

2022年3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（2022/3/4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

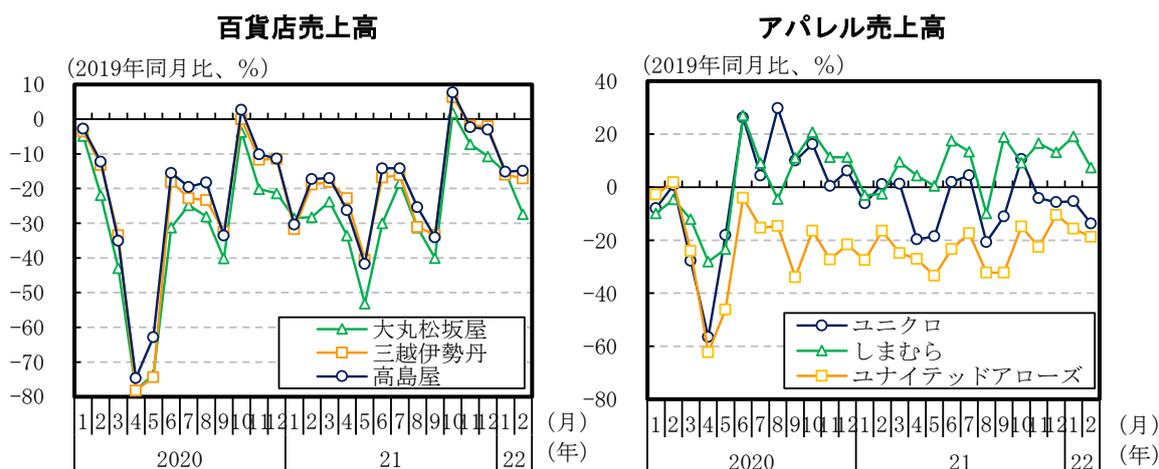
## [要約]

- 2022年2月の消費は1月から小幅に減少したとみられる。財消費は新型コロナウイルスのオミクロン株の感染拡大によるまん延防止等重点措置の影響に加え、日本各地での大雪も重なり、耐久財を中心に弱さが見られた。サービス消費についても新規感染者数の高止まりを受け、1月から小幅に減少した可能性が高い。小売店・娯楽施設の入出は2022年に入ると急速に減少したが、2月の中旬以降は緩やかに持ち直している。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、その後は回復傾向に転じたとみられる。ただし、月平均の水準を比較すると1月から小幅に減少しており、前半の落ち込み分を回復するまでには至らなかったとみている。
- 【小売関連】2022年2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2~3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、前月比▲11.4%と大幅に減少した。新車販売台数は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ことを受け、同▲6.8%と2カ月連続で減少した。他方、スーパーマーケットは同+0.0%と前月から横ばいであった。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。また、コンビニエンスストアも同+1.0%となった。
- 【サービス関連】2022年2月の新幹線輸送量は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月の宿泊者数（宿泊日数ベース）は同3割減程度と、いずれも12月からマイナス幅が拡大した。また、1月の外食産業の売上高は同▲11%と12月からマイナス幅が拡大。2月の飲食店情報閲覧数は感染拡大を受けて急減し、2021年8月以来の減少幅となった。

## ＜小売関連＞

- ◆【百貨店】 大手 3 社の 2 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。大丸松坂屋は大丸札幌店における記録的な大雪の影響が押し下げ。
- ◆【アパレル】 2 月のアパレル 3 社の既存店売上高の伸び率は 1 月から低下。感染拡大による客数の減少に加え、全国的な低気温や降雪の影響で春物商品が苦戦。

