

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成26年2月)

～消費増税を前に先行きDIは大幅続落～

- 景気ウォッチャー調査・2月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2ヶ月ぶりに上昇した一方、先行き判断は3ヶ月連続の低下となった。先行き判断の低下幅は、2ヶ月連続で7ポイントを上回る大きなものとなっている。
- 現状判断は、主に乗用車や家電などを中心とした消費増税前の駆け込み需要に支えられ、DIが上昇したものとみられる。増税時期が近づくにつれて、駆け込み需要の動きが徐々にスーパーの日用品などにも広がりつつある。一方、同月は全国的に雪が多く、様々な業界に影響が出たものの、関西は全国に比べると降雪が少なめであったことから、結果としてDIへの影響も小さくなったものとみられる。
- 一方、先行き判断は、駆け込み需要の反動減を懸念する声が多く上がっており、DIの大幅な低下につながっている。住宅や家電、自動車といった業界だけでなく、大きな駆け込み需要が発生しなかったような業界からも、4月以降の落ち込みが予想されている。
- 多くの業界に消費増税への不安感が広がる中で、増税の影響がどの程度になるかは不透明との声も多く、実際の影響はふたを開けてみなければ分からない状況にある。

○『消費税』関連のコメント(先行き判断・家計関連)

良くなる	百貨店(マネージャー)	・前回の消費税増税前と同様に、男性のスーツや高額品、耐久消費財が好調に推移している。3月末までは、尻上がりに消費が活発になる兆しが顕著にみられる。
やや良くなる	一般小売店[花](店長)	・花屋は3～5月が売上の伸びる時期であるため、消費税増税の影響に大きく左右される。
	百貨店(企画担当)	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があるので、やや良くなると思うが、増税後の反動は大きくなる。
	百貨店(売場マネージャー)	・消費税増税の直前になると、フォーマル衣料や寝具など、もう少し増税前に買っておいた方がよい商品で、通常は取扱っていない商品の品ぞろえを強化するため、売れる物に変化してくる。
	スーパー(社員)	・今春には消費税率引上げによる売上の変化が予想されるが、それ以上に賃金の増加による消費喚起効果大きい。全体的な購買意欲は高い状態が続くことを期待している。
	乗用車販売店(経営者)	・消費税の増税がどう響いてくるかによるが、良くなる材料はない。
	その他専門店[医薬品](経営者)	・4月から消費税率が8%になるため、商品のまとめ買いが予想されるが、根本的な景気浮揚にはつながらない。
	一般レストラン(経営者)	・気候が暖かくなり、歓送迎会シーズンに入るほか、消費税率が引上げとなるなど、良くなる要素はあるが、経費も増える。4月当初よりも、徐々に消費者の動きが出てきた後に期待したい。
	観光型旅館(経営者)	・まだ、旅行業に対する消費税率引上げの影響は分からない。
	タクシー運転手	・大阪市長選挙や消費税の増税のほか、年度末ということもあり、動きがある。
ゴルフ場(支配人)	・予約状況が良くなりつつある。また、消費税増税に伴って、客単価も上がるのではないかと予想している。	
変わらない	商店街(代表者)	・消費税率引上げ後の落ち込みが心配である。
	百貨店(売場主任)	・商業施設全体が開業となり、外国人を含めて、今まで以上に集客が期待できるなど大きなビジネスチャンスとなる。その反面、消費税増税後の買い控えにより、特に実需商品の苦戦は避けられず、プラス要因が相殺される。

