

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）



個人消費は、一部に足踏みがみられるものの、持ち直しの動きが続いている。

2022年4～6月期の百貨店とスーパーの合計売上高は、全ての月で前年の実績を上回った。百貨店は、4～6月を通じ、100万円以上の高額品の売上が好調であり、前年同時期の実績を上回った。一方でスーパーの売上高は、内食需要の鈍化により4～6月はいずれも前年同時期を下回った。

乗用車新車販売台数は、前年同月比で6月まで12か月連続で売上台数が減少している。

コンビニエンスストア販売額は、12月以降7か月連続で前年同月を上回った。

家電大型専門店販売額は、4月に前年同月を下回ったものの5月以降は転じてプラスで推移している。

ドラッグストア販売額は、2021年4月以降から連続して前年同月を上回っている。

ホームセンター販売額は、8か月連続で前年同月比がマイナスとなっている。

月別概況



4月 〈平年差〉 平均気温+1.6℃、降水+14%

百貨店は、外出意欲の高まりから来店客数が増加した。客足が増えたことに伴い、売上も前年同月比を上回った。引き続き、ラグジュアリー商品の売上は堅調である。

スーパーは、巣ごもり需要の鈍化と外食需要の増加の影響もあり、「紳士服・洋品」以外の商品が前年同月比で減少し、全店ベースの売上高は前年同月比で1.5%減少した。

5月 〈平年差〉 平均気温-0.1℃、降水量-41%

緊急事態宣言に伴う休業要請があった前年の反動もあり、百貨店の売上は前年を大きく上回った。気温の上昇の影響から夏物の商品の売れ行きも好調であった。

スーパーは、飲食料品及び家庭用電気機械器具等の売上が減少したことで、全店ベースの売上高は前年同月比で2.9%の減少となった。

6月 〈平年差〉 平均気温+0.8℃、降水量-45%

百貨店は、例年より早い梅雨明けの影響により、夏物の需要に対する動きが例年より早かった。お中元商戦では、ビールの売れ行きが好調であった。

スーパーは、一部の衣料品と飲食料品が前年同月を下回り、全店ベースの売上高は前年同月比で2.2%減少した。

以下では、個別の事例から4～6月期の状況をみていく。

商店街 A

多数の人通りが見られるなど活気に満ちた商店街で、空き店舗も少ない。新型コロナウイルスまん延前の顧客層の中心であった高齢者層は、外出自粛が求められていた間も混雑する時間帯をさげ、来街が続いた。

最近ではファミリー層の来街者も増加している。

コロナ禍前からキャッシュレス推進に取り組んでいた店舗では非接触の利点を活かし、近場での生活必需品の購入を来街のきっかけとすることができた。

コロナ禍の影響:生活必需品を買い求めるためか、外出自粛の間であっても来街者数は、ほとんど減少しなかった。しかし、外出機会の減少により生活必需品より商品単価が高い衣料品店が打撃を受けたため、商店街全体で見ると客単価は減少した。

来街の時間に関しても午前中は人通りが多く、夕方以降は減少するなど偏りが見られるようになった。店側でも、夕方に店を閉めたり、夜の営業を縮小したりするなど、夕方以降の営業が元に戻っていないところもある。

商店街で実施する夏祭りやハロウィンなどの地域ぐるみのイベントは自粛せざるをえないこともあったが、抽選会のイベントは感染状況を見ながら実施していた。

原材料高・価格転嫁:顧客側が商店街に対し、安い商品を取り扱っているイメージを持っていることから値上げに踏み切るのは難しいと考えている。このため、円安や原材料高の値上げはまだ実施していない。

商店街 B

低価格の商品を多数取り扱うとともに、複数の最寄り駅を利用できることから来街者は近隣住民が多い。

商店街の中心部に空き店舗が見られたもののコロナ禍を契機に賃料が下落したため、出店店舗は増加した。新規開業した店舗の業態は、飲食店が多い。

コロナ禍の影響:新型コロナウイルス感染症のまん延時には、来街者が増加し、周辺の駐車場の収入が増加した。客層についても、コロナ禍前は高齢者層がメインであったが、市中感染者が増加するにつれ、近場での買い物を優先するようになり、40～50代とみられる来街者が増えてきた。感染状況が落ち着くまではイベントや夏祭り等の開催を見合わせている。

現況: 八百屋や肉屋の直近の売上は好調である。一方で衣料品店の売上は、コロナ禍前の6~7割程度の水準となっている。旅行等の外出に関連した商品を取り扱う店舗の需要が戻ってきておらず、コロナ禍による生活スタイルの変化が感じられるとしている。

