
中国経済レポート No.31

衣料品輸出に見る中国の輸出堅調の背景

【目次】

- 1. 11月の輸出は慎重な見方が多い中で過去最高額を記録.....p.1
- 2. 最近の輸出動向.....p.1
- 3. 健闘する衣料品輸出.....p.3
- 4. 今後の展望.....p.6

三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社

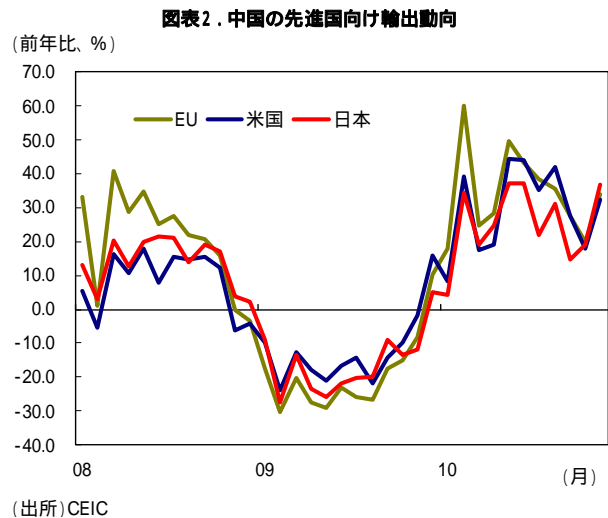
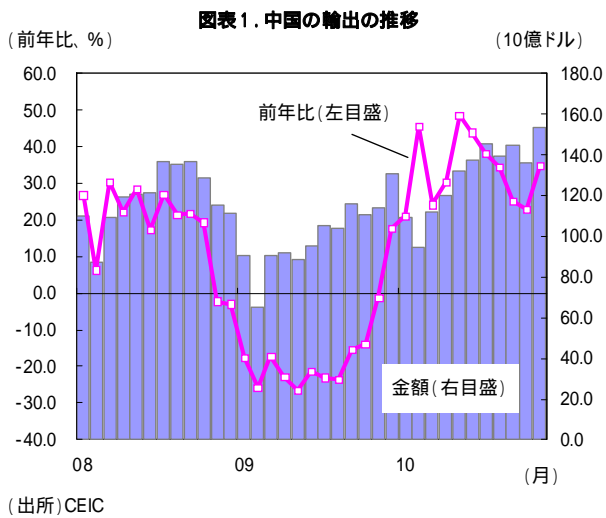
調査部 野田 麻里子 (chosa-report@murc.jp)

〒108-8248 東京都港区港南 2-16-4

TEL: 03-6711-1250

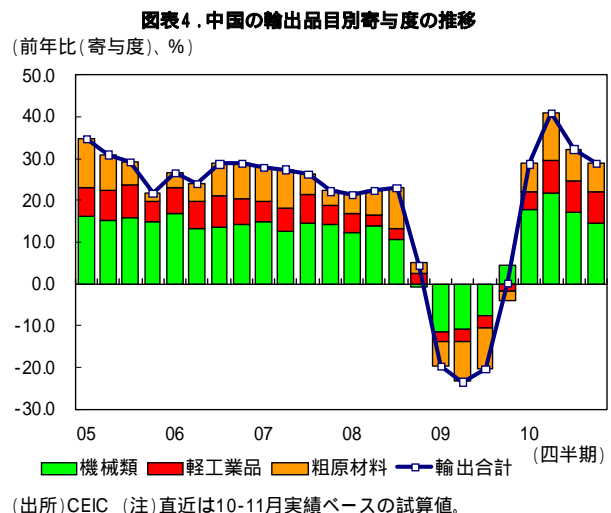
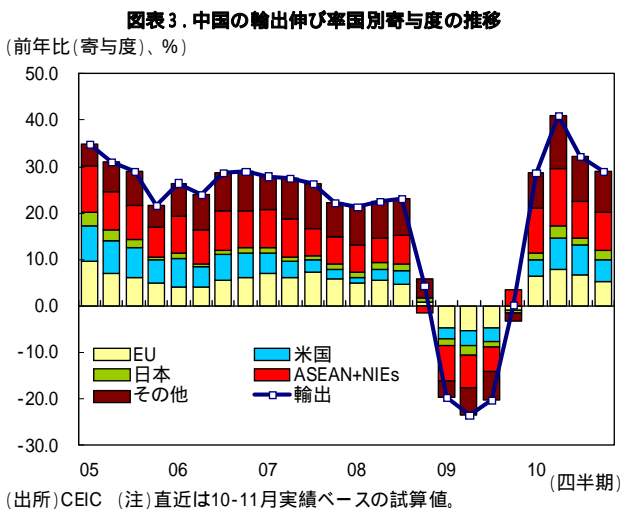
1. 11月の輸出は慎重な見方が多い中で過去最高額を記録

