

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和 6 年 10 月)

～インバウンド要因や今夏の災害による影響の一巡で、現状判断は改善～

- 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 48.8 と前月比で 2 か月ぶりの上昇（+2.1 ポイント）となった。ただ、好不調の判断の目安となる 50 は 7 か月連続で下回っている。一方、先行き判断も 49.5 と 2 か月ぶりの上昇（+0.2 ポイント）となった。
- 足元の景気については、過去数か月、円高傾向の進展で減速感のあったインバウンド消費が、足元で再び円安基調に戻ったこともあり、やや勢いを取り戻している。ただし、明るい声の大半はホテルからであり、百貨店についてはまだ増勢の鈍化に関する声が少なくない。
- 加えて、8 月の台風や地震の影響により、8 月には備蓄需要などが主に発生し、9 月はその反動で落ち込むといった影響がみられた中、今月はようやくそれらの動きが一巡する形となった。
- さらに、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い。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、引き続き目立っている。
- 景気の先行きについては、インバウンドの増加に対する一定の期待に加え、年末商戦への期待が非常に大きい。ふだんの買物では節約傾向が目立つ一方、特別な時には支出を増やす「メリハリ消費」の傾向を背景に、年間の最大イベントであるクリスマス・年末商戦に向けて、幅広い業種から期待の声が上がっている。ただ、冬物消費全般については、気温要因等も影響してか、悲観的な声も少なくない。
- 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。
- また、米国大統領選を今後の不確定要素として挙げる声も少なくなく、消費者や企業への悪影響を懸念する声が聞かれる。

「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	観光型ホテル（経営者）	・10月は団体客が少し目減りしたものの、団体客、個人客共に総じて好調であった。また、国慶節の休みもあり、インバウンドも多くなっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・10月は国慶節もあり、中国を中心にインバウンドの需要が大きく伸びている。平日、週末に関係なく、高稼働の推移が続いており、今月は90%超えの着地となる見込みである。ただし、宿泊の高稼働がレストランの需要には反映しておらず、いかにレストランを利用してもらうかが課題である。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・客室部門、料飲部門共に、夏以降は堅調に伸びている。今年の宿泊はインバウンドを中心に増えているが、徐々に国内の宿泊者も増え、稼働率も95%ほどに上昇し、販売単価もアップしている。レストランも料金は変わっていないが、6月以降は少しずつ来客数が増えており、10月の1日当たり平均客数は54名と、7月の38名、8月の44名、9月の44名を上回っている。
		都市型ホテル（客室担当）	・海外需要の増加で客室単価が上昇するなど、秋の観光シーズンとも重なり、販売単価の上昇がみられる。
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・卸売の売上は前年比で5%増え、小売の売上は10%増えている。ただし、小売売上上の80%はインバウンドが占める。

