

30分で読める！

仕事に活かす経済・不動産レポート

《定点観測：2021年3月号》

コロナ禍で景況感が改善している怪

(公社) 全日本不動産協会 東京都本部

中央支部 流通推進委員会発行

INDEX

- 03 早耳、地獄耳、馬耳東風
コロナ禍での消費支出は、低所得層が増加し、高所得層が減少している
- 04 ~ 05 Column
何故、マンションが売れているのか（図表1）
- 06 ~ 14 定点観測
景気ウォッチャー判断動向、有効求人倍率と家計消費支出（図表2~4）
消費活動、生産活動、所得・雇用環境、人出の状況など（図表5~10）
- 15 暮らしの流れ
- 16 ~ 17 Coffee Time
何故、倒産件数が減っているなかで、休廃業件数が増えているのか（図表11）
- 18 ~ 21 ニッチな視点
地域別に見た経済動向…消費・住宅・雇用・収入（図表12~14）
- 22 ~ 23 株式市場の動き
日米株価指数の動き、建設株と不動産株の動き（図表15~18）
- 24 専門用語の解説コーナー

早耳 地獄耳 馬耳東風

【コロナ禍で低所得層の消費が増加し、高所得層の消費が減少している】

コロナ禍における家計消費支出の動きをみると、「高所得層（年収1,500万円超）」が落ち込んでいる一方で、「低所得層（年収300万円未満）」が増加しているという対照的な状況となっています。「中所得層（年収600～800万円）」については、「高所得層」と同様な動きを示しています。低所得層の家計消費が増加している要因としては、2020年6～7月に掛けての定額給付金の支給、Go To Travelキャンペーン等の消費喚起策が奏功したものと考えられます。

低所得層では、インターネットによる購買の増加に加えて、カード支出による消費が増えているようです（外出自粛による消費拡大）。これに対して、高所得層では、旅行、外食、高額商品の購入を諦めた結果、消費支出が減ってしまったというのが実態とみられます（外出自粛による消費抑制）。しかし、年明け以降は少し変化が出てきています。百貨店では高級腕時計、宝飾品、貴金属の売行きが好調に推移しています。食料品売り場でも、高級食材が売れているようです。自粛疲れで高所得層、中所得層が消費にお金を回すようになってきているのではないのでしょうか。

海外も同様であり、コロナ後の状況を睨んで航空券、ホテル、レストラン等の予約が入りつつあるようです。イギリスでは、海外旅行解禁に向けて夏場以降の航空会社の予約が急増していると伝えられています。我が国でも、コロナ禍で消費を抑制していた「高所得層」、「中所得層」がおカネを使うことによって、経済が回り、景気回復スピードが上がってくるのではないのでしょうか。これからは「感染対策」か「経済回復」かの二者択一ではなく、二兎を追うことが大切になってきます。



【何故、マンションが売れているのか ～ 価格の先高観と広さ重視派の増加がフォローの風に ～】

2020年のマンション市場はコロナ禍により大きな影響を受けました。5月から6月にかけては、緊急事態宣言のなかで、モデルルームの閉鎖、移動自粛による販売活動の停止などにより販売戸数が大きく減少しました。7月以降は、東京都からの人口流出超がはじまり、コロナ禍による生活の変化は、住宅に対する認識を変えつつあると言えそうです。一方、マンション価格は高水準が続いています。マンション購入を希望している人は、今買うべきなのでしょうか、悩ましい局面にあります。

コロナ禍では、巣ごもり需要やテレワークの影響などで、現在の住まいの広さや設備に不満を持つ人が増加しています。リクルート住まいカンパニーによるアンケートによると、「仕事専用のスペースが欲しくなった」という意見が最も多く、次いで「通信環境の良い家に住みたくなった」との意見も多くみられました。また、「広さ、駅距離」のどちらを重視するかとの問いに対しては、コロナ禍では「広さ」を選ぶ人がコロナ前より11ポイント増加しました。ちなみに、「広さ重視派」はコロナ前の42%からコロナ禍で53%に上昇した一方で、「駅距離重視派」は同40%から29%へ減少しました。

2020年春の緊急事態宣言下での販売活動の制限により大幅に落ち込んでいたマンション供給量ですが、2020年秋口頃からは新築・中古マンションともに回復感を示しています。これは、春先の緊急事態宣言で購入を先送りしていた層が動き出してきたためと考えられます。新築マンションも、中古マンションも、現在は、「超売り市場」であると言えます。マンション価格は高水準を維持しており、新築・中古ともに供給制限によって、2021年もこうした状況が続くものと思われます（図表1参照）。

(図表1) 首都圏における新築及び中古マンション市場の動向

	2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		5年間平均 成長率
				前年比									

◇首都圏新築マンション指標の推移（契約率の前年比の覧は前年差異、5年間平均成長率の欄は5年間平均の契約率を表す）

供給戸数（戸）A	40,449	35,772	-11.6	35,898	0.4	37,132	3.4	31,238	-15.9	27,228	-12.8	-7.6
m²単価（万円）	77.9	79.3	1.8	85.9	8.3	86.9	1.2	87.9	1.2	92.5	5.2	3.5
価格（万円）	5,518	5,490	-0.5	5,908	7.6	5,871	-0.6	5,980	1.9	6,083	1.7	2.0
面積（m ² ）	70.8	69.2	-2.3	68.8	-0.7	67.6	-1.8	68.0	0.7	65.8	-3.3	-1.5
契約戸数（戸）B	35,165	29,873	-15.0	29,858	-0.1	28,783	-3.6	24,321	-15.5	21,372	-12.1	-9.5
契約率B/A	86.9	83.5	-3.4	83.2	-0.3	77.5	-5.7	77.9	0.3	78.5	0.6	80.2
年末残戸数（戸）	6,431	7,160	11.3	7,106	-0.8	9,552	34.4	9,095	-4.8	8,905	-2.1	6.7

◇首都圏中古マンション成約状況の推移

成約件数（件）	34,776	37,189	6.9	37,329	0.4	37,217	-0.3	38,108	2.4	35,825	-6.0	0.6
m²単価（万円）	45.3	47.9	5.9	50.0	4.3	51.6	3.2	53.5	3.6	55.2	3.2	4.0
価格（万円）	2,892	3,049	5.4	3,195	4.8	3,333	4.3	3,442	3.3	3,599	4.6	4.5
面積（m ² ）	63.9	63.6	-0.5	63.9	0.4	64.6	1.1	64.4	-0.3	65.2	1.3	0.4
築年数（年）	20.1	20.3	0.6	20.7	2.2	21.0	1.4	21.6	3.0	22.0	1.6	1.8
新規登録件数（件）	177,266	194,336	9.6	193,988	-0.2	206,901	6.7	204,891	-1.0	181,750	-11.3	0.5

