

# マンスリー・レビュー

2017.4



三井住友銀行

企画  
編集 日本総合研究所

## CONTENTS

視点	デジタル変革で求められる価値共創への取り組み 日本総合研究所 調査部 藤田哲雄 …	1
経済トピックス	購入単価からみた個人消費動向 日本総合研究所 調査部 小方尚子 …	2
社会トピックス①	「130万円の壁」問題と解決の方向性 日本総合研究所 調査部 西沢和彦 …	4
社会トピックス②	若者の地方定着に向けた雇用創出の重要性 日本総合研究所 調査部 藤波 匠 …	6
産業トピックス	拡大を続ける中国新エネルギー車市場 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 木村拓雄 …	8
データアイ	タイの自動車市場の先行きをどうみるか 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ください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。

---

## デジタル変革で求められる価値共創への取り組み

最近のデジタル変革の進展に伴い、世界では新たなビジネスモデルが次々と生まれています。製造業のサービス化やシェアリングエコノミーと呼ばれるものがその代表的なものです。今後は社会の様々な分野でIoT（モノのインターネット）、ビッグデータ、人工知能などの新しいIT技術が本格的に活用され、さらに大きな変化をもたらされることが予想されます。わが国政府も、昨年1月に目指すべき社会として超スマート社会（ソサイエティ5.0）という構想を提起するとともに、それを支える科学技術・イノベーション施策が次々と具体的に立案されています。

超スマート社会においては、私たちとインターネット空間との接点がパソコンやスマートフォンといった端末にとどまらず、車や家屋といった生活空間にまで広がると考えられています。収集されたデータはあらゆる分野と連携し、私たちの生活をより豊かにするとともに、社会的課題の解決に役立てることが期待されています。このような大量のデータを収集し、分析して活用することは、サイバー空間での世界的な巨大プラットフォーム企業を擁する米国で先行しましたが、リアルな世界での本格的なデータ収集はこれからであり、わが国にもチャンスがあると期待されています。

それでは、様々なデータを活用することで、将来提供される最適な商品・サービスとはどのようなものでしょうか。最新のマーケティング理論によれば、商品・サービスの提供は企業が考える提供価値と金銭の交換ではなく、顧客への利用価値の提案であり、その消費プロセスにおいて企業が顧客と共に価値を創出するものと考えられています。そこでは、はじめに企業が考えた商品・サービスありきで購入見込み顧客を探索するのではなく、顧客が商品・サービスの利用を通じて実現したいことを、企業が丹念に読み解くことが重要になります。この考え方によれば、単なる機能拡充や価格訴求は必ずしも付加価値向上に結び付くものではないことが理解出来ます。欧米では、このような考えが近年急速に広がっており、デジタル技術の進展で最近急速に拡大しているビジネスモデルは、まさにこの顧客と共創する価値を起点として組み立てられていることが多いのです。

このような新しいマーケティングの考え方では、①企業は顧客との接点を構築し、②コミュニケーションを図り、③価値共創の仕組みを整えるとともに、④どのような文脈価値なのかを明らかにすることが重要であるとされます。今後、わが国でもこの考え方が広がっていくとみるならば、企業がデジタル変革のなかで勝ち残っていくためには、様々なデータを収集・分析することにとどまらず、上記の価値共創に向けた取り組みを組織的に行うとともに、既存のビジネスモデルを見直していくことが必要であると考えられます。

（藤田）

## ■ 購入単価からみた個人消費動向

個人消費の伸び悩みが長期化するなか、消費者物価がゼロ近辺での推移を続け、デフレ脱却の動きに黄色信号がともる形となっています。足元の消費不振の一因として、消費者の価格に対する見方が厳しくなっていることが指摘されます。以下では、個人消費の動きを購入単価の面から分析し、消費の拡大とデフレ脱却の両立に向けた課題について考えました。

### 物価下落局面でも強まらない高級志向

消費者物価（以下「物価」）は、マクロ全体の価格変動を示す指標ですが、家計が実際に購入する財・サービスの単価の動きは、必ずしも物価の動きとは一致しません。例えば、物価が上昇する局面では、スーパーのプライベートブランド商品など、同じ商品のなかでも価格の低いものが選ばれやすくなり、購入単価は物価ほど上昇しない傾向があります。この動きは2008年にはっきり出ています（図表1）。すなわち、資源価格高騰で物価が上昇するなかで、消費者が購入単価を抑える動きを強めたため、世帯当たり支出額はほとんど変化しませんでした。

逆に物価下落局面では、ワンランク質の高い財・サービスを選ぶ人が増えるため、購入単価は物価ほどには下がりにくい傾向があります。2000年代初頭や2009年の物価下落局面では、こうした「高級志向の効果」が購入単価下支えに作用し、消費支出額の下振れを抑制する動きがみられました。

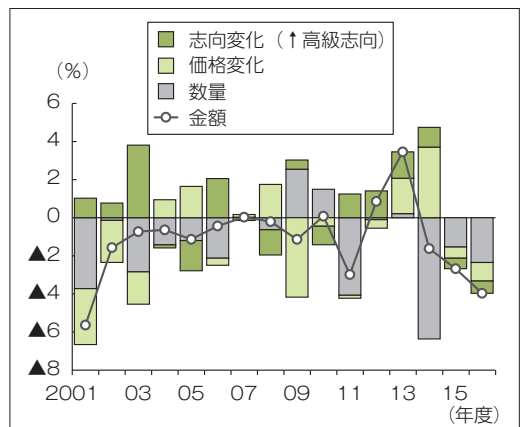
しかし、2015年春以降の物価下落局面では、こうした高級志向効果が強まらず、数量面からの消費下押し効果も加わ

