

第三章 日本の産業構造変化と東アジア貿易の発展

大木 博巳

1. 90年代における日本の産業構造変化

(1) 産業構造の変化

日本の実質経済成長率は、56年から70年にかけての高度成長期には年平均9.6%、70年から80年代にかけての安定成長期には4.1%、ところが90年代には1.4%と大きく鈍化した。70年代から80年代にかけて深刻な経済停滞に陥った欧米諸国でさえ2～3%の成長率を維持していたことを考えると90年代における日本経済の停滞は深刻である。90年代の日本経済の成長低下は、製造業の不振にある。これまで製造業は、日本経済の成長を牽引してきたリーディング部門であった。日本の製造業の実質成長率は、70年代に4.4%、80年代が4.9%と4%台の成長を続けた。ところが、90年代は1.0%に低下した。90年代における日本の製造業の成長率低下は、先進国と比べて大きく見劣りする。産業の空洞化が進行した米国では、製造業の成長率は80年代の3.0%から90年代には3.7%に逆に高まっている。

90年代における日本の製造業のパフォーマンス悪化は、生産額、就業者数の面からみて次の2点が指摘できよう。第1は、製造業の成長率がサービス業の成長率を大きく下回ったことである。製造業のパフォーマンスは、全般にわたり悪化した。製造業13業種のうち9業種で実質成長率がマイナスに転落し、高成長を続けていた電機や化学でも成長率は大幅に鈍化した。他方、サービス業の成長率は、80年代の4.3%から90年代には2.8%に鈍化しているが、製造業の1.0%を上回っている(図表-1)。ただし、製造業、サービス業とも米国の成長率と比べて日本は低い(図表-2)。

第2は、製造業は90年代に雇用の創出部門から喪失部門に転じたことである。80年代には製造業が創出した雇用者数は95万人であったが、90年代には252万人の雇用を減少させた。業種別には電気機械が80年代に74万人の雇用増加から90年代に37万人の減少、一般機械も16万人の増加から21万人の減少、繊維産業(衣服、繊維工業)は80年代の55万人の減少に続き90年代も32万人の雇用を減らしている。他方、サービス業の雇用は80年代の527万人増、90年代には449万人増と最大の雇用吸収部門となっている。サービス業の就業者数が増えている分野は、その他事業所サービス(労働者派遣など)、社会保険・社会福祉(老人福祉事業、児童福祉事業など)、医療、情報サービス・調査(ソフトウェア業など)の4分野である。

以上の変化の背景には、第1に日本経済のサービス化の進行がある。経済のサービス化

は、「モノ離れ」に代表されるような消費支出に占めるサービス支出の割合が増え、モノの消費が縮小していることである。図表－3は、内需（生産額－輸出額＋輸入額＝見掛け消費、名目）に占める産業別構成比をみたものであるが、製造業のシェアは80年の46%から90年に38.3%に低下し、2000年には37%と90年代はほぼ横ばい、他方、サービス業は80年の12.4%から90年に18.6%に上昇し、2000年には20.3%と2割を超えた。

製造業の生産活動におけるサービスの投入割合も高まっている。製造工程の自動化、省力化等とともに相まって研究開発、デザイン、情報、教育といった生産に直接かかわらない間接部門の割合が相対的に増大してきており、その一部は外注化されてサービス産業の増加要因の一つとなっている。

第2に90年代に期待されていたリーディング産業候補が大きく成長できなかったことが考えられよう。日本経済は、製造業がリーディング部門となって発展を遂げてきた。日本の製造業は、1955年時点で製造業全体の63%は繊維、食品などの軽工業品が占めていたが、1965年には鉄鋼、化学、一般機械、電気機械、輸送機械などの重化学工業が50.8%と過半を占めて成長業種が交代し、95年には70%弱が重化学工業によって占められた。その重化学工業も鉄鋼、化学等の素材型産業から電機、輸送機械などの加工型産業にシフトしている。75年に素材型産業が製造業の生産に占める割合は43.9%、加工型は56.1%であったが、85年には素材型産業が35.4%に縮小し、加工型産業が64.6%へと拡大している。加工型産業へのシフトは、90年代においても緩やかであるが起きており、製造業内部での構造変化は続いている。しかし、85年以降の日本の製造業は、60、70年代に見られたダイナミックな構造変化や90年代における米国の製造業の成長力と比べて、精彩に欠けている。特に、90年代に入りリーディング産業の形成メカニズムにおいて決定的に重要な役割を果たす産業のコメの主役が、半導体から情報通信（インターネット）に交代したにもかかわらず、新たな産業のコメに要求されるパラダイムに日本が、技術開発のやり方、育成すべき人材、商習慣などの仕事のやり方をすばやくインターネットパラダイムに転換できなかった¹⁾。インターネットを軸とするIT化に日本経済が米国と比べて遅れたことが90年代の成長低下の一因であるといえよう。ITの進歩は、企業経営を含む社会経済活動のあり方を大きく変革させるだけでなく、世界的なレベルで競争力の地殻変動を生み出し、ITの著しい進歩とアジア諸国の発展は日本経済をとりまく環境をも大きく変えた。つい昨日まで日本でつくられていたモノが中国をはじめとするアジアの国々にその産業立地を移しつつある（図表－4）。

（２）貿易構造の変化

90年代は貿易構造にも大きな変化が見られた。対外部門における製造業の比率が高まっている。①対外部門（財とサービスの貿易）に占める製造業の比率が上昇し、かつ、②輸出依存度と輸入浸透度の同時上昇である。まず、財とサービスの輸出に占める製造業のシェアは80年の85.4%から90年に80.6%に低下し、2000年には93.2%へと上昇している。輸入は80年の34.5%、90年に52.8%、2000年は70.3%へと急上昇している。

輸出依存度と輸入浸透度については、全産業で見ると輸出依存度（輸出/国内生産）が80年の7.7%から90年に6.6%、2000年の7.5%と低下、また、輸入浸透度は同じく8.3%、6.0%、6.7%に低下している。しかし、製造業の輸出依存度は80年の12.2%、90年も12.2%と横ばいで推移したが、2000年の16.5%に上昇し、輸入浸透度も5.8%から7.7%、11.2%に上昇している。繊維、化学、電気機械、精密機械等の機械産業で輸出、輸入とも同時に高まっている。

製造業の対外依存の高まる中で、日本の貿易構造は次のような変化を遂げた。

第1に輸出面では、90年代には80年代までに見られた輸出主力製品のダイナミックな交代が見られなくなった。日本の主力上位10品目（輸出金額順）の輸出が輸出の全体の50%を占めて、特定品目に輸出が集中している。輸出製品の多様性が失われている。上位品目は、自動車、電子部品・デバイス、事務用機器（コンピュータ等）、自動車部品、科学光学機器と固定化している。この理由の一つは、自動車等で見られる輸出製品の高付加価値化が進んだことである。図表－5は日本の輸出上位10品目の変遷を年代ごとに集計したものである。50、60年は綿織物、鋼板、船舶といった重厚長大産業や繊維産業が輸出の主力を占めた。70年に入ると輸出を牽引する新たな製品が登場する。自動車が76年に輸出金額トップに躍り出て、以降、単品としては最大の輸出産業として今日まで続いている。自動車は、60年代には国内のモータリゼーション化が急速に進展して専ら国内市場をターゲット（58年から70年の間に乗用車の国内販売台数は50倍増）としていたが、70年代に入り国内需要が鈍化するにつれて輸出の重要性が高まり70年代後半には輸出台数が国内販売台数を上回り成長を輸出に依存するようになる。カラーテレビは、66年から70年の短期間に国内販売が20倍の拡大を見て約540万台に達した。70年代前半には国内需要がピークに達し、輸出志向を強める。80年代初めには輸出台数が国内販売台数を上回り輸出が成長を支えるようになっている。カラーテレビが成熟化して海外生産が主流となると、80年代には前半にはVTRの輸出（数量ベース）は、80～85年間に49.2%増と急増するが、85～90年間には0.3%と急減する。代わって、後半には事務用機器（コンピュータ）、電子部品・デバイ

ス（半導体等）が急増して上位輸出品に入り込むようになっている。第2の理由は、エレクトロニクス産業では、製品の交代を通じた輸出拡大から海外生産拠点向けの基幹部品等の直接投資による輸出誘発効果が効いている（図表－5）。

第2に輸入面では大きな変化を経験した。製品輸入の拡大である。特に中国からの製品輸入が顕著な拡大を見せている。日本輸入に占めるの製品輸入額の割合は、90年代初めには20%台であったのが後半には60%台を超えた。2001年で2,157億ドル、国別で見ると、中国からの製品輸入額が488億ドルとなり、米国（461億ドル）を抜いて、日本にとって中国が最大の製品輸入相手国となった。なお、製品輸入に占める中国のシェアは80年に3.0%だった製品輸入に占める中国のシェアは93年（11.3%）に10%を突破し、2001年に20%に達した（図表－6、図表－7）。

90年代を通じて、中国からの製品輸入拡大に大きく寄与してきた製品は、繊維製品と機械機器である。中国からの輸入に占める繊維製品のシェアは90年の26.5%から2001年には29.1%に上昇、機械機器のシェアは90年の4.3%から2001年には28.5%へと急速に上昇した。

中国からの繊維製品の輸入が90年代後半に急増した背景には、①中国の繊維産業が成長し、織物から縫製までの一貫生産が可能な生産基地として台頭したこと、②製販一体の日本の小売メーカーが低価格品の輸入を増加させたことなどがあげられる。しかし、2001年の中国からの繊維製品輸入は前年比1.0%増と2000年の27.3%増から大きく減速した。これは、日本の低価格アパレル市場が、大手量販店などの参入によって、供給過多となり、調整局面を迎えていることなどが理由としてあげられる。なお、日本の衣類の輸入浸透率（日本繊維輸入組合による）は87.7%にまで達した。また、2001年の日本の機械機器輸入額は前年比9.1%減となったが、中国からの機械機器輸入は前年比14.4%の大幅増となった。これは中国がIT関連製品の生産・輸出拠点としての地位を着実なものとし、日本へのコンピュータ・同周辺機器、音響・映像機器などの輸出が2001年も活発であったことが理由としてあげられる。中国のWTO加盟によって、外国企業からみた中国の投資環境の整備が進むことで、生産拠点としての中国のプレゼンスは一層高まることが予想される。更に、安くて豊富な労働力と市場の将来性を視野に入れて、中国に生産・調達拠点をシフトする企業が増えていること、品質面や価格面で競争力をつけた中国企業との事業提携や委託生産が増えていることなど、中国からの機械製品輸入は今後更に増加することが予想される。

