

# 最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

27年1～3月期の大型小売店の売上高は、前年同様に消費増税前の駆け込み需要があった影響が大きかったものの、株高の恩恵を受けた富裕層の消費に加え、2月には百貨店の外国人旅行者への販売額が過去最高を更新するなど旺盛な外需の下支えがあったため、マイナスは小幅に留まった。ただし、総務省「家計調査」によると、2人以上の世帯の実質家計消費は1月は▲5.1%、2月は▲2.9%、3月は▲10.6%であり、食品以外を扱う総合スーパーや家電販売、新車販売では苦戦が続くなど、消費にはまだ弱さも見られる。

## 月別概況

**1月**：(平年差)平均気温+0.1℃、降水量+104.8%

1月は前年の消費増税前の駆け込み需要の影響が本格化し始め、エアコン・冷蔵庫・洗濯機・パソコンなどの家電や家具は対前年比で大幅に売上を落とした。一方、昨年より降水量が多かったため、雨傘やレインコートが伸長した。

百貨店では、年初の福袋が好調な滑り出しとなった。クリアランスでは、クリアランス対象の値引き品かどうかに拘らず、定額品を多く購入する傾向が見られた。

スーパーでは、白菜やキャベツといった主力野菜の相場安の影響が続いたが、好調の畜産品に加え、エビ、カニ、カキといった水産品が堅調に推移した。また、朝食の新しい定番となったフルーツグラノーラは長期的に売上を伸ばしている。

**2月**：(平年差)平均気温+0.6℃、降水量▲58.7%

2月は前年の消費増税前の駆け込み需要の影響がさらに膨らみ、大型家電に加えスーツやジュエリー、米やタバコなども前年同月比で落ち込んだ。

百貨店では、春節（中華圏の旧正月）の影響で「爆買い」とも呼ばれる旺盛な外需が社会現象ともなった。外国人旅行者への販売額は全国で過去最高を更新し、府内百貨店でも前年同月比2～4倍に増加した。品目では高級婦人服、ハンドバッグ、化粧品、腕時計、子供服などが大幅に売上を伸ばした。

スーパーでは、畜産品や豆類、カットフルーツが好調となった反面、白菜・キャベツ・大根といった主力野菜やみかんが低調に推移した。NHKの連続ドラマの影響でウィスキーは好調が続いた。

**3月**：(平年差)平均気温+0.8℃、降水量+67.5%

3月は休日が昨年より2日少なく、前年の消費増税前の駆け込み需要がピークの月（参考：26年3月の対前年同月比※全店：百貨店+31.8%、スーパー+13.5%）、であったため、百貨店、スーパーともに対前年同月比

では大幅に売上を落とした。

百貨店では、スーパーと比較してもジュエリーや腕時計などの高額品の駆け込み需要が前年にあった影響が大きく、前年同月比では全ての店舗で2桁のマイナスとなった。ただし、外国人旅行者への売上が極めて好調な影響もあり、前々年との比較では売り上げを伸ばした店舗が多かった。

スーパーでは米、調味料、飲料、酒、タバコ、ハム・ソーセージなどで昨年の消費増税前の駆け込み需要の影響が見られた。とりわけ、食品以外に衣料や家具・家電も扱う店舗では売上を大幅に落とした。

## 百貨店A社

3月の売上高の状況を見ると、子供服や食料品が好調に推移したが、前年の駆け込み需要が非常に大きく、売上は2桁のマイナスとなった。（前々年の25年3月との比較では大幅な増加）

**紳士服**：スプリングコートとTシャツなどの春ファッションは打ち出しが奏功し、好調に推移したが、駆け込み需要の大きかった紳士靴、バッグ、革小物などの洋品雑貨は前年実績を大きく割り込んだ。

**婦人服**：紳士服と同様にスプリングコートが好調なほか、ドレスやビジネスにも使えるフォーマルなジャケットが堅調に推移した。

**子供服**：イベントや限定品の打ち出しが奏功し、春の衣料が好調に推移した。外国人旅行者には日本製の子供服や子供靴、ベビー用品が売上を伸ばした。

**宝飾・時計**：前年の駆け込み需要が最も大きかったカテゴリであり、ジュエリー、時計ともに前年比では大幅な落ち込みとなった。ただし、時計については前々年比で好調な売上となっている。

**服飾雑貨**：ホワイトデー商戦でハンカチが伸張した。百貨店で購入できる商品の中ではお手頃な価格で、ブランドロゴが入るハンカチは外国人旅行者にも人気のおみやげの1つとなっている。ハンドバッグや革小物、靴に関しては昨年の駆け込み需要の影響が比較的大きく、一部苦戦した。

**食料品**：嗜好品や健康食品は前年の駆け込み需要の影響が見られたが、ホワイトデー商戦において期間限定品や女性向けの打ち出し（自家需要や友達同士での贈答需要）が成功し、洋菓子などの売上増加につながったこともあり、カテゴリ全体で前年を上回った。

