

新々貿易理論から考える港湾管理者のマーケティングとポートセールス

掲載誌・掲載年月：日刊 CARGO 201808

日本海事センター 企画研究部

専門調査員 渡邊 壽大

主任研究員 松田 琢磨

著者の一人は、前回「韓国海運事業者の再編とわが国地方港湾への影響」（本紙 6 月 7 日号）を寄稿し、韓国海運事業者の再編が進むなか、取扱貨物を確保するために日本の地方港にとってマーケティングとポートセールスが重要になることを言及した。むろん、ほとんどの地方港の港湾管理者がすでにポートセールスに加え、集荷のためのマーケティング活動、営業活動を行っている。われわれは、近年大きな進展を遂げた貿易に関する経済学の知見を参考にすることで、港湾管理者のマーケティング活動やポートセールスにくわえ、集荷・創貨にかかわる活動が、従来のものより効果的にできるのではないかと考えている。今回の寄稿では、新々貿易理論と呼ばれる、貿易に関する経済理論を紹介し、地方港の集荷・創貨活動への応用について検討する。

貿易に関する経済理論の進展

経済学では、国に関する集計データに基づいて政策の影響を中心に分析するマクロ経済学と、個別の経済主体の意思決定とその帰結を中心に分析するミクロ経済学に大別されることは多くの読者をご存知であろう。多国間の経済活動に関する分析は国際経済学と呼ばれるが、分析内容ごとに国際マクロ経済学と国際ミクロ経済学に分類されている。為替レートや集計量としての貿易収支、資本移動などについて分析を行う分野は、国際マクロ経済学または「国際金融論」が取り扱う分野であり、個別企業による輸出入や関税などの問題は国際ミクロ経済学、または「国際貿易論」と呼ばれる分野で研究が進んできた。

国際貿易論は、リカードの比較優位説を出発点に置く。比較優位説は、取引を行うそれぞれの経済主体が、機会費用の小さい財の生産に特化することでそれぞれの労働生産性を高め、交換を通じて高品質の財やサービスと高い利益・収益を享受・獲得できるという、分業・交換の利益の背景となる概念である。機会費用は選択にまつわるコストを意味しており、貿易に関していえば、ある製品を生産することで人的・物的資源を使ってしまうために生産をあきらめなければならなかった品目の価値に相当する。伝統的な国際貿易論では、比較優位説の概念をもとに、各国の輸出入構造は、各国における資本や労働など生産要素の存在状況に依存すると考える。たとえば資本が多くある国では、資本集約的な財の生産に比較優位があるため、資本集約財を輸出するようになり、労働者が資本に比べて多く存在する国では労働集約的な財の輸出が進むといったものである。これはヘクシャー・オリーンの定理として知られており、そのほかの伝統的な貿易理論の基礎となった。

しかしながら、伝統的な貿易理論は製品貿易を想定していることに加え、ある産業内の企業に関して、同じような生産技術を持っていると想定して分析が進められてきた。このことは先進国内または現在の東アジアで行われている、ある国が同じ種類の財の輸出と輸入を同時に行う産業内貿易の現象を説明することができなかった。これを背景に、1980年代、クルーグマンにより新貿易理論が提示され、消費者が様々な製品を消費できる多様性の利益と、企業の生産に関する規模の経済、輸送費用の存在が貿易のエンジンとなることを示した。新貿易理論は同じ製品を輸出入する産業内貿易については説明ができたものの、企業の規模の違いや技術については同様であることが仮定されており、同じ産業でも輸出を行う企業（輸出企業）と行わない企業（非輸出企業）がなぜ存在するかを説明できなかった。

新々貿易理論

21世紀に入ってから、企業の異質性を考慮して貿易活動を分析する「新々貿易理論」が勃興した。新々貿易理論では、企業間で技術水準や生産性が異なると考え分析を進める。輸出には海上輸送等に伴う輸送費用に加え、流通網の整備や取引先の開拓のために輸出に関する固定費用が掛かることを想定する。さらに、優秀な人材を探すための探索費用や採用のための審査費用、研究開発活動をすすめるための大規模な実験装置なども固定費用として計上される。新々貿易理論では、こうした固定費用を負担し、かつ、輸出から利益を生み出すことができるのは生産性の高い一部企業に限られると考える。これらの固定費用は支払えないものの市場に参入するためのコストを支払える程度に生産性の高い企業は国内市場にのみ供給を行う非輸出企業になる。新々貿易理論は資本関係のある企業間の貿易（企業内貿易）や海外直接投資についても説明を行えることがわかっている。

さらに、新々貿易理論は、近年のデータの大型化の動向に沿った分析ともリンクを見せている。これまで貿易に関する経済学的な分析、なかでも統計データを使用した計量経済分析では貿易統計など集計データが多く用いられてきた。しかし、近年は個別企業の取引データなどが利用しやすくなり、個別の取引データ（個票データと呼ばれる）を利用した研究が活発に行われるようになった。個票データを活用した分析によって、一国の中で輸出企業は極めて少ないこと、輸出企業の賃金は平均的に高いこと、輸出企業ほど研究開発活動が盛んであることが知られてきた。

商社や卸売業が輸出に果たす役割

新々貿易理論の考え方を前提にすると、一部の生産性の高い企業が輸出企業となる。しかし、輸出形態は企業によって異なり、自社製品を輸出する「直接輸出」だけでなく、商社など卸売業を通じて自社製品を「間接輸出」する企業もある。とくに日本では総合商社を中心として、後者の卸売業を通じた間接輸出が大きいとされる。

