

Contents

特集：日本経済の命綱・輸出を考える	1p
< 今週の”The Economist”誌から >	
”Do you Sudoku?” 「数独します？」	7p
< From the Editor > 「『ごぎはん』のこと」	8p

特集：日本経済の命綱・輸出を考える

日本貿易会の貿易動向調査会で、現在は2005年度の見通しの改定作業が山場を迎えています。ここ3年ほど、輸出入の動きは一貫して強く、強気の読みを示しておけば当たったのですが、ことによると現在は「潮の変わり目」に差しかかっている可能性があります。こういうときの判断は悩ましいものがありますが、一方でエコノミストの力量が試される局面でもあります。そしてまた、貿易の動向は日本経済の行方に大きく影響しそうです。

特に「日本経済の命綱」ともいわれる輸出の行方は気になります。今週は命綱の点検をあらためて行ってみたいと思います。

輸出、輸出、輸出！

イエスパー・コール氏は、金融界では「知らない人はモグリ」の著名エコノミストだが、日本経済への鋭い洞察とユーモア感覚には筆者も含めてファンが多い。先日、Financial Times 紙¹に掲載されたこのコメントなども、思わずニヤリとしてしまった。

Jesper Koll, economist at Merrill Lynch, said Japan’s economy continued to limp along, but had not yet achieved “self sustaining, demand-driven growth.”

(中略)

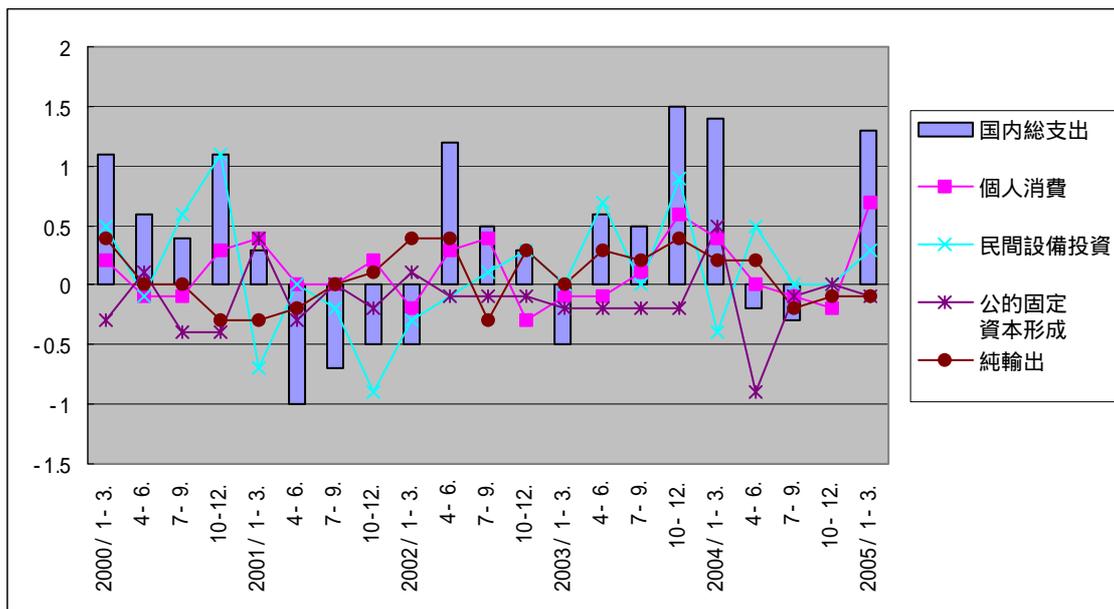
Mr Koll quipped that there had been three factors behind Japan’s growth, namely “exports, exports and exports.” Since 2002, domestic consumption had contributed just one-tenth of GDP growth, he calculated.

