

2023年日本経済の 展望

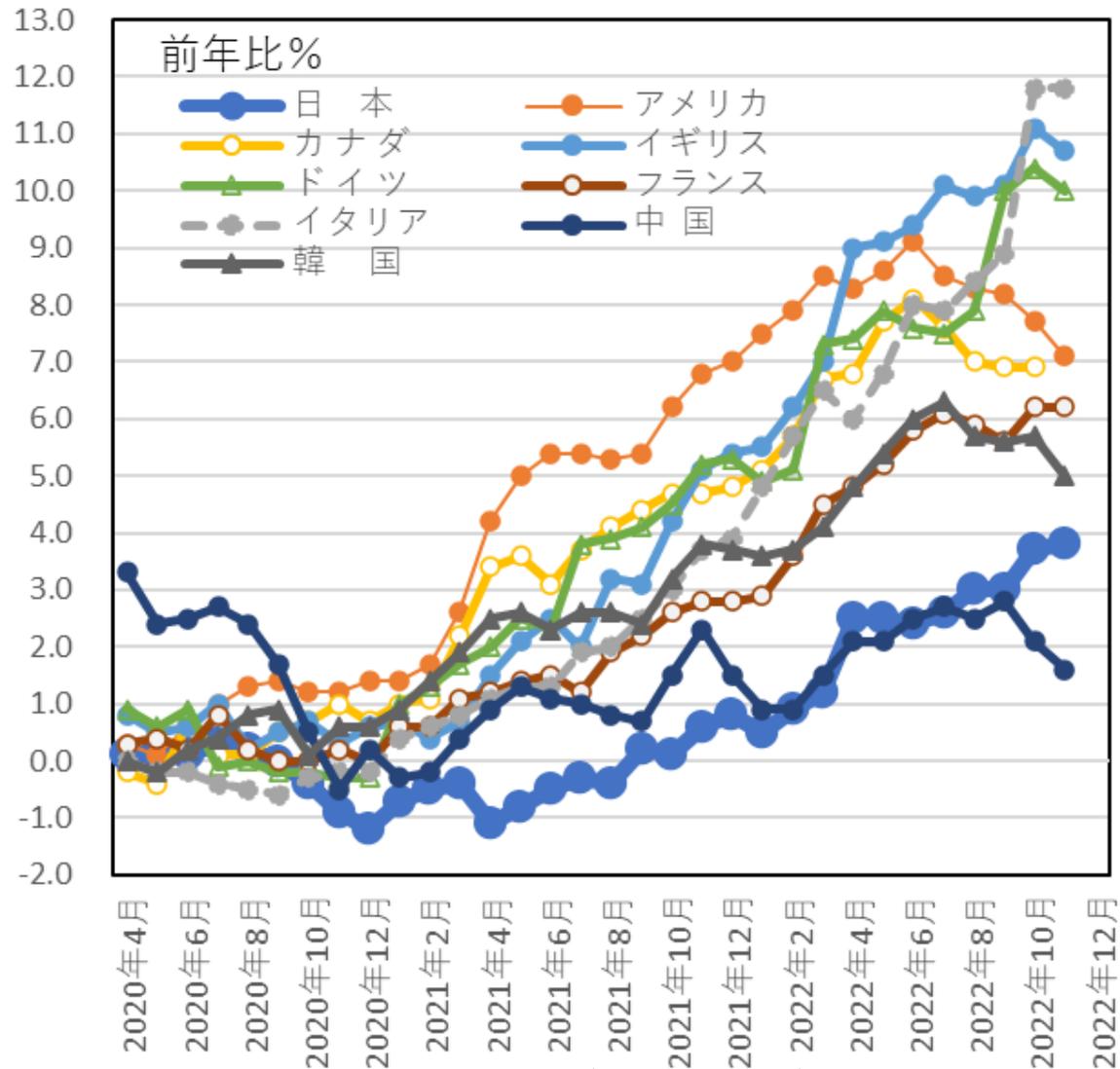
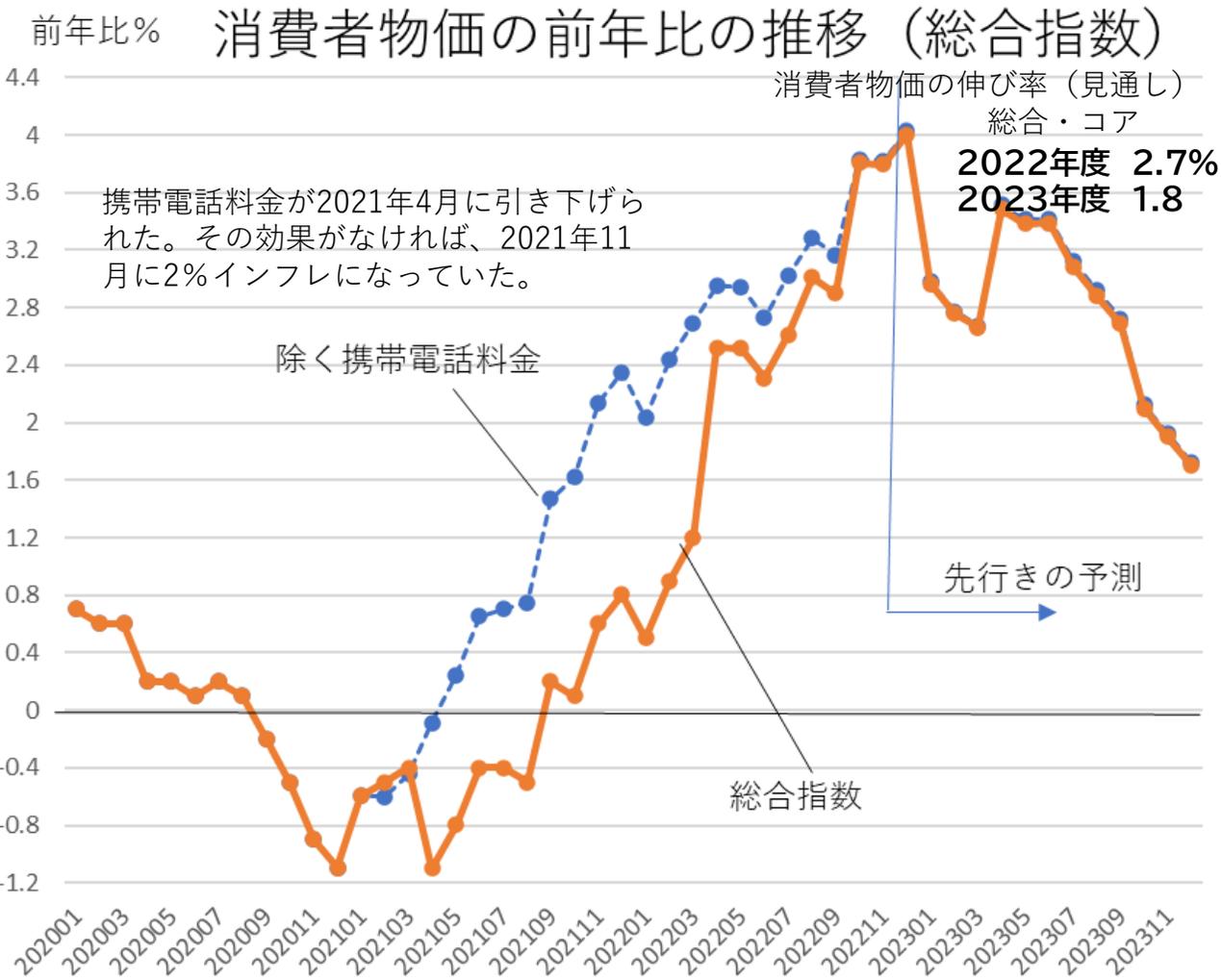
～物価上昇にどう対処するか～

< 2023年の予定表 >

- 1-3月 経済対策：電気代▲2割引き下げ
米国の金融引き締め（利上げは天井に）
- 4月8日 黒田日銀総裁退任
(9日) 新総裁に交代
- 4月中 電気代は約3割上昇
値上げラッシュの予想
公的年金は増額
春闘で賃上げ
統一地方選挙
- 5月 G7サミット広島で開催
- 9・10月 ラグビーW杯
- 10月 インボイス導入

1.各国で起こるインフレ

各国の消費者物価指数の前年比



注：実績は総務省「消費者物価」

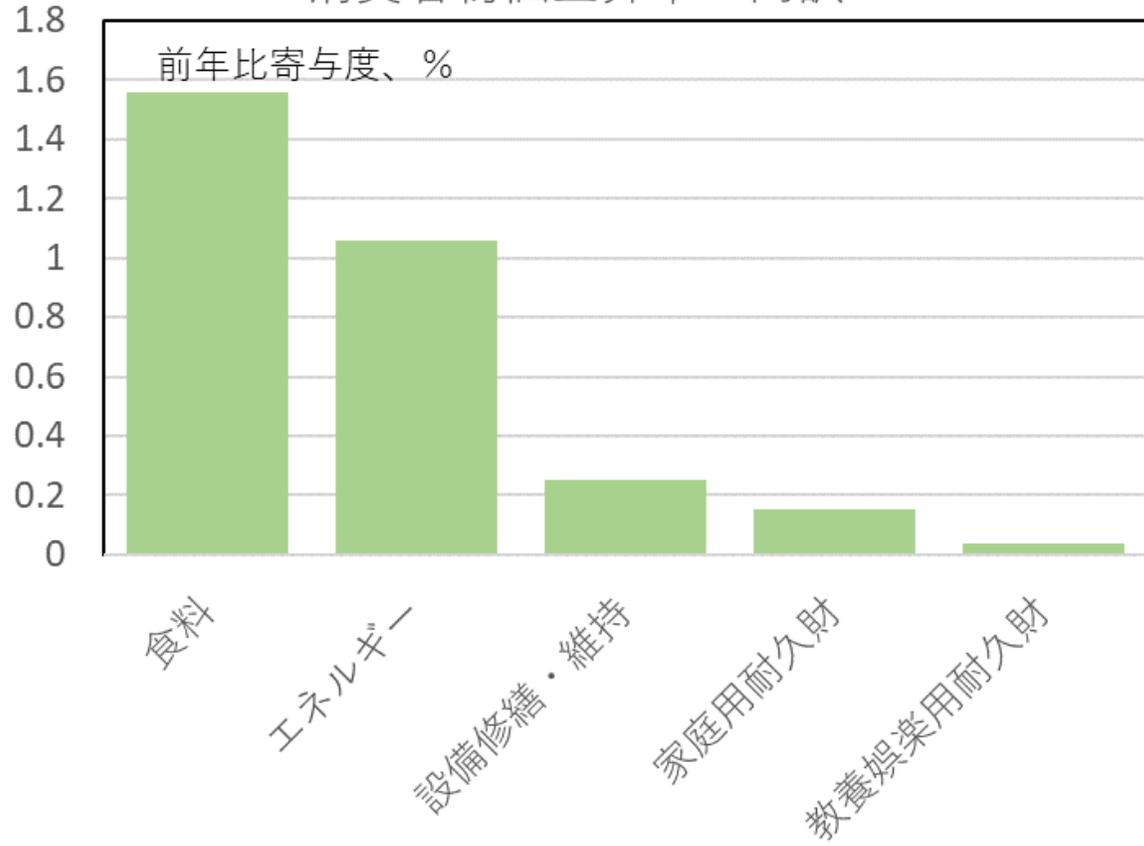
▼インフレ率は、2023年1月にピークアウトしても、高止まる。4月以降の電気代の行方はどうなるか。

