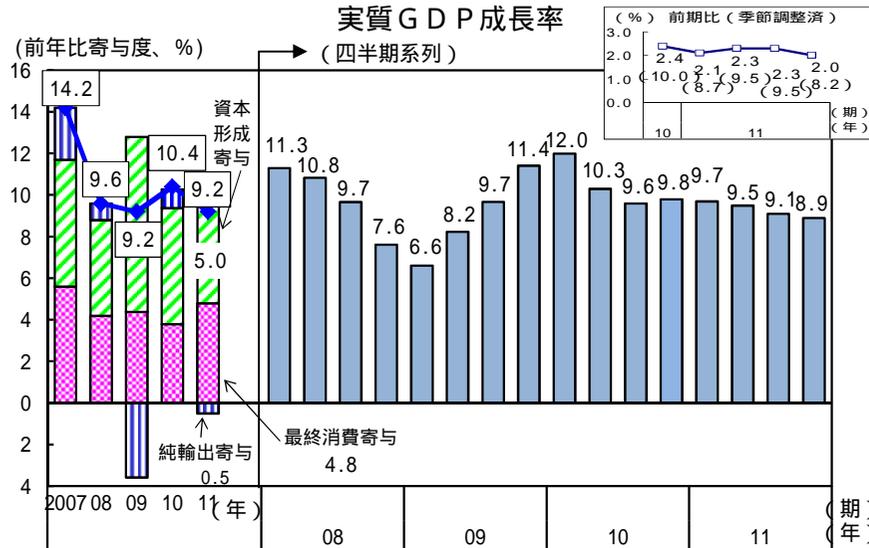


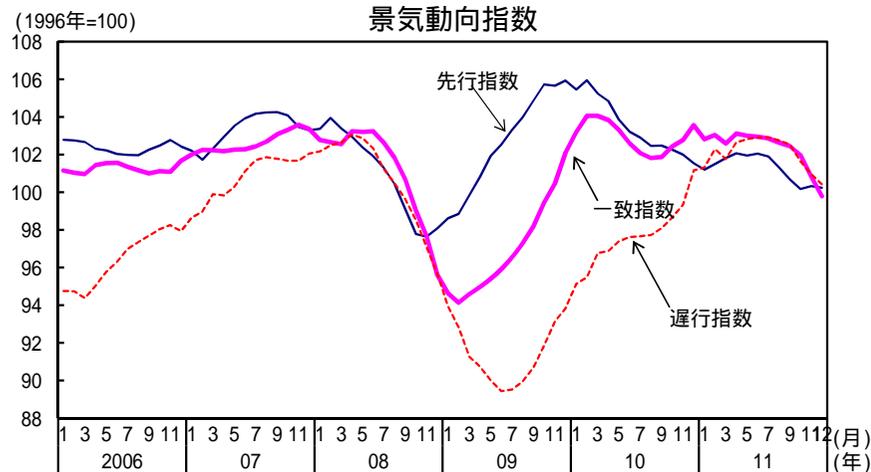
2. アジア地域

中国： 中国では、景気は内需を中心に拡大しているが、拡大テンポがやや緩やかになっている。

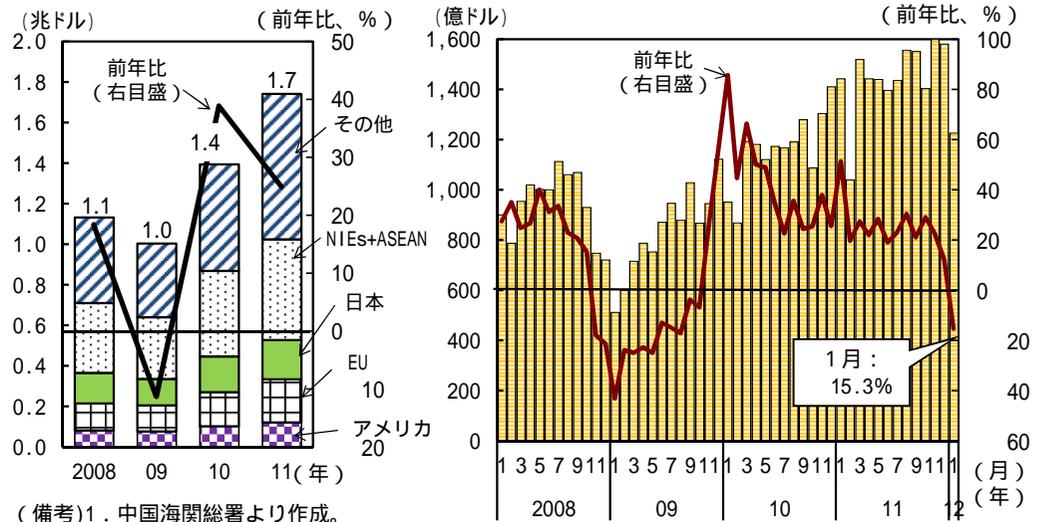
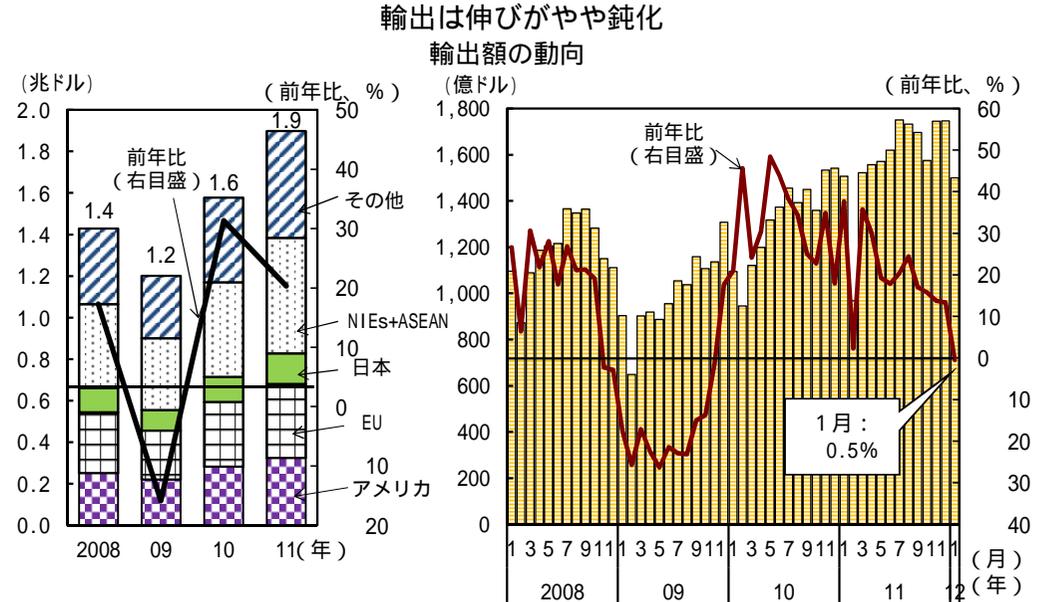
先行きについては、拡大傾向が続くと見込まれる。ただし、不動産価格や物価の動向に加え、金融資本市場や輸出の動向に留意する必要がある。



- (備考) 1. 中国国家統計局より作成。
 2. 前期比のグラフの()内の数値は内閣府試算による前期比年率。
 3. 11年9月に10年暦年の成長率及び純輸出寄与度の改定値が公表されたが(改定前は、それぞれ10.3%と1.0%)、それ以外については未公表のため、ここでは改定前の数値を掲載している。

