

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 10 月号(第 236 号)

※ 読みたい記事のタイトルをクリックしてください。

■ 中国新興市場の動向ーシニア消費の勃興

中国若者富裕層ビジネスコンサルティング

代表 劉瀟瀟 1

■ 2025 年 4-6 月期の実質成長率は 5.2%、7 月の景況感はやや悪化

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 6

■ 国債、地方債、金融債に係る増値税の徴収再開が金融機関に及ぼす影響

KPMG 中国 華中地区日系企業サービス

税務パートナー 徐潔 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 13

■ 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 17

■ 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



中国新興市場の動向－シニア消費の勃興

中国若者富裕層ビジネスコンサルティング

代表 劉瀟瀟

中国シニア市場の概要

中国は高齢社会（65 歳以上の高齢者^{注1}の割合が人口の 14%を超えた社会）へ進んでいる。2024 年末時点で、60 歳以上の人口は 3 億 1031 万人を超え、総人口の 22.0%を占め、65 歳以上の人口は 2 億 203 万人で総人口の 15.6%になった^{注2}。日本の 65 歳以上の人口が総人口の 29.3%^{注3}であるのに比べるとまだ低い、5 人に 1 人が高齢者になったことで、今までにない社会環境に変わってきている。その結果、シニア市場というブルーオーシャン（未開拓かつ競合の少ない市場）が形成されつつあり、国内外の企業に注目されている。本稿では、中国新興市場であるシニア市場の概要、特徴、背景要因、そして有望な消費コンテンツを紹介したうえで、日本企業にヒントを提示したい。

中国の人口動態は政府の方針に影響されている^{注4}。1949 年に中華人民共和国が成立した当初は、生活資源の供給危機があるという認識があるものの、子供が多ければ幸せも大きいとされる「多子多福」の伝統的思想や、「人多ければ力も大きくなる」と提唱されたこともあり、出生率の制限がされていなかった。また、1960 年前後には 3 年自然災害による食料不足があったものの、公衆衛生環境が改善され、建国前に比べると新生児の死亡率が激減した。そのため、1950、1960 年代には人口が急速に増加した。その後、1979 年に始まった「一人っ子政策」および社会経済の発展の影響で、出生率が急減した。一人っ子政策は 2016 年に終わったが、今のところ 1950、1960 年代のような高い人口増加はみられていない。

注1 本稿では、中国における現状の慣習により、60 歳以上を「高齢者」「シニア」と定義する。

注2 中国国家统计局「王萍萍：人口总量降幅收窄 人口素质持续提升」2025 年 8 月 24 日閲覧

https://www.stats.gov.cn/xxgk/jd/sjjd2020/202501/t20250117_1958337.html

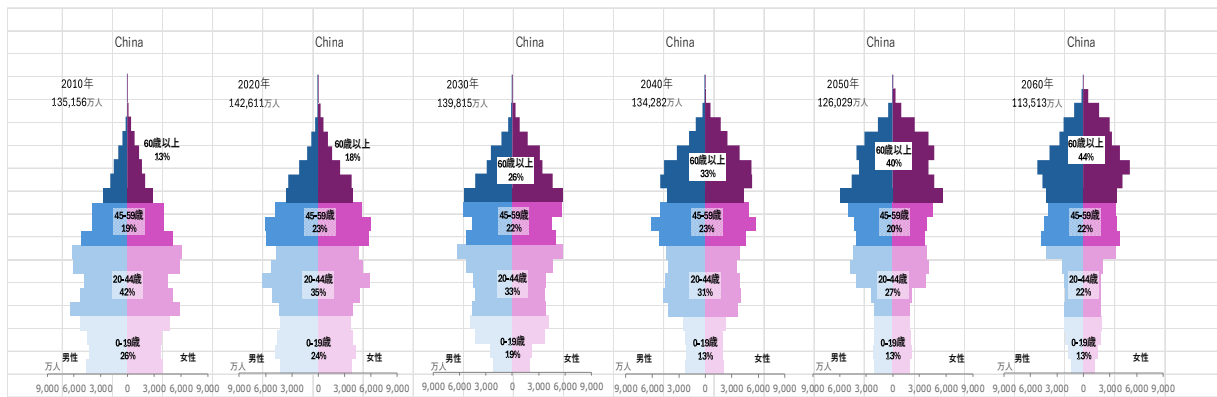
注3 2024 年 9 月時点の推計値。日本統計局 2025 年 8 月 24 日閲覧

https://www.stat.go.jp/data/topics/pdf/topi142_01.pdf

注4 北京大学 社会学人類学研究所「李建新 毛泽东时代的人口政策与人口转变」などによる筆者まとめ 2025 年 8 月 24 日閲覧

<http://www.shehui.pku.edu.cn/wap/second/index.aspx?nodeid=2031&contentid=10265&page=ContentPage>

【図表 1 中国人口ピラミッド推移】



出所：国連 Department of Economic and Social Affairs Population Division より著者作成。本稿内の数字は異なるデータ元から引用したため、詳細の数字について必ずしも一致しないことがある

<https://population.un.org/wpp/downloads?folder=Probabilistic%20Projections&group=Most%20used>

中国シニア市場の特徴：速い、多い、未富先老、地域格差

1950、1960 年代生まれの親と、1980、1990 年代生まれの子供の間に、激しい出生率の差が生じた結果、親世代がシニアになるにつれ、中国は速いスピードで少子高齢社会に突入した。国連の人口ピラミッドの推移によれば、2030 年には 60 歳以上のシニア人口は総人口の 26% を占めると予想されており、中国シニア市場は前代未聞の約 3 億 5000 万人規模の巨大市場になる。

中国シニア市場の特徴は、人口規模が大きいのみならず高齢者が増えるスピードが速く、先進国のように、経済が発展してから高齢社会に入るという「先富後老」ではなく、経済が発展する前に高齢社会に入るという「未富先老」である。また、中国の経済発展の地域の格差により、若い世代が都市部や経済発展している東沿岸部に集中し、経済未発達西部や農村地域にシニアが多く存在するアンバランスの状況が起こっていることも特徴として挙げられる ^{注 5}。

一方、中国の第 2 次ベビーブームである 1960 年代生まれの多くはまだ 60 代前半で比較的若いシニア世代に当たる。これからのシニアライフ、シニア消費に挑戦する気力も能力もまだあると考えられ、今後、中国のシニア市場には多くのポテンシャルが潜んでいる。

注 5 任泽平「中国老龄化报告 2024」2025 年 8 月 24 日閲覧

<https://finance.sina.com.cn/cj/2024-09-05/doc-incmzmzv5804611.shtml>

GDP の 20%を占める巨大な中国シニア市場

現在における中国のシニア経済規模は既に 7 兆人民元（約 145 兆円）になっており、世界的にみても巨大な市場といえる。復旦大学^{注6}の予測によると、2035 年の中国シニア市場は 40 兆～51 兆人民元になり、中国国内総生産（GDP）の 20.2～25.5%を占めるという。シニア世代の消費、政府の関連支出、そしてシニアケアのインフラ整備状況にもよるが、巨大なブルーオーシャンであることは間違いない。その理由は下記の通りと考えられる。

