

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：2022年3月号》

インフレの足音が聞こえてくるか？

(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 ~ 05	今月のテーマ 旅行市場では構造的変化が進んでいる？（図表1～2）
06 ~ 07	Column 建設物価の上昇はしばらく続くのか？（図表3）
08 ~ 15	定点観測 消費活動、生産活動、所得・雇用環境、人出の状況など（図表4～9）
16	早耳、地獄耳、馬耳東風 ロシアによるウクライナ侵攻は決して他人事ではない
18 ~ 19	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10～12）
20 ~ 21	Coffee Time 株式市場の役割と年金資産の関係を考える（図表13）
22	暮らしの流れ
24 ~ 27	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14～16）
28 ~ 29	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17～20）
30	専門用語の解説コーナー

（注記）コメント欄のポジティブな内容は青字、ネガティブな内容は赤字、現状維持は緑字で表記している。

今月のテーマ：旅行市場の動向



【旅行市場では構造的変化が進んでいる？】

コロナ禍で最もマイナス影響を受けた市場のひとつが旅行市場であるのは言うまでもありません。旅行市場には、①旅行を予約するときに関わる旅行代理店、②現地までの移動手段として使われる航空会社、鉄道会社、バス会社、③現地での宿泊施設としてのホテルや旅館、④現地で食事をするためのレストラン、⑤観光案内事業者、⑥土産物店、など様々な事業者が関わっています。観光庁の調査によると、コロナ禍前の2019年の旅行市場（旅行消費額）は28兆円程度であったと推計されています。このうち日本人の国内宿泊旅行が約17兆円、日本人の国内日帰り旅行が約5兆円、日本人の海外旅行が約1兆円、訪日外国人旅行が約5兆円となっています。

例えば、①の旅行代理店業界については、ビジネスモデルを工夫することによって、コロナ禍においても業績が堅調に推移しているケースがみられています。オンライン旅行代理店大手のエアトリ、アドベンチャーの2021年度決算は過去最高利益を更新する見通しです（注：エアトリは2021/9期実績）。**オンライン旅行代理店に対しては、「操作がスムーズ」「チケット代が安い」「トラブル時の対応が適切」といった評価が非常に多くなっています。また、コロナ禍での旅行に付随するPCR検査などのヘルスケア事業が伸長したことも業績を押し上げました。**

旅行市場を取り巻くパラダイムシフトについて2点取り挙げたいと思います。第一に、**旅行に関するビジネスは航空機、鉄道、バス、ホテル、旅館、飲食店といったあらゆる分野でオンライン化が一段と進んでいくと考えられることです。**第二に、**コロナ禍後は混雑緩和や観光地の平準化のために、利用料金やサービス料金の価格変動制が進むことが予想されます。テレワークの浸透等によって勤労者の休みの取り方等も変わってくるでしょう。このような取り組みによって、オンライン旅行代理店はコロナ禍後も益々発展していくものと思われます。**

(図表1) 主な旅客代理店、ホテル、鉄道会社の業績動向（営業損益）

	決算期	18年度	19年度	20年度	21年度予	20年度3Q	21年度3Q	会社の特徴
JTB（非上場）	3月期	63	14	△ 976	未公表	未公表	未公表	日本最大且つ世界有数の旅行代理店
エイチ・アイ・エス	10月期	181	175	△ 311	△ 641	△ 168	△ 467	格安航空券を軸にホテル経営にも関与
KNT-CTHD	3月期	14	△ 16	△ 281	△ 140	△ 262	△ 78	旅行代理店大手。経営再建に取り組む
日本旅行（非上場）	12月期	9	15	△ 116	△ 4	未公表	未公表	1905年創業の老舗の総合旅行会社
阪急交通社（非上場）	3月期	16	4	△ 57	未公表	未公表	未公表	阪急阪神東宝グループの旅行会社
リゾートトラスト	3月期	189	117	147	80	154	89	ホテルを主軸とした総合リゾート企業
帝国ホテル	3月期	50	32	△ 117	未公表	△ 84	△ 68	都市ホテルの老舗。外国人客が多い
エアトリ	9月期	12	7	△ 90	32	8	9	オンラインによる旅行事業を展開する
アドベンチャー	6月期	5	14	10	17	5	11	ネットを活用し低価格帯商品に焦点
JR東日本	3月期	4,849	3,808	△ 5,204	△ 1,150	△ 3,231	△ 425	東日本中心に鉄道輸送、ホテルを展開
JR東海	3月期	7,098	6,562	△ 1,848	370	△ 936	372	東海道新幹線が収益源
JR西日本	3月期	1,969	1,606	△ 2,455	△ 1,290	△ 1,755	△ 795	西日本中心に鉄道輸送、ホテルを展開
JR九州	3月期	639	494	△ 229	27	△ 186	28	九州中心に鉄道輸送を展開。

（出所）会社ホームページなどより筆者作成。21年度予想は会社計画による。単位：億円。△は営業損失を表している。3Q決算は累計ベース。

（注記1）KNT-CTHDは、2013年1月に近鉄グループの近畿日本ツーリストとクラブツーリズム（シニア層に特化）の経営統合により発足した。

（注記2）エアトリの20年度3Qは20年10～12月期、21年度3Qは21年10～12月期を示す。21年度予想は21/12期実績値による。

（注記3）アドベンチャーの20年度3Qは20年7～12月期、21年度3Qは21年7～12月期を示す。21年度予想は22/6期会社計画による。

（注記4）JR西日本の21年度（22/3期）の営業利益予想は、△940～△1,290億円のレンジ形式による予想（会社公表値）としている。

(図表2) 旅行代理店、宿泊施設、旅客輸送業におけるパラダイムシフト

	コロナ禍前の状況（～2019年）	コロナ禍の状況（2020年～2022年）	コロナ禍後の予想（2022年～）
(1) 旅行代理店・対面営業型	国内外の出張・旅行拡大で好環境	国内外の旅行自粛により収益悪化	カスタマイズした企画力・対応力が求められる
(2) 旅行代理店・オンライン型	スマホ等によるオンライン予約が一般化	オンライン進展で新規ユーザーを獲得	国内外旅行でのオンライン予約が一般的となる
(3) ホテル・旅館等の宿泊予約	予約が取り難く、宿泊料金が高止まり	Webサイトでの予約・変更対応が普及	オプションもWebサイトで対応できるようになる
(4) 宿泊施設の利用形態	朝食はバイキング形式が一般的	朝食は取り分け形式またはお弁当	個室方式或いは部屋での食事が浸透する
(5) 航空チケットの予約	路線や時期によっては予約が取り難い	航空会社のWebサイトから予約	国内線でもチケット料金の変動制にシフトする
(6) 新幹線チケットの予約	みどりの窓口に行ってチケットを購入	Webサイトでの予約・変更対応が普及	AIを活用して混雑状況等の情報が明らかに
(7) 民鉄会社の利用状況	大都市圏では日常的に混雑状態	テレワーク普及で通勤・通学客が減少	時差利用、通勤時間帯の座席指定等が拡大
(8) 飲食店の利用状況	お店に電話またはWebサイトで予約	営業自粛によりテイクアウトが増加	通常営業への復帰により利用客数が回復へ

(出所) 各種資料等より筆者作成。

Column : 建設資材価格が大きく上昇



【建設物価の上昇はしばらく続くのか？】

世界的にインフレ傾向が顕著になっています。我が国の企業物価指数（企業間の取引に関わる価格変動）は41年振りの高い伸び率を示しています。消費者物価指数も2021年後半からプラス基調となっています。物価が上昇しても賃金が上昇すれば問題ないのですが、物価だけ上昇するパターンだと人々は生活防衛のために消費活動を抑制し、経済活動が委縮してしまいます。また、インフレを抑制するために、金利上昇の動きが広がっています。**特に、米国や欧州における金利高を警戒して、世界的に株価が大幅な調整（下落）局面に入っています。**

それでは、何故、物価上昇が起こったのでしょうか。今回の物価上昇は、コロナ禍に起因しています。**新型コロナ感染者数拡大によりさまざまな分野で業務が滞り、世界的に人手不足が顕著になりました。鉄鉱石を採掘する労働者、船舶の乗務員、港湾作業員、トラックの運転手、工場労働者、建設労働者等人手不足はあらゆる分野に広がりました。こうしたなかで、コロナ禍で停滞していた企業活動が動きだしてきたのです。**当然のことながら、需給要因によりモノの値段は上がってきます。さらに、ウクライナ問題によって新たなコストアップも懸念されています。

