

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成26年9月)

### ～現状判断は小幅上昇も、先行き判断は悪化～

- 景気ウォッチャー調査・9月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2か月ぶりに上昇した一方、先行き判断は2か月ぶりの低下となった。現状判断は前月に続き、景気横ばいを示す50を下回った。
- 現状判断DIの上昇は、節約志向の強化といった消費税率引上げによる影響は続いているものの、月上旬から中旬にかけて例年よりも気温が低めに推移し、季節商品の売行きが良かったほか、外国人観光客の増加による影響もあり、小幅の上昇につながったとみられる。
- 一方、雇用関連では求人減少を指摘する声が出てきており、今後の推移を含めて注意が必要と考えられる。
- 先行きは、外国人観光客向けの免税対象商品の拡大への期待はあるものの、今後も増税の影響が続くほか、円安の進行による原材料コストの上昇が収益を圧迫する懸念などが高まっている。
- また、来年10月に予定されている10%への消費税率引上げに関する声も出始めている。駆け込み需要への期待もある一方、消費マインドの低下などを警戒する声も少なくない。

#### ①「気温、天候要因」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	な や や 良 く な っ て い る	百貨店(売場主任)	・例年よりも気温の低下が早く、秋物衣料品の売行きが好調である。ただし、高額な輸入品については、引き続き消費増税の影響が続いている。
		百貨店(企画担当)	・気温の変化に伴い、秋物商品が例年よりも早く動き出している。
		百貨店(外商担当)	・気温の低い日が何日か続いたことにより、秋冬物の婦人服の売上が伸びている。来客数も前年を上回ってきているが、大きな伸びではなく、本格的な売上の増加には至っていない。
		百貨店(売場マネージャー)	・気候の変化によるファッション需要が出てきている。今年は新たなトレンドが明確であり、消費増税の影響で我慢していた消費が秋物で動き出している。
	変 わ ら な い	一般小売店[精肉](管理担当)	・夏休みが終わり、例年よりも早く気温が下がっているように感じる。8月の気候の変調に伴い、野菜が高騰したり、季節感がいつもと異なることで食生活に影響が出ているように感じる。景気とは関係ないものの、商品の品ぞろえが変われば、やはり安く抑えようとする傾向が出てくる。消費増税の影響も見え隠れしている。
		百貨店(売場主任)	・今月は気温が低めの影響もあって、秋物の動きが良く、目標を上回る予定である。ただし、商品の動きが例年よりも前倒しとなっていることが大きな要因であり、景気が良くなっているわけではない。不要不急の商品は買わないという客の傾向は変わらず、商品の購入にはむしろ慎重さがみられる。
		百貨店(売場マネージャー)	・消費増税後は、6～8月にかけて来客数や販売数量に回復の兆しが若干みられたものの、9月は天候が昨年に比べて良かったにもかかわらず、来客数が減少傾向にある。特に、ボリューム層の動きが悪い。秋物衣料で盛り上がる時期ではあるが、メンズは好調である一方、レディースが良くない。アイテム別の動きでは、雑貨や靴など、身の回り品が苦戦している。
		百貨店(サービス担当)	・今月は、先月に比べて天候が安定し、台風の発生も少なく、来客数が増加している。全体的な売上の動きに変化はないが、物産などの催事に限っては来店客も多く、好調に推移している。
	百貨店(マネージャー)	・気候の影響で、秋物衣料品の売上は前年比で8%増と好調であるものの、生活雑貨のリビング関連や食器、調理関連のほか、高額品の宝飾、時計の販売量は前年割れが続いている。	
	百貨店(商品担当)	・今月の中旬から気候が安定し、秋物も動きをみせるなど、全体的に回復感が出てきた。また、ここへきて外国人観光客の動きが目立ち始めている。	

