

マイナビキャリアリサーチLab 小売業レポート（2023年5月）

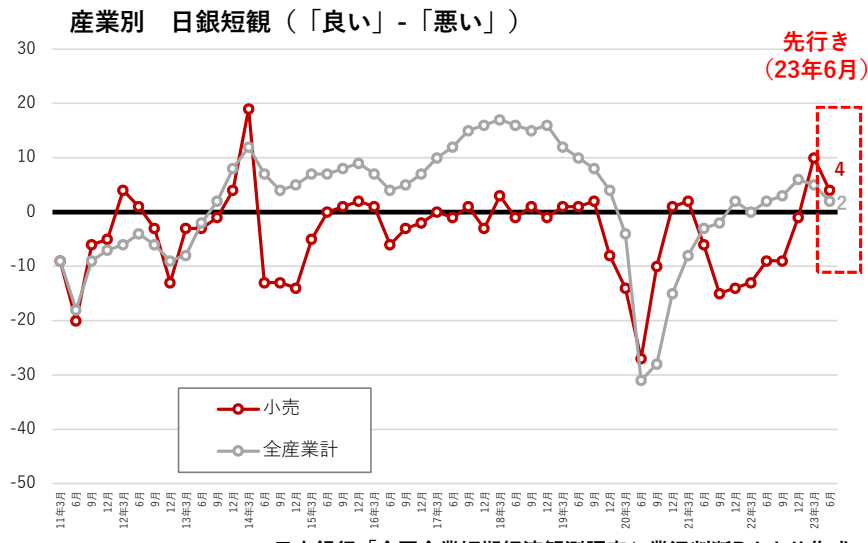
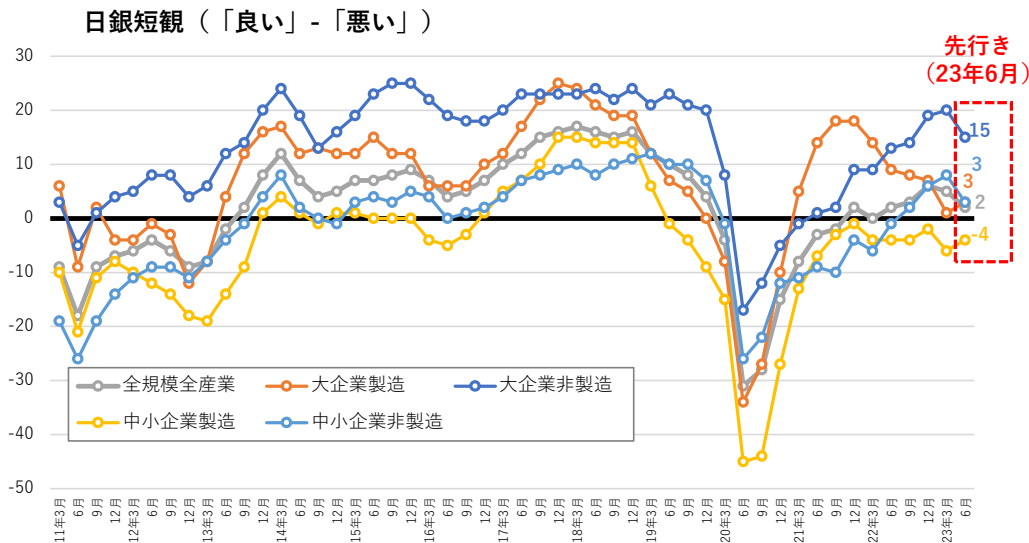
マイナビキャリアリサーチLab 編集部



これら資料は、作成日時時点で弊社が信頼に足ると思われる資料に基づいて作成しておりますが、弊社が実施していない調査などに関して情報の正確性を弊社が担保するものではありません。
また、これら資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。
ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。

