

MRI マンスリーレビュー

2013.

5月号

- 巻頭言……………
本質を見ること
- トピックス…………… 5
 - ①新たなニーズを生み出す新世代照明で世界市場へ
 - ②成長戦略としての「健康長寿社会」実現
 - ③オランダにみる農業の輸出大国への道
- 特集…………… 1
豊かさの質向上を実現する成長戦略を
- 指標でみる内外経済…………… 8
 - ①実効為替レートで定着する円安化
 - ②米国家計の負債圧縮は一服
 - ③洪水から回復し内外需の両輪で成長するタイ経済

巻頭言

本質を見ること

三菱総合研究所 副理事長 青木 素直

昨年12月に発足した安倍政権の大胆な金融緩和で円安が急速に進んだ。製造業はここで一息入れることなく、加速するグローバル化への対応を急がねばならない。

製造業がグローバル競争で勝ち抜くためには、組織的、計画的なイノベーション活動の継続が必要である。製造業が置かれる状況は常に変化している。過去の延長線上に解はなく、また、すべてに対処できる「万能薬」的な解はない。成功の条件は、イノベーション、市場、お客様、そして製造業ビジネスの本質を理解した上で、状況に応じた方法で考え、行動することである。

まず、イノベーションの本質は、新しい、もしくはより大きな価値を生む活動である。その対象は、技術だけでなく、プロセス、ビジネスモデルなど多岐にわたる。また、新しい要素技術だけでなく、既存の技術を系統的に統合して新しい価値を生むことも含まれる。市場・お客様だけでなく、製造業自身にも大きな価値を与えねばならない。それゆえ、製造業は、イノベーション活動の推進において、その成果を刈り取るプロセス・仕組みの設計に十分配慮すべきである。

次に、グローバル市場の本質は、お客様ニーズ、事業

機会、競争環境が多様であり、かつ時間的な変化が速いことである。ここで、勝ち抜くためには、自社の企業能力を客観的に評価し、「身の丈」にあった事業・お客様の絞り込みを行い、市場の認知度を高めることが必要である。さらに、市場・お客様の想定外の反応を敏感に感じ取り、素早く事業運営に反映する能力を身につけねばならない。

最後に、製造業ビジネスの本質は、バリューチェーンを通してお客様のニーズを製品やサービスに変え、対価としてお金を貰うビジネスである。これに沿って考えれば、「製造業にお金をくれる存在はお客様だけで、どんなに優れた摺合せをやろうとも社内にはコストしかない」「ものづくりの強さとは、バリューチェーンの強さであり、工作現場の匠の技に依るものではない」ことは自明である。それゆえ、製造業にとって最も大切な活動は、お客様の真のニーズを把握するためのマーケティング、それに沿った新製品の短期開発、そして社内コスト最小化のためのプロセスイノベーションである。

製造業がグローバル競争で勝ち抜くには、上記の本質をよく理解し、そのための必要十分条件をしっかりと検討し、実践するしかない。

Point

- 今後の経済成長は、人間的で快適な社会の実現を産業化する過程でもたらされる。
- 成長戦略においては、「創造型需要の創出」と「日本再発見」がカギとなる。
- 課題のあるところに成長産業の芽がある。実現には規制緩和と「人財」施策がポイント。

「創造型需要」と「日本再発見」

安倍政権による経済再生に向けた政策の「3本の矢」の第3の矢、「民間投資を喚起する成長戦略」が近く発表される予定だ。それに先立ち、ここでは三菱総合研究所の考える「成長戦略」のあり方を提案したい。

成長戦略の議論をするにあたって大切なことは、その目的だ。新興国や途上国ではまず物質的豊かさを満たすことが主目的だから、経済成長それ自体を目的にしてもおかしくはない。しかし日本のような先進国では、より人間的で快適な社会の実現、生活の質の向上こそが目的だ。その実現に必要な技術やサービスを産業化していけば、結果的に成長は持続していく。

こうした目的志向の成長戦略では、国内市場、国内資源の見直しを出発点にすべきだ。ここでは前者を「創造型需要」、後者を「日本再発見」というキーワードで提示したい。

まず国内市場の見直しである。需要には創造型需要と普及型需要がある。普及型需要の代表はテレビ、自動車などの20世紀の工業製品だ。これらの工業製品は先進国ではすでに普及の段階を終え更新の段階に来ている。もちろん新興国や途上国ではま

だまだ普及の余地があり、一企業の戦略として考えれば、ここに大きなマーケットがある。しかし普及型需要での世界競争ではコストダウンや現地生産化が決め手になる。国の成長戦略の柱とすべきなのは、先進国ならではの新たな国内需要、すなわち創造型需要の掘り起こしではないか。

