

# マンスリー・レビュー

---

2022.7



## CONTENTS

視点	公平な法人税負担に向けた国際協調の動き 日本総合研究所 調査部 蜂屋勝弘 …	1
経済トピックス	金利上昇でも底堅い米国住宅市場 日本総合研究所 調査部 井上 肇 …	2
社会トピックス	男性の育休取得を阻む要因とその解決策 日本総合研究所 調査部 井上恵理菜 …	4
アジアトピックス	ゼロコロナ政策がかく乱要因となる中国経済 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。

---



## 公平な法人税負担に向けた国際協調の動き

法人税はわが国税収の2割強を占め、諸外国でも主要な税目ですが、これまで課税の公平性に対する疑問など様々な問題点が国内外で指摘されてきました。例えば、多国籍企業が低税率国・地域に所得などを移すことで税負担を回避する行為（タックス・ヘイブン問題）や、インターネットで販売などを行う国外の企業に対して、その市場となる国（市場国）が課税出来ない問題です。近年では、企業誘致などを狙って各国が実施してきた法人税率の引き下げが、さほど経済活性化につながらなかったとの見方も出ています。こうしたなか、2021年10月にOECD加盟国やG20諸国を含む130カ国を超える国・地域が、多国籍企業への法人税に関する新たな国際ルールづくりで合意しました。

第1は、法人税への最低税率の導入です（グローバル・ミニマム課税）。年間総収入が7.5億ユーロ（約1,013億円、135円／ユーロで計算、以下同じ）を超える多国籍企業に対して15%の最低税率が課されることとなります。これにより、長年にわたる国家間の法人税率引き下げ競争に歯止めがかかるとともに、世界全体で年間約1,500億ドル（約19兆円、127円／ドルで計算、以下同じ）の追加税収が期待されています。

第2は、多国籍企業の利益の一部を市場国に配分する仕組みの導入です（デジタル課税）。法人税に関する国際ルールでは、国外の企業への課税には、支店や工場等の「恒久的施設」が国内に所在することが前提ですが、合意では、売上高200億ユーロ（2.7兆円）超で利益率が10%超の多国籍企業を対象に、市場国に「恒久的施設」がなくても一定額以上の売上高があれば、市場国に利益の一部が配分され、課税出来ることとなります。これは、1928年に国際連盟で定められたルールの約100年ぶりの見直しになります。この結果、市場国には世界全体で年間1,250億ドル（約16兆円）超の利益に対する新たな課税権の発生が見込まれています。

今回の合意の狙いは、経済のグローバル化やデジタル化を背景に、多国籍企業が本来負担すべき税負担を様々な方法によって回避している問題の是正であり、税収の確保だけでなく、①低税率国・地域の税制を利用出来る多国籍企業と出来ない企業や、②「恒久的施設」を置く企業と置かない企業の税負担の差を縮小することに意義があります。この問題は、「税源侵食と利益移転」（Base Erosion and Profit Shifting : BEPS）問題と呼ばれ、長らくOECDを中心に対処策の議論が重ねられてきました。しかし、アイルランドなどの低税率国や巨大インターネット企業が多く所在する米国などと利害が対立し、合意に至るまでに長い年月を要しました。このたび合意に至った背景として、コロナ禍を受けて財政状況が大幅に悪化した各国が財源の確保に迫られているという事情があります。

もっとも、今後、各国での導入がスムーズに進むかは予断を許しません。実際、各国内での利害調整や法整備の遅れ、導入を巡るEU加盟国間での足並みの乱れなどが指摘されており、2023年を目標としている導入時期がずれ込むとの見方も出ています。

わが国でも、この機を逃さず導入に向けた法整備や国際社会への働きかけに注力するとともに、企業の税負担に一段の公平を期すことで、経済活性化につなげていくことが求められます。（蜂屋）

