

# BTMU

## 中国月報

第50号 (2010年3月)



### CONTENTS

#### ■ 特集

- ◆ 2010年中国税務実務の行方

#### ■ 経済

- ◆ 中国経済の現状と見通し

#### ■ 産業

- ◆ 急拡大する中国の企業間電子商取引  
～注目集めるビジネスマッチング型マーケットプレイス

#### ■ 人民元レポート

- ◆ 債券市場の展望について

#### ■ 連載

- ◆ 華南ビジネス最前線～来料加工廠の現法化検討が本格化

#### ■ スペシャリストの目

- ◆ 税務会計：中国の税務～非居住者企業による中国国内企業持分の「間接譲渡」について
- ◆ 人 事：中国での人材競争力向上における保険ベネフィットの役割と重要性

#### ■ MUFG中国ビジネス・ネットワーク



## 目 次

### ■ 特 集

- ◆ 2010年中国税務実務の行方  
NERA エコノミック コンサルティング……………1

### ■ 経 済

- ◆ 中国経済の現状と見通し  
三菱東京 UFJ 銀行 経済調査室……………5

### ■ 産 業

- ◆ 急拡大する中国の企業間電子商取引  
～注目集めるビジネスマッチング型マーケットプレイス  
三菱東京UFJ銀行(中国) 企画部 企業調査チーム……………9

### ■ 人民元レポート

- ◆ 債券市場の展望について  
三菱東京UFJ銀行(中国) 市場業務部……………13

### ■ 連 載

- ◆ 華南ビジネス最前線～来料加工廠の現法化検討が本格化  
三菱東京UFJ銀行 香港支店 業務開発室……………16

### ■ スペシャリストの目

- ◆ 税務会計：中国の税務  
～非居住者企業による中国国内企業持分の「間接譲渡」について  
プライスウォーターハウスクーパース中国……………19
- ◆ 人 事：中国での人材競争力向上における保険ベネフィットの役割と重要性  
マーサー ジャパン……………21

- MUF G中国ビジネス・ネットワーク……………28

## エグゼクティブ・サマリー

**特集「2010年中国税務実務の行方」**は、大企業グループの自己修正申告、移転価格調査、非居住者課税、優遇税制に焦点をあて、2010年の税務実務の行方と留意点について纏めています。今年度の税務行政は昨年に続き強化される方向にあるとした上で、外資企業の修正申告手続き、移転価格文書作成や、外国企業の役務提供を行う場合の税務登記、技術提供・技術指導を並行して行う場合の源泉納税、租税条約適用のための手続き等について、対応上の留意点を具体的に解説しています。また、優遇税制については、内陸地方政府の優遇税制が中国内販を目指す日系企業の拠点選択材料のひとつになると見る一方、ハイテク企業優遇税制の認定を受ける際には、適用要件変更のリスクや利益率と移転価格税制との関係に注意が必要とも指摘しています。

**経済「中国経済の現状と見通し」**は、2009年第4四半期の経済レビューと2010年の経済見通しです。第4四半期の実質GDP成長率は前年比10.7%と1年半振りに二桁成長に回復し、世界景気の持ち直しを反映した輸出回復の兆しが現れる一方、金融の超緩和の修正に伴い、過熱気味の投資拡大に歯止めがかかり、輸出減少を内需過熱で補う歪な構造が解消されてきたとし、本年に入ってから1月以降2度にわたり預金準備率を上げるなど金融緩和路線からの修正が進められているとした上で、今後の展望について、海外景気の持ち直しに伴う輸出回復の一方、過熱気味の投資は抑制され、個人消費は消費振興策の拡充や上海万博の浮揚効果等により堅調を維持する為、2010年の実質GDP成長率は9.8%と前年の8.7%から若干の加速が予想されるとしています。

**産業「急拡大する中国の企業間電子商取引～注目集めるビジネスマッチング型マーケットプレイス」**は、不特定多数の企業がインターネット上で原材料や最終製品の売買を行うビジネスマッチング型のマーケットプレイスを中心に、企業間電子商取引(BtoB取引)市場のこれまでの動向と今後の見通し等について整理しています。マーケットプレイスを中心に中国のBtoB取引規模が2008年に2003年の21倍に達するなど急拡大したのは、中国の工業生産の増加とBtoB取引を利用する企業の裾野拡大が背景にあるとした上で、今後については、中国の工業生産の増加や利用企業の裾野拡大、それらに伴うBtoB取引規模の一段の拡大が見込まれるとともに、マーケットプレイス運営企業の収益拡大が期待されるが、各社にとっては有料会員数の拡大や高度なサービス提供による顧客単価引き上げが課題となっており、それらを促進する上でサービス内容の充実化が大きなテーマの1つとなり、各社の実力が問われることになると指摘しています。

**人民元レポート「債券市場の展望について」**は、金融緩和政策の下、潤沢に供給されてきた資金が株・債券等の金融資産や、一部は不動産投資にも流れたものと見られる中、今後、引き締めになった場合の債券市場への影響と債券市場の展望について考察しています。2月12日の今年に入って2度目の預金準備率引き上げの発表は、当局が金融引き締めを視野に入れ、実際に引き締めを開始した時のリスクをいかに低下させるかを重視している姿勢の表れとした上で、今後利上げが実施された際の影響について、中国の債券市場は流動性が低い為、本格的な引き締めが始まった場合、債券の引き受け手がなくなり、一気に売りが加速する可能性があるとして指摘し、こうした中国債券市場の発展には高い市場流動性と幅広い投資機会が必要であり、さらに市場の開放や税制の簡素化などソフト面での市場整備も必要としています。

**連載「華南ビジネス最前線～来料加工廠の現法化検討が本格化」**は、シリーズ第4回目で、2009年半ば頃から加速している、法人格のない来料加工廠(工場)の現地法人転換を図る動きについて纏めています。来料加工廠の現法化検討の動きは以前からあったものの、コストアップになること等がネックとなっていたのが、最近、検討が本格化してきた背景には、①全国レベルでの現法化をサポートする規定の発布(無償貸与設備による現物出資について)、②地域レベルでの現法化サポート規定の発布、③深圳における来料加工廠に対する営業ライセンス継続問題等があったとした上で、今後本格的に現法化を検討する際の留意点として、①現物出資可否に係る設備状況の正確な把握、②時限性のある優遇制度を享受するための現法化スケジュール感の把握が重要であり、加えて、関連法規が未整備の中で当局交渉を行う難しさが伴うため、現法化を重要プロジェクトと捉え、本日も交えた社内体制を早期に構築することが非常に重要になると指摘しています。

### スペシャリストの目

**税務会計「中国の税務」**は、日系企業から受ける税務に関する質問のうち実用的なテーマを取り上げ、Q&A形式で解説しています。今回は、2009年12月10日公布の新たな通達(国税函[2009]698号)において明確にされた、非居住者企業による中国国内企業持分の「間接譲渡」に係る所得に対する企業所得税法上の規定についての解説です。

**人事「中国での人材競争力向上における保険ベネフィットの役割と重要性」**は、中国における福利厚生制度の中で今注目を集めている保険ベネフィットに焦点をあて、同ベネフィットが人材市場での競争力に与える影響と今後の展望について纏めています。中国では保険ベネフィットが人材確保に活かせることや福利厚生コストの効率化に資することから、保険ベネフィットが有用な福利厚生制度のひとつとして拡大しており、また、公的医療保険制度の未整備により今後も企業が提供する医療保険は重要な位置を占め、さらに保険市場の発展に伴う保険サービスの向上も予想されるとした上で、今後の中国における保険ベネフィットマネジメントのあり方は、保険市場の動向に注意を向けつつ、コストマネジメントによる利益の最大化を目指し、魅力的な福利厚生制度を持ち合わせていることを内外にうまくアピールしていくことが肝要と指摘しています。



## 2010年中国税務実務の行方

NERAエコノミック コンサルティング 中国総代表  
日本国公認会計士・税理士  
鈴木 康伸

### 2009年の中国歳入と自己調査の行方

2009年度の中国税収は6兆3千億元（日本円換算86兆円）に達し、日本の国税・地方税合計84.5兆円（平成21年度予算ベース）を超える歳入規模に達した。伸び率は前年比9.1%と、ここ数年の20%成長からは鈍化したものの、歳入の落ち込み傾向にある日本を横目に、2010年には日中の歳入規模がGDPとともに完全に逆転するであろう。

中国の歳入は、間接税：直接税：その他（資産税等）＝6：3：1と間接税中心の税体系になっている。堅調な内需と中国での付加価値の増大は増値税（間接税）の歳入を牽引し、輸出税額還付率を操作することによって特定業種の輸出を伸ばしたり冷やしたりする景気のマクロコントロールにも使われる。設備投資産業が堅調に推移すれば、今年度もGDPの伸び以上の税収増が見込めるであろう。

企業所得税は税法統一により標準税率が25%となったことから、外資系企業からの企業所得税歳入が増加しており、四半期の実績で予納させる前納制度の実施も寄与したものと思われる。個人所得税は確定申告制度の導入から数年を経たこともあり、源泉徴収制度とあわせて比較的堅調な伸びを見せたといえよう。

それでもこの税収増は全くの自然増というわけではなく、09年度の後半は、税務調査の嵐が各地で吹き荒れた年であった。国家税務総局の掲げる1200億元（1兆8千億日本円）の更正・修正税額目標はほぼ達成されたと伝えられており、この更正・修正税額は06-08年の更正・修正税額を単年度で上回るものであり、調査対象企業の更正・修正申告率は90%以上、単純平均で1社40万元（600万円）の申告となっている。

各地税務局は調査票を各企業に配布し、自主申告を促すことで追徴額の7割にあたる総額700億元の税額を確保しておりこの傾向は今年度も続くであろう。700億元のうち、国家税務総局大企業管理司主導による63社の大企業グループの自主修正申告が230億元と3分の1を占めるに至ったことから、大企業管理司の総局内における地位も安定し、自部門のテリトリー拡大を目指して今年度も対象とする企業グループの範囲を拡大した大企業グループ調査が展開されるであろう。

修正申告での指摘事項として、増値税では自家使用（食堂等）の水、電気の仕入税額控除否認、非課税売上に対する仕入税額控除否認、サンプル・贈答品のみなし売上計上漏れなどが目立った。企業所得税では、発票要件不足（不正確な社名記入、不正発票）、棚卸損失計上要件の不充足（特別監査報告書未入手）、損金否認（出向者社員家族関連費用、董事会決議のない会社負担個人所得税）、損金限度超過（通勤費、宿舍償却費の福利費限度額未算入）などがある。個人所得税では、中国籍職員の各種手当（通勤、出張、通信、医療等）のみなし現物給与計上漏れなどがあつた。

09年度で一定の成果を上げた自主修正申告は、税務当局の人員不足対策として今後とも継続的に実施されることが見込まれるため、調査を受ける前に自社の納税漏れ状況の洗い出しを行い、調査に備えられることをお勧めする。特に、これまで「発票主義」といわれて発票の要件さえ充足していれば損金算入することに特段の問題がなかった費用（出張者の食費、宿泊費など）でも、今後は収益貢献に無関係な費用については損金否認されると心得るべきであろう。グループとしての調査を受けるにあたっては、各現地法人が個別対応をするのではなく、修正項目、計算方法の一致などグループで統一的な対応を図ることが肝要である。自主修正キャンペーンは、今年度後半に本格化すると予想される。

## 2010年の税務実務～移転価格調査の行方

08年度移転価格文書の準備期間が昨年末で終わったことから、09年度の移転価格調査は比較的穏やかであった一方、本年度は移転価格調査が本格化する。

北京市では北京市国家税務局は2月3日付で「2009年度の企業関連取引申告及び2008年度の移転価格文書審査に関する通達」（京国税函【2010】19号）を公布し、本年の移転価格調査の重点ポイントを公表した。当該通達は北京市に所在する企業に適用が限定されるものの、上海、天津、シンセン、南通、惠州等全国的に税務当局より非正式な通知又は電話で企業に同様の資料提出が要求されており、また、各地で同様の通達が公布されるものと見込まれる。本年は各企業が準備した移転価格文書・資料を基とした効率性と結果を重視した税務調査が展開されるであろう。

同通達では、各所轄税務局に2008年度で文書作成義務のある企業リストを作成し、20日以内に文書を提出するよう各企業に正式に通知し、審査することを要求している。審査のポイントとして関連者情報、関連取引状況、比較分析、移転価格算定方法の選定とその理由が挙げられており、所轄各局は、審査結果の概要、疑義のある項目、提出資料の質的評価及び今後の対応案等が含まれる。疑義のある項目を有する企業名は5月末までに上局に具申されなければ文書は返還され、資料提出記録が残される。

ここでは、作成義務を有する全ての対象企業に一旦文書を提出させることで、まずは企業の順法意識が試される。文書提出の遅れは、調査対象に選定されるリスクを高めることとなろう。また、移転価格文書の内容は簡潔かつ論理的にまとまっていることが肝要であり、詳細であっても冗長な移転価格文書は当局に歓迎されない。

08年度文書を既に作成している企業では、09年度文書の更新においてその内容を見直し、簡潔明瞭な記載を心がけ、仮に未作成の企業においては、早期に準備されたい。

また、委託加工を専業とするなど単一機能と認められる企業が赤字である状況においては、売上高規模に関わらず移転価格文書の作成と提出（6月20日まで）が求められており、本年度の重点調査対象として調査を受けるリスクが高い。欠損創出の原因が特定できているか、将来の改善計画があるか、は調査時における重点ポイントである。

