

第2節 世界の貿易

(1) 世界の財貿易

■商品価格の下落で、世界貿易額は3年ぶりに減少

2023年の世界貿易（財貿易、名目輸出額ベース）は、前年比4.9%減の23兆1,144億ドルとなった（図表I-10および図表I-11）。3年連続で20兆ドルを超えたが、2020年以来3年ぶりに前年比で減少した。実質貿易の指標である貿易数量（輸出ベース）は0.6%減で、貿易金額の減少幅が貿易数量の減少幅を上回った。前年の貿易金額全体を押し上げたエネルギーや食料価格が、下落傾向に転じたことが主な要因とみられる。価格動向を見ると、燃料価格指数の伸び率は36.7%減、食品・飲料価格指数は6.1%減と、いずれもプラス成長だった前年からマイナスに転じた。

図表I-10 世界貿易関連指標

（単位：伸び率および変化率は%）

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
世界の貿易（輸出）（億ドル）	185,381	172,363	217,907	243,128	231,144
金額（名目）伸び率	△ 2.7	△ 7.0	26.4	11.6	△ 4.9
数量（実質）伸び率	0.4	△ 4.7	8.6	2.3	△ 0.6
価格（単価）伸び率	△ 3.1	△ 2.4	16.4	9.1	△ 4.4
世界の貿易（輸入）（億ドル）	190,899	176,652	223,030	250,946	236,809
金額（名目）伸び率	△ 2.9	△ 7.5	26.3	12.5	△ 5.6
数量（実質）伸び率	0.6	△ 5.3	10.5	3.7	△ 1.8
価格（単価）伸び率	△ 3.5	△ 2.3	14.3	8.5	△ 3.9
鉱工業生産指数伸び率（OECD）	△ 0.5	△ 6.3	6.3	2.2	△ 0.7
燃料価格指数伸び率	△ 17.4	△ 29.1	99.6	63.6	△ 36.7
原油価格伸び率	△ 10.4	△ 32.0	65.8	39.2	△ 16.4
天然ガス価格指数伸び率	△ 36.7	△ 21.6	253.7	105.6	△ 62.8
金属価格指数伸び率	3.9	3.5	46.7	△ 5.6	△ 2.8
鉄鉱石価格伸び率	33.5	15.4	46.3	△ 23.7	△ 0.3
食料・飲料価格指数伸び率	△ 3.2	1.8	26.7	14.8	△ 6.1
ドルの名目実効為替レート変化率	3.4	△ 1.1	△ 3.7	10.6	0.9

[注] ①名目金額、伸び率はジェトロ推計値（推計手法は資料編<付注2>を参照）。②数量伸び率はWTOの数値。③価格伸び率は「名目金額／実質貿易指標」の伸び率。④資源価格および価格指数の伸び率は年平均の伸び率。原油価格は、ドバイ、北海ブレント、WTIの平均。天然ガス価格指数は欧州、日本、米国の価格指数。鉄鉱石価格はCFR中国天津港価格。

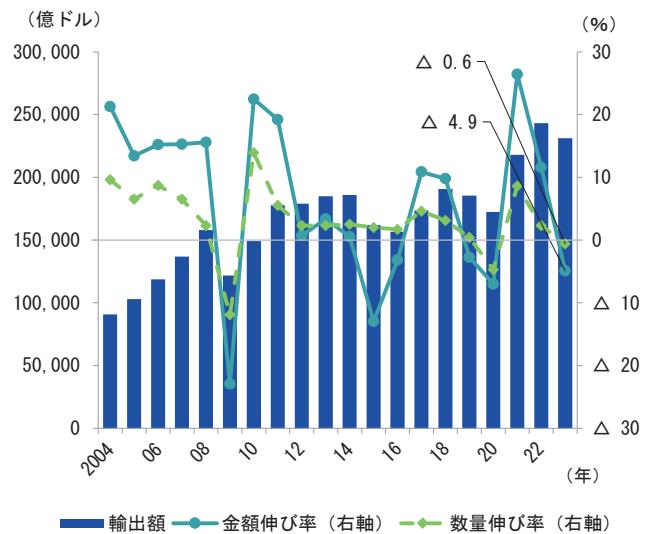
[出所] ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）、OECDデータ（2024年5月版）、「IFS（2024年5月版）」（IMF）、「PCPS（2024年5月版）」（IMF）、WTOから作成

■多くの国・地域で輸出入額が前年を割り込む

2023年の世界貿易（輸出金額ベース）を国・地域別に見ると、先進国は前年比2.8%減の13兆4,485億ドル、新興・途上国は7.7%減の9兆6,659億ドルとなった（図表I-12）。資源価格の下落を受け、資源輸出国¹¹の輸出額

11 資源輸出国は、全輸出に占める資源輸出のシェア（世界銀行のWorld Development Indicators、2023年5月30日更新時における最新データ）が30%以上の国（63カ国・地域）のうち、貿易データ入手可能な41カ国・地域。本節の「資源」は原油、天然ガス、石炭などの燃料、金属、食料・飲料、非食用農産物の総称。

図表I-11 世界の財貿易の推移



[注] 金額伸び率、数量伸び率ともに輸出ベース。

[出所] ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）およびWTOから作成

は10.9%減となった。中でもエネルギー価格の下落が響き、燃料輸出国¹²は13.4%減と、前年の32.3%増から伸び率は大幅なマイナスに転じた。

貿易額（輸出額+輸入額）は、上位5カ国の順位に前年から変動はなく、中国が5兆9,858億ドルと首位（輸出1位、輸入2位）、米国が5兆1,033億ドル（輸出2位、輸入1位）と続いた。中国と米国の貿易額の差は前年比12.8%減の8,825億ドルで、2年連続で縮小している。以降は、ドイツが3兆1,953億ドル（輸出入ともに3位）、オランダが1兆7,800億ドルと続いた。日本は、1兆5,066億ドルで、世界5位だった。貿易額上位10カ国・地域は軒並み前年割れとなった。貿易額で第11位となったメキシコは前年比0.8%増（輸出2.6%増、輸入1.0%減）と増加した。

中国の輸出は、前年比5.1%減の3兆4,222億ドル、輸入は5.6%減の2兆5,636億ドルとなった。通年で輸出入ともにマイナス成長となったのは、7年ぶりとなった。主要な貿易相手国の景気低迷、米国による輸出管理の強化など外需の不振に加え、国内経済の停滞も響いた。

中国の国・地域別輸出は、全体の約15%を占め最大の輸出先である米国向けが13.0%減の5,060億ドルとなった。米国向け輸出が前年比減となるのは、2019年(12.5%減)以来4年ぶり。輸出先上位10カ国・地域のうち、前年比増となったのはロシア（46.1%増、1,114億ドル）のみだった。ロシア向けでは、乗用車（6.9倍、117億ドル）

12 全輸出に占める燃料輸出のシェアが30%以上の国（21カ国・地域）のうち、貿易データが入手可能な17カ国・地域。データ出所は脚注11参照。

図表 I-12 世界の国・地域別貿易（2023年）

(単位：億ドル、%)

	輸出				数量伸び率	輸入				数量伸び率
	金額	構成比	金額伸び率	寄与度		金額	構成比	金額伸び率	寄与度	
USMCA	31,805	13.8	△ 1.9	△ 0.3	3.7	42,418	17.9	△ 4.0	△ 0.7	△ 2.0
米国	20,192	8.7	△ 2.2	△ 0.2	3.3	30,841	13.0	△ 4.9	△ 0.6	△ 2.9
カナダ	5,683	2.5	△ 5.1	△ 0.1	5.7	5,592	2.4	△ 2.2	△ 0.0	△ 1.3
メキシコ	5,930	2.6	2.6	0.1	3.4	5,985	2.5	△ 1.0	△ 0.0	1.8
EU	72,061	31.2	0.8	0.2	-	71,329	30.1	△ 6.0	△ 1.8	-
ドイツ	17,185	7.4	2.6	0.2	△ 3.7	14,768	6.2	△ 6.7	△ 0.4	△ 7.2
オランダ	9,368	4.1	△ 2.9	△ 0.1	△ 3.4	8,432	3.6	△ 6.0	△ 0.2	△ 4.4
フランス	6,488	2.8	4.6	0.1	△ 0.9	7,862	3.3	△ 4.5	△ 0.1	△ 7.0
イタリア	6,770	2.9	2.8	0.1	△ 2.9	6,398	2.7	△ 7.8	△ 0.2	△ 3.0
英國	5,210	2.3	△ 2.7	△ 0.1	△ 8.0	7,912	3.3	△ 4.9	△ 0.2	△ 8.4
オーストラリア	3,713	1.6	△ 10.0	△ 0.2	△ 1.0	2,748	1.2	△ 4.9	△ 0.1	△ 2.4
日本	7,191	3.1	△ 4.3	△ 0.1	△ 1.6	7,875	3.3	△ 13.0	△ 0.5	△ 2.2
東アジア	67,849	29.4	△ 6.2	△ 1.9	-	58,746	24.8	△ 7.7	△ 1.9	-
中国	34,222	14.8	△ 5.1	△ 0.7	3.0	25,636	10.8	△ 5.6	△ 0.6	2.9
香港	5,762	2.5	△ 5.8	△ 0.1	△ 10.0	6,556	2.8	△ 2.0	△ 0.1	△ 6.0
韓国	6,322	2.7	△ 7.5	△ 0.2	1.6	6,426	2.7	△ 12.1	△ 0.4	△ 3.2
台湾	3,998	1.7	△ 9.8	△ 0.2	△ 3.5	3,583	1.5	△ 17.8	△ 0.3	△ 10.7
ASEAN6	17,545	7.6	△ 7.3	△ 0.6	-	16,546	7.0	△ 8.6	△ 0.6	-
インド	4,315	1.9	△ 4.8	△ 0.1	2.9	6,703	2.8	△ 6.9	△ 0.2	8.5
中南米	7,590	3.3	△ 4.5	△ 0.1	-	7,501	3.2	△ 9.7	△ 0.3	-
ブラジル	3,397	1.5	1.7	0.0	8.8	2,408	1.0	△ 11.7	△ 0.1	△ 5.3
中東	11,479	5.0	△ 13.3	△ 0.7	-	10,725	4.5	2.2	0.1	-
トルコ	2,555	1.1	0.6	0.0	0.3	3,620	1.5	△ 0.3	△ 0.0	12.7
アフリカ	5,039	2.2	△ 12.0	△ 0.3	-	6,306	2.7	△ 2.9	△ 0.1	-
南アフリカ共和国	1,112	0.5	△ 9.8	△ 0.0	△ 9.1	1,072	0.5	△ 3.5	△ 0.0	△ 8.6
世界	231,144	100.0	△ 4.9	△ 4.9	△ 0.6	236,809	100.0	△ 5.6	△ 5.6	△ 1.8
先進国	134,485	58.2	△ 2.8	△ 1.6	-	144,867	61.2	△ 6.4	△ 3.9	-
新興・途上国	96,659	41.8	△ 7.7	△ 3.3	-	91,942	38.8	△ 4.5	△ 1.7	-
資源輸出国	27,402	11.9	△ 10.9	△ 1.4	-	25,333	10.7	△ 4.1	△ 0.4	-
燃料輸出国	18,636	8.1	△ 13.4	△ 1.2	-	16,289	6.9	△ 3.0	△ 0.2	-
非燃料輸出国	8,766	3.8	△ 5.3	△ 0.2	-	9,044	3.8	△ 6.0	△ 0.2	-

〔注〕①世界、EU、先進国、新興・途上国、資源輸出国（およびその内訳）はジェトロ推計値。②EUは域内貿易を含む。③ASEAN 6は、シンガポール、タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピンの6カ国。④東アジアは、中国、香港、韓国、台湾およびASEAN 6の10カ国・地域。⑤資源輸出国（41カ国）の定義は脚注11参照。一部データが入手できない、または推計できない小国は計上対象外。⑥先進国はDOTS（IMF）の定義に基づく37カ国・地域。新興・途上国は世界から先進国を引いたものとして算出。⑦数量伸び率はWTOの数値。

〔出所〕ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）、WTOから作成

が大きく伸びた。上位10カ国・地域以外では、メキシコ向けが5.7%増（819億ドル）となった。ロシア向け同様、乗用車の伸び（74.6%増、385億ドル）が目立った。また、全体の15.7%を占めるASEAN向けは6.0%減の5,370億ドルとなった。ASEANの中で最も輸出額の多いベトナム向けは3.9%減。主要な輸出品目であるスマートフォン（23.2%減）や集積回路（15.5%減）の減少が目立った。マレーシア向け、シンガポール向けも集積回路が3～4割減少した。14.7%を占めるEU向けは10.2%減となりましたが、乗用車（38.5%増）やリチウム・イオン電池（20.9%増）は大きく増加した。

中国の商品別輸出は、輸出額の3割を占める電気機器（6.0%減）をはじめ、一般機械（6.9%減）、化学品（13.5%減）、繊維・同製品（7.5%減）、鉄鋼（9.3%減）などが軒並み前年から減少した。うち、減少幅の大きい化学品

の内訳は、有機化学品が23.5%減の779億ドルとなった。他方、輸出全体の7.2%を占める輸送機器は前年から增加了。特に乗用車が73.8%増（7,767億ドル）と、前年（83.3%増）に引きを取らない伸び率を維持した。

中国の輸入は、最大の輸入相手である台湾が16.6%減の2,004億ドルとなった。台湾に次ぐ上位輸入相手では、米国、韓国、日本も軒並み前年比減となったが、オーストラリア（10.1%増）、ロシア（13.7%増）、ブラジル（12.6%増）は1割を超える伸びとなった。オーストラリアからの輸入では石炭（19.2倍）、ロシアは石油（125.8%増）、石炭（22.6%増）、原油（4.9%増）、ブラジルは原油（27.2%増）、大豆（9.9%増）など、一次産品の輸入が伸びた。オーストラリアからの石炭輸入の急増は、2020年10月から続いている非公式の輸入停止措置が2023年1月に解除となったことが主因とみられる¹³。

