

マンスリー・レビュー

2016.11



三井住友銀行

企画
編集 日本総合研究所

CONTENTS

視点	若年層の支出行動にみる光と影 日本総合研究所 調査部 下田裕介 …	1
経済トピックス	わが国景気を下支えする建設投資 日本総合研究所 調査部 菊地秀朗 …	2
社会トピックス①	人口減少下での地域サービス事業のあり方を探る 日本総合研究所 調査部 藤波 匠 …	4
社会トピックス②	勤労世帯の貧困の現状と課題 日本総合研究所 調査部 星 貴子 …	6
アジアトピックス	拡大が続く対中直接投資 日本総合研究所 調査部 佐野淳也 …	8
データアイ	治安悪化に揺れる欧州観光業 日本総合研究所 調査部 橘高史尚 …	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。

若年層の支出行動にみる光と影

アベノミクス始動後3年半が経過しましたが、個人消費は勢いを欠く状況が続いています。足元のGDPベースの実質個人消費は、アベノミクス開始前の2012年10～12月期と比べて、ほぼ同じ水準にとどまっています。

個人消費の伸び悩みの背景には、2014年の消費増税の影響や所得環境の弱さだけでなく、20代から30代の若年層の消費低迷も指摘出来ます。実際、総務省「全国消費実態調査」をもとに、可処分所得のうちどれだけ消費に回したかを示す消費性向を年齢階級別にみると、20代および30代は、アベノミクスを含む10年間にそれぞれ▲5.8%ポイント、▲3.6%ポイント低下し、40代（▲3.0%ポイント）や50代（▲1.3%ポイント）と比べてその低下幅は大きくなっています。

こうした消費性向の低下は、社会保障制度の持続性を巡る将来不安の影響がよく指摘される場所ですが、その他に若年層特有の支出行動によるところも大きいと考えられます。例えば、若年層を中心に急速に普及したスマートフォンは、インターネット利用や写真・動画撮影などの機能性も高いことから、パソコンやデジカメの需要減退につながりました。また、近年注目を集めているカーシェアリングも、会員の中心である30代の多くがマイカーの購入を考えていないなど、自動車購入の減少要因となっています。物心ついた頃からデフレ環境しか経験していない若年層の節約志向や、所有よりも利用価値に重きを置く姿勢が、結果として従来型の消費市場を縮小させているといえましょう。

もっとも、若年層の支出行動の変化がすべて個人消費のマイナス要因というわけではなく、彼らがけん引する新たな消費市場も姿をみせています。「人とのほどよいつながり」を好む若年層は、多くの人と仮装で街を行き交うなどしてハロウィーンの認知度を一気に高め、関連グッズなどの市場拡大に寄与しています。さらに、通信で接続された人同士が協力プレイで楽しむスマートフォンゲームも、この世代を中心に人気を博しています。また、交流のツールであるSNSへの写真投稿を目的に、著名な外食店舗やクルージングなどに足を運ぶ人も増えてきています。

海外に目を転じると、若年層の消費トレンドをうまく捉え、新たなモノ・サービス市場を生み出し、成長している企業が数多く存在します。一方、わが国では、人口構成や資産分布の面から、消費のボリュームゾーンとなっている高齢者層の市場攻略に企業の関心が偏る傾向もみられます。現在の若年層が、10～20年後にはわが国個人消費の中心世代になること、さらにグローバルな観点でみて将来性のある若年層市場が大きく広がっていることを踏まえれば、この世代の需要を掘り起こす取り組みは、企業の持続的成長を目指していくうえで極めて重要な課題であるといえましょう。

(下田)

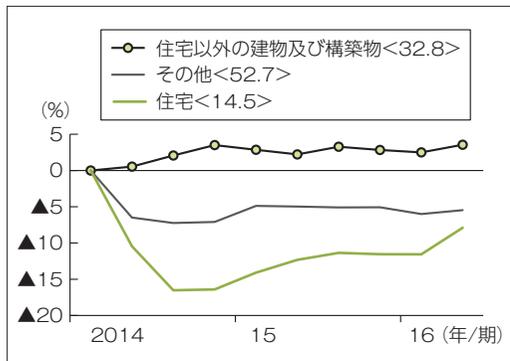
■ わが国景気を下支えする建設投資

建設投資がわが国景気を下支えする構図が続いています。GDP統計の実質総固定資本形成を形態別にみると（図表1）、企業の設備稼働率が高まらず、「その他」に含まれる機械等の設備投資が伸び悩み一方、「住宅以外の建物及び構築物」は堅調な推移が続いています。また、2014年4月の消費税率引き上げ後、大きく落ち込んだ「住宅」も、足元で持ち直しペースが加速しています。海外景気の減速を背景に輸出が伸び悩み、個人消費も低迷が長期化するなか、建設投資は数少ない景気けん引役の一つになっています。以下では、建設投資の堅調の背景を探り、先行きの景気けん引力を考察しました。

