

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和4年10月)

～全国旅行支援などの開始で、現状判断は小幅の上昇～

- 景気ウォッチャー調査・10月調査の近畿地域の結果は、現状判断が48.9と前月比で3か月連続の上昇(+0.7ポイント)となった。ただし、好不調の目安となる50は4か月連続で下回っている。一方、先行き判断は44.7と3か月ぶりの低下(-5.0ポイント)となった。
- 足元の景気については、全国旅行支援や入国規制の緩和の影響で、関連業界では需要の増加につながった。特に、旅行支援ではホテルや旅館、旅行代理店への追い風となったほか、入国規制の緩和ではインバウンドの増加につながったことで、百貨店での客足の増加が目立つ。
- 一方、物価やコストの上昇による悪影響が続いており、急激な円安もあいまって、様々な業種から厳しい声が上がっている。スーパーや家電量販店、百貨店といった小売関連からは、消費マインドの低下や節約志向の強化が進んでいるとの声が聞かれるほか、製造業や建設業といった企業取引関連からも、価格転嫁の遅れなどが指摘されている。
- 先行きについては、全国旅行支援が12月下旬まで続くほか、インバウンドの増加予想もあいまって、ホテルや旅館、百貨店といった関連業界からは期待の声が多い。ただし、全国旅行支援の期限が切れた後の反動について、悪影響を不安視する声も聞かれる。
- 一方、先行き判断DIの大幅な低下が示すように、今後に対しては不安材料も多い。特に物価の上昇に対する警戒は強く、小売関連を中心に不安の声が上がっているほか、企業関連からは価格転嫁が難しくなるとの声が多い。円安トレンドの継続に対する懸念も含め、コストの上昇、価格の上昇に対する不安の声は、業種を問わず、多く聞かれる状況である。

「全国旅行支援」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなっている	一般小売店〔野菜〕(店長)	・コロナ禍が落ち着いてきて、飲食店などの来客数も増えている。取引先のゴルフ場なども注文が入るようになり、このまま全国旅行支援などで人が動き出せば、景気は良くなる。
		観光型ホテル(経営者)	・秋のシーズンを迎えて、新型コロナウイルスの新規感染者数はしばらく落ち着いている。10月11日からは全国旅行支援も始まったため、一気に予約の問合せが増え、来客数も増加した。ただし、長引くコロナ禍の影響で受け入れ態勢が十分ではないため、予約の制限をしなければ回らない状況である。
		都市型ホテル(販促担当)	・全国旅行支援や訪日旅行の制限緩和に伴い、近隣の繁華街でも、以前のように外国人を見掛けるようになった。会食や宴会でも座席数を増やしており、予約受注数も増加傾向にある。客室部門の収入は前月比で108%、前年比で154%と増え、料飲部門の収入も前月比で116%、前年比で129%と増えている。ただし、サービス人員の不足が課題となっている。
やや良くなっている	スーパー(店長)	・行動制限がないほか、全国旅行支援の効果もあり、人の動きが活発になっている。特に、旅行用の商品や外出着などが好調に動いている。	
	一般レストラン(経営者)	・全国旅行支援やインバウンドの入国が本格的に始まり、交通機関や宿泊施設の利用が活発化するなど、観光客は目に見えて増加している。その恩恵を少なからず受けているが、肝腎な客の利用には非常に波があるため、安定して景気が回復しているとはいえない。	

