

巨大市場の出現と戦後最長の景気拡大 (1)

花 田 功 一

目 次

はじめに

第1節 2002年以降の景気拡大の概観

第2節 デジタル新商品の生産拡大

1. 液晶テレビの生産拡大

2. デジタルカメラの生産拡大

3. カーナビの生産拡大 (以上, 本号)

第3節 乗用車の生産拡大

第4節 半導体・液晶素子, 鉄鋼等の生産拡大

1. 半導体・液晶素子の生産拡大

2. 鉄鋼の生産拡大

3. 一般機械の生産拡大

4. 重電機器の生産拡大

5. 非鉄金属の生産拡大

第5節 総括

はじめに

日本経済は1999年から2000年にかけての景気拡大の後、2001年にはアメリカの不況と重なったこともあってかなり深刻な不況に陥ったが、2002年になると景気は緩やかに回復してきた。その後何度か危うい局面を経過したが、景気拡大は現在(2007年9月)も持続しており、それが始まった2002年2月からすでに68ヶ月目に入っている。これまでの戦後最長はいざなぎ景気の57ヶ月(1965年11月→1970年7月)であるから、今回の景気拡大はこれを遙かに越える新たな

な戦後最長の記録を達成しつつある。

この景気拡大については格差問題の深刻化や地方の疲弊の深刻化などとの関連で論じられなければならないことが多いが、本稿では、さしあたり、この新たな戦後最長の景気拡大がいかなる要因によって達成されたかという点に絞ってやや詳しい検討を試みることにしたい¹⁾。

まず、第1節では鉱工業生産指数や機械統計を用いて景気拡大を主導した要因＝主要因と、主要因によってもたらされた景気拡大をさらに増幅する働きをした要因＝副要因（増幅要因）を年毎に確定する。

続いて、第2節から第4節ではその主要因・副要因（増幅要因）のうち主なものを個別に取り上げてやや詳しく検討する。

ところで、周知のように、今回の景気拡大では中国の急速な経済発展とそれを最大の要因とする原油を初めとする資源価格の高騰が大きな役割を果たしているため、この問題を導入してこなければ今回の景気拡大の理解は極めて不十分なものに終わらざるをえない。そこで、最後の第5節では、この問題を導入しながら、それまで述べてきたことを全体的に総括することにする。

第1節 2002年以降の景気拡大の概観

本節ではまず、経済産業省の鉱工業生産指数や機械統計によって毎年の諸産業部門の生産の動きを見ていくことを通じて、今回の景気拡大の主要因と副要因（増幅要因）を年毎に確定してみることにしたい。

まず、2002年についてであるが、鉱工業生産指数を見てみると（第1-1表）、この年は年平均ではまだ前年に引き続きマイナスとなっているが、四半期毎の指数を見ればわかるように第I四半期からすでに回復の過程が始まっている

1) 度々指摘されているように、この景気拡大は長さの点では戦後最長を更新しつつあるものの、鉱工業生産の拡大の規模などの点ではいざなぎ景気に比べると遙かに小規模なものにとどまっているのであるが、こうした点に関する分析も別稿に譲ることとした。

第1-1表 鉱工業各部門の生産指数(2000年=100)とその伸び率(%)

年	鉱工業		鉄 鋼		非鉄金属		金属製品		一般機械	
01	93.2	-6.8	96.0	-4.0	98.5	-1.5	93.0	-7.0	89.0	-11.0
02	92.0	-1.3	99.2	3.3	96.6	-1.9	86.7	-6.8	81.9	-8.0
03	95.0	3.3	103.3	4.1	98.4	1.9	84.6	-2.4	87.8	7.2
04	100.2	5.5	108.0	4.5	97.8	-0.6	84.5	-0.1	102.4	16.6
05	101.3	1.1	107.5	-0.5	99.9	2.1	83.6	-1.1	107.7	5.2
06	106.2	4.8	109.9	2.2	104.7	4.8	82.6	-1.2	114.2	6.0
年	電気機械		情報通信機械 (うち、民生用電子機械)				電子部品・デバイス		輸送機械	
01	91.1	-8.9	93.8	-6.2	84.8	-15.2	78.7	-21.3	99.9	-0.1
02	87.3	-4.2	80.9	-13.8	92.0	8.5	87.6	11.3	106.4	6.5
03	92.5	6.0	84.4	4.3	108.3	17.7	103.2	17.8	107.0	0.6
04	101.0	9.2	84.0	-0.5	117.2	8.2	116.9	13.3	115.1	7.6
05	103.0	2.0	83.8	-0.2	123.5	5.4	117.8	0.8	120.7	4.9
06	109.4	6.2	87.6	4.5	139.2	12.7	141.3	19.9	127.3	5.5
年	(うち、乗用車)		精密機械		窯業・土石製品		化 学		石油・石炭製品	
01	98.8	-1.2	89.6	-10.4	93.3	-6.7	99.2	-0.8	100.6	0.6
02	104.9	6.2	80.1	-10.6	88.2	-5.5	99.3	0.1	99.7	-0.9
03	104.5	-0.4	82.1	2.5	85.9	-2.6	100.6	1.3	101.5	1.8
04	109.3	4.6	94.1	14.6	83.7	-2.6	102.9	2.3	100.4	-1.1
05	113.1	3.5	96.9	3.0	81.9	-2.2	101.7	-1.2	101.6	1.2
06	126.0	11.4	103.3	6.6	80.0	-2.3	100.9	-0.8	99.9	-1.7
年	プラスチック製品		パルプ・紙・紙加工品		織 維		食料品・たばこ		その他工業	
01	94.2	-5.8	97.0	-3.0	91.0	-9.0	99.0	-1.0	91.7	-8.3
02	92.8	-1.5	97.0	0.0	81.5	-10.4	97.8	-1.2	87.0	-5.1
03	93.6	0.9	96.5	-0.5	74.8	-8.2	97.3	-0.5	85.8	-1.4
04	95.0	1.5	97.8	1.3	70.7	-5.5	96.1	-1.2	86.5	0.8
05	94.5	-0.5	98.4	0.6	66.2	-6.4	94.3	-1.9	86.9	0.5
06	95.7	1.3	99.0	0.6	63.7	-3.8	93.1	-1.3	89.5	3.0

