

マンスリー・レビュー

2020.10



CONTENTS

視点	コロナ危機下での財政運営の課題 日本総合研究所 調査部 河村小百合 …	1
経済トピックス	新型コロナで変化する消費行動 日本総合研究所 調査部 圓花弘樹 …	2
社会トピックス	新型コロナ禍で注目されるD2C 日本総合研究所 調査部 野村敦子 …	4
アジアトピックス	国際金融センターとしての香港の先行きをどうみるか 日本総合研究所 調査部 野木森 稔 …	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。

ご利用に際しては、お客さま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。

コロナ危機下での財政運営の課題

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、政府は本年度入り後、二度にわたり補正予算を組み、医療面への支援のほか、不測の悪影響を受けた人々の雇用の維持や企業の事業活動の継続に向けて大規模な経済対策を講じています。

コロナ禍がいつ収束するのか、未だ見通せない状況にありますが、本年春先に大きく動揺した金融市場は、各国当局による迅速な対応もあって、最近では落ち着きを取り戻しています。各国にとっての次なる課題は、危機対応で大幅に拡張した財政を、いかなる計画のもとで持続可能な軌道に再び乗せていくか、という点に移りつつあります。

ドイツの場合、今回のコロナ危機に際し、実に7年振りとなる新規国債を2,185億ユーロ（約27.3兆円）規模で発行しました。同国では財政規律順守のための厳格な規定が憲法に盛り込まれていることもあり、近年一貫して「財政収支の黒字」状態を維持してきました。これは、毎年度必要な社会保障費等の政策的経費を当該年度の税収で十分に賄える「基礎的財政収支の黒字」を超えて、さらに国債の利払費まで税収で十分に賄えるがゆえ、過去6年間、新規国債を発行する必要がなかったことを意味します。そのドイツが今回、危機対応で発行した新規国債の償還は2023年から20年間と期限を区切って行うこととし、そのコストは、この先20年間の追加的な増税、ないしは他の歳出削減によってドイツ国民が負担するという明確な償還計画が策定されています。また英国では、スナク財務相が本年3月、コロナの影響で休業する商店や企業、フリーランス等に対する手厚い賃金肩代わり策や休業支援策を発表した際、国民に対して「正直に言おう。等しく国の支援を受けるなら、将来は等しく払ってもらう」と述べています。これらの国々は、2008年のリーマン・ショック時も苦境に立たされながら、その後はわが国よりはるかに速いペースで、痛みを伴う財政再建を進めてきました。今回のコロナ危機に際しても、相当の年月をかけつつも、同様の姿勢で財政再建に取り組んでいく構えです。

わが国のコロナ危機対策の規模は、欧米主要国をはるかに上回るものとなっています。主要5カ国で比較すると、わが国の財政事情（債務残高規模）は最悪、足元の失業率は最低という状況にあるなかで、今次対策の規模は名目GDP比で42%と、主要5カ国（ドイツ・英国はともに22%、フランスは18%、米国は14%）のなかで突出して大きなものとなりました。そして今回の財政出動分はすべて、赤字国債の発行で賄われることになっています。しかし、そのコストをいつだれがどう負担するのか、そうした議論は現在までのところ一切行われていません。ちなみに、東日本大震災の際には、復興財源は歳出カットと復興所得税・復興法人税という私たち家計・企業による25年間の幅広い負担で賄うという、明確な運営方針が打ち出されていました。わが国では今後、厳しい人口減少に見舞われることが確実な情勢です。感染症対策の巨額のコストを安易に次の世代の負担に付け回してしまうことなく、現世代の責任のもとに財政と経済の持続可能性をいかに取り戻していくか、中期的視点をもって議論し、実践していくことが重要といえましょう。

（河村）

■ 新型コロナで変化する消費行動

政府は、新型コロナの感染拡大防止に向けて、3密（密閉、密集、密接）の回避や働き方の新しいスタイルなど、「新しい生活様式」への移行を呼びかけています。こうした生活様式の変化は、人々の消費行動にも様々な影響を及ぼし始めています。そこで以下では、新型コロナによる消費行動の変化を整理したうえで、先行きを展望しました。

