

30分で読める！

月刊 仕事に活かす経済・不動産レポート

《定点観測：2022年9月号》

DX化の進展が人々の生活を一変？

(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
不動産テックの現状（不動産DX）は？（図表1~2）
- 06 ~ 07 Column
全国の住宅の4戸に1戸が「空き家」になる！（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
経済力と住みやすさには相関性があるのか？
- 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
生産力不足が街の衰退を加速化させる？（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：不動産テックの現状



【不動産業界はDXで遅れを取っている？】

昨今、DXという言葉聞く機会が増えています。DXとは、「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」とされています。総務省が業種別にDXへの取り組み状況を調査したところ、不動産業界は現時点での取り組みが大きく遅れており、過半の企業が今後も取り組む予定はないと回答しています（図表1参照）。**我が国の場合、欧米諸国に比べて生産性が低いことが問題視されていますが、DXへの取り組みの遅れも大きな要因の一つになっているものとみられています。**

それでは、生産性が低いと何が問題なのでしょう？生産性が低いと十分な売上高を確保することが出来ず、長時間労働の温床となり、給料もなかなか上がりません（**まさに、今の日本の状況！**）。様々な情報を共有化することで、次のステップに速く進めることによって不動産業界を取り巻く環境変化に対応できるようになるのです。最近是不動産テックという言葉を目にします。不動産テックとは、テクノロジーの力によって不動産に関わる業界課題に取り組み、従来の商慣習を変えようとする価値や仕組みのことです。不動産テックに取り組むことによって、不動産業界全体の仕事のやり方を変革し、生産性を向上させることが出来るようになります（図表2参照）。

不動産テックを進めるためには、DXで培われた知見・ノウハウをそれぞれの不動産業務に落とし込んでいくことが必要となります。不動産業務と言えば、従来は、不動産情報の提供、管理業務支援、仲介業務支援、ローン・保証、リフォームリノベーションなどが中心でした。しかし、**これからは、VR（バーチャルリアリティ）、（スペースをシェアする）シェアリングサービス、クラウドファンディング、価格の可視化・査定（不動産価格、賃料の査定、将来見通しのサービス）、IoT（ネットワークに接続されるデバイスを不動産物件に設置・内蔵する）など、不動産事業に関わるあらゆる物事に不動産テックが浸透していくものと考えられます。**

【図表1】我が国におけるDX（デジタル・トランスフォーメーション）の業種別取り組み状況

（単位：％）

| | 2018年度 以前から実施 | 2019年度 から実施 | 2020年度 から実施 | 既に実施 している | 実施していない 今後実施を検討 | 実施していない 今後予定なし |
|---------------|------------------|----------------|----------------|--------------|--------------------|-------------------|
| 農業・林業 | 22.7 | 9.1 | 13.6 | 45.4 | 4.5 | 50.0 |
| 建設業 | 13.5 | 3.6 | 3.6 | 20.7 | 20.0 | 57.2 |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 20.6 | 5.4 | 5.7 | 31.7 | 17.5 | 50.8 |
| 情報通信業 | 30.3 | 7.2 | 6.8 | 44.3 | 18.8 | 36.8 |
| 運輸業・郵便業 | 12.1 | 1.8 | 3.0 | 16.9 | 16.9 | 66.2 |
| 卸売業・小売業 | 15.1 | 3.1 | 4.4 | 22.6 | 19.4 | 57.9 |
| 金融業、保険業 | 32.2 | 6.7 | 5.8 | 44.7 | 19.7 | 35.7 |
| 不動産業、物品賃貸業 | 13.9 | 4.2 | 5.2 | 23.3 | 20.8 | 56.0 |
| 宿泊業、飲食サービス業 | 10.0 | 3.7 | 2.7 | 16.4 | 17.8 | 65.8 |
| 生活関連サービス業 | 11.8 | 3.5 | 3.0 | 18.3 | 15.3 | 66.5 |
| 教育、学習支援業 | 13.3 | 4.1 | 6.3 | 23.7 | 19.4 | 57.0 |
| 医療、福祉 | 5.4 | 1.9 | 2.0 | 9.3 | 12.0 | 78.7 |

（出所）総務省「デジタル・トランスフォーメーションによる経済へのインパクトに関する調査研究」を基に筆者作成。数値は各解答の割合。

（注記）既に実施している（2020年度までに実施済み）の太字は30%以下の業種、実施していない+今後予定なしの太字は50%以上の業種。

(図表2) 不動産業界におけるDXへの取り組み

(1) コロナ禍で注目されている不動産業界のDXへの取り組み、現状と課題

- ① **100人以下の規模の不動産業では、依然としてDXに取り組んでいない ⇒ 問題意識・知識・人材の不足**
- ② DX化を阻むアナログ体制 ⇒ 紙のよる文化（広告宣伝、物件情報、契約資料、ファックス、郵便の活用）

(2) 不動産業界がDXを推進することによるメリット

- ① **業務効率化 ⇒ 物件の入力作業や帳票作成など、人手による入力作業が軽減され、業務処理量を増やせる**
- ② 人手不足の解消 ⇒ AIを活用した価格査定システムなどを導入すれば、査定時間や手間を削減できる
- ③ コスト削減 ⇒ データベース化すれば残業時間は短縮し、ペーパーレス化で書類の保管スペースも不要となる
- ④ **顧客満足度の向上 ⇒ バーチャル内覧などによって遠隔地の見込み客への営業機会を増加することができる**

(3) 不動産業界がDXを推進することによるデメリット

- ① DX導入のコスト負担 ⇒ 不動産業界に適したDXが何か手探り中であり、コスト負担がどのくらいか不透明
- ② **何をDX化するのか、良くわからない。何を目的にツールを選んだら良いのかが良くわからない**
- ③ **時間とコストの問題 ⇒ DXを推進し、成果が出るまで時間とコストが掛かる。予算と人材の確保が重要**

(4) 新システム導入後の問題点

- ① 新しく覚えることが増え、業務者に負担が掛かる（中高年齢層である旧人類の抵抗感が強い）
- ② **習慣として使用し、システムが機能するのに時間が掛かり、すぐに効果を感じることが出来ない**

