

# マンスリー・レビュー

2024.3



三井住友銀行

企画  
編集 日本総合研究所

## CONTENTS

視点	脱「中国依存」はどこまで進んだか 日本総合研究所 調査部 三浦有史 …	1
経済トピックス	わが国で強まる賃金上昇に起因するインフレ圧力 日本総合研究所 調査部 北辻宗幹 …	2
社会トピックス	地方圏にも広がり始めたナイトタイムエコノミー 日本総合研究所 調査部 高坂晶子 …	4
アジアトピックス	2024年の中国経済運営方針をどうみるか 日本総合研究所 調査部 佐野淳也 …	6
KEY INDICATORS	.....	8

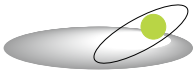
---

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。

---



## 脱「中国依存」はどこまで進んだか

トランプ米前大統領が中国製品に対する関税率を引き上げてから5年半が経過しました。米中通商摩擦はバイデン大統領のもとで技術覇権争いに発展し、米国を筆頭に西側諸国で進む脱「中国依存」は企業にとって無視出来ないテーマとなっています。

脱「中国依存」はどこまで進んだのでしょうか。米国の輸入統計をひも解くと、緩やかではありますが、脱「中国依存」が着実に進んでいることが分かります。輸入額の国別順位をみると、長年首位であった中国は2023年1～9月に全体の13.7%と、メキシコ（15.5%）、カナダ（13.7%）を下回る第3位となりました。

対中輸入を品目別にみると、脱「中国依存」は電子機器を中心に進んでいます。中国からの輸入額が最も大きい品目は対中輸入全体の9.3%を占めるスマートフォンです。その2023年1～9月の輸入額は293億ドルと、米国のスマートフォン輸入全体の71.6%を占めます。水準としては依然として高いものの、米中通商摩擦前の2018年が81.8%であったことを踏まえれば、徐々に脱「中国依存」が進んでいるといえるでしょう。スマートフォンに次ぐのが、対中輸入の8.6%を占めるノートパソコンです。その2023年1～9月の輸入額は272億ドルと、ノートパソコン輸入全体の80.4%を占めます。2018年は94.1%であったため、やはり脱「中国依存」は着実に進んでいるといえます。

2023年11月に開催された米中首脳会談でも、脱「中国依存」を止めるような合意はなされなかったことから、「世界の工場」としての中国のプレゼンスは低下していく流れであるようにみえます。

しかし、中国の輸出統計をみると、そう断言するのは早計といえます。中国のスマートフォンとパソコンの対世界輸出は2021年をピークに減少に転じていますが、電気自動車（EV）、リチウムイオン電池、太陽光発電関連製品の輸出が急速に伸びているからです。中国のEV輸出額は2023年1～9月に727億ドルと、パソコン（570億ドル）を上回り、スマートフォン（898億ドル）に迫る勢いです。

電子機器を中心に進んできた脱「中国依存」は、上記の3品目によって押し戻される可能性があります。その理由として、温室効果ガス削減に取り組むグリーン・トランスフォーメーション（GX）の世界的な広がりに伴い3品目への需要が急速に拡大する公算が大きいこと、また中国は3品目の世界最大の市場であるうえ、生産能力や価格競争力も他を圧倒していることが挙げられます。ちなみに、この3品目は中国において輸出をけん引する「新三種の神器」と呼ばれています。

一方、欧米諸国は3品目において中国依存が深まることに警戒を強め、各種施策で対処しようとしています。米国は、アンチダンピング税・補助金相殺関税やインフレ抑制法（IRA）によって、3品目の輸入を制限しています。EUも中国製EVについて相殺関税の賦課を視野に入れた反補助金調査を開始しました。