## 金利上昇でも底堅い米国住宅市場

米国では、FRB（連邦準備理事会）が金融政策の正常化を進めるなかで、金利動向に左右されやすい住宅市場の先行き不透明感が強まっています。住宅購入は自動車や家具などの買い替えを誘発することから、個人消費にも大きな影響を及ぼします。さらに米国では、2000年代後半の住宅バブル崩壊が著しい景気悪化を招いたため、住宅市場の動向に注目が集まっています。そこで以下では、米国住宅市場の最近の動きを整理したうえで、先行きを展望しました。

### 金利上昇で住宅販売は減少

新型コロナウイルスの感染が拡大した2020年春に、住宅販売や着工は大きく落ち込みました。その後、FRBの大規模な金融緩和により住宅ローン金利が大幅に低下したほか、コロナ禍で在宅勤務が普及するなど生活様式の変化を受けた住み替え需要が増加したことから、住宅着工は急回復しました。ところが、2021年に入ると、世界的に木材価格や輸送費が高騰し、建築コストが大幅に上昇したため、着工は抑制されました。この結果、住宅在庫の不足や住宅価格の高騰に拍車がかかり、販売は減少しました。

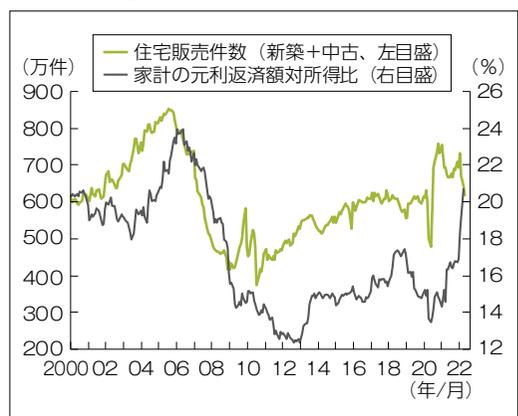
住宅販売は、雇用・所得環境の改善が続くなかで、2021年半ばから持ち直しましたが、今春から、再び減少に転じています。この要因として、FRBの利上げを受けた住宅ローン金利の上昇が挙げられます。全米不動産業者協会（NAR）によると、本年3月時点で、平均的な所得の家計が新たに住宅を購入しようとする場合、元本と利払いを含めた月々の住宅ローン返済額は所得対比で2割を超

え、2007年以来の高水準となっています（図表1）。当面、こうした家計の元利返済負担の増加が住宅販売を抑制する見通しです。

### 住宅ローンの延滞急増は回避

もっとも、これによってローン返済に窮する家計は限られる見込みであり、2000年代後半のようにローン債務の問題が深刻な景気後退につながる可能性は低いと考えられます。今回の局面では、住宅ローンを借り入れている家計の大部分は、信用力が高いと区分される階層に属しているためです。ニューヨーク連銀によると、信用力が最も高い階層が住宅ローン組成額全体に占める割合は、今年1～3月期において68%に達しています。住宅バブルが発生した2007年は、その割合が27%の低水準であったことを踏

図表1 米国の住宅販売件数と家計の元利返済負担



（資料）U.S. Census Bureau、NARを基に日本総合研究所作成

（注）元利返済額は、中央値に位置する所得の家計が、新たに住宅を購入しようとする場合の元本と利払いを含めた月々の住宅ローン返済額。季節調整は日本総合研究所が実施。

まえると、今回の局面で住宅ローン債務が金融面に深刻な問題を引き起こす可能性は低いといえます。2007年時は、価格の高い住宅の購入が信用力の低い階層にも広がり、景気後退でそうした家計の債務返済が広範に滞りました。その結果、金融機関の経営が急激に悪化し、それに伴う信用収縮が景気悪化を増幅させました。住宅バブル崩壊後、その教訓を基に金融機関の貸し出し審査が厳格化されていることなどから、今回は同様の事態は生じにくいと考えられます。

