

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

2019年1～3月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、1月を除き前年同月を上回った。百貨店では、中国の電子商取引（EC）法の施行が影響し、1月は前年同月の売上高から減少したものの、2月、3月は前年同月を上回るなど、堅調に推移した。スーパーでは、6ヶ月連続で前年同月の売上高を下回った。前年同月比を6ヶ月連続で下回るのは約7年ぶりとなり、低調が続いている。

コンビニ販売額は引き続き増加傾向にあり、家電販売額は1月、2月と減少したが3月には増加した。新車販売台数は3月に3ヶ月ぶりに減少した。個人消費は、やや弱含んでいる。

月別概況

1月〈平年差〉平均気温+0.5℃、降水量-50.4%

1月は、暖冬により季節品が伸び悩み、百貨店・スーパーともに売上高は前年を下回った。

百貨店では、年末年始の日並びがよく海外への旅行者が多かったため、初売りが不振となったほか、クリアランスセールも苦戦した。また、中国の旧正月（春節）が2月上旬になったことや、中国の個人査証（ビザ）の発給要件が緩和されたことにより、訪日観光客数は増加したものの、消費はEC法の施行による影響が大きく、インバウンド需要は低調であった。

スーパーでは、暖冬による季節品の売上高減少や、野菜の相場安が影響し、売上高は前年同月を下回った。

2月〈平年差〉平均気温+1.5℃、降水量-21.1%

2月は、株価や為替が安定し、インバウンドも春節を機に活況を取り戻した結果、全体としては前年同月の売上高を上回った。バレンタインデー商戦は、贈答から自家需要まで幅広い世代が関わるイベントへと市場も拡大していることもあり、好調であった。百貨店では、気温が高かったため春物の婦人服に動きがあった。また、インバウンドは、化粧品や高級品が好調であり、前年同月を上回った。一方で、スーパーは、野菜の相場安で引き続き苦戦し、前年同月の売上高を下回った。

3月〈平年差〉平均気温+1.2℃、降水量-28.0%

3月は、春物の動きが割れたが、合計の売上高は前年同月を上回った。また、ホワイトデー商戦は、堅調に推移したが、バレンタインデー商戦のような拡大傾向は見られなかった。百貨店では、紳士服で伸び悩んだが、海外からの旅行者が増えた結果、化粧品、高級品が好調であった。これにより、関西地域では統計を取り始めた2013年4月以降で、百貨店免税売上高が過去最高を記録した（日本銀行大阪支店）。スーパーでは、農産物や衣料品での苦戦により、前年同月を下回った。

百貨店A社

3月は、春物で苦戦したものの、インバウンドが好調であり、客数、客単価ともに増加したことから、前年同月の売上高を上回った。

紳士服：服装のカジュアル化の影響からか、ネクタイやワイシャツなどは伸び悩んだが、スニーカーやインターナショナル・ブランドのカジュアルな紳士服等は伸び、全体として売上高は前年同月を上回った。

婦人服：卒業式・入学式などのセレモニースタイルの需要はあったものの、ブラウスやパンツ等の春物の伸びが悪く、前年同月の売上高を下回った。

子供服：インターナショナル・ブランドは前年同月を上回ったものの、前年のリニューアルの反動があり、全体としては前年同月の売上高を下回った。

宝飾・時計：外国人顧客、国内顧客ともに売上高が伸びており、伸び率は外国人顧客の方が高く、前年からの増加額は国内顧客の方が大きかった。また、高額商品が好調を維持した結果、前年同月の売上高を上回った。

