

変貌した日中関係

【ポイント】

1. 中国経済の成長スピードが鈍化し、日本へ与える影響に変化がみられる。
2. 拡大基調であった対中輸出は、2007年以降伸び悩む一方で、日系製造業の現地売上高は、中国市場の拡大に伴って輸送機械がけん引し2011年まで増加した。
3. その後は、中国経済の減速に加え、日中関係の悪化や日系企業のチャイナ・プラス・ワンの戦略が影響し、対中輸出、日系製造業の現地売上高ともに伸び悩んでいる。足元では日中関係に改善の兆しがみられ今後の行方が注目される。

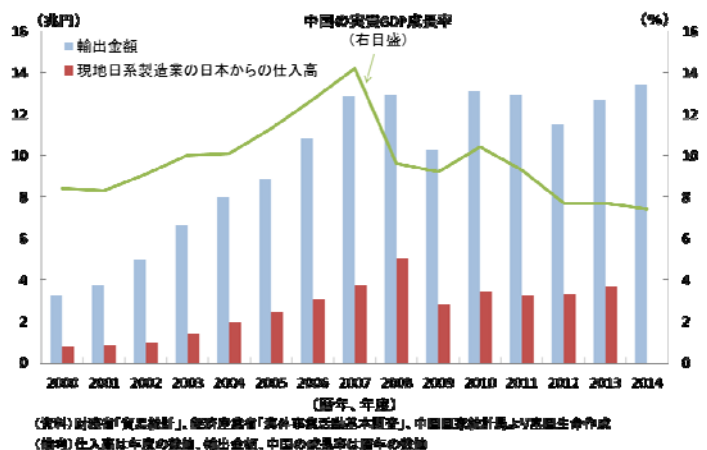
二桁成長を続けていた中国経済は、2000年代において世界の経済成長のけん引役を担い、2010年には日本を抜き世界第二位の経済規模となった。その過程で日本は中国向け輸出の拡大、日系現地企業の売上増などを通じて恩恵を受けていた。しかし、これまで急速に発展していた中国は、不動産や生産設備の過剰を抱え、金融面でも過大な地方政府債務やシャドーバンキングの問題が懸念されるなど、歪みが表面化している。そうしたなか、中国政府は無理に高成長を追わずに構造改革を図っていることから、2012年頃から成長率は8%を下回り、しかも緩やかな減速が続いている。

このように中国経済が大きく変貌していることで、対中輸出や現地日系企業の売上高などに影響を及ぼしており、本稿では足元の日中関係の変化について整理したい。

1. 日本の中国向け輸出

はじめに日中貿易を確認する。日本の中国向け輸出金額の動向をみると、2000年には3.3兆円であったが、2007年には12.8兆円と7年間で4倍弱まで拡大し、その間の日本全体の輸出増に大きく貢献した(図表1)。その後は、景気動向等に左右されて落ち込んだ局面を除くと、輸出金額は13兆円前後の推移となり、円安が進行した2013年以降も伸び悩んでいる。これは中国の成長鈍化が主因とみられるが、その一因は、中国における産業集積が進展するなか、コスト競争力アップのために日系企業が中国製部品を活用する割合を増やしたことも影響している。中国における日系製造業の仕入高に占める日本からの輸入割合をみると、2000年度の39.7%から2013年度には21.5%に低下し、部品調達を目的とする日本からの中国向け輸出が伸びにくくなっている。次に、輸出の増勢が止まった2007年を起点として、その前後の業種別輸出金額の増減額を確認する。中国が“世界の工場”として台頭した2007年にかけてはすべての業種で増加し、とりわけ電気機器がけ

図表1. 中国向け輸出金額と中国の成長率



ん引役となった。しかし、2014年にかけては約5,400億円増にとどまり、かつ業種毎に明暗が分かれている。輸送用機器や化学などが増加する一方で、電気機器や原料別製品などが減少している（図表2）。中国が世界一の自動車市場になるなど“世界の市場”としての側面が強まる中で、自動車や同部品の対中輸出がけん引役になり、“世界の工場”としてグローバル需要に対応していた電気機器が減少要因となっている。このような業種別の輸出動向をみると、2007年以降の日本の対中輸出は、中国における“世界の市場”としての需要増が増加要因になる一方、中国経済の減速に加え、リーマンショックを契機としたグローバル需要の停滞、また、中国における日系企業の現地調達比率が上昇したことなどが重石になっている。

