

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和2年9月)

～新型コロナの感染沈静化などで、現状判断は5か月連続の上昇～

- 景気ウォッチャー調査・9月調査の近畿地域の結果は、現状判断が49.7と5か月連続で上昇、前月比では6.0ポイントの上昇となった。一方、先行き判断も46.5と2か月連続の上昇となっている。
- 足元の景気は、7月下旬に新型コロナウイルスの感染が再拡大して以降、消費はサービス関連を中心に鈍い動きが続いていたが、感染が徐々に落ち着いてきたことに加え、GoToキャンペーンなどの影響もあり、消費者の動きが活発さを取り戻しつつある。特に、9月下旬の4連休が一つのきっかけとなり、消費者の動きに弾みがついた形となっている。
- また、前年が消費増税の直前にあたり、駆け込み需要で売上が大きく伸びたことから、今年は実態以上に前年比の数字が悪化しているとの声も多い。
- 一方、先行きについては、本格的な秋、冬を迎えるにあたり、感染の第3波への懸念が強いことから、不安の声が多い。また、今年はインフルエンザの同時流行も取りざたされ、消費者の動きが一気に悪化することへの不安も聞かれる。ワクチンや治療薬の実用化にはまだ時間を要する中、感染の収束前の回復は困難といった声も、依然として多い状況である。
- ただし、GoTo トラベル、イートの各キャンペーンへの期待は大きいほか、海外からの入国制限が徐々に緩和される予定である点も、先行きへの期待につながっている。

「連休」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 [珈琲] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響が大きかった4～5月に比べ、良くなってきた。また、9月の大型連休中は直営各店の来客数が増加し、回復の兆しを感じられた。ただし、新型コロナウイルスの発生以前と比較して、売上ベースでは70%程度であるなど、まだまだ厳しい状況が続いている。
		百貨店 (売場主任)	・9月の大型連休には、来客数が前年を上回る日もみられる。
		百貨店 (企画担当)	・インバウンド売上の消失という状況は変わらない。一方、国内客の動きは7～8月に掛けて鈍化していた回復傾向が、今月の後半には4連休という好条件も重なり、来客数はかなり盛り返している。売上も連動し、減少傾向が改善してきている。
		百貨店 (マネージャー)	・9月後半の4連休を中心に、来客数は回復傾向にある。また、月中旬から一気に気温が下がり、秋の気候にシフトしたことも後押しし、羽織物やニットなどの重衣料に動きが出始めている。
		百貨店 (マネージャー)	・全国的に新型コロナウイルスの影響が落ち着く傾向にあるほか、気温の低下で、4連休での客の行動や購買が活発になっている。特に、特選雑貨や特選ファッションは好調に動き出しており、おせち料理などの予約も、予想どおり好調に推移している。
		百貨店 (宣伝担当)	・新型コロナウイルスの感染第2波といわれた状況が落ち着き、少し人出が戻ってきた感がある。特に、9月の大型連休前後から、これまで外出を控えていた年配層や子連れのファミリー層を見掛けるようになってきている。
		コンビニ (店員)	・4連休では、出掛ける前に飲料などを購入する客が、多く来店している。
		都市型ホテル (管理担当)	・Go To Travelキャンペーンや9月の大型連休の好調により、少しは良くなっている。ただし、国内客については少し動きが出てきているが、海外からの旅行者は皆無の状態である。
		都市型ホテル (販売促進担当)	・平日はほとんど低稼働のままであるが、土曜日だけはGo To Travelキャンペーンの影響で、宿泊客数が増加している。特に、9月の大型連休は旅行会社からの予約が多く、新幹線と宿泊のセットが60%を超えた。また週末のレストランは、地域独自のキャンペーンの効果で、宿泊とステーキ食べ放題のセットが好調となることも多い。
		都市型ホテル (客室担当)	・Go To Travelキャンペーンや、地域独自のキャンペーンの効果で、9月の大型連休の稼働は前年並みには届かないものの、かなり回復している。

