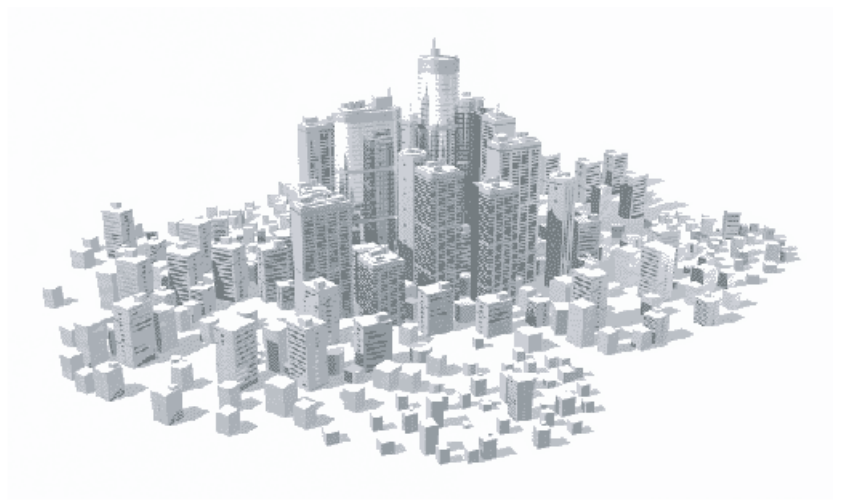


# マンスリー・レビュー

2016. 5



三井住友銀行

企画 日本総合研究所  
編集

## CONTENTS

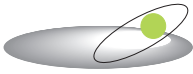
視点	企業に求められるデジタル変革とは 日本総合研究所 調査部 岩崎薫里 …	1
経済トピックス	鈍い賃金上昇の背景と課題 日本総合研究所 調査部 小方尚子 …	2
社会トピックス①	拡大が期待される「かかりつけ医」の役割 日本総合研究所 調査部 飛田英子 …	4
社会トピックス②	注目されるシェアリング・エコノミーの動向 日本総合研究所 調査部 野村敦子 …	6
産業トピックス	拡大が見込まれる有機ELパネル市場と関連産業への影響 三井住友銀行 コーポレート・アドバイザー本部 企業調査部 神谷直良 …	8
データアイ	製造業の競争力強化が急務のインドネシア 日本総合研究所 調査部 塚田雄太 …	10
KEY INDICATORS	.....	12

---

本誌は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本誌は、作成日時点で弊行および弊社が一般に信頼出来ると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行および弊社で保証する性格のものではありません。また、本誌の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。

ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取り扱いいただきますようお願い致します。本誌の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。

---



## 企業に求められるデジタル変革とは

「デジタル変革」(digital transformation)という言葉が最近になって頻繁に聞かれるようになりました。デジタル社会に適応するための自己変革のことですが、具体的にどのようなものでしょうか。ここでは企業に的を絞って整理します。

デジタル社会の到来により、過去の経験則が当てはまらないほど顧客が大きく変わりました。インターネットやソーシャル・ネットワークの普及により、顧客の取得可能な情報量が飛躍的に増大したのがその好例です。その一方で、企業は様々な活用出来るデジタル・テクノロジーを手にすることが可能になり、それらを用いて顧客の変化に対応する企業がすでに現れています。自社だけが従来通りのやり方で業務を進めたり顧客に接したりするのでは、早晚市場からの退場を余儀なくされかねません。

そこで企業は、自ら積極的にデジタル・テクノロジーを活用しながらデジタル社会のなかで競争優位を築ける組織へ自己変革する「デジタル変革」に取り組む必要性が高まっています。デジタル変革は、単に最新のデジタル・テクノロジーを導入するというものではなく、デジタル・テクノロジーを戦略的に取り入れてそれをフルに活用することが出来る企業に自社を脱皮させる改革です。

「競争優位を築く」ためには、新しい価値の創造が必要です。しかも、変化した顧客と新しい関係性を築けるように、価値の創造は顧客向けであることが重要です。一方、「自己変革」としては、相互に関連する以下の3点を指摘出来ます。

第1に、デジタル・テクノロジーを活用していこうという意識の自社全体への浸透です。役立つデジタル・テクノロジーが存在しても、自社に取り込もうという発想がなければ意味がありません。前提として、経営層はもとより従業員一人ひとりがデジタル・テクノロジーの基本的な知識と理解を備えている必要があります。

第2に、業務体制、とりわけ商品・サービスの開発体制の見直しです。顧客向けに新しい価値を創造するとは、正解の見えない道を進むことです。試行錯誤が不可欠ですが、一方でデジタル社会のもとでは迅速性も求められます。クラウド・コンピューティングや3Dプリンターなどにより開発コストは格段に低下し、過去に比べて迅速に試行錯誤がしやすくなっていることは追い風になります。

第3に、自前主義からの決別です。企業がデジタル社会という未知の領域で素早く競争優位を築くには、自社のリソースにのみ固執していたのでは到底間に合いません。自社にないテクノロジー、人材、ノウハウを積極的に外部から取り込むことが重要になります。

こうしてみると、デジタル変革はICTマターであるとともに経営マターであり、経営層の深い関与のもと全社的な取り組みが不可欠といえましょう。(岩崎)

## ■ 鈍い賃金上昇の背景と課題

わが国の労働市場をみると、2012年末以降景気回復が続くなかで、人手不足感が強まっています。一方で、人材確保のために賃金を引き上げる動きは限定的なままです。以下では人手不足が続くもとでも賃金が上昇し難くなっている背景を整理し、先行きを展望しました。

### 人手不足でも鈍い賃金上昇

2016年1月の有効求人倍率（有効求人数÷有効求職者数）は1.28倍と90年代初頭以来の高水準に達しています（図表1）。業種別では、とりわけ飲食・宿泊、医療・介護、運輸などで高くなっており、雇用の不足感が高まっています。