脱「中国依存」を巡る西側諸国と中国の駆け引きは、新たなフェーズに入ったといえそうです。（三浦）

## ■ わが国で強まる賃金上昇に起因するインフレ圧力

わが国の消費者物価は高い伸びが続いています。総務省「消費者物価指数」によると、2023年12月の生鮮食品を除く総合指数（コアCPI）は、21カ月連続で前年比+2%を上回りました。以下では、最近の消費者物価の動きとその背景について整理したうえで、先行きを展望しました。

### 輸入インフレ圧力は減衰

消費者物価の内訳をみると、財とサービスで動きが異なっています。高騰が続いていた財価格（生鮮食品を除く）の伸びは昨年初から縮小に転じている一方、サービス価格の伸びは徐々に高まっています（図表1）。

財価格の伸びがピークアウトした背景として、輸入物価の上昇に起因するインフレ圧力が弱まっていることが挙げられます。日本銀行「最終需要・中間需要物価指数」によると、企業間で取引される

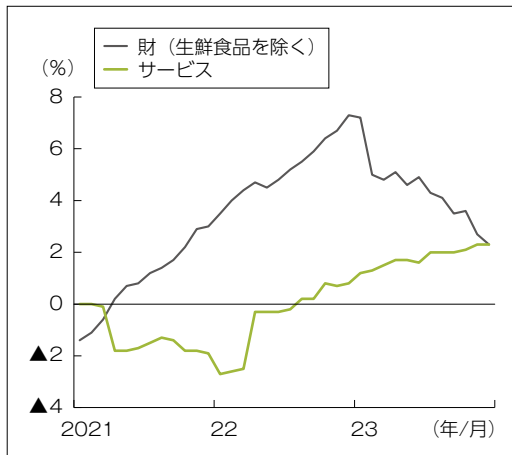
モノの価格は、原材料や中間財で前年比マイナスに転じたほか、最終需要財でも伸びが縮小しています。これは、企業が資源高や円安による原材料価格の上昇を価格に転嫁する動きが落ち着きつつあることを示しています。とくに値上げの動きが長引いていた食料品についても、足元では価格転嫁の動きが一巡しつつあります。

### サービスでは賃金上昇が値上げ圧力に

一方、サービス価格の伸びが高まっている背景として、原材料高の転嫁がなお続いていることに加えて賃金の上昇が挙げられます。サービスでは、中間投入に占める労務費の割合が高く、賃金上昇の影響をより強く受ける傾向があります。2023年は、春闘での賃上げ率が30年ぶりの高い伸びとなり、正規雇用者の賃金が上昇しました。さらに、人手不足の深刻化や最低賃金の引き上げを背景に、非正規雇用者の賃金も伸びを高めました。

賃金が上昇していることを受けて、幅広いサービス分野で値上げの動きが広がっています。公共サービスでは価格が据え置かれている品目が依然として多数を占めますが、民間サービスでは、前年比+3%程度で価格が上昇する品目が増えています（図表2）。食料品や住宅資材などの原材料高の影響で値上げが進んだ外食や家事関連などのサービスだけでなく、最近では、交通や教育関連などのサービスでも賃金上昇を価格に転嫁する動きが広がっています。

図表1 消費者物価指数（前年比）



（資料）総務省「消費者物価指数」

## 賃金と物価の好循環に向けた課題も

先行きを展望すると、本年後半にかけてコアCPIの前年比は+2%程度に落ち着く見込みです。輸入インフレの緩和が引き続き消費者物価の押し下げ要因となる一方、政府による物価高対策の縮小・終了と賃金上昇幅の拡大が押し上げ要因となることが予想されます。

物価高対策については、2023年11月に閣議決定された経済対策で、燃料油価格激変緩和措置を本年4月末に終了するほか、電気・ガス価格激変緩和措置を5月に縮小することが予定されています。これらの政策要因は、本年夏場のピーク時でコアCPIを+1.0%ポイント押し上げると試算されます。

