



アジア域内貿易のための滑走路

マーケットツールキット: 日本

日本の強力な輸出部門は、アジアにおける貿易拡大のためのプラットフォームを提供し、アジアのトップ11市場との貿易額は、2020年の7,000億米ドルから2030年には1兆7,000億米ドルへと倍以上になる可能性があります。

本マーケットサマリーは、AlphaBetaがUPSの委託を受けて実施した大規模な調査『アジア域内貿易のための滑走路: 2030年までに対アジア貿易の可能性を解き放つための重要なインサイト』の一部として、日本の対アジア貿易に関するいくつかの主要なインサイトの概要を示しています。本レポートで取り上げられている12のマーケット「Asia-12」には、日本、韓国、中国、香港、台湾、タイ、ベトナム、フィリピン、インドネシア、マレーシア、シンガポール、オーストラリアが含まれます。本調査の目的は、アジアの継続的な経済成長と今日の世界的な貿易関係の変動性の高まりを背景に、アジア内での高まりと2030年までの将来の成長の見通しに関する重要なインサイトを結び付けることです。本調査の結果は、アジア域内貿易が今後10年間にわたって急速な成長を続ける可能性を示し、政府と企業がこの機会の主要なイネープレーを特定し、その可能性を獲得するためのステップを特定することを支援します。データソースと方法論を含むインサイトについては、下記よりレポート全文をご参照ください。 <https://about.ups.com/jp/ja/home.html> (英語のみ)



日本の対アジア貿易関する3つの見通し

- 1 アジア最大の貿易国の一つとして、日本は地域内の貿易の流れを発展させる上で重要な役割を果たします。**主要輸出分野における日本の既存の強みを基盤に、新たな地域貿易協定や地域全体の都市中産階級の増加にも助けられ、日本の他の11の主要市場(合わせて「Asia-12」)との貿易は2020年から2030年の間に2倍以上の1兆7,000億米ドルに達する可能性があります。
- 2 日本の対アジア貿易は、4つの主要製品分野、特にIM&A分野が成長を牽引すると予想されます。**日本の対アジア貿易は、小売、産業機械・自動車(IM&A)、ハイテク、ヘルスケアの4つの主要分野が71%を占めています。このうちIM&A分野は32%と最大で、特に中国や韓国といった経済規模の大きな国との間で成長を続ける可能性があります。ハイテク分野は、日本の対アジア貿易額の24%を占めており、アジア全域でデジタル化が進んでいることから、今後の成長を最も牽引する分野と考えられます。
- 3 日本の企業は、地域貿易の大きな障壁に対処しうるマルチステークホルダー活動の3つの分野を通じて、アジア域内貿易の機会を捉えることができます。**(1) サプライチェーンに弾力性を持たせる (2) 地域間の製品規格の調和に協力する (3) 包括的な地域貿易協定を交渉する。

日本企業が取るべき3つの重要な行動

- 1 先進技術を中心に総合的にデジタル化します。**パンデミックにより、多くの企業が業務にデジタルシステムを導入し、連携と効率性を高めています。しかし、日本企業がサプライチェーンの生産性を向上させるために、先進的なツールを導入できる重要なギャップが残っています。
- 2 サプライチェーンを多様化することで逆風と機会の両方に対応できるように計画します。**韓国や中国など弾力性のある貿易ルートや、他の東アジアやASEAN 市場など高価値・高成長の貿易ルートをターゲットにすることで、サプライチェーンを多様化することは、貿易の流れに弾力性を持たせるために非常に重要です。
- 3 提携して、中小企業の地域サプライチェーンへの深い統合を促進します。**中小企業は通常、貿易障壁を回避する際に高いコストに直面し、貿易の収益性に必要な事業規模を有していないことがあります。大企業はこうした中小企業と提携することで、両社の競争力を向上させるリソースを補うことができます。



日本は今後10年間、アジアの貿易に不可欠な存在であり続けます。

アジアは世界貿易の重要な構成要素です。過去半世紀にわたり、アジアは世界最大の製造業の中心地として発展し、日本の電子機器、機械、自動車などの高度な製造能力は世界的に有名になりました。しかし、持続的な経済成長と生活水準の向上を背景に、アジア市場が新たな消費需要の中心地となるにつれ、アジア域内のトレードレーンの重要性は増しています。すでに、世界貿易へのアジアの貢献の3分の2は、アジア域内貿易に起因しています。

