

2022年6月30日 全6頁

輸出構造の転換で円安・資源高に強い経済へ

輸出競争力強化のための官民協力による投資拡大が課題に

経済調査部 エコノミスト 岸川 和馬

[要約]

- 円安や資源高を背景に輸入価格が高騰しているが、他方で輸出価格の上昇が鈍いことも問題である。原材料価格が上昇する中でも、日本の輸出企業は価格転嫁に消極的だ。日本は産業内貿易における地位の低迷によって価格支配力が低下したが、その背景には国際競争の激化や製品差別化の停滞がある。
- アジア諸国はこの20年ほどで技術力を大幅に向上させ、日本の「分業パートナー」から「競合相手」へと変わった。また、日本と産業構造が近いドイツや韓国に比べ、日本の輸出財の製品差別化は停滞している。日本は輸出財の多様性で見劣りするのみならず、品質の高さという優位性も失いつつある。
- 輸出競争力を強化するために特に注力すべき産業を定め、設備投資のほか、人的資本や研究開発などの無形資産投資の拡大を官民が協力して推進する必要がある。この点、岸田政権が2022年6月に閣議決定した「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画」ではこうした観点が欠けている印象を受ける。輸入インフレに対する日本経済の脆弱性が浮き彫りになったことで、中長期的な視点に立った輸出構造の転換の重要性は一層増している。

原材料高を販売価格に転嫁しにくい日本の輸出構造

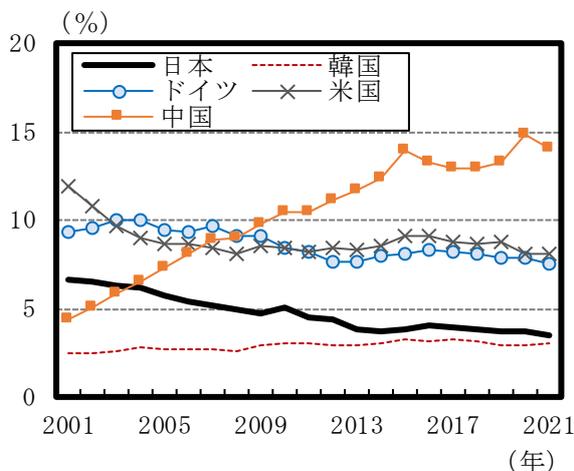
輸出競争力の低下などを背景に日本の輸出価格は輸入価格よりも緩慢な伸びに

円安や資源高を背景に輸入価格が高騰している。2022年5月の貿易統計（財務省、以下速報ベース）によれば、輸入金額は9.6兆円と過去最高を更新し、貿易収支は▲2.4兆円と統計開始以来2番目の赤字幅を記録した。記録的な資源高に加えて円安ドル高が急速に進展し、貿易統計上の為替レートにあたる税関長公示レートは5月で前年比+18.7%となった。日本企業が輸入価格をコントロールすることは困難だが、他方で日本企業がコントロールできるはずの輸出価格の上昇が鈍いことも問題だ。5月の輸入価格は前年比+42.2%だったのに対し、輸出価格は同+20.0%にとどまった。日本の輸出シェアは長期的に低迷しており（図表1）、価格支配力が低下したことなどから、原材料高の中でも企業は価格転嫁に消極的である。

背景には、「産業内貿易」（ある国が同一産業で同種の製品の輸出入を共に行うこと）における日本の地位の低迷がある。一般的に産業内貿易が盛んであれば、製品を差別化してその輸出に特化することでコストが抑えられ、市場シェアは高まりやすくなる。例えば日本とドイツが異なるメーカーの自動車を互いに輸出している場合、両者には価格や機能、色、デザインなどの様々な差異があるため、ドイツは日本国内で製造されない自動車を供給していることになる。日本でこのドイツ車が欲しければドイツ企業しか選択肢がないため、ドイツの自動車メーカーは一定のシェアを確保することができ、高い価格支配力を実現しているという構図だ。