(出所) DX不動産推進協会、メディア情報等を基に筆者作成。

Column : 空き家問題の影響を考える



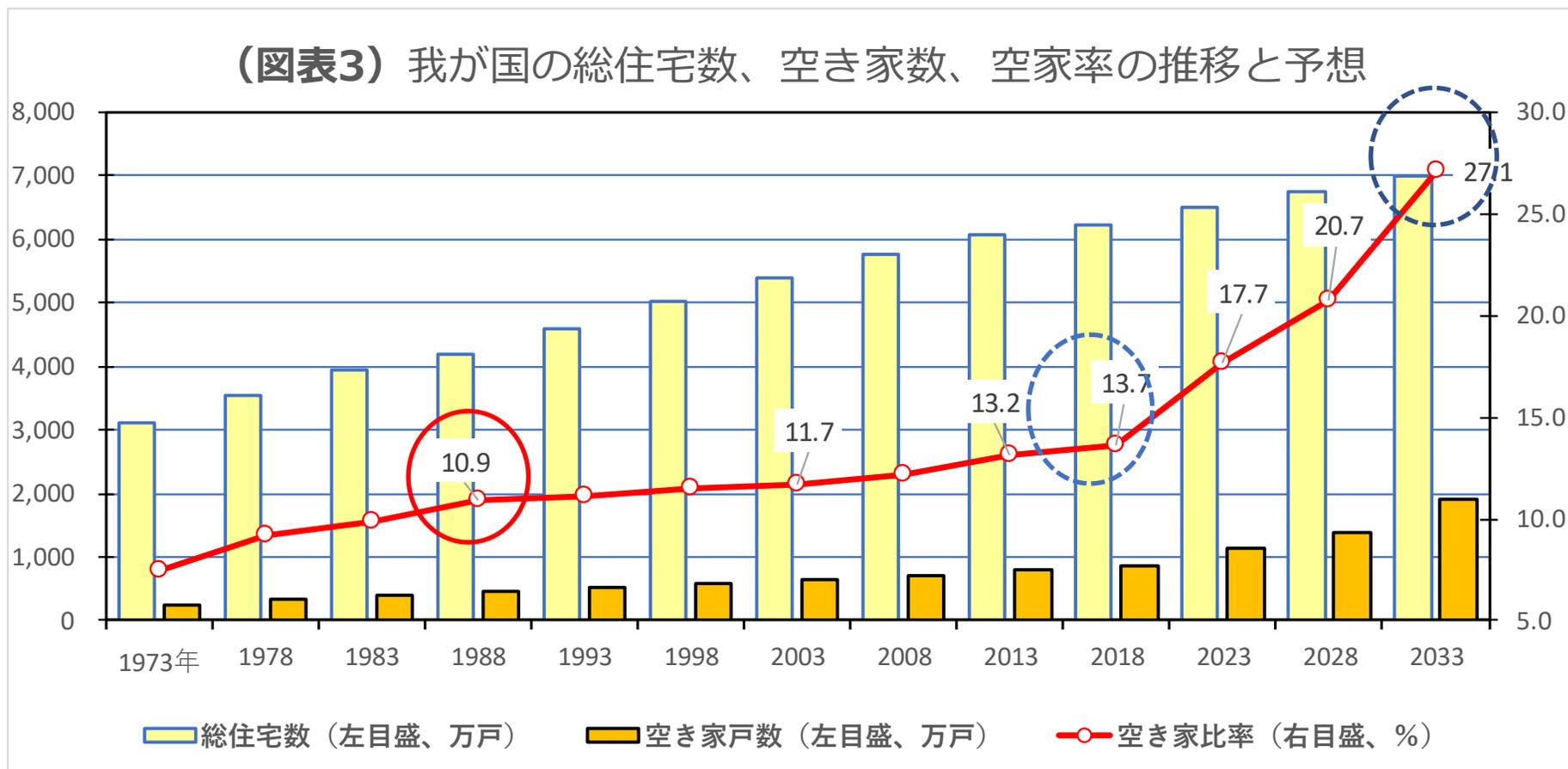
【全国の住宅の4戸に1戸が空き家になる！】

我が国の住宅市場の最大の問題点として「空き家問題」が挙げられます。総務省の住宅・土地統計調査（5年毎に調査）によると、日本の住宅総数は2018年時点で約6,241万戸で、空き家戸数853万戸、空き家比率13.7%となっています。空き家戸数、空き家比率ともに年々上昇していますが、空き家戸数は年間10万戸強、空き家比率は毎年0.1ポイント程度の増加にとどまっていた。これは、一定程度の住宅の取り壊しが進んだことが寄与しています。しかし、次回の調査となる**2023年には、住宅総数が世帯数に対して約1,000万戸も余る時代が到来するとみられています。かつての住宅不足の解消を目指す住宅新築を進める政策が人口減少社会でも維持されてきたことで、家余りがさらに深刻になるわけです。すでに853万戸ある空き家問題が一段と拡大しかねない危機に直面しているのです**（図表3参照）。

国立社会保障・人口問題研究所によると、2023年は日本の世帯数がピークを迎え、減少が始まる節目になるとみえています。このため、2023年以降は空き家戸数も大きく増えていくと予想されています。ある民間調査会社によると、2033年の空き家戸数は1,900万戸、空き家比率は27%となり、全国の住宅の4戸に1戸が空き家になるといった予想もあります。そうなれば、全国各地で廃墟ばかりの地域が広がり、街全体のイメージが低下し、住民が流出してしまうこととなります。

それではどうすれば良いのでしょうか。まずは、**新築住宅重視の政策を改めて、リフォーム事業を強化する政策に転換することが重要です。そうすれば、新築住宅着工戸数は減りますが、欧米諸国のように現存する住宅を手入れをして長く使うという文化が定着してしてくるかもしれません。また、不動産事業者が、空き家に対して、「テレワーク拠点」「セカンドハウス」といった利用提案をすることも大切です。一方、行政当局では、「固定資産評価基準」を改めて、更地にすると固定資産税が増額するといった税制を改正することも検討すべきではないでしょうか。**

(図表3) 我が国の総住宅数、空き家数、空家率の推移と予想



(出所) 総務省「住宅・土地統計調査」等より筆者作成。2023年以降は予想ベース

※空き家戸数は年々増え続け、2018年の853万戸から2033年には1,900万戸に達する見込み

※空き家比率は1998年に初めて10%台に乗せ、2033年には27%台に達するとの見方がある

I .ここがポイント (1)



定点観測 ⇒ 建設受注、住宅着工はまだら模様の展開か

- A) 建設受注は、**4カ月連続増加したが、失速感の兆候も** (図表4コメント)
- B) **持家は8カ月連続マイナス、貸家は17カ月連続プラス** (図表4コメント)
- C) **7月の東京都の人口は7カ月振りに転出超過となっており、コロナ禍前に比べると、都心部の人口求心力は低下している** (図表6コメント)
- D) 小売売上高は、**コロナ禍前の水準へ回復している** (図表7コメント)
- E) **旅客輸送量、ホテル稼働率の回復スピードは緩やかか？** (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）は分野によってまだら模様の動きを強めている**
 - **7月の建設工事受注は、4カ月連続プラスとなったものの、モメンタム（勢い）は低下**
 - **持ち家着工は8カ月連続マイナスであり、住宅価格上昇に影響が響いている可能性も？**
 - **貸家は17カ月連続プラスとなったが、首都圏を除くと落ち込み地域が広がっている**
- **消費活動は商品価格値上げによる買い控えと富裕層による積極買いが同居している？**
 - **百貨店業界では、富裕層による化粧品、ブランド品、時計等の積極買いが続いている**
 - **一方、スーパー、ドラッグストアでは、商品価格値上げに伴う買い控えが浸透している？**
 - **外食業界では、外出機会の減少、内食（自宅での食事）志向から客数減少が続いている**
- **コロナ感染者数は減少傾向に向かっているが、景気状況は依然として不透明な印象？**
 - **勤労者世帯主収入は4カ月連続マイナスだったが、配偶者収入の増加でカバーしている**
 - **7月の家計支出は2カ月連続増加。住居費、教養娯楽費、保健医療費などの支出が増えている**
 - **東京都への人口流入超は7カ月振りに減少したが、コロナ禍前ほどの勢いはない**

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 | | | | |
|------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | 22年3月 | 22年4月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7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 | -21.2 | 30.5 | 19.5 | 15.5 | 2.8 |
| (建築工事受注高) | -22.6 | 49.8 | 37.4 | 25.8 | 4.0 |
| (土木工事受注高) | -3.7 | 3.3 | -8.8 | -5.0 | 0.3 |
| 居住用建築着工床面積 | 0.0 | 0.9 | -5.9 | -4.8 | -4.8 |
| 非居住用建築着工床面積 | -15.1 | 15.6 | -8.4 | 12.0 | 22.0 |
| 居住用建築着工単価 | -1.2 | 6.1 | -0.6 | 3.0 | 6.9 |
| 非居住用建築着工単価 | 3.2 | 8.5 | -5.7 | 1.1 | 8.1 |

| |
|--|
| 7月は4カ月連続プラスとなったものの、民間受注の失速によりモメンタムは低下 |
| 7月は製造業からの受注高が前年比1.5%増、非製造業は6.1%増と順調 |
| 7月は国の機関からの受注が27.9%減、地方自治体は10.8%減と何れも低調 |
| 7月の居住用床面積は新設住宅着工落ち込みの影響により3カ月連続マイナス |
| 7月は工場及び物流倉庫など大型案件の着工増によって2カ月連続でプラスに |
| 7月は持ち家住宅を中心とした住宅価格上昇の影響を受けて2カ月連続プラス |
| 7月は資材価格上昇による建築費全般の上昇を背景に価格上昇率が加速化 |

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 | -9.4 | -8.0 | -6.9 | -11.3 | -14.1 |
| 貸家着工戸数 | 18.6 | 2.4 | 3.5 | 1.6 | 1.5 |
| マンション着工戸数 | 2.2 | 17.7 | -19.9 | 11.8 | -11.7 |
| 戸建て分譲着工戸数 | 9.9 | 7.4 | 0.9 | 0.3 | 1.8 |
| 首都圏マンション供給戸数 | -19.7 | 16.1 | -4.3 | -1.1 | 16.2 |
| 近畿圏マンション供給戸数 | -30.2 | 5.0 | 4.4 | -27.2 | -29.5 |

| |
|--|
| 住宅価格上昇の影響により8カ月連続減少。三大都市圏の落ち込みが大きい |
| 17カ月連続でプラス。首都圏13.7%増、中部圏16.9%減、近畿圏16.8%減 |
| 7月は首都圏12.8%減、近畿圏22.0%減、その他地域25.2%増とマチマチ |
| 旺盛な住宅需要を背景に15カ月連続増。都市圏はマイナス、地方圏はプラス |
| 7月の供給戸数は2カ月振りに増加したが、初月契約率は60.7%と大幅低下 |
| 7月の供給戸数は2カ月連続減少。契約率は65.8%と3カ月振りに70%割れ |

(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9月19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 | | | | |
|------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | 22年3月 | 22年4月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7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 | 4.4 | 18.6 | 56.0 | 11.6 | 9.4 |
| スーパー売上高 | 0.4 | -0.3 | -1.9 | -2.1 | 0.5 |
| コンビニ売上高 | 1.7 | 2.7 | 3.5 | 4.2 | 3.4 |
| 家電量販店売上高 | 2.6 | 1.4 | -3.3 | 3.5 | -3.3 |
| ドラッグストア売上高 | 4.6 | 3.1 | 1.7 | 3.4 | 6.8 |
| ホームセンター売上高 | -2.2 | -1.5 | -3.9 | -0.7 | -2.2 |
| 通信販売売上高 | 0.0 | -4.1 | -4.4 | -1.2 | -0.7 |

| |
|---|
| 19年7月比では 6.9%減 。主力商品である衣料品の売上高回復が続いている |
| 19年7月比では 3.7%増 。直近では商品価格値上げに伴う買い控えが影響 |
| 19年7月比では 1.0%増 。人流の回復に伴い都心店の売上高も徐々に回復 |
| 19年7月比では 5.3%増 。通信家電 (スマホ、ルーター等) の売上拡大が継続 |
| 19年7月比では 15.3%増 。ヘルスケア、ビューティケア (含む化粧品) が伸長 |
| 19年7月比で 5.6%増 。前年比ではインテリア、カー用品、ペット用品がマイナス |
| 19年7月比では 7.8%増 。リアル店舗の回復で化粧品、食料品売上が減少 |