(出所) 経済産業省『鉱工業指数年報』より作成。

(第1-2表)。

この2002年の景気回復の要因を探るために、第1-1表によって鉱工業生産を業種別に見てみると²⁾、前年より生産が拡大している部門は鉄鋼(3.3%)、電子部品・デバイス(11.3%)、輸送機械(6.5%)である³⁾。

この他に注目しなければならないのは、情報通信機械が全体では-13.8%と大きなマイナスとなっているが、このうちの民生用電子機械は8.5%と電子部品・デバイスに次ぐ大きな伸びとなっていることである。

民生用電子機械を品目別に見てみると(第1-3表)、液晶テレビとデジタルカメラとカーナビが大きな伸びとなっており、これが民生用電子機械の生産拡大の主な要因であることは

明らかである。2003年以降を見ても今回の景気拡大においては民生用電子機械ではこれら3品目が主役の地位を占めていることは明らかであるから、本節ではこれらを民生用電子機械主要3品目と呼ぶことにする。

第1-2表 四半期毎の鉱工業生産指数(季節調整値, 2000年=100)とその伸び率(前期比, %)

	指数	伸び率		指数	伸び率
01年			04年		
I	98.5	-3.2	I	98.9	0.7
II	95.1	-3.5	II	100.8	1.9
III	90.9	-4.4	III	100.7	-0.1
IV	88.5	-2.6	IV	99.8	-0.9
02年			05年		
I	89.2	0.8	I	101.2	1.4
II	91.8	2.9	II	101.1	-0.1
III	93.4	1.7	III	100.6	-0.5
IV	93.8	0.4	IV	103.4	2.8
03年			06年		
I	94.0	0.2	I	103.8	0.4
II	93.6	-0.4	II	105.2	1.3
III	94.5	1.0	III	106.6	1.3
IV	98.2	3.9	IV	108.9	2.2

(出所) 第1-1表に同じ。

2) 各業種名についている業ないし工業は省略する。また、伸び率のプラスの記号は省略し、マイナスの場合のみマイナス記号を付けることにする(以下同じ)。

3) この他、化学が0.1%とプラスとなっているが、微増であるからここでは無視してもよいであろう。

第1-3表 民生用電子機械の各項目の生産指数(2000年=100)のその伸び率(%)

年	民生用電子機械		カラーテレビ		液晶テレビ		ビデオテープレコーダ		DVD-ビデオ	
01	84.8	-15.2	69.6	-30.4	120.3	20.3	41.6	-58.4	62.7	-37.3
02	92.0	8.5	62.1	-10.8	165.1	37.2	26.0	-37.5	51.8	-17.4
03	108.3	17.7	51.1	-17.7	217.4	31.7	14.2	-45.4	52.3	1.0
04	117.2	8.2	33.9	-33.7	315.9	45.3	-	-	48.9	-6.5
05	123.5	5.4	-	-	561.6	77.8	-	-	35.5	-27.4
06	139.2	12.7	-	-	771.4	37.4	-	-	32.6	-8.2
年	ビデオカメラ		デジタルカメラ		カーナビゲーション		ヘッドホンステレオ		カーステレオ	
01	72.8	-27.2	132.4	32.4	120.0	20.0	-	-	66.9	-33.1
02	76.8	5.5	175.1	32.3	141.1	17.6	-	-	60.8	-9.1
03	93.4	21.6	259.8	48.4	177.7	25.9	77.9	-	43.9	-27.8
04	94.0	0.6	302.4	16.4	219.4	23.5	51.1	-34.4	36.2	-17.5
05	102.8	9.4	299.0	-1.1	250.1	14.0	17.2	-66.3	31.1	-14.1
06	98.5	-4.2	384.7	28.7	248.6	-0.6	3.0	-82.6	29.3	-5.8

(出所) 経済産業省ホームページ, 鉱工業生産業種別及び品目別指数より作成。

また, 輸送機械ではその主要品目である乗用車が6.2%と輸送機械の平均に近いかなり高い伸びとなっていることに注目する必要があるであろう。

これらのことから, 2002年の景気回復については, とりあえずは, 民生用電子機械主要3品目や乗用車の生産拡大がその主要因となり, これに電子部品・デバイスや鉄鋼の生産拡大が副要因(増幅要因)として付け加わって達成されたという構図を描くことができるであろう。

これらのうち, ここでは民生用電子機械主要3品目と電子部品・デバイスについて機械統計を用いてもう少し詳しく見ておくことにしよう。

民生用電子機械主要3品目から見てみると(第1-4表), まず, 液晶テレビは台数で37.2%, 金額で78.2%と前年を大きく上回る極めて高い伸びとなった。

他方、デジタルカメラは台数では32.3%と前年と同程度の高い伸びを維持したが、金額では12.7%と伸びを落とした。

また、カーナビは台数では17.6%と伸びを大きくしたが、金額では10.3%とデジタルカメラ同様伸びを落とした。

こうして、液晶テレビの生産は大きく伸びたが、デジタルカメラとカーナビが伸びを落としたため、これら3品目の生産額の合計は前年に引き続き順調な伸びを続けたものの、18.8%と前年よりやや低い伸びにとどまった。

次に、電子部品・デバイスについて見てみると(第1-5表)、まず、集積回路は数量では2ケタの伸びとなったが、金額ではマイナス幅は小さくなったものの、この年もまだ-2.5%とマイナスを続けた。

また、半導体素子も数量では2ケタの伸びとなが、金額ではプラスに転じはしたものの、0.2%と微増にとどまった。

液晶素子は数量では前年に引き続き2ケタの大きなマイナスとなったし、金額でも2.5%とわずかな伸びにとどまった。

以上の結果、これら3品目の生産額の合計はこの年も-0.9%とわずかではあるが、減少を続けた。

これらのことから見て、電子部品・デバイスの生産はこの時点ではまだようやくやや明るさが見えてきたという状況にとどまっていると考えてよいであろう⁴⁾。

以上のようなわけで、民生用電子機械主要3品目の生産は前年程度の伸びにとどまったし、電子部品・デバイスの生産はまだようやく明るさが見えてきたという段階に過ぎないのであるが、これらのことを踏まえて、上の2002年の景気回復の要因に関する規定を修正し、もう少し厳密に規定し直せば、次のようになるであろう。つまり、2002年の景気回復は乗用車の生産拡大を主要因中の主要因とし、これに民生用電子機械主要3品目の生産の順調な拡大の持続が加