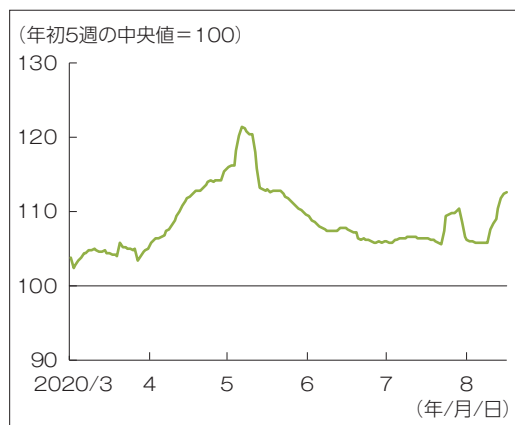
在宅時間増で消費行動に変化

新型コロナを契機に変化した生活様式の一つとして、在宅時間の増加を指摘出来ます。グーグルのモビリティレポートによれば、携帯電話の位置情報を用いて算出された在宅時間は、緊急事態宣言の発令を受け、一時的に流行前より2割以上増加しました(図表1)。宣言解除後は、人々の外出自粛はやや緩和したものの、足元の在宅時間は依然として流行前を

1割前後上回っています。

在宅時間の増加は、家計の消費行動に二つの変化を生じさせています。第1に、実店舗からオンラインへ消費の場がシフトしたことです。総務省の家計消費状況調査をみると、近年、ネットショッピングの利用世帯の割合は4割前後とおおむね横ばいで推移していましたが、新型コロナの流行が本格化した3月以降、その割合は5割近くへと上昇しました(図表2)。外出時間の減少で、実店舗を訪れる機会が減り、買い物の一部がネットショッピングに代替されたことが主因です。また、オンラインへのシフトは、サービス消費にも広がっています。例えば、3密が懸念されるフィットネス教室では、テレビ会議システムを使ってトレーニングプログラムを提供する事業者が出てきているほか、外食業でも、ネット注文によ

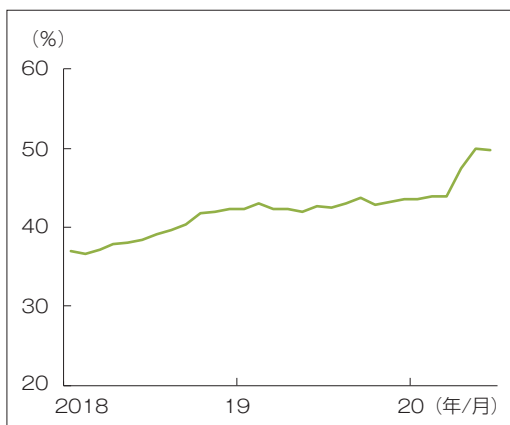
図表1 住居の滞在時間の推移（全国）



(資料) Google「Covid-19 コミュニティモビリティレポート」

(注) 後方7日移動平均。

図表2 ネットショッピング利用世帯の割合 (季節調整値)



(資料) 総務省「家計消費状況調査」

(注) 季節調整は日本総合研究所。

る宅配サービスを提供する企業が増えて
います。

第2に、消費の巣ごもり化です。総務省の家計調査で新型コロナ流行後（4～6月期）の家計の消費支出を品目別に見ると、書斎・学習机・椅子、ゲームソフトへの支出がそれぞれ、前年比+114.6%、同+91.3%と急増しています。在宅時間が増えたことで、自宅での仕事や生活の環境をより快適にしたいというニーズが高まったことが、これらの支出を押し上げたと考えられます。一方、外出の減少で利用機会が少なくなった背広や化粧品への支出は、それぞれ、同▲65%、同▲11%減少しています。

