

〈研究ノート〉

日本貿易の構造転換(2)

——日本企業の海外進出と貿易動向——

森 川 正 之

目 次

- 一 プラザ合意以降の円高トレンドの継続と日本経済の高コスト構造
- 二 日本企業の海外進出と貿易に与える影響
- 三 関係を深める日本の対アジア貿易
- 四 海外生産シフトが進む家電と自動車

本稿は、「日本貿易の構造転換」(本学「経済学論集」第20巻第1号所収、96.6)の続編である。

プラザ合意を契機とする円高トレンドの継続と、その円高効果を取り込めない日本経済の高コスト構造から、日本企業(製造業)の海外(主としてアジア)進出が加速しており、それが日本貿易の構造転換を促している。

本稿では、以下、日本企業の海外進出の背景とそれが貿易に与える影響(輸出代替効果、輸出誘発効果、輸入代替効果、逆輸入効果)、日本企業の進出で一段と関係を深めるアジアとの貿易、そして貿易摩擦を経験して早くから海外生産シフトを急ピッチで進めてきた家電と自動車の近年の状況(国内外生産、貿易、海外生産比率など)をみることにしよう。

一 プラザ合意以降の円高トレンドの継続と 日本経済の高コスト構造

1985年9月、ニューヨークのプラザホテルでG5(先進5カ国の蔵相・中央銀行総裁会議)がドル高是正で合意(プラザ合意)してから10年経ったが、こ

の間、円対ドル相場は何度か乱高下を繰り返しながら、趨勢としては上昇傾向を辿り、95年4月19日には東京市場で一時1ドル=80円を突破した（円の最高値は79円75銭）。その後、ワシントンでG7が為替相場の秩序ある反転で合意した（1995年4月25日）ことなど（第1表）から、円は軟化して110円台に戻ったが、購買力平価¹⁾（経済企画庁の調査では、95年の円の購買力平価は1ドル=149円）とは懸け離れており、円の実力は過大評価されている。

円高の背景には、対外不均衡——特に、アメリカの経常収支の大幅赤字と日本の同じく大幅黒字、それが年々累積する形でのアメリカの対外負債と日本の対外資産の膨張——が長く続いているという構造的な問題がある²⁾（第1図でみるように、円相場は経常収支と相関関係がある）³⁾ので、アメリカと日本の双方がそれぞれ対外不均衡の基底にある自国の貯蓄・投資バランスの改善に努める——アメリカは貯蓄を増やし、日本は投資を増やす——ことが肝要である。それが欠如しているからこそ、外為市場は投機筋（ヘッジ・ファンドと呼ばれるアメリカの投資信託など）に翻弄され、為替相場が乱高下することになる。

為替相場が乱高下するときは、各国が協調して市場介入（対抗売買）することがあるが、その効果は薄い。それは、1日1兆ドルを超える為替取引（第2表）のうち貿易取引の決済など実需を伴う取引は一部でしかなく、取引の大部

- 1) 購買力平価（Purchasing Power Parity）は基準年の為替相場X（日本の物価指数÷米国の物価指数）で算出するが、基準年の取り方や物価指数の構成の違いなどによって計算結果に差がでる。
- 2) 為替相場は、この他に、各国の経済成長率や金利格差、政治状況、国際情勢、投機的な思惑など、諸要因が絡み合って動くので、その動向を的確に予測することは難しい。
- 3) 円相場は経常収支の影響を受ける（日本の黒字とアメリカの赤字が増えると円高が進み、不均衡が縮小すると円は下落する）が、日本から経常黒字に見合った対外投資があれば円高にはならない。

しかし、バブル崩壊後、生命保険会社などの機関投資家（円高で巨額の為替差損を被った）は対外投資を控えるようになった。

その後、95年8月2日に、大蔵省が「海外投融資促進策」を発表したので、対外証券投資などにはずみがつくのではないかと思われる。

日本貿易の構造転換(2)

第1表 プラザ合意以降 10年間の円相場の歩み

1985. 9. 22	プラザ合意—先進5カ国の蔵相・中央銀行総裁会議 (G5) がドル高是正のための協調介入で合意
87.10.19	ブラックマンデー (ニューヨーク市場の株大暴落)
90.10.13	東西ドイツ統一
91.12.21	ソ連邦崩壊、東西冷戦の終結
92. 9. 17	欧州通貨危機で、英・伊が欧州為替相場メカニズム (ERM) を離脱
94. 2. 11	日米包括経済協議が決裂
6. 27	東京市場で初めて1ドル=100円を突破
12. 20	メキシコ・ペソが暴落
95. 3. 8	東京市場で1ドル=90円を突破
4. 14	緊急円高・経済対策と公定歩合引き下げ (1.75%→1.0%)
4. 19	東京市場で一時1ドル=80円を突破 (円の最高値1ドル=79円75銭)
4. 25	ワシントンでG7が為替相場の秩序ある反転で合意
5. 24	日米包括経済協議の再開で合意
6. 28	日米自動車交渉が決着
8. 2	大蔵省が海外投融資促進策を発表
8. 15	日米独がドル買いの協調介入
9. 8	日銀が公定歩合引き下げ (1%→0.5%)
9. 20	政府が総事業規模14兆円超の新経済対策を発表
10. 7	ワシントンでG7が4.25に合意した為替相場の秩序ある反転を評価し、ドル高のトレンドを継続させることで一致

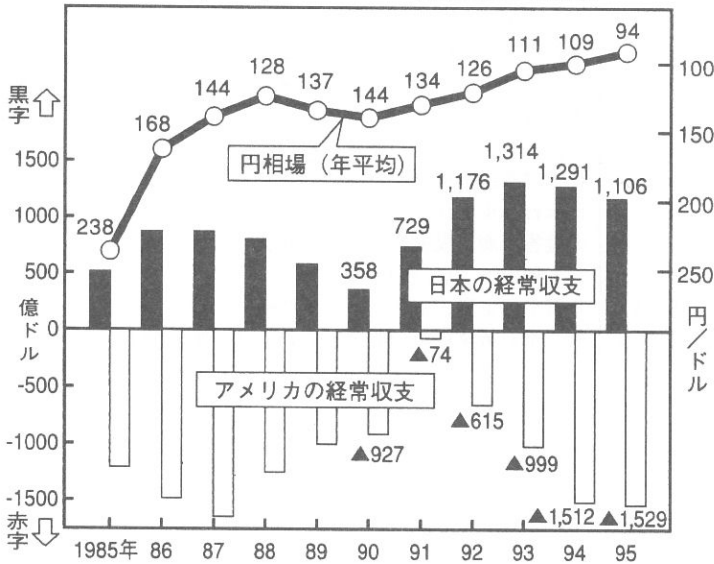
分が短期の利鞘を狙った投機取引(その中核はデリバティブ⁴⁾に絡む取引)だからで、小規模の市場介入では巨額の投機資金には歯が立たないのである。そこ

4) デリバティブ (金融派生商品) は新しいタイプの金融取引で、先物やスワップ (固定金利と変動金利を交換する)、オプション (金融資産を一定の価格で売買する権利を取引する) が代表的だが、コンピュータの発達でスワップやオプションを組み合わせた無数のデリバティブ商品が登場している (デリバティブは貸借対照表に載らない簿外取引である)。

