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：2023年1月号》

2023年はポストコロナ時代の幕開け

（公社）全日本不動産協会 東京都本部

城東第二支部 教育研修委員会発行

INDEX

03 ～ 13　今年年のテーマ（2023年に抑えておくべきテーマ）
（1）2023年の物価は上昇基調が続くのか、下落に転じるのか？（図表1）
（2）人手不足問題は益々深刻化、いよいよ人生100年勤労時代へ！（図表2）
（3）首都圏における沿線別鉄道会社の業績及び利用客数の推移と展望！（図表3）
（4）主な小売業、外食企業の売上高及び営業利益の推移と展望！（図表4）
（5）日銀の政策転換に伴う建設・不動産市場への影響をどう読むか？（図表5）
14 ～ 15　Column
土地活用の仕方（空き家問題、空き店舗問題）を考える？（図表6）
16 ～ 23　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7～12）
24　早耳、地獄耳、馬耳東風
街が変わるとお金の使い方はどう変わっていくのか？
25 ～ 27　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13～15）
28 ～ 29　Coffee Time
外国人観光客はどこまで戻るのか、期待と不安が交錯！（図表16）
30　暮らしの流れ
31 ～ 35　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17～19）
36 ～ 37　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20～23）
38　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。

今年のテーマ(1)：物価動向の見方

【我が国にとって2023年の最大のテーマは物価動向！物価上昇は続くのか、下落に転じるのか？】

2023年の最大のテーマは物価動向であるといっても過言ではありません。我が国は、1990年頃までは順調に経済成長を続けてきましたが、バブル崩壊によってデフレ経済に突入すると経済成長率は大きく鈍化し、賃金も物価も株価も上がらない時代となってしまいました。このことは「失われた30年」と言われていますが、このままでは「失われた40年」になってしまうかもしれないといった悲観的な見方もあります。**適度な経済成長、物価上昇、賃金上昇によって人々の生活が豊かになり、いろいろな社会問題を解決するというのが本来あるべき国の姿だと思います。**

こうしたなかで、2021年半ばから企業物価（企業間取引に関わる物価の動き）が上昇基調となり、消費者物価も2022年に入って伸び率を高めてきました。この背景は、コロナ禍に伴って世界的に物流網が滞ったことに起因しています。すなわち、国内外で人流を抑制したことによって物流に時間が掛かり、コストが上昇したことがさまざまな分野の物価に跳ね返ったということです。さらに、2022年2月以降はロシアのウクライナ侵攻によって農作物価格やエネルギー価格が高騰したことも物価上昇に拍車を掛けることになりました（図表1-1参照）。**米国では足元の物価上昇率は若干鈍化していますが、コロナ禍前に比べると物価上昇圧力が高まっているとの見方が大勢となっています。この点は我が国も同様であり、2023年はインフレとの闘い元年になるとみられています。**

企業物価の代表例は、建設物価指数です。マンション、オフィス、工場、戸建て住宅といった代表的な建築指数の動きをみると、2021年半ばから上昇率を高め、2022年に入ると一段と伸び率を高めています。用途による違いはありますが、概ね年率で10%前後の伸びを示しています。特に、**戸建て住宅の場合、キッチン、バス、トイレ、給湯器といった設備機器を海外生産している場合が多く、半導体など部品の調達難、現地作業員の人手不足といった要因によって納期が大きく遅れるといった事態が続いているようです（図表1-2参照）。さらに、2024年4月からは、建設業界に対する残業規制が導入されることから建設コストは一段と上昇すると見込まれています。**

（図表1-1）我が国における消費者物価指数及び企業物価指数・前年同月比伸び率の推移

	消費者物価指数の動き						国内企業による物価指数の動き		
	全国総合	食料品	生鮮食品	水道・光熱	住居費	交通・通信	国内物価	輸出物価	輸入物価
2019年　6月	0.7	1.4	2.8	2.2	0.1	-1.3	-0.2	-4.3	-5.8
12月	0.8	1.9	2.4	-0.1	0.8	0.8	0.9	-4.4	-6.6
2020年　6月	0.1	1.5	3.2	-2.0	0.7	-0.5	-1.6	-4.2	-15.8
12月	-1.2	-0.8	-4.6	-6.5	0.5	-6.9	-2.1	-1.4	-9.8
2021年　6月	-0.5	0.0	0.7	1.0	0.6	4.3	5.2	**11.3**	**28.6**
9月	0.2	0.9	2.2	4.4	0.7	7.4	6.5	**11.2**	**32.2**
12月	0.8	2.1	8.0	**11.2**	0.7	-7.5	8.6	**12.7**	**40.2**
2022年　3月	1.2	3.4	**11.6**	**16.4**	0.3	-7.0	9.4	**12.6**	**32.6**
6月	2.4	3.7	6.5	**14.0**	0.6	-0.7	9.6	**19.2**	**48.3**
9月	3.0	4.2	1.9	**14.9**	0.6	0.6	10.3	**20.1**	**48.5**
10月	3.7	6.2	8.1	**14.6**	1.1	2.0	9.6	**18.7**	**42.3**
11月	3.8	6.9	7.3	**14.1**	1.2	1.6	9.7	**15.0**	**28.0**
12月	4.0	7.0	4.9	**15.2**	1.2	2.1	10.2	**12.1**	**22.8**

（出所）日本銀行調査統計局、総務省資料等を基に筆者作成。単位：%、前年同月比。輸出・輸入物価指数は円ベースによる。

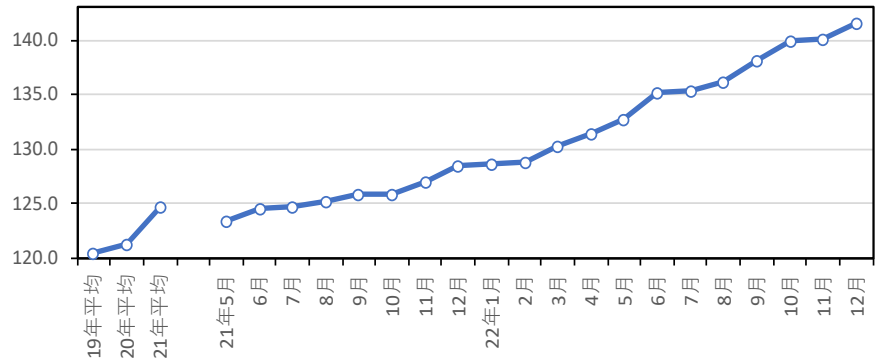
（注記）消費者物価指数、企業物価指数ともにブルーは前年同月比2桁増、イエローは前年同月比マイナスを示している。

※建設物価調査会のホームページから、不動産開発、建設工事にとって大切な工事種類別、建築資材別にみた建築費の動向を把握することができる。

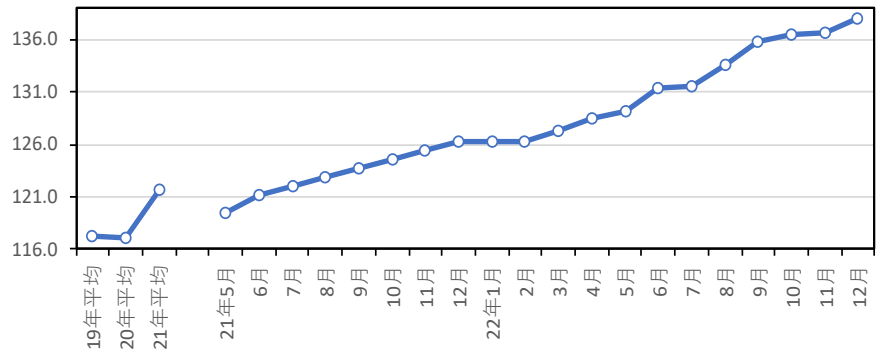
イ）用途別建設資材物価指数をみると、2021年半ばから、建設資材価格、エネルギー・燃料費、人手不足に伴う労務費上昇を背景に上昇局面に転換

ロ）1年間（21年12月～22年12月）の上昇率：マンション+10.2%、オフィス+9.3%、工場+9.0%、一般住宅+8.4%（ピークは+14.6%）

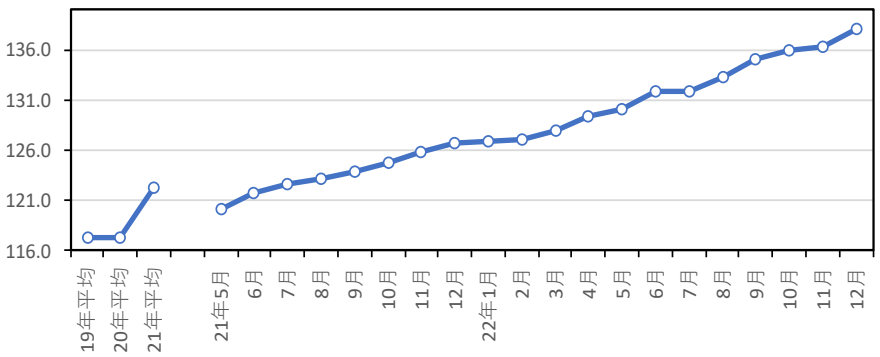
（図表1-2）マンション（RC造）・建築費指数



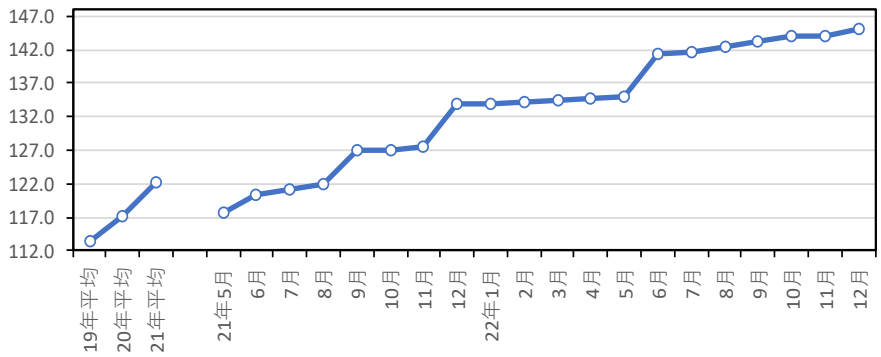
（図表1-3）オフィス（S造）・建築費指数



（図表1-4）工場（S造）・建築費指数



（図表1-5）一般住宅（W造）・建築費指数



（出所）建設物価調査会資料等より筆者作成。2011年（平成23年）＝100として指数化したもの。

今年のテーマ(2)：人手不足問題

【人手不足問題は益々深刻化する！いよいよ人生100年勤労時代へ】

2023年の構造的問題は人手不足問題です。コロナ禍前において、人手不足問題は我が国の構造的問題としてクローズアップされてきました。その対処方法として、女性の社会進出、高齢者の雇用延長、外国人材の活用、職場でのロボット化、DXの推進等に取り組んできました。何れも一定の成果を収めてきましたが、決定打とはなっていないのが実情です。**コロナ禍で社会経済活動が停滞した2020年以降も、人手不足は解消されませんでした。むしろ一段と人手不足が深刻化したケースもあったほどです。**