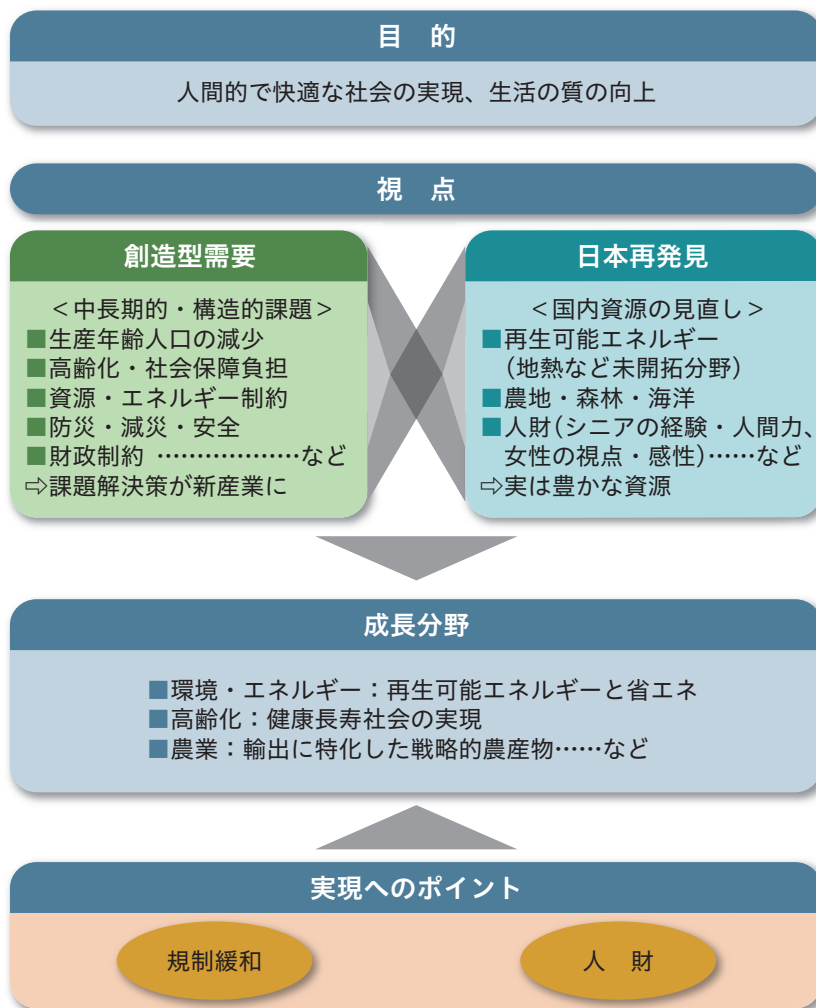
日本はいま、物質的な豊かさを達成する一方で、高齢化や人口減少など先進国ならではのさまざまな課題に直面している。解決すべき課題が多いことは、創造型需要を掘り起こすポテンシャルが高い国だということの意味する。また、現在の新興国や途上国も普及型需要が一巡した後は日本と同じような課題に直面する。創造型需要は近い将来の世界市場のテーマでもあるのだ。

次に国内資源の見直し、「日本再発見」だ。日本は資源・エネルギーに乏しいので、加工貿易立国こそが経済成長の原動力とされてきた。しかしたとえば地熱など未開拓の分野を含めた再生可能エネルギーでは相当なポテンシャルがあるとされている。また、農地や森林あるいは海洋も新たな成長の資源として見直すときであろう。衰退産業とされてきた一次産業の付加価値を高め、戦略的に輸出産業化していくのである。

再発見すべき最大の資源としたいのは「人財」だ。東日本大震災のときには、悲惨な状況下での日本人の忍耐強さや秩序感覚が世界から賞賛された。こうした国民性はもとより、教育水準や労働意欲の高さなど誇るべき点はたくさんある。1人ひとりのポテンシャルの再発見とその実現こそが、成長を牽引する。シニアや女性といった働き手に期待されるのも、労働力不足の解消という側面だけではない。シニアであれば経験や人間力、女性であればその独自の視点や感性といった人財力の側面が、より重要である。

実現する成長戦略を

図 成長戦略の考え方



出所：三菱総合研究所

成長戦略における有望分野

創造型需要の視点では、課題にこそ成長分野のヒントがある。ここで注目したいのは、将来への不安や閉塞感を与えている中長期的・構造的な課題で、しかも世界を先取りしているような課題だ。それはたとえば生産年齢人口の減少、高齢化と社会保障負担、資源・エネルギー制約、防災・減災・安全（セキュリティ）、財政制約などである。こうした課

題から考えられる成長分野のうち、ここでは①環境・エネルギー、②高齢化、③農業という3つを取り上げる。

まず「①環境・エネルギー分野」では、年間20兆円を超える化石燃料を輸入していることを踏まえ、新たにクリーンで経済的なエネルギー需給の姿を実現しなければならない。課題解決に必要なのは、省エネのさらなる推進と再生可能エネルギーの

経済性向上であろう。

省エネについては、省エネ家電やエコカー、エコハウスなどに続く新たな商品・サービスが期待される。たとえば、エネルギー効率改善というより、そもそもエネルギーをほとんど使わない「歩いて暮らせる街」の開発だ。また、省エネという技術に、さらに異なる特徴を付加することで新たなニーズに対応できるのが「有機EL（新世代ディスプレイ）」である。壁や床自体が光る、影ができない、熱を出さない、形状が柔軟、軽い、まぶしくないが明るいといった特徴をもち、これらを活かすことでこれまでにないニーズに応えることが可能になるだろう（トピックス1参照）。

「②高齢化」分野では、健康長寿社会の実現に向けて、まずはビジネスから社会貢献まで高齢者の社会参加の場を幅広く提供することが必要だ。社会参加は健康長寿のための重要な条件の1つである。元気な高齢者が増えることは、結果的に人財の強化とシニア市場の活性化につながる。