注6 復旦大学老齡研究院「中国银发经济发展报告 2024」2025 年 8 月 24 日閲覧

<https://aging.fudan.edu.cn/contents/33/318.html>

(1) シニアのニーズが「爆発」しつつある

上述の通り、中国シニア人口は高スピードに増加している中、1950 年代以降に生まれた世代は、中国で初めてのシニア消費世代といえる。この世代以前のシニアは、第二次世界大戦から中国国内戦争や政治運動で生き抜いてきた人たちである。特異な社会環境を経験し、高等教育を受けた人は稀であり、基本的に伝統的な価値観を持っている。若いころから家族のために全てを捧げ、歳を取ると（自分の）親の面倒をみて、自宅で最期を看取るのは当たり前だと思っている。そのため、施設に入所するのは子供に捨てられた不幸な人と思う傾向がある。また、経済的に苦しい日々を過ごしてきたので、節約意識が非常に高く、自分のための消費を最小限に抑える傾向もみられる。

一方、彼らの子供に当たる現在の 60 代は、貧しい日々や政治運動を経験したものの、改革開放政策の恩恵を受けた世代でもある。親世代に比べると経済力もあり、単なる生存欲求から「自分のためのニーズ」、例えば健康、社交活動などについて関心を持つようになった。彼らも、「自宅で親の面倒をみることは親孝行である」と考え、多数の兄弟と一緒に親の介護や面倒をみている。また、子供への投資と愛を惜しまないが、ほとんどの家庭は一人っ子なので、将来、自分の子供に介護してもらうことは現実的ではないと考えるようになってきた。その延長線上で、今までは親、子供に捧げてきた人生だったが、これからは、夫婦または 1 人で老後生活を送ることもあり得ると意識し始めた。そのため、公共またはプライベートなシニア商品・サービスへのニーズが高まってきている。

しかし、介護以外において、今後どのようなニーズが出てくるのか、またシニア自身も何を備えればいいのか、何を消費していくのかなど、中国には前例がない。日本など先進国の事例を学びながら、中国国内のシニア市場の整備が強く求められているのである。

(2) 社会課題および新たな経済発展の柱として政府の支援

「未富先老」の状況は、中国政府にとっては大きな負担である。人口ボーナスが急速に減ってきている今、どのようにしてシニアのケアができるか、またどのようにして、この「負担」を経済に貢献できる「動力」に変換できるかを日々悩んでおり、様々な角度からシニア消費ないしシニアの福祉を向上させようとしている。

2024 年 1 月に、中国国務院が「シルバー経済の発展と高齢者福祉の増進に関する意見」を発表し、「シルバー経済の規模化・標準化・クラスター化・ブランド化を促進し、高品質な製品とサービスモデルを育成する」と明言して、中国政府が後押しするスタンスを示した。そして、各地方も様々な動きをスタートしている。高齢者大学（主に 60 歳以上を対象とした生涯学習の機会を提供する教育機関や講座）の充実、在宅医療と介護サービスの充実、食事・買い物のサポート、施設の設立や奨励など、試行錯誤しながらシニア市場を促進しようとしている。

(3) インターネットプラスの相乗効果

中国では、様々な産業をインターネットの活用により発展させることを「互聯網+（インターネットプラス）」と呼んでいる。現在の中国国内では、スマートフォン（スマホ）と本人確認書類だけで全国どこに行っても暮らせるぐらい、インターネットは社会インフラになっている。また、利用の制限があるものの、自国市場に適応した開発が進んでおり、ビッグデータの活用も当たり前のように各産業で進めている。シニア市場においても、例えば人手不足を解消するためのロボット開発、インターネットやビッグデータを活用した医療・介護サービスへの期待が非常に高まっている。中国は、「やりながら改善する」「とりあえずやってみる」といったアントレプレナー精神（起業家精神）が旺盛のため、早い段階でプロトタイプ（試作品）の作成や製品化が行われる。インターネットプラスを活用し、世界初の製品・サービスの登場も不可能ではない。

シニア市場は介護だけではない

中国のシニア市場はまだ黎明期にあり、「高齢者消費」といえば「介護」と思われることがよくあった。今までは、日本式の養護老人ホーム、プライベートの介護や医療保険、オンライン診療、在宅ケア（入浴、ナーシング（看護・介護））、またはオムツ、シニア用の靴・杖などの消費への関心がメインだった。しかし、現在、注目されつつあるのは、まだ元気でセカンドライフを楽しみたい「アクティブシニア」である。

例えば、自分が若いころ好きだった歌手が全国ツアーを行うと知ると、旧友たちと一緒にいくため、スマホでチケットを購入するよう子供に頼む親が急増している。中国人歌手、刀郎（ダオ・ラン）氏のコンサートはその一例である。刀郎氏のチケットは非常に人気が高く、入手困難であるが、子供たちは親孝行をするために、スマホを駆使して必死にチケットを入手するという。そして、60 代の 10 人ほどの友達グループで、一緒に追っかけをする「推し活」をしている。また、シニア世代は兄弟が多いので、定年退職した兄弟同士で一緒に旅行に行く。昔働いたことのある都市で数週間過ごし、地元の旧友と一緒に食べたり飲んだりし、近くの観光地を訪ねて、失われた青春を取り戻そうとしている。

女性同士だったら、海外・国内旅行ツアーに申し込み、おしゃれな服を着て「映える」写真を撮る。訪日した中国人の 60 代女性に話を聞くと、「家にいるとやはり妻、祖母という立場になるので、いろいろ疲れる。女友達と一緒に旅行に出かけると、自分らしさを取り戻せる気がする。いつも旅行から帰ったら、次の旅行を企画し始める。体を自由に動かせるうちに、若いころにはできなかったショッピングや観光を楽しみたい」という。このような、情緒価値を求める消費は、所得水準によりレベルが違ふかもしれないが、「青春時代にできなかったことをやりたい」「分かち合える人と一緒にいたい」「自分に戻りたい／探したい」という気持ちは共通かもしれない。

また、健康はシニアにとって最大の課題である。普段、交流サイト（SNS）での情報や子供からのインプット、友達同士での意見交換など、様々なチャネルを通して入ってくる情報を参考にして健康寿命を延ばそうとしている。食事療法、サプリメント、漢方薬、運動などだ。信頼できる人の「クチコミ」に大きく影響されているようだ。

