

## 第 170 号 (2020 年 4 月)

※ 読みたい記事のタイトルをクリックしてください。

### ■ エグゼクティブ・サマリー

### ■ 特 集

- ◆ 新型コロナウイルスで自宅待機の中、「宅経済」が活況  
～デジタル経済の活性化でビジネスチャンスも  
MUFG バンク (中国) リサーチ&アドバイザリー部中国調査室 …………… 1

### ■ 経 済

- ◆ 中国経済の現状と見通し  
三菱 UFJ 銀行 経済調査室 …………… 8

### ■ 人民元レポート

- ◆ 経済の正常化に向けて前進  
三菱 UFJ 銀行 グローバルマーケットリサーチ …………… 10

### ■ スペシャリストの目

- ◆ 税務会計：新型コロナウイルス感染拡大下  
一時帰国中の赴任者の税務について会社が知っておくべきこと  
EY 税理士法人 …………… 13
- ◆ 税務会計：新型コロナウイルス感染問題の難関の克服に向けた財務・税務優遇政策  
KPMG 中国 …………… 17

### ■ MUFG 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 「新型肺炎で自宅待機の中『宅経済』が活況～デジタル経済の活性化でビジネスチャンスも」

- ◇春節前後からの新型コロナウイルスの急速な感染拡大から、人々が外出を控えるようになった影響で、飲食業、観光業、実店舗営業が大きく冷え込む一方、オンラインでショッピング・教育・診療・エンターテインメント、在宅勤務などを実現する「宅経済」が活況を呈している。
- ◇オフラインの生産活動、生活スタイル、消費シーンがオンラインへ急速に移行し、デジタル経済の行動や習慣が育成される中、オンライン産業は「宅経済」へ対応してデジタルサービスを強化することで感染による損失を埋め合わせている。
- ◇感染拡大の中で急成長した「宅経済」は、中国のデジタル経済のインフラ基盤、ECの発展による企業・消費者の成長と市場の育成を促した。感染拡大の収束後、オンライン産業にはさらに多くのビジネスチャンスが到来し、新業態の高度化と進化の加速が予想される。

### 経済 「中国経済の現状と見通し」

- ◇新型コロナウイルスによる街の封鎖は解除に向かっているものの、全国的に感染が拡大していた1-2月の月次経済指標は、小売売上高、固定資産投資、工業生産付加価値が軒並み未曾有の大幅悪化、雇用も急速に悪化した。3月の指標も1-2月平均と同程度に大きく落ち込む可能性が高い。
- ◇これらを踏まえると、1-3月期の実質成長率は前年比▲8%前後と大幅なマイナスになったと見込まれる。感染拡大阻止のために余儀なくされた一時的かつ急激な経済の収縮ではあるが、仮に残り3四半期が+6%成長を達成できても通年では+3%程度の成長に止まることになる。
- ◇しかも、4-6月期以降、中国が他国より早期に通常の生産が可能な体制に戻ったとしても、①欧米経済も活動水準が大幅に低下、②国際的なヒトの往来は制限が継続、という中では中国経済が完全回復するとは想定し難く、今年の実質GDP成長率は+2%程度に止まろう。
- ◇なお、欧米経済も危機モードに入るなか、中国政府がこれまでにとってきた対策は改めて注目に値する。

### 人民元レポート 「経済の正常化に向けて前進」

- ◇3月の人民元（対ドル相場）は、新型コロナウイルスの感染が世界的に広がる中、上旬はFRBの緊急緩和を受けてドル安・人民元高が進行。その後は原油価格の急落や世界各国での感染拡大から投資家心理が悪化すると、ドル買い・人民元売りの流れに転じ、約5ヵ月ぶりの安値を付けた。
- ◇4月の全人代で経済対策が具体化する見込みであり、政府の財政出動による後押しを受けて景気回復に勢いが付くとの期待が高まるものの、世界経済の減速に伴う外需の不振が中国経済の足枷となる懸念が残る。
- ◇中国の金融政策は的を絞った緩和措置が継続する可能性が高く、一方、米国は大規模な金融緩和を講じている為、米中金利差（中国金利-米国金利）の拡大がドル安・人民元高に働き易い環境。
- ◇世界各国で新型コロナ対応の長期化が懸念される中、リスク性資産としての人民元は軟調な地合いが想定される。もっとも、他国に先んじて経済の正常化へ駒を進めた優位性は中国資産の追い風になると考えられ、ドル高の流れにあっても、人民元は他通貨に比して底堅い推移を見込む。

## スペシャリストの目

### 税務会計 「新型コロナウイルス感染拡大下

#### 一時帰国中の赴任者の税務について会社が知っておくべきこと

- ◇1年以上の予定で日本を離れる海外赴任者は「日本の非居住者」に該当し、「国外源泉所得」は日本で非課税となるが、一時帰国中に日本で勤務を行うと日本払い給与は「国内源泉所得」として課税対象となる。一方、中国では6年以上居住する外国人には全世界所得課税方式が適用され、日本での上記所得税を会社負担した場合、中国において所得税の対象となる。
- ◇一時帰国が長期に及ぶ場合、海外赴任に伴う各種手当、一時帰国中に発生する子女の学費等の追加費用、医療費等の会社負担についても検討が必要となる。
- ◇今回の事態をきっかけに赴任者一人当たりの総コストを把握するとともに、「現役の日本人男性が家族を連れて海外に赴任する」というステレオタイプの赴任者像が変わりつつあることを踏まえ、今後の海外展開も考慮しながら海外赴任者規定等のポリシーも見直す必要がある

### 税務会計 「新型コロナウイルス感染問題の難関の克服に向けた財務・税務優遇政策」

- ◇2月初旬、財務部、国家税務総局、国家発展改革委員会は、新型コロナウイルス性肺炎感染の防止・抑制業務を一層強化し、関連企業の発展支援のため、感染防止・抑制に係る租税優遇と費用減免に関する4つの公告を公布した。(財政部公告2020年8号、9号、10号、11号)
- ◇税制優遇の対象は、感染防止・抑制に重要な保障物資の生産・輸送、感染問題に起因し重大な影響を受ける「苦難業界(交通運輸、飲食、宿泊、旅行)」、国家機関経由乃至は病院への感染防止物資の寄付、医療従事者等、費用減免は医療機器・医薬品の登録手数料等となる。
- ◇一部の政策については、優遇措置の対象や申請手続き等に関するさらに詳細なガイドラインが公布されているものもあり、こうしたガイドラインにも注意が必要。

～アンケート実施中～

(回答時間:10秒。回答期限:2020年5月8日)

<https://s.bk.mufg.jp/cgi-bin/5/5.pl?uri=0DLbZ7>



**新型肺炎で自宅待機の中、「宅経済」が活況  
～デジタル経済の活性化でビジネスチャンスも**

MUFG バンク (中国)  
リサーチ&アドバイザリー部  
中国調査室 孫 元捷

2020 年春節 (旧正月、今年は 1 月 25 日) 前後から急速に感染が広がった新型コロナウイルス (COVID-19) により、中国人は外出を控え、人と会わず、自宅で待機するようになった。その影響を受けた飲食業や観光業、実店舗営業が大きく冷え込んでいる一方、ネットショッピング、オンライン教育、オンラインエンターテイメント、在宅勤務などの「宅経済 (在宅での営業や消費活動による経済)」が一層活況を呈し、川上・川下に至る各産業の共同発展を牽引することで、新たなビジネスモデルを生み出している。

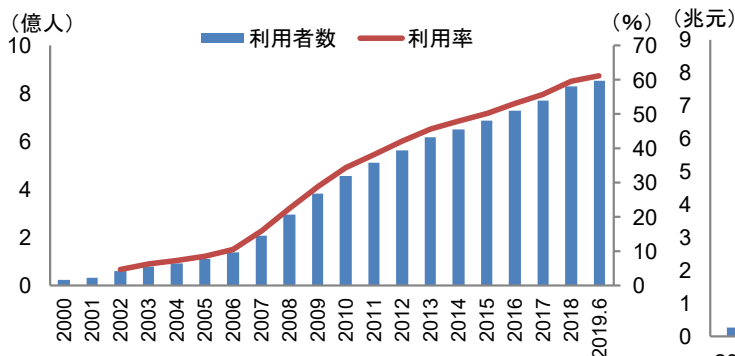
狭義の「宅経済」は「オタク」を主体とした経済活動であり、アニメ、漫画、ゲームおよび関連商品を中心とする産業を指す。広義の「宅経済」は「インターネット経済」の一つで、発達したインターネット設備、通信網や物流配送を通じて、オンラインでの購買、娯楽、学習や仕事を実現することで、電子商取引 (EC) を中心としたインターネット関連産業が含まれている。新型コロナウイルス感染症 (以下「新型肺炎」) 拡大で、市民の間に外出自粛の動きが広がる中、関連産業は「宅経済」への対応に乗り出し、デジタルサービスを強化することで損失をある程度埋めている。

