

日本経済の現状と見通し

2022年9月14日

MRI 三菱総合研究所

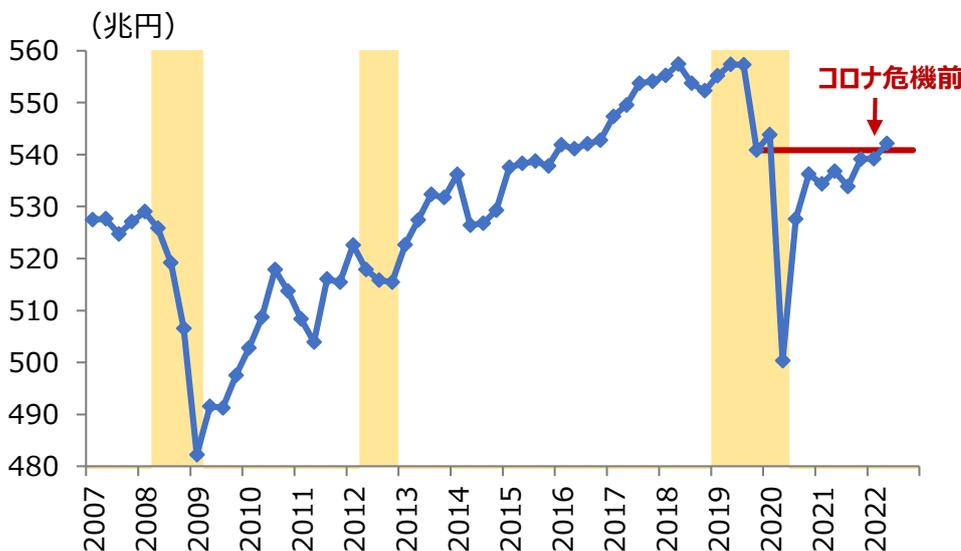
政策・経済センター

Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc.

日本経済の回復は道半ば



日本の実質GDP



日本経済の下押し/抑制要因

- ①米中摩擦激化 (2018年～)
- ②消費税増税 (2019年10月～)
- ③コロナ危機 (2020年～)
- ④供給制約 (2021年～)
- ⑤ウクライナ情勢の悪化 (2022年2月～)

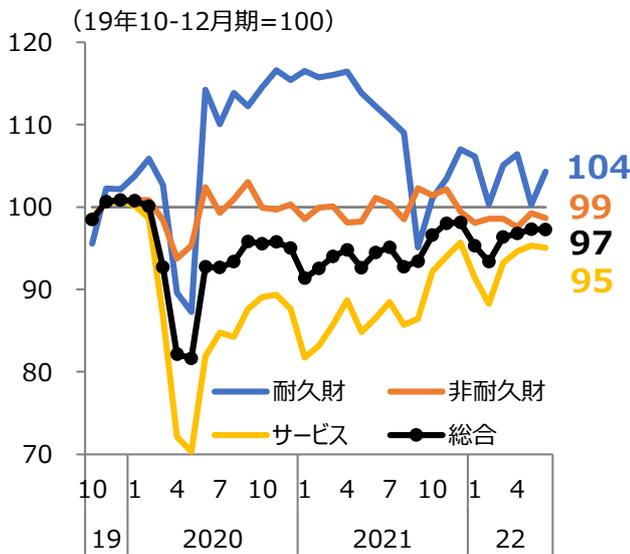
注：黄色の網掛け期間は内閣府の基準による景気後退期。直近は2022年4-6月期。
出所：内閣府「国民経済計算」「景気日付基準」より三菱総合研究所作成

Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc.

1

経済活動再開と所得環境の改善を背景に、消費は底堅い

消費活動指数



注：直近は2022年6月。
出所：日本銀行「消費活動指数」より三菱総合研究所作成

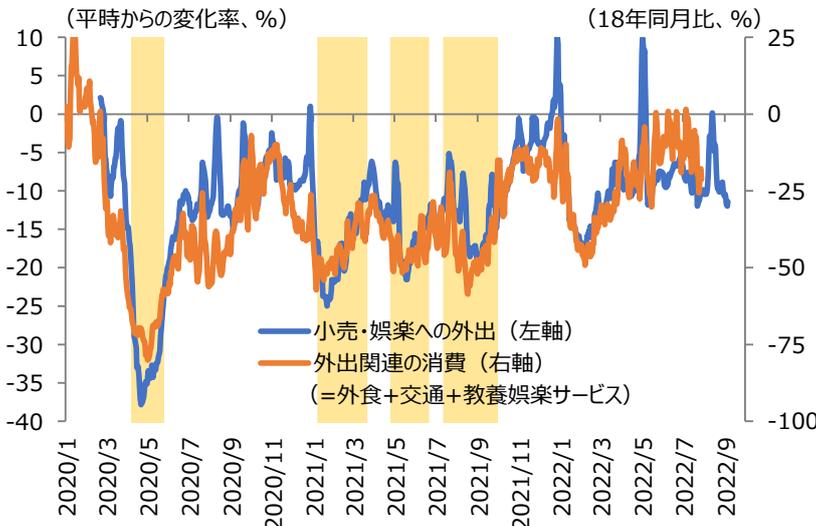
MRIマインド指数（MRI調査）



注：左図は、3か月前と比較して消費に「前向きになった」割合×100+「変わらない」割合×50+「慎重になった」割合×0により算出。出所：三菱総合研究所「生活者市場予測システム（mif）」アンケート調査（直近は22年7月27-29日、回答者5,000人）

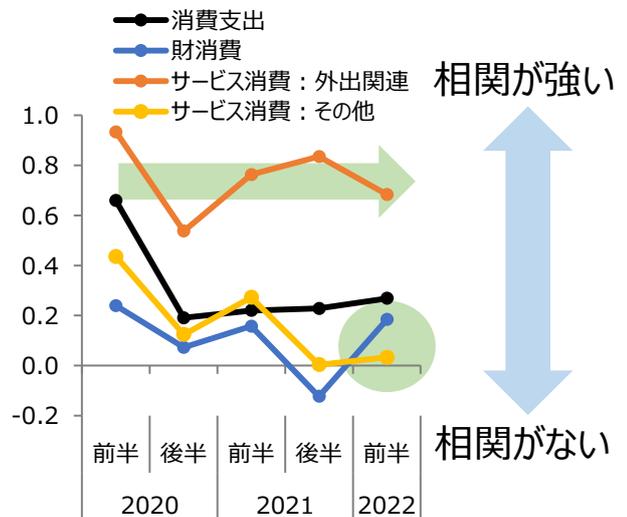
感染拡大による消費の押し下げ幅は縮小

外出行動（小売・娯楽）と外出関連消費



注：前後3日移動平均。黄色い網掛けは緊急事態宣言の発令時期を示す。直近は外出関連消費が7月31日、小売・娯楽への外出が9月8日。
出所：総務省「家計調査」、Google「COVID-19 Community Mobility Reports」より三菱総合研究所作成