一方で、常用雇用者の平均賃金は、2014年に前年比+0.4%とプラスに転じたものの、2015年は同+0.1%と、90年代初頭の前年比+2～5%の上昇には遠く及ばない状況です。フルタイム雇用者の賃金が、同+0.5%にとどまっているほか、労働時間の短いパートタイム雇用者の割合が高まっているためです。

需要に応じた調整が比較的容易なアルバイト等では、目の前の需要増に応じて時給を引き上げて人手を確保する動きがあるため、パートタイム雇用者の時給は、同+2.3%の伸びとなっています。もっとも、時給水準がフルタイム雇用者の半分程度、月収では4分の1程度にとどまるため、その割合が高まると、かえって全体の賃金水準が押し下げられる方向に働きます。

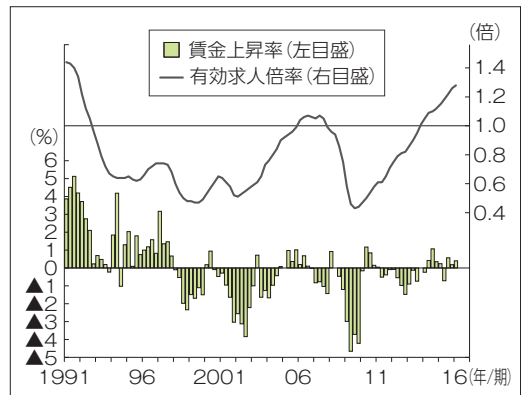
こうした状況下、雇用者数の増加も加味した雇用者報酬（一人当たり賃金×雇用者数）は同+1.5%の伸びとなっているものの、政府が目標としている「2020年頃までに名目GDPを600兆円」の実現には、名目GDP成長率を3%程度に高める必要があり、賃金の一段の上昇が不可欠な状況です。

### 正規雇用者では求人不足が持続

賃金上昇が鈍い要因としては、第1に、求人内容の質的变化が指摘出来ます。有効求人倍率は、1991年以来の水準まで上昇しているものの、足元では以前よりも非正規やパートタイムの求人によってけん引される度合いが強まっています。1991年には有効求人件数にパートタイムの仕事が占める割合は16.3%でしたが、2015年には39.6%に上昇しています。また正規雇用に限った有効求人倍率は、足元2016年1月も、0.80倍と求人不足が続いています。

人口が減少に転じるなか、求職者数が減っているため、企業が求める条件に適合する人の採用はより困難になっています。しかし、この状況に対し、未経験者を正規雇用者として採用し、社内で人材育成を図っていく動きや、賃金の引き上げによって人材を確保する動きは限定的で、求人の多くが賃金水準の低い非正規職にとどまっています。成長期待が乏しいなか、企業は、依然として固定費の増加につながる人件費の増加には慎重な姿

図表1 有効求人倍率と常用雇用者の賃金上昇率（前年比）



（資料）厚生労働省「毎月勤労統計」、「職業安定業務統計」  
（注）2016年1～3月期は1～2月値。

勢を崩しておらず、人口減少による労働供給の縮小に並行して需要も変化している形です。

第2に、足元の労働需要の拡大が、賃金水準の低い分野に偏っていることが挙げられます。人手不足がとくに深刻化している飲食・宿泊や就業者が増えている介護などの分野では、そもそもフルタイム雇用者の賃金水準が平均を1～3割下回っているうえ、パート比率も高くなっています。性別、年齢別にみても、賃金水準が低い女性、高齢者で就業者数が増えています（図表2）。この背景には、企業の慎重姿勢のみならず、人口減少で労働供給がボトルネックに近づくなか、主婦パートや引退シニアなどフルタイムの就業が難しい人々が働き始めたという事情を指摘出来ます。

第3に、企業が収益を「海外」や「株主」に配分するウエートを高めていることです。多くの企業が国内の人口減少・市場縮小をにらみ、海外での事業展開に資金を投じています。また、経済のグローバル化が進み、資本の効率性を国際基準で

追求する必要性が高まるなかで、株式持ち合い構造は薄れ、株主重視の経営へのシフトがみられます。さらに、低金利環境が続き資金運用難が慢性化するなか、退職給付や企業年金積立等の負担も、企業が賃金引き上げに慎重な姿勢をとる一因となっています。

### 賃金上昇ペース加速に向けた課題

2016年度を展望すると、景気の回復と共に労働需要が緩やかに拡大するもとで、賃金の上昇は続くと思込めます。もっとも、そのペースが加速していくには、山積する課題を解消していくことが不可欠といえます。

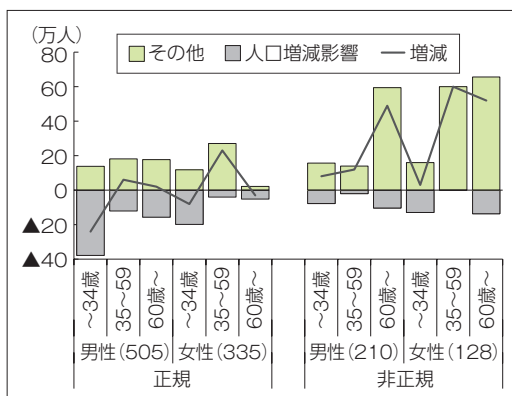
まず、労働需要の底上げには、企業が働き方改革等によって生産性を高めるとともに、政府が、規制改革や特区制度の活用等により、新ビジネスの成長を後押しし、期待成長率を高めて企業が賃金引き上げに踏み切りやすい環境を整えていくことが重要です。

また、労働供給面では、上記の需要に対応るべく、保育所の整備や税制の見直し、きめ細かな職業訓練支援等により、女性や高齢者を中心に賃金水準の低い職にとどまっている雇用者の就業環境を整備していくことが急がれます。

さらに、労働移動の円滑化も課題です。賃金水準の低い分野から生産性が高く賃金水準の高い分野への労働移動を促すには、企業の事業再編・新事業進出を支援する制度整備を進めると共に、同一労働・同一賃金原則の徹底により、非正規労働者にも働きに応じた処遇改善やキャリアアップを可能としていくことが欠かせません。

