

マンスリー・レビュー

2025.4



CONTENTS

視点	中国の新たな対米交渉カード 希少金属・希土類の輸出規制 日本総合研究所 調査部 三浦有史 …	1
経済トピックス	デジタル化が押し上げる米国の経済成長 日本総合研究所 調査部 立石宗一郎 …	2
社会トピックス	コンテンツ産業の成長可能性と今後の課題 日本総合研究所 調査部 安井洋輔 …	4
アジアトピックス	世界で強まる中国系越境ECへの規制強化 日本総合研究所 調査部 呉ジジン …	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ください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。

中国の新たな対米交渉カード 希少金属・希土類の輸出規制

米国による関税率の引き上げにより、米中対立の先鋭化が予想されるなかで、中国は希少金属の輸出規制を強化する動きをみせています。これは、第1次トランプ政権期にはなかった動きで、米国による関税率の一方的な引き上げを阻止する狙いがあるとみられます。

第1次トランプ政権は、関税引き上げ対象品目を段階的に広げることで、中国に対米貿易黒字を削減するよう圧力をかけました。中国は、報復措置として米国からの輸入品に対する関税率を引き上げたものの、最終的に農産物などの輸入を大幅に拡大することで米国と合意することとなりました。

中国が譲歩を余儀なくされた背景には、対米輸出の規模が大きく、関税率引き上げによる輸出減少の影響を無視できなくなったことがあります。中国の対米輸出がGDPの3%を占めるのに対し、米国の対中輸出は0.6%に過ぎないため、関税率引き上げ合戦の影響は中国の方が大きくなります。

そのため中国は今回、希少金属・希土類の輸出を規制するという新しい交渉カードを持ち出し、米国に揺さぶりをかけるようになっています。中国は世界の希少金属・希土類の採掘ないし精錬で圧倒的なシェアを握っているうえ、それらは半導体や電気自動車（EV）など幅広い産業で用いられるため、中国が実際に輸出を大幅に制限すれば、米国の製造業全体に影響が及ぶのは必至です。

中国は、2023年12月、希少金属のガリウム、ゲルマニウム、アンチモンなどの米国向け輸出を原則禁止としたのに続き、2025年2月には、タングステン、テルル、ビスマス、モリブデン、インジウムの関連製品25品目の輸出を許可制にするなど、輸出規制対象品目を広げています。

米シンクタンク戦略国際問題研究所（CSIS）は、これを貿易戦争がエスカレートすることを恐れないという中国の意思表示であると評しました。しかし、輸出規制の大幅な強化は、中国以外の国における未開発鉱山の採掘や代替素材の開発を促し、諸外国の脱「中国依存」を加速させる「諸刃の剣」となるため、中国が実際に輸出を大幅に制限する可能性はそれほど高くないと見込まれます。

中国にとっては、希少金属・希土類の調達リスクを懸念する企業を増やすことで、米国における対中強硬策の勢いをそぐ一方で、供給を完全には断たないことで、脱「中国依存」が進まない状況をつくりだすのが最も望ましい展開です。であれば、「輸出禁止」はあくまで最終的な切り札であり、「原則禁止」や「許可制」による輸出量の削減を交渉カードとして活用するのが適切な戦略といえましょう。

中国が交渉カードを増やそうとしていることは、世界生産の7割を占める希土類について、生産企業に輸出実績を報告させ、その全容を把握する一方で、輸出を規制する措置はいまだ発動していないことからもうかがえます。今後開催が見込まれる米中通商交渉は、中国が希少金属・希土類の輸出規制というカードを前面に出すことで、第1次トランプ政権時よりも難航する可能性があります。（三浦）

■ デジタル化が押し上げる米国の経済成長

世界的にデジタル化が進展しており、なかでも、米国ではその動きが顕著です。2022年には、米国のオープンAI社が人工知能（AI）を用いたチャットサービスを提供したことを機に、ビジネスや研究など幅広い分野でAIの利用が急速に拡大し、デジタル関連の生産・投資が増加しています。米国景気が他の主要国と比較して好調を維持している一因として、こうしたデジタル化の恩恵を強く受けていることが挙げられます。

