

2022年2月4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（2022/2/4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

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄大郎

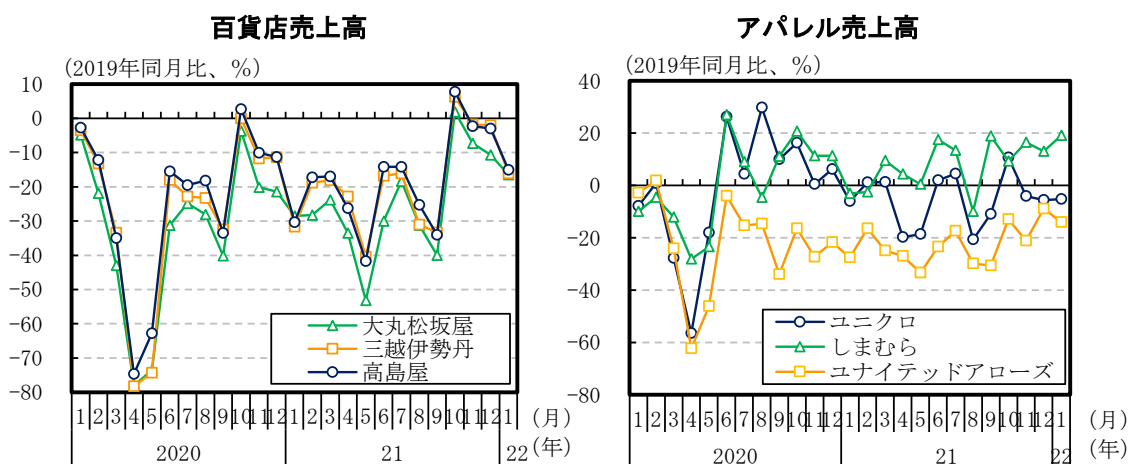
[要約]

- 2022年1月の消費は2021年12月から減少したとみられる。財消費は小幅に伸長したものの、サービス消費は新型コロナウイルスのオミクロン株感染拡大を受け、大幅に減少した可能性が高い。小売店・娯楽施設の人出は全国平均では12月下旬にコロナショック前の水準を上回っていたが、2022年に入ると急速に減少した。これと連動する傾向にある外食・旅行・娯楽関連消費も大幅に減少したとみられる。
- 【小売関連】2022年1月の大手百貨店3社の既存店売上高は感染拡大前である2019年同月比で約2割減となった。感染の再拡大を受け客数が落ち込み、伸び率は2021年12月と比べマイナス幅が拡大した。他方、スーパーマーケットの売上高は前月比+5.7%、大手家電量販店は同+7.1%と堅調だった。ホームセンターも同+4.4%となった。ホームセンターは9月以降減少基調が続いていたが、足元では底打ち感が強まった。
- 【サービス関連】2022年1月の新幹線輸送量は2019年同月比で4割減と2021年12月からマイナス幅が拡大した。12月の旅客機の国内線輸送量は2019年同月比3~4割減程度、宿泊者数（宿泊日数ベース）は同▲16%と、いずれも11月からマイナス幅が縮小した。他方、12月の外食産業の売上高伸び率は同▲7%と、マイナス幅は11月から概ね横ばいとなった。飲食店情報閲覧数を見ると、感染拡大やそれに伴うまん延防止等重点措置の適用を受け、1月に急減した。外食産業売上高も1月に大幅に減少したとみられる。

＜小売関連＞

- ◆【百貨店】 大手 3 社の 1 月の既存店売上高伸び率は新型コロナウイルス感染拡大前である 2019 年同月比で約 2 割減。感染の再拡大を受け客数が落ち込み、12 月と比べマイナス幅が拡大。
- ◆【アパレル】 1 月のアパレル 3 社の既存店売上高はまちまちの結果。気温の低下を受け、冬物商品の販売が好調。ユニクロは入荷遅延の影響で伸び悩んだ。しまむらは 20 日までの集計であり、下旬の感染拡大による客数減少の影響が織り込まれていない点には留意が必要。