11月の輸出は前年比34.9%増と大幅に増加。またその中で10月に大きく鈍化したEU、米国、日本向けの輸出が急回復するという明るい内容であった(図表1, 2)。しかし、中国の輸出の先行きについては減速傾向を辿るとというのが一般的な見方である。リーマン・ショック後の落ち込みからの反動がなくなる上に、人民元高や賃金上昇から価格競争力が低下するため、というのがその主な理由である。しかしながら、少なくとも当面は堅調を続ける可能性もあるのではないかと思われる。ちなみに11月の輸出は前年比伸び率が高かっただけでなく、輸出金額自体も単月としては過去最高であった。



2. 最近の輸出動向

まず最近の輸出動向を見てみると、市場別には、牽引役が先進国(EU、米国、日本)以外(NIEs、ASEAN、その他新興国)にシフトしていること(図表3)、品目別には、家電、パソコン、携帯電話などの電気機械を中心とする機械類が依然として主たる牽引役であるが、軽工業品も堅調に推移しており、特に足元では寄与度がやや高まっていること(図表4)がわかる。



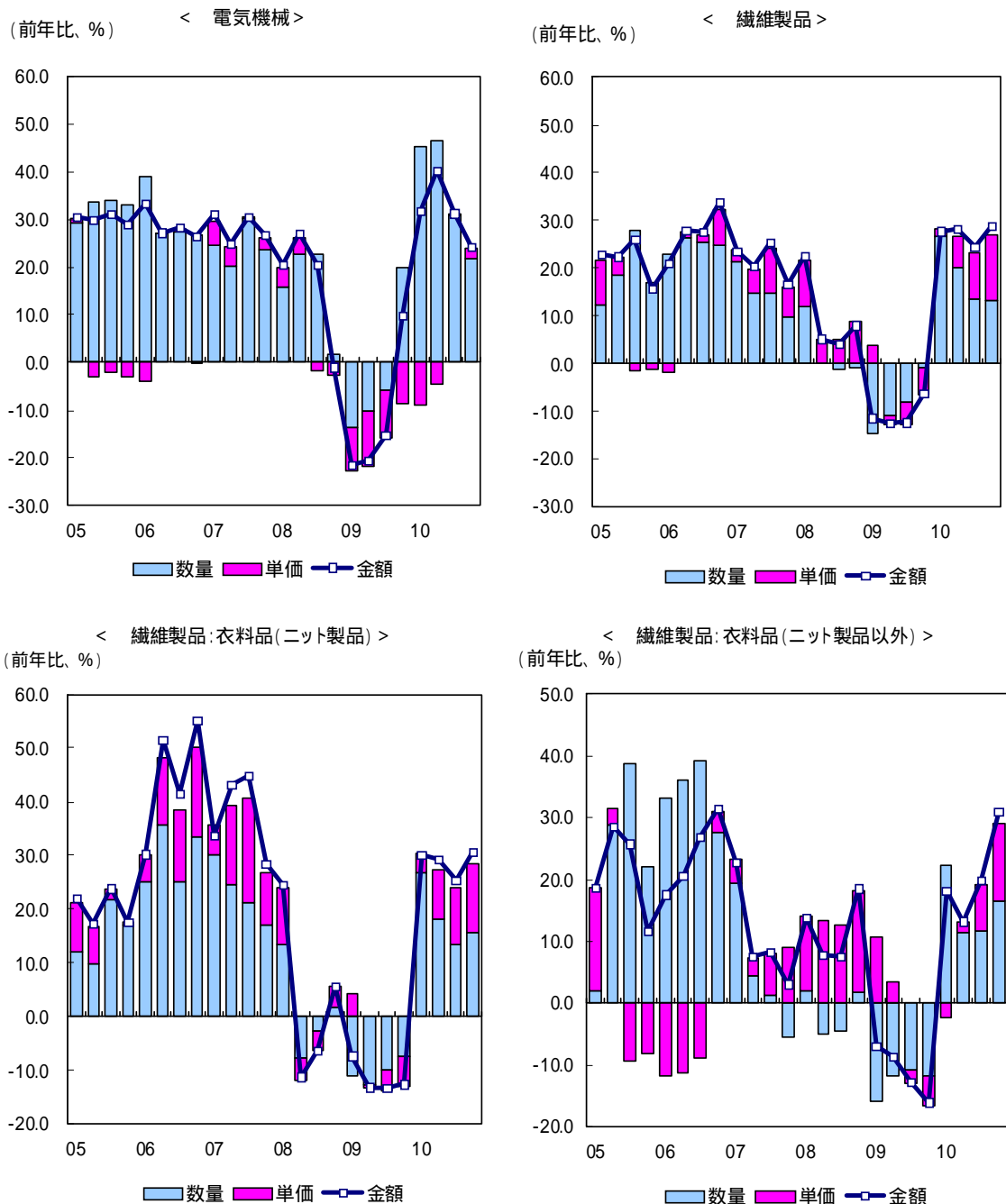
次に、主要輸出品目である電気機械と繊維製品、さらに繊維製品の中の主要品目であるニット製の衣料品とニット製以外の衣料品について、輸出増加要因を数量要因と単価要因に分けてみてみた(図表5)。

