

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和3年9月)

～感染第5波の沈静化やワクチン接種の拡大により、現状判断は上昇～

- 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42.0と前月比で2か月ぶりに上昇した。先行き判断も54.5と3か月ぶりの上昇となっている。
- 足元の景気については、大阪では8月上旬に、さらに京都、兵庫、滋賀では同月中旬に緊急事態宣言が発出され、全地域で9月末まで延長となった。それに伴い、消費の全体的な停滞が続く形となっている。ただし、9月後半には感染者数の減少が進んだことで、百貨店を中心に、一部では人の動きが少し増えているといった声も上がっている。
- 一方、先行きについては、緊急事態宣言の解除に加え、ワクチン接種のさらなる拡大などを背景に、各業種では需要の拡大への期待が高まっている。特に、酒類の提供が再開となる飲食店のほか、旅行需要の一定の回復が期待される宿泊関連を中心に、期待の声は大きい。また、都市部の往来の回復も進むことで、百貨店やコンビニといった小売関連でも需要の増加への期待が高まっている。
- ただし、世界的な資源、原材料相場の高騰が、諸物価の上昇につながっていることで、需要への悪影響が懸念されている。木材や穀物、食肉などの相場の高騰で、幅広い業種で値上がりが進む見通しであり、スーパーやコンビニのほか、製造業からも懸念の声が上がっている。

「人流」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなっている	百貨店(マネージャー)	・緊急事態宣言中ではあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少による安心感や、コロナ慣れから、購買意欲が上向き、来客数が増えている。9月の中旬頃から、ボリューム層向けのファッション商材の動きが活発であるほか、富裕層向けも好調である。特選婦人服や、特選ブランド、宝飾品、絵画などは、外商活動の動きもあいまって、売上は前年比で2けた以上の増加となっている。
		百貨店(外商担当)	・高齢者やファミリー客などの来客数が、増加傾向にある。
		スーパー(経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまだ多いものの、ワクチン接種の拡大で安心感が出てきたのか、来客数が増えている。これまでは夕方以降の客が少なかったが、緊急事態宣言による外食の制限もあり、総菜などの売上が特に伸びている。
		通信会社(社員)	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着きを見せており、営業現場では客との面談などが復活しつつある。
	やや良くなっている	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新規感染者数の減少で、緊急事態宣言の解除が近づき、来客数や滞在時間が顕著に改善している。
		一般小売店[呉服](店員)	・少しだけ客の財布のひもが緩んできた気がする。ワクチンの接種が進み、気持ちにゆとりが出てきたと感じる。
		百貨店(売場主任)	・9月中旬までは、来客数が前年比で15.0%減少と非常に悪かったが、直近1週間は5.0%減少にまで回復している。10月1日からの緊急事態宣言の全面解除に向け、明るい雰囲気が出てきた。10月以降の更なる回復を期待している。
		百貨店(企画担当)	・9月の中旬以降、今までに比べて来客数がやや増えてきた。このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば、消費も持ち直す予想される。
		百貨店(売場マネージャー)	・今月の第2週目以降は、来客数が改善傾向にあり、特に土日は以前よりもにぎわっている。
		百貨店(店長)	・来客数は、郊外を中心に増加傾向にある。買物の内容としては、依然として食料品が中心であるが、お彼岸やお月見といったイベント前後は、夕方から夜まで好調である。
		百貨店(営業推進担当)	・緊急事態宣言の解除に向けて、着実に来客数が増えており、潮目が変わった印象を受ける。
		スーパー(店長)	・来客数が前年比で戻りつつある。新型コロナウイルスの感染対策を行いながら、客は通常の買物を始めつつある。

家計動向関連	やや良くなっている	乗用車販売店（販売担当）	・先の予約分があったため、販売量は良かった。客の動きは増えてきている。
		住関連専門店（店長）	・東京オリンピック・パラリンピックを終えた頃から客が戻り始め、受注も増えてきたように感じる。医者などの富裕客が、趣味で買い求めるケースも出てきた。ただし、これも緊急事態宣言などが半年以上続いた影響であり、これまでの状況が悪過ぎただけで、楽観できないことには変わりはない。
		旅行代理店（店長）	・緊急事態宣言の月末の解除に向けて、客に若干の動きが出てきている。
		住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が原因かは分からないが、明らかに人の動きがあり、契約状況は上向いている。

