# MUFG BK 中国月報

三菱 UFJ 銀行 トランザクションバンキング部

2025 年 7 月号（第 233 号）

※ 読みたい記事のタイトルをクリックしてください。

■ マクロからみた今後の中国ビジネス環境～経済減速の中で好機も～

三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング　調査部
副主任研究員　　丸山健太 …… 1

■ 日系自動車メーカーの中国における現状と課題、今後の方向性

三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング　経営戦略第 2 部
シニアマネージャー　　前野健二 …… 5

■ 中国税関の対米関税徴収に関する執行細則

KPMG 中国　日系企業サービス
税務パートナー　　陳蔚 …… 9

■ 日系企業のための中国法令・政策の動き

三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング　国際アドバイザリー事業部
シニアアドバイザー　　池上隆介 …… 12

■ 主要経済指標の推移

三菱 UFJ 銀行　トランザクションバンキング部 …… 16

■ MUFG 中国ビジネス・ネットワーク

世界が進むチカラになる。

三菱UFJ銀行　MUFG

# マクロからみた今後の中国ビジネス環境～経済減速の中で好機も～

三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング
調査部
副主任研究員　丸山健太

**足元で外資企業の対中投資が減少**

2022 年以降、外資企業の中国離れが加速している。国家外貨管理局の統計によると、中国の対内直接投資金額（ネット）は 2021 年の 3,441 億ドルをピークに減少し、2024 年には 45 億ドルと、1991 年以来の低さだった。四半期では、2023 年 7～9 月期以降、投資回収が実行を上回る期もみられた。

日本企業も例外ではなく、対中直接投資は減少傾向にある。日本の対中直接投資金額（ネット）は、2024 年こそ前年からわずかに増加したものの、直近のピークだった 2021 年の 3 分の 1 程度の水準まで落ち込んだ。

外資企業の中国離れの要因として、中国で事業を展開する際のコストとリスクが上昇していることが挙げられる。具体的には、人件費の上昇で生産コスト面の優位性が低下しているほか、米中対立の激化で地政学リスクが高まっている。また、2012 年に成立した習近平政権は、共産党一党体制の維持を何よりも重視する「国家安全」を掲げ、2023 年には反スパイ法が改正されたことで、企業としては駐在員が中国当局に拘束されるなどのリスクへの懸念が高まった。

**中国経済は今後、減速が不可避**

上述のような中国事業コストの上昇に加え、中国経済の成長が徐々に鈍化し、外資企業が中国事業から得られる果実が減少しつつあることも、中国離れに拍車をかけている。今後も、中国の経済成長は鈍化が見込まれることから、外資企業の対中投資には減少圧力が強まるだろう。

中国経済の減速は、主に生産年齢人口の減少と投資機会の減少を背景に避けられない。中国における 15～64 歳の生産年齢人口は、2013 年の 10 億 1,041 万人をピークに減少が続いている。1970 年代末から 2015 年まで実施された「一人っ子政策」の影響もあり、今後の生産年齢人口の減少ペースは一段の加速が予想される。生産年齢人口の減少は、供給側から見ると、働き手の減少を通じて成長力低下の要因となるうえ、この世代は消費の主な担い手でもあることから、需要縮小にもつながる。

また、中国では投資主導の成長を続ける中、高収益が望める投資は実行済みで、投資効率は低下している。リーマンショック後の 2008 年秋以降、中国政府は「4 兆元の経済対策」として大規模な投資を実行し、景気の急縮小を防いだが、同時に中国経済は投資偏重の成長に移行した。投資効率の低下は、企業にとって十分な収益が得られる投資先の減少を意味し、設備投資の減少要因となる。これにより、企業の生産能力の成長が鈍化し、将来の生産減少につながる。地方政府主導のインフラ投資は、収益力の低下で必ずしも減少するわけではないが、収益がコストを大きく下回れば、インフラ目的債の償還が地方政府の負担となり、政府債務問題は一段と深刻化する懸念がある。

**ただし、中国ビジネスには好機も多い**

それでも、日本企業にとって中国ビジネスは依然重要である。第一に、中国経済の減速は避けられないとはいえ、先進国より高い成長率が当面続くとみられる。2025 年 4 月の国際通貨基金（IMF）の見通しによると、2026～2030 年の実質国内総生産（GDP）成長率の 5 年平均は米国が 2.0%、欧州連合（EU）が 1.5%、日本が 0.6%であるのに対し、中国は 3.9%と高い。中国経済の高成長が予想される背景に、都市化や先進国へのキャッチアップによる生産性の向上に対する期待がある。

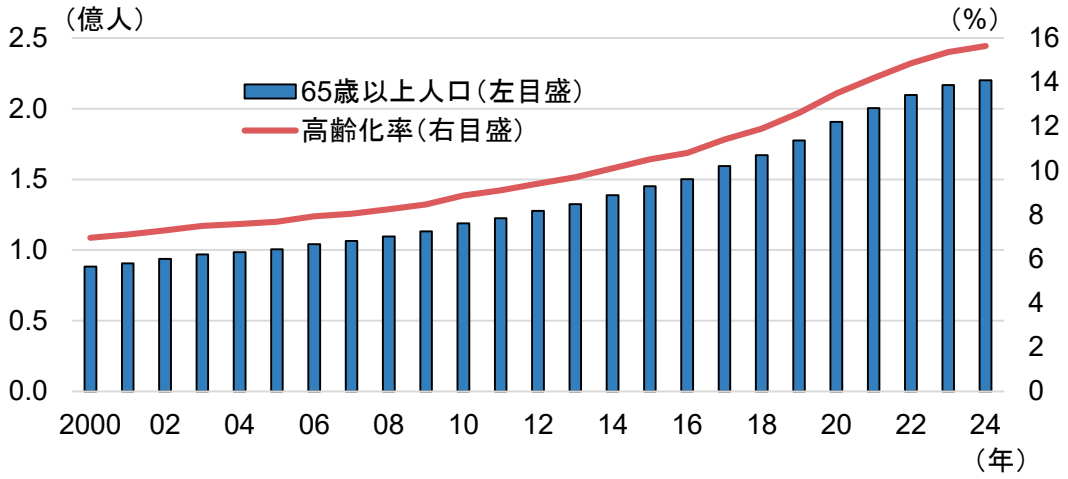
中国の都市住民が全人口に占める割合は 2024 年に 67.0%と、第 18 回オリンピック競技大会（東京五輪）が開催された 1964 年の日本と同程度の水準だった。中国では今後、都市化の進展に伴い、主要産業が農業など第一次産業から、より生産性の高い製造業など第二次産業、サービス業など第三次産業にシフトする産業の高度化が期待される。また、都市への人口集中で、人材の交流が活発化し、新たな知の創造やイノベーションにつながるといった集積のメリットも生まれる。

