

# 最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

30年1～3月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、全ての月で対前年を上回った。百貨店は、外国人旅行者と国内富裕層への売上が好調であり、化粧品や高額商品（宝飾・時計）などを中心に売上を伸ばした。一方スーパーは、食料品が健闘し、野菜や花見需要の惣菜が堅調に推移した。

コンビニ販売額は増加傾向にあり、家電販売額は8ヶ月連続増加していたが3月に減少に転じた。新車販売台数は減少している。個人消費は、増加している。

## 月別概況

**1月**：（平年差）平均気温 $-1.0^{\circ}\text{C}$ 、降水量 $+13.4\%$

1月は百貨店、スーパーともに前年同月を上回った。

百貨店では、化粧品や高額商品（宝飾・時計）、菓子などが好調に推移した。前年が1月だった春節が今年は2月にずれ込んだにもかかわらず、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 $60.6\%$ 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、前月から引き続き野菜相場が過去最高となり、農産物が好調であった。また、強い寒波の到来で家電の暖房器具やカイロが大幅に伸長した。

**2月**：（平年差）平均気温 $-1.0^{\circ}\text{C}$ 、降水量 $-53.8\%$

2月は、降雪、寒波等で入店客数や春物商材にマイナスの影響がでたが、高額消費とインバウンドは引き続き好調であった。

百貨店では、厳しい寒さの影響でブルゾンやコートといった重衣料が高伸し、高額品、化粧品、ジュエリー、時計などが好調に推移し、また、インバウンドが堅調に推移した結果、売上は前年同月を上回った。

スーパーでは、春物や新生活関連品の動きは鈍かったものの、野菜相場高により農産物が好調に推移し、また低気温による需要で衣料品やカイロなども好調に推移した結果、売上は前年同月を上回った。

**3月**：（平年差）平均気温 $+2.1^{\circ}\text{C}$ 、降水量 $+31.5\%$

3月は、気温の上昇に伴い、春物の動きが活性化した。

百貨店では、春物衣料品が売上を伸長し、また国内富裕層消費や外国人旅行者への売上が好調であった。春の魅力を訴求する訪日旅行プロモーションの結果もあいまって訪日意欲を喚起し、外国人旅行者数は依然好調で、外国人旅行者への売上は、関西地域計では対前年比 $77.7\%$ 増加となり、1月の過去最高記録を更新

した（日本銀行大阪支店）。その結果、売上は対前年同月を上回った。

スーパーでは、日用雑貨や家具・家電といった住居関連商品で苦戦したが、春物衣料品が伸長し、また花見需要の惣菜も堅調に推移し、売上は対前年同月を上回った。

## 百貨店A社

3月は、気温の上昇に伴い、春物の動きが活性化し、また、高額品・化粧品・ジュエリーなどが伸長した結果、売上高は前年同月を上回った。

**紳士服**：スーツやワイシャツの苦戦傾向が続くものの、インターナショナルブランドを中心に好調に推移し、カテゴリ計では前年同月を上回った。

**婦人服**：スーツで苦戦をするものの、気温上昇に伴い春物の動きが良く、カットソー等が好調に推移した他、カテゴリ計は前年同月を上回った。

**子供服**：小学生向け商品の売上は減少したものの、売り場改装を行ったベビー・こども服は、ミレニアル世代の来店が増加し、国内・インバウンド共に好調に推移し、カテゴリ計では前年同月を上回った。

**宝飾・時計**：100万円以上的高額品は、国内・インバウンドともに好調を維持している。宝飾・時計ともに今月はインバウンドが牽引する形で前年同月を上回った。

**服飾雑貨**：好調を維持し続けている化粧品が牽引する形で売上は前年同月を上回った。気温上昇に伴い、パラソル・傘、帽子といったシーズン雑貨が伸長し、また、ハンドバッグやアクセサリも好調な動きであった。婦人靴はスニーカーが人気で新生活に伴うパンプス類の買い替え需要もあり好調であった。

**食料品**：ホワイトデー商戦やその他の催事が奏功し、洋菓子が好調となり売上を牽引したほか、花見需要に伴う行楽弁当が好評で惣菜も売上を伸ばし、全てのカテゴリで前年同月を上回った。

## スーパーB社

3月の売上高は前年を少し下回る結果となった。要因としては、客単価は前年より上昇したものの、食品や住居関連を中心に客数が減少した影響が大きい。

**衣料品**：紳士・婦人ともにスーツ類で苦戦するも、気

温上昇の後押しもあり、春物用品が堅調に推移した。紳士服では、7分袖シャツやカジュアルパンツが伸長し、婦人服では7分袖のカットソーやカジュアルシャツが伸長した。また、衣替え需要に伴う羽織ものやスパッツなども好調に推移し、既存店ではカテゴリー計で前年同月の売上を上回った。

