



研究レポート

No.151 January 2003

=====
C P I 下落への中国輸入ファクターの影響とわが国の製造業への示唆

主任研究員 木村達也

=====
富士通総研（FRI）経済研究所

CPI下落への中国輸入ファクターの影響とわが国の製造業への示唆

主任研究員 木村達也

【要旨】

1. わが国では近年デフレーション（デフレ）が続き、90年代以降続いている経済の低迷からの脱出が困難な状況にあると広く認識されている。デフレとは、政府見解では「一般物価が持続的に下落する状態」であるが、その観測値としてはGDPデフレーターもしくは消費者物価指数（CPI）が用いられる場合が多い。このうちCPIは、全国の消費者が購入する財・サービスの平均的な価格（一般物価）に近似するように、596品目の価格をウエイト付け集計・算出したものである。CPIの暦年ベースでのピークは98年であり、それ以降、下落が続き2001年は98年比1.7%低下している（ただし98年に不作から価格が高騰した生鮮野菜を除くと同1.3%の低下）。CPIの変動の生鮮野菜を除いたCPI下落への品目別寄与率を算出すると、パソコン（ノート型）、パソコン（デスクトップ型）、電気冷蔵庫、テレビ、ルームエアコンの電気機械5品目の価格下落で28.4%と、全体の下落の約3割が説明される。
2. これらの電機5品目における価格下落は、中国から低価格の製品が大量流入している影響が大きいとみられる。中国からのこれら5品目の輸入は2001年に1998年比で2.1～88.2倍に達し、品目別の全輸入に占めるシェアも顕著に増加し、2001年に3.8～46.1%に達している（パソコン2品目は電子計算機のデータで代替）。またこれら品目の中国からの輸入単価（CIF建て）は98～2001年の国内生産者販売単価比で6.5～68.8%の水準にあり、スペックが特定されているCPIの調査対象品目（パソコンを除く）の価格を、代替財として引き下げるのに（パソコンでは直接にCPIの調査価格を引き下げるのに）十分な価格差がある。これを統計的に確認するため、98～2001年の電機5品目のCPIにおける価格指数を被説明変数とし、通関統計の電機5品目に相当する品目の中国からの輸入価額の指数を説明変数とし回帰分析を行うと、説明変数は1%有意（両側検定）で決定係数は0.7607と、中国からの輸入品の大量流入とこれら品目におけるCPIの価格指数に高い連動性があることが示された。
3. このような中国からの安価な電機製品の大量流入は、日本企業の現地法人からの逆輸入もしくは生産委託によるOEM供給によるところが大きい。こうした中国などへの生産移転は、生産コスト格差が短期間に縮小困難なことから今後も継続し、デジタル革命などから部品のモジュール化が進展し技術的キャッチアップが容易になるため、生産移転の領域は拡がり自動車にも及ぶ可能性がある。このような生産移転の主要因であるコスト格差を、電気機械における国内生産のコストに対する中国生産のコストの比率でみると、日本の技術ベースでみて44.1%である。このコスト格差は18.2%が労働コスト、14.9%が原材料（財）の中間投入コスト、20.9%がサービスの中間コスト、2.0%が家計外消費支出による。このようなコスト格差のもとで、日本の製造業に対するアンケート結果にもみられる国内生産の持続を実現するためには、少数精鋭での事業体制の構築、ブランドの重視、大胆な規制改革による非製造業の効率化が重要である。

【目次】

．デフレ議論に関する問題点	1
1．デフレの認識に関する問題点	1
2．デフレ指標に関する問題点	2
．C P I 低下に対する中国輸入ファクターの影響	5
1．C P I 低下への指数対象品目別の寄与率	5
2．中国からの輸入増大の状況	6
3．中国からの輸入による価格への影響	12
．中国からの輸入増大の要因と今後の動向	15
1．輸入増大の要因	15
2．今後も継続し広がる中国等への生産移転	19
．少数精鋭の事業体制、ブランドの重視と非製造業の効率化が重要	24
1．今後も継続する中国輸入ファクターによるC P I 押し下げ圧力	24
2．日中間の生産コスト格差	25
3．国内生産維持に不可欠な製造業みずからの対応と非製造業の効率化	29
付表	37
主要参考文献	43

．デフレ議論に関する問題点

１．デフレの認識に関する問題点

わが国では近年デフレーション（デフレ）が続き、この結果 90 年代以降続いている経済の低迷からの脱出が困難になっていると広く認識されている。デフレとは、政府見解では「一般物価が持続的に下落する状態」とされる（デフレ問題スタディグループ「デフレ問題についての論点整理」経済財政諮問会議 平成 14 年第 3 回会議配布資料、以下「論点整理」）。しかしデフレ対策の必要性が主張される場合、単に一般物価が持続的に下落することを問題にしているのではなく、デフレとマイナスの GDP 成長率など経済の低迷が並存している状況を問題にしているとみられる。デフレであっても、経済成長が必ずしもマイナスとなる訳ではない。大不況期と呼ばれた 19 世紀後半に、英国では 1873～96 年の年平均で小売物価指数は 1.7% 下落したが、経済成長率は 1.9% の上昇、米国では 1864～97 年の年平均で消費者物価は 1.9% 下落したが、経済成長率は 5.6% の上昇であった¹。この時代の英米両国、とりわけ米国のようにデフレであるとはいっても平均 5% を越える経済成長が続いていれば、現在のわが国のようにデフレの克服が大きな経済政策の課題とされることはないと考えられる。すなわち経済政策上重視される本来の目標は、デフレを克服することではなく、経済の低迷を克服することである。

したがって本来デフレを克服しなければならないと主張する場合、デフレが経済成長低迷の主な要因となっているか、もしくはデフレが大きな障害となって経済成長が回復しないとの考え方が、その背景にはあるはずである。「論点整理」は、デフレの最大の原因は、バブル崩壊後の長期的な景気低迷が基調的に需給ギャップを拡大させたこととしている²。またデフレは、金利、債務、賃金の名目値が硬直的なために、資源配分の効率性を損ない経済の持続的な成長に悪影響を及ぼすとしているが、物価と実態経済の縮小が相互作用し、加速度的・継続的に進行する状況であるデフレ・スパイラルには陥っていないとしている。この認識に基づけば、デフレの主因は景気低迷であり、またデフレが景気低迷を加速・継続する状況ではないため、デフレの払拭には景気を回復させることが必要ということになる³。逆にデフレは景気に悪影響を及ぼすが、それは景気の悪化などによる現象に過ぎないため、その解決により景気回復を図ることは対処療法にすぎないのであり、直接的な問題解決ではないと考えられる。

この観点からみて、2002 年 10 月 30 日に経済財政諮問会議によって策定された「改革加

¹ 内閣府[2001]、原資料 B. R. Mitchell [1998a], [1998b]

² 「論点整理」では、このほかデフレの原因として、効率化圧力の高まりや輸入物価の下落といった供給サイドの要因の集中的発生、貨幣と物価の関係の不安定化や金融仲介システムの機能低下といった金融的な要因があるとしている。

³ ただし「論点整理」の指摘する他の 2 つの要因を合わせたデフレ効果が、景気低迷のデフレ効果よりも大きい場合は、景気回復後もデフレは続くと考えられる。しかし、この場合経済は低迷を脱しているため、デフレは問題にされないとみられる。

速のための総合対策」が一般に総合デフレ対策の呼称で報じられたことは、大きな誤解を与えることと考えられる。なぜなら「改革加速のための総合対策」は、小泉内閣による構造改革に関する基本方針⁴に基づいた改革を加速し、民需主導の自律的な経済成長を目指すものであるからである。たしかに総合対策には「デフレ克服に向け、政府・日本銀行は引き続き一体となって強力かつ総合的な取組みを実施する。」とあるが、政府見解によるデフレの定義に基づけば、その克服は副次的な目的であるはずである。したがって、これをデフレの克服のためのものであるかのように扱うことは、対策の目的に誤認を与えその評価を歪ませ、需要追加のための財政政策の実施を主張し易くするものと考えられる。すなわち 90 年代には財政政策による経済対策が、繰り返し行われたものの自律的な成長回復に結びつかず、もはや景気対策としての財政支出は主張しにくい、デフレが現在の景気低迷の主な原因であるとの誤認を与えることで、内容が同じであってもデフレ対策という名目ならば財政支出が必要と主張し易くするとみられる。

2. デフレ指標に関する問題点

デフレの定義を政府見解に基づき「一般物価が持続的に下落する状態」とすると、デフレとは市場で取引されるすべての財、サービスを 1 つのバスケットに入れ取り引きしたときに、その価格の下落が継続することである。したがってデフレを観測する際に、この定義に合致した、すなわち完全な一般物価を表す指標を用いることは不可能である。実際のデフレの観測値としては消費者物価指数（CPI）もしくはGDPデフレーターが用いられることが多い。このうちCPIは、全国の消費者が購入する財・サービスの価格の平均的な時系列の変動を表すために、596 品目の価格をウエイト付けし集計したものである。またGDPデフレーターについては、SNAで扱われる財、サービスの 2187 品目につき、その品目すべてについて価格指数を対応させることができないため、単価指数で代用などの妥協も用い作成した 400 の統合品目に対する基本デフレーターを用い実質GDPを算出する⁵。この実質GDPで、名目GDPを除したものがGDPデフレーターである。したがってGDPデフレーターにおいてもCPIに比べて品目数は多いが、やはりすべての財・サービスの価格を扱っているわけではなく、また単価指数で代用する品目についてはその財、サービスの仕様は時点により変化しているものと考えられる。

したがって、これらの指標をデフレについて用いるならば、それらの指標の持つ性格とデフレの定義についての相違について認識が必要である。すなわち理論からは、ある財・サービスの生産性の上昇や低価格の輸入品の増加は、実質所得を増加させ他の財・サービスの消費の増加からその財・サービスの価格を上昇させるため必ずしもデフレにつながるとはいえない。しかしCPIもしくはGDPデフレーターを指標にしてデフレが生じてい

⁴ 経済財政諮問会議 [2002] (2002 年 6 月 25 日閣議決定)

⁵ 93 SNAにおける品目数および統合品目数、400 の統合品目のなかには国内生産がないものもあるため基本デフレーターは 400 よりも少ない。

ると判断するのであれば、それは理論上の世界ではなく、その物価指数に採用された財・サービスの品目に限った価格の動きを反映したものである。したがって、ある品目の価格の低下による実質所得の上昇が物価指数に含まれない財・サービスのみの消費を増やすならば、生産性の上昇や低価格の輸入品の増加は確実に物価指数を下落させる。したがってデフレを論じる際には、その判断に用いている物価指数と理論の相違を十分に認識したうえで、物価指数に採用された個々の財・サービスの価格の変化をみる必要があると考えられる。

本稿はCPIに対する中国からの安価な製品の大量流入による影響（中国輸入ファクター）を分析するが、デフレもしくはCPI、GDPデフレーターの下落に対する中国輸入ファクターについての先行研究には、上述の観点から問題があるとみられるものもある。大西〔2002〕および原田、大西〔2002〕は、OECD諸国における消費者物価上昇率を、中国からの輸入増加額の対名目GDP比の変化幅、中国からの輸入増加額の対名目GDP比の期間平均、中国からの輸入額増加率のいずれかを説明変数とするもの、およびこれらにマネーサプライの増加率を説明変数に加えた6通りの最小二乗法の推計結果から、中国からの輸入が物価にあたえる影響はあまりなかったとしている。しかし中国からの輸入額全体で消費者物価を説明しようとすることは、消費者物価指数が限られた品目の価格の加重和であることを考慮しておらず、この推計結果からはCPI採用品目の安価な製品の中国からの大量輸入がCPIを引き下げているか否かについての判断はできないものと考えられる⁶。

デフレを論じる場合、本来は理論上の一般物価を完全に表す指標を用いることが理想である。しかし現実にこのような指標を用いることができない以上、CPIやGDPデフレーターなどを指標として用いることが实际的であると思われる。またデフレか否かを判断する際にもこれら指標が用いられていることから、これらがどのような要因で低下しているかを論ずることが、現実に議論されているデフレへの対処を考える際に重要となる。したがって本稿ではCPI低下の要因についての分析を行い、とりわけ中国輸入ファクターについて注目する。また分析の結果得られたCPI低下の背景にある経済の構造変化、さらにその変化への対処について考察する。ただCPI低下に対する中国輸入ファクターの分析を行うにあたっては、上述のデフレ指標に関する問題点を避けるため、直接的に個別

⁶ 原田、大西〔2002〕は、このほかCPI（対数値）上昇率を輸入価格指数（同）上昇率または中国からの輸入価格（同）上昇率と名目固定資本形成（同）前期差、コールレート前期差、マネーサプライ（同）前期差とGDPギャップ、CPI（同）上昇率、消費税ダミー（2変数）の8説明変数（消費税ダミー以外の説明変数はいずれも1期前の値）によって推計し、また同時にGDPギャップを同じ説明変数で推計したモデルを作成している。この推計の係数からコールレートとマネーサプライのCPIへの影響が大きく、輸入価格や公的資本形成の影響は小さいとしている。しかしこの推計では、推計結果にt値の有意水準が片側検定で25%を超える高いものがあることから（CPI（対数値）上昇率の推計式で、自由度は37、マネーサプライ（同）前期差のt値は0.6146、輸入価格指数（同）上昇率のt値は0.439）、定式化を見直す必要があるのではないと思われる。またCPI（対数値）上昇率の推計式決定係数0.7522のもとで、四半期データを用いて3年後までの物価変動のシミュレーションを行っていることの説明力にも疑問がある。

品目別の価格指数の動きに関する分析を行う。さらに個別品目の価格指数の動きに対し中国からの競合する商品の輸入の影響についての検討を行う⁷。

⁷ C P I の下落をその構成する品目別の価格指数の変動から直接的に分析した先行研究としては、日本銀行 [2001] がある。ここでは C P I の構成品目を輸入・輸入競合商品とその他の商品に 2 分し、それぞれの物価指数を作成比較し、両者の下落率の差から C P I (除く生鮮食品) は、耐久消費財や衣料を中心とした安価な消費財の輸入増加に伴い、輸入製品およびその競合品の価格下落が続いていることが主因であるとしている。

． C P I 低下に対する中国輸入ファクターの影響

章で述べたように C P I を指標としてデフレを論じる場合、C P I の対象品目数が 596 品目と限られていることから、対象品目個々の財・サービスの価格の変化をみる必要がある。したがって本稿では、C P I 全体の変動に対する個々の財・サービスの価格変動の寄与率を算出し、近年の C P I 低下への中国輸入ファクターの影響についての分析を行う。

1 ． C P I 低下への指数対象品目別の寄与率

C P I の暦年平均ベースでの時系列の変化をみると、98 年がピークでありその後下落が続いている。ピークからの低下率は 2001 年までで 1.7% である。しかし 98 年には生鮮野菜の価格が不作から高騰しており（対前年比上昇率 18.1%）、この影響を除くために生鮮野菜を除いた 569 品目でみると低下率は 1.3% となる。この生鮮野菜を除いた C P I 低下への指数対象品目ごとの寄与率を計算すると、最も高いのは固定電話料の 16.0% である。これにパソコン（ノート型）7.8%、パソコン（デスクトップ型）7.7% が続く⁸。上位 10 品目の累積寄与率は 65.6% に達する。上位 10 品目にはパソコン 2 品目のほか、電気冷蔵庫、テレビ、ルームエアコンがあり、電気機械器具が 5 品目と半数を占め、その寄与率の合計は 28.4% と全体の低下の約 3 割に達する（上位 10 品目の寄与率については、図表 2 - 1 に、生鮮野菜を除く全 569 品目の寄与率については付表（P37）に示した。また C P I 全体は 98 年以降低下しているが、個々の指数対象品目の価格をみると上昇しているものもある。価格が低下している品目は 360 品目で、その累計の寄与率は 189.4% である。価格が変化していないものは 28 品目、価格が上昇しているものは 181 品目である。価格が低下している品目の累計の寄与率を変動の全体（100%）とした場合の上記の電機 5 品目の寄与率は 15.0% である。）

電機 5 品目の以外の上位 10 品目をみると、寄与率が高さは固定電話料については規制緩和の進展による事業者間の価格競争の進展を、電気代は規制緩和が進められるなかで、内外価格差に対する批判への対応も踏まえ、98 年 2 月、2000 年 10 月に大きな価格引下げが行われたことを反映したものと考えられる⁹。またゴルフプレー料金については、ゴルフ場数の増加や利用者の低迷による 1 コース平均の利用者数の減少、セルフプレー人気などゴルファーの低価格志向、活発なインターネット利用によるコース選択などから、価格競

⁸ 生鮮野菜を除いた C P I 対象品目は平成 12 年基準では 569 品目であるが、このうち平成 7 年基準による調査において 95~99 年の価格指数が継続して利用できるものは 516 品目である。したがって生鮮野菜を除く C P I の 98 年から 2001 年への低下への各品目の寄与率は、98 年から 2000 年への 516 品目の寄与度を算出し、2000 年から 2001 年は 596 品目の寄与度を算出し、両者を合計した上で、総務省『消費者物価指数年報 平成 13 年』記載されている個別品目の集計ウエイトの累計が四捨五入の誤差により 10,000 にならない誤差を修正するため個々の品目の寄与度に、98~2001 年の生鮮野菜を除く C P I の低下率を求めた合計値で除した値を乗じ、こうして求めた個々の品目の寄与度を、98~2001 年の生鮮野菜を除く C P I の低下率で除すことによってもとめている。

⁹ 内閣府政務統括官（経済財政 - 景気判断・政策分析担当）[2001]

争が激化した結果を反映したものと考えられる¹⁰。したがって上位 10 品目の寄与率累計のうち、上記を除き寄与率の大きい電機 5 品目の価格低下について以下扱う。

図表 2 - 1 98～2001 年の生鮮野菜を除く C P I 低下への上位 10 品目の寄与率

順位	品 目 名	寄与率	順位	品 目 名	寄与率
1	固定電話料	16.0%	6	ゴルフプレー料金	5.1%
2	パソコン（ノート型）	7.8%	7	電気冷蔵庫	4.8%
3	パソコン（デスクトップ型）	7.7%	8	テレビ	4.6%
4	電気代	6.5%	9	持家の附属家賃（非木造）	3.6%
5	ハンバーガー	6.2%	10	ルームエアコン	3.4%

