

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和2年7月)

～新型コロナの感染再拡大に伴い、現状判断の上昇ペースは鈍化～

- 景気ウォッチャー調査・7月調査の近畿地域の結果は、現状判断が41.1と3か月連続で上昇した。一方、先行き判断は35.6と4か月ぶりの低下となっている。現状判断は上昇が続いているものの、新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、上昇ペースは鈍化している。
- 足元の景気は、新型コロナの感染再拡大を受け、各業種での売上の回復ペースが鈍くなっている。特に、外食を中心としたサービス関連や旅行関連で、鈍化の動きが目立つ。それに伴い、Go To Travelキャンペーンについても、関連業界からは効果が薄いとの声が多い。
- また、長梅雨による影響も同時に広がっている。外出の減少に加え、野菜などの不作による価格の高騰で、消費マインドにも悪影響が出ている。ただし、野菜価格の高騰は、一部でスーパー売上の押し上げ要因ともなっている。
- 先行きについては、足元と同様に、新型コロナの感染拡大による悪影響が広がるとの見方が多い。営業の自粛要請が出されることへの不安や、消費者の間で外出の自粛傾向が強まることへの不安は大きく、サービスやレジャー関連だけでなく、百貨店を中心とする物販関連など、幅広い業種から懸念の声が上がっている。
- それに伴い、Go To Travelキャンペーンへの期待の声は一部にとどまる。基本的には、感染の拡大が続く状況で、キャンペーンによる効果は期待しにくいとの声が多い。

「感染の再拡大・第2波」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなっている	美容室(店員)	・今月は夏の書き入れ時であるが、新型コロナウイルスの感染者数が増え始めており、キャンセルが増えつつある。
	やや良くなっている	一般小売店[時計](経営者)	・7月に入り、全体の雰囲気落ち着いたように感じた。店の前を通る人や車が増えてきて、来客数も元に戻ってきたように感じた。ただし、7月の下旬頃から感染者数の増加が発表されると、目に見えて静かになってきた。月の前半と後半で、違いがくっきりと表れた1か月となっている。
		百貨店(商品担当)	・新型コロナウイルスの感染の再拡大により、来客数の増加にブレーキが掛かったこともあり、夏物セールのファッション関連は大変厳しい状況である。また、集客装置の催事での強力な販促や、媒体での訴求ができないことも、来客数の不調要因である。ただし、全体的に都市部の店舗に比べて郊外の店舗は好調で、商品では食品部門がギフト、自家需要共に、比較的順調である。
		百貨店(販売推進担当)	・全体的に厳しい運営が続いているなかで、海外ブランドのほか、お中元などのギフト需要は比較的堅調に推移している。ただし、休業期間中の3か月前との比較では良くなっているとはいえ、長梅雨や豪雨、新型コロナウイルスの感染者数の増加といった悪条件が重なり、6月の通常営業の再開以降、国内客は約1割減となっている。各数値が徐々に悪化しつつあるのが現状である。
		スーパー(企画担当)	・7月前半は新型コロナウイルスによる特需も落ち着き始めたが、月後半は感染拡大の影響で、家庭内での食事に関連した食材の需要が増えている。また、長雨の影響で野菜の相場が上がり、販売点数は減っているが、単価は上昇している。天候が悪い日が続いたものの、全体な売上は前年をクリアしている。
		乗用車販売店(営業企画)	・最悪の状態からは脱却した様子であるが、感染の第2波は厳しい状況である。

