

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成30年7月)

～地震や豪雨、台風の影響に加え、猛暑も一部で下押し要因に～

- 景気ウォッチャー調査・7月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2か月ぶりに低下、先行き判断も2か月ぶりの低下となった。(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月の大阪北部地震や、7月の平成30年7月豪雨、さらには台風といった自然災害の影響が、百貨店や外食など、様々な業種に及んでいる。特に、ホテルでは施設の被災による影響がみられるほか、予約のキャンセルも続いており、比較的影響が目立つ形となっている。また、今月はインバウンドの来客減を指摘する声も少なくない。
- さらに、猛暑による景気への影響についても、家電や衣料品、飲料を中心とした夏物商材の販売増につながっている一方、出控えによる客足の減少を招いている。特に、百貨店やコンビニ、レストランなどを中心に、悪影響を指摘する声が聞かれる。
- 先行きについては、地震や豪雨による影響は徐々に落ち着くといった声が多く、時間とともに平常の動きに戻っていくとみられる。その一方、今後も気温や天候要因による影響は残るとの声が上がっている。厳しい残暑による秋物商戦への悪影響のほか、気温・天候要因による今夏の野菜の不作が、今後の価格の高騰につながるとの指摘もある。
- さらに、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。

「大阪北部地震、平成30年7月豪雨」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	変わらない	百貨店(服飾品担当)	・6月18日の大阪北部地震直後に大きく売上が傾き、今年のクリアランスの時期に、各社のばらつきがみられたことから、7月初旬は混とんとした形となった。4日からクリアランスをスタートしたが、天候不順や5～6日は大雨で店舗を閉めたことが影響し、前半戦は前年比で90%前後での推移となった。後半から、徐々に買うタイミングがずれただけの客が戻り、前年を上回るペースとなったため、前半のビハインドを何とか取り戻せるような状況である。好調な商品は、化粧品や高級ブランド、バッグであり、これらの売上は共に10%アップしている。不調な商品は靴や雑貨で、年齢層の高いゾーンが厳しい。また、婦人服関連は前年並みの売上に落ち着く様子である。
		百貨店(売場マネージャー)	・セールの開始を6月に前倒ししたことによる反動減や、平成30年7月豪雨や台風による来客数の減少、また6月の大阪北部地震以降、インバウンド売上の伸び率の鈍化など、不利な要因が重なった。ただし、催事イベントの強化や、2品の購入で10%割引などの再値下げの訴求で、何とか前年実績を確保することができている。
		一般レストラン(経理担当)	・大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と続く自然災害で、心理的に消費が伸び悩んでいる。また、インバウンドの予約キャンセルも、限定的であるが目立っている。
		旅行代理店(店長)	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、台風などが続き、客の動きは多くなかった。生活自体に不安があり、旅行は二の次になっている。旅行に行く人は行く、行かない人は行かないと、はっきり分かれており、景気の良さは感じられない。
		テーマパーク(職員)	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、台風と、どうにもならない天災が続いている。
		その他レジャー施設[イベントホール](職員)	・各地で大阪北部地震、平成30年7月豪雨などの自然災害が続く一方、諸物価が上昇しており、可処分所得が減少している。