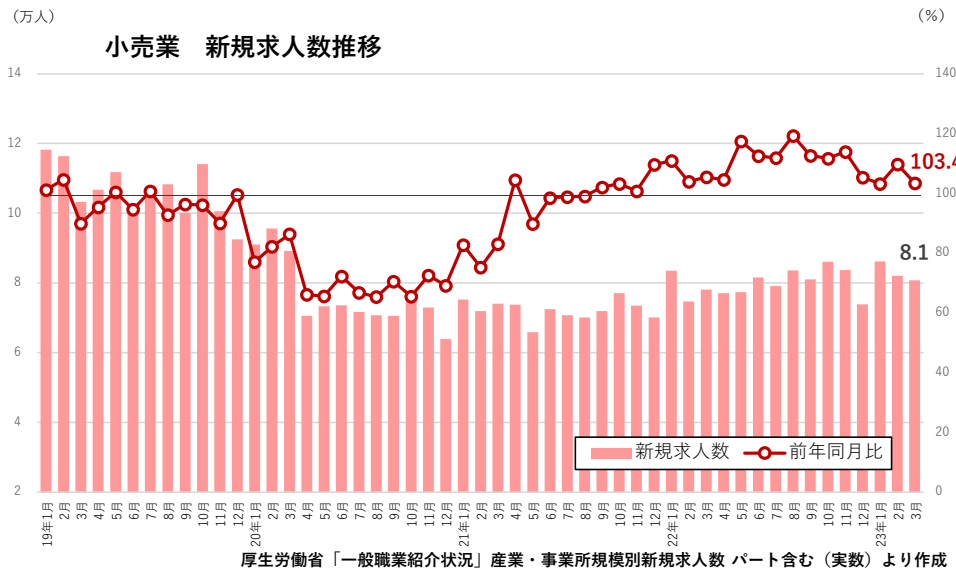
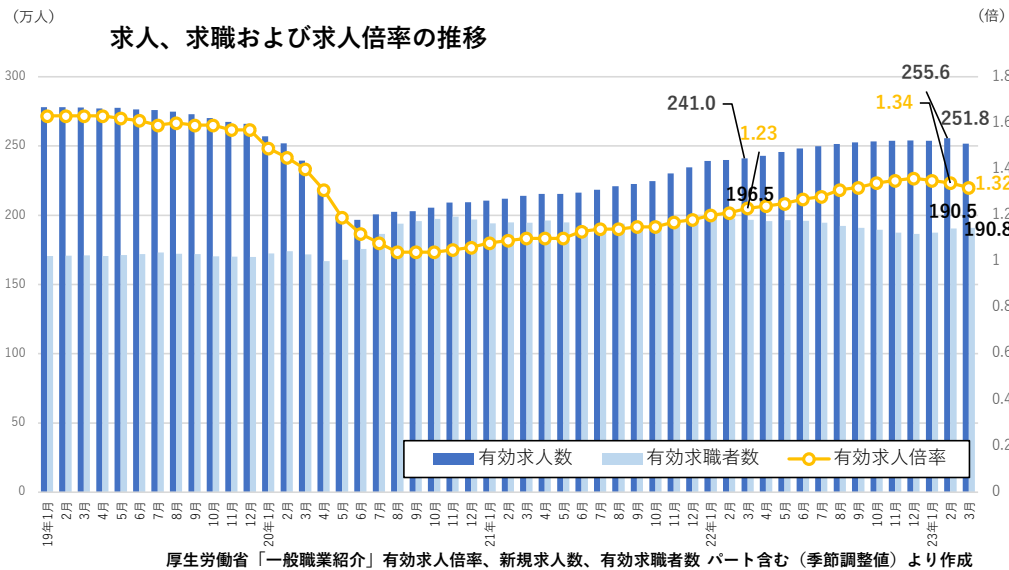
業況感は製造業は概ね横ばい、非製造業は小幅の改善 先行きについては製造業、非製造業ともに悪化

- ・企業の業況感は全体として横ばいになっている。3月は、製造業が悪化したものの、非製造業は改善を続けた。製造業は、供給制約の影響緩和や価格転嫁の進展はみられたものの、既往の資源高の影響が残るもとで、海外経済の回復ペース鈍化やIT関連財の調整圧力の継続が意識されたことから、大企業を中心に悪化した。非製造業は、既往の資源高の影響は引き続きみられるものの、感染症の影響が一段と緩和し、価格転嫁も進むなかで、全体としては改善を続けた。（日本銀行「経済・物価情勢の展望2023年4月」）
- ・「小売」の業況感は22年12月以降、2期連続で上昇。先行きは減少するものの、「良い」が「悪い」を上回っている。



