

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成26年4月)

～現状判断は17ポイントを超える大幅な低下～

- 景気ウォッチャー調査・4月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が3ヶ月ぶりに低下した一方、先行き判断は5ヶ月ぶりの上昇となった。現状判断DIの前月からの低下幅(17.2ポイント)は、2011年3月以来の大きさとなっている。
- 現状判断の低下は、消費増税前の駆け込み需要の反動減が主な要因であり、百貨店や自動車販売、家電量販店など、駆け込み需要が大きかった業種ほど厳しい状況となっている。ただし、反動減への警戒感が大きかったのに比べ、実際の落ち込みは予想したほど大きくないとの声も多く、トータルでは極端な落ち込みは避けられたものとみられる。
- 一方、先行き判断は、駆け込み需要の反動減も徐々に落ち着いてくることから、DIの大幅な上昇につながっている。そのなかで、百貨店などからは比較的明るい見通しが聞かれる一方、それとは対照的に、家電量販店などからは厳しい声が多いなど、駆け込み需要からの回復時期は業種によってバラつきが出そうである。
- 近畿地域の先行き判断DIについては、全体としては51.4であるが、家計動向関連に限れば50.6とほぼ横ばい(50.0)に近い点をみても、5月以降の回復の動きは必ずしも楽観できるものではないとみられる。

○『消費税』関連のコメント(現状判断・家計関連)

やや良くなっている	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・消費税増税の後は落ち込むと予測していたが、逆に売上が伸びている。
	百貨店 (売場主任)	・消費税増税後の買い控えはあまり感じられない。宝飾品、時計、特選雑貨などの高額は落ち込んでいるが、衣料品の落ち込みは少なく、3～4月の合計では前年を上回っている。
	百貨店 (売場主任)	・前月の消費税増税前の駆け込み需要の反動で、宝飾品などの高額品が落ち込んでいるものの、そのほかの身の回り品や食料品は回復が早い。毎年恒例の北海道物産展も、例年に劣らぬにぎわいをみせている。
	百貨店 (店長)	・消費税増税が始まったが、想定内の売上減でとどまっている。入店数や顧客の購買単価も、予想したほどの落ち込みは感じられない。
	スーパー (店長)	・消費税増税前の買いだめの影響は若干あるものの、景気が落ち込むイメージはない。
	スーパー (経理担当)	・3月下旬の駆け込み需要の反動から、予想よりも早い回復がみられる。消費は底堅さを示しており、当面は維持可能である。
	スーパー (社員)	・消費税増税による影響はみられるが、店頭での客の購買は活発であり、売上も主力部門である生鮮食品を中心に堅調に推移している。増税による売上の減少は一時的なものと考えている。
	コンビニ (広告担当)	・年初と比較すると、若干上向き傾向の感覚がある。日々の消費がメインであるため、消費税増税の前も後も大きな変化はない。
	高級レストラン (スタッフ)	・夜の団体利用客が連日多く来店している。思ったほど消費税増税の影響はない。
	一般レストラン (経営者)	・会社関係の客については、社内異動や転職などで入れ替わりが多く、新規顧客が増えてきている。消費税増税の開始に合わせてメニューの見直しや単価の変更を行ったため、不安定な部分もあったが、1か月が経過した最近では随分落ち着いてきている。
	その他飲食 [コーヒージョップ] (店長)	・消費税増税に伴い販売価格の見直しを行った結果、客足は減少したものの、現時点では想定範囲内に収まっている。一方、売上は単価上昇によって増税前を上回る結果となっている。
旅行代理店 (店長)	・あまり値段にこだわらない客が多くなっている。ただし、現在は消費税率引上げの影響もあり、旅行の申込はまだ様子見の客が多い。	

