

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の商業店舗売上に対する影響について

都市デザイン鑑定株式会社
小林 達 哉

1. 本調査の目的

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の商業店舗売上に対する影響を、業種業態毎に、令和2年1月以降5月までの株式公開企業における既存店等の月次売上前年同月比率により分析する。

2. 本調査のサンプル抽出について

株式公開企業のうち、首都圏に店舗を有する企業について、業種業態毎に、企業全体もしくは企業内の業態のれん毎にサンプルを抽出をした。

3. 本調査の調査結果に関する留意点について

本調査の調査結果については以下の留意が必要。

- (1) 公開企業のサンプル調査のため、統計的な中立性、公平性はない。
- (2) 地域性に関しては採用企業・業態の既存店配置によりばらつきがある。
- (3) 平均値は採用サンプルの単純平均で、無作為抽出された売上高加重平均等ではないため、業種・業態の動向を反映していない場合がある。
- (4) 緊急事態宣言等による店舗一時閉鎖、営業時間短縮やテイクアウト販売等の影響が反映されたデータを基に分析されている。
- (5) 採用された個別企業や個別企業内業態の内部的な経営状態も反映されている。
- (6) 本文中3社と書かれている場合等においては、会社単位でない業態も社数に含まれる。
- (7) 既存店売上高は、特に記載があるものを除き、直営店か直営店+フランチャイズ店等の内容の把握は行っていない。
- (8) 本調査の分析にあたっての業種・業態（例：飲食（喫茶））については、資料の特性も踏まえ、販売物やサービス内容により弊社が独自に設定したもので、公式ないしは学術的になされた分類ではない。
- (9) 本調査結果のデータ源は各公開企業のIRによるものであり、月次売上速報等は後日修正されることがある。
- (10) データ結果については利用者が個別企業の最新IR等を基に検証を行う必要があり、記載内容を保証するものではない。
- (11) 本調査の著作権は一義的には弊社にある。

4. 新型コロナウイルス感染症(COVID-19)に係る留意点について

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の性格から以下の留意が必要。

- (1) WHOは本年1月30日に緊急事態宣言、3月11日にパンデミック宣言をした。
- (2) 日本では本年2月25日に政府対策本部設置、4月7日に7都府県で緊急事態宣言、同16日に同宣言を全国適用、5月25日に全面解除、6月19日に都道府県境越え移動が解禁された。東京都独自の東京アラートは本年6月2日発令、6月11日に解除される等の経緯を経ている。
- (3) 今後の感染状況及び経済活動への規制状況により売上推移は大きく変動すると思われる。
- (4) 今後のワクチン開発、治療薬開発により売上が大きく改善する可能性がある。
- (5) 当感染症を克服後も、生活スタイルの変動により一部に影響が残る可能性がある。

5. 調査結果

A.全体概要

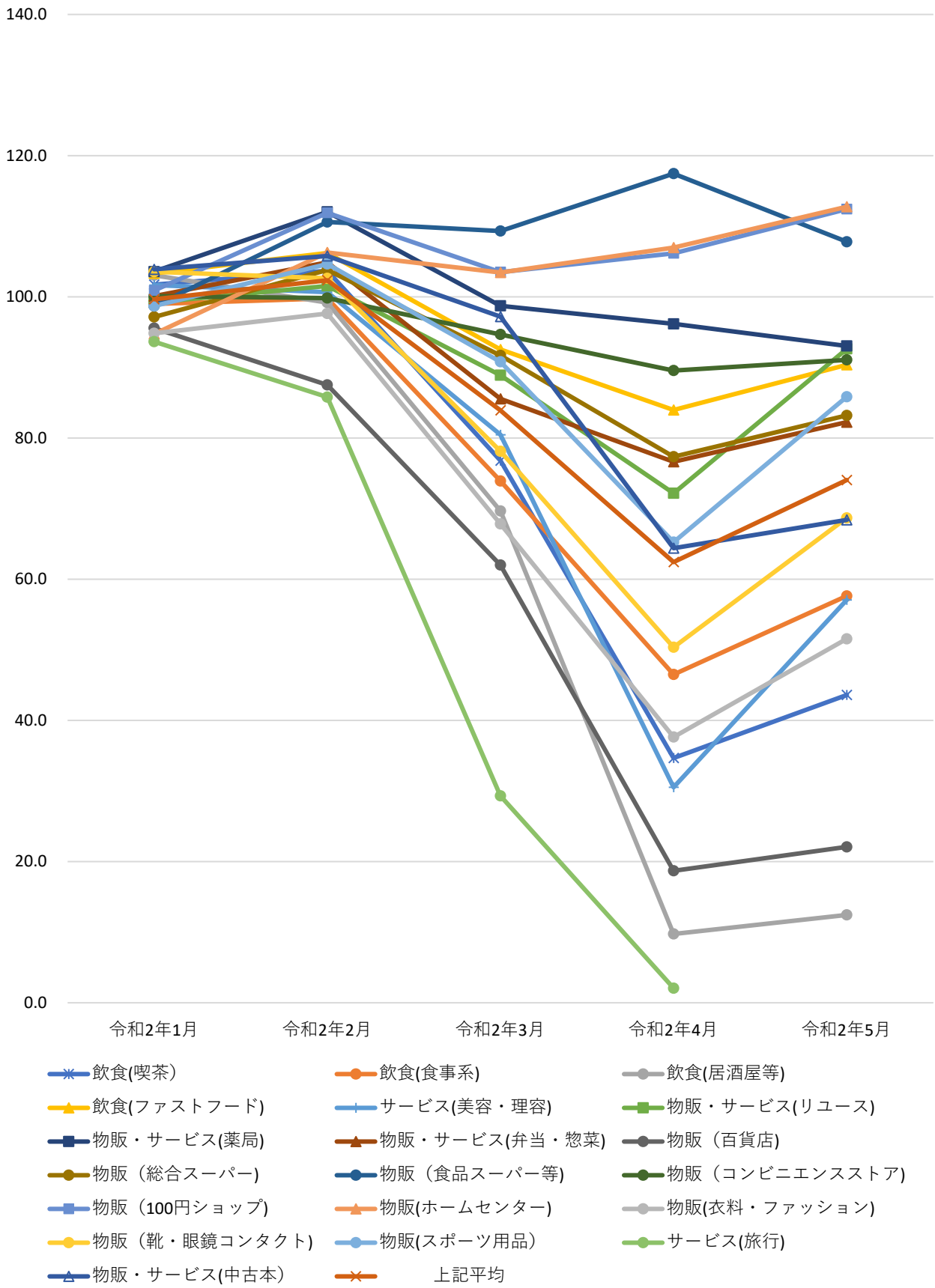
- (1) 飲食のうち居酒屋等、喫茶のカテゴリーは厳しい売上低迷が見られる。また、テイクアウトの伸びが顕著なファストフードでも、代表的な企業が売上減になる等影響がある。
- (2) サービス、物販・サービス併合型業態は、2月に売上増加したが3月以降は売上低下している薬局、弁当・惣菜のうち比較的堅調な弁当販売会社以外は落ち込みが見られる。
- (3) 物販のうち百貨店はインバウンド消費低迷、一時閉店の影響を受け、極端に売上が落ち込み、総合スーパーについても売場の一時閉鎖・縮小等の影響を受け低迷している。
- (4) 日常直結型物販店舗のうち、食品スーパーは2月以降前年対比約1～2割売上増となり、100円ショップ、ホームセンターも好調である。反面、コンビニエンスストアは4,5月には前年対比1割程度売上が減少している。
- (5) 衣料・ファッション、趣味関連は、2,3月から売上低下の動きが顕著になり、旅行2社平均は3月29.3%、4月2.1%に、衣料・ファッション8社平均は4月37.7%となる等影響が深刻。
- (6) 採用全業種・業態の動向は次表・グラフのとおりで、令和2年5月時点では前年同月比100%を超える堅調な業種は3業種・業態(食品スーパー等、100円ショップ、ホームセンター)のみである。また、同月時点では、居酒屋等、百貨店は1割ないしは1/4程度に、4月時点では旅行が数パーセントに低迷しているほか、比較的堅調と言われる薬局、コンビニエンスストアも新型コロナウイルスによる負の影響が見られる等、全体的な店舗売上動向は非常に厳しい状況にある。
- (7) 上記動向は前記記載のとおり公開企業のサンプル調査であり、個別業種・業態の平均値等には統計的な中立性、公平性はないが、同様の調査が乏しい中では稀少性があり、一定の傾向については把握できたものと考えられる。

前年同月比売上高比率の推移 %

業種・業態\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
飲食(喫茶)	101.7	103.7	76.8	34.7	43.6
飲食(食事系)	99.0	99.8	73.9	46.5	57.6
飲食(居酒屋等)	103.1	99.2	69.7	9.7	12.4
飲食(ファストフード)	103.3	106.2	92.5	84.0	90.4
サービス(美容・理容)	101.7	100.7	80.5	30.5	57.1
物販・サービス(リユース)	99.2	101.6	88.9	72.2	92.6
物販・サービス(薬局)	103.6	112.1	98.7	96.2	93.1
物販・サービス(弁当・惣菜)	100.1	104.9	85.6	76.7	82.3
物販(百貨店)	95.6	87.5	62.0	18.7	22.1
物販(総合スーパー)	97.2	103.8	91.7	77.4	83.2
物販(食品スーパー等)	98.7	110.6	109.3	117.5	107.8
物販(コンビニエンスストア)	100.1	99.8	94.7	89.6	91.1
物販(100円ショップ)	100.9	111.9	103.5	106.2	112.4
物販(ホームセンター)	94.7	106.3	103.5	107.0	112.8
物販(衣料・ファッション)	94.8	97.7	67.8	37.7	51.6
物販(靴・眼鏡コンタクト)	103.6	102.6	78.1	50.4	68.7
物販(スポーツ用品)	98.7	104.7	90.8	65.3	85.9
サービス(旅行)	93.7	85.8	29.3	2.1	
物販・サービス(中古本)	103.9	105.8	97.2	64.4	68.4
上記平均	99.7	102.3	83.9	62.4	74.0

