

## 最近の消費動向（個別ヒアリング）

個人消費は、新規出店や一部店舗の増床・改装の効果がみられる一方で、二度の台風到来による入店客数の減少、厳しい残暑などにより、9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、厳しい残暑により秋物商材の動きが鈍かったのに加え、台風の影響で来店客数が減少し、食料品が不振となった。スーパーでは、残暑で夏物商品の処分は進んだが、高機能性インナーなど秋物商品の動きが鈍かった。このほか、液晶テレビ、エアコン、携帯ゲームソフトなども前年を下回った。

### 百貨店A社

9月の売上げ状況をみると、後半の連休以降に気温が低下し、秋冬ファッションの動きが回復したものの、台風が二度到来したことも影響し、売上高は前年同月比で微減となった。

**\*紳士服**：スーツなどビジネス関連は微減だったが、秋物のカジュアル関連、靴などが好調で、ラグジュアリーブランドや顧客向けのイベントも盛り上がり、全体では微増となった。

**\*婦人服**：ブラウス、ニットなど単品は好調ながら、主力のジャケットが苦戦し、前半の売上げの落ち込みをカバーできず、前年同月比は減少した。

**\*子供服**：生活雑貨は前年割れとなったが、衣料品は月後半からの販促効果もあり、好調に推移した。また、ランドセルも前年を大きく上回った。

**\*食料品**：台風の影響で来店客数が減少したことから、売上げは減少した。ただし、芋、栗、鍋関連などの商材は動きが良かった。

**\*化粧品**：美容液は前年並みとなったが、美白商品、メイキャップなど他のカテゴリで前年を下回った。

**\*シーズン雑貨**：多雨の影響で、雨傘が大きく伸びた。一方、昨年ヒットしたストールなどのネックウェアは伸び悩んだ。

**\*食器**：引き出物向け食器は好調だったが、調理用品、和食器が不振であった。

### 百貨店B社

9月の販売状況をみると、前年同月で減少となった。前半は、毎年恒例の催事が不振であったが、後半は敬老の日商戦でスカーフ、紳士ニットなどが前年を上回

るなど盛り上がった。

**\*紳士服**：全体では前年同月を下回った。スーツ、ネクタイといったビジネスウェア、ビジネスバッグ・靴などは苦戦したが、カジュアルウェア・バッグは好調だった。

**\*婦人服**：実用性の高い商品への需要が高く、セーターなどすぐに着用できる端境期の商品の動きが良かった。また、服飾雑貨も大幅に伸びた。

**\*子供服**：マタニティ・ベビーが大きく減少したものの、雑貨・玩具、幼児向けは増加し、全体では前年を上回った。また、大型ブランド商品も復調傾向となった。

**\*食料品**：台風による来店客数の減少が影響し、全体では微減であった。ただし、直近になって気温が低下してきたことから、秋物の商材に動きがみられた。

**\*化粧品**：昨年の販売実績の反動もあり、ファンデーション、ボディーケアが大幅に減少した。

**\*家具**：一般家具、北欧家具ともに前年同月比で大幅増となった。

**\*家電**：販売額は小さいものの、昨年の販売の反動減により、前年を大きく下回った。

### 百貨店C社

9月の売上げは、前年同月で微減となった。クールビズ関連は一服したものの、長引く残暑やそれに伴う節電対応などもあり、秋物の商材の動きが鈍かった。

**\*紳士服**：残暑による高気温が続いたが、半袖ワイシャツ、 Poloシャツなどクールビズ関連の新規購入は一段落した。一方、ジャケットやスラックスは比較的健闘した。10月に入り秋物スーツ、ネクタイも動き始めている。

**\*婦人服**：ハーフトレントコートやポンチョなどの動きは好調であったが、ロングブーツが実需に結びつかず苦戦した。特選はこれまで全般的にプラスで推移したが、9月はブランドによって明暗が分かれた。また、洋品はファッションへの感度が高いヤングやミセスで売上げが大きく伸びた。

