

日本のサービス輸出の特徴と課題

調査部 主任研究員 中田 一良

<要旨>

日本のサービス輸出は長期的にみると拡大傾向にあり、円安の影響もあって、2014年のサービス輸出は17.3兆円となった。内訳をみると、輸送、その他業務サービス、知的財産権等使用料などが中心となっている。

世界のサービス輸出は、近年は財輸出の伸びが低いということもあるが、財輸出の伸びを上回って拡大している。輸出国・地域の中心はEUと米国であり、財輸出と比較すると、世界のサービス輸出では先進国のシェアが高いといった特徴がみられる。項目別では、旅行やその他業務サービスを中心に増加傾向にあり、旅行の増加の要因の一つには、アジア太平洋地域の新興国・途上国での需要の増加があげられる。

日本のサービス輸出の世界に占めるシェアは、長期的にみると低下傾向にある。日本のサービス輸出のうち世界の輸出額に占めるシェアが高い項目は、知的財産権等使用料、建設、輸送である。知的財産権等使用料は自動車製造業の海外現地生産の拡大を反映したものの、輸送は日本の財輸出の競争力と関係があると考えられることができる。つまり、日本のサービス輸出のうち世界に占めるシェアが高く、競争力を持っているものは、広い意味でものづくりに関連するものであると言える。また、日本、EU、米国のサービス輸出の項目別の構成比を比較すると、日本は、上述のものづくりに関連していると考えられる項目のシェアが高いという特徴がある。

今後、日本がサービス輸出を増加させるためには、競争力を持つと考えられる、知的財産権等使用料などのものづくり関連サービスの輸出をさらに拡大していくことが必要である。それと同時に、ものづくりとは関連がないサービス分野において、輸出を増加させることも重要である。サービス輸出は、財と比較すると質やオリジナリティがより重視される傾向が強く、サービスの質に見合う価格で提供することが可能であり、海外との価格競争に巻き込まれる可能性は小さいと考えられる。日本は、旅行をはじめとして、独自の強みをいかしてサービス輸出の増加につなげる努力が必要である。

はじめに

近年、訪日外国人数が大幅に増加しており、それに伴い、訪日外国人の日本における消費支出額（インバウンド消費）も増加が続いている。インバウンド消費は国際収支統計上、サービス収支の旅行の受取として計上されており、インバウンド消費の増加を背景に旅行収支が2014年度に55年ぶりに黒字になるなど、サービス輸出について注目が高まってきている。また、日本経済の持続的な成長のために海外需要を取り込むという観点からは、今後、財輸出だけでなく、サービス輸出も重要性を増すと考えられる。

本稿では、まず日本のサービス輸出の現状について述べた後、世界のサービス輸出の動向について概観する。そのうえで、日本のサービス輸出の特徴を明らかにし、今後、日本がサービス輸出を拡大させるための課題について述べる。

1. 日本のサービス輸出の現状

日本の国際収支統計では、サービス収支は「輸送」、「旅行」、「その他サービス」に区分されており、各項目の受取が輸出に該当する。「その他サービス」には、「建設」、特許使用料などの「知的財産権等使用料」、「金融サービス」、「通信・コンピュータ・情報サービス」、研究開発サービスや専門・経営コンサルティングサービスなどの「その他業務サービス」、「個人・文化・娯楽サービス」、「公的サービス等」、「委託加工サービス」、「維持修理サービス」が含まれる¹。

日本のサービス輸出は、長期的にみると拡大傾向にある(図表1)。サービスの輸出額は1996年には7.4兆円だったが、2008年には14.6兆円まで拡大し、その後は世界経済の停滞や円高などにより、11兆円程度で推移した。しかし、2013年には円安の影響もあって、13.2兆円と増加し、2014年には17.3兆円となった²。2014年のサービス輸出の内訳をみると、輸送が4.2兆円と全体の約4分の1を占めており、その他業務サービスが4.0兆円、知的財産権等使用料が3.9兆円、旅行が2.0兆円、建設が1.2兆円となっている。

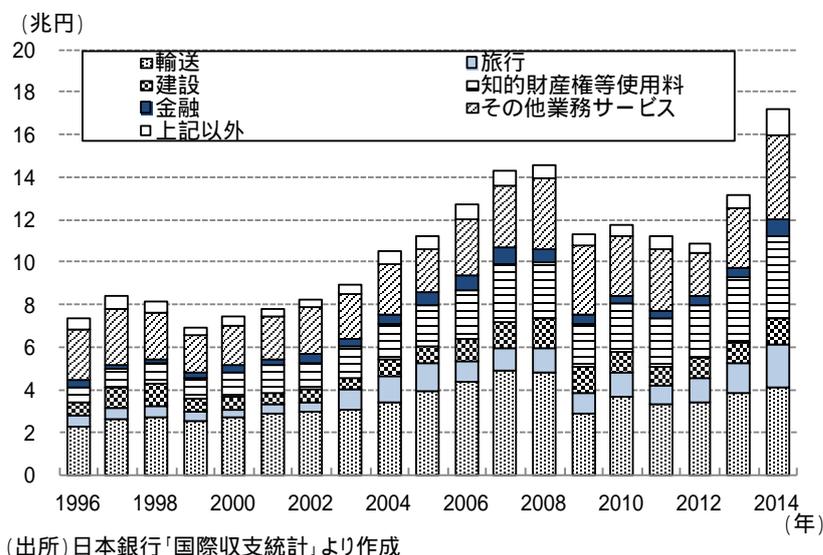
各項目の輸出動向をみると、旅行は2012年以降、拡大が続いており、円安などの影響もあって特に増加が著しい。また、知的財産権等使用料やその他業務サービスも長期的にみると拡大傾向で推移している。他方、輸送は2009年に落ち込んだ後、近年は持ち直してきているものの、2008年のピークの水準までは回復していない。この背景には、財の輸出金額が近年

¹ 国民経済計算体系(SNA)では、知的財産権等使用料は財産所得に、建設はその他の経常移転にそれぞれ計上されるなど、国際収支統計とSNAでは、サービスの対象が必ずしも一致していない。

² 国際収支統計は、2014年1月分の公表よりIMF国際収支マニュアル第6版に移行した際に見直しが行われ、「その他サービス」では、1回の支払額が3000万円以下の小口取引について推計により補てんされることとなった。このため、その他サービスは、2014年とそれ以前では連続性を欠いていると考えられ、図表1、図表14、図表16、図表22ではこの点に留意する必要がある。

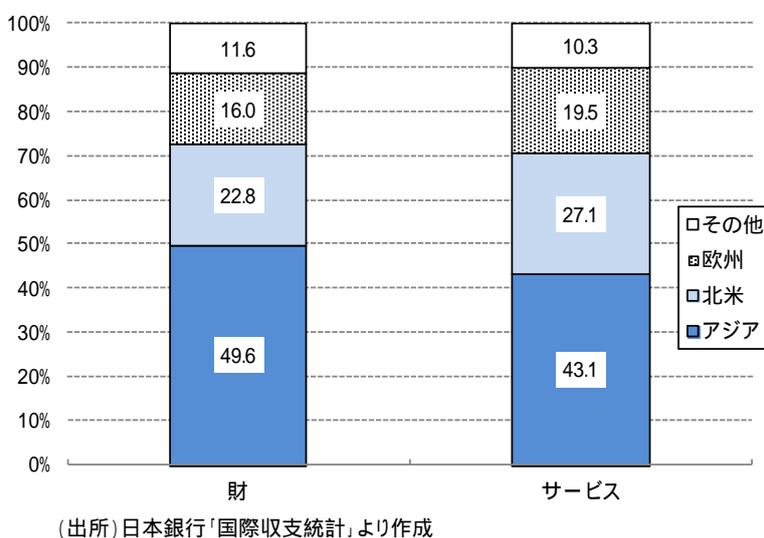
は円安の影響により拡大しているものの、リーマンショック前のピークの水準まで回復していないことがあると考えられる。

