

マンスリー・レビュー

2020.4



三井住友銀行

企画
編集 日本総合研究所

CONTENTS

視点	スタートアップとの連携を成功させるために 日本総合研究所 調査部 岩崎薫里 …	1
経済トピックス	リフォーム市場の現状と課題 日本総合研究所 調査部 高川純一 …	2
社会トピックス	ガバナンス・コードの策定で期待されるDXの本格的展開 日本総合研究所 調査部 藤田哲雄 …	4
アジアトピックス	ミャンマー経済の課題 日本総合研究所 調査部 塚田雄太 …	6
KEY INDICATORS	8

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。

スタートアップとの連携を成功させるために

近年、大企業を中心にスタートアップ（ベンチャー企業）と連携する動きが活発化しています。その多くは、スタートアップとの業務提携や出資・買収を通じて、自社にない新しいアイデアや革新的な技術を自社の資源と融合させてイノベーションを創出し、自社で抱える課題を解決することが主な目的です。また、スタートアップのもつ柔軟性や機動性を自社のなかに取り込むことも期待されています。

もっとも、スタートアップと連携したものの、期待通りの成果を得られていない企業は少なくありません。企業がスタートアップとの連携を成功させるには何が必要でしょうか。これには主に以下の3点が挙げられます。

第1に、スタートアップに対する目利き力の向上です。玉石混交のスタートアップのなかから有望なところを探し出すためには、様々なルートを通じて多くのスタートアップに接するとともに、実際に連携の経験を積んでいくしかありません。これには一定の時間を要します。

第2に、連携目的の明確化です。企業のなかには、スタートアップとの連携を優先し、具体的な成果をいかに追求していくかについては深い検討がなされていないような、まず連携ありきのところもあります。しかし、本来の出発点は、連携ではなく自社の課題です。自社の課題を洗い出して解決方法を検討し、その結果、スタートアップの能力や資源が必要との判断があって初めて連携に乗り出すべきです。解決したい課題が明確であれば、連携するスタートアップに求める要件も明確になります。

第3に、スタートアップへの理解の向上です。スタートアップは企業風土から業務の進め方まで、多くの点で既存企業と異なります。意思決定に時間をかける、詳細な計画書の作成を求める、といった大企業でみられがちな業務の進め方を強いることはスタートアップにとって負担が重く、その強みを失わせることにもなりかねません。連携を目指す企業は、スタートアップを理解したうえで、自社が譲れる点と譲れない点をしゅん別し、譲れる点についてはスタートアップに大きく歩み寄ることが重要です。

このようにみると、既存企業がスタートアップと連携するのは決して容易ではありません。これは日本に限らず、連携が定着しているはずの米国においてもしばしばみられることです。しかし、スタートアップとの連携に成功することで得られるメリットは大きく、有効な課題解決の手法として検討する価値は大いにあるといえましょう。

（岩崎）

■ リフォーム市場の現状と課題

わが国の住宅市場では、新築住宅への需要がすう勢的な減少に向かうなか、既存住宅のリフォーム需要への期待が高まっています。政府においても、リフォームの市場規模を2013年の7兆円から、2025年には12兆円へ拡大させることを目標に掲げ、政策対応を本格化させています。そこで、以下では拡大への機運が高まるリフォーム市場について、現状を整理したうえで、先行きを展望しました。

リフォーム需要は伸び悩み

住宅リフォームの受注額は、2014年4月の消費増税前の駆け込み需要とその後反動減などもありながら、2016年度までは増加傾向が続いていました(図表1)。しかし、その後は足元にかけておおむね横ばいでの推移となっています。