（注）網掛け部分は電気機械器具の品目。

（資料）総務省統計局『消費者物価指数年報』

2．中国からの輸入増大の状況

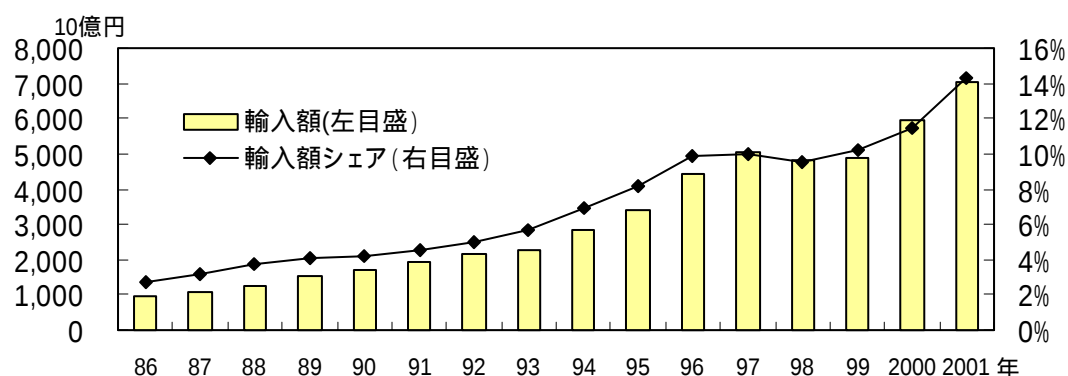
本節では、中国輸入ファクターの C P I への影響を分析するのに先立ち、中国からの安価な製品の輸入状況につき、全体動向、大分類の品目別の動向、また前節で C P I 低下への寄与率の大きいことを述べた電機 5 品目の動向について述べる。

(1) 輸入全体の状況

2000 年以降再び加速した輸入総額の増加

わが国の中国からの輸入総額は、図表 2 - 2 に示したとおり、85 年以降の大幅な円高の進展に伴うわが国企業の海外展開や、中国の改革開放の進展から 87 年以降 2 ケタの増加を続け、特に 94～96 年には、年率 20～30%に達する大幅な増加となった。その後 98 年

図表 2 - 2 中国からの輸入総額と日本の全輸入額に対するシェア



（資料）大蔵省関税局、財務省関税局『日本貿易月表』

¹⁰ 余暇開発センター [2000] 自由時間デザイン協会 [2001] [2002]

には、わが国の景気の低迷や為替の円安から日系の海外進出企業からの輸入の伸びが低迷したことにより 4.3%減少し、99 年も横這いとなった。しかし 2000、2001 年には、再び 20%前後の高い増加率になっている。こうした動向のもと、中国からの輸入総額の日本の全輸入額に対するシェアも 86 年の 2.7%から上昇を続け、94～96 年に各年 1.2～1.7%の高い上昇率を見せた後、98 年には 0.4%減となるなど低迷したが、2001 年には 2.8%の上昇で輸入額シェアは 14.3%に達している。

輸入品目数

90 年以降の輸入統計品目表に基づく輸入品目数¹¹でみても、90 年には 3,219 品目であったが、2001 年には 5,574 品目と 1.7 倍以上に増加している。毎年の増加率は 90～95 年には約 5～12%であったが、96 年には伸びが鈍化し 98 年には輸入総額と同様マイナス(-0.5%)となった。99 年以降は、90 年代前半の平均に比べて水準は低いものの着実に増加してきている。輸入総額のみならず、輸入品目数も増加していることから、中国からの輸入は量だけではなく拡がりもみせていることが判る(図表 2 - 3)。

図表 2 - 2 中国からの輸入品目数

	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01
輸入品目数	3,219	3,471	3,638	3,922	4,307	4,809	4,947	5,057	5,033	5,182	5,442	5,574
増加率	4.9%	7.8%	4.8%	7.8%	9.8%	11.7%	2.9%	2.2%	-0.5%	3.0%	5.0%	2.4%

(資料)大蔵省関税局、財務省関税局『日本貿易月表』

(2)品目別の動向¹²

品目別輸入額：機械機器、繊維製品に顕著な輸入増加

中国からの輸入の状況を大分類の品目別の輸入額でみると、90 年比で 2001 年に増加しているのは、比較可能な 6 品目のうち、機械機器、繊維製品、食料品、化学製品である。一方減少しているのは鉱物性燃料で原料品はほぼ横這いであり、原燃料の輸入額が減少し製品の輸入が増加しているといえる¹³。90 年を 100 とした指数で、2001 年に機械機器は

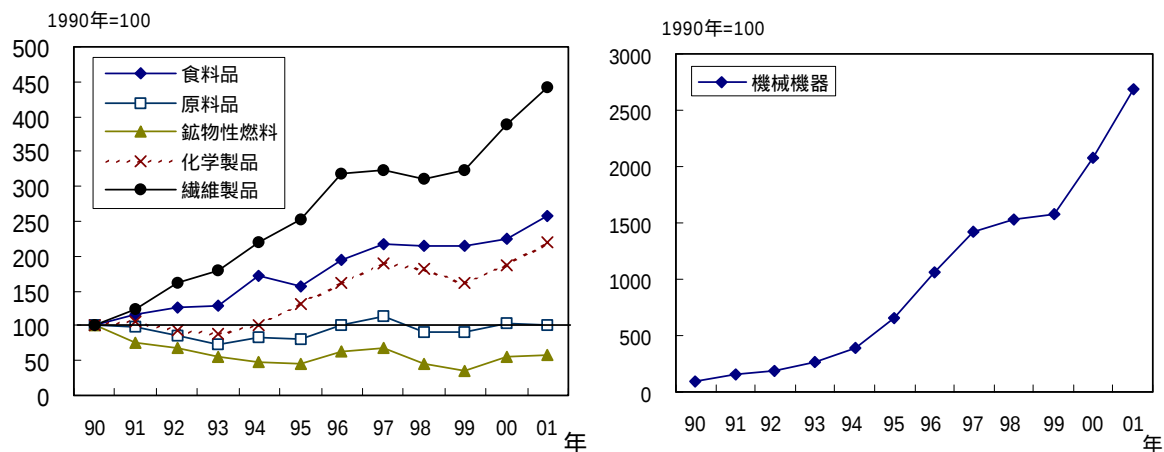
¹¹ 日本関税協会『実行関税率表』記載の HS 品目の分類は毎年改正が行われ、特にその基本的分類体系を定めた HS 条約の改正により 91、96 年には前年に比べ大きな改正が行われ(同様の直近の改正は 2002 年)毎年の総品目数は同一ではない。

¹² 日本関税協会『外国貿易概況』の「主要国別輸入額」の 95 年以降の大分類のデータによる。この分類は 95 年に変更があったため、94 年以前のデータは 95 年以降にあわせ調整している。すなわち、94 年以前の繊維原料、金属原料、原料品(その他)の合計を原料品とし、繊維製品は大分類その他に含まれる中分類の繊維製品のデータである。また、大分類のうち金属及び鉱物性製品、その他については、94 年以前には「主要国別輸入額」ではデータの調整ができないため品目分類から除外した。さらに「主要国別輸入額」の分類は、日本関税協会『外国貿易概況品目分類基準表』の分類に基づいており、この分類は本節のデータ期間中では 96 年に変更となっているが、これに伴う調整は行っていない。このほか 94 年以前はドル建てのデータであるため、95 年以降のデータとあわせるため各年の年平均為替レートで円換算した。

¹³ 食料品の中国からの輸入総額に占めるシェアは、90 年が 16.1%で 2001 年は 10.2%。

2,683.7 と約 27 倍に増加している。また繊維製品は 441.9 と 4 倍以上の増加をしている。これに対し鉱物性燃料は 58.3 で大きく減少している（図表 2 - 4 ）。

図表 2 - 4 中国からの品目別輸入額指数（1990 年=100）の推移

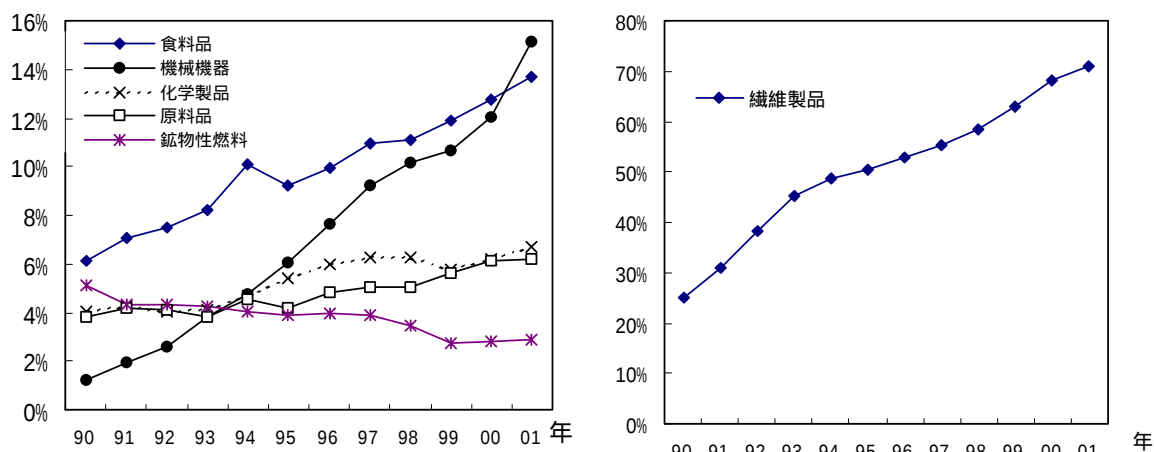


（資料） 日本関税協会『外国貿易概況』

品目別輸入額シェア：繊維製品、機械機器、食料品で高い上昇

中国からの輸入総額の増加と同様に、品目別でもそれぞれの品目における日本の全輸入額に対する中国からの輸入額のシェアをみると図表 2 - 5 のとおりで、繊維製品が 90 年の 25.0%から 2001 年には 70.8%へと 45 ポイント以上上昇している。また食料品は 90 年には 6.1%であったが、2001 年には 13.7%とシェアを倍増させている。さらに C P I 低下へ

図表 2 - 5 中国からの品目別輸入額シェア



（注） 日本の各品目の全輸入額に対する中国からの輸入額のシェア

（資料） 日本関税協会『外国貿易概況』

の寄与率が高いことを指摘した電機 5 品目を含む機械機器は 90 年のシェアは 1.3%に過ぎずなかったが、2001 年には前年まで繊維製品に次いでシェアの高かった食料品を上回り 15.1%に達した。一方鉱物性燃料は輸入シェアでみても 90 年の 5.1%から 2001 年の 2.9%へと落ち込みが大きい。

(3)電機 5 品目の動向

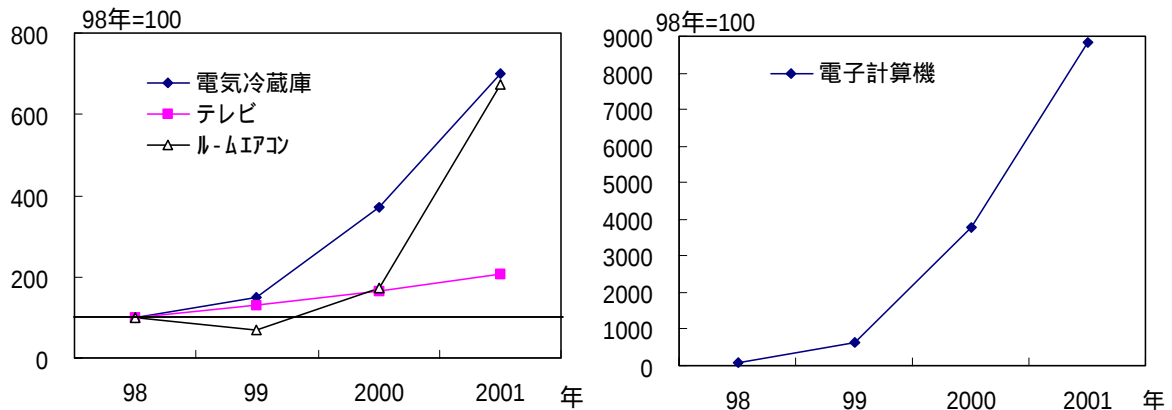
前項までに、近年の中国からの輸入の大幅な増加の状況を、輸入総額および品目別の輸入額でみてきた。大分類の品目別では、C P I 低下への寄与が大きい電機 5 品目を含む機械機器の輸入増加が、金額でみても品目別輸入総額に占めるシェアでみても大きくなっている。このような状況のなか本項では、C P I 低下への寄与が大きい電機 5 品目に特定した輸入量およびシェアが 98 年から 2001 年にかけてどのように変化しているかを大蔵省関税局、財務省関税局『日本貿易月表』のデータなどからみていく。またこれらの品目について、国内生産品の単価と中国からの輸入品の単価を比較する。ただし電機 5 品目のうちパソコン（ノート型）とパソコン（デスクトップ型）は、『日本貿易月表』に基づく H S 品目分類にパソコンの区分がないため電子計算機のデータで代替する（パソコンのデータを電子計算機のデータで代替することは、98～2001 年において電子計算機の国内出荷台数のうちパソコンは 96.7～98.0%を占めるため問題は少ないと考えられる）¹⁴。したがって以下では 4 品目の数量および価格の動向を扱うが、これらを総称する際には電子計算機が 2 品目の代替であることから電機 5 品目と呼ぶこととする。

急増する輸入量

電機 5 品目の 98 年の輸入数量を 100 とすると、2001 年に電気冷蔵庫は 699.6、テレビは 207.0 ルームエアコンも 672.2 に増加している。また電子計算機では 8817.6 にまで達し、いずれの品目も急増といえる状況にある（図表 2 - 6 ）。

¹⁴ H S 品目分類には電子計算機との標記がないため、ここで電子計算機としているのはデジタル式自動データ処理装置である。また電機 5 品目に対応させた H S 品目分類のコードは C P I に指定されている仕様から以下のとおりとした。電子計算機（パソコン）：8471.30-000、8471.41-000、8471.49-000。電気冷蔵庫：8418.21-000、8418.22-000、8418.29-000。テレビ：8528.12-010、8528.12-090。ルームエアコン：8415.10-010、8415.81-019、8415.82-019、8415.83-091。C P I に採用されている品目と競合関係が強い輸入品とするため、テレビはカラーテレビを、ルームエアコンについては定格冷房消費電力が 3 kW 以下のエアコンディショナーに対応させた。

図表 2 - 6 中国からの電機 5 品目輸入数量指数



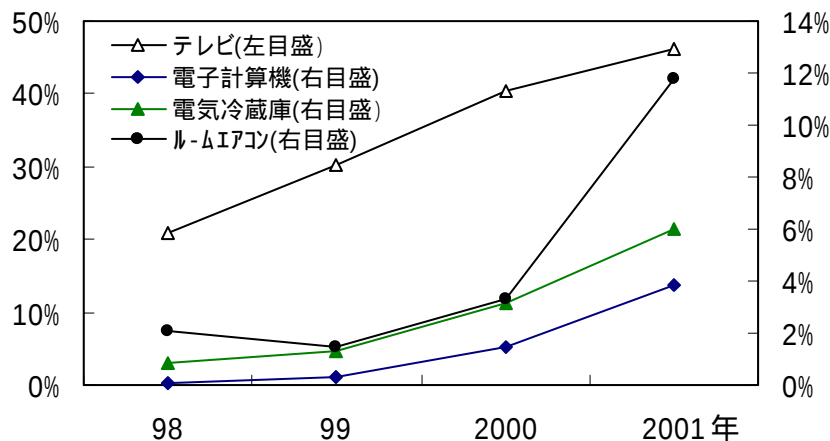
(注)各電機に対応させている輸入品目については脚注 14 を参照。

(資料)大蔵省関税局、財務省関税局『日本貿易月表』

高まり顕著な輸入数量シェア

前項でみたように電機 5 品目の輸入額は急増しているが、C P I への影響を考える場合、国内での販売量に対する相対的な輸入量が、その品目の価格に影響を与える水準に達しているかどうかを確認する必要がある。各々の品目の国内販売台数に対する中国からの輸入台数のシェアについて 98 年と 2001 年を比較すると図表 2 - 7 のとおり、電気冷蔵庫は 0.8%から 6.0%にテレビは 20.9%から 46.1%に、ルームエアコンは 2.1%から 11.8%に、電子計算機は 0.1%から 3.8%にいずれも顕著に増加し¹⁵、2001 年の各々の品目におけるシェアは、その価格に十分影響を与える水準にあるとみられる。

図表 2 - 7 中国からの電機 5 品目輸入数量シェア



(注)各電機に対応させている輸入品目、シェアの算出方法については脚注 14 を参照。

(資料)大蔵省関税局、財務省関税局『日本貿易月表』、経済産業省経済政策局調査統計部『機械統計年報』

日本冷凍工業会資料

¹⁵ 中国からの輸入製品は全量が国内出荷されるとは限らないが、輸入製品が再輸出される可能性は低いものと考えられるため、輸入品全量が国内販売されるものとしてシェアを算出した(輸入品が輸入された

明確な格差がみられる製品単価

98～2001 年における電機 5 品目の中国からの輸入単価（CIF 建て）の国内生産者販売単価に対する比率¹⁶をみると図表 2 - 8 のように、電気冷蔵庫は 6.5～8.1%、テレビは 21.5～28.2%である。ルームエアコンは 36.7～68.8%であり、年々比率は小さくなってきている。また電子計算機は 9.0～33.6%であるが、『日本貿易月表』が基づく HS 品目分類のデジタル式自動データ処理装置にはいわゆるポケコンが入ると考えられ¹⁷、これが中国からの輸入単価を低くしている可能性がある。この影響を排除するために、中国からの輸入の