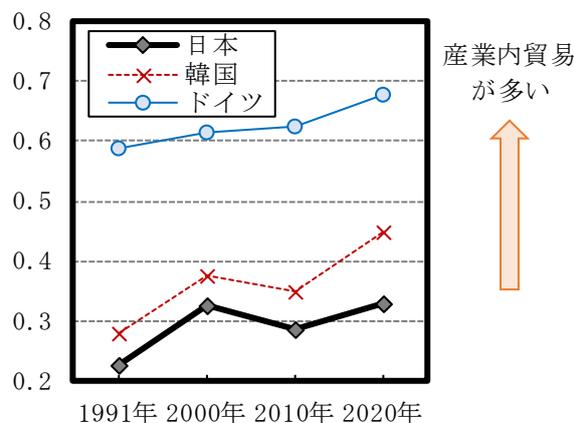
産業内貿易の多さを示すグローバル・ロイド指数を見ると、日本と産業構造の近いドイツや韓国に比べ、日本では産業内貿易が少ない（図表2）。日本は1990年代からドイツに比べて産業内貿易が盛んでなかったうえに、近年になって韓国にも差を広げられ、足元では輸出シェアが拡大しにくい輸出構造に陥っている。この主因として挙げられるのが、以下で説明する、①日本を取り巻く国際競争の激化、②製品差別化の停滞、であろう。

図表1：世界の輸出総額に対する各国のシェア



(注) シェアの算出に用いた輸出金額はドル建て。
(出所) 国際貿易センターより大和総研作成

図表2：日独韓のグローバル・ロイド指数



(注) HSコード6桁に準拠した品目別のグローバル・ロイド指数を輸出入額の合計金額で加重平均した。同指数の式は以下の通り (Xは輸出金額、Mは輸入金額)。
$$(X+M-|X-M|) \div (X+M)$$

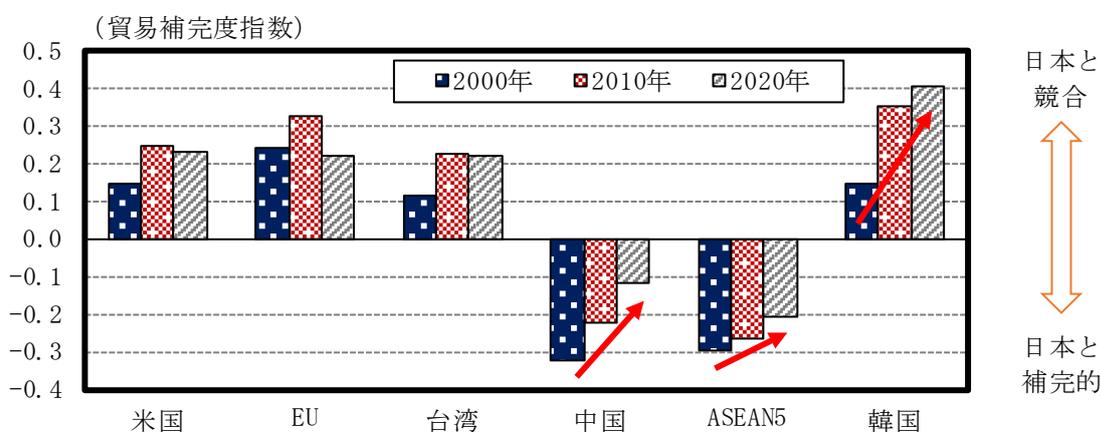
(出所) 国際貿易センター、UN Comtrade より大和総研作成

①日本を取り巻く国際競争の激化

グローバル化の進展の中で国際競争は激しさを増しており、とりわけ日本と地理的に近いアジアでは急激に技術力が向上している。アジア諸国は日本にとって国際分業のパートナーと呼べる存在だが、近年はこうした補完的な関係が成り立ちにくくなっているようだ。日本と各国・地域との関係を貿易補完度指数（日本と各国・地域の貿易特化係数の相関係数）から確認すると、日本と中国・ASEAN5¹の補完性は薄れつつあり、韓国との競合度は高まっている（**図表 3**）。とりわけ中国は「競合相手」に分類される（貿易補完度指数が0を上回る）水準まで近づいており、韓国は今や欧米以上に競合する相手となった。