※物販・サービス(中古本) はブックオフグループHDが、書籍販売の月次データを代用できると判断し採用している。

前年同月比売上高比率の推移 % 採用全業種・業態



B.飲食

- (1) 飲食（喫茶）は、本年3月から売上高低下傾向が顕著になり（3社平均前年同月比76.8%）、4月は34.7%に落ち込み、5月は43.6%に回復した。
- (2) 飲食（食事系）は、本年3月から売上高低下傾向が顕著になり（9社平均前年同月比73.9%）、6社平均4月46.5%に、5月は57.6%に回復した。
- (3) 飲食（居酒屋等）は、本年3月から売上高低下傾向が顕著になり（6社平均前年同月比69.7%）、5社平均で、4月9.7%、5月12.4%に落ち込んでいる。
- (4) 飲食（ファストフード）は、全体的には、本年3月から売上高低下傾向が見られ（11社平均前年同月比92.5%）、4月に84.0%に落ち込み、5月は90.4%に回復した。
飲食（ファストフード）は、売上が落ち込んだ麺類3社（リンガーハット、幸楽苑、ギフト）では、3社平均3月79.0%、4月55.4%、5月67.0%であった反面、テイクアウトを中心に売上を大きく伸ばしたケンタッキー(日本KHDHD)、日本マクドナルド、モスバーガーでは、3社平均2月114.5%、3月103%、4月114.4%、5月121.7%となっている（いずれも前年同月比）。

C.サービス、物販・サービス併合型業態

- (1) 美容・理容は、本年3月から売上高低下傾向が顕著になり（3社平均前年同月比80.5%）、4月30.5%、5月57.1%と推移した。
- (2) リユースは、本年3月から売上高低下傾向が見られ（4社平均前年同月比88.9%）、4月72.2%(4社平均)、5月92.6%(3社平均)と推移した。まんだらけはインバウンド減少の影響があるため、売上低下が厳しいものと思われる。
- (3) 薬局は、本年2月に売上増加(4社平均112.1%)したが、その後は4社平均で3月98.7%、4月96.2%、5月93.1%と低迷している。インバウンドを中心に売上が落ち込んだマツモトキヨシ、堅調な売上推移を保っているウエルシア等個別企業の実績による差異も見られる。
- (4) 弁当・惣菜は、弁当中心のほっともっとが比較的堅調（3月99.3%、4月101.9%、5月106.5%）であるのに対して、惣菜中心でデパ地下店舗も多いロックフィールドが大きく落ち込む（3月71.8%、4月51.4%、5月58%）等相違がある。

D.百貨店・総合スーパー

- (1) 百貨店については、比較的早く本年2月から売上高低下傾向が顕著になり（4社平均前年同月比87.5%）、3月62.0%、4月18.7%、5月22.1%と極度に落ち込んでいる。インバウンド消費の低迷、一時的な店舗閉鎖等の影響と見られる。
- (2) 総合スーパーの前年同月比売上高比率は、本年2月に2社平均103.8%と好調であったが、3月91.7%、4月77.4%、5月83.2%と低迷している。3月以降は食品・日用雑貨以外の売場閉鎖、縮小の影響があったと見られる。

E.日常直結型物販店舗（食品スーパー、コンビニ、100円ショップ、ホームセンター）

- (1) 食品スーパーは、本年2月から売上高上昇傾向が顕著になり（4社平均前年同月比110.6%）、3月109.3%、4月117.5%、5月107.8%と好調を維持している。
- (2) コンビニエンスストアは、本年3月から売上高低下傾向が出始め（3社平均前年同月比94.7%）、4月89.6%、5月91.1%となっている。主にイベント施設周辺型やビジネス街立地型の店舗売上の低下等が原因と見られる。

- (3) 100円ショップは、本年2月に売上高上昇傾向が見られ(3社平均111.9%)、ショッピングセンターの一時閉店等に伴う一時的な売上伸び率の低下(3月103.5%、4月106.2%)も消化して5月には112.4%になる等好調を維持している。
- (4) ホームセンターは、本年1月は売上低下(6社平均94.7%)していたが、本年2月から売上高上昇傾向が顕著になり(6社平均前年同月比106.3%)、3月103.5%、5社平均で4月107.0%、5月112.8%と好調である。

F.衣料・ファッション、趣味等

- (1) 衣料・ファッションは、本年3月から売上高減少傾向が顕著になり(8社平均前年同月比67.8%)、4月平均37.7%に落ち込んだ後、5月平均51.6%に回復した。
- (2) ファッション関連業態である靴・眼鏡コンタクトは、本年3月から売上高低下傾向が出始め(5社平均前年同月比78.1%)、4月50.4%を底に、5月68.7%に改善した。
- (3) スポーツ用品ショップは、本年2月に売上高上昇傾向が見られたが(2社平均104.7%)、3月90.8%、4月65.3%に落ち込んだ後、5月85.9%に回復している。
旅行は、本年初から影響が出始め、2社平均前年同月対比2月85.8%、3月29.3%、4月2.1%と低下している。また、中古本取扱に関しても本年3月以降に売上低下傾向が見られる。

以 上

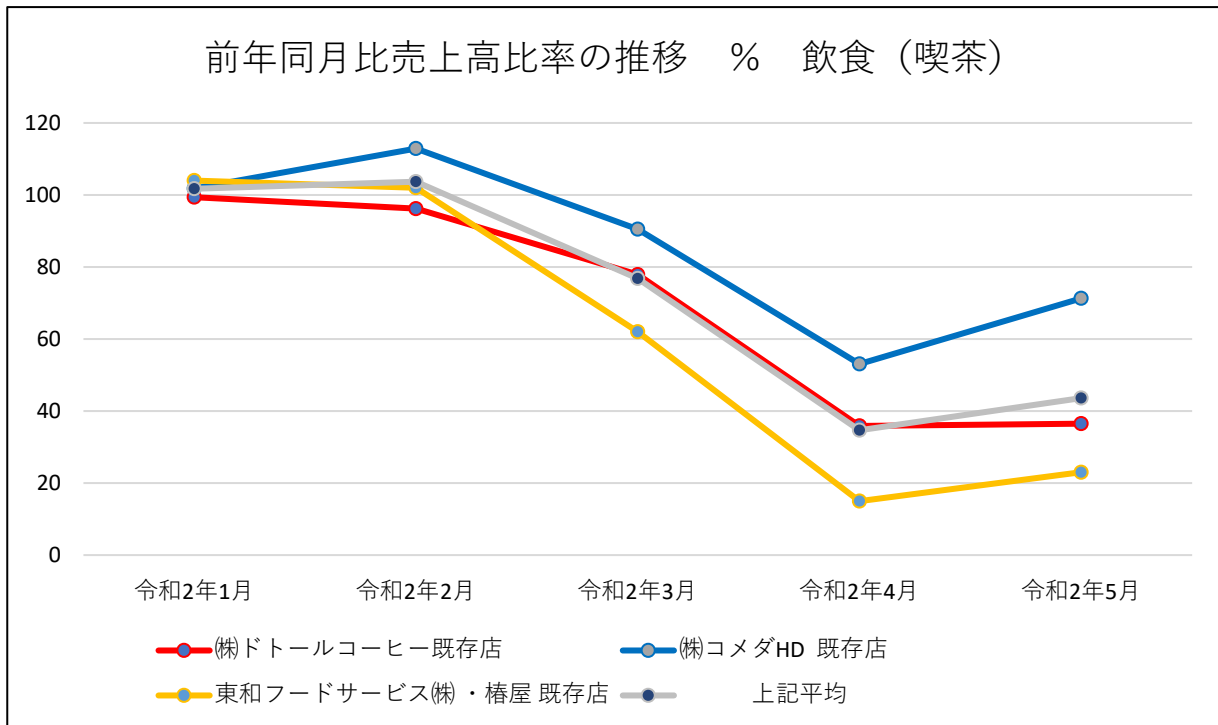
飲食（喫茶）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
(株)ドトールコーヒー既存店	99.4	96.2	77.9	35.9	36.5
(株)コマダHD 既存店	101.8	112.9	90.5	53.1	71.3
東和フードサービス(株)・椿屋 既存店	104	102	62	15	23
上記平均	101.7	103.7	76.8	34.7	43.6

※1(株)ドトールコーヒー既存店 発表数値は伸び率のため、100－発表伸び率にて計算

※2(株)コマダHDはFC向け卸売売上前年比



飲食（食事系）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
すかいらーくG 既存店	97.6	99.6	76.1	41.8	52.2
(株)あみやき亭 既存店	96.7	97	72.3	31.6	51
(株)大戸屋H 既存店	95.7	96.8	79.3	51.6	59.6
(株)ハイディ日高 既存店	100.8	104.7	82	49.3	48
プレナスHD・やよい軒 既存店	94.5	95.5	83.2	52.8	55
(株)JFLAHD 既存店	100.4	106	75.9		
くら寿司(株) 既存店	104.8	112.2	84.5	51.9	80
WDIグループ・カプリチョーザ等 既存店	98.5	94	55		
(株)ゼネラルオイスター	102	92.2	56.9		
上記平均	99.0	99.8	73.9	46.5	57.6

