

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成25年3月)

～現状判断DIは過去2番目の水準に～

- 景気ウォッチャー調査・3月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が5ヶ月連続で上昇した一方、先行き判断は6ヶ月ぶりの低下となった。
- 現状判断は、今月も主に株高効果に支えられ、百貨店を中心に高額品の動きが好調となったほか、住宅の販売も消費増税の駆け込み需要などと重なって好調となっている。
- ただし、決して消費全般が好調なわけではなく、食料品や日用品などでは依然として厳しい動きがみられるなど、全体的な節約志向は依然として続いている。
- 一方、先行き判断については、円安・株高の継続に対する期待がDIの上昇につながっているほか、住宅を中心として消費増税の駆け込み需要が出てくる期待も高まっている。
- ただし、電気料金の引上げや、円安による原材料価格の上昇、食品をはじめとする値上げが、節約志向の強化につながるほか、消費マインドの低下を懸念する声が多く聞かれる。

◎「料金値上げ」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	やや良くなる	百貨店(売場主任)	・給与所得が増える実感がまだない中で、電気やガス料金、食料品などの値上げによるマイナス効果はあるものの、株価上昇に伴う資産効果がそれを上回るため、消費意欲は高まる。
		百貨店(サービス担当)	・今月末から建て替え前の売り尽しセールが始まることや、特選洋品ブランドの値上げ前の駆け込み需要などで、前年並みの売上が確保できそうな状況である。
		コンビニ(広告担当)	・やや良くなるというよりも、良くなってほしいというのが実情である。アベノミクスの効果に期待したいところであるが、電気料金の値上げなどの不安要素も一部にあるため、微妙なところである。
		家電量販店(経営者)	・消費増税前の大型商品の購入や、電気料金の値上げで省エネ家電への買換えに拍車がかかるため、家電業界の動きは活発化する。
	変わらない	一般小売店[時計](経営者)	・マスコミなどで取り上げられている景気の良さが、今のところは地域の雰囲気として全く感じられない。それよりも食品などの身近な物の値上げが明らかとなり、年配客を中心にあきらめムードの方が強い。先行きが全く不透明で、どんよりとした感がある。
		スーパー(経営者)	・4月に入り、光熱費の値上げや、円安、相場上昇などによる小麦粉の値上げなどが予定されている。収入が上がらないなか、とうもろこしなどの原料価格の上昇や、それに伴う各種食料品の値上げ、紙の値上げなど、家計を直撃する要素が増加傾向にある。小売業ではスムーズに価格転嫁できるとは思えず、収益の大きな圧迫要因になる。
		スーパー(店長)	・アベノミクス効果の悪影響が出始めており、円安による輸入価格の高騰で、穀物や燃料関連商材の値上げが確実である。厚生年金、国民年金保険料の増額や電気、ガス料金などの支出増も確実な一方、賃金に関しては輸出関連以外の業種では見込めないか、上がったとしても手当てなどの縮小で相殺されるため、家計収支は悪化する。
		スーパー(店長)	・アベノミクスによって景気が回復傾向にあるようにみえるが、小売の現場では効果が実感されるまでに時間がかかる。電気料金や物価、消費税などが値上げされるなか、給料は上がらない人の方が多い。
		スーパー(広報担当)	・電気料金の値上げなどによる家計の負担増加が懸念される。

家計動向関連	変わらない	スーパー（企画）	・一部の大手企業で給与のペアや賞与の積み増しなどが始まるものの、円安や原料高による4月からの店頭価格の上昇、年金保険料や自動車保険料の値上げ、5月からの電気料金の値上げなど、個人消費が伸びる要素は少ない。株価は大幅に上昇しているものの、企業収益の改善などの実体経済を反映したものではない。
		一般レストラン（経営者）	・景気が回復するとしても、仕入価格がどんどん値上がりしているため、利益は少ない。
		観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格の高止まりに加え、電気、ガス料金の値上がりや公務員給与の減額など、景気の先行きは不安材料が多いため、良くなる期待感が薄い。
		競輪場（職員）	・春闘で良い方向に向かっているとの報道があるが、様々な物が値上がりして家計を圧迫するため、それほど期待できない。
	やや悪くなる	一般レストラン（経営者）	・4月からは値上げラッシュとなるため、年金生活者は財布のひもが固くなる。
		美容室（経営者）	・客には年金生活者が多く、4月から商品の値上げが多くなると、女性は自分の買物を控えるため、来店が間延びする。
企業動向関連	変わらない	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの効果により、円安、株高傾向が続き、輸出企業を中心に景気回復が見込まれる。ただし、我々の業界では円安による原材料価格の高騰が続き、その値上がり分を価格に転嫁できずにいるのが現状である。
		繊維工業（団体職員）	・昨年末からの運送代の値上げ要請や、今後の電気料金の値上げなど、製造コストの増加要因があるなか、容易に価格転嫁はできず、先行きは不透明である。
	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・円安による原材料の値上げに対し、それを販売価格にすぐには転嫁できない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶を作っているが、製品の動きが悪くなってきている。特に末端の消費者のニーズに左右されるほか、電気やガス料金の値上げを前にコストの削減も迫られているなど、景気が悪い方向に向かっている。

