
中国経済レポート No.39

大幅な賃金上昇は中国の輸出競争力を弱めているか ～ 対米輸出の現状分析 ～

【目次】

1. 低迷する輸出 p.1
2. 前年比マイナスで推移する米国の対中輸入物価 p.2
3. 機械類の輸入単価は上昇 p.2
4. 衣料品等の輸入単価は下落、ないし横ばい p.4

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)

〒105-8501 東京都港区虎ノ門 5-11-2

TEL: 03-6733-1070

1. 低迷する輸出

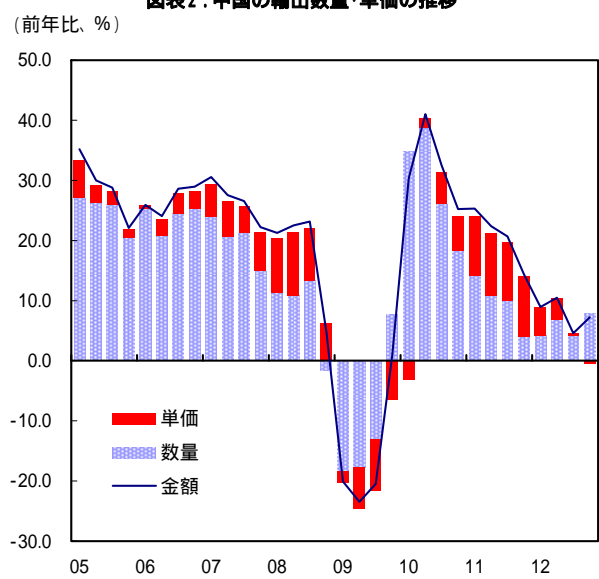
中国の輸出は2010年4-6月期の前年比40.8%増をピークに伸び率の鈍化が続き、足元は前年比一桁台で低迷している。この状況を数量と単価に分けてみると、2011年中は単価が前年比10%前後の上昇を続ける中で、数量も7-9月期までは10%台の伸びを続けていたが、10-12月期には単価の上昇が重石になったかのように大幅に鈍化した。2012年に入ると単価の上昇幅は前年比一桁台に落ち着いたものの、数量の伸びが二桁台に回復することはなく、結果として輸出金額の伸び率も前年比一桁台にとどまっていることがわかる。先進国景気の低迷に伴う需要の減少に賃金上昇と趨勢的な人民元高を背景とした価格競争力の低下が加わったことが、輸出低迷につながっているようである(図表1~4)。

