

# マンスリー・レビュー

2023.5



三井住友銀行

企画  
編集 日本総合研究所

## CONTENTS

|                |   |   |
|----------------|---|---|
| 視点             | デジタル人材の育成と各産業への配置を<br>日本総合研究所 調査部 安井洋輔 …  | 1 |
| 経済トピックス        | 適切な価格転嫁と賃上げで好循環の実現を<br>日本総合研究所 調査部 白石尚之 … | 2 |
| 社会トピックス        | 観光業の人手不足克服に向けて<br>日本総合研究所 調査部 藤山光雄 …      | 4 |
| アジアトピックス       | 高金利の長期化が懸念される韓国経済<br>日本総合研究所 調査部 立石宗一郎 …  | 6 |
| KEY INDICATORS | .....                                     | 8 |

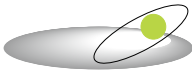
---

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。

---



# デジタル人材の育成と各産業への配置を

わが国では大企業を中心にデジタル化が加速しています。経理・人事におけるクラウドサービスの活用はもとより、顧客属性データを活用したAIによる販売の最適化なども始まっています。飲食・小売店においても、AI搭載ロボットや無人AIレジの導入による省人化を進めるところも出てきました。

わが国経済を活性化していくためには、こうしたデジタル化の動きが幅広い産業や中小企業にも広がっていく必要があります。とりわけ、デジタル技術をベースに事業の在り方そのものを再構築していくデジタル・トランスフォーメーション（DX）によって、付加価値の創出と生産性の大幅な向上を追求していくことが重要です。

そのためには、経済産業省「DXレポート2.1」が指摘するように、ベンダー企業（IT企業）とユーザー企業（非IT企業）の間にある、付加価値創出を阻む相互関係から脱却する必要があります。これは、ユーザー企業はITをコストと認識し、ベンダー企業同士を競わせコスト削減したい一方、ベンダー企業は投入する労働量への対価として値付けを行いつつ、低リスクのビジネスを享受したいという利害対立の落としどころとして成果に結びつかないシステムに陥ってしまう関係です。今後もこうした関係から抜け出せないと、DXが実現出来ないどころか、既存ITシステムのレガシー・コストにより、毎年最大12兆円もの損失が発生するとレポートは指摘しています。

こうした状況を回避するには、ユーザー企業はITシステムへの向き合い方を抜本的に変える必要があります。具体的には、数年ごとにベンダー企業に大規模なシステム開発を依頼するという従来のスタイルではなく、自らが主体となってシステムの開発と運用を高頻度で行っていくスタイル（DevOps：デブオプス）への転換が求められます。これによって、常日頃の業務で取得した顧客データや生産データを分析するとともに、得られたフィードバックを踏まえてシステムを不断に改善し、新たなビジネスにつなげていくという自律的なサイクルが形成されます。

わが国でDevOpsが定着するには、それを担うデジタル人材がユーザー企業の中で活躍出来るようになる必要があります。そのためには、以下のようなデジタル人材を巡る課題を解決しなければなりません。

第1に、量的な不足です。若年大学生を中心に政府目標である年25万人というペースでデジタル人材を育成出来れば、2025年ごろにはDX先進国である米国並みのデジタル人材を得られます。しかし、これではその年齢構成が若年層に大きく偏るため、組織を動かす権限を持った中高年層もデジタル人材に転換出来るよう様々な支援を行うことが必要です。

第2に、産業間の偏在です。デジタル人材の割合を日米比較すると、情報通信業以外の多くの産業で軒並み米国が上回っており、幅広い産業でデジタル人材が活躍しています。わが国では、デジタル人材が情報通信業に偏っており、これを改善していくためには、ユーザー企業がDXを経営戦略に位置づけるほか、柔軟な賃金設定を行うなど、デジタル人材が活躍出来る素地を整えていくことが求められましょう。（安井）

## 適切な価格転嫁と賃上げで好循環の実現を

わが国では、近来にない物価高が続いています。最近では、食料品や生活雑貨など身の回りの商品にも値上げが及んでいることから、物価の動向にますます注目が集まっています。物価上昇は、家計にとって購買力の低下につながるため、個人消費の下押し圧力になります。そこで以下では、値上げの動きが広がっている背景を整理したうえで、とるべき対応について考察しました。

### 財・サービスで広がる値上げの動き

わが国の消費者物価指数（除く生鮮食品）は、2023年2月に前年比+3.1%と、2021年9月から、18カ月連続で上昇しています。内訳をみると、生鮮食品を除く財は前年比+5.0%、サービスは同+1.3%の伸びとなっています。