以下では、AIをはじめとしたデジタル化の進展が米国景気を押し上げてきた状況を整理したうえで、先行きの展開やリスクについて検討します。

デジタル投資が米国景気の追い風に

2024年の米国の実質GDP成長率は＋2.8%と高い伸びを記録しました。実質GDPを産業別にみると、情報通信やコンピューターなどのIT関連産業はコロナ禍以前のトレンドを大きく上回って推移しており、低迷が続くIT関連以外の製造業とは対照的な動きです（図表1）。米国では、好調なIT関連産業が物価高や高金利の悪影響を受ける多くの産業の不振をカバーする構図となっています。

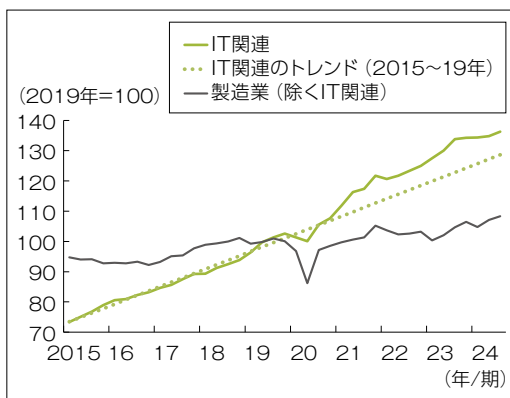
IT関連産業は、大規模な設備投資を通じて生産能力を拡大してきました。コロナ流行直後は、テレワークやオンラインショッピングの急速な普及により、スマートフォンやパソコンなど通信機器の需要が増加したことに関連製品の設備投資が増加したほか、データセンターへの大型投資も相次ぎました。

2022年末には、新たな生成AIモデル

が登場したことで、クラウド企業によるデータセンター投資や半導体企業によるAI用半導体の能力増強投資が活発化しました。そのほかの企業でもAIの活用が進み、関連のソフトウェア投資が増加したと考えられます。また、同じ年には、半導体製造能力の強化を目的に「CHIPS プラス法」が成立し、政府による投資支援策が実施されたことも、半導体工場建設などの呼び水となりました。この結果、米国のデジタル関連の設備投資は、他の主要国をしのぐ規模へ拡大しています。スタンフォード大学の調べによれば、2023年の米国によるAI関連の民間投資は672億ドルと、その世界シェアは実に7割程度に達しています。

こうしたデジタル分野における成長期待の高まりは株価の上昇にもつながっており、資産効果を通じて個人消費を押し上げています。米国の株式市場では、多くのデジタル関連企業が上場しており、デジタル化の進展が株式相場を押し上げ

図表1 米国の産業別実質GDP



（資料）BEAを基に日本総合研究所作成

（注）IT関連は、情報通信、コンピューター・電子機器の合計。

やすい構図にあります。米国のS&P500種株価指数はここ数年株高傾向が続いており、2024年通年では前年から3割近く上昇しました。とりわけ、情報セクターは前年比4割高に達しています。米国では上位20%の高所得層が多額の株式を保有しており、最近の株高を受けて高額品を中心に消費を活発化させているとみられます（図表2）。米国では高所得層の消費額が全体の4割に上っており、株高を通じた景気押し上げ効果が大きいといえます。

AI主導の経済成長は今後も継続

先行きも、大規模なデジタル関連投資が予定されており、米国景気を引き続き押し上げる展開が見込まれます。本年1月には、トランプ大統領とハイテク企業の実業家が共同で記者会見を開き、AIインフラへ5,000億ドル規模の投資を行

う計画を公表しました。さらに、トランプ大統領は、AI分野における米国の優位性を維持するために、許認可手続きの迅速化や規制の緩和などでこの投資計画を後押しする構えを示しています。

デジタル関連以外の産業でも、設備投資が増加する可能性があります。足元では、個別企業の業務内容に適したAIサービスの提供やAIを搭載した人型ロボットの開発などが計画されており、AIの用途は裾野を広げています。中小企業や個人向けでもAIの活用が進むとみられ、その利用が増えるにつれて、データセンターなどの関連需要も一段と高まる、といった好循環が期待されます。

