

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(平成31年3月)

### ～気温要因や米中摩擦などの影響で現状判断は低下～

- 景気ウォッチャー調査・3月調査の近畿地域の結果は、現状判断[方向性]が2か月ぶりの低下となった。DIの水準は、好不調の判断の分かれ目である50を4か月連続で下回っている。一方、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、月後半にかけて気温が平年を下回るなど、少し寒い日が多かったことで、春物商材の動きは芳しくなかった。その一方、家電や住宅などで消費増税前の駆け込み需要が出始めているほか、インバウンドの動きも中国EC法による影響の緩和をはじめ、概ね堅調な推移となっている。
- 先行きについては、改元やGWの10連休に伴う各種需要への期待の声、ホテルや旅行代理店、百貨店を中心に上がっている。また、消費増税前の駆け込み需要の本格化についても、百貨店や家電、乗用車、住宅関連を中心に期待感が高まっている。それに対し、インバウンド市場については、堅調な動きを期待する声もあるものの、鈍い動きが続くとの見方も混在し、かつてとは異なる状況となっている。
- 一方、米中貿易摩擦をはじめとする世界情勢の不安定化は、今後も景気の大きな不安材料であり、懸念の声が少なくない。メーカーからの不安もさることながら、百貨店やスーパーなどからも、各種商品の値上げなどもあいまって、消費マインドの悪化につながるとの声が聞かれる。

#### 「改元・ゴールデンウィークの10連休」関連のコメント(先行き判断)

家計動向関連	やや良くなる	百貨店(売場主任)	・新たな元号の下、消費税増税までは国内消費は堅調に推移すると予想している。
		百貨店(営業担当)	・改元のほか、消費税率の引上げも迫っているため、美術品や海外高級ブランド品に対する引き合いが増えてくる。
		百貨店(外商担当)	・5月1日の改元や6月下旬の大阪でのG20など、通常にはないイベントが行われることで、消費者の心理が高揚し、購買意欲の上昇につながると予想される。
		百貨店(マネージャー)	・改元に伴い、消費意欲が高まる。
		観光型旅館(団体役員)	・5月の連休での予約が、ほぼ満室に近づいている。天候に左右される要素はあるが、期待は大きい。
		都市型ホテル(客室担当)	・このまま訪日外国人の増加は続くほか、ゴールデンウィークの10連休やG20サミットの開催もあるため、期待できる。
		旅行代理店(店長)	・改元を1つのきっかけに、ゴールデンウィークの10連休もあるため、消費者の気持ちが前向きになっている。
		旅行代理店(役員)	・大型連休や3連休が多く、家族旅行や三世代の旅行需要が増えつつある。今後もこの動きは加速すると予想される。
		遊園地(経営者)	・ゴールデンウィークの10連休は、不透明な部分はあるものの、消費全体としてはプラスの効果が大きい。
		変わらない	一般小売店[衣服](経営者)
一般小売店[衣服](経営者)	・元号は新しくなるが、新しくなったからといって景気が上向くとは思えず、消費者からも特に関心のある様子はみられない。一方、大阪の今後を心配する声は多く聞かれるが、数か月後に景気に変化するとは感じられない。		
百貨店(営業担当)	・政府統計をみても景況が改善しているとは言い難く、足元の消費者の動きも活発化していない。10連休によって一時的に消費は改善するものの、長くは続かない。		
百貨店(商品担当)	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴う連休を控え、消費はレジャーやサービスに流れる見込みである。小売業界は、来店客の獲得のための対策に知恵を絞っている一方、統一地方選挙による減速は避けられないため、やや厳しい見通しである。		
百貨店(宣伝担当)	・春夏物商材の最需要期と、ゴールデンウィーク商戦に向けた施策を多数仕掛けているが、大型連休で国内外の旅行に行く人が増えるほか、G20サミットに伴う交通規制の影響もあり、楽観視はできない。		

