



SMBC China Monthly

第2号

2005年8月

編集・発行：三井住友銀行 中国業務推進部 営業情報グループ

今月の目次

先月の主な動き		2
巻頭レポート	対中投資の転換と優遇税制の今後 日中投資促進機構 事務局課長 佐藤 啓介	3
経済トピック	高成長の中での人民元切り上げ 日本総合研究所 調査部 副主任研究員 孟 芳	6
経営トピック	中国流通市場の実態とビジネスチャンス 野村総合研究所アジア・中国事業コンサルティング部 上級コンサルタント 恩田達紀	8
経営トピック	中国消費者のブランド意識 株式会社サーチナ サーチナ総合研究所	11
制度情報	保税區企業への「外商投資商業領域管理弁法」の適用について 日綜（上海）投資諮詢有限公司 副總經理 吳 明憲	12
制度情報	保税委託加工貿易概論(1) キャストコンサルティング（上海）有限公司 SMBC 研修生 萩原 彰	14
中国ビジネスよろず相談	「中国ビジネス倶楽部」無料相談より SMBC コンサルティング（株） SMBC 中国ビジネス倶楽部事務局	19
アジア金利為替情報	三井住友銀行 市場営業統括部（シンガポール） マーケット・アナリスト 吉越 哲雄	20
中国業務推進部コラム	中国の宝くじ（彩票）について 三井住友銀行 中国業務推進部 営業情報グループ	25
中国関連主要日程		26
三井住友銀行グループの中国ビジネス支援業務ご案内		27

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

先月の主な動き

7/6	中国物流・購買連合会と国家統計局は、中国初の製造業購買担当者指数（PMI）を発表。6月のPMIは51.7%と中国の製造業は依然成長中。
7/7	胡錦濤・国家主席は主要国（G8）と新興経済5カ国の首脳会合「8+5」（英国グレンイーグルズ）に出席。「世界経済の均衡と持続的な成長」「多角的な貿易体制構築」「エネルギー市場の安定」など提案。人民元問題には直接触れず。
7/11	今年上半期（1-6月）の貿易総額は前年同期比23.2%増の6450.3億ドル。輸出総額は32.7%増の3423.4億ドル、輸入総額は14%増の3026.9億ドルだった。EU（欧州連合）が中国にとって最大の貿易相手。
7/14	中国人民銀行が、2005年上半期の金融統計を発表。6月末のマネーサプライ（M2）残高は前年同期比15.7%、外貨準備高は前年同期比51.1%増の7110億ドル。
7/15	国家品質監督検査検疫総局（AQSIQ、質検総局）は、問題となっていたビールへのホルムアルデヒド添加につき、中国国内で販売されているビールを抽出検査した結果、「ホルムアルデヒドの含有量は少なく、飲用に問題はない」と発表。
7/16	台湾の国民党主席選挙で、馬英九候補が圧勝して当選。
7/19	米国大手家電メーカーであるメイトグ社の買収の意向を示していた中国家電最大手の海爾（ハイアール）集団を中心とするグループが買収レースから撤退。
7/19	米国防省が中国の軍事動向に関する年次報告を発表。「中国軍の現代化が加速、台湾海峡での衝突等の場合、短期間で圧倒的な勝利を目指している」と指摘。中国外交部は20日、「事実無根」「『中国脅威論』を煽る内政干渉」と強く抗議。
7/20	国家統計局は2005年上半期（1-6月）の国民経済に関するデータを発表。GDP（国内総生産）は前年同期比9.5%増の6兆7422億元、消費者物価は前年同期比2.3%の上昇。固定資産投資総額は、前年同期比25.4%増の3兆2895億元。
7/20	中国政府は、中国鉄鋼業界の発展を促し、国際競争力を強化するための政策要綱を発表。2010年までに、大型企業の中から条件にあった企業を選び、生産能力3000万トン級の超大型企業に再編していく方針。
7/21	中国人民銀行は、國務院の認可を受けて、人民元の為替相場制度を通貨バスケット制に移行すると発表した。21日19時（中国時間）から人民元の対米ドルレートは「1ドル=8.11元」に変更された。
7/22	今年4月に経営破たんした英自動車メーカー、MGローバーの資産売却先が南京汽車に選定される。
7/24	四川省衛生庁は、省内の資陽（しやう）市を中心に58人が原因不明の病にかかり、そのうち17人が死亡したと発表。ブタ連鎖球菌に感染した疑い。
7/25	日本への中国人団体観光客への査証発給地域が、中国全土へと恒久的に拡大。第一陣のツアー参加者が日本に到着、国土交通省主催の歓迎レセプション開催。
7/25	6月の全国不動産開発産業景気指数（国房景気指数）は101.65ポイント。前月と比べて0.18ポイント、前年同月と比べて3.31ポイントの低下。
7/26	北朝鮮の核問題をめぐる六カ国協議が、北京市内の釣魚台国賓館で始まった。
7/27	中国銀行業監督管理委員会（CBRC、銀监会）は、2005年6月末時点の商業銀行全体の不良債権比率が年初より4.14ポイント低い8.71%となったことを発表した。国有商業銀行の不良債権比率は同5.45ポイント下降の10.12%。

（資料）「サーチナ・中国情報局（<http://searchina.ne.jp/>）」

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

巻頭レポート
対中投資の転換と優遇税制の今後

日中投資促進機構
事務局課長 佐藤 啓介
03-5511-2539

2005年上半期の対中投資の動向

中国の急速な経済成長を支える要因の一つである対中投資は1999年以降拡大傾向を続けていたが、最近変化が起きているようだ。下表を見てもわかるとおり、2005年上半期の全世界からの対中投資は、契約額は増加しているものの、件数と実行額は減少に転じている。

2005年上半期全世界からの対中投資データ

2005年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	累計
件数	3,563	1,881	3,861	3,787	3,345	4,775	21,212
(前年同期比)	21.2%	-39.0%	-9.9%	-5.7%	10.4%	10.3%	-2.2%
契約額(億US\$)	128.37	72.15	151.66	149.34	148.19	212.2	861.91
(前年同期比)	25.8%	-19.3%	0.2%	17.4%	44.7%	37.3%	18.6%
実行額(億US\$)	40.95	38.74	54.19	40.85	48.95	61.97	285.65
(前年同期比)	0.3%	-8.5%	-5.7%	-26.4%	-22.2%	-22.3%	-15.7%

