

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成31年4月)

～現状判断は改善も、DIは50割れが続く。GW、改元効果は限定的～

- 景気ウォッチャー調査・4月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2か月ぶりの上昇となった。ただし、DIの水準は、好不調の判断の分かれ目である50を5か月連続で下回っている。一方、先行き判断は2か月連続の上昇となった。
- 足元の景気については、インバウンド市場に堅調な動きがみられるほか、ゴールデンウィーク期間中は改元による心理的効果もあり、レジャー関連を中心に好調な動きとなった。ただし、気温が安定せず、平年を下回る日も多かったことから、季節商材の販売は芳しくなかった。また、連休に伴う動きも、業種による好不調の差が大きく、小売関連ではかえって節約の動きが強まったとの声も聞かれるなど、プラスとマイナスが入り混じる形となった。
- 先行きについては、ゴールデンウィークに消費が増えた分の反動減が警戒されているものの、インバウンド市場は引き続き堅調な動きとなる見通しである。また、家電や百貨店関連を中心に、消費増税前の駆け込み需要の本格化に期待する声が高まっている。ただし、増税に向けた節約への不安の声も依然として強い。
- 一方、米国による中国への輸入関税が引き上げられることになり、今後も景気の大きな不安材料となっている。すでに米中間の貿易摩擦による影響として、百貨店からは高額品の売行きに対する不安の声も寄せられており、こういった動きが今後さらに深刻化する可能性がある。

「ゴールデンウィーク・10連休」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	良くなっている	旅行代理店(役員)	・ゴールデンウィークが長期にわたることで、旅行時期の分散化が進み、間際需要が増えている。
	なっ て 良 く な っ て い る	コンビニ(店員)	・月末は外国からの旅行者が多く、大量にまとめ買いする客が増えている。また、近隣からの客もゴールデンウィークに入り、レジャーに伴う買物などで購入点数が増えている。
		観光型旅館(団体役員)	・5月の10連休の予約は、ほぼ満室状態である。
	変 わ ら な い	一般小売店[珈琲](経営者)	・連休中も営業する取引先への前倒しの納品は、予想したほど増えていない。
		百貨店(サービス担当)	・今月もインバウンド効果は変わらず、特にゴールデンウィークは衣料品関係が好調に推移しているため、状況としては変わらない。
		百貨店(マネージャー)	・4月は寒の戻りや雨の影響もあり、春物ファッションに対する消費は鈍い。10連休前の旅行関連のウェア需要もそれほど強くなく、客からは、旅費が高い分、洋服は手持ちの衣類を着回すという声もある。改元記念のセール商材も盛り上がりに欠け、消費意欲の低下を実感している。清明節、労働節があり、インバウンド客の来店は目立ったものの、前年を大きく上回る売上にはつなげていない。
		スーパー(店長)	・直近は入学や進学、就職、転勤などによる需要が多く、比較的安定した状況となっている。その反面、ゴールデンウィーク以降の買い控えが懸念される。
		スーパー(経理担当)	・ゴールデンウィークは売上が一定で推移し、大きな盛り上がりや悪化はみられなかった。その結果、売上に対する影響も余りない。
		コンビニ(経営者)	・大型連休の前なので、全体的に節約している様子である。
		コンビニ(店長)	・初めての10連休ということもあり、どのような動きになるか心配しているが、連休のスタートは特に変化はなく、連休後半の動きを注視したい。
その他小売[インターネット通販](オペレーター)		・連休前の受注量が予想に届かず、通常と変わらない動きとなっている。	