今後の中国シニア市場は？

新興消費市場だからこそ、ポテンシャルがたくさんあるが、課題も多い。社会インフラの未整備、玉石混交の情報や品質、シニアの IT リテラシー不足、現在の市場における製品・サービスの供給不足などである。また、老後生活と消費について子供と関わることが多い一方、ジェネレーションギャップが大きいと子供世代とのミスコミュニケーションが多く孤独に陥りやすいことなど、ハード面でもソフト面でも多くの課題がみられる。

こうした中、日本企業にとって最も有利だと思われるのは、「日本はシニア市場の先生」と周知されていることである。社会発展段階からみると、今の中国は数十年前の日本の道を歩んでいるとされることが多く、実際、人々のニーズも類似するところが多い。日本企業は今まで日本のシニア市場で蓄積してきたノウハウを活用し、中国で製品・サービス提供をすることが大きく期待される。ただ、外国市場であるため、経験値のみを利用するのではなく、現地の生活者を理解し、ターゲット層にアプローチするブランディング戦略を検討すべきであろう。その中からきっと、新たな消費ポイントが出てくるはずだ。

(執筆者連絡先)

中国若者富裕層ビジネスコンサルティング 代表 劉瀟瀟

E-mail: liu@xiaoxiao-liu.com ホームページ: <https://xiaoxiao-liu.com/>

2025 年 4-6 月期の実質成長率は 5.2%、7 月の景況感はやや悪化

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

中国国家統計局が 2025 年 7 月に発表した同年 4-6 月期の中国の実質国内総生産（GDP）成長率は前年同期比+5.2%と、同年 1-3 月期の同+5.4%からやや減速となった（図表 1）。ただし、同年 1-6 月期の同成長率は前年同期比+5.3%と前年同期と比べて 0.3 ポイント加速しており、第 14 次 5 カ年計画の最終年度の上半期としては悪くないスタートとなっている。

2025 年 1-6 月期について需要項目別の寄与度を見ると、最終消費は前年同期比+2.8%と、前年同期の+3.1%と比べて 0.3 ポイントの減速となった。2024 年通年は前年比+2.2%であり、それより 0.6 ポイント上回っており、家電買い替えなどの政策効果が続いているとみられる。総資本形成は前年同期比+0.9%と、前年同期の+1.3%と比べ 0.4 ポイント減速しており、2024 年通年の前年比+1.3%からも 0.4 ポイント下回るが、2025 年 4-6 月期は同年 1-3 月期の前年同期比+0.5%から 0.8 ポイント上昇しており、地方政府及び国有企業による投資の成果が出ていると考えられる。純輸出は前年同期比+1.7%と、前年同期の+0.7%を 1 ポイント上回った。税関統計を見ると、2025 年 1-6 月期の輸出（米ドルベース）は前年同期比+5.9%であったのに対し、輸入は同-3.8%となり、外需依存度がさらに強まっている。2025 年 4-6 月期を見ると、輸出は 1-3 月期に比べて 0.3 ポイント加速し、輸入はマイナス幅が-6.9%から-0.9%に 6 ポイント縮小しており、米国の関税引き上げを回避すべく行われた駆け込み輸出の剥落はまだ見られていない。

米中貿易・関税交渉は、2025 年 5 月のスイス・ジュネーブでの初の閣僚協議に続き、6 月には英国ロンドンで協議が継続され、7 月にはスウェーデン・ストックホルムで 3 回目の協議が行われた。7 月の協議では、ジュネーブに続き 2 回目の共同声明が発表された。米国による最大 145%の上乗せ関税はさらに 3 カ月間の適用猶予（2025 年 11 月 10 日まで）となっているが、既に 30%の関税は適用が続いており、中国沿岸部の輸出製造業者や雇用情勢に悪影響を及ぼし国内景気の下押し要因になっていると考えられる。

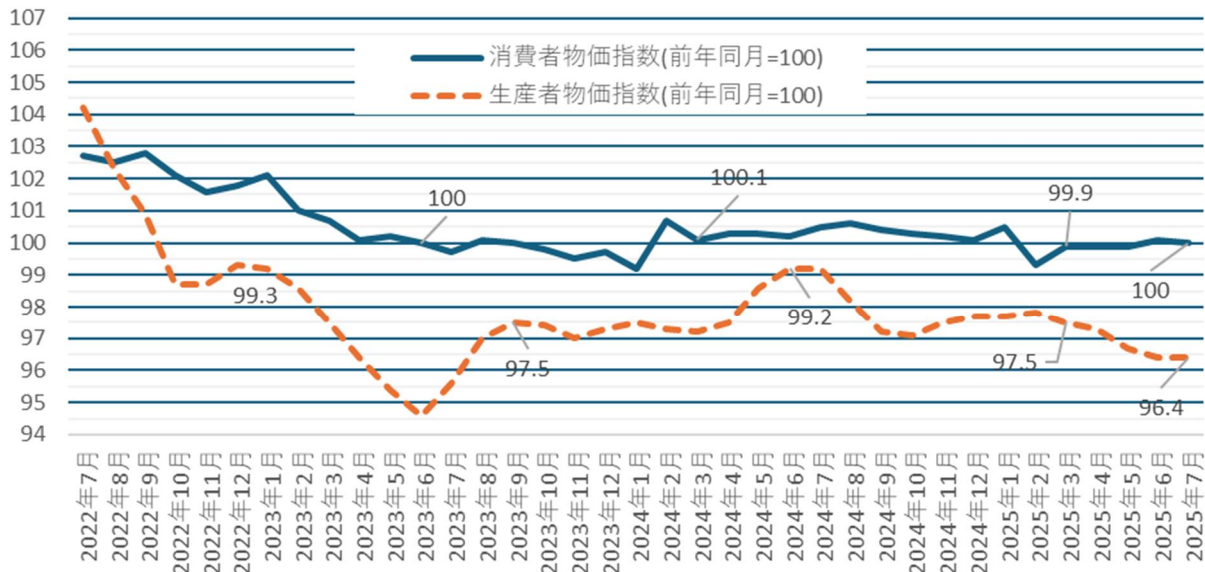
【図表 1 実質 GDP 成長率、需要項目別寄与度、GDP デフレーター（前年比、前年同期比%）】

	2022年	2023年	2024年						2025年		
				Q1	Q2	上半期	Q3	Q4	Q1	Q2	上半期
実質GDP成長率(a)	3.1	5.4	5.0	5.3	4.7	5.0	4.6	5.4	5.4	5.2	5.3
最終消費	1.5	4.6	2.2	3.9	2.3	3.1	1.4	1.6	2.8	2.7	2.8
総資本形成	1.2	1.4	1.3	0.6	1.9	1.3	1.2	1.3	0.5	1.3	0.9
純輸出	0.4	▲ 0.6	1.5	0.8	0.5	0.7	2.1	2.5	2.1	1.2	1.7
名目GDP成長率(b)	5.1	4.9	4.2	4.2	4.0	4.1	4.1	4.6	4.6	3.9	4.3
デフレーター	1.9	▲ 0.5	▲ 0.8	▲ 1.1	▲ 0.7	▲ 0.9	▲ 0.5	▲ 0.8	▲ 0.8	▲ 1.3	▲ 1.0

