

(2 V-RESAS による分析) 新型コロナウイルス感染症による経済活動への影響

1. V-RESAS による兵庫県の滞在人口や経済動向

地域経済分析システム (RESAS : リーサス) とは？

地方創生の様々な取り組みを情報面から支援するため、経済産業省と内閣官房 (まち・ひと・しごと創生本部事務局) が提供する、産業構造や人口動態、人の流れなどに関するビッグデータを集約し、可視化を試みるシステム。

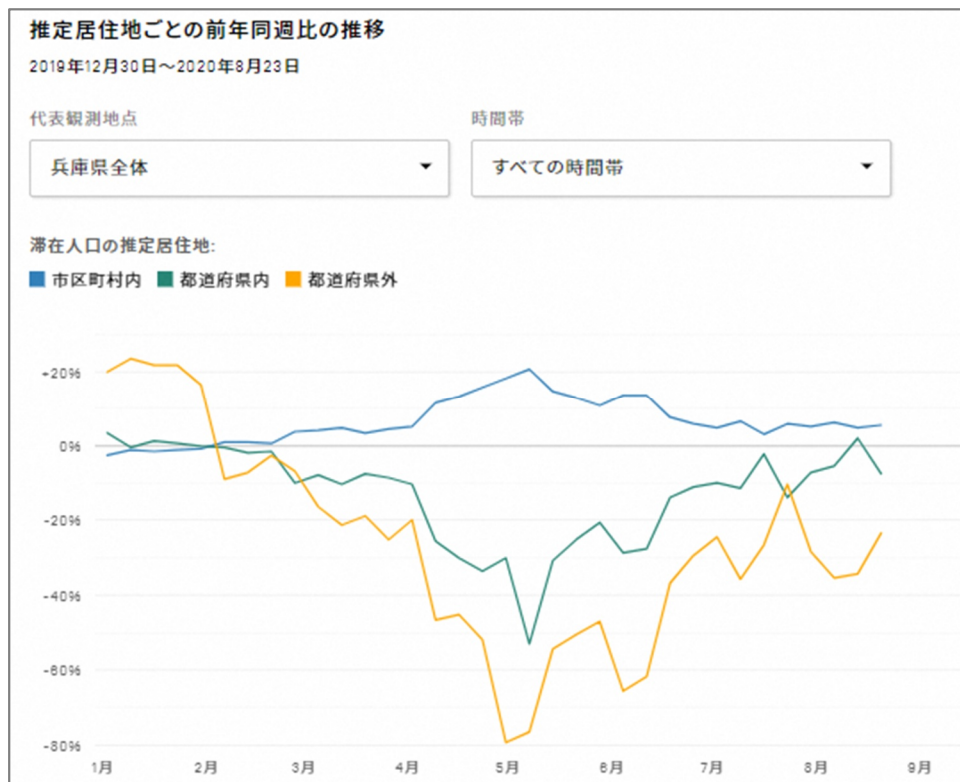
V-RESAS とは？

新型コロナウイルス感染症 [COVID-19] が、地域経済に与える影響の把握及び地域再活性化施策の検討におけるデータの活用を目的とした見える化を行うため提供されている。原則 1 週間程度の頻度で掲載データ等の更新を行い、刻々と変化する経済の状況を可視化するシステム。

(1) 兵庫県全体の滞在人口の動向 (推定居住地ごとの前年同週比の推移)

県外居住者の兵庫県滞在は前年同週比-80%まで減少
 県内居住者は居住する市町での滞在は前年同週比増、それ以外の市町での滞在は前年同週比減

- ・2月の第2週目頃から県外居住者や県内居住者の滞在人口が減り始め、緊急事態宣言が解除される5月中旬までに、県外居住者は-80%まで減少。
- ・一方、市区町村内居住者の滞在人口は、同時期に+21%まで増加し、その後は減少しているが、8月第4週も+6%を維持している。



