

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

27年10～12月期の百貨店・スーパーの売上高は、全店ベースではいずれの月も前年を上回った。11月、12月は暖冬の影響で冬物衣料や鍋物関連品が不調となったものの、引き続き外国人旅行者や国内富裕層の消費は活発で高価格帯の商品の売れ行きが好調なことから、全体を押し上げている。

原油安の影響で物価は落ち着いていることから、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）は7月からは横ばい傾向が続いているが、2人以上の世帯の家計消費（全国）は名目・実質ともに4ヶ月連続でマイナスと低迷している。家電販売額は対前年同月比で一進一退が続くが、新車販売台数は26年4月の消費増税以降、21ヶ月連続でマイナスが続いている。

月別概況

10月：（平年差）平均気温±0.0℃、降水量-63.9%

10月は天候に恵まれ、26年が二度の大型台風に見舞われて売上を落していた反動や休日1日増の影響もあって百貨店、スーパーともに好調な結果となった。

百貨店では、外国人旅行者へ販売する際の消費税免税対象品に食品や化粧品が加わってから1年が経過したが、引き続き対前年比2桁～3倍の増加と好調が続いている。国慶節の商戦も好調で、市内の店舗ではジュエリーや化粧品が大幅に売上を伸ばした。

スーパーでは、キャベツ、ブロッコリーなど相場高の農産品や高価格帯の肉類が売上を牽引した。加工肉や健康に関する報道の影響でハム・ソーセージが売上を落とし、ハチミツやヨーグルトは大幅に伸長した。

11月：（平年差）平均気温+1.6℃、降水量+60.9%

11月は記録的な暖冬となり、月間平均気温が15℃を上回ったため、冬物衣料や手袋やマフラーといった防寒雑貨が動かず、売上にマイナスの影響を与えた。

百貨店では、気温高の影響で単価の高いブーツやコートを中心に衣料品の販売が不調となった。「11月の気温は重要で、11月が暖かいと年明けのバーゲンを待つ消費者心理が働く」といった声も聞かれた。

スーパーでは、気温高で冬物衣料や鍋物食材、電気ストーブや寝具類などが不調となり、農産品の相場高が落ち着いたことも重なり、既存店計が8ヶ月ぶりにマイナスに転じた。

12月：（平年差）平均気温+1.5℃、降水量+105.5%

12月も気温高が続き、多雨も重なり客足に響いたため、季節商品は大幅に苦戦を強いられた。

百貨店では、コート、ブーツ、ジャケットなどの冬物衣料が売上を落とし、紳士・婦人・子供服ともに多

くの店舗で対前年同月比マイナスとなったものの、ジュエリーやハンドバッグ、婦人服などで外国人旅行者や国内富裕層向けの高価格帯商品の販売が好調であったことや、クリスマス商戦が一定の盛り上がりを見せたことで売上を伸ばした。

スーパーでは大根、きのこ類やカキなどの鍋物食材を除いて食品に関しては堅調に推移した。ただし、衣料を扱う店舗では落ち込みが大きく、府内既存店の売上は前年同月比で2ヶ月連続のマイナスとなった。

百貨店 A 社

12月の売上高の状況は、暖冬の影響でコート、ブーツ、マフラーなどの冬物衣料が苦戦したが、ジュエリーなどの高額品の健闘やクリスマス商戦の好調が上回り、対前年同月比ではプラスとなった。

紳士服：コート、ブルゾン、セーターは苦戦したが、バッグ、財布・革小物、革靴といった雑貨類が高価格帯のものを中心に売上に貢献し、スーツも好調に推移したため、カテゴリー計ではプラスとなった。

婦人服：暖冬の影響が強く、コートやセーターでは対前年同月比で2桁のマイナスとなった。ただし、高価格帯の商品ではコートやセーターもマイナスとならず、バッグや革小物が牽引し、売上を伸ばした。

子供服：防寒関連商品は振るわなかったが、クリスマス商戦で大きな盛り上がりを見せ、子供向け海外ブランド品やベビー・マタニティ商品を中心に伸長した。

宝飾・時計：時計は海外ブランドが映画とのコラボ商品の展開で好調に推移した。ジュエリーも、外国人旅行者や国内富裕層を中心に好調が続いており、2桁台の伸びとなっている。

服飾雑貨：化粧品、ハンドバッグが国内外の顧客に支持されて大幅な伸びを示し、カテゴリー計でも前年同月を大きく上回った。ただし、マフラー、帽子、手袋などの防寒関連商品は厳しい結果となった。

