

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和5年5月)

～新型コロナの5類引下げも、インフレの影響等で現状判断は低下～

- 景気ウォッチャー調査・5月調査の近畿地域の結果は、現状判断が55.5と前月比で6か月ぶりの低下(-0.9ポイント)となった。ただし、好不調の目安となる50は5か月連続で上回っている。一方、先行き判断も55.2と2か月連続の低下(-1.2ポイント)となった。
- 足元の景気については、インバウンドの増加を背景に、百貨店やホテル、レジャー施設等で好調な動きが続いている。中国本土からの観光客はまだ限定的ながら、その他の地域が伸び、全体を押し上げる形となっている。旅行関連では、全国旅行支援のプラス効果が徐々に縮小する中、国内客に代わって、インバウンドの増加が全体を牽引する傾向が顕著である。
- 一方、物価やコストの上昇は続いており、多くの業種で悪影響が顕在化している。スーパーや衣料品といった小売関連を中心に、消費マインドの低下や節約志向の強化が続いているほか、製造業や建設業といった企業取引関連からも、価格転嫁の遅れによる経営環境の悪化を懸念する声が多い。結果として、今月は新型コロナの5類引下げによる効果が期待されつつも、蓋を開ければ、物価やコストの上昇による悪影響が目立つ形となった。
- 先行きについては、インバウンドの増加に対する期待が、百貨店やホテル、レジャー施設、観光名所などを中心に引き続き大きい。特に多く聞かれるのが、中国からの観光客の増加を期待する声である。さらに、国内客の動きについても、コロナ禍の収束で人流の増加に期待する声に加え、足元の株高による効果に期待する声も上がっている。
- 一方、足元でコストの上昇が続くなか、物価の上昇に対する警戒感は根強い。スーパーや衣料品での節約志向に対する懸念が広がっているほか、ホテルや旅館からも、コストの上昇に価格転嫁が追いつかないといった声が続いている。価格転嫁については、企業関連でも厳しい声が多く、幅広い業種で収益悪化への懸念が高まっている。円安水準の調整がなかなか進まない点も、先行きへの不安に拍車をかけており、コストや諸物価の上昇に対する不安は、業種を問わず広がっている。

「新型コロナの5類移行」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(売場マネージャー)	・ゴールデンウィークは外出が増え、旅行などへの出費が増えたことで、店頭の販売は苦戦している。ただし、新型コロナウイルスが5類感染症に移行してからは、その影響で消費が活性化し、景気回復の兆しが出てきている。
		都市型ホテル(管理担当)	・インバウンドが増えたことで増収となっているほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、来客数が伸びている。
	なっていない	百貨店(商品担当)	・今年のゴールデンウィークは来客数が多い。5月8日に新型コロナウイルスが5類感染症に移行した後は、化粧品を中心に売上が伸びている。
		スーパー(企画担当)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、外食への需要のシフトが予想されたが、行楽やバーベキュー、家庭での内食需要もあいまって、売上は増加傾向となっている。特に、総菜やペーパーの売上は堅調に推移している。