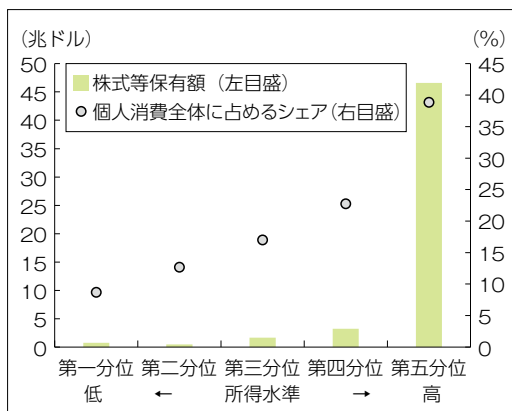
米国の優位性が揺らぐリスクも

もっとも、デジタル分野での国際競争は激しく、何らかの要因で米国の優位性が揺らぐ事態となれば、投資減少や株価下落などを通じて米国景気が失速するリスクもあります。1月下旬には、低コストの中国製AIの台頭を受けて米国の株価は一時急落しました。中国企業による低コストで高性能なAIの開発が、米国企業の優位性を低下させる可能性が懸念されたためです。

経済の好循環は、いったん作動すると簡単には止まらないものの、多くの主体にとって居心地が良いだけに、問題やリスクの存在を見えにくくしがちです。

米国の株価はすでに歴史的な割高水準にあるとの指摘もあり、何らかのきっかけで、株価下落や生産調整が生じるリスクには常に注意を払う必要があります（立石）

図表2 家計の株式等保有額と消費シェア（所得階層別）



（資料）FRBを基に日本総合研究所作成

（注）株式保有額は2024年7～9月期。消費シェアは2023年。所得五分位は、各世帯を所得の低い順から並べ、人口で5等分する分類方法。

コンテンツ産業の成長可能性と今後の課題

わが国コンテンツ産業の海外市場規模は、家庭用ゲームやアニメをけん引役に2013年の1.6兆円から2023年には5.8兆円に拡大しました(図表1)。政府も昨年「新たなクールジャパン戦略」を公表し、コンテンツ産業を経済のけん引役として期待される基幹産業と位置付け、その海外市場規模を2033年に20兆円にする目標を掲げるなど、支援を強化する構えです。そこで以下では、わが国コンテンツ産業の一角を占めるアニメ産業に焦点を当てつつ、今後の成長可能性や波及効果について考察しました。

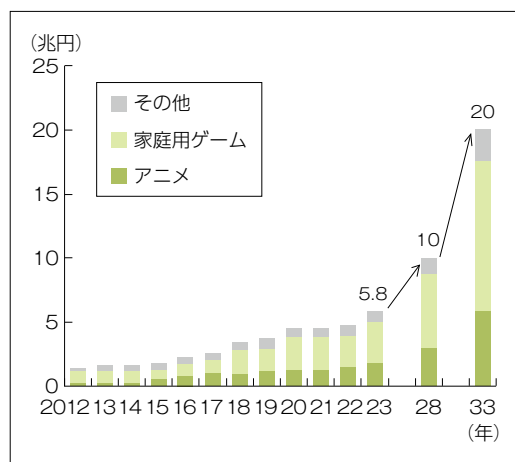
アニメ産業のポテンシャル

アニメ産業の経済効果として注目されるのは、まず、海外売り上げのうち、映像配信料の受け取り拡大です。近年、ネ

ットフリックスやアマゾンプライムなどの海外配信プラットフォームを通じて世界中に配信されることで、わが国アニメの認知度は飛躍的に高まりました。海外との文化的な差異に根差したストーリー性の違いや、手描きの2次元アニメがメインという表現方法の独自性などに魅了される外国人が増加傾向にあるほか、マンガや小説など、アニメの原作になり得る素材も豊富にあることが強みとなっています。