電気機械については2009年10-12月期以降の輸出回復当初は単価が依然として前年比マイナスで推移しており、価格引下げで数量を確保していた側面があることが窺われる。

これに対して、繊維製品についてはリーマン・ショック後の単価の引き下げ幅が電気機械に比べて小さく、かつ数量の回復と同時に単価も持ち直していることがわかる。

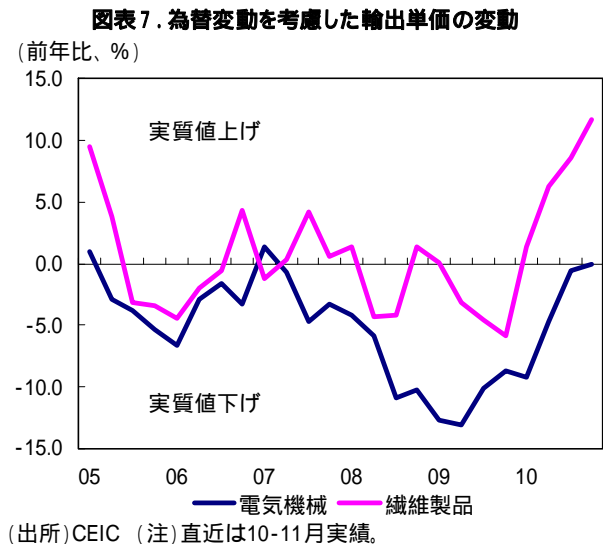
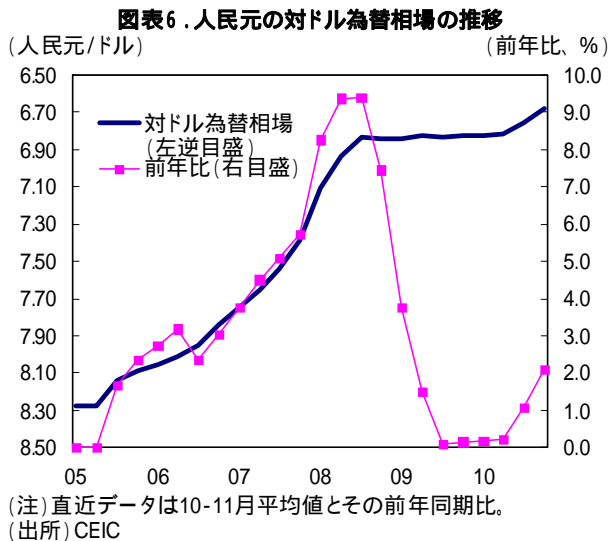
さらに衣料品に限るとリーマン・ショック前から大幅な単価の引き上げが見られ、相対的な輸出競争力の強さが窺われる。

