

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成31年1月)

～中国のEC法の施行などで現状判断は大幅に低下～

- 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[方向性] が3か月連続の低下、先行き判断は2か月ぶりの上昇となった。
- 足元の景気については、暖冬傾向が続いていることで、相変わらずコートなどの重衣料や防寒品などの季節商材の売行きが悪く、バーゲンセールの上上にも響いている。また、中国で1月に施行された電子商取引法（EC法）の影響などで、インバウンドのまとめ買いが減り、百貨店などの免税売上の減少につながっている。
- なお、インバウンドに関しては、EC法の影響に限らず、増勢の鈍化などの声がホテルをはじめとする様々な業界から上がっている。
- 先行きについては、依然として不透明感が強いなかで、米中貿易摩擦による悪影響への不安も高まっている。また、インバウンドの動きに対しても、かつてほど大きな期待感は感じられない。
- その一方、消費増税に向けた動きとして、家電や住宅、自動車関連などで駆け込み需要の本格化への期待が高まっているほか、5月の改元に向けた祝賀ムードや、ゴールデンウィークの10連休に伴い、消費マインドの改善やレジャー需要の拡大などへの期待が高まっている。

「インバウンド」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連	な や や な って い る	都市型ホテル（管理担当）	・国内需要はまだ分からないが、インバウンドに改善の兆しがある。
		百貨店（営業担当）	・中国のEC法の施行による影響かどうかは分からないが、インバウンド消費がかなり落ち込んでいる。ただし、国内客の消費は依然として堅調である。
		百貨店（マネージャー）	・直近までの店全体の店頭売上は、特選衣料など的高額品が引き続き好調に推移し、前年比で横ばいとなっている。ただし、年明けの初売りの3日間は、店全体で3%減と苦戦し、特に婦人服や紳士服などの特価品が5～6%減少した。中旬以降、気温の低下によって防寒衣料が好調に推移し、婦人服はやや回復している。月全体としては、来客数の1.5%減、販売数量の3.5%減といった落ち込みを、客単価の上昇で補う形となっている。また、訪日外国人売上も前年比で微増にとどまり、売上規模は頭打ちの状況となっている。
	変 わ ら な い	一般レストラン（経理担当）	・政治や行政への不満が蓄積しているほか、消費税の引上げを控えて宴席などの縮小傾向が目立つ。景気が良いのは一部の業種とインバウンド関連だけである。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドは、秋の天候要因による落ち込みからは回復しつつあるが、それ以上に上向く要素はない。
		百貨店（売場主任）	・今月の売上は目標を下回りそうである。これまで売上をけん引していた化粧品や特選洋品の売上が減少している。中国のEC法の施行により、インバウンドのバイヤー購入が大幅に減少したほか、気温の影響もあり、季節商材のクリアランスセールも良くない。客の商品に対する購買意欲は、決して高いとはいえない。
		百貨店（売場主任）	・衣料品や身の回り品の売上が伸びず、不安定な株価の影響もあって高額品の動きも鈍い。インバウンド売上も前年は上回っているが、増加率は鈍化してきている。
		百貨店（営業担当）	・暖冬の影響で伸び悩んでいた重衣料や防寒商材は、年が明けてセールに入っても苦戦が続いている。また、特選ブランドを中心に、富裕層の購買動向も弱含みとなっている。さらに、インバウンドもまとめ買いが減少し、免税売上が前年の実績を下回っている。
		や や 悪 く な っ て い る	