主要都道府県における有効求人倍率の動きを見てみましょう。有効求人倍率とは、有効求職者数に対する有効求人数の割合で、雇用動向を示す重要指標のひとつです。有効求人数を有効求職者数で割って算出し、倍率が1を上回れば求職者の数よりも人を探している企業数が多く、下回れば求職者の数の方が多いことを示します。リーマンショック時には、有効求人倍率は0.42倍まで低下しました。一つの仕事を2.5人で奪い合っている状況です。今回のコロナショックでは有効求人倍率が1倍を割ることはなく、2022年に入ると持ち直しています。**地域別でみると、福井県、島根県といった地方での有効求人倍率が高くなっています。これは、地方では働き手が減っているため、必要人数に対して人が集まらないといった状況が常態化しているためとみられます。**

一方、主要産業における新規求人数をみると、全体的に高い伸び率を示していますが、特に、卸売業、小売業、宿泊業、飲食サービス業の伸び率が高くなっています。こうした業界では、マンパワーに頼らざるを得ない仕事が多く、且つ離職率が高いことから慢性的に人手不足が続いています。世の中では定年延長や嘱託契約によって高齢者の働く機会が増えてきました。現状の年金水準は満足のいくものではありませんので、引き続き後継者の就業マインドは高まっていくものと思われます。**既に人生100年時代が到来していますが、これからは100年勤労時代に備えなければならないのかもしれません（図表2参照）。**

（図表2）有効求人倍率と主要産業における新規求人数の前年比

【主要都道府県における有効求人倍率（受理地別）の推移：単位・倍】

	全国平均	北海道	千葉県	東京都	神奈川県	山梨県	福井県	沖縄県
2019年6月	**1.61**	1.23	1.33	**2.11**	1.19	1.44	**2.02**	1.19
2019年12月	**1.57**	1.26	1.30	**2.08**	1.18	1.36	**2.02**	1.19
2020年6月	1.11	**0.96**	**0.93**	1.35	**0.85**	**0.97**	**1.53**	**0.68**
2020年12月	1.05	1.00	**0.83**	1.18	**0.75**	1.00	1.47	**0.68**
2021年6月	1.13	1.03	**0.88**	1.15	**0.78**	1.26	**1.79**	**0.80**
2021年9月	1.16	1.01	**0.85**	1.20	**0.83**	1.25	**1.85**	**0.73**
2021年12月	1.17	1.01	**0.84**	1.23	**0.78**	1.28	**1.79**	**0.76**
2022年3月	1.22	1.08	**0.90**	1.34	**0.82**	1.33	**1.89**	**0.78**
2022年6月	1.27	1.12	1.00	1.44	**0.90**	1.44	**1.89**	**0.90**
2022年9月	1.34	1.18	**0.99**	**1.67**	**0.92**	1.50	**1.97**	**0.98**
2022年10月	1.35	1.16	1.02	**1.65**	**0.91**	1.45	**1.90**	**0.99**
2022年11月	1.35	1.17	1.01	**1.69**	**0.91**	1.43	**1.91**	**0.99**

【主要産業における新規求人数の前年比：単位・%】

	21年12月	22年6月	22年11月
建設業	7.1	2.1	1.8
製造業	**34.6**	**16.9**	5.8
情報通信業	**20.4**	**13.5**	5.3
運輸業、郵便業	**16.2**	**11.9**	8.1
卸売業、小売業	**10.6**	**12.3**	**13.0**
学術研究、技術サービス	**12.3**	7.3	**10.6**
宿泊業、飲食サービス	**12.7**	**30.9**	**21.2**
生活関連サービス	3.3	**16.7**	6.3
教育、学習支援	6.6	3.9	-9.4
医療、福祉	8.4	9.4	4.8
サービス業	**15.1**	**13.2**	**13.2**
全産業合計	**12.2**	**12.0**	8.7

（出所）厚生労働省・一般職業紹介状況などを基に筆者作成。有効求人倍率のブルーは1.5倍超、イエローは1倍割れ、新規求人数のブルーは前年比2桁増を示している。

今年のテーマ(3)：足元の決算動向

【首都圏における沿線別鉄道会社の業績及び利用客数の推移と展望！】

コロナ禍において最も大きなダメージを受けたのは、鉄道、航空、バス、タクシーといった旅客運送業界といえるのではないでしょうか。コロナ禍では、政府による外出自粛要請が出されたため、人々の行動範囲は狭まり、街は閑古鳥が鳴いていました。2022年秋になると、ようやくコロナ禍も落ち着きを取り戻しつつあり、2023年はアフターコロナに向けて新たな社会・経済体制を模索する年になるとみられています。

ここでは、首都圏における民鉄各社の輸送量と鉄道運輸収入の動きを見ていきましょう。何れも各社別に定期利用と定期外利用とに分けて整理しました。**2022年度上期（2022年4～9月）決算での旅客輸送量は各社ともに回復しましたが、定期利用客よりも定期外利用客の回復率（コロナ禍前の2019年度との比較）が高くなっています。前年比伸び率でも同様な傾向がみられます。定期利用客の回復率が弱いのは、コロナ禍によってテレワークやオンラインが浸透したため、定期を購入する利用客が減ったためとみられています**。会社別にみると、東急電鉄、小田急電鉄の定期外利用客の回復率が高くなっています。東急電鉄の場合、近距離路線が多く、仕事、買い物、食事目的での利用が増えたためと思われます。また、小田急電鉄の場合、箱根、江の島、丹沢公園などの観光地を抱えていることから、定期外利用者が増えたものと思われます（図表3参照）。

一方、鉄道運輸収入をみると、各社ともに定期収入の回復力が弱い状況となっています。出社率の低下を背景に、恐らく、2023年以降も同様な状況が続くと予想されます。すなわち、定期利用客及び定期収入はコロナ禍の8割程度の水準までしか改善しないというシナリオです。定期外収入については、今春以降、値上げを打ち出している鉄道会社も多いためもう一段の改善が見込まれます。鉄道事業は固定費比率が高いビジネスであり、一定程度の売上高が見込めなければ、費用を削減しなければなりません。**残念ながら、今後、鉄道事業を維持していくために、運行本数の減少、駅員の減少、設備投資の抑制といった方向に進まざるを得ない状況が生まれつつあります。**

（図表3）首都圏における民鉄各社の旅客輸送量と鉄道運輸収入の推移

企 業 名	利用形態	上期ベースの旅客輸送量（単位：万人、%）						上期ベースの鉄道運輸収入（単位：百万円、%）					
		19年度	20年度	21年度	22年度	前年比	19年度比	19年度	20年度	21年度	22年度	前年比	19年度比
小田急電鉄	定期	25,314	16,824	17,724	19,741	11.4	**78.0**	25,265	17,253	18,096	19,264	6.5	**76.2**
	定期外	15,073	8,381	10,828	12,970	19.8	**86.0**	36,412	18,655	24,486	30,342	23.9	83.3
京王電鉄	定期	21,269	13,462	14,558	15,678	7.7	**73.7**	18,655	12,666	12,683	13,260	4.5	**71.1**
	定期外	13,923	7,817	10,026	11,881	18.5	**85.3**	23,404	12,719	16,480	19,718	19.6	84.3
東急電鉄	定期	37,788	23,963	25,583	27,425	7.2	**72.6**	33,653	22,591	22,329	23,537	5.4	**69.9**
	定期外	24,077	14,166	18,435	21,652	17.5	**89.9**	39,343	22,785	29,884	35,349	18.3	**89.8**
京成電鉄	定期	9,100	6,771	6,949	7,347	5.7	80.7	11,249	8,471	8,464	8,846	4.5	**78.6**
	定期外	6,223	3,399	4,193	5,083	21.2	81.7	22,860	8,485	10,992	15,249	38.7	**66.7**
京浜急行	定期	14,019	10,002	10,001	10,805	8.0	**77.1**	16,543	12,103	11,887	12,268	3.2	**74.2**
	定期外	11,051	6,018	7,500	9,173	22.3	83.0	26,074	12,307	15,713	19,840	26.3	**76.1**
東武鉄道	定期	31,900	23,300	24,794	26,154	5.5	82.0	34,925	26,089	27,011	28,139	4.2	80.6
	定期外	16,500	9,700	11,912	14,049	17.9	**85.1**	41,766	21,777	26,144	31,732	21.4	**76.0**
西武鉄道	定期	21,952	15,103	15,603	17,143	9.9	**78.1**	23,718	17,500	17,671	18,258	3.3	**77.0**
	定期外	12,799	7,443	9,280	10,918	17.7	**85.3**	28,502	15,826	19,969	23,935	19.9	84.0

（出所）各社ホームページ等により筆者作成。（注記）イエローは19年度比較で80割れ（20%減）、ブルーは同85超（15%減未満）の項目を示している。

今年のテーマ(4)：小売業の状況

【主な小売業、外食企業の売上高及び営業利益の推移と展望！】

コロナ禍で消費活動には大きな変化が起こりました。第一に、リアル店舗の売上高が減少しイーコマースの売上高が大きく増えたことです。イーコマース売上高については、データが整備されていないことから正確な数値をとらえるのは難しくなっていますが、2020年以降は前年比で10～20%の伸びを示したとみられています。毎日のように宅配事業者が忙しく走り回り、ゴミ置き場は段ボールの山となっていました。こうした状況は現在も続いており、「ウィンドウショッピング」ならぬ「ネットショッピング」が時代の趨勢となっています。

さて、主な小売業の売上高及び営業利益の推移を見てみましょう。コロナ禍で大きく落ち込んだ百貨店各社もコロナ禍前の90%近くにまで売上高が回復してきました。個別企業ではコロナ禍での出店増効果が寄与したワークマン、食品部門に特化したヤオコーの売上高が伸びています。営業利益はコロナ禍の最悪期を脱して各社ともに回復傾向にあり、コロナ禍前の利益水準を超えている企業も散見されています。**2022年度上期に減益決算或いは赤字決算を余儀なくされた企業に関しては、円安、原材料高、物流コスト上昇といった要因により原価が上がったことが影響しています。こうした状況については、下期も一段と顕著になっており、収益環境には逆風が吹いているといえそうです。小売業界にとっての最大のコストである物流コスト上昇は引き続き収益を圧迫すると思われます**（図表4参照）。

一方、外食産業では、テイクアウトを主体とするマクドナルド、すきや（ゼンショーホールディングス）が順調に売上を伸ばしているのに対して、すかいらーく、ロイヤルホストといったファミリーレストランの回復が遅れています。ファミリーレストランでは、客数が戻っているロイヤルホスト、客数の戻りが弱いすかいらーくの間で利益回復力に差が出ています。ロイヤルホストの場合、店内調理比率を高め、ワンランク上の「高価格帯路線」を展開していることが特徴となっています。**消費者は必ずしも価格優先ではなく、メニューの美味しさ、サービスの良さといった視点でお店を選んでいることが業績の差となって表れているのだと思います。**