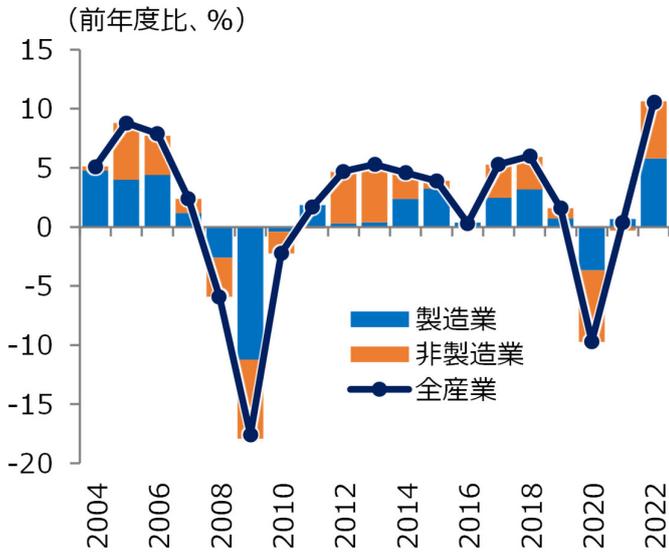
外出行動と消費の相関



注：小売・娯楽への外出行動と消費の日次データでの相関。
出所：総務省「家計調査」、Google「COVID-19 Community Mobility Reports」より三菱総合研究所作成

22年度の設備投資計画は強い

設備投資計画



注：全規模企業。土地を除き、ソフトウェアを含む。2022年度のみ平均修正率を考慮した着地見込み。業種別内訳は寄与度。
出所：日本銀行「短観」より三菱総合研究所作成

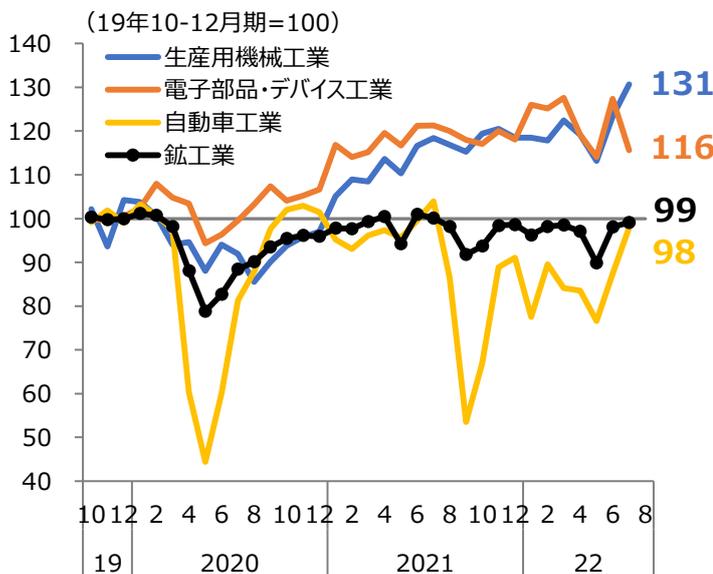
脱炭素関連投資の動向

業種	投資に占める割合 (%)	主な投資内容
全産業	7	再エネ発電設備、省エネ機器導入
電力・ガス	18	バイオマス風力、水素製造
非鉄金属	13	高炉・電炉効率化、電炉能増
鉄鋼	8	EV関連（電磁鋼板）
電気機械	10	パワー半導体、EV関連（電池）
輸送用機械	10	省エネ電動設備、EV化開発拠点
一般機械	10	水素発電実証

注：大企業。投資に占める割合は各企業の単純平均。業種別の割合は概算値。出所：日本政策投資銀行「全国設備投資計画調査」より三菱総合研究所作成

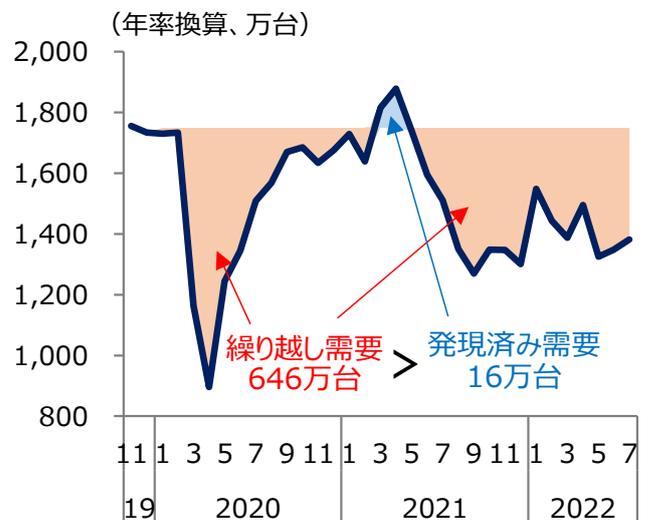
供給制約の影響を受けつつも、生産は回復傾向

鋳工業生産



注：直近は2022年7月。
出所：経済産業省「鋳工業指数」より三菱総合研究所作成

米国の新車販売台数



注：2019年平均からの下振れ台数を繰り越し需要とした。
出所：米国商務省より三菱総合研究所作成

国内電力不足による生産の下振れリスクに要警戒



電力供給予備率

	実績	夏季見通し			冬季見通し			
	6月	7月	8月	9月	12月	1月	2月	3月
北海道	8.4	21.4	12.5	23.3	12.6	6.0	6.1	12.3
東北	7.5	3.7	5.7	6.2	7.8	1.5	1.6	12.3
東京	2.5	3.7	5.7	6.2	7.8	1.5	1.6	10.1
中部	7.5	3.7	5.7	6.2	5.5	1.9	3.4	10.1
北陸	7.5	3.7	5.7	6.4	5.5	1.9	3.4	10.1
関西	7.5	3.7	5.7	6.4	5.5	1.9	3.4	10.1
中国	8.7	3.7	5.7	6.4	5.5	1.9	3.4	10.1
四国	8.8	3.7	5.7	6.4	5.5	1.9	3.4	10.1
九州	8.7	3.7	5.7	6.4	5.5	1.9	3.4	10.1
沖縄	22.7	28.2	22.3	19.7	45.4	39.1	40.8	65.3