家計動向関連	やや良くなっている	タクシー運転手	・今月は新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、外出の気分が高まり、天候にも恵まれたことで、駅や街中の人の動きが増えている。	
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・順調にイベントが開催され、それに伴う物販の動きも活況である。新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、各種の規制がなくなったことで、外出の増加や施設周辺でのイベントの開催、外国人の増加などによるにぎわいがみられる。	
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・5月8日の新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、以前の日常に戻りつつある一方、原材料やエネルギー価格の上昇による買い控えの動きも見られる。両者がきつ抗するなか、各施設での買上率の低下がみられる。	
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、国内の観光客やインバウンドが引き続き増加傾向にある。ただし、ゴールデンウィークは遠方に旅行する人が増えたことで、遠方への旅行が避けられていた前年と比べて、来客数は減っている。	
	変わらない	百貨店 (店長)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、消費行動がもう少し活性化すると期待したが、期待外れに終わった。ゴールデンウィークも人の移動はみられたが、物の購入にはお金を使わず、百貨店にも来店しない。物価の上昇もあって我慢しているのか、売上がコロナ禍の期間中と比べても変わらない。売れるのは特選洋品といわれるブランド品だけで、売上が良いのは都心店のみという状況である。	
		百貨店 (営業推進担当)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、富裕層の外出関連の消費が増えた。それに伴い、これまで好調であった特選ラグジュアリーブランドの売行きは、相次ぐ値上げもあって伸びが鈍化している。	
		コンビニ (店長)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、客の動きが良くなっている。特に、外国からの観光客が増えている。	
		その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・物価の上昇や、新型コロナウイルスの5類感染症への移行の影響か、制服類だけでなく、マスク等の売上也減少している。	
		旅行代理店 (店長)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したが、予想したほど来客数は増えていない。夏休みの高額商品の受注もまだ少なく、販売単価が低い。	
	なっている	やや悪くなる	百貨店 (マネージャー)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、行動制限のないゴールデンウィークとなり、国内客は一時増加したものの、ゴールデンウィーク明けからは伸び悩んでいる。その一方、インバウンドは継続的に増加しており、国内客の伸び悩みによる悪化を補っている。
雇用関連	なっている	やや良くなる	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから、インバウンドもどんどん戻っており、観光や飲食業に活気が出てきている。ウクライナ危機による物価の上昇や円安の進行といった不安要素は残るものの、以前と比べると景気は良くなっている。
	変わらない	ない	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、観光関係では動きが見られるが、製造業は半導体不足や物価、エネルギー価格の上昇などで、全体的には落ち込んでいる。

「コスト、物価の上昇」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 [野菜] (店長)	・コロナ禍の影響が落ち着き、全体的に良くなっている。物価の上昇が止まれば、更に良くなる。
		スーパー (店員)	・ゴールデンウィークもあって、家族連れのお客が非常に多く、バーベキュー食材を買い求める人などでにぎわった。平日も値上げが進んでいるとはいえ、果物などもそれなりに売れている。
		スーパー (社員)	・前年の後半以降、商品価格の上昇を客が受入れつつある。客の来店頻度や1回当たりの買上数量は、多くの店舗で減少がみられるが、商品単価の上昇で前年よりも売上の増えた店舗が多い。
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・5月8日の新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、以前の日常に戻りつつある一方、原材料やエネルギー価格の上昇による買い控えの動きも見られる。両者がきつ抗するなか、各施設での買上率の低下がみられる。
		その他レジャー施設 [スポーツ施設] (業務担当)	・公共のスポーツ施設や公園の指定管理施設を運営、管理しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の利用数には戻っていないものの、徐々に回復している。ただし、昨今の経費の上昇により、トータルとしては回復傾向とはいえない。
	変わらない	一般小売店 [自転車] (店長)	・全ての商品が値上がりしており、自転車にお金を掛けてもらえないため、新車が売れない。
		百貨店 (店長)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、消費行動がもう少し活性化すると期待したが、期待外れに終わった。ゴールデンウィークも人の移動はみられたが、物の購入にはお金を使わず、百貨店にも来店しない。物価の上昇もあって我慢しているのか、売上がコロナ禍の期間中と比べても変わらない。売れるのは特選洋品といわれるブランド品だけで、売上が良いのは都心店のみという状況である。
		百貨店 (営業推進担当)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、富裕層の外出関連の消費が増えた。それに伴い、これまで好調であった特選ラグジュアリーブランドの売行きは、相次ぐ値上げもあって伸びが鈍化している。
		百貨店 (販促担当)	・今月は変化が少なく、安定的に前年を上回る推移となった。外出関連の商材の動きが良い一方、イエナカやインテリア関連がやや苦戦しているが、客単価に大きな変化はなく、食品売場での値上げに対する客の反応も限定的である。