**食料品**：EDLP（Everyday Low Price の略で、特売期間を設けず、各商品がある一定期間同じ低価格で販売する戦略のこと）売価や集客商材の見直しの影響もあり、加工食品や日配で苦戦した。一方で農産では、たけのこの早期売り場展開やマンゴー、いちごの売込みが奏功し売上を牽引し、全体的に好調であった。畜産では、取組みの強化を行っている牛肉が好調であり、また惣菜では、月後半の気温上昇により例年より桜の開花が早く、行楽需要で、弁当類は好調に推移した。その結果、カテゴリー計の売上は前年同月に比べ小幅の減少にとどまった。

**住居関連**：花粉症対策商品の売込みが奏功し、マスク、鼻炎薬、目薬、布団乾燥機が売上を伸ばした。一方で、新生活関連商材や入園入学商材の動きは低調であり、また、テナント導入に伴う一部売場縮小の影響もあり、売上はカテゴリー計では前年を下回った。

### 土産物店C社

**売上高・経営方針**：ミナミを中心に土産物店を展開するC社では、3月の売上高は前年比で8%減少した。減少要因としては、店舗数減少による一時的な要因が大きく、既存店ベースでは1.4%の増加となっている。また1年以内に新規店舗出店予定がある。

同社では、顧客に大阪の魅力を発信するコンセプト

で店舗経営を行っている。これまでは、府外からの観光客に対する商品提供を主としていたが、新規出店予定店舗では、府内の人向けに地元商品や老舗商品を提供したりアーティストなどとコラボレーションするイベントを行い大阪の魅力を発信する予定である。このように同社では府外・府内両方の顧客が楽しめる店作りを行い、ターゲット顧客を広げていく方針である。商品別では、食品の売れ行きがよく売上高の75%が食品である。

**客単価・入店客数**：客単価は日本人が約1,670円、外国人旅行客が約1,950円となっており、前年同月比で見ると日本人は横ばい、外国人旅行客は16%減少している。一方で客数は、前年同月に比べ、日本人は微減、外国人旅行客は25%増加である。これらより、日本人に対しては集客数を増加させる、また外国人旅行客に対しては客単価を上げるよう、販促を含め対策をとっている。具体的には、店内の商品プレゼン方法を変更し、例えば高額商品が目立つような商品陳列方法をとるなど工夫をしている。

**新しい取組**：同社では、1年前から2つの新しい取り組みを行っている。1つ目は、月に1度の従業員接客ランキングの実施である。誰が1番客を喜ばせたかをコンセプトに表彰等を行い、従業員の接客力向上に努めている。2つ目は、同じく月に1度他店で素晴らしいと思う店に従業員を行かせレポートを作成し他店の商品配列・接客方法などを学ばせている。このように、従業員育成に新たな取組みを取り入れ、常に成長する楽しい店舗を目指している。（山田 麻由）

## 大阪府の消費に関する経済指標

※Pは速報値を表す (単位：百万円、台、%)

		29年		30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	147,382	157,632	200,793	157,145	135,547 P	154,244
	(前年同月比、全店ベース)	1.6	3.6	2.2	2.0	0.6	P 4.0
	(前年同月比、既存店ベース)	3.2	5.7	4.1	4.1	3.1	P 4.8
うち百貨店	販売額	75,341	84,417	112,109	82,726	69,225 P	83,299
	(前年同月比、全店ベース)	5.0	7.0	3.2	2.6	0.4	P 7.1
	(前年同月比、既存店ベース)	7.9	10.3	6.1	6.3	4.8	P 8.1
うちスーパー	販売額	72,041	73,215	88,684	74,419	66,322 P	70,945
	(前年同月比、全店ベース)	▲1.8	▲0.2	0.9	1.3	0.8	P 0.5
	(前年同月比、既存店ベース)	▲1.2	0.8	1.8	1.8	1.3	P 1.1
コンビニエンスストア 販売額及び店舗数	販売額 全店ベース	67,910	64,401	69,465	63,084	58,919 P	68,008
	(前年同月比、全店販売額)	1.9	3.0	3.6	3.5	2.8	P 4.2
	店舗数(前年同月比)	2.4	2.2	1.9	1.8	0.5	P 1.0
乗用車新車販売	台数	16,423	17,107	17,277	17,948	21,213	26,955
	(前年同月比)	▲1.8	▲6.9	0.4	▲1.5	▲3.6	▲4.6
家電大型専門店販売	(前年同月比)	0.4	6.7	4.1	5.7	5.5	P ▲0.5

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】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】経済産業省「商業動向統計」。