注：見通しは10年に1度の猛暑・厳寒時の電力需要を想定。電力供給予備率が5%を下回る部分（「電力ひっ迫注意報」相当）を黄色、3%を下回る部分（「電力ひっ迫警報」相当）を赤とした。実績は期間内最低値。出所：電力広域的運営推進機関「広域予備率Web公表システム」、経済産業省「第51回 総合資源エネルギー調査会 電力・ガス事業分科会 電力・ガス基本政策小委員会 資料3-1」より三菱総合研究所作成

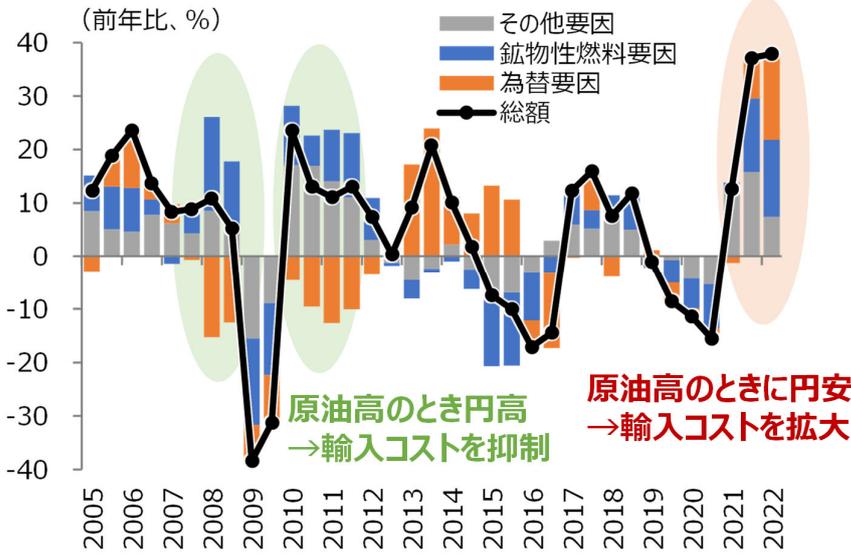
今後の注目点



- ① 仕入価格上昇の負担
- ② ペントアップ^o需要の強さ
- ③ コロナを契機とした企業の取り組み
- ④ 労働市場の回復

注目点 ① 仕入価格上昇の負担

輸入総額（円ベース）



注：半期ベース（6か月ごと）。
出所：財務省「貿易統計」より三菱総合研究所作成

ウクライナ情勢による日本企業の利益圧迫要因

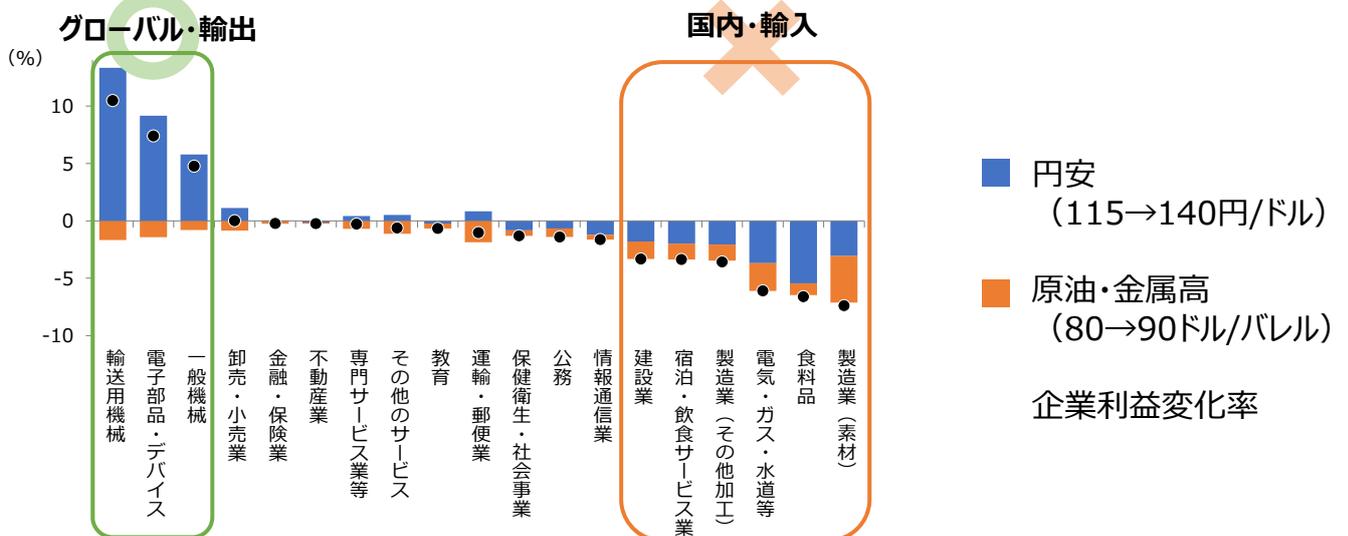
(回答割合、%)

原油以外の原材料高騰	74%
原油高騰	67%
為替の変動	29%
現地以外での生産・部品調達制約	17%

注：ウクライナ情勢の影響がある、見込まれると回答した4,516社が対象（回答者全体の約8割）。上位4つを記載。
出所：東京商工リサーチ「ロシアのウクライナ侵攻に関するアンケート調査」（22年4月14日）より三菱総合研究所作成

日本の企業利益への影響は二極化

円安・資源高の日本の企業利益への影響



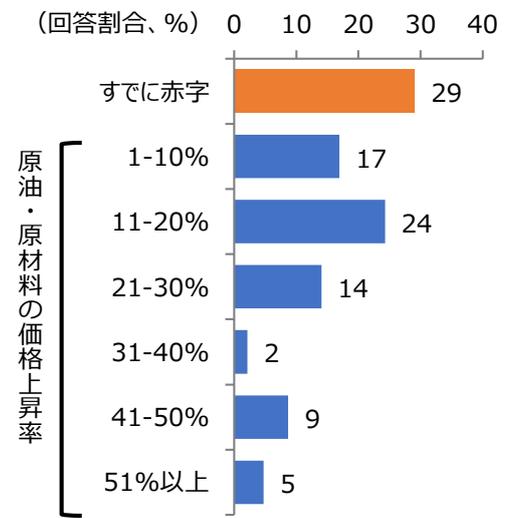
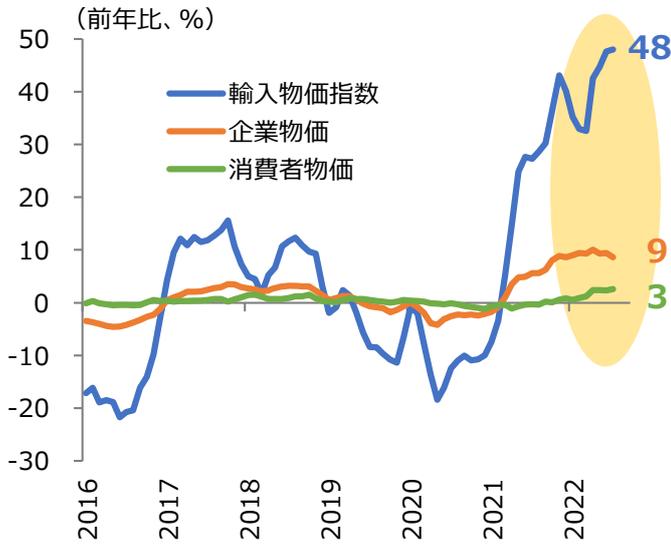
注：22年初から22年8月末にかけて進んだ円安・原油・金属高の影響を試算。試算では、①消費者向けの販売価格や生産額、投入構造は変わらない、②円安による投入コスト増加のうち、1/2は自社で負担し、1/2は企業向け販売の値上げで負担を転嫁する、③円安による輸出金額の増加はすべて自社に計上する、と想定。
出所：内閣府「SNA産業連関表（2019年）」より三菱総合研究所作成

