

## 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日曜日が昨年より1日少なかったものの、百貨店、スーパーともに全店ベース売上高（税込）では対前年同月比でプラスとなった。ただし、①税抜きの既存店ベースでは百貨店、スーパー、コンビニいずれもマイナスになること、②百貨店では外国人旅行者への売上が対前年比で+50%以上激増していること、③家電や自動車では苦戦が続いていること、④9月速報時点で実質賃金指数や2人以上の勤労者世帯の実質消費支出は対前年比で大幅にマイナスになっていること、⑤食品では畜産品の高騰の影響が大きいことなどを考慮すると、個人消費の先行きを楽観視する事はできない。

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社と土産物店1社を対象にヒアリング調査を行った。

百貨店では外国人旅行者への売上の大幅増や、秋冬物の衣料の好調で売上増となった。一方で、スーパーは旬の魚の好調や畜産品の価格高騰で食品は堅調なもの、衣料品や住居関連商品の苦戦が長期化しており、消費マインドの冷え込みが懸念される。

### 百貨店 A 社

9月の売上状況を見ると、気候の低下の影響を受け、売上ボリュームの大きい衣料品において秋冬物が伸長し、売上高は前年を上回った。

**紳士服**：涼しい気温に後押しされ昨年より秋物ファッションの動き出しが早く、ブルゾン、コート、カジュアルパンツなどが伸長した結果、売上高は前年を上回った。

**婦人服**：紳士服と同様に秋物が好調でコートやセーター、パンツなどを中心に大きく売上を伸ばした。高価格帯の商品では冬物のコートなども好調に動き出している。

**子供服**：売場改装に合わせた販売強化が功を奏し、ベビー・マタニティ商品が大幅に売上を伸ばした。ランドセルも好調で、人気ブランド品は8月に品切れするものが出る程である。

**服飾雑貨**：反動減からの完全回復を果たした化粧品、秋の新作が人気の高まりを見せているハンドバッグ、帽子・マフラー・手袋といったシーズン雑貨など多岐に渡る商品カテゴリーで売上2桁増となった。

**食料品**：店舗の入替もあり好調が続く洋菓子に加え、畜産品の単価上昇や、来店客数の増加により、売上

を大幅に伸ばした。

**宝飾・時計**：腕時計は反動減からの回復に加え、ラグジュアリーウォッチフェアが好評を博し、前年を大幅に上回った。ジュエリーは、流行の影響を受けにくい分、反動減が継続しており、前年の8～9割の売上に留まった。

### 百貨店 B 社

9月は、日曜日が昨年より1日少なかったが、消費増税後に苦戦を強いられていた婦人服が前年を上回るまでに持ち直し、紳士服が好調に推移した結果、売上高はほぼ前年並みとなった。

**紳士服**：スーツやジャケットなどでミドル層向けの高価格帯商品が伸長したほか、ゴルフウェアを筆頭にスポーツファッションも好調で、売上を伸ばした。

**婦人服**：昨年より気温の低下が早かった影響もあり、秋物のコートが活発に動くなど堅調に推移し、売上は前年を上回った。

**子供服**：ランドセルは従来の黒・赤に留まらず、ピンクに刺しゅうやспанコールの入ったものや、牛革製、黒地に赤ラインのものなど多様化しており、高額商品もよく売れている。

**服飾雑貨**：化粧品は2ヶ月連続で前年を上回り、好調を維持している。アクセサリーの売上も上々となっているが、ハンドバッグはやや苦戦した。

**食料品**：菓子類を筆頭に売上を大きく伸ばした店舗があった一方で、生鮮食品や惣菜・ベーカリー、レストランなどの売上が一部の店舗で安定せず、全体としては前年を下回った。

**宝飾・時計**：新規店舗のテコ入れが成功し、腕時計が売上増に大きく寄与し、カテゴリー全体の売上も前年を大きく上回った。

**外国人旅行者への取組み**：9月の外国人旅行者への販売状況は前年から5割以上も増加しており、日に日に存在感を増している。10月からは消費税免税の対象商品が化粧品や食品に拡大されるため売上規模のさらなる拡大を目指して、従業員に対する接客研修や海外でのPRを強化して取り込みを行うとのことである。

## スーパーC社

9月の販売額は前年を下回る結果となった。4月以降、販売単価は維持しているものの、客足と一人あたりの買い上げ点数が思うように回復しておらず、特に衣料品や住宅関連商品の苦戦が長期化している。

**衣料品**：9月は長袖のシャツやパジャマといった秋物衣料が好調に推移した反面、夏物の肌着や半袖シャツは前年と比べ伸び悩んだ。売り尽くしセールを実施した和装や、前倒し需要で好調なランドセル、根強い人気を誇りバーゲンの強化も成功したシューズに関しては売上を伸ばした。