有効求人倍率は1.32倍。前月比で0.02pt減、前年同月比で0.09pt増 小売業の新規求人数は前年同月比3.4%増。引き続き低水準で推移

- ・有効求人倍率はコロナの影響により2020年から低下していたが、求人数の回復により徐々に増加傾向となっている。2023年3月の数値をみると、有効求人倍率は**1.32倍**となり、前月比で**0.02pt**減少、前年同月で**0.09pt**増加した。有効求人前は前月比で**1.5%**減、前年同月比で**4.5%**増。19年1月と比較すると、全体で**9.4%**減となった。有効求職者は前月比で**0.2%**増、前年同月比で**2.9%**減、**2019年1月**比では**11.6%**増となった。
- ・「小売業」の23年3月の新規求人数は前年同月比で**3.4%**増加。コロナの影響で2020年以降新規求人数は減少し、そのまま低水準を推移している。小売業同様にコロナの影響が大きかった「宿泊業・飲食サービス業」等と比べると、回復が鈍い。

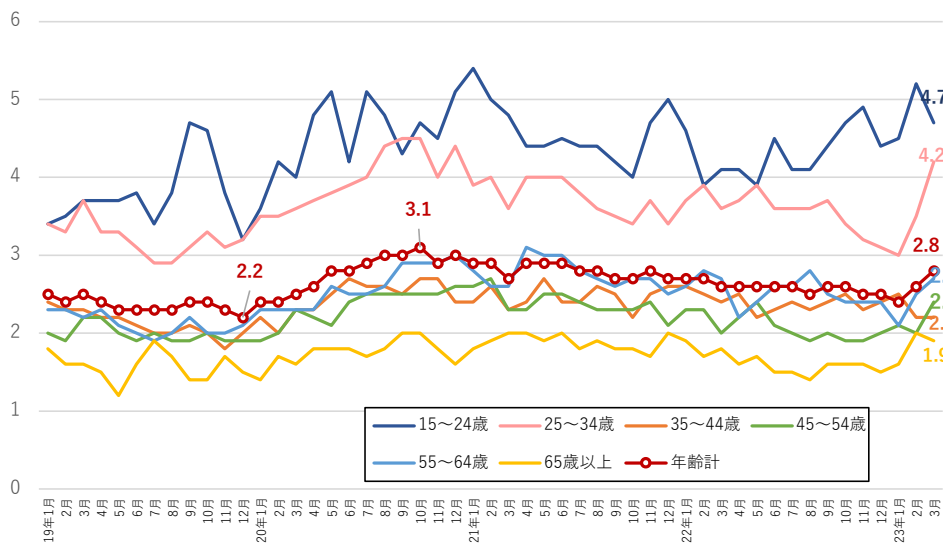


完全失業率は2023年3月時点で2.8%に回復 小売業の人材不足感は、全産業計と同等水準で不足が過剰を上回る

・完全失業率はコロナ禍の影響を受け、2019年12月の2.2%から2020年10月には3.1%まで上昇した。しかし、その後は緩やかに改善がみられ、直近の2023年3月では2.8%となった。年代別の比較では、若い世代（15～24歳、25～34歳）の失業率が上がっているが、若年層は自発的な転職希望割合が高い為、失業率が高めに出る傾向にある。これは国際比較でも同様の傾向がみられ、日本特有のものというより万国共通の特徴と言える。

