

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和元年9月)

～現状判断は増税前の駆け込み需要で上昇も、先行きは急激に低下～

- 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50.4と2か月連続で上昇した。DIの水準は、好不調の判断の分かれ目である50を10か月ぶりに上回っている。一方、先行き判断は37.2と3か月連続の低下となった。
- 足元の景気は、消費増税を翌月に控えた駆け込み需要の動きにより、関連業界で売上の増加につながっている。家電量販店や百貨店をはじめ、スーパーや一般小売店などでも、消耗品などのまとめ買いが増えた。一方、気温はやや高めの推移となったことで、秋物商材の出足は少し鈍いものとなっている。
- インバウンド関連では、今月は比較的明るい声が多くなっている。ラグビーワールドカップによる効果がプラスにはたらいたほか、中国からの訪日客が増えていることもあるが、前年が閑空の閉鎖などで大きく落ち込み、その反動で前年比の数字が改善した影響も大きい。韓国からの訪日客は前月に続いて大きく減っており、回復の兆しはみられない。
- 先行きについては、やはり消費増税による悪影響への不安が広がっている。駆け込み需要の反動減ほか、節約志向が強まることへの不安も大きい。キャッシュレス決済によるポイント還元制度や軽減税率といった負担軽減策についても、効果への期待がある一方、複雑さによる混乱への不安や、制度の対象外である企業も多いなど、概して冷めた声が多い。
- さらに、米中貿易摩擦、日韓問題による影響への不安も、引き続き大きい。製造業をはじめとして、百貨店やホテル、レストランなど、幅広い業界から不安の声が上がっている。

「日韓問題による影響」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(サービス担当)	・今月は消費税増税に伴う駆け込み需要で、全般的に売上は好調である。売上も前年の20%増と大幅に伸びている。インバウンドも同じく25%増で、韓国からの客は減っているが、中国人客の需要は大きく、好調に推移している。
		百貨店(売場主任)	・特に、OL層などの若い女性向けの婦人衣料や雑貨が好調である。また、特選ブランドや宝飾品などの高額品は、やはり消費税増税前の駆け込み需要が顕著になっている。インバウンドは韓国人旅行者の減少が報じられているが、さほど売上に影響は出しておらず、むしろ化粧品などは好調である。
		百貨店(宣伝担当)	・9月に入り、前年の台風による落ち込みの反動増を考慮しても、好調に推移している。消費税増税前の駆け込み需要は、消耗品ではそれほど多くないが、特選ブランドや宝飾品、家具などの高額品では、伸び率が大きくなっている。インバウンドも堅調に推移しており、日韓問題の影響は余り感じられない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・婚礼については、消費税増税前の駆け込み需要と令和元年婚の動きが重なり、近年としては記録的な件数となっている。一般宴会も大型会合が多く、前年の件数を上回った。宿泊については、韓国からの客は減少したが、東南アジアからのインセンティブツアーでカバーしており、料金も高止まり状態となっている。
		旅行代理店(役員)	・香港や中国、韓国への旅行は伸び悩んでいるが、海外のロング方面やクルーズは伸びている。
変わらない	一般小売店[鮮魚](営業担当)	・卸売、小売共に、国内需要が弱いため、インバウンドに頼らざるを得ないが、そのインバウンドも韓国の不買運動の影響をもちに受けている。	
	一般レストラン(経営者)	・今月は連休が多く、通常の日よりも営業時間が短かった影響もあり、売上は減少している。また、韓国からの観光客の減少もあり、繁華街では影響が大きく出た。ただし、歓送迎会の需要が、その分をカバーした形になっている。	

