

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百貨店、スーパーともに対前年同月比でマイナスとなった。消費増税の反動減に加え、昨年度より気温が涼しく紳士服、婦人服共に夏物の伸びが思わしくなかった点、関西では梅雨入り後の降雨量が少なく、傘や雨ガッパ等の雨季関連商品の売上が伸びなかった点、昨年よりも土曜日が1日少なかった点も影響している。

大阪産業経済リサーチセンターでは、大阪・関西の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、宝飾品や美術品などの高額商品や家具・家電、化粧品等で依然として消費増税の反動が見られた。衣料品に関しては百貨店よりもスーパーで苦戦が続いている。一方、宿泊施設では主にアジア系旅行客の宿泊予約が引き続き好調で、前期に続き4～6月期の売上高も2桁増となった。

百貨店 A 社

6月の売上状況をみると、昨年は6月開始だったカード会員向け優待及び夏のクリアランスの開始時期をそれぞれ別の月に変更した影響が大きかったが、全体の売上高は前年をやや下回るにとどまった。

紳士服：父の日の商戦の主力である革小物は好調となったが、クリアランスの時期変更の影響を受け、カッターシャツやカジュアルパンツなどは動きが鈍く、売上高は前年を下回った。

婦人服：パンツがやや減少となった反面、今年のトレンドであるスカートや、投入量を増加したドレスの売れ行きが非常に好調となった。

子供服：キッズ向け海外ブランドが苦戦したものの、5歳前後を対象にしたトドラー関連商品の売れ行きが前年を大きく上回ったことから全体の売上高は微増となった。

服飾雑貨：クリアランスの時期変更の影響を受け、婦人靴が前年を下回るなど、全体ではマイナスとなったが、帽子、手袋、サングラスといったUV関連商品の好調に加え、化粧品やハンドバッグ・財布は前年を上回った。

食料品：入店客数の増加に比例して、洋菓子を筆頭に生鮮食品、惣菜、グロッサリーの各項目で売上を伸ばし、前年を上回った。

宝飾・時計：宝飾、時計ともに2桁台の減少となっ

ている。特にジュエリーは、流行の影響を受けにくい分、反動減が長期化している。時計については、月中旬に開催したラグジュアリーウォッチフェアにおいて高額商材が健闘したが、中心価格帯の売上が低迷した。

百貨店 B 社

6月は、夏のクリアランスセール的好調もあり、全体では前年をやや上回る売上となった。お中元商戦については、販売点数は前年と変わらないものの、例年よりワンランク下の商品を買う動きも見られ、客単価ダウンによって前年を下回った。

紳士服：父の日商戦が好調で革小物、肌着、ポロシャツが牽引する形で前年を上回った。特に革小物は前年の2倍に近い売上となった。

婦人服：カテゴリ全体の売上は前年を下回ったが、今年のトレンドのスカートと売り場面積が拡大した婦人靴は好調に推移している。

子供服：カットソーなどの一部の商品を除いて前年を下回った。ランドセルを前年より一ヶ月以上早めに展開することで、お盆からのピーク時に備えた仕掛けを行っている。

家庭用品：食器などは前年より減少となったが、テレビでの紹介等で人気に火のついたマットレスパッドが、高額にも関わらず爆発的な売上を見せているため、全体ではプラスとなっている。

身の回り品：婦人雑貨のうち、アクセサリーは前年を上回ったものの、化粧品はボディケアを除き減少しており、6月いっぱいまで反動減がみられた。

食料品：人気ブランドの拡充が功を奏した結果、和菓子・洋菓子のスイーツが非常に好調なことを受け、全体の売上も前年より大幅に伸ばした。また、おみやげ商品の展開も好調である。

宝飾・時計：ジュエリーの反動減が大きく、前年比で2桁台のマイナスとなっている。一方、高級腕時計においては、訪日外国人向けの売り上げの伸びが目覚しく、今後も海外でのPRやホテルとの連携、スマホ向け多言語案内の導入など多様な手段を通じて取り込みを行っていく。