こうして、デリバティブという「テコ」を得た投機資金が世界の金融・資本市場を徘徊しており、外為市場を攪乱しているのである。

で、投機資金の封じ込め策としてトービン・タックス⁵⁾などの提案がなされているが、実効性が乏しい。投機はそれ自体悪ではないし、投機を規制するのは金融・資本取引の自由化の流れに逆行する。要は、政策協調の姿勢を崩さないことで、そうすれば投機筋に攪乱されることなく、為替相場はファンダメンタルズ（経済の基礎的諸条件）を反映した一定の水準に落ち着くだろう。政策協調（金融・財政・介入政策をワンセットにした政策協調）の足並みが揃っていないことが投機筋に格好の活躍の場を与えているのである。

第1図 日本とアメリカの経常収支と円相場



資料：円相場はIMF「International Financial Statistics」、
日本の経常収支は日銀「国際収支統計月報」、
アメリカの経常収支は商務省「Survey of Current Business」

5) トービン・タックスは、ノーベル賞を受賞した経済学者ジェームス・トービン教授が提案している取引税構想で、スポットの外為取引に一律の取引税を課すことで短期の投機的取引を抑えるのが狙いである。こうした考えの背景には、金融の国際化、イノベーションで取引コストが取引額に比べて極度に低くなっていることが投機を促しているとの判断がある。(1995.4.22「週刊東洋経済」参照)

日本貿易の構造転換(2)

第2表 主要各国の外国為替市場の取引規模

ロンドン	4,645 (30)
ニューヨーク	2,444 (16)
東京	1,613 (10)
シンガポール	1,054 (7)
香港	902 (6)

国際決済銀行調べ(1995年4月)、

1営業日平均の取引高・億ドル、

カッコ内は世界シェア%

資料：96.2.21付毎日新聞

ところで、既述のように、円の対ドル相場は趨勢として上昇傾向を辿ってきたが、円高は日本の通貨である円の対外価値が上がることだから、喜ばしいことである。しかし、円高になるとドル建ての輸出価格が上昇するため、価格競争力が低下して輸出が減少するので、輸出依存型の企業にとっては収益悪化につながる⁶⁾。そこで輸出関連企業は、円高対応策として、コストダウン策(製造コストの引き下げ、販売・管理費の節減、下請企業への値下げ要請など)を強化する一方、国内産業の「空洞化」(注6)につながる海外生産シフトを一段と進めてきたのである。

企業の海外生産シフトが進むのは、円高のためだけではなく、日本経済の高コスト構造がこれに拍車をかけている。日本の物価上昇率は低いが、物価水準は先進国で一番高い。内外価格差⁷⁾の是正が叫ばれて久しいが、政府の内外価格差調査(1995年)の結果をみると、東京の物価水準はニューヨークの1.59倍、ロンドンの1.52倍で、依然として格差が大きい。生活関連(衣・食・住)の商品やサービス価格だけでなくビジネスコスト(労働コストや物流コスト・エネ

6) 円高のデメリットとしては、この他に、(1)国内産業の空洞化(輸出関連企業が海外との価格競争力を確保するため、コストの安い海外へ生産拠点をシフトすることによって、国内の生産・投資・雇用が減少すること)や(2)外貨建て資産の目減り(日本の生命保険会社などの機関投資家が大量に保有するドル建て資産の円換算額が目減りして、経営の圧迫要因になること)などがある。

7) 内外価格差は、同じ商品やサービスの価格が日本と外国とで差があることで、これは購買力平価と為替レートが乖離することによって生じる。

内外価格差(倍率) = 購買力平価 ÷ 為替レート

ルギーコストなど)の格差も一向に縮小しない。こうした内外価格差のために、本来国際競争力を持つはずの企業が競争力を弱め、生産拠点の海外シフトを加速させるのである(一方で競争力のない産業だけが国内に残る「空洞化」が懸念される)。

内外価格差は、市場メカニズムが十分に機能していれば縮小に向かうはずである(円高になれば、輸入する原材料や製品の価格が割安になるから輸入が増え、それが国内の競争を活発にして物価全体の水準を押し下げ、内外価格差を縮小させる)が、現実にはそうになっていない。それは市場メカニズムの働きを阻む要因(公的規制、複雑な流通機構、不合理な取引慣行など)があるからで、これを放置すれば国内企業の競争力維持に重大な支障を与える。参入規制や価格規制などの緩和・撤廃、流通機構の簡素化、排他的な商慣習の見直しなど抜本的な構造改革が急務である。

二 日本企業の海外進出と貿易に与える影響

以上述べたように、プラザ合意以降の円高トレンドの継続とその円高効果を取り込めない日本経済の高コスト構造から、日本企業の海外生産シフトが加速しており、第2図でみるように、日本の製造業の海外生産比率(国内製造業売上高に対する海外現地法人売上高の比率)は、85年度には3.0%にすぎなかったが93年度には7.4%に上昇している(海外進出している企業に限って海外生産比率をみると、18.3%になっている)。次に、製造業の海外生産比率を業種別にみると(第3表)、基幹産業である輸送機械と電気機械の2業種が特に高い比率を示している。また1993年度末現在の製造業の海外現地法人数は4,429社(アジア2,354社、北アメリカ1,078社、ヨーロッパ639社など)で、アジアが過半の53.2%を占めている。かつては貿易摩擦対策としてアメリカで現地生産するか市場統合を睨んでヨーロッパ各国へ生産拠点を設けるのが主流であったが、90年代に入ってから円高対策としてアジアへの進出が活発になってきているのである(第3図でみるように、93年度に新たに設立された製造業の

海外現地法人262社のうち、77.9%がアジアに設立されている。そしてアジアの中では、NIEs→ASEAN→中国へと進出先が変わってきており、93年度に海外進出した製造業の現地法人の49.2%が中国に設立されている。アジア、特に中国への進出動機は、かつては人件費の節減など生産コストをおさえるためであったが、最近ではマーケット重視——消費市場としての魅力——の観点から進出しているようである)。こうして一旦立ち上げた海外生産は少々円高が是正されても元に戻ることはないであろう。

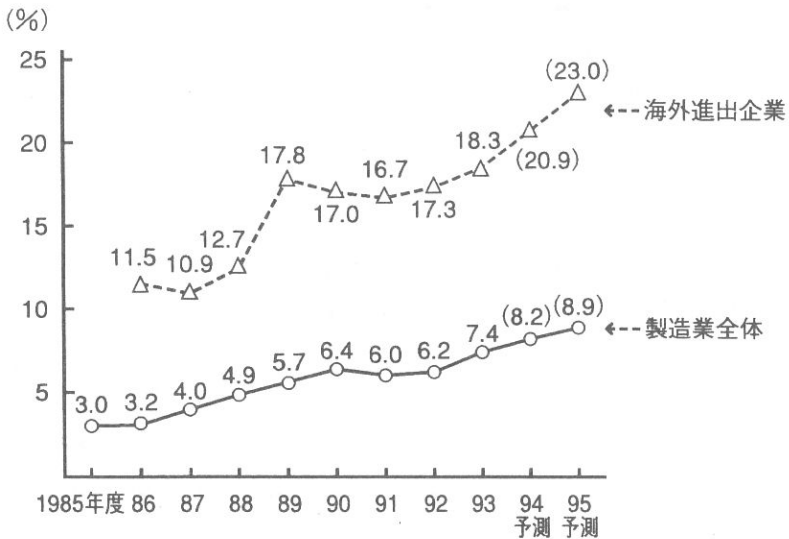
ところで、こうした海外生産の拡大は貿易に次のような影響を与える。

- (1)輸出代替効果——日本からの輸出が海外生産に代替されることによって、日本からの輸出が減少する効果。
- (2)輸出誘発効果——海外に進出した現地法人が工場の立ち上がりに必要な資本財（生産設備など）や部品を日本から調達することによって、日本からの輸出が増加する効果。
- (3)輸入代替効果——生産拠点の海外へのシフトに伴って、日本への原材料の輸入が減少する効果。
- (4)逆輸入効果————海外の現地法人から製品が輸入されるようになって、日本の輸入が増加する効果。