建設物価の動きをみると、用途別では工場及び物流倉庫の建築費が上がっています。工場、物流倉庫に関してはイーコマースの需要増によって着工が増えているという要因が効いています。一方、建築資材価格の動きをみると、生コンを除くと、2021年夏場以降大きく価格が上昇しています。異形棒鋼やH形鋼の価格上昇については、原材料となる鉄鉱石やスクラップ価格の大幅値上がりを反映しています。また、木材系資材については、コロナ禍で米国の住宅着工やリフォーム需要が回復してきたなかで世界的に木材の需給がタイトになったことが影響しています。**コロナ禍を背景に世界の物流は滞った状態が続いているため、建設資材を巡る価格がコロナ禍前の状況に戻る可能性は低く、建設物価水準は現状のレベルを維持するのではないのでしょうか。**

（図表3）建設物価の動き：建築費指数の前年比伸び率

	2020年	2021年	22年1月	22年2月		2020年	2021年	22年1月	22年2月
1.集合住宅	+0.8	+2.7	+5.2	+4.7	6.生コン	+1.1	+2.8	+4.9	+4.9
2.オフィス	+0.7	+2.5	+4.1	+3.7	7.異形棒鋼	△8.3	+30.3	+31.5	+23.1
3.店舗	+0.5	+2.6	+4.7	+4.2	8.H型鋼	△11.1	+22.9	+36.3	+32.9
4.工場	+0.0	+4.1	+6.8	+6.4	9.型枠合板	△9.8	+13.5	+48.7	+45.9
5.倉庫	△0.8	+5.2	+8.8	+8.1	10.杉角材	△1.3	+40.6	+96.8	+96.8

イ）用途別（1～5）では、2021年から2022年に掛けて工事原価の伸び率が伸長。特に、需要が旺盛な工場、倉庫の伸び率が高い。

ロ）資材別（6～10）では、原材料費（鉄鉱石等）値上げの影響を受けて鉄鋼、木材系を中心に2021年夏場以降大きく価格が上昇。

（出所）建設物価調査会資料等より筆者作成。伸び率の枠のブルーは前年比3%超、オレンジは同5%超の伸び率を示している

（注記）用途別は集合住宅、オフィス、店舗はRC（鉄筋コンクリート）造、工場、倉庫はS（鉄骨）造による工事原価の動き

I .ここがポイント（1）



定点観測 ⇒ 建設受注、住宅着工ともに堅調に推移

- A) 建設受注は、民間建築の増加で、5カ月連続プラス（図表4コメント）
- B) 持家は2カ月連続マイナス、貸家は11カ月連続プラス（図表4コメント）
- C) 1月の東京都の人口は9カ月振りに流入超過（図表6コメント）
- D) 小売業の売上高は、徐々に回復の兆しもみられる（図表7コメント）
- E) 旅客輸送量は鉄道、航空機ともに回復力に弱さ（図表9コメント）

I-1.生産活動・消費活動・マクロ経済指標の現下の動き

- 生産活動（建設受注、住宅着工）は持ち直しの動きが続いているが、一部に変調の動きも
 - 1月の建設工事受注高は、民間建築分野の好調で5カ月連続プラスと好調を維持している
 - 住宅着工では、持ち家は2カ月連続マイナスとなったが、貸家は11カ月連続プラス
 - 貸家の好調要因は、単身世帯の増加、老朽化したアパートの建て替え、テレワークの浸透等
- 年明け以降、コロナ感染者の高水準が続いているものの、消費活動は徐々に回復の兆しか？
 - 酒類を提供する飲食店を除くと、外食・小売店では徐々に客足が戻りつつある印象
 - 外食・小売業全体としては、客数の減少を客単価の上昇でカバーしている構図となっている
 - 但し、旅客輸送業（航空、鉄道）、ホテル稼働率に関しては依然として停滞が続いている
- まん延防止等重点措置の影響で人流は増えていないが、家計支出は増加の兆しが出てきている
 - 勤労者世帯主収入は10カ月連続でプラスを維持しており、家族員の収入減をカバーしている
 - 外食費、教養娯楽費などの増加により家計消費支出は前年比で6カ月振りにプラスに転じた
 - 1月の東京都からの人口は9カ月振りに転入超過となったが、流入者・流出者ともに増加

I-2. 経済活動における建設・住宅産業の動向

（図表4）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 ～ （数値は、前年同月比較）

対象項目	コロナ禍における月次動向				
	21年9月	21年10月	21年11月	21年12月	22年1月

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	27.3	2.1	11.6	4.8	11.0
（建築工事受注高）	43.9	4.7	11.0	13.4	41.4
（土木工事受注高）	-6.3	-3.4	12.8	-15.5	-24.7
居住用建築着工床面積	1.1	13.2	6.5	5.3	7.4
非居住用建築着工床面積	-4.9	46.6	10.9	33.2	-3.8
居住用建築着工単価	-5.3	2.8	2.7	3.0	9.1
非居住用建築着工単価	-13.0	15.0	-5.7	-10.5	-8.0

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	14.9	16.6	5.5	-0.4	-5.6
貸家着工戸数	12.8	14.5	1.4	3.3	16.6
マンション着工戸数	-39.4	-14.9	2.4	15.3	-19.4
戸建て分譲着工戸数	14.6	15.4	10.0	12.4	7.7
首都圏マンション供給戸数	-6.7	-38.8	95.4	-9.7	-14.9
近畿圏マンション供給戸数	-1.5	3.0	30.4	-9.4	14.0

現状に関するコメント

（現状認識及び特徴点）

1月は民間建築受注の増加で5カ月連続増加、4月からの累計では**11.0%増**
 1月は非製造業からの受注高が**26.6%増**と5カ月連続増、3カ月連続で2桁増
 1月は国の機関からの受注は**39.4%減**、地方自治体からは**41.7%増**と明暗
 1月の居住用床面積は店舗付き住宅の大幅増により**11カ月連続プラス**を記録
 1月は物流施設など大型案件の着工減少で**4カ月振りにマイナス**に転じた
 居住用単価は、単価の高い店舗付き住宅の大幅増により**4カ月連続プラス**に
 1月は単価の低い倉庫、工場案件の構成比向上により、**3カ月連続でマイナス**

建築部材の納入遅れなどに伴う三大都市圏での着工減により**2カ月連続で減少**
 11カ月連続プラス。**首都圏15.4%増、近畿圏16.9%増、地方圏24.7%増**
 1月は**首都圏42.9%減、近畿圏11.4%減、地方圏46.7%増**と地方が健闘
 旺盛な住宅需要を背景に戸建て分譲着工は**8カ月連続増**。**地方圏は順調**
 1月の供給戸数は2カ月連続減少。**契約率は58.4%と4カ月振りの70%割れ**
 1月供給戸数はプラス転換。㎡単価は3カ月連続アップ。契約率は77.5%と好調

（出所）国土交通省、不動産経済研究所データ等より作成。2022年3月16日までに発表のもの。

I-3. 主な経済統計の推移～消費活動、所得・雇用環境

(図表5) 主な経済統計の推移 ～消費活動、所得・雇用環境～ (数値は、前年同月比較)

対象項目	コロナ禍における月次動向				
	21年9月	21年10月	21年11月	21年12月	22年1月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

消費活動（既存店ベース、前年比、%）

百貨店売上高	-4.2	3.0	8.1	8.9	15.4
スーパー売上高	-0.4	0.1	-1.1	-1.5	-1.0
コンビニ売上高	1.1	-0.2	-1.0	3.8	2.9
家電量販店売上高	-3.3	1.9	-10.6	-8.3	-1.6
ドラッグストア売上高	3.2	4.7	1.2	1.3	5.5
ホームセンター売上高	-3.2	0.4	-3.7	-4.0	-2.7
通信販売売上高	2.1	-2.7	-0.3	1.4	1.1

20年1月比では**17.8%減**。まん延防止等重点措置発令で客数の回復が弱い
 20年1月比では**2.1%増**。主力商品である飲食料品を除くと総じて低調な動き
 20年1月対比では**1.6%減**。サービス売上高、非食品売上高が牽引している
 20年1月比では**9.6%増**。生活家電（家事家電、調理家電）は堅調に推移
 20年1月比では**8.7%増**。調剤医薬品、OTC医薬品、化粧品等が高い伸び率
 20年1月比では**7.7%増**。園芸、ペット用品、アウトドア用具等は底堅い動き
 20年1月比では**16.7%増**。前年比では食料品、健康食品、雑貨等が増加

