

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9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・業態の既存店配置等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、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。また、今回は物販(ホームセンター)を物販(ホームセンター・家具・家電)にカテゴリー変更した。
- (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ため、確報値とは異なることがある。
- (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) 7月22日から東京都を除くGo To トラベル キャンペーン（10月1日に東京都も含まれることとなった）を始めるなど各種のGoToキャンペーンを実施している。
- (4) 今後のワクチン開発、治療薬開発により売上が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) 新型コロナウイルス感染症による消費低迷が進行した今年3月以降も売上が伸びていた食品スーパー等、100円ショップ、ホームセンター・家具・家電も前年同月比マイナスになる等、カテゴリー分けした業種・業態全てが9月にはマイナスになり、消費の低迷は新局面を迎えているとも考えられるが、昨年10月の消費税増税による同年9月の駆け込み需要の影響も考えられるため、10月以降の売上高推移も併せて分析する必要がある。
- (2) 緊急事態宣言の影響が大きかった飲食業種の喫茶、食事系、居酒屋等は本年4,5月を底として、9月には前年同月比6～8割程度に回復してきている。
- (3) 百貨店はインバウンド消費低迷、一時閉店の影響を受け、本年4,5月に極端に売上が落ち込んだ。その後の回復力は弱く、9月には再び前年同月比7割を下回る等再悪化している。
- (4) 物販（スポーツ用品）、物販・サービス（中古本）は、本年6月～8月にかけて前年同月比100%を上回り、9月には同比9割台になる等消費回復傾向が伺える。  
反面、巣ごもり消費、節約消費需要の立役者となった食品スーパー等、100円ショップ、ホームセンター・家具・家電が本年9月に落ち込んでいることと併せて考えると、消費の質が変化している可能性がある。
- (5) 衣料・ファッション、靴・眼鏡コンタクトは、本年4月をボトムに回復し、6月にピークとなった後に反落している。緊急事態宣言後の6月特需が下方方向に落ち着き平準化しつつあるものと考えられる。
- (6) 業種・業態の中でも、コンビニエンスストアのセブン・イレブン・ジャパン、衣料・ファッションのユニクロ、ホームセンター・家具・家電のニトリ等のいわゆる業種・業態のガリバー企業の売上の伸びが大きい。セブン・イレブン・ジャパンは本年8月に前年同月比同水準に、9月に前年同月比微超になり、ユニクロは本年6月、8月に前年同月比プラス2,3割に、ニトリは6月に前年同月比+47.4%になる等好調である。
- (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。

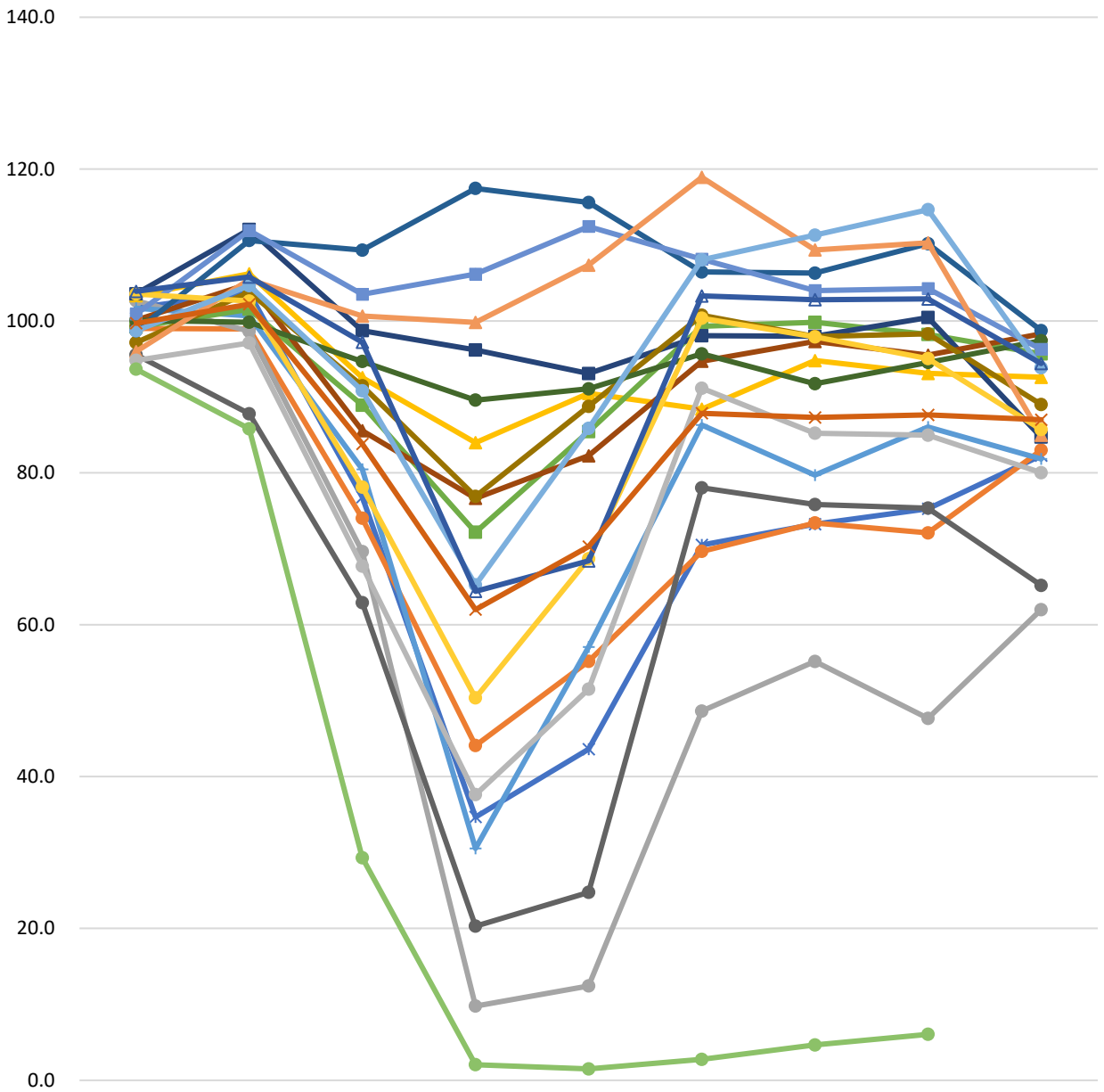
(以下次頁)

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
飲食(喫茶)	101.7	103.7	76.8	34.7	43.6	70.5	73.2	75.3	82.3
飲食(食事系)	99.0	98.9	74.0	44.1	55.2	69.7	73.4	72.1	83.0
飲食(居酒屋等)	102.7	98.6	69.6	9.8	12.4	48.6	55.2	47.7	62.0
飲食(ファストフード)	103.3	106.2	92.5	84.0	90.5	88.4	94.8	93.1	92.6
サービス(美容・理容)	101.7	100.7	80.5	30.5	57.1	86.3	79.7	86.0	81.8
物販・サービス(リユース)	99.2	101.6	88.9	72.2	85.4	99.3	99.8	98.2	95.7
物販・サービス(薬局)	103.6	112.1	98.7	96.2	93.1	98.1	98.0	100.5	84.7
物販・サービス(弁当・惣菜)	100.1	104.9	85.6	76.7	82.3	94.7	97.3	95.5	98.3
物販(百貨店)	95.6	87.8	62.9	20.3	24.8	78.0	75.8	75.4	65.2
物販(総合スーパー)	97.2	103.8	91.5	76.9	88.8	100.8	98.0	98.3	89.0
物販(食品スーパー等)	98.7	110.6	109.3	117.5	115.6	106.5	106.3	110.2	98.7
物販(コンビニエンスストア)	100.1	99.8	94.7	89.6	91.1	95.7	91.7	94.5	97.4
物販(100円ショップ)	100.9	111.9	103.5	106.2	112.4	108.1	104.0	104.3	96.3
物販(ホームセンター家具家電)	96.0	105.4	100.6	99.8	107.4	118.9	109.4	110.3	84.9
物販(衣料・ファッション)	94.8	97.1	67.7	37.6	51.5	91.1	85.2	85.0	80.0
物販(靴・眼鏡コンタクト)	103.6	102.6	78.1	50.4	68.7	100.4	97.9	95.0	85.7
物販(スポーツ用品)	98.7	104.7	90.8	65.3	85.9	108.1	111.3	114.7	93.9
サービス(旅行)	93.7	85.8	29.3	2.1	1.5	2.8	4.7	6.1	
物販・サービス(中古本)	103.9	105.8	97.2	64.4	68.4	103.3	102.8	102.9	94.4
上記平均	99.7	102.2	83.8	62.0	70.3	87.8	87.3	87.6	87.0

※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



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 令和2年6月 令和2年7月 令和2年8月 令和2年9月

- ◆ 飲食(喫茶)
- 飲食(居酒屋等)
- ◆ サービス(美容・理容)
- 物販・サービス(薬局)
- 物販(百貨店)
- 物販(食品スーパー等)
- 物販(100円ショップ)
- 物販(衣料・ファッション)
- 物販(スポーツ用品)
- 物販・サービス(中古本)
- 飲食(食事系)
- ▲ 飲食(ファストフード)
- 物販・サービス(リユース)
- ▲ 物販・サービス(弁当・惣菜)
- 物販(総合スーパー)
- 物販(コンビニエンスストア)
- ▲ 物販(ホームセンター家具家電)
- 物販(靴・眼鏡コンタクト)
- サービス(旅行)
- ◆ 上記平均

## B.飲食

- (1) 喫茶は、本年3月から売上高低下傾向が顕著になったが、ドトールコーヒーが9月に前年同月比7割を超える等やや回復している。コメダHDが比較的好調なのは(9月前年同月比101%)、立地特性(愛知県比率約1/4等)によると推定される。
- (2) 食事系も4,5月をボトムに回復しているが、業種・業態、立地、店舗形態、キャンペーンの巧拙による差異が生じている。10月からのGoToイートの好影響が最も期待されている業態である。
- (3) 居酒屋等は、4月(前年比9.8%),5月(同12.4%)と新型コロナウイルス感染症の影響が極めて大きかったが、9月に前年比5~8割に回復した(5社平均62%)。但し、食事系と同じく月次売上高公表を控えるケースもあり、かつ、損益分岐点を大幅に下回ると言われる売上高前年同月比7割以下の水準が常態化する可能性もあり、依然、最も深刻な業種・業態である。
- (4) ファストフードは、3月から売上高低下傾向が見られたが、7月以降は前年比9割以上(11社平均)になる等回復している。また、テイクアウト中心に大きく売上を伸ばした日本KFCHD、日本マクドナルド、モスバーガーは9月になると増加率が抑えられ(前年比100.3%~106.3%)、代わりに麺ものや丼チェーンが売上回復する等の変化が生じている。

