

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和2年6月)

～消費の緩やかな持ち直しで、現状判断は2か月連続の上昇～

- 景気ウォッチャー調査・6月調査の近畿地域の結果は、現状判断が37.0と2か月連続で上昇した。一方、先行き判断も43.4と2か月連続の上昇となっている。緊急事態宣言の解除を受けた消費の回復などを受けて、各指標が上昇した。
- 足元の景気は、新型コロナウイルスの感染による悪影響は続いているものの、5月下旬の緊急事態宣言の解除により、消費の持ち直しが進んでいる。ただし、持ち直しのペースは業種による差が大きく、百貨店やコンビニ、家電量販店などは比較的堅調な回復がみられる。特に、家電量販店は10万円の給付金の支給による追い風を受け、好調な動きとなっている。
- 一方、外出などのサービス関連や、ホテルや旅館を中心とした観光関連は依然として厳しく、6月に入っても大きな変化はない。特に観光関連はインバウンドの減少が続く中、引き続き深刻な状況にあるとみられる。
- 先行きについては、足元と同様に、百貨店やコンビニといった小売を中心とした改善が進むとの見方が根強い。また、外出を中心としたサービス関連でも回復への期待が高まっており、今後の推移が注目される。さらに、政府によるGo To Travelキャンペーンもスタートすることから、観光関連への影響にも注目が集まる。
- 一方、依然として感染の第2波への懸念は強く、各業界から不安の声が上がっている。東京を中心に感染者数の増加がみられる中、関西でもその不安は少なくない。また、今年は学校関連の夏休みが大幅に短縮となることから、その影響を危惧する声も上がっている。

「給付金」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなっている	家電量販店(人事担当)	・気温の上昇に伴い、エアコンなどの季節商材が動いている。また、特別定額給付金が支給されたこともあり、テレビや冷蔵庫、洗濯機などの大型商品の売上も増加している。
		住関連専門店(店員)	・給付金の支給や、クレジットカードのポイント還元サービスなどがあり、6月は来客数、単価共に上向いている。
	やや良くなっている	家電量販店(経営者)	・10万円の支給や、様々な消費支援策により、エアコンなどの家電を購入する客が増えている。
		家電量販店(店員)	・特別給付金の支給により、高額商品が動いている。特に白物家電が好調で、ちょうど梅雨の時期であるため、エアコンの販売が増えている。
		家電量販店(店員)	・近隣の一部で給付金が支払われ、家電の購入が増えてきている。また、今年は猛暑の予報でエアコンの需要が増えそうであるが、既に週末の来客数も多く、エアコンの販売量が増えている。
	悪くなっている	百貨店(販売推進担当)	・自粛の解除により、徐々に通常どおりの営業状況となりつつあるが、アパレルや飲食系の取引先は疲弊が激しい。一時的に給付金効果があるにせよ、新型コロナウイルスの感染前の状況に戻ることはないと感じている。
家電量販店(企画担当)		・テレワークの拡大に伴い、パソコンなどの情報関連商品のほか、ゲーム機がよく売れている。また、ホットプレートなどの調理家電やミシン、自宅用のヘアカッターの動きも順調である。給付金の支給もあり、猛暑予測によるエアコンや冷蔵庫の販売も好調である。	
企業	良くなっている	電気機械器具製造業(宣伝担当)	・外出の自粛解除や給付金の支給により、家電全般は好調な荷動きを示している。特に、6月前半は気温の上昇もあいまって、エアコンが前年を大幅に上回る状況で推移している。

「旅館・ホテル」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	観光型旅館(経営者)	・県境を越えての移動が解禁となったため、来館者が増えている。日帰りの利用は前年の80%程度で、宿泊は50%程度に回復している。
		観光型旅館(団体役員)	・例年並みとはならないが、夏季の予約状況が徐々に回復しつつある。
		都市型ホテル(フロント)	・以前から継続的に法人の利用があり、ある程度の稼働を維持できていたが、企業の出張が再開されつつあるため、ビジネス利用が増え始めている。また、自粛期間中から好調であった、リモートワークでの利用が引き続き好調である。
		都市型ホテル(総務担当)	・5月21日の緊急事態宣言の解除直後は、客室稼働率が11%であったが、6月19日の全国的な移動制限解除後は31%と、徐々に客の利用が増えつつある。また、レストランの利用も徐々に増えつつあるが、宴会については、飲食を伴う予約はほとんどない状況である。
	変わらない	観光型ホテル(経営者)	・当地域では、6月末で約3分の2の宿泊施設が営業を再開しているが、休前日を除いて、まだ来客数は非常に少ない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊については、海外客は相変わらず全滅状態である。国内客ではビジネスに動きが出てきたが、まだまだ微増であり、稼働率は3割ほどである。宴会も会議が戻りつつあるが、会食はほぼ全滅が続く。休業中のレストランも今月中旬から再開したが、バイキングはできず、集客は芳しくない。
	悪くなっている	観光型旅館(経営者)	・3か月前は新型コロナウイルスの影響が出始めた頃であり、緊急事態宣言解除後の状態とは比較できない。客は動き出したものの、戻ってくるまでには時間が必要である。
		都市型ホテル(管理担当)	・6月に入って営業を再開したが、客室、宴会共にキャンセルが相次ぎ、食堂もほぼ客のいない状態が続いている。海外からの宿泊客が皆無に近い現状では、収入の増加は期待できない。
		都市型ホテル(管理担当)	・緊急事態宣言が解除され、レストランを中心に客足は戻りつつあるものの、3か月前の水準には届いていない。
		都市型ホテル(客室担当)	・新型コロナウイルスの影響で休業していたが、5月28日から営業を再開している。景気は厳しい状況であり、稼働率が伸びず、苦戦している。