※1すかいらーくG、あみやき亭 大戸屋HD発表数値は伸び率のため、100－発表伸び率にて計算

※2 すかいらーくGは、ガスト、バーミヤン、ジョナサン、しゃぶ庵、夢庵等のほか、2%程度の海外店舗も含む。

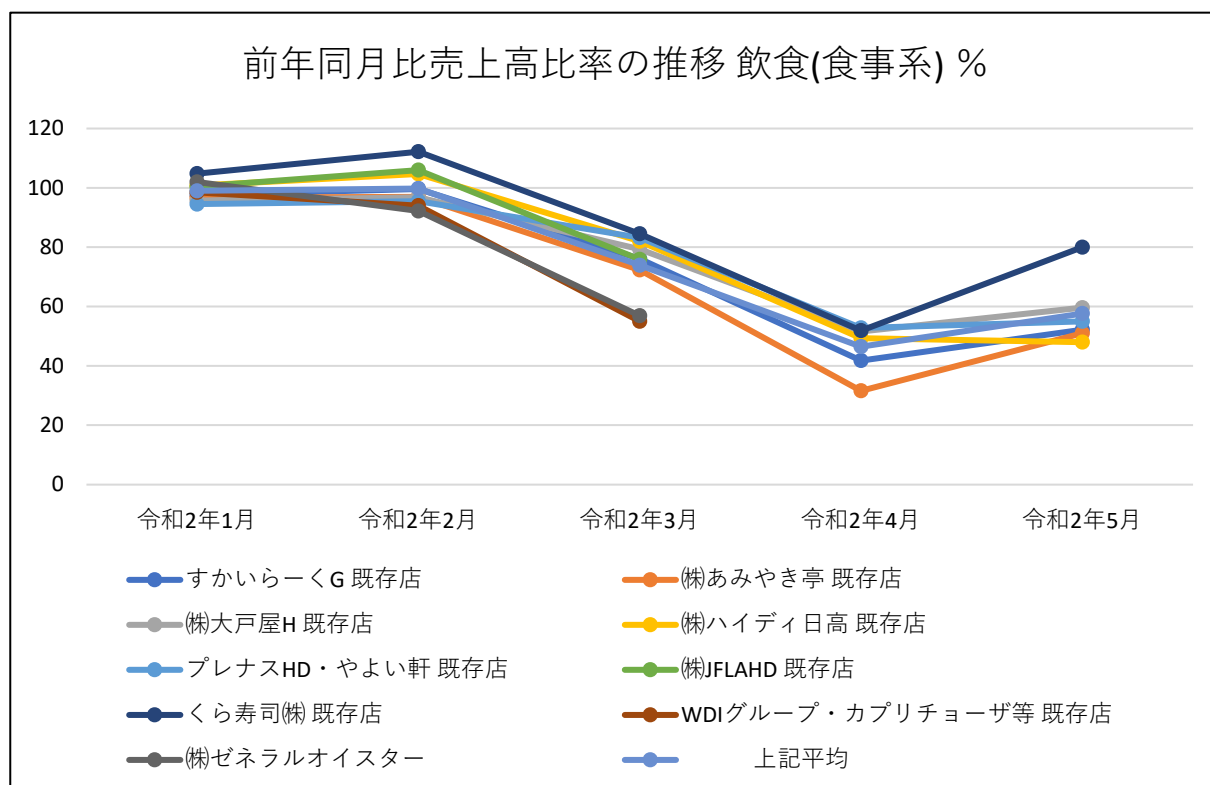
※3 (株)ハイディ日高は業態が居酒屋にもファストフードにも該当するが、食事系に分類した。

※4 プレナスHD・やよい軒はやよい軒のみの実績

※5 JFLAHD 既存店は牛角、とりでん、とり鉄、ベーグル&ベーグル、さかな市場等の幅広い業態も含まれる。

※6 くら寿司(株)は一部、1割程度の米国、台湾の店舗も含む。

※7 令和2年4月以降の売上高については一時的に発表を取りやめる企業もあり、売上実態の把握が困難になりつつある。



飲食（居酒屋等）

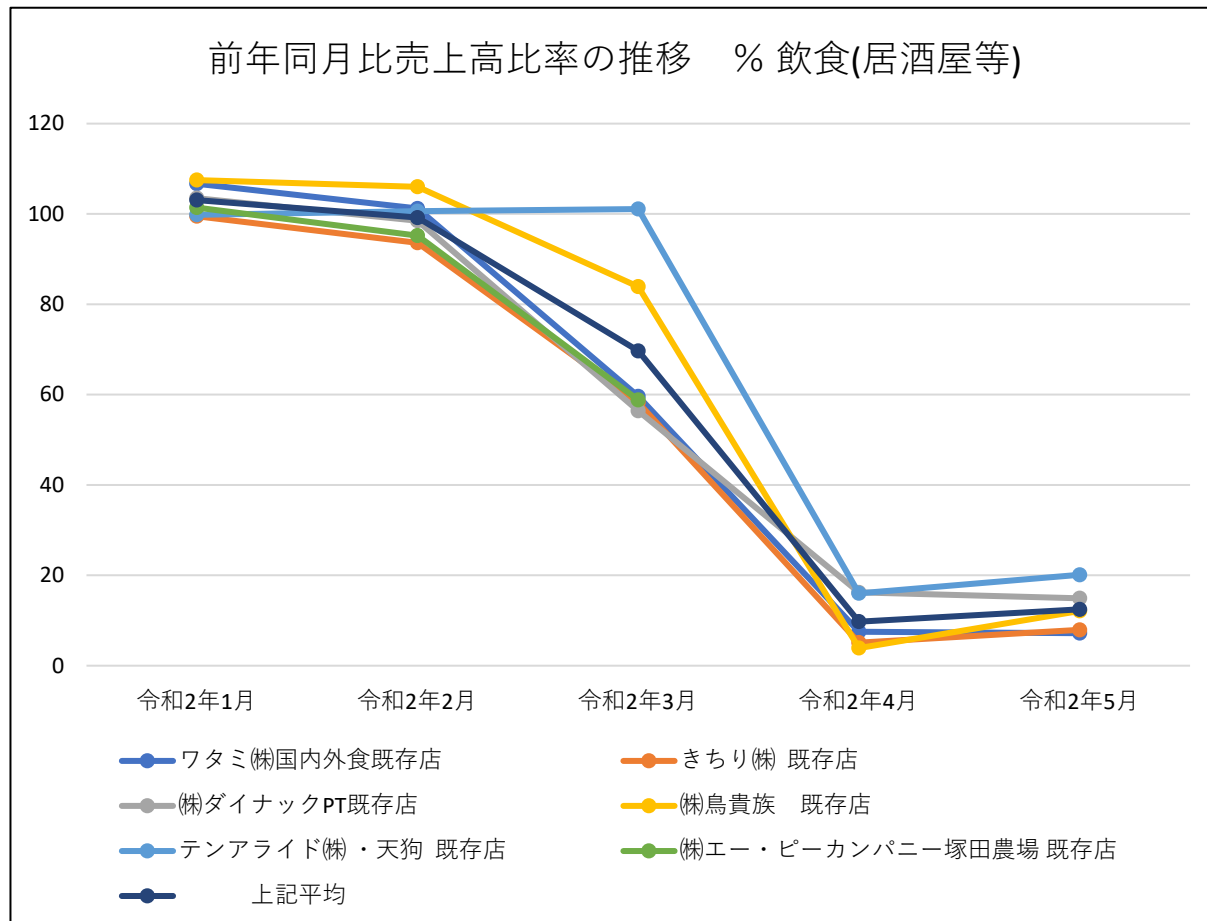
前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
ワタミ(株)国内外食既存店	106.7	101.2	59.6	7.5	7.2
きちり(株) 既存店	99.5	93.6	58.2	5.1	7.9
(株)ダイナックPT既存店	103.5	98.5	56.4	16.2	14.9
(株)鳥貴族 既存店	107.5	106	83.9	3.9	12.1
テンアライド(株)・天狗 既存店	99.8	100.6	101.1	16	20.1
(株)エー・ピーカンパニー塚田農場 既存店	101.4	95.2	58.8		
上記平均	103.1	99.2	69.7	9.7	12.4

※1 令和2年4月以降の売上高については一時的に発表を取りやめる企業もあり、売上実態の把握が困難になりつつある。

※2 日経ヴェリタスセレクトのワタミ渡辺美樹会長インタビュー記事(2020.6.10)によると、「今ある約500店のうち、3割にあたる150店はなくなると覚悟している。3月中ごろ、営業利益率が5%以下の店を閉める検討を始めた。これが先日発表した前期決算で減損損失を計上した65店だ。周辺に競合が増えるなどして収益力が落ちており、コロナ後はどう工夫しても利益は出ないと判断した」