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 | 1.22 | 1.23 | 1.24 | 1.27 | 1.29 |
| 完全失業率・% | 2.6 | 2.5 | 2.6 | 2.6 | 2.6 |
| 勤労者世帯主収入 | 2.2 | -2.7 | -2.7 | -2.9 | -6.8 |
| パート・アルバイト時給 | 1.3 | 2.6 | 4.8 | 4.8 | 3.2 |
| 派遣社員の時給 | -2.0 | -3.2 | -2.4 | 0.6 | 1.7 |
| 家計消費支出 | -2.3 | -1.7 | -0.5 | 3.5 | 3.4 |

| |
|--|
| 求人数は 前年比12.8%増 。飲食・サービス・宿泊業から 同47.7%増と急増 |
| 失業者数は13カ月連続減少 。非正規職員が6カ月連続で増加している |
| 世帯主収入は4カ月連続減少したが、配偶者の収入は6カ月連続で増加 |
| 7月は前年比では 8カ月連続増加 。医療・看護・介護関連の需給が逼迫している |
| 7月は前年比では 12カ月連続プラス 。フード・飲食、施設サービスの求人が増加 |
| 7月は 2カ月連続増加 。 住居費、教育費、教養娯楽費、保健医療費が増加 |

(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9月19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 | | | | |
|------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | 22年3月 | 22年4月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7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) | 0.3 | -1.3 | -7.2 | 8.9 | 1.0 |
| 機械受注(民需合計) | -0.4 | 23.8 | -9.0 | 2.2 | 6.2 |
| 機械受注(除く船舶・電力) | 7.1 | 10.8 | -5.6 | 0.9 | 5.3 |
| 国内新車販売台数 | -14.8 | -15.0 | -16.7 | -15.8 | -13.4 |
| 貿易統計・輸出額(金額) | 14.7 | 12.5 | 15.8 | 4.0 | 19.0 |
| 貿易統計・輸入額(金額) | 31.2 | 28.3 | 48.9 | 46.1 | 47.2 |
| 消費者物価指数(20年基準) | 1.2 | 2.5 | 2.5 | 2.4 | 2.6 |

| |
|---------------------------------------|
| 7月は2カ月連続プラス。自動車、汎用・業務用機械、生産用機械が上昇 |
| 7月は2カ月連続でプラス。運輸業、不動産業、非鉄金属、繊維工業が好調 |
| 7月は2カ月連続でプラス。製造業5.4%減、非製造業15.1%増と明暗 |
| 7月は11カ月連続2桁減。三菱、スバル、マツダ、ダイハツ等は大幅プラスに |
| 7月は米国向け14.2%増、アセアン向け31.3%増、中国向け12.8%増 |
| 7月は資源価格上昇と円安の影響で輸入高が急増、9カ月連続貿易赤字 |
| 7月は光熱・水道費が14.7%増、生鮮食品(野菜・魚介)が8.3%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 | 1.5 | -2.2 | 15.1 | -0.2 | 7.4 |
| 東京都からの人口流出者 | -5.6 | -5.9 | 10.1 | -3.1 | -1.6 |
| 東京都の人口流入超過人数 | 33,171 | 4,374 | 720 | 289 | -506 |
| 不動産登記件数 | -2.0 | -10.1 | 7.2 | -3.2 | 9月下旬公表 |
| プライム市場株式売買代金 | 2.0 | 1.6 | 21.2 | 21.8 | 16.9 |
| 日経平均株価(月末値) | 27,821 | 26,848 | 27,280 | 26,393 | 27,802 |

| |
|--|
| 2カ月振りのマイナスであり、19年7月比12.1%減、20年7月比0.7%増 |
| 2カ月連続マイナスであり、19年7月比7.2%減、20年7月比で5.8%減 |
| 7月は7カ月振りの転出超過。コロナ禍前に比べると都心の求心力は低下 |
| 6月は前年比では2カ月振りのマイナス。19年5月比では5.6%減と低調 |
| 売買代金は堅調に推移。7月は19年比で26.9%増、20年比で19.1%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9月19日までに発表のもの。

※2022年8月1日現在の東京都の人口は1,403万6,936人(前月比858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37,107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4月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7月 | 22年8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 | 20.2 | 89.2 | 15.6 | 22.2 | 46.5 |
| 松屋本店（銀座、浅草） | 32.5 | 95.0 | 38.4 | 31.0 | 42.7 |
| そごう・西武 | 11.6 | 33.6 | 7.2 | 12.5 | 18.4 |
| 高島屋 | 22.6 | 63.3 | 13.5 | 10.6 | 23.4 |
| イオンリテール | 1.8 | 2.2 | -0.8 | 1.0 | 1.3 |
| イトーヨーカ堂（SC計） | 0.7 | -2.7 | -2.9 | -1.1 | -3.4 |
| ヤオコー（食品スーパー） | 0.3 | -1.9 | -0.5 | 2.5 | -1.3 |

| |
|--|
| 19年8月対比では 2.5%減 。伊勢丹新宿店、三越銀座・日本橋店が牽引役 |
| 19年8月比では 13.3%減 。富裕層向けに化粧品、ブランド品、時計等が好調 |
| 19年8月比では 5.8%減 。池袋、横浜といった都心店の売上高が回復基調 |
| 19年8月比では 10.5%減 。新宿店、横浜店、日本橋店、大阪店が好調 |
| 19年8月比では売上高 7.1%減 。買い控えの影響で生活必需品以外が低調 |
| 19年8月比では売上高 4.3%減 、客数 11.1%減 、客単価 7.9%増 と低調 |
| 19年8月比では売上高 14.4%増 、客数 7.1%減 、客単価 22.7%増 |

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 | 1.7 | 2.6 | 2.9 | 3.6 | 4.7 |
| ファミリーマート | 2.9 | 4.4 | 5.2 | 3.7 | 4.9 |
| ローソン | 1.1 | 3.0 | 2.3 | 2.3 | 5.0 |
| ユニクロ（カジュアル） | 15.8 | 17.5 | -10.2 | 6.4 | 14.9 |
| ワークマン（カジュアル） | 11.5 | 2.3 | 14.1 | 10.5 | 0.4 |
| 青山商事（紳士服） | 17.9 | 22.7 | 26.5 | 20.7 | 21.7 |

| |
|---|
| 19年8月比では売上高 1.5%増 、客数 11.4%減 、客単価 14.5%増 |
| 19年8月比では売上高 3.2%減 、客数 13.5%減 、客単価 11.1%増 |
| 19年8月比では売上高 6.4%減 、客数 16.7%減 、客単価 12.4%増 |
| 19年8月比では売上高 8.9%減 、客数 18.2%減 、客単価 11.5%増 |
| 19年8月比では売上高 4.9%増 、客数 12.9%増 、客単価 7.2%減 |
| 19年8月比では売上高 21.6%減 、客数 26.0%減 、客単価 5.6%減 |

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2022年9月19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。

(注記) ドン・キホーテはPPHI (Pan Pacific International Holdings) が月次会社基準を変更したため、7月統計より食品スーパー大手のヤオコーを採用。

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4月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7月 | 22年8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、単位：％）

| | | | | | |
|-----------|------|------|------|-----|------|
| マツキヨ&ココカラ | -3.8 | -1.1 | -1.7 | 1.4 | -0.4 |
| ウエルシアHD | 1.8 | 0.1 | 1.6 | 4.8 | 4.5 |

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 | 10.6 | 22.0 | 26.1 | 18.0 | 26.0 |
| サイゼリヤ | 24.4 | 38.8 | 36.1 | 24.0 | 38.4 |
| ロイヤルホスト | 19.5 | 30.7 | 27.0 | 21.6 | 32.5 |
| マクドナルド | 11.3 | 5.1 | 10.2 | 8.1 | 3.3 |
| ケンタッキー | 3.6 | -15.8 | -5.4 | -2.7 | -5.7 |
| モスバーガー | 7.4 | -6.0 | 1.8 | 11.5 | 5.8 |
| すき家 | 8.3 | 6.3 | 9.2 | 7.4 | 8.1 |
| 吉野家 | 11.6 | 9.8 | 6.3 | 10.5 | -0.6 |
| 松屋フーズ | 5.7 | 7.8 | 10.9 | 12.1 | 9.8 |
| ほっともっと | 2.5 | -4.1 | -0.7 | 2.6 | 1.6 |
| トリドール（丸亀製麺） | 5.6 | 14.5 | 7.5 | 2.1 | 18.6 |

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

| |
|--|
| 7月は経営統合後初めて、売上高がプラスとなったが、8月は再びマイナスへ 19年8月比では売上高 16.1%増 、客数 1.7%増 、客単価 14.2%増 |
|--|

| |
|--|
| 19年8月比では売上高 23.2%減 、客数 24.3%減 、客単価 1.7%増 |
| 19年8月比では売上高 17.5%減 、客数 22.5%減 、客単価 6.3%増 |
| 19年8月比では売上高 7.6%減 、客数 21.4%減 、客単価 17.7%増 |
| 19年8月比では売上高 22.3%増 、客数 5.1%減 、客単価 28.8%増 |
| 19年8月比では売上高 11.4%増 、客数 0.4%増 、客単価 10.9%増 |
| 19年8月比では売上高 21.4%増 、客数 1.7%減 、客単価 23.6%増 |
| 19年8月比では売上高 7.3%増 、客数 5.2%減 、客単価 13.1%増 |
| 19年8月比では売上高 11.3%減 、客数 21.4%減 、客単価 12.9%増 |
| 19年8月比では売上高 7.6%減 、客数 20.0%減 、客単価 15.4%増 |
| 19年8月比では売上高 11.8%増 。傘下のやよい軒は 前年比29.8%増 |
| 19年8月比では売上高 1.1%増 、客数 9.3%減 、客単価 11.7%増 |