（出所）国家統計局発表データより国際通貨研究所作成

中国では実質 GDP 成長率が名目 GDP 成長率を上回る状態が 2023 年より続いている（図表 1）。消費者物価指数および生産者物価指数は、依然、低調に推移しており（図表 2）、デフレ懸念が続いている。生産者物価指数に関しては 2022 年 10 月以来、2 年 10 カ月連続の下落で、2025 年に入って下落が加速している。国内の供給過剰と需要不足は常態化し、電気自動車（EV）やソーラーパネル業界では企業間で体力消耗を伴った値下げ競争が行われ、低価格の輸出攻勢に諸外国も警戒を強めている。

【図表 2 消費者物価指数・生産者物価指数の推移】



（出所）国家統計局データより国際通貨研究所作成

さらに、2025 年 7 月に入ってから、投資が腰折れ気味になっている。固定資産投資の 2025 年 1-7 月累計の伸び率は、前年同期比 1.6%とほぼ 5 年ぶりに 1%台に落ち込んだ。公共投資などインフラ関連も前月より 1.4 ポイント低い 3.2%と 3 カ月連続で減速した。民間投資も同 1.5%減、不動産開発投資も同 -12.0%と 5 カ月連続でマイナス幅が拡大した。また、2025 年 7 月の製造業購買担当者景気指数（PMI）も 49.3 と、前月の 49.7 から 0.4 ポイント悪化し、景況感も振るわない。2025 年下半期も 10 月初旬など、どこかの段階で政府の景気下支え策が必要になる可能性が、既に見え始めている。

経済実態を統計から少し離れて観察すると、不動産市場はいまだ機能不全の状態から脱却できていない。建設途中となって全国に点在するマンションなどの処理には、今後 2 年、またはそれ以上の時間がかかるとみられる。不動産市場の正常化に向けた出口はいまだ見えていない。不動産価格は、2025 年 7 月時点で、70 大都市の全てにおいて中古物件が前年同月比値下がりし、新築物件も太原、上海、杭州、成都、ウルムチなどの 5 都市を除く 65 都市で前年同月を下回った。庶民は、2021 年頃までは、不動産さえ買うことができれば豊かになるパスポートを手に入れたのも同然だという「不動産神話」を信じ、人々の間でその「夢」を共有することもできた。しかし、これはすっかり過去のものとなってしまったようである。

さらに、労働者・庶民の目線では今夏、新たな不安要素が加わった。それは「5 険」と呼ばれる社会保険、具体的には①養老保険、②医療保険、③失業保険、④労災保険、⑤生育（出産）保険の 5 種類の保険料について、2025 年 9 月より、雇用者と被雇用者が既存の法律に基づき、正しい割合で納付することが義務付けられつつあることだ。これまで中国の特に民営企業においては、社会的にグレーゾーンが許容されてきたところもあったが、今後、法律に基づいて雇用関係を明確化することが求められる。これにより、多くの民営企業では人件費が急増し、被雇用者においては手取りの大幅な減少を招くおそれがある。これは大幅な所得増税と似た効果をもたらし、人々は消費抑制を迫られ、景気を冷やすことにつながりかねない。

足元の経済の不振は、2010 年代半ば以降を中国の「新時代」と位置付けてきた習近平政権にとって、大きな課題となっている。2021 年秋に開かれた中国共産党第 19 期中央委員会第 6 回全体会議（6 中全会）では「歴史決議」が採択され、2022 年秋の中国共産党第 20 回全国代表大会での習近平氏への権力集中につながった。「歴史決議」では、1949 年の中華人民共和国建国にあたり革命家として活躍した毛沢東の時代を「中国が立ち上がった時代」、1978 年に始まった鄧小平による改革開放時代を「中国が豊かになる時代」と定義し、習近平氏自らが政権を握った 2012 年から 2050 年頃まで続く時代を習近平の「新時代」として、それを「中国が強くなる時代」と位置付けた。

しかし、不動産神話が崩れ、庶民の生活は徐々に厳しさを増している。たしかに、一部の産業は標語にたがわず相応に強くなり、日本を含む諸外国の企業は厳しい競争に晒されている。一方で、労働者・庶民のうち、特に若者は雇用問題を抱えており、競争忌避のムードも広がるなど、アンバランスが生じている。2025 年 10 月開催予定の中国共産党第 20 期中央委員会第 4 回全体会議（4 中全会）は、2026 年から 2030 年の 5 年間の経済運営のガイドブックになる「第 15 次 5 カ年計画」を採択する予定であり、今はそれに向けた極めて重要な検討時期ということになる。そして、習氏は 2025 年に 72 歳となり、次期党大会つまり中国共産党第 21 回全国代表大会が開かれる 2027 年には 74 歳になる。中国共産党としても前広な準備が必要になりつつあると考えられる。そうした意味でも 2025 年秋 10 月の 4 中全会は、大いに注目を集めるものになりそうだ（2025 年 8 月 29 日現在）。

（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>

国債、地方債、金融債に係る増値税の徴収再開が金融機関に及ぼす影響

KPMG 中国

華中地区日系企業サービス

税務パートナー 徐潔 (Xu Jie)

中国財政部と国家税務総局は、2025 年 7 月 31 日付で 2025 年第 4 号公告「国債などの債券の利子所得に係る増値税政策に関する財政部などの部門の公告」（以下「4 号文」）を公布し、2025 年 8 月 8 日より、同日以降に新規発行される国債、地方政府債券、金融債券の利子所得に対して増値税の徴収を再開することを規定した。

対象となる債券の利子所得には、2016 年に増値税の課税対象になってから長らく免税政策が適用されていた。今回の政策調整は金融機関に比較的大きな影響を及ぼし、投資側と資産管理側など複数の業務ラインに影響を与えるため、金融業界は注目する必要がある。以下、当該政策の主な要点、影響及び対応策など、複数の観点から解説と分析を行う。

政策の主な要点

(1) 新旧分離メカニズム

4 号文では、2025 年 8 月 8 日より前に発行された国債、地方債、金融債（同日以降に追加発行された部分を含む）の利子所得については、償還日まで引き続き増値税が免除されると規定している。したがって、既存債券（既存債券の追加発行部分を含む）と新規発行債券の課税・免税に関する税務処理が異なり、引き続き免税となる既存債券を区別することが鍵となる。とりわけ、金融機関は既存債券の追加発行部分に留意する必要がある。現在、市場では国債、地方債及び一部の金融債の追加発行が行われている。金融機関は、税務コンプライアンスを確保するため、規制要件に基づき、債券コードや発行日など、追加発行債券の明確な定義と評価基準を確立する必要がある。