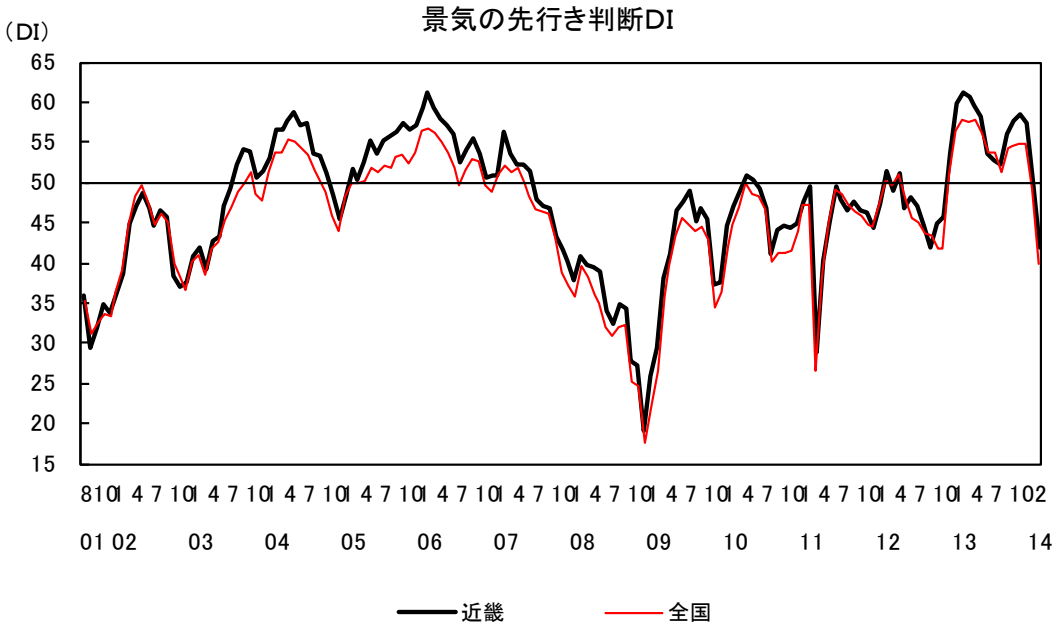
変わらない	百貨店（営業担当）	・3月の消費税増税前の駆け込み需要に対応するための商品を準備している。
	百貨店（サービス担当）	・来月は消費税率引上げ前の最後の月でもあり、高額商品が好調に推移する。また、新しい商業施設が本格的にオープンすることで来客数が増え、好調が維持できる。
	百貨店（販促担当）	・いよいよ消費税増税前の3月になり、駆け込み需要の動きが活発になる。衣料品、雑貨、日用品は、定番品を中心に月初から動きが出る一方、食品は月末に集中すると予測している。4月に入ってから、その反動で、高額品に加えて衣料雑貨でも春物商材は苦戦が予測され、夏物への切替えや春物の早期処分が重要となりそうである。
	スーパー（店長）	・現在の状況は特需とも思われるもので、あくまでも4月の消費税増税後の状況を確認しなければ、本当に良くなっているかどうかを判断するのは厳しい。
	スーパー（店長）	・消費税増税後のため、消費者の財布のひもは固くなる。価値のある商品をいかに分かってもらい、訴求ができるかが重要であり、価格競争だけでは勝てない時代になってくる。
	スーパー（広報担当）	・消費税増税後の消費動向が不透明である。
	コンビニ（広告担当）	・4月の消費税増税とその前の駆け込み需要などで売上は増減するが、それを過ぎると落ち着く。ただし、原材料価格の上昇や、関西は電気料金が原子力発電所の稼働停止で高くなっているため、大きく改善することはない。
	乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げによる駆け込み需要は、結局のところ当社には関係がなかった。それ以上に客の購買意欲の低さが目立ち、これからの景気判断の低下にもつながっている。
	住関連専門店（店員）	・3月末までは消費税増税前の駆け込み需要で実績は上振れることが予想されるが、それ以降は実績が落ち込み、プラスマイナスゼロとなる。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・3月に一時的に消費税増税前の駆け込み需要はあるだろうが、それ以外の景気上向きの要素がない。各種の増税によって所得が減っているなかで、消費が伸びる要素はない。
	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税率の引上げが影響するのは4、5月と思われるが、大きな変化はない。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税後も生活必需品の購入が優先されるため、消費者が宝飾品に目を向ける動きは見込めない。
	高級レストラン（支配人）	・3か月前と比べ、今月は来客数、販売量、単価共に悪化しており、今後の消費税増税問題を含めた課題となる。
	一般レストラン（経理担当）	・客は外食に高単価メニューを求める傾向があるものの、4月の消費税率引上げに伴い、どう変化するかは不透明である。ただし、今後2～3か月先については、ほとんど変わらないと予想している。
	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要があり、4月以降は大幅な売上の落ち込みが予想される。
	観光型ホテル（経営者）	・2月は寒さが厳しく、いろいろな面で販売の動きが鈍くなった。これから消費税増税が始まるため、良くなると思えない。
	観光型ホテル（経営者）	・3月の先行きの予約状況も好調である。4月以降は動きが遅いのでまだまだ分からないが、消費税増税によるマイナス影響もそれほど大きくないと予想される。
