

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 1 月号(第 227 号)

※ 読みたい記事のタイトルをクリックしてください。

■ 巻 頭 言

◆ 中国ビジネスの探索と深化

三菱 UFJ 銀行 トランザクションバンキング部

部長 小原正達 1

■ 特 集

◆ 中国製 EV に追加関税を課す EU の思惑と現実

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング 調査・開発本部 調査部

副主任研究員 土田陽介 4

◆ 消費の変化に対応する中国外食産業の動向(後編)

フロンティア・マネジメント株式会社

インダストリアル・ストラテジー & オペレーション部門

シニア・アドバイザー 中村達 8

■ 経 済

◆ 2025 年も抜本的な下支え策が必要な中国経済—2024 年秋の対策効果は今後の観察を要する—

公益財団法人 国際通貨研究所 開発経済調査部

上席研究員 梅原直樹 12

■ 税務・会計

◆ 中国関税法の実施について

KPMG 中国 日系企業サービス

税務パートナー 李輝 16

■ 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 23

■ 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 28

■ 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



巻頭言

中国ビジネスの探索と深化

三菱 UFJ 銀行
トランザクションバンキング部
部長 小原正達

身近な存在

中国は身近な存在だ。知り合いと食事に行くと、私が幹事の場合、中華料理をリクエストされることも多い。試しにレストラン検索サイトで日本全国のレストランに占める中華料理店の割合を調べると、おおよそ 4～5%なので 20～25 軒に 1 軒となる。本場中国の味をそのまま提供する店「ガチ中華」も、「海外旅行気分が味わえる」などの理由から近年人気上がり、ずいぶん世の中に浸透した気がする。

中国からの訪日客数も復活しており、2024 年 1 月～10 月は累計 583 万 500 人、世界全体の 19.3%で韓国に続く 2 位となった（出所：日本政府観光客「訪日外客統計」より算出）。しかし、この数はコロナ禍前の 2019 年同期の 71.7%にすぎないので、まだまだ増える余地が十分にあるだろう。また、日本人が中国を訪れる際の短期滞在のビザの免除が 2024 年 11 月末から再開されたので、日本からの訪中も便利になった。

経済面から見てみると、貿易の 2024 年第 3 四半期までの累計額は、日本にとって中国は輸出で 17.6%と米国に次いでおり、輸入では 22.0%を占める最大の相手国となっている（出所：日本貿易振興機構（JETRO）「日本の月次貿易動向」より算出）。

日本からの対外直接投資のうち中国向けが占める割合は、国際収支ネット・フローベースでは 2024 年第 3 四半期までの累計で 1.6%となっており、前年よりさらに低下した（出所：財務省「対外・対内直接投資の推移」より算出）。しかしながら、日本企業向け各種アンケート結果を見ると、中国は米国、ベトナム、インドなどと並ぶ中長期的にも重要な市場とされ、その理由として 1 人当たりの所得の増加と市場規模、整備されたインフラや国内サプライチェーン、技術開発力、人材などが挙げられている。2023 年 10 月時点で中国にある日系企業拠点数は、世界全体の 37.9%にあたる 3 万 1060 拠点、中国の在留邦人数は全体の 7.9%である 10 万 1786 人（出所：外務省「海外進出日系企業拠点数調査」「海外在留邦人数調査統計」よりそれぞれ算出）となっており、その存在感はやはり大きい。

新たな動きとして、中国から日本への対内直接投資の増加も見られる。日本の対内直接投資残高に占める中国の割合は、10 年前の 2014 年は 0.6%であったが、2023 年末は 2.3%に増加しており、2024 年は第 3 四半期までの国際収支ネット・フロー累計額でそのシェアは 10.0%になっている（出所：日本銀行「時系列統計データ」より算出）。

探索と深化

2025 年は、中国にとって第 14 次五カ年計画の最終年にあたり、経済成長の内容の転換や 2024 年の世界的選挙イヤー後の国際情勢変化への対応が必要とされる。そのため、私たちのビジネスも一層の探索と深化、備えや工夫が求められる。

今後のビジネス機会を考え深掘りする上で、2024 年 7 月に開催された三中全会（中国共産党第 20 期中央委員会第 3 回全体会議）は重要だ。「改革のさらなる全面的深化と中国式現代化の推進に関する決定」が採択され、今後 5 年間に実現すべき 300 超の施策とともに長期的方向性が改めて示された。各論の経済面では「高水準の社会主義経済体制の構築、質の高い経済発展を推進するための体制の整備、イノベーションのサポート体制の構築、マクロ経済の統治体系の整備、都市部と農村部の融合発展を目指す体制の構築、高水準の対外開放体制の整備」などが掲げられた。このうち「対外開放体制の整備」については、経済貿易分野における国際基準との平仄を合わせることで、外国企業投資・ビジネス環境の市場化・法治化・国際化、法に基づく投資権益保護などが強調された。

その後、9 月に発表された 2024 年版外資参入ネガティブリストでは、製造業の参入規制が撤廃されており、今後はサービス業の開放、例えば電信、インターネット、教育、文化、医療などの開放状況にも注目が集まる。「中国ビジネスの変化は速い」とよく言われるが、「変わらないように見えていたのに、後から振り返るといつの間にか変わっていた」もまた、同様である。産業構造や価値観の変化も含めてよく観察し、ビジネス機会の見落としがないようにしたい。

構造変化はここにも

身近なところで中国経済の構造変化を感じるのは、例えば新エネルギー車（NEV）や自動運転、国産旅客機、低空経済（ドローンや空飛ぶ車などを用いて、貨物・旅客輸送を事業化し、社会変革をもたらす活動）、ゲームソフトかもしれない。

NEV の 2024 年 10 月時点の国内販売台数は、前年同期比 33.9%増加の 975 万台で、自動車販売台数全体の約 4 割を占めるに至っており、トレンドが大きく変化した（出所：中国自動車工業協会（CAAM）統計より作成）。また、自動運転については北京、深圳、蘇州、武漢での ICV（Intelligent Connected Vehicle）関連実施法案、管理条例類の公布により、自動運転タクシーの普及も進んでいる。

国産旅客機 C919 は 2023 年 5 月に北京・上海間に就航した後、北京・成都間、北京・西安間、上海・成都間、広州・成都間などへと路線を徐々に拡大している。また、中型機の C919 に続き、大型機の C929 の準備も進められていると聞く。

低空経済関連のニュースが増えたが、高度 1,000 メートル以下の空間で貨物と旅客輸送を行う試みが中国各地で進められている。2024 年 1 月に「無人航空機飛行管理暫定条例」が施行され、2024 年 3 月の全国人民代表大会政府工作報告では、低空経済も成長の新たなけん引役の一つとされた。ドローンによる物流は、すでに複数の都市で開始されており、旅客輸送の準備も進められている。

ゲームソフト業界では、新たな展開が見られる。2024 年 9 月には、中国の古典小説「西遊記」をテーマにした AAA タイトルのゲーム（膨大な開発費を投じて作られたゲーム）が世界で人気を博したとのニュースがあった。中国のゲームユーザー数は 6 億 5000 万人を超えると聞いているが、世界で人気となる中国発ゲームの出現は、コンテンツやマーケティング戦略の一層の高度化を感じる。

こういった進歩を支える「イノベーション」への力の入れ方は一貫して強力だ。国際連合（国連）専門機関である世界知的所有権機関（WIPO）が毎年発表する「Global Innovation Index」2024 年版において、イノベーション力やイノベーションのアウトプットによる国・地域別ランキングで中国は第 11 位に復活し、再びトップ 10 入りを窺っている（スイスが第 1 位、日本は第 13 位）。国際特許の 2023 年出願件数では、中国は 6 万 9610 件で、第 2 位米国 5 万 5678 件、第 3 位日本 4 万 8879 件を大きくリードしている（出所：WIPO PCT Yearly Review 2024）。同年における各国内特許庁への特許出願件数を見ても、中国は年間 167 万 7701 件で世界第 1 位を維持している（出所：WIPO World Intellectual Property Indicators 2024）。ちなみに中国の国際収支における「知的財産権等使用料額」を見ると、近年、対外的な支払い額は増えているが同時に海外からの受領額も増えており、差し引きでは支払い超過額の増加に一定の歯止めを掛けることに成功しているように見える。

中国の最近のマクロ経済指標には、明るい兆しを感じる数字もあれば厳しい数字も依然として少なくないが、2025 年は各分野でこれまでと異なる新たな動きが出てくることになるだろう。この「MUFG BK 中国月報」の情報を活用しながら、読者の皆さまの中国ビジネスが 2025 年も大きく発展することを願ってやまない。

特 集

中国製 EV に追加関税を課す EU の思惑と現実

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング

調査・開発本部 調査部

副主任研究員 土田陽介

中国製 EV に 35%の関税を課す EU

2024 年 10 月 29 日、欧州連合（EU）の執行部局である欧州委員会は、中国製の電気自動車（EV）に対する追加関税を翌 30 日から正式に発動すると発表し、最終規則を官報に掲載した。EU は今後 5 年間、中国製 EV に対して、現行の 10%の関税に加え、税率はメーカーごとに異なるものの、最高で 35.3%の追加関税を課すことになる。

2024 年 6 月に EU が中国製 EV に対する追加関税の発動を表明して以降、中国はその発動を回避すべく、EU に対して中国製 EV の最低価格を 3 万ユーロ（約 500 万円）とする妥協案を提示したが、EU がこの案を拒否したと伝えられている。そして、10 月 4 日に実施された加盟国による投票で、最高で 35.3%の追加関税を課すことが決定された。

中国はこの措置に強く反発し、報復措置の一環として、10 月 8 日に、EU 産（事実上はフランス産）のブランドーに対して、暫定的な追加関税を導入すると発表していた。その後も EU と中国は、中国製 EV に対する追加関税の発動を回避するための実務者協議を重ねたが、結局、EU は中国製 EV に対する追加関税を発動すると決めた。

当然、中国による報復措置は強化されると考えられる。中国商務部は、スペイン産の豚肉をはじめとして、ドイツ製の商用車に関して追加関税の用意があるとアナウンスしている。また、一部のメディアは EU と中国の通商摩擦がこれから激しさを増すと報じている。しかし、本当にそうだろうか。むしろ、そこまで激しくならない可能性の方が高いだろう。