¹ Japanese economy stuck in deflation By David Pilling in Tokyo (April 26, 2005)

日本経済の成長には3つの要素があり、それは「輸出、輸出、輸出」であるとのこと。「内需主導型の自律的な景気拡大」は理想ではあるものの、そういう状態はあまり体験したことがない。おそらく1960年代の高度成長期と、80年代後半のバブル期を除けば、日本経済の景気回復は概ね輸出主導型であったし、現在も明らかにそうである。

以下のグラフは、実質GDP成長率（季節調整済み）を寄与度で示したものである。

2000年以後の日本経済の推移



これで見ると、2002年春からの景気回復局面が次のような要素に分解できることが分かるだろう。

- (1) 2001年夏から純輸出（外需）がプラスになる。
- (2) 2002年夏からは民間設備投資もプラスに転じる。
- (3) 個人消費は、バラツキはあるものの、総じて意外と堅調に推移
- (4) 公共投資は、緊縮財政を反映してほとんどマイナスを維持。

察するに、公共投資はこのままプラスに転じることはないだろう。となれば、個人消費と民間設備投資に期待するよりないが、個人消費の前方には「大型増税」「年金問題」などが控えている。とりあえず国会は、目下のところ「郵政民営化」で大騒ぎをしているが、これが落ち着すれば、次は必ず「消費税増税」が浮上するはずである。また、団塊世代の引退という「2007年問題」が前方に控えているので、昨今の消費の強さを支えてきた彼らの消費性向が落ちる可能性もある。

となれば、これまで通り「輸出増 企業収益増 設備投資増」というサイクルが続いてくれることを期待したくなる。ところが上のグラフを見れば、3四半期連続で外需はマイナスである。さあ、大丈夫か、日本経済。

中国向け輸出にご用心

先ほどのコール氏の発言を、「輸出！中国！米国！」と言い換えることも可能だろう。日本経済の回復は、まずは中国向けの輸出に懸かっており、その中国は米国経済への依存度が高い。下記は日本の通関輸出を地域別に分けたものだが、過去3年にわたって絶好調を続けてきた対中輸出が、今年1月から伸び悩んでいることが見て取れよう。

地域別輸出の推移

	(比率)	2002年	2003年	2004年	1月	2月	3月	4月
N I E S	(24.7)	11.1	8.5	18.0	9.3	-2.2	4.0	5.5
ASEAN	(12.9)	5.7	1.6	11.5	-3.1	8.1	7.8	10.1
中国	(13.1)	32.3	33.2	20.5	13.4	-2.3	5.8	4.2
米国	(22.4)	1.1	-9.8	2.3	-1.6	6.4	6.5	7.0
E U	(15.7)	-1.2	9.3	10.1	-6.8	-2.5	-3.3	7.7
中東	(2.6)	11.5	4.6	5.1	-6.3	20.4	6.7	15.8
中南米	(3.8)	-6.1	-5.2	21.5	21.4	-9.5	36.1	10.8
合計	(100.0)	6.4	4.7	12.2	3.2	1.7	6.1	7.8

(単位%、前年同期比、4月分は速報値。 出典：日本銀行国際局)

正確に言えば、昨年後半からの対中輸出は、19.7%(9月)、20.1%(10月)、21.7%(11月)、8.6%(12月)と徐々に減速している。今年に入ってから4ヶ月の動向は、循環的なものであるか、それとも構造的なものなのかが気にかかる。たとえば鉄鋼製品のように、「国内需要が強すぎるので、輸出に回すだけの玉がない」という理由であれば不振は一過性であろうし、半導体関連などのように、「中国での工場が稼働し始めたので輸出が減った」というのなら、従来のような伸びは期待できないことになる。

悪い方の材料としては、貿易量が「金額よりも先に数量ベースで減っている」ことがあり、これは「構造的減少説」の傍証となる。おそらくあと2か月も待てば、どちらが正解であるかは分かっているだろうが、それではあんまり意味がないのである。

ここでタイミングよく5月13日に発表されたのが、第一生命経済研究所のレポートである²。「中国の高成長持続と日本の対中輸出減速の背景 ～日本の中国向け輸出が再加速するのは05年度後半に～」とある。題名が示す通り、対中輸出の伸び悩みは在庫の積みあがりであり、向こう半年程度の調整期間を余儀なくされると結論している。

² http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/news_index.html

同レポートの注目点は下記の通り。

- ・ 2002年から2004年にかけて、国内需要の拡大期待などから実需とは別に各種の製品を前倒しで積み増す動きが強まった。2004年の輸入額の42.6%が「仮需」であったと見られる。
- ・ そのため在庫水準は急激に高まり、足下の輸入原則が生じている。他方、国内の消費や投資はなお高水準で推移している。
- ・ 中国の在庫調整が完了し、日本からの対中輸出が再拡大する時期は……「鉄鋼」では半年程度。「電気機械」はすでに在庫調整が完了しつつあり、回復は近い。「輸送機械」はやはり半年程度。「一般機械」は1年以上要する可能性がある。
- ・ 中国は旺盛な国内需要を背景に、2005、2006年と9%台の高成長が続くが、海外が中国向け輸出増という形でその恩恵を受けるのは05年10～12月期以降となる。