「撤退候補だが決断していない数十店は、大家さんとの交渉次第だ。家賃を3割下げてもらえないかをお願いしているが、うまくいかなければ撤退する」等の記載がある。

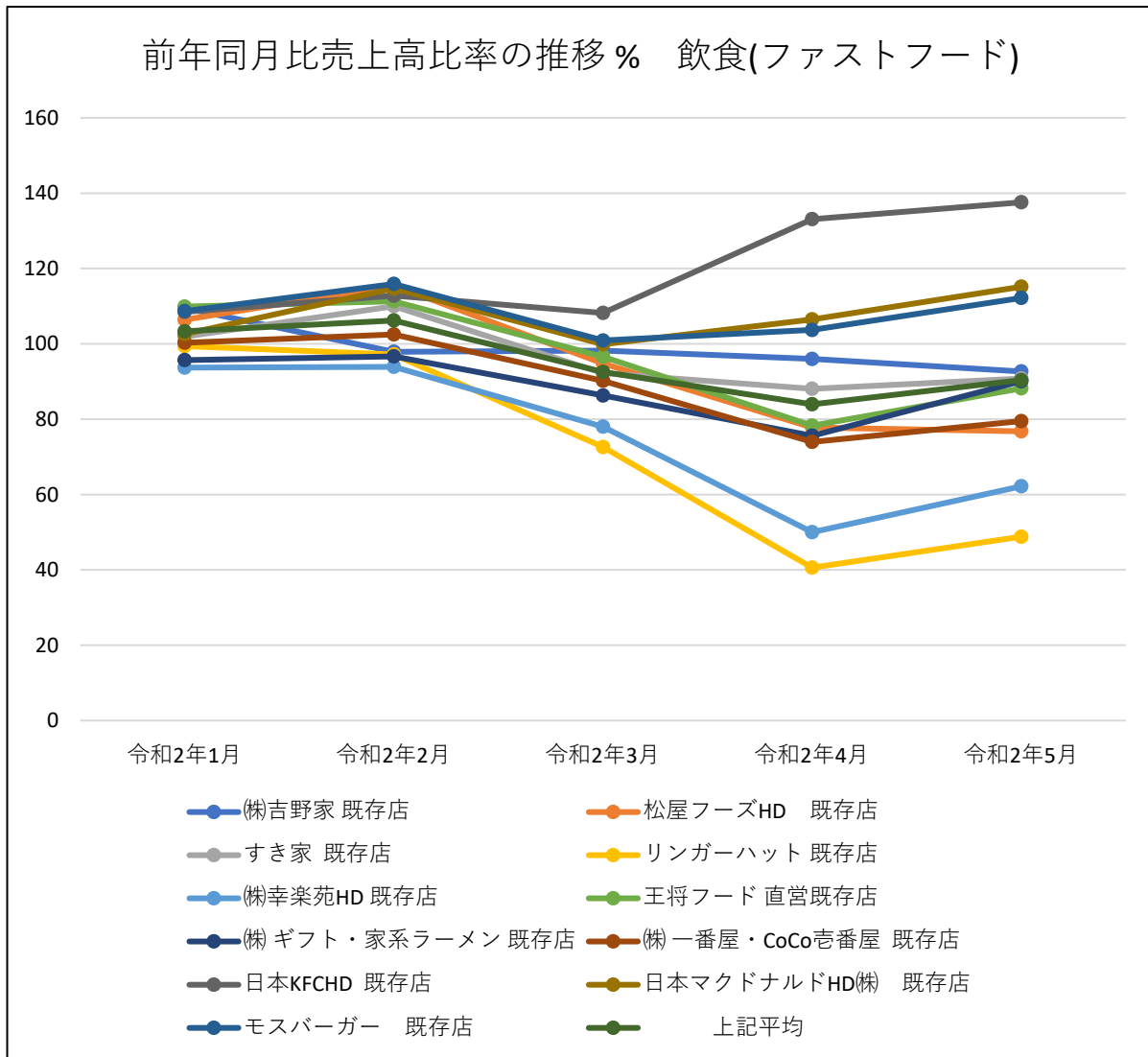


飲食（ファストフード）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
(株)吉野家 既存店	109.5	97.9	98.2	96	92.7
松屋フーズHD 既存店	106.4	115.5	94.8	77.8	76.8
すき家 既存店	101.9	110	92.2	88.1	90.8
リンガーハット 既存店	99.4	97.2	72.6	40.6	48.8
(株)幸楽苑HD 既存店	93.7	93.9	78	50	62.2
王将フード 直営既存店	109.9	111.3	96.6	78.3	88.2
(株)ギフト・家系ラーメン 既存店	95.7	96.7	86.3	75.6	90.1
(株)一番屋・CoCo壺番屋 既存店	100.3	102.5	90.2	74	79.5
日本KFCHD 既存店	108.5	112.8	108.2	133.1	137.6
日本マクドナルドHD(株) 既存店	102.6	114.7	99.9	106.5	115.2
モスバーガー 既存店	108.7	115.9	100.9	103.7	112.2
上記平均	103.3	106.2	92.5	84.0	90.4

※日本マクドナルドHDは売上高伸び率を公表しているため100+伸び率で計算した。



サービス（美容・理容）

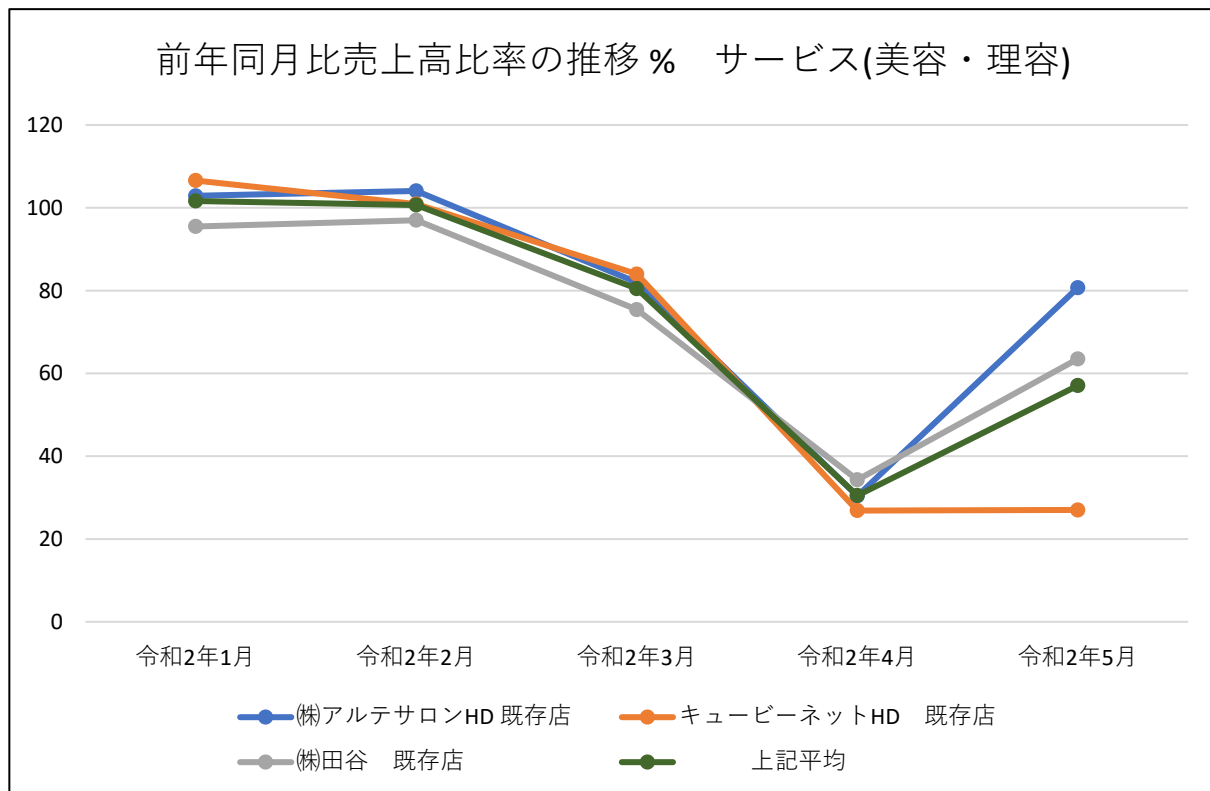
前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
(株)アルテサロンHD 既存店	102.9	104.1	82	30.4	80.7
キュービーネットHD 既存店	106.6	100.9	84	26.9	27
(株)田谷 既存店	95.5	97	75.4	34.3	63.5
上記平均	101.7	100.7	80.5	30.5	57.1

※1 (株)アルテサロンHDはアッシュ、ニューヨークニューヨーク等4系統ブランド合計

※2 キュービーネットHDはQBハウスをはじめFaSS、IKKA等の合計売上高

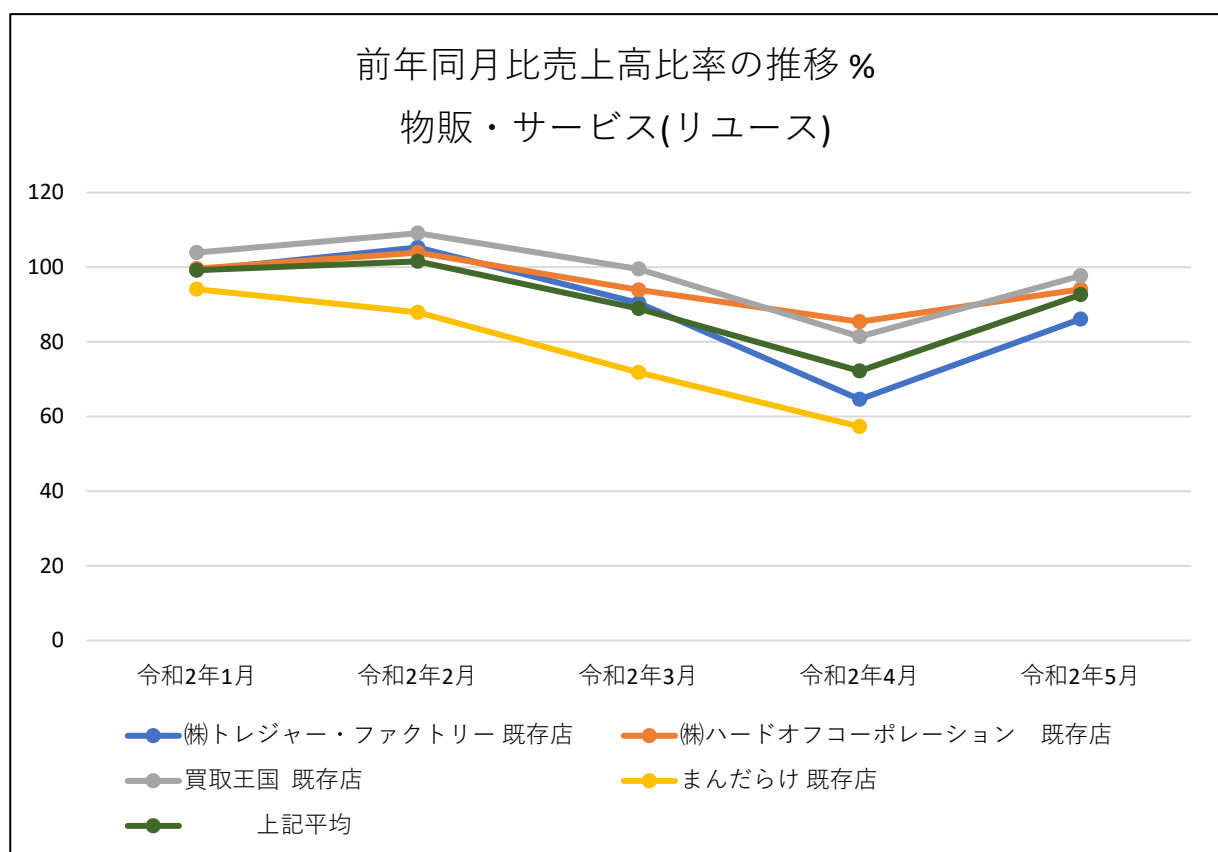
※3 (株)田谷は売上高伸び率を発表しているため100+伸び率で計算



物販・サービス（リユース）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
(株)トレジャー・ファクトリー 既存店	99.2	105.3	90.4	64.6	86.1
(株)ハードオフコーポレーション 既存店	99.6	103.9	93.9	85.4	94.1
買取王国 既存店	103.9	109.1	99.5	81.4	97.7
まんだらけ 既存店	94.1	87.9	71.8	57.3	
上記平均	99.2	101.6	88.9	72.2	92.6