家計動向関連	変わらない	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・10月に入り、気温が高いまま秋に入ったことから、ベースメイク商材であるファンデーションの冬物商材への切替えが遅れ、序盤から苦戦が続いた。また、インバウンド売上が都心店舗を中心にかなりの規模になったことで、商材が枯渇化している。発注しても納品がないため、品切れによる客離れが発生し始めている。全体としては、インバウンド需要のある店舗は売上が前年比で5%増となり、全くない店舗はマイナス10%となる傾向が、しばらく続く予想される。
		百貨店（サービス担当）	・今月も集客のための催事やイベントの強化により、来客数は好調であった。また、インバウンド効果に変化はなく、高級海外ブランド品や化粧品が好調に推移している。ただし、前年のプロ野球優勝セールとの反動減もあり、売上は前年比で約8%減となっている。
		百貨店（売場マネージャー）	・インバウンド売上が減少するなか、国内客の売上は大きく改善も悪化もしていない。日中の気温が比較的高いため、季節商材の動きは鈍い状態が続いている。
		百貨店（外商担当）	・今まで売上がけん引していた、インバウンド売上が落ち込んできている。来客数は増加しているが、購入品目の中心が、従来の時計や海外ブランドといった高額品から、化粧品などの低価格品にシフトしていることが原因とみられる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・10月の3連休は天候に恵まれ、多くの国内客の利用がみられた。インバウンドも引き続き来場している。ただし、バス運転士の残業規制による影響が、団体客のバスは減少している。
	やや悪くなっている	百貨店（企画担当）	・インバウンドの1日当たりの売上は、今月は7月と比べて17%減となっている。ただし、直近は円安傾向に戻っていることもあり、9月と比べると14%増えた。特に10月前半の国慶節の期間は、中国からの旅行者も多く、高額品の売上シェアが高まっている。国内客の売上についても、9月を上回る推移となっている。
		百貨店（管理担当）	・インバウンドの動きが期待した水準には届いていない。
		百貨店（販促担当）	・今月は月初めに雨の日が多く、月全体で異常な気温の高さとなったため、秋冬商材の需要が全く動かず、大苦戦となっている。購買意欲が失われ、来客の動きも明らかに鈍化しており、来店しても購買率が低下している。唯一、インバウンドに関しては前年を上回る推移であり、高級品や化粧品を中心に購入がみられる。
		百貨店（宣伝担当）	・インバウンド売上のけん引で全体は堅調であるが、国内売上は前年を大きく下回っている。特に高額品の動きが鈍く、ファッション商材を中心に客単価が下がっている。
		百貨店（マネージャー）	・3か月前と比べると、これまで全体をけん引してきた、インバウンド消費の増加傾向に鈍化がみられる。中国経済や為替の変動による影響もあるが、消耗品を中心に来客数、客単価が大幅なダウンしたことで、売上は20%増に落ち着いている。一方、国内の富裕層は、特選商材の値上げ前の需要が、売上が微増となっている。また、中間層の動向は食品関係での値上げの増加に対応し、ファッション関連の買い控えで調整している様子がみられ、全体的にはやや厳しくなっている。
		百貨店（売場マネージャー）	・売上、販売量については、気温の影響でファッション関係の婦人服、紳士服の動きが悪い。特に、秋物商材が動いてくる9月以降が猛暑となったため、厳しい状況となっている。また、来客数も熱中症を意識してか、シニア世代を中心に減少傾向にある。その一方、インバウンドや外商売上の動きは、ラグジュアリー関連や金製品などの高額品が好調となっている。
		コンビニ（経営者）	・来客数が5%ほど減少しているが、欧米からのインバウンドの増加で3%ほどカバーしている。インバウンドを更に増やすために、ポケットウイスキーやチョコレート、ポテトチップスなど、欧米人のニーズに合う商品を充実させるなど努力している。
	企業 なっている やや良くなる	経営コンサルタント	・出張で使うビジネスホテルなどの宿泊料金の値上がりがひどい。ダイナミックプライシングを採用しているホテルは、インバウンドの増加が反映され、今や前年の2倍以上の価格になっている。ただし、値上がりの動き自体は、好景気の証拠と判断している。
雇用関連	なっている やや良くなる	その他雇用の動向を把握できる者	・国内の個人消費は低迷気味であるが、インバウンド向けの需要は底堅いとの報告が、多くの業種から届いている。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インバウンド効果や円安の影響で潤っている業界もあるが、物価の上昇は続いているため、景気が良くなっているとは言えない。