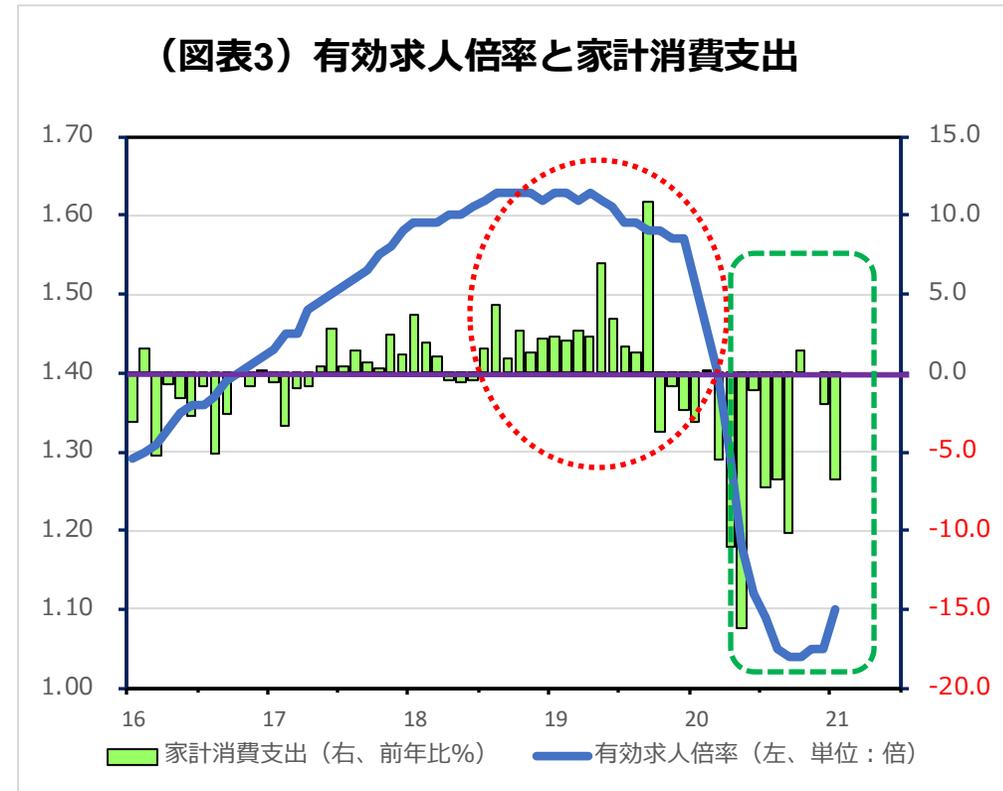
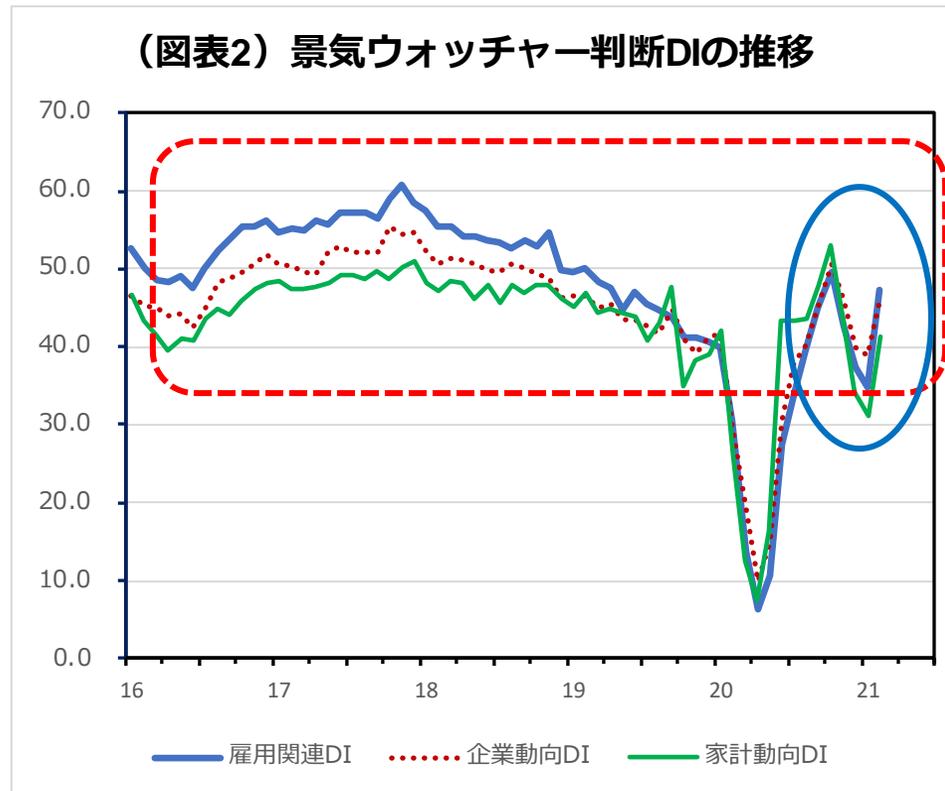
（出所）不動産経済研究所、東日本不動産流通機構データ等により筆者作成。

※中古マンションの成約件数は2017年に新築マンション供給戸数を逆転、その後は中古市場優位な状況が続いている。面積は「中古」≧「新築」の状況となっている。

定点観測：景況感の改善が顕在化しつつある

- **2月の景気ウォッチャー判断DI（現場の景況感を判断する指標）は4カ月ぶりに上昇**
 - 2月の景気ウォッチャー判断DIは、家計動向、企業動向、雇用動向全ての項目で上昇
 - 飲食関連DIが急回復。但し、時短協力に対する手厚い支援金が原因か
 - 一方、政府支援が限定的な住宅産業や製造業DIの回復力は緩慢にとどまっている
- **消費活動は低迷が続いているが、一部の業態では2月に底入れの兆しが出ている**
 - 百貨店、コンビニ苦戦。ドラッグストア、ホームセンター、通販好調の構図が定着
 - 食料品（惣菜）、高級品（時計、宝飾品等）、白物家電等の売れ行きが好調
 - 外食チェーンではハンバーガー系が好調、ファミレスの客数は一部で底入れの兆し
- **有効求人倍率や失業率が改善するなど雇用環境は意外と底堅く推移している**
 - リーマンショックとの違いは、コロナ禍では意外と雇用環境が安定している点
 - 建設、医療・介護では慢性的な人手不足を反映して、正社員の増加や定年延長が浸透
 - 但し、飲食・観光・ホテル・交通系産業では、今後、雇用調整に着手すると懸念

- 1) 2月の景気ウォッチャー判断DIは雇用、企業、家計何れも上昇し、20年11月のレベルにまで回復した
- 2) とはいえ、1月に急低下した反動要因が大きく、3月以降の回復持続性には自信が持てない状況にある
- 3) コロナ禍での景気ウォッチャー判断DIにみる景況感は、コロナ感染者の動きに連動している印象がある



(出所) 内閣府、総務省データより作成。月次ベース。2021年3月12日までに発表のもの。

(図表4) 景気ウォッチャー調査～景気の現状判断DI (季節調整値)

