

最近の消費動向（個別ヒアリング）

個人消費は、基調として消費者の買い控えや低価格志向が続いている。22年12月前半は気温が高く、衣料品が不調となるなど、12月の大型小売店の売上高は前年同月を下回った。

大阪産業経済リサーチセンターでは、消費動向を把握するため、百貨店3社、スーパー1社を対象にヒアリング調査を行った。

今回ヒアリングを行った百貨店3社ではコートやクリスマス関連などが好調で、売上げは増加した。一方、スーパーでは、食料品がまずまずの推移となったものの、衣料品が伸び悩んだほか、家電エコポイント特需の反動により、液晶テレビ、冷蔵庫などが減少した。

百貨店A社

12月の売上げは、前年同月比で増加した。商品別の状況をみると、衣料品は前年同月比で増加した。衣料品は、婦人、紳士ともにコートが全体を牽引した。販売数は前年並みであったが、付加価値の高い商品を投入したため、単価が上昇した。クリスマス商戦では、シーズン雑貨や人気ブランドのアクセサリを期間限定で投入するなど、品揃えを充実させたことから売上げが好調に推移した。

紳士服では、冬ファッションが好調であったほか、ビジネス雑貨も堅調に推移した。クリスマス関連需要も好調であった。

婦人服では、ヤング・キャリアで、冬ファッションが好調に推移した。そのうち、ミドル・シニアは、外衣の動きが好調であった。また、顧客に合わせたきめ細かい販売促進活動が効果的であった。子供服もトドラー、マタニティ・ベビーなどが好調に推移した。ギフト需要も好調であった。

呉服では増加した。

服飾品は、期間限定ブランドを導入したアクセサリがクリスマス直前に大きく売上げを伸ばし、好調であった。化粧品もクリスマスキットなどセット商品が堅調に推移した。

婦人靴は前年並みであった。

バッグは減少した。クリスマスギフトも減少した。

アクセサリは、限定ブランドを導入するなど品揃えを豊富にしたため、増加した。クリスマスギフト需要も増加した。

シーズン雑貨は、バーゲン規模を前年より縮小した影響で減少した。

宝飾品等は、前年を下回った。クリスマス関連の宝飾品が減少した。

美術品は増加した。

食料品は、生鮮食品や、クリスマス関連が増加したが、菓子が低迷し、全体としては減少した。クリスマス関連のうち、ケーキは、予約が増加したが、当日の販売が伸びず前年を下回った。また、おせち料理は客単価が大幅に伸びて、前年を上回った。年末商戦は、菓子が減少したが、かにや鍋用の肉など、生鮮食品が好調で前年実績を上回った。歳暮は、店頭、ネット受注とも減少したが、計画値を上回った。顧客単価は変わらず、販売個数が減少した。

1月前半の状況をみると、紳士服、婦人服、服飾品などが増加した。また、食料品の福袋も好調であった。

百貨店B社

12月の状況をみると、来店客数は前年同月比で減少となったものの、顧客単価、買上点数は増加し、売上げは堅調に推移した。美術品、宝飾・時計などの高額品も増加した。

歳暮関連は、届け先を絞り込む動きが出ており、わずかに減少した。1件あたりの価格は前年並みとなった。上位品目は、カタログギフト、ビール、ハムであった。また、名産品や特撰グルメ関連商品を自分用に選ぶ顧客が徐々に増えており、今後、新しいマーケットになると期待される。

クリスマス関連は、高級ブランド品が堅調に推移した。また、カップルでプレゼントを選ぶ顧客が目立った。

商品別の動きをみると、衣料品は婦人、子供服が増加したものの、紳士服が減少したことから、やや減少した。紳士服は、カジュアルウエアが好調で、ヤングが増加したものの、ビジネスが減少した。婦人服は、ラグジュアリーブランドやプレタポルテが堅調であったほか、ヤング・ヤングアダルトも堅調に推移した。子供服は、小学生以降向けが伸び悩んだものの、ベビーウエア、幼児服が好調であった。