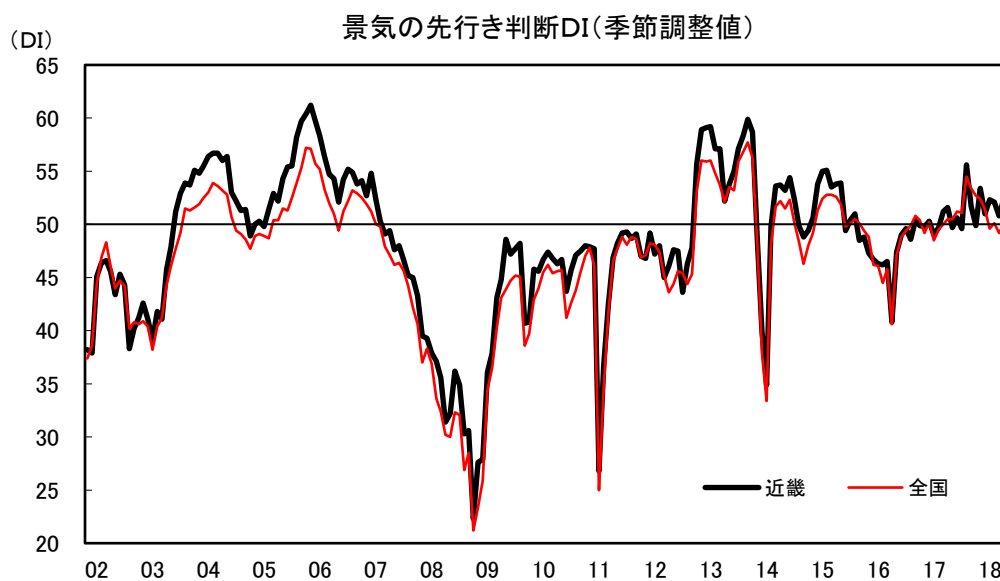
家計動向関連	やや悪くなっている	一般小売店 [精肉] (管理担当)	・関西においては、前月の大阪北部地震や、今月の平成30年7月豪雨の影響が大きい。特に、大雨の時期がお中元商戦の最大の山場であったことや、いまだに出荷できない地域があることを考えても、これからも大きく影響を及ぼすことになる。また、この影響で農畜産物にも影響があり、長期的に厳しい状況になると予想される。
		一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・平成30年7月豪雨の災害や大阪北部地震のほか、季節要因については言いたくないが、直接的に影響を受けている。売上も3か月前から5%ダウンし、前年比でも8%ダウンしている。
		百貨店 (売場主任)	・今月は目標達成の見込みである。ただし、大阪北部地震以降はインバウンドの来客数が落ち込んでいる。また、平成30年7月豪雨や高温の影響により、国内客の来店も落ち込んでいる。アイテムではアパレルが厳しく、化粧品や特選雑貨、シーズン雑貨は好調であるなど、好不調のばらつきが激しい状態である。
		百貨店 (販促担当)	・前月の大阪北部地震に引き続き、今月は平成30年7月豪雨の影響で前年比は大幅に悪化した。梅雨明け後は極端な暑さが続いており、入店客数は低迷している。機能が明確になっている雑貨や衣料は好調に推移している一方、価格訴求のみの商品は苦戦している。土用の丑の日は堅調であったが、食品でも高額な肉などが苦戦している。
		百貨店 (宣伝担当)	・前月の大阪北部地震に続き、平成30年7月豪雨、猛暑の影響で国内客、インバウンド客共に入店客数が減少しており、売上も今月に入り前年割れをしている。盛夏品が動き、衣料品は持ち直してきたが、インバウンド客と富裕層のシニアが中心の化粧品、宝飾が苦戦している。
		コンビニ (広告担当)	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、酷暑などの天候要因で来店機会が減っている。特に、最近の酷暑で外出機会が減っているのか、来客数に影響がある。来月になれば、今度は台風やゲリラ豪雨もあると予想され、心配である。
		乗用車販売店 (営業担当)	・今回の大阪北部地震、平成30年7月豪雨により、自宅や勤務先が被害を受けた客が多い。必要なメンテナンスや修理には一定の需要があるものの、購買意欲が高まるような状態ではない。
		高級レストラン (スタッフ)	・今月は大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と続いたせいか、平日の予約が激変している。
		一般レストラン (経営者)	・6月の大阪北部地震や7月前半の平成30年7月豪雨の影響がかなりあり、来客数は激減している。インバウンドの来客数も激減している。7月後半になり、ようやく通常に戻ってきたが、波は大きい。
		都市型ホテル (スタッフ)	・6月の大阪北部地震で約120室が被災し、改修に年末まで掛かるため、単純比較はできないが、稼働率が伸びていない。宴会は前年並みで勢いがいい。レストランは酷暑のためか、来客数が減少している。外出を控えているのかもしれない。
		都市型ホテル (総務担当)	・6月の大阪府北部地震に加え、7月上旬の平成30年7月豪雨の影響により、宿泊、宴会、レストラン共にキャンセルや来客数の減少が発生し、売上は前年を下回っている。
		旅行代理店 (営業担当)	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、台風などの自然災害などによるキャンセルが発生し、大きな影響が出た。夏休みの需要が高まる時期で、買い控えも出ている。
