

2022年2月22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（2022/2/22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

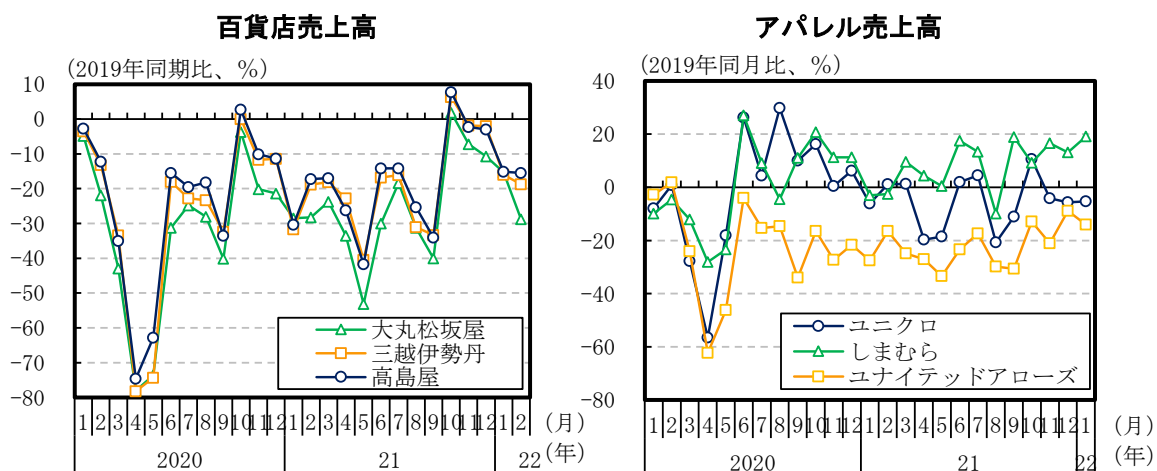
【要約】

- 2022年2月前半の消費は1月から減少したとみられる。財消費は耐久財を中心に弱さが見られ、1月から減少したようだ。サービス消費も新型コロナウイルスのオミクロン株の感染拡大を受け、大幅に減少した可能性が高い。小売店・娯楽施設の人出は2022年に入ると急速に減少し、これと連動する傾向にある外食・旅行・娯楽関連消費も2月中旬までは大幅に減少したとみられる。ただし、足元の小売店・娯楽施設の人出は下げ止まった。
- 【小売関連】2022年2月前半の大手百貨店3社の既存店売上高は感染拡大前である2019年同期比で約2~3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1月からマイナス幅が拡大した。家電量販店の売上高は主要品目が軒並み振るわず、前月平均比▲11.7%と大幅に減少した。他方、スーパーマーケットは同▲0.1%、コンビニエンスストアは同+0.6%と前月からおおむね横ばいであった。ドラッグストアは同+4.3%と感染拡大によって売上高が持ち直した。
- 【サービス関連】2022年2月前半の新幹線輸送量は2019年同期比で6~7割減と1月からマイナス幅が急拡大した。1月の旅客機の国内線輸送量は2019年同月比5割減、1月前半の宿泊者数（宿泊開始日ベース）は2019年同週比3割減程度と、いずれも12月からマイナス幅が拡大した。2月の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て急減した。外食産業売上高は1月以降、大幅に減少したとみられる。

＜小売関連＞

- ◆【百貨店】 大手 3 社の 2 月前半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 年同期比で約 2～3 割減。感染拡大を受け客数が落ち込み、1 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。2022年2月は14日まで。