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	1.15	1.16	1.17	1.17	1.20
完全失業率・%	2.8	2.7	2.8	2.7	2.8
勤労者世帯主収入	2.7	0.5	1.8	2.1	2.5
パート・アルバイト時給	-3.1	-4.3	-1.5	1.9	3.1
派遣社員の時給	-1.0	-1.4	-2.6	-0.3	-1.0
家計消費支出	-1.9	-0.6	-1.3	-0.2	6.9

求人数は**前年比14.6%増**。製造業からの求人は**同38.5%増**と一段と伸長
失業者数は7カ月連続減少したが、**正規の職員・従業員は28カ月振りに減少**
世帯主収入は10カ月連続増加。**配偶者の収入は2カ月振りに実質減少**した
 1月は前年比では**2カ月連続増加**。時給相場の高い保育士の求人増が寄与した
 1月は前年比では**9カ月連続減少**したが、前月比では2カ月連続で増加した
 1月は20年比では**0.5%増**。**外食費、教養娯楽・サービス費が6カ月振りに増加**

(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。2022年3月16日までに発表のもの。

I -4.主な経済統計の推移～生産活動、物価動向、金融市場等

(図表6) 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 ～ (数値は、前年同月比較)

対象項目	コロナ禍における月次動向				
	21年9月	21年10月	21年11月	21年12月	22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、鉱工業生産指数、機械受注は前月比)

鉱工業生産指数 (季調値)	-5.4	1.1	7.2	-1.0	0.0
機械受注 (民需合計)	3.8	19.0	-6.1	4.5	3月中旬公表
機械受注 (除く船舶・電力)	-0.0	3.8	3.4	3.6	3月中旬公表
国内新車販売台数	-30.0	-30.2	-13.4	-10.2	-15.0
貿易統計・輸出額 (金額)	13.0	9.4	20.5	17.5	9.6
貿易統計・輸入額 (金額)	38.6	26.7	43.8	41.1	39.6
消費者物価指数 (20年基準)	0.2	0.1	0.6	0.8	0.5

1月は前年比横ばい。生産機械、金属製品、電子部品・デバイスが小幅上昇
12月は2カ月振りにプラス。非鉄金属、紙パルプ等の素材系業種が伸長
12月は3カ月連続プラス。製造業は8.0%増、非製造業は0.1%減
1月の新車販売台数は部品調達難による減産の継続で5カ月連続2桁減
1月は米国向け10.4%増、アセアン向け15.5%増、中国向け5.4%減
1月は引き続き原油、エネルギー産品、電子部品、医薬品等が高い伸び率
1月は生鮮食品、光熱費、ガソリン代等が前年比2桁上昇で4カ月連続プラス

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	-6.9	-7.0	5.9	-1.2	8.9
東京都からの人口流出者	-6.4	-4.6	2.3	-4.0	0.6
東京都の人口流入超過人数	-3,533	-3,262	-3,254	-3,770	491
不動産登記件数	0.8	-0.0	8.9	4.8	3月下旬公表
東証一部株式売買代金	49.4	50.0	5.1	7.0	6.2
日経平均株価 (月末値)	29,453	28,893	27,822	28,792	27,002

2カ月振りのプラスであり、20年1月比較では4.6%減と10カ月連続で減少
2カ月振りのプラスであり、20年1月比較では6.4%増と6カ月連続で増加
1月は9カ月振りに転入超過。流入者、流出者ともに増加したことが特徴
12月は20年対比で2.0%増と復調。月間件数では9カ月振りの100万件超
売買代金は21年9月をピークに漸減傾向にあったが、22年1月は底入れ感も
ロシアによるウクライナ侵攻の緊迫化により3月に入ると下値模索の展開へ

(出所) 経済産業省、日本自動車工業会、財務省、総務省、法務省、取引所データ等より作成。2022年3月16日までに発表のもの。

※2022年2月1日現在の東京都の人口は1,398万485人 (前月比7,644人減) となり、ピークであった2020年5月の1,407万4,043人に比べると93,558人減少。

I -5.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

(図表7) 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 ～ (数値は、前年同月比較)

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)
	21年10月	21年11月	21年12月	22年1月	22年2月	

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、単位：％）

三越伊勢丹HD	9.5	14.5	14.0	31.2	9.0
松屋本店（銀座、浅草）	5.4	11.9	19.7	26.0	12.3
そごう・西武	0.2	7.7	5.9	19.7	0.9
高島屋	5.6	8.9	9.8	22.9	2.8
イオンリテール	0.3	0.8	-0.8	1.0	-1.1
ドン・キホーテ	5.0	-1.5	1.9	1.6	-2.0
イトーヨーカ堂（SC計）	-1.3	-1.3	-0.3	-1.2	-0.4

20年2月対比では**3.8%増**。首都圏店ではロイヤリティの高い購買層が寄与
 20年2月比では**2.9%減**。宝飾など高価格帯商品群が堅調に売上高を牽引
 20年2月比では**11.8%減**。前年の大幅減（11.0%減）をカバーできなかった
 20年2月比では**3.7%減**。新宿店、大阪店、日本橋店、横浜店が牽引役に
 20年2月比では売上高**5.0%減**。オミクロン株拡大で低空飛行が続いている
 20年2月比では売上高**13.2%減**、客数**18.0%減**、客単価**5.9%増**と低調
 20年2月比では売上高**4.8%減**、客数**11.8%減**、客単価**7.9%増**と低迷

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、単位：％）

セブンイレブン	-1.0	-1.1	0.8	0.9	-0.5
ファミリーマート	2.7	1.1	4.3	2.2	2.9
ローソン	1.5	-0.7	2.0	2.9	-0.3
ユニクロ（カジュアル）	-4.8	-4.6	-11.1	-7.1	-14.0
ワークマン（カジュアル）	-1.1	4.5	-1.6	-1.6	2.7
青山商事（紳士服）	3.7	6.2	18.9	20.7	4.8

20年2月比では売上高**2.6%減**、客数**15.3%減**、客単価**15.0%増**
 20年2月比では売上高**3.6%減**、客数**13.8%減**、客単価**11.7%増**
 20年2月比では売上高**5.8%減**、客数**17.0%減**、客単価**13.6%増**
 20年2月比では売上高**13.7%減**、客数**12.5%減**、客単価**1.3%減**
 20年2月比では売上高**1.1%減**、客数**0.1%増**、客単価**1.1%減**
 20年2月比では売上高**20.0%減**、客数**24.5%減**、客単価**5.9%増**

（出所）各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2022年3月16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。

I -6.経済活動における消費の状況②～外食産業等の企業別月次売上高

(図表8) 経済活動における消費の状況② ～ 小売業、外食産業の企業別月次売上高動向 ～ (数値は、前年同月比較)

対象項目	コロナショック局面における月次動向				
	21年10月	21年11月	21年12月	22年1月	22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③：ドラッグストア（既存店ベース、単位：％）

ウエルシアHD	2.7	2.8	1.3	7.5	3.4
---------	-----	-----	-----	-----	-----

20年2月比では売上高**4.6%減**、客数**17.7%減**、客単価**13.2%増**

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、回転寿司（既存店ベース、単位：％）

すかいらーくグループ	-7.1	-4.7	14.4	15.8	-6.9
サイゼリヤ	-1.3	4.6	15.8	25.3	9.1
ロイヤルホスト	0.2	5.9	17.4	40.6	5.4
マクドナルド	13.4	5.4	2.4	1.2	15.3
ケンタッキー	2.2	-2.7	4.8	10.6	10.0
モスバーガー	15.1	-2.5	-1.5	13.7	-2.4
すき家	5.4	4.6	18.2	10.9	11.4
吉野家	-1.3	8.7	7.4	4.0	6.1
松屋フーズ	-10.3	-0.9	-3.5	0.2	-3.0
スシロー	-6.0	-3.7	0.1	-4.0	-6.4
くら寿司	-19.9	-17.8	17.6	23.5	-0.9

