

新型コロナウイルス感染症の拡大が大阪経済に及ぼした影響

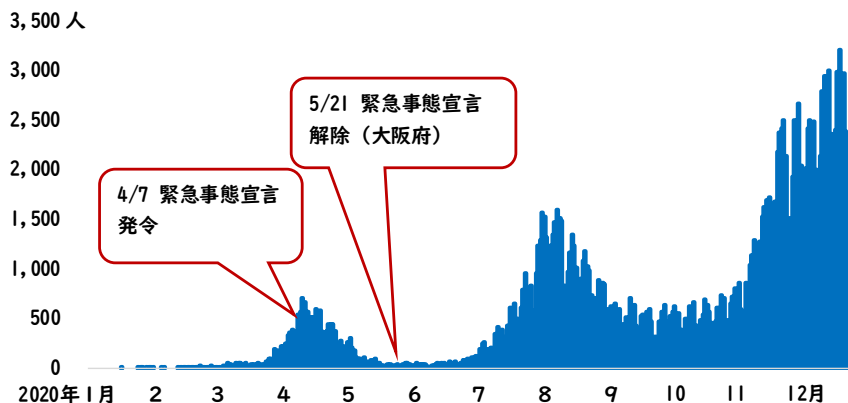
1 はじめに

2019年11月に中国の武漢市で確認された新型のウイルス性肺炎、新型コロナウイルス（covid-19、以下「新型コロナ」という。）は、グローバルに広がった人の移動の下で、瞬く間に世界に感染が広がり、2020年2月にはWHO（世界保健機関）が『パンデミック（世界的流行）』相当と表明する事態に至りました。

日本での感染者は、当初、中国に渡航歴がある人や、来日した中国人に限られていましたが、ほどなくして国内で感染者が確認された後は、全国各地での感染が確認されるようになりました。

その後、日本での感染拡大は深刻度を増し、政府は、4月7日に『緊急事態宣言』を発出しました。5月25日には宣言が解除されたものの、感染は終息するどころか、7月から8月にかけて再び感染者が増えました。その後は、やや勢いが衰えたものの、11月以降は寒くなるにつれ感染者が急増し、夏の感染状況を上回るようになっていきます（図表1）。

図表1 新型コロナウイルス感染症PCR検査陽性者数



資料：厚生労働省（2020年12月22日現在）

緊急事態宣言の発出によって、国民に不要不急の外出自粛が求められました。学校は休校となり、企業には在宅勤務が奨励され、大阪府をはじめ各都道府県知事は、商業施設や飲食店等の事業者に対し、密集、密接、密閉の3密を避けるため休業を要請しました。こうした感染対策によって徐々に感染者数は減りましたが、一方で、事業活動は機能停止状態に陥り、観光地や繁華街、ビジネス街からは人影がなくなりました。こうした社会・経済活動の機能

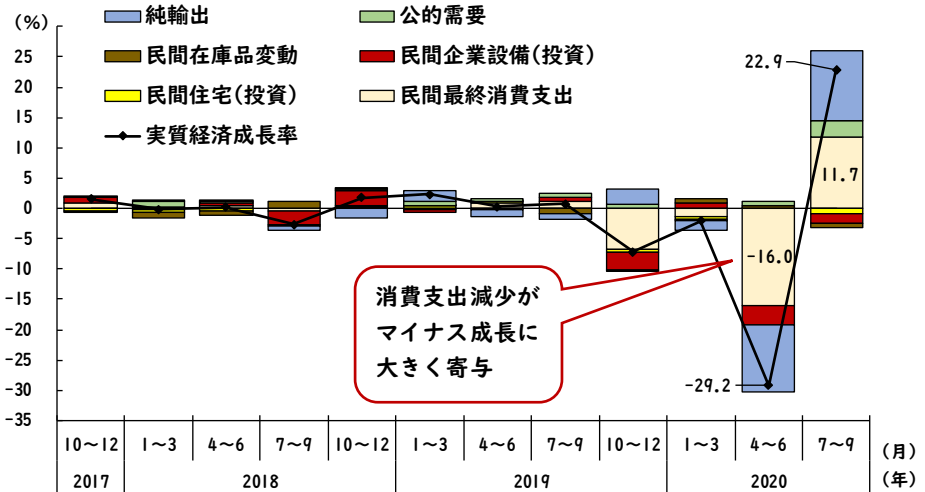
を停止させる措置は、日本国内にとどまらず、世界の主要都市でも講じられ、新型コロナは世界規模で社会、経済に大きな打撃を与えました。

まだ、感染は終息に至っていませんが、本稿では、新型コロナの感染拡大が日本、大阪の経済に及ぼした影響について、これまでに発表されたさまざまな統計データをもとにみていくことにします。

2 追い打ちとなった新型コロナによる影響

世界に拡大した感染によって、モノや人の動きが止まり、貿易が滞り、その結果、緊急事態宣言のあった2020年4～6月期の日本の実質経済成長率は、年率換算で29.2%の減少となりました（図表2）。この減少率は、アメリカの投資銀行であるリーマン・ブラザーズ・ホールディングスが経営破綻したことに端を発した経済危機、リーマン・ショック直後の2009年1～3月期の下げ率17.9%を大きく上回る過去最大となりました。7～9月期には前期比年率換算で22.9%増と持ち直しましたが、前年同期を5.7%下回る水準でしかなく、回復の道半ばにあります。

