

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6月号》

## インフレ時代にどう備えていくか？

(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  
インフレ時代には生活様式がどう変化するのか？（図表1~2）
- 06 ~ 07 Column  
選択と集中。小売業の業態によって収益格差が拡大している（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  
ダイバーシティ経営（多様性のある組織）が企業を強くする
- 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  
もっと従業員に投資をして、賃金を引き上げるべきか（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：インフレ時代を考える



## 【我が国にもインフレ時代の足音が迫ってきている？】

インフレーションとは、一定期間にわたって経済の価格水準が全般的に上昇することを表しています。すなわち、物価の上昇が傾向的に続くことを示しています。インフレは3つの種類に大別されます。すなわち、「ディマンドプル・インフレ（需要が供給を上回っている経済状態のときに発生するインフレ）」、「コストプッシュ・インフレ（賃金、原材料等のコスト増によって発生するインフレ）」、「ボトルネック・インフレ（ある分野のコストアップが波及する状態で起こるインフレ）」となります（図表1参照）。

コロナ禍で世界的に、物流の動きが滞ってしまいました。これにより、陸海空運における物流コストが上昇し、さまざまな分野で販売価格を押し上げる要因となってしまいました。さらに、**ロシアによるウクライナ侵攻によって、エネルギー価格や食料価格が上昇してしまいました。現在は、コストプッシュ・インフレとボトルネック・インフレの複合型インフレの真っ只中にあるといえるでしょう。**

これまで落ち着いて推移してきた我が国の物価ですが、ここにきて風雲急を告げてきています。食料品や日用品或いは公共交通機関といった日常で購入しなければならない商品やサービスの値上げは死活問題となります。既に値上げされたもの或いは今後値上げが予定されている主な品目は多岐にわたっています（図表2参照）。これをみると、日常の食生活に欠かせない、調味料、パン、冷凍食品、飲料、菓子類、日用品などが並んでいることがわかります。一方で、賃金はそれほど上がりませんので、人々は生活防衛のために儉約志向を強めると考えられます。**儉約志向とは、日常生活に必要なものは購入しなければなりません、**「なるべく安価な商品を選択する」、「嗜好品に対する支出を抑える」、「**外食の頻度を抑える**」、「**旅行に行く回数を減らす**」といったことになるのではないのでしょうか。

## (図表1) インフレーションの定義、種類、影響、メリット、デメリット

I.インフレーションとは？	一定期間にわたって経済の価格水準（物価）が全般的に上昇すること
II.インフレの3つの種類とは？	①ディマンドプル・インフレ…需要が供給を上回る状態により発生 ②コストプッシュ・インフレ…賃金、原材料等コスト増により発生 ③ボトルネック・インフレ…ある分野のコストアップが波及する状態
III.良いインフレとは？	景気拡大を伴うインフレ。すなわち、企業は販売価格上昇で儲かり、社員の給与が増え、消費者は物価上昇を賃金アップで吸収する構図
IV.悪いインフレとは？	景気停滞下でのインフレ。すなわち、企業はコスト増を販売価格に転嫁するが、社員の給与は上がりず、生活が苦しくなるパターンとなる
V.インフレによる影響？	モノの値段が上がって相対的に貨幣価値が下がるため、現預金の価値が目減りしてしまう。 <b>株式、不動産で資産を保有することが有利</b>
VI.インフレのメリットとは？	お金が循環するので景気が良くなる。賃金上がる。名目GDPの成長により、GDPに占める国債発行残高比率が減少する（財政の改善）
VII.インフレのデメリットとは？	物価上がり、家計を圧迫する。賃金が上がらなければ消費を手控えるようになり景気が悪化する。急激なインフレは経済活動にマイナス

(出所) 総務省ホームページなどより筆者作成。

**(図表2) 値上げを実施或いは今後値上げが予定されている品目**

対象品目	企業名	具体的商品及び値上がり状況
①カップ麺、袋麺	日清食品	カップヌードル：208 → 231円。麺類は5～12%の値上げ
②小麦粉・パン	昭和産業 山崎製パン	家庭用小麦粉や家庭用プレミックス：2～7%の値上げ 「ロイヤルブレッド」などの食パン：平均8.7%の値上げ
③冷凍・レトルト食品	味の素 ハウス食品	「エビシューマイ」などの冷凍食品：約6～14%の値上げ 「バーモンドカレー」などのルー：約10%の値上げ
④缶詰・加工肉	日本水産	「たらこほぐし」等の瓶詰、缶詰を約5～18%の値上げ
⑤調味料	永谷園	お茶づけ海苔、即席みそ汁など約5～9%の値上げ
⑥飲料	アサヒ飲料 メルシャン	「三ツ矢サイダー」「カルピス」など4～16%の値上げ ワインを約8～10%、焼酎を約3～7%の値上げ
⑦菓子類	江崎グリコ	菓子類を中心に3～24%の値上げ、3～11%の内容量変更
⑧外食	スシロー 天丼てんや	黄皿110→120円、赤皿165→180円、黒皿330→360円 天丼500→530円、天ぷら定食・天ぷらそば700→730円
⑨日用品	日本製紙	ティッシュペーパー、トイレットペーパー10%超値上げ
⑩光熱費	東京電力	本年3月以降、毎月、燃料費調整単価の値上げが継続
⑪交通・輸送	東急電鉄 首都高速道路 メルカリ	2023年3月から通学定期を除く普通運賃を12.9%値上げ 上限料金1,320 (35.7km超) →1,950円 (55.0km超) 「ネコポス」175→210円、「ゆうパック」700～770円

(出所) 各種メディア報道、各社ホームページなどより筆者作成。

## Column : 業態別にみる小売業の実態



### 【小売業では、収益力格差が拡大している】

かつて小売業の花形と言え、百貨店も総合スーパーマーケットというのが相場でした。しかし、人々の生活スタイルや嗜好が変化するにつれて、小売業における百貨店やスーパーマーケットの立場も大きく変わってきました。1990年代になると、コンビニエンスストアが全国各地に積極的に出店し、24時間営業というスタイルによって新たな需要を掘り起こしてきました。さらに、2000年代に入ると家電量販店、ホームセンター、ドラッグストア、衣料専門店に見られるように小売業の業態において選択と集中が加速化することになりました。

小売業の中でも百貨店やスーパーマーケットの地位は低下し、特色のある業態の店舗が売上げを伸ばしてきました。また、利益率（売上高営業利益率）においても専門性の高い業態の収益力が高くなっています。最近の特徴としては、業務スーパー、食品スーパー、衣料専門店といった業態は新たな顧客層に支持されて、順調に業績を伸びています。**業務スーパーと言え、飲食店向け専門店と思いきや値段の安さと商品の品揃えに着目して、一般消費者も抵抗感なく足を運ぶようになりました。昨今の家庭では冷凍室の大きな冷蔵庫を備えているので、まとめ買いができることも寄与しています。業務用スーパーの最大手は神戸物産となります。**

一方、食品スーパーは生鮮食料品（野菜、肉、魚介類）の新鮮さを売りにしています。地域スーパーは全国展開しているスーパーと違って、その土地の名産品・特産品を取り揃えていることが地元の消費者に支持されています。衣料専門店では、作業服から出発して、今では機能性や安全性が消費者に受け入れられているワークマンが順調に業績を伸ばしています（図表3参照）。**業務スーパー、食品スーパー、地域スーパーなどさまざまな小売店がある街の不動産市場は活気があります。そうした地域では、病院、学校、幼稚園・保育園、公園といった生活に必要な施設が整備されて、他の地域から人々が移住していく傾向がみられるからです。商店街の活気は街全体の活気に繋がります。**