図表 1 . 日本のサービス輸出の推移



サービスの輸出先の地域別構成比は、北米向けが 27.1%、欧州向けは 19.5% に対して、アジア向けが 43.1% と高く、このうち中国向けは 10.1%、A S E A N 向けが 15.2% であり、A S E A N 向けが高い (図表 2)。これを、財の輸出先の構成比と比較すると、アジアの財輸出のシェアは 49.6% であり、サービスのほうが低くなっている。これは、中国向けのシェアが財では 16.4% に対して、サービスでは 10.1% と財よりも 6 % ポイント程度低いためである。他方、北米、欧州のシェアは、サービス輸出のほうが財輸出よりも 3 ~ 5 % ポイント高い。この結果、サービス輸出では、北米と欧州のシェアの合計はアジアのシェアを上回っており、財輸出と比較すると先進国向けのシェアが高いといった特徴がある。

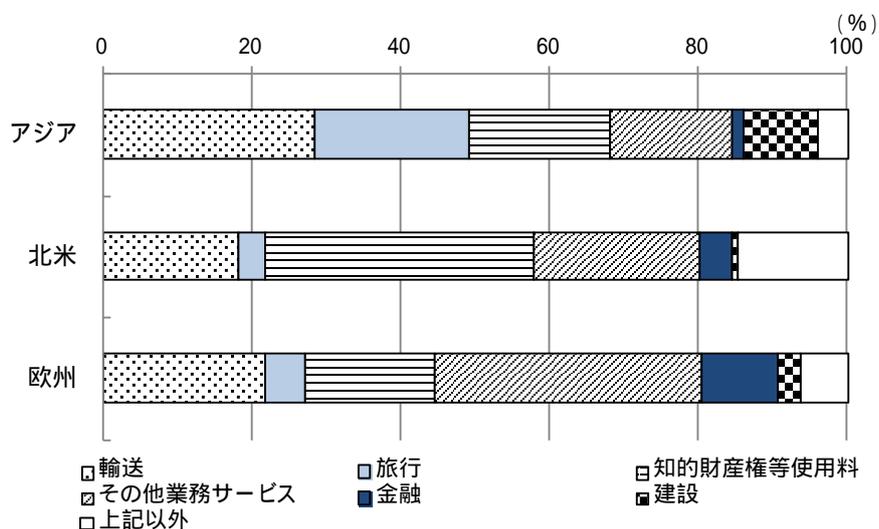
図表 2 . 財、サービスの輸出先の地域別構成比



輸出先によってサービス輸出の項目に特徴があるかどうかをみるために、主な輸出先別にサービスの項目別の構成比をみると、いずれの地域でも輸送が2～3割程度を占めているといった共通性がみられる一方で、地域ごとの特徴もみてとれる（図表3）。

訪日外国人の約8割がアジアからであることを反映して、アジア向けは、旅行のシェアがかなり高い。また、建設のシェアも、欧米と比較すると高い水準にある。これは、後述のとおり、日本の大手の建設業の海外事業がアジア地域を中心に展開していることが影響している。北米向けでは、知的財産権等使用料のシェアが36.2%と高いといった特徴がみられる。これは、日本企業が自動車製造業を中心に北米で現地生産を行っており、それに伴うロイヤルティの受取額が多いことを反映しているものであると考えられる。欧州向けについては、その他業務サービスのシェアが全体の約3分の1を占めているほか、金融のシェアがアジアや北米と比較すると高いといった特徴がみられる。その他業務サービスは、「研究開発サービス」、「専門・経営コンサルティングサービス」、「貿易関連サービス」、「オペレーティングリース」などが含まれる「技術・貿易関連・その他業務サービス」に区分されているが、日本の国際収支統計では欧州向けの内訳については詳しくみることができない。そこで、EU側の統計（2013年時点）を用いて、EUが日本から輸入している「その他業務サービス」の内訳をみると、「技術・貿易関連・その他の業務サービス」が約半分を占めていることがわかる。

図表3 . 輸出先別にみたサービス項目の構成比



(出所) 日本銀行「国際収支統計」より作成

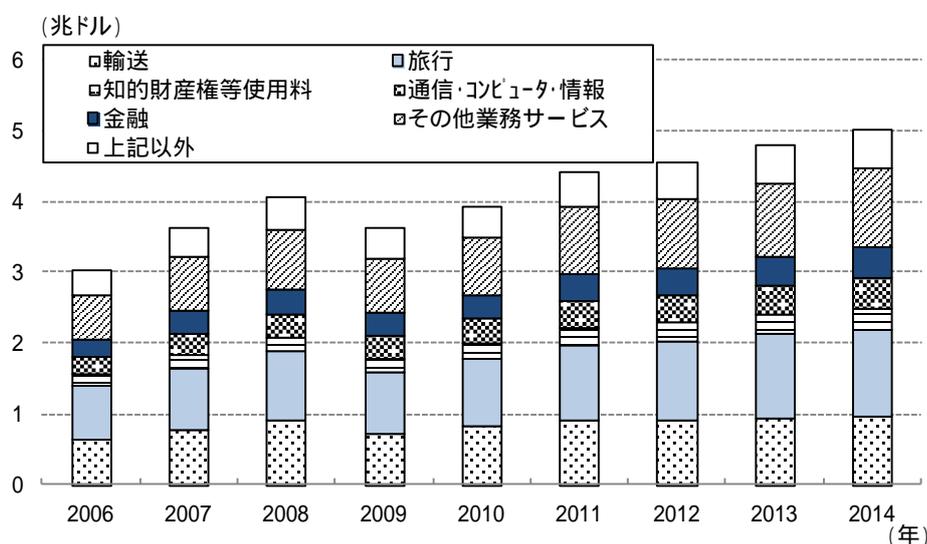
2. 世界のサービス輸出の動向

日本のサービス輸出は近年、増加が続いているが、グローバル化が進む中で、世界のサービス輸出も拡大している。ここでは世界のサービス輸出の動向について概観する。

(1) 全体の動向

世界のサービス輸出は、世界景気の影響を受けながらも拡大が続いている(図表4)。2014年のサービス輸出は約5兆ドルであり、財輸出の約19兆ドルと比較すると、規模は小さいものの、世界の財・サービス貿易に占めるサービスの割合は緩やかながらも高まってきている。サービス輸出の項目別の動向をみると、世界的な財輸出の動向を反映して、輸送が近年、伸び悩む一方、旅行やその他業務サービス、通信・コンピュータ・情報は増加傾向で推移している(図表5)。特に旅行は、1.2兆ドルと世界のサービス輸出の約4分の1を占めており、ここ数年のサービス輸出全体の伸びに対する寄与が大きい。その他業務サービスは、サービス輸出に占める割合は緩やかながらも上昇しており、旅行と並んで世界のサービス輸出における中心的な存在となっている。

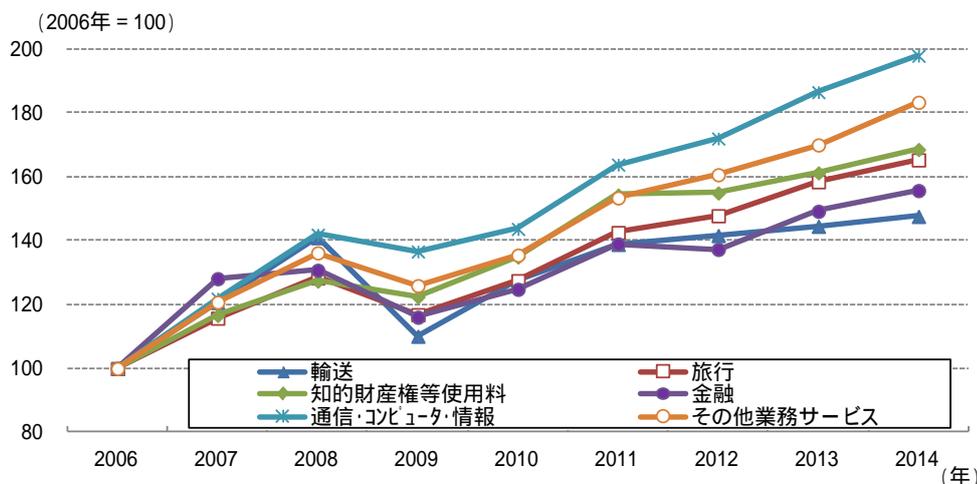
図表4. 世界のサービス輸出の推移



(注)世界の輸出額を求めるにあたり、米国については、米国商務省の統計で知的財産権等使用料に計上されている「音響映像・関連サービス」は、WTOの分類に基づき「個人・文化・娯楽」に計上しており、ここでは「上記以外」に含まれる。

