

# BTMU

## 中国月報

第77号 (2012年6月)



### CONTENTS

#### ■ 特集

- ◆ 人民元の国際化を中心に進む中国の通貨戦略

#### ■ 経済

- ◆ 中国経済の現状と見通し

#### ■ 産業

- ◆ 中国で相次いだ欧米食品メーカーの撤退事例と示唆

#### ■ 人民元レポート

- ◆ 5月の預金準備率引下げと今後の金融政策

#### ■ 連載

- ◆ 華南ビジネス最前線～中国の労働者保護政策と企業の対応

#### ■ スペシャリストの目

- ◆ 税務会計：中国の税務  
～資産再編取引にかかる間接税の取扱いに関する公告の発表が企業に与える影響について
- ◆ 法務：製品表示・虚偽宣伝に関する中国の法制度と実務  
—外資系企業をめぐる事例とその留意点—

#### ■ MUFG中国ビジネス・ネットワーク



## 目 次

### ■ 特 集

- ◆ 人民元の国際化を中心に進む中国の通貨戦略  
三菱東京UFJ銀行 経済調査室 .....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 .....10

### ■ 産 業

- ◆ 中国で相次いだ欧米食品メーカーの撤退事例と示唆  
三菱東京UFJ銀行 企業調査部 .....13

### ■ 人民元レポート

- ◆ 5月の預金準備率引下げと今後の金融政策  
三菱東京UFJ銀行（中国）環球金融市場部 .....19

### ■ 連 載

- ◆ 華南ビジネス最前線～中国の労働者保護政策と企業の対応  
三菱東京UFJ銀行 香港支店 業務開発室 .....23

### ■ スペシャリストの目

- ◆ 税務会計：中国の税務  
～資産再編取引にかかる間接税の取扱いに関する公告の発表が企業  
に与える影響について  
プライスウォーターハウスクーパース中国 .....27
- ◆ 法 務：製品表示・虚偽宣伝に関する中国の法制度と実務  
—外資系企業をめぐる事例とその留意点—  
北京市金杜法律事務所 .....31

### ■ MUFJ中国ビジネス・ネットワーク

## エグゼクティブ・サマリー

**特集**「**人民元の国際化を中心に進む中国の通貨戦略**」は、グローバル危機を契機にスタンスを一変させた中国の通貨戦略と今後の政策の方向性について纏めています。中国は、グローバル金融危機以降、人民元の国際化とドルを基軸通貨とする国際通貨体制の変革に向けて通貨戦略を急展開させていますが、人民元の国際化を進展させる為に資本流出や為替変動のリスクを高める恐れがあってもなお金融自由化を推進するとは思われないとし、この点が引き続き人民元の海外普及の阻害要因になると指摘しています。それでも、海外の経済・市場に対する中国のプレゼンス拡大に伴う人民元ニーズの高まりから、市場規模は相当に膨らむ可能性があり、既に日本企業においても、人民元決済に加え、香港・中国における人民元建て債券発行などの活用が始まっており、今後、日中間の金融協力に基づき、円・人民元間の直接交換市場や人民元建て債券市場が発展すれば、日本企業、日本の投資家の利便性が高まり、東京市場の活性化も期待されると見えています。

**経 済**「**中国経済の現状と見通し**」は、2012年第1四半期の経済レビューと今後の見通しについて纏めています。2012年第1四半期の実質GDP成長率は、前年比8.1%と前期(同8.9%)から低下し、2009年第2四半期以来の低成長となりました。輸出は、欧州、NIEs向けの不振が目立ち、投資は金融緩和と不動産規制緩和が遅れるなかで減速、消費は景気の先行き不安と大型販売振興策の期限切れが下押しとなっています。今後については、今年は政権交代の年で、政府は実績作りのために景気てこ入れを強化するものと考えられ、輸出については人民元高抑制スタンスの下、新興国向けを中心に回復、投資は底堅い需要と政府支援により安定拡大、消費はインフレ緩和と所得拡大を背景に堅調推移が予想されるとし、2012年通年の実質GDP成長率は、前年の前年比9.2%から低下するものの同8.4%の水準を確保、2013年については、海外景気の回復に伴う輸出拡大もあり同8.6%と小幅の加速を予想しています。

**産 業**「**中国で相次いだ欧米食品メーカーの撤退事例と示唆**」は、成長が続く中国食品市場で、昨今相次ぐ欧米グローバル企業の撤退について、その背景と本事象が中国市場の攻略を進める各社の戦略転換の契機となり得るのかを考察しています。具体的な事例を分析した上で、最近の欧米食品メーカーの撤退は、現地調達において現地企業が優位性を有するという乳製品の事業特性や、事業基盤の早期構築という食品業界における勝ちパターンから外れたことに起因するもので、中国食品市場に固有の問題とは言えないと見えています。但し、中国市場は長らく外資参入を規制していたため、他の地域に比べ現地企業が成長していることから、外資系企業にとって他社に先んじてシェアを獲得するにはハードルが高い一面もあり、中国市場で食品事業を新規に展開する際には、競合製品を販売する現地企業の有無など、マーケット状況を十分に確認したうえで、投入製品を吟味することが、他の地域以上に求められると指摘しています。

**人民元レポート**「**5月の預金準備率引下げと今後の金融政策**」は、昨年12月の金融緩和方向への転換以来3度目となる預金準備率の引下げが5月に実施され、金融市場で早くも囁かれている4度目の預金準備率引下げや基準金利引下げ観測の蓋然性について、これまでの経済動向と今後の見通しを整理しつつ検証しています。足元の経済・金融市場動向には、GDP成長率の鈍化、マネーサプライ、融資残高の減少、国債金利の低下が見られ、今後については、不動産価格抑制策の堅持から固定資産投資のさらなる減速や、輸出、国内消費の力強さに欠けることが予想される一方で、物価は2012年以降緩やかに下落し、インフレ圧力が低下していると指摘しています。その上で、今後の金融政策について、5月の預金準備率の再度引き下げで、直ちに利下げに踏み切る可能性は少ないものの、今後景気動向に改善が見られず、融資の伸びも確認されない場合、基準金利引下げ観測がより現実味を帯びるとの見通しを示しています。

**連載**「**華南ビジネス最前線～中国の労働者保護政策と企業の対応**」は、昨今、華南地域で多発する労働争議に注目し、中国政府の労働者保護政策の状況と企業の労働争議の対応について解説しています。労働争議の原因は、労働者の金銭的不満に加え権利の確保など多様化しており、こうした状況を踏まえて政府は、企業の調停活動に関する規定の制定、最低賃金の引上げ等、積極的に労働者保護に乗り出しており、また企業の対策として、争議を未然に防ぐための労働者に対する法制度の教育、人件費上昇に対して内陸部やアジア各国への移転の検討といった対策が考えられるとしています。但し、移転については、当面現状のまま経営を続けるとする企業も多く、移転する場合でも、営業・財務・研究開発など一部の機能は沿岸部に残すとする企業も見られ、企業がそれぞれの形態に合った方法で対策を立てることが重要であるとし、また、今後も最低賃金引き上げの動きは続くと思われるなか、労働コストの抑制だけでなく、現地での販路展開なども視野に入れた事業戦略の再検討が必要として指摘しています。

#### **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、資産再編取引にかかる間接税に関する2つの公告（企業間の適格資産と付随する債権、債務の譲渡及び従業員の移籍にかかる合併、分割、売却又は交換等の資産再編取引については増値税と営業税の課税対象取引とならない）が企業に与える影響についての解説です。

**法務**「**製品表示・虚偽宣伝に関する中国の法制度と実務—外資系企業をめぐる事例とその留意点—**」は、ここ数年、外資企業の間で相次ぐ製品表示の不備や広告等における虚偽宣伝について、実例を交えながら、関連する法制度と実務の概要を解説しています。製品表示と製品販売における虚偽宣伝に関する中国の法規制を紹介した上で、製品表示と製品販売時の宣伝について外資系企業が注意すべき点として、①法的リスクの予防措置として、製品表示、消費者保護に関する専任担当者を決め、社内の審査・監督体制を確立、②問題発生時の対応として、所轄の行政機関から指摘された事実の有無を直ちに確認し、事実の存在が判明したときは当局の調査に積極的に協力する意向のあること、再発防止策を確立すること等を当局に対し説明・強調、することが重要としています。

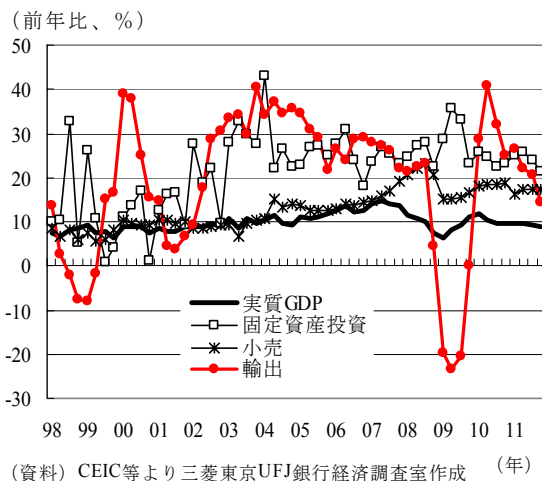


## 人民元の国際化を中心に進む中国の通貨戦略

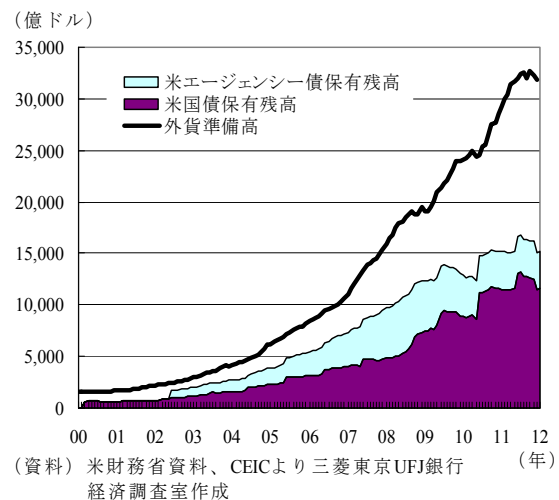
三菱東京UFJ銀行  
経済調査室  
調査役 萩原陽子

中国では、グローバル危機以降、人民元の国際化に向けた動きが急展開し、世界的な関心を集めている。ただし、中国の通貨戦略はこれにとどまらず、ドルを独占的な基軸通貨とする国際通貨体制への挑戦も BRICS を中心とする他の新興国と連携しつつ進められている。中国は、グローバル危機以前、対外取引や対外資産形成を専らドルに依存し、人民元の国際的な使用を厳しく制限してきたが、危機が中国経済に与えた2つのショック——すなわち、投資と並ぶ経済の牽引役であった輸出の大幅減少（第1図）、ならびに、ドルを中心に運用してきた世界最大の外貨準備資産の毀損（第2図）——にはこうしたスタンスを一変させるインパクトがあったと考えられる。人民元の国際化を中心に進む中国の通貨戦略のもとでは、日中間の金融協力を含めての相互の通貨利用など、日本に関わる側面も多々あり、その動向は大いに注目される。

第1図：中国のGDPと関連指標



第2図：中国の外貨準備と米債保有



### 1. ハイペースで進む人民元の国際化

#### (1) 国際決済における人民元使用の拡大

中国政府が、2008年12月というグローバル危機の初期段階で最初に着手したのは、貿易における人民元決済の導入であった。従来、対外決済は国境貿易を例外として外貨建てに限定していたが、グローバル危機に伴う輸出の落ち込みに直面し、為替リスク・為替コストの低減による輸出底支えを図るべく、近隣諸国・地域との貿易における人民元決済の試行を決定した（第1表）。ほぼ1年の準備期間を経て、2009年7月、中国の5都市（上海市および広東省の広州市、深圳市、珠海市、東莞市）所在のパイロット企業365社と香港、マカオ、ASEANとの間で人民元貿易決

済が解禁された。次いで、2010年6月には、中国の12省、4自治区、4直轄市と全世界との経常取引にまで対象が広がった。輸出は、引き続き、パイロット企業に限定されたものの、輸入およびサービス貿易、その他の経常項目の決済については国内対象地域内の企業全てに開放された。さらに、2010年12月、パイロット企業数は365社から6万7,359社に拡大された。

**第1表：人民元の国際化の動き**

①人民元決済

|             |   |
|-------------|---|
| 2008年12月24日 | 国务院常务会议で、貿易対策の一環として、「広東・長江デルタと香港・マカオ」、「広西、雲南とASEAN」の貿易について人民元決済の試行が決定。              |
| 2009年7月1日   | 中国の5都市（上海市および広東省の広州市、深セン市、珠海市、東莞市）と香港、マカオ、ASEANとの間で、当局に認定されたパイロット企業による人民元建て貿易決済を解禁。 |
| 2010年6月17日  | 中国の12省、4自治区、4直轄市と全世界との経常取引に拡大。ただし、輸出は引き続きパイロット企業に限定。                                |
| 2011年1月6日   | 上記、人民元貿易決済解禁地域に所在する企業・銀行の対外直接投資における人民元決済を解禁。  |
| 2011年8月24日  | 中国全土で対外人民元決済解禁。   |
| 2011年10月14日 | 人民元建て対内直接投資解禁。  |
| 2012年2月3日   | 人民元建て輸出決済を貿易権を有する全企業に解禁。  |

②スワップ協定等

| 時期          | 締結先      | 金額                          |   | 時期          | 金額      |              |
|-------------|----------|-----------------------------|---|-------------|---------|--------------|
| 2008年12月12日 | 韓国       | 1,800億元                     | → | 2011年10月26日 | 3,600億元 | 3年の期限前に増額延長  |
| 2009年1月20日  | 香港       | 2,000億元                     | → | 2011年11月22日 | 4,000億元 | 3年の期限前に増額延長  |
| 2009年2月8日   | マレーシア    | 800億元                       | → | 2012年2月8日   | 1,800億元 | 3年の期限到来で増額延長 |
| 2009年3月11日  | ベラルーシ    | 200億元                       |   |             |         |              |
| 2009年3月23日  | インドネシア   | 1,000億元                     |   |             |         |              |
| 2009年3月29日  | アルゼンチン   | 700億元                       |   |             |         |              |
| 2010年6月9日   | アイスランド   | 35億元                        |   |             |         |              |
| 2010年7月23日  | シンガポール   | 1,500億元                     |   |             |         |              |
| 2011年4月18日  | ニュージーランド | 250億元                       |   |             |         |              |
| 2011年4月19日  | ウズベキスタン  | 7億元                         |   |             |         |              |
| 2011年5月6日   | モンゴル     | 50億元                        | → | 2012年3月20日  | 100億元   | 3年の期限前に増額延長  |
| 2011年6月13日  | カザフスタン   | 70億元                        |   |             |         |              |
| 2011年9月5日   | ナイジェリア   | 人民元の準備通貨組み入れのための枠組みに関し、覚書締結 |   |             |         |              |
| 2011年11月24日 | タイ       | 人民元の準備通貨組み入れを公表             |   |             |         |              |
| 2011年12月22日 | タイ       | 700億元                       |   |             |         |              |
| 2011年12月23日 | パキスタン    | 100億元                       |   |             |         |              |
| 2012年1月17日  | UAE      | 350億元                       |   |             |         |              |
| 2012年2月21日  | トルコ      | 100億元                       |   |             |         |              |
| 2012年3月22日  | オーストラリア  | 2,000億元                     |   |             |         |              |

③外国人・外国企業の人民元運用

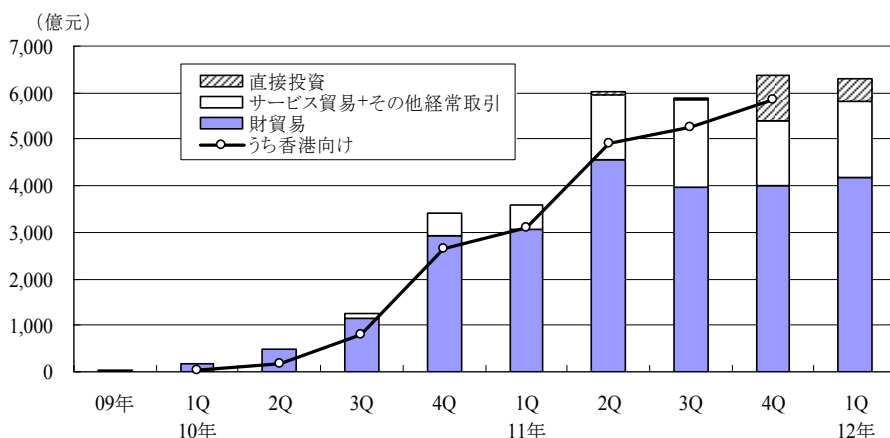
|             |   |
|-------------|---|
| 2009年6月25日  | 中国の金融機関に限定されていた香港での人民元建て債券発行が外国金融機関に解禁され、HSBCが初の発行実施。   |
| 2009年9月28日  | 中国政府が香港で初の人民元建て国債発行（60億元）。  |
| 2010年7月7日   | 香港での人民元建て債券発行が企業に解禁され、香港企業ホブウェル・ハイウェイ・インフラストラクチャーが初の発行、8月にはマクドナルドが外資系企業として初の発行。               |
| 2010年7月19日  | 中国人民銀行（中央銀行）と香港金融管理局は、香港での人民元業務拡大に関する合意文書に調印。香港において、①投資目的での人民元への交換、②人民元建ての証券・保険商品への投資——などが解禁。 |
| 2010年8月17日  | 海外の金融機関に中国の銀行間債券市場における人民元資金の運用を解禁。  |
| 2011年11月25日 | 宝鋼集団が認可を受け、中国企業として、香港で人民元建て債券を初発行。  |
| 2011年12月16日 | 認可を受けたファンド管理会社および証券会社（人民元適格外国機関投資家；RQFII）に対して人民元建てで対内証券投資を認める制度を導入。                           |

