

# 近畿の小売業販売 2023年度を振り返る

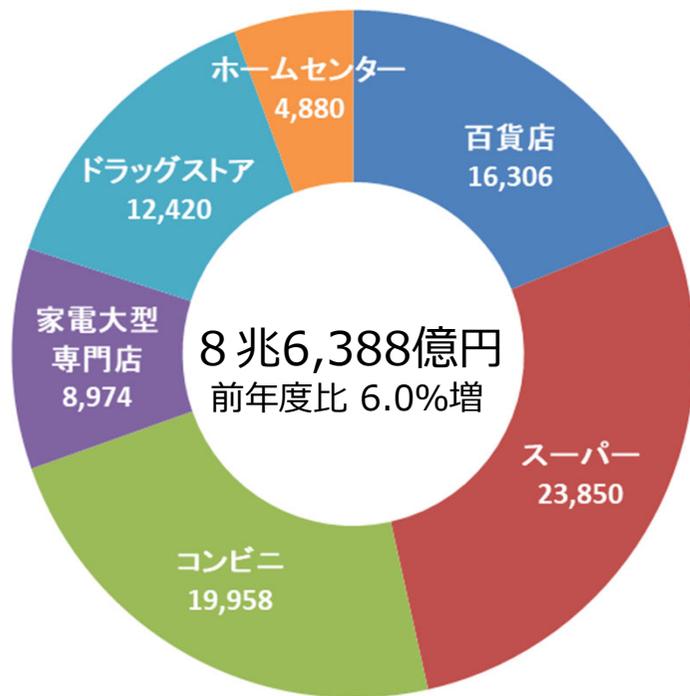
～際立つ百貨店の勢い～

令和6年5月16日  
近畿経済産業局

# 2023年度 小売 6 業態の販売額

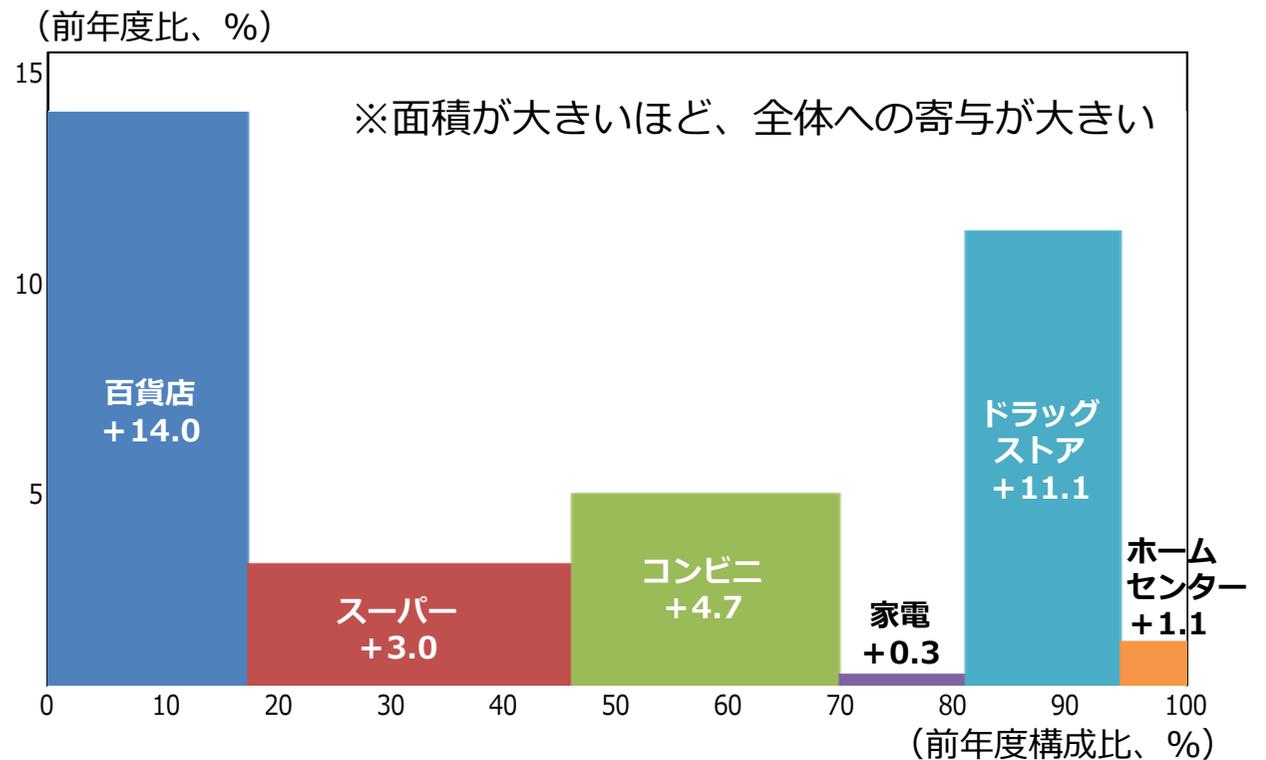
- 2023年度の小売 6 業態の販売額は、8兆6,388億円（前年度比 6.0%増）。6 業態すべてにおいて前年度を上回った。
- 増加に最も寄与したのは百貨店。次いで、ドラッグストア、コンビニ、スーパー、ホームセンター、家電の順となっている。