### 住宅着工は底堅い推移へ

金利上昇で住宅販売が減少する一方、住宅着工は底堅さを維持すると予想されます。その理由として、以下の2点が指摘出来ます。

第1に、住宅在庫が依然として不足していることです。新築と中古を合計した在庫率（在庫戸数／販売戸数）をみると、コロナ禍前は4カ月分程度で推移していたものの、本年4月には3カ月分未満と歴史的な低水準となっています。住宅販売がある程度減少しても、在庫の復元を目的とした住宅建設は続くとみられます。

第2に、人口動態の面からみた潜在需要が大きいことです。住宅需要は、基本的に世帯数の変化に連動する傾向があります。実際に両者の関係を見ると、1980年代後半から90年代前半にかけて、住宅着工件数はおおむね世帯数の増減に見合った水準で推移していました（図表2）。住宅バブルが発生した2000年代半ばにかけては、住宅着工件数が世帯数の増加を大きく上回りましたが、住宅バブル崩壊後は、再び連動性が回復しています。

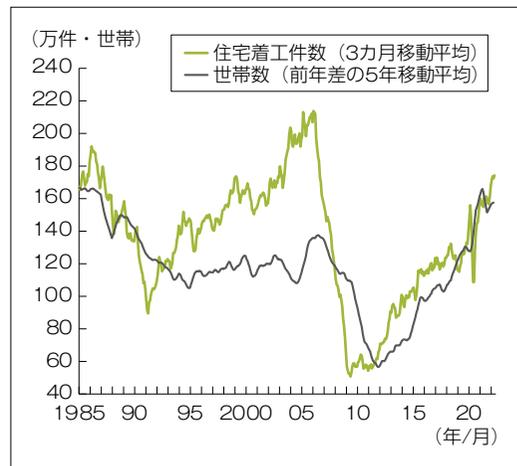
足元の170万戸程度の住宅着工件数は、過去5年平均でみた世帯数の増加ペースと大差なく、著しい過剰感はない状況と考えられます。

近年、世帯数が増加した背景として、米国で大きな人口割合を占めるミレニアル世代（2000年以降に成人・社会人になった世代）が世帯を形成する年齢層に入っていることが指摘出来ます。そのため、世帯数は中期的に高水準で推移し、住宅着工を下支えすると予想されます。

ただし、資材や労働力の不足が長引けば、住宅供給が伸び悩む可能性もあります。コロナ禍では、住宅着工の許可が下りたにもかかわらず、未着工となっている物件数が大きく増加しています。

以上を踏まえると、今後の住宅市場をみるうえで、住宅ローン金利の動きだけでなく、中期的な住宅需要のトレンドや供給制約についても注意深くみていく必要があるでしょう。（井上(肇)）

図表2 米国の住宅着工件数と世帯数



(資料) U.S. Census Bureauを基に日本総合研究所作成

## ■ 男性の育休取得を阻む要因とその解決策

2022年4月より、改正育児・介護休業法が施行されました。今回の改正では、産後パパ育休の創設など、男性が育休を取得しやすくなるような制度変更が行われました。そこで以下では、わが国の男性育休の現状を整理したうえで、取得率向上に向けて求められる施策を検討します。

### 男性の育児休業の意義

日本では、家事・育児などの負担が著しく女性に偏っているため、他の先進国に比べて、女性にとってキャリアの継続と家族形成の両立が容易でないことが長らく問題とされてきました。こうした状況は、女性の積極的な労働参加や十分な能力発揮を抑制しているほか、出生率の低下にもつながっており、わが国経済の低迷の大きな要因と考えられます。

女性への家事・育児負担の偏りを解消するためには、男性の家事・育児が習慣化される必要がありますが、そのための定時帰宅の励行や有給休暇の活用は、あまり進んできませんでした。そこで、目的が明確化された育児休業制度を普及させ、それを多くの男性が利用することで、質・量ともにより多くの家事・育児を担うことが期待されます。さらに、一度にまとまった休みを取得することは、それまでの仕事のやり方を見直し、新たな仕事と生活のバランスを作ることにつながるため、育休取得は重要な働き方改革になり得ます。