家計動向関連	変わらない	一般レストラン（企画）	・4月の第2週から、来客数の動きが悪化傾向にある。天候や気温、桜の開花時期など、様々な外的要因もあるが、初の10連休を前に買い控えがあるように感じる。景気に大きな変化はないものの、少し減速感が出てきている。
		観光型ホテル（経営者）	・4月も個人客の間際予約の動きが良かった。また、4月27日からの10連休もあり、月末の販売量が4月全体の実績を押し上げている。
		旅行代理店（支店長）	・旅行の申込みがゴールデンウィークに集中し、予約が取れずに諦めてしまう客が多い。満員であればすぐに諦めるといった状況は、3か月前と変わらない。平成から令和への改元に伴う動きも、旅行業界には余り関係がない。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークの10連休での需要は、堅調に推移している。
	やや悪くなっている	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・前月に続き、売上の微減状態が続いている。ただし、今春も気温が低いせいか、スプリングコートはほぼ完売状態である。一方、ブラウスなどの動きは前年比で10%減であるが、連休前になってボトムスやジャケットなどに動きが出てきている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・3月からの春休みは、祝い事の関係で贈答品が動く時期であるが、今年は例年よりも少なかった。肉についても、出費を少しでも抑えようと、少し安価な商品で対応する動きがあったように感じる。また、大型連休を控えて、財布のひもも固い。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・急激に気温が上がり、夏物衣料に動きが出始めたが、大型連休を前に買い控えがあるのか、販売量が伸びない。
		百貨店（販促担当）	・今月は来客数が不振で前年割れとなっている。購買客数は前年を上回っているが、客単価は低下しており、売上全体でも前年割れである。気温の変化が大きく、特にファッションや雑貨関連の不振が目立つ。高額品や食品関連は前年並みの推移であり、特価品を増やしても状況は改善せず、価格だけでは動かない傾向がますます強まっている。10連休前であるため、節約の意識も感じられる。
		百貨店（売場マネージャー）	・継続的に好調な特選輸入洋品や化粧品、旅行関連以外は、10連休前の消費が弱いと感じる。また、予想よりも気温が低いいため、特に婦人服を中心とした衣料品の苦戦が拡大している。
		百貨店（マネージャー）	・インバウンドの恩恵を余り受けないエリアであり、国内客の現金売上は前年比で1.7%減となっている。例年は月の前半に動きがある、初夏物の衣料品や服飾雑貨が、大型連休を控えて苦戦している。モノよりも、旅行などのコト消費に消費が流れている様子である。
スーパー（店員）		・少し値上げが進んでいるほか、大型連休前で客の節約傾向が強まっているのか、安い物しか動かない。	
家電量販店（企画担当）		・10連休明けの消費の冷え込みが予測される。消費税増税前の駆け込み需要も、キャッシュレス決済によるポイント還元策により、全体的に見込めない。	
悪くなっている	乗用車販売店（経営者）	・今月は大型連休の影響で、非常に販売効率の悪い月となっているため、売上は激減することが予想される。	
	観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィークを控えているためか、全く動きがない。	
企業動向関連	なっている	競輪場（職員）	・改元やゴールデンウィークを目前にした買い控えの影響かどうかは分からないが、今月の客単価は8,944円で、3か月前の10,552円よりも下がっている。
		食料品製造業（従業員）	・大型連休の影響で、得意先の在庫積み増し量が増え、受注量が増えている。その影響で売上も伸びている。
	なっている	食料品製造業（営業担当）	・ゴールデンウィークの影響で、月末にかけて飲料水の受注が少し増えている。
	変わらない	食料品製造業（経理担当）	・10連休を控えているが、受注量は良くない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・連休前になって、少し受注量は増えているものの、大きな変化はない。
なっている	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大型連休前で注文が抑えられている。	

「消費税増税」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（人事担当）	・改元に向けてのイベントやセールのほか、10月の消費税増税に向けての駆け込み需要、各種のスポーツイベントなど、様々なイベントが重なることで、需要が高まりそうである。
		百貨店（売場主任）	・新元号に変わるタイミングであり、しばらく景況感は良くなりそうである。また、晩夏から初秋に掛けて、消費税増税前の駆け込み需要の動きも顕著になる。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要として、いつか買おうと考えている、ブランド宝飾品などの購入は増える。
		百貨店（マネージャー）	・今後、気温は前年並みに上昇し、春物、初夏物が売れるため、ボリューム層による売上が伸びる。高額品についても、株価はしばらく2万2千円台を維持しそうであるほか、消費税増税前の駆け込み需要も増えるため、このまま順調に推移していく。
		百貨店（販促担当）	・秋に控える消費税増税に向けて、高額品や重衣料のほか、定番商品の購入が期待される。良い物や長く使える物を明示しつつ、購買意欲を喚起することが重要となる。ただし、先行購入は出にくく、生活防衛意識も高まることから、打ち出す商品を見極め、増税前の消費の取り込みを強化したい。