また、2024 年の中国の 1 人当たり GDP は 1 万 3,306 ドルと、世界銀行の定義では高中所得国とされ、米国の 15%程度にとどまる。中国は GDP 総額こそ米国に次ぐ第 2 位だが、実態は新興国として、先進国にキャッチアップする途上にある。その過程で中国は「後発性の利益」を享受し、生産性をより効率的に向上させることができる。すなわち、中国はこれまで先進国が時間やコストをかけて獲得してきた技術や知見を模倣・活用することで、先進国よりも高速度での経済発展が可能となる。

第二に、中国が直面する経済・社会問題は、日本が経験してきた課題であり、日本企業には、これまで蓄積した知見を活かす好機が生まれる。代表的な例として、高齢化とデフレーション（デフレ）が挙げられる。

中国では高齢化が急速に進んでいる。65 歳以上の高齢者が全人口に占める割合（高齢化率）は、2024 年に 15.6%と「高齢社会」の基準とされる 14%を上回り、中国は「高齢社会」となった（図表 1）。高齢化は、働き手不足や社会保障負担の増加を通じ、経済を下押しする一方、高齢者向け財・サービスの市場拡大により景気を押し上げることが期待される。介護用品や高齢者向けフィットネスジムなどのシルバー経済は、中国の研究機関である中商産業研究院の調査によると、2023 年に 7 兆元の規模だったが、2026 年には 12 兆元まで急拡大が見込まれる。日本企業は、高齢化が先行している日本市場を主戦場としており、中国のシルバー経済拡大は大きなビジネスチャンスとなる。

**【図表 1　中国の高齢者数と高齢化率】**

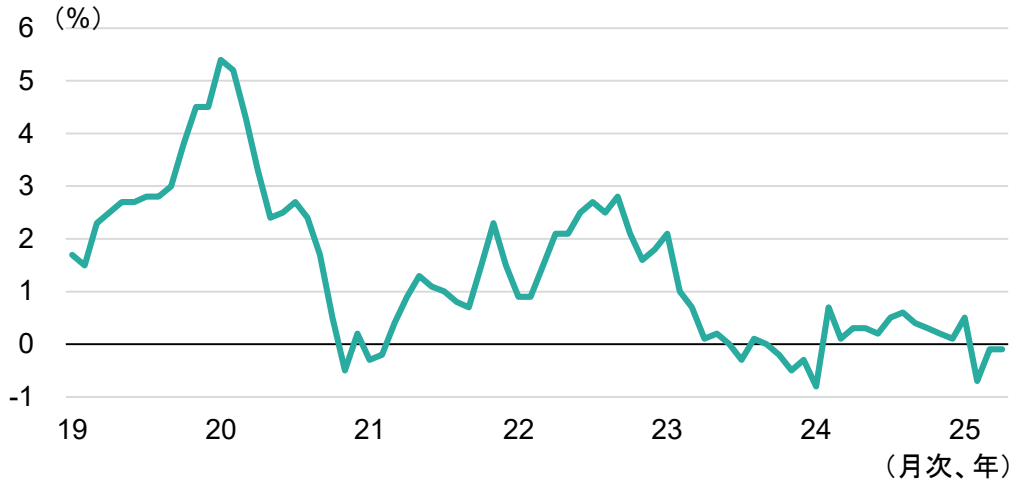



（出所）国家統計局より三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング（MURC）作成

また、中国ではデフレに陥る懸念が高まっている。消費者物価は 2023 年以降、前年比＋1%を下回る伸びが続き、2025 年 2～4 月にかけて、3 カ月連続で前年から下落した（図表 2）。バブル崩壊後の日本でみられたように、ひとたびデフレに陥ると、企業収益の悪化が雇用・所得情勢の悪化を招き、人々の節約志向が高まる傾向がある。中国でも近年、若者を中心に寝そべり族やコスパ重視の理性消費といった、節約志向的な消費行動の変化がみられる。節約志向の高まりは個人消費の抑制を通じ、景気を下押しするが、同時に新しい消費行動の誕生を意味し、新たなビジネスチャンスにもつながる。

例えば、中国でデフレマインドが定着しかかっている今、これまであまり消費者の選択肢にならなかった、100 円均一やファストフードなど低価格帯の財・サービスの需要増加が期待される。日本では長きにわたりデフレが続く中、こうした低価格帯の財・サービスの分野で競争力をつけており、中国市場でも先導的なポジションをとるチャンスが大いにある。

**【図表 2　中国の消費者物価指数（前年比）】**

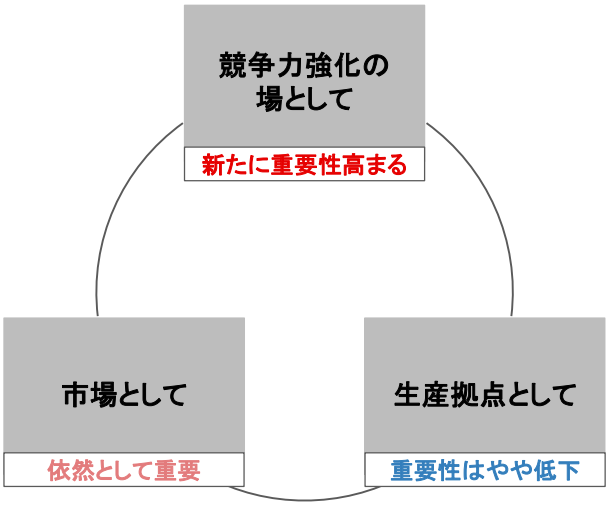



（出所）国家統計局より MURC 作成

**中国の位置づけを捉えなおす機会に**

人口などの面から見て日本経済は、今後、縮小を迫られる中、日本企業にとって中国でのビジネスは重要である。ただし、米国トランプ大統領の就任で米中対立が激化し、グローバルサプライチェーン再編への圧力が強まっていることや、中国経済は構造的に成長鈍化が避けられないことを踏まえると、グローバルビジネスにおける中国の位置づけを改めて考えるべきだろう。そのうえで、3 つの観点から中国を捉えてみたい（図表 3）。

**【図表 3　日本企業にとっての中国の位置づけ】**




（出所）MURC 作成

まず、生産拠点としての中国の重要性は、やや低下している。かつて中国は世界の工場と呼ばれたが、現在では人件費の上昇などによる生産コストの増加や地政学リスクの高まりを背景に、インドや東南アジア諸国連合（ASEAN）などにその地位が移りつつある。

一方、市場としての中国は、14 億の人口を抱え市場規模自体が大きいことに加え、先進国よりも高い成長を続けていることから、引き続き重要である。さらに、新たに重要性が高まりつつあるのが、競争力強化の場としての中国である。中国企業は近年、技術力などの面で、急速に力をつけている。そのため、中国国内では様々な市場で過当競争が生じ、外資企業の中国離れをもたらしている。ただし、日本企業としては、中国企業との競争を嫌い中国から撤退したとしても、今後、日本市場や ASEAN などの市場で、いずれ中国企業との対決は避けられない。そうであれば、日本企業としても中国企業との切磋琢磨を通じ、競争力を強化する場として中国を活用することが重要になる。位置づけが変わっても、日本企業にとって中国は当面欠かせない存在であり続けるだろう。

