

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

27年4～6月期の大型小売店の売上高は、前年を上回った。株高の恩恵を受けた国内富裕層の消費が旺盛なほか、百貨店の外国人旅行者への売上高が、4月には春節のあった今年2月を上回り過去最高（全国）を更新するなど、訪日外国人の増加で盛り上がりを見せた。また、前年同期に消費増税後の反動減で消費が一部で低迷していた影響も大きい。

実質賃金指数（全国、事業所規模5人以上）が6月に対前年比マイナス3.0%を示すなど所得が低調に推移する中で、自動車販売台数は消費増税以降マイナスが続く、家電販売額も6月は2桁のマイナスになるなど消費にはまだ弱さも見られる。

月別概況

4月：（平年差）平均気温 -0.8°C 、降水量 $+3.1\%$

4月は中旬までは多雨と気温低下が続いたが、月後半は気温が上昇し、夏商材が動き出した。また、百貨店・スーパーともに前年同月が消費増税後の反動減の影響で売上を特に大きく落していた影響（既存店で▲6.8%）もあり、対前年比では大幅に売上を伸ばした。

百貨店では、中国の清明節、欧米の復活祭、タイのソンクラーン（旧正月）などの各国の大型連休と花見の時期が重なり、高級腕時計・化粧品・酒などの売上の増加につながったことで、全国の外国人旅行者への販売額は過去最高（今年2月）を大きく更新した。

スーパーでは、昨年の落ち込みが大きかった家具・家電が大幅に伸びた。月後半は気温の上昇で、アイスクリーム、飲料、薄手の部屋着などが好調に推移した。

5月：（平年差）平均気温 $+1.8^{\circ}\text{C}$ 、降水量 -28.5%

5月は休日が前年より2日多く、月初から中旬にかけて好天に恵まれ高い気温が続いたため、夏物商材が非常に活況となった。対前年比で好調に推移した。

百貨店では、夏物衣料に加え、日焼け止め、サンダル、パラソルなどが好調に推移した。母の日商戦では、花以外にもマグカップやエプロンなどが伸びた。

スーパーでは、レタスやキャベツなどの野菜の相場高と米の相場安がそれぞれ売上に影響した。また、気温上昇の影響でスポーツ飲料、冷麺、そうめん、酒、から揚げ（おつまみ需要）などが売上を伸ばした。

6月：（平年差）平均気温 -0.6°C 、降水量 $+6.2\%$

6月は休日が昨年より1日少なく、涼しい日が続いたため、夏物の動きがやや鈍化した。

百貨店では、中国の端午節（6/20～6/22）の影響に加え、タイなど東南アジアから外国人旅行者が増加したことで、化粧品・高級ブランド・ハンドバッグなどの売上が大阪市内の店舗を中心に好調に推移し、外国

人旅行者への売上高は対前年比で3～6倍となった。

スーパーでは相場高の野菜や、牛肉を中心とした畜産品では好調が続いたが、足元の気温が低下したため、夏物の衣類、エアコンなどは伸び悩んだ。

百貨店 A 社

6月の売上高の状況を見ると、高級ブランド品、化粧品、ハンドバッグに加え、品揃えを強化した婦人衣料が牽引。免税売上高が約6倍となるなど、外国人客の好調も継続し、大幅に伸ばした。

紳士服：別注品やオーダーメイドイベント、広告媒体による告知など販売促進に注力したハンドバッグや、高額品の売れ行きが好調なジャケット、靴が牽引し、売上を伸ばした。高額品では秋物ファッションの新作を早々と求める動きも見られた。

婦人服：盛夏ファッションの品揃えを強化したことが奏功し、ドレスやパンツ、ジャケットが好調に推移した。販促を強化した秋冬のトレンドを先取りした商品がファッション感度の高い客層に支持され、カテゴリー全体でも売上を伸ばした。

子供服：イベントの打ち出しが奏功し、子供用の浴衣やじんべいが売上を伸ばした。また、ベビー用品は国内客・外国人客問わず非常に好調で売上を牽引した。

宝飾・時計：時計やジュエリーは消費増税後の反動減が前年の6月時点でも大きかったが、国内の富裕層や外国人旅行者への販売が非常に好調で、対前年比のみならず前々年と比較しても大きく伸ばした。

服飾雑貨：キャンペーンが功を奏し、販売点数が伸ばした化粧品に加え、ハンドバッグや帽子なども売上を伸ばした。一方で天候不順の影響でパラソル（日傘）は売上を落した。

食料品：父の日需要で日本酒が好調となったほか、フルーツケーキやサンドイッチの専門店が人気を博し、売上に貢献した。生鮮食品も堅調に推移した結果、カテゴリー計でも売上を伸ばした。

ホテル B 社

売上高：大阪市内にホテル、簡易宿所を展開するB社の6月の売上高は、円安やアジア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殺到していることから、前年同期比約5%の増加となった。B社では国内でも最安値に近い宿泊料を武器に、25年にビザが緩和されたタイなどからの引

