

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

2024 年 6 月号(第 220 号)

※ 読みたい記事のタイトルをクリックしてください。

■ 特集

◆ 中国の外資政策の動向

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング 国際アドバイザー事業部

シニアアドバイザー 池上隆介 1

◆ 中国向け越境 EC ビジネスの展開方法及びソーシャルコマースの活用事例

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング グローバルコンサルティング部

アソシエイト 周月 8

◆ 足元の中国情勢において日系企業が取るべき対応

KPMG コンサルティング株式会社 執行役員・パートナー 足立桂輔

株式会社 KPMG FAS マネージングディレクター 平澤尚子 15

■ 華南ビジネス

◆ 「華南ビジネス最前線」

第 62 回 ~ 香港と粵港澳大湾区における個人情報越境移転促進政策

三菱 UFJ 銀行 香港法人営業部 アドバイザー室 20

■ 税務・会計

◆ 中国税務調査の最新動向

KPMG 中国 日系企業サービス 税務パートナー 陳蔚

..... 24

■ 法令・政策

◆ 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 国際アドバイザー事業部

シニアアドバイザー 池上隆介 28

■ 人民元レポート

◆ 政策の重点は、景気刺激に移る

三菱 UFJ 銀行 グローバルマーケットリサーチ アナリスト 横尾明彦

..... 30

■ 主要経済指標

◆ 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

..... 35

■ 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



特集

中国の外資政策の動向

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

2023年の中国における新規の直接投資受入額は、引き続き高水準となったものの、直接投資の引き揚げも過去にないほど多かったようだ。こうした中で、2024年は、中国政府がどのような方針・政策で外資に対応しようとしているのか、述べてみたい。

中国の直接投資受入の動向

2023年の中国の直接投資受入額は、商務部の統計によれば、1兆1400億元で前年比8%減となった。しかしこれは、2022年の1兆2327億元、2021年の1兆1494億元に次ぐ、過去3番目の高水準だった。一方、国家外貨管理局から発表された2023年の国際収支統計による直接投資額は717億ドルで、前年比約58%減となった。前年を大きく下回ったのは過去初めてで、この水準は2004年の564億ドル以来の低さである（注1）。

商務部の直接投資統計は、新規の投資実行額（実際外資利用額）とされるが、これに対して国際収支統計の直接投資額は、新規の投資と既存投資企業の増資を合わせた資金流入額（負債額）から既存投資企業の内部留保、資金引き揚げ分（減資、清算配当、持分売却）を資金流出額（負債減少額）として差し引いたネットの金額で表される。国家外貨管理局の『2023年中国国際収支報告』によれば、2023年の資本金の流入額は1,200億ドルということなので、500億ドル近くが資金流出額にカウントされたことになる。その中には、撤退による資金引き揚げ分がかなり含まれているものと推測される。

2024年の外資誘致方針

こうした中で、中国政府は2024年の外資誘致の基本方針を「外資誘致の拡大」とした。2023年は「外資誘致と活用の強化」を基本方針としていたが、2024年は「拡大」を前面に打ち出している。2024年3月に開催された全国人民代表大会（全人代）第14期第2回会議の政府活動報告では、李強総理が2024年の外資誘致について次のような方針を説明している。

- ・外資ネガティブリストを引き続き縮減し、製造業分野の外資参入制限措置を完全に撤廃し、通信・医療等サービス業への市場参入を緩和する。
- ・外商投資奨励産業目録を拡大し、外資企業の国内再投資を奨励する。
- ・外資企業への内国民待遇を適切に実施し、法により政府調達、入札・応札、標準（規格）制定への平等な参加を保証し、データの越境移動等における問題の解決を推進する。
- ・外資に対するサービスの保証を強化し、“インベスト・チャイナ”（投資中国）ブランドを創造する。
- ・外国人の中国での就業・学習・観光の利便度を高め、決済サービスを最適化する。
- ・自由貿易試験区、海南自由貿易港等において多くの自主権を付与し、開発区の改革・革新を推進し、対外開放の新たな高みを創り出す。
- ・質の高い“一帯一路”の共同建設を深く着実に推進する。
- ・多国間・地域間の経済協力を深化させ、「中国・東南アジア諸国連合（ASEAN）自由貿易圏3.0版」の交渉を推進し、「デジタル経済パートナーシップ協定」（DEPA）、「環太平洋パートナーシップに関する包括的及び先進的な協定」（CPTPP）への加入を推進する。

全人代の終了直後には、国務院から上記の方針を具体化した文書（以下、「行動計画」という）が發布された（注2）。2023年8月にも同様の文書（以下、「意見」という）（注3）が發布されており、それに続くものである。両文書とも24項目の方針と措置が記載されているが、内容で分類すると、①外資に対する開放分野の拡大、規制緩和に関するもの、②外資に対する内国民待遇の保証や保護、利便の提供に関するもの、③外資に対する政策による支援に関するもの、④外資誘致活動に関するもの、⑤その他（経済・貿易協定への加入推進、国内での高い基準の国際的経済・貿易ルールの整備等）に分けられる。

両文書には重複している項目が多いが、「意見」にある実施済みの措置は、「行動計画」では除外され、実施中の措置については記述がより具体的になっている。また「行動計画」には、外資に対する開放分野の拡大、規制緩和に関する措置が新たに追加されている。「行動計画」は「意見」に代わるものと思われるが、商務部の責任者によると、文書名を「行動計画」としたのは、国務院関係部門と地方政府に対し、実行を促すためということである。

外資に対する開放分野拡大、制限緩和に関する方針・措置

2024年の「行動計画」に記載された外資の開放分野の拡大、規制緩和に関する主な方針・措置は、以下の通りである。

- ・ **外資参入ネガティブリストの削減**：製造業分野の外資参入制限措置を完全に撤廃し、通信・医療分野の開放拡大を推進する。
- ・ **科学技術革新分野に対する外資参入の規制緩和の試行**：北京市・上海市・広東省等の自由貿易試験区における外商投資企業による遺伝子診断・治療技術開発・応用等の試行を許可する。自由貿易試験区での情報サービス（アプリケーションストアに限る）の開放措置を拡大する。
- ・ **銀行・保険分野における外資系金融機関の参入拡大**：条件に合う外資系金融機関による銀行カードの決済業務を支持する。条件に合う国外の専門保険機関による国内での商業養老保険、健康保険等の保険機関の設立・資本参加を支持する。
- ・ **外資系金融機関による国内債券市場の業務への参与の拡大**：条件に合う外資系金融機関による国内債券の引受を支持する。より多くの外資系銀行の国債先物取引への試験的参与を着実に推進する。
- ・ **適格海外投資事業有限責任組合（QFLP）による国内投資の本格試行**：QFLPのファンドとファンドマネージャーに対する登録資本・株主等の要求を規範化し、ファンドの投資範囲を拡大する。プライベート・エクイティ・ファンド（PEファンド）のサービス業務管理規則を整備し、外資による国内でのPEファンド設立と投資活動を奨励する。
- ・ **外商投資奨励産業目録と外資プロジェクトリストの拡大**：全国版の外商投資奨励産業目録による先進的製造業、省エネルギー・環境保護分野への支援、中西部地区外商投資優位性産業目録による基礎製造業、実用技術、民生消費等の分野への支援を強化する。

上記の外資参入ネガティブリストの縮減については、2018年に全国版のネガティブリストが制定されて以降、毎年改定されていたが、2021年版を最後に改定されていなかった。これが近々改定されるとみられる。これに関し、製造業分野への外資参入規制措置を完全に撤廃するとされているが、2021年の全国版ネガティブリストに掲載されている製造業の項目は、出版物の印刷（中国側マジョリティー）と漢方薬品の調剤技術の応用および製剤による秘伝処方薬品の生産（投資禁止）の2項目のみとなっている。そのため、これらを削除しても投資の増大はあまり期待できそうもない。したがってこれは、「製造業の外資参入規制を完全に撤廃した」という対外的な宣伝効果をねらったものと思われる。

また、通信・医療分野に対する市場参入の規制緩和のうち、通信については、2024年4月に工業情報化部から、一部の地区で付加価値通信業務に参入する外資の持分比率規制の撤廃を試行するという通知が發布された（注4）。試行地区は北京市、上海市（自由貿易試験区臨港新片区と浦東新区）、海南省、深圳市と深汕（深圳市・汕尾市）特別合作区に限られるが、これまで香港・マカオ企業に対しても、また一部の自由貿易試験区と海南自由貿易港でも、外資持分比率を50%までしか認めなかったインターネットデータセンター（IDC）、コンテンツ配信ネットワーク（CDN）、インターネットサービスプロバイダー（ISP）をはじめ、オンラインデータ処理・トランザクション処理、一部業務を除く情報配信サービス等、広範な業務について外資比率規制がなくなり、独資が認められることになる。これは思い切った開放措置であり、通信分野に対する外資の投資拡大につながると思われる。

医療分野に対する市場参入の規制緩和については、2021年全国版のネガティブリストでは「医療機関は合弁に限る」とされ、すでに外資マジョリティーが認められているが、今回のネガティブリストでは独資が認められるものと思われる。医療分野も外資の関心が高い分野であり、外資による投資がさらに加速することが予想される。

金融・保険・証券分野における許可業務の拡大、QFLPの投資範囲の拡大、国内でのPEファンドの設立奨励については、今後、具体的な措置が取られるものとみられるが、これも外資の投資拡大に弾みを付けるであろう。

なお、銀行カードの決済業務に関しては、2024年3月に国务院から文書が發布され、中国で圧倒的に普及しているモバイル決済以外にも銀行カードや現金による決済サービスも発展させるという方針が示された(注5)。具体的な実施計画は、今後、中国人民銀行が策定するとされているが、その実施によって外国人の中国への渡航者が増えれば、外資系金融機関に対する決済業務の許可も拡大すると思われる。

外資に対する内国民待遇の保証、保護、利便の提供に関する方針・措置

外資に対する内国民待遇の保証、保護や利便提供に関する方針・施策は、2020年に施行された『外商投資法』や『ビジネス環境改善条例』に規定される内容である。これには外商投資企業の政府調達や標準(規格)制定への参加の保証・支援、外資の知的財産権に対する行政による保護・法執行の強化、外商投資企業の外国籍管理者と家族の入国・滞在における利便性の提供、外商投資企業のデータ越境移転に関わる手続きの改善、“外商投資企業円卓会議”を通じた外商投資企業の要望や提案の聴取とサービスの強化が含まれる。

この中では、特に、外商投資企業による政府調達への参加とデータ越境移転に関する手続きの改善に関する具体的な措置に注目が集まっている。

政府調達については、「行動計画」において“本国製品”の基準を早期に制定するという措置が挙げられている。2023年の「意見」では、“中国国内生産”の基準を早期に明確にするとされていたが、2024年2月時点で商務部責任者が記者会見で明らかにしたところによると、「財政部が“中国国内生産”の基準を制定中」となっていた。“本国製品”も“中国国内生産”も同じ意味で使用されており、いずれも『政府調達法』の改正に関わっている。

現行の『政府調達法』では、「政府調達は、本国の貨物、工事およびサービスを調達しなければならない。本国の貨物、工事およびサービスの定義は、国务院の関係規定により執行する」とされている。しかし、『政府調達法』は現在改正中で、2022年7月に公開されたパブリックコメント(パブコメ)草案では、「中国国内で獲得できない、または合理的な商業条件で獲得できない場合を除き、政府調達は本国の貨物、工事およびサービスを調達しなければならない。中国国内で生産される製品が規定の付加価値比率等の条件に達する場合には、政府調達活動において評価・審査の優遇を享受する」という規定が追加されている。政府調達では、現実には外商投資企業の入札参加が制限されている中で、最終的にどのような基準となるのかが注目される。