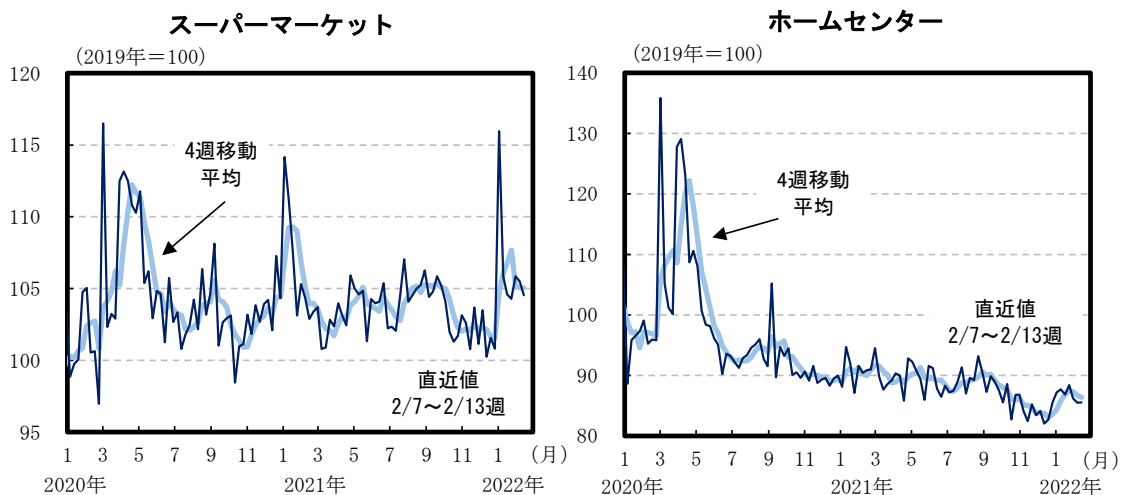
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】 2 月前半の売上高は前月平均比▲0.1%（大和総研による季節調整値）とほぼ横ばい。飲食料品が押し上げるも、化粧品などが押し下げ。
- ◆【ホームセンター】 2 月前半の売上高は前月平均比▲2.0%（大和総研による季節調整値）。飲料や雑貨が押し下げ。このところの増加基調が一服。

図表 2：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

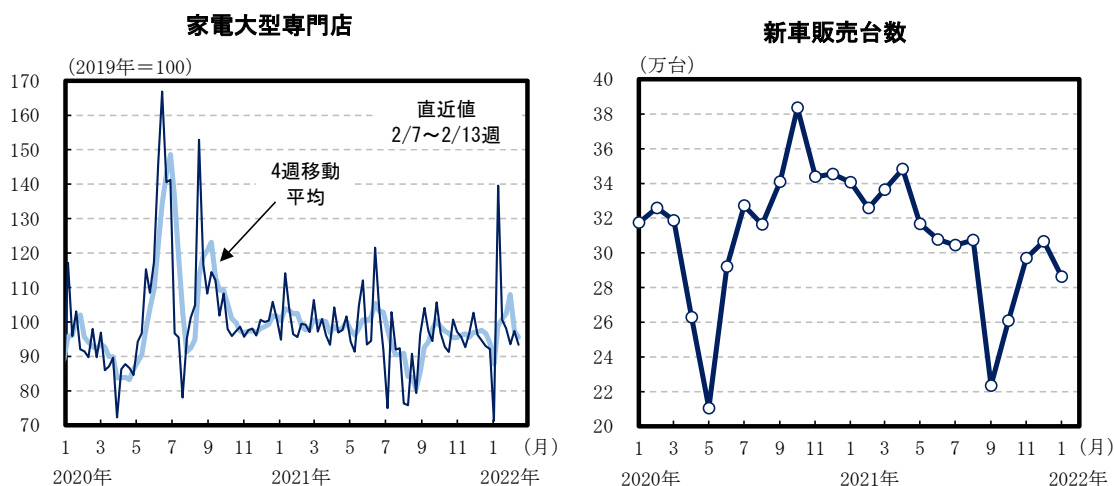


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】 2月前半の大手家電量販店の売上高は前月平均比▲11.7%（大和総研による季節調整値）と大幅に減少。前月に大幅に増加した反動が見られ、主要品目が軒並み減少。
- ◆【自動車】 1月の新車販売台数は前月平均比▲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



