

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7月号》

自動車と住宅市場の関係性を考察する！

(公社) 全日本不動産協会 東京都本部

城東第二支部 流通推進委員会発行

INDEX

- 03 ～ 09 今月のテーマ（自動車市場におけるパラダイムシフトを考察する）
 (1) 住宅着工戸数と中古及び新車自動車販売台数の推移（図表1）
 (2) 都道府県別にみた軽自動車の新車販売台数の動向！（図表2）
 (3) 中古自動車販売と新車自動車販売の長期推移と注目点！（図表3）
- 10 ～ 11 Column
 パーク24の決算にみる駐車場市場の動向と成長ビジネスとは？（図表4）
- 12 ～ 19 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5～10）
- 20 早耳、地獄耳、馬耳東風
 ジェンダーギャップ報告書にみる我が国のジェンダーギャップの実態とは？
- 21 ～ 23 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11～13）
- 24 ～ 25 Coffee Time
 非正規雇用者の長期推移と年齢階層別動向について（図表14）
- 26 暮らしの流れ
- 27 ～ 31 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15～17）
- 32 ～ 33 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18～21）
- 34 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(1)：自動車販売と住宅着工



【住宅着工と自動車販売との関係を考察する！】

住宅着工と自動車販売には密接な関係があると考えられます。それは住宅を購入する際に、自動車、家具、電化製品を買い替えるケースが多いからです。せっかく新しい家に引っ越すのであれば、この際一気に耐久消費財を買い替えてしまおうという心理が働くのだと思います。特に、自動車の場合、ローンを組んで購入するケースが多いため、住宅ローンと自動車ローンをセットにその後の家計を考えるとといった人々も少なくないのではないのでしょうか。

まず、貸家着工と軽自動車販売は、1年程度のタイムラグを置いて相関性が高いと思われます。これは、貸家の場合、着工から入居するまで1年程度かかるためと推察されます。貸家入居者は平均的所得の世帯が多く、生活の足として軽自動車を求めるケースが多いようです。したがって、貸家着工の増減と軽自動車の販売動向にはある程度の相関性が見られます。2012年に新車の軽自動車が大きく増えたのは「エコポイントの付与」によって需要が喚起されたためであり、2020年以降の軽自動車販売の落ち込みは半導体不足等により、需要に応えられなかったためと思われます。また、**軽自動車の場合、新車に比べて中古車のシェアが高くなっています。このことは、登録車（普通自動車、小型自動車）に比べて軽自動車の中古人気が高いことを表しているといえるのではないのでしょうか**（図表1-1参照）。

一方、持ち家着工と登録車の推移も相関性があると思われます。持ち家を購入する場合、そのほとんどは車庫付き住居であり、住宅購入と同時にサイズの大きい普通自動車を購入するケースが多いのではないのでしょうか。郊外型住宅ですと、二台の車庫付きといった場合もあるようです。持ち家の場合、土地の広い地方圏での所有が多いため、登録車のなかでも小型車よりも快適な普通車を選択するケースが多いのではないかと推察されます。なお、**都心部の分譲マンションでは、かつてに比べると自動車の保有比率が低下しています。このため、世帯数に比べて駐車台数が少ないために駐車スペースが余ってしまうといった事態も起こっているようです**。しかし、持ち家の大半は郊外或いは地方圏であり、こうした地域では自動車は生活必需品といった性格が強くなっています。持ち家（分譲マンションを除く）の所有者は2台の自動車を保有している割合が高いといった調査結果もあるようです（図表1-2参照）。

(図表1-1) 軽自動車（乗用車タイプ）販売台数と貸家住宅着工戸数の推移

(単位：戸、台、%)

	貸家着工	(前年比)	中古軽乗用	(前年比)	(シェア)	新車軽乗用	(前年比)	(シェア)	軽乗用車計	(前年比)	(シェア)
1990年	806,097	-1.4	795,948	-	15.8	795,948	-	15.6	1,591,896	-	15.7
1995	553,946	-7.0	2,022,866	-	29.5	900,355	-	20.3	2,923,221	-	25.9
2000	421,332	-0.7	1,995,333	-	29.4	1,281,265	-	30.1	3,276,598	-	29.7
2005	504,294	8.5	1,864,874	-	29.5	1,387,068	-	29.2	3,251,942	-	29.4
2010	298,014	-40.9	1,873,466	-	35.5	1,284,665	-	30.5	3,158,131	-	33.3
2011	285,832	-4.1	1,906,523	1.8	36.8	1,138,752	-11.4	32.3	3,045,274	-3.6	35.0
2012	318,521	11.4	2,133,725	11.9	37.8	1,557,681	36.8	34.1	3,691,406	21.2	36.1
2013	356,263	11.8	2,255,560	5.7	39.8	1,690,171	8.5	37.0	3,945,731	6.9	38.6
2014	362,191	1.7	2,367,235	5.0	41.9	1,839,119	8.8	39.1	4,206,354	6.6	40.6
2015	378,718	4.6	2,354,077	-0.6	41.8	1,511,404	-17.8	35.9	3,865,481	-8.1	39.3
2016	418,543	10.5	2,322,533	-1.3	41.4	1,344,967	-11.0	32.4	3,667,500	-5.1	37.6
2017	419,397	0.2	2,414,874	4.0	41.6	1,443,367	7.3	32.9	3,858,241	5.2	37.9
2018	396,404	-5.5	2,449,940	1.5	42.2	1,495,706	3.6	34.1	3,945,646	2.3	38.7
2019	342,289	-13.7	2,504,576	2.2	42.6	1,479,205	-1.1	34.4	3,983,781	1.0	39.1
2020	306,753	-10.4	2,394,963	-4.4	41.7	1,331,149	-10.0	34.9	3,726,112	-6.5	39.0
2021	321,376	4.8	2,386,963	-0.3	42.4	1,275,836	-4.2	34.7	3,662,799	-1.7	39.3
2022	345,080	7.4	2,225,061	-6.8	42.3	1,224,994	-4.0	35.5	3,450,055	-5.8	39.6
23年1～5月	138,698	3.2	1,294,389	1.4	46.0	573,694	13.9	29.5	1,868,083	5.0	39.3

(出所) 国土交通省、全国軽自動車協会連合会、一般社団法人日本自動車工業会資料等を基に筆者作成。(注記) シェアとは乗用車全体に占める構成比を示している。

(図表1-2) 登録車（普通自動車、小型自動車の乗用車タイプ）販売台数と持ち家住宅着工戸数の推移

(単位：戸、台、%)

	持ち家着工	(前年比)	中古登録車	(前年比)	(シェア)	新車登録車	(前年比)	(シェア)	登録者合計	(前年比)	(シェア)
1990年	486,527	-3.5	4,249,279	-	93.3	4,306,711	-	84.4	8,555,990	-	88.6
1995	537,680	-6.2	4,839,387	-	86.9	3,543,551	-	79.7	8,382,938	-	83.7
2000	451,522	-4.9	4,792,873	-	76.8	2,978,607	-	69.9	7,771,480	-	74.0
2005	353,267	-4.5	4,462,973	-	70.2	3,361,341	-	70.8	7,824,314	-	70.5
2010	305,221	-13.6	3,408,888	-	64.5	2,927,602	-	69.5	6,336,408	-	66.7
2011	305,626	0.1	3,276,333	-3.9	63.2	2,386,036	-18.5	67.7	5,662,369	-10.6	65.0
2012	311,589	2.0	3,514,941	7.3	62.2	3,014,651	26.3	65.9	6,529,592	15.3	63.9
2013	354,772	13.9	3,407,457	-3.1	60.2	2,872,111	-4.7	63.0	6,279,568	-3.8	61.4
2014	285,270	-19.6	3,283,635	-3.6	58.1	2,860,472	-0.4	60.9	6,144,107	-2.2	59.4
2015	283,366	-0.7	3,271,148	-0.4	58.2	2,704,485	-5.5	64.1	5,975,633	-2.7	60.7
2016	292,287	3.1	3,294,176	0.7	58.6	2,801,491	3.6	67.6	6,095,667	2.0	62.4
2017	284,283	-2.7	3,391,703	3.0	58.4	2,943,010	5.1	67.1	6,334,713	3.9	62.1
2018	283,235	-0.4	3,357,843	-1.0	57.8	2,895,454	-1.6	65.9	6,253,297	-1.3	61.3
2019	288,738	1.9	3,371,104	0.4	57.4	2,821,886	-2.5	65.6	6,192,990	-1.0	60.9
2020	261,088	-9.6	3,342,505	-0.8	58.3	2,478,832	-12.2	65.1	5,821,337	-6.0	61.0
2021	285,575	9.4	3,245,779	-2.9	57.6	2,399,863	-3.2	65.3	5,645,642	-3.0	60.7
2022	253,287	-11.3	3,039,126	-6.4	50.0	2,223,303	-7.4	64.5	5,262,429	-6.8	55.2
23年1～5月	89,929	-10.1	1,517,195	-1.0	54.0	1,368,727	23.2		2,885,922		

(出所) 国土交通省、一般社団法人日本自動車工業会資料等を基に筆者作成。(注記) シェアとは乗用車全体に占める構成比を示している。

今月のテーマ(2)：地域別軽自動車販売動向

【軽自動車のメーカー別中古車販売台数とシェアの推移！】

2022年度の軽自動車販売は全国的に順調な売れ行きを示していました。こうしたなかで全国に占める都道府県別シェアをみると、愛知県がトップで、次いで埼玉県、静岡県、福岡県、千葉県となっています。愛知県、静岡県といった地域は元々クルマ文化が盛んなエリアで、1台目はトヨタ、そしてセカンドカーとして軽自動車を選択するケースが多いものと推察されます。2022年度の軽自動車販売台数をみると、茨城県、栃木県、群馬県といった関東近郊地域での伸び率が高くなっています。これは、コロナ禍によって郊外型住宅に魅力を感じて引っ越しをしてきた層が、生活の足として軽自動車を購入したからではないでしょうか。