2. 日本の対外直接投資と東アジア貿易の発展

(1) 輸出代替・逆輸入型投資と国内経済への影響

日本の産業・貿易構造変化は、東アジアの貿易拡大と連動している。日本の製造業による東アジア向け投資が、投資先国の貿易を促進しているからである。図表－8は、在外日系製造業企業の販売先別割合（1999年度）である。東アジアに拠点を構えている日系製造業の売上高に占める現地市場（進出先の国内市場）販売比率は、アジアNIESで60.7%、ASEAN 4では36.5%、中国65.8%と現地販売が9割を占めている米国進出の日系製造業と比べて低い（図表－8）。また、日本向けの売上高の比率は、アジアNIESで15.4%、ASEAN 4では29.6%、中国22.9%、香港41.8%とASEAN、香港が東アジアの中でも対日輸出（逆輸入）の拠点となっている。日本を除いた第3国向け売上（輸出）では、北米向け輸出をアジア域内向け輸出が上回っている。日本の製造業による東アジア投資は、貿易創出型の投資といえよう。

80年代後半から90年代にかけて、日本の製造業投資の特徴は欧米諸国の投資と比べてグリーンフィールド投資（新規工場開設）が多かった。欧米との貿易摩擦・輸出規制を回避するために消費地である欧米に生産拠点を構築したこと、円高によって生産コストが割高となった国内から割安な国（主として東アジア）に欧米市場向けの輸出拠点を移して欧米諸国との構造調整を進めたこと、あるいは海外製品との競争力を失った国内産業が海外で生産して日本に逆輸入するなどがその背景にあった。産業では前者は自動車産業、後者は電機産業の大手組立や繊維・衣料などで見られる。更には、大手のセットメーカーの海外展開に伴い部品メーカーも海外に投資を行った。

こうした日本の貿易創出型投資は、2つのタイプがある。輸出で開拓した市場を確保する輸出代替型の投資と海外の生産拠点から製品を調達する逆輸入型である。図表－9は、半導体や自動車の部品や関連企業が多い九州における製造業の海外進出パターンを示したものである。大手組立企業の海外工場への輸出を代替する形で、国内の生産機能の一部を海外移管し（現地法人設立）、現地で生産した部品を現地の日系企業に納入する輸出代替型と、半導体、電気機械、繊維製品では労働集約的な工程を外国の現地工場で製造し、逆輸入して、国内で仕上げや販売する逆輸入型が九州の製造業直接投資の特徴である。

輸出代替・逆輸入型投資は、国内市場（生産・納入市場）の一部が外国に移転した形であり、進出企業にとっては、販売先や納入先がある程度確定している意味ではリスクは小さいものの、新規市場への拡大効果も小さく、いわゆる、ローリスク・ローリターン方式であるが、国内産業を空洞化させる懸念がある（図表－9）。

輸出代替・逆輸入型投資は国内経済（生産額）にマイナスの影響を与える（図表－10、11）。第1に輸出代替によって国内生産が減少する。国内からの輸出額がどの程度海外生産に代替された輸出代替額となるかを推計することは難しいが、在外日系製造業による第3国向け売上を輸出代替とすると2000年度で10兆4484億円に達し、日本の輸出の20.1%を占める。また、海外の日系製造業企業の売上で見ると37兆9098億円、日本の輸出の72.8%を占めている。輸出代替額は輸出の2割から7割の間と推測できる。

第2は、日本の親会社が自社の海外生産拠点から製品・資材を調達して日本品から海外品に切り替える逆輸入である。これは、在外日系製造業による日本本社向け販売額がその指標となる。87年度の7700億円から2000年度は5兆6778億円、日本の総輸入に占める割合で87年度の7.0%から2000年度には13.4%に上昇している。

他方で製造業の海外投資は国内生産を誘発するプラスの効果がある。第1に海外生産を新たに開始もしくは増産する際には、日本から機械設備を導入する等の資本財輸出誘発効果が出る。第2は、海外生産が軌道に乗れば、高度な基幹部品は日本からの調達に頼ることになる。中間財輸出誘発効果が出てくる。現地法人向けに日本から輸出された財は、2000年度に中間財が14兆2304億円、輸出に占める割合で87年度の18.9%から2000年度は26.0%に上昇している。同じく資本財輸出は7059億円、輸出に占める割合で1.6%から1.4%である。

図表－12は、輸出代替・逆輸入効果の国・地域別内訳を見たものであるが、日本にとってアジアが輸出代替効果、逆輸入効果とも最も大きく、輸出代替効果（2000年度）では全体の36%、逆輸入効果では同じく85%を占めている。また、資本財輸出誘発効果では43%、中間財輸出誘発効果は34%を占めている²。

こうした日本の輸出代替・逆輸入型投資による日本経済への影響は、マイナスとプラスの効果を相殺すると、国内生産への影響としては、2000年度に貿易額で見ても1兆8007億円から27兆円8839億円の輸入超過をもたらしている。これを国内産出額に対する比率で見ると図表－10のケースAの場合でマイナス0.3%、雇用ではマイナス1.6%と推計される³。直接投資による産業の空洞化は輸出誘発というプラスの効果が発揮されることで、輸出代替・逆輸入のマイナス効果を緩和している（図表－10、11）。

しかし、今後は輸出代替・逆輸入型投資は日本の産業・貿易構造の高度化を促進することより産業の空洞化をもたらす懸念がある。第1は、部品資材の現地調達が高まることである。ジェトロがアジア11カ国地域に進出している日系製造企業を対象とした経営実態調査によれば、現地市場での販売競争が激化している中で、競争力向上にはコスト削減が必

要であるという認識で一致し、その有効な方策として現地調達拡大を指摘する企業が最も多かった。現地調達比率が51%以上の企業の割合は、中国進出企業で47%、ASEANでは37%に達している。部品や資材の現地化は今後一層拡大するものと考えられ、日本からの輸出誘発効果が低下することが予想できる。第2にエレクトロニクス製品のように量産品は海外、高付加価値製品は国内という製品の棲み分けが難しくなっている。今後、日本企業は、日本国内で普及した製品の生産を移管する従来型の手法は鳴りを潜め、先端商品をも含めた世界戦略の中で利益を極大化するための拠点とする「戦略的分業」の展開が予想される。第3に海外生産拠点からの日本への輸入（逆輸入）が衣料品・雑貨から家電、オートバイさらには自動車、IT製品などに広がってきていることのみならず自動車部品や電子部品など輸出誘発品の海外調達が拡大してきていることなどが主な理由である。また、日本の東アジア向け投資が輸出代替・逆輸入型投資から現地市場確保型投資（特に中国市場を念頭）に代わっている。ASEANやアジアNIESへの投資は、従来は、日本への逆輸入や第3国向け輸出を目的とする拠点確保が多かったが、最近では現地市場開拓を目的とする投資の割合がたかまり、東アジア向投資の投資目的が大きく変化している⁴。中国投資は、現地市場確保型投資は、スピードを重視する視点から企業買収や提携などが有効手段となる（図表－10、図表－11、図表－12）。

（2）東アジア貿易の発展と中国の台頭

日本の産業・貿易構造の高度化と東アジア貿易の発展は、日本が東アジアの諸国に自国の産業を譲り渡しながら日本自身が、順次産業構造を高度化することで連動してきた。いわゆる、日本を先頭とする雁行形態型発展である。日本経済を牽引する主要産業は、1950年代の繊維産業に始まり、1960年代に重化学工業、1970年代後半からは機械産業へと移行し、日本はアジア地域の中でいち早く産業構造の高度化を成し遂げてきた。図－13は、日本と東アジア地域・諸国における繊維産業と機械産業の自給率の推移を見たものである。日本の繊維産業は1980年代以降、自給率が低下して輸入超過（輸入依存度の高まり）に転換する一方で、アジアNIESさらには遅れてASEAN4、中国が国内需要を上回る供給力がついて輸出を伸ばしている。機械産業は、同様に80年代後半に日本の自給率が低下し始める一方でアジアNIESが内需を上回る供給力をつけて輸出競争力を高め、次いでASEAN4、中国で国内生産供給力を高めている。繊維や機械産業における日本の自給率低下、すなわち、国内生産から内需を差し引いた不足分は、アジアNIES、ASEAN、中国からの輸入によって補填されている。中国が生産面及び輸出面での量の拡大に加えて、比較的労働集約

的な繊維産業から、比較的技術集約的な機械産業に至るまで国際競争力を向上させていることである。中国では繊維産業が1980年代後半から国際競争力を高めるとともに、機械産業も1990年代半ばより急速に国際競争力を高めている。

東アジア貿易の発展を、工業品貿易への参加国の広がりという視点で見ると、①80年代のアジアNIESの台頭→②90年代前半のASEANの台頭→③90年代後半の中国の台頭というパターンが描ける（図表－14）。80年代に、まず、輸出志向の工業化を進めたアジアNIESが、米国向けに機械類、雑製品の輸出を増加させた一方で、工業化に必要な資本財や輸出品製造のための中間財を日本からの輸入に依存して日本、アジアNIES、米国の三極間での補完的な貿易パターンが定着した。80年代後半には、プラザ合意後の円高に見舞われた日本企業が家電製品をはじめとして標準化された製品の生産拠点を相対的に低賃金の韓国、台湾のアジアNIESに切り替える動きが起こり、同地域の生産力、技術力は急速な上昇を見せた。アジアNIESは、世界経済の長期拡大、原油安、自国通貨安、低金利の3低の好条件に恵まれて国際競争力を高め、貿易量の大幅拡大を享受した。アジアNIESは、米国市場を中心に輸出を大幅拡大させる一方で、日本、米国から機械類や部品等の資本財を中心に輸入が急増した。