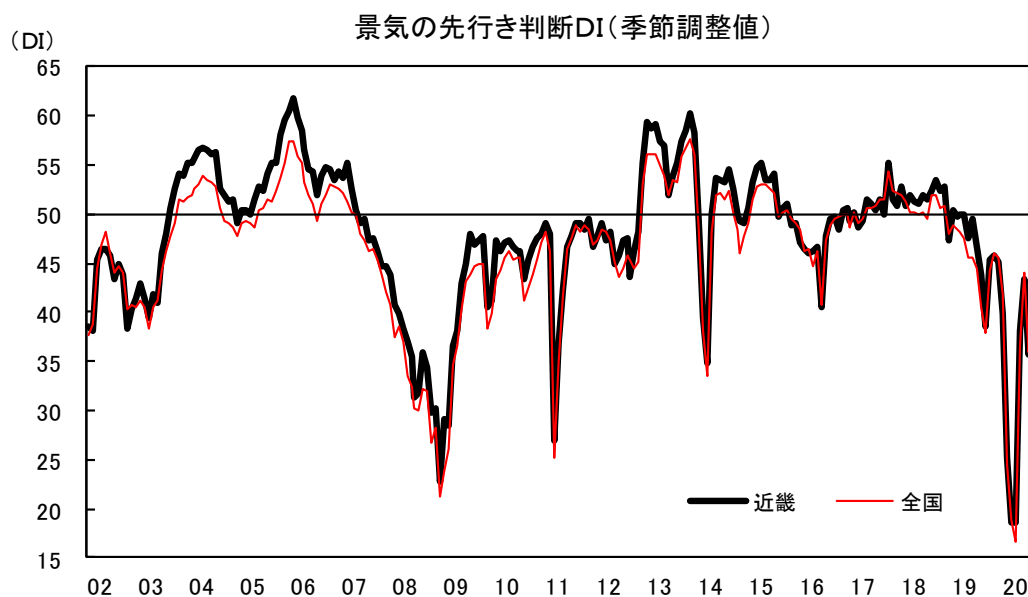
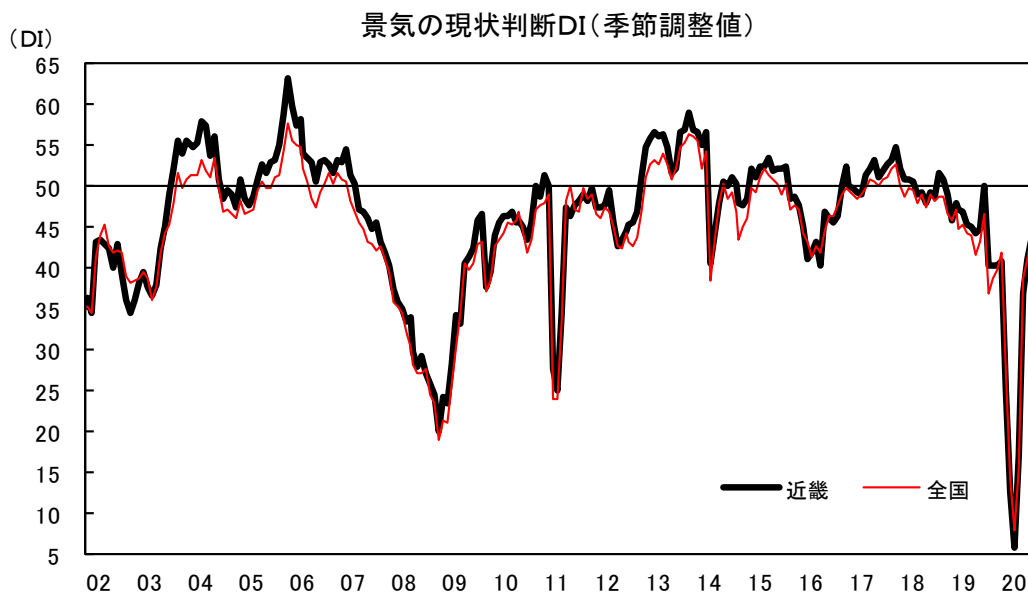
家計動向関連	な や や 良 く な っ て い る	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・9月19～22日の4連休は、当地域周辺の人出が顕著に増加し、各施設の入店客数や売上も大きく回復したが、連休明けは一転して不振となっている。ただし、不安定な状況が続いているとはいえ、全体としては回復基調と考えられる。
		変 わ ら な い	百貨店（企画担当）
	百貨店（営業推進担当）		・前年は消費税増税前の駆け込み需要があったため、比較が難しいが、2年前との比較では、前月までと大きく変化していない。ただし、4連休はGo To Travelキャンペーンの影響からか、他県ナンバーの車での来店も多くなっている。
	スーパー（経営者）		・前月に続き、4～7月ほどの新型コロナウイルス特需はみられない。9月の4連休は非常に盛り上がり、高価な食材や寿司などがよく売れたが、月後半は盛り上がり欠けた。これは、前年が消費税増税前の駆け込み需要で売上が伸びた影響が大きい。今年は酒の一部やたばこの売上は伸びたが、全体としては限定的な動きとなった。また、果物の価格が上がった影響で、子育て世代は価格の安い輸入品にシフトし、国産の旬の果物を購入するのは60代以上となるなど、購入層がはっきりと分かれている。
	コンビニ（経営者）		・9月の大型連休で出費が増えたため、節約して外に出てこなくなっている。
	一般レストラン（経営者）		・9月の4連休までは、満遍なく来客がみられたが、それ以降は商店街の人通りが少なく、昼間の集客はさっぱりであった。また、テレビの人気ドラマが日曜日の夜9時から始まるため、早い時間からの来客が増えている。
	観光型ホテル（経営者）		・9月はGo To Travelキャンペーンの影響もあり、4連休のほか、週末はほぼ満室となっている。ただし、個人客は前年比でも増えているが、団体客が全く増えていないため、月全体の宿泊客は前年比で75%程度にとどまっている。
	観光型旅館（経営者）		・4連休は、どの運営先の宿も満室となった。ただし、高級露天風呂付の小さな旅館は相変わらず前年よりも良いが、その他の施設は稼働率が上がってこない。
	な や や 悪 く な っ て い る	スーパー（店長）	・19日以降の4連休前後から、自粛ムードが緩和されて外食が増えつつある一方、内食が減り、食品の売上が減少傾向となっている。一方、食品以外では、近隣での日帰りレジャー関連の需要が多いことから、遠出の動きはまだ戻ってきていない。
	企 業	な や や 良 く な っ て い る	食料品製造業（営業担当）
雇 用		な や や 良 く な っ て い る	人材派遣会社（営業担当）

