

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成25年8月)

～現状判断は5ヶ月連続の低下、先行き判断も低下が止まらず～

- 景気ウォッチャー調査・8月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が5ヶ月連続で低下、先行き判断も6ヶ月連続の低下となった。
- 現状判断は、高額品の販売は好調が続いているものの、月中旬を中心とした猛暑や突然の豪雨といった気温・天候要因が客足の鈍化につながり、DIを低下させたとみられる。また、諸物価の上昇が客足を鈍らせたり、収益の悪化を招いている影響も依然続いていると考えられる。
- 先行き判断については、消費増税に伴う住宅を中心とした駆け込み需要への期待が高まっている一方、諸物価の上昇による節約意識の強化や、消費増税による消費マインドの低下への懸念などが、DIの低下につながったとみられる。
- 2020年の夏季オリンピック・パラリンピックの開催都市が東京に決まった影響については、9月調査結果で確認する形になるが、実際の動きが出てくるのはまだまだ先であり、まずは開催地決定が株価や為替に与える影響によって、消費マインドが大きく左右される形になるとみられる。

○「消費増税」関連のコメント(先行き)

家計動向関連	な 良 く	乗用車販売店 (販売担当)	・消費増税前の駆け込み需要が増加する。
	や や 良 く な る	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・消費増税の動向が影響するとは思いますが、消費の拡大に期待している。
		百貨店(売場 マネー)	・消費増税に向けての動きが活発化する前兆が出てくる。
		百貨店(商品 担当)	・企業業績の一時的な好転で冬のボーナスが増えるほか、消費増税の影響もあり、消費は一時的に活発化する。
		百貨店(商品 担当)	・消費税率の引上げが決まると、お買い得な商品を買いためておく雰囲気は更に盛り上がる。
		スーパー(企 画)	・来年の消費増税が決定することで、一時的に消費が増える。
		家電量販店 (経営者)	・消費増税を控え、高額商品の動きが活発化するため、景気は押し上げられる。
		家電量販店 (店長)	・消費増税によって高付加価値商品への買換え需要が発生する。ただし、増税後の需要はエコポイント終了後と同じ状況になる。
		乗用車販売店 (営業担当)	・まだまだ新車の販売などが好調であるため、景気はとりあえず消費税の増税までは良くなる。
		都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊の先行予約で目立った団体客などは入っていないが、最近の傾向として徐々に単価が戻っており、収入アップに手ごたえを感じている。宴会は不透明ながら、定例会合の先行予約は多く、直近の受注が伸びれば前年を上回りそうな状況である。それよりも、秋口に判断される消費増税の動向が一番気かりである。
		通信会社(社 員)	・消費増税が確定すれば、来年4月までは消費も増える。自社のサービスへの需要は大きく変わらないが、4Kテレビなどの需要拡大に引伸られ、加入件数もある程度伸びる。
		住宅販売会社 (総務担当)	・9月末までは消費増税の影響で上向きとなるが、デフレ脱却の感もないため、増税後に不安が残る。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・新築注文住宅は、請負契約を9月末までに行うか、来年3月末までに引き渡すと消費税率が据え置きになるため、今年一杯は駆け込み需要が見込まれる。

