

2007年9月4日

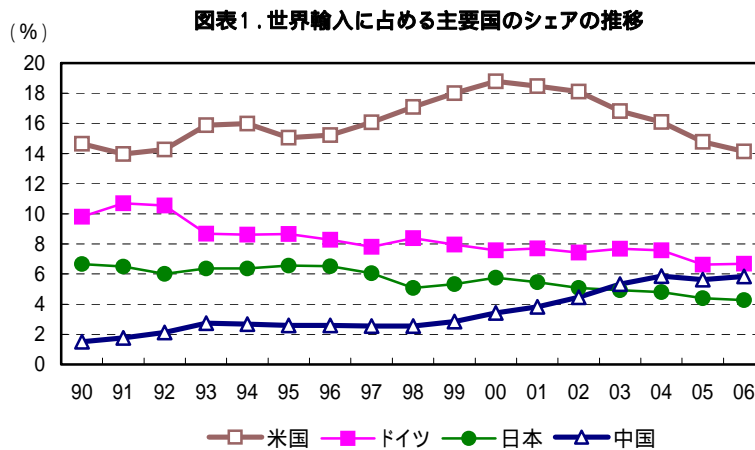
## 対中輸出戦略見直しの必要性を示唆する最近の中国の輸入動向

### 1. 輸出市場としても存在感を増す中国

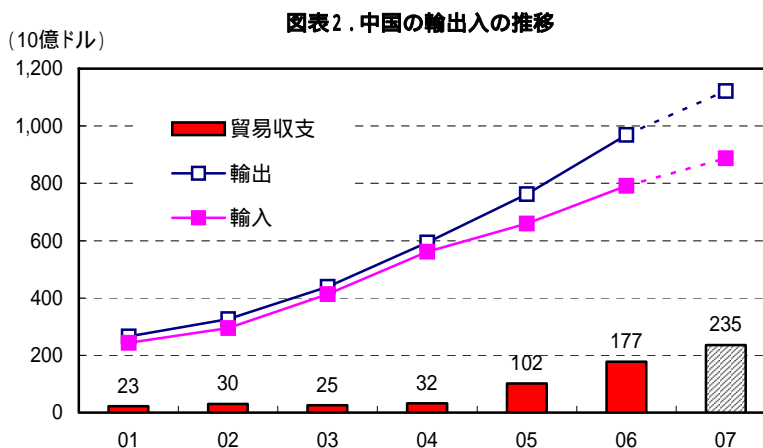
高成長を続ける中国が世界の輸出市場としての存在感を増している。世界輸入に占める中国のシェアは1990年にはわずか1.5%でしかなかったが2006年には5.8%と今や日本を上回る存在となっている（図表1）。実際、日本をはじめとする近隣アジア諸国にとって内需に力強さが欠ける中、対中輸出は主要な景気の牽引役のひとつとなっている。

その一方で、中国では2005年以降、輸出が堅調な拡大を続ける中で輸入の伸びが鈍化し、その結果、貿易黒字が拡大の一途を辿る構図が定着している（図表2）。

今や世界の主要市場となった中国の輸入市場にどんな変化が見られるのか、その現状を分析するとともに若干の展望を試みた。



(出所) Datastream



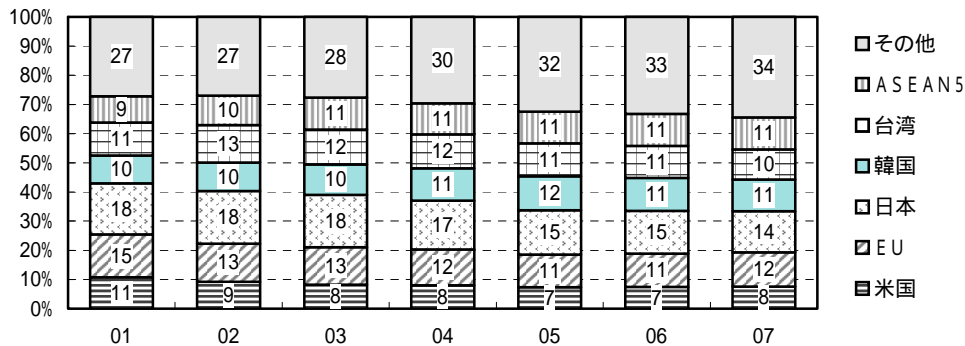
(出所) CEIC (注)2007年は1-7月実績の年率換算値。

## 2. 低下する先進国のシェア、鈍化する機械・部品輸入の伸び率

2001年以降の中国の輸入の相手国地域別シェアの推移を見ると、日本が依然として最大の輸入相手国である。しかし日本をはじめ米国、EUの先進国のシェアが低下する一方で、韓国、台湾やASEAN諸国、またこれら主要国地域以外からの輸入シェアが拡大傾向にある(図表3)。