## 販売額の業態別内訳



単位：億円

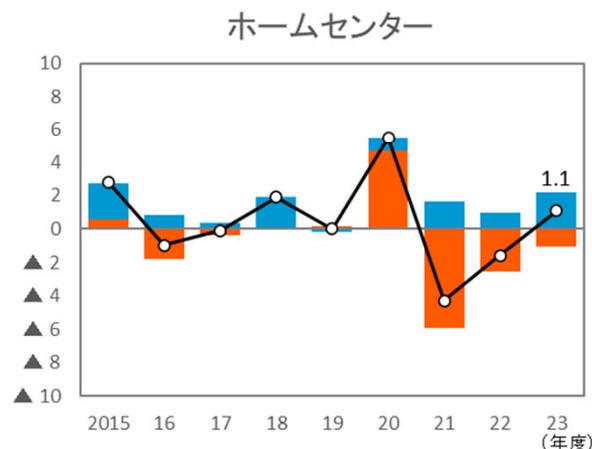
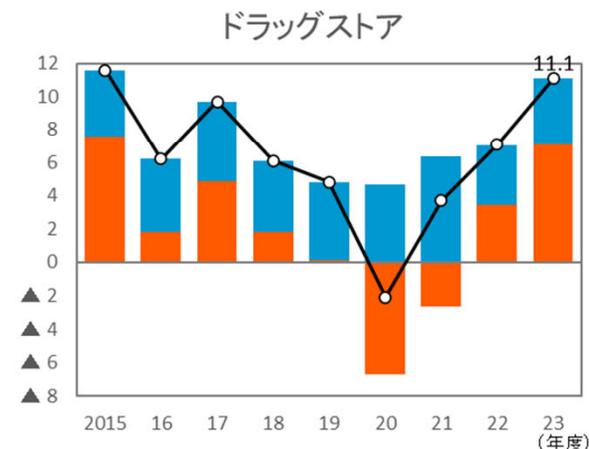
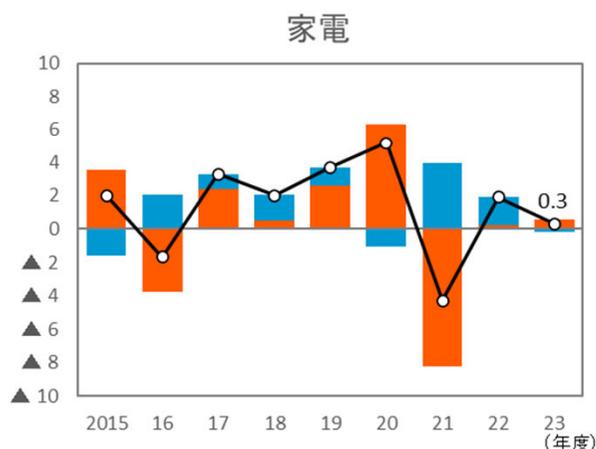
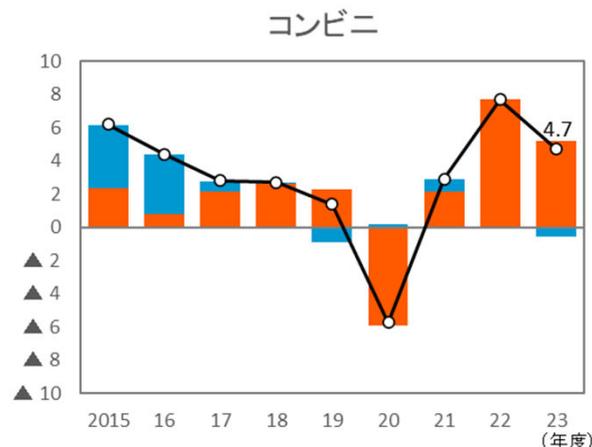
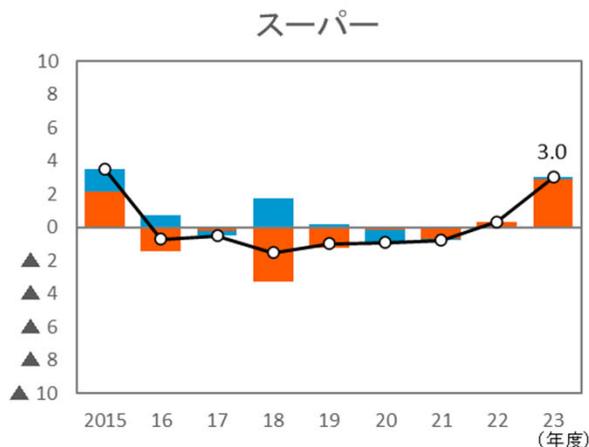
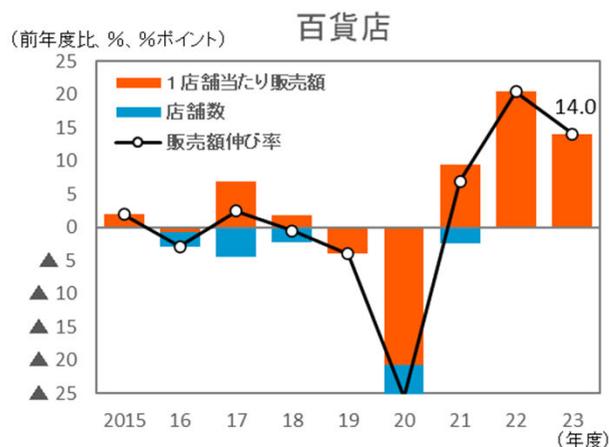
## スカイラインチャート



データ出所：商業動態統計（経済産業省）、速報値

# 小売6業態の変動要因分解

- 販売額の伸び率（前年度比）について、「店舗数」、「1店舗当たり販売額」に要因分解を行った。
- 1店舗当たり販売額を見ると、百貨店の伸びが高い。高額品が好調だったことやインバウンド需要の増加などが売上を押し上げた。
- 店舗数で見ると、ドラッグストアの増加が著しい。食品や日用雑貨を幅広く取り扱うことから、スーパーやホームセンターなど他業態へも影響を及ぼしていることが伺える。



