

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和3年3月)

～緊急事態宣言の解除などで、現状判断は続伸～

- 景気ウォッチャー調査・3月調査の近畿地域の結果は、現状判断が49.8と前月比で2か月連続の上昇となった。ただし、指数は景気横ばいを示す50はまだ下回っている。一方、先行き判断は46.9と4か月ぶりに低下している。
- 足元の景気は、緊急事態宣言の解除によって人の動きが増え、多くの業界で客足の増加につながった。百貨店やコンビニといった小売関連のほか、ホテルなどでも、一部で稼働率が改善したとの声が聞かれる。
- ただし、飲食店を中心に、一部で営業の時短要請が続いているほか、3月後半から新型コロナウイルスの感染再拡大がみられることで、消費者の間には外出を自粛する動きが残っている。それに伴い、緊急事態宣言の解除による効果は限定的といった声は少なくない。
- 一方、先行きについては、足元の感染の再拡大を受けて、感染第4波の到来や緊急事態宣言の再発出への懸念が高まっている。懸念の声は多くの業種で聞かれるが、特に観光関連からの声が多い。一方、景気回復の条件としては、ワクチン接種の拡大や、G○T○事業の再開を挙げる声を引き続き多い。
- なお、東京オリンピックが開かれる7月が迫る中、百貨店などからは、開催の決定自体が消費マインドを高めるといった声がある一方、開催したとしても景気への影響は不透明といった声も少なくない。

「緊急事態宣言の解除」関連のコメント(現状判断・家計関連)

家計動向関連	やや良くなっている	百貨店(マネージャー)	・緊急事態宣言の解除により、来客数が前年比で6.3%増加と回復している。時計などの高額品や、入学、就職祝いなどのギフト需要が戻ってきている。
		百貨店(店長)	・緊急事態宣言の解除によって気持ちが緩んでおり、高齢者が1人で買物に来店する例も増えている。ただし、買物の内容は家で使う物が多く、いわゆる外出用はまだ需要が少ない。
		百貨店(サービス担当)	・今月は新型コロナウイルス関連の規制が解除されたため、来客数、売上共に好調に推移している。ただし、前年は3月から営業時間を短縮したため、前年の数字は確保しているが、2年前の水準には戻っていない。
		百貨店(販促担当)	・緊急事態宣言の解除を受けて、来客数が回復傾向にある。集客が午前シフトし、夜間が少ない傾向は変わらないものの、週末などは街全体に人が戻ってきている。一方、食品や入学、卒業関連などは堅調に推移しているが、ファッション関連は鈍い動きが続いている。また、レストランは時短営業の継続により、大きく落ち込んでいる。
		百貨店(マネージャー)	・県内で緊急事態宣言が一部解除された頃から、明らかに国内の中間層による購入が、過去の反動などから上向いてきている。特に、必需品のモチベーション関連の動きは堅調である。また、富裕層では相変わらず特選ブランドの販売が好調であり、売上全体では前年比で40%の増加となっている。
		百貨店(特選品担当)	・緊急事態宣言が解除され、来客数が増加している。2月に外出を自粛していた客による購買が、売上の増加要因の一つとなっている。
		コンビニ(経営者)	・緊急事態宣言の解除で、少し動きが出てきたように感じる。
		コンビニ(経営者)	・来客数が前年比で8%、売上は5%回復してきている。緊急事態宣言の解除後はテレワークが少し減っているようである。
		コンビニ(経営者)	・緊急事態宣言も解除となり、周辺の昼間や夜間の人口も少し戻ってきたため、来客数が増えている。
		コンビニ(店長)	・緊急事態宣言が解除され、旅行者などが戻ってきている。
		家電量販店(店員)	・緊急事態宣言が全国で解除され、来客数は激増している。決算セール開催もあり、購買意欲はかなり高まっているように感じる。
高級レストラン(スタッフ)	・緊急事態宣言が解除され、人の動きがやはり活発になってきている。		

