



<論説>子会社を通じたアメリカのサービス貿易

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2009-08-25 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 浅羽, 良昌 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24729/00001290

子会社を通じたアメリカのサービス貿易

浅羽良昌

1 はじめに

アメリカにあっては財貨の収支が1874年から1970年にかけておよそ100年にわたり黒字を経験した後、1971年以降今日に至る迄赤字基調が継続している。これに対しサービス収支は逆に1850年代以降1970年にかけて赤字を記録した後、1971年以降現在に至る迄黒字トレンドを辿っている。アメリカ商務省経済分析局のデータによると2001年現在財貨の収支の赤字額は4,271億6,500万ドルに対し、サービス収支の黒字額は688億7,500万ドルに達し、経常収支の赤字幅の縮小に唯一貢献している。

こうした事態は、農業財・工業財の輸出を経て今やアメリカがサービスの輸出に限りなく優位を誇る貿易構造に大きく転換したと言われる所以の一つである。この優位が国際的に名実ともに確立したのは意外とおそく1980年代後半から90年代初頭のことであった。サービス大国アメリカの誕生時期と言ってよい。

ところで、こうした統計表では財貨の貿易と比較しサービス貿易の実態がしばしば過小に評価されていると言われている。それは、この統計表では輸送や保険サービスを除き基本的には分離されたサービスだけを考慮したサービス取引の計測に努めており、財貨に直接もしくは間接に体化されたあるいは投入されたサービスという形でのサービス貿易の把握にまで至っていない、ないしは実質的にはそのことが不可能であるということによる。サービスを投入した財貨の価格を、財貨そのものの価格とサービスの価格とに分離・独立できれば、サービス貿易の実数額がよりリアルに計測できるはずであるが、現実にはそうはなっていないからである⁽¹⁾。

しかも、この統計表によるサービス収支の実態はあくまでも国境を超えたクロスボーダーの対外受取・支払動向を明らかにしたものにすぎず、それ故に海外に進出したアメリカ系在外子会社による現地におけるサービス販売（輸出）額や、外国系在米子会社からのアメリカのサービス購入（輸入）額の動向については全く対象から除外されている。アメリカの企業が全世界にグローバルに展開する一方、外国の企業がアメリカに限りなく進出し、しかもそれぞれが情報、金融・保険、専門・科学・技術のようなサービスの分野で重要な役割を果た

している昨今にあっては、これらの動向をできるだけリアルに測定できなければアメリカのサービス貿易の実態をより正確に把握することはおよそ不可能に違いない。ましてアメリカ系海外子会社による現地でのサービス販売（輸出）額は1996年以降既述したクロスボーダーのサービス受取（輸出）額を上回るとともに、年々その格差が拡大傾向にあることに鑑みればなおさらである。

そこで本稿では、同じくアメリカ商務省発行の *Survey of Current Business* に掲載されている U.S. International Services の中のアメリカ系在外子会社の現地でのサービス販売額と外国系在米子会社からのアメリカのサービス購入額にかかわるデータを詳細に分析することにより、アメリカのサービス貿易のもう一面を明らかにしたい。M. Borga と M. Mann はこのデータを利用してすでに一部優れた成果を達成しているが⁽²⁾、項目別・地域別・国別のサービス販売・購入額そして収支を分析しながらアメリカのサービス貿易の特徴を必ずしも明示するまでには至っていない。関下稔はアメリカにおけるサービス経済化の波とその優位性の確立を、二つの形態のサービス貿易を分析しながら検討しているが⁽³⁾、Borga と Mann 同様アメリカのサービス貿易の特徴を明白にしえていない。なお、*Survey of Current Business* にくわえ IMF や OECD そして WTO のデータに基づきクロスボーダーのサービス貿易の国際比較を検討した上で、アメリカのサービス貿易の特徴の一端についてはすでに論じたので⁽⁴⁾、ここではこれらと比較する上で若干ふれるものの論点の中心はもっぱら既述したところにある。あらかじめ断わっておかねばならない。