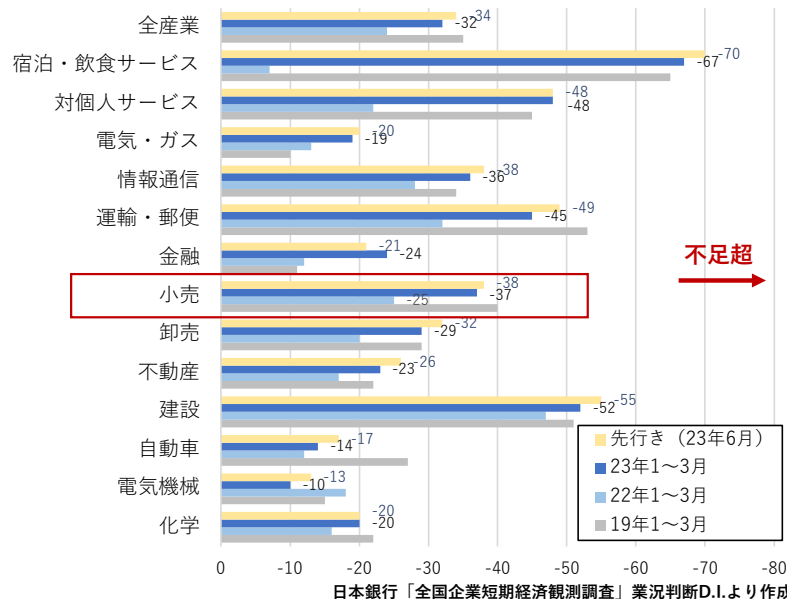
・「小売業」の雇用人員判断D.I.は-37と不足が過剰を上回った。水準は全産業計と同等程度。先行きも引き続き不足が過剰を上回る見込みとなっている。

完全失業率



総務省統計局「労働力調査調査」完全失業率 年齢階級別（季節調整値）より作成

雇用人員判断D.I. (不足－過剰)