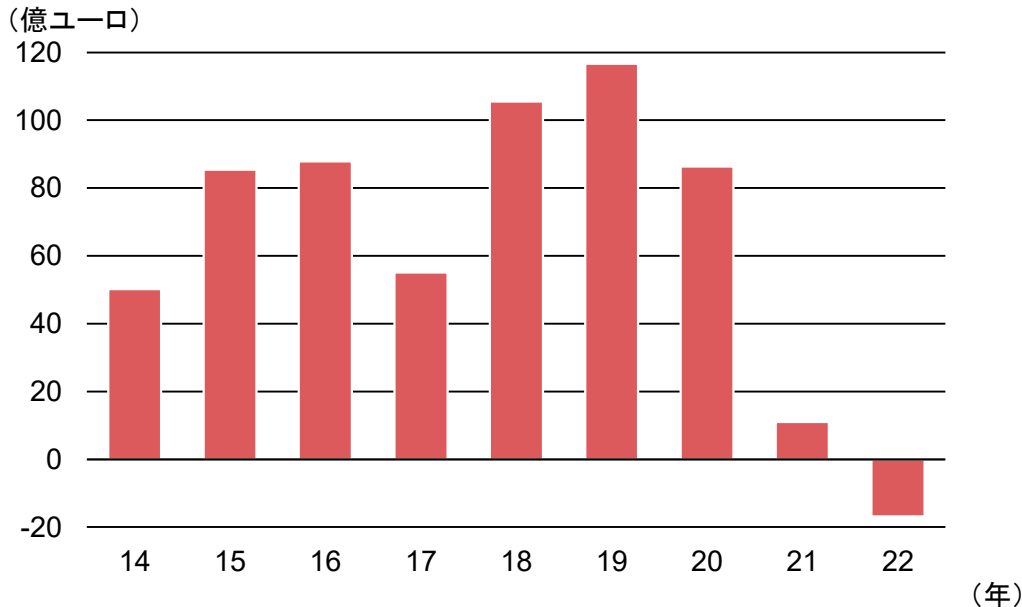
なぜならば、EU と中国の双方が、経済的な関係の深化を求めているためである。その点では両者の思惑は一致しているが、一方で、それぞれが求めるかたちが異なっているため、複雑に交錯しているという実情がある。その力学関係を読み解いていけば、EU と中国の通商摩擦が激しさを増すとは、一概には言えないという結論に達する。

中国からの投資を欲する EU

そもそも、米国やカナダは中国製 EV に対して 100%の追加関税を課すと決めている。それに比べると、EU の追加関税率は最大で 35.3%であるため、EU の対中姿勢は米国やカナダよりも融和的であるといえる。その理由は、EU が、中国との間で通商摩擦が激化する事態を回避したいという思惑を抱いていることにあると考えられる。

EU は対中貿易赤字の削減と雇用の確保のために、中国企業による EU 域内での現地生産を望んでいる。2020 年 12 月に EU は中国との間で包括的投資協定 (CAI) の締結で大筋合意に達したが、それはそうした EU の意図が反映された内容だった。CAI が発効されれば、中国からの直接投資 (FDI) が増えると期待されたためである。

【図表 1 中国による対 EU 直接投資】



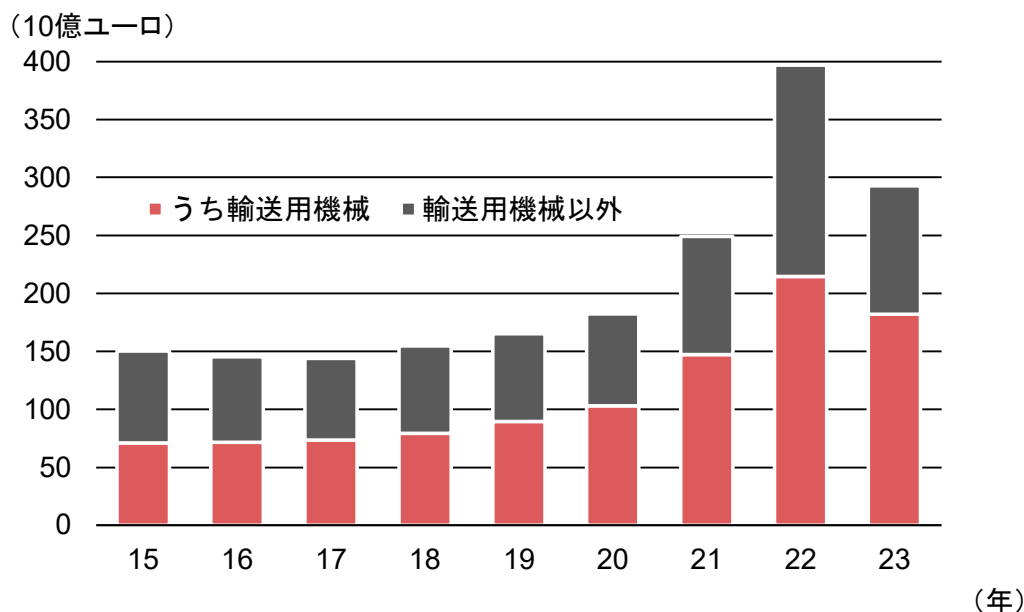
(出所) ユーロスタット

しかし翌 2021 年 5 月、欧州議会が CAI の審議を無期限で停止し、発効の目途が立たなくなってしまった。新疆ウイグル自治区の人権問題を理由に、EU が中国の要人に制裁を科したことに反発した中国が、EU の要人に対して同様の逆制裁を科したが、それを問題視した欧州議会が、CAI の審議を無期限で停止したのである。当然、中国側の態度は硬化した。

以降、中国から EU への FDI は急速に低迷するに至る (図表 1)。一方で、中国からは、EU が描く EV シフトの結果、低価格 EV の流入や EV 関連パーツの輸入が増えたことで、輸送用機械でも貿易赤字が増えている (図表 2)。こうした状況を是正するためには、追加関税で輸入を抑制するだけでは限界があるし、貿易摩擦を激化させてしまう。

それに、グローバルな競争激化で EU 各国の企業は新興国での生産を優先、EU では産業空洞化が進んでいる。代わりに、中国企業による域内生産が実現すれば、対中貿易赤字も削減されるし、また雇用も確保される。したがって、EU は中国からの投資を欲している。とはいえ、EU は中国企業に対して、EU のルールを強制しようとする。

【図表 2 EU の対中貿易赤字】



(出所) ユーロスタット

対中デリスキングとの両立は困難

EU の執行部局である欧州委員会は、経済安全保障の面から、中国との間でデリスキング（経済関係を維持しつつリスク軽減を図ること）を進めると掲げている。一方で、EU は中国企業による FDI の受け入れを増やそうとしている。しかし、投資に対して厳しいスクリーニングをかけるような EU の姿勢では、中国企業からの投資など見込み難い。

それに欧州委員会は、近年、域外の企業に対しても、環境コストや人権コストを重視する向きを強めている。つまり欧州委員会が求めるかたちで、域外の企業は環境や人権に配慮することが迫られる。EU の域外であればその影響は軽微だが、EU 域内で事業を行う場合は、そうした欧州委員会の意向を反映した企業活動が求められてしまう。

そもそも、欧州議会が発効にストップをかけている CAI は、EU と中国の間で投資に関するハードルを引き下げること、相互の投資を活性化させることを目的としていた。その CAI の発効を停止しておきながら、自らの望むかたちで投資を求める EU の姿勢に対して、中国の政府と企業が距離を置くことは自然といえよう。

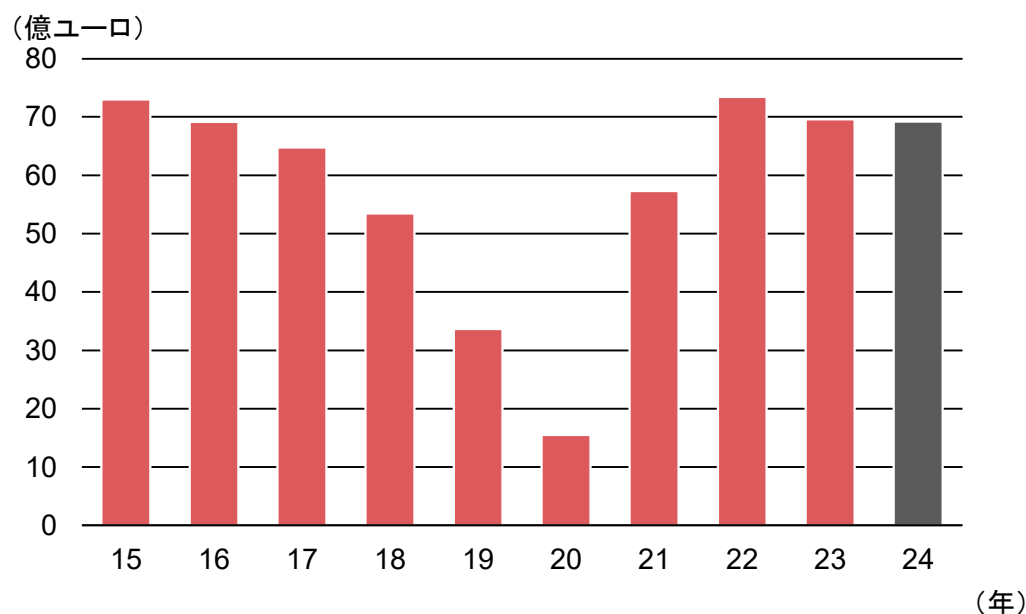
他方、中国は中国で、EU の市場を重視している。米国との間で通商摩擦を抱える中国にとって、所得が高く人口が多い EU の市場は魅力的な存在である。そのため、EU 向け輸出の拡大を模索すると同時に、投資を行うとしても親中派のハンガリーに限定するという戦略を立てる。同国は今や中国企業の EU ビジネスの迂回路として機能している。