(図表3) 主なスーパーマーケット及び主な小売業の業績比較

※売上高営業利益率の太字は、各業態における高収益企業を示している

業種	企業名	決算期	売上高 (単位: 億円、%。22年度予は会社計画)					営業利益 (単位: 億円、%。22年度予は会社計画)					売上高営業利益率 (%)		
			20年度	21年度	前期比	22年度予	前期比	20年度	21年度	前期比	22年度予	前期比	20年度	21年度	22年度予
総合スーパー (含コンビニ)	イオン	2月期	86,039	87,160	1.3	90,000	3.3	1,506	1,743	15.8	2,100	20.5	1.8	2.0	2.3
	セブン&アイ	2月期	57,667	87,498	51.7	96,530	10.3	3,663	3,877	5.8	4,300	10.9	<b>6.4</b>	<b>4.4</b>	<b>4.5</b>
食品スーパー	ライフコーポ	2月期	7,591	7,683	1.2	7,700	0.2	274	229	-16.3	232	1.2	3.6	3.0	3.0
	ヤオコー	3月期	5,079	5,360	5.5	5,460	1.9	225	241	7.2	255	5.9	<b>4.4</b>	<b>4.5</b>	<b>4.7</b>
業務スーパー	神戸物産	10月期	3,409	3,621	6.2	3,800	5.0	239	273	14.5	288	5.5	<b>7.0</b>	<b>7.5</b>	<b>7.6</b>
地域スーパー	ハロー	3月期	7,302	7,325	0.3	7,500	2.4	256	212	-17.3	227	7.1	3.5	2.9	3.0
	イズミ	2月期	6,798	6,768	-0.4	4,543	<b>3.0</b>	358	347	-3.0	326	-6.1	<b>5.3</b>	<b>5.1</b>	<b>7.2</b>
	ベルク	2月期	2,845	3,003	5.6	2,962	-1.4	119	131	9.6	132	0.9	4.2	4.4	4.5
百貨店	三越伊勢丹	3月期	8,160	4,183	<b>11.8</b>	4,940	18.1	-210	59	黒字転換	140	135.7	-2.6	1.4	2.8
	大丸・松坂屋	2月期	7,695	8,753	13.8	10,200	16.5	24	117	395.3	210	79.2	0.3	1.3	2.1
	高島屋	2月期	6,809	7,611	11.8	4,150	<b>9.3</b>	-135	41	黒字転換	175	325.8	-2.0	0.5	4.2
衣類専門店	ユニクロ	8月期	20,088	21,330	6.2	22,000	3.1	1,493	2,490	66.7	2,700	8.4	7.4	11.7	12.3
	ワークマン	3月期	1,058	1,163	9.9	1,241	6.7	240	268	11.9	245	-8.7	<b>22.6</b>	<b>23.1</b>	<b>19.7</b>
	青山商事	3月期	1,614	1,660	2.8	1,845	11.2	-144	22	黒字転換	59	170.5	-8.9	1.3	3.2

(出所) 各社ホームページ等により筆者作成。(注記1) セブン&アイホールディングスの21年度売上高が大きく伸びたのは、北米を中心に海外売上高が増加した影響による。

(注記2) 三越伊勢丹の21年度、イズミの22年度、高島屋の22年度の売上高伸び率は収益認識基準変更を考慮した実質値により算出している。従来の収益認識基準では、テナント企業の売上高を含めて売上計上していたが、新たな収益認識基準では、テナント企業がサービスや商品を計上する場合は手数料部分のみを売上計上するという会計基準に変更している。

# I .ここがポイント (1)



## 定点観測 ⇒ 建設受注、住宅着工は引き続き堅調に推移

- A) 建設受注は、**官公需、民需ともに増加しプラス転換** (図表4コメント)
- B) **持家は5カ月連続マイナス、貸家は14カ月連続プラス** (図表4コメント)
- C) **4月の東京都の人口は4カ月連続で流入超と都心回帰** (図表6コメント)
- D) 小売売上高は、**コロナ禍前の水準を上回る事例も** (図表7コメント)
- E) **旅客輸送量、ホテル稼働率の回復感は緩慢な印象?** (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）は分野による強弱はあるものの、基本的には堅調に推移している
  - 4月の建設工事受注高は、官公需、民需ともに大幅に増加し、3カ月振りにプラス転換した
  - 住宅着工では、持ち家は5カ月連続マイナスとなったが、貸家は14カ月連続プラス
  - 貸家は首都圏はプラスだったが、中部圏、近畿圏がマイナスなるなどまだら模様の展開
- 消費活動はコロナ感染者のピークアウトを反映して、緩やかながら回復局面となっている？
  - 都心部の百貨店を中心に小売売上高が回復しているが、一方で企業間格差が顕在化している
  - 外食業界でも時短営業の解除を受けて客数が戻ってきているが、業態別に格差が生じている
  - 旅客運送業、ホテル稼働率も上向きに転じているものの、回復力はそれほど強くない印象
- コロナ禍は収束に向かっているが、インフレへの対峙はこれからが本番ではないか？
  - 勤労者世帯主収入は12カ月連続でプラスを維持しており、家族員の収入も増加に転じている？
  - 一方、インフレ動向を懸念して節約ムードが台頭。家計消費支出は抑制傾向が出てきている
  - 東京都は人口流入超に転じてきたが、コロナ禍前の水準に比べると流入者はそれほど多くない

# 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12月	22年1月	22年2月	22年3月	22年4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	4.8	11.0	-2.3	-21.2	30.5
(建築工事受注高)	13.4	41.4	13.6	-22.6	49.8
(土木工事受注高)	-15.5	-24.7	-28.2	-3.7	3.3
居住用建築着工床面積	5.3	7.4	5.0	0.0	0.9
非居住用建築着工床面積	33.2	-3.8	10.9	-15.1	15.6
居住用建築着工単価	3.0	9.1	5.4	-1.2	6.1
非居住用建築着工単価	-10.5	-8.0	-12.7	3.2	8.5

4月は官公需、民需ともに大幅に増加したことで3カ月ぶりにプラス転換した
4月は製造業からの受注高が前年比91.2%増、非製造業も16.1%増と好調
4月は国の機関からの受注が51.1%増と好調、新年度入りで予算執行が増加
4月の居住用床面積は床面積の大きい持ち家着工のマイナスで微増にとどまった
4月は倉庫、店舗の大型案件の着工増加により2カ月振りにプラス転換した
居住用単価は、住宅価格全般の上昇を背景に2カ月振りにプラスとなった
4月は単価の全般的に着工単価が上昇したことから2カ月連続でプラス計上

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	-0.4	-5.6	-5.6	-9.4	-8.1
貸家着工戸数	3.3	16.6	4.6	18.6	2.1
マンション着工戸数	15.3	-19.4	43.5	2.2	17.7
戸建て分譲着工戸数	12.4	7.7	10.7	9.9	7.4
首都圏マンション供給戸数	-9.7	-14.9	2.0	-19.7	16.1
近畿圏マンション供給戸数	-9.4	14.0	-19.8	-30.2	5.0

建築部材の納入遅れ等により5カ月連続減少。全国的にマイナスが広がっている
14カ月連続プラス。首都圏10.8%増、中部圏18.5%減、近畿圏11.7%減
4月は首都圏9.1%増、中部圏29.2%増、近畿圏42.9%増と何れも好調
旺盛な住宅需要を背景に12カ月連続増。全国的に好調エリアが広がっている
4月の供給戸数は2,426戸と2カ月振りに増加。契約率は79.6%と好調維持
4月の供給戸数は1,148戸と2カ月振りに増加。契約率は59.8%と低調

(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6月14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12月	22年1月	22年2月	22年3月	22年4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	8.9	15.4	-0.8	4.4	18.6
スーパー売上高	-1.5	-1.0	0.4	0.4	-0.3
コンビニ売上高	3.8	2.9	0.6	1.7	2.7
家電量販店売上高	-8.3	-1.7	-0.8	2.6	1.4
ドラッグストア売上高	1.2	5.7	4.5	4.5	3.2
ホームセンター売上高	-4.3	-2.6	-4.1	-2.2	-1.5
通信販売売上高	1.4	1.1	-0.8	0.0	-4.1

19年4月比では <b>11.5%減</b> 。コロナ陽性者の減少を背景に売上高は回復基調
19年4月比では <b>0.3%減</b> 。飲食料品は堅調だが、衣料品売上高が回復してきた
19年4月対比では <b>0.8%減</b> 。外出機会の増加で非食品売上高が回復傾向へ
19年4月比では <b>5.4%増</b> 。生活家電 (調理家電、家事家電) が回復基調
19年4月比では <b>11.1%増</b> 。季節の変わり目で調剤薬品 (風邪薬等) が牽引
19年4月比で <b>4.2%増</b> 。インテリア、ペット用品、DIY用品、園芸用品が堅調
19年4月比では <b>7.3%増</b> 。前年比では食料品は微減となったが、雑貨は大幅減