(2) 対象となる債券の範囲

増値税徴収再開の対象となる債券の範囲について、4 号文では、国債、地方債、金融債の 3 種類を列挙している。国債及び地方債の範囲は明確であり、金融債券についても 4 号文では明確な定義を示し、「中華人民共和国の法律に則り、中国で設立された金融機関が全国銀行間市場、及び取引所債券市場で元本返済と利息支払を約定して発行された有価証券」を指すと規定している。4 号文の上述の定義は、財税〔2016〕70 号「金融機関間の取引などに係る増値税政策に関する補足通知」（以下「70 号文」）における金融債券の定義を踏襲した。

上記の金融債券の定義に基づき、金融機関は、市場における様々な投資商品について、どの投資商品が課税対象となるか、どの投資商品が引き続き免税適用対象となるかを判断する必要がある。金融機関は、投資商品ごとに様々な投資シナリオに基づき、増値税免除処理の適用可否を判断する必要がある。下記のとおり例を挙げて分析する。

＜分析 1＞政策性金融債

政策性金融債に対する現行の免税優遇は、主に財税〔2016〕46 号「営業税から増値税への移行パイロットプログラムの全面的な実施における金融業関連政策の更なる明確化に関する財政部・国家税務総局の通知」（以下「46 号文」）に規定されている。46 号文では、政策性金融債は開発性、政策性金融機関が発行する債券と定義されている。政策性金融債は 4 号文で明確に列挙されていないものの、上記 4 号文における金融債券の定義に基づくと、当該債券の発行機関は開発金融機関、政策金融機関であり、これらの金融機関は定義に該当している。このような債券が全国の銀行間及び取引所債券市場で発行され、元本返済と利息支払を約定されている場合、その形式要件は徴収再開の対象となる金融債の定義を満たしている。

＜分析 2＞その他の金融機関間の取引商品

「その他の金融機関間の取引による利子所得」の範囲に含まれるその他の種類の商品については、まず金融債券の定義に該当するかどうかを判断する必要がある。該当しない場合、金融機関は免税処理を継続することができる。例えば、70 号文では、金融機関間預金、金融機関間貸付、金融機関間預金証書、買現先金融商品など、金融債券と並ぶ他の種類の金融機関間の取引も規定されている。これらの業務は金融債券と並んで列挙されており、金融債券に該当しないと理解できるため、免税優遇を継続して適用できる。

上記の分析は現行の法規定に基づく現時点の理解であり、詳細については税務機関による更なる明確化が待たれる。

影響分析

金融機関によって適用される増値税処理が異なることを踏まえ、各金融機関の投資家の観点からその影響を下記のとおり分析した。

（1）中国国内金融機関

中国国内金融機関の自社による投資は通常、6%の増値税一般課税方式を適用する。上述の債券投資に対して増値税が再び課される場合、これらの商品投資の収益に影響を及ぼす。

もちろん、増値税は国内金融機関債券投資に関わる税目の 1 つに過ぎない。企業所得税の観点から見ると、現行の国債及び地方債の利子所得に対する企業所得税の免除という税制優遇は、依然として適用される。その影響を評価する際、金融機関は正確な比較を行うために、所得税と合わせて全体の税負担を検討する必要がある。

（2）資産管理商品

現在、資産管理商品は一律 3%の簡易課税方式による徴収率を適用している。上述の債券投資利息に対する課税が再開されれば、現在、金融機関の立場（公募基金など）を利用して増値税免除処理を適用している資産管理商品は、商品の純額及び利回りに影響を被る。一方、資産管理商品が現在金融機関の立場を利用せずに税務上の処理を行っている場合、その影響は国債及び地方債の投資収益に限られ、金融債券利息の増値税処理及び原価に変更はない。

(3) 中国国外機関

財税 2021 年第 34 号「国外機関の国内債券市場への投資に係る企業所得税、増値税政策の継続適用に関する財政部・税務総局の公告」(以下「34 号文」)に基づき、中国国外機関の国内債券市場への投資による利子所得に対して、企業所得税及び増値税は一時的に免除される。4 号文は投資主体を明確にしていなかったため、4 号文の規定が国外投資機関の関連優遇措置に影響を及ぼすかについては一定の不確実性があり、更なる明確化が待たれる。また、上述の 34 号文は 2025 年 12 月 31 日に失効し、その後は政策が継続的に適用されるか否かも不明である。関連機関は緊急対応策を策定するために、優遇措置の廃止に伴う租税コストへの影響を事前に評価することが望まれる。

(4) 社会保障基金、養老基金

財税〔2018〕94 号「全国社会保障基金に係る投資業務租税政策に関する通知」の規定によると、全国社会保障基金理事会、社会保障基金投資管理者が社会保障基金投資を運用する際、貸付サービスの提供により取得したすべての利息、利息の性質を持つ収益及び金融商品の譲渡による収益に対する増値税が免除される。

また、財税〔2018〕95 号「基本養老保険基金に係る投資業務租税政策に関する通知」の規定によると、社会保障基金会及び養老基金投資管理機関が国務院に承認された投資対象範囲内で養老基金投資を運用する際、貸付サービスの提供により取得したすべての利息、利息の性質を持つ収益及び金融商品の譲渡による収益に対する増値税が免除される。

4 号文の政策が、社会保障基金及び養老基金投資に係る債券の免税優遇に影響を及ぼすかについても不確実性がある。今後、税務機関による更なる明確化が待たれる。

【表：上述の分析を踏まえた、主な投資収益に対する増値税処理の一覧】

投資家	債券	保有期間における利子所得 ^{注1}	金融商品の譲渡による収益
中国国内金融機関－自社による投資 ^{注2}	国債	免税→6%	6%
	地方債	免税→6%	6%
	金融債	免税→6%	6%
資産運用商品（公募基金）	国債	免税→3%	免税
	地方債	免税→3%	免税
	金融債	免税→3%	免税
資産管理商品（その他）	国債	免税→3%	3%
	地方債	免税→3%	3%
	金融債	免税→3%	3%
社会保障基金、養老基金	国債	免税→?	免税
	地方債	免税→?	免税
	金融債	免税→?	免税
中国国外機関 ^{注3}	国債	免税→?	免税または6%
	地方債	免税→?	免税または6%
	金融債	免税→?	免税または6%

注 1：表内における税務上の処理の変更は、新規発行債券に対するものである。詳細は上述の「影響分析」に記載。

注 2：金融機関が 6%の増値税一般課税方式の処理を適用することと仮定する。

注 3：国外機関の金融商品譲渡による収益は、特定の状況において免税処理を適用する。36 号文では、適格外国

機関投資家（QFII）が国内会社に委託して中国で行う証券取引について、金融商品の譲渡による収益は免税となることを明記した。70 号文では、人民元適格外国機関投資家（RQFII）が国内会社に委託して中国で行う証券取引、及び人民銀行に承認された国外機関の銀行間国内通貨市場への投資による収益に対して、いずれも免税政策を適用することを明記した。