2 クロスボーダーと子会社を通じたサービス取引

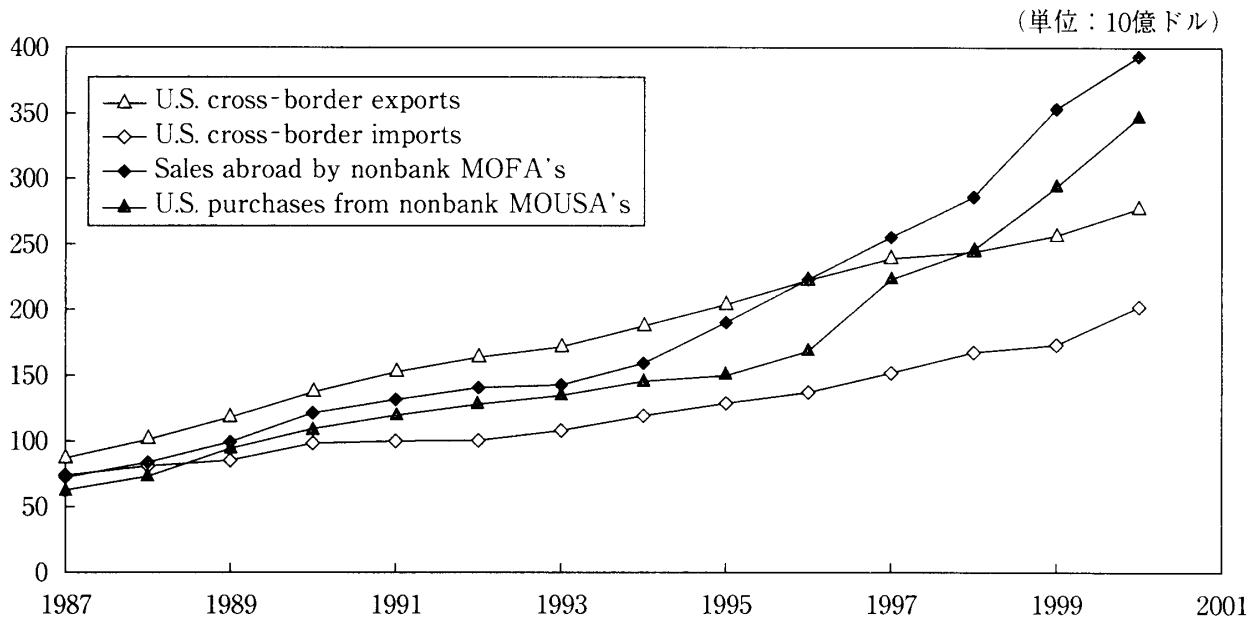
アメリカにおけるクロスボーダーによるサービス貿易のデータが一応確認できるのは1790年からのことであるのに対し、子会社を通じたサービス取引に関するデータはそれより180年近くおくれた1986年以降のものしかない。しかも後者の点については、何よりもアメリカ企業の海外進出とならび外国企業のアメリカへの浸透がある程度実現した結果を経て漸くデータの収集・整理が本格化したことによる⁽⁵⁾。ただしデータはあくまでも多数株支配の非銀行子会社に限られていることに注意されたい。ところで、アメリカ以外の国にあっては依然としてこのような形のサービス取引の実態把握に関するデータの収集そして公表にまで至っていないし、ましてクロスボーダーのサービス収支や財貨の収支を含む国際収支に関し、体系的・統一的なデータを各国別に作成している IMF はもとより OECD や WTO にしてもその試みはみられない。それ故に、国際比較が可能となるクロスボーダーのサービス貿易とは異なり、子会社を通じたサービス取引に関する国際比較研究は現在のところなかなかむずかしい。

まずは定量的にクロスボーダーと子会社を通じた、いわゆる二つのタイプのサービス輸出（販売）・輸入（購入）額をみてみよう。それを示したのが図1である。ここでいうサービス貿易とは基本的には政府サービスをのぞく民間サービス貿易をさしている。ところで、以下、前者のクロスボーダーのサービス取引の収支を通常一般に呼ばれているように、サービス収支、後者の取引の収支をサービス販売・購入収支として区別することにする。

いずれの収支もともに一貫して黒字傾向を示している。アメリカがサービス分野において世界一の競争力を有していることを裏付ける一つの証拠であることは間違いない。クロスボーダーのサービス輸出額と子会社を通じたサービス販売額とをみると、1996年に至り後者がはじめて前者を上回り、アメリカ系海外子会社の現地でのサービス販売額が大きく増加していることがうかがえる。他方、クロスボーダーのサービス輸入額と子会社を通じたサービス購入額をみると、後者が前者を上回った時期は意外と早く1989年のことであり、外国系在米子会社からのアメリカのサービス購入額が今や極めて大きな位置をしめていることがうなずける。アメリカ経済への外国系在米子会社の浸透度がうかがえる。

こうした動向からしても、子会社を通じたサービス販売・購入額そしてその収支を理解せずして、アメリカサービス貿易の全体を把握することはおよそ至難のわざといえる。

図1 アメリカの民間サービス貿易



(出所) *Survey of Current Business*, October 2002より作成。政府サービスを除く民間サービスをさす。MOFAはアメリカ系在外子会社、MOUSAは外国系在米子会社

3 子会社を通じたサービス取引

それでは、2000年における子会社を通じたサービス販売・購入額およびその収支をみてみよう。その前に簡単にクロスボーダーのサービス収支を概観してみよう。表1をみられたい。サービス収支の大項目としては旅行、旅客運賃、その他輸送（ここでは旅客運賃とその他輸送を一括してしばしば輸送と呼ぶ）、特許等使用料そしてその他民間サービスより構成されており、その中で輸送のウェイトが漸次縮小傾向にあるのに対し、旅行と特許等使用料そしてその他民間サービスの項目、とりわけその他民間サービスのウェイトが徐々に増加しているところに特徴がある⁽⁶⁾。

このことは、知的所有権への対価である特許等使用料とともにその他民間サービスの中核を構成するコンピュータ・データ処理やリース等の企業・専門・技術サービスをはじめとして金融、保険、通信、教育等にみられるような、情報化と密接にかかわった知識・情報産業に属する分野の著しい成長の反映である。と同時に伝統的な旅行や輸送が輸出（受取）ベースで依然として48.0%に達していることが注目される。

