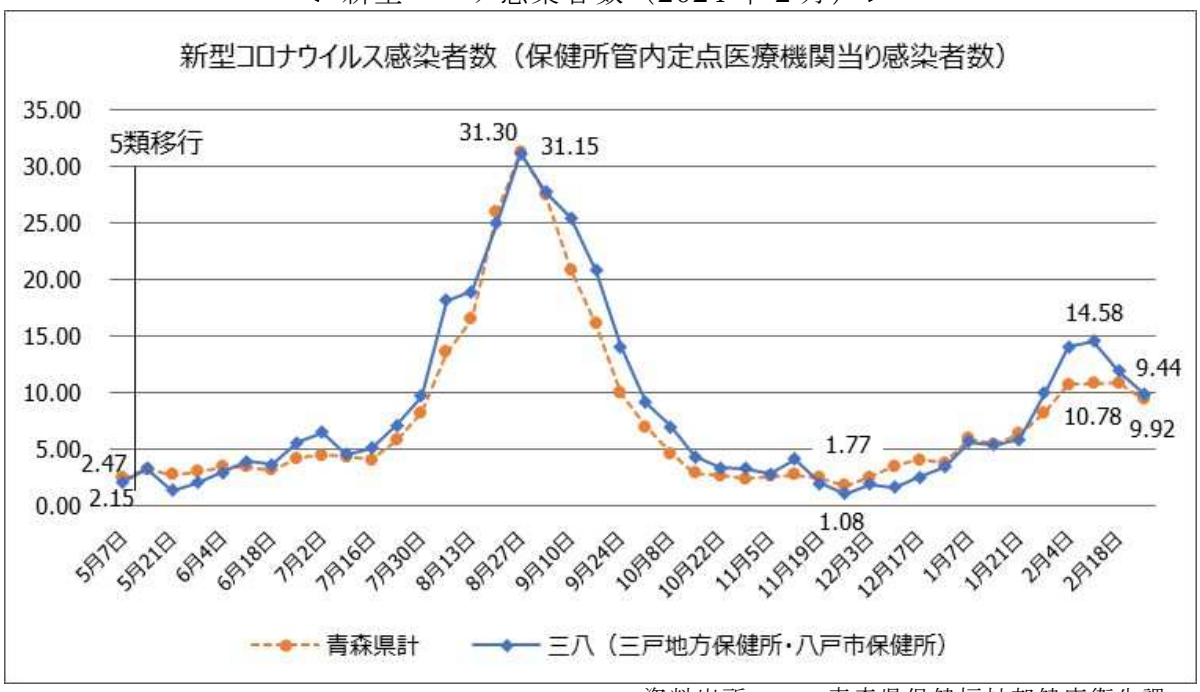
【個人消費：八戸地区】

《 新型コロナウイルス 》

八戸地区における、新型コロナウイルス感染者は、2 月に入り 1 定点医療機関当たりの感染者数が 14 人台に上昇したが、2 月末には 9.92 と減少している。

＜ 新型コロナ感染者数（2024 年 2 月）＞

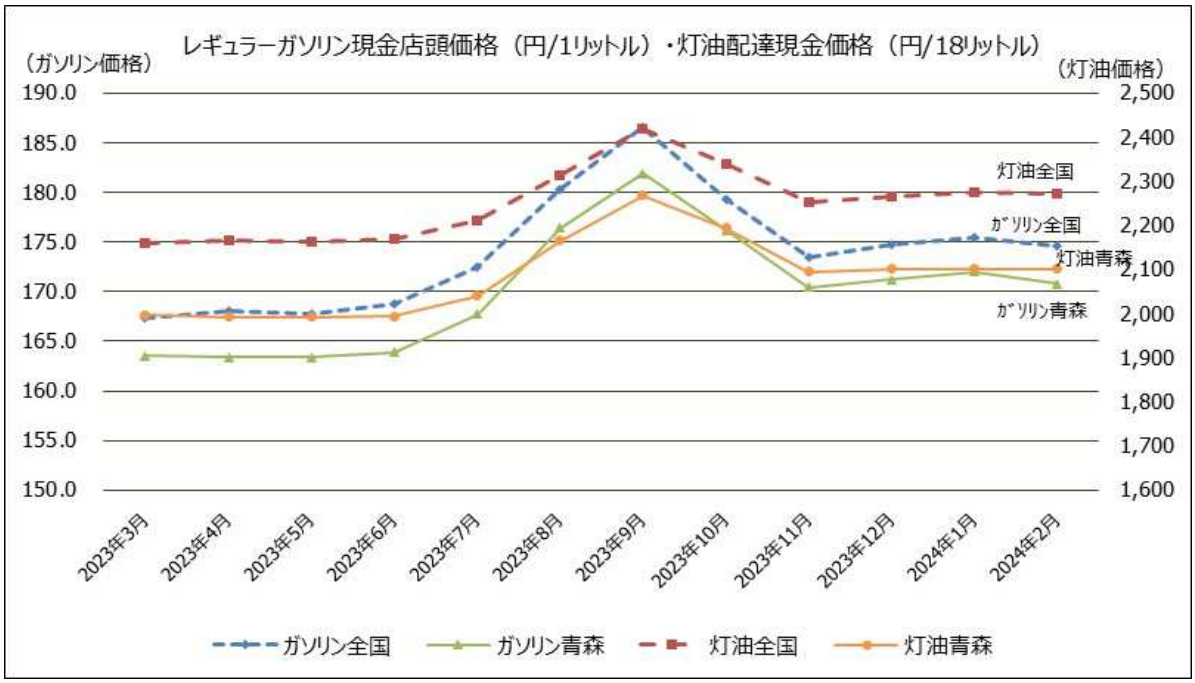


資料出所　：　青森県保健福祉部健康衛生課

《 ガソリン価格・灯油価格・物価 》

ガソリン価格・灯油価格のいずれも、全国を下回っているもが、1 年前と比べると高い水準となっている。

＜ ガソリン・灯油価格（2024 年 2 月）＞



資料出所：エネルギー経済研究所　石油情報センター

《 婦人服 》

来客数、売上それぞれ、天気次第だったが、全体的に低調。市内で、子どものインフルエンザが流行していて、孫の看病や子供の母親が看病する間の家事をするなどして来店できないお客様も見られた。パンツなどボトムスはそれなりに売れた。コートが売れるほどの寒さでもなく、また、春物が出始めるほどの温かさでもなかった。初旬に開催された、スケートの国際大会の関係者とみられる外国人のお客様のお買い上げがあった。