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。

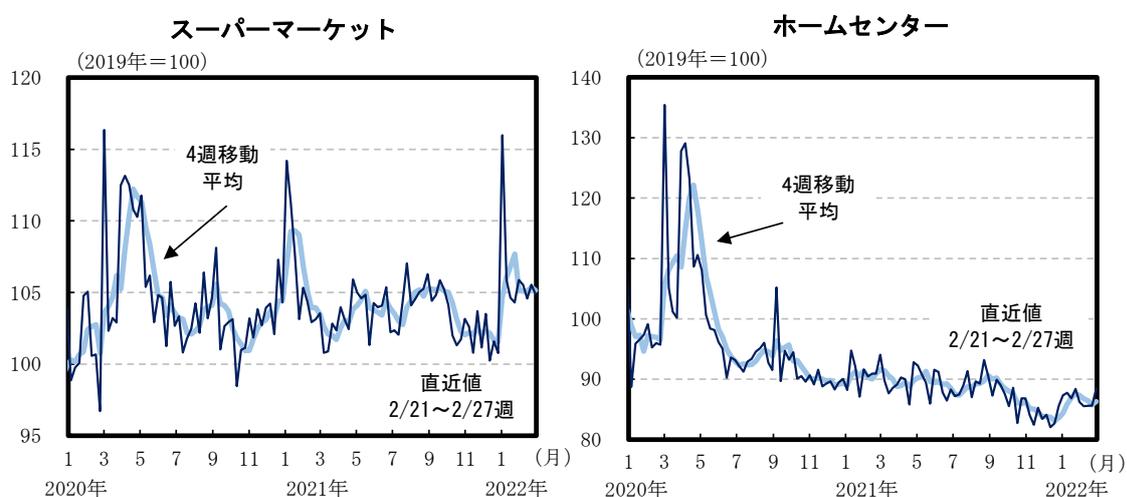
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】 2 月の売上高は前月比+0.0%（大和総研による季節調整値）と横ばい。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 月の売上高は前月比▲0.1%（大和総研による季節調整値）とおおむね横ばい。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

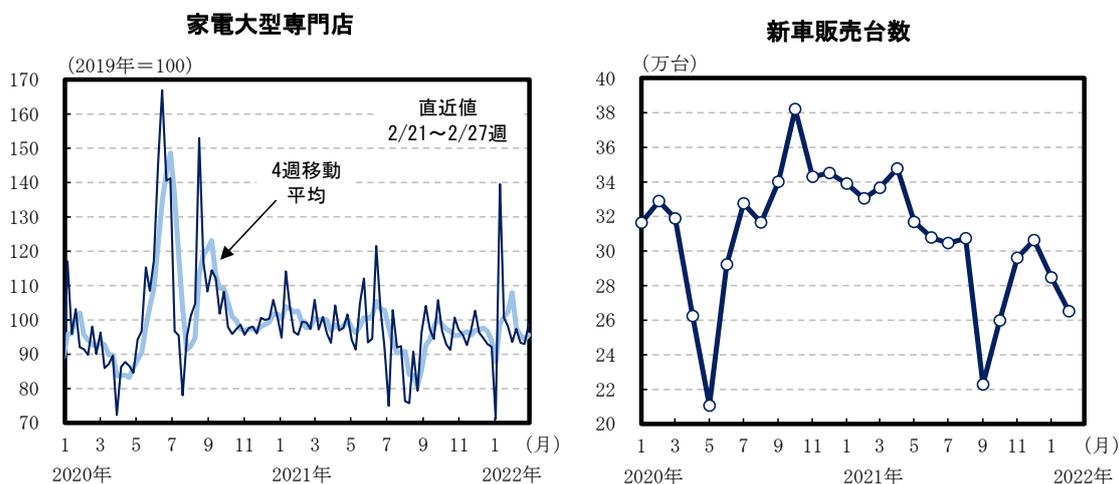


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】 2月の大手家電量販店の売上高は前月比▲11.4%（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】 2月の新車販売台数は前月比▲6.8%（大和総研による季節調整値）と2カ月連続で減少。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