ところで、植民地時代以来1870年代まで基本的に黒字を記録していたかつてのサービス分野の大黒柱・エースともいべき輸送が、1919年から21年、40年から58年そして89年から97年を除き全般に赤字トレンドに傾斜している⁽⁷⁾。貨物輸送の自国籍船利用率や航空旅客・貨物輸送の自国籍便利用率の低下を映し出したものであるが、それはまた人件費を中心とするアメリカのコスト高により海上輸送はもとより航空輸送における比較優位が、とりわけ前者にあっては根底より揺るがされた結果でもあった。これに対し、その他民間サービスや特許等使用料そして旅行はトータルとして大幅な黒字を稼ぎ出しており、今やこの分野のサービスがアメリカ経済を貿易の面から強力にサポートしていることは間違いない。なお、旅行収支の黒字体質とは、アメリカ人海外旅行者数よりも訪米外国人旅行者数が圧倒的に多いことを示唆している。

これに対しサービス販売・購入額および収支を示したのが表2である。大項目は、北アメリカの産業分類NAICS (North American Industry Classification System) に基づき製造業、卸売、小売、情報、金融・保険、不動産、専門・科学・技術そしてその他から構成されている。ところで、この産業分類は1987年以來のSIC (Standard Industrial Classification) に代わって97年から改訂・採用されたものであるが、これに沿った形で集計された販売額は99年、購入額は97年からそれぞれ記録されるようになった。したがって、大項目別・項目別の長期的・統一的な数値は残念ながらえられず、過去の推移をみようとすればSICによって89年から96年、あるいはNAICSによって99年から2000年のデータしかえられない⁽⁸⁾。

販売額ベースでは金融・保険（25.9%、そのうち金融9.8%、保険16.1%）が全体でトッ

表1 アメリカの民間サービス収支（2000年）

（単位：100万ドル，％）

	輸 出（受取）		輸 入（支払）		収 支
	金 額	比 率	金 額	比 率	
旅行	82,267	29.6	64,788	32.1	17,479
旅客運賃	20,760	7.5	24,306	12.0	-3,546
その他輸送	30,137	10.9	41,598	20.6	-11,461
特許等使用料	39,607	14.3	16,115	8.0	23,492
その他民間サービス	104,707	37.7	55,253	27.3	49,454
親会社	19,846	7.3	13,433	6.6	6,413
子会社	12,734	4.6	12,538	6.2	196
教育	10,348	3.7	2,052	1.0	8,296
金融	16,307	5.9	4,472	2.2	11,835
保険	2,050	0.7	8,175	4.0	-6,125
通信	4,756	1.7	5,473	2.7	-717
企業・専門・技術	24,373	8.8	8,636	4.3	15,737
広告	551	0.2	923	0.5	-372
コンピュータ・データ処理	3,050	1.1	922	0.5	2,128
建設・工学・建築	2,275	0.8	518	0.3	1,757
データベース・その他情報	2,165	0.8	178	0.1	1,987
機器取り付け・保守・修理	3,931	1.4	822	0.4	3,109
法律サービス	3,232	1.2	874	0.4	2,358
経営コンサルタント	1,751	0.6	755	0.4	996
メディカル・サービス	1,501	0.5	n.a.	-	-
リース	2,890	1.0	187	0.1	2,703
合 計	277,478	-	202,060	-	75,418

（出所）Survey of Current Business, October 2002より作成。n.a.は利用不能。

プをしめ、専門・科学・技術（17.7%）、情報（16.8%）、卸売（4.8%）、不動産（2.9%）、製造業（2.4%）、小売（0.3%）となっている。その他は29.1%に達しているが、公益事業（電気・ガス・下水設備サービス、10.0%）、輸送（5.2%）、管理・支援サービス（4.4%）、住宅・飲食（4.1%）が続いている。金融・保険、専門・科学・技術、情報そして公益事業等のサービスが大きなウェイトをしめていることが判明する。金融・保険サービスとならび知識・情報産業に関係する分野にアメリカのサービス販売が集中・特化している。なお、情

表2 子会社を通じたアメリカのサービス販売・購入収支（2000年）

（単位：100万ドル，％）

	販 売 額		購 入 額		収 支
	金 額	比 率	金 額	比 率	
製造業	9,532	2.4	41,593	12.0	-32,061
コンピュータ・電子	5,839	1.5	8,088	2.3	-2,249
卸売	18,809	4.8	10,244	3.0	8,565
小売	1,104	0.3	409	0.1	695
情報	66,038	16.8	47,977	13.8	18,061
出版	14,432	3.7	17,542	5.1	-3,110
映像・音楽	8,915 ①	2.3	12,439	3.6	-3,524 ①
放送・通信	28,036	7.1	13,009	3.8	15,027
情報サービス	4,311	1.1	4,683	1.4	-372
金融・保険	101,843	25.9	107,392	31.0	-5,549
金融	38,633	9.8	28,195	8.1	10,438
保険	63,210	16.1	79,197	22.9	-15,987
不動産	11,427	2.9	18,150	5.2	-6,723
専門・科学・技術	69,696	17.7	25,836 ①	7.5	43,860
建築・工学	11,268	2.9	4,170	1.2	7,098
コンピュータ・システム・デザイン	28,073 ①	7.2	4,209	1.2	23,864 ①
管理・科学・技術コンサルティング	8,012 ①	2.0	3,531	1.0	4,481 ①
科学・研究・開発	2,700	0.7	701	0.2	1,999
広告	8,753	2.2	12,068	3.5	-3,315
その他	114,335	29.1	95,068	27.4	19,267
公益事業	39,187	10.0	21,899	6.3	17,288
建設	711 (1)	0.2	2,102	0.6	-1,391
輸送	20,348	5.2	23,933	6.9	-3,585
管理・支援サービス	17,164	4.4	18,003	5.2	-839
ヘルスケア・介護	614	0.2	5,656	1.6	-5,042
住宅・飲食	16,265 ①	4.1	15,380	4.4	885 ①
合 計	392,784	-	346,669	-	46,115