## 百貨店 B 社

3月は、ジュエリーや高級ブランド品が健闘したが、前年に駆け込み需要があった影響が大きく、前年比では大幅なマイナスとなった。(前々年比では過半数の店舗でプラスとなった)

**紳士服**：前年に駆け込み需要があった影響は大きいですが、カジュアルやスポーツファッションは健闘し、スポーツファッションは前年を上回る店舗もあった。

**婦人服**：特選婦人服などで外国人旅行者への販売による下支えがあったが、それ以上に昨年の上昇が大きい、全ての品目で大幅な減少となった。

**子供服**：外国人旅行者による恩恵が特に大きく、府内の店舗では前年を上回るほどの好調となった。

**食料品**：北海道展などの催事が非常に盛況で一部店舗では保存食品が前年を大幅に上回るほどの好調となった。生鮮食品、惣菜、レストランにおいても外国人旅行者による賑わいで売上増加につながった。

**宝飾・時計**：ジュエリーや時計が前々比同月比で大幅に伸長するなど、健闘した。株高による資産効果の影響もあり、高額品は堅調に推移している。

## 電器店チェーン C 社

**売上高**：全国に多数の加盟店を持つC社では、3月 は前年同月比で半減に近い落ち込みとなった。ただし、前々年の25年3月に比べれば10%の増加になっており、前年は消費増税前の駆け込み需要の影響に加え、例年は実施していない増税前セールを行っており、客単価が倍増していたといった特殊事情を考慮すれば好調な結果といえる。

C社では本部で一括して商品の仕入を行うことで、量販店にも劣らない価格訴求力を実現している。また、高齢化の進展によって、身近な所に店舗があり、電球1個の取替え等でも家に来てくれるなど小回りが利き、アフターフォローが充実している「まちな電器店」へのニーズが高まっていることが好調の背景にある。3月 は、引越し需要で冷蔵庫や洗濯機等の大型白物家電、エアコンなどに動きが見られた。

**収益**：顧客の動向としては、平成25年以降の景気の回復の影響などを受けて、「とにかく安く」から「少し高くても、良いものを買って長く使う」傾向が強まっており、1点あたりの単価も前年比で10%ほど上昇している。またC社では収益性の高いリフォーム事業の拡大を意欲的に進めている。リフォームの受注は容易ではないが、顧客の9割が常連客であり、顧客と密な信頼関係を構築しているC社(加盟店)ならではの取組で、現在では売上構成の20~25%がリフォーム事業と のことである。

**独自の取組**：加盟店に対して、全店にタブレットを無償でレンタルしており、発注や出先の個人宅などでの商談(商品の閲覧)が円滑に進むよう機能している。さらに、本部が発行しているカタログに掲載されている商品が品切れでであった場合、少ロットの追加仕入になれば、一括して仕入れた場合に比べて費用がかさむことになるが、その場合の差額費用を本部が負担することで、各加盟店は在庫を気にせず、安心して営業に専念できるシステムを構築している。また、店主の高齢化や後継者不足も各加盟店が抱える悩みであるが、専門学校卒業生とのマッチングなど対応を進めている。

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		26年			27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	140,725	155,287	198,693	153,126	132,672	151,387
	(前年同月比、全店ベース)	0.7	2.3	1.3	1.5	1.2	▲15.0
	(前年同月比、既存店ベース)	0.1	1.9	1.1	1.3	1.0	▲15.5
うち百貨店	販売額	70,554	82,322	108,986	81,173	67,002	78,666
	(前年同月比、全店ベース)	0.4	2.6	1.8	1.4	0.8	▲20.5
	(前年同月比、既存店ベース)	0.4	2.6	1.8	1.4	0.8	▲20.5
うちスーパー	販売額	70,171	72,965	89,707	71,954	65,669	72,721
	(前年同月比、全店ベース)	1.1	1.9	0.8	1.6	1.6	▲8.2
	(前年同月比、既存店ベース)	▲0.2	1.1	0.2	1.2	1.3	▲9.1
コンビニ・ストア販売 (近畿)	販売額	132,554	126,470	135,130	123,439	114,887	133,222
	(前年同月比、全店ベース)	7.8	6.3	6.5	7.0	5.4	4.7
	(前年同月比、既存店ベース)	1.8	0.5	0.7	1.2	0.1	▲0.8
乗用車新車販売	台数	17,153	17,184	17,234	17,270	20,612	26,554
	(前年同月比)	▲6.5	▲9.7	▲7.3	▲19.5	▲18.9	▲16.2
家電販売 近畿	(前年同月比)	▲11.0	▲4.5	▲12.3	▲18.9	▲26.5	▲44.1

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」。前年同月比は前年同月比の値。  
 【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」。