再開発事業と政府の経済対策

住宅以外の建設投資を押し上げているのは、都市部での再開発と、政府の経済対策による公共事業の増加です。

図表1 形態別総固定資本形成（実質・季調値、2014年1～3月期対比）



（資料）内閣府「国民経済計算」

（注）「その他」は、「輸送用機械」、「その他の機械設備等」、「コンピュータ・ソフトウェア」の合計。

凡例 < >内は2015年の名目総固定資本形成に占めるシェア。

まず、都市部では、①既存建築物の老朽化、②企業収益改善を受けたオフィスの増床・集約・効率化需要の拡大、③訪日外国人旅行者の増加を受けた宿泊施設需要の拡大、④低金利による採算向上、などを背景に、再開発事業が活発化しています。建設総合統計で民間・非居住用建築物の出来高（季節調整値）をみると、2016年4～6月期は、消費税率引き上げ前の2014年1～3月期と比べ、+9.0%の増加となりました。都道府県別のデータが取得可能な2016年1～3月期には、同+8.2%となりましたが、そのうち東京都・大阪府・愛知県の寄与度は+5.0%ポイントを占めています。とりわけ東京では、2020年に東京オリンピック・パラリンピックの開催を控えていることもあり、今後も民間企業の再開発事業は底堅い推移が期待出来ましよう。

次に、公共投資についてみると、政府は「3本の矢」の一つとして、度重なる補正予算や、平成28年度本予算の執行前倒しなどを通じ、断続的に公共事業を積み増してきました。本年8月2日には、事業規模28兆円の経済対策が閣議決定されました。財政投融资を含む事業規模であるため、すべてがGDPの押し上げに寄与するわけではありませんが、政府は建設国債の発行なども含め、公共事業で景気を下支える姿勢を明確にしています。当面、公的セクターによる建設投資も堅調が見込まれます。

先行き不安が高まる住宅市場

一方、住宅は足元で高い水準を維持し

ていますが、実需に見合っていない面もあり、先行きは不透明な状況です。

住宅着工を利用関係別にみると、消費税率引き上げ後の落ち込みからの持ち直しをけん引したのは貸家と分譲マンションです。貸家の着工増の背景の一つには、相続税対策需要があります。2015年1月から、相続税制が変更され、他の金融資産等と比べ、資産評価額が低く、税負担を抑制することが出来ることから、貸家建設の動きが大きく拡大しました。

もともと、これは実需を反映しない着工増加であり、空室率を押し上げる懸念があります。不動産情報流通業者のデータを基に作成された首都圏のアパート空室率をみると、消費税率引き上げに伴う駆け込み物件が流通し始めたのに伴い上昇基調にあります（図表2）。今後、これに加えて、相続税対策物件の流通が開始すれば、空室率は一段と上昇する可能性があります。貸家着工が急増しているのは主に大都市圏ですが、地方圏でも、着工は増加しているため、空室率の上昇、

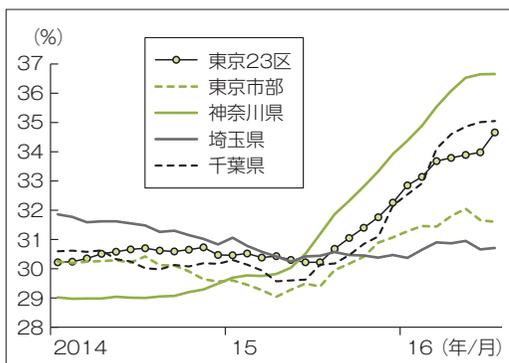
それに伴う賃料の下落が先行き深刻化するとみられます。

また、分譲マンション市場についても、すでに市場には減速感が広がり始めています。背景には、家計の可処分所得の伸びが弱い一方、建設コストの上昇や投資マネーの流入でマンション価格が上昇したことがあります。住宅ローン金利は大きく低下していますが、価格上昇のマイナス影響の方が大きく、家計のマンション購入を慎重化させています。首都圏の新規マンション契約率は足元で低下傾向にあり、好不調の判断の基準とされる70%を割り込む月も増えてきています。住宅市場は、わが国が人口減少という構造問題に直面しているだけに、今後の需給環境をやや慎重にみておく必要があります。

以上を総合すると、住宅投資には不安要素をかかえているものの、民間企業、公共セクターの建設投資は当面底堅く、わが国景気の下支え役を果たすことが期待されます。工場、オフィス、住宅などの建設投資は、後の機械設備、耐久消費財の需要につながり、また、良質な資本ストックは経済全体の生産性改善や新たな民間投資の呼び水になるなど、建設投資は大きな波及効果を生む潜在力を秘めています。今後、政府においては、真に必要な公共事業の厳選等を通じて、短期的な景気の下支えとしてだけでなく、建設投資が持続的な経済成長に資するよう、企業、家計の投資意欲を刺激するような政策支援が求められましょう。

（菊地）

図表2 首都圏のアパート空室率



（資料）分析：（株）タス

■ 人口減少下での地域サービス事業のあり方を探る

人口減少時代の本格化により、これまでは過疎地域や高齢化したニュータウン、空洞化した中心市街地など、限られた地域でしかみられなかった人口密度の低下が、これからは広範な地域で起こることが予想されます。人口密度の低下は、様々な民間サービスの効率性を低下させ、それらを担ってきた事業者の撤退を促します。それが地域住民の利便性を低下させることで、さらなる人口流出を引き起こすという悪循環を引き起こすことが懸念されます。

以下では、人口減少とそれに伴う人口密度の低下が本格化するなか、都市や集落の存続に不可欠な民間サービスのあり方について考えてみました。

人口密度の低下が招く効率性の低下

人口密度の低下は、人口減少が進む過疎地域だけではなく、人口流入がある都市部でも、起こっています。一例としては、地方都市の人口集中地区^(注)では、人口流入より速いペースで市街地外延部の開発が進み、居住区域が広がる結果、人口密度が低下します(図表)。また、人口が大幅に増加している東京圏においても、若い世代は都心居住を求める傾向にあり、郊外を中心に人口密度が低下している区域が局所的に生じています。

