

国際収支に見るサービス貿易競争力の国際比較

成田 裕介 *Yusuke Narita*

(財)国際貿易投資研究所 研究員

経済構造におけるサービス産業の拡大や企業活動のグローバル化は、国境を超えたサービスの取引（サービス貿易）の増大をもたらしている。WTOによれば、世界のサービス貿易額（輸出ベース）は1999年には1兆3,390億ドルを記録し、その規模は財貿易額5兆6,110億ドル（同）の約4分の1に達している。また、80年から99年にかけての年平均増加率を見ても、サービス貿易は7.1%と財貿易の5.5%を上回るペースで拡大を続けている。

サービス貿易の大部分は輸出入とも先進諸国による取引であり、財貿易では途上国が輸入や一次産品等の輸出で大きな役割を担っているのと対照的である。サービス貿易額に占める先進国の比率は輸出で72.6%、輸入で70.3%といずれも7割を超えており、財における輸出の同比率59.6%、輸入の同比率66.6%よりも高くなっている。なかでもG7各国は輸出入両面においてサービス貿易の主要な担い手となっており、サービス貿易額のうちG7による取引は輸出で49.7%、輸入で49.8%を占めている（いずれも99年）。

G7各国のサービス貿易における国際競争力の特徴を見るために、部門別データが入手可能である98年の国際収支統計を用いて貿易特化指数を部門ごとに計測したものが右図である（貿易特化指数 = $(\text{輸出} - \text{輸入}) / (\text{輸出} + \text{輸入}) \times 100$ ）。ここで、貿易特化指数はその国の当該部門の貿易規模（輸出入計）に対し出超幅が大きければ100、入超幅が大きければマイナス100に近づく。

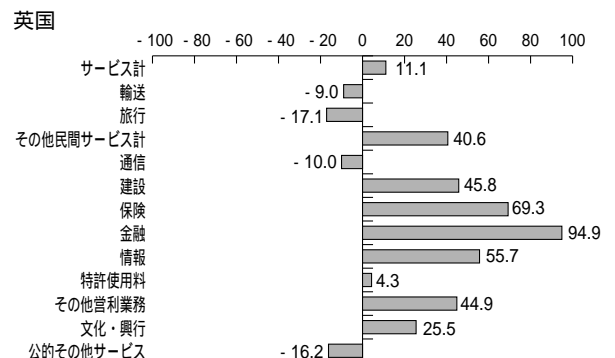
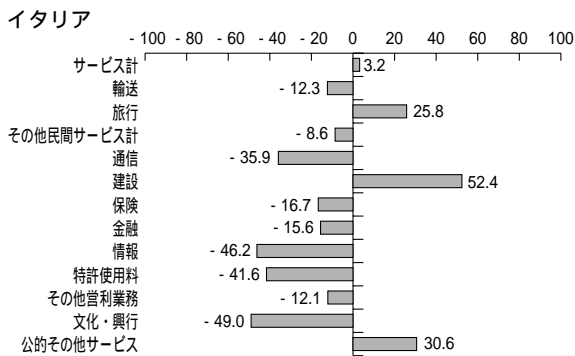
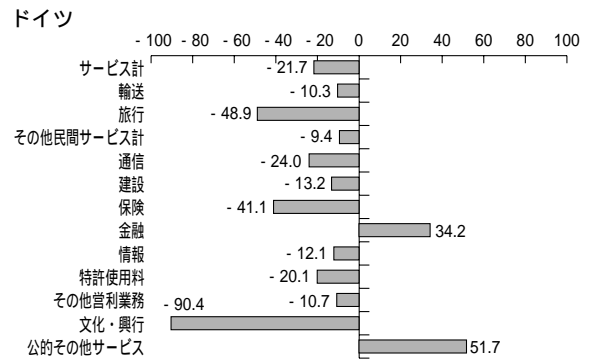
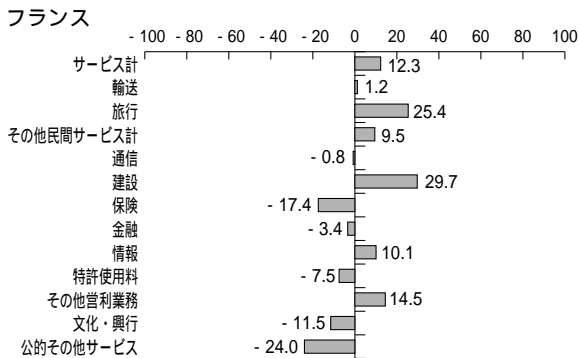
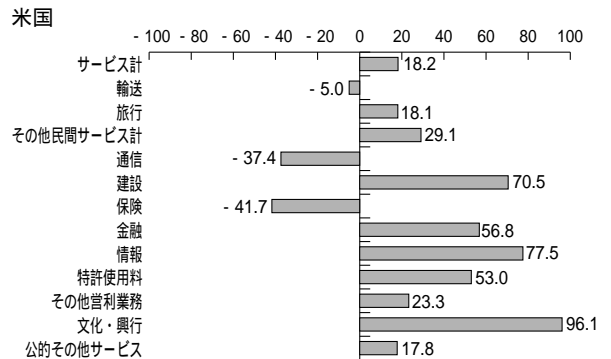
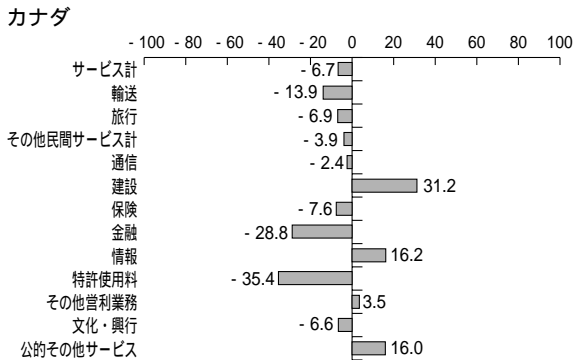
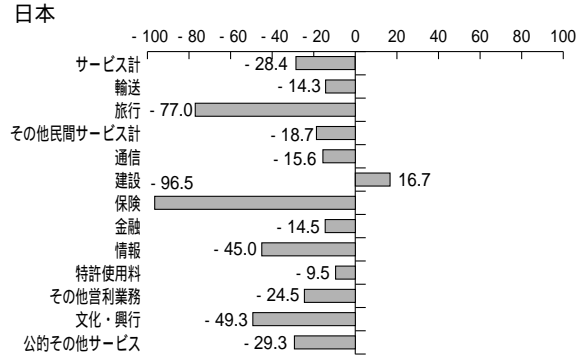
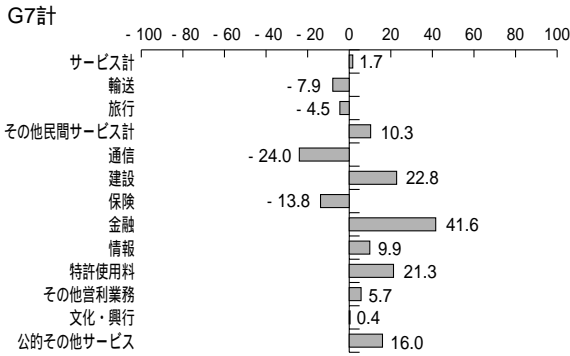
なお、サービス取引においては、サービスの提供者自身または消費者自身が国境を超える場合があるにもかかわらず、それを定量的にとらえる代表的な統計である国際収支の上では、基本的取引主体としての人や企業の国籍によって輸出入が判別されることに留意する必要がある。また、例えば、風光明媚な国は旅行サービスの輸出に特化していると推量されるように、