図表 2 - 8 中国からの電機 5 品目輸入単価と国内生産単価（千円/台）

品 目		価 格			
		98	99	2000	2001
電子計算機 (パソコン)	国内生産	348.4	291.0	232.3	205.6
	中国輸入 (10kg以下携帯用を除く)	32.7 (39.9)	26.1 (35.0)	21.3 (51.4)	69.1 (73.5)
	価格比	9.4% (11.5%)	9.0% (12.0%)	9.2% (22.1%)	33.6% (35.7%)
電気冷蔵庫	国内生産	95.3	100.9	103.0	106.4
	中国輸入	7.7	7.1	8.0	6.9
	価格比	8.1%	7.0%	7.8%	6.5%
テレビ	国内生産	75.5	77.8	87.8	90.2
	中国輸入	21.3	18.9	18.9	25.1
	価格比	28.2%	24.3%	21.5%	27.8%
ルームエアコン	国内生産	54.2	49.9	48.1	48.1
	中国輸入	37.3	33.5	22.8	17.6
	価格比	68.8%	67.2%	47.5%	36.7%

（注）各電機に対応させている輸入品目については脚注 14 を参照。各列は 2 行目に表示した暦年の数値。

（資料）大蔵省関税局、財務省関税局『日本貿易月表』、経済産業省経済政策局調査統計部『機械統計年報』

年内に販売されない可能性がある点は捨象し、年内に販売されるものとみなした。基本的なシェアの算出方法は、 $(\text{ - 2 - (3) - で扱った輸入数量}) / ((\text{ 経済産業省経済産業政策局調査統計部『機械統計年報』における販売数量}) - (\text{『日本貿易月表』による日本の輸出数量}))$ による。ただし電気冷蔵庫は、『機械統計年報』記載のデータが業務用も含んだものであるため、算出式の分母から日本冷凍空調工業会のデータ (<http://www.jraia.or.jp/>) による業務用冷蔵庫の出荷台数を除いている。またルームエアコンについては、シェア算出式の分母として同工業会の家庭用エアコン（ルームエアコン）の国内出荷台数を用いている。さらに電子計算機は国内販売台数のデータが利用できないため、分母を（『機械統計年報』における電子計算機本体の生産数量）+（『日本貿易月表』による日本の輸入数量）-（『日本貿易月表』による日本の輸出数量）で代用している。各品目の算出式の分母で差し引いている日本の輸出数量として扱った品目の HS コードは、以下のとおりである。電気冷蔵庫：8418.21-000、8418.22-000、8418.29-000、テレビ：(98、99 年) 8528.12-111、8528.12-119、8528.12-190、8528.12-900、(2000、2001 年) 8528.12-110、8528.12-190、8528.12-900、電子計算機 8471.30-000、8471.41-100、8471.41-900、8471.49-000。また分母を『機械統計年報』における販売数量としたのは、章で中国について述べるようにわが国への電機 5 品目の輸入品は、海外現地法人からの輸入もしくは委託生産による輸入が多いとみられるため、わが国メーカーの販売としてカウントされている可能性が高いとみられるためである。

¹⁶ 輸入単価は『日本貿易月表』の価額を数量（NO）で除したもの。国内生産者単価は『機械統計』の生産を生産数量（台）で除したもの。ただしルームエアコンはエアコンディショナ 2.25kw 未満のデータを使用。

¹⁷ 機械統計の電子計算機本体には、いわゆるポケコンは含まれない。

うちポケコンが入ると考えられる重量が 10kg 以下の携帯用のデジタル式自動データ処理機械（HSコード 8471.30-000）を除いてみても価格比は 11.5～35.7%である。このような価格比に、前項で述べた国内販売台数のシェアを考え合わせると、いずれの品目の輸入価格も国内の小売価格を引き下げるのに十分な水準であるものと考えられる。

ただCPIの計算に採用されている品目は対象となる銘や指標が指定されたものが多く、電機5品目でもパソコン（ノート型）、パソコン（デスクトップ型）がPOS情報による各々の全製品の価格及び販売数量等により算出されているが、他の品目では仕様が指定されている¹⁸。このため中国からの低価格の輸入品の流入が直接的にCPIを引き下げる可能性は低い。しかし仕様が異なっても、同じ目的に使用される代替財であるため、低価格の中国からの輸入品の大量流入は、CPIの調査対象である仕様の製品価格も引き下げる可能性が高い。

3．中国からの輸入による価格への影響

(1)電機5品目の価格への影響

前節までで電機5品目の中国からの輸入は、数量面、輸入単価双方からみて各品目のCPIの価格を引き下げている可能性があることを示した。本節ではCPIの価格指数と中国からの輸入品との関係を統計的にみる。電機5品目におけるCPIの価格指数を、通関統計（『日本貿易月表』）による電機5品目に相当する品目の2000年を100とした輸入価額指数により、各々のデータをプールし回帰することで、両者の統計的関係を計測する。回帰式の推計期間は98～2001年、利用データの期種は歴年、推計方法は単純最小二乗法である。またここではパソコン（ノート型）とパソコン（デスクトップ型）は別個に扱い¹⁹、この両品目は2000年からCPI計算に採用されたため推計への利用データは2000、2001年の2年間である。

推計結果は図表2-9のとおり説明変数が1%有意（両側検定）で決定係数は0.760758と、これら品目のCPIの価格指数と中国からの輸入品の大量流入には連動性が高いこと

¹⁸ CPIで指定されている各品目の仕様は以下のとおり。

電気冷蔵庫：（H12年基準）冷凍冷蔵庫、5ドア（独立製氷室付き）〔定格内容積〕401～456L、インバーター内蔵、特殊機能付きは除く

（H7年基準）冷凍冷蔵庫、4ドア、〔有効内容積〕375～415L、自動製氷機能付き、（商標・型式番号指定）

テレビ：（H12年基準）ワイドテレビ、32型、フラット画面、画面分割機能付き、BSチューナー内蔵、BSデジタル放送対応機能（D3端子付き）、特殊機能付きは除く

（H7年基準）カラーテレビ、21型、テーブルタイプ、音声多重受信装置内蔵、スピーカーは2個または4個、リモコン付き、ビデオ入力端子付き、別売りのテレビ台除く、（商標・型式番号指定）

ルームエアコン：（H12年基準）冷房・ヒートポンプ暖房兼用タイプ、セパレート型、壁掛型、〔定格時能力〕冷房2.2kw、暖房3.2kw、インバーター内蔵、〔エネルギー消費効率〕5.27以上、高性能機能付き、特殊機能付きは除く

（H7年基準）冷房・ヒートポンプ暖房兼用タイプ、セパレート型、壁掛型、インバーター内蔵、〔定格時能力〕冷房2.5kw又は2.8kw、暖房3.6～4.0kw、（商標・型式番号指定）

¹⁹ パソコン（ノート型）に対応する『日本貿易月表』の品目はHSコードで8471.30-000、パソコン（デスクトップ型）に対応する品目は8471.41-000、8471.49-000とした。

が示された。

図表 2 - 9 電機 5 品目の C P I 価格指数の推計結果

	定数項	電機 5 品目輸入価額指数
係数	110.67277	-0.06152
(t 値)	(40.20733)	(-6.97840)

自由度修正済 $R^2 = 0.760758$ 、推計期間 98 ~ 2001 年 (暦年)、サンプル数 16

(資料) 総務省統計局『消費者物価指数年報』、大蔵省関税局、財務省関税局『日本貿易月表』

(2) 耐久財、冷暖房用器具 16 品目の価格への影響

前項で電機 5 品目における C P I の価格指数の低下と中国からの輸入品の大量流入が高い連動性を示していることを統計的に示した。しかしこの推計における自由度は 14 と係数の安定性が低いとみられることから、電機 5 品目を含む C P I 採用品目の分類である教養娯楽用耐久財、家事用耐久財、冷暖房用器具に属する 27 品目のうち、『日本貿易月表』で対応するデータの利用できる 16 品目 (電機 5 品目のほか、電子レンジ、電気炊飯器、ガス湯沸機、電気掃除機、ミシン、電気アイロン、ビデオテープレコーダー、ワープロ、カメラ、ビデオカメラ、ピアノ)²⁰ について、前項で電機 5 品目について行ったものと同様に、各品目の C P I の価格指数を、通関統計 (『日本貿易月表』) によるそれぞれに相当する品目の 2000 年を 100 とした電機 5 品目の輸入価額指数により、各々のデータをプールし回帰を行った。

ここでも回帰式の推計期間は 98 ~ 2001 年、利用データの期種は歴年、推計方法は単純最小二乗法であり、パソコン (ノート型) とパソコン (デスクトップ型) の利用データは 2000、2001 年の 2 年間である。推計結果は図表 2 - 10 のとおりで、カメラやワープロといった中国からの輸入量が増加傾向にはあるといえない品目が含まれた推計でも、説明変数が 1 %

図表 2 - 10 耐久財、冷暖房用器具 16 品目の C P I 価格指数の推計結果

	定数項	耐久財、冷暖房用器具 16 品目輸入価額指数
係数	109.22414	-0.056756
(t 値)	(73.30561)	(-7.43992)

自由度修正済 $R^2 = 0.4794996$ 、推計期間 98 ~ 2001 年 (暦年)、サンプル数 60

(資料) 総務省統計局『消費者物価指数年報』、大蔵省関税局、財務省関税局『日本貿易月表』

²⁰ 電機 5 品目以外の 11 品目に対応する『日本貿易月表』における品目の H S コードは以下のとおり (対応する品目は、C P I 計算における採用品目の仕様を考慮し選定した)。
電子レンジ : 8516.50-090、8516.50-010、電気炊飯器 : 8516.79-100、ガス湯沸機 : 8419.11-000、電気掃除機 : 8509.10-090、ミシン : 8452.21-000、電気アイロン : 8516.40-000、ビデオテープレコーダー : 8521.10-000、8521.90-000、ワープロ : 8469.11-000、カメラ : 9006.51-000、9006.53-100、9006.53-900、ビデオカメラ : 8525.40-000、ピアノ : 9201.10-000

有意（両側検定）で決定係数は 0.4794996 と、C P I の価格指数と中国からの輸入品の大量流入にはかなりの連動性があることが示された。

以上みた様に、98 年のピーク以降における C P I 低下の約 3 割をもたらしている電機 5 品目の価格低下には、中国輸入ファクター（中国からの安価な輸入品の大量流入の影響）が大きく働いているとみられ、C P I 低下について考察する際には中国輸入ファクターを注視していく必要があると考えられる。

．中国からの輸入増大の要因と今後の動向

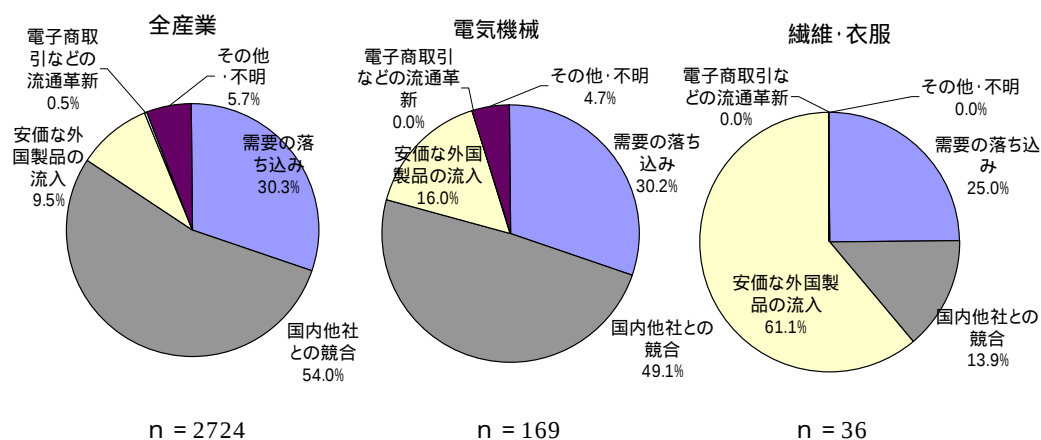
中国輸入ファクターの影響が電機 5 品目などの価格低下に影響が大きいとことを 章にて確認したが、本章ではこのような中国からの輸入がどのような要因により増大しているか、また今後どのような動向になるとみられるかにつき述べる。

1．輸入増大の要因

(1) 乏しい外国製品との競合感

日本生命保険相互会社が 2002 年 1 月中旬～ 2 月末に行った「ニッセイ景況アンケート - H13 年度下期調査 - 」(回答企業数 3,361 社) によると、中国からの安価な輸入品の大量流入が、電機 5 品目の価格などの低下に影響が大きいことは、これらの財を生産する企業にはあまり実感されていないとみられる。このアンケートでは、特別調査項目でデフレ経済に対する企業の見方を調べている。そしてそのなかで「デフレ(物価の下落) が懸念されています。貴社の製品・サービスの販売単価は下落傾向にありますか。」「はい」とお答えの場合、販売単価下落の主な原因は何ですか。」との質問項目を設定している。これに対し電機 5 品目などの生産を行う電気機械産業では回答企業数 183 社のうち 169 社(92.3 %) が、販売単価は下落傾向にあると回答し、その主な原因として最も多いのは「国内企業との競合」で 49.1 % である。また 2 番目に多い回答は「需要の落ち込み」の 30.2 % であり、「安価な外国製品の流入」は 16.0 % にすぎない。この「安価な外国製品の流入」を販売価格の下落の主な原因とする回答割合は、全産業での 9.5 % に比べ大きいものの、電機 5 品目と同様中国からの輸入が大きく増加している(P8、図表 2 - 4、図表 2 - 5 参照) 繊維製品を生産する繊維・衣服の 61.1 % に比べるとはるかに低い水準である(図表 3 - 1)。

図表 3 - 1 企業回答による販売単価下落の主な原因



(資料)日本生命保険相互会社「ニッセイ景況アンケート(2002.2)調査結果」より作成

(2) 企業の外国製品との競合感が低い理由

前項でみたように、アンケートによる電気機械産業において販売価格の下落の主因が安価な外国製品の流入とする回答の割合が低いことと、 章でみたような電機 5 品目における価格の下落の主因が中国輸入ファクターであるとみられることの相違の理由としては以下が考えられる。まず電気機械産業の生産物には電機 5 品目以外にも、発電用・送電用・配電用機械や電気計測機器など様々なものがある。しかし 章でみたように機械機器の輸入も全体として急増していることから（P8、図表 2 - 4、2 - 5）、これが主因であるとは考えにくい。この相違の原因の一つとして考えられるのは、国内生産品と中国などからの輸入品との仕様が異なる点である。すなわち国内生産品は高級品が中心で輸入品は低・中級品中心であるため、代替財として価格が下落することはあっても、直接的に競合する製品との認識が低いと考えられることである。

また他の原因としては、中国などからの安価な輸入品の大量流入が、日本企業の現地法人からの逆輸入もしくは生産委託による O E M 供給によるところが大きいことがある。現地法人からの電気機械の輸入額は、99 年度（統計上の最新年度）の 98 年度対比で中国、アセアン 4（マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン）N E I S 計で 12.4%増だが、中国だけでみると 45.2%増である（図表 3 - 2）²¹。このように中国からの電気機械の大量

図表 3 - 2 日本企業の現地法人の販売先別売上高（百万円）

販売先 現法所在地	98年度			99年度		
	全体	日本	現地	全体	日本	現地
中国	827,400	140,248	332,525	933,698	203,631	435,654
前年度比	111.2%	96.9%	113.9%	112.8%	145.2%	131.0%
国・地域内シェア	12.4%	7.0%	15.4%	12.4%	9.1%	16.4%
NIE S	3,163,998	720,827	1,370,356	3,569,873	816,379	1,693,509
前年度比	84.9%	72.2%	85.2%	112.8%	113.3%	123.6%
国・地域内シェア	47.3%	36.2%	63.3%	47.6%	36.5%	63.6%
アセアン4	2,696,709	1,130,058	463,239	2,998,149	1,218,619	532,729
前年度比	81.9%	72.1%	77.0%	111.2%	107.8%	115.0%
国・地域内シェア	40.3%	56.8%	21.4%	40.0%	54.4%	20.0%
3国・地域計	6,688,107	1,991,133	2,166,120	7,501,720	2,238,629	2,661,892
前年度比	86.1%	73.5%	86.5%	112.2%	112.4%	122.9%

（注）中国には香港を含まない。NIE Sは、大韓民国、台湾、シンガポール、香港。アセアン4は、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン。国・地域内シェアは、中国、NIE S、アセアン4合計に占めるシェア。

（資料）経済産業省経済産業政策局調査統計部企業統計室、経済産業省貿易経済協力局貿易振興課『我が国の海外事業活動』

²¹ ここに用いた統計データである経済産業省経済産業政策局調査統計部企業統計室、経済産業省貿易経済協力局貿易振興課『我が国企業の海外事業活動』は、海外に現地法人を有する我が国企業を対象とし、調査票の配布に対する自計申告による有効回答を集計したものである。したがって時系列での比較には回答率の相違に留意が必要である。しかし回答率は 98 年度に 56.0%、99 年度に 63.4%で、これを考慮してもここで述べた状況には変化がないものと考えられる。

流入は、アジアの他地域と比較しても日本企業の現地法人からの逆輸入もしくは生産委託によるＯＥＭ供給によるところが大きい。

(3)中国からの電機５品目の逆輸入の事例

中国からの電気機械の逆輸入は、テレビについては９０年代半ばにはかなり行われていたとみられるが、電気冷蔵庫やルームエアコンといった白物家電については、２０００年以降に本格化したとみられる。こうした状況は電気冷蔵庫やルームエアコンの中国からの輸入の急増（Ｐ９、図表２－６）と符合しており、この点からも中国からの電機５品目など電気機械の輸入の増加は、日本企業の現地法人からの逆輸入もしくは生産委託によるＯＥＭ供給によるところが大きいことが確認される。このような中国からの電機５品目の逆輸入の事例を図表３－３にまとめた。

