

2023. 10. 19

【日本貿易統計（23 年 9 月）】

単月では輸出回復も持続性に乏しい

～インバウンドは順調に回復も中国がネック～



フェロー チーフエコノミスト

小玉 祐一

ポイント

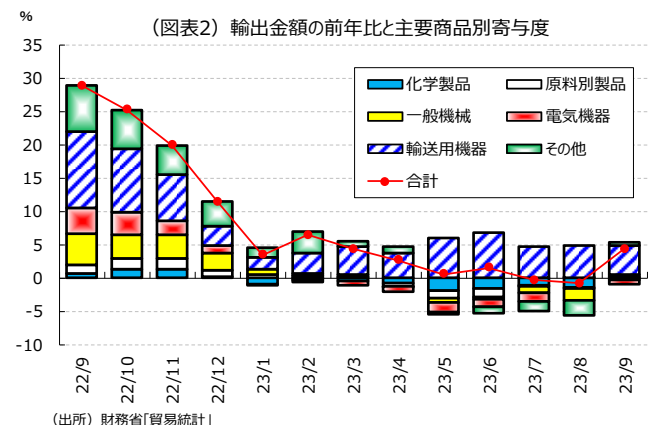
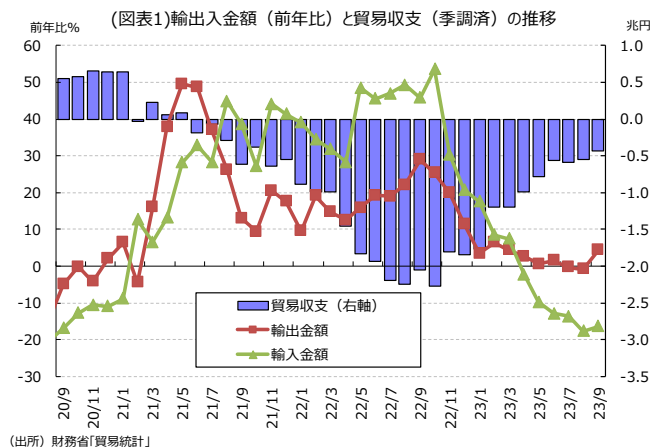
- 9 月の貿易統計によると、輸出金額は前年比+4.3%（8 月：同▲0.8%）と、3 ヶ月ぶりのプラスとなった。数量ベースでは 1 年ぶりのプラスで、単月では輸出が回復している姿が示された
- ただ、中国経済は長引く不動産不況のもとで停滞気味の推移が続く可能性が高い。米国経済も不安材料が増えてきており、輸出の持続的回復は予想しにくい
- インバウンドは順調に回復しているが、中国からの旅行客の回復の鈍さがネックに

1. 自動車の寄与は低下

財務省から発表された 9 月の貿易統計によると、輸出金額は前年比+4.3%（8 月：同▲0.8%）、輸入金額は同▲16.3%（同▲17.7%）となった（図表 1）。

輸出金額の伸びは 3 ヶ月ぶりのプラスで、市場予想の同+3.0%をも上回った。このところ、部品不足の緩和を背景とした自動車輸出の急増が全体を大きく押し上げる構図が続いてきたが、9 月の伸びは同+26.9%と、8 月の同+40.9%から縮小するなど、ピークアウトの兆しがみえる。それでもプラス寄与度は+4.0%に達しており、輸送用機器全体では+4.4%と全体の伸びを上回る（図表 2）。これは輸送用機器以外の業種の伸びが合計ではマイナスだったことを示している。

季調済前月比では、輸出金額が+7.2%、輸入金額は同+5.4%といずれも伸びたが、輸出金額の伸びがより大きく、この結果季調済貿易赤字は▲4,341 億円と、前月から 21.5%縮小した。昨年のピーク時との比較では約 5 分の 1 にまで縮小している（前掲図表 1）。