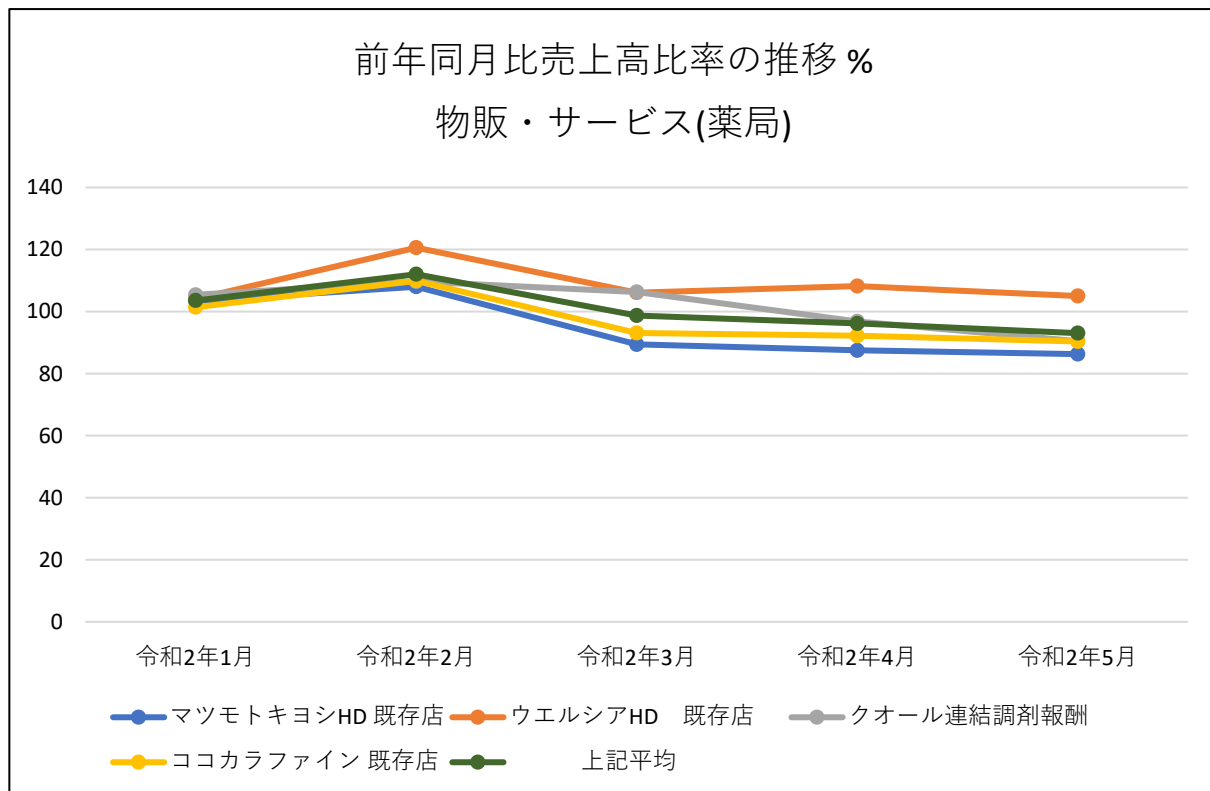
物販・サービス（薬局）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
マツモトキヨシHD 既存店	103.4	108	89.4	87.5	86.3
ウエルシアHD 既存店	104.1	120.6	106.1	108.2	105
クオール連結調剤報酬	105.4	109.7	106.3	96.8	90.5
ココカラファイン 既存店	101.4	109.9	93.1	92.2	90.4
上記平均	103.6	112.1	98.7	96.2	93.1

※1 マツモトキヨシHD、ウエルシアは売上高伸び率を公表しているため100+伸び率で計算

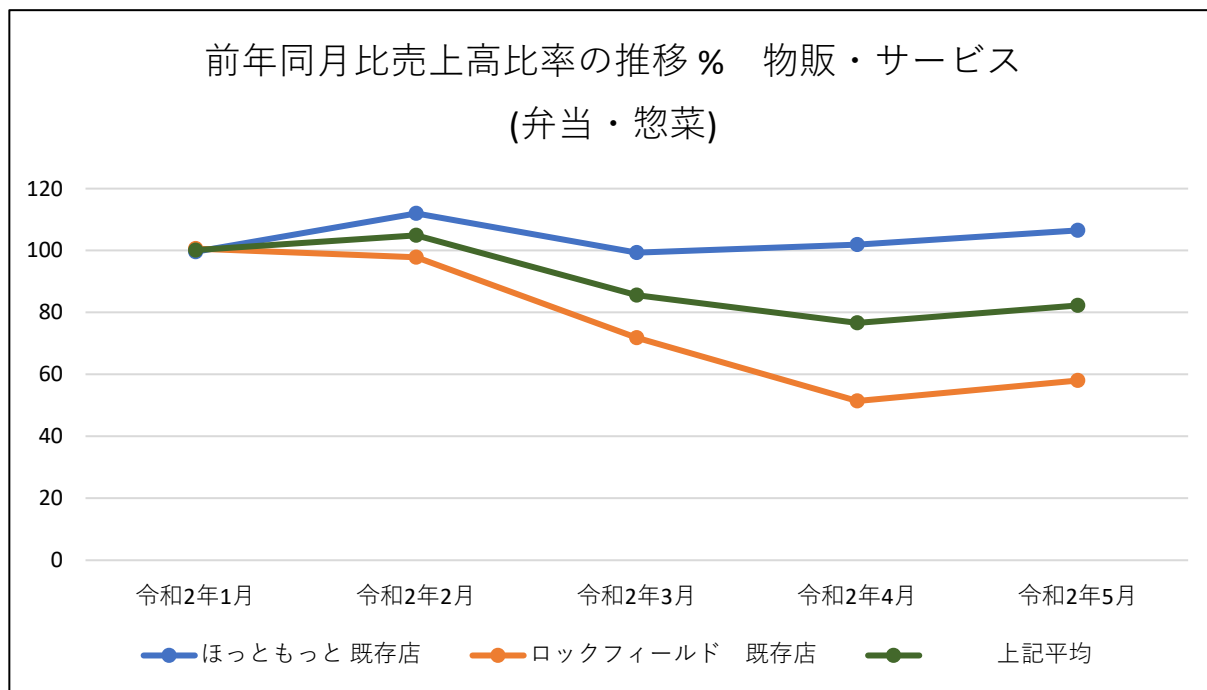
※2 クオール売上高は全店連結調剤報酬



物販・サービス（弁当・惣菜）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
ほっともっと 既存店	99.6	112	99.3	101.9	106.5
ロックフィールド 既存店	100.6	97.8	71.8	51.4	58
上記平均	100.1	104.9	85.6	76.7	82.3



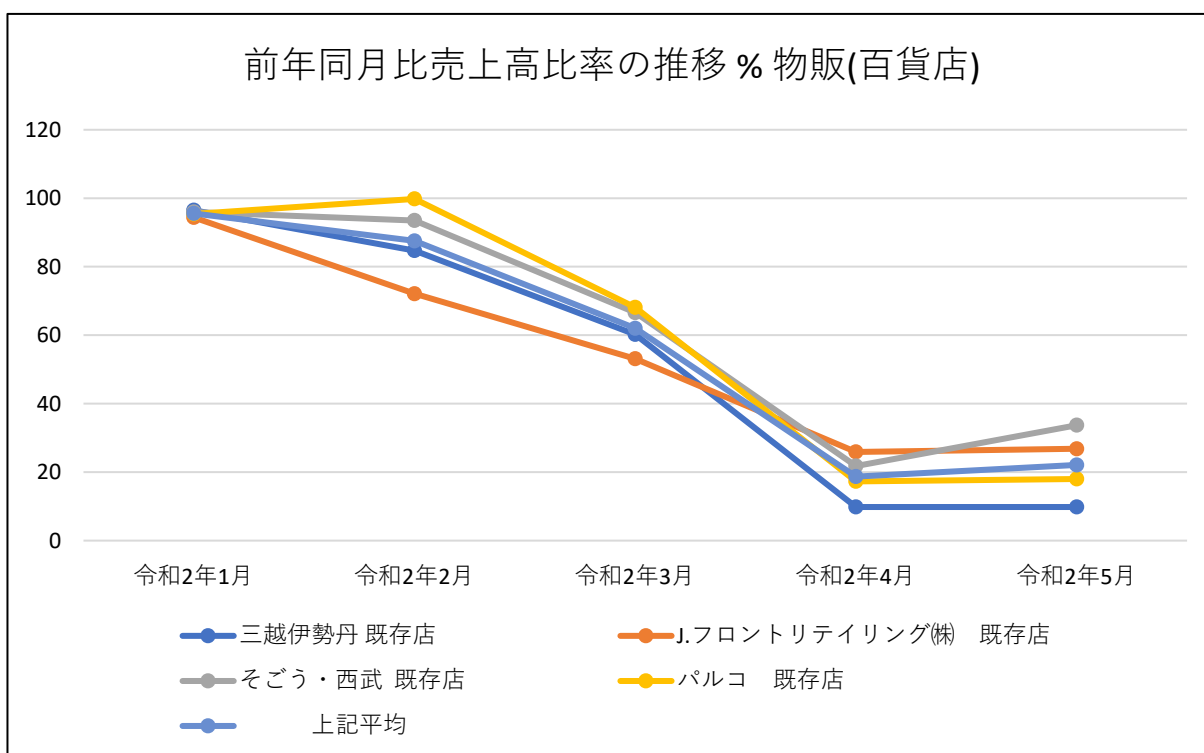
物販（百貨店）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
三越伊勢丹 既存店	96.5	84.7	60.2	9.8	9.8
J.フロントリテイリング(株) 既存店	94.4	72.1	53.1	25.9	26.8
そごう・西武 既存店	96	93.5	66.6	21.8	33.7
パルコ 既存店	95.4	99.8	68.1	17.3	18
上記平均	95.6	87.5	62.0	18.7	22.1

