

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和元年10月)

### ～現状判断は消費増税の影響で急落、先行き判断も50割れ～

- 景気ウォッチャー調査・10月調査の近畿地域の結果は、現状判断が39.9と3か月ぶりに低下した。一方、先行き判断は45.1と4か月ぶりの上昇となった。
- 足元の景気は、台風などの自然災害による影響に加え、10月にスタートした消費増税の影響を大きく受けている。家電や生活雑貨などを中心に、駆け込み需要の反動減が生じているほか、軽減税率の対象であり、本来は増税の影響を受けにくい食品にも、販売の減少がみられる。一方、負担軽減策の一つであるキャッシュレス決済のポイント還元については、一定の効果がみられるものの、還元対象の店舗とそうでない店舗の間に、新たな格差を生む結果となっている。
- インバウンド関連では、韓国からの訪日客の減少が続いているほか、ラグビーW杯による効果も、関西での開催試合の終了とともに一巡しつつある。中国人客などの増加がインバウンド消費の追い風になっているものの、その一方で円高傾向が重しとなっていることも否めない。
- 先行きについては、消費増税の影響が数か月間は続くとの見方が多く、当面は消費の停滞につながる事が懸念される。インバウンド市場も韓国人客の減少が続く中で、消費増税による悪影響をカバーすることは期待しにくい。
- さらに、米中貿易摩擦や日韓問題による影響への不安も、引き続き大きい。製造業などへの直接的な影響をはじめ、株価への影響を通じた消費マインドの悪化も懸念されており、百貨店やホテル、レジャー関連など、幅広い業界から不安の声が上がっている。

#### 「消費増税による影響」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	一般小売店〔事務用品〕(経営者)	・消費増税による減速を懸念していたが、それほどでもなく過ぎている。
		スーパー(企画担当)	・消費増税に伴う、キャッシュレス決済によるポイント還元で、当社は対象企業に認定されている。認定を受けられない同業他社との差は大きく、売上の増加に寄与している。
		その他専門店〔医薬品〕(経営者)	・消費増税が始まったが、予想したほど影響はなかった。一方、日ごとの気温差が大きく、インフルエンザ対策での除菌製品や手洗い製品、うがい薬やマスクの売行きは良い。
	変わらない	百貨店(営業担当)	・消費増税の影響が和らいできたほか、台風19号などの被害で国際情勢の不透明感のイメージが弱くなり、不況感が少し和らいだのか、客の消費意欲が少し戻ったような売上となっている。
		百貨店(販促担当)	・来客数は前年を上回り、販売量もほぼ前年を上回っている。消費増税の影響は、化粧品などで落ち込みはあるものの、極端に大きくはない。食料品などの軽減税率による影響も、客はそれほど敏感になっていない。気温は高めであるが、衣料品も堅調な動きである。
		百貨店(営業推進担当)	・9月下旬の消費増税前の駆け込み消費は予想以上であり、宝飾品や高級バッグなど的高額品に加え、防寒衣料の購入前倒しや、化粧品などの消費財に至るまで、購入が増えた。このため、増税後の反動も想定以上となっている。従来は、前回の増税時とは消費者の動きが異なると考えていたが、結果は前回とほぼ変わらない。さらに、天候要因や災害などによる消費マインドの低下、営業機会の逸失も起きている。
	スーパー(経営者)	・消費増税前の駆け込み需要の反動や、気温の高止まりで、酒や日用雑貨を始め、季節衣料、鍋物商材の動きが鈍い。ラグビーワールドカップでの日本代表の頑張りがあつたが、食品に波及するまでは至っていない。台風被害などの報道を目の当たりにして、備蓄品や乾電池などの特需も生まれたが、全体を押し上げるには程遠い。	
	スーパー(経営者)	・消費増税前の駆け込み需要はほとんどなかったが、増税後も売上は芳しくない。	

