

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和4年9月)

～感染第7波のピークアウトで現状判断は続伸～

- 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48.2と前月比で2か月連続の上昇となった。ただし、好不調の目安となる50は3か月連続で下回っている。一方、先行き判断も49.7と2か月連続の上昇となった。
- 足元の景気については、新型コロナウイルスの感染第7波のピークアウトによる影響が広がっている。人流の鈍さは一部で残るものの、百貨店やコンビニを中心に客足の回復が進み、売上の押し上げにつながっている。ただし、感染が落ち着いた割に大きな改善につながっていないとの声も多く、依然として厳しさが残る状況に変化はない。
- 特に、折からの値上げの動きが、消費マインドの低下や買い控え、客足の減少につながっているとの声は、スーパーなどを中心に根強い。また、企業間での価格転嫁についても、スムーズに進まないとの声が多く聞かれる。
- 先行きについては、感染第7波の収束に向けた期待に加え、10月から始まる全国旅行支援や入国規制の緩和による効果に期待が集まっている。特に、全国旅行支援に関しては、ホテルや旅館、旅行代理店を中心に予約の増加につながっており、業況のさらなる改善への期待の声は多い。さらに、入国規制の緩和によるインバウンドの増加への期待も高く、ホテルや旅館はもちろん、百貨店やコンビニといった小売関連からも期待の声が上がっている。
- 一方、値上げの動きも10月以降は加速する見通しであり、各業種で警戒感が高まっている。スーパーをはじめ、住宅や家電などの分野でも、消費マインドや購買力の低下を警戒する声が聞かれる。

「物価の上昇」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)	・行動制限が緩和されるなか、来客数の増加と客単価の上昇、国内中間層の通勤や行楽用のファッション関連の買換えなどで、売上は前年比で20～30%増えた。また、特選品や時計、美術品、宝飾品の好調は、富裕層を中心に続いている。食品もレストランやベーカリーが好調となってきた。唯一、価格の上昇による影響を大きく受けている、生鮮3品と生活雑貨がやや苦戦している。
	やや良くなっている	百貨店(店長)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が予想どおりに落ち着き、郊外から都心に買物に来る動きが、店舗別の来客数にも表れている。郊外店はほぼ前年並みであるが、都心部は2けたの増加となっている。様々な商品の価格が上がり、買い控えも出るかもしれないが、外出の機会が増えることで来客数の増加につながる。
		百貨店(売場マネージャー)	・前年の緊急事態宣言による反動もあり、来客数は大きく改善した。台風以降の気温の低下もあり、秋冬商材の動きが活発化している。一方、物価の上昇は続いており、今後は中間層を中心とした消費意欲の低下がリスクとなる。
		スーパー(社員)	・食品メーカーによる値上げが続き、多くの店舗で店頭価格が上昇しているが、客の買上点数が減っているため、客単価は前年並みで推移している。また、来客数の減少により、前年よりも売上が減少している店舗が多い。
	変わらない	一般小売店[野菜](店長)	・物価の上昇に伴い、消費者が価格に敏感になっている。
スーパー(経営者)		・仕入原価の高騰や、物流費、水道・光熱費のコスト上昇で、メーカーも小売店も値上げせざるを得ない。消費者も様々な方法で出費を抑えようとしているため、低価格志向が強まりそうである。	
スーパー(経理担当)		・値上げの報道が相次ぎ、ビール類は10月1日から出荷価格が上がるが、買いだめの動きはそれほど目立たない。他の商品の価格も上がっているため、関心が分散し、ビール類の集中的な変化はみられない。	