図表5.品目別にみた輸出増加要因の推移



(出所)CEIC (注)直近は10-11月実績ベースの試算値。

ところで、2005年7月以降は人民元改革により人民元がドルに対して上昇し始めた時期である（図表6）。これを考慮し、単純に単価の上昇率から人民元の上昇分を差し引いて、実質的な単価の動きを見てみると、電気機械については、実質の値下げ幅が繊維製品に比べて大きく、かつ足元でもまだ単価はわずかに引き下げられている一方、繊維製品については実質ベースでも2010年1-3月期の数量回復と同時に単価も回復していることがわかる。ここでも繊維製品の相対的な輸出競争力の強さが示唆されていると考えられる（図表7）。

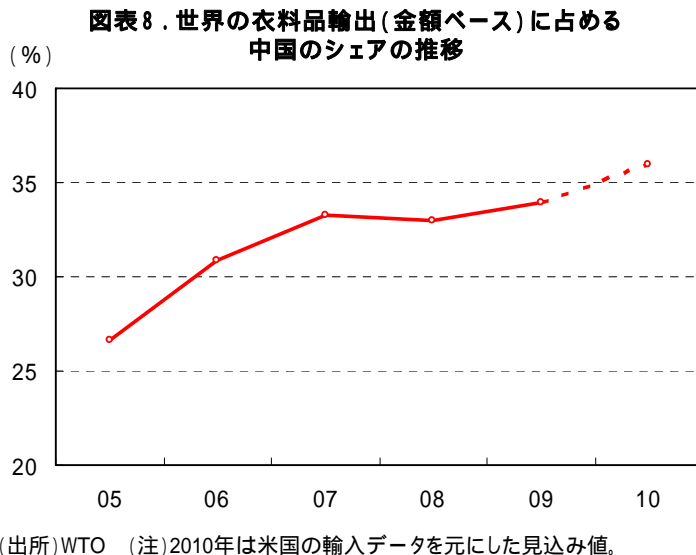


3. 健闘する衣料品輸出

そこで以下では、中国の輸出堅調の一翼を担っている衣料品輸出の堅調の背景について考えてみた。

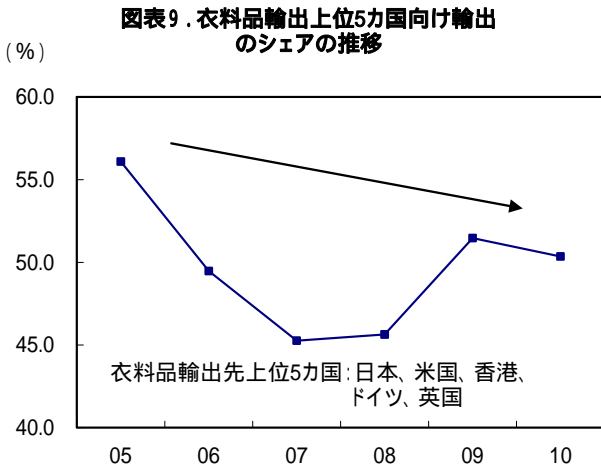
(1) 世界の衣料品輸出に占めるシェアは拡大傾向

中国の衣料品輸出は、人民元高や賃金上昇に加えて、ベトナムやバングラデシュといった賃金水準が中国の5分の1から2分の1といった後発国の追い上げを受け、相対的な競争力の低下からシェアは低下傾向にあるといった印象がある。しかし、WTO（世界貿易機関）の統計によれば、世界の衣料品輸出（金額ベース）に占める中国のシェアは2005年の26.6%から2009年には34.0%にまで拡大しており、2010年もさらに拡大が見込まれる状況にある（図表8）。

