

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

28年4～6月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、百貨店の減速が大きく、全ての月で前年を下回った。百貨店では、婦人服の不振に加え、円高や中国での関税強化の影響を受けて、時計やジュエリーなどの高額品が大幅に落ち込んだ。外国人旅行者への販売は客数では増加傾向が続くが、それ以上に客単価の減少が著しい。スーパーでは、都心部を中心に新規出店が過熱しており、既存店での上売を維持することが難しい状況となっている。

家電販売額は対前年同月比で概ね弱い動きが続いており、新車販売台数は4月に25ヶ月ぶりのプラスに転じたが、6月には再びマイナスとなった。

実質賃金指数（全国、事業所規模5人以上）は足元では回復の動きが見られるが、2人以上の勤労者世帯の実質家計消費（全国）は低調に推移している。

月別概況

4月：（平年差）平均気温+1.5℃、降水量+22.8%

4月は前半に好天及び気温高が続いたため、花見用の行楽弁当や飲料など食品は伸長したが、月後半に気温が低下したことで初夏衣料は苦戦した。

百貨店では、中国において海外で購入した商品を中国内へ持ち込む際の課税を強化する措置が急遽実施された影響で、ジュエリーや時計などの高額品の売上は大幅に減少した。また、初夏衣料の不調などで婦人服を中心に衣料品も苦戦し、前年をわずかに下回った。

スーパーでは、花見需要の行楽弁当が好調だったほか、夏物商品のアイスや飲料が伸長し、一方で要冷蔵の惣菜は低調に推移した。相場高のイチゴなどが売上を牽引したものの、衣料品は中旬以降伸び悩んだ。

5月：（平年差）平均気温+1.5℃、降水量-6.2%

5月は前年より土曜日が1日少なかったことや、前年が今年以上の気温高であった反動で、婦人服を中心に夏物衣料の動きが伸びず、前年を下回った。

百貨店では、3.6%減と減少が大きかった。売上高ボリュームの大きい婦人服の不振に加えて、紳士服やアクセサリなどの身の回り品が低調に推移した。

スーパーでは、前年猛暑の反動で飲料、アイス、素麺、肌着、扇風機などが前年を下回った。また、キャベツやレタスなどの野菜が相場安となっており、伸びを欠いたため、全店でも0.8%増に留まった。

6月：（平年差）平均気温+2.1℃、降水量+76.2%

6月は月後半以降は平年よりも降水量が多く、気温が低下したものの、月前半に好天や気温高に恵まれたため、扇風機など夏物商材は一定の動きを見せた。

百貨店では、ブランド衣料品やジュエリー、腕時計

などで外国人旅行者への売上が大幅に減少したことに加え、今年は前年より少し前倒して7月1日にクリアランスがスタートする店舗が多く、月後半にはクリアランスを見据えた買い控えが発生したことから対前年同月比で5.1%減と大きく売上を落とした。

スーパーでは、月前半にアイス、エアコンなどの夏物商品が好調に推移し、月後半には相場高の影響もあってアスパラガス、レタス、スイカなどが好調に推移したため、全店では1.9%増と前年を上回った。

百貨店 A 社

6月の売上高の状況は、高級ハンドバッグや時計、ジュエリーなどで外国人旅行者への売上が大幅に減少したことに加え、月後半に婦人服などでクリアランスを見据えた買い控えがあったことで前年を下回った。

紳士服：クールビズの浸透でネクタイの売上は前年を下回ったものの、スーツやジャケットで夏物が好調に推移したことに加え、革小物や靴で高価格帯のものが好評であったため、前年を上回った。

婦人服：催事は奏功したものの、売場でのドレス、ブラウス、カットソーなどの売上が苦戦したため、前年を下回った。また、高価格帯の商品ではハンドバッグやジュエリーで外国人旅行者への売上が大幅に減少した。

子供服：外国人旅行者への売上は比較的堅調に推移しており、ベビー向け商品や、海外ブランド商品などが売上を牽引し、前年を上回った。

宝飾・時計：中国での関税強化に加えて、円高の影響もあり、外国人旅行者への販売はジュエリー、時計ともに大幅な減少となった。ただし、日本人富裕層への販売については堅調に推移している。