データ越境移転の手続き改善については、「行動計画」では、主に外商投資企業と本社とのデータ移転の支援、“重要データ”の範囲の画定が挙げられている。2023年の「意見」では、条件に合う外商投資企業の“重要データ”と国外移転での効率的な安全評価の実施が挙げられていた。

その後、2024年3月に国家インターネット情報弁公室から『データ越境移動の促進および規範化規定』が公布された(注6)。これは『個人情報保護法』の関連規則で、同法では個人情報取扱者が個人情報を国外へ移転する場合に、データ越境移転安全評価の申告、個人情報越境移転標準契約の締結・届出、個人情報保護認証の取得のいずれかの手続きを行うことを義務づけている。しかし、中国に設立した現地法人の従業員に関する情報しか取り扱わない企業や、消費者の個人情報の取扱数が少ないBtoC企業にとっては、手続きに要する負担が大きいと受け止められていた。そうした中、2023年9月にこの規定のパブコメ草案が公開され、そこに手続きの免除要件が規定されていたことから、その行方が注目されていた。

公布された規定では、4つの免除要件のいずれかに該当する場合には、上記の手続きは不要とされた。その中で、多くの日系企業に該当すると思われる要件は、「法により制定された労働規則・制度および法により締結された集団契約に従ってクロスボーダーで人的資源管理を実施し、従業員の個人情報を確かに国外に提供する必要がある場合」と「重要な情報インフラ施設運営者以外のデータ取扱者が、当年1月1日から起算して累計で10万人未満の個人情報(センシティブな個人情報を含まない)を提供する場合」の2つである。ただし、いずれも国外に提供する個人情報は“重要データ”を含まないとされている。

これらに該当すれば、上記の手続きを経ずに国外に個人情報データを移転することが可能になった。ただし、“重要データ”を含んだ個人情報の国外移転はできないとされている。「行動計画」では“重要データ”の範囲の画定が挙げられているが、関連規定の早期の発布が待たれる。

“外商投資企業円卓会議”については、2023年の「意見」では制度を確立するとされ、「行動計画」ではこの会議を通じて外商投資企業、外国商会、国際組織と経常的に交流し、それらの関心に適時に応え、ターゲットを絞ったサービスを提供するとされている。だが、すでに中央・地方レベルでは頻繁に開催され、多くの成果を上げているようである。中国メディアの報道によれば、この会議は2023年7月に商務部が創設し、2024年1月末までに16回開催し、400余りの外資企業、外国商会が参加し、会議で提起された問題のうちすでに300件余りを解決している。また、各省にも同様の会議が設けられ、合計で約140回開催し、2,200余りの外資企業、外国商会が参加し、提起された問題のうち900件余りを解決したという。

外資に対する政策による支援に関する方針・措置

2024年の「行動計画」では、税優遇措置による支援、金融面での支援、エネルギー使用に対する支援が挙げられている。このうち税優遇措置は、外商投資企業の国内再投資プロジェクトに対する設備輸入免税の適用、国外投資者の中国債券市場等、金融市場への投資に対する税優遇の適用である。前者は、外商投資企業が国内で投資した企業が外商投資奨励産業目録のプロジェクトに該当する場合、新設の外商投資企業と同様に、生産設備の輸入に対して関税を免除することを指しているとみられる。2023年の「意見」では、外商投資企業が配当利益で国内に再投資した場合、源泉所得税課税を繰り延べるという従来の措置を徹底することが挙げられていたが、それとは優遇の対象が異なる。両方とも従来実施されていなかった新たな措置である。

金融面での支援では、条件に合う外資プロジェクトへの金融サービス・融資による支援の奨励、条件に合う外商投資企業の人民元建て債券の発行に対する支持、外商投資企業の越境貿易・投資における外貨業務の利便性の向上が挙げられている。これらは以前から言われている方針だが、実際の行動を強化するということだろう。

エネルギー使用に対する支援は、外商投資企業に対するエネルギー消費総量と強度（付加価値当たりの消費量）というコントロール指標に基づく規制に関し、原料用エネルギーと非化石エネルギーをコントロール指標に含めないこと、また、電力消費について「再生可能エネルギーグリーン電力証書」による発電企業間の電力取引を通じて、外商投資企業へのグリーン電力の供給を保証することが挙げられている。これらも新しい措置である。

なお、「行動計画」にある外資誘致活動に関する方針・措置とその他の方針・措置については割愛するが、総じて、中国政府の外資誘致に対する方針は極めて積極的であり、その措置は広範な外商投資企業や外国企業の意見を取り入れたものであり、現実的で実効性が高いという印象を受ける。今後の動向に注目したい。

(注1) 国家外貨管理局『中国国際収支バランス表時系列 (BPM6)』(2024年3月29日発表)のデータによる。2023年の717億ドルは、金融部門と非金融部門の直接投資(負債)の持分投資合計額で、直接投資に含まれる関連企業債務(資金の貸借・返済)は別に計上されている。原文は、国家外貨管理局の以下のサイトに掲載されている。

<http://m.safe.gov.cn/safe/2019/0627/13519.html>

(注2) 「ハイレベルな対外開放を着実に推進し、外資の誘致と活用にさらに注力する行動計画」(国弁発[2024]9号、2024年3月19日発布・実施)。原文は中央人民政府ポータル以下のサイトに掲載されている。

https://www.gov.cn/zhengce/content/202403/content_6940154.htm

(注3) 「國務院の外商投資環境のさらなる最適化と、外商投資誘致の拡大に関する意見」(国発[2023]11号、2023年8月13日発布・実施)。原文は中央人民政府ポータル以下のサイトに掲載されている。

https://www.gov.cn/zhengce/content/202308/content_6898048.htm

(注 4) 「工業情報化部の付加価値通信業務における対外開放を拡大する試行活動の展開に関する通告」(工信部通信函 [2024] 107 号、2024 年 4 月 8 日 発 布 ・ 実 施)。原 文 は 中 央 人 民 政 府 ポ ー タ ル の 以 下 の サ イ ト に 掲 載 さ れ て い る。

https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202404/content_6944441.htm

(注 5) 「国務院弁公庁の決済サービスのさらなる最適化、決済の利便性の向上に関する意見」(国弁発 [2024] 10 号、2024 年 3 月 7 日 発 布 ・ 実 施)。原 文 は 中 央 人 民 政 府 ポ ー タ ル の 以 下 の サ イ ト に 掲 載 さ れ て い る。

https://www.gov.cn/zhengce/content/202403/content_6937623.htm

(注 6) 『データ越境移動の促進および規範化規定』(国家インターネット情報弁公室令第 16 号、2024 年 3 月 22 日 公 布 ・ 施 行)。原 文 は 国 家 イ ン タ ー ネ ッ ト 情 報 弁 公 室 の 下 記 の サ イ ト に 掲 載 さ れ て い る。

https://www.cac.gov.cn/2024-03/22/c_1712776611775634.htm

(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>

特集

中国向け越境 EC ビジネスの展開方法及びソーシャルコマースの活用事例

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング
 グローバルコンサルティング部
 アソシエイト 周月

はじめに

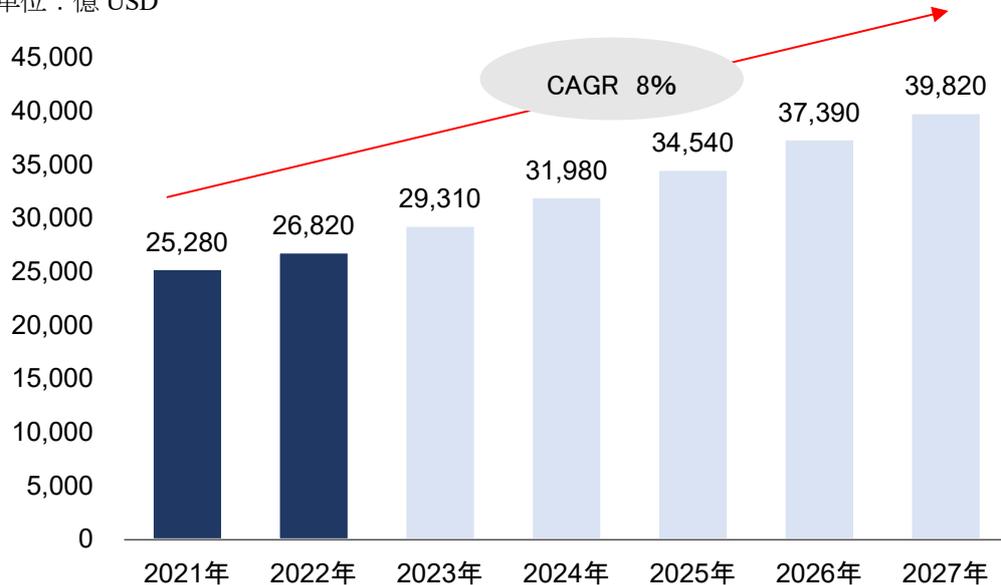
このレポートは、中国の越境 EC（電子商取引）市場の規模やポテンシャルを確認するとともに、中国向け越境 EC ビジネスの展開方法を整理する。そのうえで、日系消費財のメーカーあるいは小売業者が越境 EC ビジネスを展開する方法、日系企業がソーシャルコマースを活用し、中国事業を拡大した事例を紹介する。

第1章 中国における EC 市場動向

eMarketer のレポート「China Ecommerce Forecast 2023 年 6 月」によると、2022 年の中国 EC 市場規模は約 2 兆 7000 億 USD に成長している。コロナ禍等の不景気の影響を受けても、中国における中間所得層の増加により、EC 市場は 2027 年まで年平均 8% の成長率（CAGR）で約 4 兆 USD に成長する見通しで、魅力度が高いといえる。

【図 1 中国の EC 市場規模推移予測（2021-2027 年）】

単位：億 USD



出所：調査会社 eMarketer 「China Ecommerce Forecast 2023 年 6 月」をもとに筆者作成

図 2 は、中国における EC プラットフォームプレーヤーの市場シェアを示している。2022 年のシェアのトップはアリババグループ（Alibaba）の 44%、続いて京東（JD）の 21%、拼多多（Pinduoduo）の 18% であり、これら上位 3 社が全体の約 8 割を占めている。つまり、上位 3 社の EC プラットフォームに出店すれば、中国 EC 市場のほとんどの顧客にアクセスできると考えられる。

アリババグループ (Alibaba) は 1999 年に創業され、B2B・B2C のオンライン・マーケットを運営しており、240 以上の国・地域に 5 つの子会社を保有している。傘下には、天猫 (Tmall)、天猫国際 (Tmall Global)、淘宝 (Taobao) 等の EC プラットフォームがある。ソフトバンクグループは、アリババグループの株主であることが知られていたが、2023 年 4 月にほぼ全ての持株を売却する方向で動いていると報道された。