(出所)WTO database、米国商務省統計より作成

図表5 . 世界のサービス輸出の主な項目の推移

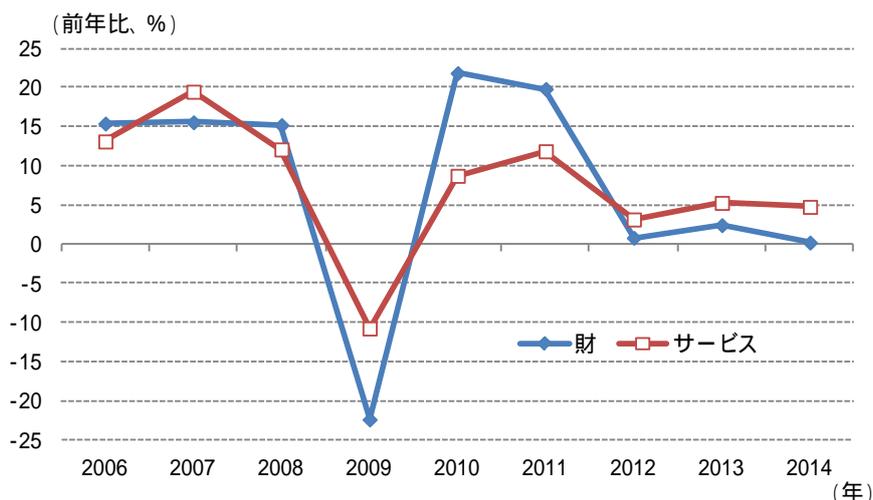


(注) 世界の輸出額を求めるにあたり、米国については、米国商務省の統計で知的財産権等使用料に計上されている「音響映像・関連サービス」は、WTOの分類に基づき「個人・文化・娯楽」に計上しており、ここには含まれていない。

(出所) WTO database、米国商務省統計より作成

サービス輸出の拡大のペースを財と比較すると、両者は概ね連動する形となっていることがわかる(図表6)。こうした中、財輸出の2012年以降の平均増加率は1.2%と、リーマンショック前後を除く2000年代後半と比較すると、非常に緩やかなものにとどまっている。これに対して、サービス輸出の同時期の平均増加率は4.4%と財輸出を上回っており、サービス輸出は、近年、財輸出と比べると安定的に拡大していると言える。

図表6 . 世界の財とサービスの輸出動向

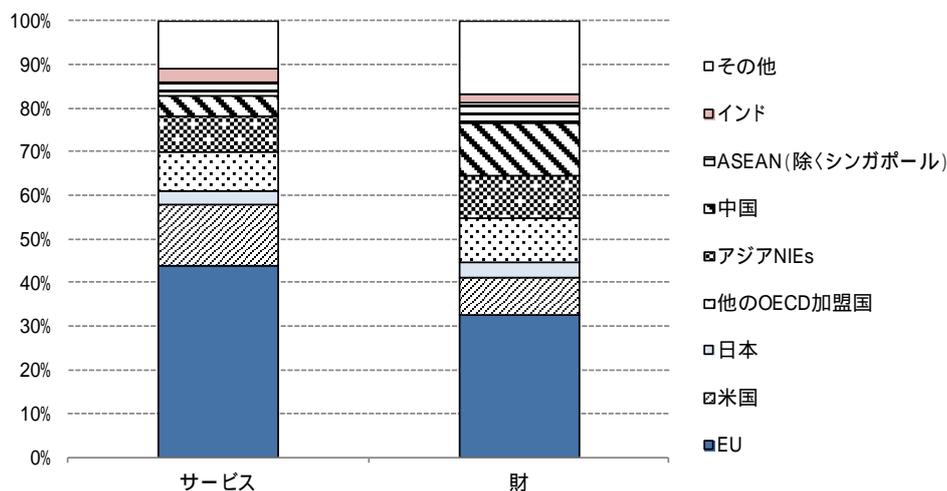


(出所) WTO databaseより作成

世界の中でサービス輸出の金額規模が最も大きいのはEU(域内貿易も含む)であり、世界全体の4割以上を占めている(図表7)。次いで規模が大きいのは米国であり、米国とEUで、世界のサービス輸出の6割近くを占めている。これに日本や他のOECD加盟国も合わせると先進国のシェアは約7割に達する。これらの国の財輸出に占めるシェアの合計は55%

であることから、サービス輸出は、財輸出と比較すると先進国のシェアがかなり高いことがわかる。

図表 7 . 世界の財・サービス輸出の国・地域別構成比 (2014 年)



(出所) WTO databaseより作成

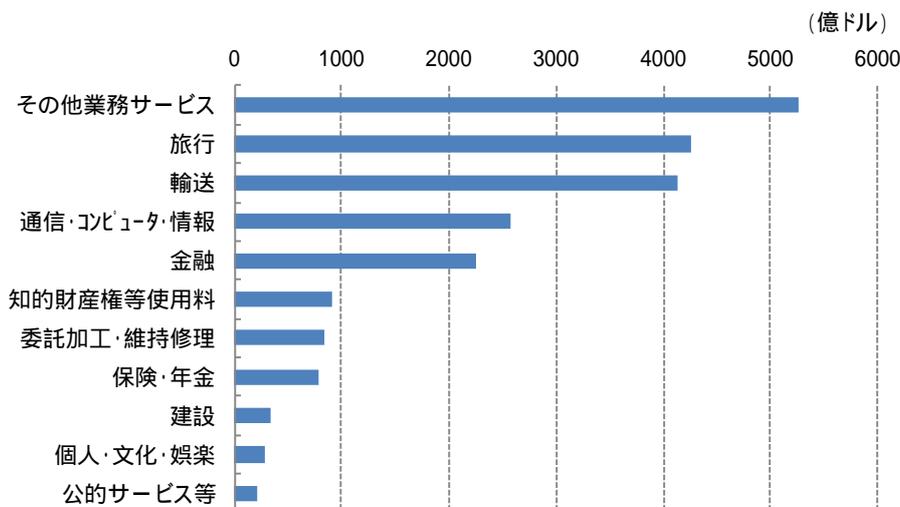
世界の財とサービスの輸出国・地域の構成比が異なっている主な要因は、中国のシェアである。中国の財輸出の世界に占めるシェアは 12.3%と世界一位であるのに対して、サービス輸出のシェアは緩やかながら高まりつつあるものの、米国、英国、ドイツ、フランスに次いで、2014 年時点では 4.7%にとどまっている。日本は、財輸出のシェアは 3.6%に対して、サービス輸出のシェアは 3.2%であり、サービス輸出のほうがわずかではあるが、低くなっている。

(2) 主な輸出国の特徴

次に、世界のサービス輸出の中心である EU と米国の動向について、WTO のデータを中心にみていく。EU のサービス輸出 (域内貿易も含む) は、比較可能な 2010 年から 2014 年までの平均増加率は 6.1%と、同時期の財輸出の平均増加率 (4.4%) を上回っており、世界のサービス輸出に占めるシェアも、緩やかながら上昇傾向にある。EU のサービス輸出において中心となっている国は、英国、ドイツ、フランス、オランダ、スペインなど、経済規模の大きな国である。そうした中、通信・コンピュータ・情報では、アイルランドのシェアが経済規模と比較すると相対的に大きいといった特徴もみられる。

EU のサービス輸出の内訳をみると、「その他業務サービス」の規模が最も大きく、2014 年時点で 5266 億ドルと全体の約 4 分の 1 を占めている (図表 8)。次いで規模が大きいのは、旅行と輸送であり、それぞれ 4000 億ドルを超えている。このほか、通信・コンピュータ・情報、金融などの規模も比較的大きい一方、知的財産権等使用料の規模はそれほど大きくない。

