

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成23年7月)

### ～節電スタートも、現状判断は引き続き上昇～

- 景気ウォッチャー調査・7月調査の近畿地域の結果(現状判断[方向性])は、3ヶ月連続の上昇となった一方、先行き判断は4ヶ月ぶりの低下となった。7月は電力会社からの要請に基づく節電がスタートしたにもかかわらず、DIは引き続き上昇している。
- 現状判断については、消費の自粛ムードの緩和や、サプライチェーンの復旧が続いているのに加え、節電関連商品の好調や、月前半は例年を上回る暑さとなったことで、夏物商材の売行きが好調となっている。
- 当初は、節電が企業の生産・販売活動の低下につながる懸念されたが、節電が要請ベースという事もあり、景気への悪影響は比較的小さなものとどまっている。ただし、下のコメントのように、悪化要因に節電を挙げる声は前月調査よりも増えている。
- 一方、先行きについては、先行き不透明感が引き続き強いほか、急激な円高が進んでいることもあり、経営環境の悪化を懸念する声が増えている。資源価格の上昇などによる、収益悪化を懸念する声も依然として多い。

#### ◎「省エネ」、「節電」関連のコメント(現状判断のみ)

やや良い	スーパー(店長)	・例年よりも早い梅雨明けや、省エネ機運の高まりで、衣料、住関連の省エネ商品が好調に動いている。また、地上デジタル放送への完全移行で駆け込み需要が生まれ、来客数が増えているほか、食品も夏物商材の動きが良い。
	電気機械器具製造業(企画担当)	・東日本大震災後の回復の動きや、省エネ・節電志向により、住宅や店舗向けのLED照明の受注、販売量が前年を上回っている。
変わらない	スーパー(企画)	・7月中旬までは前年よりも気温が高かったほか、節電関係の動きから、涼感商品がよく動いている。ただし、梅雨明け後に台風が来るなどの天候不順で、やや停滞しつつある。
	その他専門店[スポーツ用品](経理担当)	・節電関連商品への需要はあるが、依然として消費全体に大きな変化はない。
	その他住宅[情報誌](編集者)	・円高傾向が続くことで、輸出企業の業績に対する不安が高まっているほか、今夏の節電が経済活動に対する心理的な悪化要因となっている。
	プラスチック製品製造業(経営者)	・梅雨明け後は景気に晴れ間の出る予感もあったが、節電により依然として鈍い動きとなっている。新規の需要がみられず、リピートの動きも伸び悩んでいる。
	電気機械器具製造業(経営者)	・節電への取組で営業日の曜日変更を行ったため、取引先への営業やサービスの方法を変えねばならないなど、様々な影響が出ている。
やや悪くなっている	コピーサービス業(店長)	・3か月前に比べて受注量に目立った変化はないが、節電関連商品への需要が高まるなか、取引先ではうちの材料が不足し、販売機会を逃している。
	一般小売店[事務用品](経営者)	・夏枯れといわれる時期を目前に、東日本大震災の影響で工事関係や省エネ関係の商品や職人が不足し、話にならない状況となっている。
	百貨店(売場主任)	・大型商業施設の開業で街全体の集客力が高まったが、最近は一回落しつつある。商業施設の開業効果が長続きしない状況では、客の消費動向が上向いているとは言い難い。節電によって夏物商材の動きは良いが、全体を押し上げるほどではない。
	スーパー(経営者)	・前年に比べて気温があまり上がらず、梅雨明け後に雨も続いたため、売れ筋商品が目まぐるしく変わったが、売場がそれに追いついていない。また、節電の影響で、調理に火を使う魚や肉の販売が悪化していたところへ、食品の放射能汚染問題が重なり、牛肉の需要が極端に落ち込んでいる。
悪い	その他レジャー施設[イベントホール]	・チケットはある程度売れているが、景気の低迷や節電による自粛ムードの高まりで、グッズや飲料などの購入が抑えられている。
	一般レストラン(経営者)	・食品の問題が後を絶たないが、そのたびに消費者の不安が高まり、外食産業は大きな打撃を受けている。今月は、食中毒事件や食品の放射能汚染問題、節電などが響いており、東日本大震災による自粛ムードが落ち着きつつあるにもかかわらず、来客数は前年比で20%近く減少している。