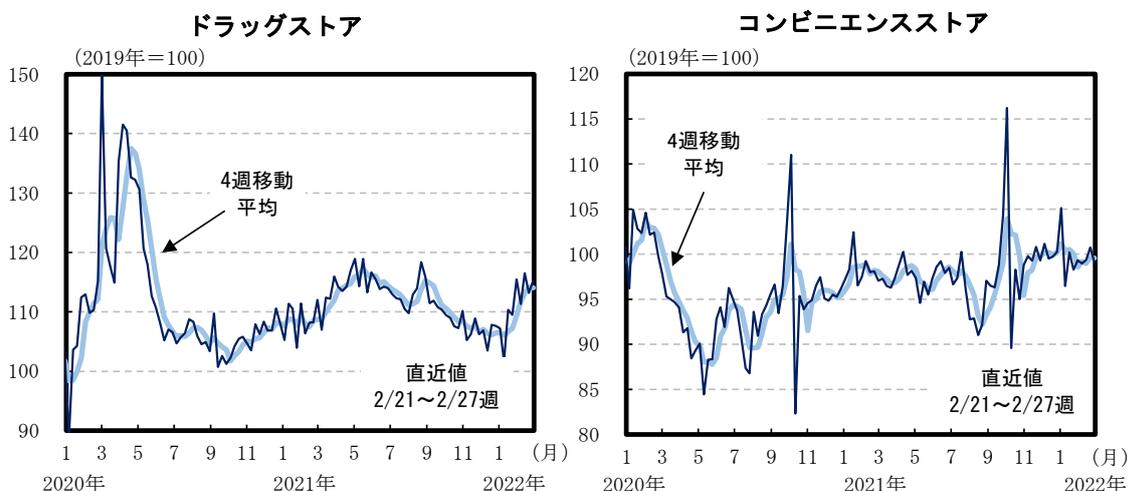
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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月の売上高は前月比+4.4%（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月の売上高は前月比+1.0%（大和総研による季節調整値）。食品やたばこが押し上げ。売上高は振れを伴いながらも緩やかな増加基調にある。

図表4：ドラッグストア・コンビニエンスストアの売上高



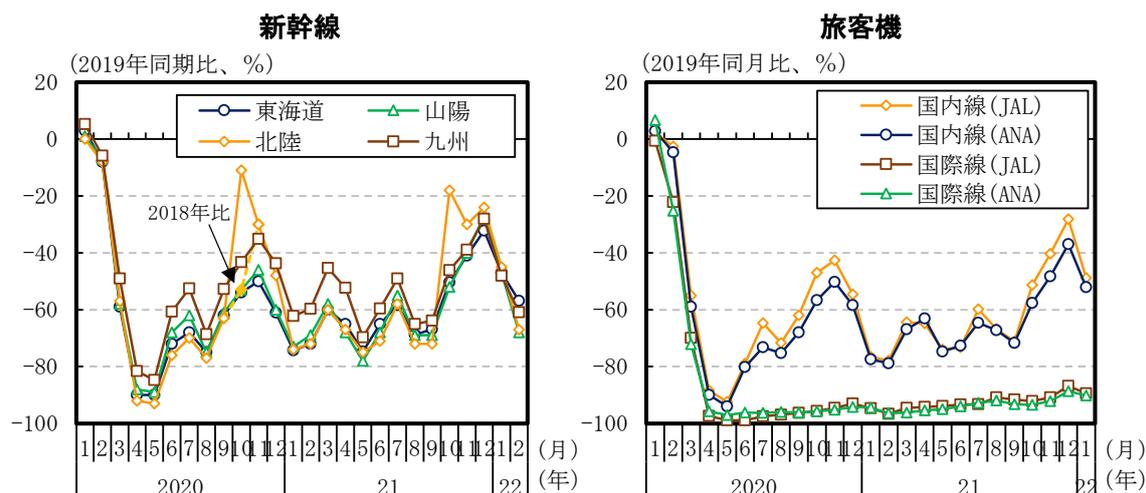
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

