

ショートコメント vol.195 (2021年2月5日)

テーマ：外出自粛の動きはすでに緩和傾向か
～消費者は感染状況に応じて独自に判断～

●緊急事態宣言の延長

新型コロナウイルスの感染状況に対応し、10都府県に対する緊急事態宣言が3月7日まで延長することとなった。それに伴う経済的な影響の拡大が懸念される中、少し異なる視点も含め、次の2つの注目点を挙げたい。

1つめは緊急事態宣言の実効性である。そもそも今回の宣言については、発令前から外出の自粛や営業の時短要請が出ていた地域もあり、その実効性を疑問視する動きはあった。実際に、発令以降の企業や消費者の動きの変化は、前回の宣言時を下回っている。

加えて、緊急事態宣言の長期化により、消費者の危機意識も薄れる可能性が高い。新たな感染者数は既にピークアウトしていることから、特に消費者の間での緊迫感は薄れやすいとみられる(図表1)。

●小売関連の人出は緩やかに増加

現に、米グーグル社が公開している、位置情報を元にした人口流動データをみると、小売・娯楽関連 (retail and recreation) の人出は緩やかに増えつつある(図表2)。

もともと今回の宣言による人出の減少は、第2波当時を上回りこそすれ、第1波には遠く及ばなかった。政府による解除の延長のきももなく、すでに足元では、人出が徐々に増えようとしている。

直近の動きをよくみると、人出の減少が始まった起点は12月下旬である(図表3)。緊急事態宣言の発令後ではなく、感染のトレンドに対応した動きと考えられよう。逆に言えば、感染がピークアウトしたと消費者が判断すれば、人出も増加に転じることを意味する。

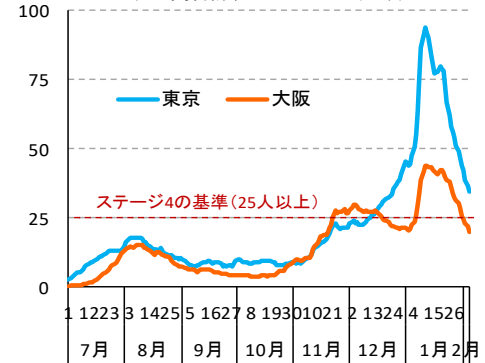
つまり、緊急事態宣言の解除の有無とは無関係に、人出の回復が進む可能性がある。都市部を中心とした各種店舗からすれば、来客数の増加につながる一方、感染状況にはマイナスにはたらく可能性があるだけに、今後の推移が注目されよう。

●廃業の増加に対する懸念

今後のもう1つの注目点は、廃業の増加である。

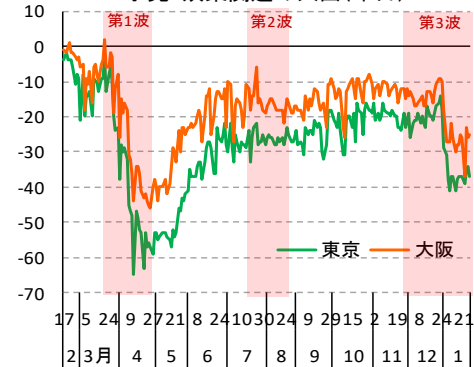
上で述べた内容とは矛盾するようであるが、今回の緊急事態

【図表1】 新規感染者数の推移(東京・大阪)
(7日間合計、人口10万人当たり)



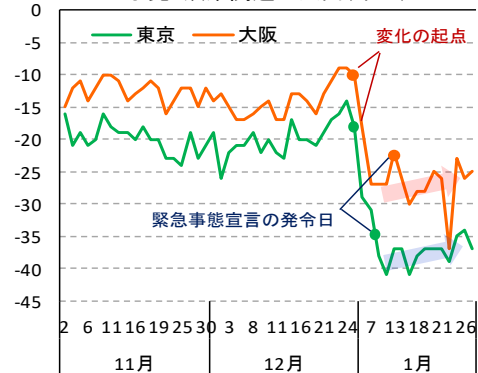
(出所)東京都、大阪府公表資料を元に、りそな総研作成

【図表2】 小売・娯楽関連の人出(平日)



(出所)Google「コミュニティモビリティレポート」
※数値は20年1～2月平均との比較

【図表3】 小売・娯楽関連の人出(平日)



※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

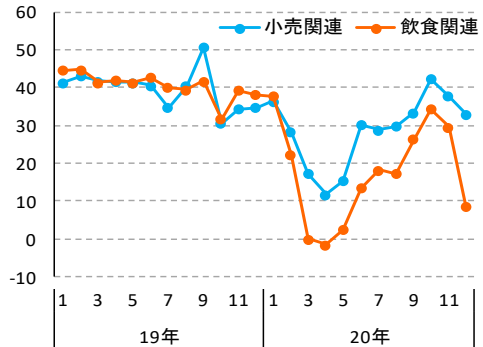
宣言においても、特定の業種では大きな影響が出ている。主には旅行や外食、アパレル関連といった業種が挙げられる。表現を変えれば、今回の宣言による影響は、これらの業種に集中しているといえよう。

たとえば、景気ウォッチャー調査による「小売」と「飲食」の現状判断を比較すると、飲食は前回に近い水準にまで悪化がみられる一方、小売はさほど悪化していない（図表 4）。飲食と同様に、旅行関連やアパレル関連でも、足元では大きな悪化が進んでいる。

企業の状況としても、感染からほぼ1年が経とうとする中、前回の宣言時よりも体力は明らかに落ちている。いまだに感染の収束時期も見通せない中、事業の存続意欲を失う企業も増えることが懸念されよう。旅行、外食業界が期待するGoTo事業の再開も、緊急事態宣言が解除後、すぐに実現するわけではない。

今後、旅行、外食、アパレル関連を中心とした廃業の急増が懸念される中、倒産とは異なり、廃業の動きは把握しにくいだけに、先行きには十分な注意が必要となろう。

【図表 4】
景気ウォッチャー調査・現状水準判断の推移(全国)



(出所)内閣府「景気ウォッチャー調査」

本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL：06-6258-8805 mail：hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。