その上で、介護分野の創造的需要の掘り起こしが必要だ。従来、これらの分野は、保険財政をはじめとする公的資金に支えられてきたが、それは持続可能ではない。現在においても、たとえば特別養護老人ホームは待ち行列状態なのである。介護関係のサービスはもとより、健康寿命を延伸するためのシニア・コミュニティなど、事業の芽は多い（トピックス2参照）。

「③農業」分野では、従前から食料自給率の低さや後継者不足が課題とされ、近年の改正農地法により、法人が農業に参入しやすくするなどの対策も講じられてきた。現在、TPP交渉参加表明を契機にさまざまな議論が起きているが、戦略的に産業として農業を育成することで、新たな道を切り開いていく格好の機会とすべきであろう。

日本人の食に対する感覚のレベルは高いと言われている。そこで、国内市場で磨かれた農産物の一部は世界市場で十分に通用するであろう。小麦のよう

な普及型需要とは異なる、創造型需要の輸出産業である。そのためには、輸出に特化する戦略農産物を絞り込み、国をあげて取り組む必要がある。国家的な戦略で世界第2位の農業国となったオランダの事例は参考にできるのではないだろうか（トピックス3参照）。

規制緩和と人財施策をセットで

成長戦略の実現は、産業構造の改革を意味する。生産性、成長性の低い産業から高い産業へのシフトであり、産業の新陳代謝の促進だ。工業化社会では企業の寿命は30年と言われていたが、技術革新のスピードがますます加速するポスト工業化社会は、産業も企業もより短命になって不思議はない。すなわち、役割を終えた産業や企業が退場すると同時に、新しいアイデアをもった人が次々と起業していくというスピーディで活気にあふれた新陳代謝が必要だ。このような時代において、政府が成長戦略実現に向けて行うべきことは大きく2つある。

1つは、新陳代謝を妨げる規制の緩和や撤廃である。たとえば上記で挙げた成長分野は、いろいろな理由から規制の多い分野でもある。時代に合わない参入障壁の排除や官事業の民間解放によって起業の自由度、新規参入の自由度を高める。

また、こうして魅力的で成長性の高い新しい産業が生まれるということは、新しい雇用の場が生まれるということの意味する。産業構造改革は、非成長分野から成長分野への人財の流動化を促す雇用構造改革でもある。

そこで政府の取り組むべき2つ目の施策として、人財の流動化を支援する仕組みが重要になる。雇用維持のため、衰退産業や破綻企業を国が救済するやり方は、国の経済力低下と財政破綻を誘引することは歴史が証明している。しかしそれは解雇規制を緩和すれば良いという単純な話ではない。不幸にして90年代以降、雇用構造改革はしばしばコスト削減の言い訳に使われてきた。その皺寄せは、若年層

(15～24歳)の失業率の高さ(8.1%) (全体は4.3%)や、非正規雇用者(男性45.5%、女性52.6%(2012年 労働力調査))の割合の高さの問題としても現れている。

雇用不安の問題は、基本的にはイノベーションによる新たな雇用の場の創造によってしか解決されない。しかしそこに生じるタイムラグやミスマッチの解消のため、教育・再教育を中心とする支援が必要になる。また、シニアや女性の人財力を発揮してもらうためにも、シニアには生きがいとなる仕事、女性はライフステージに応じて能力を発揮できる環境の整備が必要になる。たとえばスウェーデンは、人財への投資を意欲的に行って成功した(囲み記事参照)。日本の場合、スウェーデンのような「大きな政府」を前提とした施策はそのままあてはまらない。厳しい財政制約の中で国がこうした支援をいかに行っていくかは今後の検討課題だ。

実は規制緩和は、今に始まった議論ではない。小泉内閣の頃から言われ続けていることではあるが、それにもかかわらず、なかなか進まない。その理由は、一般的には、特定の抵抗勢力の存在が指摘される。しかし、それ以上に、国民の支持が十分に得られていない、国民が十分に納得していないことにも起因している可能性がある。規制緩和は、一部の企業が儲かるだけであって、自分の生活はよくなるのではないかと、むしろ、マイナスに作用するのではないかといった不信や不安である。規制緩和が人財視点の仕組みとセットで進められれば、こうした不安の多くは解消されるであろう。

なお、当社が試算した2030年までの成長シナリオでは、①労働力の改善(女性の労働参加率、高齢者の労働力率、および、若年就業率)、②規制緩和や起業促進により+1%程度の潜在成長率押し上げが可能と予測する。

スウェーデンの成長のための社会システム

スウェーデンの国際競争力は、スイスのビジネススクールIMD(International Institute for Management and Development)の2010年世界競争力ランキングでは第5位(日本は27位)、スイス・ジュネーブに本部を置く非営利団体WEF(World Economic Forum)の同年の報告では、第4位(日本は10位)と世界トップクラスである。

スウェーデンの労働市場政策では、成長が見込めない産業から積極的に成長産業に人を振り向けている。教育や職業訓練、起業支援を無償で提供したり、訓練期間中の所得保障もあり、個人が失業のリスクを負わなくてもよいシステムになっている。

特に若者には、成長産業に流動しやすい仕組みも整えられている。「Last in First Out」という勤続年数の少ない人から解雇するルールである。一見、若者に不利なルールにも見えるが、再就職の困難な中高齢者を既存産業に残し、若年者は再教育して成長産業に移し、活躍を促すというものである。

