

## 景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和8年1月) ～寒波による季節商材の販売好調などで、現状判断は改善～

- 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48.7と前月比で3か月ぶりの上昇(+2.6ポイント)となったが、好不調の判断の目安となる50は13か月連続で下回った。一方、先行き判断も50.5と3か月ぶりの上昇(+2.5ポイント)となった。
- 足元の景気については、年始の初売り商戦などが好調に推移し、百貨店などの小売業界を中心とした売上の増加につながった。平時には節約志向が続いている反動で、年末年始といったハレの日の消費は増えやすくなっている。また、1月に入って気温が大きく下がり、例年以上の寒さとなったことも、関連業界での季節商材の販売好調につながった。ただし、この寒さは一部で出控えにもつながっていることから、客足の減少を招いた部分もみられる。
- 一方、中国の渡航自粛による中国のインバウンド減少により、百貨店を中心に免税売上の悪化につながっている。中国以外のインバウンドの増加は続いているなど、中国の減少を補う動きはみられるものの、一定の打撃は避けられない状況にある。
- また、企業を取り巻くコストの上昇傾向が続く中、物価上昇による影響は依然として厳しい。特に食料品価格の上昇による影響は大きく、消費者の間で節約志向が強まっており、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、本調査が衆議院選挙の期間中となったこともあり、選挙後に各種経済対策の実施が進むことへの期待感が高まっている。また、選挙後の株価上昇を予想する声もあり、百貨店や乗用車販売店などでは、株高に伴う客足の増加が期待されている。さらに、消費税率の引下げに対する期待も大きい。
- 一方、中国による渡航自粛が続く中、インバウンド市場への悪影響の継続への不安は依然として大きい。特に、2月の春節商戦を中心として、百貨店やホテルなどで売上への悪影響を懸念する声が多い。
- 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。こうした中にあって、賃金の見通しも芳しくないことから、今後の国内消費の見通しには、楽観的な声が少ないので現状である。

### 「気温の低下」関連のコメント(現状判断)

| 家計動向関連 | 良いなつて  | 百貨店（マネージャー） | ・年末以降は食品を中心に好調に推移しており、1月の売上は前年比で4.9%増と増えている。特に、年末年始などの特別な日の準備や手土産需要は、好調に推移している。ただし、寒波による雪の影響については、周辺の高速道路などが予防的に通行止めを行ったため、店周辺に積雪がない場合でも、集客や物流の面での悪影響が大きくなっている。 |
|--------|--------|-------------|---|
| 家計動向関連 | なつやて良い | スーパー（企画）    | ・12月商戦は、天候要因や相場の変化もあって厳しい結果となったが、1月に入って売上はやや増加傾向となり、3か月前の水準に戻っている。気温も低下しているため、今後は鍋物商材などが売れそうである。  |

