

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成30年6月)

### ～大阪北部地震の影響を受けつつも、現状判断は2か月ぶりに上昇～

- 景気ウォッチャー調査・6月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2か月ぶりに上昇し、先行き判断も3か月ぶりの上昇となった。(なお平成28年10月調査より、内閣府方針に基づき各指数を原数値から季節調整値に変更)
- 足元の景気については、6月18日に発生した大阪北部地震の影響を大きく受けている。百貨店をはじめとする大型商業施設では、休業や営業時間の短縮を余儀なくされたほか、旅館やホテルでは予約のキャンセルが相次いだ。消費に関しては、一部で防災関連商品の需要が増えたり、水などをまとめ買いする動きはあったものの、地震が消費マインドの低下につながったことで、影響はさまざまな業種に広がった。
- ただし、現状判断DIそのものは、サッカーワールドカップの開催が家電の販売増などにつながったことや、6月に限って言えば、梅雨入り後も雨が比較的少なかったこともあり、前月比で上昇する形となっている。(先日の西日本を中心とした豪雨により、関西にも大きな被害が出ている)
- 一方、先行きについては、大阪北部地震による影響からは、徐々に回復が進むとの期待の声が聞かれるほか、今夏は猛暑の予想が出ていることから、季節商材の販売増加が期待されている。
- それに対し、外部環境は引き続き不透明感が強い。米中間の輸入関税問題をはじめ、海外情勢が景気に与える影響については、懸念の声が引き続き多い。また、インバウンドに関しては、大阪北部地震による影響の長期化に対する懸念の声が少なくない。

#### 「大阪北部地震」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	やや良くなっている	スーパー(企画担当)	・梅雨入り後も余り天候が荒れず、売上の推移は前年を若干上回る。大阪北部地震の影響で水の需要が一気に増え、売場の欠品状態が数日続いたが、今は正常に戻っている。
		コンビニ(広告担当)	・客層の拡大に向けた、総菜などの商品展開の効果か、購入金額が少し増えてきている。また、一時的ながら、大阪北部地震によって一部で売上が増えている。
		その他専門店[ドラッグストア](店員)	・梅雨に入って来客数は減ったが、大阪北部地震の影響で、水やトイレトペーパー、非常食、熱中症グッズが売れた。生活に必要な物に加えて、その他の物も買う客が多く、1人当たりの客単価が上がっているため、今月は売上目標が達成できそうである。
		タクシー運転手	・天候不順や大阪北部地震の影響で乗車機会が増え、営業収入が若干増加している。
		タクシー運転手	・大阪北部地震の被災状況を調査する保険会社などにより、タクシーの利用率が上がっている。
	変わらない	その他住宅[住宅設備](営業担当)	・先日の大阪北部地震の影響で、エレベーターの点検業務が多忙を極め、人手が足りない。不謹慎であるが、売上は増えている。
一般小売店[時計](経営者)		・今月はボーナス支給月であるが、全くその話題が出ない。また、中旬に起きた大阪北部地震の影響が、当日よりも後から精神的に出てきており、物を買う雰囲気を感じられない。地震を始めとした自然災害の影響に、かなり左右されている。	
		百貨店(売場主任)	・今月は雨の日が多いほか、18日に発生した大阪北部地震の影響で、営業時間が短縮となった。売上が前年を下回っているのは、消費行動の自重によるものであり、景気の判断は難しい。