（2025 年 4 月 21 日「三菱 UFJ 銀行　グローバル経営支援セミナー」での講演を一部再構成）

（執筆者連絡先）
三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング
E-mail: k.maruyama@murc.jp　ホームページ: https://www.murc.jp

# 日系自動車メーカーの中国における現状と課題、今後の方向性

三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング
経営戦略第2部
シニアマネージャー　前野健二

世界最大の自動車市場である中国は、日系自動車メーカーにとっても、長年にわたり重要な生産・販売拠点だった。しかし、現地企業の台頭、電気自動車（EV）シフトの加速など、近年の環境変化はそのビジネスに大きな影響を及ぼしている。本稿では、日系自動車メーカーが中国市場で直面する主要な課題を、（1）受託スキームの変化、（2）マーケットポジションの変化、（3）競争環境の変化、の 3 つの切り口で整理する。

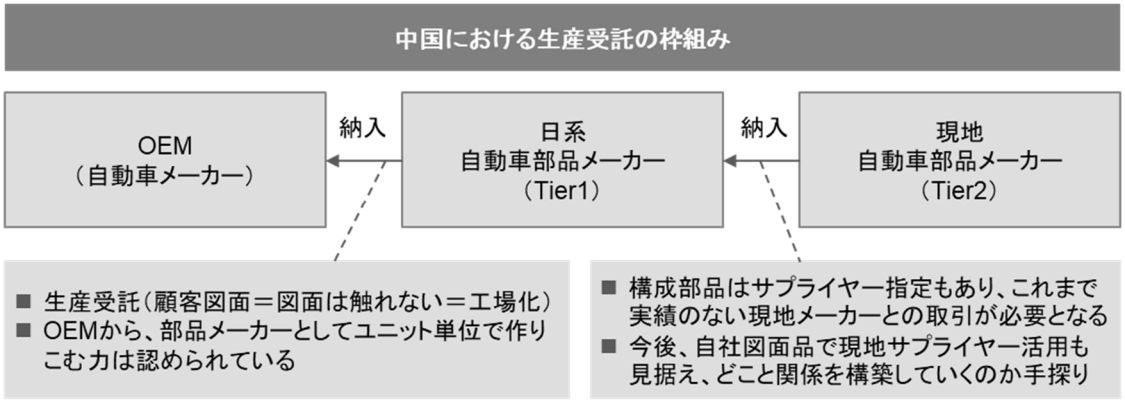
**（1）日系自動車部品メーカーが抱える本質的課題：中国における受託スキームの変化**

中国では自動車の激しい価格競争が繰り広げられており、日系自動車メーカーはシェアを落としている。このような状況下で、日系自動車部品メーカーは仕事量の確保に奔走する。そのため、従来では考えられないような、受託スキームの変化が起きている。

例えば、これまで自社図面で製造していた大手自動車部品メーカー（Tier1）が、自社が手を加えることができない客先図面で生産する、受託生産に踏み切っている。この場合、当該自動車部品の設計を担う役割が、部品メーカーから自動車メーカーに替わる。

さらに注目すべきは、当該受託生産のスキームにおいて、自動車メーカー指定の現地部品メーカーの活用が義務付けられている点である。このため、これまで日系自動車部品メーカー（Tier2）から調達していた部品が、中国の現地自動車部品メーカー（Tier2）に流れる。つまり、日系自動車部品メーカー（Tier2）と中国の現地自動車部品メーカー（Tier2）との役割分担が大きく変化する。この変化の背景には、仕事量の確保だけでなく、現地のコスト競争力を維持する必要性もあり、今後、現地自動車部品メーカーへ構造的に仕事が流れる動きが加速するだろう。

**【図表 1　中国における受託生産のスキーム】**




仕事量確保のために生産受託など新たな役割分担にチャレンジすることになるが、現地メーカーの活用がセットとなっており、構造的に現地メーカーを活用する動きになっていく。
出所：執筆者作成

**（2）日系自動車メーカーの迷い：中国におけるマーケットポジションの変化**

中国における日系自動車メーカーのマーケットポジションは、足元の自動車販売の状況を見ると、バッテリー式電気自動車（BEV）販売がアーリーアダプターで一巡した結果、充電や航続距離の問題からプラグインハイブリッド自動車（PHEV）の販売が増加している。一方で、日系自動車メーカーが得意とする領域であるハイブリッド自動車（HEV）の市場シェアは数%にとどまり、中国市場ではまだ小さい。また、同様に日系自動車メーカーが得意な内燃エンジンの市場シェアは年々減少している。

昨今の中国市場において注目されているキーワードは、「顔値」「顧客体験」である。意訳すると、「顔値」は車の見た目（外観）の洗練具合、「顧客体験」は車内空間での楽しさや快適さを指す。これに対して、日系自動車メーカーが評価されるのは「信頼性の高いエンジン車」という点であり、「顔値」や「顧客体験」といった新たな評価のキーワードとは異なる軸に位置している。また、2023 年の自動車メーカー別の平均取引価格を見ると、日系自動車メーカーの車両は、中国の BEV や PHEV を販売しているメーカーより高価である。

つまり、日系自動車メーカーは「BEV や PHEV よりも信頼性の高いガソリン車」というマーケットポジションにある。この状況は、日系自動車メーカーが将来に向けて、中国市場でどのような立ち位置で戦うべきかを見失っていることを示しているのではないだろうか。

**（3）競合変化：日本市場における中国メーカーとの競争**

中国自動車メーカーの BYD（比亜迪）が、2026 年後半に日本市場向けに専用設計された乗用軽 EV を導入すると発表[注1]したのは記憶に新しいところである。中国系自動車メーカーは、BEV や PHEV を中心に存在感を増す中、これまでとは異次元と言えるコストやスピードで日本市場での勝負を挑んできている。

自動車部品メーカーにおいても、中国の現地部品メーカーが本国で生産した製品を日本に輸出し、日系自動車メーカーに納めているケースが既に存在している。市場規模としては 2023 年時点で 1 兆円にまで成長[注2]しており、「日本市場における競合は日系メーカーである」という前提が崩れ始めていると言える。

また、中国の自動車部品メーカーによる製品の水準は、従来は「性能はやや劣るが、コストは抑えられる」という理由で採用されるケースが多かった。しかし、近年では「性能は同等で、コストが安い」、または「性能が優れていて、コストは数十%安い」といったように、これまでは想像できなかった水準へと引き上がっている。加えて、こうした変化が、コモディティー化された部品領域にとどまらず、BEV の先端部品でも起きている点が非常に脅威である。

