

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和6年12月)

### ～訪日客要因やクリスマス・年末商戦の好調等で、現状判断は続伸～

- 景気ウォッチャー調査・12月調査の近畿地域の結果は、現状判断が52.2と前月比で3か月連続の上昇(+2.3ポイント)となった。好不調の判断の目安となる50も9か月ぶりに上回っている。一方、先行き判断は50.5と3か月ぶりの低下(-0.1ポイント)となった。
- 足元の景気については、足元の円安基調などを背景に、インバウンド消費が増勢を維持している。クリスマス・年末商戦の盛り上がりともあいまって、百貨店やホテルを中心に好調な動きがみられる。
- 加えて、今冬は冬らしい寒さとなったことで、冬物商材が好調に動いている。百貨店や家電量販店、スーパーなどで季節商品の動きが好調となり、売上の大きなプラス材料となった。
- 一方、企業を取り巻くコストの上昇傾向が続く中、物価の上昇による影響は依然として厳しい。客足の減少に加え、節約志向を背景とした購入量の減少などが、引き続き目立っている。
- 景気の先行きについては、例年と同様に、初売り後の消費の鈍化を懸念する声が多い。実質賃金の前年割れが続く中、クリスマス・年末商戦での出費が増えた反動が出るとして、スーパーなどを中心に、節約志向の上昇を予想する声が多い。また、米国の新大統領就任による世界情勢の不安定化についても、様々な業種から警戒の声が挙がっている。
- さらに、物価やコストの上昇に対する警戒感も、依然として強い。消費者の節約志向が強まる中、価格転嫁が徐々に困難となっており、スーパーやレストランのほか、製造業などの企業関連でも厳しい声が聞かれる。
- 一方、大阪・関西万博の開催が近付き、期待感が徐々に高まりつつある。まだ実需につながる動きは少ないものの、特に派遣業界を中心とした雇用関連からは、期待の声が多く聞かれる。

#### 「気温」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(広報担当)	・11月までと比べて気温が大きく低下し、それまで動きが鈍かった秋冬衣料の動きが増えている。
		家電量販店(企画担当)	・急激な寒波の到来で、冬物商材の暖房商品が動き出した。また、省エネ型給湯器の買換えも増えるなど、季節商材の販売が期待できる。
	やや良くなっている	一般小売店[化粧品](経営者)	・12月に入って気温が下がり、気温の高かった秋に比べ、肌ケア関連の商材が徐々に売れている。また、11月後半から発売したクリスマスコフレの売上が、10日以降のボーナス支給日から好調な推移となり、売上は前年よりも10%の増加となった。クリスマス商戦はギフト商材のフレグランス関連が順調に売上を伸ばし、特に3万円台の男女兼用商品の人気が高く、客単価の上昇につながった。結果として、12月の売上は前年比2%増となり、来客数は前年並みであるが、客単価が上昇する形となっている。
		百貨店(企画担当)	・11月に続き、冬物衣料が堅調に推移し、前年を上回る動きとなった。ただし、9月、10月の高気温による売上の不振が回復しただけであり、9月以降の合計でみると、全体では前年並みとなっている。

家計動向関連	やや良くなっている	百貨店（売場マネージャー）	・店頭の売上、来客数共に良くなっている。特に気温が大きく下がったことで、アウターやコートなどの衣料品は、売上の前年比が3か月前よりも約5ポイント上がっている。また、外国人観光客の増加により、インバウンド売上が前年比で150%増となる動きが3か月間続いている。
		百貨店（販促担当）	・冬らしい寒さとなり、衣食住関連の冬物需要が堅調に推移している。また、インバウンドも引き続き好調を維持しているほか、株価の高値安定やボーナスの増額を反映し、高額品の売行きも好調である。一方、食料品は相次ぐ値上げや野菜価格の高騰などの影響で、来客数が減少し、苦戦している。
		百貨店（サービス担当）	・年末年始商戦も好調で、新規の催事イベントが集客に寄与し、来客数は前年比で約4%増となっている。また、急激な気温の低下で防寒素材のコートやブルゾンの販売が好調で、化粧品もクリスマスフレグランスが人気を集めている。
		百貨店（商品担当）	・婦人服を始めとする衣料品は、気温の影響で10月、11月は厳しかったが、12月は好調に推移している。1人当たりの購買金額も前年比で増えており、商材別にはコートの動きが想定を上回っている。
		衣料品専門店（店員）	・今年は暑い日が続いていたが、ようやく冬らしくなって気温も下がってきた。アウターなどの冬物衣料の購入で、客単価が上昇している。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・雪目的のインバウンドは堅調に推移している。ただし、今年は冬らしい気温の低さとなっており、他のスキー場も早い時期からオープンしているため、客は他のスキー場に流れている。
	変わらない	百貨店（商品担当）	・販売量の動きをみると、気温要因による影響が大きいほか、好不調の波がかなり激しい。
		スーパー（店長）	・今月に入って気温が低下し、冬物商材が売れている。衣料品は肌着やアウター、食料品は鍋関連を中心に動きが活発となっている。ただし、11月までは売上不振であったため、今後の動向は不透明である。
		スーパー（社員）	・11月後半以降は気温の低い日が続いているほか、生鮮食品価格の上昇もあり、売上は前年の水準を確保している。前月までみられた買い控えや、販売点数の減少の動きも緩和している。
		家電量販店（人事担当）	・急に気温が下がったことで、暖房機器の販売が伸びている。夏に続き、消費電力を抑えた高価な省エネ製品と、機能を絞った低額品への需要の2極化がみられる。
企業	悪くなっている	輸送用機械器具製造業（経営者）	・気温の低い時期は、元々出荷量は減る傾向となるが、例年以上に出荷量が少ない。単価を上げていたため、売上は前年よりも減ってはいないが、出荷量は少ない。