足元の物価上昇は、資源高や円安の影響で原材料コストが大幅に上昇していることが背景にあります。2000年代後半にも資源高や円安が進行する局面がありました。当時の値上げ品目は食料やエネルギーにほぼ限られました。

今回の局面でも、食料やエネルギーの価格上昇がインフレを主導した点は共通しています。それに加えて、家電などの耐久財や衣服などの半耐久財、外食などのサービスなど、幅広い分野にも値上げの動きが広がっていることが、今回の局面の特徴です。消費者物価の変動率の分布をみると、財では上昇率が2桁を超える品目が全体の2割以上に上っています（図表1）。サービスでも、上昇率がゼロ%台の品目が過去1年の間に大きく減少し、+3%以上上昇する品目が増加しています。

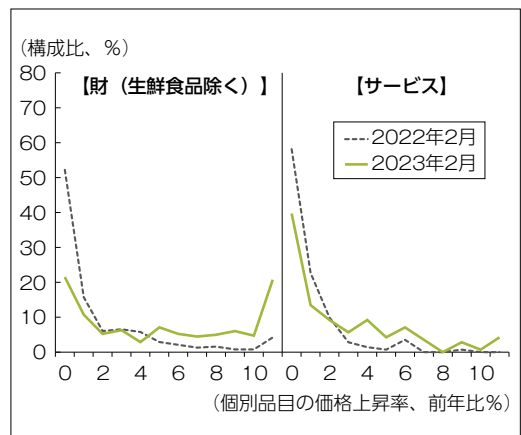
### 企業・家計のマインド変化が背景

このように値上げの動きに広がりが見られる背景として、以下2点を指摘することができます。

第1に、企業の価格転嫁姿勢が強まっていることです。企業は現在のコスト高が今後も持続するとの見方を強めており、販売価格を中長期的に引き上げる構えです。4月に公表された日銀短観によれば、企業による5年後の販売価格見通しは、全産業で+4.6%と、コロナ前の+1.4%から大きく上昇しています。製造業だけでなく、小売業や対面型サービス業といった川下の産業でも、販売価格見通しが引き上げられています。

第2に、家計の値上げ容認姿勢が強まったことです。今回のインフレはウクライナ侵攻という有事が一因であり、家計でも「値上げ致し方なし」との捉え方が

図表1 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（中心が1%の範囲は前年比0.5%~1.5%）。ヒストグラム左端は0.5%未満、右端は10.5%以上の品目の割合。

多かったことが企業の価格転嫁を後押しした可能性があります。日銀の「生活意識に関するアンケート調査」によれば、足元のインフレ率が2000年代後半の物価上昇局面よりも高くなるなかでも、値上げを「困ったこと」と回答した割合は当時よりも抑制されています（図表2）。また、同調査によれば、家計の中長期的な予想インフレ率も高まっています。

### 物価上昇圧力は長期化

上述のように、値上げに対する企業・家計のマインドが変化するなか、当面は価格転嫁の動きが継続すると見込まれます。帝国データバンクが2月時点に実施したアンケート調査によれば、小売業では、年前半に値上げを実施するとの回答が集中しており、とくに4月は突出して多くなっています。昨年に比べると円安や資源高が一服しているため、コスト面からの圧力は次第に和らぎ、夏ごろには

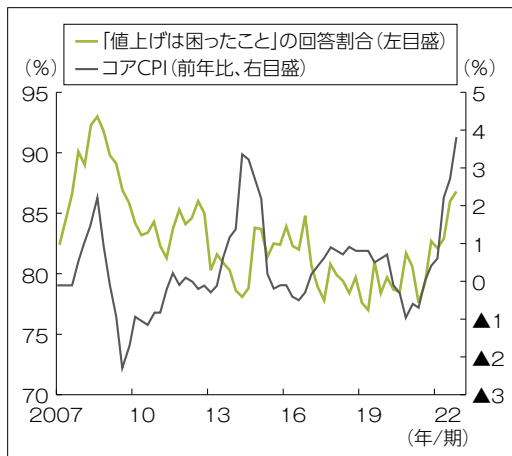
値上げの動きが落ち着いてくる公算です。

もっとも、今後は、賃金上昇によるインフレ圧力が徐々に強まる見込みです。足元では、人手不足を背景に非正規雇用の割合が高い対面型サービス業を中心に賃金が上昇しています。また、春闘を通じて大企業を中心に例年以上のベースアップが実施されることで、正規雇用の賃金も上昇する見込みです。そのため、今後は外食だけでなく、幅広いサービス業に値上げの動きが広がる可能性が高まっています。賃金上昇は家計の購買力を高め、消費を押し上げる方向に働くと考えられます。実際に消費が盛り上がれば、企業は人件費を含めたコスト増加を継続して価格に転嫁しやすくなるという、好循環への発展が期待されます。