日本はアジア最大の貿易国の一つであり、今後10年間、アジア域内貿易に不可欠な存在であり続ける可能性があります。2020年にはアジア域内貿易の10%に寄与し、これは全アジア経済圏の中で3番目の大きさです。日本の他の11の主要市場(合わせて「Asia-12」との貿易は、2020年の7140億米ドルから2030年には1兆7000億米ドルへと2倍以上になる可能性があります(図表1)。

アジアの富裕層と都市化の進展は、野心的な新貿易協定に後押しされ、日本の貿易成長を支えることが期待されます。アジアにおける輸出市場は、消費者人口の富と規模の拡大に伴い、今後も拡大し続けます。Asia-12の市場だけでも、2020年から2030年の間に5億6,700万人が新たに中産階級に加わり、この地域の消費者階級は最終的に15億人に達すると予想されます。さらに、日本の地域包括的経済連携(RCEP)および環太平洋パートナーシップに関する包括的および先進的協定(CPTPP)への参加は、地域内のさらなる統合の土台となります。

(1)小売、(2) 産業機械・自動車産業、(3) ハイテク、(4) ヘルスケアの4つの主要製品分野の貿易がこの成長を牽引すると予想されています。これらは合わせて日本のアジア域内貿易の71%を占めています。Asia-12との貿易で、すでに32%を占める日本最大の貿易分野であるIM&A分野は、今後も強力な成長源となることが予想され、Asia-12における急速なデジタル化がハイテク貿易の成長を支えることとなります。主要なトレードレーンによって、この成長が促進されるでしょう。中国と日本の機械・エレクトロニクス分野での相互依存はその一例です。日本と韓国との貿易も、両国の製造業とエレクトロニクス産業の相互投資と統合により、今後10年間は継続的に成長する可能性があります。さらに、補助金や助成金を通じて企業の輸出市場の多様化を支援する「海外サプライチェーン多様化支援プロジェクト」などの政府の取り組みが、これらの分野の貿易をさらに支えるものと期待されます。

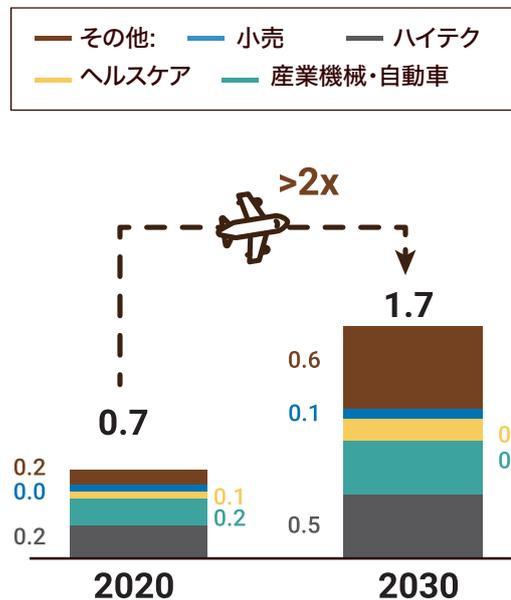
サプライチェーンの革新と高品質のインフラへの投資の拡大も、長期的な回復に貢献します。デジタル経済とデジタル・イノベーションは経済のサプライチェーンの発展に寄与し、物流におけるロボットや自動化、サプライチェーン開発、ブロックチェーンによる在庫管理など、主要技術を大規模に展開する大きな機会がもたらされます。日本がサプライチェーンの強靭性を構築するためにアジア企業間のデータ共有を促進することを計画しているように、デジタル対応インフラの導入は、企業にとって今後10年間の重要なアジェンダであり続けるでしょう。

図表1

日本のAsia-12との貿易は2030年までに2倍以上に

日本とAsia-12諸国との貿易

(単位:兆米ドル)



注: これらの概算方法は、メインレポートのAppendixに記載されています。
出典: ITC; AlphaBeta分析

しかし、サプライチェーンの変化、限られた海外物流能力、地政学的な逆風などが、この成長を抑制する可能性があります

今日、貿易拡大を阻む様々な障壁が、日本の貿易成長への道筋を妨げ、アジア域内貿易の潜在力を十分に引き出すことを阻んでいる可能性があります。本調査のために実施した200社近い企業による調査では、日本の企業が取り組むべき重要な障壁として、現在の地域貿易を最も妨げている順に、以下の6つの障壁を挙げています(図表2)。これらは、貿易摩擦、サプライチェーンの変化、サプライチェーンにおける中小企業の投資や関与の偏りにより、政策や企業活動によってほとんど対処されていないのが現状です。