そして、こうした効果を総合すると、貿易収支は短期的には黒字が増えるが（海外進出の初期の段階では輸出誘発効果が大きいので）、中長期的には（逆輸入効果が大きくなって）黒字は減ってくる（輸出誘発効果が漸減傾向を持つものに対して、逆輸入効果は漸増傾向を持っているので、海外生産が軌道にのって行くにつれて、黒字は減少に向う）。

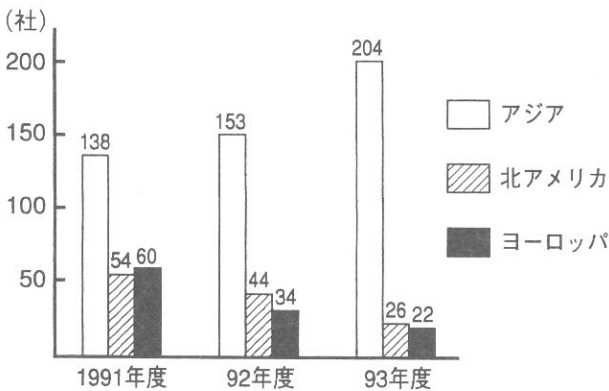
他方、海外生産の進展は企業内貿易——本国の企業（親会社）と海外の現地法人（子会社）、あるいは現地法人相互間の貿易——を促進する効果があり、通産省の調査によれば、日本企業の海外子会社向け輸出は、既に全輸出の25%を超えている（海外子会社からの輸入は、近年増えてきてはいるが、輸出に比べると、その割合は低い）。

第2図 日本の製造業の海外生産比率



(注) 海外生産比率=現地法人売上高/国内法人企業売上高
資料：通商産業省「我が国企業の海外事業活動」

第3図 製造業の海外現地法人進出状況



資料：通商産業省「我が国企業の海外事業活動」

日本貿易の構造転換(2)

第3表 製造業の業種別海外生産比率 (単位：%)

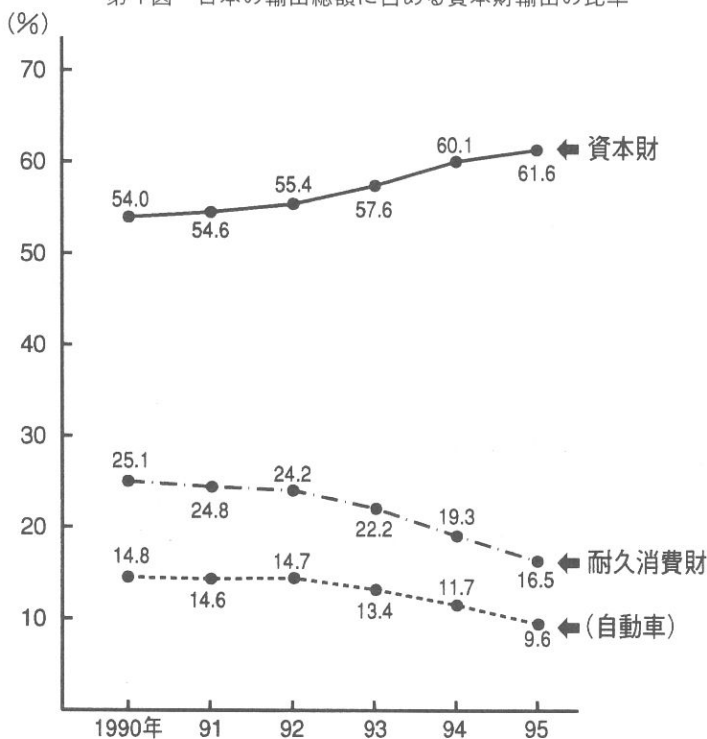
	1990年度	1993年度
製 造 業	6.4	7.4
食 料 品	1.2	2.4
織 維	3.1	3.2
化 学	5.1	7.0
鉄 鋼	5.6	6.3
非鉄金属	5.2	6.5
一般機械	10.6	5.8
電気機械	11.4	12.6
輸送機械	12.6	17.3
精密機械	4.7	5.6

資料：通商産業省「我が国企業の海外事業活動」

次に、生産拠点の海外シフトで日本の貿易がどのように変わったか、結論から言えば、従来の日本の貿易は外国から主要な原材料やエネルギー資源を輸入して、これに付加価値をつけ、工業製品として輸出するといった典型的な加工貿易の形態をとっていたが、近年では海外シフトの影響を受けて、完成品輸出の減少（これに代わる資本財・部品輸出の増加）や製品輸入の増加（逆輸入を含む）が顕著になってきたといえよう。

第4図でみるように、完成品の輸出——例えば自動車などの耐久消費財の輸出——は近年一貫して減少傾向にあるのに対し、資本財の輸出は上昇傾向を続けており、95年には輸出総額（4,429億ドル）の61.6%を占めるに至っている。そして、資本財輸出の6割近く（57.7%）が機械類部品になっている（95年の資本財輸出額は2,730億ドル、そのうち半導体等電子部品や自動車部品などの機械類部品の輸出額は1,580億ドル）が、それらは主としてアジア向けに輸出されており、近年アジアへ生産拠点をシフトした日本の企業が日本から部品を調達することによって日本からの輸出が増加するという、既述の海外生産の拡