出所：総務省

	1980年	1981年
消費者物価	7.7%	4.9%
賃上げ率	7.3	7.5
普通預金金利	2.8	2.3

2.耐久消費財も値上がり

消費者物価上昇率の内訳



出所：総務省「消費者物価」（2022年11月）

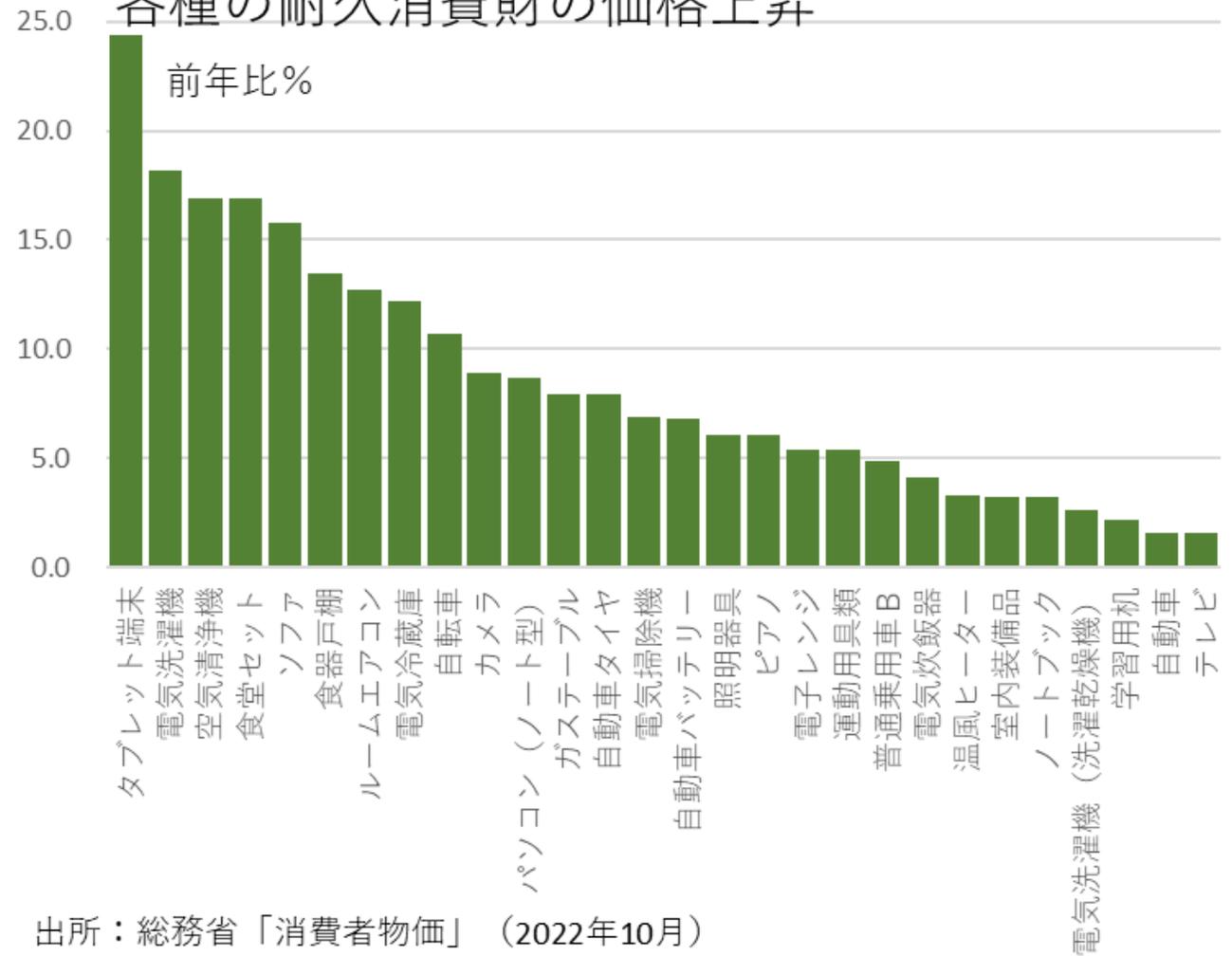
<食品値上げ>

2022年 20,882品目

2023年1-4月 7,152品目

帝国データバンク調べ

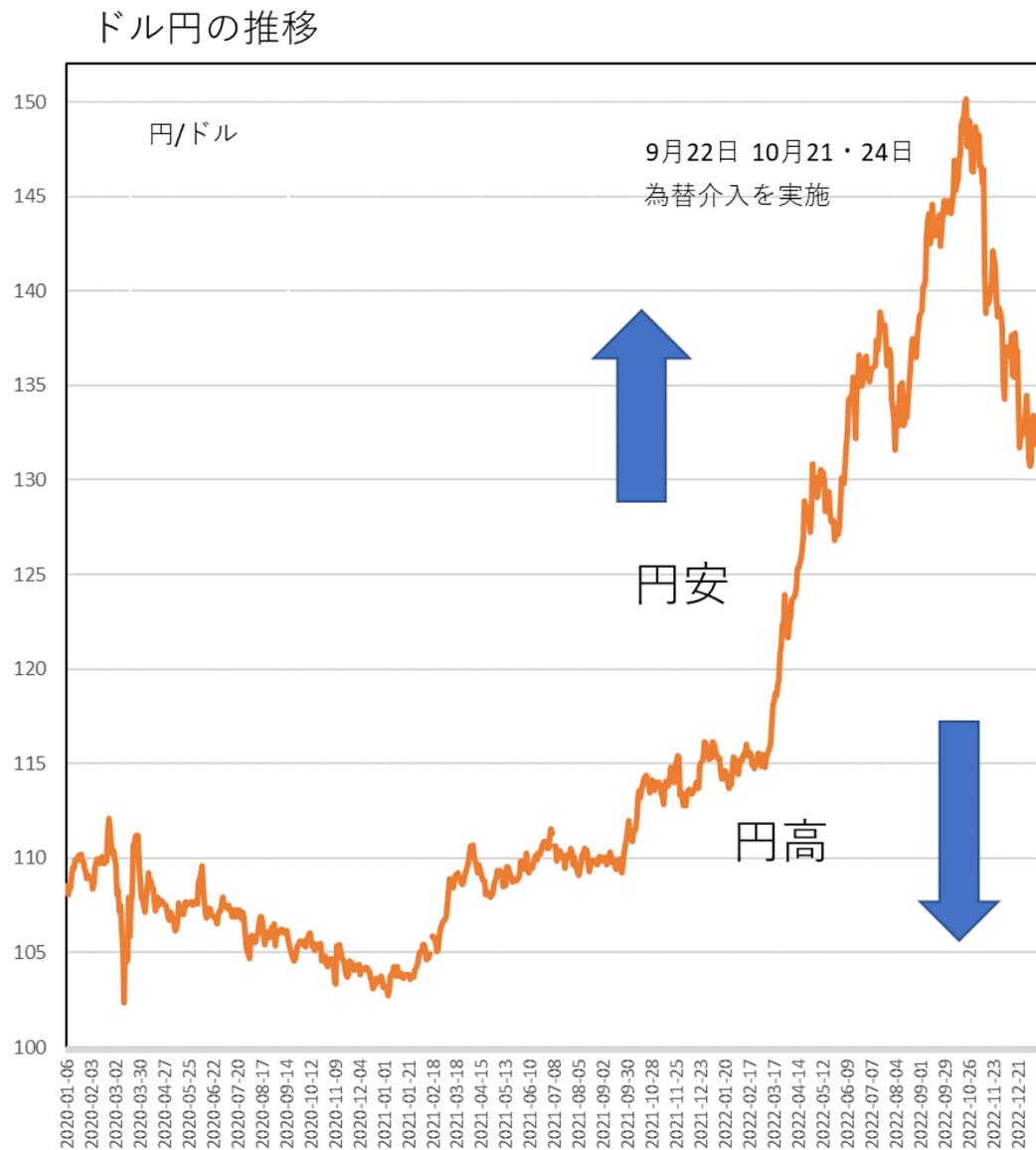
各種の耐久消費財の価格上昇



出所：総務省「消費者物価」（2022年10月）

家電は輸入品のシェア上昇。

3.インフレの背後にある円安と原油高

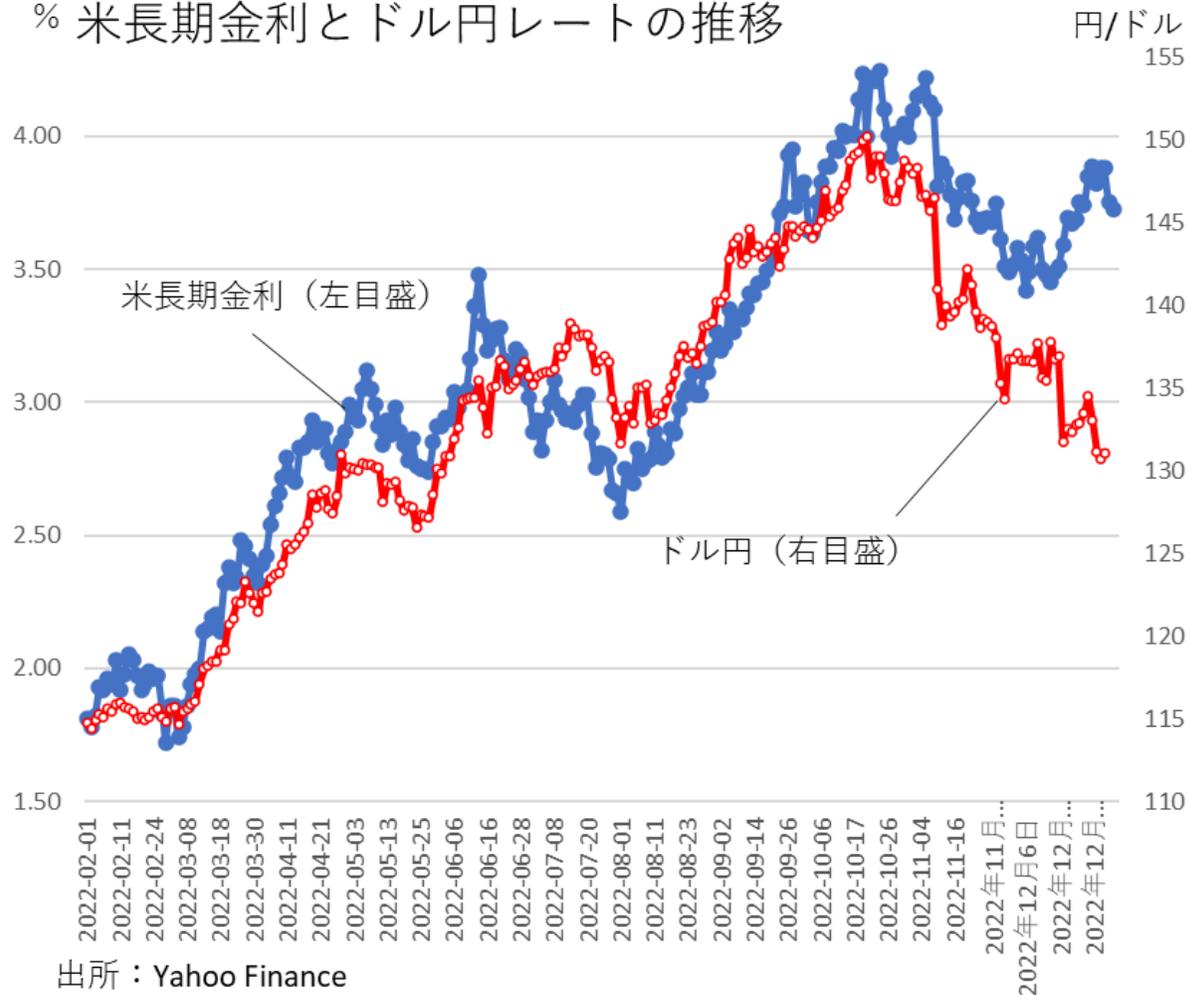


▲輸入物価は、円安によって押し上げられてきた。原油価格は下がっても、輸入物価は高止まり。

4. 為替を動かす要因

= => 円安は反転した。

% 米長期金利とドル円レートの変動



急速に進む貿易収支の悪化



▽金利差以外の円安要因には、貿易サービス収支赤字と経常黒字の消滅がある。

5.世界の過剰流動性

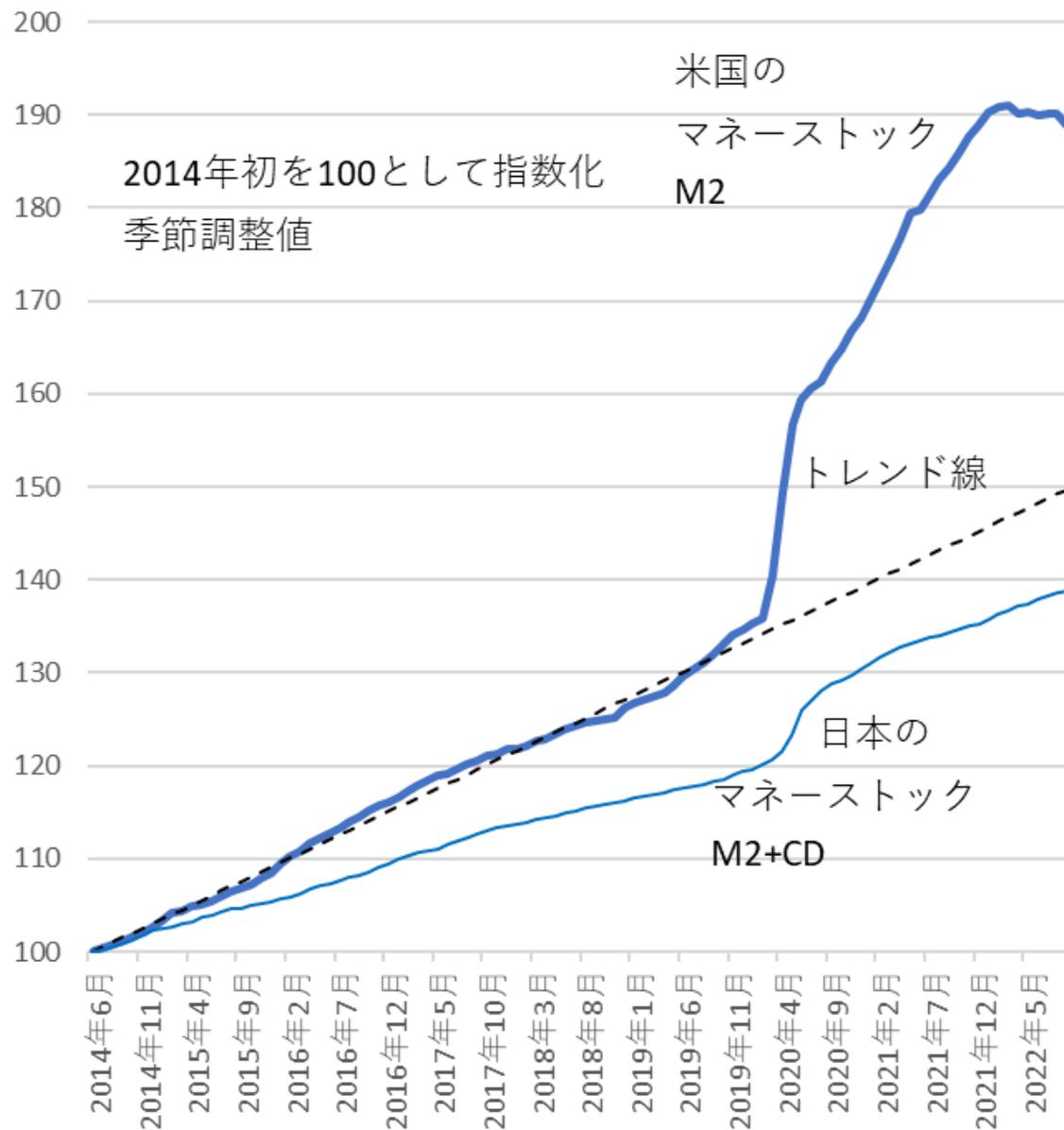
% 米国の金融引き締め



出所：FRB