### 男性の育児休業取得の現状

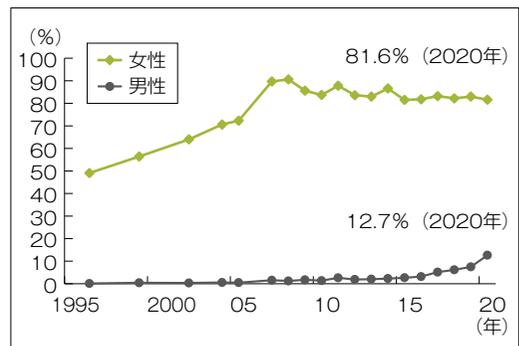
男性育休の現状をみると、2020年の取得率は12.7%でした（図表1）。2015年には2%台であったことを踏まえると、大幅な改善にみえますが、2020年の女性の育休取得率は81.6%であり、男女差は依然として大きいのが実状です。

一方、子どもを持つ男性の間で、育休を取得したいと考えている人は増えており、2019年には正社員男性の3割が育休取得を希望しています。このうち1割は実際に育休を取得しましたが、6%が会社に制度がないことを理由に取得出来なかったほか、12%は会社に制度はあるものの何らかの理由により取得ができていません。

### 企業経営層の理解が不可欠

「男性が育休を取得しなかった理由」を尋ねたアンケート調査をみると、男性が実際に育休を取得するためには、①本

図表 1 育児休業取得率



(資料) 厚生労働省「令和2年度雇用均等基本調査」  
 (注) 民間企業。分母は本人または配偶者が出産した従業員。

人（家族）に取得の意思があること、②制度が整っていること、③企業に育休を取得しやすい雰囲気や上司の理解があることの三つの要件が整う必要があります（図表2）。

一つ目の本人の意志については、3割の人が育休取得を希望しているため、現在の取得率1割から上昇する余地は十分にあります。

二つ目の制度については、従業員が「自分の企業には制度がないから育休を取得出来ない」と誤解している点が問題です。本来育休取得は法律に定められた従業員の権利であり、企業に制度が整っていなくても、従業員が要望すれば取得が可能です。しかし、実際には社内で制度が明文化されていないため、育休取得を断念

するという事態が生じています。2022年4月以降、企業が従業員に育休休業制度を周知することが義務化されたため、これが正しく運用されれば、今後は誤解に基づく希望者の未取得は減ると考えられます。

三つ目の企業の雰囲気や上司の理解については、個別の企業や職場ごとに状況が異なり、取得率向上の最も大きなネックになっていると考えられます。2021年のアンケート調査によると、企業の経営層の4分の1が男性育休に反対しており、前記2項目が満たされていても男性が育休を取得しにくい企業が一定程度存在するのは確実とみられます。

以上を踏まえると、男性の育休取得率向上のためには、次のような取り組みが重要といえます。

まず企業は、義務化された「育休休業制度の周知と育休取得意向の確認」をすべての従業員に対してしっかりと行うこと、その実行に際しては社内で育休休業を制度として明文化すること、そして何よりも経営層や管理職が男性育休の重要性について理解し意識改革を進めることが期待されます。

一方、政府には、制度面から育休取得者のいる企業を支援していくと同時に、企業経営層の男性育休に対する説明や不安を取り除く環境整備が求められます。そのために、先進事例を中心に男性育休の実態調査を広く深く行い、業績や従業員の満足度との関係を明らかにしていくことなどが望まれます。（井上(恵)）

**図表2 育休休業制度を利用しなかった理由と育休休業取得の3要件**

	男性の育休休業取得の3要件	育休休業制度を利用しなかった理由(複数回答可)	%
1	本人（家族）に取得したいという意思がある	収入を減らしたくなかったから	41.4
		自分にしか出来ない仕事や担当している仕事があったから	21.7
		残業が多い等、業務が繁忙であったから	20.8
2	制度が整っている	会社で育休休業制度が整備されていなかったから	21.3
3	企業に育休を取得しやすい雰囲気や上司の理解がある	職場が育休休業制度を取得しづらい雰囲気だったから、または会社や上司、職場の育休休業取得への理解がなかったから	27.3

