

# 変化する東アジア域内貿易

## 日本主導から中国主導へ

大 泉 啓一郎

### コロナ禍でも拡大する東アジア域内貿易

戦後、東アジア諸国・地域の経済は、アメリカ市場向けの輸出によって成長を実現してきた。しかし、21世紀に入って東アジア諸国・地域は、相互の貿易関係を緊密化させている。たとえば、日本、韓国、中国、香港、台湾、ASEAN加盟10カ国を東アジアとすると、その相互間貿易、東アジア域内貿易（輸出ベース）は、1995年の6500億ドルから2021年には3兆8100億ドルと約6倍に増加した。世界の輸出全体の17%を占める。

これまで、東アジアの域内貿易の牽引力は、日本を中心とする多国籍企業の直接投資と生産ネットワークの拡大として理解されてきた。21世紀はとくに、輸送コストの低下と情報通信技術の発展を背景に、東アジア域内に生産工程を分散させる、いわゆるサプライチェーンの拡張が寄与した。時間とともに、東アジア域内で取引されるものは、サプライチェーンで取引される中間財ばかりではなく、所得水準の向上、購買力の拡大とともに消費財の取引も増えている。

### 中国の主導の域内貿易へ

この域内貿易の急拡大には、多国籍企業だけではなく、サプライチェーンの一角を担うことへ転換した各国政府の投資誘致策や地場企業の戦略も寄与した。その結果、サプライチェーンは、主導企業を中心に複数の企業から構成されるネットワークになり、そのなかで努力次第で途上国企業も主導企業にとって代わるという地位の逆転もみられるようになった。多国籍企業のコンピュータの委託生産から一大企業になった台湾の鴻海精密工業はその典型的な例である。域内貿易は、単に量の拡大だけでなく、質の変化も伴うことに注意したい。

改革開放直後は、多国籍企業の委託生産を主としてきた中国企業も、時間とともに技術力を

高め、自らの主導するサプライチェーンを東南アジアに展開し始めている。中国国内から生産拠点を海外に移転させることを「チャイナ・プラスワン」と呼ぶ。これは多国籍企業が中国での生産リスクを回避することを示した用語である。現在は、力をつけた中国企業が、賃金の上昇、米中貿易摩擦の回避などを目的に東南アジアに進出する「シン・チャイナ・プラスワン」ともいえる動きが出てきたのである。

### チャイナ・プラスワンで輸出を伸ばすカンボジア

今後の域内貿易に、中国企業が主導するサプライチェーンの影響が大きくなることは間違いない。たとえば、カンボジアのアパレル輸出には、中国企業が大きく関与していると考えられる。カンボジアのアパレル輸出は2010年の38億ドルから2021年には78億ドルと倍増した。これに伴い、生地などの原材料の輸入は、15億ドルから55億ドルに増加しているが、それに占める中国のシェアは40%から67%へ上昇した。これは、中国で事業展開していたアパレル工業の工程の一部がカンボジアに移転したと考えていいだろう。

このことはアパレル製品に限らない。カンボジアの電子・電機製品は、金額では少ないものの2019年の1億ドルから2021年は2億7000万ドルへと増加傾向にある。このうちアメリカ向けのシェアは25.9%から66.7%に上昇した。他方、電子・電機製品輸入の2021年の5割近くが中国から輸入であることを考えると、電子・電機のサプライチェーンが中国からカンボジアに拡張し始めていることがうかがえる。

### 中国企業主導のサプライチェーンの拡大

先に示したのは、東アジアでもっとも低所得国であるカンボジアの例である。したがって、

カンボジアよりもインフラ整備が進んでいる他の東南アジア諸国でも起こっていると考えてよいだろう。たとえば、ベトナムのアメリカ輸出は2019年の610億ドルから2021年には970億ドルに増加する一方で、ベトナムの中国からの輸入も760億ドルから1110億ドルに増加した。また、最近のニュースからも明らかのように、中国の電気自動車(EV)メーカーは、東南アジア市場を確保するための現地生産を計画している。