**I. SARS による産業方向と消費習慣に対する影響**

**淘宝と京東に代表される EC 業界の台頭**

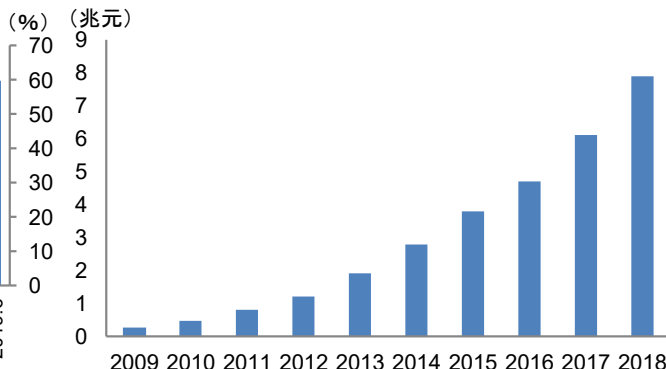
2003 年に発生した SARS (重症急性呼吸器症候群) の流行により中国のサービス業は大きな打撃を受け、2003 年 5 月の社会消費財小売総額の前年同月比伸び率は 4.3% に落ち込み、業務中断や資金繰り不足に直面する実体小売企業はオンラインへのモデル転換に乗り出した。中でも淘宝と京東に代表される EC 企業にとって、2003 年は転換点となった。数カ月にわたる自宅待機期間、人々はネット接続の習慣を養成し、ネット利用率は上昇した。中国のネット利用者規模は 2002 年末の 5,910 万人から 2003 年末の 7,950 万人に、ネットショッピング取引額は 3.7 億元から 7.9 億元にそれぞれ増加し、SARS 以降も急速な成長を遂げてきた (図表 1、2)。2019 年 6 月時点でネットショッピングのユーザー数は 6.4 億人でネット利用者全体の 74.8% を占めた。

【図表1】中国のネット利用者数の推移



(出所)CNNIC より MUFG バンク(中国)中国調査室作成

【図表2】ネットショッピング取引額の推移



(出所)iResearch より MUFG バンク(中国)中国調査室作成

2003 年 5 月 5 日、広州商品取引会から戻ってきたアリババの職員は SARS 感染が確認されたことを受け、アリババ創業者の馬雲は会社全員の在宅勤務を決めた。SARS 流行期間、アリババの企業間 (B2B) EC サイト「阿里巴巴 (1688.com)」で発信された 1 日の商業情報 (売買、代理、連携など) は 9,000~12,000 件で、2002 年の 3 倍となった。アリババの中国における会員 140 万社に対するサンプル調査によると、SARS 流行の 3 カ月間、取引が成立した企業数は全体の 42%を占め、1 カ月のアクセス数は延べ 1.6 億人、1 日の営業収入は 100 万元以上となった。2003 年 3 月から、アリババの 1 日の新規会員数は 3,500 人で、前四半期より 50%増えた。中国のサプライヤーの顧客数は 2002 年同期より 2 倍増加し、グローバルにおける 38 万社のバイヤーと 190 万社の会員はアリババを通じてビジネスチャンスを探し、取引を展開していた。

2003 年 5 月 10 日、アリババは企業対個人間 (B2C) EC サイト「淘宝网」をリリース。SARS 流行期間、顧客と面談ができず、E メール、電話やネット即時通信を利用したことから、数多くの中小企業と海外顧客は電子商取引を受け入れ始めた。2005 年初、設立してから 2 年未満で淘宝の会員数は 600 万人を突破。一方、当時創業 5 年間の eBay の会員数は 1,000 万人。なお、商品量、アクセス数、成約額においても淘宝は eBay を上回った。SARS を機に誕生した淘宝は中国最大の EC プラットフォームに成長し、2018 年末時点、アリババ (淘宝や天猫を含む) の営業収入は 3,768 億元、粗利益は 1,699 億元に達した。

1998 年に設立した京東是北京の中間村にある数平米の売り場から始まり、4 年間で全国シェアの 60%を有する最大の光磁気ディスク販売業者となった。2003 年、「京東多媒体」と称して、CD-ROM や CD-R を取扱い、12 店舗を開設したが、SARS の感染拡大を受け、閉店を余儀なくされ、オンライン販売への転換に着手した。2004 年 1 月 1 日、「京東多媒体」サイトがリリース、100 品以上を取扱い、SARS で溜まった在庫を徐々に削減した。その時、創業者の劉強東はオフライン業務を廃止し、EC への全面的転換に踏み切った。2005 年 11 月、京東多媒体の 1 日の受注量は 500 件を突破、2007 年 6 月、「京東商城」(www.360buy.com) に改名、2009 年 3 月、月間売上高が 2 億元台を突破した国内唯一の B2C 企業となった。2018 年末時点、京東の営業収入は 4,620 億元、粗利益は 660 億元を実現した。

### 民間物流業の発展

物流業は参入ハードルが低い労働集約型産業で、当初の中国の物流業は国有企業の中国邮政 (EMS) を主導としていた。一方、SARS 以降、EC 業界の急成長に伴い、国有企業が日増しに増大する配達ニーズに応えられない中、順豊など民間物流企業の発展を促進した。SARS から 3 年間で経過した 2007 年、物流業は業務量成長のピークを迎え、北京、上海、江蘇、浙江、広東など経済発達地域の配達業務量は急増し、全体の伸び率は 528%に、通年の業務量は 7.5 億件に上った。市場規模の拡大は大規模な雇用を促進し、サービス業の就業人数が急速に増加した。北京、上海、江蘇、浙江、広東の郵政業就業人数は 2013 年に最高値の 40 万人を超え、倉庫や運輸業の就業人数も増加した。

SARS の感染拡大を背景に、ネットショッピングの発展は配達業の発展を牽引するとともに、配達企業の内部管理や経営モデルの転換を促進し、EC 依存型から業務多様化への転換が進んでいる。また、順豊や徳邦は直営制へ、その他企業は「直営+加盟」の運営モデルを採用した。2009 年 9 月、「配達業務経営許可管理弁法」が公布された。物流や配達企業の上場に伴い、十分な資本サポートを受け、大手企業は情報通信技術の活用で市場シェアを拡大させ、「順豊+三通一達 (中通、園通、申通、韻達)」の市場構成を形成した。



## II. 生活スタイルのオンライン化と「宅経済」の代表分野

2003年のSARSを機に、アリババ、京東を代表とするインターネット企業の誕生と発展がもたらされた。今回の新型コロナウイルス感染拡大は人々の消費習慣を変える契機とも思われ、オンラインショッピング、オンラインエンターテインメント、オンライン診療、オンライン授業、テレワークといったデジタル経済の新業態は、感染予防・抑制対策の時期に重要な役割を發揮した。より多くのネットユーザーが実際に体験し、オンラインサービスを利用・購入する習慣が育成されるようになり、中国の「宅経済」市場の巨大な潜在力を見せつけた。

### 生鮮 EC

Euromonitor の統計によると、2018年、中国の生鮮小売市場規模は前年比4.5%増の4兆9,500億元。販売チャネルからみると、野菜市場は53.7%と最高、スーパーは40.1%と2位を占めた。農産品や生鮮食品は物流の標準化が進んでおらず、運輸過程での損耗率が高いため、ネット浸透率が未だ低い。2018年、生鮮分野のEC利用率は3.7%で、デジタル消費財、家電、衣類、化粧品などの分野(30%以上)を大きく下回った。

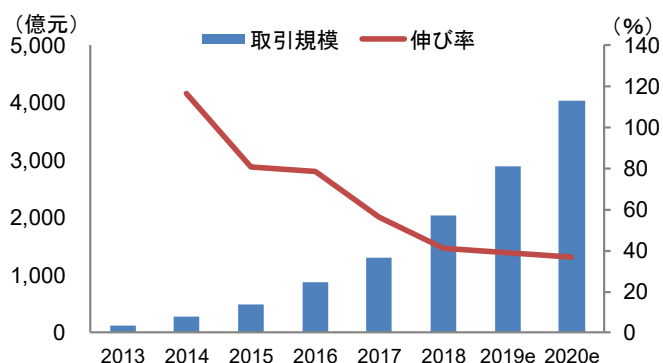
生鮮 EC は 2005 年「易果生鮮」の設立から始まり、2012 年 11 月の「褚橙進京」<sup>1</sup> から急成長を迎え、2015 年の資本市場低迷の影響を受け、2016 年から再編調整期に入った。一方、アリババや京東など大手 EC 企業の参入により、サプライチェーンや物流などのインフラ強化がオンラインとオフラインを融合させた「新小売」モデルをもたらした。その結果、生鮮 EC も注目を集めている。生鮮食品のネットチャネルの割合は 2013 年の 0.5%から 2018 年の 4.9%に、市場規模は 126.7 億元から 2,045.3 億元に拡大した(図表 3)。

生鮮 EC のビジネスモデルとして、①生鮮分野に特化した垂直型(毎日優鮮、叮咚买菜)、②総合型(天猫生鮮、京東生鮮)、③オンラインとオフラインを結合した O2O 型(盒馬鮮生、7FRESH、京東到家、美团)などが挙げられる。2018 年の垂直型生鮮市場でトップ 5 企業は市場シェアの 37.6%を占めており、2017 年より 12.5 ポイント上昇し、市場集中度が高まっている。毎日優鮮、永輝超市、盒馬鮮生など生鮮 EC アプリの月間アクティブユーザー数(DAU)は 150 万人を超えている。

新型肺炎の影響で多くの人が自宅待機となり、食品デリバリーや EC プラットフォームで野菜を買うことが多くの人にとって最優先の選択肢となり、受注量の増加ペースが加速した。過去数年間のデータでは、生鮮 EC の春節連休期間の売上は普段より減少するのが一般的だったが、今年は同時期の受注量が一気に増加した。1月24日～2月13日、微信ミニプログラムのスーパーと野菜・果物業態のアクセス人数は前年同期比それぞれ 115%、168%増加した。QuestMobile のデータによると、2020 年春節期間(1月24日～2月2日)、生鮮 EC の DAU は 1,009 万人に上り、2019 年春節(2月4日～10日、527 万人)より 91.5%、2020 年平日(1月2日～8日、777 万人)より 29.9%の増加となった。企業別でみると、春節期間の京東到家の売上は前年同期比 470%増となり、うち野菜、果物、卵、乳製品、冷凍食品はそれぞれ 510%、300%、770%、370%、790%伸びた。毎日優鮮、叮咚買菜的売上もそれぞれ 350%、600%増加した。