もっとも中国の通関統計をみると、それらの要因に加え、中国の輸入における日本のプレゼンスが低下していることも影響しているようである。世界的な貿易活動の停滞や中国の景気減速を背景に、ここ数年の中国の輸入金額は増加ペースが鈍化しているものの、2007年の9,558億ドルから2014年には1兆9,603億ドルへと倍増している。その中で日本の対中輸出が伸びなかったのは、中国における日本の輸入シェアが2000年代前半の18%前後から2014年には8.3%へと大幅に低下したことによる（図表3）。それは、旺盛な固定資産投資や資源価格の上昇を受けて資源国からの輸入金額が増加したことも一因であるが、非資源国であるドイツや米国などの先進国と比べても見劣りする動きとなっている。日本以外の先進国は、中国市場の拡大に伴って着実に対中輸出を伸ばしたものの、対照的に日本は中国の需要の取り込みに遅れをとったとみられる。

2. 中国における日系製造業の売上高の動向

次に、対中輸出にも影響を及ぼす、中国における日系製造業の売上高の動向を確認したい。2000年代前半は、中国がWTO（世界貿易機関）に加盟したことや労働力が確保しやすく人件費も安価なことなどを背景に、日系製造業は“世界の工場”を意識して中国へ進出していたとみられる。日系製造業の地域別売上高をみると、2002年には輸出向け（第三国向け+日本国向け）の売上高が3分の2を占めていたが、その後、趨勢的に自国内向け（中国国内向け）の割合が高まり、

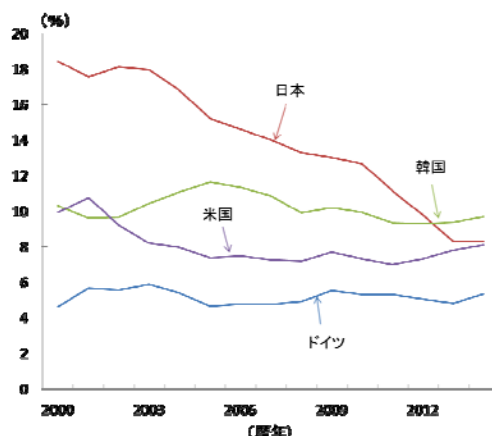
図表2. 業種別の輸出増減額

(単位: 億円)

	04年 →07年	07年 →14年
食料品	144	-27
原料品	2,358	121
鉱物性燃料	1,436	-627
化学製品	8,161	2,828
原料別製品	6,812	-2,049
一般機械	5,451	1,748
電気機器	14,202	-4,829
輸送用機器	3,730	5,541
その他	6,154	2,717
合計	48,448	5,425

