

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：2024年11月号》

インフレ時代における物価動向を探る！

(公社) 全日本不動産協会 東京都本部

(一社) 全国不動産協会 東京都本部

中央支部 流通推進委員会発行

INDEX

- 03 ~ 09 今月のテーマ（インフレ時代における物価動向を探る！）
（1）物価動向を探る①～住宅価格の推移・マンション、戸建て住宅（図表1）
（2）物価動向を探る②、③～耐久消費財及び一般消費財価格の推移！（図表2）
（3）物価動向を探る④～公共料金及びサービス価格の推移！（図表3）
- 10 ~ 11 Column
産業別・職種別賃金動向の推移～正規社員、パート、派遣社員等！（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
ホテル宿泊料高騰で公務員の国内出張規程が見直されている！
- 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
コンビニ下剋上時代～コンビニ大手3社の業績に明暗？（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)：住宅価格の推移



【物価動向を探る①～住宅価格の推移・マンション、戸建て住宅！】

バブル崩壊後、長年、デフレ経済に悩まされてきた日本ですが、**2022年頃から物価が上昇に転じており、「インフレ時代」が到来しています。全国消費者物価上昇率は、2021年までは前年比0%台で推移していましたが、2022年に2.5%を記録、2023年は3.2%、2024年に入ってから2%台後半での伸び率が続いています。**また、わが国では人口減少社会の進展によってさまざまな分野で人手不足が問題となっています。企業は人手不足解消の手段として人件費を引き上げる動きを続けており、このことも物価上昇に拍車を掛けている要因となっています。ここでは、住宅価格（新築マンション、中古マンション、新築戸建て住宅）の動向について見てみたいと思います（図表1参照）。

まず、首都圏新築マンション価格は、2017年から2023年に掛けて平均で37%上昇しました。なかでも東京23区では62%上昇しました。今年に入ってから新築マンション価格の上昇は続いており、前年比で10～20%程度価格が上がっています。かつてのマンションと言えば、人生の節目の大きな買い物と言われていましたが、もはや勤労者が手の届く範囲を超えてしまったと言えるでしょう。**しかし、人々の持ち家購入意欲は決して失われたわけではなく、首都圏郊外立地の物件であったり、駅からバス便であってもクオリティの良い物件は売れているのです。**

生活の利便性や交通アクセスの良さを求める場合、中古マンションを購入するという選択肢もあります。中古マンションといっても、修繕状況や管理体制がしっかりしているのであれば、十分満足いく住まいとなります。何といたっても新築マンションの3分の2程度の価格で購入できるというのが最大のメリットです。とはいえ、**中古マンション価格も過去6年間で40%前後値上がりしています。2024年に入ると中古マンション価格の上昇率はやや落ち着いてきた印象がありますが、東京都平均では前年比2桁の上昇を示しています。**さらに、新築戸建て住宅価格も上昇傾向にありますが、新築マンション、中古マンションに比べるとそれほど高い伸び率を示しているわけではありません。ここでの新築戸建て住宅とは、建売り分譲住宅が主体であり、大手住宅企業が手掛けているような物件は含まれていません。イメージとしては都心部から電車で1時間程度揺られて、駅からバス便といった物件となります。建売り住宅が安い理由として、①土地を安く購入している、②設備や建材を大量に仕入れている、③プランを限定している、④工期を短縮して仮設費用を抑えている、等が挙げられます。予算との兼ね合いから、建売り住宅を選択肢として加えることも良いかもしれません。

(図表1) 物価動向を探るその1～住宅価格の推移～

	2017年	2019年	2021年	2022年	2023年	前年比	2021年比	2017年比
--	-------	-------	-------	-------	-------	-----	--------	--------

1. 首都圏の地域別**新築マンション**平均価格 (万円/戸、%)

首都圏平均価格	5,908	5,980	6,260	6,288	8,101	28.8	29.4	37.1
東京23区	7,089	7,286	8,236	8,236	11,483	39.4	39.4	62.0
東京都下	5,054	5,487	5,061	5,233	5,411	3.4	6.9	7.1
神奈川県	5,524	5,295	5,270	5,411	6,069	12.2	15.2	9.9
千葉県	4,365	4,513	4,801	5,267	4,870	-7.5	1.4	11.6
埼玉県	4,099	4,399	4,314	4,603	4,786	4.0	10.9	16.8

23年9月	24年9月	前年比
-------	-------	-----

6,727	7,739	15.0
8,915	10,775	20.9
5,337	6,208	16.3
5,899	6,824	15.7
4,563	4,947	8.4
4,917	5,294	7.7

※一部推計値を含んでいる

2. 首都圏の地域別**中古マンション**平均成約価格 (万円/戸、%)

首都圏平均価格	3,195	3,442	3,869	4,276	4,575	7.0	18.2	43.2
東京都平均	3,935	4,279	4,879	5,333	5,678	6.5	16.4	44.3
都区部	4,238	4,644	5,325	5,776	6,126	6.1	15.0	44.5
多摩地区	2,635	2,703	3,023	3,326	3,495	5.1	15.6	32.6
埼玉県	2,016	2,193	2,444	2,743	2,872	4.7	17.5	42.5
千葉県	1,969	2,056	2,369	2,603	2,762	6.1	16.6	40.3
神奈川県	2,805	2,898	3,209	3,477	3,711	6.7	15.6	32.3

4,618	4,861	5.3
5,632	6,253	11.0
6,044	6,830	13.0
3,487	3,726	6.9
2,912	3,036	4.3
2,941	3,061	4.1
3,782	3,804	0.6

3. 首都圏の地域別**新築戸建て住宅**平均成約価格 (万円/戸、%)

首都圏平均価格	3,537	3,510	3,902	4,128	4,070	-1.4	4.3	15.1
東京都	4,187	4,340	4,779	5,080	5,065	-0.3	6.0	21.0
埼玉県	2,901	2,974	3,217	3,524	3,544	0.6	10.2	22.2
千葉県	2,812	2,856	3,164	3,458	3,583	3.6	13.2	27.4
神奈川県	3,660	3,545	3,871	4,103	4,037	-1.6	4.3	10.3

4,142	4,376	5.6
5,592	5,898	5.5
2,759	2,780	0.8
2,850	2,761	-3.1
4,144	4,386	5.8

(出所) 不動産経済研究所「新築マンション市場動向」、東日本不動産流通機構資料等より作成。太字は10%以上上昇した住宅種類・地域の期間を示している。

(注記) 中古マンションとは、一度でも誰かが入居したことがある物件をいいます。また未入居物件については、竣工後1年以上を中古としている。

今月のテーマ(2)：消費財価格の動向

【物価動向を探る②、③～耐久消費財及び一般消費財価格の推移！】

次に、耐久消費財及び一般消費財価格の推移について見てみましょう。耐久消費財や一般消費財は消費者が日常的に購入するものです。勿論、家電製品や家具製品を毎年買い替える人は稀であり、恐らく10年に一度くらいが一般的なのではないでしょうか。パソコンやスマートフォンであれば2～3年に一度買い替えることがあるかもしれません。これに対して、一般消費財は定期的買い物をする品目となります。食料品であれば、少なくとも週に一度は買い物をしますし、ビールやコーヒーなどは毎日嗜む（たしなむ）人も多いかもしれません。

耐久消費財価格は2017年から2023年に掛けて概ね20～30%程度値上がりしました。なかでも、炊飯器、ガステーブル、ダイニングセットなどの値上がり率が高くなっています。これは、コロナ禍で外食する機会が減って自宅で食事する機会が増えたためではないかと推察されます。また、自動車及び自転車関連の価格も上昇しました。一方、電子レンジ、縦型洗濯機、月極駐車料金などについては過去6年間でほとんど値段が上がっていないか若しくは値段が下がってしまいました。恐らくこうした商品は価格競争が厳しいことが影響しているのではないのでしょうか。**2024年に入ると、耐久消費財価格は全体的にはやや落ち着いてきましたが、原材料に木材や綿・羊毛・羽毛等を使用する家具製品（布団類を含む）については値上げ圧力が高まっているようです**（図表2-1参照）

一方、一般消費財価格は、2017年から2023年に掛けて概ね10～20%値上がりしました。食料品については、家畜に与える配合飼料の主原料である トウモロコシ・大豆価格が高騰したことによって、生乳価格が上昇したこと、さらに円安進行の影響を受けてプロセスチーズが大きく値上がりしました（プロセスチーズの原料であるナチュラルチーズは85%以上を輸入）。コメ価格については、令和のコメ騒動によって2024年には前年比5割近い値上がり率となっています。外食費についてはじりじりと上がっている印象です。例えば、**「箱根そば」のかけ蕎麦は、2017年には一杯280円だったのですが、2018年には300円、2021年に320円、2022年に340円、2023年に380円と毎年値上げをしており、2024年10月からは400円となっています。何と7年間で43%も価格が上がったこととなります。**10月現在、かき揚げ天蕎麦は540円なので、もはやワンコインではかき揚げ天蕎麦を食べられなくなりました（図表2-2参照）。

(図表2-1) 物価動向を探るその2～耐久消費財価格の推移～

	2017年	2019年	2021年	2022年	2023年	前年比	2021年比	2017年比
--	-------	-------	-------	-------	-------	-----	--------	--------

4. 家電製品平均価格 (全国平均、単価：円、%)

炊飯器	33,861	36,997	37,392	38,153	44,466	16.5	18.9	31.3
電子レンジ	88,953	88,586	93,575	79,806	83,580	4.7	-10.7	-6.0
ガステーブル	21,631	23,660	22,378	23,476	27,248	16.1	21.8	26.0
縦型洗濯機	99,256	101,042	92,371	109,465	105,895	-3.3	14.6	6.7
空気清浄機	42,418	40,749	38,750	44,033	47,632	8.2	22.9	12.3

23年9月	24年9月	前年比
-------	-------	-----

40,341	45,776	13.5
87,623	93,829	7.1
27,177	27,039	-0.5
121,885	123,975	1.7
47,913	43,587	-9.0

5. 家具関連平均価格 (全国平均、単価：円、%)