また、生鮮 EC 業者は供給を確保するため、人的資源を分け合う「ワークシェアリング」、時間帯

【図表3】生鮮EC市場取引規模の推移



(出所) iResearch より MUFG BK(中国)中国調査室作成

<sup>1</sup> 2012 年 11 月、昔の「煙草大王」褚時健が雲南で栽培したオレンジは北京でよく売れて、生鮮 EC サイトの本来生活を通じて 5 日間で 20 トンが完売した。

別の受注、在庫の大量準備などの対処策をとった。2月3日、盒馬鮮生は雲南料理レストラン「雲海肴」、四川料理レストラン「青年餐厅」と提携し、従業員のシェアリングを行うと発表した。飲食企業の自宅待機中の従業員を盒馬で臨時採用し、面接や研修、身体検査を経て、梱包や仕分け、陳列に従事させた。配達員不足および飲食企業の人件費の負担をある程度緩和したほか、収入の損失を補い、雇用の安定にも寄与した。

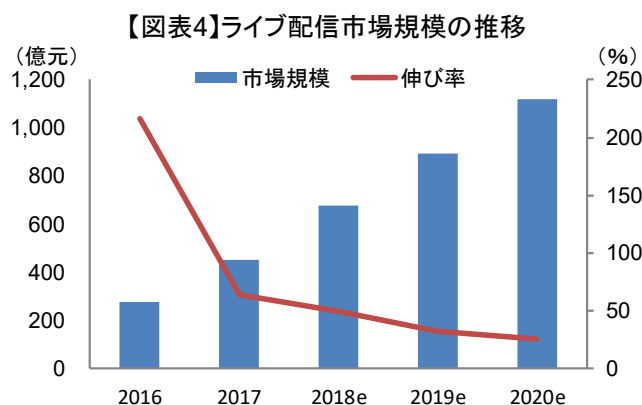
SARS 期間の EC と物流業発展の経験に鑑み、今回の新型コロナウイルスの影響を受け、生鮮 EC とワールドチェーン物流も発展好機を迎えると思込まれる。消費者意識の向上が加速するとともに、食品保鮮、食品安全、供給源の安定、損耗率、物流コストなどサプライチェーンの課題が顕在化しているが、サプライチェーン管理の高度化を通じて供給・配送の安定性と適時性の向上が求められる。

### 「直播 EC」(ライブ配信による販売)

「網紅(ワンホン)」とは、ネット上の人気者の意味で、ネットで多くのフォロワーを集めて有名になり、強い影響力を持った動画や生放送を中心に活動するインフルエンサーを指す。2013年4月、中国版 Twitter と呼ばれる SNS サービス「微博(Weibo)」は淘宝と提携し、双方はソーシャル EC のやり方について模索することを発表し、網紅と EC の融合が始まった。当時、微博のユーザー数は既に5億人を超えていた。微博で人気になった網紅の多くは淘宝のモデルから転身し、張大奕、雪梨、張沫凡などがその代表といえる。巨大なアクセス数をフォロワーに変え、さらにフォロワーを顧客に変えていくのが微博時代の網紅の方法論だった。

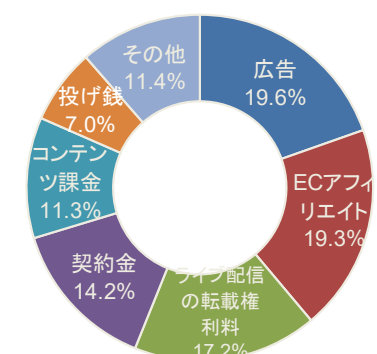
2015年末から2016年半ばにかけて、中国のライブ配信業界は飛躍的な発展を遂げ、千社近くが市場に参入し、ゲーム、ショー、生活、EC など様々な分野に及んだ。iResearch が発表したデータによると、2018年のライブ配信の市場規模は676.6億元(図表4)。世界2位である中国の映画市場の興業収入(654億元)を超えている。2016年3月、淘宝直播(ライブ)が公開され、同年11月、人気ブロガー・張大奕の店舗は淘宝の女性アパレルカテゴリーで初めて1億元を突破する店舗となった。モバイルインターネットの発展に伴い、2018年には、ロコミアプリ「小紅書」、ショート動画アプリの「抖音(Tiktok)」と「快手」、2019年には、京東、拼多多、網易考拉など EC 企業も相次いで直播 EC (ライブ配信による販売) 分野に参入し、ライブ配信による商品販売を開始した。ライブ配信で取り扱われる商品は衣服や化粧品のほか、食品、生活用品、ベビーマタニティ用品、デジタル製品、小型家電など様々に細分化された。

このような流れにつれて、SNS の影響力や市場規模が爆発的に伸びており、網紅たちが商品を守るプラットフォームも当初の微博からショート動画サイト、ライブ配信サイトへと移行した。網紅の収入源について、トップは広告収入(19.6%)、第2位は EC アフィリエイト収入(19.3%)。網紅がライブ配信の中で商品を紹介し、それを見た視聴者が購入すると、代金の一部が網紅の収入になる仕組みである(図表5)。



(出所) iResearch より MUFG バンク(中国) 中国調査室作成

【図表5】2018年の網紅の収入源

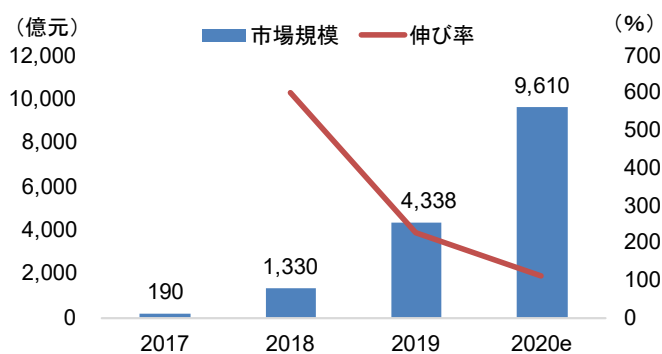


(出所) iResearch より MUFG バンク(中国) 中国調査室作成

以前はフォロワー数が多い、または「いいね！」などのインタラクションの多い者の方が、影響力が高いとされた。しかし最近では「带货（ステルスマーケティング）」、つまりどれだけ商品を動かすかということが取り上げられている。90年代のTVショッピングの現代版とも呼ばれる「ライブ配信ショッピング」は、直接的な売り上げで注目を集め、大きなビジネスチャンスとなっている。この分野でのトップ網紅は「薇娅」と「李佳琦」が代表的である。2019年の「双十一」（アリババが毎年11月11日に開催する販促イベント）では、9割のブランドがライブ配信を行い、2つの淘宝ライブ配信番組の視聴者数はそれぞれ4,315.4万人と3,683.5万人に達した。

iiMedia Research のデータによると、2019年のライブ配信のユーザー数は5.0億人、直播ECの市場規模は4,338億元（うち淘宝直播は2,000億元以上）となった（図表6）。ECにとってユーザー獲得コストが上昇し続ける中、「網紅带货」は比較的低コストの割に成約率が高いのが特徴である。直播ECの本質はライブ放送方式を通じて、最短時間で商品の価値を示し、購買意欲に火をつけることである。従来型ECの購買転化率は0.37%に対して、ソーシャルECは6%～10%、トップ網紅带货は20%に達した。

【図表6】直播EC市場規模の推移



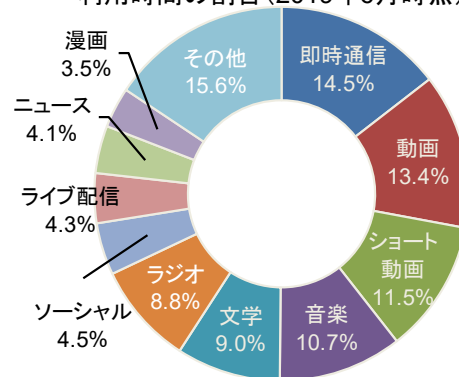
(出所) iiMedia Research より MUFG バンク(中国) 中国調査室作成

新型肺炎の感染拡大を受け、大手コンテンツプラットフォームはライブ配信方式を通じて、店舗の経営回復を支援する措置を打ち出した。たとえば、①淘宝：すべてのオフライン店舗は無料で淘宝直播に入居可能、②微店：すべての店舗に無料のライブ配信サービスを提供、③抖音：団体購入の予約販売、ライブ配信による商品共有を通じて、オフライン業者向けにオンライン販売チャネルの開拓をサポートしている。また、オフライン依存度が高かった不動産、自動車、飲食、観光などは、情報のライブ配信を試みてオンラインへのモデル転換を図っている。こうした試みは緊急時のニーズに応じたものだけでなく、ユーザーが新たな習慣を育てるチャンスでもあると言える。中国のモバイルECユーザーの伸びが鈍化しており、顧客獲得コストが上昇している。かかる中、直播ECの盛り上がりはEC業界の発展を加速させることが見込まれる。ネットの利便性、サイトやウェブサービスの多様化、操作の容易さ、MCN（網紅のマネージメント事務所）の拡大といった相乗効果により、ライブ配信は各社がECチャンネルに進出する主な形式になるものと思われる。

