

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和2年5月)

～緊急事態宣言の解除で、現状判断は4か月ぶりに上昇～

- 景気ウォッチャー調査・5月調査の近畿地域の結果は、現状判断が17.1と4か月ぶりに上昇した。一方、先行き判断も38.2と6か月ぶりの上昇となっている。緊急事態宣言の解除を受けて、各指標が大きく上昇した。
- 足元の景気は、新型コロナウイルスの感染による悪影響が続く中、5月下旬の緊急事態宣言の解除により、業種によっては若干の改善の動きがみられる。百貨店やコンビニ、家電量販店などがその代表であり、依然として前年比での落ち込みは厳しい状態が続いているものの、ひとまず最悪期は脱したとみられる。
- 一方、ホテルや旅館といった観光関連は依然として厳しく、緊急事態宣言の解除後も大きな変化はない。外食などのサービス関連も同様で、客足の変化は相変わらず少ないといった声が多く、引き続き厳しい状況にあるとみられる。
- 先行きについては、感染の再拡大に対する不安が残る中、緊急事態宣言の解除による売上の回復度合いが注目される。足元と同様に、百貨店やコンビニといった物販を中心とした改善となる中、外食を中心としたサービス関連でも期待の声は上がっており、今後の推移が注目されよう。
- 一方、これまで巣籠もり消費の追い風を受けていたスーパーについては、消費者が平常の動きに戻るにつれて、逆風が吹く形になる。業界からはその点に対する不安の声が多く、ほかの小売関連とはやや傾向が異なっている。

「緊急事態宣言の解除」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなっている	スーパー(経営者)	・引き続き休校やテレワーク、外食の自粛の影響で、家庭での調理が増えている。来客数は増えていないが、買上点数が大きく伸び、売上の好調が続いている。緊急事態宣言の解除後の動きでは、大きく落ち込んでいた夕方以降の客数が戻りつつある一方、外食などへの本格的な回帰の様子は、今のところみられない。
		スーパー(企画担当)	・新型コロナウイルスの影響もあり、売上、利益共に120%以上の伸び率となっているが、緊急事態宣言の解除後は、平常時の動きに戻りつつある。粉物やパスタを中心に、備蓄関連の商品が一気に売れた影響で、入荷困難な商品が多数発生している。直輸入商品も動きがストップしており、入荷のめどが立っていない。今後の売場への影響が避けられない状態となっている。
		家電量販店(店員)	・ゴールデンウィークが始まって、すぐに暑くなり始めたため、エアコンが急に売れ出している。緊急事態宣言の解除前の来客数が、前年比で120%であったのに対し、解除後は140%にまで上がっている。客との会話では、新型コロナウイルスの影響で白物家電の在庫がなくなったら不安なため、早めに買いに来たという声が多い。
	やや良くなっている	百貨店(マネージャー)	・緊急事態宣言が解除になったため、消費に少し目が向けられている。
		百貨店(外商担当)	・新型コロナウイルスの自粛要請が段階的に解除され、営業の再開が順調に進み、来客数も回復傾向にある。売上は平時の半分以下であるが、客の消費マインドは確実に上向き傾向にあると感じる。
		家電量販店(店員)	・営業の自粛要請の解除に伴い、客の来店が増えた。季節的にも暑くなり始め、エアコンの販売量が増えている。
	変わらない	百貨店(店長)	・緊急事態宣言中も、食品関連はスーパーと同様に好調で、解除後は化粧品などの消耗品に特需が発生している。その一方、アパレル関連では中国での生産が困難なほか、キャッシュの不足で中小企業を中心に倒産が続いたため、商品が不足している。客もクリアランスが近いため、アパレル消費については様子見となっている。
		コンビニ(経営者)	・緊急事態宣言は解除されたが、テレワークが完全に終わったわけではないため、来客数は8%ほどしか増えていない。
		コンビニ(店員)	・新型コロナウイルスの影響につき、外出の自粛は解除されたが、来客数は少ない。

