

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成24年1月)

### ～現状判断は3ヶ月ぶりの低下～

- 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[方向性]が3ヶ月ぶりの低下となった一方、先行き判断は4ヶ月ぶりの上昇となった。全国も同じく現状は低下、先行きは上昇となっている。
- 現状判断については、円高による悪影響が幅広く出ているほか、百貨店やスーパーを中心に、初売りは好調であったものの、月後半から売上が例年以上に悪化しているとの声が目立っている。
- これについては、寒波による春物商材の販売不振もあるものの、所得の伸びない中でクリスマスや年末年始に消費を増やした反動が主因とみられる。また、消費税率の引上げ議論が進むなか、将来の所得不安などから消費マインドの低下につながっている影響も大きいとみられる。
- 一方、先行きについては、DIの上昇はみられるものの、確かなプラス材料は見当たらない状況である。消費税率の引上げ議論、円高の継続、欧州の信用不安といった、消費マインドを低下させる要素は残ったままであることから、今後も不透明な状況は続くと思われる。

◎月後半以降、小売関連では例年以上の落ち込みがみられる(コメントは現状判断。一部、月前半も悪い内容も含む)

変わらない	百貨店(売場主任)	・今月前半は福袋の販売やセールが好調に推移したものの、中旬以降は例年であれば売上が伸びる春物商材の動きが鈍くなっている。セール中心の売上となったことで客単価が下がっており、店全体も売上、来客数共に前年比でマイナスとなっている。
	百貨店(企画担当)	・年始から9日までの売上は好調であったが、連休明けから一気に消費が冷え込み、売上の低迷が続いている。
	百貨店(営業担当)	・福袋やクリアランスセールの効果で、衣料雑貨を中心に受注が上向いていたが、中旬以降は足踏みが続いている。
	百貨店(販促担当)	・来客数に大きな落ち込みはないが、購買率の低下で売上は苦戦している。クリアランスセールも前半は堅調な動きであったが、中旬以降は悪化がみられる。冷え込みが厳しいため、春物商材の動きも鈍い。
	スーパー(経理担当)	・年末商戦は予想以上の盛り上がりを見せたが、年明け以降は若干の反動減がみられ、特別な消費以外は節約するという傾向が続いている。
やや悪くなっている	一般小売店[精肉](管理担当)	・年末の最大の繁忙期が終わった反動で落ち込む懸念はあったが、それ以上の影響が出ている。例年は年賀用の高額品が動くが、今年は全くみられない。そういった習慣がなくなりつつあるほか、景気の悪化による影響も大きい。通常の買い回り品も価格の低下が進んでおり、和牛の動き全体が鈍くなっている。
	百貨店(売場主任)	・今月は前月の好調が続かず、売上目標を少し下回っている。客の購買姿勢は不要不急の商品の購入に消極的で、高額品の購入後は特に慎重であり、その傾向は更に強まっている。
	百貨店(売場主任)	・初売りの福袋やクリアランスセールの立ち上げ時は大きく盛り上がったが、2週目以降は来客数、販売量共に前年を下回っている。
	百貨店(マネージャー)	・年初の初売りは福袋やクリアランスセールを中心に好調となったが、その後は品不足で売上が伸び悩んでいる。来客数は前年並みか、前年を上回る動きとなっているが、1人当たりの購買量の減少が響いている。
	スーパー(経営者)	・今月の始めから、客の買物が質素節約どころか、非常に厳しい姿勢がみられる。
	スーパー(店長)	・福袋などの動きは元旦の子ども服を中心に堅調であったが、2日以降は失速したほか、来客数も2日から前年比で4～5%減と悪化している。福袋も高額品は敬遠される傾向が目立つなど、正月早々から客の財布のひもは固くなっている。
	スーパー(企画)	・年末までは前年並みで推移するなど、少し回復感もあったが、年明け以降は徐々に客の購買意欲も低下している。省エネ家電のエコポイント制度終了以降は、消費喚起策がないことも影響している。
	一般レストラン(経営者)	・年始の3日間は来客数が非常に多く、活況を呈したが、4日以降は極端な落ち込みとなった。21日以降はほぼ前年並みに戻ったが、落ち込んだ原因は全く分からない。
	都市型ホテル(総務担当)	・年末までは、個人客を中心に宿泊客や忘年会の動きが良かったが、年明けの中旬以降は、レストランの来客数が大幅に減少したほか、企業による宴会も減少している。