次に、アニメの主要キャラクターの商品化に伴うライセンス収入の増加も見込まれます。欧州や米国、日本を除くアジアでは、配信料収入の2倍以上の商品収入があるとの推計もあり(図表2)、一定程度の手数料率を勘案しても配信料を上回るライセンス収入が得られると考えられます。なお、米国ではキャラクター商

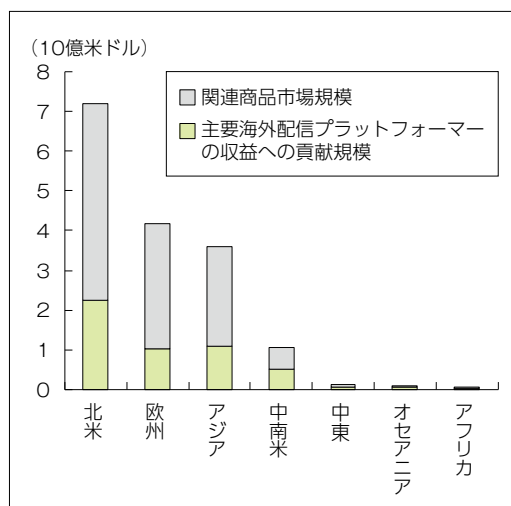
図表1 わが国コンテンツの海外市場規模と政府目標



(資料) 知的財産戦略本部、株式会社ヒューマンメディアを基に日本総合研究所作成

(注) 2028年、2033年の政府目標の内訳は、2023年の各コンテンツのシェアで案分。「その他」は、実写映画、テレビ番組、出版、スマホ・PCオンラインゲームの合計値。

図表2 わが国アニメの地域別市場規模



(資料) 一般社団法人日本動画協会

(注) Parrot Analytics独自集計。「アジア」は日本を除くベース。

品は従来、子供向けが前提でしたが、最近では大人の所有意欲も高まってきていることから、こうした消費者の購買行動の変化も追い風になると期待されます。

さらに、アニメの人気はインバウンド需要の拡大にもつながります。観光庁「インバウンド消費動向調査」によれば、映画やアニメの舞台となった場所を訪れることを目的とする訪日観光客の割合は、2019年の4.7%から2023年には8.2%に高まりました。その割合を国籍別にみると、スペイン、フランス、カナダ、米国で15%を超えており、こうした1人当たり消費支出額が大きい高所得国からの観光客が増加することで、わが国アニメの海外普及は観光産業にも好影響を与え続けるとみられます。

コンテンツ産業が抱える課題

もっとも、コンテンツ産業の成長ポテンシャルを顕在化させるためには、次のような課題に取り組む必要があります。

第1に、アニメ産業では制作人材の供給に先行き懸念が指摘されています。アニメ制作業務は総じて低賃金であることなどから、業界における定着率は低くなっています。また、フリーランスや自営業者の割合は5～7割にも及んでおり、人材教育面でも体系的にスキルを身につけにくい構造になっています。こうした状況を改善しなければ、2019年時点で6,200人程度といわれているアニメ制作者は、2030年に1割減少し5,600人程度に落ち込んでしまう懸念があります。

第2に、海外配信プラットフォームとの力関係があります。前述の通り、全

世界配信を通じてアニメの認知度を高める効果は絶大であるものの、アニメごとの国・地域別の視聴時間や視聴者による評価情報の製作者側への連携が不十分であることから、アニメの品質や世評に見合う適切な対価を得られていない可能性があります。

第3に、デジタル化の遅れも指摘できます。現在のアニメ制作現場では、大勢の制作者が関与する作業工程の進捗をリアルタイムで把握できるようなシステム化が十分に整っていません。また、アニメの知的財産権の活用においても、配信料収入のほか広告宣伝利用や商品化による収入に関するデータの収集・分析などの業務の充実と、そのDX化を進めていくことが求められています。