家計動向関連

変わらない	スーパー（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が、雑貨品を中心に若干残っているが、大きな影響はない。一方、軽減税率に関する混乱は余りみられないが、キャッシュレス決済のポイント還元については、運用をめぐる混乱がみられる。中小企業やコンビニを中心に適用されているが、今のところ売上に大きな影響はみられない。
	スーパー（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待していたが、食品主体の当社では一部の商品にとどまったため、今月に入っての落ち込みも大きくない。ただし、客の買物がやや少なくなったように感じる。
	スーパー（エリア統括）	・消費税増税後の買い控えが、予想した以上に長く続いている。また、雨が多くて気温も高いため、秋冬商材の動きが非常に鈍い。
	コンビニ（経営者）	・消費税増税による影響が出ている。
	コンビニ（店長）	・相次ぐ競合店の閉店で、来客数と販売量が増えている。ここ5か月は前年比110%前後で安定しており、特に消費税増税の影響もなさそうである。
	コンビニ（店員）	・消費税増税の影響も余り感じられず、売上、来客数共に、大きな変化はみられない。
	家電量販店（店員）	・消費税増税前に駆け込み需要があったため、今月の来客数の減少は想定内である。トータルで考えても、状況は変わらない。
	家電量販店（店員）	・家電では消費税増税前の買換えが多かったため、その影響で来客数が減少している。
	住関連専門店（店長）	・消費税増税や景気の先行き不安で売上は減っているが、取扱商品がたまたま近年のトレンドに合っているため、偶然にもカバーできている。ただし、結局のところは、利益が伸びていない。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・10月から消費税率が10%になったが、特に変化はない。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・日用品や消耗品のように、消費税増税による買いだめや買い控えの影響が出ることはないため、販売量、売上の大きな変化はない。
	一般レストラン（企画）	・10月初旬は消費税増税の影響もなく、来客数は前年を上回っていたが、中旬以降は台風19号や天候不順の影響を受け、4%程度減っている。月後半は天候要因だけでなく、やや営業自体が低調な状態となっている。
	観光型旅館（経営者）	・消費税増税や日韓問題、台風19号による悪影響を心配したが、来客数に大きな影響は出ていない。
	やや悪くなっている	都市型ホテル（スタッフ）
都市型ホテル（総務担当）		・宿泊については、前年のような台風による落ち込みがないため、予約は前年を若干上回っているが、客室単価の下落傾向は続いている。レストランについては、消費税増税による利用客の減少が若干みられる。一方、宴会については、今月は堅調に推移している。
旅行代理店（支店長）		・台風の影響などで観光地がダメージを受け、客の旅行マインドは下がっている。また、ラグビーワールドカップの盛り上がりで、消費の対象が家庭やその近隣に向かい、旅行に向いていない。さらに、消費税増税の影響も、じわじわと財布のひもの固さにつながっている。
その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）		・消費税増税の影響は7～10日間で収まり、想定内であったが、衣料品の動きが鈍い。
商店街（代表者）		・消費税増税の影響がある店と、影響のない店がある。
一般小売店〔時計〕（経営者）		・消費税増税直後の今月初めは、落ち込みを少し心配したが、大きな変化はなく安心した。しかし、月中旬に発生した台風19号の被害状況により、来客数がどんどん減少した。当然ながら物を買う雰囲気ではなく、数字は一気に落ちた。日本全国のどこで発生するか分からない災害が続き、中旬以降は暗い雰囲気となっている。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）		・10月は消費税増税の月で、台風19号も上陸したため、細かい理由にははっきりしないが、販売量は前年に比べて全体的に落ち込んでいる。台風19号の影響で営業できない店舗があり、宅配便などでも商品を届けられない状況はいまだに解消されていない。せっかくのラグビーワールドカップの開催による好影響も、全てかき消すようなムードがある。また、消費税増税による節約で、高単価の牛肉の動きも悪い。
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・消費税増税後は販売量が落ちている。例年10月以降は冬物衣料の動きが増えるが、増税の影響なのか、今年は売行きが良くない。
百貨店（売場主任）		・今月は目標を下回る見込みである。月前半の天候不順による影響も大きい。消費税増税の影響が少ない食品関連も厳しい状況である。また、インバウンド需要も減少している。国内客が商品の購入を抑制する動きは予想以上に大きく、全アイテムで不調となっている。
百貨店（企画担当）		・前月末の改装による効果もあって、売上全体は前年比で微減にとどまりそうだが、前月に消費税増税前の駆け込み特需があった反動で、国内客の売上はマイナスとなっている。また、インバウンドに関しても5%減っている点が気掛かりである。前年9月に関西国際空港が閉鎖した後、10月に売上が拡大した反動か、あるいは現状の中国経済の景況感を反映したものか、注視する必要がある。
百貨店（企画担当）		・台風の影響はあったものの、テレビや雑誌などで節約志向をおおっていることもあり、消費税増税後の入店客数は減っているほか、買上金額も減っている。今回、増税の対象とならなかった食品の売上も、前年を下回っている。
百貨店（営業担当）		・富裕層の優良客のうち、ほんの一部の客だけは、冬物の高額衣料品などを前年と同じように購入している。ただし消費税増税の影響か、全体的には高額品の消費は極端に落ち込んでいる。
百貨店（サービス担当）		・今月は消費税増税や台風などの影響で、来客数は前年比で2～3%減少している。売上も前月は駆け込み需要によって増えたが、今月は14%減となっている。