2 月は市外・県外に出かけるお客様が多かったが、旅行着を買うお客様も少なく、手持ちの服で済ませていたようだ。オーダー店では、女性のスーツのオーダーがよかった。リピートでのオーダーが増えている。また、新社会人や入学式・卒業式を控えたオーダーも活発。

《 紳士服 》

スプリングコートやカジュアルシャツなどに動きがあり、春物のジャケットも動き出している。ドレスシャツは根強い支持があり、一定の動きがある。スーツのオーダー店では、「2 着割」（2 着買うと 2 割引き）を展開したが非常に好調。また、「ファースト割」（初めてのお客様を対象にした割引）も好評だった。学校にチラシを配っており、新卒、新社会人のオーダーが多かった。また、ネットを見てネット予約をするお客様も増えてきている。

《 靴 》

今年の 2 月は祝日があり、また閏年で 1 日多かったが客数はそれほど伸びず、前年並み。2 月は小中学生向けのスニーカー（上履き）が非常によく売れた他、新入学、新学期の準備は例年と比べると早かった。大人は、この数カ月売れている、防寒性・防滑性の高い冬用のスニーカーが相変わらず売れている。店としては、早めに春物の新しい商品を展示販売したいところだったが、 2 月は冬物商品からの切り替えが難しかった。

