

中国におけるサービス貿易の国際競争力に関する一考察
—米中比較の視点から—

胡 東 寧^{*1}

安 田 信之助^{*2}

于 躍^{*3}

Research on the International Competitiveness of Trade Services in China

HU Dongning *¹

YASUDA Shinnosuke *²

YU Yue *³

Since the 1970s, international service trade has maintained a high speed of development. Global economic integration and industry structural adjustment of the world further promote the world economic center shifting from manufacturing to services. Since China joined WTO, the level of opening up gradually improves and service trade has achieved rapid growth. On the other hand, the competitiveness of Chinese service trade is still in low level, so promoting the competitiveness of the service trade has become the top priority.

This paper uses data from UNCTAD to measure the revealed comparative advantage and dominant competitive advantage in service departments of Sino-US through the RCA, the CA and the TSC indexes. The paper concludes that China has both comparative disadvantages and a competitive disadvantage in financial services and royalties and license fees services, while America has comparative advantages and a competitive advantage. In order to improve the future competitiveness in service trade, it is necessary for China to improve its weak sectors: financial services and royalties and licenses fees services. This article attempts to promote the competitiveness of service trade while attempting to optimize the industrial structure.

* 1 天津師範大學准教授 Associate Professor, Tianjin Normal University

* 2 城西大學教授 Professor, Josai University

* 3 天津師範大學大學院經濟學研究科

Student, Graduate School of Economics , Tianjin Normal University

目次

I はじめに

II 米中比較の視点から見る中国のサービス貿易の特徴

- 1 貿易総額の増加とサービス貿易
- 2 成長率の減速と変動
- 3 拡大する中国のサービス貿易赤字
- 4 貿易構造の歪みと比較優位

III 米中比較の視点から見る中国のサービス貿易の国際競争力

- 1 米中サービス貿易と顕示比較優位指数
- 2 米中サービス貿易と顕示競争優位指数
- 3 米中サービス貿易と貿易競争力指数

IV 中国のサービス貿易の競争力と諸要素

- 1 分析方法としてのマイケル・ポーター理論
- 2 中国のサービス貿易競争力と諸要因
 - ① 要素条件としての人的資源
 - ② 需要条件としての一人当たりGDP
 - ③ 企業戦略と競争の環境要素としての中国のサービス貿易の開放度
 - ④ 財貿易とサービス貿易

V 中国のサービス産業の発展と今後の課題

VI おわりに

I はじめに

中国は、過去30年余りの改革開放政策により、世界最高水準の経済成長を持続し、2010年には日本を抜いてGDP世界第2位の経済大国となった。中国経済の圧倒的な量的拡大が続く中で、中国の対外貿易は、改革開放政策の主役として、経済成長のメインエンジンとなった。世界最大の輸出国でかつ外貨保有国となった。中国経済発展は、一見順調に成長しているように見えるが、経済分野で多くの課題・問題を抱えている。

近年、米国の対中貿易赤字が大幅に拡大するに伴い、米中間の貿易摩擦が顕在化してきた。米国内では、割安な人民元相場で米国に輸出攻勢をかける中国への不満が根強く、巨

額かつ慢性的な米国の対中貿易赤字を背景に、人民元相場をめぐる米国の対中批判も激しさを増している。人民元切り上げを求める対中強硬論は衰えを見せていない。米国側は中国政府に対してさらなる市場開放と規制緩和を要求すると共に、人民元の切り上げを求めている。その一方で中国政府は、米国からの輸入を拡大させることによって、米中貿易不均衡の是正を模索している。しかし、中国の巨大な貿易黒字は、対米財貿易の黒字によるもので、サービス貿易は赤字である。米国側が対中貿易赤字を問題にする際に、中国の巨大な対米サービス貿易赤字は無視されがちである。特にサービス貿易による付加価値が財貿易に比べて高いという現実を考慮する必要がある。中国の財貨輸出は、人民元の切り上げ、コストの上昇、輸出の価格競争力の低下等により、これまでのような拡大は困難な状況になりつつある。

したがって、中国経済を取り巻く内外環境の変化に対応するため、2011年からは「第12次5ヵ年計画」を実施し、経済発展モデルの転換と産業構造の調整を模索している。第12次5ヵ年計画の柱の1つがサービス産業の振興となっている。2011年12月には対外貿易白書である『中国的対外貿易』が発行された。そこで、WTO加盟10年の総括を行った上で、2012年2月には商務部をはじめとする10省庁の連名で「対外貿易発展方式の転換加速に関する指導意見」が公布されたのである。その中で、対外貿易発展方式の転換の加速は、差し迫った課題であることが強調された。サービス産業の振興は国際経済・貿易の構造的変化に主導的に対応して「貿易強国」への道を歩むための戦略的政策であると位置づけられた。

その理由としては、中国が内需主導の経済成長を志向していることや、製造業主導の経済成長によるエネルギー消費量の急増や環境汚染といった弊害への強い懸念が挙げられる。産業構造の高度化を推進していく中で、サービス産業は、製造業に代わって次の経済発展の新しいエンジンとして期待されている。将来の発展における大きな流れとして、産業構造の高度化と経済構造の転換に大きな役割が期待されているのがサービス産業である。サービス貿易の発展は、今後の中国の経済発展と貿易成長に大きく寄与することが期待されている。なぜなら、経済のグローバル化が進展するにつれて、サービス貿易が世界貿易全体に占める割合も徐々に拡大しているからである。サービス産業の発展は経済成長のための新たな原動力となりうる。ちなみにWTOとUNCTADの統計によると、世界のサービス貿易総額は2011年に80,000億ドルを超えている。

ここ数年来、中国でも財貿易の拡大に伴い、サービス貿易も緩やかに拡大している。サービス産業の国民経済に占める地位と役割がますます重要になっている。中国のサービス

産業は、大きな潜在力があり、今後さらに発展する可能性が大きい。周知のように、中国のサービス産業又はサービス貿易の対GDP比は主な先進国と比べてまだ低い水準にとどまっている。中国政府は、「第12次5ヵ年計画」（2011～2015年）では、2015年までにサービス貿易の発展目標を6,000億ドル、年間平均成長率の11%の達成を掲げている。サービス貿易の発展が加速していくと予想されている。

今後、中国が貿易大国から貿易強国への転換を実現するためには、資本、技術集約型製品、特にサービス製品の供給を拡大させることが非常に重要である。この目標を順調に実現するためには、サービス貿易の競争力を向上させなければならない。このような視点から、サービス貿易は、今後、中国の経済構造転換、産業高度化及び対外貿易改革の主役として注目されるに違いない。そこで、如何にサービス貿易の競争力を高めるのかを考える際に、中国はサービス貿易の強国である米国の経験を参考にする必要があると思われる。

以上の観点を踏まえて、本稿は、中国市場の行方を解明するため、中国におけるサービス貿易の特徴を整理しながら、サービス貿易の強国である米国との比較を中心に、RCA指数、CA指数、TSC指数等の経済指標を用いて、中国のサービス貿易の国際競争力を把握し、中国のサービス貿易の発展水準を明らかにしたい。

II 米中比較の視点から見る中国のサービス貿易の特徴

近年、中国のサービス産業においては、輸出額の増加及び国際競争力の向上等により、サービス貿易から得られる利益が持続的に拡大している。それと共に、2001年のWTO加盟以来、対外貿易が拡大するにつれて、中国のサービス貿易も、国際経済状況の変化に対応しながら、中国経済の発展に貢献している。しかし、米国と比較すると、中国のサービス貿易は依然として立ち遅れている。

1 貿易総額の増加とサービス貿易

米国のサービス貿易総額は、2012年に前年比4.35%増の10,820億ドルまで達し、世界サービス貿易全体の12.44%を占めた。米国のサービス貿易総額は2001年の4,967億ドルから、2008年の9,440億ドルまで急増し、2009年に若干減少したものの、2010年からは再び増えて2012年の規模となった。2006年以来、米国は世界サービス貿易の第1位の国として、世界全体の12%前後を占めている。

これに対して、中国のサービス貿易は1980年代から拡大し始めた。中国がWTOに加盟する前の20年間（1982～2001年）、サービス貿易総額は44億ドルから726億ドルにまで上昇した。その後、中国のサービス貿易は着実に拡大してきた。貿易総額は2001年の726億ドルから2012年の4,726億ドルまで上昇し、その間5.5倍も成長した。中国のサービス貿易は2001年から持続的に成長し、貿易総額は2008年に3,060億ドルに達した。2009年には世界金融危機の影響を受けて、貿易総額が2,883億ドルにまで下落したが、2010年から回復し、2012年の4,726億ドルの規模となった。この時点でも、中国サービス貿易の規模は米国の43.68%に過ぎない。

また、中国のサービス貿易総額が世界に占める割合についてみると、2001年の2.37%から2012年の5.43%まで上昇した。そのうち、中国のサービス輸出額が世界全体に占める

表1 米・中におけるサービス輸出入規模の推移 (単位：億ドル、%)

		2001	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012(年)
世界	貿易総額	30629	50447	56677	67722	76702	69658	76299	85029	86998
	輸出額	15244	25694	29046	34882	39144	35472	38873	43336	44258
	輸入額	15385	24753	27631	32840	37558	34186	37426	41693	42740
米国	貿易総額	4967	6813	7606	8629	9440	8976	9606	10369	10820
	成長率	-2.47	8.56	11.66	13.45	9.38	-4.91	7.01	7.95	4.35
	米国／世界	16.22	13.51	7.61	12.74	12.31	12.89	12.59	12.19	12.44
	輸出額	2781	3767	4215	4925	5379	5121	5555	6077	6403
	米国／世界	18.24	14.66	14.51	14.12	13.74	14.44	14.29	14.02	14.47
	輸入額	2186	3046	3391	3704	4061	3855	4051	4292	4417
	米国／世界	14.21	12.31	12.27	11.28	10.81	11.28	10.82	10.29	10.33
中国	貿易総額	726	1584	1928	2523	3060	2883	3555	4145	4726
	成長率	9.24	15.07	21.76	30.85	21.29	-5.78	23.29	16.60	14.03
	中国／世界	2.37	3.13	3.40	3.72	3.99	4.14	4.66	4.87	5.43
	輸出額	333	744	920	1222	1471	1295	1622	1764	1914
	中国／世界	2.18	2.90	3.17	3.50	3.76	3.65	4.17	40.7	4.32
	輸入額	393	840	1008	1301	1589	1589	1933	2381	2812
	中国／世界	2.55	3.39	3.65	3.96	4.23	4.65	5.57	5.71	6.58

出所：UNCTADのDatabaseに基づいて作成。

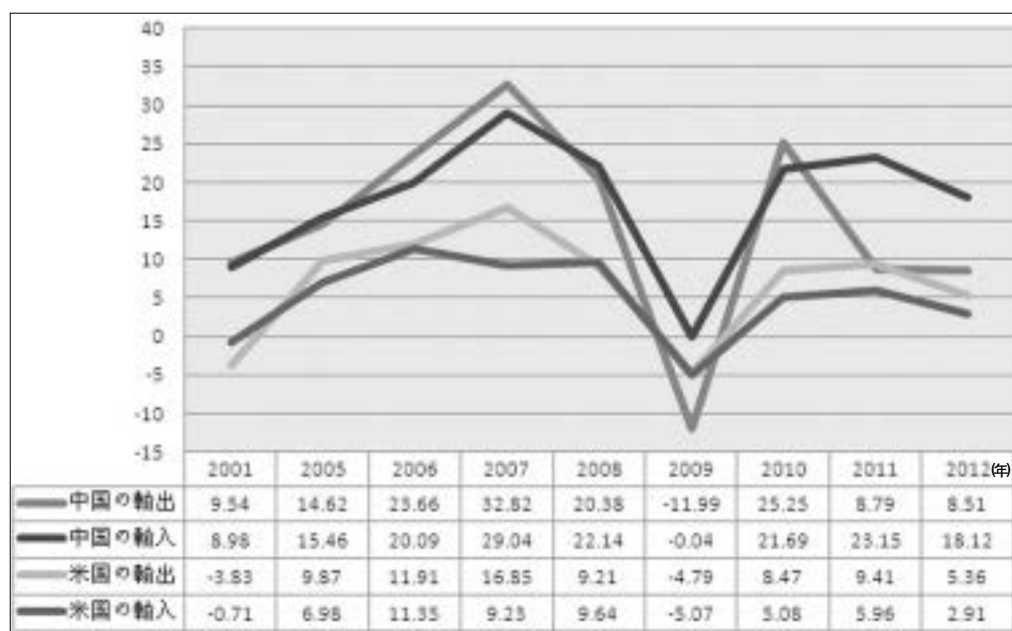
割合は、2001年の2.18%から、2012年の4.32%にまで上昇した。輸入も2.55%から6.58%にまで上昇した。米国は2001年から毎年ほぼ2桁の占有率を維持した。特に、2007年以後、その比率は毎年12%台を維持している。このように、中国のサービス貿易総額が世界全体に占める割合は、米国と比べて未だに低い水準にとどまっているのである。サービス貿易総額の増加につれて、中国のサービス貿易の規模は拡大しつつある。しかし、世界第一のサービス貿易国である米国に比べると、依然として立ち遅れており、サービス貿易の発展水準もまだ低い。