第4図 日本の輸出総額に占める資本財輸出の比率



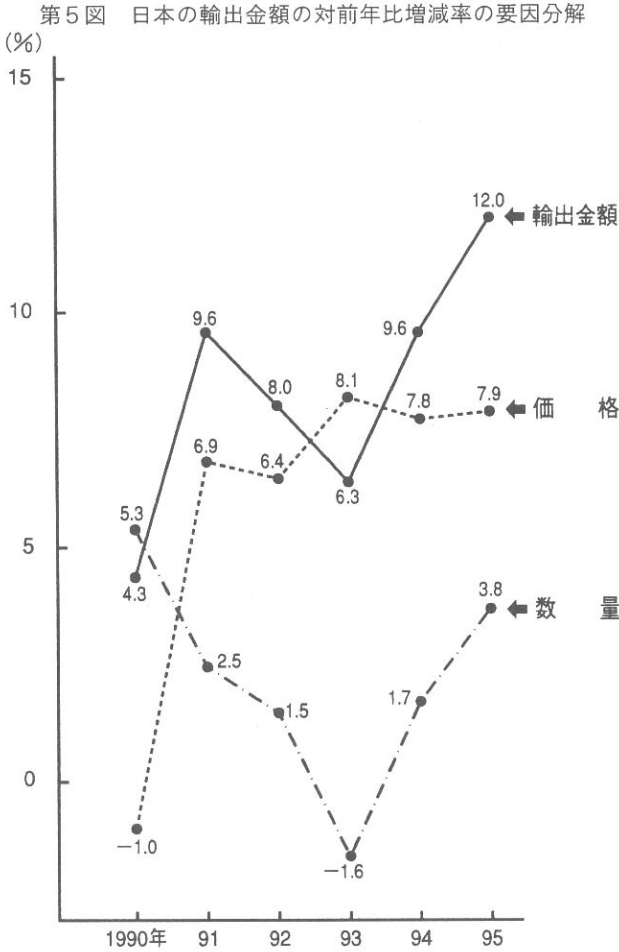
資料：大蔵省「貿易統計」

大に伴う輸出誘発効果が働いていると考えられる。

さて、輸出関連で今ひとつ言及しておかなければならないのは、日本の輸出企業が円高で競争力を失った製品をアジアでの現地生産あるいは輸入に置き換え、国内では高付加価値製品（高品位、高機能、非価格競争力を持った製品）の輸出にシフトしていることである。円高になると輸出企業の円での受け取りが減り、収益が圧迫されるから、輸出企業は必然的に品質など価格以外の面で競争力を保てる製品にシフトしていかざるをえないわけで、第5図でみるように、近年輸出価格の上昇が日本の輸出額全体を押し上げる要因になっている。こうして円高後はアジアを巻き込んだ新たな分業体制が形成されつつある。すなわち、従来の日本とアジア諸国との分業関係は、日本がアジアから原材料を

日本貿易の構造転換(2)

輸入して製品を輸出するといった垂直的な分業が中心であったが、近年は水平的な分業——アジアで付加価値の低い製品をつくり、日本は付加価値の高い製品に絞るといった「製品間の分業」や、製品をつくる過程で、労働集約的な工程をアジアで、技術集約的な工程を日本でおこなうといった「工程間の分業」など——が進んでいるのである。アジアには経済の発展段階が異なる国・地域

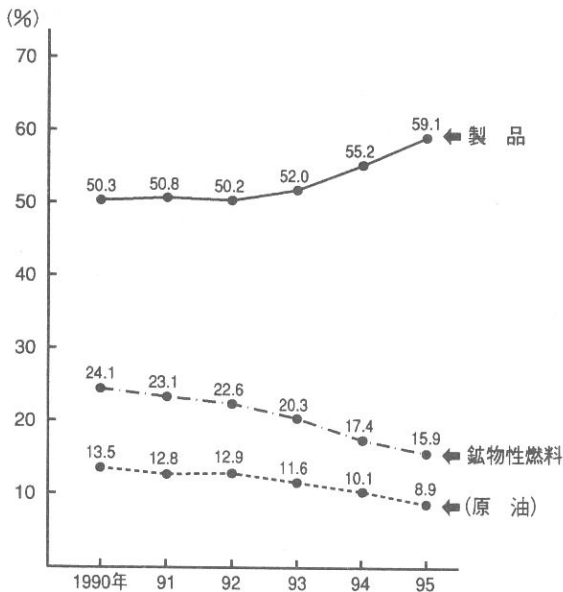


資料：大蔵省「貿易統計」

が重層的に存在しており、これによって多様な相互依存関係・分業関係が形成されているが、こうしたアジアと日本とは近年水平的な分業関係によって、一段とその結びつきを強めてきているといえよう。

一方輸入の方はどうかというと、第6図でみるように、原材料やエネルギー資源の輸入は近年減少傾向にあるのに対し、製品の輸入⁸⁾は増加傾向を続けており、95年には輸入総額(3,361億ドル)の59.1%(1,987億ドル)を占めるに至っている。そして製品輸入の地域別構成比をみると(第7図)、北アメリカや西ヨーロッパの構成比が減少し続けているのに対して、アジアの構成比は増

第6図 日本の輸入総額に占める製品輸入の比率

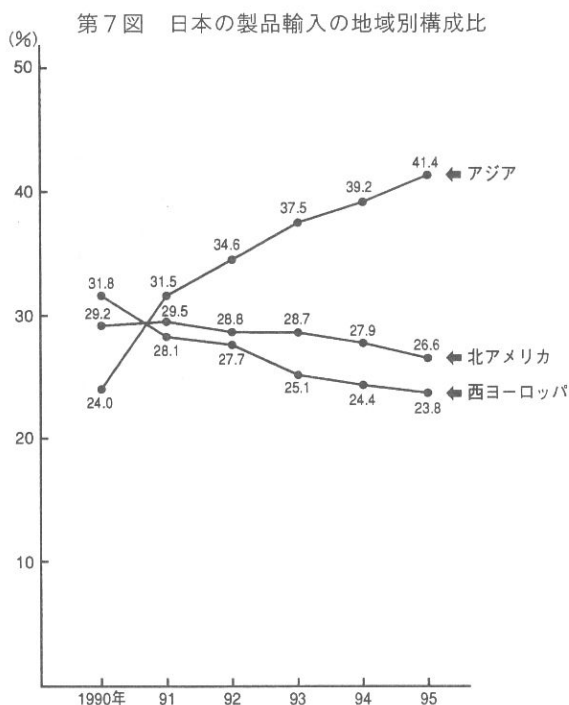


資料：大蔵省「貿易統計」

8) 製品輸入(95年)の内訳をみると(大蔵省調査)、機械機器 42.4%(電気機械 17.5%、一般機械 13.9%、輸送機械 7.8%、精密機械 3.2%)、繊維製品 12.4%、化学品 12.4%、金属品 10.0%などとなっている。

日本貿易の構造転換(2)

加し続けている⁹⁾。これはアジアに進出した日本企業の現地法人からの逆輸入が増えてきていることと表れると思われるが、この他にアジアのNIEs、ASEAN、中国などの技術水準が向上し、これらの地域からの製品輸入が増えていることや、日本の流通関連企業（百貨店など）が消費者のニーズに的確に対応するため、生活関連商品（衣類・家電・家具など）の直接輸入（商社などを経由しないで輸入すること）や開発輸入（日本の企業が海外の企業と提携して、日本向けの商品を開発・輸入すること）に積極的に取り組んでいることなどがあろう。