労働や資本といった財貿易と同様の生産要素の投入量のみがサービス生産の国際的な比較優位としての競争力を決定しているとは限らない。このため、ここで示す特化指数の特徴はあくまで国際間サービス取引としての輸出入の結果が国際収支に表れた結果であり、競争力という概念と結び付けて考察する場合には、こうした前提をふまえた上で注意深く観察する必要がある。

計測結果を見ると、G7全体としてはサービス貿易全体で輸出入がほぼ均衡しているため特化指数は0に近い。金融や特許使用料、建設が輸出に特化しており、反面で、通信、輸送、保険といった部門は輸入特化となっている。なお、G7全体の輸出入のうちG7域内取引が輸出ベースで47.1%（98年）を占めるため、単純にG7全体で輸出特化の部門が途上国に対する黒字（逆に輸入特化部門が途上国に対する赤字）を計上しているとは言えない（統計の制約上、現状では部門別かつ地域別のクロス分析には限界がある）。

各国別には、米国、フランスおよび英国がサービス貿易全体で輸出特化（特化指数プラス10以上）、日本とドイツが輸入特化（特化指数マイナス10以上）、カナダとイタリアはほぼ輸出入が均衡（特化指数プラス・マイナス10未満）していることができよう。各国の指数を部門別に見ると、輸出入の特化が著しい国については、米国の通信と保険、ドイツの金融と公的その他サービスなどを除いて、ほぼ全ての部門に、その国のサービス輸出またはサービス輸入の特化と同様の傾向が見られる。

G7 各国の部門別サービス貿易特化指数



(注) サービス計は輸送、旅行、その他民間サービスの合計、その他民間サービスは図中の通信から公的その他サービスまでの合計である。
 (資料) Balance of Payments Statistics (IMF)より作成