（図表4）主な小売業、外食企業の売上高及び営業利益の推移

業　種	企業名	上期ベースの売上高（単位：億円、%）						上期ベースの営業利益（単位：億円、%）					
		19年度	20年度	21年度	22年度	前年比	19年度比	19年度	20年度	21年度	22年度	前年比	19年度比
百貨店	三越伊勢丹	5,773	3,357	3,990	4,957	24.2	85.9	139	-178	-78	89	黒字転換	**64.4**
	高島屋	6,766	4,799	5,373	6,322	17.7	93.4	203	-105	-11	229	黒字転換	112.8
スーパー	セブン＆アイ	49,755	42,768	61,495	88,238	43.5	**177.3**	3,191	2,856	3,029	3,949	30.4	123.8
	イオングループ	42,902	42,705	43,449	44,872	3.3	104.6	863	339	778	959	23.3	111.1
	ヤオコー	2,253	2,585	2,694	2,799	3.9	**124.2**	109	158	173	160	-7.4	**146.9**
	ライフコーポ	3,427	3,752	3,754	3,643	-3.0	106.3	56	169	153	89	-41.6	**160.2**
衣料専門	ユニクロ	22,905	20,088	21,330	23,011	7.9	100.5	2,576	1,493	2,490	2,973	19.4	115.4
	ワークマン	419	487	553	602	8.9	**143.7**	86	111	126	122	-3.5	**140.7**
	青山商事	1,019	611	671	768	14.4	**75.4**	-16	-139	-71	-19	赤字縮小	-
外食・弁当	すかいらーく	2,853	2,136	1,896	2,219	17.0	**77.8**	200	-211	74	-42	赤字転落	-
	ロイヤルホスト	1,054	612	588	744	26.4	**70.5**	36	-160	-72	4	黒字転換	**11.4**
	マクドナルド	2,097	2,135	2,366	2,599	9.9	**123.9**	215	254	285	271	-5.0	**126.0**
	すきや	3,199	2,880	3,170	3,757	18.5	117.5	134	-5	86	82	-5.6	**61.0**
	トリドール	800	635	766	920	20.0	114.9	58	-36	40	47	18.5	80.9

（出所）各社ホームページ等により筆者作成。（注記1）イエローは19年度比較で80割れ（20%減以下）、ブルーは同120超（20%増以上）の項目を示している。

（注記2）ユニクロは本決算（9～8月）、すかいらーく、マクドナルドは3Q累計（1～9月）決算、高島屋、セブン＆アイは3Q累計（3～11月）決算の数値。

（注記3）セブン＆アイの23年度上期の売上高が大きく増えたのは、ガソリン販売量の増加により海外コンビニエンスストア事業の売上高が大きく増えたため。

今月のテーマ(5)：日銀の政策変更

【日銀の政策転換に伴う建設・不動産市場への影響をどう読むか？】

我が国の金融政策を決定・実行する日本銀行では、これまで超低金利をベースとした金融緩和政策を維持してきました。これは、長年にわたるデフレ経済から脱却し、適度なインフレ環境によって日本経済を成長軌道に乗せるためです。我が国の構造的な問題として、①経済成長の停止によって国際的なプレゼンスが低下している、②経済成長率の鈍化によって国債発行残高が重荷になっている、③賃金水準の停滞によって生活が苦しくなっている、といった点が挙げられます。何れも経済成長率を高めることによって改善傾向が見えてくる問題です。**このため、日銀としては、経済成長を高めるための金融政策として超低金利、流動性供給を進めてきました。しかし、昨年来のインフレ進行により政策変更を迫られているというのが現状です**（図表5参照）。

日銀の政策変更の骨子は一定程度の金利上昇を容認するというものです。建設市場への影響としては、これまで低金利を基に続いていたオフィス、物流施設といった民間整備投資にブレーキが掛かる可能性があることが挙げられます。建設投資の場合、建設資金を借入金で賄うケースが多く、金利上昇は発注者にとって死活問題となります。一定程度の事業収支が見込めなければ、建設投資計画の縮小・延期といった事態もあり得るのです。さらに、建設物価上昇も痛手となっています。2023年度の建設投資案件はより厳選されたものになるのではないでしょうか。

一方、住宅・不動産市場についても悲観的な見方が出てきています。特に、個人資金で取得する住宅については一段と需要が冷え込むとみられています。現時点では変動金利については据え置くとみられていますが、今後変動金利水準が上がってくれば、住宅取得マインドは一段と低下するとみられています。また、**不動産市場では、物件の稼働率が高まるかどうかの見極めが大切であり、テナント企業の業績悪化を背景に空室率が上がったり、景気が悪くなってホテルの稼働率が下がったり、店舗の売上高が確保できないといった事態になると事業収支が悪化してしまいます。今後は、物件の規模、稼働タイミング、賃料設定等の巧拙が事業の成否を決することになると思われます。**

（図表5）日銀の金融政策転換に伴う建設・住宅・不動産業界への影響

	2022年までの金融政策と各業界への影響	2023年以降の金融政策と各業界への影響
日本銀行による金融政策		
（1）金融政策の基本観	デフレ脱却のために超低金利、流動性供給に注力	インフレ環境に対応して正常金利への道を探る
（2）長期金利の上限	0.25%程度（イールドカーブコントロール）	0.5%程度への修正（イールドカーブコントロール）
（3）長期国債の購入額	毎月7.3兆円程度	**毎月9兆円程度**
建設市場への影響		
（1）建設コストの状況	建設物価は2022年半ばから上昇傾向を強めている	**残業規制の影響もあって、労務コストが上昇傾向へ**
（2）金利による影響	**低金利環境下でオフィス、物流施設の建設が拡大**	**金利上昇により民間設備投資マインドに冷や水か？**
（3）牽引役の工事種類	大規模物流施設、データセンター、オフィス等	**工場、宿泊施設（ホテル）、医療施設、物流施設**
住宅市場への影響		
（1）金利による影響	低金利をテコに戸建て住宅、賃貸住宅ともに堅調	**住宅ローン金利引き上げで戸建て住宅の着工に暗雲**
（2）住宅価格の動向	**デフレ・低金利を背景に住宅価格は安定していた**	インフレ局面へ向かい住宅価格は10%程度の値上げへ
不動産市場への影響		
（1）金利による影響	低金利をテコに再開発、建て替え需要が旺盛	**金利上昇を背景にプロジェクトが延期・見直しの動きも**
（2）金利と地価の関係	低金利・金融緩和は地価上昇を誘発するとされる	**金利上昇によって地価上昇にブレーキが掛かる可能性も**
（3）不動産需要の見方	**低金利により大規模不動産プロジェクトが活発化**	**金利上昇の影響で景気が悪化し不動産需要が冷え込む**

（出所）国土交通省、日本銀行資料等を基に筆者作成。

Column：土地活用の仕方を考える

【土地活用の仕方（空き家問題、空き店舗問題）を考える？】

不動産市場における構造的問題として「空き家問題」「空き店舗問題」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、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、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（図表6参照）。

我が国の空き家を大別すると、賃貸用のための空き家が約50%、売却住宅と二次的住宅を合わせて10%程度、その他の住宅40%程度とみられています。**このうち問題となっているのは、長期不在若しくは取り壊す予定のその他の住宅であり、これが年々増加しているのです。我が国の法制度では、200㎡以下の土地に家が建っていると、課税標準額が6分の1になります。このため人が住んでいなくても空き家を取り壊そうというインセンティブが働かないと言われているのです。**空き家の活用方法としては、都心部であれば、賃貸マンション等への建て替えが有力ですが、地方では賃貸マンションを建てても入居者を集めるのが難しいのが現状です。そこでシェアハウスや民泊として活用しようということになりますが、これまた維持・管理が大変であり、所有者は二の足を踏んでしまいます。

もう一つの問題として空き店舗問題があります。空き店舗問題とは、シャッター通りのように商店街の店が次々を閉店してしまう問題のことをいいます。閉店理由としては、売上高の不振、従業員が集まらない、経営者の高齢化といった点が挙げられます。商店に対する消費者のニーズは、必要なお店があること（お客様の需要に合った店づくり）、キャッシュレス決済ができること、魅力的なイベントの開催といったことになると思われます。商店街の賑わいは更なる賑わいを誘発することに繋がります。**今後、商店街で取り組むべきことは、キャッシュレス化の浸透、テナントミックスの改善、魅力的なイベント開催によって利用者を呼び込むことだと思います。**

（図表6）土地活用の方法に関する考察

	2022年までの状況（実績に基づくコメント）	2023年以降の見方（個人的な見解）
空き家の状況（戸建て、賃貸住宅の状況については追って調査する）		
（1）空き家の状況	**2018年時点で853万戸の空き家があると推定**	**2023年には1,000万戸程度にまで増加すると予想**
（2）空き家の解決方法	①売却する、②賃貸する、③管理するの3つ	所有者責任を考慮すると売却に動くケースが増加か？
（3）空き家の活用方法	①シェアハウス、②民泊、③解体して駐車場、④解体してマンションなどの建設	都心部であれば解体して賃貸マンションを建設する 地方であれば民泊も選択肢のひとつ
空き店舗の状況（2021年中小企業庁調べ）		
（1）商店街の状況	モール街の増加により店舗数は増加している	モール街の出店一巡により店舗数は減少傾向へ向かう
（2）業種別店舗数	飲食28.0%、衣料品15.2%、サービス13.7%	医療・福祉・公共施設、日用品小売業の需要が高まる
（3）平均空き家店舗率	平均空き店舗率は2015年以降13%程度で推移	**今後は後継者難を背景に空き店舗率は増加すると予想**
（4）商店街の問題点	**後継者難、店舗の老朽化、集客力の低さ**	**商圏人口の減少、住民の高齢化に伴う外出機会の減少**
（5）テナントミックス	取り組んでいない79%、取り組んでいる5%	テナントミックスの改善で来街者増加に繋がるか？
（6）キャッシュレス	**50%以上の店舗で導入している商店街が22%**	今後、キャッシュレス導入店舗が一段と増えると予想

（出所）国土交通省、総務省、中小企業庁資料等を基に筆者作成。

Ⅰ．空き家のうち全体の50%弱は賃貸用のため空き家状態となっていると言われています（入居者が入っていない賃貸住宅）。

Ⅱ．売却住宅（売却目的で空き家の状態の住宅）、二次的住宅（一時的な避暑や避寒目的）の空き家は全体の10%とされています。

Ⅲ．その他（長期不在状態若しくは取り壊す予定）の住宅が全体の40%とされており、近年はこの形態の空き家が増えています。

Ⅰ.ここがポイント（1）

定点観測 ⇒ 建設受注、住宅着工は減速感が台頭しつつある

A) 建設受注は、**民間建築部門の不調で8カ月振りに減少**（図表7コメント）

B) 持家は12カ月連続マイナス、貸家は21カ月連続プラス（図表7コメント）

C) 11月の東京都の人口は4カ月振りに転出超過！（図表9コメント）

D) 小売売上高は、**コロナ禍前の水準にまで回復の動きも**（図表10コメント）

E) 旅客輸送量、ホテル稼働率は引き続き回復傾向にあり、ホテルはコロナ発生時以降の稼働率のピークを更新している（図表12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）では、建設受注動向の一部に減速感が台頭**
  - **11月の建設工事受注は、建設物価上昇の影響を受けて8カ月連続振りにマイナスとなった**
  - **持ち家着工は12カ月連続マイナスであり、全国的に着工水準が落ち込んでいる状況にある！**
  - **貸家着工は21カ月連続プラスとなったが、首都圏低調、中部圏、近畿圏好調といった構図**

- **住宅市場では持ち家着工、マンション供給にブレーキ。貸家着工は依然として好調が続いている**
  - **持ち家着工は、建設物価高に伴う戸建て住宅価格上昇、金利引き上げ懸念により失速が続く**
  - **中古マンション市場では成約価格上昇に伴って購買力が低下し、成約件数が減少しつつある**
  - **貸家着工は、戸建て住宅、マンション価格上昇に伴う賃貸住宅選好の高まりが追い風に**

