

Economic Monitor

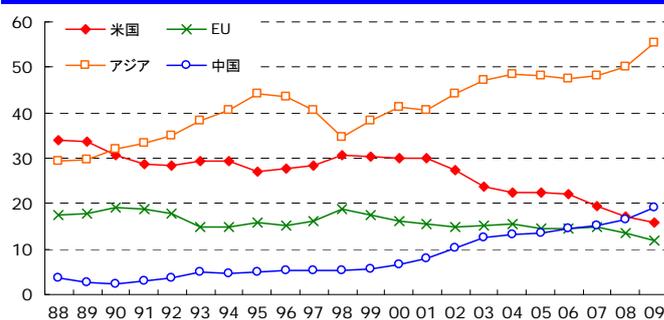
対中輸出と対米輸出の逆転が意味するもの

対中輸出の拡大は、一般機械にとって新たな需要の拡大を、電気機器では水平分業の高まりを意味する。一方、輸送用機器にとっては、中国市場の拡大は必ずしも福音とならないかも知れない。

2009年度の日本の貿易動向における最大の特徴は、貿易総額に占める対アジア貿易のシェアが50.2%と初めて5割を超え、輸出に限れば、対アジアの割合が55.2%（2008年度は49.99%）にまで高まったことであろう。中でも顕著なのが対中貿易の拡大である。対中貿易のシェアは2006年度に17.4%と対米貿易の17.2%を抜き、中国が日本にとって最大の貿易相手国になったが、2009年度には対中貿易のシェアが20.5%に高まる一方、対米貿易のシェアは13.2%へ低下し、両者の差は7ポイント超にまで拡大した。

また、2008年度までは米国が日本にとって最大の輸出相手国だったが、2009年度は中国向けのシェアが19.2%（2008年度16.5%）に上昇、米国向け（2008年度17.0%→2009年度15.8%）を一気に抜き去った。こうした歴史的な構造変動が意味するところは何か。対中・対米輸出の長期推移を振り返った上で、将来のインプリケーションについて考えたい。

仕向け地別輸出シェアの推移(%、年度)



(出所)財務省

対米輸出と対中輸出の20年

まず、対米貿易と対中貿易の過去20年を簡単に振り返る。但し、金融危機を挟んで推移が大きく異なるため、1990年度から2007年度までと金融危機後に分ける。

1) 1990年度から2007年度の変化

日本の輸出総額は1990年度の42兆円から2007年度は85兆円に倍増した。米国向け輸出も、1990年度の12.9兆円から2007年度は16.6兆円へとおよそ3割拡大したが、日本の輸出額が倍増したため、対米輸出の比率は1990年度の30.7%から2007年度は19.5%へ低下している。この間、米国の名目GDPは1.4倍、輸入額は2.8倍と日本の米国向け輸出を上回るペースで拡大しており、円高に加え、NIEsや中国などの新興貿易国の台頭もあり、日本製品は米国市場においてシェアを落としたと言える。また、日本の主要輸出品目である自動車で現地生産化が進んだ影響や、電気機器などの組立工程が日本国外へ移転した影響もある。一方、1990年度に9千億円台だった対中輸出は、2007年度には13兆円と14倍にまで膨らんだ。この間、中国の名目GDP（人民元建）は14倍、輸入額は18倍となっており、日本からの輸出は中国の経済発展に概ね見合うペースで拡大したと言える。対中輸出が、日本の輸出全体に占める割合は1990年度の2.2%から2007年度には15.3%にまで高まっている。

2) 2007年度から2009年度の変化

日本の輸出総額は金融危機に伴い2007年度の85兆円から2009年度は59兆円へと31%減少した。金融危機の震源であった米国向けの輸出は2年間で44%減と更に大きく落ち込み、輸出額全体に占める米国向けのシェアも2007年度の19.5%が2009年度は15.8%へと僅か2年で4ポイント近くも急低下してい

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、伊藤忠商事調査情報部が信頼できると判断した情報に基づき作成しておりますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見通しは予告なく変更されることがあります。記載内容は、伊藤忠商事ないしはその関連会社の投資方針と整合的であるとは限りません。