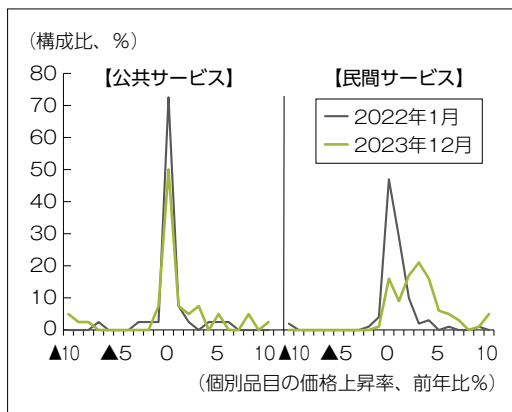
賃金も引き続き高い伸びが続くと予想されます。深刻な人手不足に加えて、物価高を受けた従業員への生活支援や好調

な企業収益などを背景に、本年の春闘賃上げ率は前年を上回る伸びが予想されます。こうしたなかで、労務費の増加を価格に転嫁する動きが一段と強まると見込まれます。

もっとも、賃金上昇を伴うインフレが定着するかどうかについては不透明な点もあります。とくに、中小企業が労務費の増加をスムーズに販売価格に転嫁出来るかどうかについて懐疑的な見方があります。中小企業を対象とした商工会議所の「LOBO調査(2023年10月)」によると、労務費の増加分の4割以上を価格に転嫁出来た企業の割合は34.7%にとどまります。これはコスト全体の4割以上を価格に転嫁出来た企業の割合である55.3%を大幅に下回っており、原材料費などと比べ、労務費の価格転嫁が進んでいない現状を示しています。仮に、生産性の向上なしに、中小企業が労務費の増加を価格に転嫁出来なければ、収益が圧迫されるほか、人材の確保が難しくなります。

このような課題に対して、政府も対策を講じています。2023年11月に公正取引委員会が適切な価格交渉についてのガイドラインを公表しました。ガイドラインのなかでは、取引上の立場が強い発注者側の協力に加え、受注者側としても、商工会議所などの相談窓口を活用し、積極的に情報収集したうえで、自ら希望する価格を発注者に提示することなどが求められています。中小企業が、こうした政策的なサポートも活用し、労務費を適切に価格転嫁出来るかが、賃金と物価の持続的な上昇に向けての重要なポイントとなるでしょう。(北辻)

図表2 消費者物価上昇率の頻度分布



(資料) 総務省「消費者物価指数」を基に日本総合研究所作成

(注) ヒストグラムの幅は1%ポイント(中心の0%の範囲は前年比▲0.5~+0.5%)。ヒストグラムの左端は同▲9.5%未満、右端は同+9.5%以上の品目の割合。



## 地方圏にも広がり始めたナイトタイムエコノミー

2023年10月、インバウンド数がコロナ前の水準を超えてわが国の観光再興を印象付けるなか、新たな戦略分野としてナイトタイムエコノミー（以下、NTE）が注目されています。以下では、地方のNTEの現状と今後の課題を紹介します。

### 地方圏のNTEの現状

観光庁によれば、NTEとは午後6時から午前6時までの経済活動を指します。2010年代半ば、インバウンド客の間から「日本、とりわけ地方圏の夜は退屈」との声が挙がったことから、政府はNTEを観光商品化するモデル事業に着手しました。その多くはコロナ禍で頓挫しましたが、最近の観光復調を受け、再びNTEに取り組む地域が増えつつあります。

従来のNTEは、都市圏の繁華街での飲食やショーといった遊興型消費が中心で、地方観光とはなじみが薄いとみられていました。しかし、最近のNTEは多様化し、幅広い層が楽しめるコンテンツが多数登場しています（図表）。

地方自治体や観光事業者がNTEに積極的に取り組む理由は大きく三つ挙げられます。第1は、夜間帯を新たな収益源とするためです。コロナ禍を機に、インバウンド、国内客を問わず、旅のスタイルの主流が団体から個人ツアーにシフトし、一人当たり消費額の伸長が重要になっています。NTEは地方圏にとって伸びしろがあるうえ、地域資源を生かした高付加価値、高価格商品を提供出来る有望分野と目されています。