- **コロナ感染者数は減少傾向に向かっているが、幅広い業種で人手不足と賃金上昇問題が一段と進展！**
  - **勤労者世帯主収入は8カ月連続で減少したが、配偶者収入の増加でカバーしている**
  - **11月の家計支出は6カ月振りにマイナス。食料、教育費、被服・履物、家事用品等が減少**
  - **東京都は4カ月振りに転出超過となったが、前年に比べると転出超過人数は減少している**

Ⅰ-2.経済活動における建設・住宅産業の動向

（図表7）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					現状に関するコメント（現状認識及び特徴点）
	22年7月	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	
1．建設受注動向及び建築着工床面積・工事原価の状況（前年比、%）						
大手50社建設工事受注高	2.8	17.9	**36.6**	**7.9**	**-9.7**	11月は**8カ月振りのマイナス。**国内民間、国内官公庁、海外何れも前年比で減少
（建築工事受注高）	4.0	22.7	**16.6**	**8.7**	**-0.7**	11月は製造業の受注高が前年比**13.8%減**、非製造業は**6.5%減**と何れも低調
（土木工事受注高）	0.3	5.8	**99.0**	**5.9**	**-25.5**	11月は国の機関からの受注が**6.1%増**、地方自治体は**31.1%減**と対照的な動き
建設物価指数・オフィス	7.6	8.7	**9.6**	**9.4**	**8.8**	11月のオフィス・工事原価上昇率はやや鈍化。**前月比では0.2%増と伸び率低下**
建設物価指数・工場	7.5	7.9	**8.7**	**8.8**	**8.1**	11月の工場・工事原価は伸び率がやや鈍化したが高水準。**前月比では0.3%増**
建設物価指数・マンション	8.2	8.5	**9.5**	**10.8**	**10.0**	11月のマンション・工事原価は**２カ月連続2桁増。前月比では0.2%増とやや鈍化**
建設物価指数・住宅	15.5	15.3	**11.8**	**12.2**	**11.8**	11月の住宅・工事原価は12カ月連続２桁増。**前月比では0.0%増と横ばいに**
2．用途別住宅着工戸数・新築マンション供給戸数の状況（前年比、%）						
持ち家着工戸数	-14.0	-11.1	**-13.3**	**-18.7**	**-15.1**	住宅価格上昇の影響で**12カ月連続減少、６カ月連続2桁マイナスと低調に推移**
貸家着工戸数	1.6	8.9	**8.4**	**7.3**	**11.4**	21カ月連続でプラス。**首都圏1.5%減、中部圏19.8%増、近畿圏24.4%増**
マンション着工戸数	-11.7	34.6	**15.7**	**10.2**	**10.2**	11月は**２カ月振りにマイナス**。三大都市圏は**24.3%増**、その他地域は**47.3%減**
戸建て分譲着工戸数	1.8	4.7	**6.9**	**1.4**	**-1.1**	近畿圏、地方圏の減少が響いて**19カ月振りにマイナス。首都圏は依然として好調**
首都圏マンション供給戸数	16.2	-40.1	**-11.9**	**34.7**	**-47.4**	11月は**2,866戸と半減、初月契約率69.4%、平均価格は３カ月振りにダウン**
近畿圏マンション供給戸数	-29.5	0.9	**10.1**	**45.5**	**-14.4**	11月は**1,796戸と4カ月振りに減少**、**初月契約率は74.3%、㎡単価は低下**

（出所）国土交通省、建設物価調査会、不動産経済研究所データ等より作成。2023年1月20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8）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					現状に関するコメント（現状認識及び特徴点）
	22年7月	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	
1．消費活動（既存店ベース、前年比、%）						
百貨店売上高	9.4	25.4	**19.9**	**11.2**	**4.3**	19年11月比では**2.6%減**。婦人及び子供服が回復するものの、紳士服は低調
スーパー売上高	0.5	-1.4	**-0.5**	**1.6**	**1.6**	19年11月比では**2.3%増**。衣料品は低調だが、飲食料品の売上高が回復へ
コンビニ売上高	3.4	5.2	**2.3**	**6.5**	**7.9**	19年11月比では**4.3%増**。値上げ効果により日配、加工食品の売上高が伸長
家電量販店売上高	-3.3	-1.7	**6.4**	**0.1**	**0.3**	19年11月比では**12.4%増**。パソコン、スマホなどの情報家電・通信家電が好調
ドラッグストア売上高	6.8	5.3	**5.6**	**6.1**	**7.9**	19年11月比では**16.7%増**。季節の変わり目で調剤医薬品の売上高が伸長
ホームセンター売上高	-2.2	-1.1	**-3.2**	**1.7**	**-1.3**	19年11月比で**1.6%増**。園芸・エクステリア、ペット用品を除くと全般的に低調
通信販売売上高	-0.7	3.0	**-2.3**	**3.9**	**-0.8**	19年11月比では**11.9%増**。食料品、衣料品等は増加、化粧品、雑貨が減少
2．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	1.29	1.32	**1.34**	**1.35**	**1.35**	求人数は**前年比10.0%増**。飲食・サービス・宿泊業が**同21.2%増と増加傾向**
完全失業率・%	2.6	2.5	**2.6**	**2.6**	**2.5**	**失業者数は17カ月連続減少**。非正規従業員数は10カ月連続で増加している
勤労者世帯主収入	-6.8	-3.4	**-2.2**	**-2.3**	**-2.2**	**世帯主収入は8カ月連続で減少したが**、**配偶者の収入は10カ月連続で増加**
パート・アルバイト時給	1.2	2.3	**3.1**	**3.0**	**3.4**	11月は前年比で**19カ月連続上昇**。最低賃金引上げの影響でフード系が上昇
派遣社員の時給	1.5	3.4	**1.4**	**1.6**	**1.8**	11月は前年比で**8カ月連続増加**。クリエイティブ系はじめ全職種で前年比プラスに
家計消費支出	3.4	5.1	**2.3**	**1.2**	**-1.2**	11月は**6カ月振りのマイナス。食料、教育費、被服・履物、家事用品等が減少**

（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、リクルートデータ等により作成。2023年1月20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9） 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					現状に関するコメント（現状認識及び特徴点）
	22年7月	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	
1．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	2.7	**-1.6**	**-2.6**	**-1.3**	11月は**3カ月連続でマイナス**。12月以降は一進一退の動きになるとの予測
機械受注（民需合計）	6.2	-5.0	**-9.0**	**-0.2**	**-0.7**	11月は**4カ月連続マイナス**。化学工業、鉄鋼、電力、運輸・郵便等が**増加**
機械受注（除く船舶・電力）	5.3	-5.8	**-4.6**	**5.4**	**-8.3**	11月は**2カ月振りにマイナス**。製造業**9.3%減**、非製造業**3.0%減**と低調
国内新車販売台数	-13.4	-13.3	**17.8**	**19.7**	**1.0**	11月は**3カ月連続増加**。三菱67.0%増、スズキ22.6%増、ホンダ6.5%増
貿易統計・輸出額（金額）	19.0	22.0	**28.9**	**25.3**	**20.0**	11月は米国向け**32.6%増**、アセアン向け**17.0%増**、中国向け**3.5%増**
貿易統計・輸入額（金額）	47.2	49.9	**45.9**	**53.5**	**30.3**	11月はエネルギー、食料品等の伸び率がやや鈍化。**13カ月連続で貿易赤字**
消費者物価指数（20年基準）	2.6	3.0	**3.0**	**3.7**	**3.8**	**12月速報は4.0%増と41年振りの上げ幅となった。16カ月連続で上昇**
2．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	7.4	17.6	**12.5**	**10.0**	**-1.7**	**4カ月振りのマイナス**であり、19年11月比**3.0%減**、20年11月比**4.1%増**
東京都からの人口流出者	-1.6	3.2	**-4.0**	**-3.0**	**-8.7**	**3カ月連続マイナス**であり、19年11月比**11.4%増**、20年11月比**6.6%減**
東京都の人口流入超過人数	-506	370	**758**	**222**	**-1,196**	11月は4カ月振りの転出超過だったが、前年に比べると転出超過人数は減少
不動産登記件数	-3.8	2.4	**-0.7**	**-8.5**	**-2.8**	11月は前年比では**3カ月連続マイナス**。19年11月比では**9.5%減と低調**
プライム市場株式売買代金	16.9	16.7	**-16.0**	**-2.8**	**9.1**	売買代金は**3カ月振りにプラス**。19年比**14.6%増**、20年比**39.2%増**
日経平均株価（月末値）	27,802	28,092	**25,937**	**27,587**	**27,969**	米国金利上昇スピード鈍化観測を受けて11月以降は戻り局面となっている？

（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。2023年1月20日までに発表のもの。

※2022年12月1日現在の東京都の人口は1,404万2,127人（前月比2,411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31,916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10）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）
	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	22年12月	
1．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	46.5	30.2	**25.1**	**15.2**	**14.6**	19年12月対比では**13.1%増。三越銀座店、伊勢丹新宿店が牽引役**
松屋本店（銀座、浅草）	42.7	37.6	**36.4**	**25.5**	**29.9**	19年12月比では**14.0%増**。化粧品、宝飾品、ブランド品が大幅に伸長
そごう・西武	18.4	13.8	**10.9**	**0.4**	**0.5**	19年12月比では**3.8%減**。富裕層の高級商材消費拡大を享受できていない
高島屋	23.4	20.1	**14.1**	**5.8**	**4.6**	19年12月比では**3.7%増**。免税売上高は19年同月比で△9.8%まで回復
イオンリテール	1.3	3.0	**1.8**	**1.1**	**4.6**	19年12月比では売上高**3.6%増**。旅行需要の回復でトラベルグッズが好調
イトーヨーカ堂（SC計）	-3.4	0.1	**0.1**	**-1.3**	**0.8**	19年12月比では売上高**0.6%増**、客数**7.2%減**、客単価**8.3%増**と低調
ヤオコー（食品スーパー）	-1.3	-1.0	**3.8**	**5.8**	**6.3**	19年12月比では売上高**13.5%増**、客数**6.1%減**、客単価**20.8%増**
2．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	4.7	0.4	**8.0**	**6.2**	**4.7**	19年12月比では売上高**3.6%増**、客数**10.5%減**、客単価**15.9%増**
ファミリーマート	4.9	2.1	**5.1**	**7.1**	**4.2**	19年12月比では売上高**3.0%増**、客数**8.7%減**、客単価**12.8%増**
ローソン	5.0	1.0	**5.7**	**5.0**	**3.9**	19年12月比では売上高**0.1%減**、客数**13.3%減**、客単価**15.4%増**
ユニクロ（カジュアル）	14.9	11.0	**12.8**	**-3.8**	**16.9**	19年12月比では売上高**10.4%増**、客数**3.2%減**、客単価**13.9%増**
ワークマン（カジュアル）	-4.0	-1.2	**3.3**	**-8.8**	**8.1**	19年12月比では売上高**12.9%増**、客数**11.9%増**、客単価**1.0%増**
青山商事（紳士服）	21.7	27.3	**14.7**	**-3.8**	**0.5**	19年12月比では売上高**8.2%減**、客数**15.8%減**、客単価**9.0%増**

