

「仲介貿易・その他貿易関連サービス」の輸出拡大 ～外国から外国への貿易の時代に～

増田 耕太郎 *Kotaro Masuda*

(財)国際貿易投資研究所 研究主幹

日本企業は市場や生産拠点のグローバル化を進め国境を超えたバリュー・チェーンを構築している。その事業活動のうち、『外国から外国への貿易』(3 国間貿易)の一端を国際収支統計の「仲介貿易・その他貿易関連サービス」から知ることができる。

「仲介貿易・その他の貿易関連サービス」は所有権の移動を通じて外国から別の外国に取引される財のサービスを示し、日本で通関しない取引なので通関統計に含まれず国際収支統計ではサービス貿易に計上する。近年の受取額は2兆円を超え、収支尻は1兆円を上回る。2009年の実績は「特許等使用料」を上回り、サービス貿易収支の項目中の最大の黒字項目となった。

取引形態を大別すると、グローバル取引型、グローバル生産型、グローバル販売(卸売)型、グローバル調達型等に分けられる。

『外国から外国への貿易』の拡大に総合商社が果たす役割は大きく、商社は従来の仲介手数料を得る仲介(貿易)事業者からサプライ・チェーン、バリュー・チェーンを担う事業活動に重きをおく投資事業会社への変化である。また、商社だけでなく海外事業を進めるメーカー・小売店等にとっても、海外子会社の第3国輸出に日本の本社が介在することで、海外子会社の為替リスク等を軽減し収益を得た結果が反映している。

1. 2兆円を超える仲介・貿易関連サービスの輸出

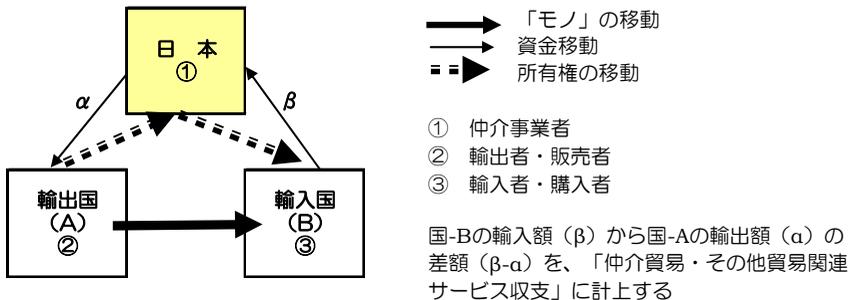
日本企業の海外事業活動の拡大を背景にした3国間貿易が伸びている。その結果の一端を国際収支統計の「仲介貿易・その他貿易関連サービス」(以下「貿易サービス」と記す)の受取額(サービスの輸出)から知ることができる。貿易サービスの中核である『仲介貿易(Merchanting)』

は、日本での通関をせずに所有権の移動を通じ外国から別の外国へ転売する取引を行うサービスを指す(注1)。

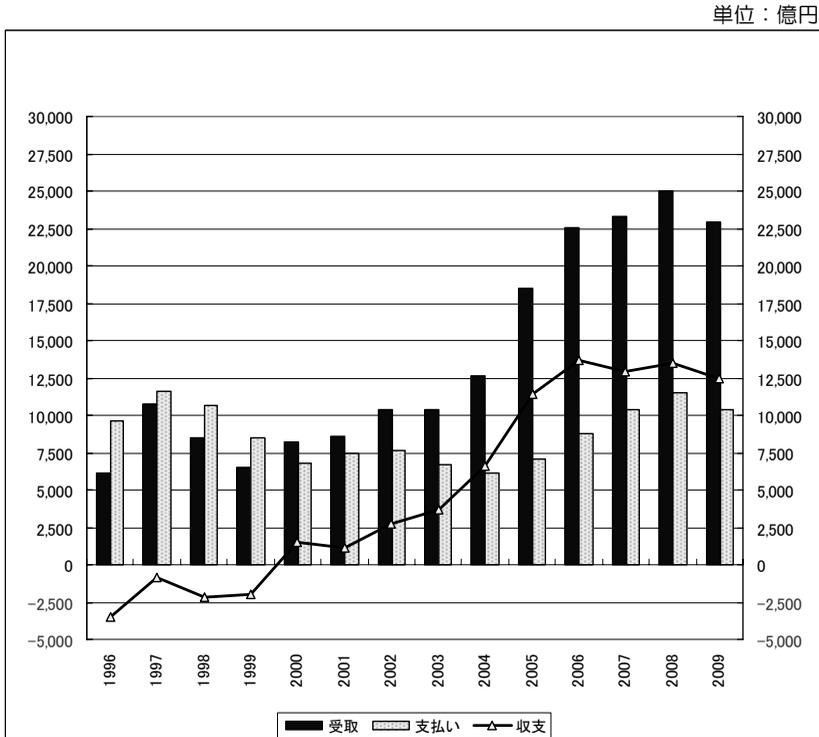
このサービスの特徴は、①所有権の移転を伴うことの他に、②輸入時と輸出時にタイムラグがある。③「モノ」、「カネ」、「所有権」の動きが一致しない、である(図-1)。