図表2 実質経済成長率と支出項目別寄与度（全国）

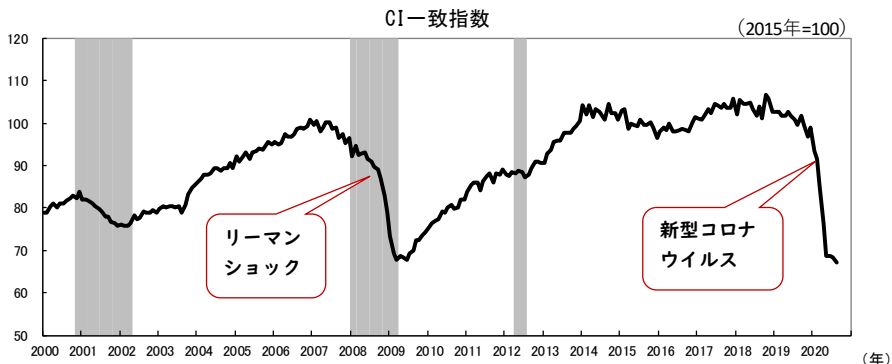


資料：内閣府「国民経済計算」2次速報値。

（注）季節調整済み前期比系列の年率換算値。

景気動向指数をみると、府内の景気は、新型コロナの影響が生じる前から、米中貿易摩擦による輸出の減退に加え、2019年10月の消費税率の引き上げによって弱まっていた（図表3）。そこに、新型コロナによる社会経済活動への大きな制限が追い打ちとなって、景気は一気に落ち込むこととなりました。

図表3 景気動向指数（大阪府）



資料：大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「景気動向指数」。

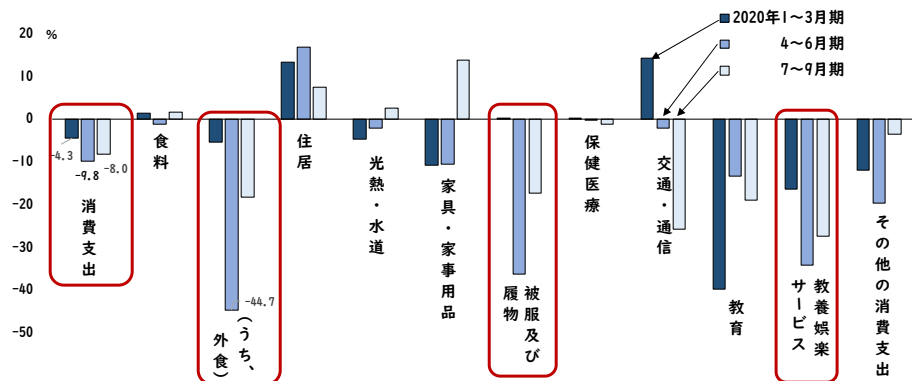
(注) シャドー部分は大阪産業経済リサーチ&デザインセンターが設定した景気後退期を示す。

3 深刻な消費の落ち込み

新型コロナの感染拡大による国内経済への影響では、GDPの減少に対する寄与度で、民間最終消費支出が15.9ポイントと最も大きく成長率を押し下げました（前掲図表2）。

近畿の消費について費目別に前年同期の増減率をみると、外出自粛による影響が見込まれる宿泊料やパック旅行費などを含む「教養娯楽サービス」や、「被服及び履物」に関する支出が4～6月期に大きく落ち込みました（図表4）。減少率が小さかった「食料」の中でも、外食に限ると、44.7%減と急減しています。7～9月期においても、「交通・通信」の減少率の拡大などにより、前期からの減少幅の縮小はわずかに留まりました。

図表4 消費支出の費目別対前年同期増減率（近畿、名目）



資料：総務省「家計調査」。

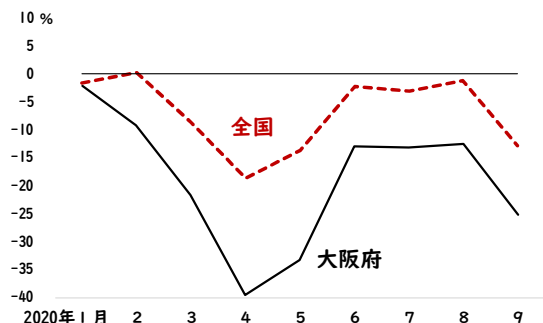
(注) 二人以上の勤労者世帯。

大型小売店販売額の対前年同月増減率では、大阪府が全国より一足早く2月から減少率が大きくなりはじめ、4月が底となってからは減少幅が縮小しています。ただし、減少率は全国を上回る状態が続いています（図表5）。

大型小売店の大阪府の販売額が、全国を上回る落ち込みとなったのは、百貨店販売額が大きく落ち込んだことによります。大阪府の大型小売店販売額の特徴として、百貨店販売額の構成比が高いことがあげられます（図表6）。全国では大型小売店販売額の3分の1程度が百貨店販売額であるのに対して、大阪府では半分以上を占めています。