（出所）各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2023年1月20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11）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					現状に関するコメント（現状認識及び特徴点）
	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	22年12月	
1．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	-0.8	**1.6**	**3.8**	**9.2**	21年12月比では売上高**9.2%増**、客数**3.0%増**、客単価**6.1%増**
ウエルシアHD	4.5	4.1	**4.6**	**4.2**	**10.4**	19年12月比では売上高**17.8%増**、客数**3.1%増**、客単価**14.3%増**
2．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	26.1	31.4	**19.4**	**7.6**	**2.1**	19年12月比では売上高**8.8%減**、客数**24.6%減**、客単価**21.0%増**
サイゼリヤ	38.4	47.6	**20.8**	**10.0**	**7.0**	19年12月比では売上高**6.0%減**、客数**12.2%減**、客単価**7.0%増**
ロイヤルホスト	31.9	34.8	**22.7**	**10.8**	**21.5**	19年12月比では売上高**14.4%増**、客数**2.2%減**、客単価**17.1%増**
マクドナルド	3.3	4.9	**9.0**	**13.3**	**15.2**	19年12月比では売上高**26.5%増**、客数**4.3%減**、客単価**32.2%増**
ケンタッキー	-5.7	-5.1	**13.0**	**6.7**	**5.6**	19年12月比では売上高**11.7%増**、客数**0.7%増**、客単価**10.9%増**
モスバーガー	5.8	2.5	**5.9**	**3.5**	**7.7**	19年12月比では売上高**21.1%増**、客数**3.1%増**、客単価**17.6%増**
すき家	8.1	13.4	**11.3**	**11.3**	**5.4**	19年12月比では売上高**26.2%増**、客数**7.0%増**、客単価**17.8%増**
吉野家	-0.6	2.2	**8.1**	**3.0**	**4.5**	19年12月比では売上高**0.3%減**、客数**17.1%減**、客単価**20.2%増**
松屋フーズ	12.3	13.9	**10.2**	**5.2**	**7.3**	19年12月比では売上高**5.8%減**、客数**7.3%減**、客単価**13.8%増**
ほっともっと	1.7	-1.2	**4.6**	**7.5**	**9.4**	19年12月比では売上高**11.2%増**。傘下のやよい軒は**前年比7.6%増**
トリドール（丸亀製麺）	18.6	10.2	**9.3**	**6.6**	**17.3**	19年12月比では売上高**8.2%増**、客数**9.7%減**、客単価**19.6%増**

（出所）各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2023年1月20日までに発表のもの。（注記）すかいらーくは、ガスト、バーミア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12）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7月	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	
1．交通機関の利用状況（前年比、%）						
新幹線輸送量（JR東海）	61.0	100.0	**108.0**	**58.0**	**33.0**	19年11月比では**21%減**、12月速報は21年比**26%増**、19年比では**17%減**
JR東日本・定期外収入	43.1	67.4	**72.4**	**39.7**	**18.3**	19年11月比**19.4%減**。定期収入は21年比**0.5%増**、19年比**19.6%減**
小田急電鉄・定期外収入	14.0	29.2	**27.1**	**15.7**	**6.0**	19年11月比では運賃収入は**9.1%減**、輸送人員（定期外）は**9.0%減**
東急電鉄・定期外収入	8.4	20.0	**20.2**	**10.7**	**4.3**	19年11月比では運賃収入は**6.8%減**、輸送人員（定期外）は**6.9%減**
京成電鉄・定期外収入	28.8	43.5	**46.6**	**34.2**	**26.7**	19年11月比では運賃収入は**27.1%減**、輸送人員（定期外）は**12.4%減**
国内線旅客数・ANA	103.7	114.5	**138.8**	**90.5**	**58.4**	19年11月比では**18.1%減**。座席利用率は71.6%と回復基調を示している
国際線旅客数・ANA	408.4	361.1	**431.4**	**485.0**	**431.9**	19年11月比**56.0%減**。貨物重量は19年比**26.9%減**、21年比**29.3%減**
2．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	187.3	127.5	**94.1**	**78.8**	**56.0**	19年11月比では**0.9%減**。国内旅行に対するマインドの改善傾向が続いている
海外旅行取扱高・日本人	572.8	521.8	**669.1**	**531.0**	**517.8**	19年11月比で**72.7%減**。日本人による海外旅行マインドは回復途上にある
※ リゾートホテル稼働率	46.3	54.8	**47.7**	**52.2**	**52.5**	外国人旅行者の増加が寄与。ここにきて沖縄の稼働率が大きく改善している
※ ビジネスホテル稼働率	58.0	59.4	**59.6**	**64.0**	**65.1**	客室稼働率は６カ月連続で上昇したが、東京など大都市圏の回復力は弱い
※ シティホテル稼働率	48.7	52.1	**54.3**	**60.2**	**68.7**	インバウンド再開によってコロナ禍前の水準に肉薄。**宿泊単価も上昇傾向にある**
※ 旅館稼働率	32.9	41.3	**35.9**	**39.4**	**41.4**	香川県、島根県、栃木県、秋田県、東京都、宮城県**の稼働率が高い傾向**
訪日外国人旅行者数	183.0	555.2	**1,065.3**	**2,154.8**	**4,418.4**	12月速報は**前月比1.5倍の**137万人、19年比で**45.8%減**の水準まで回復

（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。2023年1月20日までに発表のもの。

【街が変わるとお金の使い方はどう変わっていくのか？】

街が変わるとお金の使い方はどのように変わっていくのでしょうか。街が変わるといってもいろいろな変わり方があります。すなわち、①若年層の増減という世代の変化、②工場の城下町からサービス業を中心とした街といった産業構造の変化、③鉄道やバスといった公共交通機関の整備状況、④オフィス街、繁華街、観光地といった街の性格の変化、⑤学校、美術館、博物館、図書館といった公共施設の有無などに大別されるではないでしょうか。街が変わることによってお金の使い方も不動産価値も決まってくると思われます。

北海道ニセコ町という街があります。この街はパウダースノーという良質な雪質が有名であり、バブルの頃からリゾート地として開発されてきました。しかし、バブル崩壊によって地域は衰退してしまいました。ところが、外国人観光客がニセコの魅力をネット配信したところ、瞬く間に世界中に拡散され、オーストラリアやヨーロッパのスキーヤーたちがこぞって押しかけるようになりました。ニセコはスキーだけではありません。夏場にはカヌー下りなどのアウトドアスポーツも楽しめるようです。**かくして、ニセコの人口は増加に転じ、世界中からお金が集まってきました。五つ星ホテルも建設され、今や世界有数のリゾート地となっています。**

また、つくば市は学生の街として陸の孤島と言われていましたが、2005年のつくばエクスプレス開通によって都心と45分で結ばれることになりました。2005年以降現在までに、つくば市の人口は2割以上増え、ショッピング街が発展し、企業も相次いで進出するようになりました。**つくば市では、出生数も増えていることから、将来の人口予測が従来予測に比べて上振れています。当然のことながら不動産価格も上昇しています。**また、東京から20キロ圏内にある船橋市も発展を遂げてきました。船橋市と言えば、1980年代からショッピングセンター（ららぽーと船橋）、市街地開発を進めており、東京のベットタウンとして人口は増加傾向をたどってきました。船橋市は64歳以下の現役世帯の割合が高く、働く世代から支持されている街であるといえます。**特に、若年層と単身者の居住者が多いことから賃貸住宅に対するニーズが高いことが特徴となっているエリアです。**

Ⅱ.ここがポイント（2）

景気ウォッチャー調査 ⇒ 12月調査は2カ月連続で低下

A) **家計動向は小幅ながら2カ月振りに上昇した**（図表13コメント）

B) **但し、サービス関連、住宅関連は低下した**（図表13コメント）

C) **企業動向は物価高の影響により2カ月振りに低下**（図表13コメント）

D) **雇用動向はやや低下したが、一進一退の動きが継続**（図表13コメント）

E) **全体として、景気停滞感が漂っている印象が強い**

Ⅱ-1.景気ウォッチャー動向調査

（図表13）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	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7月	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	22年12月	（前月差）
景気の現状判断DI	↗ **54.1**	↘ 53.9	↓ **14.2**	↘ **7.9**	↘ 43.8	↗ 45.5	↗ 48.4	↗ **49.9**	↘ **48.1**	↘ **47.9**	**-0.2**
家計動向調査	↗ **52.7**	↘ 52.3	↓ **12.6**	↘ **7.5**	↓ 42.6	↗ 43.8	↗ 48.8	↗ **51.4**	↘ **48.3**	↗ **48.6**	**0.3**
小売関連	↗ **52.6**	↘ 52.5	↓ **16.0**	↘ **10.5**	↘ 43.3	↗ 44.7	↗ 47.6	↗ **48.8**	↘ **46.6**	↗ **48.6**	**2.0**
飲食関連	↗ **51.3**	↘ 51.1	↓ **0.7**	↘ **-3.1**	↓ 30.8	↗ 37.1	↗ 56.7	↗ **61.0**	↘ **47.9**	↗ **47.9**	**0.0**
サービス関連	↗ **53.5**	↘ 52.2	↓ **7.4**	↘ **3.5**	↓ 44.3	↗ 44.6	↗ 50.3	↗ **56.8**	↘ **52.6**	↘ **50.1**	**-2.5**
住宅関連	↘ 51.4	↗ 52.8	↓ **19.0**	↘ **9.4**	↘ 40.9	↘ 39.4	↗ 44.1	↘ **39.7**	↗ **44.4**	↘ **42.0**	**-2.4**
企業動向調査	↘ 55.3	↗ 55.7	↓ **19.2**	↘ **9.9**	↘ 44.3	↗ 47.5	↘ 45.5	↗ **46.1**	↗ **47.3**	↘ **45.8**	**-1.5**
製造業	↘ 54.8	↗ 56.9	↘ 21.7	↘ **12.1**	↘ 44.1	↗ 47.0	↘ 44.1	↗ **45.4**	↗ **46.5**	↘ **43.4**	**-3.1**
非製造業	↘ 55.8	↘ 54.5	↓ **17.5**	↘ **8.3**	↘ 44.8	↗ 48.0	↘ 46.8	↘ **46.6**	↗ **48.0**	↘ **47.7**	**-0.3**
雇用関連	↗ **61.3**	↘ 60.7	↓ **13.6**	↘ **6.3**	↘ 50.7	↗ 52.5	↘ 52.0	↘ **47.8**	↗ **48.3**	↘ **47.8**	**-0.5**

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】○高級時計や海外ブランド品が品薄になるほど売れているほか、外出用の婦人服の売上高が回復基調にある。また、インバウンド売上高も好調である（家計動向）

【住宅販売】▲物価高、資材高の影響で住宅価格が上がったままであり、住宅を立てる人が減っている。住宅購入タイミングに関しては、計画の見直しや延期が増えている（家計動向）

【観光ホテル】○全国旅行支援が客室の稼働率を押し上げている。外国人観光客の予約が増えていることもあって、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいている（企業動向）

【輸送業】▲物流業者では燃料費の高騰に対して荷主へのサーチャージをお願いしているが、快諾を得られない状態が続いており、業績を圧迫している（企業動向）

【新聞社求人広告】○2024年問題（残業規制）に向かうロジスティックス企業などで求人を検討する動きがみられ、人材の確保に向けて求人市場が活性化している印象（雇用関連）