90年代に入ると、安い労働力を武器に工業化を進めASEAN諸国で急速な工業化が始まり、アジアNIESを追い上げた。アジアNIES各国は、90年代に入ると、景気加熱による物価上昇や労働需給の逼迫による賃金の高騰という問題が顕在化し始めた。さらに、アジアNIES通貨の切り上げで価格競争力の低下という問題にも直面した。この結果、アジアNIESは、雑製品、繊維等労働集約財の国際競争力が急速に低下した。ASEANは、日本企業のみならず国内の労働需給の逼迫やインフレに悩むアジアNIESからの投資も急増して、工業化が急激に進展した。

90年代の後半になると、中国が台頭してきた。東アジア域内貿易（日本、中国、香港、台湾、韓国、ASEAN6の11カ国地域）における中国の貿易額は、輸出で97年似1000億ドルを超えて2001年には1445億ドルに拡大して日本の1592億ドルにほぼ並び、さらに、中国向けが8割以上と見られている香港の貿易額を加えると日本の東アジア域内向け輸出額を上回っている。中国の東アジア域内向け輸出額は、90年には日本の半分の規模であったが、2001年には日本の水準に並び、日本を追い越す勢いにある。同じく2001年に、中国の東アジアからの輸入額は1591億ドルと日本の1407億ドル（いずれも輸入相手国のデータ＝日本向け輸出で計算）を上回っている（図表－14）。

中国は比較的労働集約的な繊維産業から比較的技術集約的な情報関連機器産業まで幅広

く生産拠点として海外からの直接投資を受け入れて、急速に世界の工業品貿易における国際競争力を高めている。世界的なITブームによってIT製品（パソコン、携帯電話、通信設備など）に対する需要が急増し、東アジアがパソコン等のIT関連製品の世界への供給基地化した。特にパソコン・同周辺機器の受託生産をしている台湾企業が中国に生産拠点を移したことから中国がパソコン・同関連製品では世界有数な輸出国となっている。中国は世界の製造拠点、部品調達拠点として東南アジアを追い抜き、日本、NIESを含め、製造の場として周辺諸国を空洞化させる恐れがあり、珠江デルタの産業集積を見れば容易に想像できる。

広東省の珠江河口を取り囲むように位置する東部の惠州、深圳、東莞から西部の順徳、中山、珠海に至るいわゆる珠江デルタ地域には、電子デバイスも含めると推定5万社以上の部品企業が存在すると言われている。さらに台湾系以外にもIBM、デル、コンパック等の米系企業、サムソンなど韓国企業もパソコンや関連部門の生産拠点や委託加工先を多く設け、聯想、北大方正、長城といった民族系パソコンメーカーも生産・開発拠点を設け、あるいは欧米企業との合弁工場を作りこの部品集積を十分生かしている。特に広東省には、台湾系企業が約1万社が進出しており、IT産業の一大生産基地となっている。また、外資系企業からスピニアウトして新たな部品メーカーを興す中国人も増えており、この地域は集積が集積を生む自己拡大メカニズムが働いているといえる。しかも、これら企業の部品調達状況を調べると、8割以上の部品は地元（車で最大1時間半の範囲）で調達でき、しかもスピードとフレキシビリティを特徴とする台湾企業のネットワークもあって、ほとんどの部品が電話1本で短時間のうちに手に入るという。また、自分のところではできない、あるいはキャパを超える加工は他の企業に回すといった形の、かつて東京大田区で注目された「専門企業間のフレキシブルネットワーク」が形成されているとの指摘もある。

世界の工場としての中国の台頭は低コストなどを武器に生産基地としての地位を築いたASEANの現地産業にも影響を与え始めている。ASEAN域内に中国製品が浸透し始め、インドシナ地域を中心に「メード・イン・チャイナ」の繊維製品、家電のほか、最近では自動二輪車までもがあらわれてきた。中国がASEAN地域へ輸出攻勢を強める背景には、地理的な近さに加え、中低所得者層が多いASEANでは、日本製品に比べて品質は劣っても安価な中国製品が入り込む余地が大きいことがある。中国から東南アジアに電子部品の輸出は着実に増え、ASEANの中国向けを逆転する可能性も出てきている。

中国の台頭による東アジア貿易の影響は、アジア経済の自律性が高まってきていると言う指摘である⁵。世界のGDPに占める東アジアの割合は8%に過ぎず、個人消費の規模は

日米欧の10%程度にとどまっており、日米欧の経済変動の影響を緩和するほどの力は持ち合わせていないが、少なくとも域内貿易の半分は域内の内需によると推定されている。中国市場の成長は、アジア経済の自律性を高めるものとなる。

（3）低下する日本の産業構造調整スピード

東アジア地域の貿易は、1980、90年代に飛躍的に拡大した。世界貿易額に占める東アジア（アジアNIES、ASEAN4、中国の9カ国）のシェアをみると、1970年には輸出入ともにわずか5%にすぎなかったのが、1999年には輸出の18%、輸入の15%を占めるに至っている。金額では1970年には輸出入とも200億ドル未満から、1999年には輸出が約9,700億ドル、輸入が約8,500億ドルに拡大している。こうした東アジア貿易の発展は、東アジアに広域な工業発展地帯が形成されている裏返しであるが、2001年版通商白書は、東アジア貿易は、日本が先導してきた国の発展段階による棲み分けが行われる時代が終わり、日本の構造変化を震源地とした東アジアの貿易構造変化は、もはや過去のものになっていると指摘した。

アジアNIESやASEANのみならず中国の急速な工業化に伴って東アジアの輸出競争力が高まり、東アジアの急激な産業構造変化のスピードに、日本国内の産業構造調整のスピードが追いついていけなくなったことが指摘されている。すなわち、円高や欧米との貿易摩擦→日本企業のアジアへの生産拠点の移転→日本からの輸出代替、アジアからの製品輸入拡大→国内の産業構造の高度化・産業調整（新しい成長産業への転換）→アジアとの新しい分業→生産の現地化といった発展パターンが通用しなくなってきたのである。むしろ、東アジアに広域な工業発展地帯が形成されている中で、日本の製造業の比較優位分野が縮小せざるを得なくなっている⁶。

日本の産業構造の調達スピードが低下している背景には、第1には、日本の産業の競争力低下、第2は欧米企業のアジア投資の活発化、第3にアジアNIESや中国の地場企業の成長等内的外的要因がある。第1の日本の産業競争力は、90年代と比べて大幅に低下した。その原因は、いろいろな視点から分析されている。経営力の面での効率性や透明性が低いこと、基礎的科学技術の研究・開発の成果が産業化に結び付いていないこと、平等主義、年功序列といった硬直的な仕組みや慣習の中で個性や能力のある人材を十分に活かしきれていないことにある。グローバル化への対応も遅れている⁷。

産業戦略会議の報告書によれば、日本産業の競争力が低下した原因は、第1に90年代に産業を取り巻く「ゲームのルール」が変わったこと。資金力の裏付けが土地資産から収益

力に移ったのが代表例である。第2に日本企業は選択と集中の波に乗り遅れたこと。第3は企業が国を選ぶ時代になり、産業支援の政府間競争が始まっていたのに、日本はその競争に乗り遅れたことなどを指摘している。

第2のアジア通貨危機以降における欧米企業のアジア投資については、自動車メーカーの世界的な事業再編と生産拠点の再編が進む自動車産業、欧米企業の進出が加速する電子機器産業及び流通産業、アジア通貨危機後大手欧米金融機関を軸に再編が進む金融産業等で欧米外資系企業の東アジアへの参入が増加している。98年から2001年間における東アジア（9カ国地域）の直接投資受け入れ額は、日本が470億ドル、EUが766億ドル、米国が719億ドルと欧米が日本を大きく上回っている。こうした、欧米企業のアジア進出によって、各国地域の産業の棲み分けが崩れ、入り乱れて競争が始まった。一方で、ASEANは域内の産業発展の主角となるべき地場企業が育っていない。外資以外に産業高度化のリード役は見当たらない。その外資も中国に流れている。いかに自国の産業優位、立地優位を確保するかがASEAN各国の差し迫った課題であり、消費を中心とした内需の拡大や産業の多様化、輸出の多角化など新たな成長戦略を打ち出している。ASEAN諸国の中で最も明確に新経済戦略を打ち出しているタイでは、輸出とともに国内の資源も経済成長のために活用する戦略を「デュアル・トラック戦略」と名付け、外資・輸出にのみ依存する「シングルトラック戦略」を排するという方針を打ち出している。

低賃金が武器となる労働集約的な産業から高い技術が必要な産業まで幅広い分野で同時に成長し始めている中国は、すべての産業で一人勝ちすることになるのか。アジアへの投資先を決める基準が『中国との生産コストと生産性』という物差しで単純に計れば、投資は中国に集中してASEAN等他の東アジア諸国・地域に投資できる産業はほとんどないと言ってもよいであろう。図表-15は、やや古いが94年時点での日本企業の各拠点における人件費、工場建設、産業インフラ等の工場立地コスト比較をしたものである。日本がすべての地域で割高となっている一方で、人件費、電力などで中国の安さが際立っている。こうした、生産コスト安は現時点でも変わっていない。中国の恐ろしさは、80年代の円高時代に日本メーカーの生産移転先となった東南アジア諸国では技術レベルが向上するのに伴い人件費が上昇した。ところが、中国では技術力を急速につけながらコストが増えていない。

第3は、アジアNIESや中国の地場企業が成長している。半導体、携帯電話、パソコン等のハードの生産では、韓国、台湾の企業の中から世界市場でメインプレイヤーとなっている企業が輩出している。東アジア各国・地域の技術・教育レベルは飛躍的に向上してお

り、先進国からの東アジアへの投資・技術移転の加速もあって圧倒していた日本との格差は縮小している。

ジェトロの調査によれば中国、米国などの最重要市場における最大のライバル企業は日系企業であるという回答（42.1％）が多い。日系企業同士がライバル関係にある比率が特に高いのが、自動車や電気・電子機器関連である。一方、医療品・化粧品や化学では欧米企業との競合が、そして紙・パルプや木材・木製品、繊維・衣料品、電子部品などでは台湾、韓国、中国などのアジア系企業と競合している（図表－16）。