って、消費支出が低迷する展開となっています。

この背景には、まず、需要サイドである消費者の根強い低価格志向が指摘されます。2000年代初頭や2009年の物価下落局面では、幅広い分野で物価の下落が進みました。これに対し、今回物価が下落しているのは、ガソリン、光熱費などエネルギー分野に限られています。むしろ、サービス分野では緩やかに物価が上昇しているほか、食品や衣料品でも賃金の上昇ペースを上回る物価上昇が続いています。このため、家計の物価上昇への警戒感・先高観が根強く、高級志向を強めるに至っていないことがうかがえます。

さらに、2014年4月の消費増税前の駆け込み需要の反動が、購入単価に影響している可能性も指摘されます。家計の収入が伸び悩むなか、非日常的な支出につ

図表1 世帯支出変化の内訳（前年比）



(資料) 総務省「家計調査」

(注) 1. 金額と内訳は購入単価の公表がある116品目の加重平均。

2. 価格変化は消費者物価の前年比伸び率。志向変化は、購入単価の前年比伸び率－消費者物価の前年比伸び率。

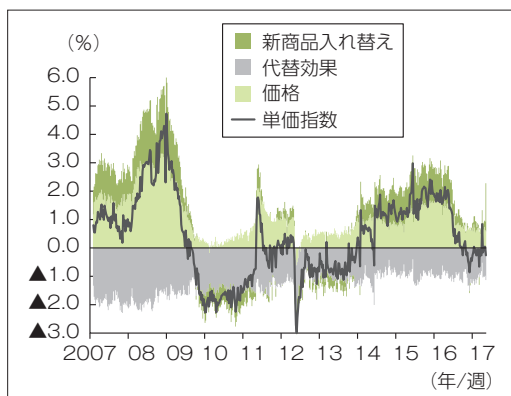
3. 2016年度は4月～2017年1月。

いては、質を重視してお金をかける一方、日常的な支出は節約するメリハリをつけた消費行動が広がっています。このため、駆け込み需要の中心となった家電・家具などの耐久消費財で高級志向が強まった反動が、消費増税後に出ているとみられます。

### 新商品投入効果が息切れ

一方、供給サイドに目を転じてみても、単価押し上げに寄与していた新商品投入の効果が一服しています。消費財メーカーは、消費増税前後から、増税による販売価格の上昇が販売不振を招くことへの対策として、商品のリニューアルや新商品の投入を積極的に行いました。実際、スーパー、コンビニ、ドラッグストアの購買データをみると、2014年度、2015年度には、この戦略が奏功し、「新商品入れ替え効果」が購入単価の押し上げに作用しています（図表2）。

図表2 消費者購買単価指数（前年比）



（資料）一橋大学消費者購買単価指数

（注）価格は継続商品の価格変化（物価変動に相当）、代替効果は割安な継続商品の販売増加効果。新商品入れ替えは継続商品より単価の高い新商品導入と単価の低い商品の市場退出の影響。

しかし、こうした動きは足元で一巡しています。新商品の開発や生産ラインの変更は企業のコストも膨らませます。2015年度には、コストの増大が売り上げ拡大効果を上回り、新商品投入の採算が低下する例が相次ぎました。このため、2016年度には、食品分野を中心に、新たに投入する商品を絞り込む「選択と集中」を進める動きが強まり、新商品入れ替え効果の減衰を招いています。

### 高まる適切な価格設定の重要性

今後の消費環境を展望すると、物価は緩やかに上昇していく見通しです。原油価格が2016年秋以降上昇しているほか、米国の新政権の経済政策への期待から円安ドル高も進みました。このため、今後は、輸入食品を中心にコスト面から物価上昇圧力が強まることが予想されます。これが足元でみられる消費者の低価格志向、節約志向をさらに強める展開となれば、2008年のように個人消費が一段と下振れする懸念もあります。

人口減少を背景に、数量面からの需要拡大が難しいなかにあっても、消費拡大とデフレ脱却を両立させるには、需要の喚起と購入単価の上昇の両方を目指していく必要があります。この実現に向け、政府には成長戦略や労働市場改革を着実に進めていくことが期待されます。一方、企業においては、値引き競争に突き進むことなく、コストをうまくコントロールしながら、雇用者への適切な利益分配や、消費者のニーズにきめ細かく応えた商品・サービスを適切な価格設定のもとで供給していく取り組みが求められましょう。

（小方）

## 「130万円の壁」問題と解決の方向性

女性の就労促進は、就労を希望する本人にとってはもちろん、労働力人口の減少が進むわが国全体にとって、労働の質と量を確保する観点から極めて重要な課題です。そのためには、保育所や学童保育の整備、柔軟な働き方の実現、男性の家事・育児への一段の参加などとともに、女性の就労を阻害する諸制度については正していくことが不可欠です。

そうした制度として二つの壁がかねてより指摘されています。一つが所得税制における「103万円の壁」です。実際には、妻の収入が103万円を超えて直ちに世帯の可処分所得が減ることはないのですが、壁があるという一般的な認識がなお根強いことなどを受け、壁をなるべく意識せずに働けるよう、水準を150万円に引き上げる税制改正法案が今国会に提出されています。

もう一つが、社会保険における「130万円の壁」です。この壁は厳然として存在しており、その是正は課題として残されたままです。以下では、制度の概要と家計に与える影響、および、昨今の変更点を整理したうえで、今後の行方を展望しました。