## C.サービス、物販・サービス併合型業態

- (1) 美容・理容も4月をボトムに回復しているが、9月の前年同月比は約8割(3社平均81.8%)であり、このまま消費が落ち込んだまま推移する可能性がある。
- (2) リユースは、4月をボトムに、6月以降は4社平均前年度並みに落ち着いてきたが、9月に再び売上低下傾向が生じている(3社平均前年比95.7%)。
- (3) 薬局は、2月に売上増加(4社平均112.1%)したが、その後は売上低下傾向になり、9月に3社平均で前年比84.7%になる等他業態と異なる売上推移動向を示している。
- (4) 弁当・惣菜は、弁当中心のほっともっとが引き続き前年同月売上比率が増加傾向(9月105.8%)であるほか、惣菜中心でデパート売上低下の影響を受けたロックフィールドも売上回復傾向(9月90.8%)に転じている。

## D.百貨店・総合スーパー

- (1) 百貨店については、比較的早く2月から売上高低下傾向が顕著になり、4,5月に極端に落ち込み(4月前年比4社平均20.3%,5月24.8%)、6月以降は回復したが、9月に再び低下(4社平均65.2%)し、予断を禁じ得ない状況が続いている。
- (2) 総合スーパーの前年同月比売上高比率は、本年4月に2社平均76.9%に落ち込んだ後は、回復傾向が伺える(8月2社平均98.3%)。

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

- (1) 食品スーパー等は、2月から売上上昇傾向が顕著になり(4社平均前年同月比110.6%)、8月まで好調が続いたが、9月に1月以来の前年同月比100%割れ(3社平均98.7%)となっている。
- (2) コンビニエンスストアは、全体的には回復傾向であるが、セブン・イレブン・ジャパンと他の2社との間では回復度の差異がある(9月前年同月比セブン・イレブン・ジャパン102.4%、ファミリーマート95.3%、ローソン94.5%)。

- (3) 100円ショップは、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売上伸び率の低下(3月103.5%、4月106.2%)も消化してきたが、本年9月に3社平均前年比96.3%となり、年初来初めて100%を割った。
- (4) ホームセンター・家具・家電(前回と業態範囲変更)は、1月の売上低下傾向(9社平均96.0%)が2月から上昇に転じ、本年6~8月にピーク(6月9社平均前年同月比118.9%)であったが、9月に9社平均84.9%と極端に落ち込んだ。

#### F.衣料・ファッション、趣味等

- (1) 衣料・ファッションは、3月から売上低下傾向が顕著になり(8社平均前年比67.7%)、4月平均37.6%、5月平均51.5%の後、6月には91.1%になるほどに回復したが、9月には80.0%に低下している。ガリバー企業ユニクロが牽引しているが、他7社は依然厳しい状態が続いている(9月前年比58.7%~90.9%)。
- (2) ファッション関連業態である靴・眼鏡コンタクトは、3月から売上低下傾向が出始め(5社平均前年同月比78.1%)、4月50.4%を底に回復傾向(6月5社平均100.4%)であったが、9月には再び低下(4社平均前年比85.7%)している。
- (3) スポーツ用品ショップは、本年2月に売上上昇傾向が見られ(2社平均104.7%)、4月65.3%に落ち込んだ後、6~8月は前年対比浮上(8月2社平均114.7%)し、再び9月に落ち込んでいる(2社平均93.9%)。

旅行は、年初から影響が出始め、2社平均前年対比2月85.8%、3月29.3%以降は一桁台に低迷{5月前年対比1.5%(△98.5%)}し、需要が喪失した状態のままになっている。10月以降の東京都も含めたGoToトラベルキャンペーンの成果が切に期待されている。中古本取扱に関しては、本年3月以降売上低下傾向が見られたが、6月以降は前年同月比+3%程度の増加に転じ、9月に94.4%に低下した。

以 上

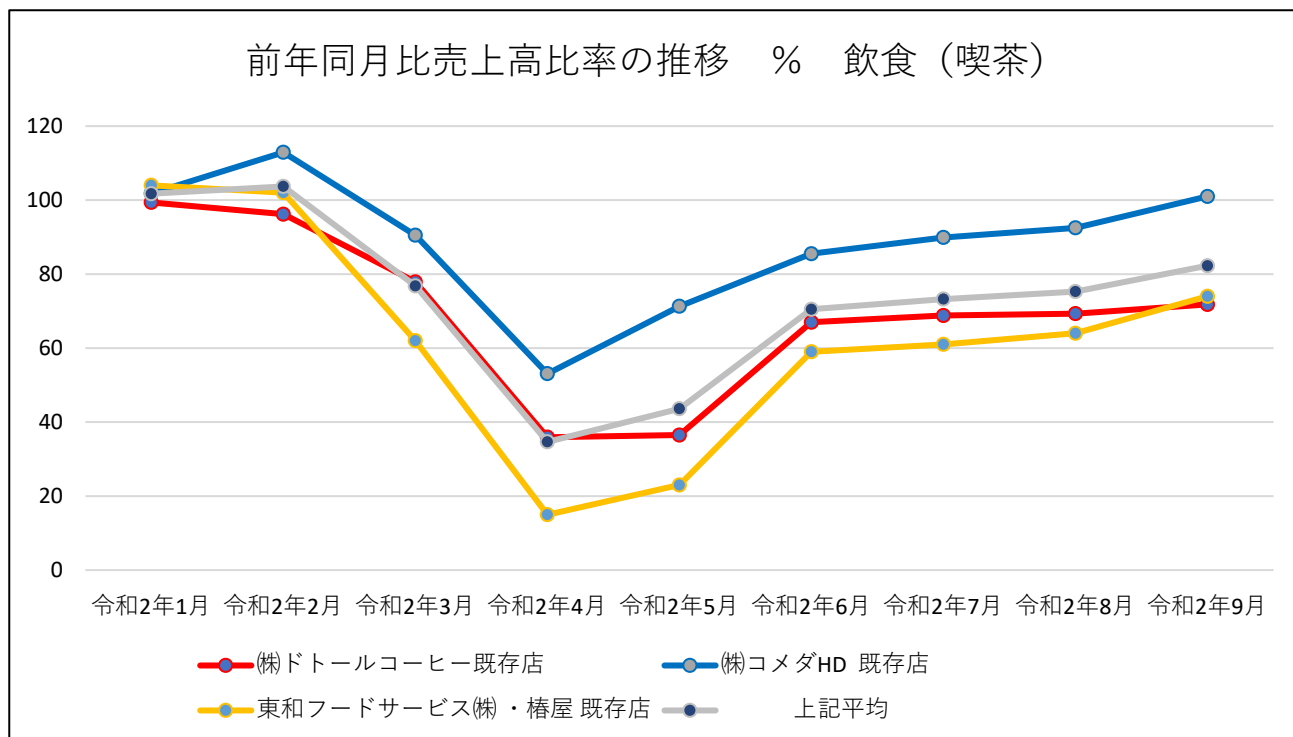
飲食（喫茶）

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
(株)ドトールコーヒー既存店	99.4	96.2	77.9	35.9	36.5	67	68.8	69.3	71.8
(株)コマダHD 既存店	101.8	112.9	90.5	53.1	71.3	85.5	89.9	92.5	101
東和フードサービス(株)・椿屋 既存店	104	102	62	15	23	59	61	64	74
上記平均	101.7	103.7	76.8	34.7	43.6	70.5	73.2	75.3	82.3

※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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
すかいらーくG 既存店	97.6	99.6	76.1	41.8	52.2	69.4	73.6	73.2	78.3
(株)あみやき亭 既存店	96.7	97	72.3	31.6	51	66.6	75.7	66.2	
(株)大戸屋H 既存店	95.7	96.8	79.3	51.6	59.6	70	71.4	71.5	79.6
(株)ハイディ日高 既存店	100.8	104.7	82	49.3	48	65.8	73.9	75.7	80.7
プレナスHD・やよい軒 既存店	94.5	95.5	83.2	52.8	55	76	79.3	81.7	97.9
日本レストランシステムズ(株)既存店 追加	99.3	91.4	74.9	50.3	60.9	71.8	73	72.3	
(株)JFLAHD 既存店	100.4	106	75.9	23.4	34.7	61.9	66.6	60.5	73
くら寿司(株) 既存店	104.8	112.2	84.5	51.9	80	97.4	92.3	94.6	107.9
WDIグループ・カブリチョーザ等 既存店	98.5	94	55			48	54.7	53.1	63.4
(株)ゼネラルオイスター	102	92.2	56.9						
上記平均	99.0	98.9	74.0	44.1	55.2	69.7	73.4	72.1	83.0