食器戸棚	82,626	84,037	83,811	94,659	97,326	2.8	16.1	17.8
ダイニングセット	61,607	69,627	73,654	87,772	90,505	3.1	22.9	46.9
証明器具	14,521	14,449	12,741	13,292	16,768	26.2	31.6	15.5
カーテン	4,322	4,466	4,566	4,843	5,087	5.0	11.4	17.7
ベッド	53,402	55,992	55,602	63,391	62,059	-2.1	11.6	16.2
布団	8,923	9,687	9,607	11,013	11,786	7.0	22.7	32.1
布団カバー	1,795	1,780	1,788	1,912	2,104	10.0	17.7	17.2

97,523	101,935	4.5
88,527	92,848	4.9
16,811	16,843	0.2
5,040	5,246	4.1
61,132	63,173	3.3
11,485	11,878	3.4
2,080	2,169	4.3

6. 自動車及び自転車関連平均価格 (全国平均、単価：円、%)

ガソリン (ℓ)	142	148	165	168	176	4.8	6.7	23.9
自動車タイヤ1本	17,145	18,244	18,604	19,720	20,791	5.4	11.8	21.3
洗車代	843	875	904	923	955	3.5	5.6	13.3
月極駐車料金	10,324	10,422	10,334	10,361	10,342	-0.2	0.1	0.2
自転車1台	39,751	42,114	40,748	46,749	48,895	4.6	20.0	23.0
電動アシスト	111,676	113,531	115,064	123,852	129,808	4.8	12.8	16.2

185	176	-4.9
20,299	20,076	-1.1
939	962	2.4
10,338	10,375	0.4
48,909	48,713	-0.4
128,224	131,781	2.8

(出所) 総務省統計局「小売物価統計調査統計」のデータを基に筆者作成。太字は10%以上上昇した品目・期間を示している。

(図表2-2) 物価動向を探るその3～一般消費財価格の推移～

	2017年	2019年	2021年	2022年	2023年	前年比	2021年比	2017年比
--	-------	-------	-------	-------	-------	-----	--------	--------

7. 食料品の平均価格 (全国平均、単価：円、%)

おコメ5キロ	2,144	2,171	2,007	2,044	2,164	5.9	7.8	0.9
パスタ1キロ	543	534	545	647	644	-0.5	18.2	18.6
いくら100g	1,469	1,410	1,636	1,808	1,770	-2.1	8.2	20.5
ネギ1キロ	768	692	618	645	861	33.5	39.3	12.1
きゅうり1キロ	781	715	571	649	670	3.2	17.3	-14.2
プロセスチーズ	183	188	175	217	239	10.1	36.6	30.6

23年9月	24年9月	前年比
-------	-------	-----

2,066	3,038	47.0
648	661	2.0
1,825	1,683	-7.8
921	902	-2.1
704	790	12.2
249	245	-1.6

8. 外食費の平均価格 (全国平均、単価：円、%)

中華そば一杯	574	602	605	632	661	4.6	9.3	15.2
すし一人前	1,173	1,249	1,302	1,387	1,428	3.0	9.7	21.7
天丼一杯	883	924	932	1,001	1,017	1.6	9.1	15.2
牛丼一杯	438	439	468	496	515	3.8	10.0	17.6
ビール一杯	563	594	596	621	641	3.2	7.6	13.9
コーヒー一杯	278	292	291	311	318	2.3	9.3	14.4

651	683	4.9
1,407	1,446	2.8
1,008	1,038	3.0
505	539	6.7
636	648	1.9
318	333	4.7

9. 衣類、日用品の平均価格 (全国平均、単価：円、%)

男子用シャツ	1,129	1,119	1,114	1,237	1,417	14.6	27.2	25.5
男子用ズボン	10,791	11,746	11,559	12,269	13,124	7.0	13.5	21.6
男子用靴下1足	562	559	533	549	550	0.2	3.2	-2.1
ティッシュペーパー	256	368	357	379	452	19.3	26.6	76.6
洗濯用洗剤	296	299	303	355	400	12.7	32.0	35.1
電池1パック	481	484	495	537	558	3.9	12.7	16.0

1,350	1,478	9.5
13,009	14,305	10.0
547	567	3.7
446	458	2.7
403	463	14.9
556	567	2.0

(出所) 総務省統計局「小売物価統計調査統計」のデータを基に筆者作成。太字は10%以上上昇した品目・期間を示している。

今月のテーマ(3)：公共料金、サービス価格

【物価動向を探る④～公共料金及びサービス価格の推移！】

さて、さまざまな商品価格が上がってきたことを見てきましたが、公共料金及びサービス価格の動きはどうなっているのでしょうか。特に、水道・光熱費といった公共料金は我々の生活と切っても切り離せない関係にあるので値上げは死活問題となります。このため、政府では原材料価格上昇に伴う電気代値上げに対しては、補助金を活用して限定的に価格を抑える政策を取っていますが、いつまで続けられるのは不透明な状況となっています。特に、近年は記録的な猛暑日が続いているので、電気代節約のためにエアコンの使用を控えることは「熱中症」に繋がりがねません。公共料金及びサービス価格については、住宅価格や消費財価格に比べると比較的落ち着いており、ある意味「物価の優等生」であると言えます。但し、**サービス価格の場合、主たる原価は人件費であることから、これからは人件費アップが価格に反映して値上がりに結びつく可能性が高いと思われます**（図表3参照）。

サービス価格のなかで最も値上がり率が大きかったのはタクシー代です。2017年から2023年の6年間で21.6%上昇しました。タクシー代の場合、初乗り料金を引き下げましたが、その後の距離加算、待ち時間加算などの値上げによってタクシー利用料金は上昇しています。また、**バス代はそれほど上がっていませんが、昨今の運転手不足によって都市部でも減便路線が拡大していることから、利便性は低下していると言えます**。一方、社交ダンス、ピアノ教室、英会話教室などの授業料はほとんど上がっていません。そもそも生徒の人数が減っていることによって、騒音等を考慮して教室の確保が難しくなっていることも影響しているのではないのでしょうか。

そのほか、入浴料、ペット美容院代、新聞購読料は過去6年間で2桁の値上がりとなりました。入浴料はスーパー銭湯等の増加、ペット美容院代はペット所有者の増加、新聞購読料は新聞料金値上げが影響しているものと思われます。最近では、家事代行料の値上げが注目されます。**家事代行の場合、自宅内のさまざまな場所の掃除はもとより、買い物代行、洗濯、料理など全ての日常の家事が対象となります。場合によっては、ペットの散歩や子供の送り迎えまで代行してくれるサービスもあるようです。共働きで家事に割ける時間が無い、プロに頼んだ方が安心だ、といったことが背景になっているのではないのでしょうか。家事代行業は引き続き成長ビジネスであると言えるでしょう。**

(図表3) 物価動向を探るその4～サービス価格の推移～

	2017年	2019年	2021年	2022年	2023年	前年比	2021年比	2017年比
--	-------	-------	-------	-------	-------	-----	--------	--------

10. 水道・光熱費の平均価格（全国平均、単価：円、%）

電気代	12,330	12,957	13,533	15,279	13,020	-14.8	-3.8	5.6
都市ガス代	6,235	6,510	6,631	8,672	6,981	-19.5	5.3	12.0
灯油・18% [※]	1,521	1,683	1,936	2,021	2,104	4.1	8.7	38.3
水道料金	2,679	2,743	2,809	2,727	2,808	3.0	-0.0	4.8
下水道料	2,434	2,511	2,512	2,509	2,506	-0.1	-0.2	3.0

11. 交通料金、講習料金の平均価格（全国平均、単価：円、%）

バス代	312	318	318	319	335	5.0	5.3	7.4
高速バス代	2,838	2,946	2,984	3,089	3,140	1.7	5.2	10.6
タクシー	1,385	1,420	1,518	1,528	1,684	10.2	10.9	21.6
社交ダンス	1,523	1,544	1,566	1,572	1,630	3.7	4.1	7.0
自動車教習料	291,136	299,176	300,765	304,650	310,202	1.8	3.1	6.5
ピアノ教室	7,610	7,690	7,907	7,939	8,001	0.8	1.2	5.1
英会話教室	10,373	10,945	11,134	10,921	11,044	1.1	-0.8	6.5

12. 人間ドック受診料、入浴料、理髪料、ペット美容院代、家事代行、新聞代の平均価格（全国平均、単価：円、%）

人間ドック受診料	39,809	40,533	40,767	40,634	40,858	0.6	0.2	2.6
入浴料	1,338	1,362	1,361	1,443	1,511	4.7	11.0	12.9
理髪料	3,539	3,619	3,606	3,635	3,696	1.7	2.5	4.4
ペット美容院代	6,042	6,409	6,528	6,749	6,954	3.0	6.5	15.1
家事代行料	17,215	18,258	18,368	18,443	18,494	0.3	0.7	7.4
新聞購読料	3,184	3,312	3,420	3,424	3,687	7.7	7.8	15.8

23年9月	24年9月	前年比
-------	-------	-----

11,847	13,651	15.2
6,550	7,012	7.1
2,224	2,128	-4.3
2,817	2,859	1.5
2,516	2,545	1.2

327	340	4.0
3,116	3,226	3.5
1,621	1,693	4.4
1,600	1,680	5.0
308,754	312,734	1.3
7,993	8,091	1.2
11,037	10,943	-0.9

40,858	41,171	0.8
1,500	1,542	2.8
3,685	3,744	1.6
6,866	7,067	2.9
18,468	20,341	10.1
3,604	3,761	4.4

（出所）総務省統計局「小売物価統計調査統計」のデータを基に筆者作成。太字は10%以上上昇した品目・期間を示している。

Column : 産業別・職種別にみた賃金動向



【産業別・職種別賃金動向の推移～正規社員、パート、派遣社員等！】

我が国は、長らく成長が止まっていた国でした。「経済が成長しない」「株価が上がらない」「賃金が上がらない」という三重苦によって、バブル期の世界最強国のひとつから、もはや先進国とは言えない状況に陥ってしまったのです。しかし、2024年2月に株価はバブル期の高値を更新し、人手不足社会の進行により賃金も上昇に転じてきました。経済成長についてはこれからといったところですが、少なくともデフレから脱却して名目成長率が高まりつつあるのは事実です。

