りそな総合研究所
RESONA

2026 年 11 月 11 日

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果（令和 8 年 10 月）

～中東情勢によるコスト上昇や天候要因により、現状判断は続落～

○ 景気ウォッチャー調査・10 月調査の近畿地域の結果は、現状判断が 43.2 と前月比で 2 か月連続の低下（－0.9 ポイント）となった。好不調の判断の目安となる 50 も 22 か月連続で下回っている。また、先行き判断も 44.5 と 2 か月連続の低下（－0.4 ポイント）となった。

○ 足元の景気については、中国を除くインバウンドによる消費や、富裕層の消費などが引き続き好調に動いた。特に、インバウンドについては 11 月から免税制度の取り扱いが変わるのを前に、消費の押上げにつながったとの声も聞かれる。また、今月は朝晩と日中の気温差が広がり、特に朝晩が涼しくなったことで、秋物衣料が好調に動いた点もプラスとなった。

○ ただ、今月は例年よりも雨が多かった影響で、小売関連を中心に客足の減少につながるなど、消費全体の下押しにつながっている。

○ さらに、かねてからの物価の上昇傾向に中東情勢の影響が拍車をかける形となり、消費全体の下押し要因となっている。消費者による節約志向も月を追うごとに強まっている状況であり、スーパーや家電などを中心に、幅広い業界で購入量の減少などが指摘されている。

○ 景気の先行きについては、クリスマスや年末商戦に向けた期待の声が聞かれるほか、来年 4 月の消費税減税に対する期待の声も上がり始めている。ただし、インバウンド消費については、これまでと同様に一定の期待がかかる一方、11 月からの免税売上の制度変更（リファンド方式への変更）により、全体的な鈍化傾向を懸念する声も上がっている。

○ 加えて、今冬はやや暖冬となる予報となっていることから、冬物商材の売行きについては、百貨店を中心にやや悲観的な声も聞かれる。

○ さらに、かねてからの中東情勢の影響が、物価の上昇に拍車をかける懸念が大きい。すでに消費者の間では、不要不急の消費を抑えるといった節約志向が強まっている中、さらに物価が上昇すれば、消費全体の鈍化につながりかねない。企業の間ではさらなる価格転嫁は困難とする声も多く、収益への悪影響を含め、先行きへの大きなリスクファクターとなっている。

「インバウンド」関連のコメント（現状判断）

家計動向関連	良くなっている	百貨店（サービス担当）	・今月も物産展や新規の催事などが盛況で、来客数やインバウンド売上、総売上が好調となり、前年の実績を上回った。また、新たにオープンしたブランドショップも好調に推移している。
	やや良くなっている	一般小売店［鮮魚］（営業担当）	・10月の紅葉の季節に入り、インバウンドが売上の増加にかなり貢献している。
		百貨店（商品担当）	・国内客は横ばいであるが、インバウンドは11月からの免税制度の変更による影響か、比較的好調となっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・秋口になって、欧米からのインバウンドが活発に動いている。