## 2010年の税務実務～非居住者課税の行方

09年度では出向者の日本払給与送金につき恒久的施設(PE)を認定して課税するケースが目立ち、更正・自主修正を余儀なくされた企業も少なからずあった。これも中国が本年度の力点とする非居住者課税強化の一環である。

09年19号通達では中国に所得の源泉を有する外国企業・個人に税務登記を義務付けている。請負（建設、据付、修繕等）或いは役務提供（修理、設計、技術指導等）を行う外国企業は契約締結後30日以内に税務登記を行い、年末には確定申告を義務付けるものであり、また工事及び役務の受益者である中国現地法人には源泉徴収義務者としての税務登記を義務化している。課税ベース（対象企業）の拡大のための捕捉活動の一環であり、恒久的施設の有無に関係なく、中国での役務・サービスの提供の事実があることを以って税務登記を行わせるわけである。各税務局の受入れ態勢が整っていないことから、未だ目立った動きはみられないが、総局より役務提供契約を有する企業に税務登記を促すキャンペーンが各地税務局に指示されることが遠からず予想され、事前対策の早期実施が望まれる。

09年507号通達及び10年46号通達では源泉納税の方法を規定しており、PEがないと判断される限りにおいて技術の提供（使用料）と技術指導（指導費）が並行して行われ、対価を支払うにおいては、使用料源泉方式で納税することが謳われている。

但し当該通達は、技術使用の許諾と指導員の派遣が同時並行で行われる場合のPE認定をしないことを意味するものではなく、事後的に恒久的施設が認定される場合には、当該PEに帰属する所得は役務提供所得として課税し、派生的に出張者の個人所得税（日割納税）の問題が惹起されることとなる。コンサルタントの役務を提供する場合の恒久的施設認定は本年度において厳格化されると見ておかなければならない。

09年124号通達では、租税条約適用のための手続要件が定められた。ここでは、外国企業が受ける配当、利子、使用料、譲渡所得に租税条約の限度税率を適用する場合に事前申請を行うことを義務化している。申請書の記入提出のほか、自国税務当局による納税者証明、契約書・権利書・証憑或いは第三者機関（会計事務所、税理士事務所等）による証明書の提出も義務付けられる。恒久的施設を有しない外国企業の上記四所得の本法標準税率は20%であるが、配当、使用料は細則にて10%に軽減されている。日中租税条約では上記四所得を10%に軽減、香港への配当は5%、利子・使用料は7%と中国・香港租税協定で軽減されていることから鑑みて、日本向けの利子・譲渡所得に対しては優遇享受のために申請が必須、配当・使用料では必須とはいえないが（国内法で優遇あるため、租税条約の適用をうけなくとも10%源泉を享受できる）申請を行うことが無難であろう。

対応に苦慮するのは、外国企業の恒久的施設の認定における6ヶ月基準である。中国国内法ではPE認定において期間の定めがないため、例えば中国における1ヶ月の役務提供活動がPEとみなされることもあり得る。租税条約により多くの外国企業は中国での6ヶ月未満の活動にPEの認定を受けることはないが、当該届出義務化通達により、申告なき役務提供活動に6ヶ月基準が適用されないとすると、多くの外国企業がPE課税を受けることになる。一方で、届出を行うことが当局の課税ベース捕捉の第一歩であることを考えれば、不用意な届出が将来の課税につながるかもしれないとの懸念はぬぐえない。

同様に、本国（日本）からの出張者の給与等報酬に対する183日ルールも租税条約の優遇条項であり、国内法が90日ルールと定められているため、90日超183日未満の出張者に対する個人所得税課税が、届出なき場合に行われる懸念がある。

申請/届出なく課税を受けた場合の事後的救済措置（優遇部分の還付申請制度）があるものの、届出の要否判断は上記2ケースにおいて悩ましく、今後の経過観察と状況判断に要注意である。

09年698号通達では、中国現地法人の持分譲渡に関する納税管理強化が規定されており、譲渡者に対する持分譲渡日から7日以内の譲渡益納税義務にあわせ、譲渡損の場合でも申請が必要と

なっていることに注意されたい。また、複数法人の一括譲渡において、対象法人の譲渡価格が妥当に計算されているかの厳格な評価として、マスター契約の提出が求められること、株の保有を目的とする会社（SPC）を使って、SPC 持分を譲渡することにより実質的に中国法人を譲渡する場合における、SPC 持分譲渡の事実の中国当局への資料提出義務化なども要注意である。

## 2010年の税務実務～優遇税制の行方

ヒューレットパッカード、インテルなど欧米系企業の内陸部への本拠地移管は、西部大開発優遇税制（企業所得税が15%に優遇されること）を狙ったものとして注目される。今後とも内陸各地の地方政府が優遇税制を武器に外資系企業の誘致に励むこととなろう。物流面での制約がなく、中国をマーケットとして捉える日系企業としては移転もひとつの選択肢とすることができよう。

一方、ハイテク企業認定による15%優遇税制享受を目指す企業も多くあるが、ここでは以下の2点に注意されたい。優良企業の集約化に熱心な地方政府でハイテク企業認定の適用要件（特に対総社員大卒社員比要件、対売上高R&D費用比要件）を緩めて認可するケースが目立つが、ここでは税収不足が露呈した時点において要件不足として否認されるリスクがあることを含んでおくべきであろう。一方、優遇が継続するとした場合にも、ハイテク企業としては利益率が低すぎると税務当局が判断する場合には、優遇税率であっても移転価格税制の適用によって税額が増加することもあり得る。営業利益率5%の企業が25%税率を適用される場合の対売上高税率は1.25%（ $5\% \times 25\%$ ）であり、優遇税率適用下で当該実効税率と同等の利益率は8.33%と計算される。10%以上の利益水準を確保する現地法人がハイテク企業認定を行うことに問題は多くないものの、低利益水準の企業がハイテク認定を受けることによる移転価格調査・更正リスクは確実に高まる。

認可取得を目指すのであれば相応の理論武装が必要である。

中国税務当局と外資系企業との蜜月は既に終わりを告げたと見るべきであろう。今年度も引き続き強化される税務行政にあって、日系企業には状況観察力と瞬発力（判断力）が試される。

(執筆者の連絡先とメッセージ)

NERAエコノミック コンサルティング

中国総代表 日本国公認会計士・税理士 鈴木 康伸

住所：上海市淮海中路300号香港新世界大厦36階

E-mail：[yasunobu.suzuki@nera.com](mailto:yasunobu.suzuki@nera.com)

TEL：+86 21 6103 5544



## 中国経済の現状と見通し

三菱東京UFJ銀行  
経済調査室  
調査役 萩原陽子

本レポートは、三菱東京UFJ銀行経済調査室作成の「アジア経済の見通し」の中国編を一部アップデートして転載したものです。「アジア経済の見通し」はNIEs、ASEAN、インドについても記載しております。また、日本、米国、欧州、オーストラリア、原油についても見通しを作成しており、下記アドレスよりご参照頂けます。

<http://www.bk.mufg.jp/report/ecolook2010/index.htm>

### (1) 現状：1年半振りに二桁成長に回帰

中国では、2009年第4四半期の実質GDP成長率が前年比10.7%と1年半振りに二桁成長に回帰した。この結果、2009年通年の成長率は8.7%と政府目標の8%を上回った。内訳をみると、第4四半期には、世界景気の持ち直しを反映して、輸出回復の兆しが現われる一方、金融の超緩和の修正に伴い、過熱気味の投資拡大には歯止めがかかっており、これまでの輸出減少を内需過熱で補うという歪な構造が解消されてきた。

輸出は第4四半期には前年比+0.2%と四半期ベースでは1年振りに増加に転じた。月次で見ると、前年比増加に転じたのは12月であったが、同+17.7%と伸びが高く、四半期全体を押し上げる結果となった。主要輸出先別では、11月からすでに大幅増に転換していたASEAN、NIEs向けに加え、12月には欧米向けも二桁増となり、世界的な景気持ち直しの好影響が鮮明である。なお、2009年通年でみると、輸出は前年比▲16.0%と過去に例のない大幅減少となったが、それでも、水準はドイツを上回って世界最大の輸出国に浮上した。

一方、投資は第4四半期には前年比+23.3%と前期（同+33.2%）に比べ、過熱気味の拡大が収まってきた。当局はグローバル危機に対応すべく、2009年前半には大幅な貸出増加を容認したが、年後半には窓口規制、資金吸収オペレーションなどを通じて修正した結果、月平均の貸出増加額は年前半の1兆2,777億元から年後半には3,684億元まで抑制され、その効果が窺われる。業種別では、投資過剰を指摘された業種を中心に総じて伸びが鈍る一方、危機後、低迷を続けていた繊維・電子情報などが海外需要の持ち直しに伴い、回復に向かい、正常化が進んできた感がある。

消費は前年比+16.5%と前期（同+15.4%）から小幅加速となり、引き続き、安定的に景気の下支え役を果たした。とくに都市部では所得の伸びは鈍っているにもかかわらず、消費の好調が堅持されている。これには、自動車販売台数が前年比+85.7%にも達する盛り上がり呈していることが大きく貢献している。前期に続いて、減税対象である小型車（同+104.6%）のみならず、中・大型乗用車（同+58.2%）、商用車（同+79.8%）も大幅に伸びている。2008年時点で都市部の自動車保有率が100世帯当り8.8台にとどまっていたフロンティア市場だけに、一般市民の購買意欲に火がついた感がある。結局、2009年通年の自動車販売台数は前年比+46.2%の1,364万台と、グローバル危機下とは思えない勢いで伸び、米国を抜いて世界最大の自動車市場に躍り出るという強烈なポジティブサプライズを実現した。



## (2) 見通し：積極財政・金融緩和を掲げつつもインフレ対策強化

中央経済工作会議で提起された2010年の経済政策の基本方針は、積極財政と適度な金融緩和路線を堅持して、経済成長を維持しつつも、構造調整、インフレ期待の管理を進めるというものであった。

輸出は昨年12月に続き、1月も前年比+21.0%と高い伸びとなっており、こうした増加基調への回帰は政府方針に従った政策運営を容易にするものである。むろん、人民元相場が2008年7月以来、ドル・ペッグに回帰したかのような安定水準を続けていることに対しては、海外の不満が強まっており、また、当局のインフレ懸念も踏まえれば、年内には緩やかな切り上げの再開が予想される。加えて、世界的な対中輸入規制の急増という懸念材料もあるものの、海外需要の持ち直しのプラス効果を考慮すれば、今後も、堅調な輸出拡大が見込まれよう。

輸出回復を踏まえて、政府は投資過熱の調整を着実に推進しよう。2010年の貸出増加額の目標値は7.5兆元に設定され、前年の目標(5兆元)よりは大きいとはいえ、実績(9.6兆元)に比べれば相当に抑制された水準になっている。最大の危機対策である4兆元の内需拡大策は2010年にかけてのものであるが、中央政府の支出額は1.18兆元にとどまり、残りは地方政府・企業の支出が見込まれている以上、これを支える意味からも妥当な水準といえよう。

こうしたなか、銀行は将来的な引き締め強化への警戒感から貸出を急ぎ、2010年1月第1週には早くも貸出増加額が6,000億元に達した。これが当局の対応策を誘発し、1月12日には、預金準備率の0.5%引き上げが決定した。さらに、貸出額を急増させた一部銀行に限定して貸出停止、貸出回収、預金準備率引き上げなどの措置が導入されたとの報道が相次いだ。最終的に、1月の貸出増加額は1兆3,900億元に達した。すると、この統計発表の翌日、かつ、旧正月前の銀行の最終営業日となる2月12日には預金準備率の再引き上げ(0.5%)が決定された。

投資過剰業種については、鉄鋼における中小メーカーの統廃合、石炭化学における一部製品の3年間設備増強禁止など、規制を強化している。しかし、4兆元対策に基づくインフラ整備、重点産業発展のための投資などは必要不可欠として奨励されており、また、海外需要の持ち直しを受けた輸出産業の投資の回復傾向も続くことからすれば、投資の安定成長は見込むことができよう。

消費についても堅調を維持するとみられる。12月9日に消費振興の追加対策が打ち出され、小型車減税と農村部の自動車・バイク購入補助については、2009年末の期限を延長、自動車買い替え補助については補助金引き上げ、家電購入補助については農村部では、対象品の価格上限引き上げ、都市部では対象地域拡大など、多方面から見直された。また、所得環境をみても、農村からの労働者の雇用情勢は華南を中心に逼迫が広がり、各地で最低賃金の二桁引き上げが再開されるなど、明るさを増している。

なお、5~10月に開催される上海万博では、来客数見込みが当初の7,000万人から1億人にまで引き上げられ、大きな浮揚効果が期待されている。70年の大阪万博で6,422万人という実績からすれば、それも過大評価とはいえない。

以上を総合すれば、今後、海外景気の持ち直しに伴う輸出回復の一方、過熱気味の投資は抑制される形で、2010年の実質GDP成長率は9.8%と前年の8.7%に比べ、若干の景気加速が予想される。

## (3) リスクシナリオ

むろん、積極財政・金融緩和がもたらした過剰流動性に伴うインフレ圧力は燻っている。製品価格については、原材料価格の上昇傾向が見込まれるなかでも、投資拡大に伴う供給過剰が上昇

圧力を抑えんと考えられる。しかし、2007～2008年同様、食料品価格や住居費は上昇傾向にあり、これらに主導された物価上昇のリスクは高まっており、消費意欲の低減や低所得層の不満には注意を要する。