家計動向関連

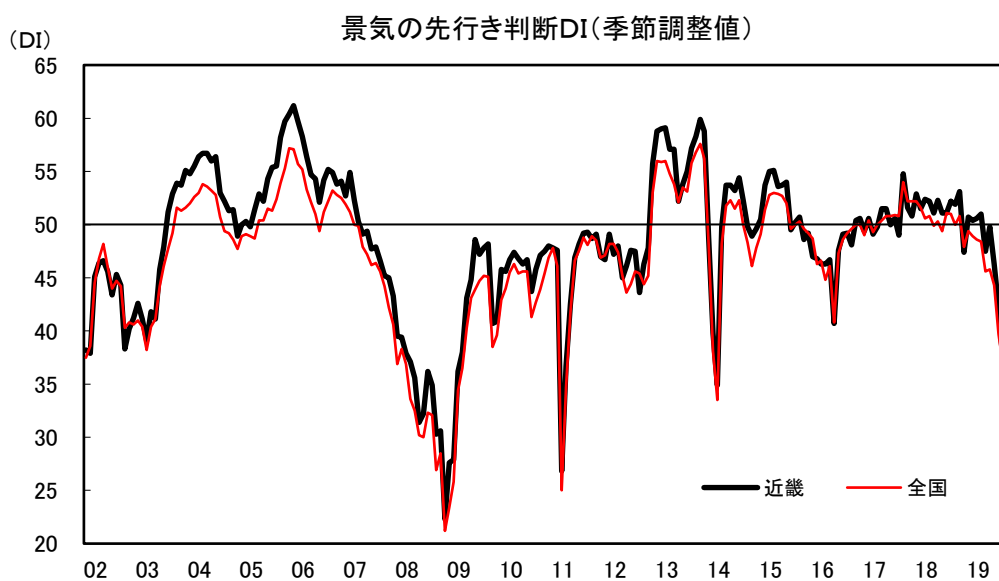
やや悪くなっている	百貨店（販売推進担当）	・月初から消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、来客数が減少している。税率の上昇がいない食料品も、店全体の集客が減った影響で売上が苦戦した。中旬以降も雨の日が多く、衣料品を中心になかなか改善が進まない。期待していたインバウンドも、国内客と同じような動きがみられ、プラスにはつなげない。
	百貨店（外商担当）	・10月に入り、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が続いている。特に海外の高級ブランド品や宝飾品といった、高額品の落ち込みが大きい。
	百貨店（マネージャー）	・国内消費では、消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想よりも厳しい。特に、婦人の服飾雑貨といったボリューム商品の販売減や、食品部門の選択消費の動きが顕著である。これは、当店がキャッシュレス決済のポイント還元の対象から外れた影響もある。また、インバウンドも海外情勢の変化により、増加傾向から一転して前年比で21.0%減となっている。
	百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想以上に大きい。また、駆け込み需要が少なかった衣料品までが苦戦している。入店客数以上に販売量や客単価の悪化が目立つが、災害なども多発し、消費マインドが低下している感はある。
	百貨店（宣伝担当）	・10月に入り、インバウンド客の動きは堅調であるが、国内客の入店は明らかに減った。さらに、価格を気にしたり、次の優待会を待つといった声も増えている。当初の予想よりも、消費税増税の影響が大きいと感じている。
	スーパー（店長）	・消費税増税後の消費の戻りが遅い。
	スーパー（店長）	・消費税増税以降、食品の動きは徐々に戻りつつあるが、食品以外は厳しく、今後の動きも不透明である。
	コンビニ（経営者）	・消費税増税前にまとめ買いを行ったため、しばらくは買物を控えると、客自身が意識している。また、どの店に行っても同じ商品で目新しい物がなく、今購入しなくてもよいと感じている。
	衣料品専門店（店長）	・前月には消費税増税前の駆け込み需要を見込んでいたが、思ったほど伸びなかった。10月に入り、反動減はそれほどないと予想に反し、売上は伸びていない。
	家電量販店（経営者）	・消費税増税後は買物を若干控える傾向にあり、客の動きが鈍い。
	家電量販店（企画担当）	・消費税増税後の来客数の落ち込みが大き過ぎる。
	乗用車販売店（経営者）	・10月から消費税率が10%上がったことで、買い控えなどが起き、自動車販売の引き合いがなくなっている。
	乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の影響が出ると予想していたが、当社が販売する輸入車に関しては、余り出ていない。販売台数は減っているが、別の要因が考えられる。
	一般レストラン（経営者）	・国慶節やラグビーワールドカップ、3連休、即位礼正殿の儀など、集客が見込める材料はあったが、予想に反し、特にディナータイムの来客数がかなり落ち込んだ。消費税増税の影響は、懸念されていたものの、ランチタイムへの影響は余りない。キャッシュレス決済によるポイント還元については、導入したくても申請後の処理が遅れているようで、その辺りの事情は消費者に伝わっていないと感じる。