(4)逆輸入増大の背景

このような電気機械の逆輸入が増大している背景には、日本国内での生産における利益率の低下がある。これを確認するために、国内での生産をアクティビティベースの部門で分類記録した産業連関表のデータと法人企業統計年報のデータをもとに、同じ基準で算出

図表３－３ 中国からの電機５品目の逆輸入の事例

品目	年度	会社名	事 象
エアコン	1999	富士通ゼネラル	中国（上海）タイの生産ラインを４０万台増強（海外生産１５０万台体制に）、国内販売が浜松工場の生産能力５０万台を越える場合、海外工場から調達
パソコン	2000	ソニー	パソコンは全量を国内で生産していたが、デスクトップ型の「パイオ」の生産を台湾企業に委託、中国の工場で生産し輸入
テレビ	2000	東芝	深谷工場から大連東芝テレビジョンに生産移管。デジタルテレビを含めブラウン管テレビの生産を全て中国に移管
エアコン	2001	松下電器	広州松下・万宝エアコン会社の生産能力を引上げ日本向け生産開始
		富士通ゼネラル	2001年１０月に台湾、１２月に日本での生産から撤退。中国、タイ工場での生産に切り替え
		三洋電機空調	中国工場の製造設備拡充、低価格品を日本に輸出し、２年後に日本と中国の生産台数を同じに（瀋陽三洋空調からの輸入拡大）
テレビ	2001	三洋電機	ブラウン管テレビを中国などのメーカーへの委託生産に切り替え
		三菱電機	京都工場のワイドサイズのブラウン管テレビ（年間５万台生産）を全量中国メーカーからのＯＥＭ供給に切り替え。日本でのブラウン管式デジタルテレビの生産から撤退、中国、韓国企業に生産委託
エアコン	2002	日立製作所	工場建設により輸入開始
パソコン	2002	ＮＥＣ	台湾メーカーの中国工場に組み立て作業を委託。国内販売分の１割の海外生産比率を、2003年末までに７割に引上げ
テレビ	2002	東芝	PDPテレビを大連東芝テレビジョンで月産３０００台程度で生産開始。全量を日本へ輸入。
パソコン	2003	東芝	杭州に東芝情報機器杭州を設立、工場・製造ラインを建設、最新型のノートパソコンを全世界に出荷

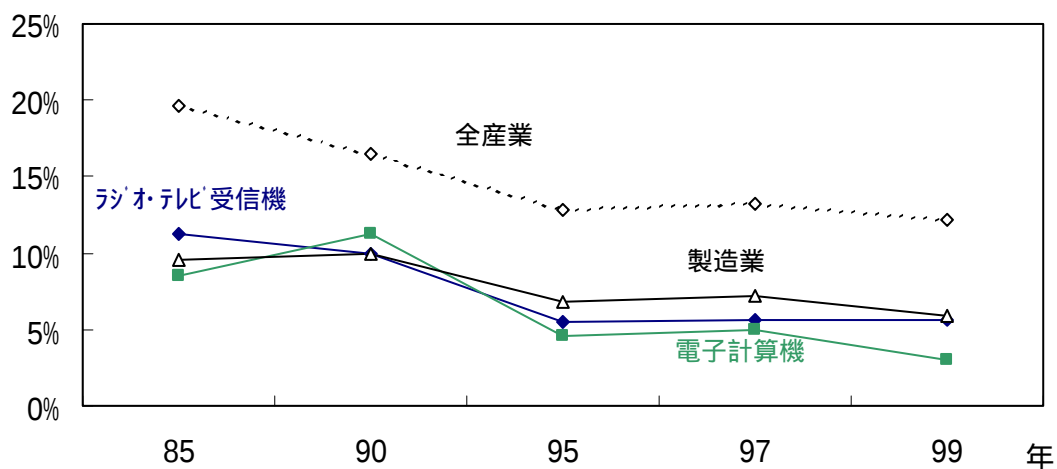
（資料）新聞報道などより作成

が可能な 85、90、95、97、99 年について総資本営業利益率を算出した（図表 3 - 4）²²。

全産業における同利益率は、85 年の 19.7% から 95 年には 12.8% に低下し、その後横這い傾向で 99 年度は 12.2% である。製造業は全産業と同じような推移であるが、その水準は、全産業の 2 分の 1 前後で 85 年には 9.6%、99 年度は 6.0% である。電機 5 品目に関する同利益率は、ルームエアコン、電気冷蔵庫については産業連関表では基本分類でも民生用電気機械までの分類のみであり、対応するデータを利用できないため算出していない。ラジオ・テレビ受信機および電子計算機の総資本営業利益率は、各々 90 年に 10.0%、11.2% と製造業（9.9%）を上回っていたが、95 年には 5.5%、4.6% と製造業（6.8%）を下回る水準に低下し、99 年まで製造業を下回る状況が継続している。特に電子計算機については 99 年に 3.1% と製造業の 6.0% に比べ約半分の水準にある。

このように総資本営業利益率が製造業平均よりも早くまた大きく低下したことが、利益率向上のために、製造コストの低い中国で生産し製品輸入を増大させることにつながっていると考えられる。

図表 3 - 4 国内生産の総資本営業利益率



(資料)総務庁『昭和 60 - 平成 2 - 7 年接続産業連関表』、経済産業省経済産業政策局調査統計部『平成 9 年産業連関表(延長表)』『平成 11 年産業連関表(延長表)』、大蔵省『財政金融統計年報(法人企業統計年報特集)』

²² 総務庁『昭和 60 - 平成 2 - 7 年接続産業連関表』、経済産業省経済産業政策局調査統計部『平成 9 年産業連関表(延長表)』『平成 11 年産業連関表(延長表)』および 85,90,95,97,99 年度の大蔵省『財政金融統計年報(法人企業統計年報特集)』を用いて算出した。算出方法は産業連関表の各年の営業余剰を国内生産額で除し国内生産額営業余剰率(売上高営業利益率に相当)を算出し、これに法人企業統計年報による資本回転率を乗じることによって算出している。用いた総資本回転率は、85 年の国内生産額営業余剰率に乘じるのであれば 85 年度のものであり、暦年と年度の 3 ヶ月のずれは調整していない。またラジオ・テレビ受信機、電子計算機の総資本回転率については電気機械器具製造業のものを用いた。また製造業の国内総生産額および営業余剰については、32 部門表の食料品、繊維製品、パルプ・紙・木製品、化学製品、石油・石炭製品、窯業・土石製品、鉄鋼、非鉄金属、金属製品、電気機械、輸送機械、精密機械、その他製造工業製品の数値を合計した。

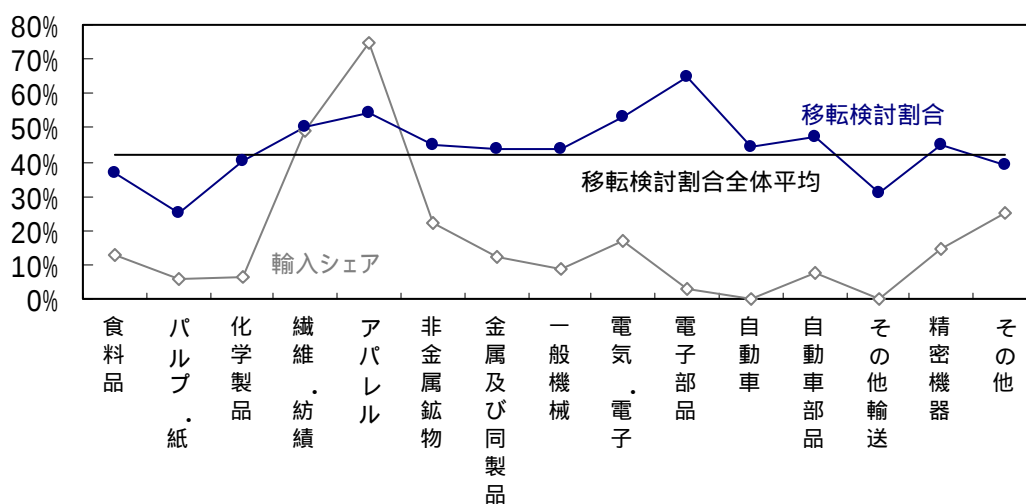
２．今後も継続し広がる中国等への生産移転

前節でみたような中国などへの電機製品等の生産移転による逆輸入の増大は、生産コスト格差が短期間には縮小困難であることから今後も継続するとみられる。これは中国沿海部でのコストが上昇しても内陸部への生産移転が進展し、さらに中国のコストアップや為替調整があっても、ベトナム、ラオス、カンビジア、インド、パキスタンなど他のアジア諸国への移転が考えられるからである。さらに 2001 年に本格的に国内生産が始まった P D P テレビも 2002 年には既に移転が始まるなど、中国における技術水準の向上の速さ、裾野産業の発達、中国の経済成長に伴う中国国内需要の高度化を考えると、今後移転は拡大、高度化し継続していくものとみられる。以下このような動向が示唆される企業の意向などについて、日本貿易振興会経済情報部『日本市場における中国製品の競争力に関するアンケート調査報告書』のデータを中心にみていく。

(1)高い生産・調達体制の中国への移転の意向

上記アンケート調査に、製造拠点としての中国に対する評価、今後の対応策などに関する部分があり、今後生産・調達拠点を中国にシフトすることを検討するかどうかについての設問がある。回答状況は図表 3 - 5 のとおりで、電機製品に相当する業種分類と考えられる電気・電子（回答企業数 75 社）では、53.3%と過半数の企業が中国へのシフトを検討するとしている。これは 23 分類の業種別では、電子部品（同 48 社、65.2%）、アパレル（同 11 社、54.5%）に次ぎ、全体での 42.2%に比べ 10 ポイント以上高い。また特徴的なこと

図表 3 - 5 業種・品目別中国への生産・調達移転検討割合、輸入シェア（2000 年）



(注) 移転検討割合の業種分類は化学、医薬品、ゴム製品を統合し化学製品に、鉄鋼、金属製品、非鉄金属を統合し金属及び同製品としている。非金属鉱物は窯業土石、その他は家具・建材。また卸売、小売、商社については表示していない。輸入シェアは金額（円）ベース。繊維・紡績の輸入シェアは衣類・同付属品のシェア、アパレルは、繊維製品から衣類・同付属品を除いたシェア。

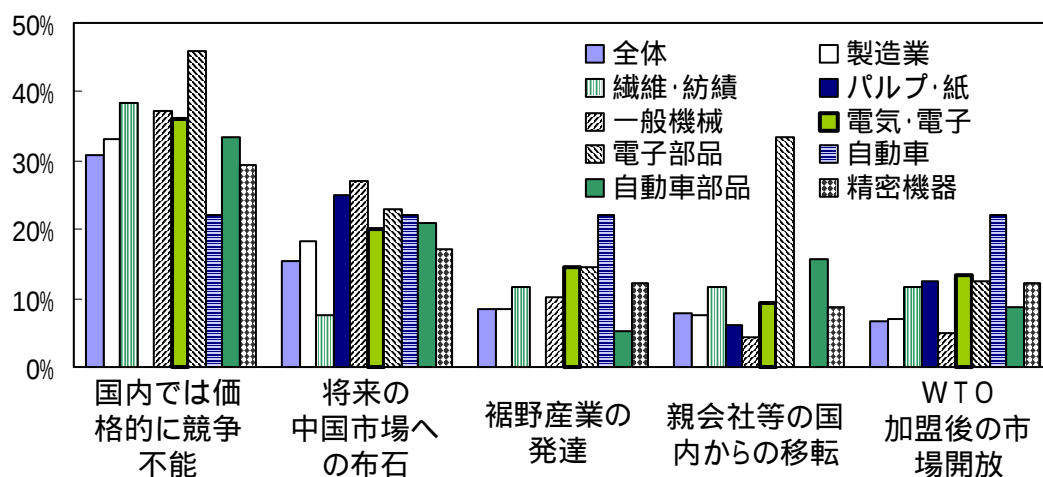
(資料) 日本貿易振興会経済情報部『日本市場における中国製品の競争力に関するアンケート調査報告書』、日本関税協会『外国貿易概況』、財務省『日本貿易月表』

は 2000 年に中国からの輸入実績がない自動車（同 9 社）でも 44.4%と全体を上回る割合の企業が移転を検討すると回答しており、また自動車の移転に集積が不可欠と考えられる裾野産業の自動車部品（同 57 社）についても 47.4%と、業種別でみて 5 番目に高い検討割合となっている。

(2)「製造コスト的に競争不能」が多い移転理由

中国への生産・調達体制のシフト検討の理由は図表 3 - 6 のとおりで、全回答企業に対する比率で電気・電子は「日本国内の製造コスト（賃金など）では競争できなくなっているから」との回答が 36.0%と 3 分の 1 以上に達する。これは全体での 30.8%、製造業 33.0%を上回っている²³。また「将来の中国市場への布石」とする回答が電気・電子で 20.0%、全体で 15.5%、製造業で 18.3%と 2 割かそれを若干下回る水準であり、「中国での裾野産業の発達」を理由とするものは電気・電子で 14.7%、全体で 8.3%、製造業で 8.5%である。他の製造業の業種における回答状況は、「日本国内の製造コスト（賃金など）では競争できなくなっているから」との回答は、電子部品 45.8%、繊維・紡績 38.5%、一般機械 37.3%、また「将来の中国市場への布石」は一般機械が 27.1%、パルプ・紙が 25.0%であり、「中国での裾野産業の発達」は自動車が 22.2%と最も高く、他には電子部品の 14.6%が高い比率となっている。

図表 3 - 6 中国への移転検討の主な理由



(資料) 日本貿易振興会経済情報部『日本市場における中国製品の競争力に関するアンケート調査報告書』

²³ 本項に記載の業種で、回答企業数（N）および回答企業のうち中国への生産・調達拠点のシフトを検討しているとの回答割合をここまで本稿にて記していないものの数値は、製造業：N=703、回答割合=45.0%、繊維・紡績：N=26、回答割合=50.0%、パルプ・紙：N=16、回答割合=25.0%、一般機械：N=118、回答割合=44.1%、精密機械：N=58、回答割合=44.8%。

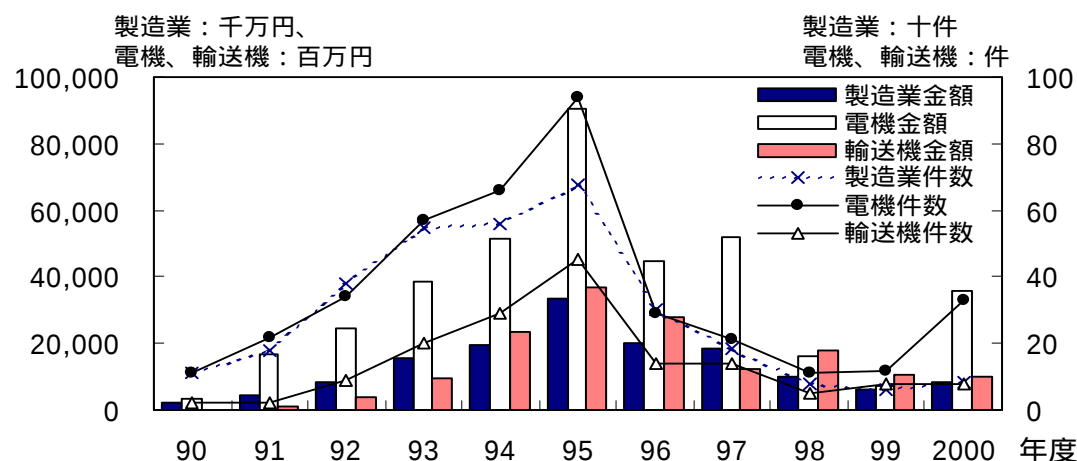
このような移転の検討状況およびその理由からいって、一般機械や 2000 年の中国からの輸入シェアがゼロである自動車、3.0%と低水準な電子部品についても今後生産移転が進展する可能性が大きいとみられる。

(3)対中直接投資の状況からも生産移転は増加傾向

アンケートによる企業の意向ではなく、対中設備投資の動向からも今後の電機製品の生産移転の継続は確認できる。日本から中国への直接投資額・件数（届出ベース、日本側統計）をみると²⁴、製造業では投資額、件数ともに 90 年代前半に増加し 95 年度にピークをつけた後、99 年度まで減少を続け 2000 年度にも大きな回復には至っていない。一方電機²⁵では、95 年度までの増加とその後の減少傾向は製造業での動向と同様であるが、投資額は 99 年度に、件数では 98 年度に底を打ち 2000 年度には顕著な回復がみられる。この直接投資の回復は - 1 - (3)でみたような中国への生産移管に対応したものと考えられる。また届出ベースの統計には、未実行のものも含まれているため、このような直接投資の回復はそれ以降の中国での生産能力の増強と、それに伴う逆輸入の増加を示唆するものである。

他の業種をみると、自動車を含む輸送機では、投資額・件数ともに製造業、電機と同様に 95 年度まで増加した後減少に転じている。その後投資額については 2000 年度まで減少が続いているものの、件数については 98 年度に底を打っている（図表 3 - 7）。

図表 3 - 7 中国への直接投資額・件数（届出ベース）



(資料)大蔵省、財務省財務総合研究所『財政金融統計月報（対内外民間投資特集）』

²⁴ 対外投資実績による統計であるため、原則として 1 億円相当額以上の取引のみに限る。97 年度までは事前届出ベース、98 年度以降は事後報告・一部審査付事前届出ベース。

