

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成26年10月)

～現状判断は3か月連続で50を下回る水準に～

- 景気ウォッチャー調査・10月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2か月ぶりに低下したほか、先行き判断も2か月連続の低下となった。現状判断は、景気横ばいを示す50を3か月連続で下回っている。
- 現状判断については、台風はじめとする気候・天候要因で多くの業界に悪影響が出たほか、増税に伴う節約志向の強まりで、客単価の低下などが進んでおり、DIの低下につながったとみられる。また、円安の進行が原材料コストの上昇につながり、企業収益への悪影響も出始めている。
- 一方、外国人観光客による消費については、10月から免税対象商品が拡大したことなどで、百貨店を中心に関連売上が大きく伸びている。中には外国人客向けの販売増のおかげで、10月の売上が前年を上回ったとする声も聞かれる。
- 先行きは、外国人観光客による消費の増加への期待はあるものの、来年10月の消費再増税への不安が高まるなど、消費マインドのさらなる低下が懸念されている。また、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も高まっている。

①「外国人観光客」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	な っ て い る	一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	・仕入数量は前年比で5%ほど伸びている。これは外国人観光客による消費の増加が大きく影響している。
		百貨店(売場主任)	・台風の影響で目標売上には達していないものの、外国人観光客向けの免税対象商品の拡大により、化粧品などの身の回り品や食料品を中心に、前年の売上を上回っている。
		百貨店(企画担当)	・今月の売上に占める外国人売上の割合は、前年の4%強から10%強に上昇した。消費税増税による売上の減少はいまだに継続しているものの、外国人売上の急激な増加により、全体では増収となっている。
		百貨店(商品担当)	・心齋橋ではアジアからの観光客が増え続けており、化粧品や雑貨の一部は売上がかなり好調である。
		一般レストラン(経理担当)	・台風や豪雨などの災害を除けば、法人の宴会や外国人客の利用件数が堅調に伸びている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊の好調が継続している。平日はビジネス客やアジアからの外国人団体客が多く、週末は国内の個人観光客で満室状態であり、単価も着実に上がっている。一方、宴会部門の売上は前年を大きく上回っているが、改装工事の終了などで受注機会が単純に増加しただけで、景気動向とは関係のない動きである。
変 わ ら な い	百貨店(売場主任)	・外国人観光客の増加で、来客数は前年比で増加が続いているものの、売上は8～10月の合計で前年と同水準となっている。外国人客の効果を除くと、若干前年を下回る状況である。	
	百貨店(売場主任)	・今月は台風の影響や、前月に秋物商品が前倒しで売れたこともあり、目標の達成は難しいが、外国人観光客向けの売上増により、前年実績は確保できそうである。ただし、アパレルへの支出が増えたときには、雑貨への支出を抑える傾向があるなど、客の消費が増えているという実感はない。	
	都市型ホテル(総務担当)	・宿泊客の増加が続き、好調を保っている。客室稼働率は曜日に関係なく高稼働となっており、特に海外からの旅行客の増加が大きい。	
	都市型ホテル(マネージャー)	・客室部門については、円安の影響などで中国や台湾といった海外からの客は増えている。ただし、消費税増税の影響か、そのほかの部門では客が減少している。	
		テーマパーク(職員)	・来客数の変動はあまりないが、内訳が多少変わってきているように感じる。外国人客が明らかに増えているものの、今後の動きが読めないで、当てにはできない。