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2022年9月19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 | | | | | 現状に関するコメント (現状認識及び特徴点) |
|------|-------------------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|
| | 22年3月 | 22年4月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7月 | |

交通機関の利用状況 (前年比、%)

| | | | | | |
|---------------|-------------|-------|--------------|--------------|--------------|
| 新幹線輸送量 (JR東海) | 34.0 | 62.0 | 158.0 | 94.0 | 61.0 |
| JR東日本定期外収入 | 13.5 | 52.2 | 81.7 | 59.5 | 43.2 |
| 小田急線定期外収入 | 12.0 | 16.5 | 35.5 | 23.7 | 14.0 |
| 国内線旅客数・ANA | 56.5 | 61.4 | 134.0 | 133.2 | 103.5 |
| 国際線旅客数・ANA | 267.3 | 419.6 | 446.1 | 402.3 | 108.4 |
| パーク24売上高・前年比 | -0.1 | 5.7 | 15.1 | 8.7 | 4.3 |

19年7月比では**31%減**、8月速報は21年比**93%増**、19年比では**37%減**
 19年7月比で**28.5%減**。定期収入は21年比**7.9%増**、19年比**23.8%減**
 19年7月比では運賃収入は**16.2%減**、輸送人員 (定期外) は**14.0%減**
 19年7月比では**28.1%減**。座席利用率は61.7%と回復基調を示している
 19年7月比で**63.7%減**。貨物重量は19年比**4.9%減**、21年比**14.7%減**
4カ月連続プラスとなり、徐々に復調傾向を示している。19年比では**9.0%減**

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 | 109.8 | 84.1 | 266.0 | 270.6 | 187.3 |
| 海外旅行取扱高・日本人 | 85.2 | 218.4 | 388.4 | 393.0 | 572.8 |
| ※ リゾートホテル稼働率 | 37.2 | 36.1 | 40.7 | 41.2 | 46.9 |
| ※ ビジネスホテル稼働率 | 52.8 | 55.5 | 54.1 | 56.3 | 55.5 |
| ※ シティホテル稼働率 | 40.3 | 45.1 | 48.0 | 49.3 | 50.6 |
| ※ 旅館稼働率 | 26.6 | 28.3 | 33.6 | 32.4 | 33.7 |
| 訪日外国人旅行者数 | 438.1 | 1,185.4 | 1,364.9 | 1,201.5 | 183.0 |

19年7月比では**34.3%減**。コロナ感染拡大により旅行マインド回復にブレーキ
 19年7月比で**81.8%減**。入国制限施策により一定程度の回復にとどまっている
 回復傾向にあり、コロナ禍での最高水準 (2020年11月：47.5%) に接近
 企業による出張制限緩和を背景に稼働率は5カ月連続で50%超となっている
 大分県、岩手県、鳥取県の**稼働率は繁忙水準である70%超にまで回復**
 大阪府、北海道、茨城県、島根県の稼働率が比較域高いが**50%未満の水準**
 7月は144,500人。19年7月比では**95.2%減**。入国受入の条件緩和を推進

(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9月19日までに発表のもの。

早耳 地獄耳 馬耳東風

【経済力と住みやすさには相関関係があるのか？】

「経済力と住みやすさには相関関係があるのか？」というのは永遠のテーマです。一般に、都会と地方ではどちらが生活しやすいのかといったことが議論されます。この点に関しては、個人による嗜好の問題としか言いようがありません。**都会のメリットとしては、①いろいろな仕事を選んで地方に比べると収入が多い、②スポーツ、コンサート、舞台などのイベントが盛んである、③小売店や飲食店が多く生活の利便性が高い、④交通機関が発達しているため移動に便利である、**といった点が挙げられます。

一方、地方のメリットとしては、①自然環境が豊かで空気が美味しい、②地域密着型の仕事ができる、③住民同士の結びつきが強い、④不動産価格が安く広い住居で生活できる、といったメリットがあります。基本的には都会のメリットは地方のデメリットであり、地方のメリットは都会のデメリットという構図となるわけです。**かつては、地方のデメリットが強調されていた時期がありました。地方は夕刊が無かったり、週刊誌の発行が一日遅れだったり、新製品の発売も都会の後だったりといったさまざまな格差がありました。**依然として、こうした格差は残っていますが、少なくとも情報格差という点ではネット社会によってかなり解消されてきたのではないのでしょうか。

不動産系調査機関が、住み続けたい都道府県について調査したところ、一位は北海道で、以下、福岡県、大阪府、沖縄県、神奈川県と続き、東京都は9位にとどまりました。15位以内には宮崎県、高知県、石川県等が名を連ねています。**この調査結果は、必ずしも経済力の大きい地域が住みやすいのではないことを示唆しているのではないのでしょうか。**住民にとって大切なことは、「育児・子育て」「医療・介護」「生活の利便性」であり、これらは必ずしも経済力が大きい都会でしか実現できるものではありません。**実際問題として、自治体の取り組み等によって住みやすい魅力的な地域へと変貌を遂げて、人口が増加に転じているケースも出てきているようです。**

Ⅱ.ここがポイント (2)



景気ウォッチャー調査 ⇒ 8月調査は前月比で若干の改善

- A) 感染者数減少により景気マインドに底入れ感が台頭 (図表10コメント)
- B) 家計動向は持ち直したものの、回復力は弱い… (図表10コメント)
- C) 住宅関連のマインド低下は住宅価格上昇が影響か？ (図表10コメント)
- D) 企業動向はコスト増の影響よりも堅調な需要を反映 (図表10コメント)
- E) 雇用動向は、コロナ禍後を睨んで広範囲の業界で求人数が増加しつつある

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 | コロナ禍前のピーク | | コロナ禍のボトム | | コロナショック (月次動向) | | | | | | |
|-----------|-----------|--------|----------|--------|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| | 17年11月 | 17年12月 | 20年3月 | 20年4月 | 22年3月 | 22年4月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7月 | 22年8月 | (前月差) |
| 景気の状態判断DI | ↗ 54.1 | ↘ 53.9 | ↘ 14.2 | ↘ 7.9 | ↑ 47.8 | ↗ 50.4 | ↗ 54.0 | ↘ 52.9 | ↘ 43.8 | ↗ 45.5 | 1.7 |
| 家計動向調査 | ↗ 52.7 | ↘ 52.3 | ↓ 12.6 | ↘ 7.5 | ↑ 46.8 | ↗ 49.6 | ↗ 53.8 | ↘ 53.4 | ↓ 42.6 | ↗ 43.8 | 1.2 |
| 小売関連 | ↗ 52.6 | ↘ 52.5 | ↓ 16.0 | ↘ 10.5 | ↑ 46.7 | ↗ 47.7 | ↗ 50.2 | ↘ 49.5 | ↘ 43.3 | ↗ 44.7 | 1.4 |
| 飲食関連 | ↗ 51.3 | ↘ 51.1 | ↓ 0.7 | ↘ -3.1 | ↑ 46.9 | ↗ 52.8 | ↗ 62.2 | ↘ 62.0 | ↓ 30.8 | ↗ 37.1 | 6.3 |
| サービス関連 | ↗ 53.5 | ↘ 52.2 | ↓ 7.4 | ↘ 3.5 | ↑ 47.5 | ↗ 53.5 | ↗ 60.1 | ↗ 61.1 | ↓ 44.3 | ↗ 44.6 | 0.3 |
| 住宅関連 | ↘ 51.4 | ↗ 52.8 | ↓ 19.0 | ↘ 9.4 | ↗ 44.6 | ↗ 45.7 | ↗ 48.2 | ↘ 44.2 | ↘ 40.9 | ↘ 39.4 | -1.5 |
| 企業動向調査 | ↘ 55.3 | ↗ 55.7 | ↓ 19.2 | ↘ 9.9 | ↗ 45.5 | ↗ 47.4 | ↗ 50.4 | ↘ 48.0 | ↘ 44.3 | ↗ 47.5 | 3.2 |
| 製造業 | ↘ 54.8 | ↗ 56.9 | ↘ 21.7 | ↘ 12.1 | ↗ 45.5 | ↗ 47.9 | ↗ 48.4 | ↘ 46.2 | ↘ 44.1 | ↗ 47.0 | 2.9 |
| 非製造業 | ↘ 55.8 | ↘ 54.5 | ↓ 17.5 | ↘ 8.3 | ↗ 45.7 | ↗ 47.1 | ↗ 52.0 | ↘ 49.7 | ↘ 44.8 | ↗ 48.0 | 3.2 |
| 雇用関連 | ↗ 61.3 | ↘ 60.7 | ↓ 13.6 | ↘ 6.3 | ↗ 59.5 | ↗ 62.6 | ↗ 62.9 | ↘ 59.6 | ↘ 50.7 | ↗ 52.5 | 1.8 |

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

【旅行代理店】◎8月のお盆期間は帰省などの生活需要が活発であり、航空需要はコロナ禍前の8割の水準にてまで回復した。空港の商業施設も賑わいが戻ってきている (家計動向)

【スーパー】▲食品を中心に値上げの影響があり、客の商品の買い方がシビアになっている。最近では、定番商品を敬遠し、お買い得品だけを購入する客が増えている (家計動向)

【出版・印刷関連】○法人の設立印の注文が例年の3倍に増えている。直近では、乗用車販売店、工務店、病院であり、少し法人の設立が動いているように感じる (企業動向)