この背景には、中国の国策としての補助金投入だけでなく、中国現地で低コストを実現するために、日系自動車メーカーが日系部品メーカーに対して「中国現地部品メーカーへの技術支援」を要請したことなども一因とされる。同様に、日系大手部品メーカーがサプライチェーンを強化するため、中国現地部品メーカーを支援するケースも増えている。その結果、中国現地部品メーカーの競争力が向上してきたと考えられる。ゆえに、日系部品メーカーは中国市場で現地の部品メーカーと競争するだけでなく、日本市場を守るためにも中国の部品メーカーとの競争に直面するだろう。

注 1　「2026 年後半に日本専用設計の乗用軽 EV の国内導入を決定（2025.04.24）」
https://byd.co.jp/e-life/news/2025_0424_1.html
注 2　自動車部品工業会「2024 日本の自動車部品産業」
https://www.japia.or.jp/topics_detail9/

上記 3 つの切り口で見てきたように、日系自動車メーカーは、中国市場における構造的な変化と競争環境の激化に直面している。今後は、現地ニーズへの柔軟な対応とグローバル戦略の再構築が不可欠である。また、日本市場における中国勢との競争も視野に入れた、持続可能な競争力の確保が求められる。変化を脅威ではなく機会と捉え、戦略的な転換を図ることが、次の成長への鍵となるだろう。

**【図表 2　中国自動車メーカー（BYD）と、日系自動車メーカー3 社の強みの比較】**

| 項目／自動車メーカー | BYD（中国） | トヨタ | ホンダ | 日産 |
|---|---|---|---|---|
| 電動化技術 | **EV・PHEV の「二刀流」技術に強み。電池から車両まで自社一貫生産** | ハイブリッド技術に圧倒的強み。EV・PHEV はやや遅れ気味 | ハイブリッドと水素技術に注力。EV は限定的 | EV「リーフ」の先駆者。軽 EV「サクラ」も好調 |
| 価格競争力 | **自社製バッテリーによるコスト削減で高コスパ** | 高品質だが、価格はやや高め | コストパフォーマンス重視のモデルも多い | EV 価格は競争力あり |
| デザイン | **欧州デザイナー（元アウディ）を起用し、洗練されたデザイン** | 実用性重視のデザインが多い | 若者向けのスポーティーなデザイン | モダンで先進的なデザインが増加中 |
| 日本市場戦略 | **軽 EV を 2026 年後半に投入予定。日本専用設計で本格参入** | 国内販売網が強固。軽自動車はダイハツと連携 | N-BOX など軽市場で圧倒的シェア | 軽 EV「サクラ」で EV 市場をけん引 |
| 販売台数（世界） | **2024 年に世界第 6 位。ホンダ・日産を上回る** | 世界販売台数トップクラス | 世界的には中堅規模 | 世界販売はやや減少傾向 |
| 技術の独自性 | **電池技術（ブレードバッテリー）や EV 専用プラットフォームに強み** | ハイブリッドと水素燃料電池車（MIRAI）に独自技術 | 小型車・バイク・航空モビリティなど多角化 | e-POWER など独自の電動化技術 |

BYD は、電池から車両までの垂直統合、EV と PHEV の両立（軽自動車への新規参入）、価格競争力が大きな強み。一方、日系メーカーは信頼性・ブランド力・販売網において依然として優位性がある。
出所：執筆者作成

（執筆者連絡先）
三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング
E-mail: kenji.maeno@murc.jp　ホームページ：https://www.murc.jp

# 中国税関の対米関税徴収に関する執行細則

KPMG 中国
日系企業サービス
税務パートナー　陳蔚（Vivian Chen）

## 1 概要

米国と中国間の貿易摩擦の高まりを背景に、両国は相次いで関税追加措置を発表した。

米国は 2025 年 4 月 2 日、中国の対米輸出品に「相互関税」を課すと発表し、その後数回にわたり関税率を引き上げた。中国も対抗措置を発表し、2025 年 4 月 10 日 12 時 01 分から米国原産の輸入品に追加関税を課すことを決めた。追加関税率は当初の 34%から 84%に引き上げられ、2025 年 4 月 12 日からは 125%に引き上げられた。その後、2025 年 5 月 11 日にスイスで開かれた米中閣僚級協議での合意により、中国は 125%まで引き上げた報復関税を 34%に引き下げ、うち 24%は米国と同様に効力を一時停止した。

関税の追加徴収を実施するために、中国税関総署は 2025 年 4 月 9 日に「米国原産の輸入商品に対する関税措置の実行に関する事項に関する公告」（税関総署公告 2025 年第 58 号、以下「58 号公告」）を公布し、5 月 9 日に「税関特別監督管理区域、保税監督管理場所と区外加工貿易の調整に関する管理措置に関する公告」（税関総署、国家発展改革委員会、財政部、農業農村部、商務部、税務総局公告 2025 年第 83 号、以下「83 号公告」）を公布した。

この背景の下、中国輸出入企業にとって重要な、米国原産商品の輸入に関する留意事項等について解説する。

## 2 米国原産商品の輸入に関する重要な留意点

### ①追加関税の適用範囲

中国の今回の対抗措置「相互関税」の課税範囲は、すべての米国原産貨物に適用され、商品免除リストは提供されていない。

### ②保税加工貿易における米国原産輸入貨物への管理要求

58 号公告によって、税関の特別監督管理区域内と区域外から保税の形で輸入する米国原産の貨物のさらなる加工、完成品の深加工結転（保税輸入した加工製品を他の加工貿易企業に移転してさらに加工した後、再輸出すること）を通じた保税区外への転入、または税関の特別監督管理区域と保税監督管理場所への転入等、いわゆる保税状態での中国内の貨物移動（以下「保税流通」）はすべて禁止されるようになった。

一方、83 号公告の公布によって、対米国品加工貿易専用帳簿（以下、「専用帳簿」）を利用する場合などに限って、米国原産輸入貨物に関わる保税流通の規制が緩和された。

これらの規定は企業の保税貨物管理に大きな影響を与える可能性がある。現時点（2025 年 5 月）における 58 号公告と 83 号公告のポイントは下記の通りである。
・税関特別管理監督区域、保税管理監督場所および保税区以外にある加工貿易企業は、米国原産貨物輸出入の専用帳簿を作成しなければならない。

・米国原産輸入品は専用帳簿間でのみ流通させることができ、一般帳簿との間で流通させてはならない。すなわち、
- 川上企業が専用帳簿を作成し使用する場合、その取引先である川下企業も専用帳簿を使用しなければならない。
- 上述の専用帳簿を使用した場合に限って、未加工の保税材料、または加工後の製品を保税流通させることができる。

