

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和2年4月)

### ～新型コロナウイルスの影響で、現状判断は過去最低を更新～

- 景気ウォッチャー調査・4月調査の近畿地域の結果は、現状判断が5.8と3か月連続で低下した。一方、先行き判断は18.6と前月から横ばいとなっている。なお、現状判断は前月に続き、過去最低を更新した。
- 足元の景気は、新型コロナウイルスの感染による悪影響が、業種を問わず、深刻さを増している。4月7日からの政府による緊急事態宣言の発令により、一気に消費者の外出が減少したほか、企業によるテレワーク等の動きにより、都市部の往来の減少に拍車がかかった。
- 業種別にみると、かねてから悪化の目立つ百貨店やホテル、外食関連に加え、コンビニや家電量販店、乗用車販売、住宅販売についても、4月に一気に悪化した。その一方、スーパーやホームセンターは巣籠もり消費の追い風もあり、比較的堅調な推移となっている。
- 先行きについては、新型コロナウイルスの感染が少し落ち着く期待はあるものの、依然として不安感は強い。その中で、家計関連、企業関連、雇用関連では、やや傾向が異なり、家計関連では自粛要請の解除期待が少しプラスに働いている一方、企業、雇用関連は厳しい見方を崩していない。
- 特に、世界的なサプライチェーンの停滞への懸念が大きい製造業では、先行きの不透明感が強く、海外需要の減少や重要部品の不足などを懸念する声が残っている。

#### 「新型コロナウイルスの影響」関連のコメント(現状判断)

##### 【百貨店】

家計動向関連	なややく悪くなる	百貨店(店長)	・ファッション関連などでは、営業の自粛によって来客数が激減しており、特に年配客の来店が減っている。食品についても、生鮮3品の売上は好調であるため、買上単価は下がっていないが、営業の自粛による店頭売上の減少が続いている。
		百貨店(マネージャー)	・新型コロナウイルスの影響が一番大きい。
	悪くなっている	百貨店(売場主任)	・今月は新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の発令により、店が休業となり、非常に厳しい状況である。インターネット通販の売上は伸びているものの、全く店頭の売上減を補うまでには至っていない。2月はインバウンド需要の減少、3月は国内需要の減少、4月は休業と、月を追うごとに売上が減少している。
		百貨店(売場主任)	・緊急事態宣言後、食料品売場のみの営業になっているが、食料品売場単体でも前年の50%の水準である。和洋菓子を中心に休業するメーカーも多く、客を動員する施策も全て休止しているのでやむを得ない。
		百貨店(売場主任)	・新型コロナウイルス対策による緊急事態宣言で、食料品売場のみの営業となっている。29日までの売上は、店全体で前年比55.4%減、入店客数は53.4%減と、非常に苦しい状態が続いている。感染の状況が改善し、緊急事態宣言が解除されなければ、今の状態が続くと懸念している。
		百貨店(企画担当)	・他社も同じはずであるが、新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言で営業を休止しており、先の見通しが全く立たない。
		百貨店(企画担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言以降、店舗の営業を休業している。
		百貨店(営業推進担当)	・経済活動ができていない状態で、営業再開のめども立っておらず、中小企業だけでなく、大企業も存続できるかどうかの瀬戸際に立っている。多くの企業が活動できていない状況で、世界的にも多くの国の経済が停滞している以上、景気は悪い。
		百貨店(外商担当)	・新型コロナウイルスによる外出の自粛で、経済活動の休止につながっている。
		百貨店(マネージャー)	・新型コロナウイルスの影響で休業中であり、営業再開のめども立たない。

