



RIETI Policy Discussion Paper Series 19-P-002

製造業の間接輸出に関する分析

占部 寿美子
経済産業省

齊藤 有希子
経済産業研究所



Research Institute of Economy, Trade & Industry, IAA

独立行政法人経済産業研究所

<https://www.rieti.go.jp/jp/>

製造業の間接輸出に関する分析♦

占部 寿美子（経済産業省）

齊藤 有希子（経済産業研究所）

要 旨

中小製造企業にとって、直接輸出を行うためのコスト負担は大きく、直接輸出を行う企業割合は非常に低い。そのため、直接輸出を行いやすくする支援は引き続き重要であるが、一方で、商社を経由する「間接輸出」が中小製造企業の外需アクセスを支える可能性が、既存研究により示唆されてきた。

本稿は、経済産業省「工業統計調査」、同「商業統計調査」、および同「商品流通調査」等の政府統計を用いて、我が国における間接輸出の量を明らかにすることで、中小企業および地方企業の輸出を間接輸出が支える現状を考察するものである。

主な発見事項は、1) 世界経済危機前と比較すると全体で間接輸出額は減少しているが、最近でも直接輸出より間接輸出に大きく依存している製造業種が多いこと、2) 製造事業者の所在地別で見ると地方の多くにおいて、輸出の中心は間接輸出となっていること、3) 中小企業比率が高い業種は、間接輸出利用割合が高い傾向があること、である。

上記事項は、間接輸出が、近年も、地方製造企業や中小製造企業の外需アクセスを支えていることを示唆する。

キーワード：間接輸出、中小企業、地方、製造業

JEL classification: F14, L14, L81, R10

RIETI ポリシー・ディスカッション・ペーパーは、RIETI の研究に関連して作成され、政策をめぐる議論にタイムリーに貢献することを目的としています。論文に述べられている見解は執筆者個人の責任で発表するものであり、所属する組織及び（独）経済産業研究所としての見解を示すものではありません。

♦ 本稿は、独立行政法人経済産業研究所（RIETI）におけるプロジェクト「組織間のネットワークダイナミクスと企業のライフサイクル」の成果の一部である。分析に利用した政府統計は、経済産業省「工業統計調査」、同「商業統計調査」、同「商品流通調査」、産業連関表（基本表）および延長産業連関表、さらに、総務省および経済産業省「経済センサス・活動調査」である。また、本稿の執筆にあたっては、中村良平教授（岡山大学大学院）、森田学准教授（青森中央学院大学）、伊藤匡教授（学習院大学）、新井園枝氏（経済産業研究所）ならびに経済産業研究所の方々から有益なコメントを頂いた。

1. はじめに

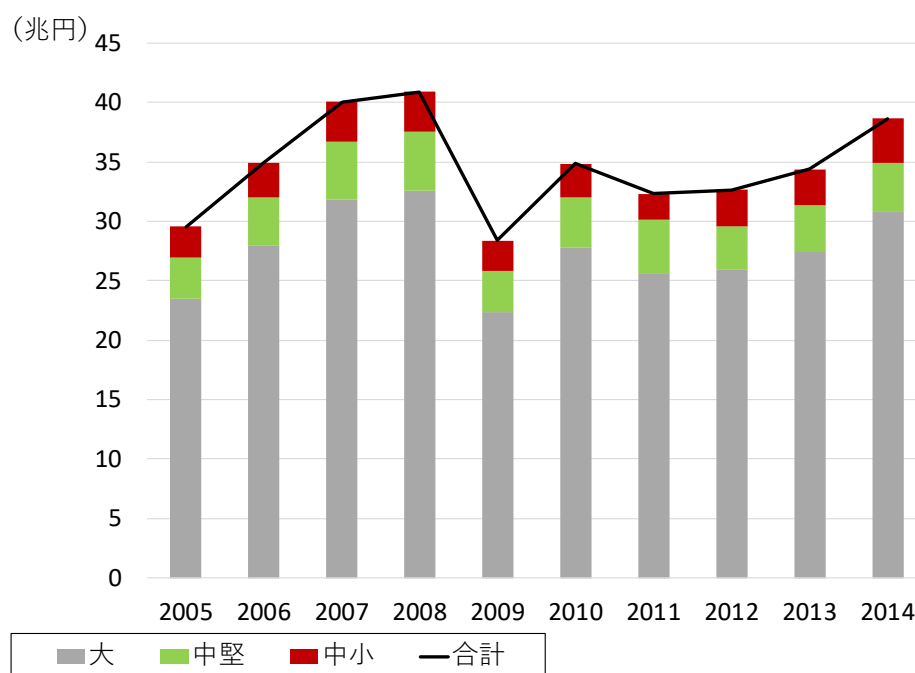
新興国における富裕層および中間層の拡大によって海外市場が大きく拡大すると同時に国内市場の縮小が進んでいる。そのような中、製造事業者が自ら輸出を行う直接輸出額については、2005年から2014年の10年間の間に30%以上も増加している（図1）。一方、中小企業の輸出額については、直接輸出額全体のわずか10%であり、さらに製造企業数に占める直接輸出企業の割合に関しては、中小企業は大企業の約20分の1にとどまる¹（図2）。輸出企業の裾野を広げるため、近年、直接輸出支援の取り組みが拡充されており、今後、中小規模でも直接輸出を行う製造企業が増加することが期待されている。しかし、多くの中小製造企業は、人員や資金の不足によって、海外販路の開拓や外国企業との交渉と契約、外国の規制への対応等、直接輸出のために生じるコストの負担が困難である場合が多い。

このような中、海外市場からのメリットを得られる企業の裾野を広げるための方策として、間接貿易の活用がある。国際貿易の学術研究において、間接貿易の役割が非常に大きいことが指摘されている（Bernard et al. 2011）。中小企業は大企業に比べると全体的に生産性が低いが、生産性の低い企業でも、外需にアクセスすることを可能にするのが、卸売企業を経由して輸出する間接輸出である。さらに、卸売企業は、参入困難な市場へのアクセスを容易にする。Melitz (2003)をはじめとする企業の異質性に着目した国際貿易の既存研究では、企業の生産性の違いと海外市場へのアクセスの関係が議論されており、Ahn et al. (2011)やCrozet et al. (2013)では、間接貿易の固定費用は直接貿易に比して相対的に低いため、間接貿易は生産性の低い企業による外国市場へのアクセスを容易にすることが理論的に示されている。実証的にも、企業の生産性の高い順に直接貿易、間接貿易、国内取引を行うソーティングが起きること確認されており、日本企業についても実証的に示されている（Fujii, Ono and Saito, 2017）。さらに、石川、齊藤、田岡（2017）は地域における間接貿易の役割を網羅的に示すとともに、間接輸出は、製造企業の成長性、および直接輸出を開始する確率において、ポジティブな効果があることを確認している。

しかしながら、日本における間接貿易の役割については、貿易形態の選択など、企業行動に着目した分析が多く、日本の貿易において、間接貿易が量的にどの程度重要であるのか示した研究はない。本稿では、間接貿易による輸出の量に着目し、間接輸出が、中小製造企業商品の輸出をさらに拡大するためのツールとなり得るのか検討する材料を提供することを目的とする。しかし、間接貿易による輸出額については、それを直接捉える政府統計などのデータがなく、量的に捉えることは困難である。そこで、我々は、複数の政府統計を用いることにより、製造業が利用する間接輸出の金額規模について、経年比較、業種別比較、地域間比較等を行った。分析の結果、間接輸出は世界経済危機前と比べて減少しているものの、最近でも、間接輸出に大きく依存している製造業種が多いこと、また、地方の多くにおいて、間接輸出が輸出の中心となっていること等が明らかとなった。

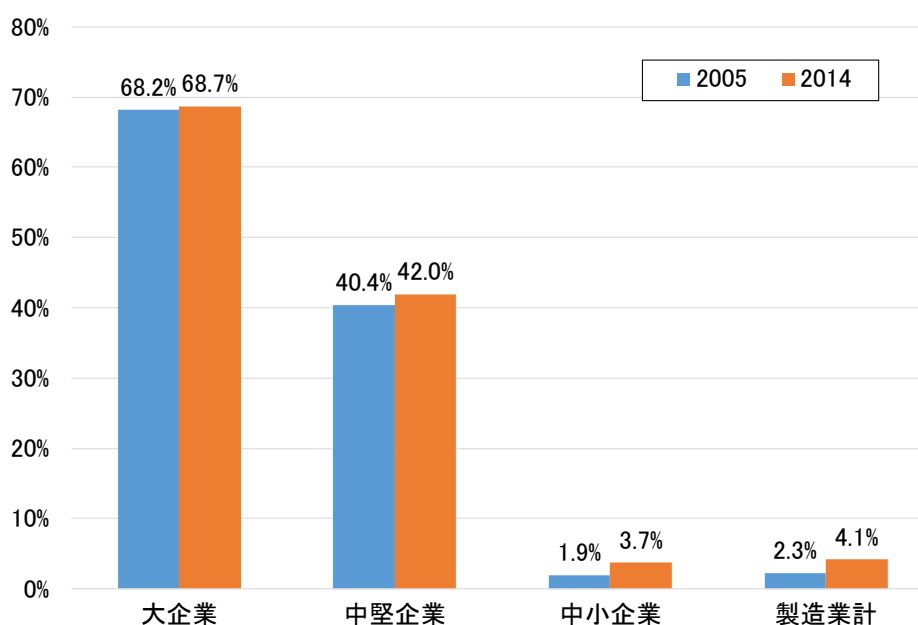
¹ 中小企業に関する輸出企業比率は3.7%。中堅企業を除く大企業に関する輸出企業比率は68.7%である。

図1 製造業の直接輸出額推移（企業規模別）



備考：経済産業省「工業統計調査」データから再編加工。製造業の直接輸出額は事業所ベースで算出。同一企業の事業所の資本金と従業員数を集計。資本金3億円以下または従業員300人以下の企業を中小企業、中小企業以外の企業のうち、資本金100億円以下を中堅企業。中小中堅企業を除く企業を大企業とした。

図2 直接輸出企業比率（製造業）



備考：経済産業省「工業統計調査」データから再編加工。直接輸出する企業が企業数全体に占める割合を算出。大企業、中堅企業、中小企業の定義は図1と同じ。製造業計は、企業規模トータル。

2. 分析手法

2-1 直接輸出と間接輸出の定義

本稿では、直接輸出と間接輸出を以下のように定義する。直接輸出とは、自己又は自社名義で通関手続きを行うこととする。間接輸出とは、自国内の商社や卸売業者、その他関連企業や顧客企業など、仲介企業を通じた輸出とする。ここでは、製造業企業に対し中間部品の形で納品し、それが完成品に組み込まれて輸出されるケースを除く。すなわち、製造された商品が形を変えず、間接的に輸出されたケースを考える。典型的な例として、商社等が製品を仕入れ、海外に転売する形が間接輸出であるが、仲介企業は商社などの卸売企業と限らず、輸送業企業なども含んでいる。ただし、次節で示すように卸売企業については、商業統計によって詳細な調査が行われているため、卸売企業による間接輸出について、追加的な分析を行うことにより、間接貿易における商社の役割について議論する。

2-2 用いるデータ

間接輸出額そのものを直接捉えた統計調査は存在しないが、複数の方法によって間接輸出額を捉えることができる。まず、直接輸出額は工業統計により、業種別や地域別に捉えることが可能であり、間接輸出額は輸出額総額から直接輸出額を差し引いたものとして定義できる。一方で、間接貿易の一部である商社による輸出については、商業統計により直接捉えることが可能である。