### 130万円の壁とは

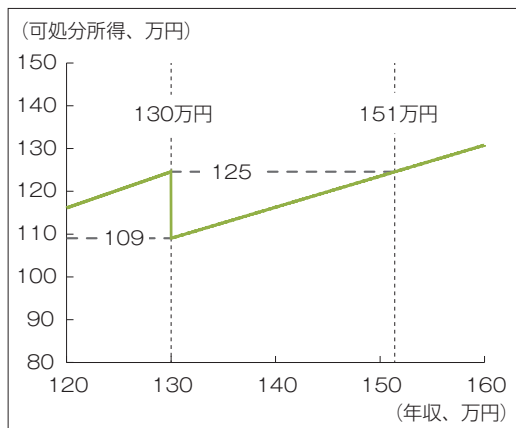
サラリーマンの夫を持つ専業主婦の妻は、公的年金および健康保険の保険料を直接負担せずとも、夫の被扶養者として、年金の受給権が得られ、かつ、夫の勤務先の健康保険に加入することが出来ます。ただし、妻にパート収入などがあり、その年収が130万円を超えると、夫の扶養を外れ、自ら年金と健康保険の保険料を負担する必要が生じ、その分、手取り

(可処分所得)が減少します。

現在、厚生年金の保険料率は18.182% (労使折半)、健康保険の保険料率は企業によって異なりますが、中小企業を対象とする協会けんぽの標準的な保険料率は10% (労使折半) となっています。例えば130万円のパート収入がある場合、一定の仮定のもと可処分所得を計算しますと、収入130万円から社会保険料負担18万円、税負担2万円、雇用保険料負担1万円を差し引き、可処分所得109万円となります (図表)。年収が130万円になる直前の可処分所得125万円に比べ、16万円の減少です。可処分所得が125万円を再び上回るためには、時給1,000円と仮定して追加的に210時間働き、151万円の年収を得る必要があります。

このように年収130万円が、さらに働くか否かの判断の分岐点となっており、実際、130万円を超えないよう就労調整する例が少なくありません。社会保険の仕組みが就労を阻害していることになっ

図表 130万円の壁



(資料) 日本総合研究所作成

(注) 住民税の均等割額など一定の仮定のもと試算。

ているわけです。

## 106万円が壁となる人も

2016年10月からは、一部の大手企業で働く人にとっては、130万円ではなく106万円が新たな壁となっています。これは、より労働時間の短い人も厚生年金および企業の健康保険の加入対象となるように社会保険の適用範囲が拡大された結果です。

具体的には、①従業員501人以上、②週労働時間20時間以上、③月額賃金88,000円以上、④見込まれる勤務期間1年以上などの要件をすべて満たした場合、自ら厚生年金と企業の健康保険に加入することになりました。月額賃金88,000円を12カ月分に換算した金額が106万円です。

一定の仮定のもとに計算しますと、年収106万円に到達する直前の可処分所得が104万円であるのに対し、年収106万円に到達すると社会保険料負担が発生し、可処分所得は91万円に急減します。再び104万円の可処分所得を得るには年収123万円が必要になります。年収106万円が判断の分岐点になるのです。さらに、2017年4月からは、従業員501人以上という適用要件が緩和され、従業員500人以下であっても、労使の合意があれば、適用範囲拡大が可能となります。

## 問題解決のための方策

では、こうした壁を取り除く、あるいは、壁がもたらす就労調整を回避するには、どのような方法があるのでしょうか。

一つは、賃金要件の廃止あるいは大幅な引き下げです。それは、国民年金と厚

生年金とに分立するわが国の年金制度体系の根本的な見直しに行き着きます。現在、国民年金加入者と月額賃金88,000円の厚生年金加入者の保険料負担は約16,000円でほぼ同額です。他方、給付内容には差があります。国民年金加入者は1階部分の基礎年金のみであるのに対し、厚生年金加入者は1階に加え2階部分の厚生年金も受け取ることが出来ます。

仮に現行制度のまま厚生年金の賃金要件を88,000円からさらに引き下げると、制度間の公平感が一段と低下します。それを回避するためには、国民年金の保険料についても、現行の定額負担を所得に応じた負担に改めるなど制度体系のあり方そのものに踏み込む必要性が生じます。

もう一つは、年収が130万円あるいは106万円を超えて生じる可処分所得の減少分を、政府から家計への補助金などを通じ埋め合わせる方法です。これは実際、英国においてユニバーサル・クレジットとして2013年から実施されています。この制度は、所得税制を通じ税負担軽減だけでなく給付まで行うタックス・クレジット（税額控除）や社会保障給付といった既存の諸施策を一つに統合したものであり、シンプルであると同時に、働けば働くほど確実に可処分所得が増える設計となっています。

いずれも大きな制度改革となるため、壁を巡る問題が速やかに解消する見込みは高いとはいえません。とはいえ、冒頭で指摘した通り女性の就労促進は極めて重要な課題であり、多角的な視点から社会保障・税の改革について引き続き議論を深めていくことが求められましょう。

(西沢)

## ■ 若者の地方定着に向けた雇用創出の重要性

政府は、近年若い世代を中心に人口の東京一極集中が進み、地方との経済格差の拡大などその弊害が顕著になっているとして、若い世代の地方定着を柱とする地方創生に力を入れています。具体的には、2014年に「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、「2020年までに東京圏の転入超過をゼロにする」という目標を掲げています。

こうしたなか、2017年1月末に総務省より公表された「住民基本台帳人口移動報告」によれば、2016年の東京圏（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）への転入超過人数（転入－転出）は、前年比1.2%減の117,868人となりました。依然として大幅な転入超過の状況にありますが、かねてから続いていた増勢に、わずかながらも歯止めがかかった格好です（図表1）。