地域の人口密度が低下すると、公共交通や物流、小売業などの撤退により、地域の生活に様々な不便が生じかねません。実際に民間事業者が担ってきた路線バスが赤字となり、一部路線が廃止されたり、便数を減らしつつ行政からの補助

金によって維持されている路線が増えています。利用者の減少によりガソリンスタンドや生活用品の販売店などが撤退する例も少なくありません。また、高齢者の多い地域に不可欠なデイサービスでも、担い手の減少や収益性の低さから事業者が撤退した例もあります。

(注) 4,000人/km以上の人口密度を有し、かつ一定の人口のまとまりがある区域。一般にDIDと略される。

サービス供給のあり方を変える試み

こうした状況下、生活サービスを供給する事業者には、より少ない人数で仕事を効率的に行っていく工夫や、収益源の多様化を図ることにより、担い手一人が生み出す付加価値を高めていく発想が求められます。以下では、各地で始まった新しい取り組みから三つの類型を紹介しましょう。

一つは、企業連携です。国内大手宅配事業3社は、住民の高齢化が進む多摩ニュータウンにおいて、個配業務を1社が一括して担う業務提携を開始しました。新たに設置された拠点に3社が荷物を持ち込み、その拠点から受取人宅までは、決まった1社が担う仕組みです。もともとは顧客満足度と環境性の向上が目的ですが、これにより、一括配送を担う事業者は、配達員一人が運ぶ荷物の量を増やし、残りの2社も個配業務を委託することで、従業員をより生産性の高い仕事に振り向けられるようになります。

二つ目は、多様なサービスの一括供給です。人口1,954人、高齢化率が66%に

達する岡山県笠岡市の笠岡諸島では、「NPO法人かさおか島づくり海社」が島での暮らしに必要な不可欠なサービスの一括提供を行っています。展開する事業は、デイサービス、コミュニティバス運行、買い物支援、特産品開発、保育園運営、空き家対策などです。多岐にわたるサービスをそれぞれ専門の事業者が提供するのではなく、サービス提供頻度の低さを逆手に、一つの法人が提供する体制を構築することで、持てる人材や資源の効率的な活用が図られています。

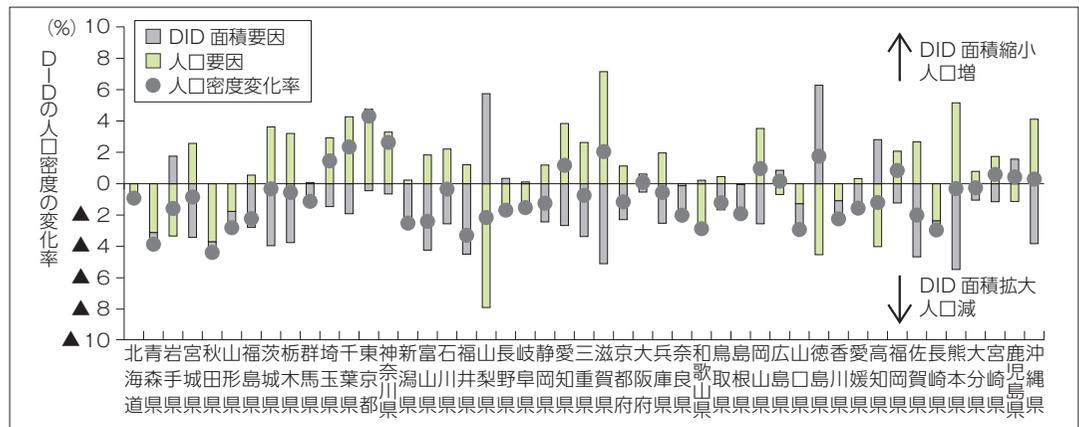
三つ目は、住民の当事者意識の醸成です。高知県四万十市の大宮地区では、地域唯一のガソリンスタンドが閉鎖されたことを受けて、住民自らが出資してガソリンスタンドと付属の店舗を運営する株式会社を立ち上げました。これを契機に住民の当事者意識が醸成され、地域外に流れていた住民の需要を取り戻すことに

成功し、同社の事業は一定の利益を出し続けています。また、地域の特産品を地域外に販売する拠点としても機能し始めており、地域活性化の拠点ともなっています。

柔軟な発想で人口減に適応

国立社会保障人口問題研究所の推計によれば、2020年には沖縄県を除くすべての都道府県で人口減少が見込まれています。国民生活とつながりの深いサービスを提供する事業者には、今後程度の差はあれ、こうした環境変化に向き合っていくことが求められます。三つの事例からは、人口減少や人口密度の低下をイノベーションの好機ととらえ、柔軟な発想や事業者間の連携で新たなサービス提供のあり方を探っていくことが、重要なカギになることが示唆されているといえます。（藤波）

図表 人口集中地域（DID）の人口密度の変化の要因分解（2005～2010年）



(資料) 総務省「社会生活統計指標—都道府県の指標」
 (注) 人口密度の変化率を、人口要因と面積要因に分解。面積要因は、面積拡大が人口密度の押し下げ要因となるため、下向きに表示される。例えば富山県や福井県では、DID人口は微増であるものの、それ以上にDID面積が拡大しており、人口密度は低下。

■ 勤労世帯の貧困の現状と課題

近年、就労しているにもかかわらず生活が困窮している世帯（ワーキングプア世帯）が増加し、社会問題となっています。現役世代に貧困が広がることで、わが国経済を支える力が減退するばかりでなく、子供や高齢者にも影響が及び、社会全体の活力低下につながることも懸念されます。

