

経済産業省 通商政策局 企画調査室

コラム名：Cover Story 1

（日本語版）

## 通商白書 2018 サマリー

### はじめに

現在、グローバル経済は、WTOに基づく自由貿易体制に対する挑戦、デジタル貿易の拡大を含むデジタル変革の進展、中国等の新興・途上国の台頭といった大きな転換点に直面している。昨年の通商白書では、特に1つ目の転換点に焦点をあて、先進国における国内格差問題の現状や、貿易と格差の関係を分析した。今年の通商白書では、残りの2つの転換点に焦点をあてている。

まず、世界で拡大するデジタル貿易の現状を紹介するとともに、デジタル貿易が抱える課題について明らかにしている。また、新興・途上国の経済成長の特徴と、それに伴い生じうる問題について分析している。さらに、新興・途上国の中でも特に躍進著しく、急速に変化を遂げる中国経済について、伸び行く消費市場でのビジネスチャンスの側面も含め、多面的に分析している。

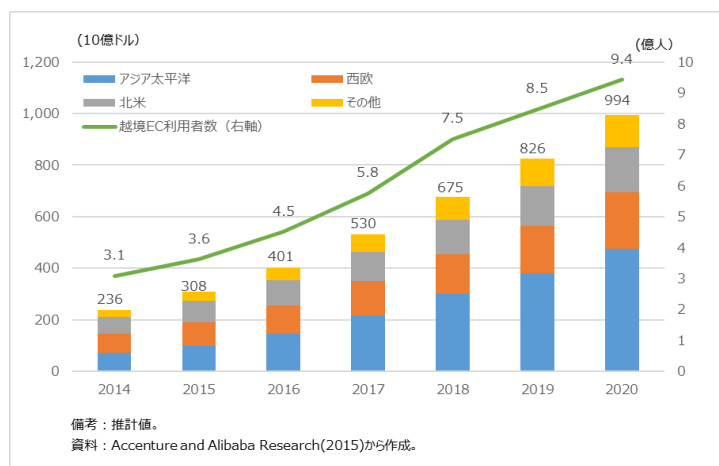
以上の分析を通じて、昨今の通商課題に対応した、自由で公正な高いレベルの通商ルールの構築や、国内産業の活性化のための一層の取組の必要性を示したいと考えている。

### 1. 拡大するデジタル貿易

第4次産業革命の進展により、世界で取引されるデータの量は飛躍的に拡大し、その処理スピードも格段に上昇している。インターネットや携帯電話の普及は、今や新興国を含め世界の隅々まで広がり、デジタル市場は急速に拡大している。

世界の越境EC(電子商取引)市場規模は、2014年に2,360億ドルとなり、その後も拡大を続け、2020年には9,940億ドルに上ると見込まれる。また、越境EC利用者数に関しては、2014年時点では約3億人程度だが、2020年には約3倍の9億人を超える見通しである(図1)。こうした世界におけるEC市場の拡大の背景には、パソコンを通じた取引、携帯電話の普及に加え、オンライン決済の手段の多様化もある。

図1  
 世界の越境EC市場規模



デジタル貿易の拡大とともに存在感を増しているのが、EC やクラウドコンピューティングサービスの IT プラットフォームを提供する世界的企業である。

10 年前の 2008 年時点では、石油・ガス等の資源事業、銀行業に加えて、通信事業者がランキングに入っている。

2018 年 1 月時点の世界の時価総額ランキングをみると、上位 10 社にアップルを筆頭に、アルファベット（グーグル）、アマゾン、フェイスブック、テンセント、アリババといった米中の IT プラットフォーム企業が名を連ねている（表 1）。

これは、2008 年時点では、携帯電話の普及率の飛躍的な上昇を背景に通信インフラを提供するビジネスの時価総額が高く評価される傾向にあったが、近年では、その通信インフラ情報通信網を介して提供されるオンラインサービスへの注目が集まっている。

21 世紀に入り、様々なタイプの IT プラットフォーム企業が活躍しており、技術革新や取引コストの削減を通じて経済社会の発展に貢献している。

表 1 世界の時価総額ランキング

2008年					2018年				
#	企業名	国	セクター	時価総額 (百万ドル)	#	企業名	国	セクター	時価総額 (百万ドル)
1	バトロチャイナ	中国	石油・ガス	723,998	1	アップル	米国	コンピュータ ハードウェア	825,593
2	エクソンモバイル	米国	石油・ガス	511,887	2	アルファベット	米国	オンライン サービス	731,933
3	ゼネラルエレクトリック	米国	産業コング ロマリット	374,637	3	マイクロソフト	米国	ソフトウェア	686,283
4	中国移動（チャイナモ バイル）	香港	ワイヤレス 通信サービ ス	354,245	4	アマゾン	米国	百貨店	671,084
5	中国工商銀行	中国	銀行	339,004	5	フェイスブック	米国	オンライン サービス	512,471
6	マイクロソフト	米国	ソフトウェア	333,054	6	テンセント	中国	オンライン サービス	497,697
7	ガスプロム	ロシア	石油・ガス	331,964	7	パークシャーハザウェイ	米国	損害保険	491,154
8	ロイヤルダッチシェル	オランダ	石油・ガス	264,764	8	アリババ	中国	オンライン サービス	454,451
9	AT&T	米国	ワイヤレス 通信サービ ス	252,051	9	JPMorganチェース	米国	銀行	387,707
10	中国石油化工	中国	石油・ガス	249,659	10	中国工商銀行	中国	銀行	354,750

備考：2008 年 2 月 12 日時点、2018 年 1 月 1 日時点。  
資料：Thomson Reuters から作成。

デジタル貿易の進展とともに、国際的なルール形成の必要性も高まっている。情報の自由な流通の促進は、新たな技術革新やビジネスモデルを生み出し、人々の生活の質を向上させるといった好循環を生み出している。他方、サイバー空間における様々な活動が増加する中で、個人情報や企業秘密の漏洩など、サイバーセキュリティに関する懸念も増大している。一部の国では、こうした懸念に対応すべく越境データの自由な流通やサイバーの設置場所に対して制限を課すといったデジタル保護主義的な動きも出てきている。国境を越えたデータフローに関する各国の規制は過去 20 年ほどの間に急激に増えた(表 2)。

表2 越境データフローに係る規制数（地域・国別内訳）（2017年時点）

	規制数	シェア
欧州	37	42.5%
ドイツ	5	5.7%
ロシア	5	5.7%
アジア太平洋	33	37.9%
中国	9	10.3%
中東・アフリカ	7	8.0%
北米	6	6.9%
カナダ	5	5.7%
米国	1	1.1%
中南米	4	4.6%
合計	87	100.0%

備考：2017年時点で導入されている規制数。5以上の規制がある国は個別に表示（米国除く）。  
資料：ECIPE, Digital Trade Estimatesから作成。

各国に分野横断的なデータローカライゼーション規制が課された場合、データ処理サービスの利用費用増を原因とする国内物価上昇や生産性下落等の要因により、自国のGDPに▲0.7%～▲1.7%の影響があるとされている。

ITプラットフォームを巡る既存の業種との公正な競争環境の確保や、消費者保護・安全確保の扱いも課題になっている。

## 2. 新興・途上国経済の台頭

次に、新興・途上国の経済の成長について見てみる。

世界のGDP実質成長率への各国・地域の寄与度を見てみると、2000年頃から世界の実質GDP成長率に占める先進国の寄与度は次第に低下してきているのに対し、中国を含めた新興・途上国による世界経済の成長への貢献度が上がってきている（図2）。

世界の名目GDPはリーマン・ショック等により一時的な落ち込みはあるものの順調に成長を続けてきている。世界の名目GDPに占める新興・途上国のシェアは2000年代半ば以降上昇傾向にあり、足下では40%を超える水準に達している（図3）。世界の経済成長への寄与という面から見ると、新興・途上国の世界の成長に果たす役割が益々大きくなっている。

図2 世界の GDP 成長率の推移 (国・地域別寄与度) (1990~2017 年)