家計動向関連	変わらない	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は落ち着きつつあるが、販売量や来客数の推移に大きな影響はみられない。10月以降の値上げを前に、駆け込み需要があると予想したが、特にまとめ買いなどでの混乱はみられない。
		コンビニ（店長）	・いろいろな物が値上がりしているが、特に客の動きに変化は感じられない。コロナ禍にも少しずつ慣れてきたように感じる。
		家電量販店（営業担当）	・商品が軒並み値上げとなり、客の購買意欲が下がっていると感じる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・コロナ禍は徐々に落ち着いてきたが、価格の上昇による買い控えなどが顕著に出てくる。
		一般レストラン（経営者）	・前月と比べて、徐々に来客数が回復傾向にある。新型コロナウイルスの新規感染者数が減れば、来客数が増えるという、反比例の関係が続いている。一方、日本全体の物価の上昇により、消費者はお金を使うところは惜しまず使うが、節約するところは節約するという傾向が感じられる。
		都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況から、外出や飲食の規制が継続している。観光支援も遅れ、他府県に比べて旅行や外食需要は厳しい状況が続いている。さらに、物価の上昇による直接的な影響で、利益が減少している。
		都市型ホテル（販促担当）	・客室部門の状況は、前月比では稼働率が0.3%上昇、客単価が241円の低下、前年比では稼働率が40.2%の上昇、客単価が1981円上昇している。料飲部門の収入も、前月比で218万4000円の増加、前年比で999万3000円増えている。10月11日からの入国規制の緩和や全国旅行支援の開始といった明るいニュースがあり、実際に引き合いが非常に増えている一方、円安や物価の上昇といった暗いニュースも見受けられる。
		旅行代理店（従業員）	・物価の上昇で、消費マインドが低下している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築の不動産市場では、価格の高騰が続いている。高額物件では堅調な動きが見られる一方、1次取得向けの動きは鈍化している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・9月中旬から来客数が減少傾向にあり、商品の値上がりの余波をもろに受けていると痛感している。
	百貨店（営業推進担当）	・10月以降の値上げによる、消費の冷え込みが懸念される。	
	百貨店（宣伝担当）	・前月までは、3年ぶりの夏の外出需要や、猛暑による季節商材の好調が続いていた。今月に入って気候が落ち着くと、10月からの値上げに備えて、無駄な買物はしないという意識が高まっている。アパレルやファッション雑貨は一部で値上げが始まっており、価格をみて購入をやめる客も多い。	
	スーパー（経営者）	・物価の上昇が相次ぎ、客の低価格志向が強まっている。一定のコアな固定客はみられるが、少しでも安い物を求めて買い回る客が増えている。そのなかで、10月からの値上げが繰り返されればビールなどは、買いだめによって久しぶりに売上が大きく上昇した。ただし、10月以降はその反動減が出てくる。	
	スーパー（店長）	・前月からの食品の動きでは、1人当たりの買上点数が減少している。広告を入れた日も目玉商品だけが売れて、定番商品の併売率が落ちている。やはりこの原因としては、値上げが大きいと考えられる。	
	スーパー（店員）	・台風の影響もあって果物や葉物野菜の価格が値上がりしたほか、お彼岸の墓花も、台風の影響で例年と比べて売行きが余り良くない。	
スーパー（企画担当）	・様々な原料や製品価格の値上がりで、買上点数に影響が出ている。衝動買いでのプラス1品の購入がなくなり、必要な物を選んで購入するスタイルに変わっている。コロナ禍での外出制限もなくなったことで、家庭内での需要も減っている。		
衣料品専門店（店員）	・物価の上昇で、商品の単価も上がっている。		
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・円安やウクライナ問題、消費財の値上げなど、どれ1つ収まる心配がない。		
住宅販売会社（経営者）	・資材価格の高騰などで、検討客に買い控えの動きが感じられるため、徐々に市場の鈍化が見込まれる。		
住宅販売会社（経営者）	・客が物価の上昇を感じ始め、住宅などの高額商品に興味をみせなくなっている。		
悪くなっている	家電量販店（企画担当）	・円安や物価の上昇、電気代やガス代の高騰に加え、10月からの様々な商品の値上げを前に、消費意欲が低下していると感じる。対策を早急に講じてほしい。	
	住関連専門店（店員）	・世間では、物価の上昇で生活が苦しくなっている。	
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円安の影響を含め、あらゆる物の価格の上昇が、全てにおいてマイナスとなっている。	
	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇に伴い、消費者の財布のひもが固くなっている。	
企業動向関連	やや良くなっている	食料品製造業（営業担当）	・飲食店への客の流れが少しずつ増えており、飲料水の売上も徐々に回復傾向にある。さらに、10月からの値上げの影響で、少し仮需要が増えている。
		化学工業（管理担当）	・車載関連の需要が回復してきたため、出荷量は増加している。ただし、化学品の原材料の値上げが大きく、販売単価に転嫁しきれないため、利益は減少している。
		輸送業（経営者）	・来月の値上げに向けて、ほとんどの販売業者が在庫用に大量の発注をしており、通常の配送量をはるかに超えている。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・円安の進行が定着し、家庭用品全般で既存品の値上げや商品の入替えが進み始めたため、利益的に改善傾向にある。販売状況は、前年が緊急事態宣言中であったこともあり、前年比では大きく改善しているが、水準は低く、小幅の改善にとどまっている。	
	変わらない	建設業（経営者）	・建設資材価格の高騰や不確定な納期が取引先に理解されにくく、なかなか資材価格の値上げを納得してもらえない。設備投資計画の凍結や延期のほか、大幅な縮小も増えている。
		金融業（営業担当）	・価格の上昇により、今後の予定が立てられない状況である。