コロナが収束しても変化は継続

先行きを展望すると、以下の二つの理由から、新型コロナ収束後もこうした消費行動の変化は継続する見込みです。

第1に、テレワークの広がりです。緊急事態宣言時の政府による外出自粛要請などを受け、多くの企業でテレワークに関する制度や規則が整備されました。テレワークの導入当初は、新型コロナの流行に対応するための緊急措置という位置付けが強かったといえます。しかし、その後、オフィス費用の削減につながるほか、ワーク・ライフ・バランスの改善による社員の満足度向上もみられたため、継続的に利用しようとする企業が増えています。実際、労働政策研究・研修機構が6月に行った調査によると、「今後テレワークの環境整備を進め、活用を本格化する」と回答した企業が2割を超えた

一方、「テレワークよりも職場での勤務に戻していく」との回答は5%にとどまっています。

第2に、EC消費の利便性の向上です。これまでは、不在が多い平日日中の宅配物の受け取りや、購入に至るまでの手続きの煩雑さなどがネックとなってきました。また、店頭と比べ商品の情報が少ないことに不満を持つ利用者も少なくありませんでした。もっとも、新型コロナの流行をきっかけに、こうした状況も変わりつつあります。例えば、テレワークの普及や宅配ボックスの設置が進んだことで、平日日中に配達されることの問題は少なくなりました。また、スマホから購入出来るアプリを開発し、購入までの手続きを簡素化するほか、オンラインでの動画配信を通じた商品紹介・接客（ライブコマース）を導入し、実店舗に劣らぬ充実した商品情報を提供する企業も増えています。

このように、新型コロナによって人々の消費行動が大きく変化するなか、企業においては、オンライン消費へのシフトや消費の巣ごもり化が今後も継続することを念頭に置いた対応を行うことが大切です。具体的には、EC販売の強化やオンラインを通じたサービス提供を充実させるほか、消費構造の変化に対応すべく、在宅ワークや自宅での生活時間を充実させる商品・サービスの開発を進めることなどが挙げられます。政府においても、企業へのIT活用の支援などを通じ、消費行動の変化に対応する新たな取り組みへの後押しが求められましょう。（圓花）

■ 新型コロナ禍で注目されるD2C

新型コロナ禍で実店舗での対面サービスが制約を受けるなか、非対面を可能とする電子商取引（EC：Electronic Commerce）市場の拡大が見込まれています。なかでも、自社で企画・製造した製品を、従来の流通ルートに頼らず、消費者に直接提供する「D2C（Direct to Consumer）」と呼ばれるビジネスモデルが注目されています。そこで、最近のEC市場の動向やD2Cビジネスが注目される背景、今後の展望について整理しました。

わが国のEC市場の動向

インターネットやスマートフォンの普及に伴い、わが国のEC市場は成長を続けています。経済産業省の報告書によれば、2019年の消費者向け（B2C）ECの市場規模は19.4兆円で、物販系EC化率（全商取引市場規模に対する電子商取引市場規模の割合）は6.76%と推計されます。もっとも、世界的にみてわが国の市場規模・EC化率は、ともにそれほど大きいものではありません。例えば、2019年における中国の消費者向けECの市場規模は10.63兆人民元（約163兆円）・EC化率20.7%、米国は5,980億ドル（約63兆円）・EC化率11.0%に上ります（図表1）。

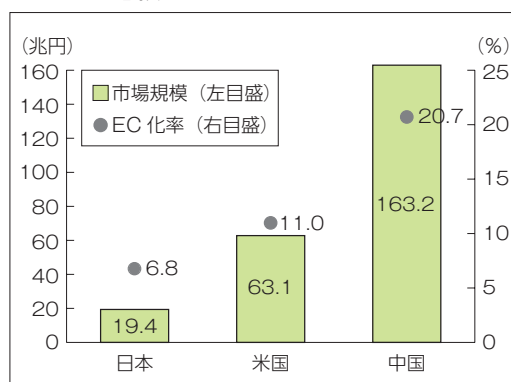
わが国のEC化率が低い理由として、①実店舗による販売網が充実しており消費者が比較的アクセスしやすいこと、②ECで主流のクレジットカード決済について、インターネットで行うことに抵抗を感じる消費者が一定割合存在すること、などが指摘されています。

ところが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、対面での接触を避けるために、ECの利用が増えています。総務省の家計消費状況調査によれば、2020年6月の二人以上世帯におけるネットショッピングの支出額は17,252円（前年同月比20.3%増加）となり、ネットショッピング利用世帯の割合は5割を超えました。