2 成長率の減速と変動

2001年から2012年までのサービス貿易の成長率を見ると、中国は米国を上回っているが、2007年から明らかに低下傾向を示している。米国のサービス貿易総額は2001年と2009年のマイナス成長を除き、プラス成長を続けてきた。世界金融危機前の2007年には、その成長率が前年に比べて、13.45%にも達した。2009年以後、米国のサービス貿易は大幅に激減し、2012年の前年比増加率はわずか4.35%であった。逆に、中国のサービス貿易総額は

図1 米中間におけるサービス貿易の成長率の変化

(単位：%)



出所：UNCTADのDatabaseに基づいて作成。

2001年から徐々に拡大し、その成長率が2007年には30.85%にも達した。中国のサービス貿易総額の成長率は、世界金融危機の影響を受けて2009年にマイナス成長を経験し、2012年には14.03%となったが、最高値の2007年に比べて約16ポイント下がった。

輸出入を分けて見ると、2004年から2008年まで、中国のサービス輸出の年平均成長率は23.9%に達し、世界のサービス輸出の平均成長率に比べて、9.9ポイント高かった。その後、2007年の最高値である32.8%から2008年の20.4%にまで下落し、2009年更に-12.0%にまで激減した。2010年には25.3%まで回復したが、2011年に再び下落し、2012年には8.5%まで下落した。輸入も同じ傾向であり、2010年以後にやや上昇したが、2012年に再び18.1%まで低下した。また、中国のサービス輸出入の成長率は、その変動が非常に激しく、サービス貿易の発展がかなり不安定であると考えられる。

米国のサービス輸出入の成長率は相対的に安定しているが、世界金融危機以降に低下した。輸出の成長率は2007年の最高値の16.85%から、2012年には5.36%まで下落した。同時に、輸入の増加率は2006年に最も大きくなった後、2012年にはわずか2.91%となった。中国のサービス貿易は速い速度で拡大してきたが、成長率の変動も非常に激しかったのに対して米国のサービス貿易は相対的に安定して拡大してきたのである。

3 拡大する中国のサービス貿易赤字

前述のように、中国のサービス貿易は急速な成長を遂げ、成果をあげているが、サービス貿易収支は赤字基調にある。特にWTO加盟以来、この状況は顕著になっている。

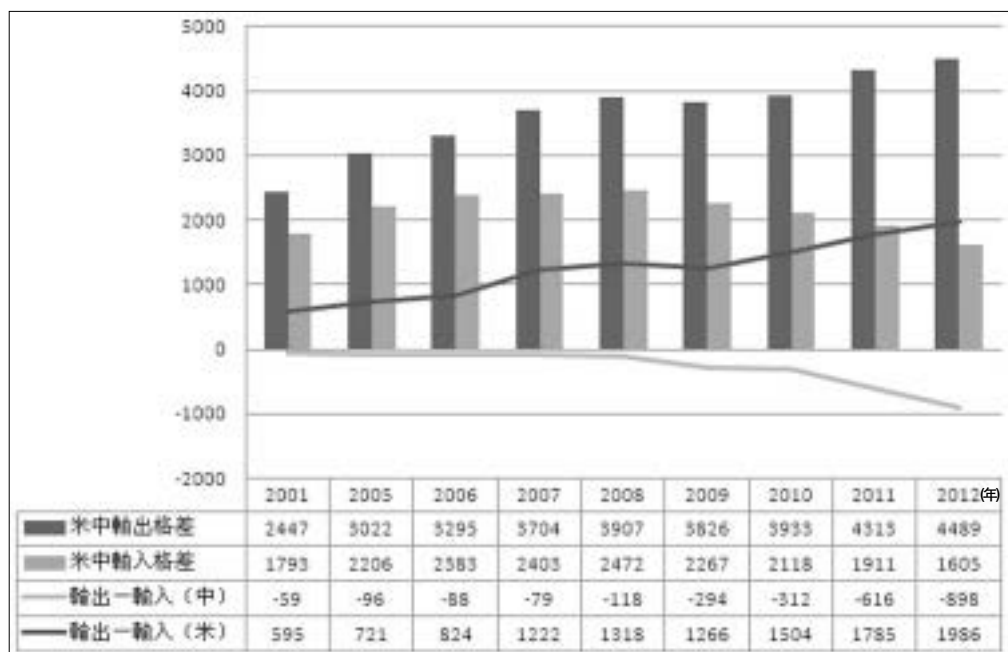
中国のサービス貿易の輸出入差額は、財貿易の状況と大きく異なっている。図2のように、2001年、中国のサービス貿易の輸出入総額は、それぞれ333.3億ドルと392.7億ドルであり、その差額は59.3億ドルであった。2005年以後、輸出入差額の拡大が続き、2008年以後更にその傾向が強まった。2012年、中国のサービス貿易は、輸出が1,914億ドル、輸入が2,812億ドルとなり、その貿易赤字は898億ドルとなった。

中国のサービス貿易の中で、運送、保険、特許等使用料、コンピュータ・情報の分野で、経済成長に伴う赤字拡大が顕著である。また、これまで安定した外貨獲得源であった旅行の収支が、中国人海外旅行者の増加に伴い、2009年に赤字に転じ、その後も拡大している。

逆に、上述の状況と異なり、その他営利業務のサービス貿易については黒字基調が長年続いている。また、建築、コンピュータ・情報サービス産業も長期間黒字であったが、その黒字額はその他営利業務を下回っており、コンピュータ・情報サービス産業は2012年

図2 米中間におけるサービス貿易の推移

(単位：億ドル)



出所：UNCTADのDatabaseに基づいて作成。

に赤字に転じた。これとは逆に、以前は赤字基調であった通信産業は、国内での需要拡大によって、2009年から黒字基調に転じた。

全体的な規模の拡大に伴い、米国サービス貿易の輸出額と輸入額も変わってきた。米国は、2001年に2,781億ドルのサービス製品を輸出し、2,186億ドルを輸入した。2012年にはその金額はそれぞれ前年比5.36%と2.91%増の6,403億ドルと4,417億ドルに達した。2001年以来、米国のサービス輸出額は緩やかに増加しているが、その成長率は低下している。同期間中の輸入額も、同じ傾向を表している。

このような米国の対中貿易収支状況を見ると、中国のサービス額は量的に増えているが、サービス貿易収支は赤字基調に転落したため、その額も拡大している。2012年の時点で、中国のサービス貿易規模は米国の43.68%に過ぎない。輸出格差は2001年の2,447億ドルから、2012年の4,489億ドルまで増加し、2001年から持続的に拡大している。

逆に、同期間中の両国間の輸入格差はますます低下しており、2008年の2,472億ドルから、2012年の1,605億ドルまで低下した。更に、両国間の輸出入差額を見ると、その格差は非常に大きい。米国は対中サービス貿易から黒字を達成しているのに対し、中国の対米サービス貿易は赤字基調にある。ちなみに、2012年の米国のサービス貿易黒字は1,986億

ドルである反面、中国の赤字は898億ドルに達した。その差は2,884億ドルに上る。また、2001年から2012年まで、このような状況があまり変わっておらず、その格差が拡大している。

4 貿易構造の歪みと比較優位

中国のサービス貿易の急速な拡大により、その貿易構造の変動も目立つようになった。中国のサービス貿易は、主に運送、観光、その他営利業務等のような伝統産業部門に集中している。2001年から2012年までの10年余りの間に、これらの3つの産業の割合は、輸出全体の92.61%と81.63%を占めている。輸入においてはそれぞれ83.29%と81.86%までとなっている。このように、中国のサービス貿易は、技術ではなく、過度に労働力と資源に依存する労働集約型又は資源集約型な特徴がかなり強いと言える。逆に、金融、保険、情報、特許等使用料等のような資本集約型又は技術集約型のサービス産業の輸出入については、サービス貿易全体に占める割合はかなり低いのである。

各産業で不均衡的な発展の現状である中国と異なり、米国では各産業間で均衡的な発展が実現されて、このことがサービス貿易の拡大をもたらした。また、中国のサービス貿易は運送、観光、その他営利業務等のような伝統産業に集中しているのに対して、米国は特許等使用料、金融、保険等の、いわば技術・知識集約型産業に強い優位性を持っているのである。2012年、米国の特許等使用料、金融、保険等の輸出額は2,104億ドルであり、輸出全体の34.61%を占めた。同期の中国の状況を見ると、上記3つの産業の輸出額が輸出全体に占める割合がわずか2.61%に過ぎないのである。

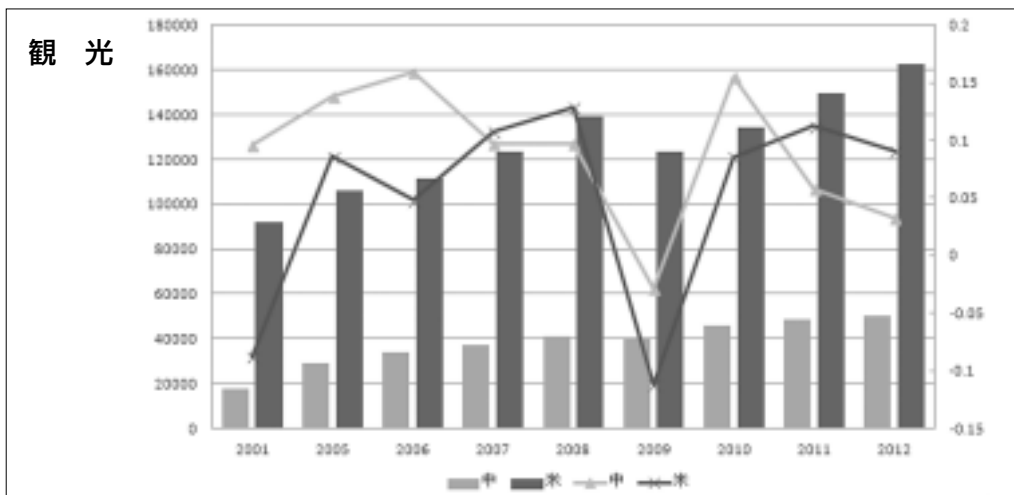
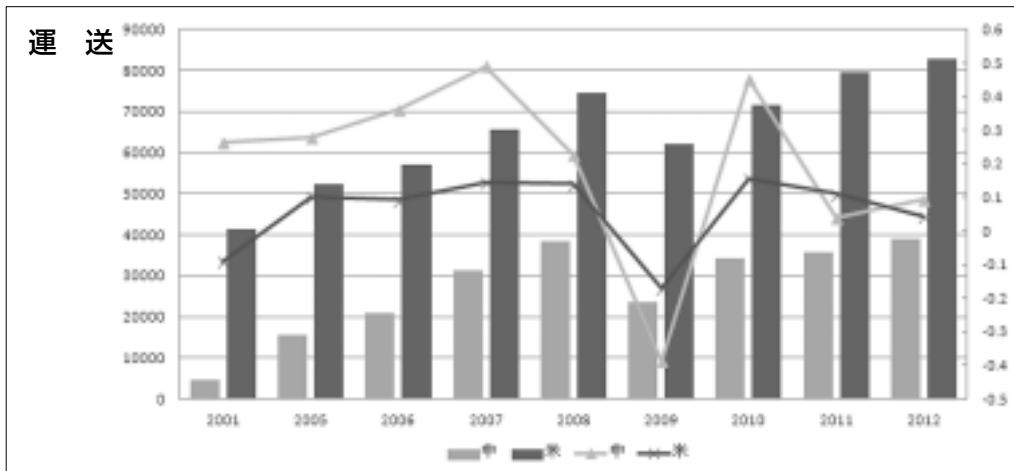
各産業の成長率を見ると、全体的に米国より中国の方が高いが、中国の成長率の変動はかなり激しい。その中で、伝統的産業の運送、観光及びその他営利業務等の成長は相対的に安定しているが、金融、特許等使用料、文化・興行等の成長は非常に不安定である。これは、これらの産業のリスク回避能力が低いことから、景気循環の影響を強く受けたことによるものであると考えられる。