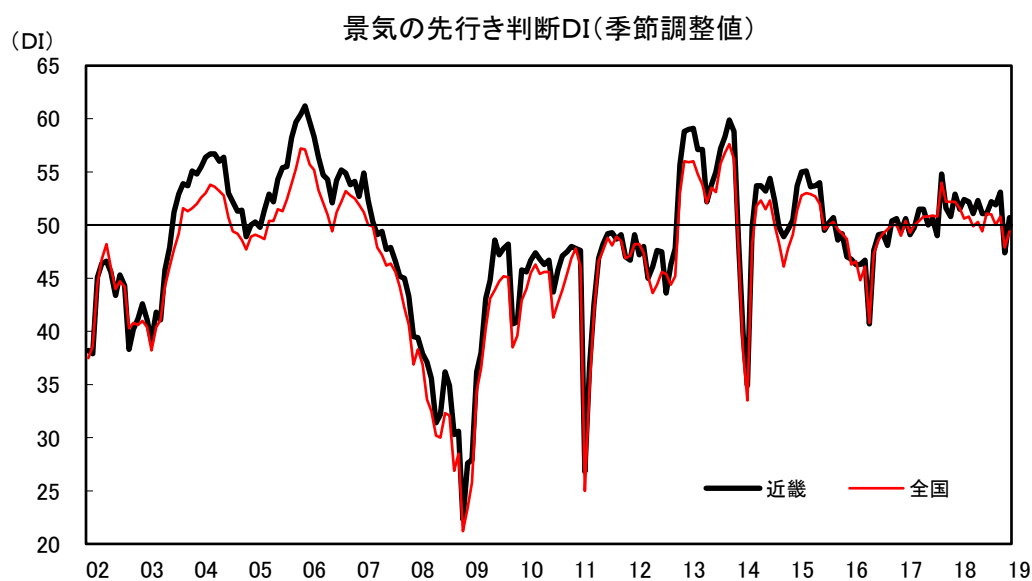
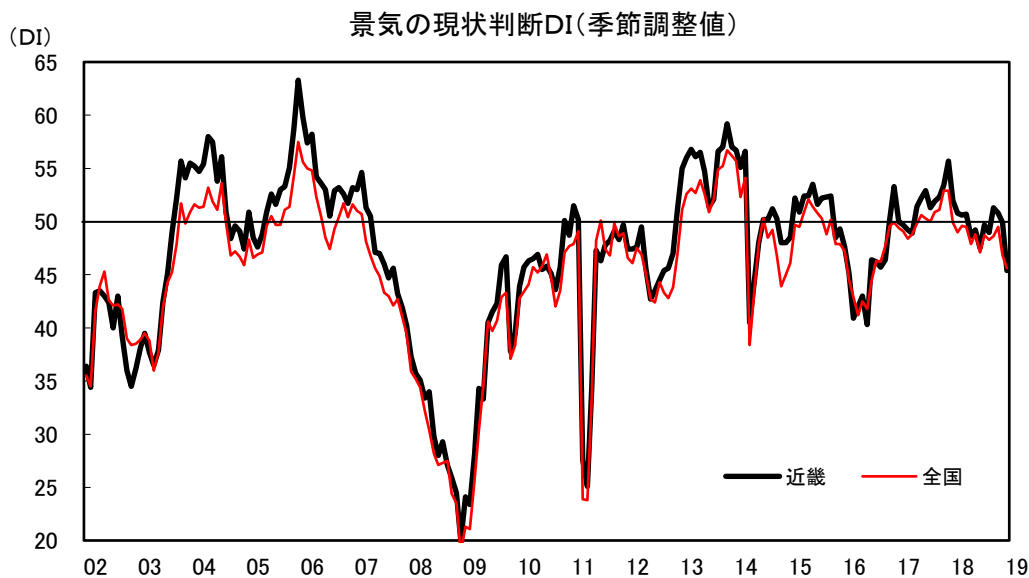
家計動向関連	やや悪くなっている	百貨店（服飾品担当）	・1月に入り、中国でのEC法の施行でインバウンド需要が大きく減速した。中旬からはやや盛り返したが、12月以前の動きには及ばず、苦戦している。特に化粧品や高級ブランド関連が大きなダメージを受けている。また、気温が大きくは下がらなかったため、国内需要では防寒商戦が鈍い動きとなり、苦戦している。今月は、化粧品がこれまでの2けた成長から失速し、前年比で103～105%にとどまったほか、防寒系の靴や雑貨、婦人衣料も90%台後半と、前年の水準に届いていない。
		百貨店（商品担当）	・中国の電子商取引法の施行などにより、インバウンド売上が化粧品などで軒並み苦戦している。初売りから健闘していた国内客向けの衣類や洋品、雑貨も中旬以降は厳しくなったほか、集客をけん引していた食品関連の催事も一息つき、月内のばん回は厳しい見通しである。
		百貨店（販売推進担当）	・大幅な増加が続いていたインバウンド売上は、中国での電子商取引法の施行などで大幅な前年割れとなっている。国内需要は前年並みで、衣料品の品ぞろえは前年よりも豊富にあるものの、セール時期になっても動きは鈍く、前年比で微減となっている。特選ブランドや高額な時計は引き続き好調に推移しているが、インバウンドを含む店全体の売上は、前年の水準に届かない見込みである。
		百貨店（サービス担当）	・前月までは来客数や売上が前年を大きく上回っていたが、今月は前年比で約5%の減少となっている。インバウンド効果が落ち着いてきたため、苦戦している。
		百貨店（外商担当）	・長らく好調であったインバウンド売上が、年明け以降は落ち込みをみせ始めており、前年を下回って推移している。衣料品のセール売上も前年並みか、前年割れの推移が続いている。
		都市型ホテル（総務担当）	・今月に入ってから、外国人旅行者の宿泊が前年に比べて減少している。また、レストランの売上も、前年を下回る状況が続いている。
悪くなっている		百貨店（企画担当）	・国内客の動きでは、富裕層とみられる外商客の売上は前年を超えており、堅調な推移を維持しているものの、ボリューム層の客については非常に厳しい。年始から始まったセールの売上が、前年比で10%以上のマイナスとなったことが大きな要因である。また、このところの増収傾向の主要因であったインバウンド売上は、前年比で微増にとどまる見通しである。中国でのEC法の施行による影響であり、化粧品を大量に買う代理購入者とみられる客層が激減している。
		百貨店（宣伝担当）	・年末からの株安と中国のEC法の施行による影響が大きく、これまで売上进行をけん引してきた富裕層や訪日外国人の消費マインドが大きく低下している。宝飾品を中心とした高額品や、売上に占めるシェアの高い化粧品の売上減少に直結している。