政府の施策も企業の価格転嫁を後押しする可能性があります。政府は、毎年9月と3月を価格交渉促進月間に指定し、企業間で不当なコストの押しつけ合いをすることなく、適切に価格交渉を実施するよう要請しています。また、下請け企業への調査を基に、価格交渉や価格転嫁に後ろ向きな親企業の実名公表・指導などの取り組みに着手しています。これらは、実効性を伴う取り組みを通じて、適切な価格交渉と価格転嫁が出来る環境を醸成することが狙いです。

このように、長らくデフレが問題であったわが国に、物価と賃金がともに上昇する好循環の兆しがみられます。その動きを確かなものとするためにも、各方面が協力して生産性の持続的向上とそれに見合った賃上げを定着させていくことが重要となります。 （白石）

図表2 インフレに対する家計の反応



（資料）日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」、総務省「消費者物価指数」を基に日本総合研究所作成

## ■ 観光業の人手不足克服に向けて

2020年入り後の新型コロナの流行拡大を受け、わが国の観光需要は大きく落ち込みました。その後、感染対策の広がりや旅行支援策、水際対策の緩和などから、日本人と訪日外国人を合わせた延べ宿泊者数は、足元でコロナ禍前の水準近くまで持ち直しています。さらに、2023年3月からは、中国からの入国者に課されていた厳格な水際対策も緩和され、コロナ禍前に訪日外国人観光客の約3割を占めていた中国人観光客も、今後は順次回復していくことが期待されます。

一方、宿泊業や飲食サービス業を中心とした観光業では、人手不足感が急速に強まっており、観光需要の回復をうまく取り込めるのか懸念されています。そこで以下では、観光業の人手不足の現状と求められる取り組みについて検討してみました。

### 観光業の人手不足の背景

宿泊業や飲食サービス業では、コロナ禍前から人手確保の難しさが課題となっていました。その要因として、労働環境の厳しさと賃金水準の低さがあります。厚生労働省の「就業条件総合調査」によると、コロナ禍の影響を受けていない2019年の宿泊業・飲食サービス業の休日日数は年間105.6日と、全産業（114.7日）に比べて9日少ないほか、有給休暇の取得日数も6.2日と全産業平均の9.4日を下回っています。また、宿泊業・飲食サービス業の2019年の賃金水準についてみると、主に正社員・正職員が占める一般労働者の年間賃金は、全産業に比べ約130万円低く、主に非正社員・非正職員が占める短時間労働者の1時間当たり所定内給与額も、全産業に比べ100円以

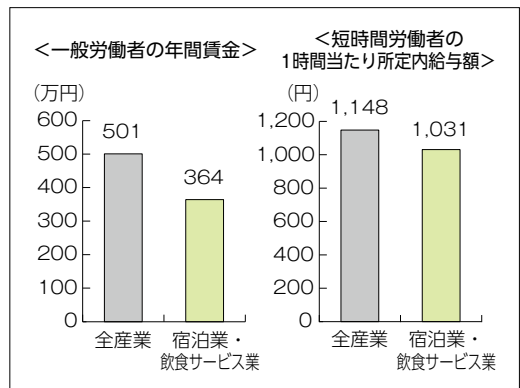
上低い水準となっていました（図表1）。さらに、コロナ禍で観光業が大きなダメージを被るなか、観光業の安定性や将来性への懸念が強まったことも重荷となっています。

こうした状況を受け、望むと望まざるとにかかわらずコロナ禍でいったん観光業から離れてしまった働き手が再び観光業に戻ってくるケースが少なくなっていることが、観光業の人手不足に拍車をかけているとみられます。

### 労働生産性の向上と雇用の安定が急務

観光業が人手不足を克服するためには、まず、デジタル化・DXによる労働生産性の向上が不可欠です。宿泊業や飲食サービス業は、他の産業に比べて労働生産性の低さが際立っています（図表2）。予約管理やチェックイン業務、従業員のコミュニケーション手段のデジタル化などによって業務の効率化を図り、労働環境の改善と賃上げを実現していくことが求められます。デジタル化によって

図表 1 宿泊業・飲食サービス業の賃金水準（2019年）



（資料）厚生労働省「賃金構造基本統計調査」を基に日本総合研究所作成

空いた従業員の労働時間をヒトにしか出来ない業務に回す、あるいは、ビジネスモデルや業務そのものを変革するDXに取り組むことによって、より高い付加価値を生み出していくことも重要です。