「感染の第2波」関連のコメント(先行き判断)

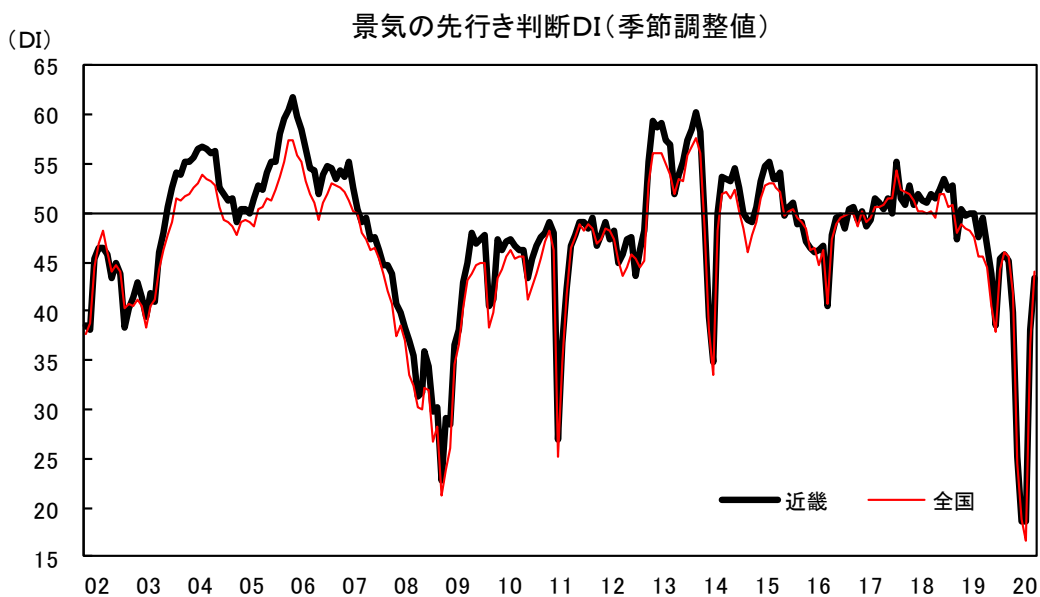
家計動向関連	やや良くなる	百貨店(売場主任)	・新型コロナウイルスの感染がピークの頃と比べると、総菜売場を含め、買い控えられていた商材の動きが特に良くなっている。感染の第2波をうまく切り抜けられれば、回復の動きが期待できる。
		百貨店(企画担当)	・インバウンド売上の消失という状況は続くものの、新型コロナウイルスとの共存という生活習慣の下で、感染の第2波が抑えられる状況が続けば、国内客の消費マインドは徐々に回復傾向が強まると予想される。
		百貨店(外商担当)	・新型コロナウイルスの感染の第2波による影響が少なければという前提であるが、次第に元の生活に近づくため、消費者の購買意欲も少しずつ上向いてくる。
		百貨店(店長)	・感染の第2波がこないという前提で、ワクチンや治療薬の開発が進めば、人の動きは現在よりも活発になる。その分経済は回り、百貨店といったハレの部分の消費も多少は戻る。
		百貨店(マネージャー)	・関西では、新型コロナウイルスの新規感染者が低水準で推移しているため、入店客数も回復すると予想される。また、外商活動も通常どおりに回復しつつあり、高額品の売上もやや回復する。ただし、インバウンド売上の回復は当分見込めず、感染の第2波の恐れもあるため、本格的な回復は期待できない。
		衣料品専門店(店長)	・現在の状況よりも上向くと予想される。新型コロナウイルスの感染の第2波、3波への懸念はあるが、現状よりは良くなる。
		乗用車販売店(販売担当)	・感染の第2波の懸念もあるが、経済活動の復活を目指す動きが更に出てくると予想される。
		その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	・今よりも来客数は増えるものの、インバウンドを除いても、通常の水準に戻る時期は見通せない。感染の第2波の動きも心配である。
	変わらない	一般小売店[菓子](営業担当)	・前月に比べるとやや動き出しているが、感染の第2波がくれば、たちまち売上の減少に直結することが心配される。
		百貨店(商品担当)	・インバウンド売上の比率が大きかった都市型店舗では、国内客だけでカバーすることはできない。その一方、郊外型店舗ではその恩恵が少なかった分、落ち込みからの回復は早く、前年の実績に急速に迫っている店舗もある。ただし、全体ではインバウンド向けの売上を含んだ前年の実績に追いつけない状態が続くほか、感染の第2波を控えて、商品の製造や物流が順調に回復するかどうか、秋冬商戦に向けての大きな課題である。現状は、見通しが立ちにくい状況となっている。
		スーパー(経理担当)	・日常生活を取り戻し、外食やレジャーが以前の状態に戻れば、家庭内需要の減少で売上も元に戻る。ただし、今のところは平時の状態に戻ることは難しく、感染の第2波の懸念も残る。
		美容室(店員)	・今後は良くなるといいたいが、感染の第2波の状況次第では悪くなる可能性もある。
		住宅販売会社(経営者)	・感染の第2波のおそれがあるため、油断できない。