- ▽2023年3月には、FFレートは上限5.00～5.25%に達する見込み。
- ▽上限金利に達した後、据え置きは長くなるはず。
- ▽米長期金利のピークアウトはそう遠くない（円安ピークも同じ）。
- ▽コロナ禍の緩和効果は、世界的に大きく、それを元に戻すのは時間がかかる。

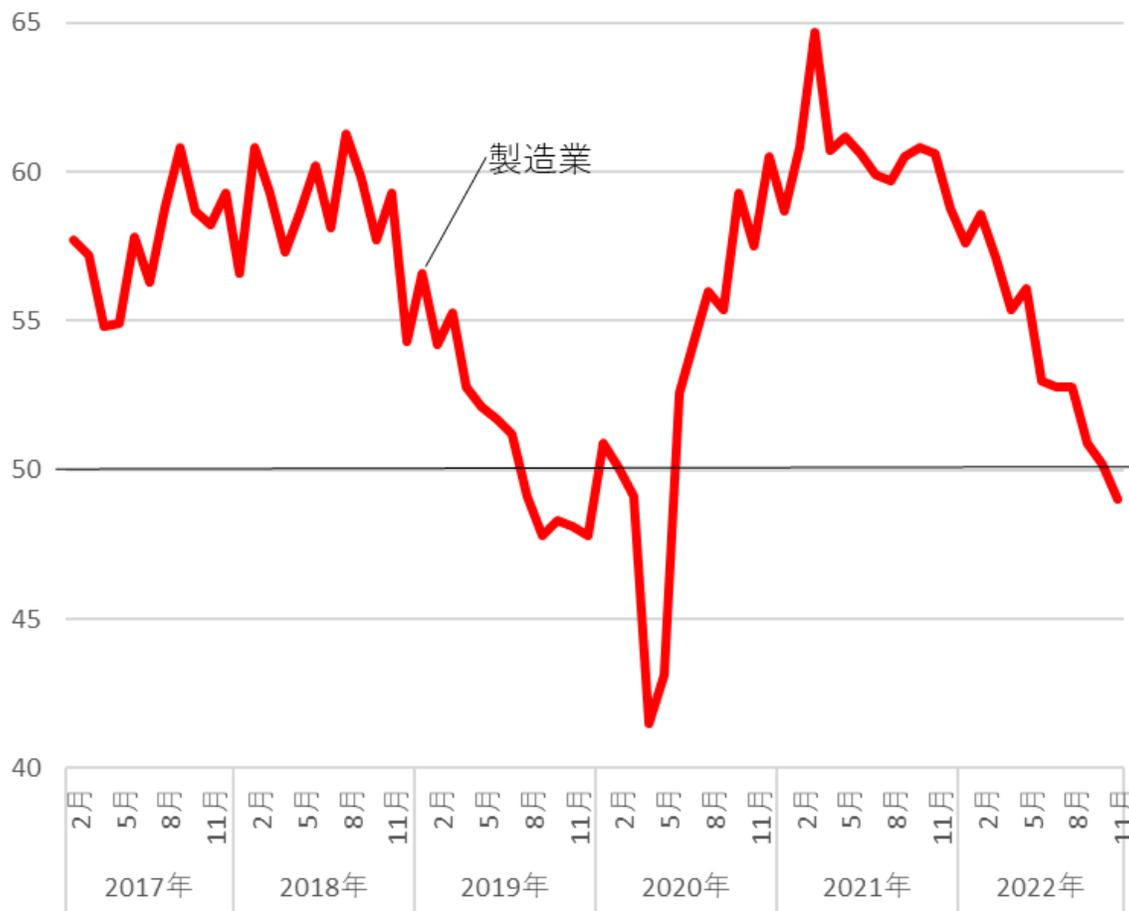
日米のマネーストック残高の推移



出所：FRB、日本銀行

6. 米国と中国の景況感（製造業）

米企業の景況指数（ISM景気指数）



出所：ISM

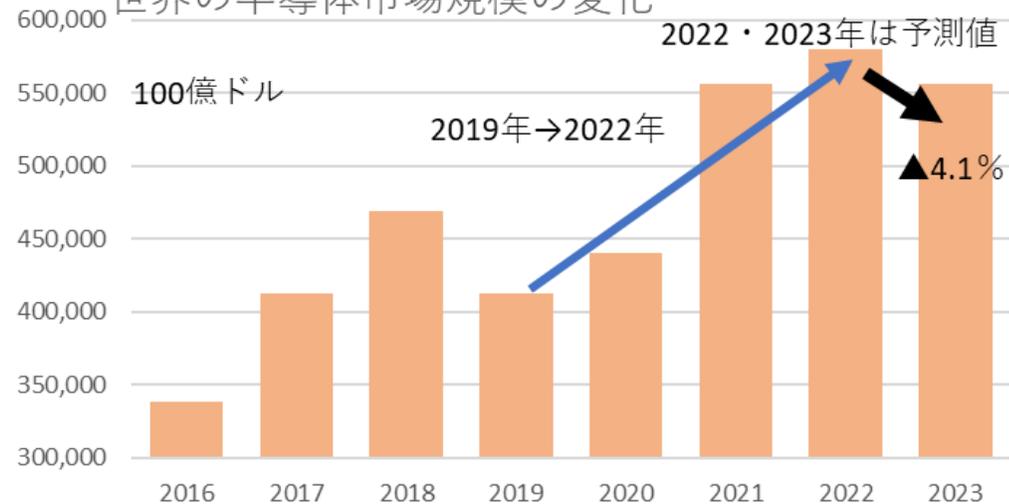
2023年前半は景気後退

中国企業の景況指数（PMI製造業指数）



出所：中国国家统计局

世界の半導体市場規模の変化



出所：WSTS

▲米利上げの影響は、2023年の米経済を悪化させる。

▲中国は、ゼロコロナ見直しでリバウンド。

7.日米欧の成長率の見通し

日本経済は巻き込まれずに済むのか？

国際機関の経済成長率の見通し

各国の2023年の成長率見通し

実質GDPの前年比%

	OECD (11月予測)		IMF (10月予測)	
	前々回6月	今回	前回7月	今回
米国	1.2	0.5	1.0	1.0
ユーロ圏	1.6	0.5	1.2	0.5
日本	1.8	1.8	1.7	1.6
世界	2.8	2.2	2.9	2.7