項目	リーマンショック		東日本大震災		コロナショック (月次動向)						
	09年3月	09年6月	11年9月	11年12月	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月	21年2月	(前月差)
景気の現状判断DI	35.8	45.6	45.3	47.0	47.8	53.0	↘ 43.8	↘ 34.3	↘ 31.2	↑ 41.3	10.1
家計動向調査	36.8	45.5	43.2	46.5	49.0	54.4	↓ 43.2	↓ 32.1	↘ 28.0	↑ 38.9	10.9
小売関連	37.4	44.8	41.6	46.6	47.0	53.0	↘ 43.1	↘ 36.0	↘ 30.8	↑ 40.8	10.0
飲食関連	33.9	43.6	40.6	46.7	↑ 55.0	↗ 59.5	↓ 34.6	↓ 16.1	↘ 15.1	↑ 31.6	16.5
サービス関連	36.6	47.7	47.0	47.5	↗ 51.5	↗ 57.7	↓ 45.7	↓ 27.1	↘ 22.8	↑ 35.7	12.9
住宅関連	34.4	44.1	43.8	40.5	50.5	45.9	↘ 43.0	↘ 37.4	↗ 42.0	↗ 44.1	2.1
企業動向調査	36.0	46.4	46.0	45.4	45.1	50.5	↘ 46.0	↘ 39.9	↘ 39.0	↗ 45.8	6.8
製造業	37.1	47.1	46.9	44.8	48.0	51.0	↘ 47.4	↘ 45.3	↘ 43.7	↗ 48.5	4.8
非製造業	34.5	45.5	45.2	45.6	42.3	49.6	↘ 44.7	↘ 36.0	↘ 35.7	↗ 43.6	7.9
雇用関連	29.3	44.2	58.4	54.9	45.0	49.6	↘ 42.6	↘ 37.4	↘ 34.9	↑ 47.3	12.4

景気判断理由の概要 (コメント) 印の見方: ◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪

【家計動向】 □緊急事態宣言の延長により、都心の店舗は大きな影響を受けているが、郊外の店舗は食料品を中心に売上が伸長しており、落ち込みは限定的である (百貨店)

【家計動向】 ○緊急事態宣言が解除になると、需要が少し良くなるのではないかと期待している。営業時間も1時間延長になりそうなので集客が増えると期待している (レストラン)

【企業動向】 □インバウンドや国内団体観光客、イベント関連での宿泊予約がほとんどない。一方、医療関係者の長期滞在や個人ビジネス客の利用がみられる (ホテル)

【企業動向】 □自動車関連や建設機械関連等で、堅調な受注を維持しているが、国内よりも海外 (中国?) が牽引している印象 (一般機械器具製造業)

【雇用関連】 ○新型コロナ感染者の減少とワクチン接種の報道の増加で求人件数が増加している。介護や建設などの人手不足業界の求人が堅調である (求人情報誌)

(出所) 内閣府データ等により作成。直近データは2021年3月8日に発表。

(注記) ↑印は前月比10ポイント以上の上昇、↗印は同10ポイント未満の上昇、↓印は同10ポイント以上の低下、↘印は同10ポイント未満の低下を示す。

(図表5) 経済活動における建設・住宅産業の動向 ～ 建設業の受注及び着工の状況、住宅着工戸数・マンション供給戸数 ～

対象項目	コロナショック局面における月次動向				
	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

建設受注動向及び建築着工床面積・着工単価の状況 (前年比、%)

大手50社建設工事受注高	-10.6	-0.1	-4.7	-1.3	14.1
(建築工事受注高)	-18.5	-6.9	-0.4	-4.3	4.1
(土木工事受注高)	11.4	18.3	-11.4	6.8	28.7
居住用建築着工床面積	-7.9	-10.7	-5.0	-9.0	-0.0
非居住用建築着工床面積	7.8	-7.3	-10.1	-14.8	13.2
居住用建築着工単価	5.9	-3.7	-1.9	-0.6	1.6
非居住用建築着工単価	11.7	-8.9	-6.8	6.9	7.4

コロナによる影響が一巡しつつあり、20年8月以来5か月ぶりにプラス転換 前年同月の受注水準が落ち込んでいた要因で5か月ぶりに前年比プラス 国の機関による公共事業の発注は8か月連続増加、1月は前年比倍増 17か月連続マイナスだが、1月はほぼ前年比同水準にまで改善している コロナ後を睨んで、倉庫、不動産、学校・塾、店舗等の着工が増えている 居住用単価は4か月ぶりにプラス転換したが、基調が強いわけではない 非居住用単価は2か月連続プラス。建築着工単価に底入れの兆しも
--

用途別住宅着工戸数・マンション供給戸数の状況 (前年比、%)

持ち家着工戸数	-7.0	-6.1	1.5	2.4	6.4
貸家着工戸数	-14.8	-11.5	-8.1	-11.5	-18.0
マンション着工戸数	-0.4	-0.9	0.7	-31.3	29.3
戸建て分譲着工戸数	-15.6	-16.3	-10.5	-8.9	-6.1
首都圏マンション供給戸数	5.0	67.3	-15.3	15.2	7.1
近畿圏マンション供給戸数	-12.7	11.3	7.9	-3.9	11.9

コロナ後の戸建て住宅需要の高まりに期待して3か月連続プラスを記録 29か月連続マイナス。貸家空室の増加が着工回復のブレーキとなっている マンション市場は、販売価格と在庫を意識して供給を絞った動きに終始 分譲住宅需要は高まっているが、用地の不足感により17か月連続マイナス 1月は前年比7.1%増、契約率は68.1%と前月比5.5ポイントアップ 1月は前年比11.9%増、平均価格は上昇、コンパクトの発売はゼロ

(出所) 国土交通省、不動産経済研究所データ等より作成。2021年3月12日までに発表のもの。

(図表6) 主な経済統計の推移 ～消費活動、所得・雇用環境～

対象項目	コロナショック局面における月次動向				
	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月

消費活動（既存店ベース、前年比、%）

百貨店売上高	-32.1	-0.8	-13.6	-13.0	-28.8
スーパー売上高	-4.7	4.5	1.8	1.7	3.1
コンビニ売上高	-3.1	-3.3	-2.4	-3.8	-4.4
ドラッグストア売上高	-8.2	7.3	7.0	4.9	3.4
ホームセンター売上高	-9.9	9.7	7.3	7.6	10.8
通信販売売上高	-4.9	18.9	9.3	11.2	15.4

雇用・所得環境（有効求人倍率と完全失業率は水準、そのほかは前年比、%。パート・アルバイト、派遣社員の時給は全国・全職種平均）

有効求人倍率・倍	1.04	1.04	1.05	1.05	1.10
完全失業率・%	3.0	3.1	3.0	3.0	2.9
勤労者世帯主収入	-1.3	-1.0	-3.5	-5.0	-5.0
パート・アルバイト時給	3.3	6.0	7.9	2.0	1.0
派遣社員の時給	-0.7	-2.0	-5.7	-10.9	2.5
家計消費支出	-10.2	1.4	-0.0	-2.0	-6.8

現状に関するコメント

（現状認識及び特徴点）

1月は衣類の売上高が不振だったものの、ブランド品や高額商品は好調
 1月は飲食店の時短再開により、飲食料品の売上高は8.9%増と好調持続
 テレワーク、時短勤務などの影響で都心店の売上げ低迷が足を引っ張っている
 巣ごもり需要を反映して、家庭用品・日用消耗品、ペット用品は2桁増
 在宅時間の長期化により、電気製品、園芸・エクステリアが20%超の伸び
 緊急事態宣言発令により、家庭用品、食料品、衣料品など満遍なく伸長

1月の有効求人倍率は1.10倍と改善。有効求人数は前月比3.1%増に
 正規社員の増加、定年延長などにより完全失業率は6カ月ぶりに2%台に
 世帯主収入は7カ月連続減少。臨時収入の減少により世帯収入もマイナス
 時給相場の低い「フード・飲食」の求人の増加により、前月比では1.1%減に
 「医療・看護・介護」を中心に、首都圏で1,500円以上の求人が多数掲載
 外出自粛の要請により家庭用耐久財、家事消耗品以外は幅広くマイナス

