

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成24年2月)

～現状判断は2ヶ月ぶりの上昇～

- 景気ウォッチャー調査・2月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2ヶ月ぶりの上昇となり、先行き判断も2ヶ月連続の上昇となった。全国の結果も同じく、現状、先行きともに上昇している。
- 現状判断については、円高・株安の動きに歯止めがかかったことが消費マインドに良い影響を与えているほか、エコカー減税・補助金による自動車販売の好調などが上昇に寄与したとみられる。さらに、コメントでの言及はないものの、うるう年で営業日が増えたことが影響している可能性もある。
- ただし、気温がかなり低めで推移したことから、春物商品の売行きに悪影響が出ているほか、消費者の間に強い節約志向がみられる点には変化がない。
- 一方、先行きについては、DIの上昇はみられるものの、目立った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が消費マインドを低下させる動きは続くほか、震災復興への言及も依然として少ない上に、その多くはマイナスの影響を懸念する声となっている。
- 今後、欧州の信用不安が再び高まる危険性は残されているほか、イラン情勢の緊迫化で原油価格が急上昇するリスクもあることから、先行きが不透明な状況に変化はないとみられる。

◎「消費税」関連のコメント(先行き)

良くなる	住宅販売会社(経営者)	・注文住宅への問い合わせが増え、契約の見込み客も数人出てきている。このような状況は数年ぶりで、消費税率の引上げ前に家を建てたい人が増えているため、先行きの見通しは明るい。
変わらない	スーパー(店長)	・円高による輸出企業の業績悪化に伴い、雇用情勢や所得環境の悪化が更に進む感がある。社会保障と税の一体改革も議論されているが、実施されることになれば更に大きな影響を受ける。
	スーパー(企画)	・新たな消費喚起策はなく、消費税率の引上げや電気料金の値上げの動きもあるため、消費者の節約志向は更に強まる。
やや悪くなる	一般レストラン(経営者)	・消費税や年金問題の解決に向けた方向性はみられず、消費の改善につながりにくい。
	コンビニ(店長)	・景気が回復する材料が見当たらないほか、増税議論による悪影響が出てくる。
	コンビニ(広告担当)	・税金や社会保障に関する不安で生活防衛意識が強まり、消費意欲が高まらない。
な悪くなる	都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊は今後も低価格競争が続くほか、東日本大震災後に始まった関西方面への旅行客の流入がなくなるため、厳しい状況となる。宴会部門も円高や消費税率の引上げといった不確定要素が多く、企業が出費を抑える傾向も顕著であるため、先行きは厳しくなる。
	商店街(代表者)	・商品価格や公共料金の値上げが予定されているなか、消費税率の引上げや社会保障の負担増に向けた議論もあるため、消費者の生活防衛意識が高まる。

◎「震災復興」関連のコメント(先行き)

良や	建設業(経営者)	・東日本大震災の復興関連の需要も重なり、例年は閑散期となる5月以降も受注が増える。
変わらない	建設業(経営者)	・国の来年度予算では、東日本大震災の復興事業を中心に予算配分されるため、東北以外の地域では更に厳しくなる。
	建設業(営業担当)	・東日本大震災の復興関連の動きに伴い、関西も人手不足となることが懸念される。既に一部では労務費や材料費が上昇し、収益に悪影響が出始めている。

本件照会先:大阪本社 荒木秀之
 TEL:06(4705)3635 mail:hd-araki@rri.co.jp