さて、産業別正規社員の賃金は上昇に転じていますが、現時点では大企業中心であり、中小企業、零細企業はこれからといったところですが、それでも事業所規模5人以上の賃金をみると上昇傾向をたどっています。2024年8月の産業別実績を見ると、「学術研究等」「電気・ガス業」「卸売業・小売業」「鉱業・採石業等」「建設業」などの伸び率が高くなっています。卸売業・小売業を除くと、公共事業或いは公益事業の色彩が強い産業であり、公共事業に関わる労務単価上昇などの影響を受けているのではないかと推察されます。また、**正社員とパートタイム社員との比較では、パートタイム社員の賃金の伸び率が高くなっています。このことは、正社員の不足分をパートタイム社員でカバーするために、パートタイム社員の賃金を少しでも上げようといった動きが反映しているのではないのでしょうか。賃金を上げなければ人が集まらないといった状況を反映しているのだと思います**（図表4参照）。

次に、パート・アルバイト、派遣スタッフの募集時時給の動きをみると、総じて上昇傾向にあることがうかがわれます。2024年9月の動きをみると、介護福祉士、製造・生産、看護師、イベント設営、ドライバー、家事支援、警備員・監視員といった職種において時給の伸び率が高くなっています。こうした職種は、慢性的に人手不足であり、且つAIやロボットなどでの代替が難しいとされています。すなわち、人手に頼らざるを得ない職種ほど時給が上がっているという状況が読み取れるのです。逆に、**通訳・翻訳、SE・プログラマー、事務系といった職種の時給はそれほど伸びていません。なかでも「通訳・翻訳」は下落傾向を示しています。通訳・翻訳と言えば極めて専門性の高い仕事なのですが、最近では翻訳ソフトや自動翻訳機の普及によって、通訳・翻訳の需要が以前に比べて減っているのかもしれない。この点については今後の動向に注目したいと思います。**

(図表4) 産業別・職種別賃金動向の推移

	21年8月	22年8月	23年8月	24年8月	前年比
--	-------	-------	-------	-------	-----

1. 月間現金支給額・現金給与総額～事業所規模5人以上対象 (円/人、%)

正規社員一般労働者	356,007	362,821	366,755	379,012	3.3
鉱業、採石業等	396,938	446,728	369,442	386,385	4.6
建設業	399,449	410,184	411,873	430,581	4.5
製造業	356,401	356,405	362,704	370,415	2.1
電気・ガス業	458,759	458,778	460,968	492,816	6.9
情報通信業	405,888	412,299	420,030	437,067	4.1
運輸業、郵便業	337,263	354,009	364,867	373,330	2.3
卸売業、小売業	362,023	368,650	371,995	394,829	6.1
金融業、保険業	405,646	404,826	415,929	438,151	5.3
不動産業	383,338	387,076	396,562	400,900	1.1
学術研究等	421,818	443,289	427,502	458,015	7.1
飲食サービス業	270,526	295,241	308,991	323,294	4.6
生活関連サービス	298,467	303,159	319,396	328,828	3.0
教育、学習支援	402,489	398,114	399,390	400,741	0.3
医療、福祉	330,413	369,705	339,051	342,801	1.1
複合サービス	310,002	332,382	334,032	342,488	2.5
その他のサービス	296,775	302,842	305,435	313,295	2.6

2. 正規社員とパートタイム労働者との賃金格差 (単位：倍)

正規社員 (A)	356,007	362,821	366,755	379,012	3.3
パートタイム (B)	96,357	100,458	102,866	109,767	6.7
(A) / (B)	3.69	3.61	3.57	3.45	

(出所) 厚生労働省「毎月勤労統計調査」、ジョブズリサーチセンター等のデータを基に筆者作成。太字は前年比4%超の項目を示している。

	22年9月	23年9月	24年9月	前年比
--	-------	-------	-------	-----

3. 三大都市圏アルバイト・パート募集時平均時給 (円、%)

販売・サービス系	1,086	1,127	1,167	3.5
コンビニ	1,014	1,059	1,092	3.1
イベント設営等	1,236	1,231	1,314	6.7
家事支援	118	1,134	1,185	4.5
フード系	1,069	1,118	1,156	3.4
製造・物流・清掃系	1,139	1,166	1,197	2.7
製造・生産	1,189	1,212	1,328	9.6
ドライバー	1,164	1,194	1,255	5.1
警備員・監視員	1,123	1,189	1,240	4.3
事務系	1,258	1,255	1,265	0.8
営業系	1,290	1,205	1,234	2.4
専門職系	1,141	1,161	1,193	2.8
看護師	1,790	1,822	1,971	8.2
介護福祉士	1,416	1,294	1,430	10.5

4. 三大都市圏派遣スタッフ募集時平均時給 (円、%)

貿易事務・国際事務	1,647	1,656	1,696	2.4
通訳・翻訳	2,000	1,821	1,704	-6.4
発送・仕分け・梱包	1,302	1,352	1,378	1.9
SE・プログラマー	2,572	2,641	2,691	1.9
医療事務	1,360	1,389	1,451	4.5
看護師・准看護師	2,198	2,121	2,223	4.8

I.ここがポイント（1）



定点観測 ⇒ 建設工事受注高は3カ月振りにマイナス！

- A) 建設受注は非製造業減少により3カ月振りにマイナスに（図表5コメント）
- B) 持ち家は34カ月連続減少、貸家は2カ月振りプラス（図表5コメント）
- C) 9月の東京都の人口は21カ月連続で転入超過を達成！（図表7コメント）
- D) 小売業は売上拡大が継続しているがモメンタムは低下（図表8コメント）
- E) 9月の訪日外国人数は2カ月連続で300万人台を割ったが引き続き高水準。
ホテルは高稼働率・宿泊料金上昇が継続している状況（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3カ月振りにマイナス、持家着工は長期停滞継続！**
 - 9月の建設工事受注高は非製造業の減少で**3カ月振りにマイナス**となったが、建設需要は堅調？
 - **持ち家着工は34カ月連続マイナス**となったが、首都圏、近畿圏はプラス転換するなど回復も！
 - **貸家着工は2カ月振りにプラス**となり、首都圏、近畿圏では2桁増となるなど先行きに明るさも！
- **小売業界では全体としては売上高の拡大基調が続いているが、伸び率は低下基調にある業態が多い**
 - 衣料品は**百貨店、専門店では売れている**ものの、**スーパーでの売れ行きが良くない**状況が継続
 - ホテルの稼働率は高水準が続いているが、宿泊料金高騰によって旅行・出張抑制の動きも？
 - 訪日外国人旅行者は9月までの実績で2023年通年を上回った。**2024通年では3,500万人を予想。**
(新規開業ホテルはリゾートホテル、シティホテルといったハイグレード仕様が主体に？)
- **インフレ率を加味した「実質賃金」の上昇傾向が続いているが、中小企業への波及については？**
 - 実質賃金の上昇傾向については、業種別及び企業規模別での格差が広がっているのではないかと
 - **パート・アルバイト、派遣社員の時給は職種によってマチマチであり、現業部門の上昇率が高い**
 - **衆議院総選挙での与党大敗により、経済政策及び景気の先行きが読みにくくなっている**

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				
	24年5月	24年6月	24年7月	24年8月	24年9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	2.1	-19.7	62.8	8.7	-21.3
(建築工事受注高)	-0.6	-17.6	132.5	-2.1	-32.7
(土木工事受注高)	7.3	-24.0	-19.6	36.6	14.8
建設物価指数・オフィス	6.6	5.4	6.3	5.9	5.3
建設物価指数・工場	6.5	5.6	6.3	5.7	5.2
建設物価指数・マンション	7.6	6.9	7.5	6.7	6.4
建設物価指数・住宅	5.6	4.9	5.4	5.0	5.0

9月は非製造業の減少で 3カ月振りにマイナス なったものの、 建設需要自体は堅調!
9月の受注は製造業が前年比 21.8%増 、非製造業が同 32.8%減 と対照的な動き
9月の受注は国の機関が前年比 44.8%増 、地方自治体が 53.8%減 と明暗を示す
9月のオフィス・工事原価上昇率は モメンタム低下 。前月比では 0.7%増 と底入れ機運
9月の工場・工事原価の上昇率は2カ月連続 5%台 に。前月比では 0.7%増 と上昇!
9月のマンション・工事原価の上昇率は2カ月連続 6%台 。前月比は 1.2%増 と反転へ
9月の住宅・工事原価の上昇率は3カ月連続 5%台 。前月比は 0.8%増 と反転の兆し

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	-8.7	-5.6	-4.0	-6.6	-0.9
貸家着工戸数	-5.2	-6.2	4.6	-1.4	4.4
マンション着工戸数	13.2	-2.1	4.7	-5.0	-6.1
戸建て分譲着工戸数	-13.0	-13.8	-9.9	-17.4	-8.2
首都圏マンション供給戸数	-19.9	-12.8	-42.3	-50.4	-13.7
同㎡当たり単価・万円/㎡	114.0	121.8	120.3	146.8	114.8
東京23区の平均価格・万円	10,326	11,679	10,874	9,532	7,739
近畿圏マンション供給戸数	2.6	-25.6	82.1	-28.0	-8.1

住宅価格上昇と金利先高観で 34カ月連続減少 。首都圏及び近畿圏はプラス転換へ
2カ月振りにプラス 。首都圏 20.8%増 、中部圏 9.2%減 、近畿圏 13.8%増 と明暗
9月は 2カ月連続で減少 。首都圏 24.1%増 、近畿圏 17.4%減 、地方圏 28.2%減
着工戸数は 23カ月連続で減少 。戸建て分譲着工は首都圏で回復の兆しがみられる
9月は1,830戸と 6カ月連続2桁減 。初月契約率は65.5%と2か月連続で60%台!
首都圏の単価は 前年比12.8%増 。億ションの割合は15.5%に(前月は22.5%)
23区の平均価格は1億775万円と前年比20.9%増。 億ションの割合は37.9% に
9月は 2カ月連続マイナス 。契約率80.8%と絶好調、㎡単価98.2万円(29.4%増)