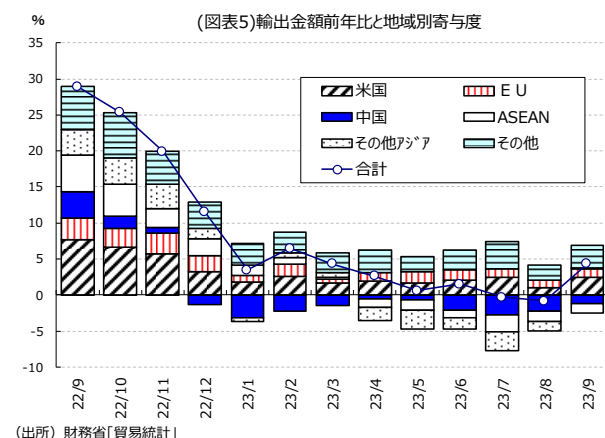
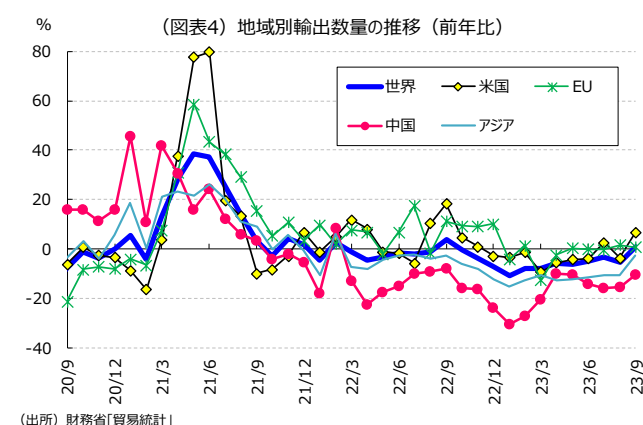
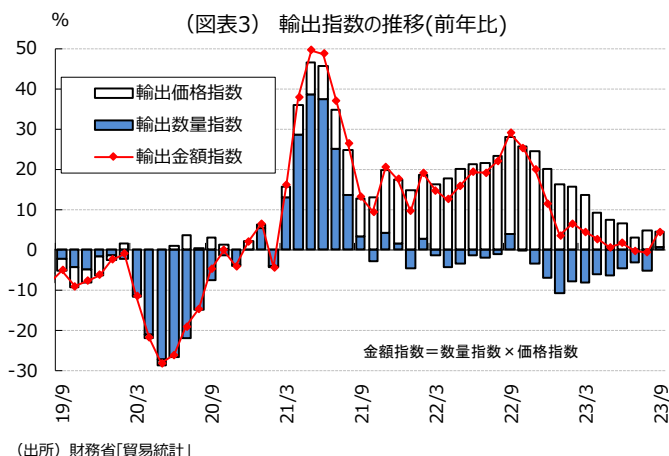


2. 輸出金額の伸びの 6 割は米国向け

輸出金額を価格指数と数量指数に分解すると、価格指数が前年比+3.6%（8月：同+4.7%）、数量指数が同+0.7%（同▲5.2%）となった。円安や物価高の影響で価格指数はプラス圏の推移が続いているが、均せば伸び幅は縮小傾向にある。より輸出の実勢に近いのは数量指数だが、こちらは小幅ながら1年ぶりのプラスとなった（図表3）。主要相手国・地域別に数量指数を見ると、米国向けが同+6.6%（同▲3.6%）、EU向けが同+0.8%（同+1.5%）、アジア向けが同▲2.6%（同▲10.4%）と、米国向けとアジア向けが改善している（図表4）。アジア向けに関しては、中国（本土）向けのマイナス幅が同▲10.6%（同▲15.5%）と、前月から縮小している影響が大きい。アジア全体のマイナス幅の縮小度合いがより大きいことから、中国以外のアジア向けも全体的に回復している様子がうかがえる。

国別・品目別の詳細は金額ベースでしか把握できないが、アジア各国の内訳をみると（すべて金額ベース）、香港（8月：前年比+7.2%→9月：同+21.8%）、台湾（同▲14.3%→同▲9.7%）、韓国（同▲10.8%→同▲4.2%）、シンガポール（同▲24.7%→同▲17.6%）といった国・地域が改善している。ただ、香港を除けば前年比ではまだマイナスである。ASEAN（同▲9.2%→同▲8.1%）は小幅の改善にとどまった。