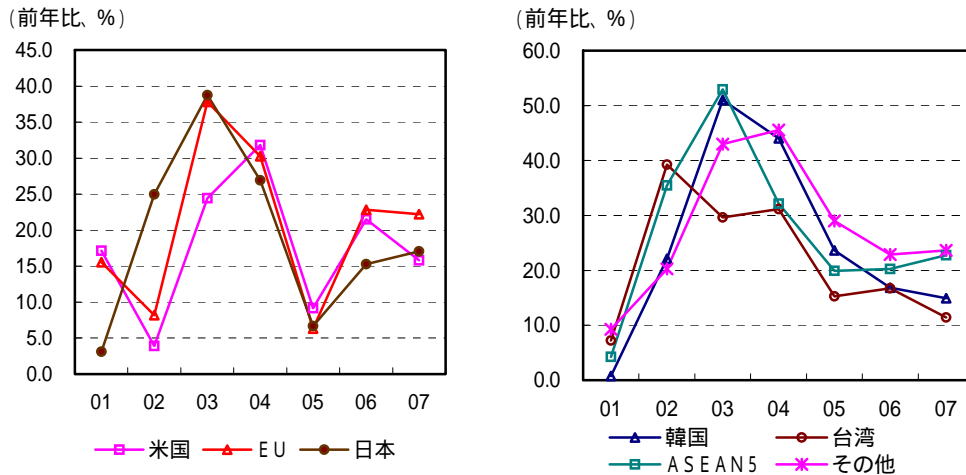
また主要国地域別の輸入の伸び率の推移を見ると、いずれも2003年をピークに2004年、2005年と伸び率の鈍化が見られる。ただし、その後2006年、2007年(1-7月期実績)と先進国からの輸入の伸びが持ち直しているのに対して近隣アジア諸国からの輸入の伸びは横ばいないしは一段と鈍化している(図表4)。

図表3. 中国の主要相手国地域別輸入シェアの推移



(注)07年は1-7月実績ベース。ASEAN5はシンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン。  
(出所)CEIC

図表4. 中国の主要相手国地域別輸入伸び率の推移



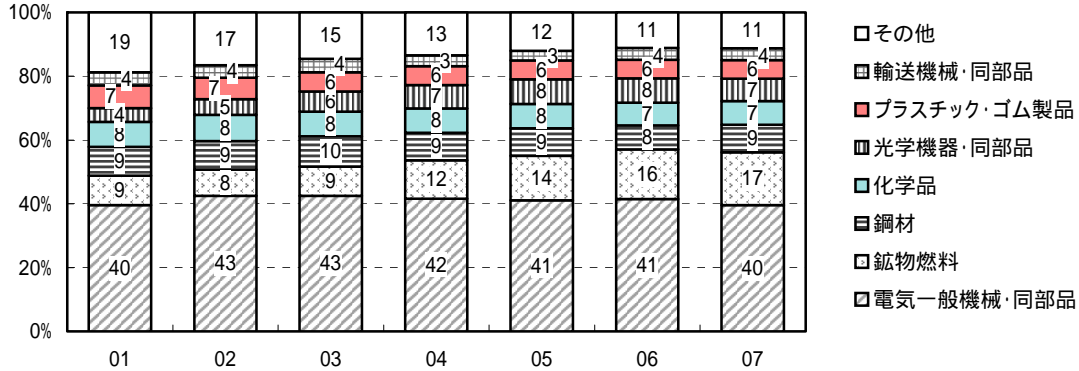
(出所)CEIC

次に輸入品目別のシェアを見ると、電気・一般機械及び同部品が4割前後と最大品目であることに変化はないが2004年以降、鉱物燃料のシェアが拡大し、主要品目以外のシェアが低下していることがわかる(次頁図表5)。