女性の就労でも参考になる点がある。スウェーデンでは女性の労働力率が高い。日本の労働力率(15歳から64歳に占める労働力人口の割合、労働力人口は就業者と失業者の合計)が62.3%なのに対して、スウェーデンは77%にのぼる。育児、家事労働、介護、教育、医療のほとんどを地方自治体が提供し、女性が就労しやすい社会システムがつくられているからである。

また、個人単位で課税していることも女性の労働力率を高めている。女性も経済的に自立するべきという考えに基づき1971年より導入された課税方式であるが、これにより、女性の社会進出が大きく伸びたと言われている。他にも、男女両方に14カ月の育児休暇と休業中の所得保障がある点、安価な保育施設の整備や会社都合の転勤が無い点なども、女性が働きやすい環境や仕組みだ。

高福祉・高負担を選択したスウェーデンの施策をそのまま日本で適用できるわけではないが、人財こそ成長の源泉として捉えた姿勢には学ぶべき点があるのではないかと。

トピックス

1

新たなニーズを生み出す 新世代照明で世界市場へ

Point

- 中長期的に見れば、エネルギー需給システム全体の大改革は確実に進展するだろう。
- 力強い経済成長の原動力には新たな価値を生み出すことが必要である。
- 新世代照明は新たな照明ニーズを作り出し、既存概念を打ち破る製品・サービス開発がカギに。

政府の産業競争力会議では、「クリーンかつ経済的なエネルギー需給の実現」が成長戦略のテーマの1つにあげられている。昨今の関連政策の見直しを始め、中長期的に見れば、エネルギー需給システム全体の大変革は確実に進展するだろう。たとえば、供給では新エネルギーの導入、流通では発送電分離、需要ではスマート化、調達ではメタンハイドレードの採掘に向けた取り組みなどである。

一方で、日本のエネルギー需要は、今後、減少傾向にあると考えられている。そのため、エネルギーサービスの「新旧交代」だけでは、市場全体は縮小するマイナスサムになり、力強い原動力にはなりえない。新たな価値を生み出すことが、成長の必要条件である。

ここでは、具体例として日本のお家芸ともいえる省エネルギー分野から新世代照明（LED、有機EL）を取り上げる。現在、照明器具・電球類の国内生産額は年間約1兆円で（経済産業省生産動態統計、機械統計2011年度）、近年、急速に白色LEDなどのLED化が進んでいる。すでに、11年度時点で照明器具の約半分を占めており、今後は有機ELがその後を追うと考えられている。

国内の電力需要のうち、オフィスの約1/4、家庭

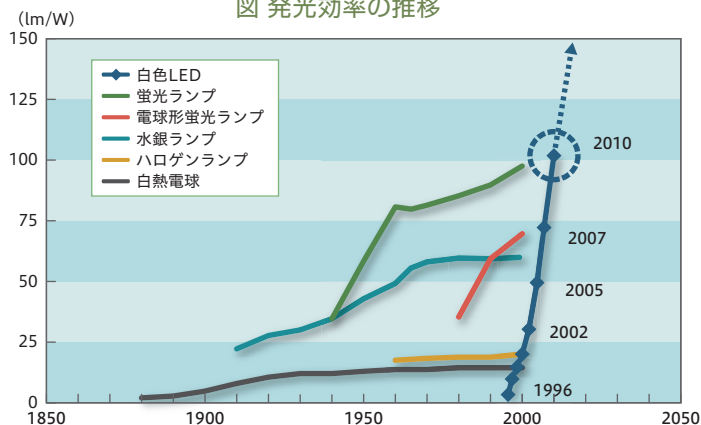
の約1/6が照明である。新世代照明を導入し、効率を2倍にすれば、単純計算でオフィスでは10%程度、家庭でも7~8%程度の省エネが実現する。

この新世代照明、特に有機EL照明の技術力や先行製品の展開において、日本は現在、世界最高の実力を誇る。有機ELには薄膜である、面自体が光り、影ができない、また熱を出さない、形状が柔軟、軽いといった特徴がある。日本の研究者や技術者は、照明という既存概念を打ち破る製品・サービスを生み出そうと、日夜開発に取り組んでいる。古い例だが、ウォークマンの出現により、「〇〇しながら音楽を聴く」という新たな需要が生み出された。有機ELもその可能性を十分秘めている。

しかし過去を振り返ると、日本の製品が、さまざまな技術でトップに立ち、世界をリードしながらも、最終的には敗者となってしまいうケースも続出している。再度その轍を踏むわけにはいかない。

すでに日本発で有機EL照明の国際標準化を進める動きが始まっている。これを推し進めることに併せて、一部市場投入が始まっている製品を国際的にも認知を高めて先行すること、新たなニーズを獲得しながら市場を形成していくことが重要である。

図 発光効率の推移



出所：電球工業会資料より経済産業省作成（LED照明産業を取り巻く現状 2012年11月29日 商務情報政策局情報通信機器課より）

トピックス

2

成長戦略としての
「健康長寿社会」実現

Point

- 「成長戦略」と「健康長寿社会の実現」のためには多様な規制緩和が不可欠である。
- 「制度型ニーズ」から「創造型ニーズ」への転換が必要である。
- 成長戦略の実現のためには海外市場への展開も必要である。