家計動向関連 変わらない	一般小売店 〔時計〕（経営者）	・消費増税の行方が決まるころであり、上がれば更に厳しくなるが、上がらなくても先行きの生活の安定が保証されない限り、お金を使うことは考えられない。10月には年金が減額になると聞いており、良くなる材料が見当たらないので、今の状況はまだまだ続く。
	一般小売店 〔衣服〕（経営者）	・以前は景気に明るい兆しを感じていたが、ここへきて以前のような元気がなくなったように感じる。さらに、大手銀行による住宅ローンの固定金利引下げの報道や、来年度からの消費増税を考えると、本当に景気が回復するのか不安である。
	百貨店（売場主任）	・消費増税の行方次第では、高額品を中心とした駆け込み需要も考えられるが、身の回り品に対する消費意欲が高まる要素はない。
	百貨店（営業担当）	・業界内外の競争が更に激化し、店頭売上は伸びないと思われるが、消費税率の引上げを見越した高額品の売上増加はしばらく続く。
	百貨店（サービス担当）	・今の傾向に変化はなく、消費税率アップ前の駆け込み需要を刺激するような催事の企画が今後の課題であるが、年末にかけての売上増加に大いに期待している。
	百貨店（販促担当）	・消費増税の行方に大きく左右される。増税が決まれば、冬の重衣料など、単価の大きい商材に動きが出る。逆に先送りとなった場合は、足元の消費に関しては慎重な動きが続く。
	百貨店（店長）	・アベノミクスによる経済対策の効果が、まだ消費の増加につながっているようには感じられない。また、今後消費増税の判断がなされるまでは、様子見の動きになる。
	百貨店（外商担当）	・高額品については消費増税の駆け込み需要があると考えられるが、そのほかの衣料品はまだまだ低価格志向が続いているほか、今後も気温の高い日が続くため、秋冬物の売上が伸びない。
	スーパー（店長）	・消費増税の内容の決定が遅れているが、現状の消費財の価格上昇傾向からみると、増税前の駆け込みといった動きは発生しないかもしれない。必要な分を必要なだけ、必要なときに買う客を見据え、商売の原点に戻る必要がある。
	スーパー（店長）	・消費増税前の駆け込み需要で売上が増え、増税後に冷え込むことは避けられない。その後の回復がどうなるかは予測が難しい。
	スーパー（店長）	・現状では回復に向かうプラス要素がみられない。今後、消費増税の有無の決定によって、景気回復の可能性は大いにあるが、現状では何ともいえない。
	スーパー（店長）	・直近の関心事である消費増税の問題により、一時的には消費マインドが停滞する可能性が大きい。直前に駆け込み需要が出てくるまで、あと3か月は変わらない。
	スーパー（経理担当）	・消費増税が決すれば、耐久消費財、高額品を中心に駆け込み需要が増加するが、出費が増える分、日用品の節約志向が強まる可能性がある。
	スーパー（広報担当）	・消費増税の増税時期やその内容に左右される可能性はあるが、この短期間で大きな動きがあるとは考えにくい。
	衣料品専門店（経営者）	・消費増税の影響が懸念される。
	乗用車販売店（販売担当）	・今後は消費増税の増税や景気対策に左右されるが、特に景気対策に期待している。
	一般レストラン（スタッフ）	・今夏の猛暑や、テレビで紹介された効果、外食全体のやや高額メニューへのシフトなどで好調を維持しているが、消費増税の動向次第で消費が縮小する可能性がある。
	都市型ホテル（支配人）	・消費増税が実行されると景気は後退するが、いずれにしても早期に消費増税の結論を出すべきである。
	旅行代理店（従業員）	・消費増税問題で消費意欲の動きが混沌としている。
	テーマパーク（職員）	・秋の行楽シーズンを迎え、さあこれからというときに消費増税の話である。経済が回復傾向にある今こそ、消費を促進するような政策が必要である。
	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・当分は目立った要素がないが、消費増税の動向がどうなるかによってレジャーマインドに影響が出る。
	住宅販売会社（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要が落ち着いてきたように感じる。景気が今後どうなるのかは不透明であり、まだまだ正念場が続く。
	その他住宅投資の動向を把握できる者 〔不動産仲介〕（経営者）	・消費増税の増税が決すれば、駆け込み需要は出てくるものの、その後は消費が落ち込む。