家計動向関連

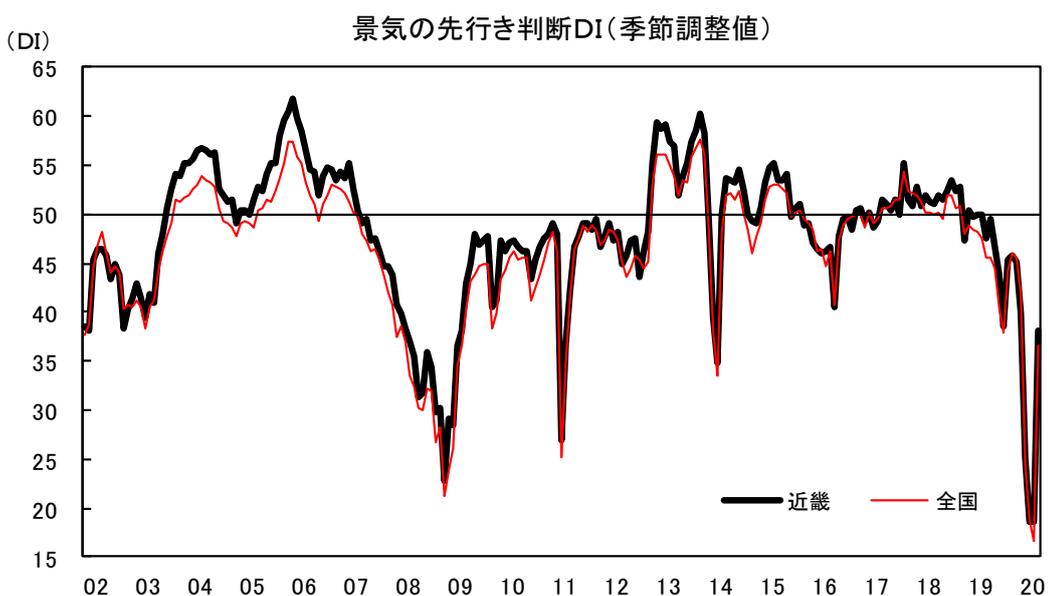
変わらない	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	・新型コロナウイルスによる外出の自粛が続いたことで、緊急事態宣言の解除後も生活様式が変化し、接客業は厳しい状況となっている。
	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職)	・新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言が、北海道や首都圏を除いて解除になり、買物客が徐々に増えてきている。
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・緊急事態宣言の解除後も、大手企業はまだ自粛モードであり、マンションの販売は低調である。新築戸建てについては、低価格物件の動きは堅調であるが、高額物件は停滞気味となっている。
やや悪くなっている	百貨店 (商品担当)	・新型コロナウイルスの感染が落ち着き、緊急事態宣言が解除された。全部門で営業が再開した18日以降、日次では来客数、売上共に、前年の6~7割の水準にまで回復している。ただし、都市型店舗は郊外型店舗よりも回復が遅れ気味である。部門別には、営業を続けていた食品関連が比較的好調で、再開した売場では子供服や在宅生活を反映した書籍、文具が比較的好調に推移している。
	スーパー (経理担当)	・緊急事態宣言が解除され、飲食店や百貨店の営業時間が長くなり始めている。これに伴い、巣籠り消費は徐々に減少し、スーパーでの特需的な動きも少し減っている。今後、学校の再開が本格化すれば、家庭内での需要が更に減少し、平常時の動きに近づく。
	一般レストラン (経理担当)	・自粛要請が解除になっても、店側も客も手探り状態のため、安心して消費が回復するまでには、しばらく時間が掛かる。
	美容室 (店長)	・緊急事態宣言が解除され、客の予約も入ってきているが、混雑した状態を避けるため、予約は少しずつしか入れられない。
悪くなっている	一般小売店 [時計] (経営者)	・例年ゴールデンウィークは人が行楽に向かうため、来客数は伸びないが、今年は連休を過ぎてても人の動きが全くない。不要不急の外出への自粛の要請に対し、時計については、不要ではないが不急と判断されたと考えられる。来客数が記録的に少なくなっており、年配客からは、外に出ると若い人に怒られるという声もあった。ただし、月末近くに少し自粛が解除されたことで、人出が少し戻ってきており、暗闇の中に少し光がみえた気がする。
	百貨店 (売場主任)	・今月の中旬から営業再開となったものの、売上は前年比で30%以上の減少と厳しい状況にある。客は外出を極力避けているほか、生活必需品の需要はあるものの、ファッションなどの嗜好品の購入は抑え気味である。
	百貨店 (売場主任)	・全館が営業再開となった初めての週末は、売上が前年比で45%減少している。
	百貨店 (企画担当)	・緊急事態宣言が解除されたが、来客数は以前の6割程度であり、買上客単価も前年を下回っている。5月中旬から全店の営業を再開したため、4月に比べると改善は見込まれるが、あくまで低いレベルでの改善である。前年の実績の半分にも達しない。