【一般器械器具製造】▲受注量は堅調に推移しているが、資材が高騰する一方で販売価格を十分に上げることができず、利益率を悪化させている (企業動向)

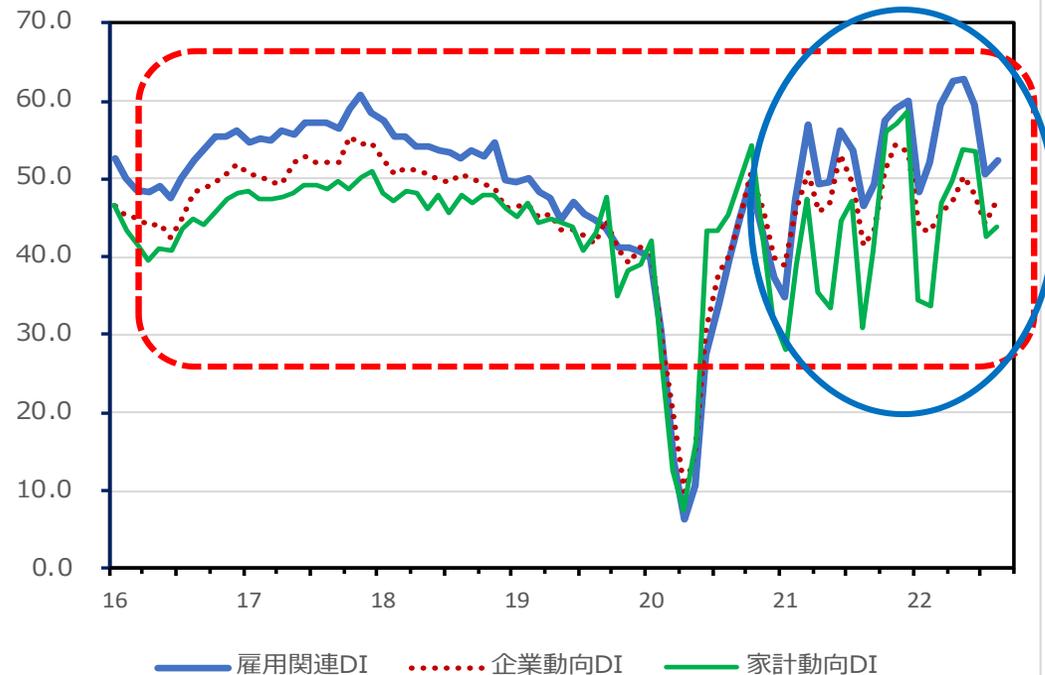
【人材派遣会社】○長期就業を前提とした派遣求人数は、安定して前年同月比2ケタ増加となっており、トレンドも安定していることから、当面この傾向が続くとみている (雇用関連)

(出所) 内閣府データ等により作成。直近データは2022年9月8日に発表。コメントは、2022年9月以降の先行きに対する内容を重点的に紹介している。

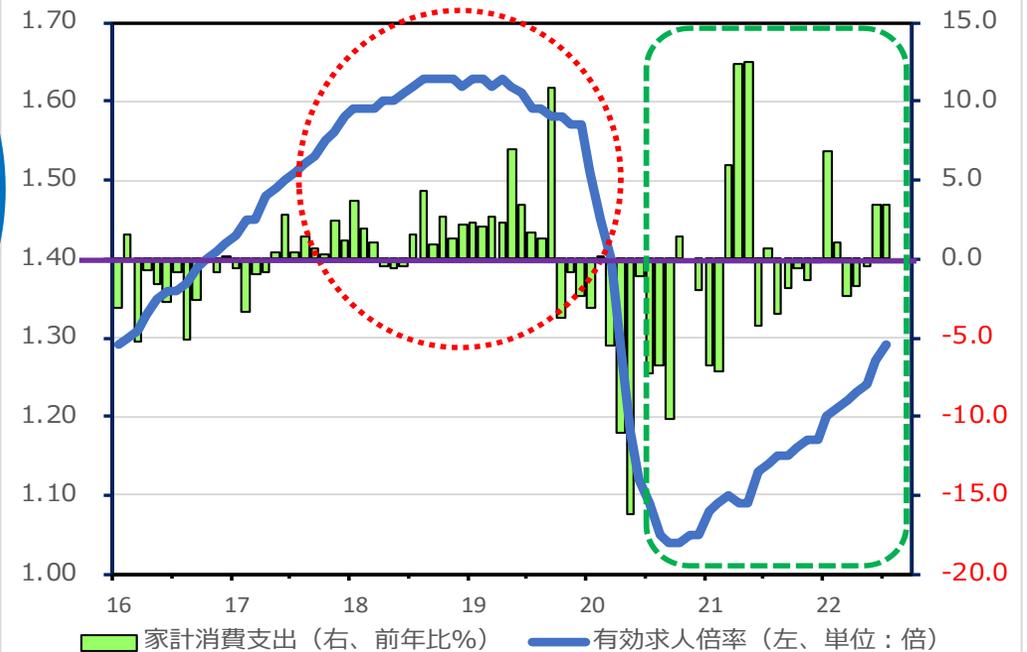
(注記) ↑印は前月比10ポイント以上の上昇、↗印は同10ポイント未満の上昇、↓印は同10ポイント以上の低下、↘印は同10ポイント未満の低下を示す。

- 1) 8月の景気ウォッチャー判断DIは、家計動向、企業動向、雇用関連何れも前月比で回復傾向を示した
- 2) **但し、全国的にコロナ感染者の減少スピードは緩やかであり、本格回復と判断するには早計か？**
- 3) 雇用関連DIは、慢性的人手不足とコロナ禍後の採用確保を睨んで幅広い分野で改善傾向を示している

(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9月19日までに発表のもの。

Ⅱ-2. Coffee Time



【生産力不足が街の衰退を加速化させる？】

1970年代までの日本は、ある程度均衡のとれた国土が形成されていきました。もちろん、戦後始まった集団就職によって都市の過密化、地方の過疎化は進行しており、地域による経済格差もドンドン広がっていきました。しかし、政府による「全国総合開発計画」によって、地方に対する優遇措置が取られ、道路、鉄道、空港等の交通網が整備されるとともに、地方の社会インフラは都市部と遜色無い水準にまで拡充してきました。**地方都市を訪問すると、駅前には整備され、駅の周辺には都市部と同様の飲食店、携帯ショップ、コンビニを目にすることが出来ます。また、医療・福祉、教育なども一定の水準のサービスを共有することが出来ます。但し、百貨店や映画館といった一定程度の集客が必要な施設については撤退を余儀なくされてしまったケースが見受けられます。**

地方で問題となっているのは、高齢化の進行、人口減少とそれに伴う生産力不足です。サービス産業は、一定の供給力と一点の需要があって成り立っています。**サービスを供給する人が減っていくと、住民の暮らしに不可欠なサービスを維持することが出来なくなってしまいます。また、人口が減っていくと、事業として成り立たないのでその地域から撤退することになってしまいます。**例えば、一般診療所や歯科医院はその地域の住民が500～4,000人で初めて成り立つと言われています。また、スーパーマーケットやコンビニにしても5,000人程度の商圈は必要とされています。街の人口がドンドン減っていけば、こうした当たり前の生活が成り立たなくなってくるのです（図表13参照）。

それでは、こうしたサービスを受けるのはどうしたら良いのでしょうか。実は、DX化の進展が人々の生活を一変させるかもしれません。近くに商店が無くても、オンラインショッピングで事足りるかもしれません。購入した商品は、ドローンが届けてくれるかもしれません。診療行為や学習塾もオンラインで対応するようになるでしょう。でも、話し相手がいなのは、寂しいですね、、、これはちょっと困ったことになりました。

(図表13) サービス施設が立地する自治体の規模 (三大都市圏を除く)

| | 0~2,000人 | 2,000~ 4,000人 | 4,000~ 6,000人 | 6,000~ 8,000人 | 8,000~ 10,000人 | 1~2万人 | 2~5万人 | 5~10万人 | 10~20万人 | 20~50万人 | 50万人~ |
|----------|-------------|------------------|----------------------------|----------------------|-------------------|-----------|-----------|-------------|----------------|---------|-------|
| 小売業 | 飲食料品小売業 | | スーパーマーケット、コンビニ | | | | ペット用品小売業 | | ショッピングセンター、百貨店 | | |
| 宿泊・飲食業 | (街の) 飲食店 | 喫茶店、居酒屋、旅館、ホテル | | | | | ハンバーガー店 | | スターバックスコーヒー | | |
| 生活関連サービス | | | 遊技場 (遊園地、公園などにある遊技機器) | | | | カラオケボックス | | 映画館、劇場 | | |
| 金融 | (街の) 郵便局 | | | 銀行 (地銀、信用金庫等) | | | 金融証券取引業 | | | | |
| 教育・学習支援 | | | 学習塾 (進学塾、パソコン教室等) | | | | 外国語授業 | 博物館、美術館、記念館 | | | |
| | | | 音楽教室 (楽器→ピアノ・バイオリン、声楽・合唱等) | | | | 学術・開発研究機関 | | | | |
| 医療・福祉 | 一般診療所、歯科診療所 | | | 一般病院 (入院施設を完備した病院施設) | | | | | 救急救命センター施設 | | |
| | 介護老人福祉施設 | | 通所・短期入所介護事業 | | | | 有料老人ホーム | | 先進医療を実施する病院 | | |
| 対企業サービス | | | | 税理士事務所 | | | | 公認会計士事務所 | | | |
| | | | | | | 経営コンサルタント | | 法律事務所 | | | |