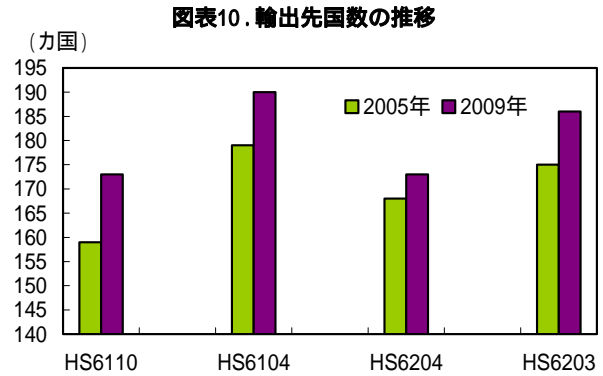


(2) 輸出市場の多角化

中国の衣料品輸出の堅調を支えている要因のひとつは市場の多角化にあると考えられる。図表9は中国の衣料品輸出先上位5カ国のシェアの推移を示したものである。主要5カ国のシェアは2005年の56%から2010年1-10月には50%に低下しており、主要国以外への輸出が拡大していることが窺える。実際、World Trade Atlas ベースで輸出実績のある国数の推移を見ると、主要な品目においていずれも輸出先国数が増加している(図表10)。



(出所) World Trade Atlas (注) 2010年は1-10月実績ベース。



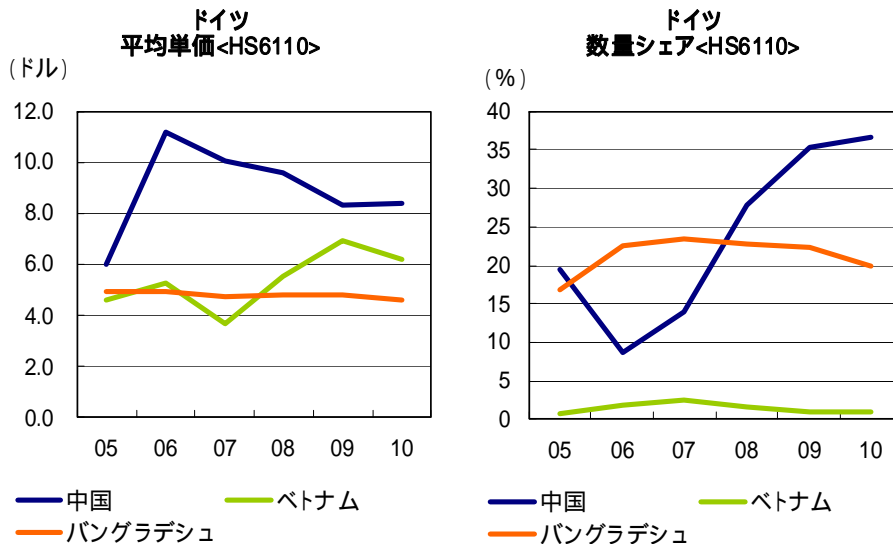
(注) HS6110(セーター類)、HS6104(婦人物スーツ類、ニット製品)、HS6204(婦人物スーツ類、ニット製品以外)、HS6203(紳士物スーツ類、ニット製品以外)

(出所) World Trade Atlas

(3) 柔軟な価格設定で市場シェアを確保

次に主要市場における中国製品の位置を平均輸入単価と数量ベースでのシェアという観点から競合相手と目されるベトナムとバングラデシュとの比較によって見てみた。例えば、ドイツのセーター類(HS6110)の輸入平均単価を見ると賃金水準などを反映し、中国製品の単価はベトナムやバングラデシュに比べて総じて高い水準にある。この差が大きく開いた2006年には数量ベースでの中国のシェアは大きく落ち込んだ。しかし、その後の単価引き上げによって中国は足元36.5%までシェアの拡大に成功、同時に単価をわずかに引上げ始めている(図表11)。