（資料）各種報道等より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

こうした規制緩和に伴い、人民元決済はハイペースで増加していった（第3図）。しかし、急激な拡大はホットマネー流入に対する当局の警戒感を喚起し、2011年6月には早くも規制が強化さ

れた。中国人民銀行（中央銀行）は、国内と国外の銀行間の人民元為替売買行為について、①財貿易取引以外の人民元決済の禁止、②取引が実需に基づくことに対する銀行の審査強化、③支払期限の3カ月以内への限定、④人民元為替取引と同一銀行による決済——などを盛り込んだ通知を発表した。規制強化を受けて、2011年後半以降、經常取引における人民元決済額は伸び悩むようになった。もっとも、2012年2月3日付けの通知により、人民元建て輸出決済が、約6万社のパイロット企業から貿易権を有する全ての企業に解禁され、新たな押し上げ効果が期待されている。なお、過去2年間に財務、通関などの面で重大な違法行為があった企業は重点管理対象として厳しい規制を受けることになっている。

第3図：人民元決済額の推移



(資料) 中国人民銀行、香港金融管理局資料等より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

直接投資においても、2011年から人民元決済が解禁された。1月、人民銀行が「対外直接投資人民元決済試行管理法」を公布し、人民元貿易決済が解禁された地域に所在する企業・銀行については対外直接投資における人民元決済が可能となった。解禁の対象には対外直接投資による利益の人民元建て送金、銀行の対外投資企業への人民元融資なども含まれる。一方、対内直接投資については、2010年10月より試験的に個別認可が始まっていたが、2011年10月、商務部が「人民元の直接投資関連問題に関する通知」を、人民銀行が「外国企業による人民元直接投資決済管理法」を公布し、正式解禁となった。

ここで人民元決済額の推移を概観すると、經常取引については、2009年の36億元から2010年には5,063億元に拡大し、さらに2011年には2兆800億元に達した。2011年の内訳は財貿易が1兆5,600億元で（中国の財貿易全体に占めるシェアは6.6%）、サービス貿易およびその他經常取引が5,213億元である。2010年は受取・支払の比率が1:5.5と大きく輸入に傾斜していたが、2011年には1:1.7まで均衡化してきた。2011年から開始された直接投資に関しては対外投資が201.5億元、対内投資が907.2億元となっている[直接投資全体に占めるシェアは対外投資（金融を含まないベース）で5.2%、対内投資で12.1%]。なお、香港統計によれば、2011年の香港の人民元決済額は1兆9,145億元にのぼっており、經常取引・資本取引を合わせた人民元決済全体のほぼ9割を香港向けが占めたことになる。

## (2) スワップ協定を中心とする公的取引のための枠組み

スワップ協定の締結も人民元決済と歩調を合わせて着実に増えている。人民元貿易決済の解禁が決定された2008年12月から2009年3月までの短期間に、韓国との1,800億元のスワップ協定

を始めとして、香港(2,000億元)、マレーシア(800億元)、ベラルーシ(200億元)、インドネシア(1,000億元)、アルゼンチン(700億元)と立て続けに同協定を結んだ(前掲第1表)。

危機が収まって以降も協定締結国は増え続けた。2010年にはアイスランド(35億元)、シンガポール(1,500億元)、2011年にはニュージーランド(250億元)、ウズベキスタン(7億元)、モンゴル(50億元)、カザフスタン(70億元)、タイ(700億元)、パキスタン(100億元)、2012年にはUAE(350億元)、トルコ(100億元)、オーストラリア(2,000億元)と協定を締結した。さらに、英国の銀行もロンドンの国際金融センターとしての地位向上のために当局に対し、スワップ協定締結を働きかけていると報じられている。

スワップ協定の期間は3年であることから、協定の更新も始まっている。2011年10月には韓国と3年の期限前に3,600億元と更新前の倍額で再度協定を締結し、11月には香港(4,000億元と倍増)、2012年2月にはマレーシア(1,800億元と2倍以上の増加)もこれに続いた。2011年5月に協定を締結したモンゴルとは早くも2012年3月に金額を50億元から100億元に増額した。

スワップ協定は、通常、短期流動性危機を回避するためのツールであるが、中国が締結したスワップ協定は、二国間相互の貿易・直接投資の促進に力点を置いており、ハードカレンシーではないことから、海外において調達が困難となる人民元決済資金を供給するという意味合いが強くなっている。実際、香港において2010年に人民元決済用の両替枠80億元が10月時点で枯渇した際には、スワップ協定に基づき、100億元を引き出して対応した。また、2011年7月にはシンガポールでも、銀行が金融当局からスワップ協定に基づいて人民元を調達し、企業への貸出を行った。

日本との間では、すでに2002年3月に30億ドル相当の円と人民元でのスワップ協定が締結されている。これはアジア危機の再発防止の観点から地域金融協力を進めるチェンマイ・イニシアチブの枠組みに沿ったもので、アジアの金融為替市場の安定のための短期の流動性供与を目的としている。さらに、2011年12月の野田首相の訪中時の温家宝首相との会談で、日中間の金融協力の強化に向け、①クロスボーダー取引における円・人民元の利用促進、②円・人民元間の直接交換市場の発展支援、③円建て・人民元建て債券市場の健全な発展支援、④海外市場での円建て・人民元建て金融商品・サービスの民間部門による発展促進、⑤上記分野の協力促進のための「日中金融市場の発展のための合同作業部会」の設置——などが合意に至った。2012年2月には、同作業部会の第1回会合が北京で開催された。なお、上記③には、日本当局による中国国債への投資についての申請手続きが含まれていたが、2012年3月に中国当局から650億元の購入枠の許可を受け、小額から購入が開始される模様である。

人民元はスワップ協定上の使用通貨にとどまらず、2011年9月には、ついに準備通貨にも名を連ねた。ナイジェリアが人民元を外貨準備の構成通貨に加え、そのために必要な枠組みについて中国当局と覚書を締結したことを明らかにしたのである。さらに、2011年11月には、タイも人民元を準備通貨に加えたことを公表した。

### (3) 人民元運用機会の拡充

ハードカレンシーでないというウィークポイントを供給面から補うのがスワップ協定であるとするならば、需要面から補っているのは、香港市場を中心とした外国人・外国企業に対する人民元運用機会の拡充である。中国当局としては、香港のオフショア人民元市場としての機能を高めることで、中国自体の市場開放により国内金融に対するコントロール機能の低下を招くリスクを回避しつつ、人民元の国際化を進めることができる。

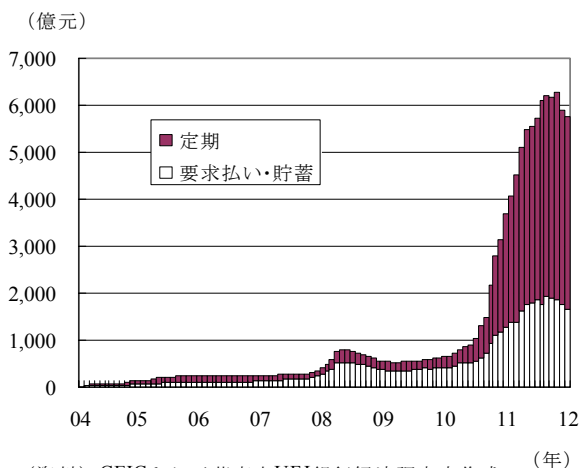
香港においては2004年に人民元預金が解禁されたのに続き、2007年には人民元建て債券の発行も解禁されたが、発行体は中国の金融機関に限定され、盛り上がりを欠いていた。しかし、グ



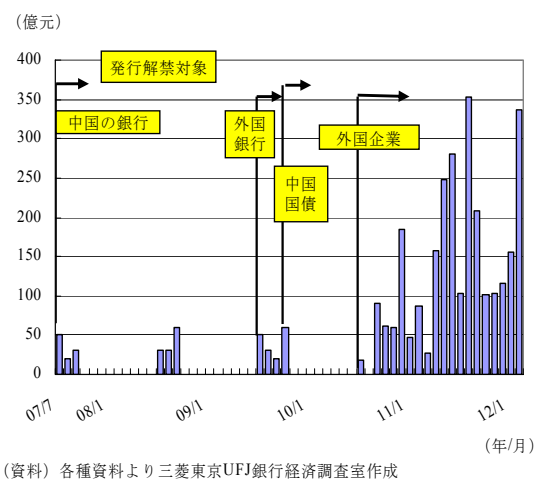
ローバル危機後の相次ぐ規制緩和が状況を一変させた。2009年6月には外国の金融機関に債券発行が認められ、さらに9月には中国の国債も発行されるようになった。2010年7月には企業による発行も解禁となった。同じく2010年7月に、人民銀行と香港金融管理局は、香港での人民元業務拡大に関する合意文書に調印した。これにより、香港においては、個人・法人を問わず、人民元口座開設や人民元による資金決済を自由に行うことができることになり、①投資目的での人民元への交換、②人民元建ての証券・保険商品への投資——などが解禁された。

規制緩和が進むなか、香港における人民元預金残高は2010年後半から急増し、2011年11月には6,273億元と2009年末の10倍にも膨らみ、投資資金が潤沢に確保された(第4図)。オフショア人民元債券(点心債との通称が一般化)の発行額も急拡大しており、2007~2009年の100億元台から2010年には358億元、さらに2011年には1,040億元に達した(第5図)。中国国債、中国の大手金融機関に加え、マクドナルド、キャタピラー、フォルクスワーゲンなどのグローバル企業の発行が市場の活性化に貢献した。その反面、①発行企業のなかには投資の適格性に疑義を生じさせるものも含まれているとの認識が広がったこと、②海外上場の中国企業で不正会計疑惑が表面化したこと、③人民元の上昇ペースが低下したこと——など悪条件も浮上し、時として、投資家の人気に水を差した。もっとも、2012年については、年初に国家発展改革委員会が10銀行に対し、合計250億元の点心債発行の認可を与えており、一定の底支え効果が見込まれる。

第4図：香港における人民元預金残高



第5図：香港における人民元債券発行額



加えて、2012年初から銀行間取引の参照金利の提示が始まり、人民元オフショア市場の透明性が高まった。参照金利提示銀行は当初は香港の発券銀行3行であったが、4月からは三菱東京UFJ銀行、JPモルガンチェースの外資系銀行2行を含む5行が加わった。今後、参照金利提示銀行を拡大したうえで、最終的には指標金利としてオフショア人民元の香港銀行間金利が年内にも創設されるとみられている。

一方、中国内の市場にも対外開放の動きがある。中国当局は、2002年に、認可を受けた海外の機関投資家(適格外国機関投資家; QFII)に対して認可額の範囲での対内証券投資を解禁したが、2011年12月16日には認可を受けたファンド管理会社および証券会社(人民元適格外国機関投資家; RQFII)に対して、人民元建てでの対内証券投資を認める制度を新設した。当面の認可額はRQFII全体で200億元とQFII全体の300億ドルの10分の1程度に設定された。2011年末までに政府はファンド管理会社9社、証券会社12社を認可し、200億元の割り当てを完了したため、2012年4月3日には早くもRQFIIの投資枠は700億元に増額され、同時に、QFIIの投資枠も300億ド

ルから 800 億ドルに増額となった。こうしたなか、香港証券先物委員会 (SFC) は 2011 年末までに 19 本の RQFII ファンドを認可し、さらに、条件を満たせば無制限に認可を増やしていく旨の発言をしており、香港市場では飽和状態を危惧する向きもある。

## 2. ドル基軸体制への挑戦

グローバル危機以降の中国の通貨戦略は人民元の国際化にとどまらない。もう一つの重要な戦略としてドル基軸体制への挑戦がある。国際通貨体制の下で基軸通貨として機能するドルを擁する米国が金融危機の震源地となったことで、ドルを中心に外貨準備を積み上げてきた他の国々は一斉に準備資産の毀損という不利益を被ることとなった。当然ながら、危機発生時で約 2 兆ドルにのぼる世界最大の外貨準備保有国であった中国は最大の被害者となった。そのうえ、危機後の米国の大規模な金融緩和によりドル資産の価値下落リスクは一段と高まった。もとより基軸通貨国である米国はドルの国際流通により膨大なシニョレッジ (通貨発行益) を得ることから経済運営規律が低く、そのコストを他の国が抱えることになるとの批判があったが、グローバル危機はそれが最も明白に現れたわけである。

中国は外貨準備の投資先の多様化を志向したものの、急速に投資先をドル資産からシフトすれば、ドル下落を誘発して、保有するドル資産の価値を一段と引き下げかねない。加えて、そもそも、米国債を代替し得るほどの規模を有する投資先はない。代替先として最も有望であったはずの欧州においても債務問題が発生し、資産価値低下のリスクが浮上した。中国はこうしたリスクを念頭に置きつつ、国際貢献の名の下に、スペイン、ポルトガル、ギリシャなど問題を抱える当事国の国債を買い増した。一方、日本、韓国などへの投資を増やすと、中国の投資規模の大きさから、通貨高要因になることも含めて、投資先から脅威をもって受け止められる結果となった。

このように、中国はドル基軸通貨体制がはらむリスクに晒された以上、その脱却を模索し始めたのは無理からぬことであろう。2009 年 3 月には人民銀行の周小川総裁が、ドル基軸通貨体制からの脱却に向けて、超国家準備通貨の創設という長期的目標、および、SDR (IMF の特別引出権) の超国家準備通貨への暫定的な昇格という短期的目標を中核に据えた改革を提起する論文を発表し、国際世論に波紋を起こした。

さらに、中国当局は国際機関でも、絶えず、中国と人民元のプレゼンスを高める活動を展開している。2009 年 5 月、IMF の融資枠を 2,500 億ドルから 7,500 億ドルへ拡大するために発行された IMF 債の購入には、総じて BRICS 諸国が積極的であったが、そのなかで中国は約 500 億ドルの SDR 建て債券を人民元で支払ったと報じられており、将来的な人民元建て IMF 債発行に向けて布石を打ったことがわかる。2010 年 10 月の IMF 改革においては、IMF への出資比率を 6.39% と、米国 (17.41%)、日本 (6.46%) に次ぐ世界第 3 位に引き上げた。足元では、世界銀行総裁の選任を前に、米国人が同ポストを独占してきたことを、欧州人による IMF 専務理事ポストの独占とともに批判している。

IMF、世銀に対し、発言力拡大を求める動きは BRICS 共通であり、2012 年 3 月 29 日の BRICS 首脳会議では、新興国の IMF 出資比率の引き上げなどの IMF 改革の遅れに不満を表明し、新興国版世界銀行の創設を打ち出し、揺さぶりをかけた。同日開催された BRICS 国家金融フォーラムでは加盟国の自国通貨決済と貸出業務を推進するため、BRICS 諸国の開発銀行間で協定を締結した。

さらに 4 月 19~20 日の G20 財務相・中央銀行総裁会議では、IMF の資金基盤を 4,300 億ドル超増強することで合意がなされたが、日本が会議前から 600 億ドルの拠出で貢献をアピールする一方、中国は他の BRICS 諸国とともに支援額の明示を避けた。にもかかわらず、中国は強い存在感を示した。翌 21 日、人民銀行は声明を発表し、「IMF の資金基盤強化に中国が参加しないこと

はあり得ない」としつつも、具体的な協力方法は示さなかった。また、IMFの資金基盤強化は出資をベースにすべきとして、今回の資金拠出方法が発言権を伴う出資ではなく、融資枠の設定という形を取ったことに対する不満を滲ませ、改めて、2010年に合意された出資比率見直しの手続きの早期完了をIMFに促した。

### 3. 人民元の国際通貨としての位置付けと今後の政策の方向性

こうしてグローバル危機後の国際通貨体制における国益を追求する中国の通貨戦略は他国とも連携しつつ、着実な展開をみせている。むろん、取り組みは緒についたばかりであり、ドル基軸体制に動揺を与えるには程遠い。

一般に、国際通貨として、どの通貨を使用するかを選択する際の条件としては、①経済規模の大きさ、②通貨の価値に対する信認、③発達した金融・資本市場、④慣性——などの要素が大きく関わってくるといわれる。慣性とは、いったん基軸通貨としての地位を確立すると、取引量が多く、取引コストも低いため、使用が継続されるという特性を指す。

通貨の3つの機能——計算単位、支払手段、価値貯蔵手段——からみると、長期的なドル下落トレンドにグローバル危機が拍車をかけ、ドルの価値に対する信認は損なわれ、価値貯蔵手段としての機能が低下する一方で、計算単位、支払手段としての通貨選択には、経済規模に加え、慣性が強く働き、基軸通貨であるドルの不動の地位を支えている。ドルが世界の為替取引に占めるシェアは2007年の85.6%から2010年においても84.9%とわずかな低下にとどまっている(第2表)。