（出所）経済産業省、（公社）日本通信販売協会、厚生労働省、総務省データ等により作成。2021年3月12日までに発表のもの。

(図表7) 主な経済統計の推移 ～ 生産活動、物価動向、東京都の人口移動、金融市場等の動き ～

対象項目	コロナショック局面における月次動向				
	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

生産活動、物価動向の状況 (前年比、%。但し、機械受注のみ前月比)

鉱工業生産指数	-9.0	-3.0	-3.4	-3.2	-5.3
機械受注 (民需合計)	-0.3	5.7	-7.0	16.7	3月中旬公表
機械受注 (除く船舶・電力)	-4.4	17.1	1.5	5.2	3月中旬公表
国内乗用車販売台数	-16.0	34.5	6.4	8.2	8.0
消費者物価指数 (15年基準)	0.0	-0.4	-0.9	-1.2	-0.6
(生鮮食品を除く総合)	-0.3	-0.7	-0.9	-1.0	-0.6

1月は前月比4.2%増。汎用・業務用機械、電子部品・デバイスが上昇
12月は製造業が前月比12.2%増に対して非製造業は同27.7%増
航空機、鉄道車両の受注高が増加しているのは、省エネ対応のためと推察
1月の販売台数は4カ月連続プラス。輸入車が前年比30%増と大幅伸長
前月比では0.6%上昇、生鮮野菜、火災・地震保険料、灯油代が上昇
6カ月連続マイナスとデフレ傾向持続。特に、衣類・履物が継続的に下落

東京都の人口移動及び金融市場の動き (前年比、%。人)

東京都への人口流入者	-11.7	-7.8	-6.8	-6.9	-12.4
東京都からの人口流出者	12.5	10.6	19.3	17.1	5.7
東京都の人口流入超過人数	-3,638	-2,715	-4,033	-4,648	-1,490
不動産登記件数	-20.5	-4.4	-14.5	-2.7	3月下旬公表
東証一部株式売買代金	2.4	-8.8	21.5	23.7	31.4
日経平均株価 (月末値)	23,185	22,977	26,434	27,444	27,663

緊急事態宣言発出もあって、1月の人口流入者の減少率が一段と拡大
1月については、東京都から人口流出者の伸び率はやや鈍化している
コロナ禍に伴う転出者増加で2020年7月以降、7カ月連続で転出超過
コロナ禍のなかでも2020年12月は前年比マイナス2.7%にまで改善
投資マインド改善により1月の売買代金は3カ月連続前年比2割増と拡大
2月になると30年6カ月ぶりに30,000円台を回復するなど急ピッチで上昇

(出所) 経済産業省、日本自動車工業会、総務省、法務省、取引所データ等より作成。2021年3月12日までに発表のもの。

(図表8) 経済活動における消費の状況① ～ 小売業の企業別月次売上高動向 ～

対象項目	コロナショック局面における月次動向				
	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月	21年2月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

小売業の企業別売上高状況①：百貨店、総合スーパー（既存店ベース、前年比、%）

三越伊勢丹HD	-1.7	-13.3	-13.4	-33.2	-7.2
そごう・西武	6.2	-11.5	-9.6	-26.8	-11.0
高島屋	3.6	-10.6	-9.7	-28.4	-5.6
イオンリテール	6.5	0.1	-0.5	-2.8	-3.9
ドン・キホーテ	-9.2	-10.7	-11.0	-7.7	-11.4
イトーヨーカ堂（SC計）	6.9	0.7	-1.1	-1.1	3月中旬公表

伊勢丹新宿、三越日本橋店は、宝飾、時計等の好調で客単価が2桁増 高級雑貨、ブランド品が好調。月後半からは売上・客数ともに徐々に回復 前年2月にコロナ影響が出ていたためマイナス幅縮小。宝飾品関連は好調 イエナカ需要を追い風に野菜、魚、肉などに加えて、総菜部門が伸長 2月は前年に紙製品等の買い占め、買い溜めがあった反動で2桁マイナス 1月は客単価が8.9%増と伸長。テナント売上は10.1%減と2桁マイナス

小売業の企業別売上高状況②：コンビニ、衣類専門店（既存店ベース、前年比、%）

セブンイレブン	-6.0	-2.4	-1.8	-2.1	-0.7
ファミリーマート	-6.1	-4.6	-5.2	-4.9	-6.4
ローソン	-6.9	-4.7	-5.7	-7.1	-3.6
ユニクロ（カジュアル）	16.2	0.5	6.2	2.0	0.4
ワークマン（カジュアル）	34.5	0.8	6.1	10.4	-3.7
青山商事（紳士服）	-1.2	-6.5	-23.2	-31.2	-23.7

テレワークの浸透により都心店が低調、客数は17カ月連続前年比減少 15カ月連続マイナス。中食志向の高まりによって客単価は8.2%増と伸長 13カ月連続売上高マイナス、傘下の成城石井は13カ月プラス更新中 緊急事態宣言に伴う臨時休業、時間短縮営業が響いて伸び率が鈍化 2月は気温が高かったため、防寒衣料、ウインドブレーカー等が低調に推移 スーツ、礼服は低調に推移したが、客数は1月に比べると若干の回復
--

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2021年3月12日までに発表のもの。(注記) ユニクロ売上高は既存店及びEコマース売上高。

(図表9) 経済活動における消費の状況② ～ ドラッグストア及び外食産業の企業別月次売上高動向 ～

対象項目	コロナショック局面における月次動向					現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)
	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月	21年2月	

小売業の企業別売上高状況③：ドラッグストア（既存店ベース、前年比、%）

マツモトキヨシ	4.4	-4.2	-6.7	-11.6	3月中旬公表
サンドラッグ	18.1	12.2	6.0	5.8	3月中旬公表
ウエルシアHD	10.5	7.9	5.3	2.2	-7.8

繁華街や都心店舗を中心に客数が減少。マスクや除菌関連商品が苦戦
ドラッグストア事業が+3.1%に対して、ディスカウント事業は+9.7%
2月の客数は前年比18.1%減と同社としては過去最大級の落ち込み

外食産業の企業別売上高状況：ファミレス、ファーストフード、牛丼チェーン（既存店ベース、前年比、%）

すかいらーくグループ	-11.6	-14.9	-21.9	-33.5	-29.1
サイゼリヤ	-9.9	-16.0	-24.8	-38.0	-32.9
ロイヤルホスト	-4.7	-9.2	-20.2	-30.5	-23.6
マクドナルド	10.7	9.6	7.2	18.7	1.0
ケンタッキー	12.2	18.7	0.8	10.5	7.6
モスバーガー	7.7	23.5	14.2	8.9	10.0
すき家	4.9	0.5	1.3	-0.2	-7.9
吉野家	0.4	-6.6	-11.2	-9.5	-17.1
松屋フーズ	-2.9	-8.9	-9.0	-15.1	-19.3

テイクアウトメニュー充実により2月はデリバリー60%増、テイクアウト2.3倍
低価格、メニューの多さ等テイクアウトが好調、売り上げ減少に歯止めか
2月は客数が31.2%減と底入れ。傘下の天井「てんや」の客数はプラスに
緊急事態宣言の長期化で2月の客数が前年比11.3%減と大幅失速
2月の客数は前年比0.2%増と緩急事態宣言下でもプラスを維持
2月の客数は前年比2.5%減とファーストフード店のなかで比較的健闘
2月の客数は前年比12%減と牛丼チェーンのなかでは最も健闘している
2月の客数は前年比19.8%減とコロナ禍で最大の落ち込みを記録
2月の客数は前年比23.9%減と20年5月の同24.7%減に次ぐ減少