家計動向関連	な や や 良 く な っ て い る	都市型ホテル（フロント）	・緊急事態宣言の解除を受け、多少の動きはあるものの、単価も低く、収入増には至っていない。全国的に新型コロナウイルスの感染者が増え、感染の第2波といわれるなか、Go To Travelキャンペーンが始まっている。当然ながら様子見の人が大半で、客足は鈍く、キャンペーンの恩恵はみられない。今年は夏休みも短く、リゾート地以外は苦戦を強いられると予想され、今後3か月の入込も悲慘な数字である。
		百貨店（営業推進担当）	・緊急事態宣言解除後の入館数は、今月までほぼ同じ水準で推移している。いまだに不要不急の外出を控える動きが強いと感じられる。その一方、感染の拡大や自然災害の増加の影響で、外出先や支出先が減少しているからか、来店者の購入単価の上昇傾向に拍車がかかっている。
	変 わ ら な い	百貨店（店長）	・ここ数日は新型コロナウイルスの感染者数が増え、来客数が6月よりも減っている。近距離の客がメインとなっており、客単価が上がらない。
		百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスの影響が、感染数の増加とともに再び強まっている。来客数や街の人通りの減少だけでなく、買物を必要な物に絞ったり、ショッピングを楽しむ雰囲気が少ないといった、生活防衛意識の高まりも感じられる。また、長引く天候不順もあり、夏物ファッションの動きが非常に鈍い。今は来店による購買促進も仕掛けにくく、安全を最優先にして耐えている状況である。
		スーパー（経営者）	・収まりかけていた感染が拡大するのに伴い、巣籠り消費の動きが再燃している。また、天候不順で日々の食卓に不可欠な青果物が高騰しており、販売点数は増えていないが、売上の増加要因となっている。さらに、家でごちそうを食べるという機運が、土用の丑の日には最も顕著となり、今年はウナギが買いやすかったこともあって、過去最高の売上となっている。
		スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増えており、家庭内での需要が増加しつつある。買いだめは発生していないが、単価の上昇がみられる。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染者は増えているが、緊急事態宣言後はそれほど客が戻っていなかったため、特に変化はなく、悪いままである。
		乗用車販売店（販売担当）	・感染の第2波ともいえる状況では、人の動きも活発にならない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染の第2波により、関連商品や生活必需品の買いだめが増えた一方、化粧品関連の売上は伸び悩んでいる。全体としては売上が良いものの、新型コロナウイルスによる特需と判断される。景気が良くなったことで、売上が増えているとは考えにくい。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・緊急事態宣言の解除により、持ち直しの兆しもみられたが、再び感染者数が増加傾向となり、来客数の減少傾向が鮮明となっている。
		都市型ホテル（総務担当）	・7月中旬以降の新型コロナウイルスの感染者増加に伴い、Go To Travelキャンペーンの対象地域から東京が除外された。その結果、7月23日からの4連休の予約の減少や、キャンセルの増加により、当初想定していた稼働率に届いていない。また、レストランについてもキャンセルが発生している。
		都市型ホテル（管理担当）	・7月に入り、少しずつ予約が入ってきていたが、感染者数が増えるにつれて、再び宿泊や宴会のキャンセルが相次いでいる。食堂に関しても、新型コロナウイルス対策を徹底して営業しているが、感染者数が増えるにつれて、来店数も減ってきている。Go To Travelキャンペーンに関しても、大きな効果は出ていない。
	や や 悪 く な っ て い る	旅行代理店（支店長）	・Go To Travelキャンペーンが始まり、もう少し大きな反響を期待したが、感染の拡大をみて、客が尻込みしていると感じる。
		旅行代理店（役員）	・Go To Travelキャンペーンに期待したが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を大きく受けている。
		住宅販売会社（経営者）	・来場者数や問合せ数は微増であり、成約件数も一定数で推移している。ただし、新型コロナウイルスの感染第2波の影響により、今後の客の減少が心配される。
		百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響については、来客数は6月にやや持ち直したが、7月に入って感染が拡大してきたため、再び減少し始めている。
		百貨店（マネージャー）	・5～6月は持ち直しの兆しがみられたが、7月中旬からは新型コロナウイルスの感染第2波が地方にも拡大しつつあり、急速に顧客心理が悪化している。
		コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染者がまた増えてきたため、外出を自粛する人が増えている。
		一般レストラン（企画）	・天候不順や新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けて、7月中旬から回復の動きが失速し始めている。
		旅行代理店（店長）	・Go To Travelキャンペーンに期待し、景気が上向くと判断していたが、新型コロナウイルスの感染拡大などによる客離れで、マイナスとなっている。
悪 く な っ て い る	タクシー運転手	・乗客数が少し増えてきたが、感染者数が再び増えたことで、土日以外の人出が少なくなっている。	
	美容室（店長）	・7月上旬は、6月に比べると来客数も増えていたが、感染の再拡大に伴い、下旬はキャンセルが急増している。	
	衣料品専門店（経営者）	・7月に入って、新型コロナウイルスの感染者数の増加とともに、来客数が減少している。特に高齢者は用心深く、15日を過ぎてからは顕著に減少している。4連休も一定の人出はあったものの、まだ明るい時間に客足が引いている。	
	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドの需要がない。大阪での感染者の拡大の影響もあり、客足が遠のいている。大阪いらっしやいキャンペーンの受注は伸び悩み、Go To Travelキャンペーンにも混乱を招いている。	
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・大阪府でも新型コロナウイルスの感染者数が増えており、来場者は減少傾向にある。