直接輸出と間接輸出の企業の選択について、中央大学の田中鮎夢准教授は、企業の生産性と輸出との関係を指摘している。企業が輸出を行うか、商社を通じた輸出を行うかは、生産

性に基づいて決定されるというものである。最も生産的な企業は直接輸出、中程度の生産性の企業は商社を通じた間接輸出を行う。生産性の低い企業は非輸出企業となる。非輸出企業より生産性が低く、売上高から総費用（固定費用と変動費用の合計）である利潤がマイナスとなる企業は市場から退出することになる。

直接輸出を行うか、間接輸出を行うかは生産性以外にも輸出に関する費用の違いが関係する。輸出先が異なる場合、輸出の固定費用も異なる。たとえば、米国とアフリカ内陸部への輸出を考えた場合、現地の商慣行や法制度などの情報取得や輸送ルートの開拓のしやすさを考えると、アフリカ内陸部への輸出の固定費用が大きくなることは想像できる。輸出が容易な国には自力で輸出できる企業も、輸出が困難な国には商社を通じて間接輸出した方が有利な場合もある。そのため、生産性が高い企業であっても商社を通じた間接輸出を行うこともある。

中程度の生産性を持つ企業が商社を通じた輸出が可能である理由は、商社が多くの国で販売網を構築しているためである。ほかの製品や商品を販売するために構築したネットワークで用いている設備や人員を共有できるため、輸出する財が1つ追加的に増えたとしても、商社の費用に大きな違いは生じない。一方で取扱品目や業種が増えることは、品目当たりの費用を小さくする効果がある。したがって、輸出企業が商社を利用して輸出を行うことは商社の利益拡大にもつながる。

このような議論を踏まえ、田中准教授は自力で直接輸出をいきなり始めるより、間接輸出の方が比較的容易であるため、輸出企業を増やすためには、現在輸出を行っていない企業と商社などの卸売業のマッチングを図って間接輸出を促進することが輸出企業の増加に資すると指摘する。また、南米やアフリカと言った輸出困難地域への輸出に関しては商社など卸売業の機能を活用すべきと述べている。

臥龍企業の存在

他方、輸出企業を増やすためには、その候補となる企業がなければならない。新々貿易理論の想定から言えば、輸出を行うのは生産性が高い企業である。しかしながら、生産性の高い企業が輸出企業であるとは限らないことも知られている。早稲田大学の戸堂康之教授は日本企業の全要素生産性を算出し、輸出行動との関係を分析した。全要素生産性は、TFPとも呼ばれ、財の生産に関して、大きな要素である労働力の投入量と機械や設備などの資本投入では説明できない要因であり、通常、技術水準を反映したものとみなされる。戸堂教授は、日本にはTFPは高いが輸出を行っていない企業が数多くあることを指摘し、それらを「臥龍企業」と名付けている。臥龍企業は日本に2,000社程度、どの産業においても中小の臥龍企業があることを指摘している。

また、戸堂教授は、企業が海外との取引を始めたり、海外進出を行う国際化の決定要因の

分析をしており、生産性、規模および産業による違いで10%、従業員の中に占める大学以上の卒業者の割合、経営者の海外との個人的つながり、海外情報の入手および企業のリスク回避に対する態度によって30%が説明できるとの研究結果を示している。この結果から、同教授は臥龍企業が輸出を行っていない理由として情報不足と、リスク回避的な態度を挙げ、臥龍企業の国際化を促進するため、海外市場の情報の獲得や海外での取引ネットワークの構築を促進しうる政策の必要性を主張している。

新々貿易理論とポートセールスとマーケティング

上記の新々貿易理論を踏まえた輸出企業の特徴に関する議論は港湾管理者が行うマーケティングやポートセールスを進めるうえでもなんらか参考になるものと思料される。地域経済の活性化には、所得水準が高い輸出企業が地域内にあることの意義は大きい。一方どのような産業でも、生産性が高いにもかかわらず輸出を行っていない中小の臥龍企業が存在することが知られている。このような状況下において地方港の管理者は地域の産業立地にかかわる部署、産業振興に関する部署、さらには地方銀行や信用金庫などの地方金融機関とも手を携えて、臥龍企業による輸出を促進できるよう取り計らうことが重要であると考えられる。

臥龍企業の発掘にあたっては、2016年度の通商白書でも行われているように各企業の財務諸表や個票データを使って生産性を計算する方法がある。データ入手ができれば、各地方にある大学にいる、計量経済学での分析を行う研究者に協力を仰ぐことで比較的容易にできるのではないかと考えられる。

また、臥龍企業への情報提供や、輸出手続きを担う卸売業者や国際物流のコーディネーターであるフォワーダーのマッチングも望まれる。2015年に行われた帝国データバンクの調査でも、非輸出企業が商社・卸売業者を活用しない理由で最も多かったのが、「自社に適した卸売業者を見つけられない」となっており、両者のマッチングは輸出の活性化に資するものと考えられる。

各港湾管理者はポートセミナーを積極的に実施するなど、港湾のメリットについて広報活動を行っているが、本寄稿が港湾関係者以外にも、産官学幅広い範囲の人々が協力し、地域のさらなる活性化のための方策を探っていくための参考になれば幸いである。