図表 8 . E Uのサービス輸出（項目別、2014年）

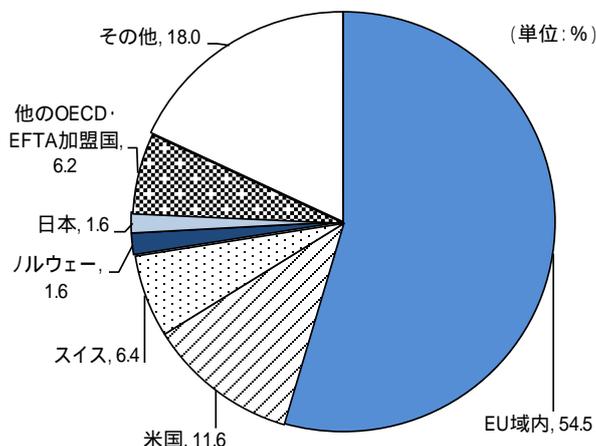


(出所)WTO databaseより作成

E Uのサービス輸出の相手先は、E U域内での市場統合が進んだこともあり、域内向けが中心となっている（図表 9）。もっとも、域外向けの割合は緩やかながらも上昇傾向にあり、2014年時点で 45%となっている。財輸出の域外向けの割合は長期的には上昇傾向にあるものの、37%にとどまっており、域外の重要性は、サービス輸出で相対的に大きいと言える。

E Uのサービス輸出の域外の主な輸出相手国は、米国、スイスをはじめ、先進国が中心である。域外向けのサービス輸出の内訳は、域内向けと同じく、輸送やその他業務サービスが中心であるが、域内と比較するとその他業務サービスのシェアが高い一方、旅行のシェアは 15%にとどまる（域内の旅行のシェアは 24%）などの違いもみられる。こうした違いは、域外で最大の輸出相手国である米国向けでは、その他業務サービスが約 3割を占めている一方、旅行は約 1割にとどまっているためであると考えられる。

図表 9 . E Uのサービスの輸出先構成比（2013年）

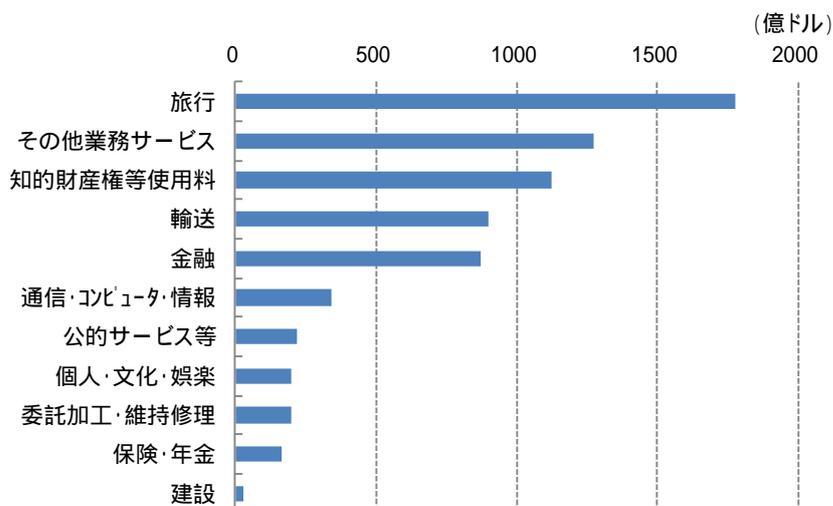


(出所) Eurostatに基づき作成

次に、米国についてみると、サービス輸出は2005年には3730億ドルであったが、2014年には7000億ドルを超え、2倍近くに拡大している。この間の平均増加率は7.4%であり、同時期の米国の財輸出の平均増加率(6.7%)を小幅ながらも上回っている。

米国のサービス輸出の中心は、海外からの訪問者が多いことを反映して、旅行である(図表10)。旅行の受取の規模は約1770億ドルと全体の4分の1を占めており、次いで規模が大きいのはその他業務サービスと知的財産権等使用料で、それぞれ1000億ドルを超えている。

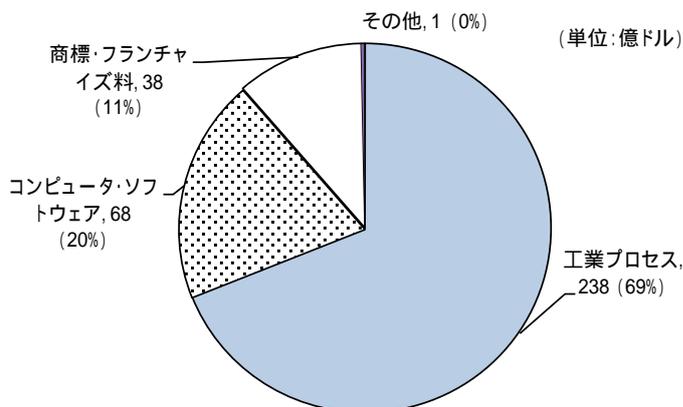
図表10. 米国のサービス輸出(項目別、2014年)



(注)WTOのデータに基づいて作成しており、米国商務省の統計で知的財産権等使用料に計上されている「音響映像・関連サービス」は、個人・文化・娯楽に計上している。
(出所)WTO database、米国商務省統計より作成

米国商務省の統計から、その他業務サービスや知的財産権等使用料の内訳についてみると、その他業務サービスの中心は「専門・経営コンサルティングサービス」であり、近年は「技術・貿易関連・その他業務サービス」が伸び悩む一方、研究開発サービスが増加しており、その他業務サービスの輸出における構造変化がみてとれる。知的財産権等使用料(音響映像・関連サービスを除く)では、工業プロセス(industrial processes)が大きなシェアを占める中で、コンピュータ・ソフトウェアのシェアも大きいことが特徴としてあげられる(図表11)。

図表 11. 米国の知的財産権等使用料の受取の内訳 (2014 年)

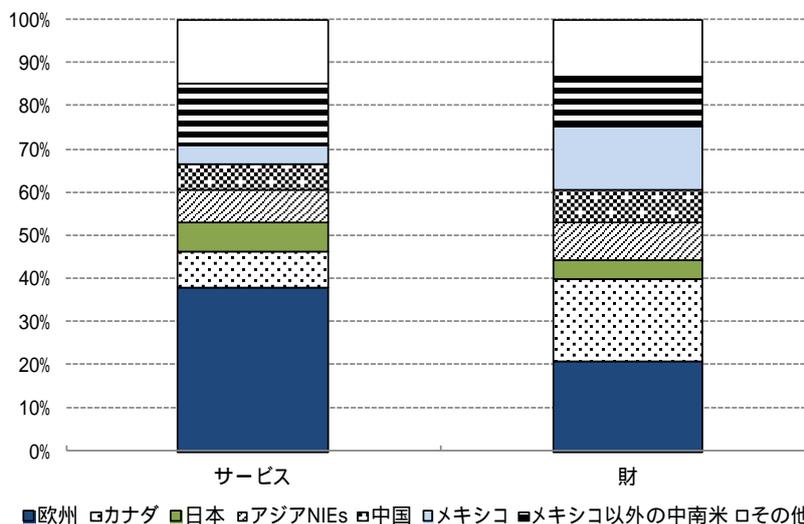


(注1)米国の統計では、これらのほか、「音響映像・関連サービス」(受取額は76億ドル)が知的財産権等使用料に計上されている。
 (注2)カッコの中の数値はシェアを表す。
 (出所)米国商務省統計より作成

このほか、輸送や金融も規模が比較的大きく、輸送については、貨物ではなく、海外からの訪問者が世界で多いことから旅客が中心となっている。金融では、クレジットカード関連の規模はまだそれほど大きいわけではないが、拡大しているといった動きもみられる。