《 大型家電量販店 》

白物家電の動きが先月から好調。新生活の動き出しも早い。ただし、新生活関連では若い人はテレビを必要としなくなっており、動きは鈍い。その他、スマートフォン、エアコンは比較的好調。家電の各メーカー、当社も決算を迎えていることもあり販売に力を入れている。2 月末の大雪は過去最低の来客数だった。

《 家具 》

客数や売上は、前年を上回った。大型店でセールを実施したことと、前年同月は積雪で客数減・売り上げ減だったことから、2 月は前年同月を上回った。家具は、ソファやベッドなどがよかった。日用品も、店舗によっては取扱商品がテレビの情報番組で紹介され、商品の指名買いなどがあり売り上げに寄与した。新生活はすでに取り扱いを始めているが本格化するのは 3 月からと見ている。

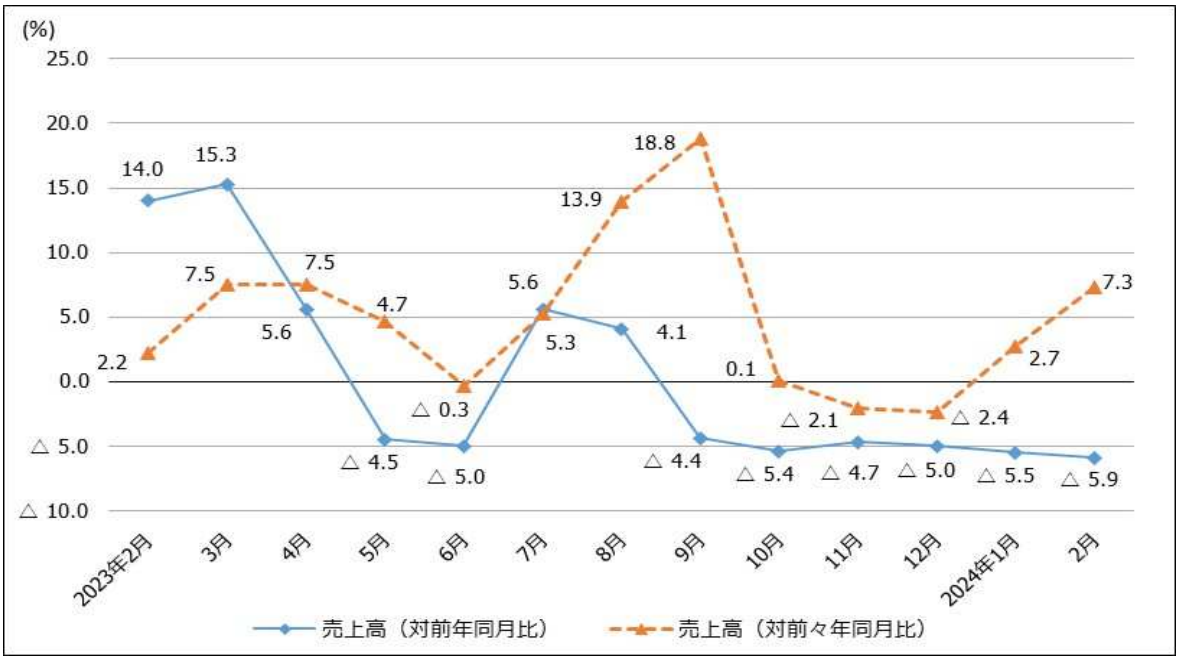
《 時計・宝飾品 》

相変わらず、プロパー（通常店頭在庫品）の売上が伸びず、展示会・催事企画によって何とか集客し売り上げを作っているという状況。ブライダルは堅調ながら、伸びが見られず、婚姻数の減少していることに加え、婚約指輪・結婚指輪を購入する割合が低下している。腕時計は、メンテナンス、修理関係は非常に多忙だが、販売の動きは今一つ。金は高値止まりだが、まだまだ上がる雰囲気があり、以前に比べて売りが弱い。上旬にスケートの国際大会が開催されたが、関係する外国人のお客様がパールを買っていって相応の売上となった。