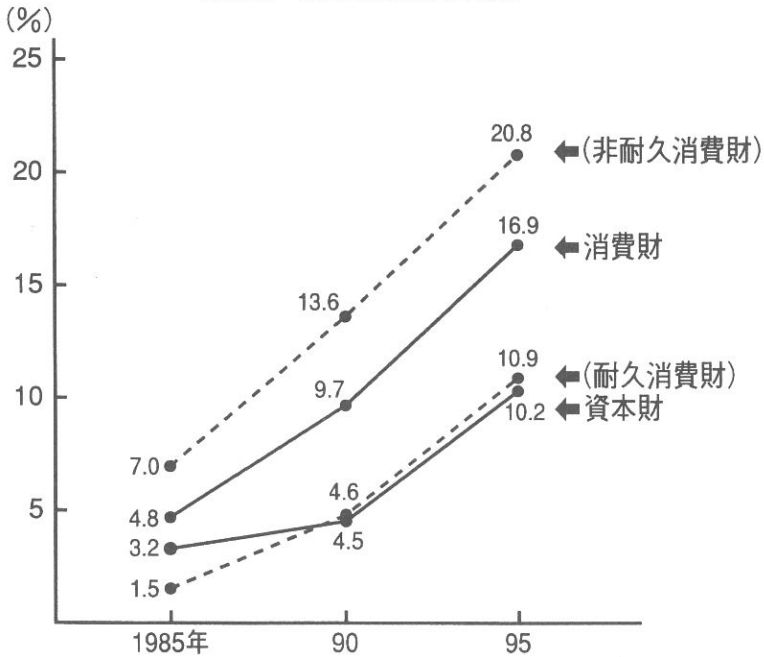


資料：大蔵省「貿易統計」

9)製品輸入(95年)の地域別構成比をみると(大蔵省調査)、アメリカ25.2%、EU21.5%、NIEs 16.7%、中国14.0%、ASEAN9.2%などとなっている。

こうして、近年製品輸入のシェアが拡大し、輸入品が国産品と競合する形で生活の隅々に浸透してきている、一時期は、アジアでつくられた家電製品などに対して消費者が拒否反応を示したことがあったが、今では消費者が外国製にこだわらなくなり、輸入品と国産品の区別なく自由に選択の対象となっている。ちなみに、国内総供給（国産と輸入の和）に占める輸入の割合を示す輸入浸透度をみると（第8図）、資本財、消費財とも上昇し続けており、需要が落ち込む中で、輸入増が国産品を代替していることがわかる。

第8図 日本の財別輸入浸透度



(注) 95年の数値は95年11月までの数値から推計した
資料：通商産業省「鉱工業供給表」

三 関係を深める日本の対アジア貿易

次に、日本企業のアジア進出で一段と関係を深めてきているアジアとの貿易概況をみておこう¹⁰⁾。

まず、日本の対アジア輸出および輸入の動向をみると¹¹⁾ (第9, 10 図)、日本の対アメリカ、対EU貿易が停滞ないし減少傾向を辿っているのとは対照的に、対アジア貿易は増加の一途を辿っており、近年では特に中国との結びつきが強くなってきている(中国は日本の輸出先の第6位、輸入先の第2位になっている—注11を参照されたい)。そして貿易収支の動向をみると¹²⁾ (第4表と注12)、全体として(中国など一部の国を除いて)日本の黒字が拡大してきており(これは日本の企業がアジアへ生産拠点ををシフトしたことによる輸出誘発効果が今のところ逆輸入効果を上回っているからであろう)、93年以降対アメリカ黒字を超える規模に達している(第11図)。しかし、既述のように(75頁)、輸出誘発効果が漸減傾向を持つのに対して逆輸入効果は漸増傾向を持つ

10)日本の貿易にとって、アメリカは依然として第1位のかけがえのない交易パートナーであるが、近年そのシェアは低下傾向にあり(特に、70年代以降貿易摩擦が激化したことから、これに対処するため日本が自動車などの輸出自主規制を実施したことなどの影響で、輸出シェアが低下してきている)、これに代わってアジアのNIEs、ASEAN、中国などのシェアが上昇してきている。

11)日本の対アジア輸出および輸入比率(95年)をさらに細かくみると(大蔵省調査)、輸出では韓国7.1%(312.9億ドル、全体の第2位)、台湾6.5%(289.7億ドル、同第3位)、香港6.3%(277.8億ドル、同第4位)、シンガポール5.2%(230.0億ドル、同第5位)、中国5.0%(219.3億ドル、同第6位)、タイ4.5%(197.1億ドル、同第8位)、マレーシア3.8%(168.0億ドル、同第9位)、インドネシア2.3%(97.7億ドル、同第11位)、フィリピン1.6%(71.0億ドル、同第15位)、輸入では中国10.7%(359.2億ドル、全体の第2位)、韓国5.1%(172.7億ドル、同3位)、台湾4.3%(143.7億ドル、同第5位)、インドネシア4.2%(142.1億ドル、同第6位)、マレーシア3.1%(105.5億ドル、同第9位)、タイ3.0%(101.3億ドル、同第11位)、シンガポール2.0%(68.4億ドル、同第14位)、フィリピン1.0%(34.8億ドル、同第20位)、香港0.8%(27.4億ドル、同第25位)となっている。

ているので、日本企業のアジアでの生産活動が本格化するにつれて、黒字は減少に向かうのではないかと思われる（短期的には対アジア黒字は増えるが、中・長期的には減ってくる）。

第4表 日本の対アジア貿易収支の動向（単位・億ドル）

	1985年	1990年	1995年
N I E s	126.6	307.2	698.2
A S E A N ₄	△ 3.1	△ 22.4	152.0
中 国	59.9	△ 59.3	△ 139.9
(参考)			
(アメリカ)	394.9	379.5	454.5
(ドイツ)	40.1	63.0	66.1

(注) △印は日本の赤字を示す。
資料：大蔵省「貿易統計」

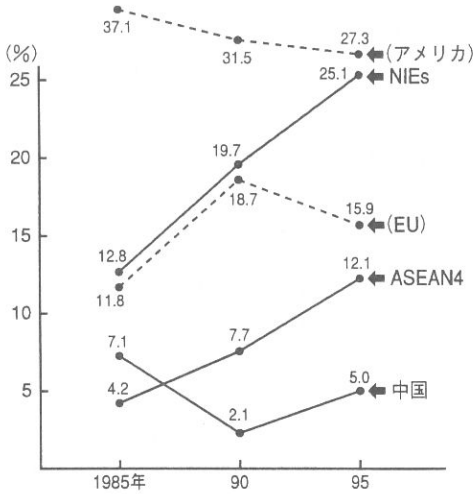
12) 日本の対アジア貿易収支状況（95年）を、国・地域別にみると（大蔵省調査）、次表のように、中国とインドネシアを除いては、日本の黒字となっている。

		輸出額	輸入額	貿易収支
対 N I E s	韓国	312.9	172.7	140.2
	台湾	289.7	143.7	146.0
	香港	277.8	27.4	250.4
	シンガポール	230.0	68.4	161.6
対 A S E A N ₄	タイ	197.1	101.3	95.8
	マレーシア	168.0	105.5	62.5
	インドネシア	99.7	142.1	△ 42.4
	フィリピン	71.0	34.8	36.2
対 中 国		219.3	359.2	△ 139.9

(注) △印は日本の赤字を示す。
資料：大蔵省「貿易統計」

日本貿易の構造転換(2)