第2は、NTEをテコに滞在時間の延長

と消費拡大を図るためです。従来、著名観光スポットを擁する地方都市でも日帰り中心で、宿泊誘致には苦戦する例が多くみられましたが、早朝や深夜にかかるNTEを楽しむ場合、宿泊増が期待されます。さらに、宿泊客が近隣を周遊したり、特産品を求める可能性も高まるため、宿泊事業者のみならず、地域経済全体を潤す効果が期待されます。

第3は、インバウンドを引きつけるためです。一般に、インバウンドはNTEへの感度が高く、なかでも滞在期間が比較的長い欧米やオーストラリアの観光客

図表 ナイトタイムエコノミーの様々なタイプ

分野	主要施設の例
飲食	レストラン・バー、居酒屋、屋台
音楽（鑑賞）	コンサートホール、ライブハウス、ジャズバー
音楽（実行）	ディスコ、クラブ、カラオケ
舞台芸術	劇場、演芸場、映画館、ホール、公園
美術等	美術館、博物館、図書館
動植物園	ナイトツアー、お泊りイベント
アミューズメント	遊園地、テーマパーク、プール
スポーツ（観戦）	競技場、スポーツバー
スポーツ（実行）	スキー場、ボウリング場、フィットネスジム
ゲーム	ゲームセンター、eスポーツ
リラクゼーション	美容院、エステ、スパ、ヒーリング、ヨガ
クルーズ	屋形船、水上バス、ナイトクルーズ
イルミネーション	公園、街路、店舗、海・川
地域行事・祭り	祭り、盆踊り、縁日・夜店
夜景・ライトアップ	花火、蛍、夜景、桜・紅葉、公共建築、城郭
空	星空、天体イベント（彗星・日月食等）
その他	パレード、商店街等の散策、生活体験

（資料）観光庁資料等に基づき日本総合研究所作成

は地域色豊かなNTE体験に積極的な傾向があります。コロナ禍後、インバウンドの大都市圏への集中が目立ちますが、NTEはこうした状況の打開策となり得ます。

## 地方で動き始めたユニークなNTE

ハード面で都市圏に劣る地方圏の場合、一足飛びに常設のNTEを目指さず、地域性や季節性を生かした単発の企画から始めることが現実的です。その後、好評を博したコンテンツを洗練させ、NTEを楽しめる観光地としての知名度と集客力を高めていくのが理想的なステップといえます。

秋田県男鹿市は、2018年末のユネスコ世界無形文化遺産認定を機に、伝統行事「なまはげ」の活用を進めています。道の駅における物販・飲食イベントに加え、大型スクリーンを備えた有料のサテライト会場や人数を厳選したガイドツアーを提供するなど、夜間の神事も堪能出来る仕組みを整えています。また、なまはげが訪れる大みそかの集落に観光客を迎え入れたり、秋・冬季の温泉ホテルになまはげが出張し、子供客に日頃の行いを問いただすサービスは、伝統行事を深く体験出来るとして話題となっています。

福島県会津若松市は、2019年からNTEに取り組んでいます。当初は天守閣のライトアップや屋台、伝統芸能の披露など一般的な内容でしたが、その後、観光協会と地元業者がタイアップし、お座敷芸を手軽に観賞したり、徒歩圏内に

複数の酒蔵がそろう地の利を生かし、地酒の「はしご」を楽しむ企画などを提供しています。また、音声AR（スマホアプリを通じて、指定スポットで特殊な音声を聞く仕組み）を導入した肝試しや街歩きといったユニークなコンテンツも注目されています。こうしたNTEの一部は通年開催に移行しています。