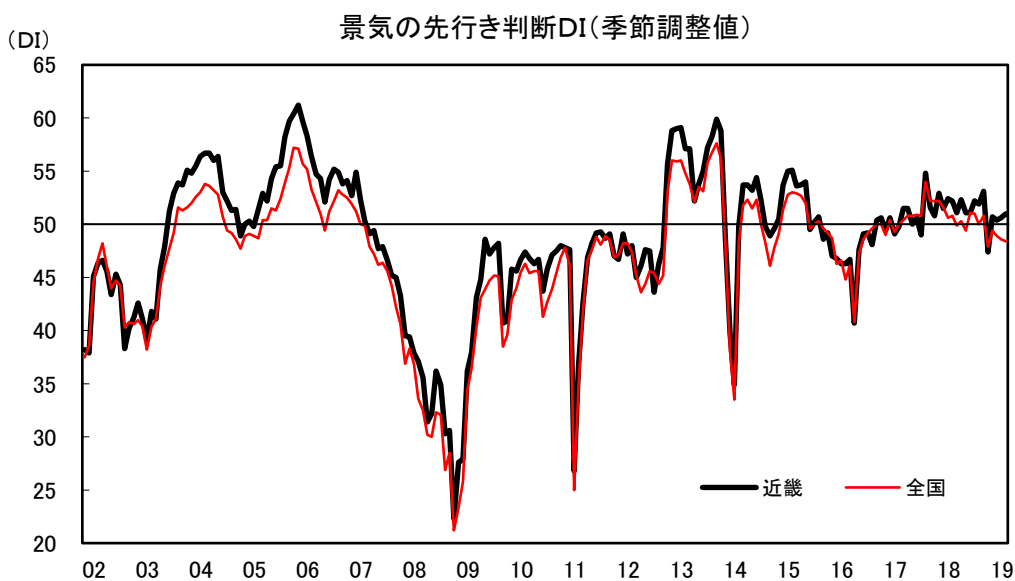
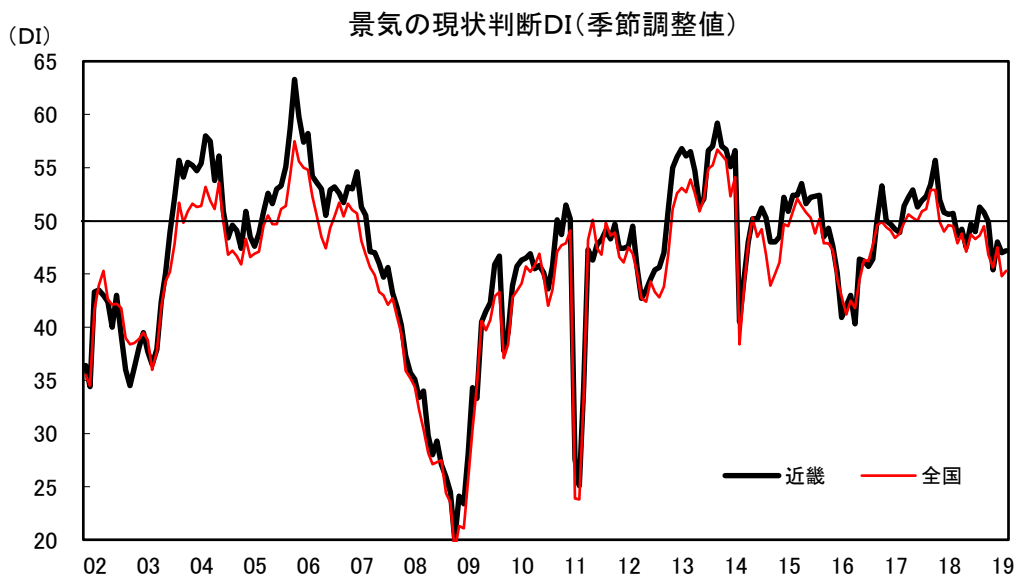
やや良くなる	百貨店（宣伝担当）	・気温の上昇により、夏物商材の動きが良くなってきたほか、直近の連休効果もプラスである。また、消費税増税前の駆け込み需要を見込んだ施策を、夏に向けて計画しているため、今後の売上の増加を期待している。
	百貨店（服飾品担当）	・改元に伴う前向きな消費に期待する部分もあるが、10月に迫った消費税増税の影響で、高額商材の購買に勢いが出る。特に、ブライダル関連のジュエリーなどは活発に動く予想される。また、消耗品の要素が大きいコスメ関連は、前回の消費税引上げ時にも、3か月前ほどから徐々に駆け込み需要がみられたことから、今回も同様の動きがあると予想され、これらの影響で客の購買意欲も高まりそうである。
	百貨店（外商担当）	・美術品や家具、宝飾品など的高額商品については、消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
	百貨店（特選品担当）	・今の傾向に加え、2～3か月後は消費税増税前の駆け込み需要のほか、リニューアルオープンに向けた販促なども予定しているため、少しは良くなっていく。
	スーパー（経営者）	・令和が始まるに際しての祝賀ムードと、各社の販促による効果により、一時的に上向くと考えられる。その後、消費税増税前の駆け込み需要につながると予想されるが、増税後は再び落ち込みそうである。
	衣料品専門店（店長）	・元号が変わったことによる、景気への好影響のほか、消費税増税前の駆け込み需要などに期待している。
	家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が、夏物商戦に合わせて増加し、消費が喚起されると予想している。
	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税率が上がるため、駆け込み需要がしばらく続く。周囲でも駆け込みでの購入の話聞くため、しばらくは今の状態が続く。
	旅行代理店（役員）	・国内旅行については、消費税増税前の駆け込み需要が予想される。
	通信会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要で、テレビやスマートフォンの買換えが予想されているため、それに連動して加入の申込みが増えることを期待している。
変わらない	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税の実施が不透明になっており、増税前の駆け込み需要の動きが予想できない。
	百貨店（売場主任）	・日本人客が減少し、夕方からの外国人客の来店が増えている。消費税増税による消費の冷え込みも予想されるが、海外の富裕層をみてみると、国内客の購買力の弱さが目立つ。
	百貨店（企画担当）	・国内客の売上は、季節商材の不振による影響が弱まったほか、消費税増税前の先行購入により、現状よりも好転しそうである。一方、外国人売上の動きは、前年からの増加傾向の一巡で、やや鈍化しそうであり、全体の傾向も現状並みの動きが続くと考えている。
