

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和2年1月)

### ～新型コロナウイルスの影響で、先行き判断は大きく低下～

- 景気ウォッチャー調査・1月調査の近畿地域の結果は、現状判断が40.9と2か月ぶりに上昇した。一方、先行き判断は39.9と2か月連続の低下となった。
- 足元の景気は、気温が引き続き高めに推移したことで、季節商品の不調が続いているほか、消費増税の影響に、やや緩和の動きもみられるものの、全体としては悪影響が続いている。百貨店や家電量販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による影響が続いている。
- さらに、新型コロナウイルスの感染拡大による影響が、インバウンド市場を中心に広がっている。百貨店やドラッグストアのほか、ホテルなどで訪日客数が急減し、ちょうど1月下旬からの春節と重なったことで、売上への影響も大きくなっている。
- 先行きについては、東京五輪の開催が近づく中、関連需要の盛り上がり期待する声もある一方、消費増税の影響が長引くとの見通しは変わらず、消費については引き続き鈍い動きが予想される。加えて、新型コロナウイルスの感染による影響は、今後さらに拡大するとの見方が大勢を占め、景気の先行き不安につながっている。
- 新型コロナウイルスの影響については、特にインバウンド市場への悪影響に対する不安の声が多い。業種としては、百貨店をはじめ、ドラッグストアや外食、ホテル・旅館などが中心となっている。また中国での生産活動の低下により、輸出面などに影響が出るとの声も、製造業を中心に広がっている。

#### 「新型コロナウイルスの影響」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	な や っ て い る	百貨店(企画担当)	・暖冬によるセールの不振という悪影響はあったものの、前年の1月に中国で電子商務法が施行され、外国人売上が激減した反動が出ている。春節前の24日頃までは、化粧品や特選ブティックの売上は非常に好調であった。国内の富裕層を中心とした外商客も、消費税増税の影響が薄れて、回復基調になってきている。新型コロナウイルスによる減収の影響が本格的に出るのは、2月以降となる。
	変 わ ら な い	百貨店(営業担当)	・クリアランスセールや福袋の販売は前年割れで、今後も縮小する一方となる。1月中旬までは暖かい日が続いたため、来客数が伸び、消費も堅調であったが、新型コロナウイルスの日本人への感染のニュースとともに、外出の自粛が広がったのか、来店動きが若干少なく、インバウンド客も減ってきている。
		百貨店(サービス担当)	・今月も従来の傾向に変わりなく、前年の実績に比べると、微減で推移している。ただし、今月の下旬からは、新型コロナウイルスによる外国人観光客の減少で苦戦しているが、売上は前年並みとなっている。
		その他専門店[医薬品](経営者)	・本来は寒くなる時期であるが、今年は暖冬である。それに伴い、カイロや風邪薬の売上は、前年比で30%程度の減少となっている。一方、新型コロナウイルスの影響で、マスクの販売が前年の3倍に増えたほか、クレベリンやアルコール、抗菌剤などの医療衛生関連も大きく伸びている。
		その他専門店[ドラッグストア](店員)	・今月は来客数が前年比で2割ほど減り、厳しい状況であったが、新型コロナウイルスの影響で予防関連の商品が欠品になるほど売れ、売上は盛り返している。マスクに加えて、除菌関連の商品も驚くほど売れ、今月の売上の半分以上を占めている。
		観光型ホテル(経営者)	・正月の日並びが良かったため、年始商戦の販売量は好調であった。新型コロナウイルスの報道で、月末の春節商戦ではキャンセルがかなり出たが、全てがキャンセルになったわけではなく、1月全体では前年の販売量を超過している。
	い る 悪 く な っ て	一般小売店[精肉](管理担当)	・年末を過ぎて、極端に客の動きが鈍くなっている。例年よりも気温が高く、天候も悪くもないにもかかわらず、客足は鈍い状況である。また、今月の最終週にかけて春節祭が行われたが、街の人出が少ない印象を受けた。これは、新型コロナウイルスの影響ではないと考えられる。
百貨店(売場主任)		・1月の初売りは、食料品は福袋を中心に前年比で2%増と好調なスタートを切ったが、成人の日以降、終盤にかけて苦戦している。月末は新型コロナウイルスの影響もあり、入店客数が前年を割り込み、最終的には店頭売上が2%減と不調に終わっている。	