以下では、ワーキングプア増加の背景やその影響を探るとともに、ワーキングプア低減に向けた取り組みについて、検討してみました。

背景に雇用や世帯の環境変化

山形大学の戸室健作准教授の推計^(注)によれば、1992年度から2012年度までの20年間でワーキングプア世帯数は倍増し、勤労世帯総数に占める割合（ワーキングプア率）も4.0%から9.7%に上昇しました（図表）。20%台前半にある高齢世帯（年金・恩給受給世帯）の貧困率に比べると、依然として低水準にあるものの、その差は徐々に縮まっており、ワーキングプアは深刻度を増しているといえます。

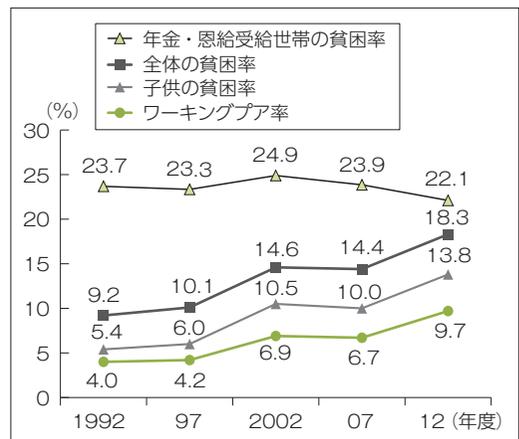
都道府県別にみると、ワーキングプア率の高い県の特徴として、雇用や世帯を取り巻く環境の厳しさが指摘出来ます。雇用環境としては、低い最低賃金、高い失業率、付加価値創出力の弱さのほか、非正規雇用の拡大も影響しています。厚生労働省によれば、非正規雇用者は年々増加し、2015年度には雇用者全体の約4割に達しました。このうち、6人に1人は、正規雇用を希望しつつも不本意ながら非

正規雇用を余儀なくされています。また、15～64歳の生産年齢に該当する世帯主の1割以上が非正規雇用となっています。非正規雇用者の賃金は正規雇用者の6～7割に過ぎず、世帯主が非正規雇用の場合、その収入のみで家計を維持することは容易ではありません。

世帯環境としては、子育てや介護などの扶養負担の影響が挙げられます。3世代同居世帯が減少する一方で、母子世帯や常時介護が必要な重度の要介護者の割合が増加しており、家族による扶養負担の分担が困難になっています。扶養負担の増大が、就労の機会を失わせ、家計を圧迫するという悪循環があるとみられます。

ワーキングプア率の高い沖縄県、大阪府、京都府では、上記の各要因が全国平均よりも高くなっており、貧困が生じや

図表 わが国の各種貧困率^(注)の推移



(資料) 戸室健作「都道府県別の貧困率、ワーキングプア率、子供の貧困率、捕捉率の検討(2016年3月)」を基に日本総合研究所作成

(注) 貧困率=世帯収入が生活保護基準(最低生活費)に届かない世帯の割合
 ワーキングプア率=勤労世帯の貧困率
 子供の貧困率=18歳未満の末子のいる世帯の貧困率

すい状況になっています。

(注) 政府統計が公表されていないため、ここでは、同氏が総務省「就業構造基本調査」のオーダーメイド集計を基に推計したデータを使用。

懸念される貧困の連鎖・固定化

ワーキングプアは、その子供への貧困の連鎖や、自らの老後まで貧困を引きずる固定化につながる恐れがあります。

親から子へ引き継がれる貧困の連鎖は、まず教育環境の差異となって端的に表れます。2009年に東京大学大学院が実施した調査によれば、子の大学進学率は、世帯年収1,000万円超の62%に対し、同200万円以下では28%に過ぎず、親の年収が子の進路を左右していることを示唆しています。また、2014年の厚生労働省の調査では、大学卒では8割が正規雇用であったのに対し、高校卒では5割、中学卒では3割以下と、学歴によって就労形態に差が生じています。低所得世帯の子供は、進学の手続きが限定され、その結果、雇用や所得の選択肢が限られるという事情がうかがわれます。

いったん貧困状態に陥ると、そこから抜け出すことが出来ないまま老後を迎えてしまうという貧困の固定化も、ワーキングプアがもたらす深刻な問題です。企業年金制度の対象外となるケースが多い非正規雇用者や、同制度が整っていない小規模企業の従業員は、少なからずそうしたリスクを抱えています。また、公的年金受給資格を有していても、未払期間の存在などにより、受給年金額が生活保護基準である最低生活費に届かない世帯

も少なくありません。こうした状況下、年金のみで生活費を賄うことは困難となり、ワーキングプアがそのまま貧困高齢者に移行するケースは増えているとみられます。

求められる官民の迅速な対応

こうした負のサイクルを断ち切るには、労働者が自立した経済生活を送ることが出来るように、雇用面および世帯面で環境改善や各種支援を図ることが重要です。まず、雇用面では、非正規雇用の賃金水準をはじめとした雇用条件の見直しや正規雇用への転換の促進のほか、就職や復職を円滑にするための職業訓練の拡充等が求められます。世帯面では、介護や子育て期間中でも仕事が継続出来るような環境を整備することが不可欠です。具体的には、裁量労働や在宅勤務など勤務形態の多様化、高齢者施設や保育・子育て支援施設の拡充、行政や企業並びに住民といった多様な主体が連携・協働し介護・子育て支援を行う体制、いわゆる地域包括ケアシステムの整備などです。