|           |           |                   |   |
|-----------|-----------|-------------------|---|
| 家計動向関連    | 変わらない     | 一般小売店【化粧品】(経営者)   | ・1月に入って気温の低下が進んでいるが、年始商戦は年を追うごとに縮小している様子である。元日に営業した店も数店舗あったが、1月1日よりも1月2日の方が売上は伸びる形となった。正月は家で過ごす習慣が増え、クリアランスセールへの関心も年々低下している可能性が高い。化粧品は前年並みを維持したものの、ファッション商材の売上は前年比で95%となったほか、前年並みとなった福袋の販売もネット通販にシフトしている。 |
|           |           | 百貨店(サービス担当)       | ・今月も年始商戦やバレンタインデー商戦が好調に推移し、来客数、売上共に前年の実績を上回っている。特に、食料品の総菜関連が好調となったほか、寒波が長引いたことで、ジャケットやブルゾンなどの防寒具の販売も好調に推移している。  |
|           |           | 百貨店(販促担当)         | ・年始の動向は、福袋、クリアランスセール共に、客が必要な物を冷静に選ぶなど、価格だけでは動かない傾向が引き続き強く表れている。ただし、靴下などの生活必需品や紳士雑貨、食品の福袋は例年以上に動きがあった。一方、気温の低下で防寒商材の動きは堅調であるが、外出が控えられているせいか、来客数は苦戦している。  |
|           |           | 百貨店(マネージャー)       | ・全体的な流れに変化はなく、国内市場では中間層や外商客が年末年始の好調を維持している。特に、化粧品や文化コンテンツのイベント、中旬以降のバレンタインデーのイベントが奏功し、来客は前年比で6%増となっている。また、特選品の値上げ前の駆け込み需要で、インバウンド消費も客単価が倍増し、14.3%増となった。一方、冬物の防寒商材の販売は失速している。                              |
|           |           | コンビニ(店員)          | ・欧州方面からの客は依然として多く、韓国からの客もかなり増えている。近隣の客もふだんの動きが続いているが、月末に公共料金の支払などで来店が増え、ついでの買物でレジ横商品の販売も増えている。今年に入って寒い日が続いているが、売上は落ちていない。   |
|           |           | コンビニ(店員)          | ・厳しい寒さが続き、客足も少し遠のいたため、売上が伸び悩んでいる。   |
|           |           | 衣料品専門店(店長)        | ・11月末からの売上の減少が1月も続いている。来客数は前年比ではほぼ横ばいであるが、単価は低下している。特に、1月中旬からの寒波の影響は大きい。  |
|           |           | 家電量販店(人事担当)       | ・年明け以降、気温が急激に下がる日が続き、暖房器具の販売が少し伸びた一方、雪が積もる地域では来客数が減り、販売量が減少している。  |
|           |           | その他専門店【医薬品】(管理担当) | ・年明け以降も、食料品や日用雑貨などの生活必需品の売上は好調が続いている。一方、化粧品や健康食品、美容関連は横ばいであり、本格的に寒い日が続いているものの、医薬品や衛生用品は鈍い動きが続いている。3か月前と比べて、客単価は上向いているが、来客数や買上点数に大きな変化はない。   |
|           |           | 百貨店(広報担当)         | ・12月の気温が高かった反動もあり、1月の国内客の売上は、気温の低下に伴って冬物衣料が比較的好調に推移したが、免税売上は苦戦が続いている。   |
| やや悪くなっている | やや悪くなっている | 百貨店(売場マネージャー)     | ・全国的な寒波の影響もあるなか、不安定な中国情勢の影響もあり、全体的に景況感の良くない状態が続いている。  |
|           |           | 百貨店(商品担当)         | ・インバウンド売上が前年比で2~3割減少しており、特に高級ブランドの落ち込みが大きい。国内では株価の上昇が続いているが、政治面での不安要素が大きく、国内需要は盛り上がりに欠ける。一方、気温の低下による影響で、冬物衣料のクリアランスセールは好調であり、ギフト商材の解体セールなどの定番催事も好調に推移しているなど、インバウンドを除けば前年比で微増となる予定である。                     |
|           |           | スーパー(企画担当)        | ・原材料価格の上昇で商品価格の改定が避けられず、販売量が減少するなど、売上が芳しくない。米価格の高止まりで、弁当類やおにぎりなどの販売数量も減少している。直近では気温の低下もあり、鍋物商材の販売量は伸びているが、前年を超えるまでには至っていない。   |
|           |           | コンビニ(経営者)         | ・大阪・関西万博も閉幕し、中国からのインバウンドの減少や気温の低下、物価の上昇により、来客数が前年比で約7%減少しているため、新商品の販売に力を入れて、客の目線を変える努力を続けている。   |
| 企業        | 変わらない     | 電気機械器具製造業(宣伝担当)   | ・寒波の影響もあり、エアコンの店頭での荷動きは好調であるが、その他の商品は前年並みか、前年を下回る荷動きとなっている。   |

### 「中国の渡航自粛」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(外商担当)   | ・インバウンド売上は、中国からの減少で前年比30%減と低調であるが、国内の富裕層による高額商品の購買意欲は引き続き高い。値上げを数日後に控えた、海外ブランド品のブティックの前には、長蛇の列ができる。   |
|        |           | 百貨店(商品担当)   | ・直近の販売量の動きは、国内客、インバウンド共に好調である。大阪・関西万博の閉幕後は、国内客の動きが活発になっているほか、インバウンドも、日中関係の変化による影響は予想したほど出でていない。   |
|        |           | 百貨店(売場主任)   | ・インバウンドは減っているが、中国からの動きが減っている一方、台湾からは大幅に増えている。   |
|        |           | 百貨店(販売推進担当) | ・ガソリン暫定税率廃止などの景気対策が功を奏した。来客数が増え、特に食料品は販売数量、単価共に上向いている。ただし、中国からのインバウンドが約25%減少したこともあり、店全体では前年並みとなっている。  |
|        | 変わらない     | 百貨店(外商担当)   | ・日中関係の変化に伴う、中国からのインバウンドの減少については、まだ影響が表面化していないが、インバウンドに占める、中国人以外の比率が高まっている。  |
|        |           | 百貨店(マネージャー) | ・表面的な売上に変化はなく、前年を僅かに上回る動きが続いている。ただし、中身が変化しており、インバウンド売上は前年を上回る状況が続いているが、中国からのインバウンド売上は約50%減と大幅に減っている。一方、その他の国の客は増えており、国によっては2倍以上となっているほか、客単価も30~100%上昇している。こうした底上げによって、売上の緩やかな増加が継続している。 |

