

最近の消費動向（個別ヒアリング）

9月の大型小売店の売上高は、気温が高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、月前半に衣料品など秋物商材の動きが鈍かった。後半は、気温の低下で婦人服や一部食料品の動きもみられたが、月末の台風到来もあり、低調であった。一方、飲食店には長引く残暑や台風、大雨に伴う宅配注文の増加で、客単価が上昇したところもみられた。

百貨店A社

9月の売上高は、前半は気温が高めに推移して秋物の動きが鈍かったが、後半に気温が下がって、服飾品や食料品で売上げを伸ばしたことから、前年実績を上回った。ただし、同月は曜日回りが良かった（日曜日が1日多い）にもかかわらず、台風や大雨の影響で効果が相殺された。

紳士服：トラベル関連商材やカジュアルシューズは好調だったが、ブルゾンやカジュアルシャツ、ジャケットなどの秋物が不振だったことから、売上げは減少した。

婦人服：月前半は気温が高めに推移し、秋物の動きが鈍かったものの、羽織りものや薄手のカットソーは動きが見られ、月間の売上げは前年並みとなった。

婦人靴：夏物商材のバーゲンが好調だったものの、ブーツなど秋物の反応が鈍く、売上げは微減となった。

子供服：ベビー・マタニティは好調だった。残暑が長引いたため、薄手の商材を扱う店舗は売上げを確保できたが、秋物の商材を中心に扱う店舗は苦戦した。

食料品：月後半に、物産展などの催事が集客に寄与したことや、気温の低下で秋の味覚を素材にした商材が活発に動いたことなどもあり、売上げは増加した。

化粧品：引き続きボディケアが好調であった。また、海外ブランドの化粧品が好調に推移した。

シーズン雑貨：UV関連商材のバーゲンが好調だったが、帽子やネックウェアなどの秋物商材は不振となり、売上げは前年並みとなった。

百貨店B社

9月の売上げは、他社の改装工事の影響などから来店客数が増加し、紳士服の基幹商品や婦人服の特選品などが堅調に推移したことから、全体の売上げは前年同月で増加した。ただし、長引く残暑の影響を受けて、全般的に秋物商材の滑り出しは芳しくなかった。

紳士服：来店客数の増加により、スーツ、ジャケット、布帛シャツ、スラックスといった基幹商品が堅調で、売上げは前年を上回った。

婦人服：厳しい残暑により、ワンピース、ブラウス、パンツといった秋物商材が、軒並み前年を下回った。ただし、特選品については、バッグなどの革製品や宝飾品が大きく伸ばしたことから、婦人服全体では微増となった。

子供服：秋物の立ち上がりが悪かったものの、改装工事中の他社に近接する店舗では、来店客数の増加により、売上げは前年を大きく上回った。

食料品：来店客数の増加で売上げを伸ばした店舗がみられた一方で、セールや物産展が不振となった店舗など、明暗が分かれた。

雑貨等：アクセサリは、秋の結婚シーズン（9～11月）を迎え、婚約指輪や結婚指輪が順調に伸びた。時計は、前年を下回ったものの、宝飾品はブライダル関連需要の好調により、前年を大きく上回った。化粧品は、天候に関係なく各店舗とも堅調に推移した。

スーパーC社

9月の販売額は前年同月を下回った。衣料品では、気温の影響の少ない靴や服飾品のバーゲンは好調だが、秋物商材の不振や月末の台風到来もあり、曜日回りの良さにもかかわらず、前年を下回った。食料品では、一部飲料などの加工食品が値下げにより好調であったが、野菜や豚・鶏肉の相場安などもあり苦戦した。住居関連では気温の影響から、暖房器具をはじめ季節商品が不振であった。

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で、顧客単価は食料品と住居関連で微減となった。

衣料品：月前半は、靴や服飾品のバーゲンや夏物商品の動きが好調で、売上げに貢献した。一方、月間

を通じて気温が高めに推移したことから、秋物商品が総じて不振となった。婦人サンダルや半袖Tシャツ、紳士夏物肌着、紳士半袖カッターシャツなどは堅調に推移したが、紳士のジャンパーや長袖ポロシャツ、ブーツ、スパッツなどは不振であった。

