

2020年12月21日 全7頁

新型コロナ拡大の影響を探る 消費データブック（12/21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¹

経済調査部 エコノミスト 山口 茜
研究員 和田 恵

[要約]

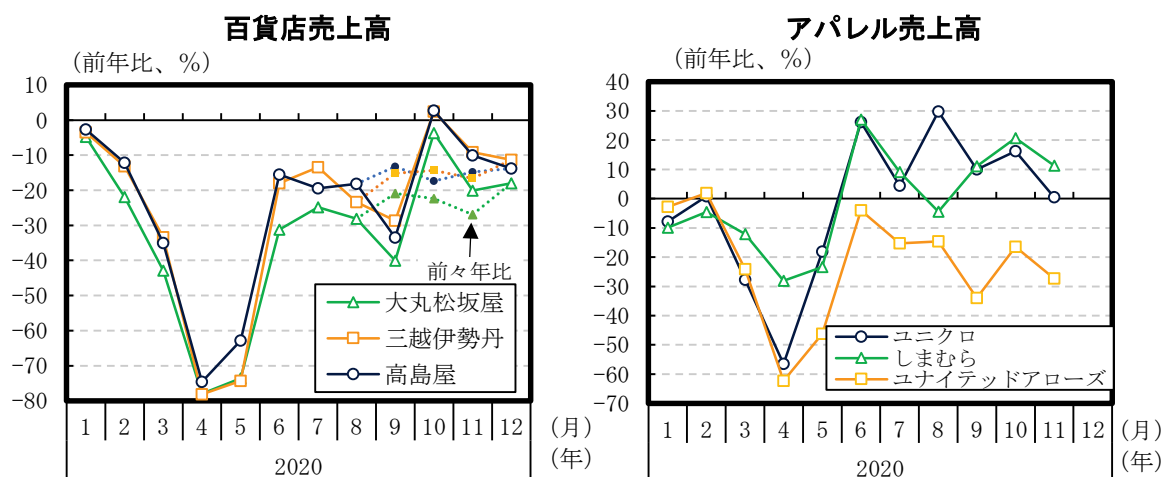
- 12月前半の消費は、財、サービスともに11月から減少したと見込まれる。財に関して、百貨店、スーパー、ホームセンターの売上高は11月から減少した一方、家電量販店の売上高は小幅に増加した。他方、サービスに関しては、新幹線輸送量が11月から小幅に減少した。また、人出や高速道路交通量も11月前半をピークになだらかに減少している。感染再拡大を受けた自粛の要請や「Go To トラベルキャンペーン」の一時停止の影響が表れたとみられる。
- 【小売関連】12月前半の大手百貨店の売上高伸び率は、11月から小幅に低下した。また、12月前半のスーパーの売上高は11月平均比▲1%程度、ホームセンターは同▲3%程度と、いずれも小幅に減少した。他方、家電量販店は同+1%程度と11月から小幅に増加した。
- 【サービス関連】12月前半の輸送量は、前年比4~6割減程度と11月からマイナス幅が小幅に拡大した。外食・旅行・娯楽関連消費と連動している小売店・娯楽施設の人出は、月平均で見ると11月から減少していることから、今後公表される12月の宿泊者数、外食売上、旅客機輸送量でも前年比マイナス幅の拡大が見込まれる。

¹ 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12月前半の既存店売上高伸び率は前年比1~2割減程度。三越伊勢丹と高島屋の前年比マイナス幅が11月から小幅に拡大。
- ◆【アパレル】11月の既存店売上高伸び率は、しまむらが前年比1割増程度、ユニクロが横ばいと、ともにプラス幅が縮小。ユナイテッドアローズは同3割減程度とマイナス幅が拡大。月前半は好調だったものの、後半は平年より気温が高かったことによる冬物商品の販売の不振や、新型コロナウイルスの感染再拡大が重石に。

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。12月は14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）。