求められる支援体制の充実

トランプ大統領による米国の輸入関税率の引き上げや、世界的な反グローバル化の流れを受けて、わが国の財輸出を取り巻く環境は今後厳しさを増すと予想されます。先行きも続く人口減少により、国内消費に下押し圧力がかかるわが国にとっては、成長を維持していくうえで、インバウンドを含めたサービス輸出を一層拡大していくことが不可欠です。外需のさらなる拡大が期待できるコンテンツ産業の発展に向けて、その供給力や付加価値創出力を高めていくことが重要です。そのためには、そうした活動を支えるリスクマネーの供給、関係者間で公正な配分を実現する制度改革、人材育成に向けた政府支援体制の整備などが急務といえましょう。

(安井)

■ 世界で強まる中国系越境ECへの規制強化

世界の多くの国において、格安で製品を供給する中国系越境電子商取引（EC）への警戒感が強まっています。各国は、単価を引き下げて海外に大量出荷する中国の「デフレ輸出」を問題視しており、それを抑制するための規制強化を打ち出しています。米国やベトナムなどは、越境ECを含む小口貨物に対して関税を優遇する措置の見直しを進めており、今後、同様の動きが多くの国に広がる見込みです。以下では、各国における規制強化の動きを整理し、中国系越境ECや中国经济全体への影響について考察します。

米国は小口貨物の関税免除の廃止へ

2月1日、トランプ大統領は中国製品に10%の追加関税を課すとともに、800ドル以下の小口貨物に対する関税免除措置（デミニミス・ルール）を撤廃することを決定しました。ただし、米国では関税収入を速やかに処理・徴収するシステムが未整備であるため、実施は延期されています（2月末時点）。今後、システムが整い次第、ルールが撤廃される見込みです。

デミニミス・ルールの撤廃は、表向きは違法薬物であるフェンタニルの取り締まり強化を目的としています。実際には中国からの「デフレ輸出」を抑制し、国内産業を保護することに狙いがあるとみられます。報道によれば、デミニミス・ルールに基づく米国への輸入品のうち、約6割が中国からの輸入品であり、大きなシェアを占めています（図表1）。

関税免除廃止で中国系越境ECに打撃

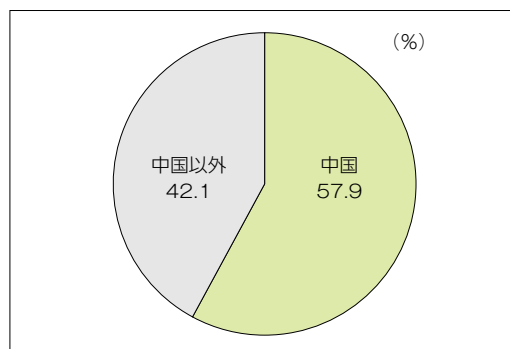
中国の小口貨物の対米輸出額は、基準の違いなどから統計によって異なります

が、中国海関総署ベースでは対米輸出全体の約4%、米国商務省ベースでは約10%とされています。また、中国全体の輸出に占める割合は0.6～1.3%と小さく、将来的にデミニミス・ルールが撤廃されたとしても、当面の中国全体の輸出に与える影響は限定的と考えられます。

一方、中国系越境EC企業は、同ルール撤廃により大きな影響を受けると予想されます。これら企業は、従来「直送モデル」を採用し、中国国内の倉庫や工場から直接空輸などで海外の消費者へ商品を届けることで、低価格販売と迅速な配送を実現していました。同ルールが撤廃された後は、コストの上昇や通関手続きの遅れが避けられず、価格や配送スピードの面で競争力が低下する可能性が高まります。

この苦境を乗り越えるため、多くの企業が「海外倉庫モデル」への転換に注力しています。海外倉庫モデルとは、米国内など主要市場にあらかじめ在庫を確保し、現地の倉庫から消費者に商品を配送する方式です。ただし、倉庫の設立・運

図表1 米国における小口貨物輸入の構成



（資料）米国税関国境保護局を基に日本総合研究所作成
（注）2021年の数値。

営にかかるコストや、需要予測の誤りによる過剰在庫リスクがあるため、競争力の低下を完全に回避することは難しいと考えられます。

米国以外の国・地域でも規制強化の動き

中国系越境ECに対する規制強化は、米国だけでなく、多くの国・地域で進んでいます（図表2）。

今年に入り、ベトナム政府は小口貨物にかかる付加価値税（VAT）の免税措置を撤廃すると発表しました。また、EUでは2月5日に、域外のオンライン販売業者が販売する150ユーロ未満の少額輸入品に対して、管理を強化する方針が示さ