食料品：野菜は相場安により売上げは下落が続いている。ただし、じゃがいもなどの土物野菜や、ぶどう・梨といった季節の果物が好調であった。牛肉は、前年実績を上回ったが、畜産品全体を押し上げるまでには至らなかった。個別商品では、ローストビーフ等、プレミアムアイス、イチジク、ドレッシング、フライ、海藻などが増加したが、白菜、キャベツ、焼鳥・照焼き、鶏切り身、たらこ・明太子などが減少した。

住居関連：液晶テレビは昨年並みに戻り、家電エコポイントの影響が少なかった洗濯機は大きく伸長したが、レコーダーは依然不振が続く。また、気温が高めに推移したことから、暖房器具、防虫剤、寝具等季節商品などが不調となった。化粧品は、シャンプーの新商品や限定商品を中心に、カウンセリング・一般ともに好調であった。個別商品では、タオルケット、ミシン用品、シーリングライト、柔軟剤、殺虫剤などが増加したが、デジタルビデオカメラ、羽毛布団、防虫剤、調理小物、炊飯ジャーなどが減少した。

飲食店D社

売上高：ビジネス街に立地する店舗の一日の売上げ構成比は、店内飲食が70%（うちランチは50%）、宅配が30%となっている。直近の売上げをみると、7月は暑さが本格化したことや、雑誌掲載による知名度の高まりなどから宅配が好調で、9月は顧客調

査に基づき新しく投入した唐揚げメニューが受けて宅配とランチが伸びたことから、両月とも2桁の増加となった。ただし、8月は前年の自粛ムードの反動で、お盆休みの行楽需要が復調したため、宅配比率の高い同店舗の売上げは前年を下回った。

個別メニューでは、サラダやデザートなどのセットメニューよりも、通常のメニューに唐揚げを追加する注文が多くなっている。なお、ランチメニューとして2種類の付けダレが楽しめる唐揚げ定食を新たに投入したところ、好調な滑り出しであったという。

来店客数：同店舗の来店客は、7月は2桁増、8月は減少、9月は増加となり、売上高とほぼ比例する動きである。サラリーマンが6～8割を占める同店舗では、雨の日の方が来店客は増え、行列ができることもある。しかし、注文を受けてから料理を提供するまでの時間が短いため、客席回転率はそれほど低くはない。

客単価：今夏は残暑が長引いたこともあり、ランチの際にアイスコーヒーを注文する顧客が多かった。なお、直近の店内飲食の客単価は1,000～1,300円程度であった。一方、9月は台風や大雨の日が多く、宅配注文が増えたのに加え、その際に唐揚げを追加する顧客が多かったことから、客単価は通常の1,800～1,900円から2,000～2,100円に上昇した。

新しい取組：これまでパーティー予約限定で提供していた人気メニューを、インターネットで販売すべく改良を続けている。誕生日などのお祝いやパーティーなどで自由にデコレーションできる商品をイメージしながら、実用化を模索している。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		24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)	133,134	134,076	132,986	153,813	130,392	126,203
	(前年同月比、全店ベース)	▲ 0.3	▲ 2.2	▲ 3.6	▲ 4.0	▲ 0.2	▲ 0.9
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 2.0	▲ 2.5	▲ 3.6	▲ 3.9	▲ 0.7	▲ 1.1
うち百貨店	販売額	64,172	64,199	63,058	80,729	58,319	59,505
	(前年同月比、全店ベース)	0.6	▲ 4.1	▲ 4.0	▲ 4.4	▲ 1.7	▲ 1.2
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 2.1	▲ 3.2	▲ 3.0	▲ 3.4	▲ 0.7	▲ 0.3
うちスーパー	販売額	68,962	69,877	69,928	73,084	72,073	66,698
	(前年同月比、全店ベース)	▲ 1.1	▲ 0.4	▲ 3.2	▲ 3.6	1.0	▲ 0.6
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 1.9	▲ 1.9	▲ 4.2	▲ 4.5	▲ 0.7	▲ 1.8
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	110,695	114,400	112,541	124,224	124,948	114,625
	(前年同月比、全店ベース)	9.0	5.1	0.5	1.1	2.4	2.8
	(前年同月比、既存店ベース)	5.9	1.8	▲ 3.0	▲ 2.7	▲ 1.3	▲ 1.2
乗用車新車販売	台数	14,923	16,578	21,295	21,882	16,287	20,253
	(前年同月比)	90.7	67.3	42.6	39.9	9.5	▲ 6.6
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲ 14.9	▲ 28.4	▲ 40.0	▲ 29.5	▲ 6.7	…

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」。