

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和4年8月)

### ～現状判断はやや上昇も、感染第7波やインフレの影響で低水準～

- 景気ウォッチャー調査・8月調査の近畿地域の結果は、現状判断が42.0と前月比で3か月ぶりの上昇となった。ただし、好不調の目安となる50を2か月連続で下回っている。一方、先行き判断も48.9と3か月ぶりの上昇となった。
- 足元の景気については、新型コロナウイルスの感染第7波の影響が続いている。いわゆる行動制限は見送られたものの、都市部を中心に人流の減少につながった結果、外食をはじめとするサービス関連など、幅広い業種で客足の減少がみられる。それに対し、ホテルなどへの影響は軽微といった声もあり、感染拡大による影響は業種によってばらついている。
- 一方、かねてからの物価の上昇や、半導体不足による悪影響も続いている。生活必需品の値上げが消費者心理の低下をはじめ、節約行動の増加につながり、スーパーなどを中心に悪影響が広がっている。加えて、仕入コストの上昇分を販売価格に転嫁する動きも難航。部品の仕入れ不足等もあいまって、収益の悪化が進んでいるといった声も多い。
- 先行きについては、新型コロナの感染第7波が収束に向かい、客足も徐々に戻るとの声が、百貨店を中心に多い。その一方、円安やウクライナ危機も継続するとの見方から、物価の上昇に対する警戒は続いている。その結果、消費マインドの低下や節約志向に加え、コストの上昇による企業収益の悪化を懸念する声が幅広い業種で上がっている。
- 一方、入国規制が緩和されたインバウンドの動きについては、現状は限定的であるものの、先行きに期待する声は徐々に増えている。入国者数の上限引き上げについての話題もあり、百貨店やホテルを中心に今後への期待の声が聞かれる。

#### 「行動制限」、「外出自粛」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなっている	百貨店(マネージャー)	・新型コロナウイルスの感染は拡大傾向にあるが、行動制限がないため人流が活発になり、来客数、購買量共に前年比で2けた増となった。富裕層向けでは、特選品や海外高級既製服、時計や美術品が好調を維持している。また、国内の中間層向けの婦人服や雑貨などで、セール商材よりも秋冬を意識した定価商材が大きく伸び、売上が底上げされている。食品部門でも、価格が上昇気味の生鮮3品はやや苦戦しているが、ギフト品の解体販売といった、価格訴求型の催事は好調に推移している。
	なやましくなっている	都市型ホテル(客室担当)	・行動制限のないウィズコロナ時代に入り、特に週末の人流は増加している。Go To Travelの再開までの、県民割などの実施効果が出ている。
	変わらない	一般小売店[時計](経営者)	・月初めから中旬過ぎまでは来客数が少なく、全く売上が伸びていない。3年ぶりに行動制限のない夏となり、帰省や行楽の方に人が流れた。月後半は修理の依頼で少し売上が増えたが、全体としては厳しい状況となっている。
		スーパー(経理担当)	・久々に行動制限のない夏休みを迎え、お盆期間は外出や帰省が増えるとの予測もあったが、売上は前年並みである。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、都心の人は若干抑えられた。しばらくは同じような傾向が続くと予想される。
		その他専門店[ガソリンスタンド](経理担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響はあるが、行動制限がないお盆期間のガソリンの販売量は、堅調に推移している。公共交通機関の利用を避けて、マイカーでの移動が増えた影響も大きい。

