

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成29年12月)

～好条件が重なり現状判断は好調も、先行きは続落～

- 景気ウォッチャー調査・12月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が4か月連続で上昇した一方、先行き判断は2か月連続の低下となった。(なお平成28年10月調査より、内閣府方針に基づき各指数を原数値から季節調整値に変更)
- 足元の景気については、引き続き、例年よりも気温が低めに推移したことなどから、季節品の売行きが好調となったほか、インバウンド関連も堅調な動きをみせている。また、株高に伴う高額消費の増加などが、クリスマス、年末商戦に追い風となり、回復の動きが続く形となっている。
- 一方、先行きについては、今冬は気温が低めに推移するとの予報から、季節品の販売増に対する期待も大きい。ただし、北朝鮮をはじめとする世界情勢に対する先行き不安に加え、諸物価の上昇による消費マインドへの悪影響などを警戒する声も増えている。また、例年のサイクルとして、1月中旬ごろから消費が停滞する傾向があるが、今冬はクリスマス、年末年始の動きが良かったことから、その反動も大きくなるとの懸念も出ている。
- 開催が2月に迫った平昌オリンピックについては、その影響につき、いくつかの言及がみられものの、概して期待感は低めとなっている。

「クリスマス」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなっている	百貨店(売場主任)	・前月に引き続き好調である。特に、担当商品ではおせち料理が2～3万円の商品を中心によく動いており、景気の回復を感じさせる。クリスマス関連でも限定品のクリスマスケーキが好調で、食料品全体では前年比3.0%増と好調を維持している。
	やや良くなっている	百貨店(企画担当)	・富裕層である外商顧客の売上は、拡大基調から前年並みに落ち着きつつあるが、外国人売上上の増加は依然として続いている。さらに、減少基調にあったボリューム層の自社カード顧客の売上が、クリスマス商戦では前年を上回る動きとなるなど、売上全体は今月も前年比で2けた増となっている。
		百貨店(服飾品担当)	・12月に入り、気温の順調な低下で衣料品関連の動きは良い。前年よりも防寒系アイテムの売りやすい状況が、11月から継続している。マフラーやショートブーツなどに動きがあり、早い時期からトレンドして動いていたファー素材が、防寒実需の動きもあって活発化している。また、好調が続いている化粧品関連も、クリスマス限定商材を中心に、都心店舗、郊外店舗共に順調に推移し、全店で2けた以上の成長を維持している。クリスマス商戦が売上のピークとなるアクセサリー関連も、日並びの不利な状況や客単価の下落傾向のなかで前年並みを維持し、来年度に期待がつながる結果となっている。
		百貨店(宣伝担当)	・前年の12月からインバウンド売上が大きく伸びていたため、今月は厳しいとの予測もあったが、冬型の天候と株高、インバウンドの増加に加え、今月はクリスマスケーキやおせち料理といった、中間層によるハレの日の消費も好調である。大型催事による集客もあり、売上、入店客数共に、前年比で5%以上の伸びとなっている。
		スーパー(経営者)	・12月中旬から野菜の価格が高騰している。ふだんであれば、鍋物の需要が減り、客単価が伸び悩むところであるが、今年はボーナスの上昇や株高など、財布のひもが緩む要因が多い。そのせいか、年金支給日やクリスマス、歳末商戦といった需要期には、価格の高い商品がよく売れ、月全体ではプラスとなった。ただし、普段の日は相変わらず節約気味で、メリハリ消費の傾向が強まっている。
		家電量販店(企画担当)	・インターネット通販での購入とリアル店舗での購入を、客が分けて考えている。クリスマス商戦ということもあり、玩具の購入での来客は前年を超えた。家電のついで買いなどで、売上の増加にもつながっている。
	高級レストラン(スタッフ)	・12月は例年どおりの忙しさであった。クリスマスの予約はすぐに満席になり、客単価も高い。	

