

マンスリー・レビュー

2021.5



三井住友銀行

企画
編集 日本総合研究所

CONTENTS

| | | |
|----------------|---|---|
| 視点 | ウィズコロナの人口減少社会で求められる設備投資 日本総合研究所 調査部 安井洋輔 … | 1 |
| 経済トピックス① | 低迷からの脱却が期待される高齢者の消費 日本総合研究所 調査部 下田裕介 … | 2 |
| 経済トピックス② | 新型コロナ禍でも堅調な製造業 日本総合研究所 調査部 成瀬道紀 … | 4 |
| アジアトピックス | 全人代で示された中国の中期経済計画 日本総合研究所 調査部 佐野淳也 … | 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。

ご利用に際しましては、お客さまの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。本誌の情報に基づき起因してご閲覧者様および第三者に損害が発生したとしても執筆者、執筆にあたっての取材先、弊行および弊社は一切責任を負わないものとします。

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。

ウィズコロナの人口減少社会で求められる設備投資

わが国では少子高齢化・人口減少が進行するなか、いかに経済成長率を維持していくかが従前からの課題でした。加えて、昨年からの新型コロナウイルスの感染拡大を契機にデジタル化が進むなど、経済・社会構造も大きく変化し始めています。こうした状況下、企業の成長確保に向けて望まれる設備投資とはどのようなものでしょうか。

第1に、ソフトウェア投資です。今後ますます働き手が減ると見込まれるなか、わが国が経済成長率を維持していくためには、一人当たりの生産性を高めていくことが不可欠です。単純・定型的な仕事はAIやロボットに任せ、貴重な人材には人間ならではの付加価値を生み出す仕事に従事してもらう必要があります。もっとも、IT分野における技術革新が急速なペースで進展するなか、米国におけるソフトウェア投資は、2012年から2019年にかけて65%増加したのに対し、わが国では+4%とほとんど増えていないのが実情です。

また、コロナ禍においてソフトウェアの活用が売り上げ確保に有効であることも分かってきました。感染防止のため非対面・非接触が求められるなか、事業のオンライン化による販売手段の多様化や、テレワーク導入による業務の継続が可能になるためです。実際、上場企業を対象とした分析では、同一業種内で、ソフトウェア装備率（従業員一人当たりのソフトウェア資産）が高い企業ほど、コロナ禍においても売り上げの落ち込みが小さい傾向が看取されます。

第2に、新しい製品・サービスを生み出すためのR&D投資です。わが国企業の投資は、これまで結果として既存製品・サービスの品質を高める「品質向上型R&D投資」に偏っており、「創造型R&D投資」は米国などに比べて見劣りしています。しかし、人口減少下においては、品質向上型R&D投資だけでは、業績を向上させることが難しくなっています。例えば、テレビ、洗濯機といった、すでに大半の世帯にある耐久消費財については、世帯人数や住居の広さが変わらない限り、それらの品質がどんなに向上しても、世帯で新たに2台、3台と保有数を増やしていくことは考えにくいことです。これに対して、創造型R&D投資は人口減少の影響を受けにくい特徴があります。消費者の潜在的なニーズをつかむ新たな製品・サービスを生み出せば、広く普及するまでは世帯数に制約を受けずに売り上げを増やすことが出来ます。過去10年ほどの間で、独創的な新製品・サービスを提供したわが国企業の割合は他のG7諸国の半分程度との調査結果もあり、こうした状況を変えていく必要があります。

国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、わが国の世帯数は2025年以降減少に転じる見通しです。ウィズコロナと本格化する人口減少社会に向けて、わが国企業は、こうした事業のフロンティアを開拓していく投資を一段と拡大していくことが求められます。政府も、企業の取り組みを後押しするよう、行政手続きをはじめとする様々なデジタル化を進めると同時に、新製品・サービスの育成に向け規制緩和やベンチャー企業支援などの環境整備を行っていくことが期待されます。（安井）

■ 低迷からの脱却が期待される高齢者の消費

わが国では、個人消費が低迷しており、なかでも、高齢者世帯の消費が落ち込んでいます。総務省「家計調査」によると、実質消費支出（住居などを除く）は、2020年10～12月期に、消費増税の影響がない2018年との比較で、無職の高齢者世帯（60歳以上）が▲4.0%と、勤労者世帯（59歳以下、▲2.1%）と比べて低迷しています。高齢者世帯の消費は全体のおよそ半分を占めており、景気に大きな影響を及ぼします。