※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。

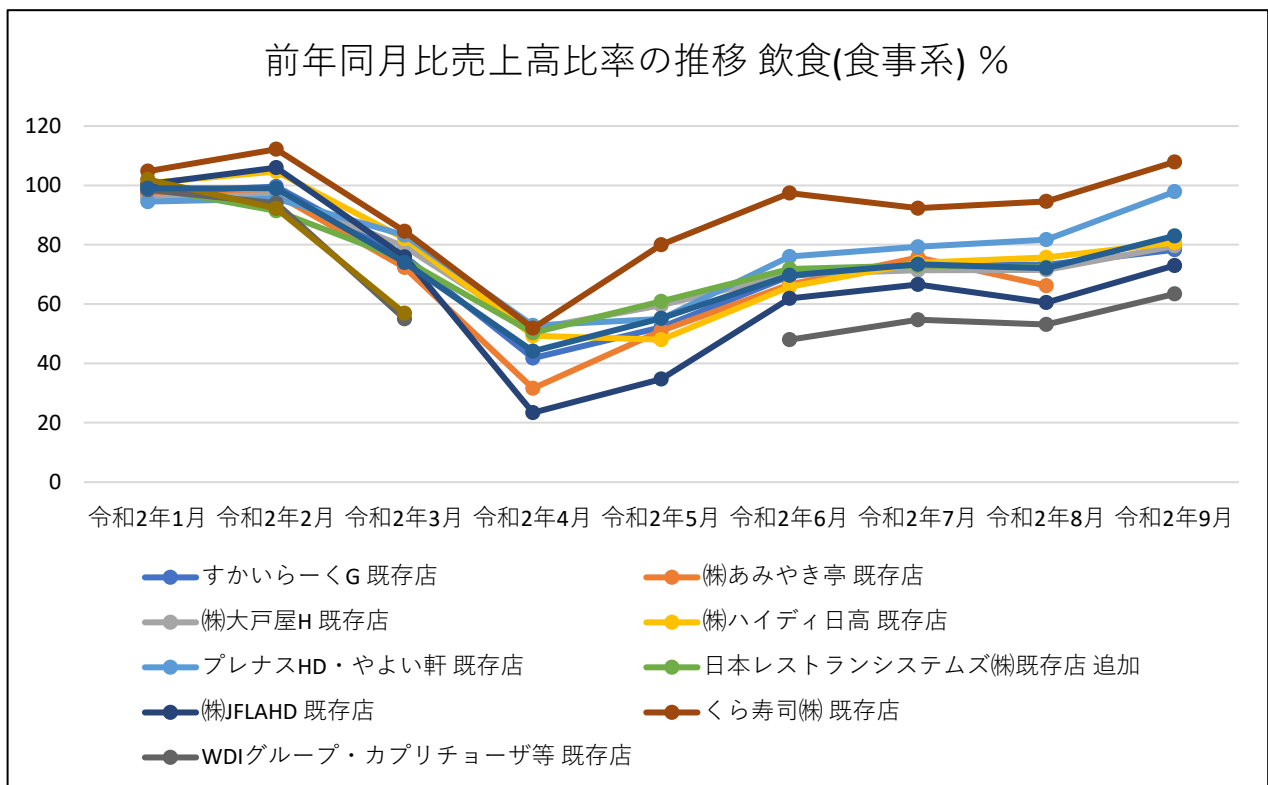
※3 (株)ハイディ日高は業態が居酒屋にもファストフードにも該当するが、食事系に分類した。

※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。ファストフードでなく食事系に分類した。

※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）

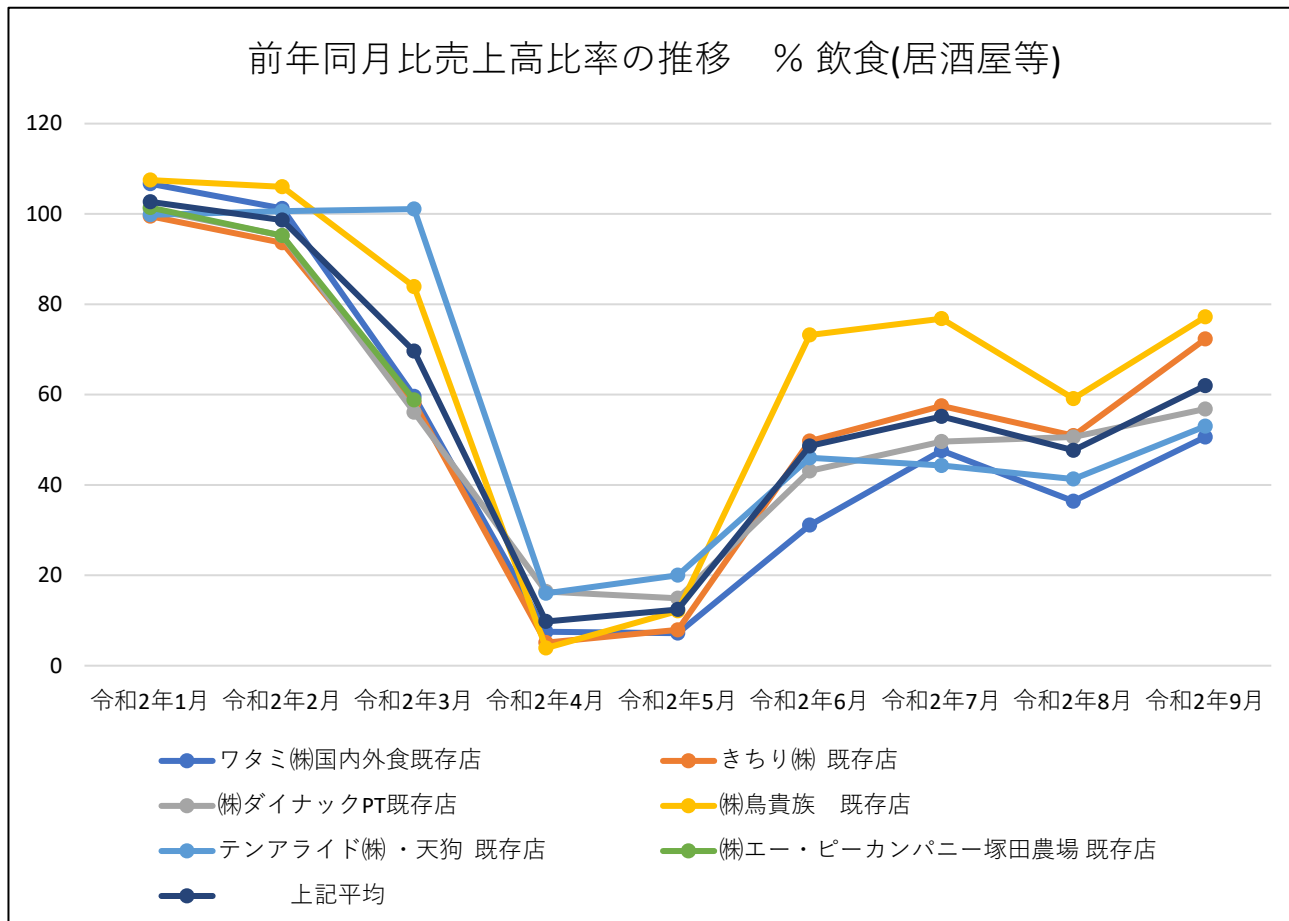
前年同月比売上高比率の推移 %

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
ワタミ(株)国内外食既存店	106.7	101.2	59.6	7.5	7.2	31.1	47.6	36.4	50.6
きちり(株) 既存店	99.5	93.6	58.2	5.1	7.9	49.7	57.5	50.9	72.3
(株)ダイナックPT既存店	101.1	95.2	56.1	16.4	14.9	43.1	49.6	50.6	56.8
(株)鳥貴族 既存店	107.5	106	83.9	3.9	12.1	73.2	76.8	59.1	77.2
テナアライド(株)・天狗 既存店	99.8	100.6	101.1	16	20	46	44.3	41.3	53
(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	102.7	98.6	69.6	9.8	12.4	48.6	55.2	47.7	62.0

※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。周辺に競争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。