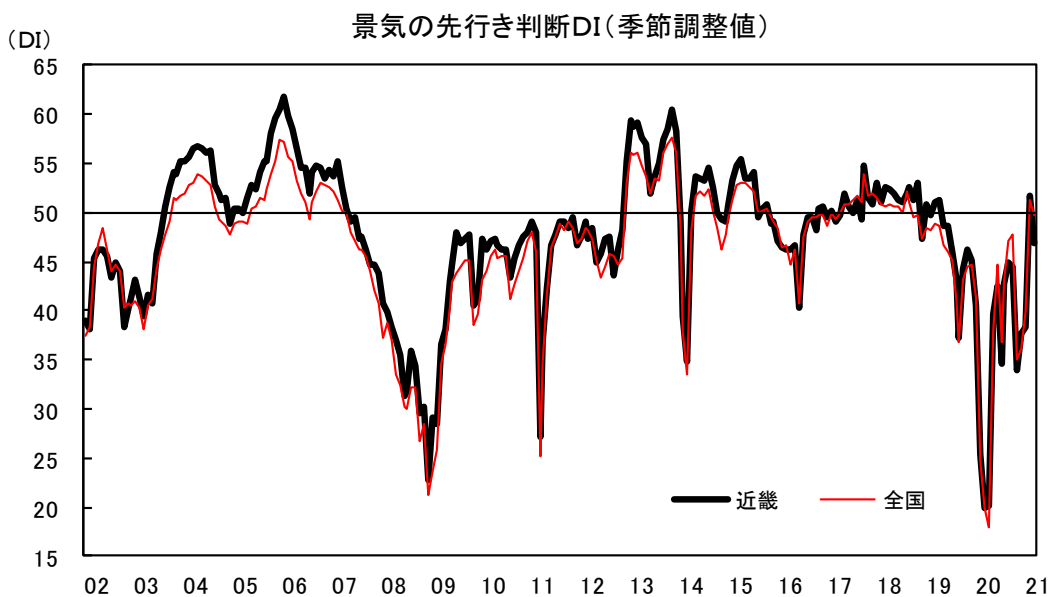
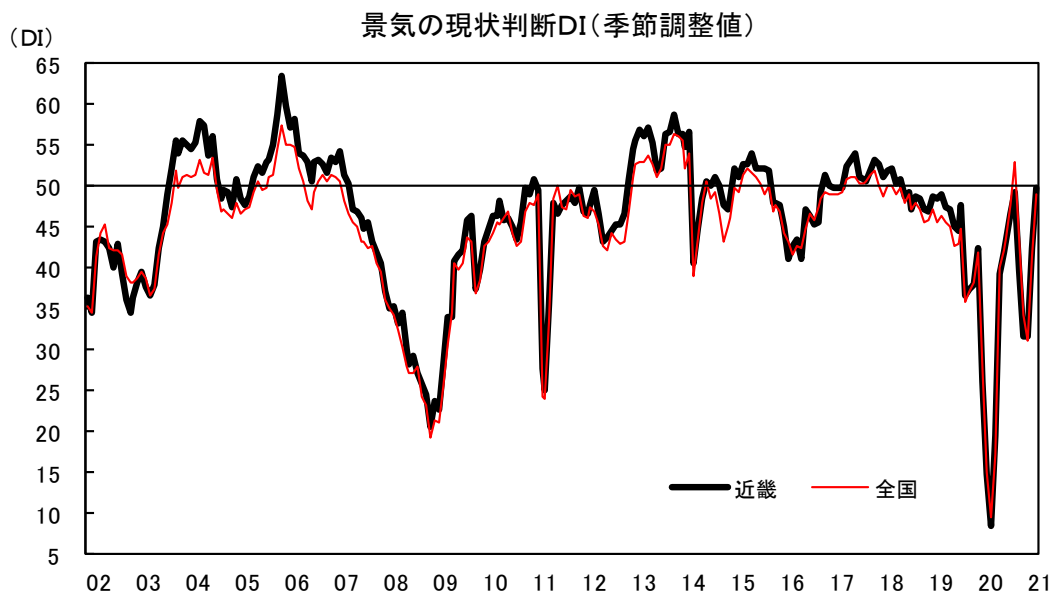
やや良くなっている	観光型ホテル（経営者）	・2月末で緊急事態宣言が解除され、3月5日から営業を再開したが、3月の販売量は例年の半分程度にとどまる見込みである。ここへきて週末は例年の8割程度に回復してきたが、平日はまだ例年の約半分である。
	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの影響で3月7日まで休業していたが、再開後は徐々に週末の稼働率が回復している。緊急事態宣言の解除後は、ターミナル駅周辺の出が増えている。
	都市型ホテル（総務担当）	・大阪府に出されていた緊急事態宣言が2月末で解除されたことに伴い、宿泊稼働率は3月に入って徐々に上昇し、2月よりも約30%高くなる見込みである。またレストランについては、営業時間の短縮が続いているが、2月の2倍近い売上となっている。宴会についても、2月に比べると2倍以上の売上で推移している。
	タクシー運転手	・緊急事態宣言が解除され、年度末の歓送迎会が増えるなど、衰えている経済の歯車を一丸となって動かそうという雰囲気がある。
	通信会社（社員）	・繁忙期であるほか、緊急事態宣言の解除もあり、来客数や販売額が伸びている。
	テーマパーク（職員）	・緊急事態宣言が解除されたことで、回復傾向にはあるものの、その日を境に劇的に何かが変わったわけではない。もう少し長いスパンでの回復が必要である。
	観光名所（企画担当）	・緊急事態宣言が解除となり、若干ではあるが来場者が増えている。
	観光名所（経理担当）	・今月は緊急事態宣言が解除されたタイミングであるため、外出の意欲が高まったと考えられる。また、月末に主要店舗をリニューアルオープンし、そのキャンペーンも行っているため、来場者が多くなっている。
変わらな	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・2月末に緊急事態宣言が解除され、明らかに来客数が戻ってきている。