そこで以下では、高齢者の消費が弱い背景を整理したうえで、今後の行方について検討しました。

外出自粛とオンラインの利用低調

高齢者世帯の消費低迷は、以下の2点で示す通り、新型コロナウイルスの影響が大きいといえます。

第1に、外出を控える高齢者が多い点です。コロナ禍前と比べた週末の外出率の変化を年齢別にみると、60歳代、70歳代は、若年・中堅層と比べて大きく落ち込む傾向がみられます（図表1）。とくに、感染第3波として感染者数が急拡大した先の年末年始は、70歳代が顕著に落ち込みました。足元では落ち込みが和らいでいますが、高齢者が外出を控える傾向に変わりはありません。高齢になるほど感染や重症化への警戒感も強くなることから、外出の自粛につながっていると考えられます。

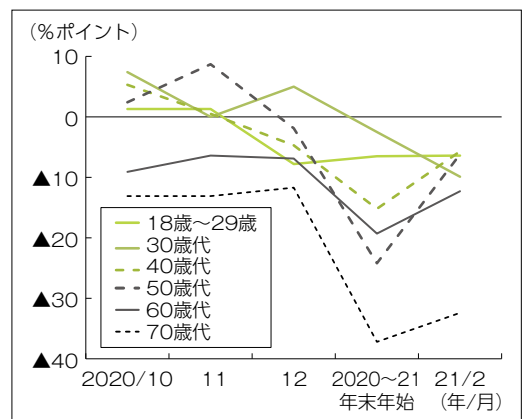
第2に、高齢者ではネットショッピングが広がっていない点です。総務省「家

計消費状況調査」によると、ネットショッピングを利用する世帯の割合は、コロナ禍以前より上昇傾向が続いていました。それが、コロナ禍を受けて、接触の機会が少ないことから感染防止のメリットが大きいとして、一段と拡大しています。もともと、60歳代後半を超える高齢者に限れば利用率は3割以下にとどまっており、40歳代以下の7割強、50歳代の6割強と比べて大きな開きがあります。高齢者層では、インターネットの利用に不慣れな人が多いことが、ネットショッピングの活用を阻んでいると考えられます。

高齢者世帯の収入は安定

一方で、高齢者世帯の収入は、コロナ禍においても安定しており、所得環境はしっかりしています。

図表1 週末外出率（新型コロナ禍前の同月差）



（資料）Move Design Lab「Move Mind Index（移動マインド指数）」

（注）18歳～79歳の男女1,000人を対象に、調査1週間前の土曜日、日曜日の外出率を聞き取り。

総務省「家計調査」によると、無職の高齢者世帯における主な収入(国民年金・厚生年金など社会保障給付と世帯主の配偶者の収入を合わせた金額)は、コロナ禍の2020年4～6月期以降、前年を上回って推移しています。これは、2020年度の年金が、コロナ禍前の経済状況を反映してプラス改定となったためです。2021年度の年金は、賃金変動率を反映して4年ぶりの引き下げとなりますが、前年度比▲0.1%と微減にとどまっています。この点は、企業業績の悪化を反映して所得が減少している勤労者世帯とは状況が異なります。

高齢者消費に4兆円増加の余地

所得が堅調にもかかわらず消費が減少した結果、高齢者世帯の消費性向(可処分所得に占める消費支出の割合)は大きく低下しました(図表2)。その後、やや持ち直したものの、足元では落ち込みの6割程度を取り戻すにとどまっています。これは、高齢者世帯の消費低迷が所得の要因ではなく、先にみた消費する機会の喪失や消費意欲の冷え込みなどに影響されていることを示しています。