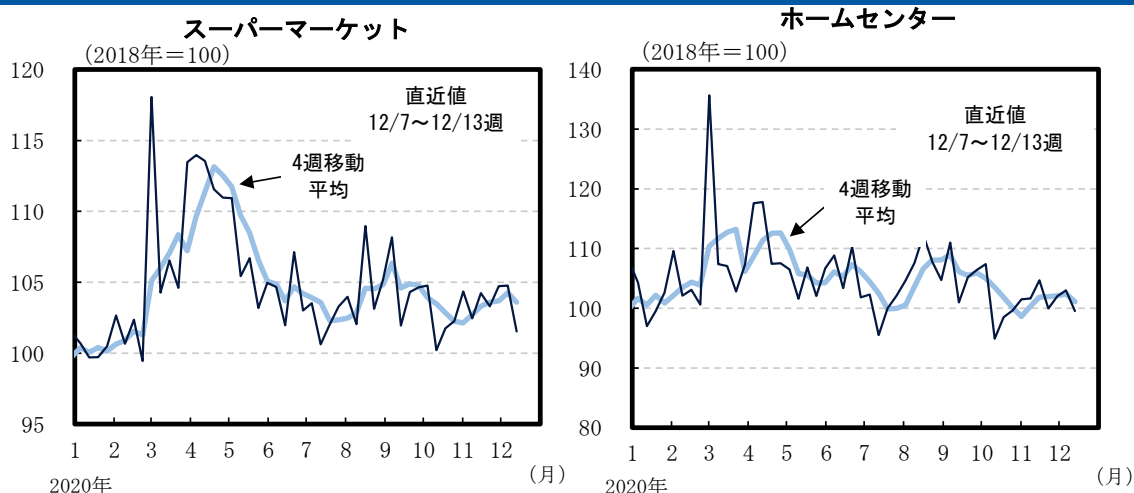
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】12月前半の売上高は11月平均比▲1%程度（大和総研による季節調整値）。主力の食品売上高は11月平均比▲1%程度。
- ◆【ホームセンター】12月前半の売上高は11月平均比▲3%程度（大和総研による季節調整値）。雑貨などの幅広い品目で売上が減少。

図表2：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

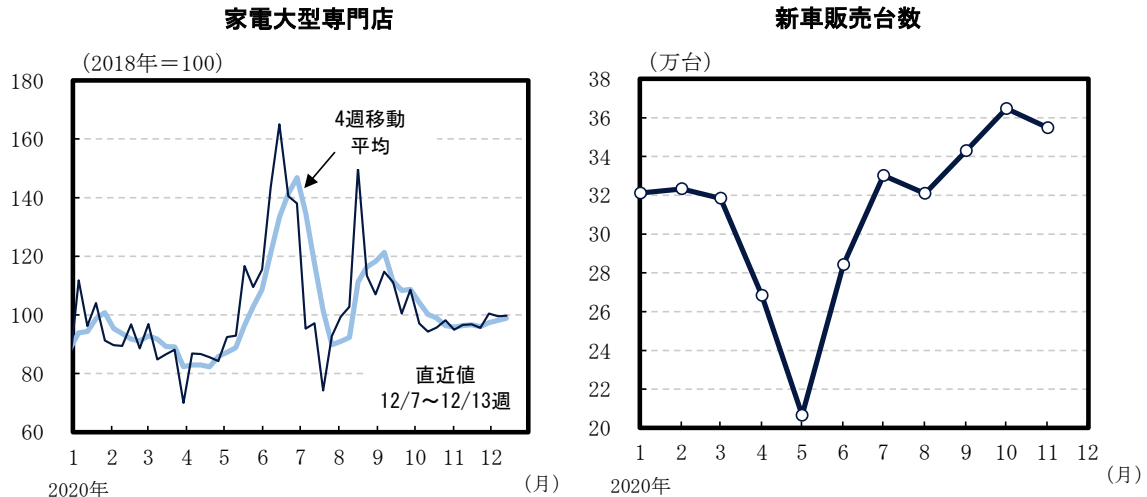


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】12月前半の大手家電量販店の売上高は11月平均比+1%程度（大和総研による季節調整値）。カラーテレビの販売が増加した。
- ◆【自動車】11月の新車販売台数は10月から1万台減少（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。

