

2020年11月24日 全6頁

# 新型コロナ拡大の影響を探る 消費データブック（11/24号）

個社データ・業界統計・POS データで足元の消費動向を先取り<sup>1</sup>

経済調査部 エコノミスト 山口 茜  
研究員 和田 恵

## [要約]

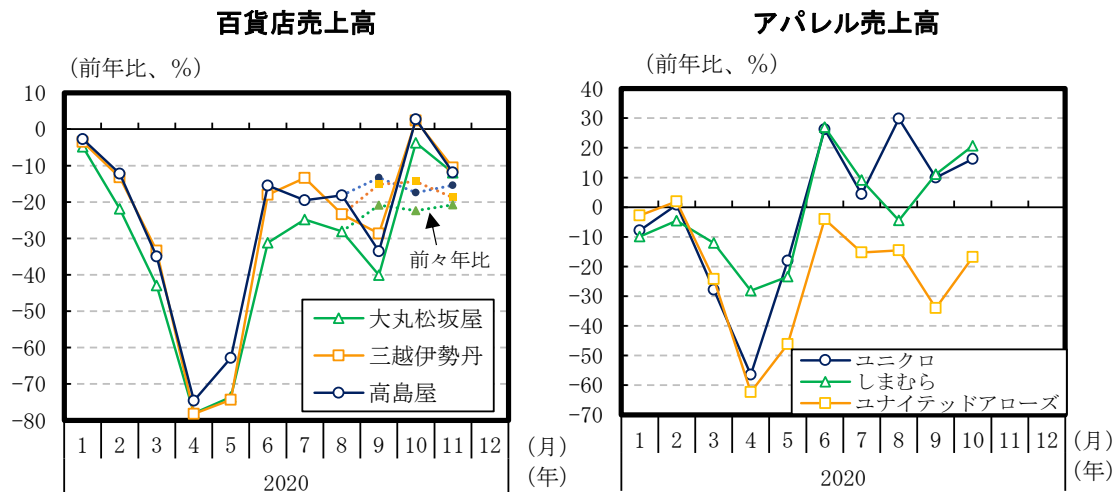
- 11月前半の消費は10月から増加したと見込まれる。財に関して、スーパー、ホームセンター、家電量販店の売上は10月から小幅に増加し、大手百貨店の売上は概ね横ばいであった。財消費全体でも10月から小幅に増加したと見込まれる。また、サービス消費は「Go To キャンペーン」が追い風となり前月から増加したとみられる。ただし、11月後半に入り新型コロナウイルスの感染拡大が深刻化しており、「Go To キャンペーン」が順次見直されている。こうした動きは11月後半以降のサービス消費を下押ししよう。
- 【小売関連】11月前半の大手百貨店の売上伸び率は、前年の消費増税の影響を除いた前々年比ベースで概ね10月並みであった。他方、11月前半のスーパーの売上は前月比+1%程度、ホームセンターは同+3%程度、家電量販店は同+2%程度と、いずれも10月から小幅に増加した。
- 【サービス関連】11月前半の新幹線輸送量は前年比3~5割減程度と10月からマイナス幅が小幅に縮小した。また、11月の旅客機の運航便割合も10月から小幅に上昇した。

<sup>1</sup> 本稿は、速報性の高い個社データ・業界統計・POS データを基に、足元の消費動向を確認する定期レポートである（2020年4月初めから公表開始）。

## <小売関連>

- ◆【百貨店】大手3社の11月前半の既存店売上高伸び率は前年比1割減程度。  
前年の消費増税の影響を除いた前々年比ベースでは10月と同様に2割減程度。
- ◆【アパレル】10月の既存店売上高伸び率は、しまむらとユニクロは前年比2割増程度とプラス幅が拡大、ユナイテッドアローズは同2割減程度とマイナス幅が縮小。  
気温が高かった9月から一転して平年並みの気温となり、秋冬物の販売が好調。