家計動向関連

変わらない

百貨店（営業担当）	・6月18日は大阪北部地震の影響で休業したものの、その後、地震による消費の冷え込みは感じられない。特選ブランドや高級時計を中心とした高額品の売行きは堅調であり、化粧品を中心とするインバウンド売上の伸びも継続している。
百貨店（サービス担当）	・今月は大阪北部地震の影響で、来客数と売上が減少している。インバウンドへの影響は続いており、苦しい傾向ではあるものの、売上に大きな影響はない。
百貨店（商品担当）	・夏のギフトやファッション関連が少し不調であるほか、大阪北部地震による都市インフラへのダメージから、なかなか回復しない。一方、都市部のインバウンドの動きは底堅く、全体を支えているため、全体では前年実績をクリアできている。
百貨店（マネージャー）	・6月の状況は、18日の大阪北部地震で交通網がストップし、昼12時の開店となるなど大きな影響を受けた。天候面では、最高、最低気温は前年と大きく変わらないが、朝晩の体感気温が低く、夏物衣料の動きが鈍いなど、中間層の消費はマイナスの傾向にある。ただし、インバウンド売上は前年比で倍増となっている。また、高級時計の催事も好調で、販売本数に変化はないものの、単価が前年の倍になるなど、富裕層の需要増がますます顕著に感じられる。
百貨店（服飾品担当）	・6月に入って盛夏商材がやや回復するなど、ゴールデンウィーク前後から不調であった季節商材の動きが持ち直した。ただし、大阪北部地震によって各商品に影響が出ている。余震の影響はないものの、高齢層の客の動きが不振となり、バラソルや帽子などのUV関連商材の売上が前年比で20～30%ダウンした。一方、プライベート関連のアクセサリや、20～30代の客に関しては買い控えも少なく、回復も早い。化粧品も15%前後の成長を維持しているほか、高額品を中心とした商材も前年を上回る形となっている。それに対し、インバウンドは余震への不安からか、微妙に影響を受けており、やや伸び悩んでいる。
百貨店（売場マネージャー）	・大阪北部地震やイベント開催日の豪雨などで、売上が大きく落ち込む日もあったが、衣料品については、特価品の強化やプレセールへの集客強化、値下げの前倒しなどもあり、最終的には前年の売上をクリアした。全体的にみると、自家需要は堅調であるが、ギフトは苦戦している。
スーパー（経理担当）	・大阪北部地震による、店舗や施設への大きな被害はなく、特需として水やカップ麺などが一時品切れとなるほど売行きが伸びた。ただし、一時的な動きにとどまるため、トレンドとして大きな変化はない。
スーパー（開発担当）	・大阪北部地震に伴い、飲料水のまとめ買いはみられたが、景気回復とまではいかないようである。
コンビニ（店長）	・大阪北部地震の影響が出た5日間ぐらいを除けば、ここ数か月は変化がない。
乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス商戦に向けて、集客施策の展開を本格的に始めたタイミングであったが、大阪北部地震の発生によって各地域のショールームが被害を受けている。早々に客を迎え入れる体制を整えたが、今後しばらくは多くの客の購買意欲が低迷することになる。
旅行代理店（営業担当）	・大阪北部地震の影響で先週の受注が大幅に落ち込んだ。一時的な影響と考えているが、今後の復興状況次第で悪化する可能性はないとはいえない。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・大阪方面では、大阪北部地震による影響が一時的にみられたが、大きなマイナスではない。
百貨店（売場主任）	・大阪北部地震の影響で、今月は客足がダウンしている。
百貨店（売場主任）	・今月もインバウンド需要の好調により、目標達成の見込みである。ただし、好調なのは化粧品といった一部の商品に限定されており、多くの商品群は良好とはいえない。さらに、大阪北部地震の影響もあり、消費全体は下降気味である。客の価格に対する評価にも厳しさが増しており、安くても価値が伴わない商品には関心を示さない傾向が強まっている。
百貨店（企画担当）	・2年前の12月頃から急増した外国人売上の増加率が鈍化しつつあり、全体を押し上げる力が弱まっている。さらに、18日の大阪北部地震による臨時休業の影響が、今月は大きく響いている。地震後の1週間は、外国人売上は前年比で悪化しており、大阪への訪問を避ける動きが出ていると感じている。今後も継続して動向を注視していく。
百貨店（宣伝担当）	・今月は天候不順だけでなく、大阪北部地震の影響が一番大きかったが、地震の前から国内の中間層の消費は鈍かった。ピークを迎えているお中元商戦も、自社のネット通販へ一部流れていることを考慮しても、販売件数、来客数共に前年割れしている。
百貨店（販促担当）	・大阪北部地震の影響が少なからずあり、直接的な休業のほか、衣料品を中心とするファッション系の動きが鈍化している。ファッションを楽しむ雰囲気から、一時的に防災へと意識がシフトしている。例えば、傘を買うのではなく、レインコートを探す動きがみられる。体感できるような余震はほぼない状況であり、落ち着いてくれば、猛暑の夏をきっかけにした切替えも期待できる。
百貨店（外商担当）	・インバウンド売上は依然として好調であるが、6月18日に発生した大阪北部地震以降、売上は減少傾向にある。
百貨店（マネージャー）	・ここ数か月は、訪日外国人売上の前年比伸び率が鈍化していたが、今月は倍増するなど伸び率が回復し、店全体の売上も1%増となっている。訪日外国人売上を除く国内客のみの売上では、大阪北部地震の影響もあり、4.9%減と苦戦している。さらに、購入客数は2.6%減、購入点数も3.6%減となっている。夏のボーナス支給額が前年よりも増えるなど、明るい話題もみられるものの、依然として財布のひもは固いのが実情である。