（資料）「男性の育休休業取得の3要件」は日本総合研究所作成、「育休休業制度を利用しなかった理由」は株式会社日本能率協会総合研究所（厚生労働省委託事業）[2021] <労働者調査>（図表Ⅲ-104）を基に日本総合研究所が作成し、育休を取得しなかった男性正社員の回答割合20%以上の項目を抽出。

## ■ ゼロコロナ政策がかく乱要因となる中国経済

中国政府はゼロコロナ政策を掲げるもとで、上海市のロックダウン（都市封鎖）をはじめ、春先から活動規制を厳格化しました。これにより、中国の景気は急速に悪化し、先行き不透明感が強まっています。政府は3月の全国人民代表大会（国会に相当）で2022年の成長率目標を+5.5%前後と高めに設定しており、先行きゼロコロナ政策を継続しても、様々な対策を講じることでこの目標は達成可能であるとの姿勢です。以下では、最近の中国の景気と政府の経済政策を整理したうえで、先行きについて展望しました。

### 春にかけて景気が大幅に悪化

需要項目ごとにみると、個人消費が顕著に落ち込んでいます。4月の小売売上高は、前年同月比▲11.1%と、2020年3月（同▲15.8%）以来の大幅な減少を記録しました（図表1）。主要品目の売上額は、値上げが進む食料品や石油製品を除いて軒並み前年同月を下回っており、なかでもレストランや宝飾品は前年同月比で2割以上減少しました。物流が停滞していることに加え、外出制限によりサービス消費の機会が奪われたことが急激な落ち込みの主因です。

外出制限の影響により、生産活動も停滞しています。4月の工業生産は前年同月比▲2.9%と3月の同+5.0%から急速に悪化しました。4月の輸出は前年同月比+3.9%とプラスを維持しましたが、2020年7月以降で最も低い伸びにとどまりました。米国（同+9.4%）、ASEAN

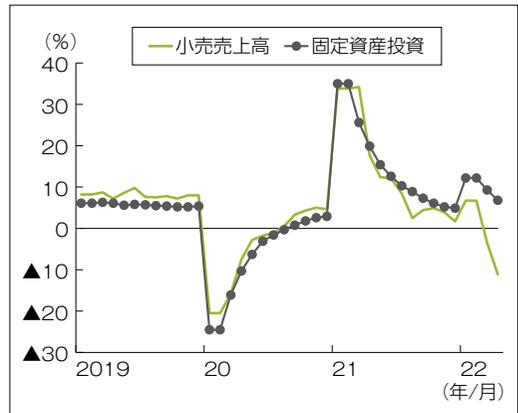
（同+7.6%）、EU（同+7.9%）向けでプラスとなったものの、物流の停滞などが足かせとなり、日本（同▲9.4%）、ロシア（同▲25.9%）向けが大きく減少しました。

設備投資についても活動規制が重しとなっています。1～4月期の固定資産投資は前年同期比+6.8%と、1～3月期の同+9.3%から鈍化しました。景気回復の原動力として期待されるインフラ投資も1～4月期は同+6.5%と、1～3月期の+8.5%に比べて伸び率が低下しています。

### インフラ整備等で景気浮揚を図る方針

こうした急速な景気悪化を受けて、中国政府は今後、景気対策に力を入れる方針です。4月29日の共産党中央政治局会議では当面の経済運営方針を決定し、

図表1 消費・投資関連指標



（資料）国家統計局、CEIC

（注）1. 小売売上高は前年同月比（各年1月、2月は1～2月の前年同期比）。

2. 固定資産投資は年初来累計比。

景気刺激策を優先する姿勢を明確に示しました。

財政政策では、「インフラ整備の全面強化」を掲げ、従来よりも整備の対象を拡大する方針を示しています。これまでは、地方財政の悪化を警戒し、5G基地局をはじめとする「新型インフラ」の整備に重点対象を絞っていましたが、今後は水利施設や空港といった「従来型インフラ」の整備も積極的に進められると予想されます。また、公共事業や特別地方債の新規発行の前倒しとともに、今年的重要経済政策の一つとしていた減税・税還付を早期に行う方針も打ち出しています。