な っ て い る	通信会社（経営者）	・客の受注状況が改善しているほか、消費税増税前の駆け込み需要の好影響も続いている。パソコンの基本ソフトのサポート終了による需要も継続している。
	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・近くの大規模スーパーマーケットに2週間連続で行ったが、過去に例がないほどの駐車台数で、空きスペースを探すのと、出庫するのに非常に時間がかかった。店内も大混雑で、消費税増税の影響による買い控えは感じられない。
変 わ ら な い	一般小売店〔菓子〕 （経営企画担当）	・4月現在と1月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は4月が94.9%で、1月が102.0%、関東は4月が100.8%で、1月が99.9%、中部は4月が84.6%で、1月が94.0%、中国は4月が83.7%で、1月が101.6%となり、各地区合計の平均は4月が92.4%で、1月が99.9%となっている。1月時点では景気も上向きであったが、4月に入ってから消費税増税による落ち込みがみられる。ただし、地区によってバラつきがあり、特に関東、首都圏ではさほど影響はないようにみえるが、ほかの地区では影響が出ているように感じる。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・消費税増税後、懸念していたほどは来客数が落ち込んでいない。
	一般小売店〔野菜〕 （店長）	・消費税率が8%になり、良いものが売れるよりも、安いものが売れている。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響を受けて、百貨店は厳しい状況となっている。食料品のウエイトが高いため、影響を受けないと予想していたが、洋菓子や和菓子の売行きが厳しい。
	百貨店（売場主任）	・今月は消費税増税の影響により、スーツなどの一部商品の動きが鈍い。ただし、施設が新規オープンしたこともあるが、4月も前年の約2.5倍の客が来店しており、増税前よりも好調なアイテムもある。また、一部の輸入品など的高額品には増税の影響はあまりみられず、予想したほど売上に対する影響は感じられない。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税前は、高額品を中心に売上は前年比で20~30%アップとなったが、バブル時に比べると消費者はやや冷静であった。
	百貨店（商品担当）	・消費税増税の影響は想定をやや上回り、商圏内への競合店の出店などもあり、総じてやや厳しい状況となっている。
	スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要がみられた米や酒、紙、洗剤などは、販売量が減少したものの、生鮮3品やそうざいなどは相変わらず好調を維持している。消費税率が上がっても、客の買物内容からは、特にそれを意識しているようには感じられない。
	スーパー（経営者）	・消費税率が3%上がったが、今月の中ごろまでは客の反応があった。ゴールデンウィーク明けまでは、増税の感覚に慣れていない客の動きが続く。
	スーパー（広報担当）	・消費税増税による駆け込み需要と反動減の影響が大きく、実際の景気動向を判断するのは難しい。
	コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響で多少の売上減を予想していたが、たばこのまとめ買いの反動を除けば、来客数、客単価共にほぼ変化しておらず、消費税増税の影響はほとんど感じられない。
	コンビニ（店員）	・消費税増税による大きな変化は感じられない。
	家電量販店（店員）	・消費税増税後は来客数が半減したほか、商品の買い渋りが目立つ。
	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の影響があるかと思っていたが、特に変わらない。
	住関連専門店（店長）	・消費税増税による売上減少を懸念していたが、実際に著しい落ち込みはなく、前月や前年同月と比べても、さほど売上に変化はない。
	その他専門店〔食品〕 （経営者）	・景気は変わらないか、もしくは下降傾向にある。消費税増税の影響は今のところあまり感じないが、ベースの売上自体が思わしくない。
	その他専門店〔宝飾品〕 （販売担当）	・家電や生活用品などは、消費税増税による価格変更の影響が出やすい一方、宝飾品などは、消費者の価値観と価格が一致すれば、買い渋りや購入の見送りといった動きはある程度回避できる。
	その他専門店〔スポーツ用品〕 （経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が意外にある。小売部門は4月初旬、実績割れの日が続いた。
	その他小売〔インターネット通販〕 （企画担当）	・4月に入り、顧客からの注文は想定以上の落ち込みとなっている。70代を中心とした顧客には消費税増税に加え、年金支給額の減少などもあり、早い段階での売上回復は見込みにくい状況である。
	観光型ホテル（経営者）	・前年比では若干落ちているが、消費税増税の影響もそれほど感じられず、それなりに好調を維持している。
	観光型旅館（経営者）	・心配していた消費税増税の影響は、特にないように感じる。出足が鈍ると予想したが、通常どおりの動きである。
	都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門では外国人観光客の増加が続いており、好調に推移している。宴会部門も前年を上回っている一方、食堂部門のほとんどの店舗では、売上が前年を割り込んでいる。近隣にオープンした施設の影響が大きいと思われるが、消費税増税による影響も否定できない。
	旅行代理店（経営者）	・4月上旬は昨年の80%程度の受付であり、消費税増税の影響を心配したものの、中旬になって急速に取り戻し、昨年並みとなりそうな状況である。予想どおり関東のテーマパークが前年比で2けたの落ち込みとなり、足を引っ張っているが、海外旅行がその分を補っている。
	タクシー運転手	・消費税増税後の運賃上昇により、乗り控えが懸念されたが、ほとんど影響はない。
	通信会社（社員）	・消費税増税の問題が少し始めている。例年は転居の多い時期で申込数も増加するが、大型テレビの需要が一時的にストップしつつある。ケーブルテレビの新規申込も前年比では減少傾向となっている。
	ゴルフ場（支配人）	・来場者数は若干減少している。消費税増税で支払金額はアップしたが、客からの反応に特に変化はなく、景気は大きく変わっていない。
	パチンコ店（店員）	・消費税増税後も大きな変化がない。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・消費税増税の影響はあまりみられず、今までどおりの前年割れ傾向が続いている。ただし、ブックカフェのカフェ売上は好調に推移している。	
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の影響で、新築住宅を中心とした買い控えを予想していたが、購入助成金や住宅ローン控除の拡充などであまり影響がなく、販売量の変化は少ない。	
住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税以降は、展示場への来場者数が前年比で10%程度減少している。この状況はしばらく続く。	