これらのライバル企業と自社との競争優位性を自己評価すると、「商品力」については自社が「圧倒的優位」（18.4％）もしくは「やや優位」（43.7％）にあり、「ブランド力」でもややリードしていると自認する企業が多い。日本企業にとって最大の弱みは「価格競争力」にあり、ライバル企業の方が「圧倒的優位」（13.9％）もしくは「やや優位」（33.7％）としている。「マーケティング力」、「その他総合力」については、「どちらともいえない」とする見方が最も多い（図表－17）。

東アジアの経済発展の先頭に立っていた日本経済の成長力鈍化は、東アジア諸国にも深刻な影響を与えることになる。アジアの近隣諸国は、日本の経済的な変化を深く見守っているという。日本経済の成長力鈍化が長期的な停滞の序曲なのかどうか、そうだとすれば、同じような運命がアジアNIESにも待ち構えている。日本に起きることは程度の差こそあれ将来必ず起きるからである⁸。世界の工場が日本から東アジアに移る中で、日本経済は長期的な成長の源泉を製造業からサービス産業に転換することを求められている。

3. 東アジア貿易における日本

（1）国内市場は現状維持、海外市場に活路

ジェトロ調査（「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」2002年5月実施、2485社のうち897社から回答）によれば、日本企業は3年後の国内市場売上依存度を現状維持と見る企業が多く、成長機会としての海外市場の重要度が高まる見込みである。2001年における国内市場での業績は5年前の1996年と比較して減収減益と回答した企業が多かった。売上高について最も多いのが「やや減少した」（回答企業の29.5％以下同様）次に、「大幅に減少した」（24.1％）両者をあわせて全体の53.6％が「売上高減少」に終わっている。

海外市場における実績は、海外市場の売上を計上している企業806社（全体の89.9％）のうち、1996年比での海外市場の売上高について「やや増加した」（27.5％）「大幅に増加

した」(20.5%)という回答が多く、全体の約40%が「増収・増益」であった。国内市場に比べて売上規模が小さいこともあるが、全体的に国内市場の低迷とは対照的に海外市場の成長が明らかである。

今後3年間における国内市場の見通しは、「価格低下が予想され、収益面では厳しい状況が続く」(63.2%)、「中国などコストの安い国からの輸入品の増加や外資の参入などで、競争は一層激化する」(55.7%)と、厳しい見方をする企業が多い。「国内市場は底を脱し、回復基調にある」と見るのは僅か7.2%にすぎない。そのなかで、「付加価値の高い製品を投入するなど、戦略次第では高い成長が期待できる」とポジティブな見方をする企業も35.3%ある(特に電気・電子機械、ファッション雑貨等)。しかし、3年後(2004年)における自社売上高の国内市場依存度は、「現状維持」とみる企業が40.1%と最も多い。「大幅／やや上昇見込み」が24.7%に対して「大幅／やや減少見込み」が32.7%と分かれ、どちらかと言えば国内市場への依存度が減少する(＝海外市場への依存度が上昇する)という見方の方が優勢である(図表-18)。

(2) 現在の最重要市場は中国派が米国派を上回る

販売先として現在の重要市場(複数回答)は、「中国」(72.2%)、「米国」(62.4%)の両国を筆頭に、ASEAN諸国(51.5%)、EU諸国(46.2%)、アジアNIES(44.8%)等である。数ある重要市場のなかから最も重要視している市場を1つだけ選択すると、中国(25.3%)と米国(19.4%)が抜け出し、ASEAN(4.2%)、EU(5.3%)など、他の地域との差が大きい。特に海外進出製造業では、中国(80.6%)と米国(73.4%)の両国をとくに重要とする企業が多く、あえて最重要市場を選択しても中国派28.3%、米国派24.1%とに分かれる。中国志向が強い業種として、鉄鋼、紙・パルプ、化学、電気・電子機械、電子部品があげられる。一方、米国市場を重視する傾向が強いのが、非鉄金属、医薬品・化粧品、家具・建材、生活用品などである。さらに、自動車、その他輸送機器、自動車部品などの関心はASEAN諸国にも向いている。また、今後の開拓ターゲットとする市場としては、「中国」をあげる企業が54.1%と圧倒的に多い。現在の重要市場としては中国と肩を並べる存在であった「米国」も、今後の開拓ターゲットとしては21.1%にすぎず、「ASEAN」を下回る(図表-19)。

このように、日本企業は中国、ASEANを今後の開拓市場として重要視している。日本は東アジア貿易で今後どのような展開をするのだろうか。最後に次の2点を指摘する。

第1は、自動車などの輸送機械産業が東アジア貿易の中で拡大することが予想される。

これまで東アジアの工業品貿易を牽引してきたのは電機産業である（図表－20）。電機産業は1）製造技術、品質、デザイン等の点において製品の種類が豊富であること、2）製品開発と加工組立製造工程とが比較的容易に分離できること、3）部品が比較的軽量で輸送費が安価であること等から、最終製品と部品などの中間財の取引が活発化して分業が形成された。他方、自動車産業等の輸送機械の分野は、これまで電機産業ほどの分業が進展してこなかった。理由は、1）自国産業の保護育成政策を採る国が多いこと、2）重量がかさむ部品が多く輸送費が比較的高いため地理的に離れた分業がコスト増につながること等が考えられる。東アジア諸国の域内貿易に占める自動車貿易（輸送機器）の占める割合はきわめて低い。しかし、AFTAによる自動車関税引き下げ効果（5%）、中国のWTO加盟による市場開放、自動車部品産業の集積度が高まっているタイの供給能力向上等東アジアにおいて自動車貿易を活発化させる土壌は整いつつある。一方、東アジアの自動車需要は、アジア通貨危機後に激減していたASEANの自動車販売が回復し始め、他方、中国の自動車販売台数は2003年にはドイツを抜いて米国、日本に次いで世界第3位に躍進すると予想されている。

第2は最需要市場である中国への取り組みである。日本企業のみならず欧米や東アジア企業の最大の関心は中国市場での販売である。中国の国内消費財市場において、日系企業など外資系企業のターゲットになり得る購買層は、月収で2000元（2001年の世銀の購買力評価で換算すると17万円程度）、人口にして4000万人はいる⁹。特に、所得水準の高い上海や広東省の珠江デルタ地帯で販売活動を展開している日系企業の中には利益を上げている企業が多く見られ、市場としての中国の成長性をうかがわせている。前述のジェットロ調査では、中国市場への取り組みとしては、日本からの輸出よりは現地生産と回答する企業が多かった（図表－21）。中国の国内市場を狙った投資が今後とも続くことになる。更に、輸出の生産拠点としての中国の活用についても一層の重要性を増すと見られる。中国で生産して輸出する製品は、量産品のみならず高付加価値品にまで広がる可能性がある（図表－22）。すでに、デジタル製品では最先端製品が日本と同時に中国で生産されるようになっている。

（3）中国脅威論を超えて

世界の工場としての中国の台頭は、周辺国の産業を空洞化させるというほどの勢いを感じさせている。これが日本をはじめASEAN諸国においても中国脅威論となった。日本では、2001年、2002年にかけて大手電機メーカーを中心として国内にある地方の工場を中国

に移転する動きが活発化して地域の雇用が失われるなどの地域産業の空洞化が一挙に表面化した。産業の空洞化は、長引く日本経済の停滞や銀行の貸し渋りなどと相まって深刻化を増している。しかし、中国脅威論に基づく産業の空洞化論は、日本では沈静化してより冷静な目で実態を直視するようになってきている。日本商工会議所が発表した「地域で取り組むべき産業空洞化対策に関する提言」（平成15年3月）には、「いわゆる「中国脅威論」だけでは空洞化問題に対応する前向きな対策は出てこない。冷徹な目で現実を直視した上で、企業にも地域にも、責任転嫁せず、自助努力を基本として、国際分業に沿った棲み分け、巨大市場の活用など、死にもの狂いの知恵出しと行動が必須である。」として地域も中小企業も日本の製造業の中で付加価値の低い規格大量生産型製品の企業の国際競争力はすでに失われていること、また世界全体が供給過剰状態にあることなどの構造変化を直視して地域も中小企業も他にない独自技術・製品を創造する「オンリーワン」の発想と行動が必要とされている。そして、モノ作りに国境はないとして中小企業においても東アジア経済圏の中における分業・棲み分けを前提に企業戦略を再検討し、国内で頑張る事業、海外に出る事業、国内と海外の両方に拠点を構築する事業という国内外で事業活動のベストミックスを探る必要があるとしている。

国際分業を促進する要因は、コストの絶対的な優位性ではなく比較優位性である。中国は労働集約財からハイテクまですべての分野で経営資源を配分するのは不可能である。必然的に棲み分けができる。東アジア経済の中で日本企業のとるべき選択は、高付加価値化、多品種少量生産、個性化、利益率重視などの企業経営の方向転換にある。

——注——

- 1 安部忠彦「新リーディング「産業」が日本を変える」（日本プラントメンテナンス協会 2000年7月）
- 2 アジアからの逆輸入額をアジアからの製品輸入額（東アジア9カ国、2000年ベース）に占める割合は、39%に達している。
- 3 2001年度の中小企業白書の試算では、98年度で、国内生産削減による雇用減少と輸出誘発効果による雇用増加を差し引くと、79万人の雇用削減効果となっている。
- 4 国際協力銀行開発金融研究所の海外直接投資アンケート調査結果によれば、94年度

に新規市場開拓を目的とする投資と回答した企業の割合は、ASEANで13.5%、アジアNIESで17.5%、中国54.2%が、これが2000年度にはそれぞれ70.5%、68.2%、74.2%に高まっている。

- 5 例えば、シンガポール金融通貨庁「Macroeconomic review」January 2003
- 6 トラン・ヴァン・トゥ「雁行型発展からプロダクトサイクル型発展へ転換せよー日本経済の再浮揚戦略」日本経済研究センター会報2002年9月1日
- 7 経済諮問会議の「経済財政運営と構造改革に関する基本方針 2002」（平成14年6月25日
- 8 ジョン・ウォン「新経済移行 アジアも注視」日本経済新聞 2003年1月10日
- 9 船矢祐二「中国のマクロ経済動向」ジェトロ 中国経済 2003年3月号

図表－１ 各経済活動別実質年平均伸び率

(%)

