

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成25年11月)

### ～駆け込み需要などの影響で現状判断DIは上昇～

- 景気ウォッチャー調査・11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、先行き判断も3ヶ月連続の上昇となった。
- 現状判断は、消費税率の引上げが決まったことで、乗用車や家電量販店などを中心に駆け込み需要の動きがみられるほか、月後半の気温の低下で季節商品の売行きも良かったことなどで、DIの上昇につながったと考えられる。
- 一方、増税決定の影響については、駆け込み需要だけではなく、様々な業界で生活必需品を中心にした節約の動きが指摘されていることから、それらを合わせて判断する必要があるとみられる。
- 先行き判断は、駆け込み需要の本格化を予想する声が、家電量販店や百貨店をはじめとする多くの業界から上がっており、3か月連続のDI上昇につながっている。
- ただし、増税時期が近づくにつれて、消費マインドを押し下げる動きも強まることから、消費全体がどの程度増えるのかは不透明な部分もあり、今後も駆け込み需要の動きと、節約志向の高まりの両方を注視していく必要があるとみられる。

#### ○『消費税増税』関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	な っ て 良 く な っ て い る	家電量販店(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要により、単価の高い商品の購買意欲が高まり、販売量も増えている。
	な っ て や や 良 く な っ て い る	乗用車販売店(販売担当)	・消費税増税前に購入を検討する客が増加している。
		乗用車販売店(営業担当)	・消費税増税の駆け込み需要が始まっているほか、新型車の発売効果で、受注台数は前年比で125%となっている。また、中間決算月の9月と比べても110%と好調である。
		住関連専門店(店員)	・消費税増税の決定で住宅の着工件数が増えており、家具を新規購入する客が多い。
	変 わ ら な い	通信会社(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要により、建築、建設関係の景況感がアップしている。
		一般小売店[珈琲](経営者)	・消費税増税が決まってから、不動産や高額商品の売上が増えている。また、オリンピック特需が始まっているとも聞いている。ただし、当業界ではほとんど動きがないのが実情である。
		一般小売店[衣服](経営者)	・消費税増税を前に、マスコミなどで駆け込み需要の話題が出ているが、今のところはそのような動きがあるとは感じられない。
		百貨店(販促担当)	・気温が下がり、本格的な冬模様になってきたことで、防寒衣料の動きが活発になっている。ただし、来客数は前年並みで増えていない。消費税増税や株高などで高額品の動きは堅調であるが、日用品は引き続き手堅い購買行動が続いている。
		百貨店(服飾品担当)	・ブライダル関連商材が好調に推移しているが、消費税増税前の駆け込み需要で動きが出てきていると思われる。また、高額のアクセサリー商材にも需要があり、セレモニーでのニーズが高いパールのネックレスや、ダイヤモンド関連の商材にも動きがみられる。一方、ファッション関連の需要は、気温の低下とともにやや動きが出てきたものの、大きな勢いは感じられない。

家計動向関連	変わらない	スーパー（広報担当）	・一部の耐久消費財では、消費税増税前の駆け込み需要や、省エネ商品への買換え需要で売上が増加しているものの、日常生活での必需品については、節約志向が依然として強い。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の決定による影響は少なく、金額で選ぶ傾向はいまだに変わらない。できるだけ安くという買い方である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税を意識して購入を考えている消費者はまだ少ない。
		住宅販売会社（総務担当）	・9月の消費税増税に伴う駆け込み需要の反動が出ているが、9、10月を合わせると前年並みとなっている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、9月までは新築マンションのモデルルームへの来場者数が増加傾向にあった。10月以降の冷え込みが心配されたものの、それほど大きな減少はみられず、引き続き購入意欲は高い。ただし、コストアップにより価格が上がった物件については、販売が厳しくなり始めている様子である。
	やや悪くなっている	住宅販売会社（従業員）	・9月末までは消費税率が5%で契約可能であったことから、非常に順調に推移していた。10月以降は、来年4月以降の引き渡し物件は消費税率が8%となるため、来客数が減少している。
悪くなっている	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要がなくなってきて、不動産の売買件数が激減している。	
企業動向関連	なっている やや良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・例年はマンション躯体工事が減少する時期であるが、消費税の増税による影響で、例年にないほどの工事量となっている。東日本大震災の復興工事に伴う資材不足、人材不足の影響で、予定していた見積金額よりも工事費が高くなっており、利益率が低下している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内の動向が、消費税増税、設備投資減税の見直しを含めて不透明である。
	変わらない	建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要と、景気浮揚に伴う土地取引の増加によって、土壌汚染調査の依頼が多くなっている。
		建設業（経営者）	・消費税増税の関係で3月末に終了する工事が過剰気味であり、ここへきて職人の確保がより困難になってきている。仕事はあっても職人不足で受注できない工事もある。官庁関係の工事でも、入札不調となるケースが多くなってきている。
	なっている やや悪くなる	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・来年4月の消費税率アップを意識してか、高額商品の需要は目立っているが、駅ナカ店舗で扱うような低価格の日用品は、その反動もあって全体的に客単価の低下が目立つ。特に、雑貨店、衣料品店の客単価の低下が顕著である。
なっている やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・消費税増税の決定で注文が前倒しとなっているのは、日常的に必要な物や、住宅などの大きな買物に偏っている。それ以外は増税の影響で、すべてではないものの、買い控えのムードが広がっている。問屋からの注文が前年比で2割減少したため、現場まで売り込みに行き、何とか販売数量を確保している状態である。	

