
中国経済レポート No.37

中国の輸入構造の変化

～ 限界的な消費財輸入の拡大も欧州の小国にとってはメリット

【目次】

1. 「加工貿易」型の輸出入構造に変化.....p.1
2. 生産段階別データに見る輸入構造の変化.....p.2
3. 中国の消費財輸入～高まる欧州のシェアp.2
4. 一致する中国の消費者と欧州の消費財生産者の利害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

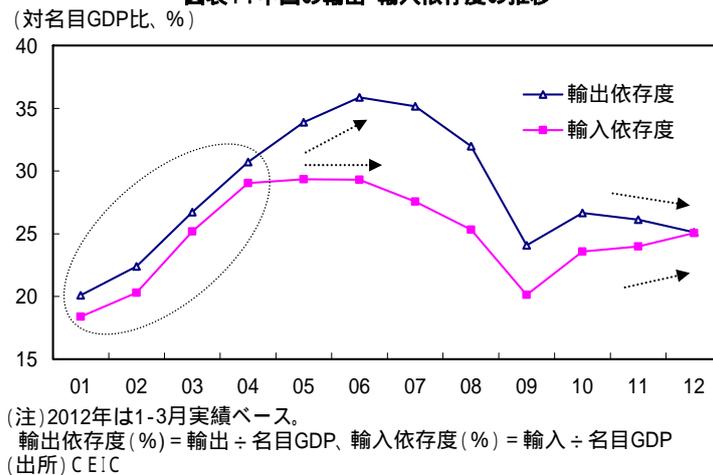
1. 「加工貿易」型の輸出入構造に変化

中国の貿易構造は典型的な「加工貿易」型といわれる。原材料を輸入し、加工し、組み立てた製品を輸出する。この場合、輸出と輸入はほぼ連動する。実際、輸出入金額の前年比の動きはかなりパラレルな動きをしている（図表2と3の折れ線グラフ）。

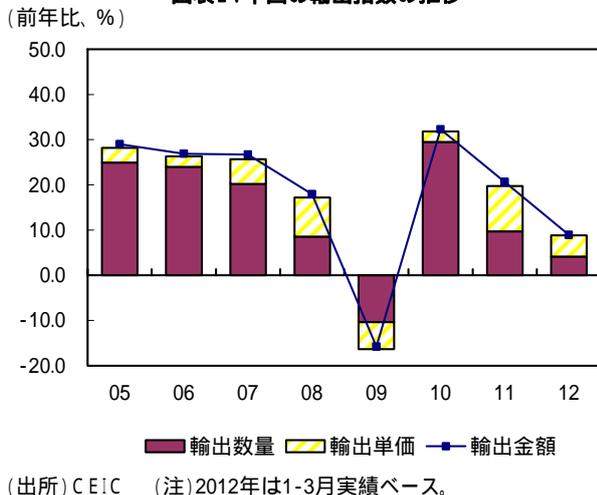
しかし、輸出と輸入の金額を名目GDPで除した輸出・輸入依存度の動きをみるとやや様相が異なる（図表1）。2000年代前半、両者は確かにパラレルな動きをしているが、2005年から2006年にかけて輸出依存度が大幅に上昇したのに対して輸入依存度はほぼ横ばいで推移している。また2007年から2009年にかけて輸出依存度が大幅に落ち込む局面において輸入依存度の落ち込みは相対的に軽微であった。さらに足元、2010年から2012年にかけて輸出依存度が低下傾向を辿っているのに対して、輸入依存度はむしろ上昇傾向を示している。

2005年以降のデータが取れる貿易指数（輸出入の金額・数量・単価の各指数）の輸出と輸入の数量指数の前年比からも同様の傾向が見てとれる（図表2と3の棒グラフ）。例えば、リーマンショック後の2009年に輸出数量指数が前年比10.4%減とマイナスに転じる一方で、輸入数量指数は同3.3%増とプラスを維持していた。また、2012年の数量の戻りは輸入の方が大きくなっている。「加工貿易」だけでは説明できない部分、輸出と連動しない輸入が少しずつ大きくなっているようである。

