

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和5年1月)

～インバウンドの増加による牽引で現状判断は続伸～

- 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50.4と前月比で2か月連続の上昇(+0.6ポイント)となった。好不調の目安となる50も4か月ぶりに上回っている。さらに、先行き判断も48.6と2か月連続の上昇(+2.0ポイント)となった。
- 足元の景気については、入国規制の緩和によるインバウンドの増加が続いており、百貨店やホテル等を中心に好調な推移が続いている。そういった中、全国旅行支援による需要の押し上げについては、宿泊料等の割引率等が引き下げられたことで、徐々に効果の縮小がみられる。
- 一方、物価やコストの上昇による悪影響は拡大しており、多くの業種から厳しい声が上がっている。スーパーや家電量販店といった小売関連では、消費マインドの低下や節約志向の強化が進んでおり、インバウンド等で好調な百貨店でも、中間層向けの売行きへの影響が出ている。また、製造業や建設業といった企業取引関連からも、価格転嫁の遅れなどが指摘されている。
- 先行きについては、インバウンドの増加が続くとの期待が、百貨店やホテルを中心に高まっている。加えて、5月上旬に新型コロナウイルスの5類感染症への移行が予定されていることを受け、百貨店や外食、観光関連など、幅広い業種から需要の回復を期待する声が上がっている。
- 一方、物価の上昇に対する警戒感、足元の値上げの加速を受けてますます強まっている。スーパーや衣料品といった身の回り品関連をはじめ、ホテルや旅館からも、コスト上昇に価格転嫁が追いつかないといった声が聞かれる。価格転嫁については、企業関連でも厳しい声が多く、幅広い業種で収益悪化への懸念が高まっている。円安はやや落ち着きつつあるとはいえ、コストの上昇、価格の上昇に対する不安は、業種を問わず依然として高い。

「インバウンド」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(服飾品担当) | ・年末には、今年最後の買物といったメモリアルな買い方がみられたが、1月2日の初売りでは、今年初めての買物といった買い方がみられた。特にプライダル関連の動きが良く、ラグジュアリー関連を含むバッグや靴、雑貨類も軒並み好調に推移した。単価の高い物の動きが良く、コロナ禍での閉塞感が払拭されるような動きとなった。単価はバッグで約5～8%アップするなど、値上げのあった商品でも動きは悪くなっていない。またインバウンドの回復もあり、前年比で化粧品の売上が20%、ラグジュアリー関連で30%近い伸びとなっている。 |
| | | 百貨店(サービス担当) | ・行動制限のない年末年始となったことで、国内客の増加に海外からの観光客の増加も重なり、好調に推移している。また、寒波によって防寒関連商品が好調であるほか、高額の高級ブランド商品も引き続き好調に動いている。 |
| | | コンビニ(店長) | ・外国人客が増えてきている。 |
| | | 都市型ホテル(フロント) | ・全国旅行支援に関しては、エージェントを絞ったこともあり、爆発的な受注はないものの、3か月前よりも客室単価を上げても稼働率が上昇している。インバウンドの団体客が、3か月前よりも更に増えている。 |
| | なったり良くなっている | 百貨店(外商担当) | ・今までと同様に、高級時計や海外ブランド品の売上が好調に推移しているほか、インバウンド売上も2019年比で約80%にまで回復している。来客数も前年を大きく上回っている。 |