次に、雇用の安定も大きな課題です。宿泊業や飲食サービス業では、季節や曜日、時間による繁閑の差が大きく、必要な人手が大きく変動します。そのため、休憩・休暇の取得や労働時間などの面で、労働者は不安定な働き方を余儀なくされることが多く、宿泊業・飲食サービス業における非正規雇用者の割合が他の産業に比べて高い一因となっています。雇用の安定により、優秀な労働力の確保や中長期的な人材の育成が進めば、様々な革新的な取り組みを進めるうえでの追い風となるでしょう。

観光業の雇用の安定を実現するためには、従業員のマルチタスク化による業務の平準化に加え、観光需要そのものの平

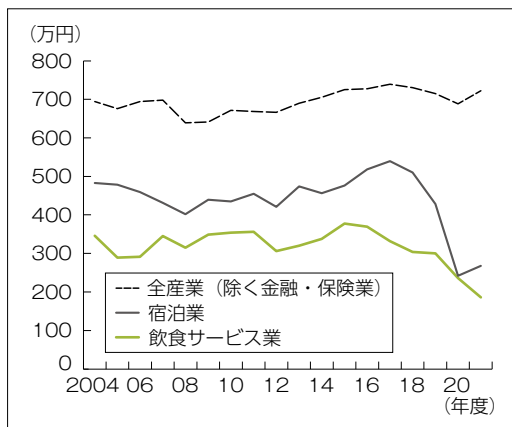
準化に取り組むことも必要です。具体的には、旅行に際して季節や曜日の制約が少ない高齢者や訪日外国人の積極的な誘客が考えられます。また、密を避けることの出来るオフシーズンに旅行をしたいといった考え方の強まりや、近場の旅行を楽しむ「マイクロツーリズム」の増加など、コロナ禍で生まれた新たな旅のスタイルの広がりもみられます。これらは観光需要の平準化に寄与するものであり、これをビジネスチャンスと捉え、積極的に取り込んでいくことが望まれます。

### 観光地が一体となった取り組みを

観光はわが国の成長戦略の柱の一つとして位置付けられており、地方創生への切り札とされています。これは、観光業が多くの地域で成長産業となる可能性を有しており、かつ、その効果が地域経済に幅広く及ぶ産業であるためです。観光業の活性化による地方創生や経済成長の実現に向け、国や地方自治体による様々な支援メニューも用意されています。

ただ、観光業には規模の小さな事業者も多く、人手不足克服のための取り組みを一つの事業者だけで実践することが困難なケースも多いと予想されます。さらに、観光需要の平準化に向けたオフシーズンの観光資源の開発や、マイクロツーリズムを喚起するための周辺地域への情報発信などは、事業者単位ではなく、観光地単位で取り組むことが効果的と考えられます。必要に応じて国や地方自治体とも連携し、規模の小さな事業者も含めた多くの関係者の協力のもとに、地域が一体となって人手不足を乗り越え、わが国観光業が新たな発展を遂げていくことが期待されます。(藤山)

図表2 宿泊業・飲食サービス業の労働生産性



(資料) 財務省「法人企業統計調査」を基に日本総合研究所作成

(注) 1. 労働生産性は、従業員一人当たり付加価値額。  
2. 宿泊業、飲食サービス業の近年の急速な低下は、コロナ禍に伴う営業純益の大幅な悪化によるもの。

## ■ 高金利の長期化が懸念される韓国経済

韓国では、インフレ率の上昇を受けて、過去1年半にわたって利上げが実施されてきました。政策金利は本年2月末時点で2019年末の水準から約2%上昇し、アジア主要国のなかでは最大の上昇幅となっています。以下では、韓国でインフレが加速している要因を整理し、今後の見通しについて検討します。そのうえで、インフレや利上げが韓国経済に与える影響について考察しました。

### インフレの背景と足元の状況

韓国でインフレが進んだ要因として、以下の3点が挙げられます。

第1に、22年のロシアによるウクライナ侵攻を契機とした世界的な資源高の影響です。原油などの資源を輸入に依存する韓国では、輸入品目のなかで鉱物性燃料が最も高い割合を占めています。そのため、資源高はエネルギーやその他原材料などの価格をダイレクトに押し上げ、消費者物価の上昇へと波及しました。

第2に、韓国ウォン（対ドル）の大幅な下落です。22年3月以降、米国の利上げのほか、資源高を背景とした輸入の大幅な増加により貿易収支の赤字が定着し、ウォン安が加速しました。これにより幅広い輸入品の価格が上昇しました。