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	1.17	1.20	1.21	1.22	1.23
完全失業率・%	2.7	2.8	2.7	2.6	2.5
勤労者世帯主収入	2.1	2.5	1.5	2.2	-2.7
パート・アルバイト時給	1.9	3.1	2.8	2.2	5.9
派遣社員の時給	-0.3	-1.0	-5.9	-2.0	-3.2
家計消費支出	-0.2	6.9	1.1	-2.3	-1.7

求人数は <b>前年比11.8%増</b> 。飲食・サービス業 (含宿泊業) からの求人が急増
<b>失業者数は10カ月連続減少。正規職員・従業員は+51万人と大幅に増加</b>
<b>世帯主収入は13カ月振りに減少したが、配偶者の収入は3カ月連続で増加</b>
4月は前年比では <b>5カ月連続増加</b> 。「家事・保育・習い事」の求人が大きく増加
4月は前年比では <b>12カ月連続減少</b> 。派遣から正社員に切り替える動きの影響か
3月は <b>2カ月連続で減少</b> 。 <b>住居費、自動車関係費など大型支出の減少が影響</b>

(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6月14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12月	22年1月	22年2月	22年3月	22年4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)	-1.0	0.0	0.1	0.3	-1.3
機械受注(民需合計)	6.2	-9.9	-6.4	-0.4	6月下旬公表
機械受注(除く船舶・電力)	3.1	-2.0	-9.8	7.1	6月下旬公表
国内新車販売台数	-10.2	-15.0	-18.6	-14.8	-15.0
貿易統計・輸出額(金額)	17.5	9.6	19.1	14.7	12.5
貿易統計・輸入額(金額)	41.1	39.6	34.1	31.2	28.3
消費者物価指数(20年基準)	0.8	0.5	0.9	1.2	2.5

4月は4カ月振りのマイナス。生産は足踏みしているが、夏場以降は上昇へ
3月は3カ月連続マイナス。造船業、繊維工業、不動産業、金融業等が好調
3月は3カ月振りにプラス。製造業は7.1%増、非製造業は11.0%増
4月は8カ月連続2桁減。日産、スバル、ダイハツの3社は前年比プラスに
4月は米国向け17.5%増、アセアン向け22.6%増、中国向け5.9%減
4月は鉱物性燃料(原油等)が109.0%増、半導体等が35.7%増
4月は生鮮食品(野菜・魚介)が12.2%増、光熱・水道費が15.7%増

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	-1.2	8.9	-1.2	1.5	-2.2
東京都からの人口流出者	-4.0	0.6	-9.3	-5.6	-5.9
東京都の人口流入超過人数	-3,770	491	624	33,171	4,374
不動産登記件数	4.8	3.8	4.3	-2.0	6月下旬公表
プライム市場株式売買代金	7.0	6.2	4.4	2.0	1.6
日経平均株価(月末値)	28,792	27,002	26,527	27,821	26,848

2カ月振りのマイナスであり、19年4月比で17.8%減、20年4月比で5.2%減
3カ月連続でのマイナス。19年4月比で6.3%減、20年4月比では5.3%減
4月は4カ月連続転入超となったが、コロナ禍前に比べると依然として低水準
3月は前年比では5カ月振りにマイナス。19年3月比では5.4%減と低調
売買代金は堅調に推移。4月は19年比で15.8%増、20年比で4.4%増
ウクライナ侵攻長期化とインフレリスク上昇によりボックス圏での推移が続いている

(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6月13日までに発表のもの。

※2022年5月1日現在の東京都の人口は1,401万6,946人(前月比21,507人増)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57,097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				
	22年1月	22年2月	22年3月	22年4月	22年5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、単位：％）

三越伊勢丹HD	31.2	9.0	13.0	20.2	103.1
松屋本店（銀座、浅草）	26.0	12.3	11.4	32.5	95.0
そごう・西武	19.7	0.9	3.1	11.6	6月中旬公表
高島屋	22.9	2.8	6.1	22.6	63.3
イオンリテール	1.0	-1.1	0.1	1.8	2.2
ドン・キホーテ	1.6	-2.0	2.3	3.0	0.5
イトーヨーカ堂（SC計）	-1.2	-0.4	-1.5	0.7	6月中旬公表

19年5月対比では <b>41.9%増</b> 。首都圏店では <b>9カ月連続プラス</b> と増勢に拍車
19年5月比では <b>17.6%減</b> 。銀座店が得意とするラグジュアリーブランドが好調
19年4月比では <b>4.0%減</b> 。売上高は回復しているが、 <b>依然として赤字が残る</b>
19年5月比では <b>6.1%増</b> 。大阪、京都、新宿店など都心部の回復力が強い
19年4月比では売上高 <b>1.4%減</b> 。外出の増加で衣料品とトラベル商品が回復
19年5月比では売上高 <b>8.9%減</b> 、客数 <b>11.9%減</b> 、客単価 <b>3.3%増</b> と低迷
19年4月比では売上高 <b>0.1%減</b> 、客数 <b>6.7%減</b> 、客単価 <b>7.1%増</b> と低調

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	0.9	-0.5	0.8	1.7	2.6
ファミリーマート	2.2	2.9	3.6	2.9	4.4
ローソン	2.9	-0.3	0.7	1.1	3.0
ユニクロ（カジュアル）	-7.1	-14.0	-10.7	15.8	17.5
ワークマン（カジュアル）	-1.6	2.7	-0.4	11.5	2.3
青山商事（紳士服）	20.7	4.8	6.2	17.9	22.7

19年5月比では売上高 <b>1.4%減</b> 、客数 <b>2.9%減</b> 、客単価 <b>13.7%増</b>
19年5月比では売上高 <b>0.2%減</b> 、客数 <b>8.7%減</b> 、客単価 <b>9.4%増</b>
19年5月比では売上高 <b>3.3%減</b> 、客数 <b>14.7%減</b> 、客単価 <b>13.3%増</b>
19年5月比では売上高 <b>4.3%減</b> 、客数 <b>10.2%増</b> 、客単価 <b>6.6%増</b>
19年5月比では売上高 <b>34.8%増</b> 、客数 <b>29.8%増</b> 、客単価 <b>3.8%増</b>
19年5月比では売上高 <b>24.1%減</b> 、客数 <b>17.9%減</b> 、客単価 <b>8.5%減</b>

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2022年6月14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				
	22年1月	22年2月	22年3月	22年4月	22年5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：％）

マツキヨ&ココカラ	-0.3	-2.9	-0.9	-3.8	6月中旬公表
ウエルシアHD	7.5	3.4	2.9	1.8	0.1

21年10月の経営統合後の売上高はマイナスが継続。特に、マツキヨが苦戦 19年5月比では売上高 <b>9.6%増</b> 、客数 <b>1.8%減</b> 、客単価 <b>11.4%増</b>
---

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、テイクアウト弁当等（既存店ベース、単位：％）

すかいらーくグループ	15.8	-7.0	-1.0	10.6	22.0
サイゼリヤ	25.3	9.1	17.0	24.4	38.8
ロイヤルホスト	40.6	4.9	10.0	19.5	31.3
マクドナルド	1.2	15.3	12.6	11.3	5.1
ケンタッキー	10.6	10.0	-7.3	3.6	-15.8
モスバーガー	13.7	-2.4	1.5	7.4	-6.0
すき家	10.9	11.4	11.4	8.3	6.3
吉野家	4.0	6.1	11.9	11.6	9.8
松屋フーズ	0.2	-3.2	2.2	5.7	7.6
ほっともっと	3.8	4.7	3.7	2.5	-4.1
トリドール（丸亀製麺）	12.0	4.1	10.4	5.6	14.5