服飾雑貨：月後半の悪天候の影響で帽子や手袋は売上を落としたものの、化粧品などが国内外問わず好評で売上を牽引したため、カテゴリー計で前年同月を大きく上回った。

食料品：年々減少傾向にあるお中元商戦や、水産では苦戦したが、洋菓子、和菓子、惣菜などは好調に推移したため、カテゴリー計では前年同月並みとなった。

スーパー B 社

6月の販売額は前年を下回る結果となった。客単価や買上点数は前年並みで推移しているものの、衣料品と住居関連での客数の減少が響いた。

衣料品：紳士靴、紳士スラックス、紳士カジュアルパンツなどが父の日を中心に販促強化したことで伸長した。年々、販売の前倒しや高付加価値化が進むランドセルも好調に推移しており、夏物商品では紳士水着が売上を伸ばした。一方で、婦人ジーンズや婦人ブラウス・シャツ、スーツ、カッターシャツなどは販売点数が伸びずに苦戦した。

食料品：農産ではアスパラガスや一玉売りの販促が奏功したスイカなどが売上を牽引した。反面、相場が高騰したブロッコリーは販売点数が大幅に減少したため伸び悩んだ。水産では、調理に手間がかかる鮮魚や活貝などを中心に長期減少傾向ではあるが、販促を強化したマグロなどは売上を伸ばした。加工食品ではお中元商戦は前年を下回ったものの、月前半の気温高と販促強化の影響でビールや素麺・冷麦などは伸長した。

住居関連：月前半の気温高の影響もあって、扇風機やエアコン、ステンレスボトルなどは売上を伸ばしたが、オリンピック需要が期待されたテレビは伸びなかった。バスマットは販売点数こそ減少しているものの、非常に吸水性の高い高単価の商品が人気を博しているため、売上の増加につながった。

土産物店 C 社

売上高：ミナミを中心に土産物店を展開するC社では、6月の売上高は前年同期比で3%増加した。27年の秋ごろから28年の春先までは苦戦が続いたが、外国人旅

行客の中でも買い物先が予め決まっている団体客中心から個人客中心へシフトしたことや、中国人旅行者でリピーターが増加したこと、「本当に良いもの、大阪らしいもの」を中心に品揃えの見直しを行なったことが奏功した。なお、同社では売上高のうち2割を外国人旅行者が占めている。

客単価・客層：客単価は日本人が約1,800円、外国人旅行者が約2,500円となっている。年々消費者の財布の紐が堅くなる中で、一点でも多く購入してもらえよう商品の陳列や組み合わせ、数量のバランスなどの工夫を重ねている。客層は幅広く、男女比では女性が少し多い。従来は修学旅行生もC社の主要顧客であったが、大阪府内のホテルが予約困難なことから、前年と比べても半減している。外国人旅行者の内訳は約6割が中国で、台湾、香港、韓国と続くがシンガポール、タイ、マレーシアなども4位の韓国に肉薄するほど増加している。

独自の取組：C社では従業員の3分の1が中国人留学生を中心とした外国人スタッフとなっており、日々の顧客とのやり取りのフィードバックを行なうことで業務改善につなげているほか、新商品の開発にも参加してもらうことで、新商品の質の向上にもつなげている。今後は、海外のロコミサイトなどを活用した外国人旅行者向けの情報発信強化に加えて、顧客目線を大事にしつつも、如何に「大阪の良さ」を伝えていけるかが課題となっている。
(中井章太)

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		28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)	152,414	133,738	148,602	140,058	143,256	139,370
	(前年同月比、全店ベース)	1.7	2.9	0.2	▲1.5	▲2.2	▲2.0
	(前年同月比、既存店ベース)	▲0.3	1.1	▲1.5	▲1.9	▲4.0	▲3.9
うち百貨店	販売額	79,097	67,104	77,418	69,350	70,257	68,470
	(前年同月比、全店ベース)	▲2.6	0.2	▲1.6	▲3.6	▲5.1	▲5.8
	(前年同月比、既存店ベース)	▲2.6	0.2	▲1.6	▲3.6	▲5.1	▲5.8
うちスーパー	販売額	73,317	66,634	71,185	70,708	72,999	70,900
	(前年同月比、全店ベース)	6.4	5.9	2.1	3.7	0.8	1.9
	(前年同月比、既存店ベース)	2.3	2.1	▲1.5	▲0.1	▲2.8	▲1.9
コンビニエンスストア	販売額(全店ベース)	129,922	124,486	139,157	137,025	141,421	139,916
販売額及び店舗数増減(近畿)	(前年同月比、全店販売額)	5.2	8.3	4.4	5.9	3.3	4.4
	店舗数(前年同月比)	3.6	3.8	3.8	4.0	4.2	4.2
乗用車新車販売	台数	16,880	19,423	25,481	14,469	15,016	17,808
	(前年同月比)	▲2.3	▲5.8	▲4.0	5.6	3.8	▲5.1
家電販売(近畿)	(前年同月比)	4.9	▲7.4	▲6.7	▲1.4	▲5.5	2.6

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】経済産業省「商業動向統計」。

【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」。