競輪場 (職員)	・今月の客単価は8,836円で、3か月前の客単価は9,089円である。前月の大阪北部地震や今月に入っての平成30年7月豪雨などの災害による影響も、少なからずある。また、豪雨の後の酷暑というべき気温の上昇も、足を遠のかせている。また、物価も上昇しているため、この影響もあるように感じる。		
美容室 (店員)	・今月は、大阪北部地震や台風、平成30年7月豪雨などの気象状況の影響が大きいいため、比較ができない。		
悪くなっている	一般小売店 [時計] (経営者)	・今月は来客数が少なかった。前月の大阪北部地震や平成30年7月豪雨、月末の台風と、立て続けに大きな自然災害があり、いまだにブルーシートが目立つ状況で、買物をする気持ちの余裕はほとんどない。客との会話では終始その話が出てくる。精神的にも肉体的にも、立ち直るのに時間が掛かる。	
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・7月は過去最低を記録した。各店が前年比で大幅にダウンした中で、大阪北部の各店は2けたのダウンである。特に、大阪北部地震による営業中止に続き、平成30年7月豪雨による避難指示などで、業務に入れない日が多く続いた。その後、盛り返しを期待したが、日々の売上が前年を上回るのが限界である。	
	衣料品専門店 (経営者)	・大阪北部地震の影響や、1週間以上続いた平成30年7月豪雨などの天災により、客足が悪い。	
	観光型ホテル (経営者)	・6月の大阪北部地震に続き、7月は平成30年7月豪雨や台風12号で大量キャンセルが出た。8月の予約状況もその影響を引きずってか、非常に悪い。	
	観光型旅館 (経営者)	・6月下旬の大阪北部地震、7月上旬の平成30年7月豪雨の影響で、予約数は前年の2～3割減で推移しており戻らない。	
企業関連	なやや良くなっている	食料品製造業 (従業員)	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨の影響も一時的なもので、8月に入ると長期のお盆休みもあり、製品の在庫確保に動いている。夏休みに入り、夏祭り向けの業務用製品も少しずつであるが、動いてきている。
		アウトソーシング企業 (管理担当)	・大阪北部地震の影響で商品の入庫が遅れたほか、キャンセルも続出したので、予定していた仕事が増えつつある。
雇用関連	変わらない	職業安定所 (職員)	・直近の近畿の新規求人数は前年比で20か月連続の増加となったが、大阪北部地震の影響もあって増加幅は0.5%にとどまり、20か月で最も小幅な伸びとなった。ただし、地震による求人の取消しは数件にとどまり、7月に入って求人の伸びも戻っている。

「猛暑」関連のコメント(現状判断)

良くなっている	家電量販店(店員)	・酷暑でエアコンの販売台数が激増している。前年の夏は在庫切れが多かったが、今年は工事便の減少の方が2週間以上早い。
	家電量販店(人事担当)	・記録的な猛暑により、エアコンや冷蔵庫、洗濯機を中心に販売量が激増しており、配達が進み付かなくなっている。
	家電量販店(企画担当)	・7月中旬から続いている酷暑により、エアコン販売が大変好調である。それに輪をかけてのように、冷蔵庫の故障による買換え需要が起きている。8月の盆前までは勢いが続きそうである。
	その他専門店[ドラッグストア](店員)	・今月は来客数、販売量、単価共に目標金額の90%に達し、商業施設の売上も90%を超えている。来客数が前月よりも増加し、認知度も上がったほか、猛暑の影響で冷却グッズや化粧品も売れている。
やや良くなっている	スーパー(経営者)	・平成30年7月豪雨や台風のため、農産物の相場が急上昇しており、客単価が上昇トレンドにある。また、熱中症対策のドリンクや飲料、かき氷など、酷暑による特需も発生している。土用のうなぎも価格の高騰で販売点数は落ちたが、金額では前年を上回った。ただし、総菜の丼などは、中国産などの割安な物は伸びたが、国産物は厳しい。