家計動向関連	変わらない	都市型ホテル（客室担当）	・訪日韓国客人は前年比で20%と落ち込んでいるが、ラグビーワールドカップの影響もあり、欧米諸国からの訪日客は増えている。ただし、周辺ではホテルが乱立しており、価格競争が激しい。
		旅行代理店（営業担当）	・日韓関係の悪化や、香港をめぐる情勢の混乱もあり、訪日客の動きに影響が出ている。一方、消費税増税前の駆け込み需要の影響も余りなく、なかなか個人消費が戻ってこない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	・韓国観光客の激減でにぎわいがなくなっている。消費税増税前の駆け込み需要もほとんどない。
		都市型ホテル（総務担当）	・近隣のホテルに宿泊するインバウンド客については、欧米人は現状維持であるが、中国人のほか、特に韓国人は急激に減っている。
企業動向関連	なっていない	化学工業（管理担当）	・今月の宿泊売上は前年を上回っているが、前年の台風被害による減収を考えると、当初想定していた売上には届いていない。これは、新規開業ホテルとの競争激化による客室単価の下落が原因と考えている。また、韓国からの観光客の減少については、稼働率に特段の影響はみられず、客単価に少し影響がある程度である。
		旅行代理店（支店長）	・日韓問題やサウジアラビアへの攻撃、米中貿易摩擦による世界情勢の悪化で、客の間に買い控えの動きがみられる。また、ラグビーワールドカップを自宅で観戦する動きも、国内旅行に影響を及ぼしている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・日韓関係の変化により、8月は韓国向けの出荷が倍増したことを除けば、月々の稼働日といった季節要因による変化はあるが、出荷量は平均して若干悪い状況が続いている。
なっていない	やや悪くなる	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・関西の主要な行楽地周辺での売上をみると、やはり韓国旅行客の減少による影響か、3か月前に比べて5%前後落ち込んでいる。月後半はラグビーワールドカップの影響で、外国人観光客が押し寄せ始めているが、売上の増加にはつなげられていない。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・前月と同様に、消費税増税前の設備計画はなく、水俣条約によるLEDの利用の動きも鈍い。当社のOEM先である韓国に対する客の反応も良くない。

「気温要因」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（売場マネージャー）	・前年の台風の影響による反動と、消費税増税前の駆け込み需要により、特選インポート洋品や宝飾品、化粧品の動きが大変好調である。一方、婦人服ではミセスやシニアゾーンで多少の駆け込み需要がみられるが、気温が高かったため、衣料品全体では苦戦している。	
		百貨店（服飾品担当）	・9月に入り、前半は消費税増税前の駆け込み需要が余りみられなかったが、後半からは高額品や消耗品の動きが激しくなっている。郊外店舗の売上は前年比で10%以上増え、都心店舗では20%以上の伸びとなった。特に、高額品をけん引したラグジュアリー関連は40~60%の伸びとなり、化粧品も高い伸びとなっている。衣料品関連も、気温の低下は遅いものの、駆け込み需要で20%を超える伸びとなっている。	
		百貨店（マネージャー）	・9月の2週目までは猛暑日を記録する日もあり、秋物商材が苦戦している。中旬以降、気温がやや低下傾向となり、ニットや羽織物に動きが出てきた。また、ラグビーワールドカップの観戦目的と思われる欧米からの観光客の来店が増え、国内ブランドを中心に、インバウンド売上に増加がみられた。一方、婦人服に対する、消費税増税前の駆け込み需要は限定的である。	
	変わらない	百貨店（営業企画）	・消費税増税前の駆け込み需要や、気温の低下に伴い、ファッション関連、雑貨の販売が好調である。	
		スーパー（企画担当）	・ようやく最高気温も30度を下回るようになり、朝夕が過ごしやすくなってきたが、前年と比べると気温は高く、ホット商材の動きが鈍い。海産物については、新さんまが高値続きで販売量が増えず、全体的な売上も大きく落ちている。	
		スーパー（エリア統括）	・景気の変化がないのは、消費税増税と気温要因の影響が大きい。増税については、前回とは全く異なり、駆け込み需要の動きが少ない。メディアの報道内容と現場の動きがかけ離れている。一方、高い気温がスーパーにとっては一番の逆風である。9月末なのにTシャツと短パンで、衣料品では秋冬物が全く動いていない。食料品も鍋物関連が売れず、アイス類や飲料などが好調である。	
		コンビニ（店員）	・残暑が厳しく、冷たい飲料やアイス類の売上は好調であったが、おでんや肉まんの廃棄が目立っている。	
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・来月から消費税増税が始まるが、5年前のような買い控えは余りない。9月は暑い日が多く、飲料水が売れたほか、駆け込み需要で紙製品の動きが良い。	
	なっていない	やや悪くなる	タクシー運転手	・残暑が続き、近距離、遠距離を問わず、客の乗車機会は減っていないが、営業収入は前月並みである。
			一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・9月になると暑さも和らぎ、祝日もあるため、牛肉は少し動く。ただし、今年は3連休が2回もあった割に、小売の状況は非常に悪い。それに対し、レストランは3連休に限ると少し客足が多いようにみえた。一方、この時期に動きが出る、すき焼きなどは非常に悪く、消費税増税前の駆け込み需要の影響で、食費にもし寄せがきていると感じる。
企業関連	悪くなる	一般レストラン（経営者）	・9月であるが、連日の猛暑日となり、夜は特に商店街の人通りが少ない。一方、月後半は消費税増税前のキャッシュレス決済のポイントサービスがテレビで取り上げられ、キャッシュレス決済を利用する客が増えている。	
		食料品製造業（営業担当）	・今月は天候が良く、気温も高かったため、飲料水の売上は少し良かった。ただし、消費税増税前でもあり、飲料は軽減税率の対象のため、下旬頃からは少し減少気味である。	