家計動向関連	変わらない	百貨店（企画担当）	・免税売上や外商売上、外商を除く国内売上共に、前年比で約10％の増加となっている。免税売上は、中国人インバウンドの売上が非常に不安定な状況が続いており、10月１～７日の国慶節期間中は30％減少したものの、その後は再び増加に転じ、２けた増となっている。
		百貨店（広報担当）	・国内客の購買動向は引き続き好調に推移している。気温の低下により秋物衣料の需要が増えているほか、免税売上も前年の好調な実績を上回っている。国慶節の月であるにもかかわらず、中国からのインバウンドは依然として厳しい状況であったが、富裕層は全体的に多く来店し、特に高額商品が人気となっている。
		百貨店（マネージャー）	・来客数は前年比で0.8％増と微増であり、売上も前年並みとなったが、富裕層がけん引する構造は変わらず、インバウンド消費の鈍化も続いている。
		百貨店（外商担当）	・夏から好調が続いている、当店や近隣商業施設への来客数は高水準を保っており、特にインバウンドは近年で最高水準となっている。
		百貨店（マネージャー）	・全体的に大きな変化はなく、富裕層による資産価値の高い商品の購入は引き続き好調である。特に美術品や宝飾品、時計の人気が高く、売上は前年比２けた増となっている。一方、国内の中間層は選択消費の傾向が顕著で、ファッション関連商品や冬物寝具は好調であるものの、食品は価格上昇の影響で販売量が減少している。インバウンド売上は２けた増を維持しており、消耗品の販売や客単価が好調である。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・前年と比べて、客室部門では売上、利用人数共に大きく減少した。前年が大阪・関西万博の開催で好調となったため、今年の売上は前年比で15％減少し、目標も下回る形となった。客層別にみても、全体の４％減に対し、インバウンドは４割減と大きく減少している。料飲部門でも、朝食は宿泊客による利用が激減した一方、ランチは利用が増加し、特に一般客の利用が少し増えている。また、宴会も売上が19％増えるなど、春先から好調が続いている。その一方、インバウンドは料金などの条件は前年と同じであったが、増加はみられない。
		テーマパーク（職員）	・インバウンドを中心に来場客は増加傾向にあるものの、国内客の伸びが今一つである。
	やや悪くなっている	百貨店（宣伝担当）	・売上全体の３割を占める、インバウンド売上の基調が悪化している。免税制度にかかる11月の税制改正を前に、一部では単価が低い化粧品等で駆け込み購入がみられるが、円安効果の一巡や、関西国際空港での中国の団体客減少など、複数の要因で高級ブランドや宝飾品、時計の売上が落ちている。国内客についても、前年が大阪・関西万博の開催効果で来客数が大きく増えたため、今年はその反動で減少している。
		都市型ホテル（客室担当）	・中国の渡航自粛や中東情勢、ウクライナ情勢の変化、10月からの値上げによる物価の上昇、サイバー攻撃などによる情報漏えい、台風などの自然災害等、連日不安なニュースが流れている状況では、明るい見通しは持てない。

「気温」関連のコメント（現状判断）

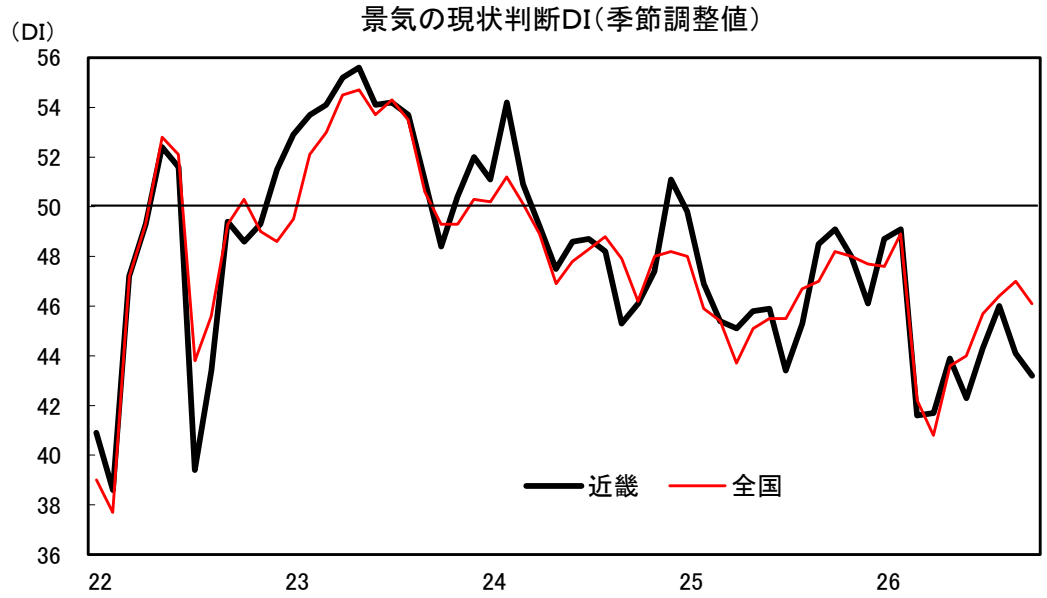
家計動向関連	やや良くなっている	百貨店（販促担当）	・今月も気候の大きな変化はなく、来客数も堅調に推移している。朝晩の気温が秋らしい日もあり、衣食住での秋物商材の動きが総じて順調となっている。株価の変動は大きいものの、高額品の動きも例年並みであり、全体的に好調な推移となっている。
		衣料品専門店（店員）	・朝晩と昼間の気温差が大きく、秋冬商材のまとめ買いや、羽織物の購入が増えるなど、購買意欲が少し上向いている。
	変わらない	一般小売店［菓子］（営業担当）	・現状は可もなく不可もないが、今後は気候も良くなるため、購買意欲の上昇が進む。
		百貨店（広報担当）	・国内客の購買動向は引き続き好調に推移している。気温の低下により秋物衣料の需要が増えているほか、免税売上も前年の好調な実績を上回っている。国慶節の月であるにもかかわらず、中国からのインバウンドは依然として厳しい状況であったが、富裕層は全体的に多く来店し、特に高額商品が人気となっている。
		百貨店（商品担当）	・改装などで新しくなった売場の数字は上向くが、効果は長続きしない。また、来客数の増加ほどは売上が増えないため、資材価格の高騰で施工費が上がり、償却が長引いている一方、増収幅は限られる。株価の先行きも不透明ななか、９月は気温の低下でファッション関連は良かったものの、気温に左右される分、先行きの見通しは立てにくい状況にある。
		スーパー（企画担当）	・台風の影響や、雨の日の多さ、気温の低下の遅れといった要因が重なり、本来売れるべき商品の動きが良くないほか、前年に米の販売が急増した反動が出ている。米については、新米と古米の価格のバランスもおかしくなり、利益の確保が厳しい状況となっている。
		その他専門店［医薬品］（管理担当）	・気温の低下に伴い、これまで低調であった医薬品や衛生用品の動きが上向いているほか、化粧品や美容関連も順調に推移している。一方、食品や日用雑貨などの生活必需品は、値上げの影響もあり低調となった。全体的に大きな変動はみられず、３か月前と比べて客単価は上昇しているが、来客数や買上点数に大きな変化はない。