企業動向関連	変わらない	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波で、飲食や観光関連の得意先の広告は止まったままである。
	やや悪くなっている	繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、7月に入り、前半には一時的に需要の動きがみられた。しかし、感染の拡大により、中盤以降は全くストップしている。
		金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が発生しており、経済活動は再び自粛モードとなりつつある。景気は後退していると判断され、それは取引先の受注動向からも感じられる。
		金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスによる影響が長引いている。海外からの部品調達の遅れや、感染の拡大傾向による影響が考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・前半は回復の様子もあったが、新型コロナウイルスの感染者が増加し始めてから、折込件数が減少し始めている。
悪くなっている	金融業〔投資運用業〕（代表）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続き、経済活動が元どおりに戻っていないなか、再び感染者数が急増している。中途半端に経済活動を再開させるべきではなく、大きな痛みを伴うが、ここは感染が完全に収束するまでは、経済活動を休止すべきである。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染が広がるなか、取引先の工場の稼働制限などもあり、設備投資を延期する企業が増えている。	
雇用関連	なっている	人材派遣会社（経営者）	・新型コロナウイルスに雇用が大きく左右されている。一度は感染が収束しかけたため、派遣の需要が増えると予想されたが、また第2波が押し寄せてきた。今回はかなり先行きを深刻にみている企業が増えているため、悪くなる動きが進んでいる。
	悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの影響が広がっている。感染者数は一旦小康状態になったが、再び増加傾向にあり、関西の地元企業の動きは更に鈍くなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の減少傾向は、4月の前年比46%減をピークに、月を追うごとに減少幅が縮小していたが、7月に入り再び減少幅が拡大した。新型コロナウイルスの感染第2波への懸念により、恐らく7月末時点では5割減に近い水準になると予想される。