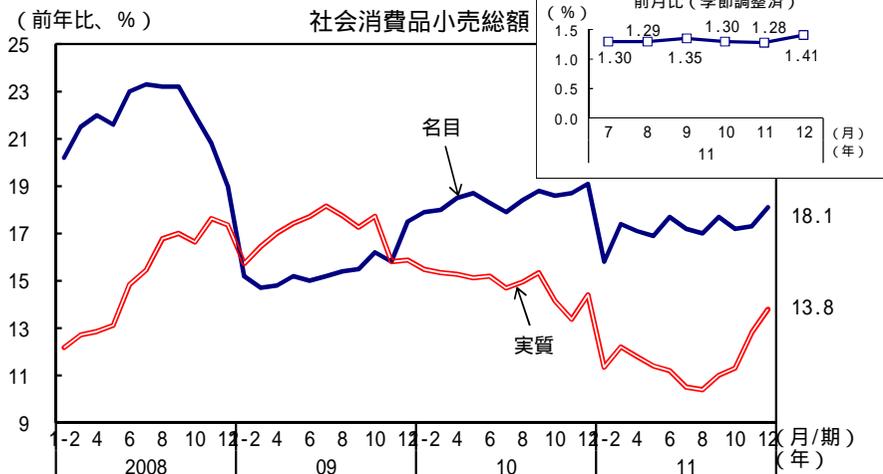


- (備考) 1. 中国国家統計局より作成。
 2. 一致指数は鉱工業生産等の8指標、先行指数は消費者期待指数等の8指標、遅行指数は個人預金残高等の5指標から構成されている。



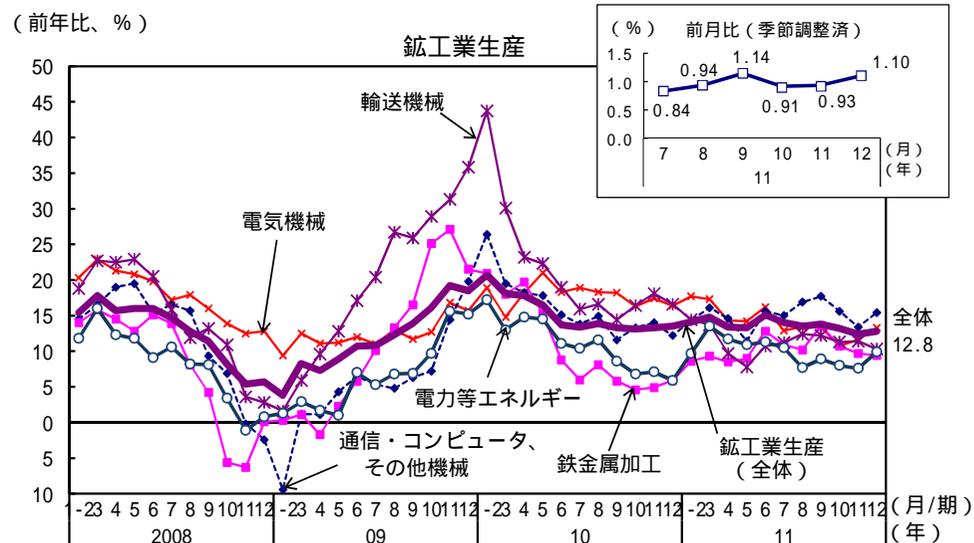
- (備考) 1. 中国海関総署より作成。
 2. 月次の値は原数値。
 3. 春節(旧正月)休暇は、08年2月6~12日、09年1月25~31日、10年2月13~19日、11年2月2~8日、12年1月22~28日。

消費は堅調に増加



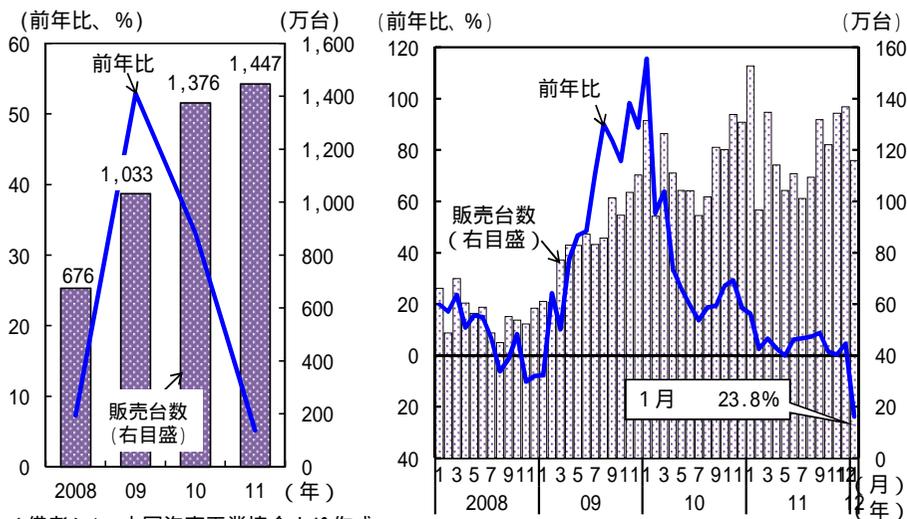
- (備考) 1. 中国国家統計局より作成。
 2. 実質伸び率は、11年8月までは小売物価指数を用いて試算。9月以降は国家统计局公表値。
 3. 中国では、消費刺激策として、農村における家電の普及政策(「家電下郷」)の全国展開(09年2月～、11年11月一部地域で終了)、家電の買換え促進策(「以旧換新」)(09年6月～11年12月)、小型の低燃費車購入に対する補助金支給(10年6月～、11年10月より一部基準を厳格化)を実施している。なお、排気量1.6l以下の乗用車の車両取得税の減税、農村における自動車の普及政策(「汽車下郷」)、自動車の買換え促進策(「以旧換新」)については、10年12月に終了した。

生産は伸びがこのところやや低下



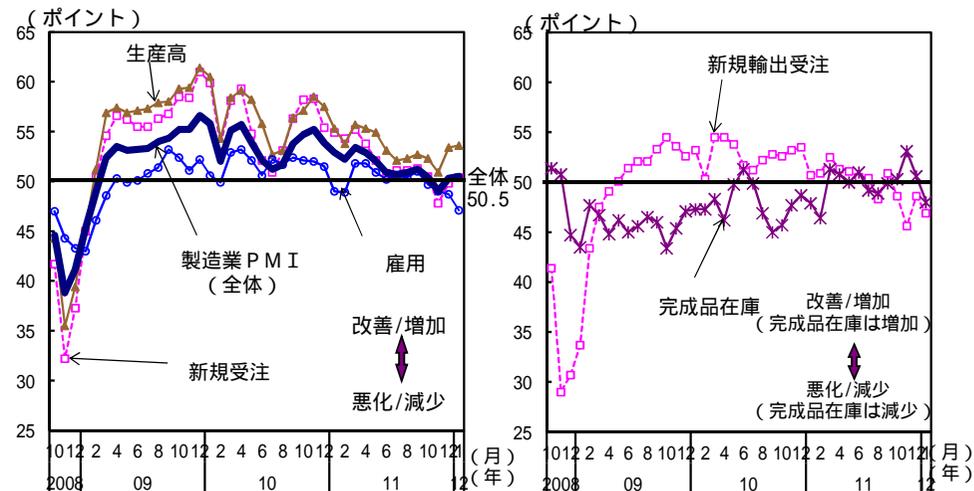
- (備考) 1. 中国国家統計局より作成。
 2. 11年1-2月期より、統計対象範囲に変更があったため、厳密には11年1-2月前後では接続しない。