（出所）Survey of Current Business, October 2002より作成。①は全地域が判明しないが、最低でもこの額に達する数値を示す。(1)は1999年の数値を示す。合計はそれ故に一致しない。

報では放送・通信が大きな位置をしめ、出版や映像・音楽が続いているのに対し、専門・科学・技術ではコンピュータ・システム・デザインや建築・工学のウェイトが大きい。金融と保険の大項目では保険が金融を圧倒しているのが際立っているが、このことは既述したように、統計上銀行のデータが排除されていることと無関係ではあるまい。反面、卸売、小売はもとより製造業と不動産のウェイトが極端に小さいことが注目される。

購入額ベースでは最も大きい大項目は金融・保険（31.0%、そのうち金融8.1%、保険22.9%）であり、以下、情報（13.8%）、製造業（12.0%）、専門・科学・技術（7.5%）、不動産（5.2%）、卸売（3.0%）、小売（0.1%）と続いている。輸送（6.9%）、公益事業（6.3%）、管理・支援サービス（5.2%）からなるその他は27.4%である。金融・保険のウェイトが3割を超えている上に、製造業の比率が12.0%の比率に達しているところにサービス購入額の特徴がうかがえる。製造業の全販売額にしめるウェイトがわずか2.4%であることと比較すると、製造業の購入額のこの比率はいかにも大きい。また、大項目金融・保険に属する項目保険の購入額にしめる比率は販売額にしめる保険の比率と較べるとさらに大きい。このことは、販売・購入額の収支にあつて赤字を示唆する数値となっている。金融と保険の関係では販売額と同様購入額にあつても保険のウェイトは金融よりもはるかに大きい。

情報が13.8%とそれなりのウェイトをしめしているのに対し、専門・科学・技術の比率が7.5%にしかすぎず、この分野におけるアメリカの外国系在米子会社からの購入が余り進んでいないことを暗示している。専門・科学・技術のサービスはもっぱらアメリカ企業により供給されていることが看取できる。情報にあつては出版が、専門・科学・技術にあつては広告がそれぞれ比較的大きな比重をしめている。

次に、販売・購入収支についてみてみよう。最大の販売超過（黒字）を誇っているのは専門・科学・技術であるが、コンピュータ・システム・デザインがその圧倒的中核を形成し、建築・工学と管理・科学・技術コンサルティングが続いている。この中で赤字を記録しているのが項目でみると広告であるが、ヨーロッパ系在米子会社からの購入超過が原因である。なお、大項目に関する販売・購入収支のそれぞれの原因については後段において漸次説明する。情報もまた黒字を達成しているとはいえ、それはもっぱら放送・通信の項目によるものであり、他の項目である映像・音楽、出版、情報サービスはいずれも購入超過（赤字）に陥っている。映像・音楽についての詳細なデータはないが、出版と情報サービスの赤字はヨーロッパ系在米子会社からの超過購入による。

卸売と小売もともに黒字を達成しているが、製造業、金融・保険、不動産はマイナスを記録している。ただ、金融・保険のトータルが赤字であるとはいえ、金融は黒字なのに対し保険は赤字である。伝統的に優位を誇るヨーロッパそしてカナダの保険会社がアメリカへ大挙して進出していることを裏付けている。その反面、アメリカの金融機関がヨーロッパを中心

に浸透しつつ大健闘している姿がかいまみえる。

製造業サービスが大幅な赤字に陥っているのは、近年におけるモノ作りアメリカの強さの翳りを象徴的に示す一指標といえる。これはまた、製造業関連の外国多国籍企業のアメリカ市場への魅力が同じく製造業関連のアメリカ多国籍企業の外国市場への魅力よりも圧倒していることを示唆している。不動産のマイナスとは外国系在米子会社によるアメリカの不動産購入が活発になされたことを示したものである。なお、その他の大項目はトータルとしては大幅な販売超過を達成しているが、それはもっぱら公益事業によるものであり、ヘルスケア・介護、輸送をはじめ他の項目は全般に購入超過となっている。ヘルスケア・介護はカナダ系在米子会社、輸送はカナダと日系在米子会社からのサービスの購入に基づく。

こうして、販売・購入額そしてその収支からみて、子会社を通じたサービス貿易は製造業、保険、不動産に購入超過がみられるが、情報、金融、専門・科学・技術さらに公益事業の分野では大幅な販売超過がみられ、アメリカ系海外子会社によるサービスの供給・販売が知識・情報産業を中心にいかに伸びているかがうかがえる⁽⁹⁾。このことは、クロスボーダーのサービス収支にあって特許等使用料（モノ作りの技術にくわえテーマパークに関する権利・技術指導料や、本とコンピュータ・ソフト等の著作権に関する権利の使用料）や、保険を除くその他民間サービス（教育、金融、企業・専門・技術）に代表される知識・情報・専門技術サービスにおいて莫大な黒字を稼ぎ出していることと軌を一にしているといえよう⁽¹⁰⁾。