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。

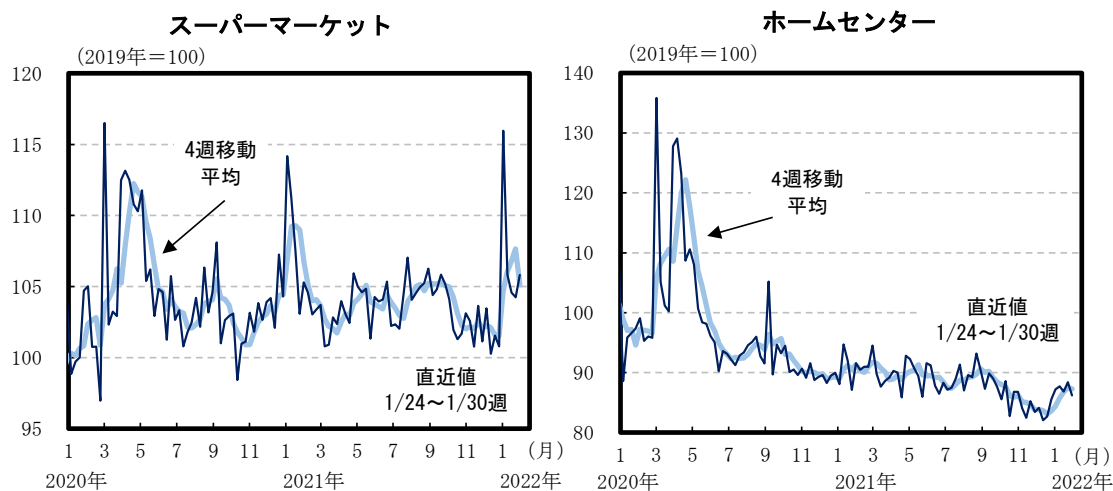
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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、2020年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】 1 月の売上高は前月比+5.7% (大和総研による季節調整値) と大幅に増加。食品や化粧品など幅広い品目が押し上げ。
- ◆【ホームセンター】 1 月の売上高は前月比+4.4% (大和総研による季節調整値)。飲料や化粧品が好調。このところ減少基調が続いていたが、足元では底打ち感が強まる。

図表 2：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

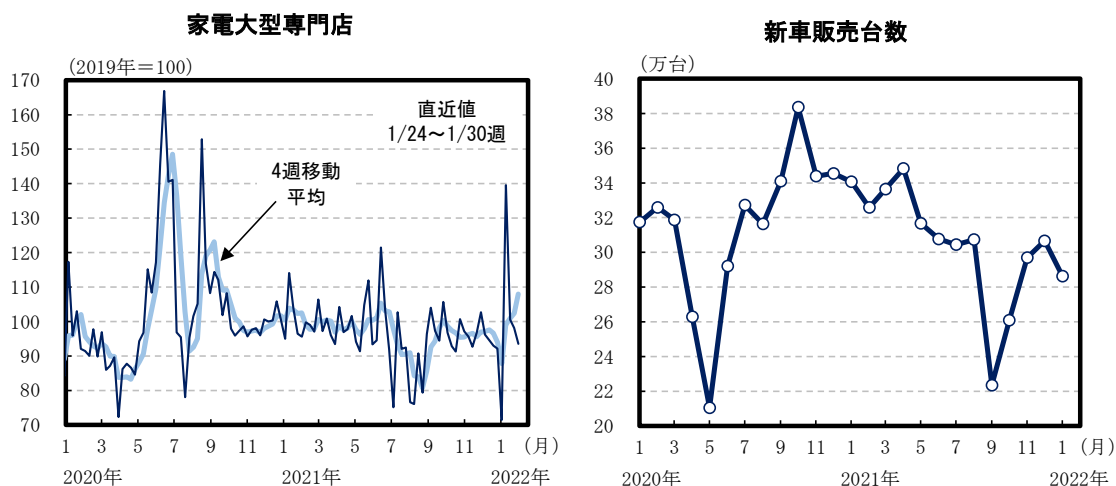


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】 1月の大手家電量販店の売上高は前月比+7.1%（大和総研による季節調整値）。パソコンは落ち込んだものの、テレビ、冷蔵庫、洗濯機などが増加。
- ◆【自動車】 1月の新車販売台数は前月比▲6.6%（大和総研による季節調整値）と4カ月ぶりに減少。感染拡大による国内仕入先での部品供給不足で工場の稼働が停止された。