(資料) 商務部発表データをベースに日中投資促進機構にてとりまとめたデータ

また、日本からの対中投資のデータについて、先月来日した商務部胡景岩司長は「日本は一貫して中国の外資導入の主要投資国であり、2005年1月～6月の間日本の対中投資プロジェクト件数は1,620件で、前年同期比8.16%の減、契約金額は51.86億米ドルで、前年同期比で0.36%の減、実行金額は32.69億米ドルで、前年同期比20.40%の成長。実行金額ベースで、今年上半期の日本の対中投資は、全世界や地域の中で第3位」(外資政策セミナーにおける胡景岩司長基調講演より)と述べ、世界および日本からの投資にマイナスの数値が現れているのを発表している。

商務部の見解

この投資の減速傾向について、7月20日に広島市で当機構が主催した『外資政策セミナー』における中国商務部 胡景岩司長のコメントの趣旨は以下の通りである；

「現時点では日本企業からの投資が鈍化したとはいえないと考える。商務部が特定の国・地域からの投資の増減を判断する際には、通年の実行ベースをみる。本年度上半期における日本からの投資について、プロジェクト件数および契約金額は前年同期比で多少減少しているが、実行ベースでは20%以上成長している。しかしながら、全世界ベースの対中投資における実行金額は3%減となっている。この結果からみると、日本企業は勇気をもって中国に投資をしている。勇気を持って投資することにより大きなリターンを得ようとしている。

最近の日本のマスコミでは中国投資へのリスクについて論評がでていた。過去の歴史に対する判断や将来の見込みをとってみても、客観的にみた場合、中国には13億の人口があり、経済は年間9%と高い成長率を示しており、世界に対して中国は市場を開放している。このような客観的な状況からして、中国にどのようなリスクがあるのか、私には分からない。

¹ 上記表と数字の際があるが、投資機構のデータは商務部の速報ベースによるもので、一方胡司長の発言は商務部内部で速報を修正したデータであるため差異が発生

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

また、資金の過度な集中はリスクを生むといわれている。過度な資金集中によりリスクが生まれるという考えに対する私の考えは、仮に資金が集中してもその経済が発展ならばお金は生きており常にリターンを得ることができる。高額の資金を集中すれば、高額のリターンを得ることができる。少額の資金を様々な場所に分散する場合、例えばアフリカのように戦争が絶え間ない国に投資を行う場合、そこにリスクがないといえるだろう。

数年前は中国脅威論というのがあったが、それは中国が徐々に強大になっていくことという実態から生まれたものである。しかしながら、今度は、大きくなるとリスクが生まれるという考えがある。皆さんには公正、公平、客観的に判断して頂きたい。今年我々は日中投資促進機構と共同で青島市にて日系企業投資経験交流会を開催したが、日本の企業の95%が利益をだしているということである。このような実態がほかの世界のリスクの高い国・地域であろうか。」

胡司長のコメントは、投資の減少という事象を前にして非常に強気なものであったが、一方、商務部 陳健部長助理は7月12日の記者会見の席上に、今年5月に外資による直接投資額が連続して減少傾向にあることについて、「我々はこの現象についてあまり心配していない。投資額の月単位比較にはそれほど意味はない」と述べ、この点は胡司長のコメントとあまり差はない。しかしながら、この2年投資機構が主催してきた中国側との各種会議において、中国政府は、外商投資企業に対して優遇されている二免三減制度の廃止および企業所得税率の統一に向けた検討を進めて、早期に実行されているとの感触を得てきたが、この動きについて、「現在我々の優遇政策は、周辺国家・地区およびその他の少なくない国家と比較して、明らかに優勢だとはいえない。市場規模や労働コストの優勢さのみで外資導入の競争において有利な地位を維持するのは困難である。」と述べて優遇政策の意義を重要視しているようである。

優遇政策の動向

では、優遇政策の中心である税制面の見直しの状況についてはどのような見解になっているのだろうか、上述の外資政策セミナーで、胡司長と共に来日した国家税務総局国際税務司 宋哲氏のコメントは以下の通りである；

「中国がWTO に加盟したときのコミットメントに従い、一部の優遇政策について調整の必要性があるのは事実である。しかしながら、優遇税制の調整の方法とは、決してあるとき突然撤廃を行うものでなく、方向性について調整をすることになるかと考える。我々もWTOのルールについて検討を行っているが、現在中国で実施している外商投資企業に対する優遇税制は、決してWTOのルールに背くものではなく、これからも一定期間持続すると考えている。

現在中国で実施されている優遇政策には多少の問題が含まれているのも事実であり、それらについて調整してゆく必要がある。今の優遇政策は地域型の優遇政策で、一部の地域が優遇され、それ以外は優遇されない。国家の産業政策と連動した優遇政策があまりないのが現状である。従って、現在の優遇政策は、今後、より産業政策に連動し産業政策を重視した優遇政策、および地域型の優遇政策、これらが共存してゆくものになると考える。

ただここで申し上げたいのは、今後優遇税制が調整され、変更されたとしても、直ちに変更されるのではなく、現在適用している外商投資企業に対しては、ある程度の過渡期を

設けることになる」と考える。この過渡期というものは相対的に長いものであって、例えば10年といった長い過渡期になると考える。」

投資機構は、これまで優遇税制の見直しの動向を注視してきており、中国側との会議を開催する度に商務部および国家税務総局の担当者に状況を確認してきた。その結果、優遇税制の見直しを反映した新たな所得税法案は、全人代にて承認されれば、その翌年の1月1日より施行される可能性が高いとの感触を得ていたが、今回の宋哲氏のコメントは、これまでの中国側の発言のトーンとはかなり異なる印象を得た。これまで、常に1年先の所得税法の改訂を見込んでいたが、それはもう少し先送りされる可能性があるかと思われる。

現地企業における対応として

上述の通り中国政府は短期的には優遇税制の見直しを行う動向にはないと考えてもよいであろうが、一方で加熱している産業分野への投資に対するマクロコントロールを継続している姿勢に変化はなく、その手法として優遇税制の見直しを用いる可能性を否定できない。