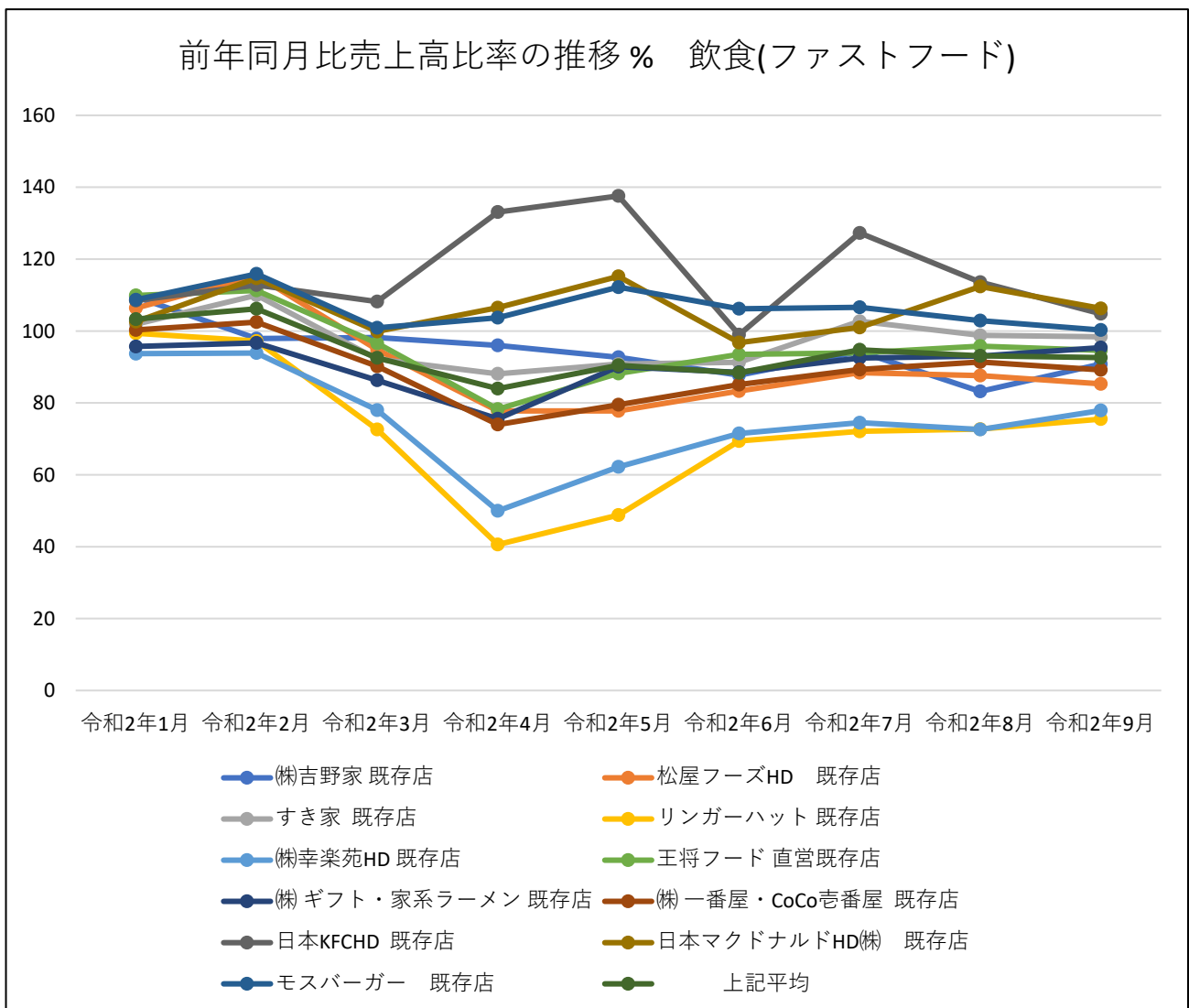


飲食（ファストフード）

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
(株)吉野家 既存店	109.5	97.9	98.2	96	92.7	87.7	94.3	83.2	90.8
松屋フーズHD 既存店	106.4	115.5	94.8	77.8	77.8	83.3	88.4	87.6	85.3
すき家 既存店	101.9	110	92.2	88.1	90.8	91.3	102.7	98.8	98.4
リンガーハット 既存店	99.4	97.2	72.6	40.6	48.8	69.4	72.1	72.7	75.5
(株)幸楽苑HD 既存店	93.7	93.9	78	50	62.2	71.5	74.5	72.6	77.9
王将フード 直営既存店	109.9	111.3	96.6	78.3	88.2	93.5	93.9	95.8	94.6
(株)ギフト・家系ラーメン 既存店	95.7	96.7	86.3	75.6	90.1	88.5	92.5	93	95.4
(株)一番屋・CoCo壱番屋 既存店	100.3	102.5	90.2	74	79.5	85.1	89.3	91.4	89.2
日本KFCHD 既存店	108.5	112.8	108.2	133.1	137.6	99	127.3	113.6	104.8
日本マクドナルドHD(株) 既存店	102.6	114.7	99.9	106.5	115.2	96.8	101	112.4	106.3
モスバーガー 既存店	108.7	115.9	100.9	103.7	112.2	106.2	106.6	102.9	100.3
上記平均	103.3	106.2	92.5	84.0	90.5	88.4	94.8	93.1	92.6

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



サービス（美容・理容）

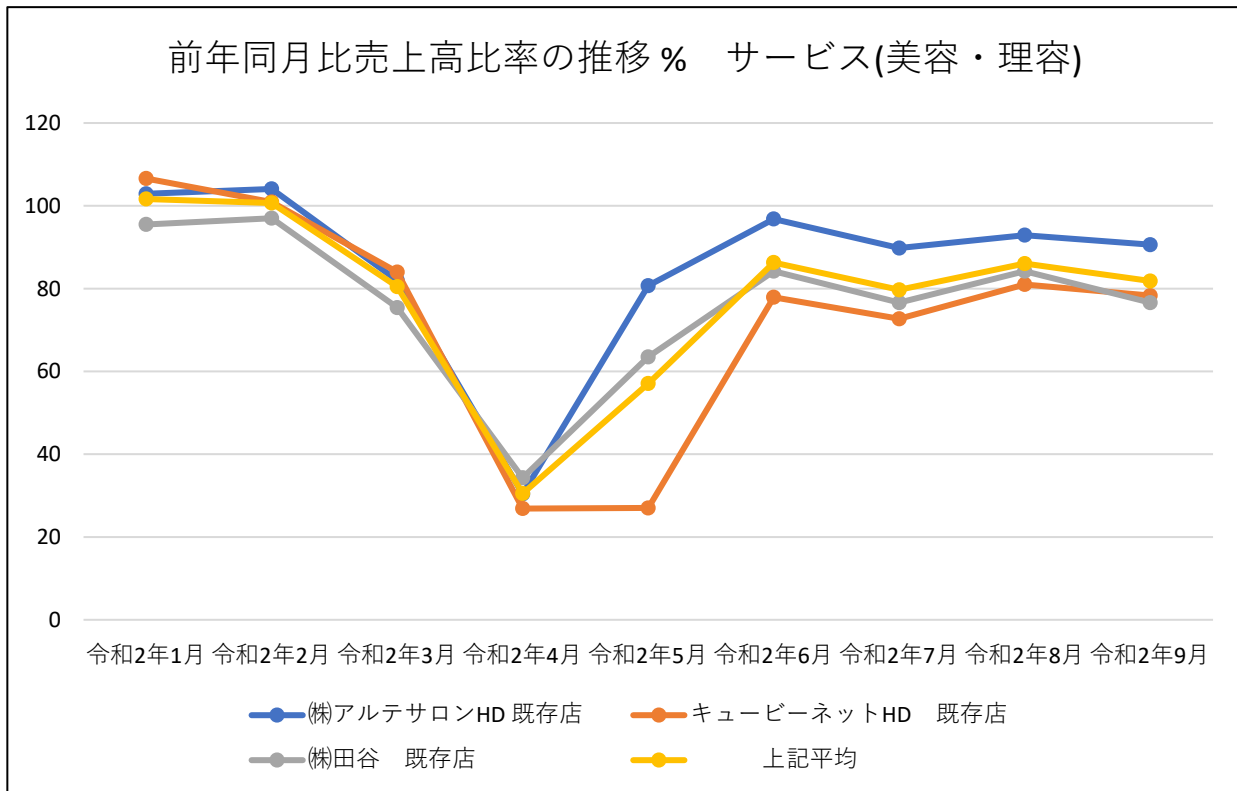
前年同月比売上高比率の推移 %

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
(株)アルテサロンHD 既存店	102.9	104.1	82	30.4	80.7	96.8	89.8	92.9	90.6
キュービーネットHD 既存店	106.6	100.9	84	26.9	27	77.9	72.7	81	78.3
(株)田谷 既存店	95.5	97	75.4	34.3	63.5	84.2	76.6	84.2	76.6
上記平均	101.7	100.7	80.5	30.5	57.1	86.3	79.7	86.0	81.8

※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

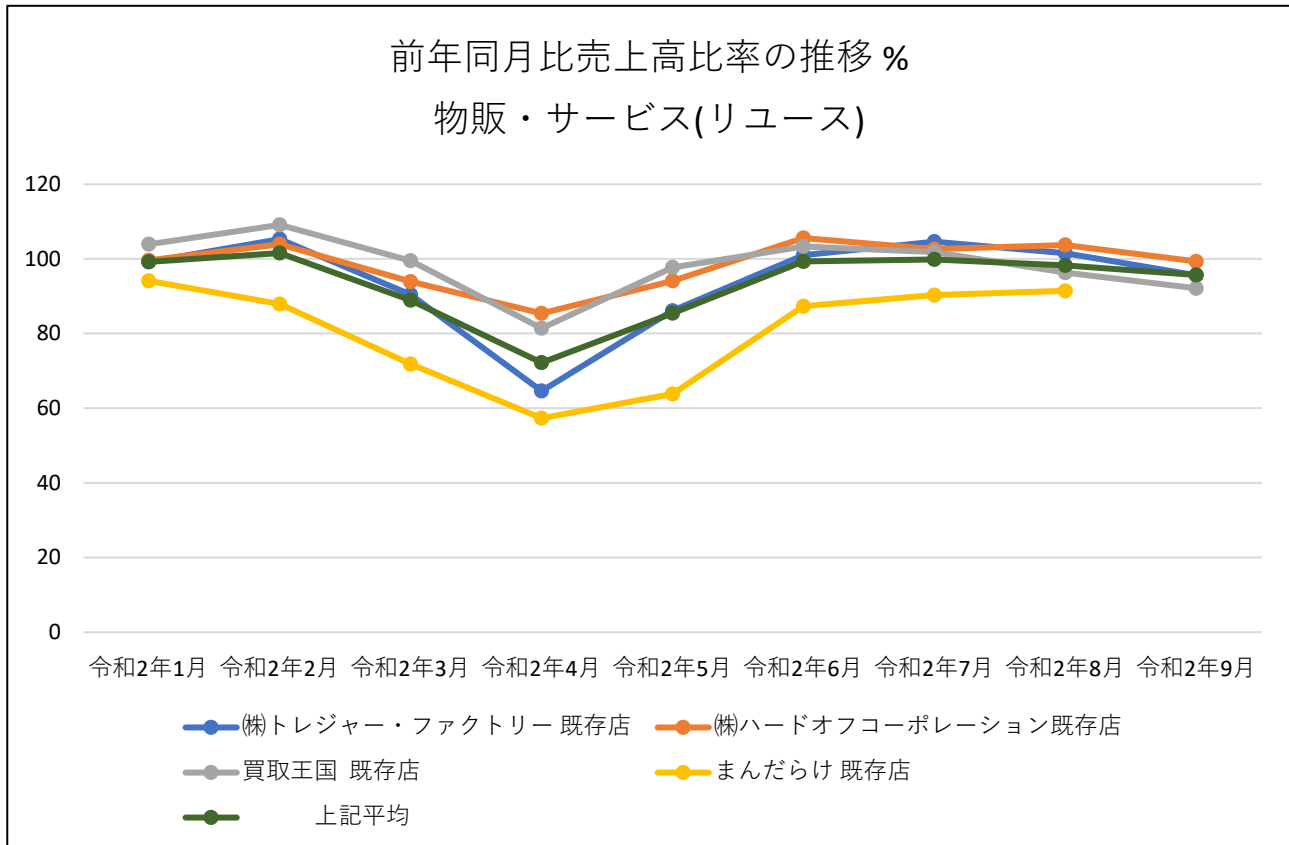
※3 (株)田谷は売上高伸び率を発表しているため100+伸び率で計算



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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9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	101	104.6	101.5	95.6
(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	105.6	102.6	103.7	99.3
買取王国 既存店	103.9	109.1	99.5	81.4	97.7	103.3	101.8	96.3	92.1
まんだらけ 既存店	94.1	87.9	71.8	57.3	63.8	87.3	90.3	91.4	
上記平均	99.2	101.6	88.9	72.2	85.4	99.3	99.8	98.2	95.7



