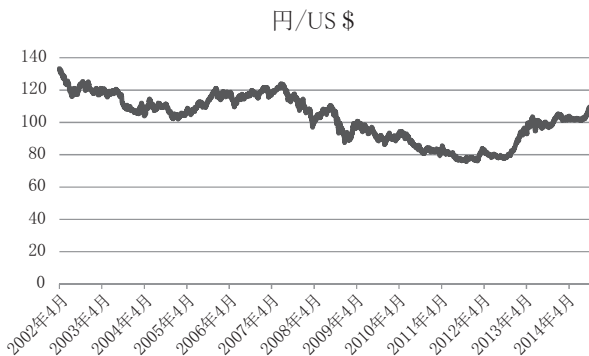


はじめに

今年、10月1日の東京外国為替市場は、米国経済の先行きへの期待感などから円を売ってUS\$を買う動きが強まり、円相場は6年1か月ぶりに1US\$=110円台まで値下がりした。以下にこの12年間の為替変動グラフを示す。



上記で示されるように、2011～2012年の77円をきった円高の時期から、徐々に円安が進んできた様子が分かる。今回は、この円安局面を受けてグローバルな視点を持つことの重要性を考えてみたい。

1. 米国の貿易赤字

米国商務省の発表データによれば、米国は慢性的な貿易収支の赤字が続いている。2013年は年間で4,764億US\$の貿易赤字であった。米国貿易収支の内訳をみると、観光などのサービス収支が2,253億US\$の貿易黒字である一方で、財（商品）収支は7,017億US\$の貿易赤字である。このなかで消費財の赤字が約半分を占めてもっとも大きく、次いで石油関連が約33%（2,321億US\$）と続く。最近のシェールガス革命により、石油関連の赤字額は減少傾向にある（2012年は39%であった）。

現在、米国のシェールオイル・ガスの生産量は引き続き拡大すると予想されており、石油関連の輸入依存度の低下や天然ガスの輸出拡大を通じ、貿易赤字の縮小をもたらすとみられている。同時に、米国内で生産する上で必要となるエネルギー価格の低下をもたらすことになり、米国への製造業回帰と言われる理由となっている。これは、米国貿易赤字の減少に今後寄与することになると十分予想できる。

2. 円\$為替変動の外国人にとっての意味

まず、米国での為替変動についての反応で言えば、米国で生産し、販売するものについて、ほとんど為替の変動を受けないことから、米国であまり意識されない。また、US\$を取引の基本とする国

にとっても、同様にあまり為替の影響を受けない。

円\$の為替変動について最も意識するのは、日本で製品を作り、海外へ輸出する日本の製造業であるが、海外でUS\$ベースの取引をする会社にとってみるとほとんど関係のない話となっている。このことを踏まえて、グローバルな販売戦略を考える必要がある。為替が落ち着いているときは問題ない価格戦略が、為替が大きく変動するときは、問題になることがある。たとえば、円で販売価格を決めている時に、円安になると、輸出する場合の\$価格が安くなる。一見安くなるのでよいと考えがちだが、そうとばかりも言えない。最近、海外に生産拠点を移している日本企業も増えており、円安は輸入価格の上昇につながることから、日本での販売価格を値上げせざるを得なくなっているケースを最近耳にする。

3. グローバルな視点による販売戦略

米国製造業復活、中国における賃金上昇、国際的地政学リスクなど、最近世界の情勢が変化している。少し前は、安い賃金を求めて中国などに生産拠点を移した企業が、さらに安い労働力求め新興国に拠点を移すか、いっそ大きな市場を見込める米国に工場を持つか、などを検討する企業もあると思うが、ここで考えていただきたいことがある。

日本企業の持つモノづくりのノウハウは職人技であり、世界に誇れるものである。一方で、日本国内では、人口減少・高齢化に直面し、技術の伝承において危機的状況が叫ばれている。日本でモノを作り続け、世界で必要とされる人にモノを提供する、それが日本の進む方向であるなら、日本に生産拠点をおき続けるべきではないか？そのうえで、US\$やユーロなどの外貨で販売価格や調達価格を決めることができれば、世界で大きな変化があっても耐えられる企業になることが可能となる。

おわりに

一度技術が途切れると復活するのは非常に難しい。日本のモノ作りやサービスが海外から必要とされていることを米国でもひしひしと感じる。今まで苦勞して築きあげた製造技術を将来に遺すために、今、日本の製造業の持続可能な国際化を推し進めるときであると思う。米国製造業の競争力回復によりUS\$の信認、ひいては国際金融システムの安定につながる効果も期待されている。今こそ、グローバルな視点で生産拠点、販売価格や調達価格を見直す時期に来ていると考えるゆえんである。