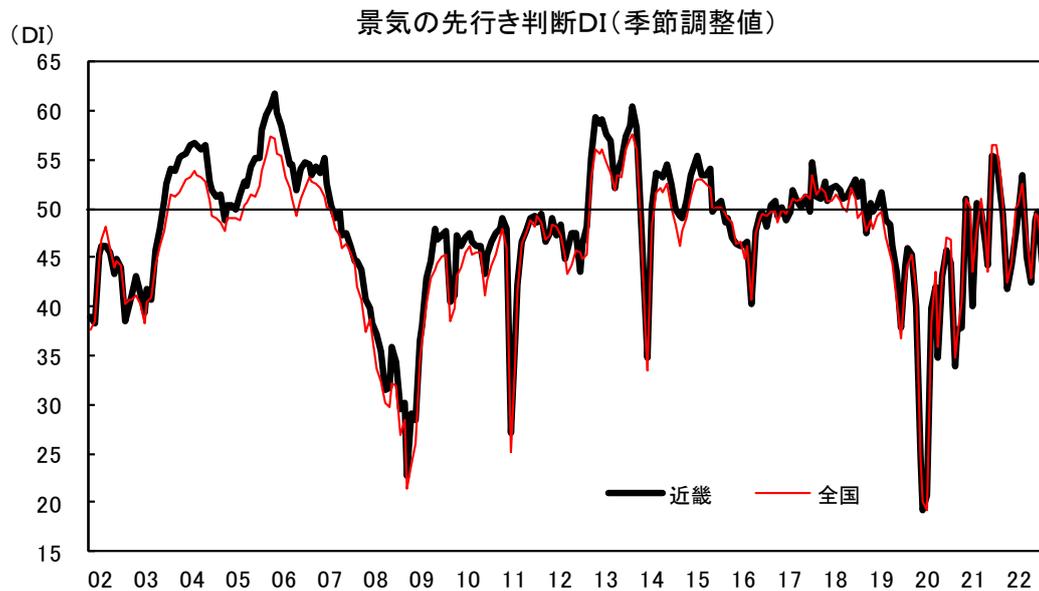
家計動向関連	やや良くなっている	観光型ホテル（客室担当）	・来客数をみれば明らかに上向き傾向であるが、全国旅行支援による影響が大きく、景気の判断材料とするには疑問が残る。
		観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援が始まり、今月は動きが良かった。ただし、事務処理が複雑であるほか、サーバーがダウンするなど、現場の負担は大変である。
		観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援が始まり、客が動き出している。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・ここ数か月は徐々に上向いている。今月は全国旅行支援の効果で宿泊者数が更に増えており、稼働率も78.0%と前月比で6.7ポイント上昇する見込みである。全国旅行支援を利用してない客も多く、平日の稼働率も76.0%に順調に上がっているため、出張が増えていると感じる。
		都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援の効果や、当地域が秋の観光シーズンに入った相乗効果により、予約数が増えている。
		都市型ホテル（総務担当）	・全国旅行支援のスタートで宿泊の予約が増えているが、食事を伴う宴会や、レストランの夕食での利用は伸び悩んでいる。
		都市型ホテル（管理担当）	・秋の紅葉シーズンとなったほか、全国旅行支援の効果により、稼働率、単価共に改善傾向である。
		旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の開始で販売量が増加している。
		旅行代理店（役員）	・ワクチン接種の加速や、全国旅行支援のスタートにより、ほぼ2年半ぶりの活況となっている。海外旅行の動きはまだまだであるが、国内旅行は新型コロナウイルス感染症発生前の水準となっている。
		その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・10月上旬から中旬にかけて、来客数や業績は好調に推移している。コロナ禍が落ち着いたほか、気温の低下、全国旅行支援などの効果で婦人服が伸びている。ただし、中旬以降は動きがやや悪化している。
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波が収束したほか、全国旅行支援が始まり、水際対策も緩和されたことから、観光客などの団体客、インバウンド客が増加傾向にある。		
変わらない	変わらない	旅行代理店（店長）	・全国旅行支援が始まり、来客数や受電数は大幅に増えた。ただし、既存客の対応に追われて新規受注ができる状況ではなく、大幅な販売拡大には至っていない。
		旅行代理店（支店長）	・全国旅行支援や入国規制の緩和も始まり、旅行マインドは上向いているが、円安の影響で海外旅行の需要は低いままである。客からも、今は海外旅行には行けないといった声や、コーヒー1杯が1000円は高過ぎるといった声がある。これだけ円安のニュースが流れるなかで、海外旅行をちゅうちよする様子がみられる。国内の全国旅行支援の動きと相殺され、全体としては変わらない。
なっている	やや悪くなる	その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・新築の不動産は、原価の更なる上昇による価格の高騰に加え、全国旅行支援などによる影響もあり、購入検討層による見学が減り始めている。反響数、来客数共に減少傾向がみられる。