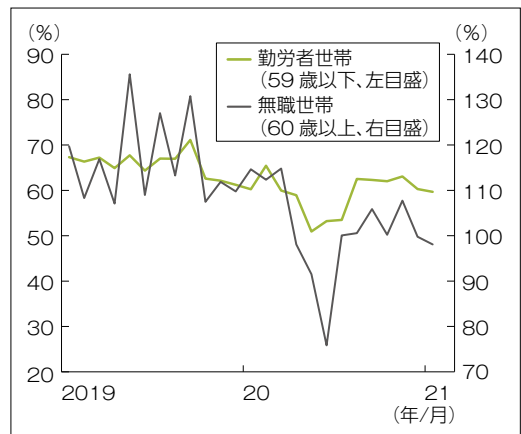
仮に、消費性向がコロナ禍前の水準にまで回復すれば、高齢者世帯の消費は4兆円増加する計算になります。2020年の個人消費は前年比で約▲17兆円減少しましたが、その約4分の1を取り戻すこととなります。

さらに、所得というフローの面以外にも、昨年春に国民一人当たり一律10万円

の定額給付金が支給されたことなどを背景に、高齢者世帯の貯蓄、すなわちストックの面も潤沢な状況です。そうした点を踏まえると、高齢者世帯の消費が回復する潜在力は十分にあるといえるでしょう。消費機会の喪失をうまく取り戻すことが出来れば、「所得に見合う水準に消費が戻る効果」と、「積み上がった貯蓄を活用する効果」が相まって、消費全体を力強く押し上げる展開が期待されます。

高齢者世帯の消費の本格的な回復に向けてカギを握るのが、4月に開始された65歳以上の高齢者を対象としたワクチン接種です。もっとも、わが国はその対応において、諸外国に比べて遅れが指摘されているほか、わが国でも広がりが見られる変異株に対する効果など不透明な点も少なくありません。消費全体の行方を大きく左右する要因として、ワクチンを巡る動向については、今後とも注意深くみていく必要があります。(下田)

図表2 消費性向(二人以上の世帯、季調値)



(資料) 総務省「家計調査」を基に日本総合研究所作成

■ 新型コロナ禍でも堅調な製造業

新型コロナの感染が世界的に拡大した2020年春に、わが国の企業活動は製造業、非製造業ともに大きく落ち込みました。しかし、足元で製造業の生産活動は新型コロナ前の水準を取り戻すまで回復しています。これは、個人向けサービス業を中心とした非製造業の活動が、1年以上にわたり低迷が続いていることとは対照的な動きです。以下では、製造業の回復の背景を整理したうえで、先行きを展望しました。

回復を支える三つのけん引役

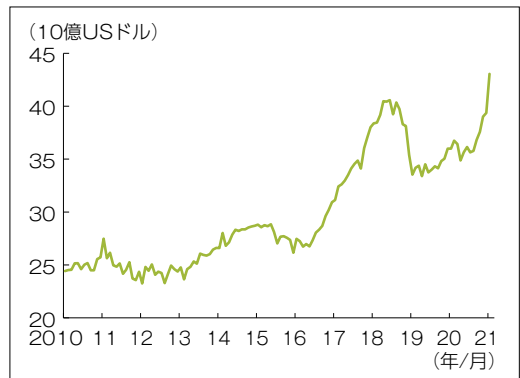
足元で製造業が回復している背景として、以下の三つの要因を指摘することが出来ます。

一つ目は、世界的なIT需要の回復です。IT市場動向を反映する代表的な統計であるWSTS（世界半導体市場統計）によると、足元で世界の半導体出荷額は、ボトムであった2019年前半と比べて3割近く増加しています（図表1）。新型コロナ禍を受けて、テレワークが普及したほか、Eコマース、オンライン学習、オンライン診療、Web商談など、様々な分野で非対面化、オンライン化が急速に進みました。これに伴い、パソコンやサーバー、ネットワーク関連機器など情報通信機器の需要が拡大しました。さらに、新型コロナ前から拡大していた5G（第5世代移動通信システム）やEV（電気自動車）・自動運転、AI（人工知能）、IoT（モノのインターネット）など新しい分野におけるIT需要も一段と増加しています。

二つ目は、世界的に設備投資が上向いていることです。日本の輸出統計からみると、世界の設備投資は2018年前半をピークに2年程度にわたり減少しましたが、2020年半ばに底打ちし、足元では明確な増加局面に転じています（図表2）。製品需要の回復で設備稼働率が上昇したほか、新型コロナ禍を受けた金融緩和で資金調達コストが低下したことも背景にあるとみられます。多くの国・地域で設備投資は持ち直しに転じていますが、新型コロナからいち早く経済が回復した中国での増加がとりわけ目立ちます。