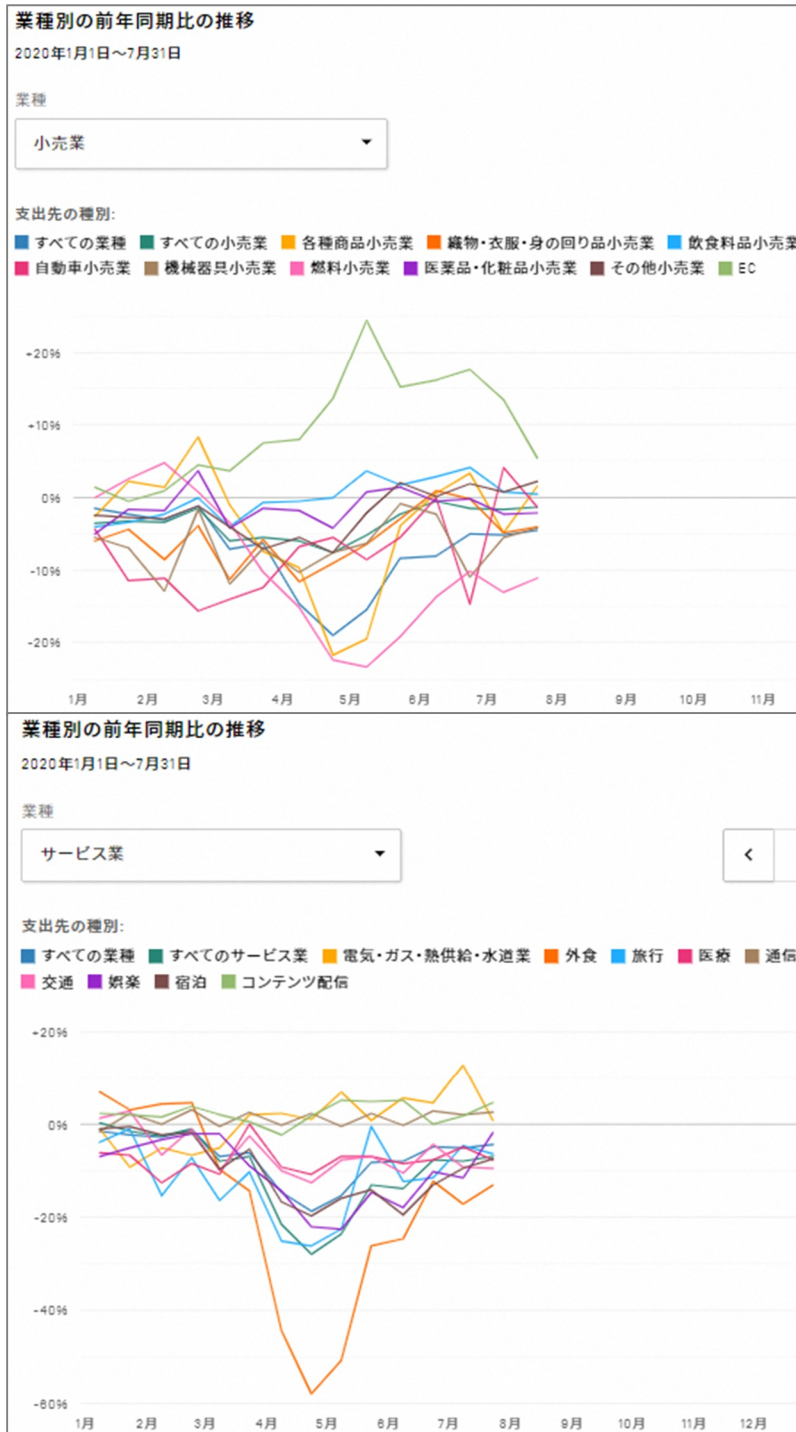
出典：V-RESAS

出典元：株式会社 Agoop「流動人口データ」

(2) 決済データから見る消費動向(業種別の前年同期比の推移)

外食サービスが前年同期比大幅減の一方、EC小売業はピーク時に前年同期比+24%

- ・小売業については、EC(インターネットを通して商取引を行う業種)は外出自粛が始まった2月後半から増加し始め、緊急事態宣言が発令されていた5月前半に前年同期比+24%。一方、燃料小売業は5月前半に-23%、各種商品小売業は4月後半に-22%まで落ち込む。
- ・サービス業については、外食が4月後半に-58%まで落ち込む。一方、コンテンツ配信や通信、3月後半以降の電気・ガス等のインフラは、プラスを維持。



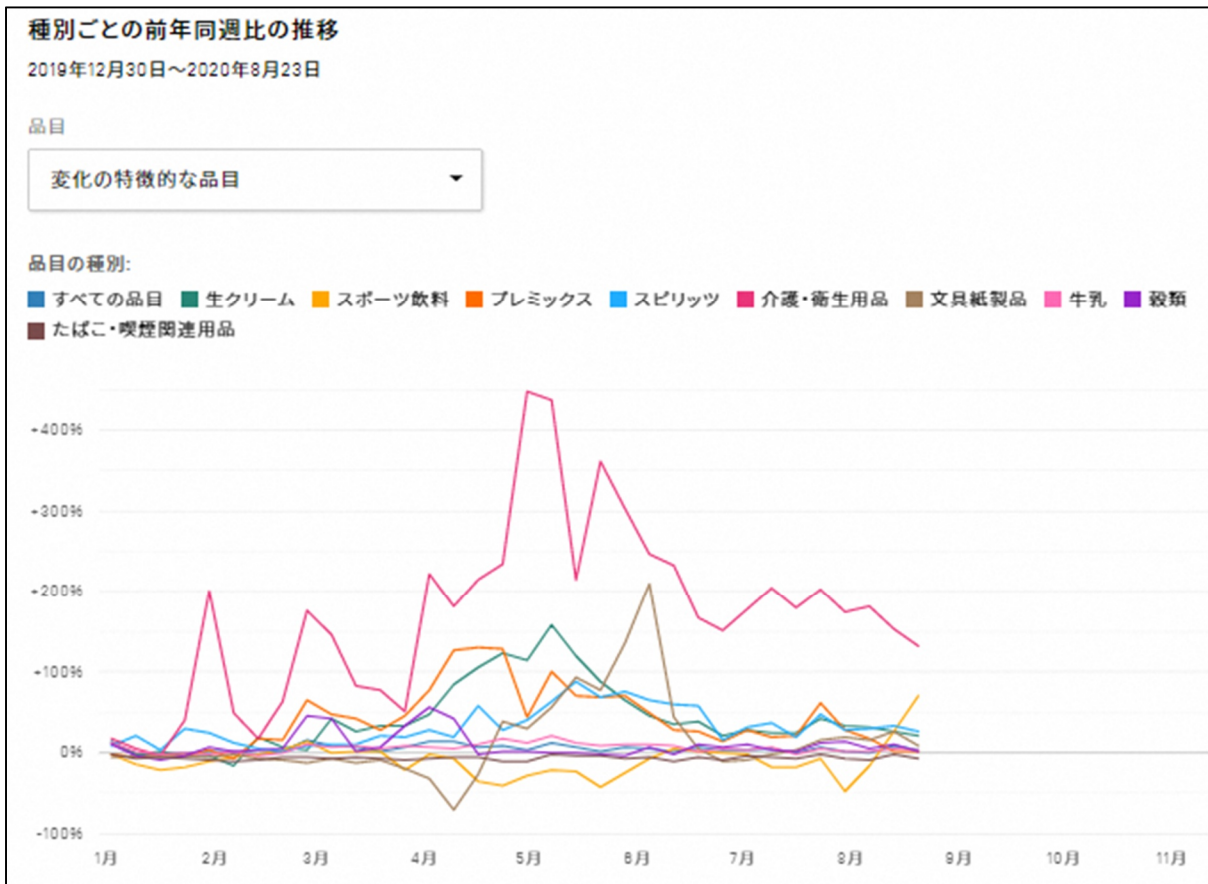
出典: V-RESAS

出典元: 株式会社 JCB、ナウキャスト「JCB 消費 NOW」

(3) POS で見る売上高動向 (種別ごとの前年同週比の推移)