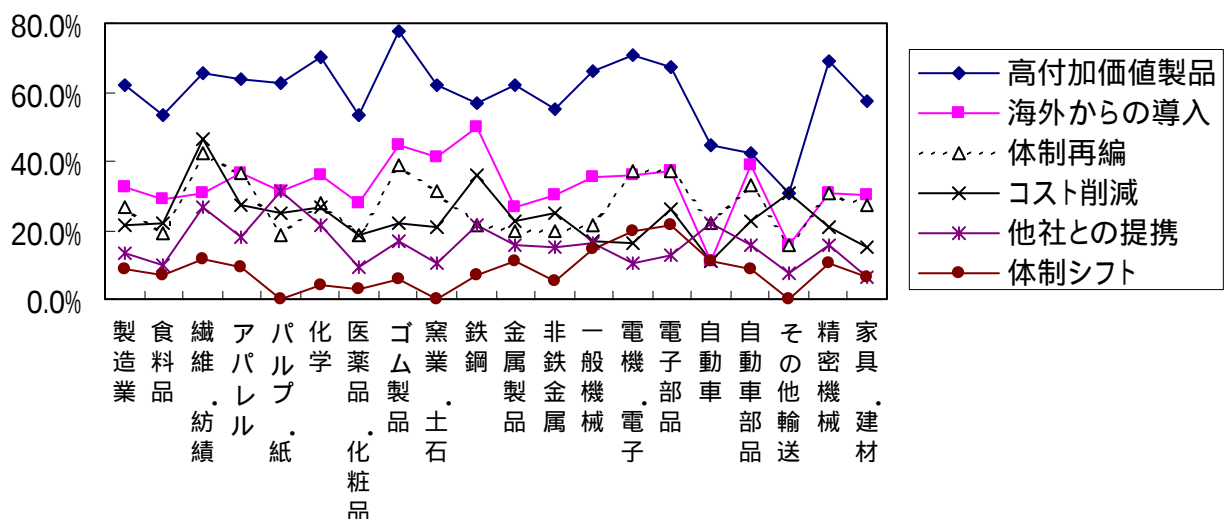
²⁵ 電機には前項まで及び次項で用いている『日本市場における中国製品の競争力に関するアンケート調査報告書』の業種分類のうち電気・電子及び電子部品が含まれるものと考えられる。

(4)中国製品の競争力に対する今後の対応

本節でみてきたように中国等への生産移転は、国内の生産では製造コスト的に競争が不能であるなどの理由から今後も継続し、またその業種範囲も広がっていくとみられる。このような状況のなか、中国製品の競争力に対して各企業がどのような対応策を考えているかについて、再び日本貿易振興会経済情報部『日本市場における中国製品の競争力に関するアンケート調査報告書』のデータにみる。対応策として最も多かったのは製造業全体、そして各業種ともに「より高付加価値な製品を開発する」であり、製造業全体では 62.3%で、電気・電子の 70.7%など製造業内の各業種でも自動車、自動車部品、その他輸送（各 44.4%、42.1%、30.8%）を除き 50～70%台である²⁶。製造業全体で次いで多い回答は「より安い部品・資材を海外から導入する」の 32.4%であり、製造業内の各業種でも 19 業種中 16 業種で 2 番目に多い回答となっている。しかし「生産・調達拠点のシフトを行う」という回答は製造業全体で 8.8%、個別業種では 1 ケタが 12 業種、それ以外も 10% 台前半の回答にとどまり、電子部品の 21.7%、電気・電子の 20.0%が 2 割を超えているものの他の回答と比較してあまり高い比率とはなっていない（図表 3 - 8）。

すなわち中国へ生産・調達体制を検討するものが 4 割にものぼり、また 3 割が製造コスト的に競争が不可能としながらも、その対策として積極的に中国などに生産・調達体制のシフトを行うことはせず、低価格の資材・部品の導入や中国製品などと競合性の少ない高付加価値品の開発により国内での生産を維持しようとする姿勢にあることが判る。このような対応は、国内から中国などに生産拠点を移すことともなうサプライチェーンの構築

図表 3 - 8 中国製品の競争力に対する今後の対策（回答割合）



(資料) 日本貿易振興会経済情報部『日本市場における中国製品の競争力に関するアンケート調査報告書』

²⁶ その他輸送の最も多い対応策は「より高付加価値な製品を開発する」とともに、「賃金抑制など、コスト削減のための企業努力を行う」が同率で並んでいる。またその他輸送の回答企業数は 13、回答企業のうち中国への生産・調達拠点のシフトを検討しているとの回答割合は 30.8%

や労務管理上の問題など事業の不確実性や、中国での生産拠点の立ち上げ及び国内の生産拠点を縮小、閉鎖することに伴うコストを回避するためと考えられる。

しかしデジタル革命の下で部品のモジュール化が進展し、本質的な機能がソフトウェアで実現されハードウェアが単純化することで、特定の製造技術における優位性が薄れるなか²⁷、機能面で高付加価値製品を開発したとしても中国などの技術面でのキャッチアップは早いものと考えられる。実際に前述のように 2001 年に本格的に国内生産の始まった P D P テレビも既に 2002 年には中国への生産移転が始まっている。さらに自動車においても部品のモジュール化が進展しているため²⁸、既に中国などへの生産の移転が始まっている製品のみならず、今後移転が見込まれる製品についても、アンケートにおける回答にみられるような高付加価値製品の生産によって国内生産を維持しようという事業戦略には限界があるものとみられる。

²⁷ 池田 [2002]

²⁸ 藤本 [2002]、大久保 [2002]

．少数精鋭の事業体制、ブランドの重視と非製造業の効率化が重要

１．今後も継続する中国輸入ファクターによるＣＰＩ押し下げ圧力

章までにみたように、ＣＰＩの低下に大きな影響を与えているとみられる中国からの安価な輸入品の大量流入は、電機製品については今後も継続が見込まれるため、電機５品目の価格低下によるＣＰＩ引下げ圧力は今後も継続するとみられる。また自動車についても前章でみたような中国への生産移転に関する企業の意向のみならず、図表４－１のとおり実際に中国への生産移転は進んでいる。図表４－１の計画の合計で、２０１０年における中国の乗用車の生産台数は１００万台を超え、２００１年の日本での国内生産台数（８１１万７５６３台）の１２％以上となる。しかし中国での生産は、中国国内市場を対象にしたものが多く、ホンダが２００４年後半の稼動を予定している広東省広州市に計画の輸出専用工場で生産する自動車も、日本を除くアジアや欧州向けに輸出が計画されている。このように現段階では自動車については中国で現地法人が生産した製品が、逆輸入される状況にはない。

しかし同様な状況は電機製品にもみられたものである。－１－(３)で述べたように、白

図表４－１ 自動車各社の乗用車の中国への生産移転状況

企業名	状 況
トヨタ自動車	２００２年８月中国最大の自動車メーカー第一汽車と包括提携。天津に第２工場を建設、２００５年から年間５万台を生産。第一汽車への技術援助により２００３年から長春で１～２万台のＳＵＶを生産。２０１０年には年間３０～４０万台の生産・販売規模が目標
ホンダ	２００２年１１月広州汽車、東風汽車との合併による広東省広州市での輸出専用工場の建設が認可される。２００４年後半から生産開始予定で年間５万台規模の生産を行い、全量を欧州、日本を除くアジア地域に輸出する計画。２００１年の中国での生産台数は、広州汽車との合併の広州本田汽車による５万台
日産自動車	２００２年９月中国トップ３のメーカーの１つ東風汽車との戦略的な包括提携関係を結び合併会社を設立。２００３年より生産を開始し２００６年に日産ブランドの乗用車２２万台の生産を計画（２００２年は東風汽車、台湾系自動車メーカー裕隆との合併子会社の風神汽車で３万５千台の生産見込み）
三菱自動車	北京ジープへの技術援助によりパジェロスポーツ（日本名チャレンジャー）を２００３年第一四半期から、アウトランダーを２００４年第一四半期から北京ジープにて生産。パジェロスポーツは年間１万台の生産を見込む。
マツダ	第一汽車グループの一汽海南汽車（海口市）への委託生産台数の増加と一汽轎車（長春市）への生産委託開始により２００３年の中国での乗用車生産台数を２００２年の２倍の４万５千台に引上げ
スズキ	２００５年をめぐりに重慶長安汽車と日商岩井との合併企業の重慶長安鈴木の本生産台数を２００１年実績（４万３千台）の２．３倍の１０万台に引上げ
ダイハツ	第一汽車グループの一汽華利に技術供与、２００３年よりダイハツブランド車を天津で年間１０万台生産
富士重工業	９８年から貴州省の合併会社で軽自動車レックスを生産、２００１年出荷１,６００台

（資料）各社プレスリリース、新聞報道より作成

物家電については 90 年代には主力機種の国外への生産移管はありえないとされていたが、2000 年以降に本格的な輸入が始まり、2002 年には三洋電機グループが 2004 年 3 月をめぐりに家庭用エアコンの国内生産を停止し、中国の系列会社に全面的に生産移管する方針を打ち出している。また松下電器産業、ソニー、日立製作所などでは生産のみならず、設計・開発業務の一部を中国に移管するに至っている。したがって自動車についても、いずれ中国の現地法人から逆輸入が行われる可能性がある。自動車が中国の現地法人から逆輸入され、それにともない、電機 5 品目における 99～2001 年の年平均値の価格低下と同等の価格低下（20.2%）が生じたとすると²⁹、C P I を年間 0.41%引き下げることになる。これは 99～2001 年における C P I の年平均低下率の 0.44%とほぼ同程度の大きさである。

このような中国輸入ファクターは、貨幣の流通量が増加し C P I の低下が止まった場合には、為替が円安方向の変化するとみられるため輸入価格が上昇し C P I の低下への寄与はなくなると考えられる。しかし国内生産の製品と中国からの輸入製品の価格比には変化がないと考えられるため、このような場合でも現地法人や委託生産先からの逆輸入は継続、拡大するとみられ、逆輸入がなかった場合に比べ C P I を下押しすると考えられる³⁰。またこうした逆輸入の増加は国内生産を減少させる。 - 2 - (4)でみたように企業は国内での生産を維持しようとするが、その対応策としての高付加価値製品の開発には限界があり、実効性は小さいものとみられる。ここでは企業が意図するような国内生産の維持のために有効とみられる対応策について述べる。

2．日中間の生産コスト格差

本節では、中国への生産移転の主な要因であるわが国での国内生産の製品と、安価な中国生産の製品のコスト格差は、どのような要因によってもたらされているのかを、労働単価、中間投入物の単価の日中間格差について各々みたうえで、日本、中国各々の産業連関表での中間投入、生産要素の投入数量を前提としてコスト格差の要因を把握する。

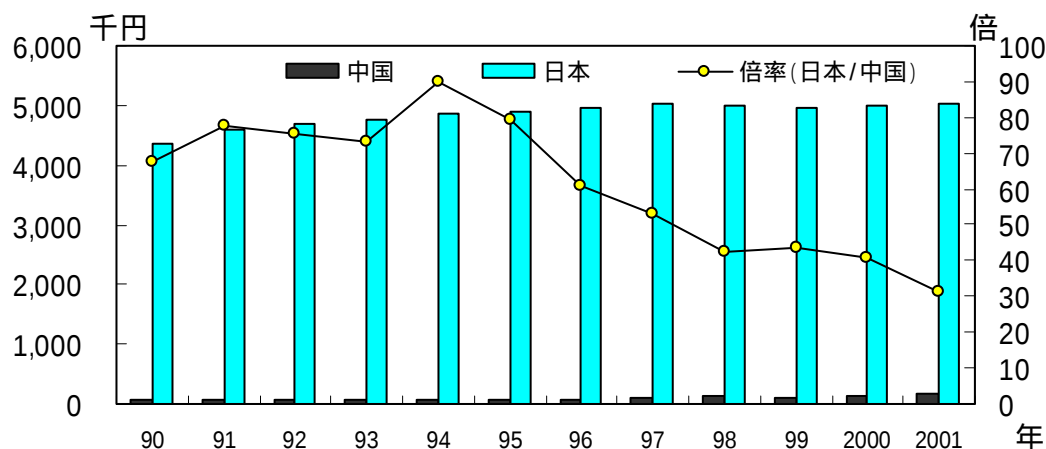
(1) 労働単価の格差

わが国と中国の生産コスト格差としては、労働コストの格差が取上げられることが多いが、平均的雇用者 1 人あたりの 2001 年の年間支払賃金総額は、中国は 159.7 千円であるのに対しわが国は 5,029 千円と 31.5 倍の水準にある。時系列でみると 94 年の 90.1 倍から倍率は低下してきているが、依然大きな較差がある（図表 4 - 2）。

²⁹ 電気冷蔵庫、テレビ、ルームエアコンにおける 99～2001 年における価格低下の各々の幾何平均とパソコン（ノート型）、パソコン（デスクトップ型）の 2001 年における各々の価格低下の単純算術平均。

³⁰ 章で述べたように逆輸入は、逆輸入がなかった場合に比べ逆輸入製品およびその競合製品の価格を相対的に低下させるが、実質所得の増加により他の財・サービスの消費を増加させそれらの財・サービスの価格を上昇させるため、必ずしも C P I を下押しするとは言えない。しかし 章までにみてきたように現在の C P I の低下に対する中国輸入ファクターの寄与は大きく、貨幣流通量の増加により C P I の低下が止まったとしてもこのような状況が大きく変化するとは考えにくい。

図表 4 - 2 日本と中国における雇用者平均の賃金水準（年間）



（注）中国の賃金水準は、年平均の円元レートで円換算した。

（資料）労働省政策調査部、厚生労働省統計情報部『賃金センサス』、中華人民共和国国家統計局『中国統計年鑑』、三菱総合研究所『中国情報ハンドブック』

(2) 中間投入単価の格差

わが国と中国における中間投入単価の格差を、経済産業省「平成 13 年度産業の中間投入に係る内外価格調査」でみると、中間投入総合での内外価格差は、わが国の価格は中国に対し（以下同様）5.56 倍である。その内訳は分野別では、素材が 1.85 倍と相対的に低倍率であり、加工・組立は 3.01 倍、エネルギーは 2.88 倍であるが、産業向けサービスは 8.93 倍と特に内外価格差が大きくなっている。さらに業種別にみるとスクラップ類は 0.46 倍と日本の方が安く、また鉄鋼は 1.02 倍、非鉄金属では 1.24 倍と日中間の価格の格差は小さい。しかし鉱産物が 6.99 倍、情報サービス 6.85 倍、不動産が 6.37 倍などでわが国の単価は中国に比べて大幅に高く、さらに諸サービスでは 19.33 倍と際立った格差がある（図表 4 - 3）。

図表 4 - 3 日本と中国の中間投入の単価格差（倍）

総合	工業製品等	素材	繊維製品	製材・木製品	パルプ・紙	化学製品	窯業・土石	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	鉱産物	スクラップ類	加工・組立	一般機器
5.56	2.30	1.85	1.80	1.85	1.44	1.74	2.40	1.02	1.24	2.54	6.99	0.46	3.01	3.93
産業向けサービス														
電気機器	輸送用機器	その他工業	エネルギー	石油石炭製品	電力都市ガス	(大口電力)	(都市ガス)	サービス	金融・保険	不動産	運輸	情報サービス	通信	諸サービス
1.42	3.58	3.02	2.88	2.97	2.75	2.89	2.27	8.93	4.77	6.37	3.23	6.85	4.47	19.33

（注）日本での価格の中国での価格を円換算した金額に対する倍率。パルプ・紙はパルプ・紙・同製品。

（資料）経済産業省「平成 13 年度産業の中間投入に係る内外価格調査」

(3) 日中のコスト比較

ここでは、本節の前項までにみたような労働および中間投入における日中の単価格差のもとで、実際の生産に伴うコスト格差はどのような状況にあるのかをみていく。

生産コスト比較の方法

本来の生産コスト比較は、同一の製品を日本と中国で生産した場合のそれぞれのコストを比較すべきであるが、このような個別データの利用は、既存調査が無い場合非常に多くの労力を要する。また集計データからこのような比較を行うことはできない。したがってここでのコスト比較は日中の産業連関表を用い、その中間投入および生産要素についての投入係数を前提として、国内生産額から営業余剰を除いた営業費用ベースのコストの比較を、2つの方法によって行っている³¹。1つは日本の産業連関表による産出コストと、日本の産業連関表の投入係数に基づく産出を中国の労働および中間投入の単価で行った場合のコスト（日本の産業連関表に記録された生産の労働および中間投入の単価を中国の水準に置き換えた場合のコスト）を比較するものである。また他の1つの方法はこの方法とは逆に、中国の産業連関表による産出コストと、中国の産業連関表の投入係数に基づく産出を日本の労働および中間投入の単価で行った場合のコスト（中国の産業連関表に記録された生産の労働および中間投入の単価を日本の水準に置き換えた場合のコスト）を比較するものである。

使用する産業連関表は、日本のものは利用できる最新の経済産業省経済産業政策局調査統計部『平成11年産業連関表（延長表）』100×100部門表であり、中国のものは入手できた最新のものである国家統計局国民経済核算司『中国1997年投入産出表』124×124部門表である。またここで比較の対象は、98～2001年までのCPI低下への寄与が大きい電機5品目などを生産する日本の産業連関表ベースでの統合大分類の電気機械部門に属する部門とした³²。

日本の産業連関表をベースにした比較の結果

日本の産業連関表をベースにした比較の結果、すなわち日本で使用されている技術をベースに日本と中国で生産を行った場合における生産コストの比較の結果（中国における生産コストの日本のそれに対する比率）は、電気機械全体では44.1%（コスト格差55.9%）

³¹ 日本と中国における製造コストの比較には、本節の前項までにみた労働及び中間投入の単価格差のほか、資本財単価及び資本の償却年数の両国での相違による物理的に同一である資本ストックに対する減価償却額費の格差、税制などの格差による純間接税額の格差についても調整する必要がある。しかしここではこれらの調整は行なっておらず、日本（中国）の産業連関表を用いた分析では中国（日本）での生産でも日本（中国）での減価償却額及び純間接税が適用されるものとした。また家計外消費支出については、日中の単価差は中間投入総合の価格差と同等として扱った。

³² 総務庁『平成7年（1995年）産業連関表』による分類。また日本の産業連関表と中国の産業連関表における部門は正確に一致しないため、中国の産業連関表での電気機械部門としては、部門の通番073～079の電機製造業、日用電器製造業、その他電気機械及び器材製造業、電子計算機製造業、日用電子器具製造業、電子部品製造業、その他電子及び通信設備製造業とした。