金融政策では、各種の政策手段を動員して景気を支援する方針を示しました。その一環として、居住用住宅を初めて購入する世帯向けに、住宅ローンの下限金利を下回る融資を認めました。また、5年物の最優遇貸出金利を0.15%ポイント引き下げ、企業の資金調達コストの軽減も図ろうとしています（図表2）。

さらに、産業政策の面では、プラットフォームと呼ばれる巨大インターネット企業に対して、近年の規制強化の動きを一段落させ、業界全体の発展を支援する措置を講じると発表しました。

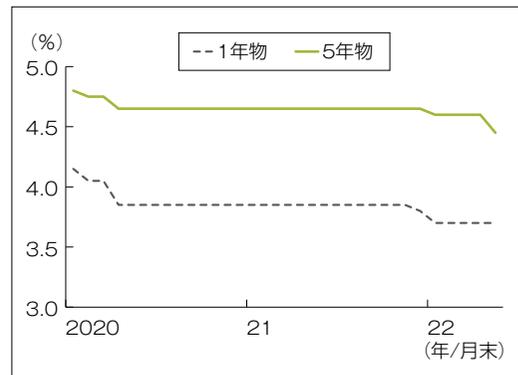
### ゼロコロナ政策の堅持が今後もリスク

このように、中国政府はインフラ整備を中心に景気対策を拡充することで、景気の回復を図る構えです。一方、感染対策面でも、上海市が5月から段階的に活

動規制を緩和し、6月から正常化を目指すとの方針を発表しており、今後は、各地の活動規制が徐々に解除されることが期待されます。これが実現すれば、景気刺激策の効果も相まって景気は比較的順調な回復傾向をたどると見込まれます。

仮に、中国政府が諸外国と同様に、ウィズコロナ路線に転換するのであれば、中国景気の回復は一段と明確になると考えられます。しかし、政府内でそうした論調は一切みられず、ゼロコロナ政策が今後も堅持される可能性が高いことには注意が必要です。中国には2020年の新型コロナ発生当初に、厳しい移動制限等を講じて世界でいち早く景気回復に成功した実績が自信になっているとみられます。そのため、今後も新たな変異種の流行などがあれば、極端に厳しい規制がとられ、経済が再び混乱するリスクが排除出来ないことには十分注意する必要があります。（佐野）

図表2 最優遇貸出金利



(資料) 中国人民銀行、CEIC

(注) 2022年5月は、20日の引き下げ発表後の金利水準。

# KEY INDICATORS

(2022年6月15日現在)

## ● 日本 ●

(%)