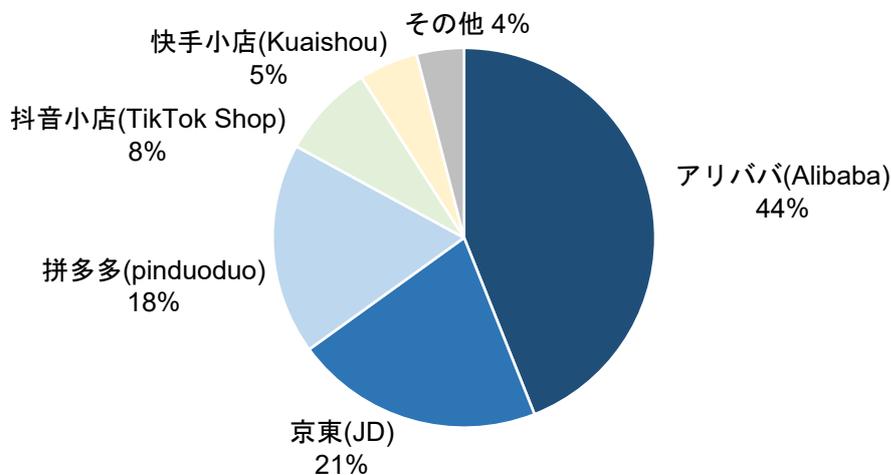
京東 (JD) は 1998 年に設立され、当初は家電やパソコンなどの電子機器を中心に販売するモールであった。現在では B2C がメインのプラットフォームであり、2014 年、米国 NASDAQ 市場に上場した。

拼多多 (Pinduoduo) は 2015 年 9 月に開始した、共同購入のシステムを持つ EC プラットフォームである。開始 1 年でユーザー数は 1 億人を突破し、3 年後の 2018 年には 4 億人に達した。ユーザー数では EC 市場トップのアリババグループの淘宝 (Taobao) の 5 億人に迫る勢いである。

抖音小店 (TikTok Shop) を含めた市場シェア上位 4 社は、それぞれ発展の仕方は異なるが、ソーシャルメディアと EC を組み合わせたソーシャルコマースを活用している。

中国では、ソーシャルコマースは大まかに 3 種類ある。まずは、ソーシャルメディア上で投稿して商品を宣伝し、EC プラットフォームに誘導するソーシャルメディア宣伝型。次は、ソーシャルメディア上で商品を宣伝し、ソーシャルメディアのショップで直接購入できるソーシャルメディア直接購入型。そして残るは、ライブコマース型であり、リアルタイムの動画配信を活用して商品を紹介し、配信者と視聴者がコミュニケーションを取りながら、視聴者の質問に答えることで販売を促進し、購入を促す手法である。中国では、ライブコマース型がソーシャルコマースの主流となっている。Statista によると、2023 年の中国のライブコマースの市場規模は約 6,000 億 USD に達する見込みとのことである。

【図 2 中国における EC プレーヤーの市場シェア (2022 年)】



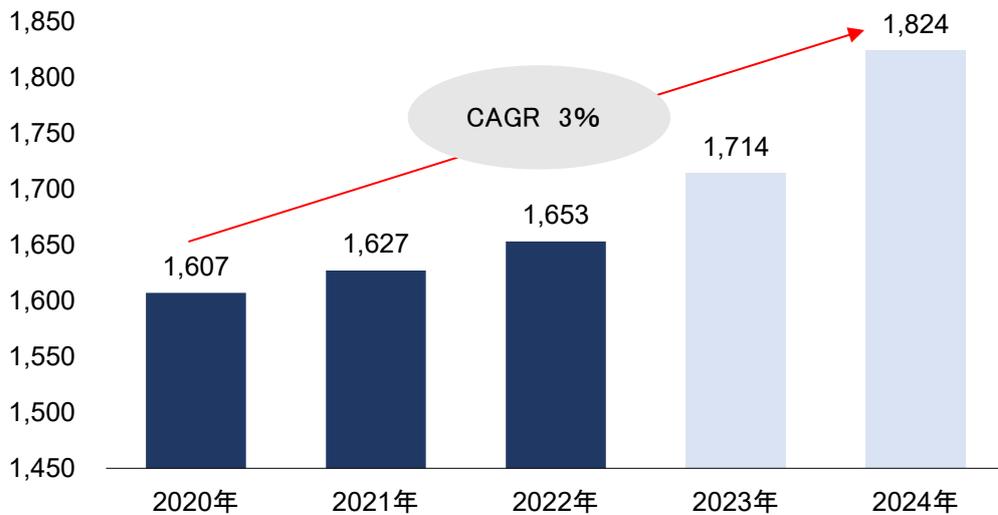
出所：コンサルティング会社 OneFirstStep 「Exploring China's E-commerce Landscape: An Inside Look」 の情報をもとに筆者作成

日系企業が中国で EC ビジネスを展開する場合、大きく分けて、日本製の製品を中国の EC チャンネルを通じて販売するパターンと、中国の生産拠点で製造された製品を中国で販売するパターンの二つがある。この二つのパターンを併用している企業もある。日本製の製品を中国の EC チャンネルを通じて販売することは「越境 EC」といわれ、国境を越えて製品の販売を行う方法である。

図3が示すように、2022年の越境 EC 市場は約 1,700 億 USD 弱の規模となっている。2024年には約 1,800 億 USD になると見込まれており、今後とも拡大傾向にある。

【図3 中国の越境 EC 市場規模推移 (2020-2024年)】

単位：億 USD



出所：調査会社 eMarketer 「Cross-Border Retail Ecommerce Spending in China 2023年1月」をもとに筆者作成

中国に生産拠点を持たない日系消費財メーカーが、越境 EC ビジネスの展開により中国の EC 市場に参入でき、中国での販売機会拡大に貢献できると想定している。次の章では、中国向けの越境 EC 市場でよく売れている日本製の製品を抽出することにより、日系消費財のメーカーあるいは小売業者が中国に進出する際の示唆を導き出したい。

第2章 中国向けの越境 EC 市場で売れる日本製の製品

2023年、中国越境 EC プラットフォーム、天猫国際は日本製の製品のホットサーチリスト（表1）を公開した。最も人気がある製品はウイスキー、2位は任天堂のゲーム機、3位は久光製薬のサロンパスであった。ホットサーチ製品の約半数は医療・医薬・保健品であり、約3割はレジャー用品、約2割は電子製品である。特に医療・医薬・保健品の日系メーカーや小売業者にとって、越境 EC 市場は有望と考える。

【表1 天猫国際の日本製の製品のホットサーチリスト】

ランク	製品	カテゴリ
1	ウイスキー	酒
2	任天堂 ゲーム機	電子製品
3	久光製薬 サロンパス	医療・医薬・保健品
4	龍角散 のど飴	医療・医薬・保健品
5	バイク用ヘルメット	レジャー用品
6	自動手洗い洗剤供給機	電子製品
7	折り畳み自転車	レジャー用品
8	複合ビタミン剤	医療・医薬・保健品
9	釣り具(リール)	レジャー用品
10	コンタクトレンズ	医療・医薬・保健品
11	酵素サプリメント	医療・医薬・保健品

出所：天猫国際「日本製の製品のホットサーチリスト2023年」をもとに筆者作成

次の章では、日系消費財のメーカーあるいは小売業者が中国越境 EC 市場に参入する方法を説明し、各方法のメリット・デメリットを評価する。

第3章 日系企業が中国向けの越境 EC 事業を展開する方法

中国では外資企業が EC に参入することに関する規制はなく、EC 事業に投資することもネガティブリストの範囲外である。そのため、日系企業は中国外の EC サイトへの出店、中国の自社 EC サイトの立ち上げ、中国の他社 EC サイトへの出店という三つのビジネスモデルにより、中国向けの越境 EC を展開できる。

物流は、いずれのパターンでも、中国内の保税倉庫に製品を送付し、在庫保有するか、直接郵送するかになる。

図4の通り、三つのビジネスモデルのメリットとデメリットを評価した。日系消費財のメーカーや小売業者は、自社の特徴や訴求力に応じてビジネスモデルを選択すべきである。最も利用されているのは、3番目の中国の EC プラットフォームに出店するビジネスモデルだ。中国の EC プラットフォームに出店する場合、EC プラットフォームの高い集客力と成熟した機能を活用できるというメリットがある。また、中国現法の設立が必須ではないため、製品販売までの所要期間が比較的短く、参入しやすいといえる。

【図4 中国向けの越境 EC 事業を展開する方法及び評価】

ビジネスモデル	方法	メリット	デメリット	ECサイトの例
1 中国外の ECプラットフォームへ出店	<ul style="list-style-type: none"> 中国国外にサーバーを設置し、中国に商品を郵送できるECサイト 	<ul style="list-style-type: none"> 出店の手続き等の所要期間は比較的短い <ul style="list-style-type: none"> 中国現地法人は不要 中国の支払手段への対応は不要 等 	<ul style="list-style-type: none"> サーバーは中国国外にあるため中国の消費者からのアクセスが不安定 集客範囲は海外のECサイトを利用する消費者に限られている 	<ul style="list-style-type: none"> Amazonグローバル 楽天市場 eBay
2 中国内の自社ECサイトを立ち上げる	<ul style="list-style-type: none"> 中国における自社通販サイトを立ち上げて販売を行う 	<ul style="list-style-type: none"> 出店費用は不要 自社で出品の品目、広告内容、サイト機能等を決められる 	<ul style="list-style-type: none"> 出店の手続き等の所要期間は比較的長い <ul style="list-style-type: none"> 中国現地法人が必要 ECサイトの運営許可の取得が必要 等 ブランド力の低い会社の集客力は低いいため、コマーシャル等の投入が必要 	—
3 中国の ECプラットフォームへ出店する	<ul style="list-style-type: none"> 中国における現地法人が中国のECサイトへ出店。日本法人から中国法人、中国法人から消費者という販売プロセスになる 外国企業として出店できる中国の越境ECサイトへ出店 	<ul style="list-style-type: none"> 中国のECサイトの高い集客力を活用できる 中国のECサイトの成熟した機能を活用できる <ul style="list-style-type: none"> コマーシャル 市場データ分析 等 	<ul style="list-style-type: none"> 中国のECサイトの出店基準を満たす必要がある 出店費用等は必要 <ul style="list-style-type: none"> 保証金 年会費 販売金額に応じた手数料 等 	<ul style="list-style-type: none"> アリババグループ (Alibaba) 京東(JD) 拼多多 (pinduoduo) 抖音电商(Tiktok)

出所：筆者作成

外資企業が出店できる B2C の EC プラットフォームには、天猫国際、京東国際、拼多多海淘などがある。EC プラットフォームは主に文字、製品の写真や動画を通じて製品を紹介するほか、ライブコマースを提供するところもある。ライブコマースの特徴として、消費者は視聴者として対面販売に近い接客体験が受けられる。消費者からのコメントや意見にリアルタイムで対応でき、商品に対する不安を解消できるメリットがあるため、中国では特に若年層の消費者を中心に浸透している。

以下、外資企業が利用できる EC プラットフォームを紹介する。

■天猫国際はアリババグループの傘下で、高い出店基準を設けているため、偽物や非正規品を排除でき、製品のブランド力が構築できる。

■京東国際は京東グループの傘下で、自社の物流ネットワークを構築しており、海外法人にも輸送サービスを提供している。家電、化粧品が中心。男性ユーザーの割合が高く、酒類販売も得意とする。