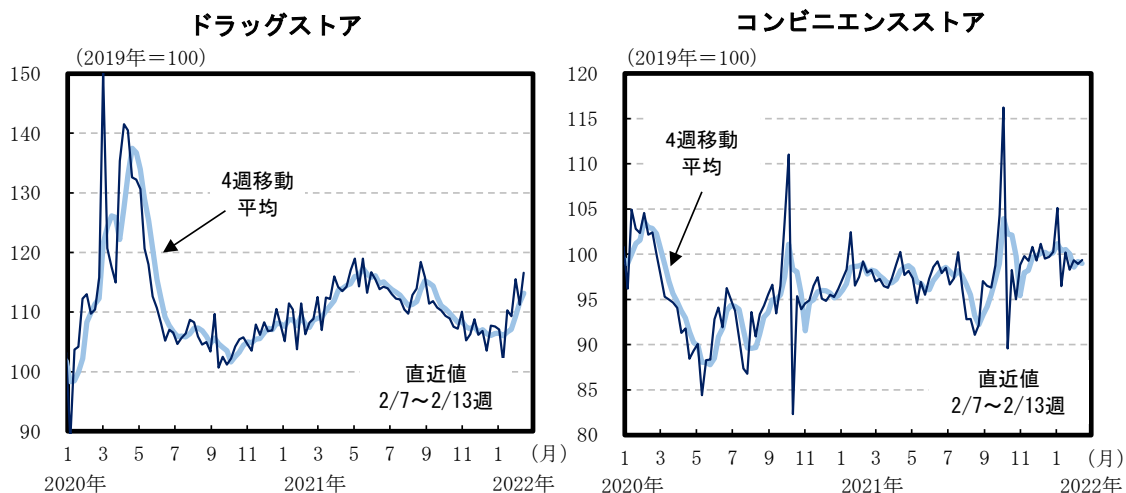
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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】 2月前半の売上高は前月平均比+4.3%（大和総研による季節調整値）。食品などが増加。感染拡大で売上高は持ち直し。
- ◆【コンビニエンスストア】 2月前半の売上高は前月平均比+0.6%（大和総研による季節調整値）とおおむね横ばい。食品やたばこが押し上げ。感染拡大の影響を受け、都市部での売り上げが伸び悩んだとみられる。

図表4：ドラッグストア・コンビニエンスストアの売上高



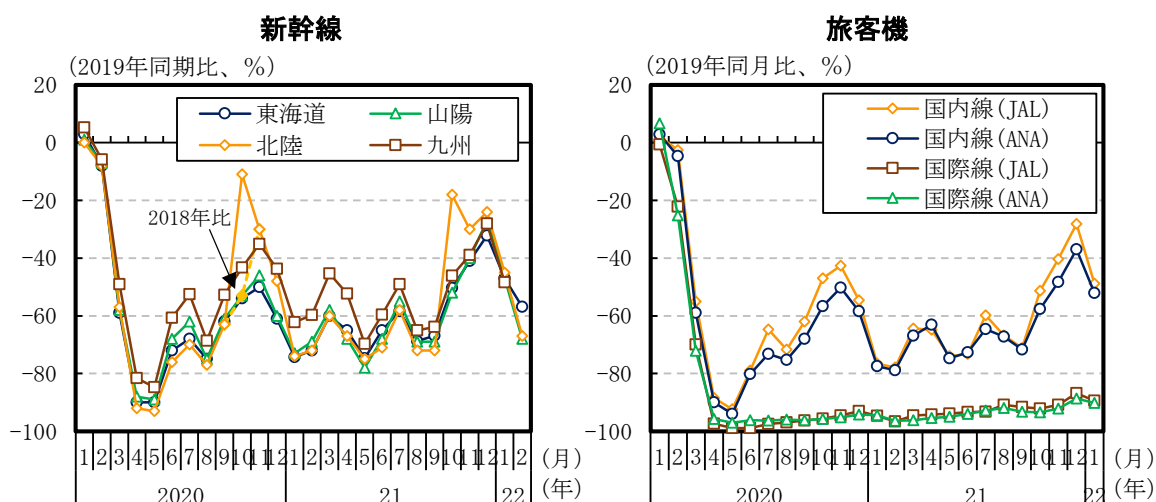
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

