



トランプ関税が対米自動車輸出に及ぼす影響は？

客員研究員
古金 義洋

○日本車メーカーはトランプ関税に対し、どういう価格設定行動をとるのか？

4月3日、日本の対米自動車輸出に25%の追加関税がかかった。米国は日本からの輸入車に対し、乗用車の場合2.5%、トラックの場合、最大25%の関税を課していたが、これが乗用車で27.5%、トラックが最大50%になった。

通関貿易統計によれば、2024年の日本の対米自動車輸出金額は6.0兆円とそれだけで輸出全体（107.1兆円）の5.6%、名目GDP（609.4兆円）の1.0%に相当する。追加関税分が現地での販売価格に転嫁され、日本車の価格が大幅に上昇すれば、米国内での日本車の価格競争力が大きく低下するだろう。そうなれば、日本からの対米自動車輸出数量が減少し、それに伴って日本国内での自動車及び関連産業の生産活動が落ち込み、日本経済に大きな悪影響をもたらすおそれがある。

トランプ関税が日本経済に及ぼす影響について、こうした悲観的なシナリオが喧伝され、それに対応した追加経済対策が必要との見方さえあるが、こうした予想は、あくまでも「追加関税分が現地での販売価格に転嫁され、米国内での日本車の価格が大幅に上昇する」との前提に立った予想だ。

だが、実際に、現地での販売が大幅に減少することを承知のうえで、関税分を販売価格にフル転嫁するというのは、やや非現実的な仮定であるように思える。

日本の輸出企業が、2010年代以降の円安局面やコロナショック以降の米国のインフレ局面など、輸出・販売価格の変更が必要となる

状況で、過去、どういう価格設定行動をとってきたのかを振り返ってみよう¹。

円安が進行する場合、米国に自動車輸出する日本車メーカーとしては、現地の価格をどうするかという点で、価格設定の戦略として大きく分けて2つの選択肢がある。

一つは、円建て価格を据え置き、円安分だけドル建て価格を引き下げるといった戦略だ。その場合、日本車の価格競争力が高まるため、現地での販売数量が増加し、輸出数量も増加する。

日本の輸出数量増加は、日本のマクロ経済にとってはプラスに作用する。ただ、日本車の米国でのプレゼンスが高まることになると、日米間での政治的な摩擦を引き起こしやすくなるという問題もある。

もう一つの戦略は、円安下でもドル建て価格を現地価格に合わせて据え置き、円安分だけ円建て価格を上昇させたままにするという戦略だ。その場合、日本車の価格競争力に変化はなく、現地での販売数量は増えない。

日本の輸出数量が増えることがなく、日本での自動車生産も増えることはないため、日本経済へのプラス効果も限定的になるが、米国における日本車のプレゼンスが高まることもない。一方、国内での生産コストなど関係なく、円建て輸出単価が上昇するため、その分、日本車メーカーの売上や利益は水増し気味に増加する。

では、日本の輸出企業は過去の円安局面で、

¹ 古金(2022)「なぜ円安でも輸出が増えないのか？」
J A 共済総合研究所、「共済総研レポート」No181



どちらの戦略をとってきたのか？

2000～01年までの円安局面では、円安につれて、現地の価格も円安と同程度引き下げられ、輸出企業は現地での値下げによって販売シェア拡大を目指し、輸出数量を増やそうとしていた。そのため、円安は日本のマクロ経済に対してプラスに作用した。

しかし、その後、輸出企業の価格設定行動は徐々に変わっていった。2005～06年の円安局面では現地での価格はさほど引き下げられなかった。2012～13年の円安局面でも大幅な円安が進んだが、それに比べると輸出価格の下落幅は小幅だった。

かつては円安に際して、現地での価格が引き下げられ、輸出数量が増加した。輸出数量を増やすために国内でも増産が必要になり、それが景気を押し上げた。結果として、円安による景気拡大の恩恵は当該輸出企業だけでなく、日本全体に波及した。

しかし、近年の円安局面では、現地での価格が引き下げられないようになり、輸出企業が、ただ為替差益を得る形になっている。

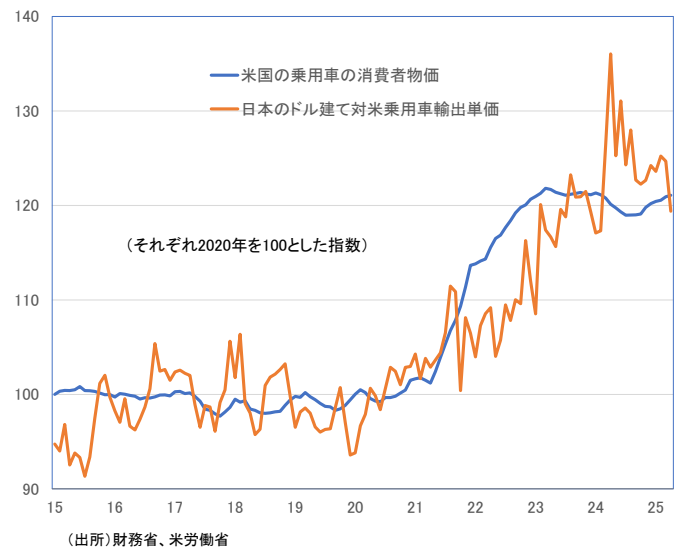
図1は、2020年を基準として、日本から米国へ輸出される乗用車のドル建て輸出単価と米国における乗用車の消費者物価を比べたものだ。