しかし、米国におけるサービス貿易の発展は、相対的に安定しており、世界金融危機の影響を受けた2009年を除き、マイナス成長の年がほぼない。世界金融危機は中国のサービス貿易へ大きな打撃を与えた。特に、中国の主なサービス貿易部門の成長が大幅に落ち込んだ。これに対して、世界金融危機以降、米国のサービス輸出入も減少したが、運送等部門を除き、その減少はあまり大きくない。そして、米国は2010年以後、ほとんどのサービス貿易部門で、安定的な成長を実現した。

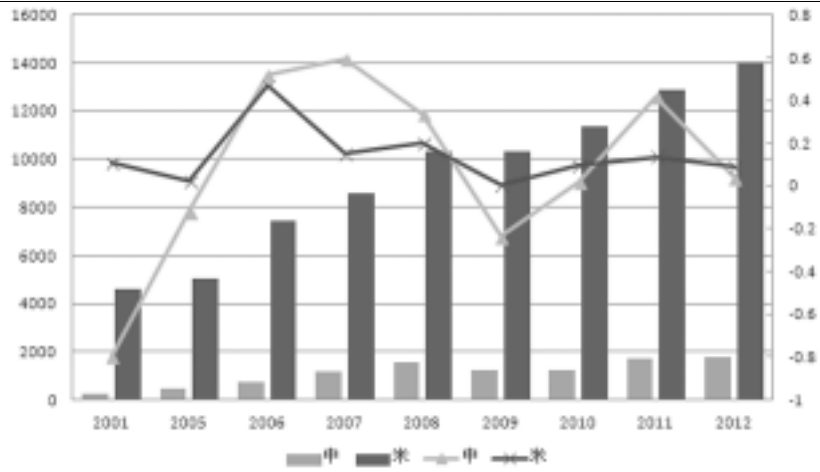
中国の伝統的サービス産業の輸出については、その規模は非常に大きいですが、成長率が徐々に低下している。その一方で、技術・知識集約的サービス産業の成長率は伝統サービスの輸出を上回っている。すなわち、中国の有する伝統サービス産業の比較優位が徐々に低下しているのである。このような状況は、中国において比較優位を持つサービス産業が伝統サービスから技術・知識集約的サービスへシフトしつつあることを示唆している。

図3 米中間の各産業における輸出額とその成長率

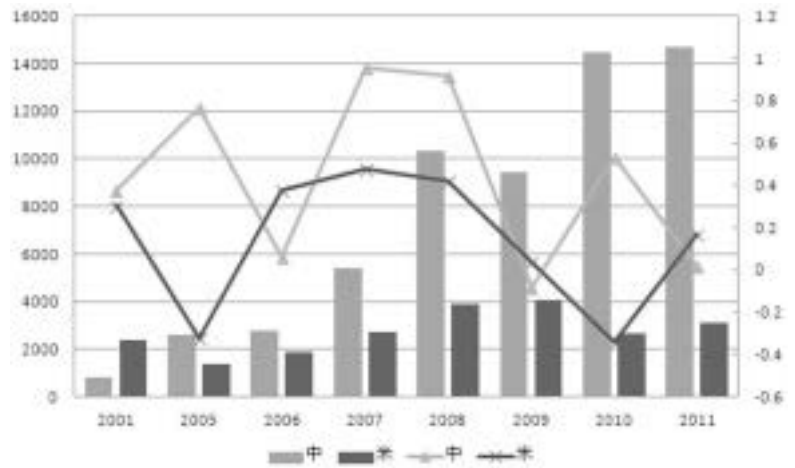
(単位：億ドル、%)



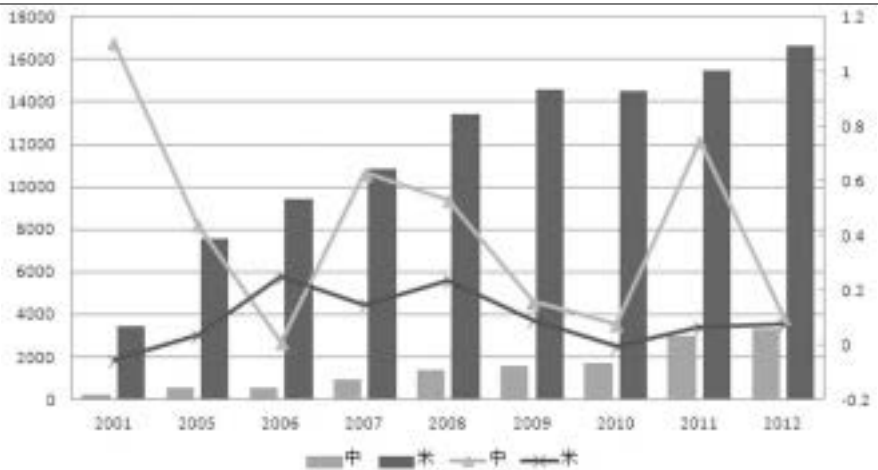
通信

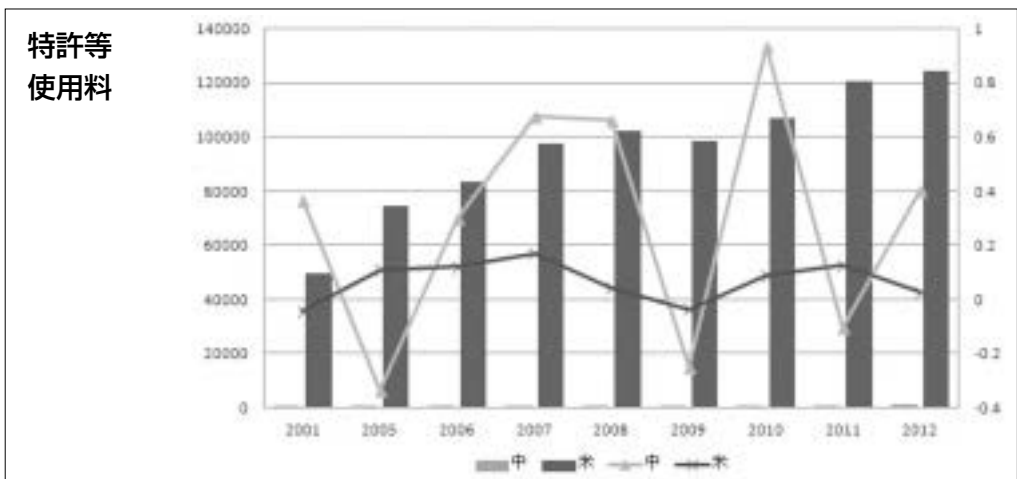
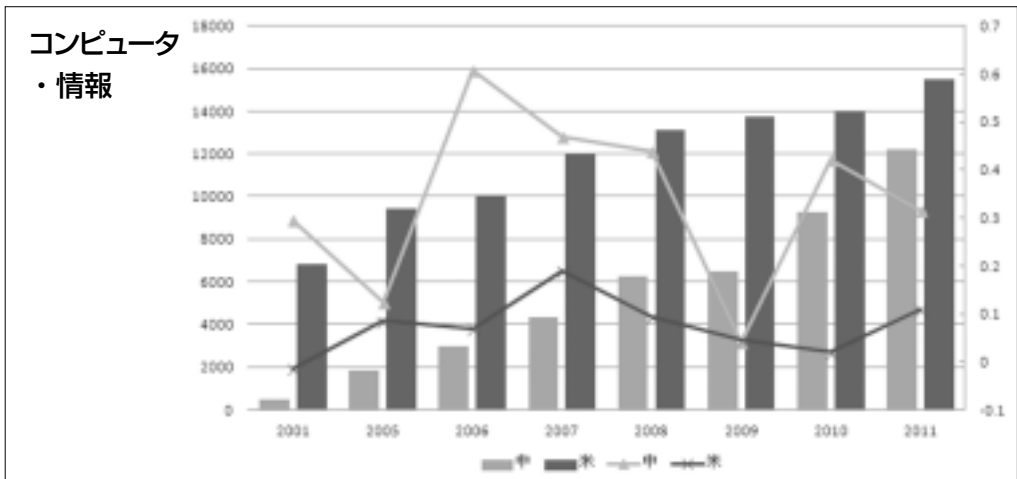
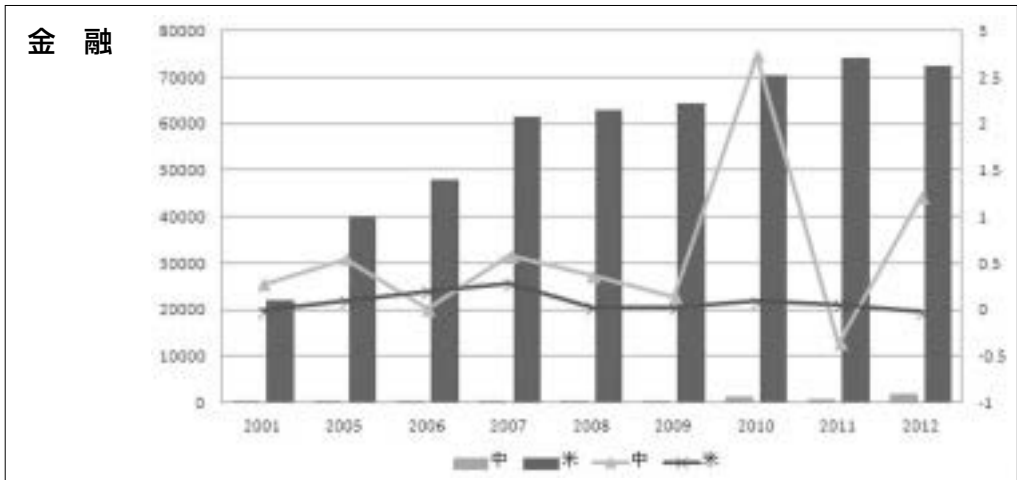


