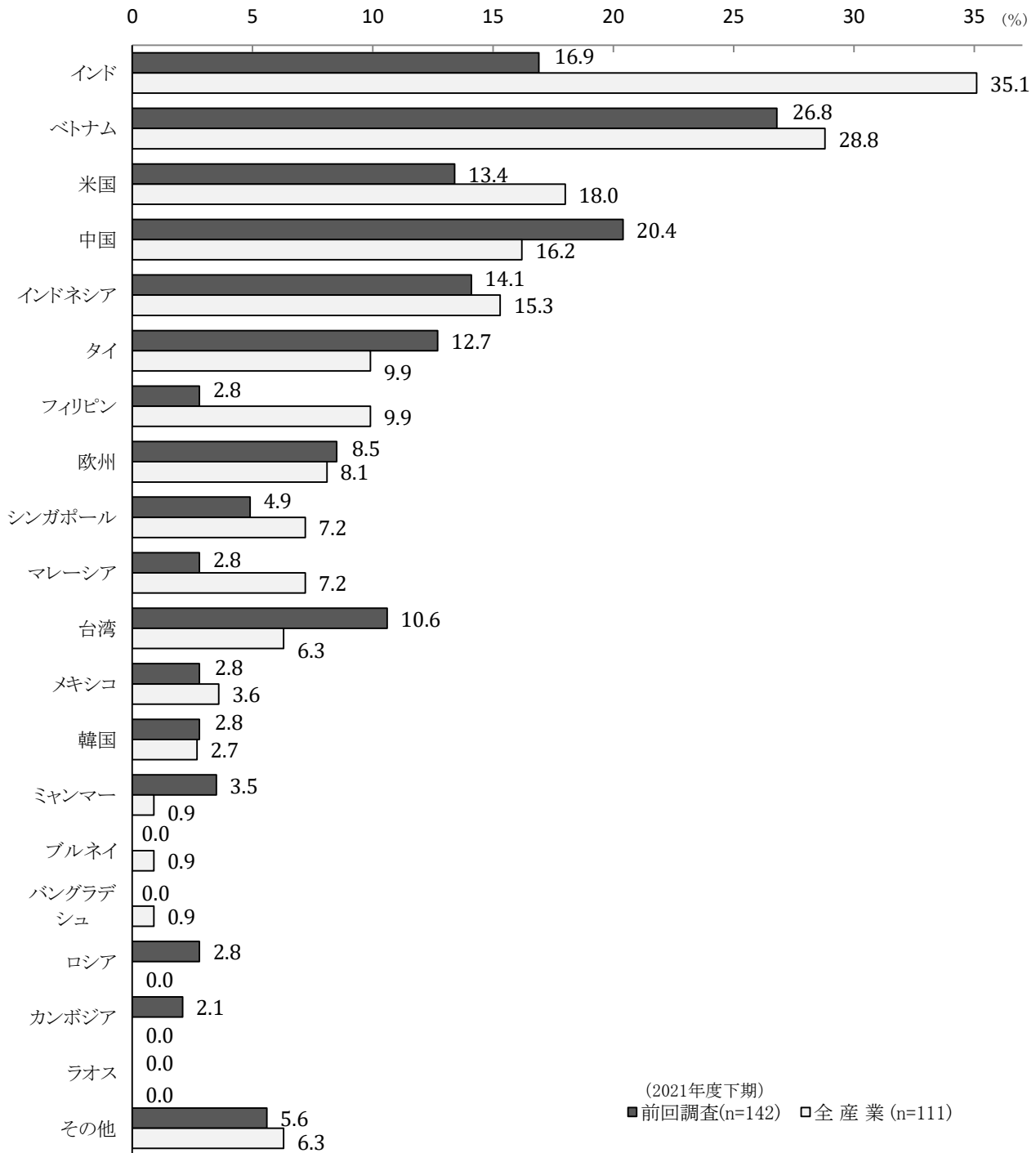
図表18 国際化の取り組みの方向性



(2) 今後5年程度で、市場として有望な対象国・地域はどこですか（3つまで回答可）

- ・ 今後5年程度で市場として有望な国・地域について、上位はインド（35.1%）、ベトナム（28.8%）、米国（18.0%）となった。（前回調査（2021年度下期）では、ベトナム（26.8%）、中国（20.4%）、インド（16.9%））（図表19）

図表19 市場として有望な国・地域

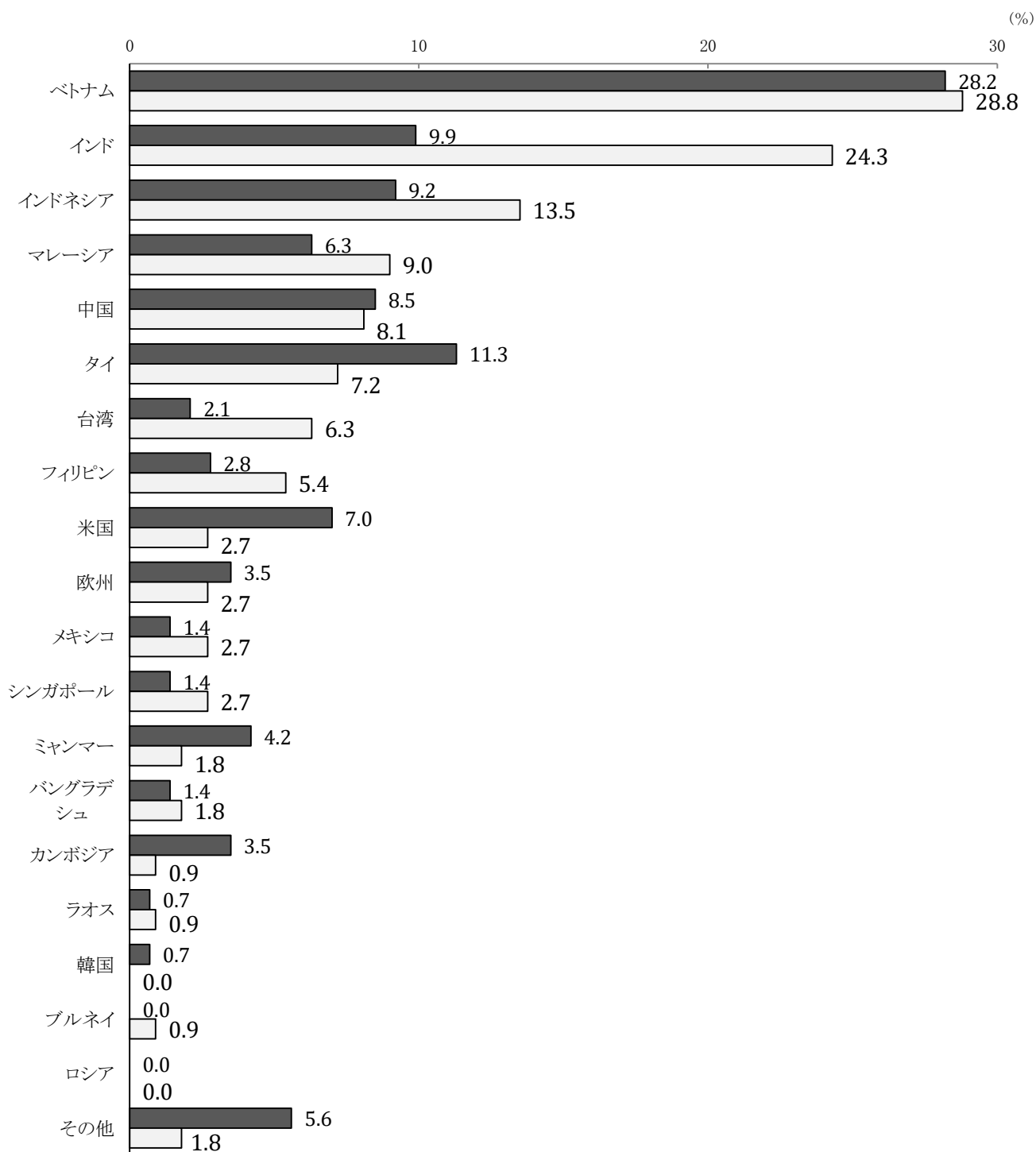


- ・ その他 「オーストラリア」「アフリカ」「ケニア」「香港」

(3) 今後5年程度で、生産拠点として有望な対象国・地域はどこですか（3つまで回答可）

- ・ 今後5年程度で生産拠点として有望な国・地域について、上位はベトナム（28.8%）、インド（24.3%）、インドネシア（13.5%）となった。（前回調査（2021年度下期）では、ベトナム（28.2%）、タイ（11.3%）、インド（9.9%））（図表20）