対応策

企業における租税徴収政策の変更の実施は、主に「コストの変化」と「コンプライアンス管理」という 2 つの重要な点に反映される。また、金融機関もこれらについて適切な対応をとる必要がある。なお、金融機関の資産管理業務を考慮すると、商品と投資家側に及ぼすコストとコンプライアンス管理の影響も検討する必要がある。上の重要な点に関して、下記のとおり概略的な対応策を 3 つ提案する。

①金融機関は、コストの影響を最小限に抑え、新たな変化に適応するために、増値税政策の変更が既存の投資モデルに及ぼす影響を全面的に評価する。その評価結果に応じて短期及び中長期の投資戦略を調整する必要がある。

②金融機関は、税務処理のコンプライアンスを確保するために、発行日などのフィールドの設定、課税・免税ラベルの見直しなど、既存の増値税システムや類似システムを再構築・最適化する必要がある。また、関連する業務システムと財務システムを同時に再構築・アップデートし、業務・財務・税務・発票の連携を実現する必要がある。

③金融機関は、2025 年下半期に公布される予定の実施条例などを含め、新たな増値税法の関連規定の動向に注目する必要がある。現行の税制優遇政策の調整などを含め、新たな増値税法実施条例及び関連規定は大きな変更をもたらす可能性がある。

（執筆者連絡先）

KPMG 中国 日系企業サービス

税務パートナー

徐 潔（Xu Jie）

中国上海市静安区南京西路 1266 号 恒隆広場ビル 2 25F

Tel: +86-21-2212-3678 E-mail: jie.xu@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

国際アドバイザー事業部

シニアアドバイザー 池上隆介

今月号では 2025 年 8 月中旬から 9 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 〕

【消費拡大策】	
○「商務部等 9 部門の『サービス消費の拡大に関する若干の政策措置』の印刷・発布に関する通知」（2025 年 9 月 5 日発布・実施） ■原文（「商务部等 9 部门印发《关于扩大服务消费的若干政策措施》的通知」）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/202509/content_7040952.htm	
	中国経済の減速が続く中で、消費振興と内需拡大に向けたサービス消費の拡大に関する政策措置。すでに国務院関係部門から同様の政策文書が多数発布されているが、それらをまとめたもの。 ■この通知では、サービス消費促進プラットフォームの育成、質の高いサービス消費の充実、新たなサービス消費の促進、財政・金融支援の強化、統計モニタリングの健全化の 5 つの面について 19 項目の政策措置が列挙され、政策措置ごとに実施部門が明記されている。その主な内容は、以下の通り。 1. サービス消費促進プラットフォームの育成 ・「サービス消費の質向上と人々の利益のための行動計画」を発布し、政策支援の強化、プラットフォーム・キャリアの構築、対外開放の拡大、標準（規格）指導の強化、消費環境改善などの活動を提起する。“中国で買い物”（「購在中国」）ブランドの創造を深め、“サービス消費シーズン”に向けて、人々の生活に近く、潜在需要が大きく、けん引力が強い重点分野を中心にサービス消費活動を展開する。 ・“新発表経済”（注）を積極的に発展させ、イノベーションの促進とサービス消費のシナリオの充実を図り、質の高い消費のリソースと著名な IP（知的財産権）の境界を越えた協力を支援し、ビジネス・観光・文化・スポーツ・健康を統合した消費の新たなシナリオの創出を支援し、新しい消費主導企業を育成する（注：“新発表経済”（「首発経済」）は、企業の新製品・新業態・新サービス・新技術の発表、第 1 号店開設などの経済活動を指す）。 2. 質の高いサービス供給の充実 ・高いレベルでのサービス業の対外開放を拡大する。インターネット・文化などの分野の計画的開放を推進し、サービス業の開放拡大と総合的な試行モデルの普及を加速し、より多くのサービス消費分野を「外商投資奨励産業目録」に組み入れる。 ・既存の資金調達ルートを活用し、文学・芸術・映画・テレビ・アニメなどで質の高い作品

を多数創作、上演・上映することを支援する。既存の施設を最大限に活用するとともに、影響力・けん引力の強い劇場・博物館・美術館・科学技術博物館を多数建設し、多くの大衆文化活動とイベントブランドを育成する。

- ・人気の高い文化施設・博物館、観光スポットの営業時間を延長し、予約方法を改善し、予約不要の入場券販売を奨励する。
- ・優れた国際スポーツイベントの誘致を奨励し、地方による大規模スポーツイベントの開催を支援する。また、知名度の高いイベント、プロリーグ、知的財産権を持つスポーツ競技パフォーマンスブランドを多数育成する。
- ・文化・芸術・科学技術・スポーツなどの分野横断的な教育訓練の行政許可条件を改善する。
- ・長期介護保険制度の整備を加速し、その適用範囲を拡大する。
- ・条件のある地方では、政府支援保育施設に対して場所の支援と運営補助金の提供を行い、条件を満たした幼稚園への2、3歳児の入園支援、地域密着型保育・家庭保育の拠点整備などを実施する。
- ・中高級医療、レジャー・休暇などの分野における市場参入条件・制限を緩和し、より多くの外資と民間資本を誘致する。

3.新たなサービス消費の促進

- ・より多くの外国人の消費拡大に向け、中国によるビザ免除対象国・地域の計画的拡大、特定地域への入国ビザ免除政策の改善、条件に合う外国人に対する5年のマルチビザ発行を実施する。
- ・中国の美食、漢方医学、文化財・古跡などの文化観光資源についての海外への宣伝を強化する。“留学中国”ブランドの確立を図り、外国の優秀な学生を誘致する。
- ・デジタルサービス消費を開拓し、電子商取引（EC）プラットフォームのオンラインとオフラインを融合したデジタルサービス消費シナリオのイノベーションを奨励し、生活サービス企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）とプロモーション活動を支援する。
- ・条件に合致する地方において、小中学校の冬季・夏季の休暇日数を短縮し、春季・秋季の休暇延長・設定を検討し、旅行などのサービス消費時間を増やすことを奨励する。

4.財政・金融支援の強化

- ・中央政府の予算内での投資、地方政府の債券発行などの各種資金ルートを統一的に調整し、文化・観光・高齢者介護・幼児教育・スポーツなどのサービス施設の建設を支援する。
- ・サービス消費分野の企業の革新と発展のための基金を支援し、サービス消費企業に投資し、また、サービス消費関連分野への投資を支援する。
- ・特別リスク補償基金を新たに設立し、または既存の基金を拡大し、重点分野における消費者向け貸付の利子補てんを支援し、金融機関と企業が協力してサービス消費の特性に応じた商品・サービスを開発するよう指導する。
- ・住民の日常生活に密接に関係するサービス消費分野において、サービス業の事業主体に金融割引支援を提供し、融資コストを削減し、サービス消費市場を活性化する。