「ワクチン」関連のコメント(先行き判断)

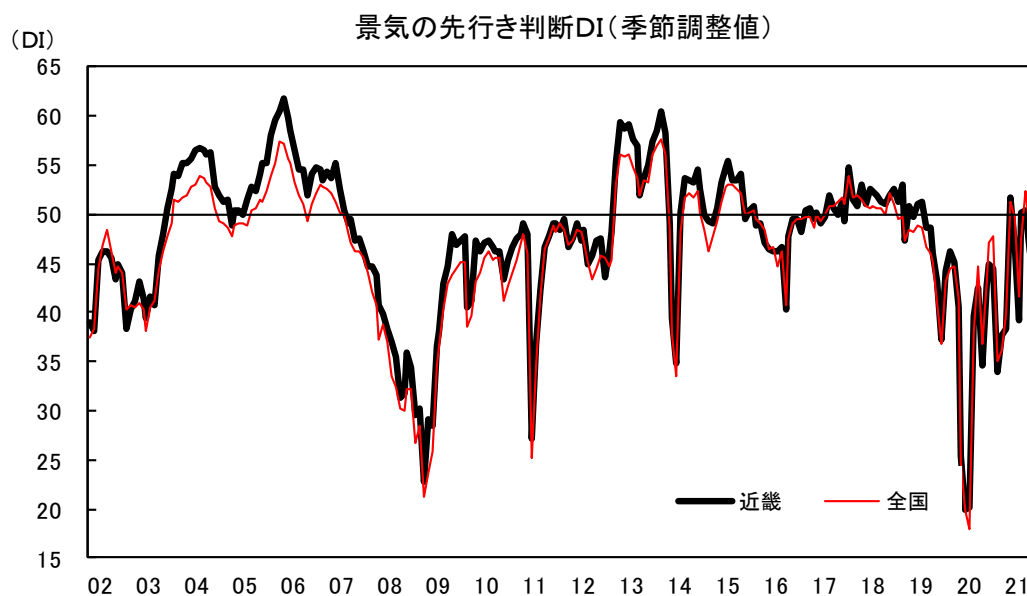
家計動向関連	やや良くなる	一般小売店〔呉服〕（店員）	・客の心理としては、新型コロナウイルスへの恐怖感はまだあるが、ワクチンの接種により、少し動き回ってもよいという気持ちが出てきている。来客数が戻りつつあり、買物も少し楽しんでもらえるようになっていく。
		百貨店（商品担当）	・与党の総裁選や衆議院選挙によって景気が刺激され、ある程度の回復が見込まれる。また、緊急事態宣言の解除や、ワクチン接種の進展も追い風となり、1年半続いた経済の停滞は、活性化の方向に変化すると予想される。ただし、足元の企業業績は大変厳しく、冬のボーナス支給は低調となる見込みのため、一気に復活する期待は薄い。
		百貨店（外商担当）	・11月末までには、ワクチンが希望者に完全に行き渡る予定であるほか、治療薬も年内に完成する可能性があるため、今よりも新型コロナウイルスの感染は落ち着き、消費マインドも上昇すると予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・ワクチン接種が進むほか、一時的にでもペントアップ需要が見込まれると予想している。
		百貨店（売場マネージャー）	・ワクチン接種率の上昇のほか、9月20日頃から新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向となったことで、来客数は増加している。また、緊急事態宣言も9月30日で解除となり、当分は人流が増加することから、売上の増加が期待できる。
		百貨店（服飾品担当）	・ワクチン接種率の上昇に伴い、来客数は増えており、客の消費マインドも上昇が続くと予想される。ただし、新型コロナウイルス発生前の動きに戻るの半分は、残りの半分は、新しい生活様式をそのまま続けると考えられる。リアル売場の役割がショールーム化するとも予測され、今後は買物体験の価値をいかに提供できるかが問われる。
		百貨店（マネージャー）	・緊急事態宣言の解除や、ワクチンの2回接種者の増加による行動制限の緩和などで、人流が戻ってくるため、経済活動が再び活性化すると予想している。
		スーパー（店長）	・緊急事態宣言が解除され、ワクチン接種も進むなか、今後は政府の経済活性化策も出てくる。消費者はこれまで動きを抑制してきたが、旅行や行楽、イベントなどで一気に外出機会が増え、消費の拡大につながる。
		コンビニ（経営者）	・9月末に緊急事態宣言が終了する予定で、ワクチン接種率も70%に達する予定である。テレワークも少なくなり、現状よりもビジネス街の人流も25%ほど増えるため、販売の増加につながる。
		衣料品専門店（販売担当）	・緊急事態宣言が解除され、ワクチン接種も進むことで、徐々に景気も回復する。
		家電量販店（企画担当）	・政府からは、2回のワクチン接種者を中心とした行動制限の緩和の方針が示されており、秋物商材を含め、年末に向けての需要が増えそうである。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第6波への懸念はあるものの、ワクチン接種済み人口の増加で、重症化リスクが軽減されつつあるなど、ウイルスと共存可能な環境が次第に整ってくる。
		高級レストラン（企画）	・ワクチン接種の進行や、地域の観光支援事業、Go Toキャンペーンの再開により、利用者数の増加が見込まれる。
		一般レストラン（企画）	・緊急事態宣言の解除により、営業時間が延長し、アルコールの販売も解禁されることで、現状よりも改善すると予想される。また、ワクチン接種の推進などによる経済活動の活性化にも期待している。
		観光型ホテル（客室担当）	・ワクチン接種率が上がっているため、先行きは少し良くなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・ワクチン接種が進んでいるほか、新型コロナウイルスの感染に対する治療方法も多様化している。
		通信会社（社員）	・ワクチン接種率も上昇しており、今までの混とんとした状況での、ネットサービスの需要増加という傾向が変わりつつある。社会情勢の改善に伴い、申込件数が増加することを期待している。
		通信会社（企画担当）	・ワクチンの接種や治療薬の開発、緊急事態宣言の解除により、景気が回復するタイミングを迎える。
		観光名所（経理担当）	・希望者へのワクチン接種が完了に近づいていることで、様々な点で制限緩和の動きが広がっている。一方、緊急事態宣言の回数が増えるたびに、それを守る人が減ってきている。ワクチン接種が終われば大丈夫という考えの人もいるため、たとえ緊急事態宣言が再び発出されても、人流が今よりも減ることはないと予想される。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・ワクチン接種率の上昇が安心感につながるほか、経済対策による支援も期待できる。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・10月からは緊急事態宣言が解除となるほか、ワクチン接種も進むため、外出意欲の向上が期待できる。		
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・今が底だと感じる。ワクチン接種が進むことで、景気は今よりも回復すると予想される。		