また、人口当たりの軽自動車販売台数をみると、島根県がトップで、次いで静岡県、新潟県、長野県、群馬県となっています。こうした地域では、鉄道やバスといった公共交通機関の整備が都心部に比べると十分ではないため、生活の足として軽自動車が利用されていると見られています。地方では一家で数台の自動車を保有しているケースもあり、その場合、1台目は普通自動車、2台目以降は軽自動車といったケースも多いようです。人口当たりの軽自動車販売台数では、地方圏では大きく、都市部は小さいといった傾向が見られます。我が国では人手不足が深刻化しており、鉄道、バスといった公共交通機関における運転士の確保が難しくなっています。すでに、都市部でも運行本数を減らすといった動きが出ており、その代々手段として軽自動車に対する需要が益々高まることが予想されます。

軽自動車のもうひとつの特徴として、「値下がりし難い」といった点が挙げられます。その理由は、軽自動車は税金や保険料などの維持費が安く、国内需要が非常に高く、リセールバリューが比較的高いことです。かつての軽自動車といえば、車内がとても狭くて窮屈な思いをしていました。しかし、今ではハイトール型の軽自動車は室内空間が広々としているので、普通車に負けないほどの広さを誇っている車種もあります。以上のような特徴を考えると、都市部でも小回りの利く移動手段が求められる下町エリアにおいては、今後も軽自動車に対する需要は高まっていくと思われます。

(図表2) 主な都道府県別にみた軽自動車・地域別新車販売台数の推移

	軽自動車販売台数 (単位: 台)			全国に占めるシェア (単位: %)			都道府県人口 (単位: 千人)			人口当販売台数 (千人当り)	
	2021年度	2022年度	前年比	2021年度	2022年度	前年比	2021年度	2022年度	前年比	2021年度	2022年度
北海道	45,743	47,870	4.6	3.9	3.8	-0.1	5,183	5,140	-0.8	8.8	9.3
宮城県	20,984	23,014	9.7	1.8	1.8	0.0	2,290	2,280	-0.4	9.2	10.1
茨城県	29,795	33,221	11.5	2.5	2.6	0.1	2,852	2,840	-0.4	10.4	11.7
栃木県	22,154	24,511	10.6	1.9	1.9	0.1	1,921	1,909	-0.6	11.5	12.8
群馬県	26,919	30,240	12.3	2.3	2.4	0.1	1,927	1,913	-0.7	14.0	15.8
埼玉県	63,886	69,867	9.4	5.4	5.5	0.1	7,340	7,337	-0.0	8.7	9.5
千葉県	47,697	52,740	10.6	4.0	4.1	0.1	6,275	6,266	-0.1	7.6	8.4
東京都	34,005	37,679	10.8	2.9	3.0	0.1	14,010	14,038	0.2	2.4	2.7
神奈川県	43,206	48,531	12.3	3.7	3.8	0.2	9,236	9,232	-0.0	4.7	5.3
新潟県	33,163	35,542	7.2	2.8	2.8	-0.0	2,177	2,153	-1.1	15.2	16.5
長野県	29,586	32,083	8.4	2.5	2.5	0.0	2,033	2,020	-0.6	14.6	15.9
静岡県	56,145	60,513	7.8	4.8	4.8	0.0	3,608	3,582	-0.7	15.6	16.9
愛知県	77,724	80,843	4.0	6.6	6.4	-0.2	7,517	7,495	-0.3	10.3	10.8
京都府	23,118	24,228	4.8	2.0	1.9	-0.1	2,561	2,550	-0.4	9.0	9.5
大阪府	49,580	51,597	4.1	4.2	4.1	-0.1	8,806	8,782	-0.3	5.6	5.9
兵庫県	45,614	46,531	2.0	3.9	3.7	-0.2	5,432	5,402	-0.6	8.4	8.6
島根県	12,170	12,829	5.4	1.0	1.0	-0.0	665	658	-1.1	18.3	19.5
広島県	33,926	36,517	7.6	2.9	2.9	-0.0	2,780	2,760	-0.7	12.2	13.2
福岡県	48,742	53,367	9.5	4.1	4.2	0.1	5,124	5,116	-0.2	9.5	10.4
沖縄県	15,899	15,968	0.4	1.3	1.3	-0.1	1,468	1,468	0.0	10.8	10.9
合計	1,180,972	1,272,480	7.7	100.0	100.0	0.0	125,502	124,947	-0.4	9.4	10.2

(出所) 一般社団法人全国軽自動車協会連合会、総務省統計局ホームページ等の資料を基に筆者作成。

(注記) ブルー枠の太字(軽自動車販売台数、全国に占めるシェア、都道府県人口、人口当たり販売台数)は全国順位ベスト5の都道府県をハイライトしている。

今月のテーマ(3)：中古車と新車販売



【中古自動車販売と新車自動車販売の長期推移と注目点！】

次に国内における中古車と新車自動車販売動向を見てみましょう。まず、自動車の区分についてみると、小型自動車とは自動車の大きさが、全長4.7m以下、全幅1.7m以下、全高2.0m以下で、総排気量が2,000cc以下のクルマが「**小型自動車**」に区分されます。この規格を一つでもオーバーすると、「**普通自動車**」ということになります。一方、「軽自動車」とは自動車の大きさが全長3.4m以下、全幅1.48m以下、全高2.0m以下で、総排気量が660cc以下のクルマが、「**軽自動車**」に分類されます。

中古自動車販売動向をみると、1990年当時の軽自動車のシェアは6.7%に過ぎませんでした。その後軽自動車のシェアは上がり続け、2014年に41.9%と初めて40%台に乗せ、その後は42%前後で推移しています。**2023年1～5月実績では、瞬間風速とはいえ49.7%と50%に迫る状況となっています。やはり、デフレ経済の進行に加えて、維持コストの安さ、走行性能の快適さといった点が評価されてきたものと思われます。**一方、登録車（小型プラス普通自動車）のシェアは1990年には93.3%でしたが、2023年1～5月では50.3%にまで低下してしまいました。こうしたなかで2015年以降は普通自動車の販売台数が小型乗用車を上回っており、中古自動車市場は普通自動車と軽自動車とに二極化してきたことがうかがわれます（1990年当時は中古自動車販売台数のうち87%が小型自動車でした）。

一方、新車自動車販売動向をみると、軽自動車のシェアは1990年の15.6%から2022年には35.5%にまで上昇しました。確かに、シェアが高まりましたが、シェアのピークは2014年の39.1%であり、その後2018年以降は35%前後のシェアで安定的に推移しています。2014年当時はリーマンショックの後遺症でリーズナブルな価格の軽自動車を求める需要が高かったものと推察されます。その後の新車市場における軽自動車のシェアは一定程度を維持しています。**日本の道路の84.7%は道幅平均が3.9メートルの狭い市町村道であり、軽自動車は車幅が1.48m以下のため対向車とのすれ違いが楽な点が支持されている要因のひとつと考えられます。**また、「軽自動車を日常的に利用しているのは女性である」、「セカンドカーやサードカーといわれるサブ的なクルマは軽自動車がほとんどである」、「**軽自動車の46%は人口10万人未満の市町村で保有されている**」といったデータもあります（図表3参照）

（図表3）車種別中古自動車及び新車販売台数の推移

【中古自動車販売台数（乗用車タイプのみ）】

（単位：台、％）

	普通+小型	軽四自動車	（シェア）	中古/新車	中古車合計	前年比
1990年	4,249,279	304,782	6.7	38.3	4,554,061	6.2
1995	4,839,387	727,259	13.1	80.8	5,566,646	6.6
2000	4,792,873	1,448,546	23.2	113.1	6,241,419	4.8
2005	4,462,973	1,890,154	29.8	136.3	6,353,127	1.0
2010	3,408,806	1,873,466	35.5	145.8	5,282,272	-1.1
2014	3,283,635	2,367,235	41.9	128.7	5,650,870	-0.2
2015	3,271,148	2,354,077	41.8	155.8	5,625,225	-0.5
2016	3,294,176	2,322,533	41.4	172.7	5,616,709	-0.2
2017	3,391,703	2,414,874	41.6	167.3	5,806,577	3.4
2018	3,357,843	2,449,940	42.2	163.8	5,807,783	0.0
2019	3,371,104	2,504,576	42.6	169.3	5,875,680	1.2
2020	3,342,505	2,394,963	41.7	179.9	5,737,468	-2.4
2021	3,245,779	2,386,963	42.4	187.1	5,632,742	-1.8
2022	3,039,126	2,225,061	42.3	181.6	5,264,187	-6.5
23年1～5月	1,312,467	1,294,389	49.7	225.6	2,606,856	0.2

【新車自動車販売台数（乗用車タイプのみ）】

（単位：台、％）

普通+小型	軽自動車	(シェア)	新車合計	前年比
4,306,711	795,948	15.6	5,102,659	15.9
3,543,551	900,355	20.3	4,443,906	5.6
2,978,607	1,281,265	30.1	4,259,872	2.5
3,361,341	1,387,068	28.6	4,847,409	-0.4
2,927,602	1,284,665	30.5	4,212,267	7.4
2,860,472	1,839,119	39.1	4,699,591	3.0
2,704,485	1,511,404	35.9	4,215,889	-10.3
2,801,491	1,344,967	32.4	4,146,458	-1.6
2,943,010	1,443,367	32.9	4,386,377	5.8
2,895,454	1,495,706	34.1	4,391,160	0.1
2,821,886	1,479,205	34.4	4,301,091	-2.1
2,478,832	1,331,149	34.9	3,809,981	-11.4
2,399,863	1,275,836	34.7	3,675,698	-3.5
2,223,303	1,224,994	35.5	3,448,297	-6.2
1,141,967	573,694	33.4	1,715,661	18.7

（出所）全国軽自動車協会連合会、一般社団法人日本自動車工業会資料等を基に筆者作成。

Column : 駐車場需要の動向をみる



【パーク24の決算にみる駐車場市場の動向と成長ビジネスとは？】

自動車産業と密接に関わっている産業として駐車場市場が挙げられます。かつての駐車場といえば、空き地にロープを張って貸していたり、路上駐車を放置していたり、自宅から遠い場所に駐車していたりといった状況でした。しかし、1990年代後半から時間貸し駐車場がビジネスとして開花し、その後月極駐車場の事業化、或いは駐車場周辺ビジネスへの展開といった動きが広まってきました。

我が国における時間貸し駐車場最大手と言え「パーク24」が挙げられます。同社は1971年の設立ですが、時間貸し駐車場に本格展開を始めたのは1990年代後半からでした。1990年代から2000年代にかけては地価下落と遊休地の増加により、土地オーナーは何とかして固定資産税を捻出したいという意識が高まっていました。**保有土地を放置していれば税金が掛かります。かといってマンションや店舗を建てても借り手や買い手がつかないといった有様でした。当時は路上駐車場問題が起こり始め、罰則を引き上げる動きがありました。そこで、さほど初期投資が掛からない時間貸し駐車場事業が着目されるようになったという経緯があります。**