医療や介護の分野では、国民皆保険制度に象徴されるように、すべての国民が等しくサービスを受けられる仕組みが前提とされている。そのため、法制度や診療報酬点数といった報酬体系が決められた上でのサービス、つまり制度型ニーズに対応した市場が形成されてきた。

現在は、保険財政をはじめとした公的資金に支えられる部分が多いが、高齢化が進展し、医療や介護へのニーズが増大するなかでは、そのニーズをカバーすることは困難だろう。さらに、人口減少が見込まれる日本では、税収などの増大も見込みにくい。今後は、公的資金の負担を高めることなく、医療や介護の分野を成長産業とすることが重要だ。

そこで、効率的かつ効果的なサービス提供を実現するために何と言っても欠かせないのが「民間主導型サービスの創造（創造型ニーズ）」への転換である。具体的には、健康寿命を延伸するためのシニア・コミュニティなどである。

そして、そのときにカギとなるのが、現行制度を取り巻く規制・制度の変革である。

変革すべき制度・規制としては、主に3点。第1に、「サービスの基礎となる実施主体の参入障壁の見直し」である。特に、株式会社による設置・運営

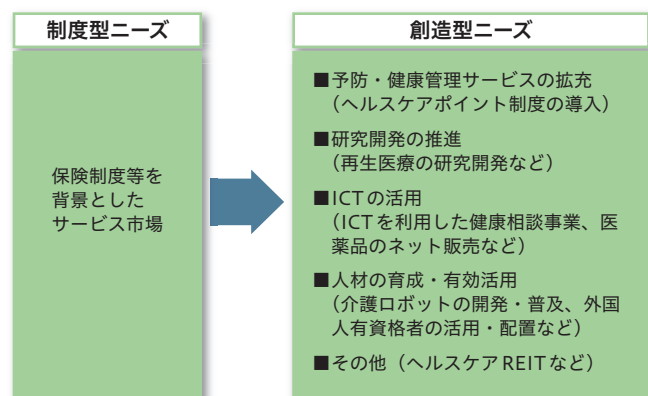
主体としての医療分野への参入は重要な課題であり、あわせて法人種別間のイコールフットリング（税制度、附帯事業などの整合）に取り組んでいく必要がある。

第2に、「外国人資格者の登用」である。EPA（経済連携協定）などを通じた外国人人材の育成・受け入れの推進とともに、施設などの配置基準の見直しを検討していく必要がある。

第3に「アクセス向上・時間短縮」である。ICTを活用した遠隔サービス、ネット販売といったサービスの効率化、医薬品・医療機器の研究開発や薬事申請手続きの簡素化などがあげられる。

なお、この民間主導型サービス市場も、国内だけでは飽和状態となることが予想されるため、積極的に海外に出ていくことも必要だ。アジア諸国などにも共通して通用するビジネスプランをつくるのが、企業参画の条件になるだろう。例えば、健診や予防、健康管理、医薬品や医療機器の物流、病院の清掃・警備などの法制度や保険体系による国家間差異が少ない周辺事業が考えられる。

図 「制度型ニーズ」から「創造型ニーズ」への転換



出所：三菱総合研究所作成

オランダにみる 農業の輸出大国への道

Point

○日本は、恵まれた国土と農業生産技術、マーケティング力を活かすことで農業輸出大国になれる。

○オランダの農業輸出大国化の成功は、農産物だけではなくシステムも輸出したことによる。

○日本農業の技術とノウハウを結集し、人口が急増する新興国に農産物とシステム輸出を目指すべき。

オランダは国土が約337万ha、人口は約1,600万人と、九州程度だ。平坦だが土地は痩せ、農業には厳しい環境にある。しかし農業生産物輸出額は、米国に次いで世界第2位（約773億ドル）、オランダの全輸出額（約4,921億ドル）の約15.7%を占める。ちなみに日本農業の輸出額は第51位（約32億ドル）で、全輸出額の約0.4%である^{※1}。

実はオランダもすべての農業で輸出している訳ではない。野菜や卵類の自給率は300%超だが、穀類や果実類の自給率は日本を下回る（日本の農林水産省試算）。実際の農業輸出額の半分は、畜産関連や植物工場で生産されるトマトやパプリカなどである。逆に露地農業は、EUの共通農業政策^{※2}などで生産者の収入が保証され、有機や環境に配慮した農業が推奨されているのは周知の通りである。

オランダでは、農家同士で売れる品種や最新の栽培技術、マーケット情報を共有し、メーカーや大学の研究開発にも資金拠出する。また、農家や企業、研究機関、行政が一体となり、農産物輸出だけでなく、栽培システムも輸出し現地生産することでオランダ発の農産物を世界に広げている。

一方日本は、南北に長く年間を通じて多様な農産物を生産する。しかもオランダと並ぶ世界最先端の

環境制御技術で高品質な生産を実現している。しかし、長い間、国内市場のみを対象にしてきたので、たとえばイチゴなどは各県で独自開発した品種による、産地間競争を繰り広げた結果、日本産としてまとまった量を、年間を通じて安定輸出することが難しい。