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2021年3月12日までに発表のもの。

(注記) すかいらーく売上高は、ガスト、バーミヤン、ジョナサンなどグループ全体の売上高。

(図表10) 経済活動における人出の状況 ~ 交通機関の利用状況、ホテル稼働率等 ~

対象項目	コロナショック局面における月次動向				
	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月

交通機関の利用状況 (前年比、%)

新幹線乗車率 (JR東海)	-62.0	-54.0	-50.0	-60.0	-75.0
JR東日本定期外収入	-53.4	-35.0	-43.7	-54.6	-66.0
小田急線定期外収入	-29.4	-13.0	-22.1	-27.5	-43.5
国内線旅客数・ANA	-68.0	-56.7	-50.2	-58.4	-78.1
国際線旅客数・ANA	-96.2	-95.8	-95.2	-94.2	-94.8
パーク24売上高・前年比	-10.8	-8.5	-12.4	-15.1	-21.5

国内海外旅行、宿泊施設の稼働率、訪日外国人旅行者数 (水準または前年比、%)

国内旅行取扱高・日本人	-62.8	-38.7	-25.8	-38.0	3月中旬公表
海外旅行取扱高・日本人	-98.3	-97.9	-97.2	-96.7	3月中旬公表
※ リゾートホテル稼働率	35.1	45.0	47.5	35.8	15.0
※ ビジネスホテル稼働率	44.2	51.0	55.0	46.7	33.7
※ シティホテル稼働率	35.0	44.3	49.5	38.4	20.7
※ 旅館稼働率	29.4	36.5	39.3	28.2	12.7
訪日外国人旅行者数	-99.4	-98.9	-97.7	-97.7	-98.3

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

2月速報は前年比70.0%減と引き続き低調。年度累計でも70%減 年末年始の帰省、旅行自粛の影響。定期収入も30%超のマイナス コロナ感染拡大により、楽しみにしていた箱根旅行などの中止が広がる 緊急事態宣言下の1月は2020年6月の前年比80.2%減に次ぐ減少 貨物重量は前年比22.5%増と2020年2月以来の11か月ぶりのプラス 1月は2020年5月以来の前年比20%を超える大幅なマイナスを記録

コロナ拡大によるGo To Travel 停止で12月後半以降は失速傾向へ コロナ変異種の拡大で募集型企画旅行の取扱高はゼロが続いている Go To Travel停止、10都府県対象の緊急事態宣言発出が逆風 企業による出張回復の目途が立っておらず、2月以降一段の落ち込みも 年末年始の旅行、帰省、賀詞イベント自粛を背景に稼働率が急低下 1月の稼働率は最高が佐賀県の47.3%、最低が大阪府の10.9% 1月の訪日外国人数は46,500人と8か月ぶりに前月比マイナスとなった
--

(出所) 各社ホームページ、観光庁データ等より作成。※印は水準 (利用部屋数/利用可能部屋数) を表す。2021年3月12日までに発表のもの。

暮らしの流れ ～ 知って得する冠の日 ～



- 4月 1日（木）：エイプリルフール ⇒ 4月1日は嘘をついても良いという風習だが、起源は全くの不明。
- 4月 4日（日）：沖縄県誕生の日 ⇒ 1879（明治12）年、琉球国の体制から沖縄県の設置が決定した日。
- 4月16日（木）：女子マラソンの日 ⇒ 1978（昭和53）年、日本初の女子マラソンが開催されました。
- 4月20日（火）：郵政記念日 ⇒ 1871（明治4）年、それまでの飛脚制度に代わり郵便制度が始まった日。
- 4月23日（金）：地ビールの日 ⇒ 本場ドイツのビールの日でもあります。みんなで乾杯しましょう。
- 4月26日（月）：よい風呂の日 ⇒ 早く日帰り温泉旅行に行けるようになるといいですね。
- 4月29日（木・祝）：昭和の日 ⇒ 昭和天皇誕生日、みどりの日を経て2007年に昭和の日として制定。

- イベント：4月といえば、入学式、入社式、人事異動、歓迎会、お花見が定番です。下旬からはゴールデンウィークが始まりますが、気を緩めずに過ごしましょう。
- 旬の食材：4月といえば、芽が出る季節なので柔らかい葉物が旬の食べ物とされています。アスパラガス、春キャベツ、レタス、ニラ、チンゲンサイ、セリ、セロリ、フキなどを食べましょう。

Coffee Time



【何故、倒産件数が減っているなかで、休廃業件数が増えているのか】

東京商工リサーチによると、2020年の倒産件数は2年ぶりに前年実績を下回り、過去50年間で4番目に低い水準となりました。最大の倒産理由は「販売不振」であり、全体の73%を占めましたが、持続化給付金や家賃支援給付金といった手厚い資金繰り支援策の拡充により倒産件数は抑制されたと言えます。但し、飲食業や宿泊業に関しては、コロナ禍で人の移動が制限されたことから倒産件数が増加。老人福祉・介護事業でも利用者の減少を背景に倒産件数が増加しました。倒産した企業のほとんどは負債額1億円未満、従業員10人未満の零細企業となっています。上場企業の倒産は、レナウンとNutsの2社であり、53社の上場企業が倒産したリーマンショック時に比べると落ち着いている印象です（図表11-1参照）。

一方、2020年に休廃業（解散）した企業は、4万9,698件と2000年に調査を開始して以来の過去最高を更新しました。産業別にみると、飲食業、宿泊業などを含むサービス業他が最多であり、次いで建設業、小売業、製造業と続いています。サービス業のなかでは、劇団やフィットネスクラブといった娯楽業が前年比30.3%増、社会福祉・介護事業が同13.3%増、衣類系小売業が同9.3%増となっています。休廃業した企業の4割は前期決算で黒字を計上していました。コロナ禍で、如何に多くの企業が急激な業績悪化に見舞われたかを物語っていると言えます。また、休廃業した企業の41.7%は、代表者の年齢が70歳代でした。コロナ禍で事業継承がスムーズに進まずに、社長の高齢化が休廃業・解散を後押しした要因になっていることがうかがわれます（図表11-2参照）。

(図表11-1) 休廃業・解散、倒産件数の推移

	休廃業・解散件数		倒産件数	
	前年比%	前年比%	前年比%	前年比%

2013年	34,800	13.7	10,855	-10.5
2014年	33,475	-3.8	9,731	-10.4
2015年	37,548	12.2	8,812	-9.4
2016年	41,162	9.6	8,446	-4.2
2017年	40,909	-0.6	8,405	-0.5
2018年	46,724	14.2	8,235	-2.0
2019年	43,348	-7.2	8,383	1.8
2020年	49,698	14.6	7,773	-7.3

- (1) 我が国の休廃業・解散件数は倒産件数の6～7倍。
- (2) 休廃業の最大の理由は、後継者不足や人手不足。
- (3) 最も大手業種は、飲食を中心とするサービス業。