【労働】

○「人力資源社会保障部弁公庁の『企業競業制限合法手引』の発布に関する通知」(人社庁[2025] 40 号、2025 年 9 月 12 日発布・実施)

■原文(「人力资源社会保障部办公厅关于发布《企业实施竞业限制合规指引》的通知」)は、人力資源社会保障部の下記サイトをご参照。

https://www.mohrss.gov.cn/xxgk2020/fdzdgknr/ldgx_4234/ldyg/202509/t20250912_558711.html

「労働契約法」に規定される企業と秘密保持義務を負う労働者との競業制限の約定について、具体的な条件・基準を示したもの。地方の人力資源・社会保障部門が企業を指導する際の参考に制定したとされている。

■本手引の主な内容は、以下の通り。

1. 競業避止期間(最長 2 年)に企業が労働者に月ごとに支払う経済補償の水準
 - ・企業が労働者に支払う月の経済補償は、一般に労働者の労働契約解除・終了前の 12 カ月の平均賃金の 30%以上で、かつ労働契約履行地の最低賃金基準を下回らないものとする。
 - ・競業避止期間が 1 年を超える場合は、同じく 50%以上とする。
2. 労働者が競業避止の約定に違反した場合に企業に支払う違約金の水準
 - ・違約金の金額は、労働者が商業秘密を漏えいしたことによる企業の経済的損失と企業が労働者に支払った経済補償の金額を根拠として、合理的に確定しなければならないが、一般に約定した競業避止の経済補償総額の 5 倍を超えないこととする。
3. 企業が経済補償を支払わない場合の労働者による競業避止義務不履行の権利
 - ・企業が特別な事情で経済補償を支払えなくなった場合は、事前に労働者に告知し、労働者と支払い延期案について協議しなければならない。企業が経済補償を期日通りに全額支払わず、労働者の督促から 1 カ月を超えても支払わないか、または 3 カ月を超えても支払わない場合は、労働者は競業避止義務を履行しなくてよい。
4. 企業による競業避止協議の解除の権利と経済補償
 - ・企業は、競業避止協議の履行前に労働者に競業避止協議の解除を告知することができる。競業避止協議の履行過程においては、労働者と協議し、別に一定の補償を支払って、競業避止協議を途中で解除することができる。協議が成立しない場合は、3 カ月の経済補償を下回らない基準で補償を支払うものとする。

【規則】

【税】

○「期末の増値税控除留保税額還付政策の改善に関する公告」(財政部・国家税務総局公告 2025 年第 7 号、2025 年 8 月 22 日公布、同年 9 月 1 日施行)

■原文(「关于完善增值税期末留抵退税政策的公告」)は、財政部の下記サイトをご参照。

https://szs.mof.gov.cn/zhengcefabu/202508/t20250822_3970658.htm

2019 年から実施されている増値税仕入税額の未控除分(売上税額から控除しきれずに留保している分)を還付する優遇措置の拡大。一部業種の企業に対する還付対象期間の短縮、資金繰りが特に厳しいといわれる不動産開発・経営企業への還付の適用、その他の企業への未控除額

の割合に応じた還付が実施される。今回の措置は、2025 年 9 月の増値税納税申告期から実施される。

■本通知の要点は、以下の通り。

- ・製造業、科学研究及び技術サービス業、ソフトウェア及び情報サービス業、生態保護及び環境管理業の納税者は、月次で期末の控除留保税額の還付を申請できる。以上の 4 業種の業務で発生する増値税販売額のすべての増値税販売額に対する比率が 50%を超えることを条件とする。
- ・不動産開発・経營業の納税者は、2019 年 3 月 31 日の期末控除留保税額と比べ、税額還付前の連続 6 カ月（四半期ごとに納税している場合は連続 2 期）の期末に新たに増加した乗除留保税額がゼロより大きく、かつ 6 カ月目（四半期ごとに納税している場合は第 2 四半期）の期末に新たに増加した控除留保税額が 50 万元以上ある場合、主管税務機関に 6 カ月目の期末の新たに増加した控除留保税額の 60%の還付を申請できる。不動産開発・経營業で発生した増値税販売額及び前受金の比率が、すべての増値税販売額及び前受金の 50%を超えることを条件とする。
- ・上記以外の納税者は、税額還付申請前の 6 カ月連続期末の控除留保税額がゼロより大きく、かつ 6 カ月目の期末の控除留保税額について、還付申請直前の課税期間が属する前年度 12 月 31 日の期末控除留保税額が新たに増加した控除留保税額に比べて 50 万元以上ある場合、主管税務機関に一定の比率で新たに増加した控除留保税額の還付を申請できる。還付の比率は、新たに増加した控除留保税額が 1 億元以下の部分については 60%、1 億元を超える部分については 30%とする。
- ・以上の控除留保税額還付を適用する納税者は、以下の条件をすべて満たしていなければならない。
 - ①税・費用納付信用等级が A 級または B 級であること。
 - ②税額還付を申請する前の 36 カ月間に控除留保税額還付や輸出税額還付の詐取、増値税發票の虚偽発行がないこと。
 - ③税額還付を申請する前の 36 カ月間に税務機関から脱税による処罰を 2 回以上受けていないこと。
 - ④2019 年 4 月 1 日以降、増値税の“即時徴収即時還付”・“先徴収後還付”政策を享受していないこと。ただし、既にこれらの政策により税額還付を受けている場合は、還付税額を一括して全額を返還した場合、その翌月から期末控除留保税額の還付を申請できる（注：増値税の“即時徴収即時還付”は、ソフトウェアの販売、資源综合利用製品（政府指定の鉱産物資源や廃棄製品・物資など）の販売、資源综合利用役務（ゴミ・汚水処理など）の提供などに対していったん増値税を徴収し、規定の比率で還付する政策。“先徴収後還付”は、特定の出発物や原子力発電企業などを対象に、一定期間、先に増値税を徴収し、後で規定の比率で還付する政策）。

