

## 最近の消費動向（個別ヒアリング）

12月の大型小売店の売上高は、気温低下や一部店舗の増床・リニューアル効果などもあり、2か月連続で前年同月を上回った。

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、帽子などの防寒用品、ブーツといった品目の動きは良かったが、衣料品全般では低調だった。一方、飲食店では食べ放題メニューを武器に、幅広く来店客数を伸ばした企業もあった。

### 百貨店A社

12月の売上高は、気温が低めに推移し、コートやブーツなど防寒・ファッション関連の商材が動いたものの、食料品を中心に不振となった。

**紳士服**：コートや靴などで前年を上回ったものの、ブルゾン、革小物、カジュアルシャツなど多くのアイテムで苦戦したことから、売上は減少した。

**婦人服**：ウール以外の素材のロングコートをはじめ、パンツ、セーター、ドレスといった商材が好調で、売上は微増となった。

**婦人靴**：ウォーキングシューズやパンプスが前年を上回ったほか、ショートブーツの動きも活発で、月間の売上は増加した。

**子供服**：夕方の客足が鈍化し、ベビー・マタニティのギフト需要を中心に不振となった。

**食料品**：パンやグロスアリー、フードコートは好調だったが、年末年始の帰省用ギフト需要の不振や、30日の降雨の影響もあり、売上は減少した。

**バッグ**：軽量のナイロン素材のバッグが人気で、平場（複数のブランドで構成される自主企画の売り場）・インショップ（ブランドごとに区切った販売形式）とも前年を上回り、全体の売上は増加した。

**シーズン雑貨**：気温の低下で手袋や帽子などの防寒具の動きが好調となり、売上は前年を上回った。

### 百貨店B社

12月の売上げ状況をみると、前月のセールが好調だったことや、前年同月の低気温による売上げ増加の反動もあり、売上高は前年実績を下回った。クリスマス商戦も前年の水準に及ばなかったが、一部の高額品で動きが戻りつつある。

**紳士服**：セールで客足が伸びたコートのほか、スポーツカジュアル、革小物・雑貨が増加したものの、スーツ、ジャケット、ネクタイなど多くのアイテムが減少した。ウォームビズ関連では、買い替え需要が中心の発熱素材インナーに対して、部屋着といった自宅用商品の購入が増えている。

**婦人服**：スヌード（環状のネックウォーマー）など羽織りものに代わる新たなアイテムが現れず、全体では前年同月を下回った。個別商品では、ショート～ミドル丈のブーツ、高機能性肌着、カシミアのストール、インナー（ブラウス等）などの動きが好調であった。

**子供服**：前月に実施したセールの反動などにより、全体の売上げは大きく減少した。ただし、ランドセルは前年に比べて微増で推移している。

**食料品**：多くのアイテムが不調で、売上げは減少した。ただし、クリスマスケーキは、カタログ商品がテレビで紹介され予約好調となったほか、店頭でもホール・カットともに動きが良く、前年を上回った。おせち料理も人気銘柄が好調で、全体の売上げは増加した。

**時計・宝飾**：時計は催事の件数減により大幅減となったが、ジュエリーはクリスマス需要による平均単価の上昇もあり、全体では前年同月を大幅に上回った。

**シーズン雑貨**：全体の売上げは減少したが、売り場を拡充した低価格のマフラーやストールの動きが良く、前年より降雨日が多かったことから雨傘も好調であった。

### スーパーC社

12月の販売額は前年同月を下回った。衣料品では、月前半は前年並みで推移したが、月後半は前年に比べてインナーや冬物洋品などが不振となり、前年を下回った。食料品では、加工食品や野菜は増加したが、年越そばなどの際物商品は苦戦し、住居関連では、月前半は堅調に推移するも、中旬以降はこたつ布団など季節商品が不振で、それぞれ減少した。

来店客数は、いずれも前年を下回ったが、顧客単価はいずれも前年並み、買上げ点数は食料品と住居関連で微増となった。

**衣料品**：月前半は、紳士イージーパンツやストール

ブランケットのほか、販促を強化した婦人ブーツなどが堅調に推移した。しかし、月後半は前月から好調だった消費の失速感や前年同月の反動減などから、紳士合繊ハーフコート、海外カジュアルバッグ、ヤング・男児トレーナーなどが不振となり、売上げは減少した。