(出所) 国土交通省「国土のグランドデザイン2050」等を基に筆者作成。※飲食料品小売業の店舗数は、29,603店 (東京都) / 297,236店 (全国) であり、東京都のシェアは10%。

Ⅱ-3.暮らしの流れ ～ 知って得する冠の日 ～



- 10月 1日（土）：都民の日 ⇒ 1898年に東京市が誕生。当日は都が管理する施設が無料または割引となります。
 - 10月10日（月・祝）：スポーツの日 ⇒ 1964年、晴天の秋空のもとで東京オリンピック開会式が開催されました。
 - 10月13日（木）：麻酔の日 ⇒ 1804年、江戸時代の外科医・華岡青洲（はなおかせいしゅう）が世界で初めて、全身麻酔による乳がん摘出手術を成功させました。
 - 10月14日（金）：鉄道の日 ⇒ 明治5年にわが国初の鉄道が開通。今や日本の鉄道技術は世界一級品に成長。
 - 10月18日（火）：冷凍食品の日 ⇒ 日本の冷凍食品は世界的に評価され、輸出額も大きく伸びています。
 - 10月24日（月）：国際連合の日 ⇒ ウクライナ侵攻などの国際紛争を抑止することが出来ませんでした。
 - 10月25日（火）：世界パスタデー ⇒ パスタの本場はイタリアですが、小麦の値上げにより食べ辛くなりますネ。
 - 10月31日（月）：ハロウィン ⇒ 古代ヨーロッパの先住民族とされるケルト人のお祭りが起源とされています。
-
- 秋のイベント：秋といえば、スポーツの秋、芸術の秋、食欲の秋、読書の秋とさまざまな言葉が浮かびます。10月は夏から冬に向かう季節の変わり目で、気候も良く、過ごしやすい日々が多いのが特徴です。家にばかり閉じこもっていないで、外出をしてアクティブに行動しましょう。
 - 秋の味覚：秋の味覚といえば、一位さつまいも、二位梨、三位かぼちゃが思い浮かびます。さらに、さんま、松茸、なす、栗、ぶどう、柿と秋に旬を迎える食材が目白押しです。新米は秋に収穫され、ソバは新蕎麦に変わり、気候の変化とともに食べ物がとても美味しく感じられる季節です。

Ⅲ.ここがポイント (3)



資本市場と実体経済 ⇒ 株式市場は戻り高値を試す展開？

- A) 建築着工は、大型着工のタイミングで大きく変動 (図表14コメント)
- B) 小売売上高は、全国的に好調地域が広がっている (図表15コメント)
- C) 日経平均は、戻り高値を試す展開が続いている (図表19コメント)
- D) 有効求人倍率は、全国的に緩やかながら改善地域が広がっている
- E) 政策の優先課題は、円安対策＞インフレ対策＞コロナ対策の順か？

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

- 円安が一段と進行しています。9月8日の円ドル相場は、一時145円/ドルに迫り、24年振りの円安水準となりました。**円安の功罪はいろいろとありますが、輸入業者では仕入れコストの上昇によって事業が立ち行かなくなり、経営破綻に追い込まれた企業も増えているようです。また、輸入物価上昇を通じた消費者物価の上昇、海外旅行マインドの縮小など様々な分野に影響が出ています。**米国では、引き続き金利引き上げを継続するとみられることに加えて、輸入業者がドルを手当てする必要があることから、引き続き円安ドル高減少が続くとみられています。特に、ガソリンを中心とするエネルギー価格に関しては、円安を通じて冬場に掛けて一段と上昇すると見ておいた方が良くもかもしれません。
- 地域別にみた実体経済（全体的にネガティブな傾向が出始めている？）（図表14～16）
 - **住宅着工は、住宅価格上昇及び住宅部材の仕入れ難により持ち家着工の落ち込みが全国的に波及**
 - **消費動向は、小売売上高が10カ月連続プラスとなり、全国的に消費回復が波及している**
 - **家計収入は、ボーナス水準の変動により地域格差が広がっている（特に、6月と7月について）**
- 日本及び米国の株式市場動向（日米ともに株価は方向感の乏しい展開が続く？）（図表17～20）
 - **日経平均は、引き続き上値は重いものの、海外市場及び金融政策を睨んでの展開が続いている？**
 - **米国株は、金利上昇リスクを織り込みつつあるものの、上値の重い展開が続くと予想される？**

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 | 2020年12月 | 21年3月 | 21年6月 | 21年9月 | 21年12月 | 22年3月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7月 |
|------------------|--------|--------|--------|----------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
| 建築着工床面積 (前年比、%) | | | | | | | | | | | | |
| 宮城県 | -19.9 | -1.8 | 11.3 | -21.3 | 34.6 | -3.8 | 37.9 | 73.6 | -25.4 | 8.0 | -0.2 | -11.7 |
| 茨城県 | 20.9 | -21.3 | 84.5 | -29.6 | -1.2 | -11.1 | 54.7 | 138.5 | 71.2 | -13.1 | 8.6 | 41.0 |
| 埼玉県 | 4.5 | -6.2 | -3.9 | -23.2 | 5.4 | -2.8 | 5.0 | 21.8 | -11.6 | 17.5 | 6.2 | -3.9 |
| 千葉県 | -4.1 | -1.1 | 21.7 | 2.8 | 37.2 | 91.0 | -15.4 | -10.3 | -10.5 | -21.0 | -41.8 | 72.8 |
| 東京都 | -0.2 | -14.5 | 28.4 | -45.6 | -10.5 | -1.6 | -39.8 | 60.8 | -14.9 | -39.0 | -11.3 | -9.3 |
| 神奈川県 | 11.7 | 3.8 | -16.7 | -0.9 | 94.8 | 14.9 | -31.3 | 21.0 | -54.4 | -39.7 | 54.5 | -10.3 |
| 全国 | -4.7 | -8.5 | 7.1 | -11.4 | 6.1 | 9.3 | -1.2 | 16.1 | -6.2 | -6.9 | 1.8 | 5.5 |
| 新設住宅着工戸数 (前年比、%) | | | | | | | | | | | | |
| 宮城県 | -16.6 | -10.8 | 14.8 | -12.8 | 15.8 | -14.6 | 21.0 | 42.2 | 18.2 | 28.5 | -6.3 | 10.5 |
| 茨城県 | -10.5 | -7.8 | 18.4 | -1.7 | 0.6 | 5.7 | 26.6 | -5.4 | 28.9 | -2.5 | -1.4 | 7.9 |
| 埼玉県 | -14.2 | -3.5 | 7.2 | -6.7 | 9.7 | -0.5 | -1.8 | 5.9 | 16.5 | -1.5 | -2.6 | -12.5 |
| 千葉県 | -6.3 | -2.8 | 6.5 | 3.5 | 7.2 | 22.5 | -7.9 | 5.8 | -11.1 | 1.4 | -0.9 | 11.6 |
| 東京都 | -8.6 | -1.8 | 0.9 | -14.1 | 9.4 | 0.5 | -17.1 | 6.6 | -3.5 | -12.5 | -5.5 | -7.1 |
| 神奈川県 | -3.9 | -12.8 | 6.3 | -10.8 | 8.3 | 17.2 | -4.4 | 34.3 | 3.1 | -16.3 | -9.3 | 31.6 |
| 全国 | -7.3 | -8.1 | 6.6 | -9.0 | 1.5 | 7.3 | 4.3 | 4.2 | 6.0 | -4.3 | -2.2 | -5.4 |

(出所) 国土交通省データ等により作成。2022年9月19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) 7月の建築着工床面積は、イーコマース関連の物流倉庫や生産施設など大型案件の着工が寄与し、宮城県、千葉県で大幅増を記録
- (2) 特に千葉県では、東京に近いというメリットを活かして、即日配送需要に応えるために大規模物流施設の建設が活発化している
- (3) 7月の新設住宅着工戸数は、住宅価格上昇に伴う持ち家住宅の着工減が続くなかで、貸家着工の影響で地域による斑模様の動き