この動きは、1985年のプラザ合意以降に円高と日米貿易摩擦を回避するために、日本企業が東南アジアへの進出を本格化したことに似ている。中国企業も東南アジアの市場開拓・確保を目的に投資を本格化していくことになろう。実際に、中国の対ASEAN直接投資は、2021年に136億ドルと日本の120億ドルを上回った。

#### 域内での日本のプレゼンスは低下

東アジアの域内貿易における日本のプレゼンスは低下している。日本、中国、韓国、ASEAN諸国の域内輸出総額のシェアをみると、その牽引役が日本から中国へと移行していることがわかる(図)。2000年の時点において日本の割合は23.9%であったが、2021年には11.0%に半減している。他方、中国は15.5%から32.1%に上昇しているのである。日本が失ったシェアを中国が獲得したような状況だ。

#### 域内貿易での活躍を意図したEPA

日本政府が無策であったわけではない。むしろ21世紀に入って、東アジア経済のダイナミズムを取り込むことに注力してきた。とくに経済連携協定(EPA)を積極的に締結・発効してきた。現在20の協定が発効しているが、そのうち東アジア諸国・地域が関与するものは半数を超える。東アジアの「事実上の」経済統合を牽引してきた日本が、21世紀になって「制度上の」経済統合を進めることで、持続的経済成長を目指したのである。

この経済連携協定は、日本企業のアジア展開を加速させることで成果をあげてきた。他方、東アジア向け輸出は近年増加傾向にあるものの、長期的にみれば2021年の4200億ドルは、2010年の4190億ドルとほとんど変わらない。

2022年は、円安の進展、燃料価格の高騰を背景に貿易赤字が過去最高の水準になる見込みであるが、この背景には輸出力の鈍化が影響していることは明白だ。貿易収支を安定化させ、持続的成長を維持するには、東アジアの経済成長に裏付けされた域内貿易の拡大をしっかりと捉えていくことが肝要である。

#### 求められるサプライチェーンの開拓

かつて日本企業が東アジアにサプライチェーンを拡張させた時分、アジア企業はそこへの参入を企図し、努力した。今度は、日本企業が、東アジアに広がる日本企業以外の新しいサプライチェーンに参入する番といえる。もちろん、経済安全保障への取り組み、コロナ禍や自然災害のリスク軽減を目的とした既存のサプライチェーンの強靱性(レジリエンス)の強化は重要だ。しかし、既存のサプライチェーンの強靱化だけでは、東アジアの成長の新しいエネルギー、すなわち域内貿易拡大の恩恵を取りはぐってしまうだろう。

関税率・制度上の諸問題は、RCEP(地域的な包括的経済連携)をはじめ経済連携協定によって解かれつつある。ただし、RCEPは日本企業だけでなく加盟国企業のすべてが活用できるものである。人民日報(7月7日)は、中国でRCEPの原産地証明書の発給を受けた企業は1万社を超えたと報じている。RCEPは中国企業の域内サプライチェーンの拡大を後押しすることになろう。日本企業にはサプライチェーンの拡張に加えて、アジア企業主導のサプライチェーンの参入という「挑戦者」的姿勢が求められている。

(おおいずみ けいいちろう・アジア研究所教授)

東アジア域内貿易の内訳(輸出ベース) (%)

	日本	韓国	中国	ASEAN	その他
1995	28.3	8.9	13.5	27.0	22.4
2000	23.9	9.6	15.5	28.9	22.1
2005	20.0	9.9	22.4	26.7	20.9
2010	18.1	10.3	24.9	27.1	19.6
2015	11.7	10.3	32.6	25.1	20.2
2020	11.6	9.6	31.8	26.5	20.5
2021	11.0	9.5	32.1	26.1	21.2

(資料) UNCTADSTATより作成