そこで、東京圏への転入超過ペースが

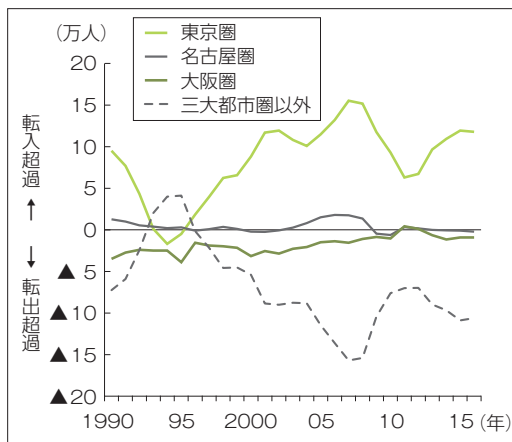
鈍った背景を探るとともに、若い世代の地方定着のために求められる方策について考えてみます。

### 東京圏の転入超過減少の詳細

東京圏の転入超過ペースが鈍った背景を探るため、東京圏の5歳ごとの転入動向をみると、長期にわたって15歳～44歳が転入超過で、55歳～69歳が転出超過となっています。前者について、2015年と2016年を比較すると、15歳～24歳は転入超過が一段と増えた一方、25歳～44歳は減少しました（図表2）。

15歳～24歳で東京圏の転入超過が増えたことは、学生の東京志向が依然として強いことを表しています。ちなみに、全体的にみた東京圏の転入超過のペースダウンを少子化の影響とみる向きもありますが、15歳～24歳で転入超過が増えていること、また、都道府県間移動者の

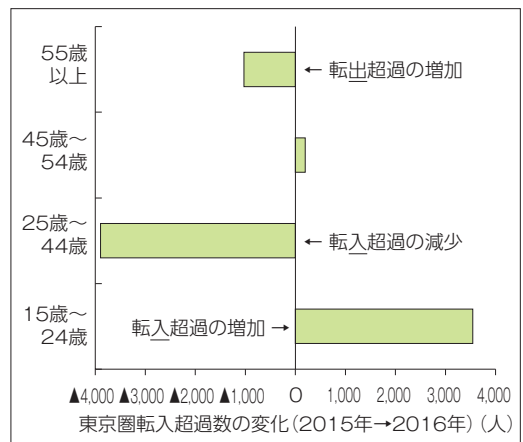
図表1 三大都市圏の転入超過数の推移



（資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」

（注）東京圏：東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県。名古屋圏：愛知県、岐阜県、三重県。大阪圏：大阪府、兵庫県、京都府、奈良県。

図表2 東京圏の転入超過数の年代別変化幅



（資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」

（注）東京圏：東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県。



中心である18歳～20歳は、1970年代前半生まれの第二次ベビーブーム世代の子供の年齢層に当たり、ここ数年わずかながら増加傾向にあることを踏まえると、現時点で少子化の影響は小さいと考えられます。

### 雇用環境の改善などが主因

一方、労働力の中心となる世代の25歳～44歳で転入超過が減少した背景には、有効求人倍率がすべての県で1倍を超えるなど、地方において雇用環境が改善したことが大きく影響していると考えられます。これまで地方から東京への人の流れは、東京の雇用情勢の影響を強く受けてきました。戦後ほぼ一貫して、東京の有効求人倍率は全国平均を上回って推移しており、東京の雇用吸収力が地方からの人口流出の多寡を左右してきました。現在もこうした構図に大きな変化はみられませんが、緩やかな景気回復の持続と人口減少によって全国的に人手不足傾向が強まり、地方でもより条件の良い求人が増加しています。このため、従来であれば東京など一部の大都市でしか求人がなかったような職種や専門性のある人達にとって、地方も暮らしの場の選択肢として捉えられるようになったと考えられます。

### 人口流出が深刻化した自治体も

一方、政府が主導する地方創生戦略については、十分な効果をあげているとはいえない状況です。現在、すべての自治体が地方創生戦略を策定し、若い世代の定住促進に取り組んでいますが、足元で

も東京圏の転入超過幅が高水準で維持されていることもあり、自治体ごとにみた人口動態は明暗が分かれました。具体的には、転出超過から転入超過に転じた自治体が138市町村ある一方、逆に転入超過から転出超過に転じた自治体も123市町村あり（いずれも東京圏の自治体を除く）、結果的には地方の自治体間で人口の奪い合いになってしまっているのです。

一部には人口を増やすことに多くの資金や労力を投入する地方自治体も散見されますが、東京圏が地方以上に人手不足の状態にあり、また、日本全体で若い世代が急速に減少している現状では、すべての自治体が若い世代の取り込みに成功するのは不可能です。若い世代の獲得に向けて各自自治体が競い合って補助金頼みの移住促進などを図っても、そこで彼らが担うべき付加価値の高い仕事を持続性のある形で提供出来なければ、その地で暮らし続けることは難しいでしょう。

### 持続的な雇用創出が鍵

今回の統計データが示すのは、若い世代が地域に定着するためには持続的な雇用や安定的な収入を得られる環境が不可欠であるということです。目先の移住者の多寡を競うのではなく、地域の民間企業や行政、地元教育機関が連携して、より付加価値の高い仕事を地域で生み出していくことが何よりも重要です。そのうえで、住環境の良さなど東京圏にはない長所を生かして、地域に長く暮らし続けられる環境づくりに、各自自治体がそれぞれ知恵を絞っていくことが望まれます。  
(藤波)