	百貨店（営業担当）	・当店がターゲットとする、40～50代の食品関連の消費意欲は旺盛であるが、経済の低迷といった報道や消費税増税の影響で、一時的に消費が冷え込む可能性はある。ただし、それも一時的な動きと考慮しており、消費税増税の影響も前回よりも小さくて済む。
	百貨店（商品担当）	・米中貿易摩擦や中国経済の減速といったマイナス材料と、消費税増税前の駆け込み需要といったプラス材料があり、全体的には一進一退の動きが予想される。
	百貨店（販売推進担当）	・消費税増税前の需要もあり、国内客の売上は堅調に推移する。
	百貨店（営業企画）	・消費税増税のインパクトは前回よりも弱そうであるが、米中貿易摩擦の影響か、企業業績も芳しくない。景気の転換期を迎えようとしているなか、消費者は更に慎重になる。
	スーパー（店長）	・世界情勢や国内景気の先行き不安、可処分所得の減少、消費税増税など、買い控えにつながる要素が多くみられる。
	スーパー（店長）	・政策的に良くなる材料はないが、特に悪くなる要因も見当たらない。消費税増税前の特需については、直前まで見込めない。
	スーパー（経理担当）	・ゴールデンウィークはスーパーでの需要に大きな変化はなかったが、レジャーや旅行の支出をカバーするため、あるいは消費税増税を見据えた対応として、節約志向が強まる可能性がある。
	スーパー（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるものの、一部の商品に限定される。むしろ、増税後の販売減が懸念される。
	スーパー（管理担当）	・消費税増税の実施については不透明で、駆け込み需要がそれほどあるとも考えにくい。
	乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の影響への懸念もあるが、しばらくは落ち着いた状況が続くと考えている。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税に向けての購買も、高額、少額を問わず、実用品の購入が優先されそうである。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・今秋の消費税増税の実施が、より現実味を帯びてくるが、基本的には既定路線となっているため、今後数か月に大きな影響は出ない。
	一般レストラン（企画）	・4月の来客数は少し悪化傾向にあるが、客単価も少し低下しており、ゴールデンウィーク以降は改元による経済効果に期待が集まる。10月の消費税増税については、軽減税率やポイント還元への対応で、投資負担や人的負担も増えるため、景気はやや悪くなる懸念もある。
	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・各種の値上げによる悪影響はみられないが、消費税率の引上げに向けて、景気が上向きイメージはない。
	テーマパーク（職員）	・衆議院議員の補欠選挙に与党が負けたことで、消費税増税の是非が現実的な議論となりつつある。消費税は低所得者から税金を集め、低所得者向けの施策に使うという、理解しにくい面もあるため、本格的に見直してほしい。