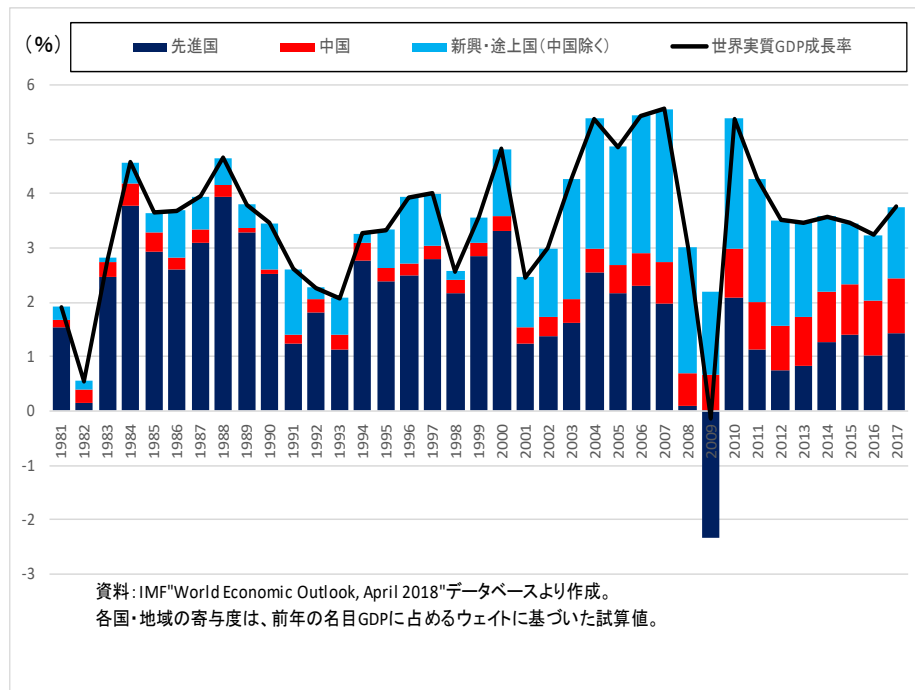
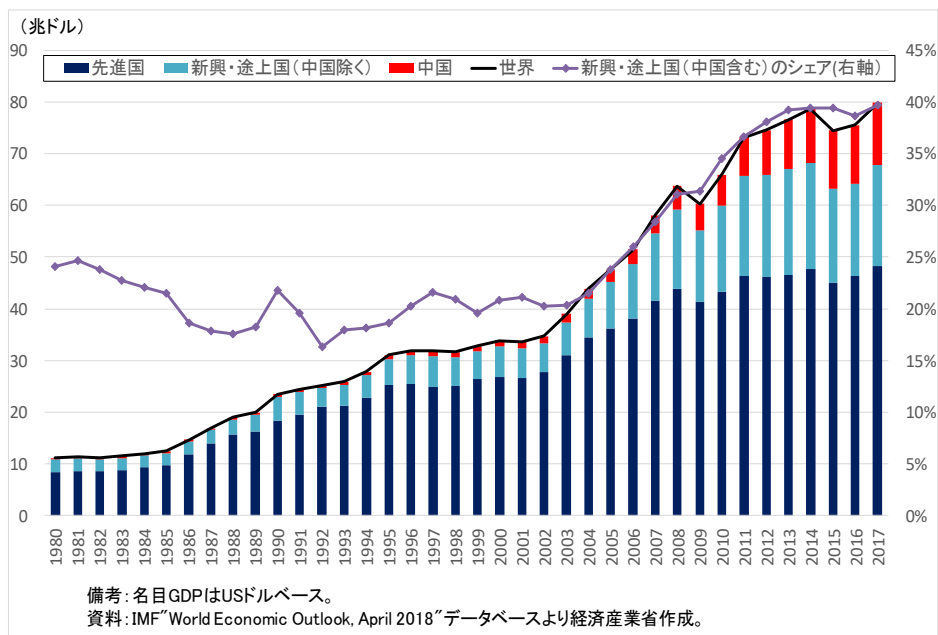
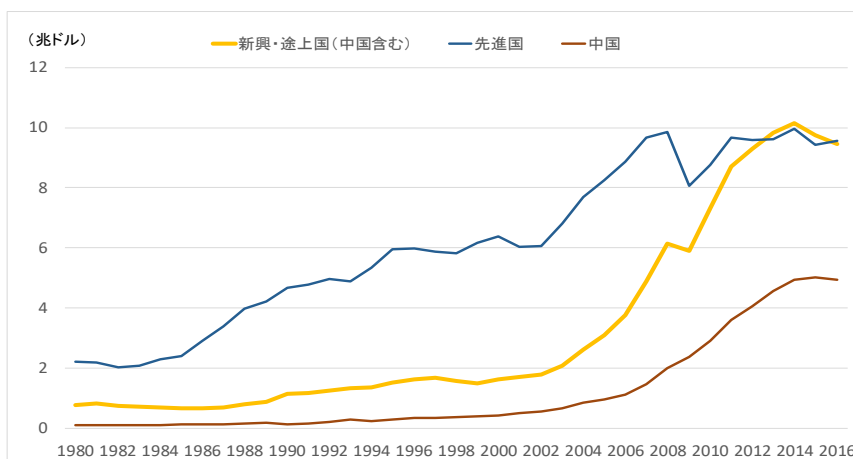


図3 世界の名目 GDP 及び新興・途上国のシェアの推移 (1980~2017 年)



この時期の新興・途上国の経済成長の特徴は、国内投資額が消費額を上回る勢いで拡大していることである。新興・途上国では2003年頃から固定資本形成が加速し、2016年には9.5兆ドルと先進国とほぼ同額の規模になった一方、消費額は先進国の6割程度の規模にとどまっている(図4)。

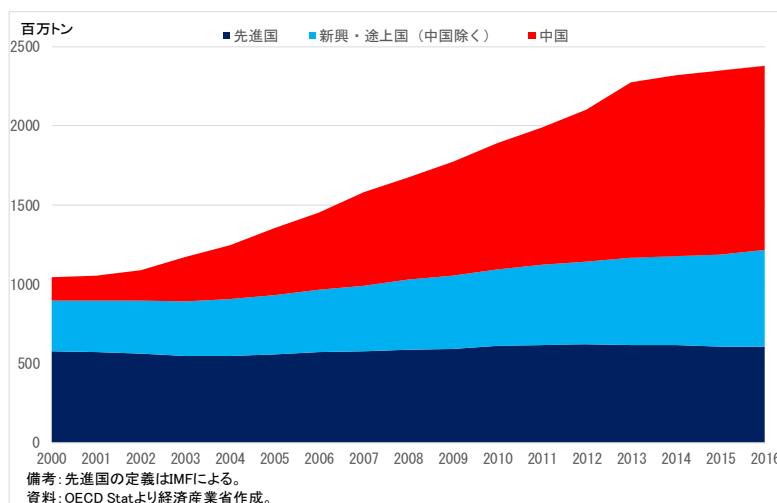
図4 先進国及び新興・途上国の名目固定資本形成額(フロー)の推移



備考：先進国／新興・途上国の分類は IMF WEO 定義による。旧ソ連、北朝鮮、台湾等は含まれない。  
資料：UN national accounts main aggregates data (December 2017)より作成。

新興・途上国は固定資本形成の伸びに合わせて素材産業の生産能力も大幅に伸ばしている。2000年代は投資が新興・途上国の経済成長率上昇に大きく寄与した時期だが、この時期に新興・途上国ではインフラ開発や企業の設備投資が多く行われたためである。例えば、鉄鋼分野では先進国の鉄鋼生産能力は過去17年間約6億トンで推移しているのに対し、新興・途上国の鉄鋼生産能力は上昇を続け、2017年には2000年当時と比較して全世界で約2.3倍の23億トンに拡大している。新興・途上国の中でも中国の生産能力の拡大が著しい(図5)。

図5 世界の鉄鋼生産能力推移

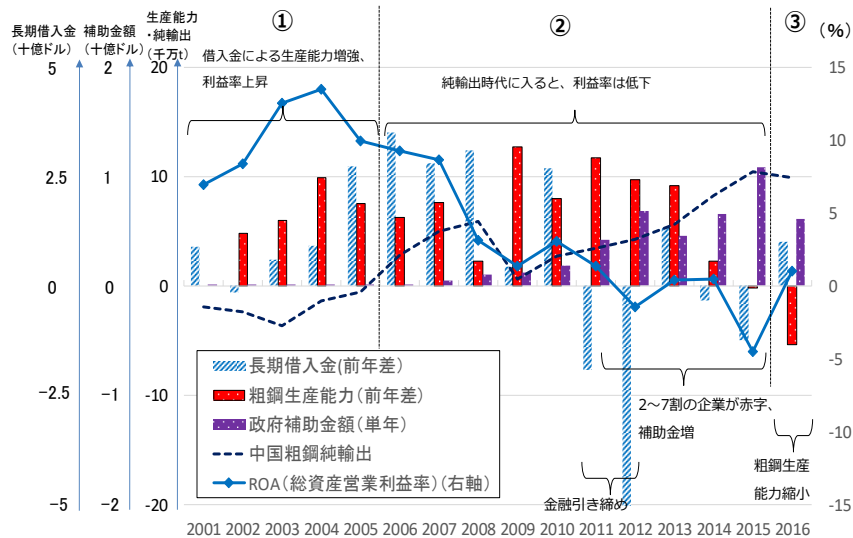


備考：先進国の定義はIMFによる。  
資料：OECD Statより経済産業省作成。

新興・途上国の過剰生産問題の事例として中国鉄鋼産業をみると、その経緯は大きく3つの段階に分けられる。①まず、主に国有銀行が鉄鋼企業への低利融資を拡大し、鉄鋼企業は生産能力の拡大を進め、総資産営業利益率 (ROA) は上昇した。②続いて、国内供給過多となる一方で、鉄鋼企業の借入金と生産能力の拡大は続き、ROAは低下する。さらに、多くの鉄鋼企業が営

業赤字になる中で、政府補助が大きく拡大した。③足下では中央政府が生産設備削減目標を設定し、厳格な執行管理を行った結果、削減目標を達成した（図6）。

図6 中国鉄鋼産業の発展経緯（2001年-2016年）



備考：粗鋼生産能力（前年差）のみ2001-2016年のデータ。  
資料：生産能力は中国国家統計局、CEIC Database、粗鋼純輸出はWorld Steel Association、長期借入金、政府補助金額は中国上場鉄鋼企業32社年度報告書から作成。

鉄鋼企業への融資と生産設備投資、そして2012年以降の業績低迷に対する政府補助等の支援は地方政府所管の国有企業に重点的に実施されてきた。鉄鋼企業を「中央政府所管国有企業」、「地方政府所管国有企業」、「民営企業」の3グループに分け、各グループにおける長期借款残高・政府補助額を見ると、地方政府所管企業向けが多くを占めていることがわかる。

