

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和元年11月)

～消費増税の影響が続き、現状判断は上昇も小幅にとどまる～

- 景気ウォッチャー調査・11月調査の近畿地域の結果は、現状判断が40.2と2か月ぶりに上昇した。先行き判断も46.2と2か月連続の上昇となった。
- 足元の景気は、気温が高めに推移したことで、季節商品の売行きが芳しくなかったほか、10月にスタートした消費増税の影響が11月も残る形となっている。百貨店を中心とした駆け込み需要の反動に加え、スーパーを中心に、消費者の節約行動の影響とみられる動きもみられる。一方、キャッシュレス決済のポイント還元により、コンビニは堅調に推移するなど、業種間格差の拡大につながっている。
- さらにインバウンド関連でも、韓国からの訪日客の減少が続く中、免税売上も前年を下回る動きがみられる。これまで堅調に推移していたインバウンド市場の動きも、鈍化傾向が鮮明となっている。
- 先行きについては、消費増税の影響が予想よりも長引く可能性が出ており、当面は消費の停滞につながるとみられる。インバウンド市場も韓国人客の減少に加え、免税売上の前年割れが続く懸念が出てきており、消費増税の悪影響をカバーすることは期待しにくい。
- さらに、米中貿易摩擦や日韓問題による影響への不安も、引き続き大きい。製造業などへの直接的な影響をはじめ、株価への影響を通じた消費マインドの悪化も懸念されており、百貨店やホテル、レジャー関連など、幅広い業界から不安の声が上がっている。

「消費増税による影響」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなる	家電量販店(人事担当)	・気温が高い日が続いていたが、ようやく気温が下がってきた。10月の消費税増税後の反動減からも、ようやく回復しつつある。
	やや良くなっている	百貨店(営業担当)	・消費税増税から1か月が過ぎ、高額品の購入は徐々に回復してきたが、海外高級ブランド品を中心とした、超高額品の購入はみられない。
		百貨店(服飾品担当)	・消費税増税の影響から、徐々に売上は回復する様子であるが、まだ完全に戻りきっていない。増税の影響がない食品関連はほぼ前年並みで推移し、防寒商材関連も中旬以降、徐々に前年並みに戻ってきたほか、雑貨やバッグといったアイテムも復調傾向にある。先買いの特徴がある、プライダル関連中心のジュエリーや化粧品といった商材は完全に復調していないが、外国人客の売上は好調に推移し、クリスマス商戦に向けて更に改善すると予想される。
		スーパー(企画担当)	・消費税増税に伴う、キャッシュレス決済のポイント還元の対象店となり、競合企業との差別化につながっている。客のキャッシュレス比率も高くなり、売上の底上げに寄与している。
		コンビニ(経営者)	・弁当やサンドウィッチなどの食品類の売上が、軽減税率やキャッシュレス決済のポイント還元の効果で、10月以降は増加傾向にある。
		その他専門店[宝石](経営者)	・消費税増税が始まったが、食料品などは税率が8%に据え置かれたため、予想したほどのダメージはない。株価も今のところは順調に高水準で推移している。
		その他専門店[ドラッグストア](店員)	・生活用品の買い控えも、そろそろ落ち着いてきた。1人当たりの客単価は前年比で124円上がり、売上も前年並みとなりそうである。一方、今月は生活に必要な物の購入は目立ったが、それ以外の美容関連などの売行きは落ち込んでいる。
	その他小売[インターネット通販](経営者)	・消費税増税後のキャッシュレス決済によるポイント還元で、商店街や各スーパー、コンビニでは購買意欲が高まっている。また、スマートフォンでの決済の普及で買物がしやすくなった点も、プラスとなっている。	
変わらない	一般小売店[衣服](経営者)	・寒くなってきた分、数か月前よりも販売量は増えているが、気候による変化であり、景気が良くなったわけではない。消費者の様子にも、特に変化は感じられない。ただし、消費税増税後という時期を考えると、それほど悪いとも感じられない。	