(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。2024年11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カ月における月次動向				
	24年5月	24年6月	24年7月	24年8月	24年9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	14.0	13.8	5.3	3.8	2.2
スーパー売上高	0.6	3.8	-0.6	4.4	1.6
コンビニ売上高	1.3	1.6	0.7	0.7	0.6
家電量販店売上高	0.6	10.3	1.6	3.6	0.2
ドラッグストア売上高	6.8	7.5	4.5	7.4	3.9
ホームセンター売上高	1.0	4.6	-1.5	7.9	2.3
通信販売売上高	1.2	3.4	0.9	-0.9	2.9

百貨店の主力商品の衣料品が前年比 1.4%増 に対して飲食料品は同 1.2%減 ！
飲食料品が前年比 1.6%増 に対して衣料品は同 1.5%減 と対照的な動きが継続！
サービス売上高が前年比 2.6%増 と4カ月振りにプラス。商品売上高は同 0.5%増 に
通信家電が前年比 8.8%増 、生活家電同 1.2%増 、情報家電同 6.9%減 とマチマチ
ビューテイクアが前年比 12.6%増 、食品同 5.8%増 、調剤医薬品同 5.6%増 と好調
電気が前年比 4.3%増 、カー用品 4.0%増 、DIY用品・素材が 3.9%増 と牽引役に
9月は 2カ月振りにプラス 転換。定期購入商品についてはネット販売の利用が定着か？

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	1.24	1.23	1.24	1.23	1.24
完全失業率・%	2.6	2.5	2.7	2.5	2.4
失業者数・万人	193	181	188	175	173
勤労者世帯主収入・実質	2.0	3.6	5.5	2.0	-1.6
パート・アルバイト時給	3.1	2.0	2.6	2.9	2.8
派遣社員の時給	1.5	1.3	2.5	1.5	3.1
家計消費支出・実質	-1.8	-1.4	0.1	-1.9	-1.1

求人数全体は 5.9%減 。情報通信業 8.9%増 、製造業 9.4%減 、建設業 7.4%減
就業者数は 26カ月連続増加 している一方で、自己都合による離職は3万人の減少！
前年比で 2カ月連続減少 。正規従業員数は前年比59万人増と 11カ月連続増加 ！
世帯主収入は 5カ月振りに減少 、物価上昇分を考慮しない 名目ベースは1.3%増 ！
9月は前年比 41カ月連続上昇 。職種別では販売・サービス系が前年比3.5%増に！
9月は前年比で 30カ月連続増加 。医療事務、看護師、清掃系は4%超の高い伸び
9月は 2カ月連続マイナス 。交通・通信、住居、保険医療、家具・家事用品が減少！

(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。2024年11月19日までに発表のもの。

(注記) 通信販売売上高統計には、ジャパネット、アマゾンなどの大手企業の取扱高は含まれていないことに留意されたい。

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				
	24年5月	24年6月	24年7月	24年8月	24年9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)	-3.1	-3.6	2.8	-3.3	1.4
機械受注(民需合計)	17.4	-20.6	-4.1	-4.2	1.1
機械受注(除く船舶・電力)	-3.2	2.1	-0.1	-1.9	-0.7
国内新車販売台数	-2.4	-7.0	3.9	-2.4	0.8
貿易統計・輸出額(金額)	13.5	5.4	10.2	5.6	-1.7
貿易統計・輸入額(金額)	9.5	3.3	16.6	2.3	2.1
消費者物価指数(20年基準)	2.8	2.8	2.8	3.0	2.5
企業物価指数(20年基準)	2.3	2.6	3.0	2.6	2.8

9月は2ヵ月振りに前月比上昇。自動車、無機・有機化学、情報通信機械等で上昇
9月は4ヵ月振りにプラス。業種別では窯業・土石、石油・石炭、リース業が増加した
9月は3ヵ月連続マイナス。製造業0.0%減、非製造業1.5%増と製造業が低調！
2ヵ月振りにプラス。マツダ24.2%増、ホンダ19.6%増、いすゞ、SUBARUが好調組
9月は米国向け2.4%減、西欧11.7%減、ASEAN2.5%減、中国7.5%減と低調
9月は6ヵ月連続で増加。円高の影響もあって、鉱物性燃料などの輸入高が増加へ！
9月は生鮮食品が5.5%増(前月7.8%増)、光熱費が8.8%増(同15.0%増)
9月は輸入物価が円高の影響もあって前年比2.9%減と8ヵ月振りにマイナスに転じた

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	0.7	-2.5	10.6	-2.6	5.9
東京都からの人口流出者	-4.8	-7.5	6.3	-5.7	5.2
東京都の人口流入超過人数	4,956	2,785	2,685	2,285	3,132
円/ドルレート(月末値)	157.31	160.93	149.98	146.16	143.62
プライム市場株式売買代金	35.9	-6.1	38.9	40.5	9.2
日経平均株価(月末値)	38,488	39,583	39,102	38,648	37,920

2ヵ月振りにプラスで、22年9月比4.7%増、21年9月比17.8%増と伸長傾向か？
2ヵ月振りにプラスだが、22年9月比3.8%減、21年9月比7.7%減と減速傾向も？
9月は21ヵ月連続転入超。前年同月の2,796人の転入超過から336人増に留まる
8月に入ると日銀による利上げ観測で円高傾向へと進んだが、10月には円安傾向へ！
売買代金は3ヵ月連続プラス。22年比52.0%増、21年比27.7%増と拡大持続！
10月には一時4万円台を回復したものの、依然として上値の重い展開が続いている！

(出所) 経済産業省、日本自動車工業会、財務省、総務省、日本銀行、法務省、取引所データ等より作成。2024年11月19日までに発表のもの。

※2024年10月1日現在の東京都の人口は1,419万2,184人(前月比8,923人増)となり、コロナ禍のピークであった2020年5月の1,407万4,043人に比べると118,141人増加。

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				
	24年6月	24年7月	24年8月	24年9月	24年10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①：百貨店、総合スーパー(既存店ベース、単位：%)

三越伊勢丹HD	24.2	11.3	16.7	2.4	4.5
松屋(銀座本店)	31.6	36.9	15.9	1.0	14.0
大丸・松坂屋	19.8	10.0	6.8	6.2	1.6
高島屋	17.2	7.4	7.3	11.9	3.0
イオンリテール	7.0	0.5	5.8	2.6	-1.5
イトーヨーカ堂(商品計)	-3.3	-7.5	-0.8	-3.5	-8.1
セリア(100円ショップ)	8.1	2.1	8.3	5.6	0.1
ヤオコー(食品スーパー)	8.8	3.4	7.3	4.6	3.6

三越銀座店は 10.1%増 、伊勢丹新宿店は 7.0%増 、三越日本橋店は 0.2%増 化粧品 38%増 、ブランド品 21%増 、宝飾品 4%増 、免税売上高は 41%増 と伸長! 大丸心齋橋店 6.6%増 、札幌店 6.0%増 、松坂屋静岡店 8.1%増 などが牽引役 新宿店 7.3%増 、京都店 6.7%増 、日本橋店 5.7%増 、大阪店 3.8%増 と好調! 猛暑に伴う外出自粛で売上高は 5か月振りに減少 。特に、衣料品、余暇関連が低調 客数 4.4%減 、客単価 3.8%減 。客数は 14か月連続減 、客単価は 2か月連続減少 客数 0.5%増 、客単価 0.3%減 。客数は14か月連続プラス、客数は 6か月振り減少 客数 1.6%増 、客単価 1.9%増 と順調。客数は19か月連続で前年比プラスを記録!
--

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	-0.5	-0.6	-0.2	-0.1	0.4
ファミリーマート	2.9	1.6	1.2	0.1	2.3
ローソン	4.9	3.0	2.2	2.9	4.8
ユニクロ(カジュアル)	14.9	8.1	25.3	22.1	-7.5
ワークマン(カジュアル)	4.0	2.8	8.0	1.5	-15.6
アオキ(紳士服)	13.9	-7.5	4.0	3.1	-5.3
青山商事(紳士服)	3.5	-8.0	3.6	2.9	-7.6

客数 0.1%増 、客単価 0.3%増 。客数は2か月振りにプラスとなったが、依然として低調 客数 0.7%増 、客単価 1.5%増 。既存店日商は38か月連続で前年比増加を記録! 客数 1.7%増 、客単価 3.1%増 。客数は 3か月連続増加 、客単価は 5か月連続増加 残暑の影響で冬物商品の販売に苦戦し、客数 6.9%減 、客単価 0.7%減 と低調に! 客数 14.5%減 、客単価 1.3%減 。4月から累計は売上高 0.6%減 、客数 1.8%減 客数 10.8%減 、客単価 6.1%増 。4～10月の客数は 3.2%減 と低調な状況が継続 客数 10.0%減 、客単価 2.7%増 。客数は2か月振り減少、客単価は 2か月振り増加
--

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2024年11月19日までに発表のもの。(注記) ユニクロ売上高は国内の既存店及びEコマース売上高。