二国間ベースでの関係深化が進む見通し

「対中デリスキング」を掲げる欧州委員会と中国との関係は、ある程度の緊張を免れないだろう。一方で、EU の中には、欧州委員会とは距離を置きつつ、それとは別に独自の外交に努めて、中国企業による投資を誘致しようとする国もある。中国の EV 大手、BYD（比亞迪）に対して国内への完成車工場の誘致を図るイタリアは、その筆頭である。

また EU には、中国との関係強化を望む企業も数多い。代表的なのはドイツ企業で、ドイツ連邦銀行によると、ドイツの 2024 年上半期の対中投資額は 70 億ユーロと 2023 年通年の水準まで達している（図表 3）。こうした投資は、ドイツ企業が中国市場で得た利益の再投資とされ、ドイツ企業が引き続き中国市場を重視していることを端的に示している。

【図表 3 ドイツの対中投資】



(注) 2024 年は上期の実績（出所）ドイツ連邦銀行

「上に政策があれば、下に対策があり（上有政策、下有対策：国に政策があれば、国の下にいる国民にはその政策に対応する策がある）」は中国の言葉だが、EU においては、欧州委員会という上の政策に対して、各国や企業といった下が独自の政策をとることで、中国とのビジネス深化を模索する傾向を強めるのではないかと。少なくとも、EV への追加関税で EU と中国の通商摩擦が激化するという見方は早計である。

(執筆者連絡先)

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング 調査・開発本部 調査部
E-mail: yosuke.tsuchida@murc.jp ホームページ: <https://www.murc.jp/>

特 集

消費の変化に対応する中国外食産業の動向(後編)

フロンティア・マネジメント株式会社
 インダストリアル・ストラテジー&オペレーション部門
 シニア・アドバイザー 中村達

注目されるサイゼリヤ

消費者の価格訴求は、カフェ、ファストフードのみならず、カジュアルレストランにも影響している。店舗経営コストの三要素である原材料、家賃、人件費のうち、原材料、人件費が上昇する中、安値で商品を提供したのでは企業採算はおぼつかない。記録的な 2024 年上半期の閉店数は、価格対応への難しさを物語っていると思われる。

この環境下、中国で業績が良好に推移しているのがサイゼリヤで、現地メディアにも取り上げられる頻度が増えている。サイゼリヤは 2003 年に中国に進出し、2012 年には広東省広州市にセントラルキッチンを開設したが、2020 年に始まったコロナ禍の際は、外部から中国事業を不安視する声もあったという。

2024 年 8 月の同社決算数値（決算期 8 月）をみると以下の通りで、中国大陆、香港での営業利益貢献率が高い。価格戦略で苦戦している企業が多い中、営業利益率は日本と比較しても高い水準を維持している。

サイゼリヤへの注目点として、以下が挙げられる。

- ①提供価格：イタリア料理ダイニングレストランとしては安価であり、現在の中国市場で評価される。
- ②収益率：営業利益率は 2023 年から上昇しており、店舗数も増加を続けている。
- ③効率性：セントラルキッチン方式で、半製品や製品を店舗で供給する体制が整っている。そのため店舗内の厨房比率が小さく、調理省力化とともに、多店舗の品質標準化とコスト安定化を図っている。

【表 4：サイゼリヤ 2024 年 8 月期決算（抜粋）】

	売上			営業利益		
	2023 年度	2024 年度	前年比	2023 年度	2024 年度	前年比
全体	183,244	224,542	22.54%	7,222	14,863	105.80%
日本国内	120,482	146,455	21.56%	－1,491	2,737	—
アジア計	62,740	78,055	24.41%	8,450	11,575	36.98%
香港	11,345	13,790	21.55%	763	1,639	114.81%
中国大陆	41,870	52,987	26.55%	6,301	8,354	32.61%
台湾	3,088	3,449	11.69%	515	586	13.79%
シンガポール	6,435	7,826	21.62%	870	993	14.14%

(出所：サイゼリヤ 2024 年 8 月期決算説明資料)

中国ピザハットの新店舗展開

外食産業は、中国においても多店舗展開に伴い、セントラルキッチンを採用を自社グループまたは相手先ブランドによる調達（Original Equipment Manufacturing：OEM）でのサプライチェーンの構築に取り組んでいる。この点、ファストフードより Stock keeping Unit（SKU）数がダイニング型は多く、材料を提供して消費者が調理する火鍋、焼肉類以外は、多店舗での導入が進めにくい点があった。

ピザハットは 1990 年に中国進出を果たした。当時はピザチェーンよりも高級イタリア料理店のイメージで消費者に受け入れられ、その後、アニメなど知的財産（IP）とのコラボといったカジュアル化に取り組み、同業と一線を画してきた。店舗は 2024 年 6 月時点で 3,504 店舗となり、これは前年同期と比べ 432 店舗増であった。

サイゼリヤの成功を受けてか、ピザハットは新業態の「ピザハット WOW」を 2024 年 5 月に開業。その後 3 カ月で 100 店舗を突破し、年内には 200 店舗を開店する計画だという。単品 6 元（120 円）からのメニュー構成で、都市部で一人の食事ニーズが増えていることから、単独、少人数での食事の場を提供している。安価で提供できるのは、同社が 2023 年に開業したセントラルキッチンと DX（デジタル技術による業務革新）化 iKitchen システムの導入による。これにより、受発注ロス、在庫管理を行うことで安価の実現が可能となっている。

従来、店舗が主体である現状から、今後はピザハット WOW の拡大をどこまで進めるのかが注目される。背景として、2024 年に入り、ピザハット自身も安価への取り組みを行っており、1Q（1-3 月）の客単価は前年同期比-12%となった。一方、オーダー量は同+8%で、結果、単店売上は同-5%であった。規模の拡大には店舗展開と出店、原材料、人件費を含めたオペレーションコストの低減が必要となる。

ピザハット WOW は、ピザハットとは別業態としての店舗展開であり、かつサイゼリヤが最も多く出店している広州市において開業しているのは、すでにある程度の消費者層がいるからではないだろうか。ピザハット WOW とサイゼリヤの競合だけでなく、同地域での、そして他地域の外食事業への影響が注視される。

「貧乏」レストランの隆盛

2023 年から低価格セットのメニューが多くファストフード店より期間限定を含めて販売され、3 元（60 円）で食べ放題の朝食メニューなどが話題となった。また、社区（地域社会）と中国語でいう住宅区には、高齢者をターゲットとした政府系の低価格レストランが開業した。高齢者以外の利用者も増え、低価格への要求が定着化している。これらへの対応で「窮鬼」＝「困窮、貧しい」メニュー、レストランの呼称が定着した。上述のピザハットも 3,000 店記念で「貧乏」メニューを提供した。また、開業 12 年でマクドナルドを超える 7,000 店舗を展開している Tastien Hamburger も「貧乏」セットを用意し、中国を意識した商標戦略と現地化した独自ハンバーガーで、中国ブランドを支持する若年層を主体に拡大している。

地方へ拡大を図る外食産業

中国における外食企業は、大都市を中心に発展拡大し、地方での都市化、経済発展に伴い、個人事業から企業化が進んできた。中国では都市階級を経済規模、国際性などで6分類している（一線、新一線、二線、三線、四線、五線）。政府公式発表ではないが、政府、企業はこの分類を地方投資戦略に活用している。一線都市は上海市、北京市、広州市、深圳市の4都市で、これに準じる新一線都市は天津市、成都市、重慶市など地方主要15都市、二線都市が30都市となる。なお、ティアで分けると下記となる。

●一線から二線都市人口は約5億人で国内総生産（GDP）全体の約60%（2023年）

●三線都市以下の同上は約9億人でGDP全体の約40%（2023年）

この点で1人当たりの購買力は地域の差が大きく、三線・四線都市で外食消費の展開が遅れてきた一因といえる。しかし昨今、「下沈市場」と称されながらも、この市場開発が注目を浴びている。低価格路線から規模による収益拡大を考える大手外食産業も、積極的に三線・四線都市への展開を行っている。理由として下記が挙げられる。

①ポテンシャル：人口、収入、社会消費品小売

●人口：これまで人口は大都市への流出で減少傾向にあったが、コロナ禍によって流出が止まり、安定している。

●収入：2024年の全国可処分所得は5.4%上昇。一線・二線都市では4.75%上昇だったが、三線・四線都市は5.77%と上回っている。

●社会消費品小売：2023年時点で売上高の比率は、一線・二線都市：三線都市以下=38：62であった。2024年上半期ベースでは、全体は前年比3.7%となるが、一線・二線都市で同1.98%、三線都市以下で同4.76%との分析がある（数値の出所は華創証券研究所）。

●SNSなどで得た情報を実体験したい層にとっては、価格の低減もあり、手の届く範囲に近づいていると考える。

②観光業の拡大：経済環境もあり、非日常を体験できる国内地方への旅行消費が増えている。中国文化観光部によると、2024年上半期の国内旅行者は27億2500万人と前年比+14.3%で、総消費金額は約2兆7300億元（約57兆8700億円）で同+12.5%であり、これら人の移動が三線都市以下の地方における収入の拡大、外食消費につながるとみられる。

出店する側には、低コストでビジネス展開できるという魅力が挙げられる。一線都市に比べて不動産コストが安く、店舗を開業しやすい。実際、ラッキンコーヒーの出店地域は、2023年に三線・四線都市99%、五線都市は70%にまで広がっている。

スターバックスも三線・四線都市への進出を進めようとしている。ただし、これまでの出店同様、商品の販売だけでなく、空間提供も行おうとしており、ラッキンコーヒー及び库迪咖啡（Cotti Coffee）など追随する同業との価格競争はしない方針としている。

さらに、外食産業は地方から海外へ進出するという取り組みも活発化しつつある。

消費者の選択は

消費者は、SNS などを通じ、購買、消費判断をしていく。提供する企業は低価格に重点をおいているが、「理性的消費」態度の消費者は、より良い、また新しい製品、サービスを求めている。コンビニエンスストア、スーパーマーケットなどの量販店も「中食」販売を強化品目の1つとし始め、かつ電子商取引（EC）デリバリーへの対応も進めている。外食チェーン拡大には、半加工品、加工品製造及び商品開発の拠点を確保することが必要となり、量販店の動きとあわせ、加工食品メーカーとの取り組み、また資本系列の検討が必要となる。中国では半加工、加工食品といった中食を「預制菜」と呼び、この数年、関連産業が拡大している。