オンラインエンターテイメント

モバイルインターネットが急成長する現在、文化エンターテイメント産業界にはメディア、映画、音楽、読書、漫画のほかに、ショート動画、ライブ配信、ゲームといった新業態・新モデルが出現した。2019年6月時点、カテゴリー別のスマートフォンアプリの利用時間をみると、即時通信が14.5%で最も長く、動画、ショート動画、音楽、文学とラジオなどオンラインエンターテイメントが続いた（図表7）。オンラインエンターテイメントのユーザー数をみると、ロング動画、ショート動画、音楽はいずれも6億人を超えている（図表8）。

【図表7】各種スマホアプリの利用時間の割合(2019年6月時点)



(出所) 中国電信より MUFG バンク(中国) 中国調査室作成



春節休暇の延長や新型コロナウイルスの流行の影響を受け、多くの人が自宅に引きこもるようになり、オンラインエンターテインメント業界は逆に急速な発展期を迎えた。Questmobile のデータによると、ネットユーザーのネット利用時間は春節前に比べ21%上昇し、中でもモバイルソーシャル、ゲーム、ショート・ロング動画、ニュース・情報といったネットメディアの増加が顕著である。オフラインの社交活動の急減により、ゲームがオンラインの娯楽の重要な代替品になり、SNS で競い合うゲーム、微信のミニプログラムのゲーム、将棋やトランプなどのゲームが明らかに恩恵を被った。

2020 年春節期間のスマートフォンゲームの利用時間と売上は 2019 年春節よりそれぞれ 41%と 33%増加した。テンセントが開発したヒットゲーム「王者荣耀」の 1 月 29 日の DAU は 1 億 900 万人の史上最高値を更新した。

例年多くの集客が見込める春節映画の興行成績も悲惨な状況に陥っている。ただ、人気シリーズ「囧媽」(Lost In Russia) がネット上で無料配信を始めると、これが呼び水となり、各動画サイトが相次いでキャンペーンを実施し、アクセス数や会員数を大きく伸ばした。

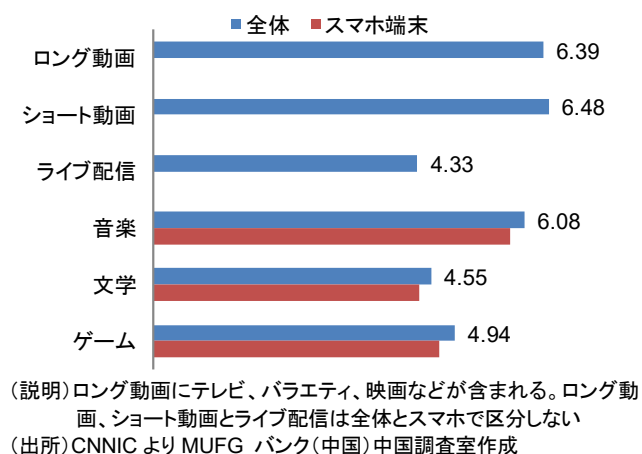
2019 年のショート動画の利用時間は 1 人当たり月間 1,604 分となり、モバイルエンターテインメント市場の 37.7%を占めた。2020 年春節期間のショート動画の DAU は 8,192 万人増え、エンタメ方式で最も伸びが顕著である。春節期間のショート動画の DAU は 5.7 億人、利用時間は 1 日当たり 1.8 時間。1 月 29 日、抖音と快手の DAU はそれぞれ 3.1 億人、1.7 億人となった。ショート動画は特に若者の中で人気があり、ネットユーザーのエンタメ方式を変えただけでなく、広告、ライブ配信、EC といった数多くの分野にも参入し、業態モデルの転換を促進した。

### 在宅勤務

新型コロナウイルスの感染を回避・抑制するため、テレワークの需要が短期間で爆発的に増加した。百度の注目度指数によると、2 月のテレワークの検索指数は前年同期比 491%、前月比 317%増加した。また智聯招聘の調査によると、今年の春節連休明け、17.8%の会社が在宅勤務、34.8%の会社が未定、42.3%の会社が出社を選んだ。在宅勤務を採用する企業のうち、IT・通信・電子・インターネットが全体の 32.1%と最も多く、商業サービスが 28.3%と続いた。iiMedia research によると、2020 年春の業務再開期間中、1,800 万社以上がオンラインのテレワークモデルを採用し、3 億人を超えるユーザーがテレワークのアプリを使用しているという。ネットを利用して業務を再開することで、感染状況と生産経営の現実的な要求の両方をカバーすることができ、オンラインによる勤務は今やさまざまな業務を秩序よく展開するための有力な支えになっている。

こうした中、インターネット環境を使った在宅勤務向けソフトウェアも対策に一役買っている。極光のビッグデータでは、1 月 1 日から 2 月 21 日までの間に、アリババグループ傘下のスマートリモートワークプラットフォーム「釘釘 (DingTalk)」の DAU は 2,610 万人から 1 億 5 千万人まで増え、企業微信は 562 万人から 1,374 万人まで増えた。2 月 5 日にはアップルストアで、釘釘が初めて微信を追い抜き、ダウンロードランキング 1 位になった。また、釘釘が発表したデータによると、春節後の業務再開から数日以内に 200 万社以上がオンラインで健康情報管理を行い、1 億人近くが毎日、釘釘の健康チェック機能を利用して勤務先に無事を報告している。業務再開初日の 2 月 3 日、1,000 社を超える約 2 億人が釘釘プラットフォームで業務を遂行し、テレビ会議を開いている。

【図表8】オンラインエンターテインメントのユーザー数(2019年6月、億人)



共同オフィスや遠距離会議を可能にするため、感染対策期間、複数のインターネット企業がテレワークやテレビ会議機能を無料提供する計画を打ち出した。アリババの釘釘、華為の WeLink、 Tencent の騰訊会議、字節跳動 (バイトダンス) の飛書、会暢通訊、Zoom などのオフィスウェアが挙げられる。

データ通信料のボーナスが徐々に天井に近づくインターネット大手各社の今後にとって、テレワーク製品は企業向け市場に参入するための武器になっている。今後は企業の共同オフィスのクラウド環境をめぐる競争がますます激しくなり、市場の規模も成長を続け、条件が整った業種は積極的にテレワークを導入することが見込まれる。

### オンライン教育、医療

新型コロナウイルス感染が拡大する中、全国範囲で大学、高校、中学校、小学校の授業再開が延期され、「休校しても勉強をやめない」との教育部指示に基づき、多くの学校や教育機関はオンライン教育産業の企業と提携し、オンライン教育ツールを利用して遠隔教育やオンライン授業を展開している。釘釘は「家で授業を受ける」計画を打ち出し、2月10日時点で全国300都市以上の5,000万人の小中学生をカバーしている。新東方在線、学而思網校、猿補導、作業帮などのオンライン教育プラットフォームは無料授業を通じて市場を拡大し、顧客獲得コストの大幅な低減につながり、オンライン教育サービスの利用率の拡大に取り組んだ。

このほか、医療機関とインターネット企業が展開する「オンライン医療」の注目度も高まった。阿里健康、騰訊健康、平安好医生、丁香医生、微医など10数社のネット医療プラットフォーム、200社余りの公立病院はオンライン公益受診サービスを開通し、利用者は在宅のまま医療相談や診断を受けることができる。平安好医生の累計訪問者数は11.1億人、新規登録ユーザー数は新型肺炎発生前の10倍、1日の受診量は同9倍増加した。

現在、新型肺炎が中国経済を直撃しているが、危機の中にはチャンスも潜んでいる。マッキンゼーの計算によると、オンライン商品が1単位当たり増加する中、61%は既存ニーズの代替、39%は新規ニーズということが分かる。オンライン消費はオフライン消費を代替するとともに、新たな消費を創出している。感染拡大の中で、人々のデジタル化のニーズが増大し、一部のオフラインの生産活動、生活スタイル、消費シーンがオンラインへと急速に移行し、デジタル経済の行動や習慣が育成されつつある。ネット関連企業はその流れに乗って業績を上げ、デジタル経済をはじめとするニューエコノミーは感染による損失を埋め合わせ、経済を力強く押し上げるとともに強い存在感を示した。

4Gやブロードバンド技術の進歩に伴い、モバイル決済、ネット配車、出前、ショート動画などは、従来型消費やソーシャルメディアのモデル転換を加速させた。5Gの商用化に伴い、ビッグデータやAIなど新技術に支えられ、テレワーク、オンライン教育、オンライン診療、オンラインエンターテインメントといったオンライン産業が活性化され、革新をもたらすとみられる。今回の状況の中で登場した「宅経済」は中国のデジタル経済のインフラ基盤、ECの発展による企業や消費者の成長、市場の育成を促した。新型肺炎の影響は短期的に特定分野の発展を促しただけでなく、消費習慣を育成することで、産業発展に長期的な影響を与え、経済成長の新たな原動力にもなることが見込まれる。新型肺炎をめぐる事態が収束後、こうした産業にはさらに多くのビジネスチャンスが到来し、新業態の高度化と進化が加速していくと予想される。

(執筆者連絡先)

MUFG バンク (中国) 有限公司

リサーチ&アドバイザリー部

中国調査室 孫元捷

E-mail : sun\_yuanjie@cn.mufg.jp

TEL : +86-(10)-6590-8888 (内線 117)



## 中国経済の現状と見通し

三菱UFJ銀行  
経済調査室  
伊勢 友理

本レポートは、三菱UFJ銀行経済調査室作成の「中国経済の見通し」の一部を編集・転載したものです。アジア、日本、米国、欧州、原油に関し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。