年	1970-80	1980-90	1990-2000
1.産業	4.7	4.4	1.5
農林水産業	▲ 0.2	1.4	▲ 3.4
鉱業	1.9	▲ 2.3	▲ 4.4
製造業	4.4	4.9	1.0
食料品	4.0	0.6	0.7
繊維	2.3	▲ 1.1	▲ 3.6
パルプ・紙	5.0	4.9	▲ 1.3
化学	11.8	9.4	1.5
石油・石炭製品	▲ 3.4	▲ 1.0	1.2
窯業・土石製品	1.0	3.5	▲ 0.7
一次金属	6.1	0.3	▲ 0.9
金属製品	2.4	6.1	▲ 1.1
一般機械	6.7	7.2	▲ 2.1
電気機械	61.7	17.2	8.7
輸送機械	7.2	4.0	1.2
精密機械	15.9	6.2	▲ 1.8
他の製造業	2.5	3.9	▲ 2.6
建設業	2.9	3.4	▲ 2.9
電気ガス水(産業)	6.4	3.2	2.3
卸売・小売業	8.6	4.5	2.6
金融・保険業	9.8	8.5	3.0
不動産業	6.3	3.9	2.0
運輸・通信業	2.3	4.3	2.4
サービス業	4.3	4.3	2.8
2.政府サービス	4.2	1.6	2.3
3.サービス業(非営利)	5.6	3.7	2.5
合計	4.6	4.0	1.6

(%)

年	1970-80	1980-90	1990-2000
第一次産業	▲ 0.2	1.4	▲ 3.4
第二次産業	3.9	4.4	▲ 0.1
第三次産業	5.5	4.2	2.5
合計	4.6	4.0	1.6

〔資料〕内閣府「国民経済計算」(旧68ベース)。1990-2000年の年平均伸び率は内閣府「国民経済計算」(新93ベース)。
 第一次産業は農林水産業。第二次産業は鉱業、製造業及び建設業。
 第三次産業は第一次及び第二次以外の産業、政府サービス生産者及び対家計民間非営利サービス生産者。

図表－２ 年平均伸び率

	米国			日本		
	全産業	製造業	サービス業	全産業	製造業	サービス業
1970-80	N.A.	N.A.	N.A.	4.6	4.4	4.3
1980-90	3.2	3.0	4.1	4.0	4.9	4.3
1990-2000	3.2	3.7	3.0	1.4	1.0	2.8

〔資料〕内閣府「国民経済計算」(旧68ベース、新93ベース)、
 National Income and Product Account

図表－３ 国内産出額、輸出、輸入の業種別構成比（名目）

（％）

財貨・サービス／項目	国内産出額			輸出			輸入			内需		
	1980年	1990年	2000年	1980年	1990年	2000年	1980年	1990年	2000年	1980年	1990年	2000年
1. 産 業	90.1	90.6	89.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	92.9	92.4	91.1
(1) 農林水産業	3.6	2.5	1.5	0.3	0.1	0.1	10.9	7.1	4.6	4.1	2.8	2.0
(2) 鉱 業	0.5	0.3	0.2	0.1	0.0	0.0	43.6	23.7	22.9	3.9	1.7	1.6
(3) 製 造 業	28.2	23.6	22.3	85.4	80.6	93.2	34.5	52.8	70.3	46.0	38.3	37.0
a. 食 料 品	3.2	2.4	2.2	1.0	0.5	0.3	6.2	9.5	8.3	5.9	5.2	4.3
b. 織 維	1.0	0.3	0.2	3.1	1.2	1.1	1.6	1.2	0.7	1.6	0.6	0.3
c. パルプ・紙	0.8	0.8	0.6	0.7	0.7	0.5	1.0	1.2	0.9	1.6	1.4	1.0
d. 化 学	2.2	1.8	1.8	5.5	5.2	7.3	3.7	4.8	5.6	3.9	3.0	3.2
e. 石油・石炭製品	1.0	1.1	1.0	1.1	0.7	0.5	5.9	5.6	3.5	4.2	2.0	1.6
f. 窯業・土石製品	1.1	0.9	0.7	1.6	1.1	1.2	0.3	0.8	0.8	1.6	1.3	1.0
g. 一次金属	3.6	1.8	1.4	12.1	4.5	4.9	5.0	6.7	5.0	7.1	4.1	3.0
h. 金属製品	1.3	1.4	1.1	3.0	1.2	1.0	0.0	0.5	0.7	1.9	1.9	1.6
i. 一般機械	3.0	2.8	1.9	12.2	12.9	13.5	1.7	2.8	2.8	4.0	3.4	2.5
j. 電気機械	3.1	3.0	5.9	15.3	18.2	43.9	2.2	4.1	26.7	3.7	3.6	8.6
k. 輸送用機械	3.2	2.2	2.1	22.5	21.4	21.1	1.7	3.8	3.6	3.8	4.1	3.7
l. 精密機械	0.6	0.4	0.3	3.4	3.1	3.1	0.9	1.3	2.0	0.5	0.5	0.3
m. その他の製造業	4.2	4.6	3.0	3.9	4.2	3.3	4.1	11.9	12.0	6.1	7.4	5.3
(4) 建 設 業	9.0	10.3	6.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.3	12.7	9.2
(5) 電気・ガス・水道業	2.6	2.6	2.8	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	2.7	3.1
(6) 卸売・小売業	14.8	12.0	13.3	0.9	0.2	1.4	1.7	0.7	1.3	0.2	0.1	0.1
(7) 金融・保険業	5.0	5.2	6.0	0.8	0.7	0.6	0.9	1.1	0.8	3.4	4.1	5.3
(8) 不動産業	9.1	11.1	11.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	7.3	8.2
(9) 運輸・通信業	5.9	6.5	7.0	10.0	7.4	6.8	4.6	5.4	4.8	3.4	4.0	5.6
(10) サービス業	11.3	16.5	18.7	2.6	4.2	4.7	3.9	9.3	6.5	12.4	18.6	20.3
2. 政府サービス生産者	8.2	7.9	8.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.7	6.3	7.5
3. 対家計民間非営利サービス生産者	1.7	1.5	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	1.3	1.5
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

〔資料〕内閣府「国民経済計算」より作成

注）1980、1985年は68SNAベース。内需は国内産出額-輸出+輸入で計算。

図表－４ 素材型産業と加工型産業の成長パターン

（単位：％）

	1955	1965	1975	1985	1990	1995	2000
製造業合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
素材型産業	34.8	41.3	43.9	35.4	33.2	33.0	29.8
1. 軽工業	7.1	8.2	7.3	6.2	7.3	6.8	5.9
2. 重工業	27.6	33.2	36.6	29.2	25.9	26.2	23.9
加工型産業	65.2	58.7	56.1	64.6	66.8	67.0	70.2
1. 軽工業	55.9	41.0	32.6	28.6	31.4	29.1	24.5
2. 重工業	9.3	17.7	23.5	36.0	35.5	37.8	45.7

（注）1）素材型産業は、パルプ・紙、窯業・土石、化学、石油・石炭製品、一時金属、金属製品などの諸産業。加工型産業（軽工業）は、食料品、繊維、その他製造業、加工型産業（重工業）は、一般機械、電気機械、輸送機械、精密機械、の諸産業。

2）製造業合計のみ実額。他は構成比・成長率で％。

（出所）経済企画庁「国民経済計算年報」平成10年版等。

図表－５ 日本の輸出上位10品目の推移

50年	シェア	60年	シェア	70年	シェア
1 綿織物	25.3	1 綿織物	8.7	1 音響機器	6.1
2 鉄鋼	8.4	2 船舶	7.1	2 汎用鋼板	6.0
3 生糸	4.8	3 衣類	5.4	3 船舶	5.9
4 船舶	3.6	4 汎用鋼板	4.5	4 自動車	5.6
5 絹織物	2.7	5 ラジオ受信機	3.6	5 合成繊維織物	3.2
6 陶磁器	2.2	6 スフ織物	2.9	6 管及び管用継手	2.7
7 綿糸	2.1	7 かん、びん詰魚介類	2.9	7 科学光学機器	2.6
8 玩具	1.5	8 自動車	2.6	8 織物用糸	2.2
9 繊維織物	1.2	9 玩具及び遊戯用具	2.5	9 二輪自動車及び部分品	2.1
10 魚油・鯨油	0.8	10 陶磁器	1.7	10 有機化合物	2.1
合計	52.6	合計	41.9	合計	38.5

80年	シェア	90年	シェア	95年	シェア
1 自動車	17.9	1 自動車	17.8	1 自動車	12.0
2 音響機器	5.4	2 事務用機器	7.2	2 電子部品・デバイス	9.2
3 汎用鋼板	4.2	3 電子部品・デバイス	4.7	3 事務用機器	7.0
4 管及び管用継手	3.6	4 映像機器	4.5	4 自動車部品	4.3
5 船舶	3.6	5 科学光学機器	4.0	5 科学光学機器	4.2
6 科学光学機器	3.5	6 自動車部品	3.8	6 原動機	3.5
7 織物類	2.6	7 原動機	2.7	7 汎用鋼板	2.6
8 二輪自動車及び同部品	2.5	8 汎用鋼板	2.6	8 有機化合物	2.5
9 原動機	2.0	9 音響機器	2.3	9 船舶	2.4
10 電子管等	1.8	10 通信機	2.1	10 映像機器	2.3
合計	47.0	合計	51.7	合計	50.0

99年	シェア	2000年	シェア	2001年	シェア
1 自動車	14.9	1 自動車	13.4	1 自動車	14.7
2 電子部品・デバイス	7.8	2 電子部品・デバイス	8.9	2 電子部品・デバイス	7.4
3 事務用機器	6.4	3 事務用機器	6.0	3 事務用機器	5.8
4 科学光学機器	4.7	4 科学光学機器	5.1	4 科学光学機器	5.1
5 自動車部品	3.4	5 自動車部品	3.6	5 自動車部品	3.8
6 原動機	3.2	6 原動機	3.2	6 原動機	3.5
7 電気回路	2.6	7 電気回路	2.8	7 映像機器	2.8
8 映像機器	2.5	8 映像機器	2.7	8 有機化合物	2.5
9 有機化合物	2.4	9 有機化合物	2.3	9 電気回路	2.5
10 船舶	2.4	10 船舶	2.1	10 船舶	2.1
合計	50.4	合計	50.1	合計	50.2