図2は、同様に、日本から米国へ輸出される乗用車の円建て輸出単価と日本における乗用車の消費者物価を比べたものだ。

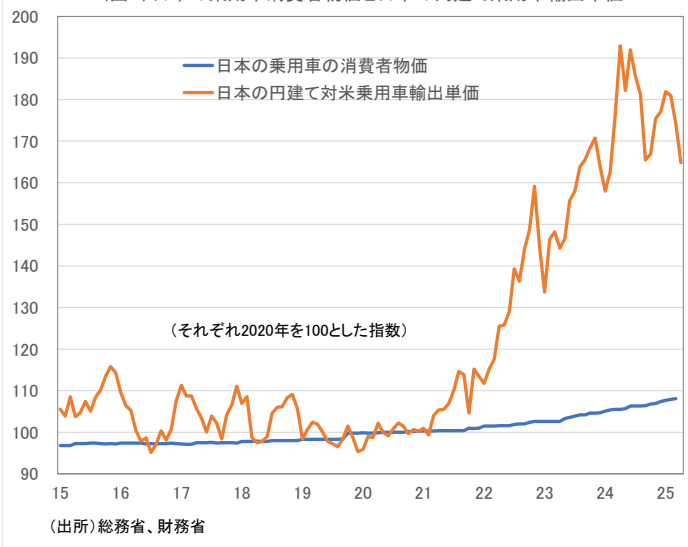
図1を見ると、コロナショック後の米国におけるインフレと円安局面で、日本車メーカーは、前述した2つの価格設定行動のなかで、後者に相当する戦略をとってきたことがわかる。

すなわち、ドル建て価格については、円安下でも価格競争力を強化するためのドル建て

(図1) 米国での乗用車の消費者物価と日本のドル建て乗用車輸出単価



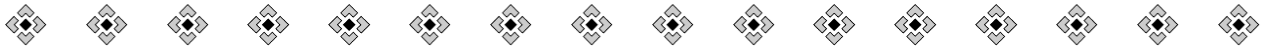
(図2) 日本の乗用車消費者物価と日本の円建て乗用車輸出単価



価格の引き下げを行わず、むしろ、米国内での乗用車価格上昇に相当する現地価格の引き上げを行なった。

2020年から直近までの米国における乗用車の消費者物価の上昇率、日本から米国への乗用車のドル建て輸出単価上昇率はそれぞれ20%程度だった。

ドル建て価格が米国内の乗用車価格に合わせて引き上げられ、加えて、円安が進行（ド



ル円相場は2020年の平均107円/ドルから2024年には160円/ドル近くまで円安が進行) したため、円建て価格は大幅に上昇した。

図2をみる通り、日本における乗用車の消費者物価が緩やかな上昇にとどまったのに対し、乗用車の円建て輸出単価(乗用車1台当たり価格)は2020年平均の247万円から2025年初めには450万円近くまで上昇した。

もちろん、輸出単価の上昇には高付加価値化などに伴う値上げも含まれるが、日本車メーカーが円安によって、円建て売上・利益の大幅増加という恩恵にあずかったことは確かだ。

○日本車メーカーの利益は減少するが、日本のマクロ経済への影響は限定的に

結局、日本車メーカーは、過去の円安局面やコロナショック後の米国のインフレ局面で、販売価格を現地の価格に合わせるような価格戦略をとってきたことがわかる。

だとすれば、トランプ関税によって、日本の対米自動車輸出が大幅に減少し、自動車および関連産業の生産活動停滞が日本の産業全体にも波及し、日本経済に直接的・かつ大幅な悪影響を及ぼすという見方はやや悲観的過ぎ、幾分、修正する必要があるだろう。

実際、5月21日に発表された4月の通関貿易統計によれば、25%の追加関税導入後であるにもかかわらず、米消費者の駆け込み購入が続いていることもあってか、対米乗用車輸出台数は前年同月比12.4%増加し、日本車に対する需要の強さを窺わせた。

言うまでもなく、背景には、悲観的なシナリオで想定されていた「日本車メーカーが関税分を現地の販売価格に転嫁する」という価格設定行動がとられなかったことがある。

実際に、日本車メーカーは、現地での販売

価格が急激に上昇しないよう、輸出価格を引き下げ、4月の円建て輸出単価は前年同月比14.6%低下(ドル建て輸出単価は同12.2%低下)した。

現地での販売価格が大幅に上昇しないよう輸出価格が引き下げられ、輸出数量が増加したため、乗用車の輸出金額(円建て)は同4.8%減となった。

4月の対米乗用車輸出金額が減少したのは、関税で日本車の価格競争力が低下したからではなく、日本車メーカーが値下げしたからにほかならない。

今後も、日本メーカーは現地での販売価格をある程度、現地での価格に合わせて設定し、日本車の価格競争力が大幅に低下しないような、価格設定行動を続けるのではないかと推測できる。

すなわち、輸入関税実施に伴って、米国産車の価格も幾分上昇するだろうが、日本車の現地での販売価格もそれに合わせた小幅な上昇にとどめ、その分、輸出単価を引き下げることになるだろう。

その際、米国において景気が後退する、といったことがなければ、日本車の対米輸出数量が大幅に減少するということもないだろう。

ここまで、円安が輸出数量増加という形で日本経済に及ぼすプラス効果が限定的であったように、今回のトランプ関税が輸出数量減少という形で日本のマクロ経済に及ぼすマイナスの影響も限定的にとどまる可能性がある。

もちろん、これまで日本車メーカーが、円安分、水増し気味に得ていた売上や利益の増分については、ある程度、縮小することを覚悟しなければいけないだろう。