	観光型旅館（経営者）	・数か月前からの客単価をみると、徐々に上向きつつあるが、消費税率の8%への引上げで、購買意欲が下がるのではないかと懸念される。
	都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税による一般企業への影響は少ないものの、個人利用客に対する値上げは難しい。また、販促物の印刷などの経費面も厳しい状況である。
	都市型ホテル（マネージャー）	・消費税増税による消費マインドの低下よりも、近隣にできる商業施設へ注目が集まる懸念の方が大きく、特に食堂部門は当面影響を受ける可能性が高い。ただし、宿泊部門は外国人観光客の増加傾向が継続するなど、大阪での宿泊需要の増加には期待が持てる。
	旅行代理店（広報担当）	・消費税増税の影響が夏休みまで続くことはないと思うが、旅行にお金を使うというマインドに戻るまでには時間がかかる。
	遊園地（経営者）	・来園者数の動きから、上向き傾向にあると感じるものの、消費税増税がどのように影響するかは懸念があり、先行きは不透明である。
	住宅販売会社（従業員）	・株高、円安基調にも一服感が出ている。また、4月からの消費税増税の影響を勘案すると、本格的な景気回復にはまだまだ時間がかかる。
	住宅販売会社（総務担当）	・建売住宅などの不動産の駆け込み需要も、顕著にはみられない。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・4月からは消費税増税となるが、注文住宅の場合は昨年9月に駆け込み契約が終わっているので、昨年と変わらない。	
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築分譲マンションにおいては、既に消費税率8%での販売へ移行しており、4月以降に大きく変化することはない。ただし、今後の着工案件には施工費の上昇が価格に転嫁され始めることが不安要素として残る。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税により、客の購買意欲が低下する。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・4月の消費税増税により、単価の高い和牛は約3%の値上げが大きく感じられる。価格の表現にも注意をしなければ、値上がり感が増すことになり、厳しい状況となる。また、T P P 関連での関税撤廃により、輸入牛肉の価格に影響が出ないことを祈る。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税増税後、消費者の購買意欲はいったん落ち着く。その影響で、増税前の駆け込み需要がなかった店の場合は、更に販売量が減っていくような気がする。増税後の経済がどうなるのか心配である。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・消費税増税もあるので、更なる売上減が想定される。
	一般小売店〔自転車〕（店長）	・消費税増税の影響は大きい。
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・消費税率の引上げに伴い、3月はある程度駆け込み需要が見込めるが、4月以降はその反動の危険があるなど、今後が不安である。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税前の売上増の反動で、4月からはマイナス基調になる。