家計動向関連	悪くなっている	百貨店（サービス担当）	・前月に続き、新型コロナウイルスによる営業の自粛で、食品売場だけが営業している。売上は前年比で80%減と非常に苦しい状況である。
		百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスの影響に尽きる。営業体制は大幅に縮小し、来客はもちろん、街への人出が極端に減少しているため、前年との比較すら無意味な状況である。さらに、都心店であるため、食品の需要も限定的となっている。
		百貨店（服飾品担当）	・4月7日から、食料品売場を除いて全店で休業する形になり、厳しい状況が続いている。売上は前年比で30%を下回り、オープンしている食料品売場も、郊外店舗で80%、都心店舗で約30%と、外出自粛の影響が出ている。一方、化粧品のインターネット売上は前年比で300%を超えるなど、来店できない客のニーズに応じている。
		百貨店（商品担当）	・新型コロナウイルスの感染が拡大するなか、当初は営業時間の短縮で拡大の防止を図っていたが、緊急事態宣言の段階的な拡大を受け、各店舗が一部の売場を除いて臨時休業を実施した。その結果、売上は当初の目標や前年との比較が意味をなさないほど減少している。その一方、営業中の食品部門では和洋菓子や酒といった好品は低調で、生鮮品や総菜などの必需品は、比較的好調に推移している。
		百貨店（販売推進担当）	・緊急事態宣言により、食品を除いた売場が休業となっており、売上は前年の2割程度となりそうである。企業としては業績も大事であるが、従業員や客の安全を守る方が大事であるという考えにシフトしている。
		百貨店（外商担当）	・4月8日から食料品売場を除き、臨時休業が続いている。いつ再開するか全くめどが立たず、客離れにつながる事が懸念される。
		百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の発令で、4月18日以降は、食品売場だけの時短営業となっている。会社全体でも同様の営業体制となっており、経営へのダメージは非常に大きい。また当店の周辺でも、商業施設や飲食店を中心に、臨時休業などの対応が増えている。安全や安心といった自己防衛意識が非常に高まっている反面、消費マインドは大きく下がっている。
		百貨店（宣伝担当）	・緊急事態宣言による休業が続いており、見通しが全く立たない。食料品フロアのみ営業しているが、駅ターミナル周辺施設が全て休業していることもあり、都市型店舗については日に日に客が少なくなっている。
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの影響により、経済活動や客の動きが完全に止まっている。
		百貨店（特選担当）	・外出の自粛要請もあり、緊急事態宣言以降、4月8日から臨時休業中である。店舗が開いていた4月の1週間も、入店客数はほとんどなく、危機的な状況である。

### 【ホテル・旅館】

家計動向関連	悪くなっている	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により、全館で休業している。街中も全て同じ状態である。
		観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの影響でほぼ予約がキャンセルになったため、4月6日からは休業している。それに伴い、4月の販売量はほぼゼロに等しく、従業員を休業させて、雇用調整助成金を受け取った方が赤字を縮小できる。
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で休業しており、予約も入っていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2月下旬以降は段階的に宴会のキャンセルが続き、今月や来月は収入がほぼゼロである。今月中旬以降は、食堂と宴会場が来月15日まで休業となり、関連部門の従業員は自宅待機となった。宿泊も前年比で売上が8割減である。京阪神のグループホテル6件のうち、4件が全面休業となった。緊急事態宣言も継続の見込みであるため、休業の解除は難しそうである。
		都市型ホテル（フロント）	・新型コロナウイルスの影響で、グループホテルの8割が休業している。営業しているホテルでも、客室のみの営業で、レストランや宴会は5月末まで休業となっている。一方、客室稼働のほとんどはテレワークなどでの利用で、あとは若干の出張者の利用となっている。観光目的での利用は皆無である。
		都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大で、客室、宴会、レストラン共にキャンセルが相次ぎ、新規予約も入らない状態が続いている。ホテル館内は閑散としており、来客数、売上が激減し、客の人数よりも従業員の方が何倍も多い状況が続いている。現状を考慮し、感染のリスクを避けるため、4月下旬から5月末まで休館することになっている。
		都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の発令以降、宿泊は稼働率が10%を切る日が増えている。また、宴会もほとんどキャンセルとなり、前年比で90%以上の減収となっている。また、レストランも下旬からは1店舗だけが営業している状態である。
		都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの影響で、利用客が減少している。緊急事態宣言後は、感染拡大防止に向けた取組として、臨時休業している。
		都市型ホテル（管理担当）	・緊急事態宣言が延長されるかどうか、新型コロナウイルスの感染者がいつ減少していくか、現状は不透明な部分が多く、先行きが見通せない。

【コンビニ】

家計動向関連	なやや悪く	コンビニ（店員）	・緊急事態宣言によって外出の自粛が求められ、来客数が減少している。
	悪くなっている	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が大きく出ている。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響でテレワークが増え、4月初めから26日までの来客数は、前年比で53%減少している。
		コンビニ（経営者）	・近隣の会社員による来店は、在宅勤務が多いせいか、激減している。近隣の予備校や専門学校も休校状態が続いているため、来客数は前年比で50%以上減少している。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、全てにおいてマイナスとなっている。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの影響については、昼間の売行きには変化がないものの、単身赴任の会社員などによる、20時以降の来客数が激減している。深夜帯に至っては、街が静かで人が見当たらない。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、特に土日の売上が悪くなっている。
		コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、売上、来客数共に前年比で深刻な落ち込みとなっている。3月頃から少しずつ減り始め、今月は激減している。店側も商品の廃棄を恐れて、
		コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が激減している。
コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの影響により、来客数がかなり減少している。		