しかし、その結果は必ずしも企業の収益性や付加価値向上に寄与しておらず、特に地方政府所管国有企業は、重点的な支援を受けたにも関わらず、総資産営業利益率において他企業を下回ったままで、経営体制の改善はなされていない（図7）。

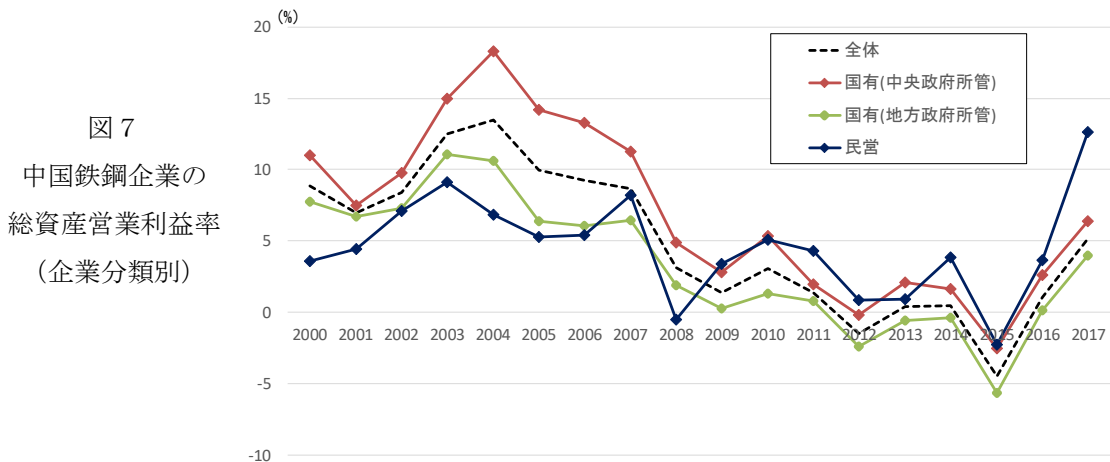


図7 中国鉄鋼企業の総資産営業利益率（企業分類別）

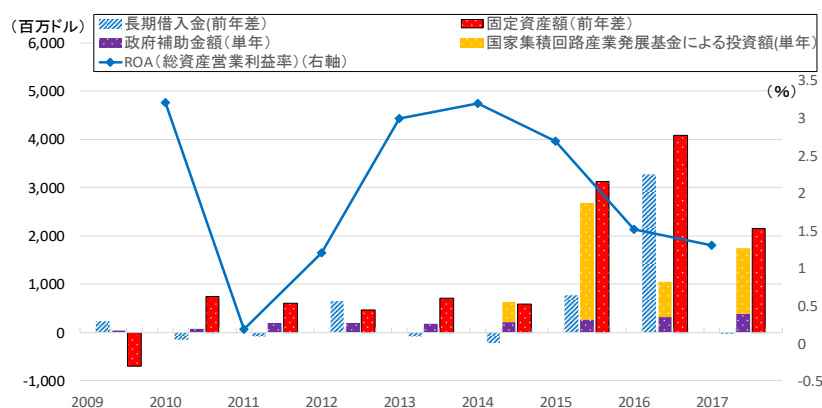
備考1: 2016年末時点で中央政府所管国有企業は5社。地方政府所管国有企業は21社。民営企業は7社。各グループにおける営業利益額の総和を総資産額の総和で除した値。  
備考2: なお、2017年は会計基準の変更により、営業利益額に政府補助額も含まれる。このため2017年は政府補助額を引いた値を営業利益額とした。  
資料：中国鉄鋼上場33社「年度報告書」より作成。

政府支援による設備投資の急拡大は、中国の集積回路産業においてもみられ、同産業における将来的な過剰生産能力問題が懸念される。

中国政府は2014年に国家集積回路発展要項を策定した。本要項に基づき、同年集積回路産業への支援に特化した国家投資基金（国家集積回路産業投資基金）が設立され、集積回路関連企業に毎年約40億ドル規模の投資を実施した。その結果、政府補助金や企業の借入金に加えて、投資基金の投資等、政策資源が2014年以降急速に拡大し、これに伴い、固定資産額は2015年から2017年にかけて急激に上昇している。一方で、同期間の企業の総資産営業利益率は低下を続けている。こうした中国の集積回路産業の動向は、輸入超過時代の中国鉄鋼産業の状況と類似しており、集積回路産業においても将来的な過剰生産能力問題が懸念される（図8）。

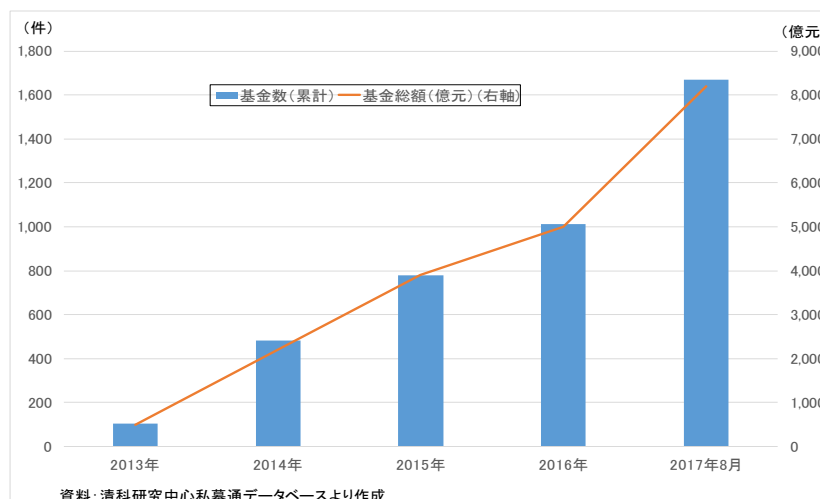
近年、特に政策資源として大きな役割を果たしているのが、国家集積回路発展基金等の産業投資基金である。2014年頃からその数・総額規模が急速に拡大し、現在中国の主たる政策資金源として存在感を高めている（図9）。

図8 集積回路関連企業の固定資産増加額/政府補助額/利益率



備考1: ROAは中国上場集積回路関連企業のうち時価総額上位19社の営業利益額の総和を総資産額の総和で除した値。なお、2017年は会計基準の変更により、営業利益額に政府補助額も含まれる。このため2017年のみ、政府補助額を引いた値を営業利益額とした。また、2009年のROAは-12.5%。  
資料: 中国上場集積回路関連企業のうち時価総額上位19社の年度報告書および中泰證券股份有限公司「証券研究报告」から作成。

図9 産業投資基金の基金数・基金総額の推移



資料: 清科研究中心私募通データベースより作成

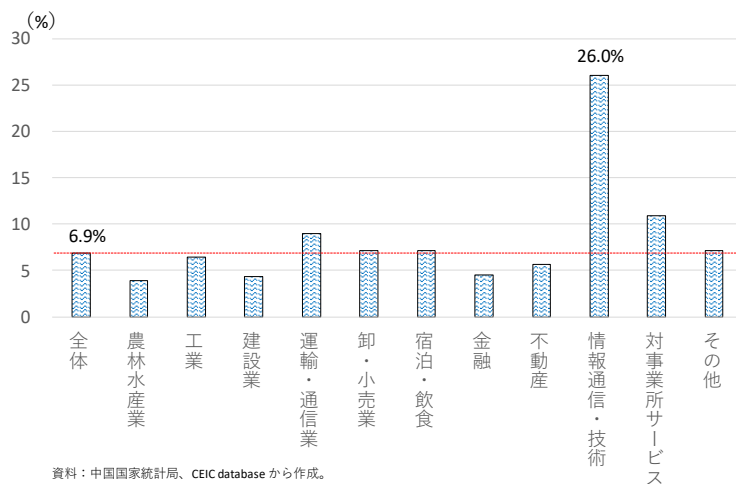
### 3. 急速に変化する中国経済

#### (1) 新産業の躍進

中国の GDP を需要面から見ると、リーマン・ショック後は輸出、4兆元の景気対策後は総資本形成がシェアを縮小させ、民間消費が緩やかにシェアを拡大させている。この動きを実質 GDP 成長率の寄与度分解で見ると、リーマン・ショック後、投資の寄与度が縮小し、消費が経済成長の柱となっている。その意味で、中国は投資主導型から消費主導型成長へ徐々に転換している。