	スーパー(店長)	・猛暑対策のグッズが好調。また、土用の丑の日も想定以上で、メリハリ消費は続いている。
	スーパー(企画担当)	・猛暑が続くなかで、飲料、アイスなどの真夏商品の販売量が一気に増加し、一部の商品は欠品状態である。特に、飲料では水や機能性飲料などの熱中症対策商品の伸びが異常である。今後少しは気温も下がってくるようであるが、まだまだ暑い日が続くので、販売量が極端に落ちることはなさそうである。
	スーパー(経理担当)	・平成30年7月豪雨の被害による農作物の不作がもたらした相場の上昇や、猛暑によって夏物商材の動きが良いことから、売上は比較的好調に推移している。
	コンビニ(経営者)	・猛暑で水分補給をするため、2リットル入りの水の売上が前年比で200%、500ミリリットルが168%となっている。コーヒーは121%、お茶は134%である。
	コンビニ(経営者)	・酷暑の影響で、飲料や冷菓、冷たい麺類の売上がかなり好調で、全体の売上増に寄与している。
	コンビニ(店長)	・大雨の後は、ずっと天候が良い上に高い気温が続き、冷たい食品やソフトドリンク、特に熱中症関連の物がよく売れている。
	コンビニ(店員)	・この暑さで、飲料やアイスがかなり売れている。
	コンビニ(店員)	・このところの暑さで、飲料水の売行きや来客数も増えているが、一時的な動きにとどまる。
家電量販店(経営者)	・猛暑の影響で、エアコンの動きが前年度の1.5倍となっている。	
変わらない	百貨店(売場主任)	・平成30年7月豪雨とその後の猛暑により、入店客数は減っているものの、インバウンドが好調で何とか前年の売上を上回っている。高額商品が好調である。
	百貨店(マネージャー)	・今月の店頭売上は、前年比2%増で推移している。訪日外国人の売上は45%増であり、それらを除く国内売上は1.4%減と低調である。初旬の平成30年7月豪雨、中旬からの猛暑などの影響もあり、来客数は5%減と回復がみられず、特に販売数量が9%減と大きく減少している。
	スーパー(店長)	・気候変動による平成30年7月豪雨や炎暑により、季節商材や熱中症対策商品などの販売が異常値となっている。
	スーパー(社員)	・新たな競合店の出店や販売競争の激化に加え、今夏は早い時期から気温の高い日が多く、客の来店回数が減少している店舗が増えている。それでも、土用の丑の日でのうなぎ販売や飲料のケース販売など、客の要望を捉えることで、全体の売上を確保している。
	スーパー(企画)	・平成30年7月豪雨と猛暑の影響で、生鮮食品を中心に1品単価が上昇し、客単価が上がっている。夏物衣料や生活関連品も好調であるが、暑さが長続きすると売れなくなる物の方が増えてきて、マイナスの影響となる。
	コンビニ(店員)	・異常な暑さのせいで、パンや弁当の売上が落ち込んでいるが、冷たい飲料が伸びているので大きな変化はない。
	家電量販店(店員)	・今夏の猛暑の影響で、エアコンの売上は好調に推移している。今後も暑さは続く見通しで、しばらくは売上が安定する見込みである。
	その他専門店[医薬品](経営者)	・厳しい暑さが続いており、飲料や衣料品の洗剤、シート型のスキンケア商品、防臭対策の男性化粧品などの動きが良い。一方、殺虫剤や米の動きが悪い。
	その他小売[インターネット通販](経営者)	・今年の異常な暑さのため、外に出るのを控え、必要な物だけを買って済ませたいという心理が頭になく、バーゲンセールも同じで、価格を下げても売れない。Webも同様であり、この値段で送料が出るのかと感じる。売上のために物を作るという商売の考え方は、今の若い人達には通用しない。高くても自分が欲しい物を買う時代であり、それを買いやすくする工夫が必要である。
	一般レストラン(経営者)	・今月はイベントが2つもあり、来客数が増えたが、平日は猛暑の影響で商店街の人通りも少ない。
	一般レストラン(経理担当)	・大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と続く自然災害で、心理的に消費が伸び悩んでいる。また、インバウンドの予約キャンセルも、限定的であるが目立っている。
