

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、一部店舗の増床・リニューアル効果のほか、高温・少雨やクリアランスセールの前倒しによる夏物商品の好調などから、4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社と宿泊施設1社を対象にヒアリング調査を行った。

大型小売店では、早い入梅により月前半は夏物商材が苦戦したが、後半は空梅雨に伴う好天・高気温の影響でパンツ、半袖シャツ、サンダルのほか、日傘、帽子、手袋といったUV関連商品、アイスなど涼味商材も好調だった。宿泊施設では、昨今の円安を追い風に外国人宿泊客が急増し、国内客の落ち込みを下支えする企業もあった。

百貨店 A 社

6月の売上げ状況をみると、クリアランスセールや上顧客向けの施策が奏功し、婦人服などの動きが好調で、売上高は前年をやや下回るにとどまった。

紳士服：バッグ等のトラベル関連、ネクタイなどが伸び悩んだものの、セールの影響から革小物、靴、パンツなどの動きが良く、全体では小幅の減少にとどまった。

婦人服：スカート、ドレスなどが不振だったが、上顧客向けの施策によりカーディガンなど羽織りもの、パンツなどが好調で、売上げは前年を上回った。

子供服：ベビー・マタニティで苦戦するも、トドラーではDMや電話による営業強化の効果などもみられ、前年同月を大きく上回った。

食料品：父の日商戦は、主力の酒類の不振が影響し、前年を大きく下回った。一方、惣菜や菓子では上顧客向け施策による客数増加が影響し、前年を下回ってはいるものの、動きは回復しつつある。

アクセサリ：新商品やブライダルの需要が高まったのに加え、デザイナーの来店イベントも奏功し、前年同月を上回った。

婦人靴：レインシューズやレインブーツの動きは鈍かったが、サンダルが好調だったことから、全体では前年同月を大きく上回った。

シーズン雑貨：高温・少雨の影響で、レイン関連商品は伸び悩んだが、パラソル・日傘、手袋などのUV関連商品が大きく伸びたことから、全体の売上げ

は前年同月比で増加した。

百貨店 B 社

6月の売上げ状況をみると、店舗の改装による集客力の向上や、ここ数年減少が続いた中元商戦の復調などもあり、売上高は前年実績を大きく上回った。また、夏のクリアランスセールは紳士服、婦人服、子供服いずれも好調で、前年同期に比べ2桁増となった。

紳士服：既存のビジネスゾーンはあまり伸びなかったが、販売を強化したバッグや革小物が好調で、ネクタイもリニューアルオープンの効果で大幅に伸び、全体の売上げは大きく増加した。なお、一部の海外高級ブランドでは、値上げ前の駆け込み需要で6月は活況を呈したが、値上げ後も売上げは堅調に推移している。

婦人服：改装により、ミセスを中心とした店舗から、幅広い品揃えや購買層を意識した店舗への転換を図っている。これまで敬遠されてきた柄物のパンツやスカートのほか、帽子やパラソル、手袋などのUV関連商品も好調で、全体では前年を大きく上回った。

子供服：乳幼児を連れたファミリー層の来店が増えており、ヨーロッパ製の組み立て式積木といった知育玩具の動きが堅調である。なお、7月中旬から販売を開始したランドセルは、高額品の売れ行きが好調である。

食料品：生鮮食品は改装前とあまり変化はないが、日配品や惣菜は来店客数の急増により売上げが伸びている。また、新ブランドが登場した洋菓子は、幅広い層の女性客から人気集めている。

化粧品：リニューアルオープンでブランド数が大幅に増えたことや、好天続きによるUV関連商品の好調などもあり、全体の売上げは前年同月比で2桁増となった。

時計・宝飾：海外高級ブランド時計のイベントは、昨年の実績を大幅に上回る盛況ぶりで、全体の売上げを牽引した。

スーパー C 社

6月の販売額は前年同月比で微増となった。例年よりも梅雨入りが早く、中旬以降は衣料品では夏物商品を中心に好調に推移した。食料品では、農産物の単価が中旬から上昇したほか、飲料、牛肉などの