2017 年の中国の実質 GDP 成長率を業種別に見ると、情報通信・情報技術サービスが 26.0%増と突出して高い成長を遂げている（図 10）。

図 10 中国の業種別実質 GDP 成長率（2017 年）

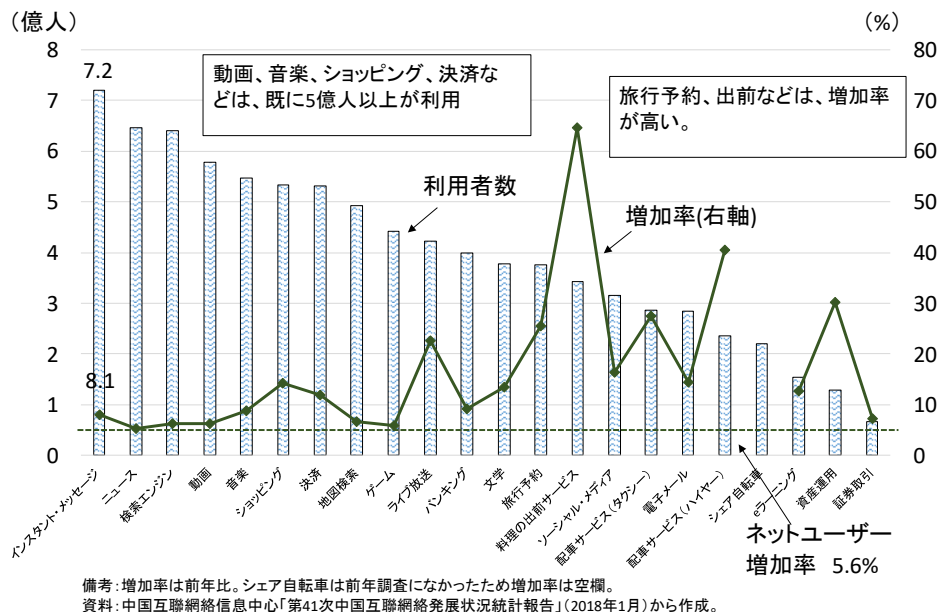


中国におけるインターネット利用者数は年々増加しており、10年間で2.1億人から7.7億人と4倍近くに拡大し、2017年末の普及率は55.8%に達している。さらに携帯端末を通じた利用者は0.5億人から7.5億人と10倍以上に拡大して、国民の過半数が外出先で自由にインターネットを介したサービスにアクセスできる環境が整っている。

このように中国におけるインターネットの利用が拡大するとともに、電子商取引の市場も大きく伸びている。中国における電子商取引の規模は、2016年に約23兆元（約375兆円）と世界第1位である。消費者向けインターネットサービス分野は多岐にわたる。インターネット・アプリケーションではインスタント・メッセージ、検索エンジン、動画、音楽、ショッピング、オンライン決済の利用者が多く、いずれも5億人以上が利用していると推測されている。利用者の伸び率を見ると、旅行予約、料理の出前、配車サービス、金融関係などは伸びが高く、市場が急速に拡大していることを示唆している（図 11）。



図 1 1 中国における分野別のインターネット・アプリケーション利用状況 (2017 年末)



インターネットを通じた新しい経済活動として、シェアリング・エコノミー(共有経済)も登場している。これは、インターネットなどの技術を利用して、乗り物、住宅、資金等をシェアし、資源を効率的に活用する経済活動とされている。市場規模は2017年時点で、前年比47%増の約4兆9千億元となっている。分野別の取引額では、ネット金融などの金融関係が約2兆8千億元と全体の過半を占める。新規参入・事業拡大のための資金供与額を見ると、全体で前年比25.7%増の2160億元となっている(表3)。また、共有経済関連のプラットフォーム企業へ就業者数も増加しており、雇用促進に寄与している。この雇用拡大は、新規卒業者だけでなく、過剰生産能力企業の整理など、産業構造の変化に伴う雇用調整の受け皿としても機能しているとの指摘がある。

表3 シェアリング・エコノミーの市場規模 (2017年)

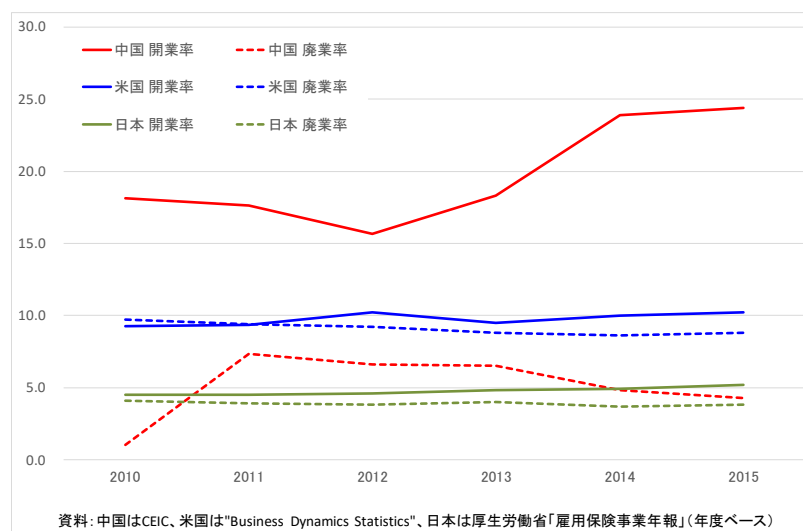
(単位: 億元、%)

	市場規模			資金供与額
	取引額	構成比	伸び率	
医療	70	0.1	48.0	19
住宅・宿泊	145	0.3	70.6	37
知識・技能	1,382	2.8	126.6	266
交通	2,010	4.1	56.8	1072
生産能力	4,120	8.4	25.0	34
生活サービス	13,214	26.9	82.7	512
金融	28,264	57.4	35.5	220
合計	49,205	100.0	47.2	2160

資料: 国家信息中心分享経済研究中心、中国インターネット協会享経済工作委员会「中国共享経済発展年度報告2018」から作成。

創業についてみてみる。中国は、米国以上に創業活動が盛んである。創業数については、中国政府が推進する創業支援策「大衆創業・万衆創新」が発表された2014年前後以降、大幅に増加している。2017年の年間新規登録企業数は607万件(個人事業主を含めると1925万件)だった。中国の開業率については、膨大な新規登録企業数からも裏付けられているように米国や日本と比較して、大幅に高い(図12)。中国では副業が広く認められていることもあり、起業が容易に行われているとの指摘がある。なお、中国政府は、イノベーションを促進する政策を次々に掲げているが、イノベーションにより新たに生まれた産業・市場について、最初は放任し、市場で問題が生じ始めてから規制を検討する傾向があることも、創業を後押しする一つの背景となっているとされる。配車アプリ等が代表的な事例として挙げられる。

図12 日米中の開業率・廃業率の推移

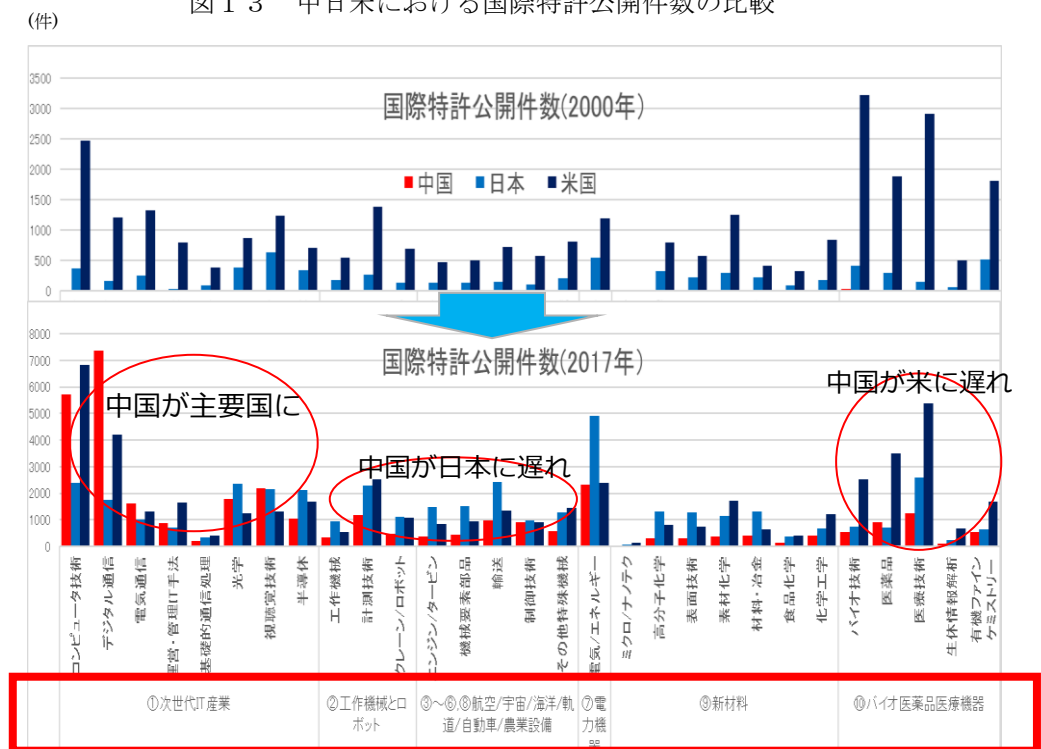


イノベーションを起こす有力主体の一つであるベンチャー企業に対するベンチャーファンドの投資金額をみても、中国は2.2兆円と米国の7.5兆円に次いで第2位の規模であり、中国は創業者にとって資金面で非常に恵まれた環境であるといえる。また、中国では、ベンチャー企業等の発展を促進するため、2012年に上海証券取引所、深圳証券取引所に次ぐ「新しい第三の市場」として全国中小株式譲渡システム(新三板)が創設された。それ以降、新三板への上場企業数の伸びは著しく、2013年から2017年までの間に37倍となり、2017年末には1.1万社を超え、時価総額は4.9兆元(81兆円)となっている。

次に、中国のイノベーション力を、国際特許の面からみていく。中国の国際特許取得出願数について見てみると、1994年に特許協力条約(PCT条約)に加盟後、年間出願件数はほぼ一貫して上昇傾向にある。2000年には中国の国際特許出願数は782件で16位だったが、2010年に韓国を、2013年にドイツを、2017年には日本をも抜き、米国に次ぐ2位となった。世界全体の国際特許出願数に占める各国別出願数の割合においても、2000年に米国が1か国で40%を占めていたものが、2013年には23.3%に減少し、代わりに中国が20.1%を占めるに至っている。このことは、中国が世界の中で最も活発にイノベーション活動を行う拠点の一つへと成長してきたことを示している。