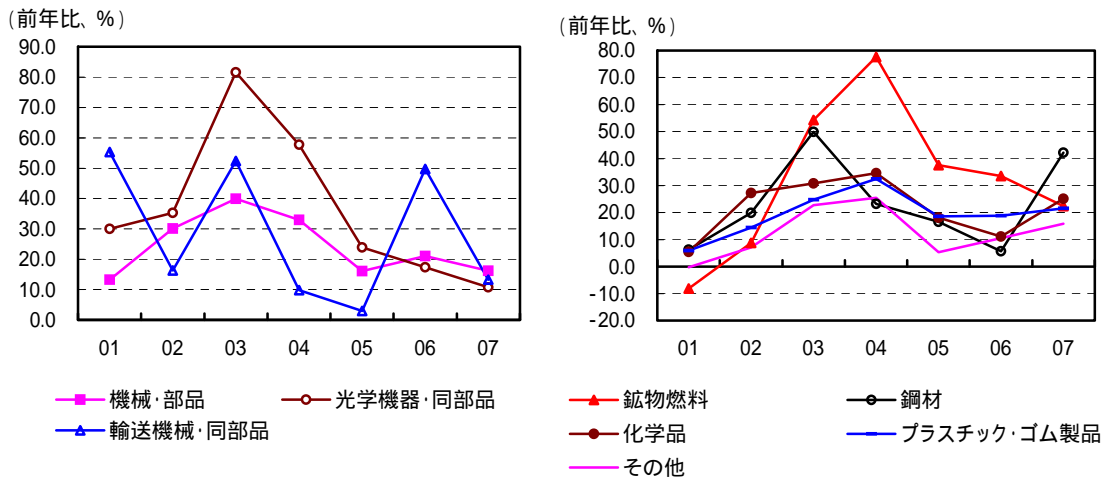
また品目別の伸び率を見ると、機械類の伸び率が総じて鈍化傾向にある一方で素材関連品目の伸び率が横ばいないしは拡大傾向にある(次頁図表6)。

こうした輸入構造の変化の要因として 2005年以降の中国の引締め政策の影響、対中直接投資のピークアウト（図表7）に伴う設備機械類の輸入の鈍化、中国国内での部品生産能力の拡大などに伴う輸入代替の拡大等の諸点が指摘されている。