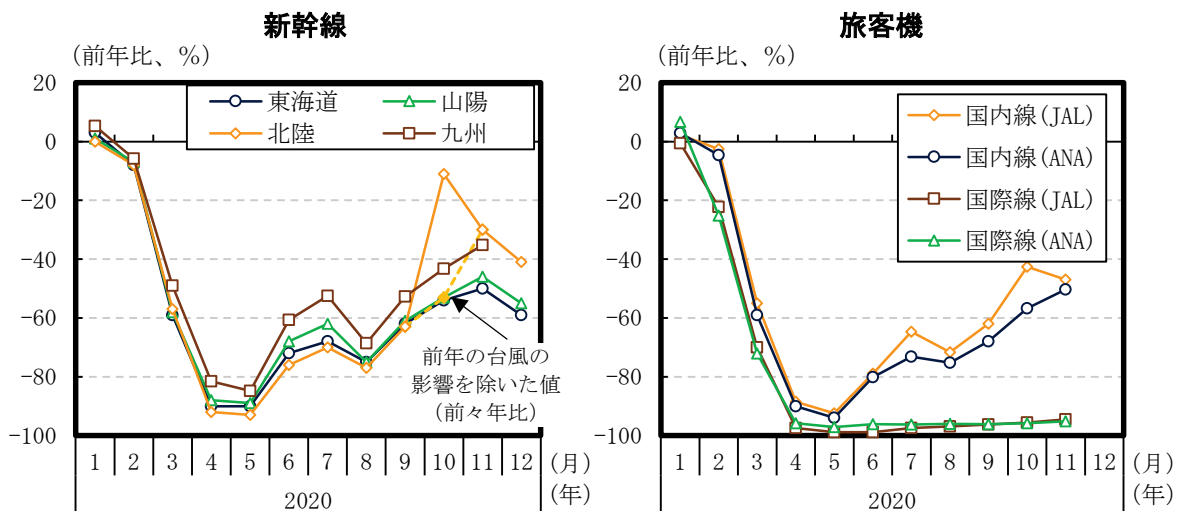
(注2) 新車販売台数：月次データ。大和総研による季節調整値。

(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】12月前半の輸送量は、前年比4~6割減程度と11月からマイナス幅が小幅に拡大。
- ◆【旅客機】11月の輸送量は、国内線は前年比5割減程度、国際線は同95%減程度と、ともに10月から変化なし。年末年始（12月25日~1月3日）の予約数（12月18日時点）は、国内線で同4~5割減程度、国際線で同95%減程度。