注目されるD2C

こうした状況下、実店舗での製品販売をインターネットを通じたものに転換しようと、自社独自のECサイトを構築してD2Cに取り組む動きが活発化しています。前述の経済産業省の報告書によれば、D2Cには自社ECサイトでの販売のみを対象とする「狭義のD2C」と、ショッピングモール型ECに出店した直営店等での販売も含める「広義のD2C」がありま

図表1 日米中の消費者向けEC市場規模の比較



（資料）日本：経済産業省「電子商取引に関する市場調査報告書」2020年7月、米国：US Census Bureau「Monthly Retail Trade」ホームページ、中国：中国商務部「中国電子商務報告2019」2020年7月のデータを基に日本総合研究所作成

（注）1ドル＝105.5円、1人民元＝15.35円として計算。

す。従来は、ショッピングモール型ECへの出店が主流でしたが、近年は自社独自の展開が可能な、狭義のD2Cサイトの開設が増加しています。

狭義のD2Cが台頭している背景として、①スマートフォンやSNS等の普及に伴い、消費者に直接アプローチ・訴求することが容易になっていること、②近年のデジタル技術の進化や支援ビジネスの登場で、自社のECサイト構築のハードルが低くなっていること、③消費者との関係の構築や多様化するニーズに柔軟に対応可能であること、などが挙げられます。

世界では、設立当初からD2Cモデルを取り入れたスタートアップも出現し、ユニコーン企業（未上場で時価総額10億ドル超）が多数登場しています。米国のD2C市場は、2021年に211.5億ドル（約2.2兆円）に達すると予想されています（図表2）。

D2Cの今後の展望

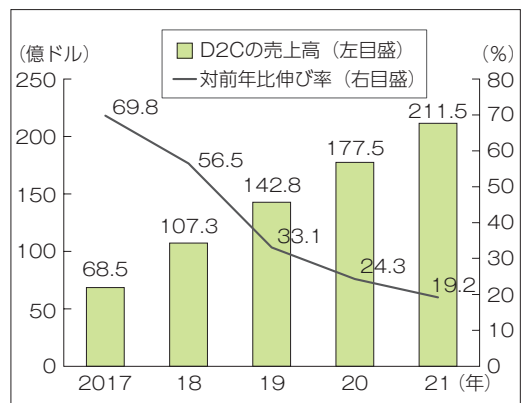
米国に比べ日本のD2C市場はまだ小規模にとどまるものの、自分たちのこだわりを反映した製品やブランド構築を目指す事業者の間でD2Cへの取り組みがみられます。さらに、新型コロナ禍で縮小した需要を喚起しようと裾野が広がりつつあります。例えば、地方の特産品や伝統工芸品を消費者と直接結びつけるD2Cサイトが立ち上がっています。また、D2Cを地方創生に結びつけようと、地方銀行や商工会議所などが事業者の取り組みを支援する動きも出てきています。

もっとも、単なるネット直販というだけでは、かえって自社システムの構築や専門人材の登用などでコストがかさむことも考えられます。D2Cの特徴は、SNS等を通じて消費者と直接コミュニケーションすることにより、製品・ブランドに対する理解を深め、共感を醸成し、強い関係性を構築していくことにあります。このため、消費者を引き付けるマーケティングや情報発信力が求められ、そうしたノウハウやリソースに乏しい事業者にとっては、むしろ集客力のあるショッピングモール型ECの方が、メリットがあるといえます。

アフターコロナの局面においても、EC市場の成長は続くと考えられます。そのなかで、D2Cを自社の成長に結びつけるためには、「消費者との直接の接点」という特色を生かして、消費者に新たな価値や顧客体験を提供出来るかどうかが問われることになりましょう。