<https://www.bk.mufg.jp/report/ecolook2020/index.htm>

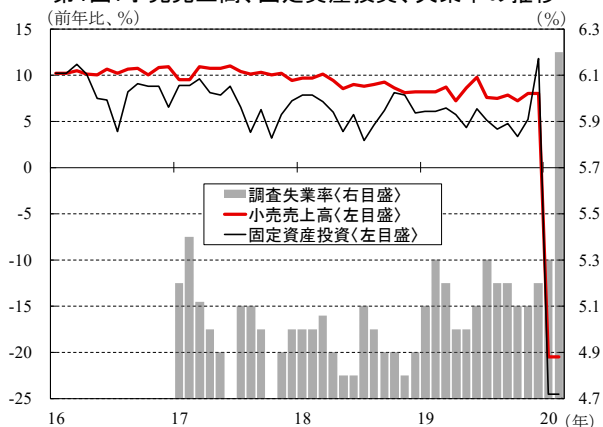
中国における新型コロナウイルスの新規感染者数は、足元で減少している。斯かる状況を受けて、感染の中心地である湖北省は武漢市を除き、3月25日に封鎖が解除されており、武漢市についても4月8日に解除される予定となっている。

全国的に感染が拡大していた1-2月の月次経済指標を確認すると、小売売上高は前年比▲20.5%、固定資産投資は同▲24.5%、工業生産付加価値額は同▲13.5%と軒並み未曾有の大幅悪化となった(第1図)。また、雇用面では2月の調査失業率が6.2%(前月比+0.9%ポイント)と急速に悪化した。足元の経済活動水準は2月比で回復しているとはいえ、石炭消費量や交通遅延指数等の日次統計から推測すると平時の約8割に止まっているとみられ(第2図)、3月の月次指標も武漢市封鎖(1月23日)以前のデータも含む1-2月平均と同程度の大きな落ち込みとなる可能性が高い。

これらを踏まえると、1-3月期の実質GDP成長率は前年比▲8%前後と大幅なマイナスになると見込まれる。これは感染拡大抑制のために余儀なくされた一時的かつ急激な経済の収縮ではあるが、未曾有のマイナスであり、仮に今年の残り3-4半期が同+6%成長を達成できても2020年通年では同+3%程度の成長に止まることになる。しかも、4-6月期以降について中国自体が他国・地域に比べ早期に通常の生産(あるいは挽回生産すら)が可能な体制に戻ったとしても、①欧米経済も感染拡大を受けて経済活動水準が大幅低下、②国際的なヒトの往来は制限が継続、という中では中国経済が完全回復するとは想定し難い。よって、今年の実質GDP成長率は同+2%程度と極小幅のプラス成長に止まろう。

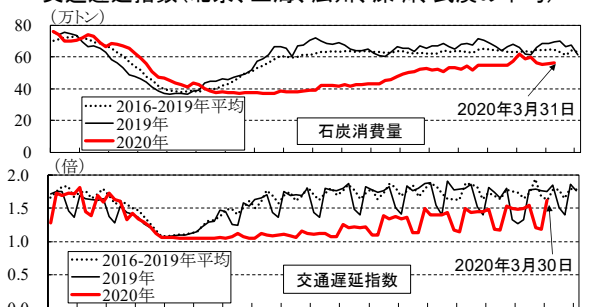
なお、欧米経済も危機モードに入るなか、先に中国政府がどのような対策を取っていたかは改めて注目に値する。既に1-2月に金融面での流動性確保のほか、雇用の最大の受け皿である中小企業への支援として、社会保険料減免(3月20日には解雇が少ない中小企業に対し前年に納めた失業保険料の還付を追加)、5,000億元の優遇金利融資枠用意(3月末に1兆元追加)等を決定しており、雇用安定に力点を置いていたのは後の欧米同様である。

第1図: 小売売上高、固定資産投資、失業率の推移



(資料) 中国国家统计局統計より三菱UFJ銀行経済調査室作成

第2図: 6大電力会社の石炭消費量及び交通遅延指数(北京、上海、広州、深圳、武漢の平均)



-20 -15 -10 -5 T +5 +10+15+20+25+30+35+40+45+50+55+60+65+70

(注) 1. 交通遅延指数は、通常の移動時間に対する実際の移動時間の比率。対象は都市居住者。

2. Tは春節。2020年は1月25日。  
(資料) Windより三菱UFJ銀行経済調査室作成

(執筆者連絡先)

三菱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)



経済の正常化に向けて前進

三菱UFJ銀行  
グローバルマーケットリサーチ  
シニアアナリスト 石丸 伸二

3月のレビュー

3月の人民元（対ドル相場）は下落した（第1図）。新型コロナウイルスの感染が世界的に広がる中、上旬はFRBの緊急緩和を受けた米金利の低下に連れてドル安・人民元高が進行。9日には1ドル＝6.91人民元と旧正月前（1月23日）の水準まで上昇した。しかし、原油価格の急落や世界各国での感染拡大から投資家心理が悪化すると、ドル買い・人民元売りの流れへと転じ、19日には7.12人民元と約5ヵ月ぶりの安値を付けた。その後、FRBの大規模な追加緩和<sup>1</sup>や米議会が纏める2兆ドル超の経済対策を材料にリスク回避的な思惑が和らぐと、人民元売りは一服。月末に掛けては7.10人民元の近くで揉み合う展開となった。なお、対円では9日に1人民元＝14.56円と2013年1月以来の円高・人民元安を記録している（第2図）。

企業活動の正常化は大きく前進

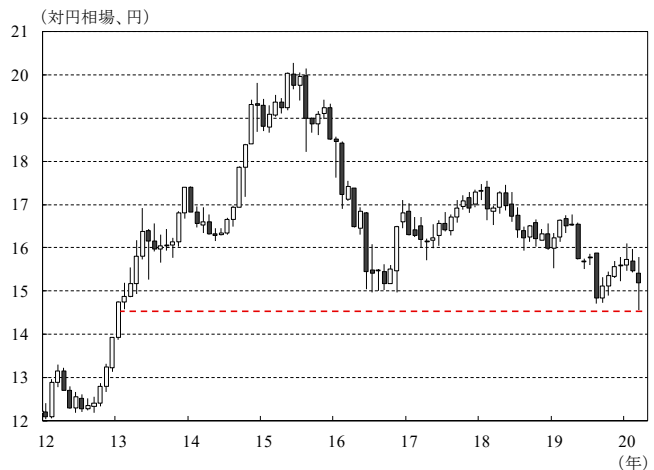
新型コロナは世界各地で依然として猛威を振っているが、起点となった中国では早くも事態が収束に向かう様子が観察された。3月に入って感染者数の増加が明確に抑制され始めたことを受け、当局は封じ込め措置の緩和<sup>2</sup>に動き出している。3月のPMIは記録的な落ち込みとなった前回から大幅に反発しており（第3図）、企業活動の正常化は3月に大きく前進したと評価できる。

第1図：人民元（対ドル相場）



(注) 日足。  
(資料) Bloomberg より三菱UFJ銀行グローバルマーケットリサーチ作成

第2図：人民元（対円相場）



(注) 月足。  
(資料) Bloomberg より三菱UFJ銀行グローバルマーケットリサーチ作成

<sup>1</sup> FRBは3月15日に米国債などの資産を少なくとも7,000億ドル買い入れると表明。23日にはこの買い入れを無制限に拡大したほか、学生ローンや自動車ローンに関わるTALF (Term Asset Back Securities Loan Facility) といった支援策も発表した。

<sup>2</sup> 3月24日に武漢市は1月23日から続く封鎖（移動の制限）を4月8日に解除すると発表した。



### 財政出動による後押しはあるが外需が足枷に

こうした中、27日に共産党の中央政治局は、財政赤字の拡大や2007年以来となる特別国債の発行などを認める方針を表明した。4月にも開催される全人代で経済対策が具体化する見込みであり、政策の後押しを受けて景気回復に勢いが付くとの期待が高まっている。ただし、PMIの内訳である輸出向け新規受注が好不調の分岐点となる50を下回った事実が示す通り、世界経済の減速が時間差で中国经济の足枷となる懸念は強い。財政出動の規模にもよるが、景気の先行き不透明感が長く残る展開には注意を要する。

### 金融政策は的を絞った措置が継続

金融政策に関しては、柔軟ながらも穏健な運営方針が確認された。人民銀行は13日に一部の銀行に対する預金準備率の引き下げを、30日にリバース・レポ金利の引き下げを発表する一方で、20日には政策金利に当たる最優遇貸出金利(LPR)の据え置きを決定している。今後も人民銀行は企業の資金繰り支援など金融システムの安定に努めながら、的を絞った緩和措置に徹する可能性が高い。米国は大規模な金融緩和を講じているため、米中金利差(中国金利-米国金利)の拡大がドル安・人民元高に働きやすい環境と言える(第4図)。

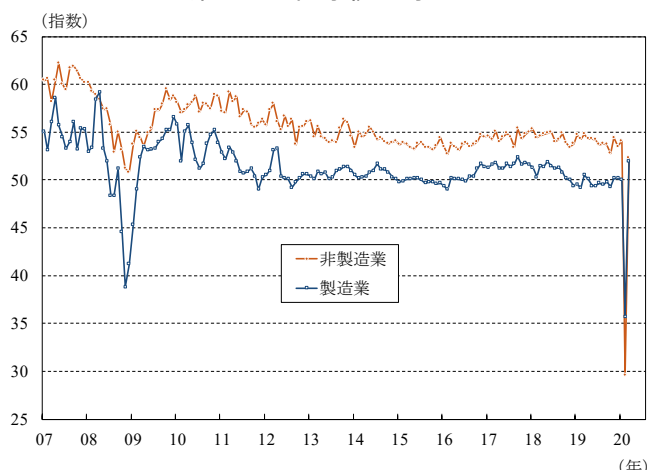
### 米大統領選挙を巡る不確定要素は多く市場も反応し難い

なお、中長期的に多大な影響を及ぼし得る米大統領選挙も、新型コロナの煽りを受けている。民主党は予備選挙・党員集会の開催を相次いで見送り、11月3日に実施予定の本選までも延期が囁かれ始めた。民主党の指名争いでバイデン氏の優位は揺るがないとみられるが、本選まではあまりに不確定要素が多いため、結果の予想が難しく、市場も反応できない時間帯が続くだろう。

