

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和6年5月)

### ～GWの好調を物価上昇等の悪影響が上回り、現状判断は続落～

- 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45.7と前月比で3か月連続の低下(−2.4ポイント)となった。好不調の判断の目安となる50.0を2か月連続で下回っている。一方、先行き判断も45.1と3か月連続の低下(−2.4ポイント)となった。
- 足元の景気については、インバウンド市場は引き続き好調な推移となっており、百貨店やホテルを中心とした関連業界では、需要の増加が続いている。1ドル150円を超える大幅な円安傾向も、インバウンド消費に対する大きな追い風となった。さらに、今年のゴールデンウィークは行動制限が解除されて初めてとあって、旅行やレジャー関連で活発な動きがみられた。
- ただし、今月はこうしたプラス材料以上にマイナス面が目立っている。GW関連についても、連休後は反動によって節約志向が強まるなど、月全体では楽観できない状況となっている。加えて、物価やコストの上昇による悪影響が、引き続き消費全体の重しとなっている。一部では消費者が値上げに慣れてきたという声もあるものの、実質賃金の前年割れが続くなか、節約志向が強まる傾向に変化はなく、スーパーや小売店を中心に需要の鈍化につながっている。
- 景気の先行きについては、引き続きインバウンドの増加に対する期待は大きく、百貨店やホテルなどを中心に、売上の増加を期待する声が多い。加えて、今春の賃上げ効果に加え、6月の定額減税による効果を期待する声も、スーパーなどの小売関連を中心に多く聞かれる。ただし、賃上げや減税による効果については、物価の上昇による悪影響を下回るといった、やや悲観的な声も少なくない。
- さらに、物価やコストの上昇に対する警戒感は、依然として非常に強い。消費者の節約志向が強まる中、価格転嫁が徐々に困難となっており、スーパーやレストランのほか、製造業などの企業関連でも厳しい声が聞かれる。特に、今後も円安傾向の継続が見込まれる中、輸入コストの上昇による悪影響にも警戒感が強まっている。

#### 「ゴールデンウィーク」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	衣料品専門店(店長)	・コロナ禍の取東後、初のゴールデンウィークとなり、にぎわいが予想されるなか、当社はちょうど休業していた。休み明けはその反動が出ることを危惧していたが、順調な客足となっている。3か月前と比べても、来客数、客単価共に、緩やかに上向いている。
		高級レストラン(スタッフ)	・ゴールデンウィーク以降も、満席の日が増えている。
	変わらない	一般小売店[時計](経営者)	・3か月前と比べると、今月は営業日数が多いはずなのに、来客数はほとんど変わっていない。ゴールデンウィークを挟んで人の流れが変わり、今月は時計の修理が中心となっている。バンドの交換依頼はほとんどないなど、今月は達成感の乏しい月となっている。
		コンビニ(経営者)	・ゴールデンウィーク後は客が節約していると感じ、飲食店では来客数が減っている。今後、お中元商戦の繁忙期に期待したい。
		コンビニ(店員)	・ゴールデンウィークの合間はいつもお暇になるが、今年はずっと連日、来客数が多かった。ただし、連休が終わってからは常連客が大半となり、来客数は減っている。
		一般レストラン(経営者)	・売上は減少傾向にあり、特にゴールデンウィーク後は来客数のばらつきが大きく、閑散とする日もあれば、客が店に入り切れない日もある。特に目立ったのは、中高価格帯の利用で、領収書を請求するケースの増加である。会社の経費による宴会や食事会の増加で、景気の改善が実感されるが、宴会の利用がなければ、売上の維持は難しいのが実情である。

