

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

29年1～3月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、百貨店が牽引し、前年を上回った。百貨店は、外国人旅行者への売上が好調であり、加えて、バレンタインやホワイトデーといった季節イベントをうまく取り込めたことで売上を伸ばした。一方スーパーは、食料品が健闘するものの、全体的な動きは低調であった。

家電大型専門店販売額は29年3月にプラスに転じ、また新車販売台数も引き続きプラスを維持しており、耐久消費財の需要が戻りつつある。

実質賃金指数（全国、事業所規模5人以上）は、エネルギー価格高騰等の影響もあり29年3月に2ヶ月ぶりに下落した。

月別概況

1月：（平年差）平均気温+0.2℃、降水量-26.2%

1月は百貨店の売上高が11ヶ月ぶりに対前年同月上回り、百貨店、スーパーともにプラスとなった。

百貨店では、化粧品、コートやマフラー、菓子などが好調に推移した。円安に加え、春節が1月下旬（前年は2月上旬）にずれこんだ影響で、外国人旅行者への売上高が関西地域計では対前年同月比38%増となり、過去最高を更新した（日本銀行大阪支店）。

スーパーでは、週末の天候に恵まれず、衣料品や住居関連品では伸び悩んだが、野菜の相場高の影響で白菜や大根が伸長したほか、柑橘類やイチゴなどの果物も好調に推移した。

2月：（平年差）平均気温+0.0℃、降水量-27.1%

2月は、前年が閏年による営業日数減のほか、土曜日減の影響があったものの、バレンタイン商戦が一定の盛り上がりを見せた。また、経済産業省と経済界が提唱する、月末の金曜日に午後3時までに仕事を終え、買い物や食事・旅行や趣味の時間を楽しむなど、日常よりも少し豊かな時間を過ごす「プレミアムフライデー」の取り組みが、全国的に初めて実施された。

百貨店では、化粧品や婦人服の春のトレンドを取り入れた衣料などが好調に推移し、加えてバレンタイン商戦も好調で菓子類が売上を伸ばした結果、売上は前年同月上回った。

スーパーでは、食料品は、農産品を中心に比較的堅調に推移したが、衣料品・住居関連品の動きがやや低調で、売上は前年同月を下回った。

3月：（平年差）平均気温-0.2℃、降水量+1.9%

3月は、平均気温が昨年より低く推移したことによ

り、春物の動き出しが全般的に鈍かった。

百貨店では、春物衣料品が伸び悩む反面、国内富裕層消費や外国人旅行者への売上が好調であり、またホワイトデー商戦が牽引した菓子類が健闘し、売上は対前年同月上回った。

スーパーでは、食料品が健闘し、いちごやじゃがいもといった農産品が伸長したほか、菓子類が好調に推移したが、衣料品や住居関連商品で春物が苦戦し、売上は対前年同月を下回った。

百貨店A社

3月の売上高の状況は、春物衣料の動き出しが鈍い一方で、ホワイトデーやひなまつりといった季節イベントに対する反応が好調であり、また化粧品販売も好調に推移した結果、前年同月上回った。

紳士服：スーツや、カジュアルシャツ等では苦戦した。一方で、バッグで高価格帯の商品が好調に推移し、加えて、ワイシャツがギフト需要で伸長したことから、カテゴリー計では前年を上回った。

婦人服：ドレス、スプリングコート、カットソー等で苦戦したが、今年流行の花柄プリントのスカートが好調であり、スカートが前年を大きく上回った結果、カテゴリー計の売上は小幅の減少にとどまった。

子供服：ベビー・マタニティ向け商品は前年を上回ったものの、幼児向け商品や小学生向け商品が減少し、カテゴリー計では前年を下回った。

宝飾・時計：国内富裕層と外国人旅行者への販売が好調に推移し、ジュエリー・時計ともに前年を上回り、回復の動きが見られる。

服飾雑貨：アクセサリはやや低調な動きとなったが、財布がホワイトデー需要をうまくとりこめたことや、化粧品が国内外の顧客に支持されて大幅な伸びを示した結果、前年を上回った。