やや悪くなっている

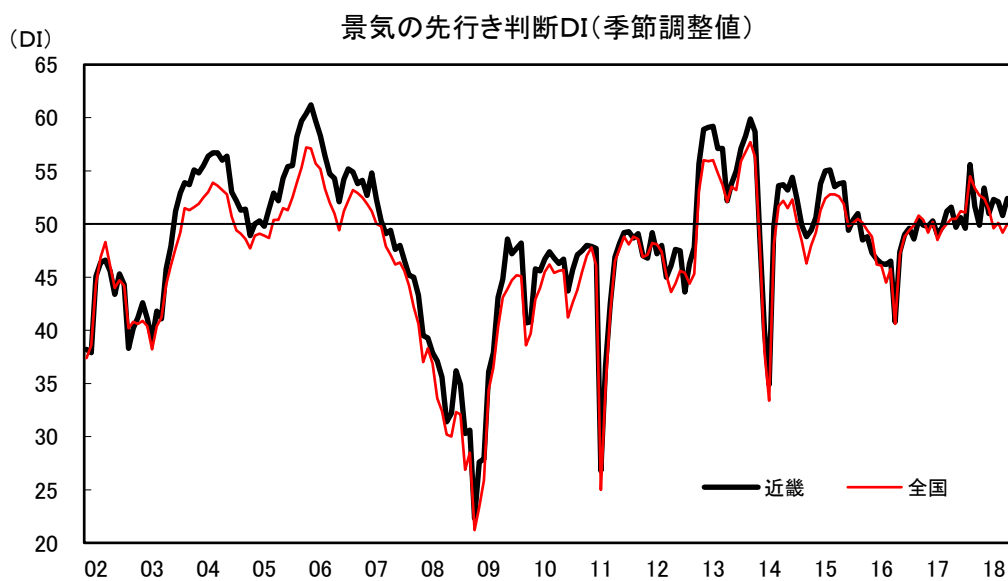
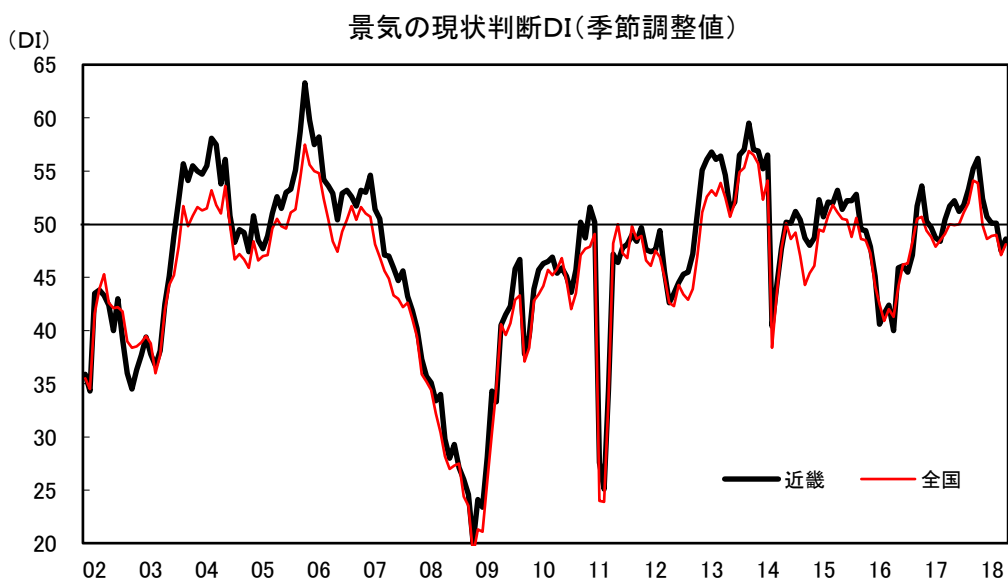
家計動向関連	やや悪くなっている	一般レストラン（経営者）	・来客数の減少要因については、経済的な要因ではない、大阪北部地震の影響や、気候の急変などが挙げられる。また、サッカーワールドカップに出場している日本を応援するための、パブリックビューイングがある飲食店は来客数が増えている。オーダー数は少ないと聞けが、応援グッズなどの売行きは好調のようである。
		一般レストラン（経営者）	・大阪北部地震以降は、来客数が減少している。
		観光型ホテル（経営者）	・6月18日の大阪北部地震の影響が出ている。当地域は震源地から比較的近いため、地震後はもちろん、その後も若干のキャンセルや延期のほか、予約を控える動きが出ている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・6月18日の大阪北部地震で建物や配管が多く損壊し、2日間の営業休止となった。また、漏水した客室の半数近くで修繕や改装が必要となり、売り止めが続いている。宴会も、営業停止となった2日間以外にも3件の開催が中止となった。景気判断とは異なるが、地震の影響により、収入は大幅に落ち込んだままとなっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・前年実績を上回る勢いで伸びていた計数も、大阪北部地震が起きてからは前年比で10～15%悪化している。余震の心配もあり、大阪での宿泊が避けられているようである。
	都市型ホテル（総務担当）	・6月18日の大阪北部地震以降、宿泊やレストランの客が減少している。宿泊では海外客によるキャンセルがみられるほか、レストランは全体的に落ち込んでいる。	
