

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成30年11月)

～大阪万博の決定が先行き判断を押し上げ～

- 景気ウォッチャー調査・11月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2か月連続の上昇、先行き判断も2か月ぶりの上昇となった。(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、台風などの自然災害による影響からの回復が進む中、特にインバウンド市場が堅調な動きをみせている。例えば、百貨店からは免税売上が前年比で2けた増といった声が増えている。一方、気温が平年よりも高めの推移となったことで、コートなどの重衣料や防寒雑貨を含む、季節商材の動きが今一つとなっている。
- 先行きについては、インバウンドの堅調な動きが予想されているものの、暖冬に伴い、季節商材の売行きは引き続き厳しくなりそうである。また、消費増税に向けた動きとして、マインド面への悪影響が懸念されている一方、駆け込み需要を期待する声が多くなっている。さらに、大阪万博の開催決定を明るい材料としてとらえ、小売全般やレジャー関連などの幅広い業界から、全体的なムードの盛り上がり期待する声が上がっている。
- 一方、米中間の貿易摩擦による悪影響を懸念する声が広がっている。百貨店を中心に、株安に伴う高額消費の減少、企業業績の悪化などへの懸念の声が聞かれる。

「大阪万博」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	一般小売店〔事務用品〕(経営者)	・改元があり、大阪万博も決まるなど、新しい時代に入る期待が高まっている。消費税の引上げによるマイナスはあるものの、消費マインドは上向きつつあると感じる。
	百貨店(宣伝担当)	・宝飾品、時計などの高額品の動きが、富裕層を中心に堅調なほか、大阪万博の開催決定、改元などの祝賀ムードも高まっているので、ボリューム層の消費が喚起されることを期待している。
	コンビニ(広告担当)	・米中間の貿易摩擦の影響など、米国の保護貿易による影響次第で大きく変わるかもしれないが、今のところは大きな要素は見当たらない。東京オリンピックや大阪万博などに向けて、外国人客も引き続き日本を訪れることが予想される。
	家電量販店(営業担当)	・やはり、大阪万博の誘致決定による影響が出てくる。
	乗用車販売店(経営者)	・各社のボーナスも良さそうで、大阪万博も決まり、何となく浮かれた雰囲気も広がりそうである。
	その他専門店〔食品〕(経営者)	・大阪万博の決定などが景気の上昇につながることで、自然と活気が出てくることが予想される。
	一般レストラン(経理担当)	・季節柄、企業の宴会が増える。今後は大阪万博の開催に向けての機運も高まってくるが、来年10月には消費税の引上げも控えているため、予想が難しい。
	旅行代理店(支店長)	・大阪万博の開催が決まり、関西のムードとしては盛り上がりつつある。客との会話の中で、この週末は大阪万博関連の話題が多かった。また、1～2月と3連休が続き、旅行に行こうという機運も高まる。
	その他住宅〔情報誌〕(編集者)	・大阪万博の決定で、関西での都市開発が加速する期待が高まり、建設需要を始めとする景況感の上向き材料になる。
	百貨店(販売推進担当)	・大阪万博も決定し、明るい話題はあるが、米国、中国の動向が国内景気の先行きを左右する状況となっているため、予断を許さない。
変わらない	百貨店(商品担当)	・米国が仕掛ける米中貿易摩擦などで世界経済が不安定化するほか、国内でも消費税の引上げへの対応の混乱があり、先行き不透明な状況となる。大阪万博の決定は明るい話題であるが、即効性はなく、一進一退で推移する。
	その他専門店〔宝石〕(経営者)	・今の株価の動きがこのまま続くかどうかは分からないが、今の状況で維持できれば、景気の状態も維持できる。大阪万博も決まり、少しは明るい方向に向かっていく。
	その他専門店〔宝飾品〕(販売担当)	・大阪万博は7年後であるが、先を見越した経済効果が出てくる業種ではないため、良くなる要因が見当たらない。