日本銀行の国際収支統計から近年の貿易サービスの収支状況を要約すると以下のとおり(図-2参照)。

図-1 「仲介・貿易関連サービス」における仲介貿易のイメージ図



図ー２ 日本の「仲介貿易・その他貿易関連サービス」収支の推移



出所：日本銀行：国際収支統計より作成

- 2009年の受取額（輸出額）は2兆2,902億円、支払額（輸入額）は1兆411億円で、1兆2,490億円の受取超過（黒字）である。輸出額が2兆円を超えたのは2006年で、それ以降は4年連続して2兆円台にある。
- 黒字に転換したのは2000年。1999年までは支払い超過（「赤字」）であった。2002年以降は黒字幅が拡大傾向にあり、2005年以降は5年続けて1兆円を超えている。
- 黒字要因は輸出の増勢傾向である。1999年から2008年まで8年連続

して増加した。

- 2004 年以前と以降で、黒字をもたらした要因が異なる。前者の黒字の増加は輸入の減少が大きい。一方、2004 年以降の黒字拡大は輸出の増加である。その結果、2009 年の貿易収支黒字（国際収支ベース）の約 30%相当の規模になっている。
- 2009 年の状況を直接投資に関連する他の国際収支項目と比較すると、貿易サービスの堅調ぶりは際だつ

ている。リーマン・ショック以降の世界的な貿易縮小や景気の落ち込みの影響を受けても、2009 年の受取額は、前年比 8.3%減と 1 桁台である。日本の輸出入額の落ち込みが前年比 30%を超えること、世界貿易の減少が前年比 20%を超える減少であったことに比べ減少率が小さいのは、日本企業が貿易サービス関連取引を積極的に取り組んだ結果を示している（表-1）。

表－1 直接投資関連の経常収支項目（2009 年）

	2009 年（億円）		2009 年〔対前年増減率（%）〕		
	輸出 （受取）額	収支額	輸出 （受取）	輸入 （支払）	収支
貿易収支（国際収支ベース）	508,572	40,381	△ 34.2	△ 36.1	0.3
サービス収支	119,996	△19,131	△ 21.9	△ 20.6	△ 10.5
特許等使用料	20,277	4,527	△ 23.6	△ 16.7	△ 40.8
工業所有権・鉱業権使用料	18,786	9,609	△ 23.3	△ 17.3	△ 17.3
仲介貿易・貿易関連サービス	22,902	12,490	△ 8.3	△ 9.3	△ 7.5
直接投資収益	9,925	8,444	△ 76.8	△ 82.1	△ 75.6
再投資収益	△ 668	△ 581	△ 105.8	△ 149.8	△ 100.8

出所：日本銀行：国際収支統計より作成

また、貿易サービスの輸出は取引額の差額なので、直接投資収益、再投資収益のように企業業績（収益）の結果ではない。海外子会社からのロイヤリティ収入が大半を占める「特許等使用料」やその内訳である「工業所有権・鉱業権使用料」と比べても、貿易が拡大している新興国等の貿易に関わることで取引量を拡大し、貿易サービスの輸出増加につながりやすい特性を持つ。その結果、貿易サービスの受取額（および収支）は、直接投資収益、特許等使用料を上回ったと考えることができる。