**食料品**：相場が回復した野菜や価格訴求を強化した加工食品は前年実績を上回ったが、水産や畜産など素材系の商材で苦戦が続いた。また、30日の雨天で年越そばなど販売期間の短い際物商品の動きは鈍かった。一方、三陸沖の漁場回復に伴い、純鮮魚や貝の売れ行きは戻りつつある。個別商品では、チルド半製品、冷凍スナック、つゆ、カットサラダ、唐揚げなどが増加したが、食酢、鶏切り身、たまねぎ、甘栗、しいたけなどが減少した。

**住居関連**：単価が上昇傾向の携帯電話、スープポット、洗濯機などの動きが活発で堅調に推移したものの、年末に需要が高まる商品（プリンタインク、住居洗剤等）の不振や、毎月恒例の割引セールがボーナス支給日前となったこともあり、月間の売上げは減少した。個別商品では、掃除機、TVゲーム本体、弁当箱・ランチジャー、柔軟剤、カイロなどが増加したが、レコーダー、液晶テレビ、冬物クッション、こたつ布団などが減少した。

## 飲食店D社

**売上高**：同社は、関西を中心に全国で約200店舗を展開する郊外型和食レストランチェーンである。鍋、丼、うどん・そば、とんかつなどのメニューを揃え、ディナータイムの売上げが全売上高の60%を占めている。12月の売上高は、来店客数が増加したことか

ら郊外店で微増となった。なお、女性一人でも気軽に入店しやすい店舗の雰囲気やリーズナブルな価格設定もあり、女性の割合は60%と高い。

**来店客数**：12月は前年同月比で微増となり、2年連続のプラスとなった。その要因として、テレビCM、折込みチラシ、会員向けモバイルサービスによる販売戦略が功を奏したことが挙げられる。一方で、平日ディナータイムの集客の弱さが課題とみており、モバイル会員に対して割引をはじめ、ノベルティグッズの進呈やお子様のドリンク無料など、各種特典サービスによるファミリー層の獲得にも注力している。

**客単価**：前年並みで推移した。同社の人気メニューはしゃぶしゃぶの食べ放題であるが、平日の昼間はサラリーマンやOL、主婦による丼や定食の注文が中心となり、一日の平均客単価は1,350円である。円安の進行に伴う輸入食材価格の上昇はまだみられないが、今後も円安基調が続けば調達コスト上昇の可能性も考えられる。目下のところ、米価の上昇が懸念材料である。

**独自の取組**：同社の商品は最近の行楽の特徴である「安・近・短」の志向と共通する部分がある。長引くデフレ経済の下、同社と競合する食べ放題メニューを展開する外食企業は増えており、さらなる独自性が求められる。そこで同社では、材料調達などの面でスケールメリットを活かしながら値頃感を高めるとともに、女性の店長を増やして気配りの行き届いたサービスを提供できる店舗づくりをめざしている。

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		24年	7月	8月	9月	10月	11月	12月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	153,813	130,392	126,203	135,229	149,717	192,896	
	(前年同月比、全店ベース)	▲4.0	▲0.2	▲0.9	▲2.3	3.9	2.4	
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.9	▲0.7	▲1.1	▲2.4	3.8	2.6	
うち百貨店	販売額	80,729	58,319	59,505	66,484	78,822	103,625	
	(前年同月比、全店ベース)	▲4.4	▲1.7	▲1.2	▲2.0	6.8	2.3	
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.4	▲0.7	▲0.3	▲1.0	7.8	3.9	
うちスーパー	販売額	73,084	72,073	66,698	68,745	70,895	89,271	
	(前年同月比、全店ベース)	▲3.6	1.0	▲0.6	▲2.6	0.8	2.4	
	(前年同月比、既存店ベース)	▲4.5	▲0.7	▲1.8	▲3.7	▲0.4	1.1	
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	124,224	124,948	114,625	116,810	112,174	119,921	
	(前年同月比、全店ベース)	1.1	2.4	2.8	2.5	2.5	2.9	
	(前年同月比、既存店ベース)	▲2.7	▲1.3	▲1.2	▲1.6	▲1.9	▲1.6	
乗用車新車販売	台数	21,882	16,287	20,253	15,586	16,908	15,308	
	(前年同月比)	39.9	9.5	▲6.6	▲5.8	▲0.3	▲0.9	
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲29.5	▲6.6	▲4.8	▲15.4	▲8.4	▲5.0	

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】(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」。