第2表：通貨選択の条件からみた国際通貨の評価

|                                  | ドル        | ユーロ       | 円         | 人民元     |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|---------|
| 慣性                               | ◎         | ○         | △         | ×       |
| [外国為替取引に占めるシェア(%), 2007→2010年、注] | 85.6→84.9 | 37.0→39.1 | 17.2→19.0 | 0.5→0.9 |
| 経済規模の大きさ                         | ◎         | ◎         | ○         | ○       |
| [世界のGDPに占めるシェア(%), 2011年]        | 21.5      | 19.1      | 8.4       | 10.0    |
| 通貨の価値に対する信認                      | △         | △         | ◎         | ○       |
| [5年前と比較した名目実効相場の騰落率(%)]          | ▲6.0      | ▲1.9      | 42.4      | 17.5    |
| 発達した金融・資本市場                      | ◎         | ○         | ○         | ×       |
| [債券市場規模(兆ドル), 2011年]             | 26.2      | 13.2      | 15.1      | 3.2     |

(注) 下段は参考指標。為替取引は2通貨間で行われるので、合計は200%。

(資料) BIS、IMF資料等より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

これに対し、アジアで唯一の国際通貨というべき日本円は長期的な円高基調により価値貯蔵手段としての機能は高いものの、支払手段の機能は低い。直近2011年後半の貿易決済における比率は輸出で40.3%、輸入で23.1%にとどまり、ドル建て比率(輸出48.8%、輸入72.4%)を輸出入ともに下回っている(第3表)。この背景には、日本の主要輸出品である自動車・電機において、①最終消費地としての米国のウェイトが高いため、域内の工程間分業もドル建てになっていること、②韓国・台湾等のメーカーと競争が激しく、その際の価格設定がドル建てになっていること、③世界の外国為替市場でドルが最も使用されており、ドル建ての取引コストが低く、為替リスク・ヘッジの手段も豊富であること——などが指摘されている。ここに米国の経済規模に裏打ちされた市場の大きさと基軸通貨であるドルの慣性の支配力の大きさが窺われる。日本の当局は80年代以降、円の国際化を模索したが、企業ニーズに支えられたドル支配を崩すことはできなかった。

第3表:日本の貿易取引通貨別比率(2011年後半)

|     |    |      |                 |                 |                 |                |     |
|-----|----|------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----|
| 世界  | 輸出 | ドル   | 円               | ユーロ             | 豪ドル             | カナダドル          | その他 |
|     |    | 48.8 | 40.3            | 6.4             | 1.3             | 0.6            | 2.7 |
|     | 輸入 | ドル   | 円               | ユーロ             | スイスフラン          | ポンド            | その他 |
|     |    | 72.4 | 23.1            | 3.1             | 0.3             | 0.2            | 1.0 |
| 米国  | 輸出 | ドル   | 円               | ユーロ             |                 |                |     |
|     |    | 83.7 | 16.2            | 0.1             |                 |                |     |
|     | 輸入 | ドル   | 円               | ユーロ             |                 |                |     |
|     |    | 76.4 | 22.9            | 0.6             |                 |                |     |
| EU  | 輸出 | ユーロ  | 円               | ドル              | ポンド             | スウェーデン<br>クローネ | その他 |
|     |    | 48.1 | 32.5            | 15.5            | 3.4             | 0.3            | 0.1 |
|     | 輸入 | 円    | ユーロ             | ドル              | ポンド             | スイスフラン         | その他 |
|     |    | 58.6 | 28.3            | 10.3            | 1.8             | 0.4            | 0.5 |
| アジア | 輸出 | ドル   | 円               | タイバーツ           | 韓国ウォン           | 人民元            | その他 |
|     |    | 49.6 | 48.1            | 0.7             | 0.4             | 0.3            | 1.1 |
|     |    |      |                 | 日本の対タイ輸出に占めるシェア | 日本の対韓国輸出に占めるシェア | 日本の対中輸出に占めるシェア |     |
|     |    |      | 8.6             | 2.9             | 0.9             |                |     |
|     | 輸入 | ドル   | 円               | タイバーツ           | ユーロ             | 韓国ウォン          | その他 |
|     |    | 71.5 | 26.8            | 0.4             | 0.3             | 0.2            | 0.7 |
|     |    |      | 日本の対タイ輸入に占めるシェア |                 | 日本の対韓国輸入に占めるシェア |                |     |
|     |    | 6.5  |                 | 1.9             |                 |                |     |

(資料)財務省資料より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

人民元は、経済規模の大きさや通貨信認の面では国際通貨として選択される条件を満たしている。ただし、金融・資本市場の発達という面では、規模、成熟度に劣り、海外からのアクセスには厳しい制限がある。そもそも、人民元は厳しい為替管理・資本取引規制により他通貨と自由に交換できないという国際通貨としては致命的ともいえるウィークポイントを抱えている。

もともと、交換性を欠いている割には、人民元の国際使用は大方の予想をはるかに超えるペースで拡大した。貿易・投資をカバーするスワップ協定による人民元の海外への供給、香港という国際金融センターを活用した非居住者への人民元の調達・運用機会の拡充などを通じて、他通貨と交換することなく、人民元の海外使用の拡大を進めるための綿密なスキームを迅速に構築したことが奏功した。加えて、人民元ニーズが増大しているにもかかわらず、非居住者にとって人民元取得は容易でなく、コストも高い。このため、いったん取得すると他通貨に交換することはむしろ不経済となるという特異の事情も考えられる。

とはいえ、交換性を欠く以上、人民元の国際使用には限界があろう。ドルへの挑戦を本格化するならば、為替管理・資本取引の自由化、通貨の交換性付与を通じて、利便性を高めることが不可欠となる。おりしも、2012年2月、人民銀行調査統計局の研究チームが3段階の資本移動自由化の工程表を提示し、注目を集めた(第4表)。しかし、短期金融市場商品をはじめ、多くの項目が10年内の工程表には含まれない長期の自由化項目とされ、資本取引に関わらない通貨交換取引に至っては自由化の最終段階において行われるべきものと位置付けられた。

第4表: 資本移動自由化の工程表

| 期間         | 資本項目   | リスク       |        |
|------------|--|-----------|--------|
|            |  | 需要等       | リスクの程度 |
| 短期 (1~3年)  | 直接投資とその清算  | 投資実需      | 低      |
| 中期 (3~5年)  | 商業取引に関わる預金・貸出                                      | 貿易実需      | 低      |
| 長期 (5~10年) | 不動産取引  | 経済実需      | 中      |
|            | 債券<br>株式   |           |        |
| 将来の検討事項    | 短期金融市場商品<br>金融機関の預金・貸出                             | デリバティブの需要 | 大      |
|            | 個人投資家の資本取引<br>ファンド・投資信託<br>担保貸出・保証貸出<br>デリバティブ、その他 | 監督困難      | 大      |

(資料) 人民銀行資料等より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

これに先立ち、1月に開催された全国金融工作会議(5年毎に開催される金融政策の中期方針を定める重要会議)では、金融機関や地方政府の監督強化を通じたリスク回避に関わる政策が前面に押し出され、金利や資本移動の自由化についてはほぼ先送りとなった。すなわち、この人民銀行の自由化案ですら、後ずれする可能性が十分ある。人民元の国際化を進展させるために、資本流出や為替変動のリスクを高める恐れがあろうとも自由化を推進するという選択は政府のコンセンサスとは思われない。

このため、引き続き、金融規制の緩和は漸進的なものとどまり、人民元の海外普及の阻害要因となろうが、海外の経済ならびに市場に対する中国のプレゼンス拡大に伴う人民元ニーズの高まりを考慮すれば、それでも、市場規模は相当に膨らむ可能性がある。アジアの都市のみならずロンドンまでが人民元オフショア市場の地位を争い、さらには先物取引所 CME や非鉄金属先物取引所 LME も人民元の取り扱いを急ぐところからみても、人民元ビジネスの潜在性に対する期待の大きさが窺われる。

日本企業においても、人民元決済に加え、人民元建て融資、香港・中国における人民元建て債券発行などの活用が始まっている。今後、先の日中間の金融協力に基づき、円・人民元間の直接交換市場や人民元建て債券市場が発展すれば、日本企業、日本の投資家の利便性が高まり、また、東京市場の活性化にもつながろう。ただし、現時点では、日本における人民元はストック・フローともに乏しく、その厚みを増すための体制整備も急がれよう。

以上

(執筆者連絡先)

三菱東京UFJ銀行 経済調査室  
〒100-8388 東京都千代田区丸の内2-7-1  
萩原 陽子 youko\_hagiwara@mufg.jp

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、金融商品の売買や投資など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、宜しくお願い申し上げます。当資料は信頼できるとされる情報に基づいて作成されていますが、当室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おります。全文または一部を転載する場合は出所を明記してください。



## 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、原油に関する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/ecolook2012/index.htm>

### 1. 現状：第1四半期には2009年第2四半期以来の低成長へ

中国では一段と景気が減速した。第1四半期の実質GDP成長率は前年比8.1%と前期(同8.9%)から低下し、2009年第2四半期以来の低成長となった。欧州債務問題の長期化と金融緩和の遅れが尾を引き、市場予想(8%台半ば)よりも厳しい結果に結び付いた。さらに、4月には工業生産が前年比+9.3%と3年振りに二桁成長から転落し、景気減速感は一層深まってきた。

足元までの詳細をみていくと、輸出は、2012年に入って以来、一桁の伸びに低下し、4月には前年比+4.9%にまで落ち込んだ。地域別の格差が大きく、欧州向けの減少に加え、輸出依存度が高いNIEs向けの低成長が足を引っ張る一方、米国向けやASEAN諸国向けなどは二桁増ペースで底支え役を果たしている。

投資も減速しており、伸び率は2011年1~10月にはほぼ前年比+25%前後で推移したが、11月以降は同+20%前後に低下している。金融緩和と不動産規制緩和の遅れの影響が大きい。当局は、金融引き締め政策の下で中小企業の資金難が深刻化する一方、インフレがピークアウトしてきたため、預金準備率を2011年12月、2012年2月にそれぞれ0.5%引き下げたが、それでも20.5%の高水準であった。こうしたなか、3月には窓口指導もあり、貸出増加額が1兆元超に膨らんだが、4月には再度、6,818億元に縮小し、貸出拡大には容易に弾みにつかない状況である。また、住宅価格が下落傾向にあるとはいえ、下げ幅は一部地域を除き依然として小さいという状況で、厳しい不動産価格抑制策が継続されているため、不動産開発投資も急減速し、4月には一桁の伸びとなった。

消費も減速した。景気の先行き不安と大型販売振興策の期限切れが下押ししたと考えられる。グローバル危機後の家電販売振興策は2011年の終わりにかけて、農村部の先行実施地域と全国の都市部で相次いで期限を迎えたため、駆け込み購買が盛り上がり、消費は尻上がりに加速して12月には実質ベースで前年比+13.8%に達した。その反動もあり2012年に入ってからほぼ同+11%前後にとどまっている。

なお、自動車販売については2011年を通じ、2009~2010年の大型販売振興策の反動が払拭し切れず、2012年も第1四半期には前年比▲3.4%と減少していたが、4月には乗用車が同+5.2%となり、持ち直しの兆しがみえる。

## 2. 見通し：共産党大会に向けて景気てこ入れ強化

今秋には5年に1度の最重要会議である共産党大会が開催され、政権交代となるだけでなく、前後して大規模な党・政府人事異動が行われる。このため、本年は、通常、実績作りのための景気拡大志向が強まる年といえる。ただし、中央政府はグローバル危機対策の弊害としてのインフレ、不動産バブルへの反省もあり、持続的成長に向けて構造調整路線を堅持したため、これまでの金融緩和の足取りは重かった。

今後については、共産党大会が近づくとつれ、低成長を放置できなくなり、インフレ・バブル回避に配慮しつつも、景気てこ入れを強化するものと考えられる。実際、4月の経済指標が工業生産を始めとして、軒並み、市場予測も前月値も下回ったことが公表された翌日の5月12日には3カ月振りに預金準備率の引き下げが決定された(20.5→20.0%)。また、5月に入ってから、国家発展改革委員会、財政部、商務部など多くの官庁で、内需拡大策の検討が本格化していると報じられている。

個別項目毎に、今後を展望すると、まず、輸出については回復が予想される。欧州景気の低迷は続くものの、米国、日本を中心に他地域では総じて景気は上向くため、世界景気に左右されるNIEs向けが回復に向かうとともに、他の新興国向けや米国向けは堅調推移を持続しよう。なお、競争力悪化を回避するために当局は元高抑制スタンスを堅持する見込みである。実際、人民元の対ドル相場は2012年4月に日中変動幅が基準値の±0.5%から±1%へ拡大された後も、前年末を若干下回る水準で推移している。

投資については、構造調整路線の下で過剰投資の回避への目配りは続けられようが、底堅い需要と政策支援により安定拡大が見込まれる。発展の遅れた内陸部では、インフラ整備のみならず、沿海部における賃金高騰に伴う産業移転も進んでいる。5カ年計画期の重要な奨励産業に選定されている戦略的新興産業(省エネ・環境保護、次世代IT、バイオ、先端機械設備、新エネルギー、新素材、新エネルギー車)については知的財産権環境を整備し、投融資を呼び込む政策なども打ち出されている。また、賃金上昇と労働需給逼迫に伴い、省力化投資も本格化しており、機械部門は前年比+40%と高水準で牽引役を持続する見込みである。

中小企業対策としては、3月の温州市金融総合改革試験区域の設置決定が特筆されよう。中小企業の資金難問題が最も深刻化した温州において、中小企業支援に資する金融システム構築を模索するもので、民間金融の合法化や民間資金による金融機関の新設などが中核に据えられている。

金融政策面では、依然として高水準にある預金準備率の引き下げが見込まれる。金利については、リーマンショック前の水準より相当に低いうえ、実質預金金利はゼロ近傍であることから、据え置くと考えられる。ただし、最近、国民のみならず、政府からも銀行の高収益に対する批判が高まっており、貸出金利のみの引き下げの可能性も浮上している。

なお、不動産投資については、政府のバブル再燃への懸念が強く、大幅な規制緩和は見込み難いことから、当面の低成長は避けられまい。ただし、1軒目の住宅購入者に対しては頭金比率の引き下げ、貸出金利の優遇など環境改善のための政策的配慮が見受けられる。都市化に伴う根強い実需があることからすれば、不動産価格の大幅下落、さらには銀行の不良債権問題にまで発展するリスクは限定的といえる。

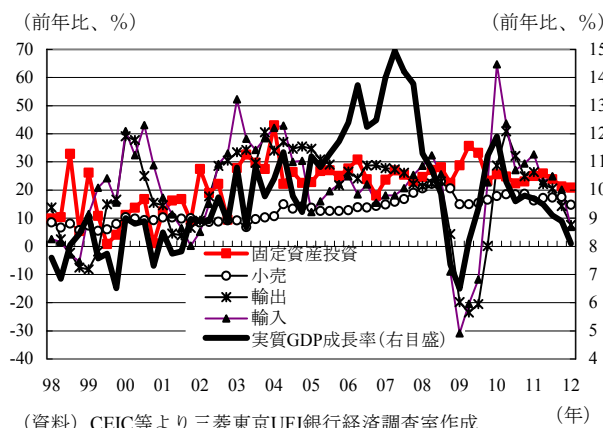
消費は、インフレ圧力が緩和するなか、所得拡大を背景に堅調推移が予想される。内需拡大のための所得増を志向する政府方針を受けて、最低賃金は過去2年連続して全国平均で年率20%超の勢いで上昇したうえ、本年もすでに3分の1近くの地域で引き上げられ、その平均値は17%と高い。

家電販売振興策の終了に伴い検討されてきた後継政策もようやく出てきた。5月16日、政府は省エネ製品への補助金政策を発表した。支給総額はエアコン、薄型テレビ、冷蔵庫、洗濯機、湯

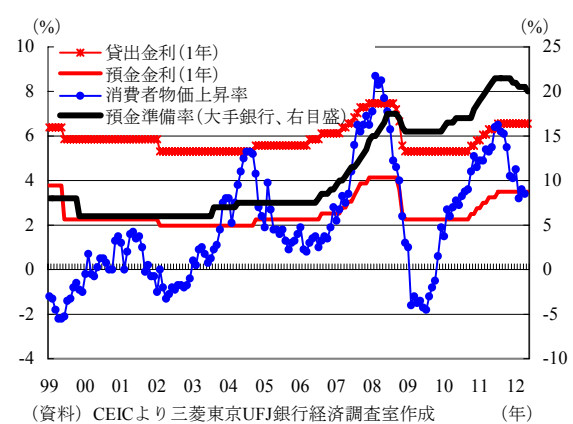
沸かし器に265億元(期間1年)、低燃費小型車に60億元、省エネ照明に22億元、高性能モーターに16億元である。政府系シンクタンクから消費刺激効果を約5,000億元とする試算も出ており、一定の景気底支え効果が見込まれる。

以上を総合すれば、実質 GDP 成長率は年後半には景気てこ入れ策の効果浸透により加速しよう。このため、2012年通年では、前年の前年比9.2%から低下するとはいえ、同8.4%の水準を確保すると考えられる。2013年については、海外景気の回復に伴う輸出拡大もあり同8.6%と小幅の加速を予想する。一方、消費者物価上昇率は、食料品価格や住居費の上昇が収まり、2011年通年の同5.4%という高水準から低下しよう。賃金の上昇による押し上げ圧力の波及はあるものの、激しい競争から製品価格への大幅な転嫁は難しく、2012~2013年を通じて、通年で3%台の上昇率にとどまると予想される。