米国のサービスの輸出先の国・地域別のシェアを財の輸出先と比較すると、財輸出では、欧州が 20.6%、NAFTA (北米自由貿易協定) に参加しているカナダとメキシコがそれぞれ 19.2%、14.7% であり、NAFTA で全体の 3 分の 1 を占めている (図表 12)。これに対して、サービス輸出では、欧州が 37.6% を占めている一方、カナダのシェアは 8.6%、メキシコのシェアは 4.2% にとどまっており、特にメキシコのシェアは財と比べるとかなり小さい。米国の欧州向けサービス輸出は、その他業務サービスと知的財産権等使用料が中心であり、これら 2 つの項目で欧州向けの 47% を占める。他方、米国全体のサービス輸出の中で最も規模が大きい旅行は、欧州向けの 15% にとどまっている。

図表 12. 米国のサービスの輸出先の国・地域別構成比 (2014 年)

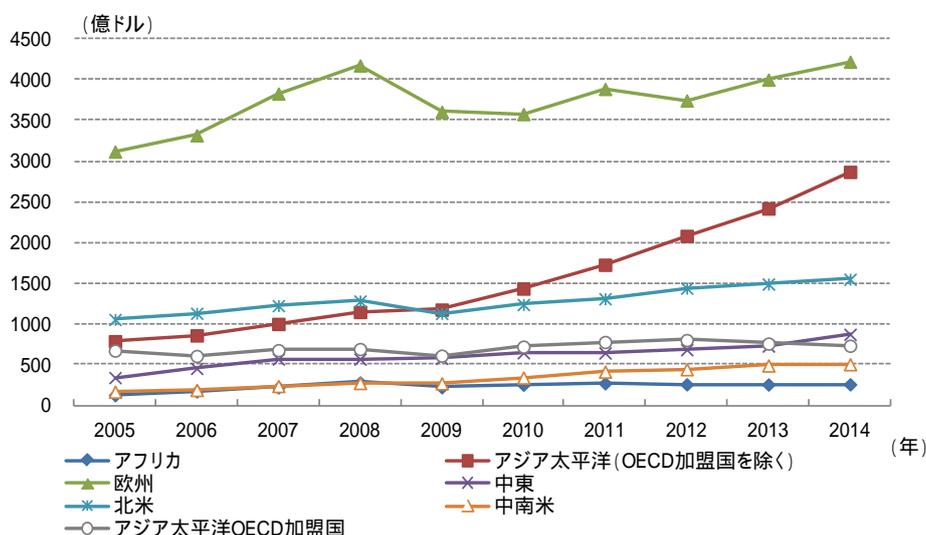


(出所)米国商務省統計より作成

世界のサービス輸出において中心的な存在であるEUと米国では、いずれも、旅行やその他業務サービスの規模が大きいという特徴がある。EUでは市場統合が進み、域内貿易が活発であるということもあって、EUや米国のサービスの輸出先は、先進国が中心となっているという状況を踏まえると、その他業務サービスをはじめとするサービス貿易は先進国を中心に行われていると考えられる。こうした背景には、EU域内での直接投資の活発化やEUと米国は相互に対外直接投資を積極的に行っており、貿易や投資を通じた経済的な緊密さが強いことが挙げられる。また、途上国や新興国では、その他業務サービスをはじめとするサービスに対する需要が先進国と比較すると少ないことや、一般的にサービス貿易に関する障壁が先進国と比較すると高いことがあると考えられる。

他方、旅行について、需要という観点から地域別のサービス収支の旅行の支払額（輸入）の動向をみると、世界的に増加傾向にあり、EU域内間の旅行を含む欧州の規模が大きいですが、アジア・太平洋地域の新興国・途上国の増加が顕著であり、この5年間で約2倍となっている（図表13）。特に中国の旅行支払額は急速に拡大しており、アジア太平洋地域の新興国・途上国の海外旅行に対する需要の増加が世界のサービス貿易の拡大要因の一つになっていると考えられる。

図表13. 地域別にみたサービス収支における旅行支払額



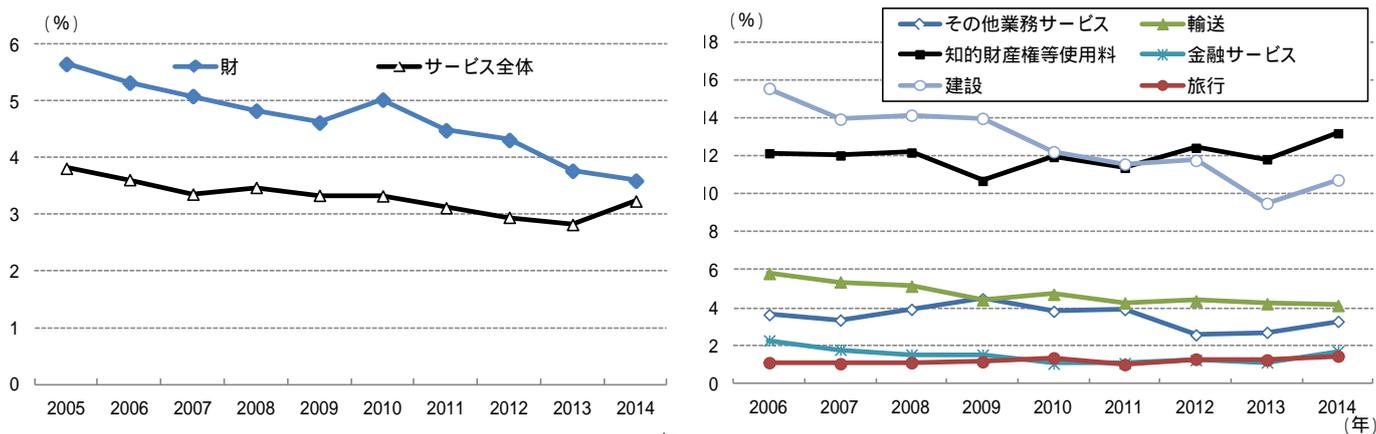
(注) アジア太平洋OECD加盟国とは、オーストラリア、日本、韓国、ニュージーランド
 (出所) WTO databaseより作成

3. 世界からみた日本のサービス輸出の特徴

これまでみてきた日本および世界のサービス輸出の動向から、日本のサービス輸出の特徴について考えてみる。ここでは、国際競争力を表す指標の一つとして、世界に占めるシェアに注目する。世界のサービス輸出に占める日本のシェアは、緩やかではあるものの、低下傾向にあり、2014年時点ではいくらか持ち直して3.2%となっている（図表14）。

サービス輸出において日本のシェアが低下傾向にある要因としては、輸送のシェアが低下している影響が大きいと考えられる。もっとも、日本の輸送の世界に占めるシェアは4%程度を維持しており、近年は緩やかながら世界に占めるシェアが上昇する動きがみられる旅行と比べても高い水準にある。

図表 14 . 日本のサービス輸出の世界に占めるシェア

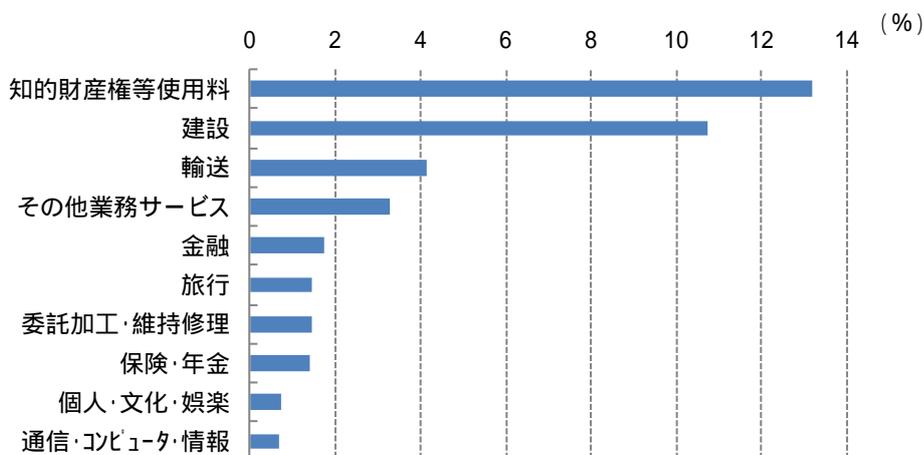


(出所)WTO databaseより作成

(注) 世界の輸出額の算出にあたり、米国については、米国商務省の統計で知的財産権等使用料に計上されている「音響映像・関連サービス」はWTOの分類に基づき個人・文化・娯楽に計上している。
(出所)WTO database、米国商務省統計より作成

