

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成24年6月)

～天候・気温要因等で現状判断は低下～

- 景気ウォッチャー調査・6月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2ヶ月連続で低下した一方、先行き判断は2ヶ月ぶりの上昇となった。
- 現状判断は、台風の上陸をはじめ、前年よりも雨の日が多かったことで来客数の減少につながったほか、例年よりも気温が低めの推移となり、季節商材や涼感商材の売行きも低調となったことで、全体的な悪化につながったとみられる。また、消費税の増税法案の審議が進んでいることで、消費マインドが押し下げられている点も否めない。
- 一方、先行きについては、7月から節電が始まることで幅広い業種から懸念の声が上がっているものの、大飯原子力発電所3、4号機の再稼動が決まったことで、厳しいトーンは若干和らいでいる。ただし、それに代わるように、消費税増税の決定による消費の冷え込みを懸念する声は増えている。
- なお、ロンドンオリンピックの開催を前に、関連商品の売上増を期待する声もある一方、節電と相まって出控えにつながるとの見方もあり、どちらかといえど悲観的な声が多くなっている。また、今夏はアパレルメーカーを中心にクリアランスセールを開始を遅らせる動きが増えており、それによる売上への悪影響を懸念する声も多くみられる。

◎消費税の増税に関するコメント(先行き)

家計関連 変わらない	スーパー(広報担当)	・消費税や夏の賞与支給額の減少などの報道により、消費マインドが若干冷え込んでいる感がある。夏以降は、昨年家電の特需による反動減がなくなるほか、電力不安も一度は解消されるため、現状よりは上向きになる。
	通信会社(企画担当)	・消費税増税前の駆け込みによる需要増が見込める。
	その他住宅[情報誌]	・消費税率の引上げが決定した段階で、中期的な駆け込み需要が発生し始める。
	一般小売店[貴金属製品](従業員)	・消費税増税など、消費が冷え込む要素は多い一方、景気が上向き要素はない。
	一般小売店[精肉](管理担当)	・この夏は節電問題や消費税の先行き不安なども影響して、夏休みも節約モードに転じる。前年は牛肉を中心に放射性セシウムの検出が広がった夏でもあったため、そのリバウンドが出てくれば嬉しい。外食は観光客が増えて動きが出てくるが、単価の低下、来客数の増加というゴールデンウィークの傾向が続き、忙しくても利益が薄く夏となる。
	一般小売店[衣服](経営者)	・消費税や年金の問題があるので、先行きの景気については不安がある。
	百貨店(婦人服)	・景気回復の実感がない上、消費税増税の流れは止まらないため、消費には一層慎重になる。
	スーパー(店長)	・現段階では、前年のエコポイント制度などによる反動が7月末まで続き、天候や消費税の増税問題が消費者の購買意欲を大きく低下させる要素を多く含んでいるため、現状が継続する。
	スーパー(開発担当)	・原油価格も今のところ安定しているが、欧州の信用不安や衆議院での消費税増税法案の可決など、景気の良くなる要素が見当たらない。
	スーパー(企画)	・今の厳しい状況は当面続くと思われる。ここへきて衆議院での消費税増税法案の可決など、消費者の心理としては、将来への不安から節約意識が一層強くなっていくことが予想される。
	その他専門店[医薬品](経営者)	・消費税増税の行方にもよるが、最近の良いニュースが少ないので、雰囲気的にも消費が増える要素がない。6、7月は夏季賞与の支給時期となるため、少しは期待するが、現状と大きく変わらない。
	その他専門店[スポーツ用品](経理担当)	・消費税の増税法案が衆議院を通過した。開始時期まで猶予があり、当面は駆け込みの特需もないため、デフレ傾向の消費動向に変化は見込めない。
	一般レストラン(経理担当)	・天候次第ということもあるが、残念ながら社会保障や税の動きで先行き不透明な部分があり、不安材料の方が多い。総合的にみると、今後はあまり景気が変わらないと判断される。
観光型ホテル(経営者)	・世界経済の動きが良くなっていない。日本経済も同じであり、積極的な経済政策が取られていない。消費税率の引上げも暗い影を落としている。	
競輪場(職員)	・この地域は秋祭りシーズンに入るので、購買単価は上がらない傾向となる。税と社会保障の一体改革法案のうち、消費税増税法案が衆議院を通過したが、この先経済や国民生活にどのような影響が出るのかが不透明である。原子力発電所問題や大手企業の赤字決算、自然災害など、あまり明るい話題がない。	