なお、貿易サービス収支を IMF の Balance of Payments Statistics をもとに比べると、日本は最大の黒字国である。2007年時点における「貿易関連サービス」収支は、日本の109億5,800万ドルが最高である。日本は黒字額が100億ドルを超えた2005年以降、最大の黒字額で100億ドルを超える黒字国は他にない。

2. 貿易サービスのビジネスモデル

貿易サービスの輸出および収支の増加をもたらしているのは『仲介貿

易分野』である。次のタイプに大別できる。

- ① グローバル 取引型
- ② グローバル販売（卸・小売）型
- ③ グローバル生産型
- ④ グローバル投資型

(1) グローバル取引型

海外で生産した商品を日本企業が外国から外国に販売する取引（「グローバル取引」）を行う。

- 日本のメーカーが中国などの海外生産子会社が生産した商品を、日本に輸入するのではなく欧米諸国などに輸出する取引を行う
- 台湾の EMS 系企業の在中国生産法人に生産委託して製造した商品を、日本だけでなく欧米諸国でも販売する。
- 商社がアジアの日系自動車メーカーの現地生産子会社が生産した乗用車などを仕入れ、中東アフリカ諸国等の自動車販売会社に販売する取引を行う。
- 商社が南米で大豆などの穀物を買付け、大豆などの食糧需要が旺盛な中国市場で販売する中国企業に販売する。そのために、現地に

集荷施設を建設し、商社の調達力を生かして海外から安定的に穀物を確保する。

(2) グローバル販売（卸小売）型

グローバル取引のうち、日本の卸・小売業が外国で生産した商品を第3国の卸小売店に商品供給する。近年では自社ブランド商品を複数の国で生産する、多くの生産先に委託し国内販売をするだけでなく、海外店を増やし商品を提供する。しかも出店先が欧米先進国、中国に限らず、アジア、中東アフリカ、中東欧の国々に広がりつつある。

- 中国企業などに委託して製造したアパレルなどを日本の店舗で販売するだけでなく、第3国に出店した店舗に商品を提供する。
- 直営店に供給するだけでなく、ライセンス供与/商品供与店舗に第3国で委託生産した商品の卸売をする。

(3) グローバル生産型

海外の生産子会社などに対し資材供給や部品販売を通じたサプライチェーンを構築して取引を行う。商

社だけでなくメーカー自身が行っている場合も少なくない。

- 日本の電気・電子メーカーがタイ、フィリピンなどのASEAN諸国に進出した現地生産子会社が製造した部品を仕入れ、進出先以外の外国の現地子会社が完成品製造のために販売する取引を行う。
- 日本の自動車メーカーが各国にある生産子会社の部品を進出先の組立工場だけで使うのではなく、第3国にある工場へ部品供給する。
- 日本企業が中国のアパレルの生産用に第3国で生産した素材（糸、織物）を輸出する。

(4) グローバル投資型

総合商社を中心に資源国に金属鉱物や原油・石炭などの鉱物性燃料他の資源分野、食料分野への投資が拡大している。商品を買付けして販売するだけでなく、自ら鉱区を獲得し資源開発を行う、資源国の資源会社に出資し出資額の持ち分比率に応じた資源権益を獲得する等により、安定した販売量の確保を行う。取得した資源は日本国内の販売にとどまらず第3国へ販売する。

3. 貿易サービス輸出の増加要因

貿易サービスの輸出(および黒字)の主な増加要因をあげると、

- ① 国境を越えた生産・流通ネットワークの拡大
- ② 新興国・資源国を貿易相手国とするビジネス拡大
- ③ 商社のビジネスモデルの変化
- ④ リスク回避と収益の確保の多様化

である。

第1は、アジアを中心とした生産・流通ネットワークの拡大である。特に、複数の国・地域で部品製造し別の外国で最終組み立てをする等水平分業が進み「最適地生産」を目指す機械工業分野などでは最終製品を生産する事業所からみるとサプライヤーが複数の国に存在することが珍しくない。FTAの進展は国境を越えた生産・流通ネットワークの拡大を加速化させ貿易サービスの受取額の増加をもたらす。