「GoToキャンペーン」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	な 良 く な る	一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・Go To Travelキャンペーンの効果に期待したい。
		や や 良 く な る	百貨店（売場主任）
	百貨店（マネージャー）		・Go To Travelキャンペーンの東京への拡大などで、京都への観光も復活するほか、各種の規制が少し緩和されることで、経済がやや持ち直しすると予想される。
	百貨店（マネージャー）		・10月からは、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの使用も始まる。また、気温が順調に下がっていることから、秋冬物衣料に対する購買意欲も増してくる。物産展などの大型催事も本格的に復活することで、来店者のモチベーションも高まることと予想される。
	百貨店（マネージャー）		・Go To Travelキャンペーンなどで外出の機会が増える一方、巣籠り消費の定着で、リビング関連などは活発に動く。また、年末年始のケーキやおせち料理なども、高額品が動くことと予想され、いわゆる自宅でのぜいたく消費が進みそうである。
	乗用車販売店（経営者）		・現状は全く良くないため、Go To Travelキャンペーンに少なからず期待している。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）		・Go To Travelキャンペーンなどの効果が、少しは出てくる。
	一般レストラン（経営者）		・Go To Travelキャンペーンで東京が解禁となるほか、Go To Eatキャンペーンや入国制限の緩和などで、経済的な動きは上向くことが予想される。
	都市型ホテル（管理担当）		・東京がGo To Travelキャンペーンの対象になったため、東京からの旅行者に期待したい。ただし、海外からの旅行者が戻らなければ、回復は限定的であると予想される。
	都市型ホテル（販売促進担当）		・Go To Travelキャンペーンの効果は、今後どの程度出るのかは読めない。ただし、宿泊部門は出張での利用が少ないため、キャンペーンに頼らざるを得ない。一方、宴会は秋の予約にキャンセルが多く入っているため、回復は先になりそうである。
都市型ホテル（客室担当）	・Go To Travelキャンペーンの東京への拡大に期待している。		