※1 J.フロントリテイリング(株)は百貨店事業の売上高であり、100+公表前年増減率にて計算。大丸心斎橋店の新館オープンの影響があり、その部分は既存店と言えない。

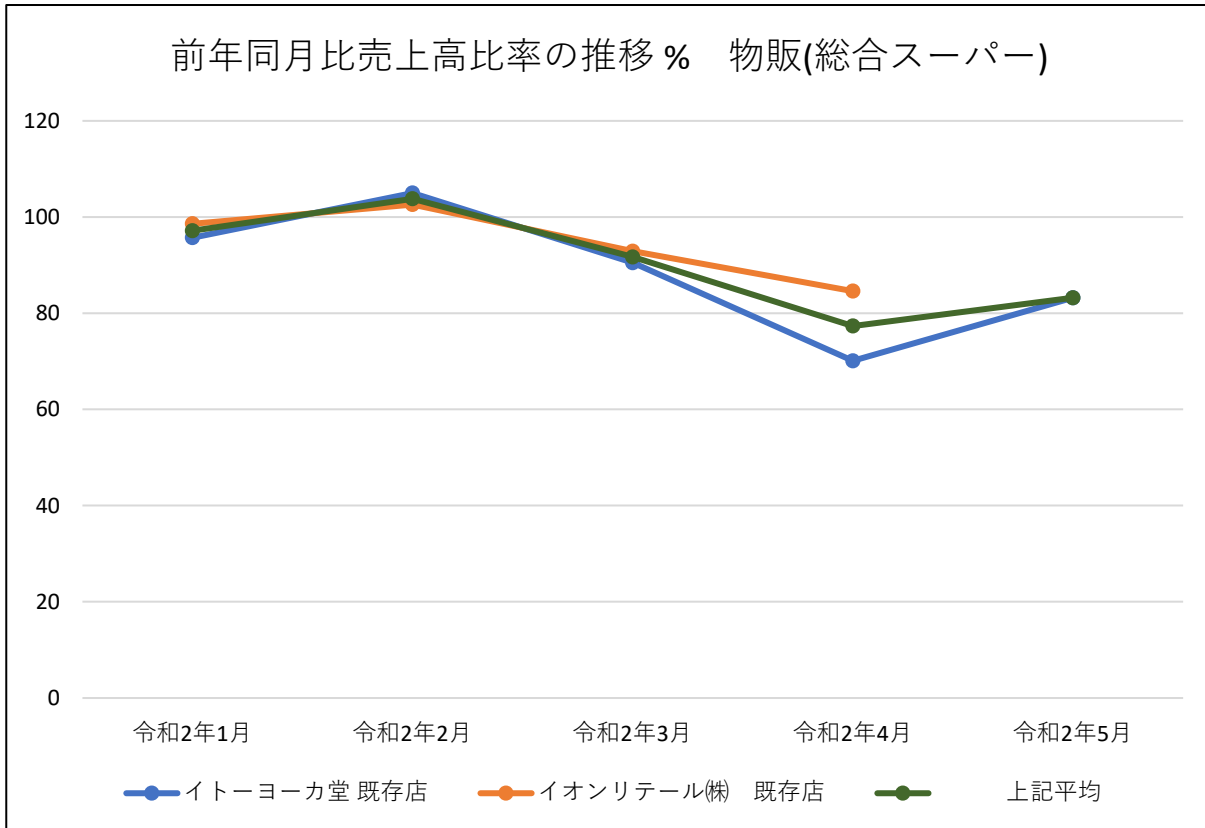
※2 パルコ 既存店3月以降はJ.フロントリテイリンググループ パルコ店舗 テナント取扱高速報であり、100+公表前年増減率にて計算。2月は熊本パルコ閉店セールがあり売上増加。



物販（総合スーパー）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
イトーヨーカ堂 既存店	95.7	105	90.5	70.1	83.2
イオンリテール(株) 既存店	98.6	102.6	92.9	84.6	
上記平均	97.2	103.8	91.7	77.4	83.2

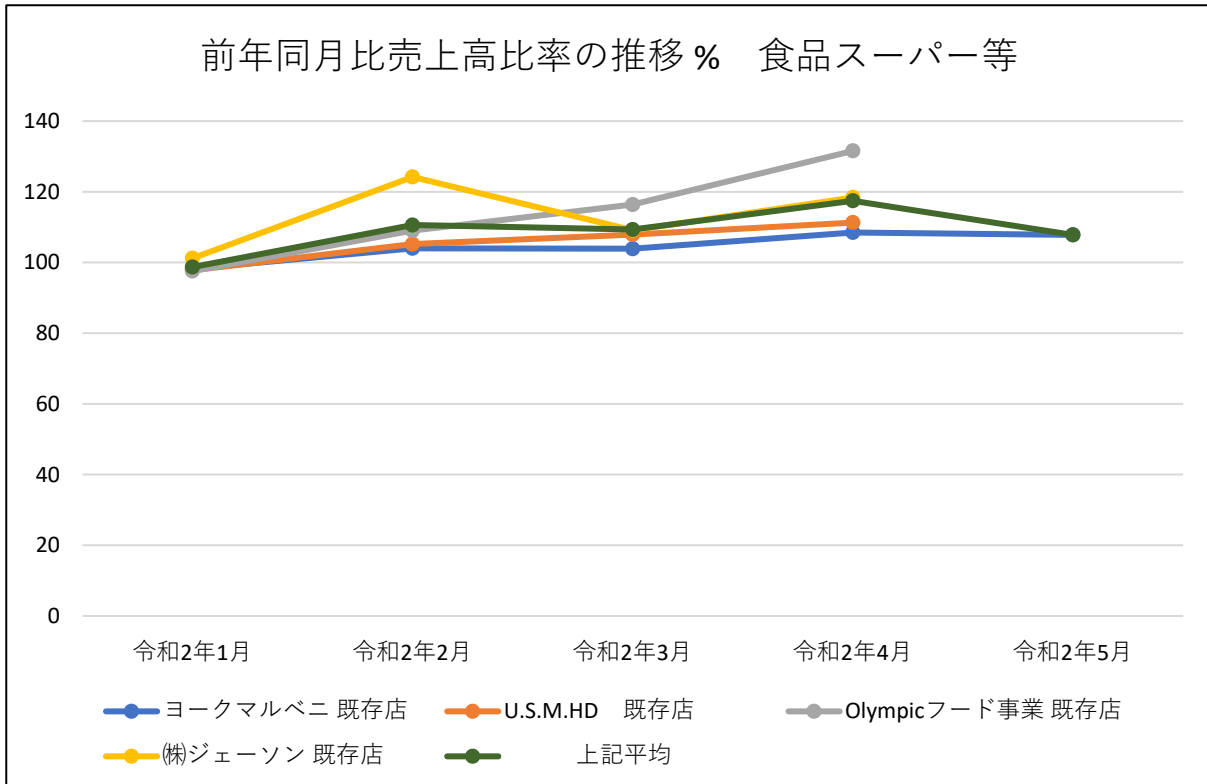


物販（食品スーパー等）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
ヨークマルベニ 既存店	98.2	104	103.9	108.5	107.8
U.S.M.HD 既存店	97.8	105.2	107.9	111.3	
Olympicフード事業 既存店	97.6	109	116.4	131.6	
(株)ジェーソン 既存店	101.2	124.2	109.1	118.4	
上記平均	98.7	110.6	109.3	117.5	107.8

※U.S.M.HDはマルエツ、カスミ、マックスバリュ関東の合計売上高

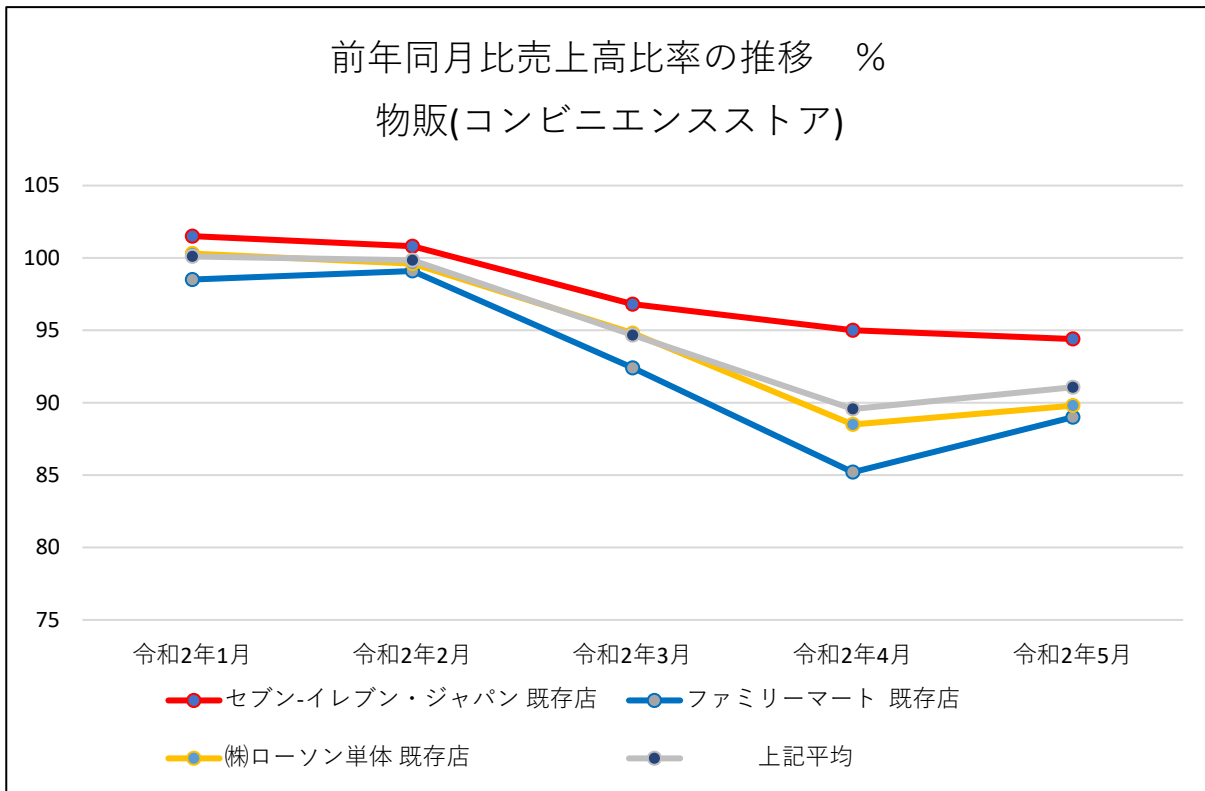


物販（コンビニエンスストア）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
セブン-イレブン・ジャパン 既存店	101.5	100.8	96.8	95	94.4
ファミリーマート 既存店	98.5	99.1	92.4	85.2	89
(株)ローソン単体 既存店	100.3	99.6	94.8	88.5	89.8
上記平均	100.1	99.8	94.7	89.6	91.1