| | | | |
|-------------------|--|----------------------------------|--|
| 家計動向関連 | やや良くなっている | 百貨店（売場マネージャー） | ・今月の後半は、前年にまん延防止等重点措置が適用された反動で、売上は前年比で大きく伸びている。特に、国内客は2019年の水準まで回復しており、インバウンド売上も春節のタイミングで増加傾向にある。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・以前よりも、物価上昇の複雑な背景が消費者に認識されてきたのか、国内中間層の購買は手堅い。単価上昇の分だけ販売量が減る傾向にあるが、生鮮3品の売上は微増に転じたほか、ファッション関連も寒さの影響で防寒素材が好調となり、売上が約5%増えている。富裕層では美術品や宝飾品の好調が続いているほか、インバウンド需要もまだ全国平均以下ではあるが、前年比では倍増となり、売上全体を底上げしている。 |
| | | 百貨店（特選品担当） | ・10月11日の入国規制の緩和以降、徐々にインバウンドが増加している。1月も2週目頃には一旦落ち着いたが、後半に再び増加している。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・通勤客の動きが以前の水準に近づいてきており、外国人観光客も少しずつ増えているため、来客数の回復が進んでいる。 |
| | | コンビニ（店員） | ・来客数が日々増えていると感じる。外国人観光客や旅行者も近隣のホテルに多く宿泊しており、買物に来る客が増えている。昼夜問わず、忙しい日が続いている。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・1月は全国旅行支援が延長されたが、割引額が縮小されたほか、オフシーズンであるため、開始当初の勢いはない。その反面、東アジアを中心とした海外からの個人客が増えており、いよいよ以前の動きに戻っていくような実感があるなど、旅行業界の景気が上向いていると感じる。 |
| | | 都市型ホテル（販促担当） | ・客室部門の売上は前年比で176%、料飲部門は259%と順調に推移しており、訪日客は利用客全体の約55%を占めている。全国旅行支援の利用は平日、週末共に多く、訪日客も順調に取り込めており、平日でも販売を止めている日がある。コロナ禍で3年ぶりに新年会を開催する企業もあるなど、料飲部門も順調に客の取り込みが進んでいる。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・宿泊では、全国旅行支援の利用客に加えて、海外からの客も着実に増えている。航空便の増加も予定されているため、早い段階でかつての水準に回復すると予想している。その一方、飲食関係は物価の上昇による影響が大きく、緩やかな回復にとどまる。 |
| | | その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | ・インバウンドが引き続き増加傾向にある。インバウンドは団体客ではなく、個人客の回復が早い。個人客の方が団体客よりも滞在日数が長く、消費単価も高い。 |
| | | 変わらない | 変わらない |
| 百貨店（企画担当） | ・海外からの入国規制の緩和後、中国本土以外からの観光客の売上は、11～12月にかけて右肩上がりとなった。春節休暇のある今月は更なるプラスを期待したが、現在のところは予想を下回っている。また、前年はコロナ禍による落ち込みが大きかったため、国内売上の増加も見込んでいたが、こちらも想定を下回っている。 | | |
| スーパー（店長） | ・以前と比べて、やや外国人の姿が目立つが、1人当たりの単価は上がらず、横ばいとなっている。 | | |
| その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・海外からの旅行者が増え、人の流れも多くなってきたことは実感しているが、購入が増えているのはドラッグストアの商品やブランド品の衣類、バッグなどであり、宝飾品の動きに大きな変化はない。 | | |
| 都市型ホテル（管理担当） | ・全国旅行支援により客単価は少し上がっているが、インバウンドが回復していないため、客単価に大幅な上昇はみられない。 | | |
| 百貨店（宣伝担当） | ・今月は春節もありインバウンド需要に期待していたが、11月や12月に比べて免税売上が前年比で悪化している。国内売上も相次ぐ値上げにより、特に中間層の買い控えやギフトの単価下落が目立っており、勢いに欠けている。 | | |
| 雇用関連 | 変わらない | 人材派遣会社（管理担当） | ・海外からの入国規制が緩和され、国内でも人の動きが活発になっている。それに伴い、観光産業からの求人数が大きく増えている。 |
| | | その他雇用の動向を把握できる者 | ・新規求人数は前年比で18か月連続の増加と、全体的に持ち直しの動きが堅調である。求人が堅調な要因としては、インバウンド需要の増加などによる先行きへの期待や、人流や物流の回復に伴う人手不足の進行などがあるが、求人を出しても応募者が少なく、採用が困難という声も少なくない。また業種を問わず、原材料費やエネルギー価格が高騰するなか、価格転嫁が困難で収益が圧迫されているといった声も引き続き多い。 |