やや悪くなっている	商店街（代表者）	・3月の反動により、前年比で20%ほど売上が減少している。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・消費税増税の影響というよりも、近隣のスーパーなどによるセール合戦の影響が出ているように感じる。消費税率が上がっているのに、安く感じるような価格が多く見受けられ、デフレ感が戻ってきている。
	一般小売店〔花〕（店長）	・消費税増税後、客足は少なくなっている。
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・3月はある程度の販売量となったが、今月は初旬から販売量が減少している。ぜいたく品やし好品を扱っているため、まだまだ厳しい状況が続く。
	百貨店（売場主任）	・中間価格帯の衣料品は、消費税増税前の駆け込み需要による売上増が少なかった割に、増税後の買い控えによる売上減はしっかりと影響を受けている。
	百貨店（企画担当）	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動が大きく、来客数は多いにもかかわらず、購入客数が前年を大きく下回っている。
	百貨店（営業担当）	・消費税増税後は、富裕層の優良顧客でも食品を除いて買上が減っている。高級ブランド品や美術品は引き合いも全くなく、10万円以上の商品の買上点数が非常に少なくなっている。
	百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、消耗品を中心に影響が出ている。
	百貨店（商品担当）	・消費税増税後の落ち込みで、食品や衣料品も前年比で15%ほど売上が減少している。税抜き表示が増え、支払時に金額が大きく変わること、増税を実感している客が多い。
	百貨店（サービス担当）	・先月までは、消費税増税前の駆け込み効果で高額商品を中心に好調であったが、今月は来客数に変化はないものの、手に商品を持っていない客が目立つなど、購買意欲の鈍化に苦戦している。
	百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税後の動きに関しては、月前半はやはり客の動きが一時落ち着いたものの、月後半になって購買意欲は少しずつ戻ってきた感覚がある。新商品、新イベントなどは好評であり、仕掛けに対する反応がみられる。
	百貨店（マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要は前回よりも多かったが、増税後の落ち込みは前回よりも小さい。ただし、12～13%は前年の売上を下回っている。
	百貨店（外商担当）	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ている。3月は好調に推移していた高級時計は1点も売れなかったため、全体の売上に影響が出ている。
	百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減はあるが、予想していたことであり、対策として特価品を増やしている。特価品はそれなりに動いているが、やはりオンシーズンでありながら定価品が苦戦している。
	スーパー（店長）	・消費税増税後は、来客数や買上点数が減少しているが、徐々に戻りつつある。
	スーパー（店長）	・白物家電や消耗品、加工食品など、駆け込み需要が大きかった商品は反動減も大きく、回復が遅い。来客数も減少傾向が続いている。一方、駆け込み需要が少なかった商品は回復基調にある。
	スーパー（企画担当）	・消費税増税後の買い控えの影響で売上が減少している。特に、住居関連、衣料品、ドライ食品の減少が目立つ。
	スーパー（管理担当）	・消費税増税前と増税後を比べると、想定以上に駆け込み需要の反動減が大きくなっている。
	コンビニ（経営者）	・たばこの売上が、消費税増税の前よりも15%減少している。
	コンビニ（店長）	・消費税増税後、極端に悪くなったというほどではないが、たばこの買い控えなどが継続的に続いており、客単価がそれに引っ張られている。
	衣料品専門店（経営者）	・来客数は消費税増税で多少落ち込んでいるものの、予想したほど悪くない。前月に駆け込み需要がほとんどなかった分、落ち込みも少なくなっている。
	家電量販店（経営者）	・消費税増税後は若干の落ち込みがあり、販売量は減っている。ただし、客の景況感そのものに大きな変化はない。
	乗用車販売店（経営者）	・3月までの忙しさがうそのように、仕事が暇になっている。
	乗用車販売店（営業担当）	・消費税率の引上げによって購入意欲が低下し、販売台数が減っている。
	乗用車販売店（販売担当）	・受注数が消費税増税前と比べて大きく減少しており、来客数も少ない。
	住関連専門店（店員）	・高価格帯の商品に絞って売上を確認すると、前年の約60%にまで落ち込んでいる。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・4月1日に消費税が増税となることで、3月中旬以降に駆け込み需要が増えた。高価な物よりも、千円前後の生活必需品の買いだめが多く、それらの落ち込みは今も続いている。
	都市型ホテル（支配人）	・4月からの消費税増税により景気に一服感があり、しばらくこの状況は続く。
	都市型ホテル（総務担当）	・レストランの来客数が前年比で10%減っている。3月は前年比で増えていたが、4月に入り、料飲部門を中心に低迷している。
	旅行代理店（広報担当）	・ゴールデンウィークは日並びも悪く、予約は前年を10%程度下回っている。消費税増税で3月に普段よりもお金を使った客が多く、その反動減も影響している。
旅行代理店（営業担当）	・4月は為替や株価の変動による影響に加え、消費税増税の影響が一時的に出ている。	
通信会社（企画担当）	・コインゲームが中心であり、消費税増税分が価格に転嫁しにくい業界であるため、大きな影響を受けている。	
テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響は思っていた以上にあると感じている。	
観光名所（経理担当）	・当社のような集客施設は、消費税増税前の駆け込み需要の影響はそれほどなかったが、消費税増税後の消費者マインドの低下により、観光・レジャー産業全体が影響を受けている。	
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築マンションのモデルルームへの来場者数は減少傾向となっている。消費税増税の影響ではなく、建築コストの上昇で販売価格の上昇が顕著になるなか、今が買い時という意識が低下してきている。	