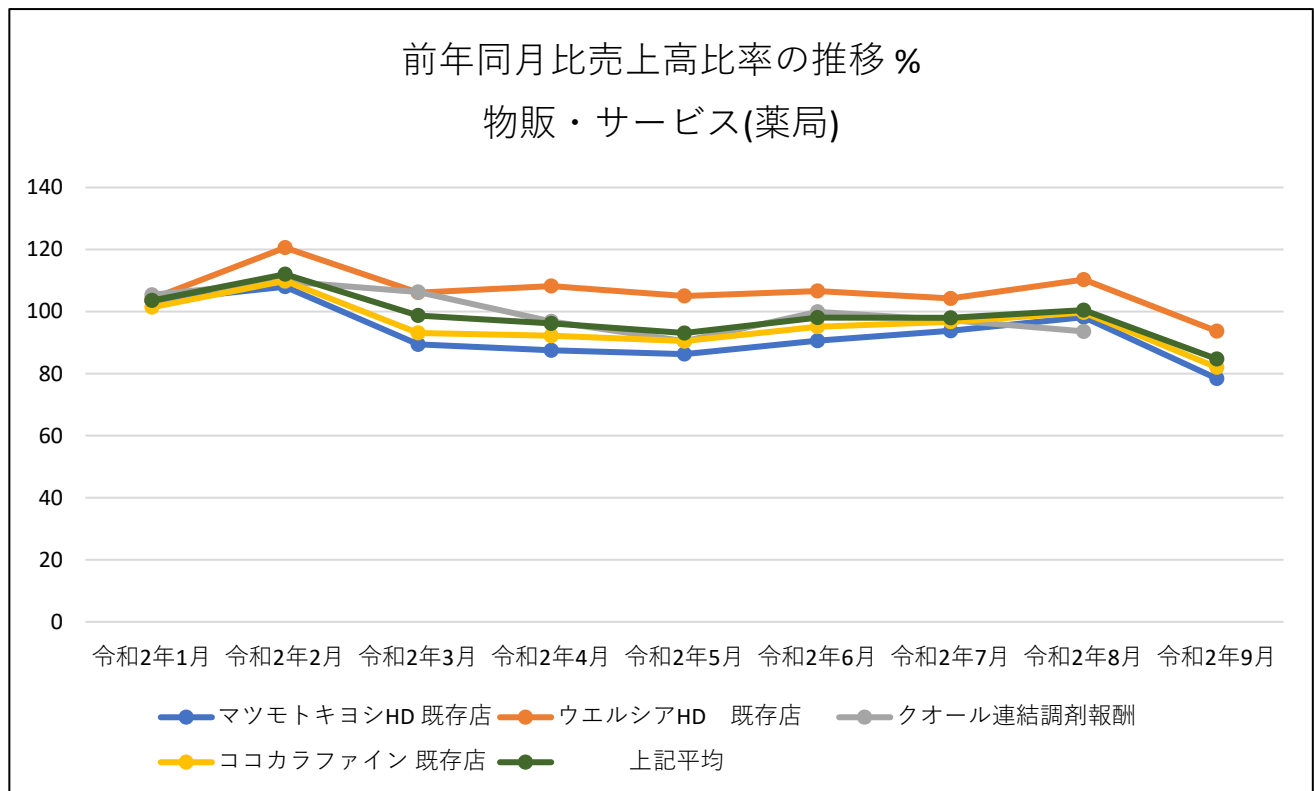
物販・サービス（薬局）

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
マツモトキヨシHD 既存店	103.4	108	89.4	87.5	86.3	90.6	93.8	98.2	78.4
ウエルシアHD 既存店	104.1	120.6	106.1	108.2	105	106.6	104.2	110.3	93.7
クオール連結調剤報酬	105.4	109.7	106.3	96.8	90.5	99.9	97.2	93.6	
ココカラファイン 既存店	101.4	109.9	93.1	92.2	90.5	95.1	96.7	99.7	82
上記平均	103.6	112.1	98.7	96.2	93.1	98.1	98.0	100.5	84.7

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

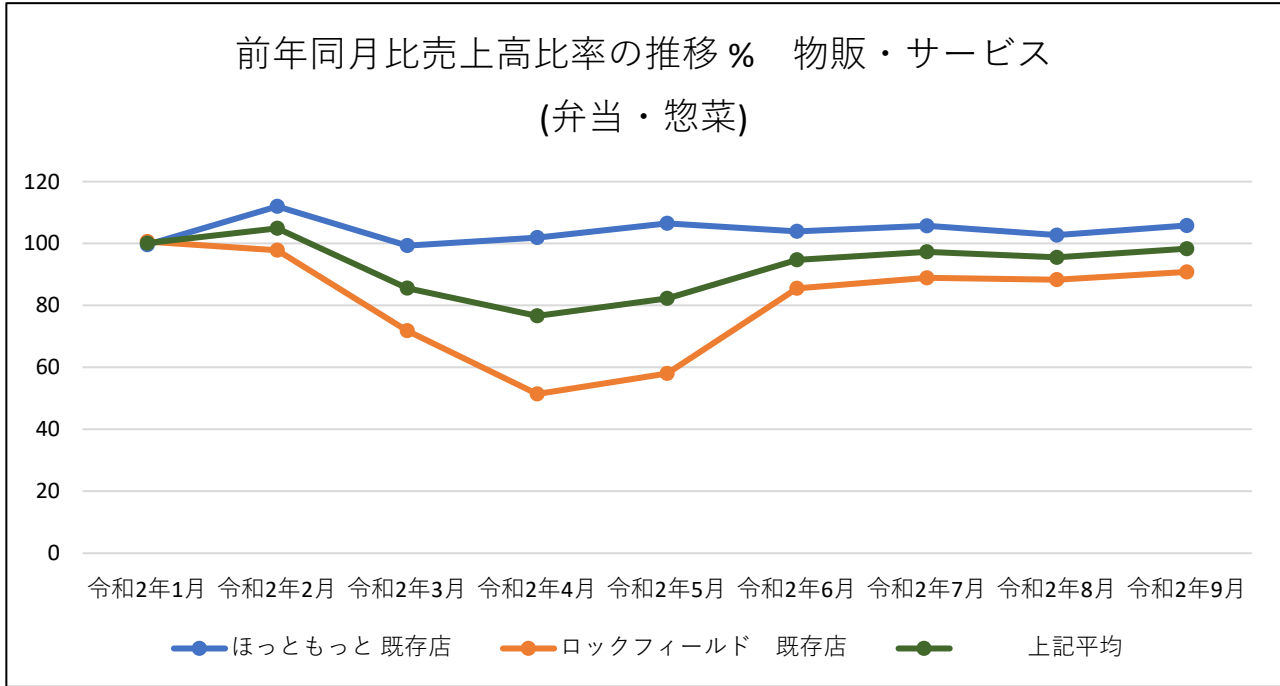
※2 クオール売上高は全店連結調剤報酬



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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
ほっともっと 既存店	99.6	112	99.3	101.9	106.5	103.9	105.7	102.7	105.8
ロックフィールド 既存店	100.6	97.8	71.8	51.4	58	85.5	88.9	88.3	90.8
上記平均	100.1	104.9	85.6	76.7	82.3	94.7	97.3	95.5	98.3



物販（百貨店）

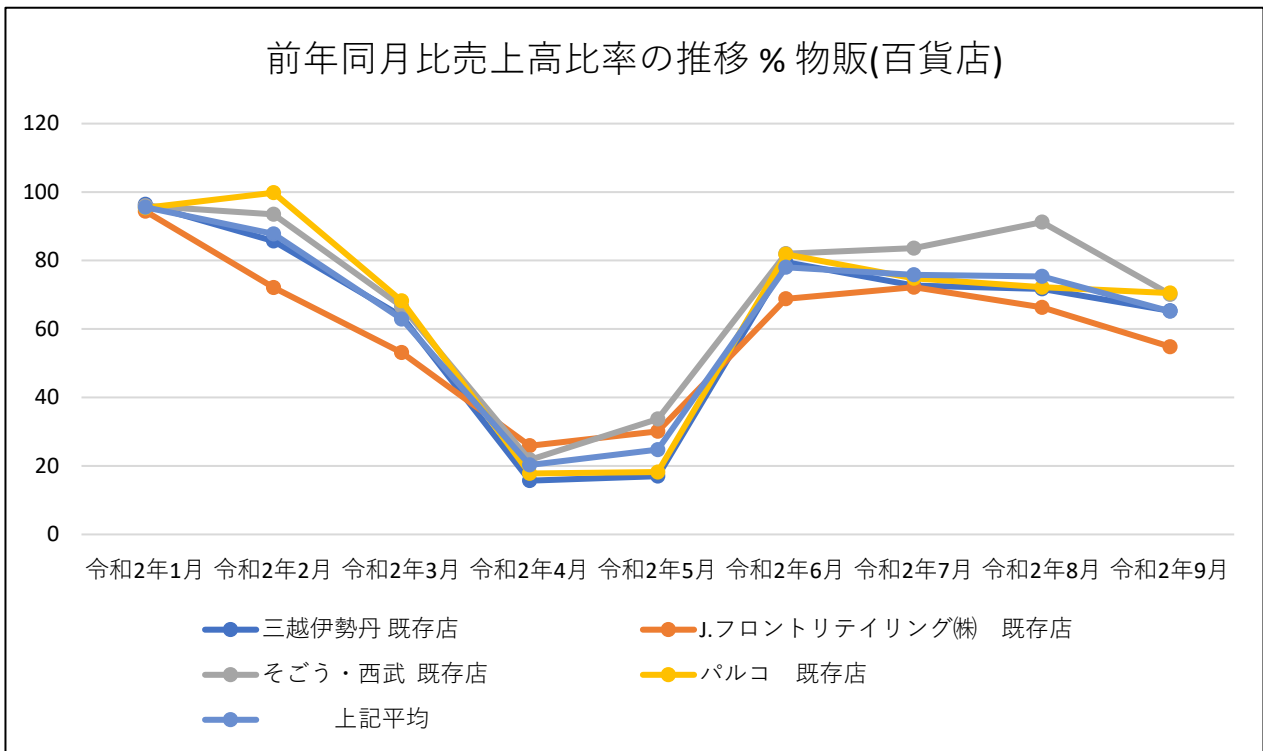
前年同月比売上高比率の推移 %

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
三越伊勢丹 既存店	96.4	85.7	63.7	15.7	17	79.5	72.7	71.7	65.3
J.フロントリテイリング(株) 既存店	94.4	72.1	53.1	25.9	30.1	68.8	72.2	66.3	54.8
そごう・西武 既存店	96	93.5	66.6	21.8	33.7	82	83.6	91.2	70.1
パルコ 既存店	95.4	99.8	68.2	17.8	18.2	81.8	74.8	72.2	70.5
上記平均	95.6	87.8	62.9	20.3	24.8	78.0	75.8	75.4	65.2

※1 J.フロントリテイリング(株)、パルコは百貨店事業の売上高(IFRS)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。