・保税輸入部品を用いて加工した後の完成品が保税流通しない場合に限り、中国国内販売が可能である。国内販売時に、保税材料に対して輸入段階の関税と輸入増値税を追納する。

・保税のまま流通させる場合は、国内で販売してはならず、国外に輸出することのみができる。すなわち、保税区内から専用帳簿材料を輸入して加工した完成品、または保税区外から深加工結転を通じて転入された材料を使って加工した完成品は、必ず国外に輸出しなければならず、国内で販売してはならない。これは商品名と原産地の変更により、米国原産の性質を意図的に変更されることを回避するためである。

・専用帳簿下の端材、不良品、副産物は国内販売できず、国外へ搬出されるか、もしくは中国国内で廃棄処理されなければならない。

**3 企業が取るべき対応策に関する KPMG の所見**

**①輸入貨物の原産地管理の強化**

今回の追加関税対象は米国原産の貨物であり、原産地申告の適正性が税関の監督管理の重点項目となっている。企業は中国優遇原産地と非優遇原産地規則に基づき、異なる業務体系における輸入貨物に対して、物品関税番号の「項」（関税 HS コードの上 4 桁）変更基準、付加価値基準、加工工程基準等により、関連製品における実質的な変更の有無について分析・評価し、中国への輸入品に関わる原産地の判定を正確に行う必要がある。また、企業は仕入れ先原産地確認プロセスと関連書類管理の社内制度の構築を通じて、原産地申告のコンプライアンスを確保すること、必要に応じて原産地に関わる事前裁定の申請を検討することが求められる。

**②米国原産輸入材料に関わる保税業務の見直し**

中国政府は、米国原産の輸入保税材料に関わる保税加工と保税流通を厳しく制限しているため、関連保税業務に関わる物流、販売、業務運営等に大きな支障をきたす可能性が高い。したがって、米国原産輸入材料に関わる保税業務を見直し、必要に応じて業務モデルを変更のうえ、仕入れ先や顧客と事前にコミュニケーションを取ることを提案する。

一方、合理的な商業目的がなく、単に租税回避を目的とする取引に対しては、税関は、2024 年 12 月 1 日から新たに発効した「中華人民共和国関税法」第 54 条などの条文に基づき、一般租税回避防止措置を適用することができる。よって、企業は関連取引の商業目的の合理性と必要性を十分に考慮したうえで、加工貿易を含む業務モデルを構築することを推奨する。

**③米国原産輸入材料に関わる専用帳簿の管理強化**

中国税関が米国原産材料の専用帳簿の作成と使用に対する管理を強化したことを背景に、保税業務に従事する企業は、関連する専用帳簿において、米国原産輸入原材料の届け出・追跡管理、国内販売など一連のプロセス管理も同時に強化し、材料混用等による中国国内での無断販売等の問題が発生する事態を避ける必要がある。

（執筆者連絡先）
KPMG 中国　日系企業サービス
税務パートナー
陳蔚（Vivian Chen）
中国深圳市南山区科苑南路 2666 号　中国華潤ビル 15F
Tel: +86-755-2547-1198　　E-mail: vivian.w.chen@kpmg.com

# 日系企業のための中国法令・政策の動き

三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング
国際アドバイザリー事業部
シニアアドバイザー　池上隆介

今月号では 2025 年 5 月中旬から 6 月中旬にかけて公布された政策・法令を取りあげました。

**[　政策　]**

| 【区域発展政策】 | |
|---|---|
| ○「商務部の『国家級経済技術開発区の改革・革新を深化させ、ハイレベルの開放による質の高い発展をけん引する活動計画』の印刷・発布に関する通知」（商資函［2025］132 号、2025 年 5 月 21 日発布・実施）<br>■原文（「商务部关于印发《深化国家级经济技术开发区改革创新以高水平开放引领高质量发展工作方案》的通知」）は、商務部の下記サイトをご参照。<br>https://wzs.mofcom.gov.cn/zcfb/art/2025/art_da2131cdc5fd4cc9987e697c6be9f40f.html | |
| | 国家級経済技術開発区の新たな発展に向けた活動指針。商務部が国務院の許可を得て、中国共産党中央委員会関係部門、地方政府及び国務院関係部門に通知したもの。国家級経済技術開発区は、1984 年に沿海 14 都市に設立されて以降、2024 年末までに全国 31 の省・自治区・直轄市に合計 232 カ所が設立され、改革・開放の重要な推進母体として位置づけられている。<br>■この計画には、地域の状況に応じた新たな生産力の発掘、開放型経済のレベル向上、管理制度の改革・深化、生産要素の保証強化の 4 つのテーマについて、16 項目の活動指針が示されている。その主な内容は、以下の通り（以下は記載番号、項目、主な内容の順に記載）。<br>1.地域の状況に応じた新たな生産力の発掘<br>（1）イノベーションの源泉発掘能力の向上：認定された国家級経済技術開発区への重大産業科学技術革新プラットフォームの配置、区内の関係単位（注：企業その他の組織）による国家と地方の科学技術計画プロジェクトの実施を支持する。<br>（2）製造業の質の高い発展のための基盤強化：国家級経済技術開発区の国家産業基盤再構築プロジェクト、重大技術設備研究プロジェクト、製造業重大技術改造・アップグレード及び大規模設備更新プロジェクトへの参加を支持する。<br>（3）デジタル経済と実体経済の深い融合の促進：国家級経済技術開発区の製造業デジタルトランスフォーメーション（DX）とインテリジェント製造プロジェクトへの参加、高水準デジタル園区・DX モデル企業・スマートファクトリーの建設を支持する。<br>（4）安全で安定した産業チェーン・サプライチェーンの構築：国家級経済技術開発区の科学技術リーディング企業、産業チェーン・サプライチェーンの主要企業、ユニコーン企業、ハイテク企業、“専精特新”（専門・精細・特色・斬新）企業、製造業の特定事業でのトップ企業の誘致・育成を強化し、産業チェーンとサプライチェーンにおける協力関係の強化を支持する。 | |

| | |
|---|---|
| | 2.開放型経済のレベル向上<br>(6) 外資利用の質の向上：国家級経済技術開発区の集積回路、バイオ医薬、ハイエンド機器製造などの分野の外資プロジェクトを重大・重点外資プロジェクトリストに優先的に入れることを支持する。国家級経済技術開発区の代表的な外資プロジェクトに対する地方政府の支援を強化する。外資のファンドを含む各種資金が、国家級経済技術開発区の新興産業へ投資し、中小企業の育成・起業を奨励する。国家級経済技術開発区における国外投資家による配当利益の再投資にかかる課税繰り延べなどの租税優遇政策の実施を指導する。 |