パーク24は時間貸し駐車場の草分け的存在であり、市場シェアは50%近くに達しています。コロナ禍での外出機会の減少により2020/10期、2021/10期と売上高は減少しましたが、2022/10期には増加に転じ2023/10期は過去最高となる見込みです。売上高の中身をみると、駐車場事業国内部門の回復に加えて、モビリティ事業の成長が寄与する構図となっています。**モビリティ事業とは、誰でも利用できる車の貸し出しサービス、カーシェアリング事業のことであり、個人利用に加えて法人利用も増えています。中小企業では必ずしも潤沢な車両を抱えていないこともあり、営業活動の際に手軽に自動車をレンタルするニーズが高まっています。**また、同社のモビリティサービスを利用することで自動車保有に関わる維持管理手続きから解放されるというメリットから、同事業は近年急成長しており、売上高は2022/10期の2桁増に加えて2023/10期にはさらに伸び率を高める見通しです。**モビリティ事業は一定の土地を必要とするという特徴があるため、不動産市場の活性化にもつながると期待されています**（図表4参照）。

(図表4) 時間貸し駐車場最大手・パーク24の業績推移

(単位: 億円、件、%)

	22/10期上期		23/10期上期	17/10期	18/10期	19/10期	2020/10期実績		2021/10期実績		2022/10期実績		2023/10期会社計画	
			前年比					前年比		前年比		前年比		前年比
売上高	1,359	1,571	15.6	2,330	2,985	3,174	2,689	-15.3	2,511	-6.6	2,903	15.6	3,260	12.3
営業利益	205	225	9.9	205	225	223	-147	2.5	-80	2.9	207	2.3	315	0.6
売上高営業利益率	15.1	14.3		8.8	7.5	7.0	-5.5		-3.2		7.1		9.7	
(セグメント別売上高)			(前年比)	売上高が急成長			(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)
駐車場事業国内	750	792	5.6	1,484	1,570	1,660	1,508	-9.2	1,467	-2.7	1,543	5.1	1,619	4.9
モビリティ事業	356	456	28.1	611	737	862	738	-14.3	671	-9.0	787	17.2	960	22.0
駐車場事業海外	256	328	27.8	237	383	660	452	-31.5	385	-14.8	580	50.6	690	19.0
(セグメント別営業利益)			(前年比)				(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	5年間で利益倍増	(前年比)
駐車場事業国内	130	152	16.6	254	269	273	108	-60.4	177	63.3	297	67.9	317	6.9
モビリティ事業	22	81	267.5	51	69	91	19	-79.5	37	96.4	93	155.0	163	74.6
駐車場事業海外	-27	-0	-	8	21	20	-116	-	-151	-	-34	-	7	-
(セグメント別売上高営業利益率)			(前年差異)	利益率が大幅上昇			(前年差異)	(前年差異)	(前年差異)	(前年差異)	(前年差異)	(前年差異)	(前年差異)	(前年差異)
駐車場事業国内	17.4	19.2	1.8	17.1	17.1	16.4	7.2	-9.3	12.0	4.9	19.2	7.2	19.6	0.4
モビリティ事業	6.2	17.7	11.5	8.4	9.3	10.6	2.5	-8.0	5.5	2.9	11.9	6.4	17.0	5.1
駐車場事業海外	-10.3	-0.1	10.3	3.2	5.6	3.0	-25.7	-28.7	-39.2	-13.5	-5.9	33.3	1.0	6.9
【国内駐車場の契約形態別内訳】			(前年比)				(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)	(前年比)
タイムズパーキング	17,569	17,509	-0.3	16,845	17,597	18,908	18,914	0.0	17,879	-5.5	17,399	-2.7	17,600	1.2
タイムズのB	6,194	6,202	0.1	121	2,534	5,166	5,391	4.4	6,207	15.1	6,315	1.7	6,600	4.5
月極駐車場	2,460	2,560	4.1	1,737	1,837	2,052	2,167	5.6	2,179	0.6	2,504	14.9	2,600	3.8

(出所) パーク24ホームページ掲載の決算関連資料を基に筆者作成。(注記) タイムズのBとは予約制駐車場でありタイムズクラブ会員が利用できるシステムとなっている。

I.ここがポイント (1)



定点観測 ⇒ 建設受注は強いが、住宅着工は失速傾向の兆し？

- A) 建設受注は、民間案件の発注増で2カ月連続でプラス（図表5コメント）
- B) 持家は18カ月連続マイナス、貸家は2カ月振りに増加（図表5コメント）
- C) 5月の東京都の人口は5カ月連続で転入超過に！（図表7コメント）
- D) 小売売上高は、百貨店以外はコロナ前水準を回復！（図表8コメント）
- E) 旅客輸送量、ホテル稼働率は回復傾向にあり、売上高はコロナ禍前の水準を回復か？外国入国者数はコロナ禍前の8割の水準（図表10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、建設受注は好調だが、住宅着工は失速傾向の兆しか？
 - 5月の建設工事受注高は官公庁、民間部門の旺盛な発注により2カ月連続でプラスとなった
 - 持ち家着工は18カ月連続マイナスとなったが、首都圏のマイナス幅が縮小している点に注目！
 - 貸家着工は4月に26カ月振りにマイナスとなったが、5月は早くもプラスに転じている
- 賃上げ機運の高まり、人手不足の広がりによってパート・アルバイト、派遣社員の時給上昇が継続
 - パート・アルバイトの時給は25カ月連続で上昇。販売・サービス系、フード系が過去最高に
 - 有効求人倍率は安定的に推移しているが、飲食・宿泊、教育・学習支援などの求人数が増加！（エッセンシャルワーカー、労働集約的職種ほど求人数が多くなっているのではないかな？）
 - 企業は賃上げに前向きだが、インフレ進行によるコストアップでの賃上げ原資に苦慮か？
- 家計支出は食料品、教育費、住居費、被服・履物、家事用品などの大幅減少で2カ月連続マイナス
 - 勤労者世帯主収入は5カ月連続で減少。配偶者の収入も16カ月振りに減少し、家計を直撃した
 - 5月の家計支出は3カ月連続でマイナス。インフレ進行により家計支出見直しの動きも？
 - 東京都は人口回帰現象が堅調であり、東京都への転入者は6カ月連続で増加傾向にある

I-2. 経済活動における建設・住宅産業の動向

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

対象項目	直近5ヵ月における月次動向				
	23年1月	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

1. 建設受注動向及び建設物価指数の状況 (前年比、%)

大手50社建設工事受注高	-14.0	22.3	-4.1	16.2	4.2
(建築工事受注高)	-14.3	10.2	-9.4	23.0	-2.6
(土木工事受注高)	-13.4	53.7	6.3	2.3	20.4
建設物価指数・オフィス	9.3	9.3	8.7	7.7	7.1
建設物価指数・工場	8.9	8.8	8.3	7.0	6.4
建設物価指数・マンション	9.9	9.7	9.1	8.1	7.1
建設物価指数・住宅	8.4	8.0	7.8	7.5	7.2

5月は2カ月連続でプラス。新年度に入って官民共に順調に発注されている印象？
5月の受注は製造業は前年比10.2%減、非製造業は7.8%増と対照的な動き
5月は国の機関からの受注高が95.7%増、地方自治体は4.5%増と何れも好調
5月のオフィス・工事原価上昇率は前年比で伸び率鈍化続く。前月比では横ばい
5月の工場・工事原価の上昇率は鈍化傾向が続き、前年比6%台にまで低下
5月のマンション・工事原価は5カ月連続1桁台。前年比7%台は1年振りの水準
5月の住宅・工事原価は3カ月連続7%台。前月比では0.1%減とピーク台頭か？

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	-8.3	-4.6	-13.6	-11.6	-11.5
貸家着工戸数	4.2	4.7	0.9	-2.8	10.5
マンション着工戸数	69.6	0.2	7.2	-43.0	28.2
戸建て分譲着工戸数	-3.9	-3.3	-3.9	-0.8	-2.5
首都圏マンション供給戸数	-37.1	-20.4	-2.1	-30.3	-21.5
同坪単価の・万円/㎡	100.1	101.4	199.9	115.9	120.6
近畿圏マンション供給戸数	-27.5	-39.6	12.4	-27.2	-25.7

住宅価格上昇の影響で18カ月連続減少。首都圏は8.7%減と1桁減にとどまる
2カ月振りにプラス。首都圏16.5%増、中部圏12.8%増、近畿圏6.2%増
5月は2カ月振りにプラス転換。三大都市圏46.6%増、地方圏20.3%減と明暗
分譲価格上昇により全国的に需要が弱く、着工戸数は6カ月連続減少と減退へ
6月は1,906戸と8カ月連続減少。契約率は67.8%と1月以来の70%割れとなった
首都圏全体では104.1万円/㎡と前年比4.5%上昇。単価上昇に落ち着きの兆し
6月は1,384戸と3カ月振りに増加。契約率は75.6%と3カ月振りに70%超を記録

(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7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6) 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	直近5ヵ月における月次動向				
	23年1月	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

1. 消費活動 (既存店ベース、前年比、%)

百貨店売上高	14.8	20.3	9.9	8.9	6.6
スーパー売上高	1.6	-0.0	0.7	3.4	2.3
コンビニ売上高	4.1	6.2	6.0	5.3	5.5
家電量販店売上高	-0.3	1.3	-4.6	-3.9	-4.7
ドラッグストア売上高	5.0	5.6	7.8	9.0	9.0
ホームセンター売上高	-1.4	0.1	0.3	0.4	-2.0
通信販売売上高	-3.7	-2.8	-4.3	-4.8	-1.5

19年5月比では 2.0%減 。飲食、衣料品は好調だが、家具、家庭用品が終始低調
19年5月比では 2.6%増 。値上げ効果の飲食料品売上高以外は総じて低調に推移
19年5月比では 3.9%増 。特に加工食品の売上高が 値上げ効果 により大幅に伸長
19年5月比では 1.0%増 。カメラ類の売上高回復を除くと全般に低調に推移している
19年5月比では 20.2%増 。調剤医薬品、OTC医薬品は前年比で2桁の伸び継続
19年5月比で 0.2%減 。継続買いのペット・ペット用品を除くと前年割れの状況が継続
19年5月比では 9.0%増 。但し、リアル店舗復活で前年比では 5ヵ月連続マイナス!