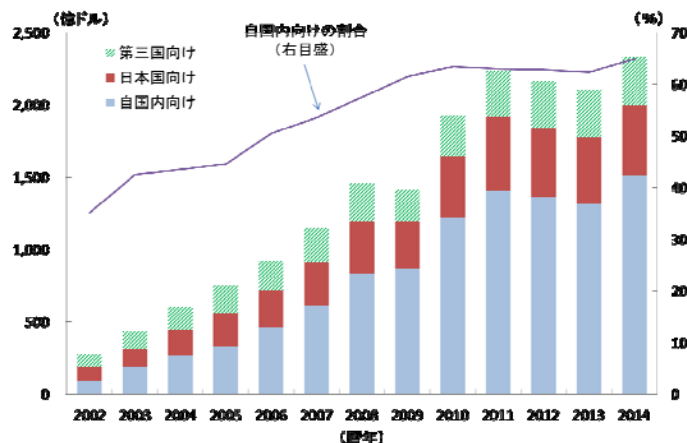
(資料)財務省「貿易統計」より富国生命作成

図表3. 中国輸入の国別シェア



(資料)中国国庫統計局資料より富国生命作成

図表4. 中国進出日系製造業の売上高



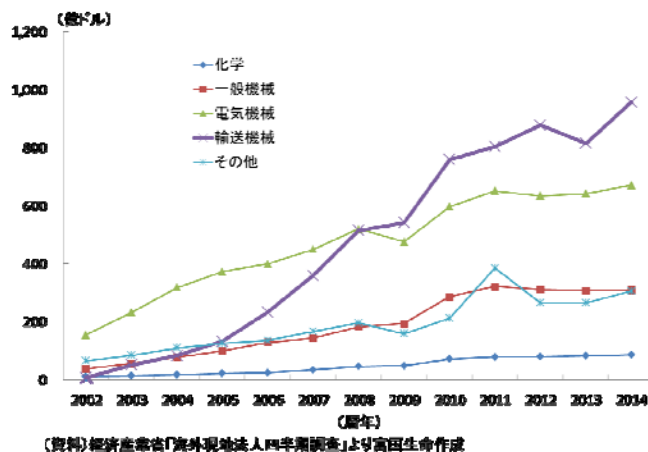
(資料)経済産業省「海外現地法人四半期調査」より富国生命作成

2014年には自国内向けの売上高が3分の2となっている(図表4)。自国内向け売上高の増加は、急速な経済発展によって中国の市場が拡大したことに加え、日系サプライヤーの進出などで現地での部品調達率が高まったことも押し上げ要因であろう。日系製造業の売上高の推移をみると、世界的に需要が急減した2009年を除くと、2,000億ドルを突破した2011年まで拡大基調を維持していた。2007年に増勢がとまった中国向け輸出より4年遅れであり、その間、中国国内における日系製造業の“地産地消”比率が高まり、日本からの輸出が現地生産へ切り替わったことが影響したようである。現地日系製造業の売上高と日本の対中輸出金額の合計に占める現地日系製造業の売上高の割合は、趨勢的に上昇している。ただし、2011年以降は現地売上高も輸出同様に伸び悩んでおり、業種別では電気機械と一般機械が概ね横ばい推移となる一方で、輸送機械は増加傾向となっている。電気機械については、海外向けの売上高は増加基調を維持しているものの、約3割を占める中国向けが減少しており、中国の需要を取り込めていないことが減少要因とみられる。一方、売上高の約9割が自国内向けである輸送機械は、急速なモータリゼーションを受けて中国が世界の自動車市場になるなか、現地へ進出した日系自動車メーカーが販売台数を大きく伸ばしていることが寄与している。

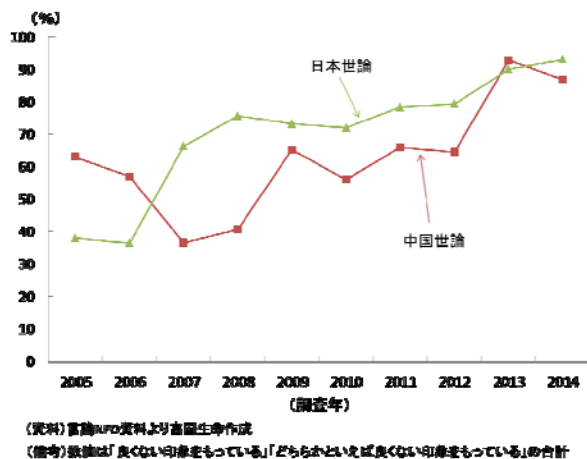
ただし、順調に売上高を伸ばしてきた輸送機械も2013年に前年割れとなった。それは日中関係の悪化が影響した。2012年に尖閣諸島を巡って日中関係がおかしくなり、同年9月の国有化をきっかけに抗議デモが暴徒化するなど一段と緊迫し、日本製品の不買運動までに発展した。特に、自動車は販売不振が顕著であり、9月の直前3ヵ月平均で15.9%となっていた日系ブランドの販売シェアは、デモ直後の10月に6%台まで低下し、販売シェアが元の水準を回復したのは2013年11月と1年以上も時間を要し、それが2013年の輸送機械の売上高を下押しすることになった。

わが国と中国の関係において、以前より反日感情によって“政冷経熱”が指摘されるが、このように日中関係の悪化によって“経熱”にも大きな影響を及ぼすことになる。日中両国民の相手国に対する印象についてのアンケート結果をみると、中国世論で「日本に良くない印象を持っている」割合が2013年に急激に上昇し、その後も高止まりしている。自動車販売の事例が示す通り、日中関係の悪化を起因とするものは、沈静化すれば時間の経過によってある程度需要が戻り、2014年には日系製造業の売上高は過去最高額を更新したが、中国国民にこのような感情が根底にあることを鑑みると、先行き留意する必要があるようである。