いずれも長く続くわが国の労働市場慣行を根幹から見直す課題であり、その解消は容易ではありませんが、着実に進めていくことが求められています。（小方）

図表2 雇用変動の内訳（2013年1月～2016年2月）



（資料）総務省「労働力調査」

（注）人口増減影響は、5歳刻みのデータから試算。（ ）内は年収分布から試算した年収中位値（2015年、万円）。

## ■ 拡大が期待される「かかりつけ医」の役割

一人の患者を特定の医師が継続的に診る、いわゆる「かかりつけ」機能の強化に向けた動きが始まっています。そこで、以下ではその内容と背景、および今後の課題を整理しました。

### かかりつけ機能強化の概要

「かかりつけ」とは、診療など本来の業務以外に、病歴や健康状態を把握し、健康相談を行うなど、患者を日頃から身近でサポートする機能のことです。そうした機能を担う医師は「かかりつけ医」と呼ばれます。本来業務についても、かかりつけ医は初診を担当し、必要に応じて病院や専門医を紹介する、などの特徴があります。

こうしたかかりつけ機能が2016年度から一段と強化されます。

一つは、「主治医」機能の強化です。主治医とは、一定の要件を満たしたかかりつけ医のことで、2014年度に導入されました。具体的には、高血圧、糖尿病、脂質異常症、認知症のうち二つ以上を抱える患者を対象に、患者の同意を得た場合、主治医としての評価が報酬面でなされます。主治医は、特定の医師が継続的・全人的に診ることにより、適宜適切な治療・指導を実現するために導入されましたが、医療機関の常勤医師3人以上、24時間対応など厳しい要件が付されていたこともあり、普及していませんでした。そこで、2016年度からは常勤医師が2人以上に要件が緩和されます。また、患者の対象も、乳幼児、および他の疾患をもつ認知症患者も加わります。

もう一つは、大病院受診時の患者負担の引き上げです。現在も、病床数200以

上の大病院を紹介状なしで受診する際、病院は診察料金の他に一定額を徴収することが出来ます。これは、患者の大病院志向を是正し、医療機関の機能分化を図るためでしたが、実際に徴収している病院は初診で45%、再診で4%にとどまるなど、あまり効果がありませんでした。そこで、2016年度からは、特定機能病院と病床数500以上の地域医療支援病院について、初診で最低5,000円（歯科3,000円）、再診で最低2,500円（同1,500円）の徴収が義務化されます。

さらに、2016年度からは、こうしたかかりつけ機能の評価が薬剤師についても始まります。具体的には、医療機関と連携して患者の薬剤管理や服薬指導を行う場合、患者の同意があればかかりつけ薬剤師として通常より高い報酬が支払われます。

### 背景

このようにかかりつけ機能が強化される背景として、以下の三つが指摘されます。

第1は、疾病構造の変化です。わが国の疾病構造を死因からみると、戦後の結核などの感染症中心から、近年はがんや心臓病をはじめとする慢性疾患中心に変化しています（図表1）。こうした慢性疾患は主に生活習慣に起因していることが多く、患者は継続的・全人的な治療を受ける必要があります。

第2は、医療の高度化・専門化です。医療技術が進化・複雑化するもとで、どの診療科を受診すればよいのか、患者本人では判断がつきにくいケースが増えています。このため、患者の状態を熟知し

ている医師がまず診察し、その先必要な治療に誘導するという、いわゆる水先案内人としての役割が求められています。

第3は、コスト抑制の要請です。深刻な財政状況の是正に向け、最大の支出項目である社会保障関係費、とりわけ医療費の抑制が求められています。特定の医師や薬剤師が一人の患者を継続的に管理すれば、無駄な医療費の原因でもある過剰受診・投薬の適正化が期待出来ます。ちなみに、わが国の一人当たり平均受診回数は、年12.9回と先進國中突出しています(図表2)。

このようにみると、かかりつけ機能の強化は、財政健全化のみならず、患者満足度の向上の観点からも必要といえましょう。実際、海外では、患者はまず自分が登録した特定の医師を受診して、その後必要に応じて専門医や病院を紹介してもらうという制度が一般化しつつあります。わが国でもかかりつけ医・薬剤師の普及拡大が今後進むと思われま

## 今後の課題

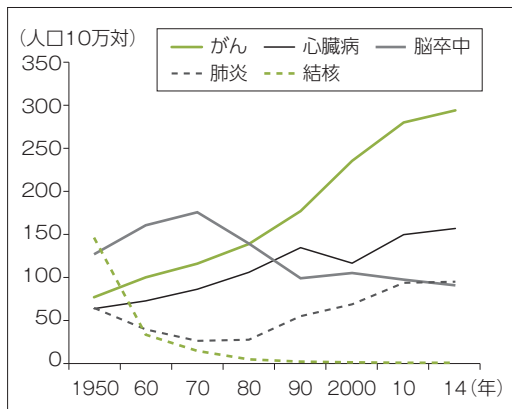
もつとも、課題もあります。

一つは、かかりつけ機能を担うことが出来る医師と薬剤師の育成・確保です。とくに、医師については総合的な診療能力が欠かせません。医学教育や医師研修の充実に加えて、若手医師がかかりつけ医を目指すような環境の整備が求められます。

もう一つは、大病院を志向する国民の意識改革です。確かに、大病院は多くの診療科やスタッフを抱えており、精密な検査も可能です。しかし、かかりつけ医にも、病歴や家族歴を含め患者のことを熟知している、待ち時間が短い、いつでも相談に乗ってくれる、というメリットがあります。こうした様々な条件を考慮して医療機関を選択することが我々国民にも求められているといえま

