新型コロナ
COVID-19

10月22～28日→10月29日～11月4日

都道府県ごとの感染者増加数（人）

北海道	66	61	滋賀	34	9
青森	10	3	京都	50	30
岩手	0	0	大阪	338	262
宮城	6	10	兵庫	159	102
秋田	4	9	奈良	29	27
山形	6	3	和歌山	5	4
福島	4	1	鳥取	4	2
茨城	14	16	島根	20	33
栃木	8	7	岡山	29	75
群馬	51	40	広島	49	53
埼玉	80	60	山口	21	24
千葉	49	61	徳島	2	2
東京	180	135	香川	4	0
神奈川	95	69	愛媛	38	23
新潟	15	6	高知	7	8
富山	12	2	福岡	42	64
石川	15	1	佐賀	27	6
福井	2	9	長崎	10	12
山梨	5	0	熊本	9	2
長野	24	7	大分	4	0
岐阜	47	72	宮崎	0	0
静岡	6	16	鹿児島	4	1
愛知	162	89	沖縄	80	45
三重	23	24	合計	1849	1485

在日米軍の陽性者数 14（うち沖縄4）
10月21日（発表日）時点で陽性の人の数

陽性率（7日間平均）と検査数（7日間合計）

0.5% 13917件	北海道	0.5% 12169件	
0.4% 44531件	東京	0.4% 35967件	
0.5% 74799件	大阪	0.3% 75027件	
0.2% 16988件	福岡	0.4% 14272件	

直近の陽性率と検査数は追加報告で変わる可能性がある

0.9% 19246件	愛知	0.9% 19571件

愛知県は直近1週間の検査数を公表しなくなったため、10月15～21日と10月22～28日のデータで比較した

入院中の人数と確保した病床数

入院中の人数　病床数

	10月28日時点	11月4日時点
北海道	39	1114
	16	1114
東京	179	6651
	120	4,868
愛知	49	1722
	35	1722
大阪	135	3443
	140	3443
福岡	38	1482
	21	1482

	重症者の数/重症者向け病床数	自宅療養中	宿泊施設療養中	調整中
北海道	2 / 82	44	12	3
	0 / 82	47	15	3
東京	15 / 503	113	39	70
	12 /366	79	30	64
愛知	5 /183	119	32	0
	4 /183	55	23	0
大阪	23 / 605	306	81	19
	14 /605	228	68	9
福岡	7 /203	43	17	–
	6 /203	29	30	–

東京・福岡の重症者の基準は国と異なる

各自治体のデータは11月4日までの発表にもとづく

消費の動き 決済データでくっきり

回復 居酒屋・映画館 低迷 航空・紳士服

緊急事態宣言の解除から1カ月がたち、外食やレジャーなど消費の一部に明るい兆しが出てきた。クレジットカードの決済データをもとに分析してみると、解除後に回復している業種と今も低迷が続く業種の違いがくっきりと表れる。

カード大手JCBとデータ分析企業ナウキャスト社は、決済額をもとにした統計「JCB消費NOW」を新の10月前半分によると、消費全体の動きを示す総合指数はコロナ禍前（2016～18年の同時期平均）と比べて約2%増。ほぼ10カ月ぶりにプラスへ転じた。

ナウキャストの担当者は「居酒屋や映画館が大きく改善した。緊急事態宣言が解除され、消費の回復が進み始めている」と話す。

この統計は匿名で抽出したカード会員100万人分の実績をもとに、業種別など50種近い分類で分析できるのが特徴だ。10月前半は外食・旅行・交通・宿泊など幅広いサービス業が9月後半より上向いたが、なかでも外食の居酒屋が大きく改善。9月後半はコロナ禍前と比べて70%近く落ち込んだままだったが、10月前半は約40%減に。映画館も同様に50%近い下落から約20%減まで戻した。一方で、衣服などのネット購入や酒屋は10月前半の伸び率が縮小。屋内消費から屋外消費への動きの兆しがうかがえる。

回復度合いはばらつきが大きい。遊園地は10月前半も50%超の減少で映画館より回復が鈍く、鉄道と比べて航空は旅客需要が弱い。分析担当者は「消費は10月後半以降も回復傾向がみられるが、航空は国際線が復活しないと厳しい状況が続く。交通や旅行が今後この程度戻るか」と注目する。