図表 15 は日本のサービス輸出の各項目について、世界に占めるシェアをみたものであるが、最もシェアが高いのは知的財産権等使用料であり、次いで建設、輸送となっている。このほか、その他業務サービスのシェアも比較的高いが、それ以外の項目のシェアは低い水準にとどまっている。

図表 15 . 項目別にみた日本のサービス輸出の世界に占めるシェア (2014 年)



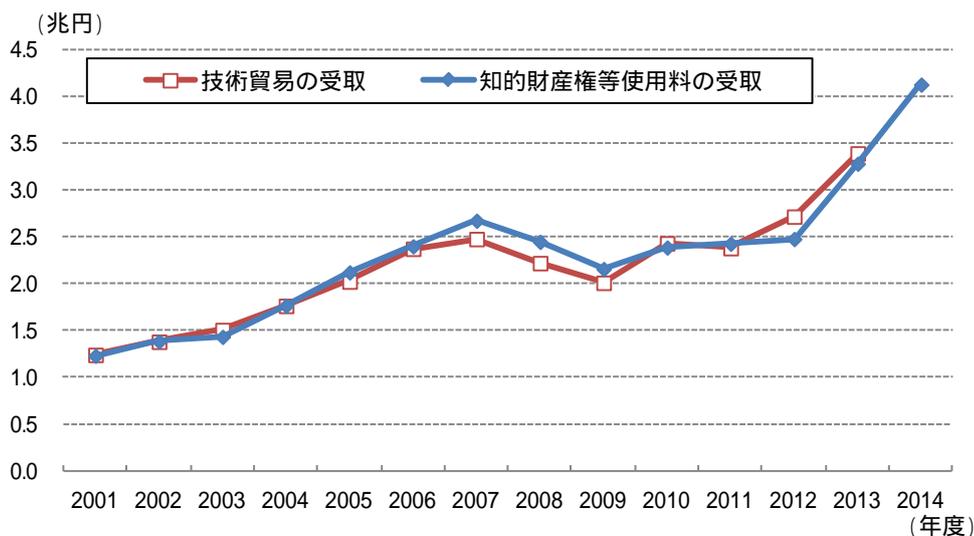
(注) 世界の輸出額を求めるにあたり、米国については、米国商務省の統計で知的財産権等使用料に計上されている「音響映像・関連サービス」は、WTOの分類に基づき個人・文化・娯楽に計上している。

(出所)WTO database、米国商務省統計より作成

以下では、知的財産権等使用料、建設、輸送のそれぞれについて、世界に占めるシェアが高い要因について考えてみる。日本の国際収支統計では、知的財産権等使用料は特許の使用料などの産業財産権等使用料と著作権等使用料の2つに分類されている。近年、著作権等使用料の受取は増加しているものの、0.2兆円程度（2014年度）に過ぎず、特許の使用料などの産業財産権等使用料の受取額が3.9兆円と、知的財産権等使用料の受取の4.1兆円のほとんどを占めている。

知的財産権等使用料の受取は、総務省「科学技術研究調査」の技術貿易における輸出と似たような動きを示している（図表16）。そこで、「科学技術研究調査」の技術貿易における受取額（2013年度）を産業別にみると、受取総額3.3兆円のうち、輸送用機械器具製造業が約1.8兆円と全体の6割近くを占めており、そのほとんどは親子会社間のものである（図表17）。次いで規模が大きいのには医薬品製造業や情報通信機械器具製造業であるが、これらの業種の受取額はそれぞれ0.4兆円程度で、輸送用機械器具製造業の規模が突出している。

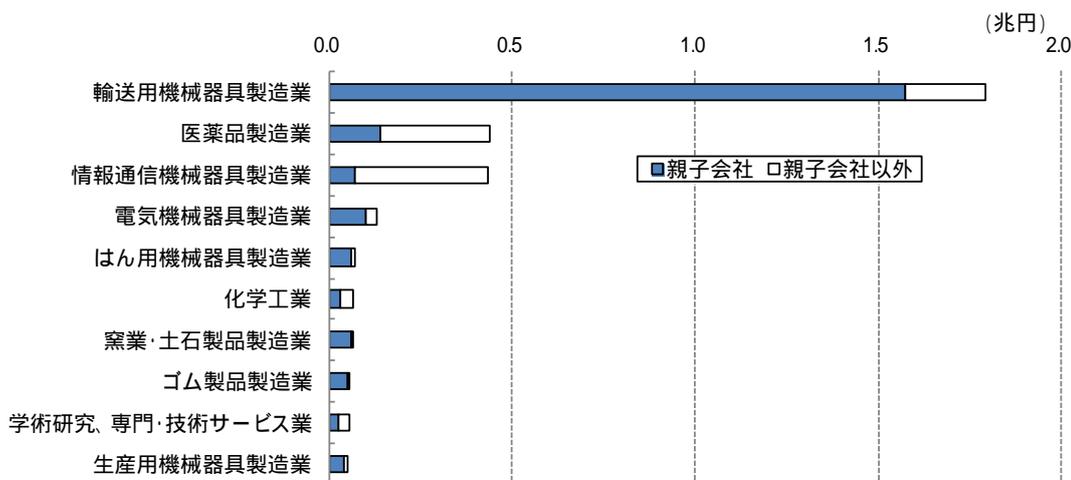
図表16．知的財産権等使用料の受取と技術貿易の受取



(注) 知的財産権等使用料の受取は国際収支統計、技術貿易の受取は科学技術研究調査による。

(出所) 日本銀行「国際収支統計」、総務省「科学技術研究調査」より作成

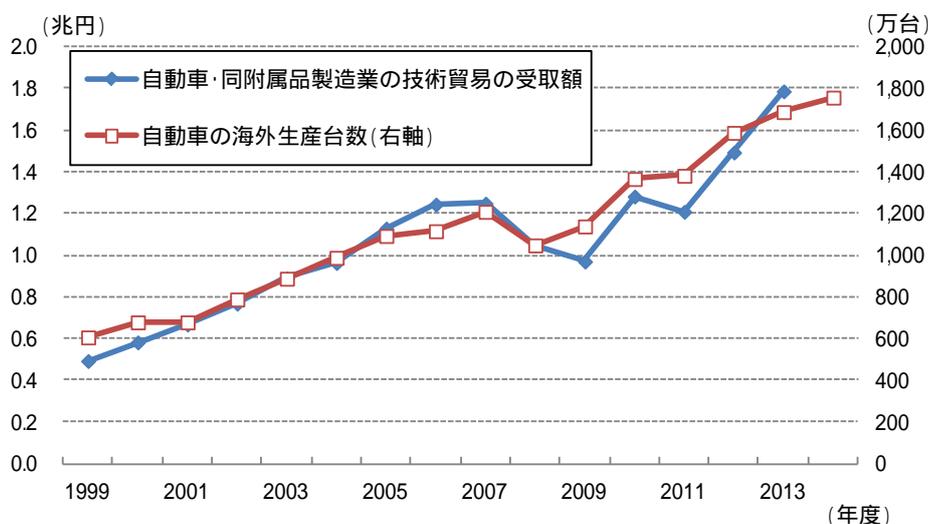
図表 17. 業種別にみた技術貿易の受取 (2013 年度)



(出所)総務省「科学技術研究調査」より作成

この背景には、輸送用機械器具製造業のうち自動車・同附属品製造業では、海外現地生産が進展しており、海外子会社で生産を行った際に親会社が受け取るロイヤルティが多いことがあると考えられる。自動車・同附属品製造業の技術貿易の受取額と日本企業の自動車の海外現地生産台数の動向をみると、おおむね連動しており、自動車・同附属品製造業の技術貿易における受取額は、海外現地生産の動向を反映したものと考えることができる(図表 18)。海外現地生産を日本からの輸出を代替するものとみなせば、自動車・同附属品製造業の技術貿易における受取は、輸出の一部が替わったものと考えられ、知的財産権等使用料の受取は、ものづくりの強みによるところが大きいと言える。