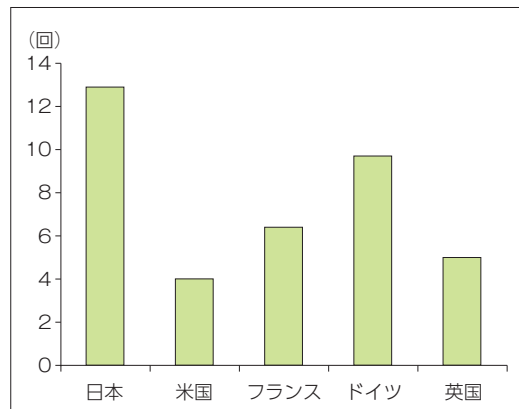
(飛田)

図表1 死因別死亡率の推移



(資料) 厚生労働省「人口動態統計」

図表2 年間受診回数の国際比較



(資料) OECD Health Data

(注) フランスは2013年、日本とドイツは2012年、米国は2010年、英国は2009年。

## 注目されるシェアリング・エコノミーの動向

国家戦略特区の東京都大田区並びに大阪府において、一定の要件のもと「民泊」が解禁されることとなり、いよいよわが国でも「シェアリング・エコノミー」が本格化すると話題になっています。そもそも、シェアリング・エコノミーとはどのようなビジネス形態を指し、期待される分野には何があるのでしょうか。以下では、シェアリング・エコノミーの概念と登場の背景、課題について整理しました。

### シェアリング・エコノミーとは

シェアリング・エコノミーは2000年代初めに登場した言葉で、インターネットを通じて個人間のモノやスペース等の貸し借りを仲介する新しいサービスの形態をいいます。

家や車などを所有していても、24時間365日、常時それを使用し続けるわけではありません。そこで、自分が家や車を使用しない間は他人の利用に供したり、あるいは他人と一緒にモノを共有・共用すれば、保有者も利用者もお互いに無駄がなくなるのではないかというアイデアが登場し、それがビジネスへとつながりました。

このようなビジネスが登場した背景として、以下の2点が挙げられます。第1に、消費者の価値観の変化です。これまでの大量生産、大量消費、大量廃棄とこれに伴う環境破壊に対する反省から、モノの共有・共用により生産・消費・廃棄を適度な規模とし、環境と調和のとれたサステイナブル（持続可能）なライフスタイルを目指そうという動きが出てきました。第2に、インターネットやソーシャルメディアの普及の影響です。これまでモノやサービスの提供は企業中心でしたが、これらが普及したことで、個人の誰もが供給者となり、利用ニーズがある人とマッチング出来る仕組みが実現しました。

### 期待される分野

シェアリング・エコノミーの代表例としては、空き家や、持ち家の使わない部屋・日・時間帯を他人の宿泊に提供する「民泊（ホームシェア）」、自家用車に他人が相乗りしたり、複数で共同利用する「ライドシェア」、不要なブランドバッグや洋服の個人間売買などがあります。さらに、モノやスペースにとどまらず、家事や日曜大工、ペット

図表1 主なシェアリング・エコノミーのサービス

シェアするもの	内 容	代表的な事業者
スペース	空き部屋・遊休不動産の貸借	Airbnb、Home Exchange
車	ドライバーと利用者のマッチング、配車	Uber、Lyft
ファッション	ブランド品レンタル、個人間売買	Rent the Runway、Fashionhire
人手・労働力	仕事請負の仲介	Taskrabbit、Handy

(資料) 日本総合研究所作成



シッターなど個人の空き時間やスキルをシェアするビジネスモデルも登場するなど、多様な広がりを見せています(図表1)。

シェアリング・エコノミーの市場規模は2013年に全世界で150億ドルであったのが、2025年には3,350億ドルと20倍以上に拡大するとの予測があります(図表2)。すでに、個人住宅への宿泊のマッチングサービスであるAirbnb(エアビーアンドビー)の宿泊客数は既存のホテルチェーンを上回ったといわれています(いずれもPwC「シェアリング・エコノミー」による)。

シェアリング・エコノミーの拡大により期待される効果としては、①利用者にとっての低コストでのモノやサービスの利用、②供給者にとっての保有する資源の有効活用と金銭的メリット、

③需要の多寡に応じた弾力的な運用、④環境負荷の軽減、などが挙げられます。その一方で、利用者のモラルや供給者のサービス水準の問題、事故やトラブル時の対応に対する不安などで、懐疑的な意見が多いのも事実です。

### 有効活用に向けた課題

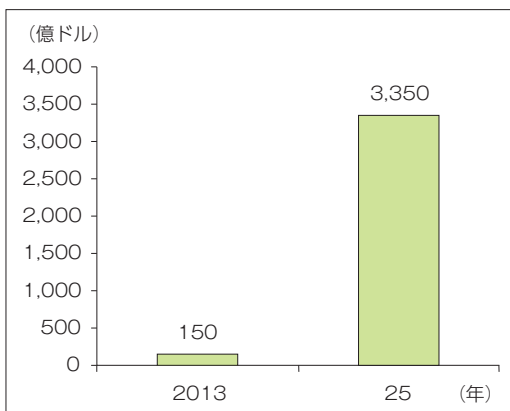
わが国でも、シェアリング・エコノミーを活用可能な環境を整備するために、政府や業界団体が動き始めています。従来と異なるビジネス形態による新規参入が認められるためには、現行の法・規制を見直すとともに、利用の安全を担保し、トラブルを未然に防ぐためのルール整備が求められます。

そればかりではありません。基本的に、見知らぬ他人同士でモノの貸し借りや共有・共用を行うため、信頼感を高める仕組みづくりが欠かせません。事業者によっては、供給者・利用者进行评估するシステムを導入しています。

今後、わが国でもシェアリング・エコノミーの普及を通じて、この概念が定着することになれば、新たなビジネスモデルの創出ばかりでなく、公共交通網の発展していない地方でのライドシェアや、高齢者・子育て世帯への家事代行サービスの供給など、コミュニティでの助け合いにつながることも期待されます。シェアリング・エコノミーのわが国での健全な発展に向け、議論をさらに深め、適正な事業運営の環境整備が図られることが望まれます。

(野村)

図表2 シェアリング・エコノミーの市場規模



(資料) 総務省「平成27年版 情報通信白書」(原典:PwC「The sharing economy—sizing the revenue opportunity」)