《 市内大型小売店（4 店） 》

八戸市内大型小売店（4 店）は、2 月の寒暖差のため、アパレルでは冬物、春物いずれも動きが鈍く、また、物価高による耐久消費財に対する消極的な消費態度などが続き、前年同月比 5.9%減と 6 ヶ月続けて減少となった。一方、一昨年 2 月はオミクロン株の感染拡大による感染第 6 波により感染者が急増した時期で、個人消費が冷え込んだ時期にあたることから前々年同月比は 7.3%増と 2 ヶ月続いて増加となった。

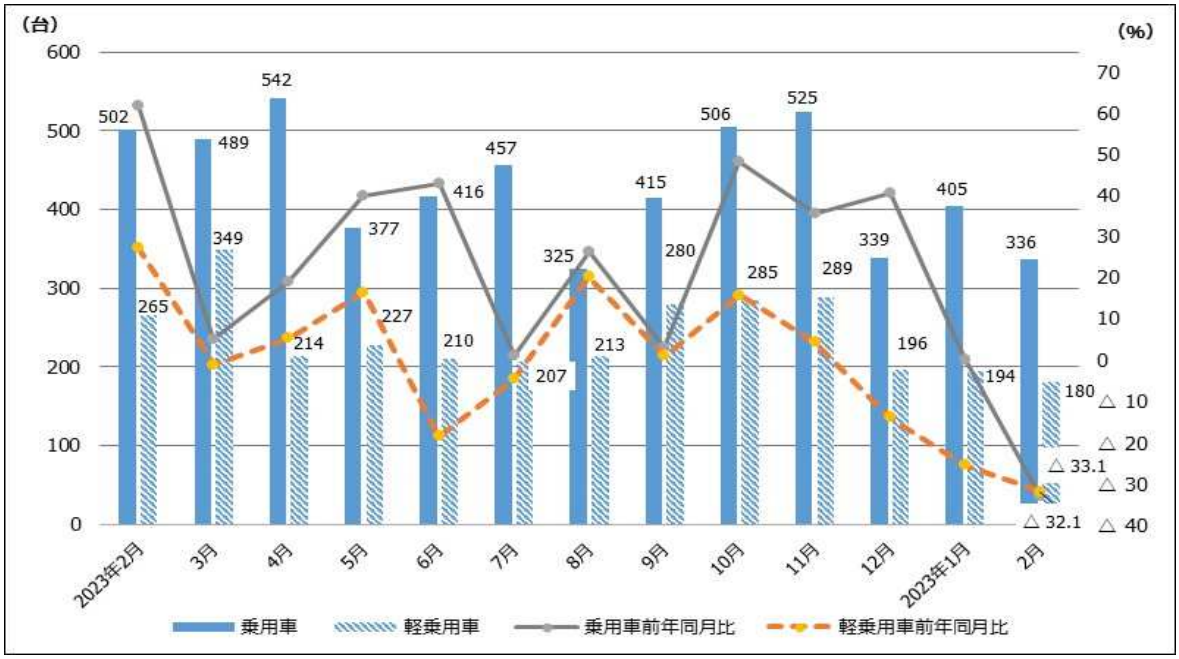
＜ 大型小売店売上高（2024 年 2 月 ＞



《 新車登録台数 》

普通乗用車の新車登録台数は、普通乗用車が前年同月比 28.4%減の 207 台、小型乗用車が前年同月比 39.4%減の 129 台といずれも前年同月を下回り、普通乗用車と小型乗用車を合わせた乗用車全体でも前年同月比 33.1%減の 336 台と 14 ヶ月ぶりに前年同月比減となった。また、軽自動車も 180 台と、前年同月比 32.1%減となり、3 カ月連続して前年同月比減だった。