	観光型ホテル(経営者)	・自然災害が続いたほか、酷暑により客足が止まっている。
	タクシー運転手	・暑さが続いており、無線での呼び出しも伸びている。客も暑さに耐えかねてタクシーを利用することが増えている。
	タクシー運転手	・気温の上昇や天候不順により、客の乗車機会が増え、営業収入が若干増えている。
その他住宅[展示場](従業員)	・7月の猛暑で集客イベントの効果も薄い。展示場への来場数は思ったより伸びておらず、前年並みである。	

家計動向関連	やや悪くなっている	百貨店（企画担当）	・2度の台風通過と急激な気温の上昇で、国内客の来店数は減少しているとみられ、売上にマイナスの影響が出ている。27日から始めた盛夏商材のセール第2段も、初日から台風接近の情報が流れ、思うような集客ができず、苦戦している状況である。外国人売上は前年の7月から売上が増えたので、前月までと比較すると伸び率は低くなっている。
		百貨店（営業担当）	・月初の平成30年7月豪雨や、その後の記録的な猛暑により、店頭売上はインバウンドも含めて思わしくなかった。一方、富裕層の優良客においては余り影響もなく、海外高級ブランド品や高級婦人服のクリアランスの購入は、例年どおりである。
		百貨店（販促担当）	・前月の大阪北部地震に引き続き、今月は平成30年7月豪雨の影響で前年比は大幅に悪化した。梅雨明け後は極端な暑さが続いており、入店客数は低迷している。機能が明確になっている雑貨や衣料は好調に推移している一方、価格訴求のみの商品は苦戦している。土用の丑の日は堅調であったが、食品でも高価な肉などが苦戦している。
		百貨店（宣伝担当）	・前月の大阪北部地震に続き、平成30年7月豪雨、猛暑の影響で国内客、インバウンド客共に入店客数が減少しており、売上也今月に入り前年割れをしている。盛夏品が動き、衣料品は持ち直してきたが、インバウンド客と富裕層のシニアが中心の化粧品、宝飾が苦戦している。
		百貨店（商品担当）	・7月上旬の平成30年7月豪雨により、営業時間などの支障が出た地方店舗は、その影響をばん回できず、全体的にも厳しい月末を迎えている。都市型店舗ではセールの時期で国内需要があったため、シェアは幾分低めであるが、免税売上が好調を維持し、全体を押し上げている。また、猛暑対策の洋品雑貨も好調である。
		百貨店（マネージャー）	・7月前半の平成30年7月豪雨の影響は、月の業績に対して5%分のマイナス要因となる。今月はクリアランスセールの1週目の土日が前年よりも1日少なく、当初からマイナスの予測であったが、豪雨と酷暑による入店客数の減少と、豪雨の被害による消費マインドの低下、インバウンド消費の前年比の伸び率が100%増から30%増まで鈍化したことなどが要因となり、苦戦している。
		スーパー（店員）	・猛暑で野菜がかなり高くなったため、売行きがすごく悪くなっている。
		コンビニ（広告担当）	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、酷暑などの天候要因で来店機会が減っている。特に、最近の酷暑で外出機会が減っているのか、来客数に影響がある。来月になれば、今度は台風やゲリラ豪雨もあると予想され、心配である。
		高級レストラン（スタッフ）	・今月は大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と続いたせいか、平日の予約が激変している。
		観光型旅館（経営者）	・猛暑のため、好天にもかかわらず海水浴客が少ない。また、平成30年7月豪雨による自粛ムードがある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・6月の大阪北部地震で約120室が被災し、改修に年末まで掛かるため、単純比較はできないが、稼働率が伸びていない。宴会は前年並みで勢いがいい。レストランは酷暑のためか、来客数が減少している。外出を控えているのかもしれない。