(注) 金融、人材、宿泊施設、自動車、音楽・ビデオ配信の5分野におけるシェアリングを対象。

## ■ 拡大が見込まれる有機ELパネル市場と関連産業への影響

有機ELパネルは今後、スマートフォン（以下スマホ）への搭載が増えることで市場拡大が加速する見込みです。このなかで、当該パネルの開発・設備投資を強化するパネルメーカーに加え、パネル部材等関連産業でも競争環境が大きく変動する可能性があり、関心が集まっています。

### 有機ELパネルの概要

有機ELパネルは、薄型テレビやスマホ等に搭載される薄型ディスプレイパネルの一種です。構造としては、電圧をかけると発光する有機物を利用して、ガラスやプラスチックの基板の上に電極や有機発光材料等が積まれて画素（パネル1枚当たり数百万個）が形成されます。市場の主流である液晶パネルが背面に照明機器を搭載するのに比べて、有機ELは全体の厚みが数百ナノメートルの電極・有機材料自体が発光するため、部材が少なく済み薄型化や生産コスト低減が期待出来ます。また、プラスチックを基板として使用出来るためパネルを折曲げられる等、搭載機器のデザインの幅を拡げることにも可能です。こうした特長を持つ半面、量産難度が高く歩留りを確保するのは容易でなく、現状では液晶パネル対比で生産コスト・販売金額は割高になっています。

### 有機ELパネルの需要動向

有機ELパネルの需要をみれば、大型パネルの分野では、韓国パネルメーカーが主に有機ELテレビの開発・生産を進めてきましたが、同テレビは販売価格は同

じサイズの液晶テレビと比べて3～4倍と高額である一方、有機ELならではの特長に乏しいため、2015年ではテレビ市場金額全体の1%に止まっています。長期的には、紙のように薄く壁掛けや折曲げが可能なテレビ等、新たな需要の創出が期待出来るものの、現時点ではこうした製品は研究開発の途上にあります。

一方、スマホ等向けの中小型パネルでは、韓国パネルメーカーが自社グループのスマホ旗艦モデルに搭載すべく有機ELパネルの開発・生産能力拡大を進め、同社スマホ販売台数の増加にけん引されて有機ELパネル市場は拡大してきました。

加えて足元では、韓国パネルメーカーがほぼ唯一の販売先としていた自社グループのスマホの販売台数が2014年上期に減少傾向に転じたことから、工場稼働率を維持すべく有機ELパネルの自社グループ外のスマホメーカーへの拡販に向けて低価格攻勢を始めました。この結果、2015年には中国スマホメーカーの600米ドル前後の高価格機種での採用も始まり、有機ELパネルは中小型全体の市場金額の2割強を占めるに至っています。

今後を見通せば、中国スマホメーカーによる有機ELの採用が増えるとみられるうえ、米国大手スマホメーカーが端末のデザイン面等での差別化を図るべく、従来採用してきた液晶パネルから2018年頃には屈曲可能なフレキシブル有機ELパネルへの切り替えに向けて動いているとの声も聞かれ、有機ELパネルが今後さらに普及拡大する可能性が高まっています。

## 日・韓パネルメーカー各社の動き

日・韓の大手パネルメーカーはこれまで中小型において技術力・生産規模で他地域のメーカーに先行してきましたが、目先2年程度で中国にて地場パネルメーカーによる高精細な中小型液晶パネルの先端工場（第6世代LTPS方式液晶パネル）が相次いで立ち上がる計画で、地場メーカーによる高精細液晶パネルの歩留まりが向上しつつあるなか、長期的には中国勢が生産能力・技術面で台頭してくる可能性が出てきています。

こうした状況下、日・韓パネルメーカーは中小型パネルでの地位確保に向け、有機ELへの取り組みを強化しています。

韓国パネルメーカーでは、これまでほぼ独占的に中小型有機ELパネルを量産・

販売してきたメーカーに加えて、他社でも2017年下期以降これまでテレビ用の大型有機ELパネルで培ったノウハウを活用し、中小型有機ELパネルの量産に向けて生産ラインを大幅に拡充する動きも出てきており、今後開発・量産を主導していくとみられています。

また日系パネルメーカーは、中小型液晶パネルで培ったLTPS方式パネルの量産ノウハウや低消費電力技術を活用することで、中小型有機ELパネルでも大きく後れをとらないよう開発・設備投資の増強を検討する動きも出てきています。

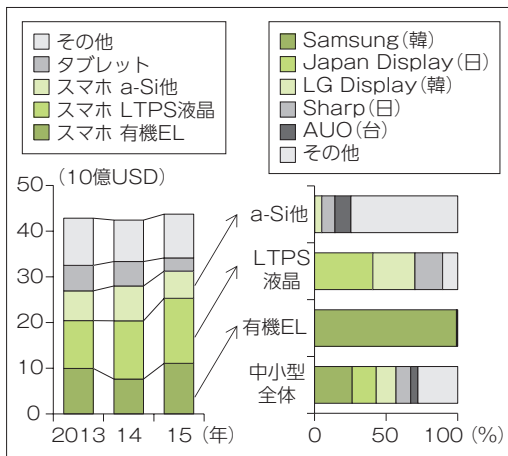
これらメーカーの投資計画を踏まえると、有機ELパネルの供給量は現在の高精細パネル（有機EL・LTPS液晶）の需要を大幅に超過する規模になるとみられ、中期的には競合激化が見込まれます。

## パネル関連産業への影響

こうしたなかで、パネル向け部材やタッチパネル・製造装置等の関連業界では、有機ELパネルの市場拡大が業績に大きく影響する企業も少なくありません。例えば、液晶パネルから有機ELへのシフトに伴い搭載数量が大幅に減少する部材がある一方で、液晶パネルの高機能化に伴い不要となっていた周辺部品が有機ELパネルでは再び必要となり生産数量が回復する可能性もあります。