仕入れコスト増加を販売価格に転嫁の動きが広がる見込み



企業物価・消費者物価

原油・原材料の上昇で赤字になる企業の割合



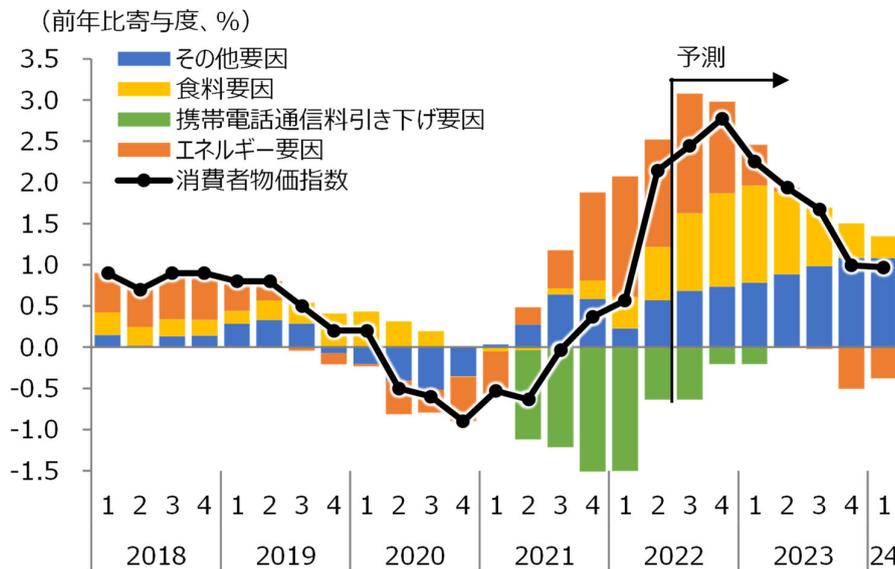
注：直近は22年7月。輸入物価は円ベース。消費税は除く。
出所：総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」より三菱総合研究所作成

注：回答社数は1,722社。
出所：東京商工リサーチ「価格転嫁に関するアンケート調査」（22年4月19日）より三菱総合研究所作成

消費者物価は一時的に前年比+2%台後半まで上昇へ



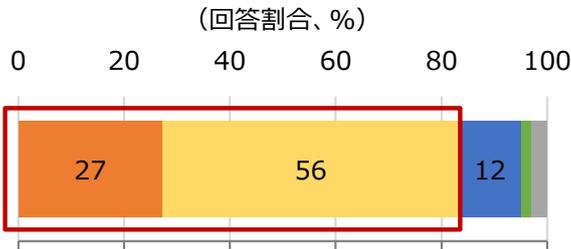
消費者物価上昇率



注：生鮮食品を除く総合（消費税増税・教育無償化の影響は除く）の四半期平均。予測値は、燃料油価格激変緩和補助金（ガソリン補助金）が22年末まで継続されることを想定。出所：実績は総務省「消費者物価指数」、予測は三菱総合研究所作成

値上げに理解を示しつつも、消費者の節約志向は強い

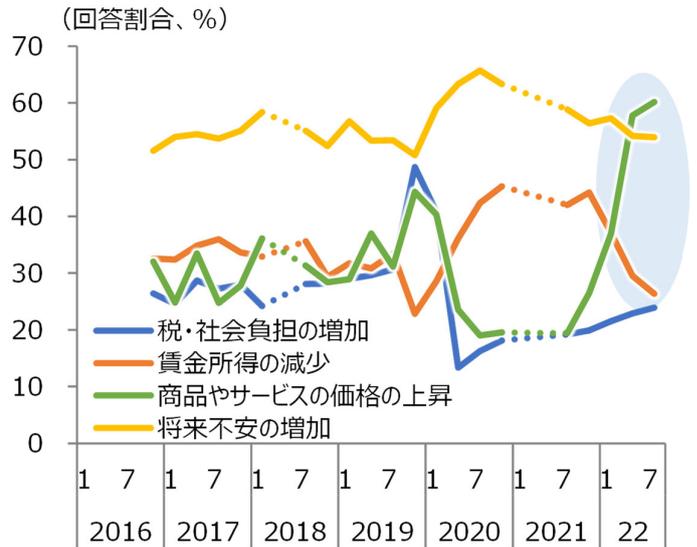
食料品等の生活関連物資等の値上げに対する許容度



- 状況が踏まえると、値上げは仕方ないと思う
 - 商品によってはある程度の値上げは仕方ないと思う
 - 値上げは許容できない
 - その他
 - 分からない
- 「値上げは仕方ない」と思う消費者は全体の8割**

注：回答者数は1,874人。
出所：消費者庁「参考・1月(確報)外食及び生活関連物資等の値上げ等に関する意識調査結果」より三菱総合研究所作成

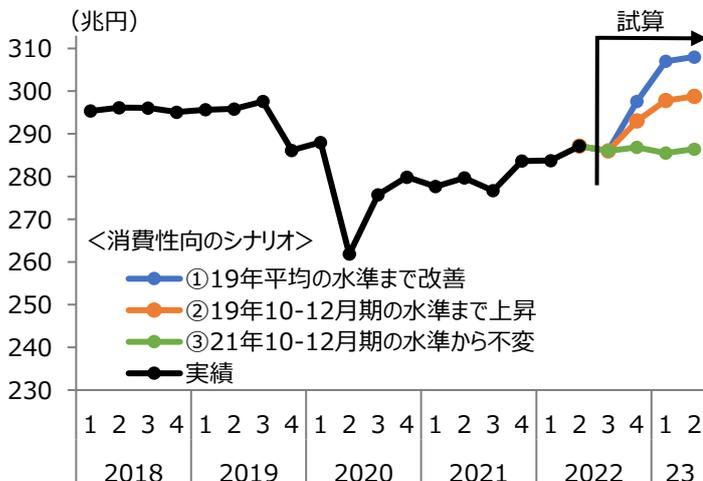
消費に慎重になる理由 (MRI調査)