**\*子供服**：ベビーや小学生向けなど、全般的に好調であった。また、改装のために昨年、売場を一時閉鎖していた店舗では、大幅な反動増となった。

**\*食料品**：震災の影響も解消され、生鮮をはじめ惣菜、食堂・喫茶など、いずれの部門においても前年同月を

上回った。

**\*雑貨等**：厳しい残暑で気温が高かったことから、化粧品は前年並みとなった。美術・宝飾・貴金属については、店舗によって多少ばらつきはあるものの、改装効果でプラスとなった時計、呉服のほか、上得意顧客向けの催事が奏功した美術など、全体でも前年同月を上回った。

### スーパーA社

9月の販売状況をみると、前年同月比で微減となった。衣料品では高機能性インナーなど秋物商品の動きは鈍かったが、残暑により夏物商品の処分が好調だったことなどから、売上げは増加した。食料品では、果物や牛肉が苦戦し、住居関連でも液晶テレビやエアコンの大幅減などもあり、それぞれ前年を下回った。

来店客数は、衣料品でのみ増加したが、買い上げ点数は衣料品、食料品、住居関連すべてで前年を上回り、顧客単価は住居関連で微減となった。

**\*衣料品**：夏物商品の処分セールは好調だったが、パンスト・ソックス、紳士ヤング長袖、秋冬用の高機能性インナーといった秋物商品の動きは鈍かった。一方、二度の台風到来もあり、紳士雨傘、レインコート・ブーツなどのレイン関連商品が大幅な伸びとなった。また、歴史的な円高水準に伴う海外旅行の人気の高まりから、トラベルバッグの動きが良かった。商戦の前倒し傾向が強まっているランドセルも好調であった。

**\*食料品**：原発の風評被害により落ち込んでいた牛肉は、依然昨年を下回っているものの、放射性物質の検査体制の整備に伴って回復傾向となった。相場が上昇基調にある米は、価格が据え置かれていることもあり好調であった。たばこは昨年の増税前の駆け込み需要の反動で、大幅に減少した。健康志向の広がりもあって、フライ商品がやや不調であったが、鶏肉や魚などの焼き物が堅調であった。個別商品では、サンマ、調理焼き魚、袋ビスケット、鶏肉切り身、チルド半製品などが増加したが、ゼリー、スポーツ飲料、カツオ、海藻、フライなどが減少した。

**\*住居関連**：地上デジタル放送完全移行に伴う買い替え特需が終了し、液晶テレビは大幅に減少した。また、エアコンは昨年の猛暑に比べて苦戦した。回転モップやタジン鍋など、昨年話題になった人気商品に代わる商材が今年はまだ現れておらず、やや盛り上がりを欠いた。個別商品では、レンジ、フライパン、羽毛布団、敷きパッド、スリッパなどが増加したが、液晶テレビ、携帯ゲームソフト、エアコン、モップ、クッションなどが減少した。

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		23年					
		4月	5月	6月	7月	8月	9月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	133,487	137,073	137,940	160,238	130,712	127,379
	(前年同月比、既存店ベース)	0.8	-1.7	0.2	0.2	-2.9	-3.1
うち百貨店	販売額	63,776	66,911	65,711	84,423	59,334	60,248
	(前年同月比、既存店ベース)	4.1	1.0	2.0	1.4	0.2	-0.7
うちスーパー	販売額	69,711	70,162	72,230	75,814	71,379	67,131
	(前年同月比、既存店ベース)	-2.2	-4.0	-1.4	-1.1	-5.3	-5.0
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	100,013	107,125	110,230	121,019	120,118	109,736
	(前年同月比、既存店ベース)	0.5	4.6	8.3	8.3	6.4	-5.9
	(前年同月比、全店ベース)	3.0	7.1	11.0	10.8	8.9	-3.5
乗用車新車販売	台数	7,824	9,910	14,932	15,640	14,871	21,681
	(前年同月比)	-50.3	-36.8	-23.9	-27.2	-22.5	-2.1
家電販売(近畿)	(前年同月比)	-2.9	7.4	29.4	14.6	-32.8	...

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」。前年同月比は店舗編調整済の値。

【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」。