表3 子会社を通じたアメリカの地域別・

	全 世 界			カ ナ ダ		
	販 売	購 入	収 支	販 売	購 入	収 支
製 造 業	9,532	41,593	-32,061	1,960	1,394	566
卸 売	18,809	10,244	8,565	2,998 ⁽¹⁾	139	2,859
小 売	1,104	409	695	62 ⁽¹⁾	22	40
情 報	66,038	47,977	18,061	3,779	10,167	-6,388
金 融 ・ 保 険	101,843	107,392	-5,549	8,105	16,753	-8,648
金 融	38,633	28,195	10,438	3,456	4,376	-920
保 険	63,210	79,197	-15,987	4,649	12,377	-7,728
不 動 産	11,427	18,150	-6,723	1,545	2,887	-1,342
専 門 ・ 科 学 ・ 技 術	69,696	25,836	43,860	5,007	1,537	3,470
そ の 他	114,335	95,068	19,267	13,228 ⁽¹⁾	18,429	-5,201
合 計	392,784	346,669	46,115	44,317	51,328	-7,011

(出所) Survey of Current Business, October 2002より作成。Dは開示不能。(1)は1999年の数一致しない。

今やアメリカのサービス供給・販売の主役は、販売・購入収支では購入超過とはいえ、販売額の大きい保険をくわえた金融、情報、専門・科学・技術等に代表される知識・情報産業であり、製造業サービスや不動産は脇役になりつつあるといえよう。

それでは次に大項目にそって地域別のサービス販売・購入額およびその収支をみてみよう。細目別のデータもあるが、すでに必要な限りにつき言及してきたのでここでは割愛した上で、それを示したものが表3である。販売額の多い地域より順に記せば、ヨーロッパ(52.1%)、その他(オーストラリア・日本等、23.8%)、ラテン・アメリカとその他西半球(12.8%)、カナダ(11.3%)となっている。ヨーロッパにおける販売では情報、専門・科学・技術、金融そしてその他の大項目に属する公益事業や管理・支援サービス、保険のウェイトが高く、カナダでは保険、公益事業、専門・科学・技術、情報、金融が上位をしめている。オーストラリア・日本等のその他における販売では保険、専門・科学・技術、情報、金融、その他の大項目に属する輸送のウェイトが高く、ラテン・アメリカとその他西半球では保険、情報、専門・科学・技術、公益事業が続いている。

他方、購入額の多い地域ではヨーロッパ(67.3%)、カナダ(14.8%)、その他(オーストラリア・日本等、13.9%)、ラテン・アメリカとその他西半球(4.0%)である。

したがって、販売・購入額ともどもヨーロッパが断トツの大きさをしめているが、なかでも購入額のウェイトは7割に近づきつつあり、アメリカ側の超過購入を暗示している。販売

大項目別サービス販売・購入収支(2000年)

(単位:100万ドル)

ヨーロッパ			ラテンアメリカとその他西半球			その他 (オーストラリア・日本等)		
販売	購入	収支	販売	購入	収支	販売	購入	収支
5,598	31,853	-26,255	1,218	D	-	756	3,873 ⁽¹⁾	-3,117
8,602	4,348	4,254	1,098	165	933	D	5,592	-
19	203	-184	28	D	-	D	D	-
39,917 ⁽¹⁾	24,750	15,167	10,914	D	-	9,661 ⁽¹⁾	8,454 ⁽¹⁾	1,207 ⁽¹⁾
43,284	85,396	-42,112	15,573	2,268	13,305	34,881	D	-
24,305	21,600	2,705	3,538	67	3,471	7,335	D	-
18,979	63,795	-44,816	12,035	2,201	9,834	27,547	D	-
7,758	7,616	142	996	935	61	1,127	6,585	-5,458
39,310	21,831	17,479	5,603	316	5,287	19,775	1,959	17,816
60,394 ⁽¹⁾	57,286	3,108	14,846	4,564	10,282	D	14,507	-
204,815	233,282	-28,467	50,277	13,971	36,306	93,375	48,088 ^①	45,287

値。①は全世界の購入額から判明する他の地域の購入額を差し引いた額である。合計は当然ながら

額ではオーストラリア・日本等のその他が比較的大きな比重をしているのと対照的に、購入額のウェイトは必ずしも大きくない。むしろカナダからの購入額が販売額と対比し意外と大きい。ラテン・アメリカとその他西半球との取引では販売額のウェイトと比較すると購入額のウェイトは小さく、オーストラリアや日本等のその他と類似のトレンドを示している。アメリカ側の販売超過が暗示される。

したがって、ヨーロッパとカナダとの取引における購入超過（赤字）を、それを上回るオーストラリア・日本等のその他ならびにラテン・アメリカとその他西半球との大幅な販売超過（黒字）によって、トータルとして販売超過を達成しているところにアメリカの子会社を通じたサービス取引の特徴がある。ヨーロッパやカナダ企業と対比し、オーストラリアや日本そしてラテン・アメリカ地域における企業のアメリカ進出が依然として低迷・停滞していることの反映と言ってもよい。