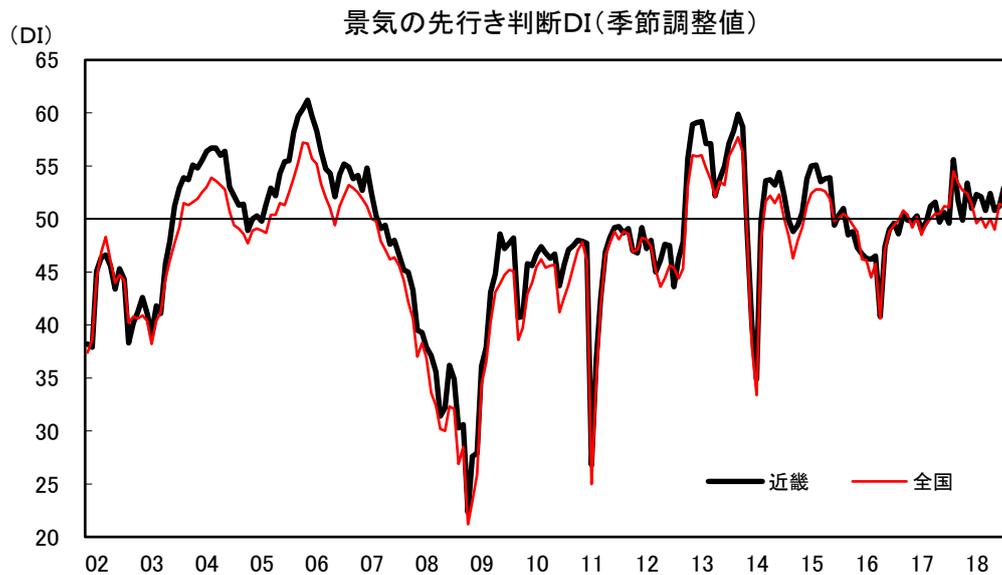
家計動向関連	変わらない	旅行代理店（営業担当）	・米中関係などの海外情勢の動きは懸念材料であるが、大阪万博決定の明るいニュースや、ふっこう割の効果もあり、回復基調が続く。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンド効果も安定期の段階となっている。大阪万博に向けて、年単位では関西の注目度が上がることで、集客の底上げが期待される。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・不動産価格は下落すると予想していたが、大阪万博の決定で現状維持が可能となる。
	やや悪くなる	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・好材料が見当たらない。大阪万博の開催が好材料になることを期待している。
企業動向関連	やや良くなる	一般小売店〔野菜〕（店長）	・取引先の動き次第となるが、競争率も激しく、値段も下がっている状況で、かなり厳しい状況が続く。大阪万博の誘致は決まったが、小さな店にまで恩恵は回らない。
		通信業（管理担当）	・ボーナス商戦に突入するほか、東京オリンピックや大阪万博に向けて景気が活発化する。
		金融業（営業担当）	・大阪万博の決定により、景気も回復傾向になると確信している。
	変わらない	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・2025年の大阪万博の開催決定による経済効果を期待するのはもちろんであるが、足元の景気をみると、米中間の貿易摩擦を始め、韓国との関係悪化、大手自動車メーカーの虚偽記載問題に端を発した日仏関係の悪化といった懸念材料が多い。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大阪万博が決まったことで、仕事が増えることを期待している。
		金融業（副支店長）	・大阪万博が決めたため、将来的には良くなることが予想されるが、今後2～3か月の景気は、客の受注状況を見ると、現状のままと予想される。
雇用関連	良くなる	司法書士	・大阪万博の開催決定により、心理的なプラス効果は期待できるが、2～3か月の短期間では具体的な変化はない。
		人材派遣会社（支店長）	・大阪万博の誘致も決まり、市場は今後更に活性化することが予想される。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・大阪万博の開催が決定し、人材業界の盛り上がり期待している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年を迎えるが、2020年の東京オリンピックと2025年の大阪万博への期待感で、良くなることを期待したい。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・正式に大阪万博の開催が決定したことで、現在でもかなり多いインバウンド需要が更に増える見込みとなるため、準備のための採用募集なども増える。
		職業安定所（職員）	・直近の新規求人を見ると、ホテルや倉庫などの建設需要の増加に、台風21号による被害からの復興需要が加わり、建設業が大幅に増加した。大阪万博も決まり、今後も増加が続くと予想される。また、年末年始の繁忙期に向けた宅配ドライバーや倉庫作業などの運輸関連のほか、省力化や自動化機械といった設備投資関連の製造業でも、求人が大きく増えている。人手不足が深刻化するなか、この流れはしばらく続く。
学校〔大学〕（就職担当）	・大阪万博の開催決定が心理面にも作用し、景気の回復に影響を与えてほしい。		

「消費税」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	良くなる	家電量販店（店員）	・ボーナス、クリスマス商戦に入り、景気は良くなる。消費税の引上げの話もそろそろ客との話題に出始めているが、しばらく景気は上向き傾向となる見込みである。
		家電量販店（企画担当）	・駆け込み需要がないように対策の検討が進んでいるとはいえ、家電やリフォームといった耐久消費財では、高額商品を中心に、消費税の引上げ前の駆け込み需要が出ると予想される。また、平成最後というプレミア付きの商品も、売れると考えられる。
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・改元があり、大阪万博も決まるなど、新しい時代に入る期待が高まっている。消費税の引上げによるマイナスはあるものの、消費マインドは上向きつつあると感じる。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・高額品が動く理由を考えると、来年に消費税率が上がるのが関係していると推測される。高額品の動きは、ここ2～3年では最も良い。
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が、高額品を中心に既に始まっている。2～3か月先には、更に顕著になると予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・世界経済の先行きや、来年度の消費税の引上げなどに対する不安はあるものの、企業業績は回復傾向にあるため、特に年末年始の商戦には非常に期待できる。
		百貨店（外商担当）	・年明けから、高額品に関しては消費税の引上げの話題が商談に出てくるなど、増税前の駆け込みの購入が少しずつ始まっていく。
		スーパー（企画）	・徐々にではあるが、消費税の引上げによる駆け込み需要が個人消費の押し上げ要因になる。商品やサービスによって駆け込みの時期は変わるが、初夏までは緩やかに上昇し、8月からは一気に拡大する。
		家電量販店（経営者）	・4K放送の開始に伴い、テレビの販売量の増加が見込まれているほか、来年の消費税の引上げを控え、客が高額の買物に対して早めに動く様子が見られる。
		一般レストラン（経理担当）	・季節柄、企業の宴会が増える。今後は大阪万博の開催に向けての機運も高まっていくが、来年10月には消費税の引上げも控えているため、予想が難しい。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・注文住宅については、経過措置で来年3月までに契約すれば、引渡しが遅れても消費税率が8%となるため、駆け込み需要が期待される。		

