

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

2019年4～6月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、全ての月で前年同月を上回った。百貨店では、引き続きインバウンドによる消費が好調であった。スーパーは、4月は前年同月の売上高を下回り、5月は8か月振りに前年同月比がプラスとなったものの、6月は再びマイナスに転じた。

乗用車新車販売台数は、3ヶ月連続で前年の売上台数を上回ったが、6月はプラス幅が減少した。

コンビニエンスストア販売額、家電大型専門店販売額、ホームセンター販売額は、それぞれ3ヶ月とも前年同月を上回った。ドラッグストア販売額は、前年12月からマイナスが続いていたが、6月はプラスに転じた。

個人消費は持ち直しの動きがみられる。

月別概況

4月〈平年差〉平均気温-0.5℃、降水量-16.2%

4月は、気温の低さが影響し、季節商品の売上が伸び悩んだ。百貨店では、インバウンドの好調が続き、前年の売上高を上回ったが、スーパーでは下回った。

百貨店・スーパーともに、花見需要により和菓子や総菜等の売れ行きが好調であった。また、令和初日の大安に結婚する人が増え、百貨店では指輪等の高級品に動きが見られた。

5月〈平年差〉平均気温+1.3℃、降水量-39.2%

大型連休で祝日が2日増えたこともあり、百貨店・スーパーともに、前年同月の売上高を上回った。気温が高く推移したため、スーパーでは、熱中症対策（クール対策）の売上が好調であったほか、帰省や母の日用のギフトが好調であった。一方で、ティッシュペーパーは品薄の影響を受けて値上がりしており、売れ行きはよくない。また、冷蔵庫等の家電製品では、増税前の駆け込み需要がみられた。

6月〈平年差〉平均気温+0.2℃、降水量-38.5%

6月は、百貨店は前年同月の売上高を上回ったが、スーパーでは下回った。百貨店では、G20大阪サミットによる交通規制の影響で客数が減少した。また、梅雨入りが平年より19日遅く、降水量が少なかつたため、レイングッズは不調であった。一方で、環境省が熱中症予防に日傘を推奨したため、男性用日傘が売れるスーパーもあった。

百貨店A社

6月は、前年の大阪北部地震の発災や、本年開催のG20大阪サミットによる客数減少の影響等で、単純に比較することは難しいが、前年同月の売上高を上回った。なお、インバウンドは引き続き好調であった。

紳士服：トラディショナルなスーツは新商品でも動きがよくなかったが、インターナショナル・ブランドのカジュアル服の好調が続いたことから、売上高は堅調であった。

婦人服：雨が少なかったこともあり、初夏物の楽で涼しげなアイテムが好調となり、全体の売上を牽引した。

子供服：インバウンドの手堅い消費もあり、売上高は前年同月を上回った。これまではベビーやインターナショナルブランドが好調であったが、キッズブランドにも良い影響が出ている。なお、通信販売等では一定の条件を満たす取引について、9月末までの購入であれば、経過措置により8%の税率が適用される。このため、ランドセルは受け渡し時の消費税率が適用される店頭販売よりも、経過措置の対象となるネット販売が好調である。

宝飾・時計：高額商品も堅調であったが、外国人顧客よりも国内顧客の方が売上高の伸び額が大きかった。特に国内顧客は時計が好調であった。

服飾雑貨：季節商品では、サングラスや傘・帽子の売れ行きがよく、スニーカーやサンダルも気温上昇の追い風を受けた。また、女性のハンドバッグも引き続き好調であった。

食料品：6月27日から30日にかけて、G20大阪サミットによる交通規制があったため、客数が2割程度減った影響を受けたものの、売上高は前年同月を少し上回った。

スーパーB社

6月の売上高は、大阪北部地震で災害関連品の売上が伸長した前年を少し下回る結果となった。また、週末にまとめ買いをせず、平日の仕事帰りに購入する量と同程度の量を購入するといった買い方の変化が生じている。

衣料品：梅雨入りが遅れたため、レイングッズは低調であったが、薄手のブラウスや日傘が伸長しており、特にカバーソックス（素足で靴を履いているように見えるようなショート丈の靴下）は5月から好調が続いている。また、男性向けの日傘も売上が伸びたほか、父の日の需要もありリュックサック等のカジュアルバックも伸長した。

食料品：加工食品は前年の反動で低調であったが、気温の上昇を受けアイス等の涼味は好調であった。一方、シラスウナギの漁獲量減少により鰻の価格が高騰しており、苦戦が続いている。また、冷やし焼き芋が伸長しているほか、父の日の需要でウイスキーも動いた。