百貨店（売場主任）	・消費増税前の駆け込み需要の反動で消費は鈍化する。
百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げと海外の高級ブランド品の値上げにより、高額品の買上は伸び悩む。
百貨店（売場マネージャー）	・2か月先の4月以降は多少の落ち込みが予想される。過去の消費増税時に比べると、あまり影響がないという声も聞かれるが、中間層や低所得者による落ち込みは出る。
百貨店（外商担当）	・消費増税により、4月は消費が落ち込んでいく。
百貨店（商品担当）	・高額品、嗜好品の駆け込み需要が一般化するほか、日用品の買いだめも落ち着き、一時的に消費が減少する。
百貨店（外商担当）	・消費増税後の4月から数か月は、どうしても売上の反動減は避けられない。ただし、どのぐらいの下げ幅になるかは、政府の経済対策の効果や当社の増税後の対策によって変わるので、予想がつかない。
百貨店（服飾品担当）	・化粧品や返礼ギフトなどのアイテムは、3月中に購買を済ませ、4月以降は売上が大きく減少すると思われる。前回の3%から5%の消費税率引上げ時には、化粧品の売上が直前に約15%増え、直後に同様の落ち込みがあったことから、今回も同じような動きが予測される。
スーパー（経営者）	・消費増税により買い控えをする客が増える。
スーパー（経営者）	・4月から消費税率が上がるものの、3月に食品には駆け込み需要は出ないと思われ、そのほかの大型商材を購入するための落ち込みが懸念される。
スーパー（店長）	・3月は間違いなく需要が大きく伸びるが、4月以降の反動がどの程度の大きさになるかは予想が難しい。商品にもよるが、間違いなく悪化する。
スーパー（店長）	・消耗雑貨を中心に、消費増税に対応した商品の動きが3月中は続き、増税後はしばらく反動が出る。ゴールデンウィーク前に気温が上昇すれば、食品以外の動きは戻る予想であるが、全体としては厳しい。食品、消耗品では、各社が新商品の発売を増税後にずらすようであるが、当面の苦戦は否めない。
スーパー（企画担当）	・消費増税と、競合店の出店による影響が避けられない。
スーパー（経理担当）	・消費増税による駆け込み需要の反動減は多かれ少なかれあると思われ、しばらくは停滞が避けられない。ただし、基本的に消費は堅調であるため、早期に回復する可能性もある。
スーパー（開発担当）	・4月からの消費増税で、一時的に消費が冷え込む。
コンビニ（経営者）	・消費増税の影響が数か月は続き、客単価が下降することが懸念される。
コンビニ（店長）	・消費増税による影響が出るのは必至であるが、客の感じからすると、食品などの日用品の購入は変わらないと思われる。ただし、たばこは更に減少が進むため、全体的に悪くなりそうである。
コンビニ（店員）	・消費税率が変わり、定価販売のコンビニでの買物を控える人が増える。
乗用車販売店（経営者）	・消費増税の関係で、3月の車検、新車販売の予約は好調であるが、4月以降は一時的に仕事が減り、景気が落ち込みそうである。
乗用車販売店（経営者）	・2、3か月後ということは、消費増税後であるため、消費マインドは低迷する。また、株高の動きも一段落し、消費を刺激するのは大変であるため、景気は少し悪くなる。
自動車備品販売店（営業担当）	・2～3か月後は、ちょうど新製品が出る前であるため、商品が品薄になって販売量が落ち込むほか、消費増税直後で買い控えをする客が増える。
住関連専門店（店長）	・消費増税後の買い控えにより、売上の鈍化は覚悟している。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・顧客層は70代が中心であり、消費増税前の目立った駆け込み需要は期待できない一方で、4月以降も大幅な売上の落ち込みにはならないと予想している。
一般レストラン（経営者）	・中小企業の収益や、家計の収入が増加していないなかで、4月からは消費増税が始まる。生活防衛の観点から、外食利用の回数を減らす傾向が強まる。
一般レストラン（店員）	・消費税率の引上げも近づいており、飲食には駆け込み需要がない分、ほかの支出に回りそうである。
都市型ホテル（支配人）	・今月は一時的な駆け込み需要とみられ、4月以降は横ばいか、減少傾向になると思われる。景気は上昇傾向といわれているが、個人所得の増加が物価の上昇に追いついていない。春闘で賃金が上がり、個人消費に回るまではしばらく時間がかかる。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税率引上げの影響が読み切れない。これまでは内税表記が徹底されていたが、表記方法がばらばらになることで、競合店との料金比較などはしばらく混乱が続く。また、宴会の先行予約も前年比では動きが弱い。
都市型ホテル（客室担当）	・4月からの消費増税後の春の行楽シーズンは、前年と予約状況は変わらないが、ゴールデンウィーク明けの動向が不安である。
都市型ホテル（総務担当）	・消費増税の影響は避け難く、消費者心理の悪化により、4～6月はレストランの利用客が減少する。
旅行代理店（営業担当）	・4月は消費増税の影響が少なからず出る。
タクシー運転手	・消費増税もあり、先行きは厳しい。
通信会社（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が出るほか、原材料費や物価の上昇が懸念される。
通信会社（企画担当）	・景気は拡大基調にあるものの、消費増税で利益が減りそうである。
テーマパーク（職員）	・一時的には必ず消費増税の影響が出るため、春に導入する新アトラクションのオープンも夏以降にしたかったが、それも難しく、出だしには苦戦が予想される。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・消費増税により若干の悪化を予想している。
美容室（店長）	・消費増税が始まると、特に化粧品は節約対象となるため、売上に大きな影響が出る。