米国の輸出は、前年比2.2%減の2兆192億ドル、輸入

は4.9%減の3兆841億ドルとなった。貿易赤字は1兆650億ドルと、3年連続で1兆ドルを超えたが、赤字幅は2019年以来、4年ぶりに縮小した。北米におけるニアショアリングの進行を背景に、2021年以降はメキシコとカナダの貿易額（輸出額+輸入額）がそれぞれ中国を上回っている。輸出では、全体の17.5%を占めるカナダが1.0%減（3,528億ドル）、16.0%を占めるメキシコが0.3%減（3,232億ドル）と、微減となった。カナダ向け、メキシコ向けに共通して、輸送機器、一般機器、電気機器といった上位品目で前年比増を維持したが、鉱物性燃料の価格下落による減少分が相殺した。特に、両国向けともに自動車部品の輸出の増加が目立った。中国向けは4.0%減（1,478億ドル）。米国の輸出総額に占める中国のシェアは7.3%で、直近でピークだった2020年の8.7%から年々縮小している。EU向けは5.1%増と、主要な輸出先の中では唯一好調だった。EUのシェアは2021年から毎年拡大しており、2023年は18.3%だった。EUのうち、オランダ向けは12.3%増で、輸出額が多い品目では原油（56.5%増）、医療機器（13.3%増）などが増加した。

米国の商品別貿易は、輸出入ともにエネルギー価格の下落が響き、鉱物性燃料等が前年比マイナスとなった。輸出では、機械機器類の多くの品目で前年比プラスを維持しており、特に輸送機器は15.9%増、うち電気自動車（EV）やハイブリッド車が2割近い伸び率となった。電気機器は1.3%増と小幅な増加で、中でも在庫調整などの影響で落ち込んだ半導体市況が影響し、集積回路は15.6%減と振るわなかった。また、半導体製造装置も25.1%減と、2019年以来の前年割れとなり、主要な輸出先の韓国（23.6%減）、中国（14.0%減）、台湾（40.6%減）向けは軒並み落ち込んだ。

EUの輸出は、前年比0.8%増の7兆2,061億ドル、輸入は6.0%減の7兆1,329億ドルとなった。EUのうち、貿易額が最多のドイツは、輸出が2.6%増の1兆7,185億ドル、輸入が6.7%減の1兆4,768億ドルだった。ドイツの貿易に占めるEU域内向けの割合は、輸出で54.6%、輸入で63.5%に上る。上位の輸出先では米国（4.1%増）、フランス（4.6%増）、オランダ（5.8%増）向けが前年から増加した。中国向けは6.5%減と2年連続で減少した。ドイツの輸出を商品別に見ると、全体の約2割を占める化学品が5.3%減となったが、そのほかの主要輸出品目では、輸送機器（12.7%増）、一般機械（8.9%増）、電気機器（8.3%増）などが好調だった。輸入では、最大の輸入相手であるオランダが鉱物性燃料等の減少により4.5%減

となった。第2位のポーランドは6.2%増、中でもリチウム・イオン電池の輸入が28.7%増だった。第3位の中国は、パソコンや事務用機器類の減少が響き25.2%減となった。ただし、リチウム・イオン電池は57.4%増と大幅に増加した。

アジアでも多くの国・地域で貿易額が減少した。韓国の輸出は7.5%減の6,322億ドル、輸入は12.1%減の6,426億ドルとなった。輸出の約3割を占める電気機器が18.6%減、うち集積回路が23.7%減となった。集積回路の中でも韓国メーカーの存在感が高い記憶素子（メモリ）が30.6%減と半導体市況のあおりを強く受けた。国・地域別では、韓国の輸出先上位2カ国のうち、中国が19.9%減と減少した半面、米国は5.4%増となり、輸出総額に占める両国のシェアはそれぞれ2割弱とほぼ均衡した。

台湾の輸出は9.8%減の3,998億ドル、輸入は17.8%減の3,583億ドルとなった。最大の輸出先である中国向けが、集積回路の不振で21.1%減となった。台湾の輸出総額に占める中国のシェアは過去10年で最低（21.6%）となった。輸出先第2位の米国向けは1.7%増で、コンピューター・周辺機器（103.9%増）の伸びが目立った。

ASEAN¹⁴の輸出は、前年比7.3%減の1兆7,545億ドル、輸入は8.6%減の1兆6,546億ドルとなった。6カ国の貿易は輸出入とも全て前年比マイナスとなった。輸出では、インドネシア（11.3%減）、マレーシア（11.2%減）と減少幅が大きかった。マレーシアでは、シンガポール向けの石油製品や集積回路、中国向けの不揮発性メモリなどが、インドネシアではインドや日本向けの石炭、米国向けのアパレルなどの減少が響いた。ASEANの中でシンガポールに次いで貿易額の大きいベトナムは、輸出が4.6%減（3,547億ドル）、輸入が9.2%減（3,264億ドル）となった。主要な輸出品目では、コンピューター・周辺機器類、集積回路などが好調だったが、携帯電話を含む通信機器が減少し、輸出全体の伸び率を押し下げた。

■米中間の貿易額は減少、米国の対中貿易赤字が大幅減

米国の貿易データから米中間の貿易額（輸出額+輸入額）を見ると、2023年は16.7%減の5,750億ドルで、過去最高額となった前年から減少した。米国の対中貿易赤字額は2,794億ドルと、前年（3,828億ドル）から1,029億ドルの赤字幅の縮小となった。対中貿易赤字が2,000億ドル台となるのは2011年（2,952億ドル）以来、12年ぶり。輸出が4.0%減、輸入が20.3%減と、輸出入ともにマイナス成長となったが、輸入のマイナス幅が輸出を大きく上

13 ジェトロ「オーストラリアからの石炭輸入は停止状態、輸入元の多元化進む」『ビジネス短信』（2021年11月9日付）

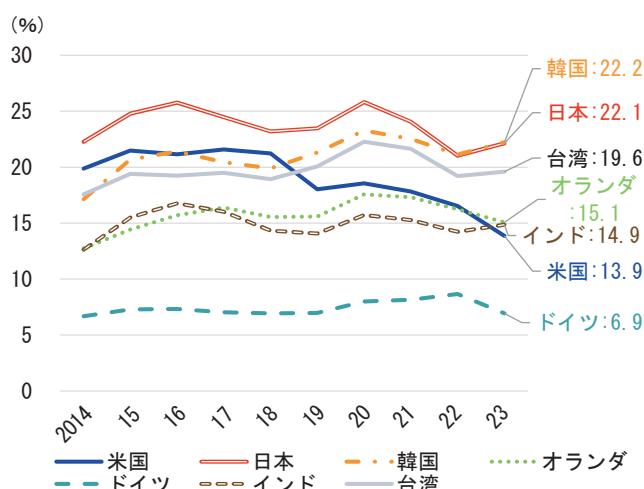
14 ASEAN 6は、シンガポール、タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピン。

回った。直近の米中間の貿易の伸び率を四半期ごと（2022年第1四半期～2024年第1四半期）に確認すると、輸出は2023年第2四半期から、輸入は2022年第4四半期から、前年同期比でマイナスが続いている。ただし、輸出入ともに2023年第4四半期からマイナス幅の縮小がみられる。

2023年の米中間の貿易を商品別（HS 6桁ベース）に見ると、米国から中国への輸出では、最大の輸出品目である大豆（15.4%減）、プロセッサ・コントローラ（61.9%減）、トウモロコシ（播種用のものを除く）（68.2%減）などのマイナス寄与が大きかった。ただし、輸出総額の8.9%を占める原油は93.9%増と2倍近く増加した。米国による中国からの輸入では、輸入品目上位のスマートフォン（10.9%減）、ノートパソコン（27.9%減）、三輪車、人形、その他玩具等（25.1%減）などのマイナス寄与が大きかった。多くの品目が前年比減となる中、リチウム・イオン電池は44.5%増と高い伸びを示した。

続いて、米国を含めた主要国・地域の対中貿易動向を確認する。ここでは、米国に加え、中国からの輸入額が上位の日本、韓国、オランダ、ドイツ、インドに台湾を加えた7カ国・地域¹⁵と中国との貿易について述べる。まず、2023年の対中輸入は、米国、ドイツを除いて中国が最大の輸入相手国となっている。米国は2003年から2022年まで中国が最大の輸入相手だったが、2023年にメキシコが首位となった。各国・地域の輸入総額に占める中国のシェアは韓国が22.2%、日本が22.1%、台湾が19.6%、インドが14.9%で、いずれも前年比で微増となった（図表I-13）。

図表I-13 主要国・地域の輸入総額に占める中国の割合



[注] 2023年の対中輸入額上位10カ国・地域のうちデータ取得が可能な6カ国（香港除く）と台湾。

[出所] Global Trade Atlas (S&P Global) から作成

15 対中輸入金額上位10カ国・地域のうちデータ取得が可能な6カ国（香港除く）に、台湾を加えた。

他方、欧米の3カ国はそれぞれ、オランダ（15.1%）、米国（13.9%）、ドイツ（6.9%）で、前年から対中輸入比率の減少がみられる。特に米国は2.7ポイントの減少で、米中貿易摩擦が顕在化した2018年からは7.4ポイントの減少となった。米国に次いで、対中輸入比率の減少幅が大きかったドイツ（1.7ポイント減）では、2022年に中国からの輸入が急増した有機化学品が81.9%減と大幅に減少したことが要因の1つとみられる。また、貿易赤字の解消や経済安全保障などの政策目的の下、貿易面での中国依存度の低下を目指す取り組みが進展したことにも影響したと考えられる。

■ 3大戦略品目の輸出で存在感を示す中国

中国は2023年初頭から、中国の対外貿易を牽引する輸出品目として、リチウム・イオン電池、EV、太陽電池の3つを「新三様（新御三家）」と呼んでいる。これらは、欧米や日本において経済安全保障の観点から安定確保を目指す戦略品目に位置付けられる製品だ。各品目の2023年の中国の対世界輸出額は、リチウム・イオン電池が前年比27.4%増の649億ドル、EVが69.9%増の341億ドルと好調だった。太陽電池を含む光電池等¹⁶は5.6%減（472億ドル）と減速した。

続いて、各品目の世界の輸出総額に占める中国のシェアを見ていく。まず、リチウム・イオン電池と光電池等では、中国が世界シェアの半数を握る（図表I-14）。光電池等は2023年の輸出の減少が響き、前年からややシェアを落としたが、リチウム・イオン電池は2020年から着実にシェアを伸ばしている。EVは、ドイツが輸出シェア首位を保っているが、2023年の伸び率で中国に遅れを取り、差が縮まっている。

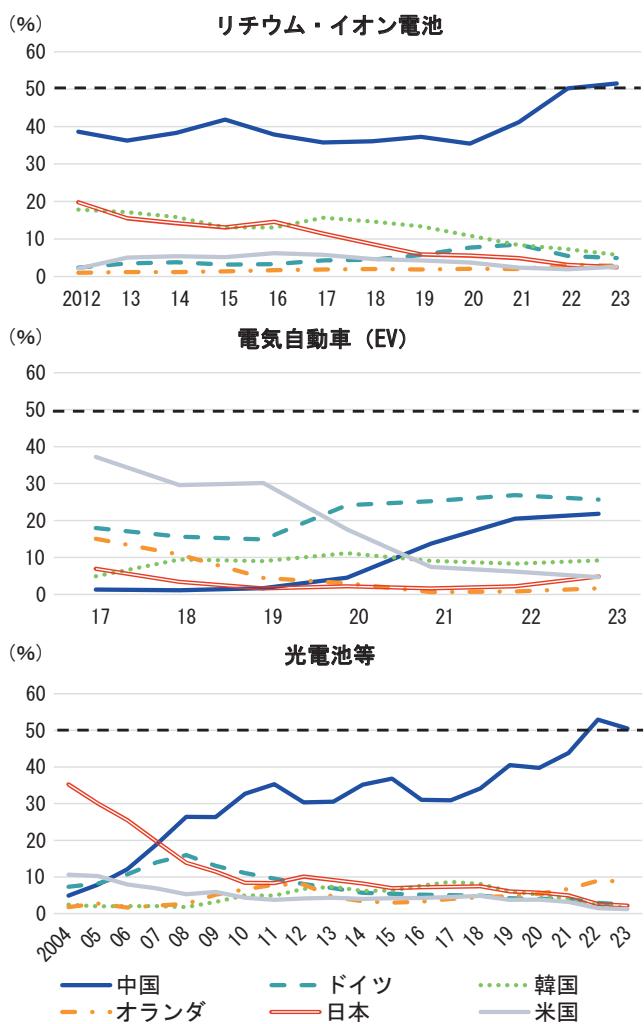
個人消費など内需の低迷が続く中国に対し、欧米を中心、「新三様」や鉄鋼などについて、安価な中国製品の過剰供給への警戒を強めている。2024年5月にはジャンネット・イエレン米財務長官が、中国の生産能力の過剰に対して、米国および欧州が「戦略的かつ団結した方法」で対応する必要があると述べている。

ここ数年でコストが低下した太陽電池については、国際エネルギー機関（IEA）が2023年10月に発表した「世界エネルギー見通し（World Energy Outlook 2023）」によると、世界の太陽電池モジュールの生産の8割を中国が占める。中国の2022年の製造容量は、国内の太陽光発電の新規導入容量（220GW）を大きく上回る600GW超

16 光電池等は、2021年まではHS8541.40、2022年以降は発光ダイオード（HS8541.41）、光電池（HS8541.42、HS8541.43）の合計。

に上る。将来的に東南アジアやインドでも製造容量は増える予測だが、中国は今後も製造容量を増やす計画で、世界一の太陽光モジュール輸出者の座を維持するとしている。対して、主要な輸入者は米国とEUである。米国とEUにおける製造容量は、今後の計画分を加えても中国の1割未満で、既に公表や実施がされている政策に限定して推計したSTEPSシナリオ(Stated Policies Scenario)に沿った2030年の太陽光発電容量目標から考えると、引き続き輸入を行う必要があるとしている。

図表I-14 主要6カ国「新三様」輸出の世界シェア



[注] ①3品目全てで輸出額上位10カ国・地域以内の国（中国、ドイツ、日本）、3品目のうち2品目で輸出額上位10カ国・地域以内の国（韓国、オランダ、米国）の6カ国。②各品目の継続的な統計データが取得できる年からの推移。③輸出金額ベース。

④2023年の世界の輸出額は、リチウム・イオン電池が1,259億ドル、EVが1,562億ドル、光電池等が934億ドル。

[出所] ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）から作成

■主要製品群は軒並み前年から減少

2023年の世界貿易（輸出金額ベース）を商品別に見ると、商品価格の高騰を主因に大半の主要製品で前年比増となった前年から様相は一変した。特に、鉱物性燃料等（22.3%減）、鉄鋼（10.6%減）、化学品（7.4%減）、電気

機器（2.8%減）などが前年比減となり、マイナスに寄与した（図表I-15）。対して、輸送機器が16.3%増と前年（6.0%増）から増加し、資源関連商品による下押し圧力を幾分か押し戻した（図表I-16）。