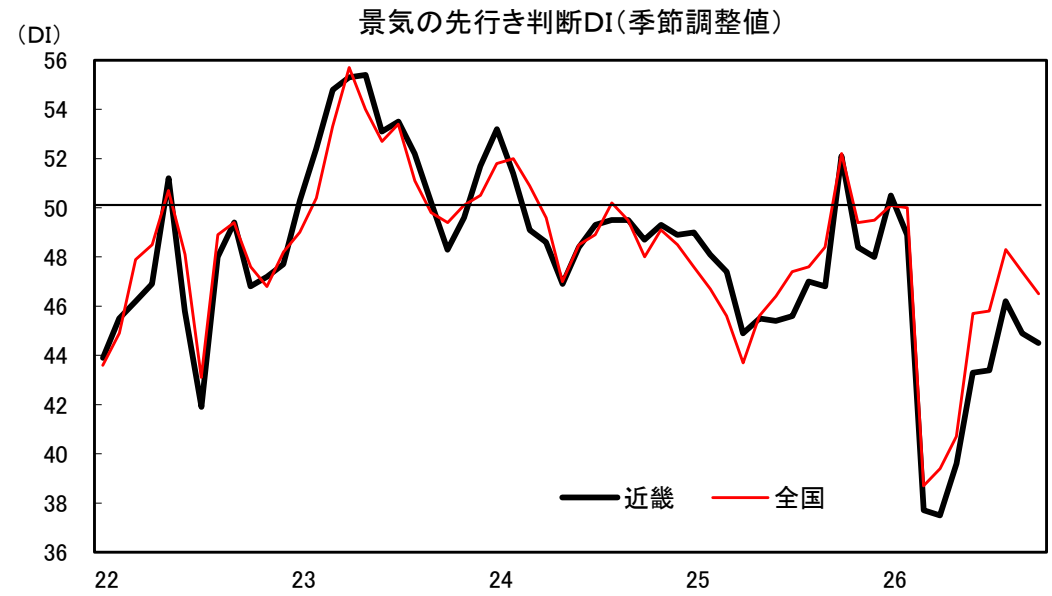
家計動向関連	やや悪くなっている	高級レストラン（スタッフ）	・気候の不安定な日が多かった影響で、全体的に低調である。
		一般レストラン（経営者）	・全体的に来客数は減少しており、ディナーの団体予約で売上は維持できたものの、中旬からは特に減少が目立ち、ランチの客は15%以上減っている。急に気温が下がったことも原因の１つとみられるが、社会全体の悩みである物価上昇の影響もある。
		美容室（店員）	・気候の変化により、例年の予定を元に計画を立てても実行が難しくなっている。今月は特に、客の動きに変化がみられる。
企業関連	変わらない	輸送用機械器具製造業（経営者）	・６月以降、景気の回復感はなく、雨の多さや気温要因で来客数が減少したほか、生活必需品の価格上昇による耐久消費財の買い控えもみられる。