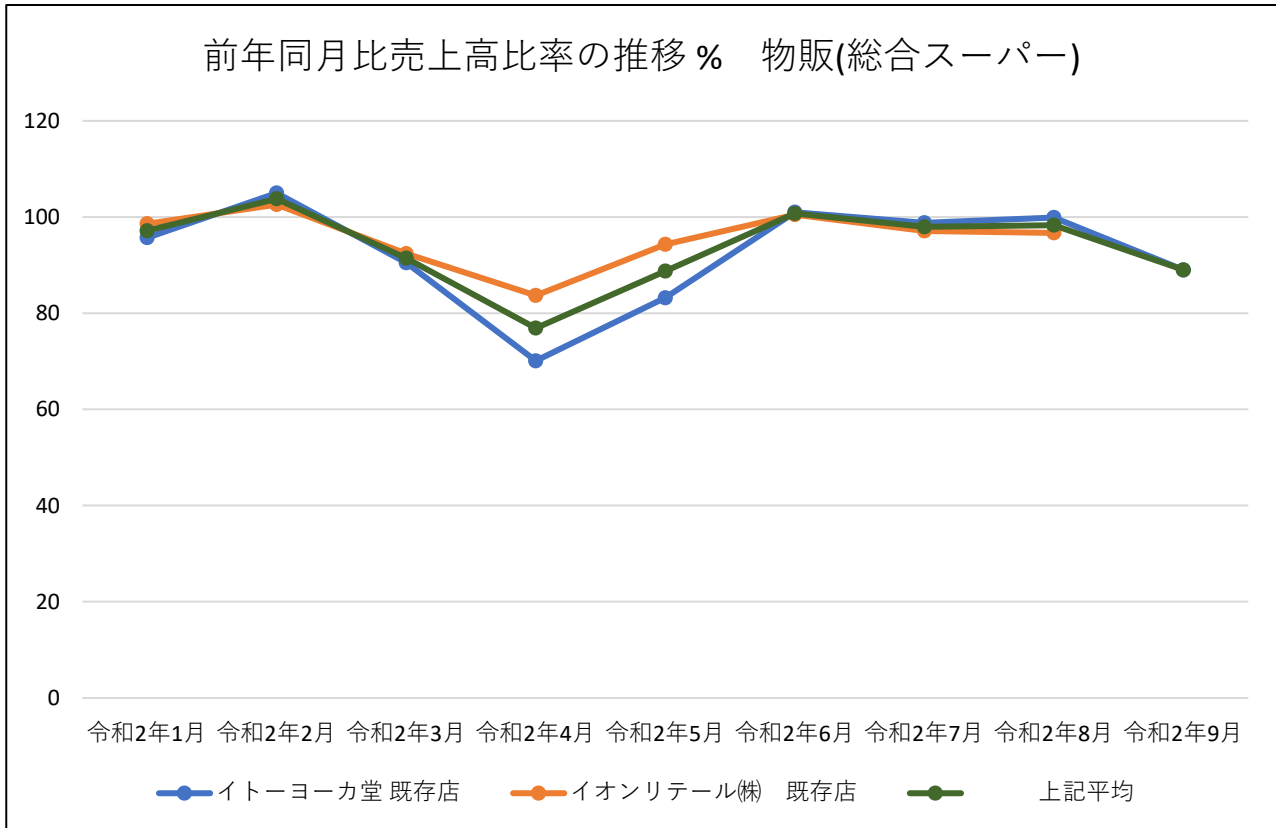
※3 三越伊勢丹 既存店は国内事業。1~5月上は従来は速報値であったが確報値に修正した。また、J.フロントリテイリング(株)、パルコ 既存店記載の一部も速報値を確報値に修正した。



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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
イトーヨーカ堂 既存店	95.7	105	90.5	70.1	83.2	101	98.8	99.9	89
イオンリテール(株) 既存店	98.6	102.6	92.4	83.7	94.3	100.5	97.1	96.7	
上記平均	97.2	103.8	91.5	76.9	88.8	100.8	98.0	98.3	89.0



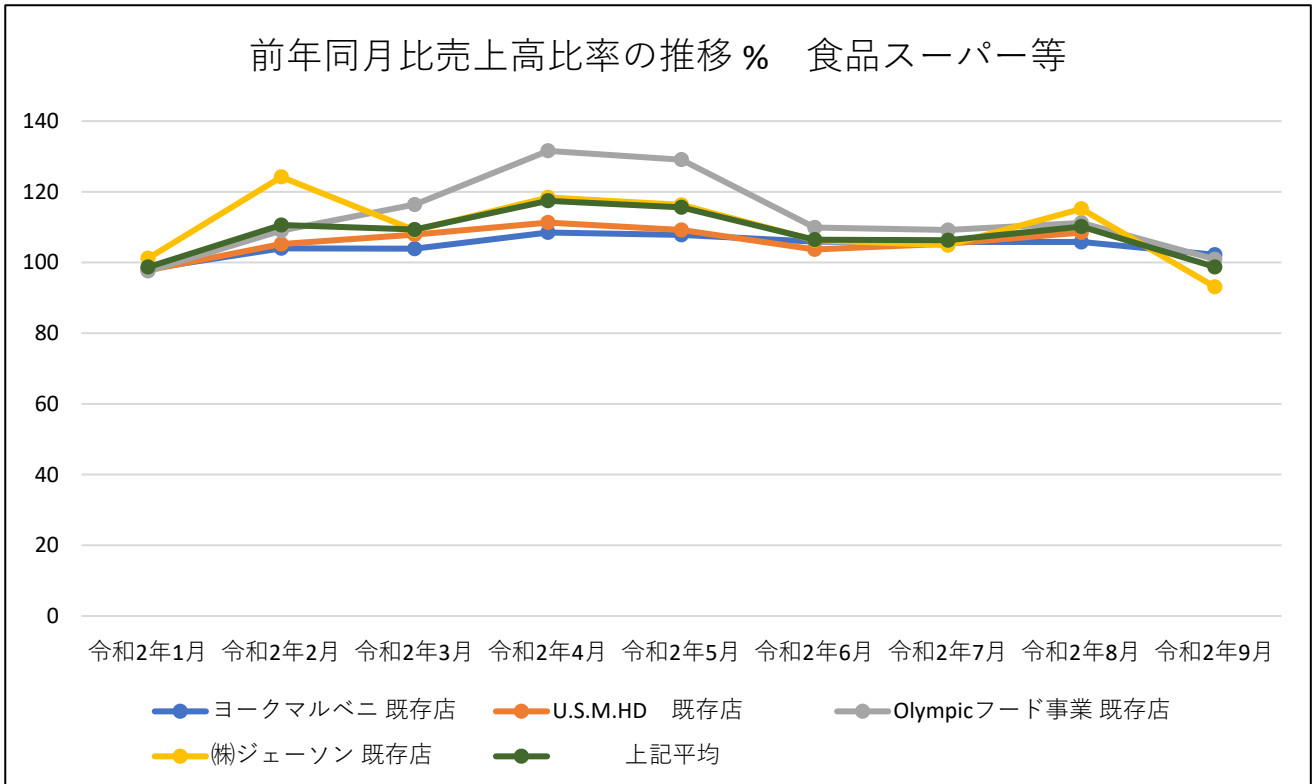


物販（食品スーパー等）

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
ヨークマルベニ 既存店	98.2	104	103.9	108.5	107.8	105.9	105.8	105.8	102.2
U.S.M.HD 既存店	97.8	105.2	107.9	111.3	109.2	103.7	105.3	108.5	
Olympicフード事業 既存店	97.6	109	116.4	131.6	129.1	109.9	109.2	111.2	100.9
(株)ジェーソン 既存店	101.2	124.2	109.1	118.4	116.3	106.3	104.9	115.2	93.1
上記平均	98.7	110.6	109.3	117.5	115.6	106.5	106.3	110.2	98.7

※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

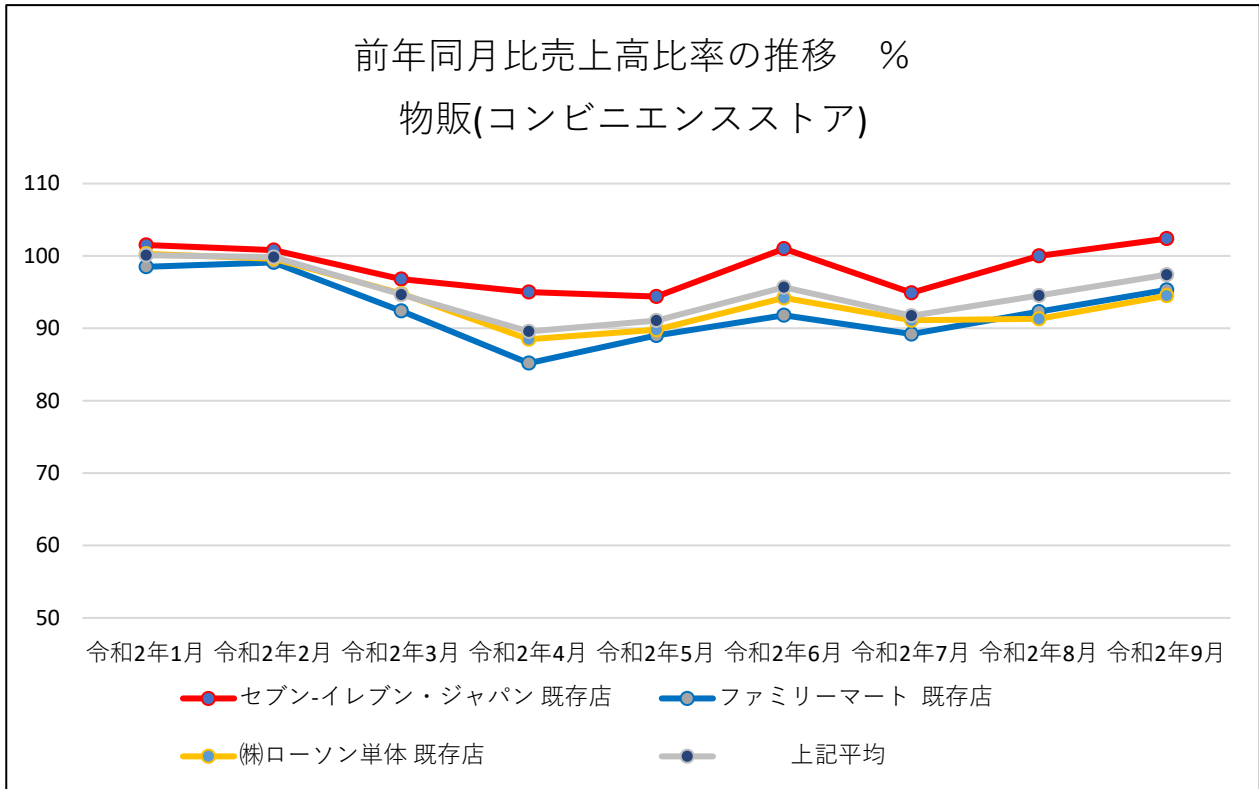


物販（コンビニエンスストア）

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
セブン-イレブン・ジャパン 既存店	101.5	100.8	96.8	95	94.4	101	94.9	100	102.4
ファミリーマート 既存店	98.5	99.1	92.4	85.2	89	91.8	89.2	92.3	95.3
(株)ローソン単体 既存店	100.3	99.6	94.8	88.5	89.8	94.2	91.1	91.3	94.5
上記平均	100.1	99.8	94.7	89.6	91.1	95.7	91.7	94.5	97.4