図表1：中国の成長関連指標



図表2：中国の物価と金融情勢



図表3：アジア経済見通し総括表

| 名目GDP (2011年)・シェア<br>(10億ドル、%) | 実質GDP成長率 (%)  |             |            | 消費者物価上昇率 (%) |            |            | 経常収支 (億ドル) |            |              |              |              |
|--------------------------------|---------------|-------------|------------|--------------|------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|
|                                | 2011年         | 2012年       | 2013年      | 2011年        | 2012年      | 2013年      | 2011年      | 2012年      | 2013年        |              |              |
| <b>中国</b>                      | <b>7,298</b>  | <b>56.7</b> | <b>9.2</b> | <b>8.4</b>   | <b>8.6</b> | <b>5.4</b> | <b>3.3</b> | <b>3.6</b> | <b>2,011</b> | <b>2,196</b> | <b>2,213</b> |
| 韓国                             | 1,116         | 8.7         | 3.6        | 3.4          | 4.0        | 4.0        | 3.2        | 3.4        | 265          | 205          | 214          |
| 台湾                             | 467           | 3.6         | 4.0        | 2.7          | 4.5        | 1.4        | 1.8        | 2.0        | 413          | 375          | 395          |
| 香港                             | 243           | 1.9         | 5.0        | 2.5          | 4.2        | 5.3        | 4.3        | 3.5        | 124          | 127          | 163          |
| シンガポール                         | 260           | 2.0         | 4.9        | 2.4          | 4.5        | 5.2        | 4.0        | 2.7        | 570          | 503          | 519          |
| <b>NIEs</b>                    | <b>2,086</b>  | <b>16.2</b> | <b>4.0</b> | <b>3.0</b>   | <b>4.2</b> | <b>3.7</b> | <b>3.1</b> | <b>3.0</b> | <b>1,372</b> | <b>1,210</b> | <b>1,291</b> |
| インドネシア                         | 846           | 6.6         | 6.5        | 6.2          | 6.5        | 5.4        | 5.0        | 6.1        | 21           | ▲29          | ▲41          |
| マレーシア                          | 279           | 2.2         | 5.1        | 4.2          | 5.1        | 3.2        | 2.3        | 2.8        | 320          | 296          | 321          |
| タイ                             | 346           | 2.7         | 0.1        | 5.5          | 4.8        | 3.8        | 4.0        | 3.3        | 119          | 80           | 107          |
| フィリピン                          | 213           | 1.7         | 3.7        | 4.0          | 4.7        | 4.9        | 3.9        | 4.2        | 71           | 64           | 80           |
| <b>ASEAN4</b>                  | <b>1,683</b>  | <b>13.1</b> | <b>4.6</b> | <b>5.4</b>   | <b>5.7</b> | <b>4.6</b> | <b>4.2</b> | <b>4.7</b> | <b>530</b>   | <b>411</b>   | <b>467</b>   |
| インド                            | 1,676         | 13.0        | 6.9        | 7.3          | 7.5        | 8.4        | 7.5        | 7.3        | ▲652         | ▲743         | ▲754         |
| ベトナム                           | 123           | 1.0         | 5.9        | 5.8          | 6.2        | 18.6       | 10.4       | 9.0        | ▲30          | ▲28          | ▲25          |
| <b>アジア11カ国・地域</b>              | <b>12,866</b> | <b>100</b>  | <b>7.4</b> | <b>7.0</b>   | <b>7.3</b> | <b>5.5</b> | <b>4.0</b> | <b>4.2</b> | <b>3,231</b> | <b>3,045</b> | <b>3,192</b> |

見込み → 見通し      実績 → 見通し      見込み → 見通し

(注)インドは年度(4月~3月)ベース。

以上

(執筆者連絡先)

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/rsrch/index.htm](http://www.bk.mufg.jp/rept_mkt/rsrch/index.htm)





## 中国で相次いだ欧米食品メーカーの撤退事例と示唆

三菱東京UFJ銀行  
企業調査部  
大塚 寛人

成長が続く中国食品市場において、足元、欧米グローバル企業による撤退事例が相次いでいる。ペプシコが中国における飲料事業の売却を表明したことに加え、ネスレやダノンが上海の工場を閉鎖した。本稿では、欧米グローバル企業の撤退の背景及び本事象が中国市場の攻略を進める各社の戦略転換の契機となり得るのか考察した。

### 1. 相次ぐ外資の撤退

中国食品市場において、世界ランキングの上位に並ぶ欧米企業の撤退が相次いでいる(図表1、2)。2011年11月に飲料・菓子大手のペプシコが中国の飲料事業を台湾企業に売却すると表明したほか、翌12月には売上高が世界トップのネスレと乳業・飲料大手のダノンが上海工場を閉鎖した。

《 図表1：撤退事例の概要 》

| 社名      | 時期       | 概要   |
|---------|----------|--|
| PepsiCo | 2011年11月 | 台湾系の大手食品メーカー「康師傅」に、中国本土に持つボトラー24社を譲渡。引き換えに康師傅に出資し、中国市場は間接関与とする方針を発表。 |
| Nestle  | 2011年12月 | 上海のアイスクリーム工場を閉鎖、華東地域の全てのアイスクリームの小売業務を停止すると発表。                        |
| Danone  | 2011年12月 | 上海のヨーグルト工場を閉鎖、今後はいくつかの主要都市に絞って生産・販売を行うと発表。                           |

(資料) 新聞・雑誌記事などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

《 図表2：世界食品市場における売上高ランキング 》

(単位:10億円、%)

| 順位 | 企業名                  | 本社        | 売上高   | 海外売上高 |      | 主要取扱製品        |
|----|----------------------|-----------|-------|-------|------|---------------|
|    |                      |           |       | 売上高   | 売上比  |               |
| 1  | Nestle               | スイス       | 8,812 | 6,994 | 79.4 | 菓子、飲料、即席麺、調味料 |
| 2  | Unilever             | イギリス・オランダ | 5,150 | 3,752 | 72.9 | 洗剤、飲料、菓子、調味料  |
| 3  | PepsiCo              | アメリカ      | 5,084 | 2,393 | 47.1 | 菓子、飲料         |
| 4  | Kraft Foods          | アメリカ      | 4,317 | 2,215 | 51.3 | 菓子、乳製品、飲料     |
| 5  | Anheuser-Busch InBev | ベルギー      | 3,184 | 1,842 | 57.9 | 酒類            |
| 6  | Coca-Cola            | アメリカ      | 3,081 | 2,101 | 68.2 | 飲料            |
| 7  | キリンホールディングス          | 日本        | 2,178 | 465   | 21.4 | 酒類、飲料         |
| 8  | Danone               | フランス      | 1,979 | 880   | 44.5 | 乳製品、飲料        |
| 9  | Heineken             | オランダ      | 1,877 | 1,024 | 54.5 | 酒類            |
| 10 | サントリーホールディングス        | 日本        | 1,742 | n.a.  | n.a. | 酒類、飲料         |

(注) 1.欧州に本社がある企業の海外売上高は「欧州市場」を除いた数値

2.換算レートはBloombergによる

(資料) Bloombergのデータをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## 2. 撤退の背景

### (1) ネスレ及びダノンのケース

両社のケースでは、撤退する製品がヨーグルト、アイスクリームといずれも乳製品であることが共通点として挙げられる。

乳製品の場合、中国市場に限らず、酪農が発展している国（≒生乳の自給が可能な国）では、現地企業が高いシェアを有しているケースが多い（図表3）。原料調達面において、現地企業が外資系企業に比べて有利であることが背景。

撤退の舞台となった中国の事例をみると、大手現地企業3社が牧場の直接保有や酪農家の系列化を進めて原料を確保しており、一貫生産を実現している（図表4）。

一方、欧米企業は原料の多くを輸入品に依存しており<sup>(注)</sup>、現地での原料調達を目的とした川上への進出は限定的である。

原料を輸入に頼る欧米企業の場合、一貫生産を行う現地企業に比べて生産コストがかさむため、価格面で不利な競争を強いられたとみられる。

（注）現地企業が現地で生産される生乳を使用している一方、欧米企業は主にオーストラリアやニュージーランドから輸入した粉乳を使用している。

《 図表3：アジア各国の酪農規模と乳製品の上位3社の顔ぶれ 》 （単位：千頭、千トン）

| 国名     | 乳牛数    | 生乳生産量  | No.1             | No.2             | No.3                   |
|--------|--------|--------|------------------|------------------|------------------------|
| インド    | 42,600 | 48,160 | Gujarat Co       | National Dairy   | Karnataka Co           |
| 中国     | 7,115  | 28,445 | 蒙牛乳業             | 伊利実業             | 光明乳業                   |
| 日本     | 848    | 7,910  | 明治               | 森永乳業             | 雪印メグミルク                |
| 韓国     | 208    | 2,110  | Seoul Dairy      | Maeil Dairy      | Namyang Dairy          |
| タイ     | 484    | 840    | FrieslandCampina | Dutch Mill       | Nestle                 |
| インドネシア | 475    | 827    | FrieslandCampina | Nestle           | Indofood Sukses Makmur |
| マレーシア  | 32     | 64     | Nestle           | FrieslandCampina | Malaysia Dairy         |
| シンガポール | 僅少     | 僅少     | Nestle           | Malaysia Dairy   | Fonterra               |

（注）緑色に塗ってある企業は現地企業

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

《 図表4：中国における現地企業と欧米外資の牧場保有状況 》

| 社名     | 本社   | 概要   |
|--------|------|--|
| 蒙牛乳業   | 中国   | 1万頭以上の規模の牧場を全国14箇所に開設。直営農場からの調達率は8割に達する。   |
| 伊利実業   | 中国   | 所有牧場の概要は不明だが、蒙牛乳業と同規模の牧場を複数保有している模様。       |
| 光明乳業   | 中国   | 1万頭以上の規模の牧場を全国10箇所に開設。今後も農場の直営化を進める。       |
| Nestle | スイス  | 牧場は直接保有せず、工場のある双城市政府と提携。地元酪農業者に対する技術支援を実施。 |
| Danone | フランス | 中国では牧場を有していない。                             |

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

また、牧場を直接保有するためには、牧場で生産された生乳（搾ったままで加工を施していない牛の乳）を余すことなく活用する必要があるものの、外資系企業が全ての機能や販路を備えることは困難であり、外資系企業が現地での一貫生産を行うこと自体が容易でないと見えよう（図表5）。

例えば、アイスクリームの原料となる粉乳を生乳から製造する場合、副産物としてバターが生成されるが、ネスレやダノンはバターの加工（包装など）機能や販路を有していないため、これを余らせてしまうことになる。一方、酪農業の発展とともに業容を拡大してきた現地企業の場合、大手を中心に幅広い乳製品を取り扱う総合乳業メーカーへと脱皮を遂げており、牧場運営によるコストメリットを全面的に享受することが可能である。

加えて、外資系企業が現地酪農家からの買い付けによる原料調達を試みても、既に現地企業が品質管理の行き届いた優良大型牧場の直接保有や系列化を進めているケースが多いため、外資系企業にとって、展開国で安定した品質の原料を確保することは難しい模様。とりわけ、乳製品の需要拡大が続く中国では、生乳の需給が逼迫しており、企業間の生乳獲得競争が激化している。

外資系企業にとって、構造的に厳しい状況が続くなか、中国企業が一貫生産を梃子に価格競争を仕掛けてきたため、更に状況は悪化した模様。具体的には、現地企業との生産コストの差を縮めることができないネスレとダノンは価格面で中国企業に対抗し難く、両社は乳製品の販売シェアを年々落とすことになってしまったもの。

特にダノンについては、現地企業（杭州娃哈哈）との合弁破談が決定打となり、僅か数%のシェアを有する程度となっていた様子。シェアを確保するため、やむなく対抗値下げに踏み切った結果(注)、損益面でも厳しい状態が続いていたと推察される（図表6）。

（注）報道によると、ダノンはシェア拡大を最重要視して、値下げ販売を長期に亘って続けていた模様。

《 図表5：中国における現地企業と欧米外資の加工拠点 》

| 企業名      | 牛乳 | 乳飲料 | ヨーグルト | バター | チーズ | 粉乳 | 冷蔵 |
|----------|----|-----|-------|-----|-----|----|----|
| 蒙牛乳業     | ○  | ○   | ○     | ○   | ○   | ○  | ○  |
| 伊利実業     | ○  | ○   | ○     | ○   | ○   | ○  | ○  |
| 光明乳業     | ○  | ○   | ○     | ○   | ○   |    |    |
| Nestle   | ○  | ○   |       |     |     |    | ○  |
| Danone   |    | ○   | ○     |     |     |    |    |
| Fonterra |    |     |       |     |     |    |    |

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

《 図表6：乳製品の販売ランキング（2010年） 》

【アイスクリーム】

|   | 企業名      |
|---|----------|
| 1 | 伊利実業     |
| 2 | 蒙牛乳業     |
| 3 | Unilever |
| 4 | Nestle   |

【ヨーグルト】

|   | 企業名  |
|---|------|
| 1 | 蒙牛乳業 |
| 2 | 伊利実業 |
| 3 | 光明乳業 |

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## (2) ペプシコのケース

ペプシコの場合は、コーラ飲料をはじめとする炭酸飲料が主要製品である同業のコカ・コーラに対して事業基盤の構築において遅れを取り、販売シェアで大きな差を付けられていたことが撤退の背景とみられる（図表7～8）。

ペプシコの中国参入はコカ・コーラより2年遅かったうえ<sup>(注1)</sup>、その後の展開でも遅れをとった。具体的には、コカ・コーラは参入後に総額50億ドル超（≒4,000億円）の資金を対中投資に充て、①大規模な広告宣伝、②営業人員の大量採用、による自社ブランドの早期浸透を図った。一方で、ペプシコの対中投資は16億ドル超（≒1,300億円）に留まった。

また、コカ・コーラの対中投資額は全て飲料事業に振り向けられているものの、ペプシコの対中投資額には菓子事業や農場経営（ポテトチップスの原料）に対するものも含まれており、飲料事業に限れば、投資額に更に関心があると考えられる（図表9）。

コカ・コーラの製品が幅広く市場に流通するなか、トップブランドでないペプシコは小売側より、高いリベート料率や棚代<sup>(注2)</sup>を要求されたため、各種販売費用を多額に計上せざるを得ず、ペプシコの飲料事業は2009～2010年の2年間で14億元（≒200億円弱）の赤字となった模様である。

従って、ペプシコは単独での事業展開をあきらめ、茶系飲料を中心としており、事業領域が重ならない台湾企業「康師傅」との提携に、自社ブランドの浸透を委ねたというのが実情とみられる。

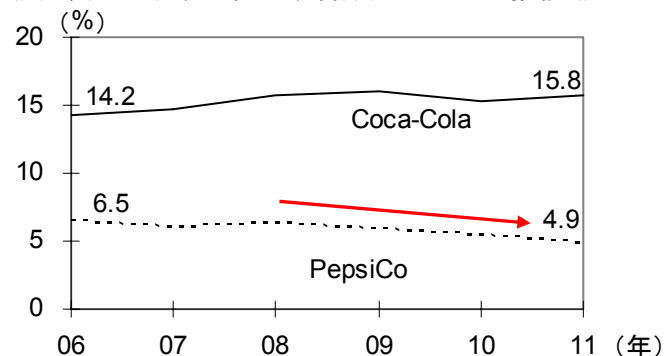
（注1）コカ・コーラは1927年に参入した後、中国の国内事情から1949年に一旦撤退。1979年に再進出を果たしている。

（注2）製品を陳列棚に置く際に小売側に支払う費用。

《 図表7：飲料販売ランキング（2011年） 》 《 図表8：欧米2社の飲料販売シェアの推移 》

| No. | 企業名     | 主要カテゴリー |
|-----|---------|---------|
| 1   | コカ・コーラ  | 炭酸飲料    |
| 2   | 康師傅     | 茶系飲料    |
| 3   | ペプシコ    | 炭酸飲料    |
| 4   | 杭州娃哈哈集団 | 果汁飲料    |
| 5   | 統一企業    | 茶系飲料    |

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行  
企業調査部作成



（資料）Euromonitorのデータをもとに三菱東京UFJ  
銀行企業調査部作成

《 図表9：コカ・コーラとペプシコの中国事業の概要 》

| 企業名    | 取扱製品     | 進出年   | 累積投資額<br>(計画・見込み)            | 工場数 | 従業員     |
|--------|----------|-------|------------------------------|-----|---------|
| コカ・コーラ | 飲料       | 1979年 | 50億ドル超<br>(2011～2013年で40億ドル) | 40  | 48,000人 |
| ペプシコ   | 飲料<br>菓子 | 1981年 | 16億ドル超<br>(2011～2013年で25億ドル) | 24  | 30,000人 |

（注）ペプシコの累積投資額、従業員数は菓子事業を含む数字

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

### 3. 撤退事例からの示唆

従来、欧米企業はタイやインドネシアなどの他のアジア諸国において、①逸早い市場参入、②集中的な資金投下、により、事業基盤の構築（広告宣伝によるブランド浸透、販路の拡充）を進めてきた。食品メーカーが海外展開する際、早期に事業基盤を築くことがブランド力や価格競争力の確保・強化のためには極めて重要である（図表 10）。