間接輸出額の総額は産業連関表と工業統計を合わせることで捉えることが可能であるが、この方法により業種別や地域別に捉えることは困難である。業種別については、産業連関表・工業統計ともに分類が存在するが、業種分類が変遷しているため、両統計を合わせて時系列で評価することが困難であるためである。そのため、本研究では、業種別の推移を分析する際には、間接輸出の一部である卸売企業による輸出に着目することとし、商業統計を用いる。さらに、地域別の間接輸出額については、産業連関表に都道府県別の輸出額が含まれないことから、産業連関表ではなく、商品流通調査を工業統計とともに用いた推計を行う。なお、商業統計では卸売事業者の所在地別に間接輸出額を捉えることが可能だが、本研究では製造企業に着目し、直接輸出と間接輸出の比較をするため、卸売事業所の所在地ではなく製造事業所の地域に着目する必要がある。そのため、本研究では、商業統計ではなく、地域間の流通に関する商品流通調査を用いる。

(A) 工業統計調査および経済センサス-活動調査（製造業）

工業統計調査の調査対象は、全国の製造業の事業所である。全数調査（2009 年以降、従業者 3 人以下事業所を除く）であり、平成 29 年調査における回収率は 94.4%と高い回収率となっている。また、毎年調査は実施されているが、2011 年については、経済センサス-活動調査の実施年には、同調査によって把握されている。

まず、この調査から、製造業の事業所の直接輸出額が算出可能である。調査項目の「出荷額等合計」、「品目別出荷額」、「輸出割合」を用いる。ここで、「出荷額等合計」には対象事業所で製造されたものに加え、他事業所から仕入れて転売したものが含まれる一方、「品目別出荷額」

には他の事業所から仕入れて転売したものは含まない。また、「輸出割合」は「出荷額等合計」に占める割合と定義されている。本研究では、品目別に事業所の輸出額を推定するにあたり、「品目別出荷額」に「輸出割合」を一律に乗じた値として算出する。すなわち、同一事業所内では、品目により同じ割合が輸出されていると仮定することに加え、品目別の分析でない場合にも転売による誤差が生じることに留意が必要である。

また、工業統計調査における出荷額は生産者価格であり、商社マージン、輸送コストを含まない。そのため、商業統計と合わせて使用する際には、購入者価格に変換する必要がある。

さらに、商品流通調査と比較する際には、委託生産や受託生産による影響を考慮する必要がある。工業統計調査の出荷額には委託生産を含み、受託生産を含まないが、商品流通調査では委託生産を含まず、受託生産を含む。そのため、地域別間接輸出を捉えるにあたり、委託生産や受託生産による影響が小さい品目、地域に限定した分析を行う。

なお、利用するデータは、2008 年以前も含めて、従業者 4 人以上の事業所のもののみとした。

(B) 産業連関表

産業連関表は経済波及効果分析や各種経済指標の基準改定を行うための基礎資料を提供することを目的とし、財・サービスが各産業部門間でどのように生産され、販売されたかについて、行列（マトリックス）の形でまとめられている。総務省をはじめとする 10 府省庁の共同作業により、複数の統計調査を用いて、産業連関表の基本表が、おおむね 5 年ごとに作成されている。基本表が作成されない年については、経済産業省により基本表を延長推計した延長産業連関表が作成されており、各年の変化を分析することが可能である。

輸出に関する項目として、産業ごとに普通貿易輸出、特殊貿易輸出などが算出されているが、今回の分析では財の一般的な輸出の形を想定しているため、製造業の普通貿易輸出の算出値を用いる。この値は、直接輸出と間接輸出のどちらも含む輸出額総額である。

また、製造業に関する普通貿易輸出額は、生産者価格であり、商社マージン、輸送コストを含まず、製造業以外（卸小売業・輸送業等）による自家製造品の輸出額も含む。一方で、卸小売業に関する普通貿易輸出額は、卸小売事業者が受け取る、間接輸出による仲介マージン、すなわち販売額から仕入れ額を差し引いたものが算出されている。同様に、輸送業に関する普通貿易輸出額は、輸送事業者が受け取る、輸出品（直接輸出＋間接輸出）に関する輸送サービス料である。なお、製造業の事業所が調査対象である工業統計から直接輸出額を算出する際には、製造業以外による卸小売業・輸送業等による直接輸出額が含まれないが、産業連関表の製造業の輸出額総額には卸小売業・輸送業等による直接輸出額が含まれている点は、産業連関表から工業統計の直接輸出を差し引いて定義される間接輸出額は実際以上に増加させる効果を有することに留意が必要である。

(C) 商品流通調査

商品流通調査は地域間における商品流通状況を明らかにし、地域産業連関表や関係都道府県が作成するそれぞれの地域の産業連関表作成のための基礎資料を得ることを目的とする。調査対象は、工業統計調査を用いて抽出され、都道府県ごとに調査が行われる。具体的には、全国

の製造事業所に対し、都道府県別、調査品目²別に生産額を集計し、それぞれの総生産額の70～80%をカバーするように、生産規模の大きい事業所から順に抽出される。工業統計調査のような全数調査ではなく、平成23年調査における回収率は58.2%となっている。調査実施は5年ごととなっていた。

本調査における輸出額は、「輸出向け出荷額」であり、事業所からの直接輸出、または商社等を通じて輸出したもの、あるいは輸出用として輸出商社等へ販売したものが含まれる³。輸出向け出荷額は品目別のデータである。工業統計よりもサンプル数が非常に小さくなるが、工業統計調査を用いて品目別輸出額を算出する時と異なり、品目別の輸出割合が等しいと仮定する必要がない。さらに、前述のように、受託生産分を含み、委託生産分を含まない。また、他の事業所から仕入れて転売したものは含まず、その地域で実際に作られた製品の輸出額を捉えている。一方、工業統計調査と同様に生産者価格であり、商社マージン、輸送コストを含まない。なお、著者らが入手した商品流通調査は2011年調査であり、2011年の工業統計調査は経済センサス・活動調査（製造業）で把握されている。そのため、本研究では、工業統計調査ではなく経済センサス・活動調査（製造業）を用いた分析を行う。

(D) 商業統計調査

商業統計調査の調査対象は、卸売業・小売業に登録されている全国の全事業所である。工業統計と同じように全数調査であり、2007年の回収率は96.7%である。調査は毎年行われているが、輸出割合が聞かれるのは、およそ5年に1回であり、最近では、2002年、2007年、2014年である。

本研究で用いる主な調査項目は、「卸売販売額」と「輸出割合」である。商業統計の輸出割合は「卸売販売額」に対する輸出の割合として定義されており、輸出額は卸売販売額に輸出割合を乗じて算出する。なお、2002年調査については、卸売販売額が記載されていないため、卸売品目のみの「品目別出荷額」と事業所の輸出割合から推計した。なお、卸売販売額には、他の事業所から仕入れて転売したもののみが含まれ、自社製造分は含まれない。

また、全て販売価格で表示されている。そのため、生産者価格で表示されている工業統計調査および産業連関表と合わせて使用する際は、工業統計調査を購入者価格に変換する処理を行った。

以上のように、工業統計および商業統計を用いると貿易統計による財の輸出総額⁴のうち、製造事業者による直接輸出と卸小売事業者による間接輸出が捉えられ、輸出総額からそれらを差し引いた残りは、その他の事業者による輸出⁵となる。図3は財の輸出形態別の割合であり、製造事業所の直接輸出額は63%、商社による間接輸出額は日本の財輸出の25%、その他の輸出

² 工業統計調査対象品目のうち一部の品目は調査対象外。

³ 製造事業者が「輸出向け」と認識している輸出に限られる。

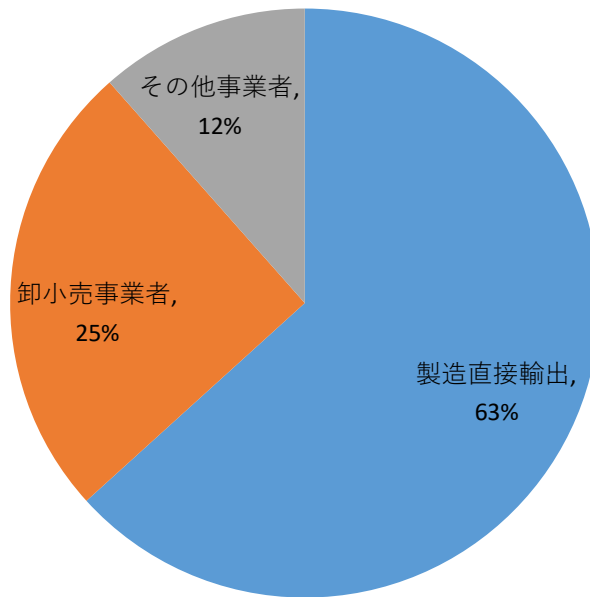
⁴ (A)において示した購入者価格化の処理を行った数値。製造事業者による転売分を含む。

⁵ 一次産業、輸送業、その他サービス業等、他の業種等による間接輸出および自家製造品の輸出、また、卸小売事業者による自家製造品輸出が含まれる。

額は 12%となっている。

なお、本研究において、産業連関表と工業統計調査を用いて算出する間接輸出総額は、この図のうち、製造業の輸出に関する、卸小売事業者による間接輸出とその他事業者による輸出である。すなわち、製造事業者による転売分は含まず（製造直接輸出に含むためである）、その他事業者による自家製造品の輸出を含む点に留意が必要である。

図 3 日本の財輸出に占める、製造業の直接輸出と商社（卸小売事業者）輸出（2014 年）



備考：経済産業省「工業統計調査」、「商業統計調査」、「延長産業連関表」から再編加工。財輸出の総額は延長産業連関表の普通貿易輸出額合計から、製造直接輸出は工業統計調査から、卸小売事業所による輸出は商業統計調査から算出。製造直接輸出には、他の事業者から仕入れて転売したものも含む。工業統計から算出される製造事業所の直接輸出額は生産者価格であるため、他の統計と合わせるため、購入者価格に換算。生産者価格と購入者価格は、2011 年産業連関表を用いた⁶。

2-3 計算方法

2-3-1 間接輸出の総額の計算方法

B（産業連関表（及び延長産業連関表））における普通貿易輸出額の製造業分を「直接輸出」＋「間接輸出」と捉え、間接輸出額は、普通貿易輸出額の製造業該当分から、A（工業統計調査・経済センサス-活動調査）による直接輸出額を差し引いた。

2-3-2 地域別間接輸出（製造事業所の所在地別）の推計方法

まず、地域別の輸出額を算出する必要があるが、総務省による産業連関表では都道府県別の

⁶ 図 3 で用いた財輸出合計額は、延長産業連関表の普通貿易輸出額（68 兆 8057 億円）である。貿易統計による合計輸出額（73 兆 930 億円）よりも小さいが、違いは、貿易統計では再輸出品を含むが、延長産業連関表では含まない点、また、貿易統計では全て FOB 価格で計上されるのに対し、延長産業連関表では、書画、こつとう、中古タイヤ、中古自動車等については、マージン相当額のための計上となる点である。

輸出額を得られない。また、都道府県別産業連関表において輸出額が得られるのは、一部の都道府県に限られる。そのため、C（商品流通調査）の製造事業所の輸出向け出荷額を調整した数値を当該地域の「輸出額」とし、A（経済センサス-活動調査（製造業））による直接輸出額を差し引くことで、間接輸出額を推計した。

具体的な推計方法は以下のとおりである。

間接輸出額＝製造事業者による「輸出向け出荷額」（C）－直接輸出額（A）とする。

① C が全数調査でないため、出荷額ベースで C を A の大きさに調整する。

1) A の事業所を C の調査対象に近づける。

- ・はじめに、A から、委託費用比率（対出荷額）あるいは加工賃収入比率（対出荷額）の高い業種を除き、C との品目対応表を作成した⁷。
- ・次に、品目ごとに、A の都道府県別出荷額上位 8 割事業所を抽出した。
- ・次に、抽出した A の上位 8 割事業所の出荷額及び直接輸出額を、全品目⁸について計算した（事業所別輸出割合を当該事業所の品目別出荷額に対し一律に乗じて直接輸出額とした）。

