

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成28年8月)

～リオ五輪効果は限定的で、現状判断は低下～

- 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2か月ぶりに低下、先行き判断は2か月連続の上昇となった。
- 足元の状況は、猛暑の影響で夏物商品の売行きは良かったものの、8月は徐々に秋物の販売も始まることから、その部分では悪影響が出る形となっている。
- また、リオオリンピックによる影響についても、日本選手の活躍をテレビで観戦する人が増え、外出機会が減少したとの声も多く、トータルとしてはマイナスに作用した可能性が高い。これらの結果、現状判断については低下につながったと考えられる。
- 一方、先行きについては、全体として不透明感が強く、先が読めないとの声が多いなか、残暑による季節商品の販売への悪影響を懸念する声も聞かれる。
- また、インバウンド消費については鈍化傾向が続くとの見方が大勢を占めているほか、為替市場では円高の動きが進んでいることで、今後の悪影響を懸念する声も多い。

「猛暑、気温」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	やや良くなっている	スーパー(店長)	・大阪は連続猛暑日の記録を更新し、エアコンや衣料品、アイス類、飲料などが売れ、来客数も堅調に推移している。お盆以降も、食品は昨年並みで推移している。
		コンビニ(店員)	・暑い日が続いて、プラス1品のアイスや冷たい物の購入が増えているほか、休日は冷たい飲み物などを大量購入する客も多い。
		タクシー運転手	・夏休みということもあり、出掛ける人が多く、暑さのため近距離でもタクシーの利用が増えている。
	変わらない	商店街(代表者)	・猛暑のせいで、夏物の初秋向け商品が売れない。また、価格の低い物しか売れない。
		一般小売店〔衣服〕(経営者)	・猛暑のこの時期であるが、来客数は数か月前よりもわずかに増えている。それは主にセールによるものであり、販売量は大きく変わっていない。
		百貨店(営業担当)	・猛暑やオリンピックの影響か、お得意様の富裕層顧客による来店も少なく、高額ブランド品や美術品の引き合いも少ない。また、秋冬物の衣料品の出足も悪い。
		百貨店(サービス担当)	・今月もこれまでの傾向に変化はない。店全体としては前年実績の確保に苦戦しており、オリンピックの放送や猛暑が続くことで、来客数の減少につながっていると感じる。その中で、新たなショップ導入や改装効果により、生鮮食品だけは前年実績と今月の目標をクリアできそうな状況である。
		百貨店(販促担当)	・関西は連日厳しい暑さが続いており、秋物の動きが鈍い。また、リオオリンピックの開催による来客数の減少もあり、台風の影響はないものの、集客に苦戦している。
		スーパー(経理担当)	・昨年に比べて盆商戦の盛り上がりが一つとなっている。猛暑であるが、食品を中心とする消費の起爆剤にはなっていない。リオオリンピックの影響は特に感じられない。
		その他専門店〔医薬品〕(経営者)	・8月の中旬過ぎまでは非常に暑い日が続き、商品の動きが鈍かった。特に、おむつや育児用品など、トイレタリー商品の落ち込みが大きい。
一般レストラン(経営者)	・飲食店は天候に左右されやすいが、猛暑で商店街の人通りも少なく、周囲の店舗も暇そうにしている。		