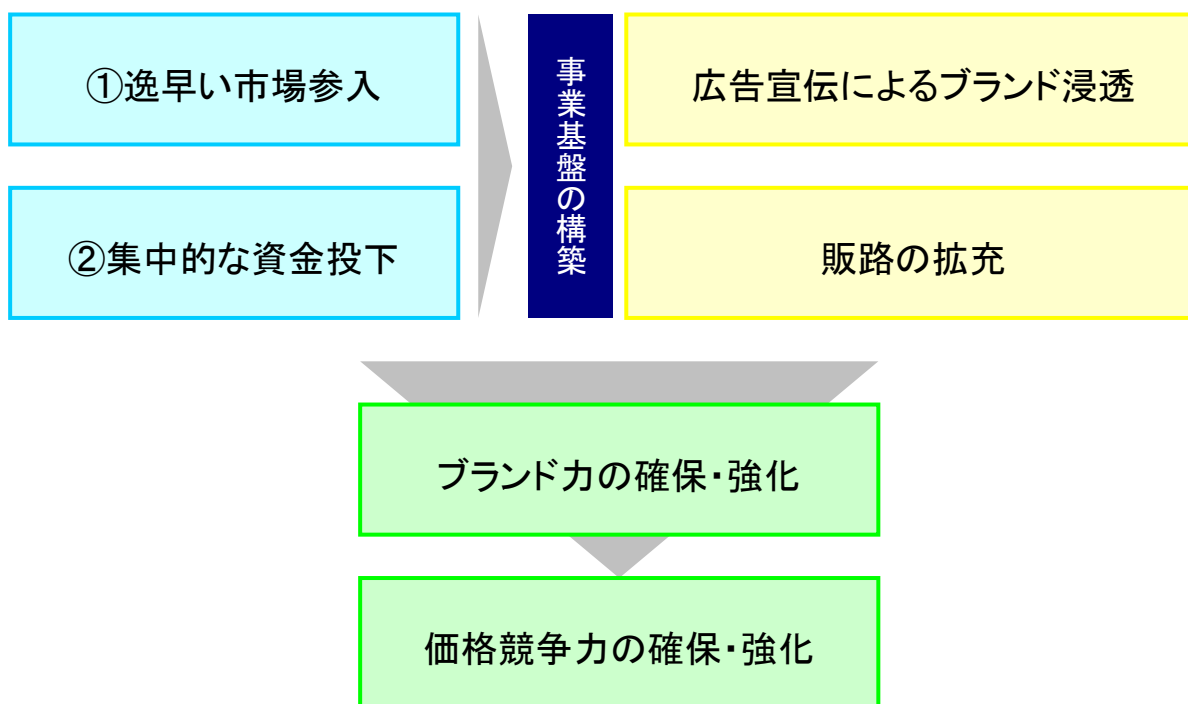
#### 【ブランド力の確保・強化】

- ✓ 食品は直接口に入れるという特性があるため、一般的に、消費者が食品を購入する際には、「馴染み深い」「食べ慣れている」といった点が重視される。従って、一旦、特定カテゴリーで定番製品が浸透すると、後発製品が覆すことは困難。即ち、他社に先んじて一定のシェアを獲得することは重要である。

#### 【価格競争力の確保・強化】

- ✓ 逸早く製品が市場に浸透すれば、生産数量の確保を通じて、生産効率の改善を図ることが可能になる。また、製品認知度が向上すれば、後発製品に比べて、継続的な販売費用（小売側に支払うリベートや棚代など）を抑制することもできる。即ち、他社に先んじてシェアを獲得することは価格競争力の向上にも繋がる。

《 図表 10：欧米企業の海外展開の特徴 》



（資料）ヒアリングなどをもとに三菱東京 UFJ 企業調査部作成

しかしながら、ネスレやダノンの中国からの撤退事例をみると、典型的な欧米企業の戦略が有効に機能しないケースがあることが窺える。

一般的な食品のカテゴリーにおいては、他社に先駆けて事業基盤を構築した企業の牙城を、後発企業が崩すことは困難である。しかしながら、例えば、乳製品の分野で、且つ、進出国の酪農業が発達している場合には、原料調達において現地企業は優位性を持っているため、後発であったとしても、価格面で有利な競争を進めることができ(注)、先行企業に追いつくことが可能となる。

実際、当初、ネスレやダノンは、もともと中国市場になかったアイスクリーム、ヨーグルトを投入することで先行者メリットを享受する戦略を採ったものの、現地企業が同品目を取り扱うようになると、原料調達に起因するコスト競争力の差から、現地企業にシェアを奪われた経緯にある。

乳製品の分野では、酪農業が発達している日本や韓国でも現地企業が優位である一方、酪農業が発達していない東南アジア諸国では欧米企業が優位に立っている。即ち、ネスレやダノンの中国からの撤退事例では、中国市場の難しさというよりも、乳製品固有の問題がポイントとなったと言えよう。

一方、ペプシコのケースについては、同社が後発の参入企業であり、参入後の資金投入も限定的であったため、中国における事業基盤の構築が進まなかったことが撤退の背景。中国市場に限らず、いずれの国でも起こりうる事象と言える。

以上を総括すると、最近相次いだ中国からの撤退は、①乳製品の事業特性に起因するもの（ネスレ、ダノンの事例）、②食品業界における勝ちパターン（事業基盤の早期構築）から外れたことに起因するもの（ペプシコの実例）と整理でき、中国食品市場に固有の問題とは言えない。実際、撤退を表明した3社についても、別事業での投資は継続している（図表11）。

（注）砂糖、小麦粉、油脂など原材料比率の高いカテゴリーについても、現地企業が原料調達の強みを発揮し易い分野と言えるが、乳製品のように原料（生乳）の副産物が多岐に亘っていないため、外資系企業による川上関与のハードルは低く、原料調達面における現地企業との格差も挽回が可能とみられる。

《 図表 11：各社の中国への投資・事業計画 》

| 企業名     | 概要   |
|---------|--|
| Nestle  | 今後3～5年の間に中国市場で100億ドルまで売上を拡大し、世界第2位の販売国とする旨を発表。 |
| Danone  | 2013年の稼働を目指し、5億元を投じて四川に飲料工場を建設。                |
| PepsiCo | 2013年までに25億ドルを投資する計画を発表。                       |

（資料）報道資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

但し、中国市場は長らく外資の参入を規制していたことから、東南アジアなど他の地域に比べると現地企業が成長しており、幅広い分野で加工食品を供給している。従って、外資系企業にとって「他社に先んじて事業基盤を構築する」という観点ではハードルが高いという一面もあるので、留意が必要になるだろう。

実際、中国市場で上位シェアを獲得している外資系企業は、炭酸飲料、即席麺、西洋菓子など、従来、中国に無かった製品を中心に展開しており、農畜産加工品や酒類といった外資の参入前から存在するカテゴリーにおいては、現地企業が高いシェアを有する。同カテゴリーにおいて、後発の外資系企業が現地企業のシェアを奪うことは容易でないとみられる。

即ち、外資系企業が中国市場で食品事業を新規に展開する際には、競合する製品を販売する現地企業の有無など、マーケットの状況を十分に確認したうえで、投入する製品をよく吟味することも他の地域以上に求められると考えられる。

以上

（執筆者連絡先）

（株）三菱東京UFJ銀行 企業調査部 大塚 寛人

住所：〒100-8388 東京都千代田区丸の内2-7-1

TEL：03-3240-3211 FAX：03-3240-5853 Email：nobuhito\_ootsuka@mufg.jp



## 5月の預金準備率引下げと今後の金融政策

三菱東京UFJ銀行(中国)  
環球金融市場部  
資金証券グループ山本啓介

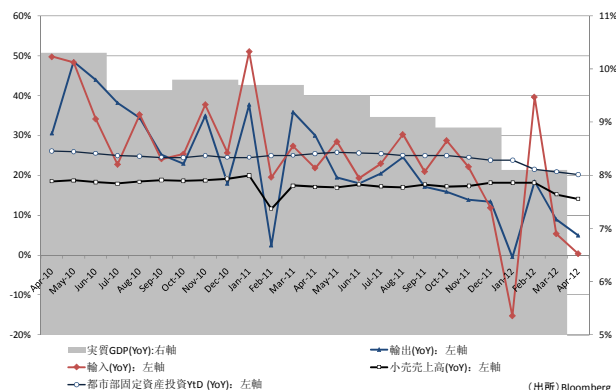
昨年12月の預金準備率引下げを皮切りに、中国の金融政策が緩和方向へ転換しておよそ6ヶ月が経過した。その間、今年2月には2度目の預金準備率引下げが行われたが、経済統計に改善の兆しは見られず、なおも払拭されない景気減速懸念を受け、中国人民銀行(以下“PBOC”)は5月に3度目の預金準備率引下げに踏み切った。温家宝首相は、「我々は成長維持をより優先する一方で、引続き積極的な財政政策と慎重な金融政策を実施しなければならない」と述べ、追加景気対策の実施を示唆した。また、金融市場では早くも4度目の預金準備率引下げや基準金利引下げの予想が見られる。本稿ではこうした観測の蓋然性について、これまでの経済動向と今後の見通しを整理しつつ、検証してみたい。

### 1. 足元の経済・金融市場動向

#### (1) 経済動向

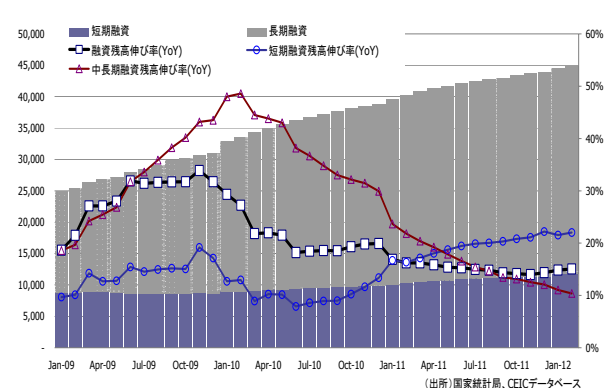
2012年以降の中国経済動向を振り返ると、第1四半期のGDP成長率は前年同期比8.1%と、昨年第4四半期の8.9%から0.8%ポイント低下し、直近5期連続の減速となった。投資・貿易・消費の動向を示す経済指標は、いずれも昨年末の水準から一段の減速を示しており【図1】、4月鉱工業生産指数も前年同月比9.3%と、3月の二桁成長(11.9%)から一桁台へと低下した。PBOCは昨年11月以降、預金準備率操作、中央銀行手形発行の停止、リバースレポの実施等を通じて金融緩和を図ってきたが、これら指標からは十分な景気刺激効果が得られていないことが確認される。

【図1】中国GDP成長率と主要経済指標の推移



一方、M2や融資残高等の市中流動性を図る指標については、2012年以降一定の金融緩和効果が見られていた。然しながら、こうした指標も直近4月には減退傾向に転じた。M2は1月に前年同月比12.4%と過去最低水準を記録した後、2月に13.0%、3月に13.4%と緩やかな増加を辿ったが、4月においては12.8%へ再低下した。昨年12月以降上昇を続けていた融資残高の伸び率も4月には反落し、融資需要の伸び悩みが指摘されている【図2】。融資残高の内訳を見ると、2012年以降の融資残高の伸び率は、主に1年以内の短期貸出に牽引されたものであり、中長期貸出は一貫して低下傾向を示してきたことが分かる。不動産開発投資、設備投資の減速が主な理由と推定されるが、これまでの金融緩和は中国経済の牽引役である固定資産投資セクターに対し十分な刺激効果を発揮できなかったことを

【図2】融資残高(左:10億元)、伸び率(右:%)推移

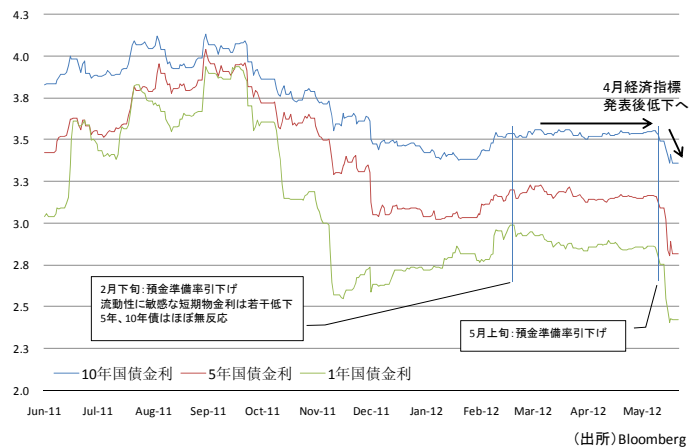


示唆している。実際、温首相は4月4日、「資金需要の高いセクターへの融資拡大のため、銀行セクターの独占打破が必要である」と発言しており、金融緩和による景気底上げ効果の乏しさに対して苛立ちを感じているとも受け止められる。もっとも、不動産開発は経済成長維持や供給増を通じた住宅価格安定化のため、融資拡大の必要性は高いと見られるものの、足元は不動産価格抑制策の実施が優先され、デベロッパーの開発意欲を削いでいることから、中長期貸出の再加速は容易には実現しないものと考えられる。

## (2) 国債市場動向

国債市場においては、4月経済統計の発表を受けて、金利の急低下が観測されている【図3】。昨年11月に金融緩和に転換して以来、金融市場での流動性拡大、経済成長の鈍化、物価上昇ペースの減速等を背景に、国債購入意欲が高まりやすい環境が醸成されてきた。然しながら、国債金利は今年1月の春節前に上昇した後、約3ヶ月間に渡りほぼ横ばいで推移してきた。昨年第4四半期のGDP成長率が9%を割り、春節連休前の流動性逼迫から金融緩和への期待が高まったにも拘らず、1月は預金準備率が据置かれたことで、市場参加者が経済動向や金融政策の見極めに慎重になったことがその背景にある。その後、2月には預金準備率が引下げられたものの国債市場はこれに対し無反応であり、第一四半期のGDPが減速した際にも、企業活動のセンチメントを計る指標（PMI）が対照的に生産活動拡大の可能性を示したため景気予測の方向感が定まらず、金利が大きく変動することはなかった。然しながら、4月の経済指標が一層の鈍化を示すと、国債金利は景気減速や追加金融緩和を織込む形で低下、3度目の預金準備率引下げを受けて一段と低下した。

【図3】中国国債金利(%) 推移



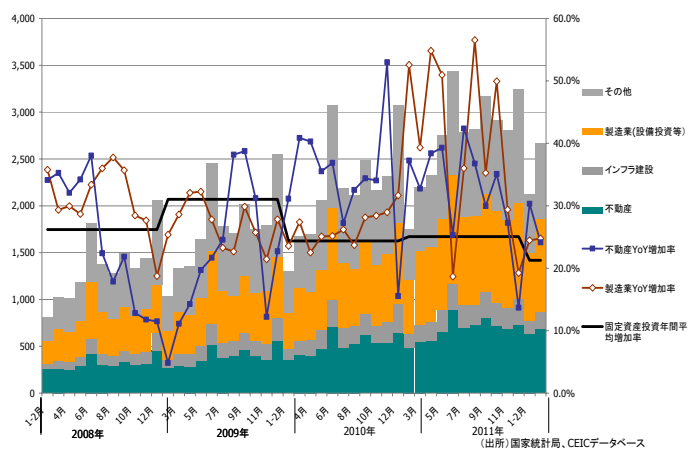
## 2. 今後の金融政策予想に関するポイント整理

### (1) 中国経済の懸念要因

#### ① 固定資産投資成長の鈍化

中国経済の中で最も大きなウェイトを占める固定資産投資に関しては、不動産価格抑制政策の影響から減速が懸念されて久しい。国家統計局が月次で発表する都市部固定資産投資金額の伸び率は、2012年第1四半期に前年同期比21.3%と、2012年の年間平均増加率から3.8ポイント低下した【図4】。単月ベースの推移を見ると、不動産投資、製造業固定資産投資の伸び率はそれぞれ2011年12月に大きく低下した後、2012年1-2月には一時復調の兆しを見せた。然しながら、国内外の需要が減退する中、製造業者による設備投資も頭打ちの様相を呈する一方、不動産投資の増加率も1-2月以降2ヶ月連続で低下した。

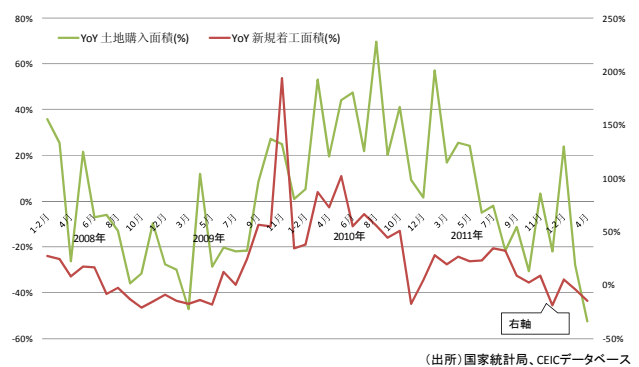
【図4】都市部固定資産投資金額、伸び率推移





不動産セクターについては、5月においても温首相が「不動産規制に関する政策を継続する方針である」と発言するなど、高騰した住宅価格抑制を景気刺激に優先させる方針を明確化させており、商品住宅の販売状況は更に悪化することが予想される。こうした事業環境の下、デベロッパーの開発意欲、事業継続能力の低下が深刻化する可能性が高い。これまで不動産開発の新規着工面積増加率は、昨年12月、並びに今年3、4月に前年対比でマイナス成長に陥り、土地取得面積の伸びも大きく低下した【図5】。足