【住宅販売】

家計動向関連	なやや悪く	住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの流行に伴い、住宅展示場の運営は自粛となり、客の動きも悪いため、確実に数か月間は落ち込む。
	悪くなっている	住宅販売会社（経営者）	・ビルのテナントや貸家の借入人から、賃料の減額や支払延期などの依頼がきている。
		住宅販売会社（経営者）	・完全な自粛ムードで、人が動かなくなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・分譲マンションの販売センターは、緊急事態宣言の発令後は全て閉じており、販売活動が止まった状態である。また、収益物件の売買でも、売主、買主、仲介業者共にテレワークで動きが止まっているため、契約済物件の決済作業だけが行われている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が出ている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・緊急事態宣言以降は、住宅展示場のセンターハウスを閉め、来客の受付を行っていない。各出展企業も予約客の対応だけで、来場者数は激減している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・住宅販売においては、新型コロナウイルスの影響で営業を自粛したり、大幅に縮小しており、不動産各社への悪影響が大きくなっている。特に、高価格帯の購入希望者の減少が大きい。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響を受け、点検訪問を拒否する客が激増している。仕事がなく、作業員数人を休ませる状況が続いている。また、マスクや消毒液の購入費用で、100万円以上の費用が発生している。

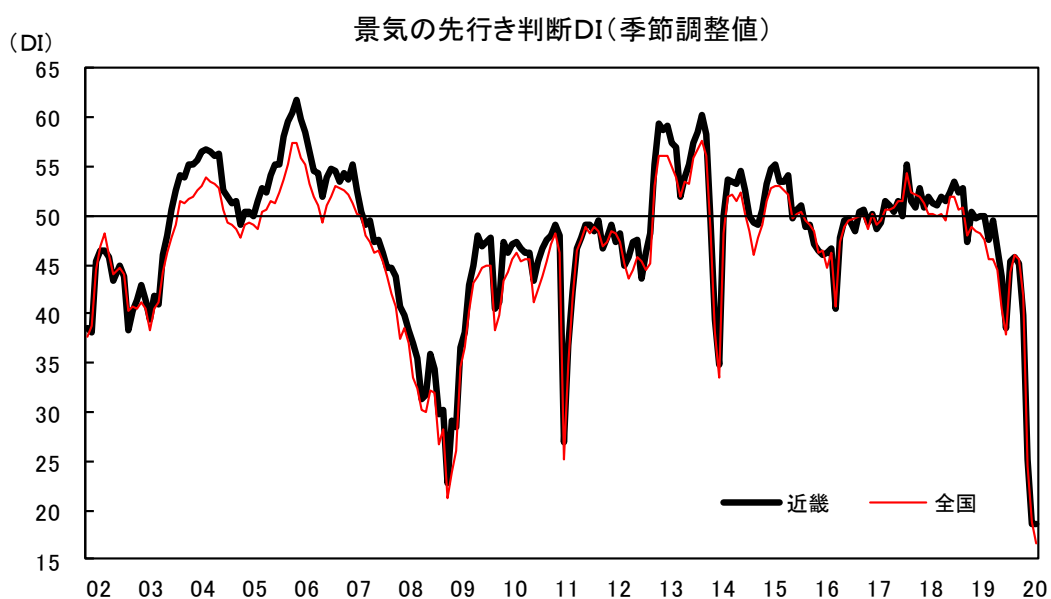
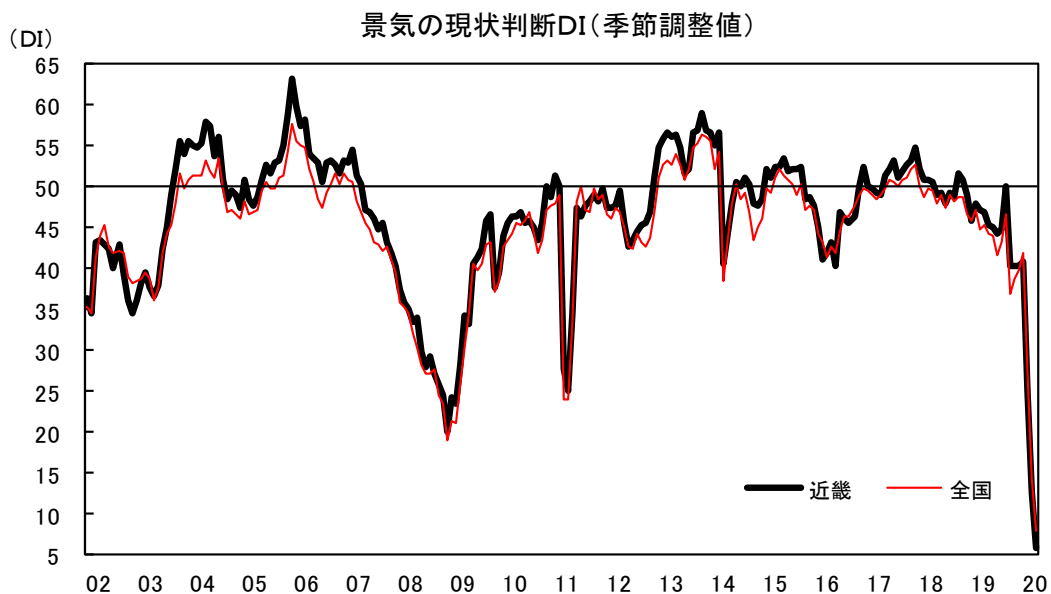
【家電量販店】