図表4：新幹線・旅客機の利用状況



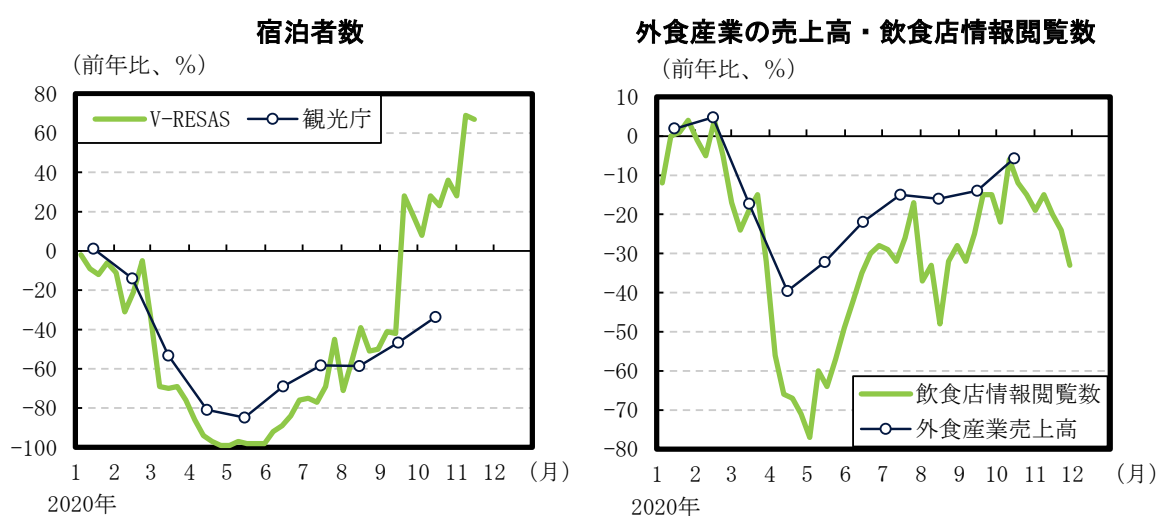
(注1) 新幹線の12月は、東海道が16日まで、山陽・北陸が14日まで。

(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】10月の宿泊者数（宿泊日数ベース）は前年比3割減程度とマイナス幅が縮小。「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等が追い風に。11月後半以降は新型コロナウイルスの感染拡大が深刻化し、同キャンペーンが一部制限されたことが重石となったと推測する。
- ◆【外食】10月上伸び率は前年比6%減程度と9月からマイナス幅が縮小。業界コメントによると、自粛緩和ムードや飲食消費回復への支援策が追い風に。ただし、「Go To Eat キャンペーン」のオンライン予約に関連した登録料や手数料がかかるため、企業のキャッシュフローは売上ほどには改善していない可能性。11月後半以降は感染状況が急速に悪化し、感染拡大地域において同キャンペーンの利用者数が制限されたこと等が重石となったと見込む。

