

米国で攻勢を強める made in China 製品

Q 1 . 最近、日米ではなく、米中の貿易摩擦の深刻化が心配されていますが、それはなぜですか？

- ・ 第 1 の理由は中国が日本を大幅に上回る対米貿易黒字、つまり米国からみれば貿易赤字を計上しているからでしょう。2005 年の米国の貿易赤字 7666 億ドルのうち 4 分の 1 以上が対中赤字（2016 億ドル）で占められています。
- ・ 第 2 の理由は中国製品が目立つようになっているからでしょう。米国の輸入の 2 割は原油や食料品などの原材料品ですが、残りの 8 割がいわゆる製品です。2001 年当時、この製品輸入の主要相手国といえば断トツでカナダでした。これに日本、メキシコが続いていました。ところが、2004 年に僅差で中国がカナダを抜いて製品輸入相手国トップに立ちました。2005 年には中国がカナダとのシェアの差をさらに広げて今や製品輸入の 2 割を占めるトップ相手国としての地位を固めている状況です。

Q 2 . 中国からの輸入品というと玩具や衣料品などいわゆる軽工業品というイメージがありますが、今でもそうですか？

- ・ 米国の輸入製品を 「化学工業品」、 繊維や鉄などの「原材料別製品」、 「機械・輸送機械」、 玩具や衣料品などの「その他製品」に分けて、それぞれの主要輸入相手国を見ると、確かに の「その他製品」では中国がシェア 3 割超でトップを続けています。また の「原材料別製品」でもカナダに次いで 2 位のシェアを維持しています。
- ・ の「化学工業品」では中国のシェアは依然として小さなものとどまっているのですが、実は の「機械・輸送機械」の分野で中国は着実にシェアを拡大しています。2005 年にはシェア 17% で輸入相手国トップとなっています。
- ・ 実際、やや詳細な製品別の輸入統計を見ると、2005 年には輸入コンピューターやデジカメなどの写真・光学機器の約 5 割、コピー機などのビジネス機器やコンピューターの周辺機器の約 4 割が中国からの輸入品で占められています（次頁図表）。

Q 3 . 中国製品の競争力が高まった要因は何ですか？

- ・ 実は中国の輸出の約 6 割が中国に進出した台湾や日本、欧州あるいは米国の企業の製品で占められています。つまり made in China ではあるけれども made by China ではないということです。中国政府もこうした実態をよく認識しており、「自主ブランドの育成」を今年から始まった第 11 次 5 カ年計画の施策のひとつに掲げています。

Q 4 . Made in China, but not by China・・グローバル化する経済は複雑ですね。

- ・まさにその通りです。今や米国市場では、地元メーカーの製品や近隣のカナダやメキシコの製品、あるいは日本製の日本メーカーの製品や欧州製の欧州メーカーの製品に加えて、中国製の米国メーカー、日本メーカーそして欧州メーカーの製品が競合しているわけです。
- ・ところで、米国では対中赤字の拡大に対して、人民元の大幅切り上げを求める声がありますが、もし人民元が大幅に切り上げられれば、中国に進出している米国企業にも影響が及ぶと考えられます。クリントン政権で大統領経済諮問委員会委員長などの要職を歴任したローラ・タイソン女史の著書に「誰が誰を叩いているのか」という本がありますが、現実には人民元問題で中国を叩いているつもりでも、実際には中国に進出している米国その他の外国企業、あるいはそれらの企業が中国で製造し輸出している比較的安価な製品供給の恩恵を受けていた米国民に影響が及ぶ状況にあるわけです。

図表：製品輸入に占める中国のシェア～米国の輸入コンピューターの約5割がmade in China

(米商務省・最終用途コード(5桁分類)による輸入統計、2005年のシェア順)

	2001	2002	2003	2004	2005
1 客船・貨物船(除くスクラップ船)	5.8	0.0	65.7	0.0	82.2
2 玩具、スポーツ用品、自転車	56.6	64.0	72.1	74.0	74.4
3 靴(皮革、ゴム、その他)	60.7	64.1	65.5	66.8	70.2
4 ラジオ、蓄音機、テーブデッキ、ステレオ	48.8	54.2	54.3	60.3	67.2
5 衣料品・家庭用品(非繊維)	60.5	63.3	64.8	65.4	66.8
6 調理器具、刃物類、園芸用具	44.3	49.9	53.5	55.6	58.4
7 スポーツ衣料・靴・用具	51.9	53.2	53.5	55.6	58.2
8 家具	33.2	39.4	43.7	46.6	50.0
9 コンピューター	6.3	9.9	29.1	40.2	48.9
10 壁掛け時計など家庭用品	34.7	38.6	39.0	40.1	47.3
11 写真および光学機器	42.9	42.6	46.6	47.2	45.7
12 ガラス器、陶器、磁器	31.8	38.0	40.9	42.6	44.8
13 調理機器	33.3	35.3	39.7	42.8	44.7
14 天然石その他半貴石	28.8	34.9	38.6	42.6	44.4
15 衣料品(除くウール、綿製品)	21.8	25.3	30.8	35.4	43.3
16 ビジネス機器(除くコンピューター)	22.3	28.3	35.7	36.2	40.6
17 コンピューター周辺機器	15.7	22.3	28.7	37.4	40.4
18 楽器・余暇用機器	16.3	24.3	28.1	32.9	34.7
19 ガラス板・シート(除く自動車用)	20.7	25.1	26.6	28.6	33.0
20 テレビ、ビデオ機器	11.7	18.5	22.7	25.6	30.7

(出所) 商務省

(参考) 詳細は中国経済レポート No.7「高度化する中国の輸出～米国市場を席巻する made in China 製品」をご参照下さい。

お問合せ先 調査部 野田麻里子

E-mail : mariko.noda@murc.jp

本レポートに掲載された意見・予測等は資料作成時点の判断であり、今後予告なしに変更されることがあります。