乗用車販売台数は伸びが低下



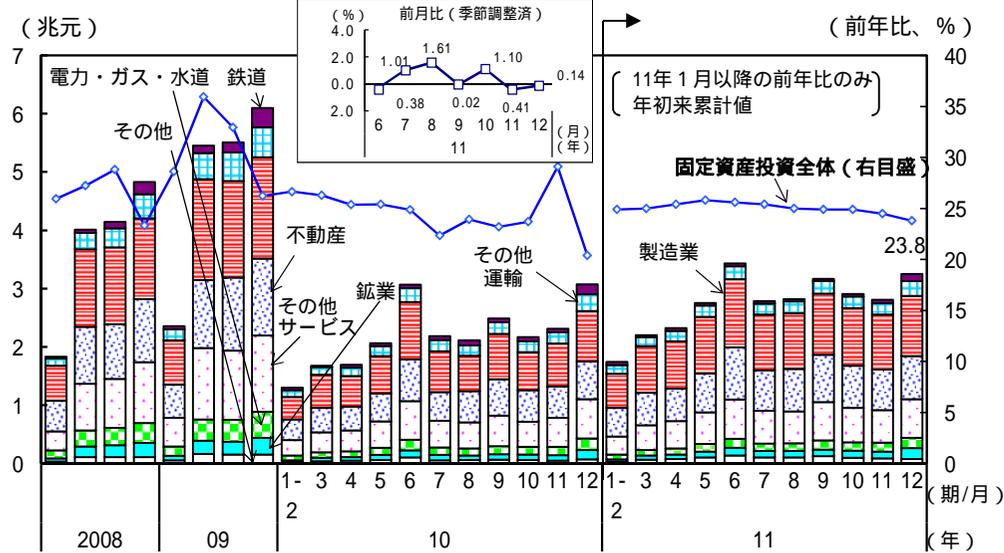
- (備考) 1. 中国汽车工業協会より作成。
 2. 春節(旧正月)休暇は、08年2月6～12日、09年1月25～31日、10年2月13～19日、11年2月2～8日、12年1月22～28日。

製造業購買担当者指数(PMI)はこのところ横ばい



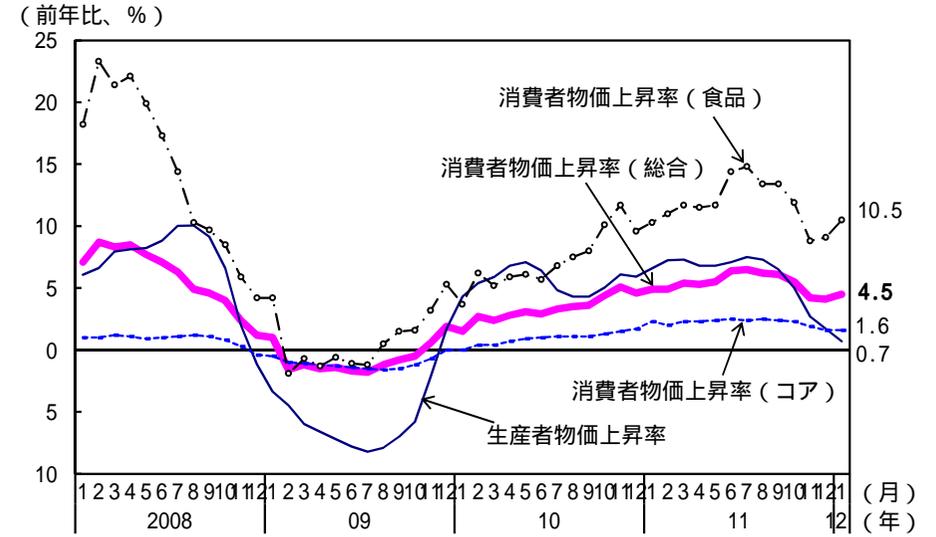
- (備考) 1. 中国国家統計局より作成。
 2. 製造業PMIは、製造業の業況に関する11の項目について企業調査を行い、各々が前月に比べてどう変わったのかを集計したもの。製造業PMI(全体)は、生産高、新規受注、原材料在庫、雇用、サプライヤー納期の5つの指標から合成される。50より高ければ、「改善/増加」と回答した企業の割合が多いことを表す。

固定資産投資は高い伸びが続いているものの、やや鈍化



- (備考) 1. 中国国家統計局より作成。
2. 09年11月の不動産開発投資については、土地購入費に関する統計の変更が行われた。
3. 11年1-2月期より、統計対象範囲に変更があったため、厳密には11年1-2月前後では接続しない。
4. 当局は累積値のみ公表。四半期及び単月の値は内閣府試算値。

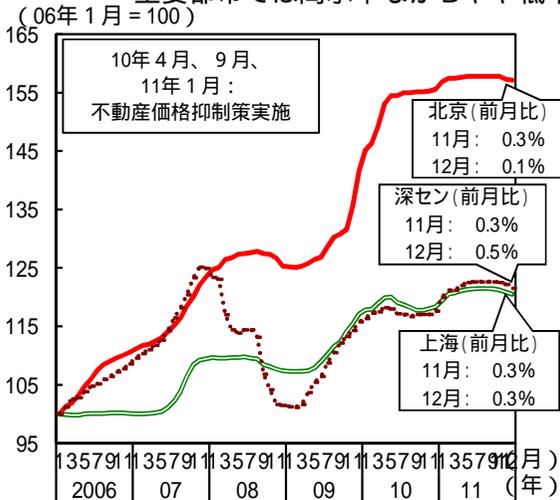
消費者物価上昇率はこのところ低下



- (備考) 1. 中国国家統計局より作成。
2. コア消費者物価は、総合から食品とエネルギーを除いたもの。
3. 中国政府は、11年の目標を4%前後としている。

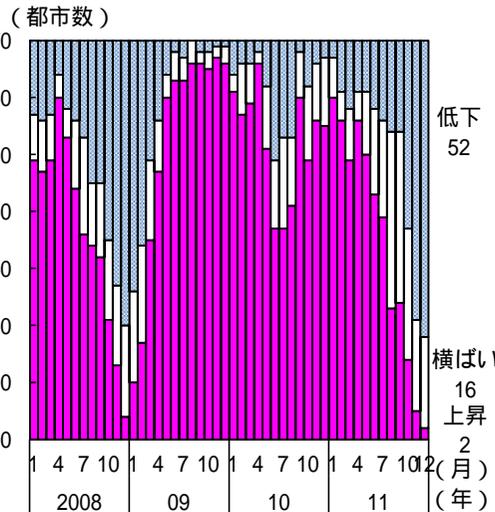
新築住宅販売価格：

主要都市では高水準ながらやや低下

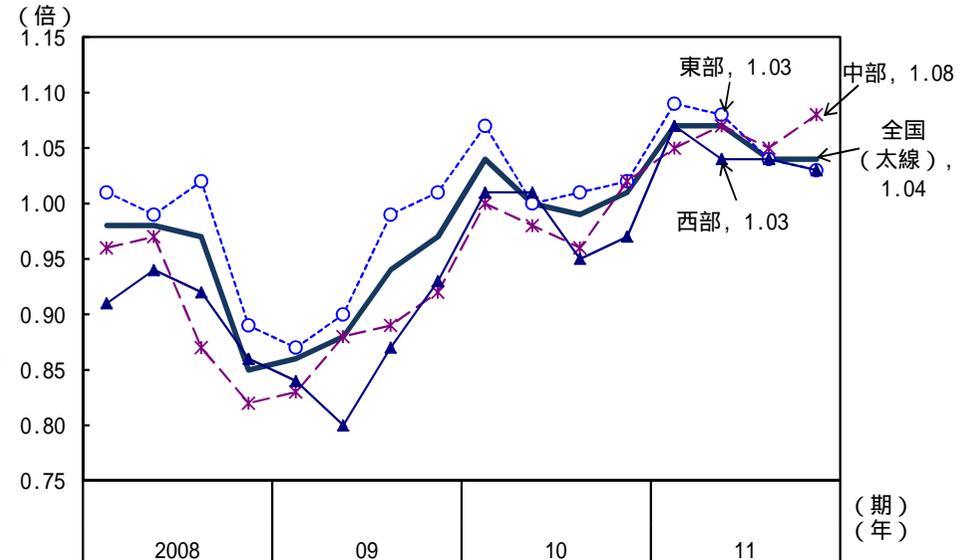


- (備考) 1. 中国国家統計局より作成。
2. 価格水準は、06年1月の1㎡当たりの価格を100として指数化。動向は、前月比で、プラスの都市を「上昇」、0.0%の都市を「横ばい」、マイナスの都市を「低下」とした。
3. 11年1月に基準改定があったため、厳密には11年1月前後で接続しない。