4) 以上の3品目の他、電子部品・デバイスには抵抗器やコンデンサなどの電子部品やシリコンウエハも含まれるが、これらはあまり重要であるとは思われないので、本稿では考察を省略する。

第1-4表 液晶テレビ・デジタルカメラ・カーナビの生産

(単位 千台, 百万円, %)

年	合 計			
			金 額	
01			700,647	19.6
02			832,260	18.8
03			1,136,376	36.5
04			1,501,819	32.2
05			1,677,570	11.7
06			1,940,343	15.7
年	液晶テレビ			
	台 数		金 額	
01	1,203	20.3	73,801	42.5
02	1,650	37.2	131,530	78.2
03	1,833	11.1	206,368	56.9
04	2,665	45.4	373,769	81.1
05	4,345	63.0	549,670	47.1
06	5,968	37.4	733,508	33.4
年	デジタルカメラ			
	台 数		金 額	
01	12,785	32.4	386,860	19.5
02	16,909	32.3	436,098	12.7
03	25,084	48.3	591,896	35.7
04	29,200	16.4	712,417	20.4
05	28,876	-1.1	650,386	-8.7
06	37,150	28.7	730,988	12.4
年	カーナビ			
	台 数		金 額	
01	2,574	5.5	239,986	14.1
02	3,027	17.6	264,632	10.3
03	3,811	25.9	338,112	27.8
04	4,707	23.5	415,633	22.9
05	5,365	14.0	477,514	14.9
06	5,333	-0.6	475,847	-0.3

(出所) 経済産業省『機械統計年報』より作成。

第1-5表 半導体・液晶素子の生産

(単位 百万個〈液晶素子のみ千個〉, 百万円, %)

年	合 計			
			金 額	
01			5,370,963	-24.1
02			5,323,647	-0.9
03			5,935,875	11.5
04			6,491,335	9.4
05			5,938,643	-8.5
06			6,412,383	8.0
年	集積回路			
	数 量		金 額	
01	23,242	-34.2	3,259,118	-26.4
02	26,323	13.3	3,178,755	-2.5
03	28,126	6.8	3,437,568	8.1
04	31,379	11.6	3,619,050	5.3
05	31,023	-1.1	3,284,289	-9.2
06	35,592	14.7	3,609,906	9.9
年	半導体素子			
	数 量		金 額	
01	61,312	-40.3	883,375	-26.1
02	68,179	11.2	885,262	0.2
03	73,231	7.4	961,808	8.6
04	82,680	12.9	1,072,516	11.5
05	76,934	-6.9	1,059,100	-1.3
06	85,782	11.5	1,127,415	6.5
年	液晶素子			
	数 量		金 額	
01	420,337	-26.5	1,228,470	-15.5
02	368,600	-12.3	1,259,630	2.5
03	482,350	30.9	1,536,499	22.0
04	555,966	15.3	1,799,769	17.1
05	557,676	0.3	1,595,254	-11.4
06	668,342	19.8	1,675,062	5.0

(出所) 第1-4表に同じ。

わって主要因を形成し、これに鉄鋼の生産拡大が副要因（増幅要因）として付け加わって達成されたのである。

続いて、2003年についてであるが、この年には鉱工業生産は平均で3.3%と3年ぶりにプラスとなった。

この景気拡大の要因を探るために、この平均より高い伸びとなった産業部門を取り出してみると、鉄鋼（4.1%）、一般機械（7.2%）、電気機械（6.0%）、情報通信機械（4.3%）、電子部品・デバイス（17.8%）となる。

なお、情報通信機械の中で民生用電子機械は17.7%と前年を大きく越える非常に高い伸びとなった。また、輸送機械は全体としても0.6%と伸びを大きく落としたが、その主要品目である乗用車も-0.4%とマイナスとなってしまった（以上、第1-1表）。

これらのことから、2003年の景気拡大については、とりあえずは、民生用電子機械主要3品目の生産拡大がその主要因となり、これに電子部品・デバイスや鉄鋼や一般機械や電気機械の生産拡大が副要因（増幅要因）として付け加わって達成されたという構図を描くことができるであろう。

これらのうち、ここでも民生用電子機械主要3品目と電子部品・デバイスについて機械統計を用いてももう少し詳しく見ておくことにしよう。

民生用電子機械主要3品目では（第1-4表）、まず、デジタルカメラが台数、金額とも前年を大きく越える極めて高い伸びとなった。

また、カーナビもデジタルカメラほどではないが、台数でも金額でも前年を大きく越える非常に高い伸びとなった。

これらに対して、液晶テレビは台数、金額とも前年より伸びを落としたが、金額ではまだ56.9%と極めて高い伸びを続けた。

以上の結果、これら3品目の生産額の合計は36.5%と前年の18.8%を遙かに越える極めて高い伸びとなった。

また、統計上は民生用電子機械には入っていないが、この年にはカメラ付き携帯電話の人気の急激な高まりを反映して携帯電話の生産が台数で29.1%（2002年の46,072千台→2003年の59,460千台）、金額で36.3%（2002年の

1,411,147百万円→2003年の1,923,476百万円)と徐々に極めて高い伸びとなったが、これも景気拡大の主要因の一翼を担ったと考えて間違いないであろう⁵⁾。

次に、電子部品・デバイスについて見てみると(第1-5表)、まず、集積回路は数量では6.8%と前年より伸びを落としたが、金額では8.1%とまずまずの伸びとなった。

また、半導体素子も集積回路同様数量でやや伸びを落としたが、金額では8.6%とまずまずの伸びとなった。

これらに対して、液晶素子は数量で30.9%、金額で22.0%と非常に高い伸びとなった。

以上の結果、これら3品目の生産額の合計は11.5%と3年ぶりで2ケタの伸びに復帰した。

以上のことを踏まえて、上の2003年の景気拡大の要因に関する規定を修正し、もう少し厳密に規定し直せば、次のようになるであろう。つまり、2003年の景気拡大は民生用電子機械主要3品目や携帯電話の生産の大きな拡大を主要因とし、これに半導体・液晶素子や一般機械や電気機械の生産拡大や鉄鋼の生産の順調な拡大の持続が副要因(増幅要因)として付け加わって達成されたのである。