I-6. 経済活動における消費の状況②～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					現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)
	24年6月	24年7月	24年8月	24年9月	24年10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	2.2	-0.1	1.2	-0.6	-0.1	客数 1.6%減 、客単価 1.6%増 。客数は 8カ月連続減 、客単価は 25カ月連続増加 ドラッグストア事業 1.2%減 、ディスカウント事業 2.2%増 。4月以降の出店増は20店 客数 0.1%増 、客単価 0.9%増 。客数は一進一退、客単価は 2カ月振りプラス転換
サンドラッグ	4.4	0.0	4.5	-0.1	3.0	
ウエルシアHD	2.4	0.3	3.1	-0.7	1.0	
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	16.1	4.6	13.4	11.0	7.0	客数 2.1%増 、客単価 4.8%増 。13か月振りに減少した7月を除くと 客数は回復傾向 客数 14.5%増 、客単価 2.5%増 。低価格戦略が奏功し 客数の2桁増が続いている 客数 3.7%減 、客単価 4.4%増 。客単価は増加傾向だが、客数は 2か月振りに減少 客数 0.8%増 、客単価 1.5%増 。客単価は21年6月以来 41か月連続プラス を記録 客数 1.8%増 、客単価 1.2%減 。客数は増えているが、客単価は 28か月振りに減少 客数 7.2%増 、客単価 3.0%増 。客数は 35か月連続増加 し、 外食企業で最も好調 客数 2.0%減 、客単価 6.1%増 。メニュー刷新効果で客単価は 41か月連続で増加 客数 3.2%増 、客単価 5.8%増 。客数は 4か月連続増加 、客単価は 35か月連続増 客数 12.5%増 、客単価 3.4%増 。客数は 2か月振り増加 、客単価は 36か月連続増 客数 3.9%増 、客単価 9.0%増 。期間限定商品の寄与で客数は17か月連続で増加 客数 3.0%増 、客単価 10.7%増 。客数は 4か月振りに増 、客単価は 39か月連続増 客数 3.7%減 、客単価 3.5%増 。客数は減少傾向で、客単価は 24か月連続で増加 客数 6.1%増 、客単価 5.5%増 。客数は 15か月連続増 、客単価は 4か月振りに増
サイゼリヤ	31.9	18.0	22.3	25.0	17.4	
ロイヤルホスト	10.3	-3.2	3.2	7.1	0.5	
マクドナルド	10.5	-1.6	5.3	2.8	2.3	
モスバーガー	3.6	-1.6	7.1	6.1	0.6	
日高屋（町中華）	13.0	9.1	9.5	11.2	10.4	
餃子の王将（町中華）	9.5	4.4	11.4	7.4	4.1	
すき家	9.7	6.8	12.1	8.5	9.2	
吉野家	3.3	7.1	11.9	7.3	16.4	
松屋フーズ	20.1	16.5	20.8	17.5	13.3	
トリドール（丸亀製麺）	17.9	9.2	10.4	9.3	14.1	
くら寿司	10.1	-5.4	1.5	5.8	-0.4	
スシロー	15.2	7.5	9.2	13.8	12.0	

(出所) 各社ホームページ、流通ニュース等より作成。2024年11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)

対象項目	直近5ヵ月における月次動向				
	24年5月	24年6月	24年7月	24年8月	24年9月

現状に関するコメント (現状認識及び特徴点)

1. 交通機関の利用状況 (前年比、%)

新幹線輸送量 (JR東海)	6.0	9.0	2.0	-5.0	4.0
JR東日本・定期外収入	5.9	5.7	5.0	1.0	5.0
東急電鉄・定期外収入	4.5	3.8	2.8	1.5	2.5
京浜急行・定期外収入	13.9	15.3	13.4	12.1	14.7
京成電鉄・定期外収入	23.4	22.8	20.1	16.6	18.2
国内線旅客数・ANA	-0.2	5.7	10.7	9.0	13.5
国際線旅客数・ANA	16.2	14.9	8.7	8.2	10.0

前年比ではのぞみ7%増、ひかり7%減。10月速報はのぞみ10%増と一段と伸長へ！
 旅行・出張需要回復で新幹線は東北6%増、上越10%増、北陸15%増と拡大へ！
 定期収入は3.1%増。輸送人員は定期が3.2%増、定期外が2.2%増と回復継続
 定期収入は14.1%増。輸送人員は定期が2.7%増、定期外が2.6%増と回復感
 定期収入は9.1%増。成田有料特急は運輸収入30.9%増、輸送人員29.6%増
 座席利用率は78.0%と前年比9.2ポイント上昇！貨物重量は11.3%増と2桁増
 座席利用率は78.6%と前年比1.0ポイント低下！貨物重量は0.4%減と一服感も

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、延べ宿泊者数は前年同月比較。ホテル及び旅館稼働率は水準)

延べ宿泊者数・日本人	-4.7	-2.4	-3.3	-3.7	0.1
延べ宿泊者数・外国人	50.4	40.7	33.0	24.9	18.3
延べ宿泊者数・全体	5.0	6.3	4.1	1.0	3.6
※ リゾートホテル稼働率	52.1	50.9	56.9	63.0	57.3
※ ビジネスホテル稼働率	72.7	72.0	73.9	75.2	74.9
※ シティホテル稼働率	71.8	72.3	72.4	71.9	72.5
※ 旅館稼働率	35.6	33.6	36.4	44.0	38.2
訪日外国人旅行者数	60.1	51.2	41.9	36.0	31.5

8月は5,174万泊、9月は同4,214万泊 (19年同月比4.0%増) と5ヵ月振り増加
 8月は1,324万泊、9月は1,193万泊 (19年同月比44.4%増) と依然として好調
 8月は6,498万泊、9月は5,407万泊 (19年同月比10.9%増) と高水準を継続！
 稼働率トップは千葉県76.7%。次いで徳島県、山梨県、神奈川県、福島県の順番
 稼働率トップは北海道の85.6%、次いで長野県、福井県、秋田県、佐賀県が上位
 トップは長野県の84.7%。次いで北海道、岩手県、千葉県、鳥取県、埼玉県の順！
 トップは栃木県の58.6%。次いで北海道、神奈川県、香川県、千葉県と全国に分散
 9月は288万人と依然として高水準。1月からの累計では2023通年実績を上回った！

(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。2024年11月19日までに発表のもの。

早耳



地獄耳



馬耳東風



【ホテル宿泊料高騰で国家公務員の国内出張規程が見直されている！】

国家公務員の出張時に支払われる宿泊費が来年4月から実費支給に変更されるのを前に、財務省がまとめた都道府県別の上限額案が明らかになりました。それによると、現行は「**定額支給**」であり、地域区分は甲地方（東京都区部と大阪市など12市）と乙地方（その他）の地域に区分されており、職階は首相、閣僚、指定職、7級以上、3～6級、2級以下に区分されています。ちなみに、閣僚級が甲地方に出張する場合の宿泊費は16,500円ですが、2級以下の職員であれば8,700円となっています。**インバウンド需要によってホテル需給がひっ迫している現在、カプセルホテルであっても都心部では一泊1万円以上するケースも増えているようです。また、閣僚級の方が、ビジネスホテルに宿泊するというのは、警備上の観点からも好ましくないと言えるのではないのでしょうか。**

こうした状況を鑑みて、来年4月からは「**上限付き実費支給**」に変更となります。まず、地域区分は現行の2区分から都道府県別となります。そして、職階は現行の6区分から3区分（首相・閣僚、指定職、10級以下）となります。ちなみに、東京都に宿泊する場合の上限は、首相・閣僚は40,000円、指定職は27,000円、10級以下の職員は19,000円となります。これであれば、これまで宿泊していたホテルと同等クラスのホテルに宿泊することができるかもしれません。しかし、観光シーズンやイベントなどでさらにホテル宿泊料が高騰したらどうするのでしょうか。**「宿泊を取りやめて日帰りにする」「上限規定超過分は自腹を切る」「そもそも出張そのものを取りやめる」といった選択肢が考えられますが、何れも本末転倒な感じがします。**

そもそも、出張に行くということは、業務の一環であり、仕事をスムーズに進めるためのものです。出張に関わる経費を出張者に負担させたり、とんでもないハードスケジュールを詰め込んだり、ゆっくり休めない環境で宿泊したりというのはマイナス以外の何物でもありません。前述の国家公務員の出張規程が十分とは言いませんが、**少なくとも民間企業も国内出張規程は国家公務員の規程に準じるように改めて、役社員が効率よく出張することで仕事の成果が上がるようにサポートしなければならないと思います。**出張規程は、その会社が社員をどのように大切にしているかをみるうえで、重要な指標のひとつであると言えるでしょう。

Ⅱ .ここがポイント (2)



景気ウォッチャー調査 ⇒ 10月調査は前月比で2カ月連続低下した

- A) 家計動向は前月比0.6pt低下し、46.4ptとなった (図表11コメント)
- B) 飲食関連は51.8pointと2カ月振りに50pt台を回復 (図表11コメント)
- C) 企業動向では製造業は改善、非製造業は低下と明暗 (図表11コメント)
- D) 雇用動向は5カ月連続で改善し、6カ月振り50pt回復 (図表11コメント)
- E) 景気マインドは緩やかに回復しているが、①インフレリスク、②人手不足の進展、③政局混乱による不透明感、などの課題に直面している!

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	24年5月	24年6月	24年7月	24年8月	24年9月	24年10月	(前月差)
景気の現状判断DI	↗ 54.1	↘ 53.9	↘ 14.2	↘ 7.9	↘ 45.7	↗ 47.0	↗ 47.5	↗ 49.0	↘ 47.8	↘ 47.5	-0.3
家計動向調査	↗ 52.7	↘ 52.3	↘ 12.6	↘ 7.5	↘ 44.9	↗ 47.0	↗ 47.2	↗ 49.0	↘ 47.0	↘ 46.4	-0.6
小売関連	↗ 52.6	↘ 52.5	↘ 16.0	↘ 10.5	↘ 43.7	↗ 46.2	↗ 46.2	↗ 47.7	↘ 45.9	↘ 44.0	-1.9
飲食関連	↗ 51.3	↘ 51.1	↘ 0.7	↘ -3.1	↘ 44.1	↗ 46.5	↘ 44.5	↗ 50.9	↗ 51.5	↘ 49.9	-1.6
サービス関連	↗ 53.5	↘ 52.2	↘ 7.4	↘ 3.5	↘ 47.2	↗ 49.3	↗ 50.1	↗ 51.6	↘ 48.1	↗ 51.8	3.7
住宅関連	↘ 51.4	↗ 52.8	↘ 19.0	↘ 9.4	→ 46.7	↘ 45.3	↗ 45.5	↗ 47.3	↘ 46.8	↘ 41.2	-5.6
企業動向調査	↘ 55.3	↗ 55.7	↘ 19.2	↘ 9.9	↘ 47.9	↘ 47.3	↗ 48.7	↘ 48.4	↗ 49.3	↗ 49.5	0.2
製造業	↘ 54.8	↗ 56.9	↘ 21.7	↘ 12.1	↘ 45.5	↗ 47.0	↘ 46.8	↘ 46.1	↗ 48.6	↗ 49.3	0.7
非製造業	↘ 55.8	↘ 54.5	↘ 17.5	↘ 8.3	↘ 50.1	↘ 47.6	↗ 50.1	↗ 50.2	↘ 50.0	↘ 49.6	-0.4
雇用関連	↗ 61.3	↘ 60.7	↘ 13.6	↘ 6.3	↘ 46.0	↗ 46.2	↗ 47.1	↗ 49.7	↗ 49.8	↗ 50.2	0.4