家計動向関連	変わらない	百貨店（営業担当）	・来客数の増加が堅調であるため、消費税の引上げまでは、大きく売上が減少するとは考えにくい。懸念材料があるとなれば、来年度から中国で導入される電子商取引法であり、現在のインバウンドによる売上が減少することが予想される。ただし、現在のインバウンド売上のうち、どれぐらいが転売目的かは把握できないため、影響の度合いは分からない。
		百貨店（マネージャー）	・年内と年明けの需要は、価格志向が強い、選択消費による堅調な消費が続く。今後は消費者心理に大きく左右されるが、消費税の引上げ対策の情報により、多少は購買動向に影響が出ると予想される。
		百貨店（商品担当）	・米国が仕掛ける米中貿易摩擦などで世界経済が不安定化するほか、国内でも消費税の引上げへの対応の混乱があり、先行き不透明な状況となる。大阪万博の決定は明るい話題であるが、即効性はなく、一進一退で推移する。
		スーパー（経理担当）	・消費税の引上げ関連のニュースが増えているほか、平成最後ということもあり、年末商戦は例年よりも盛り上がりを見せる可能性がある。
		住関連専門店（店長）	・消費者は、消費税の引上げ前に買うタイミングを見計らっており、慎重になっている。また、少々高くても長く使える物を買うという、これまでの習慣がここ数年で急激になくなってきている。数年前であればターゲットであった層も、買い控えをするようになってきている。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・来秋の消費税の引上げに向けて、増税の対象である耐久消費財に予算の回る可能性が高いため、軽減税率が適用される食品中心のスーパーは厳しくなるかもしれない。
		スーパー（店長）	・暖冬の予想や、景気の先行き不透明感、消費税の引上げに関する報道の増加が、景気の悪化につながる。
		スーパー（社員）	・衣料品や住関連に比べ、比較的堅調に推移していた食品部門でも、春から夏頃に比べて、買上単価がやや低下している。消費税の引上げの実施が決まったことで、客の節約心理が再び高まったと考えている。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・人手不足や、原材料価格の高騰等による物価上昇が、消費に一段と大きな影響を及ぼすことが懸念される。また、消費税の引上げの動きも分かりにくく、先行き不安による消費への悪影響も懸念される。
		テーマパーク（職員）	・消費税の引上げの理由がよく分からないまま、何となく規定路線のように進んでいる。軽減税率の制度設計や増税後の景気対策も、検討が不十分な内容であるなど、景気を向上させる理由が見当たらない。
悪くなる	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税率の引上げの動きを警戒している。	
	衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げへの、政府の対応策に対する不安が高まっている。消費者は、過去の消費税の引上げを経験して、まとめ買いが節約にならないことを学習している。今回の場合、軽減税率の導入への不信感もあり、増税に備えて財布のひもが固くなると予想される。	
企業関連	やな良くなる	建設業（経営者）	・年末までに済ませたい案件や、年度末までの案件のほか、来年の消費税の引上げを見越した計画案件などが増えてくる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・年末年始の需要期ではあるが、消費税率の引上げを控えた、駆け込み需要を見計らった買い控えによって相殺される。
	変わらない	経営コンサルタント	・高級品と身の回り品で大きく分かれている。高級品については、消費税の引上げ前の駆け込み需要で良くなる。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		16年		17年		18年																				
		11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
現 状 判 断	近畿	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	52.4	50.7	50.1	50.1	47.5	48.6	46.7	49.6	48.8	52.5	52.8
	(全国)	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	49.9	48.6	48.9	49.0	47.1	48.1	46.6	48.7	48.6	49.5	51.0
先 行 き 判 断	近畿	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	53.4	51.0	52.3	52.1	50.8	52.4	50.8	51.2	52.9	52.8	53.4
	(全国)	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	52.4	51.4	49.6	50.1	49.2	50.0	49.0	51.4	51.3	50.6	52.2