第2に中国などの新興国・資源国を一方(あるいは双方)の貿易相手国とするビジネス拡大である。貿易サービスの受取・支払状況を国・地

域別に集計した結果を日本銀行は明らかにしていない。しかし「世界の生産工場」となった中国や、世界各国から資源・エネルギー、食糧などの貿易額が高い伸びを示している資源国や新興国などが、貿易サービスの相手国であると推測しても間違いではない。

第3に商社のビジネスの変化である。貿易サービスの拡大に商社(特に総合商社)が果たす役割は極めて大きく、商社のビジネスモデルが単なる手数料を得ることから原材料から最終商品を結ぶプロセス(バリュー・チェーン)に積極的にかかわるビジネスに転換している。

三菱商事は同社のホームページで総合商社の役割の変化をビジネスモデルの変革を説明する。

—— 従来は「仲介(貿易)事業者」としてメーカーと販売代理店間の取引を通じ仲介手数料、金融手数料を獲得することが中心で投資は手数料の拡大を狙うものだった。それに対し、現在のビジネスモデルは総合事業会社として、川上〔原材料〕と川下〔製品〕を結ぶバリュー・チェーン全体を見渡し、取引先、投資

先の競争力強化・企業価値向上を支援することで、サービス対価を得るとともに投資先からの配当、連結収益の拡大を狙うものである（同社のHPより引用・要約）。

商社の投資事業は、投資を行うと同時に製品の販売契約を結ぶなどの形で貿易・販売業務につなげていくことが多く、投資先は（特に総合商社は）あらゆる産業分野にわたる。

なお、丸紅経済研究所では「総合商社9社（合併して現在7社）による日本を経由しない外国間の貿易（3国間貿易）が総売上高に占める割合の変化を説明している。「1970年代が8～9%台であった。1990年代には25%と上昇し、2007年には30%強と劇的に増加している」と指摘している。

第4はリスク回避と収益の確保の多様化。特に海外子会社の為替変動リスク等による収益への影響を最小限にすると同時に、本社（あるいは地域統括子会社、金融子会社）がリスク管理をして収益の増加を図る。

貿易サービスは所有権の移転と輸出時と輸入時のタイムラグがある。

このため、取引にはさまざまなリスクを伴う。

- 為替変動リスクを負う

仲介をするには、輸入時期と輸出時期にタイムラグがある、在庫を持つことから、その間の為替変動リスクを負っている。

- 商品価格の変動リスクを負う

扱う商品の中には、食糧、資源・エネルギーのように価格変動が大きい特徴を持ち商品市況の変動に対し機敏に対応することが必要になる。

- 為替リスク、在庫リスク、価格変動リスク等を軽減した取引を実現し安定的な収益を得るには、広範な取引ネットワークが不可欠である。そのためには商社がもつ広範囲な取引ネットワークが活きることになる。

4. 「外国から外国への貿易」の時代

貿易サービスの受取は今後も増加すると見込まれる。「外国から外国への貿易」を重視する時代に変わり、特に高い経済成長が見込まれる新興国などとの取引を拡大することが日

本企業にとって重要との認識から積極的な事業展開をしている。

経済産業省の海外事業活動基本調査から、「外国から外国への貿易」(『第3国間貿易』)を裏付けることができる。同調査では日本企業の海外子会社の売上額と仕入額を、「日本」、「進出先」、「第3国」との取引額に分けている。日系進出企業が進出先と日本以外の外国(第3国)と

の取引状況を要約すると次のとおり(表-2)。

- 2008年度の第3国向け販売額(輸出)は約55兆8890億円。海外子会社の総売上高に占める割合(対第3国輸出比率)は27.7%である。一方、第3国からの仕入額(輸入)は33兆9670億円で海外子会社の仕入総額に占める割合(対第3国輸入比率)は21.0%である。

表-2 日本企業の第3国貿易(2008年度実績)