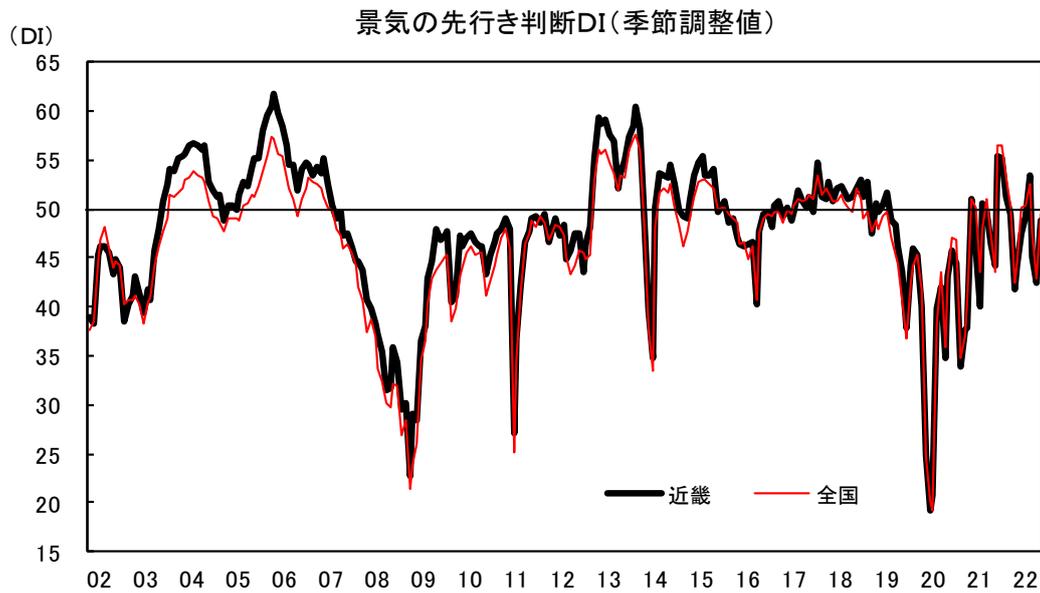
家計動向関連	変わらない	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安の傾向は止まらず、新型コロナウイルスの感染第7波も拡大している。外出の自粛要請のないなか、感染症対策に気を使いながらの買物が予想されるが、まずは飲食や旅行などの回復が先となる。
		都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波により、お盆以降は来客数が減少している。行動制限はないが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、自粛の動きが広がっている。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりするなか、高齢者による外出の自粛ムードは続いている。
	やや悪くなっている	百貨店（宣伝担当）	・7月中旬からの新型コロナウイルスの感染第7波以降、行動制限はないものの、来客数が減少している。特に、百貨店の主要客である高齢者と、平日の会社帰りの客による来店が極端に落ちた。円安や物価の上昇による影響とあいまって、客の財布のひもがますます固くなっている。
		スーパー（店長）	・行動制限はないが、コロナ禍の拡大で、高齢者を中心に自主的な行動の抑制が進んでいる。物価の上昇とのダブルパンチで、来客数や消費額が減少している。
		旅行代理店（店長）	・今年は行動規制のない夏休みとなったが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、盛り上がりは全くみられなかった。府民割や県民割も延長になったが、新規の予約は少なく、予約の増加にはつなげていない。
悪くなっている	その他専門店〔食品〕（経営者）	・7月前半までは売上が徐々に回復しつつあったが、新型コロナウイルスの新規感染者数の急増で、外出の自粛傾向が進み、前年並みの売上に再び戻ってきている。	
	一般レストラン（経営者）	・お盆にはテイクアウトの注文がよく入ったが、今年は行動制限がないため、旅行や帰省の動きが増えたようで、来客数が減少した。特に、高齢者は新型コロナウイルスへの感染を避けて、自主的に自粛を行う人が多い。	
企業動向関連	変わらない	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・コロナ禍関連の規制は解除されているが、前向きな動きができていない。
	なっている	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・7月までは、久しぶりに行動制限のない夏に向けて、堅調な販売が続いてきた。今月は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加とともに、多くの人の行動が慎重となり、小売店での販売にも影が広がっている。
	悪くなっている	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、衣料品の購買意欲も上がらず、外食も控えるような状況が続いている。それに伴って、店舗の空室率が上がり、賃料も下がるなど、景気は悪くなっている。
雇用関連	変わらない	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大は続いているが、行動制限はされていない。それに伴い、これまで影響を受けてきた業種の求人数も、新聞の求人に変化はない。一方、多くの消費者は自らの判断で行動を自粛しており、景気の盛り上がりはないものの、落ち込みもみられない。
	なっている	職業安定所（職員）	・前月は宿泊・飲食サービス業、生活関連サービス・娯楽業の求人数が大幅に増加した。3年ぶりの祭りや行動制限のない夏休みの影響で、新規求人数が増えている。ただし、前年の10月以降、新規求人数は2けた増が続いていたが、前月は1けた増にとどまり、減少している産業もある。