例えば今日の中国経済の過熱は、2002年11月の党大会が出発点であった。地方へ人事異動になった党官僚たちが、実績をあげるために強引な企業誘致や住宅建設を行い、それが上記のような「仮需」を生んだのであろう。

ちなみに、中国経済における「5年サイクル」は、前回の1997年ではアジア通貨危機と重なったこと、また江沢民体制が基本的に変わらなかったために、経済の過熱には向かわなかった。2002年はその分も含めて、大きく火がついてしまったようだ。中国政府は2004年春から「マクロコントロール」に踏み出すが、これは次の党大会が行なわれる2007年に向けて、政治と経済を安定させる狙いがあるのだろう。

中国に行くか、行かざるべきか

それでも対中輸出が前年比で「3割増」「3割増」「2割増」を繰り返したあとでは、短期的な調整局面が来たとしても不思議はない。折からの人民元切り上げ観測によって、輸入する側に在庫を減らす思惑が働いている可能性もある。もう少し待っていれば、安く買えるかもしれないのであるから、急いで買う理由はないという理屈である。

注意しておきたいのは、対中貿易が伸びているのは日本だけではないということだ。むしろ2004年の数字だけを見ると、対中貿易の伸びは、他国の方が大きい。日本はこれまで中国の最大の貿易相手国だったが、2004年にはE Uや米国に抜かれ第3位に落ちてしまった。関志雄氏の指摘によれば、2004年、中国の対日貿易の伸び率（25.7%）は対世界（35.7%、そのうち、対EUは33.6%、対米国は34.3%、対韓国は42.5%）に比較して低くなっている³。「日本からは熱く見える日中貿易関係も、中国からはぬるくしか見えない」というのである。短期間とはいえ、対中貿易の調整は米国やE Uの景気にも影響する可能性がある。

³ 「中国特急に乗り遅れる日本」 <http://www.rieti.go.jp/users/china-tr/jp/ssqs/050218ssqs.htm>

さて、問題は日本経済にとっての対中輸出の位置付けである。これだけ中国経済の存在感が大きくなると、中国とどう関与するかは企業にとって悩ましい経営課題である。中国経済の高度成長には乗りたいものの、それで利益を出して本国に持ち帰ることはかならずしも容易なことではない。中国にはあまりにも多くのリスクがあるからだ。

つい最近も、製紙業界最大手の王子製紙が中国に2200億円の投資を決める一方で、対抗勢力である日本製紙は中国での合弁事業から撤退を発表した。中国市場に対して強気でいくか、弱気でいくか。業界「二強」は対照的な決断を行っている。

製紙業界の場合、2000年の3200万トンピークに国内需要が頭打ちになっている。今後、目覚しく需要が伸びる見通しは立てにくい。だったら海外市場に活路を見出すほかはなく、急拡大している中国市場（2004年は4800万トン！）は魅力的である。しかし、進出を決めた王子製紙にとっては、許認可プロセスの問題や、流通網構築などの課題がある⁴。

逆に「無理はしたくない」という経営判断だってあるだろう。製紙業界では、つい先日も三菱製紙と中越パルプ工業の合併が白紙撤回されたばかりである。業界再編やリストラによって、縮小するパイの中で生き残りを図るというのも自然な選択肢となりうる。

少子化のインパクト

この問題は煎じ詰めると、日本経済における「内需の限界」という点に突き当たる。

製紙業界以上に切羽詰っているのは玩具・ゲーム業界である。連休前後に「バンダイ ナムコ」「タカラ トミー」の経営統合が相次いで報じられた。これらの企業は、いずれも有力キャラクターやロングセラー商品を有しており、ある意味では「知的財産権ビジネス」という、日本のこれからの分野を担うことが期待されている。

バンダイ：機動戦士ガンダム、たまごっち、ウルトラマン、仮面ライダー

ナムコ：パックマン、太鼓の達人

タカラ：リカちゃん人形、チョコQ

トミー：トミカ、プラレール、ポケモン

が、正直な話、これだけではメシが食えない。経済産業省は「コンテンツビジネスの振興」という旗を振っているものの、そもそも玩具・ゲーム市場は右肩下がりである。というより、コミックを含む出版、音楽CDなども含めたエンタテインメント業界全体が、1995～97年につけた売上高のピークを越えられないでいる。DVDソフトが伸びているといっても、それはビデオソフトの凋落とセットで考えなければならないし、映画産業だけは着実に伸びているけれども、これは全国に建設されたシネコンのお陰と見るべきだろう。