食料品：ホワイトデー商戦が奏功し、洋菓子が好調となり売上を牽引したほか、ひな祭の需要や行楽弁当が好評で惣菜も売上を伸ばし、全てのカテゴリーで前年を上回った。

百貨店B社

3月の売上高の状況は、春物衣料品の動き出しが鈍い一方で、外国人旅行者への売上が好調に推移し、またホワイトデー需要も好調であったことから、前年同

月を上回った。

紳士服：紳士靴が健闘したものの若年層向けファッションやビジネス関連商品などで苦戦し、カテゴリー計では前年を下回った。

婦人服：高価格帯の商材が全体を牽引したものの、春物衣料品が全般的に苦戦した。

宝飾・時計・美術：時計は外国人旅行者への売上が縮小したことで前年同月を下回った。一方で、国内富裕層向けの催事は前年を上回り盛況で、国内富裕層の消費に堅調な動きが見られた。

服飾雑貨：化粧品に関しては、外国人旅行者への販売が引き続き好調であり、前年を大幅に上回り売上が牽引した。一方、アクセサリやハンドバッグ・婦人靴が苦戦した。

食料品：店舗間格差はあったが、ホワイトデーが好調に推移したことで、菓子カテゴリーを中心に売上が牽引したほか、惣菜が堅調に推移したため、カテゴリー計では前年を上回った。

スーパーC社

3月の売上高は前年を下回る結果となった。要因としては、客単価や買上点数は前年並みで推移している

ものの、昨年よりも平均気温が低いことにより衣料品と住居関連を中心に客数が減少した影響が大きい。

衣料品：催事期間の品揃え拡大効果により、トラベルバックが伸長した。また、店舗間格差はあったが、年に一度の大催事もほぼ昨年並みの実績で推移した。しかし、肌着・紳士カットソーや婦人ブラウスをはじめとする春物衣料品が苦戦し、カテゴリー計では前年同月の売上高を下回った。

食料品：農産では、あまおうや新じゃがの売込みが奏功し、いちごとじゃがいもが売上が牽引した。反面、相場安による単価ダウンの影響を受けたきゅうりやバナナが伸び悩んだ。水産では、売り場拡大に伴う焼き魚が伸長したが、依然として全体的に落ち込みが大きい。その他の部門では、袋スナックやチョコレートが好調に推移した一方で、桜の開花遅れにより弁当・おつまみ関連は苦戦した。

住居関連：花粉症対策商品の売込みが奏功し、空気清浄機・クリーナー・鼻炎薬が売上が伸ばした。一方で、外国人旅行者への特需があったベビー紙おむつは大幅に売上が落とした。学生に需要のある電子辞書が好調に推移し、また、男児用玩具も高単価品が好調であった。しかし、平均気温の低さから春物が全般苦戦し、カテゴリー計では前年を下回った。（山田 麻由）

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		28年		29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)	145,089	152,223	196,546	154,082	134,751	148,367
	(前年同月比、全店ベース)	▲2.0	▲1.2	▲0.7	1.1	0.8	▲0.2
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.0	▲2.0	▲1.3	0.2	▲0.1	0.4
うち百貨店	販売額	71,724	78,883	108,655	80,592	68,936	77,747
	(前年同月比、全店ベース)	▲5.4	▲4.1	▲1.5	1.9	2.7	0.4
	(前年同月比、既存店ベース)	▲5.4	▲4.1	▲1.5	1.9	2.7	2.2
うちスーパー	販売額	73,366	73,340	87,891	73,940	65,816	70,620
	(前年同月比、全店ベース)	1.6	2.1	0.2	0.2	▲1.2	▲0.8
	(前年同月比、既存店ベース)	▲0.5	0.5	▲1.2	▲1.6	▲3.0	▲1.6
コンビニエンスストア	販売額(全店ベース)	66,651	62,542	67,071	60,980	57,338	65,295
販売額及び店舗数	(前年同月比、全店販売額)	5.8	6.0	4.9	4.5	2.2	4.4
	店舗数(前年同月比)	4.4	4.1	4.1	3.7	4.1	3.8
乗用車新車販売	台数	16,716	18,384	17,209	18,227	21,996	28,255
	(前年同月比)	▲0.1	10.9	10.3	8.0	13.2	10.9
家電大型専門店販売	(前年同月比)	▲1.3	▲7.9	▲1.7	▲2.0	▲2.4	8.4

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「商業動態統計」。

【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】経済産業省「商業動態統計」。