図表5：国内宿泊者数／外食産業の売上高・客数



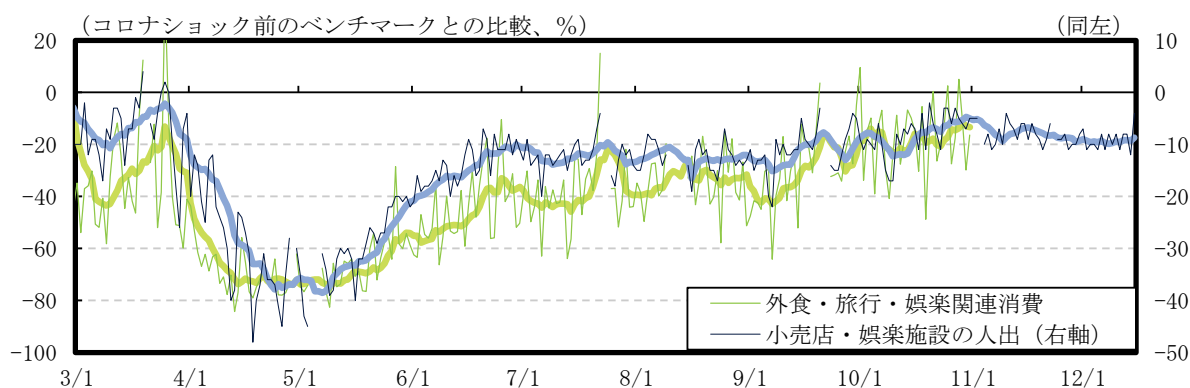
(注) V-RESASのデータは週次、それ以外は月次。

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

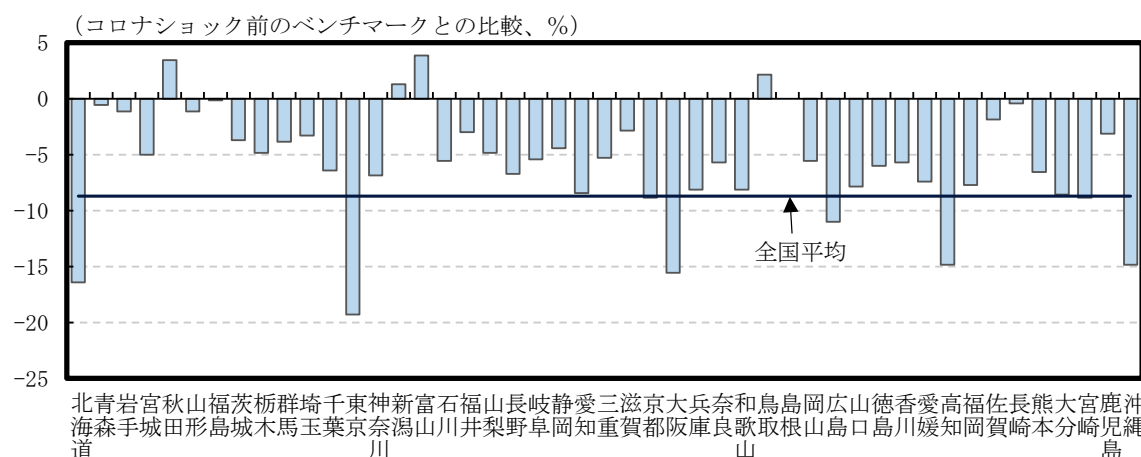
<参考：Google 社の位置情報データ>

図表 6-1：小売店・娯楽施設の入出と外食・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

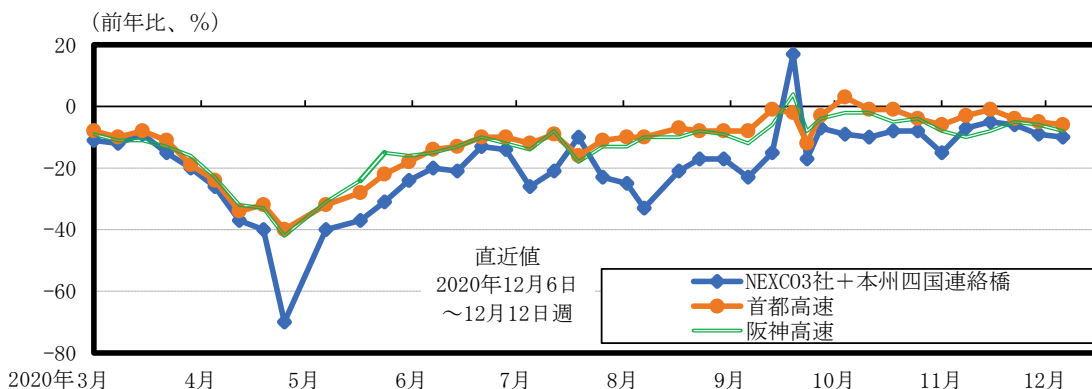
図表 6-2：小売店・娯楽施設の入出 (12/9～12/15 週平均、都道府県別)