【図5】土地購入、新規着工面積推移

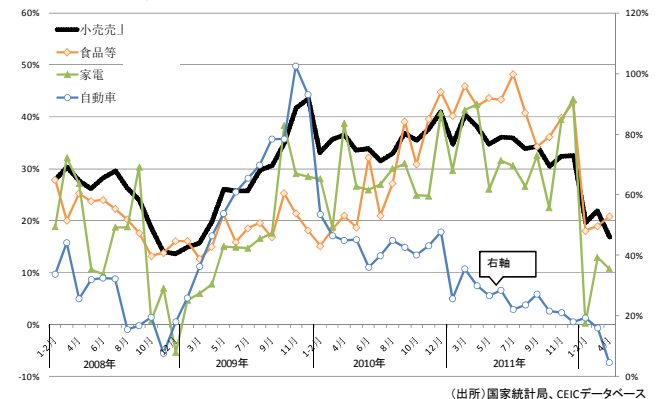


元の開発着手の減少は、今後の投資金額伸び率の低下を示唆しており、第2四半期以降は、これまで固定資産投資を牽引してきた不動産セクターの貢献が不在となる可能性が考えられる。報道によれば、国家发展改革委員会は既に景気刺激策となるいくつかのインフラ開発プロジェクトを承認しており、投資拡大へ向けて動き出しているとのことだが、2009年に匹敵する大規模な財政出動は行われないと予測される中、不動産投資低迷を相殺する程の効果は期待できない。

② 国外輸出、国内消費成長の鈍化

貿易においては欧州経済の鈍化が足を引っ張る状況が続いている。中国の対外輸出のおよそ2割を占める欧州（EU）向け輸出は、2012年以降、1月▲3.2%、2月+2.2%、3月▲3.1%、4月▲2.4%と、前年同月比マイナスとなる月が多く、輸出拡大の重石となっている。第2四半期以降は日米経済の回復を受けて、北米・アジア向けの輸出増加が期待されているものの、欧州経済の低迷が長引けば輸出回復は限定的なものとなろう。また、国内消費についても、社会小売売上高の前年同月比増加率が、主要品目である自動車販売の大幅な落込みを反映して、下落傾向にある【図6】。足元の輸入鈍化からも消費加速の兆しは見られない。

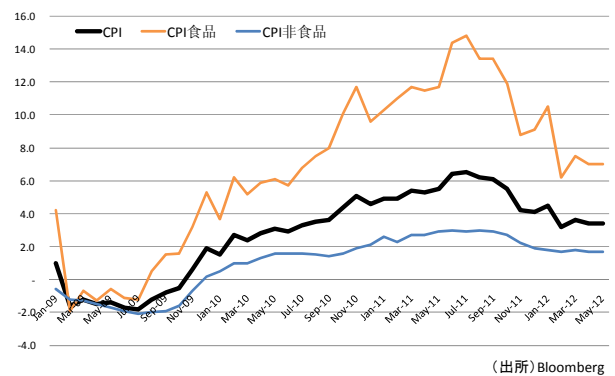
【図6】社会消費品小売売上高(前年同月比)



(2) 物価動向

昨年、経済運営上最大の焦点となっていた物価動向については、2012年以降緩やかな低下トレンドを辿っている【図7】。4月の消費者物価指数（以下“CPI”）は前年同月比3.4%の上昇となり、3月の3.6%から減速、2012年2月以降は今年のインフレ目標値である4%を下回る水準に留まっている。これまでの物価上昇に大きな影響を与えていた豚肉や穀物価格は足元落ち着きを見せており、4月の食品CPI上昇率は7.0%と、昨年7月のピーク

【図7】中国物価動向



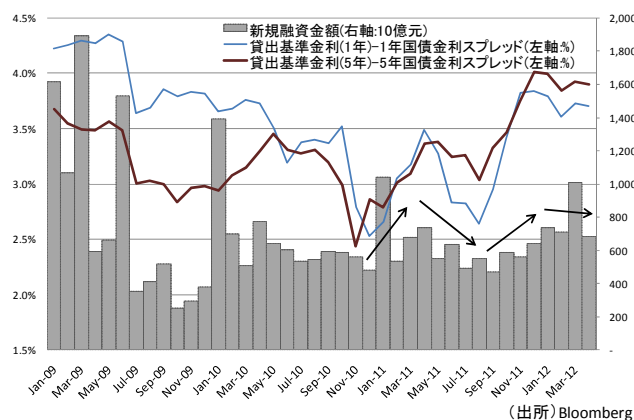
(14.8%) から半分以下へ低下した。また、国内景気の減速を受けて非食品CPI上昇率も2%を下回る水準で安定推移（4月1.7%）しており、物価再加速の兆候は見られていない。こうした状況

から、当局による一段の政策緩和余地が残されているものと解される。

### 3. 今後の金融政策の見通しと利下げの蓋然性

今後の追加金融緩和については、当然ながら足元の預金準備率引下げ効果を見定めた上での議論となろう。一般に、預金準備率引下げには、市中流動性の拡大とそれに伴う融資総量増加を通じた景気刺激の効果が見込まれる。流動性拡大を背景とした市場金利低下、それによる貸出基準金利とのスプレッド拡大を背景に、銀行の融資インセンティブが高まるからである【図8】。昨年末以降、PBOCは預金準備率操作に加え、レポ取引の短期化、リバースレポ取引の実施、並びに手形入札の延期による市中流動性管理を行っており、流動性は潤沢な状態に保たれている。2月の預金準備率

【図8】貸出基準金利/国債金利スプレッド 新規融資



引下げにおいては、国債市場は大きな反応を示すに至らなかったが、今回の引下げ後は大幅な金利低下が見られたため、今後一定期間は公開市場操作による流動性供給を継続しながら、融資総量の変化と実体経済への波及を見守る展開が予想される。当局が「慎重な金融政策」を掲げる以上、早急な経済指標改善が見られずとも、融資総量の伸びが確認されれば、早期追加緩和の実施を見送ると予想される。

但し、足元の融資残高の伸び率鈍化については、融資需要の低下が原因と指摘されるように、貸し手側のインセンティブを増加させるのみでは今後の融資総量の伸びが頭打ちとなる可能性が高い。仮に今回の預金準備率引下げによる融資残高押上げの効果が確認されず、通年目標を脅かすような成長率鈍化が見られた場合、PBOCは融資需要を直接喚起する貸出基準金利の引下げに踏切らざるを得ないだろう。本誌第72号(2012年1月)の人民元レポートにて、2012年の金融政策は預金準備率操作を先行させ、基準金利については据え置きの状態が続くと予想し、これまではその通りとなっている。同レポートではその予想の根拠として、①中小企業の資金繰り懸念に対しては流動性の改善をもたらす預金準備率操作が適当と考えられること、②基準金利引下げは実質金利のマイナス幅を拡大させ、インフレ圧力の増加、投機拡大を招く可能性があることを挙げた。然しながら、足元ではその前提状況に変化が見られる。前述の通り、2度の預金準備率引下げによる企業の資金繰り改善効果が不明確であったこと、足元ではインフレ圧力が低下していること、不動産抑制政策の堅持から投機拡大の可能性が大幅に後退したことなどである。これらから、基準金利引下げに向けた“下地”は整いつつあると判断される。

直近5月に預金準備率が再度引下げられたことで、当局が直ちに利下げに踏切る可能性は少ないが、今後景気動向に改善が見られず、融資の伸びも確認されない場合、基準金利引下げ観測はより現実味を帯びるだろう。現在5月の経済指標や財政政策、他の景気刺激策の発表が待たれる状態だが、これまで指摘した通り、投資・貿易・消費の見通しは何れも楽観できるものではなく、いずれPBOCが追加緩和へ動くのはほぼ確実と見られる。昨年4月以降据置かれた貸出基準金利が、今年6月から第3四半期にかけて引下げられる可能性は一段と高まっている。

以上  
(2012年5月22日)

(執筆者連絡先)  
三菱東京UFJ銀行(中国)環球金融市場部  
E-mail:shinya\_ueno@cn.mufg.jp  
TEL:+86-(21)-6888-1666(内線)2950



## 華南ビジネス最前線～中国の労働者保護政策と企業の対応

三菱東京UFJ銀行  
香港支店 業務開発室長  
西島 智

「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13回目となる今回は、「中国の労働者保護政策と企業の対応」について取り上げることにします。

\*\*\*\*\*  
(ご質問例)

最近華南地域で労働争議などのニュースを耳にしますが、中国政府は労働者保護のためにどのような政策を行っているのでしょうか。現在の状況や企業の対応について教えてください。

\*\*\*\*\*

### 1、背景

昨今、華南地域の外資系工場でストライキ等の労働争議が多発している。以前は賃金・賞与に対する金銭的不満が主な原因であったが、最近はそれに加えて福利厚生・待遇改善といった労働者の権利の確保や、組織変更や工場移転の際の説明不足による労使間の行き違いなど、原因が多様化してきている。これは、従業員の中に「80後」(1980年代生まれ)「90後」(1990年代生まれ)が増えてきたことが一因とも言われている。急速な経済発展を遂げる最中の中国に育ち都市部や諸外国の裕福な生活を見聞きしている彼らにとって、賃金格差の是正は当然のものとして捉えられると同時に、労働が金銭を得るための単純な行為ではなく、自己実現ややりがいを得るためのものへと変化してきていることが影響している。

また、約30年間にわたり行われてきた一人っ子政策の影響により労働人口の減少と労働者の高齢化が避けられないことに加え、今まで内陸部から沿岸部に働きに来ていた労働者が、政府による中西部地区開発によって地元でも職を得られるようになったことで、とりわけ沿岸部での労働人口減少が深刻化しており、労働者の発言力はますます大きくなってきている。

### 2、政府の労働者保護政策

こうした状況を踏まえ、以前より格差社会に頭を悩ませていた中国政府は積極的に労働者保護に乗り出している。2011年1月1日より施行された人力資源・社会保障局発表の「企業労働争議協議調停規定」(人力資源社会保障部令第17号)では、大中型企業にて調停委員会を設立し、専任または兼任の業務人員を配備することが義務化された他、小企業でも労働者と企業が共同で人員を推薦し、調停活動を行うことができると規定した。最近の労働争議増加は政府も懸念するところであり、企業内部にて争議を処理する体制を構築することで、争議の未然の防止や早期解決を目指したい意向だ。

ここ数年相次いで発表されている最低賃金引き上げもその一環である。2011年6月に人力資源・社会保障局によって発表された「人力資源・社会保障事業発展第12次五ヵ年計画(2011-2015)綱要」(人社部発[2011]71号)にて、政府は2015年までに最低賃金を年平均13%

上昇させること、大多数の地域で最低賃金基準をその地域の都市部の就業者の平均給与の40%まで引き上げることを目標として示した。これを受け各地域でも最低賃金の見直しが活発に行われ始め、最低賃金改定の頻度は徐々に高くなっている。最近では深圳市で、昨年4月の改定から1年にも満たない間に改定が行われ、今年2月1日より同市の月額最低賃金を現状の1,320元から1,500元に引き上げることが発表された。この引き上げにより、深圳市の最低賃金は全中国の中で最高水準となり、上昇率も13.6%と他地域と比べて高く、企業にとってインパクトが大きいものであった。

なお、華南地域では深圳市に引き続き広州市でも最低賃金改定が行われる動きがあったが、欧州危機の影響下で企業の経営を圧迫する人件費上昇は現時点で行うべきではないと香港財界などが反発し、本稿執筆時点では延期されている状態である。しかしながら延期の期間は示されておらず、近いうちの改定は免れないという見方が強い。今年に入って広東省以外にも、北京市で1,160元から1,260元に(前年比8.6%増)、四川省で850元から1,050元に(前年比23%増)、江西省で720元から870元に(前年比21.5%増)、と引き上げが発表されており、中国全土でこういった動きは加速していくものと思われる。

### 3、企業としての対策

労働争議の発生を未然に防ぐため企業が取り得る対策としては、まず中国の法制度に関する労働者への教育が挙げられる。中国ではストライキ権や団体交渉権が憲法の中で明確に保障されていない。「中華人民共和国治安管理処罰法」(中華人民共和国主席令第38号)では、企業の秩序を攪乱し、正常な業務が行えない状態に至らしめた場合、もしくは深刻な損失を及ぼした場合、罰金に処することが定められている。中国政府も合理的な理由のないストライキは必ずしも許容してはいないのだということを労働者に認知させることが必要となるだろう。

またストライキの突発に備えて、日頃から企業が政府との連携を強化しておくことも重要である。地元経済の混乱を好まない政府関係者が、労使協議などを指導して円滑な処理に尽力してくれるケースもある。その他、福利厚生や待遇の改善、公平な賃金の設定等、労働者の利益に直接関わる部分での配慮は必須であると言える。

次に最低賃金引き上げによるコスト上昇の対策としては、中国内陸部への移転が考えられるだろう。図表1の通り、中国全土で最低賃金上昇の流れはあるが、四川省、湖北省、江西省等内陸部の省では現在も賃金は低く抑えられている。沿岸部と比べると輸送コストのアップは避けられないが、労働集約型の製造業や、内陸での販売網拡大を狙う企業にとっては検討する余地はあるだろう。

また、アジア各国への移転も選択肢の一つとなるだろう。図表2の通り、アジアでも最低賃金引き上げの潮流はあるが、中国と比較すると依然として水準の差は大きい。アジアへの進出に際し以前はインフラ面の不備や治安などが問題視されていたが、最近では徐々に改善されてきており、中国に工場を所有する企業が更にアジアに工場を新設するという例や、中国からアジアへサプライヤー共々移転するといったケースも見受けられる。すでに産業集積の進んでいるタイでは、主要産業である自動車産業の更なる発展のためエコカーの投資優遇政策を発表、インドネシア政府は、各自治体が設定する最低賃金の水準を越える賃金を支給する企業に対して減税などの優遇政策を発表するなど、国を挙げて企業誘致に積極的な姿勢も窺われる。

移転という選択肢が考えにくい場合、FA化による人件費削減や、現地調達比率を高めることによる仕入れコスト削減も有効な対策となるだろう。FA化には莫大な初期投資が必要となるも

の、コスト削減だけでなく品質の安定と生産の柔軟性向上にもつながるため、長期的な視点で見ればメリットは大きい。

#### 4、まとめ

一部の企業は本格的に移転を検討しているものの、当面の間は現状のまま経営を続けるとしている企業も多い。また移転する場合も、営業・財務・研究開発など一部の機能は沿岸部に残し、生産部門のみを内陸へ移転させる企業も見られる。個々の企業がそれぞれの形態に合った方法で対策を立てていくことが重要となるだろう。

また、今後も中国の最低賃金引き上げの動きは続いていくものと思われる。単なる労働コストの抑制だけでなく、現地での販路展開なども視野に入れて事業戦略を再検討する必要もあるだろう。

図表1: 中国主要都市の月額法定最低賃金 (2012年5月現在)

| 省   | 市    | 実額(RMB)                 | 米ドル換算(US\$) |
|-----|------|-------------------------|-------------|
| 直轄市 | 北京市  | 1,260<br>(2012年1月1日実施)  | 200         |
|     | 重慶市  | 870<br>(2011年1月1日実施)    | 138         |
| 広東省 | 広州市  | 1,300<br>(2011年3月1日実施)  | 206         |
|     | 珠海市  | 1,150<br>(2011年3月1日実施)  | 183         |
|     | 東莞市  | 1,100<br>(2011年3月1日実施)  | 175         |
|     | 深セン市 | 1,500<br>(2012年2月1日実施)  | 238         |
| 四川省 | 成都市  | 1,050<br>(2012年1月1日実施)  | 167         |
| 湖北省 | 武漢市  | 1,100<br>(2011年12月1日実施) | 175         |
| 陝西省 | 西安市  | 1,000<br>(2012年1月1日実施)  | 159         |
| 河南省 |      | 1,080<br>(2011年10月1日実施) | 171         |
| 雲南省 |      | 950<br>(2011年9月1日実施)    | 151         |
| 河北省 |      | 1,100<br>(2011年7月1日実施)  | 175         |
| 江西省 |      | 870<br>(2012年1月1日実施)    | 138         |

※都市部と郊外で地域差がある場合、最も高い金額を表記。為替レートは1ドル当たり6.3円で計算。  
(資料)各種通達を元に三菱東京UFJ銀行香港支店業務開発室作成。

図表2: アジア主要国の月額法定最低賃金(2012年1月現在)

| 国      | 地域                      | 実額(現地通貨)      | 米ドル換算(US\$) |
|--------|-------------------------|---------------|-------------|
| インドネシア | ジャカルタ特別区                | 1,529,150 ルピア | 171         |
|        | ブカシ県                    | 1,491,000ルピア  | 167         |
|        | スラバヤ市                   | 1,257,000ルピア  | 141         |
| タイ     | バンコク                    | 7,500 バーツ     | 243         |
| ベトナム   | エリア1<br>(ハノイ・ホーチミンの都市部) | 2,000,000 ドン  | 96          |
|        | エリア2<br>(ハノイ・ホーチミンの郊外)  | 1,780,000 ドン  | 85          |
|        | エリア3<br>(ハノイ・ホーチミン以外)   | 1,550,000 ドン  | 74          |

