

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成26年8月)

### ～現状判断は4カ月ぶりに低下。50を下回る水準に～

- 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4か月ぶりに低下、50を下回る水準となった一方、先行き判断は横ばいとなった。
- 現状判断DIの低下は、消費税率引上げによる影響が続いているのに加えて、月前半から中旬を中心とした台風や豪雨といった天候要因により、幅広い業種での需要の減少につながったとみられる。特に、食品や衣料品、家電等の夏物需要のほか、旅行、レジャー需要にも影響が出ている。
- 一方、先行き判断は、今年は残暑が厳しくないとの予報から、気温の早期低下などで秋物商戦の好調に期待する声もあるものの、消費増税の影響に加え、各種価格の上昇による悪影響を懸念する声も多くなっている。
- 消費増税の影響が長引いている要因の一つに、実質所得の減少が挙げられるなか、さらなる価格の上昇は一層の消費マインドの低下につながりかねない。また、企業側からすれば、コストの上昇分を販売価格に転嫁しにくい状況が続くことで、企業収益の圧迫につながる恐れもある。

#### ○「天候要因(台風・豪雨など)」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	な っ て い る や や 良 く	百貨店(売場主任)	・8月は天候が不順であったが、来客数、売上共に前年を上回っている。
		百貨店(営業担当)	・雨が多いなどの天候不順で、店頭客による売上は思わしくなかったが、月後半から上向いてきた。優良顧客による高額品の引き合いも増えてきている。
		百貨店(マネージャー)	・天候不順で客足は鈍っているが、売上はファッション関連や住文化用品のほか、美術品や呉服、宝飾品を中心に、前年比で微減か微増の水準にまで回復している。
		百貨店(売場マネージャー)	・3か月前に比べると、消費税増税の影響が大きかった時計の売上が回復傾向にある。また、影響が比較的少なかったファッションアイテムは、セールでの販売は前年並みであるが、秋物は例年どおり順調な立ち上がりを見せている。特に、メンズファッションが好調である。全体的には販売量はほぼ前年並みに戻っており、天候不順の特殊事情を除くとプラスになる。
		百貨店(商品担当)	・生活必需品の食品のほか、化粧品は前年並みに売上が回復しているが、宝飾品などは前年比で15%のマイナスが続いており、売上不振である。服や靴も天候不順で動きが悪い。
		コンビニ(経営者)	・台風や豪雨により、花火大会などの多数のイベントが中止となった。かなりの影響が予想されたが、トータルでは来客数に大きな影響はなく、売上も目標との大きな差はない。
		観光型旅館(経営者)	・今月は天候が悪く、海のレジャーは動きが良くない。
変 わ ら な い	商店街(代表者)	・9、10日の台風で売上が減少し、その後は回復がみられない。今月は天候不順の影響が大きい。	
	一般小売店[事務用品](経営者)	・特に変化を感じるような販売の動きはない。天災が続いているため、今後が心配である。	
	一般小売店[菓子](経営企画担当)	・8月と5月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は8月が99.3%で、5月が92.6%、関東は8月が99.1%で、5月が94.6%、中部は8月が81.2%で、5月が101.4%、中国は8月が96.9%で、5月が91.8%となり、各地区合計の平均は8月が95.7%で、5月が94.4%であり、相変わらず全国的に非常に悪い。唯一、関西の阿倍野地区だけは好調であるが、ほかの地区では依然として厳しい状態が続いている。これには、8月の台風などによる天候不良も大きく影響している。	
	一般小売店[衣服](経営者)	・8月は天候が悪く、客足は減少したが、売上はさほど落ち込んでいない。	
	一般小売店[菓子](営業担当)	・西日本ではお中元商戦での災害が多く、販売量はお盆明けから落ち込んでいる。	