米国向けは、自動車の伸びが金額ベースで8月の前年比+51.0%から同+34.0%へと縮小したが、主要9分類では化学製品（同▲25.3%→同+12.8%）、原料別製品（同▲2.2%→同+12.1%）、一般機械（同▲4.0%→同+6.4%）等が大きい回復となり、全体を押し上げた。化学製品の内訳では医薬品、原料別製品の内訳では鉄鋼や非鉄金属、一般機械の内訳では原動機や半導体製造装置等の寄与度の改善が大きかった。金額ベースでの米国の寄与度は+2.5%で、9月の伸びの58%が米国向けで説明できる形となっている（図表5）。



3. 輸出はしばらく停滞が続く

中国経済は、17日に発表になった9月の主要経済指標を見る限り、大底を打ちつつある様子がうかがえるものの、不動産大手碧桂园も依然綱渡りの経営が続くなど、長引く不動産不況のもとで、景気は良くても停滞気味の推移が続く可能性が高い。米国経済は依然底堅いが、各種ローン金利の上昇、学生ローンの返済再開、余剰貯蓄の枯渇、自動車労組のストなど、ここへきて不安材料が増えてきている。先行きはソフトランディングの範疇に収まるとの見方が有力とはいえ、その過程における需要鈍化は、一定程度世界経済の下押し圧力となろう。欧州経済も全体として低空飛行が続く見通しで、中核国のドイツは、2023年はマイナス成長の見込みで

ある。欧州は地理的に近い中東の地政学リスクの影響を受けやすいという不安材料もある。日本の輸出が今後順調に回復を続ける姿は考えにくく、当面停滞気味の推移が続く可能性が高い。2024 年度は、欧米とも利下げサイクルに舵を切るなかで、後半以降、世界景気は再び上向くと予想するが、輸出が本格回復に向かう時期はまだ見通せない。

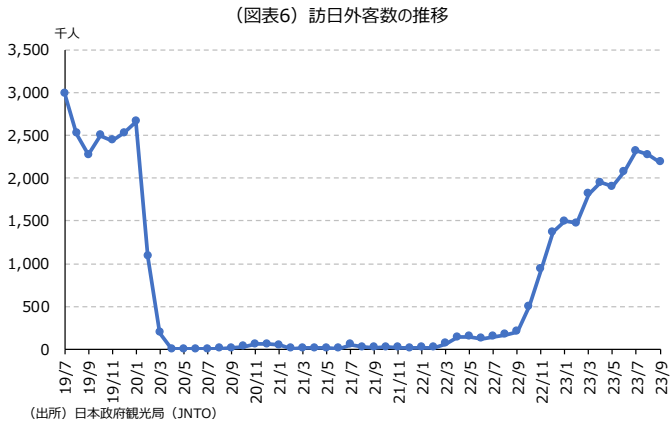
4. インバウンドは順調だが中国が鈍い

政府観光局の「訪日外客統計」によれば、2023 年 9 月の訪日外客数（速報値）は 218.4 万人で、2019 年 9 月対比で▲3.9%と、ほぼコロナ前の水準にまで戻った（図表 6）。1－9 月累計では 1,737.4 万人で、10 月にも 2,000 万人を突破する見込みである。9 月に関しては、韓国が 2019 年 9 月比で+183.4%と 3 倍近くに伸びたのをはじめ、シンガポール（同+30.7%）、インドネシア（同+29.1%）、米国（同+23.1%）、カナダ（同+39.5%）といった国々が全体の伸びに寄与した。主として双方の水際規制の緩和や増便が寄与した模様である。もっとも、韓国の高い伸びは、2019 年 7 月以降、日韓情勢により訪日旅行を控える動きが発生していたことを割り引いて考える必要がある。

発表元の観光局によれば、23 市場のうち 15 市場（韓国、台湾、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナム、豪州、米国、カナダ、メキシコ、ドイツ、イタリア、スペイン、北欧地域、中東地域）が 9 月として過去最高を記録、メキシコは単月で過去最高を更新したとのことである。国際線定期便に関しては、2023 年夏ダイヤ時点でコロナ禍前の約 6 割まで運航便数が回復し、その後も東アジアを中心に増便・復便が続いているとしている。

一方で、中国は 2019 年 9 月対比で▲60.2%と、大幅マイナスが続いている。中国政府は 8 月 10 日に日本行き団体旅行・パッケージツアー商品の販売禁止措置を解除したが、景気低迷の影響もあって海外旅行が全体的に伸び悩んでいるのに加え、日本向けは処理水問題が足かせになっている。中国からの 9 月の旅行者が全体に占める割合は約 15%で、コロナ前の半分以下である。その分、インバウンドは潜在的な回復力を有しているという見方もできるものの、当面の間、中国からの観光客は伸び悩む展開が予想される。