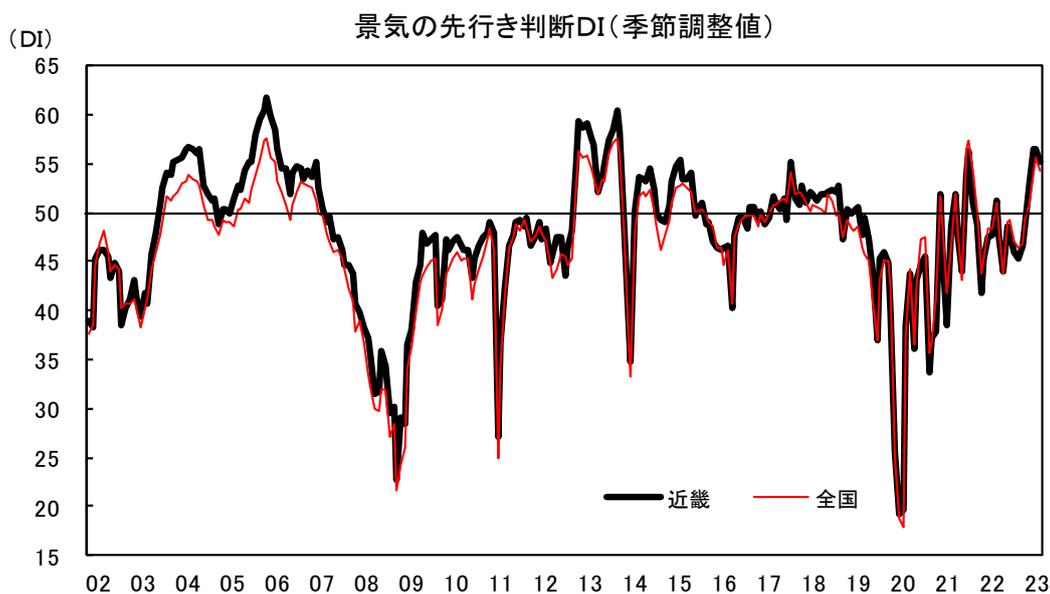
家計動向関連	変わらない	スーパー（店長）	・客単価が上がっているが、商品価格の上昇が要因である。	
		スーパー（企画担当）	・来客数は前年比でほぼ横ばいであり、売上は2%増えているが、食料品の値上げによるものであり、景気が上向いているとは判断できない。	
		スーパー（経理担当）	・プライベートブランド商品の販売が増えるなど、物価の上昇に対する生活防衛意識は強まる一方である。一方、品質の良い商品も根強い人気があるが、うまくバランスを取らなければ、支持を失う可能性も高まっている。	
		コンビニ（店員）	・物価の上昇が続き、客は節約モードであるが、売上に大きな変化はない。	
		家電量販店（店員）	・前月と同様に、来客数に変化はない。季節商材もそろそろ動き出す時期であるが、まだ動きが見られない。6月も物価の上昇やエネルギー価格の上昇のニュースがあるなか、少し様子をみているのか、よく分からない状況である。	
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・物価の上昇が止まらない。株価の上昇は良い傾向であるが、物価の上昇が止まらなければ、客の購買意欲は高まらない。	
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・物価の上昇や、新型コロナウイルスの5類感染症への移行の影響か、制服類だけでなく、マスク等の売上も減少している。	
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・人の流れは通常の動きとなっているが、値上げが売上の歯止めとなっている。	
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークを終え、夏休みの旅行申込みがピークを迎える時期となるが、まだ先行受注は多くない。物価の上昇による可処分所得の減少や、旅行価格の上昇が原因であり、まだ解決が見込めない。	
		住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの価格は、都心のタワー物件を中心に高騰しているが、販売は停滞することなく、順調に進んでいる。	
悪くなっている	悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇による影響が深刻である。	
		食料品製造業（従業員）	・原材料関係の値上がりは止まることはないが、製品価格の値上げも徐々に浸透し、赤字から脱却できた。以前のようにはいかないが、製造量も増え、状況は良くなっている。	
企業動向関連	やや良くなっている	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・コロナ禍が収束に向かいつつあり、インバウンド効果も戻りつつあるなど、受注量が回復している。製品の値上げも順調に進んでいることから、3か月前と比べるとやや良くなっている。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・コロナ禍の影響も収束に向かい、値上げ問題も落ち着いてきたため、販売に力を入れ始めている。	
		一般機械器具製造業（設計担当）	・コスト面では厳しい状況が続いているが、全体としては落ち着きつつある。	
	変わらない	変わらない	建設業（経営者）	・少し上向き始めたが、建設資材価格や労務費の上昇のほか、建設資材の納期の不安定な状況が続いている。取引先にも、設備投資の予算や工期に対する柔軟な姿勢を求めたい。
			金融業（営業担当）	・仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できず、改善の兆しがみえない零細企業が多いため、景気の回復には時間が掛かる。
	なっている	やや悪くなる	建設業（経営者）	・物価の上昇や、それに関する報道の影響で、消費者が何事にも慎重になり、財布のひもが固い。
			輸送業（経営者）	・前月よりも荷動きが非常に悪くなっている。値上げ前の駆け込み需要の反動もあるが、景気が全般的に悪い。
	悪くなっている	悪くなっている	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・食料品など、全ての物価が上昇している。