＜ 乗用車新車登録台数（2024 年 2 月 ＞



乗用車　　336 台 前年同月比 33.1%減（普通乗用車 207 台 28.4%減、小型乗用車 129 台 39.4%減）
軽乗用車　180 台　前年同月比 32.1%減

【個人消費：青森地区】

◎青森地区は、2 月は降雪も少なく例年の気温を上回る暖かい日が多かったため、個人消費全般に客足が伸びたものの、暖房器具・スノーブーツ・長靴等の動きが悪く売上が大幅ダウンとなった。卒業・入学・就職シーズンを迎え「青森市生活支援商品券」を使用した春物衣料等の売上が伸びた。

《 婦人服 》

暖冬な 2 月だったため、30～50%クリアランスセールを開催しコート・ダウンが好調に売上を伸ばした。時期的（卒業・入学シーズンに向けて）にフォーマルワンピースが堅調な動きを見せた。春物ワンピース・ワイドパンツ・春物ブーツ等も好反応を見せていた。

《 紳士服 》

卒業・新年度就職用・進学用のメンズフォーマルスーツ・フレッシャーズスーツが好調に売上げを伸ばしたことに伴い、フォーマルアイテム（Ｙシャツ・ネクタイ・ベルト・ビジネスシューズ等）の動きも好調だった。冬物セールによるコート・防寒ジャケットも売上好調に推移。

《 靴 》

雪も少なかったため、メンズ・レディース共に長靴・スノーブーツの売上が伸びず大量在庫となった。メンズ・レディース共に春物ビジネスシューズ・カジュアルシューズ・パンプスの動きが好調。特にテレビコマーシャルの影響により、「スケッチャーズ」は男性用・女性用共に在庫切れになる程売上を伸ばした。子供用は野外用のキッズスニーカーの売上が大幅アップとなった。

《 家具 》

来店客数は、前年同月を大幅に上回り盛況な月間となった。暖かい日が多かったこととテレビコマーシャル効果もあり、新生活用品（インテリア・キッチン・バス・ランドリー・収納ケース・家具・家電等）全館好調に売上げを伸ばした。Ｎウォーム関連寝具用品は、暖冬の影響により前年売上を大きく下回る結果となった。