ワーキングプアは、貧困の連鎖・固定化を通じて、将来にわたり、わが国の経済社会の屋台骨を揺るがしかねない問題といえます。わが国の持続的な発展に向けて、一億総活躍社会の実現が最重要課題となるなか、ワーキングプア問題を克服し、国民一人一人が能力や意欲を最大限に引き出すことが出来るよう、民間企業と行政が連携し、これら施策に迅速に取り組むことが求められましょう。(星)

■ 拡大が続く対中直接投資

中国の対内直接投資（以下、対中直接投資）が拡大基調で推移しています。実行ベースでみた金額は、2014、15年と過去最高を更新しました（図表1）。16年入り後も、月ごとの振れはあるものの、1～8月累計で前年同期比+0.6%となっています。増勢はかつてほどではありませんが、過剰設備・債務の処理に伴う景気下振れ懸念がくすぶっている昨今の状況を踏まえれば、比較的堅調さを維持しているといえます。

対内投資拡大の2要因

対中直接投資の拡大が続く背景としては次の2点が考えられます。

第1は、サービス市場の拡大期待です。近年、対中直接投資のターゲットが、輸出向けの加工型製造業から、内需向けの非製造業へ大きくシフトしています。

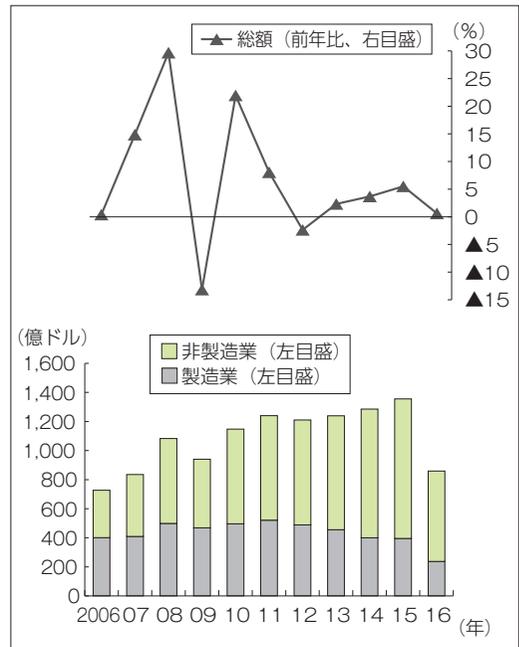
2001年のWTO加盟を機に、対中直接投資は製造業にけん引されて急拡大しました。ところが、2000年代半ばを境に、その勢いはピークアウトします。対中直接投資全体に占める製造業の割合は、05年の58.6%から、15年には29.2%まで低下しました。人件費をはじめとするコストの急上昇など、生産拠点としての魅力の低下が製造業への対中直接投資を減退させた主因です。

対照的に、非製造業はシェア、金額ともに拡大傾向が続いています。とりわけ、金融業や不動産業は、製造業に次いで海外からの直接投資が集まる主要業種となりました。卸売り・小売業も、消費市場や国内物流網の拡大などを受けて、着実に増えています。これらの三つの業種が

対中直接投資全体に占める割合をみると、05年の31.1%から15年には55.6%に急拡大しました。また、額としてはまだ小さいものの、衛生・社会保障・社会福祉、科学研究・技術サービス・地質探査などへの投資がハイペースで伸びていることも注目されます。過剰生産問題に象徴されるように、中国国内の製造活動では収益を上げにくくなりましたが、大規模な国内市場を擁する非製造業分野は、外資企業にとって依然魅力的であることが投資拡大の背景にあります。

第2は、投資環境の改善に向けた政策措置です。中国政府は対中直接投資の拡大に向けた投資促進策を数多く打ち出し

図表1 対中直接投資



(資料) 商務部、CEIC

(注) 1. 実行ベース。

2. 16年は1～8月の累計（銀行、証券、保険を除く）で前年同期と比較。

ています。例えば、外資企業の中国事業展開においては、従来、煩雑な手続きが問題視されてきました。これに対し政府は、受付窓口の一本化、事前審査制から事後届出制への転換といった対策を講じました。また、投資の規制面においても、ネガティブリスト方式（投資禁止分野のみを明記し、それ以外は原則自由）の導入や、一部の業種における対外開放の拡大で進展がみられます。その他にも、外資企業の要望を聞くための意見交換会の開催など、投資環境整備に向けた政府の対応は、一定の効果を上げていると考えられます。

異なる各国・地域企業の対応

以上のように、全体で見れば対中直接投資は堅調に増えていますが、国・地域によって、対中投資戦略に顕著な違いが生じてきました。

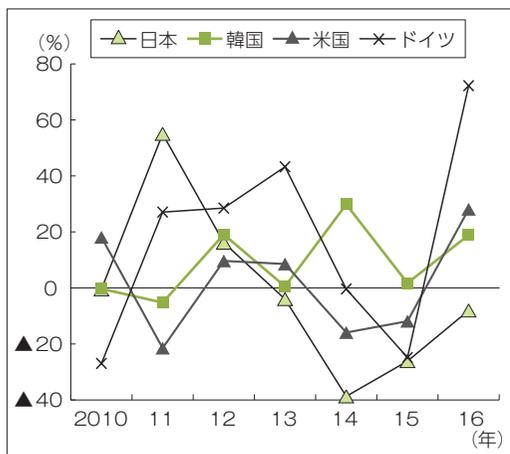
過去3年の趨勢でみると、欧米や韓国の企業は、対中直接投資を積極的に進めています（図表2）。とりわけ、韓国は13年の30.5億ドルから15年には40.3億ドルに拡大させました。業種別にみると、サービス需要の取り込みを狙った観光や小売りなどへの投資が目立っています。