図表1. 中国の輸出金額の推移



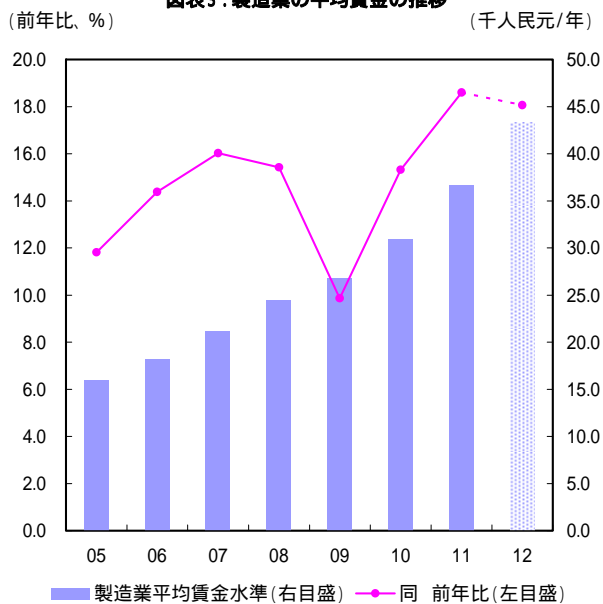
(出所)CEIC (注)直近データは2012年10-11月期の前年同期比。

図表2. 中国の輸出数量・単価の推移



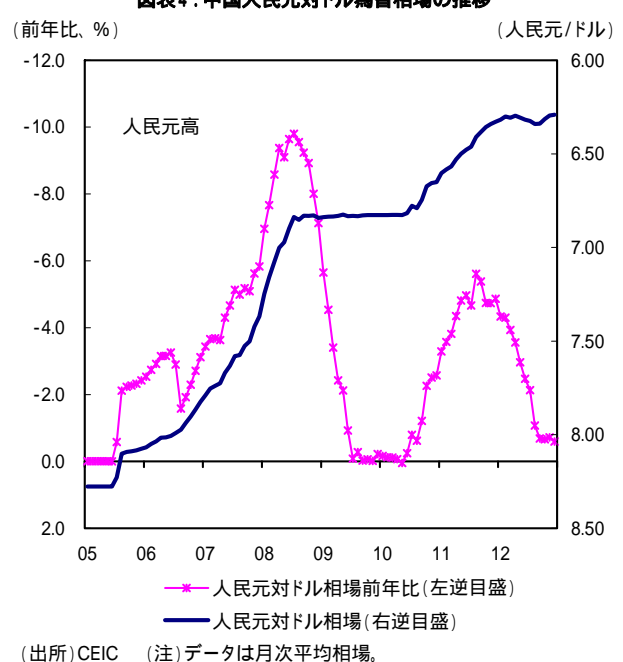
(出所)CEIC (注)直近データは2012年10-11月ベース。

図表3. 製造業の平均賃金の推移



(出所)CEIC (注)2012年は各種報道に基づく推定値。

図表4. 中国人民幣対ドル為替相場の推移



(出所)CEIC (注)データは月次平均相場。

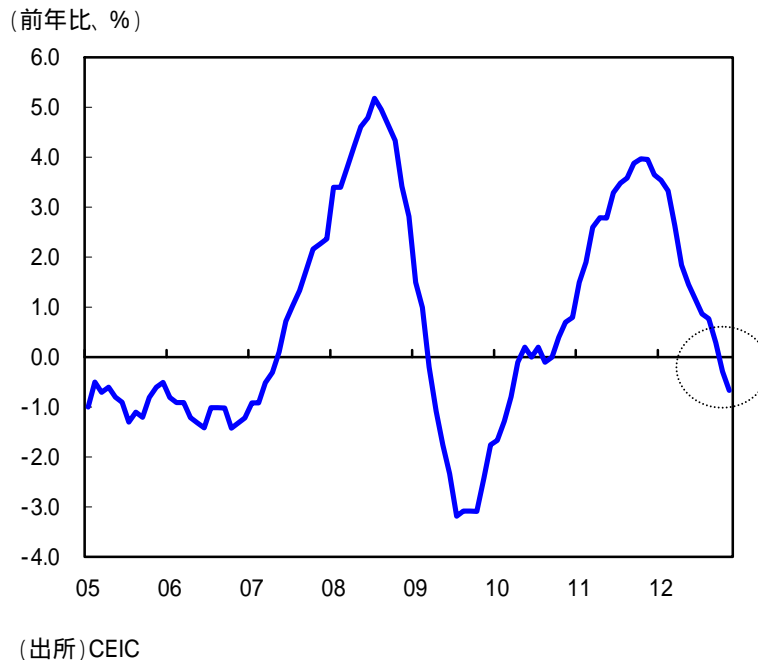
2. 前年比マイナスで推移する米国の対中輸入物価

ところで、今やEUに代わって再び中国にとって最大の輸出市場となった米国。その米国の対中輸入物価をみると、2011年11月の前年比4.0%をピークに上昇率の低下が続き、2012年10月(同 0.3%)、11月(同 0.7%)と2ヶ月連続して前年比マイナスになっている(図表5)。

この動きは前掲の図表2が示す中国の輸出全体の単価の推移と同様、2012年秋以降、コスト上昇の価格転嫁が進まなくなっていることを示している。先進国景気が低迷する中、中国の輸出企業は競争力維持のためコストの上昇を価格に転嫁できず、押しなべて収益的にかなり厳しい状況に追い込まれているといえそうだが、果たしてそうなのだろうか。

そこで米国の対中主要輸入品目(機械類、家具、衣料品)を代表する7品目について輸入数量シェアと輸入単価のデータをもとに、2001年の中国のWTO加盟以降の米国市場での競争状況について検証してみた。