図表3：家電・自動車の売上高



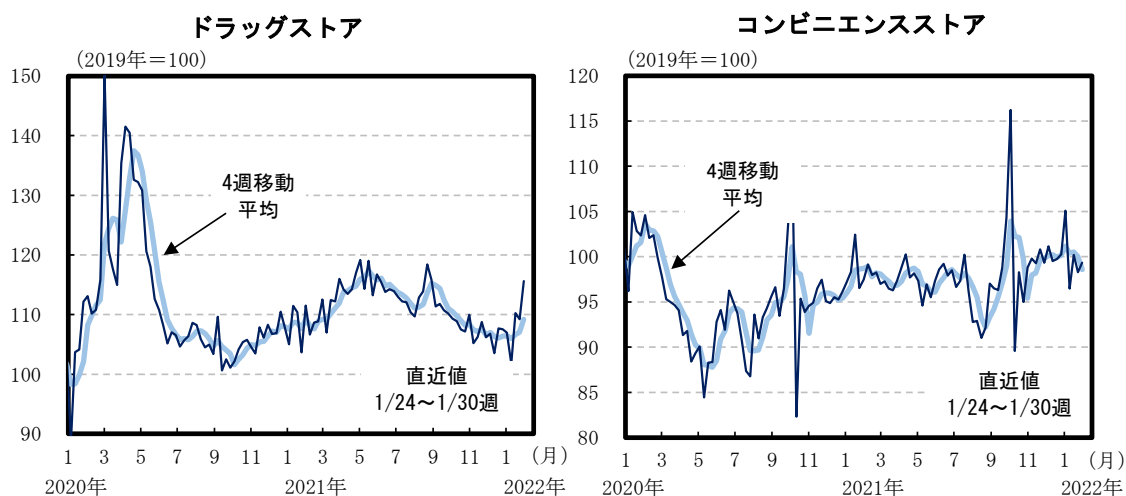
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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

- ◆【ドラッグストア】 1月の売上高は前月比+2.2%（大和総研による季節調整値）。飲料やヘルスケア関連が増加。感染拡大で売上高は底打ちの兆し。
- ◆【コンビニエンスストア】 1月の売上高は前月比▲0.3%（大和総研による季節調整値）。食品やヘルスケア関連が減少。

図表4：ドラッグストア・コンビニエンスストアの売上高



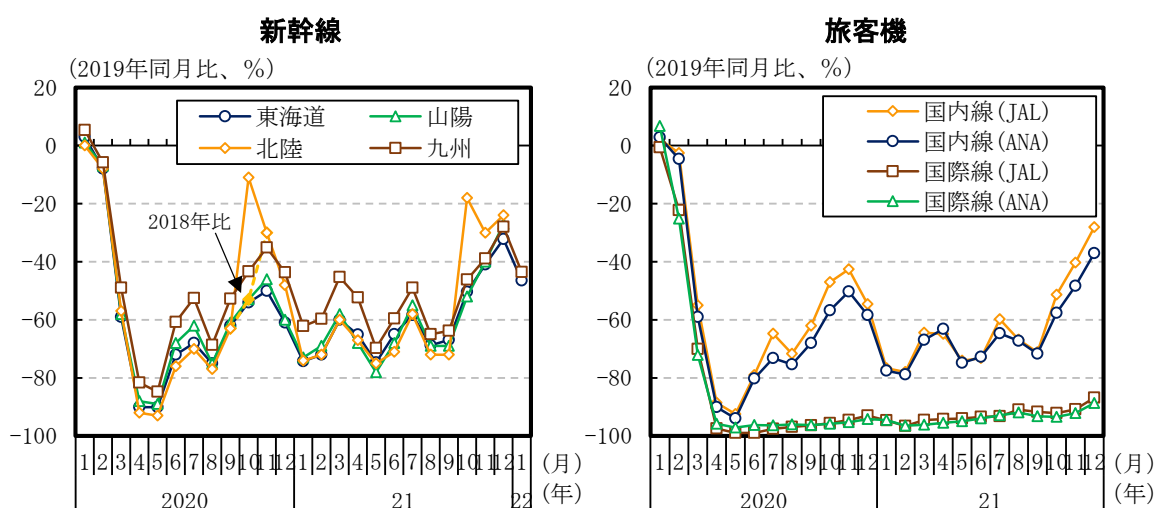
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