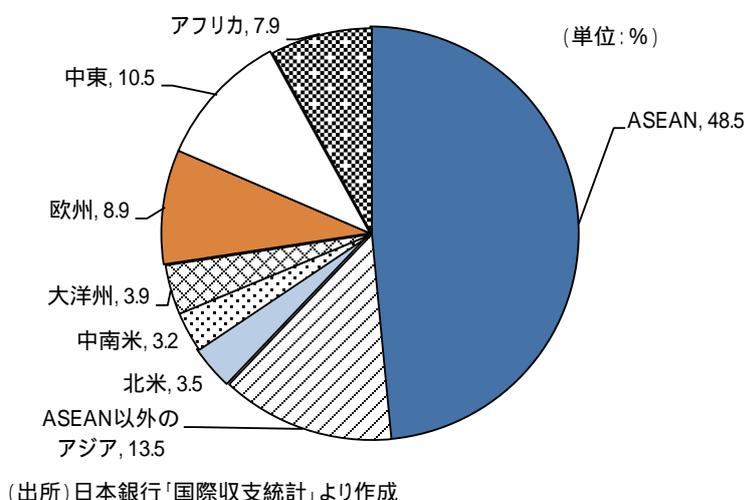
図表 18. 自動車・同附属品製造業の技術貿易における受取



(出所)総務省「科学技術研究調査」、日本自動車工業会資料より作成

建設については、アジア向けのサービス輸出においてシェアが高いことはすでに述べたが、建設の輸出相手先を地域別にみるとアジアのシェアが62.0%と突出している（図表19）。このうちASEAN向けが48.5%と全体の半分近くを占めている。これは、日本の建設業が、日本からASEANに進出する現地子会社の工場の建設工事を請け負っていることや、ASEANの旺盛な建設需要を日本の建設業の高い技術力をいかして取り込んでいるためであると考えられる。

図表19. 日本の建設輸出の地域別構成比（2014年）

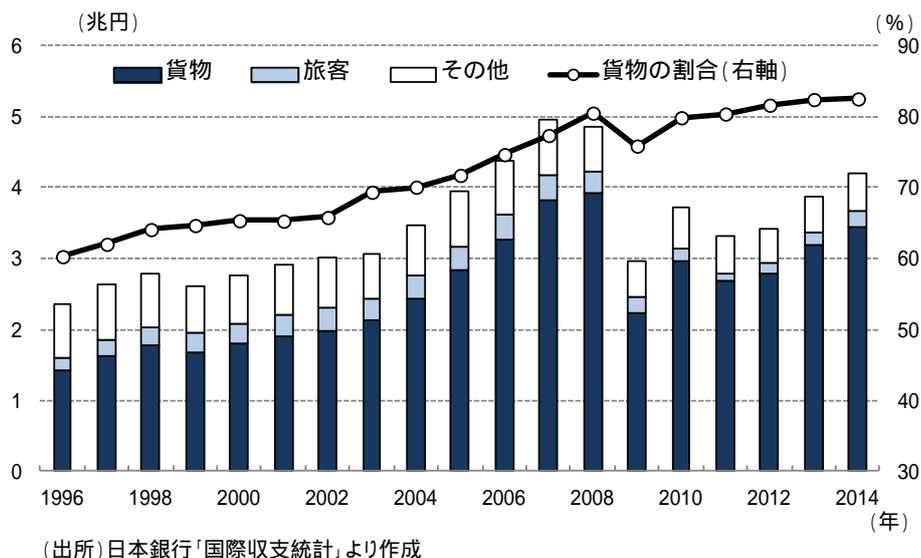


最後に、輸送について、貨物、旅客、付随するサービスの「その他」の3つの項目に分けてみると、貨物は、1996年以降増加が続き、2008年には3.9兆円とピークに達した後、リーマンショックの影響を受けて落ち込んだ（図表20）。その後、持ち直しが続いており、2014年には約3.4兆円と回復しつつある。旅客は1996年以降、ほぼ0.2~0.4兆円程度で推移しており、2014年は0.2兆円程度となっている。輸送に付随するサービスなどが含まれる「その他」は、長期的にみると緩やかな減少傾向にあり、2014年時点では0.5兆円である。この結果、輸送全体に占める貨物の割合は、1996年の60%から2014年には80%を超える水準に上昇している。

また、輸送の地域別の構成をみると、アジアが全体の50.7%を占めており、財の輸出とほぼ同様の結果（49.6%、国際収支ベース）となっている。こうしたことから輸送の多くは、主として日本からの輸出製品の輸送によるものと考えられる。日本の輸送の世界に占めるシェアが他の項目と比較すると高い背景には、日本の財輸出の競争力と関係があり、ものづくりによる強みが現れているとみられることもできる。

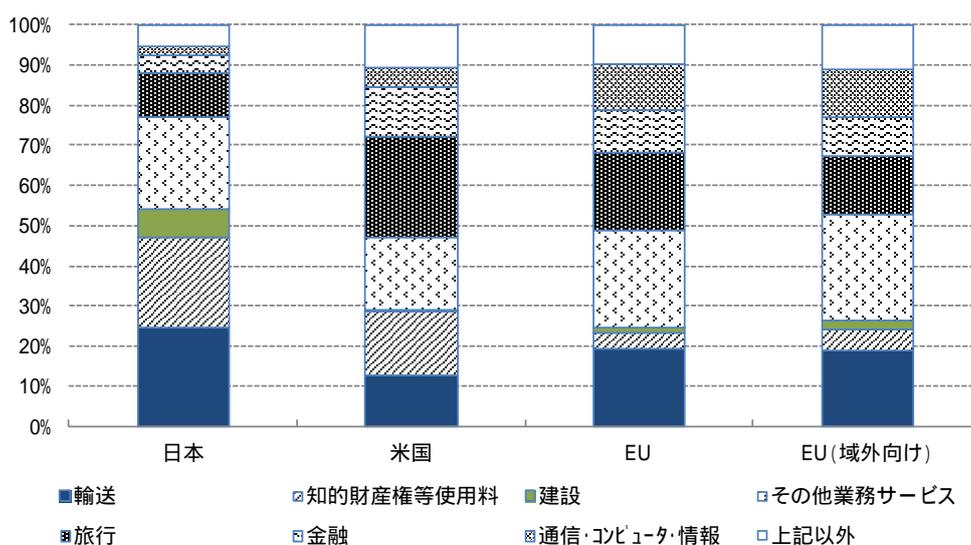
このように、日本のサービス輸出のうち世界に占めるシェアが高い知的財産権等使用料、建設、輸送は、広い意味でものづくりに関連するものであると言える。

図表 20 . 日本の輸送サービス輸出の内訳



また、日本のサービス輸出の項目別の構成比を米国、EUと比較すると、日本のサービス輸出の特徴が明確になる。図表 21 にあるように、日本は、輸送と知的財産権等使用料の合計で、サービス輸出全体の 5 割近くを占めており、建設を含めると 5 割を超える。他方、米国と EU では、これらの割合は 3 割程度であり、それら以外の項目のシェアが高い。逆にいえば、日本は、サービス輸出においてものづくりと関連がないサービスの輸出が相対的に少ないということになる。

図表 21 . サービス輸出の構成比の比較



(注) 2014年時点。米国については、米国商務省の統計で知的財産権等使用料に計上されている「音響映像・関連サービス」は、WTOの分類に基づき、個人・文化・娯楽に計上しており、ここでは「上記以外」に含まれる。
 (出所) WTO database、米国商務省統計より作成

