

## 緊

緊急事態宣言の再発出により、景気は急速に悪化している。ただし高頻度データ等で足元の動向を確認すると、景気悪化の度合いは前回宣言時よりも小さくなりそうだ。

米グループが集計した位置情報データによると、2021年1月29日までで、小売店や娯楽施設の入出は感染拡大前に比べ▲25%前後で推移した。▲35%前後だった前回よりも減少幅は小さい。また経済産業省がPOSデータから作成した小売り販売額指標を見ると、1月24日までで、スーパーやホームセンター、家電大型専門店の販売額の基調に大きな変化は見られなかった。1月の大手百貨店の売上高は前年比の減少率が拡大したが、幅広い品目で消費が減少した前回とは状況が大きく異なる。

今回は宣言の対象区域が絞られ、休業ではなく時短を要請するなど前回より緩やかな内容である。テイクアウトやオンラインサービスが充実したことも消費を支えている。宣言発出による実質国内総生産（GDP）への影響は、前回は1カ月当たり▲3・1兆円だ

## 数字は語る

大和総研  
シニアエコノミスト  
神田慶司

## 緊急事態宣言の再発出で 景気は急速に悪化 感染拡大でさらに下振れも

# ▲1.4兆円

### 緊急事態宣言の再発出による実質GDPへの影響(1カ月当たり)

内閣府、日本銀行の統計等を基に筆者推計

つたとみられるが、今回はGo Toキャンペーン一時停止の影響も含め、▲1・4兆円の見込みだ。

1〜3月期の実質GDPは輸出や設備投資などが底堅く推移するとみられることもあり、宣言が1カ月延長されても、大幅な落ち込みは避けられよう。だが感染拡大が収まらず、前回のような厳しい要請を行う事態に発展すれば、前期比年率で2桁のマイナス成長になる可能性がある。当面は感染拡大防止に力点を置くべきだ。

政府は宣言再発出に追い込まれた経緯を踏まえ、政策運営を改善させる必要がある。例えば、感染拡大防止策や需要喚起策において、専門家による感染状況の判断と政策が結びつく仕組みにしたり、国と自治体の間の意思決定プロセスを明確化したりすることが考えられる。結果として政策の予見性が高まれば、家計や企業の経済活動への悪影響は低減するだろう。

新型コロナウイルスとの闘いは当分続く。その間は感染爆発の回避を最優先し、財政・金融政策で経済への打撃を和らげつつ、感染拡大防止と経済活動の両立を模索すべきだ。