(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

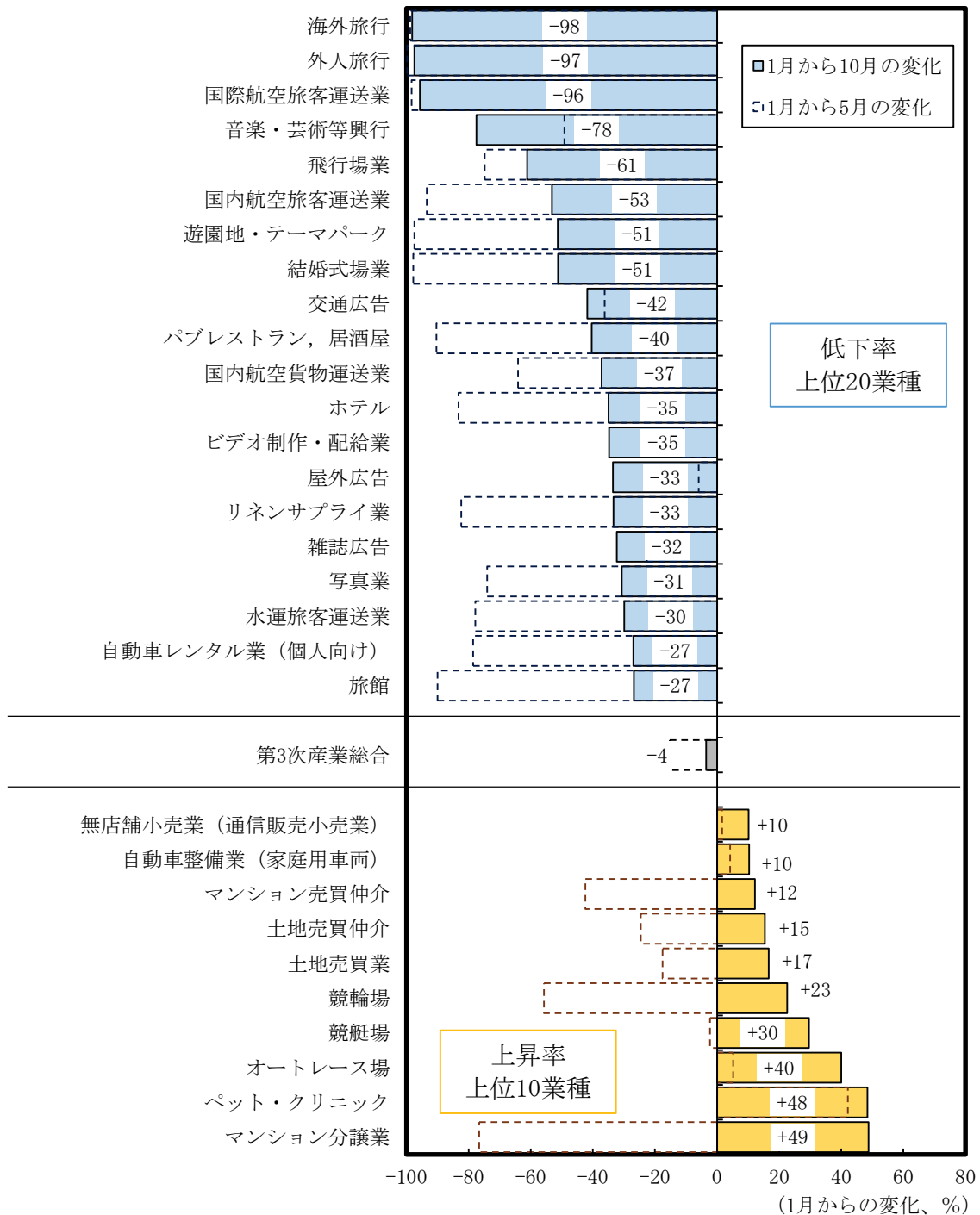


(注) 週次データ。高速道路交通量のゴールデンウィークとお盆期間、シルバーウィークの前後の週は集計日数が異なる。

(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

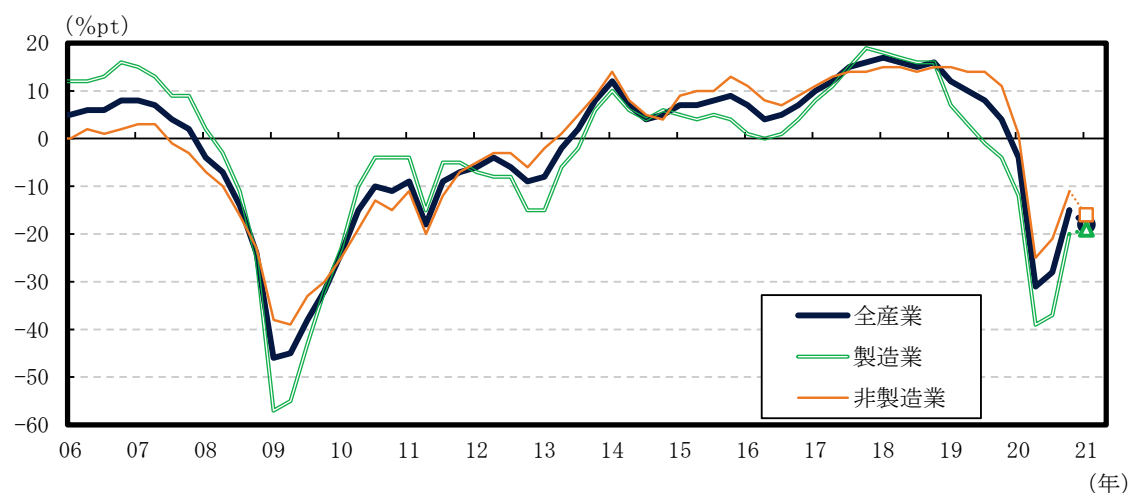