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

【都心型ホテル】◎ イベントや学会の参加者、旅行会社のツアー客など団体旅行の獲得が好調。また、行楽目的のインバウンド個人客も多く、稼働率は前年比10%増に (家計動向)

【スーパー】□ 商品単価は上昇しているが、買上点数の減少が続いている。客も必要な商材は購入するが、それ以外の物については慎重になっている傾向がある (家計動向)

【住宅販売会社】▲ 依然として所得の増加を上回る物価上昇が続いていることから、客の購買力が相対的に低下。このことが分譲マンション市場に悪影響を及ぼしている (家計動向)

【建設機械リース】○ 人手不足、資材高騰などのマイナス要因もあるものの、公共投資が底堅いことに加えて、半導体関連、再生可能エネルギー関連などの民間投資が活発 (企業動向)

【輸送業】□ 物価高の傾向は変わらず、むしろ更に上昇する可能性が否定できないため、合理化策を常に考えておかなければならない状況となっている (企業動向)

【出版・印刷関連産業】▲ 資材の値上げのため、見積金額を上げるなか、ここ数年で数回値上げしていることが影響し、了承してもらうことがなかなか難しくなっている (企業関連)

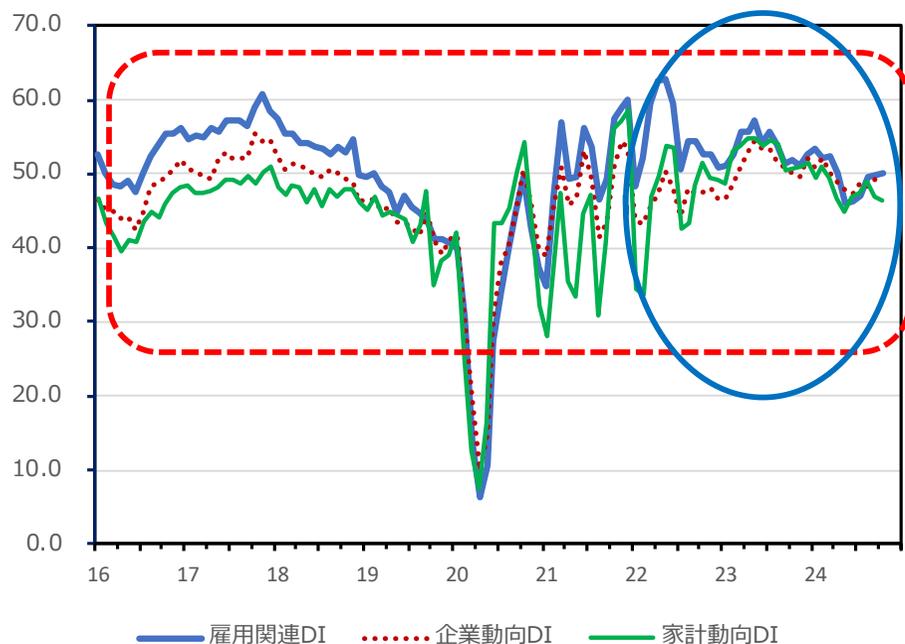
【人材派遣会社】□ 派遣での求職者数は前年と比較しても大きく変わらない。長期派遣労働者において派遣先への直接雇用や無期雇用化が進み、動きが落ち着いている (雇用関連)

(出所) 内閣府データ等により作成。直近データは2024年11月11日に発表。コメントは、2024年11月以降の先行きに対する内容を重点的に紹介している。

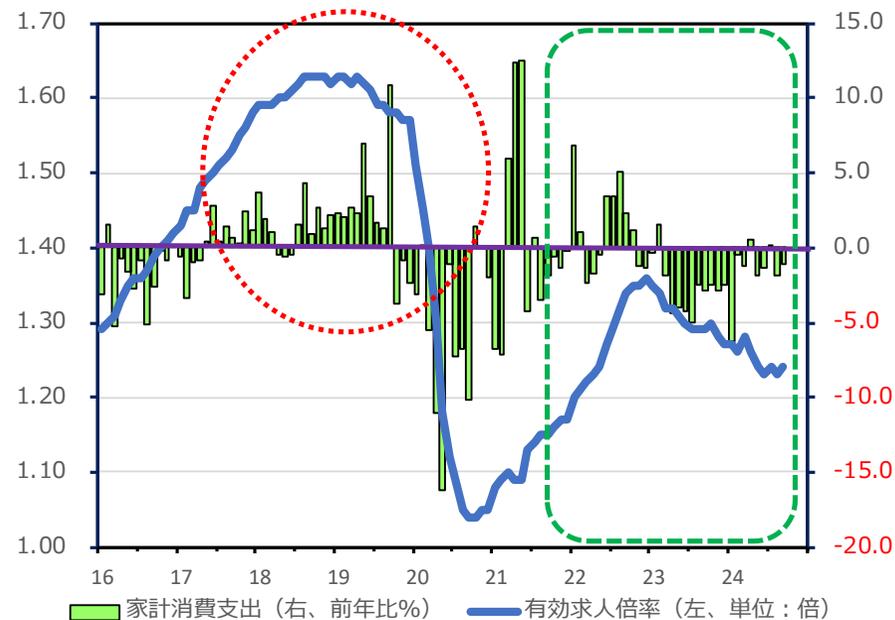
(注記) ↑印は前月比10ポイント以上の上昇、↗印は同10ポイント未満の上昇、↘印は同10ポイント以上の低下、↘印は同10ポイント未満の低下を示す。

- 1) 10月の景気ウォッチャー判断DIは、分野ごとに温度差はあるものの全体としては**低下傾向を示唆**している
- 2) 家計動向DIは、旅行関係の需要が好調なサービス関連を除くと低調に推移。特に**住宅関連が大きく低下**！
- 3) 雇用関連DIは、人手不足の進行を反映して**6カ月振りに50ptを回復**。業種を問わず求人意欲は強いと推察

(図表12) 景気ウォッチャー判断DIの推移



(図表13) 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。2024年11月19日までに発表のもの。

Ⅱ-2. Coffee Time



【コンビニ下剋上時代～コンビニ大手3社の業績に明暗？】

コンビニ業界で勝ち組企業と評価されていた「セブンイレブン離れ」が起きている。コンビニ大手の2024/8上期決算（2024年3～8月）をみると、ローソン、ファミリーマートが営業増益だったのに対してセブン＆アイは減益となりました。さらに同期間の客数は前年比マイナス、客単価は同0.1%増と加ろうじてプラスを計上するにとどまりました。ローソン、ファミリーマートは2023年以降、客数、客単価ともに増加傾向をたどっているのに対して、セブンイレブンの劣勢が顕著になっています。一体何が起きているのでしょうか（図表14参照）。

セブン＆アイホールディングスは、国内コンビニ事業（セブンイレブンジャパン）、海外コンビニ事業（米国のガソリン販売が寄与。米国ではセブンイレブンにガソリンスタンドが併設されており、収益源となっています）、スーパーマーケット事業（イトーヨーカ堂）などから成り立っています。昨今、イトーヨーカ堂は収益低迷に苦しんでおり、株主からはイトーヨーカ堂の売却提案がなされているようです。しかし、セブンイレブンの強みのひとつはプライベート商品（セブンプレミアム）の開発力とされています。セブンプレミアムの開発体制の過半はイトーヨーカ堂が担っており、イトーヨーカ堂がセブンイレブンの商品力を支えているといった構図となっています。したがって、収益が低迷しているからといってイトーヨーカ堂を売却してしまえば、セブンイレブンの商品開発力が低下する可能性があるため、株主提案を受け入れることは難しいとみられているようです。

また、コンビニ大手のなかでセブンイレブンの客数が伸び悩んでいる要因として、インフレに伴う商品価格の値上げが指摘されています。ホットコーヒーSサイズの価格は、2023年に110円から120円に値上げしました。また、おにぎり、弁当、冷凍食品といったコンビニの主力商品についても2022年以降相次いで値上げをしています。カップ麺に至っては、コロナ禍前は一個150円程度であったのが、今や250円程度にまで跳ね上がっているケースもあり、価格に敏感な購買層は食品スーパーで購入したり、ネットで購入したりといった自衛手段を取っているようです。そもそも、セブンイレブンは「高付加価値戦略」を掲げており、インフレ時代において、こうした戦略が果たして消費者に受け入れられるのかまさに正念場を迎えていると言えます。

(図表14) 主要コンビニ各社の業績動向⇒客数、客単価の太字欄は3社最も伸び率が高いことを示している

(単位：億円、%)

		2021/2通期	2022/2通期	2023/2通期	2024/2通期	前年比	23/8上期	24/8上期	前年比
セブン&アイ ⇒セブンイレブン	売上高	57,667	87,499	118,113	114,718	-2.9	55,470	60,355	8.8
	営業利益	3,663	3,877	5,065	5,342	5.5	2,411	1,870	-22.4
	営業利益率	6.4	4.4	4.3	4.7		4.3	3.1	
	※売上高、営業利益 はグループ全体の数値	客数の伸び率	-9.9	1.2	0.3	1.6	2.3	-0.3	
	客単価の伸び率	8.4	1.9	3.3	1.4	2.3	0.1		
内国内コンビニ	売上高合計	48,706	49,528	51,642	53,629	3.8	27,305	27,409	0.4
	加工食品	12,469	12,580	13,117	14,265	8.8	7,318	7,483	2.3
	ファストフード	14,368	14,561	15,234	15,660	2.8	8,082	7,839	-3.0
	日配食品	6,478	6,389	6,455	6,704	3.8	3,304	3,344	1.2
	非食品	15,391	15,997	16,835	17,000	1.0	8,604	8,744	1.6
ローソン	売上高	6,660	9,432	10,004	10,880	8.8	5,454	5,721	4.9
	営業利益	409	524	643	941	46.3	530	548	3.4
	営業利益率	6.1	5.6	6.4	8.6		9.7	9.6	
	客数の伸び率	-13.9	-1.3	0.9	4.0		3.7	1.5	
	客単価の伸び率	8.0	2.5	2.7	0.6		1.9	1.5	
ファミリーマート	売上高	4,734	4,515	4,615	5,078	10.0	2,613	2,575	-1.4
	営業利益	712	653	640	838	30.8	517	518	0.1
	営業利益率	15.1	14.5	13.9	16.5		19.8	20.1	
	客数の伸び率	-14.2	1.1	2.7	3.3		3.3	0.6	
	客単価の伸び率	7.3	2.2	1.5	2.0		5.7	2.2	