単位 10億円、%

	売上高 〔10億円〕	第3国 輸出額 〔10億円〕	構成比 (%)	第3国 輸出 比率(%)	仕入高 〔10億円〕	第3国 輸入額 〔10億円〕	構成比 (%)	第3国 輸入 比率(%)
合計	201,679	55,889	100.0	27.7	161,839	33,967	100.0	21.0
製造業	91,181	24,210	43.3	26.6	69,033	9,527	28.0	13.8
化学	8,534	1,875	3.4	22.0	4,932	770	2.3	15.6
生産用機械	2,239	532	1.0	23.7	1,652	182	0.5	11.0
業務用機械	2,158	665	1.2	30.8	1,699	409	1.2	24.1
電気機械	5,968	1,584	2.8	26.5	4,401	709	2.1	16.1
情報通信機械	13,603	3,671	6.6	27.0	10,939	2,596	7.6	23.7
輸送機械	41,105	12,158	21.8	29.6	32,712	3,242	9.5	9.9
その他の 製造業	5,237	979	1.8	18.7	3,898	723	2.1	18.5
非製造業	110,498	31,680	56.7	28.7	92,806	24,440	72.0	26.3
鉱業	2,577	1,104	2.0	42.8	1,217	111	0.3	9.1
情報通信業	2,512	619	1.1	24.7	1,841	327	1.0	17.8
運輸業	2,992	533	1.0	17.8	2,448	130	0.4	5.3
卸売業	85,553	27,951	50.0	32.7	75,986	23,078	67.9	30.4
小売業	5,778	443	0.8	7.7	4,334	224	0.7	5.2
その他の 非製造業	7,433	730	1.3	9.8	4,005	295	0.9	7.4

注：第3国輸出額は海外現地法人の売上高から、現地販売と日本向け輸出を除いた額

第3国輸入額は、現地法人の仕入高から、現地仕入と日本からの輸入額を除いた額

第3国輸出(入)比率は、売上高(仕入高)に占める第3国輸出(入)額の割合(%)

出所：第39回海外事業活動基本調査より作成

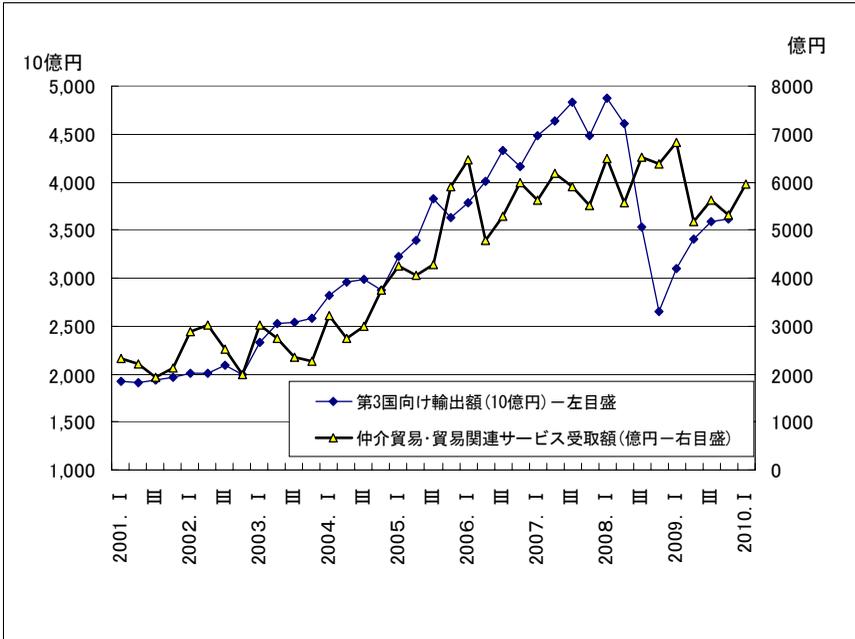
- 業種別にみると卸売業が最も大きい。卸売業は対第3国輸出比率が50.0%、対第3国輸入比率67.9%と50%を超える。製造業の中では輸送機械製造業の割合が高く、対第3国輸出比率は21.8%、輸入のそれは9.5%を占める。
- 第3国向け輸出額が1兆円を超える業種で対第3国輸出比率が高いのは、化学品製造業(41.9%)、輸送機械製造業(29.6%)、電気機械製造業(26.5%)、情報通信機器製造業(27.0%)、鉱業(42.8%)、卸売業(32.7%)である。一方、第3国からの輸入額が1兆円を越え対第3国輸入比率が高いのは情報通信機器製造業(23.7%)、卸売業(30.4%)である。
- 製造業～特に、自動車製造業や電気機械製造業にとって海外子会社からの収益の一部が貿易関連サービスとして日本に還流している。
- 2007年度と2008年度を比べると第3国輸出額の減少率は前年に比べ7.0%減である。製造業は同10.0%減に対し非製造業は同4.4%減であった。製造業は鉄鋼業が唯一の増加業種で、電気機械、情報通信機械等は2桁台の減少であったが、第3国輸出額が最大の製造業である輸送機械製造業は同3.7%減である。
- 第3国輸出が最大業種の卸売業は約1.5兆円の減少であるが、前年度比5.2%減に留まる。一方、情報通信業が5560億円増の同869.0%増と、2007年度より増加した業種として運輸業、小売業、サービス業がある。