	一般レストラン（経理担当）	・異常気象や台風により、大きな打撃を受けているなかでの消費税増税となった。消費意欲の低迷が顕著であり、増税への対応に各企業も戸惑っている。
	都市型ホテル（管理担当）	・消費税増税の影響で、ブライダル直近の予約に動きが全くなく、苦戦を強いられている。また、レストランも増税の影響を受けている。客室には増税の影響は余りなかったが、台風によるキャンセルや、ホテルの供給過多による客室単価の低迷に悩まされている。
	旅行代理店（役員）	・キャッシュレス決済によるポイント還元や、プレミアム付商品券などの消費税増税への対策で、消費の拡大が想定されていたが、様子見の客が多い。ラグビーワールドカップの盛り上がりもあり、旅行需要は伸び悩んでいる。
	通信会社（社員）	・消費税増税に伴い、新たなサービスへの加入を控える兆しが出始めている。
	テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響が徐々に出ていくように感じる。
	住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は限定的といわれているが、当社では約1か月分の受注が増えたため、その反動で悪くなっている。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費税増税や3連休での台風19号の影響で、不動産市場の動きは想定以上に落ち込んでいる。広告への反響、販売センターへの来場数共に、大きく減少している。	
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・消費税増税の影響で、部品交換の見積りの成約件数が減少している。	
悪くなっている	一般小売店〔野菜〕（店長）	・レストランや個人店舗では、消費税増税と同時に値上げをしている店がある。客足が遠のいているようで、余り良い傾向ではない。
	一般小売店〔呉服〕（店員）	・来客数、販売量共に少なくなっている。単価もかなり低下しており、店内で落ち着いて買物をする客が減っている。当店の商品は高額品であるため、消費税増税の影響も出ている。
	一般小売店〔花〕（店員）	・消費税増税の影響で、買い控えにつながっている。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今月は前年比で15%減と予想していたが、食料品を除き、満遍なく予想以上に悪い。台風などの悪天候も加わって、25%減と落ち込んでいる。
	百貨店（売場主任）	・10月に入り、生鮮食品を中心に一気に買い控えが起きた。特に、1週目は売上が前年比で10%以上減る日が続き、消費税増税の影響が感じられた。また、10月26日までの入店客数も5.6%減となり、衣料品や身の回り品を中心に影響が出ている。
百貨店（商品担当）	・消費税増税が始まり、必要な物しか買わない動きが強まっていたところに、台風19号による関東への大きな被害もあり、来客数が前年を割り込んでいる。また、インバウンド売上は、都市型店舗でも免税売上の動きが鈍く、前年を下回っている。米中貿易摩擦はやや落ち着いているが、経済成長が鈍化し、訪日客の消費がモノからコトへ変化していることも響いている。	