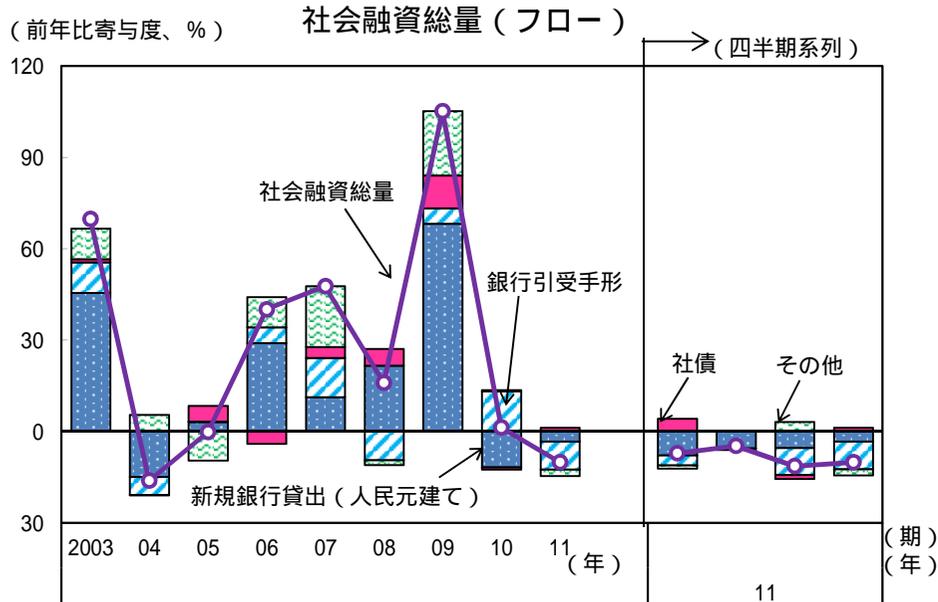
動向：低下した都市数が増加



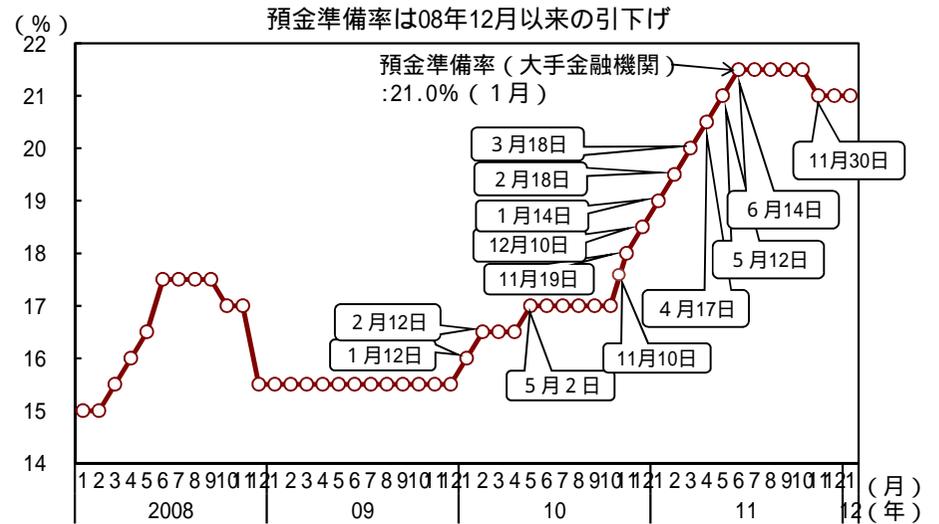
求人倍率はおおむね横ばい



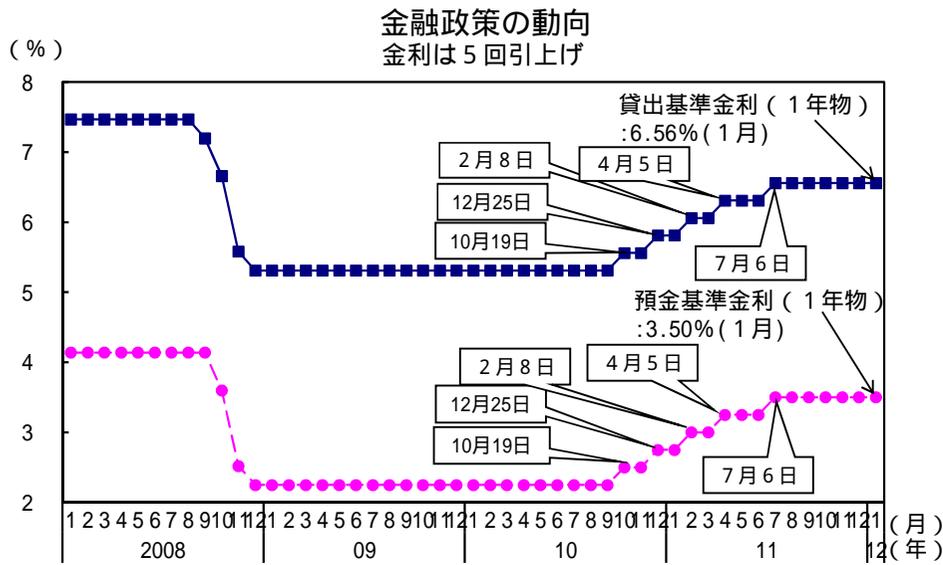
- (備考) 1. 人力資源・社会保障部より作成。
2. 東部は、珠江デルタ、長江デルタ、環渤海などの沿海部都市を含む地域。中部地域は、河南省、湖北省等。西部は、重慶市、四川省等。



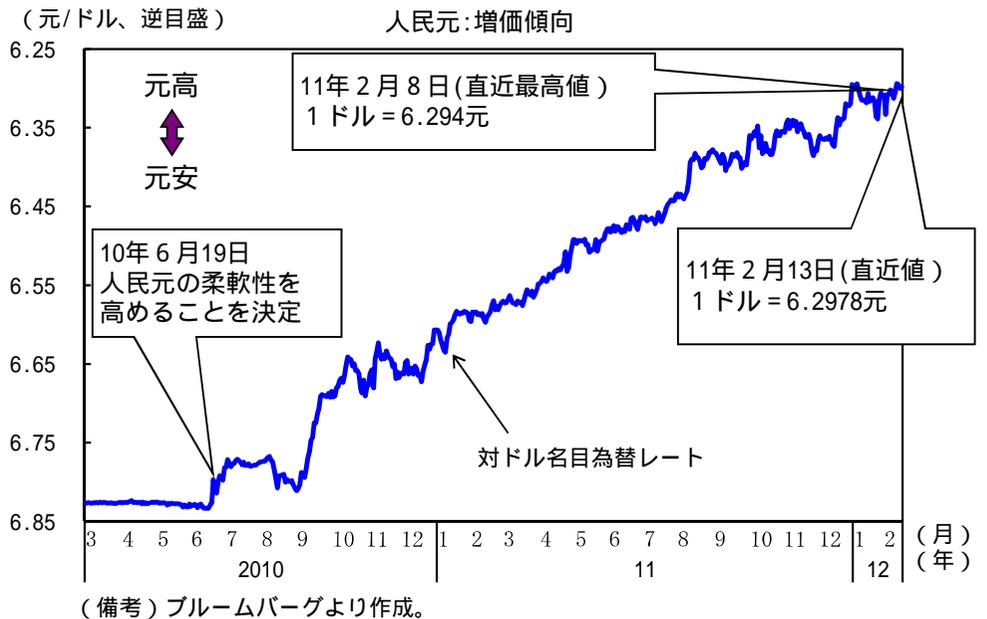
(備考) 1. 中国人民銀行より作成。
2. 「その他」には外貨貸出、委託貸出等が含まれる。