こうした障壁に牽引され、日本の対Asia-12貿易は2030年までに鈍化する可能性があります。この「脱グローバル化」シナリオでは、貿易総額は9,730億ドルに達する可能性があります(図表3)。これは、貿易が倍以上に増加し、9.4%の急成長となる前回のシナリオに対し、貿易障壁の強化により2020年の年間成長率から3%強となります。

COVID-19のパンデミックによるさまざまな課題や、ロボットやオートメーションの急速な進歩が貿易の流れを制約しています。こうした傾向は、労働力やスキルの不足を露呈し、コスト競争力の変化によりサプライチェーンが短縮される可能性があります。また、貿易の規模拡大を妨げ、日本の貿易の潜在力を引き上げることも考えられます。2021年にアジア開発銀行(ADB)が行った調査では、アジア企業の3分の2が今後数年間でより多くの商品を自国で調達する予定であると回答しており、日本が遠隔の市場と集中的に貿易することが抑制される可能性があります。

Asia-12の物流インフラ整備が不均衡に進めば、急速に発展する経済圏の需要の中心にサービスを提供するという日本の能力が制約される可能性があります。海外市場における高品質インフラの欠如は、時代遅れの技術や非効率的なサプライチェーンが物流能力を制限しているため、日本企業の貿易機会の活用を制限します。最善の努力にもかかわらず、インフラ資金は依然として不十分であり、アジア太平洋地域全体で2030年までに民間投資家だけで年間1,380億米ドル相当のギャップがあり、公共投資を含めると3倍以上になる可能性があります。インドネシアやベトナムなどの国々で埋めるべき重要なギャップがあります。

最後に、地政学的な緊張の高まりも、こうした貿易障壁の大きな要因となっています。他の経済圏との領土問題、経済問題、政治問題などの地政学的リスクは、過去、特にハイテク分野や小売分野において、貿易に悪影響を及ぼしてきたことが証明されています。

図表2 日本企業が直面する地域貿易の6つの障壁

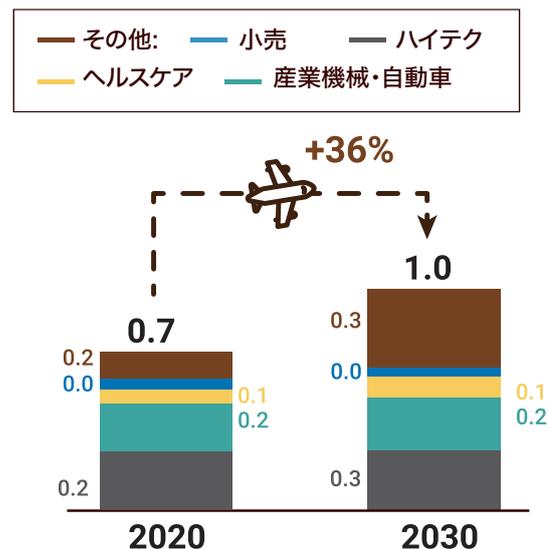
日本における貿易の最大の障壁
日本で貿易を行っている事業者の回答に基づくランキング



出典: Asia-12経済圏で貿易を行う198の企業を対象とした業界調査: AlphaBeta分析

図表3 日本のAsia-12との貿易成長は逆風により減速へ

日本とAsia-12諸国との貿易
(単位:兆米ドル)



注: これらの概算方法は、メインレポートのAppendixに記載されています。
出典: ITC; AlphaBeta分析

アジア域内貿易の機会を生かすためには、政府と企業による積極的な取り組みが必要です

地域貿易の障害を軽減し、アジア域内貿易を軌道に乗せるための機会を活用するためには、多方面にわたるステークホルダーの行動が必要です。貿易を妨げる主要な障害に対処するためには、企業や政府による行動だけでは不十分であり、地域内およびサプライチェーン全体のすべての利害関係者による積極的な関与が重要です。日本におけるマルチステークホルダーアクションの主な分野は以下の3つです。(1) 官民の投資や企業が貿易障壁を回避するための新しい戦略を通じてサプライチェーンに弾力性を構築する、(2) 品質と新規市場へのアクセス性を高めるために、業界全体で国際基準の採用を促進することで製品基準の調和に協力する、(3) 残存関税の撤廃、基準の調和、関税の簡素化、中小企業の競争力を促進する包括的な地域貿易協定に交渉する。