<サービス関連>

- ◆【新幹線】2月前半の輸送量は2019年同期比で6~7割減と1月からマイナス幅が急拡大。感染拡大によって需要が大幅に落ち込む。
- ◆【旅客機】1月の輸送量は、国内線は2019年同月比5割減程度と12月からマイナス幅が拡大。感染拡大による需要の減少を受け、3月の減便率は計画比で1~2割程度の予定。JALは月後半にかけて減便率を縮小させる見込み。

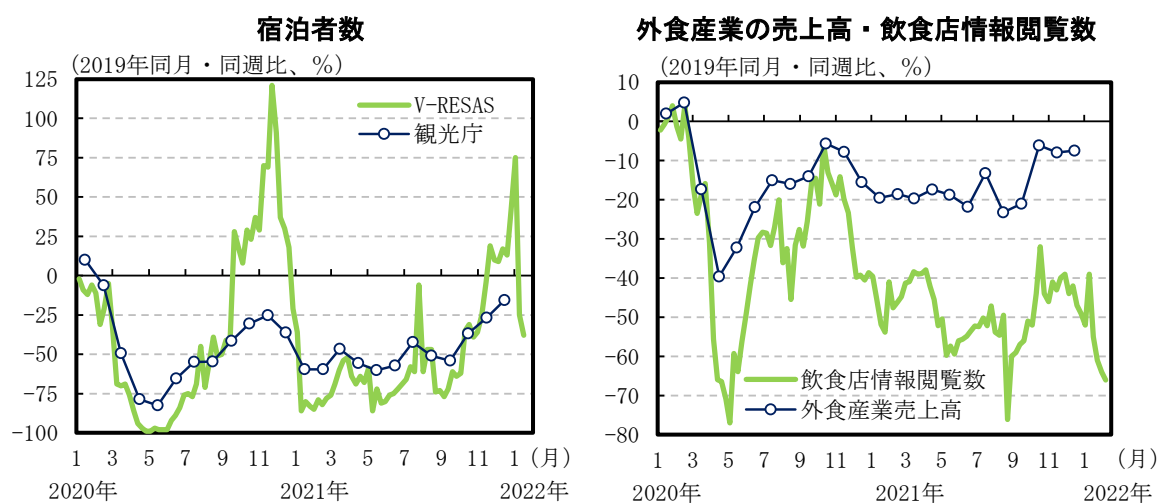
図表5：新幹線・旅客機の利用状況



(注) JAL・ANAのデータはグループ会社を含む数値。2022年2月の東海は16日まで、山陽・北陸は14日まで。
(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】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1月上旬に急速に落ち込む。
- ◆【外食】12月の外食産業の売上高は2019年同月比▲7%と11月から伸び率は横ばい。2月上旬の飲食店情報閲覧数は感染拡大を受けて急減し、2021年8月以来の減少幅。