**[ 規則 ]**

| 【納税信用評価】 | |
|---|---|
| ○「国家税務総局の『納税・費用納付信用管理弁法』の発布に関する公告」(国家税務総局公告 2025 年第 12 号、2025 年 5 月 16 日公布、同年 7 月 1 日施行)<br>■原文(「国家税务总局关于发布《纳税缴费信用管理办法》的公告」)は、国家税務総局の下記サイトをご参照。<br>https://fgk.chinatax.gov.cn/zcfgk/c100012/c5240851/content.html | |
| | 2014 年から全国で実施されている企業に対する税務機関の納税信用評価に関する規則である「納税信用管理弁法(試行)」と、これに関連する国家税務総局の公告を廃止し、評価の対象に納税情報の他、税務機関が徴収する社会保険料と行政費用の情報を加えた新たな規則を公布したもの。<br>■従来の弁法では、信用評価の基礎となる情報収集の方法、評価方法と等級分類、評価結果の確定方法、税務機関による等級別の待遇が規定されているが、新弁法でもこれらは基本的に変わっていない。<br>評価方法については、評価指標による減点方式と直接判定方式が採られる。評価指標による減点方式は、税務機関の内部情報(税・費用の申告・納付情報、納税評価情報、税務検査情報など)、外部評価情報(銀行、市場監督管理部門、不動産・土地管理部門、税関、その他の部門の評価情報)など約 70 項目の評価指標について、基礎点(情報の精度により 100 点、93 点、90 点のいずれか)から 1 点ないし 11 点の範囲で減点される。等級分類との関係は、A 級は 90 点以上、B 級は 70 点以上 90 点未満、M 級は 70 点以上で評価年度内に生産及び営業収入がない場合、C 級は 40 点以上 70 点未満、D 級は 40 点未満または重大な信用喪失行為をした場合、とされている。<br>直接判定方式は、A 級に評価できない場合と D 級に評価する場合に採用する。前者は実際の経営期間が 3 年未満、前年度の評価結果が D 級であった場合、正常でない原因で評価年度内の増値税納税額が連続 3 カ月または累計 6 カ月でゼロである場合などとされ、後者は主に脱税や納税拒否などの違法行為があった場合とされている。<br>■税務機関による等級別の待遇措置は、主に以下の通り。<br>A 級：①事業主体(注：企業など)の名簿を公開する、②A 級に評価された翌年度に 1 点を基礎点に加算する(連続して A 級に評価された場合は最高 100 点まで累積する)、③増値税発票を 1 回に最大 3 カ月分まで受領できる、事業主体の必要により数量を調整する場合は |

すぐに処理する、普通発票は必要な数量を受領できるなど、④3 年連続で A 級に評価された場合は税務機関がグリーンチャネル（注：優先的な扱い）を提供する、または専門員による援助・指導を行うことができる、⑤税務機関と関係部門が共同で実施するインセンティブ措置を適用する。

B 級：税・費用関連政策と管理規定についての援助・指導を適時に行い、信用評価状態の変化に応じて A 級に対するインセンティブ措置を参考に実施する。

M 級：税・費用関連政策と管理規定についての援助・指導を適時に行う。

C 級：法律に従って厳格に管理し、信用評価状態の変化に応じて D 級に対する管理措置を選択的に実施する。

D 級：①D 級に評価された後にその直接の責任者が登録登記し、経営するその他の事業体に対しても直接 D 級に判定する、②増値税専用発票の額面・数量、全面的デジタル化電子発票の数量を制限し、また普通発票の受領方法・数量を制限する、③重点監視対象とし、監督管理を強化する、④D 級に評価された翌年度はその評価が維持され、その翌年度は A 級には評価されることはない。また、年度指標評価で D 級となった場合、翌年度は 11 点の減点とする、⑤関係部門に D 級の評価結果を通知し、実際の状況に応じてその他の厳格な管理措置を実施する。

■従来の「納税信用管理弁法（試行）」に基づく納税信用評価は、各地方で実施されており、企業は信用評価等級によって異なる待遇が与えられている。新しい弁法では、評価の対象に社会保険料が追加されたことにより評価等級の下がる企業が増えると思われる。仮に、C 級、D 級になった場合、企業の組織再編や撤退などを含む各種税務手続きで税務機関から厳格な審査を受け、実施に支障をきたす可能性が高い。そのため、日頃から法の規定通りに控除・納付するようご注意いただきたい。

なお、行政費用については、新弁法には具体的な項目の記載がない。企業に共通して経常的に発生する費用としては、増値税・消費税に付加される「教育費附加」や「地方教育附加」があるが、ほかは水利建設基金などの政府性基金、国有土地使用権払い下げ金、障害者就業保障金など非経常的な費用が多く、これらは申告漏れや納付漏れが少ないため、信用評価への影響は小さいと思われる。

**【通関手続き】**

○「“2 ステップ申告”通関モデルの全面的普及に関する公告」（税関総署公告 2025 年第 115 号、2025 年 6 月 4 日公布、同年 6 月 16 日施行）

■原文（「关于全面推广“两步申报”通关模式的公告」）は、税関総署の下記サイトをご参照。
http://www.customs.gov.cn/customs/302249/2480148/6555801/index.html

従来、一部の税関で試行されてきた輸入通関手続きにおける“2 ステップ申告”方式を全国の税関に拡大することについての公告。

■“2 ステップ申告”方式は、輸入貨物到着時の“概要申告”と貨物引き取り後の“完全申告”の 2 ステップで行う通関手続きをいう。貨物到着後、荷受人か代理人が船荷証券（B/L）の情報に基づいて先に“概要申告”を行い、商品検査と税額担保の限度額控除を終えた時点で貨物を引き取り、その後、14 日以内に“完全申告”を行い、書類提出、納税を行う。これに対して、従来の“1 回の申告、ステップバイステップ処理”方式は、申告は 1 回だが、貨物

が到着してもすべての書類がそろうまで申告できず、その後、商品検査、納税、貨物引き渡しと段階ごとに手続きを行う。企業にとっては“2 ステップ申告”方式が適用されると、輸入貨物の港での滞留時間が短縮され、通関コストが低減するというメリットがある。

■“2 ステップ申告”方式は 2019 年から試行が始まったが、2025 年 5 月以降、試行企業を対象とした試行税関（全国 11 カ所の直属税関）での実施、税関の信用等級が信用喪失企業でない企業を対象とした試行税関での実施と相次いで試行の範囲が拡大され、2025 年 6 月 16 日から全国税関で実施されることとなった。本公告では、2025 年 4 月の税関総署公告（2025 年第 44 号）で示された具体的な事項に従うとされているが、その主な内容は以下の通り。

・国際貿易“単一窓口”上で“2 ステップ申告”と“1 回の申告、ステップバイステップ”申告のインターフェースを統合し、統一の申告ポータルを作る。企業は、2 ステップで輸送手段（船舶、航空機など）の入国日を申告後、14 日以内にすべての申告項目を記入し、要件を満たす輸入貨物は概要申告後に引き取ることができ、すべての申告項目の記入と税関の受理をもって完全申告と見なされる。期限を過ぎて完全申告を行った場合は、法により滞納金を徴収される。