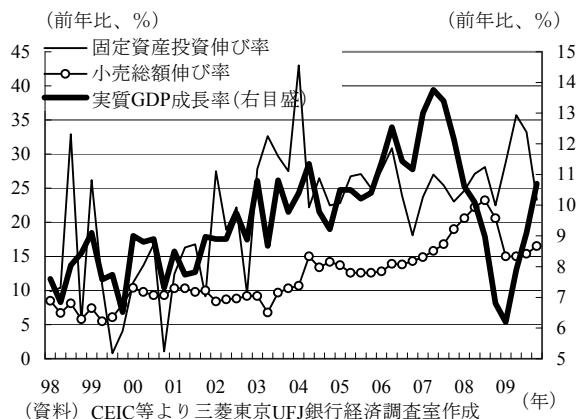
さらに、より深刻なのは資産インフレである。もっとも、株価については、2009年8月初頭まで急騰したとはいえ、以降は引き締め警戒感から伸び悩み、2007年10月の史上最高値圏からみれば半分程度にとどまっている。これに対し、住宅価格は、株価ほどの落ち込みがないまま、再度上昇し、2009年後半以降は史上最高値の更新を続けている。このため、中央政府は12月から住宅投機の抑制を主眼に、個人の住宅売却時の免税条件の厳格化、不動産開発業者への金融規制強化などの対策を相次いで導入した。上海、北京など独自に対策を導入する地方政府もあるが、公有地の売却代金は地方政府の主要財源であるだけに、歳入の地方への配分増などの財政改革も同時に進めなければ、実効を挙げることは難しいとの見方もある。

ただ、一般国民にとって住宅を入手できないという不満は大きいものの、多額のローンに依存して高額物件を取得するケースは少ないことから、住宅バブル崩壊により家計がダメージを被るリスクは低いという点は不幸中の幸いというべきであろう。むしろ、不動産市況は多額の貸出資金の流入で押し上げられている以上、不良債権化のリスクは残る。一方、バブルをつぶすために極端な引き締めや不動産増税というショック療法に走れば、それもまた、大きなリスクを孕んでいることも忘れられてはなるまい。

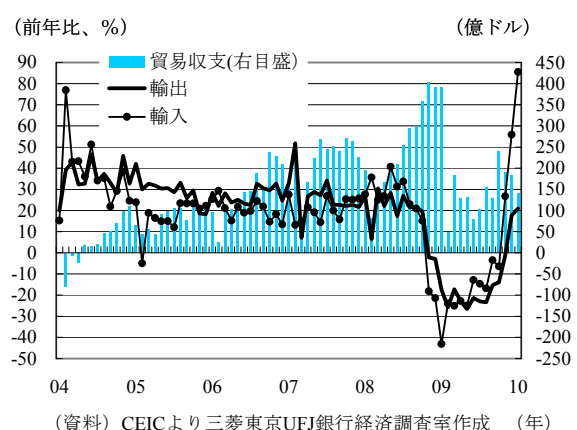
仮に、こうしたマクロ面でのリスクが顕在化せず、中国が安定成長を続けた場合でも、ビジネス面で警戒すべき要素はある。政府主導の迅速な対応で危機を巧みに乗り切ったため、政府の自信は高まり、独自の姿勢をより強く打ち出すことで欧米を中心に他国との緊張関係が高まる兆しがある。米インターネット検索大手のように自発的に中国ビジネスからの撤退の可能性を打ち出すケースは稀で、通常、外国企業は受動的に政府間の軋轢の余波を受ける恐れがある。

また、これまで、中国は、外資を積極的に受け入れることで急速な資本・技術の蓄積に成功したが、その結果、中国企業の発展の余地を拡大するために、外国企業の国内市場におけるプレゼンスを制限しようとする動きも垣間見える。加えて、政府は自動車、鉄鋼をはじめとする基幹産業を国有大企業を中心に再編成し、国際競争力の高いグローバル企業を育成しようとしており、そこでは外国企業のみならず地場の民間企業すら伸張を阻まれかねない状況であることも念頭に置く必要がある。

図表1：中国の成長、投資、消費の推移



図表2：中国の貿易動向



図表3：アジア経済見通し総括表

| GDP規模<br>2008/biU\$ | 実質経済成長率 (%)  |            |             | 消費者物価上昇率 (%) |            |             | 経常収支(億ドル)  |              |              |              |
|---------------------|--------------|------------|-------------|--------------|------------|-------------|------------|--------------|--------------|--------------|
|                     | 2008年        | 2009年      | 2010年       | 2008年        | 2009年      | 2010年       | 2008年      | 2009年        | 2010年        |              |
| <b>中国</b>           | <b>4,402</b> | <b>9.6</b> | <b>8.7</b>  | <b>9.8</b>   | <b>5.9</b> | <b>▲0.7</b> | <b>3.0</b> | <b>4,261</b> | <b>2,841</b> | <b>3,057</b> |
| 韓国                  | 947          | 2.2        | 0.2         | 4.5          | 4.7        | 2.8         | 3.4        | ▲58          | 427          | 308          |
| 台湾                  | 393          | 0.7        | ▲1.9        | 4.2          | 3.5        | ▲0.9        | 1.2        | 251          | 389          | 373          |
| 香港                  | 216          | 2.4        | ▲2.7        | 3.8          | 4.3        | 0.5         | 2.7        | 305          | 214          | 240          |
| シンガポール              | 182          | 1.4        | ▲2.0        | 6.0          | 6.6        | 0.6         | 3.0        | 362          | 340          | 350          |
| <b>NIEs</b>         | <b>1,738</b> | <b>1.8</b> | <b>▲0.9</b> | <b>4.5</b>   | <b>4.6</b> | <b>1.4</b>  | <b>2.8</b> | <b>860</b>   | <b>1,370</b> | <b>1,271</b> |
| インドネシア              | 512          | 6.1        | 4.5         | 5.6          | 10.3       | 4.8         | 6.5        | 1            | 105          | 80           |
| マレーシア               | 222          | 4.6        | ▲1.7        | 4.8          | 5.4        | 0.6         | 2.5        | 389          | 315          | 290          |
| タイ                  | 273          | 2.5        | ▲2.3        | 4.0          | 5.5        | ▲0.8        | 3.7        | 16           | 203          | 128          |
| フィリピン               | 169          | 3.8        | 0.9         | 3.9          | 9.3        | 3.2         | 5.0        | 39           | 78           | 54           |
| <b>ASEAN 4</b>      | <b>1,176</b> | <b>4.7</b> | <b>1.2</b>  | <b>4.8</b>   | <b>8.1</b> | <b>2.5</b>  | <b>4.9</b> | <b>445</b>   | <b>701</b>   | <b>552</b>   |
| インド                 | 1,210        | 6.7        | 6.9         | 7.8          | 9.1        | 11.2        | 7.0        | ▲298         | ▲240         | ▲212         |
| <b>アジア10カ国・地域</b>   | <b>8,526</b> | <b>6.9</b> | <b>5.5</b>  | <b>7.8</b>   | <b>6.4</b> | <b>1.9</b>  | <b>3.8</b> | <b>5,268</b> | <b>4,672</b> | <b>4,668</b> |
| ベトナム                | 90           | 6.2        | 5.3         | 6.5          | 23.1       | 6.9         | 9.8        | ▲92          | ▲75          | ▲85          |

(注) インドは年度(4月~3月)ベース。

以上

(執筆者の連絡先とメッセージ)

三菱東京UFJ銀行 経済調査室

ホームページ(経済・産業レポートとマーケット情報): [http://www.bk.mufg.jp/rept\\_mkt/index.html](http://www.bk.mufg.jp/rept_mkt/index.html)



## 急拡大する中国の企業間電子商取引 ～注目集めるビジネスマッチング型マーケットプレイス

三菱東京UFJ銀行(中国)  
企画部 企業調査チーム  
アナリスト 陳星

中国で企業間電子商取引が拡大を続けている。同取引には様々な形態があるが、不特定多数の企業がインターネット上で取引相手を探し、原材料や最終製品の売買を行うビジネスマッチング型のマーケットプレイスが急成長し、注目を集めている。そこで本稿では、当該マーケットプレイスの状況を中心に、これまでの市場動向や背景、今後の見通し等について整理した。

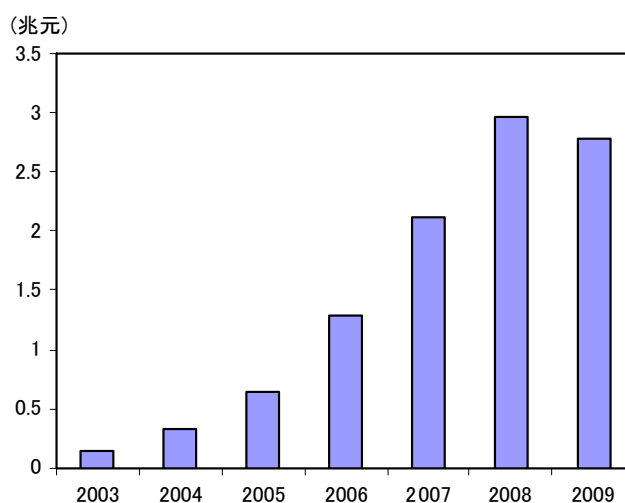
### 1. 現状

#### (1) 急拡大する中国の企業間電子商取引

中国における企業間の電子商取引(以下、BtoB取引)が急拡大している。BtoB取引とは Business to Business、すなわち企業同士がインターネットを通じて原材料や最終製品の売買を行う取引のことを指す。BtoB取引には様々な形態があるが、不特定多数の企業がインターネット上で取引相手を探し、原材料や最終製品の売買を行うビジネスマッチング型のマーケットプレイスが急成長し、注目を集めている。

図表1は中国におけるBtoB取引の規模をみたものであるが、マーケットプレイスの成長を梃に、2003年から2008年にかけて平均年率84.1%増と極めて高いペースで拡大しており、2008年の取引規模は2003年時点の21倍となる2兆9,600億元(約40兆円)に達した。2009年については、前年比▲6.1%と前年割れになったが、同年の中国の輸出総額が前年比▲16.0%となるなど、リーマンショック以降の世界景気後退の影響が大きかったことも踏まえると、BtoB取引の拡大トレンドに大きな変化があったわけではないと考えられる。

図表1：中国のBtoB取引の規模



(資料)各種資料にもとづき三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

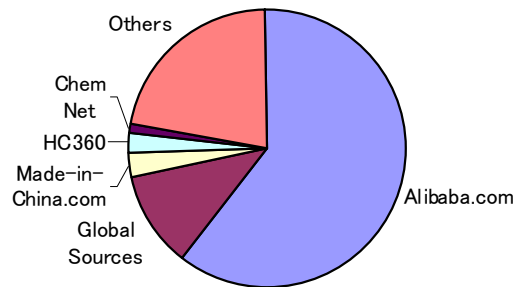
(2) マーケットプレイス運営企業の顔ぶれ

BtoB 取引におけるマーケットプレイスの運営企業の顔ぶれをみると、阿里巴巴 (Alibaba.com)、環球資源 (Global Sources)、中国製造網 (Made-in-China.com)、慧聪网 (HC360)、中国化工網 (Chem Net) など 10 社以上が参入している。

マーケットプレイス運営企業は、商品の買い手などサイト上で情報を閲覧・検索するユーザーには掲載情報を無料で提供し、商品の売り手からは企業・商品情報の掲載料やアドバイス料などを年会費の形で徴収するのが一般的。

BtoB 取引を利用する企業が増えるにつれ、マーケットプレイス運営企業の売上規模も拡大しており、中国のマーケットプレイス運営企業全体の売上規模は 2009 年時点で 63 億元 (前年比+14.5%、約 850 億円) に達した。このうち、業界最大手の阿里巴巴が 60%、二番手の環球資源が 11%と、上位 2 社で 7 割を上回るシェアを確保しており、一桁台前半のシェアにとどまる下位業者を圧倒している (図表 2)。

図表 2 : マーケットプレイス運営業者の売上シェア

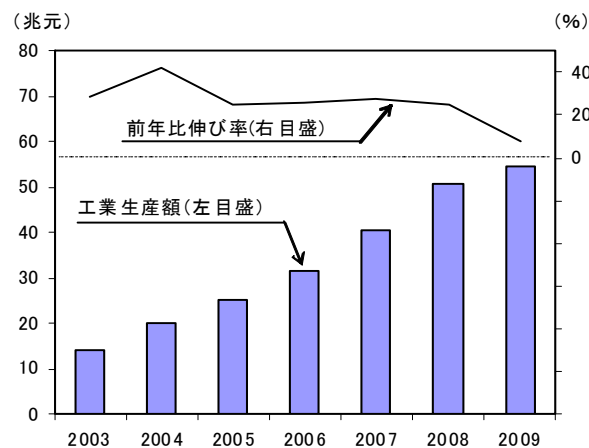


(注) 売上ベースのシェア。  
(資料)各種資料より三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 背景

このように BtoB 取引が拡大している背景に、中国の工業生産の増加があることは言うまでもない。中国は、“世界の工場”として輸出を年率 2 桁ピッチで拡大させてきたうえ、国内消費やインフラ投資も拡大を続けてきたことから、工業生産額が輸出急減に見舞われた 2009 年を除き毎年 20%増以上のペースで増加、2009 年には 2003 年時点の 3.8 倍におよぶ 54.6 兆元に達した (図表 3)。