「全国旅行支援」関連のコメント（現状判断）

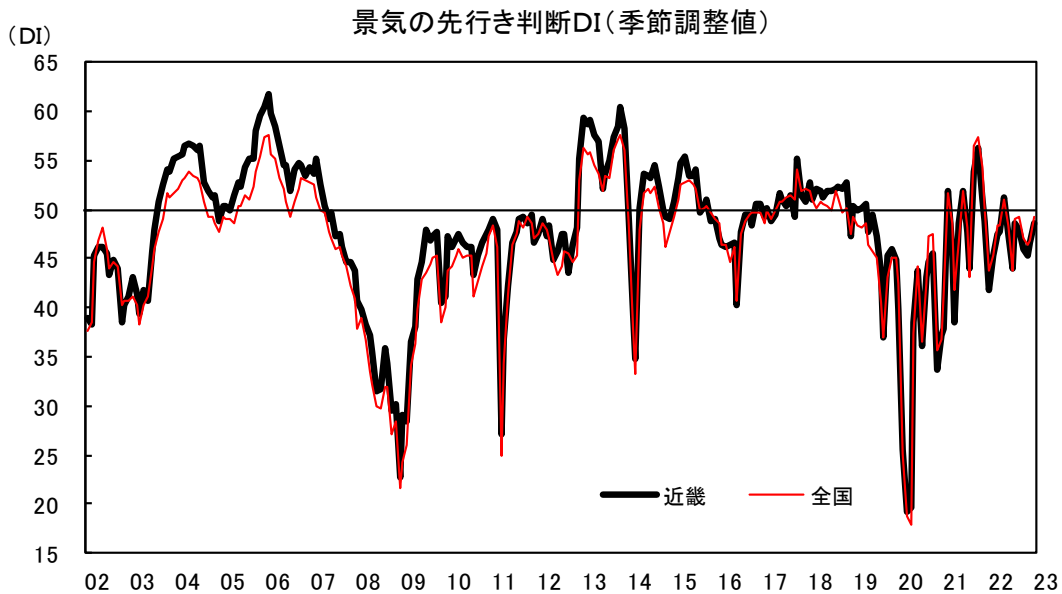
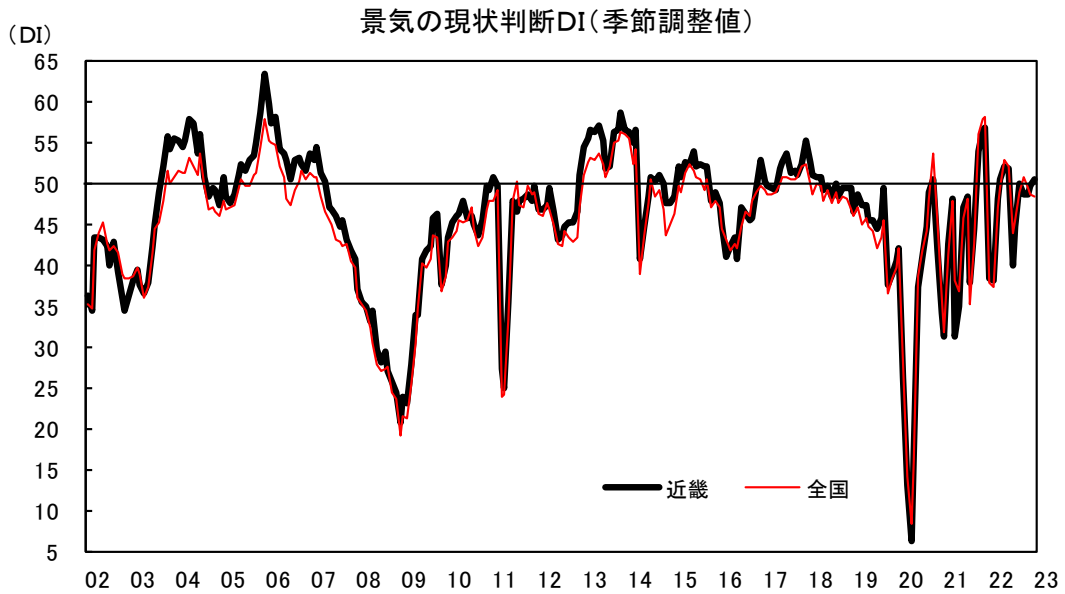
| | | | |
|--------|---------|--------------|--|
| 家計動向関連 | 良くなっている | 都市型ホテル（フロント） | ・全国旅行支援に関しては、エージェントを絞ったこともあり、爆発的な受注はないものの、3か月前よりも客室単価を上げてでも稼働率が上昇している。インバウンドの団体客が、3か月前よりも更に増えている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・依然として新型コロナウイルスの新規感染者数は増えているが、客の間では宴会を開きたいという意識が強く、感染対策を講じながら開催する傾向にある。宿泊についても、全国旅行支援の影響で単価が上がっており、需要も期待どおりとなっている。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・1月は全国旅行支援が延長されたが、割引額が縮小されたほか、オフシーズンであるため、開始当初の勢いはない。その反面、東アジアを中心とした海外からの個人客が増えており、いよいよ以前の動きに戻っていくような実感があるなど、旅行業界の景気が上向いていると感じる。 |