（野村（敦））

図表2 米国のD2C市場



（資料） eMarketer "US D2C Ecommerce Sales, 2017-2021" March 2020

国際金融センターとしての香港の先行きをどうみるか

2020年6月30日、中国政府が「香港国家安全維持法」（国安法）を公布し、香港政府が同日に同法を施行しました。これまで香港では、「一国二制度」の下での高度な自治が認められてきましたが、これにより、先行きの展開について不透明感が高まっています。以下では、香港の国際金融の機能に着目し、その役割を整理したうえで、先行き国際金融センターとしての地位はどうなっていくのか検討しました。

脱香港の動きは限定的

香港には富裕層やヘッジファンドといった多くの投資家が拠点を構えていますが、国安法施行後、そうした投資家たちがシンガポールへ拠点を移しているとの報道が増えています。個人所得税の最高実効税率は香港が15%に対し、シンガポールは22%、法人税はそれぞれ16.5%、17%です。シンガポールは香港と同様に国際的にみて税率がかなり低く、一部の市場参加者にとって香港からの移転先として有力候補となる模様です。

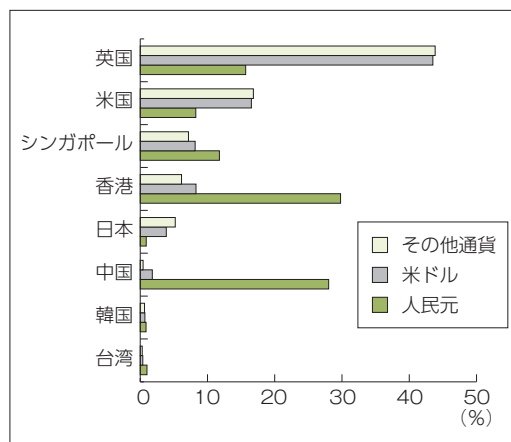
しかし、そうした動きは在香港の金融機関全体のなかでみると、一部にとどまっており、多くは香港でのビジネス継続を表明しています。このように「脱香港」の動きが限定的なものにとどまっている理由としては、次の2点が挙げられます。

第1は、対中国ビジネスにおける為替取引の利便性です。香港とシンガポールはともに世界各国からの貿易の中継地としての特徴も持つことで、外国為替を利用する資金決済機能が強化されてきました。もっとも、両者は得意とする通貨が

異なります。シンガポール市場はASEAN各国など様々な通貨のクロス取引に優位性を持つ一方、香港市場は人民元を軸とした取引に大きな強みを持っています。実際に、香港とシンガポールの通貨取引規模は、全体で英国、米国に次ぐ地位ですが、人民元だけに限ると香港が30%を占めており、世界最大です（図表1）。

第2は、対中国証券投資で重要な機能を担っていることです。香港には、中国本土との「ストック／ボンド・コネクト」という、上海（または深圳）取引所と香港取引所を介した株・債券の相互取引制度があります。海外からの中国本土との取引には厳しい資本移動規制が適用されますが、株式は2014年11月以降、債券は2017年7月以降、金融仲介業者は香港のこの機能を使うことで効率的に中国本土との証券取引を行うことが出来るようになりました。実際、香港を通じた海外投資家による中国本土の株式と債券の投資

図表1 世界の通貨取引高シェア(2019年)



(資料) BISを基に日本総合研究所作成
(注) 2019年4月調査。

額は近年急速に拡大しています(図表2)。

このように、対中国ビジネスに携わる在香港の多くの金融機関にとって、香港市場が持つ金融仲介機能は他での代替が困難であるため、依然として重要な金融ビジネス活動拠点であり続けています。

中国企業が米市場から退避し香港へ

また、国際展開する中国企業にとって、グローバルマネーを調達する場として香港は非常に使い勝手が良く、魅力的な市場になっています。2019年も香港株式市場には多くの中国企業が上場し、新規株式公開(IPO)での資金調達額は401億ドルと世界最大となりました。

加えて、米上院が本年5月20日に、米国に上場する外国企業に経営の透明性を求める法案を可決したことで、香港株式市場の存在感はさらに高まりつつあります。同法案はもともと米国で上場した