	百貨店 (企画担当)	・3月はまだ週1回の休業日を除き、通常の営業ができていた。今月は営業を再開できたものの、休業期間が長かったため、業績は極めて厳しい状況である。
	百貨店 (特選品担当)	・前半は緊急事態宣言による臨時休業となり、月後半は営業が再開したが、ソーシャルディスタンスの必要性から、客に近づいての販促ができない。来客数という点では、かなり厳しい状況である。
	百貨店 (営業推進担当)	・緊急事態宣言は解除に向けた動きが進んでいるものの、外出へのちゅうちょがあり、外出時間を減らす意識が強いため、滞在時間の短縮につながっている。
	百貨店 (マネージャー)	・緊急事態宣言の解除を受け、全館で開店となったが、まだ営業時間が短縮中であるほか、テレワークや外出自粛の継続を受けて、入店客数は前年の半分といった状況が続いている。インバウンド売上も前年比で99.9%減とほとんどなく、回復の兆しはまだみえない。
	百貨店 (マネージャー)	・4月14日から続いた食料品を除く臨時休業が、5月20日で終了となった。営業が再開してからの来客数は前年比で4割減であり、来店客をみても、経済的な不安を抱える中間層が多い印象がある。夏のクリアランスセールまでは、買い控えが続きそうな様子である。
	百貨店 (服飾品担当)	・新型コロナウイルスの影響で、4月7日から食品以外は営業休止となり、都心店舗では土日は閉店となっていた。5月28日からは食品以外の販売を再開し、約1か月半以上の閉店状態をようやく脱している。営業の再開後は客の安全を第一とし、時短営業などの対策を講じたが、ラグジュアリー関連では営業を待っていた客による買上が多く、ブランドによっては前年を上回る動きがあるものの、来店客はまだ少なく、売上は前年比で60~80%で推移している。ただし、客の買上率は高く、商品を見るためではなく、買うために来店していることが分かる。
	百貨店 (販売推進担当)	・緊急事態宣言を受けた休業期間が1か月以上続き、当社、取引先共に、かなり深刻な状況になっている。営業が再開された後の売上についても、前年の50%を超えるのがやっとという感じで、今のところはすぐに回復する気配はない。
	百貨店 (宣伝担当)	・ようやく店舗の営業を再開したが、営業時間を短縮しており、売上は前年の3割程度にとどまる。特に、百貨店の中心客である中高年層は、緊急事態宣言が解除されても外出を控えており、来客数は少ない。
	スーパー (店長)	・外出の自粛でモール型の施設は休館となり、スーパー業態のみで営業を続けてきたが、やはり来客数の減少で厳しい状態にある。5月22日からモールの再開で来客数は戻ってきたが、以前の消費の勢いには到底及ばず、今後も手探りの状態が続く。
	衣料品専門店 (経営者)	・5月21日に緊急事態宣言が解除され、徐々に人出が戻りつつあるが、恐る恐る外出していると感じる。7日に解除されなかったことが響き、全く売上のない状態が2か月続く結果となった。2月のダイヤモンドプリンセス号に始まり、小中高校への休校要請、感染の急拡大、マスクの配布、そして極めつけの緊急事態宣言と、この4か月間は新型コロナウイルスに振り回されている。
	乗用車販売店 (販売担当)	・緊急事態宣言の解除後も、予断を許さない状況が続いており、客の動きも慎重である。