このように、パネルメーカーおよび部材等関連メーカー等の競争環境が大きく変動する可能性があるだけに、スマホメーカー等のパネル採用動向やパネルメーカーの投資動向が注目されます。（神谷）

図表 世界中小型パネル市場規模・2015年  
メーカー別売上シェア（搭載機器・方式別）



（資料） IHS Technology “Small Medium Display Market Tracker Forecast, Q4 Data Tables” を基に弊社作成

（注） メーカー別シェアでは中小型売上高上位5社を抽出。

# データ アイ 製造業の競争力強化が急務のインドネシア

**イ**ンドネシア経済がインフラ関連投資や政府消費の拡大をけん引役に、持ち直しの兆しを見せています(図表1)。

2015年10～12月期の実質GDP成長率は前年同期比+5.0%と持ち直しが鮮明となりました。

今後は、インフラ関連事業の本格化などを呼び水に、「企業収益の回復、生産・投資の拡大⇒雇用・所得環境の改善⇒消費の拡大」といった内需主導の景気の自律回復メカニズムが働くことで、雇用の安定に必要なとされる6%成長への回復が期待されます。

**し**かし、足元では内需が持ち直す一方で、生産の伸びが鈍化するなど、必ずしも成長率の上昇につながっていません。

インドネシアの製造業の競争力が弱いことから、これまで内需主導の景気回復局面では、輸入が拡大しており、今回も内需の伸びが輸入の拡大で賄われるとみられます。

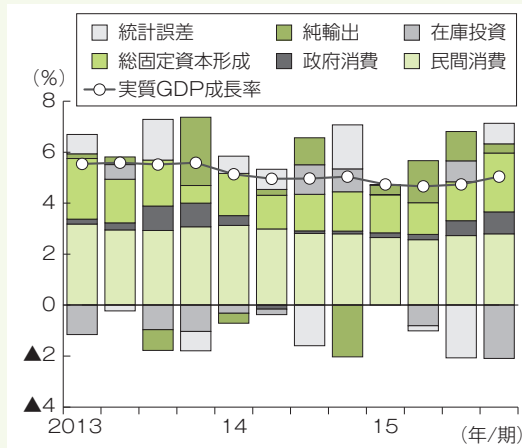
インドネシアでは財政赤字の縮小が重要な政策課題の一つとされており、ここに貿易収支赤字の拡大が加われば、ルピア安、インフレ率の上昇、金利引き上げといった、景気下押し圧力が強まりかねません。

**輸**入拡大が懸念される背景には、まず、中国における鉄鋼の過剰生産問題があります。

景気減速が続いているにもかかわらず、中国では、雇用の維持を目的に鉄鋼生産の拡大が続きました。粗鋼生産量は12年の7億トンから15年には8億トンとなっています(図表2)。

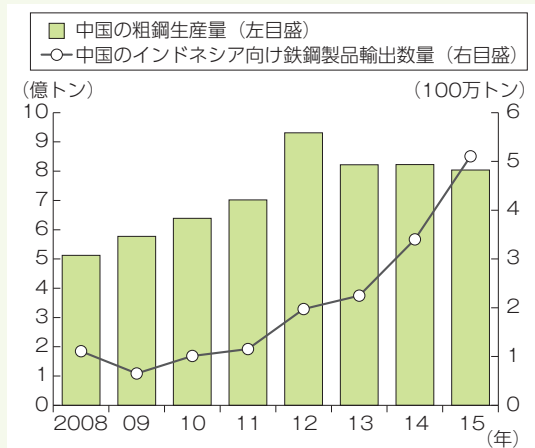
さらに、中国鉄鋼メーカーは国内需要の減少分を補うべく14年初め頃から採算を度外視した輸出攻勢を仕掛けています。15年の中国のインドネシア向け鉄鋼製品の輸出数量は13年対比+127.1%の511万トンと大幅に増加し、安価な中国

図表1 インドネシアの実質GDP成長率と需要項目別寄与度



(資料) 中央統計局を基に日本総合研究所作成

図表2 中国の粗鋼生産量と中国の対インドネシア向け鉄鋼製品輸出数量



(資料) 世界鉄鋼連盟、海関総署を基に日本総合研究所作成

製品が流入しています（図表2）。中国における鉄鋼産業の構造調整には時間を要すると思われ、中国製品の流入は当面続くと見込まれます。

**また、インドネシアがグローバル・サプライ・チェーンに、十分に組み込まれてこなかったことも無視出来ません。**

00年と14年の主要商品別の貿易特化係数をみると、所得水準の上昇によりガソリン消費が増加した石油・同製品を除けば、貿易額の約半分を占める資源・一次産品が高い輸出競争力を維持しています（図表3）。一方で、工業製品は輸入超過に転じた繊維・織物や電気機器・同部品のみ

ならず、鉄鋼など基盤産業でも輸入依存度を高めています。これは、同国に比べ所得水準の低いベトナムが03年のWTO加盟や00年代後半からの米・韓の電気・電子機器メーカーの進出、近年のチャイナプラスワンなどを通じて、アジアにおける国際分業構造に組み込まれていったのと極めて対照的といえます（図表4）。

**ジョコ政権には輸出産業や基盤産業の育成など競争力の強化に取り組むことが求められます。**

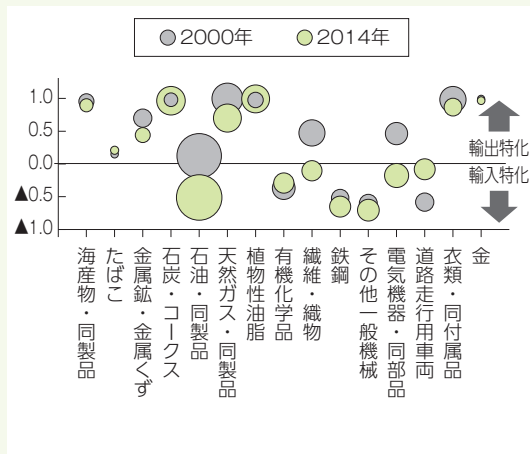
そのためには、外資誘致に向けた投資環境整備や支援策の拡充が必要不可欠です。同国政府は15年入り以降、投資窓口の一元化や、労働集約型輸出産業