である。部門別では、電子計算機及び同付属装置が 50.0%（同 50.0%）で最も高く、重電機器の 36.1%（同 63.9%）、電気計測器の 38.7%（同 61.3%）が 30%台で、他は 40%台（同 50%台）である。

このコスト格差をどのような要因によっているか寄与度分解をしてみると、電気機械全体では労働コスト³³が 18.2%、原材料（財）の中間投入コストが 14.9%、サービスの中間投入コストが 20.9%、家計外消費支出が 2.0%である³⁴。部門別にみると、労働コストによる寄与が高いのは重電機器の 31.6%であり、低いのは電子計算機及び同付属装置の 9.6%である。原材料（財）の中間投入コストの寄与は民生用電子機器の 18.1%が高く、半導体素子・集積回路の 10.8%が低い。またサービスの中間投入コストは各部門とも 20%前後の寄与度であるが、通信機器の 23.8%が高く、重電機器の 19.0%が低い（図表 4 - 4）。

図表 4 - 4 日中の電気機械の生産におけるコスト格差（日本の生産技術ベース、%）

	民生用電子機器	民生用電気機器	電子計算機及び同付属装置	通信機械	電子応用装置	電気計測器	半導体素子・集積回路	電子部品	重電機器	その他の電気機器	合 計
コスト比率 (中国/日本)	43.3	42.5	50.0	44.2	44.3	38.7	45.2	43.7	36.1	43.6	44.1
コスト格差	56.7	57.5	50.0	55.8	55.7	61.3	54.8	56.3	63.9	56.4	55.9
労働コスト	17.4	17.1	9.6	13.6	15.4	24.6	20.1	19.2	31.6	21.3	18.2
寄与 原材料(財)中 間投入コスト	18.1	16.4	17.9	16.0	15.4	14.0	10.8	14.8	11.3	13.0	14.9
与 サービス中間 投入コスト	19.2	22.2	20.0	23.8	22.0	21.4	22.3	20.7	19.0	20.2	20.9
度 家計外消費支 出	1.9	1.7	2.6	2.3	2.9	1.3	1.5	1.6	1.9	1.8	2.0

（資料）経済産業省経済産業政策局調査統計部『平成 11 年産業連関表（延長表）』、経済産業省「平成 13 年度産業の中間投入に係る内外価格調査」

中国の産業連関表をベースにした比較の結果

一方中国の産業連関表をベースにした比較の結果、すなわち中国で使用されている技術をベースに日本と中国で生産を行った場合における生産コストの比較の結果（中国における生産コストの日本のそれに対する比率）は、28.8%（コスト格差 71.2%）である。部門別では電子計算機製造業が 33.7%（同 66.3%）で最も高く、電機製造業が 25.5%（同 74.5%）で最も低い。

コスト格差を寄与度分解すると、電気機械全体では労働コストが 51.9%、原材料（財）の中間投入コストが 10.1%、サービスの中間投入コストが 9.2%である³⁵。日本の産業連関

³³ 産業連関表上、家計外消費支出に計上される福利厚生費は除く。

³⁴ 原材料（財）の中間投入とした部門は、行番号 1～67 の部門、サービス投入としたのは行番号 68～100 の部門である。電力、ガス・熱供給、水道などユーティリティ部門からの投入はサービス投入とした。

³⁵ 原材料（財）の中間投入とした部門は、部門の通番 001～085 の部門、サービス投入としたのは部門の通番 086～124 の部門である。日本の産業連関表をベースにした場合同様、電力生産供給業、蒸気熱水生

表（日本で使用されている技術）をベースにした比較の結果と比べて、労働コストの寄与度が大きくなっているのは、中国では日本の 31.5 分の 1 の水準にある低賃金のもとで労働集約的な生産技術が使用されているためと考えられる。部門別では、労働コストによる寄与が高いのはその他電子及び通信設備製造業の 56.6%であり、低いのは日用電器製造業の 47.7%である。原材料（財）の中間投入コストの寄与は電機製造業の 12.5%が高く、その他電子及び通信設備製造業の 6.4%が低い。またサービスの中間投入コストは、日用電器製造業の 13.4%が高く、その電子計算機製造業の 3.7%が低い（図表 4 - 5）。

図表 4 - 5 日中の電気機械の生産におけるコスト格差（中国の生産技術ベース、%）

	電機製造業	日用電器製造業	その他電気機械及び器具製造業	電子計算機製造業	日用電子器具製造業	電子部品製造業	その他電子及び通信設備製造業	合 計
コスト比率 (中国/日本)	25.5	27.4	29.4	33.7	32.0	26.1	27.6	28.8
コスト格差	74.5	72.6	70.6	66.3	68.0	73.9	72.4	71.2
寄与度								
労働コスト	56.8	47.7	49.0	54.9	53.6	54.9	56.6	51.9
原材料(財)中間投入コスト	12.5	11.6	11.3	7.8	8.7	10.0	6.4	10.1
サービス中間投入コスト	5.1	13.4	10.3	3.7	5.8	9.0	9.3	9.2

（資料）国家統計局国民経済核算司『中国 1997 年投入産出表』、経済産業省「平成 13 年度産業の中間投入に係る内外価格調査」

3 . 国内生産維持に不可欠な製造業みずからの対応と非製造業の効率化

前節でみたような日中の生産コスト格差を前提として、 - 2 - (4)でアンケート結果にみたような国内生産を維持する企業の姿勢を実現するには、どのような対応策が考えられるであろうか。

同一の生産を日本と中国で行った場合の実際のコスト格差は、日本の産業連関表をベースにした場合と、中国の産業連関表をベースとした場合の間にあると考えられよう³⁶。これは企業が日本での生産で、日本の産業連関表に記録されている生産技術を選択しているのはそれがコストを最低とし、中国の産業連関表に記録されている生産技術を選択するよりも低コストで生産可能と考えられるためである。また企業が中国での生産で中国の産業連関表に記録されている生産技術を選択するのも同様の理由によると考えられる。したがって日本の産業連関表に基づいて算出した中国の生産コストよりも、実際の中国での生産コストは低くなるとみられ、また中国の産業連関表に基づいて算出した日本の生産コストよりも、実際の日本での生産コストは低くなるとみられるからである。このように中国の生産コストは日本のそれに比べ電気機械全体で 28.8～44.1%の間にあると考えられるが、こ

産供給業、ガス生産供給業、取水生産供給業のユーティリティ部門からの投入はサービス投入とした。

³⁶ ただし産業連関表の利用可能性から日本は 99 年、中国は 97 年のものであるという時点の相違、また日本と中国における実際の生産では生産品目、製品のスペックが相違する点には留意が必要である

ここでは日本の産業連関表をベースにしたコスト格差に基づき議論を進める。これは日本で用いられている生産技術は、日本での要素価格など生産環境を前提にしたものであり、中国からの安価な輸入品の大量流入に対する日本の対応を考える際には、日本の生産技術の現状をベースにするのが現実的であると考えられるからである。

考えられる対応策には3点ある。これは中国との競合のもとで日本での生産を継続するためには日本国内での生産の利益確保が必要であるが、それにはコストを引き下げるか販売価格を高く維持する必要があるという観点からである。1点目は労働コストの引下げのための少数精鋭での事業体制の構築である。2点目は、高い販売価格の維持のためのブランドの重視である。この2点は製造業自身を取りうる方策であるが、この2点だけでは国内生産の維持には不十分であると考えられる。したがって3点目の対応策としてサービスの中間投入を産出する非製造業の生産を競争政策の推進により効率化し、サービスの投入価格を引き下げることが必要となる。

この他、前項でみた日本の産業連関表をベースにした電気機械全体のコスト格差で、14.9%の寄与度を持つ原材料(財)の中間投入のコストを引き下げること考えられるが、この対応策を直接的にとることは原材料の中国などからの調達を意味し、この対応策は加工組立型製造業における国内生産維持のために、部品・素材製造業の生産の海外移転を進めることになる。素材・部品型製造業における生産の海外移転は、加工組立型製造業の裾野産業の海外移転が進み、加工組立型製造業にとってもそのクラスターが維持できなくなり問題が大きいものとみられる。したがって原材料(財)の中間投入のコストを引き下げる対応策は直接的には採り難いものとみられる。

以下では、上記の3つの対応策のそれぞれにつき述べる。

(1) 少数精鋭での事業体制の構築

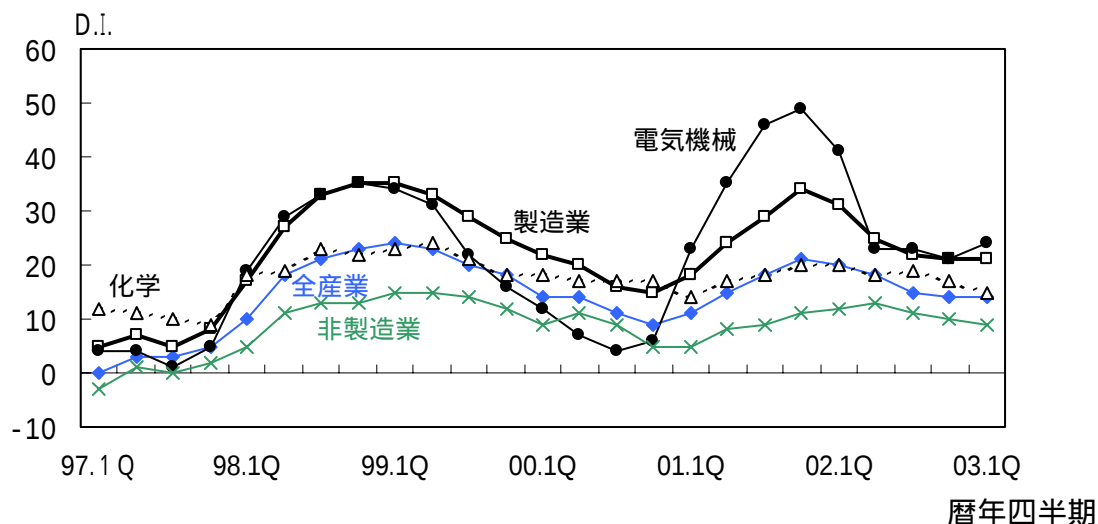
過剰な労働力雇用量

前項におけるコスト格差の分析で明らかなように、日本での生産では中国での生産に比べ、労働投入を節約した資本集約的な生産技術を用いている。しかし日銀全国短観の雇用人員判断D.I.(実績)は、製造業では92年第4四半期以降、電気機械では92年第2四半期以降過剰傾向を示すプラスの値を取り続けている(全産業では97年第1四半期がゼロ、非製造業では96年第4四半期~97年第1四半期がマイナス、97年第3四半期がゼロ)。また97年以降でみるとD.I.(実績)が製造業、電気機械ともに一貫して全産業および非製造業を上回っている。2002年12月調査の結果におけるD.I.では、製造業および電気機械の実績D.I.は共に21と、全産業(実績D.I.14)、非製造業(実績D.I.10)を上回る雇用人員の過剰傾向を示している。また3ヵ月先までの予測D.I.をみても製造業、電気機械が各21、24と、全産業の14、非製造業の9を上回っている(図表4-6)。

このように電気機械など製造業では、中国にくらべ資本集約的技術を用いているもののその労働力雇用量は、全産業、非製造業を上回る過剰であり、雇用量をより削減すること

により労働コストを削減することが可能とみられる。

図表 4 - 6 日銀全国短観の雇用判断 D.I. (実績) の推移



(注) 2003 年第 1 四半期は 2002 年第 4 四半期の予測 D.I.

(資料) 日本銀行調査統計局『短観』

現状の必要雇用量を下回る雇用絞込みの可能性を示す事例

でみたように電気機械など製造業の雇用量は全産業、非製造業を上回る過剰傾向であるが、雇用判断 D.I. をカールソンパーキン法によって量的指標に変換すると、雇用の過剰率は製造業の 2000 年度平均で 1.9% に過ぎないと判断される³⁷⁾ したがって過剰と判断される雇用を削減しても、電気機械全体で製造コストの 18.2% に達する格差 (日本の生産技術ベース、図表 4 - 4 参照) 縮小への効果は小さい。

したがって日中間の労働コストの格差を縮めるためには、現在必要とされるよりもより少数の労働者での生産を行う必要がある。しかし技術的な制約もあるなかこのような生産は可能であろうか。その可能性を示す事例が塩化ビニルの生産にある。日本の塩化ビニルの生産量は 2001 年で 219.5 万トンであるが、米国における信越化学の塩化ビニル専門の生産子会社シンテック社における 2002 年見込みの生産量は 1 社で 204 万トンと、日本における 2001 年の生産量の 92.9% に達する。またシンテック社の従業員数は 230 人 (2002 年 10 月 4 日時点) であり、このうち営業マンは 10 人で、この 10 人で全米および全世界への輸出も担っている³⁸⁾。一方日本の塩化ビニルの生産に係る従業者数は、生産会社が必ずしも塩化ビニル生産専門メーカーではないため正確に把握することが難しいが、日経産業新聞社 [2002] の 2001 年における塩化ビニルの国内生産量シェア大手 5 社³⁹⁾ のうち専門メーカー

³⁷⁾ 木村 [2002] 補論 - 6

³⁸⁾ シンテック社の業績は 2001 年に米国の業績を公開している塩化ビニル生産の同業他社がすべて赤字となるなか、売上高当期利益率で 10.7% の好業績である。

³⁹⁾ 本文記載の 2 社のほか、信越化学工業、鐘淵化学工業、ヴィテック。

である大洋塩ビ、新第一塩ビの合計の従業員数は 239 名⁴⁰と、ほぼシンテック社と同等である。しかし両社合計の 2001 年の生産量は 74 万トンでありその生産量はシンテック社の 36.3%に過ぎない。すなわち国内生産を行う他の事業者もこの両社と同様な生産を行っているとは仮定すると、わが国の生産はシンテック社に比べ 3 倍の労働投入を行っていることになる。わが国の塩化ビニルメーカーの雇用が極めて過剰な可能性もあるが、日銀全国短観の雇用人員判断 D.I. (実績) を塩化ビニルメーカーが属する化学にみると、ほぼ全産業と同程度で推移している (図表 4 - 6)⁴¹。

米国の賃金水準は 2001 年に、全産業平均で 4,134 千円 (2001 年の円ドル平均為替レートで円換算) と日本の 5,030 千円に対して 8 割強の水準にあり、塩化ビニルの製造業が属する化学工業においても 5,397 千円 (同) と日本の 6,354 千円の 8 割台の水準である。したがって労働コスト面から塩化ビニル製造について、米国で日本よりも労働節約的な技術を採用するインセンティブは小さいものと考えられる。したがって要素単価にみあった最適な技術選択といった面から考えてみて、日本においてもシンテック社と同様な労働節約的な技術の採用の可能性はあろう。本稿で主に取上げてきた電気機械産業のような加工組み立て型の製造業は、塩化ビニル製造と産業特性が異なるが、ロボットなどによる徹底した自動化・省力化により労働節約的な技術の取組みを進めることは可能とみられる⁴²。

図表 4 - 4 のベースである『平成 11 年産業連関表 (延長表)』における雇用者所得は、電気機械全体で総コストの 18.8%であるから、もしわが国の塩化ビニル専業大手 2 社とシンテック社の単位生産あたり雇用者数格差と同様な雇用者削減が可能であれば、日中のコスト格差は、労働コスト格差の 7 割、全体で 12~13%程度縮小する。

雇用削減における留意点

にみたような労働節約的な生産技術への移行が可能だとしても、それには労務管理面で問題があるとみられる。すなわち雇用者の削減のために解雇を行うことは、従業員のロイヤリティを低下させ生産効率や研究開発力の低下につながってしまう可能性がある。通常の解雇では、残った従業員のロイヤリティの低下を小さくするには明確なルールに従った解雇が有効であるが⁴³、ここで考えているような大幅な雇用削減を行う際には、できるだ

⁴⁰ 東ソー NEWS RELEASE 「呉羽化学工業株式会社から大洋塩ビ株式会社への塩化ビニル樹脂 (PVC) 営業譲渡で基本合意」(2002.11.1) に記載の 2002 年 3 月末の従業員数 165 名と、関東通商産業局「新第一塩ビ株式会社の産業活力再生特別措置法に基づく事業再構築計画に認定について」(2000.3.27) に記載の従業員数 74 名の合計。

⁴¹ 本来は塩化ビニル製造に限った雇用の過剰をみるべきであるが、指標の利用可能性の観点からここでは化学工業の雇用の過剰感から塩化ビニル製造の雇用の過剰が類推できるものと扱った。

⁴² 加工組立型製造業の中国などとの人件費格差を埋めるための自動化・省力化の取組みには、シチズン時計による取組みや富士通グループのパソコン組立の事例がある (2002.12.22 日本経済新聞「中国進出花盛りの中…どっこい日本でモノ作り」)。

⁴³ 小池 [1983] によれば、わが国では 50 年代前半には解雇に、勤務成績不良などの「あいまいな基準」もみられ激しい紛争が生じたが、70 年代後半には 50 歳以上の希望退職の条件が圧倒的に増え、人員整理をめぐる紛争は減少した。

け大きく1度で行い、再度の雇用削減の実施を避ける必要性が高い。またその方針に従業員の信頼を得るためには、従業員の大規模削減は1度だけであるといったアナウンスの効果は少なく、解雇の実施に伴い経営陣が総退陣して新たな体制でスタートすることが必要となろう。このようにして労働削減を行えば、シンテック社が米国企業でありながら「1974年の操業（1973年設立）以来1度もレイオフを行わず、その結果従業員の会社への高いロイヤリティと自分の仕事への誇りが生じている」⁴⁴といった、少数精鋭での事業体制を築くことも可能と考える。

(2) ブランドの重視

前項でみたような労働節約的な生産体制を構築し、単位生産あたりの労働投入量を3分の1程度に削減したとしても電気機械全体での労働コスト削減効果は労働コスト格差の7割程度にとどまる。また本節の冒頭で述べたように原材料（財）の中間コストを直接的に引き下げる対応策は採り難いものとみられるため、製造業自身を取りうる対応策で日中間のコスト格差を埋めることは難しいとみられる。次項でみるようなサービス投入を産出する非製造業の生産効率化による価格の低下が大きく進めば、日中間のコスト格差が埋まることも考えられるがその背景にある構造的問題を考えるとその進展は容易ではないとみられ、たとえ進んだとしても原材料（財）の中間コスト格差を埋めるほどのコストの低下につながる可能性は低いとみられる。