優遇税制の見直しの根幹をなすものは、所得税率の統一と二免三減の撤廃であろう。いずれにしろ現地進出した企業の資金計画に重大な影響を与えることは間違いない。まず、現地進出企業は、日本側の本社と協力しながら常に所得税法の見直し動向について情報を収集するとともに、厳しめの条件(例えば、企業所得税率33%および5年の移行期間後の二免三減の撤廃を盛り込んだ新税法の07年開始など)で設定した資金計画をオプションとして設定する必要があり、事前に備えておくことが得策と考える。

経済トピック
高成長の中での人民元切り上げ

日本総合研究所 調査部
副主任研究員 孟 芳
TEL : 03 - 3288 - 5331

9%台の高成長が続く

中国は7月20日、4～6月期の実質GDP成長率が前年同期比9.5%増と、8期連続の9%台の高成長となったと発表した。投資、消費、外需の拡大が引き続き経済成長を牽引した。

2004年以降抑制方針に転じていた投資（全社会固定資産投資）の伸び率は、前年同期比26.7%増と、2004年4～6月期（31.0%）よりやや低下したものの、2005年1～3月期（同22.8%増）を上回った。このうち、不動産開発投資は前年同期比20.9%増と、1～3月期の同26.7%

より低下し、今年春以降本格化した不動産投資の抑制に一定の効果がみられたが、依然として高い水準にとどまっている。また、今年「第10次5カ年計画」の最終年度でもあり、公共投資が堅調に推移しているほか、エネルギー不足に伴う電力関連の投資、道路整備の投資などが大幅な伸びを示した。

個人消費については、小売売上総額が前年同期比12.6%増と安定的な伸びとなった。1～6月の農村部の一人当たり可処分所得が前年同期比12.5%増と、都市部の伸び（同9.5%）を大きく上回ったのをはじめ、個人所得の増加による消費意欲の改善が寄与した。

外需においては、1～6月の輸出が前年同期比32.7%増の3,423億ドル、輸入が同14.0%増の3,027億ドルとなったことから、397億ドルの貿易黒字を記録した。外資系企業や民営企業の堅調な伸びが輸出の拡大を牽引した反面、国内需要の縮小、在庫の増加、原油輸入の減少などにより、輸入の伸びが大きく鈍化した（一部に、人民元の切り上げのスケジュールにより、中国政府は意図的に大型商品の輸入を後回しさせた、との観測もある）。

11年ぶりの人民元の切り上げ

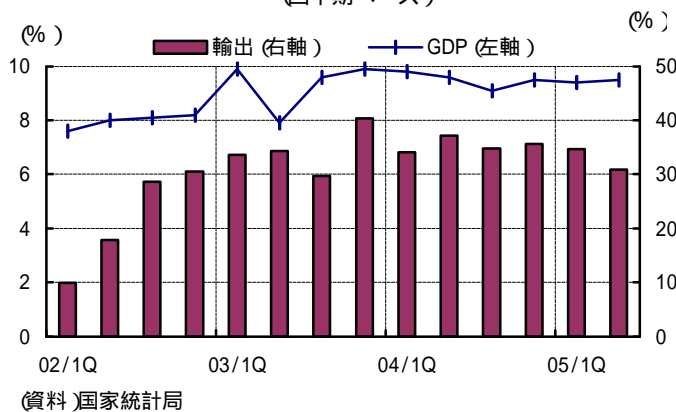
一方、高い経済成長が確認された翌日（21日）、中国政府は突然、「人民元の切り上げ」を発表した。これまでの実質的なドルペッグ制を改め、通貨バスケットを参考に調整した管理フロート制を導入、人民元レートは1ドル=8.11元（2.1%の元高）に切り上げられた。

これは、柔軟性のある為替制度を導入するという、中国政府による国際社会に向けた重要なメッセージであるが、実際の人民元レートは、バスケットを参考し、実体経済や外為市場の需給関係などを踏まえながら、中央銀行の「管理」のもとで決定されるものであり、変動幅が極めて狭いバンドで制限されている。

実際、中国は人民元の切り上げ圧力を受けて、2003年末以降、為替政策の見直しに向けて本格的な準備を進めてきた。資本取引の自由化が着々に進められたほか、外為市場の整備も加速した。今年5月、外為取引の対象通貨が従来の米ドル、日本円、ユーロ、香港ドルから豪ドル、英ポンド、スイスフラン、カナダドルを加えた8種類に拡大された。また、外貨管理局は6月、外為リスクをヘッジするための先物取引の市場準備が完了したと発表した。特に、7月12日に、人民銀行の副総裁李若谷氏が中国輸出入銀行の総裁に就任したことは、人民元の為替改革に関する準備が完成したことの表われと言われた。

今回の為替政策の変更について、中国人民銀行はあくまで温家宝首相が指摘している通り、「主体的、コントロールが可能、段階的」に進められたと強調しているが、実際のタイ

<実質GDP成長率、輸出伸び率の推移>
(四半期ベース)



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

< 90年代以降の為替制度の比較 >

	従来の為替制度	新しい為替制度
導入時期	1994年1月1日	2005年7月21日
為替制度	管理フロート制	バスケットを参考した管理フロート制
為替レート	1ドル=8.7元 (33.3%切り下げ)	1ドル=8.11元 (2.1%切り上げ)
(レートの設定)	中国人民銀行が前営業日の市場レートの加重平均値に基づいて当日の対ドル基準レートを発表。	毎営業日の終値を翌営業日の売買中間レートと決定 (バスケット+ 外為市場の需給関係 + マクロ経済の動き)
(変動幅)	米ドルの1日の変動幅は±0.3%、日本円と香港ドルは±1%に制限。2005年7月21日まで、1ドル=8.27~8.28元。	ドルに対する変動幅は中間レートの±0.3%、その他の通貨は±1.5%に制限