(注①)80年以降は外国貿易概況5桁分類により、金額(円ベース)上位10品目を抽出。

ただし、85年以前については、分類方法が異なるため一部品目を修正。

(注②)70年は外国貿易概況3桁分類(80年以降の5桁に相当)により上位10品目を抽出。

なお、70年以前のシェアはドル建て輸出金額をもとに算出(ドル建てのみの発表のため)。

(資料)財務省貿易統計(各年版)より計量分析チームにて作成。

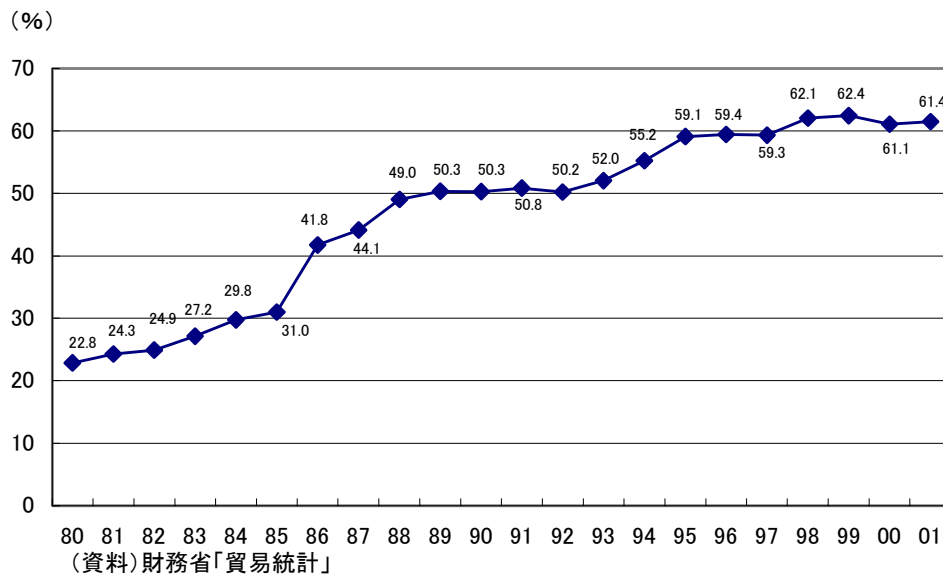
図表－ 6 日本の製品輸入額（国・地位別）

（単位：億ドル）

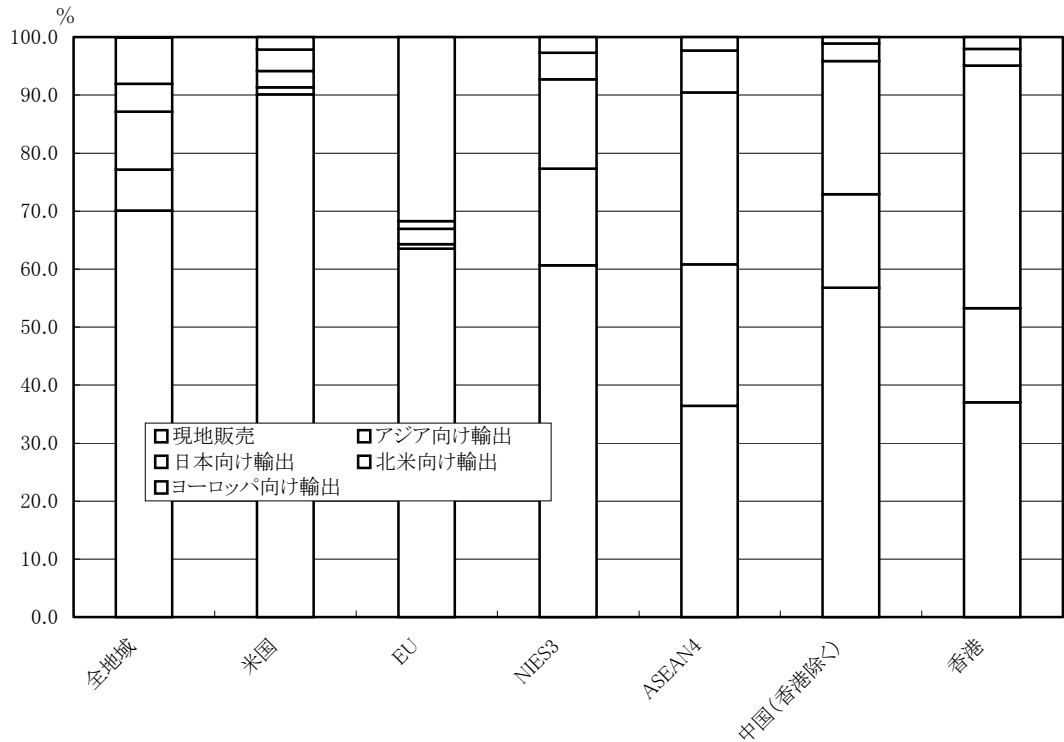
	対世界	対米国	対 EU	対中国
90年	1,180	325	309	61
91年	1,203	336	275	83
92年	1,170	320	267	108
93年	1,252	341	256	142
94年	1,517	403	305	196
95年	1,986	501	437	278
96年	2,085	548	435	316
97年	2,018	541	391	331
98年	1,733	488	334	297
99年	1,933	487	366	350
00年	2,329	531	407	457
01年	2,157	461	390	488

（資料）財務省「貿易統計」

図表－ 7 日本の製品輸入比率

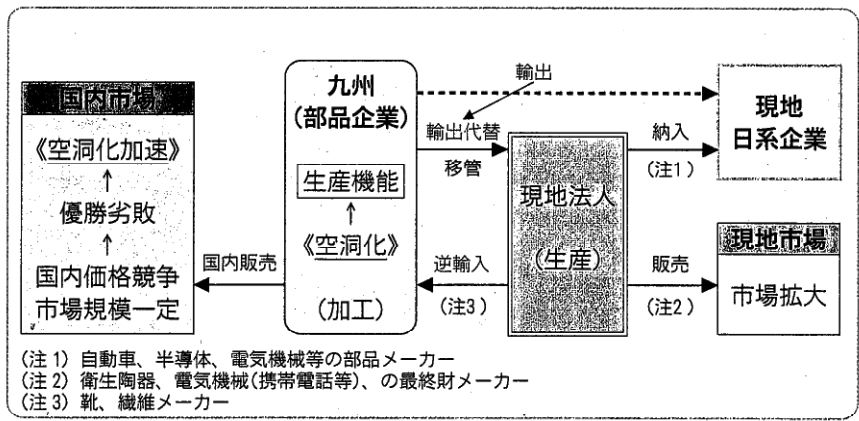


図表－8 現地法人（製造業）進出地域別販売先割合（1999年度）



〔資料〕経済産業省「海外事業活動基本調査」より作成
〔注〕製造業は、食料品、木材紙パ、石炭石油を除く

図表－9 輸出代替・逆輸入型の海外展開



（出所）九州経済産業局「環 2002 春号」

図表－10 海外生産が日本の貿易に与える影響

(単位:億円)

年度	製造業計							
	全効果(③-①-②)		輸出代替効果 ①		逆輸入 効果 ②	輸出誘発 効果 ③	うち資本財	うち中間財
	ケースA	ケースB	ケースA	ケースB				
1988	12,021	▲ 61,675	41,410	119,219	17,482	71,584	5,527	66,057
1989	6,267	▲ 94,949	43,416	151,287	22,184	72,279	3,169	69,110
1990	▲ 6,407	▲ 128,638	51,362	178,978	26,245	70,918	5,940	64,978
1991	2,759	▲ 115,722	49,581	172,770	25,335	77,784	6,580	71,203
1992	1,538	▲ 114,556	48,050	167,435	24,552	74,183	6,289	67,895
1993	▲ 2,840	▲ 133,864	54,409	189,594	27,802	79,280	4,450	74,830
1994	▲ 9,947	▲ 158,251	65,134	226,968	33,282	87,562	4,712	82,849
1995	▲ 4,598	▲ 170,357	70,232	244,730	35,887	101,279	5,560	95,718
1996	▲ 7,761	▲ 224,064	91,249	317,968	40,532	123,646	7,779	115,868
1997	▲ 16,322	▲ 258,597	96,931	350,844	51,819	131,644	8,796	122,848
1998	▲ 20,107	▲ 252,492	99,680	342,746	44,216	122,864	6,885	115,979
1999	▲ 15,046	▲ 250,218	96,898	341,721	48,723	129,958	6,128	123,829
2000	▲ 18,007	▲ 278,839	104,484	379,098	56,778	142,304	7,059	135,245

ケースA:輸出代替効果＝現地法人第三国売上
 ケースB:輸出代替効果＝現地法人現地向け売上
 (資料)経済産業省「海外企業活動調査」

図表－11 対通関輸出入比

輸出に関する効果に関しては、通関輸出に占める割合。
 輸入に関する効果に関しては、通関輸入に占める割合。
 (単位:%)

年度	製造業計					
	輸出代替効果		逆輸入効果	輸出誘発 効果	うち資本財	うち中間財
	ケースA	ケースB				
1988	11.9	34.1	7.0	20.5	1.6	18.9
1989	11.2	38.9	7.3	18.6	0.8	17.8
1990	12.3	42.7	7.7	16.9	1.4	15.5
1991	11.6	40.5	8.2	18.2	1.5	16.7
1992	11.2	38.9	8.4	17.2	1.5	15.8
1993	13.7	47.9	10.5	20.0	1.1	18.9
1994	16.0	55.7	11.5	21.5	1.2	20.3
1995	16.7	58.2	10.9	24.1	1.3	22.8
1996	19.8	69.1	10.2	26.9	1.7	25.2
1997	18.9	68.2	13.0	25.6	1.7	23.9
1998	20.2	69.3	12.5	24.8	1.4	23.5
1999	20.0	70.4	13.4	26.8	1.3	25.5
2000	20.1	72.8	13.4	27.3	1.4	26.0