服飾雑貨：帽子や傘といった季節品は低調であったが、ハンドバッグが客数、客単価ともに好調だったこともあり、全体としては前年同月の売上高を上回った。

食料品：ホワイトデーにおける贈答品が、洋菓子から化粧品などへ多様化したこともあり、前年並みに留まったほか、大きな動きはなかったが、売上高は前年同月を上回った。

百貨店 B 社

3 月はフェアにより化粧品やラグジュアリーブランドが好調であったほか、中国等からのインバウンド需要もあり、売上高は前年同月を上回った。

紳士服：紳士雑貨は全般的に苦戦した。紳士服は、月前半に苦戦し、後半になり堅調に推移したが、結果、前年同月の売上高を下回った。

婦人服：ラグジュアリーブランドを除き、婦人服は全般的に苦戦。婦人靴では、カジュアル化の影響によりパンプスは苦戦し、スニーカーが好調であった。

宝飾・時計・美術：メガネが前月から続けて伸び悩んだ。時計は、インバウンド需要もあって好調を維持し、一部商品が品薄状態になることもあった。

雑貨：化粧品は、売り場の拡大やインバウンド需要により、引き続き好調であった。リビング用品では、和食器が好調であった。

食料品：食料品は、洋酒が堅調であったが、生鮮は伸び悩んだ。全体としては、前年同月の売上高と同水準に留まった。

スーパー C 社

3 月の売上高は、前年を少し下回る結果となった。衣料品を中心に客数や販売点数が減少したことが影響している。

衣料品：スポーツ関連品が大きく伸長したほか、E コマースによりベビーベッド等の大型雑貨が好調であった。催事の不調や、春物の動きが鈍かったことにより苦戦し、全体としては、前年同月の売上高を下回った。

食料品：テレビで健康に良い食品として放映された、かにかまやアマニ油、サバ缶が好調であった。特にサバ缶は、放映後時間が経過しても需要があり、国内製品だけでは供給が追いつかず、輸入品も仕入れて対応するなどして、好調を維持している。一方で、相場安の影響による野菜の単価減少が続いたこともあり、売上高は前年同月を少し下回った。

住居関連：月を通して季節品の動きが低調であり、入園入学関連品も苦戦したことにより、前年同月の売上高を下回る結果となった。月後半は寒の戻りによりカイロや暖房小物の需要が高まったほか、マスク等の花粉関連品も引き続き好調に推移した。また、前年の災害による防災意識の高まりにより、防災用品の需要も伸長した。

(松永 有生)

大阪府の消費に関する経済指標

※ Pは速報値を表す (単位：百万円、台、%)

		2018年		2019年			
		10月	11月	12月	1月	2月	3月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	150,072	155,501	201,192	151,906	136,765	P 155,863
	(前年同月比、全店ベース)	1.8	▲1.4	0.2	▲3.3	0.9	P 1.0
	(前年同月比、既存店ベース)	1.8	▲1.0	0.1	▲3.5	0.7	P 0.8
うち百貨店	販売額	79,084	85,102	114,908	79,991	72,191	P 85,496
	(前年同月比、全店ベース)	5.0	0.8	2.5	▲3.3	4.3	P 2.6
	(前年同月比、既存店ベース)	5.0	0.8	2.5	▲3.3	4.3	P 2.6
うちスーパー	販売額	70,989	70,389	86,284	71,916	64,574	P 70,367
	(前年同月比、全店ベース)	▲1.5	▲3.8	▲2.7	▲3.4	▲2.6	P ▲0.9
	(前年同月比、既存店ベース)	▲1.5	▲3.2	▲2.9	▲3.7	▲3.1	P ▲1.3
コンビニエンスストア 販売額及び店舗増減	販売額(全店ベース)	68,657	66,809	72,645	65,643	63,096	70,218
	(前年同月比、全店販売額)	1.1	3.7	4.6	4.1	7.1	3.2
	店舗数(前年同月比)	0.2	0.5	0.6	0.8	0.9	0.5
乗用車新車販売	台数	18,987	19,396	16,898	18,807	21,834	26,148
	(前年同月比)	15.6	13.4	▲2.2	4.8	2.9	▲3.0
家電大型専門店販売	(前年同月比)	1.9	▲2.5	5.7	▲0.2	▲0.6	4.0

資料：【大型小売店販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」。

【コンビニエンスストア販売額】経済産業省「商業動態統計」。

【乗用車新車販売台数】(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会。

【家電大型専門店販売額】経済産業省「商業動態統計」。