2) 品目ごとに、出荷額ベースで、C を A の大きさに調整した（ $A = C \times \alpha$ ）。

（案分率 $\alpha = A$ 品目別出荷額 $\div$ C 品目別出荷額とする。）

② 調整後の C の輸出向け出荷額（都道府県別計）から、A の直接輸出額を差し引き都道府県に集計する（以降、間接輸出パターン a とする）。

③ 案分率 α が 1~2 以内の業種のみで、②と同様の計算を行う⁹（以降、間接輸出額パターン b とする）。

④ 案分率 α が 1~2 以内、かつ、間接輸出比率がプラスの業種のみで、②と同様の計算を行う¹⁰（以降、間接輸出額パターン c とする）。

2-3-3 商社事業所別の間接輸出額の算出方法

卸売販売額に関する輸出額（D 商業統計）と直接輸出額（A 工業統計）を使用した。なお、D が販売価格、A が生産者価格であることから、A を購入者価格に調整した（後述 2-3-4）。

2-3-4 製造業輸出と商社輸出を同列で見る場合の調整方法

商業統計による輸出額は販売価格であり、仲介マージン等を含むが、工業統計による直接輸出額は、生産者価格であり、仲介マージン等を含まない。そのため、両者を合わせて見る際には、購入者価格（仲介マージン等含む）または生産者価格（仲介マージン等含まない）のいずれ

⁷ A と C における、委託生産分（A に含まれる）と受託生産分（C に含まれる）のずれを補正するため、これら金額の比率が高い業種を除外した。

⁸ C と対応する全品目。

⁹ この算出結果を、後掲 5. 図 11、および図 12 で使用。

¹⁰ この算出結果を、後掲 5. 図 12 で使用。

れかに調整する必要がある。

本稿において工業統計と商業統計を合わせて使うケースでは、製造業の直接輸出額を購入者価格に変換した。

具体的な計算方法は以下のとおり。

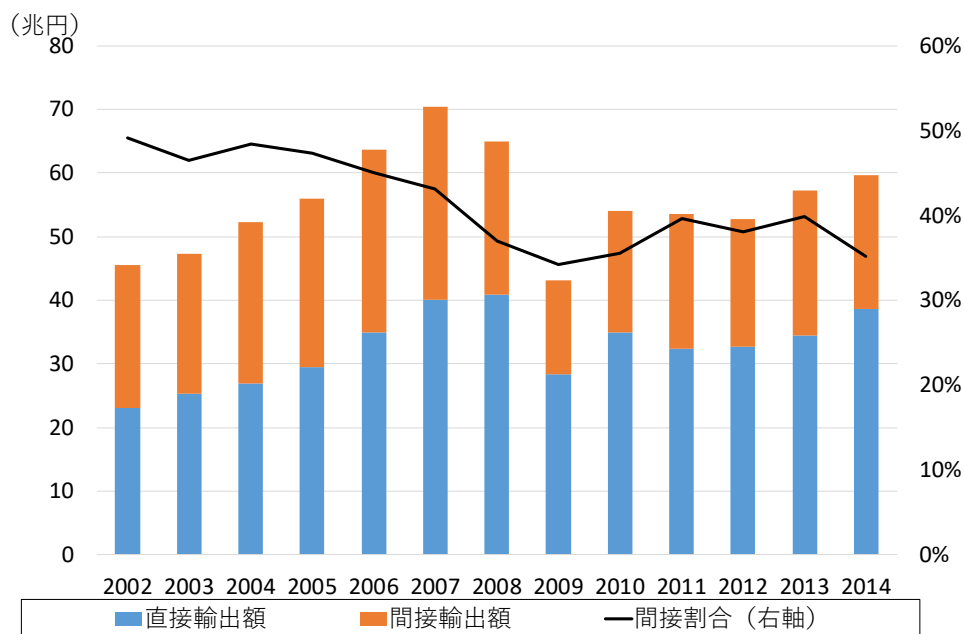
- ① B（延長産業連関表 投入表）について、分類別に、購入者価格／生産者価格の比率を出す。
- ② A（工業統計調査）の産業分類を B の分類に変換した上で、輸出額については、事業所別の直接輸出額（製造品出荷額等×直接輸出割合）を、①の「輸出（普通貿易）額」の購入者価格／生産者価格 比率を用いて購入者価格に変換。
- ③ 出荷額については、A の事業所別の製造品出荷額等を、①の「国内需要計」の購入者価格／生産者価格 比率を用いて購入者価格に変換。

3. 間接輸出額の推移

産業連関表（・延長産業連関表）の普通貿易輸出額の製造業分から、工業統計調査による直接輸出額を差し引いたものを間接輸出額と考えることができる。

確認すると、輸出額合計に対する間接輸出の割合（2014 年）は 35%となる（図 4）。直接輸出額が増加傾向にある中、間接輸出額は、2005 年と比較すると大きく減少、2002 年と比較してもやや減少していることが分かる。その結果として、間接輸出割合は顕著に低下している。

図 4 間接輸出割合（製造業）¹¹



備考：経済産業省「工業統計調査」（直接輸出）、「産業連関基本表」、「延長産業連関表」（製造業普通輸出額合計）か

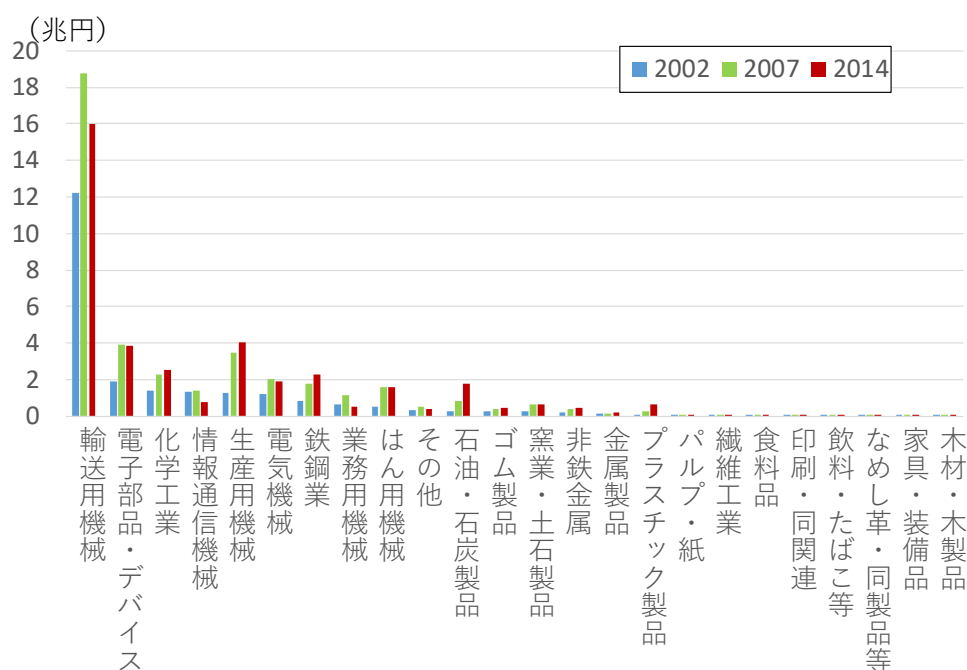
¹¹ 2002 年、2003 年の輸出額については、産業連関表の「輸出額（普通貿易）」が無いことから「輸出額」を使用した。（2004 年時点では、輸出額は輸出額（普通貿易輸出額）の 1.01 倍。）

ら再編加工。「工業統計調査」から算出する直接輸出額は他事業所から仕入れて転売した場合も含む。

セクター別の変化について確認すると、直接輸出に関しては、輸送用機械が最も規模が大きくまた 2002 年と比較して大きく伸びているのに対し、商社輸出¹²では、輸送用機械が大きく減少している（図 5、図 6）。その他で減少しているセクターは、直接輸出では情報通信機械器具、業務用機械器具という比較的規模の小さい一部のもののみであるのに対し、商社輸出では、輸送用機械、電気機械器具、産業機械器具という規模の大きかったセクターに加え、繊維・衣服や建築材料といったセクターでも減少している。

直接輸出の拡大と商社輸出の減少の背景としては、中小企業も含めて製造業の直接輸出企業比率が上昇していることが考えられるほか、大手総合商社のビジネスモデルの変化も影響している可能性が考えられる¹³。しかし、商社輸出の中でも、飲食料品、医療機械器具、精密機械をはじめとして規模が小さいセクターにおいては、輸出額の増加が確認できる。

図 5 製造事業者による直接輸出額変化（業種ベース）

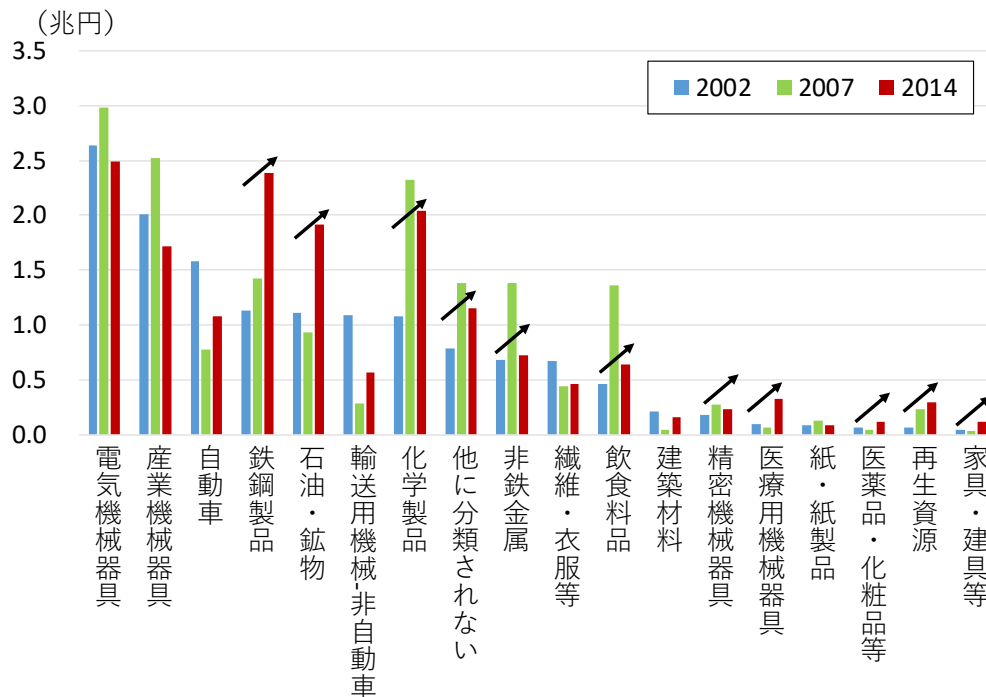


備考：経済産業省「工業統計調査」より再編加工。製造事業者による直接輸出額。業種分類別。

¹² データ上の制約により、ここでは間接輸出そのものではなく、間接輸出の典型的な仲介者である商社による輸出を見る。

¹³ 自動車卸売業による輸出額の減少については補論 2、資本規模別商社輸出額の変化については補論 3 を参照のこと。

図6 卸売事業者による輸出額変化（品目ベース）



備考：経済産業省「商業統計調査」から再編加工。卸売事業者による品目別輸出額の推移。消費税を除く品目別卸売販売額に、事業所別輸出割合を乗じた試算。

4. 間接輸出（利用業種別）

海外販路のネットワーク構築等、直接輸出に要する固定費用を負担することができる企業は、直接輸出を行うことができる。一方、中小企業の多くは、資金や人員の不足、また輸出規模が小さいこと等からそうしたコストの負担が困難であり、外需アクセスに際しては商社を経由した間接輸出が利用されることが多いと言われている。また、既存の研究によれば、生産性の低い企業でも、外需にアクセスすることを可能にするのが、商社を経由して輸出する「間接輸出」とであるとされている。中小企業が、全体的に見れば大企業に比べ生産性が低いことに鑑みても、間接輸出によって利益を得ることができる企業群の中心は、中小企業である可能性が高い。