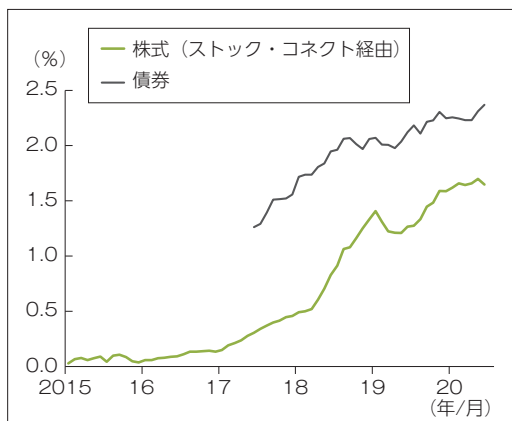
中国大手飲食業の不正会計が発端でしたが、規則・規定を逸脱する場合は上場廃止につながる可能性があるなど、米中関係が悪化するなかで多くの中国企業は同法に対する懸念を強めています。そのため、従来、グローバル展開を目指す多くの中国企業は米国で株式上場する道を選びましたが、最近は米国と香港の重複上場、ないしは香港のみでの上場を目指す動きが強まっています。

金融センターとしての地位は当面維持

以上のように、国安法施行後も、香港市場が持つ金融機能は、中国ビジネスに携わる金融機関にとって引き続き様々な取引に欠かせないものであり、中国企業の資金調達においてはむしろ重要性が以前よりも高まっています。中国本土と世界をつなぐ金融アクセス窓口として他の選択肢が事実上ないなかで、香港市場の金融機能の重要性は当面大きく変わることはないでしょう。シンガポールだけでなく、東京など他のアジアの金融市場が香港市場の代替先として取り沙汰されるものの、その受け皿となることは簡単ではないといえます。

米中対立に解決の糸口が見出せないなか、中長期的な観点からみれば、香港を介した中国と世界の取引のあり方が大きく変わっていく可能性は排除出来ません。しかし、香港は現下において独自の強みを持ち、高度に発達したインフラを持つ市場でもあることを踏まえると、当面は世界有数の国際金融センターとしての地位を維持していく公算が大きいとみられます。(野木森)

図表2 中国証券の海外投資家保有比率



(資料) CEICを基に日本総合研究所作成

(注) 株式はストック・コネクトの北向き投資の純買入累積額の株式時価総額(上海+深圳)に対する比率。債券についてはボンド・コネクト以外の買い入れを含む海外投資家保有総額の中国債券残高に対する比率。

KEY INDICATORS

(2020年9月14日現在)

● 日 本 ●

(%)