三つ目は、内外の耐久財消費の回復です。新型コロナの第一波が襲来した2020年春には、世界的に厳しい外出制限が行われ、購入を急ぐ必要がない耐久財の生産・消費は歴史的な落ち込みとなりました。例えば、自動車の月次販売台数をみると、最大減少時にはわが国や米国で前年比半減、中国や欧州では同8割減となりました。その後、新型コロナの性質が

図表1 世界半導体出荷額（季調値）



（資料）WSTS [35 Years WSTS Blue Book Data]

明らかになるにつれ、活動制限は外食やイベントなど感染リスクの高い活動に絞られる傾向となり、耐久財の生産・販売活動は再開しました。加えて、外出自粛やテレワークで在宅時間が増加したため、在宅時間を快適に過ごすために、テレビやゲーム機、調理器具、空調機器など家電製品の売れ行きが各国で好調です。他人との接触が多い公共交通機関の利用を避けるため、移動手段に自動車を選ぶ人が増加していることも、自動車需要を押し上げています。

先行きも回復が続く見通し

先行きを展望しても、製造業の回復は、当面続く見込みです。まずIT製品は、足元で世界的に需給がひっ迫しており、様々な品目で増産圧力が強まっています。また、テレワークをはじめ新型コロナで加速したデジタル化の動きが一過性

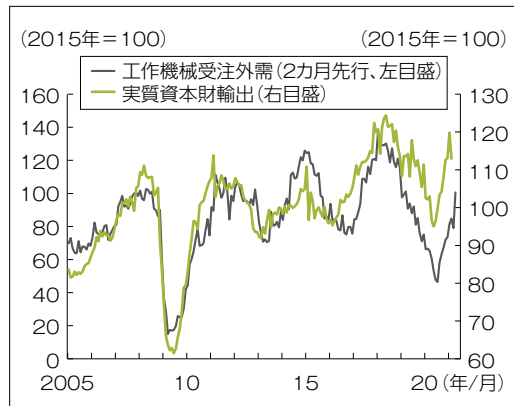
の動きにとどまらないことを踏まえれば、中長期的にみても、IT需要は拡大傾向が続く可能性が高いといえます。

また、世界の設備投資循環について過去の傾向をみると、持ち直しに転じてから2年程度は拡大が続いています。これを踏まえると、2021年中は拡大傾向が続く可能性が大きいとみられます。回復のけん引役となっている中国では、政策的な過剰投資抑制の動きもみられるものの、政府が産業構造の高度化を掲げるなかで、わが国が得意とする工作機械や産業用ロボットなど高機能な生産設備や半導体製造装置などへの投資は引き続き拡大するとみられます。海外に比べて回復がやや遅れていたわが国でも、日銀短観における大企業の設備投資をみると、2021年度は前年比+3.0%の計画となっています。

一方、耐久財消費は、今後サービス消費が回復すると、消費者が耐久財の購入に回すお金が減るのではないかと懸念も一部で聞かれます。しかしながら、①ワクチンが本格普及するまではサービス消費が伸びにくい状況は続き、余剰資金の一部は引き続きモノ消費に向かうと見込まれること、②政府による給付金の支給などで家計の貯蓄はかつてないペースで増加していること、などを踏まえれば、耐久財消費が急失速する懸念は小さいといえるでしょう。

以上を踏まえると、製造業は引き続き新型コロナ禍におけるわが国景気のけん引役として期待出来そうです。（成瀬）

図表2 工作機械受注と資本財輸出(季調値)



(資料) 日本工作機械工業会「工作機械統計」、財務省「貿易統計」、日本銀行「企業物価指数」を基に日本総合研究所作成

■ 全人代で示された中国の中期経済計画

中国では3月、全国人民代表大会（国会）が開催され、2025年までの中期経済計画である5カ年計画を採択しました。この5カ年計画には、習近平政権が描く中国経済の将来像が示されています。そこで以下では、今回の5カ年計画に込められた意図や計画達成に向けた課題について考察しました。