その一方で、世界消費者権利デーである3月15日に毎年、製品安全、消費者詐欺撲滅などを追求する国営中国中央テレビ（CCTV）の番組「315 晚会」が放送される。2024 年は預制菜のメーカーが法定処理要求を満たさない製造を行っていたことから、預制菜に対する安全性の疑問が起これ、消費にも影響がみられた。コスト管理とともに、「健康」と「安心」を求める中国消費者への対応を意識した経営が求められている。

まとめ

- 中国政府は GDP 目標を達成するため個人消費の拡大を促進している。
- 中国外食産業の伸び、鈍化及び利益率低下の要因に低価格競争がある。
- 外食産業は規模拡大とコスト低減に、加工品「預制菜」と DX への取り組みの強化が必要である。
- 大都市での競合激化とポテンシャルから、大手は三線都市以下での展開を進めている。
- より厳格化する消費者の「安全」「健康」「品質」「新商品」への要求と、対応スピードアップのため、外資との取り組みの機会が予想される。

※本稿の前編「消費の変化に対応する中国外食産業の動向（前編）」が掲載されている中国月報 12 月号は、以下の URL にて閲覧いただけます。

<http://www.bk.mufg.jp/report/inschimonth/124120101.pdf>

（執筆者連絡先）

フロンティア・マネジメント株式会社 シニア・アドバイザー 中村達
E-mail: t.nakamura@frontier-mgmt.com HP : <https://www.frontier-mgmt.com/>
Frontier Eyes Online : <https://frontier-eyes.online/>

経 済

**2025 年も抜本的な下支え策が必要な中国経済
—2024 年秋の対策効果は今後の観察を要する—**

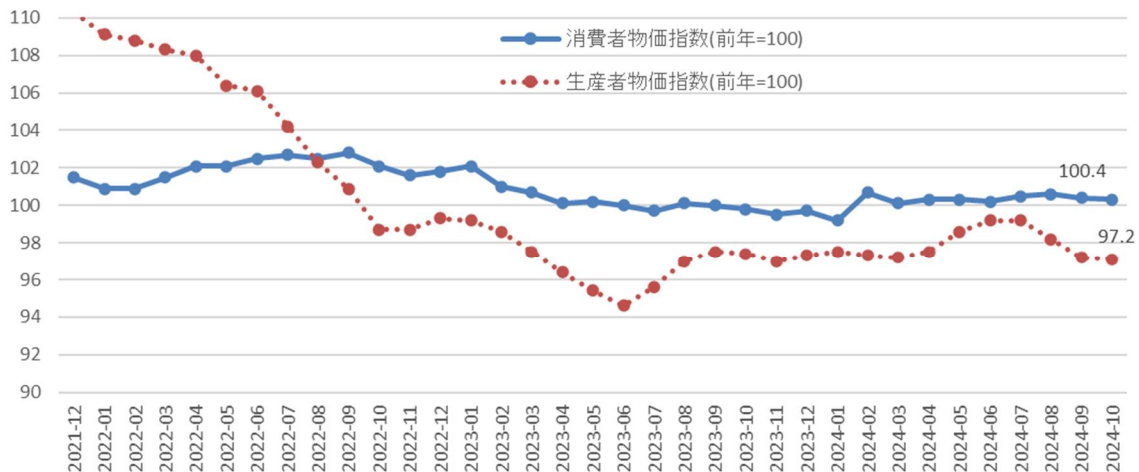
公益財団法人国際通貨研究所
開発経済調査部
上席研究員 梅原直樹

2024 年 10 月の中国国家統計局の発表によれば、2024 年 1～9 月の GDP 実質成長率は、5.0%前後の政府目標率を下回る 4.8%である。この数字からも、2024 年の中国経済は低迷が続いたといえる。2023 年半ばから数えれば 1 年超、コロナ禍中の 2021 年半ばからは 3 年を超えて低迷が続く。抜本的な民生向けの対策が長く待たれているが、2024 年の 9 月から 10 月にかけて打ち出された経済対策は、地方政府へのテコ入れを中心にしたものだ。そこに手をつけることはもちろん避けて通れないのだが、その効果が民生に及ぶには、相応の長い時間を要するとみられる。

物価動向は、「経済の体温」を示すとされるが、図表 1 の通り、消費者物価指数の上昇率は、2023 年 2 月以来 1%以下の低空飛行となっている。よく言えば、好ましい低インフレ環境により、社会と経済情勢が安定しているということになるのだろう。しかし、裏を返せば、消費が非常に低迷しているということを示す。社会消費財小売総額の伸びは、図表 2 の通り、2024 年は 10 月まで 5%未満で推移している。9 月以降、耐久消費財買い替えキャンペーンの効果が現れ始めた模様であり、数値に改善傾向がみられていることは明るい兆しではある。

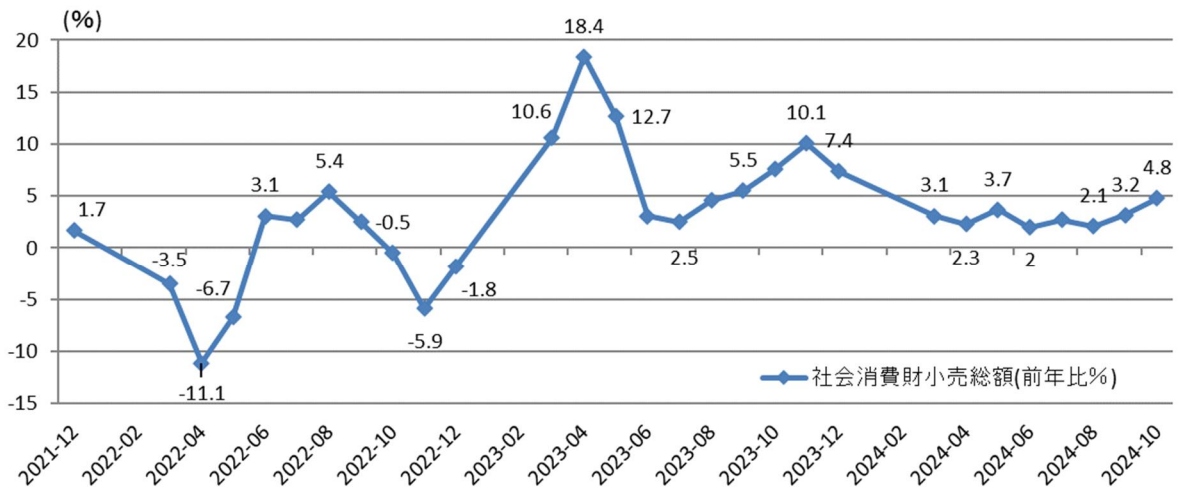
他方、生産者物価指数をには（図表 1）、2022 年 10 月以来、前年割れが続き、需要不足の長期化がみられる。製造業における過剰生産能力の問題は、長らく存在し、議論もされてきたが、足元の生産者物価動向からみれば、製造業において景況感がよいとは決して言えない。補助金を給付されたが低価格競争が激化して、企業同士で体力を消耗し合う状況が、例えば電気自動車業界などで既に発生している。外国でも米国や欧州連合（EU）では、中国企業による不当廉売に対する懸念が広がっている。

【図表 1 物価動向】



(出所) CEICデータ, 国家統計局

【図表 2 消費動向】



(出所) CEICデータ, 国家統計局

実質経済成長率に関し、中国政府は 2024 年の目標を前年比+5%前後と設定しており、第 1 四半期は前年同期比+5.3%と目標を 0.3 ポイント超過の好スタートを切った。しかし、第 2、第 3 四半期はそれぞれ前年同期比+4.7%、+4.6%にとどまり、党・政府はこのままでは目標達成が困難との認識を、7 月から 9 月末までの間に共有したとみられる。

進捗状況を産業別でみると図表 3 に示すとおりである。第三次産業については、苦戦する大手民営デベロッパーを含む不動産業を除いては、まずまずである。これは、デレバレッジ（過剰債務の削減）政策による影響として予見された結果の 1 つであろう。不動産販売状況は、図表 4 の通り、足元で低迷が続き V 字回復の兆しはない。例えば、国有企業が主要株主に名を連ねる万科企業（China Vanke）など大手デベロッパーの株価も中長期的な下落基調は不変で、2025 年以降も売り上げの低迷が懸念される。業界には引き続き暗雲が立ち込めており、不動産市場が活況を呈すようになるにはしばらく時間がかかりそうだ。

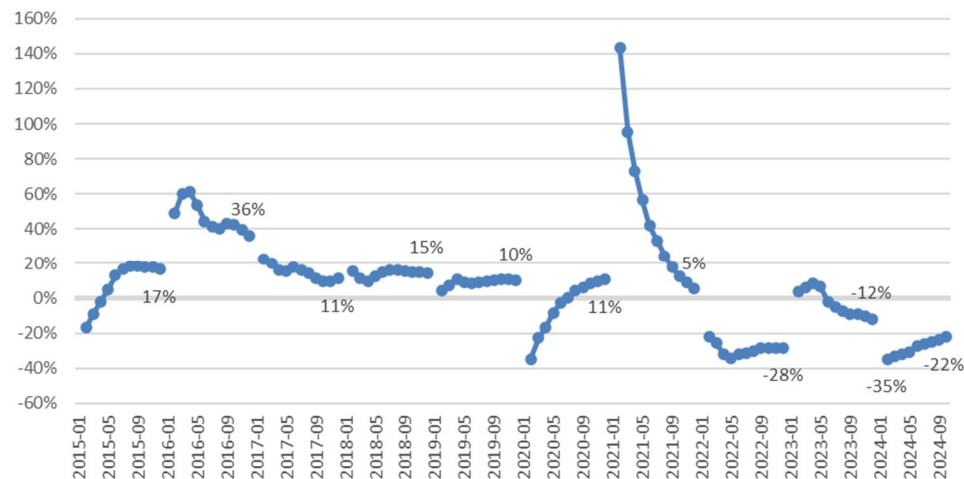
第二次産業に目を向けると、建設業が第2四半期以降、5%割れの状況であり、全体目標達成の足を引っ張っている。不動産バブル崩壊の影響が、建設業にじわりと及んできているようである。大学生の就職難問題は引き続き深刻で、就学者を除いた16歳から24歳までの労働者の失業率は17.1%（2024年10月、国家統計局）と高止まっている。建設不況は、都市部の農民工の雇用をさらに悪化させることになるため、中長期的にみれば農村荒廃にも結びつき得る。中央政府も各地方政府も、今後の建設業界の動向を注視していくとみられる。