・概要申告での“検査・検疫、税、証書関連”項目のチェックボックスを取り消す。企業は、輸入貨物が輸入禁止・制限、輸入管理に該当するか否か、検査・検疫が必要か否か、納税が必要か否かを確認する必要がない。

・企業の概要申告で、国際貿易“単一窓口”上で検査・検疫証明書などの許可文書及び契約書、インボイスなどの書類をアップロードできるようにする。

・企業が課税貨物を輸入するときは、輸入申告前に所在地の直属税関に税額担保を届け出なければならない。概要申告の際、税関は概要申告項目に基づいて担保限度額を計算し、控除し、完全申告後に改めて企業の税額申告に従って担保限度額を控除する。企業の税額納付後は、税額担保限度額は自動的に修正される。

・“2 ステップ申告”ネガティブリストを調整、公布する。ネガティブリストの対象物品には、輸入禁止・制限管理措置、関税割当管理、貿易救済措置、関税譲許義務の停止、関税引き上げ措置を実施し、報復関税を課す目的で関税引き上げ措置を実施する物品、特別な輸入品、輸入動植物・製品、特定の国・地域からの輸入食品、輸入危険化学物質が含まれる。これらは国際貿易“単一窓口”で検索できる。

・“2 ステップ申告”を適用する企業は、国内荷受人の税関信用等級が「信用喪失企業」でない企業とする（注：現行の「税関登録登記・届出企業信用管理弁法」（2021 年 11 月 1 日施行）では、企業に対する税関の信用分類は「高級認証企業」、「信用喪失企業」及び「その他の企業」に分類されている）。

（執筆者連絡先）
三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング
E-mail: r-ikegami@murc.jp　ホームページ：https://www.murc.jp