販売超過となっているオーストラリア・日本等のその他と、ラテン・アメリカとその他西半球との取引状況を大項目・項目別にそって検討すれば次の通りである。ただし、両地域とのデータでは開示不能部分が多く、全体をつきあわせた結果に基づいて判断したケースがある。対オーストラリア・日本等のその他との取引にあって販売超過となっているのは保険、専門・科学・技術、情報に対し、不動産と製造業そして卸売の分野では購入超過となっている。数値が明示されている専門・科学・技術の販売超過額が保険とともに一際大きい。反面、数値としては小さい製造業と不動産の購入超過はこの地域からアメリカへの進出が順調に進行したことを暗示している。なかでもアメリカ全体における不動産購入超過の約8割がこの地域からの購入によるものであることは注目に値する。

対ラテン・アメリカとその他西半球との取引では保険、専門・科学・技術、公益事業、金融、卸売をはじめ全般にわたり販売超過となっている。これらの地域へのアメリカ系在外子会社の浸透ぶりが判明する。

次に購入超過となっているヨーロッパとカナダとの取引についてみなければならないが、カナダとの取引については後述する対国別の状況を分析するところで明らかにしたい。対ヨーロッパとの取引では専門・科学・技術、情報、公益事業、卸売、金融において販売超過となっているが、保険と製造業における購入超過額は極めて大きく、それがトータルとしてアメリカ側の購入超過となっている。ヨーロッパ系保険ならびに製造業、とりわけ保険の在米子会社がアメリカ経済に浸透している状況をうかがわせる結果となっている。歴史の蓄積もあり圧倒的に強いヨーロッパ系保険会社の実力を示すデータと言える。それに対しアメリカ側の販売超過となっているのは、やはり専門・科学・技術や情報の分野である。卸売もまたアメリカ側のプラスであるが、これには精密機器販売サービスが主要な原因である。

こうして、ヨーロッパと後述するカナダとの取引における購入超過を、それを上回るラテ

ン・アメリカとその他西半球ならびにオーストラリア・日本等を含むその他との取引における販売超過によって大幅な黒字を形成していることが判明できた。

その点、クロスボーダーにおける地域別のサービス収支ではいずれの地域との取引においてもアメリカ側の黒字であることからして、二つのタイプのサービス取引にあってバランスはおのずと異なる。それは、一つにはヨーロッパやカナダにおける系列企業とのサービス取引（財貨貿易における企業内貿易に相当する）が全般にアメリカ側の黒字であることにもよる。

次に、アメリカの対国別の大項目にそった販売・購入額ならびにその収支をみてみよう。次頁の表4にそれを示した。販売額の多い国はイギリスが25.8%でトップであり、以下、11.3%のカナダ、8.5%の日本、7.4%のドイツそして4.9%のフランスとなっている。イギリスにおける販売ではその他の大項目に該当する公益事業を筆頭に金融、保険、情報のウェイトが高い。カナダでは保険と公益事業への販売がベスト2をしめ、専門・科学・技術、情報、金融が上位をしめている。日本では保険が断トツの大きさをしめ、情報、金融が続いているが、後二者は必ずしも大きくない。ドイツでの販売では大項目のその他に所属する管理・支援サービスのウェイトが高く、以下、専門・科学・技術や情報、不動産となっている。

他方、購入額の多い国は21.1%のイギリスが14.8%のカナダ、12.6%のドイツ、8.7%のフランス、8.2%の日本を大きくリードしている。販売・購入額ともどもイギリスが他国を圧倒するも、そのイギリスをカナダが追っている。日本への販売額のウェイトが大きい一方、日系在米子会社からの購入額のウェイトは小さい。それに対し、ドイツ、フランスへの販売額のウェイトが小さいにもかかわらず、両国系の在米子会社からの購入額のウェイトは比較的大きい。

以上のことを反映した結果、国別の販売・購入収支では販売超過（黒字）を達成しているのは対イギリスと日本であるのに対し、購入超過（赤字）を記録しているのは対ドイツ、フランス、カナダである。ドイツ、フランス、カナダにおける赤字をイギリスと日本とにおける黒字によって補いつつ、対5カ国との取引ではトータルとして若干の黒字を維持していることがうかがえる。

販売超過となっているイギリスと日本との取引状況を大項目・項目別にそって検討すれば次の通りである。対イギリスとの取引にあって販売超過となっているのは金融と公益事業あるが、その反面保険と製造業そして情報では赤字を記録している。伝統的に強いイギリスの保険との取引では赤字は十分に予想されるが、情報における赤字はその額がわずかであるとはいえ意外であり、各国別では対イギリスが例外中の例外である。これには出版サービスの購入超過が寄与している。イギリス系の出版在米子会社のアメリカ経済への浸透がうかがえる。金融における大幅な黒字は、ロンドンにおけるアメリカ金融機関の在外支店の集中的設