間接輸出の利用企業規模について、直接的にデータで確認することは困難であるが、本稿では、業種別に、製造業の出荷額に占める企業規模別の割合と間接輸出割合を比較することで、間接輸出を利用している製造業企業の企業規模を考察することとする。

間接輸出利用者の中心が中小企業であるとすれば、図4の間接輸出比率を縦軸に用いて、大企業比率（対製造品出荷額）を横軸に取った場合、右肩下がりの分布が期待されるが、確認すると、予想どおり、右肩下がりの分布に含まれる業種が多く見られた（図7）。

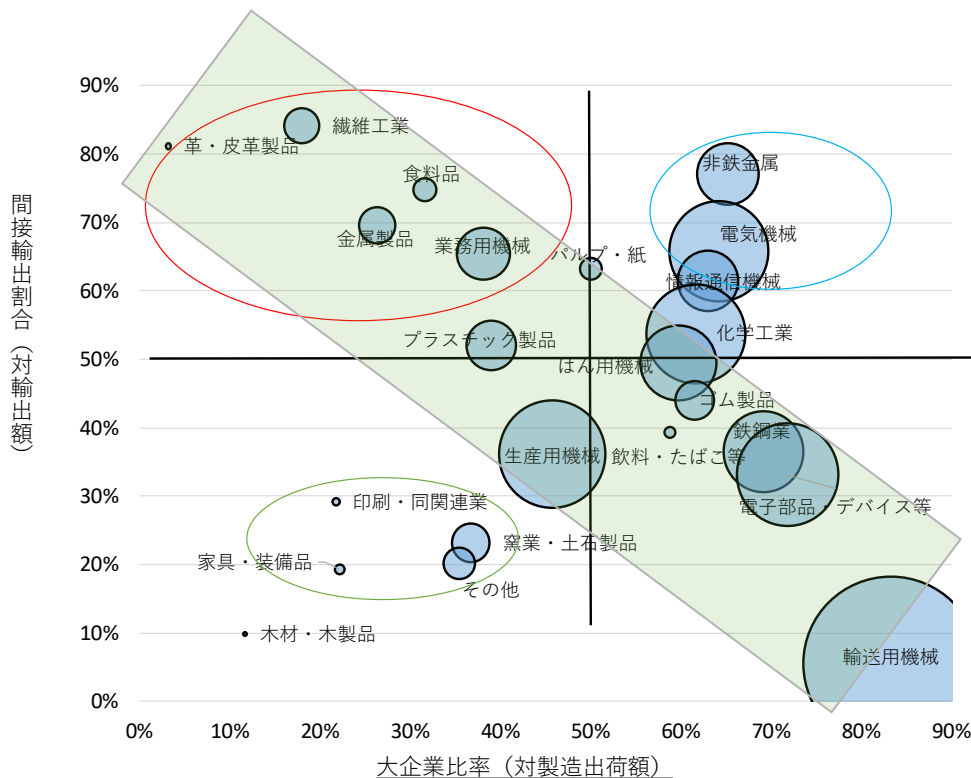
一方、右肩下がりの分布に含まれない業種も複数見られるが、そのうち、製造品出荷額に占める大企業比率が低く、かつ間接輸出割合が低い業種グループ（緑）については、その多く¹⁴において、数少ない大企業および中堅企業が行う直接輸出が輸出の太宗を占めていることが確認できる（図8）。

¹⁴ 家具・装備品、窯業・土石製品、印刷・同関連業、その他 業種。

また、製造品出荷額に占める大企業比率が高く、かつ間接輸出割合が高いグループ（水色）については、中小企業に加えて、大企業が間接輸出を利用している可能性が示唆される。

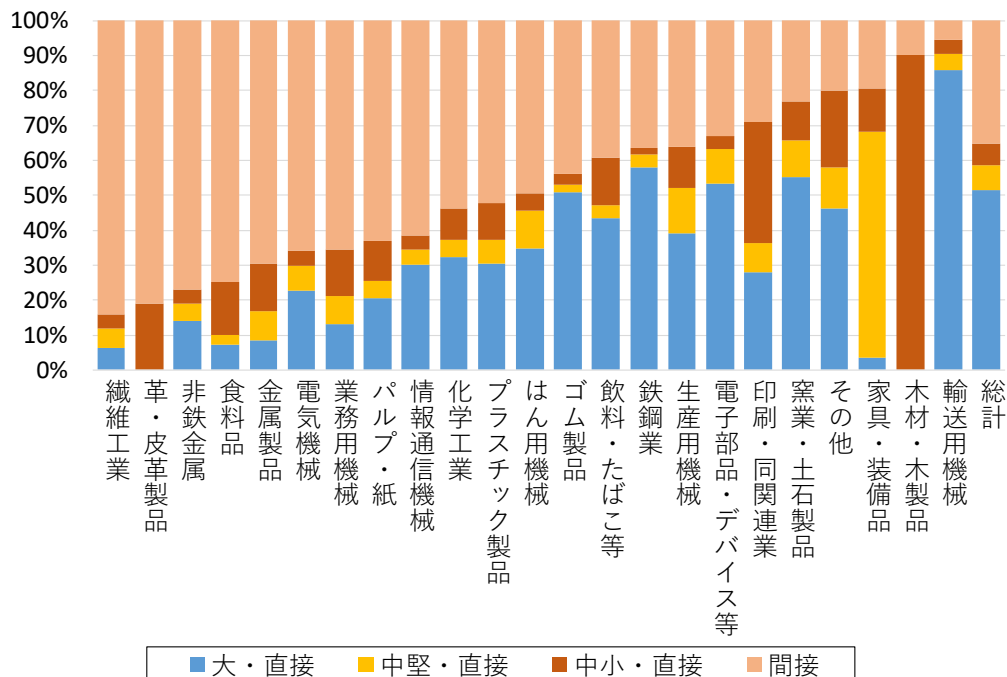
企業事例では、輸出コストの負担が困難な中小企業だけでなく、事業効率化や海外における販促の目的で、大企業が間接輸出を利用するケースも見られており、間接輸出による利益は、中小企業に加えて、大企業も享受していると考えられる。

図 7 大企業比率と間接輸出割合（業種別）



備考：経済産業省「工業統計調査」、および延長産業連関表（2014）を再編加工。2014年。製造業。バブルの大きさは、輸出額（直接輸出＋間接輸出）の大きさ。大企業比率は、業種別の製造品出荷額のうち、大企業による製造品出荷額が占める割合。

図 8 輸出額に占める企業規模別割合（直接・間接）



備考：延長産業連関表（2014）及び、経済産業省「工業統計調査」を再編加工。製造業の輸出額（普通貿易）合計に対する、直接輸出の割合（企業規模別）と、残りの間接輸出割合。製造事業者の業種別（石油・石炭製品を除く）。

では、どのような業種において間接輸出が多く利用されているのだろうか。

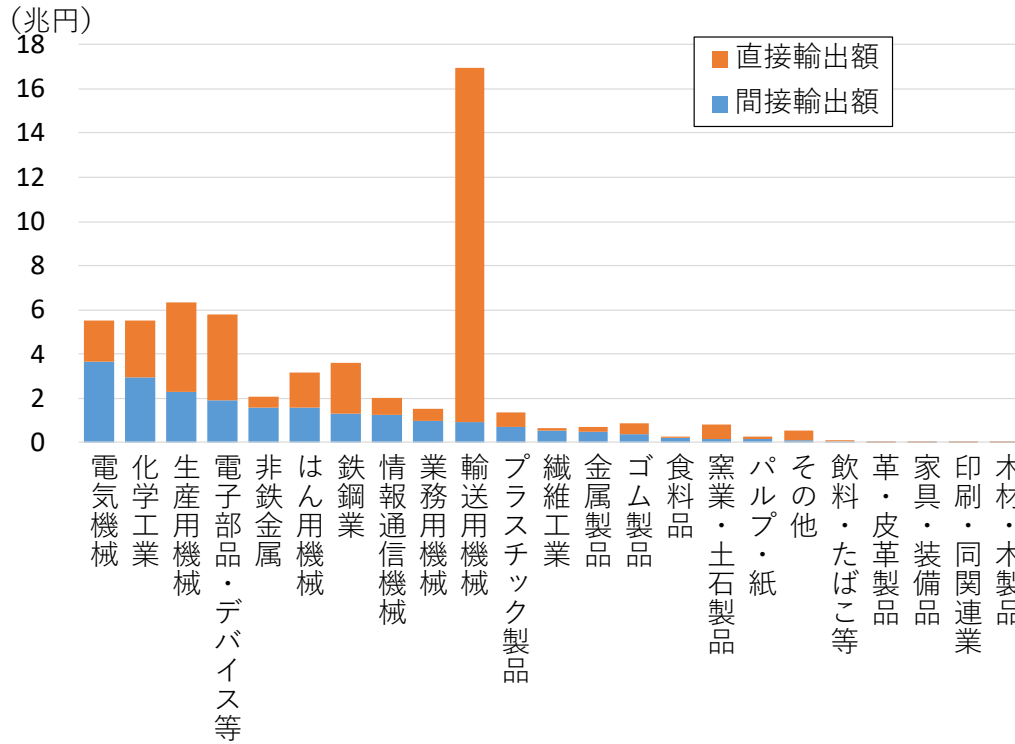
業種別の間接輸出額を確認すると、規模が大きいのは、電気機械、化学工業、生産用機械等である（図 9）。

間接輸出割合（対輸出額合計）については、繊維、革・皮革製品、非鉄金属、食料品、金属製品等において、7 割以上と高い（図 10）。間接輸出の割合は 3. において確認したように全体的に低下傾向にあるものの、業種によっては大きく依存していることが分かる。

また、間接輸出割合が高い業種の多くは、製造品出荷額に占める輸出割合（直接輸出も含む）が低い、これは輸出拡大の余地があると捉えることもできる。同時にこれらの業種の多くは製造品出荷額に占める中小企業割合も高いことから、輸出拡大をはかる場合には、商社を経由した間接輸出が有効である可能性が考えられる¹⁵。