介護・衛生用品は前年同週比最大 + 448%
 生クリーム・プレミックスは 4~5 月、文房具製品は 6 月に最大ピーク
 スピリッツは安定的に前年同週比 + 20%前後を維持

- ・介護・衛生用品は 5 月第 1 週に + 448%まで増加し、8 月末においても + 100%以上を維持。
- ・生クリームやプレミックス (ホットケーキミックスやお好み焼き粉など) は 3 月から増加し始め、4~5 月に生クリームは + 159%、プレミックスは + 130%まで増加。生クリームは 8 月末においても + 20%以上。
- ・文具紙製品は 4 月第 2 週に - 71%まで落ち込むが、6 月には + 210%まで回復。
- ・スピリッツ (ジン、ウォッカなどの蒸留酒) は、緊急事態宣言が発令されていた 5 月第 3 週に + 88%まで増加し、それ以降も + 20%前後を維持。
- ・スポーツ飲料は 8 月第 1 週に - 47%まで減少し、その後は回復。



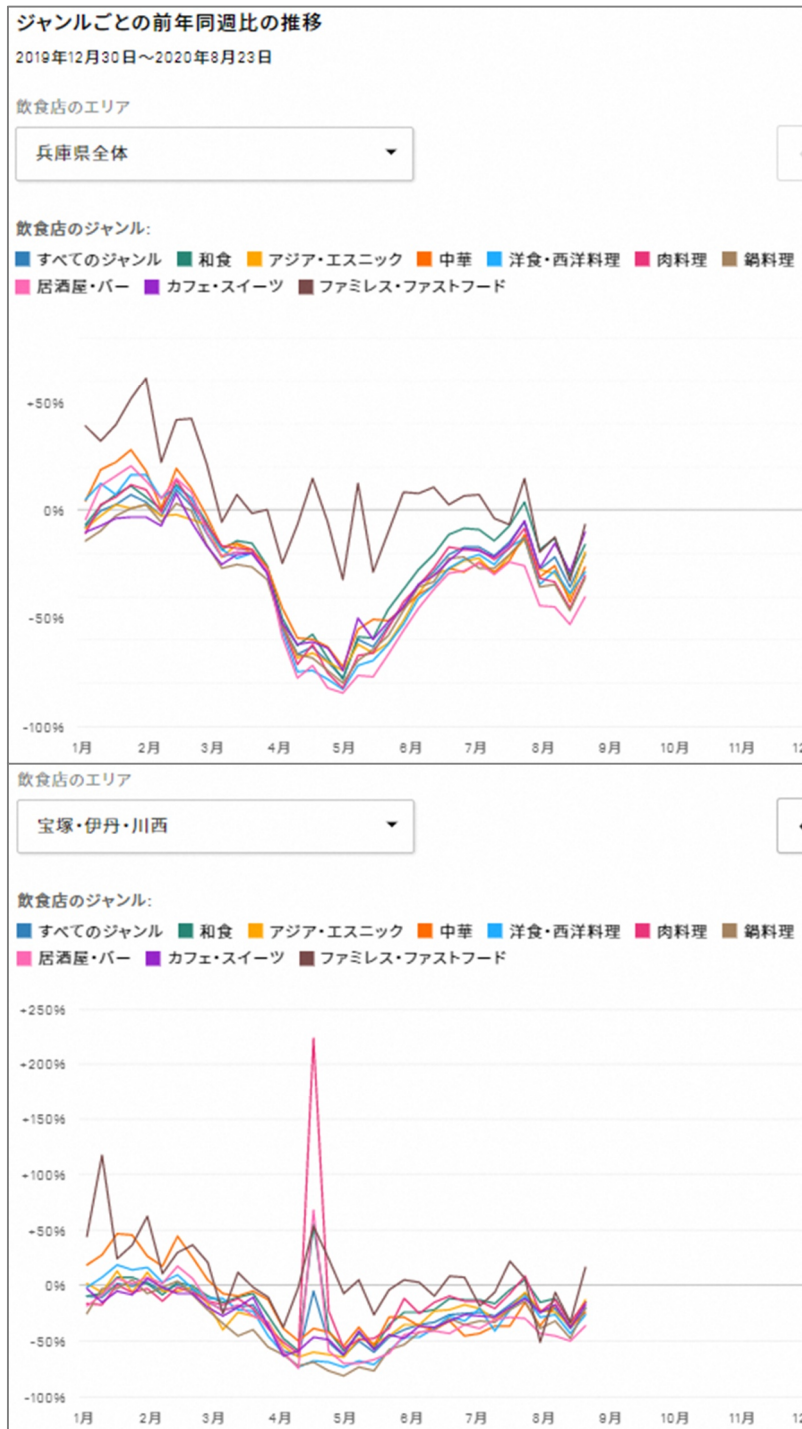
出典：V-RESAS

出典元：ナウキャスト、株式会社日本経済新聞社「日経 CPINow」

(4) 飲食店情報の閲覧数(ジャンルごとの前年同週比の推移)

ファミレス・ファストフードは前年同週比増の時期あり
それ以外のジャンルは3月以降、前年同週比減が続いている

- ・ファミレス・ファストフードは4~7月に前年同週比増の時期がある。
- ・それ以外のジャンルでは3月以降、前年同週比減の状態が続いている。
- ・川西市・宝塚市・伊丹市エリアについては、4月第3週に肉料理、居酒屋・バー、和食が一時的に増加。しかし現在はファミレス・ファストフードを除いて減少。