(出所) 東京商工リサーチホームページ等より筆者作成。イメージとしては、休廃業・解散は黒字・資産超過、倒産は赤字・債務超過となる。

(図表11-2) 産業別にみた休廃業・解散の推移 ～ サービス業のウエイトが高まっている

	2019年実績			2020年実績		
	件数	構成比%	前年比%	件数	構成比%	前年比%

農・林・漁・鉱業	542	1.3	5.2	591	1.2	9.0
建設業	7,027	16.2	-22.6	8,211	16.5	16.8
製造業	4,996	11.5	-6.1	5,518	11.1	10.4
卸売業	4,317	10.0	-5.3	4,735	9.5	9.7
小売業	5,749	13.3	-11.7	6,168	12.4	7.3
金融・保険業	1,283	3.0	13.3	1,817	3.7	41.6
不動産業	3,196	7.4	-5.6	3,744	7.5	17.1
運輸業	725	1.7	-1.5	837	1.7	15.4
情報通信業	2,268	5.2	27.0	2,453	4.9	8.2
サービス業他	13,245	30.6	-3.3	15,624	31.4	18.0
休廃業・解散合計	43,348	100.0	-7.2	49,698	100.0	14.6

ニッチな視点：地域別にみた経済動向、株式市場の動き

- 首都圏（1都3県）の緊急事態宣言が延長されるなかで、コロナ収束に向けての不透明感が漂っています。こうしたなかで、**景気に対する先行きの見通しについては、徐々に明るい見方が増えつつあります。**4～6月の注目ポイントは、①オリンピック開催（外国人客の受け入れ見送り）、②変異型ウイルスの状況、③景気対策（消費刺激策と政府支援策）、の3つに集約されると思われます。
- 地域別にみた実体経済（**地域別にみると不安定な状況が続いている**）（図表13～15）
 - 小売売上高は、地域移動の制限により東京都の落ち込みが大きく且つ長期化している
 - 建築着工や住宅着工は底入れ感が出ているものの、予断を許さない状況にある
 - 有効求人倍率は、底入れしたものの、地方に比べると首都圏の回復力が鈍い
- 日本及び米国の株式市場動向（**日米ともに株価は強い**）（図表16～19）
 - **日経平均株価は、一時3万円大台を回復したものの、その後は調整局面にある**
 - NYダウは、史上最高値更新後は、3万2,000ドルを突破する展開となっている

- 1) 東京都の小売売上高の減少が続いているのは、百貨店などで高額商品の売れ行きが低調だったため
- 2) 横浜市の消費支出が前年比2桁減ったのは、外食費、住居費、通信費の落ち込みが大きかったため

(図表12) 地域別経済統計の推移 ～ ①消費活動 ～

都県名	2017年度	2018年度	2019年度	19年6月	19年9月	19年12月	20年8月	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月
小売売上高 (百貨店・スーパー、前年比、%)												
茨城県	-2.1	1.8	-0.1	0.4	4.7	-1.6	10.7	0.9	11.7	7.6	4.1	5.9
埼玉県	0.4	0.2	-0.8	-0.8	5.7	-2.8	9.7	-2.0	8.9	3.3	3.1	5.1
千葉県	-0.1	-3.4	0.1	-0.0	8.4	-1.4	6.4	-6.9	5.7	1.1	0.2	1.5
東京都	1.2	0.1	-2.9	-1.6	14.3	-2.3	-10.8	-22.7	0.1	-10.4	-9.4	-16.7
神奈川県	-0.1	-1.3	-2.5	-2.1	9.2	-4.5	3.4	-10.8	6.4	-3.7	-1.1	-0.2
全国	0.5	-0.4	-1.6	-0.3	10.5	-2.8	-1.2	-12.8	4.0	-3.2	-3.4	-5.8
家計消費支出・市区単位・二人以上世帯 (前年比、%)												
水戸市	3.9	-6.5	-1.3	-5.2	11.0	-11.5	-7.0	3.0	-0.2	20.6	-0.8	-3.3
さいたま市	-8.3	7.5	10.3	-0.9	13.6	10.5	-9.1	-9.0	-26.1	2.8	-8.2	-2.8
千葉市	-5.5	8.6	-4.3	-6.1	26.1	-9.0	-1.0	-23.0	8.9	-23.2	0.2	-3.5
東京都区部	3.7	-2.1	1.9	14.3	8.5	-6.5	-1.2	-7.7	17.9	7.5	12.0	-3.3
横浜市	2.0	-9.3	2.1	-6.6	26.8	7.9	-13.2	-23.3	11.3	0.1	-16.6	-13.9
全国	0.3	1.5	2.1	3.5	10.8	-2.4	-6.7	-10.2	1.4	-0.0	-2.0	-6.8

(出所) 経済産業省、総務省データ等により作成。家計消費支出は暦年ベース。2021年3月12日までに発表のもの。ブルー枠は直近3カ月でポジティブな数値。

- 1) 1月の建築着工床面積は、2020年に着工を見合わせていた案件の再開などでプラス転換となった
- 2) 新設住宅着工戸数は、マイナスが継続しているものの、1月については首都圏の持家着工が増加

(図表13) 主な地域別経済統計の推移 ～ ②生産活動 ～

都県名	2017年度	2018年度	2019年度	19年6月	19年9月	19年12月	20年8月	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月
建築着工床面積 (前年比、%)												
茨城県	30.6	-37.3	20.9	74.0	12.5	-14.8	-12.6	-4.8	-15.9	-14.6	-29.6	-6.3
埼玉県	17.6	-12.2	4.5	-1.4	33.7	3.5	13.9	-24.3	13.5	-28.3	-23.2	31.4
千葉県	24.2	-2.1	-4.1	65.2	-17.0	-18.6	-11.0	55.5	-4.9	-7.3	2.8	20.9
東京都	-2.8	-18.1	-0.2	-35.7	12.5	25.3	-51.0	32.8	-1.5	-14.8	-45.6	48.2
神奈川県	16.6	-2.9	11.7	8.7	-27.8	-39.1	20.3	22.2	-20.6	-21.2	-0.9	10.4
全国	-0.9	-1.5	-4.7	4.1	-7.6	-4.8	-15.7	-2.4	-9.4	-6.9	-11.4	4.9
新設住宅着工戸数 (前年比、%)												
茨城県	-8.4	-5.0	-10.5	15.9	-17.0	-27.9	-11.5	-0.9	-14.3	20.4	-1.7	7.5
埼玉県	4.3	-2.3	-14.2	-18.6	3.8	-17.2	-3.4	-4.9	22.4	-11.7	-6.7	-9.8
千葉県	2.3	-7.9	-6.3	-11.8	2.3	1.2	-33.4	-8.5	-4.3	-0.2	3.5	16.7
東京都	-7.6	4.5	-8.6	-10.5	-0.4	4.5	1.7	0.9	-14.7	-10.2	-14.1	2.2
神奈川県	-3.3	-1.7	-3.9	27.5	-8.9	-29.3	-3.2	-23.1	-19.7	7.4	-10.8	24.7
全国	-2.8	0.7	-7.3	0.3	-4.9	-7.9	-9.1	-9.9	-8.3	-3.7	-9.0	-3.1

(出所) 国土交通省データ等により作成。2021年3月12日までに発表のもの。ブルー枠は直近3カ月でポジティブな数値。

- 1) 首都圏各県は、緊急事態宣言発令に伴う事業の縮小により有効求人倍率の低空飛行が続いている
- 2) 東京都区部、千葉市等を除くと、世帯主収入の減少率拡大により家計実収入全体が落ち込んでいる