次に、2004年の鉱工業生産を見てみると、この年は平均で5.5%と2000年以来4年ぶりに5%を越える比較的高い伸びとなった。

この景気拡大の要因を探るために、この平均より高い伸びとなった部門を取り出してみると、一般機械(16.6%)、電気機械(9.2%)、電子部品・デバイス(13.3%)、輸送機械(7.6%)、精密機械(14.6%)となる。

なお、鉄鋼は平均には及ばなかったが、4.5%と前年をやや上回る比較的高い伸びを続けた。

5) なお、民生用電子機械では主要3品目以外でもビデオカメラが2002年から2003年にかけて台数で2ケタの伸びとなっているが、金額では2~3%台の低い伸びに終わっているため、景気拡大の要因としては無視することが許されるであろう。

また、情報通信機械は全体では-0.5%と再びマイナスに転じたが、このうちの民生用電子機械は前年の17.7%と比べるとだいぶ伸びを落としたものの、8.2%とまだ2ケタに近い伸びを維持した。

また、輸送機械は上のように7.6%と前年の0.6%から伸びを大きく高めたが、その主要品目である乗用車も前年のマイナスから4.6%へと大きく盛り返した(以上、第1-1表)。

これらのことから、2004年の景気拡大については、とりあえずは、民生用電子機械主要3品目の生産拡大が引き続きその主要因としての役割を担い、これに乗用車の生産拡大もその一翼として加わり、これらの景気拡大の主要因に電子部品・デバイスや一般機械や電気機械や精密機械や鉄鋼の生産拡大が副要因(増幅要因)として付け加わって達成されたという構図を描くことができるであろう。

これらのうち、ここでも民生用電子機械主要3品目と電子部品・デバイスについてももう少し詳しく見ておくことにしよう。

民生用電子機械主要3品目では(第1-4表)、まず、液晶テレビが台数で45.4%、金額で81.1%と伸びを大きく高めたことが目を引く。

カーナビは前年に比べればやや伸びを落としたが、台数、金額とも20%を越える非常に高い伸びを維持した。

これらに対して、デジタルカメラは台数でも金額でもまだ2ケタの伸びを維持したものの、前年に比べると双方とも伸びを大きく落とした。

このデジタルカメラの生産の伸びの低下を主な要因として、これら3品目の生産額の合計は前年に比べるとやや伸びを落としたが、液晶テレビの健闘のおかげでまだ32.2%と極めて高い伸びを維持することができた。

次に、電子部品・デバイスについて見てみると(第1-5表)、まず、集積回路は数量では伸びを大きくし、2ケタの伸びに復帰した。金額では伸びを落としたが、5.3%とまずまずの伸びを維持した。

これに対し、半導体素子は数量でも金額でも伸びを高め、双方とも2ケタの伸びに達した。

また、液晶素子は数量でも金額でも前年に比べ伸びを落としたが、数量では15.3%、金額では17.1%とまだ高い伸びを続けた。

以上の結果、これら3品目の生産額の合計は前年に比べやや伸びを落としたものの、まだ9.4%と2ケタに近い比較的高い伸びを維持した。

以上の検討も踏まえて、上の2004年の景気拡大の要因に関する規定をもう少し厳密に規定し直せば、次のようになるであろう。つまり、2004年の景気拡大は民生用電子機械主要3品目の生産の大きな拡大の持続を主要因中の主要因とし、これに乗用車の生産の盛り返しが加わって主要因を形成し、これに一般機械や電気機械の生産の一層の拡大や精密機械の生産の大きな拡大や半導体・液晶素子や鉄鋼の生産の順調な拡大の持続が副要因(増幅要因)として付け加わって達成されたのである。

続いて、2005年の鉱工業生産を見てみると、この年は平均で1.1%と伸びを大きく落とし、景気は大きく減速した。

しかし、とにかく景気は拡大を続けたのであるから、その要因を探るために、この伸びの全体としての低下の中でも比較的健闘した部門を取り出してみると、非鉄金属(2.1%)、一般機械(5.2%)、電気機械(2.0%)、輸送機械(4.9%)、精密機械(3.0%)となるであろう。

なお、情報通信機械は全体では-0.2%と2年続きのマイナスとなったが、その中の民生用電子機械は前年に引き続き伸びを落としたものの、5.4%とまますの伸びを維持した。他方、電子部品・デバイスは0.8%と低迷した。

また、輸送機械の主要品目である乗用車も前年より伸びを落としたが、3.5%とまますの伸びを維持した(以上、第1-1表)。

これらのことから、2005年の景気拡大の持続については、とりあえずは、民生用電子機械主要3品目と乗用車の生産拡大がその主要因となり、これに非鉄金属や一般機械や電気機械や精密機械の生産拡大が副要因(増幅要因)として付け加わって達成されたという構図を描くことができるであろう。

以下、ここではこれまで同様、民生用電子機械主要3品目と電子部品・デバイスについてももう少し詳しく見ておくことにしよう。

まず、民生用電子機械主要3品目について見てみると（第1-4表）、デジタルカメラの生産が台数でも金額でもマイナスとなってしまったことが何よりも目を引く。

これに対して、液晶テレビは金額では前年に比べて伸びを大きく落としたものの、まだ47.1%と極めて高い伸びを維持したし、台数では63.0%と前年より一層伸びを大きくした。

また、カーナビは台数・金額とも前年に比べて伸びを大きく落としたが、まだ双方とも15%に近い伸びは維持した。

こうして、デジタルカメラの生産はマイナスとなってしまったが、液晶テレビはまだ極めて高い伸びを続けたし、カーナビも15%に近い伸びを維持したため、これら3品目の生産額の合計は前年に比べて伸びを大きく落としたものの、11.7%となんとか2ケタの伸びを維持した。

次に、電子部品・デバイスについて見てみると（第1-5表）、まず、集積回路は数量でも金額でもマイナスとなった。数量では-1.1%とわずかなマイナスにとどまったが、金額では-9.2%と大きなマイナスとなった。