(出所) 各社ホームページ掲載のIR情報を基に筆者作成。(注記1) 客数、客単価はコンビニ店の既存店ベース。ローソンの営業利益は事業利益(IFRS基準)。(注記2) セブン&アイの売上高のうち海外コンビニ事業は74%(このうち米国のガソリン売上高割合が62%)、営業利益では56%を占めている(2024/2期実績)。(注記3) セブン&アイの売上高が2021/2期から2023/3期に掛けて大きく増えたのは、米国セブンイレブンを連結対象企業に組み入れた影響による。

Ⅱ-3.暮らしの流れ ～ 知って得する冠の日 ～



- 12月 1日（日）：映画の日 ⇒ 1956年（昭和31年）、一般社団法人映画産業団体連合会が制定。映画観客動員は1996年の1億1,957万人から、2023年には1億5,553万人にまで回復（ピークは1958年の11億人）。なかでも、シネコン（シネマ・コンプレックスの略称、1つの映画館に複数のスクリーンを持つ大型映画館）が2000年の1,123スクリーンから2023年には3,257スクリーンへと大きく増えたことが寄与しているとみられています。
- 12月 6日（金）：音の日 ⇒ 1994年、日本オーディオ協会が制定。1877年のこの日、アメリカの発明家トーマス・エジソン氏が、世界で初めて蓄音機の録音・再生に成功しました。
- 12月 8日（日）：太平洋戦争開戦記念日 ⇒ 1941年、日本軍による真珠湾の米軍基地の奇襲攻撃で太平洋戦争が勃発。
- 12月10日（火）：ノーベル賞授賞式 ⇒ 今年は日本原水爆被害者団体協議会がノーベル平和賞を受賞しました。
- 12月17日（火）：飛行機の日 ⇒ 1803年のこの日、アメリカ人・ライト兄弟が動力飛行機の初飛行に成功しました。
※当時、ニューヨークタイムズは、人間が空を飛べるようになるにはあと100万年はかかるだろうと報じていました。
- 12月20日（金）：デパート開業の日 ⇒ 1904年（明治37年）、東京日本橋の「三井呉服店」が「三越呉服店」と改称し、日本で初めてのデパート形式での営業を開始しました。今や、デパートはインバウンド需要で賑わっています。
- 12月27日（金）：御用納め・仕事納め ⇒ 年末年始の休日を前にその年の最後の事務を執ることを意味します。
- 12月30日（月）：証券取引所大納会 ⇒ 今年は34年振りに日経平均が最高値を更新しました。来年はどうなるでしょう。

- お歳暮：年末に帰省できない子どもや遠方に住む親戚が、祖先の霊や年神様（新年の神様のこと）に供える供物を本家に贈るようになり、やがて、日頃お世話になっている親類や上司、取引先などにも贈られるようになりました。最近では、グルメ専用のカタログギフトなどが人気を博しているようです。
- 旬の食材：寒さが強まる12月は、体があたたまる鍋やスープがおいしい時期です。ニシン、鰯（ぶり）、鮫鱈（あんこう）、白菜、春菊、レンコン、みかん、ゆずなど季節を感じる食材が食卓を彩ることになります。

Ⅲ.ここがポイント (3)



資本市場と実体経済 ⇒ 株価は日米ともに堅調な展開か？

- A) 建築着工は11カ月連続減少したが、強弱斑模様 (図表15コメント)
- B) 小売売上高の回復は32カ月連続プラスと順調 (図表16コメント)
- C) 家計収入は9カ月連続増加するなど回復感が浸透 (図表20コメント)
- D) 株価動向は米国は最高値更新、日本は高値圏… (図表20コメント)
- E) 株式市場では、①米国景気動向、②金利水準の行方、③石破政権の不安定さ、④為替水準 (円安傾向)などに注視する動きが続きそう？

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

- トランプ氏が米国大統領に返り咲くことになりました。正式には2025年1月の大統領就任式をもって第47代米国大統領になるわけですが、今回の勝因については幾つかの要因が取りざたされています。**最大の勝因は、米国民がバイデン政権下でのインフレに「ノー」突きつけたことなのではないでしょうか。アメリカではラーメン一杯3,000円などと報じられていますが、一般庶民にとっては笑いごとではありません。**
- どの国でも、国民が政治家を選ぶ最大の条件は、「暮らしを良くしてくれるか」「安心して生活できる環境を守ってくれるか」「勤労の機会を与えてくれるか」の3点だと思います。その意味では、少なくともバイデン民主党政権は、こうした国民の声にこたえてくれなかったということを示しているのではないのでしょうか。また、**国際紛争は、世界経済や原油などの資源価格動向にとって不安定要因であり、トランプ氏にはこうした国際紛争終結に向けての役割も求められていると言えそうです。**
- **地域別にみた実体経済（住宅着工関連の落ち込みが長期化しているが、底入れの兆しも？）（図表17～19）**
 - 住宅着工は、**持ち家着工の長期低迷（34カ月連続）**が続いているが、底入れ感が台頭している？
※持ち家住宅の建て替え比率は約80%、戸建て分譲住宅の建替え比率は約20%と推定される。
 - 消費動向は、ポジティブな傾向が続いているが、業態によっては客数の減少傾向がみられる！
 - **物価高と人手不足によって景況感は一進一退の動きにあり、先行きは不透明感が漂っているのではないか？**
- **日本及び米国の株式市場動向（日米ともにデカップリング（切り離し）の様相を呈している？）（図表20～23）**
 - **日経平均株価は、為替及び金利動向、企業業績などを高値更新にはある程度の時間を有する可能性も…？**
 - **米国株は、トランプ政権誕生によって投資マインドが好転しており、過去最高値更新が続く見通しか？**

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	2021年度	2022年度	2023年度	21年6月	21年12月	22年6月	22年12月	23年6月	23年12月	24年6月	24年8月	24年9月
1. 建築着工床面積 (前年比、%)												
宮城県	12.6	-8.0	-8.3	-3.8	73.6	-0.2	-15.8	16.2	-40.1	-40.2	-16.5	64.7
茨城県	43.6	-21.4	-11.2	-11.1	138.5	8.6	-62.3	5.4	50.1	-11.7	-33.4	-33.5
埼玉県	2.9	0.9	-13.0	-2.8	21.8	6.2	-11.1	0.2	-17.0	-28.8	-5.3	27.1
千葉県	12.1	-9.2	-8.0	91.0	-10.3	-41.8	6.5	-34.8	-23.9	42.1	-47.3	41.7
東京都	14.5	-7.0	-0.0	-1.6	60.8	-11.3	-24.9	1.5	70.4	-11.4	-12.0	6.0
神奈川県	-0.8	1.9	-8.9	14.9	21.0	54.5	-5.2	-42.6	1.2	14.8	-26.9	0.2
全国	7.1	-3.1	-8.8	9.3	16.1	1.8	-15.8	-16.9	-2.9	-4.0	-10.9	-3.2
2. 新設住宅着工戸数 (前年比、%)												
宮城県	14.8	4.5	-11.0	-14.6	42.2	-6.3	-11.8	37.8	-13.5	-16.1	-9.2	-0.9
茨城県	18.4	-9.7	-9.9	5.7	-5.4	-1.4	12.6	-20.6	-8.5	-6.3	-2.0	-25.7
埼玉県	7.2	1.6	2.9	-0.5	5.9	-2.6	7.3	11.3	-1.1	-12.0	-22.2	-6.1
千葉県	6.5	3.6	-8.9	22.5	5.8	-0.9	13.7	-16.0	0.3	12.2	21.9	5.3
東京都	0.9	0.9	-7.8	0.5	6.6	-5.5	-37.0	-5.2	-0.2	-8.0	-4.4	12.4
神奈川県	6.3	2.6	-3.6	17.2	34.3	-9.3	-14.6	-13.4	16.3	21.5	-14.8	31.0
全国	6.6	-0.6	-7.0	7.3	4.2	-2.2	-1.7	-4.8	-4.0	-6.7	-5.1	-0.6

(出所) 国土交通省データ等により作成。2024年11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) 9月の建築着工床面積は11カ月連続減。宮城県、千葉県、埼玉県がプラスとなったのは**物流倉庫、データセンターの寄与**による。
- (2) 9月の新設住宅着工戸数は全国的には5カ月連続減少したが、持ち家着工が増加したのは前月の11都府県から23都道府県へ増加。
- (3) 一方、貸家は2カ月振りにプラスとなり、千葉、東京、神奈川、山梨、京都、兵庫など13都府県で前年比2ケタ増を記録。