スーパー C 社

6月の販売額は前年を下回る結果となった。衣料

品は、前年と比べて涼しく、梅雨入り後の雨量も少なかったことから、夏物、UV関連、レイン関連のいずれも苦戦した。食料品は、好調な農産・畜産・水産物など生鮮食品部門では活発な動きが見られたが、米や飲料、麺類を中心に加工食品が苦戦した。住居関連は不調な中でも、冷蔵庫や洗濯機には根強い買い替え需要が見られた。

衣料品：6月は気温の涼しかった影響が大きく、紳士夏物肌着や婦人半袖シャツ、婦人サンダルといった夏物の動きが鈍かった。気温に左右されない婦人カジュアルシューズや紳士スポーツシューズ、ソックスなどは好調に推移した。

食料品：農産はじゃがいも、玉葱といった土物野菜とさくらんぼ等の季節の果物が好調で、畜産物では、和牛の販促が功を奏し、牛肉は過去最高の売上水準となった。水産物は高価格帯のこだわりマグロが人気を博し、客単価アップにも貢献している。一方で加工食品部門では、供給過多により米の販売価格が前年より大幅に下落しており、駆け込み需要の反動減が若干残っていることも相まって、全体の売上を引き下げる特殊要因となっている。

住居関連：家具・家電、化粧品の反動減がいまだに顕著であり、多くの商品で苦戦が続く中、いわゆる白物家電は好調で、特に冷蔵庫、洗濯機の買い替え需要は根強く、前年を大きく上回っている。また、最早社会現象とも言える妖怪ウォッチブームにより、男児玩具も好調となっている。

ホテルD社

売上高：大阪市中央区にあるホテル業D社の5～7月期の売上高は、円安とLCCの台頭などを背景に、台湾や韓国など東アジアからの外国人宿泊客の予約が好調だったことから、売上は前年同期比1割強の増加となった。客室稼働率は平均でも80%強、土曜日はほぼ100%と高い稼働率を維持している。

収益動向：外国人宿泊客に対しては宿泊単価を段階的に引き上げているが、それでも予約が殺到する状態であり、収益に関しても前年同期比1割強の増加となった。

外国人宿泊客の動向：昨年までは個人と団体で1対2と団体客の方が多かったが、スマホ（地図アプリ）の普及により2対1と逆転し、個人客が大幅に増えた。宿泊数は3～4泊が最も多く、大阪を起点に京都や奈良の観光も楽しんでいるものと思われる。

独自の取組：現在の宿泊客は日本人と外国人で約半々だが、予約の上限を決めておかないと8～9割は外国人宿泊客で埋まってしまう程の盛況ぶりである。リスク分散と単価アップの観点から、海外からの予約に上限を設定しマネジメントすることで、約半々の比率を保っている。今後はインターネットの旅行・宿泊サイトからの日本人宿泊客の予約数を向上させる仕掛けをすると同時に、東南アジアからの宿泊客の取り込みにも注力したいとのことである。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		26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)	150,867	131,136	178,278	126,314	139,545	143,705
	(前年同月比、全店ベース)	2.7	5.0	23.0	▲5.4	1.2	▲1.2
	(前年同月比、既存店ベース)	1.2	3.5	21.3	▲6.8	0.4	▲1.9
うち百貨店	販売額	80,032	66,496	98,991	61,912	69,867	72,544
	(前年同月比、全店ベース)	4.6	6.5	31.8	▲7.0	2.7	▲0.4
	(前年同月比、既存店ベース)	4.6	6.5	31.8	▲7.0	2.7	▲0.4
うちスーパー	販売額	70,834	64,640	79,287	64,402	69,678	71,161
	(前年同月比、全店ベース)	0.7	3.5	13.5	▲3.8	▲0.1	▲2.1
	(前年同月比、既存店ベース)	▲2.4	0.5	10.1	▲6.6	▲1.8	▲3.4
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	115,335	108,964	127,288	118,366	127,522	126,463
	(前年同月比、全店ベース)	6.2	7.6	8.8	4.9	7.1	5.5
	(前年同月比、既存店ベース)	0.4	2.1	3.8	0.0	1.3	0.0
乗用車新車販売	台数	21,461	25,426	31,700	14,277	15,777	19,107
	(前年同月比)	27.3	18.9	18.2	▲11.8	▲1.0	▲2.1
家電販売(近畿)	(前年同月比)	11.0	34.4	68.6	▲18.4	▲13.2	▲12.3

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」。