食料品は微減となった。生鮮食品、菓子類は増加したものの、惣菜が減少したほか、酒類がギフト関連を中心に減少した。

身の回り品では、バッグ、靴などが減少した。

雑貨は、化粧品が牽引役となり増加した。メイキャップ系の好調が目立った。また、クリスマス限定キットも堅調であった。

家具・家電・家庭用品は、微減となった。家電・家具が減少、家庭用品は食器や調理用品類が増加したことから、増加した。

宝飾・貴金属類は増加し、美術品も、催事を開催したことから増加した。

なお、1月初旬の販売状況は、出足はまずまず順

調であった。特に、人気ブランドの福袋は堅調であった。

百貨店C社

12月の売上げは、前年同月比で増加した。特に、衣料品が売上げに寄与する形となり、コート、ブーツなど冬物ファッションが好調であった。

クリスマス関連の売上げは、前半はアクセサリーなどが伸び悩んだものの、22年は日程の関係で22日の祝前日から25日までクリスマス期のピークが長かったことから、ぎりぎりになって売上げが回復し、商戦全体で前年同月を上回った。12月の傾向として、カップルでの来店が目立った一方で、自分自身へのプレゼントとして欲しい商品を買うといった傾向もみられた。

年末商戦での食品の販売状況を見ると、前年同月をやや下回った。

商品別の動きを見ると、衣料品は、前年同月比で増加となった。

そのうち、紳士服はコート、ジャケットなど外衣が前月に引き続き好調であった。クリスマスギフト関連も、単価は若干低下したものの好調であった。

婦人服は、12月を通してコートなどの冬物重衣料が好調であった。コートは幅広いアイテムが好調で、単価も上昇した。

子供服は、トドラー(幼児)、卒業スタイルのジュニアなどが増加、雑貨などが減少した。また、ベビー向けの商材がギフト需要で好調であった。

呉服は減少した。値頃感のあるものは堅調であったが、フォーマル着物は減少した。

特選品は、クリスマス直前にギフト需要が伸び、雑貨では大型ブランドのバッグや革小物が好調であった。ジュエリーが堅調に推移し、ブライダル関連も好調であった。

服飾品は、アクセサリーがクリスマス直近になって回復したが、それまで伸び悩んだため、前年を下回った。シーズン雑貨ではギフト需要がみられたネックウェアが好調であった。

化粧品は、月前半は勢いがあつたものの、後半、クリスマス関連のメイクが伸び悩んだ。

婦人靴は、バーゲン品が減少した。

バッグ・財布は、財布がギフト需要が好調で増加したものの、バッグが減少し、全体では減少した。家具は増加した。

食器は、特選洋食器が増加したが、洋食器・キッチン用品などが減少した。

美術品は、画廊での催事が好調で増加した。

食料品は減少した。歳暮関連が1人当たりの販売単価は変わらなかったものの、販売個数は減少し、前年比で減少した。一方、生鮮、酒類、惣菜が増加、菓子は洋菓子が前年並であった。クリスマス関連は、クリスマスケーキは事前予約は伸び悩んだものの、

23～25日に増加したため、前年並となった。また、おせち料理は献立や数量の見直しが奏功し前年を上回った。

年末商戦では生鮮食品や惣菜売場で集客に成功し、好調に推移した。

スポーツ関連の売上げは、ランニング関連が大きく増加したほか、機能性肌着も好調であったが、ゴルフ関連が減少し、ウィンタースポーツ関連も伸び悩んだ。

1月前半の状況を見ると、前年同月を上回っている。婦人服、特選品、服飾品などが増加、食料品が減少した。

スーパー

12月の販売状況を見ると、前年同月比でやや減少した。衣料品が12月中旬まで気温が低下せず、アウター関連が伸び悩んだほか、住居関連が家電エコポイント特需の反動により減少した。

顧客単価は食品が上回ったものの、それ以外は前年をやや下回り、来店客数も減少した。買い上げ点数は前年を上回った。

歳暮関連はやや減少した。生鮮品ギフトが好調に推移したほか、酒類も増加したが、加工食品、銘店ギフトがやや伸び悩んだほか、住居関連ギフトが苦戦した。ただ、歳暮商戦期間の累計売上げは増加した。