食料品：クリスマス商戦や迎春商戦など月後半からの売上が好調で、惣菜や洋菓子を中心に伸長し、カテゴリー計でも売上を伸ばした。

旅館 B 社

売上動向：大阪市内に立地し、国内外の旅行者で賑わう和風旅館B社では、10～12月期の売上は約10%強の増加となった。客室稼働率が95%を超える盛況ぶりで、単価も少しアップできたことで売上の増加につながっ

た。日本人客と外国人客の比率は4対6程度であり、前年との比較では日本人客が増加し、外国人客は微減となっている。

外国人客の動向：2年ほど前までは海外の宿泊予約サイトなどを通じて、オーストラリア、イタリア、フランスなどからの個人客が多数を占めていたが、昨年からは全国的に東アジア圏からの旅行客が急増したことを受け、中国、韓国、台湾の順に多くなっている。春節や花見の時期は宿泊客の8割以上が外国人客となる場合もあるが、宿泊前に連絡を取り難いことや、事後決済の場合は直前のキャンセルが多いことが課題となっている。

独自の取組：B社では市内の好立地にありながら、ゆったりくつろげる広めの和室を提供している所に特徴がある。そのため、B社ならではの持味を感じて欲しいという配慮から、海外からの予約客に関しては原則3名以上の予約のみを扱っている。また、自社ホームページからの予約料金が最安値となる「ベストレート保証」を実施しており、約4分の1が自社ホームページからの直接予約となっている。

電器店チェーンC社

売上高：関西を中心に全国に多数の加盟店を持つC社では、12月は前年同月比で横ばいとなった。商品別では主力のエアコンは暖冬の影響も少なく堅調に推移している。電力買取り価格の低下などで太陽光発電関連の受注は減少したが、LED照明やリフォーム工事の受注は増加傾向にある。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C社チェーンへのシニア層からの信頼は厚い。持続的な発展の面からは、顧客の高齢化による購買力の低下が進んでいるため、既存シニア顧客の子供世帯を中心とした新規顧客の開拓が重要視されている。

収益性：12月の収益は大手量販店の値下げ傾向への対応で、販売価格を一定程度引き下げたことで微減となった。大手量販店や台頭するネット通販との差別化の面でも、アフターフォローを充実させ、顧客と根強い信頼関係を築くことで、安易な価格競争に巻き込まれないよう工夫を行なっている。また、収益性の高いリフォーム事業の拡大を意欲的に進めており、現在は売上構成の約5分1がリフォーム事業になっている。キッチン・風呂・トイレなどの水回りの受注が多く、大掛かりな案件では専門業者と連携して対応する場合もある。

独自の取組：C社では、商品の閲覧や発注ができるタブレット端末を全加盟店に貸与しており、出先の個人宅などでの商談をスムーズに進めるだけでなく、店舗での在庫の圧縮にも成功している。また非公開のSNSを活用し、店主間の成功事例や修理ノウハウの共有などを行なうことで各店の対応力やモチベーションアップにつなげている。リピーターの獲得やイベントの集客で成功している店舗の特徴は、①客先に小まめに顔を出している、②電話でのフォローがしっかりしている、③DM等は毎月欠かさず届けている、などであり、「斬新なアイデアよりも、店主の細やかな心遣いが何より重要」とのことである。（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					
		7月	8月	9月	10月	11月	12月
大型小売店計	販売額 全店ベース	160,525	143,162	138,068	148,003	154,086	197,960
	(前年同月比、全店ベース)	4.0	5.6	5.0	7.4	1.4	1.8
	(前年同月比、既存店ベース)	2.4	4.4	3.4	5.2	▲0.6	0.1
うち百貨店	販売額	87,678	68,379	69,074	75,801	82,283	110,280
	(前年同月比、全店ベース)	2.9	6.1	4.3	7.4	0.0	1.2
	(前年同月比、既存店ベース)	2.9	6.1	4.3	7.4	0.0	1.2
うちスーパー	販売額	72,847	74,783	68,994	72,202	71,803	87,680
	(前年同月比、全店ベース)	4.9	5.5	5.8	7.4	2.8	2.0
	(前年同月比、既存店ベース)	1.8	2.8	2.5	2.8	▲1.3	▲1.3
コンビニエンスストア	販売額 全店ベース	147,166	147,031	134,759	140,317	132,006	142,488
販売額及び店舗数増減 (近畿)	(前年同月比、全店販売額)	6.0	6.9	5.2	5.9	4.4	5.4
	店舗数(前年同月比)	4.6	4.4	4.0	3.7	3.5	3.5
乗用車新車販売	台数	18,595	14,487	20,375	16,730	16,577	15,600
	(前年同月比)	▲3.6	▲2.0	▲10.5	▲2.5	▲3.5	▲9.5
家電販売額 近畿	(前年同月比)	0.9	13.7	▲2.4	3.0	▲6.2	▲5.5

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」。