図表 3 : 中国の工業生産額



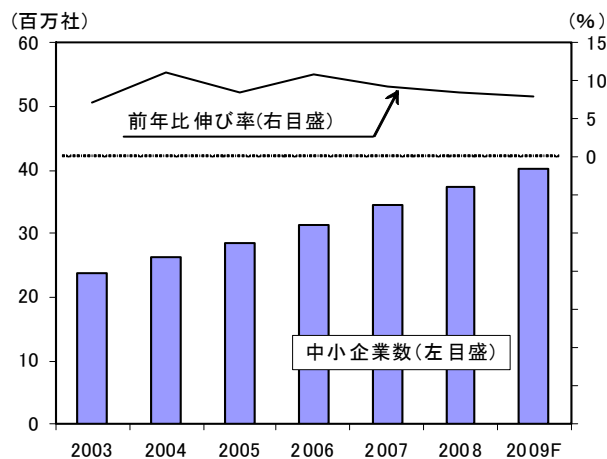
(資料)CEIC Data資料にもとづき三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

加えて BtoB 取引の拡大に寄与したのが、BtoB 取引を利用する企業の裾野が急速に広がったことである。事実、工業生産額に占める BtoB 取引規模のウェイトを試算すると、2003 年時点では 1.0%に過ぎなかったものが 2009 年には 5.4%に達しており、BtoB 取引の利用度が上昇した様子が窺われる。

特に、中小企業における BtoB 取引の利用度の高まりが、取引規模の拡大を大きく後押ししている。大企業から中小企業まで幅広い企業が BtoB 取引を利用しているが、BtoB 取引、とりわけマーケットプレイスは中小企業にとって利便性が高い仕組みであると言える。中国政府の資料によれば、中国の中小企業数<sup>(注)</sup>は 2003 年の 2,360 万社から 2009 年の 4,030 万社へとわずか 6 年で 1,670 万社も増加（図表 4）、現在では中国全体の GDP の 6 割、海外との貿易額の 7 割を担っているとされる。中小企業の場合、多額の広告宣伝コストや営業人員の人件費を負担するだけの事業規模や体力が乏しいことから、新たな取引先を開拓するには自ずから限界があるが、マーケットプレイスを活用すれば、低廉なコストで幅広い取引先を開拓できる可能性があり、BtoB 取引の利用が広がっているのである。むろん、マーケットプレイスで発掘した新たな取引先と実際に取引を行うに際しては、製品サンプルをやり取りして品質やスペックを確認したり、小口取引から始めて取引相手の信用度を確認するなどのステップが必要となるが、マーケットプレイスを活用することで新たな取引先を開拓できる可能性が格段に広がったことは間違いない。

(注) 中国政府により「中小企業」の定義が定められている。業種によって異なるが、一般的な製造業の場合は、①従業員数 2,000 名以下、②売上 3 億元（約 40 億円）以下、③総資産 4 億元（約 54 億円）以下のいずれかに該当する企業、小売業の場合は、④従業員数 500 名以下、⑤売上 1.5 億元（約 20 億円）以下のいずれかに該当する企業が「中小企業」に分類される。

図表 4：中国の中小企業数



(資料) 国家发展改革委員会資料にもとづき三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

### 3. 今後の見通し

#### (1) 一段の拡大が見込まれる BtoB 取引

この先についても、中国の BtoB 取引はさらなる拡大が続くことになろう。

まず、中国の経済規模や工業生産が今後も堅調に拡大を続けるとみられる。近年、人件費をはじめとして中国における生産コストの上昇が進みつつあるが、先進国対比では依然として生産コストが低廉であることや、ベトナム等の代替候補地に比べて部材メーカーの集積度合やインフラ整備の状況などで優位な状況にあることを踏まえると、生産品目や業種毎に濃淡が生じるにして

も、全体として中国の“世界の工場”としての位置付けが大きく崩れる可能性は低い。このため、この先、世界景気の回復が鮮明化するにつれ、中国の輸出も増加基調を辿る公算が大きい。加えて、国内消費市場についても、中国政府の政策や資産価格の影響を受けて一時的に振れる可能性はあるものの、所得環境の改善が進むなかで総じて高成長を続けていくとみられ、工業生産の拡大を後押しすることが予想される。

さらに、今後も BtoB 取引を利用する企業の裾野拡大が進むことが見込まれる。中国政府の調査によれば、中小企業のうち BtoB 取引を利用している企業は 2007 年時点でわずか 1 割程度に過ぎず、この先、BtoB 取引の利用度が高まる余地は極めて大きい。また、経済規模の拡大に伴って、中小企業の数も 2012 年までに現状比+970 万社の 5,000 万社に達する見通しとなっている。

これらの結果、中国の BtoB 取引は一段の拡大が見込まれ、2013 年には 2008 年（2 兆 9,600 億元）の 2.8 倍となる 8 兆 4,300 億元（約 114 兆円）に達するとの見方も現れている。

## (2) 期待されるマーケットプレイス運営企業の収益拡大

こうした状況下、中国のマーケットプレイス運営企業の収益も拡大基調を辿ろう。

中国で BtoB 取引が立ち上がった 90 年代後半以降、各社は商品の買い手ばかりでなく、商品の売り手についても無料の登録会員を増やすことで、企業のマーケットプレイスの利用度を高めることを優先させてきた。事実、無料登録会員数は持続的に増加を続けており、業界最大手の阿里巴巴では、2009 年 9 月末時点の会員数が中国国内企業と海外企業を合わせて 4,500 万社、2008 年の 1 日当たりの平均ページビューが 1 億件超に達するなど、当初の目的を相応に果たしてきたと評価できる。

しかしながら、近年では、事業の収益化に向け、無料登録会員を増やすだけでなく有料会員数の拡大にも力を入れている。具体的には、手数料（年会費が中心）を支払う有料会員に対して、企業や製品の詳細な紹介を可能としたり、買い手による企業や製品の検索時に上位の位置に結果を表示するなどの有利なサービスを提供するもので、マーケットプレイスの利用が進むなかで他社との差異化を図りたい BtoB 利用企業の有料会員化が着実に進展し、各社の売上拡大に寄与している。また、最近では一般的な有料会員よりも年会費が高いコースを用意するとともに、企業にスタッフを派遣してマーケティングやビジネスマッチングのサポートを行うなど、さらに高度なサービスを提供することで、顧客単価の引き上げを図るといった動きもみられている。この先、これらの取り組みが成果を挙げるにつれ、各社の収益が拡大していくことが期待される。

もっとも、今のところは最大手の阿里巴巴といえども有料会員の比率は全会員数の 1%程度に過ぎないのが実情である。このことは潜在的な収益拡大余地の大きさを示す一方で、有料会員化がそう簡単には進まないことも示唆しているように思われる。この先、中国のマーケットプレイス運営業者の間では、有料会員化を如何に進めるか、すなわちサービス内容を如何に充実させていくかが大きなテーマの 1 つになるものとみられ、各社の実力が問われることになりそうだ。

以上

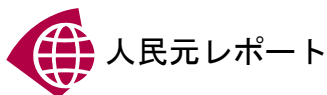
### (執筆者の連絡先)

三菱東京UFJ銀行（中国） 企画部 企業調査チーム 陳 星（英語可・日本語不可）

住所：上海市浦東新区陸家嘴環路1233号匯亜大厦22楼

TEL：86-21-6888-1666 内線 5361 Email：[chen\\_xing@cn.mufg.jp](mailto:chen_xing@cn.mufg.jp)

日本語でのご照会は企業調査部（香港）の大榎（852-2249-3030、[yasutaka\\_oenoki@hk.mufg.jp](mailto:yasutaka_oenoki@hk.mufg.jp)）まで



債券市場の展望について

三菱東京UFJ銀行（中国）  
市場業務部  
為替資金課長 田中 裕公

2月12日中国人民銀行は1ヶ月振りに預金準備率の再引き上げを行った（【表1】参照）。景気回復を目的に資金流動性を潤沢に供給してきた緩和政策を、徐々に引締め始めている。今まで余った資金は貸出のみならず、株・債券といった金融資産や一部は不動産投資にも流れていた。今後引締めが債券市場にどのような影響を与えるか、またその展望を考察してみたい。

《預金準備率の引き上げの背景は》

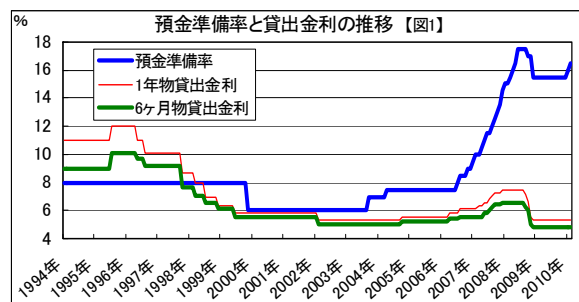
注目された1月のCPIは前年同月比1.5%と12月の同1.9%から鈍化した。鈍化の要因は食品価格で、特に食肉価格の▲3.5%が響いていた。食品を除くCPIは前年同月比+0.5%と、12月の同+0.2%から増加している。CPIの鈍化を受けて、『早期金融引き締めが早まる懸念が一先ず和らいだ』と見る向きもあるが、特別な要因を除けばまだまだ楽観視できる状況にはない。また1月の人民元新規貸出は1.39兆元と12月の0.38兆元から伸びが加速している。政府は今年の年間新規貸出目標を7.5兆元の増加としている模様であり、既にその18.5%の新規貸出が発生している。

貿易統計については、1月の輸出額が前年同月比21%増と、12月の同伸び率が14ヶ月振りに増加に転じた後、更に回復基調が鮮明化した。一方、輸入額は前年同月比85.5%増と、13ヶ月振りに増加に転じたことに加え、データが取得できる過去19年間で最大の割合になった。今回の金融危機の影響は過去の貿易動向と比較して、貿易量の落ち込みの深さは大きかったものの、景気対策が功を奏し、その戻りもしっかりしたものとなっている。

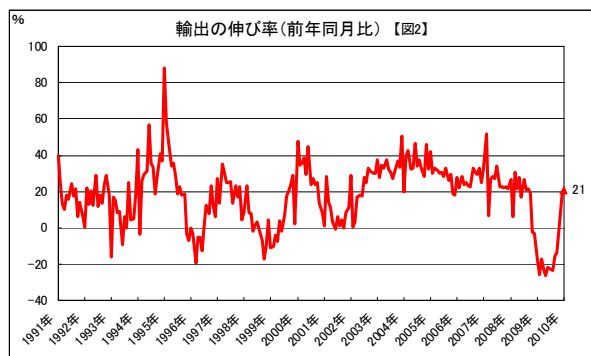
●人民元準備率引き上げの内容(実施日:2月25日)【表1】 (単位:%)

| 項目    |    | 調整前利率 | 調整後利率 | 調整差  |
|-------|----|-------|-------|------|
| 預金準備率 | 注① | 16.0  | 16.5  | +0.5 |
|       | 注② | 14.0  | 14.5  | +0.5 |

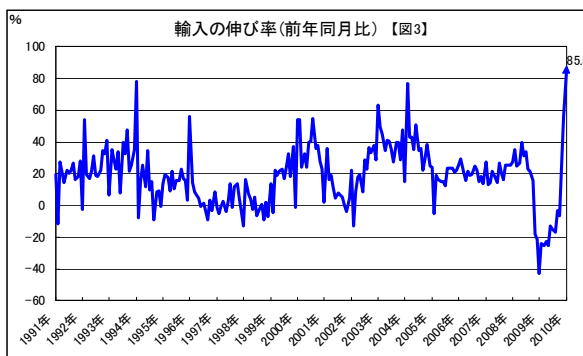
注①:5大銀行(工商・農業・中国・建設・交通)及び郵政貯蓄銀行  
注②:注①以外の金融機関(但し、リース会社やファイナンス会社を除く)



出所)市場業務部作成



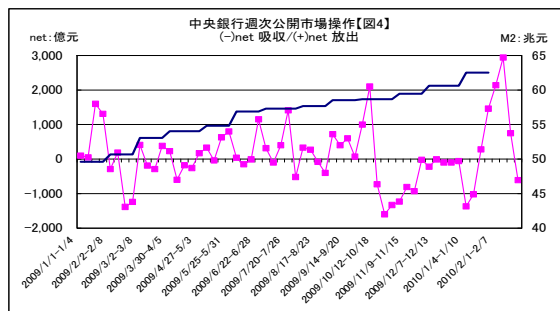
出所)Bloombergデータより市場業務部作成



さて、預金準備率の引き上げについては、【図4】のように旧正月前に市場に供給した資金を、公開市場操作と共に引き締めた。明らかに中国人民銀行は、公にメッセージを発していると考えら



れる。今まで欧米と同様潤沢に供給した資金を吸収し、市場を正常化させ、金融引き締めを開始した時のリスクをいかに低下させるかを重視しているものと思われる。経済全体に悪影響が出ないように、その意思を浸透させるよう着実に対応しているものと見られる。



出所) Reuter より市場業務部作成

《中国債券市場について》

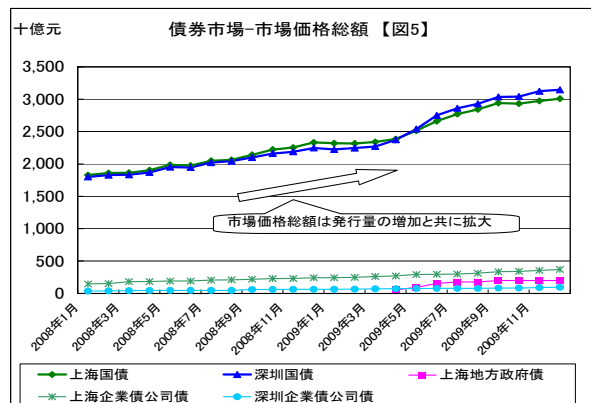
実際に潤沢に供給した資金がどの様に債券市場に回金されていたか、考察する。【表2】の通り2009年の債券の発行額は、政府部門で4兆元の財政政策の原資等や、金融部門・企業部門でも金融環境の改善に伴い直接調達を進めた結果、市場全体で拡大に転じている。