半導体素子も同様であったが、こちらは金額の方は-1.3%と微減で、数量の方が-6.9%と大きなマイナスとなった。

また、液晶素子は数量ではプラスを維持したが、0.3%と微増にとどまったし、金額では-11.4%と集積回路をやや上回る大きなマイナスとなった。

以上の結果、これら3品目の生産額の合計は-8.5%とかなり大きなマイナスとなった。

以上の検討も踏まえて、上の2005年の景気拡大の持続の要因に関する規定をもう少し厳密に規定し直せば、次のようになるであろう。つまり、2005年の景気拡大の持続は民生用電子機械主要3品目の生産が2ケタの伸びを維持することができたこと、及び、乗用車の生産が堅調な伸びを続けたことを主要因とし、これに一般機械や電気機械や精密機械の生産が拡大を続けたことや非鉄金属の生産が拡大に転じたことが副要因（増幅要因）として付け加わって達成されたのである。

最後に、2006年の鉱工業生産を見てみると、この年は平均で4.8%と大きく盛り返した。

この生産の大きな盛り返しの要因を探るために、この平均より高い伸びとなった部門を取り出してみると、非鉄金属 (4.8%)、一般機械 (6.0%)、電気機械 (6.2%)、電子部品・デバイス (19.9%)、輸送機械 (5.5%)、精密機械 (6.6%) となる。

なお、情報通信機械も4.5%と平均に近い伸びとなったし、この中の民生用電子機械は12.7%と3年ぶりで2ケタの伸びとなった。

また、輸送機械は上のように全体としては5.5%とそれほど高い伸びとはならなかったが、その主要品目である乗用車は11.1%と97年以来久々に2ケタの高い伸びとなった (以上、第1-1表)。

これらのことから、2006年の景気の大きな盛り返しについては、とりあえずは、民生用電子機械主要3品目や乗用車の生産拡大がその主要因となり、これに電子部品・デバイスや非鉄金属や一般機械や電気機械や精密機械の生産拡大が副要因 (増幅要因) として加わって達成されたという構図を描くことができるであろう。

これらのうち、ここではこれまで同様、民生用電子機械主要3品目と電子部品・デバイスについてももう少し詳しく見ておくことにしよう。

まず、民生用電子機械主要3品目について見てみると (第1-4表)、前年、台数・金額ともマイナスに陥ったデジタルカメラは台数では28.7%と大きく盛り返し、金額でも12.4%と2ケタの伸びに復帰した。

液晶テレビは台数で37.4%、金額で33.4%とまだ非常に高い伸びを続けたが、前年に比べると双方とも伸びを大きく落としてしまった。

また、前年にはまだ台数・金額とも2ケタの伸びを維持していたカーナビは双方ともわずかではあるがマイナスに転じてしまった。

こうして、デジタルカメラの生産の伸びは2ケタに復帰したが、液晶テレビは前年に比べれば伸びを大きく落としてしまったし、カーナビはマイナスとなってしまったため、これら3品目の生産額の合計は前年よりは伸びを高めた

ものの、15.7%とそれほど高くない伸びにとどまった。

次に、電子部品・デバイスについて見てみると（第1－5表）、まず、集積回路は数量で14.7%と大きく伸びたし、金額でも9.9%と2ケタ近くの伸びに達した。

半導体素子も数量では11.1%と2ケタの伸びとなったが、金額では前年のマイナスからプラスに転じたものの、6.5%とあまり高くない伸びにとどまった。

液晶素子も数量では19.8%と大きな伸びとなったが、金額では前年の大きな減少からプラスに転じはしたものの、やはり5.5%とあまり高くない伸びにとどまった。

以上の結果、これら3品目の生産額の合計はあまり高い伸びとはならなかったが、8.0%とまずまずの伸びに達した。

以上の検討も踏まえて、上の2006年の景気の大きな盛り返しの要因に関する規定をもう少し厳密に規定し直せば、次のようになるであろう。つまり、2006年の景気の大きな盛り返しは乗用車の生産の大きな拡大を主要因中の主要因とし、これに民生用電子機械主要3品目の生産の盛り返しが加わって主要因を形成し、これに半導体・液晶素子や一般機械や電気機械や精密機械の生産の盛り返しや非鉄金属の生産の伸びの一層の上昇が副要因（増幅要因）として付け加わって達成されたのである。

以上、2002年から順を追って年毎に今回の景気拡大の要因について検討してきたが、最後に、ここでそれらをまとめておくことにしよう。

まず、2002年の景気回復は、乗用車の生産拡大を主要因中の主要因とし、これに民生用電子機械主要3品目の生産の順調な拡大の持続が加わって主要因を形成し、これに鉄鋼の生産拡大が副要因（増幅要因）として付け加わって達成された。

続く2003年の景気拡大は、民生用電子機械主要3品目や携帯電話の生産の大きな拡大を主要因とし、これに半導体・液晶素子や一般機械や電気機械の生産拡大や鉄鋼の生産の順調な拡大の持続が副要因（増幅要因）として付け加わって達成された。

これに続く2004年の景気拡大は、民生用電子機械主要3品目の生産の大きな拡大の持続を主要因中の主要因とし、これに乗用車の生産の盛り返しに加わって主要因を形成し、これに一般機械や電気機械の生産の一層の拡大や精密機械の生産の大きな拡大や半導体・液晶素子や鉄鋼の生産の順調な拡大の持続が副要因(増幅要因)として付け加わって達成された。

また、2005年の景気拡大の持続は、民生用電子機械主要3品目の生産が2ケタの伸びを維持することができたこと、及び、乗用車の生産が堅調な伸びを続けたことを主要因とし、これに一般機械や電気機械や精密機械の生産が拡大を続けたことや非鉄金属の生産が拡大に転じたことが副要因(増幅要因)として付け加わって達成された。

最後に、2006年の景気の大きな盛り返しは、乗用車の生産の大きな拡大を主要因中の主要因とし、これに民生用電子機械主要3品目の生産の盛り返しに加わって主要因を形成し、これに半導体・液晶素子や一般機械や電気機械や精密機械の生産の盛り返しや非鉄金属の生産の伸びの一層の上昇が副要因(増幅要因)として付け加わって達成された。

以上のことを念頭に置いて、以下、第2節と第3節では、今回の景気拡大で景気拡大の主要因中の主要因ないし主要因の一翼としての役割を果たした民生用電子機械主要3品目と乗用車の生産についてやや詳しく検討する。