家計動向関連	やや悪くなっている	百貨店（売場主任）	・今月は目標が未達の見通しである。天候要因により、防寒用品が苦戦しているほか、中旬以降の新型コロナウイルスの感染拡大もあり、インバウンド売上が減少し、これまで好調であった化粧品などの売上が苦戦している。またそれ以上に、国内客の消費意欲の減退や、不要不急の消費の抑制が、今まで以上に顕著となっている。
		百貨店（営業担当）	・月末からの新型コロナウイルスの感染拡大による影響で、インバウンドの来店や買上の落ち込みが激しい。富裕客や優良客においても、月初から目立った高額品の買上が少なく、月末の新型コロナウイルスの影響で、更に来店、買上が減っている。
		百貨店（販売推進担当）	・暖冬などの影響で、冬物衣料や身の回り品は苦戦しているが、イベントによる集客で何とか微減にとどまっている。また、インバウンドは前年の電子商務法関連による売上減の反動もあり、中旬までは2けた以上の伸びとなり、店全体の売上も前年並みで推移していた。ただし、新型コロナウイルスの関西での感染が発覚して以来、ここ数日間はインバウンドの減少に加えて、地域からの来客も大きく減っており、2月以降が心配である。
		百貨店（服飾品担当）	・1月に入り、前年の中国での電子商務法による悪化の反動で、出足は好調に推移したものの、中旬以降は新型コロナウイルスの問題で悪化している。国内客、海外客共に客足が店舗から遠ざかり、購買意欲が大きく減退している。また、前年未からの暖冬の影響もあり、防寒商材の動きも前年比で80%台と悪いことから、セール対象商材も鈍い動きとなった。コスメ関連も、インバウンド売上の減少で前年を下回っている。
		百貨店（商品担当）	・消費税増税による消費マインドの冷え込みは持ち直しつつあるが、暖冬の影響もあり、クリアランスセールでも衣料品や雑貨類は不調が続いている。その一方、インバウンド売上の大きな都市型店舗では、前年の中国の電子商務法による買い控えの反動で、前年実績を上回っていたが、下旬になって新型コロナウイルスの感染拡大による渡航規制が厳しくなり、一転して大変厳しい状況となっている。
		スーパー（経営者）	・正月休みが長くなり、豪華な食事への需要が増える予想されたが、期待外れに終わった。その後も記録的な暖かさで、単価の高い魚や肉の消費が伸びなかった。その一方、月後半からは、新型コロナウイルスの影響でマスクや除菌グッズの販売が急増したが、すぐに品不足となったため、暖冬の影響を取り戻すほどの影響はない。
		コンビニ（店員）	・年末年始の長期休暇は来客数が多く、まとめ買いをする客も多かったが、休みが終わり、通常の動きに戻っている。また、月末には新型コロナウイルスの流行で、旅行者が全く来店しなくなっている。
		コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの問題もあり、今月は来客数、販売量共に、かなり落ち込んでいる。特に、家族連れの観光客などは激減しており、必要のない外出も控えられている。
		一般レストラン（経営者）	・3か月前は消費税増税の影響で来客数が減少し、更に客足の増える年末年始やアジアの旧正月は、特に新型コロナウイルスの影響で、アジア圏の観光客が大幅に減少している。確かな情報がなく、先のみえない事態は、人を不安に追い込むだけである。
		都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、客室を中心に予約のキャンセルが発生し始めている。
		都市型ホテル（管理担当）	・ホテルの客室数はいまだに増え続けており、稼働率、客室単価共に苦戦が続いている。消費税増税の影響は、一段落したと少し感じられるようになったが、その矢先の新型コロナウイルスの感染で、状況は悪化しつつある。
		都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドを中心に客室やレストランにキャンセルが入っており、しばらくはこの状態が続くそうである。
		旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの影響で、中国からの客足が止まったほか、日本に来ている客も財布のひもが固く、マインド面でネガティブな様子がみられる。
		旅行代理店（役員）	・新型コロナウイルスの感染拡大による海外旅行の自粛や、東京オリンピックを控えた支出の抑制などが散見される。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、インバウンドの動きが鈍化し始めている。
悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールの案内に対する反応が悪く、関連売上は前年比で約30%減となっている。新型コロナウイルスの報道による影響もあるが、基本的にキャッシュレス決済のポイント還元仕組みが消費者には分かりにくい。特に、クレジットカードでの還元方法が、カード会社によって異なることが、大きな原因と考えられる。	
	家電量販店（人事担当）	・暖冬による影響で、季節商材の売行きが伸び悩んでいる。また、春節の時期に発生した新型コロナウイルスの影響で、インバウンド需要が減少している。	
	家電量販店（企画担当）	・消費税増税の影響に加え、暖冬で冬物商材の動きが鈍い。さらに、新型コロナウイルスの感染拡大による、中国からの観光客の減少が追い打ちを掛け、インバウンド消費に大きな影響が出ている。	
	一般レストラン（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染の世界的な拡大により、日本だけでなく、世界経済が打撃を受けている。春節で来日しているインバウンドも、例年よりも少ない。	
	都市型ホテル（フロント）	・訪日韓国人の減少から回復しないうちに、新型コロナウイルスの感染が発生し、中国人の団体客の予約が軒並みキャンセルとなっている。	
企業関連	変わらない	金属製品製造業（開発担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大で、中国の企業活動が止まっているため、1月の景気は良かったが、2月はどうなるか分からない。