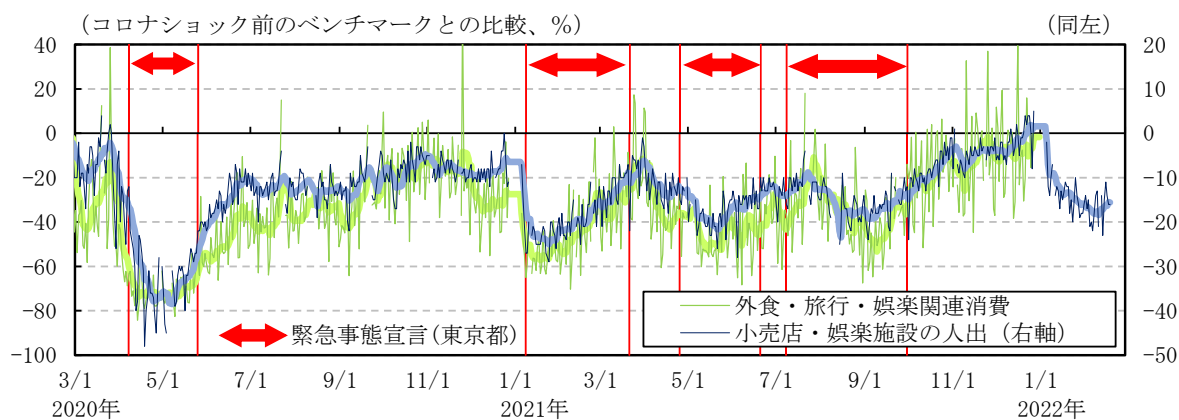
図表6：国内宿泊者数／外食産業の売上高・飲食店情報閲覧数



(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：人出・高速道路交通量>

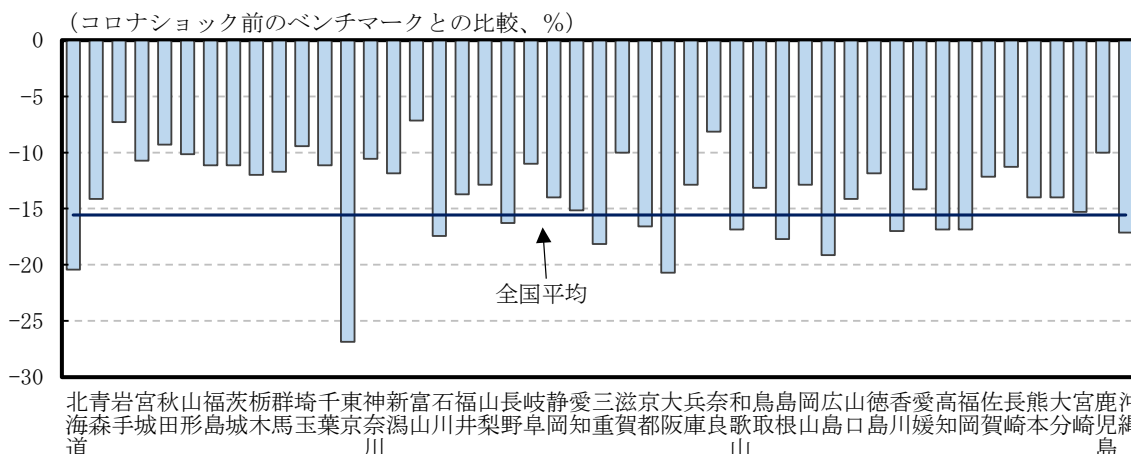
図表 7-1：小売店・娯楽施設の人出（直近値 2/18）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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