②「節約」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	変わらない	スーパー (店長)	・消費税増税前から、普段よりも少し良い物を購入するスタイルが定着してきている。その代わりに余分な物は極力節約するため、買上点数が減少し、単価の上昇ではカバーできない状況が続いている。
		その他専門店〔医薬品〕 (経営者)	・生活に密着した商品を販売しているが、必要数量しか購入しないほか、比較的価格の低い商品が優先的に購入される。
		美容室 (店長)	・最近では化粧品をインターネットで購入する人が増加するなど、節約志向が強まっている。
	なっている やや悪くなる	スーパー (経営者)	・今月に入って客単価がかなり低下している。100～300円の商品は動いているが、それ以上の価格の商品は動きが非常に悪い。
		スーパー (経営者)	・野菜類は単価が昨年比で大幅に下がっているが、必要な物だけを買う動きが定着しているため、販売点数が伸びない。肉類でも、単価が高い牛肉の伸びが8月以降は徐々に低下しており、豚肉、鶏肉にシフトしている。一方、加工食品類は円安や原材料高で各社から値上げ表明があるものの、競合他社を含めて店頭価格は確実に下がっている。実質賃金が伸びないなか、客の生活防衛意識を強く感じる。
		スーパー (広報担当)	・節約志向が定着したことに加え、物価上昇で買い控え傾向がより顕著になっている。
		住関連専門店 (店長)	・消費税率の引上げから半年が経過したが、売上が明らかにトーンダウンしている。物価の上昇で明るい見通しも立たないなか、消費者の節約傾向を肌で感じる。
		その他小売〔インターネット通販〕 (企画担当)	・値引きでの販促による効果が期待を下回ったほか、買上単価の低下も目立っている。
	なっている 悪くなる	一般小売店〔時計〕 (経営者)	・今年に入って一番悪い売上となっている。大型の台風で2度も休業を余儀なくされるなど、自然現象の影響があったにせよ、人の気持ちが消費に向いていないことを実感した。来客数は今年で一番悪いわけではないため、1人当たりの平均単価が落ちていることが原因であり、必要最低限の物をできるだけ安く提供することが求められている。
		衣料品専門店 (経営者)	・主婦は自分の衣服の購入を節約し、秋物は購入していない。

③「円安」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	変わらない	スーパー (管理担当)	・今後は天候に左右される心配は小さいが、相変わらず原油や原材料価格の高騰が続いているなど、懸念材料は多い。
		スーパー (企画)	・消費税の再増税問題は12月に決着するが、その動向をみなければ判断できない。さらに、急激な円安や少しバブルの印象もある株高の推移のほか、量的緩和終了後の米国経済の状況、中国経済の問題など、不安材料は数え切れない。ただし、ひとまず年内は持ちこたえることができる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕 (経理担当)	・経済指標などでプラスの好材料が出ない限り、停滞感は払しょくできない。輸入依存企業への円安対策も必至である。
		都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊は増加傾向が継続しており、年内は観光客による利用でツインルームが満室の見込みとなったため、販売制限を行っている。円安による外国人観光客の増加のほか、大型テーマパークの新アトラクション効果が続いている。一方、宴会部門は前年比の見込みがバラついており、判断が難しい。
		都市型ホテル (総務担当)	・円安傾向やビザの支給条件の緩和、テーマパークの新アトラクション効果による好影響は、今後も当分は継続する。
		旅行代理店 (営業担当)	・海外旅行では円安が懸念材料となっているが、全体的には今の傾向が続く。
		その他サービス〔保険代理店〕 (経営者)	・企業、個人共に景気が良くなっているという実感がないため、消費は控えらる。大企業、富裕層は株高や円安により利益を確保できるが、資金の余裕がないところは全く関係がない。
	やや悪くなる	百貨店 (売場主任)	・円安による外国人客の増加が見込まれる一方、食材などの値上がりで家計が圧迫されているニュースが目立つ。大多数の国内客の購買意欲が弱くなっていると感じている。
		乗用車販売店 (経営者)	・円安が進行し、株価も上昇基調であるが、零細企業までは恩恵が回ってきていない。当社を含め、アベノミクス以前の方が良かったという企業も多い。今後、消費税率が10%になると、ますます消費は落ち込む。
	企業動向関連	やや良くなる	化学工業 (管理担当)
化学工業 (企画担当)			・原料価格の高騰を販売価格に転嫁できない状況が、依然として続いている。ただし、年末年始の食品需要の増加で、一時的には販売価格も上向くと予想される。
変わらない		食品製造業 (従業員)	・年末から年始にかけての好材料が見当たらない。原材料価格が高騰しているが、製品価格に転嫁できない状態であり、このままでは上向くことはない。
		その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・メイドインジャパンの商品に対する関心が高まっており、業界には追い風である。その一方、円安で海外での加工賃や原材料価格の上昇が進んでいる。企業にはその上昇分を製品価格に転嫁することが難しく、利益を圧迫する要因になっている。