成長の数値目標を設定せず

今回の5カ年計画の注目ポイントとして挙げられるのは、以下の3点です。

第1は、5年間の経済成長率の数値目標が明示されなかったことです（図表1）。通常は、前回の5カ年計画の「+6.5%以上」のように、成長率の目標は数値で示されることが多いため、今回は異例といえます。この背景には、次に挙げるように、経済政策の柔軟性を確保したい習近平政権の意向があるとみられます。

一つは、設定した数値目標の未達リス

クの回避が考えられます。景気は足元で持ち直しているものの、米中対立や新型コロナなど、中国経済を取り巻く外部の不確実性は依然として高い状態です。こうしたなか、予期せぬ事態から経済成長が下振れる可能性も否定出来ません。その場合、習近平政権の経済運営能力が問われ、求心力低下につながる恐れもあります。そうした事態を回避するため、数値目標を示さなかったと考えられます。

もう一つは、地方による過剰投資を抑制する意図もあると推察されます。これまで、地方政府が中央政府の掲げる経済成長目標の達成を絶対視するあまり、投資を急拡大してきた結果、過剰債務・設備問題が深刻化しています。数値目標をなくすことで、それを防ぐ狙いもあったと考えられます。

第2は、調達・供給体制の強化です。具体例として、基幹部品・基礎素材の国内生産が挙げられています。また、R&D（研究開発）投資については数値目標を掲げており、基礎研究に重点を置き、年平均+7%以上拡大させると設定しました。これらは、中国の製造業の弱点とされる分野であり、その強化を明確に意図したものとと言えます。

また、食糧やエネルギーの国内生産増および海外輸入先の多角化も打ち出されました。食糧の国内生産に関しては、2025年までの数値目標に加え、穀物自給の維持を基本方針に掲げています。エネルギーに関しては、非化石エネルギーの占める割合の上昇が目標に定められま

図表1 第14次5カ年計画の主要経済目標

| 主要指標 | 2025年までの目標 |
|-----------|------------------|
| 経済成長率 | なし |
| エネルギー生産能力 | 標準炭換算で年間46億トン以上 |
| 食糧生産能力 | 年間6.5億トン以上 |
| R&D投資伸び率 | 年平均+7%以上 |
| 戦略的新興産業 | 付加価値の対GDP比を17%超に |

（資料）「中国政府網」、各種報道を基に日本総合研究所作成

（注）1. 食糧は、穀物・豆類・いも類の総称。
2. 戦略的新興産業の具体例として、次世代情報技術、バイオ、新エネルギー自動車などが挙げられている。

した。ただし、エネルギーの安定供給に向けて石炭生産は維持する方針です。

質重視の内需拡大

第3は、質を重視した内需の拡大です。主な取り組みとして、①消費の喚起、②的を絞った投資の拡大、③外資企業の誘致、の三つが挙げられました。

消費の喚起に向けて、習近平政権は社会保障の拡充で将来に対する不安を和らげるとともに、中低所得層の所得増による個人消費の持続的な拡大を目指しています。さらに、環境・健康・安全性を重視した商品への買い替え促進も、喚起策として示されました。

投資の拡大については、過剰債務・設備問題も勘案し、重点を絞った投資の拡大を進めるとされました。具体的には、次世代情報技術や新エネルギー自動車、環境保護といった戦略的新興産業、交通・電力インフラとネットの融合、R&Dが重点分野に挙げられています。また、消費拡大に資する投資を奨励することが方針として打ち出されました。

国内のハイテク製造業やサービス産業、研究開発をより発展させていくために外資企業を積極的に誘致する政策は、今回の5カ年計画で一段と鮮明になりました。

乗り越えるべき課題

これらの三つの注目ポイントから示唆されることは、習近平政権は、西側諸国によるいわゆる「中国包囲網」が続くこ

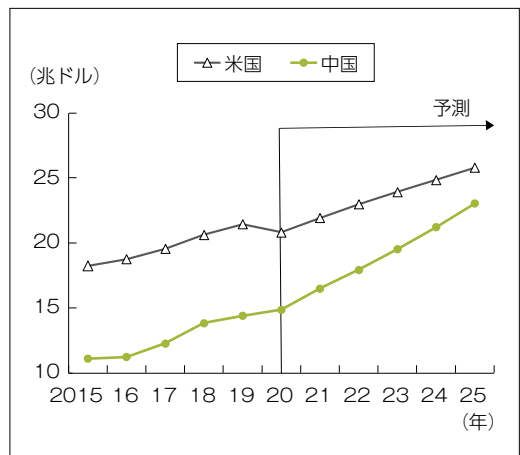
とを前提に、その中心にある米国に対抗しうる経済力・科学技術力を身につけることを目指しているということです（図表2）。もっとも、以下のような課題もあるため、習近平政権の狙い通り実現するかどうかは予断を許しません。

