

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和6年9月) ～残暑の影響やインバウンドの減速により、現状判断は続落～

- 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46.7と前月比で2か月連続の低下(−0.7ポイント)となった。好不調の判断の目安となる50も6か月連続で下回っている。一方、先行き判断も49.3と4か月ぶりの低下(−0.4ポイント)となった。
- 足元の景気については、厳しい残暑の影響で、百貨店を中心に衣料品といった季節商材の販売が苦戦したほか、前月に地震や台風等で増えた備蓄需要の反動により、スーパーを中心とした売上への悪影響がみられる。加えて、企業を取り巻くコストの上昇傾向が続く中、物価の上昇による影響は依然として厳しく、客足の減少に加え、節約志向を背景とした購入量の減少などが目立っている。
- さらに、今月は円高への転換を要因とした、インバウンドの減速に関する声が多い。百貨店を中心に、訪日客消費の増勢に陰りがみられるといった声は多く、これまでの需要の牽引役としての位置づけが変化しつつある。
- 景気の先行きについては、足元で鈍化傾向はみられるものの、インバウンドの増加に対する期待は大きい。特に、国慶節を迎える中国からの観光客の増加を見込む声は多く、百貨店やホテルなどを中心に売上の増加に対する期待が高まっている。為替の円高シフトに関しては、訪日客への悪影響というよりも、物価の上昇を緩和する効果への期待が大きく、全体としては肯定的な見方が多い。
- 一方、物価やコストの上昇に対する警戒感も、依然として強い。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。
- さらに、新政権がスタートしたものの、経済への好影響に対する期待感も薄い。衆議院の解散総選挙を控え、今後の情勢が不透明との声が多いほか、有効な経済対策が打ち出される見込みが薄いことも一因とみられる。

### 「残暑」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連 変わらない	一般小売店 [時計] (経営者)	・9月に入っても猛暑日が続く、店の前を歩いている人が少ないため、来客数も少なくなっている。月末になり、時計のバンドを交換する客の来店が続いたが、夏は皮製のバンドが傷みやすいからであり、今年もバンド交換の動きが目立っている。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・9月に入っても猛暑日が続く、当店は高齢客が多いため、例年と比べて来客数が少ない。
	一般小売店 [菓子] (営業担当)	・ようやく暑さが落ち着いてきたが、販売量も落ち着いている。
	百貨店 (外商担当)	・猛暑が例年以上に長引くなか、秋冬衣料の商戦は厳しい状況であるが、海外特選ブランドには堅調な動きがみられる。ただし、悪影響を受けるブランドと、動きの順調なブランドの差がより一層顕著となっている。
	百貨店 (マネージャー)	・国内の中間層は、暑さの影響もあってファッション関係では苦戦しているが、食品関係は総菜や菓子を中心に堅調に推移し、全体では微増となっている。富裕層にも同様の動きがみられる。その一方、インバウンドは客単価が低下しているものの、来客数は増えており、売上は2けた増を維持している。
	百貨店 (販売推進担当)	・残暑の影響もあるが、衣料品の売上は厳しいままで推移している。一方、調理食品や生鮮3品は前年の売上を何とか維持している。
	衣料品専門店 (店長)	・9月は単価が横ばいとなった一方、来客数は微減となった。様々な要素が考えられるなか、特に今月は残暑が厳しかった。また、客との会話では、政府や日本銀行の政策に市民が余り満足しておらず、物価の上昇率に収入の増加が追いついていない状況が続いている。