「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）	・既に消費税の引上げが意識され、買換え商品の選定に来店する客も出てきている。	
		やや良くなる	百貨店（販促担当）	・秋の消費税の引上げへの機運が高まってくる時期で、一時的に購買の増加が期待できる。特に、定番品の良い物を中心に展開を強化することで、前年を上回る動きになりそうである。株価も持ち直せば、高額品の動きにも期待できる。
			家電量販店（経営者）	・消費税の引上げ前の販売増加が期待できるほか、4Kテレビへの買換えが促進され、販売量の増加が見込まれる。
			家電量販店（店員）	・決算セールの控えているほか、消費税の引上げの影響でしばらくは買い控えが増えるものの、先行して購入する消費者をターゲットに販売を促進すれば、景気は上向き見込みである。
			家電量販店（企画担当）	・消費税率の引上げ前の駆け込み需要については、政府が対策を講じているとはいえ、耐久消費財を中心に販売が増えると予想される。
			その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税の引上げが予定されているため、今後2～3か月は来客数が増え、商品の購入も増える。
			旅行代理店（役員）	・消費税の引上げ前の需要や、平成最後の旅行、東京オリンピック前の東京旅行など、様々な意味合いでの旅行の動きが予想される。
			その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・価格の引上げが目立つようになってきたが、消費税の引上げまでは駆け込み需要で消費は増えるが、その先は落ち込む。
			住宅販売会社（総務担当）	・台風の被害に対する修復が進まない中で、建て替えを検討している客が増えている。消費税の引上げも影響していると感じている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税の引上げに対する経過措置の関係で、今年の3月までは、住宅展示場への来場者は増加しそうである。	
		変わらない	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・社会情勢が大きく変わらないのであれば、景気は消費税の引上げまで、それほど大きく変わらない。消費者の様子を見ても、景気に対して大きな期待感を持っておらず、その反対に大きな失望感を持っている様子もない。
			百貨店（売場主任）	・消費税の引上げが決定すれば、駆け込み需要が出てくるが、実質的な景況感の改善までは見込めない。
			百貨店（営業担当）	・当社の大阪の店舗では、国際情勢への不安から、富裕層の消費の一部が鈍化している。一方、日常の買物が中心となる、郊外の店舗にまでは影響は及んでおらず、依然として来客数、買上客数共に増加傾向が続いているため、消費税の引上げの前後までは大きな変化はない。
			百貨店（外商担当）	・春の新商材の入荷や新ブランドの導入により、客の購買意欲が高まるほか、高額品には消費税の引上げ前の購入を検討する客も出てくる。
			百貨店（営業企画）	・世界的な景気の減速が顕著になってきた。好調に推移してきた企業業績や輸出、為替への影響が懸念される。消費税の引上げも控え、消費マインドの低下も心配である。