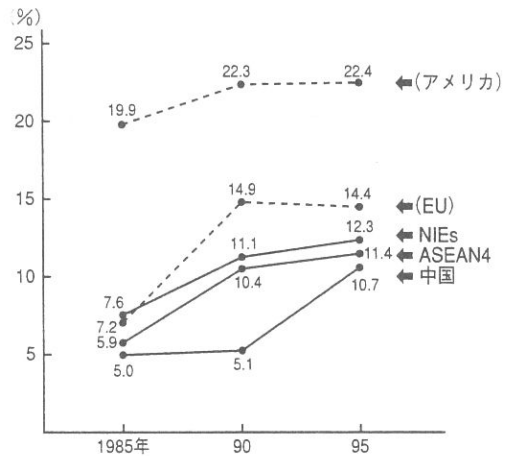
第9図 日本の対アジア輸出の動向
(輸出総額に占める比率)



(注) NIEsは韓国、台湾、香港、シンガポール。
ASEAN4はタイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン。
アメリカとEUは参考。

資料：大蔵省「貿易統計」

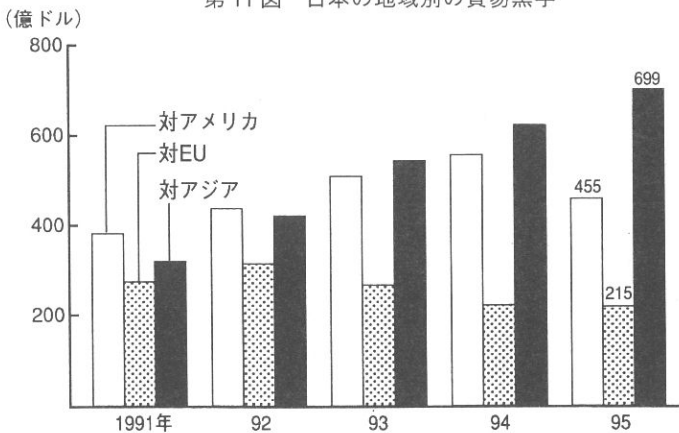
第10図 日本の対アジア輸入の動向
(輸入総額に占める比率)



(注) 9図と同じ

資料：大蔵省「貿易統計」

第11図 日本の地域別の貿易黒字



資料：大蔵省「貿易統計」

次に、日本の対アジア輸出および輸入の商品構成をみると、全体の傾向として、輸出では資本財・部品類、輸入では製品（耐久、非耐久消費財）が目立って増えてきているといえようが、さらに詳しく、日本の対NIEs、ASEAN₄各国・地域および中国との貿易額上位3商品（95年）をみると、第5表のようになっている。

第5表 日本の対アジア輸出額および輸入額の上位3商品（1995年）

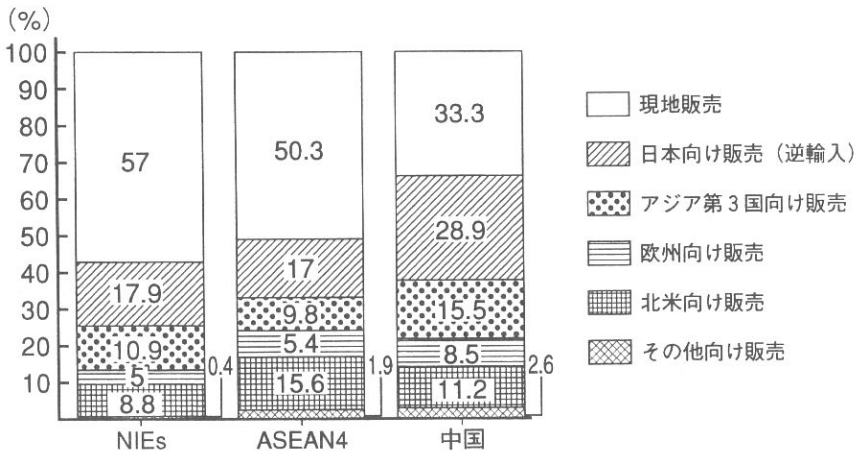
		輸 出 商 品		
		第1位	第2位	第3位
対 N I E s	韓 国	半導体等電子部品(10.6)	鉄 鋼(7.5)	有 機 化 合 物(5.5)
	台 湾	半導体等電子部品(17.3)	鉄 鋼(6.9)	有 機 化 合 物(5.8)
	香 港	半導体等電子部品(11.7)	映 像 機 器(5.9)	プ ラ ス チ ッ ク(5.0)
	シンガポール	半導体等電子部品(24.6)	事 務 用 機 器(6.9)	鉄 鋼(3.9)
対 A S E A N 4	タ イ	自 動 車(10.2)	鉄 鋼(9.2)	半 導 体 電 子 部 品(7.8)
	マレーシア	半導体等電子部品(22.8)	自 動 車(5.9)	鉄 鋼(5.7)
	インドネシア	鉄 鋼(7.7)	内 燃 機 関(7.3)	有 機 化 合 物(5.5)
	フィリピン	自 動 車(9.5)	舶 船(6.1)	事 務 用 機 器(5.1)
対中国		鉄 鋼(10.7)	有 機 化 合 物(3.9)	電 機 回 路 用 品(3.4)

		輸 入 商 品		
		第1位	第2位	第3位
対 N I E s	韓 国	半導体等電子部品(18.9)	鉄 鋼(10.7)	衣 類(7.5)
	台 湾	事 務 用 機 器(16.0)	肉 類(12.4)	魚 介 類(7.5)
	香 港	半導体等電子部品(11.0)	衣 類(9.7)	時 計(7.1)
	シンガポール	事 務 用 機 器(39.7)	半導体等電子部品(11.0)	石 油 製 品(10.4)
対 A S E A N 4	タ イ	魚 介 類(15.4)	天 然 ゴ ム(8.4)	衣 類(5.7)
	マレーシア	木 材(13.7)	液 化 天 然 ガ ス(13.4)	電 子 式 自 動 データ処理機(6.3)
	インドネシア	液 化 天 然 ガ ス(22.2)	原 油 ・ 粗 油(17.0)	非 鉄 金 属 鉱(7.3)
	フィリピン	果 実 ・ 野 菜(12.9)	魚 介 類(8.3)	非 鉄 金 属 鉱(6.4)
対中国		衣 類(27.4)	魚 介 類(5.7)	果 実 ・ 野 菜(4.5)

日本貿易の構造転換(2)

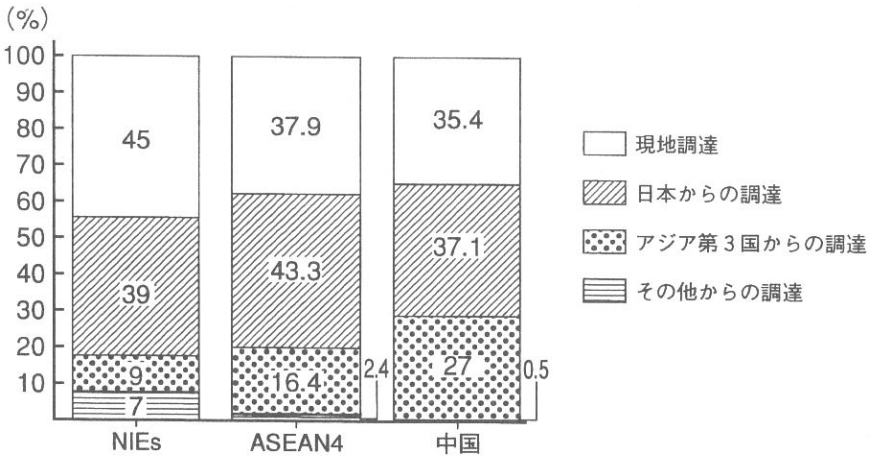
なお、アジアのNIEs、ASEAN、中国へ生産拠点をシフトした日本企業の現地法人の売上高販売先別構成比をみると（第12図）、NIEsやASEAN₄では現地販売比率が50%を超えているのに対し、中国では日本向け販売（逆輸入）を含む輸出比率が高く、中国の輸出基地化が特徴的である。これは各地域の現地市場の成長の程度と現地販売比率が比例していると考えられる。日本向け販売比率（逆輸入比率）は特に中国が高く、近年中国からのアパレルや家電製品の輸入ラッシュが続いている。また、近年所在国以外のアジア第3国向け輸出比率が上昇してきており、日本を含めたアジア域内の貿易が活発になってきている状況が窺われる。一方、日本企業の現地法人の仕入高調達先別構成比を見ると（第13図）、アジアへの進出当初は主として日本から資本財・部品を輸入していたが、在アジア企業の技術水準が向上したことなどから、傾向としては、現地およびアジア第3国からの調達が増えてきている。