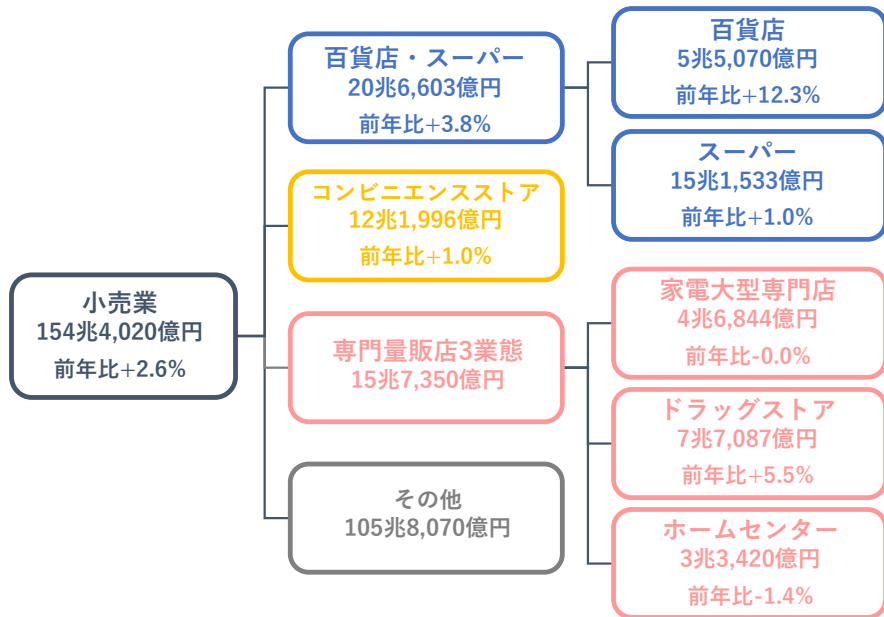


日本銀行「全国企業短期経済観測調査」業況判断D.I.より作成

22年小売業の市場規模は「スーパー」が最も大きく15兆円超 23年2月の小売業販売額は前年比7.2%の増加となった

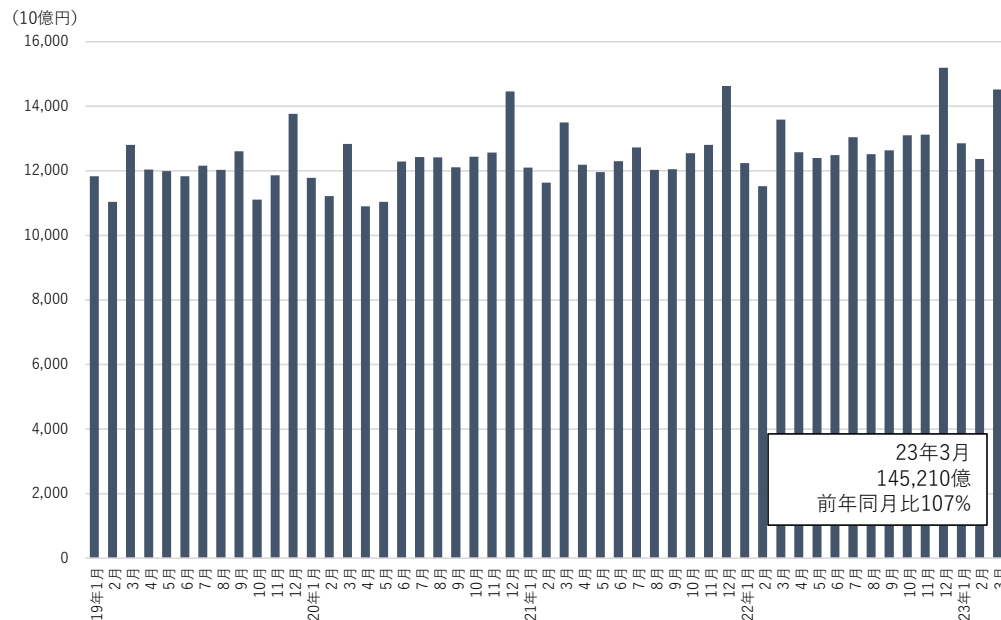
小売業の主な内訳は「百貨店・スーパー」、「コンビニエンスストア」、家電専門店やドラッグストア等の「専門量販店3業態」、「その他」の業態となっている。2022年の市場規模は「スーパー」が最も大きく、15兆1,533億円となった。商品販売額の推移について、2020年はコロナによる巣ごもり消費により、スーパーやホームセンター、ドラッグストア、家電量販店が好調だったが、2022年以降は経済再開の動きに伴い、百貨店やスーパーの需要が増えた。23年3月は14兆5,210億円と、前年同月比107%となった。

2022年 主要な業態から見る商業販売額



経済産業省経済分析室「2022年小売業販売を振り返る」より作成

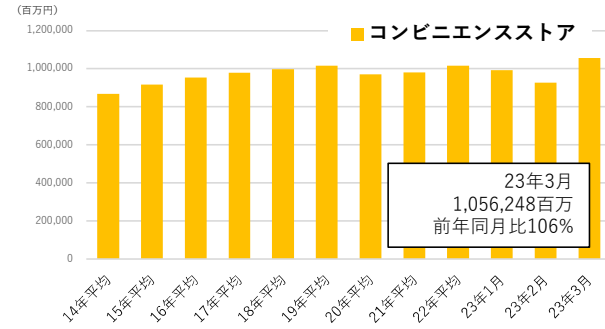
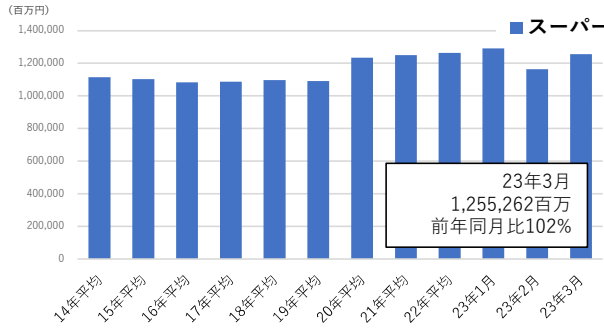
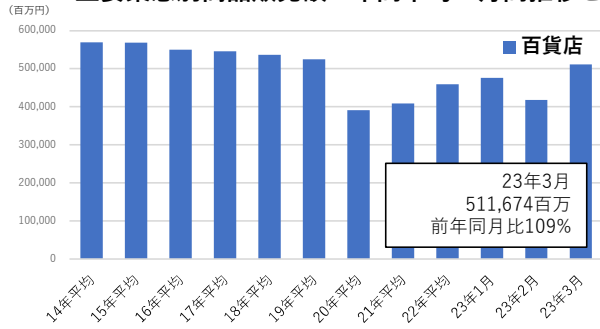
小売業販売額 月間推移