■拼多多海淘は拼多多的傘下で、低・中所得者が多く利用している共同購入の EC プラットフォームである。衣類、食品など、共同購入しやすい商品が多い。

次の章では、中国の EC プラットフォームを活用し、中国事業の拡大を図った日系企業の事例を紹介し、成功の鍵となるポイントを抽出する。

第4章 日系企業が越境 EC を活用し、中国事業を拡大した事例

資生堂は、中国では天猫等の EC プラットフォームを利用した他社 EC サイトへの出店、及び自社 EC サイトを運営している。どちらのチャンネルでも、日本製のブランドと中国工場産のブランドを同時に販売している。日本製のブランドは中国富裕層をターゲットにしており、中国工場（資生堂麗源化粧品有限公司）産のブランドは中間所得層向けと考えられる。

天猫国際が毎年11月11日に開催している、年に一度の大規模セールイベント「双十一」においても、資生堂の日本製ブランドは天猫における化粧品売上ランキングの6位にランクインしている。2020年以降、資生堂は販路を広げるため他社ECサイトへの投資を強化しており、ライブコマースも開始した。2021年には、中国の国営放送機構チャイナ・メディア・グループ(CMG)と協業し、ライブコマースを行った。

中国では資生堂のような日本製ブランドの模倣品が多く、特にECプラットフォームでよく流通しており、問題となっている。資生堂は対策として、自社ECサイトでの販売やリアル店舗の運営を行っている。一方、他社ECサイトでは、先述の通り、ライブコマースを活用している。ライブコマースはインフルエンサーや芸能人等のライブ動画により製品を紹介するため、ブランドの正規性を保証できるといえる。表2が示すように、ライブコマースでの商品の紹介能力、コミュニケーション効果、信頼性はリアル店舗ほど高くないが、集客力とアクセスの便利さと模倣品対策の効果は高い。従って、ライブコマースは、製品の魅力・信頼性を消費者に伝えただけで、数多くの消費者に製品を届けられる、リアル店舗とECサイト両方のメリットを發揮できる販売モデルだと評価できる。

資生堂がライブコマースを活用した効果は、2020年以降のECでの売上拡大を遂げ、他のチャンネルでの販売にも波及した。

【表2 ECサイトとリアル店舗の比較】

評価項目	他社ECサイト		自社ECサイト	リアル店舗
	ライブコマース	伝統的(Amazon式)		
商品の紹介能力	中 ライブ配信動画、KOL ¹ 等の説明・試用	低 写真・動画	低 写真・動画	高 現物、店員の説明、試供
コミュニケーション効果	中 コメントや意見にリアルタイムで対応	低 チャット機能での対応で時間がかかる	低 チャット機能での対応で時間がかかる	高 店員は即時対応
信頼性	中 商品を紹介するKOL等への高い信頼感	低 写真等だけでは正規品だと判断しづらい	中 自社ECサイトの信用はある	高 店舗・店員への高信頼感
模倣品対策	高 模倣品ではない保証がある	低 模倣品と正規品が混在	高 絶対に模倣品ではない保証がある	高 絶対に模倣品ではない保証がある
集客力(消費者の人数)	高 ECサイトのユーザー 買い物に誘導されるSNSのユーザー	中 ECサイトのユーザー	低 自社ECサイトのユーザー	低 リアル店舗周辺の自社製品のユーザー
アクセスの利便性	高	高	高	低

出所：筆者作成

¹ Key Opinion Leader (中国のインフルエンサー)

中国で越境 EC ビジネスを展開する際、日系消費財のメーカーあるいは小売業者が最も利用するのは、中国の ECプラットフォームに出店するビジネスモデルである。しかし、ECプラットフォームでは、消費者とのコミュニケーションや製品の紹介が十分には行えない、模倣品が多い、という課題が存在している。ライブコマースは、インフルエンサーや芸能人などが製品を試用しながら紹介するため、画像やビデオより、より詳しく、さまざまな面から製品をアピールできる。リアルタイムで消費者とコミュニケーションでき、ブランドの正規性を保証できる方法として、ライブコマースを積極的に活用していくべきであると考えられる。

(執筆者連絡先)

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング

E-mail: zhouyue@murc.jp ホームページ : <https://www.murc.jp>

特集

足元の中国情勢において日系企業が取るべき対応

KPMG コンサルティング株式会社

執行役員・パートナー 足立桂輔

株式会社KPMG FAS

マネージングディレクター 平澤尚子

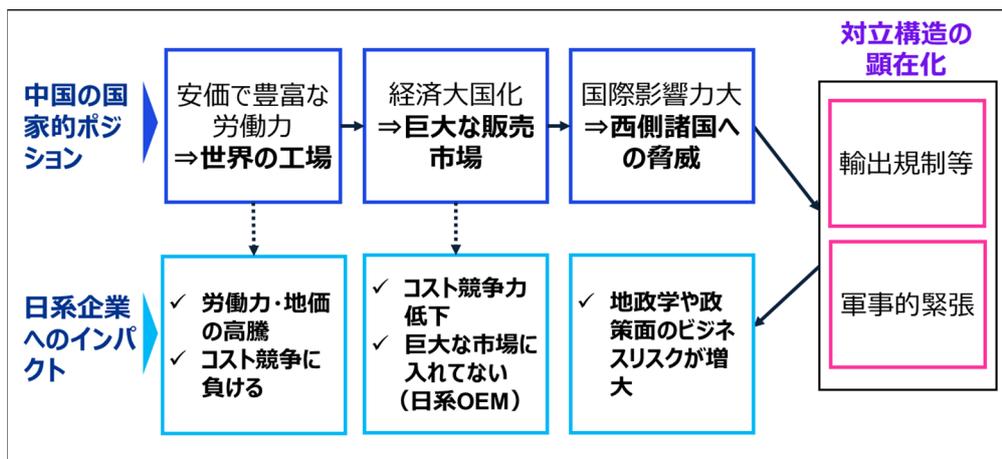
はじめに

現在、日本企業の中国ビジネスは、かつてないほどの重大な岐路に立っているとも言えるだろう。言うまでもなく、市場環境の今後の見通しと地政学的な情勢がそれを後押ししていると考えられる。本稿では、日本企業が中国ビジネスの戦略について求められる三つの現実的な選択肢、そして、それらを下支えするためのガバナンスの見直しについて解説する。

■中国の進化

かつて、中国は「世界の工場」のポジションにあった。中国の経済が豊かになるにつれ、国民の消費力、輸出力が上がり、経済大国、すなわち「巨大な販売市場」へと変貌した。中国の総国力が強くなり、かつ世界でのプレゼンスが上がるにつれ、「西側諸国への脅威」となった。そのため米中関係の緊迫や対立が相互の輸出規制などの形で顕在化し、中台間の緊張も高まりを見せるようになった。日系企業へのインパクトとしては、競争力のあった労働賃金が上がり、地価も高騰したことで、コスト競争における優位性をなくした。市場の観点からは、日系企業は中国のスピードに乗り遅れ、巨大な市場に迅速に入りきれていないと、一部関係者の間で囁かれている。日系 OEM の中国におけるプレゼンスやポジションの変化がその一例である。トップラインの売上、ボトムラインのコストのいずれにも優位性がなくなり、日系企業にとって利益確保が困難になったと分析される。

【図表 1 日系企業の中国ビジネス全体像イメージ】



出所：筆者作成

中国は、いかなる状況下でも、国の政策に基づいて国全体の方向性が決められ、国の総力を挙げてその方向に猛スピードで進んでいくことが特徴である。昨今、米中関係の緊迫と中国の政策が複雑に交じり合った環境下において、常にリスクや不確実性にさらされ、中国での従来のビジネスモデルでは対応しきれなくなっている日本企業が多い。まさに、今、レジリエンスが高い筋肉質なビジネスモデルを再構築していく必要がある。

■日系企業の中国事業の「増」「留」「撤」

日系企業の中国事業をどうするかを検討する際に、まずは現状がどうなっているのかを把握すべきである。まず外的要因として、経済環境、市場動向や競争相手、政策などの客観的な状況を理解する。次に内的要因として、自社がどれだけ中国に依存しているか、現在の中国の環境に自社のビジネスモデルは通用するか、課題やリスクの所在を分析していく。

その後、「増」として、まだ活路が十分にあり、戦略的に利益を創出でき、ビジネスとして今後も強化できる部分、「留」として、残さなければならない部分や改善すれば利益がまだ確保できる部分、「撤」として、継続するベネフィットがなく、縮小や撤退する部分の線引きを行う。そして、それぞれのバランスを鑑み、「増」「留」「撤」のそれぞれのアクションプランを策定する。

【図表 2 中国ビジネスモデルの検討の流れ】



出所：筆者作成

■アクションプランの策定と実行

現状分析は、中国事業の「増」「留」「撤」の線引きを確定するために行うものである。次に、中国事業の「増」「留」「撤」を実行するためにとり得るそれぞれの方法について、自社の戦略との適合性と実行可能性の観点から定性的・定量的に分析の上、着地できる方法を選択し、アクションプランを策定、実行に移す。

■とり得る方法の例示

①「増」：中国事業の強化

より現地に自主性を持たせ、中国市場での競争力を強化し、利益体質を創出するための方法として、地産地消、サプライチェーンや販売網の現地化と強化、グリーンフィールド投資、政府との関係強化、スピンオフ（一部事業や子会社の分離・独立）／A株（人民元普通株式）またはH株（香港証券取引所に上場している中国企業のうち、登記地が中国本土の企業群の株式）の現地上場、データ

システムとプロセスの現地化、現地機能の統合・自立化及び事業の効率化、現地マネジメントへの権限譲渡などがある。

②「留」：中国事業の改善

本社から管理やモニタリングができ、かつガバナンスを利かせることができる範囲内に留めることを前提とする。その方法として、サプライチェーンの改善、本社への利益配分・還流モデルの再構築、現地外注工場との連携、フランチャイズ・代理店モデルなどがある。

③「撤」：中国事業の整理（縮小・撤退）

中国事業全体を軽くし、本社の現地への関わりも最小限にするための方法として、アセットライトディール（資産の保有を抑え、財務を軽くする経営）、持分譲渡、事業譲渡、グループ内合併や清算などがある。

留意いただきたいポイントとして、中国事業には、「現状維持」か「なし」かの2択ではなく、その中間としての「濃淡」があるべきである。新たな市場を開拓する、現行のビジネスモデルやサプライチェーンの再構築や改善を実施する、もしくは、グループ内での吸収合併・事業売却・カーブアウト（一部事業や子会社を切り出して独立させる）などのビジネス全体に関わる取捨選択を実施することで、従来と異なる活路が創出できる可能性も残されている。そのため、完全撤退に関わる意思決定は、現行の中国事業を「増」「留」及び「縮小」に線引きした上で、しかるべきアクションを実行した後、それでも利益が創出できない時点で「撤退」の最終判断を行うことを推奨する。

■求められるデリスキング型ガバナンス

今後の中国ビジネスにおいては、現実的にビジネスを進めながらも、リスクの最適化を追求することが求められる。すなわち「デリスキング（リスク低減）」である。この見直しの対象は、サプライチェーン、そしてグループガバナンスである。サプライチェーンについては、強靱化と分散化がキーとなる。調達や販売における特定国・地域への依存度をいかに下げつつ、規制強化（特に経済的威圧）への抵抗力をいかに高めるかがキーである。グループガバナンスにおいては、中国現地法人における経営体制、特に意思決定を、地域ごとにますます自立して進めるモデルが基本的に指向される。また併せて、地政学的な変動・市場環境の変化に際しての再編や撤退の影響を最小限に抑えるための、柔軟な資本・組織ストラクチャーの検討も求められる。