出所：OECD、IMF

▽日本経済は2023年の成長率が、米国とユーロ圏を抜く見通し。

▲ドイツは特に厳しい。生産者物価は11月の前年比28.2%と日本よりも遙かに高い（日本の企業物価前年比9.3% < 11月 >）。

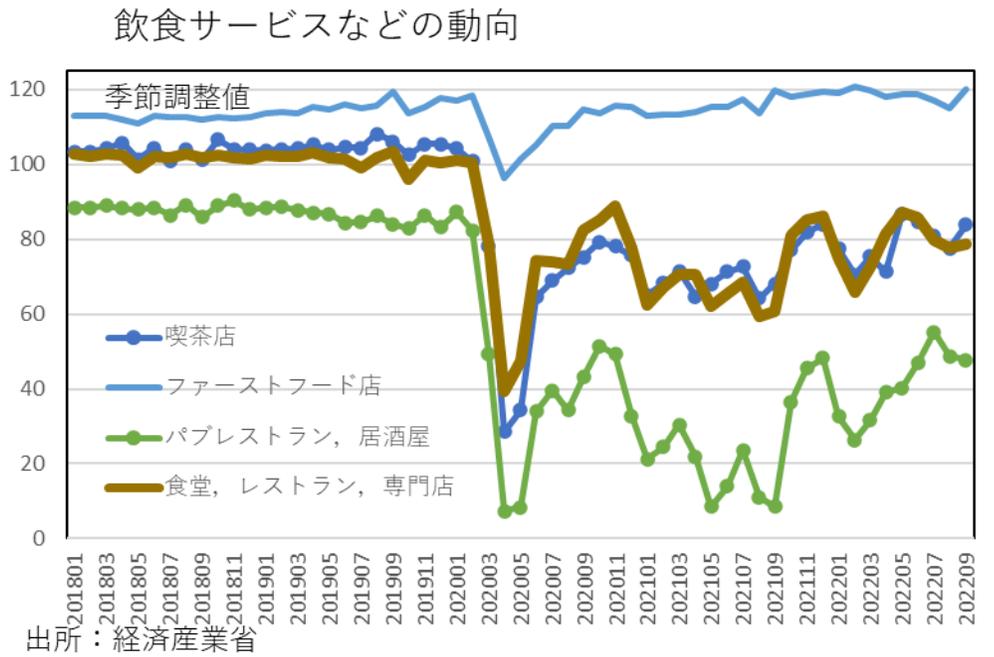
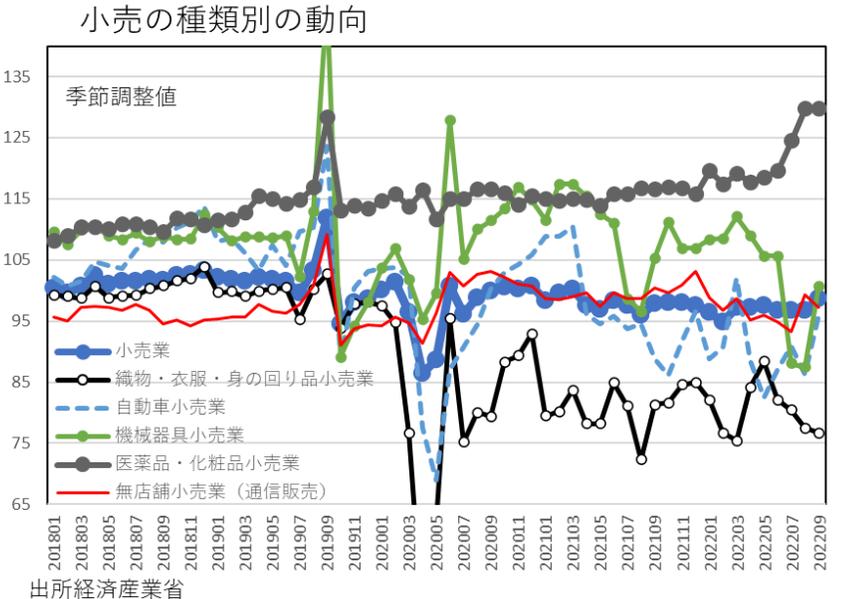
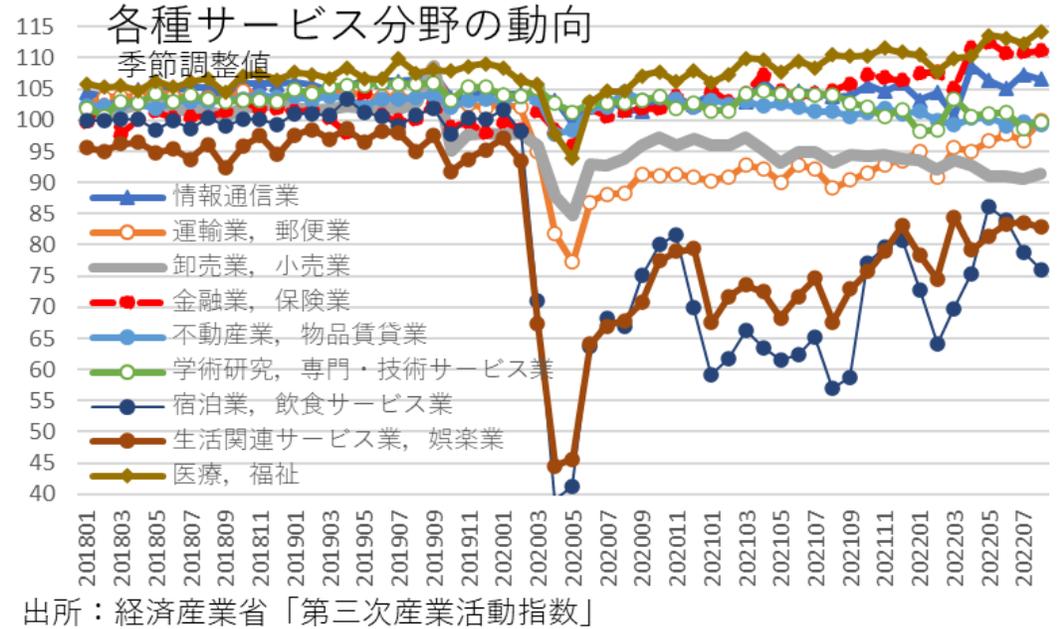
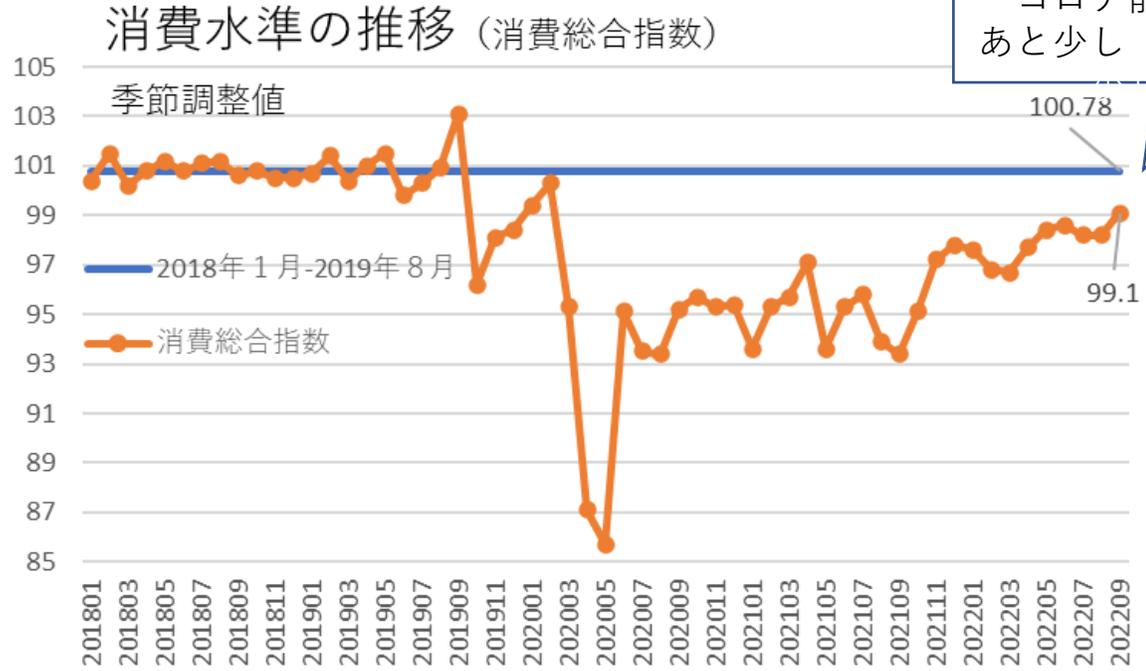
2022・23年度の成長率見通し

	2022年度	2023年度
実質GDP	1.65	1.07
(寄与度) 民需	2.1	1.2
公需	0.1	0.2
外需	-0.5	-0.1
名目GDP	1.96	2.68
GDPデフレーター	0.31	1.59
消費者物価	2.76	1.73