	2019年度	2020年		2020年			
		1～3	4～6	5月	6月	7月	8月
鉱工業生産指数	(▲3.8)	〈0.4〉 (▲4.5)	〈▲16.9〉 (▲19.8)	〈▲8.9〉 (▲26.3)	〈1.9〉 (▲18.2)	〈8.7〉 (▲15.5)	
鉱工業出荷指数	(▲3.6)	〈▲0.6〉 (▲5.2)	〈▲16.8〉 (▲19.9)	〈▲8.9〉 (▲26.8)	〈4.8〉 (▲16.6)	〈6.6〉 (▲16.6)	
鉱工業在庫指数 (末)	(2.9)	〈2.3〉 (2.9)	〈▲5.3〉 (▲3.4)	〈▲2.6〉 (▲0.5)	〈▲2.4〉 (▲3.4)	〈▲1.5〉 (▲4.8)	
生産者製品在庫率指数	(7.0)	〈1.7〉 (10.3)	〈21.6〉 (30.9)	〈7.3〉 (40.7)	〈▲7.1〉 (22.5)	〈▲8.9〉 (17.6)	
稼働率指数 (2015年=100)	98.3	95.1	75.2	70.6	75.0	82.2	
第3次産業活動指数	(▲0.7)	〈▲1.1〉 (▲2.8)	〈▲10.1〉 (▲13.0)	〈▲3.5〉 (▲17.4)	〈9.0〉 (▲8.3)	〈▲0.5〉 (▲9.4)	
全産業活動指数 (除く農林水産業)	(▲1.2)	〈▲0.8〉 (▲3.2)	〈▲10.7〉 (▲14.0)	〈▲4.1〉 (▲18.1)	〈6.1〉 (▲10.5)		
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	(▲0.3)	〈▲0.7〉 (▲1.0)	〈▲12.9〉 (▲19.1)	〈1.7〉 (▲16.3)	〈▲7.6〉 (▲22.5)	〈6.3〉 (▲16.2)	
建設工事受注 (民間) 公共工事請負金額	(▲8.7) (6.8)	(▲18.2) (7.1)	(▲20.6) (3.4)	(▲4.5) (▲6.4)	(▲22.5) (13.2)	(▲31.6) (▲4.1)	
新設住宅着工戸数 (年率、万戸)	88.4 (▲7.3)	86.3 (▲9.9)	79.8 (▲12.7)	80.7 (▲12.3)	79.0 (▲12.8)	82.8 (▲11.4)	
百貨店売上高 全国 チェーンストア売上高 東京	(▲5.2) (▲5.2) (▲1.2)	(▲16.8) (▲17.2) (0.8)	(▲51.7) (▲56.1) (0.1)	(▲65.6) (▲71.6) (1.3)	(▲19.1) (▲24.3) (3.4)	(▲20.3) (▲27.9) (2.6)	
完全失業率	2.3	2.4	2.8	2.9	2.8	2.9	
有効求人倍率	1.55	1.44	1.21	1.20	1.11	1.08	
現金給与総額 (5人以上)	(0.0)	(0.6)	〈▲1.7〉	(▲2.3)	(▲2.0)	(▲1.3)	
所定外労働時間 (〃)	(▲2.5)	(▲4.1)	(▲24.4)	(▲30.7)	(▲23.9)	(▲15.3)	
常用雇用 (〃)	(1.9)	(1.9)	(0.9)	(0.6)	(0.6)	(0.6)	
M2 (平残) 広義流動性 (平残)	(2.6) (2.2)	(3.0) (2.8)	(5.3) (3.3)	(5.1) (3.0)	(7.2) (4.4)	(7.9) (4.8)	(8.6) (5.3)
経常収支 (兆円) 前年差	19.71 0.22	5.70 ▲0.41	1.61 ▲2.94	1.18 ▲0.45	0.17 ▲1.09	1.47 ▲0.56	
貿易収支 (兆円) 前年差	0.67 0.03	0.50 0.29	▲1.60 ▲1.56	▲0.56 0.12	▲0.08 ▲0.83	0.14 0.22	
消費者物価指数 (除く生鮮食品)	(0.6)	(0.6)	(▲0.1)	(▲0.2)	(0.0)	(0.0)	

(%)

	2019年度	2019年				2020年	
		1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6
業況判断DI 大企業・製造 非製造		12 21	7 23	5 21	0 20	▲8 8	▲34 ▲17
中小企業・製造 非製造		6 12	▲1 10	▲4 10	▲9 7	▲15 ▲1	▲45 ▲26
売上高 (法人企業統計) 経常利益		(3.0) (10.3)	(0.4) (▲12.0)	(▲2.6) (▲5.3)	(▲6.4) (▲4.6)	(▲7.5) (▲28.4)	(▲17.7) (▲46.6)
実質GDP (2011年連鎖価格)	(0.0)	〈0.7〉 (0.8)	〈0.4〉 (0.9)	〈0.0〉 (1.7)	〈▲1.8〉 (▲0.7)	〈▲0.6〉 (▲1.8)	〈▲7.9〉 (▲9.9)
名目GDP	(0.8)	〈1.2〉 (0.9)	〈0.5〉 (1.3)	〈0.4〉 (2.3)	〈▲1.5〉 (0.5)	〈▲0.5〉 (▲0.9)	〈▲7.6〉 (▲8.7)