「新型コロナウイルスの影響」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	いや良くなって	コンビニ(店員)	・新型コロナウイルスの感染が終息し、旅行者が戻ってくる。	
		衣料品専門店(店長)	・新型コロナウイルスに関しての不安もあるが、東京オリンピック景気に期待している。	
		都市型ホテル(スタッフ)	・新型コロナウイルスの影響がやはり大きく、宿泊需要がかなり減っている。ただし、状況が落ち着けば、回復も見込めると予想している。一方、国内の宴会は、例年の開催分のほか、東京オリンピック、パラリンピックに絡んだ宴席の受注も見込めるため、増収を期待している。	
	変わらない	一般小売店〔野菜〕(店長)	・東京オリンピックの開催が近づくと、新型コロナウイルスの影響も含めて、景気は下向きとなる。東京など、オリンピックに関連する地域は8月頃までにぎわうが、それが終わった後はかなり酷くなる。	
		百貨店(営業担当)	・新型コロナウイルスの感染がピークを過ぎなければ、外出を控える動きが続く。春物商戦が本格的に動き出さず、消費はかなり鈍ることが予想される。	
		スーパー(店長)	・天候が相変わらず不安定な上に、新型コロナウイルスの感染が広がっている。一部の商品には特需が発生するが、客の動きは読みにくく、大きな景気の上昇は期待しにくい。	
		スーパー(経理担当)	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドの減少が予想されるが、食品スーパーに大きな影響はない。ただし、国内での感染が広がると、社会全体で不安感が増し、売上にも悪影響が出る。	
		その他専門店〔宝石〕(経営者)	・東京オリンピックの年であり、今後3か月間はそれに向けて人や物が動き、外国から日本に来る人も増えるため、少しは景気も上向きになる。ただし、新型コロナウイルスだけが心配である。	
		その他専門店〔食品〕(経営者)	・大きくは変わらないが、大阪の観光業を中心に、新型コロナウイルスの感染拡大で外食などにも影響が出る可能性がある。	
		その他専門店〔ドラッグストア〕(店員)	・新型コロナウイルスに翻弄されているものの、商品が入れば完売状態となるため、一時的ではあるが売上は伸びる。ただし、緊急事態での動きのため、本来の景気回復には程遠く、実際に商業施設に入っている業者は相次いで撤退し、来客数もかなり減っている。	
		その他専門店〔スポーツ用品〕(経理担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大やイランの核問題など、いつもと同じく不安要素が多いが、景気が大幅に後退することはない。	
		一般レストラン(企画)	・ファーストフードに比べて、ファミリーレストランや居酒屋は苦戦している。特にプラス要因は見当たらないため、今後も厳しい状況が続くと予想される。さらに、今回の新型コロナウイルスの感染拡大による影響も心配である。	
		都市型ホテル(管理担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響がどの程度出るのか、まだ未知数である。	
		旅行代理店(支店長)	・新型コロナウイルスの今後の感染状況などに左右される部分が多いが、そう簡単には終息しないように感じる。	