## 今後の課題

地方圏がNTEに取り組むに当たり、検討すべき課題もあります。

まずは、マネタイズの強化です。NTE商品に対する適切な価格設定とコスト管理による収益化とともに、コンテンツ・サービスのたゆまぬブラッシュアップにより、顧客の満足度を高めて事業を長続きさせる工夫が重要です。

同時に、イベントの前後の移動手段、飲食や宿泊などにも目を配り、充実した滞在環境を実現することが不可欠です。多言語対応や一部で遅れがみられるキャッシュレス決済等の導入も急務です。

課題として見落とされがちなのが、地域社会への配慮です。騒音やゴミ、アルコールを巡るトラブル等が予想されるNTEを推進するには、地域社会への配慮が不可欠です。

地方圏であっても、SNSなどの普及により、誘客のハードルは下がっています。これまで手付かずであったNTEに着目し、インバウンドを始めとする新たな顧客開拓に結び付けることが、地方圏の観光振興にとって重要となりましょう。

(高坂)

## 2024年の中国経済運営方針をどうみるか

中国では2023年12月半ばに、中央経済工作会議が開催されました。これは、中国共産党と政府が翌年の経済運営方針を決定するために毎年開催することになっている会議です。以下では、同会議で決定された2024年の運営方針を整理したうえで、それらが中国経済に及ぼす効果について考察しました。

### 不動産不況の拡大阻止が焦点

今回の同会議では、不動産市場のてこ入れと総需要の創出を経済運営の中心に据え、「合理的な成長」を実現する方針が打ち出されました（図表）。中国では、2023年10～12月期の実質GDP成長率が

前期比年率+4.1%に減速するなど、足元にかけて先行き不透明感が強まっています。この背景には、深刻化する不動産不況と消費者マインドの低迷が挙げられます。会議で示された方針と各種政策はそこに焦点を当てたものであり、現状に即しているといえます。

不動産市場の具体的なてこ入れ策としては、物件の完成を促進することを目的とした企業向け資金繰り支援の強化が掲げられました。注目されるのは、国有企業に加えて民間企業も支援の対象とされたことです。現在、経営難に陥っている企業の多くは、民間の大手不動産企業です。中国では一般に、民間企業は国有企業に比べて金融機関から支援を受けにくいとされ、政府はそこに着目して、民間企業に対しても資金繰り支援を積極的に行うよう金融機関に指示したのです。

さらに、中国政府は、資金繰り悪化が地方政府や中小金融機関に及ぶ事態を重大なリスクと位置付け、そのリスクを軽減する施策を進める方針も示しました。この背景には、土地所有権の販売収入を主たる財源としてインフラ整備を進めてきた地方政府の財政が、不動産価格の下落で大きく悪化していることが挙げられます。例えば、一部の融資平台（地方政府が設立した都市整備会社）が債務返済に窮していることなどが報じられています。融資平台の債務返済が滞った場合、その貸し手である金融機関の経営も不安化する恐れがあります。そのような事態

図表 2023年の中央経済工作会議で示された政策方針の概要

	主な方針と注目点
直面する課題	需要不足、一部業種での過剰生産能力、多くの隠れたリスク
政策スタンス	成長を一段と重視、不動産支援
財政・金融政策	適度な財政拡張と減税、質と効率性の向上、財政規律の堅持
	適度な金融緩和、デジタル経済、GX、中小零細企業支援の拡充
2024年の重要経済政策	イノベーション主導型の産業システムの構築
	潜在消費の掘り起こし、収益性の高い投資の拡大を通じた内需拡大
	税財政、金融システムなど重点領域の改革深化
	対外開放の拡大
	不動産、地方債務、中小金融機関の三大リスクへの一体的な対応
	農業・農村・農民問題への対応
	都市と農村の調和のとれた発展
グリーン・低炭素の推進	
	社会保障の拡充、雇用の創出