●過去5年間の中国の債券市場の発行残高【表2】 (単位：億元)

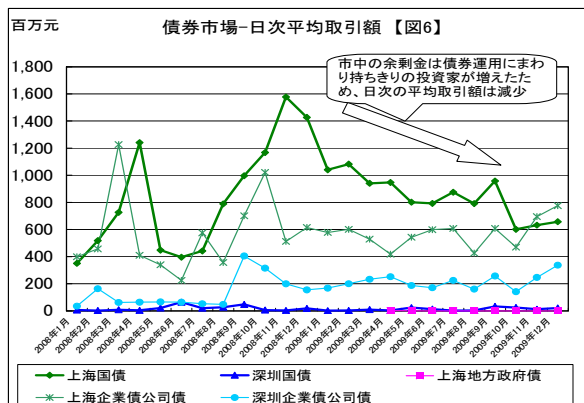
| 単位: 件、億元    | FY2009 |        | FY2008 |        | FY2007 |        | FY2006 |        | FY2005 |        |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|             | 件数     | 金額     | 件数     | 金額     | 件数     | 金額     | 件数     | 金額     | 件数     | 金額     |
| <b>政府債券</b> | 117    | 16,214 | 29     | 7,247  | 30     | 21,883 | 23     | 6,953  | 15     | 5,042  |
| 記帳式国債       | 59     | 12,718 | 26     | 6,665  | 29     | 21,849 | 21     | 6,553  | 15     | 5,042  |
| 備蓄国債(証書式)   | 0      | 0      | 0      | 0      | -      | -      | -      | -      | -      | -      |
| 備蓄国債(電子式)   | 8      | 1,495  | 3      | 581    | 1      | 34     | 2      | 400    | -      | -      |
| 地方政府債       | 50     | 2,000  | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      |
| <b>中銀手形</b> | 81     | 39,740 | 122    | 42,960 | 143    | 40,721 | 98     | 36,574 | 130    | 27,882 |
| <b>金融債券</b> | 105    | 14,749 | 85     | 11,783 | 95     | 11,905 | 79     | 9,550  | 70     | 7,117  |
| 政策性銀行債      | 54     | 11,678 | 58     | 10,809 | 67     | 10,932 | 61     | 8,980  | 50     | 6,052  |
| 国家開発銀行      | 25     | 6,701  | 24     | 6,200  | 29     | 6,801  | 35     | 6,300  | 29     | 3,650  |
| 中国輸出入銀行     | 12     | 1,964  | 14     | 1,794  | 15     | 1,630  | 7      | 680    | 4      | 400    |
| 中国農業發展銀行    | 17     | 3,014  | 20     | 2,816  | 23     | 2,501  | 19     | 2,000  | 17     | 2,002  |
| 商業銀行債券      | 43     | 2,846  | 27     | 974    | 20     | 823    | 16     | 525    | 15     | 1,036  |
| 特殊金融債券      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      |
| ノンバンク債券     | 8      | 225    | 0      | 0      | 8      | 150    | 1      | 30     | -      | -      |
| 証券会社債       | -      | -      | -      | -      | -      | -      | 1      | 15     | -      | -      |
| 証券会社短期融資券   | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | 5      | 29     |
| <b>企業債券</b> | 192    | 4,252  | 71     | 2,367  | 89     | 1,720  | 49     | 995    | 37     | 654    |
| 中央企業債券      | 39     | 2,029  | 27     | 1,683  | 32     | 1,205  | 19     | 652    | 33     | 604    |
| 地方企業債券      | 153    | 2,223  | 44     | 684    | 57     | 515    | 30     | 343    | 4      | 50     |
| <b>CP</b>   | 172    | 4,612  | 269    | 4,339  | 263    | 3,349  | 242    | 2,920  | 79     | 1,424  |
| <b>ABS</b>  | 0      | 0      | 26     | 302    | 16     | 178    | 7      | 116    | 6      | 42     |
| <b>MTN</b>  | 172    | 6,885  | 41     | 1,737  | -      | -      | -      | -      | -      | -      |
| <b>外国債券</b> | 0      | 0      | 0      | 0      | -      | -      | 1      | 9      | 2      | 21     |
| 国際機構債券      | 1      | 10     | 0      | 0      | -      | -      | 1      | 9      | 2      | 21     |
| <b>集合債券</b> | 4      | 13     | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      |
| <b>合計</b>   | 323    | 86,465 | 643    | 70,735 | 636    | 79,756 | 499    | 57,116 | 339    | 42,182 |

出所)中国債券信息网データより市場業務部作成

一方市場の取引量は【図5】【図6】の通り債券市場の市場総額は拡大しているものの、潤沢な資金供給で余剰資金が債券市場にまわり、投資家が債券を保有し続けたことから、上海証券取引所では市中に回る債券の取引量が減少傾向となった。



出所)上海・深圳証券取引所より市場業務部作成



《利上げの影響について》

債券市場は【表3】の通り整備が進みつつある。しかし市場流動性は国債といえども、潤沢とはいえない。昨年12月の日本国債の取引額は734.2兆円、割引国債・短期国債を除いても452.2兆円。一方上海・深圳両取引所を通じた、同月間国債取引額は156億元(0.2兆円)。国内銀行間で取引される相対取引は、2776億元(3.7兆円)となっている。中国債券取扱い額は日本国債の0.8%に過ぎない。この理由は、中国在住銀行は貸出を預金の75%以下に保つことが2011年末までに求められ、その差額を債券で運用することから、債券が持ち切りとなることや、レポ市場を利用し国債を売り持ちにすることができないためである。中国のレポは取引額の96%が債券担保付資金取引と呼べるもので、資金取引に伴い中央国債登記結算有限責任会社に保管された債券に質権が設定される形式。よって債券の調達者が自由に債券を取得できない。将来的に本格的な引き締めが始まった場合には、債券の引受け手がなくなり、一気に売りが加速する可能性がある。

●債券の発行要件【表3】

| 債券種類      | 根拠法  | 施行日                            | 監督官庁         | 発行認可           | 発行体                                   | 期間            | 発行要件   | 発行形態                    | 流通市場           |
|-----------|--|--------------------------------|--------------|----------------|---------------------------------------|---------------|--|-------------------------|----------------|
| 金融債       | □金融債券発行管理弁法<br>□銀行間債券市場における金融債発行管理規程<br>□全国銀行間債券市場金融債券情報開示操作細則 | 2005年6月<br>2009年5月<br>2009年10月 | CBRC<br>PBOC | CBRC<br>PBOC   | 政策性銀行<br>商業銀行                         | -             | □自己資本比率<br>銀行4%以上<br>□最近3年赤字(銀行のみ)<br>□3年間無違反  | シジケート方式<br>公募発行<br>私募発行 | 銀行間市場          |
|           | □企業集団財務公司管理弁法<br>□企業集団財務公司金融債発行に関する通知                          | 2004年9月<br>2007年7月             | CBRC<br>PBOC | CBRC<br>PBOC   | 企業集団<br>財務公司                          | -             | □発行額自己資本額以下<br>□自己資本比率10%以上<br>□設立1年以上<br>□最近1年利益が業界平均以上<br>□3年間無違反  | シジケート方式<br>公募発行<br>私募発行 | 銀行間市場          |
|           | □汽車金融公司管理弁法<br>□汽車金融公司金融債発行に関する通知                              | 2008年1月<br>2009年8月             | CBRC<br>PBOC | CBRC<br>PBOC   | 汽車金融公司                                | -             | □登録資本金8億元以上<br>□自己資本比率8%以上<br>□最近3年赤字<br>□3年間無違反   | シジケート方式<br>公募発行<br>私募発行 | 銀行間市場          |
| CP<br>MTN | □デットファイナンスプラットフォーム管理弁法(PBOC令〔2008〕第1号)                         | 2008年4月                        | PBOC         | NAFMII<br>事前登録 | 法人資格を有する<br>非金融企業                     | 365日以内<br>1年起 | □発行残高自己資本の40%以内<br>□NAFMII登録委員会の審査基準   | シジケート方式<br>公募発行<br>私募発行 | 銀行間市場          |
| 事業法人等     | □証券法<br>□企業債券管理業例<br>□発行批准簡業化関連通知                              | 2007年1月<br>1993年8月<br>2008年1月  | NDRC         | NDRC<br>個別認可   | 法人資格を有する企業                            | -             | □発行残高自己資本の40%以内<br>□自己資本<br>有限公司600萬元以上<br>株式会社300萬元以上<br>□最近3年間の配当可能利益<br>平均が金利1年分を上回る<br>□最近3年間赤字・3年間無違反 | シジケート方式<br>公募発行<br>私募発行 | 銀行間市場<br>証券取引所 |
|           | □証券法<br>□公司债券発行試行弁法  | 2007年1月<br>2007年8月             | CSRC         | CSRC<br>個別認可   | 会社法に基づき<br>設立された公司<br>現状国内上場会<br>社に限定 | -             | □発行残高自己資本の40%以内<br>□自己資本<br>有限公司600萬元以上<br>株式会社300萬元以上<br>□最近3年間の配当可能利益<br>平均が金利1年分を上回る<br>□3年間無違反         | シジケート方式<br>公募発行<br>私募発行 | 銀行間市場<br>証券取引所 |
| その他       | □貸付資産証券化試行管理弁法<br>□金融機構貸付資産証券化<br>試点監督管理弁法                     | 2005年4月<br>2005年12月            | CBRC         | CBRC<br>個別認可   | 金融機関                                  | -             | 特定目的信託の受託機関となれる<br>信託投資公司  | シジケート方式<br>公募発行<br>私募発行 | 銀行間市場          |
|           | □国際開発機構人民元債券<br>発行管理暫定弁法                                       | 2005年2月                        | NDRC         | NDRC<br>個別認可   | 国際開発性<br>金融機関                         | -             | □財務が安定し信用良好<br>□人民元建債券信用格付<br>AAクラス以上<br>□中国国内プロジェクト或いは<br>企業に対し10億米%以上の<br>投資実績                           | シジケート方式<br>公募発行<br>私募発行 | 銀行間市場<br>証券取引所 |

出所)市場業務部作成

《債券市場の今後の展望について》

中国の発展を通して経済全体の利益の増加を目指すには、どのような機能がその国の利益を拡大させるか考える必要がある。金融市場・資本市場の機能は、その機能を通じ、収益性や成長性の高い分野へ直接的に投資を行うことにより効率的にリターンが得られることができると同時にそのリスクの結果を明確にすることができる。これらを踏まえた債券市場が発展するには高い市場流動性と幅広い投資機会が必要となる。今のところ前者の流動性については前述のレポ市場の未発達によりセカンダリー市場における売買が限定的である。また後者の投資機会については、QFII 制度に見て取れるよう、今のところ投資家が自由に参入できる環境にはない。いずれも今後の発展が期待される。更に市場を整備する上では、投資家が投資し易いように、市場の開放や税制の簡素化などソフト面でのバックアップが必要となろう。

以上

(2010年2月26日)

(執筆者の連絡先とメッセージ)  
E-mail:hirokuni\_tanaka@cn.mufj.jp

三菱東京UFJ銀行(中国)市場業務部  
TEL:+86-(021)-6888-1666(内線)2940



## 華南ビジネス最前線～来料加工廠の現法化検討が本格化

三菱東京UFJ銀行  
香港支店 業務開発室  
アドバイザーチーム  
支店長代理 西野 正俊

「華南ビジネス最前線」では、お客様からのご質問・ご相談が多い事項について、理論と実務の両方を踏まえながら、できるだけ分かりやすく解説します。第四回目となる今回は、「来料加工廠の現法化検討が本格化」している状況について取り上げることになります。

\*\*\*\*\*  
(ご質問例)

2009年半ば頃から、法人格の無い来料加工廠の現地法人転換を図る動きが以前より加速していると聞きます。最新の状況や留意すべき点について教えてください。

\*\*\*\*\*

コンプライアンス問題、内販対応、タックスヘイブン対策税制対応、設備輸入免税撤廃などの様々な要因を背景として、法人格の無い来料加工廠を現地法人に転換する動き（以下、「現法化」）は以前よりあったものの、来料加工廠形態を継続するのと比べてコストアップになることもあり、必ずしも大きな動きにはならなかった。ところが最近、本格的な検討を始める企業が増えている。そこで現状について以下に概観するとともに、注意すべきポイントを纏めてみた。

### 1. 全国レベルでの現法化サポート規定発布

現法化検討が加速する発端となったのは、2009年7月に施行された財関税【2009】48号である。これによると、来料加工廠宛に海外から無償貸与されている設備のうち、税関監督管理期間内（輸入してから5年以内）のものを現物出資して法人を設立する場合、**「2011年6月末まで」という期限付きながら、関税・増値税補充納付が不要**となる。またその後税関総署公告第62号が発布され、48号では不明瞭であった事項について補足されている。