家計動向関連	変わらない	一般小売店 [時計] (経営者)	・腕時計や目覚まし時計など、クリスマスプレゼントでの動きがほとんどなかった。来客の大半は電池交換で、売上は時計の修理が占めている。思い出や記念の品を含め、今持っている物を大事に使う傾向が強まっている。
		一般小売店 [花] (経営者)	・クリスマスや正月向けの季節商材の売行きが、例年よりも減少している。
		百貨店 (マネージャー)	・気温要因により、コート類を中心に衣料品の販売は回復傾向にあるが、クリスマスケーキやおせち料理は伸び悩み気味である。必要な物と価格のバランスを考えた消費トレンドが続いている。
		百貨店 (商品担当)	・天候や気温といった自然要因の影響もあり、お歳暮やクリスマス、正月といったイベント需要、訪日外国人の免税売上はいずれも好調である。今月は売上規模の大きな月であるが、順調に推移している。防寒アイテムや免税売上、株高の資産効果に加え、クリスマス需要による婦人、紳士衣料のほか、雑貨、化粧品、高級時計、洋菓子部門の動きも堅調である。
		百貨店 (売場マネージャー)	・防寒衣料は前年比で2けた以上の伸びとなるなど、好調に推移しているが、これまで全体をけん引してきた高級輸入雑貨の伸びが止まり、店全体としては前年並みに終わっている。入店客数やレジ客数は増加しているものの、特にクリスマスギフト用のアクセサリや高級輸入雑貨は、前年比で単価が下がっている。
		スーパー (経理担当)	・クリスマスについては、曜日回りの関係で週末に来客が集中した。年末は曜日の影響が少ないほか、徐々に売上が増えていることから、前年の実績は上回りそうである。
	なっている	やや悪く	一般小売店 [精肉] (管理担当)

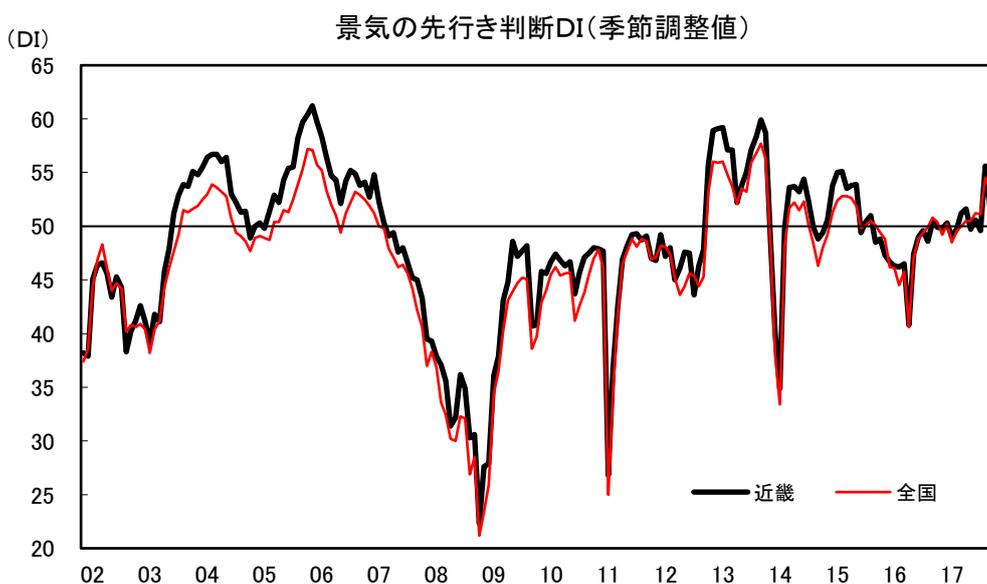
「株高」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	やや良くなる	一般小売店 [酒] (社員)	・高い株価と円安により、消費活動の活発化が期待される。
		百貨店 (外商担当)	・大阪の商業施設は外国人ばかりであるが、今後も更に増えていくと考えられる。それに伴って消費額も増え、景気を押し上げる。また、株価も高値で安定しているため、富裕層の購買意欲も高まる。
		百貨店 (マネージャー)	・株高による高額品の需要は今後も続く。一方、冬物衣料に関しては、ここ数年はクリアランスセールの売上がインターネットとの競合で減少傾向にあり、慎重な見方をしている。ただし、2月は春節期間のインバウンドによる売上増もあるため、今の景気は維持することができる。
	変わらない	百貨店 (営業担当)	・相変わらず日米の株価は上がり続け、景気が悪そうな印象はテレビのニュースなどからは伝わらないが、収入がどんどん増えているわけではない。購入が増えているのも食料品などの消費財が多く、景気はまさに適温だと感じる。所有意欲が高かったバブル期のように、お金の使い方が華やかな印象もない。お金を使っているのは、ごく一部の人と海外からの観光客であり、しばらくこの状態は続きそうである。
		百貨店 (売場マネージャー)	・株価やインバウンド関連は堅調であるが、好調に転じてから2年目を迎え、どこまで伸びるかは不安である。
		百貨店 (宣伝担当)	・株高の継続などで高額品の消費は安定しており、売上の下支え要因となっている。冬物衣料も好調であるため、しばらくは現在の状態が続く。
		スーパー (経営者)	・生鮮品の相場高が続くが、平昌オリンピックに向けて、地政学リスクも落ち着きをみせている。株高傾向が続けば、生鮮品の相場高という環境下でも、客の購買はさほど落ちないと思われる。一方、売上、粗利益は順調と思われるが、コスト面では人手不足対応で、人件費がますます重荷になりそうである。
		乗用車販売店 (販売担当)	・株価の上昇が続いていることもあり、企業の需要はある程度見込めそうだが、個人客の需要の回復は、もう少し後になる。
		その他専門店 [宝石] (経営者)	・株価は高いままで推移しているため、為替も今の動きが続くことを期待している。
		その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	・北朝鮮や中東問題などの不安要素が相変わらず解決しておらず、株価の動きもまだまだ流動的である。
その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	・表面上、直近1年間是不動産の価格変動がみられないが、潜在的には少し下がっている。株価の推移は堅調ながらも、不動産融資に対して金融機関は少し慎重である。今後の景気は流動的となるが、余り変化はない。		

