

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成23年4月)

### ～現状判断は悪化が続くも、先行き判断は大幅に上昇～

- 景気ウォッチャー調査・4月調査の近畿地域の結果（現状判断[方向性]）は28.9と2ヶ月連続の低下、先行き判断は40.2と2ヶ月ぶりの上昇となった。現状判断については、全国が上昇、近畿は低下という結果となったが、前月は備蓄用商品のまとめ買いによる押し上げが大きかったため、今月にその反動が出たほか、商品不足による売行き悪化なども全体を押し下げたとみられる。
- 今月のコメント内容から判断する限り、消費の自粛ムードは一部で和らぎつつある。百貨店では新店舗のオープンなどが重なったことで、来客数が堅調に推移しているほか、住宅関連でもモデルルームへの来場状況が改善したとの声が多い。
- ただし、自粛ムードが和らいできたのに代わって、雇用・所得不安などを背景に、消費者の間で節約志向が強まりつつある。不調の続いている外食や旅行を中心に、その要因が自粛から節約へと変わる恐れもあり、今後の推移には注意が必要であろう。
- 一方、先行き判断については、前月から大幅な上昇がみられるものの、コメントには「震災の影響や原発問題が落ち着けば、消費マインドも回復する」といったニュアンスのものが多い。いわば回復期待が判断を押し上げている感もあるが、原発問題はもちろん、震災の影響についても全容が分からないのが現状であり、先行きの不透明感は非常に強い。
- さしあたり、サプライチェーンの寸断で5月危機、6月危機ともいわれる状況に陥る可能性が高いほか、復興に向けた動きが予想以上に遅れる恐れもあり、景気の下振れに注意が必要とみられる。

◎業種別にみた震災による影響の変化

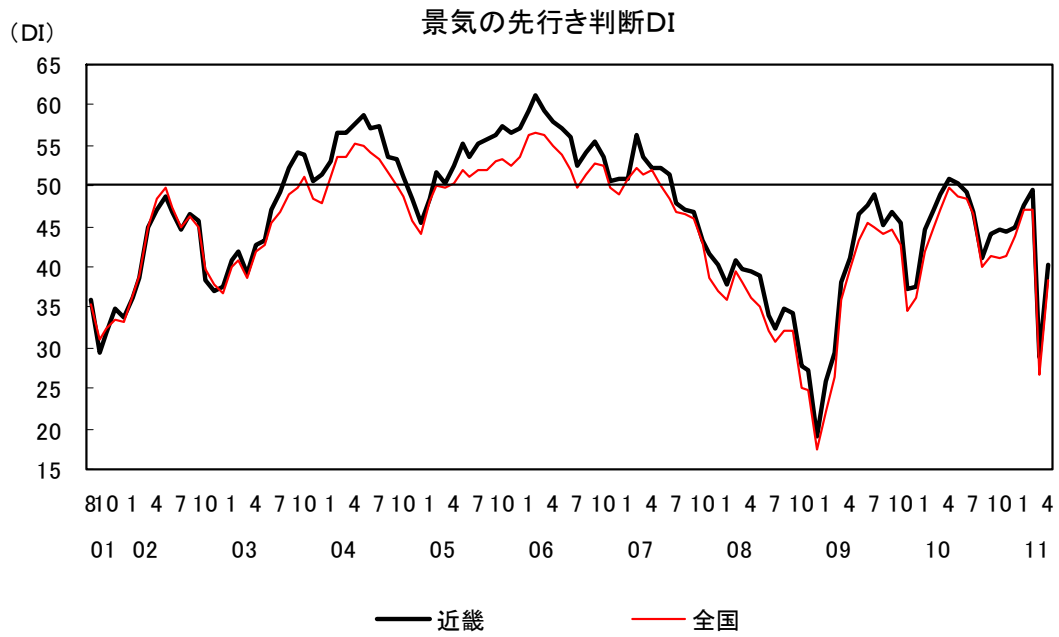
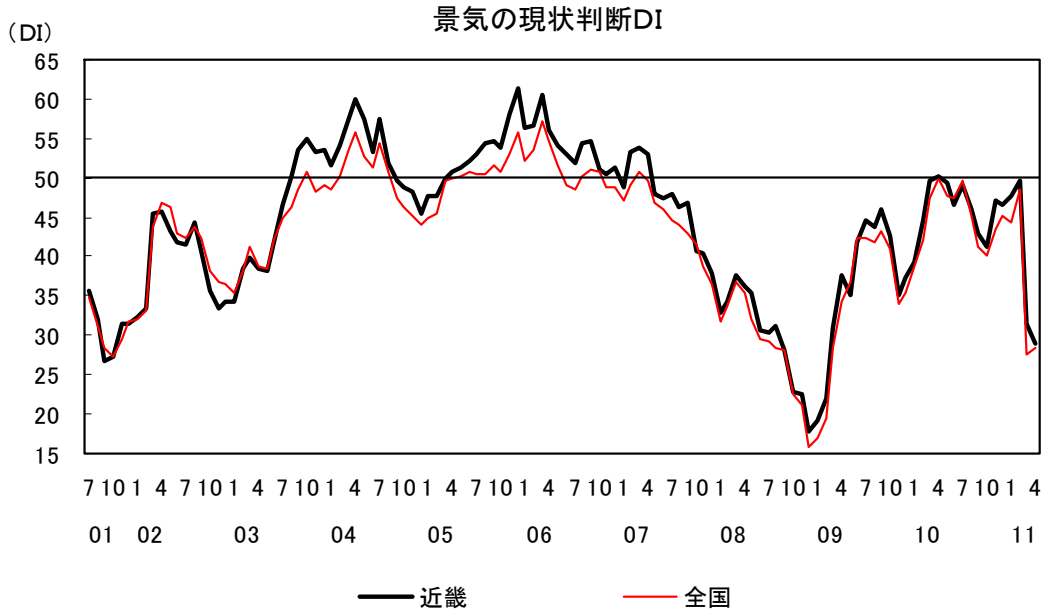
影響度	3月	4月
軽	スーパー コンビニ 建設業 人材派遣会社 職業安定所	建設業 輸送業 人材派遣会社 職業安定所
中	乗用車 製造業 輸送業	百貨店 スーパー コンビニ 乗用車 住宅 製造業
重	百貨店 飲食 旅行・ホテル 住宅	飲食 旅行・ホテル