図表11 ドイツのHS6110(セーター類)の国別平均輸入単価と数量シェア

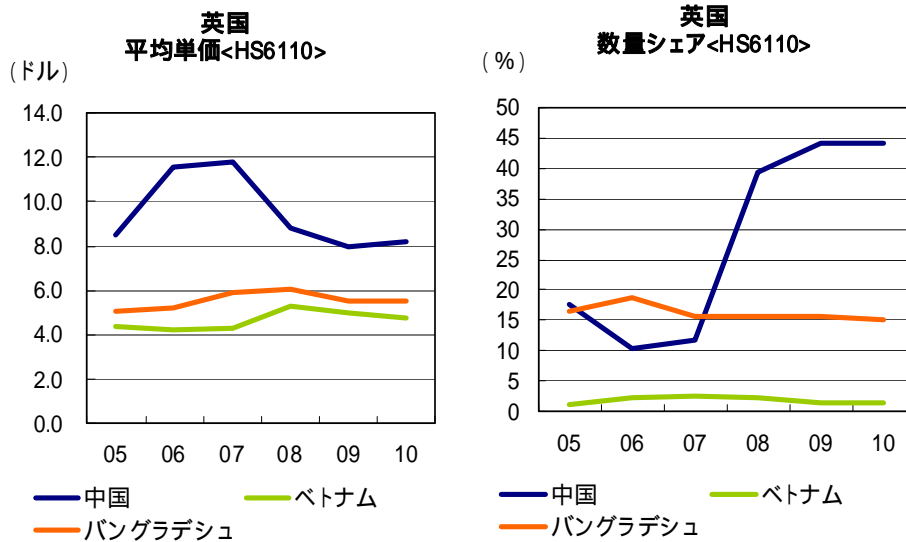


(出所) World Trade Atlas

(注) 2010年は1-8月実績ベース。

英国でも同様の変化が観察できる(図表 11)。いずれの場合も一定のシェアを確保した段階で再度、ゆっくりと単価が引き上げられており、市場のニーズに合わせた価格設定で利益の拡大が図られていると考えられる。

図表 11 英国のHS6110(セーター類)の国別平均輸入単価と数量シェア



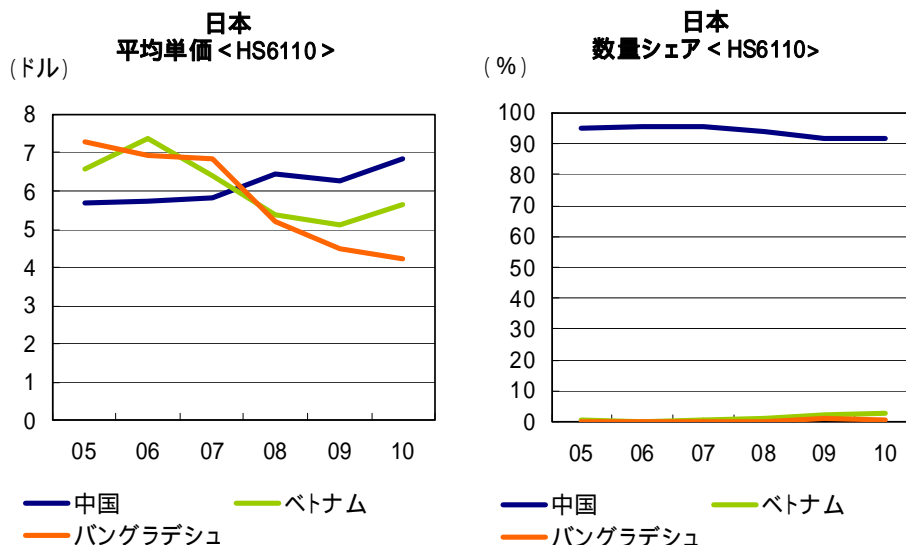
(出所) World Trade Atlas

(注)2010年は1-10月実績ベース。

一方、日本のケースではまず低価格戦略によって9割超という圧倒的な市場シェアを押さえ、その後、ドイツや英国のケースと同様、単価が徐々に引上げられている(図表 11)。