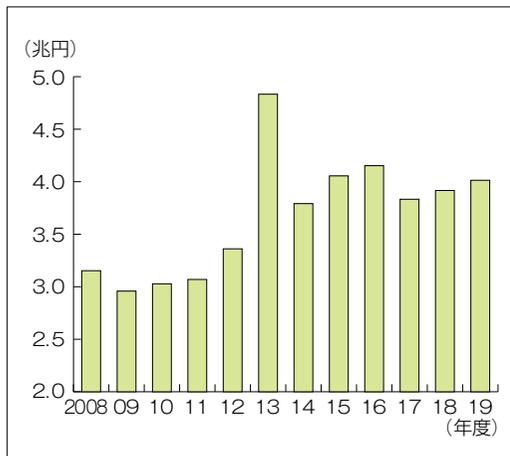
このように近年、受注額が伸び悩んで

いる背景として、まず、政策効果のはく落が挙げられます。2015年10月には省エネ住宅ポイント制度が終了したほか、太陽光発電の売電単価も、2013年以降継続的に減額されています。これにより、省エネを目的としたリフォーム需要は落ち込み、工事件数は、2015年度から2018年度にかけて半減しました。

次に、リフォームの中心層である世帯主が50～60歳代の世帯数の減少が指摘出来ます。リフォームの施主を年齢別にみると、同年代が全体の65%を占めています。これは、住宅ローンの完済や退職金の受け取りなどがリフォームの契機となるためです。同年代の世帯数は、団塊世代の高齢化により、2014年から2018年までの4年間で66万世帯減少したと推計されます。

しかし、そうしたなかにあつて、実はリフォームの本筋ともいえる老朽化を理由とするものは好調に推移しています。国土交通省のリフォーム・リニューアル統計によると、更新・修繕を目的としたリフォーム件数は、2013年度から2018年度までの5年間で4割増加しました。この背景として、中古住宅取引の活性化が挙げられます。近年、中古物件の取引件数は首都圏を中心に増加しており、また、取引される物件の築年数も上昇傾向にあります。技術や素材の向上により、築年数が長い中古物件であっても、リフォームすることで新築よりも安く、新築に近い住環境を得ることが可能となってきたためと考えられます。

図表1 住宅リフォーム受注額



(資料) 国土交通省「リフォーム・リニューアル統計」
 (注) 2019年度は2018年度下期と2019年度上期の合計。

市場は再び拡大へ

先行きを展望すると、以下の二つの理由から、住宅リフォームの受注額は再び拡大する見通しです。

第1に、新築に比べて割安感がある中古住宅への需要は強い状況が続くと見込まれることです。新築市場の動向をみると、首都圏マンションの平均価格は、景気後退局面にあった2012年以降上昇傾向が続き、2019年には12年対比+32%の5,980万円まで高まっています。マンション用地取得が困難で、建設作業員の人手不足に伴い人件費も上昇していることから、新築価格は当面下がりにくい状況が続くと見込まれます。一方で、既存のマンションは、約3分の1の戸数が、売買が積極化するとされる築20年を超えることなどもあり、割安な中古物件に住宅購入の希望者が向かい、更新・修繕の

リフォーム需要を押し上げると考えられます。

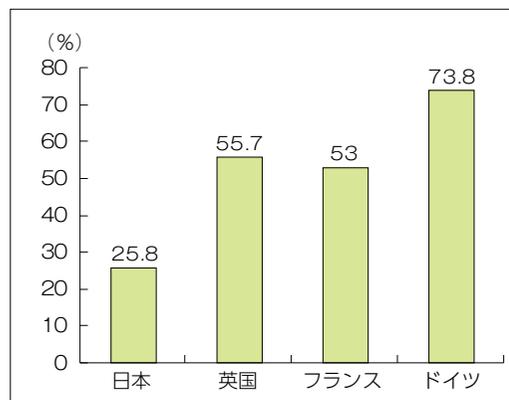
第2に、リフォームの中心層である50～60歳代世帯数が、再び増加に転じると見込まれることです。国立社会保障・人口問題研究所の将来推計によれば、同年代の世帯数は、2021年に増加に転じ、その後2030年までに140万世帯増加する見通しです。これは、人口ボリュームが大きい団塊ジュニア世代が2021年以降、順次50歳代になることが主因です。これらの世帯が、自宅の修繕やバリアフリー化などのリフォームを行うことで、市場の拡大が期待されます。