(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							
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
国内総生産 (GDP)	前年 同期比%		(10-12月) 5.4				(1-3月) 5.4				(4-6月) 5.2		-
固定資産投資*	前年 同期比%	3.4	3.4	3.3	3.2	-	4.1	4.2	4.0	3.7	2.8	1.6	0.5
第一次産業	前年 同期比%	2.3	2.5	2.4	2.6	-	12.2	16.0	13.2	8.4	6.5	5.6	5.5
第二次産業	前年 同期比%	12.3	12.2	12.0	12.0	-	11.4	11.9	11.7	11.4	10.2	8.9	7.6
第三次産業	前年 同期比%	▲ 0.7	▲ 0.9	▲ 1.0	▲ 1.1	-	0.7	0.1	▲ 0.2	▲ 0.4	▲ 1.1	▲ 2.3	▲ 3.4
工業生産 (付加価値ベース)**	前年 同月比%	5.4	5.3	5.4	6.2	-	5.9	7.7	6.1	5.8	6.8	5.7	5.2
社会消費財 小売総額***	前年 同月比%	3.2	4.8	3.0	3.7	-	4.0	5.9	5.1	6.4	4.8	3.7	3.4
消費者物価上昇率 (CPI)	前年 同月比%	0.4	0.3	0.2	0.1	0.5	▲ 0.7	▲ 0.1	▲ 0.1	▲ 0.1	0.1	0.0	▲ 0.4
工業生産者 出荷価格 (PPI)	前年 同月比%	▲ 2.8	▲ 2.9	▲ 2.5	▲ 2.3	▲ 2.3	▲ 2.2	▲ 2.5	▲ 2.7	▲ 3.3	▲ 3.6	▲ 3.6	▲ 2.9
輸出***	億ドル	3,037.1	3,090.6	3,123.1	3,356.3	-	5,399.4	3,139.1	3,156.9	3,161.0	3,251.8	3,217.8	3,218.1
	前年 同月比%	2.4	12.7	6.7	10.7	-	2.3	12.4	8.1	4.8	5.8	7.2	4.4
輸入***	億ドル	2,220.0	2,133.4	2,148.7	2,307.9	-	3,694.3	2,112.7	2,195.1	2,128.8	2,104.1	2,235.4	2,194.8
	前年 同月比%	0.3	▲ 2.3	▲ 3.9	1.0	-	▲ 8.4	▲ 4.3	▲ 0.2	▲ 3.4	1.1	4.1	1.3
貿易収支***	億ドル	817.1	957.2	974.4	1,048.4	-	1,705.2	1,026.4	961.8	1,032.2	1,147.7	982.4	1,023.3
対内直接投資 (実行ベース)* (注)	億元	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	4,232.3	4,673.4	5,065.8
	前年 同期比%	▲ 30.4	▲ 29.8	▲ 27.9	▲ 27.1	▲ 13.4	▲ 20.4	▲ 10.8	▲ 10.9	▲ 13.2	▲ 15.2	▲ 13.4	▲ 12.7
外貨準備高	億ドル	33,164	32,611	32,659	32,024	32,090	32,272	32,407	32,817	32,853	33,174	32,922	33,222
都市部調査失業率	%	5.1	5.0	5.0	5.1	5.2	5.4	5.2	5.1	5.0	5.0	5.2	5.3
国内自動車 販売台数	万台	280.9	305.3	331.6	348.9	242.3	212.9	291.5	259.0	268.6	290.4	259.3	285.7
	前年 同月比%	▲ 1.7	7.0	11.7	10.5	▲ 0.6	34.4	8.2	9.8	11.2	13.8	14.7	16.4
購買担当者指数 (PMI)	製造業	49.8	50.1	50.3	50.1	49.1	50.2	50.5	49.0	49.5	49.7	49.3	49.4
	非製造業	50.0	50.2	50.0	52.2	50.2	50.4	50.8	50.4	50.3	50.5	50.1	50.3

* : 年初からの累計ベース。

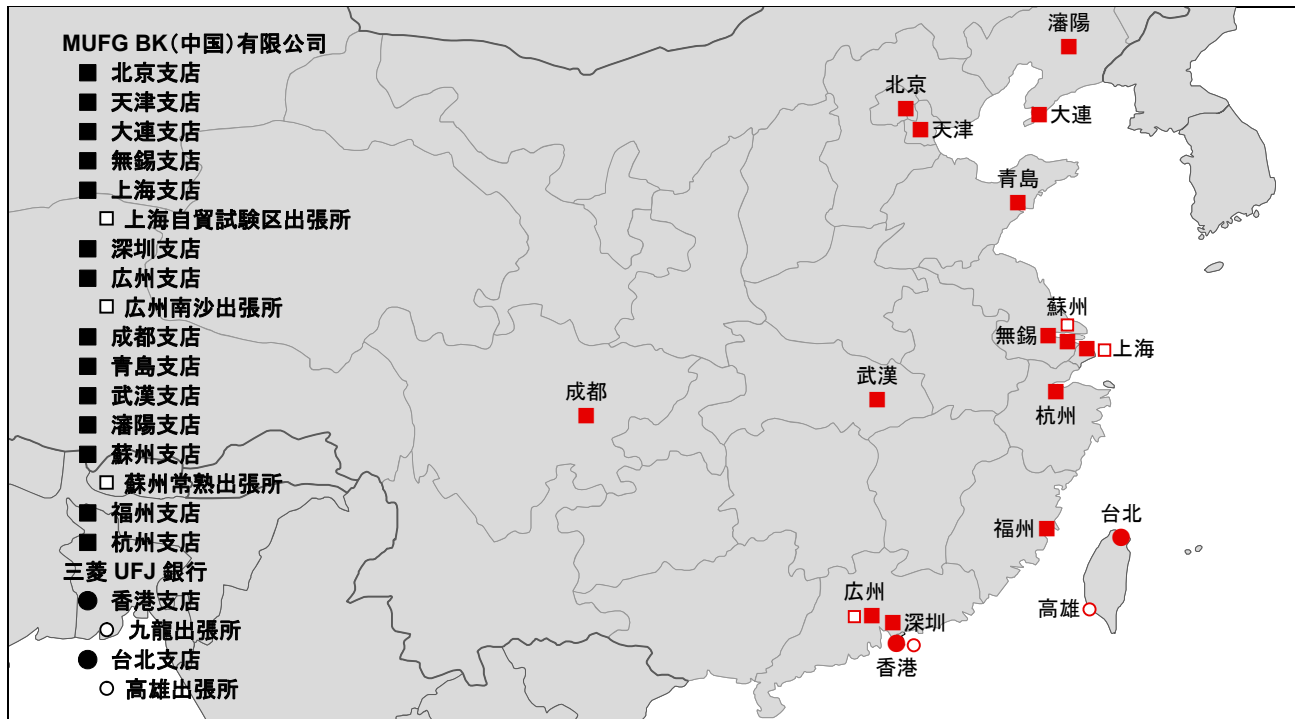
** : 2 月は 1-2 月の累計ベース。独立会計の国有企業と年間販売額 2,000 万元以上の非国有企業を対象。

*** : 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-1601、1602、1604单元 上海市浦東新区海陽西路399号前灘時代広場16階-1603单元	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總商会大廈 805、806号	86-20-8550-6688 86-20-3909-9088
成 都 支 店	成都市錦江区東大路577号1棟2单元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術産業開發区東南大道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。