そして、続く第4節では、景気拡大の副要因(増幅要因)としての役割を果たしたものの中から主要なものとして半導体・液晶素子、鉄鋼、一般機械、電気機械、非鉄金属を取り出し、個別にやや詳しい検討を加えることにする。

第2節 デジタル新商品の生産拡大

1. 液晶テレビの生産拡大

本節では、今回の景気拡大において一貫してその主要因中の主要因ないし主要因の一翼としての役割を果たしてきた3つのデジタル新商品(前節で民生用電

子機械主要3品目と呼んだ液晶テレビ、デジタルカメラ、カーナビのことを以下ではデジタル新商品と呼ぶことにする)の生産について個別にやや詳しく検討する。

まず、3つのデジタル新商品のうちで最も重要な役割を果たすと見られる液晶テレビの生産から検討してみることにしよう。

液晶テレビの本格的な普及が2001年1月1日のシャープ「AQUOS」の発売から始まったということについては異論のないところであろう。

その後、これに刺激されて他のメーカーも液晶テレビに力を入れ始め消費者の選択の幅が広がったこと、2002年6月に開かれたサーカーワールドカップ・日本／韓国大会が需要を一層刺激したこと、さらには、第2-1表のように輸出が大きく拡大したこと、これらのことによって2001年から2002年にかけて液晶テレビの生産は大きく拡大していった(以下、生産については第1-4表参照)。

2003年には需要を刺激する大きなイベントがなかったため需要がやや伸び悩みやみ、在庫調整の必要から生産の伸びはだいぶ落ちたが、その年の12月1日からの地上デジタル放送の開始めがけて各メーカーが新製品を投入し、販売合戦を繰り広げたことや輸出が引き続いて大きく拡大したことによって、販売の方は前年とそれほど変わらない伸びを確保することができた⁶⁾。

そして、2004年になると地上デジタル放送が開始されたことや8月に開催されたアテネオリンピックに刺激されて需要が大きく伸び、生産が大きく拡大した。

アテネオリンピックの終了後液晶テレビの生産は一時やや不振に陥ったが、2005年の春ころからまた盛り返していき、2005年全体では台数で前年を大きく越える極めて高い伸びとなった。しかし、他方、金額では前年に比べ伸びを大

6) 経済産業省『機械統計年報』によれば、液晶テレビの販売台数の伸びは2002年には22.8%(1,292千台→1,586千台)であったが、2003年には19.4%(1,586千台→1,894千台)となっており、2003年には伸びがやや落ちたが、それほど変わらない伸びとなっている。

大きく落とした。これは2005年の需要の大きな拡大では価格の大幅な低下が最も重要な要因となったことを意味するものであろう⁷⁾。

2006年には2月にトリノ冬季オリンピックが、6月にサッカーワールドカップ・ドイツ大会が開催され、それらが価格の低下とともに需要の刺激に役立ち、前半までは生産の大きな伸びが持続した。そのため、2006年全体でも、前年に比べれば伸びを大きく落としたものの、台数・金額ともまだかなり高い伸びを維持した。

以上、この間の液晶テレビの生産の動きやその主な要因について見てきたが、最後に、液晶テレビの輸出について若干補足しておくことにしよう。

第1-4表と第2-1表から分かるように、液晶テレビの輸出額の伸びは2002年から2003年にかけては生産額の伸びを越えていた。また、輸出額は生産額の2分の1を越えていた。しかし、2004年になるとそれらの関係が逆転し、その後、2005年から2006年にかけては輸出額は大きく減少していった⁸⁾。

第2-1表 液晶テレビの地域別輸出額とその伸び率

(単位 100万円, %)

年	合 計		北 米	
	01	29,789	89.1	15,542
02	71,310	139.4	44,320	185.2
03	120,151	68.5	72,549	63.7
04	165,240	37.5	89,896	23.9
05	146,343	-11.4	79,883	-11.1
06	123,893	-15.3	39,135	-51.0
年	西	欧	その他地域	
	01	6,280	195.0	7,967
02	13,016	107.3	13,974	75.4
03	24,539	88.5	23,063	65.0
04	28,753	17.2	46,591	102.0
05	10,002	-65.2	56,458	21.2
06	12,187	21.8	72,571	28.5

(出所) 財務省貿易統計, 品別国別表より作成。

7) 第1-4表を用いて生産額を生産台数で割って1台当たりの平均価格を算出してみると、価格は2004年の14万円から2005年の12万7千円へと大きく下落している。

8) 2005年から輸出額が急激に減少していったのは、上掲『機械統計年報』で「受入」が2004年から急増していることから見て、海外生産が急激に増加したことがその主な要因であると考えられる。

これらのことから、2002年から2003年にかけては輸出の方が内需より重要な役割を果たしたが、2004年にはその関係が逆転し、2005年からは生産の拡大はもっぱら内需の拡大にもとづくようになったといえることができるであろう。

2002年から2003年にかけての輸出拡大の中心は、液晶テレビがまだかなり高額であったことを反映して、北米や西欧、とりわけ北米に対するものであった。第2-2表に見られるように、北米だけで2002年の伸び率139.4%、2003年の伸び率68.5%に対する寄与率がそれぞれ96.6%、39.6%と他の地域に抜きん出ている。これに西欧の寄与率を加えると、2002年には119.2%、2003年には55.8%と圧倒的となる。

2004年にもまだ北米や西欧の寄与は大きいだが、それまでも高い伸びを続けてきたその他の地域の寄与も大きくなり、輸出額の伸び率37.5%に対する寄与率は北米と西欧の合計で17.9%であるのに対して、その他の地域の合計は19.6%とその他の地域の寄与率の方が大きくなっている。

2. デジタルカメラの生産拡大

続いて、デジタルカメラの生産について検討してみることにしよう。

初めに、前節で見たデジタルカメラの生産の推移をここでの行論の都合上やや修正してまとめておけば、デジタルカメラの生産は、まず、2002年には価格低下のため金額ではやや大きく伸びを落としたが、台数では32.3%と前年とほぼ同じ高い伸びを続けた。

2003年には台数・金額とも伸びを大きく高め、台数で48.3%、金額でも35.7%

第2-2表 液晶テレビの輸出の伸び率
に対する各地域の寄与率(%)