## ■ 拡大を続ける中国新エネルギー車市場

中国政府は国策として新エネルギー車（電気自動車およびプラグインハイブリッド車、燃料電池車が対象。以下、新エネ車）市場の拡大に注力しています。2018年からは完成車メーカーに対して一定数量の新エネ車の生産を義務付ける中国版ZEV（Zero Emission Vehicle）規制の導入が検討されており、日系を含む外資系完成車メーカー各社が新エネ車の現地生産に向けて急速にかじを切っています。もっとも、外資系完成車メーカーが中国で新エネ車を生産・販売するに当たっての課題は少なくなく、各社とも対応を迫られています。

### 中国新エネ車市場の動向

中国政府は自動車保有台数の急増につれて高まる原油の対外依存度抑制のほか、内燃機関の技術では外資系対比遅れをとっている地場系完成車メーカーの育成を企図し、国策として新エネ車市場の拡大に注力しています。2020年には新エネ車の年間販売台数を200万台、2030年には1,000万台へと引き上げていく計画を打ち出しています。

政府はこれまでも、地方当局に対して新エネ車の公用車および公共バスの購入を奨励しているほか、個人消費者に対しては購入補助金等の導入によりガソリン車とほぼ同価格での新エネ車購入を可能とし、需要促進を図っています。これらの政策効果により、2015年の新エネ車出荷台数は前年比4.4倍の33.1万台、2016年には50.7万台（バス等の商用車が

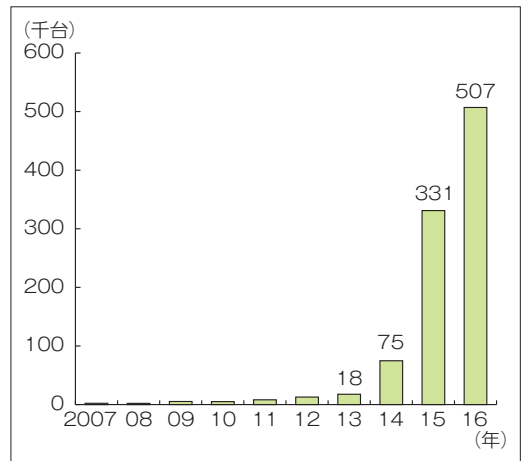
全体の3割程度、乗用車が7割程度）まで拡大しました。

さらに2018年からは完成車メーカーに対して一定数量の新エネ車の生産を義務付ける中国版ZEV規制の導入が検討されており、政策の後押しにより今後も中国が世界の新エネ車市場をけん引していくとみられます。

### 中国版ZEV規制の概要

中国版ZEV規制では、中国国内の乗用車年間生産台数5万台以上の完成車メーカーが対象とされ、2020年には生産台数の2.4%～6%を新エネ車とすることが義務付けられる見通しです。未達の場合は、他社から「クレジット」と呼ばれる権利を購入するか、罰金の支払いが求められます。現在の生産台数に鑑みれば、中国新エネ車市場ですでに9割以上のシェアを占める地場系完成車メーカーはク

図表 中国新エネ車出荷台数推移



(資料) 中国自動車工業協会

クレジットの販売収入を得られる一方、外資系完成車メーカーはクレジットの購入、または罰金の支払いが必要になります。

このため、地場完成車メーカーが収益獲得に向けて新エネ車市場に従来以上に注力することはもちろん、外資系完成車メーカーも費用負担を抑制・回避するために、中国現地での新エネ車生産を本格化することが見込まれます。実際、足元では外資系メーカー各社が現地生産に向けかじを切る動きも増えています。

### 外資系完成車メーカーの課題

もともと、そもそも新エネ車事業は車載用リチウムイオンバッテリー（以下、バッテリー）のコストが高く、黒字を確保する量産を実現することは容易ではないうえ、日系完成車メーカーが中国で新エネ車を生産・販売するに当たっては、①現状5割弱を官需が支える市場での安定的な販売台数の確保や、②中国での高品質なバッテリーの安定的な調達等の課題が指摘されます。

とくに、足元ではバッテリー関連政策が立て続けに打ち出されており、各社は対応を迫られています。

具体的には、中国政府が自国の産業保護の観点から、政府認定のバッテリーメーカー57社を選定し、認定メーカー製のバッテリーが搭載された新エネ車にのみ購入補助金を支給することを検討しています。現状、外資系バッテリーメーカーは政府認定を得られていないことか

ら、実質的な外資系バッテリーメーカーの締め出し策となる可能性があります。さらに、足元では政府認定バッテリーメーカーの条件として各社に対して8GWh（2014年時点の中国全体の生産能力に相当）の中国国内生産能力を求めることが検討されています。現時点でこの条件を満たすメーカーは中国系で1社のみであり、外資系バッテリーメーカーが選定されるためのハードルは一段と高くなる可能性があります。

このため、外資系完成車メーカーは既存の調達先である外資系バッテリーメーカーではなく、現状性能面で外資系との懸隔のある中国系からバッテリーの調達を新たに検討する必要がでてきています。

### 外資系完成車メーカーの今後の方向性

上記の課題を踏まえ、外資系完成車メーカー各社は、①新エネ車の量産実績を有する地場系新エネ車メーカーとの合弁設立、②リースやカーシェアリング等の新エネ車関連ビジネスの展開、等により販売台数の確保を図るほか、③新エネ車の主要部品であるバッテリーの安定的な調達に向けたバッテリーメーカーとの合弁設立、等の施策を模索していく可能性があります。

2018年からの導入が見込まれる中国版ZEV規制に向けて、かかる外資系完成車メーカーの取り組みは具体化していくとみられることから、各社の動向や関連サプライヤーへの影響が注目されます。