19年5月比では売上高 <b>18.1%減</b> 、客数 <b>37.2%減</b> 、客単価 <b>30.6%増</b>
19年5月比では売上高 <b>7.3%減</b> 、客数 <b>14.7%減</b> 、客単価 <b>7.4%増</b>
19年5月比では売上高 <b>5.9%増</b> 、客数 <b>8.5%減</b> 、客単価 <b>15.6%増</b>
19年5月比では売上高 <b>28.0%増</b> 、客数 <b>1.8%増</b> 、客単価 <b>25.8%増</b>
19年5月比では売上高 <b>21.0%増</b> 、客数 <b>11.7%増</b> 、客単価 <b>8.3%増</b>
19年5月比では売上高 <b>27.1%増</b> 、客数 <b>7.6%増</b> 、客単価 <b>18.1%増</b>
19年5月比では売上高 <b>14.0%増</b> 、客数 <b>0.2%増</b> 、客単価 <b>13.9%増</b>
19年5月比では売上高 <b>1.2%増</b> 、客数 <b>8.0%減</b> 、客単価 <b>10.1%増</b>
19年5月比では売上高 <b>6.1%減</b> 、客数 <b>17.6%減</b> 、客単価 <b>14.0%増</b>
19年5月比では売上高 <b>9.9%増</b> 。傘下のやよい軒は <b>前年比25.4%増</b>
19年5月比では売上高 <b>7.7%増</b> 、客数 <b>9.8%減</b> 、客単価 <b>19.4%増</b>

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2022年6月14日までに発表のもの。(注記) すかいらーくは、ガスト、バーミヤ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				
	21年12月	22年1月	22年2月	22年3月	22年4月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)
---------------------------

交通機関の利用状況(前年比、%)

新幹線輸送量(JR東海)	74.0	112.0	34.0	34.0	62.0
JR東日本定期外収入	61.2	65.8	25.3	13.5	52.3
小田急線定期外収入	21.9	35.3	10.5	12.0	16.5
国内線旅客数・ANA	51.4	118.9	53.4	56.5	60.5
国際線旅客数・ANA	95.2	89.4	142.0	267.3	419.6
パーク24売上高・前年比	7.0	6.7	-2.1	-0.1	5.7

19年4月比では <b>39%減</b> 、5月速報は21年比 <b>161%増</b> 、19年比では <b>31%減</b>
19年4月比で <b>33.9%減</b> 。定期収入は21年比 <b>12.5%増</b> 、19年比 <b>24.3%減</b>
19年4月比では運賃収入は <b>13.9%減</b> 、輸送人員(定期外)は <b>17.6%減</b>
19年4月比では <b>41.1%減</b> 。座席利用率は52.4%と回復基調を示している
19年4月比で <b>76.1%減</b> 。貨物重量は19年比 <b>3.9%増</b> 、 <b>21年比7.5%減</b>
<b>3カ月振りのプラス</b> となり、徐々に回復傾向を示している。19年比では <b>6.6%減</b>

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	131.4	260.0	86.2	109.8	6月下旬公表
海外旅行取扱高・日本人	133.9	103.7	112.5	85.2	6月下旬公表
※ リゾートホテル稼働率	42.8	30.3	26.1	37.2	38.0
※ ビジネスホテル稼働率	57.4	43.5	45.1	52.8	54.2
※ シティホテル稼働率	53.2	33.9	32.4	40.3	44.7
※ 旅館稼働率	32.7	24.0	20.2	26.6	28.4
訪日外国人旅行者数	-79.4	-61.7	127.1	438.1	1,185.4

19年3月比では <b>22.6%増</b> 。コロナ陽性者の減少で団体旅行関連が増加傾向
19年3月比では <b>92.9%減</b> 。渡航制限緩和で、徐々に取扱高が回復している
全国的に旅行マインドが好転しているが、リゾート地への旅行には慎重姿勢も
企業による出張要件の緩和等を受けて稼働率50%超が定着してきた印象
大分県は稼働率80%超。次いで鳥取県、三重県、兵庫県、島根県と続く
神奈川県(箱根)、愛媛県(道後温泉)、静岡県(伊豆・伊東)が回復
4月は139,500人。19年4月比では95.2%減。入国条件緩和措置に期待

(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6月14日までに発表のもの。

# 早耳 地獄耳 馬耳東風

## 【ダイバーシティ経営（多様性のある組織）が企業を強くする】

ビジネスにおいてはダイバーシティ経営という考え方があります。ダイバーシティ経営とは、経済のグローバル化や少子高齢化が進むなかで、企業競争力の強化を図るための施策です。女性、外国人、高齢者、障がい者を含め、多様な人材を活かし、その能力が最大限に発揮できる機会を提供することで、企業の競争力強化に繋がります。**何故、ダイバーシティ経営が注目されるようになったか**というと、**少子高齢化の進展によって国内の労働力人口が減少し、多様な人材の活用で労働力を補うことが必要になってきたから**です。

もう一つの理由は、価値観の多様化、人材の流動化によって労働者の働き方やキャリアに対する考え方が大きく変化しているからです。一昔前のような、「学校を卒業して定年まで同じ会社に勤める」「職場はオジサンばかりで上司の顔色ばかりうかがっている」「女性や高齢者は補助的な仕事に従事する」といった考え方では経営は立ちいかなくなってきています。**世界的企業として成長しているGAFAM（Google、Apple、Facebook、Amazon、Microsoft）やテスラ等は、女性、外国人、高齢者、障がい者といったさまざまな立場の従業員によって新しいアイデアを出して、それが商品やサービスを生み出しています。**

世界経済フォーラムが公表した2021年の世界男女平等ランキングによると、我が国は世界153カ国中120位とG7中最下位であり、韓国（102位）、中国（107位）の後塵を拝してしまいました。この内容をみると、国会議員、経営管理職、教授・専門職など社会のリーダーシップを発揮する分野でダイバーシティの評価が著しく低いことが低評価に繋がっています。こうしたことから、**国力（経済力）を高めるためには、現状の意識から脱却して労働機会を増やし、さまざまな経歴・立場の人たちが経済・社会活動に参加することが求められているといえるのではないのでしょうか。**

## Ⅱ.ここがポイント (2)



### 景気ウォッチャー調査 ⇒ コロナ禍の水準が視野に入りつつある

- A) 家計動向は2月をボトムに全ての分野で回復基調 (図表10コメント)
- B) 特に、飲食・サービス業のマインドが大きく改善 (図表10コメント)
- C) 企業動向は、引き続き円安及び原材料価格が懸念 (図表10コメント)
- D) 原材料調達難の影響で製造業のマインドは足踏み? (図表10コメント)
- E) 求人情報は、慢性的な人手不足を反映してコロナ禍前の水準を回復

## 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12月	22年1月	22年2月	22年3月	22年4月	22年5月	(前月差)
景気の状態判断DI	35.8	45.6	45.3	47.0	↗ 57.5	↓ 37.9	↘ 37.7	↑ 47.8	↗ 50.4	↗ 54.0	3.6
家計動向調査	36.8	45.5	43.2	46.5	↗ 58.5	↓ 34.5	↘ 33.7	↑ 46.8	↗ 49.6	↗ 53.8	4.2
小売関連	37.4	44.8	41.6	46.6	↗ 58.5	↓ 37.0	↘ 35.6	↑ 46.7	↗ 47.7	↗ 50.2	2.5
飲食関連	33.9	43.6	40.6	46.7	↘ 63.4	↓ 23.6	↘ 19.9	↑ 46.9	↗ 52.8	↗ 62.2	9.4
サービス関連	36.6	47.7	47.0	47.5	↘ 59.2	↓ 30.6	↗ 32.1	↑ 47.5	↗ 53.5	↗ 60.1	6.6
住宅関連	34.4	44.1	43.8	40.5	↗ 48.6	↘ 41.7	↘ 39.6	↗ 44.6	↗ 45.7	↗ 48.2	2.5
企業動向調査	36.0	46.4	46.0	45.4	↘ 53.3	↘ 43.8	↘ 43.1	↗ 45.5	↗ 47.4	↗ 50.4	3.0
製造業	37.1	47.1	46.9	44.8	↘ 52.1	↘ 44.5	↘ 44.4	↗ 45.5	↗ 47.9	↗ 48.4	0.5
非製造業	34.5	45.5	45.2	45.6	↘ 54.2	↓ 43.7	↘ 42.1	↗ 45.7	↗ 47.1	↗ 52.0	4.9
雇用関連	29.3	44.2	58.4	54.9	↗ 59.9	↓ 48.2	↗ 52.1	↗ 59.5	↗ 62.6	↗ 62.9	0.3