20年2月比では売上高**34.0%減**、客数**38.8%減**、客単価**7.8%増**

20年2月比では売上高**26.8%減**、客数**30.4%減**、客単価**5.2%増**

20年2月比では売上高**19.5%減**、客数**30.9%減**、客単価**16.5%増**

20年2月比では売上高**16.5%増**、客数**6.5%減**、客単価**24.5%増**

20年2月比では売上高**18.6%増**、客数**6.6%増**、客単価**11.2%増**

20年2月比では売上高**7.4%増**、客数**4.3%減**、客単価**12.1%増**

20年2月比では売上高**2.6%増**、客数**9.1%減**、客単価**13.0%増**

20年2月比では売上高**12.0%減**、客数**20.1%減**、客単価**10.0%増**

20年2月比では売上高**21.4%減**、客数**25.7%減**、客単価**5.8%増**

20年2月比では売上高**6.5%減**、客数**20.7%減**、客単価**17.9%増**

20年2月比では売上高**13.8%減**、客数**20.8%減**、客単価**8.9%増**

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2022年3月16日までに発表のもの。

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

I-7. 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

(図表9) 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 ～ (数値は、前年同月比較)

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)
	21年9月	21年10月	21年11月	21年12月	22年1月	
交通機関の利用状況（前年比、％）						
新幹線輸送量（JR東海）	-13.0	8.0	18.0	74.0	112.0	20年1月比では 45%減 、1月速報は21年比 39%増 、20年比では 65%減 20年1月比 44.1%減 。定期収入は21年比 5.8%増 、20年比 27.4%減 20年1月比では運賃収入は 23.6%減 、輸送人員（定期外）は 20.8%減 20年1月比では 52.1%減 。座席利用率は41.0%と前月比で大きく低下した 20年1月比 90.2%減 。貨物重量は21年比 10.0%増 、19年比 34.8%増 3か月連続プラスであり、車利用による移動は回復基調。19年比では 9.4%減
JR東日本定期外収入	-10.0	1.2	21.6	61.2	65.1	
小田急線定期外収入	-6.8	1.9	10.2	21.9	35.3	
国内線旅客数・ANA	-11.5	-2.1	3.9	51.4	118.8	
国際線旅客数・ANA	78.5	56.8	64.0	95.2	89.4	
パーク24売上高・前年比	-5.2	-0.3	2.9	7.0	6.7	
国内海外旅行、宿泊施設の稼働率、訪日外国人旅行者数（単位：％、 但し、ホテル及び旅館稼働率は水準 ）						
国内旅行取扱高・日本人	-5.2	-25.4	-16.5	131.4	160.0	19年1月比では 54.4%減 。コロナ禍前に比べると半分程度の水準が続いている 19年1月比では 96.1%減 。4月以降は入国制限措置緩和で徐々に回復か？ 1月に入って全国的なオミクロン株急拡大により旅行自粛ムードが一気に広がる オミクロン株拡大で企業による国内出張停止、個人旅行自粛の動きが浸透 和歌山県、大分県、福島県、宮崎県、鹿児島県が稼働率が安定的に推移 鳥取県、佐賀県、宮城県、山口県、香川県といった地方圏の稼働率が高い 12月は17,800人。入国制限の継続により19年1月比では 99.3%減 と低調
海外旅行取扱高・日本人	98.6	93.5	167.0	133.9	3.7	
※ リゾートホテル稼働率	25.2	36.2	43.4	42.8	29.0	
※ ビジネスホテル稼働率	40.3	51.7	57.7	57.4	42.7	
※ シティホテル稼働率	31.1	41.3	50.7	53.2	36.3	
※ 旅館稼働率	19.1	29.6	36.2	32.7	24.0	
訪日外国人旅行者数	23.9	-19.3	-63.5	-79.4	-61.7	

(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。2022年3月16日までに発表のもの。

早耳 地獄耳 馬耳東風

【ロシアによるウクライナ侵攻は決して他人事ではない】

2月24日に始まったロシアによるウクライナへの軍事侵攻によって、世界の地政学的リスクは大きく高まってしまいました。ロシアによるウクライナ侵攻の背景としては、「ウクライナによるNATO（北大西洋条約機構）への加盟によってロシアの安全が脅かされる」「ウクライナによるロシア系住民に対する弾圧から解放する（ロシア側主張）」の2点が主張されています。**この真偽はともかくとして、ロシア側はウクライナに対して連日ミサイル攻撃を含む大規模な軍事作戦を展開し、双方で相当程度の犠牲者が出る結果となっています。**

戦争行為はドンドンエスカレートする可能性があるので、一刻も早い収束を願ってやみません。では、今回のロシアによるウクライナ侵攻によって国際社会はどのような影響を受けることになるのでしょうか。まずは、原油や天然ガスといった天然資源産出国であるロシアへの経済制裁によって、世界的にエネルギー価格が大きく上昇する可能性があります。**既にヨーロッパ各国では、暖房のための光熱費が通常の3～4倍に高騰しているといったニュースも伝わっています。また、ロシアとウクライナで世界の輸出市場の3割を占める小麦の生産量が大きく落ち込むことが懸念されています。さらに、ロシアは世界の力二の漁獲量の半分を占めるなど食料の輸出大国なのです。**

小麦と言えば、我々が愛好しているパン、うどん、麺類、パスタ、餃子の皮などの原料として使われています。既にコロナ禍による生産高の減少でこうした食料品価格の値上げが予定されていますが、ロシアやウクライナの小麦生産高が大きく減少すれば更なる値上げ、或いは原材料の入手困難といった事態も想定されます。**すなわち、我々の食卓を直撃することになるのです。エネルギー価格上昇もガソリン価格、光熱費の値上げといった形でマイナス影響を被ることになってしまいます。ロシアによるウクライナ侵攻は遠いヨーロッパの出来事ではなく、我々日本人にとっても他人事ではないということを肝に銘じなくてはなりません。**

Ⅱ.ここがポイント（２）



景気ウォッチャー調査 ⇒ コロナ感染拡大でマインドは低水準継続

- A) 感染拡大により家計動向のマインドは低水準継続（図表10コメント）
- B) 特に、飲食系、サービス系は1月以降の低水準継続（図表10コメント）
- C) ウクライナ情勢の影響で、原材料費の高騰が懸念（図表10コメント）
- D) 建設業では一部で受注価格競争が顕在化している？（図表10コメント）
- E) 求人情報では、アフターコロナを見据えて求人件数が増加の動きも

Ⅱ-1.景気ウォッチャー動向調査

(図表10) 景気ウォッチャー調査 ～ 景気の状態判断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	21年9月	21年10月	21年11月	21年12月	22年1月	22年2月	(前月差)
景気の状態判断DI	35.8	45.6	45.3	47.0	↗ 42.3	↑ 55.1	↗ 56.8	↗ 57.5	↓ 37.9	↘ 37.7	-0.2
家計動向調査	36.8	45.5	43.2	46.5	↗ 40.8	↑ 56.0	↗ 57.2	↗ 58.5	↓ 34.5	↘ 33.7	-0.8
小売関連	37.4	44.8	41.6	46.6	↗ 41.5	↑ 53.9	↗ 54.9	↗ 58.5	↓ 37.0	↘ 35.6	-1.4
飲食関連	33.9	43.6	40.6	46.7	↑ 35.7	↑ 65.8	↗ 67.2	↘ 63.4	↓ 23.6	↘ 19.9	-3.7
サービス関連	36.6	47.7	47.0	47.5	↑ 39.7	↑ 59.4	↗ 61.1	↘ 59.2	↓ 30.6	↗ 32.1	1.5
住宅関連	34.4	44.1	43.8	40.5	↗ 46.5	↗ 47.7	↗ 48.4	↗ 48.6	↘ 41.7	↘ 39.6	-2.1
企業動向調査	36.0	46.4	46.0	45.4	↗ 43.4	↗ 51.2	↗ 54.5	↘ 53.3	↘ 43.8	↘ 43.1	-0.7
製造業	37.1	47.1	46.9	44.8	↘ 45.0	↗ 50.0	↗ 54.7	↘ 52.1	↘ 44.5	↘ 44.4	-0.1
非製造業	34.5	45.5	45.2	45.6	↗ 42.1	↑ 52.4	↗ 54.3	↘ 54.2	↓ 43.7	↘ 42.1	-1.6
雇用関連	29.3	44.2	58.4	54.9	↗ 49.4	↗ 57.5	↘ 59.0	↗ 59.9	↓ 48.2	↗ 52.1	3.9