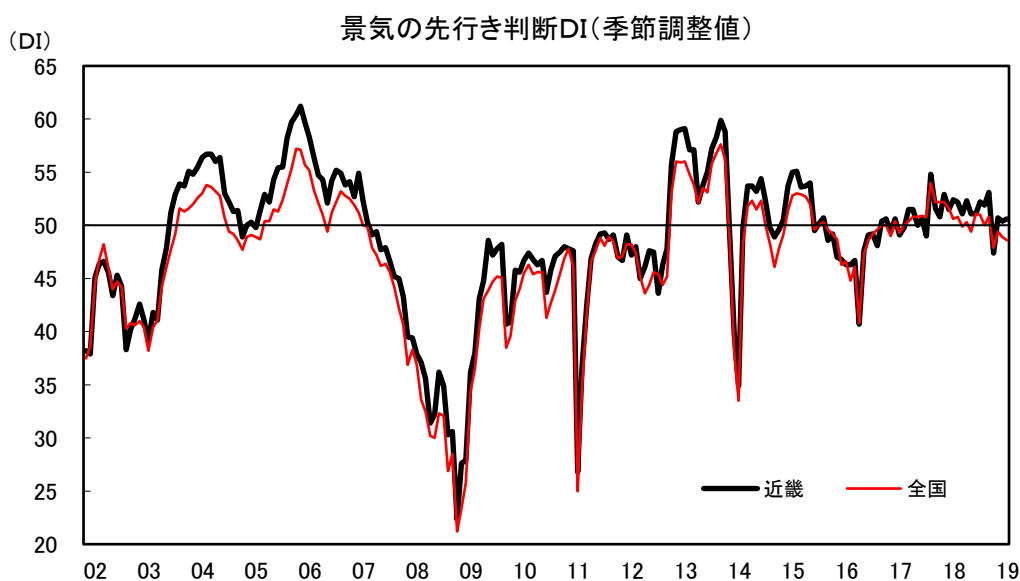
家計動向関連	変わらない	スーパー（経営者）	・改元やゴールデンウィークの10連休は、仕掛け次第で消費がかなり盛り上がる。ただし、英国のEU離脱問題や、米中貿易摩擦の改善など、海外情勢の好転がなければ、間違いなく消費マインドは悪化する。今月からの乳飲料や乳製品、塩、基礎調味料などの相次ぐ値上げも、財布のひもを固くすると予想され、母の日以降の消費について非常に懸念している。	
		スーパー（店長）	・改元やゴールデンウィーク、消費税増税前の駆け込み需要が予想されるが、景気の後退局面入りの不安に加え、4月の賃金のベースアップも低水準となりそうである。可処分所得が上らない状況で、大きなプラス要因となるかは判断が難しい。	
		スーパー（店員）	・まだ野菜価格は安い状態が続くほか、大型連休に入っても、連休と関係がない高齢者は毎日買物に来るため、余り変わらない。	
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大型連休に向けて消費を控える動きが、集客や販売に影響を及ぼしそうである。	
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィーク中も忙しくなりそうである。	
		一般レストラン（店員）	・春休みに入って家族連れが増え、売上が伸びている。ゴールデンウィークに入るため、この動きが続くそうである。	
		観光型ホテル（経営者）	・4～5月の予約では、大型連休の期間は順調に入っているが、それを除くとまだまだこれからの動き次第である。ただし、最近は間際の動きが良いため、期待はできる。	
		観光型旅館（経営者）	・10連休などの見通しが立たない。	
		都市型ホテル（管理担当）	・ゴールデンウィークの10連休には期待しているが、順調に予約が伸びているのは、前半部分と後半部分に偏り、その間の4月30日～5月2日は伸び悩んでいる。また、改元の時期であり、イベントなどで盛り上がり期待しているが、その後の反動も気になるところである。	
	やや悪くなる	旅行代理店（支店長）	・夏休みもお盆の日並びが良く、連休になる会社が多いと予想されるが、ゴールデンウィークと同様に、客の動きでつながるまでには時間が掛かる。	
		一般小売店〔花〕（経営者）	・ゴールデンウィークの影響で得意先も休みになり、売上が減少する。一般客の注文も減少するため、経費などを考えて、当社も連休にすることにしている。	
		百貨店（売場マネージャー）	・4月はゴールデンウィーク前の商戦に期待できるが、ゴールデンウィーク後の5月中旬以降は、消費税増税や景気減速感などでデフレマインドが強まる可能性が高い。先行きの不透明感も強いので、積極的な消費は期待できない。	
		スーパー（管理担当）	・10連休などが控えているが、消費動向も読めず、爆発的に消費が活発になるとは思えない。	
		衣料品専門店（経営者）	・4月は3月よりも悪くなる。4月は10連休にお金を使うため、洋服には回らないほか、主婦は自分の物は辛抱しようとする傾向にある。	
		家電量販店（人事担当）	・新元号の施行による改元セールに期待しているが、ゴールデンウィークの10連休などは、行楽に消費が集中する可能性が高い。	
		乗用車販売店（経営者）	・年度末でもこの仕事量であるため、4～5月は見込みがない。ゴールデンウィークも混雑するだけで、仕事にはならない気がする。	