続いて、「中国製造 2025」の重点 10 産業分野について国際特許公開件数を見ると、特に IT 関連技術については世界の主要国に並ぶのみならず、デジタル通信のようにリードする分野も出てきている。一方、バイオテクノロジー・医療関連では米国と、ロボット等を含む機械関連では日本とそれぞれ特許公開件数で差が開いており、中国が特定の分野において集中して技術力を高めてきたことが伺える。ただし、現時点で劣位にある分野についても国の重点分野として競争力を高めようとしていることから、今後、IT 関連技術のように急伸する技術分野が出てくる可能性がある（図 1 3）。なお、発明者によっては、コア技術は特許出願せず、ブラックボックス化する選択肢を採る場合もあり、特許公開件数がそのまま国・地域の件数を表しているわけではない。

図 1 3 中日米における国際特許公開件数の比較



資料：WIPO（2017 年）データから作成。  
備考：赤枠は「中国製造 2025」重点分野との対応関係を示したものの。

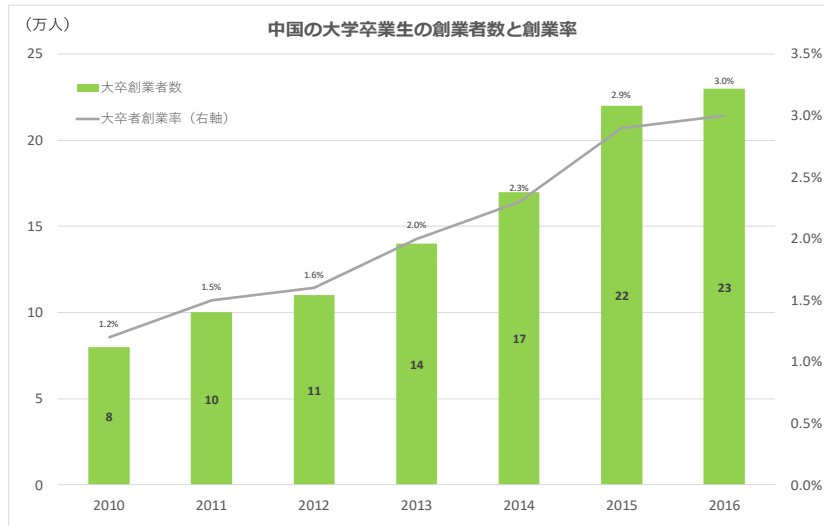
中国では新規登録企業数の多さのみならず、大量の大学新卒者による創業数の多さも特徴的である。毎年 700 万人以上に上る新卒大学生のうち、約 20 万人が創業している（図 1 4）。

また、中国での特許出願数や研究論文数、あるいはユニコーン企業が多く誕生する要因の 1 つに大量の理工系高度人材の供給があると考えられる。中国から米国への留学生の半数近くが STEM（Science, Technology, Engineering and Mathematics）分野を専攻しており、2009/10 年は中国人留学生の 45.6%、2015/16 は同 42.7%が同分野を専攻した（図 1 5）。

2000 年以降、中国人の留学生数は右肩上がり増加していったが、2008 年までは留学生の帰国率は 30%以下と低かった。しかし、中国政府は、ハイレベルの留学人材を確保するための帰国促進政策を累次打ち出し、その効果もあって帰国率は以後急速に高くなり、2013 年には 85%にな

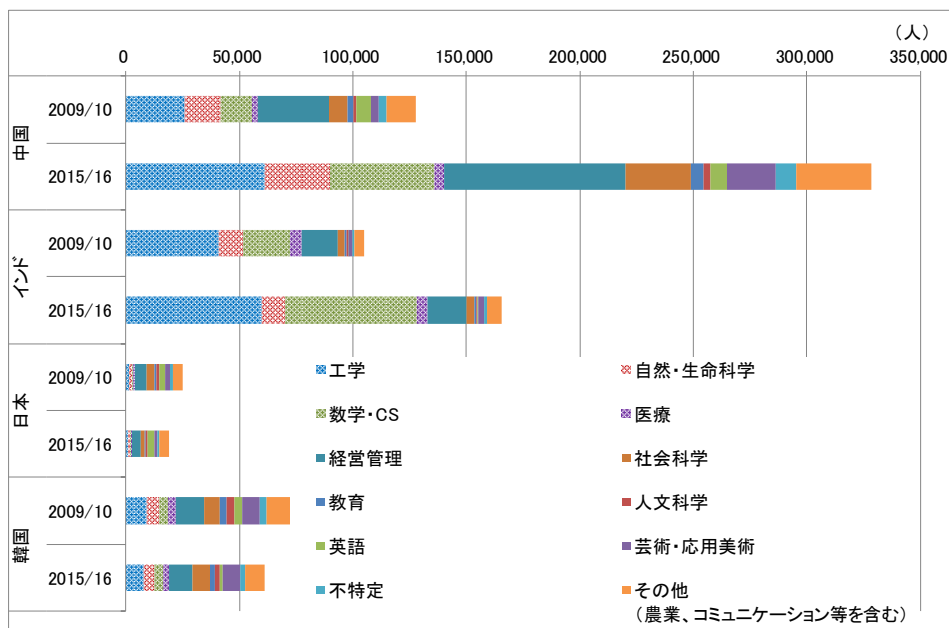
った。中国政府の帰国促進策もあり、中国でのイノベーション・創業への有力な人材供給源になっている（図16）。

図14 中国の大学卒業生の創業者数と創業率



資料：ドリームインキュベーターweb より（原点：2016年中国大学生就業報告）。

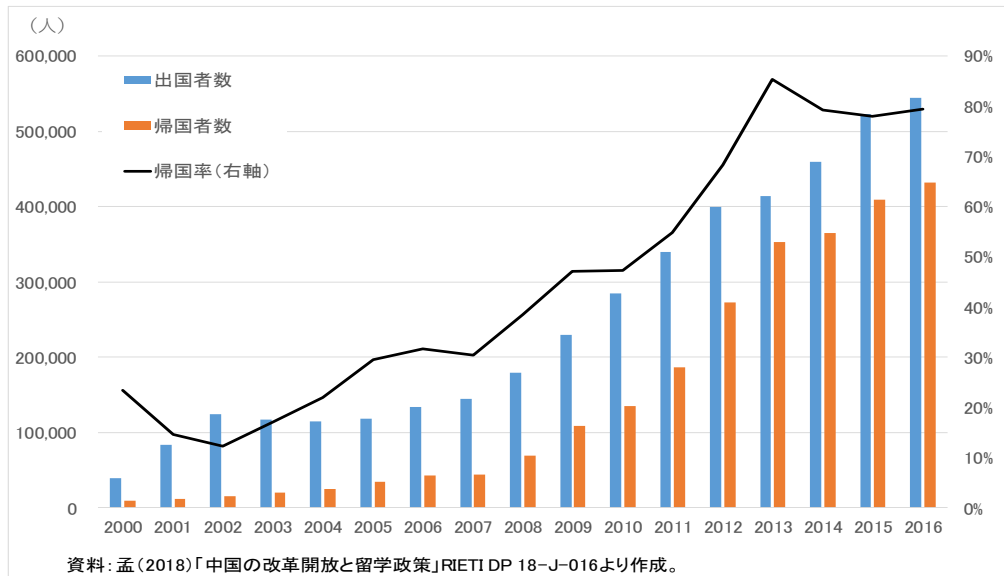
図15 米国に留学している学生の出身国別・専攻別人数



(注) “Academic Level and Place of Origin” の学生数合計に “Fields of Study by Place of Origin” の専攻別割合を掛け合わせて、専攻ごとの学生数を算出。

資料：Institute of International Education (2017) より作成。

図16 中国の留学生と帰国者数



このような新産業の躍進、イノベーション力の向上、活発な創業活動といった中国経済の急速な変化について認識を新たにし、我が国の国内産業の活性化のために一層の取組を進める必要がある。

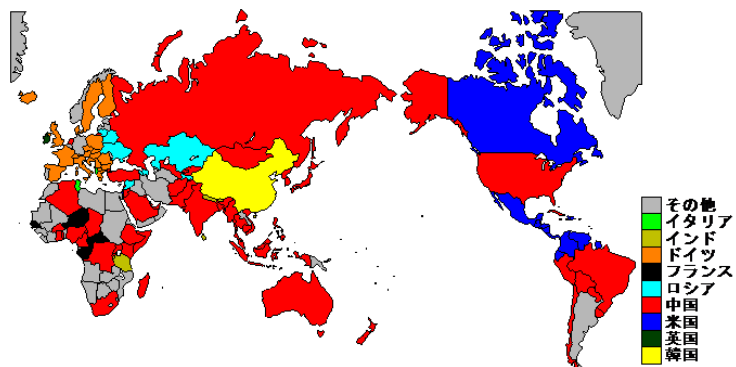
(2) 拡大する対外貿易・投資

中国は、2001年のWTO加盟以降わずか15年程度で米国と並ぶ世界最大規模の貿易大国となった。

世界各国にとっての最大の輸入相手国を見ると、中国を最大の輸入相手国とする国は急激に増加し、2017年には、カナダ、メキシコ、中南米の一部諸国及び欧州諸国を除き、世界の約30%、57か国で最大の輸入相手国は中国となっている(図17)。