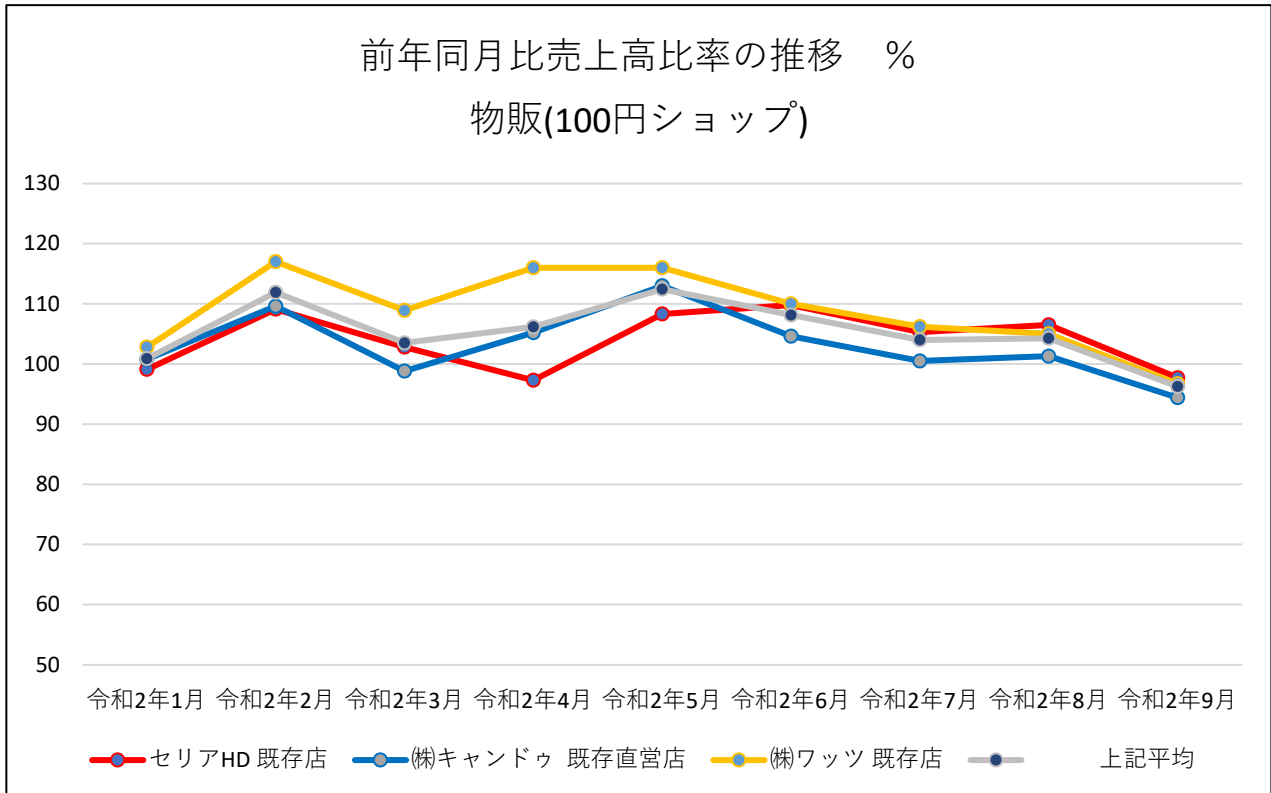
※1 ファミリーマート既存店は(株)ファミリーマート発表の100+前年比伸び率に基づく。



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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
セリアHD 既存店	99.1	109.1	102.8	97.3	108.3	109.8	105.3	106.5	97.7
(株)キャンドウ 既存直営店	100.8	109.6	98.8	105.2	113	104.6	100.5	101.3	94.4
(株)ワッツ 既存店	102.8	117	108.9	116	116	110	106.2	105	96.7
上記平均	100.9	111.9	103.5	106.2	112.4	108.1	104.0	104.3	96.3



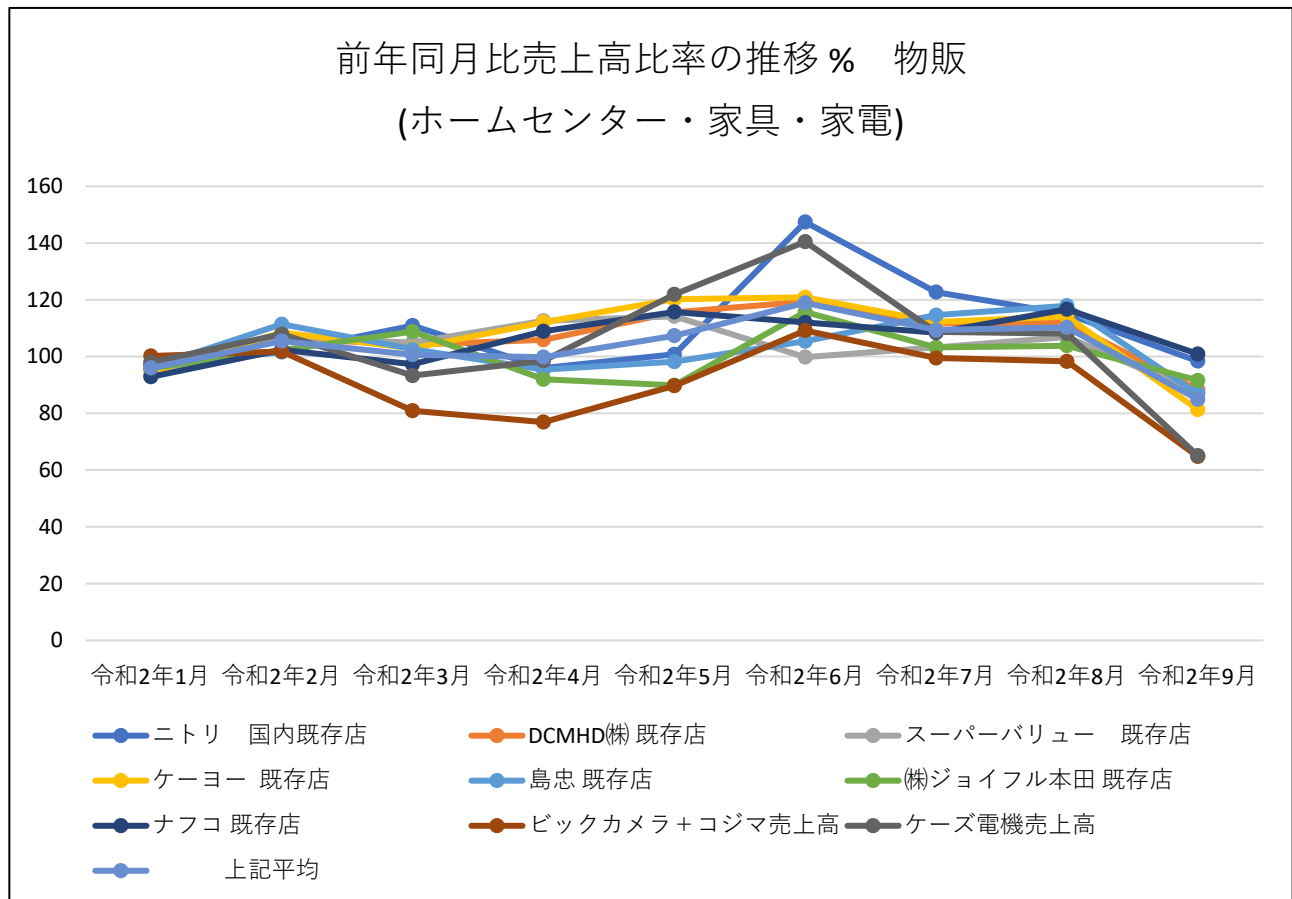
物販（ホームセンター・家具・家電）

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
ニトリ 国内既存店	97.1	101.6	110.9	96	100.8	147.4	122.7	115	98.4
DCMHD(株) 既存店	95.7	106.5	104.2	105.9	115.6	119.4	111.7	111.9	88.4
スーパーバリュー 既存店	93.2	106.7	104.9	112.6	114.2	99.8	103.2	106.9	87.1
ケーヨー 既存店	94.5	108.5	102.9	112.1	120.2	120.9	112.2	114.1	81.3
島忠 既存店	96.2	111.4	102.6	95.4	98.2	105.4	114.6	117.9	86.9
(株)ジョイフル本田 既存店	95.9	102.2	108.8	92	89.9	115.7	103.2	103.8	91.6
ナフコ 既存店	92.9	102.4	97.3	108.9	115.7	112	108.4	116.7	100.9
ビックカメラ+コジマ売上高	100.2	101.8	80.9	76.9	89.7	109.2	99.5	98.3	64.8
ケーズ電機売上高	98	107.9	93.3	98.5	121.9	140.5	108.7	108.1	65.1
上記平均	96.0	105.4	100.6	99.8	107.4	118.9	109.4	110.3	84.9

※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 既存店は営業譲渡を行ったため4月以降はガソリン・灯油部門を除いた売上



