

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成25年12月)

### ～現状判断は続伸も、先行き判断は低下～

- 景気ウォッチャー調査・12月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2ヶ月連続で上昇した一方、先行き判断は4ヶ月ぶりの低下となった。
- 現状判断は、乗用車販売店や家電量販店などを中心とした消費税増税の駆け込み需要の動きのほか、月後半は例年を下回る気温となり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、年末商戦の動きについては、駆け込み需要も追い風となり、百貨店を中心に概ね好調となったものの、スーパーなどでは客足の鈍さや買い控えの動きがみられるなど、業種によるバラつきが大きい。
- 先行き判断は、駆け込み需要の本格化を予想する声が、家電量販店や乗用車販売、百貨店などの業界から上がっている一方、スーパーのほか、ホテルやレストランといったサービス関連では買い控えや需要の減少を懸念する声が多く、結果としてDIの低下につながっている。

#### ○『消費税』関連のコメント(現状判断・家計関連)

な っ て い る	家電量販店(経営者)	・消費税増税を前に、高額の家電製品の販売量が増えている。
な っ て い る	百貨店(外商担当)	・引き続き売上の好調を支えているのは時計や海外のブランド品である。宝飾品や呉服についても、消費税増税を考えて先に購入する客がみられる。
	百貨店(服飾品担当)	・クリスマス商戦では高額商材が活発に動いている様子である。20～30万円を超えるダイヤモンドやパールに加え、10万円を超える毛皮のネックウェアなどが日々順調に売れている。消費税増税前の冬物商材の思い切った購入がみられ、ギフトアイテムでもやや単価が上がってきている。
	家電量販店(店長)	・消費税増税の特需により、高単価商品の販売数量が増えている。ただし、来客数は前年を下回っている。
	家電量販店(企画担当)	・消費税増税の関係で白物家電が売れているほか、パソコンも大変好調である。
	乗用車販売店(販売担当)	・消費税増税の話題はあまり出ず、新型車は好調に売れている。
	通信会社(経営者)	・建築、不動産などで消費税増税前の駆け込み需要が増えている。
	住宅販売会社(経営者)	・消費税率の引上げを目前に、消費意欲が向上している。
	住宅販売会社(総務担当)	・請負契約に関する消費税増税の駆け込み需要も一巡し、これからは3月末にかけての建売住宅を含む不動産販売と、リフォームの動きが期待される。
変 わ ら な い	百貨店(売場マネージャー)	・当店舗では高額品などの取扱がないため、消費税増税前の駆け込み需要は特にみられない。高所得者の多いエリアでもあるため、おせち料理の価格にも大きな変化はない。
	スーパー(店長)	・衣料品全般に盛り上がりが見られず、苦戦する傾向が続いている。食品関連はまずまず堅調な動きであるが、消費税増税前の大型需要も中途半端で明確な動きはなく、景気判断は依然として難しい。
	スーパー(経理担当)	・年末商戦は底堅かったものの、予想を上回ることにはなかった。消費税増税を控え、プチゼいたく消費は特にみられない。

変わらない	スーパー（広報担当）	・消費税増税前の特需で高単価品に顕著な動きがあるものの、日用品への影響は少ない。
	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要はみられない。
	都市型ホテル（支配人）	・消費税増税の駆け込み需要に期待していたが、2～3か月前とほとんど変化がない。
	テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響の予測がつかない。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産では、消費税増税前の特例措置による駆け込み需要の反動減はそれほど大きく出しておらず、引き続き好調に推移している。
なっている や悪く	スーパー（企画）	・景況感の改善や株高、企業業績の回復から、年末に向かって消費が増加すると期待していたが、消費税増税を前に不要不急の商品は買い控えが始まっている。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待しているが、受注が減少しており、増税後の負担増に備えて消費を抑える動きを感じる。

