

2021年1月7日 全5頁

新型コロナ拡大の影響を探る 消費データブック（1/7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]

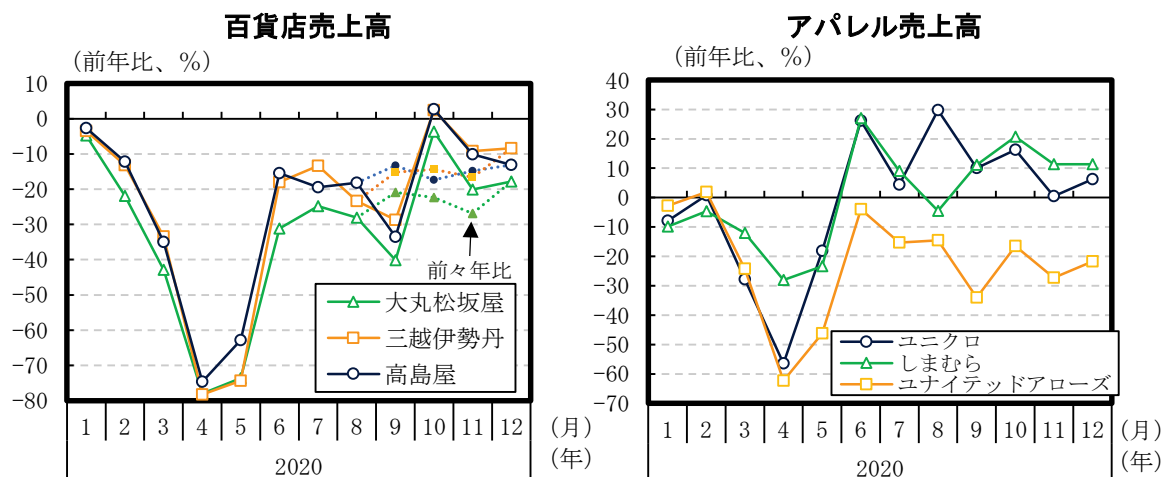
- 12月の消費は、11月から減少したとみられる。財消費は横ばいで推移した一方、サービス消費は減少したと推測する。財は業態によりまちまちであった。ホームセンターの売上高は11月から減少した一方、家電量販店の売上高や新車販売台数は小幅に増加し、スーパーは概ね横ばいであった。他方、サービスに関しては、新幹線輸送量が11月から小幅に減少した。また、人出や高速道路交通量も11月前半をピークに振れを伴いながらも減少している。感染再拡大を受けた帰省の自粛や、「Go To トラベルキャンペーン」の一時停止の影響が表れたとみられる。
- 【小売関連】12月のホームセンターの売上高は前月比▲1%程度と小幅に減少した。一方、家電量販店の売上高は同+1%程度、新車販売台数は同+2%程度と小幅に増加し、アパレル各社の売上伸び率は上昇した。また、大手百貨店の売上高伸び率は概ね前月並み、スーパーの売上高は11月と同程度であったとみられる。
- 【サービス関連】12月の新幹線輸送量は、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月の既存店売上高伸び率は前年比1~2割減程度。大丸松坂屋と三越伊勢丹の前年比マイナス幅が11月から小幅に縮小。
- ◆【アパレル】12月の既存店売上高伸び率は、ユニクロが前年比1割増程度とプラス幅が拡大。しまむらが横ばい。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。平年より気温が低かったことによる冬物商品の販売が好調。