| | | | |
|--------|-----------|----------------|--|
| 家計動向関連 | やや良くなっている | 都市型ホテル（販促担当） | ・客室部門の売上は前年比で176%、料飲部門は259%と順調に推移しており、訪日客は利用客全体の約55%を占めている。全国旅行支援の利用は平日、週末共に多く、訪日客も順調に取り込めており、平日でも販売を止めている日がある。コロナ禍で3年ぶりに新年会を開催する企業もあるなど、料飲部門も順調に客の取り込みが進んでいる。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・宿泊では、全国旅行支援の利用客に加えて、海外からの客も着実に増えている。航空便の増加も予定されているため、早い段階でかつての水準に回復すると予想している。その一方、飲食関係は物価の上昇による影響が大きく、緩やかな回復にとどまる。 |
| | | 旅行代理店（役員） | ・国内旅行は全国旅行支援の対象が否かにかかわらず、需要が伸びてきた。ビジネス利用以上に、3世代の旅行を含む家族旅行が増えている。 |
| | 変わらない | 都市型ホテル（販促促進担当） | ・秋口から好調が続いており、1月の稼働率は72%の見込みである。前年12月の82%からは下がっているが、1月は例年数字が低いなか、今年は健闘している。そう考えると景気は上向いているかもしれない。また、全国旅行支援の効果で平日の旅行客が増えている。 |
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・全国旅行支援により客単価は少し上がっているが、インバウンドが回復していないため、客単価に大幅な上昇はみられない。 |
| | | 旅行代理店（店長） | ・11～12月に比べて受注額は若干増えたが、全国旅行支援の対象客に要する手続の時間が長い割に、単価は安い。 |
| | やや悪くなっている | 観光型旅館（経営者） | ・全国旅行支援の割引率が下がったため、申込みがかなり減っている。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・全国旅行支援は延長されたが、補助金の減少に伴って来客数が減っている。 |
| | 悪くなっている | 観光型旅館（経営者） | ・前年1月は新型コロナウイルスの感染拡大で業績が悪化したが、今年はそれ以上に悪い。全国旅行支援が再開しても、客の動きが回復しない。 |