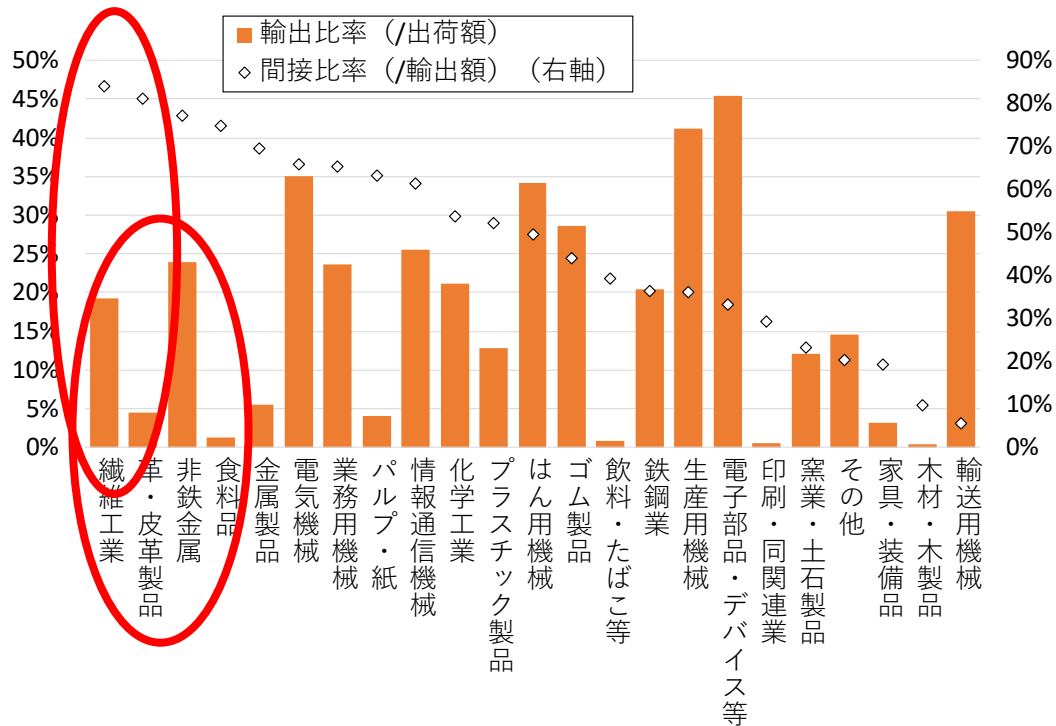
¹⁵ 間接輸出の典型例である商社輸出が、セクター別輸出額に占める割合については、補論 1 に記載した。

図9 間接輸出額と直接輸出額（業種別）



備考：延長産業連関表（2014）及び、経済産業省「工業統計調査」を再編加工。2014年。製造業の間接輸出額。

図10 間接輸出比率と輸出比率（業種別）



備考：延長産業連関表（2014）及び、経済産業省「工業統計調査」を再編加工。2014年。輸出比率は輸出総額（直接輸出＋間接輸出）の対製造品出荷額。

5. 間接輸出（地域別）¹⁶¹⁷

5-1 間接輸出（製造事業所所在地別）

前項では、近年の間接輸出の動向を確認したが、中堅・中小メーカー等による海外市場アクセスの関係を考える上では、間接輸出が、地方を含め国内でどのように利用されているのかを確認することが必要である。

そのため、本項では地域別の間接輸出額を明らかにする。まず、製造事業者による直接輸出と間接輸出の選択について考察するため、卸売事業者の所在地ではなく製造事業者の所在地に着目することとする。

詳細な計算方法は、前掲 2-3-2 に記載したとおりであり、地域別の輸出額（直接輸出、間接輸出の合計）に関してデータ面に制約があることから、本研究では、商品流通調査と工業統計調査を利用して、地域別の間接輸出額に関する推計を行った。

図 11 は、都道府県別に、製造事業所所在地別の間接輸出（製造事業者が、地元の商社に限らず、国内のどこかの商社等を利用した「間接輸出」）が、輸出合計額に占める割合を表している。あくまで推計であり、また一部の地域に限定されるが、間接輸出割合が高いのは地方の道県が中心であることが分かる。地方では、製造業による直接輸出額はごく僅かであるが、間接輸出を加えることで全体としての輸出額が大きく拡大する地域が多い。

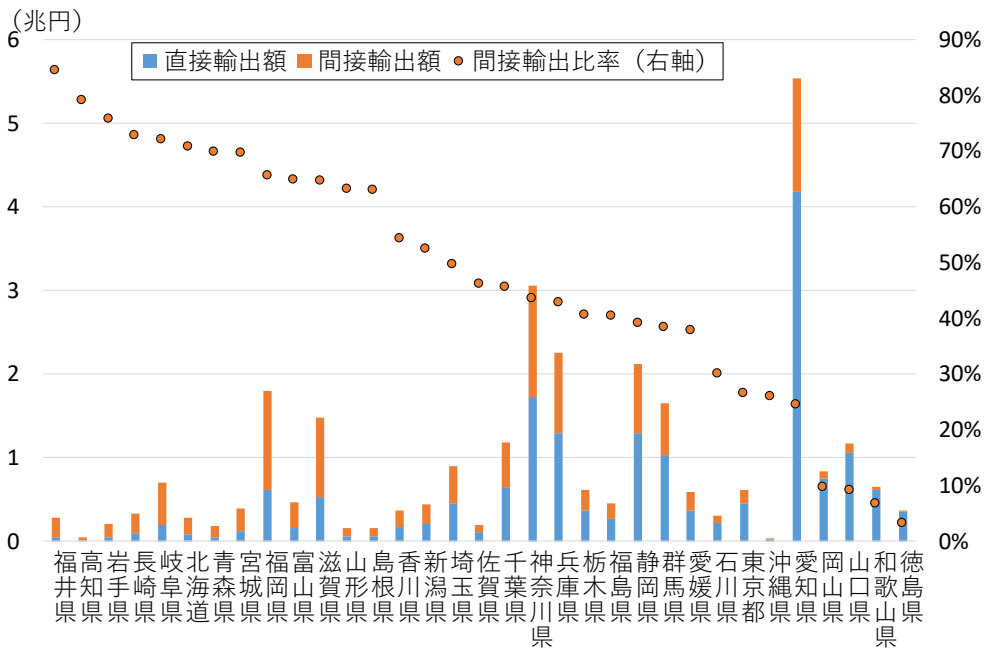
一方、地元の商社による輸出額が集中している愛知県¹⁸では、間接輸出額も大きい直接輸出額がそれをさらに上回ることから、間接輸出割合は 3 割弱にとどまる。また、地方でも間接輸出割合が低い地域が見られるが、このうち一部については、輸出品の多くが大企業の工場で生産されていることが背景として考えられる。

¹⁶ 都市と地方の区分については、都市部を東京都、大阪府、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、京都府、兵庫県とし、それ以外の道県を地方部とする。

¹⁷ 地域ブロック（北海道、東北、北陸、関東、東海甲信、近畿、中国、四国、九州・沖縄）の都道府県対応については、付表を参照。

¹⁸ 後掲図 13 参照。

図 11 地域別の間接輸出割合



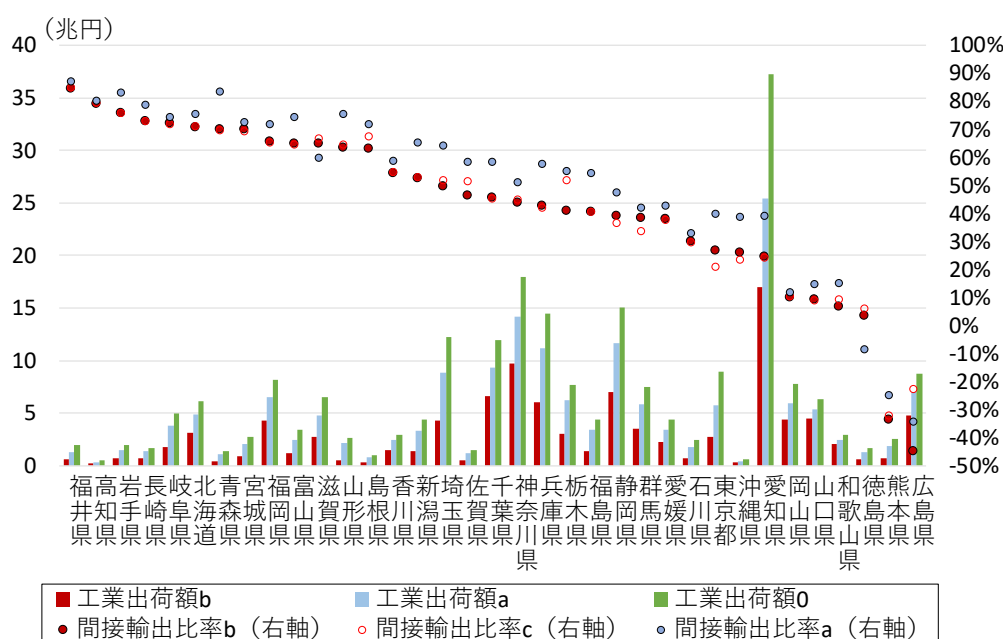
備考：経済センサス・活動調査（製造業）、経済産業省「商品流通調査」から再編加工。2011年。間接輸出割合は、当該地域で生産された輸出品に占める間接輸出の割合。委託費用あるいは加工賃収入の比率が高い業種を除いた。また、経済センサス・活動調査（製造業）による製造品出荷額と商品流通調査による出荷額合計の比率が一定以内の業種のみとした。（なお、出荷額の比率を一定以内の業種に絞る前後において、間接輸出比率の差が15%ポイント以内の都道府県のみ掲載。）

なお、図 11 は、全品目を対象としたものではない。図 11 では、前掲 2-3-2 のとおり、利用するデータの対象範囲の違いを補正するため、委託費用あるいは加工賃収入の比率が高い業種に該当する品目を削除し、さらに、経済センサス-活動調査（製造業）による製造品出荷額と商品流通調査における出荷額合計の規模の違いが大きいものを削除した上で、都道府県別に集計している¹⁹。

そのため、業種の限定を行う前（パターン0）と比べると、図11（図12におけるパターンb）では出荷額が概ね半分に縮小していることに留意する必要がある。

¹⁹ 業種の限定を行った上で、パターン a とパターン b における間接輸出比率の違いが 15%ポイント以内である都道府県のみ掲載。

図 12 地域別の間接輸出割合の推計（3 パターン）



備考：経済センサス・活動調査（製造業）、経済産業省「商品流通調査」から再編加工。2011 年。間接輸出割合は、当該地域で生産された商品の輸出額に占める間接輸出額の割合。工業出荷額 a・間接輸出比率 a は、委託費用あるいは加工賃収入の比率が高い業種を除いた場合。工業出荷額 b・間接輸出比率 b は、同 a からさらに絞り、経済センサス・活動調査（製造業）による製造品出荷額と商品流通調査による出荷額合計の比率が一定以内の業種のみとした場合。間接輸出比率 c は、同 b からさらに絞り、間接輸出比率がプラスの業種のみとした場合。（a と b における間接輸出比率の差が 15%ポイント以内である地域のみ掲載。）

5-2 商社による輸出額（商社所在地別）

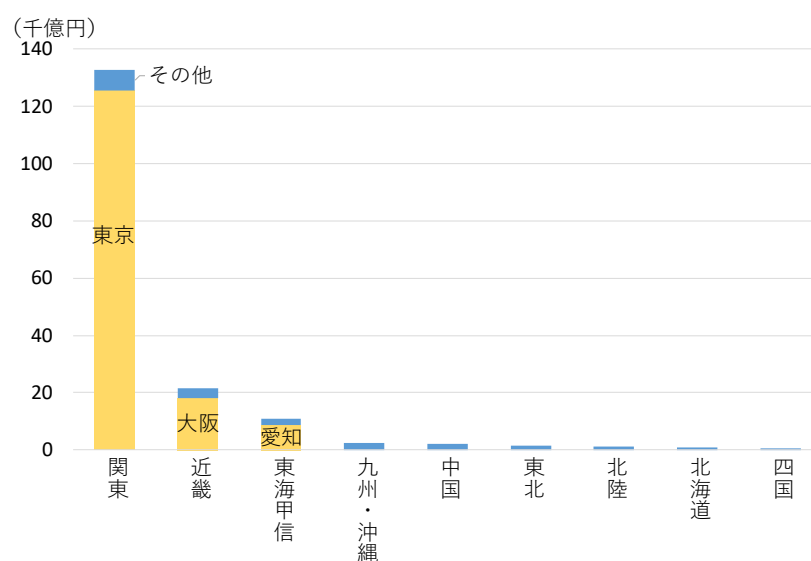
前項においては、地域別の間接輸出額をメーカー側のデータから推計したが、他方で、間接輸出の典型例である商社の所在地に着目することで、地方の間接輸出における商社の役割について考察することが可能である。そのため、本項では、商業統計調査から、商社の所在地別の輸出動向を確認する。