今後も国際市場では日本と現地サプライヤーとの競争激化が予想される。しかしながら、日本の輸出の6割を占めるアジア向けは部品類などの中間財が中心だ。中間財は、規格や材質が決まっていて、多くの部品から作られる最終財に比べ差別化の余地が小さく、値上げを行えばシェアを失いやすいケースが多いとみられる。製造コスト面の競争力で劣る日本がコストの増分を価格転嫁すれば、一層シェアを失いやすくなることから、輸出価格の引き上げを困難にする一因となっている。

図表 3：日本と各国・地域との輸出競合度



(注) 貿易補完度指数は、日本と各国・地域の貿易特化係数（HSコード6桁品目に準拠）の相関係数。台湾のデータは、UN Comtrade上で台湾に相当する「その他アジア」を利用。

(出所) UN Comtrade より大和総研作成

②製品差別化の停滞

前述のように、差別化の余地が小さい中間財などでは値上げが困難なケースが多いが、最終財など差別化によって輸出シェアを高めやすい分野もある。差別化には製品の高品質化や高機能化といった高付加価値化による「垂直的差別化」のほか、製品に色や形などの多様性を持たせる「水平的差別化」がある。いずれも輸出シェアの拡大に寄与するため推進することが望ましいが、

¹ インドネシア・マレーシア・フィリピン・タイ・ベトナム

日本のそれぞれの差別化の進展について、ドイツや韓国との比較を交えながら確認しよう。

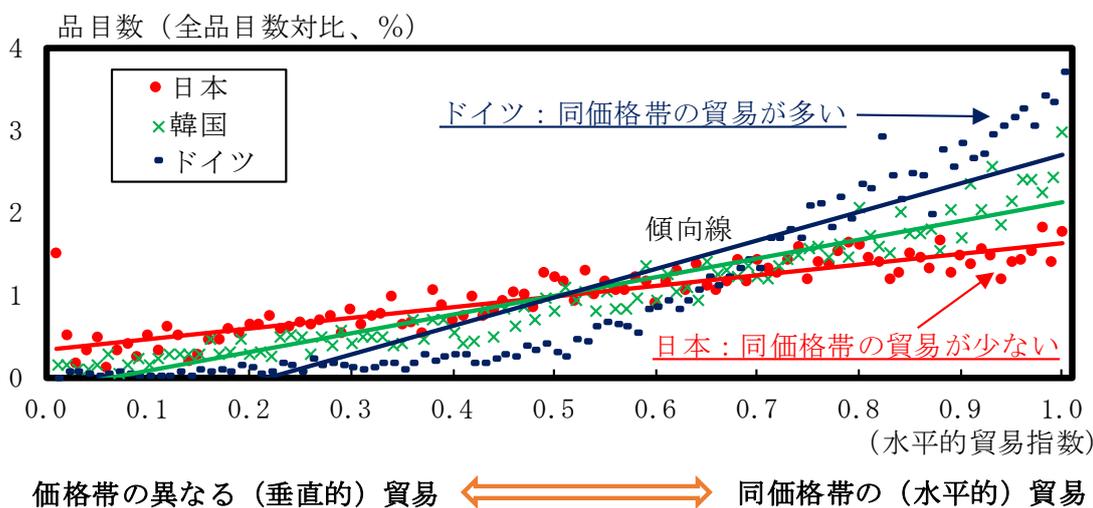
水平的差別化は、いわば製品のバリエーションの強化であり、同じ価格帯の競合製品との差別化を図る戦略だ。自国の製品を他国のそれと水平的に差別化すれば、両者の棲み分けが発生する。これにより、自国企業は他国の市場でも販路を開拓し、世界シェアを高めることができる。