建築

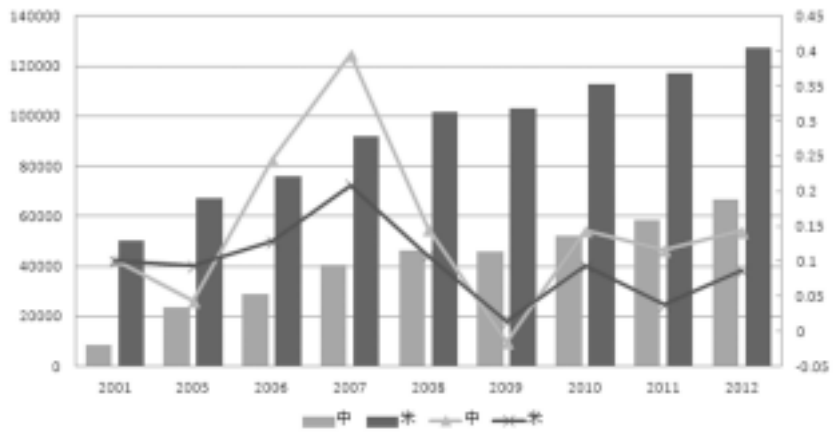


保険

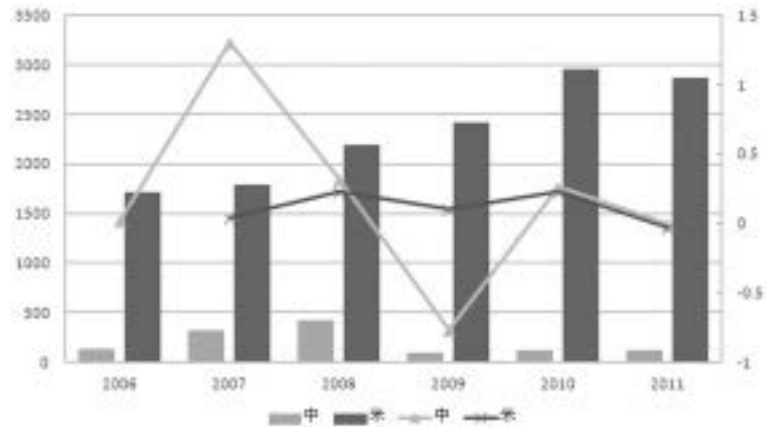




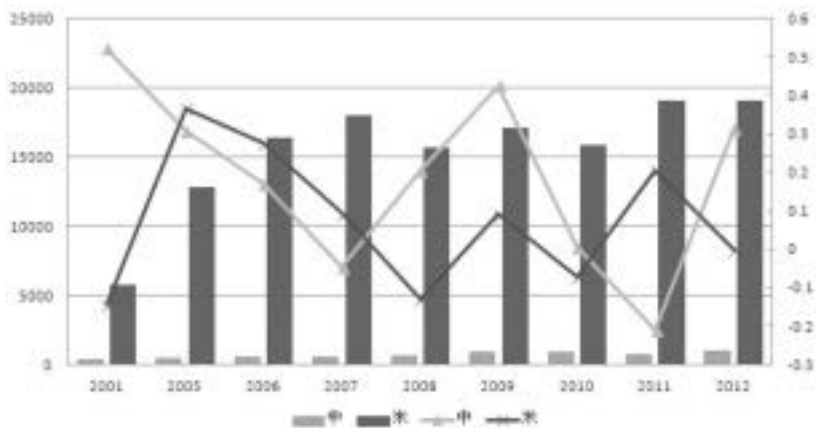
その他
営利業務



文化・興行



政府
サービス



出所：UNCTADのDatabaseに基づいて作成。

Ⅲ 米中比較の視点から見る中国のサービス貿易の国際競争力

近年、安定的な成長を遂げる中国のサービス貿易は、その規模において急拡大しており、貿易構造も徐々に高度化されつつある。しかし、運送、建築、観光等の伝統産業の主導的な地位に変化はなく、技術集約・知識集約サービス産業は先進国に比べて依然として立ち遅れている。本章は、RCA指数、CA指数及びTSC指数を用いて、米中比較の視点から、中国におけるサービス産業の国際競争力について分析したい。

1 米中サービス貿易と顕示比較優位指数

顕示比較優位指数（RCA：Revealed Comparative Advantage）は、Balassa¹等が1965年に提唱した国際貿易における比較優位を測る方法である。これは、一国のある産業における比較優位を判定するために、総輸出額に対する各産業の移輸出額に着目し、地域全体における対象地域の交易特性を表す指数である。RCA指数は、ある地域の輸出構成比（各産業の輸出額／各産業の輸出額計）を地域全体の輸出構成比で除して求められ、主に国際的な競争力計測等に用いられる。もしRCA指数が1以上であれば、比較地域に対して優位な産業部門であり、その産業部門の交易が特化していることになる。

一般的には、RCA指数>2.5の場合は、当該国のある産業の国際競争力は極めて強く、2.5>RCA指数>1.25の場合は、当該国のある産業の国際競争力は強く、1.25>RCA指数>0.8の場合は、当該国のある産業の国際競争力はやや強く、RCA指数<0.8の場合は、当該国のある産業の国際競争力は弱いとされる。具体的な計算方法は

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_{ti}) / (X_{wj} / X_{tw})$$

ここで、 X_{ij} は*i*国*j*製品の輸出額、 X_{ti} は*i*国の輸出総額、 X_{wj} は世界の*j*製品の輸出額、 X_{tw} は世界の輸出総額を表す。

次ページの表2は、2001年と2005年から2011年までの各産業における米国と中国のRCA指数の推移を示したものである。まず全産業から見ると、中国のRCA指数は0.4～0.5の間で変動している。これは0.8以下であるので、中国のサービス貿易の国際競争力は非常に低いと考えられる。逆に、米国の場合は、すべての年において1.25を超えており、サービス貿易の国際競争力は強いと考えられる。

1 Balassa, Bela (1965), 『Trade Liberalisation and “Revealed” Comparative Advantage』, The Manchester School of Economic and Social Studies , Vol.33(2), P.99-123.

中国のサービス貿易の産業構造を見ると、2007年まで、保険、金融と特許等使用料等の産業のRCA指数はあまり変化していなかったが、運送、通信、建築、コンピュータ・情報、その他営利業務、文化・興行産業のRCA指数は上昇した一方で、観光、政府サービスは低下した。世界金融危機の影響などもあり、2009年には中国サービス貿易の国際競争

表2 米中のサービス貿易における顕示比較優位指数（RCA指数）の推移

	運 送		観 光		通 信		建 築	
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	0.62	0.67	1.74	1.08	0.34	0.69	1.20	0.41
2005	0.94	0.63	1.44	1.03	0.28	0.58	1.60	0.16
2006	1.04	0.62	1.41	1.01	0.33	0.72	1.26	0.18
2007	1.17	0.61	1.22	1.00	0.40	0.73	1.76	0.22
2008	1.15	0.61	1.13	1.06	0.43	0.77	2.44	0.25
2009	0.93	0.62	1.25	0.98	0.35	0.77	2.40	0.26
2010	1.02	0.62	1.16	0.99	0.31	0.83	3.43	0.18
2011(年)	0.99	0.64	1.12	1.00	0.40	0.87	3.27	0.20
	保 険		金 融		コンピュータ・情報		特許等使用料	
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	0.35	0.63	0.05	1.28	0.40	0.71	0.06	3.00
2005	0.38	1.04	0.03	1.51	0.60	0.61	0.03	3.18
2006	0.28	1.05	0.02	1.47	0.73	0.54	0.04	3.31
2007	0.34	1.00	0.02	1.46	0.78	0.53	0.05	3.39
2008	0.44	1.17	0.03	1.53	0.84	0.48	0.07	3.23
2009	0.46	1.05	0.04	1.69	0.92	0.49	0.05	2.88
2010	0.42	1.04	0.11	1.74	1.02	0.45	0.08	2.94
2011(年)	0.76	1.12	0.07	1.67	1.21	0.45	0.06	2.98
	その他営利業務		文化・興行		政府サービス		全産業	
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	1.14	0.81	0.06	2.23	2.23	0.98	0.56	1.38
2005	1.32	0.76	0.14	2.18	2.18	1.55	0.45	1.47
2006	1.32	0.76	0.12	2.53	2.53	1.80	0.44	1.48
2007	1.37	0.77	0.22	2.62	2.62	1.88	0.45	1.48
2008	1.31	0.79	0.27	2.43	2.43	1.67	0.47	1.48
2009	1.40	0.80	0.06	2.50	2.50	1.80	0.44	1.46
2010	1.29	0.81	0.06	2.25	2.25	1.64	0.46	1.48
2011(年)	1.30	0.76	0.05	2.16	2.16	1.81	0.46	1.50

出所：UNCTADのDatabaseに基づいて作成。

力は低下した。2011年の時点で、建築、通信、コンピュータ・情報のRCA指数は依然として上昇している。また、技術・知識集約的なサービス産業の保険も上昇した。しかし、運送、観光、金融、文化・興行の競争力は低下している。他の産業の競争力はあまり変化しなかった。

具体的に見ると、2011年にRCA指数 >1 の産業は、観光、建築、コンピュータ・情報及びその他営利業務である。その中で、コンピュータ・情報サービス産業の成長が急速であり、RCA指数が2007年の0.78から、1.21にまで上昇した。また、建築産業のRCA指数は2.5を超えており、極めて強い競争力を持っていることを意味する。その他営利業務の場合は、RCA指数が1.25を超えているため、強い競争力を持っていると判断できる。この期間に、観光とコンピュータ・情報サービス産業のRCA指数が0.8と1.25の間で変動していることから、両産業の競争力はやや強いと言える。他には、運送産業のRCA指数は1に近づいており、競争力を持っていることを意味している。以前に比べてその競争力に低下傾向が見られる。

更に、2011年にRCA指数が0.8を超えていない産業は、通信、保険、金融、特許等使用料、文化・興行等産業であるが、これらの産業はすべて競争力が弱いと考えられる。その中で、金融、特許等使用料、文化・興行等産業のRCA指数は0.1も超えず、その国際競争力が非常に弱いと言える。

このような分析によって、中国のサービス貿易は、依然として伝統的な労働集約型産業に集中しており、資本・技術集約型産業の競争力は未だ弱いと結論付けることができる。

一方、米国のサービス貿易の競争力は相対的に強まっている。2011年のRCA指数で1を超えた産業は、観光、保険、金融、特許等使用料、政府サービスであった。各サービス産業の輸出で、特許等使用料に関する産業の競争力が最も強く、そのRCA指数は2.5を超えた。次に、政府サービスが1.81に達しており、金融と保険業もそれぞれ1.67と1.21となっている。すなわち、米国のサービス貿易は技術集約・知識集約的なサービス産業に集中しており、その国際競争力は強い。逆に、米国のサービス貿易は、伝統的産業領域での競争力が相対的に弱いのである。

両国を比較すると、まず中国のサービス貿易の国際競争力が運送、観光、建築、コンピュータ・情報、その他営利業務等で米国を上回った。これらの産業は労働集約的であり、技術水準と付加価値が一般的に低い。その反面、米国のサービス貿易の比較優位は、技術水準と付加価値の高い技術集約的・知識集約的産業にある。また、中国のサービス貿易の

発展は、各産業間のバラつきが存在し、RCA指数の高い産業と低い産業が混在している。一方、米国は、強い競争力の持つ産業以外の部門においても、競争力の極端に弱い産業が総じて少ないのである。

2 米中サービス貿易と顕示競争優位指数

顕示競争優位指数（CA：Competitive Advantage Index）は、Vollrath²が1988年に提唱した一国のある産業の国際競争力を測る方法である。この指標は、ある産業の輸出比較優位から輸入比較優位を差し引いた数値である。この指標から、一国のある産業の真の競争優位が測られる。顕示比較優位指数（RCA）の場合は、ある産業内において輸出入が同時に行われるケースがあるにもかかわらず、産業の輸出の比率のみを考慮しており、その産業の輸入に関する影響が考慮されていない。

一般的に、CA指数 > 0 の場合は、当該国のこの産業が比較優位を持ち、逆にCA指数 < 0 の場合は、当該国のこの産業が比較優位を持っていないと評価できる。すなわち、CA指数の高いほど、当該国のこの産業の国際競争力は強く、逆にCA指数の低いほど、当該国のこの産業の国際競争力は弱くなる。具体的な計算方法は

$$CA_{ij} = RCA_{ij} - (M_{ij} / M_i) / (M_{wj} / M_w)$$

ここで、 M_{ij} は i 国の j 産業（製品）の輸入額、 M_i は i 国の輸入総額、 M_{wj} は j 産業（製品）の世界市場の輸入総額、 M_w は世界の輸入総額を表す。

表3は、2001年、2003年及び2005年から2009年までの米国と中国の各産業におけるCA指数の推移である。2010年以後の各サービス産業の世界輸出入額データの中に入手できないものがあつたため、2009年までのCA指数を算出した。

国別で見ると、2001年以降に、中国の運送、保険、金融、特許等使用料等産業のCA指数がほとんど毎年0以下となり、これらの産業の国際競争力が非常に弱いことが明らかになった。一方、同期間中のCA指数が0以上となった観光、その他営利業務、政府サービス、の競争力はやや強かった。また、建築業、コンピュータ・情報、文化・興行の場合は、CA指数がプラスに転じており、産業の優位性を持つようになったと考えられる。

米国は、特許等使用料、文化・興行に強大な競争優位を持っており、そのCA指数が長期間にわたって高い数値を見せている。また、観光、建築、金融、その他営利業務のCA

2 Vollrath, T. L. and De Huu, V. (1988), 『Investigating the Nature of World Agricultural Competitiveness』, Washington D.C.: USDA, ERS. 1754: 1-25.