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・地域的に高齢者が多いため、4月の出費を抑え、ゴールデンウィークの10連休での出費に備えている。	
		高級レストラン（企画）	・ゴールデンウィークの予約状況は前年を上回っているが、連休明けはインパウンドの個人客を中心に、前年よりも不調となっている。	
		一般レストラン（経営者）	・今年のゴールデンウィークは10日間であるため、オフィス街での売上は激減が予想される。また、G20サミットの開催でも、交通規制による来客の減少が予想される。	
企業動向関連	やや良くなる	一般レストラン（経営者）	・10連休などの大型の休みがあるため、外食に対しては、消費者の財布のひもは固くなりそうである。	
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・値上げが徐々に進んでおり、10連休も用事がなければ、それほど魅力的ではない。国内での消費増を期待するならば、3連休の方が効果は出そうである。	
		美容室（店員）	・大型連休により、客が分散する可能性が高い。	
	変わらない	通信業（管理担当）	・新年度に元号が変わり、その先にはゴールデンウィークもあるため、景気は一気に上向くと考えられる。	
		やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・一部の店舗では他社製品を安売りし、利益、売上共に減少したため、再び当社の製品に戻りつつある。大型連休もあり、微増ではあるものの、売上は伸びていくと予想される。
			出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	・新元号関連の印刷物や、消費税増税に合わせた印刷物が増加し、若干は受注量が増えそうである。
			電気機械器具製造業（宣伝担当）	・新元号の施行により、関連する需要が活発になる。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・来月には新元号が発表される。天皇陛下の崩御とは異なり、祝賀ブームによる影響が少なからず期待できる。	
		変わらない	化学工業（企画担当）	・連休で消費は一時的に回復するものの、その後は消費低迷期に突入する。
			金属製品製造業（経営者）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下のご即位に伴う、大型連休はあるが、受注量に大きな変化はない。
広告代理店（企画担当）	・ゴールデンウィーク後は需要が減り、落ち込むことが予想される。			
司法書士	・改元により、一時的な動きは一部で出てくるものの、今の状態が当分続く。			
雇用関連	な良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・改元や、ゴールデンウィークの10連休による景気の変化に期待している。	
	くやな良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・新入社員がこの10連休により、例年に増して5月病になるなど、早期退職者が増えると予想される。その場合、7月頃から派遣などの人材補充ニーズが増えてくる。	