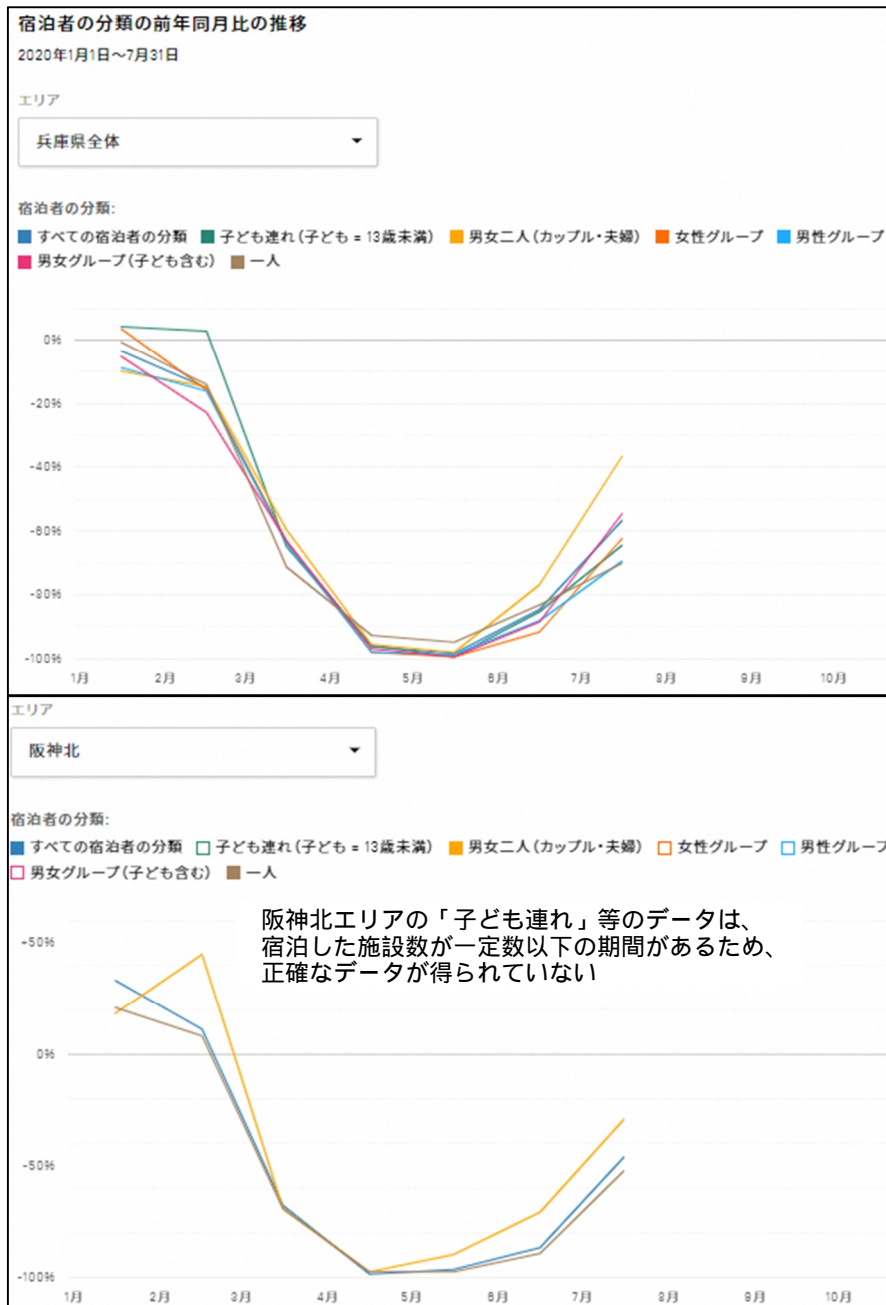
出典：V-RESAS

出典元：Retty 株式会社「Food Data Platform」

(5) 宿泊者の分類ごとの宿泊者数（宿泊者の分類ごとの前年同月比の推移）

兵庫県・阪神北エリアともに4～5月に宿泊者数ほぼゼロまで減少
現在は回復基調にあるものの、7月時点で前年同月比減

- ・兵庫県全体では2月から減少が始まり、4～5月は宿泊者数がほぼゼロに近いところまで落ち込み、その後は徐々に回復。男女二人は7月に - 37%まで上昇。
- ・阪神北エリアでも、1月までは前年を大きく上回っていたが、2月からは男女二人以外の分類で前年同月比減し、4～5月は宿泊者数がほぼゼロ。男女二人は7月に - 29%まで回復。