企業動向関連	変わらない	金融業〔投資運用業〕(代表)	・長期的にみれば円安は悪くはないが、余りに急過ぎて物価の上昇に拍車がかかり、消費に悪影響が出ている。せめて日本銀行は利上げを行うべきだと感じる。
		その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・これから値上げ交渉を行うため、その影響がどう出るのかは不透明である。
	やや悪くなっている	食料品製造業(従業員)	・原材料価格、資材価格が高騰しているが、価格の安い特売品しか売れていない。
		繊維工業(総務担当)	・商品価格に原材料、加工代の上昇分を転嫁しにくい状態が続いている。出張費などの経費も上がっている一方、それを補う売上や利益の確保ができていない。売上が前年比で15%減少と厳しい。
		一般機械器具製造業(設計担当)	・物価の上昇で購買意欲が下がってきている。
		建設業(経営者)	・円安や物価の上昇に伴い、一般客の消費マインドが低下していると感じる。
		輸送業(営業担当)	・円安の影響で、海外からの入荷のコストが高くなっている。
	悪くなる	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症の影響や物価の上昇、ウクライナ危機、エネルギー価格の高騰など、良い材料がない。
		その他非製造業〔電気業〕(営業担当)	・物価の上昇により、経済がかなり圧迫されている。

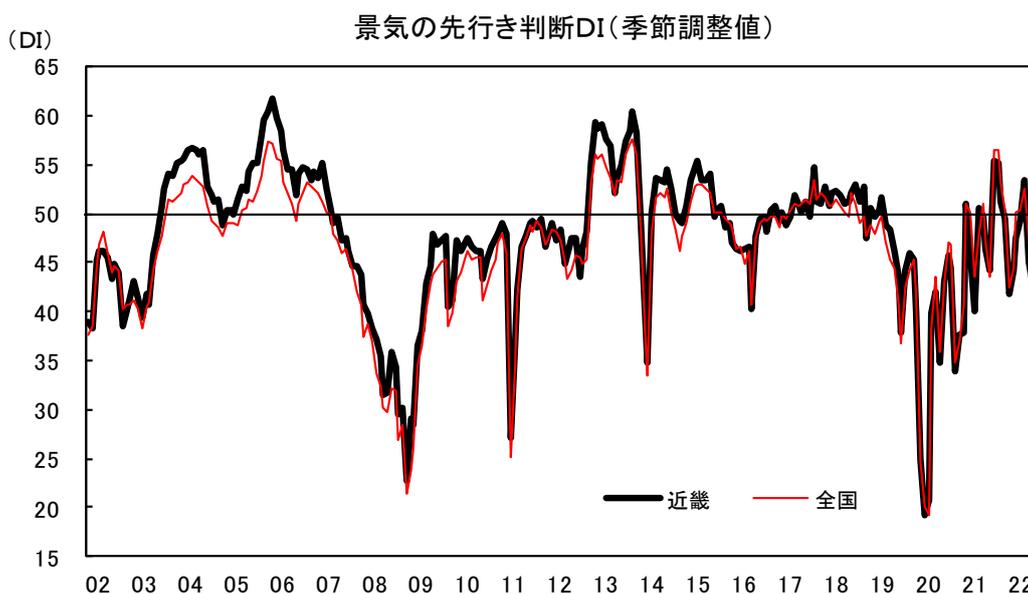
「全国旅行支援」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	良くなる	高級レストラン(企画)	・全国旅行支援の開始や、インバウンドに対する水際対策の大幅な緩和により、国内外の旅行者の増加が見込まれる。	
		都市型ホテル(管理担当)	・全国旅行支援のほか、入国規制の緩和でインバウンド需要の増加が見込まれるため、売上の増加が期待できる。	
		都市型ホテル(販促担当)	・10月11日からの入国規制の緩和や全国旅行支援の開始で、予約の増加が見込まれる。	
		都市型ホテル(フロント)	・入国規制が緩和され、既にインバウンドも回復傾向にある。今後は更に全国旅行支援が開始となり、追い風になることが予想される。	
		旅行代理店(役員)	・全国旅行支援の開始が10月11日と発表された瞬間から、客が店に殺到している。	
	やや良くなる	一般小売店〔野菜〕(店長)	・全国旅行支援もスタートし、このままコロナ禍が落ち着いていけば、景気は少しずつ回復する。	
		百貨店(マネージャー)	・10月11日からスタートする全国旅行支援により、観光需要が更に力強さを増す。	
		一般レストラン(経営者)	・海外から日本への入国制限が徐々に緩和され、インバウンドの需要が増えることで、消費は増加すると予想される。また、全国旅行支援のキャンペーンにより、旅行者の消費の増加は加速する。ただし、物価の上昇による仕入れの圧迫や、飲食店の従業員不足	