したがって、コスト以外での製品の競争力が重要となる。その1つと考えられる高付加価値製品への移行は - 2 - (4)で述べたように、中国などの技術面のキャッチアップが早いなかでは限界があるものとみられる。そこで考えられる対応策にブランド（コーポレートブランド、プロダクトブランド）の重視がある。

ブランドが顧客の高い評価と信頼性を得ることは、製品の品質、機能を超え、コーポレートブランドの場合はその会社の生産する製品全般にわたり、またプロダクトブランドの場合はそのブランドを冠した製品が、他の製品に対して強い競争優位性をもつことになり、これは企業に現在および将来の利益の増加をもたらす⁴⁵。ブランドの競争優位性には、経済産業省企業法制研究会〔2002〕によれば、価格の優位性、高いロイヤリティ、地理的展開、類似業種および異業種展開力等のブランド拡張力、の3点がある。価格の優位性は、ブランド製品のほうがノン・ブランド製品より高い価格で販売できるということである。高いロイヤリティは、それを持つ顧客によりブランド製品の反復、継続しての購買が行われるということである。ブランド拡張力は、ブランド製品の市場の海外への拡張およ

⁴⁴ 金川千尋（シンテック社、信越化学工業社長）「IRと企業経営」『第17回日本アナリスト大会 グローバル新時代の日本と企業 - 新たなビジネスモデルを求めて -』（記念講演）

⁴⁵ 消費者の合理的な行動のもとで、ブランドが競争優位性をもたらす理由としては、岩村、新堂、長島、渡辺〔2001〕で述べられているような「時間の稀少性」にともなう情報取得に対する消極性に伴う「関心の独占」と考えることができる。

び類似および異業種市場への展開を容易にすることを意味する。すなわちブランドは、それを冠した製品について競合製品に比べ高価格で安定した販売をもたらし、また販売の拡大も容易にする。

ブランドによる価格優位性はどの程度であると考えられるのかを、デービット・A・アーカー [1998] に記載されたアメリカン・モーターズによるブランドネームに関するテストによる価値の測定についてみる⁴⁶。このテストでは、ある車を名前(ブランド)が無しで販売しようとする消費者の払おうとする価格は1万ドルで、これにルノー・プレミアという名前(ブランド)をつけることで価格は約3000ドル高くなった。すなわちこのテストからは、ブランドをつけることでノン・ブランドの競合品よりも30%高い価格での販売が可能ということになる。

このようなテスト結果があるといっても、ブランドは高いロイヤリティ、ブランド拡張力も含めたその競争優位性をもたらす価値の測定が困難であることから、現在まで会計上の資産計上が限られてきたものとなっている(特に自己創設ブランドについては、その資産計上は極めて限られたものである)ことからみて、その有効性が把握し難いものであるのも事実である。しかし Barth, Clement, Foster and Kasznik [1998] の、米国の financial World が 92~97 年に測定した 330 以上のブランド価値を用いた実証研究によれば、ブランド価値と売上高経常利益率、マーケットシェアには正の相関がみられ、また株価とも相関している。

したがってわが国製造業の企業がブランド戦略を強化し、ブランドによる競争優位性によってアメリカン・モーターズによるブランドネームのテスト結果と同様に、その製品を非ブランド品に比べ30%高く販売することができれば、非ブランドの中国生産の製品とのコスト格差に換算すると図表4-4に示した日本の技術ベースでみた電気機械全体の場合で13%程度を埋めることができる⁴⁷。

(3) 非製造業の生産効率化

製造業自身がとりうる(1)、(2)でみたような対応策は、それぞれ例として示したコスト削減及びブランドによる価格プレミアムが実現したとして、日本の技術ベースでみた電気機械全体の場合で計26%程度の格差を埋めるに過ぎない。このためこれらの対応策だけでは、国内生産の製品が中国で生産した製品に比べて十分な競争力を持つことは難しいとみられる。したがってサービスの投入価格を引き下げる対応策として、それらを製造する非製造業の生産効率化が重要となる。ここでサービス投入の対象としている農林水産業、鉱

⁴⁶P30-31、原資料は、B. G. Yovovich, "What is your Brand Really Worth?" *Adweek's Marketing Week*, August 8, 1988, pp.18-24.

⁴⁷このようなブランドを重視する戦略は、国内生産の維持に企業が - 2 - (4)に述べたような理由を重視する場合には有効である。しかしブランドは、コーポレートブランド、プロダクトブランドのいずれも製品の製造場所を問わない。したがって企業が - 2 - (4)の理由よりも低コストでの生産による利潤を重視した場合は、生産の海外への移転は続き国内生産の維持には効果を持たない。

業、製造業を除く各産業⁴⁸の90年代における全要素生産性（TFP）の変化率をみると、製造業では90年代前後半ともに2%台後半の改善を示しているのに対し、不動産業、サービス業では90年代を通してマイナスであり、建設業では90年代の後半がマイナスであり生産効率が悪化している。また卸売・小売業は90年代を通して改善しているが、この背景には中小零細の事業者の撤退があるとみられ、産業の中間投入に関する効率性を考える際にはさらなる検討が必要とみられる（図表4-7）。

このように非製造業の生産性が改善しない背景には、90年代から取組みが本格化したもののいまだに多くの分野で、競争を制限している規制がある。たとえば職業紹介、労働者派遣に関する規制、土地利用や建築基準に関する規制、金融・保険業における業務範囲の規制などである。非製造業の生産効率化を進展させその産出物の価格を引き下げること、製造業のサービス投入価格を引き下げするためには、これらの規制を競争促進に向け大胆に改革することが必要である。またTFP変化率の計測において90年代を通して改善がみられた電気・ガス・水道業についても電気・ガス業における小売自由範囲の拡大、新規参入者などに対する接続供給料金の妥当性確保のための変更命令発動基準の明確化、導管網の開放義務づけなどの措置をとれば、さらなる効率化が図られ価格が低下するものとみられる。また運輸・通信業についても、国内貨物運送の4割強の輸送分担率を担う内航海運業での競争促進に向け実効を伴う規制改革などが行われれば、効率化に伴うサービス価格の低下が実現するものと考えられる。

このように非製造業において大胆な規制改革が実施され生産効率化が図られた場合、その効果は図表4-4のサービスの中間投入コストを引き下げただけにとどまらないと考えられる。なぜならサービスの中間投入の高コストは、それを用いて生産される中間投入原材料（財）の価格も押し上げていると考えられるからである。したがって非製造業の効率化の効果は原材料（財）中間投入コストも引き下げるものとみられる。したがって十分な非製造業の効率化が(1)、(2)で述べた対応策とともに図られれば、中国と競合するなかで

図表4-7 90年代の全要素生産性（TFP）の年度平均変化率

（単位：％）

（年度）	全産業	製造業	建設業	卸売・ 小売業	不動産業	運輸・ 通信業	電気・ガス・ 水道業	サービス業
92～95	-0.5	2.7	0.2	3.0	-4.3	-0.8	2.2	-0.1
96～98	1.6	2.6	-3.0	1.4	-10.2	2.7	3.6	-0.5

（資料）木村〔2002〕

⁴⁸ 法人企業統計年報のデータをベースにした計測であるため金融・保険業を除く。

も製造業の国内生産は競争力を維持することができよう⁴⁹。

以上みてきたように、中国との競合のもとで製造業が日本国内で生産を継続するためには、少数精鋭での事業体制の構築、ブランドの重視、非製造業の効率化が重要であるが、特に大胆な規制改革による非製造業における効率化の重要性の意義は、製造業の国内生産継続だけにとどまらない。製造業のGDPシェア、雇用者シェアがともに2割程度まで低下するなか、対事業所サービス、医療業、飲食業など今後のわが国の成長の中心を担うと期待される産業の活性化のためにも不可欠であり、またこうした産業の拡大は製造業が少数精鋭の事業体制を構築する過程で削減される労働者を、吸収、雇用する主体としても重要である。さらに食料、原油の輸入が不可欠なわが国にあって、製造業の国内生産、輸出が減少した場合でも、これらの輸入の原資をまかなう必要があるが、わが国で国際競争力を持ち輸出が行われているアニメ、ゲームやフランチャイズシステムなどといったソフト資産を増加させ、また強化していくためにも非製造業の規制改革による効率化推進の必要性は高い。

⁴⁹ 非製造業の非貿易財である産出物の投入価格低下などで、製造業の貿易財である産出物の価格が低下したことによる競争力の向上は、為替レートにより調整されるとの議論があるが、ここでの議論は生産拠点が中国などに移転し輸出金額が減少するような事態を考察しているため、この議論は適用されない。またここでは、日本の技術をベースに日中のコスト格差への日本の対応を考えてきたが、- 3の冒頭で述べたように実際のコスト格差は、より大きいもの（日本の技術をベースに考えたコスト格差 55.9%と中国の技術ベースで考えたコスト格差 71.2%の中間）と考えられる。したがって実際のコスト格差への対応には、一層大胆な規制改革による非製造業の生産効率化が重要である。

付表 98～2001年の生鮮品を除くCPI低下への品目別寄与率順位

順位	品 目 名	寄与率	順位	品 目 名	寄与率
1	固定電話料	16.0%	51	ヘルスメーター	0.8%
2	パソコン(ノート型)	7.8%	52	カラオケルーム使用料	0.8%
3	パソコン(デスクトップ型)	7.7%	53	ヨーグルト	0.8%
4	電気代	6.5%	54	まぐろ	0.8%
5	ハンバーガー	6.2%	55	自転車	0.8%
6	ゴルフプレー料金	5.1%	56	自動車整備費(定期点検)	0.8%
7	電気冷蔵庫	4.8%	57	車庫借料	0.8%
8	テレビ	4.6%	58	火災保険料	0.8%
9	持家の帰属家賃(非木造中住宅)	3.6%	59	ゼリー	0.7%
10	ルームエアコン	3.4%	60	まんじゅう	0.7%
11	うなぎ蒲焼	2.6%	61	テニスラケット	0.7%
12	国産米B	2.4%	62	ステレオセット	0.7%
13	テレビゲーム	2.4%	63	牛どん	0.7%
14	牛肉(輸入品)	2.0%	64	ぶり	0.7%
15	宿泊料	2.0%	65	メロン	0.7%
16	電気洗濯機	2.0%	66	電気カーペット	0.7%
17	通信機器	2.0%	67	婦人スーツ(夏物)	0.7%
18	移動電話通信料	2.0%	68	男子セーター	0.7%
19	国産米A	1.8%	69	カーテン	0.6%
20	いか	1.5%	70	民営家賃(非木造小住宅)	0.6%
21	電気炊飯器	1.5%	71	ティッシュペーパー	0.6%
22	民営家賃(非木造中住)	1.5%	72	ブラウス(長袖)	0.6%
23	切り花(きく)	1.4%	73	電子レンジ	0.6%
24	洗濯用洗剤	1.4%	74	男児ズボン	0.6%
25	ハンドバッグ	1.4%	75	自動車タイヤ	0.6%
26	ビデオテープレコーダ	1.4%	76	しらす干し	0.6%
27	紙おむつ	1.3%	77	照明器具	0.6%
28	バナナ	1.3%	78	男子コート	0.6%
29	婦人セーター(長袖)	1.3%	79	温水洗浄便座	0.6%
30	混ぜごはんのもと	1.3%	80	いちご	0.6%
31	ビデオカメラ	1.3%	81	コンタクトレンズ	0.6%
32	婦人コート	1.2%	82	たい	0.6%
33	浴槽	1.2%	83	かき(果物)	0.6%
34	大工手間代	1.1%	84	背広服(冬物)	0.5%
35	えび	1.1%	85	切り花(カーネーション)	0.5%
36	布団	1.1%	86	外国バック旅行	0.5%
37	牛乳(店頭売り)	1.1%	87	婦人着物	0.5%
38	なし	1.1%	88	放送受信料(NHK以外)	0.5%
39	自動車ワックス	1.1%	89	軽自動車	0.5%
40	浄水器	1.1%	90	ワンピース(合物)	0.5%
41	ビール	1.1%	91	園芸用土	0.5%
42	背広服(夏物)	1.0%	92	温風ヒーター	0.5%
43	電気掃除機	1.0%	93	ししゃも	0.5%
44	たこ	1.0%	94	ハム	0.5%
45	婦人上着	1.0%	95	みそ	0.5%
46	チョコレート	1.0%	96	さけ	0.5%
47	左官手間代	0.9%	97	ヘアリンス	0.5%
48	カメラ	0.9%	98	ペットフード(ドッグフード)	0.5%
49	あんパン	0.9%	99	台所用洗剤	0.5%
50	婦人靴	0.9%	100	電気がみそり	0.5%

順位	品 目 名	寄与率	順位	品 目 名	寄与率
101	塀工事費	0.5%	151	さくらんぼ	0.3%
102	コーヒーわん皿	0.4%	152	漢方薬	0.3%
103	すいか	0.4%	153	自動車オイル交換料	0.3%
104	婦人Tシャツ(半袖)	0.4%	154	牛肉(肩肉)	0.3%
105	化粧水	0.4%	155	男子洋傘	0.3%
106	トイレットペーパー	0.4%	156	自動車教習料	0.3%
107	ソーセージ	0.4%	157	豆腐	0.3%
108	蛍光ランプ	0.4%	158	ラップ	0.3%
109	マヨネーズ	0.4%	159	スカート(夏物)	0.2%
110	生理用紙綿	0.4%	160	落花生	0.2%
111	砂糖	0.4%	161	子供タイツ	0.2%
112	子供Tシャツ(長袖)	0.4%	162	小型自動車A	0.2%
113	トレーニングパンツ	0.4%	163	電気ごたつ	0.2%
114	婦人セーター(半袖)	0.4%	164	しょう油	0.2%
115	ピザパイ	0.4%	165	男子ズボン(冬物)	0.2%
116	豚肉(ロース)	0.4%	166	ゴルフクラブ	0.2%
117	みかん	0.4%	167	婦人スラックス(ジーンズ)	0.2%
118	整理だんす	0.4%	168	ビデオテープ	0.2%
119	豚肉(肩肉)	0.4%	169	ぎょうざ	0.2%
120	女児スカート(夏物)	0.4%	170	感冒薬	0.2%
121	婦人Tシャツ(長袖)	0.4%	171	歯磨き	0.2%
122	ゴルフ練習料金	0.4%	172	ガス湯沸器	0.2%
123	女児スカート(冬物)	0.4%	173	ミシン	0.2%
124	普通乗用車(輸入品)	0.3%	174	眼鏡	0.2%
125	コンタクトレンズ用剤	0.3%	175	現像焼付代	0.2%
126	かまぼこ	0.3%	176	コーヒー豆	0.2%
127	胃腸薬	0.3%	177	キャンデー	0.2%
128	婦人スーツ(合物)	0.3%	178	整髪料	0.2%
129	ブラウス(半袖)	0.3%	179	男子靴	0.2%
130	ブレンド米	0.3%	180	婦人服地	0.2%
131	男子パジャマ	0.3%	181	果物缶詰(もも)	0.2%
132	即席めん	0.3%	182	目薬	0.2%
133	植木鉢	0.3%	183	ガステーブル	0.2%
134	旅行用かばん	0.3%	184	ぶどう酒(輸入品)	0.2%
135	公営家賃	0.3%	185	洋服だんす	0.2%
136	食用油	0.3%	186	おにぎり	0.2%
137	果実ジュース	0.3%	187	塩さけ	0.2%
138	ぶどうB	0.3%	188	カレールウ	0.2%
139	切り花(バラ)	0.3%	189	浴用剤	0.2%
140	男子ズボン(夏物)	0.3%	190	男子靴下(冬物)	0.2%
141	ちくわ	0.3%	191	乾燥スープ	0.2%
142	かれい	0.3%	192	インスタントコーヒー	0.2%
143	電気かみそり(輸入品)	0.3%	193	油揚げ	0.2%
144	茶飲料	0.3%	194	ゆでうどん	0.2%
145	干しあじ	0.3%	195	駐車料金	0.2%
146	婦人スーツ(冬物)	0.3%	196	かき(貝)	0.2%
147	携帯オーディオ機器	0.3%	197	なべ	0.2%
148	もち	0.3%	198	ぎょうざ(外食)	0.2%
149	揚げかまぼこ	0.3%	199	乾電池	0.2%
150	ルームエアコン取付け料	0.3%	200	なべ(輸入品)	0.2%