「平昌オリンピック」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 (経営者)	・生鮮品の相場高が続くが、平昌オリンピックに向けて、地政学リスクも落ち着きをみせている。株高傾向が続けば、生鮮品の相場高という環境下でも、客の購買はさほど落ちないと思われる。一方、売上、粗利益は順調と思われるが、コスト面では人手不足対応で、人件費がますます重荷になりそうである。
		都市型ホテル (客室担当)	・宿泊は1月が閑散期であり、2月は平昌オリンピックの開催で出控えが懸念されるが、現状の訪日旅行者の勢いが鈍化するとは考えにくい。
	やや悪くなる	旅行代理店 (支店長)	・平昌オリンピックが始まると、自宅でのテレビ観戦が増え、外出する機会が減少する。平昌という近場での開催であるため、現地への旅行需要を期待していたが、今のところ大きな動きはない。
旅行代理店 (役員)		・平昌オリンピックの開催により、家計の支出が家電に回されるため、旅行需要は減少する。	
企業	変わらない	新聞社 [求人広告] (担当者)	・平昌オリンピックによるプラスの影響は読めないが、新聞広告の推移では、特に関西の地元企業は、年度末も今と変わらない出稿計画を立てている。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		年 15					16					17														
		12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
現状判断	近畿	49.4	47.9	45.1	40.6	41.6	42.4	40.0	45.9	46.1	45.5	47.1	51.7	53.6	50.3	49.7	48.7	48.4	50.4	51.7	52.2	51.2	51.8	53.3	55.2	56.2
	(全国)	48.5	47.3	44.2	42.5	40.9	42.0	41.3	44.1	46.2	46.3	48.3	50.5	50.7	49.4	48.8	47.9	48.5	49.1	50.0	49.9	50.0	51.1	52.0	54.1	53.9
先行き判断	近畿	48.8	47.3	46.7	46.3	46.2	46.5	40.8	47.4	49.0	49.6	48.6	50.4	49.9	49.8	50.3	49.0	49.7	51.2	51.6	49.7	50.6	49.6	55.6	51.7	49.9
	(全国)	49.4	48.8	46.2	46.1	44.5	45.8	40.6	47.1	48.8	49.4	49.9	50.8	50.4	49.2	50.2	48.5	49.5	50.0	50.5	50.5	51.2	51.1	54.5	53.4	52.7