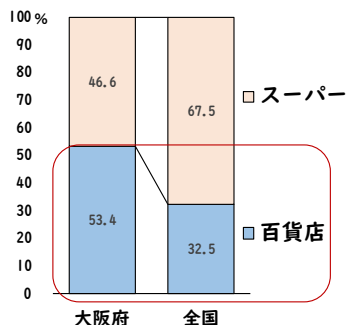
2月以降、新型コロナで主に打撃を受けた百貨店販売額が大きく落ち込む一方で、スーパー販売額は横ばいで推移したため、大阪府の大型小売店販売額の落ち込みが特に大きくなりました（図表7）。

図表5 大型小売店販売額の対前年同月増減率



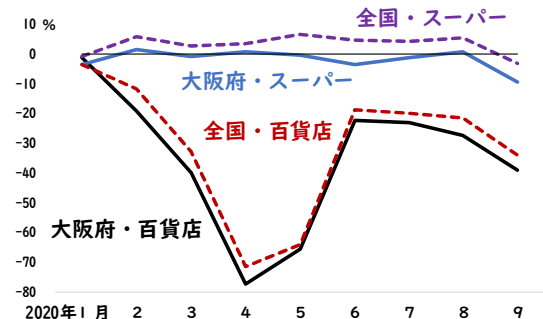
資料：経済産業省「商業動態統計」。
 (注) 対前年同月増減率。

図表6 販売額の構成比 (2019年)



資料：経済産業省「商業動態統計」。

図表7 大型小売店販売額の業態別増加率



資料：経済産業省「商業動態統計」。
 (注) 対前年同月増加率。

図表8 百貨店免税売上 (関西地域)



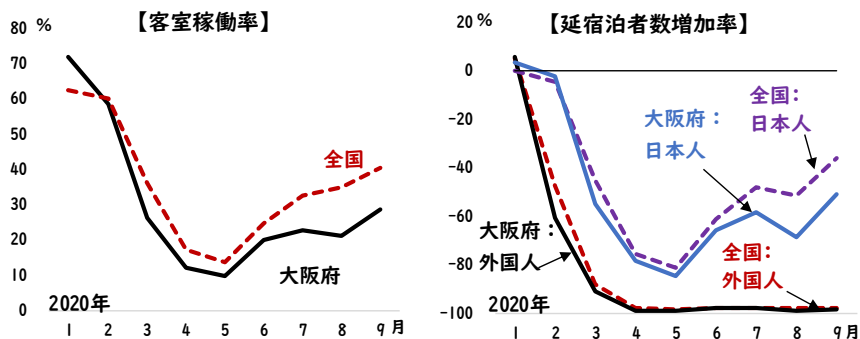
資料：日本銀行大阪支店

百貨店販売額の対前年同月減少率を全国と比べると、大阪府は全国よりも大きくなっています（前掲図表7）。近年、海外から日本に観光で訪れる、いわゆるインバウンド客の増加によって（本編6-4参照）、百貨店の売上が順調に伸びていました。大阪は、インバウンド客に人気の観光地である京都や奈良に隣接するだけでなく、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンや、大阪城といった観光地があることに加え、心齋橋や道頓堀等で食べ歩きや買い物、夜の街も楽しめることから、インバウンド客、中でも中国人、韓国人等のアジア系観光客を多く集めていました。こうした年々増加する旺盛なインバウンド客の需要を、宿泊、飲食、小売といった産業が吸収してきました。

しかし、2019年7月の韓国に対する輸出管理強化以降、韓国からの旅行者が減少し、増加し続けてきたインバウンド需要に陰りが見え始めたところに、新型コロナに対する水際対策によって外国人の入国を制限したことで、インバウンド需要が消失してしまいました。4月の百貨店の免税売上は、前年同月の売上がそっくり失われる程の前年同月比-98.9%にまで落ち込んでしまいました（図表8）。

大阪府内宿泊施設の客室稼働率は、2020年5月には9.9%にまで落ち込みました。これ程落ち込んだのは、外国人旅行者の割合が全国よりも高かったことだけでなく、大阪府の日本人宿泊者数が全国の減少率を上回っていることも影響しています（図表9）。世界各国で新型コロナによる感染が続いており、持ち直しにも時間がかかるとみられます。

図表9 ホテル・旅館の客室稼働率と宿泊旅行者数増加率



資料：国土交通省「宿泊旅行統計調査」（第2次速報）。

（注）客室稼働率は、従業者数10人以上の施設。

消費の持ち直しの遅れは、他の業態でもみられます。

感染拡大によってマスクや消毒液などの需要が高まり、全国のドラッグストアの販売額は堅調な増加を示しましたが、大阪府内の販売額の増加幅は、全国に比べ2月は小幅にとどまり、3月以降はマイナスで推移しました（図表10）。これは、8月まではプラスで推移した全国とは、対照的な動きです。こうした明暗がはっきり分かれたのは、大阪府内のドラッグストアの販売額で大きな割合を占めるインバウンド需要が、2月に落ち込み、3月以降は、ほぼ消失したためと考えられます。