<サービス関連>

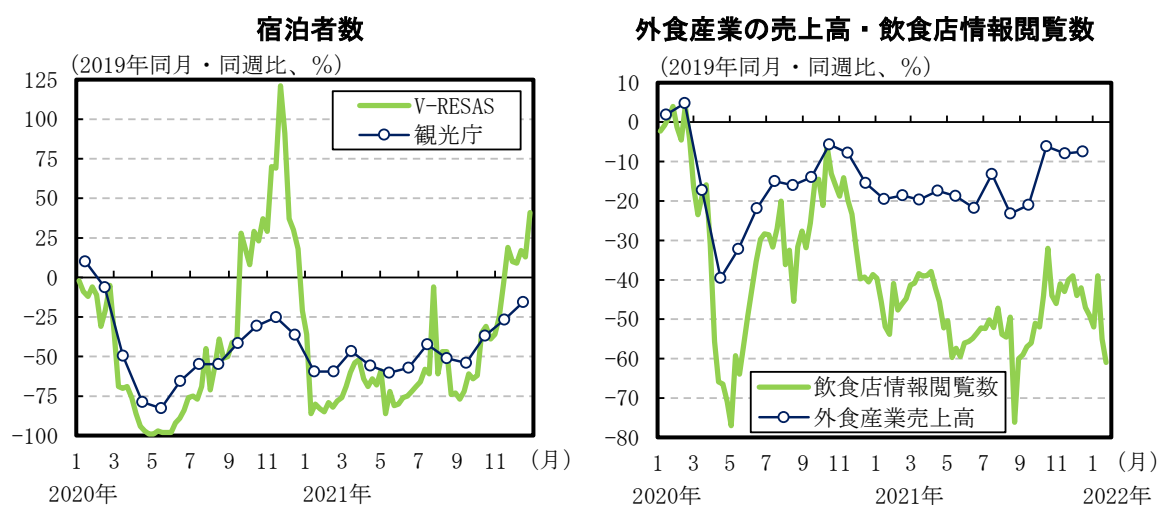
- ◆【新幹線】1月の輸送量は2019年同月比で4割減と12月からマイナス幅が拡大。感染拡大によって需要は減少基調に転換。
- ◆【旅客機】12月の輸送量は、国内線は2019年同月比3~4割減程度と11月からマイナス幅が縮小。感染拡大を受け、2月の減便率は計画比で2~3割程度と需要減少を見込む。

図表5：新幹線・旅客機の利用状況



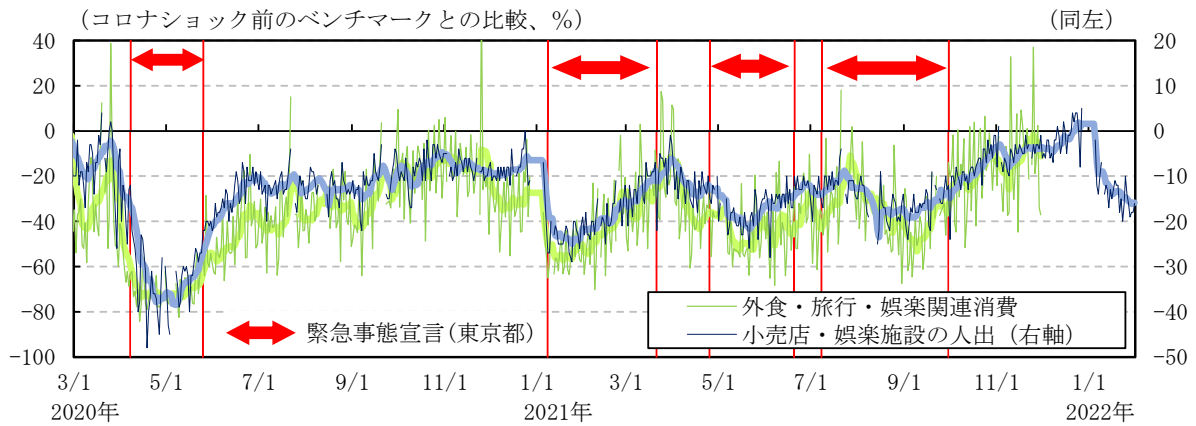
- ◆【宿泊】12月の宿泊者数(宿泊日数ベース)は2019年同月比▲16%と11月からマイナス幅が縮小。V-RESAS(宿泊開始日ベース)では12月下旬に2019年同週比で大幅増。
- ◆【外食】12月の外食産業の売上高伸び率は2019年同月比▲7%と11月からマイナス幅は横ばい。1月の飲食店情報閲覧数は感染拡大を受けて急減。