④「消費再増税」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	や な る 良 く	一般小売店〔事務用品〕(経営者)	・消費税率10%への引上げを決断するかどうかは気になる。
		その他住宅〔展示場〕(従業員)	・10%への消費税率引上げとなった場合、猶予期間は、注文住宅の場合は来年3月までの契約が条件であるため、それまでは増加傾向が続く。
		一般小売店〔家具〕(経営者)	・消費税の再増税が決まるかどうかは左右されるため、先行きの予測が立たない。
	変 わ ら な い	百貨店(販促担当)	・年末の消費税増税の判断により、消費者心理の冷え込みが懸念される。再増税前の駆け込み需要は、8%への増税時と同じく直前になりそうで、12月商戦には生活防衛によるマイナスの影響が出る可能性もある。一方、年末年始は良くなる予測もあるなど、見通しが難しい状況である。
		百貨店(商品担当)	・消費の状況が決して好調とはいえないなかで、消費税の再増税の影が見え隠れすることにより、先行きに悪影響を及ぼす可能性がある。
		百貨店(外商担当)	・恐らく消費税率10%への引上げが発表され、8%への引上げ時と同様に、駆け込み需要などで消費意欲は高まると思われるが、政情不安や世界経済の急変による株価の不安定な動きも予想されることから、一進一退の状況が続く。
		スーパー(店長)	・消費税率の再引上げが意識され始めた一方、大多数の消費者は賃金の上昇が見込めないため、節約志向が強まっている。現状の動きをみていると、当分はこの状況が続くと予想される。
		スーパー(店長)	・世間の景気に対する見方は、消費税の再増税の見直しをはじめ、エボラ熱、イスラム国などの国際情勢を不安視する部分もあるなど、不安定な要素が多い。
		スーパー(経理担当)	・消費税の再増税が決定されれば、節約志向が強まる恐れがある。ただし、内食回帰で売上が上向き可能性もある。
		スーパー(企画)	・消費税の再増税問題は12月に決着するが、その動向をみなければ判断できない。さらに、急激な円安や少しバブルの印象もある株高の推移のほか、量的緩和終了後の米国経済の状況、中国経済の問題など、不安材料は数え切れない。ただし、ひとまず年内は持ちこたえることができる。
		コンビニ(広告担当)	・今後も景気の停滞が続くと予想している。アベノミクスの効果は日常の消費からはみられない。また、更に消費税率が上がるとなれば、更にシビアになっていくことは避けられない。
		その他専門店〔宝石〕(経営者)	・来年に消費税率が10%に上がるか上がらないかで、客の心境がどう変わるかに注目している。
		通信会社(経営者)	・消費税の再増税の動向次第であり、見通しが立たない。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税の再増税がどう判断されるかによって、今後の消費の動きが変わる。
		その他住宅〔情報誌〕(編集者)	・消費税の再増税が決定されるまでは、大きな変化はない。
や や 悪 く な る	乗用車販売店(経営者)	・円安が進行し、株価も上昇基調であるが、零細企業までは恩恵が回ってきていない。当社を含め、アベノミクス以前の方が良かったという企業も多い。今後、消費税率が10%になると、ますます消費は落ち込む。	
	その他小売〔インターネット通販〕(企画担当)	・食品をはじめとする値上げが目立つ一方、来年に予定されている消費増の再増税の行方も不透明であるなど、将来への不安が広がっている。	
	観光型ホテル(経営者)	・消費税の再増税に向けて節約傾向が強まる。	
企 業 動 向 関 連	変 わ ら な い	輸送業(営業担当)	・消費税率10%への引上げが決まれば、家具は売れると思うが、それ以外には売上増加につながるものがない。
		輸送業(商品管理担当)	・消費税率が10%に上がるかもしれないということで、様子見をしている人が多い。
	や や 悪 く な る	金融業(営業担当)	・現状のままで10%に消費税率が上がってしまうと、更に景気が低迷することになる。
		その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・来年の消費税率10%への引上げ判断が迫っているほか、物価の高騰が追い打ちとなり、ますます景気は悪化する。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 12			13							14														
		月 10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
現 状 判 断	近畿	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	49.4	47.0
	(全国)	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	47.4	44.0
先 行 き 判 断	近畿	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	51.5	50.0
	(全国)	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	48.7	46.6