家計動向関連	変わらない	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・消費税率の引上げを控えて、一時的に消費は上向くが、その後は冷え込む。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・関西は自然災害の影響で、解体や建築工事が立て込んでいる。今、注文住宅の契約をしても、消費税増税の期限の9月末には間に合わないため、駆け込み需要は期待できない。
	やや悪くなる	百貨店 (マネージャー)	・10連休、改元といったビッグイベントに際しても、購買意欲が伸びない。今後、消費税増税が目前に迫ることを考えると、景気の改善は見込みにくい。また、6月に迫ったG20サミットの実施による関西の物流や交通への影響を考えると、引き続き厳しい状況が続く。
		百貨店 (売場マネージャー)	・貿易問題や消費税増税のほか、直近の企業業績の減速といった不安要素が大きくなることで、多くの客の間では先行きの不透明感が更に高まっており、積極的な消費行動が期待できない。
		百貨店 (マネージャー)	・消費税増税を控えて、更に節約志向による選択消費が強まることで、より厳しい状況になる。
		住関連専門店 (店長)	・客との会話から、消費税増税がどうなるか不透明であるため、前倒して購入を検討する客が多いことに気付く。駆け込み需要を予測して在庫などの十分な準備はしてきたが、品薄状態となっており、今後は欠品による売り逃しの懸念も出てきている。
な悪くなる	都市型ホテル (管理担当)	・既に始まっている食品や飲料の値上げラッシュ、光熱費の値上がり、消費税増税といった不安要素が多く、先の読みにくい状況が続いている。	
	一般小売店 [貴金属製品] (従業員)	・消費税増税を前に、悪影響が出る。	
企業動向関連	くやなる	建設業 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要は特に感じられず、この流れは今後もしばらく続く。
	変わらない	金融業 [投資運用業] (代表)	・2~3か月先になると、消費税増税前の駆け込み需要で、一時的には景気が良くなったと感じるかもしれないが、その後が心配される。
		司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要の動きも、今のところは感じられない。今のような状態が当分の間続く。
	やや悪くなる	食料品製造業 (経理担当)	・消費税増税の実施が徐々に迫ってきている。相変わらず軽減税率の詳細ははっきりせず、戸惑っている。
		建設業 (経営者)	・新築案件は消費税増税前の駆け込み需要が落ち着く。小規模のリフォーム工事は、まだ動きがあるかもしれないが、売上としては少ない。