経済産業省「商業動態統計」より作成

「百貨店」「コンビニ」で行動制限の解除による需要増が見られた
「スーパー」は行楽需要増加の恩恵と価格高騰の影響双方を受ける結果に

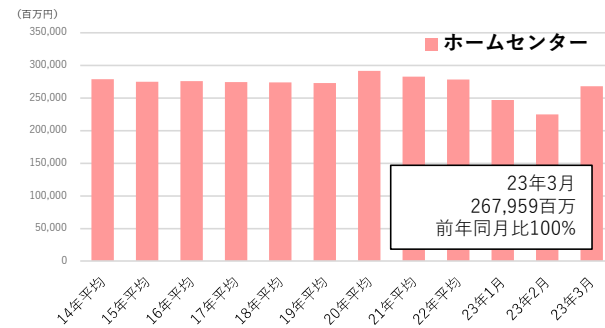
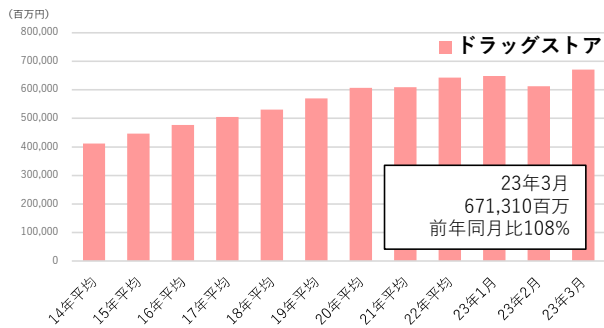
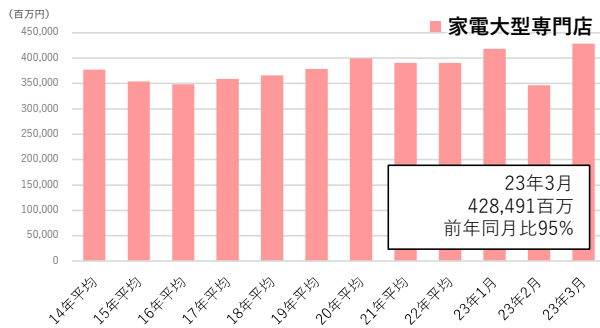
主要業態別商品販売額 年間平均・月間推移と動向



20年に大きく減少したが、22年以降徐々に回復傾向。3月は感染者数減少や気温上昇に伴う外出機会の増加、冠婚葬祭、旅行、ビジネス需要などから活発に動いた衣料品や身のまわり品、高額商材などが販売額増加に寄与。水際対策の緩和によるインバウンド需要の増加も影響。(日本百貨店協会 全国百貨店売上高状況より)

前年との比較では、高めの気温、行楽需要や花見需要が回復した恩恵が加わったが、食品価格の高止まり傾向が続くなか、依然として買上点数の減少と一品単価上昇の影響を受ける販売動向が続いている。(全国スーパーマーケット協会 スーパーマーケット景気動向調査より)

コンビニ業態はコロナの影響はあまり受けずに推移。3月は好天に恵まれたことや、4年ぶりに行動制限がなく、花見等の行楽需要を受け、前年を上回る結果となった。(日本フランチャイズチェーン協会 JFAコンビニエンスストア統計調査月報より)