○『年末商戦』関連のコメント（現状判断・家計関連）

なっている や良く	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・お歳暮商戦はあまり良くなかったが、年末から正月に向けての客の購買意欲は例年よりも強く感じられる。大型連休となり、旅行などに出かける人も多いと聞くが、故郷に帰ってご馳走を食べてゆっくりする人も多いのではないかと。
	スーパー（経営者）	・年末商戦では、鏡餅は大きなものから、おせち料理も高いものから順番に売れている。生鮮品はそろって相場高となっているが、販売点数は落ちていない。ふぐの売上の伸びも昨年の倍となっている。ただし、加工食品や日用消耗品などは、円安と原料高で工場出荷価格が上昇しているにもかかわらず、店頭売価は上昇していない。財布の中身が増えないなかで、気分先行の消費増となっている。
	旅行代理店（店長）	・年末年始も、欧州を中心とした海外旅行の相談が多い。本来は10、11月に相談申込があるはずが、ずれ込んでいるように感じる。ただし、しっかりと状況判断を行ってから動きであり、景気の認識は良くなっている。
	通信会社（社員）	・例年よりも年末の契約目標を高めに設定していたが、月半ばで達成できた。今年は年間を通して、加入実績は概ね良い。
変わらない	商店街（代表者）	・年末商戦での客の購買意欲が低下している。先行きへの不安や、商店街の頼みの綱である高齢者の負担増、食材価格の高騰などで苦しい年末となっている。
	一般小売店〔花〕（店長）	・単価と来客数が悪化しているなど、年末で買い控えがみられる。
	スーパー（店長）	・一時は単価が上がり、上向きの動きが感じられたが、年末にかけて買い回りによる単価ダウンがみられる。
	スーパー（経理担当）	・年末商戦は底堅かったものの、予想を上回ることにはなかった。消費税増税を控え、プチゼいたく消費は特にみられない。
	スーパー（開発担当）	・年末商戦が始まっているが、なかなか来客数が伸びてこない。
	衣料品専門店（経営者）	・20日ごろまでは前年並みの来客数であったが、25日以降は減っている。年末年始の休みが長いこと、旅行などに行く客が増えている。
	旅行代理店（経営者）	・国内旅行、海外旅行共に、受付は昨年並みの動きである。年末年始の間際需要は、日並びが良過ぎて予約が取りにくい状態となっている。国内旅行の主力である関東のテーマパーク向けも予約を非常に取りにくい状況で、数字が伸びない。
なっている や悪く	百貨店（販促担当）	・年末商戦については来客数で苦戦している。また、客単価も伸びず、前月までのトレンドが悪化している。若年層が特に伸びず、競合条件の悪化による影響が出ている。
	スーパー（企画）	・景況感の改善や株高、企業業績の回復から、年末に向かって消費が増加すると期待していたが、消費税増税を前に不要不急の商品は買い控えが始まっている。
	一般レストラン（経営者）	・これまで年金支給月は高齢者の来客数が増えていたが、年金が減額されているせいか、今月は高齢者の来客が減っている。今年は年末年始が大型連休となり、当店の客も旅行に行く人が多く、正月用の料理の予約が少なかった。年末も近くの百貨店は人が少なかったが、大型ショッピングセンターは人があふれている。結果として、商店街は年々人通りが減少傾向となっている。
	旅行代理店（広報担当）	・年末年始の日並びの良さから予約が集中し、結果として受注が増えている。ただし、年末年始の前後の予約が増えているわけではないため、景気自体が上向いたのではなく、日並びによるものであると思われる。1、3月には3連休が1回あるが、現在のところは申込が特に好調というわけでもない。
なっている 悪く	スーパー（店長）	・来客数の減少が続いている。食料品を含め、日々の必需品や年末年始商材の動きが悪い。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年	11	12													13										
		月	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
現状判断	近畿	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	54.6	52.8	55.8	56.1	
	(全国)	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	52.8	51.8	53.5	55.7	
先行き判断	近畿	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	55.9	57.7	58.5	57.3	
	(全国)	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	54.2	54.5	54.8	54.7	