図表I-15 世界の商品別貿易（2023年）

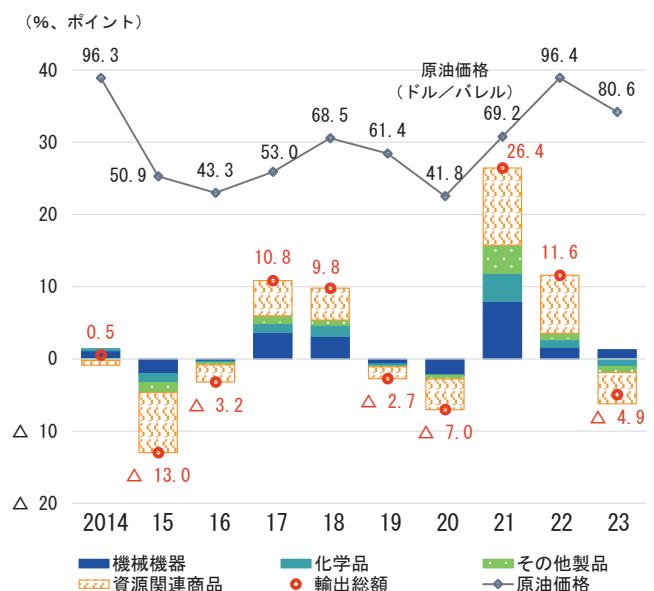
（単位：億ドル、%）

	金額	構成比	伸び率	寄与度
総額	231,144	100.0	△ 4.9	△ 4.9
機械機器	91,942	39.8	3.5	1.3
一般機械	25,935	11.2	2.1	0.2
電気機器	35,032	15.2	△ 2.8	△ 0.4
輸送機器	23,461	10.1	16.3	1.4
自動車	11,815	5.1	23.6	0.9
乗用車	9,604	4.2	23.7	0.8
電気自動車	1,562	0.7	59.5	0.2
自動車部品（エンジン除く）	4,649	2.0	9.5	0.2
精密機器	7,515	3.3	4.5	0.1
化学品	32,269	14.0	△ 7.4	△ 1.1
食料品（a）	16,977	7.3	1.6	0.1
油脂その他の動植物生産品（b）	2,998	1.3	△ 9.5	△ 0.1
その他原料・その製品	75,340	32.6	△ 13.7	△ 4.9
鉱石（c）	3,292	1.4	2.7	0.0
鉄鉱石	1,622	0.7	4.0	0.0
鉱物性燃料等（d）	31,019	13.4	△ 22.3	△ 3.7
石炭類	1,971	0.9	△ 25.2	△ 0.3
天然ガス等	4,564	2.0	△ 38.7	△ 1.2
石油・同製品	21,641	9.4	△ 14.1	△ 1.5
卑金属・同製品（e）	15,457	6.7	△ 9.9	△ 0.7
鉄鋼	8,487	3.7	△ 10.6	△ 0.4
資源関連商品（合計）	69,743	30.2	△ 13.2	△ 4.3
燃料（d）	31,019	13.4	△ 22.3	△ 3.7
非燃料（金属・食料・飲料）	38,724	16.8	△ 4.1	△ 0.7
金属（c + e）	18,749	8.1	△ 7.9	△ 0.7
食料・飲料（a + b）	19,975	8.6	△ 0.2	△ 0.0

[注] ①商品分類は資料<付注1>を参照。②輸出金額ベース。

[出所] ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）から作成

図表I-16 世界の財貿易の主要品目別寄与度



[注] ①輸出金額ベース。②機械機器には、一般機械、電気機器、輸送機器、精密機器を含む。③資源関連製品は、食料品、油脂その他の動植物生産品、鉱石、鉱物性燃料等、卑金属・同製品を含む。④その他製品は、総額から機械機器、化学品、資源関連製品の金額を引いたもの。⑤商品分類は資料<付注1>を参照。

[出所] ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）、IMFから作成

半導体関連製品：市況底打ちも回復に時差

■集積回路：特需から一転、メモリなど不調

世界の半導体市況は、約2年続いた特需から一転、2022年下半期から在庫調整による悪化が目立った。2023年初頭に底を打ち、同年中は緩やかに回復した。2023年の半導体関連製品の貿易では、最も貿易額が多い集積回路の輸出が10.5%減の9,829億ドルとなった（図表I-17）。集積回路の輸出が前年比減となるのは2015年以来8年ぶりとなった。主要34カ国・地域のデータを基に四半期別の輸出の伸び率を見ると、2022年第4四半期に前年同期比7.2%減とマイナスに転じた¹⁷。以降、2023年第4四半期まで5四半期連続で前年同期比減が続いたが、2023年後半にかけて減少幅は縮小し、2024年第1四半期は8.0%増とプラスに転じた。

図表I-17 世界の半導体・デジタル関連製品貿易（2023年）

（単位：億ドル、%）

	金額	構成比	伸び率	寄与度
輸出総額	231,144	100.0	△ 4.9	△ 4.9
コンピューター・周辺機器類	6,277	2.7	△ 8.3	△ 0.2
通信機器	6,110	2.6	△ 3.6	△ 0.1
携帯電話	2,830	1.2	△ 0.5	△ 0.0
半導体等電子部品類	11,607	5.0	△ 9.3	△ 0.5
集積回路	9,829	4.3	△ 10.5	△ 0.5
プロセッサ・コントローラ	3,779	1.6	△ 4.3	△ 0.1
記憶素子	1,888	0.8	△ 21.7	△ 0.2
増幅器	240	0.1	△ 13.6	△ 0.0
その他の集積回路	3,711	1.6	△ 9.6	△ 0.2
半導体製造機器	1,265	0.5	△ 8.2	△ 0.0
ミクロトーム	148	0.1	△ 3.8	△ 0.0
半導体測定・検査機器	66	0.0	△ 9.2	△ 0.0
半導体・フォトマスク・レクチル検査機器	108	0.0	1.8	0.0
シリコンカーバイド	10	0.0	△ 17.4	△ 0.0
シリコンウエハー	192	0.1	△ 5.6	△ 0.0

〔注〕①商品分類は資料＜付注1＞を参照。②輸出金額ベース。

〔出所〕ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）から作成

集積回路の貿易は約8割を東アジア域内が占める（図表I-18）。東アジアの中で、香港、台湾、中国、韓国、日本の5カ国・地域間の貿易は、日本から香港への輸出を除き、軒並み前年比で減少した。特に、主力品目のメモリが不調だった韓国の輸出は23.7%減、韓国の最大の輸出先である中国向けは32.0%減（332億ドル）と大幅に減少した。また、台湾の輸出は9.5%減、台湾から中国向けは18.1%減（438億ドル）となった。他方、EUの輸出は、シェアこそ東アジアには及ばないものの、世界的な集積回路貿易の不振の中にあっても、輸出額の半分超を占めるEU域内向けが5.0%増（378億ドル）と前年比プラスを維持した。また、ベトナムの輸出額は、約半数

を占める中国向けが108.7%増となり、全体も前年比2.3倍と急増した。

2023年の世界の集積回路輸出をHS6桁別に確認すると、プロセッサ・コントローラ（HS8542.31）が4.3%減、その他の集積回路（HS8542.39）が9.6%減となつた。対して、記憶素子（メモリ、HS8542.32）は21.7%減と減少幅が大きかった。スマートフォンやサーバー向けの需要の減少などが響いたとみられる。2023年のデバイス機器の輸出額では、コンピューター・周辺機器類（部品等を含む）は8.3%減、携帯電話を含む通信機器は3.6%減で、2年連続でマイナス成長となった。

品目ごとに国・地域別の貿易動向を確認すると、プロセッサ・コントローラの輸出は、香港が全体の約2割を占めて首位を維持したが、5.5%減の769億ドルとなった。香港は、輸出総額の81.6%を占める最大の輸出先の中国向けが8.1%減となった。香港以下は、中国（3.9%減、505億ドル）、シンガポール（3.6%減、486億ドル）と続くが、軒並み前年から減少した。輸出上位国・地域の中では、ベトナムの輸出が142.1%増（282億ドル）と飛躍した。

メモリの輸出は、首位の中国と2位の韓国で世界シェアの約半分を占める。中国は20.5%減（562億ドル）、韓国は30.6%減（429億ドル）と市況悪化の影響を受けた。

その他の集積回路は、輸出全体の34.3%を占める台湾が、6.6%減の1,273億ドルとなった。台湾による同品目の輸出は、2016年以降で初めて前年比減となった。台湾からの輸出は9割超が東アジア向け。そのうち、約3割を占める中国向けが14.3%減だった。香港向け（6.2%減）、シンガポール向け（0.4%減）も前年比で減少したが、日本向けは1.6%増と増加した。世界の輸出の5.5%を占めるマレーシアの輸出は1.1%増（203億ドル）と小幅ながら増加した。

■半導体製造機器：半導体市況を反映し前年比減

半導体製造機器の輸出は、前年比8.2%減の1,265億ドルとなった。国・地域別では、日本が18.7%減の252億ドルとなり、世界シェアの19.9%を占め最大となった。オランダ（19.6%）、米国（15.9%）と合わせた上位3カ国で、輸出総額の55.4%を占める。前年と比較すると、オランダが4.1ポイント増、米国が3.6ポイント減となり、両国のシェアが逆転した。日本のシェアは2.6ポイント減少した。輸出額では、日本、米国（25.1%減）が減少したのに対し、オランダは16.4%増となった。特に台湾向けが不調で、3カ国とも4割程度の減少となった。

3カ国とも、2022年から2023年にかけて中国向けの先端半導体の製造装置などに対して輸出管理を強化してい

17 2024年第1四半期までの貿易データが入手可能な34カ国・地域の輸出金額の合計から算出。34カ国・地域は本章図表I-24注①を参照。

図表 I-18 集積回路の貿易マトリクス（2023年）

輸入	世界	東アジア										米国	EU	ドイツ
		香港	台湾	中国	韓国	日本	ASEAN			シンガポール	マレーシア			
世界	9,829	8,178	1,828	670	3,125	500	282	1,764	557	405	472	322	765	207
東アジア	8,445	7,579	1,756	583	2,914	457	267	1,592	517	329	462	244	291	109
香港	1,940	1,815	—	76	1,576	31	7	116	18	10	65	19	20	9
台湾	1,565	1,461	404	—	438	112	141	367	207	85	25	31	39	15
中国	1,375	1,233	584	186	—	178	31	254	36	81	107	23	35	16
韓国	861	805	165	90	332	—	11	207	43	18	119	7	16	3
日本	308	287	37	67	69	34	—	80	7	21	30	10	6	4
ASEAN	2,396	1,978	567	165	499	102	77	569	205	114	117	153	175	61
シンガポール	1,044	910	296	85	191	59	34	245	—	91	71	39	58	30
マレーシア	748	603	122	51	133	29	18	250	176	—	43	67	49	15
ベトナム	300	252	81	7	143	3	0	18	4	9	—	17	21	1
米国	436	234	28	48	51	22	5	80	10	40	6	—	37	11
EU	676	215	15	33	74	15	6	72	23	31	2	22	378	82
ドイツ	220	77	5	23	14	6	4	23	5	10	0	5	120	—

[注] ①輸出金額ベース。②集積回路（HS8542）の貿易額上位の国・地域。③東アジアは、中国、香港、マカオ、韓国、台湾、日本、ASEANの16カ国・地域。④色付きの組み合わせは、前年比で増加した組み合わせ。⑤小数点以下は四捨五入。

[出所] ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）から作成

る¹⁸が、2023年の日本、オランダから中国への輸出はそれぞれ10.8%増、183.3%増と伸びた。輸出管理の対象外となる汎用品の製造機器の増加が増えていることが要因とみられる。米国では14.0%減と対中輸出を減らしている。

輸入では、中国、台湾、韓国の上位3カ国・地域で世界全体の62.2%を占める。中国は14.1%増（396億ドル）、台湾は32.8%減（253億ドル）、韓国は13.9%減（173億ドル）だった。結果、世界全体の輸入に占める中国のシェアは29.9%と前年から5.6ポイント増加したのに対して、台湾、韓国はそれぞれ7.2ポイント、1.0ポイント減少し、19.1%、13.1%となった。

続いて、輸出上位3カ国の対世界輸出額に占める中国、台湾、韓国のシェアを月別に確認する（図表I-19）。日本では、輸出管理強化直後の2023年8月に対中輸出比率が5割を超えて、2024年4月まで平均5割超で推移している。オランダでは、輸出管理強化前の2023年5月頃から中国のシェアが上昇し始め、同6月にはそれまで最大の輸出先だった韓国を抜いた。その後も3～4割の高いシェアを維持し、2024年3月には6割を超えた。米国では、2022年10月を境に中国シェアが一時的に低下した。しかし、2023年7月頃から、中国のシェアは再度上昇し、ほとんどの月で韓国、台湾のシェアを上回っている。まとめると、輸出上位3カ国全てで中国のシェアが上昇傾向にあるのに対し、台湾と韓国のシェアが低下または停滞傾向にある。米国の中華人民共和国向け輸出は、金額こそ減少しているものの、2023年の世界的な半導体市況の低迷も影響し、シェアの大幅な低下は見られないのが実態だ。

シリコンウエハー：2大輸出国で明暗分かれる

半導体の主要な材料の1つであるシリコンウエハー（HS3818）の輸出は、5.6%減の192億ドルとなった。輸出全体の約3割を占める中国は、0.1%減だった。中国の最大の輸出先であるASEAN向けが2.9%増、EU向けが28.3%増と好調だった。対して、中国に次いで輸出額の多い日本は8.6%減となった。日本の輸出の約4割を占める台湾向けは4.8%増とプラス成長だったが、次いで輸出額が多い中国と韓国向けがそれぞれ28.0%減、15.6%減と全体を押し下げた。また、輸出シェアはそれぞれ1割未満だが、米国が12.5%増、ベトナムが25.4%増と上位輸出国の中では好調な伸びを示した。