(備考) 1. 中国人民銀行より作成。
2. 08年7月以前は、大手金融機関の預金準備率が公表されていないため、全体の預金準備率としている。
3. 日付は預金準備率の引上げ発表日。
4. 11年1月30日に中国人民銀行が発表した2010年第4四半期貨幣政策執行報告によると、マクロ・プルーデンス強化及び貸出と流動性の総量調節のため、差別的な預金準備率が実施されている。



(備考) 1. 中国人民銀行より作成。
2. 日付は政策金利の引上げ発表日。



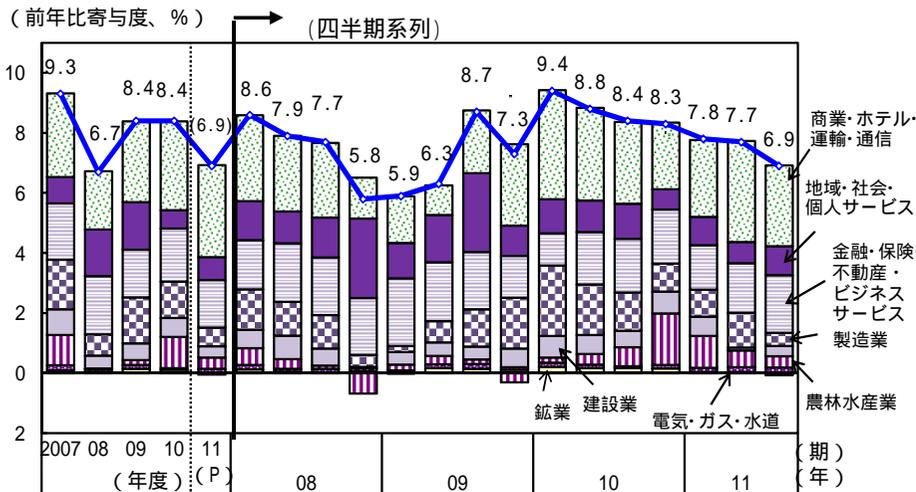
(備考) ブルームバーグより作成。

インド：

インドでは、景気の拡大テンポは鈍化している。

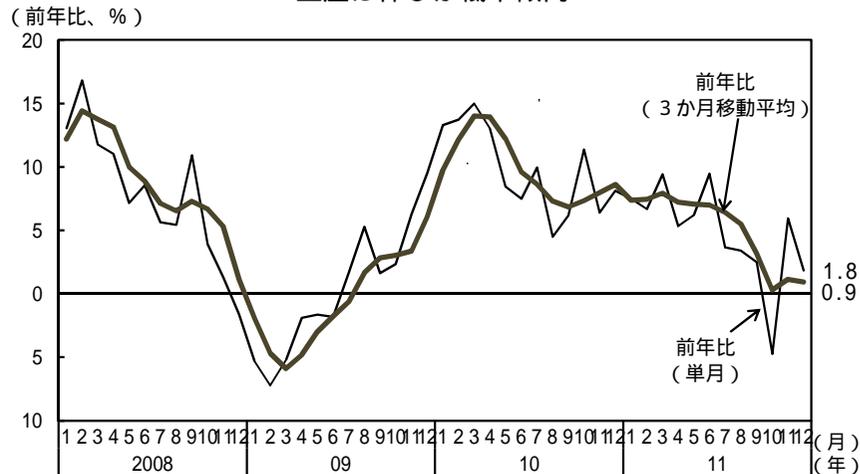
先行きについては、拡大テンポの鈍化が続くと見込まれる。また、物価上昇によるリスクに加え、金融資本市場の動向に留意する必要がある。

実質 GDP 成長率



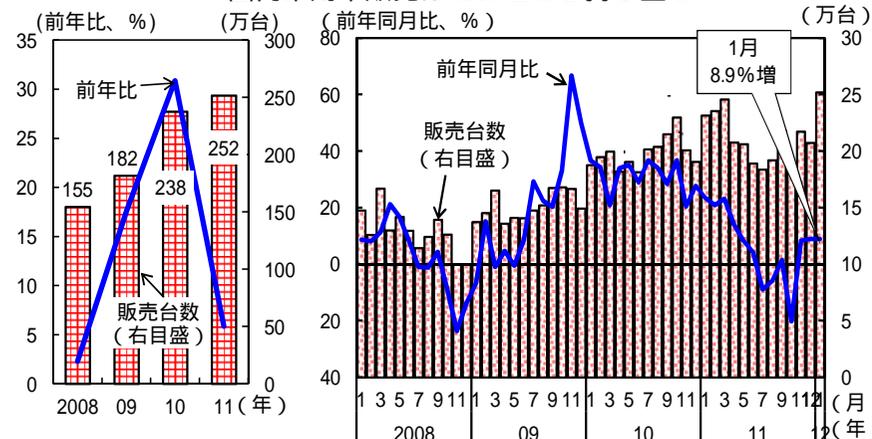
- (備考) 1. インド中央統計局より作成。
 2. 年度は財政年度(4月~翌年3月)による。
 3. 年度の値、09年度の4~6月期及び7~9月期のみ、改定値が発表となっている。
 4. 11年度は事前推計値。