前年比%

出所：日本経済研究センター 12月見通し

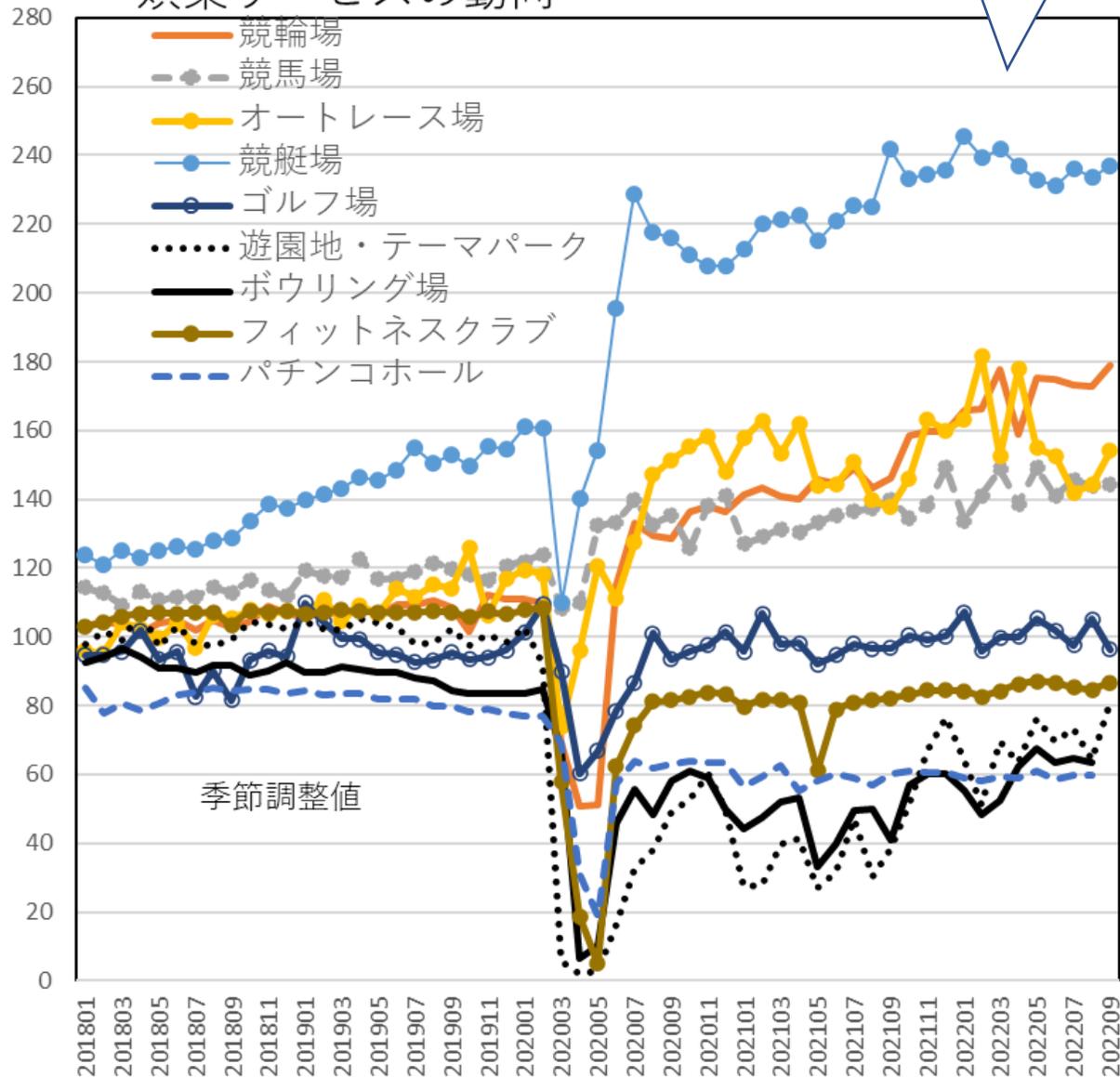
8.消費データを読む



<二極化する娯楽サービス>

デジタル化する公営
ギャンブルは強い

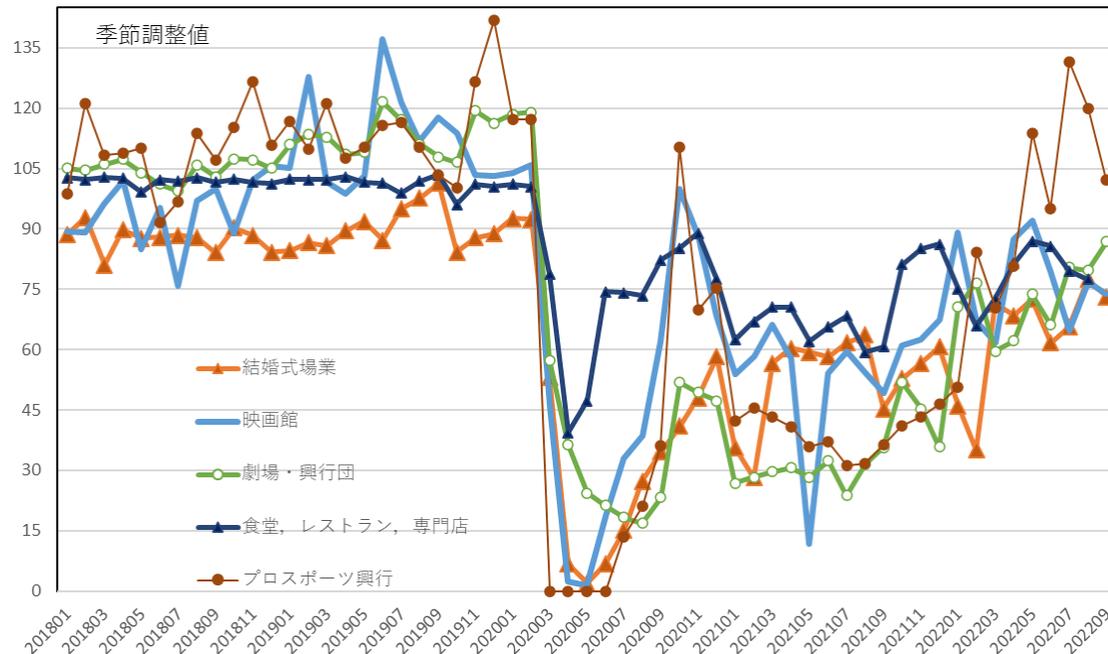
娯楽サービスの動向



出所：経済産業省

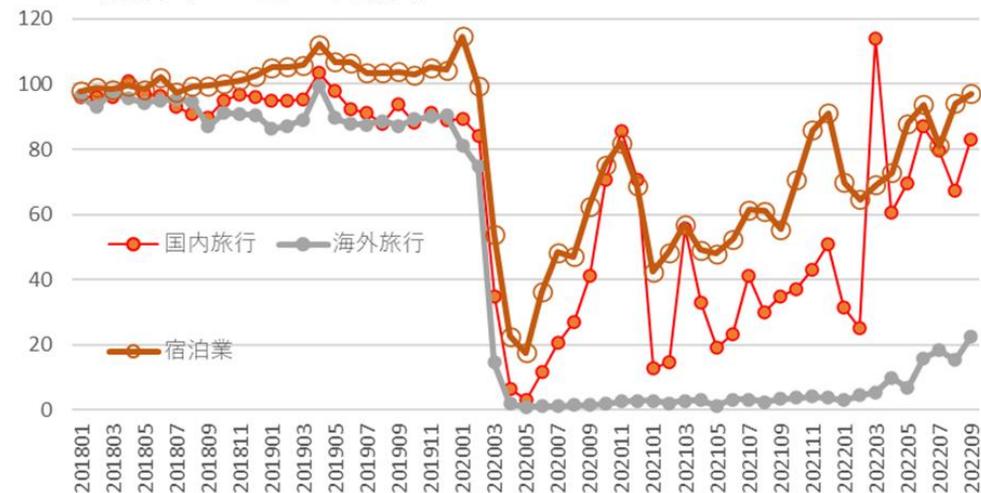
密閉○ 密集○ 密接▲

生活・娯楽サービスの動向



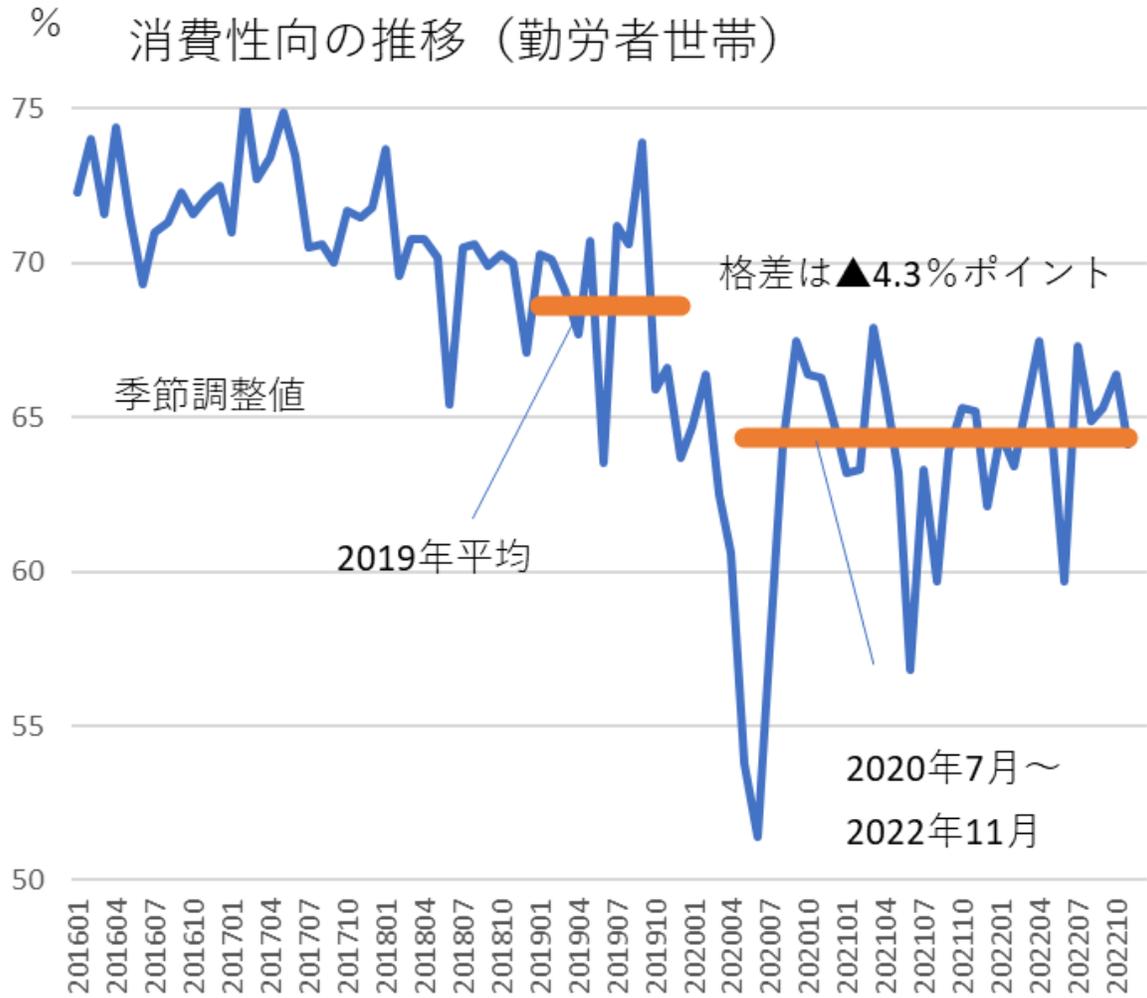
出所：経済産業省

旅行サービスの動向



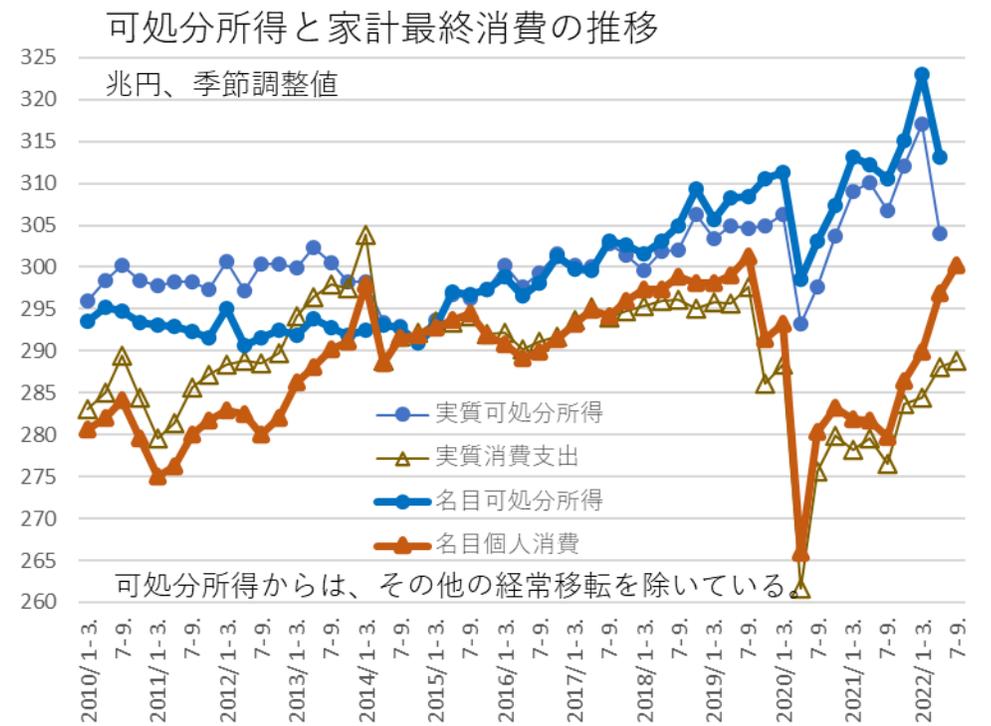
出所：経済産業省

9.個人消費の図式



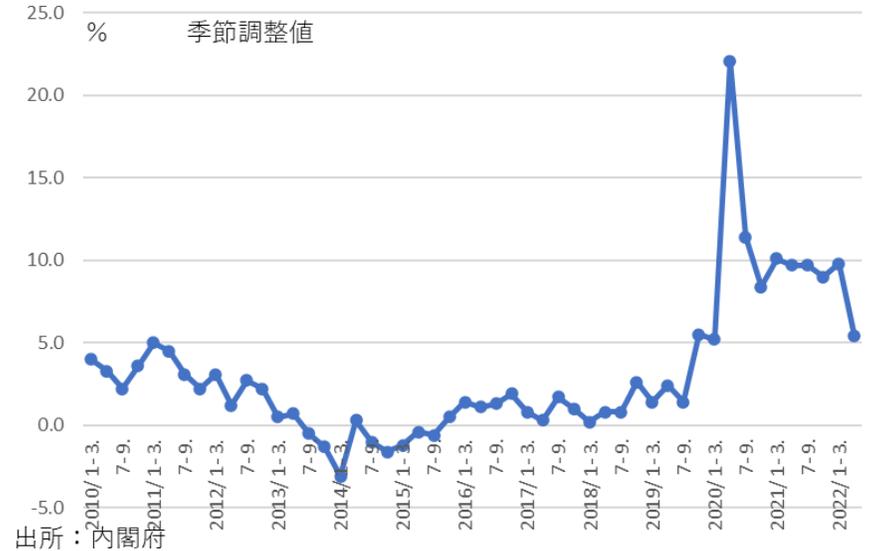
出所：総務省「家計調査」

▽消費はふるわず。背景には消費性向の低さがある。
 ▽本来は、消費マインドが回復すれば、消費性向も上昇するはず。
 今次局面はそうならない。物価上昇の重石のせいかな。