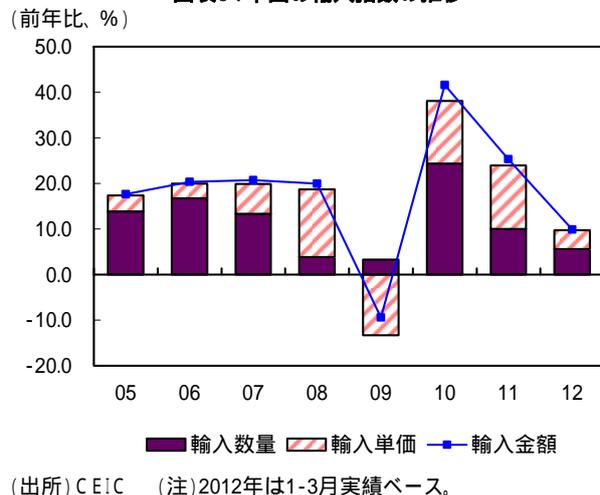
図表1. 中国の輸出・輸入依存度の推移



図表2. 中国の輸出指数の推移



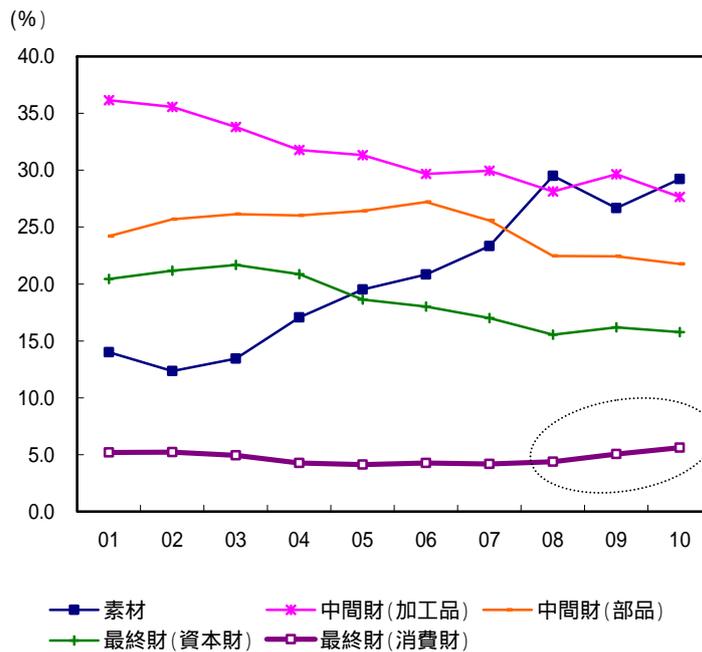
図表3. 中国の輸入指数の推移



2. 生産段階別データに見る輸入構造の変化

そこで中国の輸入構造にどんな変化が生じているのか 2010 年のデータまで発表されている RIETI-TID2011 の生産段階別統計をもとに確認してみると、2000 年代に入って加工貿易を支えてきた中間財（加工品・部品）、そして製品の加工・組立に必要な資本財の輸入シェアが徐々に低下する一方、食料、原料、燃料など素材のシェアが大幅に拡大し、2010 年時点で 29.2%と中国の生産段階別輸入シェアで最大の品目となっている（図表 4）。こうした変化は中国の需要動向によって世界の一次産品価格が変動するといわれる昨今の状況と呼応するものといえよう。ただ、ここでは極めて限界的ながら、消費財のシェアが足元、上昇傾向（4%台→5%台）にあることに注目したい。