また、現地法人が製造業に限定している経済産業省の「海外現地法人四半期調査」^(注4)の第3国向け輸出額と貿易関連サービスの受取額の推移を直近の2009年第1四半期までの動きを図示したのが図-3である。この二つの調査から分かる主だった点は以下のとおり。

こうした第3国貿易の一部が日本の仲介貿易として貿易サービスに計上されていると考えることができる。

また、外国から別の外国への貿易の拡大は「3国間貨物運賃」の受取増加にも現れている。「3国間貨物運賃」は、日本以外の揚げ地と積み地

図一 貿易サービスの輸出額と日系海外現地製造業企業の第3国輸出



出所：日本銀行：「国際収支統計」 経済産業省：「海外現地法人四半期調査」

との間で行なわれる取引に対する運賃輸送を日本企業が請け負う輸送取引（「3国間輸送」）の対価（受取額）である。

「日本海運の現状」および「海事レポート」などを参考に日本の船社が扱う海上貨物に占める3国間輸送の状況を要約する。

- 1985年と2008年の3国間輸送量を比較すると、その間に輸出量が1.1

倍増、輸入量が1.4倍増であるのに対し、3国間輸送量は2.6倍増である。

- 2001年以降（2008年まで）の3国間輸送量は、連続して7年間増加している。2008年における3国間輸送量は、日本の商船隊が扱う貨物量（約8億7700万トン）の約30.9%の2億7180万トンである。これは輸出貨物（4890万トン）の

5倍に相当する。また、1985年の1億400万トンと比べると2.40倍の増加となっている。

- 2008年（平成20年）の3国間運賃収入は1兆3880億円で、1985年の4177億円と比べ2.95倍増になっている。3国間運賃収入が占める割合も、総じて高まる傾向にあり、2005年以降は40%台にある。

3国間貿易に積極的であるのは商社だけではない。海外生産比率が高い製造業にとってグローバル生産は基本的な戦略である。また、海外出店を加速化している小売業にも国内市場が成熟し縮小傾向が避けられないだけに海外店への商品供給と販売増加は必須であろう。そうした各社の取組事例はニュースリリース等から知ることができる。

- 日本の自動車の国内生産のうち半数近い台数を輸出してきた。円高の進行は収益に与える影響が大きいので、完成車・部品の輸入拡大だけでなく、第3国間取引を増やし円高による影響を軽減する。

→タイやインドネシアの工場からイ

ンドへの輸出を増やすなど新興国やオーストラリアの取引を拡大する。また、タイからの部品輸出を拡大する。

→南米向け輸出車の生産をメキシコ工場に移管する。

- 国内販売が中心の小売業も海外出店やライセンス/商品供与店を積極的に増やしている。日本の人口減少やデフレの進行から日本での売上増、収益増を見込むことが厳しくなり、新たな市場開拓に向けてと取組んでいる。商品調達先の中国市場等に加え、第3国市場での店舗展開に積極的である。例えば、日本のSPAで海外に出店ないしライセンス・商品供与店を持つ企業にダイソー、良品計画（店舗名：無印良品）、ファーストリテイリング（同：「ユニクロ」）などがある。HPによると、海外店数はダイソーが24か国675店（2009年3月末）。良品計画が（商品供与を含む）18か国・117店（2010年3月末）である