注：複数回答。毎年1,4,7,10月に実施。18年4月、20年1,4月は欠損値。
出所：内閣府「消費動向調査」、三菱総合研究所「生活者市場予測システム(mif)」アンケート調査(直近は22年4月26-28日、回答者5,000人)

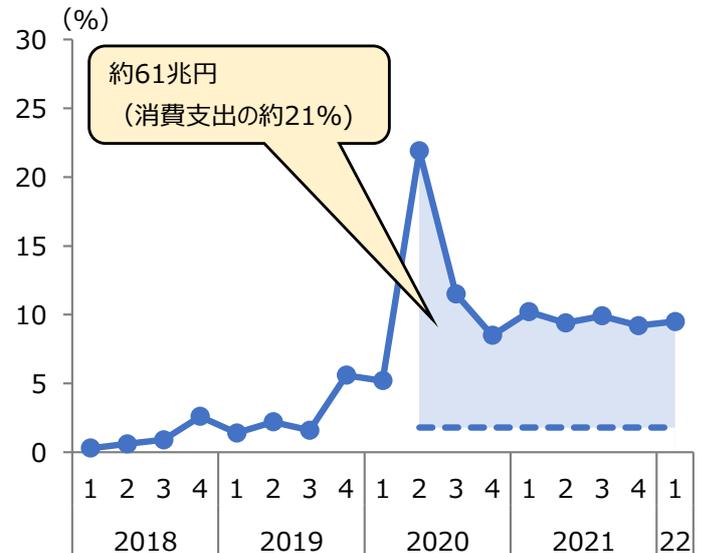
注目点② ペントアップ需要の強さ

実質家計最終消費支出



注：すべてのシナリオで名目可処分所得は15-19年並みの伸びを、消費者物価は23年1-3月期までは前年比+2.5%、23年4-6月期～7-9月期は同+2%、その後は同+1%を想定。消費性向は①と②では23年1-3月期にかけて上昇を想定。出所：内閣府「家計可処分所得・家計貯蓄率四半期別速報(参考系列)」、総務省「消費者物価指数」より三菱総合研究所作成

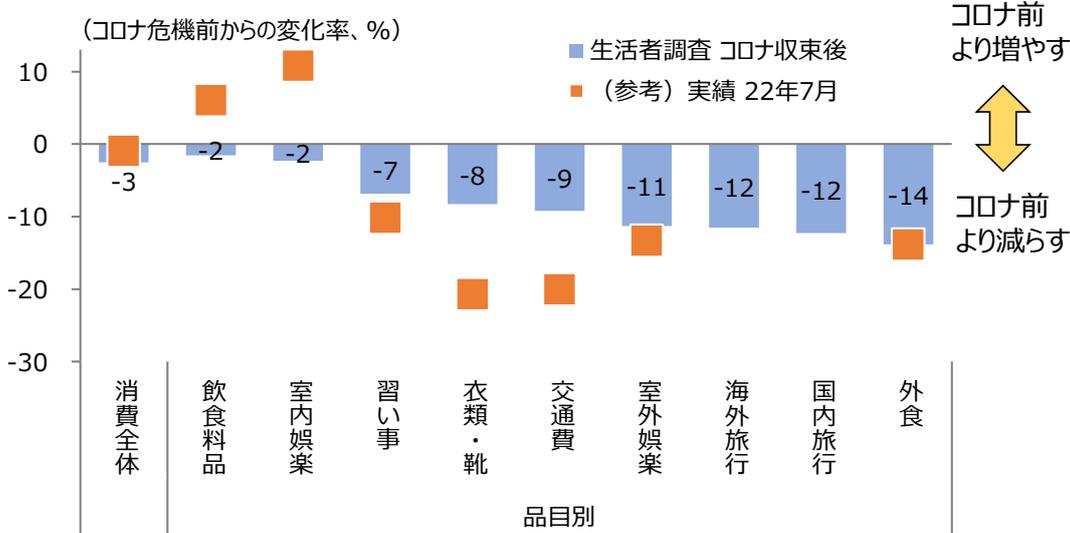
家計の貯蓄率



注：コロナ危機下で増えた貯蓄額は、①貯蓄額が19年前半と変わらなかった場合の貯蓄額と、②実際の貯蓄額の差で計算。出所：内閣府「家計可処分所得・家計貯蓄率四半期別速報(参考系列)」より三菱総合研究所作成

コロナ危機前後で消費パターンは変化した可能性

コロナ収束後の消費意向（MRI調査）



年齢別

・高齢者ほど外出関連の消費を減らす傾向があるが、若年層との間にほとんど差はない。

地域別

・都市部と地方部の間に差はほとんどない。

注：コロナ危機前=100とすると、コロナ収束後の消費は50から150（10刻みのスケール）のうち、どれかという問いの各回答割合から作成。コロナ収束後とは「今後、治療薬・治療法の確立などによって、感染リスクを気にせず外出できるようになった頃」と想定。実績は名目・二人以上世帯。19年の年間平均の消費水準を15年～18年の月次の消費の動きで調整した水準調整後の19年同月比。海外旅行、国内旅行の実績はそ19年同月比▲59%、同▲56%。

出所：総務省「家計調査報告」、三菱総合研究所「生活者市場予測システム（mif）」アンケート調査（22年1月21-23日に実施、回答者5,000人）

消費パターン変化の背景に、生活様式の変化と収入への不安

コロナ収束後の消費を減らす理由（MRI調査）

	全体	年齢別			地域別	
		20歳代	40歳代	60歳代	都市部	地方部
1 定期的な集まりが減るから	35	31	35	40	36	33
2 買物への外出が減るから	26	24	25	29	25	26
3 将来の世帯収入への不安が強まったから	21	12	22	24	20	22
4 消費行動の無駄を見直したから	20	17	20	21	20	20
5 室外娯楽を利用する必要性が低下するから	15	12	16	17	16	14
6 コロナ禍で世帯収入が減ったから	15	9	18	16	16	14
7 リモートワークにより外出が減るから	14	20	14	9	18	9
8 当てはまるものはない	14	21	13	13	13	15
9 将来、増税が行われると思うから	14	9	16	16	13	15
10 郊外・地方に移住したから	1	2	1	0	1	1