図表 4. 中国の生産段階別輸入構造の推移



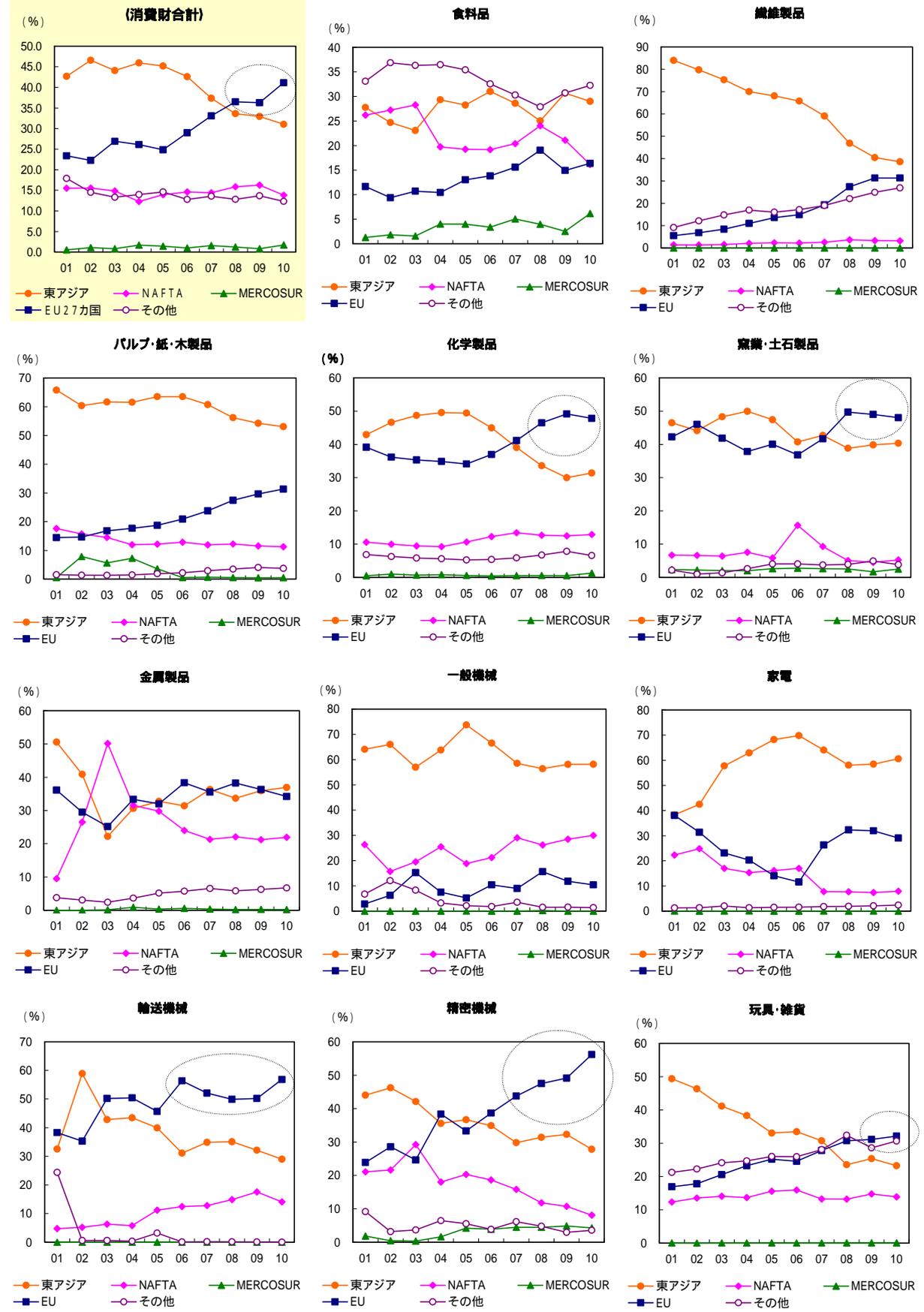
(出所)RIETI-TID2011

3. 中国の消費財輸入～高まる欧州のシェア

中国の輸入に占める消費財のシェアが高まっているといってもその上昇は小幅であり、2010 年時点のシェアは 5.6%と小さい。しかし、年間輸入総額が 1 兆ドルを上回る中での変化であり、消費財の輸出国にとってそのインパクトは小さくないと考えられる。そこで同じく RIETI-TID2011 のデータをもとに 2010 年までの中国の消費財輸入の地域別のシェアの推移を示したのが次頁の図表 5-①である。これを見ると 2008 年に中国にとって最大の消費財輸入相手が東アジアから欧州（EU27 カ国）に変わったことがわかる。産業別には、⑤化学製品（薬剤容器、化粧品、石鹼など）、⑥窯業・土石製品（陶器など）、⑩輸送機械（乗用車など）、⑪精密機械（カメラ、コンタクトレンズなど）、⑫玩具・雑貨で欧州からの輸入シェアの伸びが顕著である。