	2021年度	2021年		2022年			
		10～12	1～3	2月	3月	4月	5月
鉱工業生産指数	(5.8)	<0.2> (0.9)	<0.8> (▲0.6)	<2.0> (0.5)	<0.3> (▲1.7)	<▲1.3> (▲4.8)	
鉱工業出荷指数	(4.6)	<0.2> (0.0)	<0.5> (▲1.8)	<0.0> (▲1.5)	<0.6> (▲2.4)	<0.0> (▲4.3)	
鉱工業在庫指数 (末)	(6.8)	<2.0> (4.9)	<1.0> (6.8)	<2.1> (7.1)	<▲0.4> (6.8)	<▲2.5> (3.9)	
生産者製品在庫率指数	(▲7.0)	<1.2> (2.2)	<2.2> (7.5)	<2.0> (7.5)	<0.6> (10.5)	<▲3.2> (8.0)	
稼働率指数 (2015年=100)	93.5	94.7	93.2	94.2	92.7	92.7	
第3次産業活動指数	(2.3)	<1.5> (0.8)	<▲0.9> (0.4)	<▲1.9> (0.0)	<1.7> (▲0.5)	<0.7> (0.3)	
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	(9.3)	<5.1> (6.4)	<▲3.6> (6.1)	<▲9.8> (4.3)	<7.1> (7.6)	<10.8> (19.0)	
建設工事受注 (民間) 公共工事請負金額	(8.2) (▲8.6)	<16.4> (▲15.0)	<▲4.9> (▲8.5)	<15.6> (▲9.1)	<▲19.3> (▲4.3)	<33.4> (▲4.0)	
新設住宅着工戸数 (年率、万戸)	86.6 (6.6)	85.5 (6.1)	87.3 (4.9)	87.2 (6.3)	92.7 (6.0)	88.3 (2.2)	
百貨店売上高 全国	(10.2)	(6.9)	(6.4)	(▲0.7)	(4.6)	(19.0)	
東京	(14.5)	(9.0)	(13.2)	(5.1)	(11.3)	(27.0)	
チェーンストア売上高	(3.1)	(2.6)	(3.9)	(6.1)	(1.9)	(2.1)	
完全失業率	2.8	2.7	2.7	2.7	2.6	2.5	
有効求人倍率	1.16	1.17	1.21	1.21	1.22	1.23	
現金給与総額 (5人以上)	(0.7)	(0.0)	(1.5)	(1.2)	(2.0)	(1.7)	
所定外労働時間 (//)	(8.2)	(4.1)	(4.3)	(5.1)	(3.8)	(5.7)	
常用雇用 (//)	(1.1)	(1.1)	(0.6)	(0.5)	(0.5)	(0.5)	
M2 (平残)	(5.0)	(4.0)	(3.5)	(3.6)	(3.5)	(3.4)	(3.2)
広義流動性 (平残)	(5.2)	(4.8)	(4.3)	(4.1)	(4.3)	(4.1)	(3.6)
経常収支 (兆円)	12.64	1.75	3.00	1.65	2.55	0.50	
前年差	▲3.62	▲3.04	▲2.84	▲1.22	0.07	▲0.63	
貿易収支 (兆円)	▲1.65	▲0.59	▲1.95	▲0.18	▲0.17	▲0.69	
前年差	▲5.43	▲3.09	▲3.32	▲0.70	▲1.16	▲0.97	
消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(0.1)	(0.4)	(0.6)	(0.6)	(0.8)	(2.1)	

(%)

	2021年度	2020年		2021年			2022年
		10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3
業況判断DI 大企業・製造		▲10	5	14	18	17	14
非製造		▲5	▲1	1	2	10	9
中小企業・製造		▲27	▲13	▲7	▲3	▲1	▲4
非製造		▲12	▲11	▲9	▲10	▲3	▲6
売上高 (法人企業統計)		(▲4.5)	(▲3.0)	(10.4)	(4.6)	(5.7)	(7.9)
経常利益		(▲0.7)	(26.0)	(93.9)	(35.1)	(24.7)	(13.7)
実質GDP (2015年連鎖価格)	(2.2)	<1.8> (▲0.8)	<▲0.4> (▲1.7)	<0.6> (7.3)	<▲0.8> (1.2)	<1.0> (0.4)	<▲0.1> (0.4)
名目GDP	(1.2)	<1.4> (▲0.6)	<▲0.7> (▲1.8)	<0.4> (6.1)	<▲1.1> (0.0)	<0.3> (▲0.9)	<0.2> (▲0.1)

注：〈 〉内は季節調整済み前期比、( )内は前年(同期(月))比。

## ● 米 国 ●

	2021年	2021年		2022年	2022年		
		7～9	10～12	1～3	3月	4月	5月
鉱工業生産	(5.5)	{0.8} (5.5)	{0.9} (4.4)	{2.0} (5.4)	{0.9} (5.4)	{1.1} (6.4)	
設備稼働率	75.4	75.8	76.3	77.7	78.2	79.0	
小売売上高	(19.7)	{0.0} (15.2)	{2.3} (17.3)	{3.2} (12.5)	{1.2} (7.1)	{0.7} (7.8)	{▲0.3} (8.1)
失業率 (除く軍人、%)	5.4	5.1	4.2	3.8	3.6	3.6	3.6
非農業就業者数 (千人) (前期差、前月差)	3,956	1,695	1,759	1,731	398	436	390
消費者物価指数	(4.7)	{1.6} (5.3)	{1.9} (6.7)	{2.2} (8.0)	{1.2} (8.5)	{0.3} (8.3)	{1.0} (8.6)