### 「物価やコストの上昇」関連のコメント（現状判断）

家計動向関連	良くなっている	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染は拡大傾向にあるが、行動制限がないため人流が活発になり、来客数、購買量共に前年比で2けた増となった。富裕層向けでは、特選品や海外高級既製服、時計や美術品が好調を維持している。また、国内の中間層向けの婦人服や雑貨などで、セール商材よりも秋冬を意識した定価商材が大きく伸び、売上が底上げされている。食品部門でも、価格が上昇気味の生鮮3品はやや苦戦しているが、ギフト品の解体販売といった、価格訴求型の催事は好調に推移している。
		スーパー（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、景況感は横ばいのイメージであるが、原料価格の高騰による値上げ前のまとめ買いがみられる。外食から内食へのシフトが固まりつつあるなかで、秋以降の値上げラッシュを見据えた購入の動きから、直近の販売量だけをみれば増加傾向にある。
	変わらない	都市型ホテル（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えているが、客室の稼働率は前年並みの約60%となる見込みである。販売価格は5～6月と比べて約10%上昇しており、傾向としてはやや上向いている。一方、レストランの来客数は、ほとんど変わっていない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・価格に敏感な客が多くなり、価格が上がるとなかなか売れない。
		スーパー（経営者）	・値上げの更なる拡大で、少しでも安い店で買おうとする客が増えている。新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、従業員に濃厚接触者や感染者が急増し、人繰りに支障が出ている店もある。生鮮品を中心に、人手の掛かる売場で品切れや欠品を起し、売上に響いている。
		衣料品専門店（店長）	・この2～3か月と比べて、多少は単価の高い物が売れている部分はあるが、販売量や来客数、特に新規の客数などは、いまだに下げ止まったままである。また、円安などの影響も受けて原価が高騰し、販売価格に転嫁せざるを得ない状況となっている。
変わらない	家電量販店（営業担当）	・相変わらず値上げが止まらない。	
	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの価格上昇が続いているにもかかわらず、契約率は落ちていない。	