「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（サービス担当）	・今後も外国人観光客の増加に変化はなく、好調が続くと予想される。来店促進策として、イベントや催事の開催、新ショップの導入などを進めることで、売上の確保が期待できる。
		百貨店（マネージャー）	・国内市場は価格の上昇傾向が続くなか、人流は更に拡大すると予想される。そのなかで、優先順位を決めた選択消費の傾向が顕著となる。さらに、インバウンド需要が大都市から地方都市にも広がる。
		百貨店（売場マネージャー）	・社会活動が通常の状態に戻りつつあり、インバウンド消費も回復している。中国からの訪日客の動きが戻れば、景気は活性化すると予想される。
		高級レストラン（企画）	・宿泊、レストラン、宴会の全てで、2019年の水準に戻りつつある。今後のインバウンドの増加や飲食需要の増加により、引き続き業績の回復が見込まれる。
		都市型ホテル（管理担当）	・今後もインバウンド需要が見込まれる。
		観光名所（企画担当）	・前月と同様に、来場者数の回復が進んでいる。コロナ禍による悪化の反動かもしれないが、前月、今月は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を少し上回っている。さらに、海外からの観光客が増えれば、先行きは現状よりも良くなる。

家計動向関連	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・中国の観光客に係る規制が解除され、団体客の来訪が始まれば、状況は良くなる。
		百貨店 (売場主任)	・今後も大きくは変わらない。ただし、企業業績の改善や株価の上昇など、好転する材料も出てきている。恩恵を受けるのは一部の人かもしれないが、プラスに働くことが期待される。国内需要に大きな期待が持てない分、今後はインバウンド需要をいかに取り込むかが重要になってくる。
		百貨店 (売場主任)	・徐々にマスクの着用者も減っており、コロナ禍の影響が小さくなってきたと感じる。また、外国人客による売上比率も高まっており、今後もこの傾向が続くと予想される。
		百貨店 (企画担当)	・中国本土からの観光客の需要が更に増えると予想している。その一方、外商を中心とした国内の富裕層の動きは、注視していく必要がある。
		百貨店 (マネージャー)	・インバウンドを含む観光客が引き続き多いため、販売数や来客数が増加している。また、地元客を中心とした商圏内の客も、外出頻度が増えているため、ファッションを中心とした雑貨関連も好調な動きが続いている。
		百貨店 (外商担当)	・国内の富裕層の動きは横ばいであるが、インバウンドは増加が期待できる。
		百貨店 (販売推進担当)	・国内客については、コロナ禍の影響が薄まるものの、物価の上昇による影響もあり、全体では前年並みとなる。一方、インバウンドについては、中国人客の動き次第で急回復する可能性がある。
		百貨店 (外商担当)	・中国からの観光客がかなり増えると予想され、それに伴って売上も増えると予想される。
		コンビニ (経営者)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してインバウンドが増えるほか、夏に向かうことで景気が良くなる。
		コンビニ (経営者)	・インバウンドもまだ増えそうで、来客数はかつての水準に戻りそうである。また、様々な商品の値上げ効果により、客単価も上昇傾向が続いており、売上の増加が期待できる。