家計動向関連	変わらない	スーパー（店長）	・新元号の施行やゴールデンウィークの10連休、ラグビーワールドカップの開催など、消費税の引上げまでに国内には明るい材料がある一方、海外情勢では米中貿易摩擦の推移が景気に及ぼす影響は大きく、予断が許されない。
		スーパー（経理担当）	・消費マインドが大きく崩れることはなさそうだが、盛り上がる要素も当面見当たらない。一方、消費税の引上げに向けて、節約意識は強まっていくことが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の引上げに向けた駆け込み需要にも、期待はできない。
		その他住宅 [情報誌]（編集者）	・消費税の引上げの10月に向けて、駆け込み需要を期待したいが、現状はその兆しがほぼみられない。
	やや悪くなる	百貨店（マネージャー）	・今後を見渡しても 米国と中国の貿易摩擦による景気減速や、消費税の引上げに対する不安心理など、不確実性が高まる懸念のなか、好転するとは思えない。
		百貨店（販売推進担当）	・世界的な経済情勢や天候要因、改元、消費税の引上げなど、プラスとマイナスの材料があり、判断が困難である。明るい要素を見出して、販売活動を行いたい。
		百貨店（マネージャー）	・消費税の引上げ前の先取りを狙った、外商客向けの高額品の催事が展開されるため、売上はやや戻ると予想される。ただし、株価の不安定化といったマイナス材料がある限り、全体的にはやや悪くなる。
		百貨店（商品担当）	・米国や欧州の不安定な政情を注視していたが、中国のEC法による免税売上の減速は想定を超え、改元需要や消費税の引上げ前の特需といった上昇要因に水を差す懸念がある。ヒット商材などの起爆剤が出てこなければ、厳しくなりそうである。
		スーパー（店長）	・海外の不安要素や、消費税の引上げ関連の報道など、消費に慎重にならざるを得ない材料が多い。
		その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・消費税の引上げに向けた動きが本格化する一方で、人件費や物流費の上昇により、食料品などの値上げが進むため、消費者の生活防衛意識がより高まることが予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税の引上げへの警戒心によるものか、消費が先細りしつつあると感じる。
		観光型ホテル（経営者）	・世界の経済状況が悪くなっているため、日本にも影響が出てくる。また、消費税の引上げの問題もあり、明るい話題がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月からの消費税の引上げに備えて、予算を引き締めるという客の声が増えている。
		テーマパーク（職員）	・前回の消費税の引上げ時と同じように、今回も増税が確定すると、必ず年単位での消費の低迷が始まる。報道されているような増税対策で、本当に何か解決されるとは誰も信じておらず、長い低迷に向かっていくことになる。
企業動向関連	変わらない	繊維工業（総務担当）	・今年は消費税率10%への増税の年であり、10月までは駆け込み需要などで現状維持の予想であるが、増税後は悪化していく。
		その他製造業 [履物]（団体職員）	・日本経済はプラス成長が続き、戦後最長の景気拡大期に並んだ後、更新するといわれている。ただし、個人消費については依然として低迷したままであり、10月には消費税率の引上げが予定されている。更なる消費の減退が危惧される場所である。
		金融業 [投資運用業]（代表）	・米中貿易戦争や韓国の過激な動きといった地政学的リスクが、景気の頭打ちにつながる可能性がある。消費税の引上げ前の駆け込み需要との相殺により、どうなるかが気掛かりである。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

	17年										18年										19年					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1			
現状判断	近畿	50.0	49.7	49.2	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
	(全国)	49.4	49.1	48.4	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
先行き判断	近畿	49.4	50.6	49.1	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
	(全国)	49.0	50.4	49.3	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

※季節調整値