

## 最近の消費動向（個別ヒアリング）

個人消費は、気温の上昇や昨年の中日本大震災による消費自粛の反動から、商品の動きが活発となったものの、スーパーにおいて震災特需の反動減などもあり、3月の大型小売店の売上高は前年同月比で微減となった。

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、大震災による消費自粛の反動に加え、ひなまつりやホワイトデーなどの季節催事が盛り上がったことから、衣・食関連の季節商材が好調であった。スーパーでは、衣料品で消費自粛の反動増がみられたものの、水、米などの備蓄型食品、電池、ガスボンベといった品目で、震災特需の反動により前年を大きく下回った。

### 百貨店A社

3月の売上げ状況をみると、全体的に気温が上昇したことや、昨年の中日本大震災による消費自粛の反動などからファッションの動きが活発となり、売上高は前年同月比で微減となった。

**紳士服**：ラグジュアリーブランドや顧客向けのイベントが奏功したほか、カジュアルシャツ、ワイシャツなど多くのアイテムが好調で、全体でも増加した。

**婦人服**：デニム素材のアイテムは好調ながら、主力のジャケット、雑貨、カットソーなどが苦戦し、売上高は前年同月比で減少した。一方、ラグジュアリーブラウスやドレスなど衣料品は、前年同月比で増加した。

**子供服**：マタニティ・ベビー、子供靴などが前年を下回ったが、ランドセルが前年を大きく上回ったこともあり、全体では増加した。

**食料品**：昨年の中震災による祝い事自粛の反動からギフト商品の動きが良く、ホワイトデー商戦も新ブランドのスイーツなどが好調だったが、惣菜や生鮮などが落ち込み、全体では減少した。

**化粧品**：美白商品、ファンデーション、メイキャップで軒並み前年を下回り、全体でも前年を下回った。

**シーズン雑貨**：パラソルはギフト需要で好調なスタートであったが、帽子やネックウェアが振るわず、全体の売上高は減少した。

**家具**：個人の来店客で動きが良く、売上高は前年同月比で増加した。

### 百貨店B社

3月の販売状況をみると、昨年の中震災後の買い控えによる反動や、前年に比べ土曜日が1日多かったこと、ホワイトデー商戦や人気の催事が盛り上がったことなどから、前年同月で増加した。