「年末商戦」関連のコメント（先行き判断）

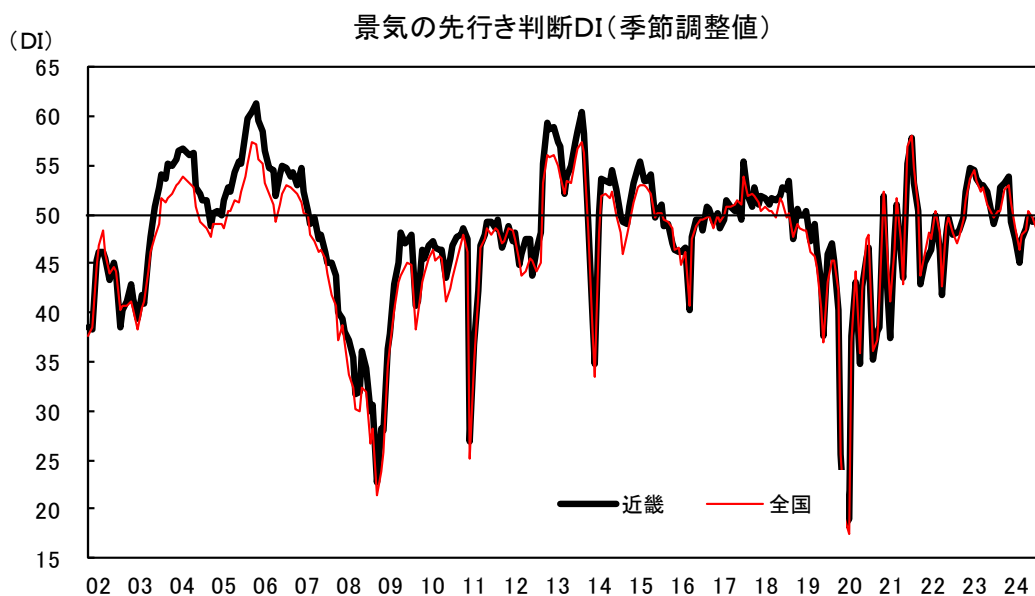
家計動向関連	やや良くなる	一般小売店〔花〕（経営者）	・年末に向かって行事も増え、購買意欲が高まる時期となる。生活必需品の値上げが気になるものの、多少の景気回復が期待できる。
		百貨店（売場マネージャー）	・気温の低下とともに、季節商材の動きが活発化することで、紅葉シーズンやクリスマス、年末商戦の盛り上がりも期待できる。
		百貨店（マネージャー）	・コロナ禍の収束後、初めてとなった前年のクリスマスや年末年始に対し、今年の需要は更に伸びることが予想される。今年のお盆期間の売上も好調であったため、期待がもてる。
		コンビニ（店員）	・年末年始の長期休暇もあるため、売上は少し増える。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年末商戦にかけており、ボーナス支給や賃金の増加を背景に、新商品の発売などによって差別化を図ることで、新規客の獲得が期待される。

家計動向関連	やや良くなる	高級レストラン（スタッフ）	・ここから年末までは、予約数や客単価が上向くことを期待している。
		一般レストラン（店員）	・年末に向けてのおせちの間合せが、例年よりも早まっている。予約が前年よりも増えることを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始の需要は例年並みであり、レストランと併せた企画での、高単価の商品も想定どおりの販売となっている。
		通信会社（社員）	・年末年始の冬物商戦では、総販売額がアップする見込みである。
	変わらない	百貨店（サービス担当）	・年末商戦の開始による来客数の増加に加え、集客催事の強化やショップのリニューアルオープン効果により、売上の前年実績は確保できそうである。
		百貨店（マネージャー）	・インバウンド消費の一巡で大きな期待はもてないが、堅調には推移すると予想される。富裕層の消費も、クリスマスや年末商戦で特選品や時計などが一定の動きとなりそうである。中間層はコストパフォーマンスを意識し、選択消費が続くと予想されるなか、おせちの受注の出足は良いため、消費を喚起する仕掛けや内容が問われる。
		都市型ホテル（総務担当）	・予約状況をみると、宿泊利用は引き続き堅調である。一方、宴会は年末年始の利用を期待しているが、レストランは特にディナー帯の集客が苦戦しそうである。
		旅行代理店（支店長）	・今年の年末年始は日並びが良く、連休になるため、客の旅行マインドも高まると期待される。ただし、まだその気配はなく、状況に大きな変化はない。
		競輪場（職員）	・例年であれば、年末年始の時期は良くなる傾向にあるが、不安定な政局や物価の上昇を考えると、状況は変わらない。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上は、インターネット投票を中心に好調を維持している。今後も大きな変化はなく、安定的な推移が予想される。さらに、年末年始にはビッグレースが予定されているため、若干の伸びが期待できる。
企業動向関連	良く	化学工業（企画担当）	・インバウンド需要が堅調なほか、年末年始は食品需要の最盛期となるため、先行きが期待される。
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末年始に向けてイベントの動きも活発化するため、受注量の若干の増加を予想している。
		建設業（経営者）	・年末にかけては、駆け込みを含めた案件の増加が予想される。これまでの受注残もあるため、限られたマンパワーでいかに対応するかは悩ましい問題である。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・年末にかけては商品も動くため、現状が維持できればよい。
		食料品製造業（営業担当）	・クリスマスや年末年始に向けての催事が行われるが、物価上昇の影響で、消費者の購買動向は余り変わらない。
		広告代理店（営業担当）	・年末までは今の状態が続くと予想される。