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、派遣社員の時給は三大都市圏・全職種平均)

有効求人倍率・倍	1.35	1.34	1.32	1.32	1.31
完全失業率・%	2.4	2.6	2.8	2.6	2.6
失業者数・万人	164	174	193	190	188
勤労者世帯主収入・実質	-2.8	-3.0	-5.1	-4.6	-7.0
パート・アルバイト時給	2.9	2.1	2.1	2.1	2.4
派遣社員の時給	2.2	2.3	3.4	2.3	5.4
家計消費支出・実質	-0.3	1.6	-1.9	-4.4	-4.0

求人数は 前年比3.8%増 。飲食・宿泊は 13.5%増 、教育・学習支援は 12.0%増
年齢階層別にみると、15～24歳が3.7%、25～34歳が3.6%、65歳以上は1.6%
失業者数は188万人と3ヵ月振りの減少 。非正規従業員数は 2ヵ月連続で減少
世帯主収入は5ヵ月連続減少 。配偶者も 16ヵ月ぶりに減少 となり家計を直撃した
5月は前年比で 25ヵ月連続上昇 。販売・サービス系、フード系が 過去最高に達する!
5月は前年比で 14ヵ月連続増加 。IT・技術系など専門職の派遣募集が増加している
5月は 3ヵ月連続マイナス 。交通・通信費、家具・家事用品、住居費などが大幅減少

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

対象項目	直近5ヵ月における月次動向				
	23年1月	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

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)	-4.6	4.5	0.8	-0.4	-1.6
機械受注 (民需合計)	12.0	3.1	-12.3	8.5	-5.3
機械受注 (除く船舶・電力)	9.5	-4.5	-3.9	5.5	-7.6
国内新車販売台数	10.8	26.3	15.7	23.1	28.1
貿易統計・輸出額 (金額)	3.5	6.5	4.3	2.6	0.6
貿易統計・輸入額 (金額)	17.8	8.3	7.3	-2.3	-9.8
消費者物価指数 (20年基準)	4.3	3.3	3.2	3.5	3.2
企業物価指数 (20年基準)	9.6	8.3	7.4	5.9	5.1

5月は2ヵ月連続減少。但し、前年比では4.7%増と生産回復基調は継続している
5月は2ヵ月振りにマイナス。機種別では、原動機、道路車両、航空機等が増加した
5月は2ヵ月振りにマイナス。製造業3.2%増、非製造業19.4%減と明暗を分けた！
4ヵ月連続増加。マツダ2.6倍、スバル43.9%増、日産38.9%増、トヨタ36.3%増！
5月は全体で0.6%増。米国9.4%増、ASEAN9.1%減、中国は3.4%減と低調！
5月の輸入額はインフレの落ち着きで2ヵ月連続減少。19ヵ月連続で貿易収支赤字
5月は、補助金効果による高熱・水道費の下落率拡大効果により伸び率が鈍化した
5月は、輸入物価 (契約ベース) のマイナスの影響により5ヵ月連続で伸び率が鈍化

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	4.0	11.2	2.6	5.9	4.4
東京都からの人口流出者	-5.3	-0.7	-5.4	-2.1	-3.4
東京都の人口流入超過人数	2,887	3,902	39,305	8,825	3,244
不動産登記件数	-5.5	4.6	-3.9	0.7	3.5
プライム市場株式売買代金	-10.9	-4.4	-5.4	3.2	13.1
日経平均株価 (月末値)	27,327	27,446	28,041	28,856	30,888

6ヵ月連続のプラスで、21年5月比20.1%増、19年5月比では3.1%減まで回復！
9ヵ月連続マイナスであり、21年5月比6.3%増、19年5月比では0.5%増！
5月は5ヵ月連続転入超過。転入超過人数は前年同月の720人から4.5倍と急増
5月は前年比では2ヵ月連続プラス。19年5月比では2.1%減とマイナス幅は縮小へ
売買代金は2ヵ月連続でプラス。20年比で61.3%増、21年比で37.0%増と拡大
外国人投資家の日本株買いにより33年振りの高値更新とポジティブな展開が継続

(出所) 経済産業省、日本自動車工業会、財務省、総務省、日本銀行、法務省、取引所データ等より作成。2023年7月20日までに発表のもの。

※2023年6月1日現在の東京都の人口は1,409万347人 (前月比5,011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16,304人の増加。

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8) 経済活動における消費の状況①～小売業の企業別月次売上高動向～(数値は、前年同月比較)

対象項目	直近5か月における月次動向					現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)
	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月	23年6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	35.8	22.9	23.2	19.1	14.3
松屋（銀座本店）	46.3	29.8	41.0	39.4	36.6
大丸・松坂屋	26.4	16.7	15.7	11.3	13.4
高島屋	20.4	10.9	12.3	8.0	8.2
イオンリテール	3.4	2.2	3.8	4.6	4.0
イトーヨーカ堂（商品計）	-0.8	-1.1	1.1	-1.1	0.2
ヤオコー（食品スーパー）	1.3	2.2	6.5	6.1	6.3

19年6月比では 11.7%増 。 三越銀座店、伊勢丹新宿店、免税売上が全社を牽引
19年6月比では 27.1%増 。 円安効果により東南アジア、欧米からのお客様が急増
19年6月比では 3.2%減 。 大丸東京店、心斎橋店以外は売上高の回復力が鈍い
19年6月比で 5.6%増 。免税売上高は19年比14.3%増と全社売上げ増に寄与！
19年6月比では売上高 1.8%減 。衣料品、雑貨、宝飾品の戻りが鈍い状況が継続
19年6月比では売上高 4.2%減 、客数 10.4%減 、客単価 6.6%増 と依然低調！
19年6月比では売上高 18.4%増 、客数 5.4%減 、客単価 25.0%増 と順調に推移

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	3.9	4.8	4.4	5.4	3.6
ファミリーマート	4.8	5.6	5.3	6.2	4.4
ローソン	8.4	6.6	6.0	5.9	3.9
ユニクロ（カジュアル）	21.3	11.9	1.7	4.4	-3.4
ワークマン（カジュアル）	-1.5	4.2	-0.3	-2.3	-2.2
良品計画（無印良品）	-8.6	14.6	-14.2	-15.9	0.4
青山商事（紳士服）	19.7	1.5	10.2	6.7	4.7

19年6月比で売上高 7.3%増 、客数 8.5%減 、客単価 17.3%増 と客単価が上昇
19年6月比で売上高 4.1%増 、客数 8.6%減 、客単価 14.2%増 と単価上昇効果
19年6月比では売上高 0.8%減 、客数 13.2%減 、客単価 14.2%増 と客数が低調
19年6月比では売上高 11.5%減 、客数 24.7%減 、客単価 17.5%増 と低迷！
19年6月比では売上高 26.3%増 、客数 17.6%増 、客単価 7.4%増 と好調持続！
19年6月比では売上高 19.7%減 、客数 5.0%増 、客単価 23.6%減 と依然低調
19年6月比では売上高 17.5%減 、客数 13.7%減 、客単価 5.6%減 と回復途上

（出所）各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2023年7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。

（注記）西武・そごうは米国投資ファンドに売却したため、セブン＆アイHDの開示対象から外れた。現在、株式の譲渡価格が低すぎるとして株主代表訴訟を受けている。

I -6.経済活動における消費の状況②～小売・外食産業等の月次売上高

(図表9) 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	直近5カ月における月次動向				
	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月	23年6月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

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	5.1	4.9	6.6	5.2	7.2
サンドラッグ	-0.4	0.4	2.3	2.6	2.0
ウエルシアHD	3.1	4.2	3.7	4.3	4.2

22年6月比では売上高 7.2%増 、客数 1.7%増 、客単価 5.4%増 と改善傾向に！
19年6月比では 6.3%増 。ドラッグストア事業、ディスカウント事業ともにプラス傾向継続
19年6月比では売上高 15.5%増 、客数 0.6%増 、客単価 14.8%増 と一人勝ち？

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	38.8	26.6	18.9	14.6	12.1
サイゼリヤ	33.7	17.2	14.7	12.8	13.7
ロイヤルホスト	39.2	24.7	21.0	12.3	12.4
マクドナルド	3.0	6.4	9.1	5.2	5.7
ケンタッキー	5.5	7.4	13.2	10.1	10.6
モスバーガー	2.5	8.9	6.3	14.1	8.1
すき家	9.8	13.4	22.0	15.2	19.8
吉野家	8.1	7.4	7.6	7.9	16.6
松屋フーズ	16.5	11.9	11.6	5.8	11.2
ほっともっと	1.0	3.7	3.5	6.9	8.6
トリドール（丸亀製麺）	23.1	13.0	15.7	10.8	8.2

19年6月比では売上高 9.3%減 、客数 24.6%減 、客単価 20.3%増 と客数が低調
19年6月比では売上高 1.8%増 、客数 5.2%減 、客単価 7.6%増 と復調の兆しも
19年6月比では売上高 11.3%増 、客数 6.0%減 、客単価 18.6%増 と回復傾向
19年6月比では売上高 29.3%増 、客数 7.7%減 、客単価 40.1%増 と拡大継続
19年6月比では売上高 12.1%増 、客数 0.9%減 、客単価 12.9%増 と安定成長
19年6月比では売上高 29.7%増 、客数 2.8%増 、客単価 26.2%増 と順調に拡大
19年6月比では売上高 30.1%増 、客数 9.0%増 、客単価 19.4%増 と好調持続
19年6月比では売上高 8.3%増 、客数 13.2%減 、客単価 24.8%増 と客足低調
19年6月比では売上高 1.5%増 、客数 15.2%減 、客単価 19.7%増 と復調の兆し
19年6月比では売上高 16.5%増 。傘下のやよい軒は前年比 12.7%増 と依然好調
19年6月比では売上高 8.1%増 、客数 10.6%減 、客単価 21.0%増 と客足に陰り

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2023年7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10) 経済活動における人出の状況 ～ 交通機関の利用状況、ホテル稼働率等 ～ (数値は、前年同月比較)