		一般レストラン(企画)	・Go To Travelが全国旅行支援となり、海外旅行での水際対策も見直される。今後は人の動きが活発化し、景気は良い方向に向かうが、円安やウクライナ危機によるエネルギー価格の高騰は収まるとは思えないため、引き続き経営環境は厳しい。	
		観光型ホテル(経営者)	・10月11日から全国旅行支援が始まるため、来客数の増加に期待している。ただし、10月1日から10日までの支援策がまだ正式発表されていないため、その間の予約は非常に少ない。	
		観光型旅館(経営者)	・全国旅行支援の情報が流れ、待ちの状態ではあるが、3か月後は需要が見込めそうである。	
		観光型旅館(団体役員)	・10月から開始される全国旅行支援への期待感が大きい。	
		都市型ホテル(スタッフ)	・一時的には、人数を減らしての宴席やレストランでの会合が増えそうだが、年末以降は新型コロナウイルスの感染第8波の発生が懸念される。全国旅行支援については、若干ながら期待が持てる。	
		都市型ホテル(客室担当)	・県民割の効果や、全国旅行支援による観光需要の拡大が期待される。ワクチン接種が進むなど、ウィズコロナの時代への変化も進んでいる。	
		都市型ホテル(管理担当)	・入国者数の上限廃止に伴うインバウンドの増加や、全国旅行支援の効果に期待したい。	
		旅行代理店(店長)	・全国旅行支援が発表になり、来店や電話による問合せが多いため、一時的に受注が伸びる。また、水際対策の緩和に伴い、インバウンドも増える。	
		旅行代理店(従業員)	・全国旅行支援が開始されるため良くなる。	
		旅行代理店(支店長)	・10月11日から全国旅行支援が始まれば、これまでのリベンジも含めて、客の旅行マインドは高まる。新型コロナウイルスの感染対策を講じながら、ウィズコロナでの新たな交流のスタイルが生まれると感じる。	
		変わらない	スーパー(経理担当)	・全国旅行支援が始まり、日常生活への新型コロナウイルス感染症の影響も薄まるなか、消費者の興味は商品の値上げに完全に移っていく。インターネットでのまとめ買いや外食の節約など、業態の枠を超えた競争が激化し、生き残りを掛けた戦いとなる。
			観光名所(企画担当)	・10月の全国旅行支援に期待しているが、それほど大きな回復にはつながらない。
		悪くなる	衣料品専門店(経営者)	・10月からの生活必需品の値上げラッシュにより、全国旅行支援などの景気刺激策も有効に機能しない。新型コロナウイルス感染症の発生前の動きには戻らず、洋服の需要の減少傾向にも変化はない。
			その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・値上げによる消費マインドの低下は、今後ますます厳しくなる。一方、10月から始まる全国旅行支援や入国規制の緩和により、冷え込んだ消費も多少は回復に向かう。
	企業関連	変わらない		