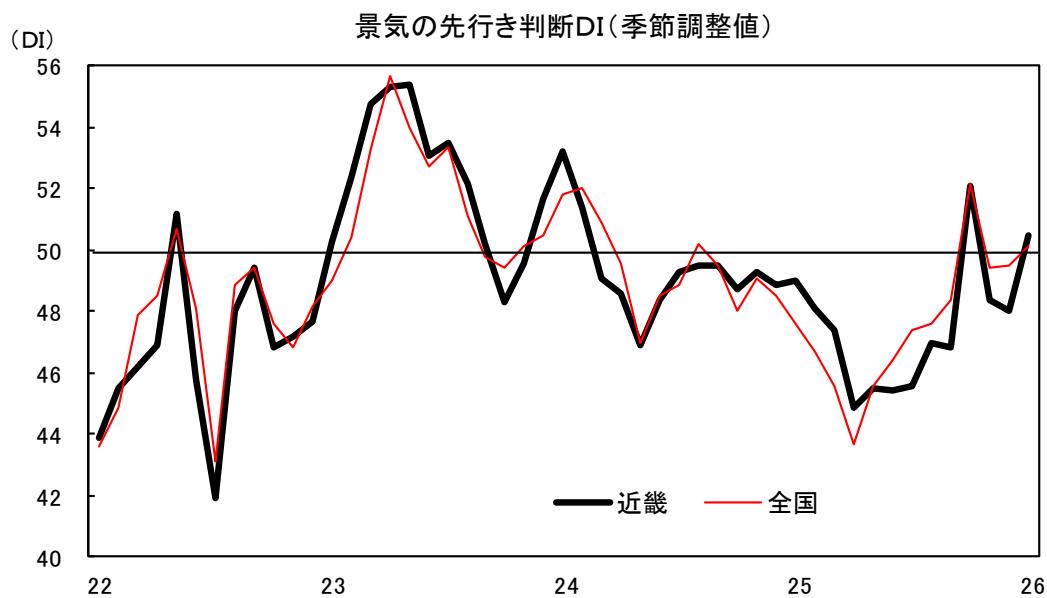
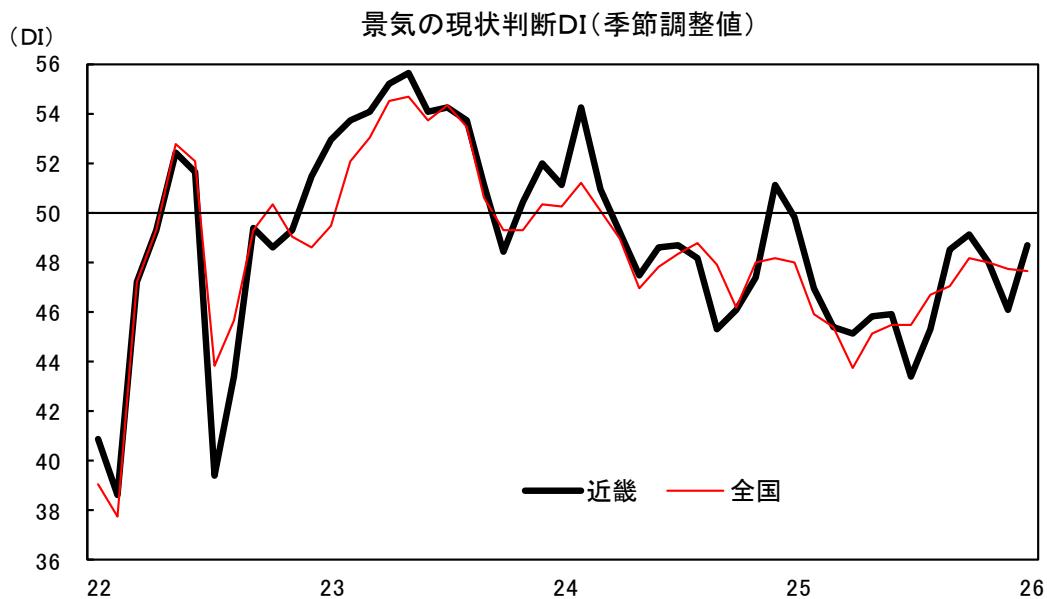
|        |                              |   |   |
|--------|------------------------------|---|---|
| 家計動向関連 | やや悪くなつてゐる                    | コンビニ（経営者）   | ・大阪・関西万博が閉幕したほか、中国からのインバウンドによる周辺ホテルへの宿泊も激減しているため、来客数は減少している。ただし、客単価が上がっているため、売上はほぼ変わっていない。  |
|        |                              | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）   | ・年末の好調な消費が一段落し、国内客の来店頻度が落ちている。物価上昇の影響で、客の財布のひもも固い。インバウンドについては、中国の渡航自粛の影響は少なからずあり、他の国からのインバウンドや国内客の需要も良くない。  |
|        |                              | 百貨店（企画担当）   | ・12月はインバウンド売上が前年比で23%減と落ち込んだが、今月は約10%減にまで回復する見込みである。ただし、前年を下回っている傾向に変化はない。中国からのインバウンドは、本土からが13%減で、それ以外が10%増となった。特選ブティックや化粧品ブランドの値上げ前の駆け込み需要が、売上の主な押し上げ要因となっている。一方、国内客の売上は株価上昇の影響や値上げ前の駆け込み需要があり、外商、それ以外共に好調な推移となっている。 |
|        |                              | 百貨店（宣伝担当）   | ・11月下旬以降、中国からのインバウンドの減少が始まり、まだ団体客を中心に戻っていない。中国以外の国は増加しているが、母数が違うため、中国の減少をカバーするには至っていない。   |
|        |                              | スーパー（販売促進担当）  | ・既存店の来客数が、前年比で横ばいか減少で推移しており、特に近畿圏では悪化がみられる。大阪・関西万博の閉幕や、日中関係の変化によるインバウンドの減少による影響もある。これらによる悪化を商品単価の上昇ではカバーできていない。   |
|        |                              | 都市型ホテル（フロント）  | ・日中関係の変化による直接的な影響はないものの、中国からのインバウンドの利用が多い施設では料金が低下しており、団体客の受注に影響が出てきた。旅行会社からの値下げ要請や、施設の変更も発生している。国内需要では、1月は動きの少ない月であるが、2月は衆議院選挙が終われば動きも活発になる。   |