		直近 5 ヲ月における月次動向					現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)
対象項目		23年1月	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月	
1. 交通機関の利用状況 (前年比、%)							
新幹線輸送量 (JR東海)	46.0	122.0	66.0	40.0	34.0	19年5月比では8%減、6月速報は22年比23%増、19年比では17%減にとどまる	
JR東日本・定期外収入	44.4	81.4	63.1	39.3	29.2	19年5月比10.4%減。定期収入は22年比で4.1%増と回復、19年比17.6%減	
小田急電鉄・定期外収入	18.3	32.0	21.6	16.7	13.9	19年5月比では運賃収入は3.2%減、輸送人員 (定期外) は5.4%減まで回復	
東急電鉄・定期外収入	16.3	30.1	24.4	25.6	22.5	19年5月比では運賃収入は12.4%増、輸送人員 (定期外) は2.3%減まで回復	
京成電鉄・定期外収入	50.2	77.7	59.2	45.9	43.4	19年5月比では運賃収入は5.4%減、輸送人員 (定期外) は4.3%減ともう一息	
国内線旅客数・ANA	80.6	195.6	72.9	53.6	50.3	19年5月比では11.3%減。利用率は68.2%と19年5月比1.1ポイント減まで回復	
国際線旅客数・ANA	425.2	536.8	321.4	166.5	137.2	19年5月比34.9%減。貨物重量は19年比で23.2%減、22年比では23.8%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、旅行取扱高は2019年同月比較。ホテル及び旅館稼働率は水準)							
国内旅行取扱高・日本人	-28.9	-18.8	75.7	-29.9	-18.1	国内旅行取扱高の減少が続いているのは、ネット購入が増えているためと推察？	
海外旅行取扱高・日本人	-70.4	-63.1	-60.0	-67.5	-57.3	円安及び航空チケット、ホテル料金上昇により日本人の海外旅行・出張の戻りは鈍い	
※ リゾートホテル稼働率	42.7	50.6	54.0	47.7	49.4	稼働率トップは千葉県、次いで奈良県、沖縄県、大阪府と西日本地域の好調が続く	
※ ビジネスホテル稼働率	56.5	64.8	69.1	68.5	68.4	東京都の稼働率は83.6%と他地域を圧倒。旅行、出張需要の回復基調を享受！	
※ シティホテル稼働率	56.3	65.8	70.9	67.7	67.9	岐阜県、香川県、和歌山県、大分県、富山県などの稼働率が高いという意外性！	
※ 旅館稼働率	29.2	33.9	38.2	32.7	38.1	京都府、滋賀県、香川県、大分県、大阪府、神奈川県が稼働率上位6位府県	
訪日外国人旅行者数	82.3倍	86.2倍	25.5倍	11.9倍	10.9倍	5月は189.9万人 (19年比31.5%減) と高水準だが、コロナ禍前にはほど遠い！	

(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7月20日までに発表のもの。

【ジェンダーギャップ報告書にみる我が国のジェンダーギャップの実態とは？】

6月21日に世界経済フォーラム（WEF）が発表した2023年版の「ジェンダーギャップ報告書」では、**日本は男女平等において前回の調査を下回る結果となりました。総合では146カ国中125位となりました。政治分野での女性進出の遅れが理由と指摘されていますが、経済参画で見ても日本の遅れは著しく、経済参画と機会の項目では146カ国中123位となっています。**歴代の首相が「女性の管理職比率向上」を掲げながら、目標が「絵に描いた餅」状態にとどまっているのはなぜなのでしょう。

今から20年前、女性が役職（係長クラスと推察）に就く割合はわずか8%でした。当時は管理職のハシゴの1段目であり、ほぼすべての男性が到達するポストだったのです。2019年には、女性の割合は19%にまで上昇しました。同じ期間に、課長の女性比率は3.6%から11%へと上昇し、部長では1.8%から6.9%へ、経営幹部ではほぼゼロから6.2%へと上昇しています。さらに、岸田文雄首相は7年後の2030年に上場会社の役員の30%以上を女性にすると宣言しています。**確かに女性が管理職或いは経営層として活躍するケースは増えていますが、欧米諸国に比べるとまだまだ遅れているといった見方が大勢となっています。**

ちなみに、**業種別にみると、全産業ベースでの女性の従業員比率は45%程度であり、不動産業は41%となっています。**産業別には、医療・福祉、宿泊・飲食サービス、金融・保険業、小売業での女性従業員比率が高く、電気・ガス・水道、建設業、漁業、運輸業での女性従業員比率は低くなっています。**女性の従業員比率が高い業界の特徴としては、個人を対象にしたサービス業が多くなっています。「健康・医療」、「旅行・外食」、「資産形成」、「お買い物」といった日常に密接した業務は女性の細やかなサービスが受け入れられ易いのかもかもしれません。細やかなサービスが求められるという点では不動産業も女性が活躍し易い職場といった見方ができると考えられます。**住まいの防犯・防災に関しても女性ならではの視点が重要視されるようになってきています。

Ⅱ.ここがポイント（2）



景気ウォッチャー調査 ⇒ 6月調査は5カ月振りに低下した

- A) 家計動向は5カ月振りに低下したが高水準持続（図表11コメント）
- B) 飲食関連は物価高を嫌気して2カ月振りに低下した（図表11コメント）
- C) 企業動向は物価高の影響により6カ月振りに低下（図表11コメント）
- D) 雇用動向は求人数の減少を背景に6カ月振りに低下（図表11コメント）
- E) コロナに対する危機感は後退しているものの、物価高に起因する実質賃金の減少、労働力不足などを背景にネガティブなコメントも散見される印象

Ⅱ-1.景気ウォッチャー動向調査

(図表11) 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		直近6カ月の動き (月次動向)						
	17年11月	17年12月	20年3月	20年4月	23年1月	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月	23年6月	(前月差)
景気の現状判断DI	↗ 54.1	↘ 53.9	↓ 14.2	↘ 7.9	↘ 48.5	↗ 52.0	↗ 53.3	↗ 54.6	↗ 55.0	↘ 53.6	-1.4
家計動向調査	↗ 52.7	↘ 52.3	↓ 12.6	↘ 7.5	↘ 48.6	↗ 52.9	↗ 53.7	↗ 54.9	↗ 54.9	↘ 53.6	-1.3
小売関連	↗ 52.6	↘ 52.5	↓ 16.0	↘ 10.5	↘ 48.3	↗ 51.3	↗ 51.3	↗ 53.2	↘ 53.1	↘ 50.1	-3.0
飲食関連	↗ 51.3	↘ 51.1	↓ 0.7	↘ -3.1	↗ 48.9	↑ 60.2	↗ 62.5	↘ 59.9	↗ 61.1	↘ 57.4	-3.7
サービス関連	↗ 53.5	↘ 52.2	↓ 7.4	↘ 3.5	↘ 50.0	↗ 56.6	↗ 57.9	↗ 59.1	↗ 59.2	↗ 60.7	1.5
住宅関連	↘ 51.4	↗ 52.8	↓ 19.0	↘ 9.4	↗ 44.5	↘ 42.0	↗ 45.9	↗ 46.1	↘ 45.4	↗ 48.5	3.1
企業動向調査	↘ 55.3	↗ 55.7	↓ 19.2	↘ 9.9	↗ 46.8	↗ 48.7	↗ 51.1	↗ 53.2	↗ 54.3	↘ 53.3	-1.0
製造業	↘ 54.8	↗ 56.9	↘ 21.7	↘ 12.1	↗ 45.8	↗ 47.7	↗ 50.4	↘ 49.6	↘ 51.2	↘ 50.1	-1.1
非製造業	↘ 55.8	↘ 54.5	↓ 17.5	↘ 8.3	↗ 48.4	↗ 50.2	↗ 52.0	↗ 56.7	↗ 56.8	↘ 55.8	-1.0
雇用関連	↗ 61.3	↘ 60.7	↓ 13.6	↘ 6.3	↗ 51.0	↗ 52.6	↗ 55.6	↗ 55.8	↗ 57.1	↘ 54.1	-3.0

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】○物価高に伴う堅実消費の影響はあるものの、アフターコロナのライフスタイルが定着し、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度同期比でプラス推移が続いている (家計動向)

【家電量販店】▲家電量販店の扱う商材のうち、今の時期はエアコンなどの季節商材の販売数量が売上高を大きく左右するが、前年と比べて思ったような台数が出ていない (家計動向)

【経営コンサルタント】□業種によって状況が異なり、旅行業では引き続き好調だが、飲食業では夜間の来客数が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていない (企業動向)

【電気機械器具製造業】▲円安による調達コスト上昇に加えて、消費行動がモノからコトへ移ってきていることから耐久消費財の販売が伸び悩んでいる (企業動向)

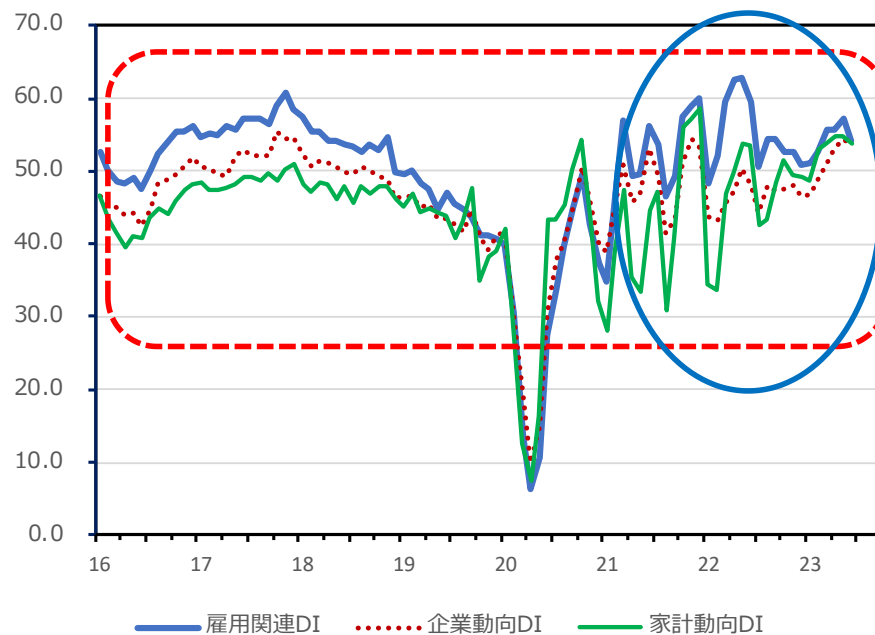
【職業安定所】○新規求人数が宿泊業・飲食業を中心に増加に転じている。製造業では、食料品・飲料製造で増加しているが、電子部品・機械器具製造では減少している (雇用関連)

