

最近の消費動向（個別ヒアリング）

3月の大型小売店の売上高は、時計や宝飾品などの高額品が好調に推移したのに加え、後半は気温の上昇により春物衣料品が活発になったこと、消費税率引き上げ前の駆け込み需要が顕著になったことなどから、13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、高級既製服、男性用高級時計をはじめ、旅行・ビジネス関連商材などが好調に推移し、後半は化粧品、米、缶詰などの駆け込み需要が本格化した。宿泊施設では、アジア人宿泊客の予約急増や春の卒業旅行の伸長などから、1～3月期の売上高は2桁増となった。

百貨店 A 社

3月の売上高の状況をみると、消費税率引き上げ前の駆け込み需要の発生と、催事が3月に行われたことも重なり、全体の売上高は久々に2桁増となった。

紳士服：月前半は気温が低めに推移し、ブルゾンやジャケットなど春物商品の伸びが想定に及ばなかったが、後半はトラベル用品やバッグなどの品目で売上高が大幅に増加した。

婦人服：カード会員向け優待セールの効果もあり、月前半はスーツやスカートを中心に増加したが、後半はパンツ、ブラウスといった初夏物商品が想定を下回り苦戦した。

子供服：ベビー・マタニティは前年を大きく上回ったものの、雑貨・玩具が減少したことから、全体の売上高は微増にとどまった。

食料品：食料品は、ワインの駆け込み需要がみられ、和・洋菓子ではホワイトデー・ひなまつり商戦が好調だったが、食料品以外のカテゴリーに比べて小幅の伸びとなった。

化粧品：消費税率の引き上げ前に買い置きする動きが顕著となり、スキンケアを中心にメイキャップ、ボディーケアいずれも2桁増と好調に推移した。

宝飾：ジュエリーは、パールなどを中心に大幅に伸長した。時計は、海外高級ブランドの価格改定を控え、高額品を中心に動きが活発であった。

シーズン雑貨：パラソル・傘、帽子などで大きく増

加したものの、マフラーやスカーフなどが不振となったことから、全体の売上高は微減となった。

百貨店 B 社

3月は、消費税率の引き上げを間近に控え、時計・宝飾品、美術品などの高額品、高級既製服ブランド、化粧品、肌着、保存食品など、多くのカテゴリーで売上高は前年を大きく上回った。

紳士服：カジュアル、洋品雑貨、高級既製服、スーツなどが大きく伸長し、全店で2桁の増加となった。

婦人服：後半からミセスを中心に駆け込み需要が活発となり、とりわけラグジュアリーブランドといった高級既製服の増加幅が著しかった。紳士服と同様に、ヤングは全体の中でやや伸び悩み傾向で推移した。ただし、4月以降については他のアイテムよりも減少幅は小さかった。

身の回り品：婦人雑貨のうち、化粧品やアクセサリが大幅に増加し、化粧品では一部ブランドが品切れとなるほどの売れ行きとなった。大阪市内のある店舗では、近年急増する外国人旅行者が化粧品を買い求めたことも、売上高のかさ上げにつながった。

食料品：他のカテゴリーに比べると小幅ではあるが、全店で前年実績を上回った。米、缶詰、酒などの保存食品のまとめ買いが、後半にかけて顕著となった。こうした特需の影響を受けて、菓子、生鮮食品、惣菜なども数%の増加となった。一方、レストラン部門については微減と苦戦した。

美術・宝飾：駆け込み需要を背景に、時計や宝石などではこれまでにない大幅な増加となった。中でも伸長が著しかった時計は、男性用の1点当たりの単価が前年に比べて約6割程度上昇するなど、高額商品の売れ行きが好調であった。

スーパー C 社

3月の販売額は前年を大きく上回った。衣料品は、前半までは天候不順もあり春物商品が低調だったが、後半は肌着など消費税率引き上げ前の駆け込み需要がみられた。食料品は、好調な畜産・水産物や飲料など加工食品の特需が全体を牽引した。住居関連は、大型白物家電や紙製品などで、駆け込み需要が本格化した。