指数も、長期間プラスであり、これらの産業が競争優位を持っていることを意味する。一方、コンピュータ・情報のCA指数は、2001年から徐々に低下しているが、当該産業は転換期を迎えており、海外への産業移転が行われているのは周知のとおりである。

表3 米中サービス貿易における顕示競争優位指数（CA指数）の推移

	運 送		観 光		通 信		建 築	
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	-0.47	-0.31	0.52	0.04	-0.01	-0.33	-0.09	0.37
2003	-0.49	-0.29	0.31	0.08	0.27	-0.14	0.13	0.30
2005	-0.31	-0.30	0.47	0.09	-0.06	0.15	0.61	0.42
2006	-2.20	-0.22	0.46	0.10	0.00	-0.23	0.35	0.41
2007	-0.04	-0.22	0.29	0.07	0.03	-0.22	1.01	0.39
2008	0.03	-0.18	0.17	0.11	0.01	-0.17	1.65	0.36
2009(年)	-0.36	-0.23	0.08	0.06	0.09	-0.06	1.32	0.35
	保 険		金 融		コンピュータ・情報		特許等使用料	
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	-1.54	-1.42	-0.02	0.20	-0.06	0.14	-0.79	1.45
2003	-1.58	-1.51	-0.11	0.54	-0.38	0.12	-1.00	1.74
2005	-1.69	-1.15	-0.03	0.57	-0.37	0.09	-0.98	1.51
2006	-1.70	-1.35	-0.22	0.03	0.02	-1.12	-1.09	1.66
2007	-1.57	-1.65	-0.09	0.07	0.09	-1.03	-1.05	2.09
2008	-1.51	-1.65	-0.08	0.07	0.03	-1.12	-1.13	2.26
2009(年)	-1.16	-2.06	-0.10	0.29	0.41	-1.12	-1.23	2.06
	その他営利業務		文化・興行		政府サービス			
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	0.25	0.10	-0.03	1.80	0.31	-0.05		
2003	0.71	0.12	-0.05	1.73	0.05	-1.00		
2005	0.41	0.07	0.00	1.31	0.04	-0.77		
2006	0.38	0.25	0.02	1.16	0.11	-0.78		
2007	0.33	0.04	0.11	2.10	0.00	-0.39		
2008	0.23	0.02	0.11	1.88	0.05	-0.54		
2009(年)	0.52	0.08	0.03	1.96	0.22	-0.17		

出所：UNCTADのDatabaseに基づいて作成。

3 米中サービス貿易と貿易競争力指数

貿易競争力指数（TSC：trade specialization coefficient）は、一国の輸出競争力を示す指標の1つで、「国際競争力指数」や「輸出特化指数」とも呼ばれている。TSCは、ある製品の輸出額から輸入額を差し引いた純輸出額（純輸入額）を、その製品の輸出額と輸入額を足した総貿易額で割った数値である。通常、この指標は、プラス1からマイナス1の範囲内にあり、プラス1に近づくほど外国に対する輸出競争力が強く、逆にマイナス1に近づくほど外国に対する輸出競争力が弱いとされる。プラス1の場合は「輸出に特化」、0（ゼロ）の場合は「輸出入均衡」、マイナス1の場合は「輸入に特化」となる。具体的な計算方法は、次のとおりである。

$$TSC_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$$

ここで、 X_{ij} は*i*国*j*産業（製品）の輸出額、 M_{ij} は*i*国*j*産業（製品）輸入額を表す。表4は、2001年と2005年から2011年までの米国と中国の各産業におけるTSC指数の推移である。

まず全産業から見ると、中国のTSC指数の大半は0以下で-0.1以上であるので、中国のサービス貿易の国際競争力が非常に低いと考えられる。一方、同期間中に、米国のTSC指数は毎年0.15前後で変動しており、サービス貿易の国際競争力が中国に比べて強いと言える。

具体的に見ると、中国のTSC指数は2001年の-0.08から2007年の-0.03まで低下したが、2008年以降は世界金融危機の影響等を受けてさらに下落し、2011年には-0.13となった。逆に、米国のTSC指数は2001年の0.12から2006年の0.11にまで低下したが、2007年から3年連続0.14を維持し、その後2010年の0.15から2011年の0.17まで上昇した。この期間に、米国のサービス貿易は安定的に成長した。

各産業の状況を見ると、米国は、特許等使用料、金融、その他営利業務、観光、建築と文化・興行のTSC指数がほとんどプラスであり、中国に比べて圧倒的な優位性を持っている。米国は、これらの6産業の輸出に特化し、かなり強い競争力を持っていることを意味する。逆に、中国は、これらの産業における優位性がほとんどなく、特に2009年に観光産業のTSC指数が世界金融危機の影響を受けてプラスからマイナスに転じた。

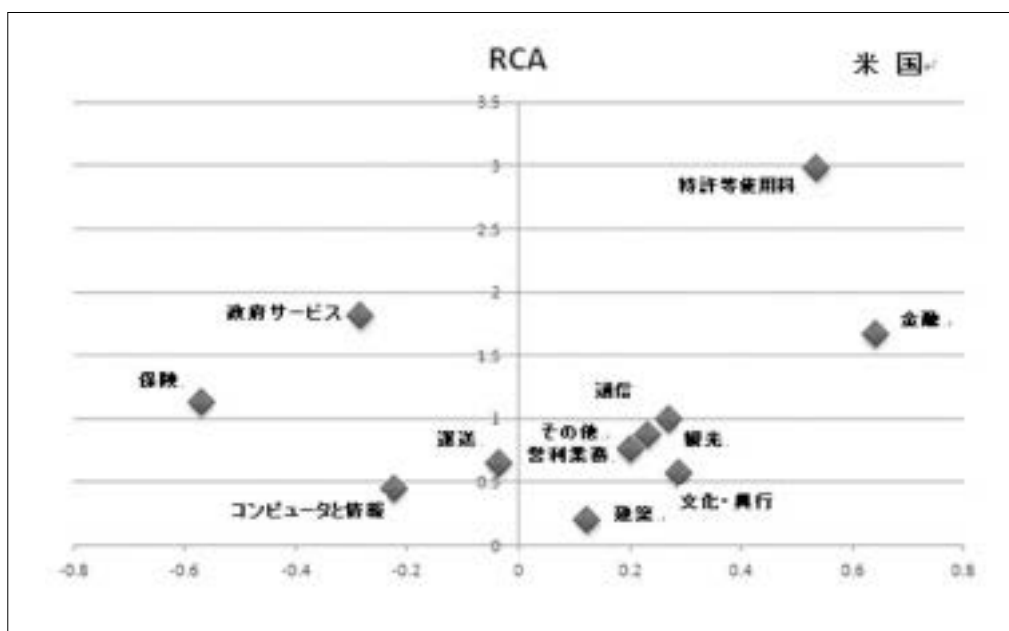
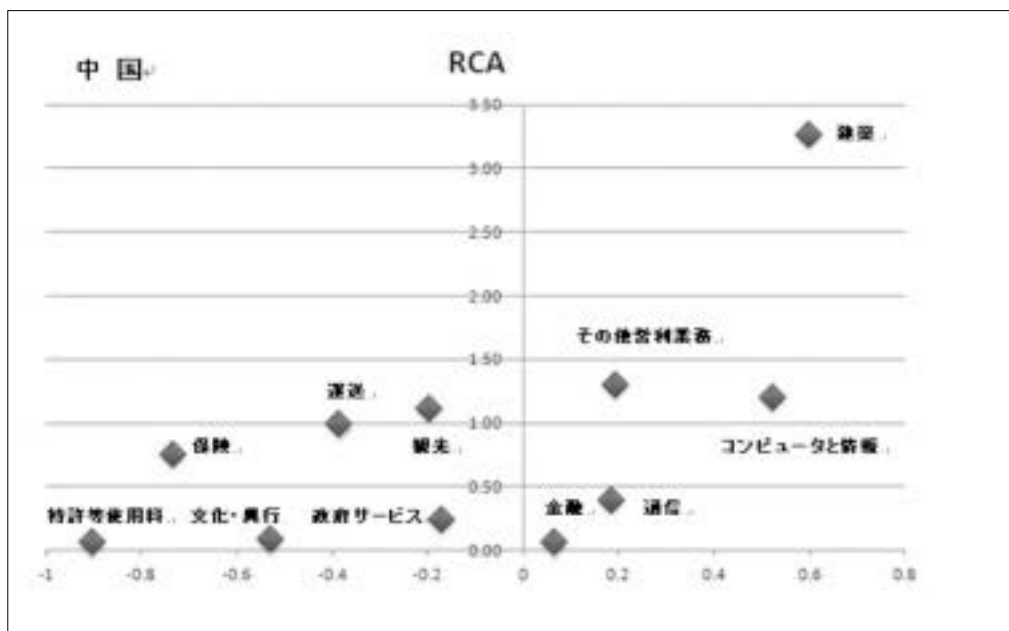
また、運送と保険については、そのTSC指数が米中両国共にマイナス基調となっているが、運送のような伝統的産業の場合は、中国の国際競争力が強い。逆に新興サービス産業の保険産業は米国の方が強い。しかし、中国のサービス貿易の柱である運送産業のTSC指数は長期間に低下傾向となっている。

表4 米中サービス貿易における貿易競争力指数（TSC指数）の推移

	運 送		観 光		通 信		建 築	
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	-0.42	-0.15	0.12	0.18	-0.09	-0.06	-0.01	0.16
2005	-0.30	-0.20	0.15	0.17	-0.11	-0.01	0.23	0.07
2006	-0.24	-0.17	0.17	0.17	-0.02	0.03	0.15	0.06
2007	-0.16	-0.12	0.11	0.20	0.04	0.04	0.30	0.04
2008	-0.13	-0.08	0.06	0.23	0.02	0.10	0.40	0.06
2009	-0.33	-0.04	-0.05	0.21	-0.00	0.12	0.23	0.06
2010	-0.30	-0.04	-0.09	0.24	0.04	0.15	0.48	0.05
2011(年)	-0.39	-0.04	-0.20	0.27	0.18	0.23	0.60	0.12
	保 険		金 融		コンピュータ・情報		特許等使用料	
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	-0.85	-0.66	0.13	0.37	0.14	0.03	-0.89	0.50
2005	-0.86	-0.58	-0.05	0.53	0.06	-0.06	-0.94	0.49
2006	-0.88	-0.61	-0.72	0.53	0.26	-0.14	-0.94	0.54
2007	-0.84	-0.63	-0.41	0.52	0.33	-0.12	-0.92	0.57
2008	-0.80	-0.63	0.28	0.57	0.33	-0.13	-0.90	0.55
2009	-0.75	-0.63	-0.29	0.63	0.34	-0.14	-0.93	0.52
2010	-0.80	-0.62	-0.02	0.65	0.51	-0.20	-0.88	0.52
2011(年)	-0.73	-0.57	0.06	0.64	0.52	-0.23	-0.90	0.53
	その他営利業務		文化・興行		政府サービス		全産業	
	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国	中 国	米 国
2001	0.06	0.33	-0.29	0.94	0.30	-0.47	-0.08	0.12
2005	0.17	0.30	-0.07	0.80	-0.11	-0.41	-0.06	0.11
2006	0.17	0.23	0.06	0.77	0.07	-0.30	-0.05	0.11
2007	0.14	0.26	0.35	0.78	-0.22	-0.27	-0.03	0.14
2008	0.09	0.23	0.24	0.74	-0.16	-0.35	-0.04	0.14
2009	0.14	0.24	-0.48	0.72	0.06	-0.34	-0.10	0.14
2010	0.21	0.25	-0.50	0.72	-0.09	-0.38	-0.09	0.15
2011(年)	0.19	0.20	-0.53	0.74	-0.17	-0.28	-0.13	0.17

出所：UNCTADのDatabaseに基づいて作成。

図4 2011年の米中サービス貿易における各産業の国際競争力



出所：UNCTADのDatabaseに基づいて作成。

更に、通信、コンピュータ・情報及び政府サービスのTSC指数を見ると、中国の国際競争力が米国に比べて徐々に向上している。その中で、米国のコンピュータ・情報の競争力が弱まっているのに対し、2006年から中国のコンピュータ・情報の競争力は上昇している。そして、中国の通信の競争力は向上しているものの、米国に比べて依然として弱い。政府サービスについては、その競争力の変動が不安定である。