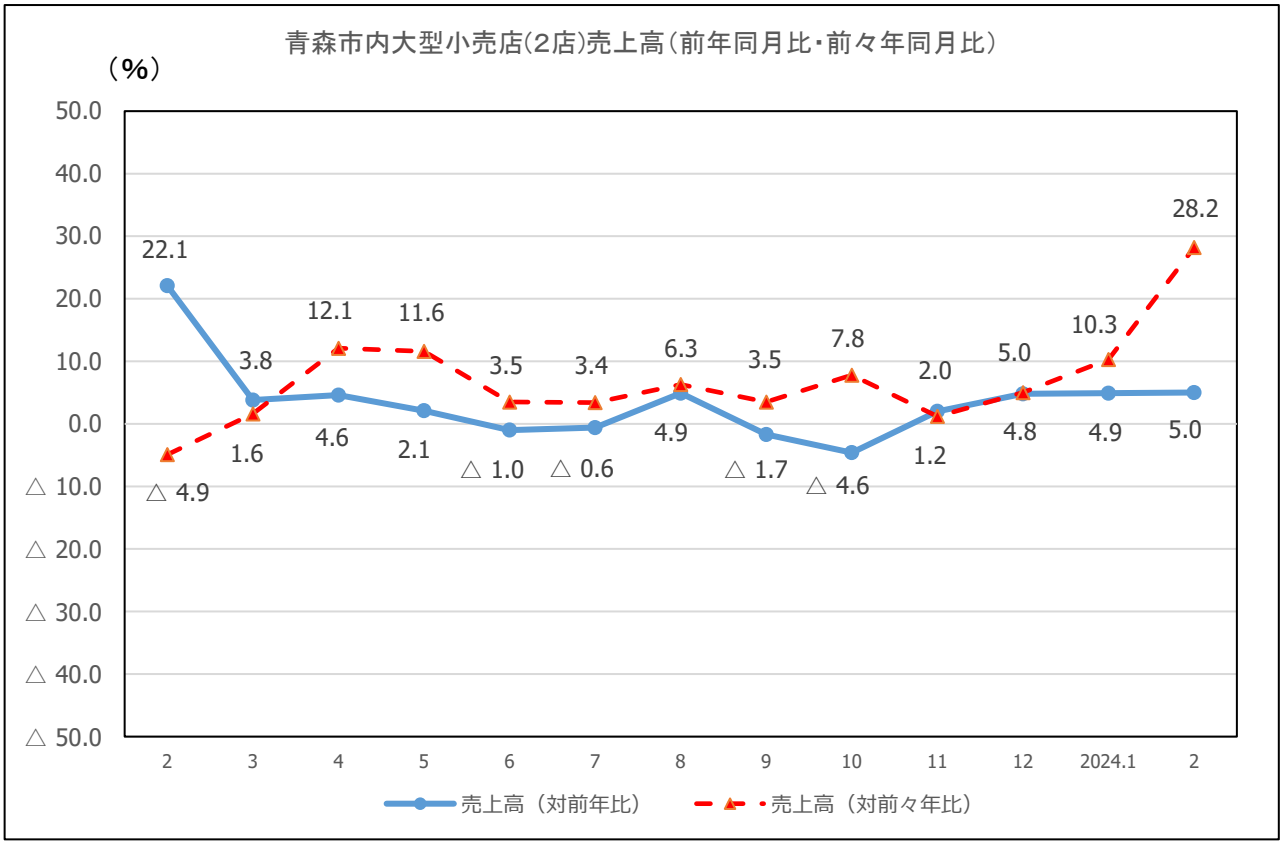
《 家電 》

大型テレビ・冷蔵庫の台数・金額共に「あおもり省エネ家電買替え応援キャンペーン」の支援もあり、売上好調。エアコンの売上は 8 月から前年を大きく上回り継続推移している。スマホは進学・就職に向けた新規・買替効果にて販売台数・金額が大きく上昇。暖房器具は、暖冬の影響により販売台数・金額共に例年の 50%程と苦戦。能登半島地震による災害時の防災意識向上から、防災関連グッズの購入が多かった。特に持出し用の防災セットは完売となり、4 月の入荷待ち状態となっている。

《 大型小売店（2 店） 》

温暖な天候が続き大型小売店の来店客数は前年を大幅に上回った。個人消費とインバウンド需要が回復傾向にあり、2 店舗合計の売上は前年同月比 5.0%増となった。前々年同月比では 28.2%増と 12 ヶ月連続で増加となっている。「青森市生活支援商品券」の使用最終月となったこともあり、総じて衣料品の売上げが増加となった。来月以降は、卒業・進学・就職シーズンを迎えることから、各個人消費の売上げ増加を期待するところ。