第12図 日本のアジア現地法人の売上高販売先別構成比（93年度）



資料：通商産業省「我が国企業の海外事業活動」

第13図 日本のアジア現地法人の仕入高調達先別構成比(93年度)



資料：通商産業省「我が国企業の海外事業活動」

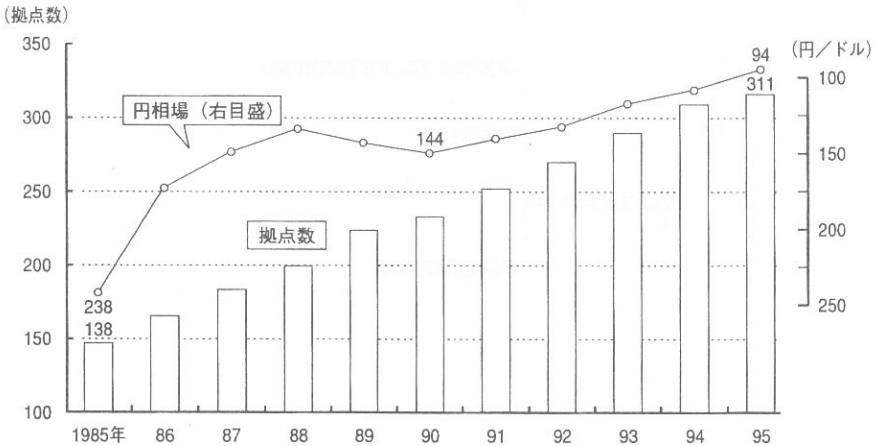
四 海外生産シフトが進む家電と自動車

以上みてきたように、プラザ合意以降の円高トレンドの継続と日本経済の高コスト構造から、日本企業の海外生産（主としてアジア）シフトが進み、その結果日本の貿易の姿が変わってきているが、こうした状況が続くと、国内産業の「空洞化」が避けられなくなる（競争力を失った企業が、生き残りをかけて、生産拠点を海外に求めるのは理に合った選択だろうと思われるが、そうなると国内の生産・投資・雇用が減少して、日本経済の活力がなくなってくる）。空洞化の問題は別稿で述べる予定なので、本稿では、以下、貿易摩擦を経験して早くから海外生産を進めてきた家電と自動車の近年の状況を見て、結びにしたい。

家電

かつて輸出産業の代表だった日本の家電メーカーは、プラザ合意以降の急激な円高を契機に、続々とアジア（NIEs→ASEAN→中国）に生産拠点をシフトした¹³⁾（第14図）。カラーテレビやVTRなどAV製品の主要供給基地はアジアに移り、90年代に入ると、製品の一部が逆輸入という形で日本に浸透してきている。

第14図 日本の対ドル相場と日本の家電メーカーの海外拠点数



(注) 95年は、95年6月末現在の拠点数（311の内訳はNIEs56、ASEAN86、中国39、アメリカ44、EU45、その他41となっている）

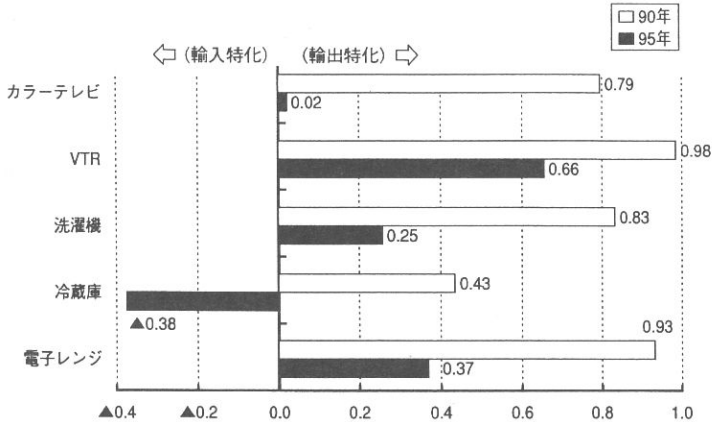
資料：円相場はIMF「International Financial Statistics」

拠点数は日本電子機械工業会「日本の電子工業'96～'97」

13) 家電は、カラーテレビやVTRなどのAV機器（音響・映像機器）と、洗濯機や冷蔵庫などの白物家電に大別されるが、60～70年代に輸出が急増し、欧米との貿易摩擦が激化したAV機器は、摩擦解消策として、家電メーカーがその生産を欧米先進国にシフトした（白物家電は摩擦の対象にならなかった）。その後、円高が進んだ85年以降は、円高対策として、主としてアジアへ生産拠点をシフトしてきている。しかし、家電メーカーのアジア進出の背景には、円高による相対的なコストの上昇だけでなく、アジア各国・地域の所得水準の上昇による家電製品の需要増があると思われる。

第 15 図でみるように、日本の主要家電製品の貿易特化指数は90年代に入って著しく低下し、比較優位が変化してきているが、これは「急激な円高が相対的に国内での生産コストを高め、海外生産が拡大したことの表れ」（平成 8 年版通商白書）だと考えられる。

第 15 図 日本の主要家電製品の貿易特化指数



(注) 貿易特化指数 = (輸出額 - 輸入額) / (輸出額 + 輸入額)

資料：大蔵省「貿易統計」

通商産業省「通商白書」(平成 8 年版)

この結果日本のカラーテレビの海外生産比率（海外生産台数／総生産台数）は既に、81.8%（95年）に達し、海外生産台数と輸入台数が増加の一途を辿る一方で、国内生産台数と輸出台数が減少して、94年には日本は史上初めてカラーテレビの入超国となった。中小型の従来型テレビはほとんどがアジアで作られて、日本に逆輸入されており、日本で作られているテレビは大型ワイドテレビやハイビジョンテレビなど高付加価値製品だけになっているのである¹⁴⁾（第 6 表）。

14) 関連事項として、日本経済新聞（95.10.5付）によると、ソニーはカラーテレビの日本からの輸出を停止し、全量を海外生産に切り替え、国内工場は国内販売向けに絞るようである。カラーテレビは最盛期の85年には年間150万台の輸出を記録した同社の代表的な輸出商品だったが、円高と現地生産の進展により、約30年続いた輸出商品としての寿命を終えることになる。輸出停止に伴い、国内生産規模は縮小するが、国内工場では大型ワイドテレビやハイビジョンテレビなどにシフトするという。