一般的に欧州諸国の賃金水準は東アジア諸国に比べて高く、その分、製品単価も相対的に高いと考えられる。しかし、それにもかかわらず欧州からの消費財輸入が増加しているということは、これらの製品を購入できる中国の消費者層の厚みが着実に増していることを示唆しているといえそうだ。中国の輸入車の上位を欧州車が占める状況などはその端的な例といえるだろう。

図表5. 中国の地域別産業別消費財輸入シェアの推移



(注1) 東アジア : 日本、香港、韓国、台湾、シンガポール、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ブルネイ、カンボジア、ベトナム
 NAFTA : 米国、カナダ、メキシコ、 MERCOSUR : アルゼンチン、ブラジル、パラグアイ、ウルグアイ、ベネズエラ
 (注2) 2010年はデータ未公表のため、東アジアはベトナムを含まない数値。
 (出所)RIETI-TID2011

4. 一致する中国の消費者と欧州の消費財生産者の利害

翻って、欧州（ここではユーロ圏 17 カ国）の輸出に占める対中輸出のシェアをみると、2012 年 1-3 月期時点でも 3.5%と小さなものにとどまっている（図表 6）。これは、一部例外はあるものの、そもそも EU 域内向け輸出のシェアが 6 割から 7 割と高いことが背景にある。因みに国別には、ドイツとフィンランドで対中輸出シェアが 6.1%、5.1%と比較的高くなっているが、これは両国の域内輸出比率が共に 6 割を下回っていることも影響しているといえよう。

図表 6. ユーロ圏各国の総輸出(EU域内+域外輸出)に占める対中輸出シェアの推移 (%)

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
ユーロ圏平均	1.2	1.4	1.6	1.7	1.7	1.9	2.0	2.1	2.7	3.2	3.4	3.5
ドイツ	1.9	2.2	2.7	2.9	2.7	3.1	3.1	3.5	4.6	5.7	6.1	6.1
フィンランド	2.6	2.6	2.8	4.0	3.0	3.2	3.3	3.1	4.1	5.2	4.7	5.1
フランス	1.0	1.1	1.4	1.5	1.7	2.0	2.2	2.1	2.3	2.8	3.2	3.5
スロバキア	0.1	0.3	0.6	0.3	0.4	0.5	0.8	0.9	1.4	2.0	2.6	2.3
オーストリア	1.1	1.4	1.1	1.2	1.6	1.2	1.4	1.6	2.0	2.2	2.2	2.3
イタリア	1.2	1.5	1.5	1.6	1.5	1.7	1.7	1.7	2.3	2.6	2.7	2.2
ベルギー	0.8	0.9	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.6	1.8	2.1	2.1
ギリシャ	0.4	0.6	0.5	0.5	0.6	0.8	0.6	0.6	0.6	1.0	1.3	2.1
ポルトガル	0.2	0.3	0.5	0.4	0.6	0.6	0.5	0.5	0.7	0.6	0.9	1.9
キプロス	0.1	0.1	0.2	0.2	1.0	0.8	0.7	0.7	1.2	1.5	1.4	1.7
アイルランド	0.4	0.6	0.7	0.8	1.0	1.0	1.5	1.9	1.9	1.8	1.6	1.7
オランダ	0.5	0.6	0.6	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9	1.3	1.3	1.4	1.7
スペイン	0.5	0.6	0.8	0.8	1.0	1.0	1.1	1.1	1.2	1.4	1.5	1.5
マルタ	0.1	0.2	0.4	0.8	0.9	2.4	1.2	1.0	1.3	2.3	2.3	1.3
ルクセンブルク	0.5	0.5	1.1	0.7	0.9	1.2	1.2	0.9	0.8	0.9	1.1	1.1
エストニア	0.4	0.6	0.7	0.6	0.5	2.7	0.8	0.6	0.8	1.3	1.7	1.0
スロベニア	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5