日本との貿易に関心のある企業と物流関係者は、アジア域内貿易が今後10年間にもたらす機会と、潜在的な逆風に対する回復力の構築について、前もって認識しておく必要があります。企業が取るべき3つの重要な行動には、完全なデジタル化、サプライチェーンの多様化、中小企業の地域サプライチェーンへの統合促進が含まれます。

01



包括的にデジタル化

先進技術を中心に総合的にデジタル化します。パンデミックにより、多くの組織が業務にデジタルシステムを導入することで、接続性と効率性を構築しています。マッキンゼーの調査では、80%の経営者がデジタル技術は有望な機会であると考えていますが、企業内で広く採用を推進する準備ができていないのは34%に過ぎません。このような効率化のニーズに応えるためには、デジタル化されたエンドツーエンドのサプライチェーンに投資することが重要です。例えば、データ分析によって、企業はシステムに流れ込む何百万もの注文を一度に処理することができ、倉庫や保管の自動化によって、配送を管理し、それに対応することができるようになります。

また、関税コードを分析・識別したり、税関のデータを自動入力したりする人工知能(AI)対応ツールは、企業の規制された輸出入手続きをスムーズにし、貿易をよりシンプルで効率的にします。また、業務のデジタル化は、今後10年間で貿易の主要な特徴になるペーパーレス貿易体制への適応にも大きく貢献することでしょう。UPSは、プラグアンドプレイのアプリケーション・プログラミング・インターフェース(APIs)を提供し、関税、税金、仲介手数料の見積もり、規制対象企業の特典、各国固有の税関データおよび文書へのアクセス、国境を越えた出荷のペーパーレス請求書の作成などを可能にします。これにより、税関の遅延が少なくなり、関連するすべての手数料と税金を正確に計算できるため、企業はコストを把握することができます。

02



サプライチェーンの多様化

サプライチェーンを回復力のある貿易ルートに多様化し、高成長、高付加価値の貿易ルートに的を絞ることで、逆風と機会の両方に対応する計画を立てます。COVID-19 危機の際に深刻な混乱に直面した貿易の流れに弾力性を持たせるためには、サプライチェーンを多様化することが不可欠となりました。日本との貿易を考慮すると、多くの貿易ルートが回復力のある成長の機会を提供しています。例えば、日本企業がエレクトロニクス、製造業、自動車分野で相互投資を行い、そしてRCEP協定によって初めて3つの経済圏が一つの貿易取引に組み込まれた韓国や中国との貿易ルートを含みます(図表4)。ヘルスケア分野の貿易も非常に

回復力があり、現在の貿易額の71%は「脱グローバル化」シナリオでも成長する可能性があります。一方、貿易が倍増するシナリオでは、中国企業にとって高付加価値・高成長の貿易ルートが多数存在します(図表5)。特にASEAN市場は、日本企業にとって、バリューチェーンの一部で生産を委託できる製造拠点の幅が広がるとともに、富裕層や都市化が進む市場に向けて製品の輸出機会も増える可能性があります。地域全体で製造と製品の多様化を拡大するために、合わせて約30億米ドル相当の投資をフィリピンに行ってきたブラザー工業、キヤノン、セイコーエプソンなど複数の日本企業がASEANでの存在感を高めています。UPSのTrade Assist™のようなコンサルティングツールを活用して、企業は貿易協定がもたらす利益を享受しながらサプライチェーンの枢軸の置き方を理解することができます。

