

最近の消費動向（個別ヒアリング）

個人消費は、消費者の買い控え傾向に加え、23年3月前半の気温が低く、春物の衣料品が不調であったことや、東日本大震災による消費の自粛ムードの影響などもあり、3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。

百貨店では、低気温や震災の影響などから春物衣料品の動きが鈍かったものの、ホワイトデー商戦の好調やリニューアル効果が売上げに貢献した。スーパーでは、衣料品が低調であったが、食料品や住居関連では、備蓄型商品や電池、懐中電灯など震災特需の動きもみられた。

百貨店A社

3月の売上げ状況をみると、前半は気温が低かったことから、全般的に春物関連などがやや伸び悩み、前年同月比で減少した。ただ、月後半は気温の上昇や消費の自粛ムードの緩和などもあり、各品目で動きが回復した。

👔 **紳士服**：前年同月は微減だったものの、ファッション関連の中でも動きが良く、コート、セーターなどのほか、ビジネス雑貨も堅調に推移した。

👗 **婦人服**：ジャケット、スカートなど春物の主力アイテムは伸び悩んだが、スプリングコートは好調であった。

👶 **子供服**：雑貨・ベビー洋品、幼児向けなどが月後半から増加し、ほぼ前年並みの売上げとなった。

🍷 **食料品**：ギフト関連の需要は低迷するも、保存食品は好調であった。ホワイトデー商戦の洋菓子などが売上げ増加に寄与した。

💄 **化粧品**：メイキャップ、美白商品、ファンデーションなどを中心に減少した。

👜 **アクセサリ**：ヘアアクセサリ関連商品の動きがよかった。

🍴 **食器**：ギフト需要が旺盛な和食器に加え、洋食器など全体的に動きが活発であった

百貨店B社

3月の売上げは前年同月を下回った。低気温の影響で、春物の衣料品やシーズンアイテムが伸び悩んだ。ただ、中・下旬については、ホワイトデー商戦や一部フロアのリニューアル、気温の上昇などもあ

り、売上げは回復基調にある。

👔 **紳士服**：旅行関連商品などが引き続き好調で、コートなどに動きがみられたが、ポロシャツやスーツのほか、春物のカジュアル関連が伸び悩み、前年を下回った。

👗 **婦人服**：ヤング・キャリア、ミドル・シニアともに、前年同月を下回った。ジャケット、スカートなどの落ち込みがみられ、ミドル・シニア層ではセーター、パンツなど多くのアイテムで減少した。ただし、下旬以降は気温の上昇もあり、婦人服全体で売上げは回復の兆しがみられた。

👶 **子供服**：催事の効果もあり、前年に比べ大幅に増加した。また、ランドセルは需要の前倒しが進んだが、単月では前年並みとなった。

🍷 **食料品**：全体的に伸び悩み、前年を下回った。ただ、3月下旬には、多くの顧客で賑わい、好調に推移した。ひな祭りについては、洋菓子などが好調であった。震災後は保存関連の食品雑貨が堅調に推移した。

💄 **化粧品**：基礎化粧品、ボディケアが大きく増加したことなどから、前年同月比は増加した。

🧥 **シーズン雑貨**：月前半の低温のため、帽子やネックウェアなどの中でも防寒性のある商品は堅調だったが、春物の動きは鈍かった。

🍴 **食器**：前年同月で横ばいとなったが、お祝い品の需要が減少し、洋食器、和食器とも伸び悩んだ。

百貨店C社

3月の売上げは、前年同月で若干の減少となった。震災後、関西でも定年後の男性や30歳代の女性を中心に、ウォーキングシューズの売れ行きが好調であった。

👔 **紳士服**：ビジネスウェアが苦戦する一方、低気温により、関西では春物の動きは鈍いものの、スプリングコートは好調であった。また、薄手のマフラー、手袋は月後半まで需要が続いた。

👗 **婦人服**：コートは低気温の影響で前年を上回った。全般的に、震災によるイベントの中止などもあり、売上げが減少した。一方、リニューアル効果でヤングの売上げが増加するなど、店舗によって明暗が分かれた。なお、ミセスの動きは鈍く、服よりも募金や他の必需品の購入に置き換わる傾向がみられた。