図表1：百貨店・アパレルの売上高



(注1) 百貨店：既存店ベース。11月は15日まで。

色付きのマーカーは前々年比（一部は大和総研による試算値）。

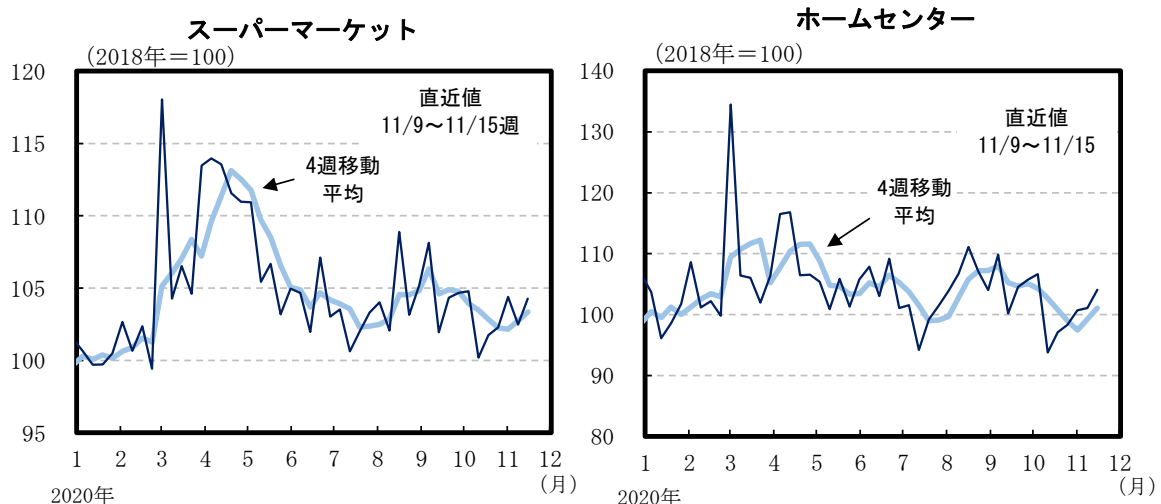
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

しまむらの各月の数値は前月21日から当月20日の集計値、10月以降はオンラインストア含む。

(出所) 各社資料より大和総研作成

- ◆【スーパー】11月前半の売上は10月平均比+1%程度（大和総研による季節調整値）。  
主力の食品売上は前月から横ばい。
- ◆【ホームセンター】11月前半の売上は10月平均比+3%程度（大和総研による季節調整値）。  
雑貨や飲料などの売上が増加。

図表2：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

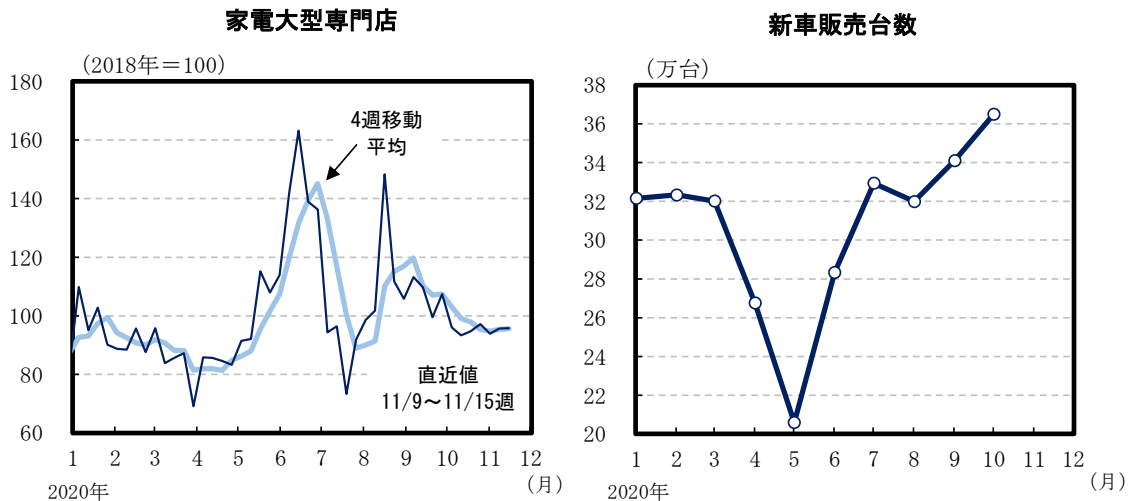


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】11月前半の大手家電量販店の売上は10月平均比+2%程度（大和総研による季節調整値）。9月以降減少傾向が続いていたが、底打ちの兆しが見られる。
- ◆【自動車】10月の新車販売台数は9月から2.4万台増加（大和総研による季節調整値）。

