

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和 7 年 1 月)

～初売り以降の消費鈍化や物価の上昇により、現状判断は悪化～

- 景気ウォッチャー調査・1 月調査の近畿地域の結果は、現状判断が 50.0 と前月比で 4 か月ぶりの低下（－1.1 ポイント）となった。ただし、好不調の判断の目安となる 50 は 2 か月連続で上回っている。一方、先行き判断も 48.8 と 2 か月連続の低下（－0.8 ポイント）となった。
- 足元の景気については、インバウンド消費が依然として増勢を維持しているほか、例年以上の冷え込みにより、衣料品を中心とした季節商材の販売は堅調に推移しているものの、厳しい所得環境が消費全体の足を引っ張る形となっている。
- 百貨店等での初売りは好調となった一方、中旬以降の消費全体の停滞が目立ち、特に食料品や衣料品を中心とした強い節約志向が続いている。また、米国のトランプ大統領の就任や、日銀による利上げといった外部環境の変化も、先行きへの不安を高める要素として挙げる声が聞かれる。
- また、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、インバウンドの増加に対する期待感は引き続き強いほか、万博の開催が近づくのに伴い、ホテルや百貨店、レストランなどを中心に、国内外からの来場者による客足の増加を期待する声が急増している。
- さらに、春の賃上げによる消費への好影響についても、幅広い業種から期待の声が挙がっているが、中小企業の賃上げ動向には慎重な見方もあるなど、様子見といった傾向も感じられる。また、米国のトランプ大統領就任による為替の先行き不透明感など、不安材料も増えている。
- 一方、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、価格転嫁は困難となっており、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。

「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（サービス担当）	・年始商戦が好調に推移し、前年の実績を上回る状況となった。食料品や防寒商材のダウンコートやマフラー、帽子などが好調である。
	やや良くなっている	百貨店（広報担当）	・1 月は中旬にかけて最高気温が10度を下回る日も多く、コートなどの重衣料を中心とした冬物商材が、12月に続いて好調となっている。
		百貨店（販促担当）	・今冬は一定の冷え込みもあり、防寒商材の販売が好調に推移している。一方、食品は価格の上昇が続くなか、購買客数に影響が出ている。デパ地下で人気の洋菓子やケーキなどは驚くほどの価格になっており、ふだん買いが減少している。その一方で、インバウンド消費は好調で、全体を押し上げている。
		百貨店（マネージャー）	・気温が下がらず、衣料品の販売に苦戦していた秋に比べると、売上は前年比で1%ほど改善している。ただし、近隣に食品関連の競合店がオープンしたほか、リニューアルなどが相次いでいる影響もあり、生鮮食品や総菜の販売が苦戦している。

家計動向関連	な や や と い る	家電量販店（企画担当）	・年始の福袋セールが客に支持され、来客数が増えた。また、寒波の到来で暖房器具が動いたほか、リフォーム補助金の影響で省エネ型給湯器の買換えにつながっている。
	や や 悪 く な っ て い る	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・今年から商業施設が1月1日に休業するケースが増え、売上減少の要因となったほか、正月は家でゆっくりと過ごすスタイルが増えたことで、1日に営業する店舗も、2日の方が売上が多くなる現象がみられた。また、気温の低下による影響も大きく、外出ムードが低下したようである。さらに、化粧品ブランドの多くでリニューアルが行われたため、既存商品の在庫が減少して売り逃しが増え、前年比で2%から3%の売上減となっている。