また、カナダ、メキシコ及び欧州各国は、それぞれの域内の中心的工業国である米国やドイツからの輸入が最大であるが、米国は中国が最大の輸入相手国に、ドイツはオランダに次ぐ第二位の輸入相手国が中国となっている。

図17  
最大の輸入相手国別  
色分けマップ  
(2017年)

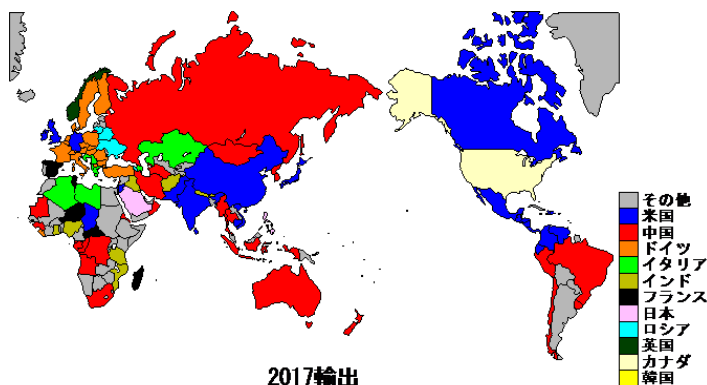


出典: IMF DOTS より経済産業省作成。

世界各国にとっての最大の輸出相手国を見ると、2017年には各国の最大の輸出相手国は、ASEANや豪州では日本に代わって中国となった他、アフリカ、南米では米国に代わって中国を最大の輸出相手国とする国が多くなった。中国が最大の輸出相手国になっている国も、輸入と比べると少ないものの世界の約16%（30か国）と米国に次ぐ地位にある（図18）。

図18  
最大の輸出相手国別  
色分けマップ  
(2017年)

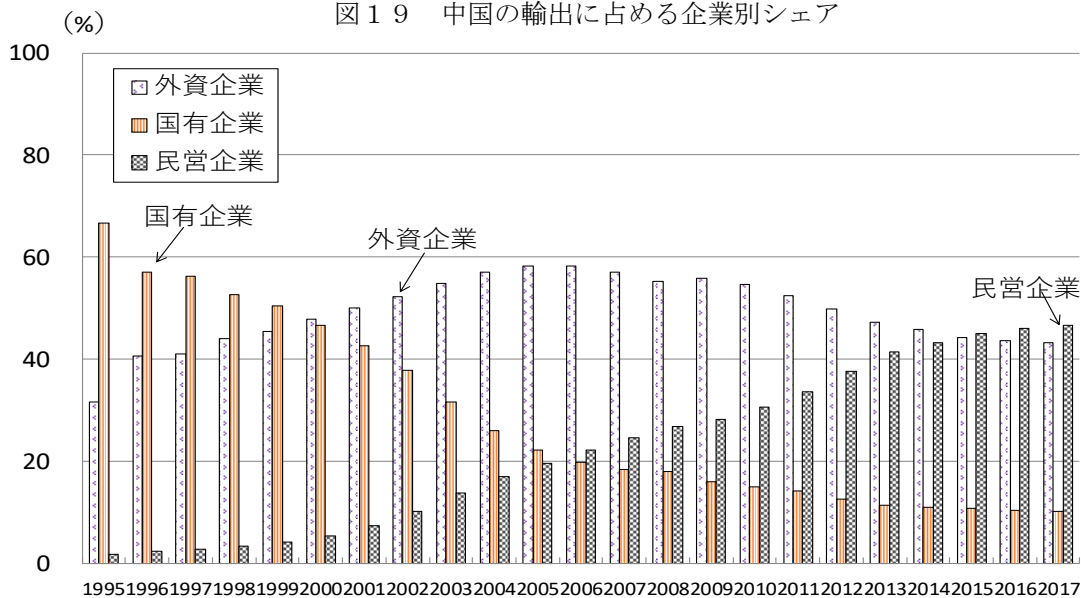
出典：IMF DOTSより経済産業省作成。



2017輸出

中国の輸出における企業属性別シェアを見ると、国有企業のシェアが低下する一方で、2000年代中頃まで外資企業のシェアが増加しており、外資企業が大きな役割を果たしていた。しかし、次第に民営企業が輸出の担い手として成長してきており、直近では外資企業と逆転している（図19）。

図19 中国の輸出に占める企業別シェア

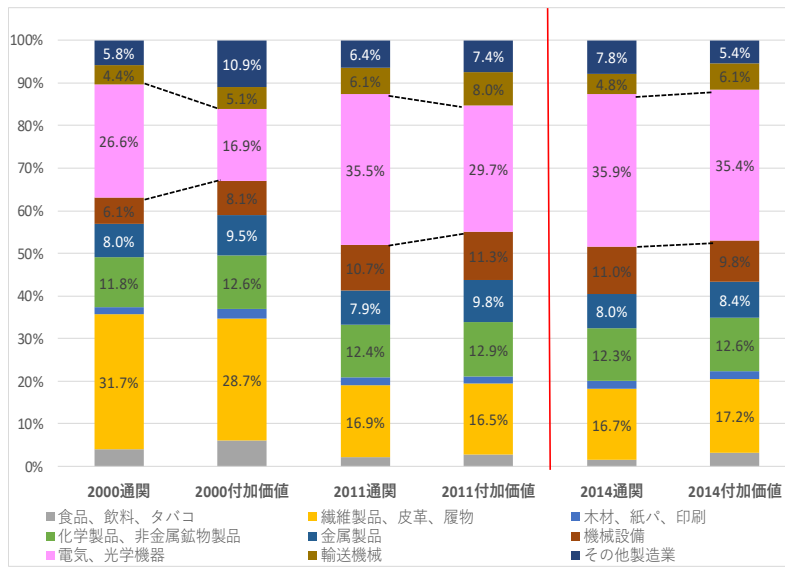


備考：外資企業には、100%外資出資企業のほか、地場企業との合弁企業も含む。

資料：中国海関総署、CEI database、Global Trade Atlas から作成。

中国の主力輸出産業の変化について見てみると、中国の輸出を牽引する産業は、繊維産業から電機・光学機器産業へと変化している。また、中国の電機、光学機器産業の付加価値ベースでの輸出の伸びは、通関ベースの輸出の伸びを上回っている（図20）。

図 2 0 中国の世界輸出に占める産業別輸出割合

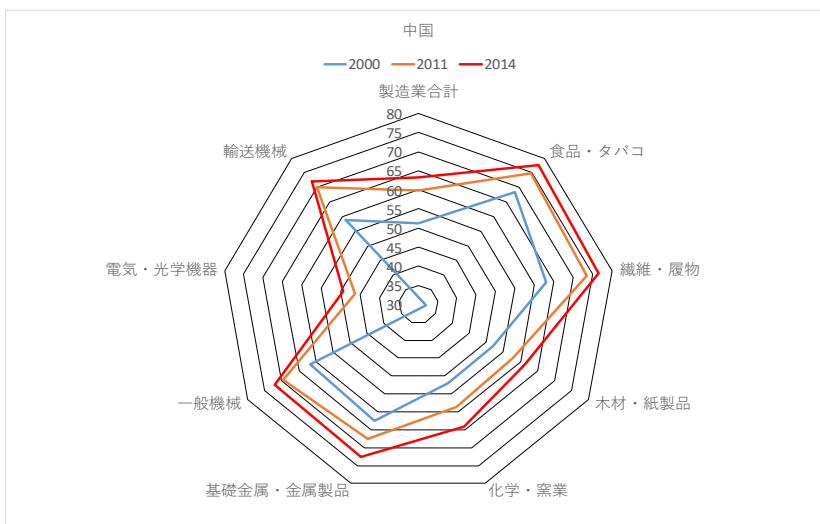


備考：2000年と2011年の付加価値はOECD TiVAのデータを使用。2014年の付加価値はWIODより推計。  
出所：GTA、OECD TiVA、WIODより作成。

産業別に見ると、2000年の時点で中国の電機・光学機器産業の付加価値比率が約30%と低いのが特徴である。これは、半導体や液晶パネルを他国から多く輸入しており、同産業でグローバルバリューチェーンを利用した生産が活発に行われているためだと考えられる。

他方、2000年から2011年、2014年にかけて付加価値割合は約5割まで高まっており、部品の現地調達化・製品の高付加価値化が進展していることが伺える（図21）。