図表3：家電・自動車の売上高

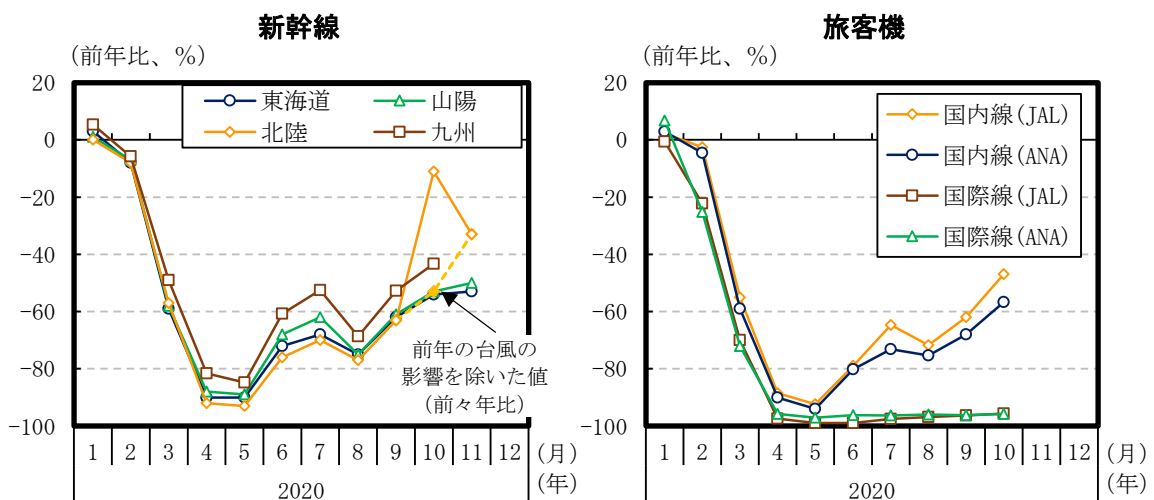


(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。  
(注2) 新車販売台数：月次データ。大和総研による季節調整値。  
(出所) 経済産業省、日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

### <サービス関連>

- ◆【新幹線】11月前半の輸送量は、前年比3~5割減程度と10月からマイナス幅が小幅に縮小。（北陸新幹線の10月分は前年に台風で運休した影響を除くため前々年比を参照。）
- ◆【旅客機】10月の輸送量は、国内線は前年比5~6割減程度と9月からマイナス幅が縮小。国際線は9月と変わらず同95%減程度。11月はANA・JAL両グループで国内線の約3割、国際線の約8割が運休。いずれも運航便の割合は10月から小幅に上昇。