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

【居酒屋】□現状が変わるのはまん延防止等重点措置が解除されてからになると思うが、一気に外食が増えるとは考えにくいので、しばらくは厳しい状況が続くと予想 (家計動向)

【小売店】▲電気料金、ガス料金、燃料価格等が上がっているので、消費活動における出費が多く、財布の紐が一段と固くなる生活スタイルが続くのではないかと (家計動向)

【化学工業】▲ウクライナ情勢の影響で原油価格をはじめとした原材料費のさらなる高騰が予想される。また、世界的に物流コストが上昇している (企業動向)

【建設業】×材料費の高騰もあり、予定していた案件が中止になってしまった。引き合いのあった案件も大手企業が値段を下げてきたため、受注契約がダメになった (企業動向)

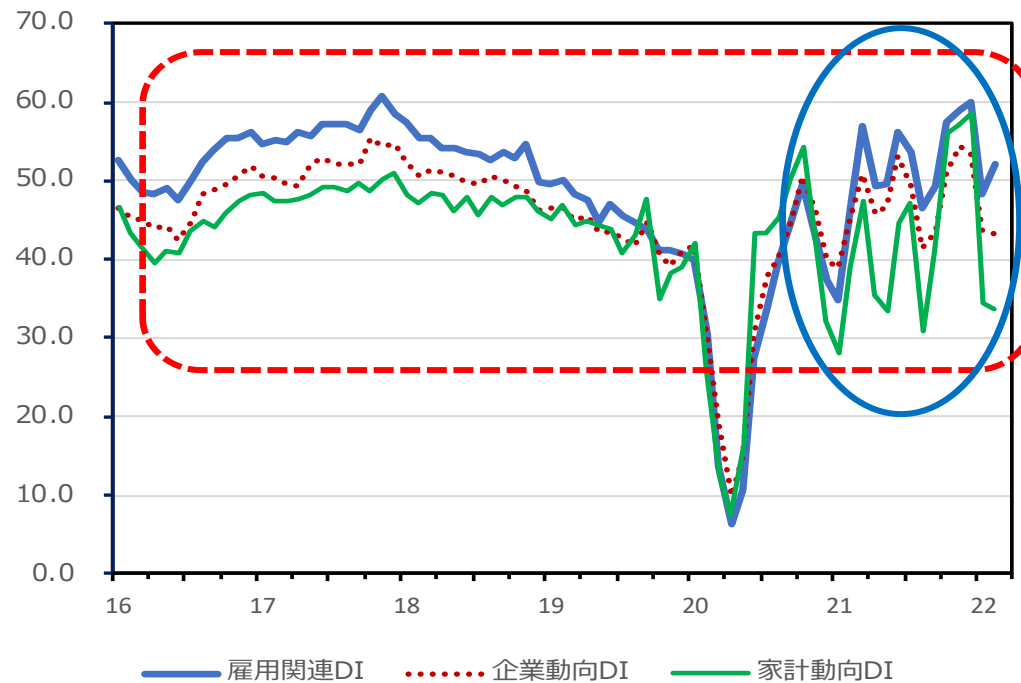
【求人情報誌制作会社】○前年後半から取り扱う求人件数が増えてきた。新規出店や新規事業拡大など、アフターコロナを見据えた動きが出てきている感がある (雇用関連)

(出所) 内閣府データ等により作成。直近データは2022年3月8日に発表。コメントは、2022年3月以降の先行きに対する内容を重点的に紹介している。

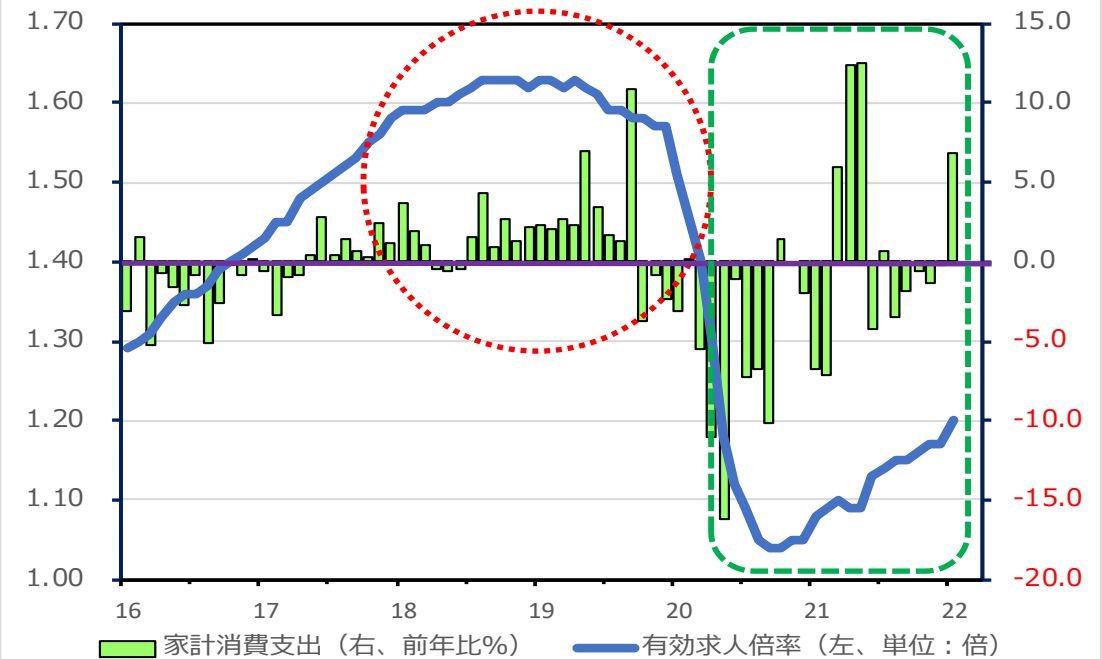
(注記) ↑印は前月比10ポイント以上の上昇、↗印は同10ポイント未満の上昇、↓印は同10ポイント以上の低下、↘印は同10ポイント未満の低下を示す。

- 1) **2月の景気ウォッチャー判断DIは、特に家計動向の落ち込みが大きく、回復感に乏しい動きとなった**
- 2) **企業動向については、原材料高上昇が懸念要因だが、企業活動そのものは一定程度の動きを示している**
- 3) **雇用関連についてはアフターコロナを見据えた、新規出店、新規事業に関する求人件数が増加している**

(図表11) 景気ウォッチャー判断DIの推移



(図表12) 有効求人倍率と家計消費支出



(出所) 内閣府、総務省データより作成。月次ベース。2022年3月16日までに発表のもの。

Ⅱ-2. Coffee Time



【株式市場の役割と年金資産の関係を考える】

株式投資に関して、未だに「怖いもの」、「良く分からないもの」、「資産が目減りしてしまうもの」といったマイナスイメージがありますが、最近、筆者もそういう思いをしました。株価は、日々、さまざまな要因によって動きますので、投資した資金が目減りしてしまうこともあるでしょう。しかし、**株式投資の場合は「分散投資」と「長期投資」を組み合わせることによってかなりリスクを軽減することが出来ます。年金積立金管理独立行政法人によると、インデックス（市場全体を表す株価指数）投資によって3年以上保有した場合、ほぼマイナスパフォーマンスとなることはないとの見解が示されています。**この点は、商品先物、暗号資産、ギャンブル（宝くじ、競馬、カジノ等）とは大きく異なる点です。

企業が株式を上場するのは、①株式市場を通じて資金を調達すると金融機関から借りるよりも安く資金調達ができる、②社会的信用力向上によりビジネスチャンスが広がる、③新卒及び中途採用など人材採用面において優位に働く、④経営状態が投資家の眼にさらされることで、経営に緊張感が生まれて、事業拡大・成長に資する、といったメリットに着目しているからではないでしょうか。

ここで、各国における年金資産運用の実績をみると、我が国は概ね劣後していることが分かります。何故、諸外国に比べて我が国の年金資産運用のパフォーマンスが劣後していたのでしょうか。**この理由としては、「安全性を重視する余り、株式等リスク性資産の運用を躊躇してきたこと」、「国内株式市場のパフォーマンスが良くなかったことで、リスク性資産のウエイトを引き上げる決定がなされなかったこと」の2つが挙げられます。**確かに、我が国の株式市場のパフォーマンスは良くない状況が続いていました。さらに、債券運用も低金利で上手くいかず、海外金融商品のウエイトを高めるには情報不足でした。過去の前例を踏襲し、リスクを取りにいなかったことが年金資産運用に結果に表れているといえるでしょう。これからは、**他国並みに投資リスクを取るによって年金資産のパフォーマンス向上をはかるとともに、各企業が株価上昇に結び付く施策を推進していくことが求められると思います。**