※     は、大きな変化が感じられた業種  
 ※ 影響度はコメント等から大まかに類推したものであり、業種間の厳密な差を示したものではない

◎「自粛→節約」の動きを示唆する主なコメント

百貨店 (販促担当)	・前月よりも消費の自粛ムードは落ち着いてきたが、販促を行っても商品を慎重に吟味する姿が目立つなど、購買意欲が高まってきた感はない。特に最近では、商品の機能性に加え、長く使うことを意識した標準タイプが選ばれる傾向もみられる。
スーパー (経営者)	・客が商品を選ぶ目が更に厳しくなっており、競合店を回ってから当店へ来店し、値打ちのある商品があれば買うという状況が続いている。
観光型旅館 (経営者)	・消費自粛の動きは多少落ち着いていたが、客の間ではぜいたくを控えている感があり、高額な宿の集客が悪い。ただし、料金が安ければ客が動くというわけではない。
家電量販店 (経営者)	・消費マインドが非常に停滞している。家電は故障するまで使うという節約志向が強まっており、節電のための買い換えは今のところみられない。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 09				10				11																
		月 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	37.6	35.2	41.7	44.5	43.8	46.0	42.7	35.2	37.3	39.4	44.6	49.5	50.2	49.4	46.7	49.1	46.1	42.8	41.2	47.0	46.7	47.8	49.6	31.5	28.9
	(全国)	34.2	36.7	42.2	42.4	41.7	43.1	40.9	33.9	35.4	38.8	42.1	47.4	49.8	47.7	47.5	49.8	45.1	41.2	40.2	43.6	45.1	44.3	48.4	27.7	28.3
先行き判断	近畿	41.1	46.6	47.7	48.9	45.2	46.7	45.5	37.2	37.6	44.7	47.2	48.9	50.9	50.2	49.2	46.8	41.2	44.2	44.5	44.3	45.0	47.6	49.5	28.8	40.2
	(全国)	39.7	43.3	45.6	44.9	44.0	44.5	42.8	34.5	36.3	41.9	44.8	47.0	49.9	48.7	48.3	46.6	40.0	41.4	41.1	41.4	43.9	47.2	47.2	26.6	38.4