(図表14) 主な地域別経済統計の推移 ～ ③雇用所得環境 ～

都県名	2017年度	2018年度	2019年度	19年6月	19年9月	19年12月	20年8月	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月
有効求人倍率・受理地別・季調値 (水準、%)												
茨城県	1.50	1.62	1.58	1.49	1.59	1.60	1.21	1.20	1.19	1.20	1.19	1.26
埼玉県	1.26	1.33	1.28	1.33	1.30	1.30	0.89	0.87	0.87	0.86	0.85	0.88
千葉県	1.28	1.33	1.29	1.33	1.30	1.30	0.86	0.85	0.85	0.84	0.83	0.85
東京都	2.09	2.13	2.05	2.11	2.07	2.08	1.23	1.21	1.21	1.20	1.18	1.23
神奈川県	1.18	1.20	1.15	1.19	1.17	1.18	0.78	0.77	0.76	0.75	0.75	0.75
全国	1.54	1.62	1.55	1.61	1.59	1.57	1.05	1.04	1.04	1.05	1.05	1.10
家計実収入 (勤め先収入) ・市区単位・二人以上世帯の世帯合算値 (前年比、%)												
水戸市	14.8	-2.9	-3.5	-21.7	-3.9	-4.0	-15.1	-1.3	-12.6	-9.2	-6.9	-14.7
さいたま市	1.0	3.5	20.3	24.7	20.9	28.4	-12.5	-10.8	-10.7	-4.6	-17.0	-10.3
千葉市	0.4	10.6	5.8	10.5	-1.2	-12.8	15.4	3.2	1.9	8.3	-6.4	5.5
東京都区部	-3.9	10.1	5.6	-5.3	11.4	23.8	-3.2	-1.8	4.4	6.2	11.1	1.8
横浜市	-5.3	-0.3	6.5	13.4	11.2	13.9	-2.6	-2.4	8.1	-4.6	-3.8	-8.9
全国	1.2	3.8	4.6	9.1	2.0	4.5	0.5	1.3	1.7	-1.1	-3.6	-2.9

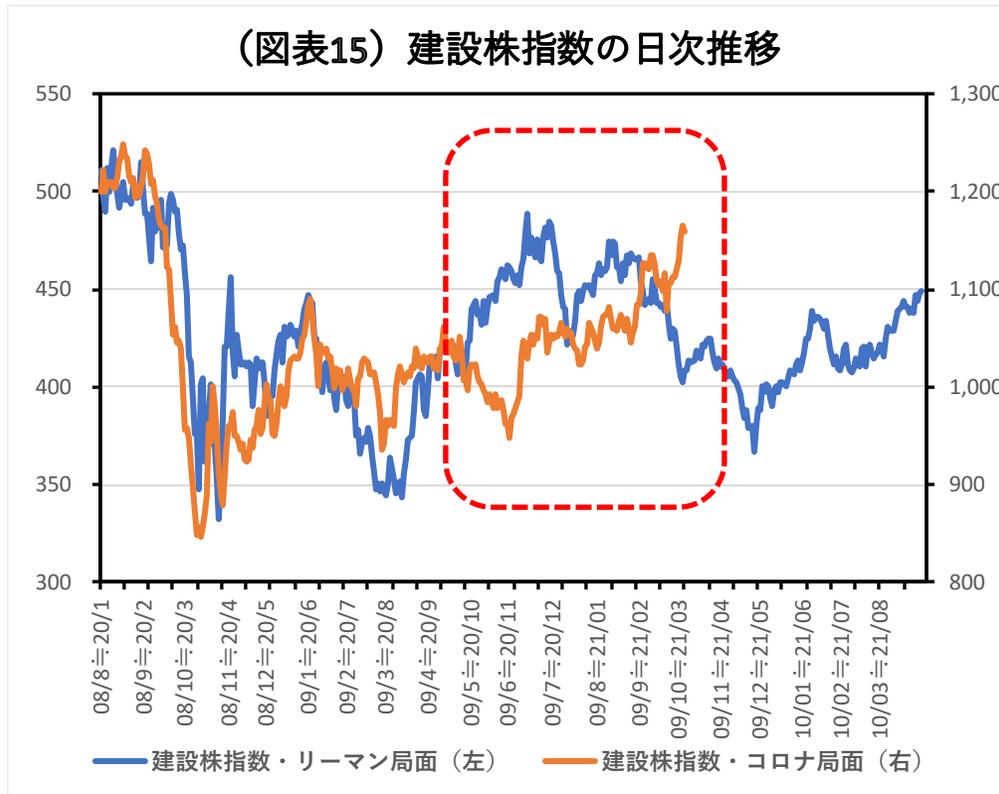
(出所) 厚生労働省、総務省データ等により作成。家計実収入は暦年ベース。2021年3月12日までに発表のもの。イエロー枠は直近3カ月でネガティブな数値。

(注記1) 産業別にみると、新規卒業者を除くベースで求人が増えているのは建設業くらいであり（といっても四半期に一度）、求人数は軒並み減少している。

(注記2) 家計実収入は勤労者世帯の勤労収入がベースであり、財産収入、預貯金引出、クレジット購入借入金は含まれていない。

- 1) コロナ禍で建設株指数、不動産株指数ともに出遅れていたが、ここにきて回復基調を示している
- 2) 建設株に関しては、業績が比較的安定しているなかでの出遅れ感が株価回復に影響している模様
- 3) 不動産株は、住宅市場の回復が期待されるものの、ホテルやオフィスの回復感は依然として乏しい

(図表15) 建設株指数の日次推移



(図表16) 不動産株指数の日次推移



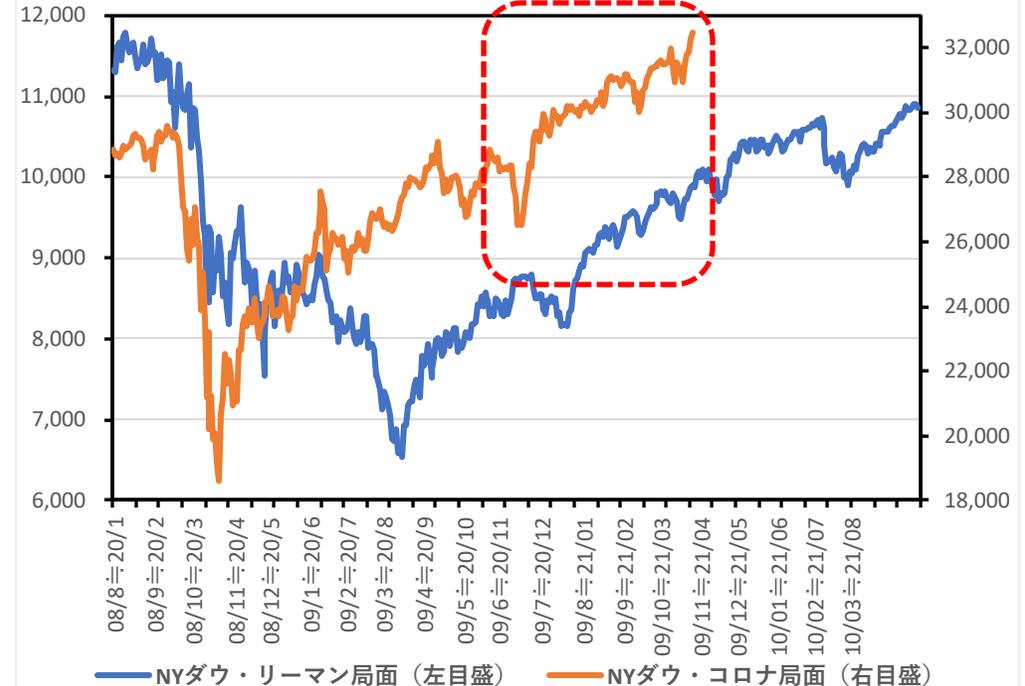
(出所) 取引所データより筆者作成。東証業種別指数。3月11日終値ベース。

- 1) 2月の日経平均は30年6カ月ぶりに高値を更新したが、高値警戒感から3月に入ると調整局面にある
- 2) **ニューヨークダウは3月に入っても堅調に推移しており、32,000ドルを突破する展開となっている**
- 3) 日米ともに、金融緩和施策が奏功し、リーマンショック時の株価の動きとは全く異なっている