「感染の第2波」関連のコメント（先行き判断）

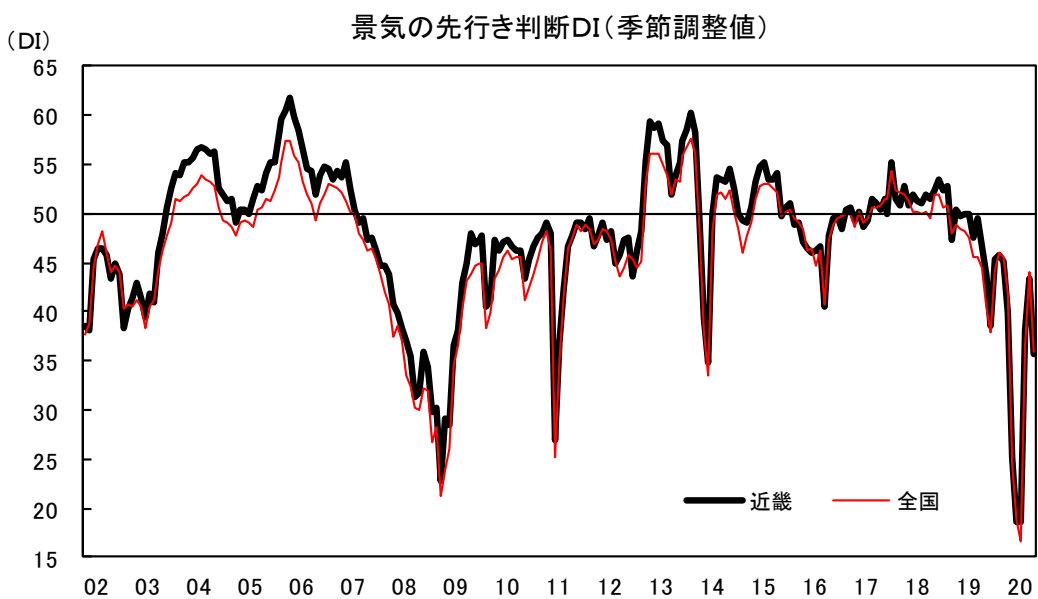
家計動向関連	やや良くなる	百貨店（外商担当）	・感染の第2波が到来している様子はあるが、感染対策が着実に定着し、緩やかな回復傾向が続くようである。
		衣料品専門店（店長）	・来客数はこれから上向きになるが、前月と同様、新型コロナウイルス感染の第2波、第3波が控えており、先が見通せない。8月中旬以降、多くの来店がなければ厳しいため、期待感は大い。
		競艇場（職員）	・2月末から実施していた無観客での開催も、一部のグレードレースを除いて解除され、客はほぼ戻ってきている。無観客時に激増した電話投票やインターネット投票は、引き続き非常に好調であるため、売上は上向きに推移すると予想される。ただし、新型コロナウイルスの感染第2波の影響は気になるところである。
	変わらない	百貨店（サービス担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波による感染者の増加で、来客数は減少する。ただし、催事も再開し始めているため、前年と同じような売上が確保できると予想される。
		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の第2波が広がっている状況であり、再び活動の自粛要請が出るのが懸念される。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波に備え、対策を徹底した上での接客は可能である。あとは消費者の購買意欲と、外出自粛の意識とのバランス次第と予想される。
		観光型旅館（経営者）	・感染の第2波とメディアが報じ、消費者の不安をあおっている。新型コロナウイルスとの共生とは、どのレベルでのことなのか分からない。政府の対応も右往左往しており、先が読めない。
	やや悪くなる	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染の第2波が拡大している。
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染は世界的に拡大しており、日本国内でも第2波の動きが出ている。生産や流通の停滞が更に進み、ひいては雇用、賃金の悪化につながり、そのダメージが顕在化してくるため、非常に厳しい状況になると予想される。
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が報じられているように、京都でも感染者数が増えつつあり、今後は入店客数の減少が予想される。また、ファッションを中心に秋冬物の生産が感染の影響で進んでおらず、商品供給の不足も予想される。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が来ていると感じる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第2波による自粛が広がるため、年末に向けて、今よりも景気は悪くなると予想される。
		観光名所（経理担当）	・今月は感染が収まってきたということで、県外を含む多くの人に来場してもらったが、既に第2波の予兆がみられるなかで、Go To Travelキャンペーンにより人の往来が激増している。個人的には、8月に再び瀬戸際の状態を迎えると感じている。10月には感染が収束すると予想されるが、第2波を経験した後となれば、第3波を警戒して今回のように外出が増えることはないかと予想している。
		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の第2波が現実的になっており、不安感や政治に対する不信感が増大する。