### 人民元は軟調地合いの中にも底堅さを想定

先行き、世界各国で感染拡大と封じ込め措置が長期化する懸念は強い。市場はリスク回避的な思考に支配され易く、リスク性資産としての人民元は軟調な地合いが想定される。もともと、他国に先んじて経済の正常化へ駒を進めた優位性は、引き続き中国資産の追い風になると考えられる。市場の動揺が続くドル高の流れにあっても、人民元は他通貨に比して底堅い推移を見込む。

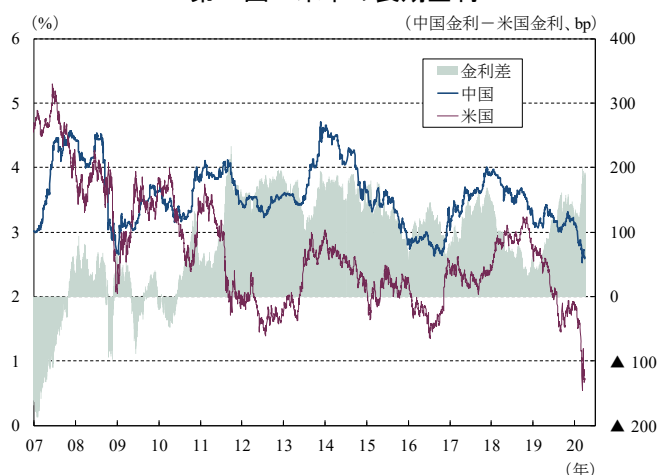
第3図：国家统计局 PMI



(注) 月足。

(資料) Bloomberg より三菱UFJ銀行グローバルマーケットリサーチ作成

第4図：米中の長期金利



(注) 10年国債利回り。

(資料) Bloomberg より三菱UFJ銀行グローバルマーケットリサーチ作成

予想レンジ

	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月
USD/CNY	6.96～7.20	6.94～7.21	6.94～7.22	6.92～7.22
CNY/JPY	14.7～15.7	14.6～15.6	14.5～15.5	14.4～15.5

予想レンジは四半期中を通じた高値と安値の予想

(2020年3月31日)

(執筆者連絡先)

三菱UFJ銀行 グローバルマーケットリサーチ

シニアアナリスト 石丸 伸二

Tel : 03-6214-4151 E-mail : [shinji\\_ishimaru@mufg.jp](mailto:shinji_ishimaru@mufg.jp)



## 税務会計:新型コロナウイルス感染拡大下 一時帰国中の赴任者の税務について会社が知っておくべきこと

EY税理士法人  
ピープルアドバイザーサービス  
パートナー  
藤井 恵

コロナウィルスの影響で、中国赴任者を中心に赴任者の一部を日本に一時帰国させ、日本で勤務させているケースは多いのではないのでしょうか。

そこで今回は、赴任者を日本に一時帰国させた場合に生じる問題について、税務の面を中心に概説していきます。

### 1. 一時帰国中の日本の所得税の取り扱い ～給与だけではなく賞与にも影響が生じることに

通常、1年以上の予定で日本を離れ、海外に赴任している方は「日本の非居住者」に該当します。日本の所得税法では、非居住者は「国内源泉所得（例：国内で勤務した対価等）」のみ日本で課税対象となり、「国外源泉所得（例：国外で勤務した対価等）」は日本では非課税となります。そのため、海外赴任中の日本払い給与は日本法人の役員<sup>(※)</sup>が海外赴任する場合を除き、日本での勤務が発生しない以上、日本では非課税となります。つまり、海外赴任中は日本で所得税が発生するケースは極めて限定的でした。

ところが、今回のケースのように海外赴任者が一定期間帰国し、その間に日本で勤務するとどうなるのでしょうか。日本払い給与は「日本で勤務した対価」とみなされることから、「非居住者の国内源泉所得」として課税の対象になってしまいます。

なお、課税の対象となるのは、日本勤務期間分に相当する日本払いの給与だけではありません。一時帰国中、日本に滞在している子女に対する学費等を払った場合、これらについても「国内源泉所得」として課税されます。また、今年の夏や冬に支払うであろう賞与の計算期間の中に、日本勤務期間が入っていればその部分も日本で20.42%の税率で課税となりますので注意が必要です。

(※) 税務上の役員とは「会社法上登記されている者（株式会社の取締役・執行役・会計参与・監査役）」「経営に参画する者」です。

### 2. 所得税を誰が負担するのか

通常、日本から海外に赴任している社員に対しては、「総額」ではなく「手取り」で給与が補償されています。そのため、日本払い給与について日本で所得税が課されてしまうと、その分だけ本人の手取りが減ってしまうこととなります。この場合、どのような取り扱いが考えられるのでしょうか。

#### (1) 当該所得税を会社が負担するケース

「赴任者に対しては手取りを補償しているのだから、日本で所得税がかかった場合には会社が負担する」というケースも少なくありません。

この場合、会社負担した所得税は本来、本人が払うべきものを会社が払っているわけですから、これも本人に支払った給与の一部とみなされます。そのため、会社が本人の所得税を負担する場合は、その額を見込んで日本払い給与をグロスアップする必要があります。

なお、賞与についても同様に、日本勤務期間については20.42%の課税が必要になりますのでご注意ください。

## (2) 当該所得税を本人が負担する場合

当該所得税を本人が負担する場合、上記(1)と異なり、グロスアップの必要性はありません。ですが、手取りで給与を補償している場合には、日本の所得税を支払うと、その分だけ本人の手取り給与は少なくなりますので、この点については本人に納得してもらう必要があります。

(一つの解決策としては、一時帰国中についても海外赴任時の手当等は支払い続ける代わりに、日本所得税は自己負担してもらう、という方法もあるかもしれません。)

## 3. 赴任国の個人所得税への影響

帰国期間にもよりますが、一時帰国中の赴任者は一般的に、日本帰国中も税務上、赴任国の居住者になります。そのため、日本での所得税を会社負担にした場合、この所得税負担相当額は、日本だけでなく、赴任国でも課税対象になる可能性があります。

### (1) 赴任国が全世界所得課税の場合

～中国については中国籍者又は外国籍で中国に6年以上居住している場合が該当

赴任している国が居住者について全世界所得課税方式をとっていれば、会社が負担した日本の所得税相当額は、赴任している国でも所得税の対象となります。毎月の給与をグロスアップ計算している場合、この所得税相当額を上乗せする必要があることから、計算にあたり日本の所得税相当額を給与として上乗せするか、赴任国の確定申告時に申告するかいずれかの作業が必要です。この場合、同じ所得（日本払い給与等）に対して日本と赴任国の双方で課税されるという二重課税の状態になることから、赴任国において外国税額控除の適用を受けられる可能性があります。しかし、外国税額控除の手続きを会計事務所に依頼すれば別途費用が掛かるため、税額控除で受けられるメリットと、会計事務所に払うフィーとを比較し、どちらが有利になるかを考える必要も出てくるかもしれません。

### (2) 赴任国が国内源泉所得のみ課税の場合

～中国については外国籍で中国に6年未満の居住の場合が該当

一方、居住者についても自国源泉の所得しか課税しない国においては、一時帰国中の日本払い給与は、「国外源泉所得」とみなされる可能性があります。その場合、一時帰国期間中の日本払い給与は、課税の対象外となります。しかし、毎月行う所得税計算の仕方が変更になることで、通常の所得税計算とは異なる処理方法となり、計算ミスが生じたり、会計事務所に計算を依頼している場合は、処理の仕方が多少変更になることで追加コストが発生する可能性があります。

## 4. 海外赴任に伴う各種手当や赴任中の物価を反映した基本給の取り扱い

一般的に海外赴任者には、日本との物価差を反映した基本給や、海外赴任に伴う各種手当（海外赴任手当、ハードシップ手当、単身赴任手当等）が支給されています。

しかし数か月単位で日本に帰国している場合は、物理的に海外に勤務していないので、これらの手当や物価の違いを反映した基本給を支給する必要があるか否かについても、検討が必要になります。

特に生活が厳しいエリアに赴任している場合は、月額で数十万円単位の手当が支給されていることもあります。

こういった手当は一時帰国が1か月以上に及ぶ間も支払う必要があるのか、という点においては検討の余地があるでしょう。特に、長期出張者と赴任者が併存している同じ拠点で働いている場合、

長期出張者は日本に帰国した時点で海外での勤務に伴う日当はストップされますので、海外赴任者に対してのみ、一時帰国中も海外赴任に伴う手当を払うと、長期出張者との間で不公平が生じる可能性もあります。

## 5. 一時帰国中に発生する追加出費

帯同家族を一時帰国させている場合、前述の通り、子女の学費などの取り扱いも検討する必要があります。海外の日本人学校やインターナショナルスクールの中には、現地の感染状況なども考慮し、4月からの学校再開時期が決まっていないケースもあります。

