

最近の消費動向（個別ヒアリング）

6月の大型小売店の売上高は、気温が低めに推移したことなどから、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、大型小売店3社と飲食店1社を対象にヒアリング調査を行った。

大型小売店では父の日商戦は盛り上がるも、衣料品など夏物商材の動きが鈍かった。一方、宅配サービス比率の高い飲食店では、7月の猛暑到来とともに、出前注文が少しずつ伸びている。

百貨店A社

6月の売上げ状況をみると、後半の気温低下によってやや失速感があったものの、婦人服、化粧品、服飾品などの動きが好調であったことから、売上高は前年同月比で微増となった。

紳士服：父の日商戦は、前年よりも短かったものの、ポロシャツやカジュアルシャツなどが堅調に推移し、微増となった。また、トラベル関連も好調に推移した。

婦人服：月前半は、ベストやカーディガンなど羽織りものの動きが良かったが、後半に失速し、月間では前年並みとなった。

子供服：土日を中心に、トドラーやマタニティ・ベビーにおける季節商品の動きが良かったことから、全体の売上げは前年を上回った。

食料品：父の日商戦の好調に加え、節電によりクール食品の話題性が高まったことから、生鮮食品、グロサリー（リカー等）、惣菜など多くの品目で前年並み、もしくは増加となった。

化粧品：スキンケアにおいてUV関連商品が好調に推移し、全体では前年同月を上回った。

アクセサリ：ピアスやブレスレット、カラードストーン（色石）を使った商品が好調で、前年同月比で大幅増となった。

寝装品：気温の上昇に伴って買い替え需要が見られたこともあり、売上げは前年を大きく上回った。

百貨店B社

6月の売上げ状況をみると、月間を通じて気温が低めに推移し、夏物商材とりわけ衣料品の動きが鈍かったことから、売上高は前年同月に比べてやや減少した。近隣の大型商業施設の開業から1年余りが経過し、エリアの集客力が高まるなど商業集積とし

ての相乗効果も現れはじめている。

紳士服：父の日商戦は、前年好調のステテコの動きが鈍い一方、ルームウェアの上下セットや天然素材の帽子などが堅調に推移した。クールビズ関連では、前年投入型数が少なかったビジネス仕様のポロシャツが、今年は品揃えの充実により伸長している。

婦人服：スーツは大幅に増加したものの、スカート、ブラウス、ジャケットなどが減少したことから、全体では前年同月を下回った。ただし、靴・バッグでは一部のブランドが夏のセール開始日を早めたことが奏功し、好調に推移した。

子供服：一部に近隣の大型小売店との競合がみられるものの、ベビー・マタニティ、トドラーともに微増となった。

食料品：生鮮食品、洋菓子などが前年を上回ったが、和菓子、酒、惣菜などで減少した。前年、セシウムの風評被害で大幅に落ち込んだ精肉は、今年はその反動で増加した。

時計・宝飾：時計は微増となったものの、ジュエリーが大幅に減少し、全体では前年同月を下回った。

シーズン雑貨：ネックウェアが微増となったが、気温低下の影響でパラソルや夏物の身の回り品が不調であった。

スーパーC社

6月の販売額は前年同月を下回った。衣料品では月を通して前年よりも低気温であり、特に20日以降は前年との気温差が拡大したことから、前年に比べて減少した。食料品では、鮮魚が復調の兆しを見せるも、うなぎの落ち込みが大きく、住居関連では液晶テレビ・レコーダーが大きく減少したほか、気温の影響で季節商品が苦戦し、大きく減少した。

来店客数は、いずれも前年を下回り、買い上げ点数は食料品と住居関連で、客単価は衣料品と食料品で微減となった。

衣料品：前年に比べ気温が低かったことや、中旬の台風到来などによる多雨が影響し、夏物商品の動きが低調であった。スクール水着や関連小物、婦人レインコート、ビジネスシューズ、スポーツシューズのほか、バッグなどのトラベル関連商品は引き続き堅調に推移したが、婦人・紳士肌着、紳士半袖柄カッターシャツ、婦人サンダルなどは不振であった。

食料品：野菜相場の下落により、じゃがいもなどの土物野菜の販売額が減少した一方、サラダ野菜やカット野菜が堅調に推移した。果物では、立ち上がりが遅かったさくらんぼのほか、トロピカルフルーツも好調であった。また、テレビ報道の影響から、塩麴、アーモンド、くるみ、トマトジュースなどが伸びている。なお、うなぎについては稚魚の不漁による価格高騰もあり、落ち込みは大きかった。個別商品では、ローストビーフ等、コーナー菓子、ノンアルコール飲料、チルド半製品、フライなどが増加したが、スポーツ飲料、素麺・冷麦、じゃがいも、巻物、氷菓・小物アイスなどが減少した。