やや悪くなる

やや悪くなる	住宅販売会社（経営者）	・新規の見込案件が減っており、とても不安である。消費税増税の駆け込み需要の後に、こうなることは予想していた。
	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後は一時的に冷え込む。明らかな景気後退感生まれなと思うが、一時的に客も様子見の状態となる。
	住宅販売会社（経営者）	・建築販売価格を上げなければならず、消費税増税との関係も含めて売行きが鈍る。
	住宅販売会社（従業員）	・4月以降の消費税増税で消費マインドが低下するほか、新築マンション価格の上昇による影響で、販売は苦戦する。
	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）	・消費税率の変更に伴い、消費は落ち込む。
悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要の反動が出る。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・3月の消費税増税前の駆け込み需要も、アパレルに関しては大きな影響がなく、増税後の悪化だけが影響として残りそうである。
	一般小売店〔花〕（店員）	・消費税増税の影響で節約ムードが高まり、花を買う余裕はなくなる。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税後の落ち込み具合は予測できず、当社の売上目標も前年比マイナスで組み立てている。経費削減によって利益を出すことが、当社のみならず各企業でも主流となるため、更に消費意欲は低迷する。
	百貨店（企画担当）	・4月の消費税増税を受けて、夏ごろまでは売上が減少すると予測している。外国人売上による押し上げ効果についても、夏ごろには一巡するため、今後1年間は厳しい状況が続く。
	百貨店（店長）	・3月までは来客数や買上数の増加が見込めるものの、4月の消費税増税以降は、経済情勢の不透明感が強まる。
	スーパー（経営者）	・既に日用消耗品の一部で駆け込み需要が出始めている。また、他社も消費税増税前のまとめ買いセールなどで需要をあおっている。それに伴い、3月はある程度売上が増えるだろうが、その反動が加工食品で1～2か月、日用消耗品や雑貨関係で2～3か月は続く。
	スーパー（店長）	・過疎化が進んでおり、ファミリー層に支持されなくなってきたほか、消費税増税で更に悪くなる。
	スーパー（店長）	・前回の消費税増税時は、食品以外の部分での反動が大きく、一定期間は厳しい状況が続いたため、今回も同じ動きになる。
	スーパー（企画）	・消費税増税により消費が落ち込む。特に、衣料品、住居関連品は来客数が減少し、食料品は1品単価が低下する。
	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響をまともに受ける。
	衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が上がるので業況は悪くなる。
	家電量販店（経営者）	・消費税増税後は駆け込み需要の反動減で、需要が前年比で20%ほど低下する。
	家電量販店（企画担当）	・3月は、2月よりも更に商品単価や来客数が伸び、売上の増加や景気の上昇が見込まれる。ただし、4月以降は、2011年7月のエコポイント制度終了に伴う反動減と全く同じく、大幅ダウンになると予測される。
	家電量販店（管理担当）	・消費税増税の影響で悪くなる。
	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てくる。
	乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税後となるため、販売量は確実に減ることが見込まれる。
	乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動が大きいほか、東日本大震災後に新車の販売が落ち込んだ影響で、初回車検台数が減少する。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・4月の消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動で、消費は急に冷え込む。
	一般レストラン（経営者）	・消費税増税が大きな壁となり、外食の機会は減少傾向になる。
	競輪場（職員）	・例年の傾向から悪くなるほか、消費税増税や物価の上昇などの影響も出る。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 12												13		14										
		月 2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2
現状判断	近畿	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	55.6	56.3
	(全国)	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	54.7	53.0
先行き判断	近畿	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	49.9	42.0
	(全国)	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	49.0	40.0