一方、日本の対中直接投資は、主要国の中では例外的に縮小が続きました。日本企業の対中直接投資が、生産コストの削減や円高対策を主たる目的としており、非製造業への関心が相対的に低かったことが原因と考えられます。また、日中間の政治的対立の激化、日本企業に対する排斥運動なども重なり、日本企業は中国での事業展開に慎重姿勢を強めるようになりました。

足元に限ってみれば、日本の対中直接投資にも、持ち直しの兆しが現れています。2016年6～8月にかけて、約3年ぶりに前年同月比プラスが続いています。もともと、日本企業全体に慎重姿勢が残るなか、このまま対中直接投資が増え続けるかどうかは不透明です。

景気は減速傾向にあるとはいえ、中国では毎年、インドネシア1カ国分にほぼ相当する国内市場が新たに生まれています。この市場をめぐる競争において、欧米・韓国企業の先行を許すと、日本企業はますます不利な立場に陥りかねません。海外戦略を考えていくに当たっては、政治的対立や景気失速等のリスクに十分注意を払いながらも、中国でのビジネスチャンスを見極め、取り込んでいく姿勢が求められましょう。（佐野）

図表2 主要国の対中直接投資（前年比）



(資料) 商務部、CEIC

(注) 2016年は、1～8月累計の前年同期比。

データ アイ 治安悪化に揺れる欧州観光業

2 015年以降、欧州ではイスラム過激派などによるテロが頻発しています。

フランスでは、2015年1月に一部マスコミを狙った連続銃撃テロを皮切りに、同年11月にはパリ、2016年7月にはニースで大規模な無差別テロが発生しました。欧州では他にも、2016年3月にベルギーのブリュッセルで同時多発テロが発生したほか、比較的安全とされていたドイツでも、同国南部のバイエルン州で7月下旬に難民問題が絡んだ重大事件が相次いで発生しました。

また、仏独と地理的に近いトルコでは、首都や国際

空港を狙った大規模なテロに加え、7月には軍の一部によるクーデター未遂事件も発生しています。

こうした治安の悪化は、**欧州の観光客の動きに大きな影響を与えています。**

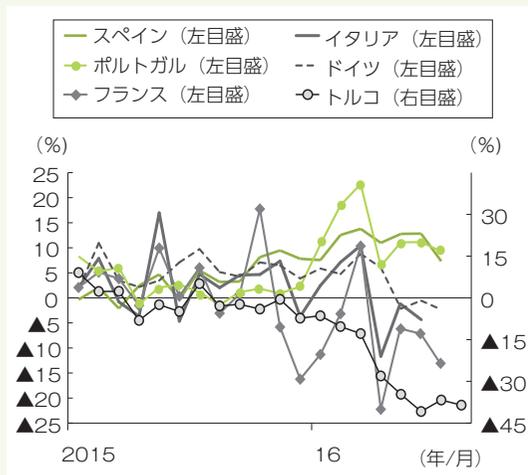
トルコでは、足元にかけて外国人観光客数が前年に比べ3割以上減少しているほか、フランスでも昨年末以降、外国人宿泊日数が大幅に減少しています（図表1）。その一方で、スペインやポルトガルなどが旅行の代替先として選好され、これらの国では外国人宿泊日数が1割以上増加しています。

欧州では観光立国が多く、観光業の浮沈が経済に与える影響も無視出来ません。

これまで、観光業は低迷が続く欧州経済にとって数少ない景気押し上げ要因の一つとなってきました。ユーロ圏主要国について、インバウンド消費が含まれる外国人の最終消費支出の増加率をみると、総じてGDPの伸びを上回る傾向があります（図表2）。とりわけ、スペインやポルトガル、フランスなどでその傾向が強く、内需の弱さをカバーする重要な役割を果たしてきました。

足元で観光客が大きく増

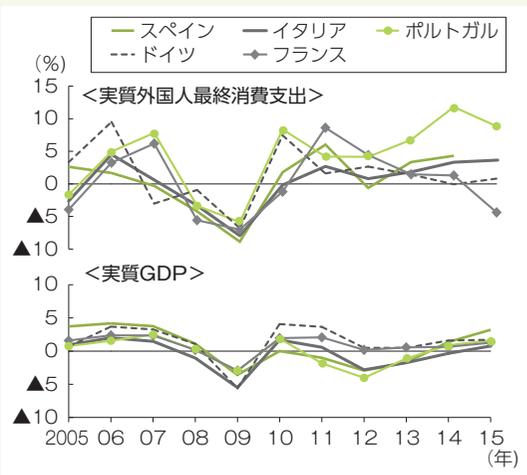
図表1 各国の外国人宿泊日数（前年比）



(資料) Eurostat "Nights spent at tourist accommodation establishments", Turkstat "Tourism Statistics"

(注) トルコのみ、外国人観光客数ベース。

図表2 外国人最終消費支出と実質GDP（前年比）



(資料) Eurostat

加しているスペインやポルトガルでは、観光業の景気押し上げ効果が一段と高まることが期待されます。例えば、スペインでは外国人観光収入がGDPの約5%を占めているため（図表3）、観光客一人あたりの消費額を一定と仮定した場合、観光客数の1割増加が続けば、名目GDPを0.5%ポイント押し上げる効果があります。

逆に、フランスでは観光需要がマイナスに転じ、景気の下押し要因となり始めています。ちなみに、2001年に同時多発テロが発生した米国では、減少した観光産業の売上高がテロ