第3に、住宅価格の高騰です。住宅価格は22年4月まで前年同月比+10%超の高い伸びが続き、その影響で消費者物価の構成要素である賃料を押し上げました。

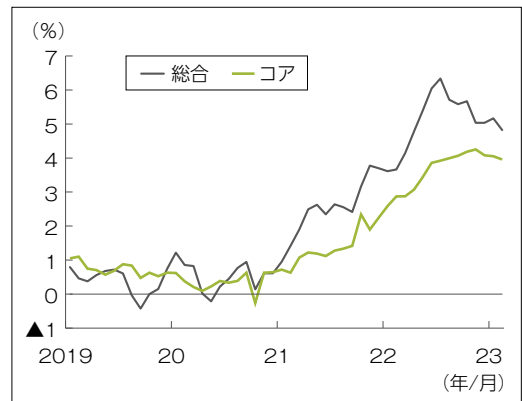
ただし、足元では上記三つのインフレ

圧力は和らいでいます。資源価格の騰勢は弱まっているほか、米国の利上げペースも鈍化しており、韓国ウォンの下落圧力は低下しています。これに加えて、韓国銀行（中央銀行）の利上げによって住宅ローン金利が上昇し、住宅需要は冷え込んでいます。23年1月の住宅取引件数は前年同月比▲42.8%と大幅に減少しました。それを映じて2月の住宅価格は同▲4.4%と、23年ぶりの下落率となりました。住宅価格の下落で家賃の騰勢も弱まっています。こうした動きを背景に、消費者物価指数は2022年7月の前年同月比+6.3%をピークに鈍化傾向にあります（図表1）。

### 賃金インフレ長期化の懸念

もっとも、韓国のインフレ率がこのまま沈静化に向かうかどうか、先行きは依然として不透明です。とりわけ、食料やエネルギーを除いた基調的なコアインフ

図表 1 韓国の消費者物価指数（前年比）



（資料）CEICを基に日本総合研究所作成



レ率が4%前後で高止まりしている点が懸念されます。これには、賃金が顕著に上昇していることが影響しています。

労働者一人当たりの平均月給は、21年と22年にそれぞれ同+4.6%、同+4.9%と続伸しました。背景として、組合の交渉力が強まっていることが影響していると考えられます。韓国の労働組合の組織率は2010年代後半から上昇傾向が続いており、現在では日本やドイツなどの先進国と遜色ない水準に達しています（図表2）。これは、前文政権時代に、①非公認であった公務員の労働組合を承認、②失業者や解雇者の労働組合加入を認める改正労働組合法を施行、などの政策が実施されたことによるものです。その結果、賃上げを求めるトラック運転手による全国規模のストライキが昨年2度も発生するなど、労使交渉は激しさを増しています。高インフレで家計が苦しくなってい

ることを背景に、労働組合の賃上げ要求は強まる一方ですが、生産性の上昇を伴わない大幅な賃上げは一段のインフレを招く恐れがあります。このような賃金・物価のスパイラル的な上昇が生じると、インフレの沈静化は容易ではなくなります。

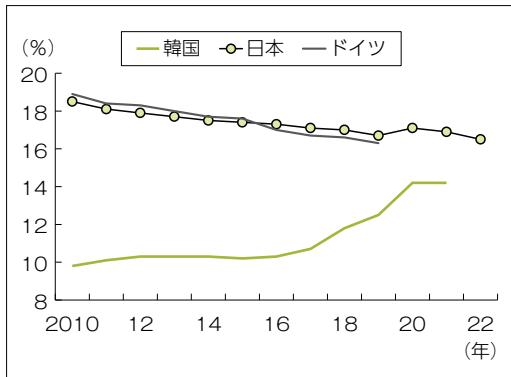
### 高金利で景気下振れの懸念も

このように、昨年までの高インフレをもたらしした外部環境は改善しつつあるものの、賃金面からのインフレ圧力がくすぶり続けてます。仮に、高インフレが長引けば、政策金利が現在の高い水準で維持される、ないし一段と引き上げられる可能性が高まります。

前述の通り、これまでの急速な金利上昇で、住宅市場は大きな影響を受けています。韓国の家計債務は2021年にGDP比99%と、OECD平均の63.7%と比べてかなり高い水準にあります。金利上昇により家計の利払い負担は増大し、すでに個人消費を押し下げる要因となっています。

高金利が長期化すると、利払い負担が一段と増大することに加えて、住宅価格の下落による保有資産価値の減少で消費が手控えられる逆資産効果が生じる可能性もあります。このように今後の賃上げとインフレの行方次第で、韓国景気の下振れリスクが大きく高まることから、その動向には十分注意する必要があります。（立石）