市場の透明性確保が重要

もともと、リフォーム市場が拡大していくには課題もあります。住宅リフォーム推進協議会が実施した2018年の調査によれば、リフォームを検討している人のうち、9割の人が工事に対し何らかの不安を抱えており、なかでも、「適正価格がわからない」(39.9%)、「施工が適切に行われるか不安」(33.1%)という意見が高い割合を占めています。こうした問題は、欧米諸国の2分の1から3分の1の規模にとどまるわが国のリフォーム市場を大きく拡大させていくために、クリアしなければならないハードルです(図表2)。

リフォームに対する潜在的な需要を着実に掘り起こし、市場のさらなる拡大を確実にするため、顧客が抱える不安への適切な対処や、それを支援する制度面の整備など、関係業界や政府の一層の取り組みが期待されます。(高川)

図表2 住宅投資に占めるリフォーム投資の割合



(資料) 内閣府「国民経済計算」、住宅リフォーム紛争処理支援センター「住宅リフォームの市場規模」、EUROCONSTRUCT資料を基に日本総合研究所作成
(注) 日本は2018年、英国・フランス・ドイツは2012年。

■ ガバナンス・コードの策定で期待されるDXの本格的展開

わが国では政府が掲げるSociety5.0のビジョンのもと、デジタル技術の活用で社会や人々の生活をより良く変えていくデジタル・トランスフォーメーション（以下、DX）の必要性が示されて数年が経過していますが、企業におけるDXの取り組みは欧米に比べて遅れているといわれます。こうしたなか、政府は昨年11月に「情報処理の促進に関する法律」を改正し、企業のDXを促進する枠組みを整えました。本稿では、わが国企業のDXの取り組み状況を確認するとともに、今般の法改正を受けて近く策定されるデジタルガバナンス・コードについて整理しました。

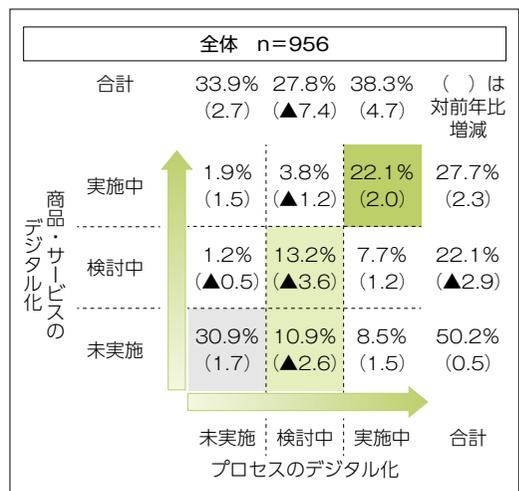
わが国企業のDXの取り組み状況

デジタル技術の急速な発展に伴い、今後、あらゆる産業活動、国民生活は、リアルタイムに情報やデータが活用・共有されるデジタル社会へと変ぼうしていくと考えられています。そのようなデジタル社会においては、データやデジタル技術を活用した新たなビジネスモデルが誕生し、イノベーションの源泉となることが期待されています。実際、米国や中国の大手IT企業においては、取引の場となるプラットフォームを形成し、利用者にとって最適なサービス・商品を提供しています。一方、多くの日本企業では、事業基盤となるITシステムが技術的に陳腐化し、その保守コストが増大することによって、データやデジタル技術を活用した経営の足かせとなるリスク（2025年の崖）が、経済産業省が2018年9月に発表した「DXレポート」で指摘されています。

