

ショートコメント vol.232 (2022 年 1 月 26 日)

テーマ：ネット通販にシフトするアパレル需要
～従来からのトレンドがコロナ禍で加速～

●低迷するアパレル需要

コロナ禍による消費への影響については、業種別のバラつきが非常に大きい。特に悪影響が大きい業種には、外食と宿泊が挙げられる。今回のまん防でもみられるように、外食は営業時間の短縮、酒類提供の制限など、常に規制の対象となってきた。宿泊についても、感染の拡大に伴って旅行や出張が大きく減ることで、直接的な打撃を受けている。

一方、この2業種に隠れる形となっているが、衣料品の需要も大きく減っている。外出機会の減少に伴い、新しい服を買う動きが減っているほか、テレワークの導入によってスーツなどの購入も大きく減った。

衣料品購入の動きを金額ベース（推計値）でみると、コロナ前の購入額は全国で毎月3500億円前後であったが、コロナの影響で一時は2500億円を下回る水準にまで減少。その後、目立った回復はみられず、直近でも3000億円を下回っている（図表1）。これは回復率でいえば85%程度という水準であり、まだ回復には時間がかかる。

●ネット通販への需要シフト

一方、衣料品購入の動きは、ネット通販へのシフトも指摘されている。

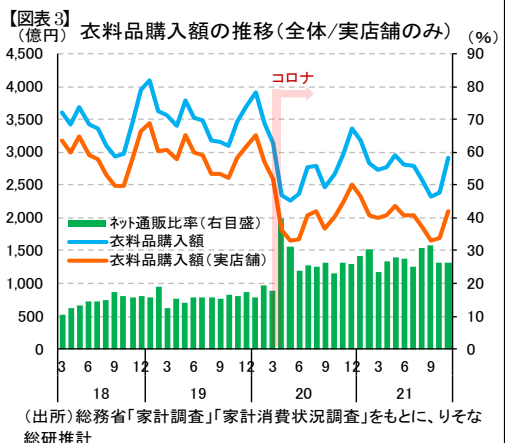
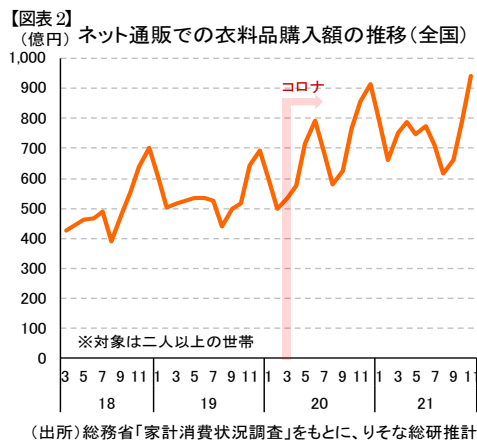
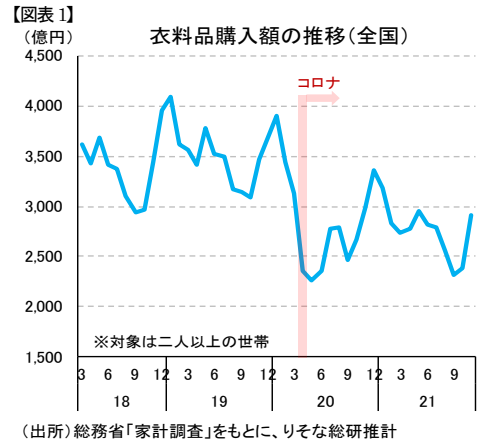
もともとコロナ前から、衣料品をインターネット経由で買う動きはみられたが、コロナ禍を機に大きく増えた。各種通販サイトの充実や利便性の向上に加え、価格の安さなどが受け、新たなユーザーの獲得にも成功している。

実際に全国でのネット通販での衣料品購入額（推計値）をみると、コロナ前は600億円前後で推移していたが、コロナ禍で大きく増え、直近は900億円を上回る水準にある（図表2）。

規模としては1.5倍程度に増えているほか、グラフの形状をみても、一過性の変化でないことが分かる。コロナ禍を経て、ネット通販で衣料品を買う動きが、確実に広がってきたと考えられよう。

●ネット通販比率の推移

衣料品の購入に占めるネット通販の比率をみると、図表3のとおり上昇が続いている。



※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

コロナ前は20%弱という水準であったが、コロナ以降は大半の月が25%を超え、30%以上となる月も出てきた。こういったネット通販への需要シフトの結果、実店舗の売上は回復が大きく遅れている。直近の実店舗の売上は2000億円前後であるが、コロナ前比での回復率は7割強という水準にとどまる。全体の回復率との乖離は大きく、実店舗の売上に頼っている企業にとっては、非常に厳しい数字といえよう。

●ネット通販が目立つ関西

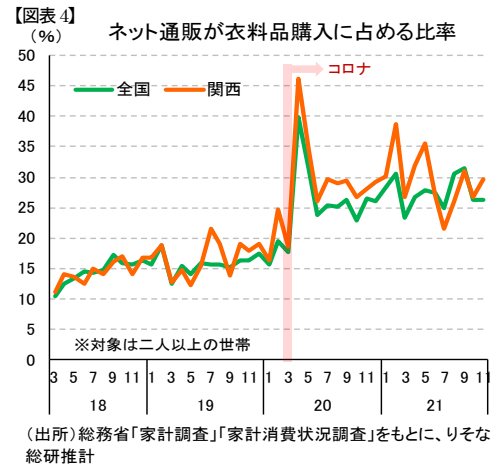
一方、このネット通販への需要シフトについては、関西は全国よりも早いスピードで進んでいる。

図表4は、衣料品購入に占めるネット通販の比率をみたものであるが、コロナ前は両方で大きな差はない一方、コロナ以降は21年前半にかけて差が広がっている。

これについては様々な要因が考えられるが、その一つには、感染状況の地域差が挙げられよう。関西はたびたび感染の中心地となり、そのたびに外出の自粛要請が出される形となった。それに伴い、需要がよりネット通販に流れやすかったと考えられよう。また、それ以外の視点として、所得要因によるネット通販へのシフトも否定できない。

結果として、関西ではネット通販の比率が30%を超える月もみられるが、その反面、実店舗売上の回復は全国以上に難しいものとなっている。

ネット通販への需要シフトは一過性ではなく、今後も拡大する可能性が高い。実店舗の売上回復には、ひとまずシニア層の外出増加を待つ必要があるが、そのためには感染の本格的な収束が求められる。現時点でその見通しは立っていないことから、外食や宿泊と並び、特に実店舗での衣料品販売は、当面厳しい状況が続く形となる。



本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL：06-6258-8805 mail：hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。