

テーマ：今、いちばん気になる統計は？

○「鉱工業生産指数～1・2か月先の生産予測指数」

日本の景気判定は、内閣府「景気動向指数」によって決まる部分が多い。その景気動向指数を動かす指標が、経済産業省「鉱工業生産指数」である。また、鉱工業生産指数には、2か月先までの生産予測指数がある。それをみていけば、景気動向指数の先行きもある程度見通せる。例えば、2014年11月の生産指数の前月比・実績は、0.6%減であったが、先行き14年12月予測は3.2%増、15年1月予測は5.7%増となっている。この数字がそのまま実績になれば、生産動向は8月が底になって、9月以降は回復トレンドになったと読める。景気動向指数・一致C Iも、おそらく、9月から上昇傾向に転じ、景気後退は終わったとみることができる。裏づけとして財務省「貿易統計」の輸出金額・前月比でも11月は0.3%増と拡大トレンドだ。今、生産統計から微妙な変化を読み取ることが、分析者の最重要の仕事だ。

首席エコノミスト：熊野 英生

○「中国の不動産価格（新築住宅価格）」

以前のような景気の勢いを失いつつある中国経済だが、その一因には近年の中国の経済成長が固定資本投資の拡大に依存し、設備投資を含めてあらゆる面で「過剰」を招いたことがある。特に、不動産投資の拡大は不動産バブルを生む一方、経済のリスク要因である「シャドーバンキング(影の銀行)」と表裏一体の関係にある。よって、不動産市況の行方は同国経済に多大な影響を与えると考えられよう。中国政府は不動産市況を抑えつつ、事態の急激な悪化を避けるソフトランディングを計るべく、時間を掛けて問題に対処する姿勢をみせている。中銀（人民銀）は昨年11月に約2年半ぶりに利下げを実施する一方、政府は昨年秋以降シャドーバンキング自体を抑えるべく政策を前進させている。不動産市場の暴発を抑えられるか、中国政府の政策対応能力に注目が集まっている。

主任エコノミスト：西濱 徹

○「家計消費状況調査～ネットショッピングの動向」

昨今、インターネットやスマートフォンの普及を背景に、インターネットを利用した消費が増加している。ネット通販の拡大などを背景に通信販売売上高は2013年度まで15年連続で増加しているほか、動画配信などのデジタルコンテンツのネットワーク市場の規模も拡大傾向で推移している。需要側の統計としては、総務省が公表している家計消費状況調査においてネットショッピングの支出総額が公表されており、足元の1ヶ月あたりのネット消費額は2002年の5.8倍にも達した。2015年1月分（公表は3月）からはネットショッピングでの商品・サービス別の購入額が公表される予定になっている。存在感を増すネット消費の動向に注目だ。

副主任エコノミスト：高橋 大輝