（図表13-1）株式市場の3つの意義

1.企業にとって株式を上場する意義	
◇金融機関から借りるよりも安く資金調達できる	
◇社会的信用力向上によりビジネスチャンスが広がる	
◇新卒・中途採用など人材採用面において優位に働く	
◇経営に緊張感が生まれて、事業拡大・成長に資する	
2.社会にとって株式市場が存在する意義	
◇株式市場を通じて年金資産等の長期運用ができる	
◇内外投資家からの株式投資によって資金が流入する	
◇社会全体で公正な情報開示に対する意識が高まる	
◇国際基準を積極的に取り入れる考え方が醸成する	
3.個人にとっての株式市場の存在意義	
◇成長企業に投資することで健全な資産形成ができる	
◇配当金を享受することで安定的な収入を得られる	
◇情報開示を通じて企業や業界情報等を知り得る	
◇株式投資によって経済や企業情報に興味を持つ	

（出所）内閣府、首相官邸資料等より筆者作成。

（図表13-2）主要国における年金資金運用の実績

	アメリカ	カナダ	ノルウェー	日本
2005年度	16.3	15.5	11.5	9.9
2010年度	12.9	11.5	4.9	-0.3
2011年度	3.7	6.2	2.8	2.3
2012年度	10.9	9.7	11.0	10.2
2013年度	13.7	16.0	16.6	8.6
2014年度	6.1	18.2	34.5	12.3
2015年度	-0.2	3.4	0.8	-3.8
2016年度	10.1	11.8	12.7	5.9
2017年度	11.1	11.5	3.9	6.9
2018年度	3.4	8.9	9.4	1.5
2019年度	-0.4	3.1	12.5	-5.2
2020年度	25.5	20.4	13.8	25.1

（出所）年金積立金管理運用独立行政法人資料より筆者作成。

（注記1）各国の主要年金基金の年次運用パフォーマンスを比較。

（注記2）数値は1年間における年金資産の増減額の割合：％。

（注記3）太字の箇所は当該年次の5カ国中ワーストパフォーマンス。

Ⅱ-3.暮らしの流れ ～ 知って得する冠の日 ～



- 4月 1日（金）：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 7日（木）：世界保健デー ⇒ 世界保健機構（WHO）では、毎年世界中で1,300万人以上が本来なら避けることができる環境要因で死亡していると推定。その原因は気候変動の危機も含まれています。
- 4月16日（土）：女子マラソンの日 ⇒ 日本初の女子フルマラソンの大会は東京・多摩湖畔で開催されました。
- 4月20日（水）：郵政記念日 ⇒ それまでの飛脚制度が郵便制度に変わった日（明治4年）。
- 4月23日（土）：地ビールの日 ⇒ 地ビールはクラフトビール（職人技がこもったビール）と言われています。
- 4月26日（火）：よい風呂の日 ⇒ この記念日は、お風呂を巡る物語「テルマエ・ロマエ」の製作委員会が、映画化を記念して制定されました。
- 4月29日（金・祝）：昭和の日 ⇒ 昭和の響き懐かしいですね。ここ数年、昭和ブームで盛り上がっていますネ。
- 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、コロナ収束を祈念して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**の食べ物と言われています。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、フキなどを美味しくいただきます。

Ⅲ.ここがポイント（3）



資本市場と実体経済の動き ⇒ 株式市場は調整局面か？

- A) 建築着工は、都市部近郊での物流倉庫案件が牽引（図表14コメント）
- B) 小売売上高は、人流回復により都心中心部で回復（図表15コメント）
- C) 日経平均は、米国での金利高を懸念して下値模索（図表19コメント）
- D) コロナ禍を契機に世界的なインフレリスクが高まっている？
- E) 欧米各国は経済回復に舵を採っており、我が国の出遅れ感が目立つ

Ⅲ-1. ニッチな視点：地域別にみた経済動向、株式市場の動き

- 2月から3月に掛けて、世界的なインフレ圧力の増大、金利上昇観測の台頭、そしてロシアによるウクライナ侵攻によって株式市場は大きく下落してしまいました。これらの問題は現時点（3月16日）で解決の糸口が掴めていません。また、コロナ感染者も依然として高水準が続いています。まさに、2022年は不確実な時代に入ってしまった象徴的な年となるのかもしれませんが。**ロシアによるウクライナ侵攻は遠い世界の出来事のようにですが、既に日本欧州便の航路はシベリア上空を回避するルートに変更（飛行時間がおおよそ3割増）していますし、ロシア産のエネルギーや食料品の値上げによって暮らしや生活に影響を及ぼしつつあります。**我々日本人が忘れかけていた物価上昇によって、日常生活にどのような影響が出てくるのか、準備を怠ってはいけない時代になってきたのではないのでしょうか。
- 地域別にみた実体経済（地域別に温度差がみられる状況が続いている？）（図表14～16）
 - **住宅着工は全体としては堅調に推移しているが、都道府県による好不調圏の差異が拡大**
 - **消費動向は、小売売上高が4カ月連続プラスとなるなど薄日が差し始めている状況**
 - **家計収入は世帯主収入は安定しているものの、家族員の収入が不安定な状況が続いている**
- 日本及び米国の株式市場動向（日米ともに株価は下値模索の展開が続いている）（図表17～20）
 - **日経平均株価は、金利先高観、ウクライナ情勢の長期化を背景に大幅な下落基調を続けている**
 - **米国株は、地政学リスクの高まりによるグローバル企業の収益減速懸念を背景に下値模索の展開**

Ⅲ-2.地域別経済統計①：建築着工床面積、新設住宅着工戸数

(図表14) 主な地域別経済統計の推移 ～ ①生産活動 ～

都県名	2018年度	2019年度	2020年度	20年3月	20年6月	20年12月	21年3月	21年6月	21年9月	21年11月	21年12月	22年1月
建築着工床面積（前年比、%）												
宮城県	2.6	-19.9	-1.8	3.5	-19.6	-21.3	34.6	-3.8	37.9	25.0	73.6	28.9
茨城県	-37.3	20.9	-21.3	-2.6	-42.6	-29.6	-1.2	-11.1	54.7	15.4	138.5	119.4
埼玉県	-12.2	4.5	-6.2	34.5	-4.2	-23.2	5.4	-2.8	5.0	83.4	21.8	-26.8
千葉県	-2.1	-4.1	-1.1	-16.5	-43.6	2.8	37.2	91.0	-15.4	-7.2	-10.3	9.9
東京都	-18.1	-0.2	-14.5	-9.3	17.9	-45.6	-10.5	-1.6	-39.8	-7.1	60.8	-5.5
神奈川県	-2.9	11.7	3.8	2.6	-29.8	-0.9	94.8	14.9	-31.3	-2.5	21.0	4.5
全国	-1.5	-4.7	-8.5	-1.3	-16.0	-11.4	6.1	9.3	-1.2	8.0	16.1	2.9
新設住宅着工戸数（前年比、%）												
宮城県	-7.0	-16.6	-10.8	-21.3	-1.1	-12.8	15.8	-14.6	21.0	13.6	42.2	34.1
茨城県	-5.0	-10.5	-7.8	0.0	-20.6	-1.7	0.6	5.7	26.6	16.3	-5.4	56.6
埼玉県	-2.3	-14.2	-3.5	-8.6	-9.8	-6.7	9.7	-0.5	-1.8	13.0	5.9	5.8
千葉県	-7.9	-6.3	-2.8	-0.1	-1.4	3.5	7.2	22.5	-7.9	14.6	5.8	-2.7
東京都	4.5	-8.6	-1.8	-19.2	3.2	-14.1	9.4	0.5	-17.1	-8.2	6.6	-11.0
神奈川県	-1.7	-3.9	-12.8	-10.6	-20.1	-10.8	8.3	17.2	-4.4	-9.3	34.3	12.2
全国	0.7	-7.3	-8.1	-7.6	-12.8	-9.0	1.5	7.3	4.3	3.7	4.2	2.1