デジタル競争が世界的に激化するなか

で、わが国企業の競争力を強化するために、DXの推進は喫緊の課題となっています。一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会（JUAS）の企業IT動向調査によれば、わが国では7割の企業がデジタル化に取り組んでいるものの、「プロセスのデジタル化（業務プロセスの変革・自動化、状態の見える化、データ活用）」が「商品・サービスのデジタル化（ビジネス自体の変革や商品・サービスの創造）」に先行しており、DXが本格的に展開される状況には至っていません（図表1）。また、企業規模別にみても、プロセスのデジタル化、商品・サービスのデジタル化の双方に取り組む企業が売上高1兆円以上の企業では66.7%であるのに対し、売上高100億円未満の企業では15.4%と、取り組み状況の差が鮮明となっています。

図表1 ビジネスのデジタル化への取り組み状況



(資料) JUAS「企業IT動向調査2020」(2020年2月、速報値)

DXを加速するために何が必要か

JUASの同調査（2019年版）においては、わが国でDXが比較的進ちよくしている企業では、①経営層のリーダーシップ、②部門横断プロジェクトの設置、③スモールスタートでの成功体験、などが成功要因として認識されている一方で、①アイデア創出が進まない、②リソース不足、③投資判断・効果の見極めが困難、といった課題も指摘されています。

こうした状況を打破し、わが国企業においてDXを本格的に展開するためには、企業がデジタル化を単なる効率化手段と考えるのではなく、デジタルを主軸として企業戦略を具現化するパラダイムへと転換することが必要です。このためには、デジタル戦略と経営戦略との融合、旧来の体制やシステムといったレガシーを刷新する中長期的なITシステム投資計画、人材政策や企業文化の見直しに加えて、経営者のリーダーシップが必要です。このような背景から、今回の法改正では、企業経営における戦略的なシステム利用のあり方を提示する指針（デジタルガバナンス・コード）を政府が策定し、上記指針を踏まえた優良な取り組みを行う企業を認定する仕組みを整えることとなりました。

デジタルガバナンス・コードに期待される役割

デジタルガバナンス・コードは、コーポレートガバナンスの一環として、ステークホルダーとの対話（共有）を担うものと位置づけられます。東京証券取引所が定めるコーポレートガバナンス・コー

ドと違って、デジタルガバナンス・コードは非上場企業や中小企業にも適用されます。2019年9月に経済産業省の「デジタルガバナンスに関する検討会」で取りまとめられた内容をもとに策定作業が進んでおり、2020年度中に導入が予定されています。その内容案は大きく四つの部分から構成され、①デジタル変革を踏まえたビジョン・ビジネスモデルの構築、②それを実現するための戦略、③指標に基づく成果の自己評価、④経営陣や取締役会によるガバナンスの確保、が柱となります（図表2）。加えて、上記指針を踏まえた優良な取り組みを行う企業を認定する制度「DX格付け」も導入される予定です。

デジタルガバナンス・コードには強制力はありませんが、政府が策定した企業行動指針であるため、企業評価の重要な要素として活用され、その結果としてわが国でDXが本格的に展開していくことが期待されています。（藤田）

図表2 デジタルガバナンス・コードの構成（案）

1	デジタル変革を踏まえたビジョン・ビジネスモデルの構築・共有
2	デジタル変革を踏まえた戦略の構築・共有
	① 組織づくりに関する方策の構築・共有
	② ITシステム・デジタル技術活用環境の構築に関する方策の構築・共有
3	成果と重要な成果指標の共有
4	経営陣や取締役会によるガバナンスの確保

（資料）経済産業省「第1回 Society 5.0 時代のデジタル・ガバナンス検討会 事務局説明資料」（2020年1月）

■ ミャンマー経済の課題

2011年に軍事政権から民政に移って以降、ミャンマーは経済発展に対する内外からの高い期待を集めました。近年の足取りをみると、必ずしもそうした期待に応えるものとはなっていません。そこで以下では、ミャンマー経済に関心が高まった背景と、高成長が実現出来なかった要因を整理したうえで、今後を展望しました。