家計動向関連	くやなる悪	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染の第2波次第で大きく変わるが、基本的には小康状態が続く、大きくは好転しないと予想される。企業経営が厳しい局面に入る結果、その影響が消費動向にも出始める。
	悪くなる	一般小売店〔野菜〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響が取東に向かっているのかどうか怪しい状況で、感染の第2波が起きた場合、3か月先が良くなることはありえない。現状は、悪くなる確率の方が高い。
		百貨店（企画担当）	・現時点では、自粛期間中のストレスによる買物や、不足品の購入がみられるが、今後は衣料品メーカーなどからの商品供給に、不安定な要素が多い。また、秋から冬に掛けての感染の第2波、第3波への懸念もある。
		衣料品専門店（経営者）	・いつ感染の第2波がくるかが分からず、不安を払拭できない。ソーシャルディスタンスが2メートルになれば、公共交通機関の利用が制限される。マスク着用時のソーシャルディスタンスを50センチくらいにしなければ、景気の回復は見込めない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・企業の資金繰りの悪化や、新型コロナウイルスの感染第2波による影響が懸念される。
企業動向関連	やや良くなる	化学工業（企画担当）	・本来は堅調であったはずの食品業界も、新型コロナウイルスの影響で、全体的には過去に例のない需要の減少となった。感染の第2波の懸念はあるが、移動も解禁となり、例年程度に食品の需要は戻ると考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入は徐々に回復しており、地域の情報を求めている購読も増えている。今までが悪過ぎたため、今よりも良くなる。新型コロナウイルスの感染の第2波がないことを祈るばかりである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・まだまだ感染防止策を講じた上での営業ではあるが、少しずつ日常を取戻しつつある。そういった状況の中、今秋以降の感染第2波に備え、マスクや消毒液、医薬品、食品といった商材の備蓄の動きが始まると予想される。
	変わらない	金融業〔投資運用業〕（代表）	・感染の第2波が来ない限り、徐々に回復すると予想されるが、そもそもの感染源である中国を封じ込めなければ、また予想外の事態が起きないとも限らない。
		司法書士	・経済は動き始めているが、新型コロナウイルスの恐怖や、感染の第2波への不安により、回復には時間が掛かる。

「夏休みの短縮」関連のコメント（先行き判断）

家計動向関連	変わらない	一般レストラン（企画）	・人の動きが活発化し、徐々に良くなると予想されるが、以前の営業とは違って様々な制限があり、新型コロナウイルスとどう共存できるかが課題である。一方、夏を迎えるに当たり、例年よりも夏休みが短くなるため、例年のような営業は厳しいのではないかと予想している。
		都市型ホテル（フロント）	・引き続き、感染を警戒しながらの生活を強いられるなか、夏休みの短縮のほか、祭りや花火、高校野球などの中止が影響し、観光に伴う宿泊は伸び悩んでいる。大阪府では大阪キャンペーンを打ち出しているが、対象者は関西圏在住者であるため、予約数は厳しい状況である。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・夏休みが大幅に短縮されるほか、お盆での帰省やレジャー需要の縮小が見込まれる。
		スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルス特需が落ち着き、キャッシュレス決済のポイント還元も6月で終了する。本来、今後は年間でも12月に次ぐ売上が期待される時期となるが、今年は夏休みが10日程度しかなく、祭りの開催も自粛となるなど、マイナス材料が存在する。
		乗用車販売店（経営者）	・判断材料がないため、悪化が進むと予想される。そろそろ夏休みに向けた商材を考える頃であるが、その材料はなく、不安で仕入れもできない。
悪くなる	家電量販店（企画担当）	・学校の休校に伴い、夏季休暇の日数が減ると予想される。旅行などの外出が減ることから、季節商材の購入時期が前倒しになり、お盆明け以降の消費の冷え込みが懸念される。	

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		18年						19年						20年												
		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	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	37.0
	(全国)	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	38.8
先行き判断	近畿	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	43.4
	(全国)	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	44.0