悪くなっている	商店街（代表者）	・消費税増税前に買いための動きがあったため、今月は落ち込んでいる。
	一般小売店〔花〕（店員）	・消費税増税後、客の購買意欲が明らかに落ちており、追加で商品を買ってもらえなくなっている。
	百貨店（企画担当）	・2月下旬からみられた消費税増税前の駆け込み需要により、3月は前年比で36%増と大きく売上を伸ばしたが、今月はその反動で売上は約15%減となる見通しである。外国人向けの売上は堅調な伸びが継続しているが、増税による悪影響はしばらく続く。
	百貨店（外商担当）	・消費税増税の影響が大きく、客には買い控えの動きがみられる。
	百貨店（服飾品担当）	・3月の消費税率引上げ前の駆け込み需要による売上増の反動がかなり大きく出ている。特に、化粧品のような消耗品の売上は落ち込みがひどく、3月に伸びた分がそのまま減少している。また、同じく高額なアクセサリも落ち込みが激しく、同じような状況となっている。
	百貨店（販促担当）	・消費税増税が始まり、3月の駆け込み需要の反動が予想以上に出ている。特に、高額品や化粧品など、駆け込み需要が大きかった商材は反動減が大きい。当然、来客数にも多少の影響が出ており、月前半は駆け込み需要がなかった商材にも、買い控えの雰囲気の一部がみられた。一方、食品に関しては影響がほぼなく、堅調に推移している。
	スーパー（店長）	・消費税増税前はまとめ買いが多少あったが、都市部ほどは多くなかったため、落ち込みも小さい。
	スーパー（店長）	・消費税増税の直後ということもあり、売上全体としては前年比で1割以上悪化している。生鮮食品はほぼ戻ってきたものの、加工食品、日用消耗品、家電、寝具、衣料品は2割前後の減少率であり、商品別に異なるものの、厳しい状況となっている。
	家電量販店（店長）	・レジ客数は前年比で80%と、想像以上に持ちこたえているが、冷蔵庫、エアコンなどの販売台数が伸びず、単価も低い。
	家電量販店（企画担当）	・予測していたとはいえ、やはり消費税増税の影響が出ており、来客数が土日も前年比で激減している。
	乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の影響は想像以上であり、4月の売上は前月の70%程度に落ち込んでいる。
	乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は、新車、中古車の販売だけではなく、点検や車検、修理などにも大きな動きがあった。反動減は過去にあったエコカー補助金以上の規模であり、予想していたとおり、すべての指標が大きく悪化している。
	乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の影響により、来客数が極端に減っている。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・4月から消費税率が8%に上がったのを機に、来客数や客単価が悪化した。この傾向は当分続く。
	競輪場（職員）	・今月の客単価は9,633円と、3か月前の10,603円から消費税増税の影響で下がっている。
美容室（店長）	・3月の反動で4月の売上は過去最低となったが、想定範囲内にとどまっている。	
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・4月の住宅展示場への来場数は、前年比で2割程度落ち込んでいる。	