今後、人口増加で食料市場が拡大するのは東南アジアなど低緯度の発展途上地域だ。オランダも積極的だが、彼らの技術は高緯度の比較的冷涼で、夏季日照時間が長い所での栽培を前提にする。冷房や遮熱技術などは多様性を誇る日本に一日の長がある。

TPPを通じて、日本農業が世界に目を向けることで、はじめて「チームジャパン」として皆が一致協力して世界市場を目指すことができる。そのうえで、日本が農業輸出化すべきは、アジア市場に向けて国産農産物と生産システムをパッケージ化し輸出することにある。

※1 文中の農業生産物貿易額は、すべてFAO-STAT2010年データによる。オランダの輸出額は、ジェトロ公開のオランダ中央統計局データ、日本の輸出額は同じく財務省貿易統計データ。

※2 EUの共通農業政策はCAP（Common Agricultural Policy）といい、EU加盟国内で共通して実施する農業政策で、各国間の保護主義的な農業政策から、共通市場設立と域内生産力増強に向けて（1）農業者の所得保証、（2）条件不利地域対策等農村開発政策を2本の柱とし、輸出補助金や共通関税などを行っている。

図 世界農業生産物の輸出額順位（上位5位とTPP交渉参加国）

		農業生産全体(2010) 輸出額(億ドル)
1位	アメリカ	1,188.05
2位	オランダ	773.36
3位	ドイツ	667.05
4位	ブラジル	621.00
5位	フランス	616.70
10位	カナダ	347.03
13位	オーストラリア	266.25
14位	マレーシア	259.13
18位	メキシコ	170.64
20位	ニュージーランド	166.09
24位	ベトナム	104.11
26位	チリ	88.18
31位	シンガポール	66.90
51位	日本	32.22
52位	ペルー	31.93
190位	ブルネイ	0.01

出所：FAO-STATより2010年データをもとに作成

指標で見る 内外経済

1

実効為替レートで定着する 円安化

輸出競争力の重要指標

- 実効為替レートは、対象となる全通貨と当該国通貨との2通貨間レートを貿易額などでウエイト付けして算出する。名目ベースと物価の影響を加味する実質ベースがあり、国際的な価格競争力の指標としては、物価を考慮した実質ベースが適している。日本円の実効為替レートは、BIS（国際決済銀行）が計算した値を日本銀行がホームページなどで発表している（ウエイト付けの対象は43通貨）。
- 実効為替レートは、円とドルなど、特定の2通貨間の為替レートだけでは把握することができない、通貨の実力を表す総合的な指標である。
- たとえば日本では、円ドルレートが報道などでよく取り上げられるが、日本の取引相手国は米国に限らない。為替レートは、輸出競争力を大きく左右する要素であり、円ドルレートだけみているだけでは、総合的な競争力はつかめない。

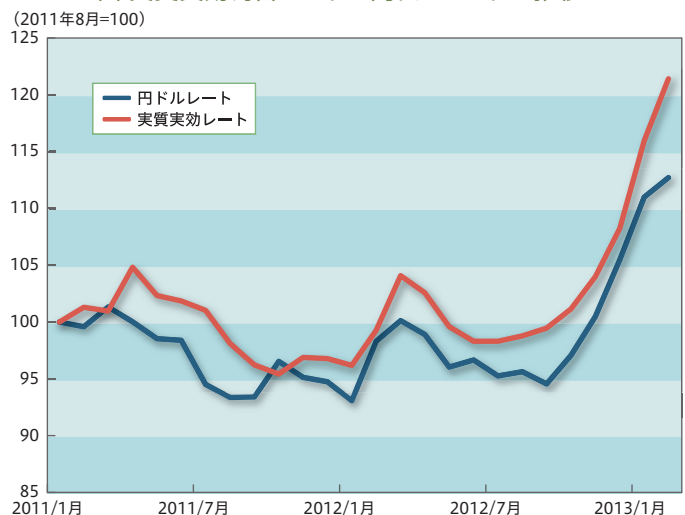
海外通貨全般に対して円安化

- 実質実効レートは、円高圏内で一進一退だったが、昨年半ば頃をボトムに、政権交代による市場の期待などを織り込みつつ、円安方向に転換した。特に最近では、円ドルレート以上に実効為替レートの円安化が進んでいる。
- これは、円ドルレートの円安化だけでなく、ユーロや新興国を含む海外通貨全般に対して円が減価していることを表す。
- 円安が輸出数量の押し上げに働くにはタイムラグがあること、海外移転などにより以前ほど景気押し上げ効果が大きくないこと、といった留意点はあるが、それでも実質実効レートの円安化は、日本の輸出産業の収益改善につながる。

今後の見通し

- 世界経済が概ね回復傾向にあることや日本が「異次元の金融緩和」に舵を切ったこと、さらにG20（20カ国・地域財務相・中央銀行総裁会議）で表立った円安批判はなかったことなどを勘案すると、2012年秋まで1ドル70円台前半で既往最高値を狙っていた円高圧力が復活することは難しい。
- 軋みをみせていた日米関係が修復の方向にあることも、円安を定着させる土壌となる。日米関係が良好であれば、緩やかな円安ぐらいなら米国も容認するだろうし、急激な円高が進んでも円売り介入がやりやすくなる。
- リスク要因もある。欧州債務危機問題は、引き続き最大の不透明要素であり、問題がこじれば、相対的に信用度の高い日本円が買われ円高に転じる可能性もある。
- こうしたリスクが現実にならない限り、世界経済の回復や日本の金融緩和、日米関係の安定のいずれも、この先崩れる公算は小さい。円高から円安へと大きく潮目は変化している。