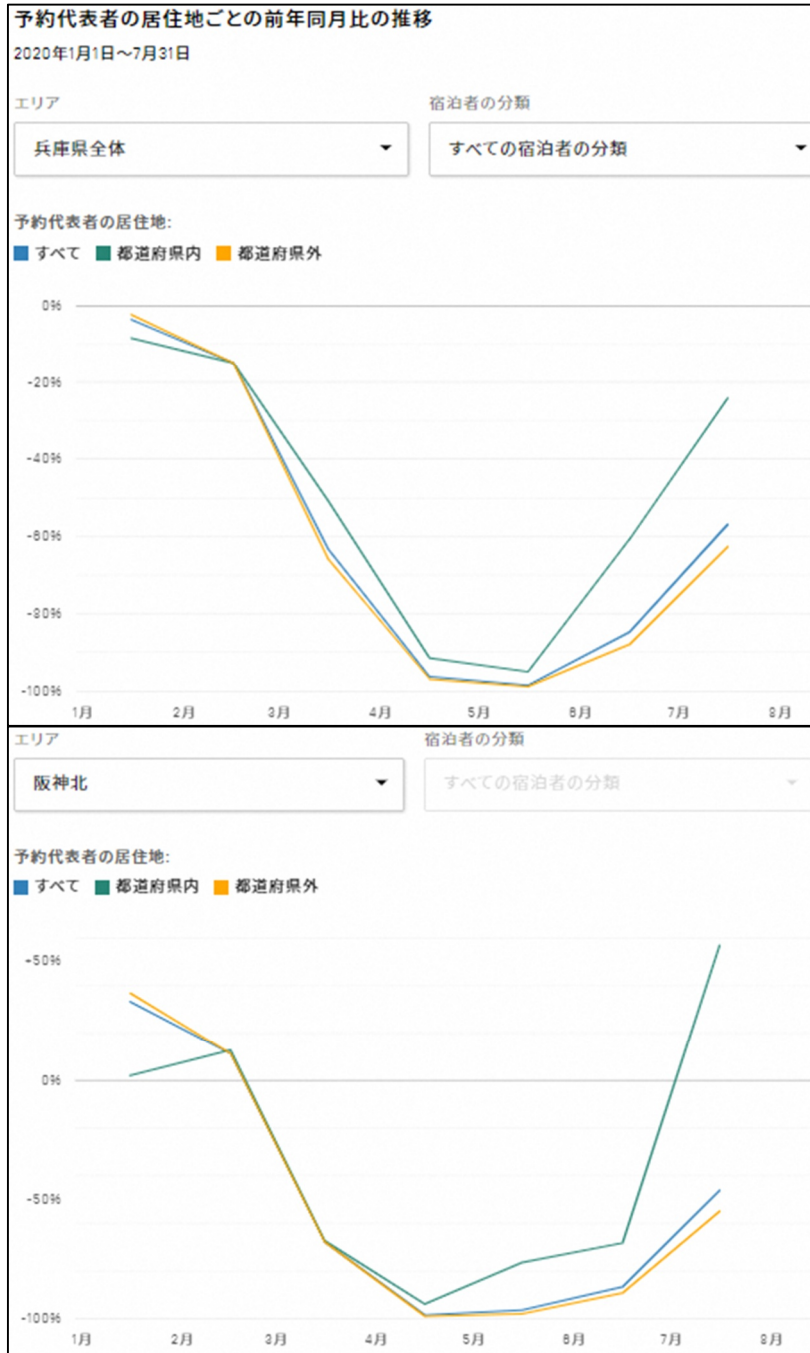
出典：V-RESAS

出典元：観光予報プラットフォーム推進協議会「宿泊データ」

(6) 予約代表者の居住地ごとの宿泊者数（予約代表者の居住地ごとの前年同月比の推移）

県内外居住者ともに 4～5 月に宿泊者数ほぼゼロ
 5 月以降回復し、阪神北エリアでは県内居住者が前年同月比 + 57%

- ・ 県内・県外居住者ともに 1 月から減り始め、4～5 月には県外居住者はほぼゼロ。その後は徐々に回復し、県内居住者は 7 月には - 24% まで回復。
- ・ 阪神北エリアでも、4～5 月には県外居住者がほぼゼロ。その後、県内居住者は急激に回復し、7 月には + 57% まで増加。