図表20 生産拠点として有望な国・地域



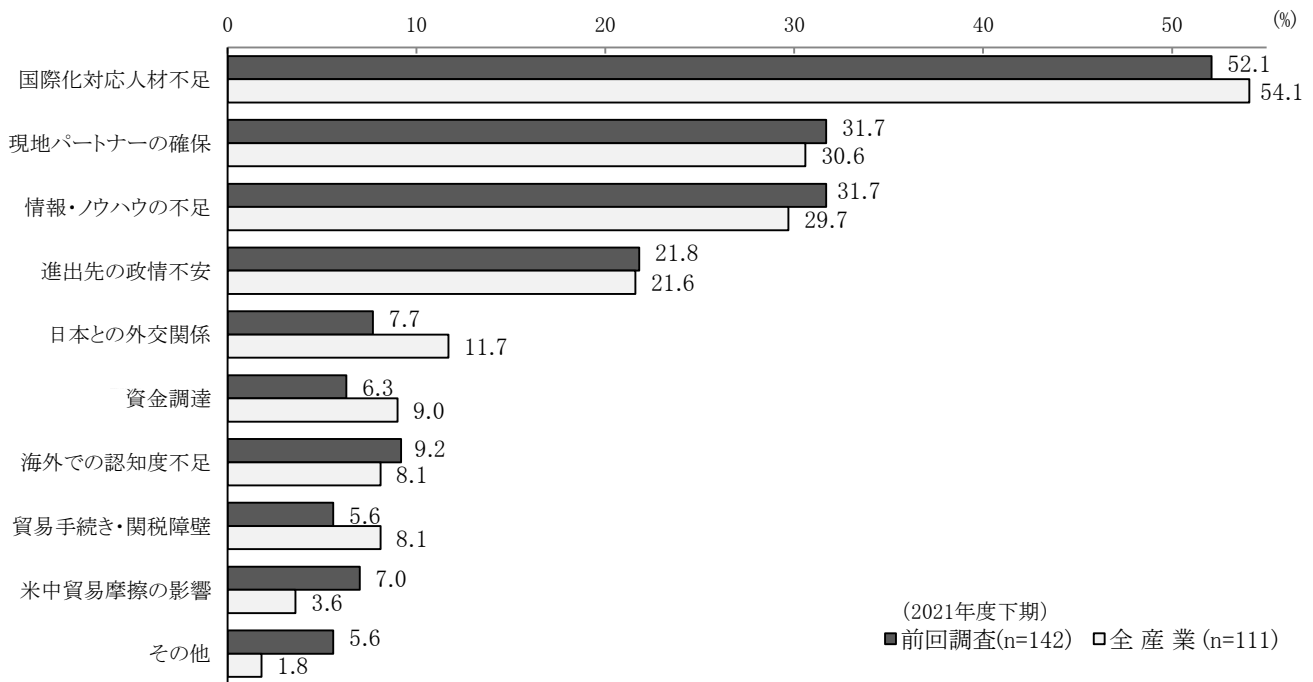
・ その他 「オーストラリア」

(2021年度下期)
 ■ 前回調査(n=142) □ 全産業(n=111)

(4) 今後、国際化を進める上で、障壁、課題となるものは何ですか（複数回答可）

- ・ 国際化を進める上での障壁、課題は、「国際化対応人材の不足」が54.1%（前回調査2021年度下期：52.1%）と最も多く、続いて「現地パートナーの確保」が30.6%（31.7%）、「情報・ノウハウの不足」が29.7%（31.7%）、「進出先の政情不安」が21.6%（21.8%）となっている。（図表21）

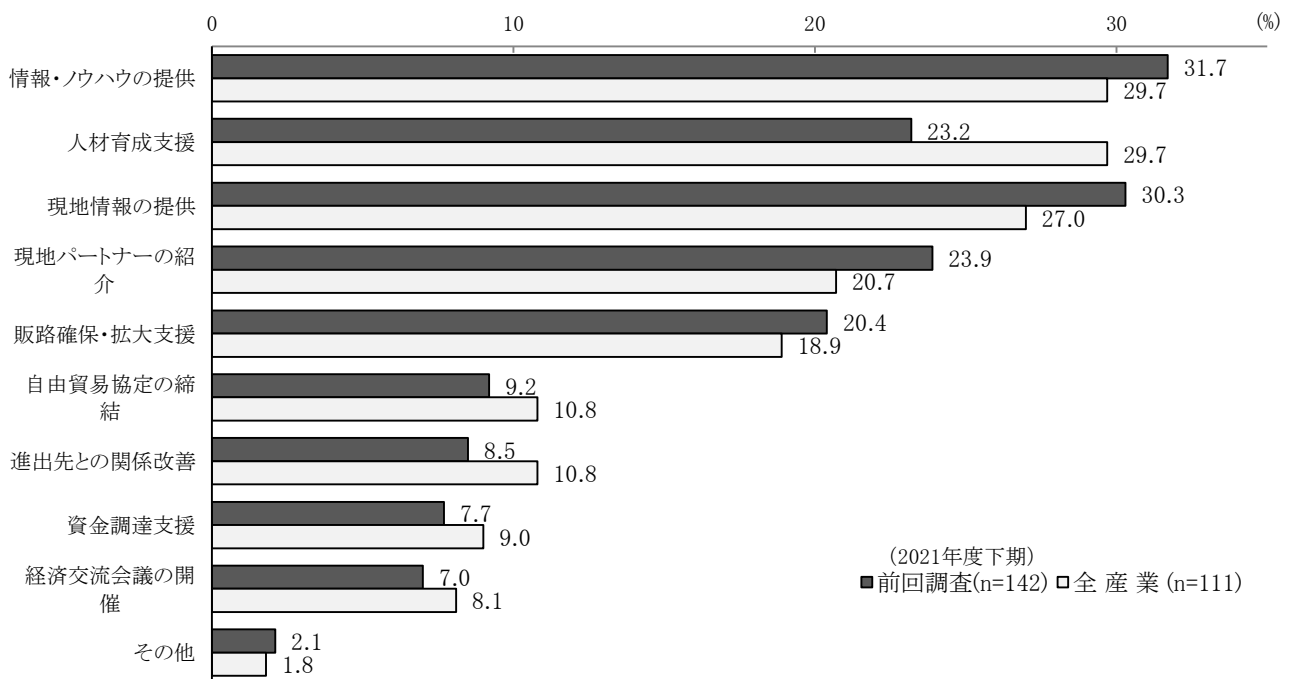
図表21 国際化を進める上での障壁、課題



(5) 今後、国際化を進める上で、行政や経済団体に望むことは何ですか（複数回答可）

- ・ 国際化を進める上で、行政や経済団体に望むこととしては、「情報・ノウハウの提供」29.7%（前回調査2021年度下期31.7%）と「人材育成支援」29.7%（23.2%）が最も多く、続いて「現地情報の提供」27.0%（30.3%）、「現地パートナーの紹介」20.7%（23.9%）となっている。（図表22）

図表22 国際化を進める上で、行政や経済団体に望むこと



3. その他

3.2 北陸新幹線の敦賀開業

北陸新幹線 敦賀開業の北陸経済への影響が「ある」「多少はある」は86.4%（金沢開業前調査：2014年度上期 92.7%）であった。富山県で95.3%（95.6%）、石川県で72.9%（91.9%）、福井県で100.0%

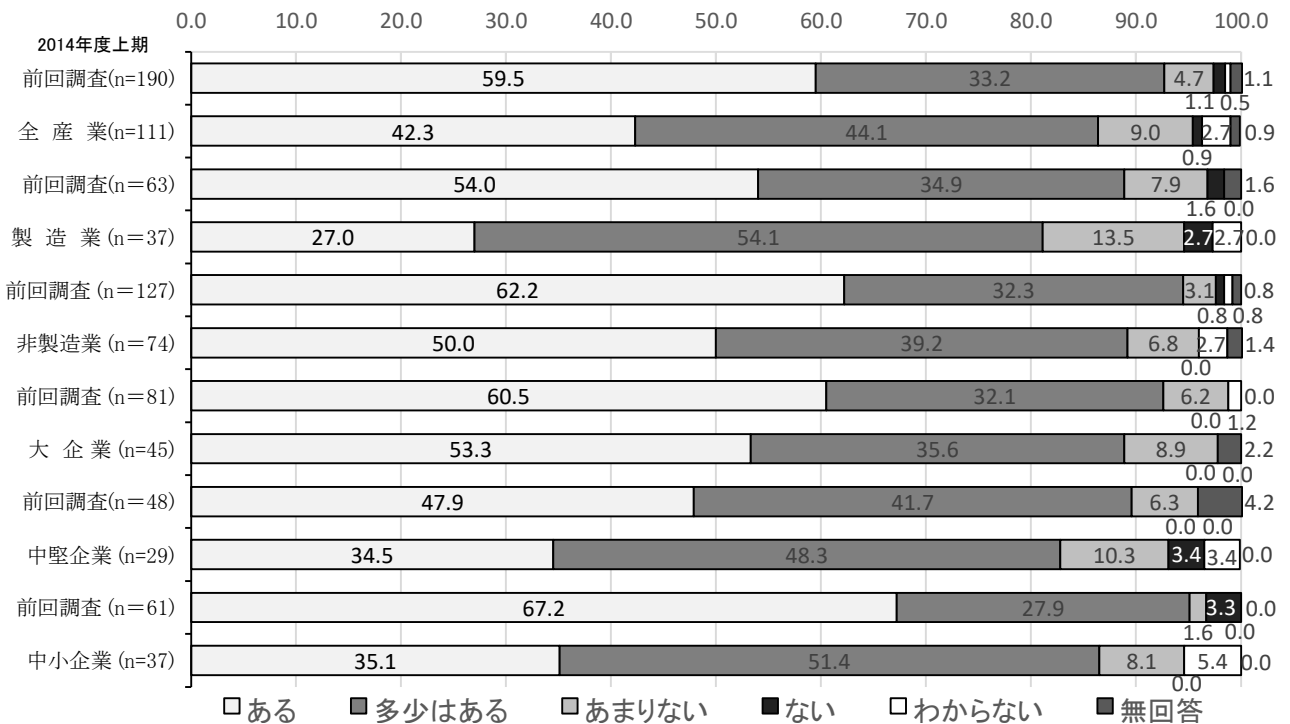
（90.9%）と、新幹線が初めて延伸する福井県で「影響がある」と回答した企業が増えた。北陸経済への良い影響では「交流人口の増加」、悪い影響では「首都圏方面へのスロー現象」が最多となった。個別企業への影響は、「商圏の変化」が28.8%、「売上げの変化」が23.4%、「雇用や採用」が18.0%であった。「雇用や採用」に影響があるとした企業は、「求人企業の増加により人材確保が困難になる」「交流人口の拡大による地域経済の活性化」「Uターン・Iターンによる求職者増に期待」「北陸全体の注目度向上に期待」等であった。敦賀開業を控え、北陸の経済界が取り組むべき内容については、「更なるインフラ整備（2次交通・新幹線敦賀以西等）」、次に「北陸三県（周辺地域含む）自治体との広域連携」が多い。