注：〈 〉内は季節調整済み前期比、()内は前年 (同期 (月)) 比。

● 米 国 ●

	2019年	2019年		2020年		2020年		
		10～12	1～3	4～6		6月	7月	8月
鉱工業生産	(0.9)	{0.1} (▲0.7)	{▲1.7} (▲1.9)	{▲13.2} (▲14.4)		{6.1} (▲10.7)	{3.5} (▲7.4)	{0.4} (▲7.7)
設備稼働率	77.8	77.2	75.8	65.8		68.7	71.1	71.4
小売売上高	(3.5)	{0.4} (4.0)	{▲2.2} (1.2)	{▲7.2} (▲7.7)		{8.4} (2.1)	{1.2} (2.7)	
失業率 (除く軍人、%)	3.7	3.5	3.8	13.0		11.1	10.2	8.4
非農業就業者数 (千人) (前期差、前月差)	2,044	628	134	▲18,209		4,781	1,734	1,371
消費者物価指数	(1.8)	{0.6} (2.0)	{0.3} (2.1)	{▲0.9} (0.4)		{0.6} (0.6)	{0.6} (1.0)	{0.4} (1.3)

	2019年	2019年				2020年	
		1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6
実質GDP (連鎖ウェイト方式)	(2.2)	{2.9} (2.3)	{1.5} (2.0)	{2.6} (2.1)	{2.4} (2.3)	{▲5.0} (0.3)	{▲31.7} (▲9.1)
経常収支 (億ドル、年率) 名目GDP比	▲4.802 ▲2.2	▲5.065 ▲2.4	▲5.108 ▲2.4	▲4.864 ▲2.3	▲4.173 ▲1.9	▲4.168 ▲1.9	

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
2018年	2.9	2.7	2.9	3.4	4.2	4.8	5.2	6.3	6.7
2019年	2.0	2.7	▲1.2	0.7	2.4	4.3	5.0	6.0	6.1
2019年1～3月	1.8	1.8	0.7	1.0	2.9	4.5	5.1	5.7	6.4
4～6月	2.1	2.6	0.4	0.2	2.4	4.8	5.1	5.4	6.2
7～9月	2.0	3.0	▲2.8	0.7	2.6	4.4	5.0	6.3	6.0
10～12月	2.3	3.3	▲3.0	1.0	1.5	3.6	5.0	6.7	6.0
2020年1～3月	1.4	2.2	▲9.1	▲0.3	▲2.0	0.7	3.0	▲0.7	▲6.8
4～6月	▲2.7	▲0.6	▲9.0	▲13.2	▲12.2	▲17.1	▲5.3	▲16.5	3.2

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
2018年	69,657	49,216	▲71,726	41,255	4,756	30,720	▲8,699	▲43,533	350,947
2019年	38,890	43,500	▲54,172	31,364	10,009	35,205	▲3,593	▲40,666	421,073
2019年6月	3,904	3,822	▲7,052	1,794	3,301	2,659	268	▲2,636	49,649
7月	2,316	3,608	▲4,118	2,468	211	3,874	▲280	▲3,641	44,015
8月	1,563	6,012	▲3,577	3,005	2,204	2,640	93	▲3,005	34,716
9月	5,888	3,129	▲4,038	2,932	1,280	2,108	▲183	▲3,409	39,078
10月	5,252	3,928	▲3,901	3,317	544	4,197	122	▲3,573	42,308
11月	3,312	4,283	▲3,343	2,401	580	1,609	▲1,396	▲3,652	37,176
12月	1,981	2,508	▲4,164	2,568	728	3,028	▲78	▲2,962	47,248
2020年1月	373	3,437	▲3,936	711	▲1,556	2,950	▲637	▲3,504	55,206
2月	3,900	3,298	▲4,958	972	3,897	3,032	2,513	▲1,656	▲62,051
3月	4,371	2,783	▲4,470	2,377	1,592	2,867	716	▲2,368	20,059
4月	▲1,608	2,273	▲3,011	1,848	2,462	▲835	▲372	▲449	45,202
5月	386	4,723	▲1,771	2,822	2,695	2,395	2,016	▲1,321	63,033
6月	3,621	4,829	▲4,302	3,250	1,610	4,880	1,249	▲1,375	46,421
7月	4,134	5,369	▲3,847	2,839	3,343	5,901	3,238	▲1,827	62,329
8月	4,116	6,466							58,925



SMBC

SUMITOMO
MITSUI
BANKING
CORPORATION

マンスリー・レビュー 2020年10月号

発行日 2020年10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