家計動向関連	悪くなっている	百貨店（マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や、台風の影響、気温の高止まりにより、来客数、販売量共に少ない。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は、9月末に少し出ただけであるが、10月以降の消費の落ち込みは激しい。台風の影響などで一時的に需要が発生し、増税の影響が薄れると予想されたが、日用品や衣料品に対する購入意欲の落ち込みが激しく、前年比で10%程度落ち込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の対策である、キャッシュレス決済によるポイント還元制度が分かりにくく、購買意欲がそがれている。高齢者はキャッシュレスという言葉自体を理解していない。高齢者に理解してもらうためには、クレジットカードでの買物は、請求時に5%値引きされるなどと表現するべきである。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ており、前年の7割しか売れていない。
		家電量販店（人事担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、前年比での来客数の減少が大きい。来店客は、テレビでは4Kチューナー内蔵、冷蔵庫は500リットル以上など、上位機種を購入する傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税が始まった10月1日から1週間は、近隣の店舗や商店街、大型スーパーの人通りが減った。キャッシュレス決済のポイント還元制度をいち早く導入したが、高齢者には不人気で、制度の理解が得られず、利用も少ない。増税の後に台風19号や天候不順も重なり、全く景気が良くならない。
		タクシー運転手	・消費税増税による値上げや、自然災害などの影響が出ている。

### 「インバウンド」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	やや良くなる	百貨店（企画担当）	・国内客による消費税増税前の駆け込み需要の反動減は、月を追うごとに小さくなる。一方でインバウンド売上は、今月のような推移も予想されるが、今月に比べれば改善すると予想している。
		百貨店（マネージャー）	・10月の消費税増税の影響が薄れ、高額品の動きが出てくる。ただし暖冬も予想され、単価の高いコートなどの秋冬物が動くかどうかは予断を許さない。また、米中貿易摩擦などで、インバウンド売上の回復も厳しくなる可能性がある。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けて需要が高まる時期となるが、やはりキャッシュレス決済によるポイント還元の対象店舗が有利である。また、日韓問題も含めて様々な国際問題があるなかで、インバウンドの来客数は一時期に比べて落ち着いてはいるものの、大きくは落ち込んでいない。今後は、年末年始の休暇を利用した訪日が増えそうである。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・国際情勢にも大きな進展はなく、何となくその状況に消費者も慣れてきた感がある。一時期、弱含みであったインバウンドも、堅調な流れで消費の下支えになっている。消費
		百貨店（サービス担当）	・今後も消費税増税の影響が続くほか、インバウンドの動きにも陰りがあるため、状況は良くならない。それを防止するために、店舗や売場の展開を見直し、少しでも影響を軽減できるように努力したい。
		都市型ホテル（管理担当）	・今後、アジアからのインバウンド客が増加する期待は薄い一方、それに代わって受注が大幅に増える材料は見当たらない。
	やや悪くなる	タクシー運転手	・韓国からの観光客は明らかに減少したが、それに反比例して、中国からの観光客が増加傾向にある。観光でのハイヤー予約も、やや増える傾向となっている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税の影響で、客足や客単価が悪化する。また、引き続き、訪日客の減少による影響も受ける。
		百貨店（マネージャー）	・国内の現金客については、中間層の買上客数や買上単価の悪化が避けられず、特にお歳暮市場の縮小が懸念される。また、インバウンド売上も短期的な改善が見込めない。若年層や富裕層は価格に見合った商品に反応する傾向があり、そこに活路を開くが、年内は厳しい状況が続くそうである。
	企業関連	やや悪くなる	観光名所（企画担当）
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）			・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題、日韓問題と、今後の景気を左右する重要案件が重なるなか、関西でも韓国人観光客の激減による影響が顕著に始まっている。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		17年		18年							19年														
		11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
現状判断	近畿	53.4	55.7	52.0	50.8	50.6	50.7	48.6	49.2	47.5	49.7	49.0	51.3	50.8	49.9	45.4	48.0	47.0	47.2	45.1	45.0	43.8	45.3	50.4	39.9
	(全国)	52.9	52.9	49.9	49.0	49.6	49.5	47.9	48.8	47.1	48.7	48.3	48.6	49.5	46.8	45.6	47.5	44.8	45.3	44.1	44.0	41.2	42.8	46.7	36.7
先行き判断	近畿	51.6	50.8	52.9	51.5	52.4	52.2	51.1	52.3	51.1	51.1	52.2	51.9	53.1	47.4	50.7	50.4	50.6	51.0	47.5	49.8	46.3	42.3	37.2	45.1
	(全国)	52.2	52.2	52.2	51.6	50.6	50.8	49.9	50.3	49.4	51.1	51.0	50.0	50.8	47.9	49.4	48.9	48.6	48.4	45.6	45.8	44.3	39.7	36.9	43.7

※季節調整値