「大阪・関西万博」関連のコメント（現状判断）

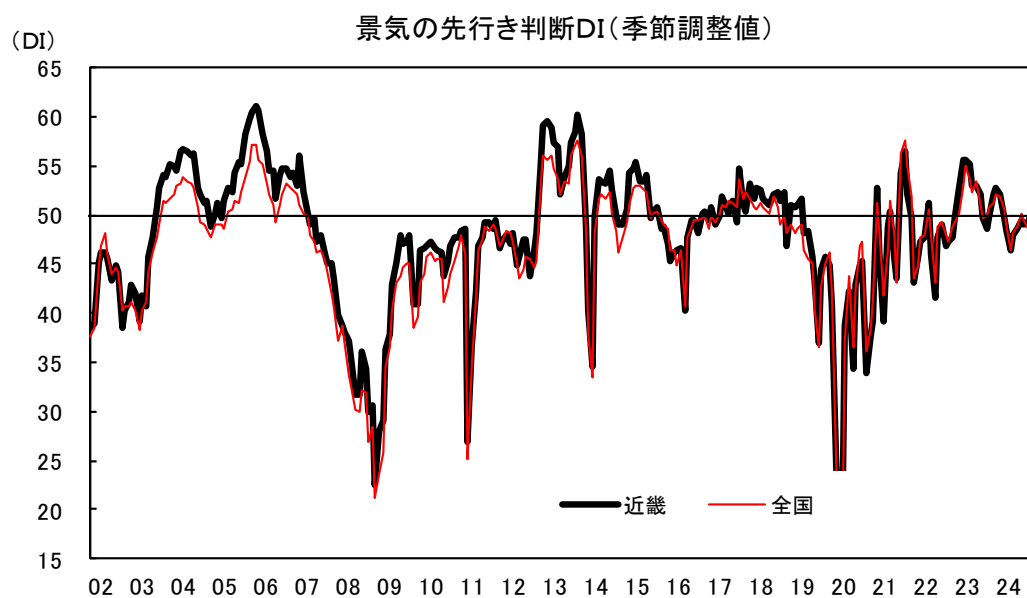
家計動向関連	良 く な る	高級レストラン（企画）	・販売単価の上昇が続くほか、大阪・関西万博の開催で国内外からの利用客が増える予想される。
		都市型ホテル（フロント）	・春の桜シーズンの到来や大阪・関西万博の開幕で、既に4月から6月は高稼働、高単価となる見込みである。
		美容室（店員）	・大阪・関西万博の開催で、ホテル宿泊者による利用が少し見込まれるほか、卒業式や謝恩会のイベントが当たり前となってきたため、良くなることが予想される。
	やや良 く な る	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・大阪・関西万博の開催により、人の流れが増える。
		百貨店（企画担当）	・4月の大阪・関西万博の開催により、特に海外からの旅行客が増えることを期待している。
		百貨店（マネージャー）	・大阪・関西万博の開催でインバウンド需要は更に増える見込みで、売上の底上げが続くと予想される。一方、物価の上昇が更に顕著となるなか、国内の中間層は賃金が少し増えたとしても、生活防衛による選択消費の傾向は更に強まる。それに対し、富裕層については、資産価値が高い商材の購買が続く見込みである。
		百貨店（商品担当）	・4月からの大阪・関西万博に伴う需要に期待している。消費の盛り上がりにつながるほか、外出需要の増加でファッション関連も動く予想しており、万博への関心が高いといわれる中国人などのインバウンドにも大いに期待している。
		都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博による影響で、良くなる見込みが大きい。
		都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博も開幕し、国内外から多数の客を迎える状況となるため、宿泊部門は今以上の売上が見込まれ、宿泊客によるレストランの利用も期待できる。
		都市型ホテル（客室担当）	・当地では大阪・関西万博による需要は多くないが、桜のシーズン後は好転することを期待している。
		旅行代理店（支店長）	・大阪・関西万博の開催が近づくことで、旅行マインドが高まる。また、万博では旅行をデジタルで疑似体験することで、その後にリアルな体験を求める傾向も予想されるため、やや良くなると見込んでいる。
		タクシー運転手	・大阪・関西万博が控えており、天候などにもよるが、徐々に人の動きが出てくると期待している。
	変 わ ら な い	百貨店（売場マネージャー）	・国内消費に関する外的要因には不確実な部分が多いため、景気が上向く要素は少ないが、大阪・関西万博を控えていることから、関西では5月以降、一定の盛り上がりが見込めそうである。
		一般レストラン（企画）	・売上は安定している一方、材料価格の高騰が収まる気配はなく、業績の悪化につながっている。また、大阪・関西万博の開催に伴い、関西のパート時給も上がっているため、人件費の増加懸念はもちろん、人手の確保も心配される。
		観光型ホテル（経営者）	・2月から3月にかけても、インバウンドを含む個人客の動きが活発となりそうである。4月以降の大阪・関西万博関連の動きはまだ少ないが、通常の個人旅行が活発なため、特に心配はしていない。
		都市型ホテル（客室担当）	・米国の新政権の始動によって、日本経済がどのような影響を受けるのかが見通せないほか、大阪・関西万博についてもまだ不透明な部分が多く、今後の予想が難しい。
		都市型ホテル（管理担当）	・良くなる要因が見当たらない。大阪・関西万博についても、今のところは景気をけん引するほどの影響はない。
	やや悪 く な る	一般小売店〔時計〕（経営者）	・今から2～3か月先には大阪・関西万博が控えているほか、年度替わりとなるため、何かと物入りな状況となる。一方、最近増えているのが、ネット通販との価格の比較である。販売の形態が異なるため、個人店舗と価格を比べられるのは厳しい。当店として景気が良くなるのは、容易なことではない。
		住宅販売会社（経営者）	・どこかのタイミングで、地価の上昇傾向に調整が入らない限り、現状から少し低下気味の推移になると予想される。大阪・関西万博の終了までは、この状態が続く。
企業関連	やや良 く な る	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博の開始が近づき、印刷物などの駆け込み需要が予想される。開催後も、しばらくは需要の増加が続くようである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・いよいよ大阪・関西万博が開幕となるが、外国人観光客よりも国内客の来場が中心となりそうであり、関西は少なからずその恩恵を受けることが予想される。