動きが活発で1年4か月ぶりに前年を上回った。住居関連でも、気温上昇によりエアコン、冷蔵庫などが大幅に伸びたことから前年に比べて増加した。

顧客単価は、前年に比べていずれも微増となったが、来店客数と買い上げ点数については食品で横ばいにとどまった。

衣料品：前半は、梅雨入りで夏物関連商材の動きが鈍化した。後半は空梅雨に伴う好天・高気温により、婦人のレギンスやカジュアルシューズ、紳士の半袖シャツ類、スラックスなど、夏物商品が好調に推移した。また、帽子・手袋といったUV関連や、水着等の水泳関連商品の動きも良かった。

食料品：キャベツ等の一般野菜や土物野菜は不振だったが、これまで苦戦していた農産物の単価が中旬以降上昇したのに加え、販売を強化したエリンギ等のキノコ類が復調し、単価が上昇するも買い上げ点数はあまり落ちなかった鰻が底堅く推移した。個別商品では、唐揚げ、リキュール類、ぶどう、小物飲料、米・麦などが増加したが、たまねぎ、焼鳥・照り焼き、凍魚・加工品、マーガリン、じゃがいもなどが減少した。

住居関連：気温の上昇に伴い、エアコン、殺虫剤、ボディケアなどの盛夏商品が大幅に伸びたほか、冷蔵庫や洗濯機などの大型家電、販売強化が奏功したテレビ・レコーダーなども堅調に推移した。その他の商品では、紙おむつ、電動自転車、敷布団、ステンレスボトルなどが増加したが、携帯ゲームソフト、除湿機、デジタルカメラ、シーツ、掛け布団カバー

などが減少した。

旅館 D 社

売上高：大阪市内で旅館業を営むD社の直近の売上高は、国内客は減少したものの、昨今の円安傾向に伴う外国人宿泊客の増加により、前年同期比で微増となった。株価の上昇など景気回復の兆しを受けて、ゴールデンウィークや夏休みのような繁忙期の予約は早く埋まり、客単価も上昇している。ただし、平日の予約については未だ動きが鈍い。なお、宴会部門は、毎年6～8月が閑散期となるため、7月は微減となった。

客単価：外国人客はほぼ前年並みとなったが、日本人客は旅館内で飲食するケースも多く、直近では若干上昇している。外国人客は個人での利用が多く、せいぜい1部屋に2～3人までだが、日本人客は家族連れなど1部屋の利用人数が多い。このため、1人当たりの客単価は日本人の方が1,000円程度低くなる。

独自の取組：本年4～6月の予約件数の6割が外国人客となったD社では、自社のホームページを英語・中国語・韓国語に対応するとともに、次の来阪時にも宿泊してもらえよう宿泊客へのきめ細かなサービスを心掛けている。こうしたおもてなしの甲斐もあって、世界で有名な旅行の口コミサイトにも書き込まれるようになり、新たな顧客開拓の契機となっている。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		25年	25年	25年	25年	25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)	146,889	124,855	144,986	133,477	137,844	145,480
	(前年同月比、全店ベース)	▲ 0.5	▲ 1.2	6.4	0.3	2.8	9.4
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 0.4	▲ 0.6	5.6	▲ 0.3	1.8	8.0
うち百貨店	販売額	76,533	62,409	75,131	66,538	68,063	72,816
	(前年同月比、全店ベース)	3.6	3.4	9.6	3.7	6.0	15.5
	(前年同月比、既存店ベース)	5.1	6.2	9.6	3.7	6.0	15.5
うちスーパー	販売額	70,355	62,446	69,855	66,940	69,781	72,663
	(前年同月比、全店ベース)	▲ 4.7	▲ 5.3	3.2	▲ 2.9	▲ 0.1	3.9
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 5.9	▲ 6.8	1.5	▲ 4.1	▲ 2.0	1.2
コンビニエンス・ストア販売(近畿)	販売額	108,564	101,263	116,947	112,856	119,024	119,912
	(前年同月比、全店ベース)	4.2	▲ 1.7	4.8	2.0	4.0	6.5
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 0.6	▲ 5.0	0.2	▲ 2.4	▲ 0.8	1.2
乗用車新車販売	台数	16,859	21,391	26,813	16,191	15,931	19,521
	(前年同月比)	▲ 7.2	▲ 8.9	▲ 13.3	8.5	▲ 3.9	▲ 8.3
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲ 12.3	▲ 5.3	▲ 3.2	▲ 8.6	▲ 0.5	12.6

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」。