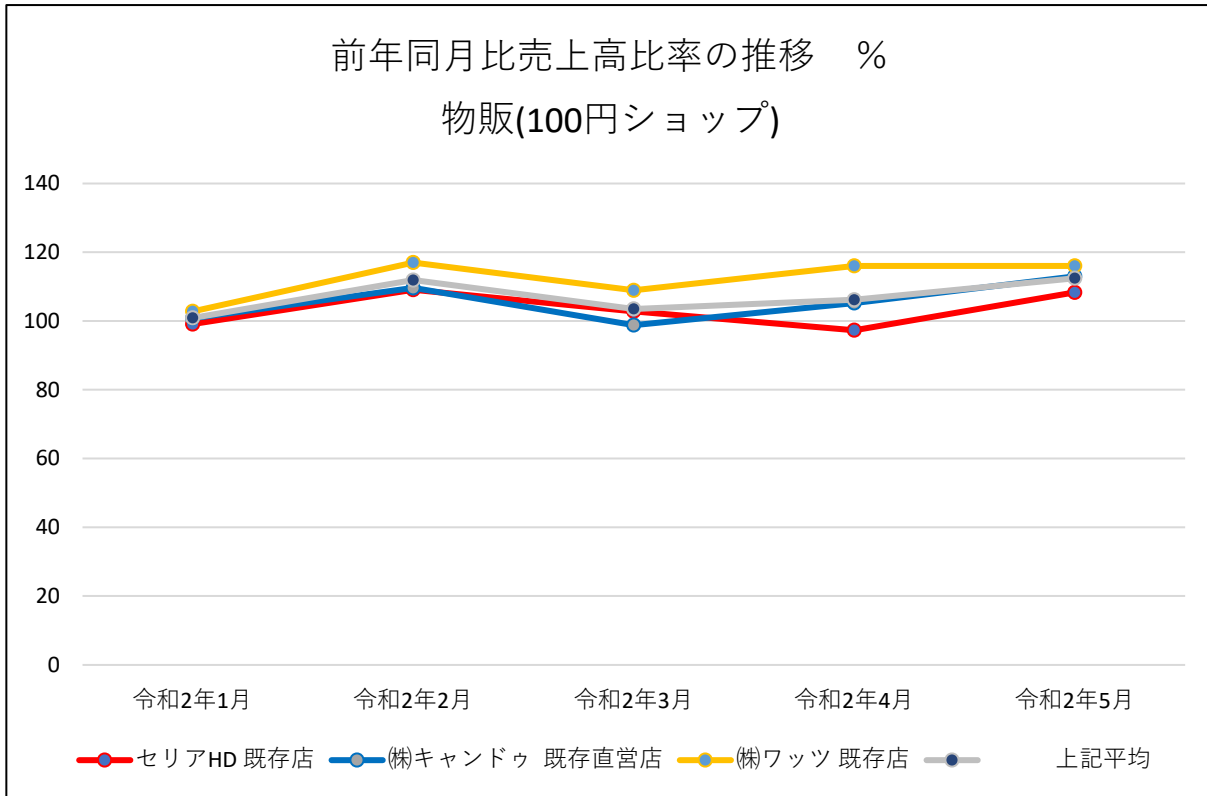
※1 ファミリーマート既存店は(株)ファミリーマート発表の100+前年比伸び率に基づく。



物販（100円ショップ）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
セリアHD 既存店	99.1	109.1	102.8	97.3	108.3
(株)キャンドウ 既存直営店	100.8	109.6	98.8	105.2	113
(株)ワッツ 既存店	102.8	117	108.9	116	116
上記平均	100.9	111.9	103.5	106.2	112.4



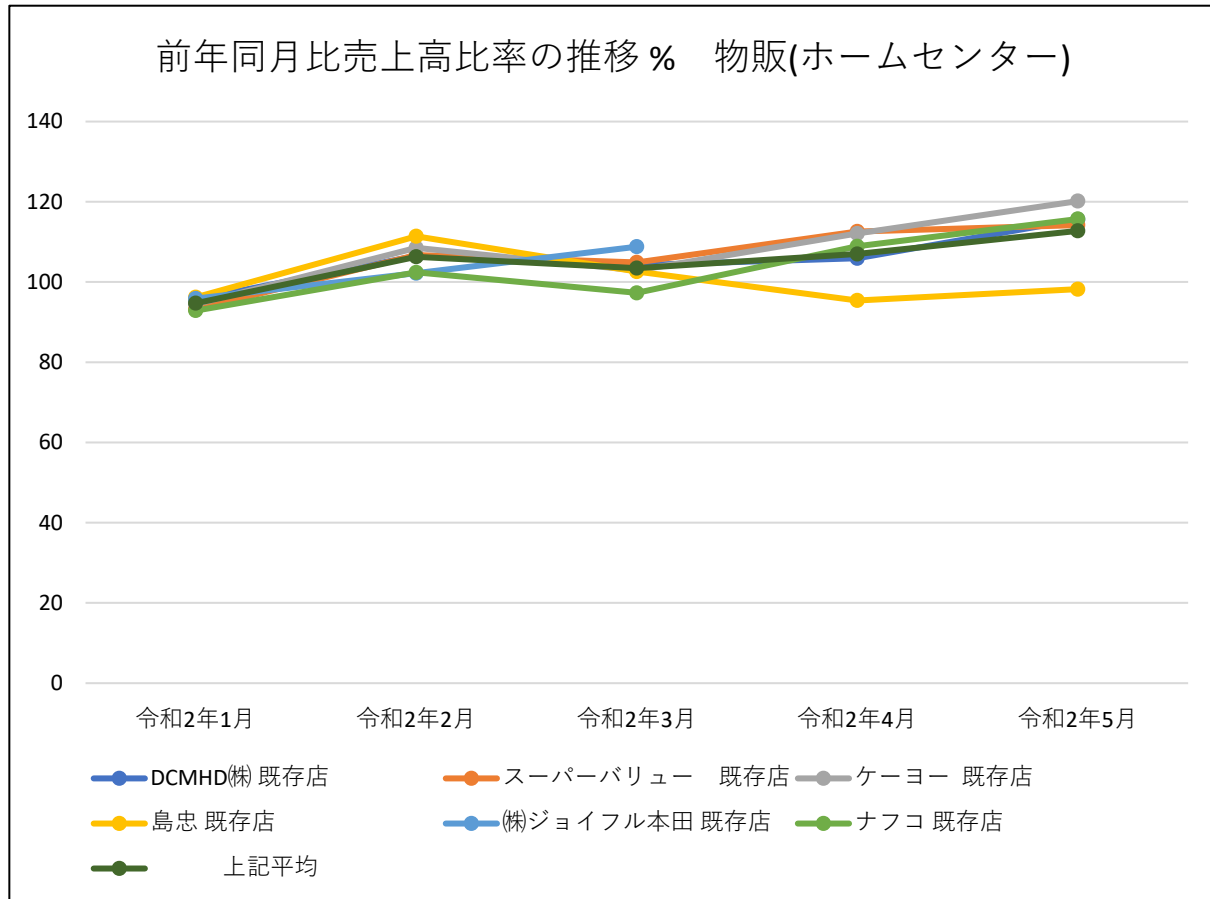
物販（ホームセンター）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
DCMHD(株) 既存店	95.7	106.5	104.2	105.9	115.6
スーパーバリュー 既存店	93.2	106.7	104.9	112.6	114.2
ケーヨー 既存店	94.5	108.5	102.9	112.1	120.2
島忠 既存店	96.2	111.4	102.6	95.4	98.2
(株)ジョイフル本田 既存店	95.9	102.2	108.8		
ナフコ 既存店	92.9	102.4	97.3	108.9	115.7
上記平均	94.7	106.3	103.5	107.0	112.8

※1 DCMHD(株)、ケーヨー、島忠は売上高伸び率を発表しているため100+伸び率で計算。

※2 (株)ジョイフル本田 既存店は4月度から非連結決算（(株)ジョイフル本田 1社(吸収合併した2つの旧子会社(株)ジョイフル本田リホーム（現リフォーム事業部）と旧(株)ホンダ産業（現アート・クラブ事業部）を含む）へ移行等があったため、発表数値(4月89.5、5月86)を記載していない。