	一般小売店〔時計〕 （経営者）	・緊急事態宣言が解除されて、月の初めから来客数の伸びがはっきりとみられた。客は買物をするというよりも、世間話をするために来店してきたように感じる。マスクを着けて距離を取り、人と話をする事の大切さを感じた月となり、昔の駄菓子屋のように世間話に花が咲いている。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・緊急事態宣言の解除で来客数の増加を期待していたが、大きな変化はなく、停滞したままの状態である。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・新型コロナウイルスの感染が拡大し始めてから、来客数、販売量共に大きく減少している。緊急事態宣言が解除され、少し客足が戻ると期待していたが、再び感染者が急激に増え始めている。仕方がないとはいえ、また小売店への規制が強まるかと思うとつらい。
	百貨店（商品担当）	・緊急事態宣言が解除されて、来客数は大都市の店舗を中心に大きく回復している。ただし、売上は新型コロナウイルスの影響が出ていた前年は上回るものの、2年前の水準には遠く及ばず、景気の回復には少し時間を要する。商品別には食品が比較的順調で、2年前の売上実績を上回る店舗も出てきている。
	スーパー（店長）	・緊急事態宣言が解除され、以前よりも人の動きは見られるが、2年前と比べると80%台前半の水準である。アパレルなどでは、撤退するブランドもいまだに出てきている。
	スーパー（店長）	・緊急事態宣言の解除以降は来客数が戻ってきているが、消費動向は堅実で、必要な物を吟味して購入している。食品の動きは堅調であるが、前年のまとめ買いの反動で、売上の前年比は95%前後にとどまる。食品以外ではフォーマル、学校関連が戻ってきているが、化粧品やトラベル関連は回復には程遠い。一方、富裕層の消費は活発であり、百貨店はスーパーよりも回復が著しい。
	スーパー（経理担当）	・緊急事態宣言が解除されたが、飲食店への営業時間の短縮要請は続いており、内食傾向に変化はみられない。
	コンビニ（経営者）	・飲食店やコンビニの売上、来客数に変化がみられない。緊急事態宣言は解除されたが、オフィスの人の動きが感じられない状況が、各種の数字に表れている。