【図表3 2024年の第1四半期から第3四半期までの産業別実質経済成長率】

	国内総生産 (上年=100、実質)	第一次産業	第二次産業	第三次産業	製造業	建設	卸売・小売	交通運輸、倉庫、郵便	ホテル・飲食	金融	不動産	情報、通信、ソフトウェア他	リース、ビジネスサービス	その他
第1四半期	105.3	103.3	106.0	105.0	106.4	105.8	106.0	107.3	107.3	105.2	94.6	113.7	110.8	103.8
第2四半期	104.7	103.6	105.6	104.2	106.2	104.3	105.3	106.5	105.9	104.3	95.4	110.2	108.7	103.1
第3四半期	104.6	103.2	104.6	104.8	105.0	103.0	105.0	106.6	105.9	106.2	98.1	110.0	110.8	103.0

出所：各資料を基に筆者作成

【図表4 商業不動産の年初来累計販売額の推移】



(注)2月のデータは1-2月の合算、(出所)CEICデータ、国家統計局

政府はこれまでも様々な経済対策を打ち出してきた。不動産バブル崩壊に対して、中長期的かつ抜本的な対策が求められている中、2024年7月に開催された党の3中全会（中国共産党第20期中央委員会第3回全体会議）では、有効な対策の発表が強く期待されたにもかかわらず、結果は項目の列挙に終わり、具体的で強力な施策や実施スケジュールを示すことはなかった。7月末に開かれた下半期の経済政策を決定する中共中央政治局会議でも小出しの対策のみで、腰を据えた対策は出なかった。しかし、それから3カ月経ち、9月26日の中共中央政治局会議に至り、党・政府はようやく新たな対策を打ち出した。

2024年9月24日、まず、中国人民銀行（中央銀行）が金融緩和をアナウンスし、続いて10月初旬には国家発展改革委員会と財政部がそれぞれ会見を開き、将来の経済運営の方針を明らかにした。その後、10兆元規模（約200兆円に相当）の国債発行による地方財政の下支えや、銀行への資本注

入等の対策案が示された。不動産バブル崩壊で傷ついた中国の地方経済を立て直すための、最初の重要な一歩となるだろう。

米国の 2024 年の大統領選挙は既に結果が出ているが、中国に対する警戒心が緩む兆しはない。中国が輸出攻勢で経済を回復させることは難しく、したがって、困難さを増す国内経済、特に消費の活性化について、政府は今後、本腰を入れていく必要がある。そして、その時にこそ、中国政府の経済対策の真価が問われることになりそうだ。

【参考文献】

「中国経済は日本化するのか——不動産不況と過剰生産」著：梶谷懐、『世界』2024 年 12 月号（岩波書店、2024 年 11 月 8 日発刊）、PP 55-63。

(執筆者連絡先)

公益財団法人 国際通貨研究所

梅原直樹

〒103-0027 東京都中央区日本橋 2-13-12 日本生命日本橋ビル 8 階

E-mail: admin@iima.or.jp ホームページ: <https://www.iima.or.jp>

税務・会計

中国関税法の実施について

KPMG 中国

日系企業サービス

税務パートナー 李輝 (Lisa Li)

背景

関税は輸出入貨物や入国物品を課税対象とし、税関が輸出入段階で徴収する税種である。中国の税関が輸出入貨物に関税を課す根拠は、主に法律面での「税関法」、行政法規面での「輸出入関税条例」

「輸出入品原産地条例」などのほか、税関総署が発表している関税徴収管理、商品分類、評価、原産地などに関する行政規則と規範的な文書が挙げられる。しかし近年、関税分野には新たな状況の変化が見られる。現在の経済発展および対外貿易において、新しい時代・新しい枠組により適した形とするために、「輸出入関税条例」下での実務を踏まえた、関税についての新たな法を制定することが必要になっている。

2023 年 11 月、税関総署は「関税法（改正草案意見募集稿）」を公布し、その後同年末、全国人民代表大会常務委員会は、「関税法（草案）」を公表して社会に意見を求めた。集まった各改善提案に基づいて修正された二審稿は、2024 年 4 月 26 日、第 14 期全国人民代表大会常務委員会第 9 回会議の審議を通過し、中華人民共和国主席令第 23 号の公表を経て正式な法律となった。また、2024 年 12 月 1 日から施行されるのと同時に、「輸出入関税条例」は廃止されることとなった。

主要内容

新たに施行された「関税法」は、「総則」「税目および税率」「課税対象額」「税制上の優遇措置および特別な状況における関税の徴収」「徴収管理」「法的責任」「附則」の全 7 章 72 条から構成されている。「関税法」は、単純に「輸出入関税条例」を上位の法律にしたものではない。現行の関税税制の基本を踏襲し、全体的な税負担レベルを維持しつつ、関税徴収管理、適用される税率、税関評価、原産地確定などの関連制度および政策をまとめた上で、法律に引き上げられている。「関税法」の制定は、法治政府の建設、全面的に法に基づく国家統治を推進するための必然的な要求である。税收環境の最適化、国家統治の現代化の推進において、関税が重要な役割を十分に発揮するために積極的な役割を持つ。

ハイライト分析

「輸出入関税条例」と比較して、「関税法」には次のような変更点と特徴がある。

❖ 「源泉徴収義務者」に法的地位を与え、義務と責任を明確にする

近年、越境電子商取引はすでに世界経済発展の新たな潮流となっている。当該分野の多くの関税徴収管理問題を解決するために、「関税法」は初めて関税源泉徴収義務者の定義を明確にした。それは、実質的には商務部、税関総署など 6 部門の「越境電子商取引小売輸入に係る監督管理業務の整備に関する通知」（商財発〔2018〕486 号）の規定を法のレベルに引き上げるもので、越境電子商取引業に対して長年にわたり実施されてきた見直しの総括でもある。同時に、「関税法」第 64 条は相応の罰則措置を規定しているため、越境電子商取引小売輸入に従事する関連企業は、不注意・過失によって処罰されないよう、業務プロセスとシステムセキュリティを重視しなければならない。

【表 1：関税源泉徴収義務者の定義と罰則】

「関税法」	
第 3 条第 2 項 （条文の段落ごとに項とする。以下同）	越境電子商取引小売輸入に従事する電子商取引プラットフォーム事業者、物流企業、税関申告企業、および法律と行政法規により納税者に代わって関税を源泉徴収する義務を負う組織と個人は、関税の源泉徴収義務者と納税義務者である。
第 64 条	源泉徴収義務者が源泉徴収または徴収すべき税額を徴収しなかった場合、税関は、納税者から税額を徴収し、源泉徴収義務者に対し、源泉徴収または徴収すべき税額の 50%以上 3 倍以下の過料を科す。

出所：KPMG 作成

❖ 商品分類、原産地確定、税金計算価格の 3 つの技術要素に対する規定

「関税法」は、実務上、税額確認に影響する 3 つの技術要素である、商品分類・原産地確定・税金計算価格を法律面から統合した。

まず、第 9 条にて商品分類に法的根拠を提供した。次に、「輸出入関税条例」において明記されていなかった「関税税率の適用は、原産地の規則と一致すべき」という原則について、第 11 条によって法条形式で定めている。また、アンチダンピング関税などの特別な措置に関与する可能性のある貨物は、原産地が不明の場合、通常の税率を適用する規則を明確にしている。

最後に、「輸出入関税条例」の「納税完了価格」が「税金計算価格」となり、他の国内税種における関連概念の表現と一致するように変更されている。同時に、第 24 条から第 31 条で、輸出入貨物の税金計算価格の審査基準を明確にしている。すなわち、成約価格を優先的に採用し、次に税関が評価された価格の適用順序を規定し、最後に税関は申請または職権に基づいて 3 つの技術要素を確定することができる」と規定している。

【表 2：関税法における商品分類、原産地確定、税金計算価格に対する規定】

要素	「関税法」
商品分類	第 9 条 関税税目は、関税コードと目録規定から構成される。関税税目に適用される規定には、分類規定等が含まれる。輸出入貨物の商品分類は、「関税規則」に規定された目録規定および分類総則、類注、章注、小見出し注、国別小見出し注、その他の分類注に従って決定され、対応する関税コードに分類される。
原産地確定	第 11 条第 1 項 関税税率の適用は、対応する原産地の規則と一致しなければならない。
税金計算価格	第 19 条 本法第 16 条、第 17 条および第 18 条（※アンチダンピング関税、相殺関税またはセーフガード措置、対応措置、報復関税などを定める）に規定する措置に関与する輸入貨物で、納税者が裏付け資料を提供しない場合、または裏付け資料を提供したが、税関審査の結果、当該貨物が所定の措置を講じた国または地域を原産地とすることを排除できない場合、当該貨物は次の 2 つのうちいずれか高い税率を課される。 (1) 本法第 12 条、第 13 条および第 14 条（※最恵国税率、協定税率、特惠税率、暫定税率などを定める）の規定に従って適用される税率に、所定措置の採用の結果として当該貨物に課される税率を加算したもの (2) 通常の税率 第 27 条第 1 項 輸入貨物の取引価格が本法第 24 条第 3 項に規定する条件を満たさない場合、または取引価格を決定できない場合、税関は、関連する事情を把握し、納税者と価格交渉を行った後、次の価格で貨物の課税価格を評価する。 (1) 当該貨物と同時に、またはほぼ同時に中華人民共和国国内で販売された、同じ貨物の成約価格 (2) 当該貨物と同時に、またはほぼ同時に中華人民共和国国内で販売された、類似貨物の成約価格 (3) 当該輸入貨物と同一、または類似の輸入貨物を、当該貨物の輸入と同時に、またはほぼ同時に中華人民共和国国内で最初に販売した段階における、特別な関係のない買主の最大販売総量の単位価格。ただし、本法第 28 条に規定された項目を控除しなければならない (4) 当該貨物の生産に使用された材料費および加工費、中華人民共和国領域内で同等級または同種の貨物を販売する場合の、通常の利益および一般経費、ならびに当該貨物が中華人民共和国領域内の輸入地および荷揚げ地に到着するまでの、当該貨物の輸送およびその関連費用、ならびに保険料の合計に基づいて算出された価格 (5) 合理的な方法によって評価された価格 第 27 条第 2 項 納税者は、税関に関連情報を提供することにより、前項第 3 号および第 4 号の適用順序の調整を申請することができる。 第 31 条第 1 項 税関は、申請または職権に基づき、輸出入貨物、入国物品の税金計算価格、商品分類と原産地を、法に基づいて確定することができる。