(1) 北陸地域の経済にとって影響はあると思いますか。

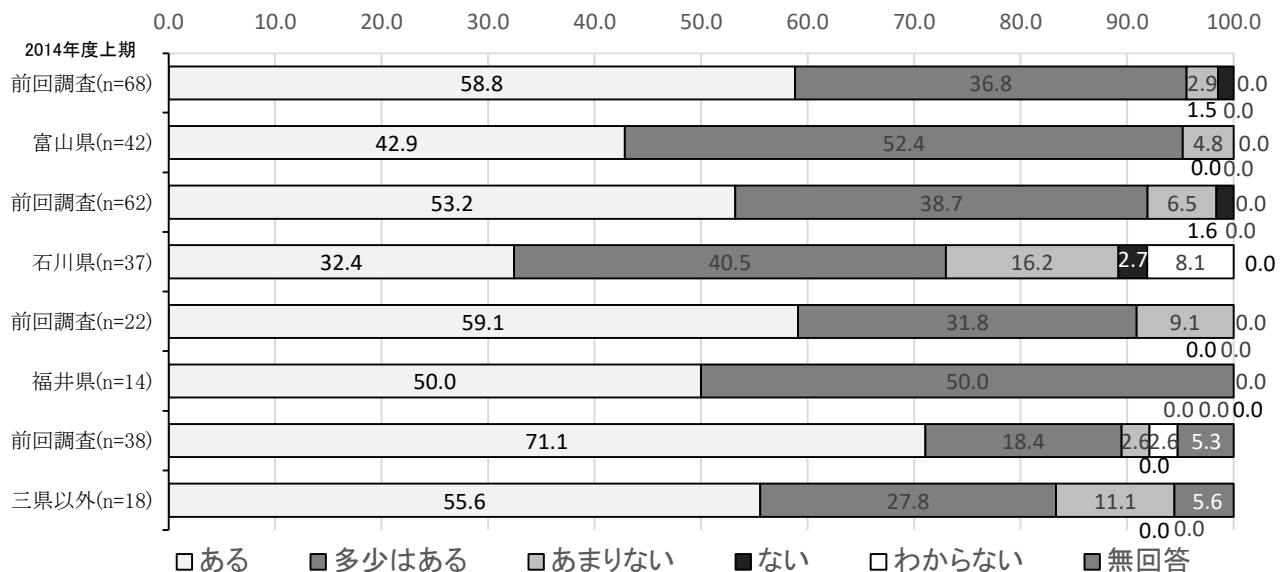
（三大都市圏からの時間が短縮し、北陸三県が1時間以内で繋がります。）

企業別

図表23 北陸新幹線敦賀開業の北陸経済への影響



本社所在地別



(2)-1 北陸地域の経済にとってどのような影響があると思いますか。(3つまで回答可)

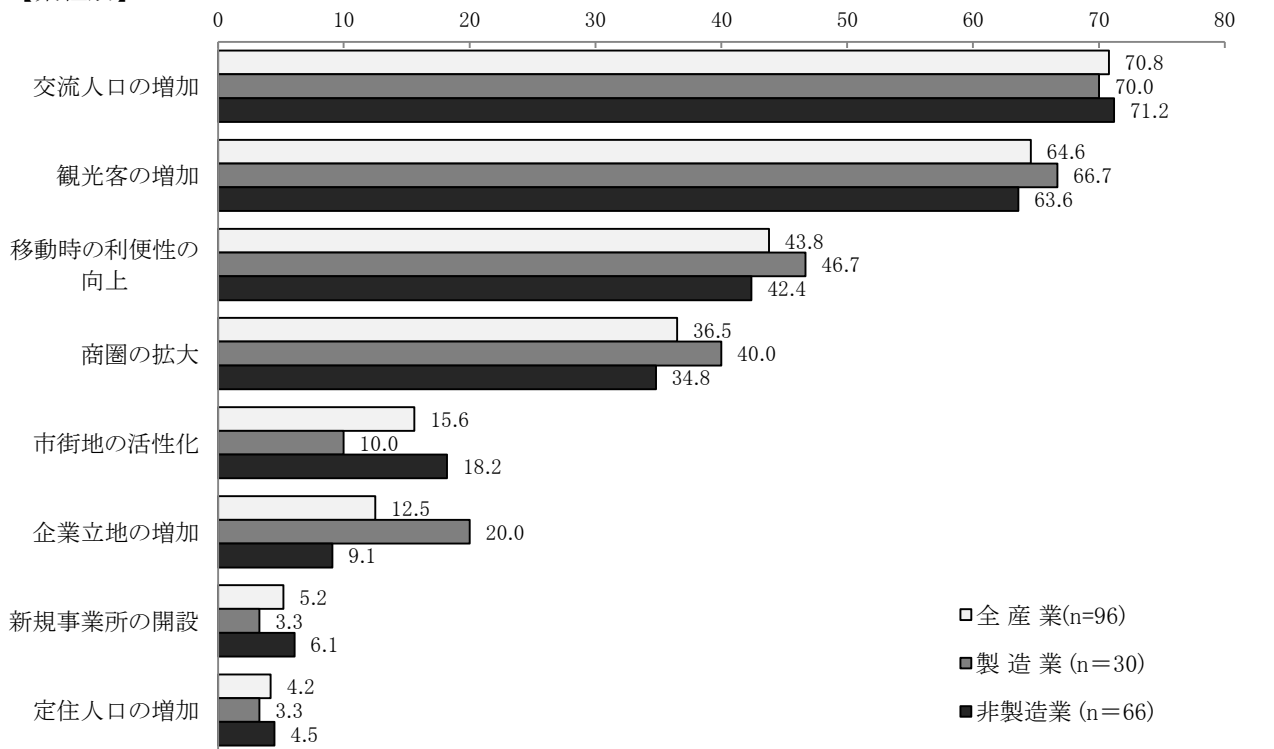
〔前問で「ある」「多少はある」と回答された方を対象に〕

◆良い面は何ですか

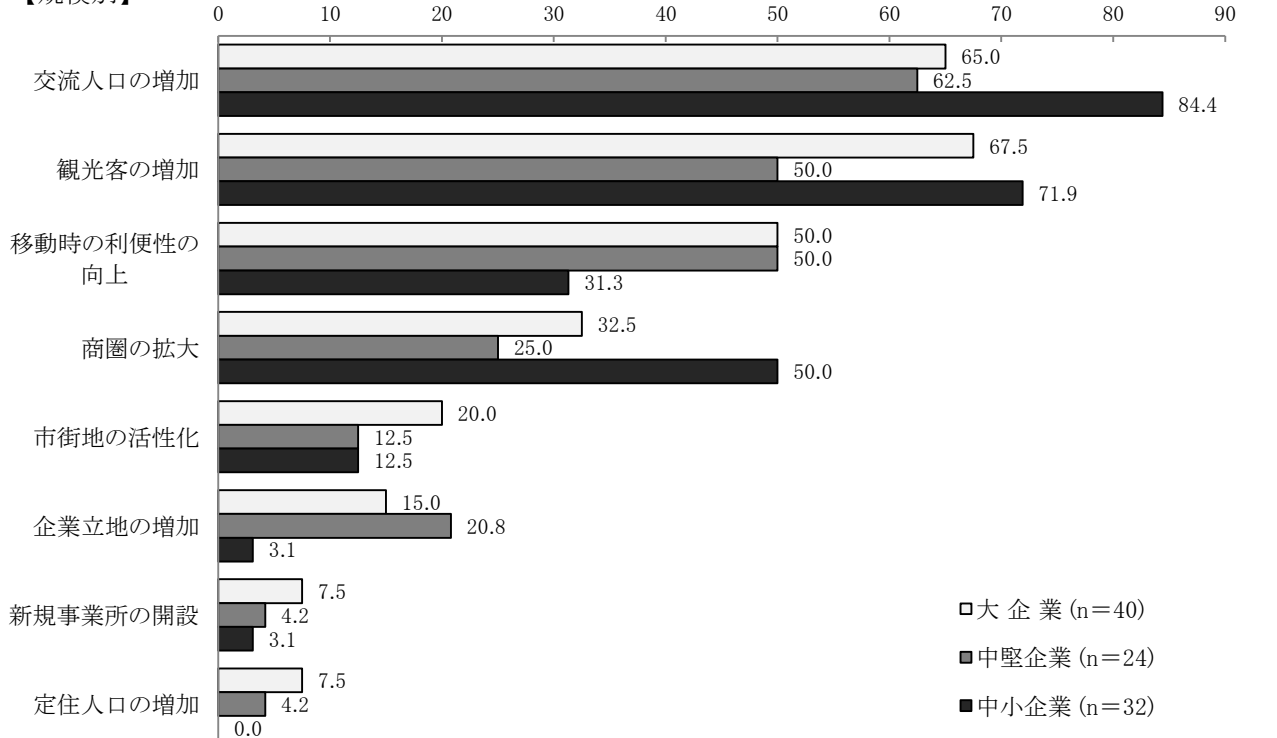
- ・全業種、全規模とも「交流人口の増加」が最も多く、次に「観光客の増加」であった。中小企業では、「交流人口の増加」「観光客の増加」「商圈の拡大」が他の規模企業より多かった。(図表24)