⁴ 週刊ダイヤモンド5月28日号「中国に2200億円投資する王子製紙、超強気経営の成算」から

いうまでもなく、エンタテインメント業界を脅かしているのは少子化現象である。95～97年に業績が伸びたのは、71～74年生まれの第2次ベビーブーマー世代が20代前半であったために、コミックやCD、ゲームソフトなどを気前良く買ってくれたからだ。その彼らはすでに30代前半。90年代後半の日本経済の不調を全身で受け止め、会社では下の世代が入ってこず、結婚の機会さえ少ないという気の毒な状態にある。これでは遊ぶどころではない。

バンダイ22%、ナムコ22%、タカラ13%、トミー25%。これらの企業はすでに海外比率を高めることで、「内需の限界」に対応している。当たり前の話だが、日本の産業界の中で、「子供の数が減る」という事実にもっとも早く直面したのは玩具・ゲーム業界であった。他の業界も、遅かれ早かれ同じ問題の挑戦を受ける。ゆえに輸出を伸ばさないことには、日本企業に明日はない。日本経済は再び「輸出依存型」にならざるを得ないのである。

企業は利益をどう使うべきか

「だったら少子化を止めればいい」という声をよく聞く。これはまったく状況を理解していないご意見といわざるを得ない。

さまざまな政策手段をとることによって、仮に5年後に出生率が2.0くらいに劇的に上昇したとしよう。しかしその頃には、第2次ベビーブーマー世代の先頭は40歳に差し掛かっている。5年先に出産適齢期に差し掛かっているのは、80年代後半以降に生まれた世代であろう。前者が毎年200万人前後もいるのに比べ、後者は120万人前後しかいない。出生数は「出産適齢人口×出生率」で決まってくる。たとえ出生率が急上昇したとしても、この先の日本では出産適齢人口が激減するので、結局は間に合わないのである⁵。結論として、日本企業は人口が減少することを前提として、今後の戦略を考えていくほかはない。

人口減少社会において、内需の伸びを期待することは難しい。そこで国内で無理をせずに小さく生きていくか、それとも危険を承知でアジアなどの輸出市場に活路を見出すか。もしも全ての企業が前者の道を選ぶのであれば、日本経済は縮小均衡への道をたどることになる。デフレからの脱却も、ほぼ無理だということになる。とすれば、中国を含むアジアを市場として開拓していくことは、マクロでもミクロでも必要不可欠なこととなる。

現在、日本企業は空前の高収益に沸いている。日本経済新聞社の調べによれば⁶、2004年度に連結経常利益が1000億円を超えた上場企業は、前年度の38社から約6割増加し、過去最多の61社に上った。利益合計は16兆7000億円にも達する。

この利益の使い道が悩ましい。おそらく現在の素材高騰は、そんなに長くは続かないだろう。であれば、今のうちにこの利益を投じて、アジア市場開拓への布石を打つべきではないだろうか。海外、とくにアジア市場こそが、これからも日本経済の命綱となるだろう。

⁵ 日本政策投資銀行参事役、藻谷浩介氏の指摘による。

⁶ 5月21日朝刊「経常益1000億円組」最多61社

<今週の”The Economist”誌から>

"Do you Sudoku?"

「数独します？」

Business

May 19th 2005

* 筆者は実はあの「数独」のファンです。実は世界的なブームになっていたのですね。“The Economist”誌のビジネス欄が取り上げてくれました。

<要旨>

ファンは中毒、メディアにとってはカネのなる木。日本で長い人気を持つ数独は、世界中で人気を博しつつある。英国では数独の本がベストセラーとなり、全国紙は競ってこの手の込んだパズルをを載せようとしている。先週はガーディアン紙が特集ページで紹介した。このパズルは豪州、クロアチア、米国の新聞にまで使われている。日本では数独の雑誌が月に60万部も売れている。ニューヨークタイムズ紙さえ日曜版の伝統あるクロスワード欄の隣に数独を導入することを検討している。

ゲームの魅力はシンプルなルールと複雑な解き方にある。プレイヤーは、9×9のマス（ほとんどが空欄）に数字を入れるのだが、タテ、ヨコ、ブロックのすべてに1から9までが入る。上級版になると大きなマスを使ったり、アルファベットを加えたりする。

