

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）



個人消費は、持ち直している。

2023年7~9月期の百貨店とスーパーの合計売上高（全店ベース）は、全ての月が前年同月比で2ケタ増となった。

百貨店の売上高（全店ベース）は、2021年10月以降、前年同月の実績を上回るなど好調が続いている。

スーパーの売上高（全店ベース）も、2022年10月以降、前年同月の実績を上回っている。

乗用車新車販売台数は、2022年9月以降13か月連続で前年同月を上回っている。

コンビニエンスストア販売額は、2021年12月以降連続して前年同月を上回っている。

家電大型専門店販売額は、2023年7月以降3か月連続で前年同月を上回っている。

ドラッグストア販売額は、2021年4月以降連続して前年同月を上回っており、2023年3月以降7か月連続で2ケタ増となっている。

ホームセンター販売額は、2023年6月以降4か月連続で前年同月を上回っている。

月別概況



7月 <平年差> 平均気温+1.2℃、降水量-42%

百貨店における全店ベースの売上高は、前年同月比で15.0%の増加となった。7月は、全商品が前年同月の販売額を上回った。商品別でみると、婦人服をはじめとする衣料品や身の回り品は前年同月比で約2割増と好調であった。

スーパーにおける全店ベースの売上高は、前年同月比で6.2%の増加となった。商品別では、百貨店同様、衣料品や身の回り品の販売額が2ケタ増となるなど好調に推移した。

8月 <平年差> 平均気温+0.9℃、降水量+45%

百貨店における全店ベースの売上高は、台風7号の接近に伴う臨時休業等の影響があったものの、前年同月比で22.3%の増加となった。8月も全商品が前年同月の販売額を上回った。商品別でみると、食堂・喫茶が41.1%増、身の回り品が37.5%増、衣料品が22.6%増と好調で、飲食料品以外が前年同月比で2ケタ増であった。

スーパーにおける全店ベースの売上高は、前年同月比で6.1%の増加となった。商品別では、食堂・喫茶が前年同月比で2ケタ増と好調であったほか、身の回り品が7.0%増、飲食料品の販売額が5.1%増であった。

9月 <平年差> 平均気温+2.7℃、降水量-71%

百貨店における全店ベースの売上高は、前年同月比で26.0%の増加となった。9月も全商品が前年同月の販売額を上回った。商品別では、身の回り品が49.0%増、衣料品が29.8%増と好調である。

スーパーにおける全店ベースの売上高は、前年同月比で4.6%の増加となった。商品別では、シェアの大きい飲食料品は前年同月比で3.7%増、身の回り品が2.6%増であったものの衣料品はマイナスとなった。

以下では、9月期に係る個別の事例の状況をみていく。

百貨店 A 社

来店客数は、前年の台風影響による反動やインバウンドの伸長もあり、前年同月比で2ケタ増加となった。来店客数の増加に伴い、店舗売上高も前年同月比で2ケタ増加となった。免税売上高は、中国観光客数の回復もあり、前年同月比で大幅に増加した。

婦人服・服飾雑貨：売上高は、前年同月比で増加となった。残暑の影響があったものの、婦人ファッション全体に好調であった。ラグジュアリー商品も含めたバッグやアクセサリ等の売上高は、前年同月比で2ケタ増加となった。

紳士服：売上高は、前年同月比で増加となった。バッグや靴、革小物などの雑貨が好調であった。

化粧品：売上高は、前年同月比で増加となった。9月の平均気温が平年よりも高かったものの、秋のコスメを目的にした来店客数の増加が見られた。インバウンド旅行者は徐々に回復しており、豊富な品揃えや限定商品を目的として来店されている。

ラグジュアリー：売上高は、前年同月比で増加となった。月末に気温が低下してからは秋物の売れ行きが好調であった。価格改定の影響はあるものの、宝飾品や時計の売れ行きも好調であり、100万円以上の高額商品に関しても、引き続き好調に推移した。

食料品：売上高は、前年同月比で増加となった。大型催事を含め入店客数が増加したことで、洋菓子や惣菜の売れ行きが好調であった。

電器店チェーン B 社

関西を中心に全国に多数の加盟店を持つ B 社は、地域に密着した昔ながらの町の電器店として、顧客と根強い信頼関係を築きながら、家庭事情を配慮したアフターケアサービスなどを売りに営業を行っている。コロナ禍の影響は落ち着きを見せており、来店客数も増加が見られる。昨今では物流費の増加やメーカーの価格改定による商品価格の上昇が目立つ。