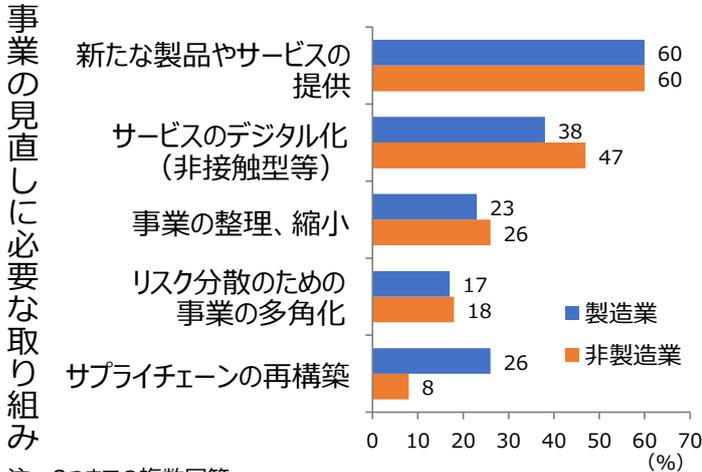
注：コロナ収束後の消費を1品目（消費全体を含む）でも減らすと回答した3,266人の回答割合。3つまでの複数回答。都市部は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、大阪府、京都府、兵庫県、福岡県。東海地方は長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県。

出所：三菱総合研究所「生活者市場予測システム（mif）」アンケート調査（22年1月21-23日に実施、回答者5,000人）

注目点 ③ コロナを契機とした企業の取り組み

新型コロナ感染拡大を契機とした事業の見直し

約5割の企業が事業の見直しが必要と回答

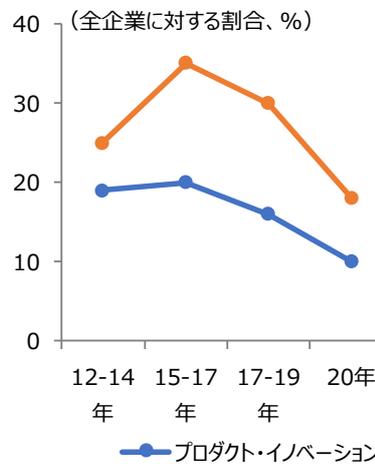


注：2つまでの複数回答。

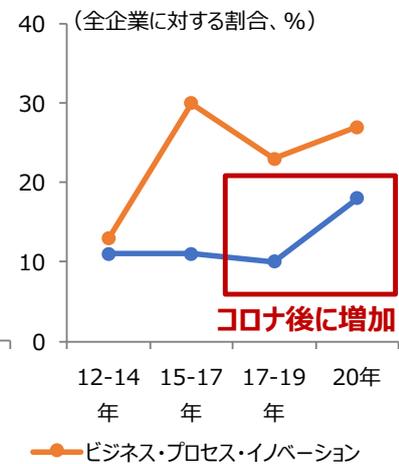
出所：日本政策投資銀行「企業行動に関する意識調査結果（大企業）（2021年6月）」より三菱総合研究所作成

イノベーションを実現をした企業割合

製造業



サービス業



注：20年のみCovid-19対応のイノベーション。企業によるイノベーション実現の有無の回答から作成。

出所：科学技術・学術政策研究所「全国イノベーション調査」より三菱総合研究所作成

デジタル化、他社との連携などの動きが広がる

地域の消費関連企業の取り組み

	取り組み	事例
① ウィズコロナに特化した取り組み	既存経営資源の転用	<ul style="list-style-type: none"> 土産物配達車両で宅配業務を請負（食料品・青森） 休業中に店舗の厨房を料理教室にレンタル（飲食・静岡） シェフの出張料理教室（宿泊・京都）
② 需要の回復に備える取り組み	設備の更新・充実	・インバウンドの回復に備え、 客室を改装 （宿泊・秋田）
	出店の加速	・Uターン人材と飲食店閉店跡地を利用して、 新規出店を加速 （飲食・熊本）
③ 感染症のもとでの変化に着目した取り組み	デジタル化	<ul style="list-style-type: none"> eコマースを利用して冷凍食品を拡販（飲食・大阪） オンラインでの旅行相談を開始（対個人サービス・函館） SNSを用いた宣伝で域外需要を獲得（食料品・釧路） セルフ会計システム等の導入を加速（飲食・札幌）
④ 「連携」を通じた取り組み	プラットフォームの構築	<ul style="list-style-type: none"> 自治体と連携して市内のテイクアウト可能な飲食店を一覧化したWEBサイトをオープン（経済団体・名古屋） 温泉街全体でオンラインでの一括予約・決済システムを導入（経済団体・神戸）
	IT企業・人材を紹介	<ul style="list-style-type: none"> IT企業や関係機関と業務提携し、ワンストップで取引先の要望に対応（金融機関・鹿児島） 金融機関から紹介された人材を活用して情報発信をデジタル化（食料品・松本）

出所：日本銀行「さくらレポート別冊「感染症のもとでの地域の消費関連企業の取り組みと課題」」（2021年9月28日）より三菱総合研究所作成

課題は①人材・ノウハウ、②債務返済、③消費者のデジタル化

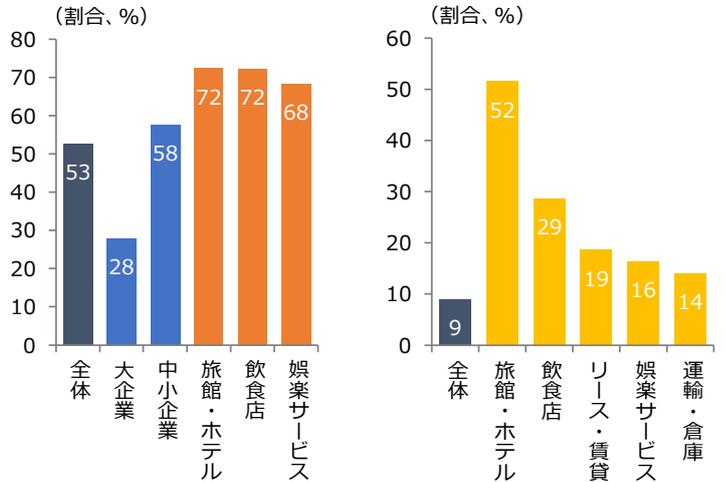


取り組みを進める上での課題

	事例
① 人材・ノウハウ	・ネットスーパーに参入したいが、 ノウハウを有する人材が不足 （小売・長崎）
② 債務増加に伴う将来の返済負担	・居酒屋からの撤退と新業態への進出を考えているが、すでに借入額が大きく、 追加の資金調達は難しい （飲食・福岡） ・先行きの見通しが立てにくく、 今後の融資返済 を考えると、事業転換には二の足（経済団体・広島）
③ 消費者側のデジタル化が過渡期にあること	・ネットに慣れ親しんでいない 高齢者が多く 、オンラインツアーの販売に苦戦（対個人サービス・熊本） ・パネルタッチの導入に 高齢者から戸惑いの声 、対応に課題（飲食・札幌） ・オンライン販売開始には 顧客側のネット環境等にハードル （小売・北九州）