数独は文字よりも数字が好まれる現代においてはピッタリのパズルであるらしい。グローバルizmそのままに、数独は翻訳要らずで国境を越えていく。

パズルの産業規模を計算することは困難だが、米国での収入は雑誌、新聞掲載、書籍、オンライン、電話サービスを加えると年間2億ドルにも達する。NYタイムズ紙はクロスワードとそのヒントを与える電話サービスで数百万ドルを稼いでいる。クロスワードパズルの編集者によれば、年間35ドルを払って電子メールで購読する読者が3万人もいるという。

目下の数独の収入は控えめである。西側のメディアにパズルを供給しているウェイン・グールド（元香港の判事）は、文字通り娯楽のために自分で開発した数独のソフトを売るために、ほとんど何もしていない。が、このままヒットが続けば、ソフト販売と著作権収入は今年100万ドルになるという。昨年11月に初めて数独を出版したタイムズ紙の編集者マイケル・ハーベイは数独フィーバーの火付け人だが、同紙は新しい読者を多く獲得したと言う。

パズル人気は古い。「語並べ」は1世紀のポンペイにもあった。クロスワードパズルが始まったのは1913年。今では全世界で何百万という読者が楽しみにしている。数独は、18世紀のスイス数学者のゲーム「ラテン・クォーター」に始まるが、クロスワードを追い抜くことができるだろうか。左脳派と右脳派の戦いにおいて、クロスワードファンは言葉のパズルの方がテーマやサイズや技のレベルを変えられるので奥が深いと言う。「数独はもっと面白くすることができるか。そこが問題なのだ」

< From the Editor > 「ごぎはん」のこと

「小泉首相との面談をドタキャンした副首相」、ということで、いきなり全国区になってしまいましたが、呉儀さんは商社の中国担当者の間では一種の有名人です。もともと経貿部の次官であったそうで、「会ったことがある」という人があっちにもこっちにもいる。「ごぎはん、ようあそこまで偉くなったなあ」てな声を聞いたこともある。

「ごぎはん」の中国国内における立場は、ちょっと微妙なものがある。こう言うと語弊はあるが、「中国政府では女性も副首相になれる」と言いたいがために、わざわざ高いポストにつけてある。ところが政府よりも重要な共産党内部の序列でいえば、常務委員の9人には当然入っておらず、だいたい20番目くらいであるらしい。

みずほインベスターズ証券の田代秀敏さんによれば、中国における「党>政府」というのは徹底していて、たとえば新華社の国内向けニュースでは、胡錦濤の肩書きは「中共中央総書記、国家主席、党中央軍事委主席」であり、温家宝の肩書きは「党中央常委、國務院総理」であるという。つまり、かならず党が国家に優先する。日本のメディアでは「胡錦濤国家主席」と呼び習わしているけれども、本当は「胡錦濤総書記（国家主席兼務）」と呼んだ方がいいくらいであるらしい。

察するに「ごぎはん」は、そういう自分のポジションをよく心得ている。だから敵も少ない。中国の偉い人にしては、警備が手薄で身軽な立場であり、日本のビジネスマンでも気楽に会いにいける。これが本当の重量級要人になると、セキュリティが厳しい上に、そもそも日程などがまったく明かされないから、アポイントを取るのが非常に難しいのだそう。

そんな「ごぎはん」であるからこそ、日本政府としても招きやすかったのでしょう。ところが中国側は、「あいつならメンツをつぶしても構わん」と、パシリみたいに使ってしまった。「急な公務」といって面談をドタキャンさせといて、「実は不快感を示すため」と後出しで説明されたら、本人が怒っても不思議はないではないか。

おそらく「ごぎはん」はそんなこと気にせずに、マイペースで言われた通り、粛々と仕事をこなすタイプなのであろう。なんだか、わが国における川口順子総理補佐官（前外務大臣）みたいじゃないですか。

編集者敬白

本レポートの内容は担当者個人の見解に基づいており、双日株式会社および株式会社双日総合研究所の見解を示すものではありません。ご要望、問い合わせ等は下記あてにお願いします。

〒107-0052 東京都港区赤坂2-14-27 <http://www.sojitz-soken.com/ri/>

双日総合研究所 吉崎達彦 TEL:(03)5520-2195 FAX:(03)5520-4954

E-MAIL: yoshizaki.tatsuhiko@sea.sojitz.com