図表2 韓国・日本・ドイツの労働組合組織率



(資料) 韓国雇用労働部、厚生労働省「労働組合及び労働組合員の状況(各年)」、OECDを基に日本総合研究所作成

# KEY INDICATORS

(2023年4月14日現在)

## ● 日本 ●

(%)

|                         | 2021年度          | 2022年            |                  | 2022年            | 2023年             |                  |       |
|-------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|-------|
|                         |                 | 7～9              | 10～12            | 12月              | 1月                | 2月               | 3月    |
| 鉱工業生産指数                 | (5.8)           | 〈5.8〉<br>(4.2)   | 〈▲3.0〉<br>(▲0.2) | 〈0.3〉<br>(▲2.4)  | 〈▲5.3〉<br>(▲3.1)  | 〈4.5〉<br>(▲0.6)  |       |
| 鉱工業出荷指数                 | (4.6)           | 〈4.1〉<br>(4.3)   | 〈▲2.7〉<br>(0.0)  | 〈▲0.9〉<br>(▲3.1) | 〈▲3.7〉<br>(▲3.0)  | 〈3.6〉<br>(0.6)   |       |
| 鉱工業在庫指数 (末)             | (6.8)           | 〈4.2〉<br>(6.1)   | 〈▲0.6〉<br>(3.3)  | 〈▲0.4〉<br>(3.3)  | 〈▲1.0〉<br>(3.1)   | 〈1.4〉<br>(2.3)   |       |
| 生産者製品在庫率指数              | (▲7.0)          | 〈3.5〉<br>(6.4)   | 〈0.3〉<br>(6.4)   | 〈1.5〉<br>(10.1)  | 〈2.8〉<br>(10.0)   | 〈▲1.6〉<br>(5.4)  |       |
| 稼働率指数<br>(2015年=100)    | 93.5            | 95.1             | 96               | 94.8             | 89.6              |                  |       |
| 第3次産業活動指数               | (2.3)           | 〈0.0〉<br>(2.9)   | 〈0.3〉<br>(1.5)   | 〈▲0.4〉<br>(1.1)  | 〈0.9〉<br>(2.3)    |                  |       |
| 機械受注<br>(船舶・電力を除く民間)    | (9.3)           | 〈▲1.6〉<br>(7.9)  | 〈▲4.7〉<br>(▲3.6) | 〈0.3〉<br>(▲6.6)  | 〈9.5〉<br>(4.5)    | 〈▲4.5〉<br>(9.8)  |       |
| 建設工事受注 (民間)<br>公共工事請負金額 | (8.2)<br>(▲8.6) | 〈13.7〉<br>(▲1.8) | 〈4.6〉<br>(▲5.4)  | 〈13.6〉<br>(▲8.4) | 〈▲12.2〉<br>(▲2.3) | 〈▲1.9〉<br>(52.2) | (5.5) |
| 新設住宅着工戸数<br>(年率、万戸)     | 86.6<br>(6.6)   | 86.3<br>(0.0)    | 85.1<br>(▲1.6)   | 84.6<br>(▲1.7)   | 89.3<br>(6.6)     | 85.9<br>(▲0.3)   |       |
| 百貨店売上高 全国               | (10.2)          | (17.6)           | (6.2)            | (4.0)            | (15.1)            | (20.4)           |       |
| チェーンストア売上高              | (14.5)<br>(3.1) | (26.5)<br>(1.2)  | (10.3)           | (8.0)<br>(2.7)   | (19.6)<br>(1.3)   | (20.4)<br>(▲2.0) |       |
| 完全失業率                   | 2.8             | 2.6              | 2.5              | 2.5              | 2.4               | 2.6              |       |
| 有効求人倍率                  | 1.16            | 1.30             | 1.35             | 1.36             | 1.35              | 1.34             |       |
| 現金給与総額 (5人以上)           | (0.7)           | (1.7)            | (2.9)            | (4.1)            | (0.8)             | (1.1)            |       |
| 所定外労働時間 (//)            | (8.2)           | (5.2)            | (3.7)            | (1.7)            | (1.1)             | (2.1)            |       |
| 常用雇用 (//)               | (1.1)           | (1.1)            | (1.1)            | (1.2)            | (1.6)             | (1.8)            |       |
| M2 (平残)                 | (5.0)           | (3.4)            | (3.0)            | (2.9)            | (2.7)             | (2.6)            | (2.6) |
| 広義流動性 (平残)              | (5.2)           | (4.0)            | (3.8)            | (3.7)            | (3.7)             | (3.9)            | (3.8) |
| 経常収支 (兆円)               | 20.15           | 2.42             | 1.92             | 0.11             | ▲1.99             | 2.20             |       |
| 前年差                     | 3.21            | ▲3.69            | ▲1.71            | ▲0.24            | ▲1.37             | ▲0.05            |       |
| 貿易収支 (兆円)               | ▲1.54           | ▲5.45            | ▲4.64            | ▲1.24            | ▲3.18             | ▲0.60            |       |
| 前年差                     | ▲5.33           | ▲5.45            | ▲4.09            | ▲0.92            | ▲1.60             | ▲0.41            |       |
| 消費者物価指数<br>(除く生鮮食品)     | (0.1)           | (2.7)            | (3.7)            | (4.0)            | (4.2)             | (3.1)            |       |