まず商社（卸売事業者）による輸出額²⁰を確認すると、2014 年は 17.3 兆円であり、日本の財輸出額（約 73 兆円）の 24%を占めている。

次に商社の輸出額を所在地別（事業所単位）に確認すると、関東地方が全体の 77%に上り、さらにその 95%を東京都が占めている。また、東京都だけでなく大阪府および愛知県も商社による輸出額が非常に大きい（図 13）。

²⁰ 卸売販売に関する輸出額。

図 13 商社による輸出額（商社事業所所在地別）



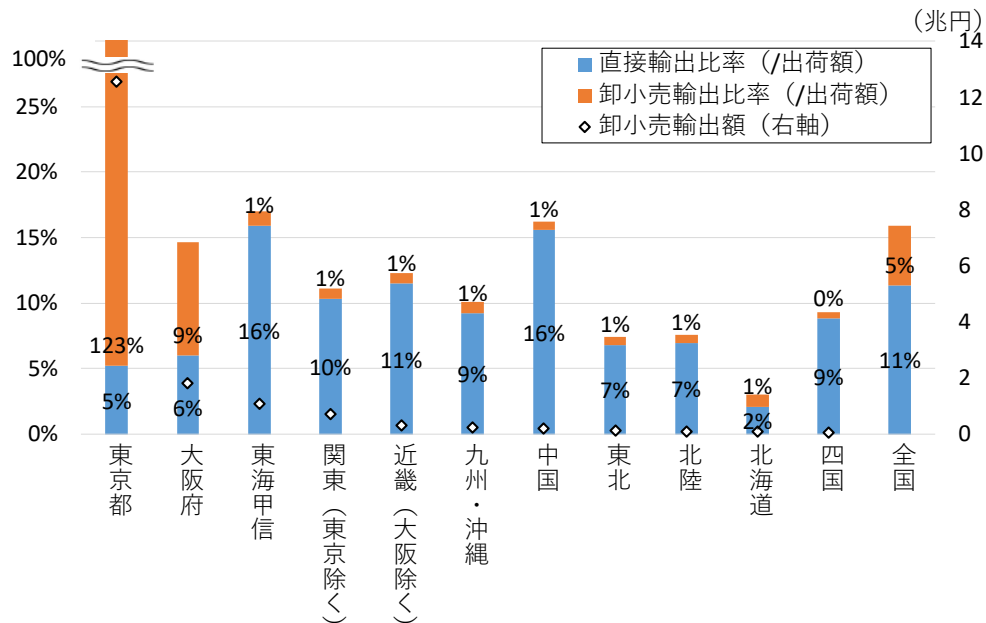
備考：経済産業省「商業統計調査」から再編加工。2014 年。卸売事業者の事業所所在地別。

さらに、同一都道府県における、製造事業者による直接輸出と、当該都道府県の商社による輸出が製造業出荷額に占める割合（以下、「地元の商社輸出割合」）を比較すると、地元の商社輸出割合が全国平均である 5%を上回るのは東京都と大阪府のみであり、その他の都道府県については、沖縄県、宮城県、愛知県および福岡県が 1.5%を上回るものの、平均 0.8%と非常に低い（図 14）²¹。東京都と大阪府以外では、製造事業者が、地元の商社だけでなく東京都や大阪府に事業所を有する商社を多く利用していることが推察される。

（なお、地域別かつ業種別の動向については、補論 2 に記載した。）

²¹ 都道府県別数値については付表 3 に記載した。

図 14 地元の商社による輸出と製造業直接輸出（地域別）



備考：経済産業省「商業統計調査」、「工業統計調査」、「延長産業連関表」から再編加工。2014年。製造業出荷額（購入者価格化、消費税抜き）に対する、製造事業者の直接輸出（購入者価格化）及び卸小売事業者の輸出の割合。輸出を行う事業所（製造事業者および卸小売事業者）の所在地ベース。

6. まとめ

製造業の直接輸出額が増加する中、間接輸出額は、世界経済危機以前と比較すると減少している。さらに、間接輸出割合は顕著に低下していることが明らかになった。

しかし、繊維、革・皮革製品、非鉄金属、食料品、金属製品をはじめとして、近年でも直接輸出より間接輸出に大きく依存している業種は多く、また、2000年代初頭と比べ間接輸出額が増加しているセクターも確認された。

また、生産性の低い企業の外需アクセスを可能にするのが「間接輸出」である、とする既存の研究があるが、本研究において、間接輸出割合が高い業種の多くは、中小企業割合が高い業種であることが明らかになった。中小企業は一般的に、人材不足や資金不足、また輸出規模が小さいこと等から、直接輸出に要する固定費用の負担が困難なケースが多いと考えられるが、そのような中小企業でも外需にアクセスすることを可能にするのが間接輸出であると言われる。本研究は、実際に間接輸出を利用している企業の規模を直接確認したものではないが、間接輸出利用企業の中心が中小企業である可能性を改めて示唆したと言える。一方、大企業割合が高い業種の中にも間接輸出割合が高い業種があることが確認できた。間接輸出は、中小企業に加えて大企業に対しても、ビジネスの効率化等のメリットを生じている可能性が示唆される。

一方、製造事業者の所在地別の間接輸出額を推計すると、間接輸出は、都市部地域における金額規模が大きいものの、間接輸出割合に関しては、地方の多くにおいて高い水準にあることが確認できた。なお、商社の所在地別に見ると、間接輸出額（商社経由）は、東京都と大阪府に集中していることが明らかになった。すなわち、地方をはじめとするその他地域では、地元の商社だけでなく都市部に事業所を有する商社が多く利用されていると言える。

間接輸出は、近年でも多くの企業の外需アクセスを支えている。間接輸出の利用企業の中心が中小企業である可能性に鑑みると、中小企業商品の輸出拡大に際しては、直接輸出に加えて間接輸出もツールの一つとなり得るのではないだろうか。

補論) 商社による輸出

間接輸出の中でも典型例と考えられる²²商社による輸出については、本文 3 において、業種別の経年変化を確認したほか、本文 5-2 において、商社の所在地に注目した輸出総額の偏りについて確認した。ここでは、商社輸出に関して、さらに、地域とセクター区分に関する特性を明らかにし、また商社輸出の変化の背景について考察する。

補論 1 セクター別輸出に占める商社割合

まず、業種別輸出に占める商社の割合を確認する。

本文 4 では、産業連関表と工業統計調査を用いて、業種別の間接輸出額および割合を算出したが、ここでは、間接輸出部分を、商業統計調査による商社の輸出額に置き換えて、工業統計調査と合わせたセクター別輸出額に占める商社割合を確認する²³。

確認すると、セクター別輸出額に占める商社割合が高い方から、皮革製品、飲料・食品、繊維・衣類等、輸出額が小さいセクターが並ぶ。一方、非鉄金属は、製造事業者の多くを大企業が占めているが商社割合が高い。また、輸送用機械器具セクターにおいては、輸出額が大きく、製造業の直接輸出割合が高い。以上は、産業連関表と工業統計を踏まえた本文図 8、図 9 と同様の傾向と言える²⁴²⁵。

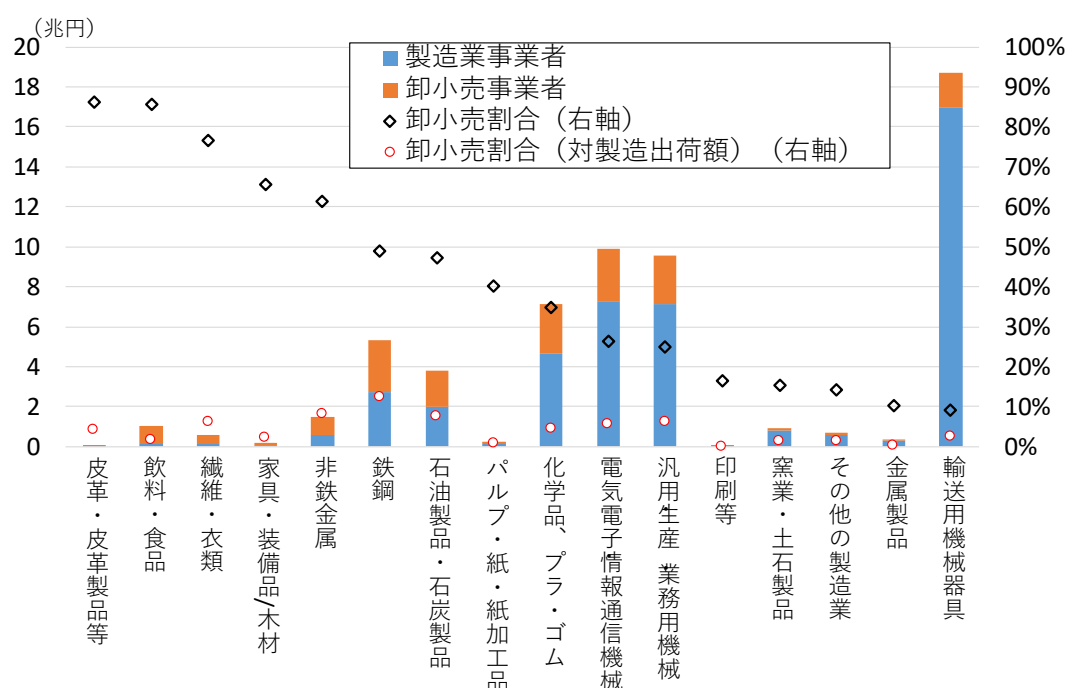
²² 製品を実際に輸出する「仲介」企業には、商社をはじめとする卸売事業者だけでなく、製造事業者や運送事業者も見られる。

²³ 商業統計調査の品目別輸出額（品目別出荷額に事業所別輸出割合を乗じた）を、工業統計調査の業種区分に振り分けたもの。製造事業者の数値は購入者価格換算した。

²⁴ 本文の図 8、図 9 の間接輸出は、商社以外を経由した間接輸出も含み、また、全体が生産者価格である。一方、補論図 1 の卸小売事業者輸出は、卸小売事業者による卸売品目に関する輸出のみである。また、セクター区分が異なる。

²⁵ 一方、金属製品については、図 10 の間接輸出割合が約 7 割に対し、補論図 1 での商社割合が約 1 割と大きく異なっている。図 10 の「間接輸出」に含まれるが補論図 1 の商社輸出に含まれないものとしては、卸小売業・製造業以外の事業者による輸出、あるいは、卸小売業者による小売品目としての輸出、が考えられる。

補論図 1 商社の輸出と製造業者の直接輸出



備考：経済産業省「商業統計調査」、「工業統計調査」、「延長産業連関表」から再編加工。2014年。商業統計の品目別輸出額（卸売品目別販売額に事業所別輸出割合を乗じた推計）を工業統計の産業分類（中分類）に振り分けた試算値。卸小売割合は、製造業事業者と卸小売事業者の輸出額合計に対する卸小売事業者の輸出割合（その他事業者の輸出額は含まない）。製造事業者の数値は購入者価格換算。