まず、外資ハイテク製造業を誘致することの困難さです。米中対立がとくにハイテク分野で深刻化するなか、西側諸国の有力企業は中国進出に慎重な姿勢をとるようになると考えられます。

加えて、消費の持続的な拡大も容易ではありません。買い替え促進策は、補助金を中心になるとみられますが、それだけでは需要の先食いとなり、持続的拡大につながらないため、より本質的な構造変化を促す工夫が必要です。

5カ年計画通りに国力強化と質を重視した内需の拡大が進むかどうか、今後の展開が注目されます。（佐野）

図表2 IMFの米中GDP見通し



(資料) IMF [World Economic Outlook]

KEY INDICATORS

(2021年4月15日現在)

● 日 本 ●

(%)

| | 2020年度 | 2020年 | 2021年 | 2020年 | 2021年 | | |
|-------------------------|--------|------------------|--------|-------------------|------------------|------------------|-------|
| | | 10～12 | 1～3 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
| 鉱工業生産指数 | | <6.4> (▲3.2) | | <▲1.0> (▲2.6) | <4.3> (▲5.2) | <▲2.1> (▲2.6) | |
| 鉱工業出荷指数 | | <6.8> (▲3.3) | | <▲1.1> (▲2.9) | <3.2> (▲5.1) | <▲1.5> (▲3.5) | |
| 鉱工業在庫指数 (末) | | <▲2.3> (▲8.4) | | <1.1> (▲8.4) | <0.0> (▲10.3) | <▲1.0> (▲9.6) | |
| 生産者製品在庫率指数 | | <▲7.5> (▲1.9) | | <2.0> (▲3.1) | <▲5.7> (▲4.3) | <1.0> (▲4.8) | |
| 稼働率指数 (2015年=100) | | 93.8 | | 93.3 | 97.7 | | |
| 第3次産業活動指数 | | <2.7> (▲2.9) | | <▲0.3> (▲3.6) | <▲1.7> (▲6.1) | | |
| 機械受注 (船舶・電力を除く民間) | | <12.9> (1.2) | | <5.3> (11.8) | <▲4.5> (1.5) | <▲8.5> (▲7.1) | |
| 建設工事受注 (民間) 公共工事請負金額 | (2.3) | (▲8.2) (▲3.4) | (▲1.1) | (▲11.1) (▲8.6) | (4.8) (▲1.4) | (▲0.1) (▲7.3) | (1.9) |
| 新設住宅着工戸数 (年率、万戸) | | 80.5 (▲7.0) | | 78.4 (▲9.0) | 80.1 (▲3.1) | 80.8 (▲3.7) | |
| 百貨店売上高 全国 | | (▲10.8) | | (▲13.7) | (▲29.7) | (▲10.7) | |
| チェーンストア売上高 東京 | | (▲13.7) | | (▲15.9) | (▲33.8) | (▲13.5) | |
| 完全失業率 | | 3.1 | | 3.0 | 2.9 | 2.9 | |
| 有効求人倍率 | | 1.05 | | 1.05 | 1.1 | 1.09 | |
| 現金給与総額 (5人以上) | | (▲2.1) | | (▲3.0) | (▲1.3) | (▲0.2) | |
| 所定外労働時間 (//) | | (▲9.6) | | (▲7.6) | (▲8.0) | (▲9.7) | |
| 常用雇用 (//) | | (0.7) | | (0.6) | (0.6) | (0.6) | |
| M2 (平残) | (8.1) | (9.1) | (9.5) | (9.1) | (9.4) | (9.6) | (9.5) |
| 広義流動性 (平残) | (5.0) | (5.6) | (5.9) | (5.7) | (5.8) | (5.9) | (5.9) |
| 経常収支 (兆円) | | 5.28 | | 1.28 | 0.64 | 2.92 | |
| 前年差 | | 1.76 | | 0.71 | 0.09 | ▲0.14 | |
| 貿易収支 (兆円) | | 2.52 | | 0.97 | ▲0.13 | 0.52 | |
| 前年差 | | 2.28 | | 0.90 | 0.88 | ▲0.84 | |
| 消費者物価指数 (除く生鮮食品) | | (▲0.9) | | (▲1.0) | (▲0.6) | (▲0.4) | |