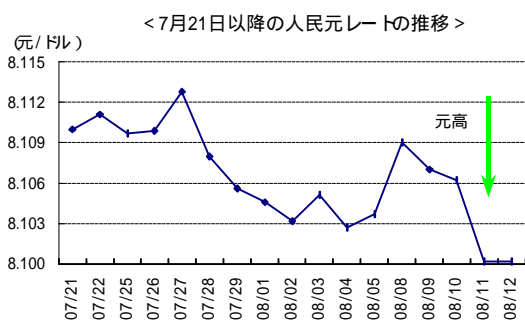
(資料)各種報道による日本総研作成

ミッシングを決定した背景には、1~6月期の実質GDP成長率が9.5%と高く推移したこと、米国を中心とする国際社会からの圧力を配慮しながら、市場による人民元の切り上げ観測が一段落したこと、胡錦濤・国家主席が訪米する前に、中国政府の為替改革に対する方針を明確化する必要があると判断したこと、などが考えられる。

足元の人民元レートをみると、7月21日に比べて、僅かながら、上昇傾向にある。

今後の見通し

今回の切り上げが小幅にとどまったため、マクロ経済への影響は極めて限定的であり、通年では9%前後の高成長を維持することが予想される(国家信息中心の試算によれば、2%の切り上げは実質GDP成長率を0.5%押し下げる)。やや細かくみると、第1に、繊維、玩具、家電、情報通信関連の輸出競争力にマイナスの影響を及ぼすが、輸出コストは吸収できる範囲内にあると判断される。第2に、人民元の切り上げに伴う経済成長に対する不安定要素を回避するために、柔軟な通貨・財政政策が実施されることが予想されるため、マネーサプライと銀行融資残高の伸び率が15%程度に上昇し、固定資産投資は20%台の高い伸びとなる見通しである。



(資料) Datastream

中央銀行の今後の人民元為替政策については、まず、外為市場の一層整備、マクロ経済の安定などを図った上で、為替レートの変動幅を拡大することが考えられる。人民銀行の総裁・副総裁らは7月下旬以降、政府が為替レートを一定水準に固定する可能性は低くなり、様々な金融商品の導入により企業の為替リスクのヘッジ・管理能力を強化する必要があるなどのことを繰り返してきた。これに伴い、資本取引の自由化、外為市場の整備に関連する新しい政策の導入が相次いでいる。国家外貨管理局は8月2日、企業(外資企業も含む)の經常取引の外貨収入の保有枠を従来の30%から80%に引き上げたのに続き、3日、個人の外貨持ち出し限度を最高8,000ドルに拡大した。また、人民銀行は8月10日、人民元の現物取引の市場参加者を非金融機関・企業に拡大するほか、先物取引を外資系銀行に開放し、新たに通貨スワップ取引を導入することを発表した。さらに、QFII(指定外国機関投資家)の規模拡大、QDII(指定国内機関投資家)の導入などにより、市場取引の活発化を図り、人民元のさらなる切り上げ圧力の緩和を図る方針がある。

人民銀行は、これまでの自らが担ってきた為替リスクを市場参加者にシフトすることによって、一層の為替改革を推進することを狙っている。しかし、金融基盤の脆弱性、企業の為替リスクへの対応力の弱さなどを考慮すると、より市場の需給関係に近い為替レートを実現していくには、かなりの時間が必要と予想される。

人民銀行は、これまでの自らが担ってきた為替リスクを市場参加者にシフトすることによって、一層の為替改革を推進することを狙っている。しかし、金融基盤の脆弱性、企業の為替リスクへの対応力の弱さなどを考慮すると、より市場の需給関係に近い為替レートを実現していくには、かなりの時間が必要と予想される。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

経営トピック
中国流通市場の実態とビジネスチャンス

野村総合研究所 アジア・中国事業コンサルティング部
上級コンサルタント 恩田達紀
03-5533-2715 t-onda@nri.co.jp

野村総合研究所アジア・中国事業コンサルティング部では、消費財関連を扱う各業種の日系企業からの要望により、「中国の消費者に今何が起きているのか?」といった観点からの各種調査を行っている。本稿では、特に多くの日系企業が現在関心を持つ、「消費を牽引する顧客とは?」、「反日キャンペーン後の対日感情」について取り上げ、各社のビジネスチャンス捕捉とリスク管理の一助としたい。

消費を牽引する顧客とは?

～市場を先導しマス市場牽引する消費者に対するマーケティング戦略の再構築～

中国で「実際に今、消費を牽引している消費者とはどんな人たち?」と聞かれることが、最近特に多くなってきている。これは、日系企業の中国でのマーケティング活動が、暗中模索の状況に陥りはじめていることを象徴するものである。それは、中国の消費者からみた、日系製品のポジションが中途半端になってきていることに起因する。日系企業の性能や品質のよい「ものづくり」は、今や中国では、日系競合以外の韓国系や欧米系の外資企業とともに、中国系企業までもが着実に追いつき、追い越してきていることを物語る。

中国において、ブランドでは日系製品よりも、欧米系製品を根強く嗜好する傾向が他のアジア諸国に比べ強い。中国企業に勤める一般のサラリーマンやその奥さんからよく聞くことに、「日系製品は性能で多少勝っても、ブランドは今、欧米が一流、日本は二流。」と言う。このような考え方が中国ではベースにあることも事実である。中国を含むアジアでの1980から90年代までの破竹の勢いであった「日系製品の神話」は、脆くも崩れかけている。日系製品は、ブランド訴求力で欧米外資に劣りはじめ、『性能と価格』の合理性でも、廉価で性能がよい韓国系製品や中国系製品が今や溢れかえり、劣勢にある。実際に現地の日系企業のシェア争いは熾烈さを極め、マーケティングや営業担当者の多くの苦悩は絶えず、「誰に売ったらいいか分かりにくい。」という状況になっている。