図表6：国内宿泊者数／外食産業の売上高・飲食店情報閲覧数



<参考：人出・高速道路交通量>

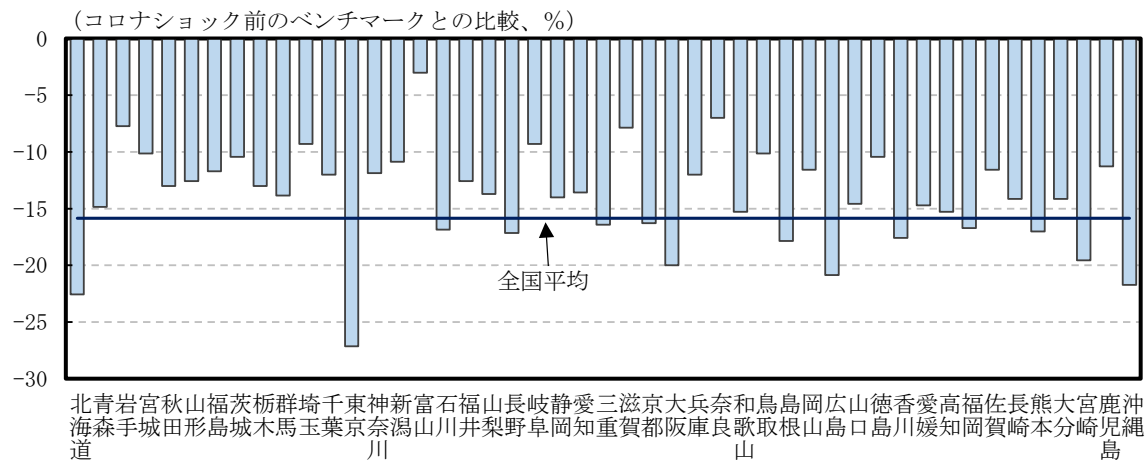
図表 7-1：小売店・娯楽施設の人出（直近値 1/31）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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、年末年始のデータは除いている。

(出所) 総務省統計、Google “COVID-19 Community Mobility Reports”、CEICより大和総研作成

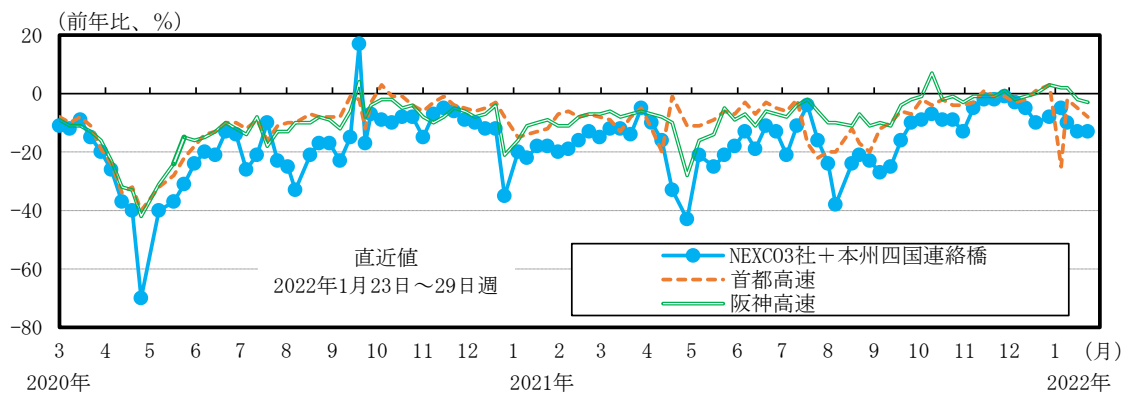
図表 7-2：小売店・娯楽施設の人出（1/25～1/31 平均、都道府県別）



(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”、CEICより大和総研作成

図表 8：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