き合いも多く、昨年も大きく売上を伸ばしている。現在は宿泊客の約半数がバックパッカーなどの外国人だが、国内客でもビジネスマンやファミリー、就職活動中の学生、ライブ鑑賞客など客層は幅広い。

収益：6月の収益は、客数と客単価のいずれも上昇した結果、売上と同様に対前年比約5%の増加となった。客室稼働率はピーク時（8月：95%）以外でも90%と極めて高い水準となっている。需要超過の状況の中で、宿泊業界では値上げの動きも活発化しており、B社でもコストパフォーマンスの持ち味を壊さない範囲で若干の値上げを実施している。宿泊料は国内客と外国人客ともに同額で、宿泊数では国内客は1～2泊が、外国人客は3泊前後が最も多い。

独自の取組：B社では元々、日雇い労働者がメイン宿泊客であったが、数年前から外国人旅行者の集客を視野に入れた改装やサービスの充実を行っている。外国人旅行者の集客にはネットのトラベルサイトでの口コミが鍵となるため、①トイレを和式から洋式に順次切り替え、②全客室に高速インターネット環境を整備、③個室シャワーの整備（外国人は大浴場に抵抗がある）、④広いフロントに無料のコーヒーサーバー、PCコーナーを設置するなど利便性の向上を続け、宿泊客の満足度向上につなげている。ホテルや簡易宿所の新規出店に関しては、建築費の高騰に加え、都市部の地価が非常に高騰していることから、当面は実現性が低くなっているとのことである。

旅館 C 社

売上高：大阪市内にある旅館業C社の6月の売上高は、

主に外国人宿泊客の予約が増え、前年同月比2割強の増加となった。客室稼働率も9割を超え、当日の飛込みでは宿泊ができない状況が続いている。特に昨年以降は中国本土からの旅行者が顕著に増え、外国人宿泊客のうち、約4割を占めるようになった。中国本土からの旅行者における近年の変化として、北京や上海からだけでなく地方都市からの宿泊客が増えている。

収益：6月は、客数と客単価のいずれも上昇した結果、収益も対前年比2割の増加となった。C社では煩雑な宿泊予約業務のシステムを外注することで、コストと業務量の圧縮に成功している。平均宿泊数も増加傾向にあり、1年ほど前に比べ平均約2泊から約3泊へ増加した。アジアからの宿泊客は3泊ほど連泊して、C社を起点に府内のドラッグストアや家電量販店、ディスカウントストアでの買い物のほか、近隣のグルメスポットでの食べ歩きなどを楽しんでいるようである。

独自の取組：C社では、近年増加した中国本土からの宿泊客（火を通してない飲料を飲む文化があまりない）には冷水ではなく白湯を提供するといった宿泊客に応じたおもてなしを大事にしており、トラベルサイトでの好評な口コミにつながっている。設備投資の面では、収益の見込める東京五輪の時期までを視野に外壁や内装（ユニットバス、畳）、エレベーターなど老朽化した部分の補修を順次進めている。特に内装に関しては、常に客室稼働率が9割を超える状況の中で、比較的閑散期といえる6～7月に数日間の休業日を設定し、集中工事を行うなどの工夫をしている。また、足元では人手不足が表面化してきており、外国人留学生の雇用を検討中とのことである。

大阪府の消費に関する経済指標

（単位：百万円、台、%）

		27年	27年	27年	27年	27年	27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	153,126	132,672	151,387	143,076	149,611	145,327
	（前年同月比、全店ベース）	1.5	1.2	▲15.0	13.2	7.2	1.1
	（前年同月比、既存店ベース）	1.3	1.0	▲15.5	12.3	6.3	0.2
うち百貨店	販売額	81,173	67,002	78,666	71,937	74,038	72,701
	（前年同月比、全店ベース）	1.4	0.8	▲20.5	16.2	6.0	0.2
	（前年同月比、既存店ベース）	1.4	0.8	▲20.5	16.2	6.0	0.2
うちスーパー	販売額	71,954	65,669	72,721	71,139	75,573	72,626
	（前年同月比、全店ベース）	1.6	1.6	▲8.2	10.4	8.4	2.0
	（前年同月比、既存店ベース）	1.2	1.3	▲9.1	8.5	6.7	0.2
コンビニエンスストア販売（近畿）	販売額	123,439	114,887	133,222	129,392	136,835	134,034
	（前年同月比、全店ベース）	7.0	5.4	4.7	9.3	7.3	6.0
	（前年同月比、既存店ベース）	1.2	0.1	▲0.8	3.8	2.0	1.1
乗用車新車販売	台数	17,270	20,612	26,554	13,704	14,463	18,762
	（前年同月比）	▲19.5	▲18.9	▲16.2	▲4.0	▲8.3	▲1.8
家電販売 近畿	（前年同月比）	▲18.9	▲26.5	▲44.1	15.4	17.2	▲10.4

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」。前年同月比は基期調整済の値。
 【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」。