9月期の売上高は、前年同月と比べ7%増加した。また、利益に関しても、前年同月に比べ9%の増加となった。9月の収益が好調であった要因は、残暑の影響によるエアコンの需要の増加や定価の改定、在庫の見直しによるコスト削減の効果によるものと B 社は分析している。

家電部門：9月は気温の高い日が続いたこともあり、主力商品のエアコンの売れ行きが前年同月比で30%増と最盛期の夏場から継続して好調であった。その他にも、新機能が付いたオープンレンジをはじめとした高付加価値商品が顧客から好評で、売れ行きが前年同月比で10%ほど伸びた。一方で、換気扇や空気清浄器は、コロナ禍においては、よく売れる商品となっていたものの今期に関しては需要が一巡し、売れ行きは落ち着いた。商品の仕入れについて、半導体不足による影響は概ね解消しているが、一部の顧客が求める特殊な仕様の商品に関しては、入手が困難で供給が難しいものもある。

リフォーム部門：家電部門で築いた地域との良好な関係性をもとに、リフォーム部門の事業にも注力している。洗面化粧台、トイレ及び手すりの取り付けなどリフォーム関連の受注は好調で、9月の当該部門の売上高は前年同月比で増加した。国等

が補助金を交付していることが追い風にもなっている。リフォーム部門は、高齢者世帯の家庭のリフォームなどの需要増加に伴い、今後も売り上げの拡大をめざす分野としている。

採用状況・働き方の変化：リフォーム部門の事業拡大に伴うパートや派遣社員の採用のほか、社内の若返りやDX化を踏まえた新卒社員の採用も行っている。物価高騰による生活への影響を配慮し、賃上げやボーナスの増額を実施している。教育面では、商品が多様化しているため、社員に対して本部による研修を充実させ、商品知識の充実化を図り、顧客のニーズに沿った提案を行えるよう支援している。その他にも、外部セミナーの受講費補助や資格取得の支援を行い、社員がスキルアップできるよう後押ししている。

最近の動き：顧客層は地域の高齢者が中心である。最近の購買動向としては、ECサイトを参照して商品の詳細を事前に調べ、購入に至るケースが多い。B社は、複数メーカーの商品を取り扱っているためラインナップが豊富で、アフターケアサービスが充実しているという特徴から、他社と差別化を図っている。今後は、多くの顧客にB社の事業や強みを理解してもらうため、SNSの活用やチラシの見直し等の広報活動の強化や、海外や新興メーカーの商品を増やし、より顧客のニーズに沿った商品提供を行えるようにしていく方針である。

(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、%)

		2023年					
		4月	5月	6月	7月	8月	9月
大型小売店計	販売額 (全店ベース)	146,277	149,583	153,030	167,528	153,256	p 154,431
	(前年同月比、全店ベース)	8.9	9.3	9.7	10.8	13.6	p 15.0
	(前年同月比、既存店ベース)	8.3	8.7	9.2	10.4	13.2	p 14.9
うち百貨店	販売額	74,400	75,984	80,274	90,191	76,022	p 82,208
	(前年同月比、全店ベース)	13.0	14.1	13.9	15.0	22.3	p 26.0
	(前年同月比、既存店ベース)	13.0	14.1	13.9	15.0	22.3	p 26.0
うちスーパー	販売額	71,878	73,599	72,756	77,337	77,234	p 72,223
	(前年同月比、全店ベース)	4.9	4.7	5.4	6.2	6.1	p 4.6
	(前年同月比、既存店ベース)	3.7	3.5	4.4	5.4	5.3	p 4.3
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)	74,618	75,962	75,645	81,056	81,193	p 76,842
	(前年同月比、全店販売額)	8.3	8.5	6.4	7.6	9.9	p 6.7
	店舗数 (前年同月比)	0.7	0.7	0.8	0.9	0.8	p 0.9
乗用車新車販売	台数	16,049	15,490	17,910	17,475	15,251	19,498
	(前年同月比)	19.9	26.8	27.5	17.0	23.9	12.8
家電大型専門店販売額	(前年同月比)	1.7	1.6	▲ 2.7	6.3	4.2	p 4.9
ドラッグストア販売額	(前年同月比)	11.8	14.5	14.5	15.0	11.9	p 13.4
ホームセンター販売額	(前年同月比)	0.6	0.0	1.5	6.2	6.2	p 2.5

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」。

【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」。