**紳士服**：カジュアルシャツやスーツが好調だったほか、ジャケットの打ち出しも奏功して、全体では前年同月を上回った。

**婦人服**：ワンピース、ブラウス、雑貨といった春物ファッション関連商品の人気が高く、売上高は前年同月比で増加となった。

**子供服**：マタニティ・ベビーが減少したが、幼児向け春物商材やランドセルが堅調に推移し、売上高は微減にとどまった。

**食料品**：前年同月にギフト需要が落ち込んだ反動から、洋菓子・和菓子ともに活発な動きとなった。また、ホワイトデー商戦は、価格がやや高めで家族向けの商材が大きく伸びた。

**化粧品**：ボディーケアやメイキャップは堅調に推移するも、ファンデーションなどで新商品への切り換えが遅く、全体では減少となった。

**寝装品**：前年同月に大口の注文があった反動から、前年同月比で大幅減となった。

**シーズン雑貨**：UVカットや日焼け対策の帽子が好調で、ネックウェアもアレンジ方法の提案が受け、全体の売上高は大幅に増加した。

### 百貨店C社

3月の売上げは、前年の震災による消費自粛や、前月の低気温による春物商材のピークのずれ込み、株価の改善に伴う特選品の好調などから、前年同月で大幅増となった。

**紳士服**：気温の高まりもあって、ジャケットやパンツなど春物カジュアル関連のほか、ネクタイやワイシャツなどのビジネスウェア、スポーツウェアなどが好調となり、全体では前年を大きく上回った。

**婦人服**：淡いパステル調やマリン調の春物商材の動きが活発で、ワンピース、スカート、ニット、ブラ

ウスなど多くのアイテムが好調に推移した。また、海外の特選ブランドの動きが良かったこともあり、近畿の主要店舗の売上高が大きく増加した。

**子供服**：ファッション関連に加え、お弁当箱などのランチ用品が好調であった。テナントとの相乗効果で来店客数を増やし、売上高の増加につなげた店舗もみられた。

**食料品**：改装工事を行った一部の店舗において、売上高は減少したものの、菓子、惣菜、生鮮食品などが好調に推移し、全体では前年を上回った。

**雑貨等**：店舗によりばらつきはみられるが、前年の消費自粛の反動などから旅行用品が好調だったほか、化粧品でも前年を上回った。宝飾については、服と同様に高級ブランドの時計が前年同月を大きく上回った。

### スーパーA社

3月の販売状況を見ると、前年同月比で微減となった。衣料品では平年に比べて気温が低かったことから、春物商品の動きは鈍かったが、前年の消費自粛ムードの反動もあり、売上げは増加した。食料品では、相場高が続く農産は増加するも豚・鶏肉が振るわず、住居関連では液晶テレビの不振に加え、電池など震災特需の反動減が大きく、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下回り、顧客単価は住居関連で微減となった。

**衣料品**：上旬の靴・服飾バーゲンにより、高価格帯

のスポーツシューズやレインシューズ、輸入バッグなどが好調であった。また、前年の消費自粛ムードの解消に伴う卒業・入学式関連の婦人フォーマルや、長引く円高傾向を背景としたトラベル関連商品の動きが良かったことから、全体の売上高は増加した。ただし、ソックスや長袖Tシャツなど紳士の肌着類や、婦人の帽子やスポーツリュック、ホームウェア全般などは不調であった。

**食料品**：前年の震災特需の反動から、加工食品の中でも水、インスタント食品、米、カップ麺、缶詰など備蓄型食品の落ち込みが大きい。牛肉は回復傾向にある一方で、豚・鶏肉は苦戦した。季節催事は、ホワイトデーが前年を若干下回ったものの、ひなまつり商戦ではちらしずしの動きが良く、前年並みとなった。個別商品では、ローストビーフ等、カキ、ノンアルコール飲料、カットサラダ、トマトなどが増加したが、水、米飯、カツオ、たまねぎ、ラーメン・冷麺などが減少した。

**住居関連**：食料品と同様に、震災特需の反動から電池、ガスボンベ、ラジオ、ペーパー関連（トイレットペーパー、ティッシュペーパー等）、防災用品が大幅に減少した。また、液晶テレビは引き続き不調であるものの、しだいに落ち込み幅が縮小しつつある。昨年、新商品の投入が控えられていた化粧品では、新商品や限定品が好調に推移し、前年並みの実績となった。個別商品では、フライパン、男性化粧品、天井照明、枕、包丁・まな板などが増加したが、電池等、液晶テレビ、安全フック、クッション、生理用品などが減少した。

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		23年		24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)	138,416	144,143	188,462	147,687	126,329	136,265
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 1.1	▲ 2.1	0.2	▲ 1.2	1.3	▲ 1.2
うち百貨店	販売額	67,829	73,816	101,322	73,842	60,383	68,573
	(前年同月比、既存店ベース)	1.3	0.1	2.4	0.8	2.7	1.0
うちスーパー	販売額	70,587	70,328	87,140	73,845	65,946	67,692
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 3.3	▲ 4.3	▲ 2.3	▲ 3.0	0.1	▲ 3.4
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	112,169	107,772	114,713	104,213	102,971	111,602
	(前年同月比、既存店ベース)	12.8	6.5	3.0	0.5	3.5	▲ 0.7
	(前年同月比、全店ベース)	15.3	9.4	6.5	4.1	7.9	2.3
乗用車新車販売	台数	16,546	16,957	15,454	18,162	23,469	30,924
	(前年同月比)	21.2	22.4	19.9	36.4	30.3	62.1
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲ 44.1	▲ 63.3	▲ 1.7	▲ 7.9	▲ 21.5	…

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】(株)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」。