(出所) 内閣府データ等により作成。直近データは2023年7月10日に発表。コメントは、2023年7月以降の先行きに対する内容を重点的に紹介している。

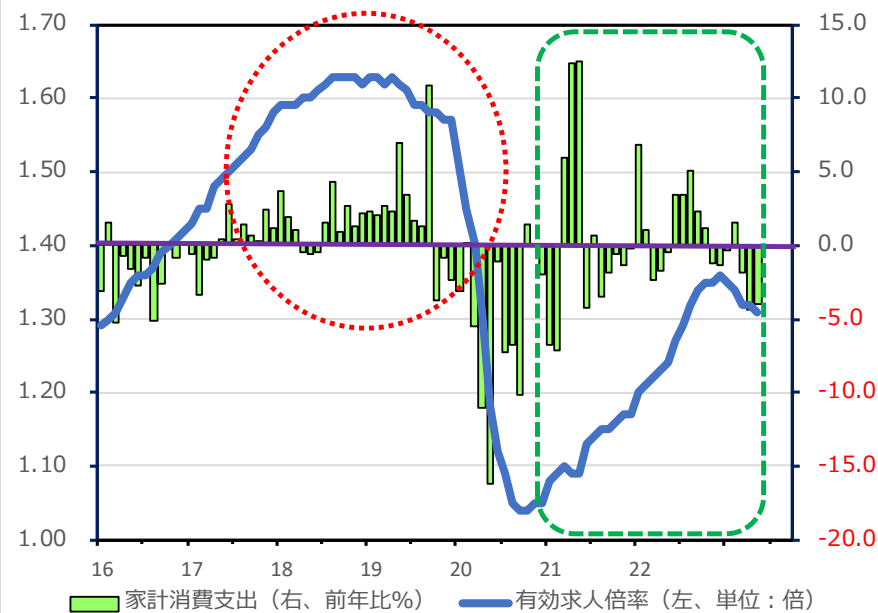
(注記) ↑印は前月比10ポイント以上の上昇、↗印は同10ポイント未満の上昇、↓印は同10ポイント以上の低下、↘印は同10ポイント未満の低下を示す。

- 1) **6月の景気ウォッチャー判断DIは、家計動向、企業動向、雇用関連は何れも小幅ながら下落した**
- 2) **ポジティブな見方では、消費活動が活発になってきたこと、新規求人数の増加などが挙げられている！**
- 3) **ネガティブな見方では、円安による調達コスト増、モノからコトへの消費行動の変化による影響の声！**

(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。2023年7月20日までに発表のもの。

Ⅱ-2. Coffee Time



【非正規雇用者の長期推移と年齢階層別動向について】

我が国の雇用体系も随分と変わってきました。1990年代半ばまでは8割から9割の就業者が正規雇用者であり、非正規雇用者は少数派でした。2000年に入ると、女性をはじめとした人々の労働参加率の高まりによって、就業者数は増えましたが、そのほとんどは非正規雇用者でした。正規雇用者は1990年代半ばの3,800万人台から漸減傾向を示し、2019年以降は3,500万人台で推移しています。この結果、近年では雇用者全体に占める非正規雇用者の比率は36～37%台で推移しています（図表14参照）。

非正規社員の雇用形態をみると、パート契約が約半数を占め、残りをアルバイト、契約・派遣、嘱託といった形態となっています。非正規社員のうち約半数がパート社員であり、小売業、飲食店、宿泊施設といった業態ではパート社員なくしては成り立たなくなっています。パート社員は主婦の方が多く、育児のスキマ時間に一日あたり4～5時間勤務し、世帯主の扶養家族となっているケースが多いようです。また、アルバイト、契約・派遣社員はフルタイムで勤務することも多く、正社員の補助的役割を担うケースが多いと思われます。**アルバイト、契約・派遣社員の雇用者数は2019年をピークに減少していましたが、コロナ禍収束につれて雇用者数は回復基調にあり、求人情報などを勘案すると2023年は一段と雇用者が増加するとみられています。**

年齢階層別に非正規社員の就業者数をみると、2014年頃までは25～34歳或いは35～44歳の人数が増加傾向にありましたが、最近では45～54歳、55～64歳の層が増えています。そういえば、最近では、以前は耳にした「就職留年（就職できないで留年する）」「（定年前に退職する場合の）割増退職金」「強制解雇」といった言葉が聞かれなくなりました。世の中ではフレキシブルな働き方が許容されてきた証なのかもしれません。不動産ビジネスにとっても、フレキシブルな働き方はオフィスの提供、住宅供給、店舗展開といった点で新たなビジネスチャンスといえるのかもしれません。**ちなみに、全産業平均の非正規社員比率37%に対して不動産業は21%とかなり低くなっています。不動産業の場合、独立して事業を営む割合が多く、総務省調べでは不動産業に従事している人のうち19%が役員（会社の経営者）であるという報告がなされており、この割合は産業別にみると突出して高い数値となっています。**

（図表14）「非正規雇用者」の現状についての時系列データ

	非正規雇用者 (万人)	正規雇用者 (万人)	非正規の割合 (%)
1984年	604	3,333	15.3
1989年	817	3,452	19.1
1994年	971	3,805	20.3
1999年	1,225	3,688	24.9
2004年	1,564	3,410	31.4
2009年	1,727	3,395	33.7
2012年	1,816	3,345	35.2
2013年	1,910	3,302	36.6
2014年	1,967	3,288	37.4
2015年	1,986	3,317	37.5
2016年	2,025	3,372	37.5
2017年	2,040	3,434	37.3
2018年	2,126	3,492	37.8
2019年	2,173	3,515	38.2
2020年	2,100	3,556	37.1
2021年	2,075	3,587	36.6
2022年	2,101	3,588	36.9

【※非正規社員の雇用形態（万人、％）】

	パート	アルバイト	契約・派遣
2002年	718	336	273
2004年	763	333	340
2006年	793	333	402
2008年	824	331	462
2010年	853	344	429
2012年	890	353	446
2013年	930	392	390
2014年	946	404	411
2015年	965	405	415
2016年	989	415	420
2017年	999	417	426
2018年	1,039	455	432
2019年	1,051	472	437
2020年	1,030	449	428
2021年	1,024	439	418
2022年	1,021	453	432
22年の割合	48.6	21.6	20.6

【※年齢階層別にみた非正規社員（万人、％）】

25～34歳	35～44歳	45～54歳	55～64歳
271	261	323	244
310	292	316	296
330	322	320	332
316	350	332	377
302	355	330	391
297	370	344	407
303	390	364	418
304	399	376	423
292	396	388	414
282	387	401	415
276	373	414	422
267	374	427	430
264	361	439	437
248	336	433	428
237	323	435	425
233	322	437	439
11.1	15.3	20.8	20.9

（出所）総務省「労働力調査」を基に筆者作成。ちなみに、太字の赤い枠は前年比減少、ブルーの枠は前年比増加となった項目を示している。

（注記1）不本意正規雇用者は2013年の342万人（非正規雇用者全体の19.2％）から2017年に274万人（同14.3％）、2022年には210万人（同10.3％）にまで低下

（注記2）非正規雇用者の賃金カーブは低く、35～39歳で正社員1,969円、非正規社員1,333円、45～49歳で正社員2,207円、非正規社員1,332円／時給となっている

Ⅱ-3.暮らしの流れ ～ 知って得する冠の日 ～



- 8月 6日（日）：広島平和記念日 ⇒ 1945年8月6日、人類史上初めての原子爆弾が広島に投下された日。
当時の広島：人口約35万人、死者数約14万人。長崎は人口約24万人、死者数約7.4万人
- 8月 6日（日）：第105回全国高校野球選手権 ⇒ 最近はやや決勝、準決勝の翌日は休養日となっています。
- 8月 9日（水）：ながさき平和の日（長崎原爆忌） ⇒ 犠牲者に想いを馳せて黙禱しましょう。
- 8月11日（金・祝）：山の日 ⇒ 山に親しむ機会を得て、山の恩恵に感謝する日。2016年に制定されました。
- 8月13日（日）～16日（水）：旧盆 ⇒ 先祖の魂が里帰りしてくる時期です。ご先祖様に感謝しましょう。
- 8月15日（火）：終戦記念日 ⇒ 全国戦没者追悼式。戦没者を追悼し、本気で平和を祈念しましょう。
- 8月21日（月）：献血記念日 ⇒ 全ての輸血用血液を献血により確保する体制が確立しました。
2027年には献血者の減少による輸血用血液不足で、「病院に行っても助からない」事態に。
- 8月28日（月）：民放テレビスタートの日 ⇒ 1953（昭和28年）、日本テレビが民間放送として初のテレビ放送を正式に開始しました。今やテレビ放送はネット配信、動画配信に駆逐されようとしています。

- 夏休み：お父さんが疲れるテーマパーク（ディズニーランド、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンなど）では、1日最大入園者数は6万人、チケット代・食事代・飲み物代・お土産代の予算は一人当たり2万円以上といわれています。一家4人だと10万円になってしまいます。季節は夏ですが、お財布は寒くなりますネ。
- 旬の食材：8月は、気温も湿度も高いため熱中症になり易い季節です。旬の美味しい食材を食べて夏を乗り切りましょう。野菜ではゴーヤ、トウモロコシ、インゲン、ブロッコリー、枝豆、ズッキーニ、魚介類ではアユ、太刀魚、ハモ、真鯛、戻りガツオ、岩ガキ、果物ではぶどう、マンゴー、モモ、メロン等が定番です。

Ⅲ.ここがポイント（3）



資本市場と実体経済 ⇒ 株価はバブル後の高値圏で推移！

- A) 建築着工は大型案件の一巡で4カ月連続で減少（図表15コメント）
- B) 小売売上高の回復は19カ月連続プラスと順調（図表16コメント）
- C) 株価動向は、日米ともに高値圏で推移している…（図表20コメント）
- D) 国内の人手不足状況は続いており、雇用環境は一段とひっ迫の兆し？
- E) 物価上昇については、政府による物価高騰対策支援金による効果が切れる本年10月以降の物価対策に注視すべき状況となっている