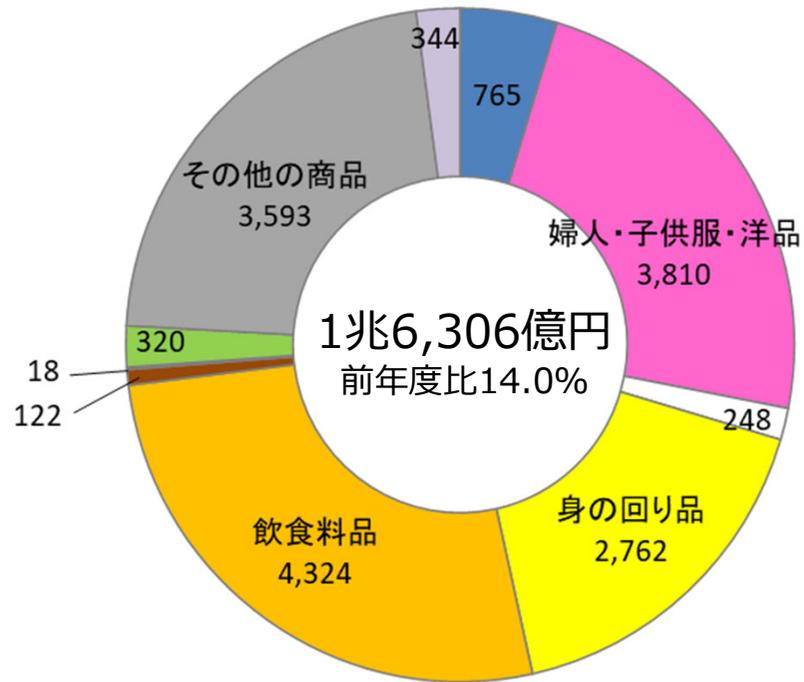
# 2023年度 百貨店販売額の商品別内訳

円安効果で  
インバウンド増加  
**免税売上過去最高**

選別消費が進む中  
高額品好調

コロナ5類移行で  
お出かけ需要増加

プロ野球  
優勝セール効果



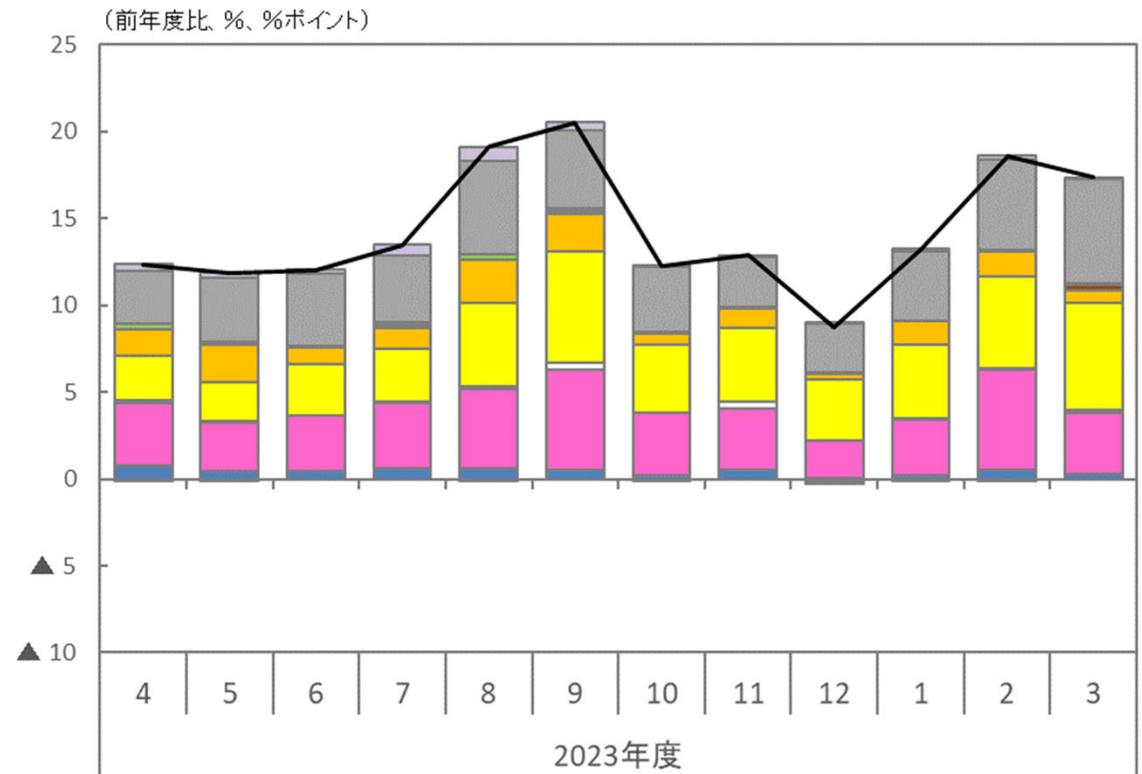
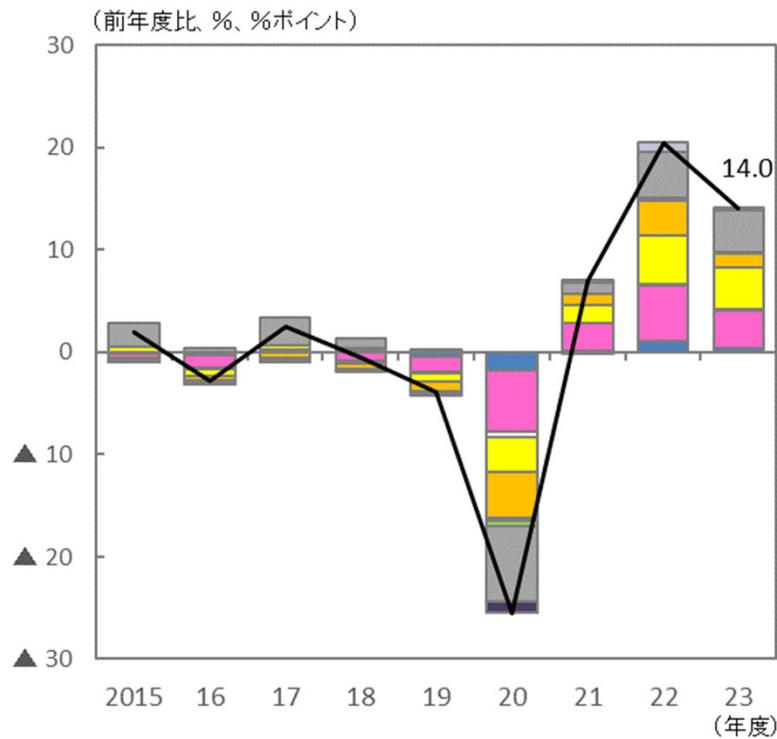
単位：億円

商品名	内容例示
紳士服・洋品	紳士服、下着類、ワイシャツ、ネクタイ、靴下など
婦人・子供服・洋品	婦人服、子供服、下着類、ブラウス、靴下など
その他の衣料品	呉服、反物、寝装具類、和装小物、タオルなど
身の回り品	靴、履物、和・洋傘類、かばん、トランク、ハンドバッグ、裁縫用品、装身具(宝石、貴金属製を除く)など
飲食料品	飲料、和・洋酒、調味料、食肉、鮮魚、乾物、野菜、果実、菓子、パン、乳製品など
家具	和・洋家具、室内調度品、神仏具、じゅうたん、カーテン、ござなど
家庭用電気機械器具	テレビ、ラジオ、ステレオ、DVD、エアコン、電気洗濯機、電気冷蔵庫、照明器具、電気こたつ、電気ストーブ、パソコン、電話機、携帯電話機など
家庭用品	陶磁器、ガラス器、漆器、金物、荒物、ガス器具、石油ストーブ、水道器具、ミシン、編機など
その他の商品	医薬品、化粧品、洗剤、書籍、文房具、事務用品、貴金属、宝石、美術工芸品、時計、眼鏡、カメラ、ビデオテープ、CDソフト、DVDソフト、スポーツ用品、娯楽用品、がん具、電子応用がん具、ゲームソフト、楽器、園芸用品、大工用品、ペット関連商品、たばこ、喫煙具、燃料、自転車、自動車、トイレットペーパー、ティッシュペーパー、紙おむつなど
食堂・喫茶	食堂、喫茶室、すし屋などその場で顧客に飲食させるもの