企業動向関連	悪くなっている	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今月は10数年ぶりの大きな落ち込みとなった。ショッピングモール店舗の再オープンが7月最終の週末までずれ込んだが、7月から再スタートできそうである。一方、大阪北部地震の被害が少なかった店舗も、前年比で2けたの落ち込みとなっている。
		変わらない	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）
	なやや悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大阪北部地震以降、受注量が少し減少している。
雇用関連	変わらない	広告代理店（企画担当）	・プレバードセールがスタートしたが、大阪北部地震の影響もあり、例年ほどの勢いがいない。
		人材派遣会社（役員）	・求人、求職の状況は、3か月前や前年と比べて大きな変化は感じられない。なお、大阪北部地震の影響が幾つか出ている。当社の主要取引先である損害保険会社からは、地震対応要員の短期派遣の依頼がきている。また、積極的な転職意欲のあった就業中の派遣スタッフについて、その意欲が一時的に抑制されているように感じる。さらに、今回の地震で電車内への閉じ込めや、通勤、帰宅に苦労した人も多かったことから、通勤時間の短い企業を希望する声が出ている。ただし、いずれにしても景気に大きな影響を与えるとは考えていない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・今月は大阪北部地震の影響で損害保険会社の求人が増えているが、例年は夏から秋にかけて、求人数は横ばいで推移する。	