|        |                              | 都市型ホテル（客室担当）  | ・需要の閑散期と日中関係の変化が重なり、ターミナル駅周辺では客の奪い合いになつてている。物価の上昇による経費の高騰が進んでいるものの、販売価格への転嫁は難しい状況が続いている。  |
|        | その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | ・12月はタイやインドネシア、シンガポールといった東南アジアからの個人客が目立つていて、例年1月は中国語圏からの個人客が増える傾向にあるが、今年は日中関係の変化による影響か、例年よりも減少している。 |   |
| 企業     | 悪くなつてゐる                      | 百貨店（管理担当）   | ・日中関係の変化により、インバウンド関連の売上が目立つて減少している。   |
|        |                              | コンビニ（経営者）   | ・大阪・関西万博も閉幕し、中国からのインバウンドの減少や気温の低下、物価の上昇により、来客数が前年比で約7%減少しているため、新商品の販売に力を入れて、客の目線を変える努力を続けている。   |
|        |                              | 都市型ホテル（客室担当）  | ・中国からのインバウンドによる利用が激減している。例年1～2月は需要が減少気味であることも重なり、売上が減少している。   |
| 雇用関連   | なつや悪く                        | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）   | ・元々駅ナカでは、中国からのインバウンドは買物をしない傾向にあったため、中国の渡航自粛による影響は軽微である。一方、日本人の旅行客が増加傾向にあるのは有り難いが、客単価が低い点がネックである。  |
|        |                              | その他雇用の動向を把握できる者   | ・求人企業からは、中国の渡航自粛で中国からのインバウンドは減少しているものの、それ以外の国からの観光客増加で、大きな影響はないという声が多いが、雇用情勢に与える影響は小さい。   |
|        | 案や悪く                         | 人材派遣会社（管理担当）  | ・中国からのインバウンドが減少しており、宿泊業での影響が続いている。それに伴い、派遣の打切りや求人の取下げなどが続いている。  |