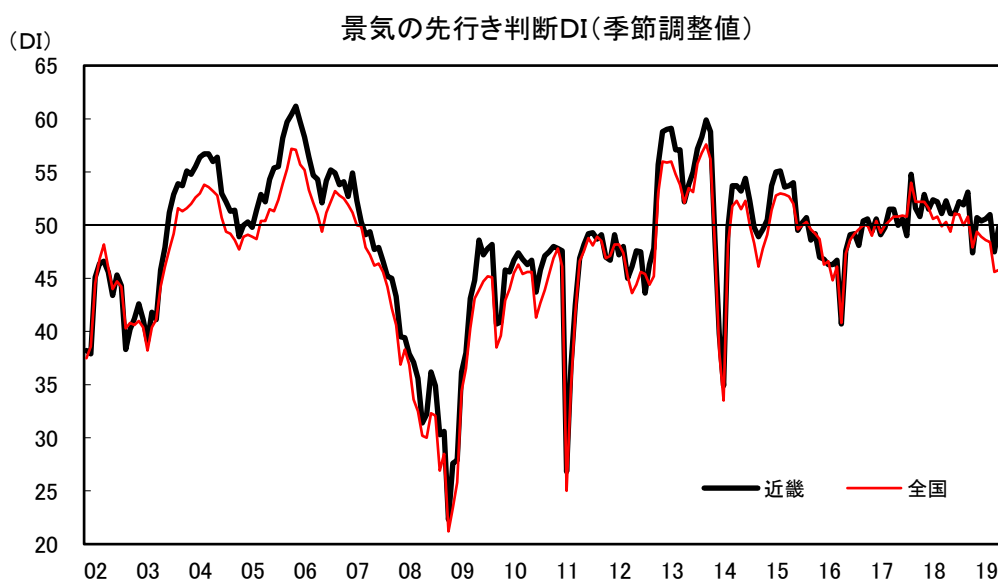
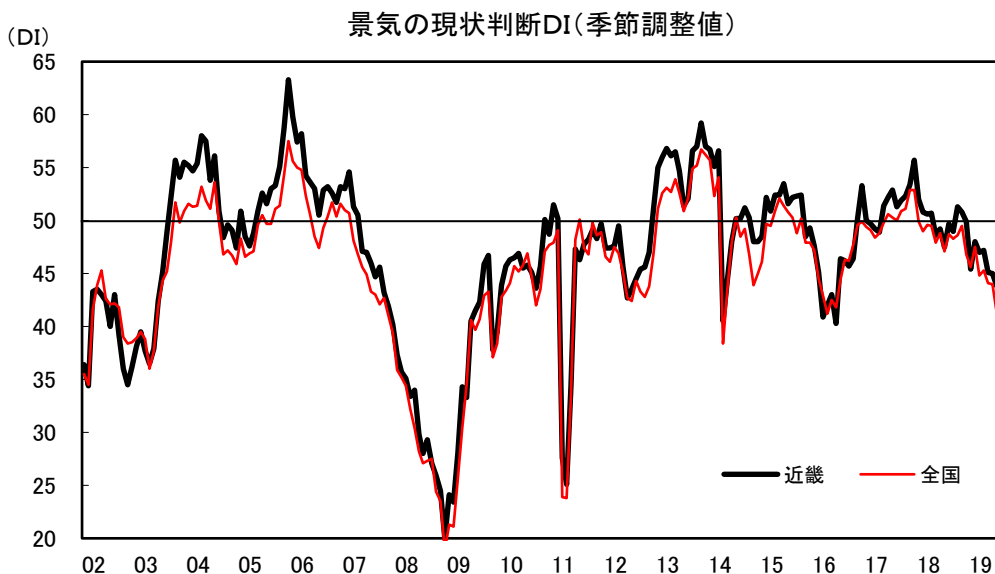
「軽減税率」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	やや良くなる	スーパー (企画担当)	・10月から消費税増税となるが、食品スーパーでは軽減税率の対応商品が多いほか、当店はキャッシュレス決済によるポイント還元の対象となっている。今後は買物で利用してもらえる頻度が高くなると予想している。
		都市型ホテル (スタッフ)	・低価格型ホテルの参入により、客室単価は大きく低下しているが、料金のコントロールによって稼働率は何とか維持できている。宴会についても、消費税増税に伴う値上げで利用減を懸念していたが、早めの告知により、定例宴会を中心に順調である。一方、ホテル業界の動きとしては、軽減税率の導入に伴うシステムの入替えに、かなり費用が掛かっている。
	変わらない	百貨店 (サービス担当)	・10月からの消費税増税と軽減税率の導入で、先行きに不透明感はあるものの、消費全体の動きは変わらない。インバウンド効果のほか、売場の改装効果も出るため、実績としては変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店 [時計] (経営者)	・消費税率の2%上昇が、毎日の生活にどの程度影響するのか、悪いイメージしかない。客との話では、軽減税率やキャッシュレス決済のポイント還元は、余り理解されていない。全体としては、財布の中身を自分で把握できないことが怖いという意見が多く、先行きは厳しくなりそうである。
		スーパー (経理担当)	・今後は、消費税増税の駆け込み需要の反動減や、節約ムードの高まり、ポイント還元対象外の商品の売行き悪化、セールスの激化、軽減税率による混乱などが予想される。最大の商戦である年末にまで、影響が残る懸念が大きい。
		スーパー (販売促進担当)	・消費税増税前に駆け込み需要が出た商品は、実用品などに限られるが、10月以降は買い控えが予測される。し好品などは増税前から販売が伸びておらず、10月の消費マインドは相当厳しくなる。キャッシュレス決済によるポイント還元や軽減税率についても、制度が複雑すぎて、消費者による理解が進んでいない。
企業関連	やや良くなる	乗用車販売店 (経営者)	・消費税増税に伴って導入される、軽減税率やキャッシュレス決済によるポイント還元制度が複雑すぎるほか、対象店舗も少ないため、消費意欲は減退する。
		食料品製造業 (従業員)	・食品は軽減税率の対象であり、秋口から年末にかけては新製品も発売されるので、少しはプラスとなる。ただし、消費者は安い商品を求める傾向にある。

「キャッシュレス決済」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	やや良くなる	家電量販店 (経営者)	・次世代住宅ポイント制度やキャッシュレス決済のポイント還元制度により、リフォームやオール電化の需要が喚起される。
		旅行代理店 (役員)	・プレミアム付商品券や、キャッシュレス決済のポイント還元事業などが導入されるため、需要の増加に直結する。
	変わらない	スーパー (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要は予想したほど出ず、反動減による落ち込みは少ないが、小売業のキャッシュレス決済によるポイント還元では、各社のキャンペーンによる値引き合戦がいよいよ激しくなる。また、働き方改革の影響で、これまで以上に人手不足感が強まるなか、最低賃金も10月から上がる。イラン問題などで光熱費も上昇傾向にあり、利益が減ることから、非常に厳しい決算が見込まれる。
		一般レストラン (経営者)	・先行きが読めない。ただし、当店はスマートフォンでの特定のキャッシュレス決済につき、5%のポイント還元を行う。今はキャッシュレス決済の利用者は少ないが、今後増えれば、客足も増えるかもしれない。
	やや悪くなる	一般小売店 [時計] (経営者)	・消費税率の2%上昇が、毎日の生活にどの程度影響するのか、悪いイメージしかない。客との話では、軽減税率やキャッシュレス決済のポイント還元は、余り理解されていない。全体としては、財布の中身を自分で把握できないことが怖いという意見が多く、先行きは厳しくなりそうである。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税増税が始まるなか、良くなる要素はない。キャッシュレス決済のポイント還元で、どこまでアピールできるかが、秋冬商戦の全てとあってよい。ポイント還元制度には大きな期待をしている。
		スーパー (販売促進担当)	・消費税増税前に駆け込み需要が出た商品は、実用品などに限られるが、10月以降は買い控えが予測される。し好品などは増税前から販売が伸びておらず、10月の消費マインドは相当厳しくなる。キャッシュレス決済によるポイント還元や軽減税率についても、制度が複雑すぎて、消費者による理解が進んでいない。
		スーパー (エリア統括)	・消費税増税後、しばらくは日用品を中心に厳しくなる。当社もキャッシュレス決済を導入したが、利用客はまだ少なく、浸透には時間が掛かる見込みである。当面はポイント還元のある企業が優位とみられ、30~40代の買い回り客が増えそうである。
	悪くなる	乗用車販売店 (経営者)	・消費税増税に伴って導入される、軽減税率やキャッシュレス決済によるポイント還元制度が複雑すぎるほか、対象店舗も少ないため、消費意欲は減退する。
		通信会社 (企画担当)	・ゲームセンターの料金は、消費税増税分の値上げが難しい。キャッシュレス決済の更なる普及に期待している。
企業関連	やや悪くなる	百貨店 (企画担当)	・8月までの様子に加えて、10月から消費税増税が始まるため、消費者の購買意欲はますます低下する。さらに、当社はキャッシュレス決済のポイント還元の対象外であるため、政府の施策による恩恵は全くない。自助努力で販促費を投入せざるを得ず、確実に会社の利益は減少する。
		衣料品専門店 (経営者)	・消費税増税だけではなく、様々な費用が重くのし掛かっている。例えば、キャッシュレス決済のポイント還元でも、実質的に2%の手数料が取られる。多くの小売業者の負担は、増税分を含めて最低でも4%に達し、賃金の上昇やその他の手間によるコストを考えると、10%相当の負担増になっている。
企業関連	やや悪くなる	経営コンサルタント	・小売業に関しては、買い控えが発生する。キャッシュレス決済のポイント還元といった消費喚起策は打たれているが、中小小売店ではキャッシュレス決済への対応が進んでおらず、消費の悪化を止めるほどの効果はない。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		17年			18年							19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
現状判断	近畿	52.3	53.4	55.7	52.0	50.8	50.6	50.7	48.6	49.2	47.5	49.7	49.0	51.3	50.8	49.9	45.4	48.0	47.0	47.2	45.1	45.0	43.8	45.3	50.4
	(全国)	51.1	52.9	52.9	49.9	49.0	49.6	49.5	47.9	48.8	47.1	48.7	48.3	48.6	49.5	46.8	45.6	47.5	44.8	45.3	44.1	44.0	41.2	42.8	46.7
先行き判断	近畿	54.8	51.6	50.8	52.9	51.5	52.4	52.2	51.1	52.3	51.1	51.1	52.2	51.9	53.1	47.4	50.7	50.4	50.6	51.0	47.5	49.8	46.3	42.3	37.2
	(全国)	54.0	52.2	52.2	52.2	51.6	50.6	50.8	49.9	50.3	49.4	51.1	51.0	50.0	50.8	47.9	49.4	48.9	48.6	48.4	45.6	45.8	44.3	39.7	36.9

※季節調整値