図表24 北陸地域の経済への影響 【良い面】

【業種別】



【規模別】



(2)-2 北陸地域の経済にとってどのような影響があると思いますか。(3つまで回答可)

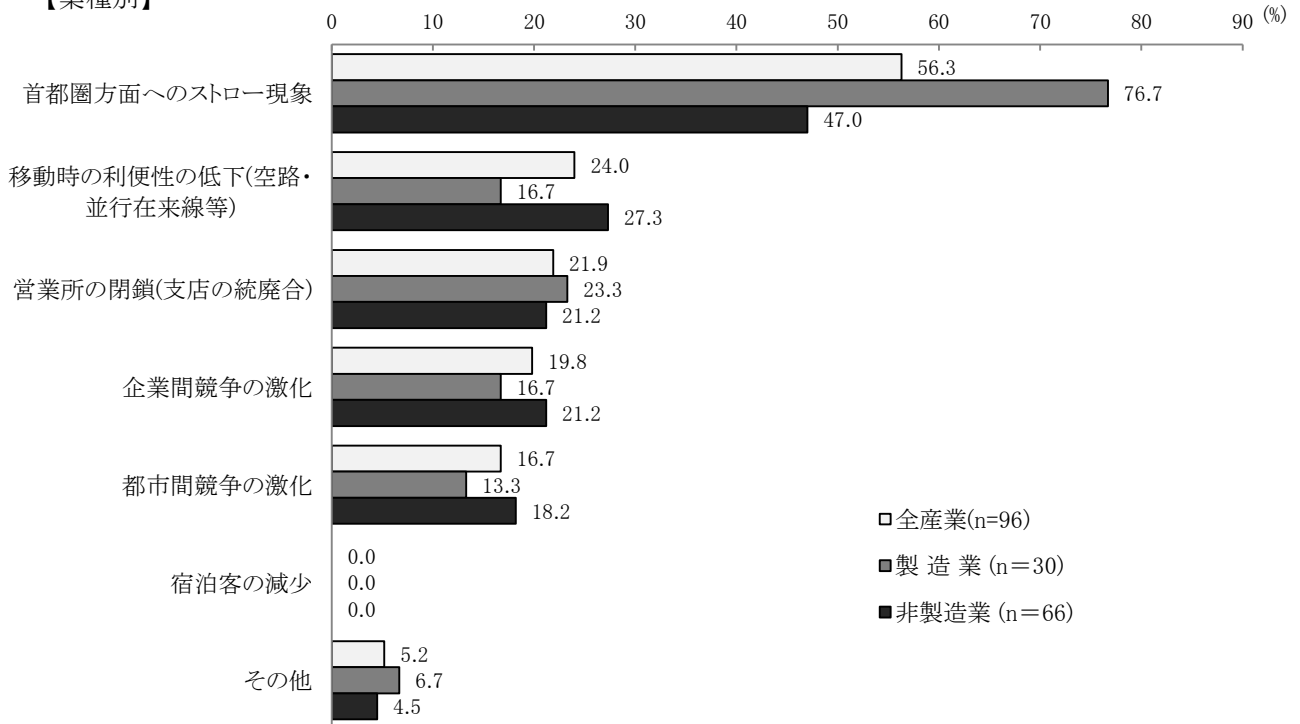
〔前問で「ある」「多少はある」と回答された方を対象に〕

◆悪い面は何ですか

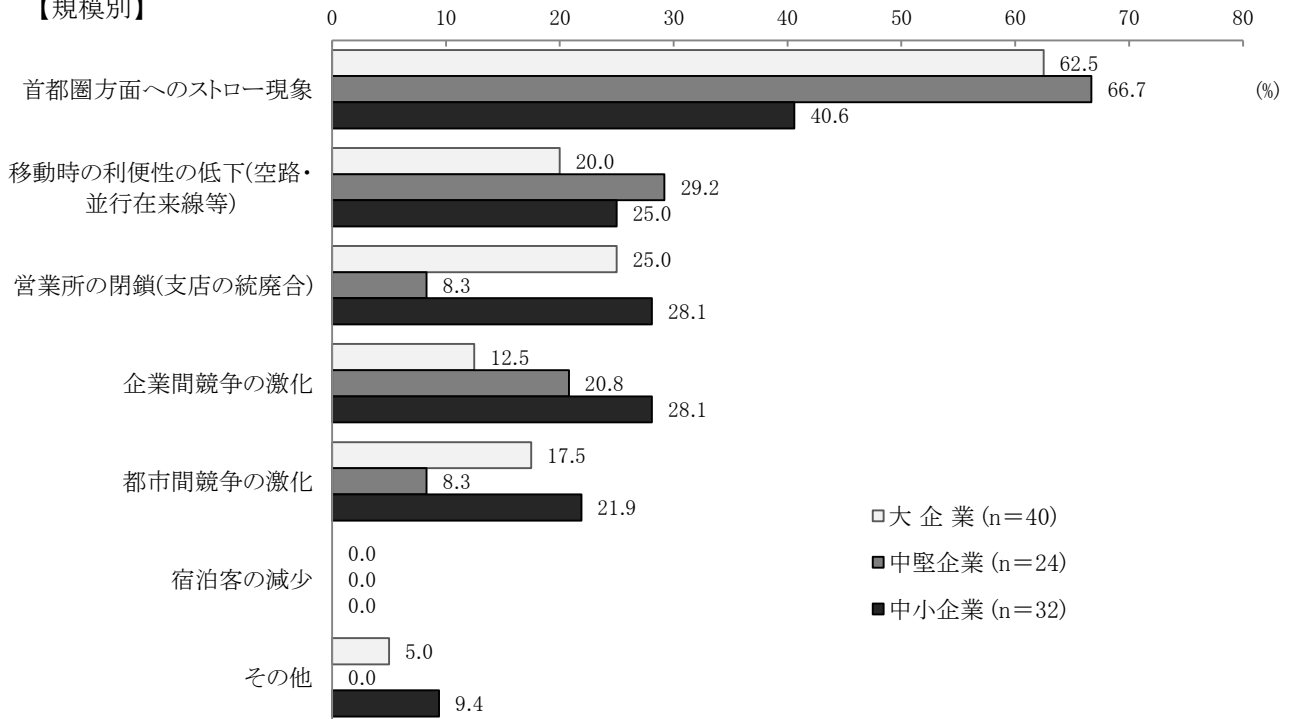
- ・全業種、全規模とも「首都圏方面へのストロー現象」が最も多かった。中小企業では、「営業所の閉鎖（支店の統廃合）」「企業間競争の激化」「都市間競争の激化」が他の規模企業より多かった。
(図表25)

図表25 北陸地域の経済への影響 【悪い面】

【業種別】



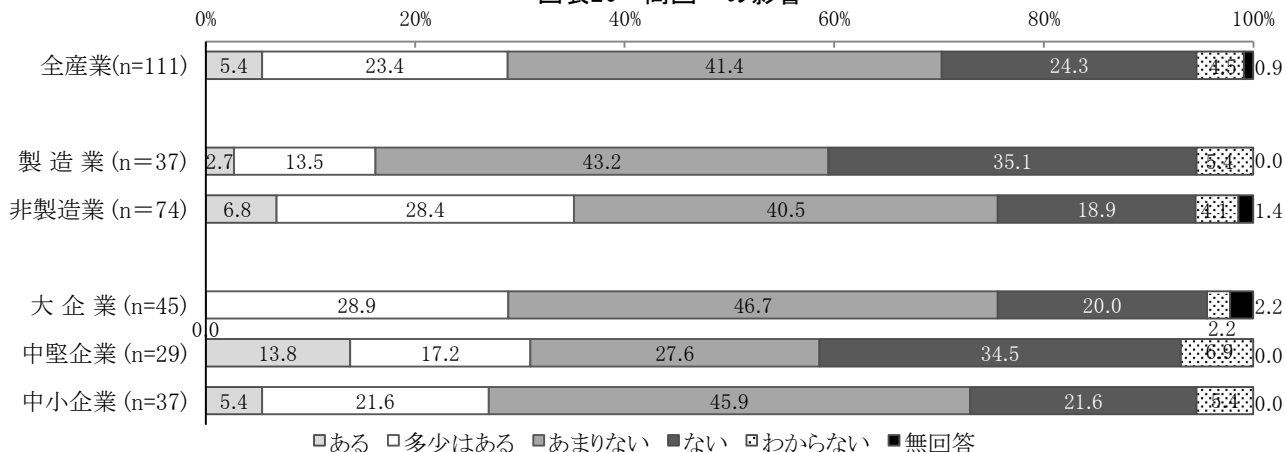
【規模別】



(3)-1 貴社の「商圏」への影響についてお聞きします

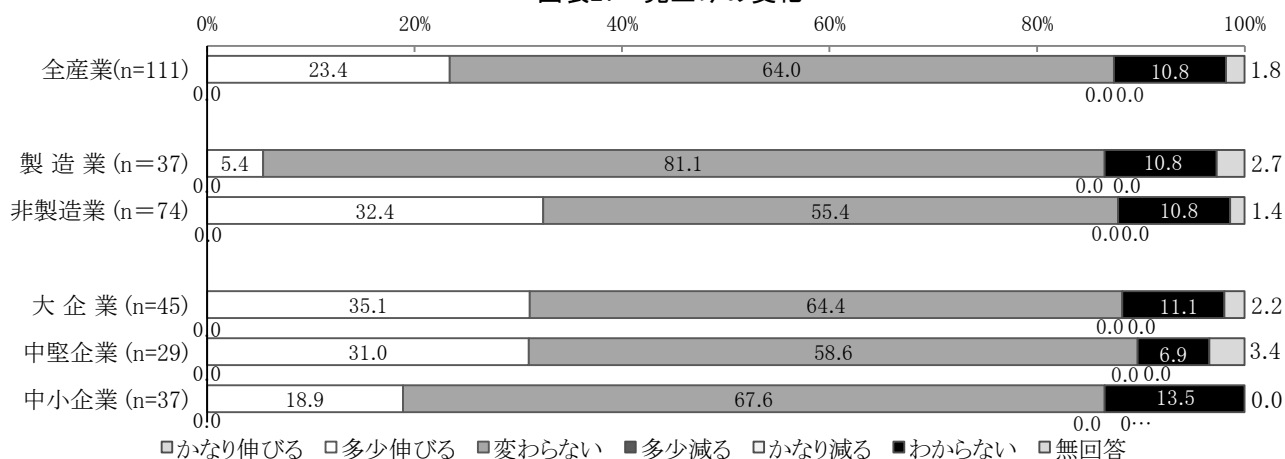
個別企業への影響が「ある」「多少はある」と答えた企業（全産業）は、「商圏への影響」28.8%（図表26）、「売上げの変化」23.4%（図表27）、「雇用や採用への影響」18.0%であった。（図表28）