図 2 1 産業別の国内付加価値割合の変化

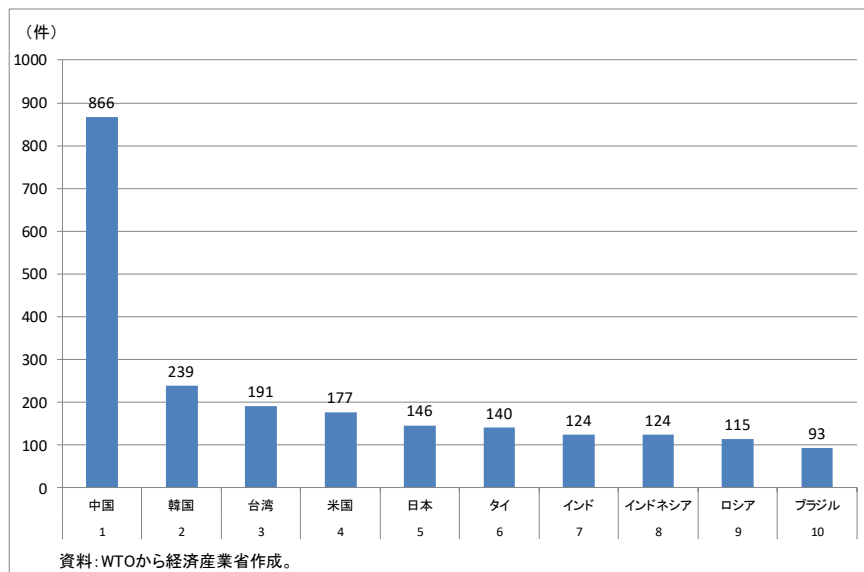


備考：2014年は暫定値。  
出所：OECD TiVAより作成。

続いて、対中貿易に対する各国の動向について見ていく。

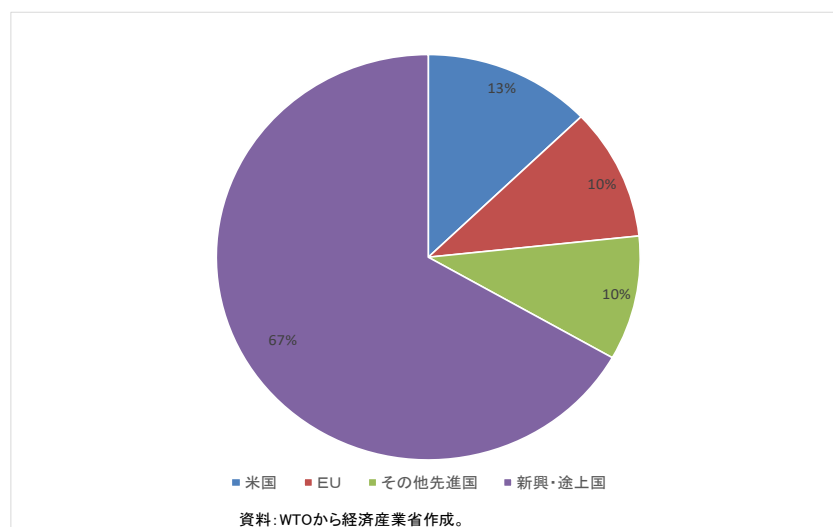
WTO 発足以降、1995 年～2016 年のアンチダンピング (AD) 措置の被発動件数は中国が 1 位 (866 件) であり、2 位韓国 (239 件)、3 位台湾 (191 件)、4 位米国 (177 件)、5 位日本 (146 件) 以下を圧倒的に上回っている。直近の動きを見ると、2015 年は 61 件、2016 年は 44 件となっており、1995 年の 27 件と比べると、件数が大幅に増加しており、世界各国から中国に対する AD 措置の発動が増えている (図 2 2)。

図 2 2 各国の AD 措置被発動件数 (1995～2016 年の累計値)



中国向け AD 措置発動件数を発動国・地域別で見ると、新興・途上国の発動件数が先進国の件数を上回る。先進国の中では 1 位米国、2 位 EU となっている (図 2 3)。

図 2 3 中国向け AD 措置発動件数 (地域別) (1995～2016 年の累計値)





米国は、対中 AD に加えて通商法 301 条等により対中貿易に関する措置を検討・実施している。

中国からの輸入が米国の国内産業に損害を与えているとの認識から、中国への AD 措置の実施を増加させる傾向にある。AD 措置に加え、2018 年 3 月 23 日に米国は、国家安全保障の名目で、中国を含め、一部の国を除いた全世界を対象に、米国通商法 232 条に基づく鉄鋼及びアルミニウムの輸入に対する追加関税賦課を開始した。また、2018 年 3 月 22 日には、米国の企業の知的財産権や技術が中国企業に移転するよう中国政府が不当に介入しているとして、特定の製品に対する 25% の追加関税を含む、通商法 301 条に基づく中国に対する制裁措置を発動することを命ずる大統領覚書に署名した。

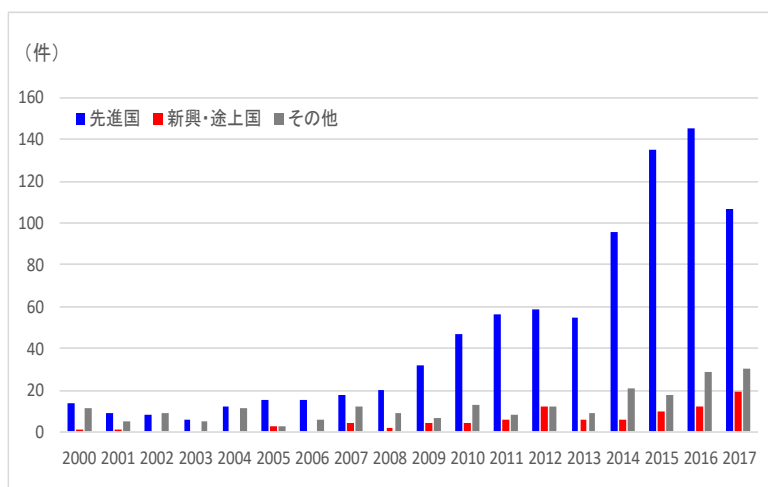
欧州も、対中 AD を多く発動している。なお、2017 年には AD 規則を改正した。

AD 措置の EU における枠組みを定める EU 規則が改正され、輸出国政府の介入により輸出国の市場価格やコストが歪曲されている場合、ダンピングの有無の判断に用いる「正常価格」の算出に、輸出国の価格やコストではなく第 3 国の代替価格を使用できる制度となり、2018 年 3 月には新制度に基づき中国に対して AD 措置が発動されている。

次に、拡大する中国の対外直接投資についてみていく。2010 年代に入り、中国企業による先進国の工業・ハイテク企業の買収が活発になっている。中国のクロスボーダー M&A 件数は 2000 年の 44 件から 2016 年には 598 件と約 14 倍になったが、2017 年には中国政府による資本流出を抑制する動きで 463 件に減少した。中国政府は、重点的に振興したい技術や産業におけるイノベーション力を高める手段の一つとして、国の政策で M&A を積極的に推進している。中国企業が先進国と新興国のいずれの企業に対して M&A を主に行っているかを見てみると、工業・ハイテク分野は米国と EU を主とした先進国の企業に対して行われている（図 2 4）。

これに対し、米国は、中国企業の米国企業買収案件を不承認とする等、対内直接投資規制を厳格化している。EU では、欧州委員会が域内直接投資に関する審査枠組新設を提案し、ドイツ等加盟国レベルでも規制強化の動きがある。

図 2 4 中国の対外企業買収（M&A）件数推移（工業・ハイテク分野）



備考1: 被買収企業を先進国、新興・途上国及びその他に分類。「先進国」は IMF の分類から香港、マカオを除いたもの。「その他」は、香港、マカオ、英領ヴァージン諸島、ケイマン、バミューダとしている。

備考2: 工業・ハイテク分野には、ソフトウェア、半導体、電気機器、機械、自動車・部品等が含まれる。

資料: Thomson One (2018 年 3 月時点)より経済産業省作成。

### (3) 日本企業にとってのビジネスチャンス

日本の対中輸出額は 2017 年に過去最高の約 14.9 兆円に達し、米国の約 15.1 兆円に次ぐ第 2 位の輸出先であり、日本の総輸出の約 2 割を占めるまでに至っている。消費財では化粧品、医薬品、玩具や旅行など娯楽関係品、幼児用品も高い伸びを示している。機械類では、工作機械が大きく伸びており、中国の省力化、合理化投資が反映していると見られる。また、インターネットの利用者拡大等を反映して、半導体需要の急増が指摘されており、半導体製造装置は金額も大きく伸びも高い（図 2 5）。

図 2 5 日本の対中輸出の伸び率の高い主要品目（2017 年）

#### 【消費財】

(単位:100万ドル、%)

HS	品 目	輸出額	伸び率	
		2017年	2017単年	2014-17年
3304	美容、メーキャップ用調整品	723.3	98	328
3305	シャンプー等の頭髮用調整品	128.4	94	367
3401	石けん	199.2	77	296
3005	脱脂綿、ガーゼ、包帯	45.4	57	160
9619	乳児用おむつ	1,220.8	26	121

#### 【産業用の機械】

(単位:100万ドル、%)

HS	品 目	輸出額	伸び率	
		2017年	2017単年	2014-17年
8429	土木機械(ブルドーザー)	214	63.4	71.0
8456	工作機械(レーザー加工用)	245	60.9	45.6
8477	ゴム・プラスチックの加工機械	903	48.4	52.4
8486	半導体製造装置	6,552	43.5	118.1
8457	工作機械(マシニングセンター)	1,359	39.0	2.4