従来は、来料加工廠にある無償貸与設備の現物出資可否についても議論があり、税務上の取り扱いも明確化されていなかったことから、初期検討の段階で現法化に躊躇するケースも多かった。だが、この法令の施行により、少なくとも税関監督管理期間内の設備については上記優遇税制を活用した現物出資が可能とみられることから、高額な設備を保有する来料加工廠でも現法化を検討するケースが増加した。また初めて具体的な期限が付されたことで、多くの企業に検討を促す契機となったようだ。

### 2. 地域レベルでの現法化サポート規定発布（東莞を例に）

加えて広東省や深圳市・東莞市といった地域レベルでもサポート策が発表されている。このうち東莞地域では、他地域に先駆けて2008年の段階で東外経貿【2008】40号が発布され、現法転換に関する基本的な枠組み・手続を明確化している。加えて2009年10月には東外経貿【2009】108号が発布され、**「従来実務上ほとんど認められなかった現法転換後の来料加工継続（いわゆる独資来料）」が鎮の認可を前提に可能と明記**された。また、同通知では税関監督管理解除後の設備

について国内売却処理が可能であるという点と、その税務上の扱いについても規定している。

### 3. 深圳における営業ライセンス継続問題

一方、深圳市では昨年末より新たな動きが出てきている。

来料加工工場には法人格は無いが、1993年発布の「広東省対外加工装業業務条例」に基づき、工商局より「特准営業証」が発行されている。広東省では、これに基づいて各種の実務上の手続を行ってきた。実際には同条例は2004年に改正され、既に規定上は特准営業証は発行されないことになっているが、実務上は深圳・東莞地域では継続発行されてきた経緯にある。

ところが2009年後半、深圳市政府の組織改革のタイミングにおいて、市場監督管理局（旧工商局）にて「三来一補」プロジェクト（来料加工工場など）の新規登記及び更新登記を受け付けないという内部方針が発表された。これにより商務部門である科工貿及び情報化委員会（以下「科工貿」、旧貿易工業局）の認可は下りているにも関わらず、市場監督管理局において「特准営業証」の新規発行・更新が停止され、結果として新規の加工工場の認可がストップしたほか、既存の加工工場についても各種登記手続きに支障を来す事態に陥った。（注1）

その後の混乱を受け深圳市政府内で調整が行われた結果、2010年1月下旬には「特准営業証の代わりに非法人営業証を発行する」との発表があった。ただし、非法人営業証なるものの位置付けや有効期限等、疑問点・曖昧な点が多く、まだまだ予断を許さない状況にある。

（注1）東莞では問題なく発行されている模様。

### 4. 検討に際して注意すべきポイント

上記の通り、本格的に現法化を検討していく企業が増えている状況ではあるが、実際に検討するに際して注意すべきポイントを考えてみたい。

#### （1）設備状況の把握

来料加工工場の現地法人転換で最もトラブルになりやすいのが設備の移管である。前述の税関監督管理期限内の設備については、今後現物出資を軸とした対応が行われていくだろうが、実際の来料加工工場には他にも様々なタイプの設備が存在する。例えば、①税関監督管理を解除した設備、②加工工場の余剰人民元で購入した国内設備、③地場の貿易会社が一般貿易にて輸入しているながら香港現法が資産計上している設備などである。これらは実務上、現物出資が認められない。かといって、新設法人へ売却したとしても、売り手である海外法人への外貨決済が認められていないのが実情で、代替策としては来料加工工場の口座に人民元送金するか、設備そのものを無償譲渡して決済を発生させないといった対応にならざるを得ない。

従って、①②③のような設備が大半の場合、海外・中国両サイドで莫大なコストが掛かる可能性があり、そもそも現法化すべきかどうかも含めて慎重な判断が求められる。

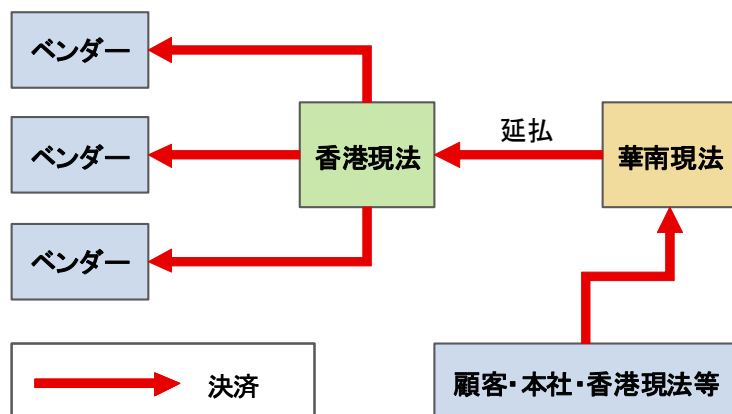
いずれにせよ、まずは自社の来料加工工場にある設備の状況を正確に把握することが非常に重要だ。古い設備については記録が残っていないなどの理由で、現状把握に時間が掛かることも多い。

#### （2）スケジュール感の把握

税関監督管理期限内の設備について財関税【2009】48号の優遇を受けようとした場合、2011年6月末までに新設現法から設備の減免税申請ができる状況を整える必要があり、単に現法を設立すれば良いわけではない。来料加工工場を長く運営しているほど、様々な点（例：違法な外注加工を行っていないか、理論在庫と実在庫が大幅に乖離していないか）についての事前検証が欠かせない。また、進料加工に転換する場合は商流や決済方法も変化するため、取引先との折衝や本社との協議も必要になる。ただ、筆者の印象では、現法化して進料加工転換した企業でも、決済

事務が煩雑になるのを避けるため、あるいは資金余剰ポジションにある香港現法をグループファイナンス拠点として有効活用するために、少なくとも部材の調達には香港で行い、新設現法側では生産に集中するケースが多い(図表ご参照)。

(図表) 現法化後の代表的な決済パターン



- ・香港現法が様々なベンダー向けに決済
- ・華南現法は香港現法に部材代金を延払で支払
- ⇒ 資金決済・グループファイナンス拠点として香港現法が機能

実務上、前述の設備に関する調査・検討も含めると、数ヶ月程度は事前準備に見ておいたほうが良い。その後に製造現地法人を設立し、各種の登記を終え、設備の減免税に関する書類を揃えていく時間を考えれば、遅くとも今年の前半までに事前検証をスタートしておく必要があるだろう。

上述の通り、現段階では設備移管に関して関連法規が整備されていないのが実情である。従って、法律が存在しない中で当局と交渉するという難しさが付きまとう。外部リソースの活用は重要ではあるものの、当局交渉に関しては地元政府との関係を熟知した社内スタッフの活用がキーとなる局面も多い。従って現法化を重要プロジェクトと捉え、日本本社も交えた社内体制を早期に構築することが非常に重要となる。

(本稿は香港の隔週誌香港ポスト 2010年1月22日号掲載分に一部加筆したレポートである)

文章中の記載事項は、情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては、すべてお客様御自身でご判断下さいますようお願い申し上げます。その他専門的知識に係る部分については、必ず貴社の弁護士、税理士、公認会計士等の専門家にご相談の上ご確認下さい。

(執筆者の連絡先とメッセージ)

三菱東京UFJ銀行 香港支店 業務開発室  
住所：7F AIA Central, 1 Connaught Road, Central, Hong Kong  
Email：Masatoshi\_Nishino@hk.mufg.jp  
TEL：852-2823-6758 FAX：852-2536-9107

日・中・英語対応が可能なチームにより、華南のお客様向けに事業スキームの構築から各種規制への実務対応まで、日本・香港・中国の制度を有効に活用したオーダーメイドのアドバイスを実施しています。

華南への新規展開や既存グループ会社の事業再編など、幅広くご相談を承っておりますので、お気軽に弊行営業担当者までお問い合わせください。



## 税務会計: 中国の税務

プライスウォーターハウスクーパース中国

税務について、日頃日系企業の皆様からご質問を受ける内容の内、実用的なものについて、Q&A形式で解説致します。

◆税務（担当：後藤 洋一）

### Question :

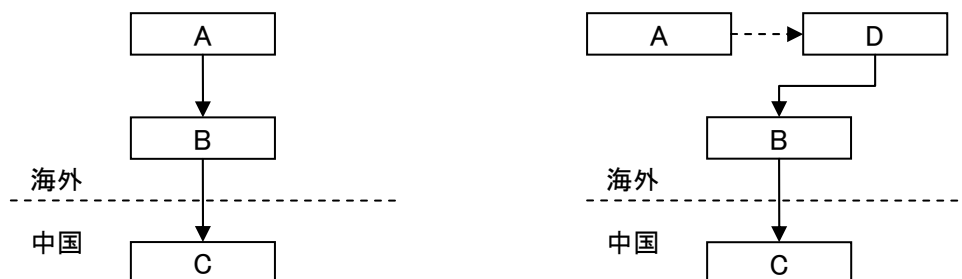
非居住者企業による中国国内企業持分の「間接譲渡」について教えてください。

### Answer :

国家税務総局が2009年12月10日に、『国家税務総局が非居住者企業の持分譲渡所得に対する企業所得税管理の強化に関する通達』（国税函〔2009〕698号）（以下は「698号」と略す）を公布し、非居住者企業による国内企業持分の間接譲渡に係る所得に対する企業所得税法上の規定を明確化しました。

#### 1. 間接譲渡

典型的な間接譲渡モデルは次の通りです：



698号の規定に基づき、上図の通り国外投資者（A）が間接的に中国被投資企業（C）の持分を譲渡する際、譲り受ける国外投資者（B）の所在国（地区）の実際税務負担が12.5%を下回る、又は当該所在国（地区）がその税法上居住者の外国所得に対して所得税を徴収しない場合、特定目的会社（B）の設置及び関連持分譲渡が租税回避を目的としていないことを証明するために、持分譲渡契約書の締結日から30日以内に、譲渡される中国被投資企業（C）の所轄税務局に持分譲渡契約書を含む関連資料を提出すべきであると規定されています。

#### 2. 中国税務上の影響

中国税務機関から見れば、非居住者企業（A）が租税条約を濫用し（即ち、特定目的会社（B）の設置及び持分譲渡）、中国被投資企業（C）の持分を譲渡することは合理的な商業上の目的を有しない、または、中国源泉所得税の納税義務を回避目的であると見なされる場合、中国税務機関が「形式より実質重視」の原則に基づき、当該持分譲渡を改めて審査する可能性があります。その場合、中国税務機関が特定目的会社（B）の存在を無視し、当該株式譲渡を非居住者企業（A）が

所有する中国被投資企業（C）の持分譲渡であると見なし、関連する持分譲渡所得に対して中国源泉所得税を課する可能性があります。

### 3. 弊社見解及び提案

特定目的会社（B）は海外にて設立されており、非居住者企業（A）が当該特定目的会社（B）の持分を譲渡することは、理論上中国税務と関係がないと思われます。しかしながら、698号と以前公布された一連の反税金回避に関する新規に基づき、中国税務機関が海外における間接譲渡を中国からの持分譲渡所得の取得と見なす可能性があります。

698号は2008年1月1日から有効となります。また弊社の確認によれば、698号公布以前に持分譲渡に対する調査を開始した地方税務機関があります。698号の公布により、地元の税務機関が非居住者譲渡者に対して質疑を行う可能性があります。

698号の公布は、多国籍企業のグループ再編、更には将来の投資に対して重大な影響を与えることとなります。非居住者譲渡者はまず698号に規定されている要求に従うべきであり、また多国籍企業は現行及び計画中の中国投資ストラクチャーを確認し、潜在的な中国税務リスクを分析し、関連リスク減少に対して必要な措置を取り、企業再編の合理的商業目的を証明する準備を行うことをお勧め致します。

また、間接持分譲渡及び関連する持分ストラクチャーについて、非居住者企業が下記の問題点を考慮することをお勧め致します：

- － 特定目的会社の「実質性」を示すことは可能か；
- － 特定目的会社にどのような「実質性」をどのように、いつ、どこで成立させるか；
- － 当該ストラクチャーは譲渡益に対する租税条約の保護条項を享受できるか。もし享受できる場合、当該ストラクチャーはよく管理されているか；
- － 特定目的会社の投資ストラクチャー及び間接持分譲渡について、どのような書類を用意すべきか；
- － 2社の第三者企業間において特定目的会社が譲渡される場合、その後の中国税務リスクに対し、譲渡人と譲受人と両者間の最善の利益のために考慮にいれなければいけない要因は何か；
- － 二重課税の場合、国家税務総局に対応するのに、所轄官庁からの支援を求めるのは選択肢になるか；及び
- － 税務会計の観点からの潜在的な中国税務リスクはあるか、米国FIN48条款の要求すべき事項は何か。

現段階では、698号は「実質性」に対して、具体的な処理規定は示されず、ガイドラインのみが公布されております。今後とも非居住者企業の間接持分譲渡所得に関する企業所得税法上の政策変更注目し、引き続き弊社見解をご紹介させていただきます。

(執筆者のご連絡先とメッセージ)  
プライスウォーターハウスクーパース中国  
日本企業部統括責任パートナー 高橋忠利  
中国上海市湖滨路 202 号普華永道中心 11 楼  
Tel : 86+21-23238888  
Fax : 86+21-23238800