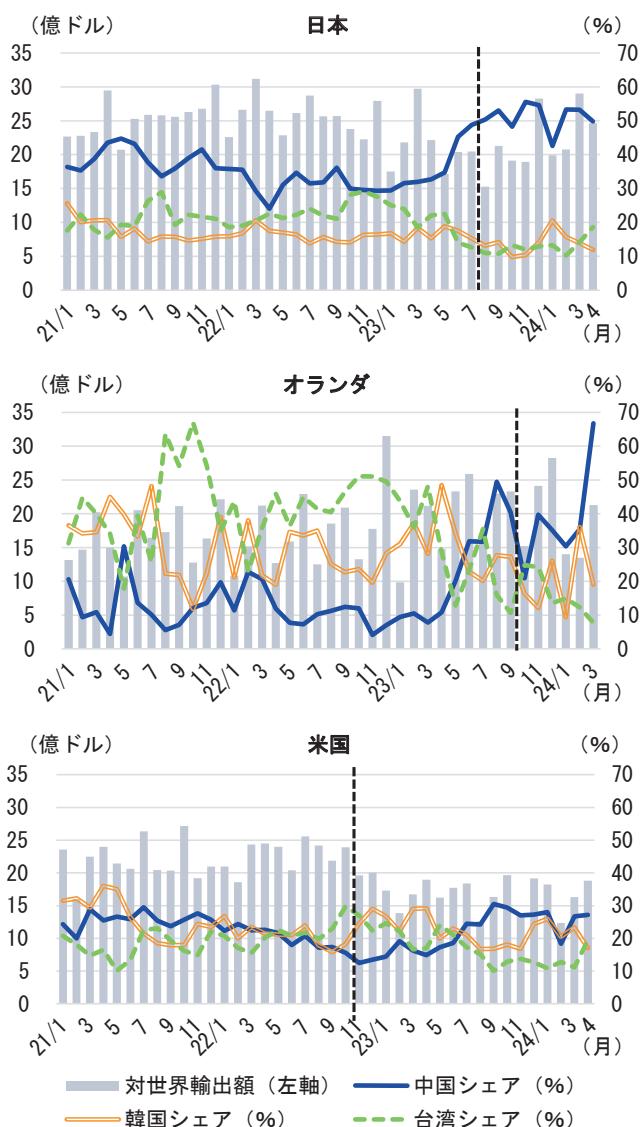
半導体国際業界団体のSEMIによると、半導体需要の軟調と厳しい世界情勢を背景に、2023年のシリコンウエハーの世界出荷面積は前年比14.3%減、出荷額は10.9%減となった¹⁹。2024年通年では回復が見られ、人工知能（AI）や第5世代通信移動システム（5G）などの普及に伴うシリコン需要の増加が回復を後押しすると予測する²⁰。

18 米国は2022年10月、日本は2023年7月、オランダは2023年9月より実施。

19 SEMIプレス発表（2024年2月7日付）

20 SEMIプレス発表（2024年5月1日付）

図表 I-19 日本、米国、オランダの半導体製造機器輸出（対世界輸出額、中国、台湾、韓国シェアの月別推移）



〔注〕①2024年は日本と米国は4月まで、オランダは3月まで。②点線は各国が輸出管理を導入した時期。脚注18参照。

〔出所〕Global Trade Atlas (S&P Global) から作成

輸送機器：供給不足からの反動増で高い伸び

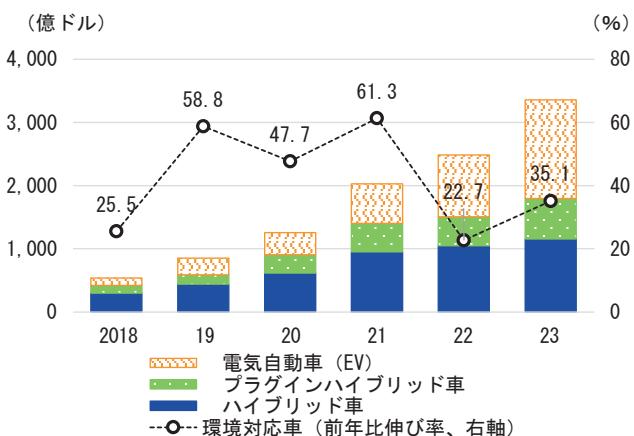
■環境対応車：EVの輸出シェア、ハイブリッド車を超える

輸送機器の輸出は、前年比16.3%増の2兆3,461億ドルとなり、前年（6.0%増）を10ポイント以上上回った。輸送機器のうち、約4割を占める乗用車は23.7%増の9,604億ドルとなった。輸出上位国（ドイツ、日本、中国、韓国、米国）の輸出金額を四半期別に見ると、多くの国で第1四半期および第2四半期の伸び率が高かった。車載半導体不足による自動車生産の不振が響いた2022年上半期の反動増とみられる。台数ベースでは、中国、韓国の伸び率が通年で高かった。

乗用車の中でも、環境対応車（ハイブリッド車、プラ

グインハイブリッド車、EVの合計）が35.1%増の3,357億ドルだった（図表 I-20）。2019年から2021年の伸び率と比較すると、2022年以降の伸び率は緩やかとなっている。2023年の乗用車の輸出総額に占める環境対応車のシェアは35.0%となった。内訳を見ると、環境対応車のうち46.5%を占めるEVが59.5%増の1,562億ドルで、環境対応車および乗用車の伸びに寄与した。

図表 I-20 世界の環境対応車の輸出



〔注〕輸出金額ベース。

〔出所〕ジェトロ推計値（Global Trade Atlas から作成）

EVの輸出は、EUが世界全体の53.1%を占め、50.5%増の830億ドルとなった。うち、EU域内への輸出が約6割で、61.1%増と他国・地域向けと比べて伸び率も高かった。国別で最も多いのはドイツで、52.1%増の401億ドルだった。ドイツを追いかける中国は69.9%増の341億ドルとなった。中国のEV輸出のうち39.4%がEU向けだが、この比率は前年（47.2%）から低下した。対して、タイ（5.4倍、25億ドル）、カナダ（16.3倍、16億ドル）への輸出が急増した。

ハイブリッド車の輸出は、10.5%増の1,156億ドルとなった。前年から増加したが、環境対応車に占めるシェアは大幅に減少し、EVとハイブリッド車のシェアが初めて逆転した。ハイブリッド車の輸出は、日本とドイツで全体の36.8%を占める。日本は39.4%増と好調だった半面、ドイツは40.4%減と大幅に減少した。

プラグインハイブリッド車の輸出は39.2%増の638億ドルと、前年の1.7%増から大きく増加した。輸出全体の26.4%をドイツが占め、31.5%増の169億ドルだった。特に、輸出先の7割超を占めるEU域内向けが50.5%増と大きく伸びた。IEAが2024年4月に発表した「世界EV見通し」によると、2024年に入り、中国、ドイツ、英国、米国などでプラグインハイブリッド車の販売台数が増加しているという。

■リチウム・イオン電池：堅調な需要を反映

環境対応車の普及に伴う車載バッテリー需要の増加やデジタル化の進行に伴い、リチウム・イオン電池の需要も伸びている。リチウム・イオン電池²¹の輸出額は、前年比24.1%増の1,259億ドルとなった（図表I-21）。うち、半数超を占める中国からの輸出が27.4%増の649億ドルだった。中国の輸出先では、約2割を占める米国向け（33.0%増）や韓国向け（48.4%増）の伸びが高かった。約4割を占めるEU向けも19.6%増と堅調だった。

中国に次いで輸出額の多いEUの輸出は34.8%増と、中国の輸出の伸び率を上回った。特に、ポーランド（38.7%増）、ハンガリー（46.1%増）、チェコ（73.2%増）の輸出が大幅に伸びた。EUの輸出の仕向先は約8割がEU域内で、36.4%増と好調だった。また近年、車載用バッテリー関連の投資が目立つ米国の輸出は、金額ベースでは中国やEUには及ばないものの、67.0%増（33億ドル）と急増し、前年から輸出シェアを伸ばしている。対して、韓国の輸出は0.9%減（73億ドル）と微減。輸出の約6割を占める米国向け（19.5%増）や日本向け（16.6%増）は伸びたにも関わらず、EU向けが31.0%減と大きく減少した。

図表I-21 リチウム・イオン電池の貿易マトリクス（2023年）

輸出	世界	東アジア				米国	EU					(単位：億ドル)				
		中国		韓国	日本		ポーランド		ハンガリー	ドイツ	オランダ					
		中国	韓国	日本	ASEAN		ポーランド	ハンガリー	ドイツ	オランダ	チェコ	ポーランド	ハンガリー	ドイツ	オランダ	チェコ
世界	1,259	232	22	90	32	59	229	585	24	18	270	32	48			
東アジア	821	216	15	88	30	57	203	262	13	8	103	8	39			
中国	649	167	—	78	24	46	135	233	12	5	93	6	36			
韓国	73	11	3	—	3	3	41	14	0	1	6	0	0			
日本	31	3	1	0	—	1	16	5	0	0	1	1	0			
ASEAN	30	13	5	1	1	3	8	3	0	1	0	0	1			
米国	33	4	1	1	2	0	—	5	0	0	1	0	2			
EU	394	11	6	1	0	2	23	313	11	10	164	24	6			
ポーランド	119	1	0	0	0	0	4	99	—	2	62	7	0			
ハンガリー	102	1	0	0	0	0	8	91	0	—	51	10	2			
ドイツ	62	8	6	0	0	1	10	30	3	2	—	2	3			
オランダ	36	0	0	0	0	0	0	35	5	1	21	—	0			
チェコ	36	0	0	0	0	0	0	31	1	4	17	1	—			

〔注〕①輸出金額ベース。②リチウム・イオン電池（HS8507.60）の貿易額上位の国・地域（香港除く）。③東アジアは、中国、香港、マカオ、韓国、台湾、日本、ASEANの16カ国・地域。④色付きの組み合わせは、前年比で増加した組み合わせ。⑤小数点以下は四捨五入。

〔出所〕ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）から作成

非鉄金属：価格下落も今後の需要は堅調

非鉄金属は、鉱物性燃料等と並び、世界情勢に連動して価格の変動が大きい。近年は、脱炭素化対応のための需要増や経済安全保障上の戦略品目として規制の対象となるなど、変動要因が増している。非鉄金属では、銅、ニッケルを取り上げる。

銅・同製品の輸出は、前年比6.5%減の1,966億ドルだった。2023年の銅の平均価格は前年比で3.8%下落した（1

トン当たり8,491ドル）。新型コロナ禍前の2019年と比較すると4割ほど高いものの、価格の下落が輸出額減少の主因と考えられる。

最大の輸出国であるチリは6.2%減（204億ドル）、ドイツが5.0%減（153億ドル）、日本が0.3%減（124億ドル）と軒並み前年比マイナスとなった。輸入では、約3割を占める中国が8.9%減（631億ドル）となった。中国に次いで輸入額の多い米国（6.0%減、143億ドル）、イタリア（8.0%減、100億ドル）なども前年比で減少したが、インド（20.1%増、91億ドル）、メキシコ（27.7%増、44億ドル）は2割以上増加した。国際銅研究会（ICSG）は、2024年の需給バランスについて16万2,000トンの供給過剰と予測する。また、2024年の銅の需給見通しについては、銅鉱石の生産量（供給）は前年比0.5%増、銅地金消費量（需要）は2.1%増と予測した²²。クリーンエネルギーやEVへの移行が長期的な需要を支えるとしている。また、IEAによると、2024年以降には生産量の伸び率が鈍化する可能性や最大の輸入国である中国の経済回復やエネルギー転換加速による需要の増加による価格への影響が指摘されている²³。

ニッケル・同製品の輸出は、前年比0.04%減の435億

ドルと、前年から横ばいとなった。幅広い工業製品に使用されるステンレス鋼や車載用バッテリーなどに欠かせない材料であるニッケルは需要増が続く。前年はロシアによるウクライナ攻撃の影響で価格が急騰したが、2023年のニッケルの平均価格は1トン当たり2万1,529ドルで、前年から16.8%の下落となった。依然として、

侵攻前の2021年平均（1トン当たり1万8,467ドル）よりは高い水準となっている。

輸出を国別に見ると、インドネシアが14.0%増の68億ドルで、前年の300%を超える伸びからは落ち着いたも

21 リチウム・イオン電池（HS8507.60）は、用途別の貿易額まで確認できないため、車載用バッテリーのほか、携帯電話やコンピューター、産業用向けなどの用途が含まれる。

22 ICSGプレス発表（2024年4月29日付）

23 IEA「Critical Minerals Market Review 2023」（2023年7月）

のの、2年連続で首位を維持した。インドネシアからの輸出は中国向け（72.6%）と日本向け（18.8%）で9割超を占め、それぞれ10.2%増、3.5%増と前年から増加した。上位の輸出国では、米国、EU、ノルウェー向けの輸出が多いカナダ（17.6%減）やオランダ（14.2%減）などが軒並み減少した²⁴が、米国は29.1%増と高い伸び率を維持した。輸入では、全体の24.4%を占める中国が9.2%減の118億ドルだった。輸入上位国では、米国、日本、オランダなどが前年比で減少した。

今後の需要について、国際ニッケル研究会（INSG）²⁵は2024年の一次ニッケル消費量を前年比7.8%増と予測。中国やインドネシアでのステンレス製鋼分野の成長を見込む。対して、EVバッテリー向けのニッケル使用量は、「ニッケルを使用しないバッテリーとの競合やバッテリー式電気自動車（BEV）よりもプラグインハイブリッド車需要が相対的に選好されていることなどを受けて伸び悩む」と予測した。²⁶

環境関連物品：貿易額では中国が首位

世界的な脱炭素化促進の潮流から、脱炭素化に資する製品やサービスの需要も高まっているといえるだろう。IMFが2021年2月に公開した「環境財の貿易（Trade in Environmental Goods）」において、環境関連物品として選定したHS 6桁ベースの商品群について、世界の貿易額の推計を行った²⁷。環境関連物品について、IMFは「公害管理や資源管理に関連する商品などの環境保護に関連する商品と、『より環境にやさしい』あるいは『よりクリーン』であるように特別に改良された商品の両方が含まれる」と定義している。

2023年の環境関連物品の輸出は前年比6.0%増の1兆8,657億ドル。2017年以降前年比増が続いている。国・地域別では、中国が6.2%増の3,787億ドルで、全体の約2割を占め首位だった。ドイツ（4.4%増、2,537億ドル）、米国（3.1%増、1,574億ドル）、日本（8.7%増、1,033億ドル）が続き、いずれも前年比増だった。

輸入では、米国が13.4%増の2,600億ドルと、全体の

13.8%を占め、最大の輸入国となった。次いで、ドイツ（6.8%増、1,648億ドル）、中国（3.0%減、1,413億ドル）となった。地域別では、EUが輸出入ともに全体の約4割を占め最大だった。環境関連物品の貿易額（輸出額+輸入額）の上位10カ国・地域について、当該物品の貿易収支を見ると、中国、ドイツ、日本、韓国、イタリアでは黒字、米国、オランダ、英国、フランス、ベルギーでは輸入額が輸出額を上回り、赤字となった。