順位	品 目 名	寄与率	順位	品 目 名	寄与率
201	ネクタイ	0.2%	251	えびフライ	0.1%
202	運動靴(子供用)	0.2%	252	グレープフルーツ	0.1%
203	ドリンク剤	0.2%	253	ボーリングゲーム代	0.1%
204	レモン	0.2%	254	ピニールホース	0.1%
205	ベッド	0.2%	255	遊園地入館料	0.1%
206	ビデオソフトレンタル料	0.1%	256	テニスコート使用料	0.1%
207	ふすま張替費	0.1%	257	さんま	0.1%
208	ハンバーグ	0.1%	258	ビタミン剤B	0.1%
209	煮豆	0.1%	259	スパゲッティ	0.1%
210	食堂セット	0.1%	260	指輪	0.1%
211	殺虫剤	0.1%	261	チーズ	0.1%
212	スカート(合物)	0.1%	262	のり	0.1%
213	あじ	0.1%	263	ケチャップ	0.1%
214	フィルム	0.1%	264	ぶどう酒	0.1%
215	清酒B	0.1%	265	レンジ 台	0.1%
216	板材	0.1%	266	キウイフルーツ	0.1%
217	アイスクリーム	0.1%	267	ノートブック	0.1%
218	チーズ(輸入品)	0.1%	268	ウイスキーB	0.1%
219	スカート(冬物)	0.1%	269	コーヒー(外食)	0.1%
220	ワープロ	0.1%	270	マーガリン	0.1%
221	生中華めん	0.1%	271	ヘアートニック	0.1%
222	映画観覧料	0.1%	272	普通乗用車	0.1%
223	乳酸菌飲料A	0.1%	273	ワンピース(冬物)	0.1%
224	指定銘柄米	0.1%	274	オレンジ	0.1%
225	ベルト	0.1%	275	もも	0.1%
226	婦人帯	0.1%	276	かつお節	0.1%
227	魚介漬物	0.1%	277	バター	0.1%
228	腕時計	0.1%	278	塩辛	0.1%
229	電気アイロン	0.1%	279	ワイシャツ(長袖)	0.1%
230	子供Tシャツ(半袖)	0.1%	280	煮干し	0.1%
231	こんにゃく	0.1%	281	洗濯代(背広服上下)	0.1%
232	からあげ	0.1%	282	せんべい(うるち米粉)	0.1%
233	OA用紙	0.1%	283	食器戸棚	0.1%
234	やかん	0.1%	284	ウイスキーA	0.1%
235	清酒C	0.1%	285	サッカーボール	0.1%
236	学習机	0.1%	286	オーディオ記録媒体	0.0%
237	牛肉(ロース)	0.1%	287	ヘアカラー	0.0%
238	柔軟仕上剤	0.1%	288	小麦粉	0.0%
239	男子靴下(夏物)	0.1%	289	敷布	0.0%
240	もち米	0.1%	290	コロッケ	0.0%
241	ミネラルウォーター	0.1%	291	ほたて貝	0.0%
242	ビタミン剤A	0.1%	292	洗濯代(ワイシャツ)	0.0%
243	血圧計	0.1%	293	テニスラケット(輸入品)	0.0%
244	毛布	0.1%	294	婦人ストッキング	0.0%
245	冷凍調理コロッケ	0.1%	295	発泡酒	0.0%
246	化粧クリームA	0.1%	296	組立がん具	0.0%
247	化粧石けん	0.1%	297	小型自動車B	0.0%
248	ブラジャー	0.1%	298	腕時計修理代	0.0%
249	タオル	0.1%	299	置時計	0.0%
250	塗料	0.1%	300	干しいたけ	0.0%

順位	品 目 名	寄与率	順位	品 目 名	寄与率
301	ぶどうA	0.0%	351	シュークリーム	0.0%
302	酢	0.0%	352	はり薬	0.0%
303	解熱鎮痛薬	0.0%	353	お子様ランチ	0.0%
304	防虫剤	0.0%	354	背広服地	0.0%
305	ジャム	0.0%	355	マージャン遊技料	0.0%
305	給湯機	0.0%	356	ボールペン	0.0%
307	皮膚病薬	0.0%	357	わかめ	0.0%
308	ソース	0.0%	358	毛糸	0.0%
309	ウイスキーC	0.0%	359	女性誌	0.0%
310	上敷ござ	0.0%	360	緑茶(番茶)	0.0%
311	座卓	0.0%	361	モップレンタル料	0.0%
312	あさり	0.0%	361	普通運賃(JR在来線)	0.0%
313	ウイスキー(輸入品)	0.0%	361	普通運賃(JR新幹線)	0.0%
314	畳表取替費	0.0%	361	料金(JR在来線)	0.0%
315	コーヒー飲料	0.0%	361	料金(JR新幹線)	0.0%
316	ビール(輸入品)	0.0%	361	通学定期(JR)	0.0%
317	チューインガム	0.0%	361	通勤定期(JR)	0.0%
318	アルバム	0.0%	361	高速自動車国道料金	0.0%
319	液体調味料	0.0%	361	レンタカー料金	0.0%
320	冷凍調理ピラフ	0.0%	361	自動車保険料(自賠責)	0.0%
321	口紅A	0.0%	361	はがき	0.0%
322	人形	0.0%	361	封書	0.0%
323	ネクタイ(輸入品)	0.0%	361	速達	0.0%
324	ファンデーションB	0.0%	361	書留	0.0%
325	子供セーター	0.0%	361	小包	0.0%
326	スポーツドリンク	0.0%	361	ピアノ	0.0%
327	タクシー代	0.0%	361	新聞代(地方・ブロック紙)	0.0%
328	ワイシャツ(半袖)	0.0%	361	新聞代(全国紙)	0.0%
329	あずき	0.0%	361	少年誌	0.0%
329	スイートコーン缶詰	0.0%	361	趣味教養誌	0.0%
331	風味調味料	0.0%	361	パソコン誌	0.0%
332	はくさい漬	0.0%	361	辞書	0.0%
333	粉ミルク	0.0%	361	放送受信料(NHK)	0.0%
334	清酒A	0.0%	361	競馬場入場料	0.0%
335	男子学校制服	0.0%	361	戸籍抄本手数料	0.0%
336	被服賃借料	0.0%	361	パスポート取得料	0.0%
337	ガラスコップ	0.0%	361	通所介護料	0.0%
338	運送料	0.0%	361	振込手数料	0.0%
339	電子オルガン	0.0%	389	梅干	0.0%
340	男子ズボン(ジーンズ)	0.0%	390	人間ドッグ受信料	0.0%
341	化粧クリームB	0.0%	391	ワイングラス	0.0%
342	生活情報誌	0.0%	392	せんべい(小麦粉)	0.0%
343	セロハン粘着テープ	0.0%	392	歯ブラシ	0.0%
344	持家の帰属家賃(非木造小住宅)	0.0%	394	持家の帰属家賃(木造小住宅)	0.0%
345	がん具自動車	0.0%	395	サッカー観覧料	0.0%
346	口紅B	0.0%	396	レバー	0.0%
347	マーキングペン	0.0%	397	食塩	0.0%
348	カステラ	0.0%	398	水着	0.0%
349	乳液B	0.0%	399	粗大ごみ処理手数料	0.0%
350	鉛筆	0.0%	400	芳香剤	0.0%

順位	品 目 名	寄与率	順位	品 目 名	寄与率
401	仕立代	0.0%	451	家事代行料	-0.1%
402	果物缶詰(みかん)	0.0%	452	入浴料(大人)	-0.1%
403	口中剤	0.0%	453	納豆	-0.1%
404	婦人スラックス(冬物)	0.0%	454	男子シャツ(半袖)	-0.1%
405	だいふく餅	0.0%	455	筆入れ	-0.1%
406	月謝(洋裁)	0.0%	456	通学用かばん	-0.1%
407	小型自動車(輸入品)	0.0%	457	婦人ソックス	-0.1%
408	草履	0.0%	458	学習参考教材	-0.1%
409	都市高速道路料金	0.0%	459	乾めん	-0.1%
409	ヘアーカラーリング代	0.0%	460	ハンカチーフ	-0.1%
411	乳酸菌飲料B	0.0%	461	台所用密封容器	-0.1%
412	福神漬	0.0%	462	調理パン	-0.1%
413	皿	0.0%	463	シャンプー	-0.1%
414	自動車整備費(パンク修理)	0.0%	464	サンダル	-0.1%
415	女子学校制服	0.0%	465	魚介つくだ煮	-0.1%
416	布団カバー	0.0%	466	印鑑証明手数料	-0.1%
417	マッサージ料金	0.0%	467	バス代	-0.1%
418	月謝(料理)	0.0%	468	婦人スーツ(ニット)	-0.1%
419	通学定期(JR以外)	0.0%	469	ビール(外食)	-0.1%
420	プール使用料	0.0%	470	男子シャツ(長袖)	-0.1%
421	だいこん漬	0.0%	471	週刊誌	-0.1%
422	子供靴	0.0%	472	プリン	-0.1%
423	丸干しいわし	0.0%	473	いよかん	-0.1%
424	入浴料(中人)	0.0%	474	公立幼稚園保育料	-0.1%
425	電気ポット	0.0%	475	弁当	-0.1%
426	腕時計(輸入品)	0.0%	476	果汁入り飲料	-0.1%
427	入浴料(小人)	0.0%	477	民営家賃(木造小住宅)	-0.1%
428	ふりかけ	0.0%	478	普通運賃(JR以外)	-0.1%
429	自動車免許手数料	0.0%	479	乳液A	-0.1%
430	のり巻き	0.0%	480	飯茶わん	-0.1%
431	自動車整備費(マフラー交換)	0.0%	481	いわし	-0.1%
432	スポーツシャツ(長袖)	0.0%	482	公団公社家賃	-0.1%
433	履物修理代	0.0%	483	月謝(英会話)	-0.1%
434	グローブ	0.0%	484	帽子	-0.1%
435	ワンピース(夏物)	0.0%	485	男子ブリーフ	-0.1%
436	スパゲッティ(外食)	0.0%	486	体温計	-0.1%
437	子供シャツ	0.0%	487	男子上着	-0.1%
438	かつお	-0.1%	488	炭酸飲料	-0.1%
439	月謝(書道)	-0.1%	489	緑茶(せん茶)	-0.2%
440	保育所保育料	-0.1%	490	教科書	-0.2%
441	にぎりずし	-0.1%	491	ケーキ	-0.2%
442	鶏肉	-0.1%	492	テレビ修理代	-0.2%
443	乳児服	-0.1%	493	こんぶつくだ煮	-0.2%
444	獣医代	-0.1%	494	プロ野球観覧料	-0.2%
445	調理カレー	-0.1%	495	ベーコン	-0.2%
446	親子どんぶり	-0.1%	496	釣ざお	-0.2%
447	りんごA	-0.1%	497	男子ズボン下	-0.2%
448	たわし	-0.1%	498	スポーツシャツ(半袖)	-0.2%
449	板ガラス取替費	-0.1%	499	美術館入館料	-0.2%
450	通勤定期(JR以外)	-0.1%	500	紅茶	-0.2%

順位	品 目 名	寄与率	順位	品 目 名	寄与率
501	コンパクトデスク	-0.2%	536	PTA会費(中学校)	-0.5%
502	天どん	-0.2%	537	診療代	-0.5%
503	サラダ	-0.2%	538	出産入院料(国立)	-0.5%
504	サンドイッチ	-0.2%	539	し尿処理手数料	-0.5%
505	植木職人手間代	-0.2%	540	国立大学授業料	-0.5%
506	カーペット	-0.2%	541	私立短期大学授業料	-0.5%
507	理髪料	-0.2%	542	牛乳(配達)	-0.5%
508	キムチ	-0.2%	543	単行本A	-0.5%
509	中華そば	-0.2%	544	たばこ(輸入品)	-0.6%
510	ペットフード(キャットフード)	-0.2%	545	水道工事費	-0.7%
511	スリッパ	-0.2%	546	航空運賃	-0.7%
512	うどん(外食)	-0.2%	547	出産入院料(公立)	-0.7%
513	婦人ショーツ	-0.2%	548	都市ガス代	-0.8%
514	単行本B	-0.2%	549	鶏卵	-0.8%
515	ヘアーカット代	-0.2%	550	ポテトチップス	-0.8%
516	野菜ジュース	-0.2%	551	民営家賃(木造中住宅)	-0.8%
517	学校給食(中学校)	-0.2%	552	りんごB	-1.0%
518	さば	-0.3%	553	ハンドバック(輸入品)	-1.0%
519	運動靴(大人用)	-0.3%	554	補習教育	-1.1%
520	食パン	-0.3%	555	私立幼稚園保育料	-1.1%
521	パーマメント代	-0.3%	556	プロパンガス	-1.5%
522	ファンデーションA	-0.3%	557	公立高校授業料	-1.6%
523	焼ちゅう	-0.3%	558	ガソリン(プレミアム)	-1.8%
524	カツレツ	-0.3%	559	私立高校授業料	-1.9%
525	ようかん	-0.3%	560	たらこ	-2.2%
526	学校給食(小学校低)	-0.3%	561	灯油	-2.2%
527	こんぶ	-0.4%	562	バスケット	-2.3%
528	マフラー	-0.4%	563	水道料	-2.7%
529	月謝(音楽)	-0.4%	564	下水道料	-2.8%
530	魚介缶詰	-0.4%	565	たばこ	-3.3%
531	私立中学校授業料	-0.4%	566	私立大学授業料	-3.5%
532	PTA会費(小学校)	-0.4%	567	自動車保険料(任意)	-3.7%
533	カレーライス	-0.4%	568	ガソリン(レギュラー)	-11.3%
534	学校給食(小学校高)	-0.4%	569	持家の帰属家賃(木造中住宅)	-16.8%
535	月謝(水泳)	-0.4%			

(注)同率の順位は小数第2位以下の比較による。

生鮮野菜を除いたCPI対象品目は平成12年基準では569品目であるが、このうち平成7年基準による調査の95~99年にも継続して価格指数が利用できるものは516品目である。したがって生鮮野菜を除くCPIの98年から2001年への低下への各品目の寄与率は、98年から2000年への516品目の寄与率を算出し、2000年から2001年は596品目の寄与率を算出し、両者を合計した上で、総務省『消費者物価指数年報 平成13年』記載されている個別品目の集計ウエイトの累計が四捨五入の誤差により10,000にならない誤差を修正するため個々の品目の寄与率に、98~2001年の生鮮野菜を除くCPIの低下率を求めた合計値で除した値を乗じることによってとめている。

(資料)総務省統計局『消費者物価指数年報』

(主要参考文献)

- 池田信夫 [2002] 「デジタル化とモジュール化」青木昌彦、安藤晴彦編著『モジュール化
新しいアーキテクチャの本質』東洋経済新報社
- 伊藤邦雄 [2000] 『コーポレートブランド経営』日本経済新聞社
- 岩村充、新堂精士、長島直樹、渡辺努 [2001] 「IT 革命と時間の稀少性」『FRI 研究レポート』No.101、富士通総研 経済研究所
- 大久保宣夫「自動車生産でのモジュール化」青木昌彦、安藤晴彦編著『モジュール化 新しい
アーキテクチャの本質』東洋経済新報社
- 大西茂樹 [2002] 「デフレーションの要因分析」『PRI Discussion Paper Series』No.02A-23、
財務省財務総合政策研究所研究部
- 閣議決定 [2002] 「改革加速のための総合対策」2002 年 10 月 30 日
- 木村達也 [2002] 『トラック輸送業・内航海運業における構造改革 全要素生産性(T F P)
変化率を用いた分析』白桃書房
- 経済財政諮問会議 [2002] 「経済財政運営と構造改革に関する基本方針 2002」2002 年 6 月
21 日
- 経済産業省企業法制研究会 [2002] 「ブランド価値評価研究会報告書」2002 年 6 月 24 日
- 小池和夫 [1983] 「解雇からみた現代日本の労使関係」森口親司、青木昌彦、佐和隆光編『日
本の構造分析』創文社
- 小本恵照 [2002] 「長期化するデフレ経済下の企業経営 - ニッセイ景況アンケート 2002 年
2 月調査結果 - 」『ニッセイ基礎研 REPORT』2002.5、ニッセイ基礎研究所
- 自由時間デザイン協会 [2001] [2002] 『レジャー白書』自由時間デザイン協会
- 総合規制改革会議 [2002] 「規制改革の推進に関する第 2 次答申 経済活性化のために重点
的に推進すべき規制改革」2002 年 12 月 12 日
- 総務庁 [1999] 『平成 7 年 (1995 年) 産業連関表 - 総合解説編 - 』全国統計協会連合会
- デービット・A・アーカー [1998] 『ブランド・エクイティ戦略 - 競争優位をつくりだす名
前、シンボル、スローガン - 』第 5 版、ダイヤモンド社
- デフレ問題スタディグループ「デフレ問題についての論点整理」経済財政諮問会議、2002
年 2 月 12 日
- 内閣府 [2001] 『経済財政白書』財務省印刷局.
- 内閣府政策統括官 (経済財政 - 景気判断・政策分析担当) 「近年の規制改革の経済効果 - 生
産性の分析」[2001]
- 中村洋一 [1999] 『SNA 統計入門』日本経済新聞社
- 西嶋周二、藤岡文七『国民経済計算の知識』日本経済新聞社
- 日経産業新聞 [2002] 『市場占有率 2003 年版』日本経済新聞社
- 日本銀行「金融経済月報」2001 年 10 月 15 日
- 日本貿易振興会 [2002] 『ジェトロ投資貿易白書』日本貿易振興会

- 日本貿易振興会 [1999] [2000] [2001] 『ジェトロ貿易白書』日本貿易振興会
- 日本貿易振興会 [1986] ~ [1998] 『ジェトロ白書・貿易編』日本貿易振興会
- 日本貿易振興会経済情報部 [2001] 『日本市場における中国製品の競争力に関するアンケート調査報告書』日本貿易振興会
- 原田泰、大西茂樹 [2002] 「なぜデフレーションが続いているのか」『経済セミナー』
SEPTEMBER/2002 No.572、日本評論社
- 藤本隆宏 [2002] 「日本型サプライヤー・システムとモジュール化 - 自動車産業を事例として」青木昌彦、安藤晴彦編著『モジュール化 新しいアーキテクチャの本質』東洋経済新報社
- 村松久良光 [1995] 「日本の雇用調整 - これまでの研究から - 」猪木武徳、樋口美雄編『日本の雇用システムと労働市場』日本経済新聞社
- 余暇開発センター [2000] 『レジャー白書』余暇開発センター
- B. R. Mitchell [1998a] *International Historical Statistics: Europe, 1750 - 1993 Fourth Edition*, Macmillan Reference, London.
- B. R. Mitchell [1998b] " *International Historical Statistics: The Americas, 1750 - 1993 Fourth Edition*, Macmillan Reference, London.
- Don Patinkin [1965] *MONEY, INTEREST, AND PRICES: An Integration of Monetary and Value Theory Second Edition*, HARPER & ROW, New York.
- Kamada, Koichiro and Hirakata, Naohisa [2002] " Import Penetration and Consumer Prices " *Working Paper Series* Working Paper 02-1, Research and Statistics Department Bank of Japan.
- Mary E. Barth, Michael B. Clement, George Foster and Ron Kasznik [1998] " Brand Values and Capital Market Valuation, " *Review of Accounting Studies*, Volume 3, Numbers 1 and 2.