(%)

| | 2019年度 | 2019年 | 2020年 | | | | 2021年 |
|----------------------|---------|------------------|------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------|
| | | 10～12 | 1～3 | 4～6 | 7～9 | 10～12 | 1～3 |
| 業況判断DI 大企業・製造 | | 0 | ▲8 | ▲34 | ▲27 | ▲10 | 5 |
| 非製造 | | 20 | 8 | ▲17 | ▲12 | ▲5 | ▲1 |
| 中小企業・製造 | | ▲9 | ▲15 | ▲45 | ▲44 | ▲27 | ▲13 |
| 非製造 | | 7 | ▲1 | ▲26 | ▲22 | ▲12 | ▲11 |
| 売上高 (法人企業統計) | (▲3.5) | (▲6.4) | (▲7.5) | (▲17.7) | (▲11.5) | (▲4.5) | |
| 経常利益 | (▲14.9) | (▲4.6) | (▲28.4) | (▲46.6) | (▲28.4) | (▲0.7) | |
| 実質GDP (2015年連鎖価格) | (▲0.3) | <▲1.8> (▲1.1) | <▲0.6> (▲2.0) | <▲8.3> (▲10.3) | <5.3> (▲5.8) | <2.8> (▲1.4) | |
| 名目GDP | (0.5) | <▲1.2> (0.4) | <▲0.5> (▲1.1) | <▲7.9> (▲9.0) | <5.5> (▲4.7) | <2.3> (▲1.1) | |

注：〈 〉内は季節調整済み前期比、()内は前年(同期(月))比。

● 米 国 ●

| | 2020年 | 2020年 | | 2021年 | 2021年 | | |
|---------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|
| | | 7～9 | 10～12 | 1～3 | 1月 | 2月 | 3月 |
| 鉱工業生産 | (▲6.7) | (9.4) (▲6.3) | (2.3) (▲4.3) | (0.6) (▲2.0) | (0.9) (▲2.1) | (▲2.6) (▲4.8) | (1.4) (1.0) |
| 設備稼働率 | 72.0 | 72.2 | 73.9 | 74.4 | 75.3 | 73.4 | 74.4 |
| 小売売上高 | (0.4) | (14.1) (4.1) | (0.2) (3.8) | (7.7) (14.3) | (7.7) (9.6) | (▲2.7) (6.7) | (9.8) (27.7) |
| 失業率 (除く軍人、%) | 8.1 | 8.8 | 6.8 | 6.2 | 6.3 | 6.2 | 6.0 |
| 非農業就業者数 (千人) (前期差、前月差) | ▲8,648 | 7,195 | 1,759 | 734 | 233 | 468 | 916 |
| 消費者物価指数 | (1.2) | (1.1) (1.2) | (0.6) (1.2) | (0.9) (1.9) | (0.3) (1.4) | (0.4) (1.7) | (0.6) (2.6) |

| | 2020年 | 2019年 | | 2020年 | | | |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-------------------|------------------|-----------------|
| | | 7～9 | 10～12 | 1～3 | 4～6 | 7～9 | 10～12 |
| 実質GDP (連鎖ウェイト方式) | (▲3.5) | (2.6) (2.1) | (2.4) (2.3) | {▲5.0} (0.3) | {▲31.4} (▲9.0) | {33.4} (▲2.8) | {4.3} (▲2.4) |
| 経常収支 (億ドル、年率) 名目GDP比 | ▲6,472 ▲3.1 | ▲4,864 ▲2.3 | ▲4,173 ▲1.9 | ▲4,582 ▲2.1 | ▲6,530 ▲3.3 | ▲7,237 ▲3.4 | ▲7,539 ▲3.5 |