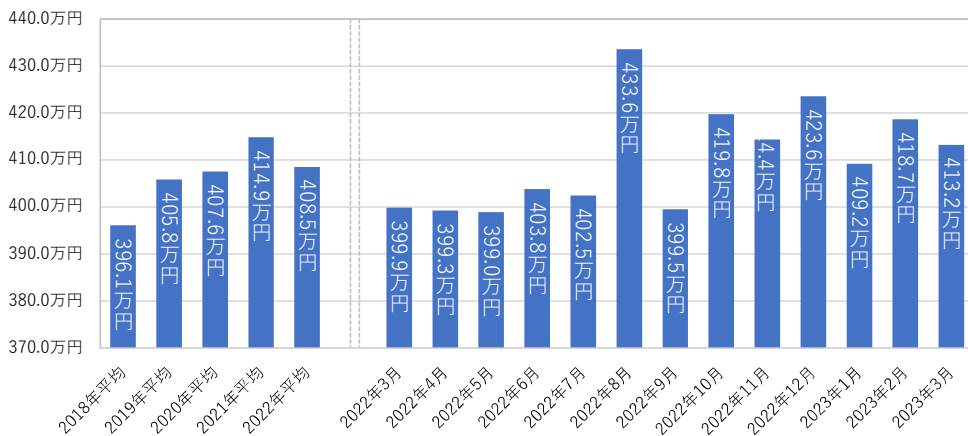
20年は巣ごもり需要・コロナ特需による増加が見られたが、21年以降はその反動減が見られている。3月は前年比95%とマイナスとなった。

ドラッグストア業態は年々右肩上がりに推移しており、市場が拡大傾向にある。店舗数の増加とともに販売額も増加で推移している。

家電大型専門店同様、20年は巣ごもり需要・コロナ特需による増加が見られたが、21年以降はその反動減が見られている。

小売・専門店の正社員の平均初年度年収は2021年までは増加傾向にあるものの、2022年に減少に転じた。求人情数の推移を見ると、2020年はコロナ禍で求人が減少しているが、2022年は2018年を上回って増加しているため、経済の復活にともない、経験者など限定的な求人のみならず未経験者も含めた求人の出稿が増えたことで、年収が減少傾向に転じたと推察される。

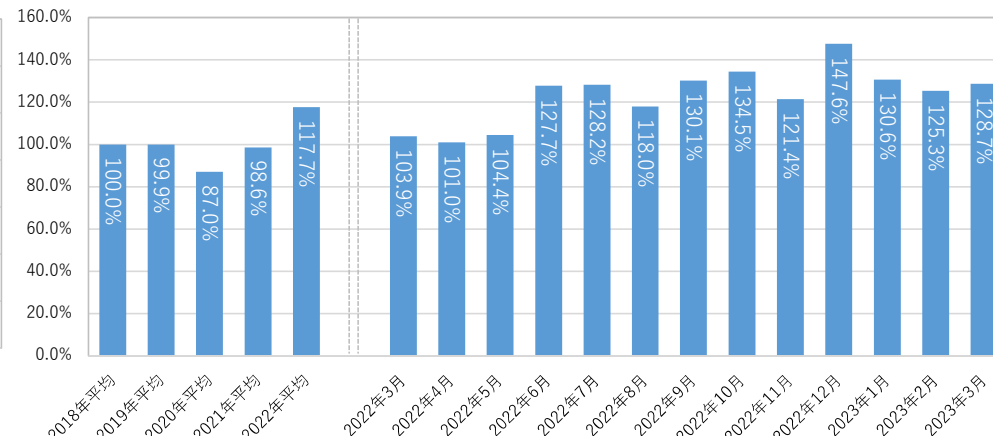
小売・専門店の平均初年度年収



マイナビ「正社員の平均初年度年収推移レポート」より作成

小売・専門店の求人情数推移

※2018年平均値を100%としてグラフ化



マイナビ「正社員の求人情数・応募数推移レポート」より作成

「正社員の初年度年収レポート」における年収集計方法

該当月における、総合転職情報サイト「マイナビ転職」に掲載開始された求人情報から、雇用形態が正社員以外のデータを除き集計。厚生労働省「国民生活基礎調査 所得の分布状況」を元に、所得金額上側1%を本レポートでは外れ値として設定。

マイナビ転職では、初年度年収は各求人ごとに幅をもって記載されているが、当レポートでは各求人に掲載されている初年度年収の下限と上限の中間の値を平均値として「初年度年収」を算出した。

「正社員の求人情数・応募推移レポート」における求人数集計方法

該当月における、弊社総合転職情報サイト「マイナビ転職」に掲載開始された求人情報から、雇用形態が正社員以外のデータを除き集計。