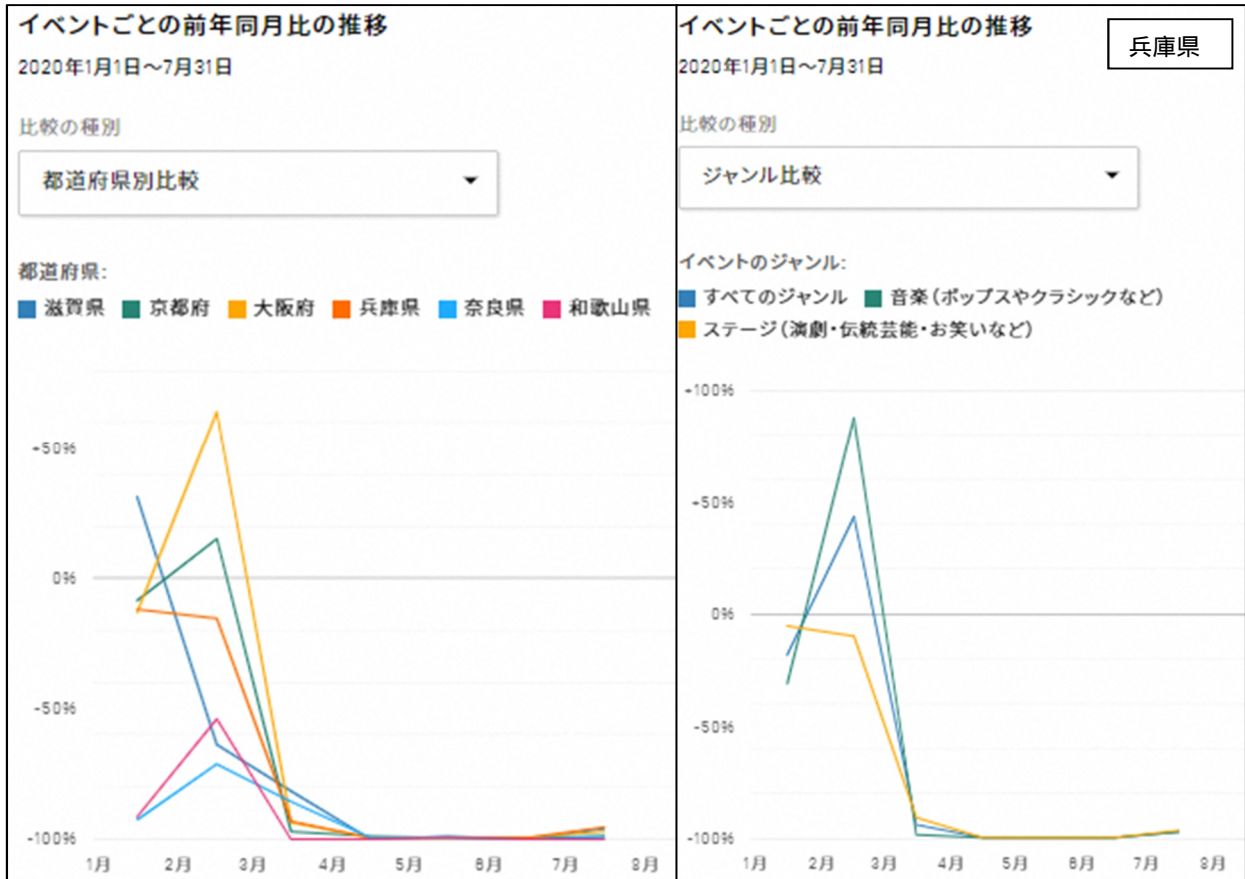


出典：V-RESAS
 出典元：観光予報プラットフォーム推進協議会「宿泊データ」

(7) イベントチケット販売数(イベントごとの前年同月比の推移)

4月以降、近畿2府6県のイベントチケット販売数はほぼゼロが続いている

- ・府県別では、大阪府と京都府は2月までは前年同月を上回っていたが、3月以降は急激に落ち込み、4~6月はどの府県もほぼゼロ。兵庫県は7月に-96%とわずかに回復。
- ・兵庫県のジャンル別では、2月には音楽が+88%と好調だったが、その後急激に減少。音楽は3月から、ステージは4月からほぼゼロ。7月は音楽・ステージともに-97%とわずかに回復。



出典：V-RESAS
出典元：ぴあ株式会社「「チケットぴあ」販売実績データ」

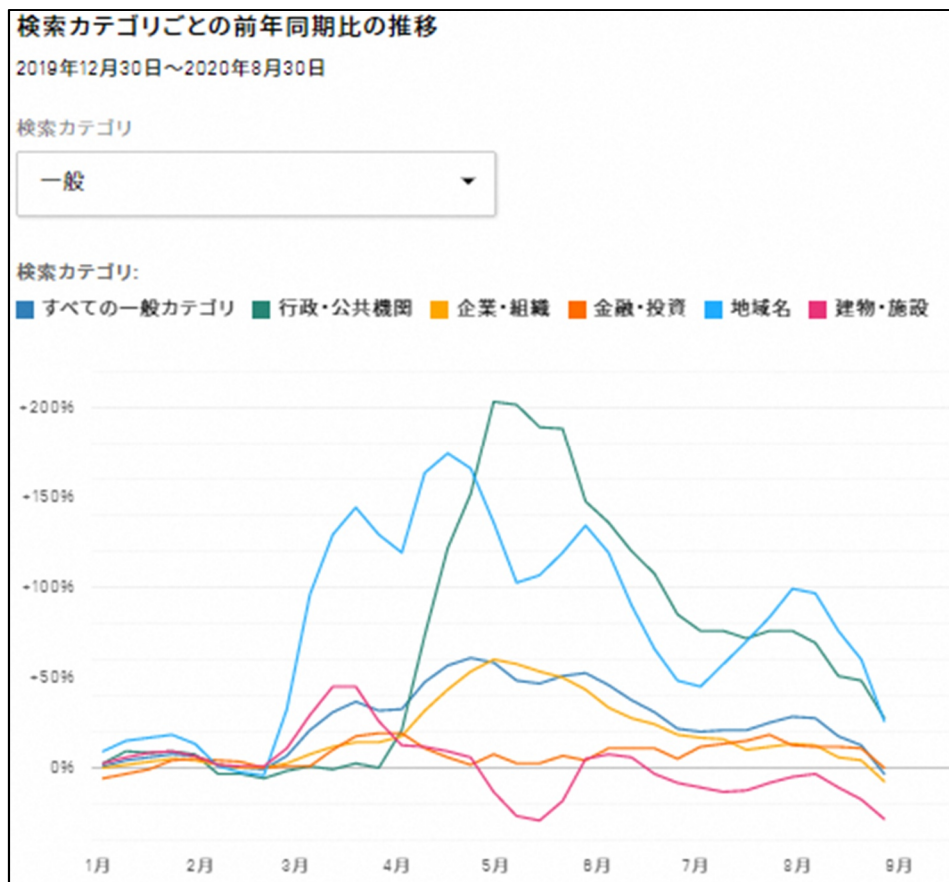
(8) キーワードの検索人数 (検索カテゴリごとの前年同期比の推移)

データは Yahoo!検索で検索された検索ワードを、人工知能 (AI) 技術を用いてカテゴリライズして統計化したもの。

【カテゴリ：一般】

2 月末から「地域名」、4 月以降は「行政・公共機関」の検索が増加

- ・ 2 月末から急激に「地域名」の検索が増加。また、4 月には「行政・公共機関」の検索が一気に増加。
- ・ 「建物・施設」の検索は 5 月に - 30% まで減少した後、6 月に一旦前年同期比増となり、6 月下旬から再び減少。