匿名決済データをもとに、調査リポート「カステラトレンド」を作成。業種ごとにカードを使った客数と利用単価を集計している。

それによると、今年に入って特徴的な動きを示すのが「貴金属・宝飾品・時計」だ。客数は横ばい傾向だが単価が急増している。分析担当者は「昨年秋以降の株高もあり、富裕層が高級品を買う動きが広がっているのではないか。海外旅行をして免税品を買うことができなくなった影響も考えられる」という。

厳しい実態が続くのは紳士服。在宅勤務の広がりなどでスーツを着る機会が減り、客数・単価ともに低迷する。コロナ禍前は春先に購入額が伸びる傾向だったが、昨年春は感染が急拡大した影響で急減した。今年春も回復は弱いままだ。

対照的に盛り上がるのがペット関連。コロナ禍以降に自宅で過ごす時間の増加でペットを飼う人が増え、客数は伸びている。新生活のタイミングで飼い始める人が多いのか、単価は春に高くなる傾向が鮮明だ。

コロナ禍の影響は2020年春以降1年半以上にも及び、消費者の購買スタイルも大きく変わっている。

同社は会員の1カ月間のネット購入回数を、コロナ禍前の19年同月と比較。さらに、実店舗での買い物について、会員の自宅から店までの距離をもとに1カ月の「お出かけ範囲」を計算し、19年同月より距離が拡大したか縮小したかを調べ、タイムリーに詳しくつかめるのが強み」（データ戦略部）という。

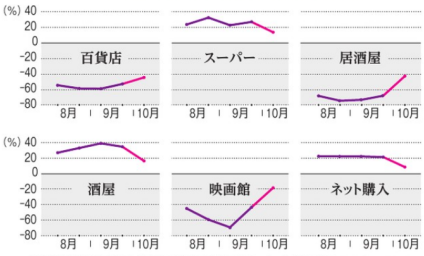
ネット購入が減った一方で距離が拡大した会員をリアル型など、四つに分類した。

すると、コロナ禍前に約23%だったリアル型の会員の比率は今年9月には18%へ減り、オンライン型は逆に約25%から約30%へ増えた。同社は「消費者のオンラインシフトの動きがデータに表れている」とみる。

消費の動きはコロナ禍前まで業界紙計や店頭での売れ行きなど販売側の集計値で見ることが多かった。しかしコロナ禍を機に決済データが注目され、購入者側の性別・年代別・居住地別など様々な分析が広がっている。三井住友カードは「消費の傾向を業界横断的に幅広く、タイムリーに詳しくつかめるのが強み」（データ戦略部）という。（中川透）

三井住友カードも会員の

緊急事態宣言解除前後の消費の動き
コロナ禍前（2016～18年の平均）からの増減率



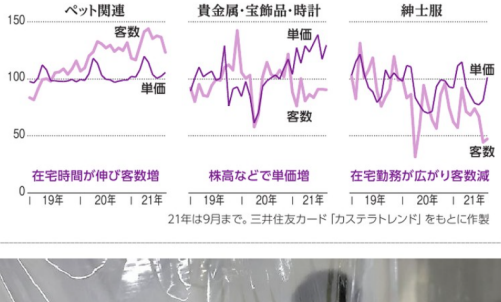
各月前半後半の数値。解除後の10月は前半のみ。ネット購入は衣服や身の回り品。JCB/ナウキャスト「JCB消費NOW」から

4つの消費スタイルでみる変化

	オンライン型	アクティブ型	倹約型	リアル型
ネット購入	増加↗	増加↗	減少↘	減少↘
購買距離	縮小↘	拡大↗	縮小↘	拡大↗
コロナ禍前 19年12月	25%	31	21	23
緊急事態宣言期 20年4月	39%	21	27	13
緊急事態宣言期 21年4月	32%	30	21	17
直近 21年9月	30%	30	21	18