1 人当たりの平均消費額や宿泊数も伸びている。観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によると、観光・レジャー目的で来日した訪日外国人の 7－9 月期の消費単価は 198,263 円で、2019 年同期の 26%増、平均泊数は 7.2 泊で同 13%増となっている（図表 7）。円安の恩恵が大きいとみられ、消費額ベースではすでにインバウンドはコロナ前を上回っている。モノの輸出が冴えないなかでも、インバウンドがサービス輸出を一定程度支える展



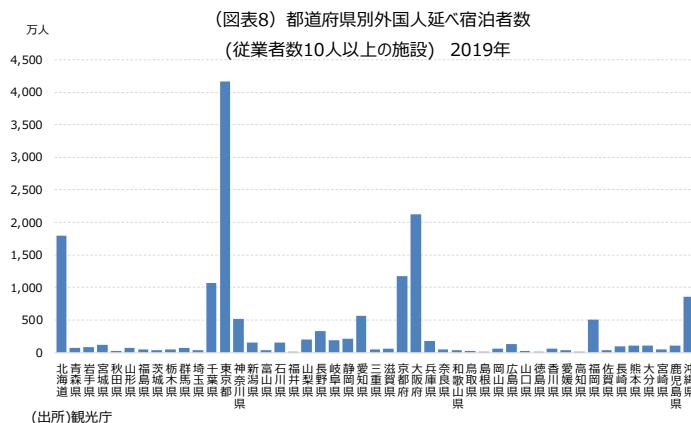
(図表7)国籍・地域別 1 人 1 回当たり旅行消費単価、平均泊数、【観光・レジャー目的】（2023年7-9月）

	消費単価（円/人）		平均泊数（泊/人）	
		対2019年 7-9月比		対2019年 7-9月比
全国籍・地域	198,263	26%	7.2	13%
韓国	106,363	58%	4.0	18%
台湾	169,822	54%	6.3	22%
香港	224,599	48%	6.8	19%
中国	256,207	28%	7.5	26%
タイ	182,555	50%	6.2	-4%
シンガポール	257,694	67%	8.1	-15%
マレーシア	220,586	71%	6.7	-12%
インドネシア	205,293	69%	8.5	18%
英国	335,937	54%	13.2	7%
ドイツ	304,642	25%	15.0	1%
フランス	358,224	48%	18.5	25%
イタリア	343,979	52%	12.1	-5%
スペイン	353,465	55%	15.3	8%
米国	310,964	62%	11.5	13%
カナダ	286,877	58%	12.2	4%
オーストラリア	334,891	43%	13.8	18%

※パッケージツアー参加費内訳を含むベース
(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

開が期待できよう。

一方で、人手不足で多くの宿泊施設が 100%稼働できない状況が続くなど、受け入れ態勢には問題が残る。また、コロナ前から、旅行客は一部地域に集中しがちであった（図表 8）。最近では集中度が若干緩和に向かう兆しも見えるが、受入余地の大きい東京はともかく、京都等では再びオーバーツーリズムが深刻化しつつある。人手不足は簡単に解決できる問題ではないが、外国人に不満の大きいパブリック Wi-Fi の普及不足等、まだまだ遅れている点が多い。また、地方にも優れた素材が数多くあるのは、日本人であれば知っているが、外国人にはまだまだ知られていない点も多いとみられる。リピーターが増えれば、都市から地方への流れは自然に出てくるとみられ、この点、インバウンド戦略の巧拙が地方創生の成否を握るファクターのひとつになる可能性もあろう。



※本レポートは、明治安田総合研究所が情報提供資料として作成したものであり、いかなる契約の締結や解約を目的としたものではありません。掲載内容について細心の注意を払っていますが、これによりその情報に関する信頼性、正確性、完全性などについて保証するものではありません。掲載された情報を用いた結果生じた直接的、間接的トラブルや損失、損害については、一切の責任を負いません。またこれらの情報は、予告なく掲載を変更、中断、中止することがあります。

●照会先● 株式会社 明治安田総合研究所 〒102-0073 東京都千代田区九段北3-2-11 TEL03-6261-6411