「コロナの5類引下げ」関連のコメント（先行き判断）

| | | | | |
|--------|-----------|---|---|---|
| 家計動向関連 | 良くなる | コンビニ（経営者） | ・新型コロナウイルスが5月8日から5類感染症となる見込みのため、来客数が以前の水準に戻り、売上も95%程度に回復する見込みである。 | |
| | | 高級レストラン（企画） | ・新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、中国からの訪日客の増加などによる、宿泊需要の増加が予想される。 | |
| | | 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が5類感染症に変更される見通しであり、出控えなどの影響がなくなっていくことが予想される。 | |
| | やや良くなる | 百貨店（売場マネージャー） | ・不透明な環境下ではあるが、新型コロナウイルス感染症の分類変更が検討されていることもあり、景気は上向くと予想される。 | |
| | | 百貨店（外商担当） | ・5月に新型コロナウイルスの分類が5類感染症に変更される見込みであるため、徐々にではあるが、通常の生活に戻っていくと予想される。それに伴い、外出用やイベント用の紳士、婦人服のほか、新築に伴う家具、インテリア関連商品の需要も増えると予想される。 | |
| | | 百貨店（販促推進担当） | ・ゴールデンウィーク明けから、新型コロナウイルスが5類感染症に移行するのに伴い、客の動きが活発化する。 | |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・新型コロナウイルスの5類感染症への移行決定に加え、季節性インフルエンザの流行も落ち着いてくる。 | |
| | | その他飲食〔ファーストフード〕（店員） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は大きく減っていないが、ウィズコロナで社会活動を続ける必要があるという客の考えで、来客数は通常どおりとなっている。旅行者や観光地の動きも、今までのように戻っているように感じる。5月には新型コロナウイルスが5類感染症に変更となるため、前向きな形で来客数が増加し、経済も回復していく。 | |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・新型コロナウイルスが5類感染症に変更となるほか、外国からの客が順調に増えると予想されるが、物価の上昇が続くため、飲食の利用の回復は緩やかなものにとどまる。 | |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・新型コロナウイルスが5類感染症に変更となる見通しで、行動制限が緩和されれば、ある程度は良い影響が出ると予想される。 | |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・3月末で全国旅行支援は終了予定であるが、インバウンドの増加による需要の拡大に期待している。春の観光シーズン入りや、新型コロナウイルスの5類感染症移行に伴う、旅行需要の回復も期待される。 | |
| | 旅行代理店（役員） | ・新型コロナウイルスが5類感染症に移行するほか、マスクの着用基準の変更により、自己管理を行った上での旅行需要は更に伸びる。 | | |
| | 変わらない | 百貨店（販促担当） | ・コロナ禍への対応として行動制限は実施されず、新型コロナウイルスが5類感染症に変更となることで、以前の日常に戻りそうである。一方、物価の上昇は急速に進んでおり、家計の負担はますます増えていく。趣味関連への需要は増える一方、日用品の節約は進むなど、消費は不安定な状況が続くことが予想される。 | |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・新型コロナウイルスの5類感染症への移行も、ゴールデンウィーク明けと先延ばしになり、景気回復へのインパクトには欠ける。 | |
| | | 競艇場（職員） | ・全国発売のG1競走などは、ほぼ目標どおりの売上を記録しており、順調に推移している。インターネット投票にやや減少傾向がみられるものの、依然として好調な動きに | |
| | 雇用 | 良くなる | 通信業（管理担当） | ・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、規制が更に緩和されるほか、マスクの着用も無くなることで、景気は回復に向かう。 |

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

| | | 21年 | | | | | | | | | | 22年 | | | | | | | | | | 23年 | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | | |
| 現状判断 | 近畿 | 31.4 | 42.7 | 48.2 | 31.3 | 34.9 | 47.0 | 48.3 | 37.9 | 44.5 | 54.0 | 56.5 | 56.8 | 38.3 | 38.2 | 48.2 | 50.5 | 52.2 | 51.9 | 40.0 | 44.7 | 50.1 | 48.8 | 48.7 | 49.8 | 50.4 |
| | (全国) | 31.8 | 41.4 | 47.8 | 38.1 | 36.9 | 45.8 | 48.1 | 35.1 | 42.7 | 56.0 | 58.0 | 58.3 | 37.9 | 37.4 | 47.1 | 49.5 | 53.0 | 52.1 | 43.9 | 45.5 | 48.9 | 50.8 | 49.4 | 48.7 | 48.5 |
| 先行き判断 | 近畿 | 37.8 | 51.9 | 45.9 | 38.6 | 48.6 | 51.8 | 47.7 | 44.0 | 53.9 | 56.3 | 51.1 | 48.9 | 41.9 | 45.2 | 47.5 | 47.8 | 51.2 | 47.4 | 43.9 | 48.6 | 48.0 | 45.9 | 45.4 | 46.6 | 48.6 |
| | (全国) | 41.3 | 51.7 | 48.7 | 41.7 | 46.7 | 51.9 | 48.2 | 43.2 | 56.6 | 57.3 | 54.3 | 50.1 | 43.7 | 45.3 | 48.4 | 48.4 | 51.1 | 48.4 | 43.7 | 49.0 | 49.2 | 47.1 | 46.3 | 46.8 | 49.3 |

※季節調整値