**食料品**：低気温の影響で果物、野菜、飲料などが苦戦し、レンジで温めるタイプの商品や温野菜が伸長した。水産では旬のサンマやシヤケが好調を博したが、売上構成比の高いマグロや塩干は伸び悩んだ。需給の面では豚、牛などの畜産品が供給不足で高騰しているほか、大型台風の影響などで農産品も相場高となった。一方で、3期連続の豊作となり、在庫が膨らんでいる米の相場下落は続いており、それぞれ全体の売上を左右する要因となった。

**住居関連**：家具・家電、化粧品などで買い控えが見られ苦戦が続いている。ただし、冷蔵庫は買い替え需要が根強く続いており、前年を大きく上回っている。特殊要因として、妖怪ウォッチブームの継続で男児向けキャラクターグッズが爆発的な売上増を見せているほか、 Dengue熱への危機感から殺虫剤の売上も大幅に伸ばした。

## 土産物店D社

**売上高**：ミナミを中心に土産物店を展開するE社では、7～9月期の全売上高は前年同期比で5%減少した。アーケードのない場所に主力店舗が立地している事もあり、週末毎に豪雨や台風に見舞われ、売上を減少させた事が一因である。天候が比較的落ち着いた9月後半以降は大幅に売上を伸ばしている。また、同社では売上の2割強を外国人旅行者が占めている。

**客単価**：数年前から消費者の財布の紐が堅くなる中で、来店客への挨拶や買物カゴの手渡しなど工夫を続け、客単価（日本人の客単価は約1,800円、外国人客は約3,000円）を維持している。台湾や韓国からの外国人旅行者は、大阪らしいおみやげを求める傾向が強いため、E社の商品が人気を博している。E社ではさらに客単価を上げるべく、高価格帯商品の導入を含めた品揃えの見直しや、オリジナル商品の新規展開に努めている。

**独自の取組**：近隣の語学学校の留学生を中心に、外国人スタッフを多数アルバイト採用している。今年から彼等留学生スタッフを集めた座談会を月1回開催しており、商品に対する外国人旅行者の反応などについて情報収集を行い、販促や新商品の展開につなげる仕組みを構築している。今後も、高単価品の扱いの拡充や、六次化産業への取り組みなど躍進に向けた仕掛けを意欲的に行っていくとのことである。

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

|                |                | 26年     |         |         |         |         |         |
|----------------|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                |                | 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)     | 126,314 | 139,545 | 143,705 | 157,639 | 138,423 | 134,260 |
|                | (前年同月比、全店ベース)  | ▲5.4    | 1.2     | ▲1.2    | 1.6     | 2.4     | 1.5     |
|                | (前年同月比、既存店ベース) | ▲6.8    | 0.4     | ▲1.9    | 1.1     | 1.5     | 0.9     |
| うち百貨店          | 販売額            | 61,912  | 69,867  | 72,544  | 85,194  | 64,426  | 66,235  |
|                | (前年同月比、全店ベース)  | ▲7.0    | 2.7     | ▲0.4    | 3.0     | 2.1     | 2.5     |
|                | (前年同月比、既存店ベース) | ▲7.0    | 2.7     | ▲0.4    | 3.0     | 2.1     | 2.5     |
| うちスーパー         | 販売額            | 64,402  | 69,678  | 71,161  | 72,445  | 73,996  | 68,026  |
|                | (前年同月比、全店ベース)  | ▲3.8    | ▲0.1    | ▲2.1    | ▲0.1    | 2.7     | 0.5     |
|                | (前年同月比、既存店ベース) | ▲6.6    | ▲1.8    | ▲3.4    | ▲1.2    | 1.0     | ▲0.7    |
| コンビニ・ストア販売(近畿) | 販売額            | 118,366 | 127,522 | 126,463 | 138,837 | 137,518 | 128,108 |
|                | (前年同月比、全店ベース)  | 4.9     | 7.1     | 5.5     | 6.4     | 6.0     | 7.5     |
|                | (前年同月比、既存店ベース) | 0.0     | 1.3     | 0.0     | 0.9     | 0.6     | 1.9     |
| 乗用車新車販売        | 台数             | 14,277  | 15,777  | 19,107  | 19,296  | 14,788  | 22,755  |
|                | (前年同月比)        | ▲11.8   | ▲1.0    | ▲2.1    | ▲2.9    | ▲8.3    | ▲0.4    |
| 家電販売(近畿)       |                | ▲18.4   | ▲13.2   | ▲12.3   | ▲3.3    | ▲10.7   | ▲12.2   |

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」。前年同月比は店舗開閉調整の値。

【コンビニ・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」。