(注)2012年は1-3月実績ベース。

(出所)Eurostat

ただし、輸出金額の伸びをみると、小国を中心に大幅な増加がみられる。中国の消費財輸入における欧州のシェアが東アジアを上回った 2008 年を 100 としてユーロ圏各国の対中輸出額の推移を見ると、例えば、ポルトガルとギリシャの 2012 年 1-3 月期（年率換算）の対中輸出額は 2008 年水準のそれぞれ 4.8 倍あるいは 4.4 倍に急増している（図表 7）。

図表 7. ユーロ圏各国の対中輸出金額の推移 (2008年 = 100)

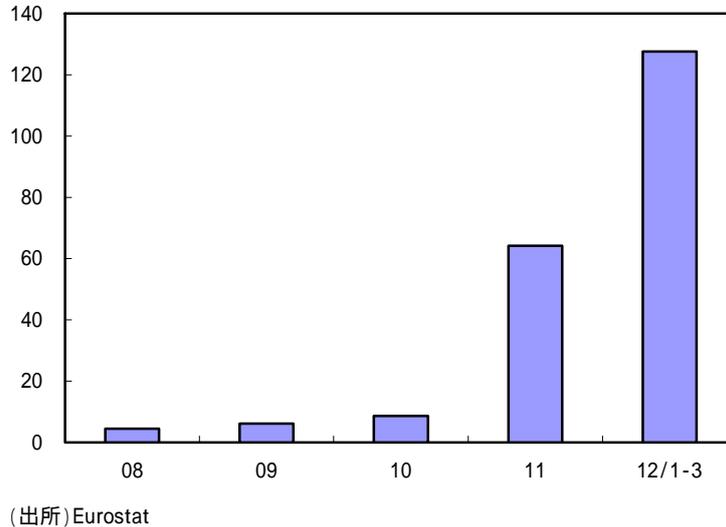
	08	09	10	11	12
ユーロ圏平均	100	106	146	176	184
ポルトガル	100	121	128	217	480
ギリシャ	100	89	152	279	442
スロバキア	100	132	232	356	328
キプロス	100	153	214	255	298
エストニア	100	102	209	378	234
ベルギー	100	127	158	214	219
オランダ	100	119	139	173	216
ドイツ	100	109	158	190	196
フランス	100	88	123	151	176
マルタ	100	109	248	297	173
スペイン	100	92	123	159	162
オーストリア	100	99	132	142	149
フィンランド	100	90	133	129	138
イタリア	100	103	134	155	133
ルクセンブルク	100	78	84	109	119
スロベニア	100	70	88	92	103
アイルランド	100	101	99	94	99

(注)2012年は1-3月実績の年率換算値に基づく試算値。

(出所)Eurostat

ポルトガルの対中輸出で目立つのは自動車輸出の急増ぶりである。同国で生産する VW などを中心に金額ベースで、2012年1-3月期だけですでに2011年実績の約2倍に急拡大している（図表8）。

図表8 . ポルトガルの対中自動車輸出金額の推移
 (百万ユーロ)



一方、ギリシャの場合、綿製品（HSコード第52類）、鉱物性燃料（同第27類）、銅製品（同第74類）の対中輸出が急増している。いずれも2012年1-3月期に域内輸出が前年比マイナスに落ち込む中、対中輸出がそれぞれ前年比842倍、167倍、4.3倍と急拡大しており、域内需要が低迷する一方で輸出先を中国に大きくシフトしている様子が見られる。

中国が今や欧米に代わる世界経済のエンジン役であるとの認識が一般的になりつつある。財政金融危機に見舞われ、域内需要が低迷する中、域外輸出に活路を求めざるを得ない欧州諸国の場合、その意識はさらに強いただろう。また、中国では所得水準の向上とともに洗練された消費財に対する需要が高まっているとみられる。消費財輸入の増加自体は中国の輸入全体の動きからみれば、依然として限界的なものだが、域内に代わる市場を求める欧州の消費財生産者にとって中国は魅力的な市場であり、ここに来て図らずも両者の利害は一致しているようだ。欧州の対中消費財輸出の拡大と中国の消費財輸入の拡大はコインの裏表の関係にある。当面、どちらも拡大傾向を持続するのではないだろうか。

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。