（資料）「中国共産党新聞網」、各種報道を基に日本総合研究所作成

（注）抽象的な表現を一部意識した箇所あり。



を避けるために中国政府は、地方政府が融資プラットフォームの債務を肩代わり出来るよう「特殊再融資債券」の発行を認めるほか、事業継承や合併などを通じて地方の中小金融機関の再編を進めると考えられます。

### 新分野での需要創出に注力

総需要の創出策については、健康増進や環境保全など国民のニーズが高まっている分野に関係する市場の拡大を促すとともに、各種性能や省エネ機能が優れた製品への買い替えを奨励する政策を打ち出しました。様々な個別策を積み上げて、個人消費を喚起する方針です。

これらの施策の効力を高めるために、金融政策面では、資金の流動性確保に軸足を置いた緩和策が実施される見込みです。さらに、金融機関に対して、中小零細企業や技術革新、グリーントランスフォーメーション（GX）への金融面からの支援を強化するよう指示が出されました。

### 景気浮揚には力不足

もともと、総じてみれば、政府は景気押し上げに向けたアクセルを踏み切れておらず、景気を浮揚させるには力不足の感が否めません。

まず、不動産市場を巡る対策では、企業・地方政府・金融機関の悪影響連鎖の回避に主眼が置かれており、すでに会議前から実施されていた政策も少なくあり

ません。住宅市場は、長年の過剰投資や人口減少など構造的な要因も加わって、今後も需要の減少トレンドが続く見通しであり、今般打ち出された政策のインパクトは限定的とみられます。

加えて、財政・金融政策では、いずれも「適度」な緩和が強調されるなど、政策スタンスはなお抑制的です。財政政策では、財政規律の重視も強調されており、政府は官庁や地方政府に対して大規模な歳出増には慎重に臨むよう指示しています。金融政策では、担保付き補完貸出（PSL）という強力な金融支援手段を活用していますが、以前に実施されたときに比べると小規模にとどまる見込みです。

消費喚起策の効果も限定的と考えられます。例えば、EVを含む新エネルギー自動車の購入促進を掲げている一方、購入時の車両取得税の減免措置は段階的に縮小される予定です。政策的にアクセルとブレーキが同時に踏まれるかたちとなり、自動車販売を押し上げる力は小さいとみられます。また、政府は所得環境の改善に取り組むと表明しているものの、現在までのところ具体策は示されていません。

このように、今回の会議で打ち出された政策が、直ちに景気の急回復をもたらす展開は期待薄です。中国景気は、一時的に持ち直す局面が表れる可能性もありますが、すう勢としては低迷状態が長引く可能性が高いとみておくべきでしょう。

（佐野）

# KEY INDICATORS

(2024年2月14日現在)

## ● 日 本 ●

(%)