新型コロナ関連融資について

「借りた・借りている」割合 「返済に不安」の割合



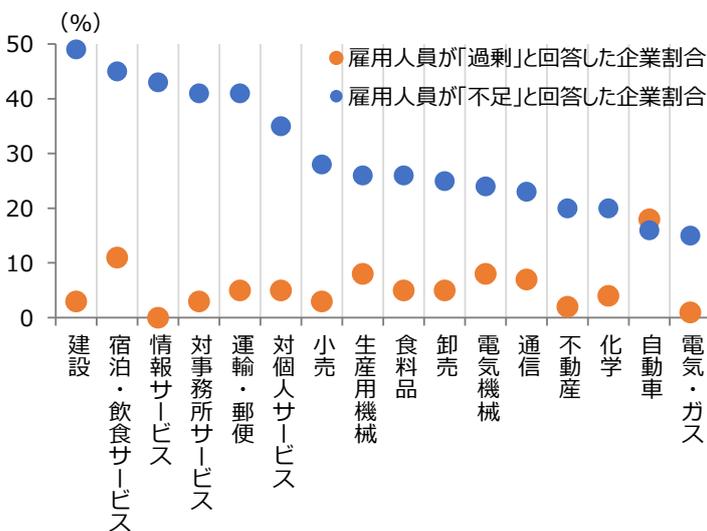
注：回答企業数は1万1,562社。上位10業種のうち主な業種を掲載。
 出所：帝国データバンク「特別企画：新型コロナ関連融資に関する企業の意識調査」（2022年3月17日）より三菱総合研究所作成