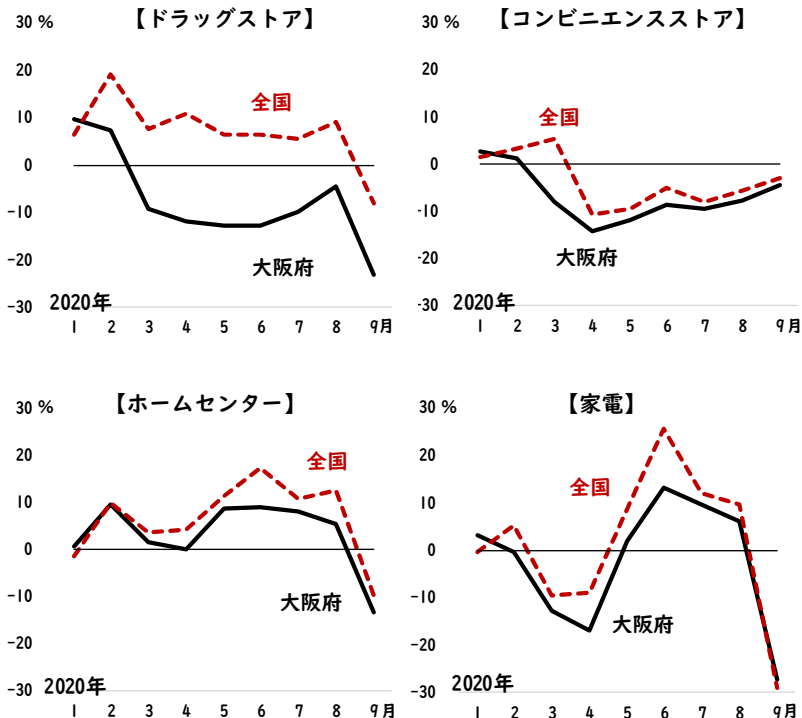
コンビニエンスストアの販売額は、大阪府では全国の4月より早く、3月から減少に転じました。減少幅も、全国を上回って推移しています。新型コロナへの感染リスクを減らすために、在宅勤務が増えたことから、ビジネス街のコンビニエンスストアで売上減少の影響が大きく生じたと考えられます。

また、ホームセンターの販売額でも、外出自粛によって自宅でのDIYや家具等の購入などの巣ごもり消費関連需要の増加によって、全国では堅調に推移しましたが、大阪府では全国を下回っています。

家電も、在宅時間が多くなったことや、定額給付金が5～7月頃に各家庭に給付されたことから、5月から8月まで増加しましたが、増加幅は全国を下回っています。

なお、9月にドラッグストア、ホームセンター、家電で全国、大阪府ともに大きな減少率となっているのは、前年同月において消費税率引き上げ前の駆け込み需要が盛り上がった反動です。

図表 10 販売額の業態別増加率



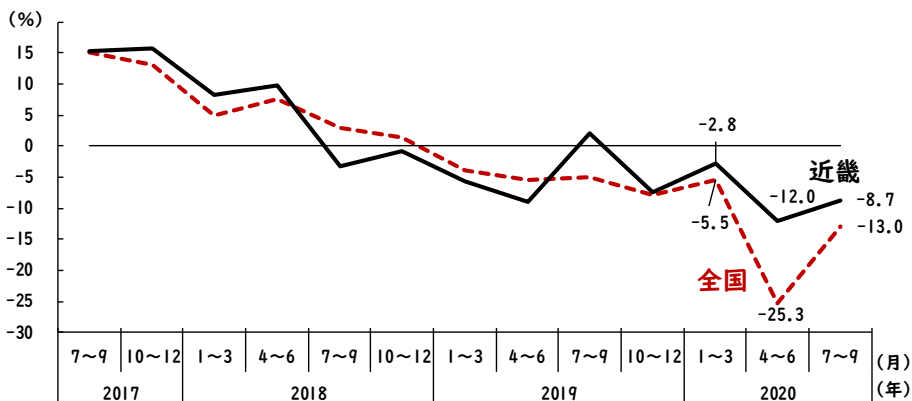
資料：経済産業省「商業動態統計」。

(注) 対前年同月増加率。

4 輸出も減少

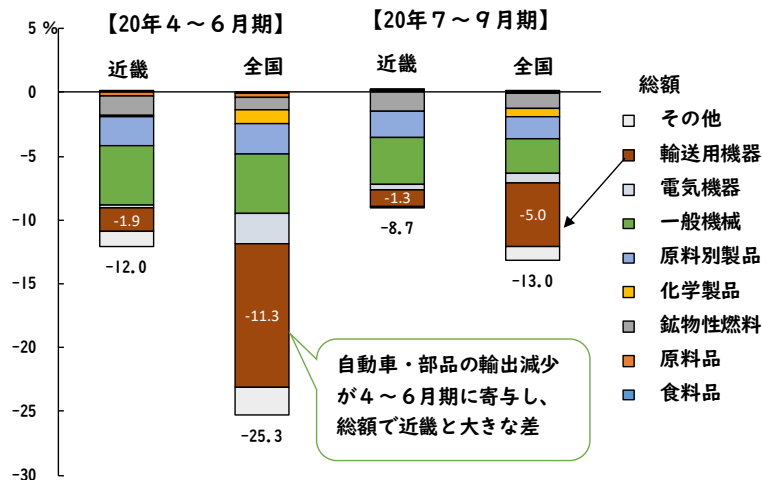
輸出総額は、近畿では台風 21 号と関西国際空港閉鎖の影響があった 2018 年 7～9 月期から前年同期と比べ減少し始め、米中貿易摩擦が深刻化する下で減少傾向が続きました。全国では 2019 年に入ってから減少基調となりましたが、急落したのは 2020 年 4～6 月期で、25.3%減となりました（図表 11）。その一方で、同時期の近畿では 12.0%減に留まっています。