【**子供服**】：震災で東日本から一時避難した世帯が購入する動きがあった。ただし、全体では改装に伴うフロアの一時閉鎖の影響で、大きく売上げが減少した店舗もあった。幼児のスクールウェアや玩具については動きがよかった。

【**食料品**】：震災によって商材調達や業者の来阪が困難になったことから、3月中旬に実施を予定していた物産展が中止になった店舗もあった。また、震災直後は、被災地への提供用、あるいは自宅の備蓄用の保存食（米、レトルト食品など）や保存水の需要が高まり、品薄となったため、一時、購入数量の制限を実施した。食料品全体では減少となったが、食堂・喫茶部門については、リニューアル効果により非常に好調であった。

【**雑貨等**】：美術・宝飾・貴金属については、上得意顧客により高額品が好調な店舗もあったが、全体では減少した。化粧品では、震災の影響などから中国人客の来店が減少し、国内有名ブランド品の売上げが減少した。

スーパーA社

3月の販売状況をみると、前年同月比で増加した。気温があまり上昇しなかったため、衣料品の春物商品が低調であったが、食品では土物野菜やいちごなどの果物をはじめ、畜産、米・水・缶詰などが、住居関連では花粉対策商品が好調であった。

来店客数は、衣料品、食品、住居関連とも横ばい、あるいは増加し、買い上げ点数もそれぞれ前年を上回ったが、顧客単価は衣料品で前年をやや下回った。

【**衣料品**】：月初のバーゲンが奏功したビジネスバッグ、紳士財布、レディーススポーツシューズのほか、紳士冬物肌着、粉ミルクなどが増加したが、メンズ・ソフトジャケット、長袖ポロシャツやレディース・デニムパンツ、インポートカジュアルバッグ、パンティストッキングなどが減少した。

【**食料品**】：鳥インフルエンザの発生以降、鶏肉・豚肉の相場高が続くことから、畜産の売上げが好調であったのに加え、震災特需による米、水、缶詰、レトルト食品などの備蓄型商品、たばこが堅調であった。また、ひな祭りやホワイトデーなどのハレの日需要も好調であった。一方、3月中旬以降は、ヨーグルト、納豆など入荷の減少・途絶により、伸び悩む商品も発生した。個別品目では、生筍、牛内臓、天ぷら、アスパラガス、発泡酒などが減少したが、水、うるち米、中華惣菜、小物飲料、塩鮭・加工品などが増加した。

【**住居関連**】：月間を通じて空気清浄機、マスク、鼻炎薬など花粉対策商品が好調。震災後は電池、懐中電灯、ガスボンベ、家具転倒防止グッズなどの特需が発生した。一方、商品の調達難により、特売品の構成比が低下し、定番商品の売上げ構成比が上昇した。個別品目では、学習家具、手帳・メモ、ブランド洋陶器、携帯電話、液晶テレビなどが減少したが、安全フック、電池・懐中電灯、ガスコンロ、TVゲーム本体、ボックスティッシュなどが増加した。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		22年		23年			
		10月	11月	12月	1月	2月	3月
大型小売店計	販売額	135,976	143,514	183,392	144,919	120,951	133,526
	(前年同月比、全店ベース)	-0.6	-0.4	-1.9	0.1	-1.3	-2.9
うち百貨店	販売額	64,570	71,417	96,023	70,313	56,643	65,878
	(前年同月比、全店ベース)	-0.9	-0.7	-1.5	-0.7	-0.6	-3.2
うちスーパー	販売額	71,405	72,097	87,369	74,606	64,307	67,648
	(前年同月比、全店ベース)	-0.4	0.0	-2.3	1.0	-1.8	-2.5
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	97,308	98,491	107,711	98,608	93,985	107,428
	(前年同月比、既存店ベース)	-6.4	0.5	2.5	4.3	5.6	7.4
	(前年同月比、全店ベース)	-3.9	2.8	4.9	6.9	8.0	9.8
乗用車新車販売	台数	13,649	13,854	12,890	13,315	18,013	19,074
	(前年同月比)	-22.5	-27.3	-25.7	-17.8	-12.6	-32.9
家電販売(近畿)	(前年同月比)	57.2	100.9	-30.0	-18.1	-6.2	...

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」。