# 百貨店販売額の変動要因分解（商品別）

- 「身の回り品」「その他の商品」「婦人・子供服・洋品」等、すべての品目が増加し、全体は前年度比14.0%の増加。

## 百貨店販売額の伸び率、商品別寄与度の推移

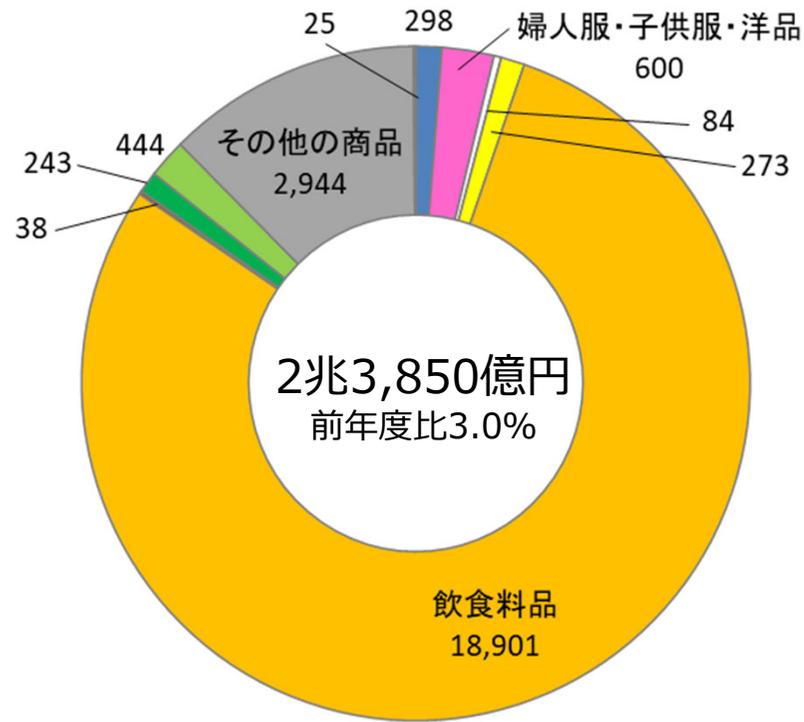


- |          |             |             |         |
|----------|-------------|-------------|---------|
| ■ 紳士服・洋品 | ■ 婦人・子供服・洋品 | □ その他の衣料品   | ■ 身の回り品 |
| ■ 飲食料品   | ■ 家具        | ■ 家庭用電気機械器具 | ■ 家庭用品  |
| ■ その他の商品 | ■ 食堂・喫茶     | — 合計        |         |