年	合 計	北 米	西 欧	その他 地 域
02	139.4	96.6	22.6	20.2
03	68.5	39.6	16.2	12.7
04	37.5	14.4	3.5	19.6
05	-11.4	-6.1	-11.3	6.0
06	-15.3	-27.8	1.5	11.0

(出所) 第2-1表より作成。

と極めて高い伸びとなった。

2004年になると台数・金額とも伸びを大きく落としたが、それでもまだ台数で16.4%、金額で20.4%とまらずの伸びを維持した。

そして、2005年にはついに両者ともマイナスとなってしまった。

しかし、2006年には金額では12.4%とあまり高い伸びとはならなかったものの、台数では28.7%と大きく盛り返した(以上、第1-4表参照)。

デジタルカメラの場合には輸出比率が相当高いため、輸出の動きを正確につかむことなしには、こうした生産の動きの意味を把握することは全く不可能であるが、財務省の貿易統計からはデジタルカメラの輸出の正確な数字は得られないように思われるため⁹⁾、ここでは、海外生産分をも含むカメラ映像機器工業会の出荷統計を参考にして、上のような生産の動きのおおよその意味を推測してみることにしたい。

第2-3表は出荷全体を国内出荷

第2-3表 デジタルカメラの生産と出荷

(単位 千台, 百万円, %)

年	生産			
	台数		金額	
01	15,956	47.5	551,388	29.5
02	23,365	46.4	674,204	22.3
03	43,393	85.7	1,071,991	59.0
04	59,405	36.9	1,381,405	28.9
05	63,576	7.0	1,276,228	-7.6
06	77,633	22.1	1,403,323	10.0
年	出荷			
	台数		金額	
01	14,753	42.7	545,434	24.5
02	24,551	66.4	797,671	46.2
03	43,408	76.8	1,225,043	53.6
04	59,766	37.7	1,546,010	26.2
05	64,767	8.4	1,558,626	0.8
06	78,981	21.9	1,774,358	13.8
年	(うち, 国内出荷)			
	台数		金額	
01	4,831	63.8	178,453	36.1
02	6,550	35.6	210,175	17.8
03	8,439	28.8	244,939	16.5
04	8,547	1.3	243,199	-0.7
05	8,443	-1.2	232,472	-4.4
06	9,424	11.6	244,300	5.1
年	(うち, 輸出)			
	台数		金額	
01	9,922	34.2	366,981	19.6
02	18,001	81.4	587,496	60.1
03	34,969	94.3	980,104	66.8
04	51,219	46.5	1,302,811	32.9
05	56,323	10.0	1,326,154	1.8
06	69,557	23.5	1,530,058	15.4

(出所) カメラ映像機器工業会『日本のカメラ産業』より作成。

9) デジタルカメラの輸出の品目番号は8525.40.000であるが、ここには他の品目も含まれているせいか、この品目番号による数字にはデジタルカメラの輸出の正確な数字が示されていないように思われる。

と輸出とに分けたものであるが、これにより輸出比率（輸出／出荷）を計算してみると台数・金額とも70%台～80%台と非常に高くなっており、このことから当然のことではあるが、出荷全体の伸びの推移は輸出の伸びの推移に照応している。

2002年から2003年にかけては国内出荷は伸びを大きく落していったが、輸出が急激に伸びを高めていったことに照応して、出荷全体も急激に伸びを高めていった。

2004年には国内出荷は全く低迷してしまったが、輸出は前年に比べれば伸びを大きく落したものの、まだ非常に高い伸びを維持したため、これに照応して出荷全体も前年に比べれば伸びを大きく落したものの、まだ非常に高い伸びを維持した。

2005年には国内出荷はさらに一層低迷したし、輸出も大幅に伸びを落としたため、出荷全体も大幅に伸びを落とし、台数では1ヶケ台、金額では0%台の伸びとなってしまった。

そして、2006年には国内出荷の盛り返しはわずかであったが、輸出がやや大きく盛り返したため、これに照応して出荷全体もやや大きく盛り返した。

こうして、海外生産分をも含む全体としての出荷の伸び、したがってまた、生産の伸びの推移は輸出の伸びの推移に照応しているのであるが、このことが国内生産に限定した場合にも概ねあてはまるとするならば、経済産業省の機械統計に見られる国内生産の伸びの上のような推移の意味は次のように把握することができるであろう。

つまり、まず、2002年には内需は大きく伸びを落したが、輸出が大きく伸びたため、生産は価格の低下によって金額ではやや大きく伸びを落したものの、台数では前年とほぼ同じ高い伸びを続けることができた。

2003年にも内需は伸びを落したが、輸出が一層大きく伸びたため、生産は台数でも金額でも極めて高い伸びとなった。

2004年になると内需は全く低迷してしまったが、輸出は前年に比べれば伸びを大きく落したものの、まだ、まずまずの伸びを維持したため、生産も前年に

比べれば伸びを大きく落としたものの、まだ、まずまずの伸びを維持した。

そして、2005年には内需はさらに一層低迷したし、輸出も一層大きく伸びを落としたため、生産は台数・金額ともついにマイナスとなってしまった。

しかし、2006年には内需の盛り返しはわずかであったが、輸出がやや大きく盛り返したため、生産もやや大きく盛り返した。

経済産業省の機械統計における国内生産の伸びの推移の意味を以上のように把握することができると思えば、まず問題になるのは、2002年から2003年にかけて輸出が大きく伸び、その傾向が2004年まで続いたのはなぜかということ、そして、2005年になぜ、輸出の伸びが大幅に落ちてしまったのかということ、そして、最後に、一度伸びが落ちてしまった輸出が2006年になぜ盛り返したのかということであろう。

2002年から2004年までの輸出の大きな伸びの持続に関しては、カメラ映像機器工業会の出荷見通しが参考になる。

まず、「平成15年デジタルカメラ出荷見通し(改訂)」(平成15年8月20日付)で、カメラ映像機器工業会は平成15年の出荷見通しを上方修正したが、その理由を次のように説明している。

- 「① 活発な新製品投入及び高画素モデルの低価格化が誘因となり、需要を活性化させた。
- ② 普及が遅れていた欧州・アジア地域で急激に需要が立ち上がり、当初懸念材料としていたイラク戦争といった不安要因にも影響されず、高い伸び率を継続した。」