以上の分析結果により、11のサービス産業の中で、中国は建築、コンピュータ・情報において米国よりも強い競争力を有している。また、運送、観光、通信、保険、その他営利業務の競争力は米国に比べて弱い。金融、特許等使用料、文化・興行の競争力については、米国が強く中国と米国の間には大きな差がある。

これらの結果は、RCA指数及びCA指数による分析で異なっている。特に運送、観光及びその他営利業務の分野では、RCA指数から見た場合、中国の優位性が失われていた。すなわち、中国のこれらの3産業の輸出が世界輸出に占める割合は、米国を上回っているものの、輸出入差額がサービス貿易全体に占める割合は米国より低いのである。特に、運送と観光産業は近年、輸出額が増加しているが、全体的に赤字基調となっている。その他営利業務サービスの場合は、その黒字が持続的に維持されているが、その他営利業務サービス輸出入に占める比率は低い。逆に考えると、米国のその他営利業務分野で、その輸出入差額が該当分野の輸出入全体に占める割合は中国に比べて高く、米国のその他営利業務サービスから得た貿易利益も中国より大きいと考えられる。

したがって、中国サービス貿易の内部構造は、近年大幅に高度化されているものの、伝統サービス産業の主導的地位に変化はなく、今後、新興サービス産業の競争力強化を加速させる必要がある。

図4は、RCA指数を縦軸、TSC指数を横軸として作成した2011年の米中における各産業の国際競争力を表したものである。明らかに、2つの指数が共にプラスとなっている産業は、米国の方が中国より多いことが分かる。

要するに、米国のような先進諸国と比較すると、中国のサービス貿易全体の技術力と労働生産性は未だに低く、科学技術のサービス産業への貢献度も低い。特に、技術集約的・知識集約的サービス産業の研究開発から得た自主的なイノベーション力とコア技術が乏しい。そのため中国が供給している製品と情報サービスは基本的に産業チェーンの最下位に位置している。更に、自主的なイノベーション力が弱いことやその他の諸要因によって、中国のサービス貿易には世界的なブランドがなく、ブランドの確立も遅れている。したがって、自主的なイノベーション力の涵養とブランド育成力の強化が国際競争力の向上の課題となっている。

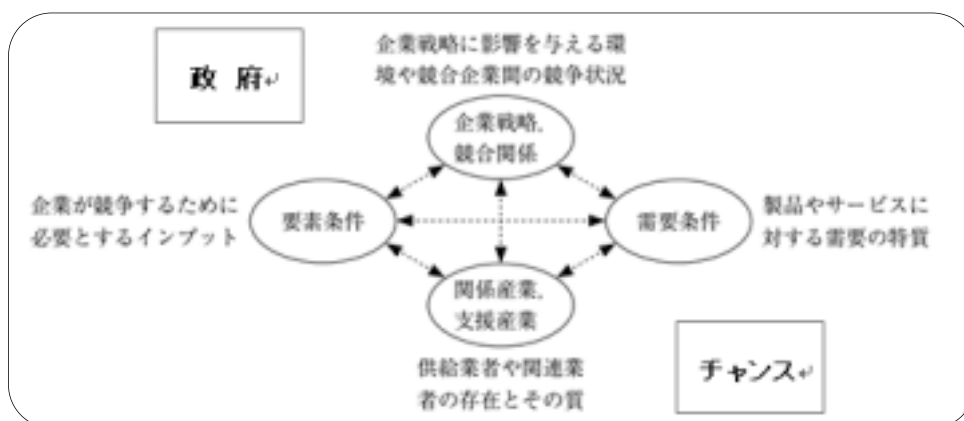
IV 中国のサービス貿易の競争力と諸要素

1 分析方法としてのマイケル・ポーター理論

本章では、マイケル・ポーターの「国の競争優位」論に基づき、中国のサービス貿易の競争力に影響を及ぼす諸要因について考察する。ポーターによれば、国の競争優位を決めるのは主要産業の競争優位であり、全ての産業において競争力を有する国は存在せず、どの国も特定産業のみに競争力を有する。そして、産業の競争優位を支える基本条件として、天然資源、資本、労働力等の要素条件、洗練された消費者の要求が製造者に与えるプレッシャーを含む需要条件、企業の経営組織とライバル企業間の激しい競争関係、すなわち企業戦略と競争の環境、主要産業を支えるサポーティング産業の集積、すなわち関連・支援産業の4つを挙げた。更に、ポーターによれば、産業の競争優位を確保する過程の中で、上記の4つの条件が企業間競争を刺激する場合に、イノベーションが活発化され、産業の競争力が構築される。ポーターの理論でとりわけ興味深いのは、産業の競争優位を支える必要不可欠な条件以外に、「政府の政策」と「チャンス」の2つの条件を設定していることである。ポーターは、産業や企業が競争優位を確保する仕組みを次のようなダイヤモンド・フレームで示している（図5）。

このように、ポーターのダイヤモンド・フレームワークは、産業競争優位の確保を説明する理論として、現代のグローバル経済と知識基盤経済下における競争力のある産業集積の基本的枠組みを明確にしている。さらに、ポーターの理論では、産業の競争優位をもた

図5 マイケル・ポーター理論のダイヤモンド・フレームワーク



出所：マイケル・E・ポーター『競争戦略論』（竹内弘高訳、ダイヤモンド社、1999年8月）、p.83から作成。

らすダイヤモンド・フレームが動的に提示されており、サービス産業の競争力を分析する上でもポーターの理論は有効であると考えられる。

このダイヤモンド・フレームを活用することによって、サービス産業の発展に必要な要素条件（労働力、資源、資本、知識・技術の構造）について把握・分析できる。諸産業のダイヤモンド・フレームを分析することによって産業集積・各サービス産業の競争優位と発展条件の違い（ポジショニング）が明らかになる。

したがって、本稿はサービス産業の特徴を考慮した上で、ダイヤモンド・フレームワークに基づき、中国のサービス貿易の競争力に影響を与える要素を人的資源（要素条件）、一人当たりGDP（需要条件）、サービス貿易の市場開放度（企業戦略と競争の環境）及び財貿易（関連・支援産業）について考察する。

2 中国のサービス貿易競争力と諸要因

① 要素条件としての人的資源

サービス貿易における比較優位の決定を考えると、例えば金融のような産業では企業の国際競争力が外生的要因で決まるとは考えにくい。このような産業においては、各企業の競争力を決定する基本的要因は人的資源であり、また企業が自らコストをかけて内部に集積する情報・知識や、経験によって蓄積される能力も重要である。経験による人的資源の蓄積を分析する概念としては、経験曲線が挙げられる。経験曲線とは、累積での生産量（供給量）が大きくなる程、そのサービスを提供するための単位コストが下がる傾向を表す。それゆえに、サービス貿易の競争力向上の一因は、人的資源の蓄積によるものであると思われる。更に、人的資源の蓄積は、一国の教育水準に左右されるのである。

しかし、このような視角から見ると、中国の状況は決して楽観的ではない。世界第1の人口大国である中国は、発展途上国として、全般的な教育水準があまり高くないのが現実である。

2011年、国連の人間発展指数において、中国の順位は101位で、2012年の世界銀行の知識経済指数における順位も中国は84位にとどまっている。

また、大学進学率、学歴別人口構成比及び産業別就業人数等指標を用いて、中国のサービス貿易に関する要素条件としての人的資源の状況を考察することができる。2000年から2010年までの11年間の間に、中国における大学進学率³は年平均12.6%の成長率で上昇し、

3 進学率 = (高等教育機関入学者数 / 該当年齢 (18歳) 人口) × 100。

2007年の8.0%から2010年の26.0%まで、約2.3倍に拡大した。しかし、『データブック 国際労働比較（2012年版）』⁴のデータによると、2007年の時点で、米国の大学フルタイム進学者の割合は53.9%であった⁵。2010年、日本と韓国はそれぞれ57.8%⁶と79.0%⁷に達した。

しかも、米国や日本のような先進諸国は、後期中等教育未満⁸の構成比も非常に低い。2009年、OECDの平均水準が26.7%に対して、米国と日本はそれぞれ11.4%と9.2%であったが、中国は31.1%に達した。高等教育を受けた就業者の割合も、先進諸国の約4割（2009年）に対し、中国はわずか12.94%であった（2011年）⁹。

更に、先進諸国は産業の中核を製造業からサービス産業にシフトさせ、それに伴って就業構造も変化してきた。2010年、米国と日本の第3次産業における就業者の割合は約7～8割に及んでいる。しかし、中国の場合は、第3次産業の就業者比率が、わずか33.2%であった。

以上のようなデータの比較により、中国のサービス貿易に必要な要素条件として、質の高い人材の供給が不足していることが分かる。人的資源の供給問題が、中国のサービス貿易発展のボトルネックとなりつつある。

② 需要条件としての一人当たりGDP

所得水準が高いほど、サービス貿易の競争力も強まる傾向が見られる¹⁰。一人当たりGDPは、国民1人当たりの所得水準を表しており、各国国民の平均的な経済水準を示している。また、これは一国の生活水準を測るものとして、国民生活水準の向上とともに増加していく。

中国の改革開放以来、一人当たりGDPは毎年増加してきたが、その水準は依然として低い。2011年、米国の一人当たりGDPが48,152ドルに対して、中国はわずかその11.2%の

4 独立行政法人・労働政策研究・研修機構、2012年3月発行。

5 米国の高等教育進学者数は、2年制大学と4年制大学の入学者の合計（非学位取得課程を含む）である。該当年齢以外の入学者を含む。また、フルタイム進学とは、通常の修業年限（又はその中での各段階）内に所定の科目について一定の単位数を取得する就学形態である。

6 日本の大学・短大等進学者は、大学学部・短期大学本科入学者及び高等専門学校第4学年の在学者である。

7 韓国の高等教育機関は国内外の大学、教育大学、専門大学、産業大学、技術大学、放送・通信大学等各種学校である。

8 後期中等教育未満とは、日本における中学卒業程度を指す。

9 『中国人口と就業統計年鑑』による。

10 何駿・郭嵐、「中国服務貿易競争力提昇研究」、『山西財經大学学报』（Vol.35, No.3）、2013年3月、p.45。

5,416ドルであった。2011年の国連の人文発展指数のランキングで、中国の所得水準を説明することができる。中国は187ヶ国の中で101位となったが、その所得指数が0.618であり、123位の南アフリカの0.652より低い。

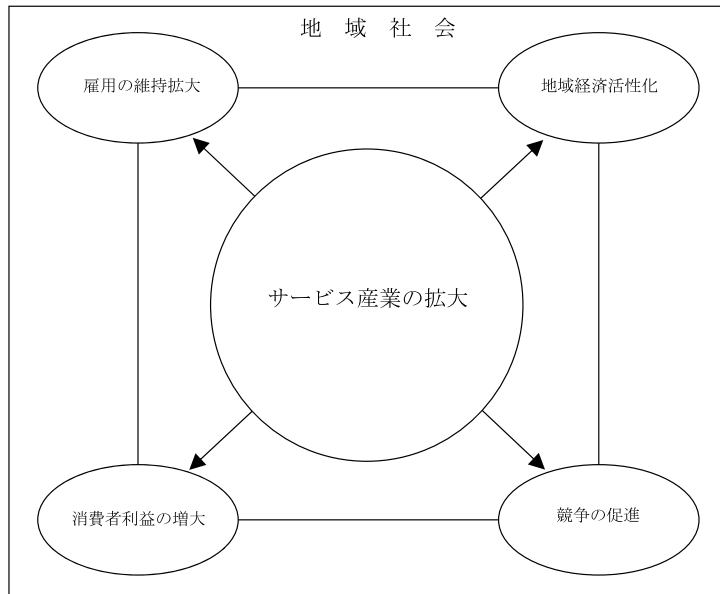
しかも、サービス貿易の需要条件として、中国の一人当たりGDPを考察する際には、次の2つの問題を無視することができない。第1に、国民の平均可処分年収の増加に従い、所得格差が顕在化した。中国の国家統計局のデータによると、2012年の都市住民の一人当たり可処分収入と農村住民の一人当たり純所得の増加は、同年の7.8%のGDP成長率より、高い水準であった。都市住民の一人当たり可処分収入は24,565人民元に達し、実質成長率は前年の1.2%増の9.6%となった。これに対して、農村住民の一人当たりの純所得は7,917人民元となり、実質成長率は10.7%であった。収入の金額とその成長率から見ると、中国で国民生活水準の向上は実現されたものの、所得格差が顕在化してきた。現段階の中国では、両端格差といわれる所得上位層10%の平均所得が下位層10%の23倍程度とされる。すなわち、上位10%の人口が40~45%の富を保有する一方で、下位10%の人口が保有する富はわずか2%にすぎない。更に、2010年において、都市部と農村部の一人当たり所得の比率は3.23:1であり、改革開放政策以来、最も大きな格差となった。所得格差の拡大は、マクロ経済に悪影響を与えており、結果としてサービス貿易の発展を妨げている。