# 2023年度 スーパー販売額の商品別内訳

食品や日用品の  
**値上げラッシュ**

ドラッグストア・  
ディスカウントストア等  
との競争激化



**節約**  
買上点数の減少  
PB商品の値下げ

**こだわり**  
高付加価値商品の  
拡充で消費喚起

消費の2極化

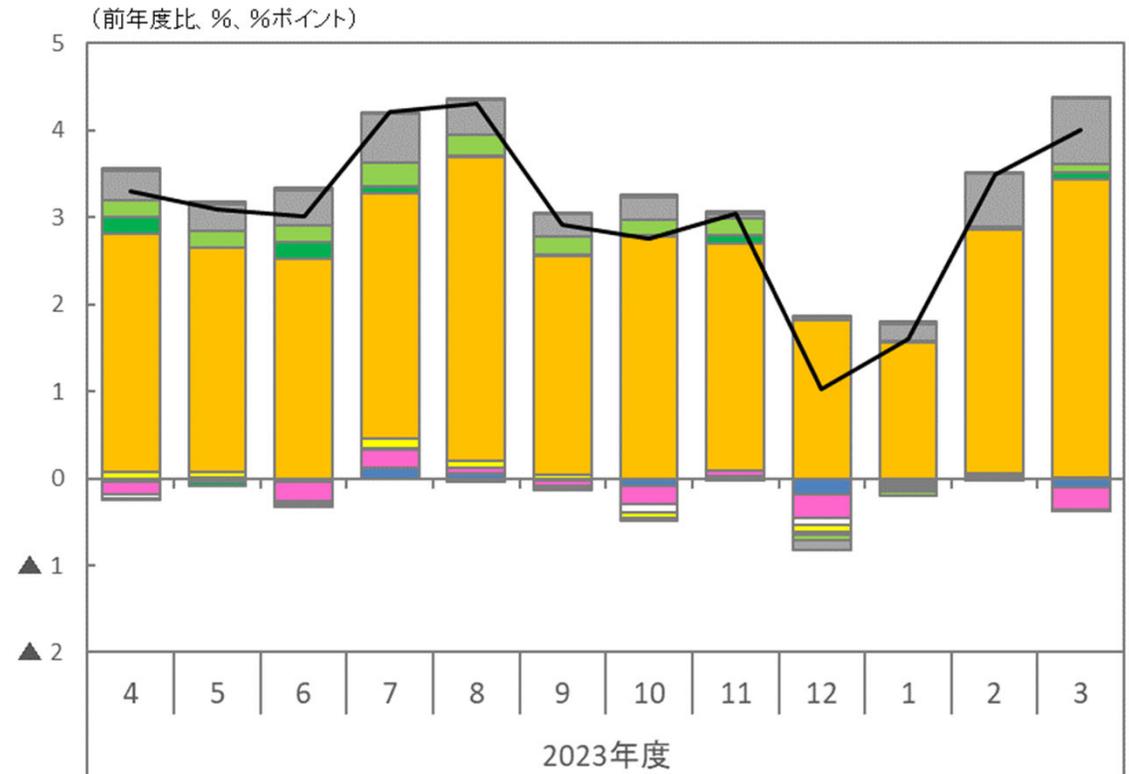
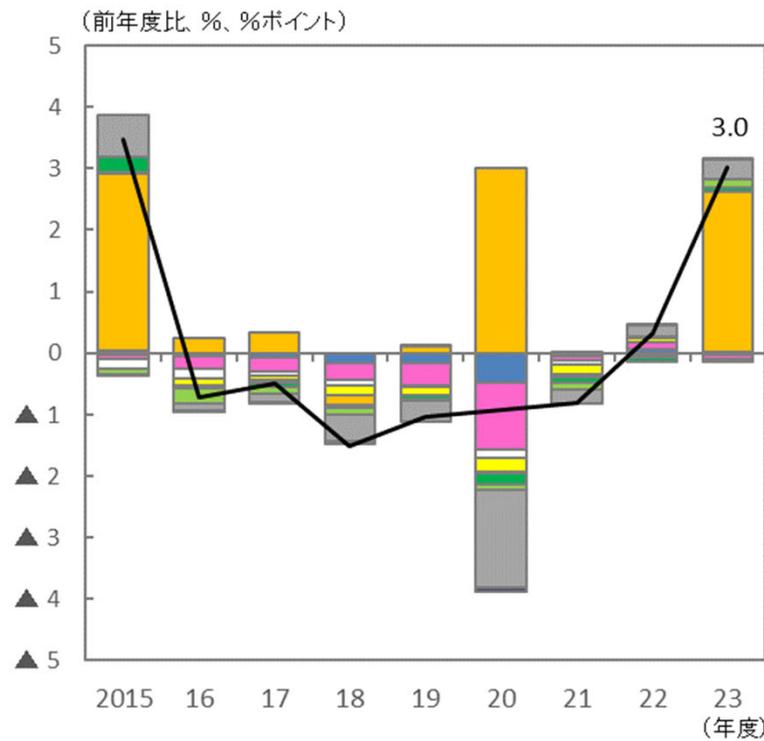
単位：億円