生産は伸びが低下傾向



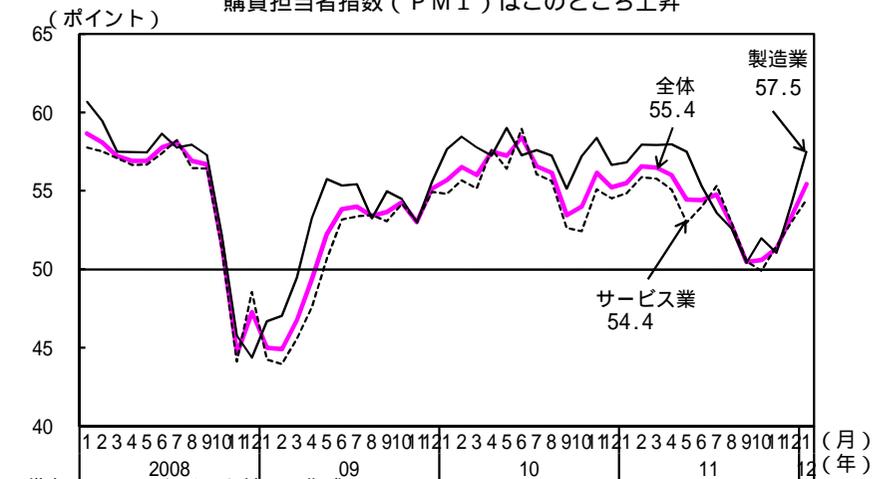
- (備考) 1. インド中央統計局より作成。
 2. 2004年度基準。

国内乗用車販売はこのところ持ち直し



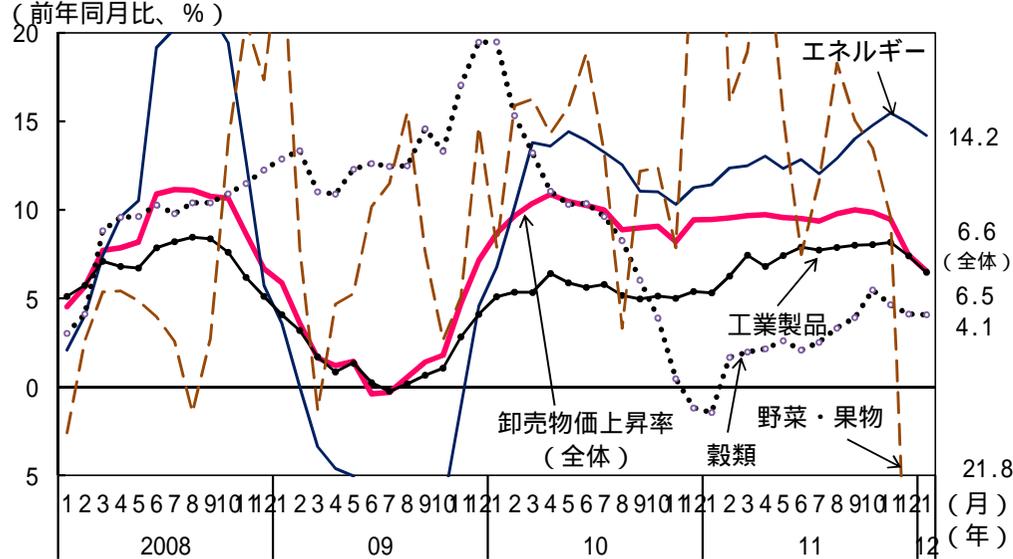
- (備考) 1. インド自動車工業会(SIAM)より作成。
 2. 消費刺激策として、08年から物品税の減税を実施しているが、10年4月から減税幅を縮小。(小型自動車については、通常14%の税率を08年12月から10%、09年2月から8%、10年4月から10%としている。中型・大型自動車については、通常24%の税率を08年12月から20%、10年4月からは22%としている。)

購買担当者指数(PMI)はこのところ上昇



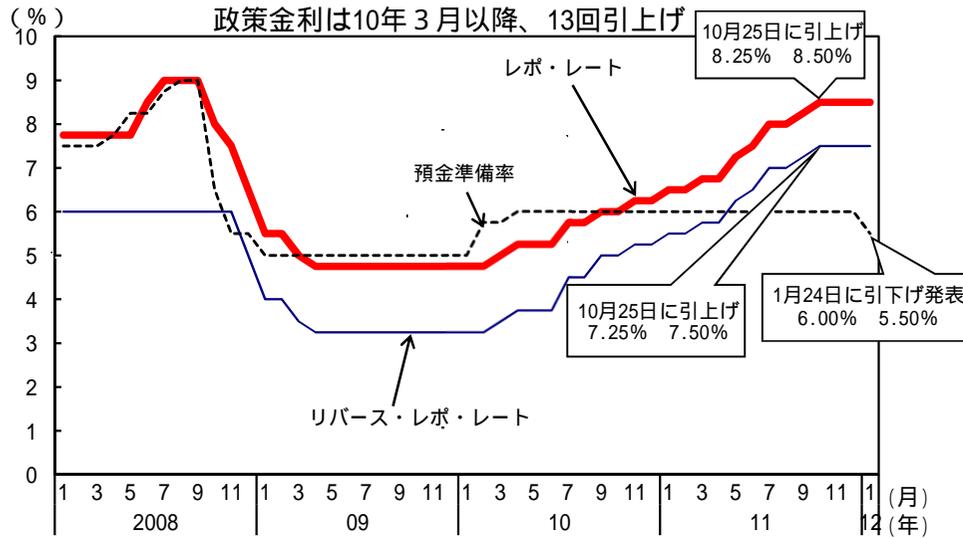
- (備考) 1. マークイット社より作成。
 2. 50より高ければ、「改善/増加」と回答した企業の割合が多いことを表す。
 3. 全体指数は、製造業指数、サービス業指数それぞれをGDPシェアで加重平均して合成したもの。

卸売物価上昇率は高水準ながらこのところ低下



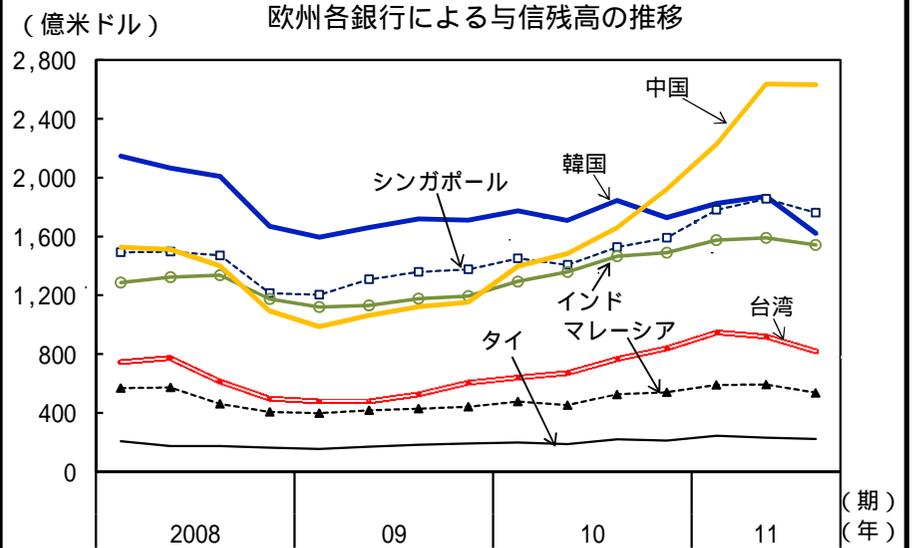
(備考) 1. インド商工省より作成。
 2. 卸売物価上昇率はインド政府・金融当局が最も重視する物価指標。なお、インド準備銀行(中央銀行)は、当面の目標を4.0~4.5%、中期的な目標を3.0%としている。

金融政策の動向



(備考) インド準備銀行より作成。

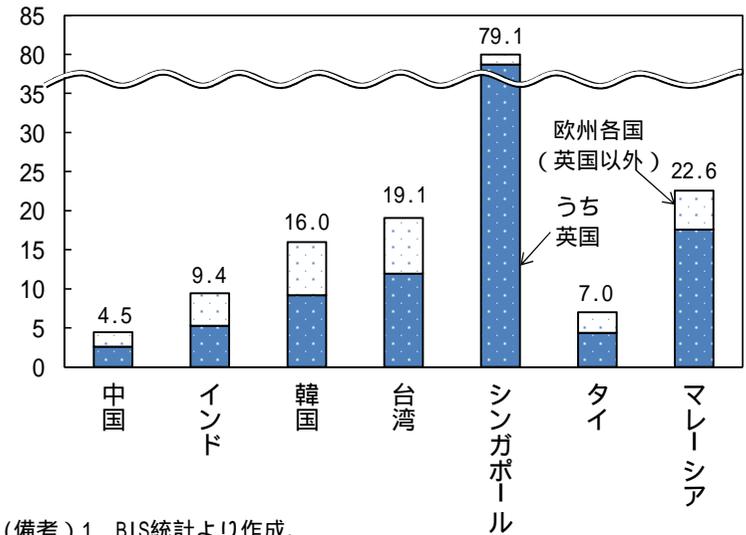
アジア各国に対する欧州各銀行の与信残高



(備考) 1. BIS統計より作成。
 2. BISにデータ提供している銀行のみの集計。

欧州各銀行による与信残高の各国GDP比:

