

個人消費の回復がみられた春節休暇

ポイント① デフレ基調にある中国経済

中国経済はデフレ基調にあります。1月に発表された2023年通年の名目GDP成長率が実質GDP成長率を下回りました。また、CPIは4か月連続、PPIは16か月連続で前年同月比割れが続いています。経済成長を支えてきた住宅などの不動産開発が低調なことに加え、若年層の就職難などから個人消費が冷え込んだことが物価の継続的下落の背景にあるとみられます。今後の中国経済の方向性を占う上で、2月10-17日の春節休暇中の消費動向に注目が集まっています。

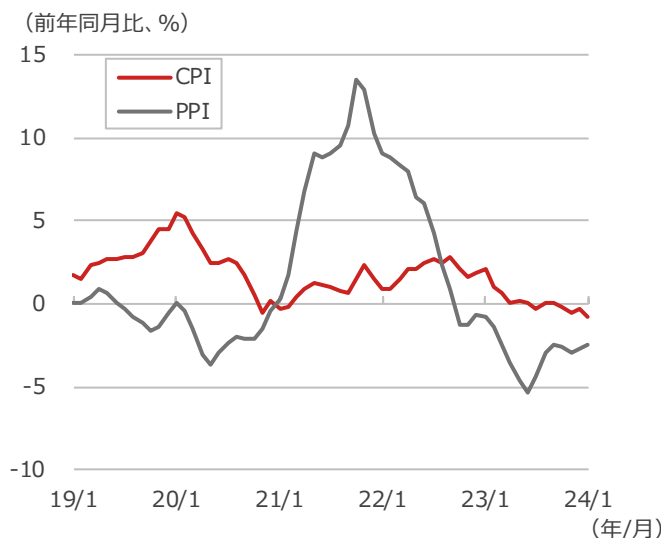
ポイント② 回復の兆しがみられた春節

今年の春節休暇では、旅行者が大幅に増加しました。中国文化観光部データセンターの推計によれば、日数調整後ベースで、国内旅行者数は前年同期比+34.3%、国内観光客の総出費額は同+47.3%と大幅に増加し、どちらも新型コロナウイルス流行前の2019年水準を上回りました。春節休暇の堅調なデータを背景に、休場明けの19日の上海/深センCSI300株式指数は前営業日比1.2%上昇しました。

ポイント③ 注目が集まる中国政府の刺激策

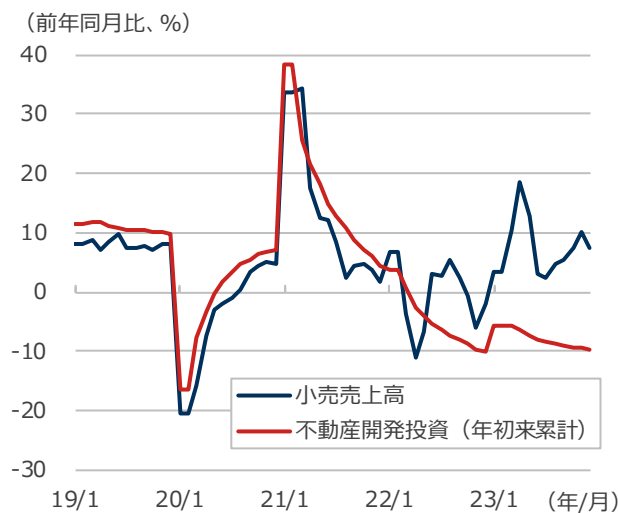
3月5日に開幕する全人代（全国人民代表大会）では、経済成長目標や財政予算案が公表されます。高い成長目標が設定されるかに加え、個人消費や不動産に焦点を当てた景気刺激策が打ち出されるかにも注目が集まっています。さらに、若年層の就職難を解決する政策なども注目されます。これらの政策が機能すれば、個人消費や不動産市場の回復も期待できるでしょう。引き続き主要経済指標や中国政府の動向に注目が集まりそうです。

中国のCPI（消費者物価指数）とPPI（生産者物価指数）



期間：2019年1月～2024年1月、月次
(出所) Bloombergより野村アセットマネジメント作成

中国の小売売上高と不動産開発投資



期間：2019年1月～2023年12月、月次
(出所) Bloombergより野村アセットマネジメント作成

**重要
イベント**

- 2月29日 中国製造業/非製造業PMI (購買担当者景気指数、2月)
- 3月7日 中国貿易収支 (2月)