発生以前の水準まで回復するのに約2年を要しました（図表4）。これを踏まえると、テロでダメージを受けた観光業の回復には、かなりの時間が必要と見込まれます。とりわけ、テロが連続して発生したフランスの場合、観光業の停滞がさらに長期化する恐れもあります。

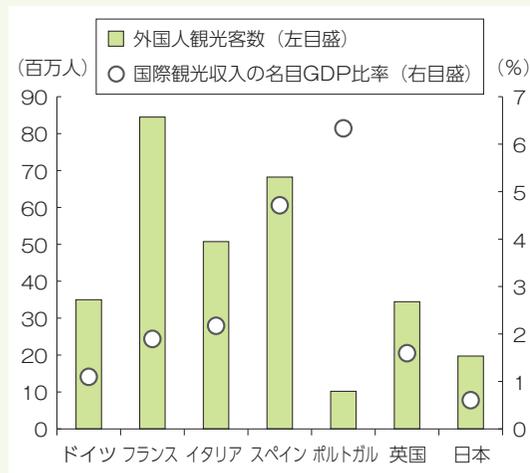
こうした欧州の動向を踏まえると、成長戦略の一環として「観光先進国」を目指すわが国でも、治安や安全面への配慮が一段と重要性を増しているといえます。

政府は、2015年に2,000万人に達した訪日観光客数を、2020年までに4,000万人へと引き上げることを

目標に掲げています。観光客一人あたりの消費額を一定と仮定して試算すると、観光客数の倍増はわが国のGDPを0.6%ポイント押し上げることになります。

逆に、治安面の懸念が高まれば、現在の欧州の一部の国のように、観光需要が減退してしまうことにもなりかねません。インバウンド観光のさらなる活性化に向けては、観光資源のアピールや魅力向上とともに、日本が長年にわたって築き上げてきた「安全・安心」な社会を緩まず守り続けていくことが不可欠といえましょう。（橘高）

図表3 外国人観光客数と国際観光収入の名目GDP比率（2015年）



（資料）UNWTO「Tourism Highlights, 2016 Edition」、IMF「World Economic Outlook」を基に日本総合研究所作成

図表4 米国の観光産業売上高



（資料）BEA「The U.S. Travel and Tourism Satellite Accounts」

KEY INDICATORS

(2016年10月14日現在)

● 日 本 ●

(%)

	2015年度	2016年		2016年			
		4～6	7～9	6月	7月	8月	9月
鉱工業生産指数	(▲1.0)	〈0.2〉 (▲1.8)		〈2.3〉 (▲1.5)	〈▲0.4〉 (▲4.2)	〈1.5〉 (4.6)	
鉱工業出荷指数	(▲1.2)	〈0.2〉 (▲2.0)		〈1.7〉 (▲1.7)	〈0.7〉 (▲4.0)	〈▲1.3〉 (1.5)	
鉱工業在庫指数 (末)	(1.8)	〈▲1.3〉 (0.0)		〈0.0〉 (0.0)	〈▲2.4〉 (▲1.8)	〈0.1〉 (▲1.8)	
生産者製品在庫率指数	(2.7)	〈0.2〉 (2.4)		〈▲1.5〉 (2.8)	〈1.1〉 (4.0)	〈▲3.5〉 (▲2.7)	
稼働率指数 (2010年=100)	98.0	95.4		95.6	96.2		
第3次産業活動指数	(1.4)	〈0.2〉 (0.5)		〈0.7〉 (0.5)	〈0.2〉 (0.0)	〈0.0〉 (1.0)	
全産業活動指数 (除く農林水産業)	(0.9)	〈0.4〉 (0.1)		〈1.0〉 (0.1)	〈0.3〉 (▲0.7)		
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	(4.1)	〈▲9.2〉 (▲6.5)		〈8.3〉 (▲0.9)	〈4.9〉 (5.2)	〈▲2.2〉 (11.6)	
建設工事受注 (民間)	(7.9)	(3.9)		(1.9)	(▲5.8)	(9.7)	
公共工事請負金額	(▲3.8)	(4.0)	(6.8)	(▲1.8)	(▲6.9)	(12.0)	(18.1)
新設住宅着工戸数 (年率、万戸)	92.1 (4.6)	100.5 (4.9)		100.4 (▲2.5)	100.5 (8.9)	95.6 (2.5)	
百貨店売上高 全国	(1.8)	(▲4.1)		(▲3.5)	(▲0.1)	(▲6.0)	
チェーンストア売上高 東京	(5.0)	(▲3.1)		(▲3.2)	(0.6)	(▲5.9)	
チェーンストア売上高	(2.1)	(▲0.8)		(▲0.5)	(0.2)	(▲2.9)	
完全失業率	3.3	3.2		3.1	3.0	3.1	
有効求人倍率	1.23	1.36		1.37	1.37	1.37	
現金給与総額 (5人以上)	(0.2)	(0.6)		(1.4)	(1.2)	(▲0.1)	
所定外労働時間 (//)	(▲1.3)	(▲1.2)		(▲1.0)	(▲1.9)	(▲2.0)	
常用雇用 (//)	(2.1)	(2.0)		(2.0)	(2.0)	(2.2)	
M2 (平残)	(3.6)	(3.4)	(3.4)	(3.5)	(3.4)	(3.3)	(3.6)
広義流動性 (平残)	(3.9)	(2.2)	(1.7)	(1.9)	(1.7)	(1.6)	(1.8)
経常収支 (兆円)	18.00	4.60		0.98	1.94	2.00	
前年差	9.28	0.88		0.44	0.14	0.38	
貿易収支 (兆円)	0.54	1.50		0.76	0.61	0.24	
前年差	7.13	1.55		0.64	0.70	0.57	
消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(0.0)	(▲0.4)		(▲0.4)	(▲0.5)	(▲0.5)	