### 「年始・年明け」関連のコメント（先行き判断）

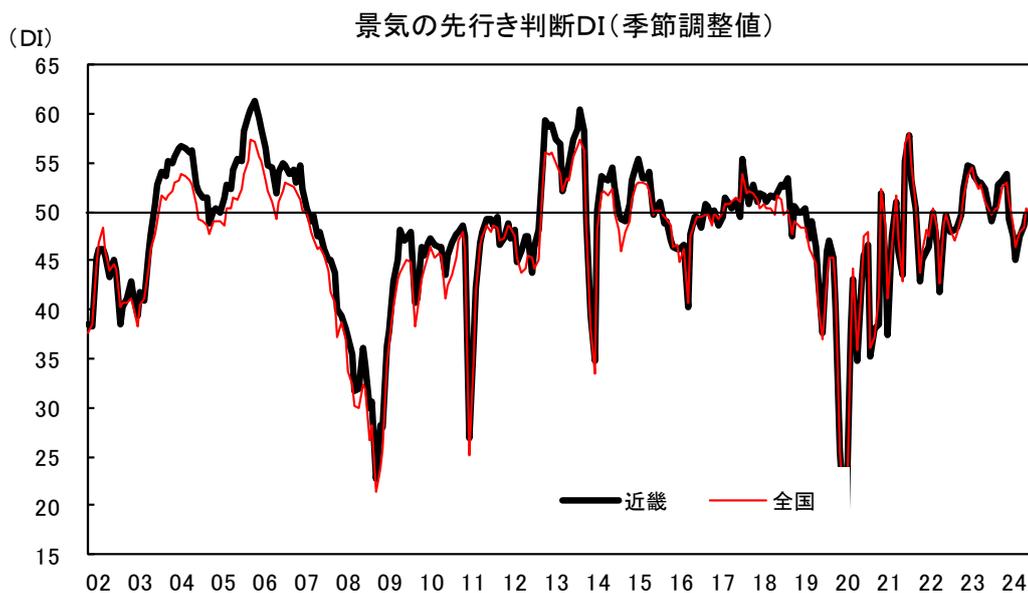
家計動向関連	やや良くなる	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・年明けから良いスタートが切れることを期待したい。
		百貨店（サービス担当）	・年始営業の傾向が変化するなかでも、例年どおりの集客が期待されるほか、今後も新ショップの開店効果や新規催事の導入などにより、前年の実績を確保できそうである。
	変わらない	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・景気が上向き要素は見当たらず、数か月先も余り変化はないか、悪くなる可能性がある。年明けからどのような推移となるか、注視するしかない。
		百貨店（売場マネージャー）	・年末にかけて売上、来客数共に増えているが、年明けの状況が読みにくい。特に、原材料価格の高騰や水道・光熱費の値上げにより、店頭売上は買い控えなどの懸念材料が残る。一方、インバウンド需要ではラグジュアリー関連が好調なほか、外商売上も金製品などの資産価値の高い商品が好調であるなど、百貨店市場を取り巻く環境には期待できる。
		百貨店（マネージャー）	・年明けも大きな流れは変わらず、値上げの動きが続くなかで、国内の中間層は時間や場所、場面を考えた、メリハリのある選択消費が続くと予想される。一方、インバウンド消費は中国からの訪日が増えることで、一定の好調が続く見込みである。
		百貨店（商品担当）	・外商売上上の比率が高い高額品では、株価の先行きが不透明なこともあり、購買時期を見極めようとする客が多い。また、年始の米国大統領の就任による影響次第で、購買心理の変動が予想される。
		スーパー（経理担当）	・クリスマスや年末商戦は活況であるが、年明け以降はガソリンを始めとする値上げラッシュが予想され、一転して節約ムードが強まる見込みである。これに加え、関西は首都圏からのスーパーの進出が続いており、価格競争の激化や体力勝負の展開が予想される。
		スーパー（販売促進担当）	・目立ったプラス材料があるわけではないものの、年末年始もレジャー料金が上昇したほか、インフルエンザの流行などで在宅率も高止まりするため、しばらくは現在の傾向が続くと予想される。
		コンビニ（店員）	・年明けからの商品価格の上昇に伴い、客の買い控えが心配される。
		乗用車販売店（販売担当）	・年明けも現状の動きが続く可能性が高いが、可処分所得が増えれば全体の改善につながるため、少しずつでも雰囲気は良くなることを期待している。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・食料品の値上げが年明け以降も続くため、厳しい状況は変わらない。		