(%)

|                      | 2021年度 | 2021年          | 2022年           |                |                 |                | 2023年 |
|----------------------|--------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-------|
|                      |        | 10～12          | 1～3             | 4～6            | 7～9             | 10～12          | 1～3   |
| 業況判断DI 大企業・製造        |        | 17             | 14              | 9              | 8               | 7              | 1     |
| 非製造                  |        | 10             | 9               | 13             | 14              | 19             | 20    |
| 中小企業・製造              |        | ▲1             | ▲4              | ▲4             | ▲4              | ▲2             | ▲6    |
| 非製造                  |        | ▲3             | ▲6              | ▲1             | 2               | 6              | 8     |
| 売上高 (法人企業統計)         | (6.3)  | (5.7)          | (7.9)           | (7.2)          | (8.3)           | (6.1)          |       |
| 経常利益                 | (33.5) | (24.7)         | (13.7)          | (17.6)         | (18.3)          | (▲2.8)         |       |
| 実質GDP<br>(2015年連鎖価格) | (2.6)  | 〈1.1〉<br>(0.8) | 〈▲0.5〉<br>(0.5) | 〈1.2〉<br>(1.7) | 〈▲0.3〉<br>(1.5) | 〈0.0〉<br>(0.4) |       |
| 名目GDP                | (2.4)  | 〈0.7〉<br>(0.5) | 〈0.2〉<br>(0.9)  | 〈1.0〉<br>(1.5) | 〈▲0.8〉<br>(1.1) | 〈1.2〉<br>(1.6) |       |

注：〈 〉内は季節調整済み前期比、( )内は前年(同期(月))比。

## ● 米 国 ●

|                           | 2022年 | 2022年          |                 | 2023年          | 2023年          |                 |                 |
|---------------------------|-------|----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
|                           |       | 7～9            | 10～12           | 1～3            | 1月             | 2月              | 3月              |
| 鉱工業生産                     | (3.4) | <0.5><br>(3.5) | <▲0.6><br>(1.8) | <0.0><br>(1.0) | <0.9><br>(1.4) | <0.2><br>(0.9)  | <0.4><br>(0.5)  |
| 設備稼働率                     | 80.3  | 80.8           | 79.9            | 79.6           | 79.5           | 79.6            | 79.8            |
| 小売売上高                     | (9.2) | <0.8><br>(9.4) | <0.2><br>(6.7)  | <1.7><br>(5.4) | <3.1><br>(7.6) | <▲0.2><br>(5.9) | <▲1.0><br>(2.9) |
| 失業率 (除く軍人、%)              | 3.6   | 3.6            | 3.6             | 3.5            | 3.4            | 3.6             | 3.5             |
| 非農業就業者数 (千人)<br>(前期差、前月差) | 6,344 | 1,287          | 948             | 1,024          | 472            | 326             | 236             |
| 消費者物価指数                   | (8.0) | <1.4><br>(8.3) | <1.0><br>(7.1)  | <0.9><br>(5.8) | <0.5><br>(6.4) | <0.4><br>(6.0)  | <0.1><br>(5.0)  |

|                         | 2022年          | 2021年          |                | 2022年           |                 |                |                |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|
|                         |                | 7～9            | 10～12          | 1～3             | 4～6             | 7～9            | 10～12          |
| 実質GDP<br>(連鎖ウェイト方式)     | (2.1)          | {2.7}<br>(5.0) | {7.0}<br>(5.7) | {▲1.6}<br>(3.7) | {▲0.6}<br>(1.8) | {3.2}<br>(1.9) | {2.6}<br>(0.9) |
| 経常収支 (億ドル、年率)<br>名目GDP比 | ▲9,438<br>▲3.7 | ▲9,055<br>▲3.8 | ▲8,993<br>▲3.7 | ▲11,231<br>▲4.5 | ▲9,488<br>▲3.8  | ▲8,760<br>▲3.4 | ▲8,272<br>▲3.2 |