輸出シェアを高めるうえで水平的差別化は重要な要素だが、その程度を測る一般的な指標は存在しない。そこで本稿では、同一品目の輸出単価と輸入単価の乖離率から水平的貿易の度合いを計測した（以下、「水平的貿易指数」と呼ぶ）。水平的貿易指数が1に近い品目ほど輸出単価と輸入単価の乖離が小さく、自国と他国の製品が水平的に差別化されていることを表す。

日本、韓国、ドイツの各輸出入品目²のデータから水平的貿易指数を作成し、各品目の指数を100階級に分けて階級別に集計した結果が**図表4**である。ドイツに目を向けると、指数が0.7を上回る品目が日本や韓国に比べて顕著に多く、水平的差別化が進んでいることが示唆される。ドイツは経済規模や発展度が近い国に囲まれており、産業内貿易（同一品目群の輸出入）が発達しやすいことから、多くの品目で他国との棲み分けがなされているとみられる。

日本では水平的貿易指数の高い品目が掲載国の中で最も少なく、相対的に水平的差別化が遅れているとみられる。他方、水平的貿易指数の低い品目は掲載国の中で最も多い。日本企業の多くは他国製品との競争戦略として、水平的差別化ではなく高付加価値化などの垂直的差別化を選択している可能性がある。そこで以下では、日本の垂直的差別化について確認する。

図表4：同一品目における同価格帯の貿易の多寡（2021年）



(注1) 水平的貿易指数 = $1 - \frac{|\text{輸出単価} - \text{輸入単価}|}{\text{輸出単価} + \text{輸入単価}}$

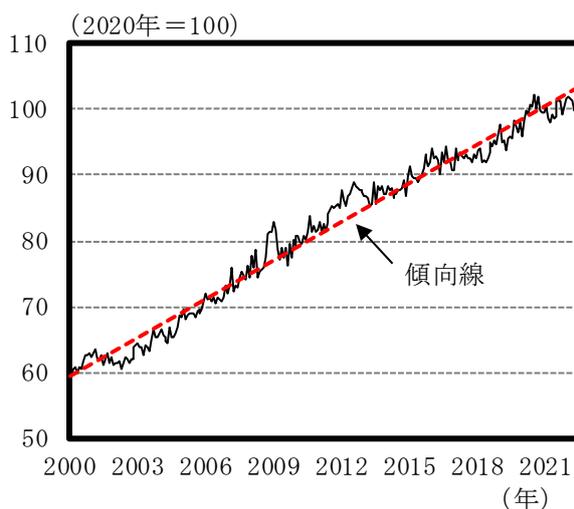
(注2) 縦軸の品目数は、水平的貿易指数を0.01間隔で100階級に分け、各階級に属する品目を集計した数。
(出所) 国際貿易センターより大和総研作成

² HSコード6桁品目のうち輸出入単価のデータが利用できる約4,500品目。

日本の輸出財の品質を輸出価格指数（財務省）と輸出物価指数（日本銀行）から簡易的に測定すると³、輸出財の品質は長期的に上昇基調を辿っており、垂直的製品差別化が進展してきたとみられる（図表 5）。近年の日本は海外にサプライチェーンを展開する一方、国内では高品質な財の製造に特化して輸出しているという見方もあり、この動きがデータに表れている可能性がある。

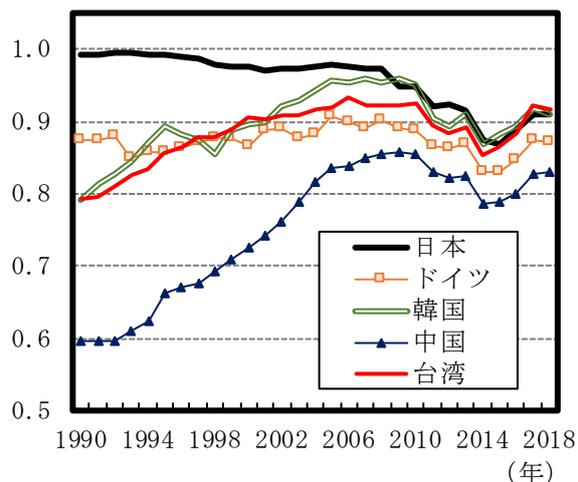
もともと、他国との競争という観点から考えれば、日本の輸出財の垂直的差別化が相対的に進んでいるかどうかの方がより重要である。世界銀行が各国の生産性や輸出財の付加価値などの多面的な指標から作成した「輸出品質指数」を見ると、日本の輸出財の品質は 1990 年時点で突出して高かった（図表 6）。しかしながらその後は低下傾向を辿り、他国・地域との差が縮小した。韓国では 1990 年代前半や 2000 年代前半に垂直的差別化が加速し、2009 年に日本に追いついた。また、台湾は 2017 年に日本の水準を超え、ドイツは徐々に日本との差を詰めている。総じて見れば、日本の高品質な輸出財の優位性は失われつつあるといえよう。