「インバウンドの増加」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（企画担当）	・10月11日からの入国規制の緩和以降、香港や台湾からの客が増えている。中国本土からの客の動きに変化はない。円安の影響もあり、免税売上が増えている一方、外商を除く国内売上については、前年と比べて余りプラスが出ていない。
		百貨店（外商担当）	・店舗への来客数の増加だけでなく、店舗周辺の商店街の人出も明らかに増加傾向にある。さらに、前週末からはインバウンド客が目に見えて増えている。
		百貨店（服飾品担当）	・10月に入り、入国規制の緩和で外国人客の来店が増えたほか、国内客の来店も増え、来客数は前年比で20%以上伸びる形となった。今月もまたラグジュアリー商材が売上を大きく伸ばすとともに、中間層をターゲットにした婦人衣料や雑貨も、コート類やブーツなどの防寒商材を中心に好調となった。また、徐々にメイク商材が回復している化粧品に関しても、売上は2けたの増加となったほか、フード関連も同様の伸びをみせている。
		都市型ホテル（販促担当）	・全国旅行支援や訪日旅行の制限緩和に伴い、近隣の繁華街でも、以前のように外国人を見掛けるようになった。会食や宴会でも座席数を増やしており、予約受注数も増加傾向にある。客室部門の収入は前月比で108%、前年比で154%と増え、料飲部門の収入も前月比で116%、前年比で129%と増えている。ただし、サービス人員の不足が課題となっている。
		百貨店（売場主任）	・規模は小さいが、海外からの旅行者の来店がみられ、免税対象の売上が増えている。また、それ以上に近隣県からの国内客が増加している。
良くなっている	良くなっている	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍の影響が緩和され、来客数が増加している。さらに、旅行者の動きが活発になっており、国内客の往來の増加に加えて、一部でインバウンドの増加もみられる。特に、インバウンドは購買意欲が旺盛で、重衣料を中心とした高額品の動きが目立つ。
		百貨店（マネージャー）	・物産展などの大型催事が堅調に推移しているほか、入国制限の緩和によるインバウンド需要の復活など、消費に対する力強さが戻ってきたと感じる。

家計動向関連	良くなっている	百貨店（外商担当）	・海外からの旅行者に対する規制の緩和により、インバウンド売上が徐々に回復してきている。また、富裕客による高額品の購買意欲は全く衰えておらず、高級時計や海外ブランド品の売上は好調である。
		コンビニ（店員）	・行動制限がなくなったほか、海外からも多くの旅行者が来日している。当店の立地は繁華街に近いので、人が以前とは比較にならないほど増えている。近隣のホテルには観光バスが止まり、多くのツアー客が乗り降りしている。当店はホテルからも近いので、すぐに食べられる商品や飲料水などを求めた来店が多い。
		一般レストラン（経営者）	・全国旅行支援やインバウンドの入国が本格的に始まり、交通機関や宿泊施設の利用が活発化するなど、観光客は目に見えて増加している。その恩恵を少なからず受けているが、肝腎な客の利用には非常に波があるため、安定して景気が回復しているとはいえない。
		観光名所（企画担当）	・10月に入り、イベント割が開始したほか、入国規制の緩和などで来場者数が戻りつつある。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波が収束したほか、全国旅行支援が始まり、水際対策も緩和されたことから、観光客などの団体客、インバウンド客が増加傾向にある。
変わらない		一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・売上はほぼ横ばいである。今月は商品の値上げで客の買い控えが増え、客足も鈍い。その一方、中旬からはインバウンド客が戻ってきたため、プラスマイナスゼロという状況である。
		百貨店（売場主任）	・今月はバーゲンセールや優待販売が好調であるほか、インバウンドの売上も増えており、売上目標を上回る見込みである。ただし、中間層の客による商品の購入姿勢には、以前よりも慎重さがみられる。特に、不要不急の商品の買い控えが顕著になってきている。
企業関連	やや良くなっている	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・10月11日からの水際対策の緩和を境に、外国人旅行者が急増している。爆買いの動きこそないが、低額品の土産を複数購入している。特に、日本製ならではの品質の高さを求める客が目立つ。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		20年					21年					22年														
		10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
現 状 判 断	近畿	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	48.9
	(全国)	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	49.9
先 行 き 判 断	近畿	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	44.7
	(全国)	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	46.4

※季節調整値