家計動向関連	変わらない	百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスの感染第6波が発生するとの予想がある。3回目のワクチン接種や経口薬の実用化、指定感染症の分類引下げなどが行われるまでは、警戒心から来客数が劇的に回復することはない。
		百貨店（特選品担当）	・9月末で緊急事態宣言が解除されるが、今後はワクチン接種も進み、良い方向に進んでほしい。ただし、新型コロナウイルス変異株の猛威や、感染第6波への懸念もあり、全く先が見えない状況である。
		スーパー（店長）	・ワクチン接種による、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少は光明であるが、治療薬の利用が認可されるまでは予断が許されない。人の移動が活発化すれば、消費の回復が期待できるものの、これまでの企業業績の傷は大きいため、大きな期待はできない。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染は、収まると思えば、また増えるという動きを繰り返しているため、ワクチンや治療薬が確立される数年後までは、良い方向に向かうとは思えない。
		衣料品専門店（店長）	・10月からは緊急事態宣言が解除され、全国的に人流が戻ることを期待しているが、年末にかけて新型コロナウイルスの感染の波が発生するとの予想がある。また、インフルエンザの流行への不安もあり、余り期待できない。全体としては、今以上にワクチンの接種が広がって人流が増えてくれば、景気の底上げにつながる。
		乗用車販売店（経営者）	・ワクチン接種の拡大や、外出の自粛もあって、新型コロナウイルスの新規感染者数は減っているが、まだ経済活動が全面的に再開できるとはいえない。今後もしばらくは感染状況が良くなったり、悪くなったりで不安定な状況が続く、経済活動や景気も振り回されることになる。
		テーマパーク（職員）	・緊急事態宣言の解除後に、秋の観光シーズンが本格化するが、本当に観光や娯楽を楽しむ雰囲気醸成されるのかが、大いに疑問である。ワクチンが行き渡った後、社会がどのような状況に変わっているか、まだ予測がつかない。
企業動向関連	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、緊急事態宣言も9月30日で解除される見通しである。ワクチン接種も進んでおり、経済を回していかなければならないため、期待も込めてやや良くなると予想している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・ワクチンの接種が進み、新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってきているため、緊急事態宣言が解除となれば、受注の増加が期待される。
		金融業（副支店長）	・ワクチンの接種率も上がってきており、個人消費の改善が予想される。
	変わらない	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・10月以降は、緊急事態宣言の解除に始まり、年明けにはワクチンだけではなく、経口薬などの治療薬も出てくる可能性も高まったことから、購買意欲が徐々に活発になると予想される。
		繊維工業（総務担当）	・回復に向けては、新型コロナウイルスの新たな感染拡大が起こらなければという条件が付く。ワクチン接種の効果に期待しており、何とか感染が再拡大しないことを願っている。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・ワクチン接種が進み、景気も徐々に上向くと予想されるが、コスト削減の動きも強く、回復には時間を要する。