表4 子会社を通じたアメリカの国別・

	カナダ			フランス		
	販売	購入	収支	販売	購入	収支
製造業	1,960	1,394	566	710	2,565	-1,855
卸売	2,998 ⁽¹⁾	139	2,859	1,409	43	1,366
小売	62 ⁽¹⁾	22	40	4	6	-2
情報	3,779	10,167	-6,388	2,674	820	1,854
金融・保険	8,105	16,753	-8,648	1,443	8,891	-7,448
金融	3,456	4,376	-920	753	2,328	-1,575
保険	4,649	12,377	-7,728	689	6,563	-5,874
不動産	1,545	2,887	-1,342	1,587	477	1,110
専門・科学・技術	5,007	1,537	3,470	3,618	13,078	-9,460
その他	13,228 ⁽¹⁾	18,429	-5,201	7,846	4,217	3,629
合計	44,317	51,328	-7,011	19,291	30,098	-10,807

(出所) *Survey of Current Business*, October 2002より作成。※は50万ドル未満。Dは開示不

置からも容易に理解できよう。製造業の赤字はアメリカ企業のイギリスへの進出よりもイギリス企業のアメリカへの進出の方が多いいことを示している。

対日本との取引では卸売、製造業と、大項目のその他に属する項目の輸送と宿泊設備そして不動産以外はすべて販売超過である。その中において保険が莫大な金額に達しているのが注目される。日本に進出・活躍しているアメリカ系在日保険子会社を想起されたい。反面、卸売が44億900万ドルの赤字となっているのは日系在米自動車子会社による自動車販売サービスが主要な原因であり、同じく29億4,400万ドルの赤字となっている不動産は日系在米子会社によるアメリカの不動産購入によるものである。日系在米企業によるアメリカにおける不動産投資がいかに活発であったのかがうかがえる。製造業の赤字はおよそ予想されるところといえよう。

次に購入超過となっているドイツ、フランス、カナダについてみてみよう。ドイツとの取引においては専門・科学・技術サービス、小売と情報（直接にはデータ不足により把握できないが、ヨーロッパ全体における関係から判断できる）における販売超過以外はすべて購入超過となっている。その中において、保険、金融そして製造業の赤字額が他の大項目と比較し一際大きい。アメリカの市場においてこれら関連のドイツ系在米子会社がサービスを供給していることがうかがえる。

対フランスとの取引では、卸売、情報、不動産そして管理・支援サービス以外はすべて赤

大項目別サービス販売・購入収支（2000年）

（単位：100万ドル）

ド イ ツ			イ ギ リ ス			日 本		
販 売	購 入	収 支	販 売	購 入	収 支	販 売	購 入	収 支
2,717	5,481 ⁽¹⁾	-2,764	598	4,228	-3,630	124	3,510 ⁽¹⁾	-3,386
516	762	-246	1,579	2,120	-541	970	5,379	-4,409
6	0	6	※	26	-	0	70	-70
9,094	D	-	15,433	15,801	-368	3,336	1,737	1,599
6,846	14,369	-7,523	28,346	19,450	8,896	17,250	2,146	15,104
803	4,096	-3,293	18,158	3,971	14,187	2,874	1,475	1,399
6,043	10,273	-4,230	10,189	15,478	-5,289	14,376	672	13,704
581	2,052	-1,471	2,829	1,939	890	482	3,426	-2,944
4,839	351	4,488	D	5,440	-	D	1,260	-
4,382	6,366	-1,984	33,554 ⁽¹⁾	24,090	9,464	1,457 ⁽¹⁾	9,771 ⁽¹⁾	-8,314 ⁽¹⁾
28,981	43,767	-14,786	101,413	73,093	28,320	33,277	28,531	4,746

能。(1)は1999年の数値。合計は一致しない。

字に陥っているが、専門・科学・技術と保険、金融、とりわけ専門・科学・技術と保険の赤字額は大きい。残念ながら専門・科学・技術に属する項目別のデータが記載されていないためこの分野における実態を明らかにできないが、保険の取引にあっては保険の購入額ならびに収支額に鑑みて、フランス系在米保険子会社のアメリカ経済への浸透・躍進ぶりがうかがえる。

トータルとして購入超過となっているカナダとの取引では専門・科学・技術、卸売、製造業を除き赤字傾向にあり、なかでも保険と情報の金額は断トツに大きい。情報に関する詳細なデータが不足している状況下、これ以上立ち入った分析ができないが、保険のカナダ系在米子会社からの購入額はイギリス系のそれに次いで多い上に、収支額はイギリスを上回って最大である。世界一の保険市場アメリカをめざし日本以外の先進諸国の保険会社が競って上陸している状況下、カナダ系在米子会社による活躍が一步リードしている感がある。

こうして、ドイツ、フランス、カナダとの超過購入をイギリスと日本との超過販売で補完しつつ、トータルとして大幅な黒字を形成していることが判明した。この点、クロスボーダーの対5カ国の民間サービス収支では、フランスとの取引を除き（ただし、2000年には限ることであり、それ以外の年はアメリカ側の一貫した黒字）アメリカ側の黒字となっており、二つのサービス取引にあって異なる傾向がみられる。クロスボーダーの取引にあっては系列企業との取引に相当する親会社・子会社間の相互取引がかなり大きなウェイトをし

め、かつトータルで黒字を稼ぎ出していることが一因と考えられる。その意味でドイツ、フランス、カナダ、日本の4カ国はクロスボーダーよりも在米子会社を通じたサービス供給の方が主体となり、しかも有利となっている。日本の場合超過購入額はクロスボーダーの赤字額のおよそ3分の1にすぎない。イギリスはクロスボーダーの民間サービス収支の赤字額のおよそ6倍以上の超過購入額を子会社を通じて記録しており、上記の4カ国とただちに同列に扱うことはむずかしい。