出所：KPMG 作成

関税徴収管理制度の健全な整備

「関税法」は、関税徴収管理が貨物の通過と関税の決定を分離する方式で実施されると明確にした。これにより、納税者、源泉徴収義務者は、規定に基づき、税関を選択して申告納税を行うことができるようになり、貿易の利便性が高まる。また、税金の追納または還付期間を延長し、税関が税金を多く徴収していることが判明した場合、速やかに納税者に還付すること、元の状態で再輸出される貨物に対する還付を拡大することを明確にした。これらの変更は原則として納税者に有利であり、納税者のさらなる合法的権益を保障している。

【表 3：関税徴収管理、および税金の追納または還付に関する規定】

「関税法」
第 41 条 関税徴収管理は、貨物の通過と関税の決定を分離する方式で実施することができる。関税徴収管理は、対外貿易の新しい形態と新しいモデルの開発ニーズに適応し、情報化、スマート化、標準化、利便性の水準を向上させなければならない。
第 42 条第 1 項 輸出入貨物の納税者および源泉徴収義務者は、規定に基づき、税関を選択して申告・納税を行うことができる。
第 45 条 納税者、もしくは源泉徴収義務者が税金を納付、または貨物を引き渡した日から 3 年以内に、税関は納税者もしくは源泉徴収義務者の納付税額を確認する権利を有する。税関が確認した納税額と、納税者・源泉徴収義務者が申告した税額が一致しない場合、税関は納税者、源泉徴収義務者に納税確認書を発行しなければならない。納税者・源泉徴収代理人は、確認された税額に従い、税関が指定する期間内に、税金の追納または還付手続きを行わなければならない。
第 39 条 品質や仕様上の要因、または不可抗力により、輸出された貨物が輸出の日から 1 年以内に元の状態で再輸入される場合、輸入関税は課されない。品質や仕様上の要因、または不可抗力により、輸入日から 1 年以内に元の状態で再輸出される場合、輸出関税は課されない。
第 52 条第 1 項 次の各号のいずれかに該当する場合、納税者は納税日から 1 年以内に税関に関税の還付を申請することができる。 (1) 輸入関税が課された貨物が、品質や仕様上の要因、または不可抗力により、1 年以内に元の状態で国外に再出荷される場合 (2) 輸出関税が課された貨物が、品質や仕様上の要因、または不可抗力により、1 年以内に元の状態で国内に再出荷され、輸出に対して還付された関連国内税を新たに納付した場合 (3) 輸出関税が課された貨物が、事情により輸出されずに、通関の取りやめが申告された場合

出所：KPMG 作成

❖ 税収債権の優先順位の確定

「関税法」第 58 条は、「税収徴収管理法」を踏まえ、税収債権とその他の債権、担保物権、行政処罰の罰金等の優先順位を確定した。

【表 4：税収債権の優先順位に関する規定】

「関税法」	
第 58 条第 1 項	法律で別途規定されている場合を除き、税関が徴収する税金は無担保債権より優先される。納税者の税金未納が、納税者がその財産で抵当、質権を設定する前に発生した場合、抵当権、質権より先に税金を納付しなければならない。
第 58 条第 2 項	納税者が税金を納付せず、同時に行政機関から罰金を科され、または違法所得を没収され、その財産がそれらを同時に納付するのに十分でない場合、税金を先に納付しなければならない。

出所：KPMG 作成

❖ 密輸行為に対しては期限の制限がない、税関による納税額の査定権利

密輸行為に対して、税関は 3 年という期間制限を受けず、納税額を査定する権利を持つ。「関税法（草案）」の「税関監督管理規定の違反に対する追徴期限制限を受けない」という表現は削除され、「関税法」第 47 条で密輸行為に対する税金の追徴は期間の制限を受けないことを規定した。また、密輸行為に対して税関が課税額の査定権を持つことを明確にしている。税関による密輸貨物の課税額の査定に異議があれば、密輸行為が刑事訴追基準に達していない限り、納税者、源泉徴収義務者等は「関税法」第 66 条の規定に基づき、税関の査定行為に対して行政再審査を申請することができる。さらに、行政再審査の決定に不服がある場合、法に基づき、人民法院に行政訴訟を提起することができる。

【表 5：密輸行為に関する規定】

「関税法」	
第 47 条	密輸の場合、税関は、前条に定める期間制限（※3 年の期間制限について定める）を受けず、税金、延滞料の回収を行い、納税額を承認する権利を有する。
第 66 条第 1 項	納税者、源泉徴収義務者または保証人は、税関による納税者の決定、商品の分類、貨物の原産地、納税地、徴収方法、課税価格、適用税率または為替レート、減免の決定、課税額の確認、追徴税の納付、税金の還付または延滞金の賦課、その他租税の賦課に関する事項に異議がある場合、法に基づき、次の上級税関に行政再審査を申請することができる。上級税関の決定に不服がある場合、法に基づき、人民法院に行政訴訟を提起することができる。

出所：KPMG 作成

❖ 新たに 3 つの行政処罰が追加

「関税法」第 62 条から第 64 条で、新たに 3 つの行政処罰が設けられている。

第 62 条は、「輸出入関税条例」が義務のみを規定し、法的責任を規定していなかった問題に対応している。合併、分割、資産再編、経営停止等が生じた企業にとって、特にこの処罰に対するリスクに留意し、税関とのコミュニケーションを円滑に維持しなければならない。

第 63 条は、「税收徴収管理法」第 65 条の規定を踏まえているが、その処罰は「税関行政処罰実施条例」による脱税・密輸行為に対するものより重くなっている。

第 64 条の処罰の上限は、脱税・密輸行為に対する処罰の上限と同様であり、税額の 50% を下限とする処罰は軽いとはいえない。なお、この罰則は意図的な行為であるか否かを問わず、たとえ意図に反した不可抗力で上記の状況を招いた場合でも、その処罰の対象となる。

【表 6：新たな行政処罰に関する規定】

「関税法」
第 62 条 次の各号のいずれかに該当する場合、税関は警告を与えなければならない、その状況が重大である場合、3 万元以下の罰金を科す。 (1) 納税義務を履行していない納税者が合併または分割を行い、合併または分割前に税関に報告しなかった場合 (2) 免税品、保税品の監督期間中に納税者が合併、分割、その他の資産再編を行い、税関に報告しなかった場合 (3) 納税者が納税義務を履行していない場合、または免税品、保税品監督期間中に、解散、破産、またはその他の合法的な事業終了があり、清算前に税関に報告しなかった場合
第 63 条 納税者が納付すべき税金を納付せず、税関が法に基づき未納税額を回収することを妨げるために、財産の譲渡、隠匿等の手段を講じた場合、税関による未納税額および延滞金の回収のほか、未納税額の 50% 以上 5 倍以下の罰金を科す。
第 64 条 源泉徴収義務者が源泉徴収または徴収すべき税額を徴収しなかった場合、税関は、納税者から税を徴収し、源泉徴収義務者に対し、源泉徴収または徴収すべき税額の 50% 以上 3 倍以下の過料を科す。

出所：KPMG 作成

企業に対するアドバイス

1) 企業コンプライアンス管理の強化およびコア要素の規制申告

「関税法」は、税金計算価格、商品分類、原産地確定の3つの技術要素を法律規範レベルに引き上げており、相対的にそれらの要素に対する税関の重視度も高まっている。企業には、従来の輸出入貨物における税金計算価格、商品分類、原産地確定などの税金関連要素申告の正確性について、自主調査とリスク評価を実施することが求められる。

そのためには、企業が従業員に対して適時に業務訓練を実施し、管理者と税関事務担当者のコンプライアンス意識をさらに高めなければならない。コンプライアンス管理の強化や、税関事務組織の構造の整理・把握も求められる。さらに、関税法の規定を参照して、企業内部の輸出入業務の申告と納税プロセスが法律の要求に合致しているかどうかを確認し、実際の状況に基づいて最適化し、改善する必要があると考えられる。

特に、越境電子商取引プラットフォーム関連企業は、「関税法」の実務への影響に留意したい。コンプライアンス管理プロセスを細分化し、有効な情報化手段を積極的に活用することで、コンプライアンスリスクを適時に監視、識別、制御し、その管理体制を構築することが求められる。

2) 輸出入モデルを合理的に計画、税関とのコミュニケーションを強化

企業は、輸出入業務に関わるバリューチェーンの各段階を慎重に整理する必要がある。さらに、関連する経営活動の背景にある実質面を重視しながら、輸出入の各段階における不確定な税金関連のリスクを、税関への自主的な開示や、事前裁定などのルートを通じてコントロールし、より高い納税確定性を獲得することが求められる。

(執筆者連絡先)

KPMG 中国 日系企業サービス

税務パートナー

李輝 (Lisa Li)

中国北京市東長安街1号東方広場 KPMG 大楼 7F

Tel: +86-10-8508-7638 E-mail: lisa.h.li@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 11 月中旬から 12 月中旬にかけて公布された政策・法令を取りあげました。一部それ以前に公布され、公表が遅れていたものを含んでいます。