出所：日本銀行「さくらレポート別冊「感染症のもとでの地域の消費関連企業の取り組みと課題」」（2021年9月28日）より三菱総合研究所作成

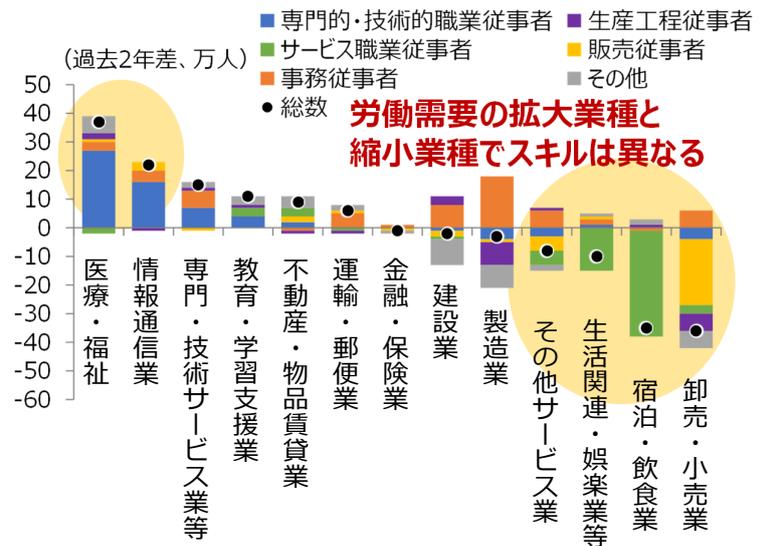
注目点 ④ 労働市場の回復



人手不足・過剰の企業の割合



就業者数（産業×職種別）

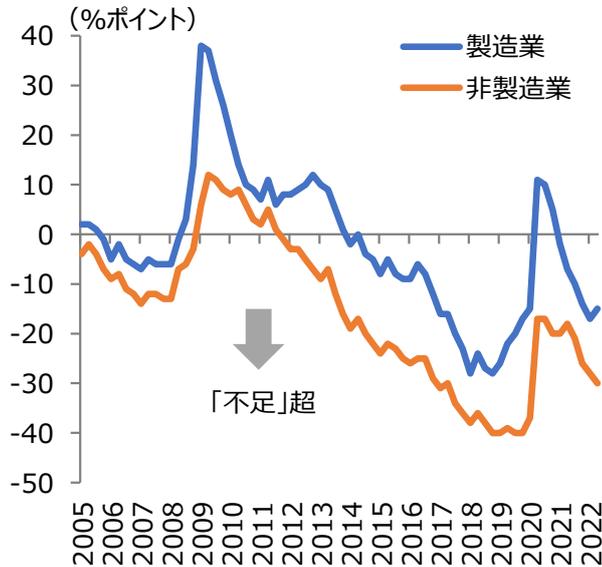


注：2022年6月調査。全規模。
 出所：日本銀行「短観」より三菱総合研究所作成

注：22年1-3月期と20年1-3月期の差。
 出所：総務省「労働力調査」より三菱総合研究所作成

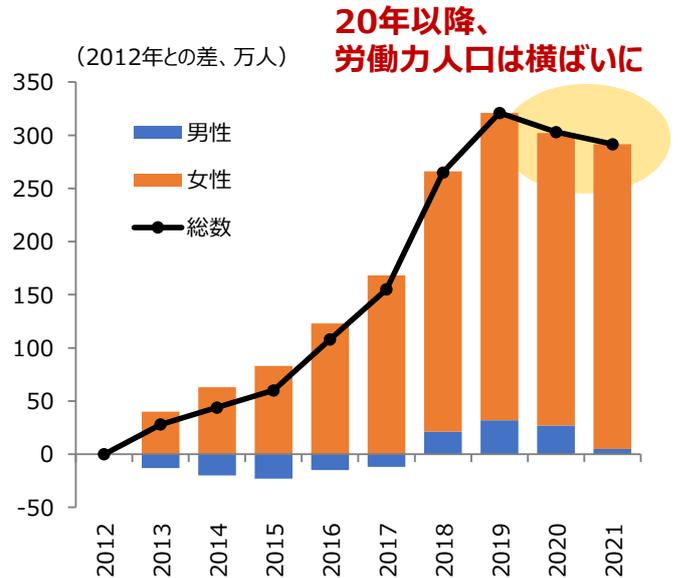
先行きは一段と人手不足感が強まる可能性

雇用人員判断DI



注：全規模。直近は22年6月調査。
出所：日本銀行「短観」より三菱総合研究所作成

労働力人口

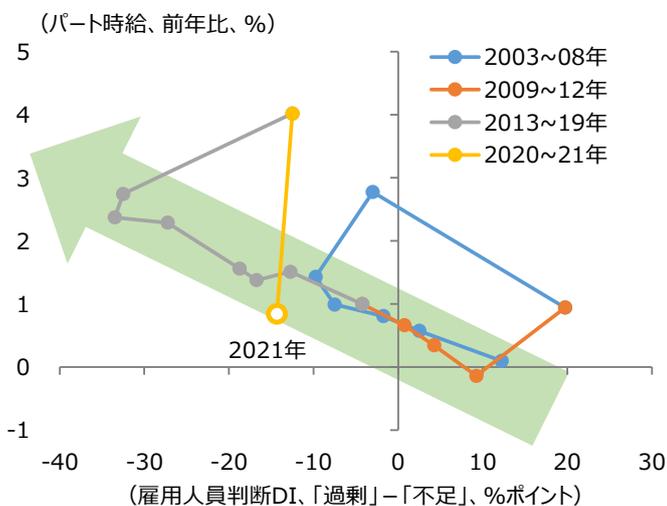


出所：総務省「労働力調査」より三菱総合研究所作成

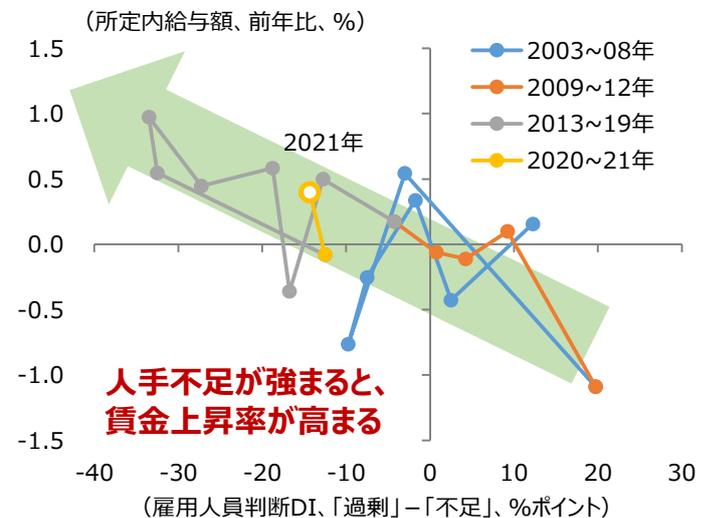
人手不足が賃金上昇圧力に

企業の雇用過不足感と賃金上昇率の関係

パート労働者の時給



一般労働者の所定内給与額

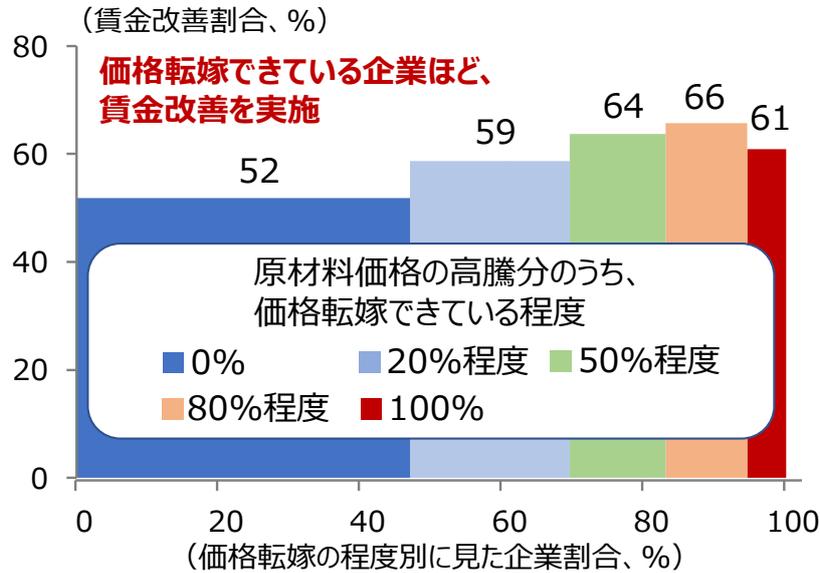


注：年平均。横軸の「雇用人員判断DI」は全規模・全産業。
出所：厚生労働省「毎月勤労統計調査」、日本銀行「短観」より三菱総合研究所作成

価格転嫁できている企業ほど、賃金改善を実施



賃金改善を行う見込みの企業割合（価格転嫁の状況別）



注：原材料不足や高騰の影響がある企業（全体の8割弱）が対象。有効回答企業は11,981社。
出所：帝国データバンク「22年度の賃金動向に関する企業の意識調査」（2022年2月10日）より三菱総合研究所作成

日本経済展望：22年度後半は高めの成長率に



日本の実質GDP成長率予測

(%) 項目	実績				予測			
	2020年度		2021年度		2022年度		2023年度	
	前年比	寄与度	前年比	寄与度	前年比	寄与度	前年比	寄与度
実質GDP	▲ 4.6	***	2.3	***	2.0	***	1.3	***
国内需要	▲ 3.9	▲ 3.9	1.5	1.5	2.1	2.1	1.2	1.2
民間需要	▲ 6.3	▲ 4.7	2.1	1.5	2.8	2.0	1.5	1.1
民間最終消費支出	▲ 5.4	▲ 3.0	2.6	1.4	3.2	1.7	1.3	0.7
民間住宅	▲ 7.8	▲ 0.3	▲ 1.6	▲ 0.1	▲ 4.1	▲ 0.1	▲ 1.1	0.0
民間企業設備	▲ 7.7	▲ 1.3	0.6	0.1	2.8	0.4	2.9	0.5
民間在庫変動	***	▲ 0.2	***	0.1	***	0.0	***	▲ 0.1
公的需要	3.0	0.8	0.0	0.0	0.3	0.1	0.5	0.1
政府最終消費支出	2.5	0.5	2.0	0.4	1.0	0.2	0.1	0.0
公的固定資本形成	5.1	0.3	▲ 7.5	▲ 0.4	▲ 2.7	▲ 0.1	2.2	0.1
財貨・サービスの純輸出	***	▲ 0.6	***	0.8	***	▲ 0.1	***	0.1
財貨・サービスの輸出	▲ 10.0	▲ 1.7	12.5	2.0	2.5	0.5	0.7	0.1
財貨・サービスの輸入	▲ 6.3	1.1	7.2	▲ 1.2	3.2	0.6	0.3	0.1
名目GDP	▲ 3.9	***	1.3	***	1.7	***	2.0	***

出所：実績は内閣府、予測は三菱総合研究所

未来を問い続け、変革を先駆ける

MRI 三菱総合研究所

Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc.