

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。

2024年1~3月期の百貨店とスーパーの合計売上高(全店ベース)は、全ての月で前年同月比増となった。

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り、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、連続して前年同月を上回っていたものの、2024年1月以降前年同月を下回っている。

コンビニエンスストア販売額は、2023年12月以降、連続で前年同月を上回った。

家電大型専門店販売額は、2023年12月以降、3か月連続で前年同月を下回っていたものの、2024年3月には前年同月を上回った。

ドラッグストア販売額は、2021年4月以降、38か月連続して前年同月を上回っており、2024年1月以降3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、10か月連続して前年同月を上回っている。

月別概況



1月 〈平年差〉 平均気温+0.9℃、降水量-50%

百貨店における全店ベースの売上高は、前年同月比で15.9%の増加となった。商品別では、家具・家電・家庭用品以外の全商品が前年同月の販売額を上回った。婦人服をはじめとする衣料品は11.7%増、身の回り品は30.3%増、貴金属、宝石などが含まれるその他の商品は23.7%増、食堂・喫茶は15.2%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2.6%の増加となった。商品別では、衣料品、身の回り品、家具・家電・家庭用品が前年同月でマイナスであったものの、飲食料品が2.3%増、食堂・喫茶が8.2%増であった。

2月 〈平年差〉 平均気温+1.8℃、降水量+53%

百貨店における全店ベースの売上高は、前年同月比で21.3%の増加となった。商品別では、1月と同様に家具・家電・家庭用品以外の全商品が前年同月の販売額を上回った。中でも、衣料品は24.4%増、身の回り品は37.1%増、その他の商品は28.3%増、食堂・喫茶は19.2%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4.9%の増加となった。商品別では、身の回り品を除く全商品が

前年同月の販売額を上回った。中でも、食堂・喫茶は12.2%増と前年同月比で2ケタ増と好調であった。

3月 〈平年差〉 平均気温-0.4℃、降水量+50%

百貨店における全店ベースの売上高は、前年同月比で21.3%の増加となった。商品別では、全商品が前年同月の販売額を上回った。中でも身の回り品は42.0%増、家具・家電・家庭用品は21.2%増、その他の商品は31.9%増と好調で、衣料品や食堂・喫茶も前年同月比で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5.1%の増加となった。商品別では、衣料品、身の回り品が前年同月比でマイナスであったものの、食堂・喫茶は13.2%増と前年同月比で2ケタ増であった。

以下では、3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、都心店を中心に2月(春節)から続くインバウンド客の拡大や、卒業・入学などのセレモニー関連需要もあり、前年同月を上回った。来店客数の増加に伴い、店舗売り上げも前年同月比で2ケタ増加となった。免税売上高は、インバウンドの客数増加に伴い、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2ケタの増加となった。3月は気温が上がらず、雨天も多かったものの、服飾雑貨を軸に春物ファッションが堅調に推移し、特にバッグ、財布や婦人靴が好調であった。

紳士服:売上高は、前年同月比で増加となった。その要因として、ラグジュアリーの商品揃えが厚いA社では堅調な国内需要や、円安を受けたインバウンドの高額商材ニーズの高まりから、前年に比べて全ての категорияが伸長したことが挙げられる。

化粧品:売上高は、前年同月比で大きく増加し、豊富な品揃えや限定商品を取り扱っていることから、売り上げに占める割合が高いインバウンド需要が増加し、売り上げの押し上げに寄与した。

ラグジュアリー:売上高は、前年同月比で大きく増加となった。堅調な国内消費に加え、インバウンドの押し上げもあり、ファッションや宝飾品、時計などが好調で、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、前年同月比で小幅の増加となった。中でも和洋菓子がインバウンドを含め好調であった。雨の日が多く、行