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 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 20年12月 | 21年3月 | 21年6月 | 21年9月 | 21年12月 | 22年3月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7月 |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
| 小売売上高 (百貨店・スーパー、既存店ベースの前年比、%) | | | | | | | | | | | | |
| 宮城県 | -1.5 | -2.6 | -0.6 | -0.1 | -2.4 | -2.7 | -3.4 | -1.3 | -1.4 | -1.5 | -1.8 | 0.5 |
| 茨城県 | -0.1 | 6.2 | 0.6 | 4.1 | 1.8 | -2.9 | 1.5 | 0.5 | 1.2 | 0.1 | -0.9 | 2.1 |
| 埼玉県 | -0.8 | 3.4 | 1.6 | 3.1 | -0.5 | -2.5 | 0.8 | -0.2 | 0.5 | -2.2 | -1.6 | 1.9 |
| 千葉県 | 0.1 | 0.6 | 1.8 | 0.2 | 1.3 | -2.6 | 0.2 | 0.3 | 1.1 | -1.2 | -1.2 | 1.9 |
| 東京都 | -2.9 | -14.7 | 6.0 | -9.4 | 5.0 | 0.4 | 0.8 | 4.7 | 5.4 | 26.4 | 5.2 | 7.8 |
| 神奈川県 | -2.5 | -2.1 | 2.4 | -1.1 | 2.5 | 1.9 | 0.3 | -0.1 | -0.3 | -0.6 | -0.3 | 1.5 |
| 全国 | -1.6 | -5.1 | 1.9 | -3.4 | 2.9 | -2.3 | -1.3 | 1.4 | 1.5 | 8.5 | 1.3 | 2.8 |
| 家計消費支出・市区単位・二人以上世帯 (前年比、%) | | | | | | | | | | | | |
| 仙台市 | 0.6 | -4.1 | 7.3 | -7.9 | 18.1 | 5.5 | 2.8 | 6.4 | 24.0 | -12.1 | 15.4 | 7.9 |
| 水戸市 | -1.3 | -4.3 | 0.5 | -0.8 | 23.3 | -11.5 | -23.6 | 11.9 | -0.2 | 7.1 | 9.9 | 17.8 |
| さいたま市 | 4.1 | -3.3 | -3.5 | -8.2 | -11.4 | -24.1 | 4.4 | 1.4 | 8.1 | 4.8 | 37.5 | 15.6 |
| 千葉市 | -4.3 | -1.2 | 2.7 | 0.2 | -11.1 | -2.9 | -2.5 | 8.6 | -16.7 | -17.8 | 12.9 | -8.9 |
| 東京都区部 | 1.9 | -2.3 | -0.7 | 12.0 | 17.5 | -7.8 | -1.2 | -7.2 | -15.4 | -8.5 | -3.1 | 5.5 |
| 横浜市 | 2.1 | -3.8 | 1.4 | -16.6 | -14.8 | -3.5 | 25.6 | 6.1 | 12.6 | 0.0 | 8.4 | -15.5 |
| 全国 | 2.1 | -5.3 | 0.4 | -2.0 | 6.0 | -4.9 | -1.7 | 0.7 | -0.8 | 2.4 | 6.4 | 6.6 |

(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9月19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) 7月の小売売上高は全国ベースで10カ月連続プラスとなり、都道府県別では東京都以外にも幅広くプラス地域が広がっている
- (2) 7月の消費支出で、水戸市、さいたま市が大幅に増加したのは、教養娯楽費、交際費といった項目の支出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 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 20年12月 | 21年3月 | 21年6月 | 21年9月 | 21年12月 | 22年3月 | 22年5月 | 22年6月 | 22年7月 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
| 有効求人倍率・受理地別・季調値(水準、%) | | | | | | | | | | | | |
| 宮城県 | 1.57 | 1.20 | 1.33 | 1.14 | 1.24 | 1.30 | 1.36 | 1.31 | 1.37 | 1.35 | 1.37 | 1.38 |
| 茨城県 | 1.58 | 1.27 | 1.38 | 1.19 | 1.32 | 1.39 | 1.37 | 1.34 | 1.45 | 1.48 | 1.51 | 1.51 |
| 埼玉県 | 1.28 | 0.94 | 0.94 | 0.85 | 0.91 | 0.96 | 0.94 | 0.93 | 0.96 | 1.03 | 1.05 | 1.07 |
| 千葉県 | 1.29 | 0.90 | 0.86 | 0.83 | 0.84 | 0.87 | 0.85 | 0.84 | 0.90 | 0.95 | 1.00 | 0.99 |
| 東京都 | 2.05 | 1.27 | 1.22 | 1.18 | 1.17 | 1.17 | 1.22 | 1.23 | 1.34 | 1.44 | 1.44 | 1.53 |
| 神奈川県 | 1.15 | 0.80 | 0.80 | 0.75 | 0.76 | 0.79 | 0.79 | 0.78 | 0.82 | 0.88 | 0.90 | 0.91 |
| 全国 | 1.55 | 1.10 | 1.16 | 1.05 | 1.10 | 1.13 | 1.15 | 1.17 | 1.22 | 1.24 | 1.27 | 1.29 |

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 | 8.2 | -4.5 | 9.0 | -12.3 | 5.3 | 8.5 | 10.9 | 9.1 | 21.6 | 13.1 | 38.7 | -11.2 |
| 水戸市 | -3.5 | 3.7 | 3.8 | -6.9 | -0.8 | -15.0 | 38.9 | 15.5 | -15.5 | -10.1 | -17.8 | -5.4 |
| さいたま市 | 20.3 | -6.7 | -0.0 | -17.0 | 4.6 | 4.9 | -1.1 | 0.6 | 16.6 | 32.6 | 26.8 | 30.0 |
| 千葉市 | 5.8 | 1.7 | -1.0 | -6.4 | -1.7 | -10.5 | -5.1 | 13.3 | -8.9 | 12.6 | 36.1 | -27.3 |
| 東京都区部 | 5.6 | 4.8 | 1.6 | 11.1 | 2.6 | 16.5 | 3.3 | -17.0 | -14.2 | -20.0 | -8.8 | -18.5 |
| 横浜市 | 6.5 | 4.4 | -3.6 | -3.8 | -19.7 | -21.7 | 0.8 | 13.0 | 32.6 | 24.5 | 12.3 | -7.5 |
| 全国 | 4.6 | 0.1 | 2.6 | -3.6 | -2.1 | 5.9 | 3.4 | 2.3 | 3.0 | 0.7 | 1.2 | -2.1 |

(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9月19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。

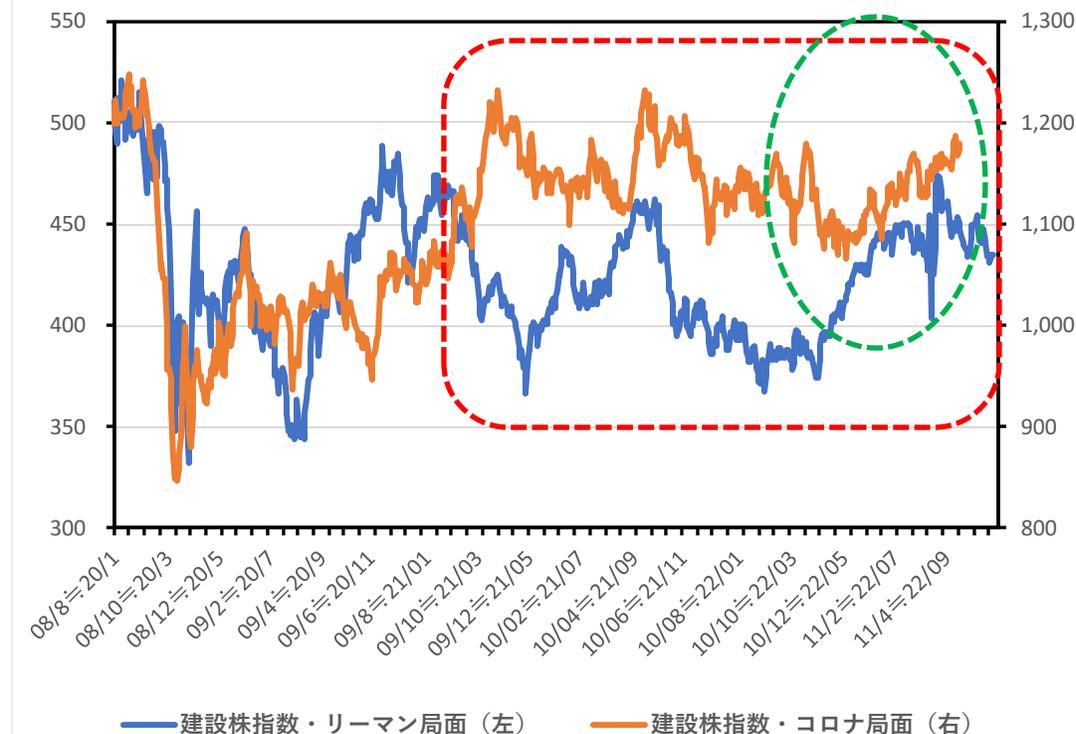
(注記2) 家計実収入は勤労者世帯の勤労収入がベースであり、財産収入、預貯金引出、クレジット購入借入金は含まれていない。

- (1) 有効求人倍率は全体として改善傾向にあるが、7月の首都圏では千葉県、神奈川県1倍割れと依然としてネガティブな状況
- (2) 7月の家計実収入は、全国平均では16カ月振りにマイナス。千葉市、東京都区部で大きく減ったのはボーナス減少の影響