家計関連	変わらない	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・消費税法案が可決となる見込みであるが、まだ2年後ということもあり、すぐに景気への影響はないように思われる。具体的に実施となれば、景気への影響は避けられない。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・前年はやはり東日本大震災によるマインドへの影響が行業にもあったと思わざるを得ない。根本的には景況感の好転がなければ、なかなか観光、レジャー消費は伸びないが、消費税問題、欧州の信用不安、電力問題などの不安要素が多過ぎるため、好転していくとは思えない。
		住宅販売会社 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要も出てくると思うが、住宅ローン減税の延期もはっきりとしな
		住宅販売会社 (総務担当)	・消費税アップをにらみ、すぐに必要でない限り、買い控えが目立ってきている。
	やや悪くなる	一般小売店 [花] (経営者)	・消費税の問題もあり、景気回復の見込みがない。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・消費税の増税で、とりあえずお金を持っておこうという客が多いので、あまり良い方向には向かわず、財布のひもはますます固くなる。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税問題による心理的影響は当然避けられず、前年の水準維持に全力を傾けていくしかない。
		百貨店 (企画担当)	・クリアランスセールの日程を遅らせる取引先が増えたため、盛夏物のバーゲン日数が減少する。また、衆議院で消費税増税法案が可決され、消費者は先行きに不安を感じている。
		百貨店 (店長)	・消費税増税等法案が衆議院を通過した後の政局不安により、マイナスの意識が高まっていると感じる。
		スーパー (経理担当)	・ボーナスの前年割れや、消費税増税など、消費者は再度節約を意識するマインドになりつつある。大手小売店の値下げ攻勢もこうした動きを先取りしており、全体的に消費を取り巻く環境は厳しくなりつつある。
		家電量販店 (企画担当)	・今回の消費税増税法案が成立すれば、買い控えが起きると予測される。
		乗用車販売店 (経営者)	・消費税の増税問題などで民主党も分裂の危機を迎えており、海外ではギリシャの再選挙後も欧州の信用不安の危機は回避できておらず、依然として内外に先行きを不安視する要因がある。したがって、景気は悪化していく。
		住関連専門店 (店長)	・消費税率の引上げ法案可決で、これまで政局のたびに繰り返されたように、消費者は購買に慎重になると予想される。販売や営業の現場でも、価格の高い物を安い物で済ませるのではなく、買うこと自体をあきらめる消費者の傾向を実感している。
		一般レストラン (スタッフ)	・消費税増税法案が衆議院で可決されたが、これから家計の支出に影響してくることが予測される。
都市型ホテル (マネージャー)	・宿泊部門は夏休み期間のレジャー客に期待しているが、ロンドンオリンピックの開催による出控え、関西地区での電力不足により、例年よりも減少すると予想している。将来の消費税率のアップで、瞬間的に個人消費が増加する時期があるかもしれないが、全体的には下降線となりそうである。		
通信会社 (経営者)	・将来の増税による心理的影響により、やや悪くなる。		
悪くなる	一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税の増税がうわさでなくなる日は近く、かといって駆け込み需要も衣料品では見込めない。ただでさえ、衣料品にとって夏場は厳しいシーズンであるのに、暑い気候に加えて、政治的、社会的に安定しないのであれば、消費意欲の上昇も全く期待できない。	
	一般小売店 [花] (店長)	・消費税増税など、いろいろと問題があり過ぎるため、ますます厳しくなる。	
	スーパー (管理担当)	・消費税増税の決定は、一般消費者の出費に大きく影響する。	
	一般レストラン (経営者)	・増税や計画停電などの話もあり、良くなる要素がない。3年前に街灯費を払わない店舗が多いため、商店街全体が電灯を消した時期があったが、全く客の流れが変わり、商店街自体が大損害を受けた経験がある。	
	その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・節電や消費税の増税などで、客の買物が減少している。今後も来客数は少ない。	
	住宅販売会社 (従業員)	・増税問題、欧州の信用不安など、国内外に深刻な懸念事項がある。	
企業取引関連	やや良変わらない	経営コンサルタント	・クライアント企業との間では、専ら消費税率アップが話題になっている。皆、早々に駆け込み需要が出てくると考えており、その分、景気は若干好転する。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・消費税の増税法案の可決といった政治問題があるため、これからしばらくは変わらない。
		司法書士	・消費税の増税法案が可決されて、実施されるまでの間は駆け込みで消費が伸びることも考えられるが、2~3か月ではまだ影響が出ない。
雇用関連	やや良変わらない	新聞社 [求人広告] (担当者)	・大阪の地場産業の動きが少し良くなるような気配がある。消費増税や欧州の信用不安などの不安材料がありながらも、特に大阪の地場産業の動きが感じられる。
		人材派遣会社 (営業担当)	・関西では東日本大震災の復興需要の恩恵が受けにくく、関西本社の大企業も元気がない。ただし、富裕層の高額消費意欲はおう盛であるため、景気の方向性の判断が難しい。一方、消費税増税で駆け込み需要は増える。