家計動向関連	変わらない	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・ガソリンの販売量は前年比で微増であるが、景気の影響というよりも、暑さの影響で増加している。
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・9月に入ってからも暑い日が続く、特にスキンケアを中心とした化粧品や化粧品雑貨は順調に動いた。一方、食品や日用品などの生活必需品は横ばいであり、健康食品や衛生用品は減少が続いている。3か月前と比べて大きな変化はなく、客単価は上昇しているが、買上点数は若干減少している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・残暑が厳しいため、季節感がずれており、秋物商材の売行きが悪い。また、今年は地元球団の優勝セール等のイベントがないため、売上は前年比でマイナスとなっている。
		一般レストラン（経営者）	・飲食店の業況は天候に左右されやすく、猛暑が和らいだことで、ランチ営業の来客数が増えている。
		旅行代理店（役員）	・9月は夏休みの旅行需要も落ち着く時期であるが、酷暑による外出の減少などもあり、受注件数の減少が続いている。
		タクシー運転手	・今までは、暑さで仕方なく乗る客が多かったが、最近は目的地に行くために利用する客が見受けられる。
	やや悪くなっている	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・残暑が厳しいせいか、昼以降の来客数がめっきり減り、販売量も落ちている。一時に比べて涼しくなったとはいえ、まだ暑いことに変わりはない。この状態で消費者の目が冬物衣料に向かうはずがない。
		百貨店（企画担当）	・厳しい暑さが続き、秋冬ファッションへの移行が鈍くなっている。また、やや円高基調にあることで、免税売上は前年を上回っているものの、増勢には一服感がある。
		百貨店（マネージャー）	・9月としては記録的な猛暑の影響で衣料品関連が苦戦したほか、生鮮食品や総菜関連も厳しい状況にある。米不足による値上げの影響で、食品全体で節約傾向が強まっている。
		百貨店（マネージャー）	・セール時期を経て秋物シーズンが立ち上がる時期に、新規商材の動きが鈍いほか、インバウンドの伸びも鈍化しているなど、コロナ禍以降の特需が収束傾向にある。さらに、異常気象や残暑、地震への警戒感なども、消費の悪化要因となっている。
		百貨店（商品担当）	・7月以降の円高傾向により、インバウンドが失速気味である。国内の富裕層の購買意欲が高い金製品は好調であるが、残暑の影響で婦人服や身の回り品など、ボリュームゾーンの秋物商材の売上が不調となっている。秋物衣料を買わず、冬物の実需期まで来店の予定がない客もみられる。
		百貨店（宣伝担当）	・円高や厳しい残暑の影響で、売上の大きなラグジュアリー関連の客単価が大きく下落したほか、ファッション関連の動き出しが非常に遅い。夏休みが終わって航空券の価格が下がるため、本来はインバウンドが増える時期であるが、売上は落ちている。
		スーパー（店員）	・暑さや台風の影響で入荷のない野菜もあり、価格が大きく上がっている。
		衣料品専門店（店員）	・今年は猛暑日が例年よりも長く続いたこともあり、客の購買意欲が落ちている。
	悪くなっている	家電量販店（人事担当）	・残暑が続き、エアコンの販売は好調であるが、米不足や食料品の値上げの影響で、調理家電の販売は振るわない。一方、豪雨や地震に対する防災意識が高まり、ポータブル電源などは好調に推移している。
百貨店（売場マネージャー）		・3か月前は、売上、販売量共に改善傾向であったが、8月後半から9月にかけての猛暑や台風で客足が止まり、衣料品を中心に厳しい状況が続いている。	
		衣料品専門店（経営者）	・残暑の影響もあるが、来客数が少ない。