(出所) 国土交通省データ等により作成。2022年3月16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、物流倉庫など大型案件の着工で大都市近郊（茨城県、宮城県）エリアで高い伸び率を維持している
- (2) 1月の新設住宅着工戸数は、全体としては堅調に推移しているが、都道府県による好不調の差異が大きく広がっている状況
- (3) 地域別にみると、コロナ感染状況を映して、東北、北陸、中国地方の伸び率が高く、北海道、沖縄、四国は大幅なマイナスに

Ⅲ-3.地域別経済統計②：小売売上高、家計消費支出

(図表15) 地域別経済統計の推移 ～ ②消費活動 ～

都県名	2018年度	2019年度	2020年度	2020年3月	2020年9月	2020年12月	21年3月	21年6月	21年9月	21年11月	21年12月	22年1月
小売売上高（百貨店・スーパー、前年比、%）												
宮城県	0.3	-1.5	-2.6	-4.9	-8.0	-0.1	-2.4	-2.7	-3.4	-2.0	-1.3	-0.1
茨城県	1.8	-0.1	6.2	1.9	0.9	4.1	1.8	-2.9	1.5	-0.9	0.5	1.1
埼玉県	0.2	-0.8	3.4	0.3	-2.0	3.1	-0.5	-2.5	0.8	-0.3	-0.2	0.8
千葉県	-3.4	0.1	0.6	-1.5	-6.9	0.2	1.3	-2.6	0.2	-0.1	0.3	0.8
東京都	0.1	-2.9	-14.7	-18.1	-22.7	-9.4	5.0	0.4	0.8	4.5	4.7	8.6
神奈川県	-1.3	-2.5	-2.1	-5.9	-10.8	-1.1	2.5	1.9	0.3	4.2	-0.1	1.2
全国	-0.4	-1.6	-5.1	-10.0	-13.9	-3.4	2.9	-2.3	-1.3	1.5	1.4	2.6
家計消費支出・市区単位・二人以上世帯（前年比、%）												
仙台市	-2.0	0.6	-4.1	-8.6	-19.4	-7.9	18.1	5.5	2.8	25.9	6.4	13.6
水戸市	-6.5	-1.3	-4.3	-13.8	3.0	-0.8	23.3	-11.5	-23.6	-7.9	11.9	1.8
さいたま市	7.5	4.1	-3.3	12.9	-9.0	-8.2	-11.4	-24.1	4.4	-2.4	1.4	4.8
千葉市	8.6	-4.3	-1.2	17.5	-23.0	0.2	-11.1	-2.9	-2.5	16.0	8.6	-12.4
東京都区部	-2.1	1.9	-2.3	-5.2	-7.7	12.0	17.5	-7.8	-1.2	-10.4	-7.2	4.0
横浜市	-9.3	2.1	-3.8	9.1	-23.3	-16.6	-14.8	-3.5	25.6	2.4	6.1	13.9
全国	1.5	2.1	-5.3	-5.5	-10.2	-2.0	6.0	-4.9	-1.7	-0.6	0.7	5.6

（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。2022年3月16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月の小売売上高は全国ベースで4カ月連続プラスとなり、特に、東京都、大阪府、愛知県、福岡県など大都市圏での伸び率が高い
- (2) 1月の千葉市の家計消費支出が大きく減ったのは、自動車購入費等が大きく減ったためであり、それ以外の項目は小動きに終始
- (3) 逆に、1月の横浜市の家計消費支出が大きく増えたのは、家賃地代、自動車維持費、保健医療サービス等が大きく増えたため

Ⅲ-4.地域別経済統計③：有効求人倍率、家計実収入

(図表16) 主な地域別経済統計の推移 ～ ③雇用所得環境 ～

都県名	2018年度	2019年度	2020年度	2020年3月	2020年6月	2020年12月	21年3月	21年6月	21年9月	21年11月	21年12月	22年1月
有効求人倍率・受理地別・季調値（水準、%）												
宮城県	1.69	1.57	1.20	1.37	1.24	1.14	1.24	1.30	1.36	1.33	1.31	1.34
茨城県	1.62	1.58	1.27	1.48	1.33	1.19	1.32	1.39	1.37	1.36	1.34	1.38
埼玉県	1.33	1.28	0.94	1.15	1.02	0.85	0.91	0.96	0.94	0.94	0.93	0.93
千葉県	1.33	1.29	0.90	1.15	0.97	0.83	0.84	0.87	0.85	0.85	0.84	0.85
東京都	2.13	2.05	1.27	1.86	1.33	1.18	1.17	1.17	1.22	1.22	1.23	1.26
神奈川県	1.20	1.15	0.80	1.16	0.86	0.75	0.76	0.79	0.79	0.79	0.78	0.77
全国	1.62	1.55	1.10	1.40	1.12	1.05	1.10	1.13	1.15	1.17	1.17	1.20
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、%）												
仙台市	-1.5	8.2	-4.5	5.7	10.9	-12.3	5.3	8.5	10.9	32.0	9.1	19.5
水戸市	-2.9	-3.5	3.7	7.9	54.7	-6.9	-0.8	-15.0	38.9	2.7	15.5	6.4
さいたま市	3.5	20.3	-6.7	-1.5	-13.8	-17.0	4.6	4.9	-1.1	0.2	0.6	2.1
千葉市	10.6	5.8	1.7	-1.3	-5.0	-6.4	-1.7	-10.5	-5.1	2.6	13.3	0.6
東京都区部	10.1	5.6	4.8	12.8	-3.8	11.1	2.6	16.5	3.3	-16.2	-17.0	-18.2
横浜市	-0.3	6.5	4.4	19.3	8.7	-3.8	-19.7	-21.7	0.8	25.2	13.0	10.6
全国	3.8	4.6	0.1	2.6	-1.7	-3.6	-2.1	5.9	3.4	2.3	2.3	0.1

（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。2022年3月16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。

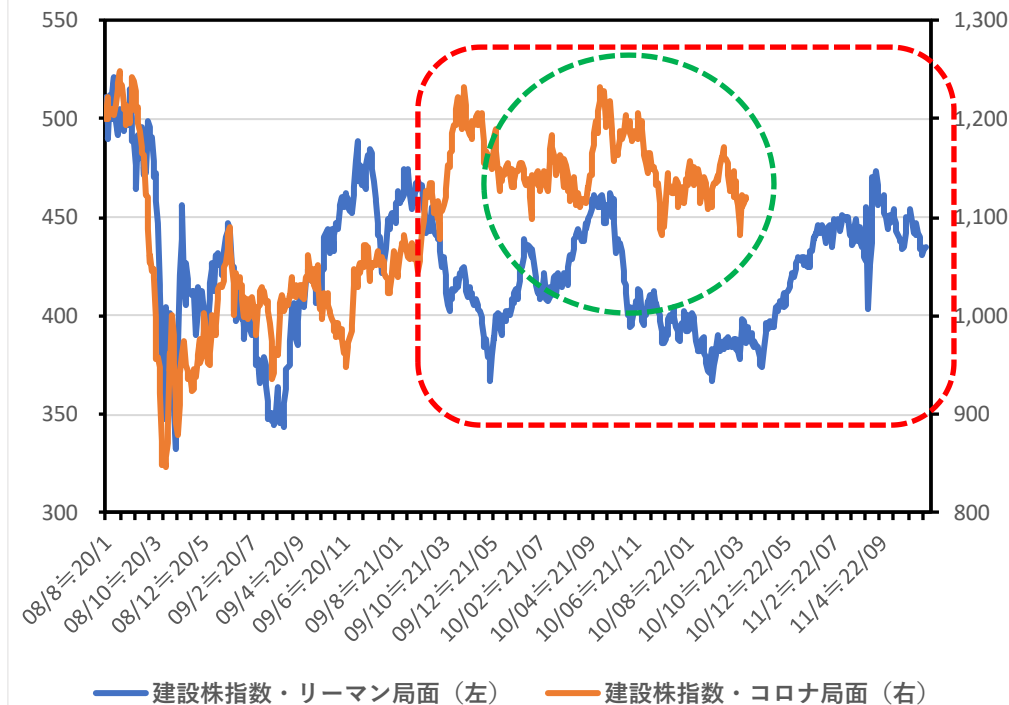
（注記2）家計実収入は勤労者世帯の勤労収入がベースであり、財産収入、預貯金引出、クレジット購入借入金は含まれていない。