(資料) 図表－10と同じ

図表－12 直接投資の効果（輸出代替、逆輸入、輸出誘発効果の試算）

全地域

（単位：百万円）

年度	合計	輸出代替	逆輸入	資本財輸出 誘発	中間財輸出 誘発	輸入転換
1997	▲ 1,632,215	9,693,106	5,181,940	879,590	12,284,828	78,412
1998	▲ 2,010,718	9,967,954	4,421,588	688,487	11,597,908	92,428
1999	▲ 1,504,561	9,689,794	4,872,290	612,837	12,382,945	61,741
2000	▲ 1,800,732	10,448,418	5,677,814	705,878	13,524,472	95,150

輸出代替はケースA

合計

（単位：百万円）

年度	米国	アジア	ASEAN	NIES4	中国 （香港を除く）	それ以外
1997	3,065,130	▲ 3,327,663	▲ 1,396,040	▲ 1,565,937	▲ 365,687	▲ 1,369,682
1998	3,423,304	▲ 3,109,893	▲ 1,784,093	▲ 948,529	▲ 377,271	▲ 2,324,129
1999	3,365,125	▲ 1,787,287	▲ 1,080,647	▲ 419,216	▲ 287,424	▲ 3,082,399
2000	2,993,834	▲ 3,471,874	▲ 1,702,240	▲ 941,268	▲ 828,366	▲ 1,322,692

輸出代替効果

年度	米国	アジア	ASEAN	NIES4	中国 （香港を除く）	それ以外
1997	1,457,117	4,306,415	1,656,529	2,138,799	511,087	3,929,574
1998	1,481,406	3,574,373	1,653,293	1,422,270	498,810	4,912,175
1999	1,388,058	2,133,324	964,818	731,960	436,546	6,168,412
2000	1,499,238	3,771,276	1,650,727	1,471,853	648,696	5,177,904

逆輸入効果

年度	米国	アジア	ASEAN	NIES4	中国 （香港を除く）	それ以外
1997	424,394	4,326,826	2,168,753	1,717,451	440,622	430,720
1998	386,629	3,554,532	1,676,896	1,426,785	450,851	480,427
1999	553,664	3,905,146	1,829,713	1,583,108	492,325	413,480
2000	482,728	4,814,195	2,316,255	1,908,524	589,416	380,891

資本財輸出誘発効果

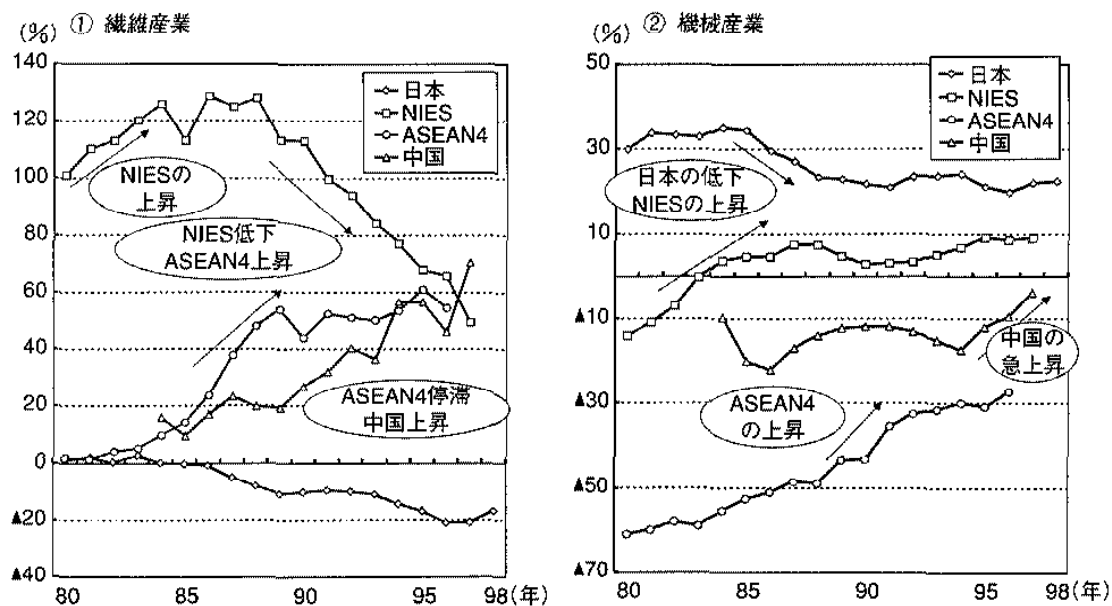
年度	米国	アジア	ASEAN	NIES4	中国 （香港を除く）	それ以外
1997	103,260	270,112	182,903	27,773	59,436	506,218
1998	92,030	273,654	176,568	61,075	36,011	322,804
1999	70,277	143,001	97,472	22,815	22,714	399,559
2000	77,716	305,881	207,404	69,817	28,660	322,281

中間財輸出誘発効果

年度	米国	アジア	ASEAN	NIES4	中国 （香港を除く）	それ以外
1997	5,007,665	4,818,892	2,113,611	2,209,172	496,109	2,458,271
1998	5,369,314	3,521,165	1,244,652	1,767,870	508,643	2,707,429
1999	5,379,848	4,026,071	1,568,867	1,857,043	600,161	2,977,026
2000	5,051,018	4,583,312	1,949,635	2,309,062	324,615	3,890,141

（資料）図表－10と同じ

図表-13 東アジアにおける産業の国際競争力の推移



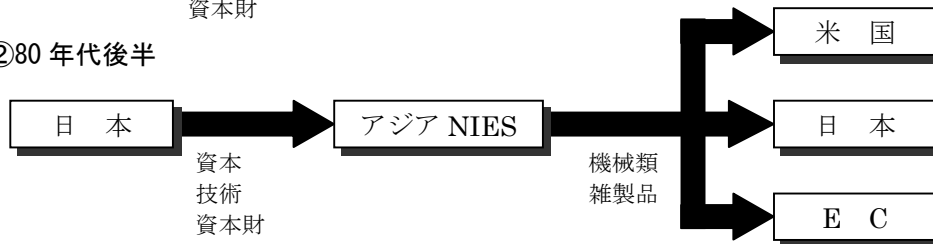
(備考) データは生産／内需（生産＋輸入－輸出）の比率をとって、 $(\text{生産} / \text{内需} - 1) \times 100$ に置き直したもの。
 この比率は、内需に対しての生産の超過（不足）比率を表しており、産業の国際競争力を示している
 (出所) 経済産業省「2001年版通商白書」

図表－14 アジア地域の分業構造の変化

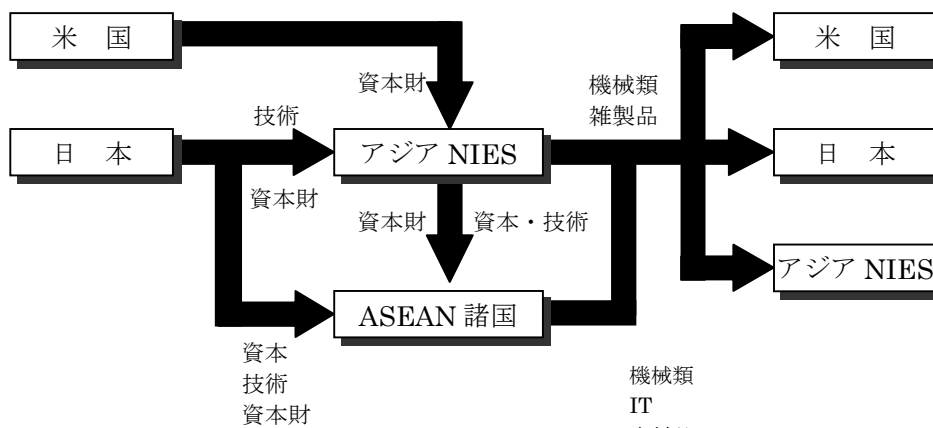
①85 年以前



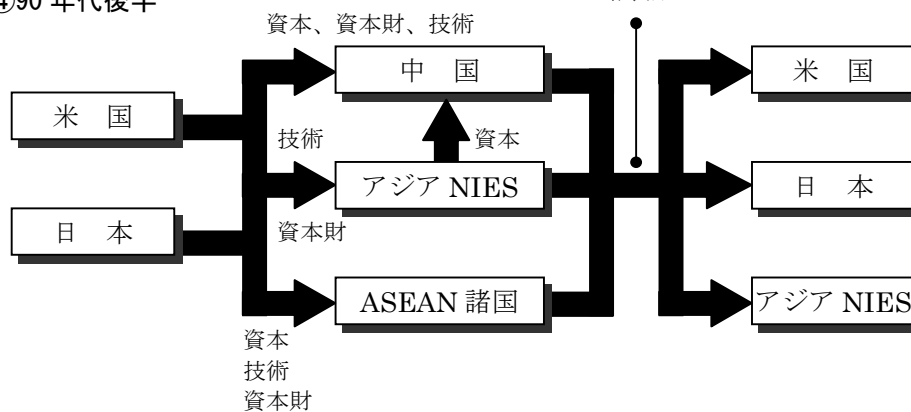
②80 年代後半



③90 年代前半



④90 年代後半



(資料)「平成 4 年版通商白書」等より作成

図表－15 経営資源の地域別価格比較

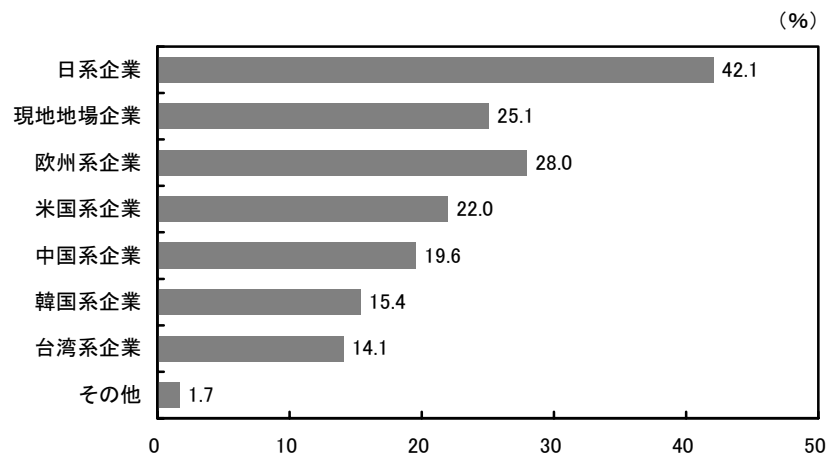
項 目	日本	米国	欧州	タイ	中国
年金利	100	110	220	230	300
土地（工場用地、㎡当たり）	100	8	4	1	(*1) 10
建築コスト	100	73	56	45	—
人件費（月）	100	65	32	6	4
陸上運賃 300km（20 フィートコンテナ）	100	19	15	25	—
乙仲＝海運貨物取扱者＝費用（輸出通関費用）	100	13	130	33	130
貸借倉庫（㎡当たり／月）	100	20	10	20	20
電力（1kw／時）	100	30	25	45	28
水道（？）	100	19	4	(*2) 100	1
事務経費（売上高比）	100	45	35	50	20
法人税（基本税率）	100	91	88	80	88