商品名	内容例示
紳士服・洋品	紳士服、下着類、ワイシャツ、ネクタイ、靴下など
婦人・子供服・洋品	婦人服、子供服、下着類、ブラウス、靴下など
その他の衣料品	呉服、反物、寝装具類、和装小物、タオルなど
身の回り品	靴、履物、和・洋傘類、かばん、トランク、ハンドバッグ、裁縫用品、装身具(宝石、貴金属製を除く)など
飲食料品	飲料、和・洋酒、調味料、食肉、鮮魚、乾物、野菜、果実、菓子、パン、乳製品など
家具	和・洋家具、室内調度品、神仏具、じゅうたん、カーテン、ござなど
家庭用電気機械器具	テレビ、ラジオ、ステレオ、DVD、エアコン、電気洗濯機、電気冷蔵庫、照明器具、電気こたつ、電気ストーブ、パソコン、電話機、携帯電話機など
家庭用品	陶磁器、ガラス器、漆器、金物、荒物、ガス器具、石油ストーブ、水道器具、ミシン、編機など
その他の商品	医薬品、化粧品、洗剤、書籍、文房具、事務用品、貴金属、宝石、美術工芸品、時計、眼鏡、カメラ、ビデオテープ、CDソフト、DVDソフト、スポーツ用品、娯楽用品、がん具、電子応用がん具、ゲームソフト、楽器、園芸用品、大工用品、ペット関連商品、たばこ、喫煙具、燃料、自転車、自動車、トイレトペーパー、ティッシュペーパー、紙おむつなど
食堂・喫茶	食堂、喫茶室、すし屋などその場で顧客に飲食させるもの

# スーパー販売額の変動要因分解（商品別）

- 「婦人・子供服・洋品」等が減少した一方、「飲食料品」「その他の商品」等が増加し、全体は前年度比3.0%の増加。

## スーパー販売額の伸び率、商品別寄与度の推移



- 紳士服・洋品
- 飲食料品
- その他の商品
- 婦人・子供服・洋品
- 家具
- 食堂・喫茶
- その他の衣料品
- 家庭用電気機械器具
- 身の回り品
- 家庭用品
- 合計

データ出所：百貨店・スーパー販売状況（近畿経済産業局）、最新年度・月は速報値

## (参考)

業態	商業動態統計の調査対象範囲
①百貨店	従業者50人以上で、日本標準産業分類の百貨店、総合スーパー(561)のうち、次のスーパーに該当しない事業所であって、かつ、売場面積が特別区及び政令指定都市で3,000㎡以上、その他の地域で1,500㎡以上の事業所。
②スーパー	従業者50人以上で、売場面積の50%以上についてセルフサービス方式を採用している事業所であって、かつ、売場面積が1,500㎡以上の事業所。ただし、商業動態統計調査の家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンターの調査対象企業の傘下事業所で、調査対象となっている事業所を除く。
③コンビニエンスストア	コンビニエンスストア（日本標準産業分類 細分類5891）を500店舗以上有するチェーン企業本部
④家電大型専門店	日本標準産業分類に掲げる細分類5931－電気機械器具小売業（中古品を除く）又は細分類5932－電気事務機械器具小売業（中古品を除く）に属する事業所（売場面積500㎡以上の家電大型専門店）を10店舗以上有する企業
⑤ドラッグストア	日本標準産業分類に掲げる細分類6031－ドラッグストアに属する事業所を50店舗以上有する企業もしくはドラッグストアの年間販売額が100億円以上の企業
⑥ホームセンター	日本標準産業分類に掲げる細分類6091－ホームセンターに属する事業所を10店舗以上有する企業もしくはホームセンターの年間販売額が200億円以上の企業

(資料) 近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況（近畿地域）」 <https://www.kansai.meti.go.jp/1-7research/daiten/oogatakouri.html>  
経済産業省「商業動態統計」 <https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/index.html>