家計動向関連	悪くなっている	一般レストラン（経営者）	・緊急事態宣言は解除されたが、来客数は増えず、テイクアウトの注文が依然として多い。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響が出ている。緊急事態宣言が解除されても、国内客だけでは大きな回復が見込めない。
		観光型旅館（団体役員）	・全国的に緊急事態宣言が徐々に解除されつつあるが、先行きは依然として見通せない。国の制度を最大限に活用して、臨時休業を選択する方が、まだ赤字が少ない。
		都市型ホテル（フロント）	・緊急事態宣言は解除されたが、客の動きは鈍い。ただし、客室を活用したりリモートワークプランは好調である。
		都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの感染防止のため、臨時休業となっていたが、5月28日から営業が再開している。
		旅行代理店（支店長）	・海外旅行については、外国からの入国制限などの影響もあり、ほぼゼロの状況が続いている。国内旅行は、緊急事態宣言が解除された地域では、地域内での旅行需要が少し出始めているが、前年比の1割にも届いておらず、良くなる気配は全くない。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・コンサートなどのイベント開催については、移行期間の後、全面解除になるようだが、収支が合わなければ開催できない。結果的に、制限期間中は開催が難しいかもしれないという雰囲気がある。

【業種別】「スーパー」のコメント（先行き判断）

家計動向関連	やや良くなる	スーパー（店長）	・今後、新型コロナウイルスの感染が収束したとしても、第2波、第3波への備えから、今後の花火や祭りといったイベントの自粛が予想される。また、夏休みの短縮や、大型テーマパークの再開動向が、個人消費にどの程度の影響を与えるかが大きな要素となる。
		スーパー（店員）	・緊急事態宣言が解除され、営業活動が少しずつ戻ってくる。
	やや悪くなる	スーパー（経営者）	・ショッピングセンターや外食店の再開もあり、買物や食事の場所が広がり始めた。その一方、夏のボーナスの減少や、パートへの応募が大幅に増えていることを考えると、所得の減少が予想される。また、キャッシュレス決済のポイント還元事業が終了し、7月以降は同業者や異業種による販促の強化で、価格競争が再燃し、客の争奪戦が激しくなりそうである。
		スーパー（店員）	・新型コロナウイルスの感染が収まることで、来客数や、商品の販売量も以前の水準に戻るため、売上は今よりも落ちると予想される。
		スーパー（店員）	・緊急事態宣言の解除後は元の生活に戻り、スーパーでまとめ買いはしなくなるほか、節約によって安い物しか売れなくなる。
		スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスによる影響が少し緩和し、元の状態に戻ってくる。
		スーパー（企画担当）	・あくまでも現状の売上は、新型コロナウイルスの特需によるもので、後は店舗の販売力が重要となる。特に、逆風が吹いていた鮮魚や総菜、ペーカリーの販売強化のほか、消費者のニーズにあった商品提供が必要となる。もちろん感染防止対策も続けなければならない。
		スーパー（経理担当）	・緊急事態宣言の解除に伴い、経済活動は回復していくが、以前の状態に戻るには時間が必要となる。今後は、失業率の上昇やボーナスなどの所得減少が影響し、節約志向の高まりが予測されるため、当面消費は縮小傾向となる。
		スーパー（販売促進担当）	・緊急事態宣言が解除され、関西圏では、新型コロナウイルスによる需要や来客数が落ち着きを取戻しつつある。首都圏ではまだまだ緊急事態宣言の影響が強く、売上が増え続けているものの、今後、景気減退の影響が出てくることは避けられない。
		スーパー（社員）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着くにつれて、客の買物行動は徐々に元に戻ると予想されるが、外出の自粛期間には消費の前倒しが相当みられたため、回復ペースは遅い。
		スーパー（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染は収束しないまでも、全体的に落ち着いてくることから、消費者による購入場所の選択肢は徐々に戻る。今後は再びパイの奪い合いになりそうである。
		スーパー（開発担当）	・緊急事態宣言は解除されたが、客の購買意欲が上がってこないため、景気は悪化する。また、大阪の中小企業の倒産率もかなり高いため、まだまだ不景気が続く。
	悪くなる	スーパー（経営者）	・先のみえない新型コロナウイルスの影響で、全体的に消費者の節約傾向は強まっていると感じるため、景気は悪くなる。
		スーパー（店長）	・スーパーの好調な数値は、来客数ではなく客単価が上がった結果である。今後は、自粛の緩和によって飲食店などにも消費が分散するほか、緊急事態宣言中の収入減に伴う節約などで、厳しい状況になると予想される。
スーパー（店長）		・旅行や飲食、娯楽、インバウンドにかかわる企業は、しばらく厳しくなると予想される。小売に関しても、しばらくは冷え込むと考えられる。	
スーパー（店長）		・新型コロナウイルスの影響による、行動範囲の縮小傾向は今後も続きそうである。それに伴い、当店は広域からの集客が鍵となるため、来客数の減少の影響で売上が減ることになる。	
		スーパー（店長）	・アパレル関連のテナントも、非常に厳しい状況が続いている。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		18年					19年					20年														
		5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
現状判断	近畿	48.9	49.2	47.9	49.3	48.8	51.7	50.8	49.1	45.8	48.0	47.1	46.9	45.3	45.1	44.2	44.8	50.0	40.4	40.4	40.2	40.9	25.1	12.7	5.8	17.1
	(全国)	48.0	49.0	47.4	48.9	48.2	48.7	48.8	46.6	45.9	47.1	44.9	45.3	44.2	44.1	41.6	43.1	46.6	36.9	38.8	39.7	41.9	27.4	14.2	7.9	15.5
先行き判断	近畿	51.1	51.9	51.5	52.4	53.4	52.3	52.8	47.4	50.4	49.7	49.9	49.9	47.5	49.4	46.7	43.9	38.6	45.4	45.8	45.1	39.9	25.1	18.6	18.6	38.2
	(全国)	49.9	50.2	49.5	51.8	51.8	50.5	50.9	47.9	48.9	48.4	48.1	47.6	45.5	45.6	44.4	40.5	37.8	44.3	45.9	45.5	41.8	24.6	18.8	16.6	36.5

※季節調整値