図表26 商圏への影響



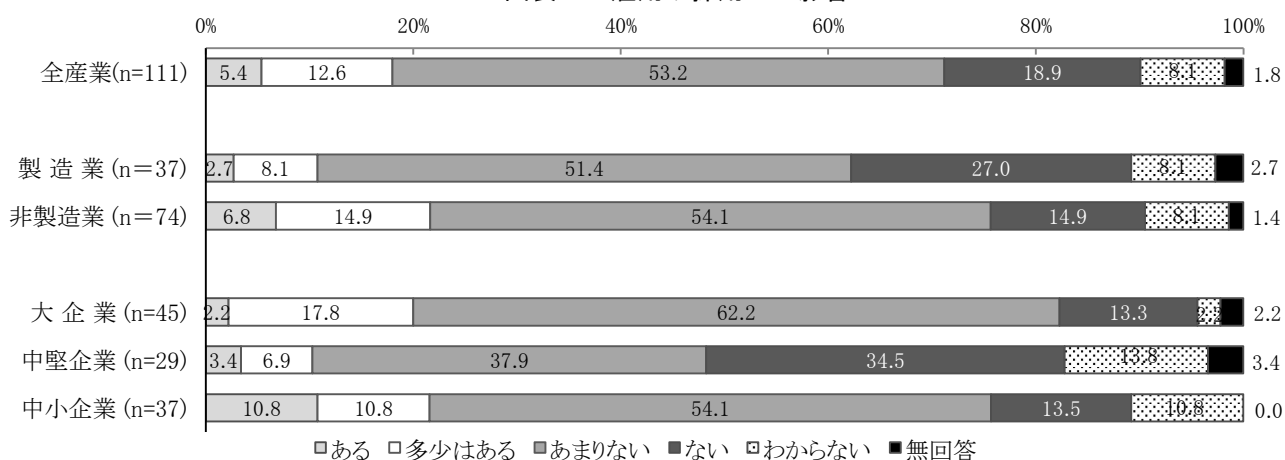
(3)-2 貴社の「売上」への影響についてお聞きします

図表27 売上げの変化



(3)-3 貴社の「雇用や採用」への影響についてお聞きします

図表28 雇用や採用への影響



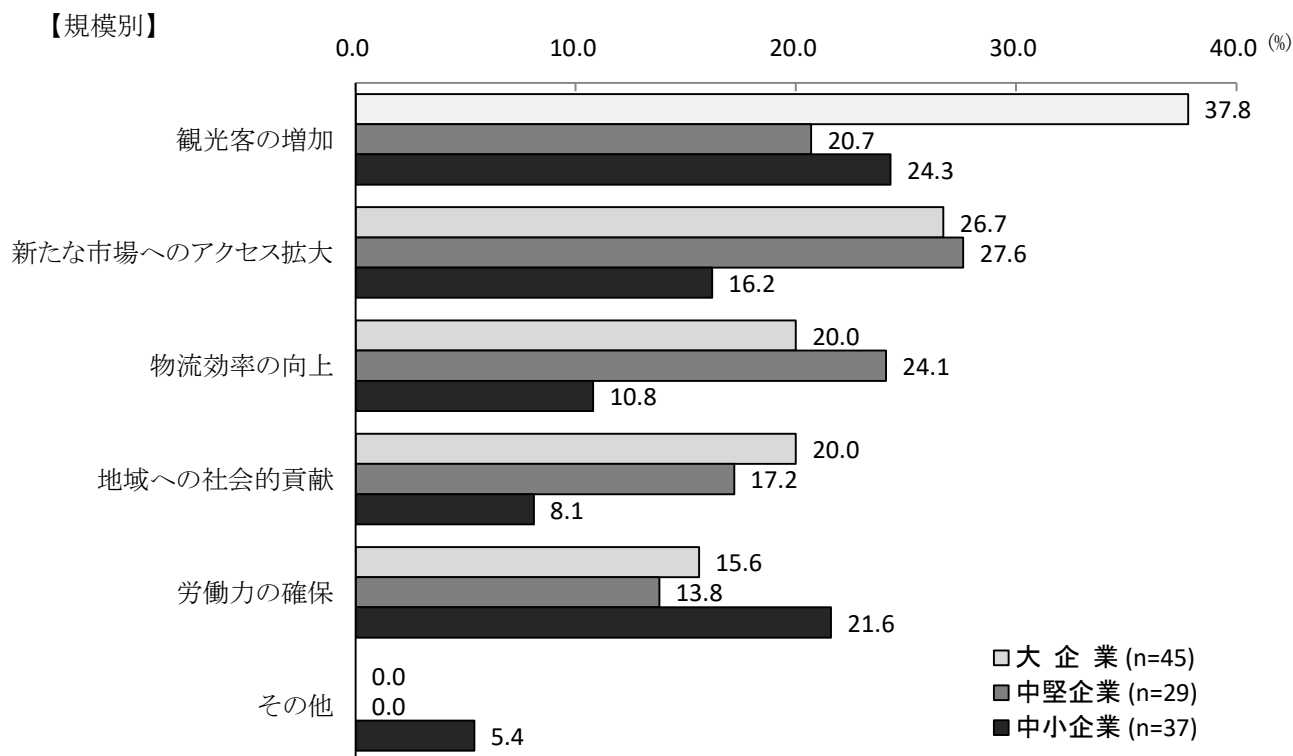
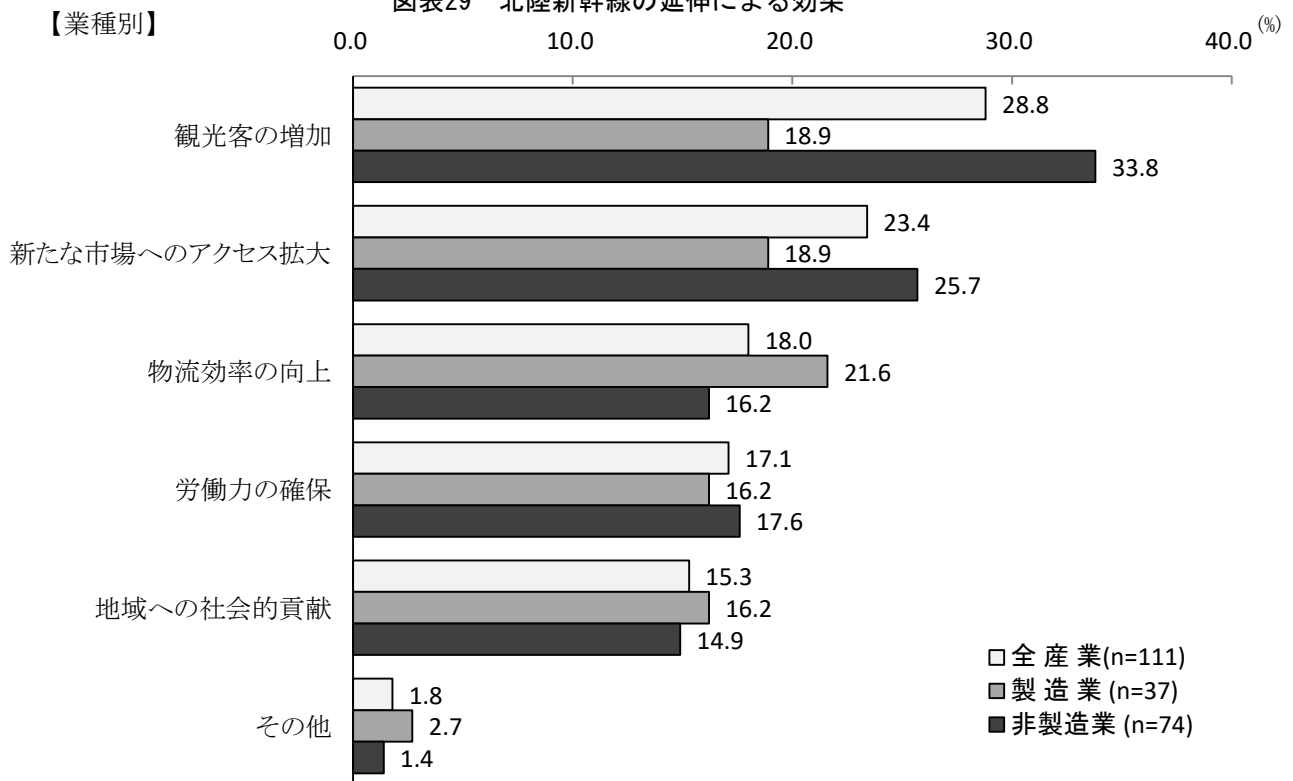
具体的にどのような影響があると、お考えですか。