(図表17) 日経平均株価の日次推移 (円)

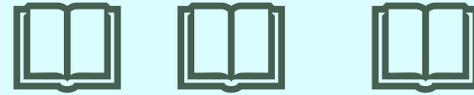


(図表18) ニューヨークダウの日次推移 (ドル)



(出所) 取引所データより筆者作成。3月11日終値ベース。

専門用語の解説コーナー



- **倒産件数、休廃業件数（東京商工リサーチが定期的に公表する）・図表1～2参照**

東京商工リサーチでは、企業活動をみる指標として、月次ベースで「倒産件数」「業種別形態」「都道府県別状況」「負債総額」「休廃業件数」を公表しています。「倒産」とは、企業が債務の支払い不能となり、事業活動が困難な状態に陥ることです。これに対して、「休廃業」とは、資産が負債を上回る「資産超過」状態で事業を停止すること、と定義されています。

- **外食産業の企業別売上高動向（既存店ベースの売上高、客数、客単価を公表）・図表10参照**

コロナ禍での外出自粛により、外食産業の売上高が低迷しています。こうしたなかで、洋風ファーストフード業界（マクドナルド、モスバーガー、ケンタッキー）の売り上げ好調が続いています。この原動力が、テイクアウト（持ち帰り、ドライブスルー、デリバリー等）売上高の増大です。コロナ禍でテイクアウト比率は従来の40%程度から60%程度にまで高まっているとみられています。

- **マンション販売統計（マンション市場の好不況を判断するための指標）・図表11参照**

マンション販売統計には不動産経済研究所による新築市場動向と不動産流通機構（レインズ）が公表している中古住宅市場統計に大別されます。統計数値で重視されているのは、供給戸数（新築）及び成約件数（中古）ですが、㎡当たりの販売価格も注目されています。過去5年間平均の㎡当たりの販売価格は、新築物件で年率3.5%、中古物件で同4.0%上昇しています。

- 本資料は、情報提供を目的として作成されたものであり、特定の商品についての投資の募集・勧誘・営業等を目的としたものではありません。
- 本資料の内容には、将来の予測に関する記述が含まれていますが、かかる記述は将来の業績、財務内容、経営結果等を保証するものではありません。
- 本資料において提供している情報については、その正確性及び完全性を保証するものではなく、本資料に記載される情報を更新する責任を負うものではありません。また、予告なしにその内容が変更又は廃止される場合があります。
- 本資料の中の意見は、執筆者個人のものであり、所属する組織とは関係がありません。
- 事前の承諾なく、本資料の内容の全部若しくは一部を引用、複製又は転用することを禁止します。

レポート担当

(一社) 不動産総合戦略協会 客員研究員 水谷敏也

分析

日本経済・社会がコロナ禍に陥って1年以上が経過してしまいました。ワクチン接種が始まり、コロナ収束に向けて動き出しましたが、日本経済が健全な状態に戻るにはしばらく時間が掛かりそうです。昨今、電通やリクルート等による本社ビル売却の情報が出ています。こうした動きが続くのかどうか興味深いところです。

プロフィール

2000年、国際証券（現三菱UFJモルガンスタンレー証券）入社。証券アナリストとして企業調査に従事。2007～2017年、米国金融専門誌・Institutional Investor誌、日本株・建設部門アナリストランキングで11年連続第一位を獲得（2016年に殿堂入り）。2019年より経営コンサルタントとして、講演活動、原稿執筆などに従事している。

仕事に活かす経済・不動産レポート

《定点観測：2021年3月号》

2021年3月15日発行

発行者 (公社) 全日本不動産協会東京都本部
中央支部 支部長 和光 隆信
流通推進委員会 委員長 本多 敏展
〒103-0031 東京都中央区京橋三丁目12番5号
電話番号 03-5159-7331
発行形態 中央支部ホームページ／ダウンロード
メール配信登録者／メール配信

「全日ラビー少額短期保険」の代理店を始めてみませんか？

全日ラビーの保険は充実の補償と安心サービスで万一の時に大家さんと入居者の方をしっかりとサポートします

全日グループの信頼・安心・満足のサービス!!

賃貸住宅用保険、事務所・小売店舗用テナント総合保険を取扱い!!

<大家さんからの信頼>



備え付けの特定 設備も補償

借戸室に備え付けの洗面台の損傷と水道管の凍結による破損時の修理費用をお支払いします



孤独死も補償

※住宅用のみ

借戸室内での死亡（自殺も補償）により損害が発生した場合には清掃・修理費用をお支払いします



網入りガラスの 損傷も補償

※住宅用のみ

急激な温度差を原因とした熱割れによる破損をお支払いします（枚数制限・免責なし）

<入居者の方への安心>



必要な補償が セットで安心

入居者の方に必要な家財・費用補償・賠償責任補償がワンセットで安心です



24 緊急駆けつけ サービスで安心

水まわり・カギ・ガラスの緊急トラブルも24時間駆けつけサービスで安心です



全国どこでも迅速な 事故対応で安心

事故受付は24時間365日専門スタッフの対応で安心です。保険金のお支払もスピーディー

<代理店の皆様も満足>

満足 1

代理店業務の 負担軽減に 満足

お手持ちのパソコンを使って簡単な操作で申込書の作成・領収証の発行が可能です

満足 2

異動解約の 事務負担 軽減に満足

契約内容の変更や解約事務は案内のみ。保険料返還手続きも不要です

満足 3

都度口座 振替で手数料 受領が早い

専用口座は不要。全国ほとんどの金融機関で口座振替による精算が可能です

満足 4

管理物件の 事前登録にも 満足

管理物件情報の自動登録機能を使って契約申込書がスムーズに作成出来ます

満足 5

更新時も 同額の 手数料に満足

継続的な収益確保で代理店経営も安定します。賃貸住宅用保険手数料 51% - 56%

多くの全日会員の皆様にご好評をいただき、

代理店数は **2,000 社** を突破 (2020 年 6 月) !

代理店皆様のご協力で売上高も順調に伸びています!

業界最高水準の手数料 **51%-56%** (賃貸住宅用保険) で

全日会員の皆様にバックアップします!



全日ラビー少短

<お問合せ先>

全日ラビー少額短期保険株式会社 Tel.03-3261-2201 〒102-0093 東京都千代田区平河町 1-8-13 全日東京会館

L-R-2020001