家計動向関連	変わらない	観光型ホテル（経営者）	・ゴールデンウィーク後の1週間は空室が目立ったが、中旬からは再び来客数が増えた。スタッフの人手不足により、かつてに比べると来客数は少ないが、宿泊単価の上昇もあり、売上は好調な推移となっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・ゴールデンウィーク以外は非常に動きが悪かった。その一方で、当日の予約が好調な状況は続いている。
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークが終わると、夏休みの旅行の申込み時期となるが、進捗は思わしくない。6月の定額減税による可処分所得の増加に期待しているが、客との会話では、物価上昇の影響で、夏休みの旅行にお金を回せないといった声が多い。
		遊園地（経営者）	・今年のゴールデンウィークでの来場が、新型コロナウイルスが5類感染症に移行前であった前年と、大きく変わらなかった。メディア等での各種アンケート結果をみても、物価上昇の影響で連休は家で過ごすという回答も多く、賃上げの恩恵は一部に限られると感じる。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・ゴールデンウィークの来場者は前年を超える水準であったが、それ以降は週末ごとに雨が降り、減少傾向となっている。天候要因以外での景気動向については、特に変化はない。
やや悪くなっている	悪くなっている	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、今年のゴールデンウィーク商戦は、都心では集客が増えて好調となった一方、郊外店舗は来店が少なく、苦戦を強いられた。中旬は母の日ギフトで盛り返したが、中旬以降は前年比でプラスとマイナスが交互に続き、不安定な売上となっている。来客数が減少傾向にあり、前年比で90%後半となるなど、客単価が上がらない店舗は前年割れとなっている。ポテイクアなどの家ナカ商材の不調が目立つなか、フレグランスなどのラグジュアリー商材はギフト関連で好調となっている。
		都市型ホテル（フロント）	・4月までは稼働率、客単価共に好調であったが、5月はゴールデンウィークの動きも鈍く、インバウンドの動きも低調となっている。
		通信会社（社員）	・ゴールデンウィーク以降は閑散期となり、集客や販売も厳しく、売上が伸びない。
		家電量販店（企画担当）	・ゴールデンウィーク中の来客に期待したが、来客数は前年と比べて激減しており、売上も前年を割り込んでいる。家電の夏物商材も朝晩が冷え込み、まだ暑さを感じられないため、エアコンなどは動いていない。
企業	なっている	タクシー運転手	・ゴールデンウィークも終わり、人の動きは少し静かになっている。夜の会食などに出掛ける人も、夜の早いうちに帰宅する傾向にある。
		食料品製造業（営業担当）	・ゴールデンウィーク中はインバウンド効果もあり、飲料の売上も良かった。後半は天候が余り良くなかったこともあり、少し飲料の売上は減ったが、トータルでは少し良くなっている。

### 「定額減税」関連のコメント（先行き判断）

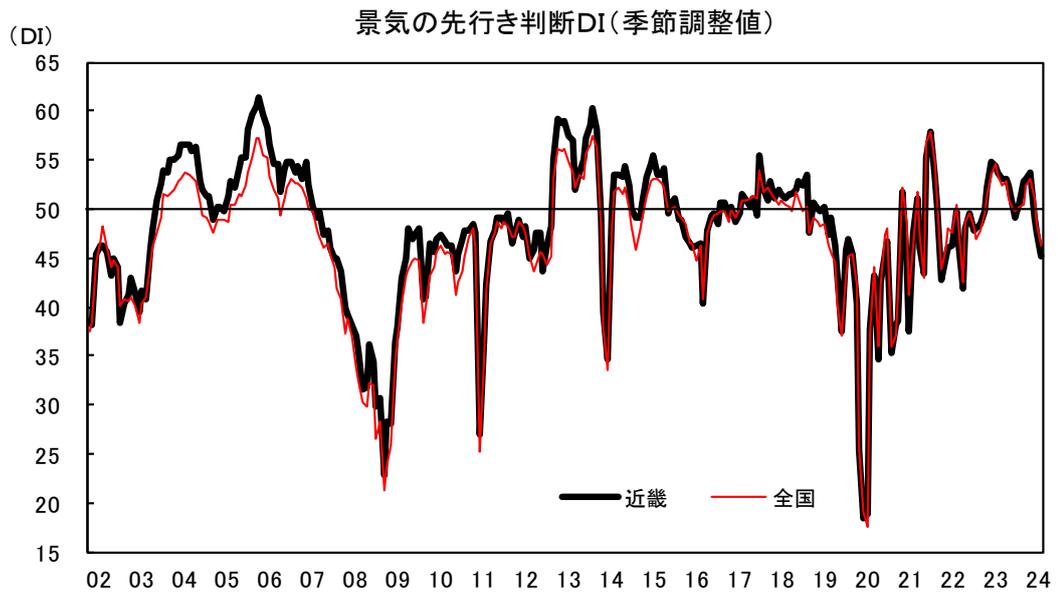
家計動向関連	やや良くなる	コンビニ（店員）	・景気が良くなるとまではいえないが、定額減税で余裕ができるため、コンビニでプチぜいたくをする客は、少なからず出てくる。
		家電量販店（店員）	・定額減税やボーナスの支給による影響のほか、気温の上昇によるエアコンの需要増加で、前年の売上は上回る見込みである。ただし、商品単価の上昇による影響がどう出るかは見通せない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・一時的ではあるが、定額減税によって客の購入意欲が高まると期待している。さらに、今年の夏は猛暑の予想であるため、冷却関連の商品の売行きも見込める。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・減税や賃金のベースアップによる効果が消費を押し上げるとは考えられない。今後は今よりも大きく改善される要素はないが、インバウンド需要が増えているため、引き続き特選用品、高額品の販売は好調に推移する。
		百貨店（マネージャー）	・今後も電気料金の値上げや、商品価格の改定など、様々な商品の値上げが続くため、節約志向は更に強まる。その一方、定額減税などの効果もあり、しばらくは消費が大きく落ち込むことはないと思われる。
		百貨店（マネージャー）	・一時的な減税や賃上げ効果も、物価の上昇による心理的な悪化が上回ることで、全体的な購買動向は変わらない。行動が活発になる夏を前に、自分の価値観に基づく、消費の選択と集中が顕著になると予想される。
		スーパー（経営者）	・定額減税が実施されるが、消費を刺激するほどの効果は期待できない。
		スーパー（店長）	・値上げ対応としての減税も、消費の増加につながるわけではないなど、景気の回復につながるニュースはない。
		スーパー（企画担当）	・天候不良による野菜や果物価格への影響が緩和するほか、競合先を含む外部環境にも変化はない。一方、所得税や住民税の減税による影響は、食料品に関しては少ないと予想される。
		スーパー（経理担当）	・今後の期待要素には、賃金のベースアップやボーナスの増加による所得増加のほか、定額減税などが挙げられる。ただし、加工品などの値上げや異常気象による生鮮品価格の高騰が続く、節約志向の更なる高まりもみられるなど、ストレートに減税効果が出るとは楽観できない。
		スーパー（開発担当）	・依然として消費者に厳しい時期が続いている。定額減税が6月から始まるが、余り効果は期待できない。物価はどんどん上がるため、景気が良くなることはない。
		スーパー（社員）	・今春の賃上げや減税の恩恵は期待できそうであるが、消費喚起の効果は一過性であり、長続きしないとみられる。
		遊園地（経営者）	・6月からの定額減税による消費意欲の向上に期待したいが、そこまでの効果はないと予想している。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・定額減税による所得の増加は一時的であり、恒久的な対策ではない。ちょっとした臨時ボーナスにしかならないため、大きな変化はない。