- ・「求人企業の増加により、人材確保が困難になる」「交流人口の拡大による地域経済の活性化」
- 「UターンIターンによる求職者の増加を期待」「福井県も含めた北陸全体としての注目度が上がる」
- 「新幹線利用による自宅通勤可能範囲の拡大」「地域内格差」

(4) 貴社は、北陸新幹線の延伸にどのような効果を期待しますか。（複数回答可）

全産業で、「観光客の増加」が最も多く、次に「新たな市場へのアクセス拡大」が多い。製造業では「物流効率の向上」、非製造業では「観光客の増加」が最も多かった。大企業では「観光客の増加」、中堅企業では「新たな市場へのアクセス拡大」、中小企業では「観光客の増加」が最も多かった。その他として「地域発展による工事量増加」との回答があった（図表29）

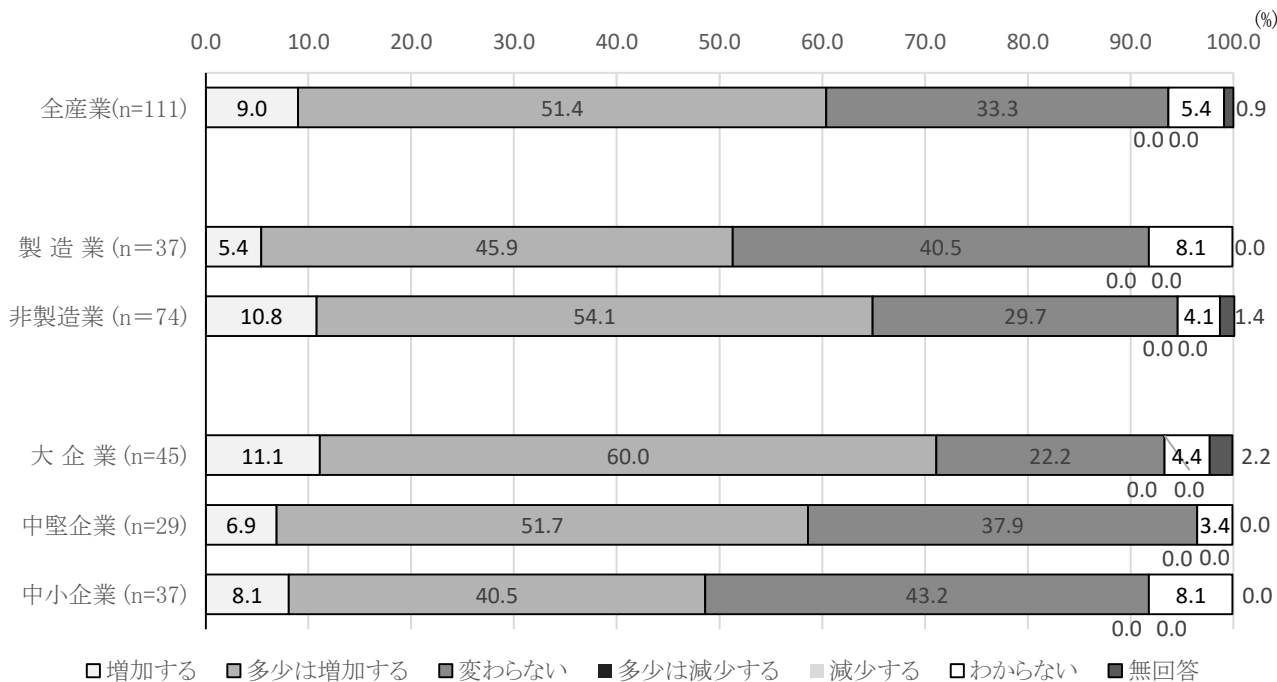
図表29 北陸新幹線の延伸による効果



(5)-1 三大都市圏との企業間取引(販路)や誘客数について変化すると思いますか

- ・三大都市圏との取引(販路)・誘客数について、「増加する」「多少増加する」は、全産業で60.4%、製造業で51.3%、非製造業で64.9%、大企業で71.1%、中堅企業で58.6%、中小企業で48.6%であった。(図表30)