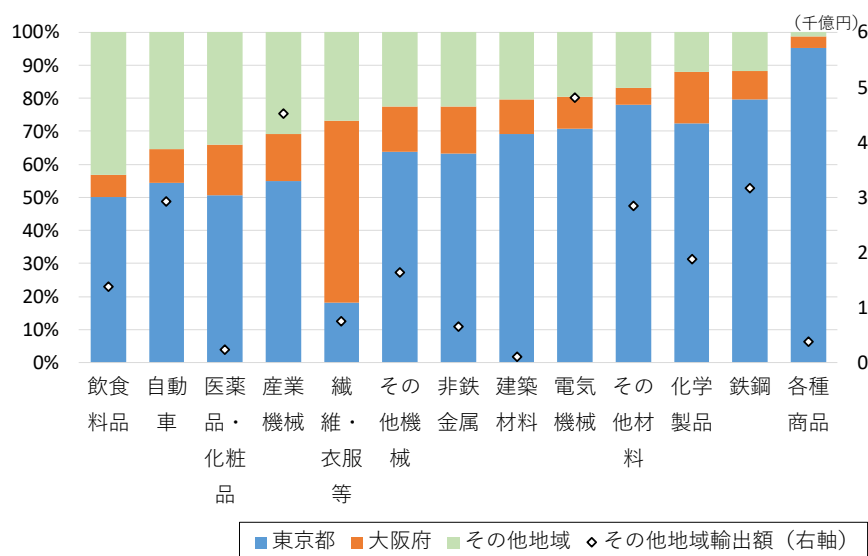
補論 2 地域別・業種別の商社輸出額

次に、地域別かつ業種別に、商社輸出額を確認する。

東京都と大阪府以外の地域（「その他地域」とする）が商社輸出²⁶全体に占める割合を確認すると、「その他地域」の割合が最も大きいのは飲食料品で、全体の43%に上る。また、自動車、医薬品・化粧品および産業機械も、「その他地域」の割合が30%を超えている。輸出額で見ると、「その他地域」の商社による輸出額が最も大きいのは電気機械及び産業機械である（補論図2）。

²⁶ 卸小売事業者による、卸売販売に関する輸出額。

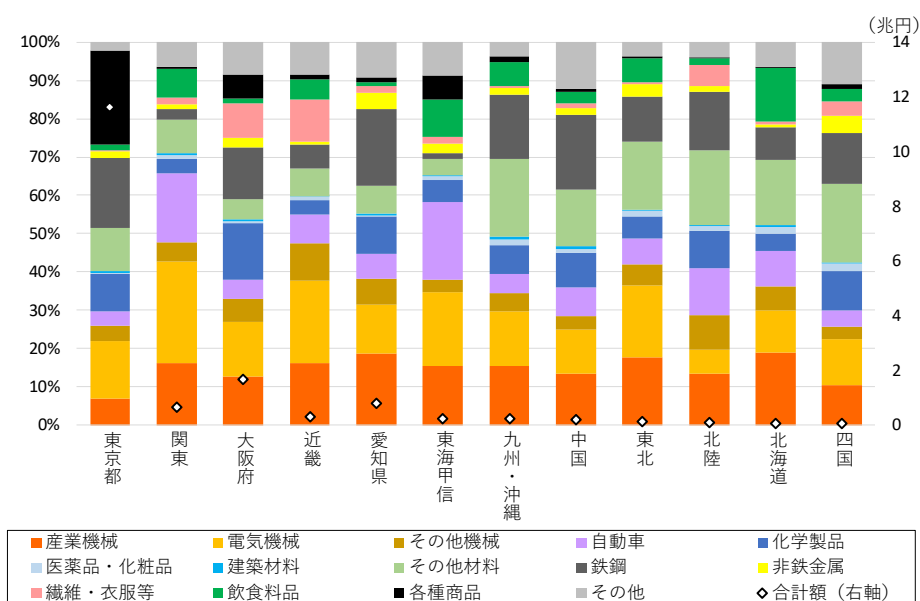
補論図 2 東京・大阪の商社の輸出額割合（卸売業種別）



備考：経済産業省「商業統計調査」から再編加工。2014 年。卸売事業所の所在地別。業種は、卸売事業者の業種分類。卸売事業者の事業所所在地ベース。

さらに、地域別に、輸出額の業種区分別割合を比較すると、大阪府、近畿地域および北陸地域は、当該地域の商社輸出額合計に占める、繊維・衣料の比重が他地域に比べて顕著に大きい。また、飲食料品の比重が他地域と比較して大きいのは、北海道、東海甲信（愛知県除く）、関東（東京除く）である（補論図 3）。また、機械類（自動車除く）の比重はどの地域でも高く、中でも、関東（東京除く）、近畿（大阪除く）、東北は、同比重が 4 割を超えている。輸出額が突出して大きい東京都は、各種商品取扱い卸売業の比重が 25%と最も大きい。

補論図 3 地元商社による輸出額（卸売業種内訳）



備考：経済産業省「商業統計調査」、「工業統計調査」から再編加工。2014 年。事業所の所在地別。関東は東京都以外。近畿は大阪府以外。東海甲信は愛知県以外。

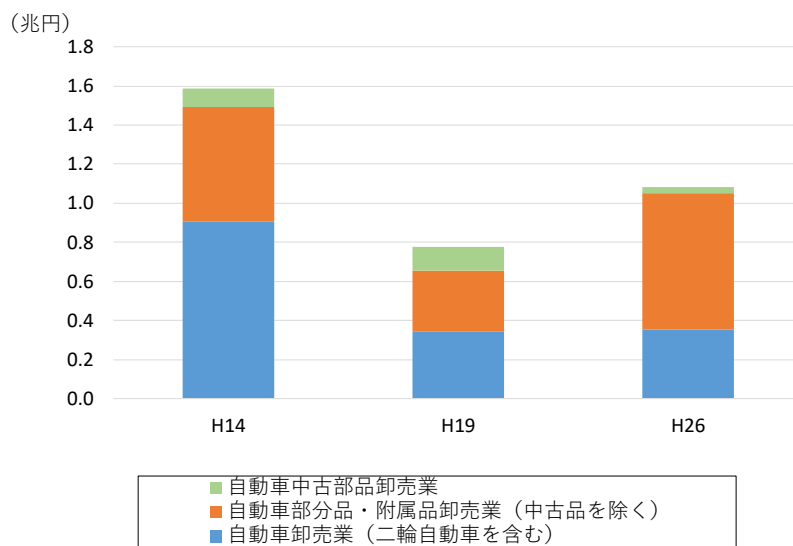
補論 3 商社輸出の変化とその背景に関する考察

商社輸出額の経年変化については、本文 3. において全体的な傾向を確認した中で、輸出規模の大きい輸送用機械業種で減少していることが明らかになった。

輸送用機械業種のうち自動車セクターについて内容を確認すると、商社輸出は、H19（2007）年に減少した後 H26（2014）年には増加している。また、H26（2014）年の増加分は部分品・附属品によるものであった（補論図 4）。

2000 年代に自動車メーカーが海外展開を進めた中で、商社経由の輸出における完成車分が減少し、代わりに海外に進出した日系メーカー向けの部分品・附属品の輸出が増加した可能性が考えられる。

補論図 4 自動車セクターにおける商社輸出額の変化²⁷



備考：商業統計調査から作成。品目ベースの卸小売事業者の輸出額推移を示している。税抜き試算。

次に、間接輸出を担う商社の企業規模の変化を確認する。2002 年と比較すると、資本金規模で 1000 億円超企業の輸出額が顕著に減少しているのに対し、1000 億円未満の規模では軒並み増加している。その結果、2002 年時点では、資本金規模で 1000 億円超の商社の輸出額は、商社輸出額の 52%を占めていたが、2014 年時点では 34%にまで低下している（補論図 5）。

ただし、資本金額では中堅・中小規模であっても、大手総合商社と同系列の企業グループに属する商社も存在する。また、2000 年代を通じて、企業グループ内において輸出を担うセクターの業種変更が生じている可能性も想定される。

そのため、大手総合商社の企業グループに属すると想定される事業者を商業統計及び工業統計から抽出し、それぞれの輸出額を確認したものが補論図 7 である²⁸。結果は、大手総合商社の企業グループによる輸出額は減少し、その他商社による輸出額が大きく増加している。また、

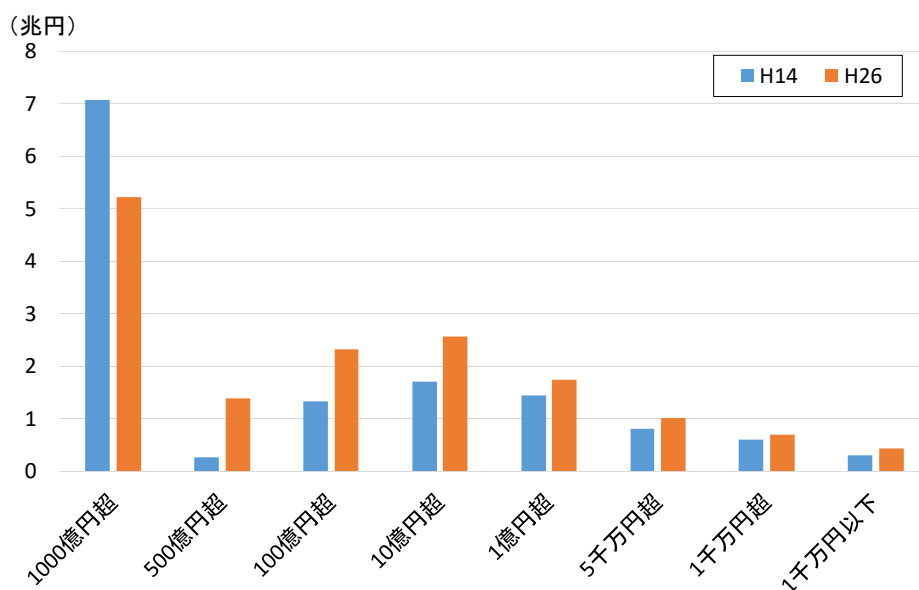
²⁷ 自動車の内訳は、自動車卸売業（二輪車を含む）が 22%、自動車部分品・附属品卸売業が 74%、中古部品卸売業が 3%となっている。

²⁸ 大手総合商社の企業グループに属すると想定される事業所。商社の系列事業所全てをカバーしたものではない。

その他企業グループによる製造業直接輸出が大きく増加しているが、大手総合商社の企業グループによる製造業直接輸出については、小幅な伸びにとどまっている。

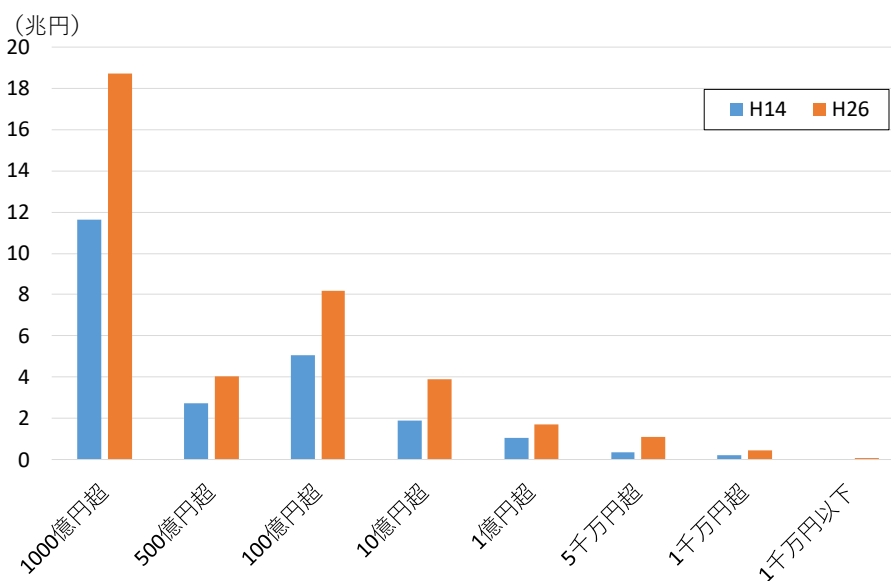
大手総合商社の輸出額減少は、大手総合商社におけるビジネスの重点が貿易から投資にシフトしてきているとの通説に沿う。ただし、同図は正確に大手総合商社の企業グループを捉えたものではないことに留意が必要である。