「価格上昇」関連のコメント（先行き判断）

家計動向関連	良くなる	競輪場（職員）	・年末年始の時期となり、通常であれば良くなってくるが、新型コロナウイルスの感染状況や政局、物価の上昇による影響もあり、正直なところ分からない。
	変わらない	住宅販売会社（経営者）	・まだしばらくは、住宅資材などの値上げが続くと予想される。
	やや悪くなる	スーパー（社員）	・輸入品を中心に畜産部門の価格が高騰しており、買上数量が減っている。水産部門も価格が上昇傾向にあるため、当面は食品全体で売上の確保が難しくなりそうである。
		コンビニ（店員）	・年金生活をしている高齢の客が多く、余り景気に左右されない傾向はあるが、秋からの一部商品の値上がりを感じやすい様子が見受けられる。
		家電量販店（店員）	・商品のモデルチェンジにより、単価が全般的に高騰しているように感じる。経年劣化による買換え需要はあるが、以前よりも買い控えが増えたと感じている。同業他社を含め、最近では余り変化を感じなかったが、近隣のリサイクルショップは平日、土日に比べて更に進みそうである。
	悪くなる	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・10月から各種消費財の値上げも始まるため、景気は一時的に冷え込むと予想される。飲食や旅行関連の復活も、しばらくは不透明な状況である。
		一般小売店〔花〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響でイベントがなくなり、開催されても縮小傾向となるため、生花にまで予算を掛けられなくなっている。また、10月からは様々な商品の値上げがあるため、花の購買意欲が下がるほか、かねてからの節約意識もあり、売上は減少する。
企業動向関連	変わらない	食料品製造業（従業員）	・緊急事態宣言は解除されるようだが、まん延防止等重点措置に変わっても、すぐに大きく変わることはない。また、製品の値上げもできないなか、原材料、資材の値上げは増えているため、経営の大きな負担となる。
	くやや悪くなる	化学工業（企画担当）	・食品の原料価格の高騰が収まる気配はなく、販売価格への転嫁が追いつかない。
	悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・原材料である鋼材価格が大幅に値上がりしているが、大手自動車メーカーへの10月以降の販売価格との差は大きい。その分の値上げを認めてもらえないため、採算はより一層悪化しそうである。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		19年			20年			21年																		
		9	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	47.6	36.5	37.4	38.0	42.4	26.1	14.7	8.3	19.6	39.3	42.0	43.4	46.7	49.2	39.9	31.7	31.7	42.4	49.8	33.3	38.2	49.3	49.7	36.2	42.0
	(全国)	44.9	35.9	37.2	38.3	41.9	27.9	14.9	9.4	17.0	40.0	42.2	43.7	47.8	53.0	43.8	34.3	31.2	41.3	49.0	39.1	38.1	47.6	48.4	34.7	42.1
先行き判断	近畿	37.2	44.2	46.1	45.2	40.4	25.3	20.0	20.2	39.6	42.5	34.6	42.8	44.9	44.4	33.9	37.6	38.4	51.6	46.9	39.2	50.1	50.3	46.2	43.9	54.5
	(全国)	36.8	43.1	44.5	44.6	41.4	24.8	19.8	17.9	37.9	44.6	36.7	42.9	47.1	47.7	35.0	36.1	39.9	51.3	49.8	41.7	47.6	52.4	48.4	43.7	56.6

※季節調整値