この場合、日本国内の学校が先に再開されれば、しばらくは日本の学校に通うこととなりますが、特に赴任先でインターナショナルスクールに通学している場合、日本の小学校の日本語での授業についていけなかったり、しばらく英語環境から離れることで、再渡航後のインターナショナルスクールでの英語の授業についていけなくなるのでは、という不安も抱えることとなります。そのため、これら費用もどこまで会社負担するのかについても、考えておく必要があります。

(仮に一時帰国している赴任者の子女の日本での学習塾代等を会社負担した場合は、これも上記「1」で説明した通り、日本で所得税の課税対象になります)

## 6. 医療や海外旅行保険など

今回、一時帰国が想定外に長いと、帰国中の医療費をどうするか、という問題も併せて発生します。大半の会社においては赴任中も日本払いの給与を支払っているため、日本の健康保険が継続的に利用できますが、中には(正しいやり方ではないものの)、厚生年金だけ継続して健康保険は加入させていないケースもあります。また帰任中も、海外旅行保険は一定の制限のもと活用できますが、自己負担が生じないからと海外旅行保険を国内で使えば、当然ながらその分だけ来年の保険料の算定の際にも影響してきます。海外旅行保険料の高騰で悩まされている会社においては、帰国中は海外旅行保険を使わないこと、等の制限を加えることも必要になります。

## 7. まとめ

今回の件に限らず、一時帰国している赴任者が日本で勤務することで生じる国内源泉所得に関する指摘は以前からあることで、特に新たな問題というわけではありません。しかし今回のコロナウィルスでの一時帰国については、「特定の国から大量の赴任者が長期にわたって帰国し、その間、日本で勤務を行っている」ということが明らかであるため、より顕在化しやすいといえます。

「赴任者は非居住者だから日本の所得税は発生しない、赴任中は海外赴任に伴う給与や賞与・手当しか支給されない」という前提に立った給与の組み立てにより、このような所得税の問題も浮き彫りになっています(海外赴任中に発生する退職金や役員報酬・株式報酬の問題が生じるのも、会社として何ら基準を定めていないため発生した都度慌てることとなります)。まさにこのような事態は想定外であったことは確かですが、こういったイレギュラーな事態が発生することを全く想定せずに、海外赴任者の処遇が決められているのではないのでしょうか。そのため、会社にとっても予想もしていなかった追加コストが発生することとなります。

そもそも日本の会社は、海外のグローバル企業と違い、赴任者を送り出すときに、「この赴任者を海外赴任させる場合、帯同家族も含め、どれだけの総コストがかかるか」ということを事前に見積もっているケースはほとんどありません。日本側が気にするのは、税務調査の際に「寄附金」として課税されるリスクのある日本本社負担分のみというのが現状です。

今回の事態をきっかけとして、赴任者一人当たりにつきいったいどれだけのコストがかかっているのかを把握するとともに、海外赴任者規程において暗黙の前提となっている「生え抜きで現役の日本人男性が(専業主婦の)妻と子を連れて海外に赴任する」というステレオタイプの赴任者像が



変わりつつあることも踏まえ、今後の海外展開も考慮しながら海外赴任者規程等のポリシーも見直す必要があるかもしれません。

【図表】今回の一時帰国に関する税務について日本の会社がすべきことリスト

実施事項	
<input type="checkbox"/>	各赴任者がいつからいつまで日本に戻ってきたかを整理する
<input type="checkbox"/>	帰国中、業務をしていた日、休暇の日を整理する
<input type="checkbox"/>	帰国中に追加で支給した費用や手当を整理する
<input type="checkbox"/>	一時帰国中において海外勤務に伴う手当や赴任先の物価を反映した基本給を、いつまで支払うかを検討する
<input type="checkbox"/>	日本払い給与に関する所得税について、会社負担にするのか個人負担するのかを決める
<input type="checkbox"/>	日本払い給与に関する所得税を会社負担にした場合は、現地の税額計算の際に考慮する必要があるかを現地側で確認する。また、日本と赴任国の両方で課税となった部分について、赴任国で外国税額控除等の手続きが可能かどうかを確認する
<input type="checkbox"/>	これを機会に海外赴任者一名につき、どれだけのコストがかかっているかを把握するため、現地で払っているコストを計算する
<input type="checkbox"/>	海外赴任時の処遇や税務に関するポリシーを整理する
<input type="checkbox"/>	海外赴任者、赴任予定者に対して、海外赴任のポリシーや税務、社会保険など、漏れがあると本人にもリスクがある件についての資料と説明の場を用意する

【ご参考】中国での納税者の区分と課税所得の範囲

区分		課税所得		
		国内源泉所得 (例：中国で勤務したことに対して受け取る対価等)	国外源泉所得 (例：日本の不動産所得等)	
居住者	中国に住所（戸籍）あり	課税	課税	
	中国に住所なし (中国に年間 183 日以上滞在)	6 年以上の居住	課税	課税
		6 年未満の居住	課税	課税／ただし一部非課税 (※1)
非居住者 住所なし/ または 183 日未満居住	短期滞在者免税適用あり	非課税	非課税	
	短期滞在者免税適用なし	課税	非課税	

※1：所轄税務機関に届け出を行うことで、国外源泉所得のうち、中国国外の組織または個人が払う分については免税となる

(執筆者連絡先)

EY 税理士法人

ピープルアドバイザーサービス

藤井 恵

東京都千代田区有楽町 1-1-2 東京ミッドタウン日比谷 日比谷三井タワー

E-Mail : Megumi.Fujii@jp.ey.com TEL : 070-3769-9088

**税務会計: 新型コロナウイルス感染問題の難関の克服に向けた財務・税務優遇政策**

KPMG中国  
税務部  
平澤尚子

**要旨**

2020 年初め、新型コロナウイルス性肺炎の感染が中国全土で急速に拡大して以来、中国の社会全体は丸一となって協力し合い、この感染問題と戦ってきた<sup>1</sup>。感染の予防・抑制及び企業の出勤再開への利便性を図り、新型コロナウイルス性肺炎の拡大による悪影響をできる限り軽減することを目指し、各レベルの政府機関は、中央政府の一貫したリーダーシップの下、この特別な時期に対応する一連の特別政策を打ち出した。

2 月初旬、財務部、国家税務総局及び国家発展改革委員会は、新型コロナウイルス性肺炎感染の防止・抑制業務をより一層強化し、関連企業の発展を支援するために以下の 4 つの公告を公布し、2020 年 1 月 1 日から感染防止・抑制に係る租税優遇及び費用減免政策の実施を明らかにし、多くの企業や納税者にとっては朗報であったといえる。本稿では 4 つの公告の主な政策内容の概要を下記のとおりまとめた。

- 1) 財政部公告 2020 年 8 号 (以下「8 号公告」): 「新型コロナウイルス性肺炎感染の防止・抑制へのサポートに係る課税政策に関する公告」
- 2) 財政部公告 2020 年 9 号 (以下「9 号公告」): 「新型コロナウイルス性肺炎感染の防止・抑制へのサポートに係る寄付金の課税政策に関する公告」
- 3) 財政部公告 2020 年 10 号 (以下「10 号公告」): 「新型コロナウイルス性肺炎感染の防止・抑制へのサポートに係る個人所得税政策に関する公告」
- 4) 財政部公告 2020 年 11 号 (以下「11 号公告」): 「新型コロナウイルス性肺炎感染の防止・抑制期間における一部の行政事業性費用及び政府性基金の免除に関する公告」

**公告の主な政策内容まとめ****1. 感染防止・抑制に重要な保障物資の生産、輸送****【感染防止・抑制に重要な保障物資の生産】**

- 企業が生産能力拡大のために新規購入した関連設備に対して、当期の原価費用に一括計上して損金算入することを認める。
- 企業が月ごとに主管税務機関に対して、2019 年 12 月月末より増加した増値税増加留保税額の全額還付を申請することができる。
- 感染防止・抑制にとって重要な保障物資生産企業リストは、省レベル以上の発展改革委員会及び工業情報化部が決定する。

**【感染防止・抑制にとって重要な保障物資の輸送】**

- 納税者が取得した関連収益に関する増値税を免除する。

<sup>1</sup> “感染” の表記は新型コロナウイルスへの感染を指す

- 感染防止・抑制にとって重要な保障物資の詳細な範囲は、国家發展改革委員会、工業情報化部が決定する。

## 2. 企業生産・運営の再開

### 【感染問題に起因し重大な影響を受ける「苦難業界」】

- 苦難業界企業が2020年度に発生した欠損に対して、欠損補填の最大年数を5年から8年に延長する。
- 苦難業界企業は、交通運輸、飲食、宿泊、旅行（旅行会社、観光地管理者を指す）の4分野である。
- 苦難業界企業の2020年度の主要業務収益は、収益総額（非課税の収益と投資による収益を除く）の50%以上でなければならない。

### 【公共交通・運輸サービス、生活サービス及び住民に生活必需品を提供するための集荷・配達サービス】

- 納税者が取得した関連収益に関する増徴税を免除する。
- 公共交通・運輸サービス、生活サービス及び集荷・配達サービスの詳細な範囲は財税〔2016〕36号に準じる。

## 3. 感染防止物資の寄付

### 【公益性社会組織又は県レベル以上の人民政府及びその部署などの国家機関を通じた寄付】

- 企業及び個人が寄付する現金や物品に対して、課税所得を計算する際に全額控除を認める。

### 【感染の防止治療の役割を果たす病院への直接寄贈】

- 企業及び個人が寄贈する物品に対して、課税所得を計算する際に全額控除を認める。
- 寄贈者は、感染の防止治療の役割を果たす病院が発行する寄贈受領書をもって控除を行うことができる。