れ、同時に中国系越境EC一社に対して欧州消費者保護法違反の疑いで調査が開始されました。欧州委員会によれば、2024年にEU以外から発送された150ユーロ未満の商品は2022年の約3倍に急増し、そのうち約91%が中国から発送されたとしています。

こうした動きには、安価な中国製品的大量流入によって自国の消費財メーカーが衰退することを防止するほか、安全保障上の理由から違法商品や知的財産権侵害品の流入を阻止する狙いがあります。今後、米国等の規制強化で行き場を失った中国製品がその他の国へ向かうことで、より多くの国がこの問題に直面することが予想されます。

一方で、中国政府は越境EC振興に向けて、モデル園區（特区）の設立や物流効率の向上、税制優遇措置の拡大など、幅広い支援策を展開しています。これらの支援策が効果を上げ、安価な中国製品が一段と各国に流入していけば、各国の警戒感は一層高まり、追加関税や取引制限などの動きが強まる展開が見込まれます。

中国系越境ECの拡大の裏には、中国の急速に拡大した生産能力と膨大な中小企業群があります。しかし、世界で規制強化が進むと、低コストの「薄利多売」戦略で輸出競争力を維持することが難しくなります。中国では内需の低迷が長期化しているだけに、重要な収益源である輸出を抑えられると、中小企業を中心に経営が圧迫される可能性が高まります。輸出と企業業績の下振れを起点として、中国景気の不振が一段と深刻化するリスクに注意する必要があります。

（呉）

図表2 各国・地域の対応策

年月	国・地域	主な規制内容
2021	7 EU	22ユーロまでのVAT免税措置を廃止
2023	シンガポール	400シンガポールドルまでのGST免税措置を廃止
	マレーシア	オンライン経由の場合、500リンギ以下の小口貨物に10%の売り上げ税を賦課
2024	5 米国	複数の通関業者に対する小口貨物の電子申告利用資格を停止
	7 タイ	1,500パーツ以下の小口貨物にVATと物品税を課税対象化
	8 ブラジル	50ドル以下の物品に対する輸入税の免税措置を廃止
	10 インドネシア	格安中国系EC一社の取引を禁止
	11 日本	1万円以下の小口貨物に対する消費税・関税免除措置の見直し（検討中）
	12 ベトナム	格安中国系EC二社に対する一時事業停止命令
2025	1 ベトナム	1,000,000ドン以下の輸入関税・GTGT免税措置を廃止（2月発動）
	2 米国	800ドル未満の輸入品に対するデミニミス・ルールの廃止（一時留保）
	EU	150ユーロ未満の小口貨物の関税免除廃止案（検討中）

（資料）各種報道を基に日本総合研究所作成

KEY INDICATORS

(2025年3月14日現在)

● 日 本 ●

(%)