### 「大阪北部地震」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	良くなる	家電量販店（企画担当）	・過去最高のボーナス支給に加え、6月18日に発生した大阪北部地震での家電の落下、転倒によるテレビなどの買換えがみられる。また、サッカーワールドカップでの日本勢の活躍により、高画質の4K、有機ELテレビの販売比率が高まり、単価がアップしている。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・大阪北部地震後の点検業務の増加で、通常の点検が後回しになっているため、繁忙期以上の忙しさが今後2～3か月は続く。
	やや良くなる	乗用車販売店（営業担当）	・大阪北部地震への対応が落ち着けば、例年の動きを下回ることは予想されるものの、夏のレジャーに向けた1つの波を作ることは可能である。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・例年になく早い梅雨明けの影響で、夏物衣料や飲料水、夏物野菜などの購買意欲が高まる。また、先日の大阪北部地震の影響で、身の回り品を買いだめする動きも出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会や会議については、大阪北部地震の影響で6月末までの会合がキャンセルや延期となったため、今後は延期となった分の開催が見込まれる。宿泊は、夏のシーズンに向けた商品を展開しているが、予約率はほぼ前年並みである。
	変わらない	都市型ホテル（客室担当）	・夏は高校野球などのイベントも多いため、大阪北部地震で控えられている国内、海外からの観光客も戻ってくる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・地震が各地で頻発している。防災関連は良いかもしれないが、商品の購入意欲は慎重なまま推移する。
		百貨店（販促担当）	・大阪北部地震の影響は今後の余震次第であるが、一定規模の地震は消費に急速な影響を及ぼすことが、今回改めて示された。ただし、阪神淡路大震災の復興でも、暗くなり過ぎることはなく、用心と楽しみが両立する形となったため、今回も引きずることはない。一方、海外情勢は不安定ながらも、改善と悪化の両方の兆しがあり、株価への影響次第では消費の活性化も期待できる。今夏の気温は高めの予測であるため、盛夏を楽しむためのアイテムが活発に動くチャンスである。
		百貨店（服飾品担当）	・各百貨店や商業施設では、夏のクリアランスセールを6月後半から始める店もあれば、7月からスタートする店もあるなど、ばらつきがみられる。また、セールの情報が精密化していることから、客の動きも計画的になる傾向がみられるなど、