家計動向関連	やや悪くなっている	家電量販店（経営者）	・先行きのみえない新型コロナウイルスの影響で、客は消費を抑制している。また、取引先の休業による需要の減少も、全体の売上を押し下げている。
	悪くなっている	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、客の来店する時間帯が従来よりも遅くなっている。その一方、閉店時間が2時間早くなっていることから、商談時間が十分に取れていない。
		家電量販店（営業担当）	・世の中が自粛ムードとなっている。
		家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、来客数は前年比60%と厳しい状況である。店舗スタッフも家庭の事情で出勤が困難であり、感染の終息まで厳しい状況が続くそうである。
		家電量販店（店員）	・来客数は増えているが、玩具やパソコン関連、携帯電話コーナーにしか客はおらず、その他の商品は全く売れない。
		家電量販店（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響による来客数の減少が顕著であり、インターネットでの販売も限定的である。ただし、テレワークの増加で情報関連商品は販売が増えているほか、外出自粛の影響で、ゲーム関連は伸びている。
		家電量販店（人事担当）	・緊急事態宣言の発令に伴い、商業施設内の店舗は一時閉店となり、それ以外の店舗も営業時間を短縮しての営業となっている。一方、テレワークに関連するパソコンのほか、Webカメラ、ヘッドセットなどの関連品、空気清浄機などはメーカーからの供給が滞り、品薄となる商品もあるなど、販売は伸びていない。

【スーパー】

家計動向関連	良くなっている	スーパー（経営者）	・緊急事態宣言が全国に発令され、家庭内での飲食機会が増えているため、どの店舗でも需要が一気に増えている。総菜などの出来合いの物は落ち込んでいるが、自分で調理するための食材や、家庭でこれまでできなかった、調理に手間の掛かる食材など、時間を掛けた家庭での食事に関する買物が非常に増えている。
		スーパー（店長）	・当店の景気は良いが、あくまでも特需によるものでしかない。外食や行楽に行けない分、自宅で楽しむための買物が増えていると感じる。また、食事をする人数も増えているため、買上単価も上昇するなど、通常の好調な動きとは異なる。
		スーパー（店員）	・来客数は毎日多い。特に、土日は家族連れの客がたくさん来店してくる。野菜や果物などは、出せば出すほど売れている。
	変わらない	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響で、家具などの大型消費財の需要は不振であるが、日用品や園芸用品の需要は伸びており、トータルでは変わらない。
		スーパー（経理担当）	・緊急事態宣言以降は、営業の制約はあるが、外出の自粛による中食需要の増加で、売上は伸びている。ただし、一過性の部分が大きく、食品のまとめ買いによる影響や、節約志向の高まりにより、売上は徐々に減少する。
		スーパー（管理担当）	・いわゆる新型コロナウイルス特需であるため、喜べないのが実情である。
	やや悪くなっている	スーパー（販売促進担当）	・2月以降のまとめ買い需要により、目先の売上は前年比で約1割伸びているが、今後は景況感が悪化することは確実であるため、徐々に買い控えにシフトすると予想される。今は販売が伸びている商品も、乾物などの単籠り需要が中心であり、特に総菜や衣
		スーパー（社員）	・当社は食品スーパーを運営しており、大半の店舗で、売上や来客数が前年よりも大きく伸びている。新型コロナウイルスの影響で、家庭での食事の機会が確実に増えている。ただし、駅前の店舗など、流動客の減少している店舗はやや不振である。
	悪くなっている	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で観光業が悪く、そこで働く人の収入も減り、消費が落ち込んでいる。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、今後は倒産や退店するテナントが出てくると予想される。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言の発令により、外出を自粛する人が多く、経済が回っていない。
		スーパー（店長）	・外出の自粛により、食品以外は購買する目的が見当たらず、先行きは不透明である。食品は一時の買い控えがなくなり、売上も落ち着いてきている。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、食品と除菌関連以外の商材、例えば衣類やレジャー関連の売上が相当落ち込んでいる。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		18年				19年												20年								
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
現 状 判 断	近畿	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	25.1	12.7	5.8
	(全国)	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	27.4	14.2	7.9
先 行 き 判 断	近畿	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	25.1	18.6	18.6
	(全国)	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	24.6	18.8	16.6

※季節調整値