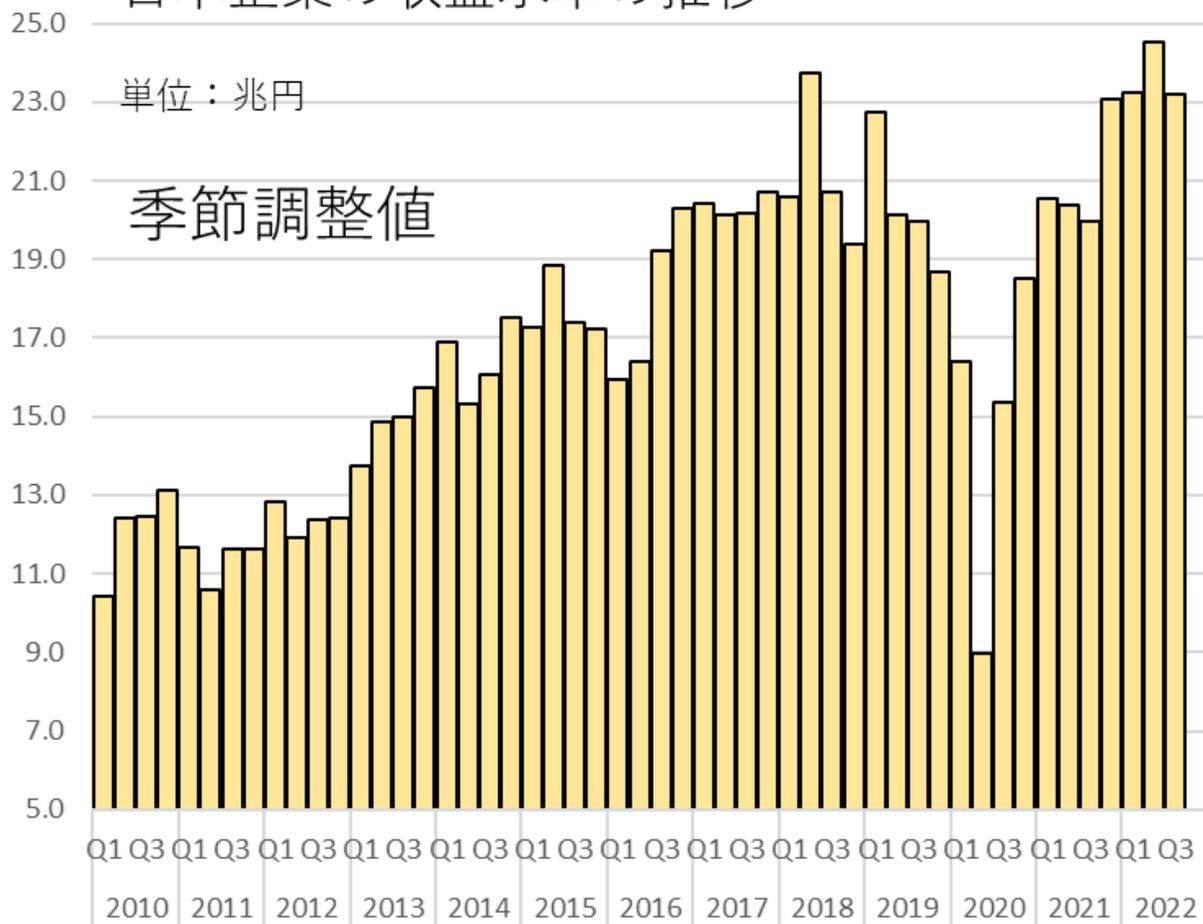
出所：内閣府

家計貯蓄率の推移



10. 企業収益を嵩上げる円安

日本企業の収益水準の推移

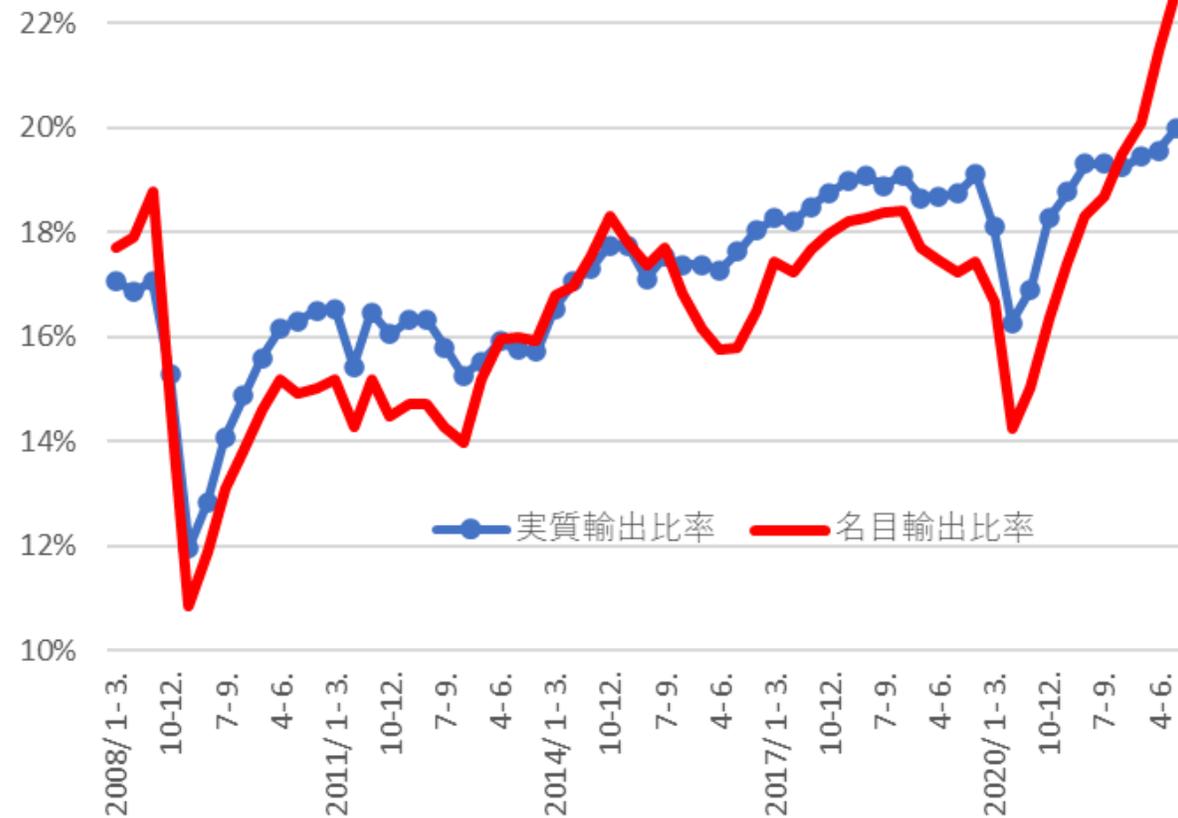


出所：財務省

2022年度の上場企業の決算は全体の1 / 3が過去最高益。

輸出価格を引き上げて、価格転嫁を進めている。

GDPに占める輸出の割合



出所：内閣府

1.1.賃金は増えるか？

現金給与総額（毎月勤労統計）

（事業所規模5人以上）

（令和2年平均=100）

年 月	調 査 産 業 計			製 造 業	卸 売 業、小 売 業	医 療、 福 祉
	前年比	一 般 労 働 者	パ ー ト ア ル バ イ ト			
		前年比	前年比			
2020年1月	1.1	1.1	2.5	0.5	1.9	0.0
2月	1.2	1.3	1.5	0.6	1.2	1.2
3月	2.0	2.2	1.5	0.2	-0.3	2.2
4月	1.3	1.7	1.4	1.5	1.0	1.3
5月	1.0	1.3	3.1	-0.7	0.9	1.9
6月	2.0	2.5	3.4	1.9	0.5	0.1
7月	1.3	1.5	2.8	3.9	-0.1	1.4
8月	1.7	1.9	4.2	0.1	2.2	2.7
9月	2.2	2.5	3.7	0.7	3.8	3.0
10月	1.4	1.9	1.9	1.1	1.2	2.1
11月	0.5	0.2	2.2	-2.0	-1.2	4.2

調査産業計
共通事業所
ベース

1.1
0.9
1.6
1.5
1.1
1.9
2.2
1.1
1.4
1.5
1.0

出所：厚生労働省

民間主要企業の賃上げ率

含む定期昇給、前年比%



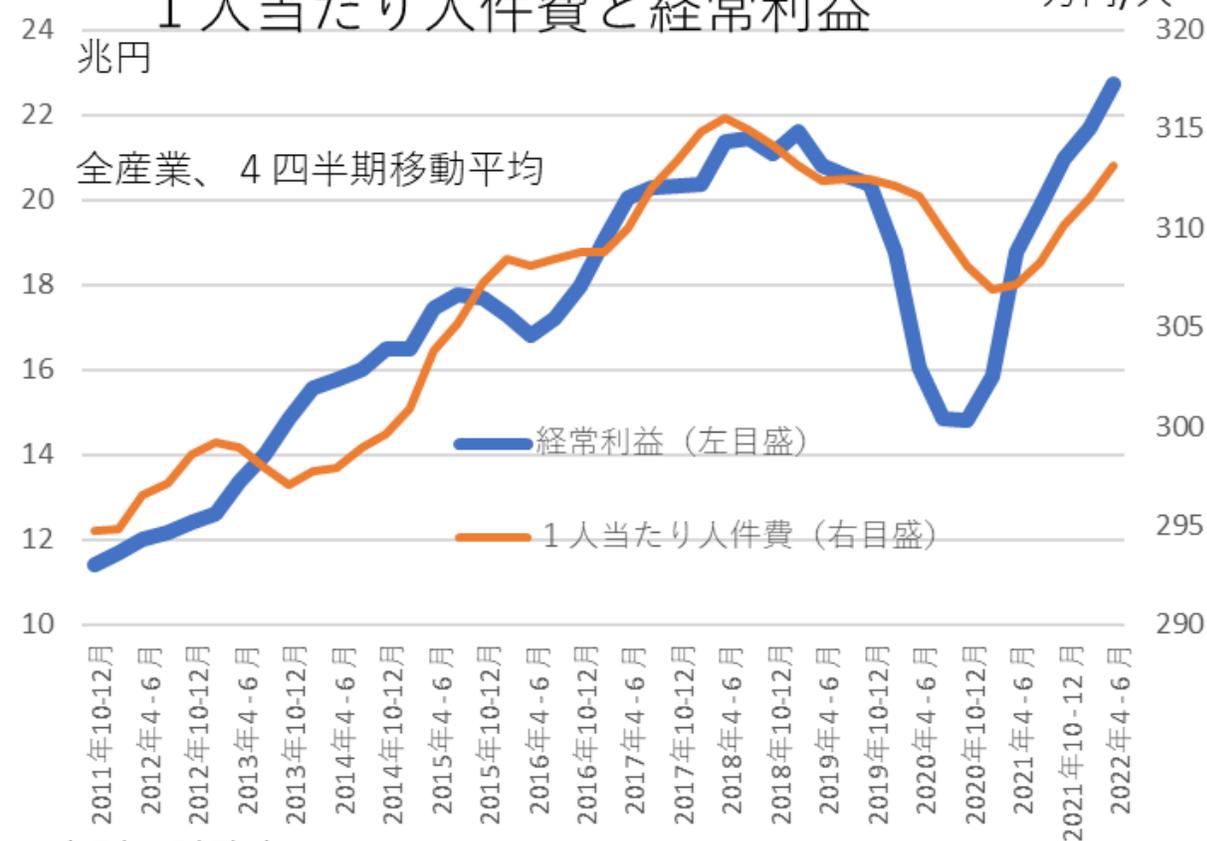
出所：厚生労働省

1人当たり人件費と経常利益

万円/人

兆円

全産業、4四半期移動平均

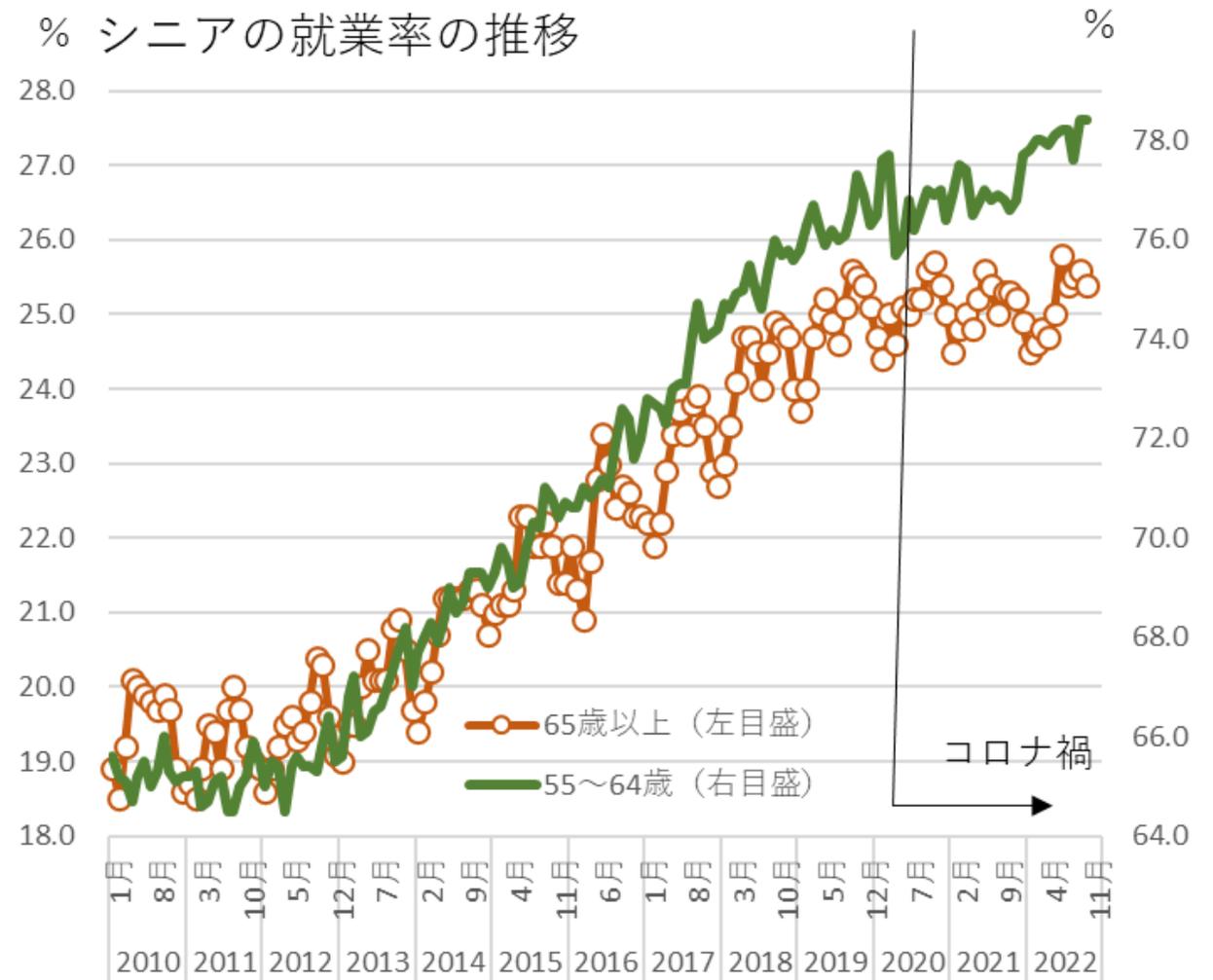


出所：財務省

▽実質の労働生産性と賃金が連動すると考えると、インフレ利益は、変動利益は増やしても、実質生産量は増やさない。

(就業率の変化)

就業率とは、
年齢別の就業者数
÷ 年齢別人口
働いている人の割合



出所：厚生労働省「労働力調査」

==> 60歳になっても会社・就労を止めない。

シニアの就業率上昇

65歳よりも55~64歳

日本の高齢化率

65歳人口 ÷ 全人口 29% (世界最高)