家計動向関連	変わらない	スーパー（店長）	・季節が変わり、月前半から中旬にかけて季節品の動きが活発となった。その後、月後半にやや気温が上がって売行きが悪くなったため、景況感が好転したとは判断しにくい状況である。
		スーパー（経理担当）	・秋の訪れが例年以上に早かったほか、天候不順もあり、販売環境は良くなかったが、野菜や肉の相場高もあり、販売状況は堅調に推移している。
		スーパー（店長）	・気候条件が良いため、食品以外の季節品の動きが順調で全体を押し上げているが、食料品や日用消耗品は相変わらず販売量が戻っていない。
		コンビニ（店長）	・ここ3か月は、昨年よりも雨が多かったり、涼しかったこともあり、品ぞろえの面では厳しかったが、販売量は横ばいとなっている。
		その他飲食[コーヒESHOP]（店長）	・利用客数、単価ともに前年比で大きな変化はなく、景気が良くなっていると実感できる要素はない。気温が例年よりも低く、客足は鈍化しているため、むしろ景気が悪くなっていると感じる。
		観光型旅館（団体役員）	・8月の天候不順によるキャンセル分が、9月に入っても取り返せるほど回復していない。
	なっている やや悪く	コンビニ（広告担当）	・夏場からの天候不順が原因で、昨年よりも動きが悪くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・気候が落ち着いてきたにもかかわらず、年齢の高い客の来店が減っている。
		その他専門店[食品]（経営者）	・天候の影響がどうかは分からないが、外食、中食共に全体として落ち込んでいるような気がする。
		食料品製造業（営業担当）	・前年と比べて天気が良い日は多かったが、気温が平年よりも低いこともあり、飲料水の売上は伸びていない。
企業動向関連	なっている やや悪く	その他非製造業[衣服卸]（経営者）	・なかなか消費税増税後の停滞状態から抜け出せない。不要不急のインテリア商品や寝具商品の動きが特に悪い。天候不順もそれに拍車をかけている。

## ②「求人」関連のコメント(現状判断)

雇用関連	なっている やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・ここ2か月は有効求人倍率が横ばいとなっているが、求人誌をみると求人件数は増えているほか、長期の案件も多くなってきている。
		人材派遣会社（支店長）	・上半期が終わりに近づき、駆け込み需要が増えている。
	変わらない	新聞社[求人広告]（管理担当）	・今月も新聞の求人広告に増加の兆しはみられない。どの新聞も購読者の減少で部数が増え、広告の減少に直結している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は減少となったが、全体のなかで大きな割合を占める製造業では伸びがみられた。秋の観光シーズンを控え、宿泊業も伸びているが、卸売・小売業といった業種では減少しており、注意が必要となっている。
		職業安定所（職員）	・福祉関係の事業所から、求人への応募者が減っているとの声が聞かれる。建築、リフォーム業者では、人材不足により受注を見送ることも検討しなければならないとの声もある。景気は良い状態であるが、3か月前との比較では大きく変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・下請建設業者は、確保できる労働者数の範囲内でしか受注しなくなっており、日雇い求人数は頭打ちになっている。賃金の上昇もわずかなものにとどまっている。
	なっている やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・期間限定での求人需要が多い。長期的に人材を補充する余裕のない企業が多いと感じる。
		職業安定所（職員）	・今月の新規求人数は、前月比で約20%減、前年比で約6%減となり、製造業を除く産業のほとんどで減少となった。特に、フルタイム求人の減少率が大きい。

## ③「円安」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	くや な 良	スーパー（企画）	・季節の変化で購買品目が変わるほか、消費税増税の判断や円安の影響などがはっきりしてくる。
		一般小売店[精肉]（管理担当）	・原料価格の高騰が続いているが、ここからは年末を見据えて仕入数量は抑えにくくなる。ただし、円安の動きが飼料価格の上昇につながるため、思うように供給を増やせない局面も出てくる。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・天候要因による食料品の値上げや、円安基調による輸入商材の値上げなど、消費者の購買意欲を減退させる要素が多々ある。
		スーパー（経営者）	・円安の進行や、夏場の天候不順などによる商品の値上げがニュースで取り上げられている。今後、賃金が増加しないまま消費税増税が決まるとすれば、節約志向が一気に高まると考えられる。
		その他飲食[コーヒESHOP]（店長）	・円安により輸入食材価格が高騰するなか、追い打ちをかけるようにコーヒー豆も高騰している。原価の上昇で収益が圧迫されており、販売価格への転嫁を余儀なくされている。今後は当然、販売価格の上昇による利用者減が予想されるなど、悪循環に陥ることが懸念される。
		旅行代理店（経営者）	・何とか前年並みを維持したいが、客数は少し減り、単価のアップでカバーしている状態である。円安傾向は海外旅行には逆風であるため、その影響が徐々に出てくること懸念される。
		通信会社（企画担当）	・円安効果や株価の上昇により、徐々に景気回復に向かうことが期待される。