図表 11 輸出総額の対前年同期増加率



資料：大阪税関「貿易統計」。

図表 12 輸出総額の対前年同月増加率と品目別寄与度

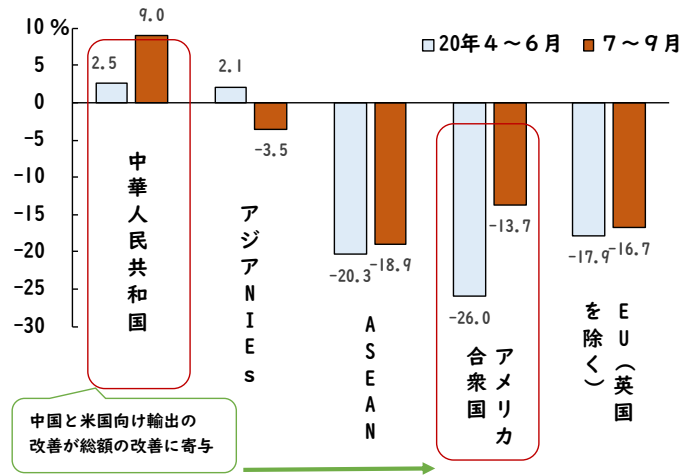


資料：大阪税関「貿易統計」。

品目別寄与度をみると、近畿と全国で大きく異なるのは「輸送用機器」でした。輸出総額では、近畿と全国の差は13.3ポイントでしたが、輸送用機器だけで9.4ポイントの差がありました(図表12)。輸送用機器での差が、近畿と全国の落ち込みの差につながったことがわかります。

輸出の仕向地別にみると、中国向け輸出の増加率が上昇するとともに、米国向け輸出の減少率が小さくなったことが、7～9月期の輸出の減少率が4～6月期から改善した要因と言えます(図表13)。

図表13 近畿の地域別輸出額の対前年同期増加率



資料：大阪税関「貿易統計」。

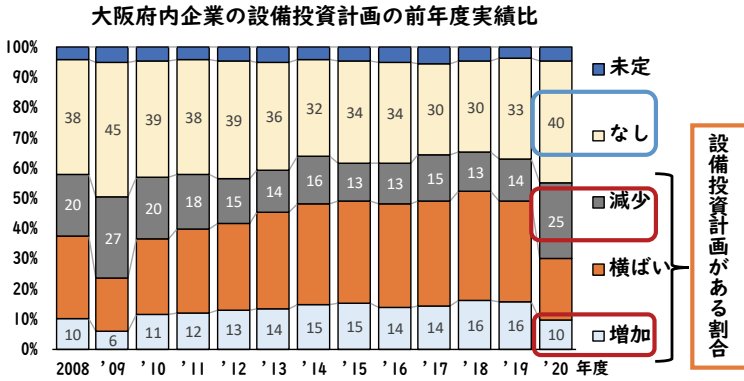
5 設備投資意欲も減退

府内企業の設備投資は、底堅い景気と人手不足を背景に堅調に推移していましたが、景気が一気に落ち込んだことで、2020年に入ってから設備投資意欲も急激に悪化しました。20年度に設備投資計画が「なし」という企業の割合が40%に上昇した一方で、設備投資計画のある企業割合は、19年度の63%から55%へと8.0ポイント低下しました。

設備投資計画がある企業の場合でも、前年度実績に比べ設備投資を「増加」する企業の割合が前年度よりも6ポイント低下する一方で、「減少」が11ポイント上昇しています(DIは17ポイント低下)(図表14)。

業種別では、新型コロナによる消費者や企業行動の変化に伴う情報化関連需要を背景に、情報通信業では設備投資計画のある企業の割合が高まり、投資を「増加」する割合も高まっています(図表15)。