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	2021年度	2022年度	2023年度	21年6月	21年12月	22年6月	22年12月	23年6月	23年12月	24年6月	24年8月	24年9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	-0.7	0.4	3.2	-2.7	-1.3	-1.8	1.8	2.1	1.4	2.4	1.6	0.9
茨城県	-0.1	0.4	1.5	-2.9	0.5	-0.9	2.2	1.5	0.0	2.2	3.3	1.4
埼玉県	0.6	1.0	4.2	-2.5	-0.2	-1.6	3.3	3.9	2.9	4.6	4.5	1.9
千葉県	0.7	1.7	4.0	-2.6	0.3	-1.2	3.1	4.5	2.1	3.9	3.8	1.3
東京都	5.6	9.5	7.6	0.4	4.7	5.2	5.3	7.9	5.4	10.0	5.8	0.6
神奈川県	1.6	1.1	2.6	1.9	-0.1	-0.3	1.8	2.1	1.1	3.9	3.4	1.4
全国	1.6	3.9	4.6	-2.3	1.4	1.3	3.6	4.1	2.5	6.6	4.3	1.6
2. 家計消費支出・市区単位・二人以上世帯（前年比、%）												
仙台市	7.3	1.3	6.2	5.5	6.4	15.4	-1.1	-4.8	23.6	5.5	-8.5	-0.2
水戸市	0.5	8.1	3.3	-11.5	11.9	9.9	4.4	15.2	-16.1	-4.7	7.8	-36.6
さいたま市	-3.5	3.1	5.9	-24.1	1.4	37.5	-6.5	-19.9	6.9	4.8	-10.2	-2.2
千葉市	2.7	-2.2	0.8	-2.9	8.6	12.9	4.6	-21.1	-4.1	15.6	4.2	-3.1
東京都区部	-0.7	-0.4	6.1	-7.8	-7.2	-3.1	4.7	10.8	3.6	0.4	-2.5	4.8
横浜市	1.4	0.4	1.7	-3.5	6.1	8.4	7.1	-9.1	-7.9	5.9	4.2	-0.4
全国	0.4	4.2	1.1	-4.9	0.7	6.4	3.4	-0.5	0.4	1.9	1.5	1.8

(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。2024年11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) 9月の小売売上高は全国ベースで32カ月連続プラスとなり、物価高などの影響により売上高の伸び率は前月比で鈍化している。
- (2) 9月の消費支出は全国ベースで9カ月連続増加。水戸市が大きく減ったのは前年同月に自動車購入、交際費が膨らんだ影響による。

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	2021年度	2022年度	2023年度	21年6月	21年12月	22年6月	22年12月	23年6月	23年12月	24年6月	24年8月	24年9月
1. 有効求人倍率・受理地別・季調値(水準、%)												
宮城県	1.33	1.40	1.34	1.30	1.31	1.36	1.43	1.37	1.30	1.22	1.22	1.22
茨城県	1.38	1.49	1.37	1.39	1.34	1.48	1.52	1.40	1.34	1.34	1.31	1.34
埼玉県	0.94	1.05	1.05	0.96	0.93	1.03	1.08	1.08	1.02	1.00	1.01	1.01
千葉県	0.86	1.00	0.99	0.87	0.84	0.97	1.01	1.01	0.98	0.98	0.98	1.01
東京都	1.22	1.60	1.73	1.17	1.23	1.45	1.71	1.78	1.77	1.82	1.76	1.72
神奈川県	0.80	0.90	0.91	0.79	0.78	0.87	0.93	0.91	0.88	0.93	0.91	0.90
全国	1.16	1.31	1.29	1.13	1.17	1.27	1.36	1.30	1.27	1.23	1.23	1.24
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、但し暦年ベース(前年比、%)												
仙台市	9.0	9.3	9.9	8.5	9.1	38.7	8.0	-13.9	25.3	22.7	-1.7	20.7
水戸市	3.8	-9.2	11.6	-15.0	15.5	-17.8	-7.8	51.5	10.4	-2.9	13.5	4.1
さいたま市	-0.0	11.8	-9.2	4.9	0.6	26.8	-9.1	-8.4	6.0	1.6	-10.3	-25.0
千葉市	-1.0	5.1	-0.4	-10.5	13.3	36.1	16.1	-32.6	-9.3	41.3	1.6	-6.9
東京都区部	1.6	-6.5	4.7	16.5	-17.0	-8.8	13.3	-24.8	0.6	53.5	13.2	-0.4
横浜市	-3.6	8.7	1.8	-21.7	13.0	12.3	1.7	30.0	-10.1	-9.3	-18.6	-15.0
全国	2.6	2.4	-1.6	5.9	2.3	1.2	8.0	-2.9	-4.3	7.5	4.7	1.3

(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。2024年11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) 有効求人倍率は厚生労働省が全国のハローワークの求職者数、求人数を基に算出している。最近では民間ベースの職業斡旋サービスのシェアが上がっていることに留意。

(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) 有効求人倍率が高い都道府県は、福井県1.78倍、東京都1.72倍、石川県1.53倍、岐阜県1.49倍、山口県1.47倍と地方に集中。
- (2) 家計収入は9カ月連続プラス。首都圏(特に、さいたま市、横浜市)での家計実収入が減少したのは配偶者収入が減ったため。

Ⅲ-5. 株価指数の推移①：建設株指数、不動産株指数

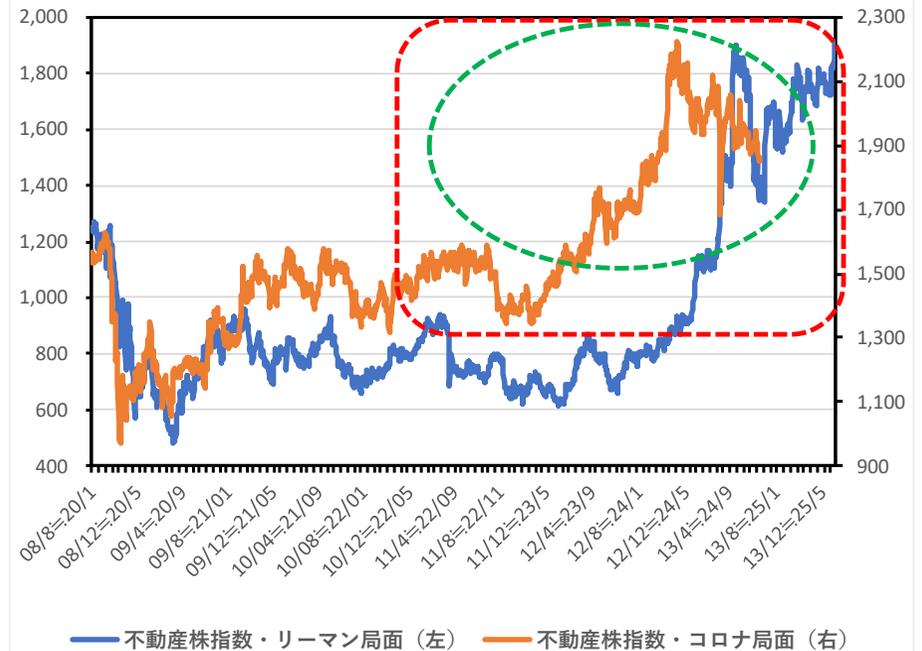
- 1) 建設株は、8月初めの日銀ショックによる暴落後は値を戻しており、直近では高値圏で推移している！
- 2) 不動産株は、急落後は値を戻しているものの、金利上昇の影響を懸念してやや上値の重い展開が継続！

(図表18) 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。11月19日終値ベース。

(図表19) 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) 日経平均株価は、為替及び金利動向、企業業績などを高値更新にはある程度の時間を要する可能性も…？
- 2) 米国株は、トランプ政権誕生によって投資マインドが好転しており、過去最高値更新が続く見通しか？

(図表20) 日経平均株価の日次推移 (円)



(出所) 取引所データより筆者作成。11月19日終値ベース。

(図表21) ニューヨークダウの日次推移 (ドル)



Ⅲ-7. 専門用語の解説コーナー



- **戸建て分譲住宅（一括して取得した土地に建てられた一戸建ての販売物件） ・ 3ページ、図表1参照**

分譲住宅とは、不動産会社やハウスメーカーなどが、一括して取得した土地に建てられた一戸建ての販売物件を指しています。分譲住宅では、物件を販売する会社が宅地・建築資材・施工などをまとめて手配することでコストを軽減し、品質を担保しつつ価格を抑えて物件を提供しています。また、通常土地と建物別々で住宅ローンを組む必要がありますが、分譲住宅は土地と建物とを一組として契約することができるといった特徴もあります。ちなみに、持ち家とは、土地を所有している個人が、上物として住宅を建築する形態を指しています。

- **耐久消費財（テレビ・エアコン・パソコン、車など耐用年数が比較的長い商品） ・ 5ページ、図表2-1参照**

商品の機能期間が比較的長い消費財をいい、カラーテレビ、エアコン、パソコン、冷蔵庫などの大型家庭電化製品や自動車、大型家具などが代表的な商品です。これらの耐久消費財の需要は、新規需要が少なく、大半は代替需要（買替需要）で占められています。また、この耐久消費財の販売動向は、住宅と並ぶ重要な消費指標であり、個人消費と景気の動向を示す指標でもあるとされています。ちなみに、アメリカ合衆国では、商務省が耐久財受注の状況を毎月発表しています。この経済指標は、アメリカにおける景気の判断材料として用いられています。

- **公共料金（政府や地方自治体といった公的機関が価格の決定に直接関わっているもの） ・ 8ページ、図表3参照**

公共料金とは、公共機関が行う公益事業のサービス利用に応じて消費者が支払う対価です。公共料金には、主に電気代・ガス代・水道代等、人々の生活に欠かすことのできない生活インフラに必要なものや、公共性が高いものが含まれます。公共料金には、水道光熱費といったエネルギー供給分野以外にも、交通関連（鉄道運賃、バス代、タクシー代、航空運賃、高速道路料金）、通信関連（はがき代、電話通信料）、教育関連（国公立学校授業料）、公衆衛生関連（診療代、介護料）、一般行政（登記手数料、自動車免許手数料、印鑑証明手数料、パスポート取得料）等、多くの種類が含まれます。

- 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

アメリカ大統領選挙において、トランプ氏が再選されました。トランプ氏は、①国益重視の外交、②ドル高志向、③移民排除、④法人・個人に対する減税、⑤関税引上げ、などを打ち出しています。また、エネルギーに関しては、化石燃料の国内生産に対する規制を撤廃を標榜するなど、民主党政権とは大きく異なる政策の舵取りをするとみられています。日本経済への影響についても注視しなければなりません。

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：2024年11月号》

2024年11月20日発行

発行者 (公社) 全日本不動産協会東京都本部
(一社) 全国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