楽客を取り込めなかった惣菜がやや不調であった。

スーパーB社

関西圏で食料品を中心に扱うスーパーB社の2024年3月の売上高は、前年同月比で増加した。3月は平年よりも天候不順で気温も乱高下した。火曜日は週で最も売り上げが多い特売日に雨天が重なったため苦戦。しかしながら新店舗開業の効果もあり、来店客数は前年同月比で微増となった。気温低下で行楽需要が伸び悩んだものの、原材料高による商品の値上がりが続いていることもあり、買上げ点数の割に客単価は好調に推移している。

店舗は、住宅地のほか商店街の中にも立地しており、近隣住民の利用が多く、平日は主婦、休日はファミリー層の来店が目立つ。毎月指定日のチャージポイントの付与や、毎週実施のキャンペーンが奏功し、電子マネーやクレジットカードを使用する顧客の割合は、前年と比較すると増加傾向にある。

青果・水産：野菜、果物などの青果の売上高は、前年同月比で微増した。水産は売上高の構成比が低いものの、塩干魚、冷凍魚が好調で、売上高は前年同月比で増加した。

畜産：売上高は前年同月比で微増した。牛肉は堅調であるが、

豚肉、鶏肉はやや苦戦している。穀物などの基本飼料に加え、すべてのモノの価格に影響する原油相場の上昇が続いている。円安の進行により輸入肉の価格は上昇しており、顧客に安価で提供することが難しくなっている。

惣菜：売り上げ構成比は安定しており、店内で調理するものが多い惣菜の売上高は、前年同月比で好調であった。中でも、若鶏もも唐揚げは好調であった。

一般食品：売上高は前年同月比で上昇した。特にお菓子についてはバイヤーによるテコ入れなどもあり、売上高は好調であった。

日配・冷凍食品：日配の売上高は前年同月比で増加した。かまぼこ、うどん、豆腐や漬物などの和日配は前年同月比で増加した。牛乳、ヨーグルト、チーズやバターなどの洋日配は前年同月比で横ばいとなった。卵に関しては、一時の価格高騰から落ち着きを見せている。冷凍食品は、味などの品質が向上し需要も増えていることから、設備については開閉扉のある冷蔵・冷凍用のクローズ型ショーケースを採り入れることで品揃えを充実させ、売れ行きも好調に推移している。

(山中 忠)

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		2024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)	161,744	169,402	211,348	162,859	154,322	p 174,224
	(前年同月比、全店ベース)	9.9	10.3	7.1	9.4	13.2	p 13.8
	(前年同月比、既存店ベース)	9.5	10.4	7.4	9.7	13.6	p 14.1
うち百貨店	販売額	86,524	94,433	122,564	87,606	83,733	p 99,442
	(前年同月比、全店ベース)	14.1	15.4	10.9	15.9	21.3	p 21.3
	(前年同月比、既存店ベース)	14.1	15.4	10.9	15.9	21.3	p 21.3
うちスーパー	販売額	75,220	74,968	88,784	75,253	70,588	p 74,781
	(前年同月比、全店ベース)	5.4	4.6	2.2	2.6	4.9	p 5.1
	(前年同月比、既存店ベース)	4.4	4.6	2.8	3.2	5.4	p 5.6
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)	79,027	78,176	118,616	72,836	74,092	p 79,009
	(前年同月比、全店販売額)	▲5.9	▲14.4	36.0	2.8	12.3	p 4.3
	店舗数(前年同月比)	0.8	0.8	0.7	0.7	0.0	p ▲0.3
乗用車新車販売	台数	17,788	18,107	15,994	16,313	17,118	19,480
	(前年同月比)	12.7	12.6	4.0	▲5.9	▲11.9	▲16.9
家電大型専門店販売額	(前年同月比)	3.4	7.6	▲3.3	▲4.8	▲1.8	p 4.9
ドラッグストア販売額	(前年同月比)	15.2	13.8	7.4	11.3	14.8	p 10.9
ホームセンター販売額	(前年同月比)	2.9	4.8	0.6	4.7	4.8	p 4.9

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