（木村）

# データ アイ タイの自動車市場の先行きをどうみるか

**タイの自動車市場が持ち直すとの見方が広がっています。**

近年、タイ経済は低迷が続いていましたが、それに伴って、国内自動車販売は、2016年まで4年連続で前年割れとなりました（図表1）。しかし、タイ工業連盟（FTI）の予測によれば、17年の国内自動車販売は前年比+4.1%の80万台に持ち直す見通しであるほか、日系自動車メーカー各社も、市場回復を見越した新車種の投入など積極的な動きをみせています。

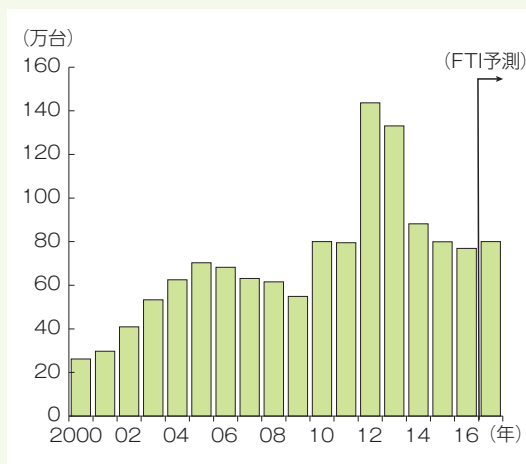
この背景には、先行きの景気回復に加え、買い替え

需要の顕在化が期待されていることを指摘出来ます。タイでは、11年9月から12年12月まで自動車購入奨励策「ファーストカーバイヤー制度」が実施されました。この制度では、初めて自家用車を購入する者に対して10万バーツを上限に物品税が還付された一方、制度利用者は購入時から5年間は転売など名義変更が禁止されました。足元でこの転売禁止期間が終了し始めているため、17年には買い替え需要が大幅に増加するのではないかと、その期待が膨らんでいるのです。

**しかし、買い替え需要は限定的にとどまる算が大きいと考えられます。**

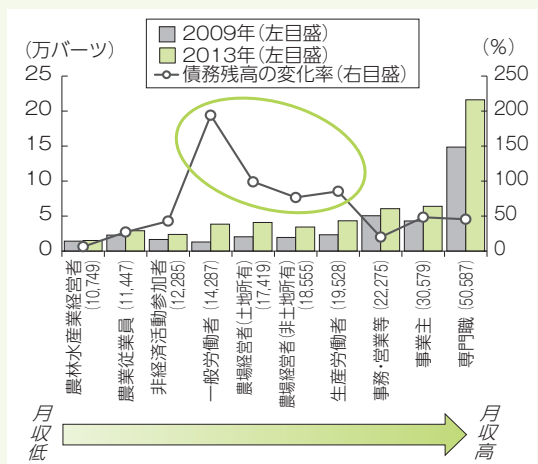
家計の債務残高をみると、比較的収入が低い一般労働者や生産労働者などの世帯が、「ファーストカーバイヤー制度」を利用した様子が看取出来ます（図表2）。このため、購入から5年経過した現在でも元本返済・金利支払い負担が重く、買い替えによるローンの追加負担が難しい債務者が多いとみられるほか、中古車の供給増加による転売価格下落から保有車の売却でローン返済を賄えない可能性も高いと考えられます。

図表1 自動車販売台数



(資料) タイ工業連盟 (FTI)

図表2 ファーストカーバイヤー制度前後の一世帯当たりの消費向け家計債務残高



(資料) タイ統計局「Household Socio-Economic Survey」  
 (注) カッコ内は15年の一世帯当たりの平均現金月収。

また、タイの家計債務残高は、対名目GDP比で81.0%（16年9月末）と、歴史的にみて高水準にあります（図表3）。これを踏まえれば、金融機関の個人向け貸し出し態度が大幅に緩和する見込みは小さいと考えられ、総じて、消費者は積極的な買い替えに踏み切りにくいとみられます。

**さらに、自動車の潜在需要などからみると、新規需要の拡大も期待薄と判断されます。**

タイの人口1,000人当たりの自動車保有台数と一人当たりGDPの関係をみると、所得水準の向上に連動して保有台数が増加してきました（図表4）。しかし、「ファーストカーバイヤー制度」の効果で押し上げら

れた12年以降は、保有台数がこれまでのトレンドから大きく上振れています。ちなみに、過去の経験則に基づけば、現在の保有台数に見合うためには、一人当たりGDPが16年の20.8万バーツから1割程度増加する必要があります。

**以上を勘案すれば、17年もタイの自動車販売は総じて厳しい環境が続くとみておくべきでしょう。**

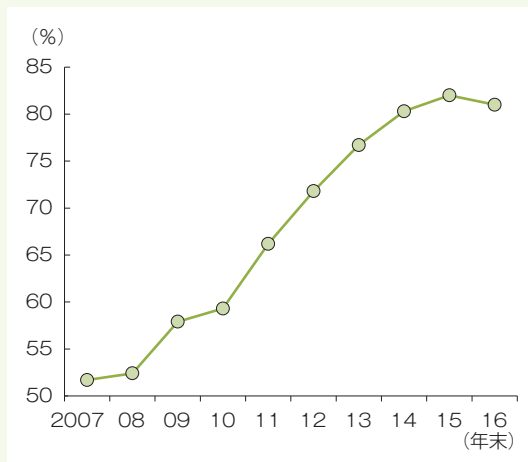
今後、タイの自動車市場が本格的な回復局面を迎えるためには、近隣ASEAN諸国に比べ、低位にとどまる経済成長率を引き上げ、所得環境を持続的に改善していくことが不可欠とみられます。