■そもそものグループガバナンス上の課題にも対応

ただし、日本企業の中国事業のガバナンスは、長年、そもそも課題を抱えてきたことも改めて認識すべきである。それらは特に以下の三点に集約される。

- ① 現地人材登用の遅れ／後継者の不足
- ② 基本的な統制の不足
- ③ 財務・資金効率の悪さ

これらの要素があいまって、経営全体の現地化を長年の課題としながらも進まない一方で、現地経営陣等による不正等の発生や、グループ全体のリソース活用の非効率さなどにもつながっていた。今という状況はまさに、こうした長年の課題を解決し、改めて中国事業の意思決定のスピード、ドラスティックな変化への対応力、中国とグループ全体のリスクの遮断などを実現していく、絶好の機会とも言える。

■中国事業ガバナンス 3.0 を目指す

これらを実現する上でも、これまでにない広さと深さでの中国現法の現地化を目指し、自律分散型のグループガバナンスにバージョンアップさせる必要がある。これを「ガバナンス 3.0」として定義したい。

ガバナンス 1.0 は、グループとしての中国進出を優先させる中で、各事業がそれぞれ現地に投資を行い、現地はそれぞれの法人として本社事業の監督のもとで事業運営を行うモデルである。

ガバナンス 2.0 は、グループとしての内部統制やコンプライアンス対応の必要性が再認識され、事業軸の経営を維持しながらも、現地における最低限の管理／モニタリング機能や経営支援機能の整備を進めるモデルである。こうした観点から、投資性会社の形態をとった地域統括会社が、北京や上海、広州などに多く設立された。

ガバナンス 3.0 の枠組みは、デリスキングの時代に対応したものである。(1) より現地に浸透した企業になりきるために人材の現地化の徹底、(2) 資本ストラクチャーの見直しや再編（現地上場や合弁等）、(3) 地域ごとに最適化した各法人の機能や商流／サプライチェーンの大胆な見直しを伴う。いずれも大胆な変革であり、現地に根差して事業を進めていくという経営判断をしっかりと踏まえたものになる。いわば、断固たる決意が求められるものである。この 3.0 の枠組みは、前述の通り、多くの日本企業が克服困難であった課題解決も包含している。

【図表 3 中国事業ガバナンスモデルの変遷】



出所：筆者作成

おわりに

現在の中国ビジネスに対しては、自社ならではのリスクを適切に取り、事業機会を最大限に維持・獲得するための果敢な事業戦略が求められると言える。見方を変えれば、日本企業が長年直面してきた中国ビジネスの課題を解決する、最大にして最後の機会にもなり得る。

(執筆者連絡先)

KPMG コンサルティング株式会社

執行役員 パートナー

足立桂輔

Email: keisuke.adachi@jp.kpmg.com

株式会社 KPMG FAS

マネージングディレクター

平澤尚子

Email: naoko.hirasawa@jp.kpmg.com

華南ビジネス

「華南ビジネス最前線」

第 62 回 ～香港と粵港澳大湾区における個人情報の越境移転促進政策

三菱 UFJ 銀行
香港法人営業部
アドバイザー室

中国では個人情報やデータの取り扱いに関する規制強化のための法律が相次いで施行されている。2021年11月に施行された「中国個人情報保護法」では、個人情報の越境移転が規制されているが、中国・香港間における移転も制限されることが粵港澳大湾区（大湾区）の一体的な発展を進めるうえでの課題となっていた。そこで、2023年6月、中国政府と香港政府は共同で「粵港澳大湾区における個人情報の越境移転促進に関する覚書」を締結、同年12月には「粵港澳大湾区（中国本土・香港）における個人情報の越境移転標準契約書における実施ガイドライン」（以下、「本ガイドライン」）および「粵港澳大湾区（中国本土・香港）における個人情報の越境移転標準契約書における届け出ガイドライン」を發布した。本ガイドラインは大湾区と香港間での個人情報越境時の管理方法を示したものである。本稿では、本ガイドラインの要点、および個人情報越境移転の契約書の締結に際して企業が留意すべき要点について解説する。

1. 背景

中国個人情報保護法では、中国本土に所在する企業は、業務上の必要性により域外に個人情報を提供する場合、当局のセキュリティ評価を受け、専門家による個人情報保護認証を取得し、域外の情報受領者とも契約を締結することなどが新たに義務付けられた。そのため、越境の際はセキュリティ評価項目などの要件を満たすための事務的負荷およびコンプライアンスコストの負担を強いられることになった。特に、中国のゲートウェイである香港に所在する企業は、業務上、中国との個人情報の共有が必要になるケースが多いが、中国から香港への個人情報の移転は域外扱いとされるため、大湾区で一体的な発展を目指す中国・香港にとって越境移転の利便化が課題となっていた。

本ガイドラインは、大湾区において、中国本土と香港の間で、個人情報を保護するための標準契約を締結することにより、個人情報の越境移転を行うことが可能となる。これによって企業の個人情報保護法要件を充足させることを容易にし、コンプライアンスコストを軽減、グローバルビジネスハブとしての香港の競争力の向上にもつながると言えよう。

2. 本ガイドラインの内容（抜粋）

	概要（抜粋）
対象企業	<ul style="list-style-type: none"> ●大湾区（中国本土地区）・香港に登録した組織・所在する個人における個人情報取扱者および受領者
対象外個人情報	<ul style="list-style-type: none"> ●当局により重要データとして通知または公表された個人情報
義務および責任	<ul style="list-style-type: none"> ●事前に個人情報主体に通知するか、個人情報主体の同意を得ること ●大湾区以外の組織や個人に個人情報を提供しないこと
個人情報保護の影響評価	<ul style="list-style-type: none"> ●個人情報の越境提供の前に、主に以下の内容に関し、評価を行う必要がある <ol style="list-style-type: none"> i. 個人情報取扱者および受領者における個人情報取り扱いの目的および方法の適法性、正当性および必要性 ii. 個人情報主体の権利利益に与える影響およびセキュリティリスク iii. 受領者が負うべき義務、および義務を履行するための管理および技術的措置と能力が、越境移転される個人情報のセキュリティを確保できるかどうか
届け出義務	<ul style="list-style-type: none"> ●個人情報取扱者および受領者は、標準契約の発効日から 10 営業日以内に、広東省インターネット情報弁公室または香港情報技術総監弁公室に標準契約書を登録し、以下の資料を提出する必要がある <ol style="list-style-type: none"> i. 法定代表者の本人証明書の写し ii. 誓約書 iii. 標準契約書
監督管理	<ul style="list-style-type: none"> ●個人情報取扱者および受領者はそれぞれ現地当局より以下の通りに監督管理されること <ol style="list-style-type: none"> i. 「個人情報越境標準契約」（以下、「標準契約」）第 2 条第 7 項および第 10 項に基づき、個人情報取扱者は、当局からの照会への対応および契約上の義務および責任の履行について立証責任を負う ii. 標準契約第 3 条第 12 項に基づき、受領者は、当局指導の順守、必要な措置が講じられたことの証明の提供など、当局の監督および管理に従う iii. 標準契約第 6 条第 2 項に基づき、個人情報取扱者が標準契約を解除する場合は、当局に通知する

3. 本ガイドラインと中国本土版の比較

2023 年 2 月、中国政府は「個人情報越境における標準契約弁法」（以下、「中国本土版」）を発表した。こちらは中国全域が対象地域となる一方、本ガイドラインはマカオを除く大湾区のみである。これに加えて、以下の相違点がある。

<個人情報の流通量制限の免除>

中国本土版では、個人情報取扱者が標準契約を締結し、個人情報を域外移転する場合の流通量の上限を 100 万人としている。さらに前年 1 月 1 日からの累計で、域外移転する個人情報数およびセンシティブ個人情報数はそれぞれ 10 万人未満、1 万人未満であることが要求される。また、重要情報インフラ事業者は個人情報の域外移転は禁じられている。

<個人情報保護の影響評価項目の相違点>

これに対して本ガイドラインでは、移転する個人情報の流通量の制限や重要情報インフラ施設の運営禁止などの条項は定められていない。ただし、中国の「データ越境安全評価弁法」の第4条に基づき、データ輸出のセキュリティ評価を行うことが前提である。大湾区と香港間のデータ移転に流通量の制限がなくても、「データ越境安全評価弁法」の要件を満たすことが求められる。

<届け出の利便化>

中国本土版においては、届け出を行うにあたり、以下の7種類の書類の提出が必要とされ、当局による審査処理に15営業日を要するとされる。これに対して、本ガイドラインでは、ii.、v.、vi.の3つの必要書類のみで、10営業日で審査結果が出るように手続きが利便化された。

- i. 統一社会信用コード証明の写し
- ii. 法定代表者の本人証明書の写し
- iii. 担当者の本人証明書の写し
- iv. 担当者の授権委託書
- v. 誓約書
- vi. 標準契約
- vii. 個人情報保護影響評価報告

4. まとめ

中国における個人情報関連規制が強化されて以来、中国に所在する企業では個人情報の取り扱い方法の改善が課題となっている。特に個人情報の越境移転が発生する企業には、安全評価や当局への届け出などの対応が求められている。本ガイドラインは、大湾区における個人・企業の個人情報越境移転に特化した特別措置であり、中国本土版より簡素化され、企業にとって利便性が高い内容となっている。また、本ガイドラインは中国本土と香港で共同設定されたことから、2つの地域の法制度の相違や矛盾によって引き起こされうる論争を回避し、企業がコンプライアンス責任を履行しやすくなると言えよう。香港政府からも標準契約の内容は香港における個人情報（プライバシー）条例をクリアできるとお墨付きを得ている。

標準契約の利用時に注意を要する点として、標準契約は当局により決定された内容であり、参加企業は統一された内容にて契約を締結することが必要とされる点である。従って、個人情報移転に関して標準契約に含まれる内容以外にも取り決めておくべき条項がある場合、別途契約を調印する必要がある。その際、新たに締結する契約は、本ガイドラインによる標準契約の内容と相反してはならないと定められている。仮に相反した場合は、標準契約の内容が優先されることになる。また、すでに中国本土版の標準契約を完了している場合は、本ガイドラインとは適用要件や範囲などが異なるため、自社の置かれている状況とニーズに応じて、中国本土版による標準契約と大湾区版である本ガイドラインによる標準契約のいずれを採用すべきか、弁護士等の専門家のアドバイスを得たうえで検討することが望ましい。

本ガイドラインは公布した日から施行されるものの、初期段階では任意の企業が意向書を提出して参加する形となる。香港政府は銀行、信用調査およびヘルスケア業界に参加を呼び掛けている。2024年中旬に本ガイドラインを見直す予定になっているが、今後、個人情報以外の重要データ越境移転にも規制緩和の拡大が実現した場合、在香港の日系企業に大きな利便性をもたらすことになる。データ越境に関する規制動向に引き続き注視していきたい。

(本稿はニュースフォーカス 2024年2月8日発行分を一部修正したレポートです)

(執筆者連絡先)

三菱UFJ銀行 香港法人営業部 アドバイザリー室

住所：18/F AIRSIDE, No.2 Concorde Road, Kai Tak, Kowloon, Hong Kong

Email: Kelly_MY_Mok@hk.mufg.jp

TEL: 852-2249-3938

日本語・中国語・英語対応が可能なメンバーにより、東アジア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。

香港・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

中国税務調査の最新動向

KPMG 中国

日系企業サービス

税務パートナー 陳蔚 (Vivian Chen)