る。中国向け輸出も金融危機の影響と無縁ではなかったが、中国政府による大規模な内需振興策により、減少率は2008年度▲9.8%、2009年度▲3.8%と軽微に留まった。そのため、中国向け輸出のシェアは2007年度の15.3%から2009年度は19.2%へ、2年で4ポイント上昇している。金融危機を契機に、日本の輸出において、米国向けと中国向けの間で、一気に4ポイントものシェア変動があったと言える。

機械関連輸出の変遷が示す日本の輸出の未来

日本の輸出では、1)建機や工作機械といった資本財が主体の「一般機械」と2)半導体などの電子部品が主力の「電気機器」、3)自動車が過半の「輸送用機器」の3つが主要な輸出品目である。その3つのカテゴリーにおける対米輸出と対中輸出の変遷は、日本の輸出の今後を考える上で様々な示唆を含んでいる。

1)一般機械

一般機械輸出では、2009年度に対中輸出が対米輸出を上回った。この分野における米国と中国は、先進国と新興国を代表している。一般機械の大半を占める資本財は、若い経済でこそ必要であり、新興国である中国向けの輸出が先進国である米国向けを上回るのは当然の流れと言える。日本の資本財の競争力が衰えないと仮定すると、中国経済が成熟すれば、また次の地域へと一般機械の主要な仕向け地は移って行く。

2)電気機器

電気機器輸出は2006年度に対中輸出が対米輸出を上回った。ここでの米国と中国の関係は、消費地と生産拠点の関係を象徴している。電気機器分野では中国に台湾・韓国を含めた東アジアの集積が進んでおり、そこに半導体や水晶振動子など様々な電子部品が集め、組み立てられて、米国や日本など世界各地の市場へ出荷される。東アジアの集積は他地域を圧倒しており、簡単には揺るがないだろう。そのため、日本の電子部品産業が競争力を維持するという前提に立てば、中国向けの電気機器輸出は、今後も拡大を続ける可能性が高い。

3)輸送用機器

中国の自動車市場は2009年に米国を抜き世界最大となった。しかし、日本の輸送用機器輸出は未だ対米が対中の3倍の規模を誇る。特に完成車輸出は対米が対中の7.2倍である。なぜか。日本メーカーが中国で出遅れているのか。そうではない。

米国市場と中国市場では日本メーカーの進出方式が全く異なるのである。米国市場への日本車進出は輸出から始まった。その後、貿易摩擦や規制などを受けて現地生産が拡大したが、現在も相当規模の輸出が維持されている。つまり、現地生産と輸出を併存させるビジネス・モデルである(トヨタ、ホンダ、日産の日系3社計の2009年現地生産比率(生産/販売)は53%)。一方、中国市場への進出は現地生産が当初から主であり、輸出は現地生産を補完するに過ぎず、米国市場への進出とは、ビジネス・モデルが全く異なる(中国における日系3社の現地生産比率は85%)。そのため、中国市場の拡大と日本からの輸出の関係は薄い。現在は、中国国内の生産能力が未整備のため、日本からの輸出も拡大しているが、中国国内の生産能力の整備が進めば、輸出はいずれ打ち止めとなる可能性が高い。自動車メーカーにとって、世界最大となった中国市場における浮沈が重要なのは言うまでもない。しかし、日本国内の自動車組立工程やそこで働く従業員にとっては、中国市場よりも米国市場が最重要市場であり続ける可能性が高いのではないだろうか。

機械関連における対中・対米輸出の推移

FY	一般機械			電気機器			輸送用機器		
	対米	対中		対米	対中		対米	対中	
90	22.1	7.1	0.4	23.2	6.7	0.5	25.0	10.1	0.1
95	24.2	7.2	1.4	25.7	6.7	1.1	19.8	6.9	0.2
00	21.6	6.6	1.4	26.4	6.8	1.8	20.8	9.2	0.3
05	20.1	5.1	2.9	22.0	3.9	3.5	23.5	8.5	0.7
06	19.7	4.7	2.9	21.2	3.5	4.1	24.4	9.1	0.9
07	19.8	4.1	2.9	19.7	3.1	4.0	25.1	7.9	1.1
08	19.7	3.7	3.1	19.1	2.8	4.2	23.7	6.2	1.2
09	17.6	3.1	3.5	19.8	2.6	4.7	22.5	5.9	1.9

(注) 計数は日本の輸出総額に占める比率。