### 「インバウンド」関連のコメント（現状判断）

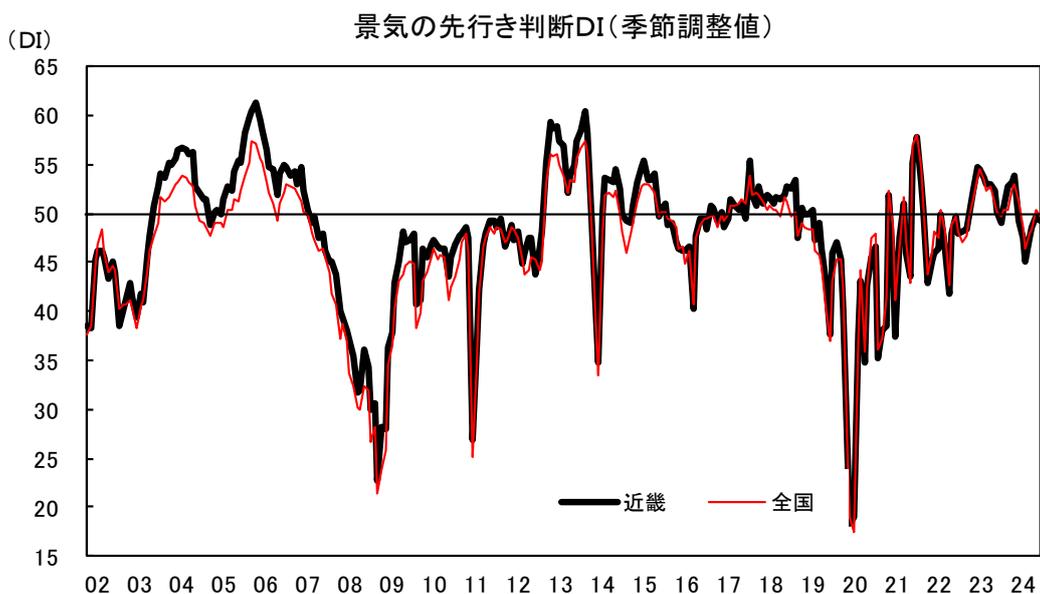
家計動向関連	やや良くなっている	百貨店（管理担当）	・売上は前年を上回る状況が続いているが、円高傾向も影響し、けん引役のインバウンド需要には一時の勢いがなくなっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド需要の回復に伴い、販売価格が高水準で推移している。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・宿泊部門の稼働率は85%と、予想をやや上回った。相変わらずインバウンドの宿泊は多いほか、国内のビジネス客も春からの流れで多くなっている。レストランも好調であり、平日のランチでは利用客が40人を超える日も多く、にぎわいをみせている。単価の高い料理の注文も少しずつ増えている。
		都市型ホテル（客室担当）	・欧米からのインバウンドの需要が高まっている。
	変わらない	百貨店（商品担当）	・インバウンドの動きが落ち着いてきたほか、国内消費もラグジュアリーブランドの値上げに客が付いていけない。
		百貨店（マネージャー）	・国内の中間層は、暑さの影響もあってファッション関係では苦戦しているが、食品関係は総菜や菓子を中心に堅調に推移し、全体では微増となっている。富裕層にも同様の動きがみられる。その一方、インバウンドは客単価が低下しているものの、来客数は増えており、売上は2けた増を維持している。
		百貨店（販促担当）	・大きな変化は見受けられず、物価の上昇によるデバ地下の苦戦や、厳しい気候による季節商材の苦戦が続いている。来客数は堅調であり、前年並みを維持しているほか、インバウンドの動きも悪くはないが、エリア全体での大きな動きにはつながらない。
		百貨店（特選品担当）	・インバウンドの来店は少し戻っているが、明らかに低価格品を狙ったバイヤーが中心である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・夏の休暇シーズンの後も、インバウンドが減ることはないが、来客数全体は低迷したままである。

家計動向関連	変わらない	一般レストラン（経営者）	・インバウンドには一定の来店がみられるが、特定の店舗でしっかりと食事をするというよりも、複数の店舗を回って様々な食文化を体験しており、費用対効果が特に良いわけではない。また、物価の上昇などで節約志向が強まるなか、平日の夜は個人客の利用が中心で、宴会需要は減少傾向にある。
		都市型ホテル（客室担当）	・客室部門は、引き続きインバウンドが単価を押し上げており、収入を確保できている。一方、レストラン部門は物価の上昇により、地元客の客足が遠のいている。
	やや悪くなっている	百貨店（売場主任）	・今月に入り、来客数が前年を下回る状況となりつつある。特にインバウンドの減少が顕著となっている。
		百貨店（マネージャー）	・セール時期を経て秋物シーズンが立ち上がる時期に、新規商材の動きが鈍いほか、インバウンドの伸びも鈍化しているなど、コロナ禍以降の特需が収束傾向にある。さらに、異常気象や残暑、地震への警戒感なども、消費の悪化要因となっている。
		百貨店（外商担当）	・今月に入ってから、円高を要因としたインバウンド売上の悪化がみられる。来客数は減少していないが、主な購入商品の内容が、海外の高級ブランド品から化粧品などの低価格品にシフトしている。
		百貨店（商品担当）	・7月以降の円高傾向により、インバウンドが失速気味である。国内の富裕層の購買意欲が高い金製品は好調であるが、残暑の影響で婦人服や身の回り品など、ボリュームゾーンの秋物商材の売上が不調となっている。秋物衣料を買わず、冬物の実需期まで来店の予定がない客もみられる。
		百貨店（売場マネージャー）	・3か月前と比較すると、訪日外国人の売上の鈍化が著しい。円安から円高に変化したことで、ラグジュアリーブランドを中心に売上の増加率が縮小している。
		百貨店（宣伝担当）	・円高や厳しい残暑の影響で、売上の大きなラグジュアリー関連の客単価が大きく下落したほか、ファッション関連の動き出しが非常に遅い。夏休みが終わって航空券の価格が下がるため、本来はインバウンドが増える時期であるが、売上は落ちている。
	悪くなっている	コンビニ（店長）	・外国人客の来店が減っている。
		一般レストラン（店主）	・海外からの客が多くなり、状況が読みにくい。現状は、店側の発想や対応の転換が遅れている。
企業関連	なっていない	百貨店（企画担当）	・インバウンドの売上は前年を上回っているが、円高の影響もあり、6月の3分の2程度となっている。インバウンドによる化粧品の売上は6月の1割減であり、特に高額品の売上が大きく減少している。また、株安による影響か、国内客の売上も余り良くない。
	なっている	経営コンサルタント	・取引先の商店街をみると、都心部や観光地に立地している商店街ではインバウンドが増えており、飲食だけでなく小売関連の売上も増えている。
企業関連	変わらない	プラスチック製品製造業（経営者）	・在庫調整を行いつつも、最低限の部品調達を行っているほか、製品の多品種化も進めている。その結果、生産量や売上に変化はなく、インバウンドを狙った商品開発案件が入ってきている。