環境関連では、使い捨てプラスチックの廃止や電気機器のリサイクルなど、さまざまな規制が各国で導入・強化されている。HSコード別にデータを追うことができる廃電子基板、廃バッテリー、廃プラスチック（プラスチックのくず）について、貿易動向を確認する。

廃電子基板（HS8549.31、8549.39）の輸出は、前年比63.4%増の1億1,600万ドルとなった。うち、38.3%をEUが占める。EUの中ではポーランドの輸出が最も多く、92.0%増の1,300万ドルだった。次いで米国の輸出が全体の約3割を占め、89.0%増の3,400万ドルだった。輸入ではEUが全体の46.6%を占め、93.5%増の3,600万ドルだった。EUの中では、ポーランド、ポルトガル、オランダによる輸入が多かった。また、中国と日本の輸入がそれぞれ全体の1割程度で、それぞれ80.5%増、10.0%増となった。

廃バッテリー（HS8548.10、8549.11～19）は、EV市場の拡大に伴い、回収やリサイクルに関する規制に注目が集まる。EUでは2023年8月に新たなバッテリー規則が発効した²⁸。同規則は、使用済みバッテリーの回収率、原材料の再資源化率について目標を設定するほか、一部のバッテリーでは回収した原材料を一定の割合で再生利用することを義務付けるという内容になっている。世界の廃バッテリーの輸出は前年比7.3%増の15億ドルとなった。米国が約4割を占め最も多く、4.8%増の6億ドルだった。EUの輸出は約3割で、3.0%増の4億ドルとなった。

廃プラスチック（HS3915）の輸出は、前年比22.7%減の30億ドルで、伸び率は3年ぶりにマイナスに転じた。多くの主要輸出国・地域で前年から減少しており、全体の約半数を占めるEUの輸出は30.0%減の14億ドルとなった。輸出額が大きいドイツ、オランダも同様に3割前後の減少となった。輸入もEUが約半数を占め、33.0%減となった。EUは輸出入ともに約7割をEU域内貿易が占める。EUでは、サーキュラーエコノミー政策の一環で、プラスチックリサイクルの需要が高まっている。例

24 ニッケル・同製品の主要な輸出国の1つであるロシアは、2022年2月以降、貿易統計を発表していないが、ジェトロ推計値では輸出額は前年比36.4%減となった。

25 INSGプレス発表（2024年4月24日付）

26 IEA「2024年世界EV見通し」（2024年4月）によると、「プラグインハイブリッド車用のバッテリーは、BEV用よりも小型であるため、バッテリー需要増加にはあまり寄与しない」という。

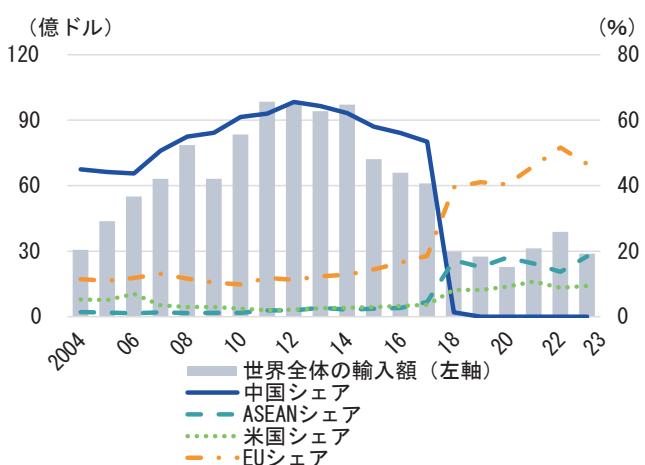
27 IMFが公表している“Environmental Goods Harmonized System Codes”に掲載されたHS2017版による222品目（HSコード6桁ベース）のうち、HS2022版において比較可能なコード212品目に加え、HS2017版からHS2022版への変更に際して分割派生した15品目を加えた計227品目で推計。電気機器、一般機械、輸送機器、精密機器、化学品などが多く含まれている。

28 ジェトロ「電池のライフサイクル全体を規定するバッテリー規則施行」『ビジネス短信』（2023年8月21日付）

えば、自動車では新車生産に必要なプラスチックの25%以上を再生プラスチックとする法案も発表されている²⁹。

ASEANの輸入は前年比横ばいだったが、世界全体に占める輸入のシェアは前年の13.7%から18.5%に上昇した。過去には世界の輸入額の6割以上を占めていた中国では、2017年末に廃プラスチックの輸入を禁止した。日本をはじめ中国へ廃プラスチックを輸出していた国々からは懸念の声も上がっていたが、規制導入以降、世界全体の輸入額は激減している。中国の輸入がゼロとなった分、EUやASEANのシェアが相対的に上昇した（図表I-22）。

図表I-22 廃プラスチックの主要輸入国・地域のシェア推移（2004～2023年）



〔注〕①2023年の廃プラスチック（HS3915）の輸入額が多い上位3カ国・地域と中国。②輸入金額ベース。

〔出所〕ジェトロ推計値（Global Trade Atlasから作成）から作成

■変化する貿易構造、分断への警鐘

2018年頃から顕在化した米中貿易摩擦以降、ロシアによるウクライナ侵攻などの地政学的緊張の高まりを背景に、各国・地域で産業政策や貿易管理の強化など保護主義的な措置が目立ち始め、近年の貿易構造にも変化が認められる。米国、中国と主要国・地域との貿易額（輸出額+輸入額）を、いわゆる戦略品目が多く含まれる商品群³⁰に限定して、これらの変化を確認していく。図表I-23は、2018年第1四半期から2024年第1四半期までの四半期ごとの貿易額を、2018年の四半期貿易額の平均を100として指数化したものだ。

直近の動向を見ると、米国の対中貿易および中国の対

29 ジェトロ「欧州委、循環性の高い自動車設計・生産・廃車に向けた規則案を発表」『ビジネス短信』（2023年7月20日付）

30 “WEO, April 2024”（IMF）において、分析に使用されている戦略セクター（HS 2桁ベース：第28類、29類、30類、38類、84類、85類、87類、88類、90類、93類）の合計。

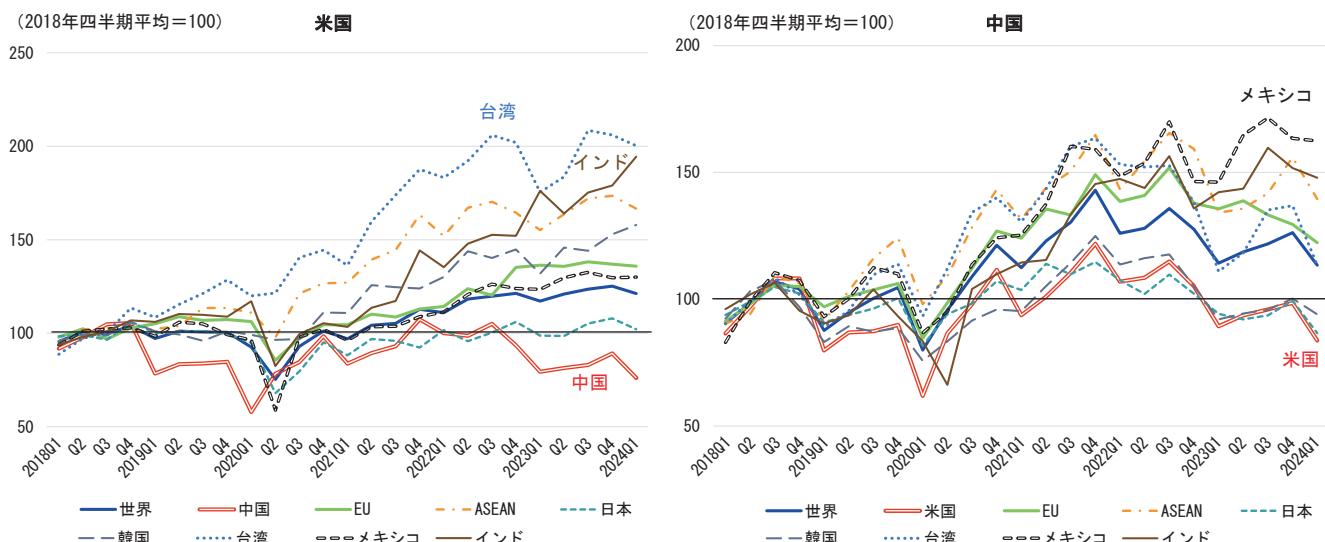
米貿易がそれぞれ2022年後半から2024年にかけて低下しているのが確認できる。米国の対中貿易は2022年第4四半期に、中国の対米貿易は2023年第1四半期に100を割り込み、以降2024年第1四半期まで100を下回る状態が続く。

米国の主要な貿易相手国・地域との関係をみると、対中貿易の減少とは対称的に、増加が顕著なのが台湾、インド、ASEANとの貿易だ。2023年の対世界貿易額（四半期平均）の指標は2018年四半期平均比で122と1.2倍程度の増加であるのに対し、台湾、インド、ASEANとの貿易はそれぞれ2倍近く伸びた。米国の対世界貿易のうち貿易額が大きい一般機械（HS84類）、電気機器（HS85類）、輸送機器（HS87類）などで、中国との貿易の伸びが低迷し、台湾、インド、ASEANとの貿易が右肩上がりに伸びていることが確認できる。貿易額で見れば、ASEANは中国の約8割、台湾は約3割、インドは約2割と及ばないが、その差が縮まりつつあるのが実態だ。また、米国・メキシコ・カナダ協定（USMCA）の加盟国である近隣のメキシコやEUとの貿易額の指標も、堅調な成長を続ける。米国の貿易額では対メキシコ、対EUとともに中国の約2倍の規模を誇る。対中貿易と比較して密接化が顕著だといえるだろう。

中国の主要な貿易相手国・地域との関係では、2023年以降の米国、韓国、日本との貿易が100を下回り減少傾向にあるのに対して、メキシコとの貿易が約1.6倍と、他の主要貿易相手国・地域に比べて高い伸びとなっている。メキシコとの貿易では、特に輸送機器の増加幅が大きい。当該品目の対米貿易額はここ数年ほとんど増加が見られないのに対して、メキシコとの貿易は2倍以上となった。輸送機器の2024年第1四半期時点での米国との貿易額は対メキシコの約2倍だが、米中貿易摩擦が顕在化する前の2017年は約8倍の差があったことを考えると、同品目における中国の貿易は米国からのシフトが確認できる。一般機械、電気機器についても、米国の伸び率をメキシコが大きく上回っている。また、伸び率ではメキシコに及ばないものの、ASEAN、インドとの貿易の増加も目立つ。2022年第3四半期まではEUとの貿易の伸びも堅調だったが、以降は緩やかな減少傾向となった。

このように米中を軸に主要国・地域との戦略品目の貿易を指標ベースで確認すると、相対的に米中間貿易の伸びが足元で抑制されているように見える。また、EUとの関係では、米国は増加、中国は減少と、傾向に差が表れ始めている。他方、メキシコ、ASEAN、インドは、米中両国との貿易を着実に増やしており、中立的な立ち位置が明確になってきている。しかし、金額ベースでの米中間貿易は、その他国・地域と比べて高い水準を維持し

図表 I-23 米国および中国と主要国・地域との戦略品目の貿易（2018年第1四半期～2024年第1四半期）



〔注〕①米国および中国との貿易額（輸出額+輸入額）が多い上位国・地域。②期間中の四半期ごとの貿易額を、2018年の四半期貿易額の平均を100として指数化。③戦略品目は、脚注30を参照。

〔出所〕Global Trade Atlas (S&P Global) から作成

ており、貿易管理の強化が目立つ戦略品目においても、現時点では分断の兆しが確認できる程度というのが実態だろう。

WTOが2024年4月に発表した「世界貿易見通し」によると、地政学的な緊張が高まる中、一部の国・地域では貿易がもたらす利点に懐疑的になり、生産のリショアリングや友好国への貿易シフトを目的とした措置を講じていると指摘する。他方で、こうした措置は「貿易パタンに一定の影響を与えたが、脱グローバル化の継続的な傾向を示す証拠としては依然として乏しい」との見解を示している。IMFは「現行の地政学的な分断化（政策が主導する経済統合の逆転）は、財、サービス、資本、労働者の国際的な流れを制限し、専門化、規模の経済、競争による効率性の余地を減らすと予測される³¹」とし、今後の各国政策の行方次第では、貿易を含めた国際取引の停滞をもたらすと警鐘を鳴らす。

■2024年第1四半期は電気機器などで回復の兆し

2024年第1四半期までの貿易データが入手可能な34カ国・地域の貿易の伸び率を見ると、輸出は2023年第2四半期以降、輸入は2023年第1四半期以降、前年同期比でマイナスが続く。輸出入とも、マイナス幅のピークは2023年第3四半期で、その後は縮小が見られる（図表I-24）。

31 IMF “WEO, April 2024” (2024年4月)

図表 I-24 主要国・地域の四半期別貿易（前年同期比伸び率の推移）

（単位：%）

主要34カ国・地域	輸出				輸入					
	2023				2023					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		
主要34カ国・地域計	0.1	△ 5.6	△ 6.1	△ 1.4	△ 1.2	△ 3.1	△ 8.7	△ 9.9	△ 3.9	△ 3.7
中国	0.1	△ 5.4	△ 10.8	△ 3.3	△ 1.7	△ 6.2	△ 7.0	△ 9.4	0.4	1.2
米国	5.8	△ 7.2	△ 5.7	△ 1.3	0.1	△ 3.8	△ 8.6	△ 5.6	△ 1.4	1.2
ドイツ	4.4	2.5	3.1	0.2	△ 1.7	△ 2.3	△ 7.6	△ 8.5	△ 8.3	△ 6.7
ASEAN5	△ 3.3	△ 13.0	△ 12.3	△ 2.7	△ 0.8	△ 4.1	△ 13.4	△ 14.3	△ 0.6	2.3
オランダ	7.1	△ 5.3	△ 5.7	△ 7.7	△ 8.7	3.3	△ 6.5	△ 10.0	△ 10.7	△ 12.5
フランス	4.6	7.2	4.2	2.3	△ 1.7	0.3	△ 2.9	△ 7.9	△ 7.5	△ 8.1
日本	△ 8.0	△ 4.0	△ 3.2	△ 0.7	△ 3.0	△ 1.9	△ 13.6	△ 19.6	△ 14.0	△ 15.3
イタリア	5.0	1.0	3.2	2.3	△ 1.6	△ 2.3	△ 8.5	△ 13.8	△ 6.7	△ 9.1
韓国	△ 12.8	△ 12.0	△ 9.7	5.7	8.1	△ 2.2	△ 13.2	△ 21.6	△ 10.7	△ 11.1
英国	4.4	0.1	△ 6.9	△ 7.0	2.9	△ 8.1	△ 6.4	△ 5.5	1.0	△ 7.5
香港	△ 15.2	△ 9.9	△ 6.9	9.9	14.8	△ 7.7	△ 12.0	△ 1.5	14.3	10.0