家計動向関連	やや悪くなる	一般小売店〔化粧品〕(経営者)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、インバウンドの増加が期待できる店舗は成長のチャンスがある一方、国内客は不安定である。減税や賃金のベースアップなどの好調要因はあるが、客の買物は2極化していくと予想され、高額品と高機能の低額品の両方を使い分ける動きが続く。ラグジュアリーブランドでも、好調なフレグランスはギフトとして男女共に利用が増えるものの、ボディケアやヘアケアといった家ナカ商材は低価格品の人気が高まる傾向にある。低価格であっても高機能な商材を選ぶといった節約傾向は、今後も続く予想される。
		旅行代理店(役員)	・円安の継続により、海外旅行の申込みが今一つである。また、国内旅行は夏休み期間中の予約の動きが鈍い。運賃や宿泊料金、入場料などの値上げに伴う、家族旅行の日数変更や近場への行き先変更のほか、中止なども考えられる。定額減税による効果も、旅行需要にはそれほど期待できない。
企業関連	変わらない	食料品製造業(従業員)	・今後実施される定額減税による景気への効果を期待したいが、全ての商品が値上げとなるなか、当社の製品に効果があるとは考えられない。
	やや悪くなる	通信業(管理担当)	・所得税減税などが予定されているが、これを上回る物価の上昇による打撃が大きいため、消費は更に鈍化し、景気は悪化する。
		その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	・6月には定額減税が実施されるため、少し期待しているが、円相場の高止まりから先行きは更なる物価の上昇が懸念される。それに伴い、消費者の財布のひもは固いまま推移する。