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

【百貨店】◎ゴールデンウィーク頃から、靴や衣料品など最近動きの悪かったカテゴリーが売れてきている。外出需要に結び付く消費に軸足が移ってきている印象 (家計動向)

【貴金属専門店】□多くの企業で商材の値上げが行われており、当社も値上げを検討している。値上げにより単価が上昇しても、販売数量は減少するのではないかと (家計動向)

【広告代理店】◎エンターテインメントのイベントが増えてきたので、前年に比べるとグッズ販売やイベント制作の売上が多くなるのではないかと期待している (家計動向)

【精密機械器具製造】▲すべての仕入れ価格が上昇しており、この先さらに上昇機運にあるため、価格転嫁のタイミングが難しいと感じている (企業動向)

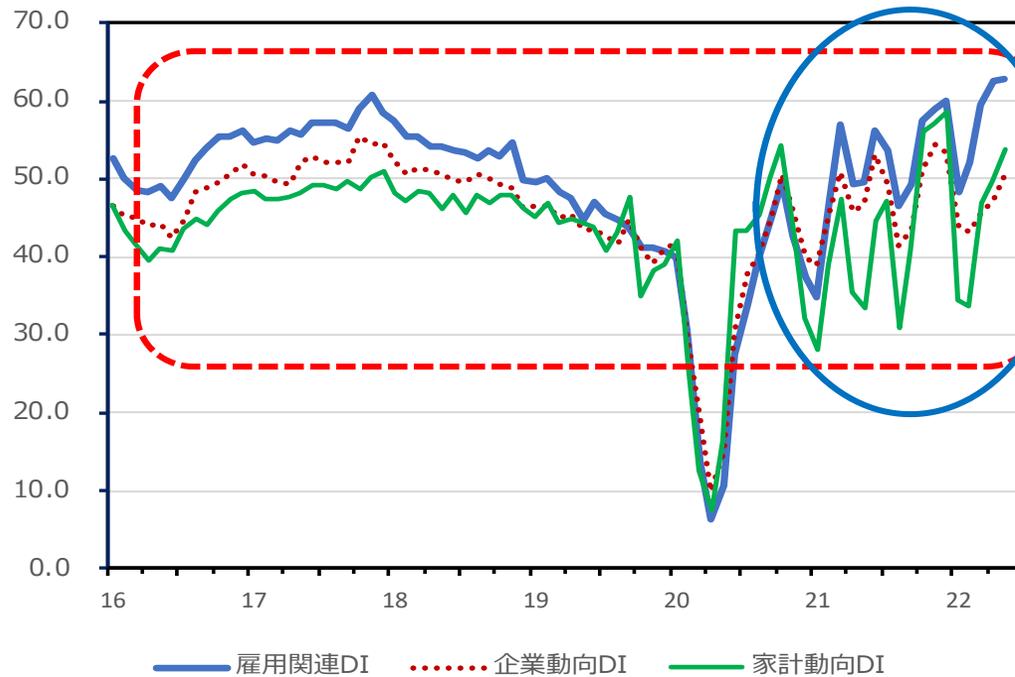
【職業安定所】◎新規求人数は増加傾向にある。特に、卸売り、小売り、飲食の伸びが大きい。インバウンド受け入れを見越した人員確保が進んでいるのではないかと (雇用関連)

(出所) 内閣府データ等により作成。直近データは2022年6月8日に発表。コメントは、2022年6月以降の先行きに対する内容を重点的に紹介している。

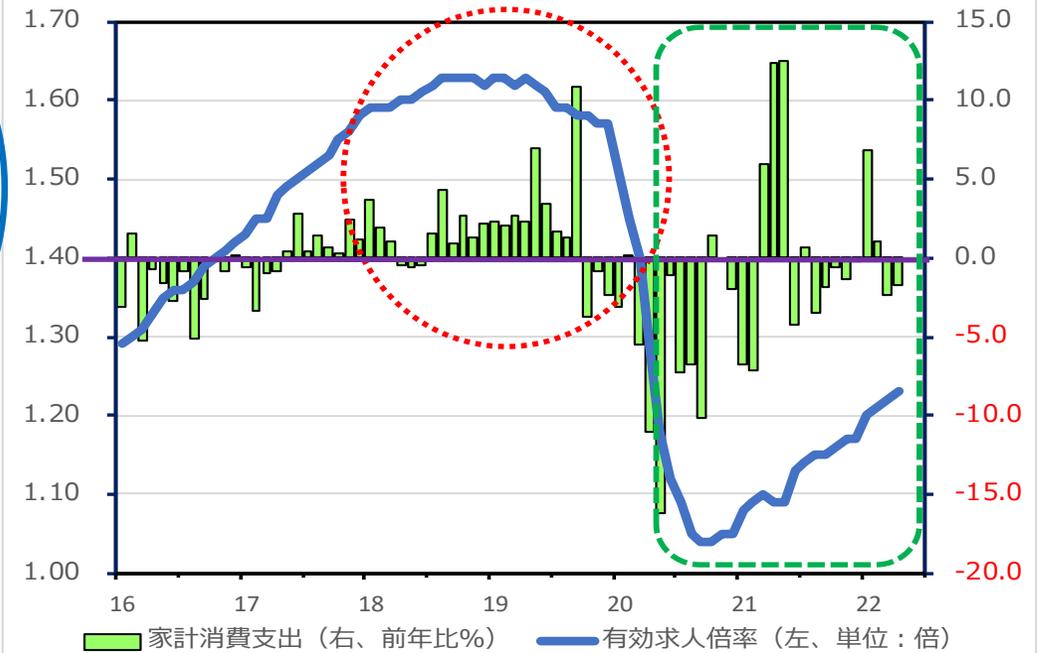
(注記) ↑印は前月比10ポイント以上の上昇、↗印は同10ポイント未満の上昇、↓印は同10ポイント以上の低下、↘印は同10ポイント未満の低下を示す。

- 1) 5月の景気ウォッチャー判断DIは、家計動向、企業動向、雇用関連何れも一段と回復基調を強めた
- 2) 家計動向DIは、コロナ陽性者の動向に一喜一憂して、2020年半ば以降はジクザクの動きが続いている
- 3) 雇用関連DIは、コロナ禍後の景気回復と慢性的人手不足を背景に前月に続いて60超えの高水準を記録

(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6月14日までに発表のもの。

## Ⅱ-2. Coffee Time



### 【人的資本経営に着目して従業員に投資をして、賃金を引き上げるべきではないか】

我が国の企業行動として問題視されているのは、利益を貯め過ぎていて従業員に対する還元が不十分であることです。財務省法人企業統計調査によると、2000年度から2020年度にかけて、大企業（資本金10億円以上）の経常利益は91.1%増加（+17.7兆円）、現預金は85.1%増加（+41.6兆円）、配当は483.4%増加（+16.8兆円）しました。一方、人件費は0.4%減少（▲0.2兆円）、設備投資は5.3%減少（▲1.2兆円）という状況であり、この結果、同期間の内部留保は、175.2%の増加（+154.1兆円）という姿が描かれています。**このことは、大企業は自社の利益を上げることを最優先にして、賃金を抑えて、設備投資を疎かにしてきたことを物語っています。こうした状況については、中小企業においても大企業とほぼ同じ姿であり、我が国全体の問題であることがわかります。**

企業はこの20年間、経常利益を増やし、配当も増加させました。一方、人件費や設備投資は増加どころか減少してしまいました。その結果として現預金は積み上がってしまいました。そこで、**「企業はこの20年生み出した付加価値を、株主への還元には積極的であったが、従業員への還元には消極的であった。現預金として貯め込むのをやめて、従業員の賃上げに回すべきだ」という主張が出てくるわけです。**問題は、どのようにして企業行動の変革を促すのかということになります。政治の世界では、「内部留保や現預金の増加に課税すべきだ」という声が出ています。その背景には、ここ数年の法人税減税により企業を支援してきたのに、賃上げや設備投資に資金を回さない企業行動への苛立ちがあるといえそうです。一方、**企業が内部留保拡充を続けてきたのは、バブル崩壊で資金調達に苦労した悪夢が亡霊として残っているからではないでしょうか。「内部留保や現預金への課税」という強硬手段を「北風」、企業が行動を変えるような経済環境を整えることを「太陽」とすると、どちらかと言えば太陽政策によって経済成長を目指してほしいものです。**