ただしいずれにしても、これら5カ国の先進諸国にあってはアメリカ市場がサービス供給・販売地として魅力的であることにはかわりがなく、他方アメリカ側からすればこれら5カ国を含む全世界のサービス市場をめざしてアメリカの多国籍企業、すなわちアメリカ系在外子会社が浸透していることは明白である。全世界を対象としたその浸透度はいずれの国をも上回っており、しかもこのプロセスは1990年代の後半以降猛スピードで形成されてきたものといえる。

4 むすび

以上の検討からも明らかなように、子会社を通じたアメリカのサービス販売・購入額は1996年以降クロスボーダーのサービス輸出・輸入額を上回るとともに、その販売・購入収支はアメリカ側の大幅な販売超過（黒字）となっている。このことは、アメリカ多国籍企業が全世界に進出して現地でサービスを提供する一方、全世界の企業が世界一の大規模市場アメリカに進出・浸透してサービスを提供するも、その収支が全体としてみればアメリカ側の超過販売となっていることを意味する。地域別ではヨーロッパとカナダとの収支では購入超過、オーストラリア・日本等のその他と、ラテン・アメリカやその他西半球との収支では販売超過、トータルとしては大幅な販売超過が現実の姿である。

国別ではドイツ、フランス、カナダとの取引では購入超過なのに対し、それを補うかのようになりイギリスと日本との取引では販売超過となっている。アメリカ企業のヨーロッパとカナダへの浸透と比較し、ヨーロッパとカナダ企業のアメリカへの浸透の著しいことがうかがえるが、それでもアメリカ企業の全世界へのグローバルな進出が他国の追随を許さないものであることは販売超過額の大きさからも明らかである。

なお、販売額や販売超過額の大きさからみて、アメリカが最も得意としているサービス分野は専門・科学・技術、情報、金融にくわえ公益事業である。他方、保険と製造業、不動産業そしてヘルスケア・介護等が購入超過となり、劣位を代表する部門となりつつある。製造業と不動産については十分に予想できるとはいえ、保険の購入超過は意外の感がする。保険は販売額も大きい、それ以上に購入額も大きいところにアメリカの保険業界の特徴があり、

購入先はヨーロッパとカナダ系の在米子会社からである。この分野における優位はこの地域にあることの反映である。

しかしながら、既述した専門・科学・技術、金融、情報のサービスに代表される知識・情報産業におけるアメリカの優位は、クロスボーダーの民間サービス収支にあってもほぼ類似のトレンドを示しており、サービス貿易における優位がこの分野にあることはほぼ間違いなく、しかも子会社を通じたサービス販売（輸出）が今後益々拡大していくことは疑いえない。

注

- (1) 佐々波楊子・浦田秀次郎『サービス貿易』東洋経済新報社、1990年、第1章と第5章。佐和隆光『サービス化経済入門』中央公論社、1990年、第5章を参照せよ。
- (2) Maria Borga and Michael Mann, U.S. International Services—Cross-Border Trade in 2001 and Sales Through Affiliates in 2000, *Survey of Current Business*, October 2002, pp. 67-83.—
- (3) 関下稔「ポスト冷戦時代のアメリカ経済の特徴とその含意—グローバリズム再考」『立命館国際研究』13巻3号、2001年、119-156頁。
- (4) 拙著『サービス大国への挑戦—斜陽製造王国のゆくえ』ミネルヴァ書房、2002年。
- (5) アメリカの多国籍企業の海外への進出状況については、Raymond J. Mataloni, Jr. and Daniel R. Yorgason, Operations of U.S. Multinational Companies Preliminary Results From the 1999 Benchmark Survey, *Survey of Current Business*, March 2002, pp. 24-43. 外国系在米子会社のアメリカへの浸透状況については、William J. Zeile, U.S. Affiliates of Foreign Companies Operations in 2000, *Survey of Current Business*, August 2002, pp. 149-162. なお、アメリカの戦後における海外直接投資の推移については、R. Hackmann, *U.S. Trade, Foreign Direct Investments, and Global Competitiveness*, International Business Press, 1997.
- (6) 拙著『サービス大国への挑戦』第4章の「サービス大国アメリカの誕生」をみよ。
- (7) 拙著『アメリカ経済200年の興亡』東洋経済新報社、1996年。同『経済大国の盛衰300年』東洋経済新報社、1997年を参照せよ。
- (8) 過去の推移が判明するデータは、*Survey of Current Business*, October 1988, September 1990, 1992, 1993, 1995, November 1996, October 1997, 1998, 1999, 2000, November 2001, October 2002をみよ。
- (9) 夏目啓二『アメリカIT多国籍企業の経営戦略』ミネルヴァ書房、1999年、8-9頁。
- (10) ところで、クロスボーダーにおける保険の赤字は、アメリカ国内の保険会社が海外の保険会社へ再保険かけることにくわえ、リスクヘッジのためカリブやバミューダ等の中南米のタックスヘイブン（租税回避地）に進出した、アメリカ系保険子会社へ再保険かけることによる支払（輸入）増加が原因である。拙著『サービス大国への挑戦』58頁をみよ。