端数の関係で合計が100%にならない場合もある

主な分野の客数と単価の推移
いずれも2019年1～12月の平均を100とした指数



21年は9月まで。三井住友カード「カステラトレンド」をもとに作製

コロナ禍を生きる 2021

伝統の一戦 初の実証実験

ウィズ・コロナの動きがプロ野球界でも加速しはじめた。10月14日、東京ドームで行われた阪神と巨人の「伝統の一戦」で、巨人が12球団で初めて「ワクチン・検査パッケージ」の実証実験を行った。

独特なのは、主催者が費用を負担し、球場で抗原検査を受けて陰性なら入場が認められる点だ。市販の検査キットを使い、病院関係者の指導を受けた係員が検体を採取した。

この日は約20人が専用の区画で観戦。引き続き声を出しての応援はできないが、手拍子で選手を励ました。現地で抗原検査を受けて観戦した東京都江戸川区の専門学校生の男性（19）は「いい取り組みだと思う。またみんなで応援歌を歌える日が来てほしい」。（松沢憲司、撮影・瀬戸口翼）

韓国発「KF94」マスク 人気だけど

専門家「性能・フィット感も大事」

漏れ率を調べた「KF94」と書かれているマスク。左の製品は右上部に韓国の衛生当局の認証がある旨を表記、右の製品に説明はなかった

マスク着用が日常になっている中、形状や着け心地にこだわる人も増えている。ネット通販などで人気なのが「KF94」の表記がある不織布マスクだ。

マスクの効果に詳しい聖路加国際大学の大西一成准教授（環境疫学）によると、KF94とは「Korea Filter」の略で、粒子の通過を94%防ぐことを意味する韓国における防じんマスク規格。国内で流通しているKF94は、口の正面側が曲面、鼻に当たる部分がとがった構造、下あごを覆うカップ形状といった3パーツのようなデザインの製品が多い。

ただ、大西さんは「あくまでフィルターの性能の規格であって、形状を指しているわけではない」と話す。KF94を満たしていることを表記するためには、韓国製造で、韓国の衛生当局の認証を取得する必要がある。認証を得ている製品は韓国内では医療用品として流通し、包装は個装となっている。

ところが、ネット通販で検索すると、KF94と記載があっても、韓国以外の国の製造だったり、認証についての記載がなかったりする製品が並ぶ。実際にマスクを購入し、大西さんの協力を得て調べてみた。

購入したのは、韓国の食品や化粧品を扱う店にあり、ハングルでKF94認証の表記があった個装のマスクと、大手100円ショップに陳列されていた、包装にKF94と書かれているが認証の記載がなく、個装でもないマスク。

今回調べたのは、マスクと顔のすき間や、マスクのフィルター自体の繊維の間から、空気中を浮遊する微小粒子がどれだけマスクの内側に入り込んでいるかを示す「漏れ率」。0%に近いほど隙間が少なく、その人の顔にフィットし粒子の侵入が少ない。測定は一般の協力者にマスクを着けてもらい、専用の機器で調べた。

KF94の認証の記載があるマスクは約23%、ない方のマスクは約12%となった。今回調べた製品では、認証が不明のマスクの方が漏れ率が小さかった。認証の記載がないマスクの販売元によると、韓国の検査機関に依頼し、フィルター性能を確認済みだとしている。

ただ、大西さんが独自に調べた中には、漏れ率の大きい製品もあったという。大西さんは「顔の形は人によって違うので、マスクの形だけで選ぶのではなく、フィルター性能と自分の顔にフィットするかという2点を考える必要がある」と話す。（野中良祐）

記者サロン
「後遺症、どこまでわかってる？」
23日午後2時 オンラインイベント

新型コロナウイルス感染症の後遺症の疑問に答える記者サロンをオンラインで開きます。国立国際医療研究センターの森岡慎一郎医長、ヒラハタクリニックの平畑光一院長を招き、症状の特徴や治療について解説します。申し込みは募集ページ（http://t.asahi.com/covid3）から。

◇新型コロナウイルスに関する記事へのご意見・ご質問は、Qcorona@asahi.comにメールでお寄せください。

掲載の記事・写真の無断転載を禁じます。すべての内容は日本の著作権法並びに国際条約により保護されています。
Copyright The Asahi Shimbun Company. All rights reserved. No reproduction or republication without written permission.