〔注〕①34カ国・地域は、アルゼンチン、オーストラリア、オーストリア、ベルギー、ブラジル、カナダ、中国、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、香港、インド、インドネシア、アイルランド、イタリア、日本、ルクセンブルク、マレーシア、オランダ、ニュージーランド、フィリピン、ポルトガル、シンガポール、南アフリカ共和国、韓国、スペイン、スウェーデン、スイス、台湾、タイ、英國、米国。②ASEAN5はインドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ。③対世界輸出入金額の伸び率。④2024年第1四半期の貿易額上位10カ国・地域とASEAN5。

〔出所〕Global Trade Atlas (S&P Global) から作成

2023年通年の貿易同様、鉱物性燃料などの商品価格の下落が減少の要因と考えられる。主要国・地域の2024年第1四半期の輸出の前年同期比伸び率を見ると、米国、韓国、英国、香港ではプラスとなった(図表I-25)。特に米国は、2023年第2四半期以降、前年同期比でマイナスが続いていたが、4四半期ぶりにプラスに転じた。韓国は、世界的な半導体市況の悪化を受けた前年同期

からの反動増が反映され、主要品目である集積回路などの輸出が増加したことが要因とみられる。輸入の伸び率は、輸出同様、商品価格の下落による前年同期比マイナスが目立つ。

国・地域別では、ASEAN³²が2.3%増、米国、中国で1%程度の増加となった。

商品別では、2023年中は輸出入とともに主要品目の前年同期比割れが目立ったが、2024年第1四半期は回復が見られる。輸出では、2022年第4四半期から前年同期比マイナスが続いていた電気機器が0.1%増と、半導体の市況回復に伴い5四半期ぶりにプラスに転じた。そのほか、一般機械、輸送機器、食料品などが前年同期比で増加した。他方、同じく2022年第4四半期からマイナスが続く化学品は4.1%減と前年割れが続いた。輸入では、電気機器は1.6%減と減少となったが、集積回路は6.3%増とプラスに転じた。また、鉱物性燃料は価格の下落に伴い、12.4%減となった。

国連貿易開発会議(UNCTAD)が2024年7月に発表した四半期報告書(Global Trade Update)では、2024年第1四半期時点の世界貿易はプラスに転じており、同第2四半期はさらなる増加が期待できると予測。特に2024年第1四半期に力強い伸びとなったグリーンエネルギーやAI関連製品の貿易が牽引するとした。UNCTADは2024年の世界貿易はおおむね前向きとしたが、依然として下振れリスクにさらされており、地政学的緊張の高まり、輸送コストの上昇、新たな産業政策の導入などが世界貿易に大きな影響を与える可能性があると指摘する。

³² ASEAN 5は、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン。

図表I-25 主要34カ国・地域の四半期別・商品別貿易(前年同期比伸び率の推移)
(単位: %)

	輸出								輸入			
	2023				2024		2023				2024	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q1	Q1
総額	0.1	△ 5.6	△ 6.1	△ 1.4	△ 1.2	△ 3.1	△ 8.7	△ 9.9	△ 3.9	△ 3.7		
一般機械	△ 0.8	2.3	1.0	4.2	5.5	△ 3.1	△ 1.6	△ 1.5	1.3	3.1		
半導体製造機器	△ 8.2	△ 10.5	△ 11.3	1.6	9.1	△ 4.7	△ 13.5	△ 11.3	△ 2.2	2.2		
電気機器	△ 5.8	△ 7.0	△ 5.7	△ 1.2	0.1	△ 7.6	△ 7.6	△ 6.8	△ 0.9	△ 1.6		
集積回路	△ 18.4	△ 16.2	△ 9.5	△ 1.6	8.0	△ 19.4	△ 17.7	△ 12.4	△ 2.7	6.3		
輸送機器	14.4	23.5	14.3	12.0	4.0	14.2	18.9	16.4	9.5	0.8		
化学品	△ 4.9	△ 10.8	△ 7.1	△ 3.9	△ 4.1	△ 6.5	△ 13.1	△ 10.5	△ 5.8	△ 6.9		
食料品	5.3	△ 0.2	0.8	1.6	1.9	4.9	1.8	0.7	1.4	0.9		
鉱物性燃料	7.0	△ 29.0	△ 25.6	△ 13.3	△ 9.8	△ 1.1	△ 25.6	△ 27.9	△ 15.2	△ 12.4		
天然ガス等	5.0	△ 37.4	△ 52.3	△ 36.7	△ 28.6	△ 8.7	△ 31.4	△ 52.1	△ 38.6	△ 35.2		
原油	2.4	△ 18.2	△ 9.1	4.8	5.0	△ 3.2	△ 24.3	△ 19.0	△ 4.3	△ 1.9		

[注] ①34カ国・地域は図表I-24注①を参照。②対世界輸出入金額の伸び率。

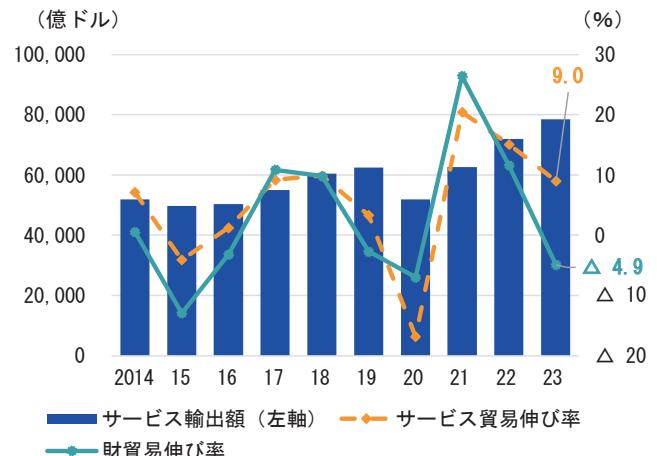
[出所] Global Trade Atlas (S&P Global) から作成

(2) 世界のサービス貿易

■ 2年連続で7兆ドル超、過去最高額を更新

WTOによれば、2023年の世界のサービス貿易(輸出金額ベース)は前年比9.0%増の7兆8,397億ドル(推計値)となった。伸び率は前年(15.1%増)から鈍化したが、同年の財貿易が前年割れとなる中で、3年連続でプラス成長を維持し、過去最高額を更新した(図表I-26)。

図表I-26 世界のサービス貿易の推移



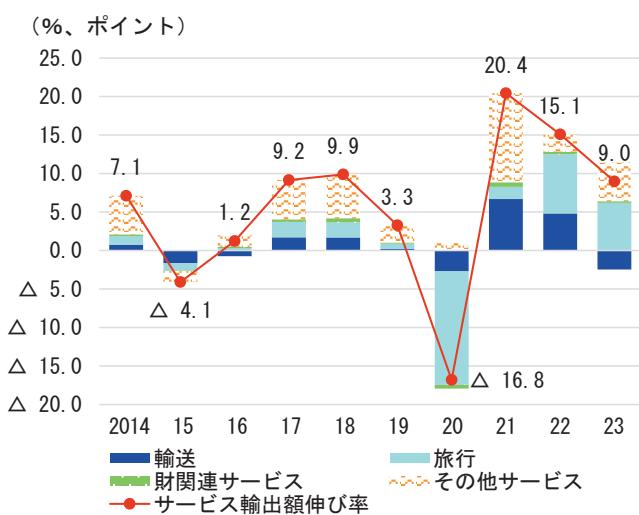
[注] ①商業サービスのみ。②サービス輸出額は四半期データを基にした推計値。③サービス貿易。財貿易の伸び率は輸出金額ベース。

[出所] ジェトロ推計値(Global Trade Atlasから作成)およびWTOから作成

項目別では、「旅行」が前年比39.5%増の1兆5,737億ドルと大幅に増加した。全体に占める「旅行」の割合は20.1%となり、新型コロナ禍前の2019年(23.8%)以来、初めて20%台に回復した。全体の約6割を占める「その他サービス」が8.5%増の4兆6,539億ドル、「財関連サービス」が5.7%増の2,635億ドルと、いずれも前年比プラス

スを維持した。他方、「輸送」は11.6%減の1兆3,485億ドルで、好調だった前年（24.6%増）から30ポイント以上の減速となった。伸び率に対する寄与度は「旅行」が6.2ポイントと、前年に引き続き最も高く、全体を押し上げた半面、過去2年に渡りサービス貿易の成長を下支えした「輸送」がマイナス2.5ポイントと足を引っ張るかたちとなった（図表I-27）。「輸送」では、輸送費が新型コロナ禍前の水準まで低下したことを反映し、アジアで前年比25.4%減、欧州で7.8%減と落ち込んだ。特に、2021年以降「輸送」サービス輸出額で首位だった中国が39.9%減（895億ドル）と大幅に落ち込み、4位に転落した。

図表I-27 世界のサービス貿易の項目別寄与度



〔注〕①商業サービスのみ。②四半期データを基にした推計値。
〔出所〕WTO Statsから作成

前年に続く「旅行」の増加は、2023年5月に世界保健機関（WHO）が非常事態宣言の終了を発表し、観光を含む海外渡航正常化が進んだことが主因とみられる。国連世界観光機関（UN Tourism³³）が2024年1月に発表した世界観光指標（World Tourism Barometer）³⁴によると、2023年の世界の国際観光客到着数は前年比33.4%増の13億11万人となった。新型コロナ禍前の2019年と比較すると88.8%まで回復した。地域別では、中東が唯一、2019年の水準を上回り、全体を牽引した。前年から既に回復基調が見られた欧州、米州、アフリカでも、2019年比で90%を超えた。アジア・大洋州地域は、前年比154.2%増の2億3,724万人と、前年（250.5%増）に引き続き高い伸びとなり、2019年比で65.4%まで回復した。

UN Tourism³⁵によると、2024年第1四半期の国際観光客到着数は前年同期比19.4%増、2019年比の97.1%に迫る回復が見られた。2024年の国際観光は、堅調な需要、航路路線の拡大、中国などのアジア主要市場の継続的な回復を背景に、同年中に完全に回復し、到着者数は2019年の水準より2%増加すると見込む。他方、長引くインフレ、不安定な原油価格、貿易の混乱などが引き続き輸送費や宿泊費の高騰を引き起こしていると指摘。コストパフォーマンスの観点から自国に近い場所を旅行先に選ぶほか、気候変動による異常気温などの気象現象が、多くの旅行者の目的地選択に影響を与える可能性があるとの懸念を示した。

「その他サービス」のサブセクターは軒並み前年比で増加した。中でも、保険サービスが地政学的緊張の高まり、サプライチェーンの寸断、気候変動に関連した自然災害の増加など、不安定な世界情勢を反映して、17%増と最も伸びた。EU（26%増）、英国（29%増）、スイス（21%増）などの欧州勢が牽引した。また、情報通信（ICT）サービスも、ソフトウェア、クラウドサービス、機械学習、サイバーセキュリティに対する繰延需要やインターネット取引の世界的な増加を反映し好調で、コンピューターサービス、情報サービスがそれぞれ11%増となった。2023年はテキスト、画像、音楽、動画などのコンテンツを生成できるモデルを含むAIの利用が急増し、今後のデジタル配信サービス（Digitally delivered services）の貿易を後押しすると期待される。

■貿易の成長を牽引するデジタル配信サービス

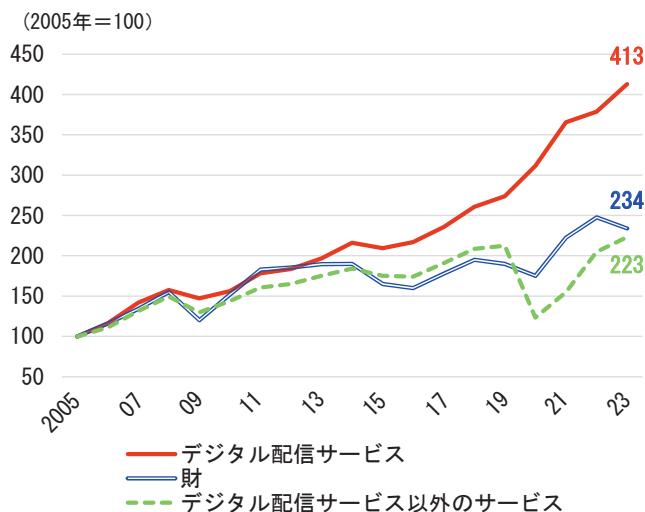
サービス貿易の成長を牽引するデジタル配信サービスは、コンピューターネットワークを通じて国境を越えて取引されるサービスで、専門サービス、音楽やビデオのストリーミング、オンラインゲーム、遠隔教育などが含まれる。2023年のデジタル配信サービスの輸出は前年比9.0%増の4兆2,504億ドルと、初めて4兆ドルを超えた。サービス輸出全体に占める割合は54.2%と50%を超える。2005年の輸出金額を100として、「デジタル配信サービス」、「財」、「デジタル配信サービス以外のサービス」の輸出を指数化すると、新型コロナ禍におけるオンラインサービス需要も後押しし、「デジタル配信サービス」は右肩上がりだ。2023年は413と、2005年比で4倍以上の成長となった（図表I-28）。対して、「財」および「デジタル配信以外のサービス」では約2倍の成長にとどまり、大きく差が開いている。

33 2024年1月に略称を“UNWTO”から“UN Tourism”に変更。

34 UN Tourism「世界観光指標」（2024年1月25日付）

35 UN Tourism「世界観光指標」（2024年5月24日付）

図表 I-28 世界のデジタル配信サービス輸出の推移



[注] 2005年の輸出金額を100として指数化。

[出所] "Global Trade Outlook and Statistics, April 2024" (WTO)