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 |
|-------------|------|-----|------|--------|-------|-------|--------|-------|------|
| 2019年 | 2.0 | 3.0 | ▲1.2 | 1.3 | 2.3 | 4.3 | 5.0 | 6.0 | 6.0 |
| 2020年 | ▲1.0 | 3.1 | ▲6.1 | ▲5.4 | ▲6.1 | ▲5.6 | ▲2.1 | ▲9.5 | 2.3 |
| 2019年10～12月 | 2.3 | 3.7 | ▲3.0 | 1.3 | 1.3 | 3.6 | 5.0 | 6.7 | 5.8 |
| 2020年1～3月 | 1.4 | 2.5 | ▲9.1 | 0.0 | ▲2.1 | 0.7 | 3.0 | ▲0.7 | ▲6.8 |
| 4～6月 | ▲2.7 | 0.3 | ▲9.0 | ▲13.3 | ▲12.1 | ▲17.1 | ▲5.3 | ▲16.9 | 3.2 |
| 7～9月 | ▲1.1 | 4.3 | ▲3.6 | ▲5.8 | ▲6.4 | ▲2.6 | ▲3.5 | ▲11.4 | 4.9 |
| 10～12月 | ▲1.2 | 5.1 | ▲3.0 | ▲2.4 | ▲4.2 | ▲3.4 | ▲2.2 | ▲8.3 | 6.5 |
| 2021年1～3月 | | | | 0.2 | | | | | |

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 |
|---------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| 2019年 | 38,890 | 43,506 | ▲54,172 | 31,364 | 10,009 | 35,205 | ▲3,593 | ▲40,666 | 421,073 |
| 2020年 | 45,240 | 58,793 | ▲43,765 | 45,132 | 24,477 | 44,230 | 21,738 | ▲21,840 | 535,034 |
| 2020年1月 | 385 | 3,427 | ▲3,936 | 2,457 | ▲1,371 | 2,950 | ▲637 | ▲3,504 | 54,690 |
| 2月 | 3,935 | 3,307 | ▲4,958 | 2,907 | 4,187 | 3,032 | 2,513 | ▲1,656 | ▲62,119 |
| 3月 | 4,363 | 2,857 | ▲4,470 | 3,787 | 1,728 | 2,867 | 716 | ▲2,368 | 19,803 |
| 4月 | ▲1,662 | 2,440 | ▲3,011 | 2,859 | 2,580 | ▲835 | ▲372 | ▲449 | 44,910 |
| 5月 | 193 | 4,812 | ▲1,771 | 3,544 | 2,688 | 2,395 | 2,016 | ▲1,321 | 62,613 |
| 6月 | 3,419 | 4,987 | ▲4,302 | 3,961 | 1,679 | 4,880 | 1,249 | ▲1,375 | 46,281 |
| 7月 | 3,936 | 5,454 | ▲3,847 | 3,642 | 3,343 | 5,908 | 3,238 | ▲1,860 | 61,879 |
| 8月 | 3,651 | 6,493 | ▲1,887 | 5,743 | 4,349 | 3,158 | 2,353 | ▲1,831 | 58,482 |
| 9月 | 8,420 | 7,117 | ▲1,638 | 3,738 | 2,230 | 5,292 | 2,390 | ▲1,783 | 36,753 |
| 10月 | 5,725 | 7,460 | ▲4,743 | 4,350 | 2,047 | 5,331 | 3,576 | ▲1,786 | 58,072 |
| 11月 | 5,807 | 5,272 | ▲3,303 | 3,572 | 53 | 4,146 | 2,595 | ▲1,726 | 75,496 |
| 12月 | 6,694 | 5,768 | ▲5,899 | 4,572 | 964 | 5,104 | 2,100 | ▲2,149 | 78,174 |
| 2021年1月 | 3,762 | 6,193 | ▲3,254 | 4,505 | ▲202 | 4,114 | 1,964 | ▲2,421 | 65,389 |
| 2月 | 2,707 | 4,510 | ▲1,896 | 3,749 | 7 | 4,417 | 2,001 | ▲2,293 | 37,870 |
| 3月 | 4,175 | 3,661 | | | | | | | 13,798 |



SMBC

SUMITOMO
MITSUI
BANKING
CORPORATION

マンスリー・レビュー 2021年5月号

発行日 2021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 090-6543-4199