家計動向関連	変わらない	タクシー運転手	・梅雨明け以降の気温の高さにより、暑さに耐えきれず、利用客が増えている。景気が良いから利用するわけではない。
		タクシー運転手	・猛暑日が続く季節のため、客の乗車機会は増加しており、営業収入に影響が出ている。
	やや悪くなっている	百貨店（売場主任）	・厳しい残暑やリオオリンピックの影響で、既存客の来店、滞留時間共に激減した。夏物の衣料品は動かず、日々の生鮮食料品や総菜も低迷している。ただし、和洋菓子を中心としたギフト需要は前年を上回っている。
		百貨店（企画担当）	・前年と比べて中旬から下旬の気温が下がらず、秋物商材の動きは非常に厳しいスタートになっている。インバウンド売上は前年比で33%減、前月と比較しても来客数、客単価共に悪化傾向が続いている。富裕層である外商顧客の売上も減少しており、当面はこの状況が継続すると予想している。
		百貨店（営業担当）	・特選ブランドなどの高額品が伸び悩んでいるほか、猛暑の影響で婦人、紳士服の秋物の動きが鈍い。
		百貨店（商品担当）	・お盆の日並びや、山の日祝日化で営業条件が変化したほか、猛暑やリオオリンピック開催など、来店動機の減少要因が加わり、厳しい状況となっている。外国人観光客の免税売上も前年割れが続き、好調を維持していた特選洋品、化粧品も今月は厳しい状況である。
		百貨店（服飾品担当）	・8月に入って気温が上昇するなか、前半の数日間は全店で不調となったが、中盤以降は少し回復傾向がみられた。今年は盆休みの日程が企業によって異なり、帰省土産などの需要も影響を受けている。また、4～5月の売上不振から、夏物セールを各社が7月1日に前倒ししたため、衣料品の7月の売上は前年以上となったが、8月は90%半ばと厳しい。ラグジュアリー関連も同様で、化粧品は機能商材の好調で107%と好調を維持し、秋冬物商品も月後半から仕掛けているが、出足は96%と鈍い。特に、20代と30代に勢いがなく、この秋冬も厳しい動きが続くと予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・夏物バーゲン商材については前年を上回る販売量となっているが、少し単価を下げているため、売上としてはほぼ前年並みである。一方、秋物の定価品はお盆以降の厳しい残暑の影響で、販売量は2けた近くの減少と苦戦している。
		百貨店（マネージャー）	・8月は前年よりも土日が1日ずつ少ないほか、衣料品や生活用品では、7月のセールの反動や残暑で秋物需要に勢いがなく、苦戦が続いている。入店客数は前年比で2%減であるが、買上客数は12%減と大きく減り、客単価の上昇ではカバーできずに減収の見込みである。買上点数も減少しているなど、不要不急の買物はみられず、消費者の財布の引き締めが顕著になっている。
		スーパー（経営者）	・気温の高さとリオオリンピックの影響で、家での消費が増えると期待していたが、月前半は大きく裏切られた。山の日が創設されてお盆の人の流れが変わり、山の日だけは売れたものの、その後のお盆期間はごちそうなどの高単価商品が動かず、野菜の相場安も追い打ちをかけた。また、昨年のプレミアム付商品券の特需による反動も大きい。
		家電量販店（企画担当）	・やはり、猛暑やリオオリンピックが来客数に影響し、売上減の直接の要因になっている。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・猛暑の影響からか、秋物商材の出足が極めて悪い。通常、ある程度は見込めるはずの値引き販売の効果が、今回はほとんど感じられない。
	美容室（店員）	・猛暑日の影響からか、盆前には年配者の足が遠のいたほか、日中の来客数が減少し、夕方に集中する日が何日かみられた。全体的には例年よりも少ない結果となっている。	
	悪くなる	家電量販店（経営者）	・猛暑の割に夏物家電の動きが悪い。消費意欲が低く、故障しない限りエアコンや冷蔵庫を買換えない客が多い。