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕(職員)	・新型コロナウイルスの感染拡大やインバウンドの減少など、懸念材料が多い。	
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当)	・新型コロナウイルスの影響はこれから本格化すると予想され、その影響からは逃れられない。	
		やや悪くなっている	一般小売店〔時計〕(経営者)	・新型コロナウイルスの感染がどのように落ち着くのか、大きなポイントとなる。ただし、終息してもしなくても、今冬の奇妙な暖かさに、漠然とした不安感を持つ客が多い。特に、年配の客はこれまでの経験から、不安にも実感がこもっている。政府がお金を使えば景気が上がるといわれていたが、その裏側に今の現実があると感じる。
			一般小売店〔精肉〕(管理担当)	・来月は節分であるが、どちらかといえば、新型コロナウイルスの及ぼす影響がどの程度で収まるのか問題になりそうである。仮に国内での感染が増えると、観光面にも影響が出てくる。
百貨店(販売推進担当)	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのかによって、インバウンドだけでなく、国内客の来店も大きく左右される。為替相場や株価の変化よりもはるかにインパクトが大きく、早期に解消されなければ、販促策なども打ちにくい。			
百貨店(営業推進担当)	・現段階では不明であるが、新型コロナウイルスの感染拡大による中国政府の対応で、訪日客による免税売上は減少する。また、国内の中間層の消費については、いまだに消費税増税の影響を引きずる傾向があり、春先までは大きな変化ないと予想している。			
百貨店(サービス担当)	・今月末の新型コロナウイルスによる観光客の減少について、今後どうなるのかは不透明であるが、状況としては変わらず、新しいショッパの展開に期待している。			
百貨店(宣伝担当)	・ファッション商材の売行きについては、低額商品と高級ブランドといった高額商材の二極化が一層顕著である。百貨店全体では前年の売上を何とか維持しているものの、テナントを除く自主運営売場ではマイナスが続いている。新型コロナウイルスの影響でインバウンドの伸びも見込めず、現状は期待材料が見当たらない。			
百貨店(マネージャー)	・新型コロナウイルスの感染拡大による旅行者の減少や、国内客の消費マインドの悪化による影響が出るため、全体的に厳しい状況となる。			
百貨店(服飾品担当)	・ラグジュアリー商材は新作が投入される時期であり、こちらの動きは依然として悪くないものの、今後も新型コロナウイルスの影響が続く。客、販売スタッフ共に、マスクを着けて来店、接客する状況で、消費意欲は減退したままとなるため、回復には時間が掛かる。また、海外の取引先からのアジアに対する不安は予想以上に、改装投資や設備投資に関しては慎重な判断となり、しばらくは様子見の状態となる。			
百貨店(売場マネージャー)	・新型コロナウイルスの問題などで、好調であったインバウンドも大きく減少する。また、消費税増税後は特に地方経済が低迷している。少子高齢化や若年層の百貨店離れのほか、取引先の経営悪化といった構造的要因も大きく、今後は更なる悪化が懸念される。			