備考: 1. HS4桁ベースで2017年の伸び率の高い又は金額規模の大きい品目を抽出。

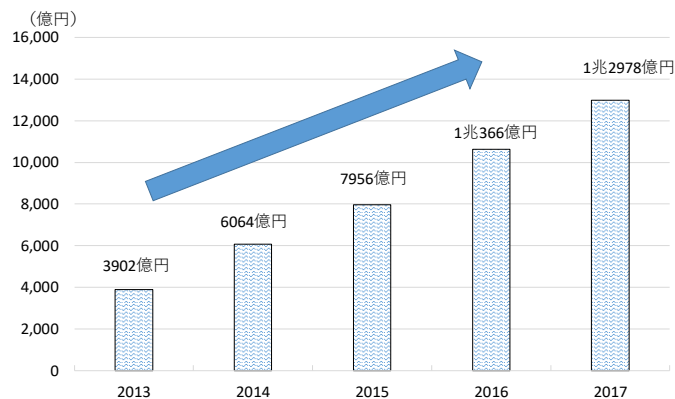
2. 品目名は分かり易さを優先し簡略化等を行った。

3. 2014-2017年は3年間の合計伸び率。

資料: Global Trade Atlasから作成。

最近では日本から中国に対する越境電子商取引の急速な拡大も指摘されており、2016 年には 1 兆 366 億円と 1 兆円の大台を超え、さらに 2017 年には 1 兆 2978 億円（前年比 25.2%増）に達したと推定されている（図 2 6）。

図 2 6  
中国消費者による  
日本の事業者からの  
越境 EC 購入額

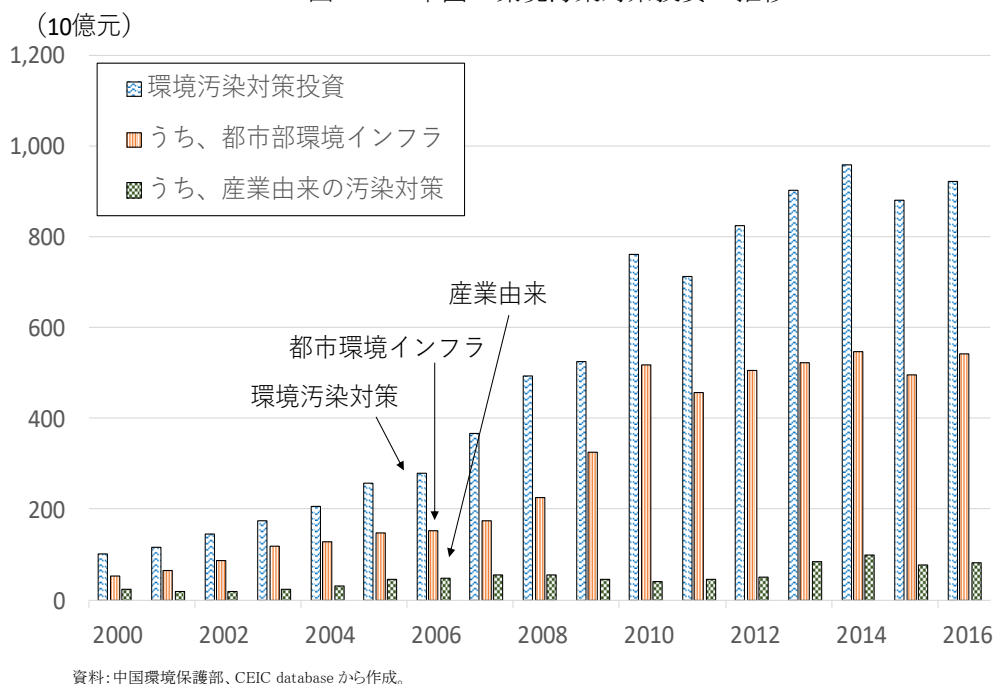


資料: 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」(各年度)から作成。

中国の一人当たり消費支出の推移を見てみると、2013年から2017年の4年間の間に1万3千元から1万8千元へと4割増となっている。衣食住に相当する義務的支出に対するシェアはほぼ横ばい又は低下傾向にある一方、教育・文化・娯楽、健康・医療のシェアが上昇している。

環境問題への本格的取り組みに伴い、関連市場も拡大が見込まれる。中国では環境問題への対応が大きな課題となっている。中国政府が公表している環境汚染対策のための投資額を見ると、年による変動はあるものの趨勢的に増加してきている（図27）。我が国企業にとっても環境規制の遵守が求められるとともに、優秀な環境技術を有する企業にとってはビジネスの機会ともなり得る。

図27 中国の環境汚染対策投資の推移



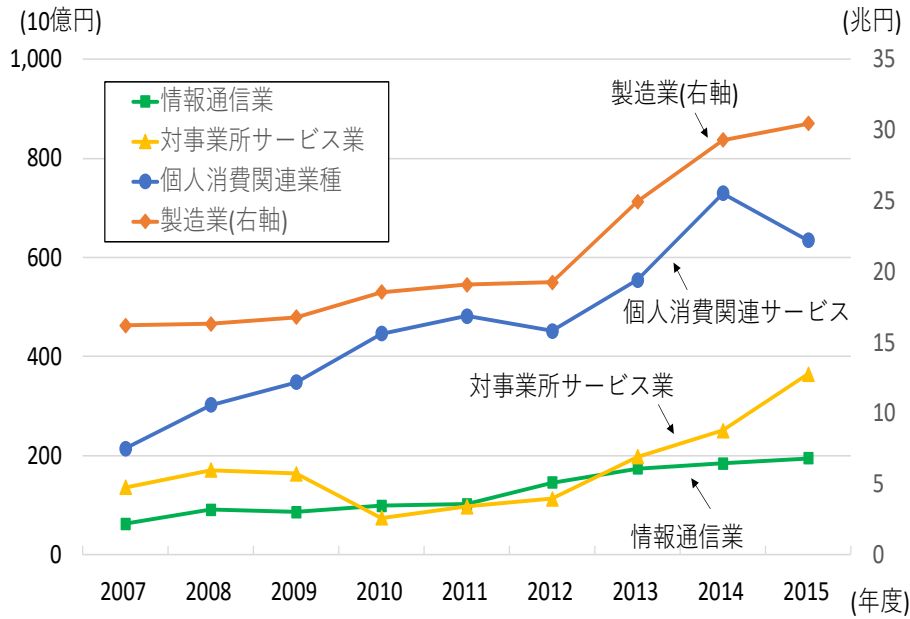
次に、在中国日系法人の展開状況と課題について見ていく。

まず、中国に立地する日系現地法人の売上高の推移を見ると、製造業の割合が多いのが特徴である。旺盛な中国内外の需要を捉え、売上・利益共に伸ばしている。個人消費関連サービスも伸びてきているものの、その売上高は製造業の約30兆円に対して、約6千億円と相対的に小さな規模にとどまっている（図28）。

日本のサービス業は欧米勢に比し出遅れている。日米欧の現地法人の売上額を比較すると、日本は個人消費関連サービスの売上高が欧米に比べて小さい。中国では、中間層、乳幼児、シルバー市場の拡大が指摘される中で、欧米企業は既に中国に進出してこの分野で売上を上げているのに対して、日本企業は進出が遅れている可能性がある（図29）。

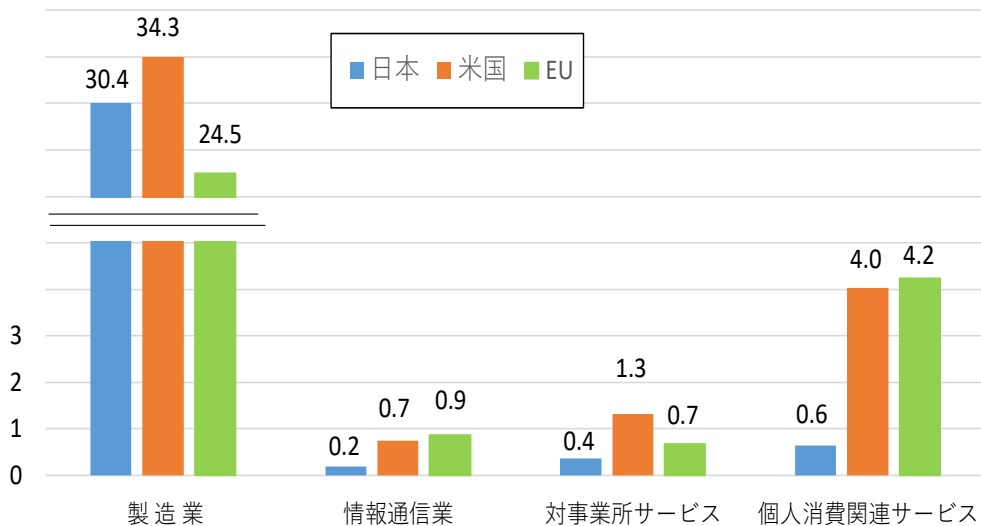
中国での日本企業の更なるビジネス展開や、第三国での日中企業協力により、成長を続ける中国の活力を日本の活力につなげていく必要がある。

図 2 8 主要業種別の在中日系現地法人売上高の推移



備考：ここで「対事業所サービス」は、コンサルタント、広告、専門技術サービス業等、「個人消費関連業種」は、小売、宿泊・飲食、教育、医療・福祉、娯楽等。  
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」から作成。

図 2 9 日米欧の在中現地法人の主要業種別売上高 (2015)



備考：1. 米国、EU企業の売上は、2015年の年間平均レートで換算（1ドル=121円、1ユーロ=134円）。

2. 日米欧で比較的近いと思われる業種分類を集計。例えば「対事業所サービス」はコンサルタント、広告、専門・技術サービス等に相当する分類、「個人消費関連業種」は、小売、宿泊・飲食、教育、医療・福祉、娯楽等に相当する分類を集計。

資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」、米国商務省経済分析局Webサイト、EU統計局Webサイトから作成。

(了)