60歳以上 ÷ 人口 35%

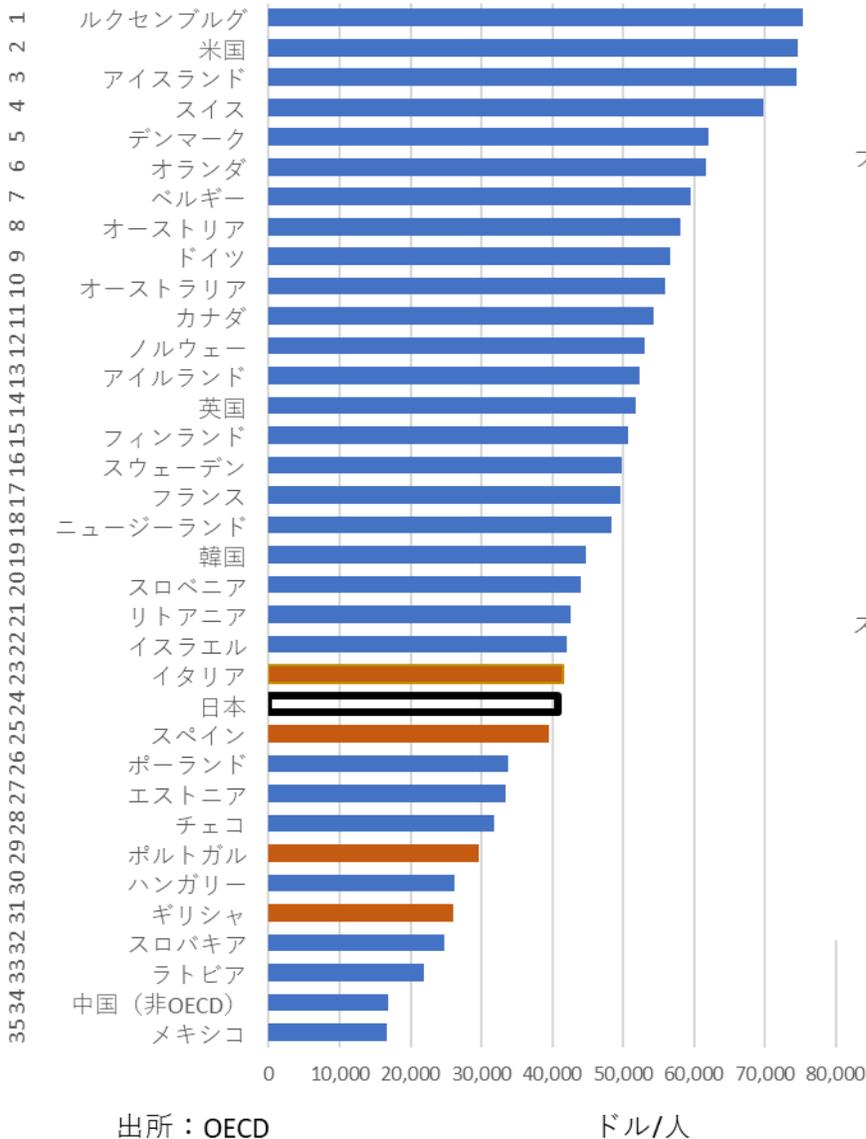
世帯ベースの60歳以上構成比は51%

2022年末

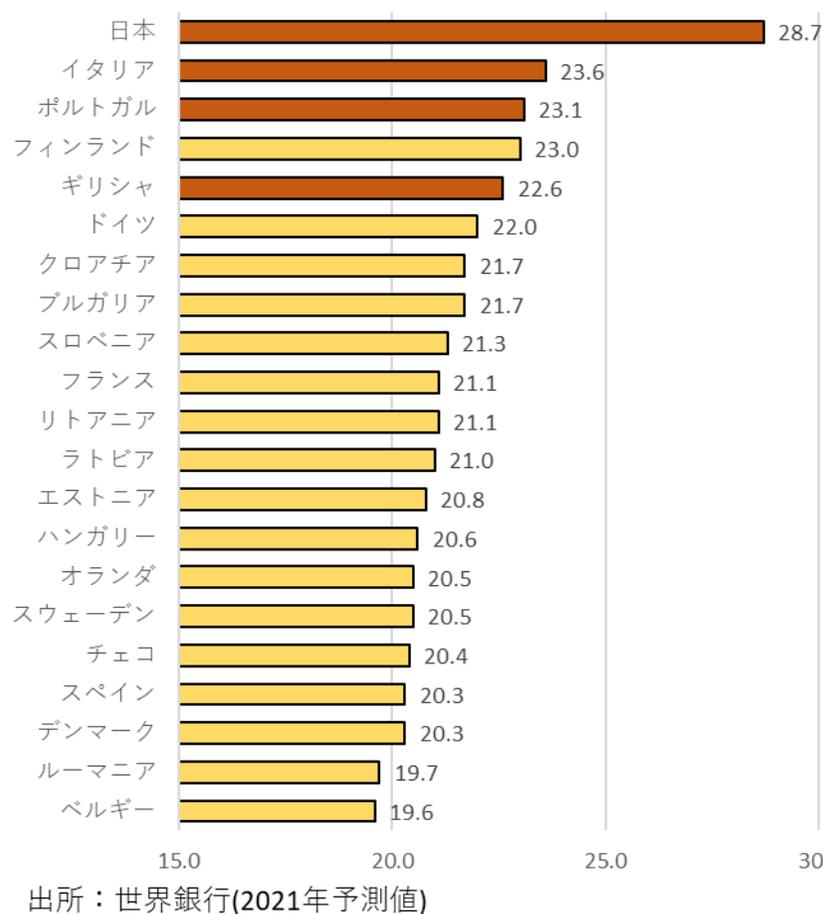
(国際的に順位を落とす日本の賃金水準)

35か国中では24位。

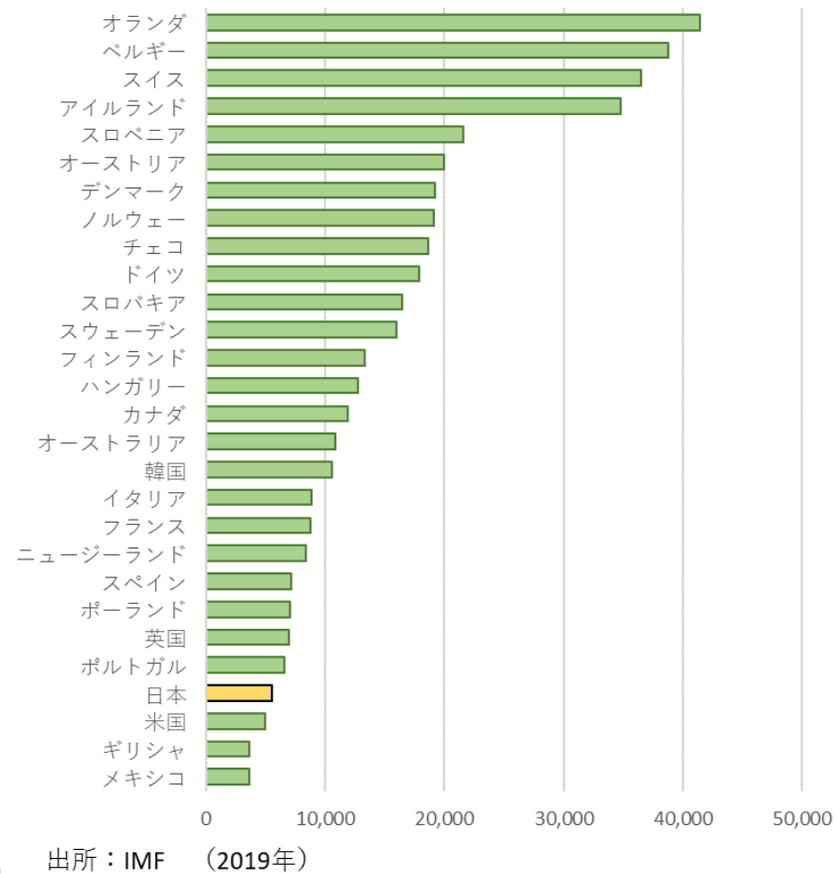
平均賃金の国際比較



人口に占める65歳以上人口の割合



1人当たり輸出額の国際比較



高齢化している国ほど、賃金も上がりにくい。
賃金上がる国は、輸出拡大によって成長している。

12.円安メリット

(1) 輸出拡大への期待



▽今後、輸入コスト増 > 輸出数量増の図式を、
輸入 < 輸出に変えていく。

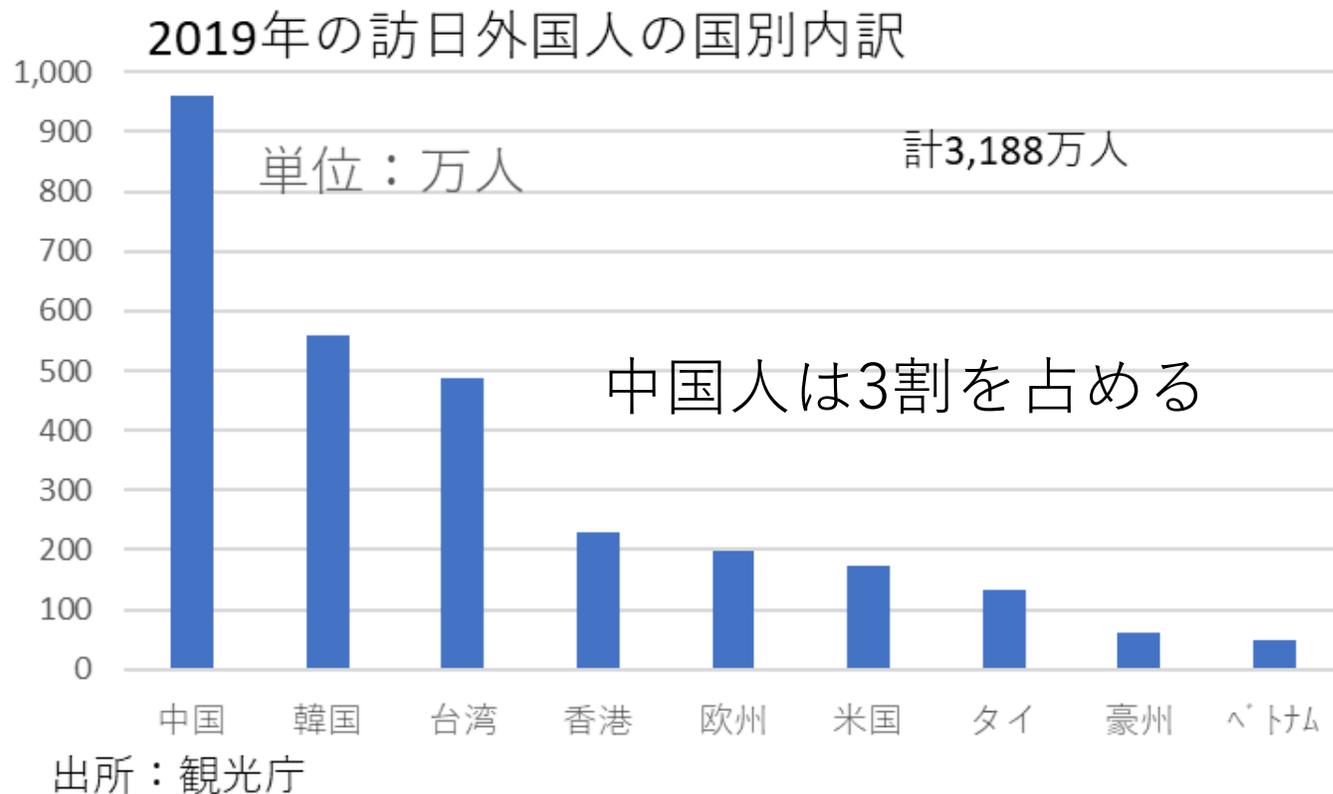
過去10年間と今後10年間の成長率

		過去10年	今後10年
1	インド	74.85	83.80
2	インドネシア	52.82	64.80
3	トルコ	55.01	49.58
4	中国	87.90	45.62
5	コスタリカ	25.90	44.83
6	南アフリカ	7.44	43.35
7	メキシコ	14.56	35.76
8	アルゼンチン	-4.13	32.91
9	イスラエル	36.61	32.19
10	エストニア	32.70	30.25
25	韓国	29.16	19.88
31	米国	25.89	17.46
34	イギリス	16.66	15.16
	G7平均	18.23	14.26
38	フランス	10.85	14.00
44	イタリア	2.39	9.43
45	ドイツ	14.02	8.65
46	日本	6.82	6.56

注：過去10年間は2012～2022年、今後10年間は2022～2032年。

出所：OECD「長期経済予測」

13.円安メリットとインバウンド



- ▽10月11日から入国制限を大幅に緩和。入国者数の上限撤廃。
個人旅行解禁、ビザなし、ワクチン接種履歴で検査なし。
---6月1日に入国者数の上限を2万人から5万人に拡充。
- ▲しかし、中国では、ビザ発給を停止。
1月8日から入港制限は撤廃。