＜ 大型小売店売上高（2024 年 2 月）＞



＜新型コロナウイルス感染者数（2024 年 2 月）＞

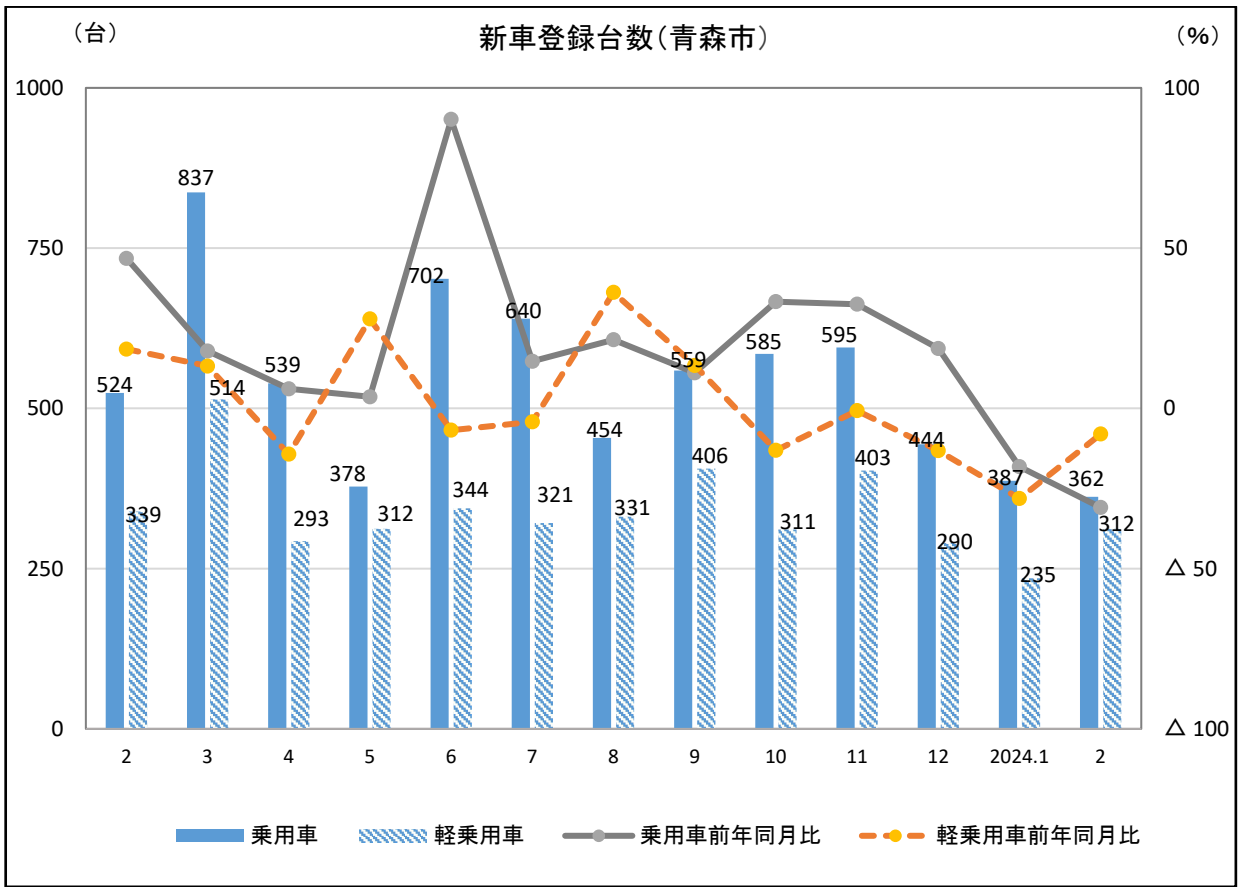
資料出所　：　青森県保健福祉部健康衛生課

《 新車登録台数 》

・普通乗用車が前年同月比 25.9%減、小型乗用車は前年同月比 37.2%減となり普通乗用車・小型乗用車共に 2 ヶ月連続の減少となった。普通乗用車と小型乗用車を合わせた乗用車合計も、前年同月比 30.9%減となり 2 ヶ月連続の減少となった。

・軽乗用車は、前年同月比 8.0%減となり、5 ヶ月連続で前年実績を下回った。

＜乗用車新車登録台数（2024 年 2 月）＞



乗用車　　362 台、前年同月比　30.9%減少。(普通車 25.9%減少、小型車 37.2%減少)
軽乗用車　312 台、前年同月比　 8.0%減少。