〔 政策 〕

【外商投資】	
○「国家卫生健康委員会、商務部、国家中医薬局、国家疾病予防控制局の外資独資病院分野の開放拡大試行活動計画に関する通知」（国衛医政発〔2024〕36 号、2024 年 11 月 1 日発布・実施）	
	2024 年 9 月に商務部等から、北京市、上海市、南京市、蘇州市、福州市、広州市、深圳市の 7 都市と海南省海南島全域で、医療分野の開放拡大を試行することが発表されたが、このうち独資病院の設立について基本的な条件を示したもの。 ■この通知では、独資病院への投資者の条件、設立・運営の条件、設立手続きなどが記載されている。投資者の条件は、単独で民事責任を負う能力のある法人で、直接または間接に医療・衛生への投資と管理に従事した経験があり、次の条件に合致することとされている。 ① 国際的に先進的な病院運営の理念を掲げ、管理・医療サービスモデルを提供できること。 ② 国際的に最先端の医療技術・設備を提供できること。 ③ 設立地の医療サービス能力、医療技術、医療施設の不足を補う、または改善することができ、多様な医療サービス供給を展開できること。 設立・運営の条件は、以下の通り。 ① 病院経営の形態は営利でも非営利でもよい。 ② 病院の種類は総合病院、専門病院、リハビリ病院とし、病院の等級は 3 級とする（注：3 級病院は全国範囲で医療・衛生サービスを提供できる病院）。ただし、精神科病院、伝染病専門病院、血液病専門病院、中国医学病院、中国医学・西洋医学融合病院、少数民族医病院を設立してはならない。 ③ 診療科目に血液内科を登録してはならない。 ④ 医療・倫理上のリスクの高い診療活動、人体臓器移植技術、人類補助生殖技術、出産前のスクリーニング・診断技術、精神科入院治療、腫瘍細胞治療の新技术による実験的治療等を行ってはならない。

	⑤ 外国人医師、香港・マカオ・台湾籍の医師、香港・マカオ籍のその他の衛生専門技術者を規定により短期間雇用できる。ただし、病院全体の管理者と衛生専門技術者に占める中国（内地）人員の比率は全体の 50%以上でなければならない。 ⑥ 病院の情報管理システムを所在地の医療サービス監督管理プラットフォームに接続させ、電子カルテ、医療設備等の情報保存サーバーは中国国内に設置しなければならない。 ⑦ 医療保険の規定に適合する病院は、医療保険指定機関として申請できる。また、国内外の商業健康保険に対応できる。 設立手続きについては、以下の通り。 ・ 独資病院の設立許可と開業登記は、地区級の市（注：省の下にある比較的大きな都市）の衛生健康行政部門が予備審査を行った後、省クラスの衛生健康行政部門が審査する。 ・ 条件に適合した場合、省クラスの衛生健康行政部門が医療機関設立許可証と医療機関開業許可証を発行する。 ・ これらの手順、申請資料、処理期間等は、「中外合弁・合作医療機関管理暫定弁法」、「衛生部の中外合弁・合作医療機関の審査許可権限の調整に関する通知」を参照して執行する。 ・ 外商独資病院の医療機関開業許可証の有効期間は 5 年間とし、期間満了前に、規定によって延長を申請できる。 なお、上記の試行地区の省クラスの衛生健康行政部門が同級の商務部門、中医薬部門、疾病予防控制部門等と具体的な活動計画を策定し、2024 年 12 月末までに国家衛生健康委員会と商務部に報告することとされており、本格的な実施は 2025 年以降になるとみられる。 ■原文は国家衛生健康委員会の下記サイトをご参照。 http://www.nhc.gov.cn/yzygj/s7655/202411/036bdd71e1e446da9d3bd6439dc6b5b0.shtml
【物流】	
○「中国共産党中央委員会弁公庁、国務院弁公庁の『全社会物流コストを効果的に削減するための行動計画』の発布」（2024 年 11 月 27 日発布・実施）	
	中国全体の効率的な経済成長に向けて「全社会物流コスト」の削減を図ることに関する方針を示したもの。 ■「全社会物流コスト」は、国内全体の物流コストでマクロ統計から推計した数値を指すとみられる。この行動計画では、以下のような目標が示されている。 ・ 2027 年までに社会物流総費用の対国内総生産（GDP）比率を約 13.5%に削減する（注：中国メディアの報道によれば、2012 年のこの比率は 18%だったが、2023 年は 14.4%にまで下がっている。ちなみに、日本は 1990 年代から 8～10%の範囲で推移しているといわれる）。 ・ 貨物輸送構造を効率化し、鉄道貨物輸送量を全体の 11%、鉄道貨物回転量を全体の 23%前後に引き上げる。

この行動計画では、20 項目の方針が示されているが、特に以下の 3 項目が重点とされている。

- ① 鉄道貨物輸送の市場改革の推進：鉄道貨物輸送から鉄道物流への転換を促進し、鉄道貨物輸送ターミナルにおける物流サービスを展開する。各地区の鉄道局の枠組みを越えた輸送の協力を強化し、直送列車の発展、高速鉄道の活用を図る。鉄道貨物輸送料金の柔軟な調整、決済方法の改善、鉄道物流サービスの価格システムを確立する。鉄道専用路線の建設・使用コストを削減し、専用路線の共用を推進する。国家鉄道・地方鉄道間の直通輸送を実現する。
- ② 道路貨物輸送の市場改革の推進：総合的な施策により、道路貨物輸送の事業主体が「小規模で、分散しており、脆弱」という問題を解決し、道路貨物輸送の事業者の大規模化、現代的管理の推進、大型道路貨物輸送企業の発展を図る。
- ③ 物流データの相互利用の推進：道路・鉄道・水運・航空の政府関係部門、税関等の公共データ情報の共有と開発・利用を中核とし、物流と情報・資金の流れを統合し、各種事業主体のデータへのアクセスを推進する。

■原文は中央人民政府ポータルの下記サイトをご参照。

https://www.gov.cn/zhengce/202411/content_6989622.htm

【対外貿易】

- 「中国共産党中央委員会弁公庁、国務院弁公庁によるデジタル貿易の改革・革新・発展に関する意見」（2024 年 8 月 17 日発布・実施）

デジタル貿易の発展における重点方針を示したもの。デジタル貿易は、世界的に貨物貿易やサービス貿易を上回る成長をみせているが、中国はデジタル大国、貿易大国でありながら、事業主体の競争力が弱く、制度の開放レベルが不十分で、統治システムが確立されていないという問題があるとされており。そのため、デジタル貿易の発展・強化を図る方針を打ち出したとみられる。

■「デジタル貿易」とは、一般的には国境をまたぐデータの移転を前提としたもので、電子的または物理的に移送される物品やサービスの貿易にかかる電子商取引を含むとされており、サービス貿易とかなりの分野で重なる。この文書では、以下の目標が掲げられている。

- ・デジタル化により移送されるサービス貿易は、サービス貿易全体に占める比率を 2029 年までに 45%以上とし、2035 年までに 50%以上とする。

この文書では、18 項目の重点方針が記載されているが、主な内容は以下の通り。

- ・ デジタル貿易分野の細分化と事業主体の発展支援：デジタル製品のコンテンツの質とレベルの進展、デジタル化による配信チャネルの開拓、国際競争力の向上を図る。デジタル金融、オンライン教育、遠隔医療、デジタル配信の専門サービス等の発展を促進する。通信、モノのインターネット（IoT）、クラウド・コンピューティング、人工知能（AI）、ブロックチェーン（ネットワーク上にある端末同士をダイレクトに接続し、暗号技術を用いて取引の記録を分散的に処理・記録する技術）、衛星測位システム等の対外貿易の

発展を加速させる。電子商取引プラットフォーム、事業者、サポートサービスプロバイダー等、各種事業者の大規模化を奨励する。 - デジタル貿易における制度的開放の推進：デジタル分野における参入前の内国民待遇やネガティブリスト管理モデルを改善し、通信、インターネット、文化等の秩序ある開放・拡大を促進する。データ越境移転の促進、管理システムの規範化を図る。デジタル貿易における高水準の開放プラットフォームを構築する。 - デジタル貿易のガバナンスシステムの整備：デジタル貿易に関する国際ルール策定に積極的に参加する。デジタル貿易における国際協力を深化させる。デジタル認証システムの構築を加速させる。「輸出禁止・輸出制限技術目録」「輸入禁止・輸入制限技術目録」を調整、最適化する。 ■原文は中央人民政府ポータルの下記サイトをご参照。 https://www.gov.cn/zhengce/202411/content_6989831.htm

【 規則 】

【税】
○「全面的デジタル化電子発票の適用の促進に関する公告」（国家税務総局公告 2024 年第 11 号、2024 年 11 月 12 日公布、同年 12 月 1 日施行） 2021 年 12 月から広東省、上海市、内モンゴル自治区を皮切りに多くの地方で試行されてきた増値税の「全面デジタル化電子発票」（中国語の略称は「全電発票」）を全国で正式に実施するもの。 ■本公告の主な内容は、以下の通り。 「全面的デジタル化電子発票」（以下、「デジタル発票」）は、電子発票の一種で、発票の額面が全てデジタル化され、全国統一の番号が付けられる。さらに、発行上限額は人工知能（AI）によって決められ、情報が税務デジタルアカウント（注：下記の電子発票サービスプラットフォーム上に税務機関が開設する納税者の詳細情報を記録した専用アカウント）を通じて、増値税の受領者（販売者）と支払者（購入者）の間で自動的に流通する新型の発票で、紙の発票と同等の法的効力を持つ。 - デジタル発票は、1 枚綴りのデジタル化された形態とする（注：以前の紙の発票は 3 枚綴りだった）。 - デジタル発票の額面には、発票名称、発票番号、発行日、購入者側・販売者側の情報、項目名称、規格型番、単位、数量、単価、金額、税率／徴収率、税額、合計、金額・税額合計、備考、発行者等が記載される。 - デジタル発票の番号は 20 桁で、そのうち 1、2 桁目は暦年度の下 2 桁を表す。そして、3、4 桁目は発行側所在地の省級税務局の地域コード、5 桁目は発行チャネルの情報、6 ～20 桁目は順番を表す。