- （1）有効求人倍率は全体としては緩やかな改善傾向にあるが、神奈川県、千葉県、埼玉県では依然として1倍割れの状況が続いている
- （2）家計実収入（勤め先からの収入）は、全国ベースでは9カ月連続増加したが、東京都区部は配偶者収入減により4カ月連続2桁減少

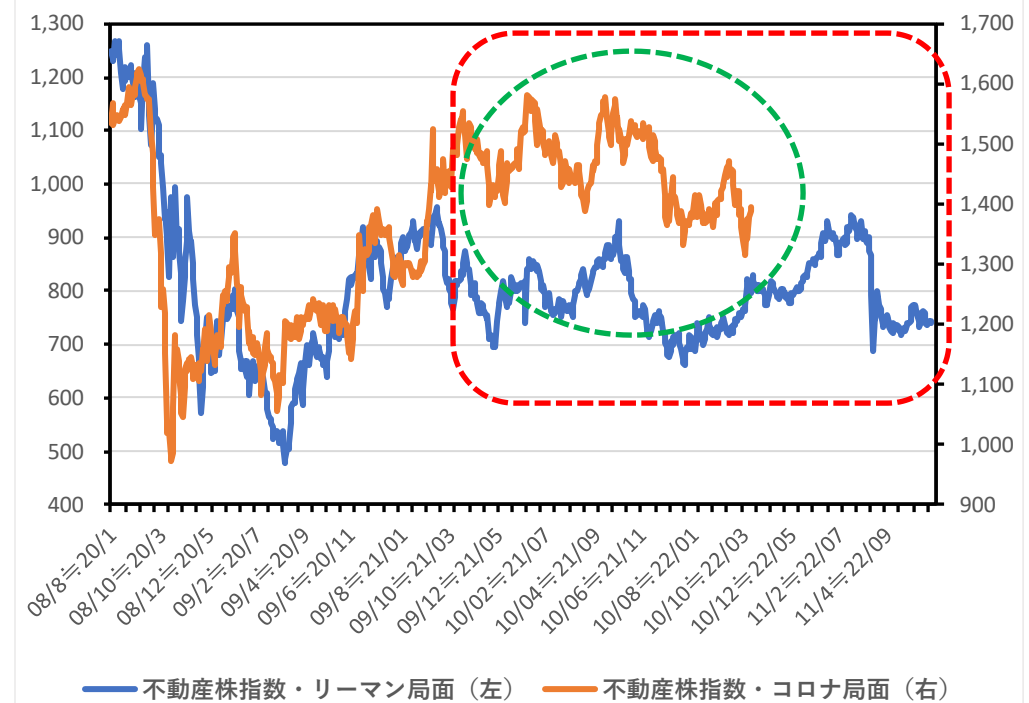
Ⅲ-5.株価指数の推移①：建設株指数、不動産株指数

- 1) ウクライナ情勢の緊迫化を懸念して、業種を問わずに株式市場全体が大きく売り込まれている
- 2) 特に、海外投資家による売り圧力が大きく外国人持ち株比率の高い企業の下落率が多い

(図表17) 建設株指数の日次推移



(図表18) 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16日終値ベース。

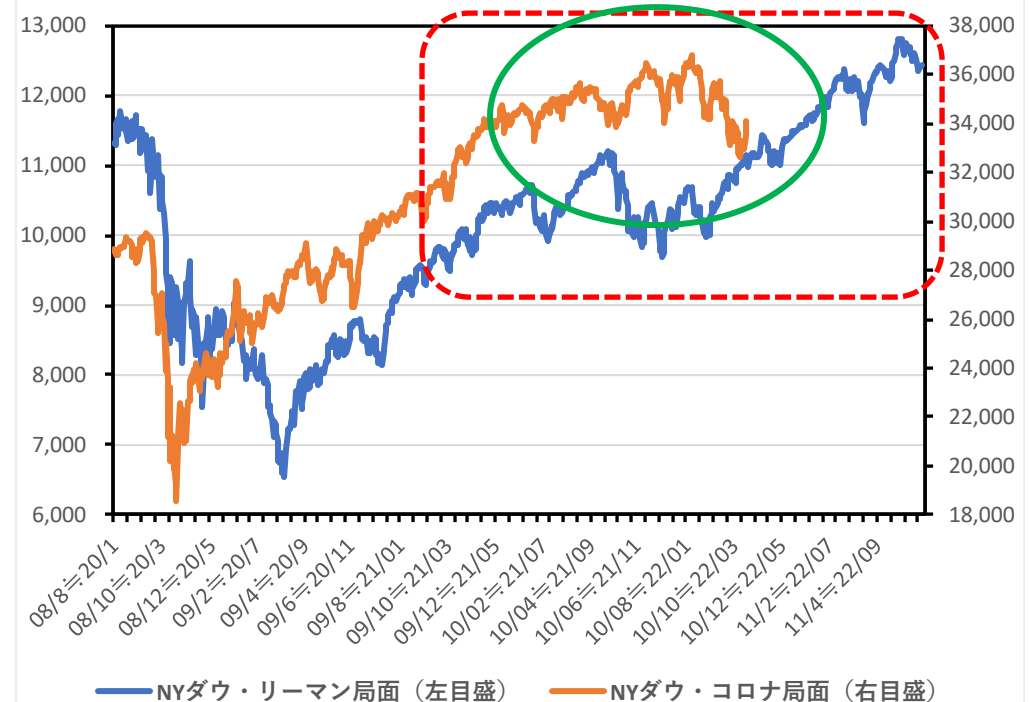
Ⅲ-6.株価指数の推移②：日経平均株価、ニューヨークダウ

- 1) 日経平均は、世界的な金利上昇、ウクライナ情勢悪化、景気減速懸念を背景に大幅な下落基調…
- 2) 米国株は、地政学リスクの高まりによるグローバル企業の収益減速懸念を背景に下値模索の展開

(図表19) 日経平均株価の日次推移 (円)



(図表20) 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16日終値ベース。

Ⅲ-7.専門用語の解説コーナー

- **旅行代理店（旅行を扱うビジネスのひとつであり、昨今オンライン旅行会社等が急成長）・3ページ参照**

旅行代理店とは、旅行者（＝消費者）に代わって、交通機関や宿泊施設などの手配・予約を行い、手数料を受け取る業者のことです。また、交通・宿泊・観光などの要素で構成されたパッケージツアーや団体を企画・実施・仲介して販売することもあります。従来は店舗を通じて旅行商品の取り扱いを行う事業者がほとんどでしたが、最近では店舗を持たない「オンライン旅行会社」、企業の出張業務を一元的に受注・管理し、経費精算や危機管理サービス等も行う「ビネストラベルマネジメント会社」等が成長しています。

- **企業物価指数（企業間で売買する物品の価格水準を数値化した物価関連の経済指標）・6ページ参照**

企業物価指数とは、企業間で取引される財に関する物価の変動を測定するものです。基本分類として、「国内企業物価指数」「輸出物価指数」「輸入物価指数」の3つがあります。企業物価指数は、企業間で取引される財に関する価格の集約を通じて、財の需給動向を把握し、景気動向さらには金融政策を判断するための材料を提供することにあります。また、卸売段階での最終製品の前の企業間でやり取りされる原材料や中間製品の価格変動を指数化しているため、消費者物価指数を予測する指標としても注目されています。

- **年金資産（企業年金制度に基づき退職給付に充てるために積み立てられている資産）・20ページ参照**

年金資産には厚生年金基金制度、適格退職年金制度に基づいて保有している資産等も含まれます。年金資産は外部の機関（年金基金など）で積み立てられたもののことですが、積み立てられた拠出金は運用されて収益を生むこととなります。年金資産の運用収益の計算には、原則として過去の運用実績、運用方針及び市場動向などにより設定されている長期期待運用収益率が用いられています。ちなみに、年金資産は生命保険会社等で運用している個人年金を除いて、個人資産には含められないとされています。

- 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

ロシアによるウクライナ侵攻で世界の政治・経済に暗雲が立ち込めています。自然災害は人間がコントロールできませんが、戦争は人間がコントロールできるものです。関係者の対話によって、一刻も早く戦闘が終結し、現地の人々の平穏な日常生活が戻ることを願ってやみません。今回の件は、我々も他人事として捉えてはならないと思います。

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：2022年3月号》

2022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
〒103-0061 東京都中央区銀座1-20-14
銀座NKビル10階
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