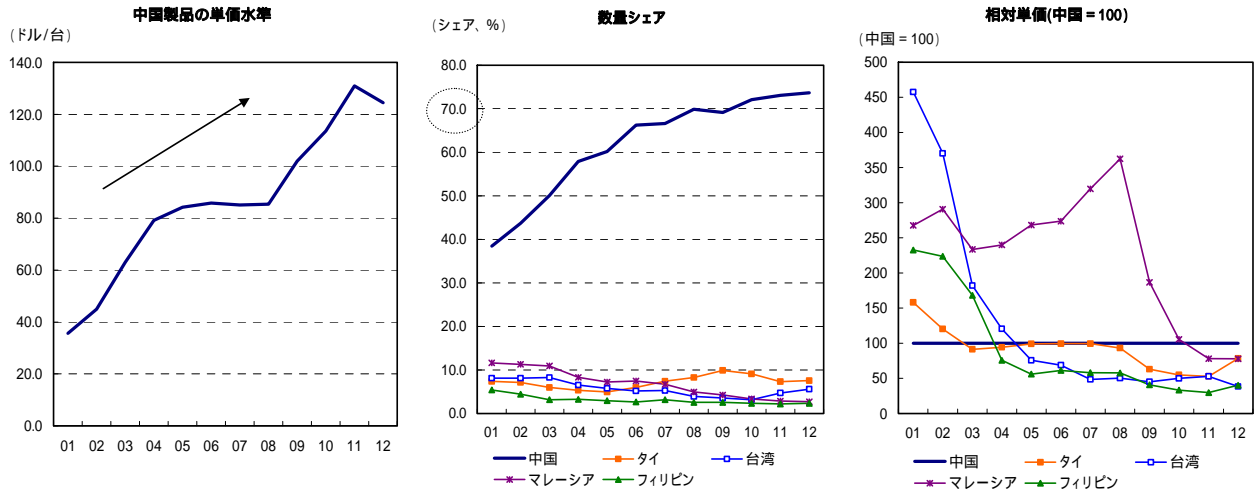
図表5. 米国の対中輸入物価の推移



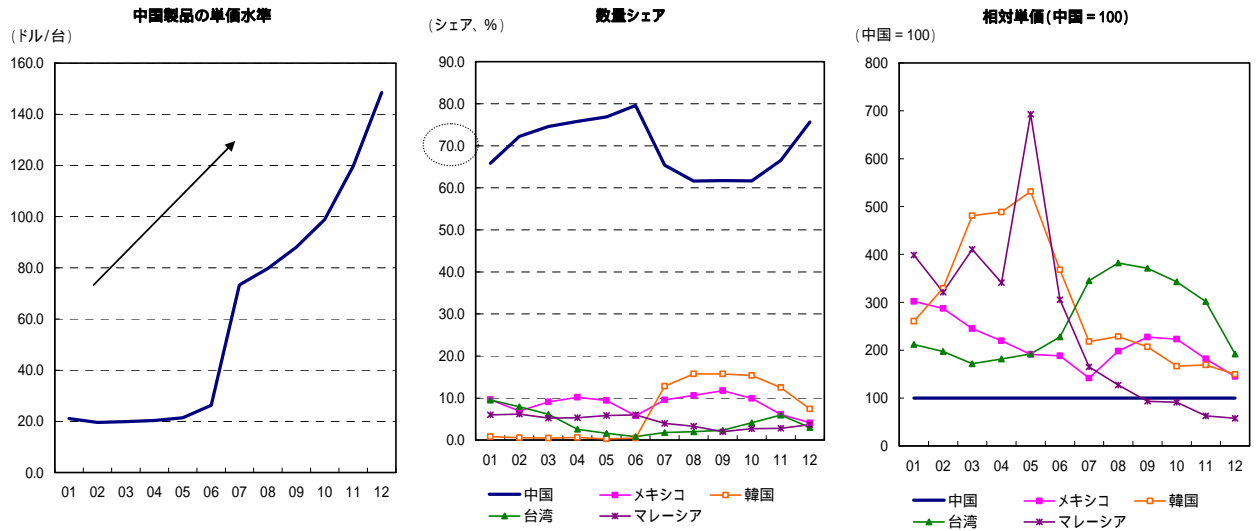
3. 機械類の輸入単価は上昇

次頁図表6に示したパソコン、携帯電話等、椅子類の各品目の中国製品の輸入単価は、米国の対中輸入物価の低下傾向とは反対にいずれも大幅に上昇しており、コスト上昇分の価格転嫁が十分に進んでいることが示唆されている。これらの品目に共通しているのは、数量ベースで米国輸入市場の7割超を中国製品が占める中国製品の独壇場であることである。このため中国製品がプライス・セッターの役割を担っているとみられ、中国製品価格への単価の収斂もみられる。