物販（衣料・ファッション）

前年同月比売上高比率の推移 %

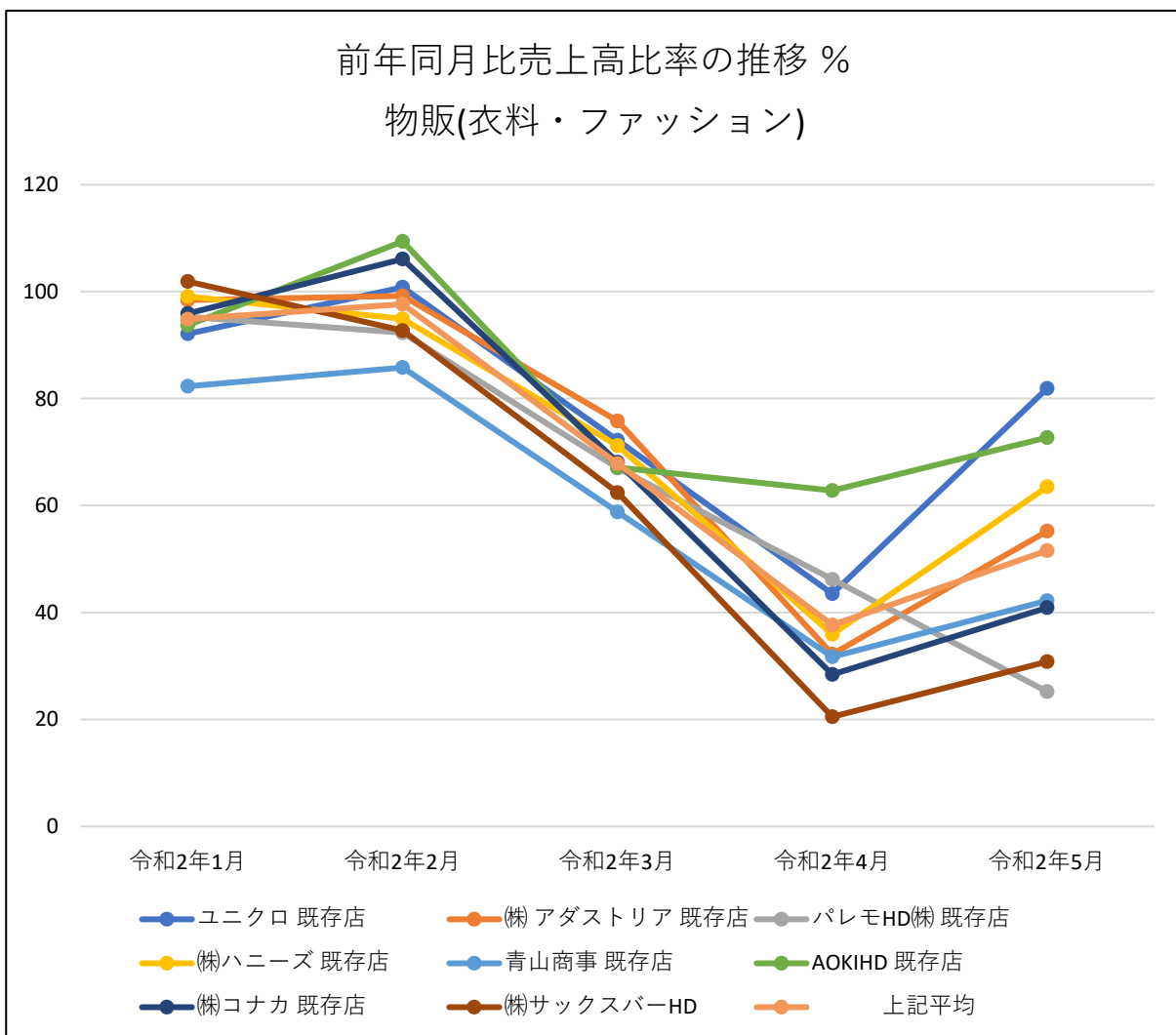
社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
ユニクロ 既存店	92.1	100.8	72.2	43.5	81.9
(株) アダストリア 既存店	98.4	99.2	75.8	32.2	55.2
パレモHD(株) 既存店	95.3	92.3	67	46.2	25.2
(株)ハニーズ 既存店	99.1	94.9	71.2	35.9	63.5
青山商事 既存店	82.3	85.8	58.8	31.7	42.2
AOKIHD 既存店	93.7	109.4	67.1	62.8	72.7
(株)コナカ 既存店	95.9	106.1	68.1	28.4	40.9
(株)サックスバーHD	101.9	92.7	62.4	20.5	30.8
上記平均	94.8	97.7	67.8	37.7	51.6

※1ユニクロは(株)ファーストリテイリング国内ユニクロ事業でEコマース部門を含む。

※2 青山商事はビジネスウェア事業ブランド全体の数値

※3 AOKIHDはAOKI及びORIHICAブランドの合計

※4 (株)サックスバーHDは(株)東京デリカの数値。1～3月は既存店、4月～は全店

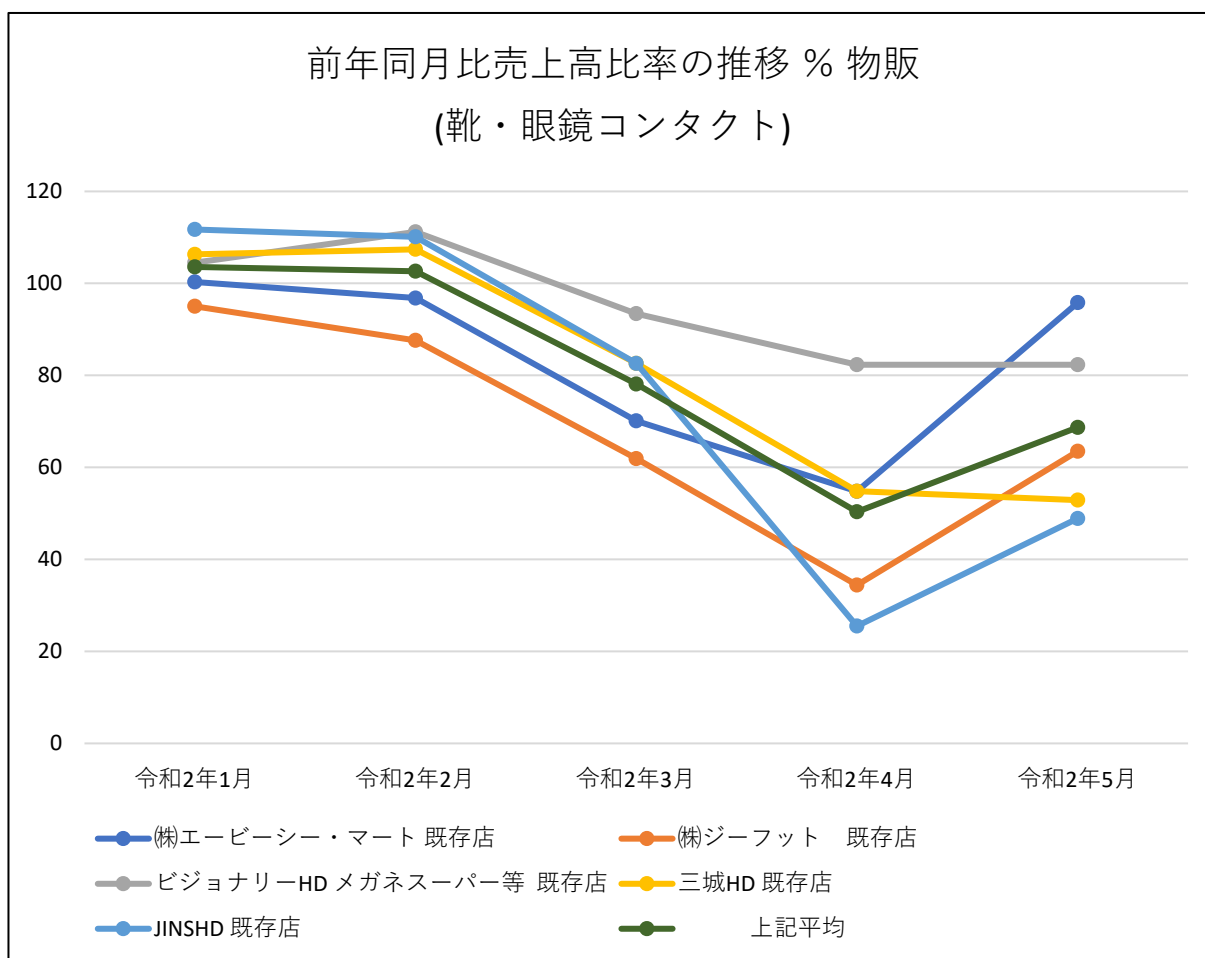


物販（靴・眼鏡コンタクト）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
(株)エービーシー・マート 既存店	100.3	96.8	70.1	54.8	95.8
(株)ジーフット 既存店	95	87.6	61.9	34.4	63.5
ビジョナリーHD メガネスーパー等 既存店	104.5	111.2	93.4	82.3	82.3
三城HD 既存店	106.3	107.4	82.6	54.8	52.9
JINSHD 既存店	111.7	110.1	82.6	25.5	48.9
上記平均	103.6	102.6	78.1	50.4	68.7

※(株)エービーシー・マート、三城HD、JINSHDは売上高伸び率を公表しているため100+伸び率で計算



物販及びサービス（スポーツ用品、旅行、中古本3業態）

前年同月比売上高比率の推移 %

社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月
アルペン 既存店	98.8	102.3	84.4	54.6	78.9
(株)ゴルフ・ドゥ 既存直営+FC	98.6	107	97.2	75.9	92.8
HIS旅行総取扱高	93	91.1	27.2	1.5	
KNT-CTHD売上高	94.3	80.5	31.4	2.6	
ブックオフグループHD(株) 既存店	103.9	105.8	97.2	64.4	68.4
うちアルペン・(株)ゴルフ・ドゥ平均	98.7	104.7	90.8	65.3	85.9
うちHIS、KNT-CTHD平均	93.7	85.8	29.3	2.1	

※1 HIS及びKNT-CTHD（旧近畿日本ツーリスト）は国内既存店舗のみでなく、海外店舗売上、Eコマース売上を含んでいると考えられる。

※2 ブックオフグループHDは業態的にはリユースでもあるが、書籍販売の月次データを公表している企業が乏しいため採用した。