	2023年度	2024年		2024年		2025年	
		7～9	10～12	11月	12月	1月	2月
鉱工業生産指数	(▲1.9)	〈▲0.3〉 (▲1.4)	〈1.1〉 (▲0.9)	〈▲2.2〉 (▲2.7)	〈▲0.2〉 (▲1.6)	〈▲1.1〉 (2.6)	
鉱工業出荷指数	(▲1.6)	〈▲1.3〉 (▲2.8)	〈1.0〉 (▲2.0)	〈▲2.5〉 (▲3.6)	〈0.2〉 (▲2.7)	〈▲1.5〉 (2.0)	
鉱工業在庫指数 (末)	(▲1.0)	〈▲0.3〉 (▲1.3)	〈▲1.7〉 (▲2.0)	〈▲1.0〉 (▲2.2)	〈▲0.7〉 (▲2.0)	〈0.9〉 (0.5)	
生産者製品在庫率指数	(6.2)	〈0.5〉 (1.7)	〈▲0.3〉 (1.5)	〈3.2〉 (2.7)	〈▲1.4〉 (2.1)	〈0.3〉 (1.1)	
稼働率指数 (2020年=100)	105	100.9	103.2	102.6	102.4		
第3次産業活動指数	(1.4)	〈0.6〉 (1.1)	〈▲0.7〉 (1.2)	〈▲0.3〉 (0.9)	〈0.1〉 (1.1)		
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	(▲4.6)	〈▲1.3〉 (▲0.4)	〈2.9〉 (6.6)	〈3.4〉 (10.3)	〈▲1.2〉 (4.3)		
建設工事受注 (民間) 公共工事請負金額	(7.7) (5.3)	(11.4) (2.2)	(13.8) (1.2)	(▲8.8) (4.6)	(12.1) (▲5.7)	(12.3) (▲1.3)	
新設住宅着工戸数 (年率、万戸)	80.0 (▲7.0)	78.7 (▲2.0)	77.8 (▲2.4)	77.3 (▲1.8)	78.3 (▲2.5)	77.4 (▲4.6)	
百貨店売上高 全国	(7.9)	(3.7)	(1.5)	(3.4)	(2.8)	(5.2)	
チェーンストア売上高 東京	(9.7)	(4.8)	(1.2)	(2.7)	(1.6)	(5.5)	
完全失業率	2.6	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	
有効求人倍率	1.29	1.24	1.25	1.25	1.25	1.26	
現金給与総額 (5人以上)	(1.3)	(2.9)	(3.7)	(3.9)	(4.4)	(2.8)	
所定外労働時間 (//)	(▲2.0)	(▲2.7)	(▲2.5)	(▲1.9)	(▲2.8)	(▲1.0)	
常用雇用 (//)	(1.9)	(1.1)	(1.0)	(0.9)	(0.9)	(1.7)	
M2 (平残)	(2.5)	(1.3)	(1.2)	(1.2)	(1.3)	(1.3)	(1.2)
広義流動性 (平残)	(2.2)	(3.3)	(3.5)	(3.5)	(3.6)	(3.5)	(3.2)
経常収支 (兆円)	26.64	8.89	6.89	3.35	1.08	▲0.26	
前年差	17.53	0.60	0.98	1.18	0.16	▲0.59	
貿易収支 (兆円)	▲3.74	▲1.27	0.00	0.10	0.06	▲2.94	
前年差	14.05	▲1.00	1.05	0.78	▲0.06	▲1.41	
消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(2.8)	(2.6)	(2.6)	(2.7)	(3.0)	(3.2)	

(%)

	2023年度	2023年		2024年			
		7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12
業況判断DI 大企業・製造		9	13	11	13	13	14
非製造		27	32	34	33	34	33
中小企業・製造		▲5	2	▲1	▲1	0	1
非製造		12	14	13	12	14	16
売上高 (法人企業統計)	(3.5)	(5.0)	(4.2)	(2.3)	(3.5)	(2.6)	(2.5)
経常利益	(12.1)	(20.1)	(13.0)	(15.1)	(13.2)	(▲3.3)	(13.5)
実質GDP (2015年連鎖価格)	(0.7)	〈▲1.0〉 (1.1)	〈0.0〉 (0.8)	〈▲0.5〉 (▲0.7)	〈0.8〉 (▲0.7)	〈0.4〉 (0.7)	〈0.6〉 (1.1)
名目GDP	(4.9)	〈▲0.0〉 (6.7)	〈0.3〉 (5.0)	〈▲0.0〉 (2.3)	〈2.2〉 (2.3)	〈0.7〉 (3.1)	〈1.1〉 (4.0)