や経済特区に進出する外資企業に対する税制優遇、外資出資規制の緩和などを実施しました。しかし、日用品の輸入関税引き上げなど保護主義的な政策も同時に打ち出されています。

アジア各国がTPPなど広域経済連携協定に参加することで、グローバル・サプライ・チェーンの深化を図ろうとするなか、一層の投資環境の整備や保護主義的な規制の撤廃などを進め、実際の輸出型産業や基盤産業の誘致に道筋をつけることが出来るか否かは、ジョコ政権の経済政策における最重要課題の一つといえるでしょう。

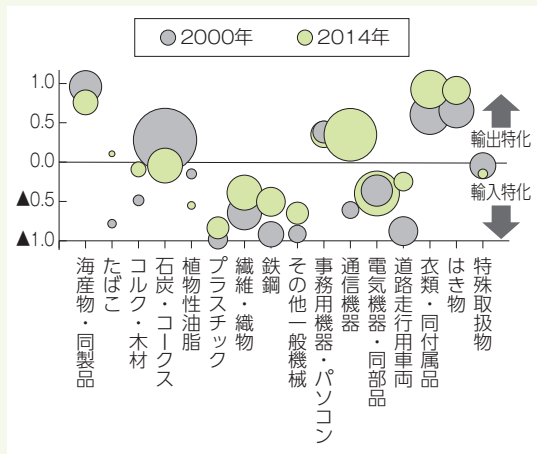
（塚田）

図表3 インドネシアの主要品目別の貿易特化係数



（資料） UN Comtradeを基に日本総合研究所作成  
 （注） 1. 各品目はSITC2桁で14年の貿易額シェアがSITC1桁分類（ただし、機械・輸送機械は、一般機械、電気機械、輸送用機械で分類）で最大もしくは、全体でトップ10の品目を抽出。  
 2. バブルの大きさは各年における各品目の貿易額に対するシェア。  
 3. 貿易特化係数は（輸出－輸入）／（輸出＋輸入）。

図表4 ベトナムの主要品目別の貿易特化係数



（資料） UN Comtradeを基に日本総合研究所作成  
 （注） 1. 各品目はSITC2桁で14年の貿易額シェアがSITC1桁分類（ただし、機械・輸送機械は、一般機械、電気機械、輸送用機械で分類）で最大もしくは、全体でトップ10の品目を抽出。  
 2. バブルの大きさは各年における各品目の貿易額に対するシェア。  
 3. 貿易特化係数は（輸出－輸入）／（輸出＋輸入）。

# KEY INDICATORS

(2016年4月15日現在)

## ● 日 本 ●

(%)

	2014年度	2015年	2016年	2015年	2016年		
		10～12	1～3	12月	1月	2月	3月
鉱工業生産指数	(▲0.5)	〈0.1〉 (▲0.8)		〈▲1.2〉 (▲2.1)	〈2.5〉 (▲4.2)	〈▲5.2〉 (▲1.2)	
鉱工業出荷指数	(▲1.2)	〈0.4〉 (▲0.8)		〈▲1.4〉 (▲2.5)	〈2.0〉 (▲5.4)	〈▲4.1〉 (▲1.6)	
鉱工業在庫指数 (末)	(6.1)	〈▲0.2〉 (0.0)		〈0.4〉 (0.0)	〈▲0.2〉 (0.2)	〈▲0.4〉 (▲0.9)	
生産者製品在庫率指数	(5.4)	〈0.0〉 (0.8)		〈1.6〉 (3.1)	〈▲4.3〉 (4.1)	〈5.7〉 (0.9)	
稼働率指数 (2010年=100)	100.6	97.9		97.2	99.9	94.5	
第3次産業活動指数	(▲1.1)	〈0.0〉 (1.0)		〈▲0.6〉 (0.0)	〈1.5〉 (0.1)		
全産業活動指数 (除く農林水産業)	(▲1.1)	〈▲0.1〉 (0.6)		〈▲0.9〉 (▲0.5)	〈2.0〉 (▲0.7)		
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	(0.8)	〈2.6〉 (2.1)		〈1.0〉 (▲3.6)	〈15.0〉 (8.4)	〈▲9.2〉 (▲0.7)	
建設工事受注 (民間) 公共工事請負金額	(4.8) (▲0.3)	(1.9) (▲4.0)	(1.2)	(30.0) (▲9.6)	(▲23.1) (▲2.6)	(▲11.8) (▲2.2)	(5.0)
新設住宅着工戸数 (年率、万戸)	88.0 (▲10.8)	86.8 (▲0.7)		86.0 (▲1.3)	87.3 (0.2)	97.4 (7.8)	
百貨店売上高 全国	(▲4.6)	(0.3)		(0.1)	(▲1.9)	(0.2)	
チェーンストア売上高 東京	(▲2.8)	(3.0)		(2.2)	(0.2)	(2.7)	
完全失業率	3.5	3.3		3.3	3.2	3.3	
有効求人倍率	1.11	1.26		1.27	1.28	1.28	
現金給与総額 (5人以上)	(0.5)	(0.2)		(0.0)	(0.0)	(0.9)	
所定外労働時間 (//)	(2.0)	(▲0.9)		(▲0.9)	(▲2.8)	(▲1.9)	
常用雇用 (//)	(1.7)	(2.2)		(2.3)	(2.1)	(1.9)	
M2 (平残)	(3.3)	(3.4)	(3.2)	(3.1)	(3.2)	(3.2)	(3.2)
広義流動性 (平残)	(3.4)	(3.9)	(3.5)	(3.7)	(3.8)	(3.6)	(3.2)
経常収支 (兆円)	8.72	3.45		0.94	0.52	2.43	
前年差	6.33	1.94		0.70	0.42	0.95	
貿易収支 (兆円)	▲6.59	0.10		0.19	▲0.41	0.43	
前年差	4.46	1.87		0.57	0.44	0.56	
消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(2.8)	(0.0)		(0.1)	(0.0)	(0.0)	