クリスマス関連セールは惣菜が増加したものの、加工食品、ゲーム関連が減少し、やや盛り上がりに欠けた。

商品別の内訳を見ると、衣料品は、中旬まで気温が低下せず、婦人・子供のアウター関連及び、防寒関連が伸び悩んだ。ただ、月末の寒波で防寒肌着・服飾品を中心に動きがみられた。婦人長袖下着、ランドセル、メンズ・レディススポーツシューズ、合繊ハーフコート、ウォームアップウエアなどが増加、タイツ、紳士長袖パジャマ、ミセス長袖セーター、ダウンコート、長袖トレーナー、ハイネック・タートルなどが減少した。

食料品は、中旬まで野菜・果物の相場高が続いたことにより農産物が引き続き好調に推移した。ただ、中旬まで気温が高めに推移したことから、鍋物関連は減少した。際物商品(販売期間が短い季節商品)はおおむね好調に推移し、高単価品の動きも良かったが、月末に一部地方で降雪があり、日配・惣菜を中心に売上げに影響がみられた。また、年末関連商戦は年末3日間に集中する傾向が強まった。みかん、玉ねぎ、スライスハム、牛炒め、かに、うなぎ、リキュール類、中華調味料、冷凍調理品、小物飲料、中華惣菜、焼き鳥・照り焼きなどが増加、バナナ、えのき茸、焼肉用牛、しゃぶしゃぶ用豚、冷凍えび、餅、袋物ラーメン、菓子パン、うどん、唐揚げ、弁当などが減少した。なお、たばこは一時の落ち込み

から回復している。

住居関連では、家電エコポイント特需の反動により、液晶テレビ、冷蔵庫などが減少したが、レコーダー、販売促進をかけたエアコンなどが好調を維持した。ヘルス・ビューティ関連は医薬品や健康食品が好調であった。年末掃除用品や正月用品などは年末に集中する傾向がみられた。エアコン、レコーダー、基礎化粧品、シャンプー、調理小物、モップ、クッションなどが増加、液晶テレビ、クリーナー、

カイロ、ラップ、据え置きゲームソフト、中敷カーペット、こたつ掛ふとんなどが減少した。

1月前半の状況を見ると、前年同月を上回った。衣料品が販売促進をしたこともあって好調に推移したほか、食品、住居関連も堅調であった。特に、鍋物関連の食材に動きがみられるほか、花粉、インフルエンザ関連の商品が増加した。

初売りの福袋はやや伸び悩んだ。ただ、食品及び衣料関連の詰め放題セールは好調であった。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		22年					
		7月	8月	9月	10月	11月	12月
大型小売店計	販売額	154,126	129,763	126,646	135,193	142,862	182,562
	(前年同月比)	0.4	-2.3	-1.2	-1.0	-0.8	-2.3
うち百貨店	販売額	79,737	56,375	57,979	64,570	71,417	96,023
	(前年同月比)	1.4	-3.9	-3.6	-1.4	-1.3	-2.0
うちスーパー	販売額	74,389	73,388	68,667	70,622	71,445	86,539
	(前年同月比)	-0.6	-1.0	1.0	-0.7	-0.3	-2.7
コンビニエンス・ストア販売額(近畿)	販売額	109,223	110,338	113,690	97,308	98,491	107,711
	(前年同月比 既存店ベース)	-0.4	0.1	12.3	-6.4	0.5	2.5
	(前年同月比 全店ベース)	2.4	2.6	14.8	-3.9	2.8	4.9
乗用車新車販売	台数	21,472	19,180	22,138	13,649	13,854	13,990
	(前年同月比)	9.7	38.0	2.9	-22.5	-27.3	-19.3
家電販売(近畿)	(前年同月比)	11.4	16.5	12.8	57.2	100.9	-

資料：大型小売店販売額 近畿経済産業局「管内大型小売店販売状況」。前年同月比は店舗調整済の値。

コンビニエンス・ストア販売額 近畿経済産業局「管内大型小売店販売状況」(参考資料)。

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。

家電販売額 近畿経済産業局「近畿経済の動向」。