図 実質実効為替レートと円ドルレートの推移



注：2011年1月を100とし、値が大きいほど円安を表す。
出所：日本銀行ホームページ資料より作成

借入りに依存した消費体質が崩壊

- 米国住宅市場は、わが国に比べ中古住宅市場の規模が大きく※1、住宅資産の売買も容易であることから、一軒目を担保にセカンドハウスを購入するケースが多い。また、家計は、ホーム・エクイティ・ローン※2など住宅価格上昇に依存した借入れによって消費を拡大させてきた。つまり、住宅価格上昇がさらなる住宅購入や消費の喚起につながりやすかったと言える。
- しかし、2007年の住宅バブル崩壊後、住宅価格が大幅に下落し、住宅担保価値がローン残高を下回る「債務超過」の家計が急増した。債務返済を優先せざるをえず、これまでの消費水準を維持できなくなった。
- 加えて、金融機関が貸出態度を厳格化し、消費者ローンや住宅ローンは大幅に減少した。

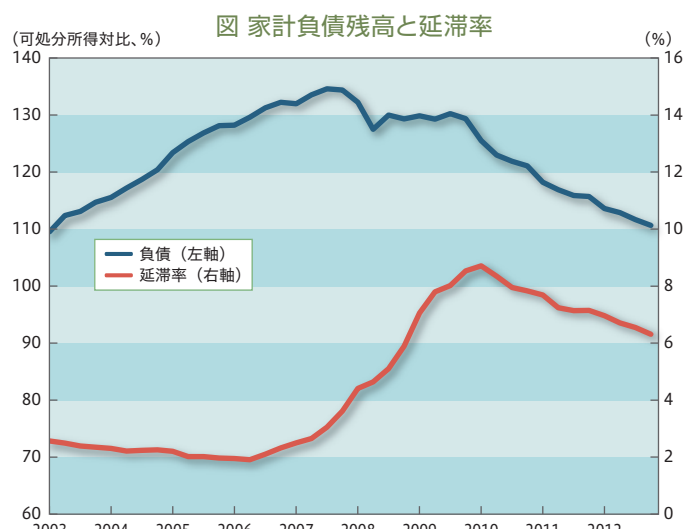
デレバレッジは収束の兆し

- 信用収縮に直面した米国家計は、米連邦準備制度理事会（FRB）による金融緩和や政府による住宅ローン借換え促進策などに支えられながら、デレバレッジ（負債返済・圧縮）を進めてきた。その結果、家計の債務残高は08年7-9月期をピークに減少に転じ、足もとの負債の対可処分所得比率は、03年頃の水準まで低下している。
- また、歴史的な低金利を背景に、家計の元利払いの返済額も大幅に減少し、ローンの延滞率も依然高い水準ではあるものの、10年以降、低下を続けている。

負債圧縮の一服と資産効果が消費を下支え

- 変化は資産サイドでもみられる。株価（NYダウ平均株価）が史上最高値を更新したほか、12年後半頃からの住宅市況改善に伴い住宅資産価値の目減りにも歯止めがかかったとみられる。
- このような状況下、米国家計の債務残高は、直近の12年10-12月期に、約4年に及ぶ減少トレンドから増加に転じた。内訳をみると、クレジットカードローンや、自動車ローンの借入額が増加しており、消費性向の上昇が示唆される。
- 雇用市場の回復の遅れや給与税率引き上げにより、所得の改善は緩やかなものにとどまっている。しかし、バブル崩壊以降に続いていた家計のデレバレッジの動きが収束に向かい、「資産効果」の支えにより家計の消費性向が高まれば、個人消費の回復を後押しするであろう。

※1 「中古住宅・リフォームトータルプラン」（国土交通省2012年）によると、全住宅流通量に占める中古住宅の流通シェアは、日本が13.5%、アメリカが77.6%。
 ※2 ホーム・エクイティ・ローンとは、住宅の純資産価値（住宅資産-住宅ローン未払い残高）を担保としてローンを設定するもの。



注：延滞率は、住宅ローン、自動車ローン、クレジットカードローン、学生ローンなどを含む。
 出所：『資金循環統計』FRB、『家計の債務・信用に関する四半期報告書』NY連銀

指標で見る 内外経済

3

洪水から回復し内外需の 両輪で成長するタイ経済

洪水後の回復状況

- 2011年秋の大洪水の際、タイ中部は広範囲で約2カ月の間浸水した。被災地域に集積していた電気機械産業や自動車産業のサプライチェーンは深刻な影響を受け、経済的損失は1.3兆バーツ（約3.5兆円）にのぼった。
- タイへの直接投資に占める日本の比率は6割程度（11年）と、日系企業の集積度も高い。洪水によって電子部品などタイからの部品輸入が停止し、日本国内の生産にも影響が大きかった。
- しかし、復旧は早かった。競合企業間の生産協力も見られ、3カ月後の12年2月には、ほぼ被災前の生産水準を回復した。
- タイの実質GDPは、復興需要による押し上げもあり、12年4-6月期に洪水前の水準を回復。12年全体で前年比+5.3%の高成長を達成した。