**(図表13)** 大企業の財務の状況 ～2000年以降、企業業績は改善してきたが、人件費と設備投資は増えていない

財務項目	事業年度	金額	◇当該機関の変化の状況／※数値の変化の裏付けとなった事象
(1) 現・預金	2000年度	48.8兆円	◇2000年度から2020年度に掛けて41.6兆円、85.1%増加した。
	2020年度	90.4兆円	<b>※バブル崩壊の影響によって、企業は手元資金を厚くしようという意識に傾注してきた</b>
(2) 人件費 (含む福利厚生費)	2000年度	51.8兆円	◇2000年度から2020年度に掛けて△0.2兆円、80.4%減少した。
	2020年度	51.6兆円	<b>※年功序列制の形骸化、固定費圧縮、成果主義の浸透によって総人件費は抑制傾向へ</b>
(3) 経常利益	2000年度	19.4兆円	◇2000年度から2020年度に掛けて17.7兆円、91.1%増加した。
	2020年度	37.1兆円	<b>※固定費圧縮、低採算事業からの撤退、金融コストの低減により経常利益はほぼ倍増</b>
(4) 設備投資	2000年度	21.8兆円	◇2000年度から2020年度に掛けて△1.2兆円、5.3%減少した。
	2020年度	20.7兆円	<b>※生産能力増を伴う有望な設備投資対象が少なくなり、各社ともに設備投資は抑制気味</b>
(5) 配当金	2000年度	3.5兆円	◇2000年度から2020年度に掛けて16.8兆円、483.4%増加(≒5.8倍)した。
	2020年度	20.2兆円	<b>※株主至上主義によって企業に対して配当(株主還元)圧力が大きく増大してきた</b>
(6) 内部留保 (利益剰余金)	2000年度	88.0兆円	◇2000年度から2020年度に掛けて154.1兆円、175.2%増加(≒2.8倍)した。
	2020年度	242.1兆円	<b>※人件費と設備投資(研究開発費)の抑制で利益剰余金が大きく積み上がった結果</b>

(出所) 財務省「法人企業統計調査」を基に筆者作成。(注記) 金融保険を除く数字。現預金：現金・預金、流動資産の有価証券

## Ⅱ-3.暮らしの流れ ～ 知って得する冠の日 ～



- 7月 4日（月）：米国独立記念日 ⇒ 1976年にアメリカ独立宣言が公布された日。国中の都市が花火で彩られ、全米各地でパレードなどのイベントが開催されます。
- 7月 7日（木）：七夕 ⇒ 織姫と彦星が一年に一度だけ逢える日。短冊に願い事を書き記しましょう。
- 7月10日（土）：納豆の日 ⇒ 1981年に制定。納豆は免疫力を高めます。オクラ納豆でいただきますか。
- 7月18日（月・祝）：海の日 ⇒ 海の恩恵に感謝し、海洋国家日本の繁栄を願う日として、1995年に制定。
- 7月20日（水）：ハンバーガーの日 ⇒ 2022年4月末の全国ハンバーガー店は6,348店（前年同月比73店増）。
- 7月23日（土）：土用丑の日 ⇒ ウナギを食べる習慣は、江戸時代の科学者であった平賀源内が「ウナギは滋養強壮に良いので夏にピッタリである」と発案したことがきっかけとされています。
  
- お中元：中華圏の伝統行事で、7月初旬から中旬に掛けてお世話になった人などに贈り物を送る習慣です。我が国のお中元の市場規模は1兆5,000億円程度ですが、近年はカタログギフト市場が成長しています。人気商品ランキングは、一位洋菓子、二位カタログギフト、三位ビールとなっています。
- 旬の食材：7月は栄養価が高く、夏バテ防止効果のある食材が人気となります。一位ウナギ、二位スイカ、三位トウモロコシ。以下、ししとう、トマト、ナス、ゴーヤ、谷中生姜、枝豆、サクランボ、アズキ、パイナップル、桃、ユズ、カマス、スズキ、トビウオ、鰯（はも）、アワビなどが食べ頃です。枝豆はビールのおつまみに欠かせない存在ですが、アルコールの分解を促す酵素を含んでいます。

### Ⅲ.ここがポイント (3)



## 資本市場と実体経済の動き ⇒ 株式市場は調整長期化か？

- A) 建築着工は、地域差はあるが基調としては強い (図表14コメント)
- B) 小売売上高は、都心部を中心に回復期に入った (図表15コメント)
- C) 日経平均は、インフレ環境下で底入れ機運が醸成 (図表19コメント)
- D) 有効求人倍率は緩やかに回復しており、雇用環境は改善傾向へ向かう
- E) コロナ禍の長期化とウクライナ情勢によって世界経済回復に遅れ

## 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

- 世界的にインフレリスクが高まっています。我が国の5月の企業物価指数は前年同月比9.1%増と15カ月連続上昇しました。伸び率は第二次石油危機の影響が残る1980年12月以来の高い伸び率が続いています。エネルギー価格の上昇に円安が重なり、物価上昇に拍車を掛けています。既に、住宅市場においては鉄鋼製品、木材製品、住宅設備機器等が相次いで値上げしており、消費者による買い控えや住宅企業の発注遅れといった事態が広がっています。また、海外での部品調達難や生産減少によって部材が予定通り確保できないといったケースも起こっているようです。消費者（≒購入者）にとっては「値上げ」と「納入遅れ」のダブルパンチであり、景気へのマイナス影響が懸念される状況となっています。
- 地域別にみた実体経済（地域別にみてバラツキがみられる？）（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、地域ごとによる強弱感が顕著になっている
  - 消費動向は、小売売上高が7カ月連続プラスとなったが、特に東京都など都心部の回復感が顕著
  - 家計収入は世帯主収入は安定しているが、家族員の収入の多寡が家計に大きく影響している
- 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）
  - 日経平均は、堅調な企業業績、株主還元の拡充、長期資金流入などによって戻り高値を試す展開
  - 米国株は、金利上昇の継続、企業業績の踊り場など背景に、下値模索の可能性が高まっている

## 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	2019年度	2020年度	2021年度	20年6月	20年12月	21年3月	21年6月	21年9月	21年12月	22年2月	22年3月	22年4月
建築着工床面積（前年比、%）												
宮城県	-19.9	-1.8	11.3	-19.6	-21.3	34.6	-3.8	37.9	73.6	59.8	-25.4	-14.1
茨城県	20.9	-21.3	84.5	-42.6	-29.6	-1.2	-11.1	54.7	138.5	9.7	71.2	-6.0
埼玉県	4.5	-6.2	-3.9	-4.2	-23.2	5.4	-2.8	5.0	21.8	-14.0	-11.6	-4.9
千葉県	-4.1	-1.1	21.7	-43.6	2.8	37.2	91.0	-15.4	-10.3	51.7	-10.5	-2.6
東京都	-0.2	-14.5	28.4	17.9	-45.6	-10.5	-1.6	-39.8	60.8	-2.6	-14.9	-8.5
神奈川県	11.7	3.8	-16.7	-29.8	-0.9	94.8	14.9	-31.3	21.0	26.9	-54.4	21.5
全国	-4.7	-8.5	7.1	-16.0	-11.4	6.1	9.3	-1.2	16.1	7.3	-6.2	6.8
新設住宅着工戸数（前年比、%）												
宮城県	-16.6	-10.8	14.8	-1.1	-12.8	15.8	-14.6	21.0	42.2	-1.8	18.2	-2.3
茨城県	-10.5	-7.8	18.4	-20.6	-1.7	0.6	5.7	26.6	-5.4	-6.9	28.9	-26.6
埼玉県	-14.2	-3.5	7.2	-9.8	-6.7	9.7	-0.5	-1.8	5.9	10.4	16.5	20.3
千葉県	-6.3	-2.8	6.5	-1.4	3.5	7.2	22.5	-7.9	5.8	44.9	-11.1	1.1
東京都	-8.6	-1.8	0.9	3.2	-14.1	9.4	0.5	-17.1	6.6	19.3	-3.5	-3.4
神奈川県	-3.9	-12.8	6.3	-20.1	-10.8	8.3	17.2	-4.4	34.3	17.5	3.1	28.0
全国	-7.3	-8.1	6.6	-12.8	-9.0	1.5	7.3	4.3	4.2	6.3	6.0	2.2