## <サービス関連>

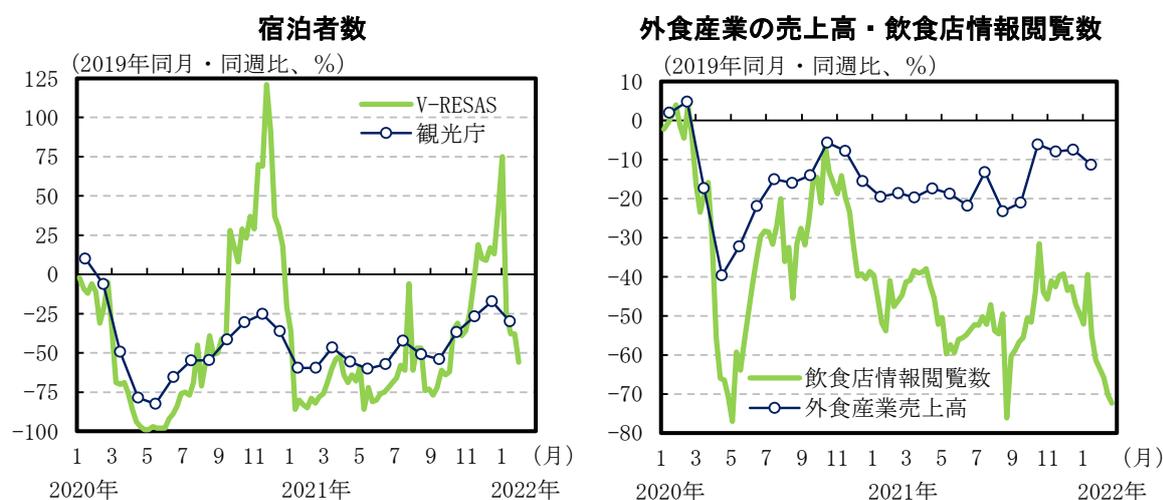
- ◆【新幹線】2月の輸送量は2019年同期比で6~7割減と1月からマイナス幅が急拡大。感染拡大によって需要が大幅に落ち込む。
- ◆【旅客機】1月の輸送量は、国内線は2019年同月比5割減程度と12月からマイナス幅が拡大。感染拡大による需要の減少を受け、3月の減便率は計画比で1~2割程度の予定。JALは月後半にかけて減便率を縮小させる見込み。

図表5：新幹線・旅客機の利用状況



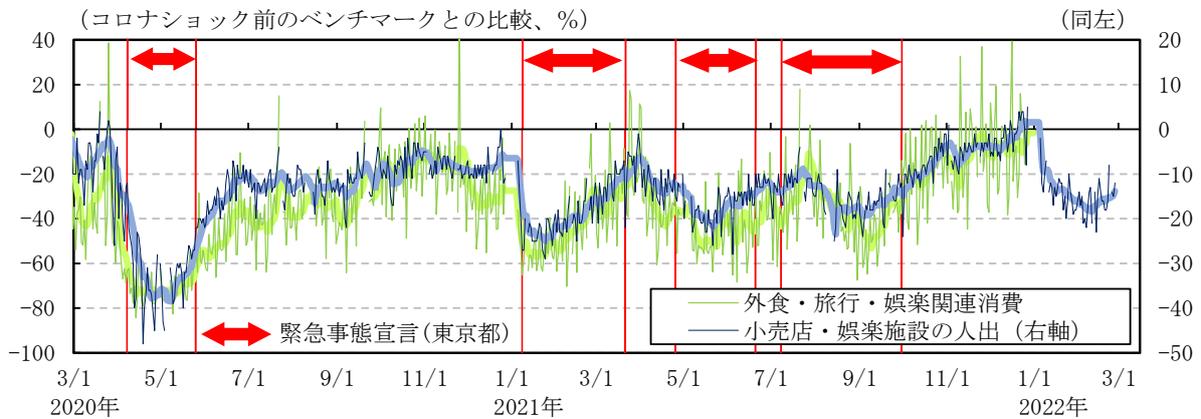
- ◆【宿泊】1月の宿泊者数(宿泊日数ベース)は2019年同月比▲30%と12月からマイナス幅が大幅に拡大。V-RESAS(宿泊開始日ベース)では1月上旬に急速に落ち込み、下旬にかけてマイナス幅が拡大。
- ◆【外食】1月の外食産業の売上高は2019年同月比▲11%と12月からマイナス幅が拡大。2月の飲食店情報閲覧数は感染拡大を受けて急減し、2021年8月以来の減少幅となった。