高い潜在力と対外関係の改善

ミャンマー経済が注目される背景として、以下の2点を指摘することが出来ます。

第1に、元来備えている高いポテンシャルです。ミャンマーの人口は2019年時点で5,400万人であり、2050年代には6,200万人を超える見込みです。経済発展とともに消費に積極的とされる中間層が台頭してくれば、ミャンマーは多くのビジネスチャンスを内包した魅力的な市場となる素地があります。また、地理的にも、ミャンマーは北と西で中国、インドという大国に接するなどアジアにおける貿易の要衝に位置しています。

第2に、対外関係の改善です。かつての軍事政権下では国民の政治活動を武力で弾圧するなど非民主的な政治運営が目立った結果、欧米諸国はミャンマーに対して経済制裁を課し、これが経済発展の大きな阻害要因となってきました。2011年の民政移管後、これらの経済制裁が徐々に解除に向かったことで、ミャンマー経済が本格的に花開くとの期待が国内外で強まりました。

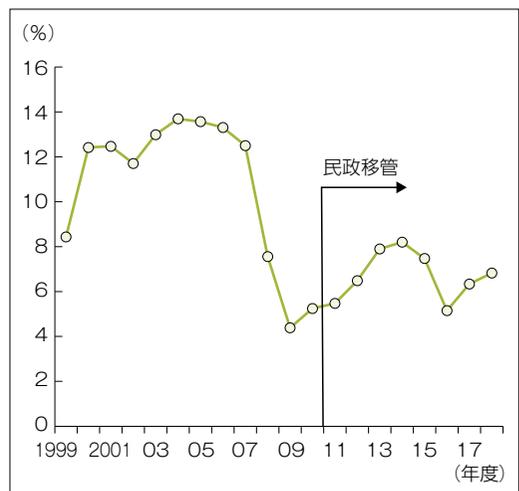
外資誘致環境の未整備が足かせ

しかし、これまでのところ、ミャンマー経済はそうした期待に応えるパフォーマンスを示すには至っていません。実際、実質GDP成長率は、民政移管後、伸び悩みが続いています（図表1）。

ミャンマー経済が期待通りに発展出来なかった要因をベトナムとの比較のもとに考察してみましょう。

ベトナムは、1990年頃までミャンマーと同程度の所得水準でしたが、その後、順調な経済発展を遂げ、足元では、一人当たりGDPが、自動車や耐久消費財が急速に普及する目安とされる3,000ドル前後に達したとみられています。ベトナム経済の発展のきっかけとなったのが、1980年代後半に開始された改革開放政策「ドイモイ」でした。ベトナム政府はそのなかで、

図表1 ミャンマーの実質GDP成長率



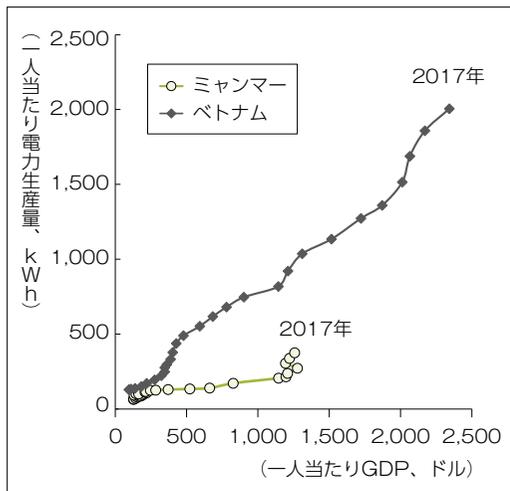
(資料) IMF [World Economic Outlook 2019 October]

外資受け入れ環境の整備に多大な労力を注ぎ、それが現在まで続く輸出志向型製造業の発展と高成長につながりました。

一方、ミャンマーも、民政移管後は、外資誘致に取り組んできました。しかし、2016年のアウンサン・スーチー政権発足後は、憲法改正など政治体制の整備を優先して、経済改革が後順位におかれたこともあり、周辺国との比較でみて外資受け入れ環境はいまだ十分とはいえません。とりわけ、以下の3点が問題視されています。