（注）現地の典型的な工場を想定し推算のうえ、指数化したもの。シャープ調べ。

*1 は賃貸料。*2 はタンク車で運搬の場合を想定。

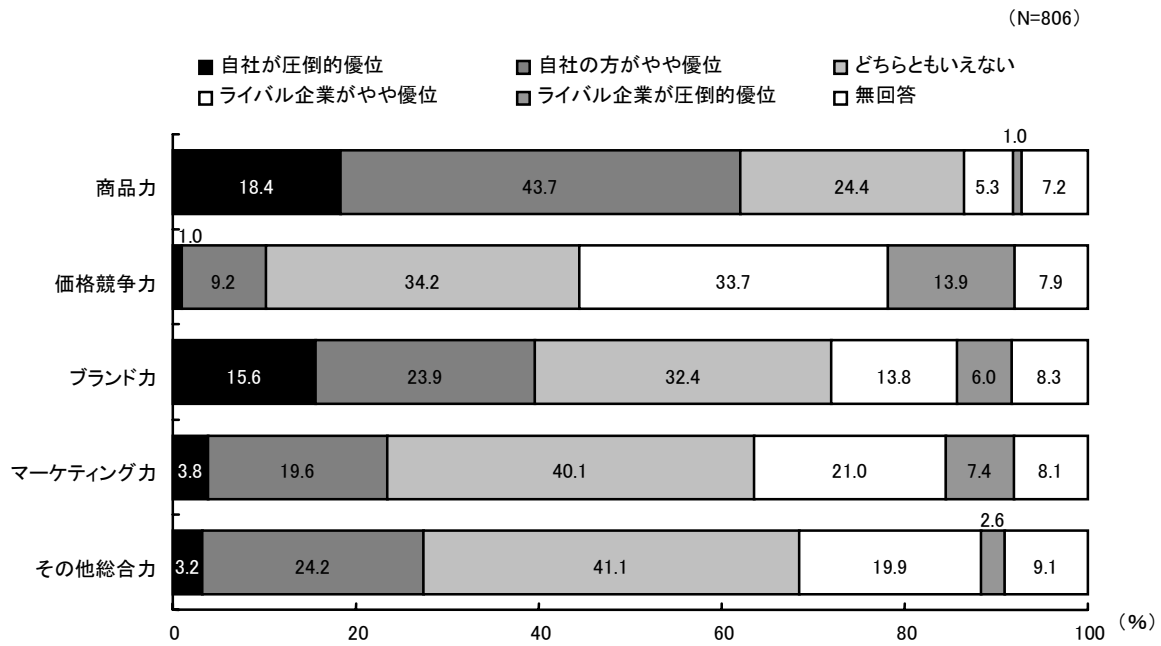
（出所）

図表－16 最重要市場におけるライバル企業

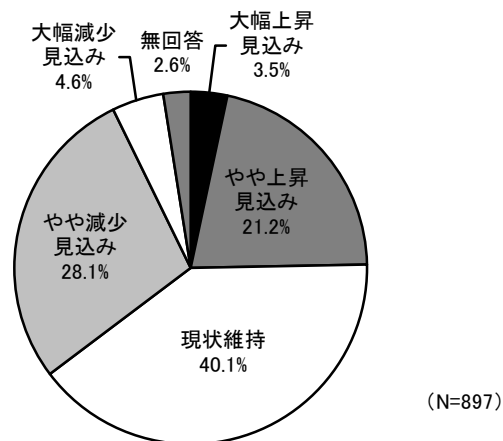


（出所）ジェトロ「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」2002年5月実施

図表－17 最重要市場におけるライバル企業との競争優位性（全体）



図表－18 3年後における売上高に占める国内市場への依存度



図表－19 ターゲットとする海外市場（現在及び今後）

(%)	(a) 現在の 海外拠点 設置先	(b) 現在の 重要 販売市場	(c) 現在の 最重要 販売市場	(d) 今後の 開拓 対象市場
中国	40.8	64.9	22.7	54.1
米 国	40.5	56.1	17.4	21.1
ロシア	2.9	5.7	0.3	8.1
インド	6.6	13.0	0.8	15.8
ASEAN諸国	40.8	46.3	6.5	25.4
EU諸国	29.8	41.5	4.8	19.0
アジアNIES	25.4	40.2	4.2	14.5
中南米	9.4	8.9	0.3	8.8
中東欧	4.7	6.6	0.3	9.0
中近東	4.6	12.3	0.8	6.4
アフリカ	2.9	3.8	0.2	3.9
CIS	0.9	1.7	-	2.5

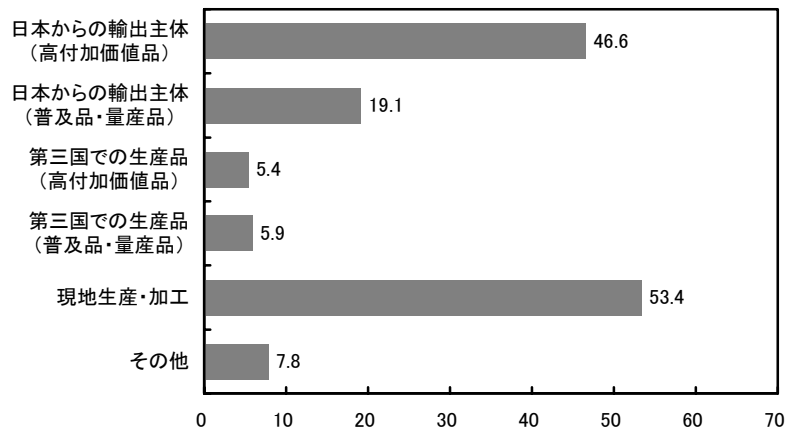
N=897 プリコードによる複数回答。(c)のみ単一回答。
(出所) 図表-16と同じ

図表－20 日本、中国、アジアNies、ASEANの東アジア向輸出（業種別、2001年）

	対日本	対中国	対香港	対台湾	対韓国	対シンガポール	対アジアNies	対ASEAN10	対米国
食 料 品	0.8	7.7	2.4	2.1	2.9	2.2	2.4	5.7	9.8
鉱物性燃料	0.6	4.8	0.4	1.1	10.3	10.0	4.9	16.1	0.9
機 械 機 器	63.0	38.9	55.3	57.0	46.4	68.7	56.8	53.8	60.9
一般機械	20.0	11.9	14.5	19.6	13.9	20.1	16.7	17.1	18.4
電気機器	29.7	21.2	32.4	32.8	28.2	43.4	34.1	33.1	24.5
輸送機器	6.0	2.8	0.9	1.6	3.2	2.2	1.9	1.6	10.4
IT関連機器	31.3	25.9	40.0	41.5	34.5	53.6	42.3	42.9	33.5
化 学 品	13.3	6.1	10.3	13.3	14.0	10.9	11.9	8.7	11.5
金 属 製 品	5.3	1.2	1.6	4.6	5.1	0.4	2.7	0.4	0.6
雑 製 品	1.1	5.9	3.7	2.8	1.7	0.5	2.3	1.5	1.9
繊維衣料品	3.3	22.8	15.2	10.3	9.3	0.9	9.5	2.5	1.4
そ の 他	12.5	12.5	11.3	8.8	10.2	6.5	9.4	11.2	13.0
総 額	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(資料) 各国統計よりジェトロ作成

図表－21 最重要の中国への取り組み



(出所) 図表-16と同じ

図表-22 開拓市場に対する第三国輸出パターン例

高付加価値品

第三国	取扱い商品	開拓市場
中 国	・繊維・織物、アパレル	EU 諸国
	・繊維・織物、ファッション雑貨・履物	米国、EU 諸国
	・アパレル	フランス、ドイツ
	・アパレル、生活用品・リビング雑貨	アジア NIES、中国
	・生活用品・リビング雑貨、家具・建材	ASEAN 諸国、インド
	・繊維・織物、ファッション雑貨・履物	インド、中国
	・ファッション雑貨・履物	インド
	・電気・電子機械	インド、中近東
	・繊維・織物、ファッション雑貨・履物	ASEAN 諸国、中国
	・窯業・土石	米国、中近東
	・精密機器	米国、中国
中国、タイ、台湾 中国、インドネシア	・電気・電子機械、生活用品・リビング雑貨	メキシコ、ベネズエラ
	・一般機械、電子部品	ロシア
	・電気・電子機械	米国、中国
	・金属製品、一般機械	英国、イタリア、中国
	・自動車部品	ASEAN 諸国
	・アパレル	インド、ラオス、ミャンマー、カンボジア
	・その他輸送機器、金属製品	アジア NIES、中国
	・電気・電子機械	インド、中南米
	・紙・パルプ	中国
	・金属製品、生活用品・リビング雑貨	インド、中国
タ イ	・医療品・化粧品	中国、中東欧
	・化学	米国、中国
	・自動車部品、生活用品・リビング雑貨	シンガポール
	・化学	ASEAN 諸国
	・金属製品	中国、インド
	・医療品・化粧品	EU 諸国
	・精密機器	アジア NIES
	・化学	アジア NIES
	・一般機械	米国
	・窯業・土石、金属製品	EU 諸国、中国
中国、タイ	・ゴム・皮革製品	中国
台 湾	・一般機械	中国、インド
フィリピン	・医療品・化粧品	米国
シンガポール	・電気・電子機械、精密機器	米国
米 国		
スイス		
英 国		
イタリア		
イタリア、韓国、タイ		
インド		
パキスタン		
ベラルーシ		