住居関連：増税前の買替需要で、冷蔵庫・洗濯機や浄水器の売上が伸長したが、テレビ等のAV機器は低調であった。ハンディファン（手持ちの小型扇風機）は4月から前年比の売上が伸びており、6月は好天が続いた影響を受け特に好調であった。一方で、リビング用の扇風機は苦戦した。また、国内メーカーが物流費の高騰等を理由に価格を値上げしたティッシュペーパーは、商品の供給が不安定なこともあり低調となった。

自動車販売店 C 社

C社は南大阪地域を商圈とする、自動車販売店（ディーラー）であり、6月の受注数（販売台数）は、大阪北部地震が発生した前年を上回ったが、消費税増税前の駆け込み需要の影響はほとんど見られなかった。

売れ筋：C社では、軽自動車が販売台数の約4割を占めている。200万円近い金額で装備の充実した軽自動車もあり、セカンドカーとしてではなくメインカーとして購入する顧客が増えてきている。また、軽自動車以外では、ファミリー層にはミニバン、若年層にはSUVが人気である。

増税の影響：自動車メーカー側は、駆け込み需要を見越した計画を立てていたが、C社では駆け込み需要の影響があまり見られなかった。C社による顧客への聞き取り調査でも、購入のきっかけを増税と回答する人はそれほど多くなかった。増税前の駆け込み需要による受注数の大幅な増加が見られない要因としては、前年9月の台風被害により、その後新車購入の動きがあったことが考えられる。

買い方の変化：最近では、数年後の買取保証額（＝残価）を予め設定し、残価を除いた金額の分割払いが完了すれば、残価を支払い購入するか、新車に乗り換えるか等の選択ができる、「残価設定型クレジット」による購入が増えている。C社では、新車販売数のうち約5割が残価設定型クレジットによる購入であり、3年程度で（1回目の車検時に）新車に乗り換える選択をする顧客が多い。

社会背景と対応：最近では、ニュースで高齢者が関係する事故が相次いで取り上げられ、免許を返納する人が増加している。また、若年層では人口が減少しているなか、カーシェアリングといった乗り方が広まるなど、自動車販売店を取り巻く状況は芳しくない。また、企業としては働き方改革の推進を求められている。このような状況下で、C社は営業日数の短縮や残業時間の削減に取り組みつつ、設備投資による職場環境の改善、IT技術の活用による業務の効率化や顧客サービスの改善を図ることで、顧客満足度や従業員満足度を高め、営業日が減少したなかでも、収益を増加させている。

（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、%）

		2019年					
		1月	2月	3月	4月	5月	6月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	151,906	136,765	155,863	146,690	146,980	p 147,732
	(前年同月比、全店ベース)	▲3.3	0.9	1.0	0.5	1.3	p 1.1
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.5	0.7	0.8	0.4	1.3	p 1.1
うち百貨店	販売額	79,991	72,191	85,496	77,883	76,334	p 76,876
	(前年同月比、全店ベース)	▲3.3	4.3	2.6	2.5	2.2	p 2.4
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.3	4.3	2.6	2.5	2.2	p 2.4
うちスーパー	販売額	71,916	64,574	70,367	68,806	70,647	p 70,856
	(前年同月比、全店ベース)	▲3.4	▲2.6	▲0.9	▲1.6	0.4	p ▲0.3
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.7	▲3.1	▲1.3	▲1.8	0.3	p ▲0.3
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)	65,643	63,096	70,218	69,516	70,415	p 70,825
	(前年同月比、全店販売額)	4.1	7.1	3.2	4.7	4.4	p 2.6
	店舗数(前年同月比)	0.8	0.9	0.5	0.4	0.3	p 0.5
乗用車新車販売	台数	18,807	21,834	26,148	17,346	17,611	19,027
	(前年同月比)	4.8	2.9	▲3.0	8.0	7.2	1.1
家電大型専門店販売額	(前年同月比)	▲0.2	▲0.6	4.0	1.8	6.3	p 8.4
ドラッグストア販売額	(前年同月比)	▲4.3	▲0.6	▲0.4	▲2.3	▲0.2	p 0.9
ホームセンター販売額	(前年同月比)	0.9	4.7	3.4	2.9	9.0	p 1.4

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】(注)日本自動車販売協会連合会、(注)全国軽自動車協会連合会。

【家電大型専門店販売額】【ドラッグストア販売額】【ホームセンター販売額】経済産業省「商業動態統計」。