### 「新政権」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（販促担当）	・今冬は比較的寒くなる予想であり、衣食住関連や季節商材の動きが期待できそうである。また、選挙の秋となることで、経済対策の強化も期待される。
		衣料品専門店（経営者）	・政権政党の新総裁の誕生で株価は下がっているが、商店街で商売をしている立場からすると、個人消費が回復することを期待している。ただし、当地域では10月に衆議院選挙があり、11月には知事選挙があるため、本格的に回復に転じるのは、来年からになりそうである。
		観光型ホテル（経営者）	・10月から11月にかけては、衆議院選挙の影響が少し懸念されるものの、団体客、個人客共に、予約はまずまずの動きとなっている。
	変わらない	一般小売店〔野菜〕（店長）	・政権政党の総裁選後、衆議院の解散総選挙となれば情勢が変わってくるが、物価の変動による影響も大きい。
		百貨店（販売推進担当）	・政権政党の新総裁が誕生し、株価や為替、物価などの推移は読みにくくなっている。物価の上昇に対する給料の増額が求められるなか、冬のボーナスが増えるかどうか、今後の景気動向を大きく左右する。
		スーパー（経理担当）	・首相の交代や衆議院総選挙、米大統領選挙といった政治的な話題が増えるが、身の回りでは、新米や食料品などの10月の値上げラッシュ、電気代やガス代の補助縮小など、物価の上昇が意識される局面が続いている。今後は生活防衛意識の高まりによる、ボーナス商戦や年末商戦への悪影響が懸念される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・食品関連や消耗品の価格は上昇しているため、必要な物と必要のない物の選別が進んでいる。国政選挙や米大統領選挙も控えているが、大きな景況感の変化はない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・衆議院の解散総選挙などで先行きが不安なほか、災害が続いていることで、消費意欲も低下する。
		テーマパーク（職員）	・政権政党の総裁が誰になるかにより、今後の経済政策は大きく変わる。雇用が安定して景気が上向いたのは、この10年間では一度だけであったため、普通に考えればその路線を引き継ぐしかない。ただし、その主張をしているのは1人だけという状況である。
		競輪場（職員）	・依然として物価の上昇や株価の乱高下が続くなか、実質賃金は上がっていない。新政権がどのような景気対策を打ち出すかにもよるが、正直なところ分からない。
やや悪くなる	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・政権政党の次の総裁が誰になるかは、一般の消費者が関与できるものではないが、誰が就任しても国民の生活の向上に目を向けてほしい。	
	百貨店（商品担当）	・新政権の経済政策次第であるが、仮に金融引締め策が実施されれば、株価の下落が予想され、好調であった高額品の売上にも影響が出る。	
やや悪くなる	家電量販店（店員）	・景気が回復しなければ、業況が悪くなるのは当たり前であり、新政権での景気回復に向けた取組が求められる。	

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		22年			23年			24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	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	47.6	47.7	47.4	46.7
	(全国)	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	47.0	47.5	49.0	47.8
先行き判断	近畿	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	47.6	48.5	49.7	49.3
	(全国)	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	47.9	48.3	50.3	49.7

※季節調整値