Ⅲ-5. 株価指数の推移①：建設株指数、不動産株指数

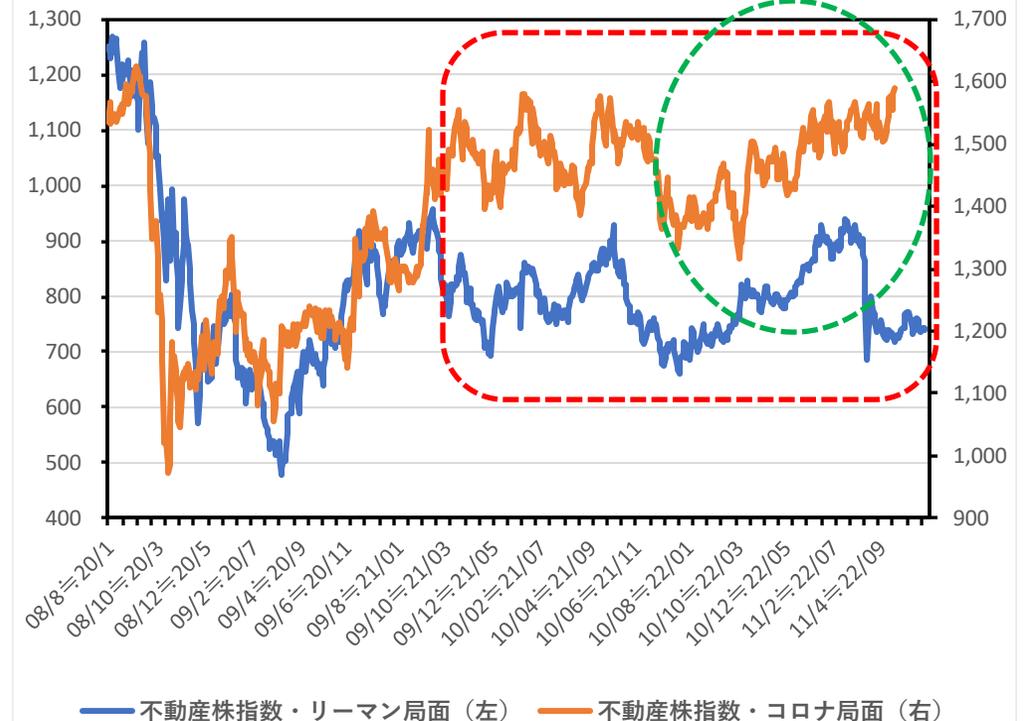
- 1) 建設株は、受注高の伸長と工事利益率悪化懸念の強弱要因により膠着観の強い展開となっている？
- 2) 不動産株は、円安、金利上昇、景気不透明感などの要因を消化しきれていない印象となっている？

(図表17) 建設株指数の日次推移



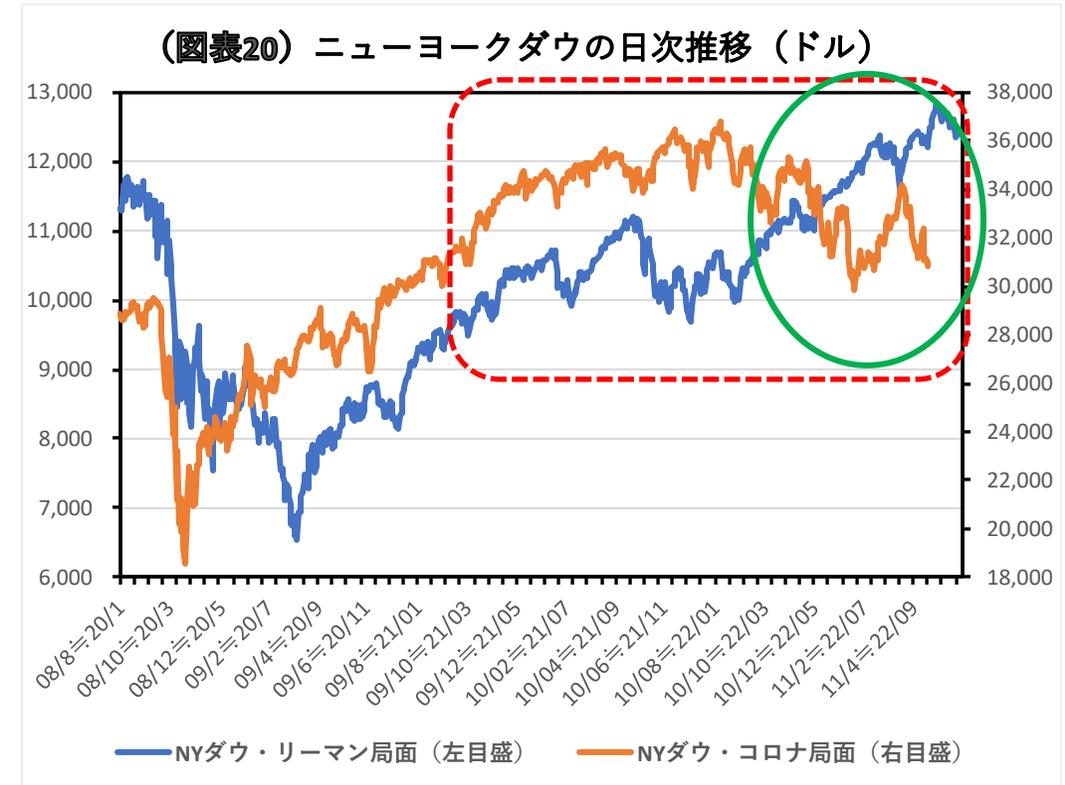
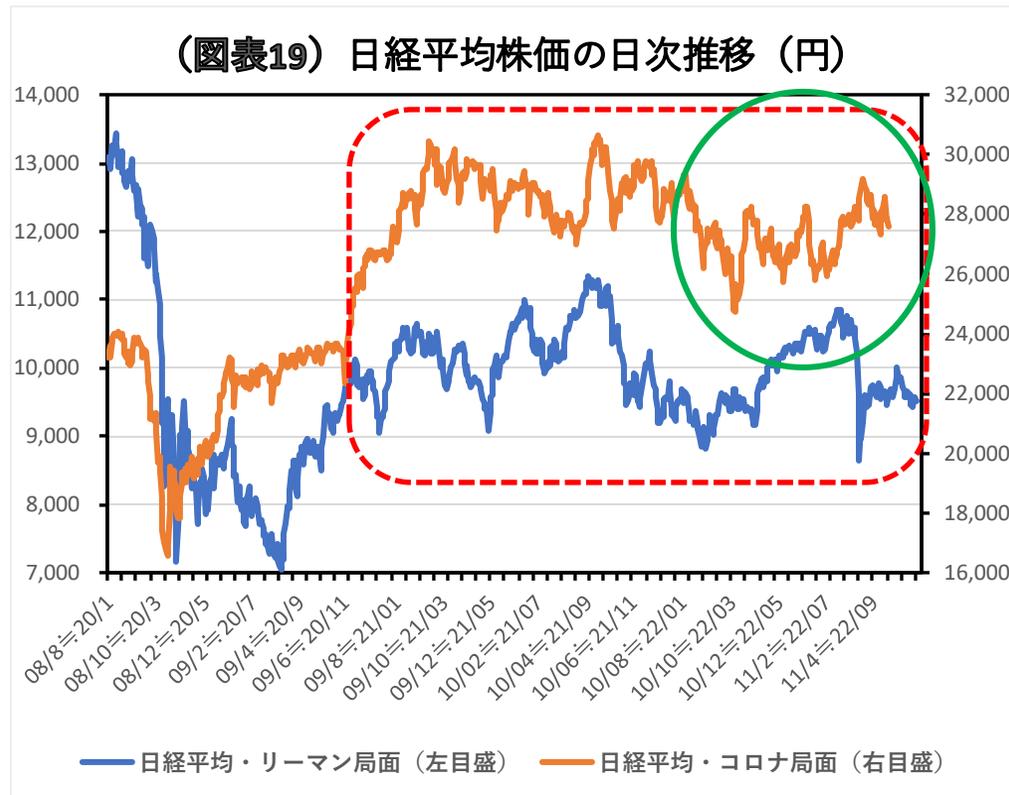
(出所) 取引所データより筆者作成。東証業種別指数。9月16日終値ベース。

(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、引き続き上値は重いものの、海外市場及び金融政策を睨んでの展開が続いている？
- 2) 米国株は、金利上昇リスクを織り込みつつあるものの、上値の重い展開が続くと予想される？



(出所) 取引所データより筆者作成。9月16日終値ベース。

Ⅲ-7. 専門用語の解説コーナー



- **DXとは「Digital Transformation（デジタルトランスフォーメーション）」の略語・3ページ参照**

DXとは、日本語では「デジタル革新」や「デジタル変換」という意味の言葉となります。Transformationは「変容」という意味なので、DXを直訳するとデジタルによる変容となります。したがって、デジタル技術を用いることで、生活やビジネスが変容していることをDXといいます。DXとは、ITツールやデジタルテクノロジーなどを活用して、まったく新しいビジネスやサービスを創出し、新たな顧客価値を提供するとともに会社の成長を促す活動といえるでしょう。

- **空き家の定義とは（国で定められている定義。2015年には「空き家対策特別措置法」が施行）・6ページ参照**

空き家の定義とは、1年以上誰も住んでいない住宅或いは1年以上使用されていない住宅とされています。例えば、1年以上誰も住んでいない家であっても、定期的に人が作業するために出入りしていたり、倉庫として使っていたりすれば空き家に該当しません。一方、外観や内装がきれいでよい状態でも、1年以上放置されていれば空き家と定義されます。ちなみに、マンションやアパートでいくつか空室が発生している状態は、空き家ではありません。すべての部屋が空室で1年以上放置されていれば、空き家として定義されます。

- **全国総合開発計画（ぜんこくそうごうかいはつけいかく）・20ページ参照**

全国総合開発計画は、日本国土の利用、開発及び保全に関する総合的かつ基本的な計画であり、住宅、都市、道路その他の交通基盤の社会資本の整備のあり方などを長期的に方向付けるものです。国土総合開発法に基づき、内閣総理大臣が関係行政機関の長の意見を聞いて、国土審議会の調査審議を経て、策定されました。1962年から1998年までに、5次にわたる計画が策定されてきましたが、全国総合開発の歴史は国の地域政策の変遷の歴史でもありました。

- 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

コロナ感染者数が減少傾向に向かっており、これからは経済とコロナを両立させる時代となってきました。我が国の最大の課題は経済回復であり、そのトリガー（引き金）となるのがDX化であるとみられています。日常のあらゆる分野でデジタル化が進むことによって、便利で、安全で住みやすい社会が形成されることを期待したいと思います。

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9月号》

2022年9月20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