住居関連：「地デジ特需」の反動から、液晶テレビ・レコーダーが引き続き減少した。昨年、節電による特需で大きく伸長した扇風機は、特需の反動と6月の低気温が重なり苦戦した。また、サマーコスメ（日焼け止め、制汗剤等）、殺虫剤、冷感寝具などの季節商品も動きが鈍く、電力不足に伴う節電関連商品の消費も盛り上がりには欠けた。個別商品では、シーリングライト、携帯ゲームソフト、システムコンロ、マットレスなどが増加したが、液晶テレビ、レコーダー、救急用品、調理小物などが減少した。

飲食店D社

同社は、大阪市西区の南部と北部に2店舗を展開する洋食店である。ビジネス街に立地した北部店舗は、ファミリー層や会社員が多く、店内飲食が約6割を占めるのに対して、南部店舗は学生や近隣飲食店の従業者など単身者の利用が中心で、宅配サービスが約7割に及ぶ。

売上高：6月は梅雨入り後に雨の日が少なく、宅配が伸び悩んだことから、南部店舗の売上は前年割れとなった。一方、北部店舗については前年同月が開店間もなく売上げが少なかったために、前年に比べ2桁の伸びとなった。

個別メニューでは、ピザ、夜のデザートセット、おつまみなどが前年並みとなったが、オムライス、カレー、パスタ、夜のサラダセットなどが好調に推移した。また、1ドリンク無料チケットといった販促イベントも奏功した。

近年、出店攻勢をかけるカレー、うどん、牛井といったファーストフード店との競合が激化している。しかし同社は、スピード重視とは異なるサービスで勝負したいと考えている。売上げの中心であるランチの既存商品に、アレンジを加えた複数の新メニューを期間限定で導入し、その売れ行きを基に正式メニューを決定したり、選択式アンケートで食べたいメニューを募集するなど、顧客に飽きられないメニュー作りに努めている。

来店客数：同社の北部店舗の来店客は、昼・夜ともにサラリーマンが6～8割を占め、特に雨天の昼間にはサラリーマンの比率が高まる。一方、学生など単身者の来店が多い南部店舗は、夜には近隣のコンサートホールからの帰り客が立ち寄ることも少なくない。

6月の来店客数は、中旬から後半にかけて客足が鈍り、前年並みとなった。同店では、7月の猛暑に合わせて、予めドリンクグラスを冷やしてから飲物を提供するなどのサービスで顧客の評判を得ている。

客単価：商品数が少ないため、客単価にそれほど違いはなく、昼は800円前後、夜は1,000円程度である。ただし、電話やインターネットによる出前注文の宅配では、約1,800円とやや高くなる。

直近の動きをみると、7月に入って高気温が続いたことから、宅配は少しずつ伸びているほか、夜のサラダセットなどセットメニューも好調に推移している。なお、7月下旬に開催されたロンドン五輪の効果は、今のところ現れていないとのことである。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		24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)	147,687	126,329	136,265	133,134	134,076	132,996
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 1.2	1.3	▲ 1.2	▲ 2.0	▲ 2.5	▲ 3.6
うち百貨店	販売額	73,842	60,383	68,573	64,172	64,199	63,058
	(前年同月比、既存店ベース)	0.8	2.7	1.0	▲ 2.1	▲ 3.2	▲ 3.0
うちスーパー	販売額	73,845	65,946	67,692	68,962	69,877	69,938
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 3.0	0.1	▲ 3.4	▲ 1.9	▲ 1.9	▲ 4.2
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	104,213	102,971	111,602	110,695	114,400	112,541
	(前年同月比、既存店ベース)	0.5	3.5	▲ 0.7	5.9	1.8	▲ 3.0
	(前年同月比、全店ベース)	4.1	7.9	2.3	9.0	5.1	0.5
乗用車新車販売	台数	18,162	23,469	30,924	14,923	16,578	21,295
	(前年同月比)	36.4	30.3	62.1	90.7	67.3	42.6
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲ 7.9	▲ 21.5	▲ 30.2	▲ 14.9	▲ 28.4	▲ 40.0

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】(財)日本自動車販売協会連合会、(財)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」。