3国間貿易の取引のうち、国際収支上の貿易サービスの受取に計上す

るものの割合は不明である。3 国間貿易取引が全て日本にある企業を経由する貿易サービスの受取に反映する形態とは限らない。なかには、海外に設けた事業統括子会社や為替リスクを負い資金運用を行う金融子会社が担っていることもありうるからだ^(注-3)。

製造業の海外生産比率を高める経営戦略、卸売・小売企業の海外販売の強化戦略、商社の資源分野等の投資戦略は、今後も見込まれること、新興国等を相手とする取引拡大で稼ぐ時代だから、『外国から外国への貿易』の収益は増加すると期待できる。

【注】

1. 国際収支の「仲介貿易・その他貿易関連」サービスには、居住者(商品ブローカー、ディーラー及び代理店等)と非居住者の間の仲介貿易に係るサービス料、及びその他の財・サービス取引に係る委託手数料などを計上する。金のディーリング等によるきわめて短い間に転売される財の輸出入は「貿易収支」に計上せずその輸出(入)額と再輸入(出)額の差額を仲介貿易に係るサービス料の受取とみなして、「仲介貿易・その他貿易関連」

サービスに計上する。日本銀行の解説によれば、次のものが含まれる。

- ① [仲介貿易手数料] 仲介貿易に係る貨物売買代金の差額(手数料相当額)のみを受領する契約に基づく差金の受取(受取のみ発生)
- ② [仲介貿易貨物の売買代金] 居住者(ブローカー)が非居住者から貨物を購入し、他の非居住者に転売する三者間の契約であって、当該貨物が外国相互間を移動するいわゆる三国間貿易に伴う売買代金の受払。
- ③ 貨物の輸出入に係る輸出入手数料、通関手数料等の受払

なお、日本の本社が仲介せず現地子会社が直接第三国に輸出する場合の利益は、国際収支では「仲介貿易」には計上せず、所得収支の直接投資収益に計上する。

2. 貿易業の経営または取引は大別すると、
 - ①自己計算にもとづく売買益を得る「自己勘定取引」と②売買を仲介し手数料を得る「コミッション取引」からなる。前者は商品売買の当事者として自己の名義で商品を仕入れ需要先に販売し利益を得るもので国際収支の前項 1 の②に該当する。一方、後者は前項 1 の①に該

当する。

3. 「仲介貿易・その他の貿易関連サービスの受取額を各国の国際収支統計をみると、日本企業の統括企業あるいは為替リスク管理をしている金融子会社が多いと思われる国の受取額は、香港を除くと特に大きいとみなすことができないレベルにある。このため、外国に設立した子会社を所有権の移転先とした取引額は、日本と金融子会社・統括会社の設立国でない第3国との間の輸出入などに活用しているが、日本の受取額に比べ際立って大きいとはいえないとの印象を、諸外国の国際収支表は示している。
4. 経済産業省の「海外現地法人四半期調査」の対象は、海外に現地法人（①製造企業、②従業者50人以上、③本社企業の出資比率（直接及び間接）が50%以上）を有する我が国企業のうち、金融・保険業及び不動産業を除く資本金1億円以上、従業者50人以上の企業を対象に現地法人を調査している。

【出所および参考文献・資料等】

1. 日本銀行（財務省）：国際収支統計「国際収支項目番号一覧・内容解釈」
2. IMF：“Merchandising：SNA Update Issue41”（SNA/M1.06/19）
“Fourth Meeting of Advisory Expert Group on National Account”
3. UNECE/Eurostat/OECD：（WGGNE）
“Merchandising”
4. IMF：“Balance of Payments Statistics”
5. 三菱商事ホームページ：「ビジネスモデルの変遷」
<http://www.mitsubishicorp.com/jp/ir/faq/ans01.html>
「グローバル経営とイノベーション」
（RIETI説明資料2006年）
6. 丸紅経済研究所：「変わりゆく商社の役割」（2008年）
7. 日本貿易会「バリューチェーン・サプライチェーンを築く商社」（『会報』2007年11月号）
8. 大手商社の決算書、決算説明資料（2010年3月期他）
9. 経済産業省：「海外事業活動基本調査」
「海外現地法人四半期調査」
10. 国土交通省「海事レポート」（概略版：平成21年度版他）
11. 日本船主協会：「日本海運の現状」（2010年1月）