	2021年	2020年	2021年				2022年
		10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3
実質GDP (連鎖ウェイト方式)	(5.7)	{4.5} (▲2.3)	{6.3} (0.5)	{6.7} (12.2)	{2.3} (4.9)	{6.9} (5.5)	{▲1.5} (3.5)
経常収支 (億ドル、年率) 名目GDP比	▲8,216 ▲3.6	▲7,003 ▲3.3	▲7,501 ▲3.4	▲7,854 ▲3.5	▲8,795 ▲3.8	▲8,715 ▲3.6	

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
2020年	▲0.7	3.4	▲6.5	▲4.1	▲6.2	▲5.5	▲2.1	▲9.5	2.2
2021年	4.1	6.6	6.4	7.6	1.5	3.1	3.7	5.7	8.1
2020年10～12月	▲0.9	5.3	▲3.6	▲0.9	▲4.2	▲3.3	▲2.2	▲8.2	6.4
2021年1～3月	2.2	9.2	8.0	2.0	▲2.4	▲0.5	▲0.7	▲3.8	18.3
4～6月	6.2	7.8	7.6	15.8	7.7	15.9	7.1	12.1	7.9
7～9月	4.0	4.4	5.4	7.5	▲0.2	▲4.5	3.5	7.0	4.9
10～12月	4.2	5.3	4.7	6.1	1.8	3.6	5.0	7.8	4.0
2022年1～3月	3.0	3.1	▲4.0	3.7	2.2	5.0	5.0	8.3	4.8

### 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
2020年	44,865	58,978	▲43,765	45,132	25,478	43,906	21,623	▲24,597	523,990
2021年	29,307	64,885	▲44,138	50,765	3,573	60,914	35,332	▲43,226	676,859
2021年3月	3,948	3,575	▲3,473	5,793	915	5,891	1,567	▲2,759	11,761
4月	335	6,058	▲4,090	4,064	472	4,941	2,286	▲3,098	40,848
5月	2,815	6,085	▲3,279	4,358	997	3,333	2,698	▲3,180	43,248
6月	4,350	5,125	▲5,212	3,434	1,152	5,385	1,324	▲3,400	50,106
7月	1,785	5,888	▲4,502	2,749	183	3,273	4,123	▲3,677	55,872
8月	1,584	3,461	▲3,379	5,406	▲1,216	5,072	4,748	▲3,522	59,159
9月	4,278	6,441	▲5,448	4,491	610	6,270	4,371	▲3,999	68,056
10月	1,813	6,113	▲3,916	4,216	▲370	6,319	5,736	▲4,022	84,854
11月	2,973	5,852	▲1,490	4,456	1,019	4,537	3,516	▲4,711	71,829
12月	▲426	5,771	▲4,200	3,568	▲354	7,359	1,008	▲5,273	94,147
2022年1月	▲4,746	5,012	853	3,565	▲2,526	4,431	963	▲4,716	84,540
2月	900	5,825	▲4,117	5,235	123	4,733	3,834	▲4,172	30,211
3月	193	4,917	▲4,763	3,721	1,459	6,346	4,535	▲5,007	47,058
4月	▲2,465	4,907	▲4,665	3,111	▲1,908	5,518	7,565	▲4,773	51,119
5月	▲1,710	2,405							78,754



SMBC

SUMITOMO  
MITSUI  
BANKING  
CORPORATION

マンスリー・レビュー 2022年7月号

発行日 2022年7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