第1は、インフラの未整備です。とくに、製造業に不可欠な電力供給能力の不足が深刻です。2017年時点でも、ミャンマーの電力生産能力は所得水準が同程度の時のベトナムの4割程度しかありません(図

図表2 ミャンマーとベトナムの一人当たりGDPと一人当たり電力生産量



(資料) ADB [Key Indicators for Asia and the Pacific 2010, 2018]、国連 [National Account Main Aggregate]

(注) プロット期間は1990～2017年。

表2)。電力不足は年々深刻さを増しつつあり、2019年の夏には、最大都市ヤンゴンでも輪番停電が実施されました。

第2は、不透明な外国為替市場です。2013年の為替市場改革まで、ミャンマーでは公定レートと闇レートが併存しており、民間企業は事実上、不安定な闇レートを使用せざるを得ませんでした。その後の為替市場改革で、名目上は変動相場制への移行と市場レートの統合が実現されましたが、実態は十分に機能しておらず、現在も中央銀行の発表する公定レートは闇レートを追認しているに過ぎないとの指摘も多いのが実情です。

第3が、非効率・不透明な行政機能です。なかでも大きな問題なのが、汚職のまん延です。現政権は汚職撲滅を優先課題に掲げているにもかかわらず、国際NGO「Transparency International」の「汚職指数2019年版」によると、ミャンマーは世界180カ国中130位という低順位にとどまっています。

期待される投資環境の改善

ミャンマーでは、本年11月に、総選挙が実施される予定です。現地報道によれば、現在のところ、スーチー氏率いる与党・国民民主連盟(NLD)が優勢とされていますが、選挙結果のいかにかわらず、ミャンマー経済が飛躍を遂げるためには、次期政権が外資誘致に向けた経済構造改革を着実に進めていくことが出来るか否かが、大きなカギとなりましょう。(塚田)

KEY INDICATORS

(2020年3月13日現在)

● 日 本 ●

(%)