4. 日本のサービス輸出拡大に向けた課題

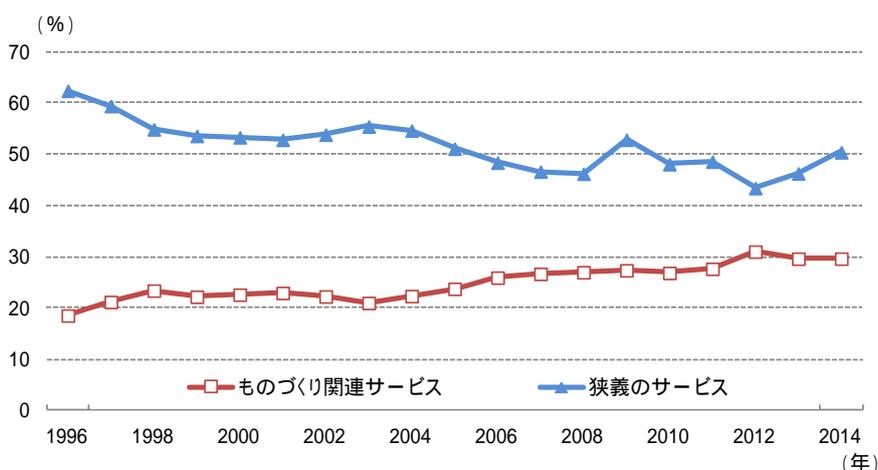
(1) 世界および日本のサービス輸出の特徴

世界のサービス輸出は拡大が続いており、足もとでは財貿易を上回る伸びとなっている。すでにみたように、世界のサービス輸出の中心は、旅行、その他業務サービスなどであり、主な輸出国は米国やEUである。その他業務サービスについては、欧米間での貿易が中心となっていると考えられるが、この分野で米国が得意とするような「専門・経営コンサルティングサービス」などでは、ビジネス環境や言語の違いなどから日本がサービス輸出を拡大させていくことは容易ではないと考えられる。

こうした中、日本の財輸出の世界に占めるシェアと連動する形で輸送のシェアも低下していることなどから、日本のサービス輸出の世界に占めるシェアは、長期的にみると低下傾向にある。しかしながら、個別の項目をみると、知的財産権等使用料や建設のように、世界のサービス輸出に占める日本のシェアが高い項目もある。これらに共通する要因はものづくりに関連した競争力を持っていることである。

ここで、知的財産権等使用料のうち産業財産権等使用料、建設、委託加工、維持修理をものづくり関連サービスとし³、サービス全体からものづくり関連サービスと輸送のうち貨物を除いたものを狭義のサービスとみなす。日本のサービス輸出全体に占めるそれぞれのシェアの推移をみると、ものづくり関連サービスは長期的にみると上昇傾向にある(図表22)。このことから、ものづくり関連サービスが、日本のサービス輸出全体の伸びを上回って拡大してきたことがわかる。

図表22. 日本のサービス輸出に占めるシェアの推移



(注)ものづくり関連サービスとは、知的財産権等使用料のうち産業財産権等使用料、建設、委託加工、維持修理を合計したものである。狭義のサービスとは、サービス全体からものづくり関連サービスと輸送のうち貨物を除いたものである。

(出所)日本銀行「国際収支統計」より作成

³ 産業財産権等使用料にはフランチャイズ加盟に伴う各種費用なども含まれるが、ここでは、日本の産業財産権等使用料の受取の多くは、製造業によるものとみなして、ものづくり関連としている。

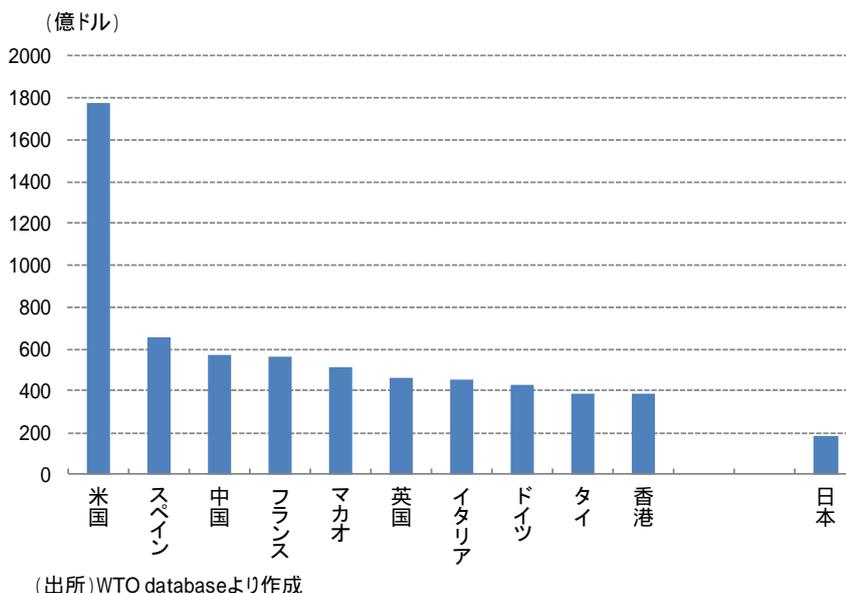
(2) 日本のサービス輸出拡大に向けた課題

日本が今後、サービス輸出を増加させるためには、まず、日本が強みを持っていると考えられる、知的財産権等使用料や建設など、ものづくりに関連するサービスの輸出をのばしていくことが必要である。日本の知的財産権等使用料の受取の規模は大きいものの、自動車などの輸送用機械器具製造業を中心にその多くは親子会社間のものである。これを、ものづくりに関する高い技術力をいかして、親子会社以外からの受取を増やしていくことが必要である。また、建設では、近年、力を入れているインフラ輸出を推進していくと同時に、完成後のインフラの管理も請け負うことができれば、ものづくりにおける強みをサービス輸出の拡大へとつなげることができる。このように、今後、ものづくりにおける強みを財輸出だけでなく、サービス輸出においてもいかしていくことがいっそう重要になると考えられる。

また、日本のサービス輸出において大きなシェアを占める狭義のサービスにおいて輸出を拡大させていくことも重要である。近年増加が著しい日本の旅行の受取はドルベースでは180億ドル程度であるが、旅行の受取額が世界で上位にある米国(約1800億ドル)、スペイン(約650億ドル)、中国(約570億ドル)などと比較すると必ずしも大きいとは言えない(図表23)。もっとも、World Economic Forumが公表している「旅行・観光競争力指数」をみると、日本は世界の中で9位に位置しており、特に自然遺産、安全、公衆衛生といった点で、競争力を有しているとされる。こうしたことを考慮すると、日本は観光という点で、潜在的には競争力を持っていると考えることができる。現時点では、潜在的には高いと考えられる競争力は旅行の受取額という観点からは十分にいかされていない可能性があるものの、今後、潜在的な競争力の高さを世界にアピールしていくことによって、訪日外国人数の増加を通じて、旅行の受取のさらなる拡大につながる可能性がある。

政府は2020年に訪日外国人数を2000万人に増加させることを目指しており、ビザの発給条件については戦略的な緩和などが行われている。こうした取り組みも訪日外国人数の増加を通じて旅行の受取の増加を後押しすることになるだろう。日本は、中国をはじめ、海外旅行需要の伸びが高いアジア諸国と地理的にも近いといった利点もある。長期的にはアジア諸国は所得水準の上昇に伴って海外旅行需要が拡大すると考えられることから、今後はそうした需要をいかに取り込んでいくかが課題となる。

図表 23. 世界各国・地域の旅行の受取額（2014年）



海外需要を取り込むという点では、財輸出は、海外現地生産の拡大とともに日本からの輸出金額が伸びづらくなってきているうえに、新興国の追い上げが激しいため、最終的には価格競争に巻き込まれることになる。そして、価格競争の激しさが生産拠点の海外への移転を加速させるといった側面もみられる。他方、サービス輸出の場合は、財と比較すると質やオリジナリティがより重視される傾向が強く、サービスの質に見合う価格で提供することが可能であり、海外との価格競争に巻き込まれる可能性は小さい。したがって、付加価値が高いサービスを提供することができれば、海外需要の取り込みにつながると考えられる。

サービスの場合は、たとえば安全や安心のように、日本においては特別なものとは考えられていないものが海外から評価されるという場合もある。今後、日本がサービス輸出を増加させるためには、こうした日本独自の強みをサービス輸出につなげる努力を行うことが必要である。また、サービス貿易の自由化は、アジアで進んでいない国が多いことから、そうした国に対して、経済連携協定などにおいてサービス貿易に関する規制の撤廃を求めていくこともサービス輸出の増加に寄与すると考えられる。

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できると思わ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。