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。

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）。

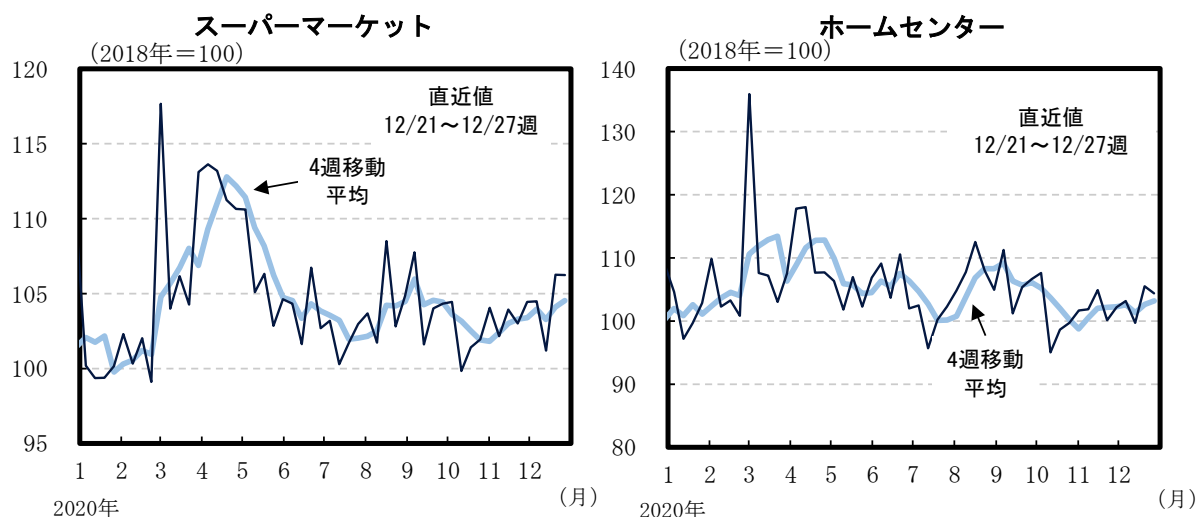
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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月の売上高は11月から横ばい（大和総研による季節調整値）。主力の食品売上高も11月から変わらず。
- ◆【ホームセンター】12月の売上高は前月比▲1%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

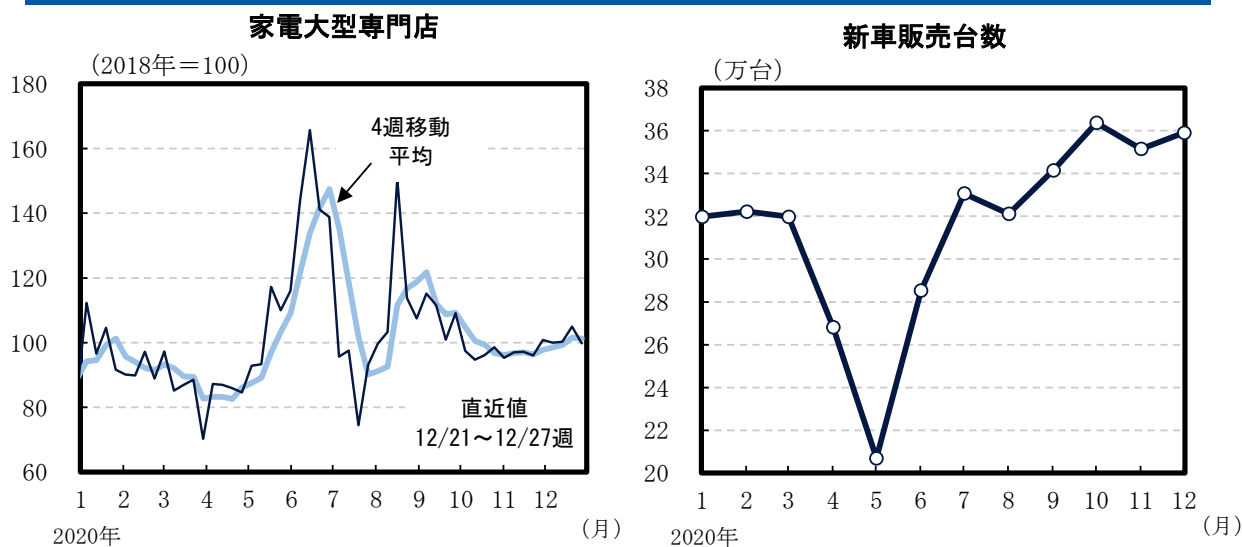


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】12月の大手家電量販店の売上高は前月比+1%程度（大和総研による季節調整値）。カラーテレビやエアコンの販売が増加した。
- ◆【自動車】12月の新車販売台数は11月から8千台増加（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。

