|  |
| --- |
| **経済情勢トピックス《近畿の消費動向》** |

|  |
| --- |
| 消費は、コロナ禍で打撃を受けたが、持ち直し基調にある。近畿の大型小売店販売額は、全国よりも落ち込みが大きかった反動もあり、2022年以降は全国よりも伸びが大きい。家計消費についても、足元で全国を上回っているが、これは、近畿の有業率が高まり、勤労者世帯の勤め先収入が増加していることが背景にある。 |

１．はじめに

近畿の景気は、米中貿易摩擦や消費税率の引き上げがあった2019年には弱含みで推移していたが、2020年に新型コロナウイルスの国内の感染者が確認されてからは、急激な悪化となった。

近畿地区の景気動向指数（ＣＩ、一致指数）をみると、第１回目の緊急事態宣言が発出された2020年４月、５月における急激な落ち込みが確認できるが、その後は、緩やかな持ち直し基調で推移している（図表１）。

図表１　近畿地区の景気動向指数（ＣＩ、一致指数）

（出所）大阪産業経済リサーチセンター「景気動向指数」

（注）ＣＩは、2015年＝100とする指数。

　コロナ禍では、幅広い経済活動が縮小したが、行動制限が課されたこともあり、消費への影響が大きかったことが特徴的である。内閣府の景気ウォッチャー調査でも2020年春における景気判断ＤＩの悪化が著しい（図表２）。

このＤＩについても2020年春を底に持ち直し基調にあるが、コロナ感染者数の増減の影響を受け、2021年、22年と一進一退の動きを示しながらの改善であった。

　近畿の動きを全国と比べると、ほぼ同様の動きとなっている。ただし、コロナ禍前は全国よりもやや強めの動きであったが、コロナ禍では、全国と同程度、若しくは弱めの動きとなった。足元では近畿のＤＩの持ち直しがやや強めで推移している。

　近畿の消費動向は、コロナ禍では弱めの動きであったが、このところ全国よりも、堅調に推移しているのであろうか。

図表２　景気の現状判断DI（家計動向関連、水準）

（出所）内閣府「景気ウォッチャー調査」

（注）ＤＩは、景気の現状に対する５段階の判断に、「良い」＋1、「やや良い」＋0.75、「どちらともいえない」＋0.5、「やや悪い」＋0.25、「悪い」０の点数を与え、これらを各回答区分の構成比（％）に乗じて算出。

　家計動向関連は、小売関連＋飲食関連＋サービス関連＋住宅関連。

２．近畿の大型小売店販売額は回復に向かう

新型コロナウイルス感染症は、消費関連業種の売上に大きな打撃を与えた。代表的な指標である大型小売店販売額は、2020年には全国で5.4％減となったが、近畿は11.0％減と、落ち込みが一層大きかった（図表３）。

大型小売店は、百貨店・スーパーから成るが、コロナ禍で外出が控えられる中で、非日常的な消費財の購入も多い百貨店販売が落ち込む中で、食品等の生活必需品の販売ウェイトが高いスーパーは、巣籠もり需要もあり底堅く推移した。近畿は、百貨店のウェイトが高いこともあり、2020年の大型小売店販売額の落ち込みが全国より大きくなった[[1]](#footnote-2)。2021年は、全国、近畿とも、わずかな増加率であったが、コロナ禍からの正常化が徐々に進んだ2022年には顕著に増加した。近畿地方では、それまでの落ち込みの反動もあり5.9％と全国の3.8％を上回る増加率となった。

図表３　大型小売店販売額の対前年増加率

（出所）経済産業省「商業動態統計」

2023年に入ってからも、百貨店を中心に持ち直しが続いているが、近畿は、全国より高い増加率で推移している（図表４）[[2]](#footnote-3)。

図表４　業態別の販売額の対前年同月増加率（2023年）

（出所）経済産業省「商業動態統計」

その一つの要因は、インバウンド需要の持ち直しが2022年の後半から顕著になってきたことによる。関西地域の百貨店免税売上指数をみても、2023年５月には、コロナ禍前の水準に迫るつつある（図表５）。

内閣府「景気ウォッチャー調査」では、景気が上向きである理由に、インバウンド需要の回復をあげる声が散見されるが、行動制限が緩和されたことによる人流の活発化についても言及されている（図表６）。ビジネス客に動きがみられ、行楽需要も盛んになってきたとの声がある。外出の機会が増えることにより、化粧品やパラソルなどの販売も増えている。また、コロナ禍にもみられたブランド品や高級時計など富裕層の需要が現在も続いていることも消費を活性化しているとみられる。