家計動向関連

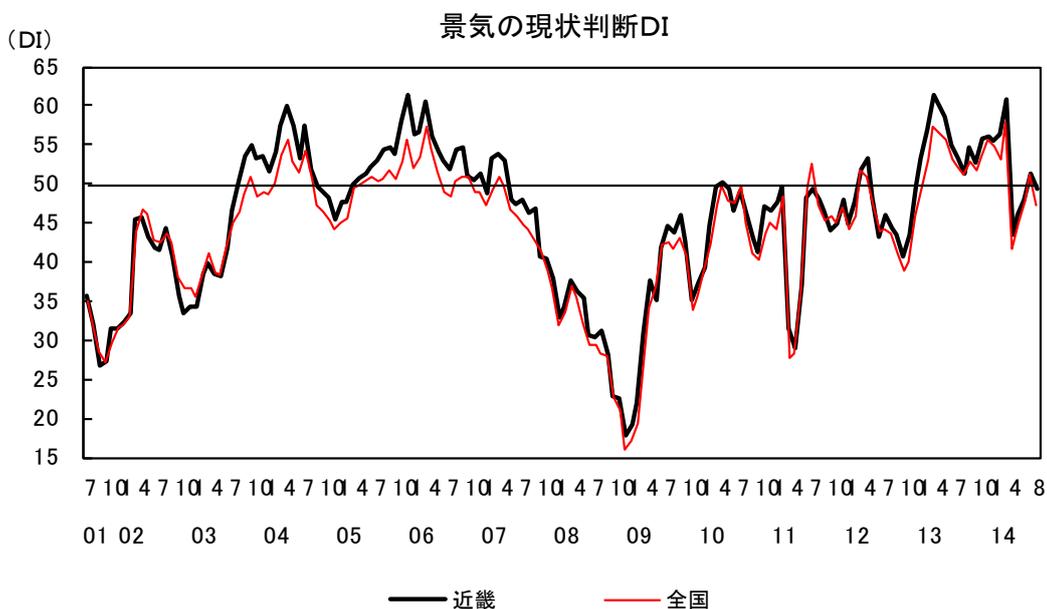
変わらない	百貨店（売場主任）	・今月の売上だけをみると、天候不順の影響で前年を下回っているが、衣料品や食料品の基調は変わっていない。
	百貨店（外商担当）	・消費税増税の駆け込み需要の反動減はほとんど感じられなかったが、天候不順などで来客数は前年割れが続いている。特に、夏のバーゲンは婦人服を中心に、大きな盛り上がりもなく終わっている。
	百貨店（サービス担当）	・今月は台風の影響で土日に雨がが多く、夏野菜の高騰のほか、夏物衣料やエアコンなどの家電の売行きが不振であったが、来客数の状況に変化はなく、先月と同じ傾向となっている。
	百貨店（商品担当）	・台風や突然の豪雨など、気象要因による影響が大きい。全体的に来客数が少なく、売上も厳しい状況である。
	百貨店（販促担当）	・天候不順の影響が大きく、来客数は低調で、夏物の販売が不振である。秋物衣料は比較的堅調に推移しているが、夏の割に気温が上がらず、雨も続いているため、価格が安くても全体的に興味を示さない客が多い。また、高額品も消費税増税前の水準には至らない状況が続いている。
	スーパー（店長）	・台風などの天候不順の影響で、食品以外の商品を中心に、季節品の売上が大苦戦となっている。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響は和らいできているはずが、実際にはあまり変わっていない印象である。天候不順もあるが、衣食住のすべてで季節品の動きが鈍くなるなど、客の購買動向には慎重さがみられる。
	コンビニ（広告担当）	・近畿は関東や中部ほどの売上の伸びがみられない。さらに、西日本の天候不順などで、来客数は少なめで推移している。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・気温が一番高い季節であり、飲料、殺虫剤などの動きが良くなるはずが、土日に雨や台風が重なったほか、暑くない日も続いたため、販売量が前年比で10～20%減少している。
	その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・利用客数、単価共に前年と同じような動きであるが、台風の影響がある分、前年を割り込んでいる。
	観光型ホテル（経営者）	・観光客は決して減少していないが、日帰りの観光が多い。遠方からの客には、水害の影響でキャンセルがみられる。
	観光型ホテル（経営者）	・8月の夏休みシーズンであり、地域全体としても家族連れを中心ににぎわう時期であるが、今年はテーマパークの新アトラクション効果で大阪が盛り上がりつつあるため、その波及効果も追い風となっている。ただし、台風11号とそれ以降の天候不順による悪影響もあり、結果的には前年並みの販売量となった。また、売店の売上をはじめ、館内消費が年々減少するなど、付帯売上が低調となっている。
	観光型旅館（経営者）	・台風11号の影響で、利用客の減少と客単価の低下につながっている。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・天候要因により業績自体は非常に苦戦している。ただし、天候要因を除くと景気が悪いという感覚はない。	
なったり悪く	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・8月に限って言えば、台風や天候の影響が大きいですが、全体的にはお中元などの需要が減っている。ただし、その分が日々のおかずの購入に回るわけではなく、レジャーや携帯電話料金などに割かれている。この動きで景気を判断するのは難しく、業界による好不調の差が大きくなっている。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・天候不順で物の値段が高くなり、ますます動きが悪くなっている。
	百貨店（営業企画）	・天候状況があまりに悪く、どの程度の影響が出るかは予想が難しい。
	スーパー（店長）	・前年と比べてそれほど暑くならず、飲料や涼味商品などの売行きが悪い。また、お盆商戦の期間中は、台風などの天候不順の影響で売上は前年を下回っている。
	スーパー（店長）	・今夏は天候不順で来客数が減少している。また、当初いわれていたような賃金の増加がみられない一方、商品の値上げは順番に進んでいるため、支出の増加は見込めない。
	一般レストラン（経営者）	・天候要因もあるが、高齢者の来客数が減少し、以前は少なかった領収書を書いてほしいという客が増えている。
	観光型旅館（経営者）	・豪雨によるキャンセルのほか、バス料金の改定もあるなど、先の見通しが立たない。
	旅行代理店（広報担当）	・天候不順の影響が大きい。豪雨被害の報道などで、旅行を少し控えるという客の声も聞かれる。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場の8月の来場数は、台風の影響もあってかなり落ち込んでいる。
	なったり悪く	一般小売店〔衣服〕（経営者）
衣料品専門店（経営者）		・天候不順などの事情はあるものの、財布のひもが固い。
家電量販店（企画担当）		・8月の悪天候により消費の冷え込みが目立つ。また、お盆休みの帰省などに支出が回され、家電商品の購入が見込めない。