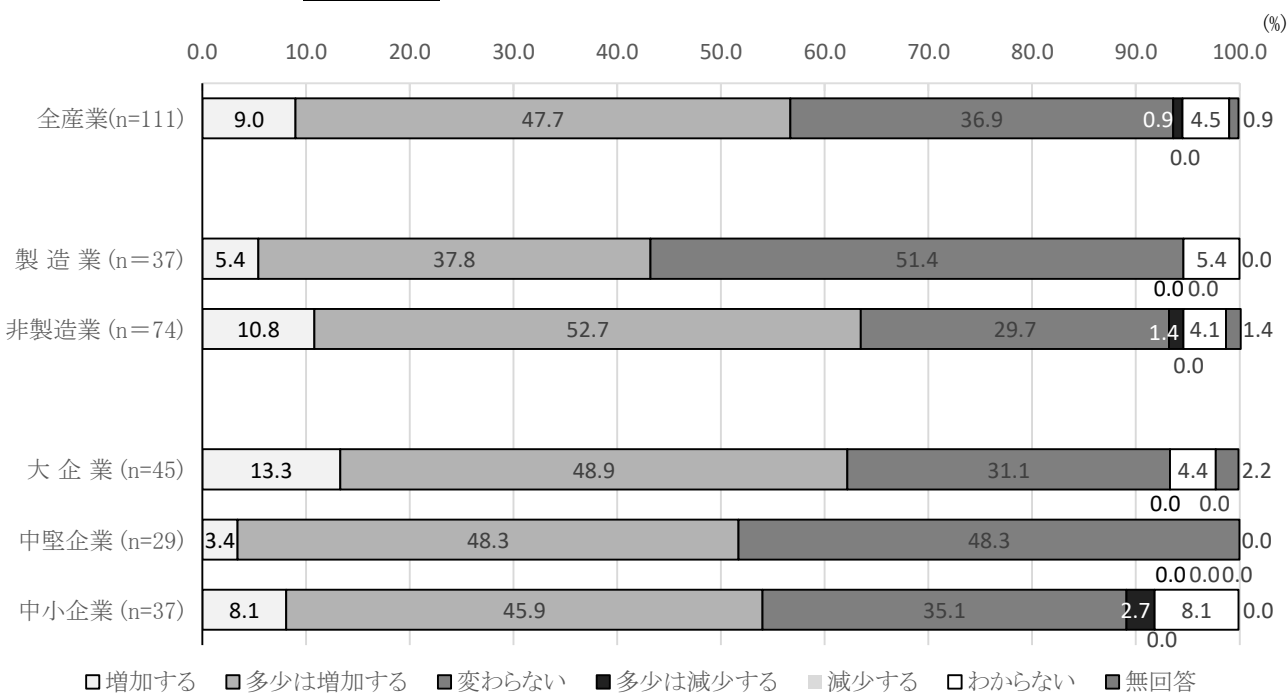
図表30 三大都市圏との取引(販路)・誘客数の変化



(5)-2 北陸三県内との企業間取引(販路)や誘客数について変化すると思いますか

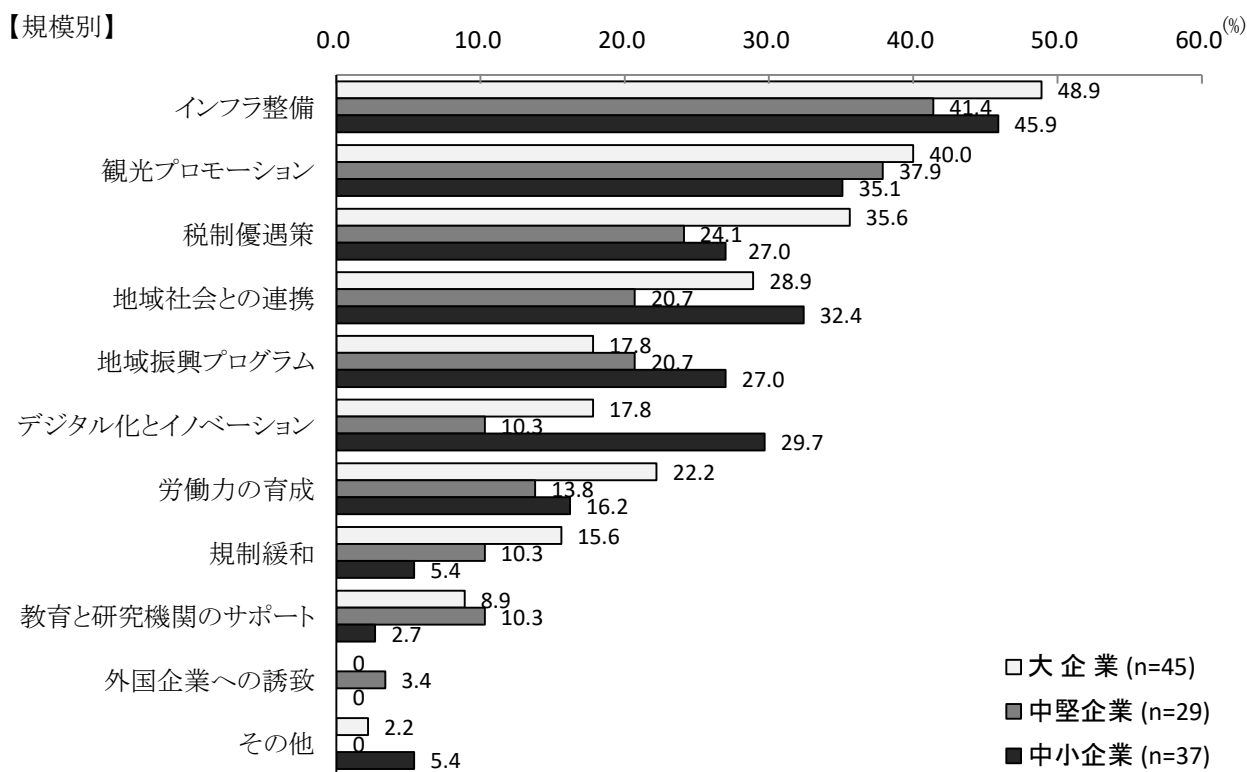
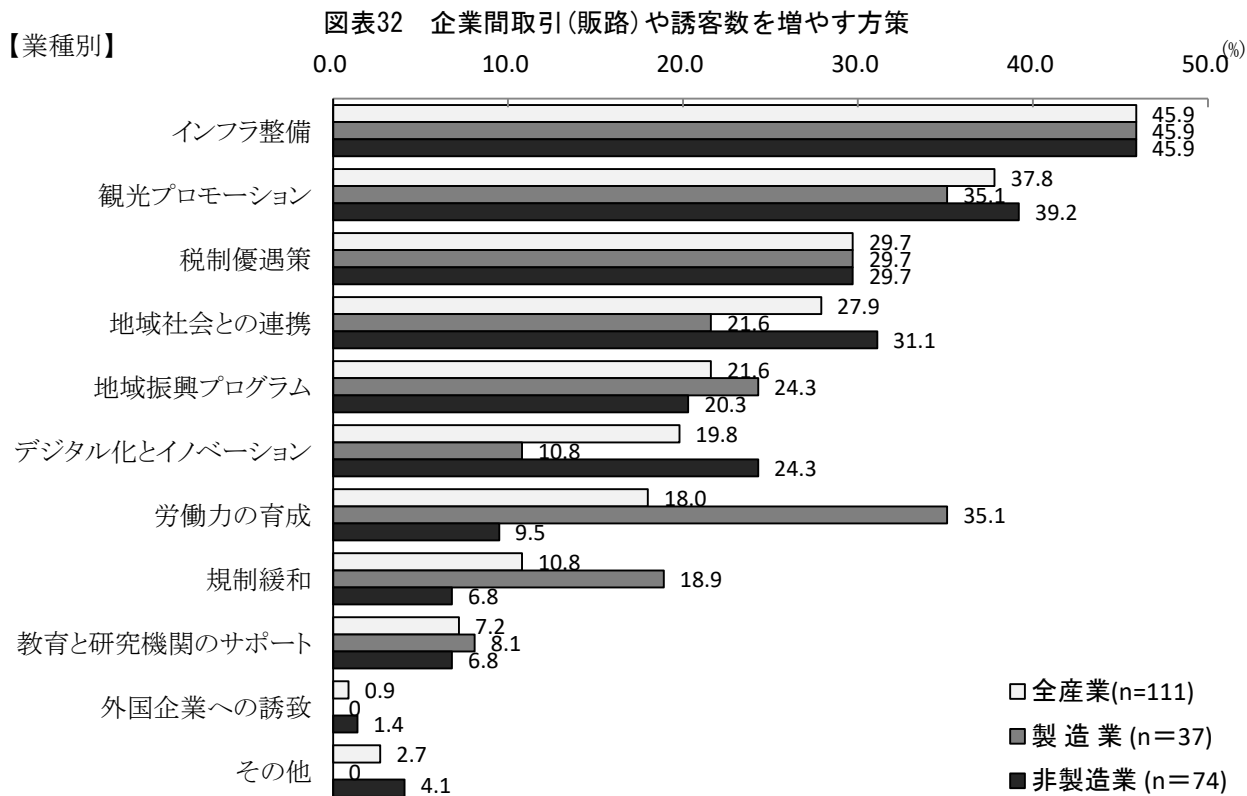
- ・北陸三県内との取引(販路)・誘客数について、「増加する」「多少増加する」は、全産業で56.7%、製造業で43.2%、非製造業で63.5%、大企業で62.2%、中堅企業で51.7%、中小企業で54.0%であった。(図表31)

図表31 北陸三県内での取引(販路)・誘客数の変化



(6) 三大都市圏および北陸三県内での企業間取引(販路)や誘客数を増やす為には、
 どのような行政の施策や経済界の後押しがあれば良いと思いますか。(3つまで回答可)

三大都市圏および北陸三県内での企業間取引(販路)や誘客数を増やすための行政の施策や経済界の後押しについては、全産業で「インフラ整備」「観光プロモーション」「税制優遇策」が多かった。特に、製造業で「労働力の育成」、非製造業で「地域社会との連携」が多かった。(図表32)
 その他の回答として「関西(大阪)、中京(名古屋)まで連結」「二次交通の整備」があった。

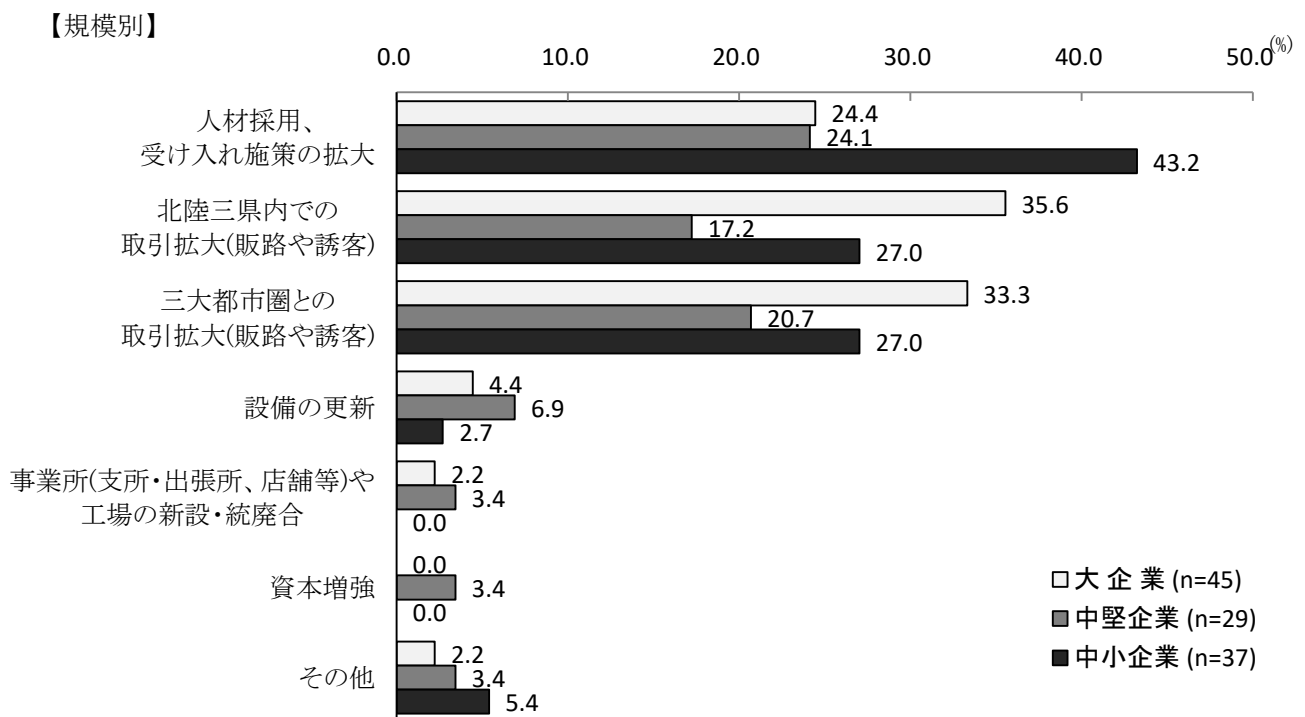
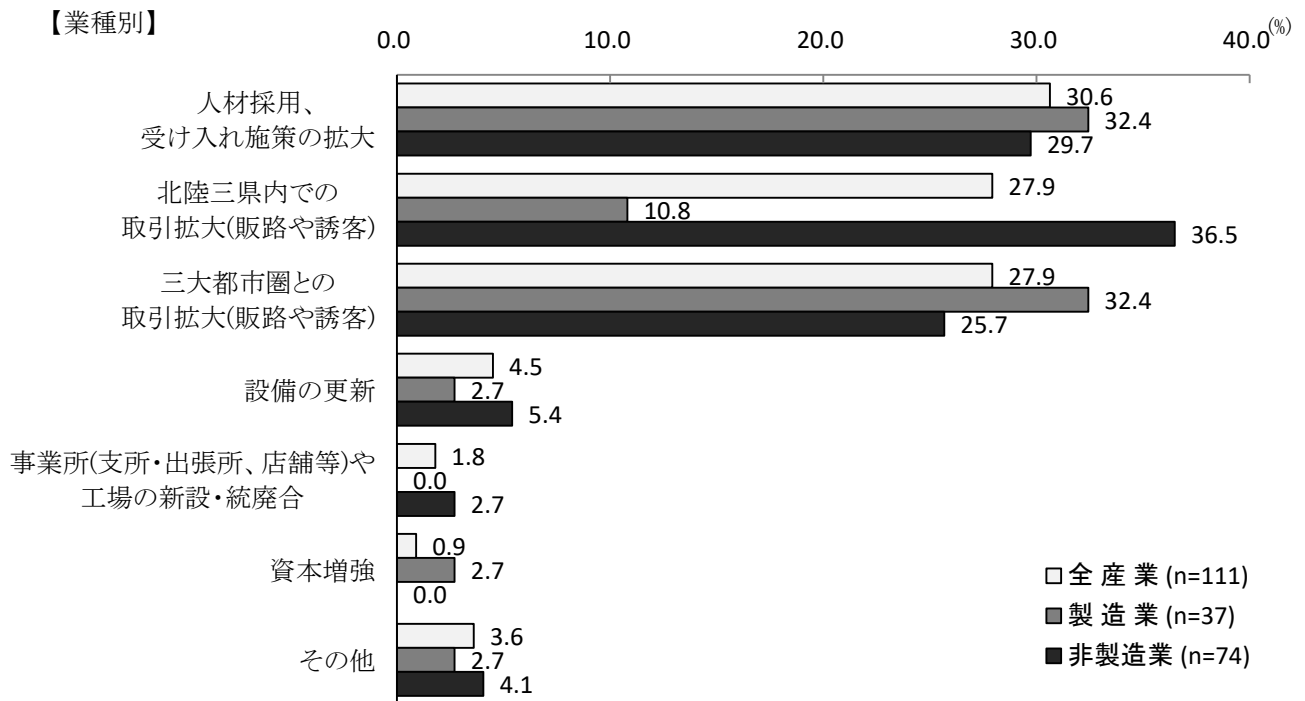