家計動向関連

やや悪くなっている	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、世界に不安が広がっている。また、東京オリンピックを目前に控え、需要の東京一極集中が進むと予想される。
	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染による影響が長引き、近隣に多い輸出関連企業の業績が悪化すれば、昇給やボーナスへの影響のほか、パートタイマーの時短などにつながり、食材を含めた支出の引締めムードが広がる。
	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染がいつ終息するかにより、個人消費が大きく下振れする可能性がある。
	スーパー（管理担当）	・中東情勢の不安定化による、原油などの原材料価格の高騰に加え、暖冬による販売不振や、新型コロナウイルスによる影響が追い打ちとなる。
	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスなど、世界的に警戒すべき材料がある。
	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染はまだ終息の気配がみえず、しばらくは状況に変化はないと予想される。
	乗用車販売店（経営者）	・中国発の新型コロナウイルスの世界的な感染で、消費は落ち込み、株式市場も低迷すると予想される。また、米国の株価が過去最高となっているため、そろそろ何かをきっかけに暴落する可能性がある。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染がいつ終息に向かうのか分からないが、消費自体の勢いは弱いと感じる。家庭で必要な物は購入するが、必要でない物は購入を我慢する傾向にある。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・海外観光客による売上を多少は考えていたものの、新型コロナウイルスの影響に加え、飲食店やドラッグストアに客が流れることが予想される。
	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で外出を控え、人混みを避ける動きが広がる。購買意欲も低下することが予想される。
	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・東京オリンピックに向けて、海外からの観光客が増加傾向になると予想していたが、新型コロナウイルスの感染の拡大で観光客が激減しているため、今後しばらくは厳しい状況が続く。
	観光型ホテル（経営者）	・2月の先行予約状況はもともと良くなかった上に、新型コロナウイルスの影響で、新規の予約受注が止まっている。2月の販売量は、相当厳しくなる見込みである。
	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの影響によるインバウンドの減少に加え、感染を警戒して国内旅行も減る傾向が出始めている。今後の風評被害が心配である。
	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響は3月の予約にも及んでいるほか、新規ホテルの開業で客室数が増加していることもあり、今後の感染の広がり次第では、売上が更に落ち込むことも考えられる。
	都市型ホテル（管理担当）	・今後の新型コロナウイルスの感染により、更なる悪化が懸念される。
	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で、旅行を控える傾向にある。
	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスによる中国経済の悪化が懸念される。
	観光名所（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、特に中国からのインバウンド客の動きに影響が出る。
	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの問題を含め、インバウンドの動きに陰りがみられるため、一時的に悪くなると予想される。
	悪くなっている	一般小売店〔珈琲〕（経営者）
一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）		・消費税増税による悪影響に加え、新型コロナウイルスの感染も広がる。
百貨店（売場主任）		・中国の新型コロナウイルスの影響で、インバウンド効果が3～4か月は期待できない。一般客も来店が減少すると予想している。
百貨店（企画担当）		・新型コロナウイルスによる中国人訪日客の減少や、国内客の外出の自粛傾向などで、2月以降は大幅な売上減少は避けられない。いつ頃に落ち着き始め、1月の月初の傾向に戻るのか、注視するしかない状況である。
百貨店（企画担当）		・消費税増税後の回復が遅いことに加え、新型コロナウイルスの影響で外出を控えることが予想される。
衣料品専門店（経営者）		・新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数の落ち込みが予想される。また、マスクや消毒液などが不足しているため、客の安全だけでなく、従業員の安全にも問題が出てくる。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）		・今後は新型コロナウイルスの影響で中国からの団体旅行客が減少し、売上への大きな影響が予想される。
一般レストラン（経理担当）		・新型コロナウイルスの感染は、終息する見通しが立たない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）		・新型コロナウイルスによるインバウンド減少の影響は、かなり出ると予想されるが、先は読めない。
都市型ホテル（フロント）		・新型コロナウイルスの影響は春先まで続く予想される。