雇用関連	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・新年度になっても、新元号への対応や消費税増税への対応がしばらく続く。
		人材派遣会社（役員）	・取引先企業の人事担当者との打合せでも、今後3か月や半年での変化はほとんどないという感触である。一方、景気判断に影響を与えるほどではないものの、4月からは残業管理が厳しくなる。結果として残業が減り、実質的に給与がマイナスとなる派遣労働者も出てくる。また、4～5月はゴールデンウィークの10連休により、時給で働く派遣労働者は減収となる。

「消費税増税」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〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・新たな元号の下、消費税増税までは国内消費は堅調に推移すると予想している。
		百貨店（営業担当）	・改元のほか、消費税率の上げも迫っているため、美術品や海外高級ブランド品に対する引き合いが増えてくる。
		百貨店（販促担当）	・ラグビーワールドカップが始まるほか、東京オリンピックの1年前ということで、スポーツイベントの華やかな雰囲気により気分が高揚し、消費も良い方向に向かうことが期待される。また、秋の消費税増税を強く意識する時期になり、夏物商材を今年のうちを買っておく動きが期待できる。その際、今買えばお買得といった、消費意欲を喚起する商材の提案が鍵になる。
		衣料品専門店（店長）	・気候に左右される業態であり、今月は朝晩の気温の低い日が続いていたが、来月からは気候も持ち直す。また、消費税増税前の駆け込み需要が出てくることも期待される。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が更に加速し、販売量がより一層増えると期待している。
		住関連専門店（店長）	・今の好調が、消費税の引上げ前の駆け込み需要が原因とすれば、夏頃までは好調が期待できる。ただし、利益の回復につながるかどうかは、慎重に見極める必要があり、楽観視はできない。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・消費税増税の開始までは、現状のままで推移する。以前の消費税増税時と比べて、客からの問合せもないため、混乱なく導入されそうである。駆け込み需要の影響で、増税後は一時的な買い控えもあるが、業績への大きな影響はない。
		百貨店（販売推進担当）	・消費税増税の駆け込み需要もあるため、当面、国内需要は順調に推移するものの、インバウンドの動向次第で大きく変わるため、予断を許さない状況である。
		スーパー（店長）	・改元やゴールデンウィーク、消費税増税前の駆け込み需要が予想されるが、景気の後退局面入りの不安に加え、4月の賃金のベースアップも低水準となりそうである。可処分所得が上がらない状況で、大きなプラス要因となるかは判断が難しい。
		コンビニ（店長）	・消費税率が上がるまでは、特に売上などに変化はない。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の増税も控えているため、様子見が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の影響が懸念されるが、し好品としての車種を扱っているため、よく考えて購入を検討する客が多いと感じる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税率の据置きがあったとしても、消費が一時的に回復するだけである。株価が大幅に上昇するなど、景況感が大きく変わらない限り、景気に変化はない。
	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・コンサートなどのイベント開催は順調であるが、人手不足の問題や消費税率の上げなどが、今後どのように影響するかは不透明である。景気には多少なりともマイナスに作用しそうである。	
	住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響もあり、少し落ち込むものの、全体としては現状のままとなる。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・3月は消費税増税の駆け込み需要を期待したが、増税後も支援策が充実しているという、政府のアナウンスが効き過ぎて、駆け込み需要はほとんどみられなかった。今後もその傾向は変わらない。	
	やや悪くなる	百貨店（売場マネージャー）	・4月はゴールデンウィーク前の商戦に期待できるが、ゴールデンウィーク後の5月中旬以降は、消費税増税や景気減速感などでデフレマインドが強まる可能性が高い。先行きの不透明感も強いいため、積極的な消費は期待できない。
		百貨店（営業企画）	・インバウンドは復調しているが、景気は転換期を迎えつつあるほか、消費税の引上げも控えているなど、個人消費を取り巻く環境は厳しい。
百貨店（マネージャー）		・中国経済の減速や米中貿易摩擦など、海外情勢に不安がある。また、消費者の間で消費税増税を意識した購買の動きがより鮮明となり、守りの消費が目立ってきている。その結果、消費の分野や場面についての二極化が進み、コストパフォーマンスを重視した消費が増えると予想される。	
スーパー（社員）		・消費税増税が控えていることで、既に客が支出を抑える傾向がみられる。さらに、今春は食品メーカーによる値上げが例年以上に多く発表されているため、しばらく消費は抑制気味に推移しそうである。	
テーマパーク（職員）		・消費税増税が実施されるのであれば、消費は縮小し、景気は後退する。過去の歴史から、経済政策の失敗は必ず社会の混乱を招く。	
雇用関連	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・統一地方選挙や参議院選挙の影響が出る。また、消費税増税への対応が進み始める。
	くやなる良	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新元号関連の印刷物や、消費税増税に合わせた印刷物が増加し、若干は受注量が増えそうである。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・新年度になっても、新元号への対応や消費税増税への対応がしばらく続く。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		17年			18年												19年									
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
現 状 判 断	近畿	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	48.0	47.0
	(全国)	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	47.5	44.8
先 行 き 判 断	近畿	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	50.4	50.6
	(全国)	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	48.9	48.6

※季節調整値