家計動向関連

変わらない	百貨店（売場主任）	・特殊要因を除き、25日までの店頭売上は前年比で1.5%減とやや悪いが、おせち料理やお歳暮ギフトはプラスに転じるなど、消費税増税の影響は一服しつつある。
	百貨店（営業推進担当）	・消費税増税の影響から抜け出すには至っていないが、入館者数に占める買上客の割合は、増税前の水準にまで持ち直してきている。また、買上単価は前年とほぼ変わらないことから、増税前に駆け込みで購入した層は、そのときに購入した商品をまだ消費しきっていない。
	百貨店（外商担当）	・消費税増税後の反動減が続き、特に宝飾品や美術品などの落ち込みが激しい。さらに、インバウンド売上が前月から前年を下回っている。
	スーパー（経営者）	・消費税増税の影響と軽減税率の影響が打ち消し合っている。加工食品や生鮮品は落ち込みなく売れているが、酒や雑貨類は厳しい状況が続く。また、キャッシュレス決済のポイント還元に対抗して、対象外の企業が独自のポイント還元策を打ち出している。コストが下がらないなか、身を削りながら客を逃さないようにしている結果、売上よりも利益が減る事態を心配している。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響は余り感じられないため、それをプラスに判断すると、状況は若干良い。
	スーパー（店長）	・消費税増税後の落ち込みも戻ってきた感があり、買上点数はさほど変化がない。
	スーパー（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減による影響は、ほぼなくなった。一方、キャッシュレス決済のポイント還元は、コンビニなどの対象店ではプラスとなっているが、対象外のスーパーには恩恵がなく、不公平感がある。
	スーパー（管理担当）	・軽減税率などの効果があるのか、消費税増税による大きな落ち込みはない。
	スーパー（エリア統括）	・消費税増税以降、各社のポイント特典や割引のほか、クーポンやチラシなどを使った価格競争が一層激しくなっている。買い回りをする客が日に日に増え、固定客の店離れが顕著にみられる。
	コンビニ（経営者）	・消費税増税に伴うキャッシュレス決済のポイント還元も、当たり前になっている。
	家電量販店（店員）	・いまだに消費税増税の影響があるほか、気温が高いこともあり、エアコンや暖房器具の売上が上がらず、景気は悪い。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・近隣での競合店の出店や、消費税増税後の節約志向の影響か、来客数が減少している。新店舗の売上の伸びも低調である。
	一般レストラン（経理担当）	・消費税増税や異常気象のほか、インバウンド客の減少が続いており、飲食業界を取り巻く環境は決して良いとはいえない。
	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・消費税率が上がったが、税率が混在しているため、書類などの様々な部分で人手が掛かる。景気への影響以前に、手間ばかりが増えている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・予約自体は好調に入っているが、宴会場の値上げや消費税増税に対する反応は悪い。増税分は仕方がないとしても、例年どおりの条件を要求されるため、割引で対応することが多い。
	都市型ホテル（総務担当）	・11月の宿泊の予約状況は、おおむね前年並みであるが、レストランの売上が前年を下回っている。特にレストランは、10月に続いて11月も前年を下回っており、消費税増税の影響が疑われる。
	タクシー運転手	・消費税増税による値上げの影響か、街では深夜の客足の引きが早いような気がする。
	通信会社（社員）	・ボーナスの支給や、来年の東京オリンピック関連の需要で、消費は伸びると予想されたが、それほど伸びはみられない。10月の消費税増税が、需要の増加を抑え込んでいる可能性がある。
	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・消費税増税後の大きな落ち込みは感じられない。韓国からのインバウンド客の落ち込みは、他の国からの増加でカバーしている。その一方、上向きの動きは特に感じられず、天候要因を除けば大きな変化はない。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費税増税以降、10月は不動産購入の検討客の動きが減少した。11月は多少回復の兆しがみられるものの、集客状況は引き続き芳しくない。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・消費税増税の影響が続き、客が部品交換に積極的ではない様子を感じられる。	
やや悪くなっている	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・11月現在と8月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は11月が87.7%で、8月が77.3%、関東は11月が124.2%で、8月が107.0%、中部は11月が78.6%で、8月が108.1%、中国は11月が88.1%、8月が88.0%、各地区合計の平均は11月が90.4%で、8月が88.9%となり、11月に入っても非常に苦戦している。大きな要因としては、前月と同様に消費税増税による客足の落ち込みがあり、苦しんでいる状況である。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・インバウンド客が減少している。日韓問題や香港での諸問題の影響か、夏を過ぎた頃から、かなり減少傾向にある。それと同時に消費税率が上がったほか、自然災害の影響も抱えたまま進んでいる。また、販売については、デフレ傾向が強まっているように感じる。
	百貨店（企画担当）	・国内客の動きは、10月の消費税増税による売上減の基調が続いている。ただし、外国人売上については、前月が大幅な減収となっていたものの、今月はプラスに転じており、国内客の減収分をかなりカバーしている。
	百貨店（販促担当）	・今月は全体的に前年を下回る推移となっている。消費税増税の影響が高額品や化粧品などに出ているほか、高めの気温の影響で、衣料品や雑貨の動きも鈍い。また、重衣料が動かない分、単価も低下している。食品も鍋関連の動きが悪く、これも単価に影響している。
	百貨店（サービス担当）	・前月からの消費税増税に伴う落ち込みで、来客数は前年比で2～3%減、売上も前月ほどではないものの、約7%減少している。インバウンドも7%前後減少している。