(%)

	2015年度	2015年			2016年		
		4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9
業況判断DI 大企業・製造		15	12	12	6	6	6
非製造		23	25	25	22	19	18
中小企業・製造		0	0	0	▲4	▲5	▲3
非製造		4	3	5	4	0	1
売上高 (法人企業統計)	(▲1.1)	(1.1)	(0.1)	(▲2.7)	(▲3.3)	(▲3.5)	
経常利益	(5.6)	(23.8)	(9.0)	(▲1.7)	(▲9.3)	(▲10.0)	
実質GDP (2005年連鎖価格)	(0.8)	〈▲0.5〉 (0.7)	〈0.5〉 (1.8)	〈▲0.4〉 (0.7)	〈0.5〉 (0.2)	〈0.2〉 (0.8)	
名目GDP	(2.2)	〈▲0.1〉 (2.2)	〈0.6〉 (3.6)	〈▲0.3〉 (2.2)	〈0.8〉 (1.1)	〈0.3〉 (1.5)	

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 ●

	2015年	2016年			2016年		
		1～3	4～6	7～9	7月	8月	9月
鉱工業生産	(0.3)	〈▲0.4〉 (▲1.6)	〈▲0.1〉 (▲1.0)		〈0.6〉 (▲0.5)	〈▲0.4〉 (▲1.1)	
設備稼働率	76.7	75.4	75.3		75.9	75.5	
小売売上高	(2.3)	〈▲0.1〉 (2.7)	〈1.5〉 (2.7)	〈0.7〉 (2.4)	〈0.1〉 (2.4)	〈▲0.2〉 (2.1)	〈0.6〉 (2.7)
失業率 (除く軍人、%)	5.3	4.9	4.9	4.9	4.9	4.9	5.0
非農業就業者数 (千人) (前期差、前月差)	2,894	659	452	604	252	167	156
消費者物価指数	(0.1)	〈▲0.1〉 (1.1)	〈0.6〉 (1.1)		〈▲0.0〉 (0.8)	〈0.2〉 (1.1)	

	2015年	2015年				2016年	
		1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6
実質GDP (連鎖ウェイト方式)	(2.6)	{2.0} (3.3)	{2.6} (3.0)	{2.0} (2.2)	{0.9} (1.9)	{0.8} (1.6)	{1.4} (1.3)
経常収支 (億ドル、年率) 名目GDP比	▲4,630 ▲2.6	▲4,582 ▲2.6	▲4,476 ▲2.5	▲4,924 ▲2.7	▲4,536 ▲2.5	▲5,274 ▲2.9	▲4,795 ▲2.6

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
2014年	3.3	3.9	2.7	3.3	0.8	6.0	5.0	6.2	7.3
2015年	2.6	0.6	2.4	2.0	2.8	5.0	4.8	5.9	6.9
2015年1～3月	2.4	4.0	2.4	2.7	3.0	5.7	4.7	5.0	7.0
4～6月	2.2	0.6	3.1	1.7	2.7	4.9	4.7	5.9	7.0
7～9月	2.8	▲0.8	2.3	1.8	2.9	4.7	4.7	6.2	6.9
10～12月	3.1	▲0.9	1.9	1.8	2.8	4.5	5.0	6.5	6.8
2016年1～3月	2.8	▲0.3	0.8	2.1	3.2	4.2	4.9	6.8	6.7
4～6月	3.3	0.7	1.7	2.1	3.5	4.0	5.2	7.0	6.7

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
2014年	47,150	38,242	▲70,932	39,050	▲225	25,088	▲2,199	▲3,296	383,058
2015年	90,258	48,124	▲57,078	49,901	11,699	23,158	7,661	▲12,240	593,904
2015年7月	7,049	3,289	▲3,668	4,108	754	655	1,384	▲1,475	41,870
8月	4,335	3,576	▲3,234	2,888	721	2,521	328	▲1,048	59,688
9月	8,892	4,925	▲4,694	3,866	2,794	2,240	1,030	▲1,296	59,606
10月	6,589	5,736	▲3,826	5,298	2,101	2,845	1,013	▲1,944	61,286
11月	10,235	2,147	▲4,270	3,472	295	2,360	▲408	▲977	53,976
12月	6,918	4,147	▲5,897	3,663	1,487	1,953	▲161	▲1,586	59,631
2016年1月	4,931	3,515	▲2,247	4,254	238	1,243	14	▲2,638	59,749
2月	6,806	4,138	▲4,259	1,933	4,986	1,760	1,136	▲1,104	29,952
3月	9,685	4,501	▲6,060	3,616	2,966	2,754	508	▲1,747	26,671
4月	8,720	4,799	▲4,001	4,630	721	2,324	662	▲2,306	42,418
5月	6,767	3,504	▲3,378	4,031	1,537	813	374	▲2,021	46,872
6月	11,390	3,567	▲5,874	3,900	1,965	1,353	879	▲2,098	47,134
7月	7,521	3,580	▲4,294	4,152	843	475	514	▲2,058	50,047
8月	5,111	3,985	▲4,138	3,924	2,128	2,115	294	▲2,023	52,049
9月	6,901	4,374							41,989



SMBC

SUMITOMO
MITSUI
BANKING
CORPORATION

マンスリーレビュー 2016年11月号

発行日 2016年11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