背景

「アフターコロナ」の2年目となる2024年、中国は景気回復の勢いが鈍化し、地方の財政も苦しくなる傾向にある。日本や欧米諸国の中で中国に関する地政学的リスクが認識され、外国企業によるサプライチェーンの再構築が検討されているなか、税収減少を懸念する中国税務当局（以下「税務当局」）は、クロスボーダー取引をはじめとする諸税務政策の執行をより厳格化しようとしている。ビッグデータの活用を特徴とする、中国における最新バージョンの税務申告管理システムである「金税四期」の導入は、税務当局が税務監督をより効率化、厳格化しようとする試みの1つといえるだろう。

税務当局は、国家外貨管理局、税関、商務局、市場监督管理局などの行政管理当局との情報交換を通じて、中国から外国親会社への配当、サービスやロイヤルティを含む各種の対外送金、貨物の輸出入、分割・合併や撤退など再編に関わるクロスボーダー取引のモニタリングを強化している。

本稿では、中国税務調査の最新動向とその対応策について解説する。なお、本文中の意見に関する部分については、筆者の私見であることを予めお断りする。

内容

1. 中国税務調査の最新動向：ビッグデータを活用した税収管理

(1) 税務当局は納税者の税務リスクを常時モニタリングする枠組みを構築

税務当局は、納税者に関する膨大な税務・財務・その他のデータを活用し、税務リスク管理に役立てている。

税務当局による税務リスク管理は、納税者のコンプライアンス体制の確保に重点を置いており、納税者に対する日々のリスク評価の枠組みを構築する、というものである。広範囲の定性的・定量的な情報収集を通じて、企業の全体的な状況をマクロレベルで把握するとともに、ビッグデータ分析によって、リスクモニタリングおよび規定順守状況の管理を完全な形で実施することを目指している。その代表的な取り組みが、最新の税収管理システム「金税四期」の開発と導入である。

(2) 税務当局と各行政当局間の情報交換

デジタルトランスフォーメーション (DX) が積極的に推進されている中国では、税務を含む各行政当局による管理監督の現場において、ビッグデータとIT技術が活用されている。また、各行政当局の間では、情報共有と定期通告が盛んに行われている。

税務視点でいえば、税務当局は「金税四期」を用いて、税務に関するデータのみならず、外貨管理（銀行）、税関、公安当局、市場監督管理局、労働部門などのシステムをリンクさせている。これにより、各方面から企業に関連する各種データを収集・分析して、企業の経営状況の把握や、日頃のリスクモニタリングを行っている。

(3) 課税執行方法の変化：立案調査から自主調整へ

このようなビッグデータ技術を活用する税収管理システムの導入は、税務調査人員の省力化につながる。システムには各種の自動検査機能が搭載され、企業のデータを過去のデータや同業他社のデータと比較し、異常な数値を確認すれば企業に説明や自主調査を求める。企業の説明や自主調査が不十分であると認められた場合、税務当局は正式な調査通知を出し、その企業に対して現場調査を行う。

また、税務当局は「納税信用評価制度」を導入しており、日頃のモニタリングによる各種の税務データに基づき、納税者をランク付けしている。納税信用ランクが高い納税者に対しては税務調査の頻度が極力抑えられるが、納税信用ランクの低い納税者は税務当局に厳格に管理され、税務調査が行われる可能性が高くなる。

(4) 「ダブルランダム」というランダム税務調査の多発

「ダブルランダム」税務調査とは、「納税者を検査対象名簿に登録し、納税者の規模、リスクランク、信用ランクに基づいて名簿を分類し、検査対象をランダムに抽出する。また、税務局側の調査官もランダムに選定され、ランダム検査の状況は適時に公開される」というものである。この制度は、2015年から中国に導入されている。

ランダム税務調査は、税務査察を担当する専門税務当局である税務査察局が主導し、「まず納税者が自主調査し、その後、税務局が重点的に検査する」あるいは「直接、税務局が立案調査する」という調査方法が通常採用される。

近年の中国経済の不況による、各地の税収源不足などの状況を背景に「ダブルランダム」税務調査制度を活用したランダム税務調査が中国各地で多発している。調査対象に選ばれた企業にまず自主調査、自主納税を行わせ、ゼロ納税または自主納税額の少ない企業に対し、さらに正式な立案調査を実施する、というアグレッシブな行動を取る地方税務当局もあり、企業はランダム税務調査に如何に適切に対応すべきか懸念している。

2. その他外資企業における典型的な税務調査事例

(1) 税務登記抹消に伴う税務調査

会社清算、中国内での吸収合併による消滅会社の登録抹消、または中国内の場所の移転などにより、中国企業は所在地での税務登記抹消を行う。その際、現地税務当局は、当該会社に関わる税務当局内部システム上の未決税務事項の有無、過去のモニタリング指標、税務格付けランクなどを確認する。これにより、会社経営期間中の税務コンプライアンス状況を審査し、不備があると判断した場合には税務調査を実施する。近年では、このような事例が多く発生している。

(2) 対外送金に関わる税務調査

外資企業の対外送金に関する税務当局の税務管理監督は、近年強化される傾向にある。とりわけ、海外関連会社への海外送金の名目が多い。送金の金額が大きく、海外送金により中国企業自体の利益水準に大きなマイナス影響を与える場合には、税務当局の質疑・調査対象とみなされやすくなる。

3. 調査対応方法の提案

(1) 調査中の対応方法

税務当局または税関による調査、または質疑が発生した初期段階で、当局担当官の所在部署、当局から交付された通知文書に記載されている内容（文書名、適用法令、提出期限、調査範囲、発行機関名など）を確認する。さらに、当局から口頭ベースで伝えられた情報、所在地または全国の最近の調査動向などの情報を集め、関連調査の性質と範囲を正確に把握することが肝要である。

このように調査内容の性質を正しく判断したうえで、関連調査項目に関するリスクレベルを事前に把握できるか、調査対応可能な社内人員などのリソースが配置されているか、外部専門家介入の必要性和タイミングなどを検討し、次のアクションプランを策定する。

当局調査対応の際には、当局に要求される提出期限どおりに正確な書類と説明資料を用意し、提出する。調査現場では、当局の質問に適切に回答し、調査を有利な方向に導くことも重要である。外部専門家のサポートを求める場合は通常、介入させるタイミングが早いほど効果的である。

納税者は当局の調査結果に異議がある場合、納税手続きを済ませた後に、関連当局の上級機関に対し不服申し立てや行政訴訟を提出する権利がある。しかし、さまざまな複雑な要因により、これらの納税救済措置は実務上ほとんど運用されていない。そのため、調査中の対応を重視し、可能な限り納得できる結果になるよう努めることが肝要である。

(2) 調査の事前防止とリスク低減の対策

当局の調査リスクを低減するためには、以下の3つの対策が考えられる。

1つ目は、定期的に「税務健康診断」を実施することである。中国では税務法規の更新が頻繁に行われ、かつ各地の税務局の法令に対する実務上の解釈と運用にバラツキがある。そのため、最新法規に基づき、かつ地方税務当局の実務運用を理解したうえで、中国法人の税務法令順守状況を定期的に確認することを推奨する。

加えて、中国税収徴収管理法などの法令によれば、税務調査の遡及期限は通常3年であるが、5年（過小納付税額が10万元以上の場合）ないし無期限（脱税行為と判定される場合）という嚴重な状況となる可能性もある。さらに、過去年度の過小納付税金のみならず、延滞金（1日あたり0.05%）と罰金（0.5倍から5倍）などの処罰を受ける可能性もある。したがって、時とともに税務問題が積み重なり税務リスクが大きくなる前に、定期的な査定を行い、発見した問題をタイムリーに解決することが肝要である。

2つ目は、社内の税務コンプライアンス管理レベルを向上させることである。前述のとおり「金税四期」の導入に伴う税務当局のデジタル化や AI 化に対応していくため、企業には税務コンプライアンスや統制管理プロセスの強化が求められる。また、税務以外の情報も含めたデータ分析を活用した、税務管理のデジタル化も検討する必要があると考えられる。

3つ目は、移転価格に関する事前確認制度（APA）、税関の事前裁定制度や、深圳市や広州市などの現地当局による、特定のクロスボーダー取引の税務処理に関わる事前裁定制度の利用である。これらのような特定税務事項に関わる当局の事前裁定、または事前協議制度を利用することで、過去の税金処理に関する当局の事後監督や調査によるリスクを低減することができる。

(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

法令・政策

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
 国際アドバイザー事業部
 シニアアドバイザー 池上隆介

今月号では4月中旬から5月中旬にかけて公布された政策・法令を取りあげました。

[規則]

【金融】

○「受益所有者情報管理弁法」(中国人民銀行・国家市場監督管理総局令 [2024] 第3号、2024年4月29日公布、同年11月1日施行)

企業における個人の実質的支配者情報の届出に関する規則。FATF (金融活動作業部会) (注) の勧告に基づいて制定されたもの。この弁法でいう受益所有者とは、実質的支配者を意味する。外商投資企業も個人の実質的支配者がいる場合には、企業登記と別に届出が義務付けられ、外国の会社の分支機構 (支店、事務所) は、高級管理者も実質的支配者とされているため届出が必要となる。施行は2024年11月1日から。(注) FATF はマネーロンダリング (資金洗浄) やテロ資金供与等の対策のための国際基準の策定・履行を担う多国間協力の枠組みで、中国も参加している。

■本弁法の概要は、以下の通り。

- ・受益者所有者の情報を届け出る主体は、会社、パートナーシップ企業、外国会社の分支機構、中国人民銀行と国家市場監督管理総局が定めるその他の主体とする。
- ・受益所有者とは、①届出主体の25%以上の持分、株式またはパートナーシップ権益を直接または間接に有している自然人、②前記の基準を満たさないが、最終的に届出主体の25%以上の収益権、議決権を有している自然人、③同じく前記の基準を満たさないが、単独または共同で届出主体を実際に支配している自然人のいずれかをいう。
- ・外国会社の分支機構の受益所有者は、外国会社の上記①～③のいずれかに該当する者および分支機構の高級管理者とする。
- ・受益所有者情報の届出方法は、国家市場監督管理総局が構築する登記登録システムを通じて行う (注: 施行日の11月1日までに整備されるとみられる)。
- ・届け出る受益所有者情報は、氏名、性別、国籍、生年月日、通常の居住地または就業先の住所、連絡先情報、個人識別証または個人識別証明文書の種類・番号・有効期限、受益所有権関係の種類・発生日および終了日 (ある場合) とする。
- ・届け出た受益所有者情報は、上記の登記登録システムから中国人民銀行の管理システムに送信され、中国人民銀行が情報の保存・処理を行う。
- ・国家の関係機関は、職責履行上の必要があるときは中国人民銀行から受益所有者情報を取得できる。また、金融機関と特定非金融機関 (注: 決済業務を行う非金融機関) はマネーロンダリングやテロ資金供与等に対する業務を行う際、中国人民銀行に対して受益所有者情報を照会できる。