### 「総選挙」関連のコメント(先行き判断)

|        |        |                     |   |
|--------|--------|---------------------|---|
| 家計動向関連 | やや良くなる | 家電量販店（企画担当）         | ・衆議院選挙の結果を受けて、政府の積極的な財政出動により、景気の回復につながると予想される。  |
|        |        | 百貨店（売場主任）           | ・日中関係の変化でインバウンド需要の後退が懸念されたが、現状はそれを上回る、国内客の高額品への需要増が下支えとなっている。衆議院選挙の結果にもよるが、当面はこの傾向が続きそうである。   |
|        |        | 百貨店（販売推進担当）         | ・衆議院選挙を控え、先が読みにくい状況であるが、消費税減税などの景気浮揚策の実施が期待される。   |
|        |        | 百貨店（販促担当）           | ・衆議院選挙後は消費喚起に向けた政策の実施が見込まれ、一時的であっても、少なからず消費意欲が高まることが期待できる。政治、経済共に先行きが不透明であり、予測が難しいものの、情勢が安定すれば高額品の動きも出てくる。ただし、日中関係の問題でインバウンドが前年を下回ることは避けられない。 |
|        |        | 百貨店（売場統括）           | ・衆議院選挙以降の為替の安定や、株価の継続的な上昇が期待される。  |
|        |        | 衣料品専門店（店長）          | ・12月に続き、販売の増加が進まない可能性もあるが、客の間にひっ迫した雰囲気はみられない。衆議院選挙の結果による与党の行方や、今後の賃上げや消費税減税の動きが注目される。   |
|        |        | 乗用車販売店（支店長）         | ・衆議院選挙の結果により、株価が上昇し、景気も上向くことが予想される。   |
|        |        | その他専門店〔ドラッグストア〕（店員） | ・物価の上昇を客が受けつづけるなか、衆議院選挙を経て食品関連の消費税率が引き下げられれば、更に期待できる。春闘での賃上げも期待されることから、景気は良くなると予想される。   |