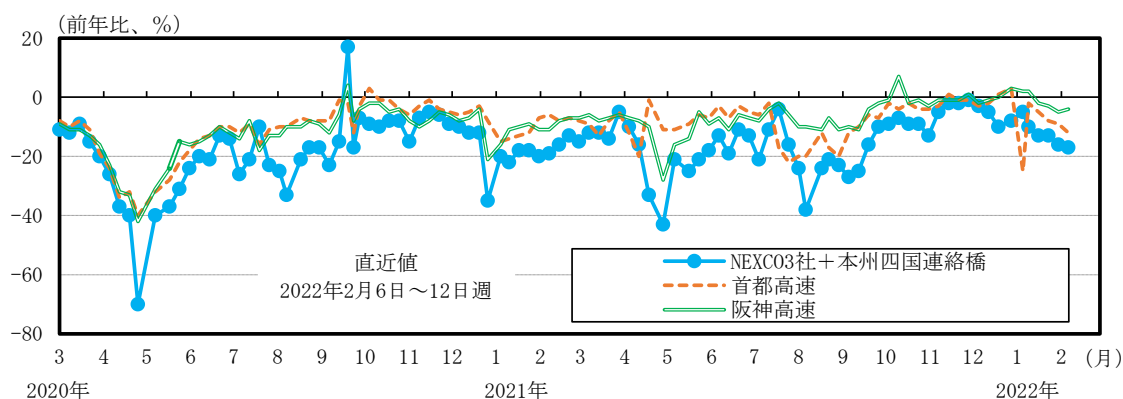
図表 7-2：小売店・娯楽施設の人出（2/12～2/18 平均、都道府県別）



(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

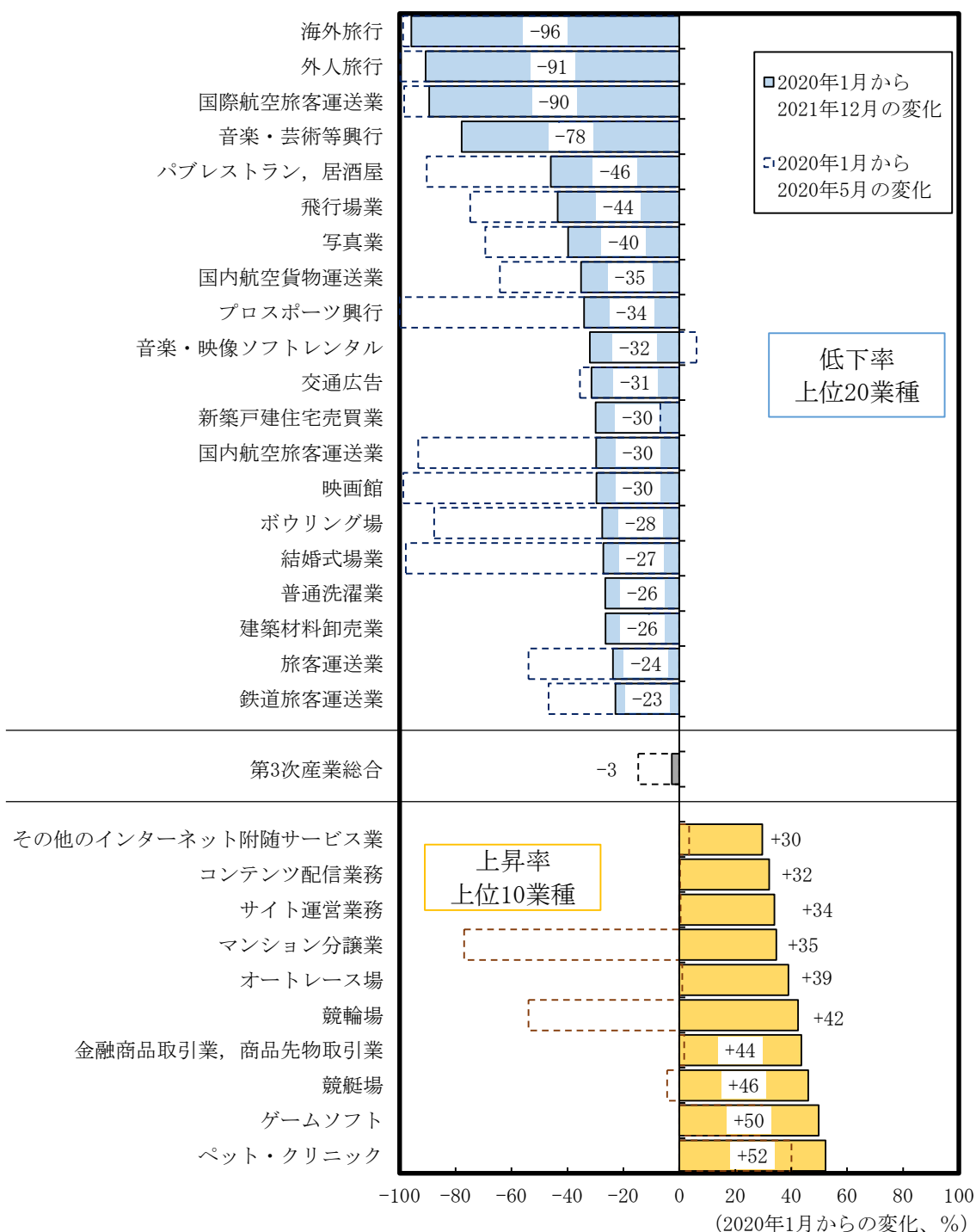


(注) 週次データ。高速道路交通量のゴールデンウィークとお盆期間、シルバーウィーク、年末年始の前後の週は集計日数が異なる。