「インバウンド」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	良くなる	百貨店（服飾品担当）	・クリスマスや年末年始に向けて、新型コロナウイルスの脅威は更に少なくなり、買い控えが続いていた市場はかなり戻る。外国人客の訪日にも期待できることから、売上は増加が予想される。さらに、冬物市場もロングブーツやショートブーツなどの圧底商材がヒットするほか、防寒マーケットも活発化することが予想される。
		高級レストラン（企画）	・全国旅行支援の開始や、インバウンドに対する水際対策の大幅な緩和により、国内外の旅行者の増加が見込まれる。
		都市型ホテル（管理担当）	・全国旅行支援のほか、入国規制の緩和でインバウンド需要の増加が見込まれるため、売上の増加が期待できる。
		都市型ホテル（販促担当）	・10月11日からの入国規制の緩和や全国旅行支援の開始で、予約の増加が見込まれる。
		都市型ホテル（フロント）	・入国規制が緩和され、既にインバウンドも回復傾向にある。今後は更に全国旅行支援が開始となり、追い風になることが予想される。
	やや良くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・コロナ禍に伴う移動制限が緩和され、国内及び海外からの旅行者の増加が見込まれる。
		百貨店（企画担当）	・海外からの観光客の増加や、新型コロナウイルスの感染状況の収束による好影響が出る。
		百貨店（売場マネージャー）	・前年の後半も新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、来客数が12月後半まで回復傾向となった。今年も同じ動きとなれば、景気の回復が予想される。今後は物産展などの集客イベントを強化し、客の呼び込みやインバウンド効果などに期待したい。
		百貨店（販売推進担当）	・円安がそのまま続き、海外旅行者が増えれば、インバウンド売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を大幅に上回る可能性がある。
		百貨店（店長）	・年明け頃に、また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えることも予想されるが、もう慣れてきたため、以前のような外出意欲の低下はない。来客数が確保できれば、今後は売上の回復が見込まれる。さらに、インバウンドの入国規制の緩和が、都心店舗の活性化につながることは間違いない。
		百貨店（外商担当）	・海外からの旅行者の入国規制が緩和されることが決まり、新型コロナウイルス感染症の発生前ほどではないものの、インバウンド売上が見込めるため、売上の拡大につながる。
		百貨店（マネージャー）	・入国制限の緩和による、インバウンド需要の増加がプラスになると予想される。国内消費は物価上昇の影響を受けるものの、購入する価値や場面、分野などに意味を見いだした消費が伸びると予想される。
		コンビニ（経営者）	・一定数の在宅勤務はこれからも続くものの、出勤者数も以前の9割程度には戻りそうである。さらに、外国人の入国制限の廃止に伴い、インバウンド需要の増加にもかなり期待できる。
		コンビニ（経営者）	・インバウンドの水際対策が緩和され、9月には1日当たりの入国者数の上限が2万人から5万人に引き上げられた。全国では月に40～45万人程度訪れることが予想されるため、売上は10～15%増える見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・海外から日本への入国制限が徐々に緩和され、インバウンドの需要が増えることで、消費は増加すると予想される。また、全国旅行支援のキャンペーンにより、旅行者の消費の増加は加速する。ただし、物価の上昇による仕入れの圧迫や、飲食店の従業員不足、広告費などの増加で、利益を出すまでには時間が掛かる。
		都市型ホテル（総務担当）	・海外からの入国制限も撤廃され、宿泊需要は高まるものの、新型コロナウイルス感染症の発生前にホテルを増室した影響で、売上の回復はなかなか進まない。
		都市型ホテル（管理担当）	・入国者数の上限廃止に伴うインバウンドの増加や、全国旅行支援の効果に期待したい。
		旅行代理店（店長）	・全国旅行支援が発表になり、来店や電話による問合せが多いため、一時的に受注が伸びる。また、水際対策の緩和に伴い、インバウンドも増える。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・入国制限の緩和に伴い、インバウンドの来客増加に期待したい。
		変わらない	百貨店（売場主任）
百貨店（宣伝担当）	・歴史的な円安といった消費者心理への不安要素が多く、大幅な賃金上昇も期待できないなか、売上も厳しい状況が続くと予想している。一部ではインバウンド需要の回復に期待しているが、以前の売上に戻るための起爆剤にはならない。		
コンビニ（店員）	・近隣のホテルや飲食店にもにぎわいが戻りつつあり、しばらくはこのまま順調に進んでいくと予想される。客層の動きでは、若い外国人の来店が増えていると感じる。		
企業関連	良くなる	広告代理店（営業担当）	・インバウンド等の活性化策が増えれば、観光関係の広告も増えると予想されるが、現時点では不透明である。
	変わらない	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・値上げによる消費マインドの低下は、今後ますます厳しくなる。一方、10月から始まる全国旅行支援や入国規制の緩和により、冷え込んだ消費も多少は回復に向かう。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		20年			21年								22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	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	48.2
	(全国)	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	48.4
先行き判断	近畿	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	49.7
	(全国)	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	49.2

※季節調整値