

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4~6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り、6月は速報値で2ケタ増となっている。

ドラッグストア販売額は、2021年4月以降、41か月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、2023年6月以降、13か月連続して前年同月を上回っている。

月別概況



4月 <平年差> 平均気温+2.6℃、降水量+48%

百貨店における全店ベースの売上高は、前年同月比で22.0%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19.5%増、身の回り品は54.7%増、貴金属、宝石などが含まれるその他の商品は23.4%増、食堂・喫茶は9.4%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1.5%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、飲食料品が0.5%増、その他の商品が8.2%増、食堂・喫茶が7.6%増であった。

5月 <平年差> 平均気温-0.7℃、降水量+51%

百貨店における全店ベースの売上高は、前年同月比で29.2%の増加となった。商品別では、飲食料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26.1%増、身の回り品は72.3%増、その他の商品は33.5%増、食堂・喫茶は8.5%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1.3%の増加となった。商品別では、衣料品、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。その他の商品は9.8%増、食堂・喫茶は7.1%増と好調であった。

6月 <平年差> 平均気温+0.3℃、降水量+60%

百貨店における全店ベースの売上高は、前年同月比で21.5%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。中でも衣料品は22.3%増、身の回り品は43.6%増、その他の商品は25.9%増、食堂・喫茶は13.2%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3.9%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比でマイナスであったものの、その他の商品は12.3%増、食堂・喫茶が9.1%増と好調であった。

以下では、6月に係る個別の事例の状況をみていく。

百貨店 A 社

店頭売上高は、都心店を中心にインバウンドによる売上げの押上げ効果や、全国的に梅雨入りが遅れ、真夏日が昨年より多く、盛夏ファッションも活況だったことから、全カテゴリーで前年を上回ったこともあり、前年同月比で約3割増と大幅に増加した。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、前年同月比で大きく増加となった。6月は雨天が多かったものの、実需に合わせたファッション、ブラウスやドレスが好調であった。服飾雑貨は、高額商材需要の強いインバウンド客を中心に、バッグ、財布が好調であった。

紳士服:売上高は、前年同月比で3割を上回る伸長率であった。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需要の高まりから、伸長したことが挙げられる。また、紳士ファッションのTシャツやカジュアルシャツなどの軽衣料も好調であった。

化粧品:売上高は、前年同月比と比べ大きく増加となった。コロナ禍以降、需要の高いフレグランスの押上げもあり、コロナ禍前の水準を上回った。売りに占める割合の高いインバウンド需要が増加し、売上げの押上げに寄与した。

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。堅調な国内需要に加え、インバウンドの押上げもあり、高級ファッションや宝飾品、時計が好調で、100万円以上の高額商品に関しても、前年同月比で約4割増となるなど、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。中でも銘店・和洋菓子が、インバウンド需要に加え、コロナ禍明けで出社する人が増えたことによる持ち帰り需要などもあり、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、地域で事業を展開する昔ながらの町の電器店が、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円滑な事業活動ができるよう、仕入れ、販促活動、情報発信を日常的に行っている。コロナ禍の巣籠り需要もあって、同社の売り上げは伸びており、加盟店の来店客数も増加している。昨今では、物流費の増加や、メーカーの価格改定による仕入れ価格の上昇が目立ち、対応策を検討している。

6月の売上高は、前年同月と比べ5%増加した。また、利益に関しても、前年同月に比べ増加している。6月の売り上げが好調であった要因は、猛暑に向けて、省エネ等高機能のついたエアコンの買い替えや、高効率給湯器（エコキュート）の需要の増加、定価の見直し、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:エアコンは、酷暑や厳冬になるほど売れ行きが良くなるといわれる。7、8月が例年以上の猛暑になるとの長期予報が出たことから、例年よりも受注が早まり、6月は、月初から主力商品のエアコンの売れ行きが好調であった。その他にも、時短調理機能などが付いた調理家電（オープンレンジなど）をはじめとした高付加価値商品が顧客から好評で、売上高は大きく増えている。コロナ禍においては、よく売れる商品となっていた空気清浄機等の需要は低下している。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、品薄感は落ち着いている。

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、6月の当該部門の売上高は、前年同月比で増加した。中でも高効率給湯器の導入を推進するための補助金制度が追い風にもなっている。リフォーム部門は、高齢者世帯の住宅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位置付けている。

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化を狙いとした即戦力となる中途採用希望者も雇用している。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、社員に対する研修を充実させ、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:B社の加盟店は、複数メーカーの商品を取り扱い、ラインナップが豊富なことに加え、アフターケアサービスを充実させることで、他社と差別化を図っている。量販店と同等の値ごろ感以上に、小さなことでも駆けつけてくれる安心感が地域に愛されている理由である。顧客層は地域の高齢者が中心であるものの、最近では親から子への世代交代もみられ、若年層が少しずつ増えてきている。販促活動としては、カタログやちらしに工夫を凝らし、各住戸にポスティングしている。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 の活用やちらしの見直し等の広報活動を強化し、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見通しである。

大阪府の消費に関する経済指標

(山中 忠)

※pは速報値を表す (単位:百万円、台、%)

		2024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)	162,859	154,322	174,224	163,764	172,764	p 173,178
	(前年同月比、全店ベース)	9.4	13.2	13.8	12.0	15.5	p 13.2
	(前年同月比、既存店ベース)	9.7	13.6	14.1	12.4	15.8	p 13.2
うち百貨店	販売額	87,606	83,733	99,442	90,778	98,181	p 97,555
	(前年同月比、全店ベース)	15.9	21.3	21.3	22.0	29.2	p 21.5
	(前年同月比、既存店ベース)	15.9	21.3	21.3	22.0	29.2	p 21.5
うちスーパー	販売額	75,253	70,588	74,781	72,986	74,583	p 75,622
	(前年同月比、全店ベース)	2.6	4.9	5.1	1.5	1.3	p 3.9
	(前年同月比、既存店ベース)	3.2	5.4	5.6	2.3	1.7	p 3.9
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)	72,836	74,092	79,009	76,953	78,268	p 77,647
	(前年同月比、全店販売額)	2.8	12.3	4.3	3.1	3.0	p 2.6
	店舗数 (前年同月比)	0.7	0.0	▲0.3	▲0.4	▲0.5	p ▲0.8
乗用車新車販売	台数	16,313	17,118	19,480	14,406	14,237	16,790
	(前年同月比)	▲5.9	▲11.9	▲16.9	▲10.2	▲8.1	▲6.3
家電大型専門店販売額	(前年同月比)	▲4.8	▲1.8	4.9	5.2	1.0	p 10.4
ドラッグストア販売額	(前年同月比)	11.3	14.8	10.9	9.5	7.9	p 9.1
ホームセンター販売額	(前年同月比)	4.7	4.8	4.9	2.7	2.2	p 6.1

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」