

輸出財バラエティーと産業内貿易：理論的解釈と実証分析

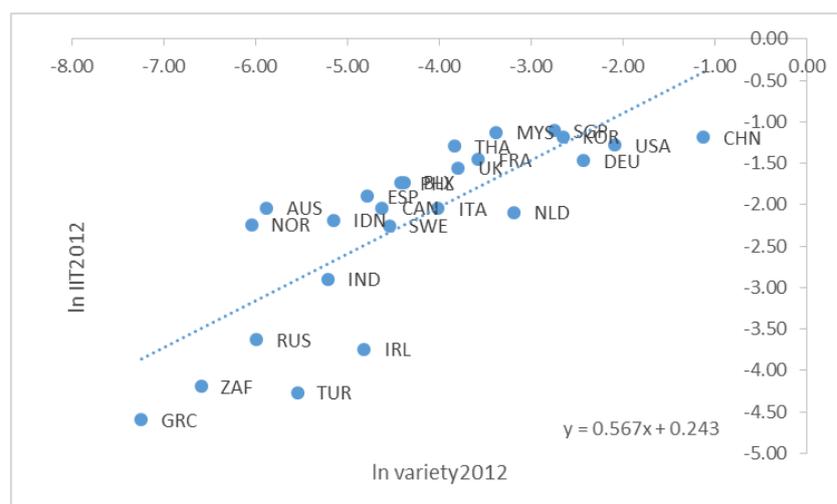
小黑 曜子¹

要旨

経済発展に伴い各国の産業構造が類似してくると、各国で差別化された製品、つまり異なる財バラエティーを生産する頻度が増す。産業内貿易とは、各国が生産する様々な財バラエティーを交易することである。従って、産業内貿易は、差別化された製品を生産する各国にとっての貿易機会である。消費者にとって産業内貿易が活発になることは、消費財バラエティーが増加し、選択肢が増えることになる。Dixit and Stiglitz(1977)の独占的競争モデルでは、消費者が多様性を好むことを"love for variety"と表現している。

本稿の貢献は、財バラエティーと産業内貿易の直接的な関係を理論的、実証的に示すことである。本稿で展開する理論モデルからは、2国間の輸出財バラエティー数が等しくなるほど、2国間の産業内貿易が多くなることが示される²。実証分析では、日本と25か国との輸出財バラエティー数と産業内貿易の度合いとの正の相関が確認される。貿易ペアごとの個別効果が存在するにも関わらず、輸出財バラエティーと産業内貿易の間には、総じて正相関が示される。本稿の結論は、各国の財バラエティーを増加させることが産業内貿易の拡大につながる、という政策的含意を持つ。

図表 3-1 電気・光学機器産業の輸出財バラエティーと産業内貿易のプロット (2012年)



¹ 明海大学経済学部 准教授 : yoguro (at) meikai.ac.jp

² $\frac{a \text{ 国の輸出財バラエティー}}{b \text{ 国の輸出財バラエティー}} = \frac{\text{世界各国(*)から a 国への輸出額}}{\text{世界各国(*)から b 国への輸出額}} = \frac{a \text{ 国から世界各国(*)への輸出額}}{b \text{ 国から世界各国(*)への輸出額}}$