図表５　百貨店免税売上（関西地域）

（出所）日本銀行大阪支店

図表６　百貨店における景気の現状判断理由（近畿）

（出所）内閣府「景気ウォッチャー調査」2023年５月

３．家計消費支出も堅調に推移

二人以上の勤労者世帯の家計消費支出をみても、コロナ禍で2020年には減少傾向にあったが、その後、持ち直しに転じた（図表７）。近畿地方の消費支出を全国、関東地方と比べると、2021年以降の近畿地方は、全国や関東地方を上回るペースで回復している。その結果、コロナ禍前に全国の水準を下回っていた近畿地方の消費支出額は、2022年には全国を上回って推移している。

　消費支出の多寡は、収入に影響されると考えられるため、勤労者世帯にとっての主な収入源である勤め先収入の推移をみる。勤め先収入は、2020年には横ばいで推移していたものの、コロナ禍当初には外出が抑制されたことから消費支出が減少した（図表８）。しかし、2021年以降は、勤め先収入が増加し、それにつれて消費支出も増加している。

図表７　二人以上の勤労者世帯の消費支出

（出所）総務省「家計調査」

（注）12カ月後方移動平均。名目。

図表８　二人以上の勤労者世帯の消費支出

（出所）総務省「家計調査」

（注）12カ月後方移動平均。名目。

４．世帯主以外の収入が増加

コロナ禍前の2018年度と2022年度の勤め先収入をみると、近畿地方の増加率は12.7％増と、全国（同9.4％増）はもとより、関東地方（同10.6％増）をも上回っている（図表９）。近畿地方での収入の増加が大きいことが、消費増加の背景にあるとみられる。

勤め先収入を世帯主収入と世帯主以外の収入に分けてみると、世帯主収入では増加率の差が小さく、世帯主以外の収入の増加率が近畿地方で特に高かった。

近畿地方における2022年度の二人以上の勤労者世帯では、平均3.3人の世帯で、1.8人が働いており、有業率は55.1％なる（図表10）。これは、全国や関東地方よりも低いものの、2018年度との比較では3.8ポイント上昇しており、同時期に全国で2.0ポイント上昇、関東地方では1.6ポイント上昇となったことと比べると上昇幅が大きい。

すなわち、近畿地方では、コロナ禍前には有業率が低く、世帯における勤め先収入が少なく、消費支出が抑制されていた可能性がある。しかし、このところ有業率が高まり、世帯の勤め先収入が増加したため、消費支出も堅調に推移していると考えられる。

図表９　勤め先収入の増加率

（2018～2022年度）

（出所）総務省「家計調査」

図表10　二人以上の勤労者世帯の有業率

（出所）総務省「家計調査」

（注）有業率＝有業人員／世帯人員

上記は二人以上の勤労者世帯についての変化であるが、それ以外の世帯を含めて、近畿地方の有業率が高まったのかを総務省「労働力調査」で確認する。

近畿地方における2022年の15歳以上人口の就業率は59.1％であり、全国の60.9％より1.8ポイント低い（図表11）。しかし、2018年には2.4ポイント低かったことからすると、差は0.6ポイント縮小した。この期間に近畿地方の就業率は全国以上に上昇したと言える。

図表11　15歳以上人口の就業率

（出所）総務省「労働力調査」

（注）就業率＝就業者／人口

これを年齢階級別にみると、近畿地方の就業率の上昇ポイントは、すべての年齢階級で全国を上回るが、特にその幅が大きいのは60～64歳であり、1.9ポイントに達する（図表12）。中高年齢の層を中心とした就業率の上昇が近畿地方で大きかったことが、近畿地方の消費回復の背景にある。

５．おわりに

2023年３月以降には、勤め先収入がやや減少し、消費支出が頭打ちになっている。賃上げや有業率のさらなる上昇により、域内消費が堅調さを維持することが期待される。

家計消費からみた消費額は、コロナ禍前を上回っている。一方、大型小売店販売額については増加率は大きいが、コロナ禍での減少幅を考えると、回復は途上である。

近畿の住民による消費を活性化するとともに、インバウンド観光客を含めた近畿外からの観光客等を呼び込むことにより、域外需要を獲得していくことも、消費関連業種の業績拡大にとって重要である。

図表12　近畿地方の就業率の全国との差の増減ポイント

（2018～2022年）

（出所）総務省「労働力調査」

（注）増減ポイント

＝（2022年の近畿地方の就業率－2022年の全国の就業率）

－（2018年の近畿地方の就業率－2018年の全国の就業率）

（町田　光弘）

1. 2019年における百貨店販売額が大型小売店販売額に占める割合は、全国で32.5％であったのに対して、近畿地方では41.2％であった（経済産業省「商業動態統計調査」）。 [↑](#footnote-ref-2)
2. 特に、2022年２月は、まん延防止等重点措置に基づく要請により百貨店では人数制限等の感染防止対策が求められ、販売額の水準が低かったこともあり、2023年２月は高い増加率となった。 [↑](#footnote-ref-3)