タイ政府は16年7月に「第12次国家経済社会開発

計画(2017～2021年)」を発表し、期間中の実質GDP成長率を年平均5～6%、21年の一人当たりGDPを8,200ドルという、過去5年間を大幅に上回る成長目標を掲げました。こうした目標を達成するべく、プラユット政権は、農村への給付金や中小企業支援などで経済の底上げを図っているほか、日系自動車産業などが集積する東部3県に新たな経済特区(東部経済回廊)を設定し、研究開発投資などへの投資優遇策を拡大することで産業構造の高度化を進めようとしています。

これらの成長戦略が奏功し、潜在成長率の上昇や国民所得の向上を実現出来るか否かが、注目されるところです。（塚田）

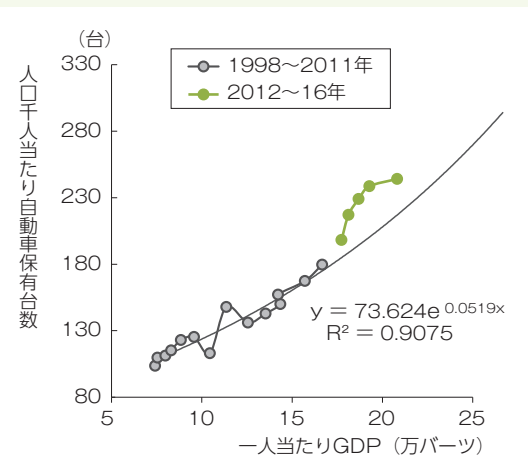
図表3 家計債務残高対名目GDP比



(資料) タイ中央銀行「Thailand's Macro Economic Indicators」

(注) 2016年は9月末の値。

図表4 一人当たりGDPと自動車保有台数



(資料) タイ統計局「Statistical Yearbook of Thailand」、IMF「World Economic Outlook 2016 October」、世界銀行「World Development Indicators」を基に日本総合研究所作成

(注) 16年の人口はIMF予測値。

# KEY INDICATORS

(2017年3月15日現在)

## ● 日 本 ●

(%)

	2015年度	2016年		2016年		2017年	
		7~9	10~12	11月	12月	1月	2月
鉱工業生産指数	(▲1.0)	〈1.3〉 (0.4)	〈2.0〉 (2.1)	〈1.5〉 (4.6)	〈0.7〉 (3.2)	〈▲0.4〉 (3.7)	
鉱工業出荷指数	(▲1.2)	〈0.7〉 (▲0.6)	〈3.3〉 (1.7)	〈1.0〉 (5.1)	〈▲0.4〉 (2.3)	〈0.3〉 (4.3)	
鉱工業在庫指数 (末)	(1.8)	〈▲2.6〉 (▲2.0)	〈▲3.1〉 (▲4.6)	〈▲1.6〉 (▲4.8)	〈0.6〉 (▲4.6)	〈▲0.1〉 (▲4.4)	
生産者製品在庫率指数	(2.7)	〈▲1.0〉 (0.3)	〈▲4.2〉 (▲3.9)	〈▲5.6〉 (▲6.7)	〈1.6〉 (▲5.8)	〈1.5〉 (▲4.4)	
稼働率指数 (2010年=100)	98.0	97.2	100.2	101.0	101.6	101.7	
第3次産業活動指数	(1.4)	〈0.3〉 (0.7)	〈▲0.1〉 (0.7)	〈0.3〉 (1.5)	〈▲0.3〉 (0.7)	〈0.0〉 (0.7)	
全産業活動指数 (除く農林水産業)	(0.9)	〈0.5〉 (0.7)	〈0.3〉 (1.0)	〈0.4〉 (2.2)	〈▲0.3〉 (1.2)		
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	(4.1)	〈5.5〉 (6.5)	〈0.3〉 (3.6)	〈▲2.8〉 (10.4)	〈2.1〉 (6.7)	〈▲3.2〉 (▲8.2)	
建設工事受注 (民間)	(7.9)	(▲3.5)	(16.7)	(21.6)	(8.9)	(18.6)	
公共工事請負金額	(▲3.8)	(6.8)	(▲4.5)	(▲5.7)	(5.3)	(7.1)	(10.4)
新設住宅着工戸数 (年率、万戸)	92.1 (4.6)	98.0 (7.1)	95.3 (7.9)	95.4 (6.7)	92.3 (3.9)	100.1 (12.8)	
百貨店売上高 全国	(1.8)	(▲3.4)	(▲2.5)	(▲2.4)	(▲1.7)	(▲1.2)	
チェーンストア売上高 東京	(5.0)	(▲2.6)	(▲2.1)	(▲1.4)	(▲1.0)	(▲1.5)	
完全失業率	3.3	3.1	3.0	3.1	3.1	3.0	
有効求人倍率	1.23	1.37	1.41	1.41	1.43	1.43	
現金給与総額 (5人以上)	(0.2)	(0.5)	(0.4)	(0.5)	(0.5)	(0.5)	
所定外労働時間 (//)	(▲1.3)	(▲1.5)	(▲1.2)	(▲0.9)	(▲1.8)	(▲0.2)	
常用雇用 (//)	(2.1)	(2.2)	(2.2)	(2.2)	(2.2)	(2.3)	
M2 (平残)	(3.6)	(3.4)	(3.9)	(3.9)	(4.0)	(4.0)	(4.2)
広義流動性 (平残)	(3.9)	(1.6)	(1.9)	(1.9)	(2.2)	(2.3)	(2.6)
経常収支 (兆円)	18.00	5.84	4.25	1.42	1.11	0.07	
前年差	9.28	0.97	0.80	0.31	0.17	▲0.52	
貿易収支 (兆円)	0.54	1.52	1.71	0.31	0.81	▲0.85	
前年差	7.13	1.87	1.61	0.62	0.61	▲0.42	
消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(0.0)	(▲0.5)	(▲0.3)	(▲0.4)	(▲0.2)	(0.1)	