第2に、中国では、国民の収入条件の改善と共に、消費不足という問題も顕在化された。GDPの支出面を見ると、先進諸国の民間最終消費支出がGDPの約5割を占めているのに対して、中国は約3割程度である。具体的には、2010年、米国の場合、GDPの70.9%が民間最終消費支出であったが、中国の民間最終消費はGDPの34.6%であった。

また、中国の消費率が低下している一方、国民貯蓄率は高水準に維持されている。最近の5年間でみても中国の国民貯蓄は急速に増加している。2013年8月には、貯蓄額が3ヶ月連続で43兆人民元を突破し、一人当たり貯蓄額は3万人民元を超えた。これは、2008年8月の20兆人民元の2倍を超える水準である。それに伴い、マイナス金利が24ヶ月も連続している。現在、中国は世界で国民貯蓄金額が最も多い国となっている。国民の貯蓄率も最も高い国である。中国の国民貯蓄率はすでに50%を超え、世界の平均水準を遥かに上回っている¹¹。国民貯蓄率を比較して見ると、先進諸国は総じてかなり低い水準にある。米国の国民貯蓄率は、2006年に2000年以降で最も高い4.4%であり、2010年は-0.6%であった。同じ先進国の日本では、国民貯蓄率が高い場合でも7.2%（2006年）であり、2010

11 環球網 (www.huanqiu.com)、2013年9月23日。(http://finance.huanqiu.com/special/cul/index.html)。

図6 サービス産業拡大の効果



出所：安田信之助 編著『地域発展の経済政策』2012年創成社 p.147
図表7-12を修正し利用

年は0.7%となっている。

中国の貯蓄率が高いのは、金融サービス産業が多様性のある金融商品を提供できないことや社会保障制度等の不満が、中国で国民貯蓄率が高い原因の一つであると言えよう。とは言え、サービス産業の需要条件として、高い貯蓄率による国内市場の内需不足は大きな問題であるといえる。それゆえに、国民一人当たりGDPが拡大している内に、経済・社会構造改革による国民生活負担の軽減につながる消費者の購買能力の拡大と質の高いサービス商品の提供は、サービス産業発展の需要条件として、1つの重要な課題であると考えられる。

③ 企業戦略と競争の環境要素としての中国のサービス貿易の開放度

一国のサービス産業の集積効果を実現するためには、経済の開放度も重要な要因の1つとなる。経済の開放度が高い地域は、次のような優位性がある。①地域内の資本が急速に集中し、労働力や情報及び技術が自由に移動することができる。②サービス産業の集積によって形成された規模の優位性と地域内企業の外部市場との長期的な協力関係が市場需要の規模を拡大させる。③地域内に優遇政策があれば、企業の経営効率の改善によって、より多くのサービス投資を招くことができる等である。

中国は、1978年からの改革開放路線の中で、特に1987年から実施した輸出志向戦略と為替レートの切り下げによって経済の開放度が高まった。そして、2001年のWTO加盟を契機に、自動車・家電・IT分野への対中進出が進み、中国経済の開放度はさらに高まることになった。

ここで、スイス経済学会が発表したグローバル化指数を参照し、中国の開放度を確認したい。2012年において、中国のグローバル化指数のランキングは、世界の150ヶ国の中で73位となった。また、経済のグローバル化指数の順位は107位であった。いずれにしても中国経済の開放度は高いとは言い難い。特に、経済のグローバル化指数の順位が低く、中国企業の世界市場への参入度もまだまだなのである。

また、中国の巨大な貿易黒字を含めて考えると、中国の世界経済への参入度が高くなったのは、決して国内市場の開放度の高さを意味するのではなく、中国への世界企業の進出によるものであると言える。そして、中国の低い経済グローバル化指数の順位からも、国内市場の開放が遅れていることが分かる。特に、サービス貿易の開放度を考察する際に参考になるかもしれない。

IMFは、サービス貿易開放度（SO）を一国のある時期のサービス貿易輸出入総額とGDPとの比率として定義した。これは、一国の世界サービス市場への参入度を反映している。SOが高いほど、該当国のサービス市場の開放度も高いのである。

中国のSOは、2000年から2011年までの12年間、10%以下の比較的低い水準にとどまっていた。具体的に見ると、2000年の5.51%から2005年の6.96%まで上昇し、2010年の6.11%を経て、2011年には5.72%となった。

国際比較で見ても、中国の10%弱のSOは、BRICsの中でブラジルに次ぐ低さとなっている。2000年から2011年までの12年間、中国と最も国内状況の共通点が多いインドは、国内サービス市場の開放を徐々に推進し、その開放度が2000年の7.29%から2005年の11.87%まで上昇した。その後、2005年から2011年までの間に、インドの国内サービス市場が更に開放され、貿易開放度が11.87%から15.07%まで上昇した。その結果として、インドは、英国に続く世界第2位のサービス貿易開放国となった。南アフリカの国内サービス市場の開放は、2000年から2005年までの間に拡大したが、2009年から低下した。ちなみに、SOは2009年の9.22%から2011年の8.57%まで低下した。2000年以後、ロシアの国内サービス市場の開放が低下し、貿易開放度は2000年の9.93%から2011年の7.77%まで下落した。それにもかかわらず、中国の市場開放度よりは約2ポイント高かった。ロシアとは逆に、ブラジルの国内サービス市場の開放は、中国に比べて遅れている。

一方、米国や日本のような先進国のサービス貿易開放度は、発展途上国の中国に比べてもあまり高くないのが現状である。その理由は、楊玲（2011）によれば、米国等では第3次産業の規模がはるかに中国を上回っていることにある。米国の第3次産業がGDPに占める割合が、約8割であるのに対して、中国は4割に過ぎない。したがって、米国のサービス貿易総額と国内サービス産業の規模はかなり大きいので、米国のサービス貿易開放度は数値を見る限り中国等に比べてあまり高くないのである¹²。

上記の統計データは、中国のサービス輸出がGDPに占める割合が10%を下回り、世界の平均的な水準よりも明らかに低いことを示している。すなわち、中国のサービス市場の開放度はかなり低く、世界市場とのリンケージは弱い。一般的に、企業間の競争がない状況では、イノベーションは生まれにくい。一国が市場を開放する過程では、チャンスもリスクも生じるが、総合的に見ればチャンスから得られる利益の方がリスクによる損を上回る。市場開放の過程に問題があるとしても、開放の必要性やその恩恵を否定することはできない。したがって、国内サービス市場の更なる開放は、中国のサービス貿易の国際競争力向上に向けて重要な意義を持つことになる。

④ 財貿易とサービス貿易

中国は、従来のように貨物輸出主導の成長モデルに依存することができなくなりつつある。製造業の輸出においては、人民元の切り上げに伴う輸出採算の悪化が競争力を劣化させる圧力として働き、輸出の拡大を妨げている。したがって、中国の成長力の向上を図るためには、サービス産業の成長が重要な鍵を握っている。また、財貿易は、サービス貿易の関連・支援産業として、その拡大が重要な意味を持っている。

一般的に、製造業とサービス産業は、一国の経済発展の二大基幹産業部門として、互いに影響し合い、制約し合う。資源の希少性と有限性によって、製造業とサービス産業の発展は代替することができる。サービス貿易は、財貿易の発展に伴って生ずる。陳憲（2000）は、財貿易がサービス貿易の発展を伴うことができ、特に生産性の高いサービス貿易の発展は財貿易の拡大がもたらすサービス需要によるものであり、財貿易の派生需要であると指摘した¹³。何駿・郭嵐（2013）の研究によれば、財貿易の拡大はサービス貿易の発展を促すことができ、財貿易を強化すれば、サービス輸出も増えていく¹⁴。これは財貿易が巨

12 楊玲、「中国服務貿易開放度研究」、『世界貿易組織動態与研究』（Vol.18、No.5）、2011年9月、p.44。

13 陳憲、『國際服務貿易－原理・政策・産業』、立信出版社（上海）、2000。

14 何駿・郭嵐、前掲論文、p.54。

大なサービス需要をもたらすことができるからである。中国は今や世界第1位の輸出国であると同時に第1位の輸入国でもある。貨物の輸出入が遠洋運送、国際保険と通信等財貿易に関して直接的かつ間接的にサービス輸出の拡大を促進した。したがって、製造業とサービス業の発展は密接な関係にあり、お互いに支え合っている。財貿易の拡大に力を入れることは、サービス貿易の全面的発展を促し、サービス貿易の発展の重要な牽引力となるのである¹⁵。

この考えに基づき、中国の財貿易が、サービス貿易の関連・支援産業として、どのような役割を果たしているのかを検討してみよう。2000年以降、中国のサービス輸出が貨物輸出に占める割合は10%前後であった。2000年には最高値の12.08%となったが、それ以降の比率は2005年まで低下し続けた。2009年と2010年には上昇したが、2011年には再び9.59%まで下落した。この状況は、米国と異なっている。米国の比率は、2000年以降、40%を維持してきた。2005年に最高値の52.96%となった後、低下したとは言え、2011年には39.04%を記録した。

上記のデータ分析は、中国の貨物輸出は量的に拡大しているものの、牽引力としてのサービス輸出への支援の役割を十分に果たしていないことを示している。同時に、中国のサービス産業の付加価値が低いという内部的な要因も、財貿易の牽引機能を制約したといえる。サービス産業の付加価値がGDPに占める割合を見ればわかるように、中国のサービス産業の付加価値は非常に低いのである。具体的に見ると、中国のサービス産業の対GDP比は2000年の39.1%から2011年の43.3%まで上昇したが、GDPの半分にも届いていない。一方、米国の場合は、GDPの約8割がサービス産業の付加価値である。

一国のサービス産業における付加価値の増加は、世界市場にサービスを提供する能力につながる。世界市場へサービスを提供する能力の向上は、国際分業の促進、生産効率及び資本集約型サービス産業の発展に積極的な役割を果たし、サービス貿易の競争力の強化を実現しうる。結局、サービス貿易を強力に発展させ、サービス産業の成長を加速させるためには、第1、2、3次産業及びサービス貿易と財貿易が協同で経済成長を推進しなければならない。つまり、財貿易の増大が、その規模の優位性によって、サービス貿易の発展誘発する効果を最大限に活用するということである。逆に、高付加価値のサービス貿易は財貿易の技術水準を向上させ、バリューチェーンを延長することができる。そうすれば、関