<ul style="list-style-type: none"> ・本弁法の施行前に登記登録を行った届出主体は、2025年11月1日までに受益所有者情報を届け出なければならない。 ・届出主体が届出を行わない場合、企業登記管理に関する行政法規に従って処理する（注：「市場主体登記管理条例」（2022年3月1日施行）には、受益所有者関連情報の届出義務が規定されており、届出を行わないときは是正を命じ、これを拒否した場合には5万元以下の罰金を科すとされている）。また、中国人民銀行が、届け出た受益所有者情報が不正確であることを発見した場合は、期限内の是正を命じ、これを拒否した場合には5万元以下の罰金を科す。 <p>■原文は中国人民銀行の下記サイトをご参照。 http://www.pbc.gov.cn/tiaofasi/144941/144957/5342579/index.html</p>
<p>【加工貿易管理】</p>
<p>○『「加工貿易貨物の“不足・余剰範囲”管理の行政法執行裁量基準』に関する公告』（税関総署公告 2024年第49号、2024年4月30日公布、同年6月1日施行）</p>
<p>企業の加工貿易貨物（保税で輸入した原材料・部品、加工製品および加工の過程で発生した端材・不良品等）の実際の残存数量が、税関に事前に届け出た残存数量から不足または余剰となった場合、一定の範囲内であれば処罰の対象とせず、通常の処理を認めるもの。企業の負担軽減と加工貿易の持続的発展が目的とされている。</p> <p>■主な内容は、以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・適用対象企業は、①税関の信用格付けが“信用喪失企業”ではないこと、②税関が電子帳簿（中文は「電子账册」）による管理（注：税関が企業の輸入原材料・部品、加工における損耗、輸出製品に関するデータを記録した電子帳簿を設置し、企業単位で管理する方式）を行っていること、③原材料・製品が、国家の輸出入禁止・制限管理に該当しないこと、④余剰となった場合に、未処理の状態にあるか加工貿易方式で再輸出していること、の4つが条件とされている。 ・加工貿易貨物において不足・余剰があり、それが発生したのが企業の過失ではない場合、以下の①②の条件・方法で消し込みを行う（注：税関が輸入・加工・輸出のデータを審査・照合した上で電子帳簿からデータを消去する手続き、中文は「核銷」）。 <ol style="list-style-type: none"> ① 実際の残存数量が税関に届け出た残存数量から不足しており、不足数量が帳簿消し込み期間の期初の残存数量と輸入総数量の合計の1%以下の場合、税関に直接課税手続きを申請する。 ② 実際の残存数量が税関に届け出た残存数量から余剰となり、余剰数量が同じく1%以下の場合、税関に直接電子帳簿の原データ（中文は「底账」）の調整を申請する。 <p>■原文は税関総署の下記サイトをご参照。 http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302267/5857211/index.html</p>

(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>

人民元レポート

政策の重点は、景気刺激に移る

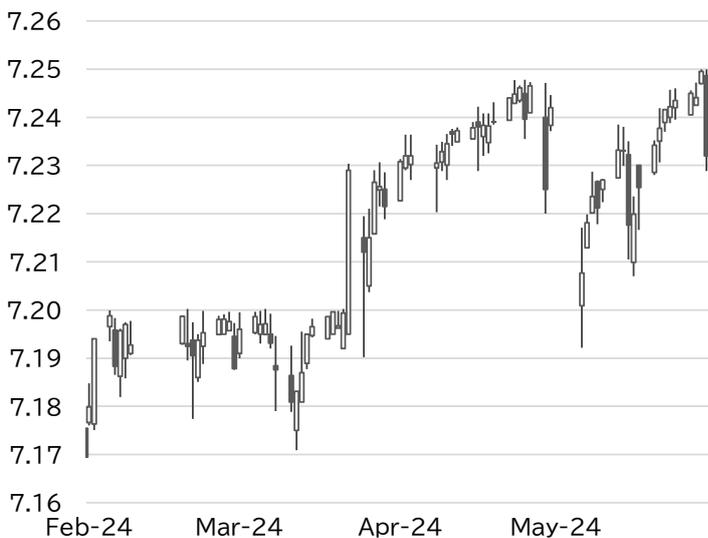
三菱UFJ銀行
グローバルマーケットリサーチ
アナリスト 横尾明彦

5月のレビュー

5月初からの連休明け、人民元の対ドル相場は3月25日以来の高値圏である7.20台で取引を開始した。ドル高地合いのなか、8日には7.22台後半まで下落した。10日には、米国が中国製EVなどの輸入関税引き上げを検討との報道があり、下落が続くと、人民銀が対ドル基準値を人民元安水準に設定した13日には、7.23台後半まで下げ幅を拡大した。ただ、15日に「政府が大規模な不動産支援策を検討」と報じられると急反発し、同日発表の4月の米消費者物価指数(CPI)、小売売上高なども追い風となって16日には7.20台後半まで上値を伸ばしている。ドル安が一服すると、17日発表の月次主要経済指標が総じて市場予想を下回ったことも相まって、7.23台まで下落。同日には、政府が大規模な不動産支援策を発表したものの、反応は限られた。さらに、21日以降は、人民銀が対ドル基準値を人民元安方向に設定し続けたために、段階的に水準を切り下げる展開となり、29日には昨年11月17日以来の安値となる7.24台後半まで下落した。だが、30日には7.23台前半まで反発。国有銀行がドル売り人民元買いを実施したと報じられている。31日には、市場予想を下回る国家統計局版の製造業PMIが発表されたあと、本稿執筆時点では7.23台後半で推移する(第1図)。

対円相場は21.1台で取引を開始したのち、14日にかけて21.6台まで上昇。15日には米CPI発表後に円買いが加速し、一時21.2台後半まで急落する局面があった。しかし、16日以降は段階的に水準を切り上げ、本稿執筆時点では21.6台半ばで推移する(第2図)。

【第1図：人民元対ドル相場（5月31日10時30分時点）】



(資料) Refinitiv 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（5月31日10時30分時点）】



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

共産党・政府は、景気重視の方針に舵を切った

4月30日の共産党中央政治局会議では、景気支援のために財政・金融政策を強化するとの方針が打ち出された（第1表）。このなかで「在庫不動産の消化」を図る構えが示されたため、5月17日には政府と人民銀が地方政府による在庫住宅の買い上げや、不動産融資規制の緩和をはじめとする、大規模な不動産支援策を発表している。2020年の不動産融資規制の導入以来、「不動産バブル抑制」に重点が置かれてきた政策が、「市場の回復」を目指す方向に転じたと言える。実際、本政策が発表されたのち、融資規制が厳しかった上海市や広州市などの主要大都市で、投機的な取引を防止する目的で設定されていた住宅ローン金利の下限が撤廃された。ただ、目玉として注目される在庫住宅の買い上げには巨額の資金が必要とされるが、財源が明らかにされておらず、政策の実現性には疑問符もついている。

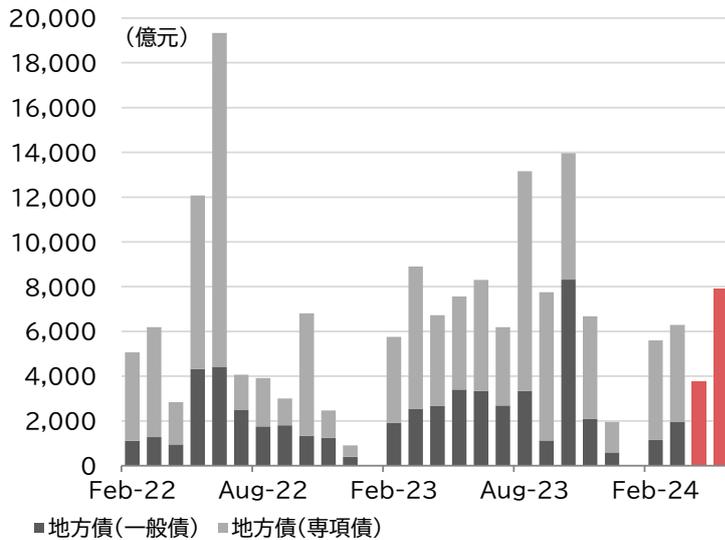
【第1表：経済運営の方針（4月30日 共産党中央政治局会議）】

決定した内容	
景気対策	【基本方針】 積極的な財政政策と緩和的な金融政策をより良く実施する
	【財政出動】 超長期特別国債を早期に発行し、インフラ投資向け専項債の使用を加速させる
	【金融緩和】 金利や預金準備率などの政策ツールを活用し、実体経済を支えて、融資コストを低下させる
	【その他】 大規模な設備更新や耐久消費財の買い換えなどによって、内需拡大を図る
リスク認識	【不動産】 地方政府、企業、金融機関の責任のもと、合法的な住宅需要を保障する。不動産市場の需給関係の変化に合わせ、在庫不動産の消化と最適化を図る
	【地方債務】 政府の債務リスク解消を進める。特に高リスクの省・市・県の債務を圧縮し、安定化を図る
	【金融機関】 中小金融機関のリスク解消を図り、資本市場の健全な発展を促進する

(資料) 各種報道より三菱 UFJ 銀行グローバルマーケットリサーチ作成

一方、政府は、11月までに合計1兆元の超長期国債を発行する計画を発表。加えて、5月には地方債の発行を加速させたとも報じられている(第3図)。今年も「5%前後のGDP成長率」を目標に掲げる政府としては、秋ごろまでには財政出動による景気回復を軌道に乗せたいとの考えがあるようだ。そのために、目下、国債発行を一段と加速するように指示している。もっとも、政府は大規模かつ早いペースで起債を進めると同時に、国債の安定消化に注力するとみられる。すでに大手国有銀行には協力要請があったとの報道もあるほか、景気減速を背景に新規貸出が伸び悩んでいる地方銀行などが、積極的に国債の買い入れを進めるとの観測もある。よって、国債発行が増えても、国債利回りはむしろ低下が続く可能性すらあるとみておきたい。

【第3図：地方債の発行状況】



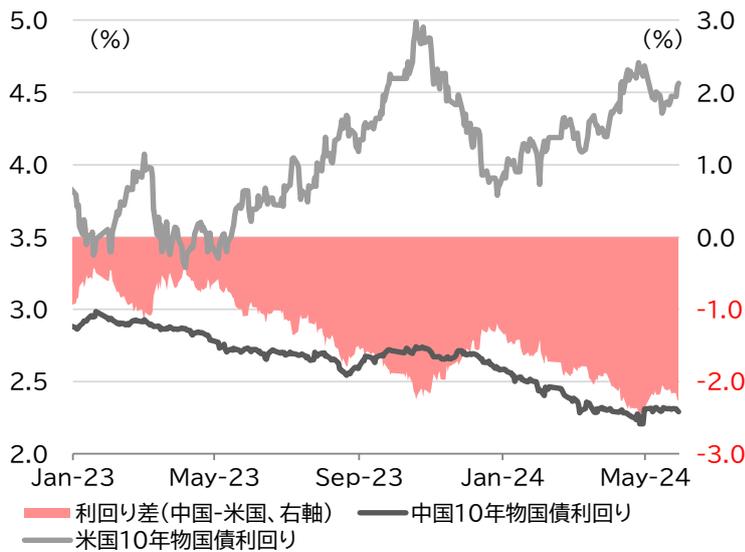
(注) 2024年3月までは財政部が発表する実績、4~5月は報道に基づく

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

輸出企業への配慮を強める人民銀

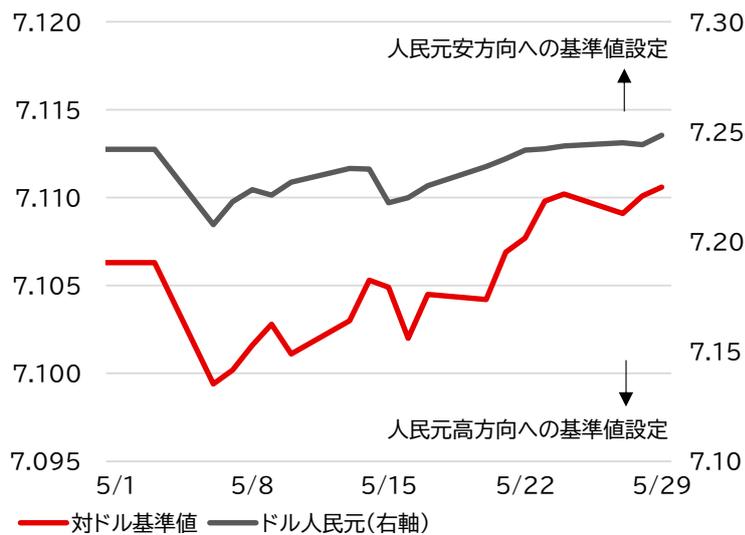
共産党中央政治局会議では、「金利や預金準備率などの政策ツール」を通じて融資コストを低下させるとの方針が示されたため、人民銀は、金融・通貨政策でも景気への配慮を強めているとみていいだろう。ここまで、金融政策面での具体的な動きはみられないが、預金準備率の引き下げなど追加緩和への期待が高まっているため、国債利回りは低下している。中米金利差の拡大により、人民元相場に下押し圧力がかかっているが、これに対して人民銀は5月21日以降、毎営業日の対ドル基準値を人民元安方向に設定し続けている(第4図、第5図)。つまり、人民元安を容認する姿勢を示しているということだ。政府は、補助金給付など中小企業向け支援策を拡充しており、人民銀による人民元安容認の姿勢は、中小企業も多い輸出セクター支援の側面があると解釈することができそう。