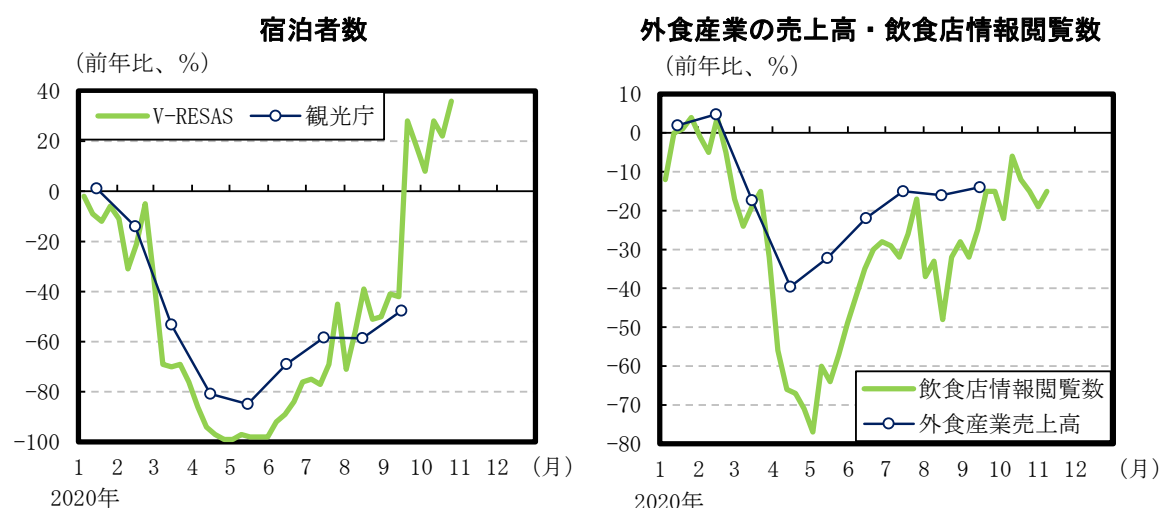
図表4：新幹線・旅客機の利用状況



(注1) 新幹線の11月は、東海道が17日まで、山陽と北陸が15日まで。  
(注2) JAL・ANAのデータはグループ会社を含む数値。  
(出所) JR東海、JR西日本、JR九州、JAL、ANA資料より大和総研作成

- ◆【宿泊】9月の宿泊者数（宿泊日数ベース）は前年比5割減程度とマイナス幅が縮小。  
10月は内閣府が公表しているV-RESASの週次データに基づく、「Go To トラベルキャンペーン」が東京都へ適用拡大されたことから、回復が加速したと推測。  
また、11月前半も新幹線の利用状況などを踏まえると回復傾向が継続したと見込む。  
ただし、11月後半は新型コロナウイルスの感染拡大が深刻化し、「Go To トラベルキャンペーン」が順次見直されていることが重石に。
- ◆【外食】9月上伸び率は前年比15%減程度と8月から変わらず回復が頭打ち。  
業界コメントによると、オフィス街等における宴会需要の低迷が重石に。  
10月はV-RESAS等のデータに基づく、「Go To Eat キャンペーン」開始などの効果により9月から前年比マイナス幅が小幅に縮小したと推測。  
11月前半も同キャンペーンが追い風となり、堅調に推移したと見込む。  
ただし、11月後半は感染状況が急速に悪化しており、感染拡大地域における「Go To Eat キャンペーン」利用者数の制限など、制度が見直されていることが重石に。