日本貿易の構造転換(2)

第6表 日本のカラーテレビの海外生産比率と国内外生産・輸出入台数

	1990年	91年	92年	93年	94年	95年
海外生産比率 (%)	60.1	62.8	65.9	71.9	77.7	81.8
国内生産台数(万台)	1,324	1,344	1,202	1,072	945	789
海外生産台数(万台)	1,994	2,272	2,324	2,747	3,299	3,548
輸出台数 (万台)	431	450	456	382	362	292
輸入台数 (万台)	106	185	227	366	584	746

(注) 海外生産台数は年度。海外生産比率=海外生産台数/(国内+海外)生産台数。

資料：日本電子機械工業会調査部

また、テレビと同様、典型的な輸出型家電製品であったVTRの海外生産比率も55.5% (95年) と5割を超え、94年には内外の生産台数が初めて逆転した(海外生産台数>国内生産台数)。VTR需要のピークであった80年代半ばには輸出比率(輸出台数/国内生産台数)が8割を超えていたことを考えれば、隔世の感がある¹⁵⁾(第7表)。

第7表 日本のVTRの海外生産比率と国内外生産・輸出入台数

	1990年	91年	92年	93年	94年	95年
海外生産比率 (%)	18.7	24.8	31.3	41.6	53.3	55.5
国内生産台数(万台)	3,164	3,070	2,337	1,999	1,920	1,612
海外生産台数(万台)	730	1,013	1,069	1,423	2,193	2,010
輸出台数 (万台)	2,584	2,199	1,773	1,481	1,524	978
輸入台数 (万台)	26	32	49	68	134	313

(注) 海外生産台数は年度。海外生産比率=海外生産台数/(国内+海外)生産台数。

資料：日本電子機械工業会調査部

15) 関連事項として、毎日新聞(96.4.7付)によると、三洋電機は据置型VTRの生産を全面的に海外へ移し、国内ではBSチューナー内蔵タイプなど高付加価値品の生産に重点を置くようである。三洋電機は既にカラーテレビの9割、オーディオはほぼ全量を海外で生産し、日本に逆輸入している。

しかし、テレビやVTRなどのAV製品に比べると、洗濯機や冷蔵庫などの白物家電製品の海外生産比率は低く過半が国内で生産されている。

自動車

次に、自動車はどうか。家電メーカーが主としてアジアに生産拠点を設けているのとは対照的に、自動車メーカーは主としてアメリカやヨーロッパに進出している。

自動車の海外生産比率は今のところ低い(95年の海外生産比率は36.6%)が、近年完成車の海外生産は一段と加速している(完成車の海外生産は85年96万台、90年351万台、94年には532万台となって、輸出の446万台を上回っている)、今後海外生産比率の上昇は必至である。

一方、完成車の輸出は85年の673万台をピークに減少し続けており(95年の輸出台数は379万台となり、輸出比率は85年の55%から95年には37%に落ち込んでいる)、完成車輸出の海外生産への代替が進んでいることがわかる¹⁶⁾(第8表)。完成車の輸入(逆輸入を含む)は年々増えてきてはいるが、今のところ国内市場における輸入車の販売シェアは10%程度(約30万台)にすぎない。完成車の海外生産の拡大、輸出の減少で国内生産は減少しているが¹⁷⁾、海外生産に伴う部品輸出誘発効果で、自動車部品の輸出は増加している。

第8表 日本の自動車の海外生産比率と国内外生産・輸出台数

	1990年	91年	92年	93年	94年	95年
海外生産比率 (%)	20.6	21.8	24.5	29.4	33.5	36.6
国内生産台数(万台)	1,349	1,325	1,250	1,123	1,055	1,020
海外生産台数(万台)	351	370	405	467	532	589
輸出台数 (万台)	583	575	567	502	446	379

(注) 海外生産比率=海外生産台数/(国内+海外)生産台数。

資料：日本自動車工業会調査部

日本貿易の構造転換(2)

なお、自動車メーカーの海外進出で部品メーカーやその傘下にある下請部品メーカ・孫請部品メーカーは経営戦略の見直しを迫られている。それは自動車メーカー各社がコストダウンに向けて部品点数を削減したり、部品納入単価の大幅カットを押しつけてきたり、海外からの部品調達を増やしてきているから

16) 主要自動車メーカー5社の96年事業計画によると、下表のように、海外生産の増加と輸出の減少が顕著である。(96.1.26付読売新聞)

主要自動車メーカー5社の1996年生産・販売計画

	国内生産	国内販売	輸 出	海外生産
トヨタ自動車	335(5.6)	218(5.8)	120(▼ 0.2)	137 (9.3)
日産自動車	175(2.1)	120(10.8)	58(▼ 3.0)	109.6(2.3)
三菱自動車工業	133(0.3)	87(6.1)	46(▼ 9.1)	77 (8.5)
本田技研工業	97.5(0.0)	72(14.6)	35(▼19.3)	99.6(12.4)
マツダ	84(8.9)	42(13.9)	45(2.3)	17 (1.2)

(注) 四輪車のみ。カッコ内は前年同期比増減率%、▼はマイナス、単位・万台

なお、主要自動車メーカー5社の95年度実績は、下表のようになっている。

主要自動車メーカー5社の1995年度実績

	国内生産	国内販売	輸 出	海外生産
トヨタ自動車	317万4000(▼ 9.4)	205万7000(▼ 0.2)	116万6000(▼19.0)	128万3000(15.5)
日産自動車	167万6000(5.5)	112万5000(4.1)	59万3000(▼ 2.9)	105万4000(▼ 3.3)
三菱自動車工業	128万4000(▼ 4.8)	81万1000(2.9)	48万6000(▼11.6)	67万0000(6.0)
本田技研工業	95万5000(▼ 2.7)	46万3000(22.0)	38万4000(▼22.8)	90万4000(9.7)
マツダ	73万8000(▼17.2)	30万0000(▼10.7)	42万6000(▼25.3)	————(———)

(注) 軽を除く。カッコ内は前年同期比増減率%。▼はマイナス、単位・万台

17) 自動車の国内生産台数のピークは90年の1,349万台で、94年には1,055万台となり、15年ぶりにアメリカ(1,236万台)に自動車生産世界一の座を奪われた。95年も同様(日本1,020万台、アメリカ1,191万台)。

である。こうしたことから、部品メーカーの受注量が減少し、経営が苦しくなっている（生産規模の縮小や転・廃業が珍しくない）。部品メーカーとしては、系列外取引を拡大するか、新製品を開発するか、親の後をついて海外に進出するか等々——独自の判断で生き残り策を見出すしかないが、要は単なる部品メーカーでは成熟市場の部品業界で生き残れないわけで、他社の追従できない高付加価値をもった商品をいかにローコストで生産することができるか、それが生き残りをかけた部品メーカー各社の課題であろう。

追記：本稿は、研究奨励金に基づく林直道（代表）、東郷久、豊田八宏氏との共同研究「転換点に立つ日本経済」の研究成果の一部である。