「改元」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	な良くなる	家電量販店 (人事担当)	・改元に向けてのイベントやセールのほか、10月の消費税増税に向けての駆け込み需要、各種のスポーツイベントなど、様々なイベントが重なることで、需要が高まりそうである。
		百貨店 (売場主任)	・新元号に変わるタイミングであり、しばらく景況感は良くなりそうである。また、晩夏から初秋に掛けて、消費税増税前の駆け込み需要の動きも顕著になる。
	やや良くなる	百貨店 (服飾品担当)	・改元に伴う前向きな消費に期待する部分もあるが、10月に迫った消費税増税の影響で、高額商材の購買に勢いが出る。特に、ブライダル関連のジュエリーなどは活発に動く予想される。また、消耗品の要素が大きいコスメ関連は、前回の消費税率引上げ時にも、3か月前ほどから徐々に駆け込み需要がみられたことから、今回も同様の動きがあると予想され、これらの影響で客の購買意欲も高まりそうである。
		衣料品専門店 (店長)	・元号が変わったことによる、景気への好影響のほか、消費税増税前の駆け込み需要などに期待している。
		通信会社 (企画担当)	・元号が変わることによる、景気の基調の改善を期待している。
	変わらない	百貨店 (サービス担当)	・新しい元号になり、景気を刺激するような催しもあるため、今後も状況は大きく変わらない。新しい催しも増えているため、集客力の高まることが期待される。
		一般レストラン (企画)	・4月の来客数は少し悪化傾向にあるが、客単価も少し低下しており、ゴールデンウィーク以降は改元による経済効果に期待が集まる。10月の消費税増税については、軽減税率やポイント還元への対応で、投資負担や人的負担も増えるため、景気はやや悪くなる懸念もある。
	やや悪くなる	百貨店 (マネージャー)	・10連休、改元といったビッグイベントに際しても、購買意欲が伸びない。今後、消費税増税が目前に迫ることを考えると、景気の改善は見込みにくい。また、6月に迫ったG20サミットの実施による関西の物流や交通への影響を考えると、引き続き厳しい状況が続く。
		百貨店 (営業推進担当)	・改元に伴う連休後には、反動減の動きが発生すると予想される。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークもあり、タクシーの利用率は極端に下がる見込みである。ただし、元号が変わることもあり、予想外に良くなれば有り難い。
企業動向関連	な悪くなる	観光型旅館 (経営者)	・6月以降の予約の入込が悪い。地方選挙があった影響か、改元の影響かは分からないが、動きが悪い。
	やや良くなる	新聞販売店 [広告] (店主)	・改元を機に、申込みによる購読が増えた。折込収入も良いとはいえないが、前年を上回っている。
		その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・新元号がいよいよ始まることもあり、しばらくは祝賀ムードが期待できる。ただし、生活必需品ではなく、不動産や旅行会社、ブライダル関連など、業界は限られそうである。
変わらない	広告代理店 (企画担当)	・改元効果に対する期待が先行しており、実際の景気が回復しているようには感じない。	

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		17年				18年												19年								
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
現 状 判 断	近畿	48.9	51.4	52.2	52.9	51.3	51.9	52.3	53.4	55.7	52.0	50.8	50.6	50.7	48.6	49.2	47.5	49.7	49.0	51.3	50.8	49.9	45.4	48.0	47.0	47.2
	(全国)	48.8	49.8	50.6	50.3	50.0	50.9	51.1	52.9	52.9	49.9	49.0	49.6	49.5	47.9	48.8	47.1	48.7	48.3	48.6	49.5	46.8	45.6	47.5	44.8	45.3
先 行 き 判 断	近畿	49.8	51.5	51.5	50.0	50.6	49.0	54.8	51.6	50.8	52.9	51.5	52.4	52.2	51.1	52.3	51.1	51.1	52.2	51.9	53.1	47.4	50.7	50.4	50.6	51.0
	(全国)	50.0	50.4	50.8	50.8	50.9	50.8	54.0	52.2	52.2	52.2	51.6	50.6	50.8	49.9	50.3	49.4	51.1	51.0	50.0	50.8	47.9	49.4	48.9	48.6	48.4

※季節調整値