「リオ五輪」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	変わらない	一般小売店〔時計〕（経営者）	・ある程度は予想していたが、リオオリンピックの日本選手の活躍に反比例する形で、客足がほとんど止まってしまった。その割に、売上は高級時計の修理などで維持できたが、利益率が低いために状況は芳しくない。
		百貨店（販促担当）	・関西は連日厳しい暑さが続いており、秋物の動きが鈍い。また、リオオリンピックの開催による来客数の減少もあり、台風の影響はないものの、集客に苦戦している。
		スーパー（経理担当）	・昨年に比べて盆商戦の盛り上がりが一つとなっている。猛暑であるが、食品を中心とする消費の起爆剤にはなっていない。リオオリンピックの影響は特に感じられない。
		コンビニ（広告担当）	・世間ではリオオリンピックなどの明るい話題があったが、景気には大きな伸びがみられない。夏のボーナスも増えたのは大企業のみで、多くの中小企業では大きな増加はなかったため、消費もほぼ変わらない状況である。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・天候には恵まれた夏であったが、リオオリンピックのテレビ放送などがマイナス要因となった。一方、インバウンドの動きは引き続き堅調である。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・リオオリンピックの盛り上がりなどでテレビの視聴が増えた影響もあり、時間消費型の映像レンタルやゲームなどの売上は、大きく前年を下回っている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・リオオリンピックの盛り上がりにより、全体的に明るさは感じられるが、不動産市況に大きな影響は出ていない。新築マンションの販売は相変わらず好不調の差が大きく、都心の好立地物件は価格が上昇しても売行きは好調である。
	やや悪くなっている	百貨店（売場主任）	・厳しい残暑やリオオリンピックの影響で、既存客の来店、滞留時間共に激減した。夏物の衣料品は動かず、日々の生鮮食品や総菜も低迷している。ただし、和洋菓子を中心としたギフト需要は前年を上回っている。
		百貨店（商品担当）	・お盆の日並びや、山の日祝日で営業条件が変化したほか、猛暑やリオオリンピック開催など、来店動機の減少要因が加わり、厳しい状況となっている。外国人観光客の免税売上も前年割れが続き、好調を維持していた特選洋品、化粧品も今月は厳しい状況である。
		百貨店（販売推進担当）	・消費意欲に欠けた状態である。売上は前年並みの確保がやっとであり、抽選やポイント付与といった消費意欲を喚起する企画を実施しても効果がない。特に、リオオリンピック開催期間中の売上は前年割れとなっている。
		スーパー（経営者）	・気温の高さとリオオリンピックの影響で、家での消費が増えると期待していたが、月前半は大きく裏切られた。山の日が創設されてお盆の人の流れが変わり、山の日だけは売れたものの、その後のお盆期間はごちそうなどの高単価商品が動かず、野菜の相場安も追い打ちをかけた。また、昨年のプレミアム付商品券の特需による反動も大きい。
		家電量販店（企画担当）	・やはり、猛暑やリオオリンピックが来客数に影響し、売上減の直接の要因になっている。
		旅行代理店（役員）	・リオオリンピックの影響で、消費が家電にシフトすることを予想していたが、想定以上に来客数や販売量が悪化している。
		ゴルフ場（支配人）	・リオオリンピック後の景気動向が不安である。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 14												15												16											
		月 6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8									
現 状 判 断	近畿	47.9	51.4	49.3	49.4	47.0	45.4	47.6	47.8	53.3	54.6	54.9	53.1	53.3	52.4	51.4	50.5	49.9	46.8	49.2	47.1	45.9	44.0	44.1	43.1	40.1	46.9	45.4									
	(全国)	47.7	51.3	47.4	47.4	44.0	41.5	45.2	45.6	50.1	52.2	53.6	53.3	51.0	51.6	49.3	47.5	48.2	46.1	48.7	46.6	44.6	45.4	43.5	43.0	41.2	45.1	45.6									
先 行 き 判 断	近畿	54.5	51.9	51.9	51.5	50.0	48.2	48.6	51.6	55.5	55.5	56.1	53.7	54.2	52.6	47.3	49.9	51.4	48.7	48.5	47.9	48.0	46.5	46.7	46.6	41.1	46.1	47.1									
	(全国)	53.3	51.5	50.4	48.7	46.6	44.0	46.7	50.0	53.2	53.4	54.2	54.5	53.5	51.9	48.2	49.1	49.1	48.2	48.2	49.5	48.2	46.7	45.5	47.3	41.5	47.1	47.4									