衣料品と食料品の来店客数は減少したが、住居関連の売上高、買い上げ点数、顧客単価は他の2分野

に比べて大きく増加した。

衣料品：前半までは天候不順などにより、紳士スプリングコートや婦人スーツといった春物商品の動きが鈍かった。しかし、後半は紳士半袖シャツ、パンツなど肌着を中心に増税前の駆け込み需要が顕著となったほか、天候に左右されないスーツケースや紳士ビジネスシューズなども好調に推移した。

食料品：畜産物は、和牛の販促が奏功した牛肉を中心に好調であった。水産物は気温の低下もあり、カキやブリといった鍋物商材の需要が多かった。飲料水、ビール、缶詰、バターなどのまとめ買いや、相場高の卵が売上高を牽引した。個別商品では、ハム・ソーセージ、焼き鳥用鶏肉、パッケージスナックなどが減少したが、国産たばこやインスタントコーヒーのほか、凍魚・加工品などが増加した。

住居関連：増税前の駆け込み需要が本格化し、前半は昨年末から好調だった洗濯機や冷蔵庫などの大型白物家電のほか、調理家電、電動自転車といった高額品が伸長した。後半は化粧品、おむつ・トイレットペーパー等の紙製品などを中心に全体を押し上げた。その他の商品では、マットレス、フライパンなどが増加したが、空気清浄機、鼻炎薬、ファンシー文具などが減少した。

旅館 D 社

売上高：大阪市内にある旅館業D社の1～3月期の売上高は、円安やASEAN諸国のビザ発給要件の緩和などを背景に、主にアジアからの外国人宿泊客の予約が2月以降堅調だったことから、前年同期比3割強の増加となった。3月に限れば、高卒・大卒生の卒業旅行が大きく伸長し、客単価は低下したものの1部屋当たりの宿泊者数が増えたため、売上高は約4割増加した。

収益動向：1～3月期は、消費税率引き上げ前の特需はみられなかったが、外国人客によるインターネット予約が殺到した。そこで、現在の従業員規模で対応できるよう、国内客の予約が少ない平日は外国人客を中心に、土日は国内客を中心に受け入れている。経費の増大が抑えられた一方で、売上高が損益分岐点を大幅に上回ったことから、当期の収益は前年同期比で倍増となった。

独自の取組：旅行の口コミサイトの書き込みを通じて新規顧客は増えているが、チェックイン・アウトなどの基本情報が誤って伝播し、本来対応していないサービスを要求されることもある。多言語対応を通じてこうした誤解を解消するとともに、近年急増するイスラム圏旅行者など、居住国による観光特性を把握するための情報収集にも注力している。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		25年			26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)	139,697	151,859	196,058	150,867	131,136	178,278
	(前年同月比、全店ベース)	3.3	1.4	1.6	2.7	5.0	23.0
	(前年同月比、既存店ベース)	2.0	0.4	0.2	1.2	3.5	21.3
うち百貨店	販売額	70,278	80,223	107,061	80,032	66,496	98,991
	(前年同月比、全店ベース)	5.7	1.8	3.3	4.6	6.5	31.8
	(前年同月比、既存店ベース)	5.7	1.8	3.3	4.6	6.5	31.8
うちスーパー	販売額	69,419	71,636	88,997	70,834	64,640	79,287
	(前年同月比、全店ベース)	1.0	1.0	▲0.3	0.7	3.5	13.5
	(前年同月比、既存店ベース)	▲1.5	▲1.2	▲3.4	▲2.4	0.5	10.1
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	122,976	118,922	126,912	115,335	108,964	127,288
	(前年同月比、全店ベース)	5.3	6.0	5.8	6.2	7.6	8.8
	(前年同月比、既存店ベース)	0.4	1.1	0.9	0.4	2.1	3.8
乗用車新車販売	台数	18,339	19,037	18,586	21,461	25,426	31,700
	(前年同月比)	17.7	12.6	21.4	27.3	18.9	18.2
家電販売(近畿)	(前年同月比)	3.3	6.1	▲1.2	11.0	34.4	68.6

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」。