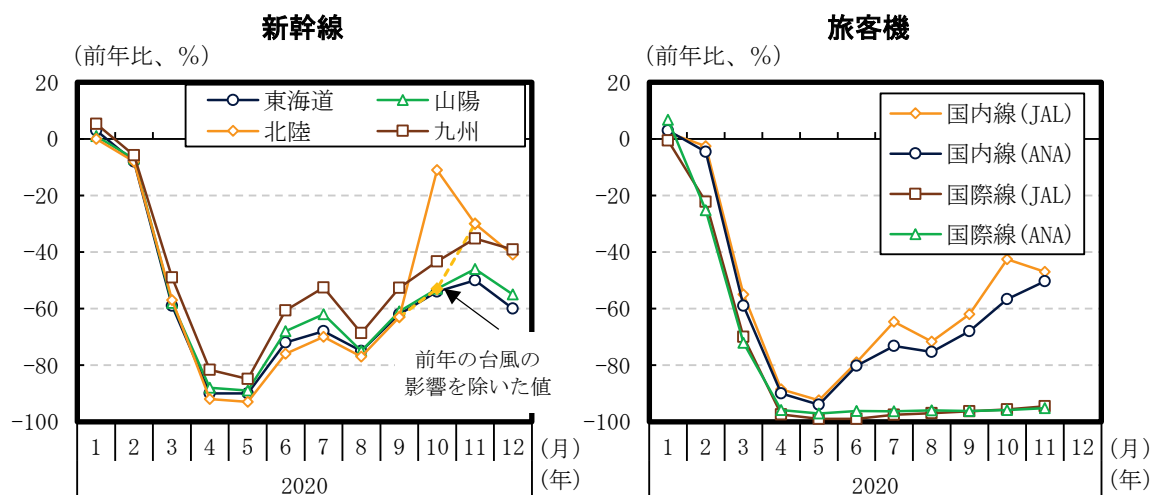
(注2) 新車販売台数：月次データ。大和総研による季節調整値。

(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】12月の輸送量は、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、ともにマイナス幅は10月から変化なし。年末年始（12月25日~1月3日）の輸送量は、国内線で同6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



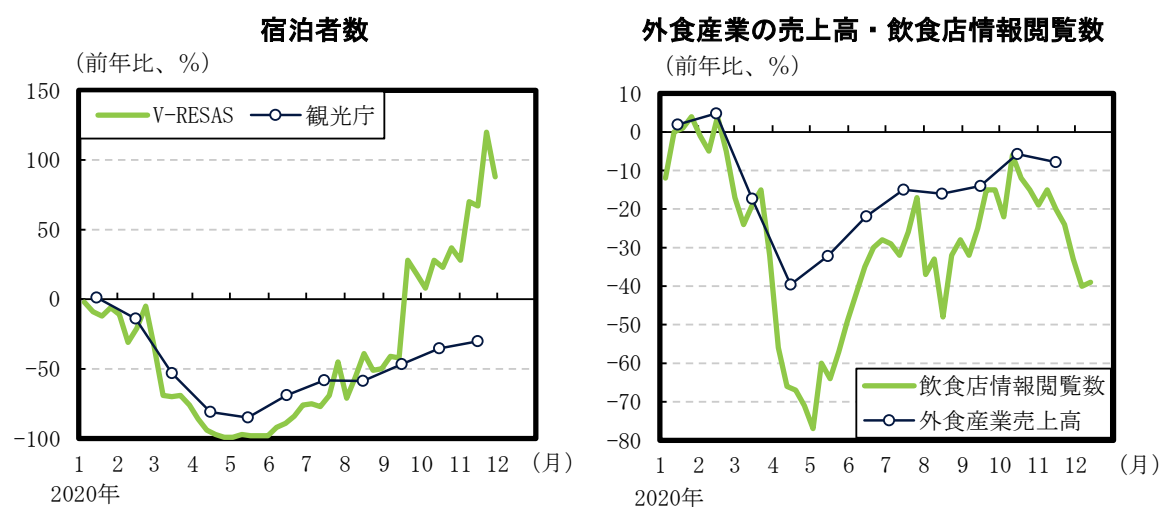
(注1) 新幹線の12月は、東海道が22日まで、九州が19日まで、山陽・北陸が14日まで。

(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】11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小幅に縮小。「Go To トラベルキャンペーン」を追い風に、21日～23日の3連休を中心に回復。12月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時停止されたことが重石となったと推測。
- ◆【外食】11月上伸び率は前年比8%減程度と10月からマイナス幅が拡大。10月まで回復傾向が続いていたものの、営業時間短縮要請により小幅な悪化に転じた。12月は「Go To Eat キャンペーン」の制限や一時停止のほか、営業時間短縮要請の継続や感染拡大による忘年会の自粛等が重石となり、マイナス幅の更なる拡大を見込む。