03



MSMEと提携して 統合する

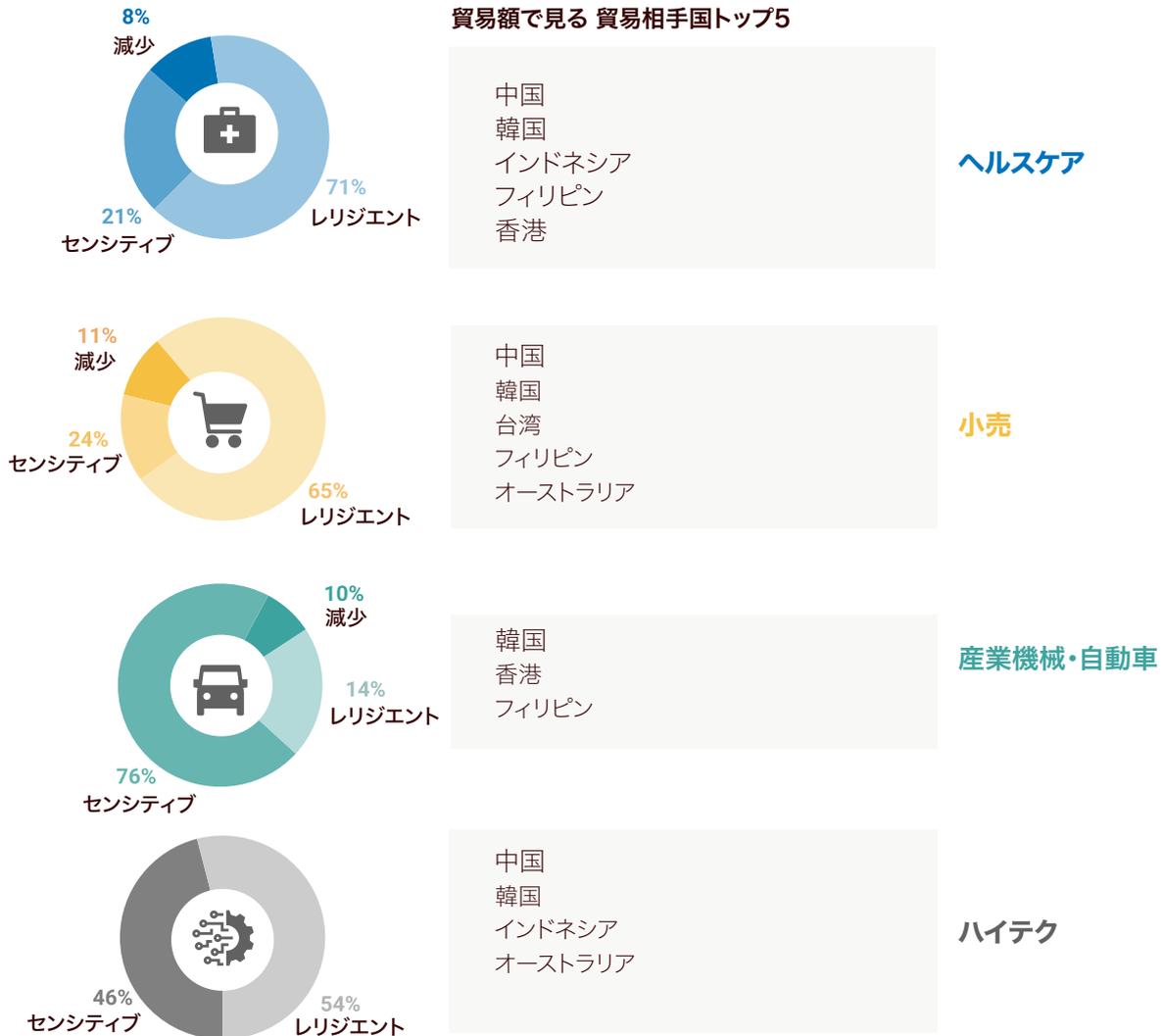
提携して、中小企業の地域サプライチェーンへの深い統合を促進します。 中小企業は通常、貿易障壁を回避する際に高いコストに直面し、貿易の収益性に必要な事業規模を有していないことがあります。大企業はこうした中小企業と提携することで、両社の競争力を向上させるリソースを補うことができます。中小企業は、市場情報に関するさらなる専門性や知識を必要としたり、単独で乗り出すと海外でのプロジェクト受注の可能性が低くなったりする場合があります。成功したパートナーシップモデルの一例として、AIを活用した中堅の金属製造企業であるCADDiは、小規模な金属製造工場と提携し、これら

の工場が顧客の注文に対して提示する価格を推定する自動プロセスを構築しました。このパートナーシップにより、価格は安定し、顧客はCADDiのシステムを通じて瞬時に適切な生産者とマッチングされます。また、パートナーシップは、資金力のギャップにも対応することができます。例えば、ASEANと日本にそれぞれ拠点を置くコンサルティング会社、ZICO HoldingsとYamada Consulting Groupは、日本の投資家とASEANの中小企業を結びつけ、投資や貿易の機会を増やすためのアドバイザー・プラットフォームを運営しています。物流事業者が開発したデジタルソリューションは、中小企業がeコマース・プラットフォームに簡単に接続できるよう支援します。オンライン販売を行う企業にとって、UPSのデジタル・アクセス・プログラムは、顧客の購買行動に配送をシームレスに統合するためにeコマース・プラットフォームと連携し、中小企業が販売により集中できるようにします。