注：〈 〉内は季節調整済み前期比、()内は前年（同期（月））比。

● 米 国 ●

	2024年	2024年			2024年	2025年	
		4～6	7～9	10～12	12月	1月	2月
鉱工業生産	(▲0.3)	〈0.6〉 (0.0)	〈▲0.2〉 (▲0.4)	〈▲0.3〉 (▲0.3)	〈1.0〉 (0.3)	〈0.5〉 (2.0)	
設備稼働率	77.6	78.0	77.6	77.1	77.5	77.8	
小売売上高	(2.6)	〈0.5〉 (2.4)	〈1.3〉 (2.3)	〈1.8〉 (3.8)	〈0.7〉 (4.4)	〈▲0.9〉 (4.2)	
失業率（除く軍人、％）	4.0	4.0	4.2	4.1	4.1	4.0	4.1
非農業就業者数（千人） （前期差、前月差）	2,081	514	337	510	323	125	151
消費者物価指数	(2.9)	〈0.7〉 (3.2)	〈0.3〉 (2.6)	〈0.7〉 (2.7)	〈0.4〉 (2.9)	〈0.5〉 (3.0)	〈0.2〉 (2.8)

	2024年	2023年		2024年			
		7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12
実質GDP （連鎖ウェイト方式）	(2.8)	{4.4} (3.2)	{3.2} (3.2)	{1.6} (2.9)	{3.0} (3.0)	{3.1} (2.7)	{2.3} (2.5)
経常収支（億ドル、年率） 名目GDP比		▲8,826 ▲3.2	▲8,871 ▲3.1	▲9,639 ▲3.4	▲11,001 ▲3.8	▲12,438 ▲4.2	

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
2023年	1.4	1.3	3.2	1.8	2.0	3.6	5.0	5.5	5.4
2024年	2.0	4.3	2.5	4.4	2.5	5.1	5.0	5.6	5.0
2023年7～9月	1.4	1.6	4.1	1.9	1.6	3.1	4.9	6.0	5.0
10～12月	2.1	4.7	4.3	3.1	1.8	2.9	5.0	5.5	5.3
2024年1～3月	3.3	6.6	2.8	3.2	1.7	4.2	5.1	5.8	5.3
4～6月	2.3	4.9	3.1	3.4	2.3	5.9	5.0	6.4	4.7
7～9月	1.5	4.2	1.9	5.7	3.0	5.4	4.9	5.2	4.6
10～12月	1.2	2.9	2.4	5.0	3.2	5.0	5.0	5.2	5.4

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
2023年	▲10,346	80,788	▲59,336	52,959	▲3,435	47,298	36,899	▲52,592	822,102
2024年	51,842	80,630	▲48,486	47,316	▲6,280	30,061	31,045	▲54,302	992,155
2023年12月	4,450	11,153	▲7,665	5,422	1,221	2,537	3,284	▲4,178	74,727
2024年1月	235	2,500	466	6,321	▲2,914	2,171	1,999	▲4,355	83,714
2月	3,855	7,910	▲5,325	4,539	▲359	2,359	833	▲3,556	40,930
3月	4,405	8,699	▲5,754	4,251	▲861	2,698	4,577	▲3,349	58,649
4月	1,327	6,269	▲1,302	2,154	▲1,678	1,625	2,719	▲4,729	72,042
5月	4,888	6,030	▲1,555	3,058	857	2,111	2,926	▲4,733	81,740
6月	8,251	4,696	▲7,137	2,340	418	3,031	2,395	▲4,323	98,939
7月	3,620	4,860	▲2,797	4,654	▲1,373	1,369	501	▲4,876	85,275
8月	3,588	11,501	▲4,250	4,419	265	1,250	2,775	▲4,393	91,289
9月	6,442	7,126	▲6,829	4,149	394	3,000	3,231	▲5,100	81,685
10月	3,169	7,040	▲3,990	3,581	▲794	2,762	2,483	▲5,811	95,745
11月	5,570	7,941	▲5,576	4,883	▲224	3,394	4,367	▲4,933	97,311
12月	6,493	6,060	▲4,438	2,967	▲11	4,292	2,240	▲4,143	104,838
2025年1月	▲1,798	9,973	267	3,426	▲1,880	814	3,428	▲5,089	
2月	4,300	6,554							



マンスリー・レビュー 2025年4月号

発行日 2025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
E-mail 100790-inquiry@mljri.co.jp