タイの経済構造

- タイは豊富な資源をもたないが、自動車や電気機械分野の部品製造など、下請け企業の集積が進んでいる。そのため内部調達率が高く、産業構造は厚みがある。
- 輸出品目をみると、1次産品は約1割で、電気機械など高度加工品が4割を占める。貿易相手国（輸出入計）では中国やASEANの比率が増えているが、依然として日本が15%で最大である。
- 海外からの直接投資が増加し、生産活動が拡大するなか、都市部を中心に労働需給のひっ迫が深刻化しており、失業率は1%を下回る極めて低い水準にある。過去の人口抑制策の影響で、若年人口比率（15-24歳）が低下傾向にあることも原因の1つだ。

- 政府の内需拡大策によって最低賃金が引き上げられ、製造業作業員の賃金は、この2年間で30%上昇。賃金上昇は中間層の拡大による内需増に資する一方で、タイの生命線である輸出競争力の低下を招きかねず、両刃の剣である。

今後の成長に向けた課題と可能性

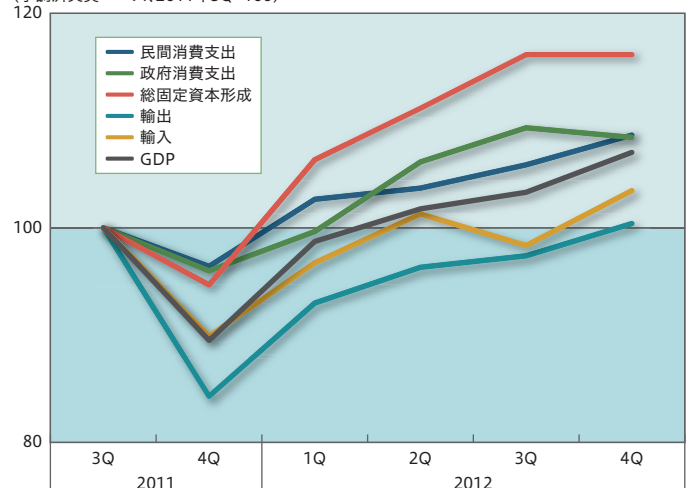
- タイの一人あたりGNI^{※1}は、11年時点で4,400ドルと、上位中所得国^{※2}の仲間入りを果たした。より賃金が低く、人口規模の大きいインドネシアやベトナムが生産拠点として存在感を高めるなか、今後は労働集約的産業だけでは生き残れない。
- 高所得国への移行に向けては、外資導入のみならず、人的資本の強化など、内生的な生産性向上による産業の高度化が必要となろう。

※1 Gross National Income（国民総所得）：国内で生み出された付加価値（GDP）に海外からの所得の純受取を加えたもの。

※2 世界銀行の定義（World Bank Atlas Method 2012）によると、一人あたりGNIをベースに以下の基準で分類している。低所得国：1,025ドル以下、下位中所得国：1,026-4,035ドル、上位中所得国：4,036-12,475ドル、高所得国：12,476ドル以上。

図 タイのGDP項目別の回復状況

（季調済実質ベース、2011年3Q=100）



出所：タイ国家経済社会開発庁より三菱総合研究所作成

主要経済統計データ

	2012年									2013年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
家計消費支出 総務省「家計調査」 実質前年比%	2.6	4.0	1.6	1.7	1.8	▲0.9	▲0.1	0.2	▲0.7	2.4	0.8	
機械受注 内閣府「機械受注統計」 季調済前期比%	5.7	▲14.8	5.6	4.6	▲3.3	▲4.3	2.6	3.9	2.8	▲13.1	7.5	
輸出数量指数 内閣府 季調済前期比%	▲0.7	0.1	▲3.2	▲4.1	1.4	▲2.5	▲2.1	▲1.3	▲0.1	1.3	▲0.8	2.3
輸入数量指数 内閣府 季調済前期比%	▲3.8	4.9	▲3.1	0.9	▲0.8	5.3	▲9.1	2.5	1.9	▲0.6	1.1	▲2.4
鉱工業生産指数 経済産業省「鉱工業生産指数」 季調済前期比%	▲0.2	▲3.4	0.4	▲1.0	▲1.6	▲4.1	1.6	▲1.4	2.4	0.3	0.6	
完全失業率 総務省「労働力調査」%	4.5	4.4	4.3	4.3	4.2	4.3	4.2	4.2	4.3	4.2	4.3	
消費者物価指数 総務省「消費者物価指数」 前年比%(生鮮除く総合)	0.2	▲0.1	▲0.2	▲0.3	▲0.3	▲0.1	0.0	▲0.1	▲0.2	▲0.2	▲0.3	
国内企業物価指数 日本銀行「企業物価指数」 前年比%	▲0.7	▲0.9	▲1.5	▲2.3	▲2.0	▲1.5	▲1.1	▲1.1	▲0.7	▲0.4	▲0.1	▲0.5

資料：内閣府、経済産業省、総務省、日本銀行（2013年4月18日時点）

MRI マンスリーレビュー

株式会社三菱総合研究所
 広報・IR部 広報室
 〒100-8141
 東京都千代田区永田町二丁目10番3号
 TEL:03-6705-6000
 URL <http://www.mri.co.jp/>
 2013年5月 (Vol.20)