- ・ デジタル発票は、全国統一の電子発票サービスプラットフォームを通じて交付される（注：以前の紙の発票は税務機関に申請し、査定を経て受領する手続きが必要だった）。
- ・ デジタル発票は、税務機関が納税者の税徴収リスク、納税信用ランク、実際の経営状況等に基づき、電子発票サービスプラットフォームを通じて、1 カ月に発行できる総額の上限が設定される。納税者の経営状況の変化により、発票の総額を変更する必要がある場合は、主管税務機関が確認した上で調整する（注：以前の紙の発票は1 枚当たりの発行額に上限が設けられていた）。
- ・ デジタル発票を発行するときは、本人認証等の方法で身元確認を行う。
- ・ デジタル発票は、通常、青字で記載されるが、その発行後に販売商品の返品、誤発行、課税サービス（注：簡易税額計算方法の増値税額を計算するサービス）の中止、販売価格の割引等の状況が生じた場合は、赤字のデジタル発票を発行しなければならない。
- ・ デジタル発票は、電子発票サービスプラットフォームを通じて自動的に受領者に送付されるが、発行者が電子メール、QR コード、ダウンロード、印刷等の方法で送付することもできる。
- ・ デジタル発票の受領者が、増値税と石油製品にかかる消費税の仕入税額控除、輸出税額還付、税額還付代行、石油製品在庫確認に使用するときは、税務デジタルアカウントを通じて税務機関に目的を確認する必要がある。

■原文は中央人民政府ポータルの下記サイトをご参照。

https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202411/content_6989164.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>

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	2023年				2024年												
		1～3月	1～6月	1～9月	1～12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月		
国内総生産(GDP)	前年 同期比%	4.5	5.5	5.2	5.2	(1～3月) 5.3				(4～6月) 4.7				(7～9月) 4.6				-
固定資産投資*	前年 同期比%	5.1	3.8	3.1	3.0	-	4.2	4.5	4.2	4.0	3.9	3.6	3.4	3.4	3.4	3.3		
第一次産業	前年 同期比%	0.5	0.1	▲ 1.0	▲ 0.1	-	▲ 5.7	1.0	1.9	3.0	3.1	3.3	2.9	2.3	2.5	2.4		
	前年 同期比%	8.7	8.9	9.0	9.0	-	11.9	13.4	13.0	12.5	12.6	12.5	12.1	12.3	12.2	12.0		
	前年 同期比%	3.6	1.6	0.7	0.4	-	1.2	0.8	0.3	0.0	▲ 0.2	▲ 0.7	▲ 0.8	▲ 0.7	▲ 0.9	▲ 1.0		
	前年 同期比%	3.0	3.8	4.0	4.6	-	7.0	4.5	6.7	5.6	5.3	5.1	4.5	5.4	5.3	5.4		
社会消費財 小売総額***	前年 同月比%	5.8	8.2	6.8	7.2	-	5.5	3.1	2.3	3.7	2.0	2.7	2.1	3.2	4.8	3.0		
消費者物価上昇率 (CPI)	前年 同月比%	1.3	0.7	0.4	0.2	▲ 0.8	0.7	0.1	0.3	0.3	0.2	0.5	0.6	0.4	0.3	0.2		
工業生産者 出荷価格(PPI)	前年 同月比%	▲ 0.8	▲ 3.0	▲ 3.6	▲ 3.6	▲ 2.5	▲ 2.7	▲ 2.8	▲ 2.5	▲ 1.4	▲ 0.8	▲ 0.8	▲ 1.8	▲ 2.8	▲ 2.9	▲ 2.5		
輸出***	億ドル	8,218.3	16,634.3	25,203.1	33,800.2	-	5,280.1	2,796.8	2,924.5	3,023.5	3,078.5	3,005.6	3,086.5	3,037.1	3,090.6	3,123.1		
	前年 同月比%	0.5	▲ 3.2	▲ 5.7	▲ 4.6	-	7.1	▲ 7.5	1.5	7.6	8.6	7.0	8.7	2.4	12.7	6.7		
輸入***	億ドル	6,171.2	12,547.4	18,898.9	25,568.0	-	4,028.5	2,211.3	2,201.0	2,197.3	2,088.1	2,159.1	2,176.3	2,220.0	2,133.4	2,148.7		
	前年 同月比%	▲ 7.1	▲ 6.7	▲ 7.5	▲ 5.5	-	3.5	▲ 1.9	8.4	1.8	▲ 2.3	7.2	0.5	0.3	▲ 2.3	▲ 3.9		
貿易収支***	億ドル	2,047.1	4,086.9	6,303.0	8,232.2	-	1,251.6	585.5	723.5	826.2	990.5	846.5	910.2	817.1	957.2	974.4		
対内直接投資 (実行ベース)*(注)	億元	4,084.5	7,036.5	9,199.7	11,339.1	1,127.1	2,150.9	3,016.7	3,602.0	4,125.1	4,989.1	5,394.7	5,801.9	6,406.0	6,932.1	7,497.0		
	前年 同期比%	4.9	▲ 2.7	▲ 8.4	▲ 8.0	▲ 11.7	▲ 19.9	▲ 26.1	▲ 27.9	▲ 28.2	▲ 29.1	▲ 29.6	▲ 31.5	▲ 30.4	▲ 29.8	▲ 27.9		
外貨準備高	億ドル	31,839	31,930	31,151	32,380	32,193	32,258	32,457	32,008	32,320	32,224	32,564	32,882	33,164	32,611	32,659		
都市部調査失業率	%	5.5	5.3	5.3	5.2	5.2	5.3	5.2	5.0	5.0	5.0	5.2	5.3	5.1	5.0	5.0		
国内自動車 販売台数	万台	607.6	1,323.9	2,106.9	3,009.4	243.9	158.4	269.4	235.9	241.7	255.2	226.2	245.3	280.9	305.3	331.6		
	前年 同月比%	▲ 6.7	9.8	8.2	12.0	47.9	▲ 19.9	9.9	9.3	1.5	▲ 2.7	▲ 5.2	▲ 5.0	▲ 1.7	7.0	11.7		
購買担当者指数 (PMI)	製造業	-	-	-	-	49.2	49.1	50.8	50.4	49.5	49.5	49.4	49.1	49.8	50.1	50.3		
	非製造業	-	-	-	-	50.7	51.4	53.0	51.2	51.1	50.5	50.2	50.3	50.0	50.2	50.0		

*: 年初からの累計ベース。

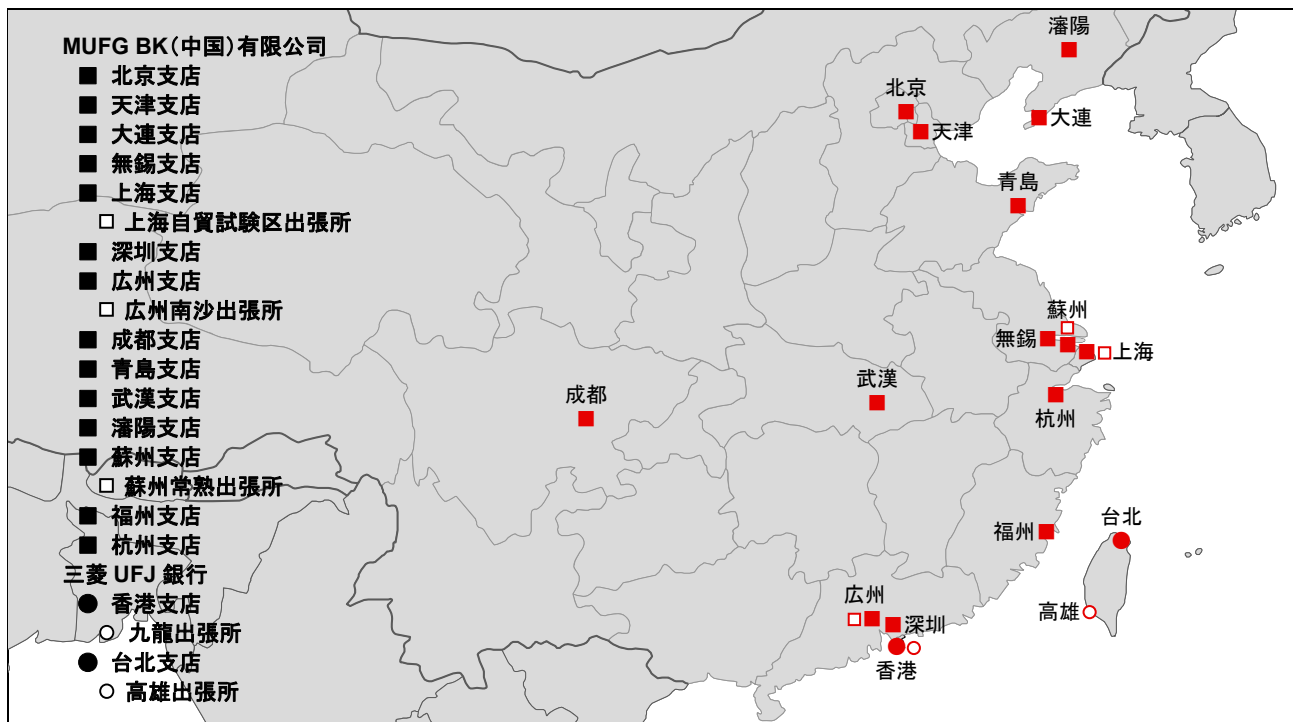
**: 2 月は 1-2 月の累計ベース。独立会計の国有企業と年間販売額 2,000 万元以上の非国有企業を対象。

***: 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	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
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15階03单元	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	広州市珠江新城華夏路8号 合景国際金融広場24階	86-20-8550-6688
広州南沙出張所	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	86-20-3909-9088
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	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	86-512-3333-3030
蘇州常熟出張所	江蘇省常熟市常熟高新技术産業開発区東南大道333号科創大厦12階C区、D区	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	8F AIA Central, 1 Connaught Road, Central, Hong Kong	852-2823-6666
九 龍 出 張 所	18/F & 19/F, Airside, No.2 Concorde Road, Kai Tak, Kowloon, Hong Kong	852-2823-6666
台 北 支 店	台湾台北市民生東路3段109号 聯邦企業大樓8階・9階	886-2-2514-0598
高 雄 出 張 所	台湾高雄市前鎮区成功二路88号4階	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。