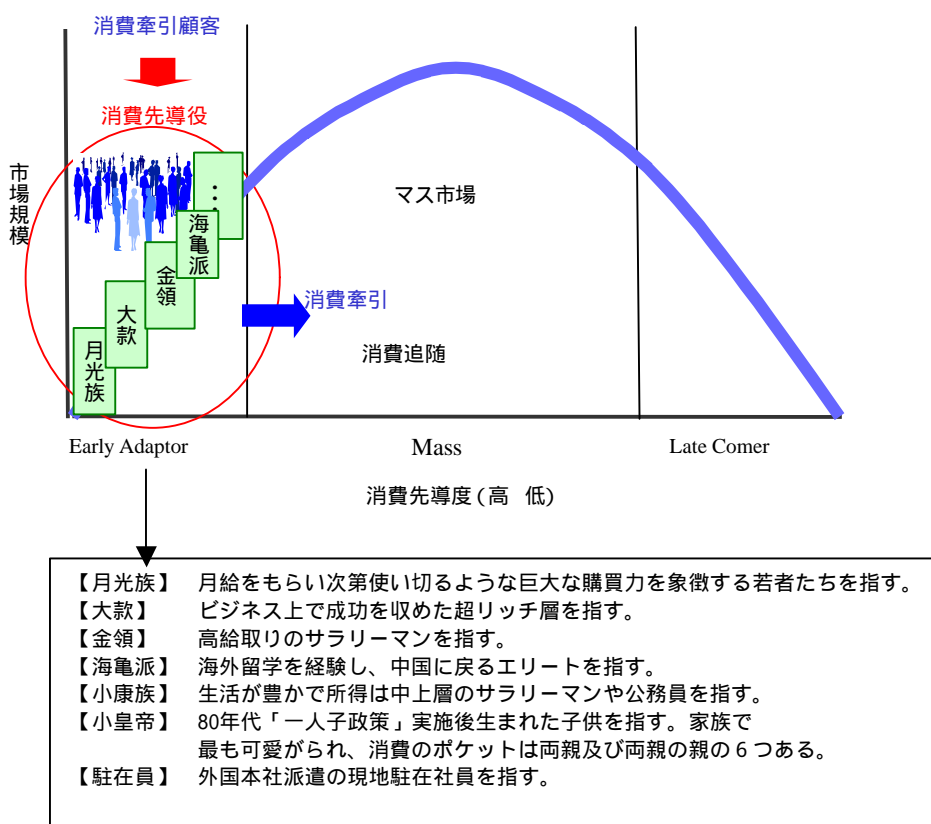
この背景としては、第一に、韓国系や中国系製品とともに、商品の選択肢が大幅に拡がり、競争相手が増えたことは明白である。第二に、それ以上に、中国の急速な経済成長で、豊かさを体現した消費者が急増し、上海や北京では、老若男女を問わず、高額な自動車や家電製品のプラズマ・液晶テレビ、ホームシアター、デジタルカメラ・ビデオを購入しはじめている。また、ファッションに飛びつき、高級ブランドの時計、化粧品、アパレルなどを頻繁に購入しはじめている「分かりにくい消費者セグメント」が、外資系製品をいち早く購入または取り入れる現象が露になってきている。高価なマンションを即購入し、高級レストランでの飲食もためらわず、レジャーや遊びなどを満喫し、高額商品などを平気で購入できる顧客セグメントが誕生しはじめている。これらは、ライフスタイルや消費行動も多様化し、従来の調査測定方法である「年代や年収などの顧客セグメント」では測り得ない「消費を牽引する新しい顧客セグメント」である。

この手のマス市場を牽引する、分かりにくい顧客セグメントを、『中国消費の主役たち(日経新聞 6/28～30)』の題名で、一部、日経新聞社より紹介されている。「月光族(月給をもらい次第使いきるような、巨大な購買力を象徴する消費セグメント)」、「公金族(政府や国営企業の経費で買い物をする消費セグメント)」、「小康族(新中産層セグメント)」などとして、消費スタイルや購買行動に言及しており参考になる。今後、日系企業が中国でのマーケティングで成功するための要件としては、「消費を先導し、マス市場を牽引する」この手の分かりにくい顧客セグメント群(図)に着目することが大事である。そのためには、まず、中国市場形成の発火点である上海や北京などで、この顧客層を細分化し、そのライフスタイルや消費行動の実態を捉えることである。これらの顧客セグメントを精緻に捉え、他の外資や競合に先んじて、マーケティング戦略を早期に練り直すとともに再構築し、実行に移すことが日系企業の成功への近道である。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

図 消費牽引顧客

日系企業の顧客となり、市場を先導し、マス市場を牽引する顧客セグメント



出所: 野村総合研究所

中国で勝ち組になるための「中国市場における競争優位の源泉プロジェクト(米山、東、恩田)」より抜粋

反日キャンペーン後の対日感情は？

～ 現地従業員との着実な信頼関係の構築 ～

本年4月から5月にかけての反日キャンペーンは、深せん、広州、成都、上海、北京他と矢つぎ早に中国の主要都市に広がっていったことは記憶に新しい。日系の領事館とともに、日系企業のイオン、イトーヨーカ堂や外食企業の店舗、オフィス、日本車、日系の看板まで、瞬間に標的となってしまった。中国では町中で日本語を話すことまでもが危ぶまれる状況となるケースが起こるのも事実である。実際4月中旬に上海の現場のすぐ近くで仕事をしていた私にとっても、身の危険を感じ、不安な週末であったことは否めない。

しかし、外国に進出すれば、どこの国にもカントリーリスクとしての大きな要因は必ずあるものである。特に日系企業にとっては、中国での反日デモやキャンペーンなどは、今後も当然発生する可能性があるものとし、「中国事業での必須の経営課題とリスク要因」として捉えることが重要である。そして、対応策を予め練りあげ、リスクマニュアルの中に整備・改訂し、都度、周知徹底することである。

対応策としてのポイントは、「事前情報の入手」であり、予めその正確な情報を事前に把握し、デモの通路やキャンペーンの対象となる可能性のあるオフィスや店舗の休業などを恐れず早期に決めることである。そして、従業員の安全を最優先することは言うまでもない。事前情報の入手に関しては、(1)「現地政府」(2)「現地パートナーや取引先」(3)「現

