

# 最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

27年7～9月期の大型小売店の売上高は、いずれの月も前年を上回った。株高の恩恵を受けた国内富裕層の消費が引き続き旺盛なほか、百貨店の外国人旅行者への売上高は、7月には清明節などのあった今年4月に続いて過去2位（全国）となり、大阪市内の店舗では免税売上高が対前年同月比で数倍といった状況が継続している。

物価が原油安の影響で落ち着いていることもあり、長期低迷していた実質賃金指数（全国、事業所規模5人以上）が7月からは3ヶ月連続のプラスとなった。家電販売額は足元では一進一退が続くが、昨年のマイナスを取り返す程の勢いはなく、自動車販売台数は昨年4月の消費増税以降、一貫してマイナスが続いている。

## 月別概況

**7月**：（平年差）平均気温 $-0.4^{\circ}\text{C}$ 、降水量 $+128.1\%$

7月は中旬まで梅雨が続き、梅雨明け以降も台風に見舞われるなどしたため、業況は悪くはないものの、スーパーを中心に夏物商材の一部が鈍い動きとなった。

百貨店では、全社的に夏のクリアランスの時期を後ろ倒しにする傾向が見られたほか、クリアランス期間中であっても、例年以上に定価商品の方がよく売れる現象が見られた。外国人旅行者への販売も非常に好調で時計やジュエリー、化粧品が大幅に売上を伸ばした。

スーパーでは、じゃがいも、キャベツなど相場高の農産品や牛肉などが売上を牽引するも、多雨と涼しい気温の影響で半袖肌着、水着、アイス、スイカ、殺虫剤といった夏物商品はやや伸びを欠いた。

**8月**：（平年差）平均気温 $+1.6^{\circ}\text{C}$ 、降水量 $+104.1\%$

8月は前半が猛暑となり、夏物商材が最後の盛り上がりを見せたため、百貨店、スーパーともに好調に推移した。また、来春用のランドセル商戦がピークを迎え、高価格帯の商品を中心に売上を伸ばした。また、プレミアム商品券の使用期間（大阪市は7月末日～11月末日まで）に入ったため、消費喚起の効果が一定程度はあったものと思われる。

百貨店では、猛暑の影響で帽子やパラソルといった夏物雑貨、UVカットの化粧品などが好調に推移したほか、月後半は秋冬商品への本格的な切り替え時期と気温の低下時期が重なり、秋冬商品もよく動いた。

スーパーでも猛暑の影響で帽子やエアコン、スイカ、飲料、アイスなどが売上を伸ばした。畜産では牛・豚・鶏は堅調なものの、ハム・ソーセージが伸び悩んだ。

**9月**：（平年差）平均気温 $-1.8^{\circ}\text{C}$ 、降水量 $+1.4\%$

9月は前半の台風などの天候不順が客足に影響した

が、休日の1日増に加え、シルバーウィークが好天に恵まれたこともあり、月間ではプラスとなった。

百貨店では、外国人旅行者への販売が好調なことに加え、シルバーウィーク商戦でも伸長し、化粧品、ジュエリー、子供服などを中心に売上を伸ばした。

スーパーでは相場高の野菜が売上を牽引したものの、今年不作となった桃やイチジクは伸び悩んだ。

## 百貨店 A 社

9月の売上高の状況を見ると、シルバーウィークの大型連休中の販促イベントが、好天にも恵まれ奏功したほか、外商顧客や外国人旅行者への販売も好調に推移したことから、購買単価アップにつながり、売上も対前年を上回った。

**紳士服**：トラベルギア（キャスター付きの旅行バッグ）が外国人旅行者に人気を博したほか、キャラクターブランド品や洋品雑貨なども堅調に推移した。

**婦人服**：天候不順から好天に転じ、気温も低下した月後半から秋物の動きが活発となった。また、高価格帯の特選婦人服が大幅に伸長し、売上を牽引した。

**子供服**：カテゴリ計で売上を伸ばした。ランドセル商戦は8月をピークに落ち着いたが、1点単価が上昇していることもあり、年度累計ではプラスの見込みとなっている。

**宝飾・時計・美術**：時計やジュエリーなどの高額品を中心に伸長し、カテゴリ計でも2桁台のプラスとなっている。美術品も外商の売上が好調となり、大幅に売上を伸ばした。

**服飾雑貨**：外国人旅行者の増加を受けて、化粧品が大幅に伸長した。アクセサリ（非ジュエリー）に関しては、国内外の顧客に支持され売上を伸ばした。

**食料品**：商品別では店舗毎に好調不調のばらつきがあるものの、物産展催事が好調だった惣菜や保存食品などが堅調に推移したため、全社計の売上はプラスとなった。

## 百貨店 B 社

9月の売上高の状況は、引き続き外国人旅行者への販売が好調なことに加え、シルバーウィーク中の集客イベントが奏功し、関西広域からの来店客が増加したため、売上も対前年比でプラスとなった。