## 人事:中国での人材競争力向上における保険ベネフィットの役割と重要性

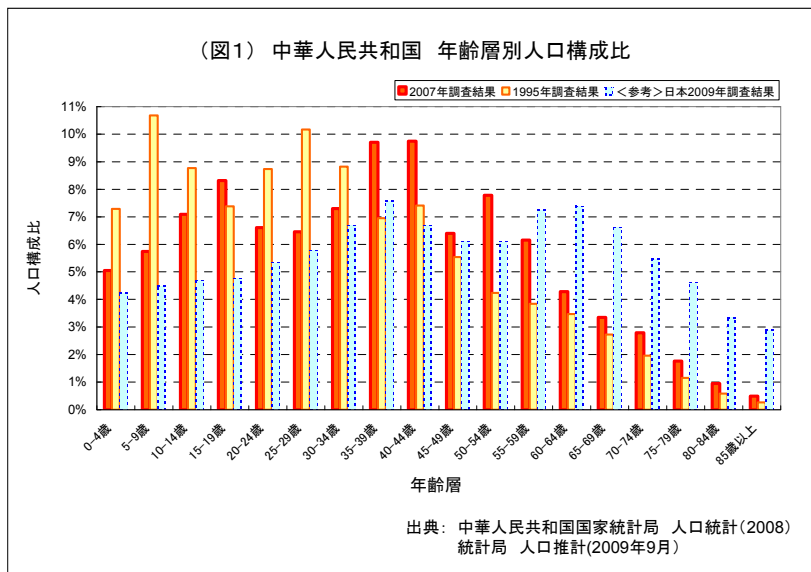
マーサー ジャパン  
コンサルタント 長田 美保

これまで、日本企業の中国ビジネス推進の観点から、中国における組織・人材マネジメントのあり方について、人材育成、組織運営、駐在員モデル、報酬制度など、さまざまな課題や方向性を見ながらご紹介している。今後の中国ビジネスは、内需拡大による市場の創造によって成長していくモデルへ移行しつつあると考えられているが、中国の保険市場は、まさに経済の成長に伴って自然発生的に沸きおこる内需と人口構成の変化、および当局による規制緩和により、急速に成長していると考えられる。本号では、中国における福利厚生制度の中でも、現在、注目を集めている保険市場(保険ベネフィット分野)に焦点をあて、これまでの推移と現況を振り返りつつ、人材市場での競争力に与える影響と今後の展望を、実際の事例・データ等を交えて論じていきたい。

### 中国における福利厚生制度としての「保険ベネフィット」の優位性

保険市場が発展途上にある中国では、全体的に見ると投資型の保険商品の人気が高く、医療保険や死亡保障保険などのリスク対応型の保険商品の浸透はまだまだと言われていた。しかし、このところ、経済発展の進んだ都市部の企業における医療保険をはじめとした保険付保水準の向上は著しい。国民の報酬水準の高騰も大きな要因のひとつではあるが、このように、中国で保険ベネフィットの導入と見直しが進んでいる背景として、主に以下に挙げられるような人材の確保とコストの効率化の観点がある。

第1に、保険ベネフィットは人材の確保に活かせる福利厚生制度のひとつとしてその価値が高まってきている。図1の中国における年齢層別の人口構成比の変化を見ていただきたい。1995年の調査では20歳代から30歳代前半の層に人口のピークが来ているが、2007年の調査では30歳代後半から40歳代前半にピークが移ってきている。この30歳代後半から40歳代前半の年齢層では、ちょうど医療や老後への関心が高まってくるころであり、医療保険をはじめとした保険ベネフィットの人材確保における効果が高まってくるといえる。また、中国では文革の影響で、企業を支えるコア人材が日本と比べて比較的若い年齢層となる傾向があるが、このコア人材の年齢層が、中国では概ね30歳代後半から40歳代前半にシフトしてきている。従って、有能な人材の確保の観点からも、保険ベネフィットの位置付けは今後高まってくると思われる。





第2のコスト効率化だが、ここでは以下の3点に着目して考えたい。

- 規模の経済
- ベネフィット項目・水準の最適化
- 導入コスト

まず1点目の規模の経済であるが、ここは更に2つの要素に分解される。1つは中国における保険市場そのものの規模によるものである。大量の人口を抱える中国では、保険ベネフィットを提供する上で保険商品の価格削減が可能になる。ご承知の通り、保険という商品は「大数の法則」が働き、人数が多ければ多いほど、リスクが収斂・減少されることでコスト面でのスケールメリットが働く。中国の人口の多さは、スケールメリットを生かすという意味で、保険ベネフィットを提供するための好条件が備わっていると見えよう。

規模の経済の2つ目は企業規模がもたらすスケールメリットである。例えば中国各地の生産・販売拠点においてばらばらになっている保険ベネフィットを統合していくことによって、従業員に与える保険ベネフィットの付保水準は変えることなく、あるいはベネフィットの水準を膨らませつつ、保険ベネフィットのトータルコストを削減することが可能である場合も多い。また、グローバルに事業を展開している企業であれば、グローバルで保険ベネフィットとそれを提供するベンダーを統合することでコスト削減を目指すという「インターナショナル・プーリング」という手法も活用可能である。

2点目のベネフィット項目・水準の最適化であるが、従業員の保険ベネフィットへのニーズと購入可能な個々の保険商品の特性をよく理解した上で設計された保険制度は、トータルとしての従業員満足度を減らすことなくコスト削減を可能にする場合がある。例えば若手の従業員層に対しては、リスク回避のための保険よりも現金報酬や持ち家補助のような福利厚生項目のほうが魅力的である一方で、中堅以上の層では医療保険や年金などにより魅力を感じる、といったことがある。このような場合には、それぞれのニーズを満たせるように、ベネフィットの内容・水準を変えすることで、従業員の満足度を高めつつコスト削減を図る、といったことが可能になる。

また、中国では保険市場の変化が活発であるため、自社の状況と市場の変化に応じてタイムリーに制度設計を見直し、様々な新しいカバレッジや、保険種目と付保条件をうまく組み合わせることで、過去には実現し得なかったコスト削減を享受することが可能になる場合がある。

3点目の導入コストであるが、ここでは特に導入に要する期間に注目したい。通常、人事制度を改正しようとする時、半年から1年程度をかけて取り組むケースが多いが、保険ベネフィットの場合は、付保内容と水準、および予算さえ決まれば、保険会社との契約で成り立つものであるため、2~3ヶ月程度での導入が可能である。

これまで、中国における人材マネジメントを論じる際には、主に現金報酬をどのように設計して、人件費を一定水準に抑制しつつ有効な人材を確保・育成するか、という点がメインであった。これには中国の人材市場が発展途上であったことに加え、中国の保険市場が未成熟であったという背景もある。中国での人材市場が成熟化して現金報酬のみでの差異化が困難になっていく中、今後大きく発展してくる保険市場を活用し、福利厚生を含めた総合的な報酬政策を企業が設計・導入していくことは、今後の人材競争力に大きなプラスとなってこよう。

表1 保険制度導入におけるプロジェクトステップ(例)

| プロジェクトステップ      | 1週 | 2週 | 3週 | 4週 | 5週 | 6週 | 7週 | 8週 | 9週 |
|-----------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 保険ベンダーへのRFP作成 | ■  |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 2 保険ベンダーによる提案作成 |    | ■  |    |    |    |    |    |    |    |
| 3 提案内容審査        |    |    | ■  |    |    |    |    |    |    |
| 4 保険ベンダー選定の最終化  |    |    |    | ■  |    |    |    |    |    |
| 5 付保項目・水準の確定    |    |    |    |    | ■  |    |    |    |    |
| 6 契約内容の確認・最終化   |    |    |    |    |    | ■  |    |    |    |
| 7 契約締結&保険料納入    |    |    |    |    |    |    | ■  |    |    |
| 8 社員コミュニケーション準備 |    |    |    |    |    |    |    | ■  |    |
| 9 社員コミュニケーション実施 |    |    |    |    |    |    |    |    | ■  |

(注) 上記は一般例であり、ステップ・期間は個々の事例により異なる。

### 保険ベネフィットを検討する上で考慮すべき外部環境要因

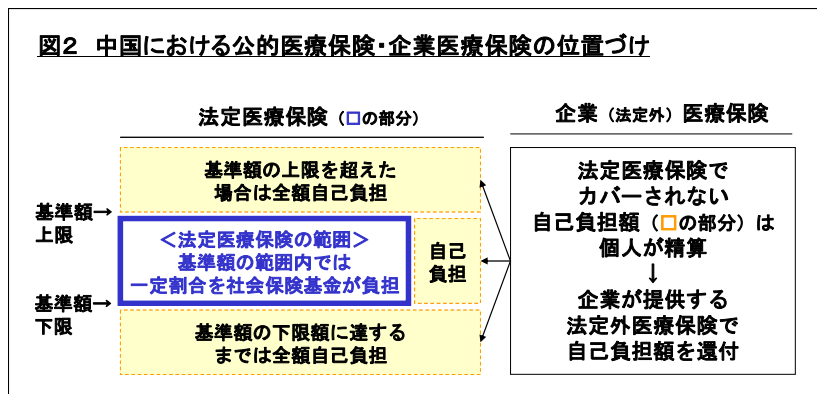
以上のように、中国において、保険ベネフィットが有用な福利厚生制度のひとつとして拡大している背景を取り上げたが、中国における公的医療保険制度、および、中国政府から規制・行政指導を受ける保険市場2つの外部要因の動向には、常に留意しておかなくてはならない。以下ではこの2つの外部要因について説明していく。

### 中国における公的医療保険制度

そのひとつ、中国における保険ベネフィットマネジメントに大きな影響を与えると考えられるのは、中国の公的医療保険制度である。かつて中国では、1980年代まで、他の共産主義国と同様、医療費は国が賄うもの、医療サービスは非営利の医療機関が無料で行うものであった。その後、社会福祉としての医療から、個人へも負担を要求する社会保険へと制度の変遷を経た中国の医療機関では、市場経済が加速化する中で徐々に独立採算制が求められ、医療サービスの質のみならず、収益性・効率性にも配慮した経営へと移行している。その結果、総合的な医療サービスの質は向上してきているものの、サービスの質の整った大病院は大混雑し、必ずしも希望するレベルの医療サービスが相応の費用負担で受けられない、といった現象も生じてきている。

また、中国では、保障水準の向上や地域間格差の是正等を目指した公的医療保険制度の改正に向けての論議が進んでいるが、

現時点での公的医療保険は日本のそれに比べると限定的である。中国において、医療サービスはある一定額まで全額自己負担となり、一定額を超えると公的医療保険制度により医療費の補填があるものの、その額には企業と従業員が報酬額に応じて拠出した保険料



原資に基づく上限が設定されている。医者への診療報酬は、出身大学、経験、実績などでランク付けされ、評判のよい医者にかかる場合には相当の出費が必要になる。このように、現在の中国の医療制度は、日本的な高福祉型ではなく、個人の保険料の拠出額に応じて享受できるサービスのレベルが異なるという米国型の制度の発想に近い形で管理されていると言える。

現在は国民皆医療保険制度のない中国でも、急ピッチで無保険者の取り込みが進められてはいる。昨年発表された新医療制度改革の内容は、2011年までに90%の中国国民をカバーし、2020年には全ての国民をカバーする国民皆医療保険制度を長期目標としている。このように中国政府は、医療制度改革をひとつの大きな政策課題としているが、現在の制度の設計思想が米国のそれに近いこと、その米国で現政権が取り組んでいる医療保険制度改革が必ずしも思うように進んでいないことを考慮に入れると、民間の医療保険、とりわけ企業が提供する法定外の医療保険は今後も重要な位置を占めていくと推察される。マーサーチャイナが実施した調査によると、これらの手薄い医療保障を補うため、中国では90%以上の企業が法定外の医療保険を導入しているという結果がでていますが、これは人材マネジメントにおける民間の医療保険の位置づけの重要性を示す証左であるといえよう。

## 中国の保険市場：対外開放の歴史と外資系保険会社の攻勢

中国の保険会社は、1805年のイギリスの保険会社、広州保険行の設立が最初と言われている。また、国内保険会社の第一号としては、清国によって設立された仁和保険会社が1870年代に誕生しており、中国における保険業界の歴史は古い。その後、1949年の中華人民共和国の成立に伴い、中国における保険業が一切を国有化されるまでの間、上海で登記された保険会社は約400社前後にのぼり、当時の外資系保険会社は、市場シェアの大半を占めていたと言われている。

共産党政権下では、国内外の保険会社数百社の収用・統合が進められ、1949年には中国人民保険公司（PICC：The People's Insurance Company of China）が国営保険会社として保険事業を開始した。同社は中国保険市場において独占的地位を占めたが、1958年の全国人民公社化運動、1966年からの文革時代に高まりを見せた保険事業不要論のため、事実上国内業務を停止。多くの子会社が解散を余儀なくされ、事実上、中国における保険業界は消失したと見なしてよいだろう。

その後、中国の保険業界が徐々に復活の兆しを見せ始めるのは、1980年代からである。限定的ではありながら、ゆるやかに外資への市場開放もスタートした。外資では、AIGグループであるAIU、AIAが、1992年に外資系の保険会社として初めて上海で生命保険および損害保険の事業認可を取得。続いて東京海上火災保険会社が1994年に日系損保として初めて支店営業を開始、3番手としてウインターツル・スイス保険会社も上海で営業を開始した。この間、中国は着々と自国内の保険市場の整備を進め、1995年には保険法（日本で言うところの「保険業法」と保険契約保護のための「保険法」が一体化したもの）を制定。1996年には数社の国内保険会社が認可されている。

