

# 最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）



2020年10～12期の売上高は、10月は前年が消費税増税前の駆け込み需要の反動減があったため、今年は前後の月より上振れする影響が出ている。

大型小売店販売額では、11、12月のマイナス幅をみると、7、8月と同水準であった。百貨店では、7～9月期と比べてマイナス幅は改善傾向にあった。スーパーは、内食需要は高まっているものの、9月以降4ヶ月連続のマイナスが続いている。

コンビニエンスストアは、売上高、店舗数ともにマイナスが続いている。

乗用車新車販売台数は、軽自動車の販売が好調に推移していることもあり、10月以降プラスに推移している。

家電大型専門店販売額とホームセンター販売額は、家で過ごす時間が増えたこともあり、10月以降プラスで推移している。

ドラッグストア販売額は、全国はプラスに推移しているものの、インバウンドの恩恵を受けていた大阪では、低調が続いている。

個人消費は、持ち直しの動きが続いているものの、一部に弱さがみられる。

## 月別概況

**10月** 〈平年差〉 平均気温-0.3℃、降水量+82.5%

新型コロナウイルス感染症の大阪府の陽性者数が低位に推移していたこともあり、百貨店の来店客数は、前年同月の約7～8割程度に戻ってきた。売上高は消費税増税により消費が冷え込んだ前年の影響を受けるが、前年同月の8～9割程度の実績となる店舗が多かった。感染対策意識から、3世代でのお出かけなど、大人数での来店が減っていることもマイナスに働いている。10月中旬以降、平年より平均気温の低い日が多かったため、婦人用コート、ネックウェアなど、一部アパレル関係に動きがみられた。また、ラグジュアリーブランドなどの高額品も好調に推移した店舗が多かったが、セール以外の紳士服・婦人服、特にビジネスファッションが引き続き厳しい状態にある。

スーパーでは、内食需要の高まりは続いており、食料品は概ね好調であった。

**11月** 〈平年差〉 平均気温+1.1℃、降水量-32.2%

11月中旬以降新型コロナウイルス感染症が再度感染拡大し、外出自粛の機運が高まったこともあり、百貨店の売上高は前年同月を2桁以上下回った。また、11月前半は平年より低気温の日が多かったが、中旬以降は気温が高くなり、1日の平均気温が20℃を超える日も

あった。そのため、冬物衣服は鈍化した。

また、11月11日は中国では光棍節（独身の日）と呼ばれ、アリババグループがこの日にECサイトで大規模な販促イベントを開催したことを機に、ECサイトを中心に年間最大の販促イベント・セールの日となっている。府内百貨店においても、越境ECサイトの売上が、前年を2桁以上上回る過去最高の実績を記録した店舗もあった。

家電製品では、巣ごもり需要等によりテレビや冷蔵庫、感染対策により空気清浄機の売行きがよく、一部の空気清浄機やテレビは品薄傾向にあった。また、有機ELテレビの値下がりも消費の後押しとなったと考えられる。

**12月** 〈平年差〉 平均気温+0.1℃、降水量-57.8%

新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響が継続し、不要不急の外出自粛要請が出たことやインバウンド需要の大幅な減少により、百貨店は前年同月の売上高を下回った。高額時計といったラグジュアリーブランドは好調な店舗が多かったが、海外旅行を自粛せざるをえなくなった分消費に転換されたことも影響している。

また、外出自粛傾向や海外への渡航制限により、年末年始を自宅で過ごす人も増え、クリスマスケーキやおせちの売上が堅調に推移した。おせちは、少人数用の1人前や2人前の商品にも人気が出た。また、自宅でクリスマスケーキを作る人が増えた影響からか、12月第4週には生クリームの消費量が前年同週を大きく上回った。

加えて、百貨店や家電量販店を中心に、福袋の販売や初売りセールといった正月商戦の開催にも変化がみられた。感染対策として、元日に集中する顧客を分散させるため、福袋の店頭販売をとりやめてネットでの抽選販売をする、クリスマス商戦終了後の12月26日から福袋を販売する、ECでの福袋の取扱数を増やす、といったような工夫が各社でみられた。

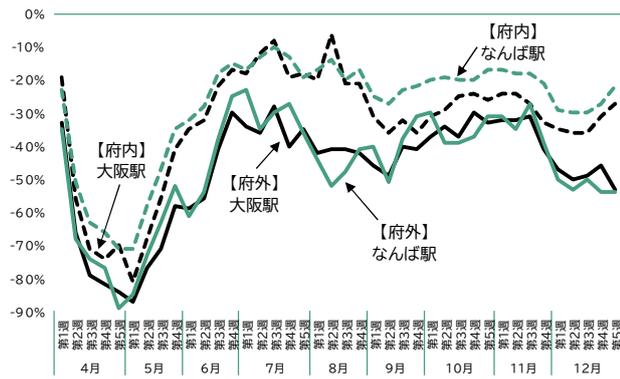
## 消費にまつわるデータ

### 【滞在人口の動向】

大阪駅、なんば駅における滞在人口の推移（図1）をみると、新型コロナウイルス感染症の感染が再拡大した11月以降、大阪駅・なんば駅に滞在する府外出身者の人数が前年同週と比べて減少しており、府内だけでなく府外からも集客する施設である百貨店等の売上減少につながったことが分かる。

また、府内出身者の滞在人口は、府外出身者ほどの落ち込みはなく、年末にかけては、マイナス推移であるものの、回復傾向をみせているところに、違いがみられる。

図1 大阪府の滞在人口の動向(前年同週比)