中国のゼロコロナ政策 の見直しは追い風

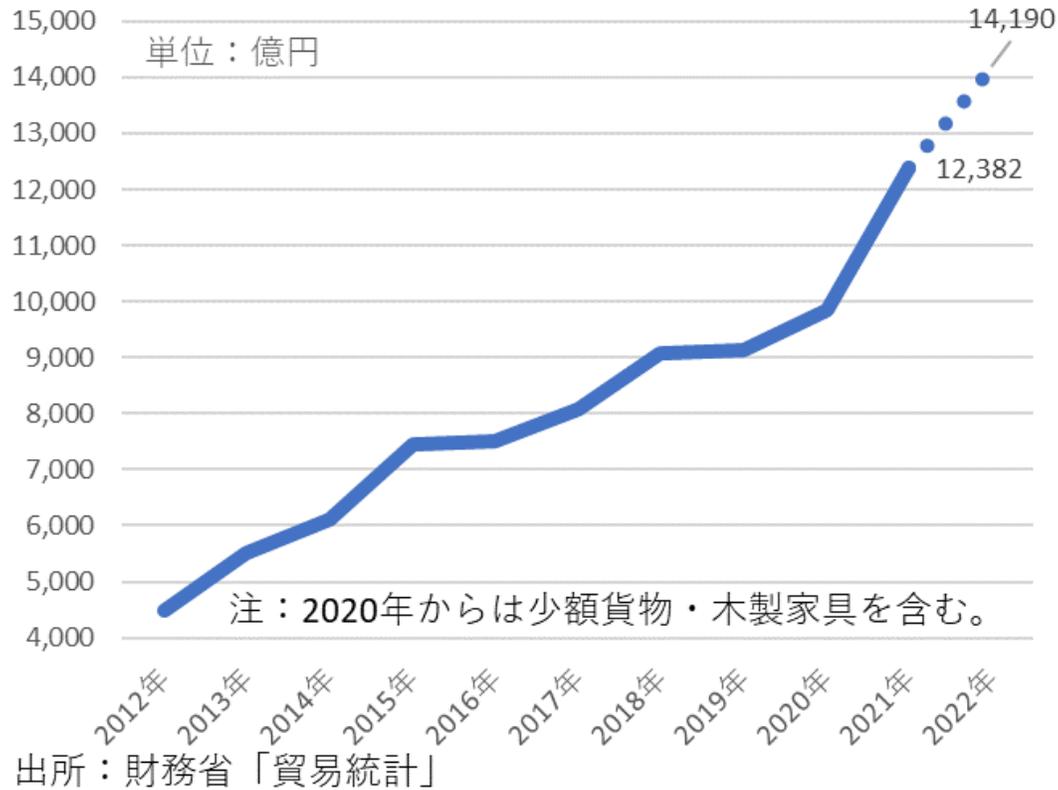
オーバーツーリズム
==>長期滞在型へ転換

- ①ワーケーション(働きながら滞在)
...軽井沢、白馬、白浜
- ②シニア需要対応(医療ツーリズムなど)
- ③多様性を受容
(ハラル対応、ビーガン・ベジタリアン対応)

▽インバウンド消費は、2019年以前のペースを目指す。
▽しかし、人数だけを追うと、オーバーツーリズムを再現するだけ。単価の引き上げや、長期滞在を促す工夫をする方がよい。

14.農林水産物の輸出の事例

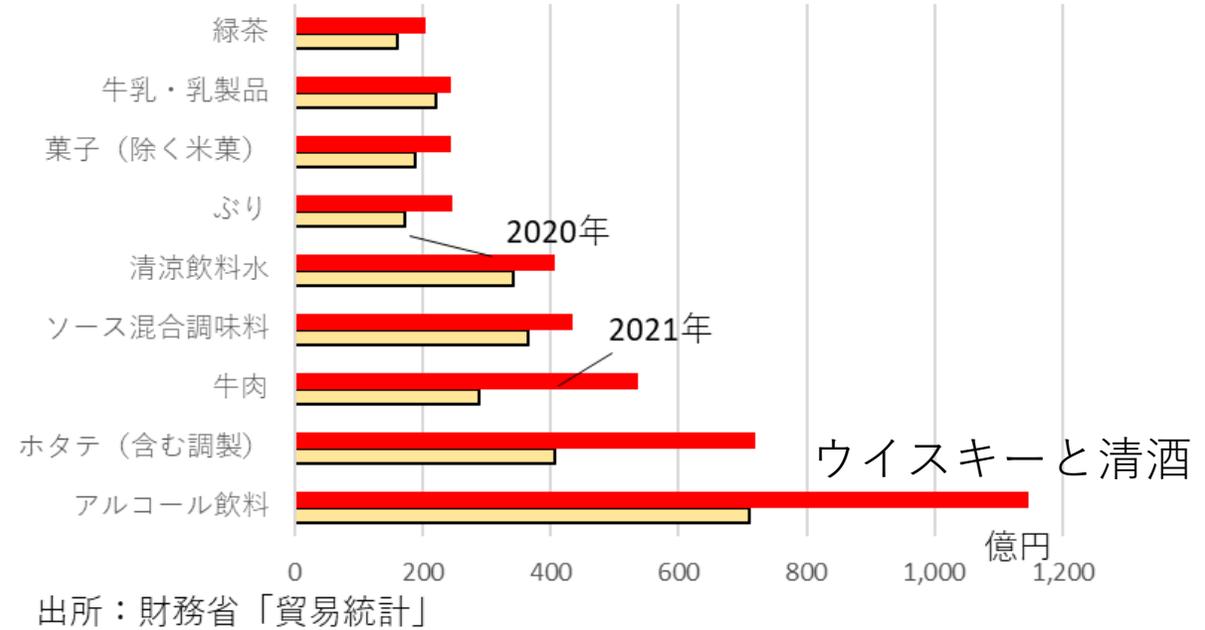
農林水産物・食品の輸出額の推移



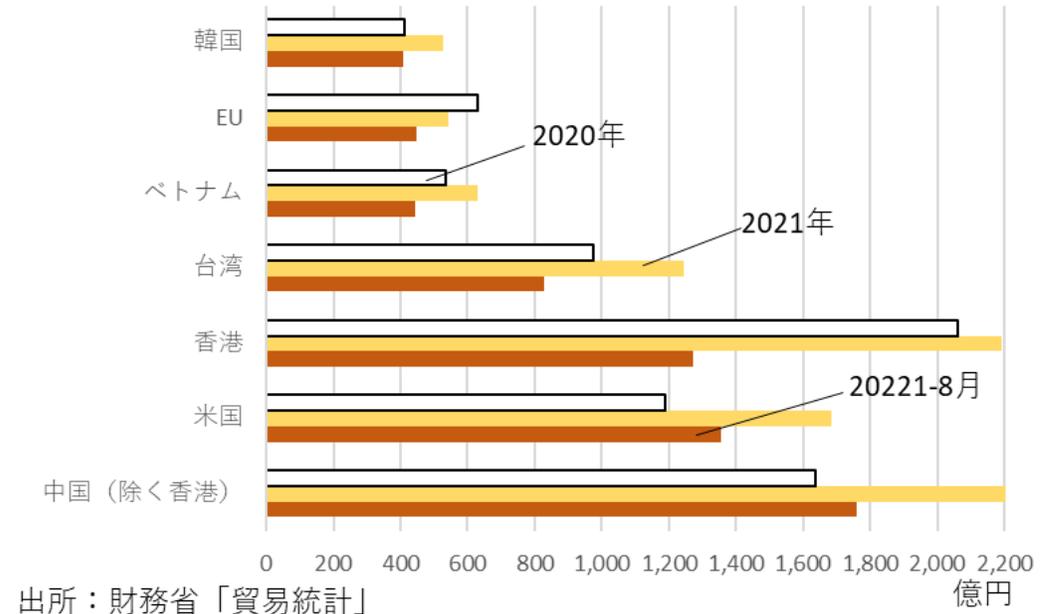
マーケットイン……市場ニーズに合わせて商品売るという手法。現地では、小売・流通業者から製品に対して様々な要求が突きつけられる。その量・品質・規格・価格といったスペックへの要求に継続的に応え続けられなければ、一般小売店の棚に置いてもらえない。相手国の衛生検疫体制や規格基準をクリアする必要がある。そうした木目細かい努力を重ねて、海外に新しい商流を切り開いていく。

プロダクトアウト……良い製品を作れば売れる。売れるために良い製品を作る。ニーズは後から着いてくる発想。

農林水産物・食品の品目別輸出額

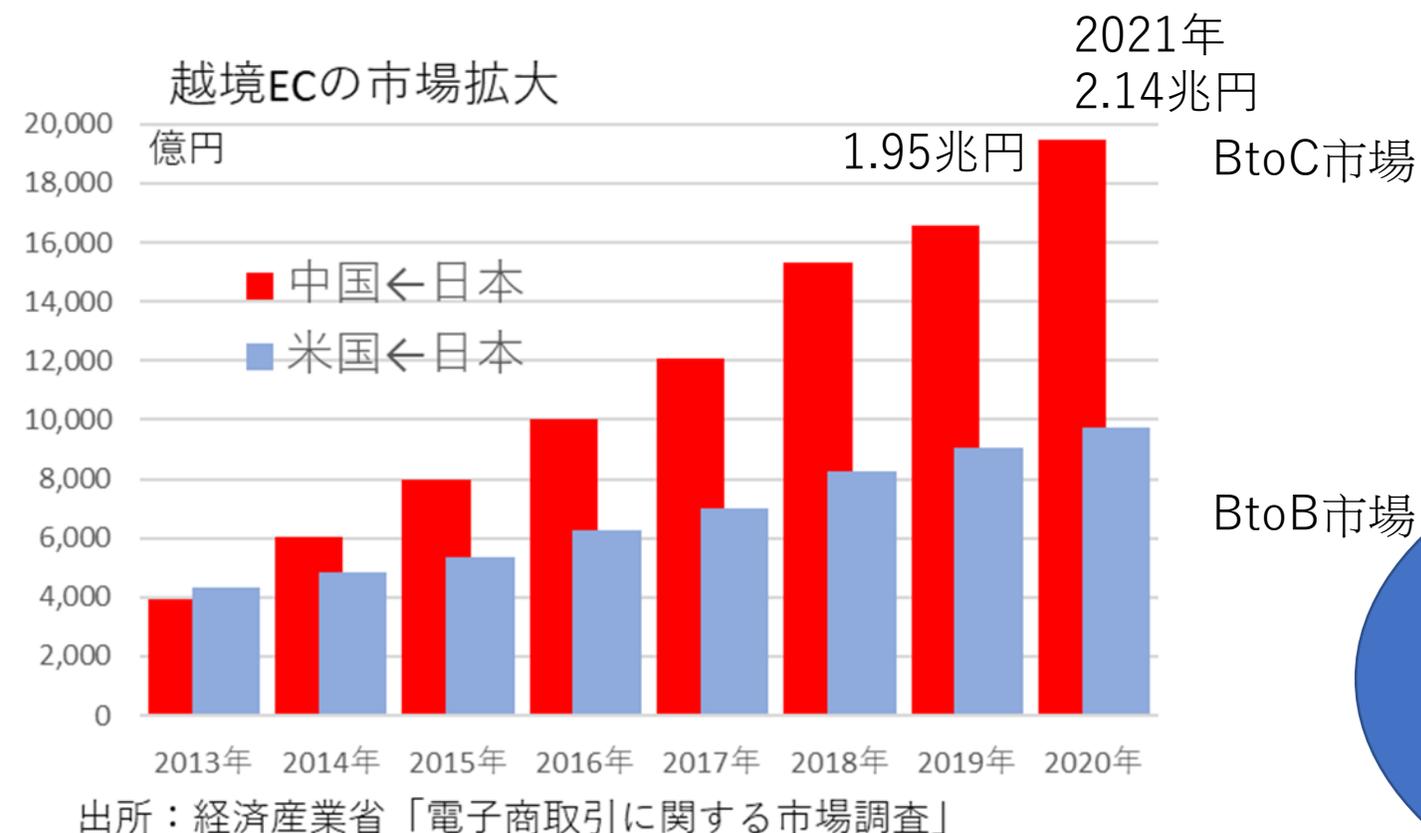


農林水産物・食品の国別輸出額



15.消費のデジタル化

インバウンド再開の先を考える。



国内市場

20.7兆円（2021年度）
…EC比率8.8%

BtoB市場

335兆円（2020年度）

…EC比率35.6%

出所：経済産業省

海外市場

- ▼2019年の訪日中国人消費1.8兆円をEC取引は抜いている。
- ▼ネットとリアルの複線的セールスを目指す。