|        |         |                  |   |
|--------|---------|------------------|---|
| 家計動向関連 | やや良くなれる | 都市型ホテル（フロント）     | ・3月中旬から4月初旬にかけては、桜のシーズンでもあり、特に不安視はしていないが、政治情勢に大きく左右される。インバウンドは今後も不安定要素が多い一方、国内客は衆議院選挙が終了すれば落ち着いてくる。   |
|        |         | 住宅販売会社（経営者）      | ・衆議院選挙の結果によるが、今後の政策に期待を持てそうである。   |
|        | 変わらない   | 一般小売店【化粧品】（経営者）  | ・衆議院選挙などの国政選挙が行われる月は売上が厳しく、中国からのインバウンドも2月は期待できないため、売上が大きく伸びることはない。ただし、春の新商材については、1月後半に販売した商品が好評なことから、全体としては変わらないと予想される。食料品の消費税減税が予想されるなか、食料品以外の動きは不透明であるが、基礎化粧品の売上は安定的な推移となる。一方、メイク関連商材については、低単価化が進むことが予想される。 |
|        |         | 一般小売店【野菜】（店長）    | ・衆議院選挙の結果がどうなるかで、今後の流れが変わってくる。  |
|        |         | 百貨店（外商担当）        | ・衆議院選挙後に予想外の政治的な変化が生じ、それに伴う経済的な悪影響が発生しない限り、現状のままと予想される。一方、海外特選ブランドの価格上昇による、消費マインドの低下が心配される。   |
|        |         | 百貨店（商品担当）        | ・国内の状況に関しては、衆議院選挙の結果次第で、消費税減税や外国人政策、景気対策、外交戦略などが変わるために、予想は困難である。  |
|        |         | スーパー（経営者）        | ・衆議院選挙の結果で、市場の動きが大きく変わる可能性はあるが、直近では大きな変化ないと予想される。   |
|        |         | スーパー（店長）         | ・衆議院選挙後の政策次第で環境は変わるが、政策が実現するまでに時間が掛かるため、当面は今の状況が続くと予想される。   |
|        |         | スーパー（経理担当）       | ・衆議院選挙の結果に関係なく、食料品を対象とした消費税減税が行われる見通しで、物価の低下に対する期待が出てくる。ただし、日本人の特性として消費が先行して改善することは考えにくく、当面の消費マインドは節約モードが続くと予想される。  |
|        |         | スーパー（販売促進担当）     | ・しばらくは現状のままと予想されるが、衆議院選挙の結果による、株価の上昇や景況感の改善が期待される。  |
|        |         | 家電量販店（店員）        | ・現状から大きくは変わらないが、衆議院選挙後の政策の動きによって変化が出てくる。  |
|        |         | 乗用車販売店（経営者）      | ・最終的に消費者の懐が暖かくなれば、消費意欲も高まる。衆議院選挙の結果がどうなるとも、この事実は変わらない。  |
|        | やや悪くなる  | 乗用車販売店（経営者）      | ・国内は急に始まった衆議院選挙で、消費に关心が向かう雰囲気はない。海外でも、米国の関税や米国大統領の言動で、市場が安定していないため、しばらく景気は現状維持となる。  |
|        |         | その他専門店【食品】（経営者）  | ・衆議院選挙などの影響で、景気は良くならない。   |
|        |         | 一般小売店【衣服】（経営者）   | ・物価の上昇が収まらないなか、売上は徐々に減少している。賃金が物価上昇を上回る勢いでは増加せず、消費者は日々の生活のやりくりに苦慮している。衆議院選挙後の物価対策も不透明であり、その他に景気の上昇につながる動きは期待できないため、更に景気は悪くなることが懸念される。   |
|        |         | スーパー（開発担当）       | ・衆議院選挙となり、景気対策もままならないまま、時間だけが過ぎていく。   |
|        | な悪くなる   | タクシー運転手          | ・衆議院選挙に伴い、タクシーの利用率は上昇が見込まれる。ただし、賃上げの動きと各種料金値上げの動きとのギャップは大きい。  |
|        |         | 住関連専門店（店長）       | ・衆議院選挙などの国政選挙が実施される時期には、来客数や案件数が減る。円安傾向も止まる気配がないため、輸入関係では引き続き厳しい状況が続きそうである。   |
| 企業動向関連 | 変わらない   | 食料品製造業（従業員）      | ・衆議院選挙では、消費税減税を多くの党が公約にしているが、当社の商品に影響が及ぶまでには時間が掛かる。   |
|        |         | 金属製品製造業（経営者）     | ・衆議院選挙の結果により、動きが変わる。  |
|        |         | 輸送業（サービス担当）      | ・天候や衆議院選挙などの状況に左右されるが、消費動向が大きく変わる要素はなく、荷物の個数にも変化がないと予想される。  |
|        | やや悪くなる  | 窯業・土石製品製造業（管理担当） | ・ガソリン暫定税率廃止が奏功しているものの、物価の上昇は相変わらず続いている。衆議院選挙もあって不安定な状況であり、先行きはやや悪くなると予想される。   |
|        |         | 金融業【保険】（経営者）     | ・衆議院選挙の争点でもあるが、人口の減少や内需の落ち込みといった、将来的な不安を払拭できないとみられる。  |
| 雇用関連   | 変わらない   | 人材派遣会社（支店長）      | ・衆議院選挙の結果次第であるが、状況が好転することはない。   |
|        |         | 新聞社【求人広告】（営業担当）  | ・衆議院選挙が行われるが、選挙の結果にかかわらず、数か月間で様々な問題への対応が進むことはない。  |
|        |         | 学校【大学】（就職担当）     | ・衆議院選挙が行われるなか、今後の政権運営は物価対策や経済政策次第となるが、今のところは不透明である。   |

### (D I の推移)



### (近畿地域のDI)

|                   |      | 24年  | 25年 | 26年 |
|-------------------|------|--|-----|-----|
| 現状<br>判断          | 近畿   | 51.1 54.2 50.9 49.2 47.5 48.6 48.7 48.2 45.3 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 |     |     |
|                   | (全国) | 50.2 51.2 50.1 48.9 46.9 47.8 48.3 48.8 47.9 46.2 48.0 48.2 48.0 45.9 45.4 43.7 45.1 45.5 45.5 46.7 47.0 48.0 48.2 47.7 47.6 |     |     |
| 先行<br>き<br>判<br>断 | 近畿   | 53.2 51.4 49.1 48.6 46.9 48.4 49.3 49.5 49.5 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 |     |     |
|                   | (全国) | 51.8 52.0 50.9 49.6 47.0 48.5 48.9 50.2 49.5 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 |     |     |

※季節調整値