家計動向関連	変わらない	百貨店（売場マネージャー）	・当店は郊外にあり、インバウンドの恩恵が余りないため、大阪北部地震の影響は受けにくいですが、関西全体への訪日客の減少につながらないかを注視している。
		スーパー（店長）	・大阪北部地震やサッカーワールドカップなどの特需もあり、今後も全体的には変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・繁華街では、夏休みで国内外からの客が増えていくであろうが、インバウンドについては、大阪北部地震の影響がどの程度続くのかは分からない。
		都市型ホテル（管理担当）	・変わらないとは予想されるが、先日の大阪北部地震による風評被害が少し心配される。
		都市型ホテル（総務担当）	・大阪北部地震の影響が、今後どの程度続くかがポイントである。大きな余震がないので、売上は回復すると予想されるが、宿泊については訪日外国人の動向次第である。
		タクシー運転手	・景気の良い部分とそうでない部分の差が出てきている。外に出ることが増える時期となり、大阪北部地震の影響もあるのか、タクシーの需要が増えている。
		観光名所（企画担当）	・大阪北部地震の影響が心配されるが、全体の状況に大きな変化はない。
		遊園地（経営者）	・前月と同様に、利用者数は順調に推移しているものの、客単価が伸びない。消費に慎重な様子がみられるほか、大阪北部地震の影響による減速感もある。景気動向は一進一退という印象である。
	やや悪くなる	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・経済状況の改善で上向いているが、直近の大阪北部地震の影響で、将来の景気はしばらく横ばい状態となる。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・大阪北部地震の発生以降は、客の購買意欲が極端に落ち込んでいる。夏場は回復の期待が薄いため、夏物商材は逃げに徹する計画である。
		百貨店（企画担当）	・今後も大阪北部地震と同規模の地震が起きないとは断言できないため、大阪を訪れる予定であった外国人客が、別のルートを選択する可能性が考えられる。外国人売上の増加傾向が減少に転じることはないと感じているものの、しばらくは増加率の鈍化が続くと予想している。
		百貨店（宣伝担当）	・今月の大阪北部地震の影響で、訪日外国人による周辺ホテルのキャンセルが相次いでいるほか、以前から航空券の料金が高騰している。セール時期は店頭売上のインバウンド比率が高くなる傾向にあるため、7～8月頃までは多少の影響がある。
		一般レストラン（経理担当）	・大阪北部地震の影響が出る。
		観光型ホテル（経営者）	・大阪北部地震による予約への影響次第であるが、直近の先行予約は低調である。夏休みの予約に影響があるかどうかは、現時点ではまだよく分からない。
		広告代理店（企画担当）	・大阪北部地震の影響がなくなり、梅雨が明ければ、購買意欲も高まってくるため、7月は勢いが戻ると予想している。
企業関連	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大阪北部地震による被害が想像以上であったようで、先行きは全く読めない。
		司法書士	・大阪北部地震の被害による影響を考えると、現状維持ができればよい。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は、梅雨明けと同時に公共工事が動き出し、増加傾向となる。今後は、大阪北部地震に伴う復旧工事の動向に注目していく。	
雇用関連	やや悪くなる	人材派遣会社（役員）	・3か月後には、2015年9月末の改正労働者派遣法の施行から3年が経過することとなり、派遣スタッフの流動化が一部に進むと考えられる。ただし、引き続き求人案件は堅調に動いており、景気の変動に大きな影響を与えるものではない。また、大阪北部地震の影響についても、大きくはならないと考えている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・大阪北部地震の発生以降、新規求人の伸びが止まっており、求人を見合わせている事業所もある。地震の発生当初は、従業員が出勤できない、機械の破損でラインがストップした、ガスが止まったので営業を停止したといった声を聞いた。10日近くが経過し、ほとんどの事業所は通常の操業に戻っているが、一部休業を続けている事業所もあり、状況を注視している。一方、地震による労働者の解雇などの相談は現時点では聞かれない。今後は建築物などの修繕がかなり必要となることから、建設関係を中心とした人手不足の深刻化も懸念される。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 16						17						18												
		月 6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
現状判断	近畿	40.0	45.9	46.1	45.5	47.1	51.7	53.6	50.3	49.7	48.7	48.4	50.4	51.7	52.2	51.2	51.8	53.3	55.2	56.2	52.4	50.7	50.1	50.1	47.5	48.6
	(全国)	41.3	44.1	46.2	46.3	48.3	50.5	50.7	49.4	48.8	47.9	48.5	49.1	50.0	49.9	50.0	51.1	52.0	54.1	53.9	49.9	48.6	48.9	49.0	47.1	48.1
先行き判断	近畿	40.8	47.4	49.0	49.6	48.6	50.4	49.9	49.8	50.3	49.0	49.7	51.2	51.6	49.7	50.6	49.6	55.6	51.7	49.9	53.4	51.0	52.3	52.1	50.8	52.4
	(全国)	40.6	47.1	48.8	49.4	49.9	50.8	50.4	49.2	50.2	48.5	49.5	50.0	50.5	50.5	51.2	51.1	54.5	53.4	52.7	52.4	51.4	49.6	50.1	49.2	50.0