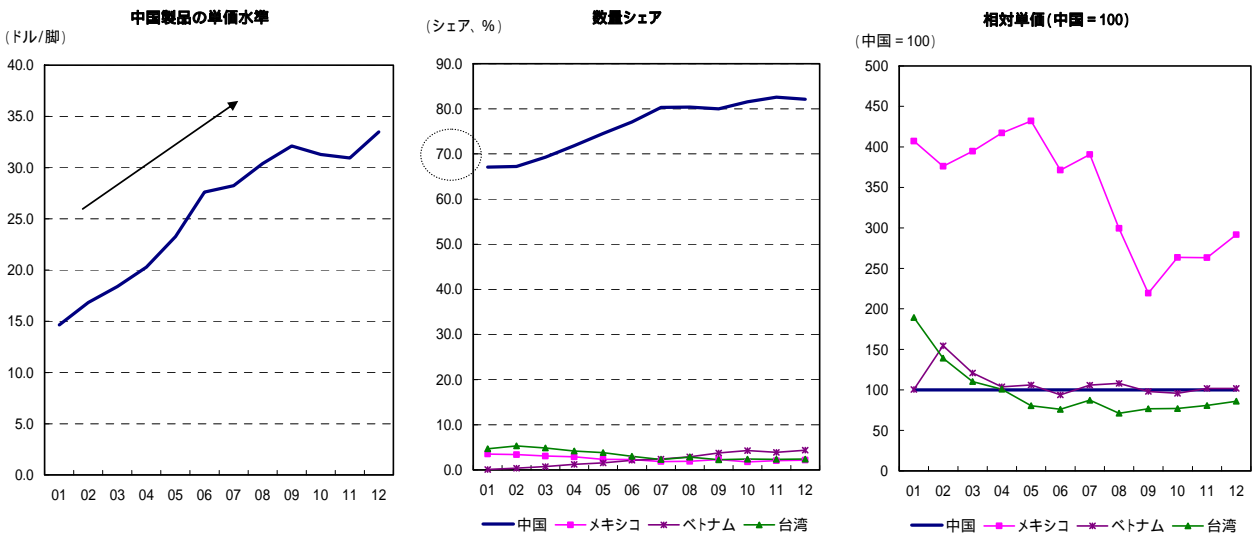
図表6. 米国の輸入市場における中国製品の競争力状況～単価が上昇している品目
パソコン等(HS8471)



携帯電話の電話機等(HS8517)



椅子類(HS9401)