2023年のデジタル配信サービス輸出は、全ての地域で前年比増となった。欧州が半数を占め、アジア(23.8%)、北米(17.5%)と続く。特に、欧州は11.4%増と世界全体よりも高い伸び率となった。国別では、米国が6,493億ドルと最大で、前年比2.9%増だった。英国(4,381億ドル、16.3%増)、アイルランド(3,281億ドル、11.1%増)、インド(2,571億ドル、17.3%増)など、ICTサービスの上位輸出国が続いた。項目別では、専門・経営コンサル

ティングサービスなどを含むその他のビジネスサービス³⁶が約

4割を占め最大で、9.7%増の1兆7,520億ドルだった。次いで、コンピューターサービスが11.6%増の8,717億ドルで、約2割を占める。伸び率では、保険・年金サービスが17.1%増(2,227億ドル)と、最も高い伸び率を示した。

サービス貿易を牽引するデジタル貿易では、規制の厳格化も目立つ。OECDが2024年6月に発表したサービス貿易制限指標(Services Trade Restrictiveness Index :STR)³⁷に関するレポートによると、2014年から2023年までの10年間で、デジタルサービスに対する制限措置は25%増加した。地政学的緊張の高まり、国家安全保障上の懸念、生産やサービスの拠点を自国に近い場所に移転する動きなどが、デジタル貿易に対する新たな規制の導入に拍車をかけていると分析する。同レポートでは、「ある国のSTRが0.1ポイント低下した場合、同国の輸出コストは19.3%低下する」との

試算を示す。特に、デジタル配信サービスの場合は32.1%の低下となり、規制緩和が自国の輸出コストを低下させ、貿易上の恩恵につながると指摘する。強まるデジタル貿易規制への対抗策として、WTOの多国間の取り組みなどを通じた国際協力強化の重要性を強調した。

■米国が首位、輸送不調の中国が順位落とす

主要国・地域別のサービス輸出額(推計値)は、上位10カ国のうち、中国、シンガポールを除いて、前年比増となった(図表I-29)。前年に引き続き、各國の「旅行」の回復がプラスに寄与した。他方で、ドイツ、中国、フランス、インド、シンガポール、オランダでは、輸送費の低下を主因に「輸送」が前年比で2~3割減少し、サービス貿易全体の伸びを押し下げた。

米国は前年比7.3%増の9,661億ドルで、首位を維持した。項目別では、主要項目全てが前年比プラスとなった。前年から増加幅は縮小したもの、旅行が28.5%増となり、全体の伸び率に対する寄与率は約6割となった。

中国は10.1%減の3,796億ドルで、全体では5位となり、前年から1つ順位を落とした。中国では、2023年3月に外国人向けのビザ発給が再開されたことを受け、「旅行」が51.3%増とプラスに転じたが、輸送費低下に伴う「輸送」の不調(39.9%減)が「旅行」によるプラス寄与分を相殺した。

図表 I-29 国・地域別サービス輸出額(上位10カ国)

国名	輸出額(億ドル)			前年比伸び率(%)			構成比(%)		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
1 米国	7,782	9,000	9,661	10.5	15.7	7.3	12.4	12.5	12.3
2 英国	4,701	5,027	5,810	19.2	6.9	15.6	7.5	7.0	7.4
3 ドイツ	4,023	4,250	4,345	22.3	5.6	2.2	6.4	5.9	5.5
4 アイルランド	3,535	3,566	3,971	20.5	0.9	11.4	5.7	5.0	5.1
5 中国	3,927	4,223	3,796	41.2	7.5	△ 10.1	6.3	5.9	4.8
6 フランス	3,025	3,425	3,548	23.1	13.2	3.6	4.8	4.8	4.5
7 インド	2,399	3,087	3,439	18.3	28.7	11.4	3.8	4.3	4.4
8 シンガポール	2,822	3,362	3,277	30.4	19.1	△ 2.5	4.5	4.7	4.2
9 オランダ	2,594	2,851	3,143	14.4	9.9	10.2	4.1	4.0	4.0
10 日本	1,668	1,660	2,009	4.4	△ 0.5	21.0	2.7	2.3	2.6
世界計	62,507	71,940	78,397	20.4	15.1	9.0	100.0	100.0	100.0

[注] ①商業サービスのみ。②四半期データを基にした推計値。

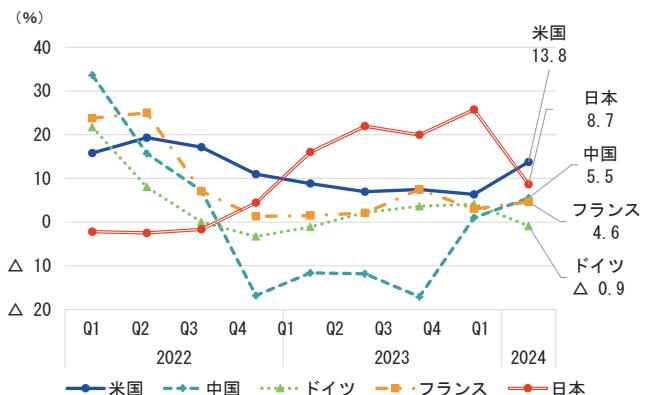
[出所] WTO Statsから作成

36 「その他のビジネスサービス」には、研究開発サービス、専門・経営コンサルティングサービス、技術・貿易関連・その他業務サービスが含まれる。

37 各国のサービス分野に関するあらゆる規制をデータベース化し、可視化を図る指標。

主要 5カ国³⁸の四半期別サービス貿易（輸出金額ベース、商業サービスのみ）の前年同期比伸び率を見ると、2024年第1四半期は、米国が前年同期比13.8%増の2,517億ドルとなった（図表 I-30）。「旅行」が前年同期比45.9%増と、継続して高い伸びとなり、全体の成長に寄与した。2023年は通年でマイナス成長となった中国は5.5%増の1,044億ドルとなった。「輸送」は10.3%減とマイナス成長が続くが、「旅行」が75.5%増と急増した。

図表 I-30 主要 5カ国の四半期別サービス輸出額（前年同期比伸び率の推移）



〔注〕①商業サービスのみ。②2024年第1四半期のデータが入手可能な国・地域のうち、上位 5カ国。

〔出所〕WTO Stats から作成

（3）世界のEC市場動向

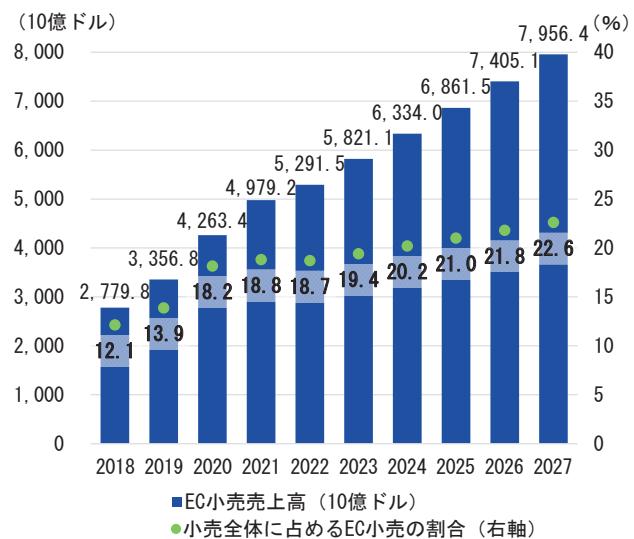
■2023年のEC小売市場規模は前年比10.0%増

米調査会社eMarketerによると、2023年の世界の電子商取引(EC)小売³⁹の市場規模(売上高)は5兆8,211億ドルで、前年の5兆2,915億ドルから10.0%増となった(図表 I-31)。EC市場は新型コロナ禍の巣ごもり需要を受けて2020年に前年比27.0%増と、大きく拡大した。続く2021年も前年比16.8%増となつたが、その後特需は一服し2022年は6.3%増と、過去2年と比べると伸び率は小幅にとどまつてゐた。2023年は伸び率が回復し、2024年、2025年も8%台の成長を見込んでいる。小売全体に占めるEC小売の割合(以下、EC化率)を見ると、2023年は19.4%で、前年(18.7%)から0.7ポイント増加した。2024年には2割を超えると予測されている。

38 2023年のサービス輸出上位10カ国の中、2024年第1四半期のデータ(商業サービスのみ)が確認できる5カ国(米国、中国、ドイツ、フランス、日本)。

39 eMarketerのEC小売には、決済手段やフルフィルメントの手法にかかわらず、インターネットを利用して注文された商品およびサービスを含む。旅行やイベントのチケット、請求書払いや税金、送金などの支払い、レストランや飲食店サービス、ギャンブルなどは除く。市場規模に関するデータは調査会社や政府機関のデータ、過去のトレンド、主要オンライン小売業者の報告、マクロ経済状況などに基づき同社が推計したもの。

図表 I-31 世界のEC小売市場規模の推移



〔注〕全てeMarketerの推計値。

〔出所〕eMarketer から作成

国・地域別に2023年のEC小売市場規模を見ると、首位の中国は2兆9,875億ドルで世界シェアの5割超を占める(図表 I-32)。EC化率は48.0%と成熟市場であるにもかかわらず、前年比11.4%増の成長を遂げており、世界全体のEC小売市場の伸びを牽引した。市場規模で2位の米国は前年比8.1%増の1兆1,243億ドルとなった。世界シェアは約2割に上るが、EC化率は15.5%と中国と大きな差が見られる。続く英国は前年比4.8%増の2,094億ドルで、EC化率(29.6%)では中国に続く2位。日本は市場規模第4位で、前年比12.7%増の1,955億ドルとなったが、EC化率は13.7%と、世界平均(19.4%)を下回る水準にとどまっている。市場規模上位15カ国の中、前年比で最大の伸び率を記録したのはメキシコ(25.1%増)で、これにブラジル(15.4%増)が続くなど、中南米市場の力強い伸びが見て取れる。中南米市場は、アルゼンチンのEC大手メルカドリブレが牽引している。同社は2023年の中南米におけるEC小売売上高全体の28.3%を占め、同地域最大のプレイヤーである⁴⁰。他方、メキシコではアマゾンとメルカドリブレが競り合っている。2023年の同国のEC小売売上高に占める割合を見ると、メルカドリブレが19.9%、アマゾンが19.0%となっている⁴⁰。アマゾンは2023年9月、メキシコシティに「ラストマイル・デリバリーセンター」と呼ばれる中南米最大の倉庫を開設するなど、メキシコでのオペレーションを拡大している⁴¹。

40 eMarketer “Latin America Ecommerce Forecast 2023”(2023年7月)。メルカドリブレ、アマゾンのシェアはeMarketerの推計(2023年6月時点)による。

41 Reuter “Amazon opens its biggest last-mile delivery center in Latin America”(2023年9月14日付)

図表 I-32 世界のEC小売市場規模上位国（2023年）
(単位：10億ドル、%)

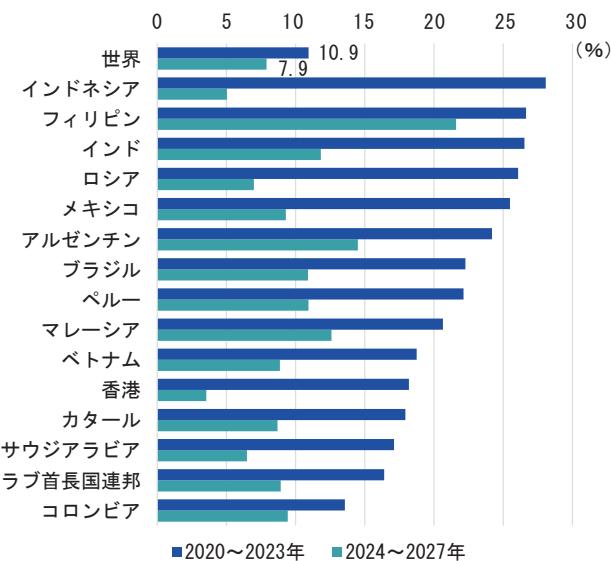
	EC小売売上高		小売全体に占めるEC比率
	前年比	構成比	
世界	5,821.1	10.0	19.4
中国	2,987.5	11.4	48.0
米国	1,124.3	8.1	15.5
英国	209.4	4.8	29.6
日本	195.5	12.7	13.7
韓国	125.1	6.6	25.1
インド	100.4	15.0	8.0
ドイツ	92.2	0.2	8.6
フランス	81.0	3.0	9.8
カナダ	80.3	6.2	11.4
ロシア	77.4	14.0	11.5
インドネシア	75.6	1.6	26.4
ブラジル	69.7	15.4	10.9
メキシコ	44.1	25.1	13.5
スペイン	42.4	6.5	10.1
オーストラリア	32.8	3.5	9.2

〔注〕①eMarketerの推計に基づく。②2023年のEC小売市場規模上位15カ国と世界全体のデータを掲載。

〔出所〕eMarketerから作成

世界のEC小売市場は中国と米国で世界シェア約7割と圧倒的なプレゼンスを誇る状況だが、新興・途上国・地域でもEC化が急速に進んでいる。eMarketerのデータに基づき2020年から2023年のEC小売市場規模の年平均成長率（CAGR）を見ると、上位3カ国はインドネシア（28.1%）やフィリピン（26.6%）、インド（26.5%）とアジアの新興国が占めた（図表 I-33）。ほかにも、ロシア（26.1%）や、メキシコ（25.5%）をはじめとした中南米諸国が2割を超える伸び率を記録。カタール（17.9%）など中東諸国も上位15カ国・地域に名を連ねた。同じくeMarketerのデータによると、これら15カ国の2024年から2027年のCAGRは、2020年から2023年までの3年間のCAGRには届かないものの、多くの国で世界全体（7.9%）を上回る見込みだ。特にフィリピン（21.6%）やアルゼンチン（14.5%）、マレーシア（12.6%）が高い伸び率となっている。

図表 I-33 EC小売市場規模の年平均成長率（2020～23年、2024～27年）



〔注〕①年平均成長率は全てeMarketerの推計を基に算出。②2020～23年の年平均成長率上位15カ国・地域と世界全体のデータを掲載。

〔出所〕eMarketerから作成

■新興国市場でのEC普及を加速させる最新トレンド

英國に本社を置く調査会社Euromonitor Internationalのレポート⁴²では、新興国市場におけるEC市場急拡大の1つの要因として、スマートフォン（以下、スマホ）所有者の増加を挙げている。新興・途上国・地域では固定通信インフラが未整備でパソコンの所有率が低いことから、相対的に安価なスマホの購入が一気に進んだと分析している。同レポートでは、この事象を、先進国・地域においてユーザーのインターネット利用がパソコンからスマホへ徐々に移行してきたことと対比して、「モバイル・ファースト」と呼んでいる。モバイル・ファーストの環境下でデジタルサービスの利用が主流になったことで、ECが未発達であった新興・途上国・地域でも急速にEC化が進展している。