### 「賃上げ」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	やや良くなる	百貨店(企画担当)	・賃上げの動きに加えて、各企業の業績向上に伴い、ボーナスの支給額も増えると予想される。
		百貨店(売場統括)	・インバウンド消費が好調なほか、賃金のベースアップに加えてボーナスの支給も行われるため、国内消費の活性化につながる。
		家電量販店(企画担当)	・夏のボーナス商戦に期待したい。今期は大企業を中心に賃金のベースアップがあるため、耐久消費財の購買意欲が高まることを期待している。特に住宅省エネ2024キャンペーンにより、給湯機や省エネ関連の動きが増え、売上のプラス要因となっている。来月から電気代が高騰するため、省エネ家電やLED、省エネ給湯器の購入が見込まれ、客単価の上昇が期待できる。
	変わらない	百貨店(売場主任)	・減税や賃金のベースアップによる効果が消費を押し上げるとは考えられない。今後は今よりも大きく改善される要素はないが、インバウンド需要が増えているため、引き続き特選用品、高額品の販売は好調に推移する。
		百貨店(売場マネージャー)	・インフレや円安の影響で商品価格が高騰しており、生活防衛の傾向が強まっている。一方、個人所得は増えず、賃上げの影響もまだみられない。特に、地方の郊外店は厳しさを感じるなど、今後も外商売上やインバウンド売上が全体の支えとなる。
		百貨店(マネージャー)	・一時的な減税や賃上げ効果も、物価の上昇による心理的な悪化が上回ることで、全体的な購買動向は変わらない。行動が活発になる夏を前に、自分の価値観に基づく、消費の選択と集中が顕著になると予想される。
		スーパー(経理担当)	・今後の期待要素には、賃金のベースアップやボーナスの増加による所得増加のほか、定額減税などが挙げられる。ただし、加工品などの値上げや異常気象による生鮮品価格の高騰が続き、節約志向の更なる高まりもみられるなど、ストレートに減税効果が出るとは楽観できない。
	スーパー(社員)	・今春の賃上げや減税の恩恵は期待できそうであるが、消費喚起の効果は一過性であり、長続きしないとみられる。	
	やや悪くなる	一般小売店〔化粧品〕(経営者)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、インバウンドの増加が期待できる店舗は成長のチャンスがある一方、国内客は不安定である。減税や賃金のベースアップなどの好調要因はあるが、客の買物は2極化していくと予想され、高額品と高機能の低額品の両方を使い分ける動きが続く。ラグジュアリーブランドでも、好調なフレグランスはギフトとして男女共に利用が増えるものの、ボディケアやヘアケアといった家ナカ商材は低価格品の人気が高まる傾向にある。低価格であっても高機能な商材を選ぶといった節約傾向は、今後も続く予想される。
		百貨店(売場主任)	・商品のインフレ傾向に賃金の伸びが追いついていない。郊外店では客の高齢化が進み、年金世帯も多いため、節約志向が更に強まる可能性が高い。
スーパー(店長)		・電気代などの政府補助が終了する一方、賃金の伸びは追いついていない。	
乗用車販売店(経営者)		・予想したほど賃上げのプラス効果がないと感じる。むしろデフレ傾向に戻りつつあるような気がする。	
一般レストラン(経営者)		・物価上昇の継続で家計が圧迫され、客の節約傾向が強まっている。飲食店もやむを得ない事情で値上げを行っており、今後は双方の距離感がますます遠くなる。メディアで賃上げのニュースが流れているが、利益を出すことが難しいなか、飲食店の景気の回復にはまだ時間が掛かる。	
企業動向関連	変わらない	窯業・土石製品製造業(管理担当)	・春闘による賃上げ効果は一定程度みられるが、円安の動きや物価の上昇で実質賃金の減少が続いており、景気が良くなっている実感はほとんどない。世界情勢も引き続き不安な要素があるなど、2～3か月先の景気は変わらないと予想される。
	やや悪くなる	電気機械器具製造業(営業担当)	・給料が上がらない一方、物価は上がり続けている。
	悪くなる	その他製造業〔履物〕(団体職員)	・インフレの動きに賃金の上昇が追いつかないことで、消費者の買い控えが予想される。
		輸送業(営業担当)	・設備投資や協力会社の賃上げ費用など、今後必要となるコストは決まっているが、運賃の値上げは進んでいない。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		22年					23年					24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	50.7	50.7	38.8	43.3	50.8	51.3	51.6	52.3	51.5	52.9	53.7	54.2	53.8	53.1	53.4	53.2	52.6	51.1	52.8	53.0	50.1	53.5	50.5	48.1	45.7
	(全国)	51.8	51.8	43.0	45.5	49.5	51.8	50.6	49.8	49.2	52.1	52.6	53.3	53.5	53.2	53.4	53.5	50.7	50.7	50.8	51.8	50.2	51.3	49.8	47.4	45.7
先行き判断	近畿	49.9	46.3	41.8	48.0	49.6	47.9	48.1	48.4	49.7	52.3	54.8	54.5	53.7	53.0	53.0	52.4	50.2	49.1	50.6	52.8	53.1	53.8	49.2	47.5	45.1
	(全国)	50.4	48.1	42.6	48.8	49.6	48.2	47.0	47.8	49.5	51.4	53.6	54.6	53.5	52.4	52.8	51.1	50.1	49.8	50.3	50.4	52.5	53.0	51.2	48.5	46.3

※季節調整値