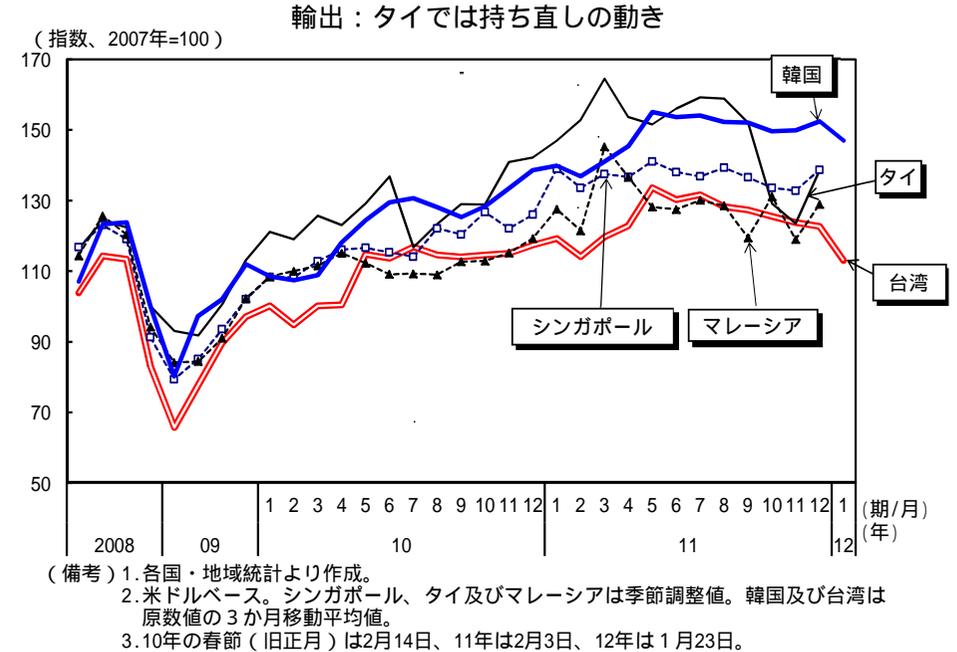
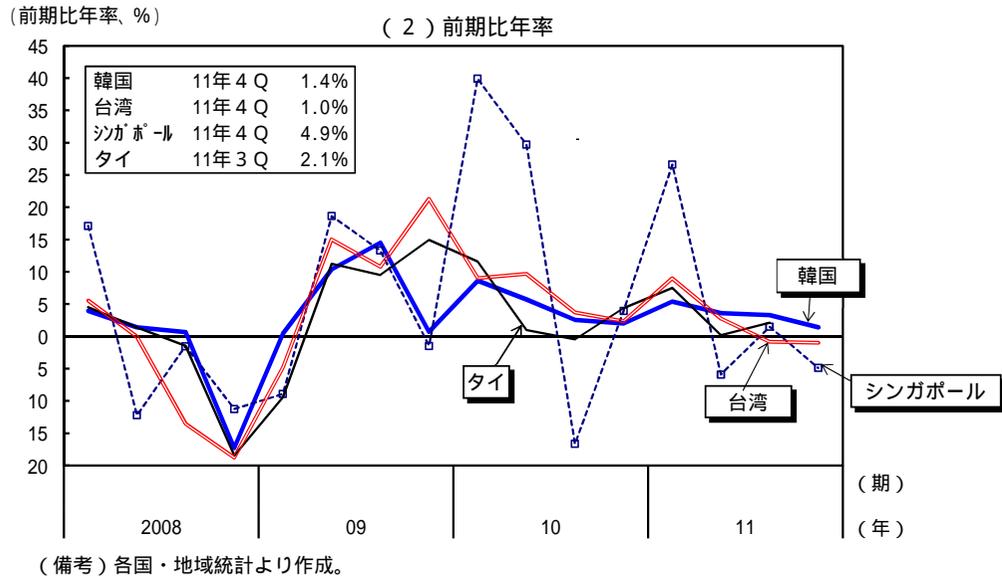
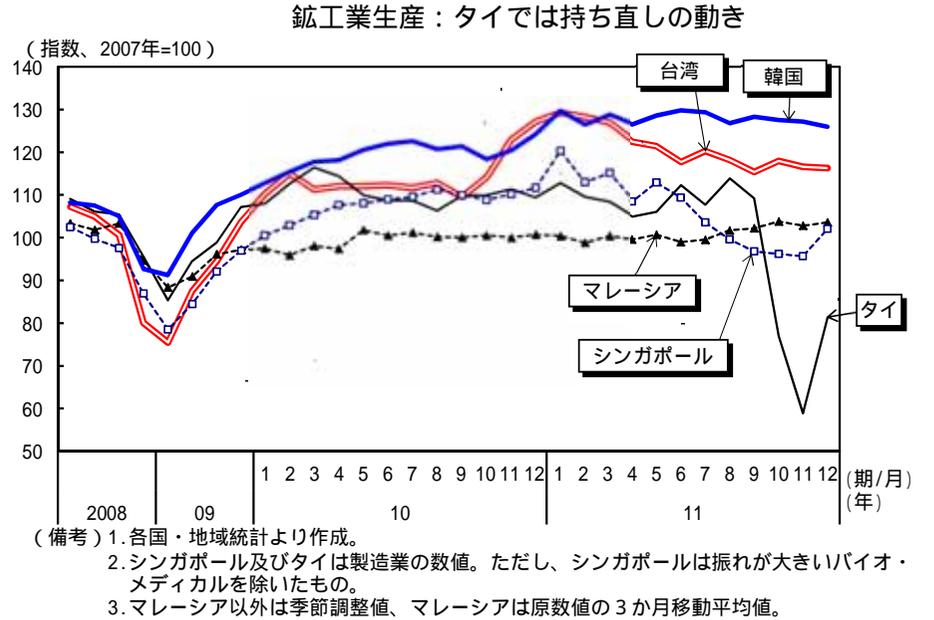
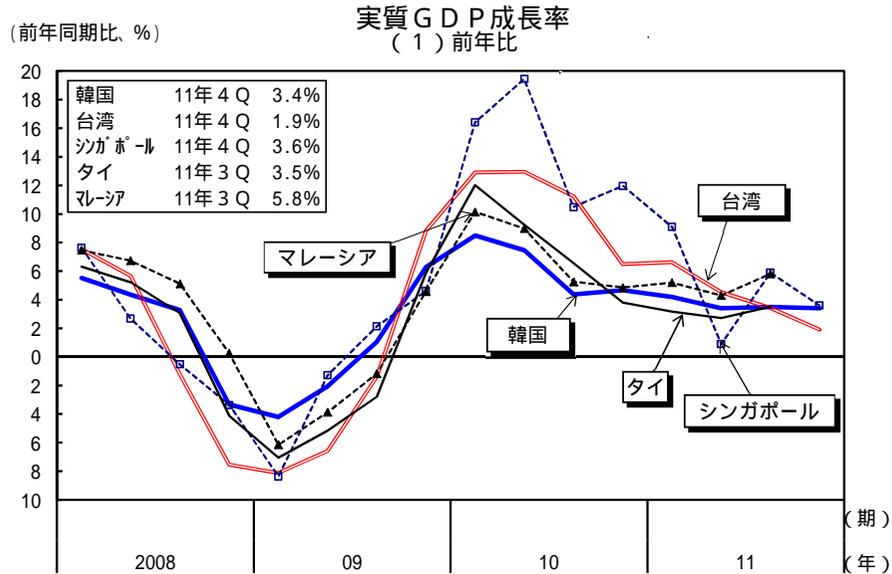
(GDP比、%) 英国の銀行からの貸付が多い