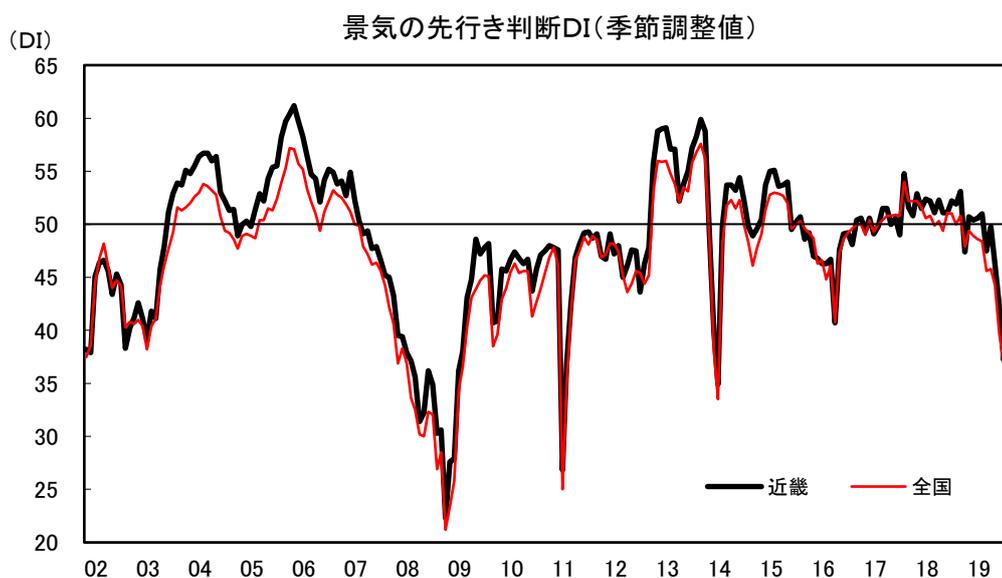
家計動向関連

やや悪くなっている	百貨店（商品担当）	・10月の消費税増税による売上の落ち込みは、少し落ち着いたものの、依然として前年比で2けた近い落ち込みとなっている。高級時計や食品ギフトなど、一部に好調な商品もあるが、来客数の前年割れが続いており、全体的に不調である。また、インバウンド売上も引き続き前年割れで、特に化粧品品の落ち込みが顕著である。
	百貨店（宣伝担当）	・消費税増税の影響がまだ残っており、客の財布のひもが固くなっている。さらに、気温が高かったこともあり、単価の高い冬物商材の動きが鈍い。インバウンドの売上も落ち込んでいる。
	スーパー（販売促進担当）	・10月以後の消費税増税による影響が続き、売上の回復がみられない。客単価が落ち、財布のひもが固くなった客が増えている。キャッシュレス事業者によるキャンペーンも、5%還元対象外の小売店には追い風にならない。また、2%が還元されるコンビニの影響も大きい。
	コンビニ（経営者）	・寒くなり、飲料水がホットに変わったため、売上が3か月前よりも10%減少している。また、季節商材のおでんや肉まんなどの売上が、消費税増税の影響で7%減少している。
	コンビニ（店長）	・消費税増税の影響に加えて、近隣店舗のリニューアルによる影響が出ている。
	乗用車販売店（経営者）	・やはり消費税増税後は、引き合いが少なくなっている。
	乗用車販売店（営業企画）	・来客数、問合せ件数共に、消費税増税の影響が出ている。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税の影響による買い控えで、商品単価などの停滞がみられる。
	都市型ホテル（管理担当）	・ブライダルに関しては、消費税増税前の駆け込み需要の影響か、予約が低迷している。宿泊に関しても、新規ホテルが毎月開業するなど、需要を超える供給となり、苦戦している。
	旅行代理店（支店長）	・台風による被害の影響で、予約のキャンセルがあるほか、先の旅行の申込みが滞っている。また、客の様子には、ここへきて消費税増税の影響がはっきりと表れている。例えば、消費税増税の影響もまだ不透明なので、この年末の旅行は様子を見るといった話が出ている。
	旅行代理店（役員）	・キャッシュレス決済によるポイント還元のほか、プレミアム付商品券も取り扱っているが、消費税増税の直前に支出を増やしたのか、客に勢いがいない。企業もパソコンのOS切替えなどで支出が増えており、旅行にまで手が回らない。
	テーマパーク（職員）	・消費税増税以降、来客数の前年割れが続いている。
	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・消費税増税の影響が継続している。軽減税率の複雑さで、百貨店の食品の税率が全て10%と考えられているとの声もある。
	住宅販売会社（総務担当）	・建築請負事業、不動産販売共に、消費税増税以降は落ち込んでいる。
悪くなっている	商店街（代表者）	・10月の売上は前年比で85%、11月は15日までで92%となっている。駆け込み需要はなかったにもかかわらず、消費税増税の影響が出ている。
	百貨店（売場主任）	・今月は売上が目標を下回り、前年割れとなる見込みである。消費税増税後の反動が続いており、従来は好調であったインバウンド需要も減少している。客の消費に対するマインドは予想以上に冷え込んでおり、好調に推移していた商材にも買い控えの傾向がみられ、アパレルを中心に全商品が厳しい状況にある。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響もあり、衣料品の売上が前年比で1割減少し、全体でも8.2%減となっている。
	百貨店（企画担当）	・消費税増税後は、明らかに消費が減退している。当社の入店客数は前年並みであるが、買上客数、客単価共に悪化している。気温が例年のように変化せず、季節商材の動きも悪いが、節約を推奨するテレビ、雑誌などの影響は大きい。
	百貨店（マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、時計や宝飾品などの高額品の単価が前年比で9.2%下がっているほか、気温が下がらないため、コートの売上が30%減と、単価の高いアウターの動きが悪い。
	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税による消費の冷え込みと、キャッシュレス決済への拒否感が大きく影響している。日用品は6月頃から徐々に値上げが進んでおり、家計を圧迫している。キャッシュレス決済については、年齢が高いほど拒否感が強く、特に一人暮らしの高齢者は現金が中心である。キャッシュレス決済を利用する高齢者は、子供や孫と同居している人がほとんどである。
	家電量販店（店員）	・消費税増税後の来客数の激減に、売上が比例している。ボーナスの支給前という時期であるが、客足は鈍いと感じる。
	家電量販店（企画担当）	・消費税増税後の来客数の落ち込みが激しい。ボーナス支給額は増えているようであるが、下期の落ち込みから、消費にはなかなかつながらないと考えられる。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税後、婦人衣料の落ち込みが目立つ。また、化粧品もインバウンド需要が低迷している。
	一般レストラン（経営者）	・11月に入って、自宅から弁当を持参したり、ポイント還元のあるキャッシュレス決済で弁当を買ったり、外食を控えるようになったりと、節約志向が強まっている話をよく耳にする。消費税増税のすぐ後ではなく、11月に入ってから来客数が急に減少している。また、日韓関係が政治や経済面で悪化し、韓国人観光客は団体客を中心に激減している。
	一般レストラン（経営者）	・キャッシュレス決済を導入したところ、前月よりも利用者が倍以上に増えた。一方、プレミアム付商品券も利用できるが、利用者は1人だけと少ない。