（出所）内閣府データ等により作成。直近データは2023年1月12日に発表。**コメントは、2023年1月以降の先行きに対する内容を重点的に紹介している。**

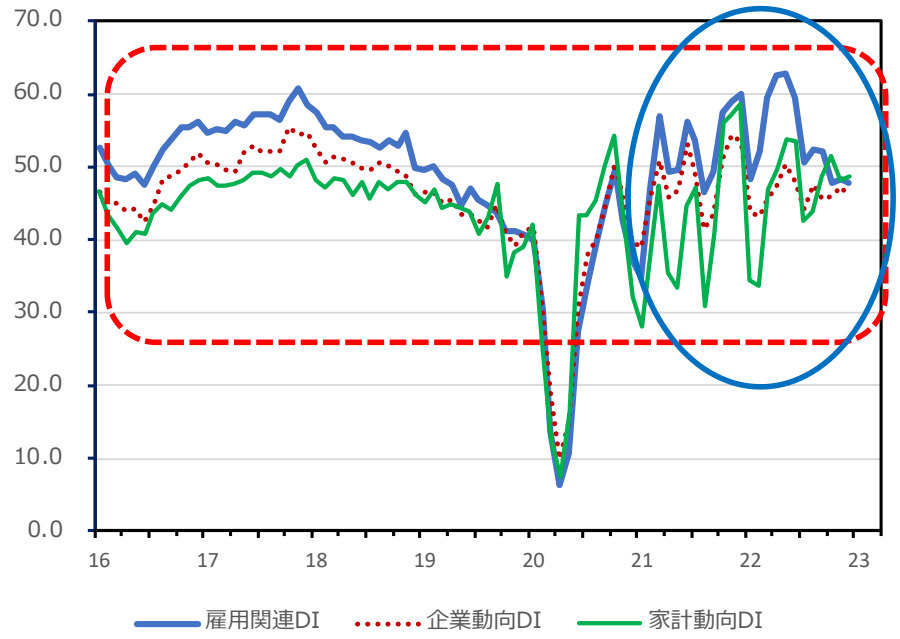
（注記）↑印は前月比10ポイント以上の上昇、↗印は同10ポイント未満の上昇、↓印は同10ポイント以上の低下、↘印は同10ポイント未満の低下を示す。

1）12月の景気ウォッチャー判断DIは家計動向は上昇したが、企業動向、雇用関連は僅かながら低下した

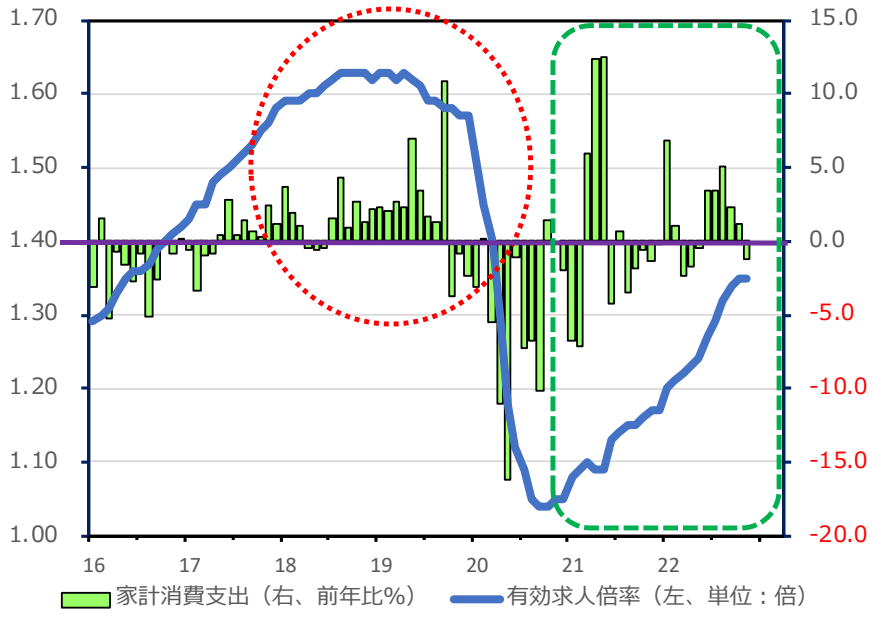
2）家計動向では、全国的な人流の回復により小売関連、飲食関連のマインドが上昇している

3）一方、企業動向は、円安、物価高の影響を受けて、全般的に景気マインドが低下している

（図表14）景気ウォッチャー判断DIの推移



（図表15）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。2023年1月20日までに発表のもの。

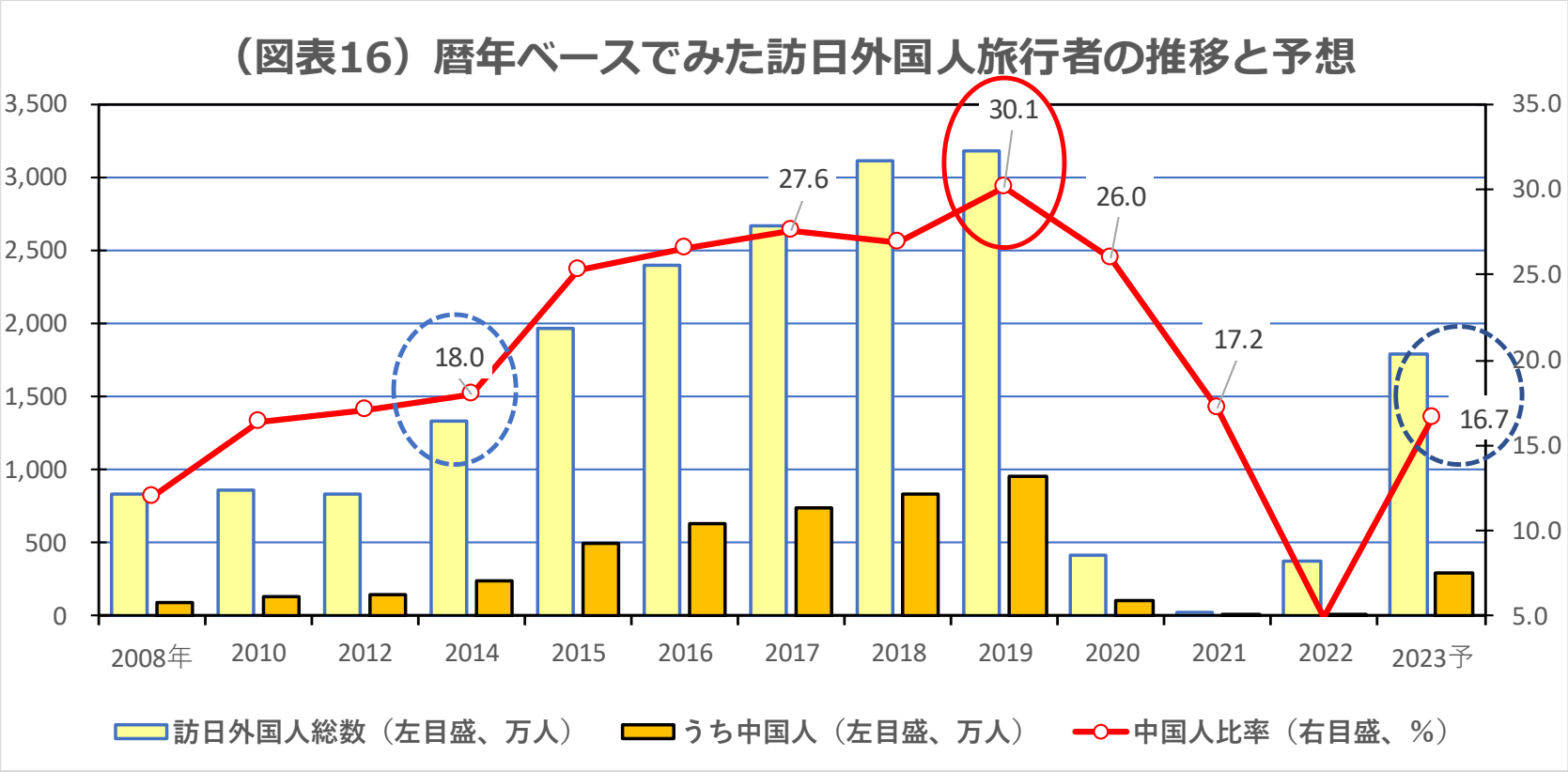
Ⅱ-2. Coffee Time

【外国人観光客はどこまで戻るのか、期待と不安が交錯！】

2022年10月の入国制限緩和を受けて、訪日外国人が大きく増加しています。訪日外国人はアベノミクスにより、2013年以降大きく増加し、2019年には過去最高の3,188万人を記録しました。その後、2020年以降の世界的パンデミック（感染症の大流行）に伴う渡航制限によって、2021年には25万人まで落ち込みました。2021年に入国した外国人は政府関係者や日本の定住者がほとんどであり、観光目的で入国したケースは皆無だったとみられています。**こうしたなかで、2022年12月の訪日外国人は137万人にまで回復しており、2023年のインバウンド需要回復に期待をもたせる動きとなっています。我が国に外国人観光客が押し寄せるのは、そもそも海外に比べて相対的に物価が安いことに加えて、商品やサービスのクオリティが高い、円安効果等が効いていると思われます。為替相場は一時期に比べると円高となっていますが、それでも外国人からみると「日本市場は割安である」と映っているようです。**

訪日外国人は回復していますが、これまでインバウンド需要を牽引していた中国人の回復は遅れています。中国政府は2022年末にゼロコロナ政策を転換しましたが、コロナ感染拡大を警戒したビザの発給がボトルネックとなっていることから、コロナ禍前のようなペース（月間100万人規模）で日本を訪れることはなさそうです。2023年の訪日外国人はピークの半数に当たる1,500万人程度にまで回復するとみられますが、中国人はピークの4分の1程度に当たる250万人程度にとどまりそうです（図表16参照）。訪日外国人の牽引役は、韓国、東南アジア、ヨーロッパということになりそうです。

なお、**訪日外国人の回復に伴って問題となるのが我が国の人手不足問題です。既に、空港の保安検査員が不足しており、国内線国際線を問わず保安検査に時間が掛かるといった事態が起こっています。**また、税関職員、航空会社係員も不足しています。日本国内に入ると、ホテルやレストランも人手不足です。ルームサービスに対応できないため宿泊をお断りするといったケースも出てきているようです。人手不足によって折角のチャンスを逃してしまうといったことは避けたいと思います。



（出所）観光庁「訪日外国人旅行者統計」等より筆者作成。2022年は推計、2023年は予想ベース

※コロナ禍での渡航制限で大きく減っていた訪日外国人旅行者は2022年10月以降大きく増加

※2023年にはピーク水準の半数超となる1,800万人（うち中国人300万人）程度まで回復へ

Ⅱ-3.暮らしの流れ ～ 知って得する冠の日 ～

- 2月　1日（水）：テレビ放送記念日 ⇒ 配信方法が変化することによって、コンテンツの楽しみ方はテレビからスマホ、タブレット、パソコンへとシフトしています。テレビ局の役割は番組の制作です。
- 2月　3日（金）：節分 ⇒ 今年の恵方巻は南南東のやや南の方角に向いて食べましょう。
- 2月11日（祝・土）：建国記念日 ⇒ 1966年制定。日本神話の登場人物である初代天皇とされる神武天皇が即位した日（旧暦の1月1日）。明治に入って新暦に換算した日付が2月11日となっています。
- 2月14日（火）：聖バレンタインデー ⇒ 女性が男性にチョコレートを贈る習慣は日本独自のもので、製菓会社メリーチョコレートカムパニーが行った新宿・伊勢丹でのチョコレートセールが始まりという説があります。現在ではチョコレートの年間消費量の4分の1がこの日に消費されています。
- 2月23日（祝・木）：天皇誕生日 ⇒ 日本の象徴たる天皇陛下（徳仁天皇）の生誕を国民皆でお祝いする日です。