「冬物商材」関連のコメント（先行き判断）

家計動向関連	やや良くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・気温が下がり、秋の行楽シーズンやクリスマスに向けて、ニットやコートなどの高額商品が売れる時期となる。今年は暑い時期が長く、秋物商材を余り購入していない人が多い。夏服からいきなり冬服に移る客も多いため、冬物商材のまとめ買いが期待される。
		百貨店（売場マネージャー）	・気温の低下とともに、季節商材の動きが活発化することで、紅葉シーズンやクリスマス、年末商戦の盛り上がりが期待できる。
		家電量販店（経営者）	・補助金効果と冬物商戦の盛り上がりで、省エネ型給湯器や浴室リフォームの販売量の増加を期待している。
		通信会社（社員）	・年末年始の冬物商戦では、総販売額がアップする見込みである。
	変わらない	百貨店（販売推進担当）	・涼しくなってきた10月下旬も、秋物衣料の動きは低調であった。こうした動きをみると、冬物コートなどの動きにも余り期待できない。
		百貨店（宣伝担当）	・冬物の実需期となるため、客の購買意欲が高まることが期待されるものの、賃上げ効果の顕在化は遅れている。さらに、関西はなかなか気温が下がらないこともあり、国内客の売上は今後も苦戦が予想されるなか、インバウンド頼みとなる。
		スーパー（店長）	・現状は季節商材の動きが非常に悪い。今後は気温次第で販売状況は変化するものの、衣料品を中心とした季節商材は定価販売の期間が短くなり、利益の減少につながることを予想される。
		家電量販店（企画担当）	・住宅省エネ2024年キャンペーンにより、省エネ型給湯器が売れている。これから冬物商材が動き出すなか、今年は来客数の増加が見込めないため、浴室のリフォームや太陽光発電、蓄電池などのセット提案、グレードの高い商品への振替販売を行い、単価を上げていく必要がある。
	やや悪くなる	スーパー（販売促進担当）	・気温が低下してくれば、商品も動くようになるが、冬物商材の動き出しが遅れている分、販売期間としては短くなる。それに伴い、10月の落ち込みを回収するほどの伸びは見込めない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・今年の冬は平年並みの寒さで、冬らしい気候となるため、冬物商材が通常どおりに売れることを期待したいが、物価の上昇による影響が気になる。
企業関連	変わらない	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・例年は10月になれば冬物商材の注文が増えてくるが、今年は夏が暑く、今も暑さが続いているため、動きが悪い。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・今までにない猛暑や豪雨の影響で、秋物、冬物商材の売行きが悪い。新規の生産や販売が止まっている状況が続いている。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		22年		23年					24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	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	48.8
	(全国)	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	47.5
先行き判断	近畿	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	49.5
	(全国)	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	48.3

※季節調整値