家計動向関連	変わらない	旅行代理店（店長）	・例年、年始は一時的に活発な動きとなるが、今年も年始だけの好調にとどまる。まだ物価の上昇が続くと予想されるため、景気の回復は難しい。
		競艇場（職員）	・年末のSG競走は、前年よりも売上がかなり増えた。年始の開催分も全国的に好調な売上が見込まれるなど、年始以降は高水準の売上が維持できそうである。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・年末年始の稼働日数の少なさから、年明けの売上が減るのは明らかである。少ない営業日に業務のしわ寄せが集中し、1日当たりの仕事量が増えることで多忙となる。年収の壁の議論も肩透かしに終わりそうになく、国民の生活の実態に向き合うことを求めたい。
	やや悪くなる	高級レストラン（スタッフ）	・例年どおり、年始以降は客足の減少が予想される。
		観光型旅館（団体役員）	・例年のことであるが、年始の祝日や成人の日の3連休を除き、1月、2月が閑散期となる状況は変わらない。
		競輪場（職員）	・年明けから更なる値上げが予定されているが、それに収入の増加が追いついていない。さらに、米国の大統領が交代することで、経済がどう変化するかにも左右される。
なる悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・ガソリン代などの値上げが年末年始の生活を襲っており、心理的な要因でも景気がより一層冷え込む。	
企業関連	変わらない	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・年末年始はイベント消費もあって、一定の消費の増加が見込まれるが、年始からは本格的に物価上昇の影響を受ける。さらに、インフルエンザなどの感染拡大も気になる場所である。
	なる悪くなる	建設業（経営者）	・年明け以降の値上げの情報が飛び交っており、住宅への投資はますます減少することが懸念される。

### 「大阪・関西万博」関連のコメント（先行き判断）

家計動向関連	やや良くなる	都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博の開催まで約3か月となり、関連施設の完成が近づくとともに、関係者の利用が期待できる。また、開幕後は国内外からの来場者による宿泊需要が見込まれる。
		タクシー運転手	・今後もインバウンド効果や、大阪・関西万博などで世間が騒がしくなるため、景気はやや良くなる。ただし、タクシーの利用をぜいたくと考える消費者が増えている点では、先行きは明るくない。
	変わらない	観光型ホテル（経営者）	・来年1月以降の先行予約も好調である。ただし、4月以降の大阪・関西万博関連の動きはまだ余りないため、今後の盛り上がり期待したい。
		都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博の開幕を控え、どのような動きになるのかは予想が難しい。
なる悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・大阪・関西万博の開催が近づき、もう少し景気が上向く雰囲気になると予想していたが、良くなる気がしない。	
	企業関連	なる良くなる	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）
変わらない		金融業（営業担当）	・大阪・関西万博の特需の恩恵を受ける企業は限られており、景気の回復にはもう少し時間が掛かる。
雇用関連	なる良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の終了までは徐々に良くなると予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・大阪・関西万博の開催に向けた、関連求人の増加が見込まれる。
	変わらない	民間職業紹介機関（営業担当）	・大阪・関西万博関連の求人も一段落し、求人数全体は2～3か月前と大きな変化がない。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		22年 23年												24年												
		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	52.3	51.5	52.9	53.7	54.2	53.8	53.1	53.4	53.2	52.6	51.1	52.8	53.0	50.1	53.5	50.5	48.1	45.7	47.6	47.7	47.4	46.7	48.8	49.9	52.2
	(全国)	49.8	49.2	52.1	52.6	53.3	53.5	53.2	53.4	53.5	50.7	50.7	50.8	51.8	50.2	51.3	49.8	47.4	45.7	47.0	47.5	49.0	47.8	47.5	49.4	49.9
先 行 き 判 断	近畿	48.4	49.7	52.3	54.8	54.5	53.7	53.0	53.0	52.4	50.2	49.1	50.6	52.8	53.1	53.8	49.2	47.5	45.1	47.6	48.5	49.7	49.3	49.5	50.6	50.5
	(全国)	47.8	49.5	51.4	53.6	54.6	53.5	52.4	52.8	51.1	50.1	49.8	50.3	50.4	52.5	53.0	51.2	48.5	46.3	47.9	48.3	50.3	49.7	48.3	49.4	48.8

※季節調整値