15 焦晋鹏等、「中国服務貿易競争力影響因素研究」、『ハルビン商業大学学報（社会科学版）』（Vol.131、No.4）、2013年4月、p.30。

連・支援産業としての財貿易は、サービス貿易に対する牽引機能を実現し、サービス貿易と効果的なインタラクティブを実現することが可能となるのである。

V 中国のサービス産業の発展と今後の課題

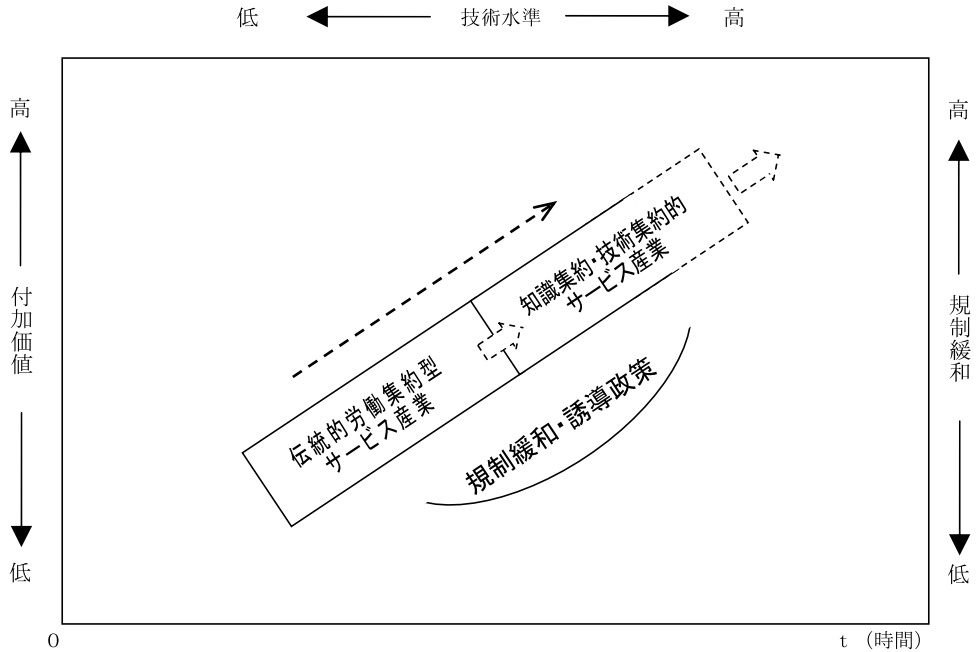
近年、中国は、内需主導の経済成長を模索しているが、製造業主導の経済成長によるエネルギー消費量の急増や環境汚染といった弊害が顕在化している。中国の経済発展における環境及び資源上の制約が強まっている。従来の高汚染・資源多消費を特徴とする産業から技術集約型産業への転換を急ぐ必要がある。その意味において中国は新たな経済構造の移行期を迎えている。中国の製造業は、コストの上昇、環境・資源エネルギーの制約によって、大きな問題に直面している。今後、中国経済は従来の生産「一辺倒」的な考え方から、生産とサービスの融合に向けて方向転換を図り、中国の製造業とサービス産業の密接な連携が求められている。世界銀行の予測では、今後、中国のサービス業の対GDP比は、2030年までに現在の4割から6割近くにまで上昇することが予測されている。

同時に、中国は都市化を推進しており、サービス産業が雇用拡大に寄与する側面にも注目する必要がある。中国が都市化率¹⁶を引き上げ、都市での雇用拡大等を通じて国民生活の改善を図ることも、サービス産業振興に期待されている。都市化の推進に伴い、都市流入農民出稼ぎ労働者が大幅に増え、都市流入農民への公共サービスをいかに供給するかが課題となっている。都市化が進むにつれて、中国は中所得国から高所得国への移行をめざし、消費構造もそれにつれて変化する。国民の消費が衣食中心の生存充足型消費から住居（居住・移動手段）に代表される安定享受型消費に転換していくことになる。今後、安定享受型サービスの消費が徐々に増えていくと予想される。

世界金融危機によって、世界各国の経済構造の調整と発展モデルの転換が促され、サービス産業の海外移転と生産要素の再編が加速している。中国サービス産業にもチャンスが到来している。世界金融危機後の多国籍企業は、コストを削減し、競争力を高めるために、多くの非中核的業務を本業から切り離し、発展途上国へのアウトソーシングを加速させている。中国への産業移転も増加している。その中で、中国は国際資本のサービス産業やオフショアアウトソーシングサービスを積極的に誘致している。そして、世界金融危機後、中国での投資環境の総合的な優位性が高まっていることを受けて、世界トップ500社が相

16 都市化率=都市人口/総人口。

図7 サービス産業高度化モデル



出所：安田信之助 編著『新講国際経済論』2008年八千代出版 p.151
 図6-4を修正して利用

次いでR&D、物流、コンサルティング、人材育成等の機関を中国都市に設立している。

したがって、今回の世界的な産業構造調整によって、サービス産業が世界的産業転換の重要分野となり、中国のサービス産業にとって大きなチャンスになると予想される。中国には比較的国際化した巨大都市がいくつもあり、各種の経済組織と人口の集積もある。すでにサービス産業発展の基礎と実力があり、サービス貿易への巨大需要が存在している。これは、「第12次5ヵ年計画」期間及び今後の長期的なサービス貿易の国際競争力の向上への新たなステップアップとなることが期待される。

中国のサービス産業には、上述のようなビジネスチャンスがあるが、同時に解決を求められている多くの課題もある。

中国のサービス産業を取り巻く国内問題として以下の2つの課題が挙げられる。

— 消費水準と需要のレベルが依然として低い — ここ数年、中国国民の消費は大幅に向上しているが、金額では米国民の15～20%に過ぎず、消費需要のレベルも低い。食品が依然として国民消費の主な部分になっており、サービス消費が占める割合は低い。消費刺激策の効果が弱まった場合、内需の拡大が難しくなる。

— 労働コストの増加と都市化・工業化の遅れ — 労働力の価格が上昇することに伴い、労働集約型を中心とするサービス産業が困難に直面している。更に、都市と農村という二重構造が依然として突出しており、農村消費市場を十分に活性化するのが難しい。

したがって、中国のサービス産業を飛躍的に発展させるための産業構造高度化の戦略的な課題としては、サービス産業の発展に有利な政策及び環境の構築、新分野の開拓、新業態の開発、新たなホットスポットの育成、サービス産業の大規模化・ブランド化・ネットワーク化経営の推進等が挙げられる。

特に、開放政策で改革を促し、競争によってサービス産業の発展を促進し、サービス産業の制度刷新を推進し、サービス産業の政策体系を整備し、サービス産業を発展させるための環境を整える必要がある。また、生産性の高いサービス産業の発展を加速させる必要がある。専門分野を進め、サービス製品とサービス・モデルのイノベーションを加速し、生産性の高いサービス産業と先進的製造業の融合を促進し、生産性の高いサービス産業の発展を推進する。健全な金融サービス産業を開拓、物流産業の近代化、ハイテク・サービス産業の育成、商務サービス産業の規範化とグレードアップを図ることも重要である。更に、生活必需型サービス産業の発展の促進も不可欠である。都市と農村の国民生活に目を向け、サービス製品の品目の多様化、密着型サービスの供給を強化、サービスの質の向上等も重要である。更には商業サービス産業の高度化、積極的な観光産業の推進、家庭サービス産業の奨励、文化産業の育成・強化も不可欠である。

また、中国のサービス産業の発展のためには、寡占状態の打破及び行政による規制の緩和で、サービス製品の生産と供給の効率を高める必要がある。その上、中国のサービス貿易総額と世界のサービス貿易総額におけるサービス貿易の割合を安定的に拡大させ、輸出入の調和の取れた拡大を目指し、サービス貿易と財貿易の協調的発展によって国民経済の牽引効果を引き出す必要がある。

更に、サービス貿易競争力の向上に最も重要な要因が人的資源であり、サービス貿易に需要されている質の高い人材の育成に力を入れるべきである。人的資源の蓄積がなければ、サービス貿易の持続的な発展を実現することもできないのである。現段階の中国では、専門知識を保有する人材の不足と人的資源の構造的な歪みが、サービス貿易の発展を制約している。長期的に中国は労働力が豊富であるが、サービス産業の人材は不足している。教育の不均衡的な発展によって学歴の高い人材が非常に少ないため、就業者の学歴構造にも歪みが生じている。特に、知識集約を特徴としている新興サービス産業に需要される専門技能を有する人材の不足が深刻である。そのため、中国の金融、保険、特許支払い等知識

集約型サービス産業の多くは比較優位を有していない。

結局のところ、中国のサービス産業の将来を左右するのは人的資源である。金融、保険、知的所有権に携わる高度な人材の育成が重要である。しかし、そのような人材の育成には時間がかかる。したがって、中国は、今後、絶対優位を持っている労働力の「量」から、人的資源の「質」的向上移行しなければならない。専門的人材の育成に早急に着手すべきである。

VI おわりに

以上米中比較の視点から見る中国のサービス貿易の特徴について述べ、次いで米中比較の視点から見る中国のサービス貿易の国際競争力について分析し、併せて中国のサービス貿易における競争力の向上に影響を与える諸要素について考察した。そして、最後に中国のサービス産業の競争力と今後の課題について論じた。中国のサービス貿易の国際競争力は総じて弱く、赤字が続いている。全体的な水準が先進国に比べて劣り、国際的な競争力も低い。そして中国のサービス産業の中心が従来型の伝統的サービス業であり、しかも、技術的・知識集約的サービス産業の立ち遅れが明らかになった。その点で、先進国のサービス産業とは依然として大きな格差がある。とはいえ、中国の経済成長に伴い、中国全体のサービス支出は、2020年に日本を上回る規模まで成長すると見込まれている。また、中国のサービス消費市場は、生活必需型からより高い満足を求めるサービス型へと急速に変貌している。その意味において新たなサービス需要と新たな商機が生まれている。中国のサービス産業の対外開放は、製造業に比べ遅れており、国内サービス市場には強固な規制に守られた寡占分野がまだ多く残っている。その点から、大胆な規制緩和と制度や法の整備が求められている。

【参考文献】

中国語文献

1. 陳松洲、2010年「中国サービス貿易発展の現状、制約要因及び対策研究」、『経済と管理』第2号。
2. 陳双喜等、2010年「米中サービス貿易比較及び中国サービス貿易発展対策」、『財經問題研究』第10号。
3. 杜志敏、2009年「わが国サービス貿易構造と国際競争力に関する分析」、『開發研究』第11号。
4. 焦克、2009年「米中サービス貿易対比分析及びわが国に対する啓示」、『北方經濟』第5号。
5. 劉建江等、2011年「産品内分業視角下米中貿易アンバランスにおける貿易利益研究」、『國際貿易問題』第8号。
6. 劉建江等、2008年「貿易赤字が一国の競争力を弱めたのか—アメリカの事例を中心に」、『國際貿易問題』第12号。
7. 王志偉、2010年「米中金融サービス貿易競争力の比較」、『商業時代』第17号。
8. 張琳等、2009年「中国サービス発展に関する思考」、『經濟問題』第10号。
9. 何駿等、2013年「中国服務貿易競争力提昇研究」、『山西財經大學學報』第3号。
10. 楊玲、2011年「中国服務貿易開放度研究」、『世界貿易組織動態与研究』第9号。
11. 焦晋鵬等、2013年「中国服務貿易競争力影響因素研究」、『ハルビン商業大學學報（社会科学版）』第4号。
12. 陳憲、2000年「國際服務貿易—原理・政策・産業」、立信出版社（上海）。
13. 劉文奇等、2013年「わが国服務國際競争力研究」、『科技と管理』第2号。
14. 隆国強、2012年「わが国服務貿易の構造変遷と未来戦略」、『國際貿易』第10号。
15. 黄毅、2012年「四川省服務貿易競争力分析」、『國際貿易問題』第1号。

英語文献

1. Ahn Lee, 2007, "Service industries in the north-east Asian countries," *Global Economic Review* 36.
2. Balassa, Bela (1965), 『Trade Liberalisation and "Revealed" Comparative Advantage』, The Manchester School of Economic and Social Studies, Vol.33(2).
3. Porter, Michael E., 1998, *On Competition*, Harvard Business School Press, Boston, MA., (竹内弘高訳『競争戦略論Ⅰ・Ⅱ』ダイヤモンド社, 1999年).
4. Seyoum, B., 2007, "Revealed comparative advantage and competitiveness in service," *Journal of Economic Studies* 34.
5. Vollrath, T. L. and De Huu, V. (1988), 『Investigating the Nature of World Agricultural Competitiveness』, Washington D.C.: USDA, ERS. 1754.

日本語文献

1. 安田信之助 編著、2008年『新講國際經濟論』、八千代出版。
2. 安田信之助 編著、2012年『現代國際經濟論』、八千代出版。
3. 安田信之助 編著、2012年『地域發展の經濟政策』、創成社。