(出所) 国土交通省データ等により作成。2022年6月14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) 4月の建築着工床面積は、物流倉庫や工場・生産施設など大型案件の着工一巡により首都圏各県で軒並み2桁減となった
- (2) 4月の新設住宅着工戸数は、貸家及び戸建て分譲住宅の好不調の影響を受けて地域によって伸び率にバラつきがみられる
- (3) 神奈川県、埼玉県といった東京郊外部では人口移動によって貸家及び分譲住宅の伸びが全体の着工戸数を押し上げている

## 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	20年9月	20年12月	21年3月	21年6月	21年9月	21年12月	22年2月	22年3月	22年4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	-8.0	-0.1	-2.4	-2.7	-3.4	-1.3	-3.9	-1.4	-1.1
茨城県	1.8	-0.1	6.2	0.9	4.1	1.8	-2.9	1.5	0.5	1.1	1.2	0.6
埼玉県	0.2	-0.8	3.4	-2.0	3.1	-0.5	-2.5	0.8	-0.2	0.1	0.5	-0.6
千葉県	-3.4	0.1	0.6	-6.9	0.2	1.3	-2.6	0.2	0.3	0.8	1.1	1.4
東京都	0.1	-2.9	-14.7	-22.7	-9.4	5.0	0.4	0.8	4.7	2.0	5.4	11.2
神奈川県	-1.3	-2.5	-2.1	-10.8	-1.1	2.5	1.9	0.3	-0.1	-0.6	-0.3	1.3
全国	-0.4	-1.6	-5.1	-13.9	-3.4	2.9	-2.3	-1.3	1.4	0.1	1.5	4.0
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	-19.4	-7.9	18.1	5.5	2.8	6.4	-14.2	24.0	8.8
水戸市	-6.5	-1.3	-4.3	3.0	-0.8	23.3	-11.5	-23.6	11.9	-15.6	-0.2	13.7
さいたま市	7.5	4.1	-3.3	-9.0	-8.2	-11.4	-24.1	4.4	1.4	12.8	8.1	2.6
千葉市	8.6	-4.3	-1.2	-23.0	0.2	-11.1	-2.9	-2.5	8.6	9.3	-16.7	-32.2
東京都区部	-2.1	1.9	-2.3	-7.7	12.0	17.5	-7.8	-1.2	-7.2	-9.6	-15.4	-9.4
横浜市	-9.3	2.1	-3.8	-23.3	-16.6	-14.8	-3.5	25.6	6.1	0.9	12.6	-4.1
全国	1.5	2.1	-5.3	-10.2	-2.0	6.0	-4.9	-1.7	0.7	5.3	-0.8	1.2

(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6月14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) 4月の小売売上高は全国ベースで7カ月連続プラスとなったが、特に東京都における百貨店売上の回復が大きく寄与している
- (2) 4月の千葉市、東京都区部、横浜市の家計消費支出が落ち込んだのは、自動車購入費、住宅修繕費等が減少したことが影響
- (3) 逆に、4月の仙台市、水戸市の家計消費支出が増えたのは、住宅リフォーム、自動車維持費、水道・光熱費等が増加したため

# 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	20年6月	20年12月	21年3月	21年6月	21年9月	21年12月	22年2月	22年3月	22年4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	1.24	1.14	1.24	1.30	1.36	1.31	1.36	1.37	1.35
茨城県	1.62	1.58	1.27	1.33	1.19	1.32	1.39	1.37	1.34	1.42	1.45	1.44
埼玉県	1.33	1.28	0.94	1.02	0.85	0.91	0.96	0.94	0.93	0.94	0.96	1.02
千葉県	1.33	1.29	0.90	0.97	0.83	0.84	0.87	0.85	0.84	0.89	0.90	0.94
東京都	2.13	2.05	1.27	1.33	1.18	1.17	1.17	1.22	1.23	1.28	1.34	1.39
神奈川県	1.20	1.15	0.80	0.86	0.75	0.76	0.79	0.79	0.78	0.80	0.82	0.87
全国	1.62	1.55	1.10	1.12	1.05	1.10	1.13	1.15	1.17	1.21	1.22	1.23
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	10.9	-12.3	5.3	8.5	10.9	9.1	25.4	21.6	14.5
水戸市	-2.9	-3.5	3.7	54.7	-6.9	-0.8	-15.0	38.9	15.5	-12.8	-15.5	-10.0
さいたま市	3.5	20.3	-6.7	-13.8	-17.0	4.6	4.9	-1.1	0.6	1.2	16.6	8.3
千葉市	10.6	5.8	1.7	-5.0	-6.4	-1.7	-10.5	-5.1	13.3	-1.7	-8.9	-7.0
東京都区部	10.1	5.6	4.8	-3.8	11.1	2.6	16.5	3.3	-17.0	-21.1	-14.2	-21.8
横浜市	-0.3	6.5	4.4	8.7	-3.8	-19.7	-21.7	0.8	13.0	23.8	32.6	22.8
全国	3.8	4.6	0.1	-1.7	-3.6	-2.1	5.9	3.4	2.3	0.7	3.0	0.4

(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6月14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。

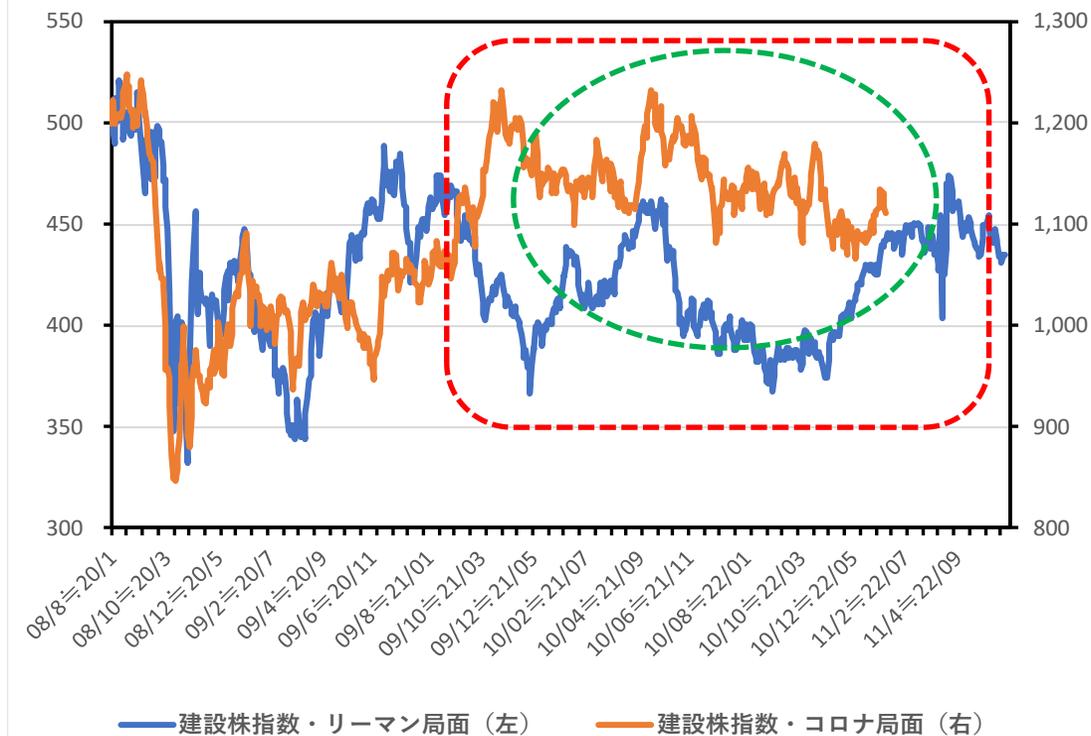
(注記2) 家計実収入は勤労者世帯の勤労収入がベースであり、財産収入、預貯金引出、クレジット購入借入金は含まれていない。

- (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、全国平均では13カ月連続増加したが、配偶者・世帯員収入の増減により地域差がみられる