(出所) 国土交通省より大和総研作成

<参考：第3次産業活動指数>

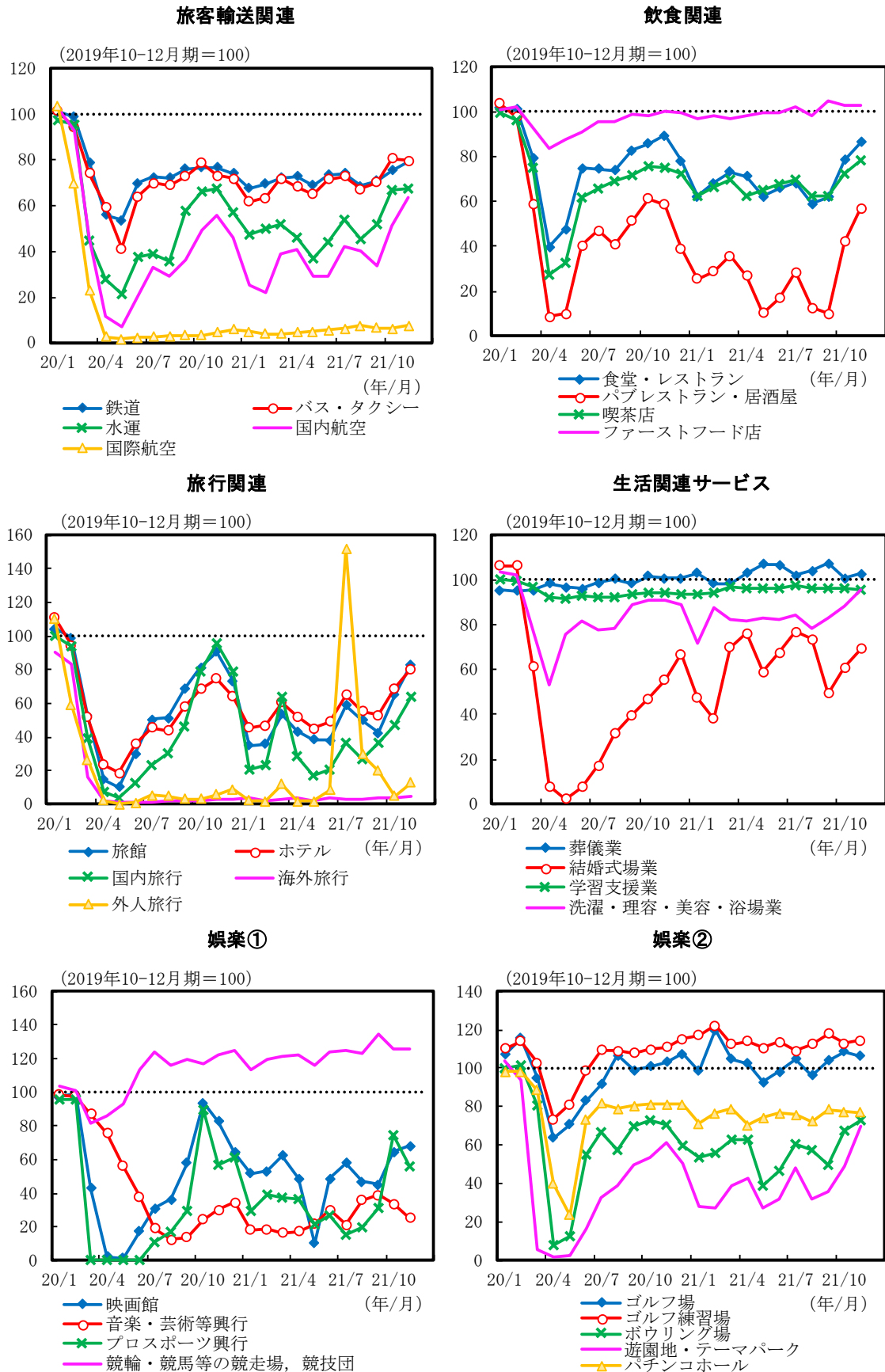
図表 9-1：第3次産業活動指数（2021年12月）



(注) 季節調整値。図中の数値は2020年1月から2021年12月の変化率。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

図表 9-2：運輸業・生活関連サービス業における活動指数の推移



(出所) 経済産業省より大和総研作成