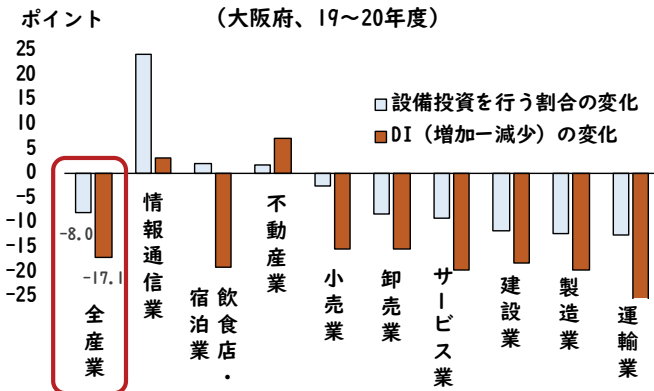
図表 14 設備投資の推移（大阪府内企業）



資料：大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「大阪府景気観測調査」。

(注) 各7～9月調査時点における当該年度の設備投資状況と対前年度増減割合。

図表 15 設備投資を行う割合とDIの変化



資料：大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「大阪府景気観測調査」。

(注) 各7～9月期において、20年度に設備投資計画がある企業割合及び、DI (対前年度「増加」－「減少」企業割合) についての19年度と比較したポイント差。

6 雇用悪化が懸念

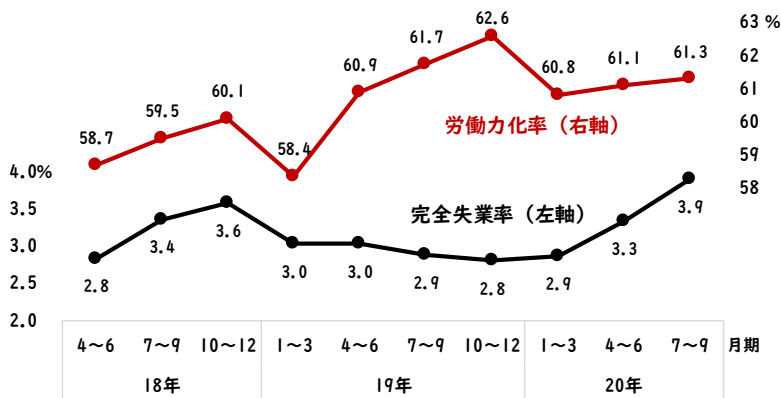
ここしばらく堅調だった景気動向に伴う人手不足の深刻化を背景に、15歳以上人口の労働力化率は上昇傾向にありました。20年になり、1～3月期に労働力化率は大きく落ち込み、続く4～6月期に61.1%と持ち直しがみられ、前月及び前年同月よりも高くなっているものの、ここ数年の上昇傾向からすると、鈍い戻りとなりました(図表16)。一方、完全失業率は、20年4～6月期に3.3%で、前年同期よりも0.3ポイント高まりました。

ただ、雇用状況は、20年4～6月期において、新型コロナにより経済活動が急激に収縮したほどには、大きく悪化していません。完全失業率が高い水準にならなかった要因としては、新型コロナへの警戒から求職を行わず労働市場への参入を避けたこと等が考えられる他、雇用調整助成金による支援効果もあって、休業者が増加していることも要因としてあげられます。府内において10万人台前半で推移してきた休業者は、20年4～6月期には33.4万人へと急増しました(図表17)。その一方で、19年4～6月期以降3～4%台の高い伸びを示していた従業者は、20年4～6月期に一転して4.8%減となりました。就業者を解雇せずに休業させることで、失業者の増加が抑えられています。

また、リーマン・ショック後には、新規求人減少傾向が続く一方で、新規求職申込件数の増加傾向が続き、求職申込件数が求人数を上回った結果、新規求人倍率は1を下回って推移しましたが、新型コロナでは、新規求人倍率は1を上回る水準で推移しています(図表18)。外出自粛によって新規求職が抑制された一方で、感染が拡大する前からの構造的な人手不足で新規求人の底堅い状態が続いており、新規求職申込件数、新規求人数ともに一進一退の動きとなっています。

雇用は、景気動向から遅れて増減する傾向があることから、新型コロナによる景気への影響が長期化すれば、解雇や求人抑制、非労働力人口の労働市場への参入により、完全失業率の上昇が懸念されます。

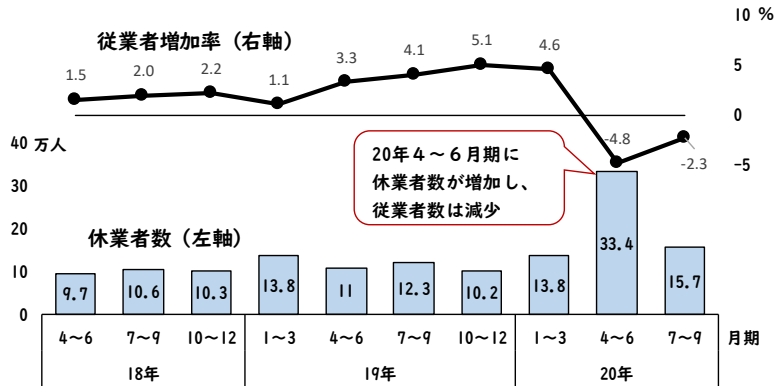
図表16 完全失業率と労働力化率(大阪府)