図表 5：日本の輸出財の品質を表す指数



(注) 輸出財の品質 = 輸出価格指数 ÷ 輸出物価指数
(出所) 日本銀行、財務省より大和総研作成

図表 6：輸出品質指数の国際比較



(出所) 世界銀行より大和総研作成

日本の輸出競争力強化に向けた課題

特に輸出シェア拡大余地の大きい産業で官民が協力して投資拡大を推進する必要

冒頭で述べたように、足元では原材料価格が急騰する一方、輸出価格への転嫁は進んでおらず、輸出財の価格支配力を向上させる必要性が高まっている。製品差別化を進め、産業内貿易や世界シェアの拡大を図るべきだ。この点、本稿で取り上げたドイツは水平的差別化などを背景にユーロ圏で活発な産業内貿易を展開し、韓国は 2000 年前後にハイテク分野などで非価格競争力を磨くなど、いずれの国も製品差別化によってシェアが拡大しやすい分野を育ててきた。日

³ 輸出物価指数は調査品目の品質の変化分を調整した指数であるのに対し、輸出価格指数は品質による調整が行われていない。このため、両者の比を取ることで輸出財の品質を測定することができる。

本でも輸出シェアの拡大余地が特に大きい産業を定め、設備投資のほか、人的資本や研究開発といった無形資産投資の拡大を官民が協力して推進する必要がある。

日本にも輸出額の伸びしろや差別化の余地が大きい産業はある。輸出額の理論値（マーケットポテンシャル）を業種別に測定すると、一般機械や電気機器、精密機器などの主力産業では実績値との乖離幅が大きく、輸出額の増加余地が大きい⁴。世界市場で日本のプレゼンスを高めるためには、政府はこれらの産業における投資を優先的に支援していくべきである。

「新しい資本主義実行計画」には輸出競争力強化を課題とした施策は盛り込まれず

もともと、岸田文雄政権が2022年6月に閣議決定した「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画」⁵（以下、実行計画）では、輸出競争力の向上に関する明確な言及は見られなかった。実行計画で指摘されたように、「研究開発は私企業のみ任せると過少投資となりやすく、官民で取り組むことが重要である」（p. 12）ことは論を俟たない。この点、輸出産業の強化は新しい資本主義を貫く思想の1つである「『市場も国家も』、『官も民も』によって課題を解決すること」（p. 2）にも合致する取り組みだろう。実行計画では量子やAI、バイオテクノロジー・医療分野を「国益に直結する科学技術分野」（p. 12）に位置付けて国家戦略を策定する方針が示されたが、輸送用機械や一般機械、電気機械といった主要な輸出産業の競争力強化にも目を向けるべきだ。

日本における資源の輸入依存度の高さや、非伝統的な金融政策からの出口が見通せないことを踏まえれば、今後も資源高や円安によって企業の生産コストが膨らむ可能性はあろう。輸入インフレに対する日本経済の脆弱性が浮き彫りになったことで、中長期的な視点に立った輸出構造の転換の重要性は一層増している。

⁴ 輸出額の伸びしろが大きい産業については、拙稿「[日本の輸出増に必要なものは何か](#)」（『大和総研調査季報』2022年新春号（Vol. 45）、pp. 22-33）を参照。

⁵ https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/pdf/ap2022.pdf