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

- 6月以降、バブル崩壊後の高値更新が続いていた日経平均ですが、7月に入るとやや失速の兆しを見せ始めています。そもそも、**日本株がポジティブに推移するようになったのは、世界的なカリスマ投資家であるウォーレン・バフェット氏が日本の総合商社株の組み入れに動いたことがきっかけとみられています。**バフェット氏はさらに日本株を買い増す姿勢を示しており、日本の株式市場全体に対しても強気のコメントを発言しています。
- また、①我が国の企業収益が回復に向かっていること、②企業が株主還元に向かいに取り込みつつあること、③中国リスクの高まりによって日本株シフトが起こっていること、といった要因も株高を支えているようです。**中国リスクとは、人口減少社会への突入、経済成長率の低下、デフレ経済突入の懸念、公的債務の比較的増大といった問題であり、まさしく我が国が30年前にたどった道を歩もうとしているかのようです。**
- **地域別にみた実体経済（月次統計をみると、景況感の先行きが不透明な状況？）（図表17～19）**
 - **住宅着工は、持ち家に加えて貸家も前年比マイナスとなり、全体的に失速感が広がっている印象？**
 - **消費動向は、全国的にポジティブな傾向が見て取れるが、実質賃金の減少からブレーキが掛かっている？**
 - **家計収入は、世帯全体では10カ月振りに減少。世帯主の賃金アップが十分ではないことが影響している！**
- **日本及び米国の株式市場動向（日米ともにポジティブな展開となっている！）（図表20～23）**
 - **日経平均は、外国人による日本株への積極買いを好感し、33年振りのバブル崩壊後高値圏で推移！**
 - **米国株は、依然として金利高リスクが残っているものの、好需給を反映して年初来高値を更新！**

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15) 主な地域別経済統計の推移 ～ ①生産活動 ～

都県名	2020年度	2021年度	2022年度	2020年6月	2020年12月	2021年6月	2021年12月	2022年6月	2022年12月	2023年3月	2023年4月	2023年5月
1. 建築着工床面積（前年比、%）												
宮城県	-1.8	11.3	-16.0	-19.6	-21.3	-3.8	73.6	-0.2	-15.8	-22.8	-21.1	21.9
茨城県	-21.3	84.5	-30.2	-42.6	-29.6	-11.1	138.5	8.6	-62.3	-15.5	-13.8	-28.3
埼玉県	-6.2	-3.9	3.1	-4.2	-23.2	-2.8	21.8	6.2	-11.1	-17.0	-14.5	-17.7
千葉県	-1.1	21.7	-21.6	-43.6	2.8	91.0	-10.3	-41.8	6.5	2.5	-24.0	48.2
東京都	-14.5	28.4	-20.0	17.9	-45.6	-1.6	60.8	-11.3	-24.9	-6.2	-9.4	18.6
神奈川県	3.8	-16.7	4.9	-29.8	-0.9	14.9	21.0	54.5	-5.2	15.8	-20.1	24.9
全国	-8.5	7.1	-3.1	-16.0	-11.4	9.3	16.1	1.8	-15.8	-12.2	-8.6	-7.3
2. 新設住宅着工戸数（前年比、%）												
宮城県	-10.8	14.8	4.5	-1.1	-12.8	-14.6	42.2	-6.3	-11.8	-26.1	-27.2	-30.3
茨城県	-7.8	18.4	-9.7	-20.6	-1.7	5.7	-5.4	-1.4	12.6	-13.4	-3.3	7.8
埼玉県	-3.5	7.2	1.6	-9.8	-6.7	-0.5	5.9	-2.6	7.3	-14.6	-5.7	-8.5
千葉県	-2.8	6.5	3.6	-1.4	3.5	22.5	5.8	-0.9	13.7	7.4	-18.2	42.8
東京都	-1.8	0.9	0.9	3.2	-14.1	0.5	6.6	-5.5	-37.0	-1.0	-5.7	9.7
神奈川県	-12.8	6.3	2.6	-20.1	-10.8	17.2	34.3	-9.3	-14.6	14.5	-8.4	22.8
全国	-8.1	6.6	-0.6	-12.8	-9.0	7.3	4.2	-2.2	-1.7	-3.2	-11.9	3.5

(出所) 国土交通省データ等により作成。2023年7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) 5月の建築着工床面積は、全国ベースでは4カ月連続で減少となったが、千葉県、東京都、神奈川県といった首都圏中心部は好調
- (2) 5月の新設住宅着工戸数は、全国的には4カ月振りに増加に転じたが、特に千葉県、東京都、神奈川県といった都心部が増加
- (3) 都心部地域では、コロナ禍収束に伴う人口流入によって貸家着工が増えていることが住宅着工増に結びついているのではないかと

Ⅲ-3.地域別経済統計②：小売売上高、家計消費支出

(図表16) 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6月	21年2月	21年6月	21年12月	22年6月	22年12月	23年3月	23年4月	23年5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	1.0	-6.2	-2.7	-1.3	-1.8	1.8	1.9	4.0	1.4
茨城県	-0.1	6.2	0.6	8.3	1.6	-2.9	0.5	-0.9	2.2	-0.1	1.6	0.6
埼玉県	-0.8	3.4	1.6	5.3	3.0	-2.5	-0.2	-1.6	3.3	1.9	4.7	3.5
千葉県	0.1	0.6	1.8	3.5	-1.4	-2.6	0.3	-1.2	3.1	2.3	4.7	4.1
東京都	-2.9	-14.7	6.0	-12.0	-7.7	0.4	4.7	5.2	5.3	7.4	9.0	6.3
神奈川県	-2.5	-2.1	2.4	0.1	-0.9	1.9	-0.1	-0.3	1.8	0.7	2.5	1.3
全国	-1.6	-5.1	1.9	-3.4	-4.8	-2.3	1.4	1.3	3.6	3.2	4.8	3.4
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	-6.8	36.2	5.5	6.4	15.4	-1.1	-18.4	-2.3	-1.9
水戸市	-1.3	-4.3	0.5	9.6	21.0	-11.5	11.9	9.9	4.4	-12.9	-2.8	-11.4
さいたま市	4.1	-3.3	-3.5	19.8	-16.2	-24.1	1.4	37.5	-6.5	0.9	-6.4	18.9
千葉市	-4.3	-1.2	2.7	9.7	3.9	-2.9	8.6	12.9	4.6	24.1	11.1	2.4
東京都区部	1.9	-2.3	-0.7	-4.4	-3.1	-7.8	-7.2	-3.1	4.7	8.4	9.8	2.6
横浜市	2.1	-3.8	1.4	8.6	-12.3	-3.5	6.1	8.4	7.1	14.9	-2.8	-6.3
全国	2.1	-5.3	0.4	-1.1	-7.1	-4.9	0.7	6.4	3.4	1.8	-0.5	-0.4

(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7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) 5月の小売売上高は全国ベースで20カ月連続プラスと順調。全国的に落ち着いた動きとなっているが、相対的には都心部が好調
- (2) 5月の消費支出は全国ベースで2カ月連続で減少。さいたま市が大きく増加したのは交際費、自動車関係費、雑費等が増加による

Ⅲ-4.地域別経済統計③：有効求人倍率、家計実収入

(図表17) 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	2020年6月	2020年12月	21年6月	21年12月	22年6月	22年12月	23年3月	23年4月	23年5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	1.14	1.30	1.31	1.36	1.43	1.41	1.41	1.38
茨城県	1.58	1.27	1.38	1.33	1.19	1.39	1.34	1.48	1.52	1.46	1.41	1.39
埼玉県	1.28	0.94	0.94	1.02	0.85	0.96	0.93	1.03	1.08	1.04	1.05	1.08
千葉県	1.29	0.90	0.86	0.97	0.83	0.87	0.84	0.97	1.01	1.06	1.06	1.03
東京都	2.05	1.27	1.22	1.33	1.18	1.17	1.23	1.45	1.71	1.77	1.79	1.76
神奈川県	1.15	0.80	0.80	0.86	0.75	0.79	0.78	0.87	0.93	0.90	0.90	0.92
全国	1.55	1.10	1.16	1.12	1.05	1.13	1.17	1.27	1.36	1.32	1.32	1.31
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	10.9	-12.3	8.5	9.1	38.7	8.0	-7.1	1.4	11.4
水戸市	-3.5	3.7	3.8	54.7	-6.9	-15.0	15.5	-17.8	-7.8	6.1	2.2	11.9
さいたま市	20.3	-6.7	-0.0	-13.8	-17.0	4.9	0.6	26.8	-9.1	-27.1	-19.5	-22.9
千葉市	5.8	1.7	-1.0	-5.0	-6.4	-10.5	13.3	36.1	16.1	21.3	-5.8	-3.9
東京都区部	5.6	4.8	1.6	-3.8	11.1	16.5	-17.0	-8.8	13.3	1.8	17.5	2.2
横浜市	6.5	4.4	-3.6	8.7	-3.8	-21.7	13.0	12.3	1.7	13.7	1.9	-10.1
全国	4.6	0.1	2.6	-1.7	-3.6	5.9	2.3	1.2	8.0	0.9	0.4	-3.2

（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7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。

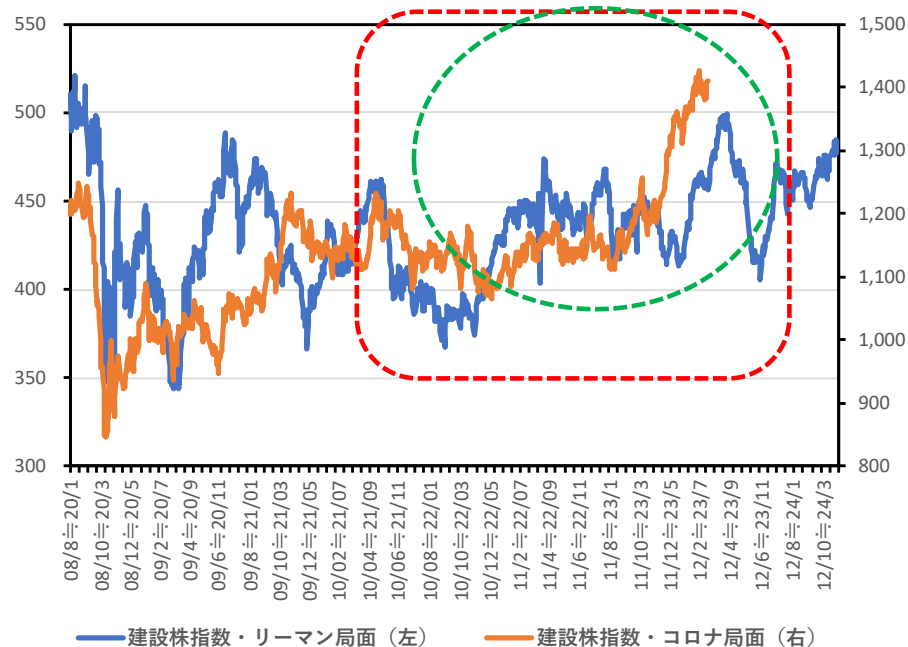
（注記2）家計実収入は勤労者世帯の勤労収入がベースであり、財産収入、預貯金引出、クレジット購入借入金は含まれていない。