- 生活習慣病予防週間：2月1日～7日。2月は寒冷期で、特に脳卒中が多発する時期であることから、厚生労働省では、30歳代以上の世代の国民に対して長年にわたる生活習慣を見直すよう呼び掛けています。
- 棚卸セール：小売業は2月決算企業が多く、今でも在庫処分セールを開催するケースが多くみられます。
- 旬の食材：「魚介類」ではタラ、マグロ、白魚、ワカサギ、「野菜」では芽キャベツ、小松菜、明日葉（アシタバ）、春菊、ちぢみほうれん草。寒さが厳しいほど美味しくなる旬の食材を食べましょう。

Ⅲ.ここがポイント（3）

資本市場と実体経済 ⇒ 株式市場は上値の重い展開か？

A) 建築着工は、**大型物件の一巡で3カ月連続で減少**（図表14コメント）

B) 小売売上高は、**引き続き東京都中心部が牽引**（図表15コメント）

C) 株価動向は、**日米ともに金利との綱引き相場か？**（図表19コメント）

D) 有効求人倍率は、全体として改善傾向にあるが、地域差が拡大か？

E) 物価上昇は2023年に本格化する見通しであり、賃金上昇が不可欠？

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

- 物価高が一段と浸透しています。2022年12月の消費者物価指数は41年振りの高い伸び率となっており、こうした動きは2023年も続きそうです。**企業は原価高に苦しんでおり、これまで堅調に推移していた食品や外食企業も減益或いは減額修正を余儀なくされています。外食大手のマクドナルドも値上げを打ち出しており、こうした値上げの動きは一段と広がりそうです。大企業では賃上げの動きが出ていますが、経営体力の弱い中小企業にまで賃上げの動きが広がるか否か予断を許しません。**一方、日銀も低金利政策からの転換を余儀なくされつつあり、インフレ退治と景気回復という難しい舵取りを迫られています。2023年は楽観視できない厳しい年となりそうです。

- **地域別にみた実体経済（景況感が見通しにくい状況にある？）（図表17～19）**
  - **住宅着工は、全体として減少傾向であり、地域による温度差が拡大している印象となっている**
  - **消費動向は、全体としては回復傾向だが、東京都心部集中の傾向が一段と顕著になってきている**
  - **家計収入は、地域によるバラつきが大きく、11月に大きく増えた地域は配偶者収入の増加が寄与**

- **日本及び米国の株式市場動向（日米ともに株価は上値の重い展開か？）（図表20～23）**
  - **日経平均は、円安進行の一巡により戻り高値を試したものの、景気悪化を懸念して回復力は弱い**
  - **米国株は、物価上昇率の落ち着きと金利上昇のリスク後退により上値を試す展開となっている**

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17） 主な地域別経済統計の推移 ～ ①生産活動 ～

1．建築着工床面積（前年比、%）

都県名	2019年度	2020年度	2021年度	21年3月	21年6月	21年9月	21年12月	22年3月	22年6月	22年9月	22年10月	22年11月
宮城県	-19.9	-1.8	11.3	34.6	-3.8	37.9	73.6	-25.4	-0.2	**-9.4**	**0.9**	**-34.0**
茨城県	20.9	-21.3	84.5	-1.2	-11.1	54.7	138.5	71.2	8.6	**-37.1**	**1.5**	**-39.4**
埼玉県	4.5	-6.2	-3.9	5.4	-2.8	5.0	21.8	-11.6	6.2	**9.8**	**-21.6**	**-37.5**
千葉県	-4.1	-1.1	21.7	37.2	91.0	-15.4	-10.3	-10.5	-41.8	**-36.9**	**-22.8**	**-9.9**
東京都	-0.2	-14.5	28.4	-10.5	-1.6	-39.8	60.8	-14.9	-11.3	**42.3**	**-44.5**	**41.3**
神奈川県	11.7	3.8	-16.7	94.8	14.9	-31.3	21.0	-54.4	54.5	**43.6**	**-18.1**	**-14.7**
全国	-4.7	-8.5	7.1	6.1	9.3	-1.2	16.1	-6.2	1.8	**-2.7**	**-18.1**	**-5.5**

2．新設住宅着工戸数（前年比、%）

都県名	2019年度	2020年度	2021年度	21年3月	21年6月	21年9月	21年12月	22年3月	22年6月	22年9月	22年10月	22年11月
宮城県	-16.6	-10.8	14.8	15.8	-14.6	21.0	42.2	18.2	-6.3	**7.2**	**7.0**	**-0.2**
茨城県	-10.5	-7.8	18.4	0.6	5.7	26.6	-5.4	28.9	-1.4	**-4.9**	**-16.7**	**-24.1**
埼玉県	-14.2	-3.5	7.2	9.7	-0.5	-1.8	5.9	16.5	-2.6	**-0.2**	**-7.9**	**-3.5**
千葉県	-6.3	-2.8	6.5	7.2	22.5	-7.9	5.8	-11.1	-0.9	**6.9**	**10.7**	**-5.0**
東京都	-8.6	-1.8	0.9	9.4	0.5	-17.1	6.6	-3.5	-5.5	**9.9**	**2.3**	**23.9**
神奈川県	-3.9	-12.8	6.3	8.3	17.2	-4.4	34.3	3.1	-9.3	**35.4**	**-5.4**	**0.9**
全国	-7.3	-8.1	6.6	1.5	7.3	4.3	4.2	6.0	-2.2	**1.0**	**-1.8**	**-1.4**

（出所）国土交通省データ等により作成。2023年1月20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）11月の建築着工床面積は、物流施設案件の着工一巡により3か月連続で減少したが、東京都の大幅プラスは大型案件着工による

（2）11月の新設住宅着工戸数は、全国的にはマイナス地域が多かったが、東京都は貸家、給与、分譲マンションの着工増で大幅増に

Ⅲ-3.地域別経済統計②：小売売上高、家計消費支出

（図表18） 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	21年3月	21年6月	21年9月	21年12月	22年3月	22年6月	22年9月	22年10月	22年11月
1．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	-2.4	-2.7	-3.4	-1.3	-1.4	-1.8	**1.1**	**0.8**	**-0.6**
茨城県	-0.1	6.2	0.6	1.8	-2.9	1.5	0.5	1.2	-0.9	**-0.9**	**1.7**	**0.8**
埼玉県	-0.8	3.4	1.6	-0.5	-2.5	0.8	-0.2	0.5	-1.6	**-0.6**	**2.6**	**2.5**
千葉県	0.1	0.6	1.8	1.3	-2.6	0.2	0.3	1.1	-1.2	**1.5**	**3.4**	**2.2**
東京都	-2.9	-14.7	6.0	5.0	0.4	0.8	4.7	5.4	5.2	**11.0**	**8.8**	**4.2**
神奈川県	-2.5	-2.1	2.4	2.5	1.9	0.3	-0.1	-0.3	-0.3	**0.5**	**2.9**	**1.0**
全国	-1.6	-5.1	1.9	2.9	-2.3	-1.3	1.4	1.5	1.3	**4.1**	**4.1**	**2.4**
2．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	18.1	5.5	2.8	6.4	24.0	15.4	**-2.9**	**-3.9**	**-15.5**
水戸市	-1.3	-4.3	0.5	23.3	-11.5	-23.6	11.9	-0.2	9.9	**15.7**	**35.2**	**12.3**
さいたま市	4.1	-3.3	-3.5	-11.4	-24.1	4.4	1.4	8.1	37.5	**-3.1**	**-18.6**	**-13.9**
千葉市	-4.3	-1.2	2.7	-11.1	-2.9	-2.5	8.6	-16.7	12.9	**20.9**	**-15.7**	**-4.9**
東京都区部	1.9	-2.3	-0.7	17.5	-7.8	-1.2	-7.2	-15.4	-3.1	**2.6**	**6.9**	**9.5**
横浜市	2.1	-3.8	1.4	-14.8	-3.5	25.6	6.1	12.6	8.4	**-4.2**	**2.8**	**-6.7**
全国	2.1	-5.3	0.4	6.0	-4.9	-1.7	0.7	-0.8	6.4	**5.9**	**5.7**	**3.2**

（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。2023年1月20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）11月の小売売上高は全国ベースで14カ月連続プラス。全体的にモメンタム（勢い）が低下しており、マイナス地域が散見される

（2）11月の消費支出で、水戸市、東京都区部が大きく増加したのは、食料費、水道光熱費、保健医療費等が増えたことが影響している

Ⅲ-4.地域別経済統計③：有効求人倍率、家計実収入

（図表19） 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	21年3月	21年6月	21年9月	21年12月	22年3月	22年6月	22年9月	22年10月	22年11月
1．有効求人倍率・受理地別・季調値（水準、%）												
宮城県	1.57	1.20	1.33	1.24	1.30	1.36	1.31	1.37	1.37	**1.39**	**1.39**	**1.39**
茨城県	1.58	1.27	1.38	1.32	1.39	1.37	1.34	1.45	1.51	**1.48**	**1.48**	**1.49**
埼玉県	1.28	0.94	0.94	0.91	0.96	0.94	0.93	0.96	1.05	**1.10**	**1.09**	**1.06**
千葉県	1.29	0.90	0.86	0.84	0.87	0.85	0.84	0.90	1.00	**0.99**	**1.02**	**1.01**
東京都	2.05	1.27	1.22	1.17	1.17	1.22	1.23	1.34	1.44	**1.67**	**1.65**	**1.69**
神奈川県	1.15	0.80	0.80	0.76	0.79	0.79	0.78	0.82	0.90	**0.92**	**0.91**	**0.91**
全国	1.55	1.10	1.16	1.10	1.13	1.15	1.17	1.22	1.27	**1.34**	**1.35**	**1.35**
2．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	5.3	8.5	10.9	9.1	21.6	38.7	**-4.4**	**-11.9**	**-7.3**
水戸市	-3.5	3.7	3.8	-0.8	-15.0	38.9	15.5	-15.5	-17.8	**-20.8**	**-1.0**	**7.9**
さいたま市	20.3	-6.7	-0.0	4.6	4.9	-1.1	0.6	16.6	26.8	**19.1**	**8.3**	**-11.9**
千葉市	5.8	1.7	-1.0	-1.7	-10.5	-5.1	13.3	-8.9	36.1	**11.4**	**12.3**	**-8.1**
東京都区部	5.6	4.8	1.6	2.6	16.5	3.3	-17.0	-14.2	-8.8	**0.4**	**14.2**	**18.3**
横浜市	6.5	4.4	-3.6	-19.7	-21.7	0.8	13.0	32.6	12.3	**5.5**	**36.8**	**-8.1**
全国	4.6	0.1	2.6	-2.1	5.9	3.4	2.3	3.0	1.2	**3.0**	**4.2**	**4.1**

（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。2023年1月20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）有効求人倍率は安定的に推移しており、東京都はコロナ禍前の水準に近づきつつある。沖縄県は観光客の増加で0.99倍まで回復