家計動向関連	やや悪くなる	一般小売店 〔酒〕(社員)	・メディアでもアベノミクスへの疑問が報じられているが、大企業の営業利益が増加しても、従業員の給与、賞与の増加はほとんど進んでいない。ただし、12月から来年の3月までは、消費増税前の駆け込み需要で、高額商材の動きは増える。	
		スーパー(管理担当)	・消費増税も現実味を帯び、消費者物価指数の上昇や値上げの理由も明らかであるなか、消費拡大への期待は難しい。	
		コンビニ(広告担当)	・消費税率アップによる心理面での影響や、商品原価の高騰による値上げでの買い控えが、アベノミクスの効果よりも先に出てくる。	
		その他専門店 〔宝石〕(経営者)	・株価の動きは今の状態で変わらず、T P P問題も日本にプラスになるとは思えない。消費税率の引上げも決まるため、将来的に不安になる。	
		その他小売 〔インターネット通販〕(企画担当)	・来年4月からの消費増税論議の行方によっては、将来への不安が高まり、消費に一層慎重になることも懸念される。	
		一般レストラン(経営者)	・値上げが響き、消費者の財布のひもは更に固くなりそうである。消費税が増税になると、飲食店はより厳しくなる。	
		旅行代理店(広報担当)	・年度末に向けて、消費増税への動きが具体的になると、客がお金を使う方向が変わってくる。旅行などのソフトに振り向けるよりも、ハードに向かっていくため、身の回りの景気としては悪くなる。	
		パチンコ店(店員)	・今よりも消費増税の話が具体化していくなか、今よりも良くなるとは思えない。	
悪くなる		競艇場(職員)	・消費税の増税前に、新車の購入や家の修繕・新築に資金が流れ、サービス業にはお金が流れてこない。	
		スーパー(店員)	・多くの物が値上がりしているほか、消費税が増税となるかもしれないので、景気が良くなるとは考えられない。客は値段の安い物ばかり探している。	
企業動向関連	やや良くなる	金属製品製造業(経営者)	・消費増税による駆け込み需要が出てくる。	
		電気機械器具製造業(企画担当)	・戸建住宅やマンション関連では好調を維持している。全体的には、今後の消費増税を見据えた受注が増加する。	
		建設業(経営者)	・9月30日までに工事請負契約を結べば、来年4月以降の引渡しでも消費税率は5%が維持されるとのことで、来月一杯は受注が増える。	
		金融業(営業担当)	・消費増税問題の行方次第で、情勢は良くなる。	
		その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・消費増税の判断が今秋に発表されるが、高額商品は年内に買っておこうという動きも出てくる。また、昨年と同様に残暑が厳しくなることから、飲料の売上はしばらく好調を維持する。	
	変わらない	悪くややる	その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	・消費増税の増税が決まり、駆け込み需要が意識されるようになると景気は上向く。一方、価格表示は外税、内税方式の両方が可能となっているが、内税方式となれば納品業者側が消費税の増税分を値下げする動きも出てくる。これに伴い、企業の業績は輸出関連産業を除いて苦しい状態が続き、景気の腰折れ懸念が拡大する。
			化学工業(管理担当)	・アベノミクスの効果を高めるのは法人税減税であるため、法人税率の水準が決定するまでは変わらない。
			建設業(経営者)	・消費増税や東日本大震災の復興本格化の関係か、技能労務者不足が続いている。建設資材や労務費の高騰も進むなか、厳しい価格競争が予想される。
雇関連	やや良くなる	輸送業(商品管理担当)	・ニュースの報道内容とは違い、世間は消費税率が上がることを踏まえて買い控えている。	
		人材派遣会社(営業担当)	・消費税率アップまでは駆け込み需要が増え、一時的に消費が増える。	
	変わらない	新聞社〔求人広告〕(管理担当)	・求人広告の状況を見る限り、景気は良くなるように思われるが、来年4月からの消費増税の実施で、状況は変化するかもしれない。	
		人材派遣会社(役員)	・失業率などの雇用関連の統計は全般的に改善しているものの、これから始まる消費増税論議に大きく左右される。現段階では先行きが読めない。	
悪くややる		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・消費増税の様子見となっているため、決定までは待ちの状態が続く。	
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・上期末、下期の始め共に、関西の地場産業のトピックスがなく、新聞広告費は前年比で90%程度である。また、消費増税も控えており、不安材料が多い。	

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 11				12								13												
		月 8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
現状判断	近畿	48.1	46.5	44.1	44.9	48.0	44.8	47.6	52.0	53.3	48.2	43.2	45.9	44.2	43.4	40.8	43.5	49.8	53.2	56.8	61.3	59.6	58.7	54.9	53.2	51.4
	(全国)	47.3	45.3	45.9	45.0	47.0	44.1	45.9	51.8	50.9	47.2	43.8	44.2	43.6	41.2	39.0	40.0	45.8	49.5	53.2	57.3	56.5	55.7	53.0	52.3	51.2
先行き判断	近畿	46.4	47.5	46.6	46.3	44.4	47.3	51.3	49.1	51.2	46.9	48.1	47.0	44.6	41.9	45.0	45.7	53.6	59.8	61.2	60.7	59.6	58.1	53.5	52.9	52.3
	(全国)	47.1	46.4	45.9	44.7	44.4	47.1	50.1	49.7	50.9	48.1	45.7	44.9	43.6	43.5	41.7	41.9	51.0	56.5	57.7	57.5	57.8	56.2	53.6	53.6	51.2