	2022年度	2023年		2023年			2024年
		7～9	10～12	10月	11月	12月	1月
鉱工業生産指数	(▲0.3)	〈▲1.2〉 (▲3.6)	〈1.4〉 (▲0.3)	〈1.3〉 (1.1)	〈▲0.9〉 (▲1.4)	〈1.8〉 (▲0.7)	
鉱工業出荷指数	(▲0.1)	〈▲1.2〉 (▲2.2)	〈0.8〉 (0.1)	〈0.4〉 (1.1)	〈▲1.2〉 (▲1.4)	〈2.5〉 (0.7)	
鉱工業在庫指数 (末)	(2.3)	〈▲2.1〉 (0.2)	〈▲0.7〉 (▲0.2)	〈0.6〉 (1.0)	〈0.0〉 (1.0)	〈▲1.2〉 (▲0.2)	
生産者製品在庫率指数	(7.4)	〈▲0.3〉 (7.8)	〈▲1.5〉 (4.3)	〈▲0.3〉 (4.2)	〈1.8〉 (6.2)	〈▲2.9〉 (2.4)	
稼働率指数 (2020年=100)	107.9	106.2		108.2	108.5		
第3次産業活動指数	(2.2)	〈0.7〉 (2.3)		〈▲0.2〉 (1.7)	〈▲0.7〉 (0.9)		
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	(4.1)	〈▲1.8〉 (▲7.2)		〈0.7〉 (▲2.2)	〈▲4.9〉 (▲5.0)		
建設工事受注 (民間) 公共工事請負金額	(6.5) (▲0.4)	(1.5) (1.3)	(8.3) (8.3)	(12.7) (3.6)	(43.4) (9.9)	(▲10.9) (14.5)	
新設住宅着工戸数 (年率、万戸)	86.1 (▲0.6)	80.0 (▲7.7)	80.3 (▲6.3)	80.5 (▲6.3)	78.9 (▲8.5)	81.4 (▲4.0)	
百貨店売上高 全国 東京	(14.7) (20.6)	(9.5) (9.6)	(5.9) (7.8)	(6.1) (8.0)	(7.4) (9.7)	(5.4) (6.2)	
チェーンストア売上高	(1.0)	(3.9)	(2.8)	(3.3)	(3.7)	(1.7)	
完全失業率	2.6	2.6	2.5	2.5	2.5	2.4	
有効求人倍率	1.31	1.29	1.28	1.30	1.28	1.27	
現金給与総額 (5人以上)	(1.9)	(0.9)	(1.0)	(1.5)	(0.7)	(1.0)	
所定外労働時間 (//)	(3.9)	(▲2.0)	(▲2.5)	(▲1.8)	(▲1.8)	(▲3.8)	
常用雇用 (//)	(1.2)	(1.9)	(2.0)	(1.9)	(2.1)	(2.0)	
M2 (平残) 広義流動性 (平残)	(3.1) (3.6)	(2.4) (2.2)	(2.3) (2.1)	(2.4) (2.1)	(2.3) (2.1)	(2.3) (2.1)	(2.4) (2.2)
経常収支 (兆円)	8.27	7.77	5.25	2.58	1.93	0.74	
前年差	▲11.83	5.64	3.62	2.73	0.15	0.73	
貿易収支 (兆円)	▲18.03	▲0.27	▲1.08	▲0.47	▲0.72	0.12	
前年差	▲16.48	5.18	3.56	1.41	0.80	1.35	
消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(3.0)	(3.0)	(2.5)	(2.9)	(2.5)	(2.3)	

(%)

	2022年度	2022年		2023年			
		7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12
業況判断DI 大企業・製造		8	7	1	5	9	12
非製造		14	19	20	23	27	30
中小企業・製造		▲4	▲2	▲6	▲5	▲5	1
非製造		2	6	8	11	12	14
売上高 (法人企業統計)	(9.0)	(8.3)	(6.1)	(5.0)	(5.8)	(5.0)	
経常利益	(13.5)	(18.3)	(▲2.8)	(4.3)	(11.6)	(20.1)	
実質GDP (2015年連鎖価格)	(1.5)	〈▲0.1〉 (1.5)	〈0.2〉 (0.5)	〈1.2〉 (2.5)	〈0.9〉 (2.2)	〈▲0.7〉 (1.5)	
名目GDP	(2.3)	〈▲0.3〉 (1.2)	〈1.7〉 (2.0)	〈2.2〉 (4.9)	〈2.6〉 (6.1)	〈▲0.0〉 (6.9)	