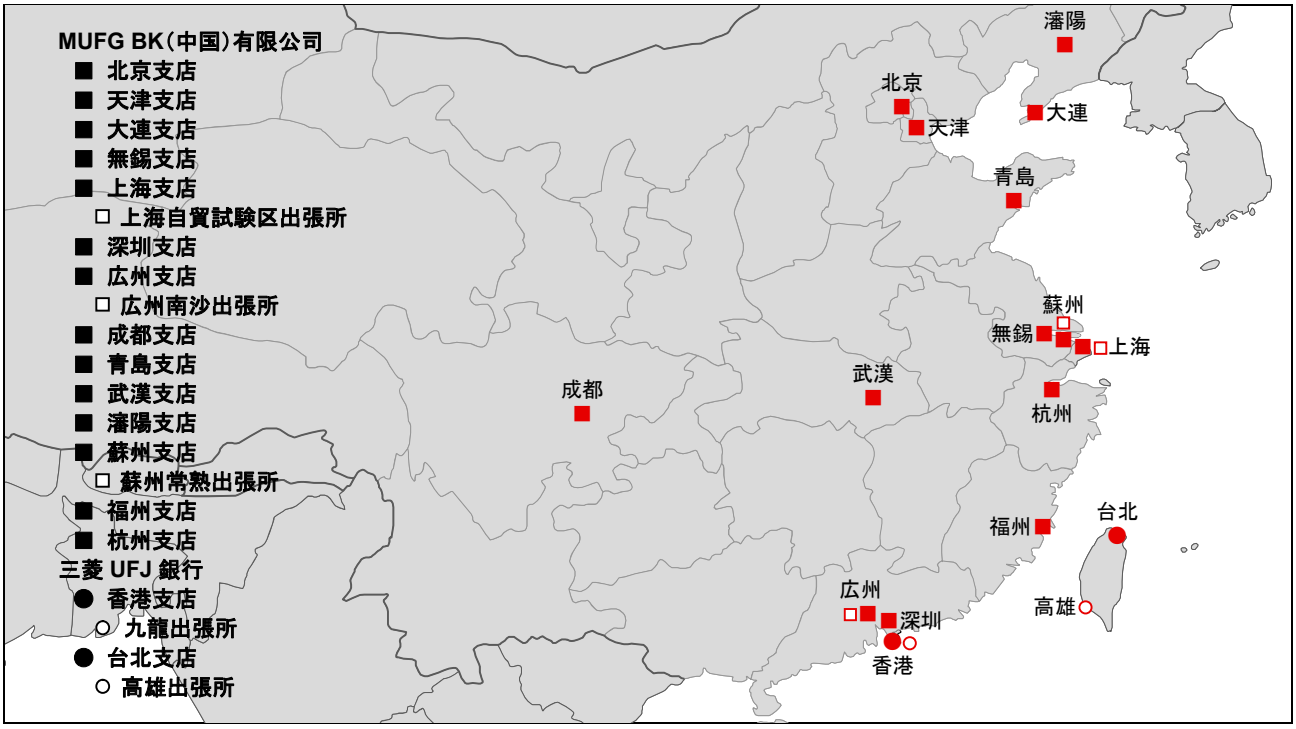
## 主要経済指標の推移

三菱 UFJ 銀行
トランザクションバンキング部

| 項　目 | 単位 | 2024年 | | | | | | | 2025年 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 |
| 国内総生産(GDP) | 前年同期比% | | | | (7-9月) 4.6 | | | (10-12月) 5.4 | | | (1-3月) 5.4 | – | – |
| 固定資産投資* | 前年同期比% | 3.9 | 3.6 | 3.4 | 3.4 | 3.4 | 3.3 | 3.2 | – | 4.1 | 4.2 | 4.0 | 3.7 |
| 第一次産業 | 前年同期比% | 3.1 | 3.3 | 2.9 | 2.3 | 2.5 | 2.4 | 2.6 | – | 12.2 | 16.0 | 13.2 | 8.4 |
| 第二次産業 | 前年同期比% | 12.6 | 12.5 | 12.1 | 12.3 | 12.2 | 12.0 | 12.0 | – | 11.4 | 11.9 | 11.7 | 11.4 |
| 第三次産業 | 前年同期比% | ▲ 0.2 | ▲ 0.7 | ▲ 0.8 | ▲ 0.7 | ▲ 0.9 | ▲ 1.0 | ▲ 1.1 | – | 0.7 | 0.1 | ▲ 0.2 | ▲ 0.4 |
| 工業生産(付加価値ベース)** | 前年同月比% | 5.3 | 5.1 | 4.5 | 5.4 | 5.3 | 5.4 | 6.2 | – | 5.9 | 7.7 | 6.1 | 5.8 |
| 社会消費財小売総額*** | 前年同月比% | 2.0 | 2.7 | 2.1 | 3.2 | 4.8 | 3.0 | 3.7 | – | 4.0 | 5.9 | 5.1 | 6.4 |
| 消費者物価上昇率(CPI) | 前年同月比% | 0.2 | 0.5 | 0.6 | 0.4 | 0.3 | 0.2 | 0.1 | 0.5 | ▲ 0.7 | ▲ 0.1 | ▲ 0.1 | ▲ 0.1 |
| 工業生産者出荷価格(PPI) | 前年同月比% | ▲ 0.8 | ▲ 0.8 | ▲ 1.8 | ▲ 2.8 | ▲ 2.9 | ▲ 2.5 | ▲ 2.3 | ▲ 2.3 | ▲ 2.2 | ▲ 2.5 | ▲ 2.7 | ▲ 3.3 |
| 輸出*** | 億ドル | 3,078.5 | 3,005.6 | 3,086.5 | 3,037.1 | 3,090.6 | 3,123.1 | 3,356.3 | – | 5,399.4 | 3,139.1 | 3,156.9 | 3,161.0 |
| | 前年同月比% | 8.6 | 7.0 | 8.7 | 2.4 | 12.7 | 6.7 | 10.7 | – | 2.3 | 12.4 | 8.1 | 4.8 |
| 輸入*** | 億ドル | 2,088.1 | 2,159.1 | 2,176.3 | 2,220.0 | 2,133.4 | 2,148.7 | 2,307.9 | – | 3,694.3 | 2,112.7 | 2,195.1 | 2,128.8 |
| | 前年同月比% | ▲ 2.3 | 7.2 | 0.5 | 0.3 | ▲ 2.3 | ▲ 3.9 | 1.0 | – | ▲ 8.4 | ▲ 4.3 | ▲ 0.2 | ▲ 3.4 |
| 貿易収支*** | 億ドル | 990.5 | 846.5 | 910.2 | 817.1 | 957.2 | 974.4 | 1048.4 | – | 1,705.2 | 1,026.4 | 961.8 | 1,032.2 |
| 対内直接投資(実行ベース)*(注) | 億元 | 4,989.1 | 5,394.7 | 5,801.9 | 6,406.0 | 6,932.1 | 7,497.0 | 8,262.5 | 975.9 | 1,712.1 | 2,692.3 | 3,207.8 | 3,581.9 |
| | 前年同期比% | ▲ 29.1 | ▲ 29.6 | ▲ 31.5 | ▲ 30.4 | ▲ 29.8 | ▲ 27.9 | ▲ 27.1 | ▲ 13.4 | ▲ 20.4 | ▲ 10.8 | ▲ 10.9 | ▲ 13.2 |
| 外貨準備高 | 億ドル | 32,224 | 32,564 | 32,882 | 33,164 | 32,611 | 32,659 | 32,024 | 32,090 | 32,272 | 32,407 | 32,817 | 32,853 |
| 都市部調査失業率 | % | 5.0 | 5.2 | 5.3 | 5.1 | 5.0 | 5.0 | 5.1 | 5.2 | 5.4 | 5.2 | 5.1 | 5.0 |
| 国内自動車販売台数 | 万台 | 255.2 | 226.2 | 245.3 | 280.9 | 305.3 | 331.6 | 348.9 | 242.3 | 212.9 | 291.5 | 259.0 | 268.6 |
| | 前年同月比% | ▲ 2.7 | ▲ 5.2 | ▲ 5.0 | ▲ 1.7 | 7.0 | 11.7 | 10.5 | ▲ 0.6 | 34.4 | 8.2 | 9.8 | 11.2 |
| 購買担当者指数(PMI) | 製造業 | 49.5 | 49.4 | 49.1 | 49.8 | 50.1 | 50.3 | 50.1 | 49.1 | 50.2 | 50.5 | 49.0 | 49.5 |
| | 非製造業 | 50.5 | 50.2 | 50.3 | 50.0 | 50.2 | 50.0 | 52.2 | 50.2 | 50.4 | 50.8 | 50.4 | 50.3 |

*：年初からの累計ベース。
**：2 月は 1-2 月の累計ベース。独立会計の国有企業と年間販売額 2,000 万元以上の非国有企業を対象。
***：2 月は 1-2 月の累計ベース。
（注）金融業を含む数値となる。
（出所）国家統計局等の公表データを基に三菱 UFJ 銀行 トランザクションバンキング部作成。

# 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 北京発展大厦2階 | 86-10-6590-8888 |
| 天 津 支 店 | 天津市南京路75号 天津国際大厦21階 | 86-22-2311-0088 |
| 大 連 支 店 | 大連市西崗区中山路147号 申貿大厦11階 | 86-411-8360-6000 |
| 無 錫 支 店 | 無錫市梁溪区人民中路139号無錫恒隆広場オフィス2座33層 3301-3308ユニット | 86-510-8521-1818 |
| 上 海 支 店<br>上海自貿試験区出張所 | 上海市浦東新区海陽西路399号前灘時代広場16階-1601、1602、1604単元<br>上海市浦東新区海陽西路399号前灘時代広場16階-1603単元 | 86-21-6888-1666<br>86-21-6888-1666 |
| 深 圳 支 店 | 深圳市前海深港現代サービス業協力区7-01 前海嘉里商務中心T2　18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 合景国際金融広場24階<br>広州市南沙区港前大道南162号広州南沙香港中華総商会大厦 805、806号 | 86-20-8550-6688<br>86-20-3909-9088 |
| 成 都 支 店 | 成都市錦江区東大路577号1棟2単元18階1802-04室 | 86-28-8671-7666 |
| 青 島 支 店 | 青島市市南区香港中路61号乙 遠洋大厦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　華潤大厦20階2002室 | 86-24-8398-7888 |
| 蘇 州 支 店<br>蘇 州 常 熟 出 張 所 | 江蘇省蘇州市蘇州工業園区蘇州大道東289号広融大厦15階<br>江蘇省常熟市常熟高新技術産業開発区東南大道333号科創大厦12階C区、D区 | 86-512-3333-3030<br>86-512-5151-3030 |
| 福 州 支 店 | 福建省福州市台江区江濱中大道363号 華班大厦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<br>九 龍 出 張 所 | 8F AIA Central, 1 Connaught Road, Central, Hong Kong<br>18/F & 19/F, Airside, No.2 Concorde Road, Kai Tak, Kowloon, Hong Kong | 852-2823-6666<br>852-2823-6666 |
| 台 北 支 店<br>高 雄 出 張 所 | 台湾台北市民生東路3段109号 聯邦企業大樓8階・9階<br>台湾高雄市前鎮区成功二路88号4階 | 886-2-2514-0598<br>886-7-332-1881 |

【 本 邦 に お け る ご 照 会 先 】
トランザクションバンキング部
東京：050-3612-0891（代表） 大阪：06-6206-8434（代表） 名古屋：052-211-0650（代表）

発行：三菱 UFJ 銀行 トランザクションバンキング部
編集：三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング 国際情報営業部

・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思わ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。

MUFG