(%)

	2014年度	2014年	2015年				2016年
		10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3
業況判断DI 大企業・製造		12	12	15	12	12	6
非製造		16	19	23	25	25	22
中小企業・製造		1	1	0	0	0	▲4
非製造		▲1	3	4	3	5	4
売上高 (法人企業統計)	(2.7)	(2.4)	(▲0.5)	(1.1)	(0.1)	(▲2.7)	
経常利益	(8.3)	(11.6)	(0.4)	(23.8)	(9.0)	(▲1.7)	
実質GDP (2005年連鎖価格)	(▲1.0)	〈0.5〉 (▲1.0)	〈1.1〉 (▲1.0)	〈▲0.4〉 (0.7)	〈0.3〉 (1.7)	〈▲0.3〉 (0.7)	
名目GDP	(1.5)	〈0.9〉 (1.3)	〈2.0〉 (2.2)	〈▲0.1〉 (2.1)	〈0.6〉 (3.5)	〈▲0.2〉 (2.1)	

注：〈 〉内は季節調整済み前期比、( )内は前年(同期(月))比。

日銀短観業況判断DIは、調査対象企業の見直しに伴い、2015年1～3月より新ベースのデータ。

## ● 米 国 ●

	2015年	2015年		2016年	2016年		
		7～9	10～12	1～3	1月	2月	3月
鉱工業生産	(0.3)	(0.4) (0.1)	(▲0.8) (▲1.6)	(▲0.6) (▲1.7)	(0.5) (▲1.3)	(▲0.6) (▲1.8)	(▲0.6) (▲2.0)
設備稼働率	76.7	76.6	75.8	75.3	75.8	75.3	74.8
小売売上高	(2.2)	(1.1) (2.3)	(0.3) (1.9)	(▲0.1) (2.8)	(▲0.4) (3.0)	(0.0) (3.7)	(▲0.3) (1.7)
失業率 (除く軍人、%)	5.3	5.2	5.0	4.9	4.9	4.9	5.0
非農業就業者数 (千人) (前期差、前月差)	2,894	670	721	677	168	245	215
消費者物価指数	(0.1)	(0.3) (0.1)	(0.2) (0.5)	(▲0.1) (1.1)	(0.0) (1.4)	(▲0.2) (1.0)	(0.1) (0.9)

	2015年	2014年		2015年			
		7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12
実質GDP (連鎖ウェイト方式)	(2.4)	{4.3} (2.9)	{2.1} (2.5)	{0.6} (2.9)	{3.9} (2.7)	{2.0} (2.1)	{1.4} (2.0)
経常収支 (億ドル、年率) 名目GDP比	▲4,841 ▲2.7	▲3,916 ▲2.2	▲4,126 ▲2.3	▲4,721 ▲2.7	▲4,432 ▲2.5	▲5,197 ▲2.9	▲5,013 ▲2.8

注：{ } 内は季節調整済み前期比年率、〈 〉内は季節調整済み前期比、  
( ) 内は季節調整済み前年比。ただし、消費者物価指数および暦年の前年比は原数値。

## ● アジア ●

### 実質GDP成長率 (前年比、前年同期比、%)

	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	中国
2014年	3.3	3.9	2.6	3.3	0.8	6.0	5.0	6.1	7.3
2015年	2.6	0.7	2.4	2.0	2.8	5.0	4.8	5.8	6.9
2014年7～9月	3.4	4.3	3.1	3.1	0.9	5.6	5.0	5.5	7.1
10～12月	2.7	3.6	2.5	2.8	2.1	5.7	5.0	6.6	7.2
2015年4～6月	2.2	0.6	2.9	1.7	2.7	4.9	4.7	5.8	7.0
7～9月	2.8	▲0.8	2.2	1.8	2.9	4.7	4.7	6.1	6.9
10～12月	3.1	▲0.5	1.9	1.8	2.8	4.5	5.0	6.3	6.8
2016年1～3月									6.7

### 貿易収支 (100万米ドル)

	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	中国
2014年	47,150	38,242	▲70,932	39,050	▲225	25,088	▲2,199	▲3,296	383,058
2015年	90,258	48,124	▲57,078	49,901	11,721	23,981	7,587	▲8,037	594,040
2015年1月	5,822	4,383	▲4,774	5,787	▲411	2,499	632	▲862	59,338
2月	7,474	4,487	▲4,627	3,308	385	1,266	663	▲837	60,457
3月	8,337	3,705	▲5,956	5,817	1,515	2,126	1,026	246	2,544
4月	8,363	4,506	▲5,053	3,895	▲527	1,890	477	▲337	33,242
5月	6,288	5,291	▲5,174	4,568	2,427	1,532	1,077	507	57,219
6月	9,956	1,933	▲5,905	3,229	160	2,135	528	▲554	45,236
7月	7,049	3,289	▲3,668	4,108	770	622	1,384	▲1,519	41,845
8月	4,335	3,576	▲3,234	2,888	721	2,502	328	▲1,048	59,653
9月	8,892	4,925	▲4,694	3,866	2,794	2,250	1,030	▲1,316	59,766
10月	6,589	5,736	▲3,826	5,298	2,101	2,858	1,013	▲1,944	61,378
11月	10,235	2,147	▲4,270	3,472	299	2,373	▲408	▲977	53,803
12月	6,918	4,147	▲5,897	3,663	1,487	1,927	▲161	603	59,559
2016年1月	5,135	3,515	▲2,247	4,238	238	1,243	14	▲2,638	63,302
2月	7,067	4,155	▲4,259	2,034	4,986	1,760	1,136		32,592
3月	9,855	4,502							29,857



マンスリー・レビュー 2016年5月号

発行日 2016年5月1日

発行 株式会社 三井住友銀行

企画・編集 株式会社 日本総合研究所 調査部 TEL(03)6833-1655

\* 本誌には再生紙を使用しております