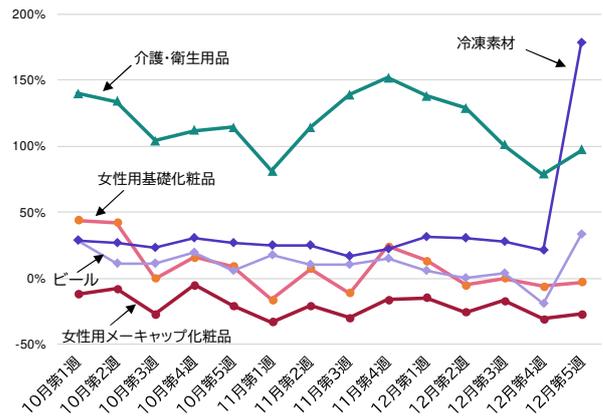


出所:内閣府「V-RESAS」(株式会社 Agoop の「流動人口データ」(GPS データを元に換算処理を施した人口換算値)を元に集計されたもの)から作成

【POS で見る売上高動向】

POS レジデータによる商品別の売上高の動向(図2)をみると、マスクの着用が生活習慣になったことや、インバウンドの落ち込みにより、口紅やチークを含む「女性用メーキャップ化粧品」の前年同月週の売上高のマイナスが続いている。一方で、化粧水や乳液といった「女性用基礎化粧品」は、2019年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減があった前年の影響を受けて上昇した10月前半を除くと、堅調に推移していると言える。なお、メーキャップ用化粧品でも、クリスマスコフレ(クリスマス限定の化粧品セット)といった限定品や先行品の販売については、好調な百貨店もある。また、「ビール」や「冷凍素材」については、内食需要の高まりから、基本的にプラスで推移しているが、特に年末を迎える12月第5週についての伸びが大きい。「介護・衛生用品」は感染防止意識の高まりもあり、対前年同週を100%以上超える週が多かった。

図2 大阪府のPOS で見る売上高動向(前年同週比)



出所:内閣府「V-RESAS」(出典:ナウキャスト、株式会社日本経済新聞社「日経CPINow」)から作成

また、大阪府で開催されるイベントのチケット販売数の前年同月比は、10月に-82%、11月で-50%、12月は-79%(出典:ぴあ株式会社)と低調が続いている。その一方で、ぴあ総研が算出した、日本国内の電子チケット制の有料型オンラインライブ市場規模の総額は、4~6月で11億円、7~9月で64億円、10~12月で373億円と急拡大している。(なお、ぴあ総研によると、オンラインライブ市場が立ち上がったのは2020年5月頃からであり、大阪府でも無観客ライブ配信を支援する取組みが行なわれていた。)

さらに、JCB/ナウキャスト「JCB 消費 NOW」による、クレジットカード決済情報のデータでは、12月に後半にかけて「コンテンツ配信」サービスの消費が伸びている。このデータからは、年末年始にかけて外出を自粛し自宅で過ごす人が増えたため、動画配信サービス等の消費に影響したことがうかがえる。

(松永 有生)

🔍 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、%)

		2020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)		140,647	129,633	123,098	131,894	136,298	p 173,804
	(前年同月比、全店ベース)		▲13.1	▲12.6	▲25.3	▲4.8	▲11.6	p ▲12.4
	(前年同月比、既存店ベース)		▲13.1	▲12.9	▲25.3	▲5.0	▲11.6	p ▲12.0
うち百貨店	販売額		66,984	52,275	53,429	61,847	65,980	p 89,084
	(前年同月比、全店ベース)		▲23.0	▲27.4	▲39.2	▲9.1	▲18.4	p ▲19.4
	(前年同月比、既存店ベース)		▲23.0	▲27.4	▲39.2	▲9.1	▲18.4	p ▲19.4
うちスーパー	販売額		73,664	77,358	69,669	70,047	70,317	p 84,720
	(前年同月比、全店ベース)		▲1.3	0.9	▲9.2	▲1.0	▲4.2	p ▲3.2
	(前年同月比、既存店ベース)		▲0.6	1.8	▲7.8	▲0.8	▲3.4	p ▲1.8
コンビニエンスストア 販売額及び店舗増減	販売額(全店ベース)		67,375	68,751	67,332	70,948	66,799	68,348
	(前年同月比、全店販売額)		▲9.4	▲7.6	▲4.6	▲0.8	▲3.3	▲7.0
	店舗数(前年同月比)		▲0.6	▲0.7	▲0.5	▲0.3	▲0.3	▲0.5
乗用車新車販売	台数		16,919	14,572	20,400	18,735	18,190	17,300
	(前年同月比)		▲16.1	▲13.3	▲16.4	29.3	7.0	14.0
家電大型専門店販売額	(前年同月比)		9.6	6.2	▲27.3	13.3	14.8	7.8
ドラッグストア販売額	(前年同月比)		▲9.9	▲4.4	▲23.2	▲6.3	▲10.1	▲7.8
ホームセンター販売額	(前年同月比)		8.1	5.4	▲13.4	8.1	1.8	3.0

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」。  
 【乗用車新車販売台数】(一社)日本自動車販売協会連合会、(一社)全国軽自動車協会連合会。  
 【コンビニエンスストア販売額】【家電大型専門店販売額】【ドラッグストア販売額】【ホームセンター販売額】経済産業省「商業動態統計」。