「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	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・インバウンドの動きが戻ってきた影響で、売上も少し上向いている。
		百貨店 (服飾品担当)	・消費税増税の影響から、徐々に売上は回復する様子であるが、まだ完全に戻りきっていない。増税の影響がない食品関連はほぼ前年並みで推移し、防寒商材関連も中旬以降、徐々に前年並みに戻ってきたほか、雑貨やバッグといったアイテムも復調傾向にある。先買いの特徴がある、プライダ関連中心のジュエリーや化粧品といった商材は完全に復調していないが、外国人客の売上は好調に推移し、クリスマス商戦に向けて更に改善すると予想される。
	変わらない	百貨店 (外商担当)	・消費税増税後の反動減が続き、特に宝飾品や美術品などの落ち込みが激しい。さらに、インバウンド売上が前月から前年を下回っている。
		一般レストラン (経理担当)	・消費税増税や異常気象のほか、インバウンド客の減少が続いており、飲食業界を取り巻く環境は決して良いとはいえない。
		都市型ホテル (管理担当)	・宿泊はインバウンドの利用が落ち込んでいるが、宴会の利用は比較的堅調である。
		旅行代理店 (営業担当)	・日韓問題によるインバウンドの減少のほか、国内では個人消費の落ち込みが続いている。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・消費税増税後の大きな落ち込みは感じられない。韓国からのインバウンド客の落ち込みは、他の国からの増加でカバーしている。その一方、上向きの動きは特に感じられず、天候要因を除けば大きな変化はない。
	やや悪くなっている	一般小売店 [精肉] (管理担当)	・インバウンド客が減少している。日韓問題や香港での諸問題の影響か、夏を過ぎた頃から、かなり減少傾向にある。それと同時に消費税率が上がったほか、自然災害の影響も抱えたまま進んでいる。また、販売については、デフレ傾向が強まっているように感じる。
		百貨店 (企画担当)	・国内客の動きは、10月の消費税増税による売上減の基調が続いている。ただし、外国人売上については、前月が大幅な減収となっていたものの、今月はプラスに転じており、国内客の減収分をかなりカバーしている。
		百貨店 (サービス担当)	・前月からの消費税増税に伴う落ち込みで、来客数は前年比で2～3%減、売上も前月ほどではないものの、約7%減少している。インバウンドも7%前後減少している。
		百貨店 (販売推進担当)	・10月に比べれば、多少は回復傾向にあるが、予想した以上に戻りは遅い。また、どちらかといえば、若年層を対象とした商材の方が回復は早い。一方、インバウンド客は国内客以上に苦戦しているが、高額商材は引き続き順調に動いている。
		百貨店 (商品担当)	・10月の消費税増税による売上の落ち込みは、少し落ち着いたものの、依然として前年比で2けた近い落ち込みとなっている。高級時計や食品ギフトなど、一部に好調な商品もあるが、来客数の前年割れが続いており、全体的に不調である。また、インバウンド売上も引き続き前年割れで、特に化粧品の落ち込みが顕著である。
		百貨店 (宣伝担当)	・消費税増税の影響がまだ残っており、客の財布のひもが固くなっている。さらに、気温が高かったこともあり、単価の高い冬物商材の動きが鈍い。インバウンドの売上も落ち込んでいる。
	悪くなっている	百貨店 (売場主任)	・今月は売上が目標を下回り、前年割れとなる見込みである。消費税増税後の反動が続いており、従来は好調であったインバウンド需要も減少している。客の消費に対するマインドは予想以上に冷え込んでおり、好調に推移していた商材にも買い控えの傾向がみられ、アパレルを中心に全商品が厳しい状況にある。
		その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	・消費税増税後、婦人衣料の落ち込みが目立つ。また、化粧品もインバウンド需要が低迷している。
		一般レストラン (経営者)	・11月に入って、自宅から弁当を持参したり、ポイント還元のあるキャッシュレス決済で弁当を買ったり、外食を控えるようになったりと、節約志向が強まっている話をよく耳にする。消費税増税のすぐ後ではなく、11月に入ってから来客数が急に減少している。また、日韓関係が政治や経済面で悪化し、韓国人観光客は団体客を中心に激減している。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		17年 18年								19年															
		12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
現 状 判 断	近畿	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	39.9	40.2
	(全国)	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	36.7	39.4
先 行 き 判 断	近畿	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	45.1	46.2
	(全国)	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	43.7	45.7

※季節調整値