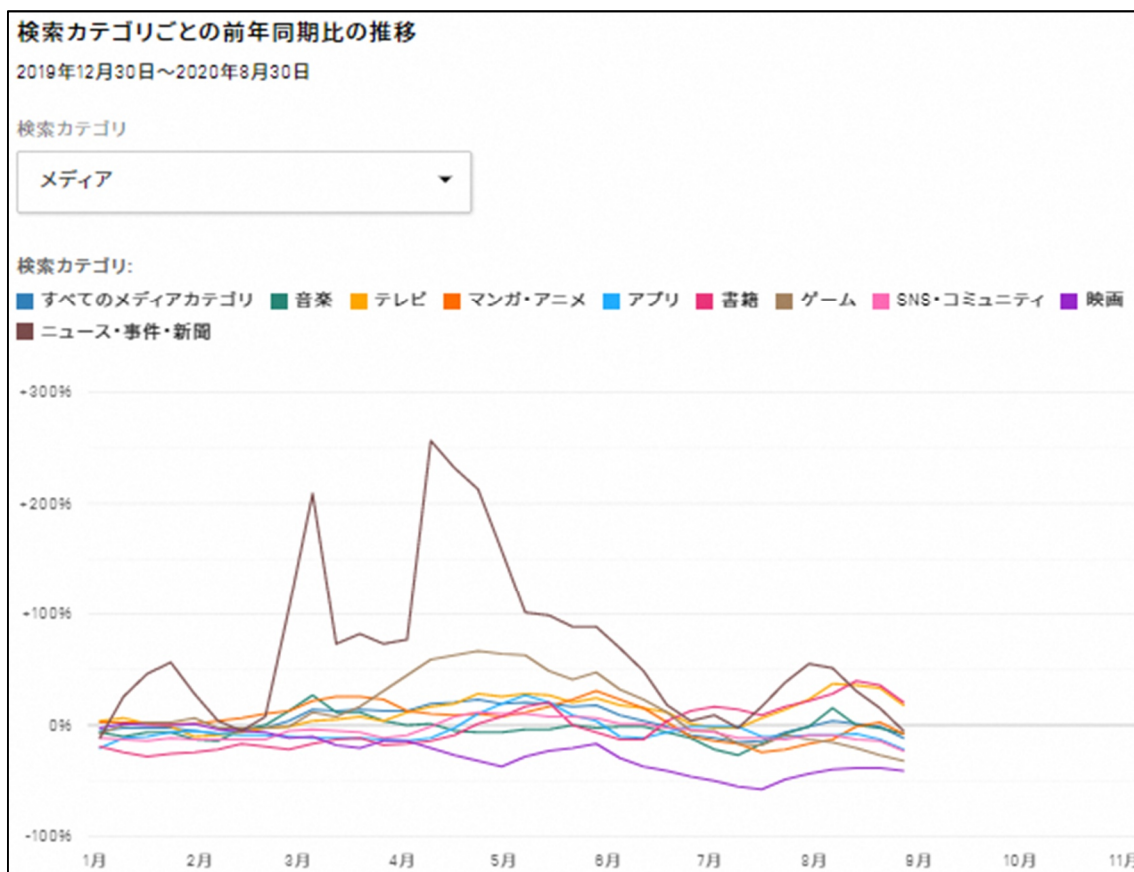
出典：V-RESAS

出典元：ヤフー・データソリューション「Yahoo!検索で検索された検索ワード」

【カテゴリ：メディア】

ニュース・事件・新聞はほぼ前年同期比増が続き、4月に最大+256%

- ・「ニュース・事件・新聞」の検索は1月から増え始め、4月に緊急事態宣言が発令された週に+256%。その後、7月には-2%まで減少し、8月に再び増加。
- ・「ゲーム」はゴールデンウィーク前後に検索のピーク、7月以降はマイナス。
- ・「映画」は2月以降マイナスが続いており、夏休みシーズンの7月になっても回復していない。