・その他 「関西(大阪)、中京(名古屋)まで連結」「二次交通の整備」

(7) 北陸新幹線の延伸を活用して、新たに取り組もうと考えていることはありますか。(複数回答可)

北陸新幹線の延伸を活用して、新たに取り組もうと考えていることについては、全産業で「人材採用、受け入れ施策の拡大」「北陸三県内での取引拡大(販路や誘客)」「三大都市圏との取引拡大(販路や誘客)」が多かった。特に、製造業で「人材採用、受け入れ施策の拡大」「三大都市圏との取引拡大(販路や誘客)」、非製造業で「北陸三県内での取引拡大(販路や誘客)」が多かった。規模別では、中小企業で「人材採用、受け入れ施策の拡大」が多かった。(図表33)
その他の回答として「求人対策」があった。

図表33 延伸を活用した新たな取り組み



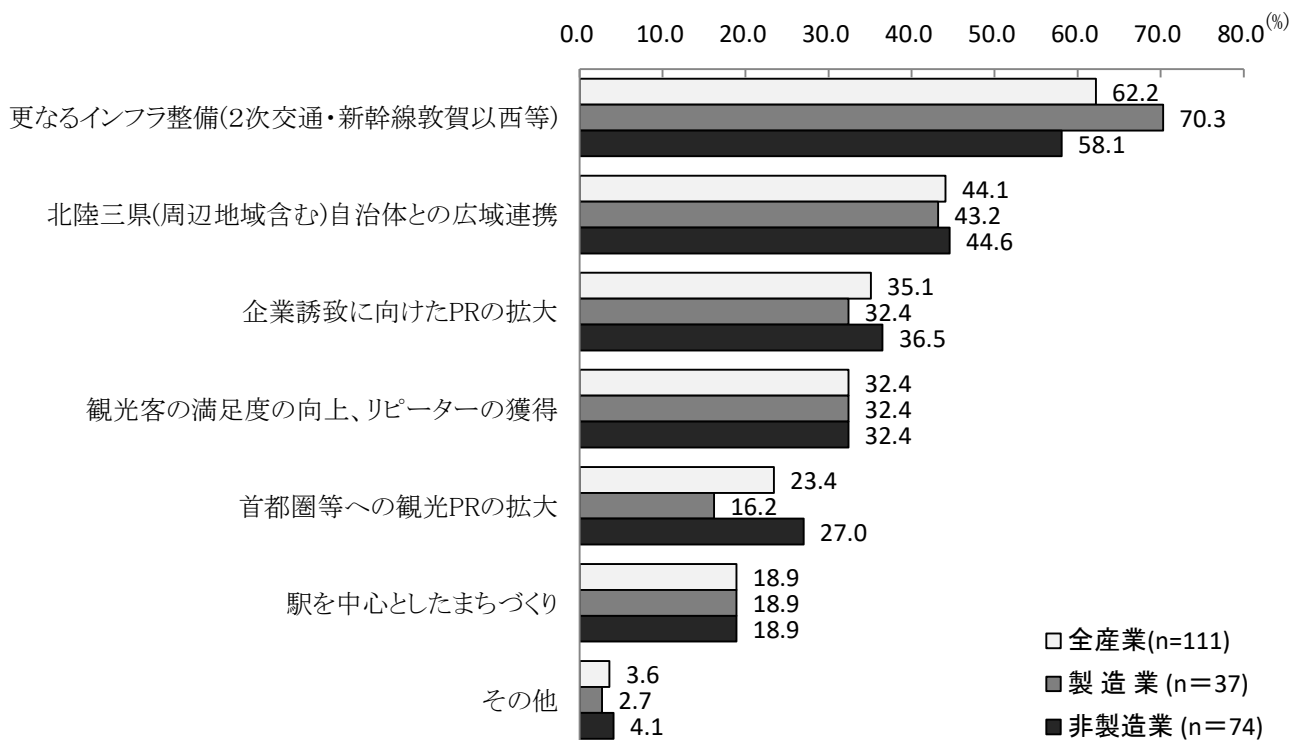
・その他 「求人対策」

(8) 敦賀開業を控え、北陸の経済界が取り組むべき内容は何だと思いますか。(3つまで回答可)

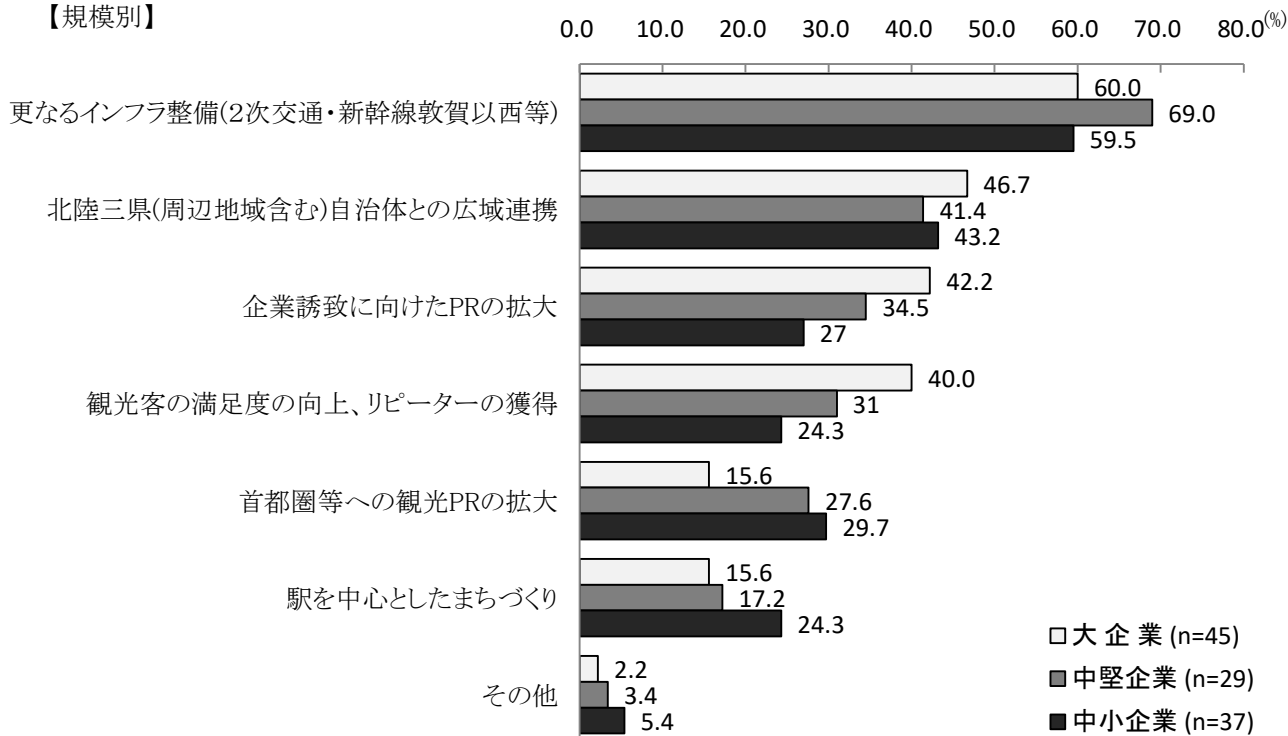
敦賀開業を控え、北陸の経済界が取り組むべき内容については、「更なるインフラ整備(2次交通・新幹線敦賀以西等)」、「次に「北陸三県(周辺地域含む)自治体との広域連携」が多かった。
(図表34)

図表34 北陸の経済界が取り組むべき内容

【業種別】



【規模別】



・その他 「早急に大阪、名古屋へ延伸直結するしかない」 「人材確保」
「アウトバウンド施策の確立・連携」



ACCESS!
SUCCESS!
HOKURIKU

はじめよう、北陸サクセス。

2023年12月発行

北陸経済連合会

HOKURIKU ECONOMIC FEDERATION

〒920-0981 金沢市片町2-2-15 北国ビルディング4階

TEL : 076-232-0472 FAX : 076-262-8127

e-mail info@hokkeiren.gr.jp

URL <http://www.hokkeiren.gr.jp>

北陸物語 facebook

<https://www.facebook.com/hokuriku.monogatari>