※為替レートは1ドル当たり、8,390ルピア、30.9バーツ、20,909ドンで計算。

(資料)各種通貨を元に三菱東京UFJ銀行香港支店業務開発室作成。

(本稿は香港の隔週誌香港ポスト 2012年3月9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宜しく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。

(執筆者連絡先)

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：Satoshi\_Nishijima@hk.mufg.jp

TEL：852-2823-6991 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:山崎 学)

#### Question:

資産再編取引にかかる間接税の取扱いに関する公告の発表が企業に与える影響を教えてください。

#### Answer:

国家税務総局（以下、「SAT」）は資産再編取引にかかる間接税の取扱いに関する二つの公告を発表しました。一つは2011年3月1日施行の「資産再編にかかる増値税の取扱いに関する公告」（SAT公告[2011]13号、以下「13号公告」）であり、もう一つは、2011年10月1日施行の「資産再編にかかる営業税の取扱いに関する公告」（SAT公告[2011]51号、以下「51号公告」）です。上記二つの公告は、企業間における全ての又は一部の適格資産（有形資産、不動産及び土地使用権）とそれに付随する債権、債務の譲渡及び従業員の移籍にかかる合併、分割、売却又は交換等の資産再編取引については、それぞれ増値税と営業税の課税対象取引とならない（「増値税/営業税優遇措置」）ことを明確にしました。

これら二つの公告は、旧増値税/営業税制度における全事業の譲渡に対する増値税/営業税優遇措置を新增値税/営業税制度に繋げる役割を果たしていると考えられます<sup>1</sup>。

下記において、私共は二つの公告の重要なポイントをまとめ、私共の見解をご紹介させていただきます。

### 13号公告及び51号公告の重要ポイント

2つの公告の重要ポイントを比較対照形式で下表にまとめました。

<sup>1</sup> 改正を経て2009年1月1日に施行された増値税暫定条例、営業税暫定条例、及び当該各条例の実施細則をここでは「新增値税/営業税制度」とし、改正前の両暫定条例及び実施細則は「旧増値税/営業税制度」とします。

|                    | 13号公告<br>(増値税の優遇措置)   | 51号公告<br>(営業税の優遇措置)   |
|--------------------|---|---|
| 対象となる資産<br>再編取引    | 合併、分割、売却又は交換等により、企業の適格資産の全て又は一部を、関連する債権、債務と併せて他の企業へ譲渡（関連する従業員の移籍を含む）するもの。   |   |
| 適格資産の範囲            | 全ての有形資産   | 不動産、土地権利  |
| 施行日                | 2011年3月1日。施行日までに処理されていないものについても13号公告が適用される。   | 2011年10月1日。施行日までに処理されていないものについても51号公告が適用される。  |
| 同事項に関する先<br>行通達の廃止 | 旧増値税制度における企業の全事業の譲渡（即ち資産、債権、債務及び労働力）にかかる増値税の取扱いについて説明した以下の通達は廃止される。<br>●国税函[2002]420号（「420号通達」）<br>●国税函[2009]585号（「585号通達」）<br>●国税函[2010]350号 | 旧営業税制度における企業の全ての事業の譲渡にかかる営業税の取扱いについて説明した以下の通達は廃止される。<br>●国税函[2002]165号（「165号通達」）<br>●国税函[2003]1320号<br>●国税函[2004]316号<br>●国税函[2008]916号 |

## 私共の見解

### ●概況

ここ数年、中国政府は、企業再編によって既存産業の高度化を加速すべく、一連の政策を打ち出しており、13号公告及び51号公告は、資産再編を計画中の納税者にとって朗報です。この2つの公告は、増値税及び営業税の優遇措置を、企業の全事業の譲渡（いわゆる企業の財産権の譲渡）から一部事業の譲渡に拡大したのみならず、それまで妨げとなっていた585号通達の上場企業除外規定<sup>2</sup>を排除しました。

### ●適用の範囲

420号通達、165号通達及びその他の先行通達には明記されていなかったものの、それらの先行通達に記載された増値税/営業税優遇措置は、実務上、国有企業（SOE）による資産再編取引にのみ適用されていました。しかし、今回の二つの新しい公告の草案を作成したSATの起草者と私どもの意見交換によると、二つの公告は SOEとその他企業（即ち、外商投資企業、民間企業）の双方に適用されるとのことでした。

<sup>2</sup> 国税函[2009]585号通達は、譲渡後に上場会社の地位を維持する譲渡人の資産、負債及びそれに関連する権利義務の譲渡は、全事業の譲渡としての条件を満たさないものと見なされ、よって当該譲渡は増値税の課税対象になると規定していました。



## ● 増値税/営業税優遇措置を受けるための資産再編取引の適格要件

上記のとおり、当該増値税/営業税優遇措置は、ある資産をそれと関連する債権、債務及び労働力と併せて譲渡する場合に適用されます。つまり、増値税/営業税優遇措置が適用される取引としては、例えば、事業単位、生産ライン、ワークショップ、支店、プロジェクト部門など、単独の事業活動の譲渡が挙げられます。

したがって、事業の譲渡人は、その譲渡が税制優遇措置を受ける条件を具備していることについて所轄税務当局の理解を得るために、関連する債権、債務を業務と併せて譲渡（従業員の移籍を含む）することを立証する必要があります。

## ● その他の無形資産の譲渡にかかる営業税の取扱い

51号公告の文言は、土地使用权及び不動産以外の無形資産の譲渡（特許、ノウハウなどの譲渡）にかかる営業税優遇措置については触れていません。したがって、事実上、51号公告の営業税優遇措置は、その他の種類の無形資産の譲渡には適用されない可能性があります。この営業税のコストは企業再編における事業の譲渡人にとって結果的に追加のコストとなりうるため、この点についてSATのさらなる説明が待たれます。

## ● 譲渡人の仕入増値税について

13号公告は、譲渡される資産に関する仕入増値税の取扱いについて何も述べていません。当該資産の譲渡は増値税の課税対象ではないため、譲渡人は当該資産について過去に仕入控除をした仕入増値税額の否認（とそれに伴う追徴）を受ける可能性もあります。SATの起草者との意見交換によれば、譲渡人が過去に控除した仕入増値税額についての否認はないだろうとのことでした。しかしながら、この点についてもSATからのさらなる説明が望まれるところです。

## ● 企業再編取引関連規定との関係

財税〔2009〕59号（「59号通達」）の企業再編取引関連規定によれば、企業再編の当事者は規定の条件を満たせば「特殊性税務処理」（実質上の税金繰延措置）を選択することができます。その条件の一つとして、取引発生時の譲受人の持分支払額（いわゆる「非貨幣性支払額」）はその取引の支払総額の85%を下回ってはならないというものがあります。

合併又は分割の場合、13号公告及び51号公告による増値税/営業税優遇措置の適用を受けつつ、59号通達による合併及び分割についての特殊性税務処理の適用を受けられるように上記の規定条件を満たすような資産再編取引を構築することが考えられます。

しかしながら、資産に係る債権と債務（つまり「貨幣性支払額」）は資産に付随して譲渡されなければならないため、債権及び債務が少額でない限り、13号通達及び51号通達による増値税/営業税優遇措置と59号通達による資産買収の特殊性税務処理と両方の適用を受けられるように上記の規定条件を満たすことは、資産買収による再編では難易度が高いものと思われる。

•遡及適用の影響

13号公告も51号公告も共に施行日までに処理されなかった「先行する取引」に対し遡及的に適用されます。したがって、適格の資産再編取引における有形資産または無形資産の譲渡により生じる増値税/営業税が施行日までに支払われていない場合、先行する年度に遡って追納する必要はないということになると考えられます。

二つの公告は、有形資産、土地権利及び不動産に係る適格資産再編取引に対する増値税/営業税優遇措置についてのみ言及しています。資産再編を通じた既存産業の高度化を加速するためには、まだ明確化が待たれる部分が残されています。例として、営業税優遇措置は土地権利及び不動産以外の無形資産の譲渡にまで適用されるのか、不動産及び土地権利の譲渡にかかる土地増値税は免除されるのか等々が挙げられます。また、二つの公告は一般原則を提示しているに過ぎず、各地方における実務上の取り扱いに差異が生じる可能性もあります。SAT及び地方税務当局は、将来的にさらなる実務指針を公布することも考えられます。

私共は当該問題について今後も継続的に注目し、更なる詳細及び見解についてお伝えしていきます。

(執筆者連絡先)

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  
中国上海市湖濱路 202 号普華永道中心 11 楼

Tel : 86+21-23233804

Fax : 86+21-23238800

## 法務：製品表示・虚偽宣伝に関する中国の法制度と実務 —外資系企業をめぐる事例とその留意点—

北京市金杜法律事務所 パートナー弁護士  
中国政法大学大学院 特任教授  
劉 新宇

### I. はじめに

ここ数年の中国においては、日系企業を含め外資系企業による製品表示の不備や不実、広告等における虚偽宣伝がニュースとなったり、その問題に起因して行政機関による調査・処分が行われるなど、外資系企業が難しい対応を迫られるケースが相次いでいる。

たとえば、新聞報道等によると、某外資系家具販売会社は、販売するのは100%イタリア産の「国際スーパーブランド」、原材料は汚染されていない「天然高品質」と称していたが、この「超高級家具」の大部分は中国東莞の家具会社で加工されたものであり、保税区を経由して輸出入手続がなされたにすぎず、イタリアの高級木材などはまったく使用されていなかった。同社の調査を行った上海市工商行政管理部門は、一部の家具に品質上の問題があったばかりか、その製品表示、広告宣伝に関しても不適切な行為が行われていたとの結果を公表し、同社に対する行政処罰として品質不合格製品の没収、133.42 万人民币元の過料を科した。

外資系企業の法令違反は、特に消費者やメディアの多大な関心を集めてしまうため、法令遵守に務めなければ、行政処罰や民事訴訟の対象となるのみならず、企業のレピュテーションが大きく傷つけられることとなる。そこで、中国の法制度を正確に理解し、かつ、企業の経営実務に適用することが極めて重要な課題となることから、本稿では、製品表示、虚偽宣伝に関する中国の法制度と実務について、若干の実例も交えながらその概要を論じるものとした。

### II. 製品表示に関する中国の法規制

#### (1) 中国における製品表示の概要とその法体系

「製品表示」とは、製品及びその品質、数量、特徴、特性、使用方法の識別に用いる各種表示の総称であって、文字、符号、数字、図案その他の方法で表現されるものをいう<sup>1</sup>。

近年の中国では、製品表示に関する立法の整備も進められており、その主要な法令として、法律レベルでは製品品質法（PL法）、部門規則<sup>2</sup>レベルでは表示規定（すなわち、製品表示標記規定）が挙げられる。このほかにも、消費者權益保護法、不正競争防止法（中国語：反不正当竞争法）、食品安全法、商標法、工業製品生産許可証管理條例、認証認可條例、強制的製品認証管理規定、食品表示管理規定等において製品表示関連規定が定められているが、さらに、「包装済食品ラベル通則」（GB 7718-2011）等の国家基準、その他業界基準も、実務における不可欠の準則と

<sup>1</sup> 製品表示標記規定（1997年11月7日公布・施行。以下、「表示規定」という。）2条。

<sup>2</sup> これは、日本の省令に相当する法令であり、法体系上、法律よりも下位に位置する。

して機能している。

製品表示は、使用説明書を除き、製品自体又はその販売用包装に標記しなければならない。ただし、製品・販売用包装の表面積が 10cm<sup>2</sup>に満たないときは、製品と生産者の名称のみを記載すれば足りるが、使用期限のある製品については、生産期日、使用期限の記載も必要となる。また、例外的に、無包装の食品、その他製品の特徴により表示を付するのが困難な無包装製品は、製品表示を付さなくても可能である<sup>3</sup>。

## (2) 製品表示の言語

製品表示の言語は、標準的な中国語を用いなければならない、ピンイン（中国語の発音を表記したローマ字）、外国語を併記するときは、これに対応する中国語より小さな文字を使用しなければならない<sup>4</sup>。また、食品、化粧品等の輸入製品には、中国語のラベルを貼付することが義務づけられている。

実際に、食品、化粧品、衣料品、玩具等の輸入品に中国語表示を怠ったことを理由として工商行政管理部門などの政府機関により処罰されるケースは決して少なくない。たとえば、筆者が取り扱った案件のうち、その在中店舗において中国語表示なき商品を多数取り扱っていた某日系大手の日用品販売会社が政府品質監督管理部門から法令違反を指摘され、当該商品の販売禁止命令を受けたケースがあった。このように、輸入品を取り扱う外資系企業は、特に注意する必要がある。

## (3) 実務上問題となることが多い製品表示項目

製品品質法 27 条は、製品表示に関する基本的な要求を定めた規定であり、そこには要表示項目が列挙されており<sup>5</sup>、また、「表示規定」も製品表示に関する基本的な規定を定めている。ここでは、幾つかの要表示項目のうち、実務上問題となることが多い「品質検査合格証明」、「3Cマーク」について論じるものとした。

<sup>3</sup> 「表示規定」4条、5条。

<sup>4</sup> 「表示規定」6条。

<sup>5</sup> 製品品質法（1993年9月1日施行、2000年7月8日改正）27条：製品又はその包装上の表示は、真実でなければならない、かつ、次に掲げる要求を満たさなければならない。

(1) 製品品質検査合格証明が付されていること。

(2) 製品及び生産工場の名称、工場の住所が中国語で記載されていること。

(3) 製品の特徴、使用上の必要から、製品の仕様、等級、主要成分の名称と含有量を明記する必要があるときは、それが中国語により明記されていること。消費者に事前に告知する必要がある事項については、それが外部包装上に明記され、又は消費者にそれに関する資料が事前に提供されること。

(4) 使用期限のある製品については、わかりやすい位置に生産期日、安全使用期限又は失効期日が明確に記載されていること。

(5) 適切に使用しないとその製品が容易に破損し又は人身、財産の安全を脅かすおそれのある製品については、警告マーク又は中国語による警告説明が付されていること。

無包装の食品、製品の特徴により表示を付するのが困難なその他の無包装製品については、製品表示を付さなくても可能である。

### ①品質検査合格証明

中国国内で生産・製造された製品であって、所定の検査に合格したものについては、品質検査合格証明を付さなければならない<sup>6</sup>。これには、合格印を押す、合格シールを貼付する、合格証を別途添付する方法があるが、生産者は、一般に、個々の製品に最も適した方法を選択することができると考えられる。現に、たとえば冷蔵庫やテレビのような高価で長年使用する製品には、合格証書が付されることが多いが、そうではない日用品については、合格印や合格シールが多用されている。

輸入製品に関して、これに「合格証」の添付を義務づけた規定は、製品品質法、「表示規定」に定められていない。しかし、輸出入商品検査法<sup>7</sup>、同法実施条例<sup>8</sup>等の関連規定によると、出入国検査検疫機関は輸入製品の検査を行い、通常、これに合格した製品には検査証明書を発行するものとされている。

2010年、自社の輸入した自動車部品に合格証を添付しなかった某日系企業が地方工商行政管理部門の調査を受けたケースがあった。このように、輸入自動車部品にもその輸入者に合格証添付を義務づける地方も存するが、企業側のみならず、一部の研究者・実務家の間でも、そこまで範囲を広げるのは不当との見解が強く主張されている。

### ②3Cマーク

中国では、従来から、China Compulsory Certificationの頭文字をとった「3C認証」と呼ばれる強制的な製品認証制度が実施されてきた。国家品質監督検査検疫総局が公布した強制的製品認証管理規定<sup>9</sup>は、国が指定した製品については、強制認証を受けたことを示すマークが付されていない限り、出荷、販売、輸入その他営利活動における使用を禁止するものとしている。この認証が必要となる製品は「強制的製品認証目録」に列挙されており、国外からの輸入製品が中国3C認証対象であるときは、輸入前に認証を受け、3Cマークが付された状態で輸入しなければならない。

認証製品及びその販売包装に認証の内容を表示する場合には、その表示内容と認証証書の内容とが一致していなければならないが、国の製品表示標記管理に関する規定に適合していることも必要となる。

実務においては、「3C認証」を経ない「強制的製品認証目録」掲載製品の無許可販売、製品包装のシールに記載された内容と認証証書の内容との不一致などにより、政府品質監督管理部門から法令違反の指摘を受けるケースも多く見受けられる。「3C認証」が必要な製品を取り扱う企業は、特に注意が必要である。

<sup>6</sup> 製品品質法 27 条 1 号、「表示規定」 10 条。

<sup>7</sup> 1989 年 8 月 1 日施行、2002 年 4 月 28 日改正。

<sup>8</sup> 2005 年 8 月 31 日公布、同年 12 月 1 日施行。

<sup>9</sup> 2009 年 7 月 3 日公布、同年 9 月 1 日施行。

### Ⅲ. 製品販売における虚偽宣伝の禁止

#### (1) 製品表示の真実性

製品品質法は、製品及びその包装上の表示が真実であることを要求している<sup>10</sup>。また、消費者権益保護法も、「事業者は、消費者に対し商品又はサービスに関する真実の情報を提供しなければならない、人を誤認させる虚偽の宣伝をしてはならない」と定めている<sup>11</sup>。