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

地マスコミ」との日頃のオペレーション上での緊密な関係を構築し、詳細情報を得るとともに、(4)「現地従業員の情報把握機能」がものを言う。

実際、日本での報道と異なり、現在の中国ではデモについての報道は、全くない状況に等しい。実質的に、デモは一部の先導者とその見物人が多勢を占め、不満の捌け口の一つとなっていることも事実である。事前情報に関しては、現地従業員の知人の情報やネット情報のお陰で、ほぼ正確に情報を把握することができたという日系企業が多い。また、デモの起こった主要都市でも、デモやキャンペーンによる対日感情が直接の原因で、その後日系企業が経営危機に陥っているという話もなく、平常に戻る速度は予想以上に早かったのも事実である。成都や北京の日系流通大手企業では、現地政府との良好な関係を構築していることもあり、その後、常に現地警察がしっかりと守る方向で目を凝らしている。現地の人からは、逆にスリや盗難がなく安全だということも含め、従来からの顧客支持も低下せず、外資競合の進出は増しているものの、着実に業績を伸ばしている。

対日感情で一番深刻な問題として露呈するのは、「労使問題に起因しているもの」がほとんどと言っても過言でない。頻繁に起こるケースとしては、日本人マネージャーと従業員との軋轢などの個々の労使問題がもとで、全中国人従業員の反日感情へと発展するものである。対応策としては、その根本的な原因である個別状況を早期に正確に捉え、しっかり対応することに尽きる。国が違えば、どこの国でも習慣や認識の違いによる誤解や疑念が生じることは常である。特に中国では、日本人や日系企業にとっては、些細なことと考えがちなことでも、過敏に反応されることが多いのは事実である。静観していることが、更に火種を大きくした事例も散見される。中国だからということ逃げ口上にするものではなく、着実に現地従業員との信頼関係を築きあげていくことである。米国では、昔から常に身の危険を意識した行動が必要なことと同様に、中国でも常に危機意識をもって、ビジネスを遂行することが重要である。

経営トピック
中国消費者のブランド意識
 ~ブランド時代を企業として生き抜くために~

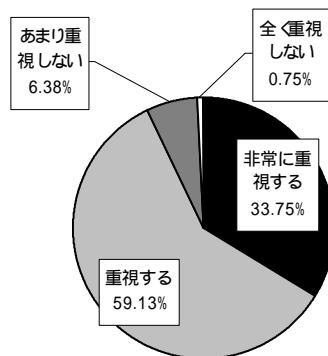
株式会社サーチナ
 サーチナ総合研究所
 feedback@searchina.ne.jp

中国消費者の9割以上が企業ブランドを重視

中国人消費者のうち、企業ブランドを「非常に重視する」とした人は33.75%、「重視する」とした人は59.13%。株式会社サーチナが、中国全土の自社モニターを利用してインターネット調査をして得た結果だ。合計すると9割以上。中国人消費者が、コーポレートブランドに対して、非常に高い意識を持っていることは明白だ。

すでに中国は、工業に関して生産過剰の状態が続いている。ところがその反面、劣悪な商品も横行しているという問題がある。そもそも、商品というものには、実際に買って使ってみないと、優劣がわからないという面があり、消費者に「この会社の製品ならば、大丈夫」という安心を求めたいという心理が強く働くのは、自然な傾向だと考えてよい。もちろん、高級な商品に関しては、面子を重視するという中国人の特徴もコーポレートブランド重視という傾向に、拍車をかけると考えられる。

企業の「ブランド」に対する重視度合い



出典：株式会社サーチナ、
 「中国消費者のブランド意識 2005-2006」

日系企業に求められるブランディング戦略

そのため、中国におけるブランド構築の方向性、つまりブランディング戦略が、「巨大マーケット・中国」に進出する際に、非常に重要な経営戦略になる。しかしながら、日系企業のブランディングは、成功しているとは言いがたい状態であるようだ。

家電、IT、自動車など、中国市場に力を入れている中国系、欧米系、日系の大手企業20社を対象に「企業への親近感」「企業のイメージ」「CSR(企業の社会貢献)」に関して、消費者の見方を調べてみたところ、日系企業(日本企業)に対する評価は、ほとんどすべて平均以下という結果だった。

ちなみに、日系企業のプロダクトブランドに関しては、やはり苦戦している例が多いが、それでもデジタルカメラや化粧品など、個別には強いブランド力を示す商品群もある。それにもかかわらず、コーポレートブランドでは“総崩れ”に近い状態だ。

こういった状況から、日系企業がブランド力を高めようとするならば、「よい商品」を提供するだけでなく、企業として親しまれる方策も必要であることは明らかだろう。

要するに、日系企業は中国で、「企業市民」として認知される努力を、日本国内以上に必要とされると考えてよい。社会貢献、情報公開、さらに人事の現地化などに積極的に取り組み、とすれば“歴史問題”などで反日的な感情が発生しやすい中国においても、企業に対する信頼が影響を受けないように長期的に取り組む必要があるだろう。

またそのような取り組みを効果的にアピールする必要があるが、その際には中国人を含めた社内スタッフが知恵を絞るだけでは、まだ不十分なこともある。なぜなら、日系企業でホワイトカラーとして働く中国人は、日本語などをマスターしたエリートである場合が普通なので、一般庶民の感情とはやや離れている可能性もあるからだ。そのため、「何を、どのようにアピールするか」ということに関しては、リサーチや現地企業によるコンサルティングなどを活用して、一般消費者のイメージ向上を長期的に図る必要があるだろう。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

制度情報
**保税区企業への「外商投資商業領域
 管理弁法」の適用について**

日本綜研(上海)投資諮詢有限公司
 副總經理 吳明憲
 86-21-68413368
 meiken@jris.com.cn

2005年7月13日付けで《商務部、税関総署弁公庁：保税区及び保税物流園区貿易関連問題に関する通知》(商務部弁公庁商資字【2005】76号)が公布され、保税区企業に対しても《外商投資商業領域管理弁法》(以下、8号令という)が適用されることが明らかになりました。本通知の中で明らかにされているポイントは以下のとおりです。

1. 保税区、保税物流園区内の企業と個人が貿易権を取得し、国内販売権を申請することが可能

8号令が昨年4月16日に公布されて以降保税区企業にも8号令が適用できないかというのが最大の関心事でありました。8号令の条文には保税区企業を排除するという記載はなされていないものの、保税区という税関特殊監督管理区域に所在する企業に対して8号令を適用できない、適用すべきでない、適用してほしいという様々な意見が飛び交っていましたが、ついに保税区企業に対しても8号令を適用することが可能との本通達が公布され、また経営範囲の拡大という形式で8号令を適用される事例も現れるに至りました。すなわち、保税区企業の国内販売権が正式に認められることとなり、保税貨物と非保税貨物の両方を取り扱うことができるいわば最強の商社が認められる素地ができたといえます。