		旅行代理店（支店長）	・本来であれば、夏は暑く、冬は寒い方が旅行の販売は伸びるが、余りの猛暑ぶりに客が外出を控える傾向がある。特に、熟年層が主流の販売店では、来店者数が落ち込み、受注が減少している。
		競輪場（職員）	・今月の客単価は8,836円で、3か月前の客単価は9,089円である。前月の大阪北部地震や今月に入ってから平成30年7月豪雨などの災害による影響も、少なからずある。また、豪雨の後の酷暑というべき気温の上昇も、足を遠のかせている。また、物価も上昇しているため、この影響もあるように感じる。
		住宅販売会社（総務担当）	・長雨と暑さのために来客数が減少していて、今後の契約に影響してくるようになってくるように感じる。
その他住宅[情報誌]（編集者）	・猛暑による外出の減少が、少なからず消費の総量に影響している。不動産販売の現場では、以前からの価格高騰や自然災害による心理的影響も含め、マイナスの影響がある。		
悪くなっている	一般小売店[貴金属製品]（従業員）	・暑くて高齢者が外出しない。	
	一般小売店[野菜]（店長）	・当店は飲食店やゴルフ場などに商品を納品しているが、この暑さで特にゴルフ場は客の入りが悪いようで、当店の売上也かなり悪い状態である。	
	百貨店（営業企画）	・異常な高い気温が続いており、不要な外出を避ける客が多い。婦人服が不調である。	
	スーパー（企画担当）	・酷暑のため、来客数が前年比で90%の状況である。食品以外の業態であるため、不要不急の買物は控えられる。	
企業動向関連	なやや良くなる	その他サービス業[店舗開発]（従業員）	・平成30年7月豪雨による影響はあったものの、その後の記録的な猛暑により、駅構内の店舗は自販機を含めて商品不足になるほど、清涼飲料水の売行きが好調となっている。
	変わらない	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・月後半の酷暑により、エアコンなどの夏物商材の荷動きは活発であるが、天候に影響を受けた結果であり、景気が良くなっているとは言い難い。
		建設業（経営者）	・官庁関係の入札は相変わらず厳しい。民間関係も監理技術者や技能労働者不足のなか、厳しい価格競争が続いている。猛暑で技能労働者の仕事がペースダウンし、工程管理が厳しくなってきた。
		広告代理店（企画担当）	・夏物のバーゲンセールが各施設で順調に推移している。また、連日の暑さのせいで、暑さ対策商品の購入や、涼みに来店する客が増えている。
	その他非製造業[機械器具卸]（経営者）	・今年は梅雨明けが早かったほか、その後は猛暑が続いているので、当社が扱っているスポットクーラーなどの夏物商材が、8月分まで飛ぶように売れている。	
なやや悪くなる	経営コンサルタント	・猛烈な暑さのせいで秋物商戦が始まらず、衣料品の売行きも良くない。台風や平成30年7月豪雨の影響で野菜価格の高騰もみられる。	

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 16				17				18																
		月 7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7												
現状判断	近畿	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	46.7
	(全国)	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	46.6
先行き判断	近畿	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	50.8
	(全国)	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	49.0