企業動向関連	変わらない	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ 今月は天気の悪い日が多く、例年に比べて気温が低いことから、エアコンなどの夏物商品の荷動きが鈍い。また、テレビなどのAV関連商品も荷動きが鈍化傾向にある。
		通信業（管理担当）	・ 天候不順の影響があるのか、夏休みに入った割には、良くも悪くもなっていない。
		その他非製造業 [機械器具卸]（経営者）	・ 工具の卸売では、夏はスポットクーラーなどの注文が増えるが、天候などに大きく左右される。今年は8月に大きな台風や雨が多く、気温も上がらなかったため、非常に商品の動きが悪く、前年を下回っている。
	なや悪く	食料品製造業（経理担当）	・ 天候不順のほか、消費税増税による影響が徐々に出ており、受注が小規模になってきている。
		食料品製造業（営業担当）	・ 8月中旬までは、天候不順で飲料水の売上が前年と比べてかなり悪い。月下旬の天候は良かったが、トータルでは悪いままである。
		その他非製造業 [衣服卸]（経営者）	・ 不要不急の商品に対しては、財布のひもが予想以上に固い。消費税増税後は依然として商況は改善していないというのが実感である。一方、最近の天候不順が消費に与える影響は大きく、特に寝具やインテリア商品といった高額商品への需要が更に減少している。

### ○「価格・コスト上昇」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	変わらない	百貨店（商品担当）	・ 季節の変化で購買意欲が喚起され、消費は活発になると思うが、物価の上昇と収入の伸びが連動せず、先行きの消費税増税の不安もあるため、景気の好転はなかなか期待できない。
		スーパー（店長）	・ 消費税増税の駆け込み需要の反動が落ち着き、食品を中心に回復がみられる一方、天候不順やガソリン価格の高騰といった悪い材料も多い。今後、景気回復が確実に進むことは困難であり、楽観視できない状況にある。
		その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・ 主要顧客である高齢層の間では、物価の上昇で消費の抑制が続くことが懸念される。
		観光型旅館（経営者）	・ 為替レートや原油価格の動向が、景気に及ぼす影響が気になる。
	やや悪くなる	都市型ホテル（支配人）	・ このままの経済状況が続けば良いが、人手不足による賃金の高騰や、燃料・原料価格の高騰による原価率の上昇で企業収益が圧迫され、景気は少し停滞する。
		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。
	悪くなる	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。
	企業動向関連	変わらない	スーパー（店長）
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。
なや悪くなる		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。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 12												年 13												年 14																																			
		月 8												月 9												月 10												月 11												月 12											
現 状 判 断	近畿	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	60.8	43.6	45.9	47.9	51.4	49.3																																			
	(全国)	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	57.9	41.6	45.1	47.7	51.3	47.4																																			
先 行 き 判 断	近畿	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	36.0	51.4	54.1	54.5	51.9	51.9																																			
	(全国)	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	34.7	50.3	53.8	53.3	51.5	50.4																																			