## Ⅲ-5. 株価指数の推移①：建設株指数、不動産株指数

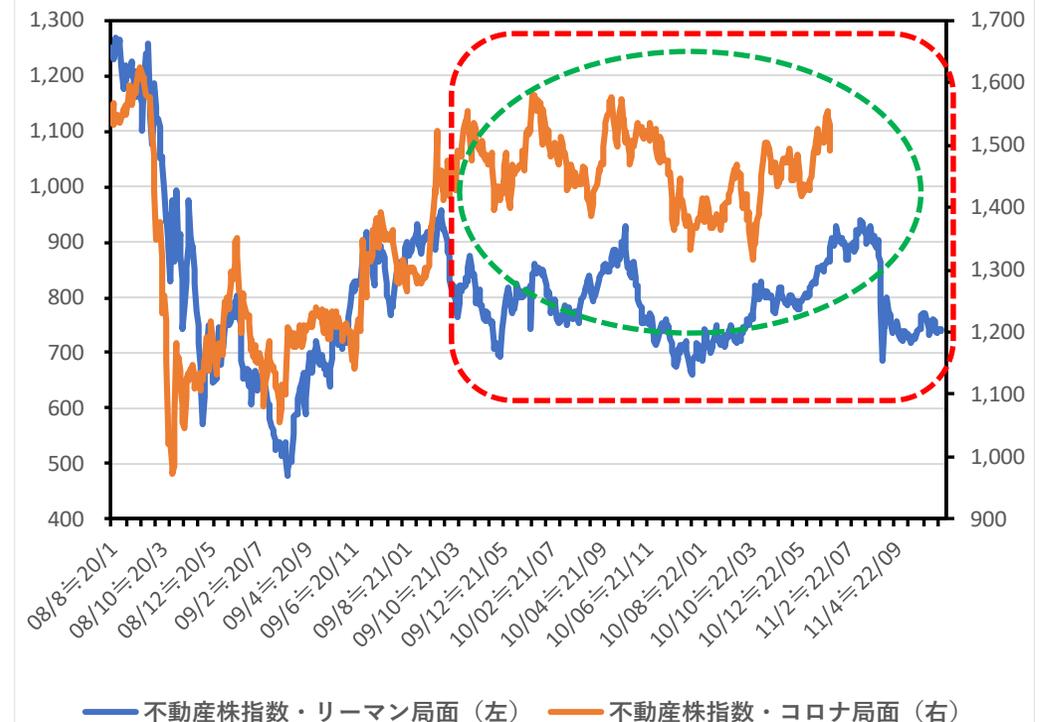
- 1) 建設株は、割安感の台頭、株主還元の拡充、受注環境の改善期待により底入れ機運が高まっている？
- 2) 不動産株は、インフレ環境の高まりによって賃料及び販売価格値上げのシナリオが好感されている

(図表17) 建設株指数の日次推移



(出所) 取引所データより筆者作成。東証業種別指数。6月14日終値ベース。

(図表18) 不動産株指数の日次推移



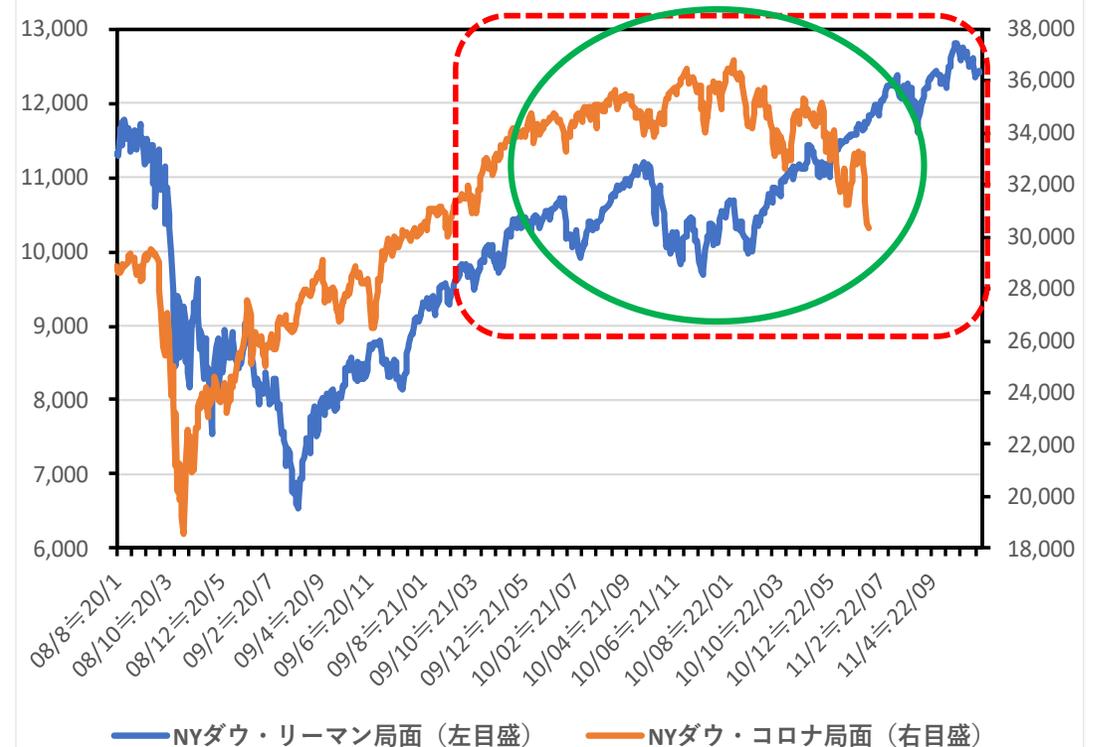
## Ⅲ-6. 株価指数の推移②：日経平均株価、ニューヨークダウ

- 1) 日経平均は、堅調な企業業績、株主還元の拡充、長期資金流入などによって戻り高値を試す展開か？
- 2) 米国株は、金利上昇の継続、企業業績の踊り場懸念など背景に、下値模索の可能性が高まっている？

(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。6月14日終値ベース。

## Ⅲ-7. 専門用語の解説コーナー



- **インフレーション（物価上昇を表す重要な経済統計。物価指数は総務省が毎月公表している）・3ページ参照**

インフレーションとは、私たちが普段買っている日用品やサービスの値段（物価）が上がることをいいます。インフレには、良いインフレと悪いインフレがあります。良いインフレの下では、企業が販売価格の上昇で儲かり、社員の給料が増え、消費者は物価上昇による生活費の増加を給料アップで吸収してもっと商品を買うようになり、商品がたくさん売れて企業が儲かる…というサイクルで景気は良くなります。一方、商品の仕入れ価格の上昇ほど商品価格に上乗せできず、企業の業績が悪くなり、賃金が上がらないのに身の回りの商品が値上がりして家計を圧迫する、といった悪循環をもたらすのが悪いインフレです。

- **ダイバーシティ（世界の求められている様々な立場で人材を重視する本源的な考え方）・16ページ**

ダイバーシティとは多様性のことであり、社会全体でひとりひとりがその能力を発揮できる体制と環境を整え、組織の生産性を上げることです。多様性とは、人種や性別、年齢や国籍、身体的特徴（身体障害者も含む）だけではありません。生活環境、バックグラウンド、宗教、生き方や価値観、性格や嗜好なども多種多様であり、雇用形態、働く時間や場所の違いといった働く条件の違いが存在することも多様性の要素と言えるでしょう。

- **人的資本（昨今、企業経営において人材を経営にとって大切な資本と捉える考え方）・20ページ参照**

企業経営において、従業員（人材）を価値創造の担い手になる資本として捉える考え方です。企業経営における人材とは、「獲得」「育成」「投資」「監督」することによって企業に付加価値をもたらします。成長している企業では、人材を人財と称しており、まさに「企業は人なり」をベースとした経営姿勢を実践しています。人を大切にしている企業には、仕事に対して適切に取り組むことが出来る優秀な人材が集まってくる傾向があります。

- 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

国内外で企業物価、消費者物価が上昇しており、我々の生活にも影響を及ぼし始めています。一方、賃金の上昇は限定的であり、生活防衛のために倹約をしなければならなくなっています。倹約志向により消費活動が停滞すると、経済成長率が低下し、スタグフレーション（景気後退下での物価上昇）に陥るリスクが増すこととなります。

## 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6月号》

2022年6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