物販（衣料・ファッション）

前年同月比売上高比率の推移 %

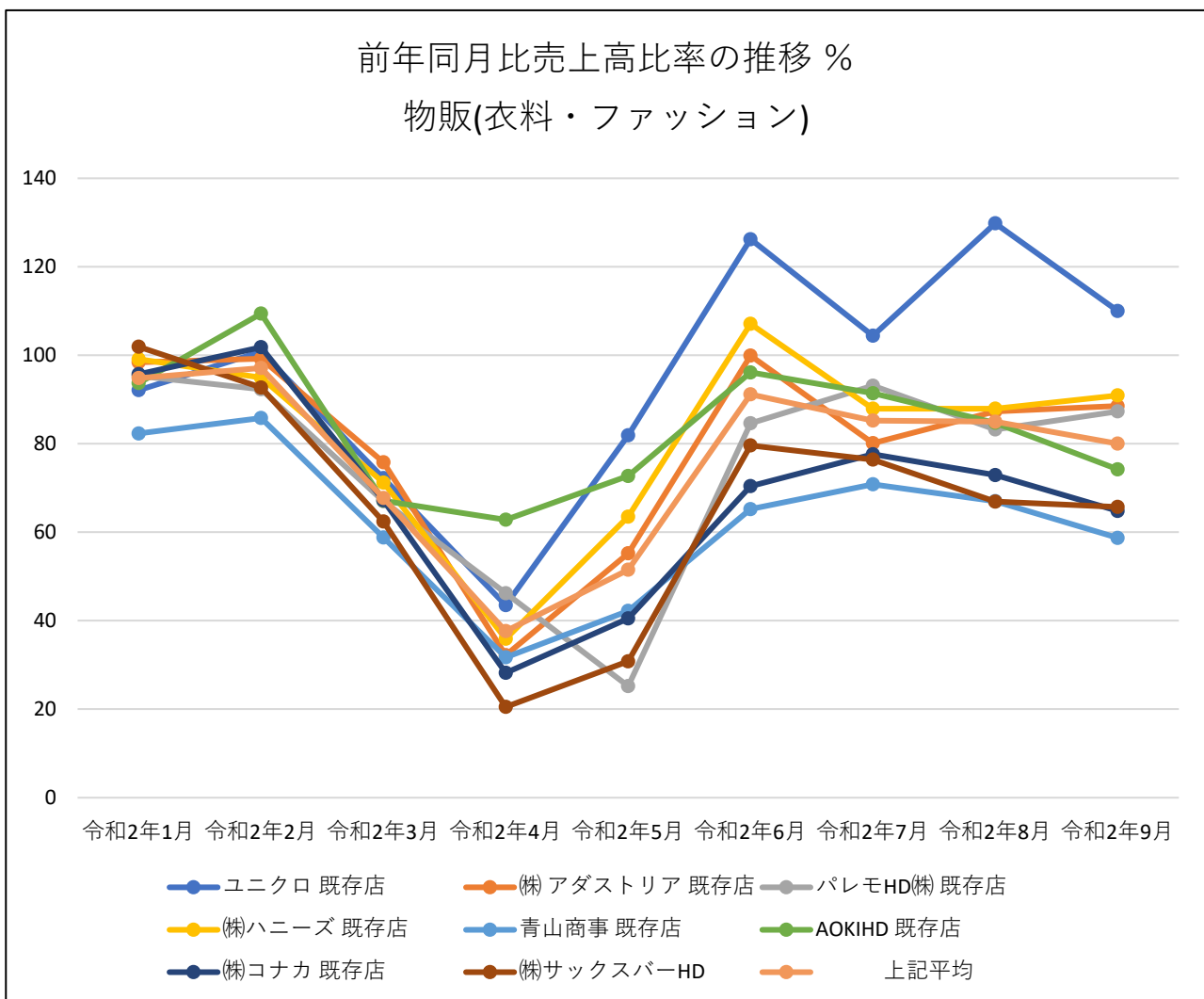
社名・屋号\年月	令和2年1月	令和2年2月	令和2年3月	令和2年4月	令和2年5月	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
ユニクロ 既存店	92.1	100.8	72.2	43.5	81.9	126.2	104.4	129.8	110
(株) アダストリア 既存店	98.4	99.2	75.8	32.2	55.2	99.9	80.1	87.3	88.5
パレモHD(株) 既存店	95.3	92.3	67	46.2	25.2	84.6	93.1	83.2	87.3
(株)ハニーズ 既存店	99.1	94.9	71.2	35.9	63.5	107.1	87.9	87.9	90.9
青山商事 既存店	82.3	85.8	58.8	31.7	42.2	65.2	70.8	67	58.7
AOKIHD 既存店	93.7	109.4	67.1	62.8	72.7	96.1	91.4	84.7	74.2
(株)コナカ 既存店	95.7	101.8	67.2	28.2	40.5	70.4	77.6	72.9	64.8
(株)サックスパーHD	101.9	92.7	62.4	20.5	30.8	79.6	76.4	66.9	65.7
上記平均	94.8	97.1	67.7	37.6	51.5	91.1	85.2	85.0	80.0

※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)サックスパーHDは(株)東京デリカの数値。1～3月、6月以降は既存店、4,5月は全店

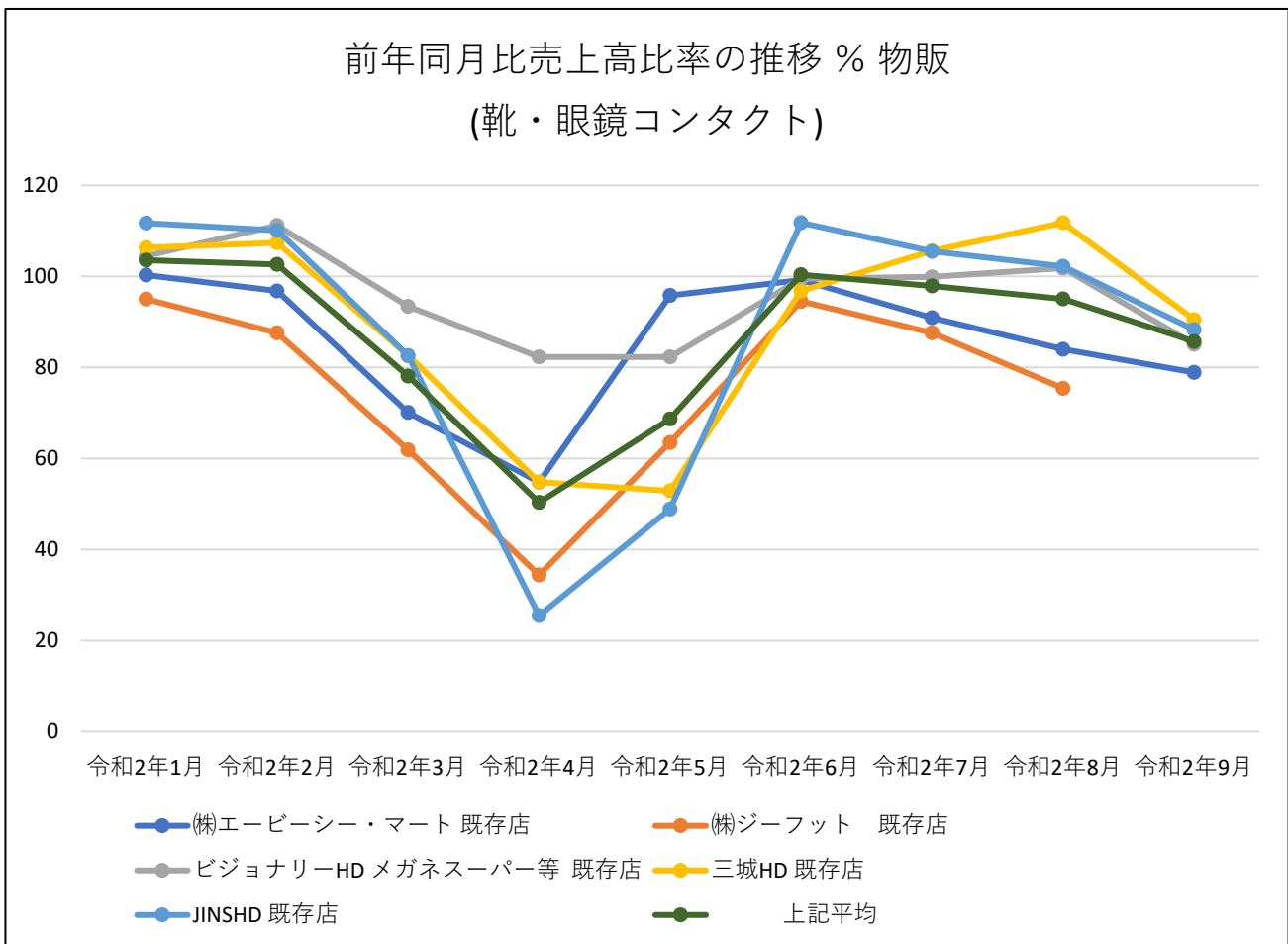


物販（靴・眼鏡コンタクト）

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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
(株)エービーシー・マート 既存店	100.3	96.8	70.1	54.8	95.8	99.2	90.9	84	78.9
(株)ジーフット 既存店	95	87.6	61.9	34.4	63.5	94.5	87.6	75.4	
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	99.5	99.9	101.8	85.1
三城HD 既存店	106.3	107.4	82.6	54.8	52.9	96.8	105.6	111.8	90.5
JINSHD 既存店	111.7	110.1	82.6	25.5	48.9	111.8	105.5	102.2	88.3
上記平均	103.6	102.6	78.1	50.4	68.7	100.4	97.9	95.0	85.7

※(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	令和2年6月	令和2年7月	令和2年8月	令和2年9月
アルペン 既存店	98.8	102.3	84.4	54.6	78.9	103.7	101.6	106.7	85.1
(株)ゴルフ・ドゥ 既存直営+FC	98.6	107	97.2	75.9	92.8	112.4	121	122.6	102.6
HIS旅行総取扱高	93	91.1	27.2	1.5	1.8	1.4	2.9	3.2	
KNT-CTHD売上高	94.3	80.5	31.4	2.6	1.2	4.1	6.4	8.9	
ブックオフグループHD(株) 既存店	103.9	105.8	97.2	64.4	68.4	103.3	102.8	102.9	94.4
うちアルペン・(株)ゴルフ・ドゥ平均	98.7	104.7	90.8	65.3	85.9	108.1	111.3	114.7	93.9
うちHIS、KNT-CTHD平均	93.7	85.8	29.3	2.1	1.5	2.8	4.7	6.1	

※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。