「消費税」関連のコメント（先行き判断）

家計動向関連	やや良くなる	テーマパーク（職員）	・消費税減税が実現すれば、一旦は消費動向が改善するため、その効果に期待したい。
	変わらない	百貨店（企画担当）	・11月からの免税制度の改定による影響は不透明であるが、前年の12月は免税売上が大きく減ったこともあり、その反動が出てくる。
		百貨店（商品担当）	・インバウンドは11月からの免税制度の変更による影響が見通せないものの、国内客は横ばいとみられ、全体的にも変わらないと予想される。
		百貨店（商品担当）	・11月からの免税制度の変更で、インバウンド売上の先行きは不透明となっている。国内滞在中のインバウンドによる転売需要の減少は、９月、10月の駆け込み需要をみると影響は大きいと予想される。今後は物産展の開催件数を増やすことで、インバウンド売上の減少をカバーする方針である。
		百貨店（マネージャー）	・全体的には変わらないと予想されるが、富裕層向けにどれだけ良い商品を提案できるかが重要となる。また、中間層も話題の商材による集客がポイントとなるなか、おせちやクリスマスケーキなどは好調に動いており、季節商材でどれだけ鮮度の高い提案ができるかがポイントとなる。一方、インバウンドは消費税の取扱がリファンド方式となるものの、大きな変化はないと予想される。
		スーパー（企画）	・10月は来客数が前年比で101%、買上点数は99%、売上は100%となり、客単価が今年初めて100%となった。今後の変化は、来年４月の消費税減税のタイミングとなるため、それまではトレンドに変化はないと予想される。
		コンビニ（店員）	・消費税減税の話題もそれほど大きく捉えられず、客や周囲の雰囲気も諦めムードであり、大きな変化はない。
		衣料品専門店（店長）	・いまだ商品の原価や材料費、配送費の高騰が続くなか、販売価格の上昇につながって販売が難しくなっている。政府による食料品への消費税減税もまだ不透明感があり、予断を許さない状況が続いている。
		衣料品専門店（販売担当）	・食品に対する消費税率は下がる予定であるが、アパレル関連には効果がない。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けて利用機会が増えるため、今後が期待されるものの、10月からの来店を増やしていくための広告費や、来年の消費税率引下げに伴うシステム変更の費用が必要となる。さらに、仕入価格の高騰などで支出がかさむため、景気が良くなる兆しは乏しい。
	やや悪くなる	百貨店（宣伝担当）	・インバウンドに対する、11月からの消費税免税制度の変更により、売上に下押し懸念がある。国内客も物価上昇による節約志向で、不要不急の消費を控える傾向があるため、下半期で最大となる年末商戦の売行きが懸念される。
		スーパー（販売促進担当）	・来年度に予定される消費税減税は追い風となるが、減税を見据え、直近の数か月は買い控えの発生が懸念されるため、消費を促す取組を実施していく。
企業関連	変わらない	その他サービス業［受託調査］（調査担当）	・食料品を対象とした消費税率が、来年４月に１％となる予定であるが、それまでは余り変わらない。一方、２月の終わりから３月末にかけて、買い控えが増えると予想している取引先が多い。
	やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・11月から飲料価格が上がるため、消費税率が１％に下がる、来年４月まではやや悪くなる。

（ＤＩの推移）





（近畿地域のDI）

		24年			25年												26年									
		10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
現状判断	近畿	46.1	47.4	51.1	49.8	46.9	45.4	45.1	45.8	45.9	43.4	45.3	48.5	49.1	48.0	46.1	48.7	49.1	41.6	41.7	43.9	42.3	44.3	46.0	44.1	43.2
	（全国）	46.2	48.0	48.2	48.0	45.9	45.4	43.7	45.1	45.5	45.5	46.7	47.0	48.2	48.0	47.7	47.6	48.9	42.2	40.8	43.6	44.0	45.7	46.4	47.0	46.1
先行き判断	近畿	48.7	49.3	48.9	49.0	48.1	47.4	44.9	45.5	45.4	45.6	47.0	46.8	52.1	48.4	48.0	50.5	48.9	37.7	37.5	39.6	43.3	43.4	46.2	44.9	44.5
	（全国）	48.0	49.1	48.5	47.6	46.7	45.6	43.7	45.6	46.4	47.4	47.6	48.4	52.2	49.4	49.5	50.1	50.0	38.7	39.4	40.7	45.7	45.8	48.3	47.4	46.5

※季節調整値