**紳士服**：革小物と靴の好調が売上を牽引したことに加え、ジャケットがカジュアルなものから高価格帯のもの

のまで幅広い商品で伸長したため、カテゴリー 計でも大幅に売上を伸ばした。

**婦人服**：流行のゆったりとしたシルエットのパンツが人気を博しているほか、セーター、コート、ドレスなどが堅調に推移した。高価格帯のものでは売上ボリュームの大きい革小物、バッグ、婦人靴、コートが大幅に売上を伸ばし、カテゴリー計でもプラスとなった。

**子供服**：イベントの打ち出しが奏功した結果、幼児向けのトドラー商品、J S（女子小学生）ファッションなどが好調に推移したことに加えて、人気キャラクターの催しも売上の嵩上げとなった。

**宝飾・時計**：時計は海外ブランドが大きく売上を牽引した。ジュエリーも、外国人旅行者や国内富裕層を中心に大幅に売上を伸ばした。

**服飾雑貨**：化粧品、ハンドバッグが外国人旅行者に非常に人気で売上のかさ上げになったほか、傘・パラソルや帽子も好調に推移した。

**食料品**：連休中の集客イベントの成功で客足が増加した影響が大きく、惣菜を中心に全ての商品カテゴリーで売上を伸ばした。

## スーパー C 社

スーパーC社の9月の売上高は、食品、衣料品、住居関連それぞれが対前年を上回ったことから、全体でも対前年比でプラスとなった。

**食品**：9月の食品売上高は対前年比で増加した。C社

では地域密着の店づくりに力を入れており、地元でとれた生鮮食品の品揃え強化や、ギフト商品に地域の特産品を盛り込む等の取組を進めているほか、ソースやポンズといった調味料なども地域の需要に合わせた品揃えの見直しを行っている。また、惣菜やカット野菜などが売上を伸ばす一方で、「フルーツ離れ」「魚離れ」と言われるように、皮を剥かないと食べられないフルーツや骨を取らないと食べられない魚など、手間のかかる食品が敬遠される風潮のある中で、健康レシピの提案や実演など、食品と食育をセットで販売することで付加価値を高める工夫を行っている。

**衣料品**：9月の衣料品の売上高は対前年で増加し、3カテゴリーの中で最も大きな伸び率となった。中旬以降の気候が安定し、秋冬物が動いた要因が大きい。

**住居関連**：9月の住居関連の売上高は対前年比でプラスとなった。消費者が自由に商品を選ぶセルフ販売から、接客専門係を2～3名配置することに方針転換を行い、家具・家電などの接客を強化した影響も大きい。

**独自取組**：こだわりの買い物には金を使うが、それ以外は節約する消費者の「二極化消費行動」が進んでいる中、人材投資の強化による接客サービスの向上なども含め、顧客のこだわりに合ったモノとサービスの提供を推進している。また、顧客の買い回りが少しでも楽になるように新規店舗では立体駐車場ではなく、平面駐車場を設置することで買い物客の利便性の向上に取り組んでいる。

(中井 章太)

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		27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	143,076	149,611	145,327	160,525	143,162	138,068
	(前年同月比、全店ベース)	13.2	7.2	1.1	4.0	5.6	5.0
	(前年同月比、既存店ベース)	12.3	6.3	0.2	2.4	4.4	3.4
うち百貨店	販売額	71,937	74,038	72,701	87,678	68,379	69,074
	(前年同月比、全店ベース)	16.2	6.0	0.2	2.9	6.1	4.3
	(前年同月比、既存店ベース)	16.2	6.0	0.2	2.9	6.1	4.3
うちスーパー	販売額	71,139	75,573	72,626	72,847	74,783	68,994
	(前年同月比、全店ベース)	10.4	8.4	2.0	4.9	5.5	5.8
	(前年同月比、既存店ベース)	8.5	6.7	0.2	1.8	2.8	2.5
コンビニエンスストア 販売額及び店舗数増減 (近畿)	販売額 全店ベース	129,392	136,835	134,034	147,166	147,031	134,759
	(前年同月比、全店販売額)	9.3	7.3	6.0	6.0	6.9	5.2
	店舗数(前年同月比)	5.7	4.9	4.7	4.6	4.4	4.0
乗用車新車販売	台数	13,704	14,463	18,762	18,595	14,487	20,375
	(前年同月比)	▲4.0	▲8.3	▲1.8	▲3.6	▲2.0	▲10.5
家電販売(近畿)	(前年同月比)	15.4	17.2	▲10.4	0.9	13.7	▲2.5

資料：【大型小売店販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」。

【コンビニエンスストア販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」。

【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」。