	その他専門店〔食品〕 （経営者）	・外食業の客が大半であるが、今は緊急事態宣言が解除されている状態のため、前月よりも良い状況である。
	その他専門店〔医薬品〕 （経営者）	・関西は緊急事態宣言が2月末で解除されたほか、3月になって暖かい日も多く、桜の開花も早いと、時短営業や休業をしていた飲食店で動きが戻りつつある。今後は新型コロナウイルスのワクチン接種などで、感染者数は減少に向かう。生活必需品を販売している当社では、花粉症関連の動きは良いが、その他の商品には大きな変化がない。
	その他専門店〔ドラッグストア〕 （店員）	・緊急事態宣言が解除され、休日にも買物に来る人が減っている。恐らく自粛中にできなかった旅行の再開もあると考えられる。乗り物酔いなどの薬にも、動きが出始めている。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕 （経理担当）	・緊急事態宣言の解除後に人や物の移動が増えた結果が、まだ数字として出ていない。
	一般レストラン（経営者）	・緊急事態宣言の解除後、営業時間が1時間長くなると、飲食店の利用者や予約客は徐々に増えた。それに伴い、新型コロナウイルスの感染者も増えてきた。日中の時間帯、特に週末は人出が多く、感染対策をしながら外出しているせいか、物販での買物客が多い。また、オープンテラスのある飲食店での利用は多いが、それ以外では来客のばらつきが大きい。
	都市型ホテル（管理担当）	・緊急事態宣言の解除により、食堂は売上が徐々に増えてきているが、宴会、宿泊は様子見の状態が続いている。また、婚礼は前月に続き、規模の縮小が目立っている。
	旅行代理店（店長）	・緊急事態宣言の解除後も、来客数や販売額は大幅には増えていない。
	やや悪くなっている	スーパー（経営者）
コンビニ（店長）		・今月は近隣にスーパーがオープンし、来客数が減っている。それに加えて、緊急事態宣言の解除で在宅勤務が減ったため、来客数の減少につながっている可能性もある。
観光型旅館（経営者）		・緊急事態宣言が解除され、客は動き出しているが、3か月前と比べるとまだまだ悪い。