図表5：国内宿泊者数／外食産業の売上高・客数



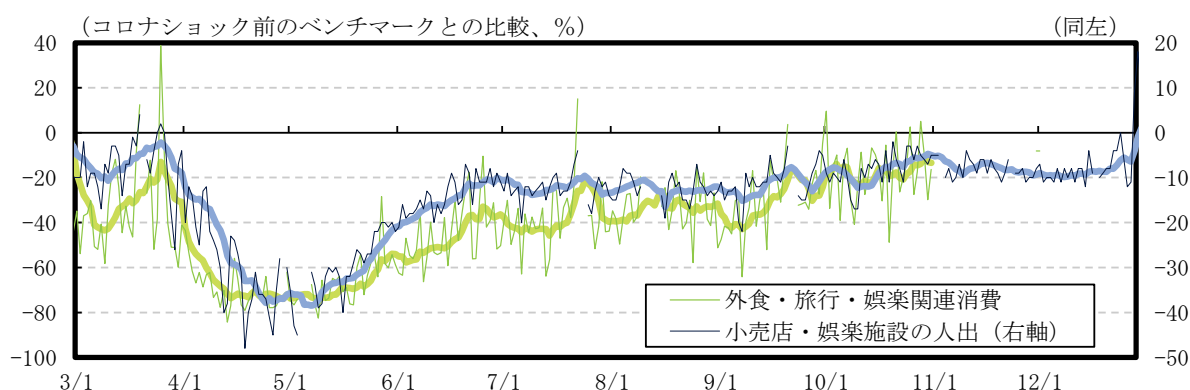
(注) V-RESASのデータは週次、それ以外は月次。

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

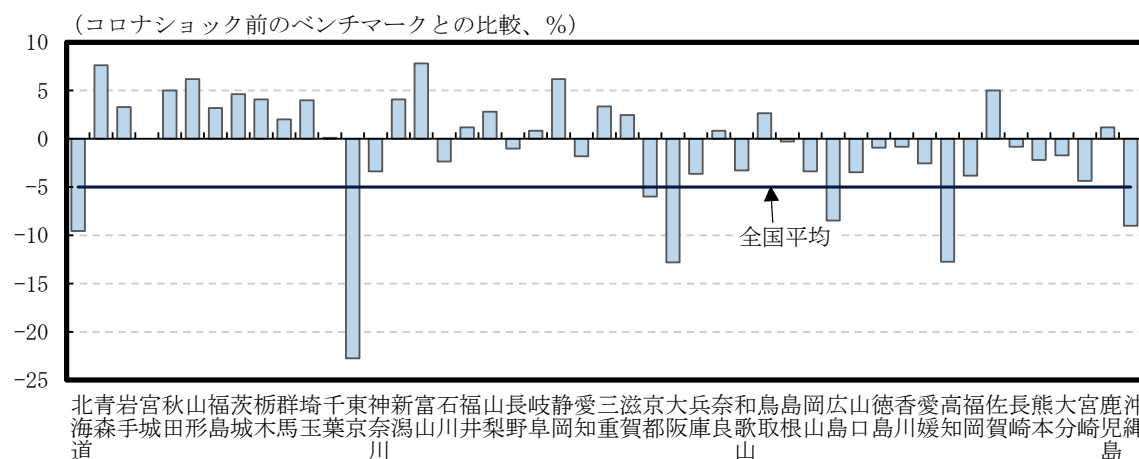
<参考：Google 社の位置情報データ>

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

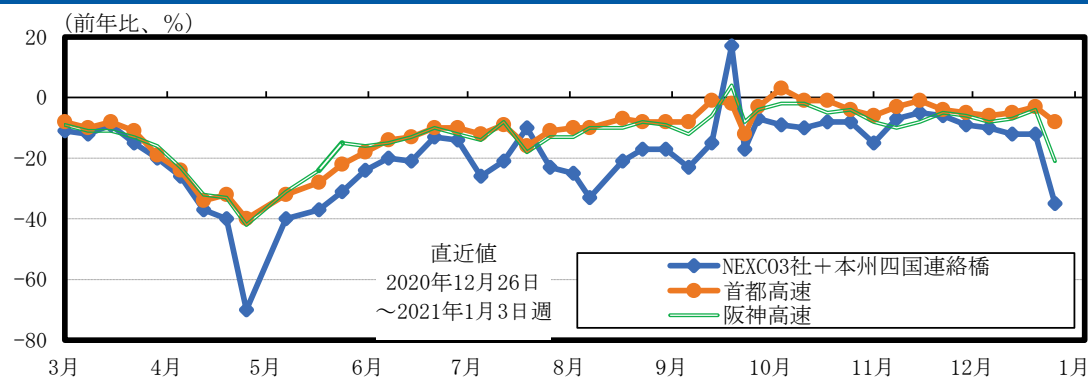
図表 6-2：小売店・娯楽施設の人出 (12/22～12/28 週平均、都道府県別)



(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、年末年始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