資料：大阪府統計課「労働力調査地方集計結果」。

(注) 労働力化率＝労働力人口／15歳以上人口。完全失業率＝完全失業者／労働力人口。

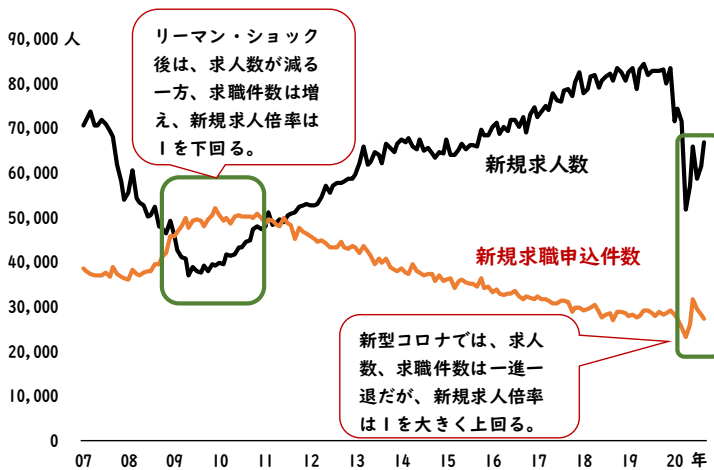
図表 17 従業者増加率と休業者数（大阪府）



資料：大阪府統計課「労働力調査地方集計結果」。

(注) 就業者＝従業者＋休業者。

図表 18 新規求人数と新規求職申込件数（大阪府、季節調整値）

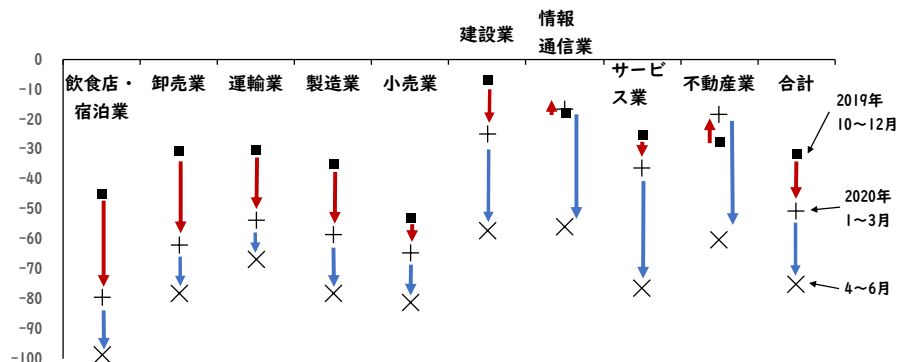


資料：厚生労働省「一般職業紹介状況」。

7 産業面での影響の拡大

日本国内では、インバウンド需要の消失に加えて、外出自粛、中国経済の混乱により輸入が難しくなる部材もあり、サプライチェーンも打撃を受けました。このため、20年1～3月期には、飲食店・宿泊業や物流関連業種の業況が落ち込みました（図表19）。新型コロナによる影響は、1～3月期に底堅かった情報通信業や不動産業等も含め、4～6月期には全産業の業況を押し下げました。

図表 19 業種別業況判断DIの変化（前年同期比）



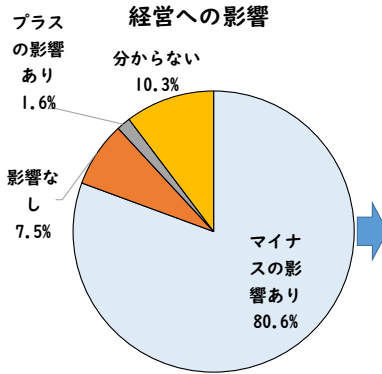
資料：大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「大阪府景気観測調査」。

（注）業況判断DIは、「上昇」－「下降」企業割合

緊急事態宣言が発出されていた時期を含む4～6月期の景況調査では、府内企業の実に80.6%で「マイナス影響を受けた」と回答しています（図表20）。調査に寄せられた具体的な声の中には、「決まっていた仕事が新型コロナのために延期や中止になった」（建設業）や、「一般企業向けのソフト開発受注がほとんどない状態」（情報通信業）といったように、取引先に連鎖して業況の悪化が広がった様子がうかがえます。

リーマン・ショックでは、アメリカでの金融不安が实体经济に波及し、景気が後退しました。日本には外需縮小によって伝わり、輸出産業から内需へ影響が拡大しました。一方、新型コロナでは、感染拡大で国内外の消費の減少により内需と外需が同時に萎み、瞬く間に影響が広がっていきました。また、供給面においては、部品や原材料、商品を輸入に依存していた企業で仕入が滞り、製造や販売に支障をきたしました。このように、新型コロナは、需要と供給の両面から短期間に広範な産業の企業経営に打撃を与えました。

図表 20 新型コロナウイルスの大阪府内企業への影響と具体的な例示



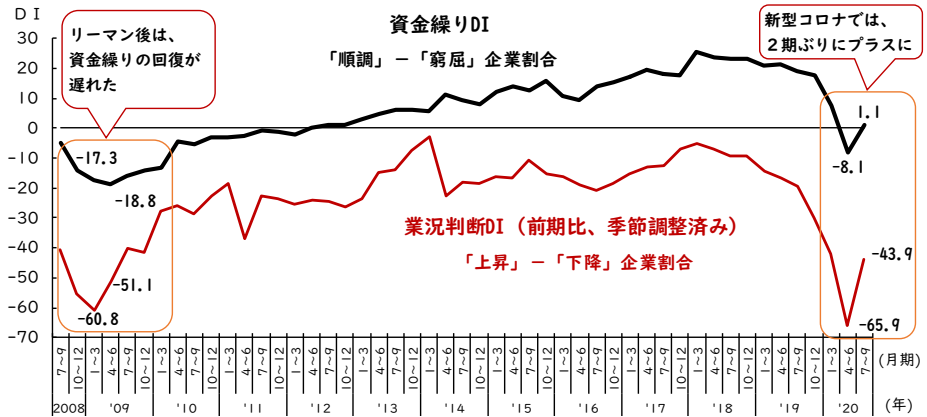
業種	業務内容	マイナスの影響（具体的な例示）
情報通信業	ソフトウェアの受託開発	一般企業向けのソフト開発受注がほとんどない状態。
	ケーブルテレビ事業	海外旅行客減によるホテル休業により、テレビ放送配信額が減少。
建設業	昇降設備工事	パチンコ店からは値下げ要求。老人ホーム等からは、期間中保留となった。
	工務店	決まっていた仕事がコロナのために延期又は中止になった。
不動産業	不動産管理	学生用の預りマンション(新築)の入居率が悪い。
	不動産賃貸	店舗のテナント料が払ってもらえない店がある(契約の1/3以下の支払)。
サービス業	デジタルプリント	学校関係の集合写真が全くない。旅行等のプリントもなくなった。
	寝具リース	観光客が減少し、リネン類の需要が大幅に減った。