家計動向関連	なや悪く	タクシー運転手	・ふだんの動きは余り良くなく、駅の待機場所や無線の数もそれほど多くない状態が続いている。ただし、緊急事態宣言の解除後は、繁華街には多くの人出がみられたが、急な雨などを除いてタクシーの利用は少ない。
	悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	・前月末に緊急事態宣言が解除されたが、10日頃までは様子見の状態であった。その後、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えるに伴い、客足が遠のいてきている。
		一般レストラン（経営者）	・緊急事態宣言の解除後は、近隣の桜並木のお陰もあって、花見帰りの客がみられた。ただし、徐々に新型コロナウイルスの感染者数が増え、来客数が見るみる減少している。
		旅行代理店（役員）	・緊急事態宣言は解除されたが、Go To Travelキャンペーンの再開延期もあり、客は申込みを控えている。海外旅行の回復も当面は期待できず、八方ふさがりの状況である。

「ワクチン」関連のコメント(先行き判断・家計関連)

家計動向関連	やや良くなる	百貨店（マネージャー）	・当地域は、関西のなかでも新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、当面は経済活動の制限も予定されていない。ワクチンの接種や安心感の広がりから、2年前と同じレベルの強い消費意欲が戻ってくる。
		百貨店（マネージャー）	・まだまだ海外旅行に行けない富裕層による、高額品の旺盛な購買意欲に加え、新型コロナウイルスのワクチン接種による感染収束への期待から、購買意欲が高まってきている。
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスへの慣れや、ワクチンの接種などにより、1年前の最悪な状況とは違って心理的な余裕が消費を喚起しそうである。店頭販売も様々な対策の結果、緩やかに回復していくと予想される。
		百貨店（外商担当）	・夏になると、新型コロナウイルスのワクチンがある程度行き渡ると推測され、買物に対する消費者のマインドも高まっていく。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの変異種の感染拡大を防ぐために、日本人の帰国者と外国からの入国者をホテルに収容するほか、ワクチンの接種が進むことで経済が回復していく。
		高級レストラン（企画）	・Go To Travelキャンペーンの段階的な再開や、新型コロナウイルスのワクチン接種の広がりにより、消費者の動きが拡大する。
		タクシー運転手	・新年度となるほか、新型コロナウイルスのワクチン接種の増加に伴い、安心であると錯覚して外出が増え、夜の街が少し動き出す予感がある。
		観光名所（経理担当）	・暖かくなるため、新型コロナウイルスの感染力が弱くなると予想される。ワクチンについては生産国が国内分の確保を優先する動きが続いており、日本での接種は高齢者止まりとなりそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まると同時に、飲食を中心とした業種が復活すると予想されるため、全体的に明るい動きになると考えている。
	変わらない	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進まないことには、状況は何も変わらない。
		百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染者数の増減に応じて、来客数が増減を繰り返しており、大きく上向き様子はない。ワクチンの接種や抗体の獲得が進まない限り、一部の常連客の利用が中心となる状況は変わらない。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染者数がリバウンドしており、日々の感染者数の報道によって来客数も増減している。医療がひっ迫しない状態で、感染者数が横ばいとなり、ワクチンの接種開始やGo Toキャンペーンの再開といった条件がそろえば、買物需要も喚起されると予想される。
		百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種は、思うようには進んでおらず、しばらくは感染状況を確認した上で店舗を運営せざるを得ない。積極的な集客策よりも、経費削減を優先する状況が続く。
		百貨店（商品担当）	・全国的に緊急事態宣言が解除され、新型コロナウイルスのワクチン接種も4月以降、徐々に進んでいく見通しのため、消費に前向きな動きが出てきた。ただし、感染の再燃とともに、変異種の感染拡大が加わったことで、景気の復調にはしばらく時間を要するとみられる。特に、近年売上を押し上げてきたインバウンドの復調は、相当先になりそうである。
		コンビニ（経営者）	・人の動きが増えれば、また同じことの繰り返しになりそうである。早く新型コロナウイルスのワクチン接種が広がってほしい。
		家電量販店（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチンも全国民に行き渡ることはなさそうで、状況が改善するとは思えない。
		一般レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染者数の増加傾向に歯止めが掛からず、ワクチンの接種もどのように進むかがみえない。特に、大阪の感染者数の増加が顕著であり、緊急事態宣言の発出も考えられるなど、先行きが不安な状況である。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向にあり、先がみえない。ワクチンの接種効果に期待するのみである。
		住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が一段落しなければ、来客数の増加が見込めない。
悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数の増加を懸念している。特に、当市では変異種の感染が広がっていることが気懸かりである。また、ワクチンの接種についても高齢者が優先となっているが、高齢者自身の判断が付かない状況である。エッセンシャルワーカー以外は先着順で接種する形にすれば、景気の回復も早まると考えられる。	

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

	19年			20年												21年										
	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
現状判断	近畿	48.6	48.9	47.5	47.1	45.1	44.6	47.6	36.5	37.4	38.0	42.4	26.1	14.7	8.3	19.6	39.3	42.0	43.4	46.7	49.2	39.9	31.7	31.7	42.4	49.8
	(全国)	45.5	46.4	45.7	45.1	42.7	43.0	44.9	35.9	37.2	38.3	41.9	27.9	14.9	9.4	17.0	40.0	42.2	43.7	47.8	53.0	43.8	34.3	31.2	41.3	49.0
先行き判断	近畿	51.0	51.3	48.6	48.6	45.9	43.2	37.2	44.2	46.1	45.2	40.4	25.3	20.0	20.2	39.6	42.5	34.6	42.8	44.9	44.4	33.9	37.6	38.4	51.6	46.9
	(全国)	48.9	48.6	46.7	46.0	45.1	40.9	36.8	43.1	44.5	44.6	41.4	24.8	19.8	17.9	37.9	44.6	36.7	42.9	47.1	47.7	35.0	36.1	39.9	51.3	49.8

※季節調整値