スマホ決済をはじめとしたデジタル決済システムの普及も、EC利用を促す重要な要素の1つである。デジタル決済システムの構築には、新興国市場の地場企業の参入が目立つ。例えば、フィリピンの「maya」は専用のスマホアプリを使って貯金や保険、投資、支払いまであらゆる金融サービスを提供している。消費者はmayaが提携するECサイトで購入する際に、支払い手段としてmayaを選択することができる。また、デジタル決済の発展とともに主流になりつつあるBNPL(Buy Now, Pay Later)方式の導入も、新興・途上国・地域の低所得層がECを利用するハードルを下げるきっかけとなっている。

42 Euromonitor International “Strategies for Expanding into Emerging Markets with E-Commerce” (2023年10月)

BNPLは後払い決済の1つで、分割払いを選択できる点や、決済手数料をEC事業者が負担する点が特徴である。メキシコの「Kueski Pay」はBNPL方式を採用しており、銀行口座さえ持ていればKueski Payでの決済が可能である。低金利の個人向けローンも展開しており、購入時点で手元に十分なお金がなくてもオンラインショッピングが楽しめるシステムとなっている。

ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)を介した「ソーシャルコマース」の効果も絶大である。ソーシャルコマースは、EC専用サイトを介さずにSNS上で商品の検索や閲覧、決済まで完結する仕組みが特徴。中小企業や個人を中心に、SNSを消費者とのタッチポイントとした出品が人気だ。2023年の世界のソーシャルコマースプラットフォームの売上高のシェアを見ると、首位の抖音(Douyin、シェア28.9%)、2位の微信(WeChat、同22.1%)、3位の小紅書(Little Red Book、同13.7%)と、中国発のプラットフォームが上位を占める⁴³。中国勢が圧倒的な存在感を誇るが、フェイスブック(8.3%)やインスタグラム(5.4%)などの世界的なSNSもECに活用されている。

一部の新興・途上国・地域はインターネット利用者のSNS利用率が高く、ソーシャルコマースとの親和性の高さがうかがえる。eMarketerによると、2023年のインターネット利用者に占めるSNS利用者の割合は世界全体で81.7%であるのに対し、東南アジアは92.2%、中南米は86.4%と高水準だ。米国のデジタルマーケティング支援企業VMLによると、ソーシャルコマースの利用経験がある消費者の割合が最も高かったのはタイとコロンビアで、それぞれ91%であった⁴⁴。

また、ソーシャルコマースの1つに、売り手側がSNSなどで商品の説明や実際に利用している様子をリアルタイムで配信する「ライブコマース」がある。消費者はコメント機能を用いて質問をするなど、双方向型のコミュニケーションが特徴だ。VMLの調査によると、ライブコマースの利用経験がある消費者の割合は中国(81%)が最も高く、インド(75%)、タイ(73%)、アラブ首長国連邦(UAE、72%)、ブラジル(61%)、南アフリカ共和国(54%)と続く。米国(40%)や英国(35%)、ドイツ(26%)、日本(15%)などの先進国・地域では相対的に低く、新興・途上国・地域の方が普及していることがわかる。

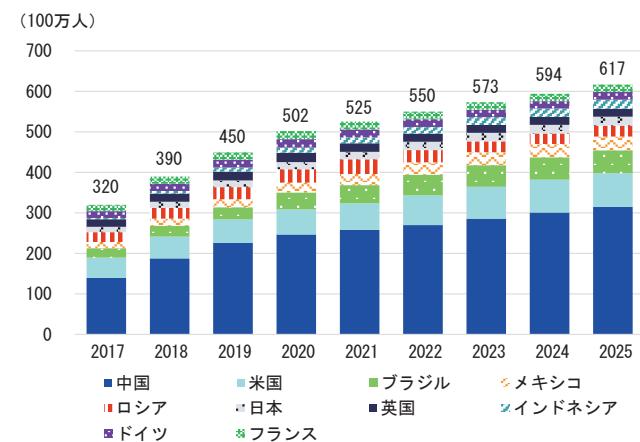
43 Statista Market Insights (eCommerce) (2024年3月1日時点)

44 VML “The Future Shopper Report 2023” (2023年6月) の調査に基づく。調査は世界18カ国の3万1,647人のオンラインショッピング利用者(少なくとも1カ月に一度は利用)に対して、2023年4月6日～20日に実施。

■越境EC拡大、利用には課題も

国境を超えたECの取引(越境EC)についても、市場は拡大している。越境EC利用者数を見ると、2023年は上位10カ国の合計で約5億7,300万人に上った(図表I-34)。同じ10カ国の利用者数(合計)について、2017年には3億人強であったが、この6年間で1.8倍になった。eMarketerの推計によれば、2024年、2025年も右肩上がりの予測だ。利用者が最も多いのは中国で、米国、ブラジル、メキシコと続く。越境ECの利用者が増加する中、米国のソフトウェア会社Avalaraは、2023年4月の予測で、2023年の越境ECの取引総額が1兆ドルを超える可能性が高いと推計した⁴⁵。

図表I-34 越境EC利用者数推移(2023年の上位10カ国の合計)



[注] ①全てeMarketerの推計値。②2023年の利用者数上位10カ国を掲載。

[出所] eMarketerより作成

国際郵便機構(IPC)が行った越境EC取引に関する調査⁴⁶では、直近のEC取引においてどの国から商品を購入したかを尋ねている。結果を見ると、調査対象の41カ国のうち30カ国において、中国から購入したと回答した割合が最大となった。中国からの購入割合が最も高かったのはブラジル(73%)で、同じく中南米のチリ(72%)が続く。インドネシア(56%)、米国(53%)、スペイン(53%)、ポーランド(53%)、ドイツ(50%)、オランダ(50%)で5割台となった。前述のとおり、アマゾンが台頭しているメキシコについても、中国からの購入割合(44%)が米国からの購入割合(43%)と同水準で、影響力の強さがうかがえる。

45 Avalara “The state of global cross-border e-commerce 2023-24” (2023年4月)

46 世界41カ国の18歳以上で、過去3カ月以内にオンラインショッピングを行い、かつ過去1年間に越境ECで買い物をした3万2,510人に対して、2023年9月に実施。

同調査では、直近の越境EC取引で利用したプラットフォームについても尋ねており、主力はアマゾンと中国勢という結果となった（図表I-35）。アマゾンが24%とほかを引き離しているが、2位から4位はアリババ／アリエクスプレス（Alibaba／AliExpress、16%）、シーイン（SHEIN、9%）、テム（Temu、7%）と中国発企業が占め、存在感を發揮している⁴⁷。

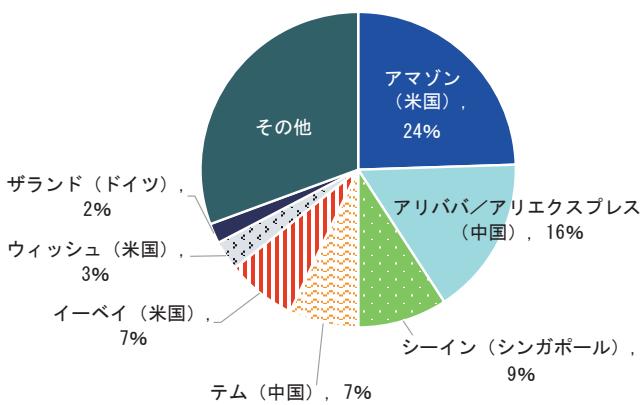
中でも、テムやシーインは、莫大なマーケティング予算をデジタル広告やプロモーションに割き、大幅な値引きを行うことで低価格を実現し、インフレの影響も受け価格に敏感な顧客や、「Z世代」にアピールしている⁴⁸。シーインは2012年に創業し、150カ国以上にサービスを展開する衣料品のECブランドだ。同社は2022年11月、東京・原宿に販売中の衣料品の展示のみを行う実店舗をオープンし話題を集めた⁴⁹。また、日用品や衣類、家電など幅広い商品を取り扱うテムは、世界中で急速に人気を集めている。Statista（AppMagicより引用）によると、2023年のテムのアプリのダウンロード数は世界全体で3億3,772万を突破し、ショッピングアプリの中で最多のダウンロード数を記録した。2位にシーイン（2億6,194万）、3位にアマゾン（1億8,812万）と続く。テムは2022年9月創業であり、急速にシェアを拡大してきたことがわかる。

シーインとテムの両社は、顧客を直接中国の製造拠点につなぎ、従来の小売流通に存在する中間業者を排除することでコストを大幅に削減している⁴⁸。従来の小売企業やEC事業者が商品を大量に輸入し、倉庫に移動した上で店舗や購入者に配送している⁵⁰一方、シーインやテムは安価な製品を直接購入者に届ける小口配送を実現している。日本や米国、韓国など複数の国・地域で、価格が一定額以下の少額輸入貨物には消費税の免除や関税が減免される制度がある⁵¹ことから、両社はEC市場において価格競争上有利となり、ユーザーを獲得してきた背景がある。アマゾンも中国で生産された安価な商品を同国の倉庫から直接消費者へ発送するサービスを始めると報

じられており⁵²、シーインやテムに対抗する狙いだとみられている。

成長著しいシーインやテムであるが、両社に対する人権侵害を巡る懸念も浮上している。両社は中国の新疆ウイグル自治区が関与する製品の米国への輸入を原則禁止するウイグル強制労働防止法（UFLPA、第Ⅲ章第3節（3）参照）に違反している疑いが持たれており、米国連邦議会下院の「米国と中国共産党間の戦略的競争に関する特別委員会」から調査を受けている⁵³。また、知的財産権の侵害も指摘されており⁵⁴、これらの課題が躍進の逆風となる可能性もある。

図表I-35 直近で利用した越境EC プラットフォーム



〔注〕①直近の越境ECでの購入で利用した事業者（プラットフォーム）を尋ねた設問への回答。②調査の概要は脚注46参照。

〔出所〕国際郵便機関（IPC）「Cross-Border E-Commerce Shopper Survey 2023」

今後も越境EC利用は拡大していくことが見込まれるが、企業にとっては課題も多い。前出のAvalaraの調査によると、最大の課題として挙げられたのは、税関での貨物の遅延（42.6%）で、次に、通関規制やHSコードへの対応（41.4%）が続く。3位以降にはさまざまなコストに関する課題が挙げられており、サプライチェーン上のコストの増加（41.0%）、関税コストの増加（36.9%）、配送コスト（33.2%）、返品コスト（26.6%）などがあった。HSコードに関しては各国固有のコードを正しく適用することが求められるが、別の設問の中で、全体の40.8%の企業がこれを困難に感じていると回答した。

47 シーインは中国で設立されたが、現在はシンガポールに本社を置く。

48 eMarketer “Retail Trends to Watch in 2024”（2023年12月14日付）。「Z世代」は、1990年代半ばから2010年代初頭生まれの層を指すことが多い。デジタルネイティブ世代とも呼ばれ、スマホやSNSに慣れ親しんでいる傾向が強い。

49 ROADGET BUSINESS（シーインの持株会社）プレス発表（2022年11月1日付）

50 ロイター「アングル：米関税制度の『抜け穴』、安い中国製品の流入続く」（2023年8月13日付）

51 ジェトロウェブサイト 貿易・投資相談Q&A（<https://www.jetro.go.jp/world/qa/>）より、各国の「小口貨物の通関制度」参照

52 The Information “Amazon’s Bargain Store Would Use Same Trade ‘Loophole’ as Temu, Shein”（2024年6月28日付）、日本経済新聞「米Amazon、中国から日用品・衣料を直送 Temuに対抗」（同日付）ほか

53 ジェトロ「米下院の中国特別委、中国発EC企業の調査で「ミニミス・ルール」問題視」『ビジネス短信』（2023年6月26日付）

54 例え、ユニクロは同社の模造品を販売したとして、シーインを提訴（ユニクロプレス発表：2024年1月16日付）。欧州委員会はシーインとテムをデジタルサービス法（DSA）の規制対象に加え、知的財産権侵害への対応を求めている。

■日本企業、ECの海外向け販売に積極的姿勢を示す

ジェトロが実施した2023年度「日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」⁵⁵によると、2023年度の海外向けのEC売上見込み（前年度比）は、回答企業の41.3%が「増加」と回答した⁵⁶。業種別⁵⁷に見ると、医療品・化粧品で56.4%の企業が「増加」と回答し、最多だった。飲食料品（43.9%）、鉄鋼・非鉄金属・金属製品（43.5%）、石油・プラスチック・ゴム製品（42.3%）でも、回答企業全体の「増加」（41.3%）の割合を超える水準を記録。

こうした中、海外向けEC販売を行う日本企業は、EC利用の拡大に積極的な姿勢を示している。ECの今後の利用方針について、「さらなる利用拡大を図る」と答えた割合は海外向けEC販売を行っている企業で69.5%だった。他方、日本国内へのEC販売のみを行っている企業は57.1%と、10ポイント以上の差が開いた。

今回の調査では、海外向けEC販売に取り組むための社内体制やEC人材についての質問を初めて設けた。海外向けEC販売を行っている企業のうち、EC専門部署を有する割合は全体の25.3%となった⁵⁸。企業規模別では、大企業が35.8%と、中小企業（23.7%）よりも10ポイント以上高い結果となった。専門部署の立ち上げは、大企業をはじめとして一部の先進的な企業で進んでいることがわかる。EC人材育成の取り組みについては、47.8%が「社内で人材を育成している」と答え、最多だった。ほかにも、「実務経験者の中途採用をしている」（15.7%）や「外部人材を活用している（契約社員等）」（10.0%）、「実務全体を外注している」（7.5%）といった対応を行う企業も見られた。他方で、34.6%の企業が「特に取り組みは行っていない」と回答しており、取り組みには企業によって差がある状況だ。

55 2023年11～12月実施、海外ビジネスに関心が高い日本企業（本社）を対象。調査全体の有効回答数は3,196社。

56 本設問はECを利用しており、海外向け販売を行っている企業（無回答除く）が対象。海外向け販売を行っている企業は、利用状況として「日本国内から海外への販売」「海外拠点での現地販売」「海外拠点から第三国への販売」「代理店等を通じた海外への販売」のいずれか1つ以上に該当する企業。

57 nが16以上の企業が対象。「その他の製造業」は除く。

58 全体（n=801）に無回答（2.0%）の企業も含む。