図表5. 業種別売上高の推移



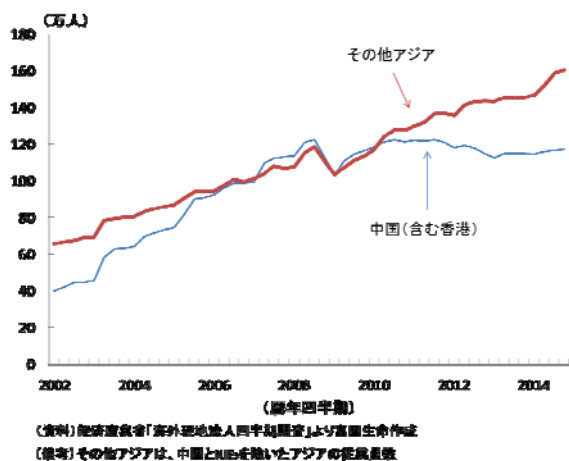
図表6. 相手国に対する良くない印象



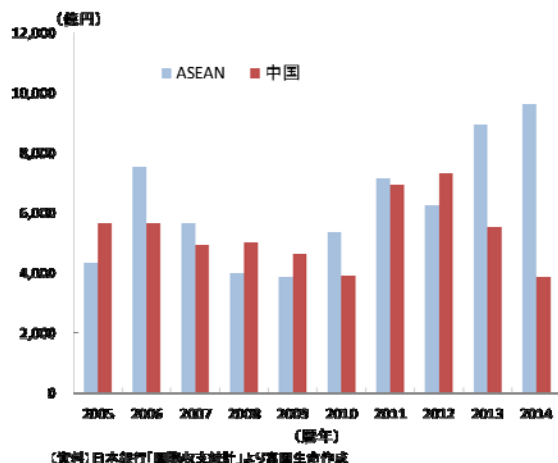
3. 日中関係の変化に影響を及ぼすチャイナ・プラス・ワン戦略

また、ここ数年、日系企業がチャイナ・プラス・ワンとしてアジアの輸出生産拠点を
見直す動きも影響したとみられる。上海の最低賃金が 2009 年から 2 倍になるなど中国
の person 費が上昇したことで労働コストの低さという魅力は失われ、労働集約的な業種を
中心に生産拠点戦略の見直しが不可避となっている。日系製造業のアジアにおける従業員
数の推移をみると、2010 年頃までその他アジアと中国は同様の動きをしていたものの、
その後は中国が緩やかに減少する一方で、その他アジアは着実に増加している（図表 7）。
中国の従業員数も大きく落ち込んでいる訳ではないので、中国国内の拠点を維持しながら、
プラス・ワンとして他の地域で生産拠点を構築していると推察される。また、日本
からの対外直接投資（製造業）の動向をみても、中国と ASEAN（東南アジア諸国連合）
は 2005 年から 2012 年まで概ね同額の直接投資額であったが、2013 年以降は、対中国
が減少する一方で、対 ASEAN が増加しており、チャイナ・プラス・ワンの動向が確認
できる。この戦略によって中国における日系製造業の輸出向け売上高が大きく伸びるこ
とは期待しにくくなっている。ただし、中国内の従業員数が減っても機械化などで労働
生産性が高まっていることで従業員一人当たりの売上高は着実に増加しており、中国を
最終需要地とする売上高は、今後も十分伸びる余地があるだろう。

図表 7. 従業員数の推移



図表 8. 対外直接投資（製造業）の推移



上記を整理すると、2007 年までは中国の台頭に伴い対中輸出、現地日系製造業の売上
高はともに増加したが、2011 年にかけては対中輸出が頭打ちとなるなか、地産地消の割
合が高まったことなどで現地日系製造業の売上高は増加基調を維持した。しかし、2012
年以降は中国の減速が鮮明となるなか、日中関係の悪化やチャイナ・プラス・ワンの戦
略が重石になったようである。日系製造業からみると“世界の工場”としての中国の魅
力は薄れる一方、“世界の市場”としては存在感が高まり、これまで以上に日本が中国の
需要を取り込める余地が大きくなっていくだろう。昨今の訪日中国人の爆買いが象徴的
であるが、中高所得者層にあたる中国人の購買力は飛躍的に高まっており、日本製品（メ
イド・イン・ジャパン）への信頼感も厚いことが窺える。人口減社会の日本にとって、
アジアを中心とした外需の取り込み、とりわけ隣国中国の経済発展の果実を享受するこ
とが重要であるのは言うまでもない。

今年 4 月には安倍首相と習近平主席との二回目の日中首脳会談が実施されるなど、“政
冷”にも雪解けの兆しがみえる。今年 8 月の戦後 70 年談話を控えるなか、経済活動に
も大きな影響を与える日中関係の先行きに一段と注目が集まることになろう。

(財務企画部 森実 潤也)