- （1）有効求人倍率の上位は福井県1.84倍、東京都1.79倍、石川県1.65倍、島根県1.69倍の順位。上位都道府県と下位都道府県に開き
- （2）5月の家計実収入は、全国平均で10カ月振りに減少。さいたま市、横浜市の減少は働き方改革による残業代の削減が響いている？

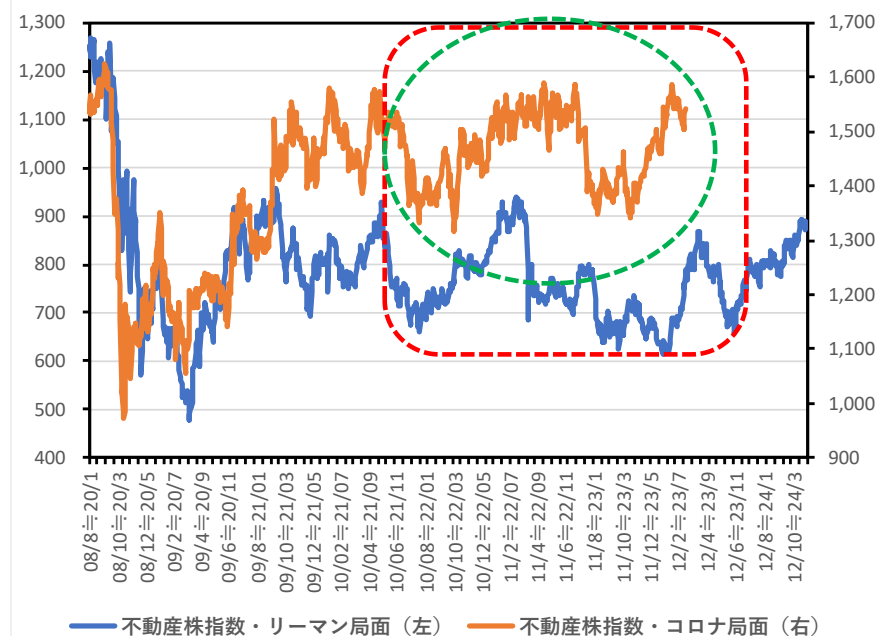
Ⅲ-5. 株価指数の推移①：建設株指数、不動産株指数

- 1) 建設株は、株主還元強化と海外投資家による経営改善期待を背景に、一段と上昇基調を強めている？
- 2) 不動産株は、日銀の政策変更（金利上昇）を織り込み、コロナ禍後の戻り高値を更新する勢いか？

(図表22) 建設株指数の日次推移



(図表23) 不動産株指数の日次推移

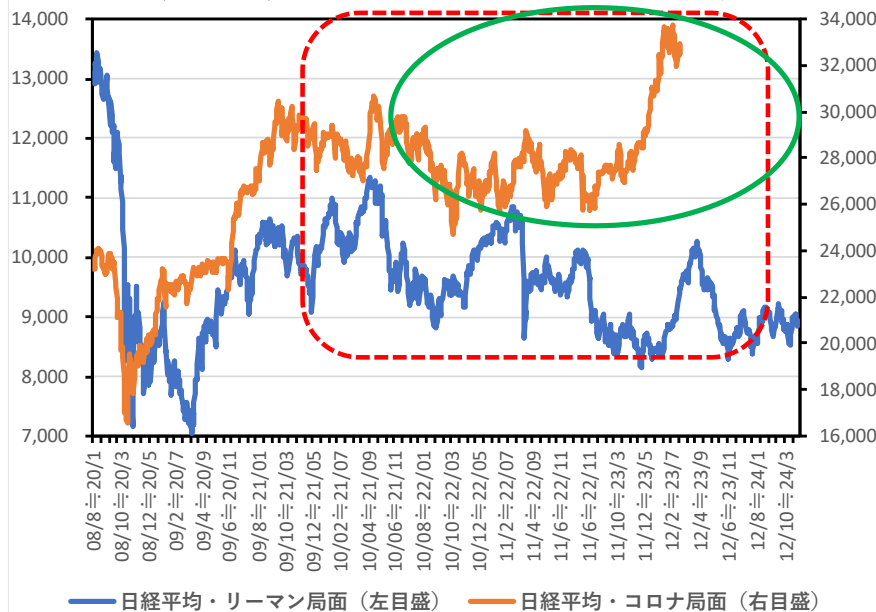


(出所) 取引所データより筆者作成。東証業種別指数。7月20日終値ベース。

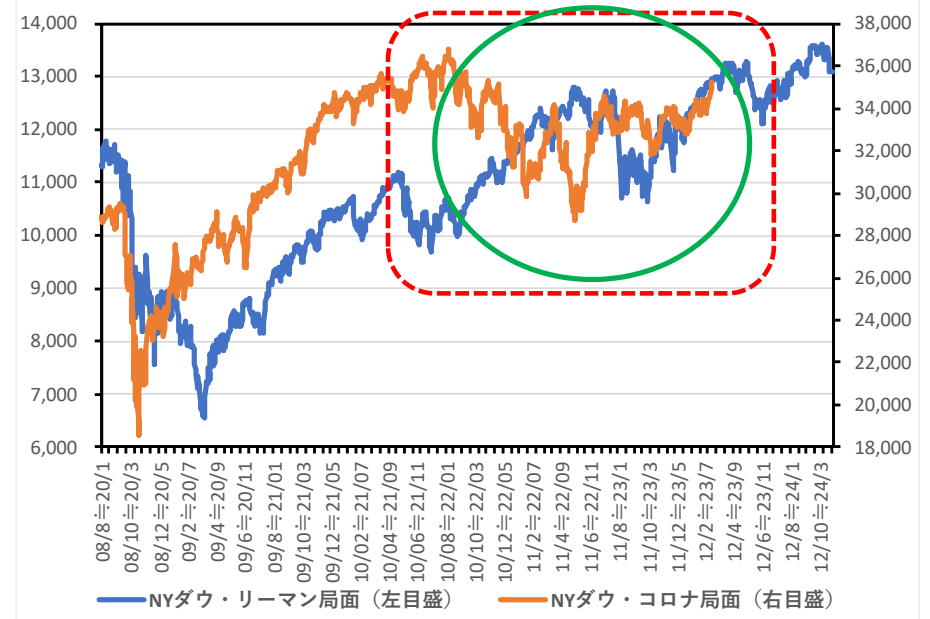
Ⅲ-6. 株価指数の推移②：日経平均株価、ニューヨークダウ

- 1) 日経平均は、外国人による日本株への積極買いを好感し、33年振りにバブル崩壊後の高値圏で推移！
- 2) 米国株は、依然として金利高リスクが残っているものの、好需給を反映して年初来高値を更新している

(図表24) 日経平均株価の日次推移 (円)



(図表25) 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。7月20日終値ベース。

Ⅲ-7.専門用語の解説コーナー



- **軽自動車（コンパクトな自動車のひとつ）・3ページ及び4ページ図表1-1、5ページ図表1-2参照**

全長3,400mm以下、全幅1,480mm以下、全高2,000mm以下で、エンジンの排気量は660cc以下、定員4名までという決まりに収まった自動車です。日本における自動車のなかではもっとも小さい自動車規格に適合するもので、自動車に慣れていない人でも運転がしやすいのがポイントとなります。車庫入れや縦列駐車といった操作も比較的簡単です。しかも、ミニバンタイプの軽自動車は1,000ccクラスのコンパクトカークラスの車内空間があり、居住性も高いという特徴を持っています。そのため日常の足として使うのに最適で、セカンドカーとしても人気が高く、日本中で重宝されています。

- **ジェンダーギャップ（男女の性差によって生じる格差のことを意味する言葉）・20ページ参照**

男女間には、雇用機会や賃金の格差が生じています。例えば、OECDのデータによると、2021年における各国の男女間賃金格差のワースト4位に日本は入っており、22.1%の数値を出しています。最も格差がないベルギーの1.2%と比較すると、男女間の賃金格差が大きくなっています。また、男女間には雇用機会の格差もあります。例えば、諸外国と日本の国会議員に占める女性の割合を見てみると、2022年において日本は9.7%と低く、次点の韓国の18.6%と比較しても約2倍の差があります。

- **非正規雇用（非正社員のことを指すケースが多い）・24ページ参照及び25ページ図表14参照**

非正規雇用（非正社員）とは雇用期間が有期の労働者のことを指しています。正規雇用とは、一般的に雇用期間の定めがあり、有期雇用の労働者を意味します。雇用期間の定めがなく、無期雇用の場合は解雇や退職がない限り労働者は定年まで働くこととなりますが、有期雇用の場合は契約期間の満了時に更新されなければ労働契約が終わってしまいます。非正規雇用には、パート、アルバイト、契約・派遣社員といった種類があり、それぞれの就業者が自分の生活に合わせて働き方を選んでいきます。

- 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

コロナ感染症が第五類に分類されてから2カ月余が経過しました。人々はコロナ禍前と同様に出勤し、飲食に出かけ、旅行に行くようになりました。観光地ではコロナ禍前を上回る人出となるケースも増えているようです。こうしたなかで、コロナ禍前との違いといえば、物価高ではないでしょうか。あらゆるものが値上げをして人々の実質賃金は下がり続けています。実質賃金が下がっているということは、生活が苦しくなっていることを意味しています。

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：2023年7月号》

2023年7月21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
流通推進委員会 委員長 佐藤 修
〒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