	2018年度	2019年		2019年		2020年	
		7~9	10~12	11月	12月	1月	2月
鉱工業生産指数	(0.3)	〈▲0.5〉 (▲0.8)	〈▲4.1〉 (▲6.3)	〈▲1.0〉 (▲8.2)	〈1.2〉 (▲3.1)	〈0.8〉 (▲2.5)	
鉱工業出荷指数	(0.2)	〈▲0.1〉 (▲0.1)	〈▲4.9〉 (▲6.1)	〈▲1.7〉 (▲7.7)	〈0.3〉 (▲3.4)	〈0.2〉 (▲3.7)	
鉱工業在庫指数 (末)	(0.2)	〈▲1.7〉 (0.9)	〈1.3〉 (1.3)	〈▲0.9〉 (1.6)	〈0.9〉 (1.3)	〈1.5〉 (3.8)	
生産者製品在庫率指数	(3.0)	〈1.8〉 (3.8)	〈6.1〉 (9.3)	〈2.2〉 (12.2)	〈0.8〉 (6.1)	〈▲1.5〉 (9.6)	
稼働率指数 (2015年=100)	102.5	100.6	95.5	95.5	95.1		
第3次産業活動指数	(1.1)	〈0.9〉 (2.1)	〈▲2.9〉 (▲1.8)	〈1.3〉 (▲1.3)	〈▲0.3〉 (▲1.0)	〈0.8〉 (▲1.1)	
全産業活動指数 (除く農林水産業)	(0.8)	〈0.5〉 (1.3)	〈▲3.1〉 (▲2.7)	〈0.9〉 (▲2.8)	〈0.0〉 (▲1.4)		
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	(2.8)	〈▲3.5〉 (▲2.7)	〈▲2.1〉 (▲1.5)	〈18.0〉 (5.3)	〈▲12.5〉 (▲3.5)		
建設工事受注 (民間)	(14.5)	〈▲3.9〉 (12.2)	(5.7)	〈▲16.1〉 (11.3)	(14.7)	〈▲15.9〉 (9.6)	(▲5.4)
公共工事請負金額	(1.1)	(12.2)	(4.4)	(11.3)	(▲3.6)	(9.6)	
新設住宅着工戸数 (年率、万戸)	95.3 (0.7)	90.6 (▲5.4)	86.5 (▲9.4)	84.8 (▲12.7)	85.2 (▲7.9)	81.3 (▲10.1)	
百貨店売上高 全国	(▲0.9)	(6.8)	(▲8.8)	(▲6.0)	(▲5.0)	(▲3.1)	
チェーンストア売上高 東京	(0.4)	(7.0)	(▲8.1)	(▲4.7)	(▲3.2)	(▲2.4)	
完全失業率	2.4	2.3	2.3	2.2	2.2	2.4	
有効求人倍率	1.62	1.58	1.57	1.57	1.57	1.49	
現金給与総額 (5人以上)	(0.9)	〈▲0.3〉 (▲0.3)	〈▲0.1〉 (▲0.1)	(0.1)	〈▲0.2〉 (▲0.2)	(1.5)	
所定外労働時間 (//)	〈▲1.7〉 (▲1.7)	〈▲1.0〉 (▲1.0)	〈▲2.4〉 (▲2.4)	〈▲2.7〉 (▲2.7)	〈▲2.7〉 (▲2.7)	〈▲2.9〉 (▲2.9)	
常用雇用 (//)	(1.2)	(2.0)	(2.2)	(2.3)	(2.1)	(1.9)	
M2 (平残)	(2.7)	(2.4)	(2.6)	(2.7)	(2.7)	(2.8)	(3.0)
広義流動性 (平残)	(1.9)	(1.7)	(2.3)	(2.4)	(2.6)	(2.7)	(2.7)
経常収支 (兆円)	19.24	5.76	3.78	1.44	0.52	0.61	
前年差	▲2.93	0.07	1.18	0.62	0.06	0.04	
貿易収支 (兆円)	0.70	▲0.03	0.37	▲0.00	0.12	▲0.99	
前年差	▲3.84	▲0.09	1.01	0.54	▲0.10	▲0.02	
消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(0.8)	(0.5)	(0.6)	(0.5)	(0.7)	(0.8)	

(%)

	2018年度	2018年		2019年			
		7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12
業況判断DI 大企業・製造		19	19	12	7	5	0
非製造		22	24	21	23	21	20
中小企業・製造		14	14	6	▲1	▲4	▲9
非製造		10	11	12	10	10	7
売上高 (法人企業統計)	(▲0.6)	(6.0)	(3.7)	(3.0)	(0.4)	(▲2.6)	(▲6.4)
経常利益	(0.4)	(2.2)	(▲7.0)	(10.3)	(▲12.0)	(▲5.3)	(▲4.6)
実質GDP (2011年連鎖価格)	(0.3)	〈▲0.8〉 (▲0.3)	〈0.6〉 (▲0.3)	〈0.5〉 (0.8)	〈0.6〉 (0.9)	〈0.0〉 (1.7)	〈▲1.8〉 (▲0.7)
名目GDP	(0.1)	〈▲0.7〉 (▲0.6)	〈0.2〉 (▲0.9)	〈1.1〉 (0.9)	〈0.6〉 (1.3)	〈0.4〉 (2.3)	〈▲1.5〉 (0.5)