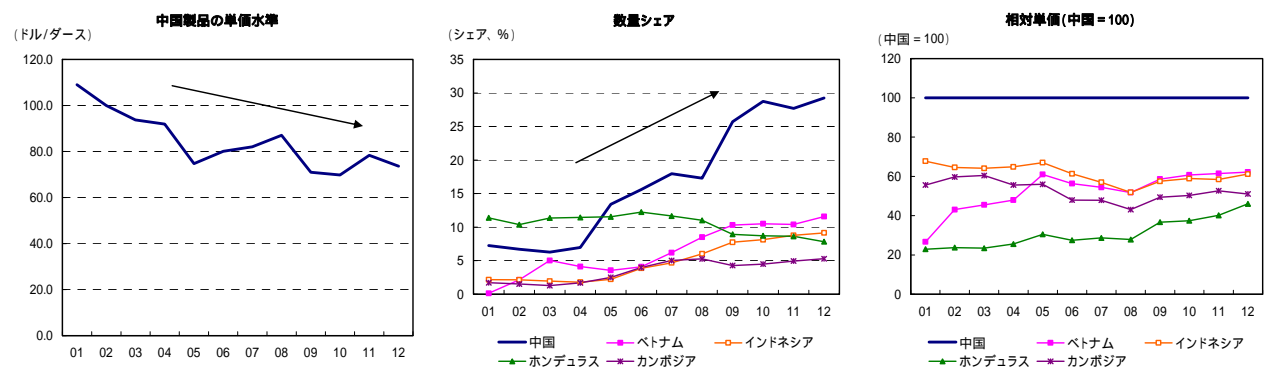


(出所) Global Trade Atlas (注)2012年は1-10月実績。

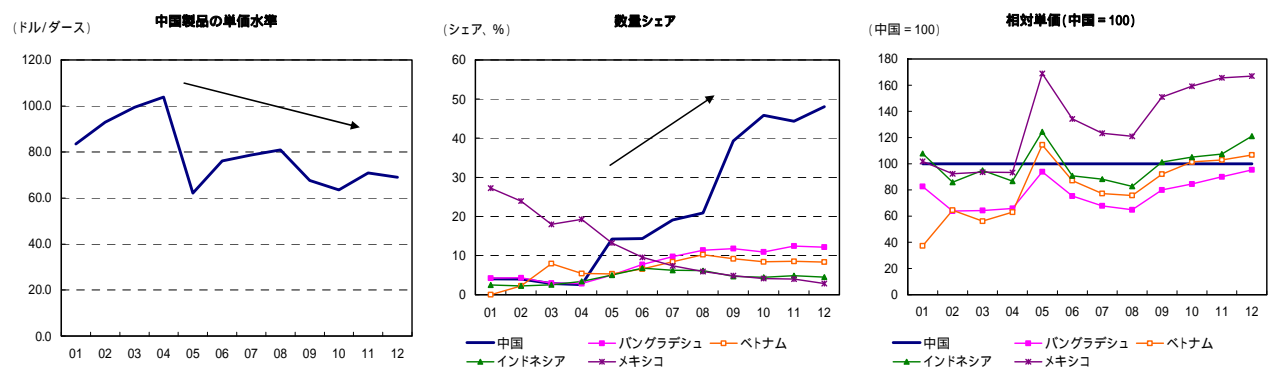
4. 衣料品等の輸入単価は下落、ないし横ばい

これに対して、セーター類などの衣料品、椅子以外の家具類については収益的に厳しい状況にある可能性が示唆されている（図表7）。

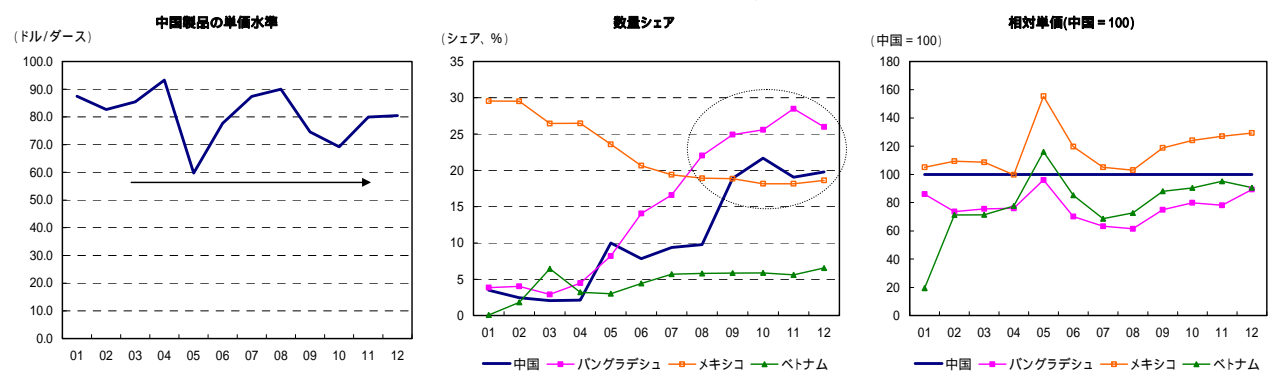
図表7. 米国の輸入市場における中国製品の競争力状況～単価が下落、ないし横ばいの品目
セーター類 (HS6110)



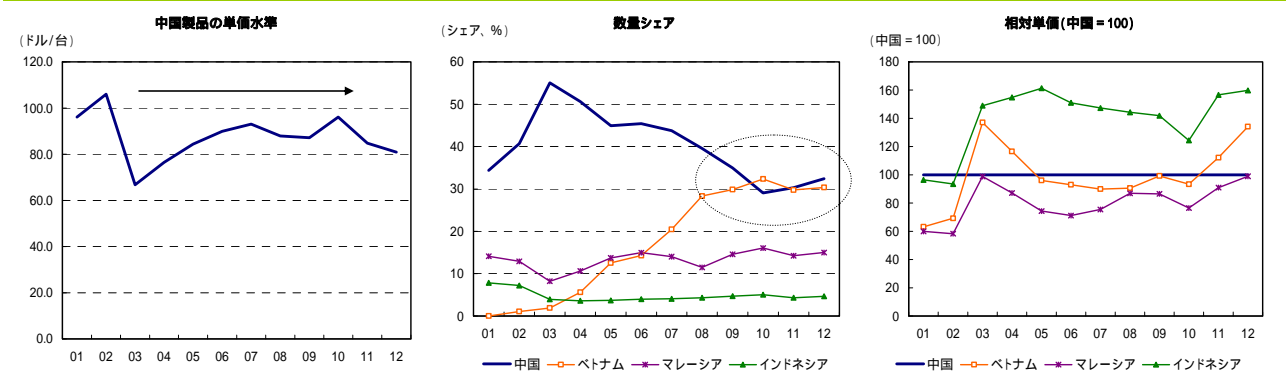
女子用綿製ズボン (HS620462)