注：〈 〉内は季節調整済み前期比、( )内は前年(同期(月))比。

## ● 米 国 ●

	2023年	2023年			2023年		2024年 1月
		4～6	7～9	10～12	11月	12月	
鉱工業生産	(0.2)	<0.2 (0.0)	<0.5 (▲0.0)	<▲0.8 (▲0.2)	<▲0.0 (▲0.6)	<0.1 (1.0)	
設備稼働率	79.3	79.4	79.5	78.6	78.6	78.6	
小売売上高	(3.4)	<0.1 (1.6)	<1.7 (3.2)	<1.0 (3.9)	<0.3 (4.0)	<0.6 (5.6)	
失業率 (除く軍人、%)	3.6	3.6	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7
非農業就業者数 (千人) (前期差、前月差)	3,538	753	667	631	182	333	353
消費者物価指数	(4.1)	<0.8 (4.0)	<0.8 (3.5)	<0.7 (3.2)	<0.2 (3.1)	<0.2 (3.4)	<0.3 (3.1)

	2023年	2022年		2023年			
		7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12
実質GDP (連鎖ウェイト方式)	(2.5)	{2.7 (1.7)	{2.6 (0.7)	{2.2 (1.7)	{2.1 (2.4)	{4.9 (2.9)	{3.3 (3.1)
経常収支 (億ドル、年率) 名目GDP比		▲8,910 ▲3.4	▲8,646 ▲3.3	▲8,579 ▲3.2	▲8,672 ▲3.2	▲8,012 ▲2.9	

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
2022年	2.6	2.6	▲3.5	3.6	2.5	8.7	5.3	7.6	3.0
2023年	1.4	1.4	3.2	1.1		3.8	5.0	5.6	5.2
2022年7～9月	3.2	4.0	▲4.9	4.0	4.6	14.1	5.7	7.7	3.9
10～12月	1.4	▲0.7	▲4.3	2.1	1.4	7.1	5.0	7.1	2.9
2023年1～3月	0.9	▲3.5	2.9	0.5	2.6	5.6	5.0	6.4	4.5
4～6月	0.9	1.4	1.5	0.6	1.8	2.9	5.2	4.3	6.3
7～9月	1.4	2.3	4.1	1.0	1.5	3.3	4.9	6.0	4.9
10～12月	2.2	5.1	4.3	2.2		3.4	5.0	5.6	5.2

### 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
2022年	▲47,785	51,333	▲49,772	39,631	▲13,605	58,297	54,457	▲57,647	837,928
2023年	▲10,346	80,586	▲59,336	52,959	▲5,192	47,091	36,933	▲52,424	823,223
2022年11月	▲7,076	3,617	▲3,459	2,529	▲1,116	4,730	5,097	▲3,652	65,785
12月	▲4,774	4,890	▲6,634	3,795	▲726	6,345	3,920	▲4,510	69,007
2023年1月	▲12,698	2,342	▲3,244	3,886	▲4,170	4,195	3,881	▲5,558	91,764
2月	▲5,376	2,354	▲5,781	5,652	▲639	4,485	5,402	▲3,882	12,027
3月	▲4,753	4,209	▲5,172	5,579	3,273	5,979	2,828	▲5,021	77,057
4月	▲2,509	6,711	▲4,659	3,261	▲1,206	2,854	3,936	▲4,835	85,032
5月	▲2,197	4,869	▲3,368	3,859	▲1,535	3,479	427	▲4,389	64,929
6月	1,242	5,967	▲7,222	4,716	868	5,518	3,451	▲3,940	69,485
7月	1,720	8,495	▲3,837	4,296	▲1,978	3,785	1,292	▲4,119	79,423
8月	984	8,613	▲3,270	3,186	360	3,728	3,118	▲4,106	67,261
9月	3,678	10,329	▲8,249	4,017	2,093	5,205	3,405	▲3,569	75,319
10月	1,549	5,769	▲3,291	4,515	▲832	2,719	3,474	▲4,262	56,133
11月	3,563	9,825	▲3,576	4,572	▲2,399	2,611	2,412	▲4,729	69,452
12月	4,450	11,101	▲7,665	5,422	973	2,532	3,307	▲4,013	75,340
2024年1月	328	2,494							



SMBC

SUMITOMO  
MITSUI  
BANKING  
CORPORATION

マンスリー・レビュー 2024年3月号

発行日 2024年3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