中国の圧倒的な生産力がこうした柔軟な価格設定による市場シェアの拡大を可能にし、ひいては輸出の堅調を支えているのではないかと考えられる。

図表 11 日本のHS6110(セーター類)の国別平均輸入単価と数量シェア



(出所) World Trade Atlas

(注)2010年は1-10月実績ベース。

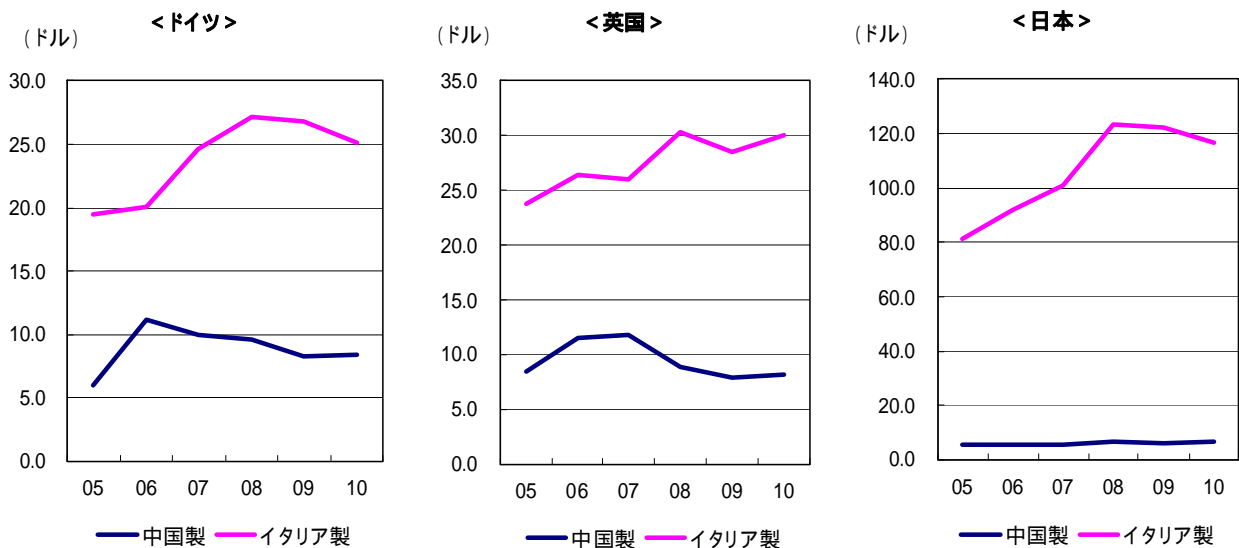
4. 今後の展望

新興国の経済発展に伴う中間層の拡大は、市場の拡大をもたらし、中国の輸出にとって当面、追い風となる。しかし、一方で人民元高や賃金の上昇傾向が続く中で、ベトナムやバングラデシュといった後発国と価格競争を続けることは今後、次第に難しくなってくる。

ところで、日本のイタリア製のセーター類の平均輸入単価は116.62ドル(2010年1-10月実績)と中国製(6.84ドル)の実に17倍である(ドイツ、英国では3倍と4倍、図表12)。この価格差を埋められるだけの非価格競争力は短期間に獲得できるものではない。しかし、少なくとも拡大する新興国の中間層に訴求するプラスの付加価値があれば、中国も安値競争から離れて輸出の安定拡大を図れるだろう。

来年から始まる第12次5ヵ年計画案でも「輸出競争における既存の優位性を維持し、技術、ブランド、品質、サービスをコア競争力とする新たな優位性の構築を急ぎ」(日刊中国通信2010年11月10日)とその重要性が認識されている。目標実現に向けた今後の動向が注目されるところである。

図表12. セーター類(HS6110)の平均輸入価格の比較



(出所) World Trade Atlas

(注)2010年はドイツは1-8月実績、英国、日本は1-10月実績ベース。

以上

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。