男子用綿製ズボン類 (HS620342)



椅子以外の家具類 (HS9403)

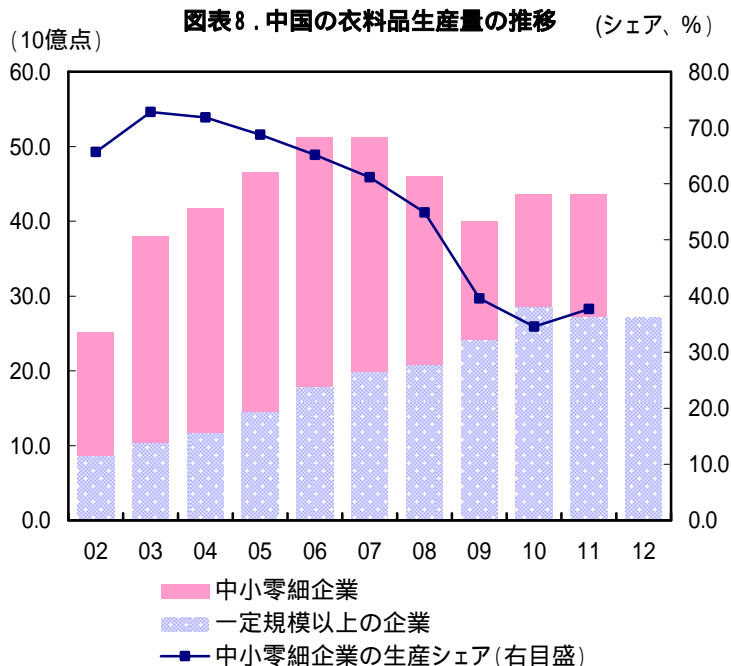


(出所) Global Trade Atlas (注)2012年は1-10月実績。

前頁の図表7が示すように、セーター類、女子用綿製ズボン類はベトナム、あるいはバングラデシュといった低コスト生産者との競争の中でむしろ単価の引下げを余儀なくされているとみられる。ただし、単価引下げの結果、ライバル諸国の3倍から4倍に数量シェアを拡大しており、単価引下げ圧力は足元、やや弱まっている可能性がある。一方、男子用綿製ズボン類や椅子以外の家具類については数量シェアが他の低コスト生産国と拮抗しており、依然として単価引下げ圧力にさらされているとみられる。

いずれにしてもコスト上昇分の価格転嫁ができていないとみられるこれらの品目の生産者は収益的に厳しい状況にあるといえそうだ。実際、例えば、衣料品業界では、2005年の繊維製品に対する輸入数量規制の撤廃と相前後して誕生した多数の中小零細企業が近年、撤退に追い込まれているようである。一時期はこれら中小零細企業が中国の全衣料品生産量の7割近くを占めていたとみられるが、厳しい価格競争に加え、リーマン・ショックを契機とした需要の落ち込みを受け、生産シェアは4割程度にまで縮小しており、淘汰が進んでいる様子がうかがわれる(図表8)。

先進国景気が停滞し、輸出環境が厳しい中での賃金水準の引上げは、国内の貧富の格差の是正、あるいは消費の振興による内需の拡大を目指す政策の一環として語られることが多い。しかし、グローバルな競争の只中にある輸出産業においては、低コスト性だけに依存した競争力のない企業の退出を促し、結果的に当該輸出産業の体質強化をもたらすものとなっているといえるのではないだろうか。中国でも価格メカニズムを活かした産業構造調整が進んでいるといえそうである。



(注) 中国服装協会推定の全生産量から国家统计局発表の一定規模以上の企業の生産量を差し引いたものを中小零細企業生産量と仮定。2012年は一定規模以上の企業のみ、1-11月実績の年率換算値をプロット。
 (出所) 中国紡績工業発展報告、CEIC

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、当社の統一的な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。