図表5. 中国の主要品目別輸入シェアの推移

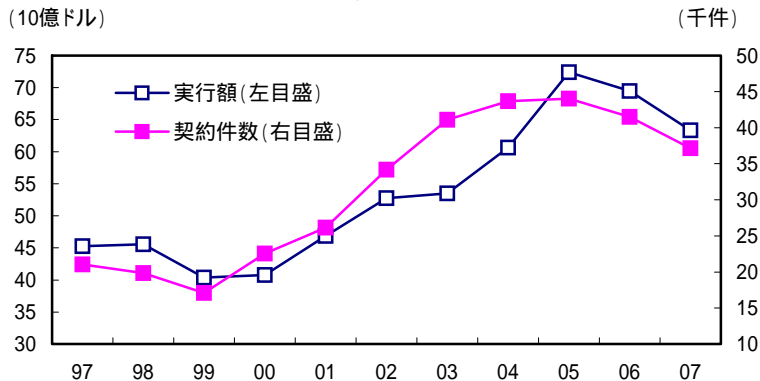


図表6. 中国の主要品目別輸入伸び率の推移



(出所) CEIC

図表7. 対中直接投資の推移



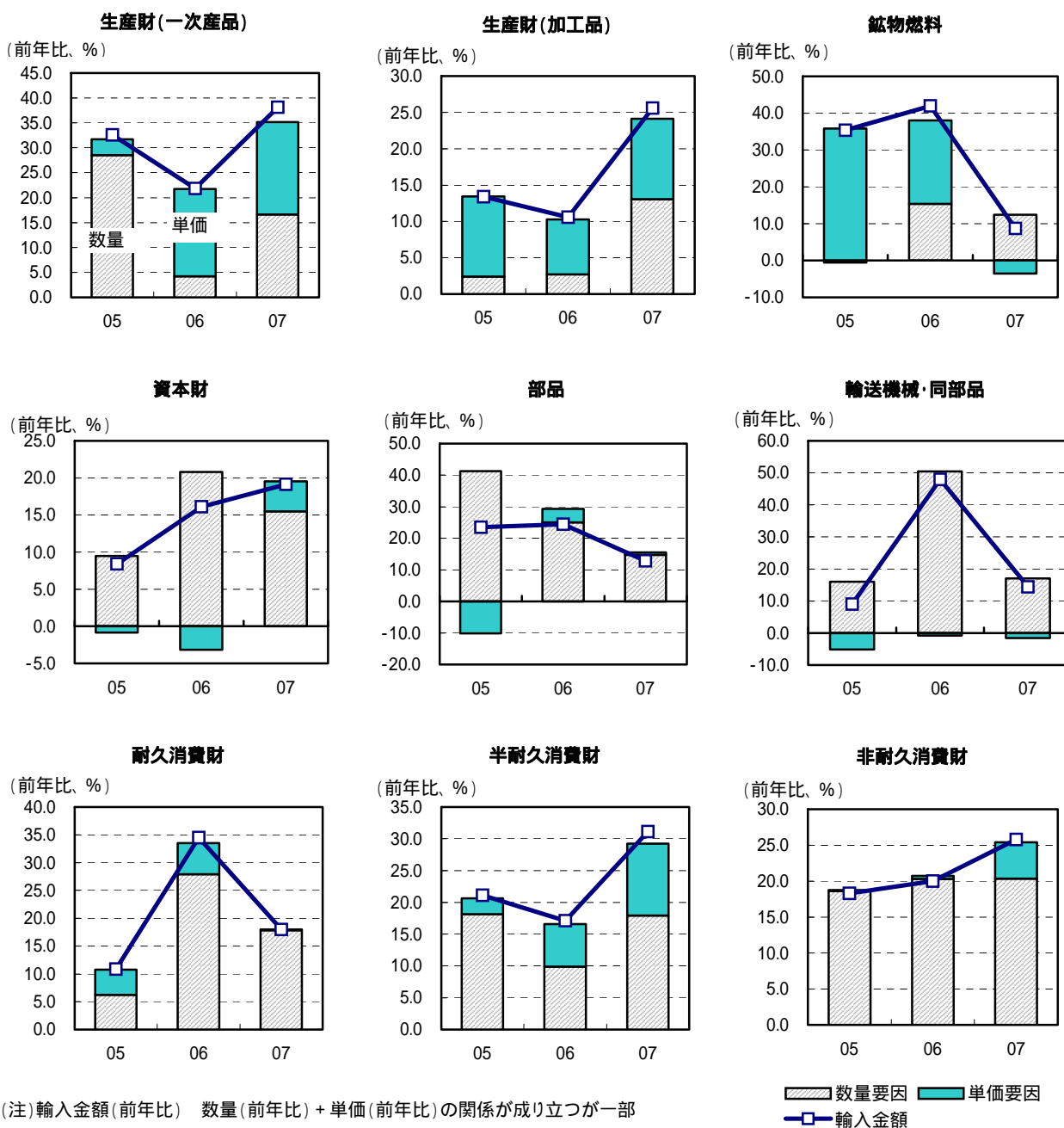
(出所) CEIC (注)2007年は1-7月期実績の年率換算値。

### 3. 素材関連の輸入拡大は単価の上昇が主因

さらに財用途別の特殊分類ベースで輸入金額の増加要因を数量要因と輸入単価要因に分けて見てみると（図表8）、2006年から2007年にかけて生産財、2005年と2006年に鉱物燃料の輸入金額が大きく伸びているがその主因は輸入単価の上昇、すなわち資源価格の上昇によるものであることがわかる（図表8上段）。

また部品（図表8中段）について見ると、輸入金額の伸びの鈍化はもっぱら数量ベースの伸び鈍化に伴うものであり、前述の通り輸入代替が進展していることが示唆されている。

図表8. 特殊分類別輸入金額増加の要因別推移



(注) 輸入金額(前年比) = 数量(前年比) × 単価(前年比) の関係が成り立つが一部に誤差が見られる。

(出所) CEIC

#### 4. 数量と単価の両面から輸入金額の伸びが高まっている消費財

一方、前頁図表8の下段の半耐久消費財と非耐久消費財の輸入動向を見ると、足元、輸入単価の上昇にもかかわらず輸入数量の増加も続き、結果としてこれら消費財の輸入金額が堅調に拡大していることがわかる。高成長が続く中で、都市部を中心に所得水準の上昇を背景に輸入衣料品やブランド物の靴やバックなどの半耐久消費財、またワインをはじめとする輸入食材（＝非耐久消費財）に対する需要が高まり、これらの消費財の輸入が拡大していると考えられる。

こうした中国の輸入需要の構造変化は対中輸出の拡大を目指す各国に新たな輸出戦略が必要になってきていることを示唆しているのではないだろうか。機械産業では将来の生産棲み分けを念頭におきつつ、中国で簡単に輸入代替できないような付加価値の高い機械・部品の輸出へのシフト、また消費財産業では台頭する中国の新しい富裕層の需要に応える価値ある財の提供など、発展・変化する中国の現実に合わせた輸出戦略が重要になってこよう。

調査部 野田麻里子(mariko.noda@murc.jp)