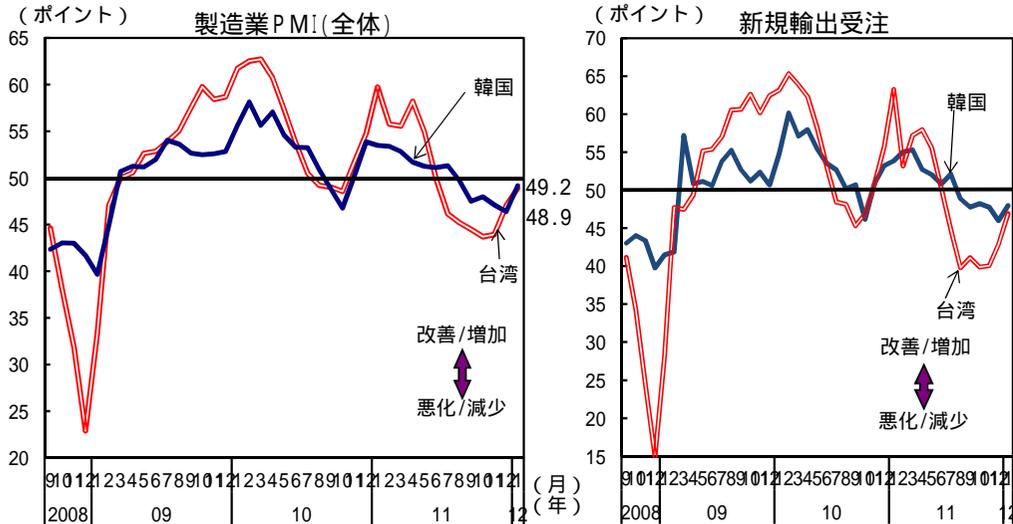
(備考) 1. BIS統計より作成。
 2. BISにデータ提供している銀行のみの集計。
 3. 11年9月末時点のもの。

その他アジア地域：

その他アジア地域では、景気はこのところ足踏み状態となっている。
 先行きについては、当面、足踏み状態が続くと見込まれる。また、輸出や金融資本市場の動向に留意する必要がある。

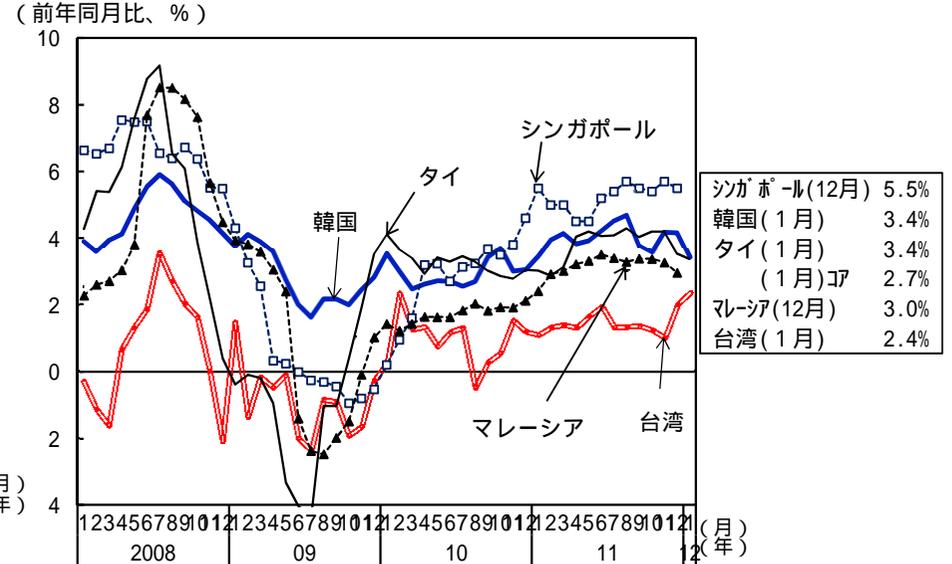


製造業購買担当者指数 (PMI) : このところ持ち直しの動き



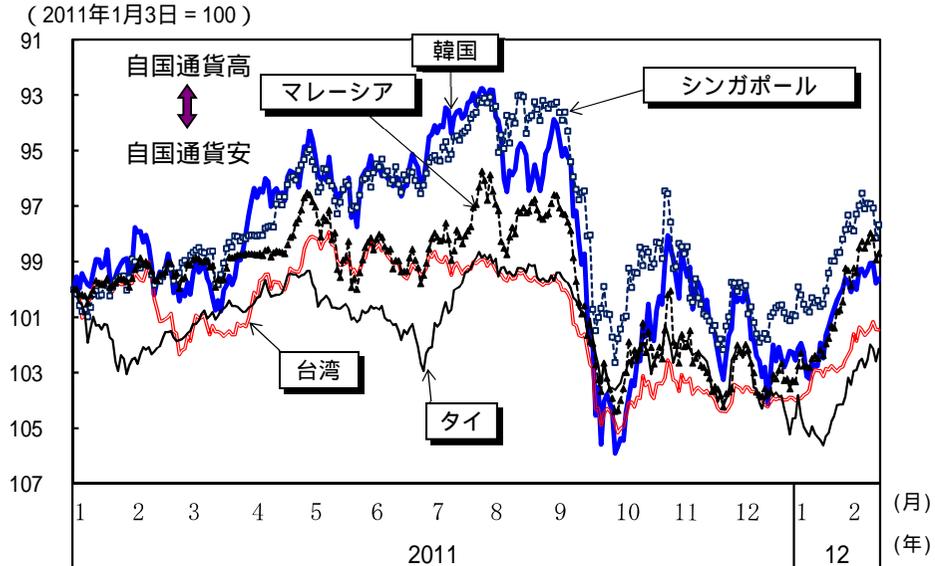
(備考) 1. マークイット社より作成。
2. 50より高ければ、「改善/増加」と回答した企業の割合が多いことを表す。

消費者物価上昇率 : このところ台湾、シンガポールで高まっている



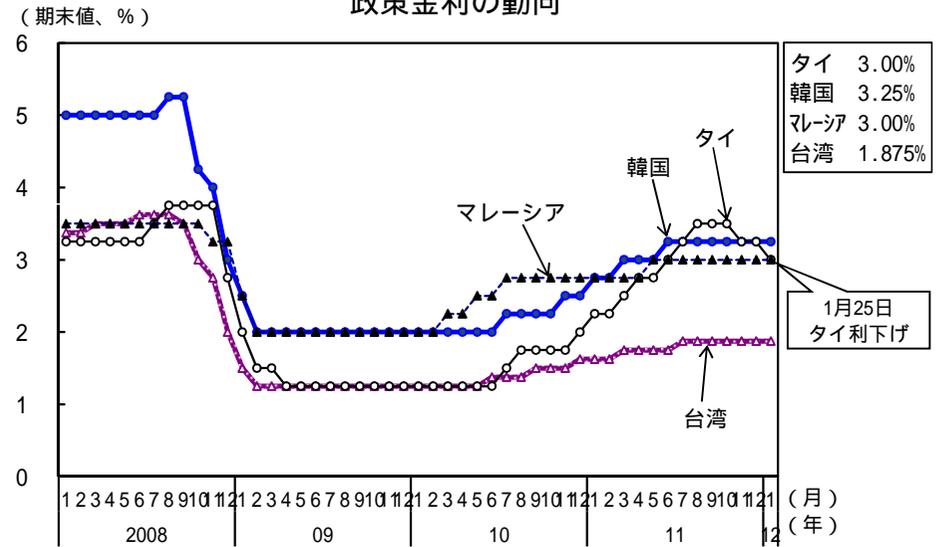
(備考) 1. 各国・地域統計より作成。
2. 韓国とタイはインフレ目標を採用しており、目標値は、韓国ではCPI総合で $3 \pm 1\%$ 、タイではコアCPIで $0.5 \sim 3.0\%$ となっている。

対ドル名目為替レート



(備考) ブルームバーグより作成。

政策金利の動向



(備考) 1. 各国統計より作成。
2. 韓国は7日物レボ金利、台湾は中央銀行再割引率、タイは翌日物レボ金利、マレーシアは翌日物金利。