家計動向関連	悪くなる	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第2波、第3波が予想されるため、高齢者の外出が減ることになる。
		一般小売店〔花〕（店員）	・新型コロナウイルスによって来客数は激減しており、感染の第2波が来ることも予想されるため、更に客足は遠のきそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波ともいえる状況で、再び緊急事態宣言の発令が懸念される。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・一度は感染が収束しつつあった新型コロナウイルスは、第2波により更に警戒が必要な情勢である。客足の動きは悪化し、売上が落ち込んでいる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・感染の第2波がきていると感じるため、住宅展示場の集客イベントに参加する客も、今後更に減少すると予想される。
企業動向関連	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が迫っているなか、外出や他府県との往來の自粛なども発表されているが、Go To Travelキャンペーンもあるため、以前のような巣籠り消費には期待できない。外食も更に敬遠されるため、思うように商品は売れないと予想される。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・緊急事態宣言が解除されたが、7月中旬から第2波とみられる感染者の増加があり、秋冬物の商談に向けての首都圏との往來に影響が出ている。新型コロナウイルスの影響は長期化することが予想される。
		金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染第2波の影響で、自粛モードが今後も続くため、景気は今後後退していくと予想される。実際に取引先からも、先行きの受注状況は悪化しているとの話が多い。
雇用関連	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人数に動きはないが、株価なども安定しており、景気の最悪期は脱したとみられる。ここから更に景気が悪化することは考えにくい。新型コロナウイルスの感染の第2波とみられる動きが始まっており、感染の状況次第で再び景気が悪化することも考えられる。油断のできない状況が、当面は続きそうである。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染の第2波への懸念などで、先行き不透明感が強まり、求人意欲の低下につながっている。今後の見通しも明るくないことから、直ちに景気が上向くとは考えにくい。
	悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・既に感染の第2波は始まっており、今の状態では厳しいと感じる。
		人材派遣会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染の第2波により、企業は先行きが見通せない状況であり、心理的にますます悪くなっていくと感じる。直近の派遣契約をみていると、6月はかなりストップしたが、上半期が終了する9月は、更に契約の終了が増えることが予想される。

「活動の自粛」関連のコメント（先行き判断）

家計動向関連	変わらない	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の第2波が広がっている状況であり、再び活動の自粛要請が出る懸念される。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波に備え、対策を徹底した上での接客は可能である。あとは消費者の購買意欲と、外出自粛の意識とのバランス次第と予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人の利用が良くなく、自粛の状態が続いている。秋口までの大きな会合は、全てキャンセルか延期となっている。
		競輪場（職員）	・例年の傾向から変化はない。ただし、新型コロナウイルスの感染者が増加傾向にあるため、また自粛が始まった場合は悪くなる。
		住宅販売会社（総務担当）	・外出の自粛は一旦解除されたが、また新型コロナウイルスの感染が増える傾向にある。展示場は予約対応となっており、現状は大きな来客が見込めない。
	やや悪くなる	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、外出を自粛する人が増える。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第2波による自粛が広がるため、年末に向けて、今よりも景気は悪くなると予想される。
悪くなる	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者の増加状況によっては、移動や外出の自粛が続き、緊急事態宣言が再び発令される可能性もある。そのような場合は、4～5月と同様の状況になると考えられる。	
	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者の増加に伴い、外出の自粛の影響で、新築マンションのモデルルームへの来客数が減少すると予想される。	
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・いつ再び自粛要請が出るか分からないなか、不安ばかりが頭をよぎる毎日である。	
企業動向関連	やや良くなる	家電量販店（人事担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が増加していることもあり、外出の自粛が予想される。ただし、巣籠り消費がこれ以上増える余地は少なく、今後の需要を引っ張る商品が見当たらない。
		輸送業（営業担当）	・外出自粛の影響で、お中元の宅配が前年よりも増えている。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が迫っているなか、外出や他府県との往來の自粛なども発表されているが、Go To Travelキャンペーンもあるため、以前のような巣籠り消費には期待できない。外食も更に敬遠されるため、思うように商品は売れないと予想される。
		金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染第2波の影響で、自粛モードが今後も続くため、景気は今後後退していくと予想される。実際に取引先からも、先行きの受注状況は悪化しているとの話が多い。
悪くなる	通信業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、外出も自粛となる気配がある。	
雇用	悪くなる	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの感染者が増加し始めてから、折込件数の減少も始まった。営業の自粛までには至っていないが、各社が控え目な動きになってきたと感じる。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		18年												19年												20年											
		7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7											
現 状 判 断	近畿	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	17.1	37.0	41.1											
	(全国)	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	15.5	38.8	41.1											
先 行 き 判 断	近畿	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	38.2	43.4	35.6											
	(全国)	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	36.5	44.0	36.0											

※季節調整値