家計動向関連	やや悪くなっている	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・商品の値上げやコロナ禍の拡大で、来客数の減少が顕著である。
		百貨店 (店長)	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまだまだ多いが、来客数自体は前年よりも上向いている。7月の3連休時と比べて、感染症対策をしていけば出掛けてもよいという、半分諦めのような雰囲気を感じる。ただし、生活必需品の相次ぐ値上げにより、買物自体は増えていない。売上が増えているのは、海外ブランドの特選洋品くらいである。
		百貨店 (販促担当)	・以前ほどの影響はないが、新型コロナウイルスの新規感染者数の爆発的な増加により、来客数は減少傾向にある。特に年代の高い層は、来店しても目的買いのみで、店の滞在時間も短い。さらに、物価上昇の影響についても、生鮮食品などでは客単価の低下がみられる。
		百貨店 (宣伝担当)	・7月中旬からの新型コロナウイルスの感染第7波以降、行動制限はないものの、来客数が減少している。特に、百貨店の主要客である高齢者と、平日の会社帰りの客による来店が極端に落ちた。円安や物価の上昇による影響とあいまって、客の財布のひもがますます固くなっている。
		スーパー (店長)	・食品を中心に値上げの影響があり、客の商品の買い方がシビアになっている。通常は広告を入れると、お買い得商品のほかに定番商品も売れるが、最近はお買い得商品だけを買う客が増えている。1人当たりの買上点数も落ちている。
		スーパー (店長)	・行動制限はないが、コロナ禍の拡大で、高齢者を中心に自主的な行動の抑制が進んでいる。物価の上昇とのダブルパンチで、来客数や消費額が減少している。
		スーパー (店員)	・猛暑や生産地での降雨により、野菜や果物価格の高騰のほか、商品の大きさや色、生育状況にも影響が出たため、販売は厳しい状況である。
		スーパー (企画担当)	・原料価格や製品価格の全体的な値上げにより、一部で販売点数の減少といった影響が出ている。原価の上昇分をそのまま転嫁することは難しく、粗利益にも影響が出ている。
		スーパー (社員)	・多くの商品が値上げとなったこともあり、客単価は堅調であるが、約8割の店舗で来客数が前年を下回っており、売上の減少が続いている。
		その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	・消費財の価格の上昇だけが目立っている。
		住宅販売会社 (経営者)	・相変わらず、住宅建材関係の値上げが続いている。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・マンション、戸建て住宅共に、分譲価格の上昇による販売の鈍化がみられる。土地の仕入価格の上昇に加え、資材価格や建築費の高騰の影響は大きく、購入マインドの低下が心配である。
		悪くなっている	百貨店 (企画担当)
その他専門店 [宝石] (経営者)	・あらゆる物価の上昇により、消費意欲が減少している。		
企業動向関連	なっやや良くなる	化学工業 (経営者)	・受注量は確実に好転しているが、販売価格の上昇が原材料の値上げに追いついていない。売上は増えても、利益は減るという状況で、現状が良いとは言いきれない。
		バルブ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	・お盆休みが明けてからは、受注量が増えていない。材料や資材の価格が再び値上げとなるため、今後は厳しくなる。
	変わらない	化学工業 (管理担当)	・4月以降、自動車の減産で電装部品関連の出荷量が落ち込んだままであり、建設資材関連の出荷量も低迷している。さらに、主原料である化学品の価格も高騰しているため、利益率が大幅に低下している。
		窯業・土石製品製造業 (管理担当)	・原材料費や燃料費などの高騰で、当社も取引先に対して製品の値上げを依頼している。その一方、取引先からも多くの値上げを要請されているのが実情である。新型コロナウイルスの新規感染者数は増えているが、政府の方針は経済を回すことが優先であり、受注が大きく落ち込むことはないため、しばらくは静観を続けたい。
		建設業 (経営者)	・建設資材価格の高騰や納期の不安定化により、設備投資の計画予算と実態の乖離が進み、新築工事の延期や凍結が増えている。改修工事については、部分的な中止や縮小などで対応し、何とか動いている。
		金融業 (営業担当)	・材料費が大幅に上昇しており、9月からの価格の見直しが必要となる。
		金融業 [投資運用業] (代表)	・コロナ禍の収束時期が見通せないほか、物価の上昇も顕著で、特にガソリンや電気、ガスの価格上昇は経済全体への打撃となる。このような状況で消費マインドが回復するはずもなく、むしろ消費の抑制や節約に向かい、とても景気が上向き状況ではない。
		経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が大きく、値上げも相次ぎ、客の事業は停滞している。良くなる要素は見当たらない。
		その他非製造業 [商社] (営業担当)	・納期遅れの問題は解消されつつあるが、原材料価格の上昇で、値上げせざるを得ない状況である。
	やや悪くなる	食料品製造業 (従業員)	・業務用の製品は上向いているが、家庭用は苦戦している。原材料や資材が値上がりするなか、業務用製品は少しずつ値上げできているが、家庭用は競争もあって苦戦している。
		建設業 (経営者)	・物価の上昇による影響が、見積価格にはっきりと表れている。
		輸送業 (経営者)	・今月に入って荷物の動きが落ち込んでいる。また、全ての経費が上昇し、普通の仕事では採算が取れない状況である。
	悪くなる	金属製品製造業 (営業担当)	・コスト上昇分の価格転嫁が進まず、急激に採算が悪化している。
電気機械器具製造業 (経営者)		・多くの資材の価格が、当たり前のように値上がりしている。この傾向が短期間で終わることを願っているが、先行きには心配している。	
その他製造業 [履物] (団体職員)		・商品の値上げ率の高さが目立つ。	

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		20年			21年								22年													
		8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
現状判断	近畿	42.6	47.4	50.7	42.6	36.0	33.2	43.7	48.5	31.4	34.7	46.2	47.5	35.3	42.7	54.1	57.3	58.7	40.3	39.3	48.4	50.6	52.1	51.0	39.2	42.0
	(全国)	44.1	47.7	52.7	44.2	35.3	31.9	41.7	48.5	39.0	37.8	46.5	48.0	34.9	42.3	55.1	56.8	57.5	37.9	37.7	47.8	50.4	54.0	52.9	43.8	45.5
先行き判断	近畿	43.2	45.7	44.4	33.8	37.6	37.8	51.0	46.0	40.0	50.5	49.7	46.3	44.3	55.4	55.1	51.3	49.4	41.9	44.2	47.5	49.2	53.4	45.0	42.4	48.9
	(全国)	42.8	47.1	46.9	34.7	36.9	40.4	51.0	50.2	43.5	48.0	51.1	47.3	43.5	56.6	56.6	53.2	50.3	42.5	44.4	50.1	50.3	52.5	47.6	42.8	49.4

※季節調整値