原材料高・価格転嫁: 値段の安さを売りにしていることが浸透し、地元だけでなく遠方からも集客しているため、値上げしにくい。また、商店街内の競合で、価格転嫁に踏み切れていないのが実情である。

ホテル C 社

コロナ禍の影響と売上高: 関西圏をはじめ全国にホテルを展開する C 社の2021年度及び2022年度の売上高は、ともにコロナ禍前の売上高の50%以下まで落ち込んだ。緊急事態宣言による行動制限等の影響により、収益の中心であった大人数での宴会がなくなり、大幅な減収となった。

2022年6月の売上高は、前年同月比で50%近く増加した。行動制限がなくなったことによる反動や、「大阪いらっしやいキャンペーン」(府内観光の需要喚起策)等の効果が売上増加に寄与したとみている。週末の客室稼働率はコロナ禍前の水準にまで戻ることもある。

原材料高の影響: 食材仕入れ時に原材料高の高騰を実感している。また、電気やガスの利用に伴う支出も増えている。

今後の見通し: 万博により、人の動きが活発化すれば、宿泊需要やホテル施設の利用機会が増加すると見込んでいる。コロ

ナ禍のほか、新たなホテルの開業予定など、様々な環境変化はあるものの C 社はすでに客室の改装を行い、SNS を用いた情報発信の活用やデジタル化による業務の効率化にも取り組んでいる。

旅館 D 社

売上高: 大阪市内近郊に位置する旅館 D 社の2020年及び2021年の6月の売上高は、コロナ禍前の2019年と比較すると4割近く落ち込んだ。2022年6月の売上は、府民割等の効果はあったものの厳しい状態は続いている。インバウンド客の減少に関する影響は、従前から顧客層が2割程度であったため、限定的であった。

原材料高の影響: 食材価格の高騰もあるが、電気やガスの利用に伴う支出の影響が大きい。

雇用・人手不足感: 旅館スタッフに感染者や濃厚接触者が出た際、出勤制限によるマンパワーの不足を感じたという。現在は、日本語が堪能な外国人労働者や技能実習生の受け入れを行う等の対策を講じている。

今後の見通し: 政府が検討している「全国旅行支援」や2025年万博の開催に向けた関西への訪問者の増加に対する期待感は大い。D 社は事業再構築補助金を活用して客室を改装し、新たな顧客を開拓することをめざしている。一方、収益が悪化している宿泊施設も多く、今後の需要増加に対応するためには、宿泊事業者への援助も検討してほしいとのことである。

(松島 旬紀)

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、%)

		2022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)	133,263	120,303	139,401	134,288	136,916	p 139,537
	(前年同月比、全店ベース)	4.1	0.5	3.4	15.6	47.1	p 5.9
	(前年同月比、既存店ベース)	4.6	0.7	3.7	16.0	47.8	p 5.7
うち百貨店	販売額	62,437	54,073	70,316	65,827	66,593	p 70,481
	(前年同月比、全店ベース)	13.8	0.7	6.0	41.2	223.4	p 15.3
	(前年同月比、既存店ベース)	13.8	0.7	6.0	41.2	223.4	p 15.3
うちスーパー	販売額	70,826	66,231	69,085	68,461	70,323	p 69,057
	(前年同月比、全店ベース)	▲3.1	0.3	0.9	▲1.5	▲2.9	p ▲2.2
	(前年同月比、既存店ベース)	▲2.4	0.7	1.5	▲1.1	▲2.7	p ▲2.6
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)	65,377	60,465	69,685	68,893	70,003	p 71,127
	(前年同月比、全店販売額)	4.5	3.4	4.8	6.2	7.4	p 7.3
	店舗数 (前年同月比)	1.5	1.8	1.6	1.6	1.6	p 1.7
乗用車新車販売	台数	14,968	14,997	20,474	13,381	11,393	14,042
	(前年同月比)	▲18.9	▲24.2	▲19.6	▲13.7	▲18.7	▲15.9
家電大型専門店販売額	(前年同月比)	▲1.4	1.7	2.6	▲0.3	16.6	p 2.9
ドラッグストア販売額	(前年同月比)	11.0	5.9	3.1	3.6	2.1	p 3.6
ホームセンター販売額	(前年同月比)	▲1.7	▲2.6	▲1.8	▲1.2	▲5.6	p ▲2.4

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」。

【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」。