このように、中国保険市場における最初の外資参入は早かったとは言え、1980年代から始まる第2ラウンドとも言える本格的な外資参入の歴史は日も浅く、これまでの道のりも決して安易なものではなかった。厳しい外資規制と経営の自由度の制限、商慣習の違い等で、外資の保険会社は試行錯誤を強いられ、中国の保険市場におけるプレゼンスはまだまだ低く、生命保険、損害保険共に、国内保険会社が圧倒的な市場シェアを占めている。それでも、まだ発展途上といわれるこの保険市場において、中国保険監督委員会（保監会）の管理下にある保険会社数は、中国国内会社が50社以上、外資系国内会社が40社以上ある。また、その他外国保険会社で中国国内に支店等を出しているものが200近くあるとされており、今後外資系の生損保会社のプレゼンスが高まり、国内企業との競争を通じてよりよい商品・サービスが提供され、量的側面のみならず質的な側面でも中国保険市場は発展していくであろう。

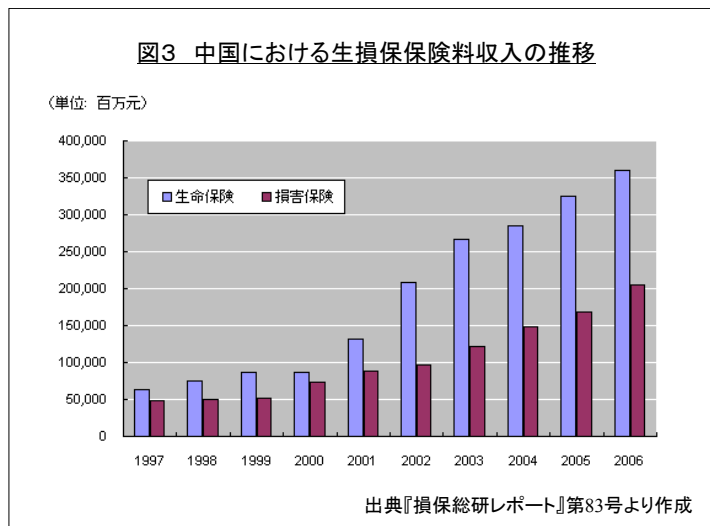
## 急速に広がる保険市場

厳しい外資規制があるとは言え、2001年のWTO加盟、保険法の改正、報酬水準の上昇等により、中国の保険市場は急速にその広がりを見せた。外資系保険会社のシェアも徐々に増えており、生命保険・損害保険共に、中国保険市場において大多数を占めていた国内保険会社の寡占状態は年を追うごとに低下している。マーサー チャイナでの経験によると、都市部ではすでに外資保険会社のシェアが5~7%を超えるようになったと言うから、中国内での外資保険会社のシェアがこれまで常に僅か1%であったことから考えると、注目に値する数字である。

昨年、少し鈍化したと言われる中国の経済とは裏腹に、特に生命保険の伸び率は依然驚異的である。保監会の発表によると、中国における2009年の国内保険会社の保険料収入は前年比13.8%増で1兆元の大台を超え、生損保の元受保険料の推移を見ると、97年からの10年で損害保険は5倍以上の伸びを示し、生命保険では8倍もの伸びを示している。スイス再保険会社の調査によると、中国の2008年度の生命保険の保険料収入は前年比で6割以上も増加した。また、4年で保険

料収入が 50 倍以上に拡大した保険会社もあるという。モルガンスタンレーも、中国本土の生命保険会社の収益力は世界の金融サービス業界で最も高いと示している。

中国における生保の保険料収入は以降 10 年の間に 3 倍から 5 倍にも達するとも言われ、損保も GDP の上昇に伴い順調に成長していくはずである。とかく地域に偏りがちで、まだまだ規制の多い中国の保険市場ではあるが、内陸部の経済発展に伴って今後さらに規制



緩和の動きが中国全土で進めば、外資の展開は猛スピードで進むと予想される。先進諸国では国内市場の先細りも懸念される中、中国の保険市場は将来にわたって収益力の拡大が期待される非常に有望な成長市場であり、生損保各社はその財務力と資本力、長年にわたる経験とノウハウを生かしつつ、中国他アジアへの保険市場への進出を加速せざるを得ない状況にあると言えよう。この点からも中国における保険市場は今後より一層発展・高度化していくことが推察される。

この状況を裏付けるかのように、保険商品の多様化・高度化も市場の拡大に応じて進んでいる。中国では手薄い医療保障制度を補うため、また、厳しい競争を勝ち抜いて自ら築き上げた報酬水準を守るため、保険に対する関心が高いと言われており、これまで市場に無かった商品も急速に普及してきている。クリティカル・イルネス保険（重大疾病保険、特定医療保険とも言われる。相場としては 100,000 元程度を保険金額として、特定の重病と診断された場合に、就業不能であるかどうかにかかわらず支払いを行う）は、マーサー チャイナの調査によると、この数年だけで中国の主要都市の外資企業の 3 分の 2 以上がこの保険を新規に導入した。また、GLTD（団体長期所得補償保険）は 2 年前まで中国には存在しなかったが、現在では 4 社が保険商品の販売をスタートさせている。これら 2 つは先進諸国では比較的普及している保険商品であるが、それ以外でも中国市場のニーズに合致したものであれば急速に普及していくであろう。また、外資系の生損保各社では、中国の市場ニーズを反映した保険商品を開発し、中国国内の競合他社との競争に勝ち残っていくために IT インフラへの投資を強化している。この点も中国保険市場の発展に一役買っていると見ることができるだろう。

このように、中国における保険市場は、その実質的な歴史はまだ浅いとはいえ、潜在的な成長力の高さから急速に発展・高度化してくると推察される。また、これに応じて提供される保険サービスの質やラインアップ、価格もより魅力的になっていくだろう。このような市場の変化を確実に自社の人材競争力に活かしていくことができれば、事業上の競争優位につなげていくことが可能になる。

## 中国における保険ベネフィットマネジメント：今後の展望

このように、保険ベネフィットは中国における今後の人材マネジメントにおいてより重要な役割を担う一方、公的医療保険制度や保険市場の動向を踏まえたタイムリーな動きをしていくことが重要である。では、今後中国においてよりよい保険ベネフィットを導入・管理していくために、留意すべき点は何であろうか？ ベネフィットマネジメントを考える際に留意すべきこととして、主に以下のリスクマネジメントを取り上げて考えたい。

1. マーケットリスク（他社との比較優位性）
2. 経済リスク（自社の保険コストの確保）
3. コンプライアンスリスク（法令遵守）
4. 保険リスク（適切な保険料と付保条件によるコスト効果）
5. ヘルスリスク（従業員の生産性）

マーサー チャイナでは、これらのリスクに対する中国のベネフィットマネジメントのあり方を次のように規定している。まず、1のマーケットリスクでは、競合他社との比較や市場水準、および自社の従業員のニーズに照らし、人事戦略と連携した制度設計による人材競争力の確保が求められる。2の経済リスクでは、福利厚生コストを含めた報酬全体としてのコストと、短期および中長期の事業計画との整合性の追求（具体的には報酬コストが事業計画の阻害要因とならないこと）、3のコンプライアンスリスクは、法定福利の遵守のみならず、グローバルにおける自社のベネフィットポリシーやガバナンス上の調和と整合性の追求が求められる。4の保険リスクでは、保険内容に即した最適な付保条件と適正な価格、運営が実現されるための保険会社の選定と継続的な監査・モニタリングによる、保険水準に即したコストの適正化が求められる。5のヘルスリスクでは、各種疾病予防プログラム、EAPプログラム、ひいてはメンタル、ストレス対策からモチベーション管理に至るまで、保健サービスを通じて従業員の生産性を最大限に引き出すための様々な施策が求められる。（ヘルスマネジメントは、特に国民皆医療制度のない米国では、ベネフィットマネジメントの最重要課題のひとつである。）

グレッタ・マイクロニス氏（マーサーチャイナ、プリンシパル）によると、従業員は、競合他社に比べてより良いリスクマネジメント、より良い医療制度をこれまで以上に望む傾向にあると言う。特に多国籍企業においては、欧米の福利厚生制度も各種取り込まれ、ワークライフバランスに対する意識や、健康・医療に関する関心も高まっている。従業員本人のみならず、被扶養者に対する補償の期待も大きい。また、報酬が高い社員ほど、これまで築き上げた処遇を守りたい気持ちが強くなる。これらの不安を解消してくれる、生命保険、傷害保険、医療保障、所得保障といった保険制度の存在感は非常に大きい。また、これまで享受してきた福利厚生が、転職しても継続可能かどうかという点は誰しも気になるところである。保険はほとんどが継続可能ではない場合が多いので、逆に有能人材の引止めとしては一定の効果を発揮するかもしれない。企業が提供する、保険ベネフィットによって、多様化した自らのニーズをどの程度満たすことが可能なのか、彼らは高い期待を寄せて企業を見つめている。

これら中国企業における従業員の動向と、リスクマネジメントを捉えつつ、現在の保険制度の付保状況と照らして考えると、自ずと企業の取り得る策が見えてくる。マーサー チャイナでは、現在の中国外資系企業の保険ベネフィットのトレンドのひとつとして、フレックスベネフィットの導入に注目している。フレックスベネフィットプランの中で保険ベネフィットと言えば、任意加入プラン（団体扱い保険、上乘せ加入等）がまず挙げられる。中国では、そのスケールメリッ

トを活かすと同時に、従業員のライフステージ、ライフプランと、保険ニーズに合わせた福利厚生制度の提供を可能にすることで、有能人材の引き留めも同時に図る企業が増えてきたという。その前段階として、競合他社や市場水準に見合うベネフィットを与えることは言うまでもない。このフレックスプランは、企業のリスクを従業員に転換させると同時に、従業員自身に選択の範囲を広げさせ、そのニーズを満たそうとする有効な手段の一つである。

今後の中国における保険ベネフィットマネジメントのあり方は、一言で言うならば、刻々と変化する保険市場の動向に注意を向けつつ、コストマネジメントによる利益の最大化と、有能な人材の獲得に向けた企業のブランディング強化を目指すことにある。会社が社員に対して、キャリアアップの機会、特にリーダーとしての機会を提供すること、市場競争力の高い報酬を示すこととは別に、いかに魅力的な福利厚生制度を持ち合わせているかを、いかにうまく内外にアピールするか、ということである。また、従業員の関心と企業のニーズのトレンドと共に、市場規制と政府の動向も、これらのベネフィットマネジメントに大きな影響を与える可能性があり、今後もその動きから目が離せない。

**【執筆者連絡先】**

日本：マーサー ジャパン 株式会社  
東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティタワー37 階  
TEL：03-5354-2038（代表） FAX：03-5333-8137  
長田 美保 E-mail：miho.osada@mercer.com

上海：美世諮詢 マーサー・コンサルティング  
上海市淮海中路 300 号新世界大厦 36 階  
TEL：021-6335-3358（代表） FAX：021-6361-6533  
前川 尚大 E-mail：takahiro.maekawa@mercer.com



MUFG中国ビジネス・ネットワーク



三菱東京UFJ銀行(中国)有限公司

| 拠 点                     | 住 所   | 電 話                                  |
|-------------------------|---|--------------------------------------|
| 北 京 支 店                 | 北京市朝陽区東三環北路5号 北京發展大廈2樓                                    | 86-10-6590-8888                      |
| 天 津 支 店<br>天津濱海出張所      | 天津市南京路75号 天津国際大廈21樓<br>天津市天津経済技術開発区第三大街51号 濱海金融街西区2号楼A座3階 | 86-22-2311-0088<br>86-22-5982-8855   |
| 大 連 支 店<br>大連経済技術開発区出張所 | 大連市西崗区中山路147号 森茂大廈11樓<br>大連市大連経済技術開発区金馬路138号 古耕国際商務大廈18階  | 86-411-8360-6000<br>86-411-8793-5300 |
| 無 錫 支 店                 | 江蘇省無錫市新区長江路16号 無錫軟件園10樓                                   | 86-510-8521-1818                     |
| 上 海 支 店                 | 上海市浦東新区陸家嘴環路1233号 匯亞大廈20階                                 | 86-21-6888-1666                      |
| 深 圳 支 店                 | 深圳市福田区中心4路1号 嘉里建設広場 第一座9階・10階                             | 86-755-8256-0808                     |
| 広 州 支 店                 | 広東省広州市珠江新城華夏路8号 合景国際金融広場24階                               | 86-20-8550-6688                      |

三菱東京UFJ銀行

|                 |  |                 |
|-----------------|--|-----------------|
| 成 都 駐 在 員 事 務 所 | 四川省成都市總府街31号 成都總府皇冠假日酒店(ホリデイインクラウンプラザ)2617号室                   | 86-28-8674-5575 |
| 瀋 陽 駐 在 員 事 務 所 | 遼寧省瀋陽市瀋河区悦賓街1号 方圓大廈7階705号                                      | 86-24-2250-5599 |
| 香 港 支 店         | 7F AIA Central, 1 Connaught Road, Central, Hong Kong           | 852-2823-6758   |
| 九 龍 支 店         | 15F Peninsula Office Tower, 18 Middle Road, Kowloon, Hong Kong | 852-2315-4333   |
| 台 北 支 店         | 台湾台北市民生東路3段109号 聯邦企業大樓9階                                       | 886-2-2514-0598 |

【本邦におけるご照会先】

国際業務部 海外業務支援室

東京：03-5252-1648（代表） 大阪：06-6206-8434（代表） 名古屋：052-211-0944（代表）

発行：三菱東京UFJ銀行 国際業務部 海外業務支援室

編集：三菱UFJリサーチ&コンサルティング 海外アドバイザー事業部 中国グループ 情報開発チーム

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては、すべてお客様御自身でご判断下さい。宜しく申し上げます。当資料は信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また、当資料は著作物であり、著作権法により保護されています。