(注) 季節調整値。図中の数値は1月から10月の変化率。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

<参考：日銀短観²>

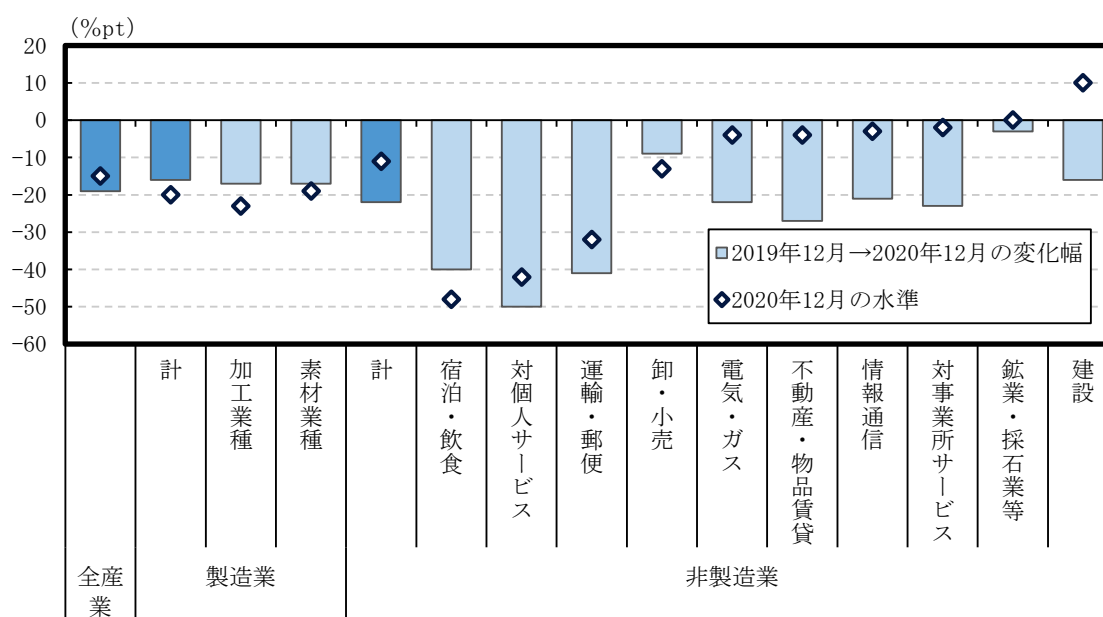
図表 9-1: 業況判断 DI の推移



(注) 全規模計。白抜きは業況判断DI (先行き) の数値。

(出所) 日本銀行統計より大和総研作成

図表 9-2: 業況判断 DI のコロナショック前との比較



(注) 全規模計。

(出所) 日本銀行統計より大和総研作成

² 詳しくは、山口茜「[2020年12月日銀短観](#)」(2020年12月14日、大和総研レポート)を参照。