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  |
|-------------|-----|------|------|--------|-----|-------|--------|-------|-----|
| 2021年       | 4.1 | 6.5  | 6.4  | 8.9    | 1.5 | 3.1   | 3.7    | 5.7   | 8.4 |
| 2022年       | 2.6 | 2.5  | ▲3.5 | 3.6    | 2.6 | 8.7   | 5.3    | 7.6   | 3.0 |
| 2021年10～12月 | 4.2 | 5.2  | 4.7  | 6.6    | 1.9 | 3.6   | 5.0    | 7.9   | 4.3 |
| 2022年1～3月   | 3.0 | 3.9  | ▲3.9 | 4.0    | 2.2 | 5.0   | 5.0    | 8.0   | 4.8 |
| 4～6月        | 2.9 | 3.0  | ▲1.2 | 4.5    | 2.5 | 8.9   | 5.5    | 7.5   | 0.4 |
| 7～9月        | 3.1 | 3.6  | ▲4.6 | 4.0    | 4.6 | 14.2  | 5.7    | 7.7   | 3.9 |
| 10～12月      | 1.3 | ▲0.4 | ▲4.2 | 2.1    | 1.4 | 7.0   | 5.0    | 7.1   | 2.9 |
| 2023年1～3月   |     |      |      | 0.1    |     |       |        |       |     |

### 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      |
|---------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|--------|---------|---------|
| 2021年   | 29,307  | 64,414 | ▲44,138 | 50,765 | 5,124   | 61,185 | 35,420 | ▲42,192 | 670,412 |
| 2022年   | ▲47,785 | 51,432 | ▲49,772 | 39,631 | ▲16,123 | 58,158 | 54,532 | ▲58,244 | 877,781 |
| 2022年1月 | ▲5,151  | 4,936  | 853     | 3,569  | ▲2,385  | 4,431  | 963    | ▲4,512  | 82,015  |
| 2月      | 674     | 5,778  | ▲4,117  | 5,224  | 255     | 4,733  | 3,834  | ▲3,984  | 27,446  |
| 3月      | ▲24     | 4,729  | ▲4,763  | 3,719  | 2,008   | 6,346  | 4,535  | ▲4,586  | 44,352  |
| 4月      | ▲2,370  | 4,807  | ▲4,665  | 3,017  | ▲1,511  | 5,502  | 7,565  | ▲5,321  | 49,475  |
| 5月      | ▲1,577  | 2,120  | ▲4,673  | 1,622  | ▲1,615  | 2,899  | 2,901  | ▲5,560  | 78,369  |
| 6月      | ▲2,470  | 4,568  | ▲8,732  | 3,271  | ▲1,173  | 4,970  | 5,146  | ▲5,877  | 97,324  |
| 7月      | ▲5,018  | 4,999  | ▲3,511  | 2,218  | ▲3,660  | 3,509  | 4,218  | ▲5,997  | 102,591 |
| 8月      | ▲9,422  | 2,995  | ▲1,690  | 3,539  | ▲4,215  | 3,816  | 5,712  | ▲6,025  | 80,789  |
| 9月      | ▲3,837  | 5,099  | ▲5,723  | 4,743  | ▲853    | 7,003  | 4,969  | ▲4,829  | 84,077  |
| 10月     | ▲6,739  | 2,975  | ▲2,659  | 2,385  | ▲596    | 3,847  | 5,593  | ▲3,313  | 84,843  |
| 11月     | ▲7,076  | 3,619  | ▲3,459  | 2,529  | ▲1,342  | 4,719  | 5,132  | ▲3,717  | 68,868  |
| 12月     | ▲4,774  | 4,805  | ▲6,634  | 3,795  | ▲1,034  | 6,382  | 3,965  | ▲4,521  | 77,634  |
| 2023年1月 | ▲12,517 | 2,342  | ▲3,244  | 3,893  | ▲4,650  | 4,195  | 3,881  | ▲5,733  | 100,064 |
| 2月      | ▲5,295  | 2,350  | ▲5,781  | 5,638  | ▲1,113  | 4,483  | 5,462  | ▲3,877  | 16,821  |
| 3月      | ▲4,621  | 4,221  |         |        |         |        |        |         | 88,191  |



SMBC

SUMITOMO  
MITSUI  
BANKING  
CORPORATION

マンスリー・レビュー 2023年5月号

発行日 2023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