家計動向関連	やや良くなる	タクシー運転手	・タクシーの稼働台数が少しずつ増えるのに伴い、乗客も増えている。さらに、今後はGo To Eatキャンペーンも始まるため、期待している。
		その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・Go To Travelキャンペーンなどの、政府の支援策に対する反響が大きい。小売業に関しても、地域共通クーポンの恩恵が期待できる。
	変わらない	百貨店（サービス担当）	・来月からは、Go To Travelキャンペーンが東京も対象となるため、現状が維持できるかどうかは不透明である。前月から催事も再開しているものの、現状は売上に大きく貢献していないため、今後に期待している。
		スーパー（店長）	・政府はGo To Travelキャンペーンなど、消費を促す政策は実施しているが、新型コロナウイルスの影響が続くなか、基本的な生活様式が変化する気配は感じられない。
		一般レストラン（経営者）	・例年であれば宴会シーズンとなるが、今年は新型コロナウイルスの影響で見込めない。ただし、Go To Eatキャンペーンに参加登録しているため、プレミアム付商品券の利用などで、来客数は増えそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルとしてはGo To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンなどで、ある程度の集客は見込めるものの、宴会場を使用したパーティーの受注がない。例年は忘新年会の予約で一杯となるが、今年はかなり厳しい状況が続くと予想される。
		都市型ホテル（フロント）	・Go To Travelキャンペーンが東京に拡大されるため、出張利用が多少なりとも増えると予想される。
		都市型ホテル（総務担当）	・10月から、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの取扱が始まるほか、Go To Eatキャンペーンも始まるため、飲食店の売上が改善に向かうと考えられる。
		旅行代理店（支店長）	・Go To Travelキャンペーンは1月までの予定であり、その時点で客の動きが止まってしまう。何よりも海外旅行が少しでも動かなければ、現状の鎖国状態では先がみえない。
		テーマパーク（職員）	・Go To Travelキャンペーンの効果がどのような形で出るのか、あるいは実際に効果があるのかについては不透明である。また、新型コロナウイルスの影響が続くなかで、新政権が発足したが、更なる支援を必要としている企業は残っている。特別定額給付金のようなシステムが構築できるのか、今のところは疑問である。
やや悪くなる	観光型ホテル（経営者）	・Go To Travelキャンペーンが実施されている間は、前年比で7～8割程度の売上が確保できる見通しである。ただし、キャンペーンの終了後は、更に厳しい状況となることが予想される。	
	観光型旅館（経営者）	・県民限定割引がなくなるほか、東京がGo To Travelキャンペーンの対象となる。東京から地方に行くよりも、地方から東京へ行く方が多いと予想するため、地方は厳しくなると予想される。	
	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・秋の行楽シーズンとなるが、お盆から9月の4連休の好調は、これまでの抑制の反動もあったため、若干の目減りは覚悟している。Go To Travelキャンペーンの東京解禁による効果には期待したいが、現実的には限定的となりそうである。	
悪くなる	乗用車販売店（経営者）	・旅行や飲食関係はGo To Travelキャンペーンで少し潤った感じは出てきたが、その他のサービス業や製造業の売上の落ち込みは激しい。各種の助成金も用意されているが、焼け石に水の状態で、収益が上がるまでには至らない。とにかく新型コロナウイルスの影響が落ち着くまでは、景気は悪くなる一方だと予想される。	
企業動向関連	くやなる	化学工業（企画担当）	・Go To Eatキャンペーンも始まれば、新型コロナウイルスの重症者数が異常に増えたりしない限り、現状よりも物の動きも活性化すると予想される。
	変わらない	化学工業（経営者）	・日々の受注をみていると、最近は更に悪化しているが、今後は各種のGo Toキャンペーンなどで相殺され、変わらない状況が続く。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、10月以降は回復するかもしれないが、感染者も増えてくると予想される。加えて、インフルエンザの流行も重なることから、年末年始に掛けては出控えが本格化しそうである。
雇用関連	くやなる	人材派遣会社（役員）	・各種のGo Toキャンペーンといった政府の施策による効果が出てくるほか、新型コロナウイルスへの過剰な対応も見直され、徐々に経済活動が正常化してくることを期待している。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・秋から冬にかけては、インフルエンザの流行と新型コロナウイルスの感染拡大が重複するとの予想があるほか、ワクチンの開発も年内に完了するような状況にはない。Go To Travelキャンペーンによる効果も、インバウンドが期待できないなかでは限定的とみられる。景気が良くなるまでには至らないと予想される。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

	18年			19年					20年																	
	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
現状判断	近畿	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	41.1	43.7	49.7
	(全国)	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	41.1	43.9	49.3
先行き判断	近畿	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	35.6	43.7	46.5
	(全国)	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	36.0	42.4	48.3

※季節調整値