資料：大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「大阪府景気観測調査（2020年4～6月期）」。

8 倒産件数は抑制

業況の急速な悪化に伴い、企業の資金繰りも悪化し、2020年4～6月期には資金繰りDIはマイナスに落ち込みました（図表21）。しかし、リーマン・ショック後には業況が底打ちした後でも、資金繰りは回復までに時間を要しましたが、新型コロナでは7～9月期にプラスに戻っています。

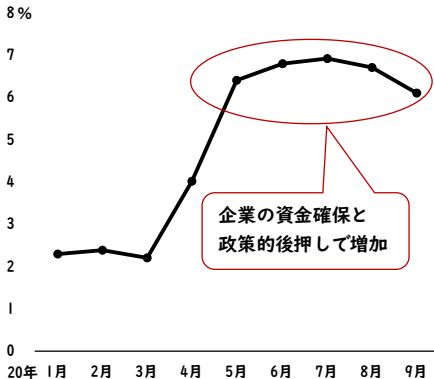
図表 21 業況判断と資金繰り（大阪府）



資料：大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「大阪府景気観測調査」。

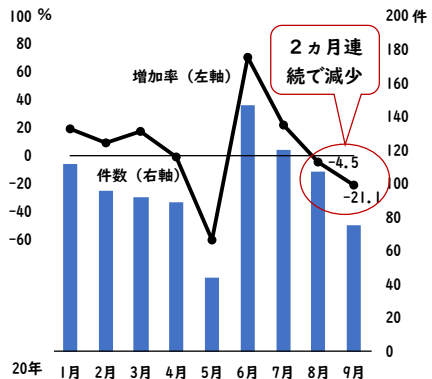
資金繰りの悪化から資金確保に走った企業に対して、政策的な後押しを受けた金融機関が資金需要に応えた結果と考えられます。貸出金の増加率は4月以降、増加率が拡大し、高水準を維持しています(図表22)。金融緩和によって資金繰りが支えられ、府内企業の倒産件数の増加は、今のところ抑えられています(図表23)。

図表 22 貸出金の増加率(全国銀行)



資料：全国銀行協会「全国銀行預金・貸出金速報」。
(注) 月末残高における前年同月増減率。

図表 23 大阪府の倒産件数



資料：東京商工リサーチ「倒産月報」
(注) 前年同月増減率。

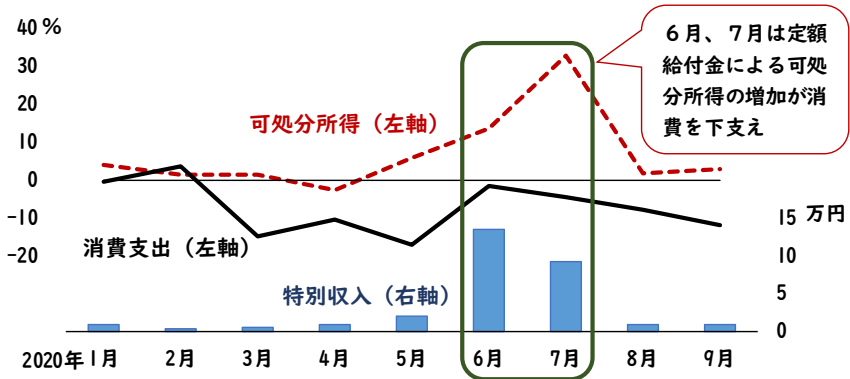
9 将来への不安解消とニューノーマルに応じたビジネスモデルへの変革

緊急事態宣言の解除によって、6月の消費には持ち直しもみられました(図表24)。これは、定額給付金による特別収入の上乗せによって可処分所得が増加し、少なからず消費を支えたことによる効果だとみられます。ただし、こうした効果は一時的です。

消費の落ち込みは、外出の手控えによる需要低迷に加え、消費者が将来への不安から預貯金を増やしたことによる可能性があります。消費を本格的な回復軌道に乗せるためには、感染を予防できるワクチンや有効な治療法の開発等によって、消費者が仕事や日常生活を送る上で、新型コロナに感染することへの不安を払拭することが必須と考えられます。また、雇用の安定を図り、生活への安心につなげることも必要です。そうした状況にするには、企業経営の安定を図っていくことが不可欠です。

一方で、新型コロナによって変化する生活スタイルの変化等、ニューノーマル(新しい常態)といわれる社会の変化に、多かれ少なかれ企業の経営環境にも変化が生じています。新たなマーケット、新たな働き方等、ニューノーマルに合わせビジネスモデルを変革し、新たな成長軌道に乗せることが企業経営に求められています。

図表 24 所得、消費の増加率と特別収入（近畿）



資料：総務省統計局「家計調査」。

(注) 二人以上の世帯のうち、勤労者世帯。名目値の対前年同月比。

【本稿は、令和2年12月時点で公開されている7～9月期までのデータを中心にまとめました。】