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>

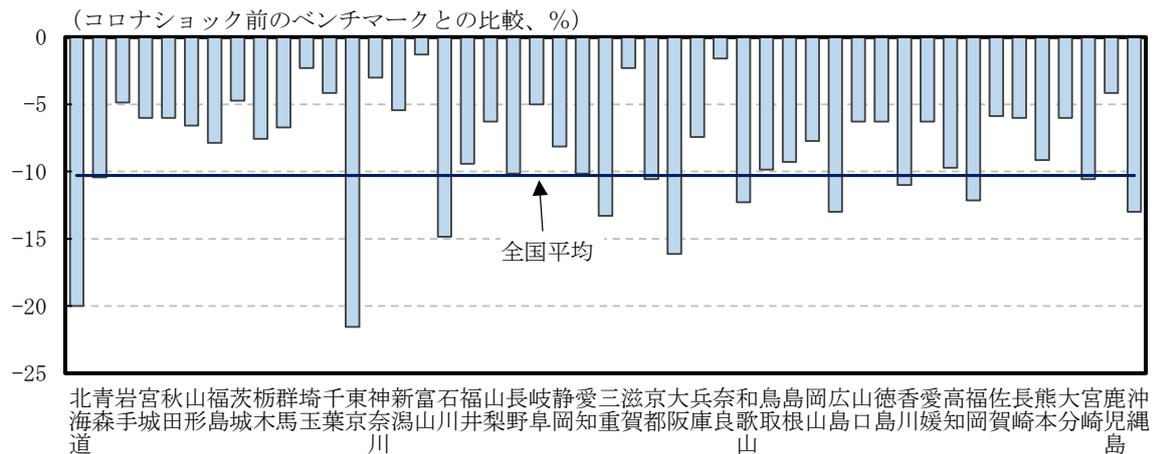
図表 7-1：小売店・娯楽施設の人出（直近値 2/28）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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

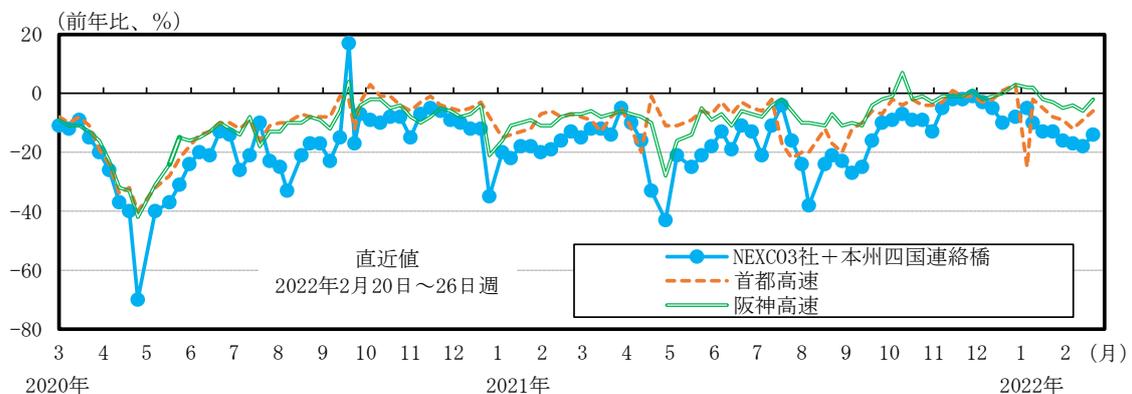
図表 7-2：小売店・娯楽施設の人出（2/22～2/28 平均、都道府県別）



(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