企業動向関連	変わらない	食料品製造業（従業員）	・新型コロナウイルスの問題が発生しているため、中国向けの輸出は今後しばらく止まるかもしれない。一方、国内では特売企画もあり、販売が増える見込みのため、全体では前年並みを確保したい。	
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・国内での新型コロナウイルスの感染防止策が、今後更に拡充されそうである。特に、東京オリンピックを控え、6月頃までに終息させておく必要があるため、当面は中国人観光客の減少と、それに伴う観光地の景気減退が予想される。	
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・最近の新型コロナウイルスの悪影響も懸念されるが、既に中国政府の発表で、中国からの輸出の減少がしばらく続くことが予想される。これに伴い、納期の遅れや、販売時期の繰り下げといった、実質的な影響や混乱が生じつつある。業界では、悪い材料が多過ぎるとの見方が大半である。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、政治の世界も縮こまってしまう。以前からの政治問題もあり、先行きが不安である。	
		化学工業（経営者）	・消費税増税の影響は薄らいできると予想されるが、暖冬の影響のほか、中国で発生した新型コロナウイルスによる訪日客の大幅な減少の影響も出てくる。	
		化学工業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、中国での工場稼働率が低下するため、中国向けの輸出が減少すると予想される。	
		輸送業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、人の集まる場所を避けるため、客が減少する。	
		不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドの需要が減ってきている。特に中国からの動きが減っており、春節商戦でも中国人の観光客が減少している。	
	悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・説明の必要がないほど、悪いことが次々に起きているが、更に新型コロナウイルスの感染拡大も重なっている。今月のことも心配であるが、今から来月の心配をしなければならぬのは、初めての経験である。	
		広告代理店（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響で、中国からのインバウンドの動きも悪くなる懸念があるほか、消費税増税の影響も響いている。	
		司法書士	・今年も例年どおりのスタートであったが、新型コロナウイルスの感染が日ごとに拡大している状況から、2～3か月後はその影響で悪くなる。	
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・中国の新型コロナウイルスの問題もあり、経済的にも社会的にも、非常に低迷している。	
	雇用関連	変わらない	職業安定所（職員）	・長期的には大阪万博やI Rなどに向けて、雇用情勢は改善が続くが、短期的には世界情勢の不安定化や、新型コロナウイルスなどの不安定材料があり、先行きが見通しにくい。
			学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの影響が沈静化するまでは、厳しい状況となる。
		やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人数は増加傾向にあるが、新型コロナウイルスの影響も含めて、もう一度悪化する可能性がある。
民間職業紹介機関（営業担当）			・新型コロナウイルスの影響が大きくなる。また、同一労働同一賃金の関係もあり、4月以降の派遣求人数が減ると予想される。現在取引中の企業も、交通費の支給にかなり難色を示しており、交渉に苦戦している。	
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・中国で発生した新型コロナウイルスの感染拡大の影響は、春節のインバウンド需要に大きく水を差し、求人動向にも悪影響を与える。特に、この時期の中国人観光客の流入に依存していた関西経済へのダメージは、相当大きくなると予想される。		

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		18年											19年												20年
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1
現状判断	近畿	50.8	50.8	50.6	48.9	49.2	47.9	49.3	48.8	51.7	50.8	49.1	45.8	48.0	47.1	46.9	45.3	45.1	44.2	44.8	50.0	40.4	40.4	40.2	40.9
	(全国)	48.7	49.8	49.5	48.0	49.0	47.4	48.9	48.2	48.7	48.8	46.6	45.9	47.1	44.9	45.3	44.2	44.1	41.6	43.1	46.6	36.9	38.8	39.7	41.9
先行き判断	近畿	50.9	51.8	51.3	51.1	51.9	51.5	52.4	53.4	52.3	52.8	47.4	50.4	49.7	49.9	49.9	47.5	49.4	46.7	43.9	38.6	45.4	45.8	45.1	39.9
	(全国)	51.2	50.2	50.2	49.9	50.2	49.5	51.8	51.8	50.5	50.9	47.9	48.9	48.4	48.1	47.6	45.5	45.6	44.4	40.5	37.8	44.3	45.9	45.5	41.8

※季節調整値