企業	変わらない	経営コンサルタント	・当面は今の状況が続くと予想される。大阪・関西万博による好影響が期待されるものの、それを口にする中小企業の経営者は少ない。
雇用関連	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の開催とともに、良くなってくる。
		人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博の開催期間中は、一時的に求職市場がにぎわうと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業のプロモーション費用については、大阪・関西万博の開催もあり、今後は前の四半期を上回ると予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・年度末に向けた一時的な求人の増加に、大阪・関西万博関連の求人の増加が重なっている。その一方で求職者は少なく、求人を募集しても採用につながりにくい状況が続いている。

「賃上げ」関連のコメント（現状判断）

家計動向関連	やや良くなる	百貨店（マネージャー）	・物価の上昇による買い控えの傾向が、春以降の賃上げや子育て世代への補助、年収の壁の見直しなどにより、やや緩和すると期待している。また、春以降に食品売場のリニューアルを予定しており、共働き世帯をターゲットに総菜関連を強化する効果なども出てくる。
		百貨店（マネージャー）	・大阪・関西万博の開催でインバウンド需要は更に増える見込みで、売上の底上げが続くと予想される。一方、物価の上昇が更に顕著となるなか、国内の中間層は賃金が少し増えたとしても、生活防衛による選択消費の傾向は更に強まる。それに対し、富裕層については、資産価値が高い商材の購買が続く見込みである。
		スーパー（企画）	・12月には実質賃金が4か月ぶりに前年を上回ったほか、今年も大幅な賃金増が見込まれる。
		乗用車販売店（支店長）	・日本銀行による金利の引上げのほか、物価だけではなく、賃金も上がる。それに伴って株価も上がるため、景気は上昇傾向となることが予想される。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年度末にかけて賃金上昇の期待が高まるほか、季節も変わるため、新しく身の回りの物を新調する動きが増える。それに伴い、景気は少し良くなると予想される。
	変わらない	スーパー（経理担当）	・物価が上昇する一方、賃上げの積極化や人材獲得競争の激化で、パートタイマーを含めた所得環境も良くなっている。その結果、低価格志向と高付加価値品の購入という、消費の2極化傾向がますます鮮明になっている。今後については、人件費の上昇による企業の負担増が、雇用情勢に与える影響が懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・どの程度の賃上げが行われるかで変わってくる。全体的には2極化の進行が予想される。
		遊園地（経営者）	・春闘を経て、4月以降に一定の賃上げが中小企業を含めて浸透するまでは、レジャーなどの非日常的な消費には選別がはたらくことになる。
	やや悪くなる	その他専門店〔食品〕（経営者）	・中小企業が賃上げを行うまでは、インフレの傾向が収まらずに悪循環が続くため、しばらくは今の状況が続くと予想される。
		旅行代理店（従業員）	・賃上げは大手企業ばかりであり、一般の中小企業は取り残されている。
企業動向関連	変わらない	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇が続くなか、春闘によって賃金の増加が物価の上昇を上回り、実質賃金が前年比でプラスになるかが焦点となる。大手企業だけでなく、全体の労働者のおよそ7割を占める中小企業で賃上げが進むかがポイントとなる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に賃金の増加が追いつかなければ、厳しい状態は変わらない。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・地方の中小企業による賃上げが、物価の上昇ペースを上回ることは難しい。
		金融業（営業担当）	・物価の上昇に加えて、日本銀行による政策金利の引上げが決定し、金利負担は企業、個人共に増える。企業の賃上げも一部の大手企業に限られるため、消費は悪化する可能性が高い。
雇用	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業の初任給は上昇傾向にあるが、福祉、医療業界の賃金はそれほど変わっていないなど、業種や企業規模による差がみられる。また、物価の上昇以上に賃金が上がる期待はもてず、年収の壁問題への対応にも政府の危機感は薄い。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		23年												24年												25年	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	
現 状 判 断	近畿	52.9	53.4	53.6	54.9	55.3	53.9	53.4	51.9	49.2	51.4	52.0	51.1	53.8	50.3	48.7	47.1	48.3	48.4	47.8	46.3	47.2	48.7	51.1	50.0		
	(全国)	49.8	51.8	52.8	53.9	54.2	53.4	54.0	53.6	50.6	49.9	49.8	51.0	50.7	50.9	49.8	48.1	46.4	47.3	48.0	48.9	48.0	47.0	48.6	49.0	48.6	
先 行 き 判 断	近畿	49.6	52.8	55.6	55.6	55.1	52.9	53.0	52.0	49.8	48.5	49.9	52.1	52.8	52.1	49.8	48.3	46.5	47.9	48.7	49.4	49.1	49.2	50.0	49.6	48.8	
	(全国)	49.2	50.2	53.0	55.0	53.7	52.4	53.4	51.1	49.8	49.9	50.7	51.2	52.1	51.8	50.6	48.8	46.4	48.1	48.8	50.2	49.5	48.7	49.8	49.4	48.0	

※季節調整値