注：〈 〉内は季節調整済み前期比、()内は前年(同期(月))比。

● 米 国 ●

	2019年	2019年			2019年	2020年	
		4～6	7～9	10～12	12月	1月	2月
鉱工業生産	(0.8)	〈▲0.6〉 (1.2)	(0.3) (0.2)	〈0.0〉 (▲0.7)	〈▲0.4〉 (▲0.9)	〈▲0.3〉 (▲0.8)	
設備稼働率	77.8	77.8	77.6	77.2	77.1	76.8	
小売売上高	(3.5)	〈1.8〉 (3.4)	〈1.4〉 (4.0)	〈0.4〉 (4.0)	〈0.2〉 (5.5)	〈0.3〉 (4.4)	
失業率 (除く軍人、%)	3.7	3.6	3.6	3.5	3.5	3.6	3.5
非農業就業者数 (千人) (前期差、前月差)	2,041	425	551	616	184	273	273
消費者物価指数	(1.8)	〈0.7〉 (1.8)	〈0.5〉 (1.8)	〈0.6〉 (2.0)	〈0.2〉 (2.3)	〈0.1〉 (2.5)	〈0.1〉 (2.3)

	2019年	2018年		2019年			
		7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12
実質GDP (連鎖ウエート方式)	(2.3)	{2.9} (3.1)	{1.1} (2.5)	{3.1} (2.7)	{2.0} (2.3)	{2.1} (2.1)	{2.1} (2.3)
経常収支 (億ドル、年率) 名目GDP比		▲5,030 ▲2.4	▲5,757 ▲2.8	▲5,448 ▲2.6	▲5,008 ▲2.3	▲4,964 ▲2.3	

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
2018年	2.7	2.7	2.9	3.4	4.2	4.7	5.2	6.2	6.7
2019年	2.0	2.7	▲1.2	0.7	2.4	4.3	5.0	5.9	6.1
2018年7～9月	2.1	2.5	2.6	3.0	3.2	4.4	5.2	6.0	6.7
10～12月	2.9	2.0	1.1	1.3	3.8	4.7	5.2	6.3	6.5
2019年1～3月	1.7	1.8	0.7	1.1	2.9	4.5	5.1	5.6	6.4
4～6月	2.0	2.6	0.4	0.2	2.4	4.9	5.1	5.5	6.2
7～9月	2.0	3.0	▲2.8	0.7	2.6	4.4	5.0	6.0	6.0
10～12月	2.3	3.3	▲2.9	0.8	1.6	3.6	5.0	6.4	6.0

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
2018年	69,657	49,216	▲71,726	41,255	4,756	30,720	▲8,699	▲43,533	350,947
2019年	38,890	43,500	▲54,172	31,364	9,605	33,177	▲3,230	▲37,041	421,932
2018年12月	4,182	4,671	▲6,554	676	1,303	2,630	▲1,075	▲4,170	56,800
2019年1月	1,016	894	▲1,313	2,196	▲3,999	2,797	▲1,064	▲3,920	38,412
2月	2,830	5,056	▲6,223	2,798	4,111	2,713	330	▲2,744	3,039
3月	5,011	3,091	▲7,547	2,874	2,103	3,528	671	▲3,100	31,463
4月	3,734	2,702	▲4,473	2,097	▲1,339	2,628	▲2,286	▲3,469	13,082
5月	2,084	4,469	▲4,423	2,914	330	2,178	219	▲3,298	41,260
6月	3,904	3,822	▲7,052	1,794	3,309	2,527	297	▲2,370	49,590
7月	2,316	3,608	▲4,118	2,468	110	3,463	▲64	▲3,393	44,084
8月	1,563	6,012	▲3,577	3,005	2,053	2,603	112	▲2,679	34,609
9月	5,888	3,129	▲4,038	2,932	1,275	1,998	▲164	▲3,035	39,017
10月	5,252	3,928	▲3,901	3,317	507	4,138	173	▲3,240	42,547
11月	3,312	4,283	▲3,343	2,401	549	1,591	▲1,393	▲3,323	37,618
12月	1,981	2,508	▲4,164	2,568	596	3,013	▲62	▲2,469	47,210
2020年1月	462	3,458	▲3,936	716	▲1,556	2,942	▲864	▲3,499	
2月	4,115	3,303							▲7,096

注：2020年2月の中国は1～2月の累計値。



SMBC

SUMITOMO
MITSUI
BANKING
CORPORATION

マンスリー・レビュー 2020年4月号

発行日 2020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