図表4

企業は、サプライチェーンのショックをヘッジするために、各セグメント内のレジリエンスのある貿易ルートに投資できます

地政学的ショックの影響を受けやすいAsia-12におけるセグメントごとの日本の貿易シェア¹
2020年の各優先セグメントの貿易額のシェア（単位：%）



1. それぞれの数字は、2030年に各カテゴリーに分類されると予測される2020年の貿易額のシェアを表しています。レジリエント、センシティブ、減少 レジリエントな貿易とは、ポジティブまたは楽観的なシナリオのいずれかでプラスの成長を期待できる貿易ルートを指し、一方でセンシティブな貿易とは、楽観的なシナリオ内でのみプラスの成長が見られる可能性のある貿易ルートを指します。貿易の減少とは、どちらにも関係なくわずかに収縮する可能性のある貿易ルートを指します。

出典：ITC; AlphaBeta分析

図表5

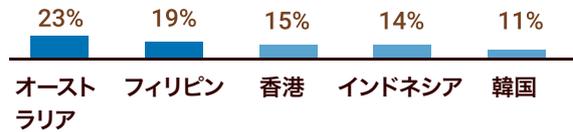
その他の東アジア経済圏は引き続き主要な貿易相手国であり、ASEANマーケットは成長の機会を提供する

貿易額で見る2030年までに予想される
貿易相手国トップ5(単位:十億米ドル)¹

2030年までに予想される成長率による
貿易ルートパートナートップ5(単位:%)¹



ヘルスケア



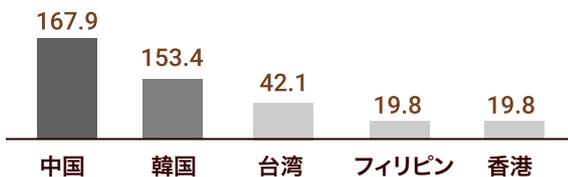
小売



産業機械・自動車



ハイテク



1. 予測は、第1章で概説されているように、アジア内貿易が始まり、地域貿易協定、サプライチェーンの革新、デジタル化の台頭などの傾向によって推進されるアジアの貿易環境の楽観的なシナリオに基づいています。これらの予測は、ガイダンスではなく理想的な結果としてとらえるべきです。

出典: ITC; AlphaBeta分析

文末脚注

1. 世界経済フォーラム (2022), "This chart shows the rise of the Asian Middle Class." 入手先: <https://www.weforum.org/agenda/2020/07/the-rise-of-the-asian-middle-class>
2. 日本貿易振興機構 (2022), "Manufacturing Government Initiatives." 入手先: https://www.jetro.go.jp/en/invest/attractive_sectors/manufacturing/government_initiatives.html
3. 日本経済新聞 (2022), "Japan, Australia and India target Indo-Pacific supply-chain code." 入手先: <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Supply-Chain/Japan-Australia-and-India-target-Indo-Pacific-supply-chain-code>
4. アジア開発銀行 (2021), Asia-Pacific Trade Facilitation Report 2021. 入手先: <http://dx.doi.org/10.22617/SPR210365-2>
5. AlphaBeta, Temasek, 世界経済フォーラム (2021), New Nature Economy: Asia's Next Wave. 入手先: https://alphabeta.com/wp-content/uploads/2021/09/210917-new-nature-economy-asia_high-res_spread.pdf
6. マッキンゼー・アンド・カンパニー (2021), "Using digital transformation to thrive in Japan's new normal: An urgent imperative." 入手先: https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/locations/asia/japan/our%20work/digital/using%20digital%20transformation%20to%20thrive%20in%20japans%20new%20normal_an%20urgent%20imperative_upd201223.pdf
7. フィリピン通信社 (2021), "Japanese firms eye green lanes for investments in PH." 入手先: <https://www.pna.gov.ph/articles/1147165>
8. 経済産業省 (2019), "2019 White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan." 入手先: https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyosyo/2019/PDF/2019hakusyosyosummary_eng.pdf
9. ジャパンタイムズ (2017), "Making Japanese small business thrive." 入手先: <https://www.japantimes.co.jp/opinion/2017/12/20/commentary/japan-commentary/making-japanese-small-business-thrive/>
10. 経済産業省 (2019), "2019 White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan." 入手先: https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyosyo/2019/PDF/2019hakusyosyosummary_eng.pdf
11. The Edge Markets (2020), "Yamada, ZICO Group set up platform to bridge funding gap between Japanese investors and Asean SMEs." 入手先: <https://www.theedgemarkets.com/article/yamada-zico-group-set-platform-bridge-funding-gap-between-japanese-investors-and-asean-smes>