### 【内製、委託加工又は購入した貨物の寄付】

- 企業及び個人事業主が無償で自製、委託加工又は購入した貨物を寄付した場合、増徴税、消費税、都市維持建設税、教育費付加、地方教育費付加を免除する。

## 4. 感染防止治療、防止・抑制に係る補助金、奨励金又は現物の支給

### 【感染防止治療業務に関与した医療従事者及び感染防止業務担当者】

- 各レベル政府部門が規定した基準に基づき取得した一時的な業務補助金及び奨励金に対する個人所得税を免除する。

### 【感染防止・抑制に関与した人員】

- 省レベル及び省レベル以上の人民政府が規定した一時的な業務補助金及び奨励金に対する個人所得税を免除する。

### 【企業から個人へのウイルス感染予防用の医薬品、医療用品及び防護用品の支給】

- 企業が個人に支給する現物（現金を含まない）は、個人の賃金・給与所得に計上せず、個人所得税を免除する。

## 5. 感染防止用の医療機器及び医薬品に関する登録費用

### 【医療機器製品及び医薬品の登録手数料の免除】

- 医療機器の緊急審査手続過程に入る防止・抑制製品に対して、医療機器製品の登録手数料を免除する。
- 医薬品の特別審査手続過程に入る治療・予防に関する医薬品に対して、医薬品の登録手数料を免除する。

## 6. 航空会社の運営

### 【航空会社が納付する民間航空発展基金の免除】

- 航空会社が納付する民間航空発展基金を免除する

## 筆者の所見

納税者が上述の各政策を十分に享受するためには、政策の要点を正確に把握すると同時に、一部の政策は実施段階で更に詳細なガイドライン公布の可能性もあるため、ガイドライン公布の有無に注目する必要がある。詳細は下記のとおりである。

8号公告は感染防止・抑制にとって重要な保障物資の生産企業に対して増加留保税額の還付政策を追加し、かつ対象企業リストは各省政府が自ら決定することを明確化した。財政部、税務総局、税関総署公告2019年39号（以下「39号公告」）<sup>2</sup>に比べて、8号公告では、企業の増加留保税額の6か月間連続プラス、かつ6か月目の増加留保税額が50万人民元以上、60%の増加留保税額の還付可能などを求めている。感染防止・抑制に重要な保障物資を生産する企業は、各月ごとに増値税増加留保税額の全額還付を申請することができる。関連企業は、近日基本生産資材の大量購入で仕入税額が生じた場合、8号公告の規定に基づき企業の増加留保税額を適時に還付申請し、キャッシュフローを改善することができる。また8号公告は企業の信用格付けなどその他の一般条件について制限していないため、関連企業は今後公布される具体的な申請手続ガイドラインに引き続き注目すべきである。8号公告の政策内容は以前に公布された留保税額還付政策と異なるため、実務上如何に従来の留保税額還付政策と整合性を保つかが、企業と税務機関が共に考慮すべき問題であるといえる。例えば、企業が2019年10月に39号公告に基づき留保税額の還付を申請した場合、2020年2月に1月分の留保税額に対して8号公告に基づき還付を申請すれば、企業の2019年10～12月に生じた留保税額に対して39号公告を適用できるか否かについて検討が必要である。

8号公告は、納税者が感染防止・抑制にとって重要な保障物資を輸送することで取得した収益に対して、増値税を免除することを規定している。納税者が注意すべきことは、免税政策は感染防止・抑制にとって重要な保障物資の輸送による収益のみに適用されるため、納税者は、輸送した物資が中国政府が規定した感染防止・抑制にとって重要な保障物資であり、かつ取得した収益は上述の物資に関連することを証明できる資料の保存に注意を払うべきである。

8号公告は、納税者が公共交通・運輸サービス、生活サービス及び住民に生活必需品を提供するための集荷・配達サービスを提供することで取得した収益に対する増値税を免除することを規定している。公共交通・運輸サービス、生活サービス及び集荷・配達サービスの対象範囲は財税〔2016〕36号<sup>3</sup>の規定に準拠する。納税者が取得したその他収益は免税対象外であるため、その区分けと

<sup>2</sup> 財政部、税務総局、税関総署公告2019年第39号「増値税改革の深化にかかる関連政策に関する公告」。増値税期末留保税額還付の申請可能な条件を規定している。

<sup>3</sup> 財税2016年36号「国家税務総局の増値税改革の全面展開に関する通知」。不動産業及び建設業、金融業、生活サービス業などに対して全面的に増値税改革を実施することが規定されている。

計算に注意すべきである。例えば、生活サービス業の企業がオンラインプラットフォームによる情報サービスとオフラインサービスを共に提供する場合、その収益に対して区分けする必要があるか、具体的にはどのように処理するか。また、住民に生活必需品を提供するための集荷・配達サービスの対象企業はネット注文と宅配サービスを提供するインターネットプラットフォーム企業を含むか否か。これらは、納税者が自社の業務実態及び税務管理能力を踏まえて租税優遇を享受できるか否かを判断し、租税優遇を十分に享受するための重要なポイントである。

8号公告では住民の生活必需品の範囲について明確にしていない。集荷・配達サービスに従事する納税者は、住民に生活必需品を提供するための集荷・配達サービスとその他の集荷・配達サービスの区分け方について、今後公布される関連政策に留意されるよう推奨する。

9号公告は、納税者が公益性社会組織又は県レベル以上の人民政府及びその部署などの国家機関を通じての寄付、感染の防止治療の役割を果たす病院への直接寄贈、新型コロナウイルス性肺炎感染問題に対応するための自製、委託加工又は購入による貨物の無償寄付に対して、増値税、消費税及び付加税金・費用を免除することを規定している。また、納税者は今後、公益性社会組織の対象範囲及び感染の防止治療の役割を果たす病院リストの公布の有無や、実務上その他部署・委員会の関連規定を参考にできるか否かについても注目すべきである。

企業は、上述の増値税免除政策を適用する収益に対して、免税収益とその他課税収益を合理的に区分けして、免税収益に係る仕入活動に対応する仕入税額のコストへの振替を行う。

10号公告は、企業が個人に支給するウイルス感染予防用の医薬品、医療用品及び防護用品などの現物は、賃金・給与所得に計上せず、個人所得税を免除することを明確化した。しかし、企業所得税の観点から、防護用品を労働保護用品とみなして、関連原価費用の全額損金算入を行うか、或いは従業員福利費として、賃金給与総額の14%まで損金算入を行うかは明確化されていない。また関連して、増値税仕入税額の処理においても、防護用品を労働保護用品として仕入れて、仕入税額控除を行うか、或いは個人・集団消費として仕入税額のコストへの振替を行うかを更に明らかにする必要がある。

(執筆者連絡先)

KPMG 中国

税務パートナー

平澤尚子

中国上海市静安区南京西路 1266 号恒隆広場第二期 26F

Tel: +86-21-2212-3098 E-mail: naoko.hirasawa@kpmg.com





MUFG中国ビジネス・ネットワーク



MUFGバンク(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階	86-10-6590-8888
天 津 支 店	天津市南京路75号 天津国際大廈21階	86-22-2311-0088
大 連 支 店	大連市西崗区中山路147号 森茂大廈11階	86-411-8360-6000
無 錫 支 店	無錫市新区長江路16号 無錫軟件園10階	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
成 都 支 店	成都市錦江区順城大街8号 中環広場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
瀋 陽 支 店	遼寧省瀋陽市和平区青年大街286号 華潤大廈20階2002室	86-24-8398-7888
蘇 州 支 店	江蘇省蘇州市蘇州工業園区蘇州大道東289号広融大廈15、16階	86-512-3333-3030
福 州 支 店	福建省福州市台江区江濱中大道363号 華班大廈5階01、02、03、10、11、12号	86-591-3810-3777
杭 州 支 店	浙江省杭州市下城区延安路385号杭州嘉里中心2幢10階1002、1003、1004号	86-571-8792-8080

三菱UFJ銀行

香 港 支 店	9F AIA Central, 1 Connaught Road, Central, Hong Kong	852-2823-6666
台 北 支 店 高 雄 出 張 所	台湾台北市民生東路3段109号 聯邦企業大樓9階 台湾高雄市前鎮区成功二路88号4階	886-2-2514-0598 886-7-332-1881

## 【本邦におけるご照会先】

### 国際業務部

東京：03-6259-6695（代表） 大阪：06-6206-8434（代表） 名古屋：052-211-0544（代表）

発行：三菱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 国際情報営業部

2020年4月8日発行

- ・本資料は情報提供を唯一の目的としたものであり、金融商品の売買や投資などの勧誘を目的としたものではありません。本資料の中に銀行取引や同取引に関連する記載がある場合、弊行がそれらの取引を応諾したこと、またそれらの取引の実行を推奨することを意味するものではなく、それらの取引の妥当性や、適法性等について保証するものでもありません。
- ・本資料の記述は弊行内で作成したものを含め弊行の統一された考えを表明したものではありません。
- ・本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、その正確性、信頼性、完全性を保証するものではありません。最終判断はご自身で行っていただきますようお願いいたします。本資料に基づく投資決定、経営上の判断、その他全ての行為によって如何なる損害を受けた場合にも、弊行ならびに原資料提供者は一切の責任を負いません。実際の適用につきましては、別途、公認会計士、税理士、弁護士にご確認いただきますようお願いいたします。
- ・本資料の知的財産権は全て原資料提供者または株式会社三菱UFJ銀行に帰属します。本資料の本文の一部または全部について、第三者への開示および、複製、販売、その他如何なる方法においても、第三者への提供を禁じます。
- ・本資料の内容は予告なく変更される場合があります。