図表5：国内宿泊者数／外食産業の売上高・客数



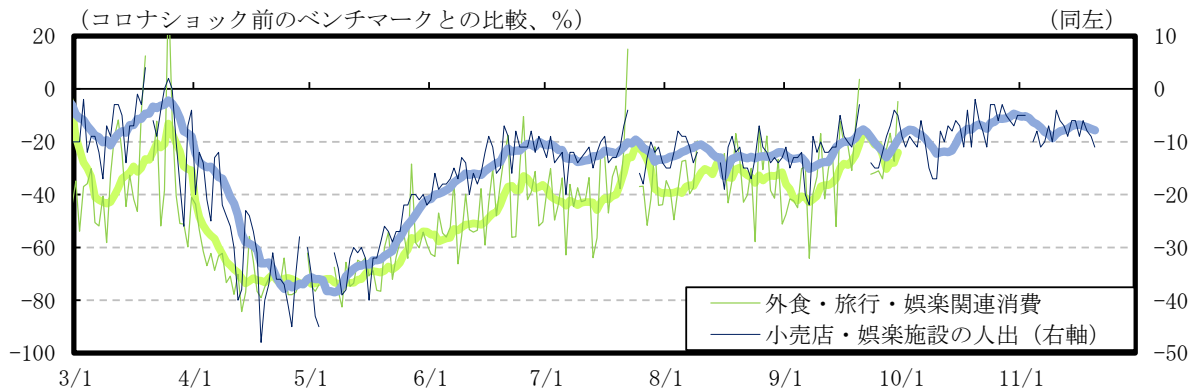
(注) V-RESASのデータは週次、それ以外は月次。

宿泊者数は、観光庁統計は宿泊日数ベース、V-RESASは宿泊開始日ベース。

(出所) 観光庁、一般社団法人日本フードサービス協会統計、V-RESASより大和総研作成

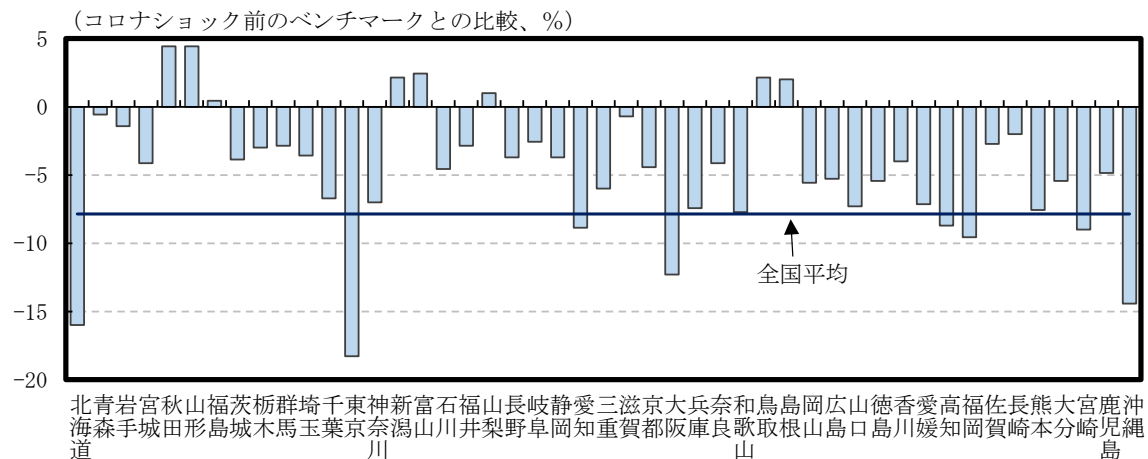
<参考：Google 社の位置情報データ>

図表 6-1：小売店・娯楽施設の人出と外食・旅行・娯楽関連消費



(注) ベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。太線は7日移動平均。外食・旅行・娯楽関連消費は「外食」「交通」「教養娯楽サービス」の合計値。月～金曜日の祝日とお盆のデータは除いている。  
(出所) 総務省統計、Google“COVID-19 Community Mobility Reports”より大和総研作成

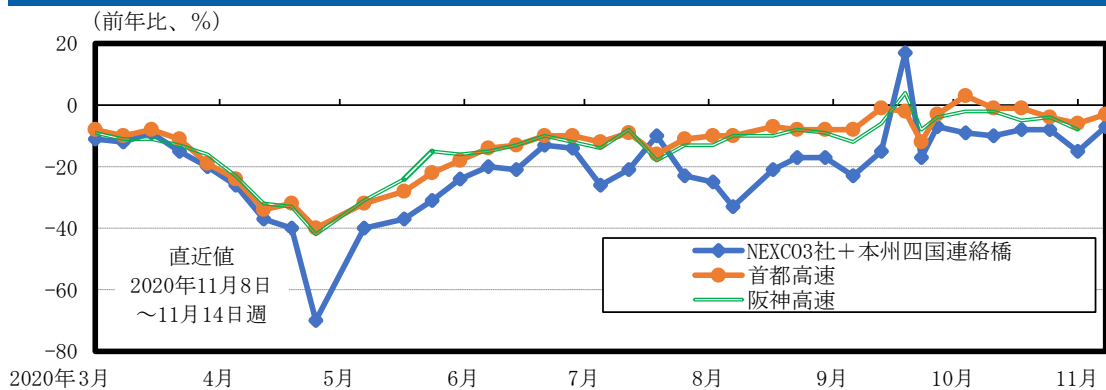
図表 6-2：小売店・娯楽施設の人出 (11/14～11/20 平均、都道府県別)



(注) ベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。  
(出所) Google“COVID-19 Community Mobility Reports”より大和総研作成

<参考：高速道路交通量>

図表 7：高速道路交通量



(注) 週次データ。高速道路交通量のゴールデンウィークとお盆期間、シルバーウィークの前後の週は集計日数が異なる。  
(出所) 国土交通省より大和総研作成

<参考：第3次産業活動指数>

図表8：第3次産業活動指数