家計動向 関連	く や な る 悪	その他専門店〔食品〕（経営者）	・円安の影響で、食材全般の値上がりが見込まれる。販売価格への転嫁は難しく、全体的な利益の圧迫が進む。
	悪 く な る	衣料品専門店（経営者）	・円安による物価の上昇が、景気の減退につながっている。今年の秋冬物の価格が上昇しているため、来年の春夏物の展示会では、より一層の価格上昇が予想される。価格が据え置かれている物も、品質が低下しているため、実質的には値上げとなる。
企業動向 関連	変 わ ら な い	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・円安の進行のほか、食品の原料相場が上昇しているが、大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・円安が進んでいるため、日本国内の製造は前向きになると思われるが、大きな流れとしては海外での活動が重視される。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・円安が進み、材料費や人件費、燃料費などが高くなる。受注量が回復しても、収益は厳しい状況が継続する。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの効果により、輸出産業を中心とした大企業は恩恵を受けている。一方、中小零細企業は円安による原材料費の値上げ分を販売価格に転嫁できないなど、景気回復の実感があまりない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・円安があまりに急激に進み過ぎている。何事も急速な動きはリスクを伴う。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・円安が進行しているため 食料を含めた輸入商品の先高感が強まっている。輸出はそれほど増えず、貿易収支の赤字だけが目立っているため、更に円が売られるという悪循環に陥っている。社会全体が停滞しており、抜本的な対策が必要となっている。
く や な る 悪	化学工業（管理担当）	・円安に伴う商品の値上げが予想される。	

#### ④「消費税の再増税」関連のコメント(先行き判断)

家計動向 関連	な る 良 く	百貨店（売場マネージャー）	・消費税の再増税次第であるが、増税が決定すれば、駆け込み需要があるかもしれない。
	や な る 良 く	スーパー（企画）	・季節の変化で購買品目が変わるほか、消費税再増税の判断や円安の影響などがはつきりしてくる。
	な る 良 く	住宅販売会社（総務担当）	・10%への消費税再増税前に駆け込み需要が出てくる。
	変 わ ら な い	百貨店（販促担当）	・年末の消費税率10%への引上げ判断次第で、動きが出てくる。引上げるための株価の上昇圧力が強まれば、高額品などの販売増加が期待できる。ただし、日用品は直近でなければ目立った動きは出てこないなど、全体的には比較的盛り上がりの少ない展開を予想している。
		百貨店（商品担当）	・いろいろな経済指標の動きほどは、景気が好調だという実感はない。外国人客頼みにも限界があり、このような状況で消費税再増税が実行されると、一段と減速しかねない。
		スーパー（経営者）	・円安の進行や、夏場の天候不順などによる商品の値上げがニュースで取り上げられている。今後、賃金が増加しないまま消費税再増税が決まるとすれば、節約志向が一気に高まると考えられる。
		スーパー（店長）	・次の消費税増税の話題が出始め、今以上に景気が良くなることは困難であるが、現在のやや良い状態は続きそうである。
		スーパー（経理担当）	・食品に関しては、消費税増税前後の一時的な変動を除き、堅調に推移している。ただし、来年の増税が本決まりになった時点で、節約ムードが再度本格化する懸念がある。
		コンビニ（店長）	・気温の変化も、ここ数年のように一気に暑い状態から寒い状態に変わらないのであれば、あまり浮き沈みもなく、現状のまま進む。ただし、消費税再増税の動向次第では、その後は悪くなる。
	企業動向 関連	変 わ ら な い	乗用車販売店（経営者）
プラスチック製品製造業（経営者）			・来年の消費税率10%導入に向けて、プラス要素とマイナス要素が相殺し合う。
金融業（営業担当）			・消費税増税の影響が重くのしかかっている。今後、消費税率が10%になれば、更に景気の動向が不安定になる。
経営コンサルタント		・消費税の再増税の判断がどのようになるか、それによって大きく変わる。増税となれば現状よりも悪くなる。	
や な る 悪 く		繊維工業（総務担当）	・取引先では利益率の低下だけでなく、販売量も前年比で20%ほど減少している。消費税の再増税が決定すれば、更に景気が悪化する。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税増税による影響だと考えられるが、受注量は5月以降、大幅に落ちてきている。再増税ということになれば、更に悪くなる。	