2. 保税区、保税物流園区内の対外貿易経営者が国内区外との間の製品の売買にあたっては国家関連輸出入、外貨と国家税収管理方面の規定を遵守

本通知により、保税区企業と国内区外との間の製品の売買にあたりまして区内企業は自社の名義で通関することができるようになり、また外貨核銷手続きを行うこととなりました。

3. 考えられる問題点

本通知におきまして保税区企業の商業企業化への道が開かれたわけではありますが、商業企業化がなされたとしてその運用がどのように行われるのかが気になるところであります。運用を考える上で関係してくるものとしては工商管理、税関管理、税務管理、外貨管理が考えられます。本通知におきましてはこれらの問題についていずれも「関連規定に従って処理する」という文言で片付けられておりますが、裏返していいますと、この部分の運用がどのようになされるかが保税区企業の商業企業化を語る上で最も重要な部分でありながら、非常に曖昧な表現でしか記述されていないため、実際の運用がどのようになされるかを見ていく必要があります。今のところ考えられる問題としては以下のものがあげられます。

(1) 工商行政管理部门

- ・ 区外分公司の設定が果たして認められるのか？
- ・ 8号令の適用を受けていない保税区企業の国内販売のコンプライアンスへの影響は？

(2) 税務部門

・ 保税区というある種経営範囲が限定されていた地域であるがゆえに適用されているとも考えられる優遇税率は継続適用されるのか？¹

- ・ 保税区外分公司を有する場合の適用税率はどのような考え方で運用されるのか？

(3) 税関部門

- ・ 保税貨物と非保税貨物をどのようにして同時に取り扱うのか？

(4) 外貨管理部門

- ・ 一般地域と保税区の外貨管理は異なる法令を適用している

保税区という地域に対しては《保税区外貨管理弁法》(2002年7月25日公布、2002年10月1日施行)が適用されることとなっており、この中におきまして保税区企業は保有する人民元で外貨を購入することができるのは人民元を使用して設立した企業、パーツセンター、国内販売を行う加工企業が一定の範囲内で許されているに過ぎず、その他には配当送金に当たって外貨購入が認められているに過ぎません。しかし、仮に商業企業化された保税区貿易企業が海外から貨物を自主通関を行って購入し、それを国内区外宛に人民元で販売し人民元で代金回収した場合、回収した人民元で外貨を購入し海外宛外貨決済を行うことまでは認められておりません。

いずれにしましても、今後の運用や関連通達の公布がなされるか否かを見ていく必要があるといえます。

¹保税区によっては一般的な所得税率である33%を適用している地域もあります。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

制度情報
保税委託加工貿易概論(1)

キャストコンサルティング(上海)有限公司
SMBC 研修生 萩原 彰
(電話/E-mail) 86-21-6881-3831
hagiwara@cast-consulting.com.cn

保税委託加工取引の問題点については、制度が複雑かつ頻繁に変更され、かつ深センや東莞等で行われているやり方とそれ以外の地域ではやり方が異なる場合があるということが指摘できます。ただ、保税委託加工の規定の本質は、「いかに保税貨物を国内に転売することを防ぎながら、加工貿易を行う企業に対して便宜を図るか」というこの一点に集約され、全ての規定はこの精神に基づいて作成されています。ただ、保税貨物の転売に対して、あまりに厳しくしてしまうと、正常な生産活動に支障が出ますし、まじめに事業を行っている会社にはできるだけ制度上、税制上で便宜を図ろうということになっています。これが、企業間、あるいは地域間で運用が異なるということに繋がり、却って分かりにくくなるという原因になっています。

本稿では、保税委託加工の基礎的な知識を最初に簡単に解説した後に、保税委託加工の規定の内容、規定のできた背景、実際の運用のポイント、地域による特殊性等について数回に分けて解説させていただきます。

保税委託加工貿易を始める前に

通常企業が原材料・部材を購入して、製品を製造する場合、輸入原材料・部材であれば、関税、付加価値税が、国内原材料・部材であれば付加価値税の支払が必要となります。中国ももちろん同様です。ただし、製品を輸出することを条件として、輸入原材料・部材について、関税・付加価値税(以下中国語の「増値税」という用語を用います)を支払わないで済むという取引があります。それが保税委託加工貿易です。保税取引を利用しない場合、関税は100%コストとなり、増値税も日本の消費税のように現状の規定では100%戻るといわけではありませんので、製品コストからみると大変有利であるといえます。

保税加工取引については、製品を輸出することを条件として「保税」になっているわけですから、予定が変更され、製品を国内販売することになったり、全品不良品として国内で処分しなければならぬといった事態が発生した場合には、保留されていた税金の支払が発生するということになります。「保税」と「免税」という用語はよく混同されることが多い言葉ですが、ここで「保税」という用語を使うのは、「ある一定条件のもと税金の支払が猶予されている」という意味で、「ある一定の条件」とはこの場合、製品が100%輸出されることが条件となるわけですが、その条件を満たすことができなくなったときは税金の支払が生じます。つまり、「保税」とは「税金の支払が留保されている状態」といえます。一方、免税というのは、文字通り、税金の支払が初めから免除されるということを指します。

中国以外の海外では、国外から関税、付加価値税を課せられることなく原材料を輸入し、加工して保税再輸出する場合には、ある特定の地区を保税加工地区として、国内との貨物の出入りを制限して行うのが一般的かと思いますが、中国ではいわゆる「輸出加工区」「保税区」といった類似の地域はあるものの、税関の許可を取れば、保税地域以外の一般地域であっても、保税加工取引が可能になっています。一般地区で保税取引ができるというのは、非常に便利であると言えますが、その反面、特定のエリアにそうした保税加工が限定されていれば、税関としても保税原材料、完成品の管理は比較的容易ですが、一般地区で保税取引を開放してしまうと、その他の非保税貨物との区別は困難になります。したがって、税関が監視を緩めれば、本来税金を支払わねばならない原材料や部材、製品がそのまま国内に販売されてしまうという事態が発生します。したがって、税関は保税原材料、部材、製品に対して、それが確実に製品となって輸出されたかをチェックするため、非常に