また、「平成16年カメラ等品目別出荷見通し」(平成16年1月27日付)では次のように述べている。

「平成15年はイラク戦争及び新型肺炎 SARS の流行という消費環境にとって悪材料の勃発で幕開けとなり、年央からは円高、ドル安が進行したものの世界経済は大きな変動なく推移した。こうした情勢の中、カメラ産業については欧米で急速な銀塩カメラからデジタルカメラへのシフトが起り欧州を主導とするデジタルカメラの需要は旺盛なものがあり、順調な伸びを得ることができ

た。」

これらからわかるように、2002年から2003年にかけてデジタルカメラの輸出が大きく拡大し、その傾向が2004年にも続いたのは、価格の安い高画素モデルを初めとする新製品が多数投入されたことを基礎として欧米やアジアを初めとして世界的に銀塩カメラからデジタルカメラへのシフトの波が起こったことによるのである。

2005年になって輸出の伸びが大幅に落ちてしまったのは、このシフトが一段落したことや世界的な景気の減速によるものであることは容易に想像できるところであろう。

その後、2006年には特に台数でかなり盛り返したが、これは世界的に景気拡大が加速したことや手ぶれ防止機能やさらなる高画素化などを売りものとする新製品の投入によって需要が喚起されたことによるものと思われる。

次に、内需の伸びが2002年から2003年にかけて大きな低下を続け、2004年から2005年にかけては全く低迷してしまったことについてであるが、これについては普及率の上昇がその主な要因と考えてよいであろう。

内閣府の消費動向調査によると、デジタルカメラの普及率は2002年3月末の時点で22.7%となっており、数字の上ではまだそれほど高くはないが、価格の安い高性能な銀塩カメラとの激しい競合関係を考えるとこの時点ですでにかなり高い水準に達していたと考えてよいであろう。

そして、内需の低迷が始まった年である2004年の3月末時点では普及率は40%程度と数字の上でもかなり高い水準にまで達していたのである¹⁰⁾。

また、2006年に内需が多少とも盛り返したのは輸出の場合と同様景気の盛り返しや手ぶれ防止機能やさらなる高画素化などを売りものとする新製品の投入によると考えてよいであろう。

10) 内閣府の消費動向調査では2004年3月末時点の普及率は51.8%となっているが、これにはカメラ付携帯電話も含まれているため、デジタルカメラのみの正確な普及率はわからない。しかし、カメラ付携帯電話が除外された2005年3月末時点の普及率は46.2%となっているから、それを除外した場合の2004年3月末時点での普及率は40%程度だったのではないかと推測される（内閣府『家計消費の動向』参照）。

3. カーナビの生産拡大

最後に、カーナビの生産について検討してみることにしよう。

前節で見たように、カーナビの生産は2002年には金額では価格低下のためやや伸びを落としたが、台数では17.6%と高い伸びとなった。

その後、2003年から2004年にかけては台数でも金額でも25%前後の非常に高い伸びを続けた。

2005年には双方とも伸びを落としたが、まだ双方とも15%近くの高い伸びを維持した。

しかし、2006年には双方ともマイナスとなってしまった（以上、第1 - 4表参照）。

こうして、カーナビの生産は2002年から2005年にかけて順調な拡大を続けたが、まず、2002年から順調な拡大が始まった理由について、電波新聞社『電子工業年鑑』2004年版は次のように述べている。

「一般的に、家庭用電気製品は普及率が10%を越すと成長が加速するといわれているが、カーナビについても乗用車保有台数に占めるカーナビ装着車の構成比が10%を越えた2002年後半から本格普及期に入った模様。」(325p)

このほか、この時期の特徴としてはメディアがCDからDVDへ、さらにはHDDへと進化していったことが挙げられるであろう。この進化によってカーナビの機能が格段と向上したのである。この点については、たとえば、同上『電子工業年鑑』2006年版は次のように述べている。

「その後エレクトロニクス技術の進歩と検索データの充実、警察の情報開示、さらにはインフラ整備（VICSなど）により、現在のカーナビは『目的地の名称・住所か電話番号を入力すれば、最適ルートを演算・表示し、音声で誘導。渋滞を検知すべし回ルートへ導く』のが当たり前となっている。」(388p)

「現在市販市場で主流となっているDVDナビは、大容量メディアの特徴を生かし、全国詳細地図データのほかに電話番号、住所、コンビニ、ガソリンスタンド、銀行、ファーストフードなどのデータを収録。また平面地図以外に、

ドライバーから見える景色とほぼ同じの三次元立体地図表示も行なえるようになってい。」(同上)

こうしたハードの進化やそれにとまなうソフト面での格段の充実に加えて、さらに、メーカーやディーラーの販売努力や商品の多様化も生産拡大に大きく寄与したと思われる。この点について上の『電子工業年鑑』2004年版は次のように述べている。

「ここにきて普及に加速がついてきた要因としては、自動車メーカーやカーディーラーの積極的な取り組みによる純正市場の拡大と、市販市場での商品多様化による需要層の拡大があげられる。

自動車メーカーは、カーナビニーズの高まりに対応してライン純正装着比率を高めているほか、トヨタのB-BOOKや日産のCARWINGSなどユーザー向け情報通信サービスを順次拡充してきており、これらに対応するカーナビをオプションでラインアップ。またカーディーラーでは客単価のアップを図るため、スマートに収納できる2DINサイズのAVN(オーディオ・ビジュアル・ナビゲーション)一体機を中心に販売を伸ばしている。

市販市場では、高性能HDDナビからDVDビデオ再生機能付きDVDナビ、複数のクルマや家でも使えるポータブルナビ、そして常に最新の地図データが利用できる通信ナビまで様々なタイプが提案されており、需要層が一段と広がっている。」(325p)

以上のようなわけで、2002年までに一定の普及率に達しており、それがそれ以上の普及の弾みとなったこと、ハードの進化とそれにとまなうソフト面での格段の充実によるカーナビ機能の大幅な向上、自動車メーカーやカーディーラーの販売努力、カーナビ商品の多様化、こうしたことによって2002年から2005年にかけてカーナビの生産は順調な拡大を続けたのである。

そして、2006年になるとカーナビの生産はマイナスに転じてしまったが、それは、こうしたことによるカーナビの普及が一巡したことによると考えて間違いないであろう。