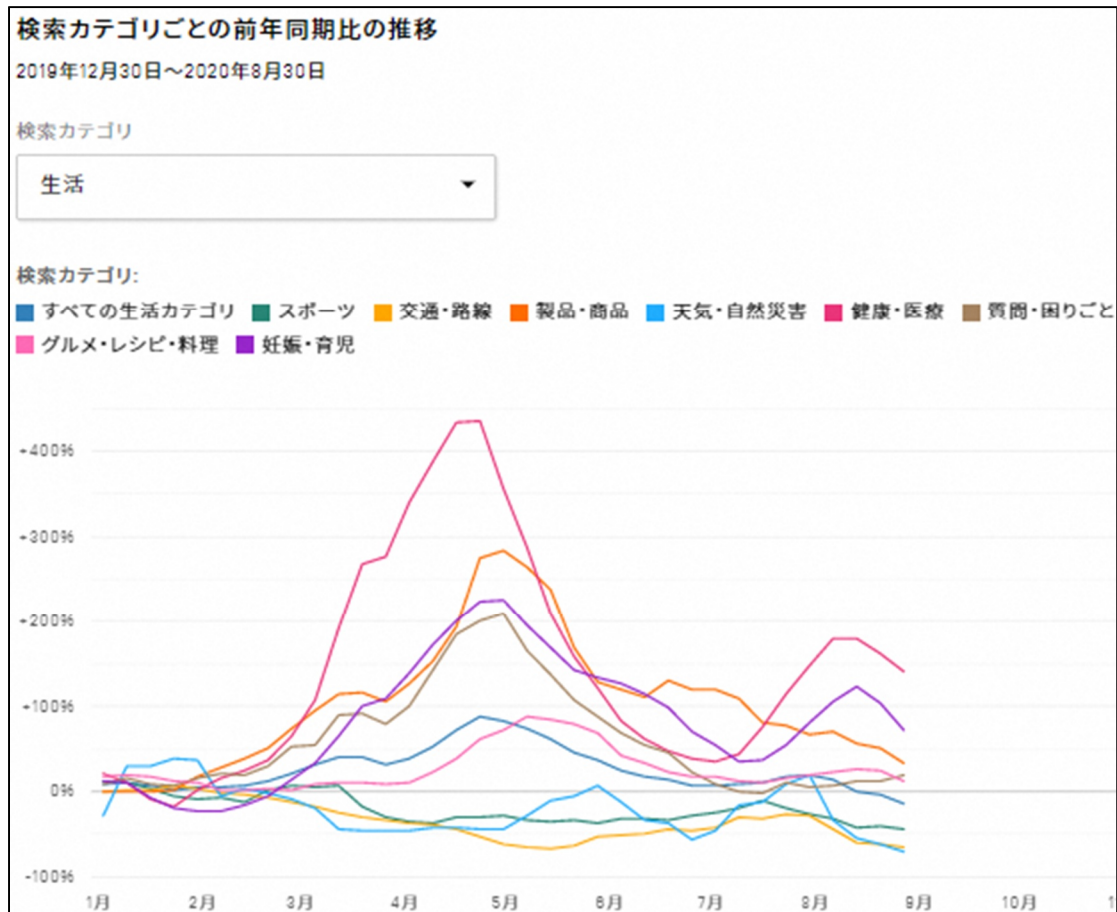
出典：V-RESAS

出典元：ヤフー・データソリューション「Yahoo!検索で検索された検索ワード」

【カテゴリ：生活】

健康・医療、製品・商品、質問・困りごと、妊娠・育児は5月ピーク、7月に再増加
交通・路線、スポーツは前年同期比減が続いている

- ・2月後半から、「健康・医療」、「製品・商品」、「質問・困りごと」、「妊娠・育児」などの検索が増え始め、5月頃がピーク。また7月から再び増加。
- ・「交通・路線」は2月以降、「スポーツ」は3月以降、マイナスが続いており、今も回復しない。



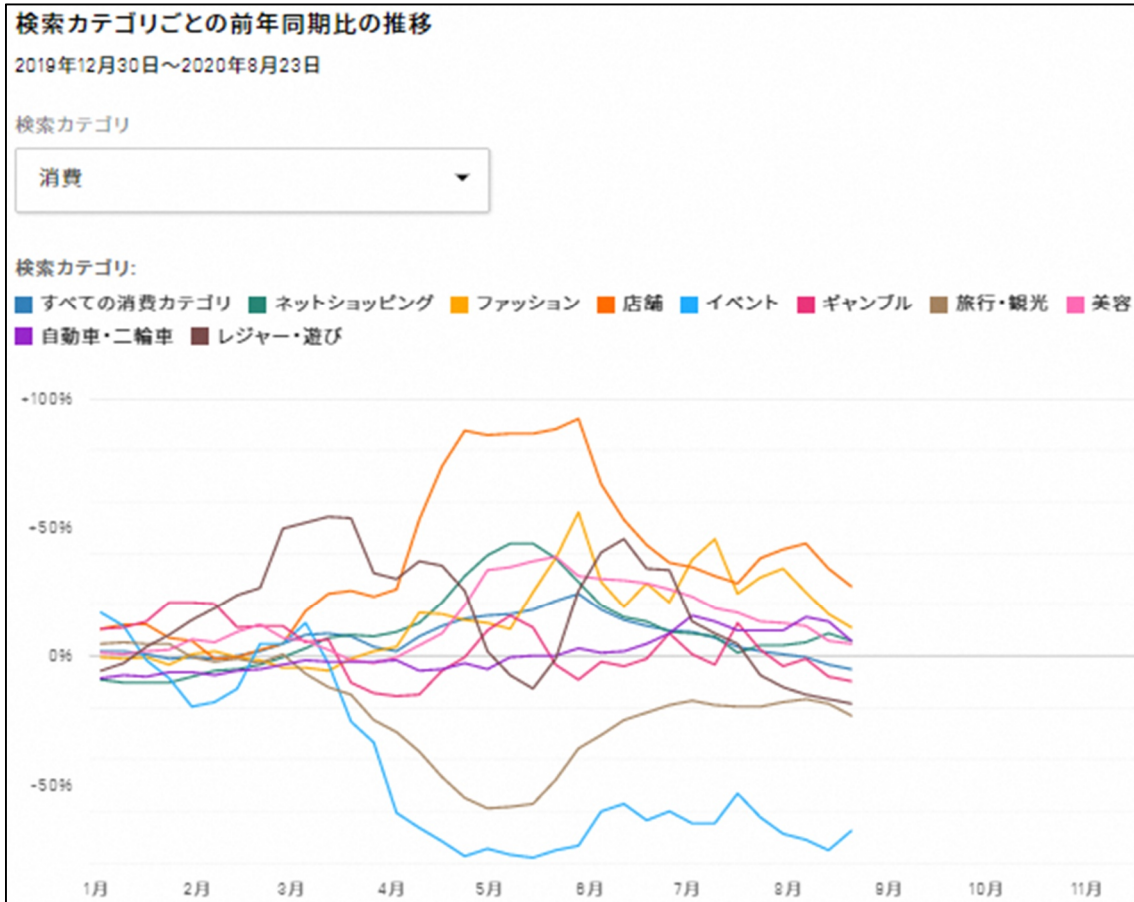
出典：V-RESAS

出典元：ヤフー・データソリューション「Yahoo!検索で検索された検索ワード」

【カテゴリ：消費】

店舗が前年同期比増の一方、イベントや旅行・観光は前年同期比減が続いている

- ・「レジャー・遊び」は3月までは+54%と増加し、5月には-13%まで減少。その後6月には+45%まで増加したが、それ以降は再び減少。
- ・「店舗」は3月から増加し、5月のピーク後は7月中旬まで減少。7月下旬から8月中旬にかけて再び増加。
- ・「イベント」は3月以降急激に減少し、5月に-78%。
- ・「旅行・観光」は5月に-59%まで減少し、その後-20%前後まで回復。夏休みシーズンも同程度。



出典：V-RESAS

出典元：ヤフー・データソリューション「Yahoo!検索で検索された検索ワード」