製品表示の真実性をめぐり法令違反となったケースは、現に多く見受けられる。たとえば、新聞報道等によれば、米国系某歯磨粉メーカーが包装箱に「液体カルシウム含有」と表示された商品を販売し、この「液体カルシウム」が歯を白く修復し虫歯を防止するとの効能を謳っていたが、カルシウムの融点は850度という高温で、液体カルシウムを含む歯磨き粉などは存在しえず、メディアでも大きく取り上げられたケースなどがあった。

ところで、真実に反する製品表示は、消費者に対する詐欺となることも多い。この消費者詐欺行為とは、経営者が商品又はサービスを提供する際に、虚偽その他不正な手段を用いて消費者を欺き、誤解させ、よって消費者の合法権益を害する行為をいい、これを規制する専門の法令として、消費者詐欺行為処罰弁法<sup>12</sup>が公布されている。また、消費者権益保護法は、消費者に対する詐欺行為にかかる懲罰的賠償として、消費者が商品の購入、サービスの享受に要した費用の倍額をもって賠償しなければならないとする、いわゆる「倍額賠償原則」を定めている<sup>13</sup>。

これに関し議論となっているのは、表示に問題がある商品や模倣品と知りながらあえて購入し、倍額の賠償を求める「王海現象」<sup>14</sup>である。上海市高級人民法院は、この問題をめぐり、「偽物と知りながら購入した場合においては、その販売者の行為は詐欺に該当しない」との「指導意見」を打ち出した。この見解は、中国の裁判所の間では有力説となっているようだが、消費者権益保護法に関する司法解釈が定まっていないため、論争は今後も続くものと思われる。

#### (2) 虚偽宣伝の禁止

製品の販売に際しては製品表示以外の手段を用いた宣伝がなされることも多いが、その場合において虚偽宣伝は禁止の対象とされている。これに関し、不正競争防止法<sup>15</sup>9条は、「事業者は、広告その他の方法を用いて、商品の品質、成分、性能、用途、生産者、有効期限、生産地などにつき、誤解を招く虚偽の宣伝を行ってはならない」と定める。

虚偽宣伝の成立要件については、「人の誤解を招く」という結果が必要との見解もある一方、

<sup>10</sup> 製品品質法 27 条。

<sup>11</sup> 消費者権益保護法（1993 年 10 月 31 日公布、2009 年 8 月 27 日改正）19 条 1 項。

<sup>12</sup> 1996 年 3 月 15 日公布・施行。

<sup>13</sup> 消費者権益保護法 49 条。

<sup>14</sup> 1995 年、青島の会社に勤務していた会社員・王海氏は、北京への出張中、書店で偶然に手にした 1 冊の本により消費者権益保護法 49 条に関する知識を得て、北京、天津などの有名デパートで偽ブランド品を買いあさり、デパートに対し商品価格の倍額賠償を求める訴訟を提起した。その後、王氏を模倣した訴訟提起が続出し、「王海現象」と呼ばれる社会現象となった。

<sup>15</sup> 1993 年 9 月 2 日公布、同年 12 月 1 日施行。

虚偽の宣伝が行われれば必然的に人の誤解を招くゆえ、そのような結果は不要との見解もある。

これについて、「不正競争民事事件審理の法律適用の若干問題に関する解釈」<sup>16</sup>8条は、「虚偽」という文言を使用せず、その代わりに「関連公衆の誤解を十分に招く」と表現し、また、虚偽宣伝の態様として、①商品について一方的な宣伝や対比を行うこと、②科学的に定説でない観点、現象などを定説の事実として宣伝広告に用いること、③多義的な文言又はその他人の誤解を招く方法で商品の宣伝を行うことを定めている。

また、明らかな誇張をもって商品を宣伝しても、関連する公衆の誤解を招くに至らない場合は、人の誤解を招く虚偽の宣伝行為とはならない。たとえば、「ロケット発射時の力と全面的な保護を実現するバスケットシューズ」との宣伝文句で自社製品を紹介した某スポーツ用品会社が虚偽宣伝として起訴された事件において、裁判所は、不適切な表現が含まれるとはいえ、「ロケット発射」は設計のインスピレーションであり、比喩的な修辞で製品の性能を紹介した表現にすぎないため、虚偽宣伝に該当しないと判断した。

### (3) 虚偽広告

不正競争防止法9条は、虚偽広告を虚偽宣伝の一形態として定め、広告法は、虚偽の内容を含み、消費者を騙し又は誤認させる虚偽広告を禁止しているが<sup>17</sup>、実務においては、特に薬品、医療器械、保健食品、医療診療・美容サービス、不動産、一般食品にかかる分野で問題となることが多く、これを理由に処罰されたケースも少なくない。たとえば、治癒率、診療効果、治癒患者数等に関する虚偽情報をそのホームページに掲載した重慶市の某病院は、地方工商行政管理部門によって虚偽広告をしたものと認定され、行政処罰として違法行為の是正、150万人民元の過料を科す方針が示された。

この虚偽広告は、その上位概念である虚偽宣伝と次の点で区別される。

- ①主体に関し、虚偽広告のそれは広告主、広告代理店、広告媒体であるのに対し、虚偽宣伝の主体は、商品の生産者・事業者、サービスの提供者である。
- ②行為の内容に関し、虚偽広告の行為は広告に限られるが、虚偽宣伝の行為は広告のほか、それ以外の方法（例えば、記者会見、展示会、販促活動など）も含む宣伝であって、広告よりも広い。
- ③行為の対象に関し、虚偽広告は一般公衆に向けて行われるが、虚偽宣伝は一般公衆ばかりでなく、特定人に向けて行われる場合（例えば、展示会）もある。
- ④適用法令に関し、虚偽広告には広告法という特別な法令が定められているが、それ以外の虚偽宣伝には、不正競争防止法、消費者権益保護法、製品品質法などが適用される。
- ⑤法的責任に関し、まず、虚偽広告に対しては、行政責任として、広告監督管理機関から広告停止、影響の除去が命じられ、広告費用相当額以上5倍以下の過料が科される<sup>18</sup>。また、虚偽広告により消費者や他の事業者に損害を与えたときは、民事上の賠償責任が問われ<sup>19</sup>、さ

<sup>16</sup> 2007年1月12日公布、同年2月1日施行。

<sup>17</sup> 広告法（1994年10月27日公布、1995年2月1日施行）4条。

<sup>18</sup> 広告法37条。

<sup>19</sup> 広告法38条、不正競争防止法20条1項。

らに、情状が重大な場合は、刑法上の虚偽広告罪が成立する可能性もある<sup>20</sup>。

これに対し、虚偽広告を除く虚偽宣伝、その他製品表示の不備に対しては、不正競争防止法、消費者権益保護法、製品品質法などにおいて行政責任<sup>21</sup>、民事責任<sup>22</sup>が定められているが、虚偽広告罪のような犯罪として刑事責任を問われることはない。このように、虚偽広告は、一般の虚偽宣伝よりも強力な規制の下に置かれているといえる。

#### IV. 外資系企業としての注意点

以上のように、製品表示、製品販売時の宣伝については多様な規制がなされているが、法的リスクを最大限に抑制するとともに、発生した問題に効果的に対処するため、外資系企業は特に次の点に注意すべきだと考えられる。これらの諸策を通じて損失を可能な限り抑え、かつ、企業のイメージ・信用を維持することが望まれる。

##### (1) 予防措置

製品表示、消費者保護に関する業務の専任担当者を決定し、同人を中心に社内の審査・監督体制を確立することによって社内の管理強化を図り、表示の虚偽・不備や消費者詐欺といった事態を発生させない努力が求められる。また、製品表示に関する社内の監督管理体制を確立し、各部署の権限を明確化することも重要となる。さらに、製品表示に関する専門知識・関連法令に対する理解を深め、最新の立法動向に常に注目し、最新法令に基づいて行動することも望まれる。必要に応じ、製品表示などに詳しい弁護士など専門家の意見を求めることも検討に値する。

なお、製品表示は、主として生産企業の義務となるが、製品品質法のほか、「食品等製品の安全監督管理の強化に関する国务院の特別規定」<sup>23</sup>は、販売者にもこれと同一の義務を課していることから、販売企業も、製品表示に関する社内管理の強化に取り組み、自社の経営リスク、法的リスクの軽減に向け努力する必要がある。

##### (2) 問題発生時の対応

所轄の行政機関による調査を受けた場合は、まずは直ちに内部調査を行って、法令違反を指摘された事実の有無を確認する必要がある。その結果、そのような事実の存在が判明したときは、なるべく寛大な処分にとどまるよう、行政機関に対し、当該事件を反省し調査に積極的に協力する意向のあること、再発防止策を確立すること、違反の情状がそれほど重大でなく、違反により

<sup>20</sup> 刑法（1997年3月14日公布、2012年2月25日第八回改正）222条によると、広告主、広告代理店、広告媒体が国の規定に違反し、広告を利用して商品又はサービスについて虚偽宣伝を行った場合であって、その情状が重大なときは、2年以下の有期徒刑若しくは拘留に処するとともに罰金を併科し、又は罰金を単科する。

<sup>21</sup> 違反者に対しては、製品品質法53条、54条、消費者権益保護法50条、不正競争防止法21条1項、24条1項などに基づき、当該行為の是正命令、製造・販売停止命令、違法製品・違法所得の没収、警告、過料といった制裁が科せられる。その情状が重大であるときは、営業停止や営業許可証取消の処分もなされる。また、虚偽宣伝により他の経営者の利益を害し、経済秩序を攪乱した場合は、その影響の除去が命じられる。

<sup>22</sup> 不正競争防止法20条1項によると、他の事業者に対する不正競争を行った者は、被害者が侵害行為の調査のために支出した合理的な費用を含め、損害の賠償をしなければならない。また、本文Ⅲ.（1）で述べたように、消費者詐欺行為については、消費者権益保護法49条において「倍額賠償原則」が定められている。

<sup>23</sup> 2007年7月26日公布・施行。



不当な利益も得ていないこと等を説明・強調することが重要となる。

また、処分取消の行政訴訟を提起するときや、消費者から民事訴訟が提起されたときは、製品表示に関する実体法のみならず、訴訟手続に関する法知識のほか、裁判所や相手方への対応・交渉術が必要となってくる。これに対処するため、その分野に通じた弁護士の起用が望まれる。

特に、日系企業に絡む不祥事は、メディアによりネガティブな報道がなされる傾向があることから、広報活動に関する準備が極めて重要な意味をもつこととなる。少なくとも、対応窓口を確定し、対応マニュアルを策定しておくことなどが必要となろう。

#### IV. おわりに

以上、現在耳目を集めている製品表示、虚偽宣伝に関する中国の法制度と実務について論じてきたが、これをきっかけとして、外資系企業、対中輸出業務に従事する外国企業の製品表示、製品販売時への関心が喚起され、中国の関連法令に対する理解を深められると同時に、自社に適合した予防策、事後対応策などを早期に確立されることにより、拙稿が日本企業の中国事業発展の一助となることができれば望外の喜びである。

(執筆者連絡先)

北京市金杜法律事務所

パートナー弁護士 劉新宇

〒100020 中国北京市朝陽区東三環中路1号環球金融中心A座東樓20階

Tel : 86-10-5878-5091

Fax : 86-10-5878-5533

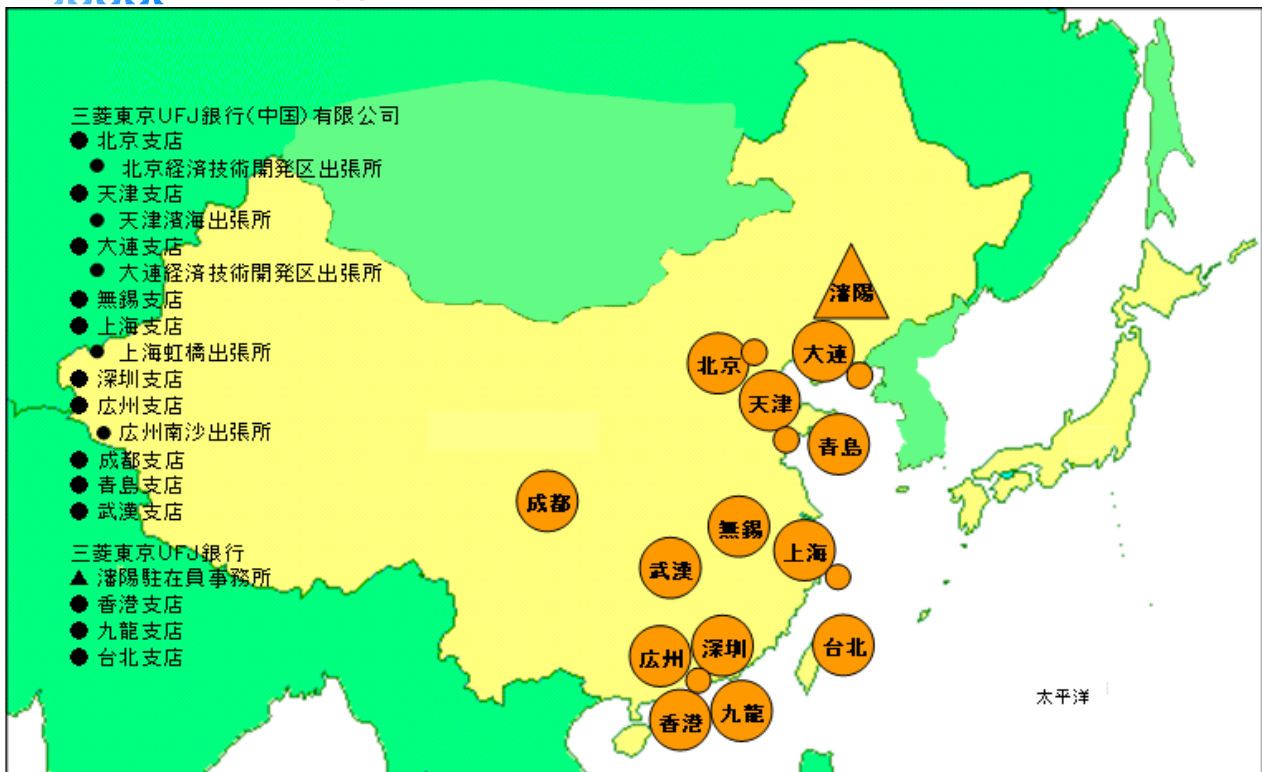
Mail : liuxinyu@cn.kwm.com

金杜法律事務所国際ネットワーク所属事務所 :

北京・ブリスベン・キャンベラ・成都・重慶・広州・杭州・香港・済南・ロンドン・メルボルン・ニューヨーク・パース・青島・上海・深セン・シリコンバレー・蘇州・シドニー・天津・東京



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<br>北京経済技術開発区出張所 | 北京市朝陽区東三環北路5号 北京發展大廈24樓<br>北京市北京經濟技術開發區榮華中路10号 亦城國際中心1号樓16階1603   | 86-10-6590-8888<br>86-10-5957-8000   |
| 天津支店<br>天津濱海出張所      | 天津市南京路75号 天津國際大廈21樓<br>天津市天津經濟技術開發區第二大街51号 濱海金融街西区2号樓A座3階         | 86-22-2311-0088<br>86-22-5982-8855   |
| 大連支店<br>大連經濟技術開發区出張所 | 大連市西崗区中山路147号 森茂大廈11樓<br>大連市大連經濟技術開發区金馬路138号 古耕國際商務大廈18階          | 86-411-8360-6000<br>86-411-8793-5300 |
| 無錫支店                 | 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<br>上海虹橋出張所      | 上海市浦東新区陸家嘴環路1233号 匯豐大廈20階<br>上海市長寧区紅寶石路500号 東銀中心B棟22階             | 86-21-6888-1666<br>86-21-3209-2333   |
| 深圳支店                 | 深圳市福田区中心4路1号嘉里建設廣場 第一座9階・10階                                      | 86-755-8256-0808                     |
| 広州支店<br>広州南沙出張所      | 広州市珠江新城華夏路8号 合景國際金融廣場24階<br>広州市南沙区港前大道南162号広州南沙香港中華總商會大廈 805、806号 | 86-20-8550-6688<br>86-20-3909-9088   |
| 成都支店                 | 成都市錦江区順城大街8号 中環廣場2座18階  | 86-28-8671-7666                      |
| 青島支店                 | 青島市市南区香港中路61号乙 遠洋大廈20階  | 86-532-8092-9888                     |
| 武漢支店                 | 湖北省武漢市江岸区中山大道1628号 企業中心5号2008室                                    | 86-27-8220-0888                      |

三菱東京UFJ銀行

|          |  |                 |
|----------|--|-----------------|
| 瀋陽駐在員事務所 | 遼寧省瀋陽市瀋河区悦賓街1号 方園大廈7階705号                                      | 86-24-2250-5599 |
| 香港支店     | 9F AIA Central, 1 Connaught Road, Central, Hong Kong           | 852-2823-6666   |
| 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

東京：03-5252-1646（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

編集：三菱UFJリサーチ&コンサルティング 国際事業本部 貿易投資相談部

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ませ、宜しくお願い申し上げます。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おります。