補論図 5 商社の資本規模別の卸売品目輸出額



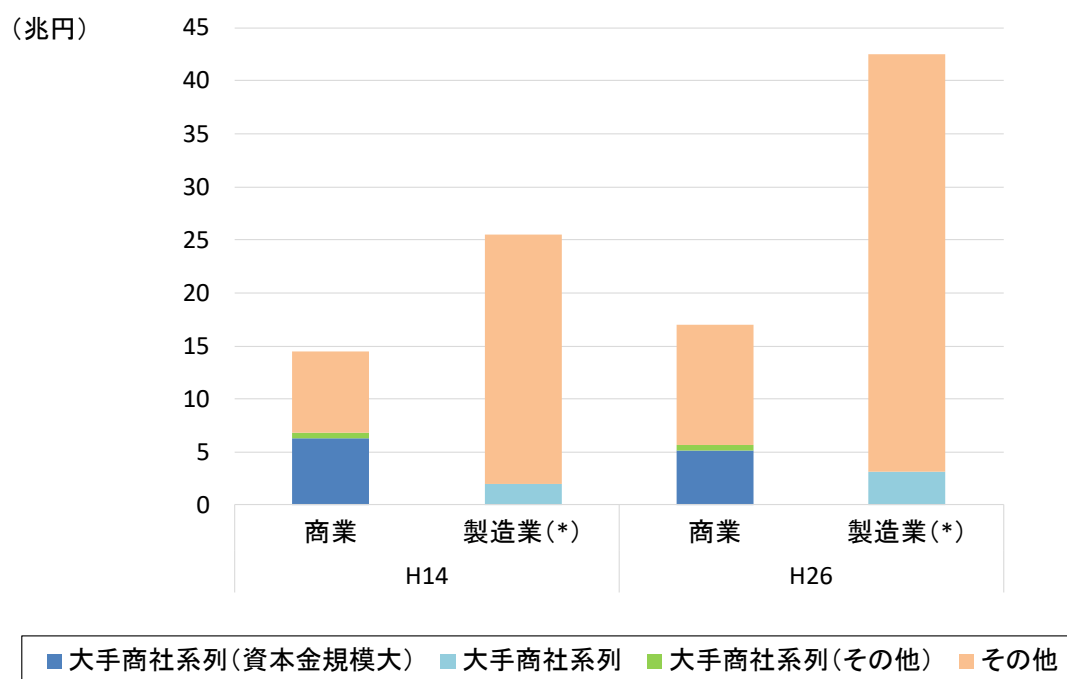
備考：経済産業省「商業統計」から再編加工。卸小売事業者の資本金規模別の、卸売品目輸出額。

補論図 6 製造事業者の資本規模別の直接輸出額



備考：経済産業省「工業統計調査」から再編加工。製造事業者の資本金規模別の、直接輸出額。

補論図 7 商社と製造業による輸出額の変化



備考：経済産業省「工業統計調査」、「商業統計調査」、産業連関表から再編加工。大手商社系列は、大手総合商社の企業グループに属すると考えられる卸小売事業者および製造事業者。製造業の輸出額は購入者価格化済み（H12年、H23年の製造業全体の比率を使用）。大手商社系列の商業のみ、資本金規模1000億円超の場合を区別した（製造業については大手商社系列でも資本金の区別をしていない）。

附表)

附表 1 パターン a で除外された業種・品目（委託費用比率・加工賃比率が高い）

経済センサス（製造業）		商品流通調査（詳細品目番号・品目名）
1111	1165	47 紡績糸
1114	1166	48 綿・スフ織物（含合繊短繊維織物）
1115	1167	49 絹・人絹織物（含合繊長繊維織物）
1116	1168	50 毛織物・麻織物・他に分類されない織物
1117	1169	51 ニット生地
1118	1171	52 染色整理
1119	1172	55 他に分類されない繊維工業製品
1121	1173	56 織物製衣服
1122	1174	57 ニット製衣服
1123	1181	58 他に分類されない衣服・身の回り品
1124	1182	61 他に分類されない繊維既製品
1125	1183	61 他に分類されない繊維既製品
1129	1184	79 印刷・製版・製本
1131	1185	218 金属製容器及び製缶板金製品
1132	1186	231 ペアリング
1133	1189	242 半導体製造装置（FPDを除く）
1141	1194	251 鑄造装置
1142	1195	252 プラスチック加工機械
1143	1196	
1144	1197	
1145	1199	
1146	1511	
1147	1512	
1148	1513	
1154	1521	
1155	1531	
1156	1532	
1157	1591	
1158	2446	
1159	2594	
1161	2651	
1162	2653	
1163	2671	
1164	2672	

付表 2 パターン b において除外された業種・品目（案分率 2 以上、あるいは 1 以下）

経済センサス(製造業)								商品流通調査			
911	1219	1821	2111	2431	2731	3015	3297	1	149	229	312
919	1221	1822	2112	2441	2732	3019	3299	2	150	232	313
921	1222	1823	2121	2442	2733	3021		3	151	237	315
923	1223	1824	2122	2443	2734	3022		4	152	238	316
924	1224	1825	2123	2444	2735	3023		5	153	241	318
925	1225	1831	2129	2445	2736	3031		10	154	244	319
926	1226	1832	2141	2451	2737	3032		11	155	245	320
929	1227	1833	2142	2452	2738	3033		12	156	247	
931	1231	1834	2143	2471	2739	3034		13	159	248	
932	1232	1841	2146	2479	2751	3035		14	161	250	
941	1233	1842	2147	2481	2752	3039		20	162	253	
942	1291	1843	2148	2492	2753	3134		21	163	254	
943	1292	1844	2149	2512	2761	3151		22	164	256	
944	1299	1845	2182	2521	2811	3159		23	165	257	
949	1311	1851	2183	2522	2812	3191		29	166	258	
971	1312	1852	2184	2523	2813	3211		32	170	259	
972	1313	1891	2185	2531	2814	3212		33	171	262	
973	1321	1892	2186	2532	2815	3219		35	172	264	
974	1331	1897	2191	2533	2821	3221		36	174	265	
979	1391	1898	2193	2534	2822	3222		41	179	266	
982	1392	1921	2194	2591	2823	3223		45	197	267	
993	1393	1922	2199	2592	2831	3224		46	199	269	
994	1399	1931	2251	2595	2841	3229		54	201	271	
995	1431	1932	2252	2596	2842	3231		59	201	272	
996	1433	1933	2253	2599	2851	3251		60	203	276	
997	1441	1991	2291	2641	2859	3252		62	207	277	
999	1442	1992	2291	2642	2899	3253		63	212	278	
1031	1449	1993	2292	2643	2913	3271		64	213	284	
1032	1451	1995	2311	2645	2914	3281		65	214	285	
1051	1452	1999	2339	2652	2915	3282		66	215	286	
1052	1453	2011	2341	2664	2922	3283		67	217	291	
1063	1454	2021	2391	2691	2951	3284		68	218	292	
1191	1499	2031	2411	2692	2952	3285		69	219	293	
1192	1644	2041	2421	2693	2961	3289		74	221	294	
1193	1694	2051	2422	2699	2962	3291		75	222	295	
1198	1811	2061	2423	2711	2969	3292		76	223	296	
1211	1812	2071	2424	2721	2971	3293		77	224	297	
1212	1813	2072	2425	2722	2972	3294		78	224	306	
1213	1814	2081	2426	2723	2973	3295		130	226	309	
1214	1815	2099	2429	2729	3014	3296		134	228	310	

備考：経済センサス-活動調査（製造業）（A）と、商品流通調査(B)の対応する品目分類（著者作成）において、比率（A÷B）が 1 以下、あるいは 2 以上となる場合に含まれている、A 及び B の業種（A）・品目（B）分類番号。

付表 3 地元の商社による輸出割合（対製造業出荷額）

	卸小売割合	卸売輸出額		卸小売割合	卸売輸出額
東京都	123.4%	125,674	長崎県	0.5%	96
大阪府	8.7%	18,079	愛媛県	0.5%	265
沖縄県	1.8%	152	鳥取県	0.5%	41
宮城県	1.7%	875	奈良県	0.4%	99
愛知県	1.6%	8,537	宮崎県	0.4%	79
福岡県	1.6%	1,695	青森県	0.4%	78
神奈川県	1.4%	2,992	岩手県	0.4%	102
兵庫県	1.3%	2,390	岡山県	0.3%	361
広島県	1.1%	1,283	岐阜県	0.3%	212
北海道	0.9%	798	山口県	0.3%	261
埼玉県	0.9%	1,375	栃木県	0.3%	339
福井県	0.8%	204	秋田県	0.3%	46
茨城県	0.8%	1,132	滋賀県	0.3%	253
京都府	0.7%	463	島根県	0.3%	37
静岡県	0.7%	1,486	福島県	0.3%	181
香川県	0.7%	207	和歌山県	0.2%	89
新潟県	0.6%	388	佐賀県	0.2%	54
石川県	0.6%	209	群馬県	0.2%	233
長野県	0.6%	403	三重県	0.2%	265
富山県	0.6%	265	大分県	0.2%	114
鹿児島県	0.6%	152	山梨県	0.2%	54
熊本県	0.6%	178	山形県	0.2%	67
千葉県	0.6%	1,002	徳島県	0.1%	31
高知県	0.6%	39			

備考：経済産業省「工業統計調査」、「商業統計調査」から再編加工卸売割合は、対製造品出荷額。卸売輸出額の単位は、億円。

付表 4 地域区分

都道府県名	地域名	都道府県名	地域名
北海道	北海道	滋賀県	近畿
		京都府	近畿
青森県	東北	大阪府	近畿
岩手県	東北	兵庫県	近畿
宮城県	東北	奈良県	近畿
秋田県	東北	和歌山県	近畿
山形県	東北		
福島県	東北	鳥取県	中国
		島根県	中国
茨城県	関東	岡山県	中国
栃木県	関東	広島県	中国
群馬県	関東	山口県	中国
埼玉県	関東		
千葉県	関東	徳島県	四国
東京都	関東	香川県	四国
神奈川県	関東	愛媛県	四国
		高知県	四国
新潟県	北陸	福岡県	九州・沖縄
富山県	北陸	佐賀県	九州・沖縄
石川県	北陸	長崎県	九州・沖縄
福井県	北陸	熊本県	九州・沖縄
		大分県	九州・沖縄
山梨県	東海甲信	宮崎県	九州・沖縄
長野県	東海甲信	鹿児島県	九州・沖縄
岐阜県	東海甲信	沖縄県	九州・沖縄
静岡県	東海甲信		
愛知県	東海甲信		
三重県	東海甲信		

備考：特に断りの無い限り、上記により区分した。

参考文献)

- Ahn, JaeBin, Amit K. Khandelwal, and Shang-Jin Wei (2011) “The Role of Intermediaries in Facilitating Trade,” *Journal of International Economics*, Vol. 84, No. 1, pp. 73–85.
- Bernard, Andrew B., Marco Grazzi, and Chiara Tomasi (2011) “Intermediaries in International Trade: Direct versus indirect modes of export.” NBER Working Paper No. 17711
- Crozet, Matthieu, Guy Lalanne and Sandra Poncet (2013) “Wholesalers in International Trade,” *European Economic Review*, Vol. 58, pp. 1–17.
- Fujii, Daisuke, Yoko Ono, Yukiko Umeno Saito (2017), “Indirect Exports and Wholesalers: Evidence from interfirm transaction network data,” *Japan and the World Economy*, Vol.44, pp.35-47,
- Melitz, Marc J. (2003) “The Impact of Trade on Intra-industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity,” *Econometrica*, Vol. 71, No. 6, pp. 1695–1725.
- 石川靖、齊藤有希子、田岡卓晃（2017 年）「地域経済における間接貿易の役割」RIETI Policy Discussion Paper Series 17-P-009