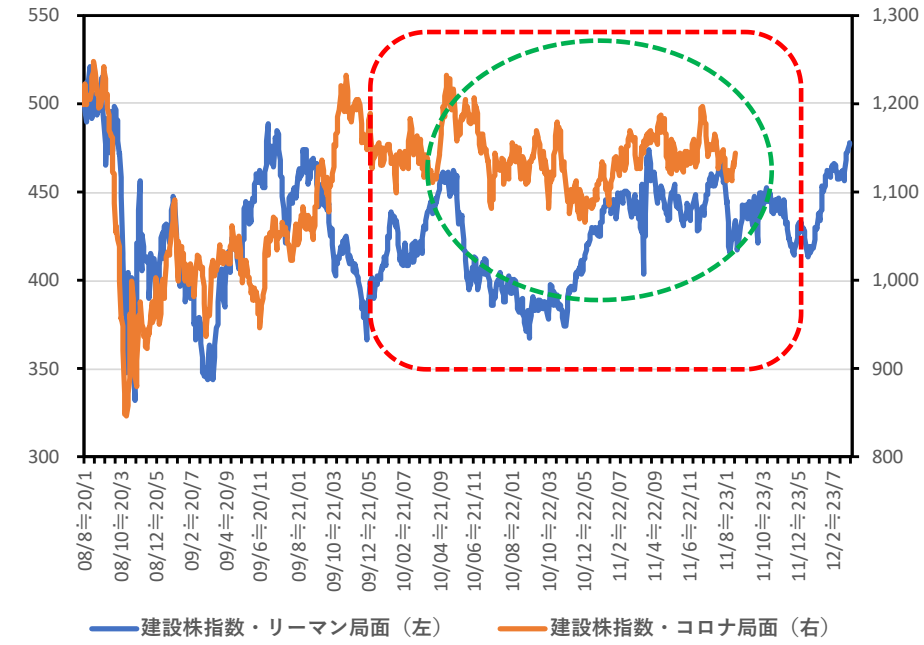
（2）11月の家計実収入は、全国平均では4カ月連続増加。さいたま市、千葉市、横浜市の収入減は配偶者収入と賞与等が減ったため

Ⅲ-5.株価指数の推移①：建設株指数、不動産株指数

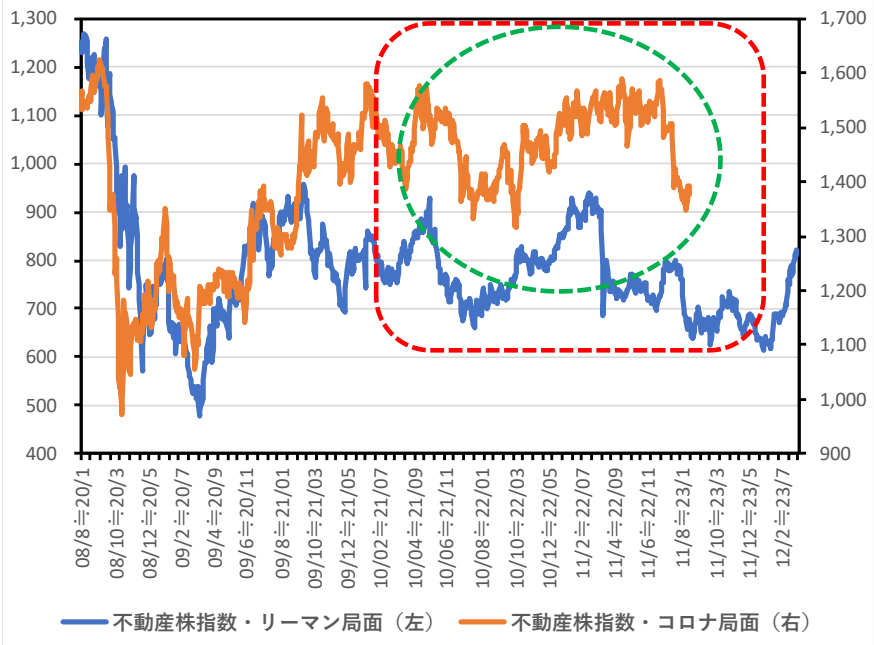
1）建設株は、工事採算低下が顕在化してきた第2四半期のネガティブな決算を受けて戻りが弱い印象

2）不動産株は、日銀の政策変更（金利上昇容認）を受けて収益環境悪化懸念から大きく下落している

（図表20）建設株指数の日次推移



（図表21）不動産株指数の日次推移



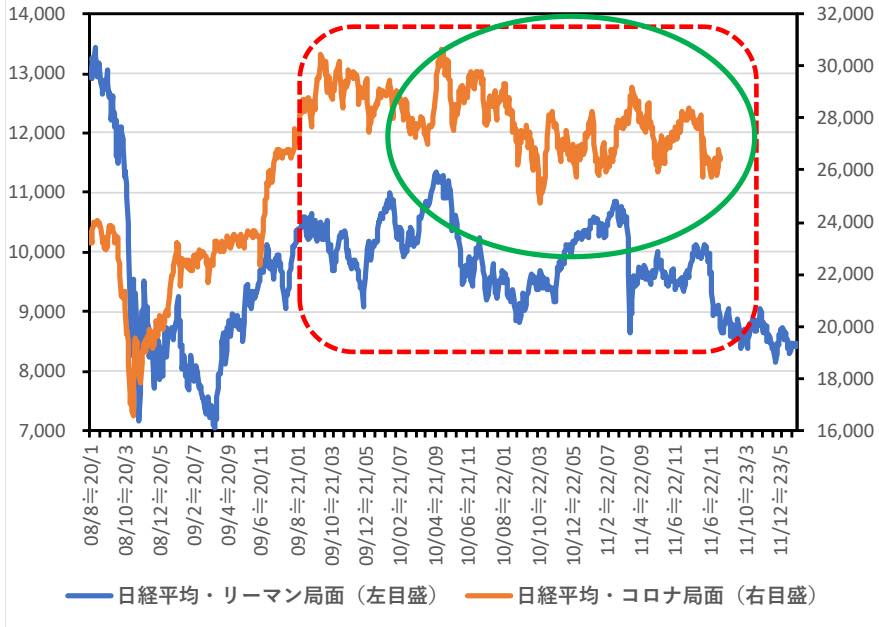
（出所）取引所データより筆者作成。東証業種別指数。1月20日終値ベース。

Ⅲ-6.株価指数の推移②：日経平均株価、ニューヨークダウ

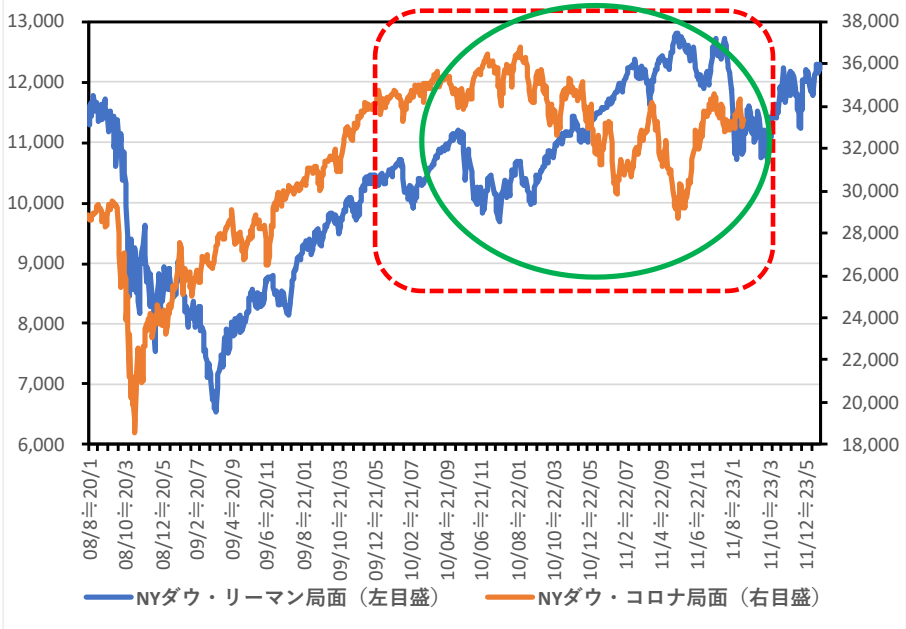
1）日経平均は、円安進行の一巡により戻り高値を試したものの、景気悪化を懸念して回復力は弱い

2）米国株は、物価上昇率の落ち着きと金利上昇のリスク後退により上値を試す展開となってきたか？

（図表22）日経平均株価の日次推移（円）



（図表23）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。1月20日終値ベース。

Ⅲ-7.専門用語の解説コーナー

- **消費者物価指数（総務省が毎月公表している物価の動きを把握するための指標）・4ページ図表1-1参照**

　消費者物価指数とは、消費者が購入するモノやサービスなどの物価の動きを把握するための統計指標です。全ての商品を総合した「総合指数」のほか、価格変動の大きい生鮮食品を除いた500品目以上の値段を集計して算出されている「生鮮食品を除く総合指数」も発表されます。消費者物価指数の変化をもって物価の変動を見ることができますので、物価の変動がわかる消費者物価指数は「経済の体温計」とも呼ばれていて、さまざまな国内の経済政策を決めるうえで、非常に重要な指数として使われています。

- **景気ウォッチャー動向調査（景気マインドの方向性を示す。街角景気調査ともいわれる）・7ページ図表2参照**

　景気ウォッチャー動向調査とは、景気の動向を示す指標の一つです。より迅速、的確に把握するため、全国各地の景気の動きを身近に観察できる立場の人たち（百貨店・スーパーマーケット・コンビニなど小売店やレジャー業界で働く人、タクシー運転手など）を対象に調査しています。景気に敏感な職種約2,000人にインタビューし、調査結果を内閣府が集計して、毎月発表しています。但し、東京都全体でも調査対象者が150人程度と少ないため、どこまで実態を把握しているのかといった疑問の声もあるようです。

- **不動産株（東京証券取引所が公表している業種別株価指数）・36ページ図表21参照**

　業種別株価指数とは、東京証券取引所に上場している銘柄を業種別に33のグループに分類したものであり、建設株指数、食品株指数、電機株指数、不動産株指数、銀行株指数などがあります。不動産株指数の特徴としては、金利動向に敏感なことが挙げられます。不動産業の場合、借入金をベースに事業を展開しているので、金利が上がるというニュースに対しては株価が下落し、金利が下がるというニュースに対しては株価が上がる傾向がみられます。但し、短期的には株価指数の動きと実際の業績は必ずしも相関性が強いわけではありません。

- 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
2023年はポストコロナ時代に向けた元年となりそうです。我が国では、デフレ社会が脱却するために、長年、超低金利政策を維持してきました。しかし昨年来の世界的なインフレ進行に対応して、金利政策の転換を余儀なくされています。こうした変化は、既に株式市場や為替市場に影響を及ぼしており、実体経済への影響も現れつつあります。

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：2023年1月号》
2023年1月23日発行

発行者　（公社）全日本不動産協会東京都本部
城東第二支部　支部長　竹林 香代
教育研修委員会 支部長　芦埜　茂
〒130-0001 東京都墨田区吾妻橋3-3-5
安田ビル3階
電話番号 03-6658-8526
発行形態　城東第二支部ホームページ／ダウンロード