		その他飲食〔ファーストフード〕 (店員)	・物価は上がっているが、コロナ禍の影響がかなり落ち着いたなか、ウィズコロナに向けた日本人の考え方が根付きつつある。このままではいけないと考え、外に出る人が増えたほか、インバウンドも増えているため、景気は上向きになる。
		タクシー運転手	・全国旅行支援などの施策の効果は大きく、出掛ける人が増えた。外国人観光客の動きもあり、ホテルの動きもふだんより良くなっている。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕 (企画担当)	・中国からの観光客を中心に、インバウンドの回復が期待される。
		住宅販売会社 (経営者)	・徐々にインバウンドも戻りつつあり、市場が刺激されている様子が見られる。
変わらない	百貨店 (商品担当)	・株高などによる富裕層の購買意欲の向上や、インバウンドの回復が好材料となるが、物価の上昇による節約志向の強化で相殺される。	
	百貨店 (管理担当)	・インバウンド需要の回復を期待したいが、中国での新型コロナウイルスの感染拡大やウクライナ危機といった不安要素の解消には、しばらく時間が掛かる。	
	その他専門店〔医薬品〕 (管理担当)	・夏物商材を中心に順調に推移しているが、インバウンド需要は現時点で大きな変化はみられない。	
	都市型ホテル (管理担当)	・利用に占めるインバウンド比率は高まるものの、全体の売上は現状維持で推移する。	
やや悪くなる	百貨店 (マネージャー)	・富裕層とその他の国内客による2極化が顕在している。富裕層は比較的来店が多く、購入もみられるが、その他の層の来店が伸びていない。今後も様々な負担増が予想されるなか、富裕層以外の伸びは見込めず、それをインバウンドが補う構図が続くと予想される。ただし、インバウンドの消費は予測やコントロールが難しい。	
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕 (経営者)	・外国人観光客はかなり増加しており、観光業や飲食業は良くなっているが、今後の米国経済の状況によっては、国内景気は悪くなる。	

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		21年					22年					23年														
		5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
現状判断	近畿	34.9	47.0	48.3	37.9	44.5	54.0	56.5	56.8	38.3	38.2	48.2	50.5	52.2	51.9	40.0	44.7	50.1	48.8	48.7	49.8	50.4	53.6	55.2	56.4	55.5
	(全国)	36.9	45.8	48.1	35.1	42.7	56.0	58.0	58.3	37.9	37.4	47.1	49.5	53.0	52.1	43.9	45.5	48.9	50.8	49.4	48.7	48.5	52.0	53.3	54.6	55.0
先行き判断	近畿	48.6	51.8	47.7	44.0	53.9	56.3	51.1	48.9	41.9	45.2	47.5	47.8	51.2	47.4	43.9	48.6	48.0	45.9	45.4	46.6	48.6	52.7	56.5	56.4	55.2
	(全国)	46.7	51.9	48.2	43.2	56.6	57.3	54.3	50.1	43.7	45.3	48.4	48.4	51.1	48.4	43.7	49.0	49.2	47.1	46.3	46.8	49.3	50.8	54.1	55.7	54.4

※季節調整値