【第4図：中米10年物国債利回り差（＝中国－米国）】



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

【第5図：人民元による対ドル基準値設定】



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

米国、欧州との関係悪化が懸念される

翻って、米国や欧州との関係悪化は、対内、対外証券投資の資金流出を招く要因になりかねない。米国は、中国製 EV や半導体、鉄鋼向けの関税引き上げを検討しているうえ、EU も中国製 EV への関税賦課に向けた調査に入っている。また、5月23～25日の日程で実施された G7 財務相・中銀総裁会議では、中国への対応が議論された。声明では、「中国の過剰生産が世界経済に影響を与えている」と名指しで批判する状況だ。中国としては、経営不振に苦しむ自国企業向け支援策を取り止めるわけにはいかず、欧米への反発を強めている。また、中国が、台湾新総統就任に際して5月23～24日に実施した軍事演習に対しても、米国が自制を求める事態となっている。貿易摩擦だけでなく安全保障上の懸念も高まっている。中国を取り巻く国際環境の不透明感が一段と高まることで、中国国内市場からの資金流出が拡大するリスクには、引き続き注意が必要だろう。

来月の見通し：緩やかな人民元安が継続しそうだ

当方は、こうした環境のなかで、内外金利差、金融政策格差が継続し、当面はドル高人民元安の地合いが続くとみている。ただし、政府、人民銀は、「人民元相場の安定」を繰り返し強調してきている。足もとの人民元は人民銀が定めている変動許容レンジの下限近辺で推移しているが、人民元安が加速するタイミングでは、対ドル基準値の人民元高方向への設定や、国有銀行によるドル売り人民元買いなどを通じて、下落速度の抑制を図るとみておきたい。

【予想レンジ】

	24年6月	7月～9月	10月～12月	25年1月～3月
USD/CNY	7.150～7.330	7.050～7.330	7.000～7.320	6.950～7.310
CNY/JPY	20.5～22.5	20.4～22.4	20.2～22.2	20.0～22.0

予想レンジは四半期中を通じた高値と安値の予想

(2024年5月31日脱稿)

(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

アナリスト 横尾明彦

Tel: 050-3842-8809 E-mail: akihiko_yokoo@mufg.jp

主要経済指標

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	2022年				2023年				2024年			
		1~3月	1~6月	1~9月	1~12月	1~3月	1~6月	1~9月	1~12月	1月	2月	3月	4月
国内総生産(GDP)	前年同期比%	4.8	2.5	3.0	3.0	4.5	5.5	5.2	5.2	(1-3月) 5.3			
固定資産投資*	前年同期比%	9.3	6.1	5.9	5.1	5.1	3.8	3.1	3.0	-	4.2	4.5	4.2
第一次産業	前年同期比%	6.8	4.0	1.6	0.2	0.5	0.1	▲1.0	▲0.1	-	▲5.7	1.0	1.9
第二次産業	前年同期比%	16.1	10.9	11.0	10.3	8.7	8.9	9.0	9.0	-	11.9	13.4	13.0
第三次産業	前年同期比%	6.4	4.0	3.9	3.0	3.6	1.6	0.7	0.4	-	1.2	0.8	0.3
工業生産(付加価値ベース)**	前年同月比%	6.5	3.4	3.9	3.6	3.0	3.8	4.0	4.6	-	7.0	4.5	6.7
社会消費財小売総額***	前年同月比%	3.3	▲0.7	0.7	▲0.2	5.8	8.2	6.8	7.2	-	5.5	3.1	2.3
消費者物価上昇率(CPI)	前年同月比%	1.1	1.7	2.0	2.0	1.3	0.7	0.4	0.2	▲0.8	0.7	0.1	0.3
工業生産者出荷価格(PPI)	前年同月比%	8.7	7.7	5.9	4.1	▲0.8	▲3.0	▲3.6	▲3.6	▲2.5	▲2.7	▲2.8	▲2.5
輸出***	億ドル	8,209.2	17,322.8	26,985.9	35,936.0	8,218.3	16,634.3	25,203.1	33,800.2	-	5,280.1	2,796.8	2,924.5
前年同月比%		15.8	14.2	12.5	7.0	0.5	▲3.2	▲5.7	▲4.6	-	7.1	▲7.5	1.5
輸入***	億ドル	6,579.8	13,468.4	20,534.4	27,160.0	6,171.2	12,547.4	18,898.9	25,568.0	-	4,028.5	2,211.3	2,201.0
前年同月比%		9.6	5.7	4.1	1.1	▲7.1	▲6.7	▲7.5	▲5.5	-	3.5	▲1.9	8.4
貿易収支***	億ドル	1,629.4	3,854.4	6,451.5	8,776.0	2,047.1	4,086.9	6,303.0	8,232.2	-	1,251.6	585.5	723.5
対内直接投資(実行ベース)*(注)	億元	-	7,233.1	10,037.6	12,326.8	4,084.5	7,036.5	9,199.7	11,339.1	1,127.1	2,150.9	3,016.7	3,602.0
前年同期比%		-	17.4	15.6	6.3	4.9	▲2.7	▲8.4	▲8.0	▲11.7	▲19.9	▲26.1	▲27.9
外貨準備高	億ドル	31,880	30,713	30,290	31,277	31,839	31,930	31,151	32,380	32,193	32,258	32,457	32,008
都市部調査失業率	%	5.5	5.7	5.9	5.6	5.5	5.3	5.3	5.2	5.2	5.3	5.2	5.0
国内自動車販売台数	万台	650.9	1,205.7	1,947.0	2,686.4	607.6	1,323.9	2,106.9	3,009.4	243.9	158.4	269.4	235.9
前年同月比%		0.2	▲6.6	4.4	2.1	▲6.7	9.8	8.2	12.0	47.9	▲19.9	9.9	9.3
購買担当者指数(PMI)	製造業	-	-	-	-	-	-	-	-	49.2	49.1	50.8	50.4
非製造業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.7	51.4	53.0	51.2

* : 年初からの累計ベース。

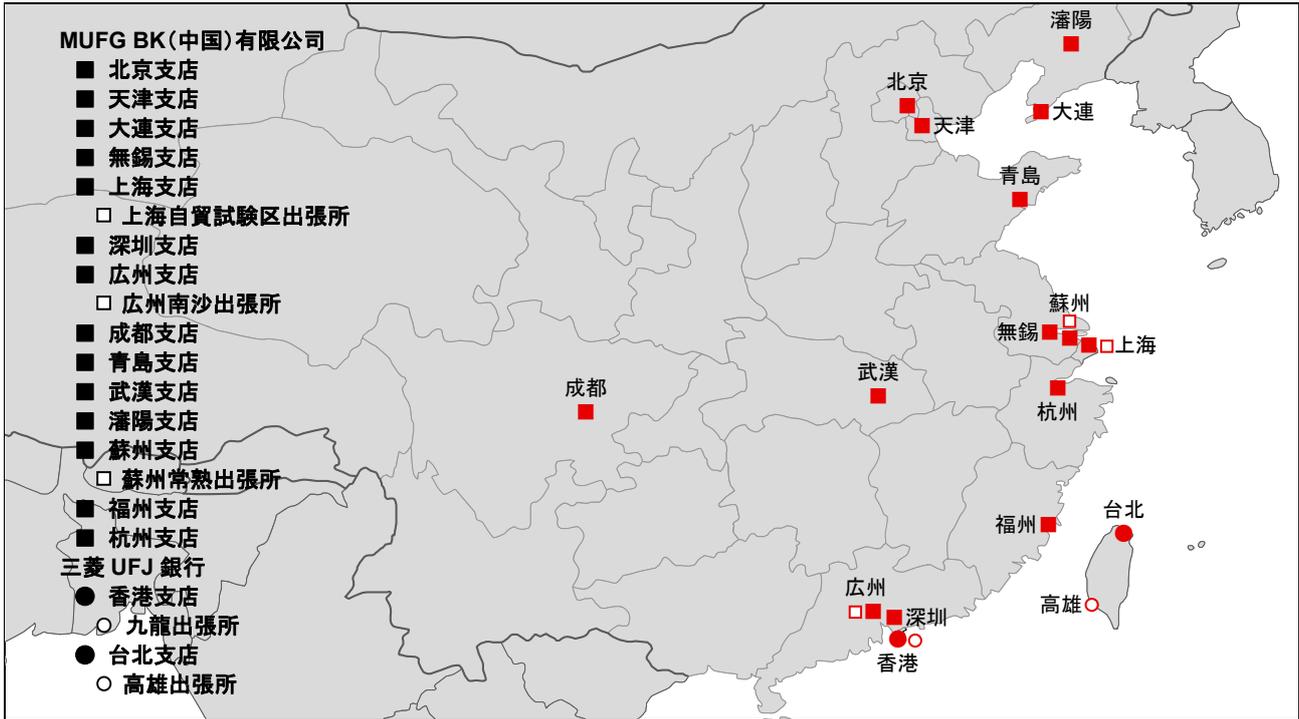
** : 2月は1-2月の累計ベース。独立会計の国有企業と年間販売額2,000万元以上の非国有企業を対象。

*** : 2月は1-2月の累計ベース。

(注)商務部の2022/7/29の発表によると、2022年6月以降は金融業を含む数値となる。但し、2022年6月から2023年5月までの「前年同期比」は金融業を含まない数値となる。

(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 申貿大廈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 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 上海市浦東新区海陽西路399号前灘時代広場16階	86-21-6888-1666 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 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 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廈 805、806号	86-20-8550-6688 86-20-3909-9088
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 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号広融大廈15階 江蘇省常熟市常熟高新技术産業開発区東南大道333号科創大廈12階C区、D区	86-512-3333-3030 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 九龍出張所	8F AIA Central, 1 Connaught Road, Central, Hong Kong 18/F & 19/F, Airside, No.2 Concorde Road, Kai Tak, Kowloon, Hong Kong	852-2823-6666 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8階・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】

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。