(%)

	2015年度	2015年		2016年			
		7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12
業況判断DI 大企業・製造		12	12	6	6	6	10
非製造		25	25	22	19	18	18
中小企業・製造		0	0	▲4	▲5	▲3	1
非製造		3	5	4	0	1	2
売上高 (法人企業統計)	(▲1.1)	(0.1)	(▲2.7)	(▲3.3)	(▲3.5)	(▲1.5)	(2.0)
経常利益	(5.6)	(9.0)	(▲1.7)	(▲9.3)	(▲10.0)	(11.5)	(16.9)
実質GDP (2011年連鎖価格)	(1.3)	〈0.2〉 (2.1)	〈▲0.2〉 (1.1)	〈0.5〉 (0.4)	〈0.5〉 (0.9)	〈0.3〉 (1.1)	〈0.3〉 (1.6)
名目GDP	(2.8)	〈0.5〉 (3.9)	〈▲0.2〉 (2.6)	〈0.7〉 (1.3)	〈0.4〉 (1.3)	〈0.1〉 (1.0)	〈0.4〉 (1.6)

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 ●

	2016年	2016年			2016年	2017年	
		4～6	7～9	10～12	12月	1月	2月
鉱工業生産	(▲0.9)	〈▲0.2〉 (▲1.1)	〈0.4〉 (▲1.0)	〈0.1〉 (▲0.1)	〈0.6〉 (0.7)	〈▲0.3〉 (0.0)	
設備稼働率	75.4	75.2	75.5	75.4	75.6	75.3	
小売売上高	(3.0)	〈1.6〉 (2.7)	〈0.9〉 (2.6)	〈1.7〉 (4.2)	〈1.0〉 (4.4)	〈0.6〉 (6.0)	〈0.1〉 (5.7)
失業率 (除く軍人、%)	4.9	4.9	4.9	4.7	4.7	4.8	4.7
非農業就業者数 (千人) (前期差、前月差)	2,493	510	703	510	155	238	235
消費者物価指数	(1.3)	〈0.6〉 (1.0)	〈0.4〉 (1.1)	〈0.8〉 (1.8)	〈0.3〉 (2.1)	〈0.6〉 (2.5)	〈0.1〉 (2.7)

	2016年	2015年		2016年			
		7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12
実質GDP (連鎖ウェイト方式)	(1.6)	{2.0} (2.2)	{0.9} (1.9)	{0.8} (1.6)	{1.4} (1.3)	{3.5} (1.7)	{1.9} (1.9)
経常収支 (億ドル、年率) 名目GDP比		▲4,924 ▲2.7	▲4,536 ▲2.5	▲5,274 ▲2.9	▲4,731 ▲2.6	▲4,518 ▲2.4	

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
2015年	2.6	0.7	2.4	1.9	2.9	5.0	4.9	5.9	6.9
2016年	2.7	1.5	1.9	2.0	3.2	4.2	5.0	6.8	6.7
2015年7～9月	2.8	▲0.7	2.3	2.1	3.0	4.7	4.8	6.2	6.9
10～12月	3.1	▲0.8	1.9	1.3	2.7	4.5	5.2	6.5	6.8
2016年1～3月	2.8	▲0.2	1.0	1.9	3.1	4.2	4.9	6.8	6.7
4～6月	3.3	1.1	1.7	1.9	3.6	4.0	5.2	7.0	6.7
7～9月	2.6	2.1	2.0	1.2	3.2	4.3	5.0	7.0	6.7
10～12月	2.3	2.9	3.1	2.9	3.0	4.5	4.9	6.6	6.8

### 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
2015年	90,258	48,124	▲57,078	49,815	11,699	23,158	7,671	▲12,240	593,904
2016年	89,233	49,753	▲54,421	46,192	20,659	21,059	8,837	▲24,521	510,731
2015年12月	6,918	4,147	▲5,897	4,073	1,487	1,953	▲160	▲1,586	59,631
2016年1月	4,939	3,540	▲2,247	4,182	238	1,243	14	▲2,638	56,811
2月	6,761	4,169	▲4,259	1,027	4,986	1,760	1,136	▲1,104	28,127
3月	9,658	4,532	▲6,060	3,758	2,966	2,754	508	▲1,747	24,881
4月	8,693	4,791	▲4,001	4,845	721	2,324	662	▲2,306	39,765
5月	6,708	3,514	▲3,378	4,370	1,537	813	374	▲2,021	44,777
6月	11,319	3,565	▲5,874	3,868	1,965	1,353	879	▲2,098	45,290
7月	7,510	3,677	▲4,294	4,630	843	475	514	▲2,058	48,316
8月	5,021	3,994	▲4,138	3,785	2,128	2,115	363	▲1,952	49,948
9月	6,858	4,377	▲5,119	5,098	2,546	1,841	1,271	▲1,890	40,627
10月	6,933	4,428	▲4,799	4,128	248	2,338	1,235	▲1,983	48,284
11月	8,068	4,309	▲4,390	3,124	1,543	2,087	834	▲2,566	43,196
12月	6,765	4,859	▲5,862	3,377	938	1,956	1,046	▲2,158	40,708
2017年1月	2,811	3,495	▲1,592	2,544	826	1,058	1,396	▲2,314	51,343
2月	7,223	3,360							▲9,148



SMBC

SUMITOMO  
MITSUI  
BANKING  
CORPORATION

マンスリーレビュー 2017年4月号

発行日 2017年4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