

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。