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

厳しいルールと罰則を設けています。このため、保税加工貿易の手続きが非常に煩雑で、時には税金の追徴、あるいは罰金を課せられるという事態が頻発しています。こうしたことを防止するためにも、保税取引のルールの本質と規定の内容、実務についてある程度の予備知識が必要となります。今回は、そうしたルールの内容とともに、どうしてそうした面倒なルールが必要なのかについて解説をさせていただきます。

来料加工と進料加工とそのメリット・デメリット

保税加工貿易で現在広く行われているのは「来料加工」、「進料加工」という二つのやり方です。保税加工貿易を行う企業は、事前にどちらを行うのか(あるいは両方)を税関に届け出る必要があります。

外国企業から100%部材を輸入して、中国国内で加工した後、100%製品を輸出するという保税取引を前提にしますと、「来料加工」の場合、輸入する原材料、部材は全て無償で支給されます。すなわち、原材料、部材の所有者は外国企業のまま、中国企業が加工を行い、完成品も無償で外国企業に輸出されます¹。中国企業はその加工作業の対価として、外国企業から加工賃を外貨で受け取ります。それに対して、有償で原料、部材、製品の売買を都度行うのが「進料加工」です。つまり、通常の輸出入取引同様、それぞれお金を払うとやり方です。それでは、なぜこのような2種類のやり方があるのでしょうか。それぞれのメリット、デメリットから使い分けについて考えてみることにします。

来料加工は、上記のように100%部材供給、100%製品輸出といった取引において便利なやり方ですが、部材を国内調達した場合、発生した仕入増値税が輸出しても還付を受けることができないという点や、全て部材を渡してしまうため、製品がうまくできなかった場合のリスクを外国企業が負わなければならないという点がデメリットになります。

一方、進料加工の場合、国内調達部材がある、あるいは製品の一部を国内販売したいといった場合に柔軟な対応が可能であることや、原材料は一旦中国企業の所有となるため、製品の品質に対する責任を明確化しやすいという点がメリットになります。反面、中国企業にも運転資金が必要となること、輸出増値税の還付率が17%でない製品を輸出する場合には、保税取引でありながら付加価値部分に増値税の負担が発生することがデメリットとなります²。

保税貨物の転売を防ぐための制度について

外国企業と中国国内の企業の間で、保税の委託加工を行うことが決まっても、すぐに生産は開始できません。まず中国企業所在地の対外経済貿易部門に保税の委託加工を行う旨を申請し、認可を取得しなければなりません。その際の審査のポイントは申請者が、「三無」(工場がない、設備がない、労働者がいない)の企業ではないかという点です³。当局として一番心配しているのは、実体のない会社がダミーの加工貿易資格を取得し、保税で原材料を輸入した後、国内販売してそのまま逃げてしまうことです。したがって、申請者は保税委託加工の申請前に、工場面積、倉庫面積、生産設備、従業員数、生産規模等を明記した「生産能力証明書」と営業許可証を提出し、認可を受けることになっています⁴。

¹ 通関時には価格0円で申告を行いますが、同時に評価額も併記するため、統計上は評価額が計上されることとなります。

² 例えば、輸入原料100万ドル、輸出額(FOB)120万ドルという取引を進料加工で行った場合、付加価値の20万ドルに対して、増値税不還付額が発生します。計算式は増値税還付税率が13%の製品の場合は $(120万 - 100万ドル) \times (17 - 13\%) = 0.8万ドル$ となり、0.8万ドルがコストになります。尚、外高橋保税区内企業も一般地域も同様の計算方法でコストが発生しています(上海地区の輸出加工区であればこうしたコストは発生していない模様です)。

³ 「加工貿易審査認可管理弁法」(1999年5月27日公布、同年6月1日施行)第13条

⁴ 「加工貿易審査認可管理弁法」(1999年5月27日公布、同年6月1日施行)附表3

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

生産の実体があることが確認できた時点で、次に当局が心配するのは何でしょうか。それは保税原材料を輸出製品に使用せずそのまま転売すること、あるいは輸出したとみせかけて国内に製品を販売することです。それを防止するために設けられているのが、「銀行保証金台帳制度」と「単耗比率の届出」です。

銀行保証金台帳制度

銀行保証金とは簡単に言うと、原材料を輸入した時点で、本来かかるはずの関税・増値税分を保証金として銀行に積ませて、実際にそれら原材料が製品となって輸出できたことを確認した上で返却してあげましょうというお金のことです。こうすることにより、保税で輸入した原材料が仮に、そのまま転売、あるいは加工後に輸出されなかったとしても、税関は保証金を没収することにより、事実上徴収できることになります。

ただし、この思想をそのまま運用しようとする、結局生産活動を続ける限り、また生産を拡大するにしたいが、保証金は戻ってくるどころかどんどん膨らみ、永遠に銀行に資金が眠った状態になることになり、委託加工を行う企業にとっての金利負担が非常に重いものとなります。そのため、こうした負担を軽減するために、考え出されたのが「銀行保証金台帳制度⁵」です。文字通り、本当の保証金ではなく、台帳に保証金として払うべき関税と増値税を文字通り、銀行⁶の台帳に記入することにより管理しようというものです。ただ、このままでは保証金制度が形骸化するだけになってしまうので、信用度が高い企業には優遇を与え、そうでない企業には厳しい条件が課せられています。

具体的には、税関の認定で、委託加工企業はA、B、C、Dという4つのランクに分類されます⁷。スタートはB類です。日系企業で委託加工を行っている企業の多くがB類企業だと思います。B類の場合、一部の製品を除いては、銀行保証金台帳に記載を行うだけで、実際に保証金を積む必要はありません(中国語で「空転」と言います。以下同じ)。

ただし、制限類⁸(内外価格差が大きい原材料部品で、かつ税関が監督管理しにくい商品)に指定されている原材料を輸入する場合には、実際に保証金を積む必要があります^{9,10}(中国語で「実転」と言います。以下同じ)。スタートはB類ですが、税関登記後2年を経過し、かつ2年間密輸、違法行為がなく、2年連続で加工貿易契約が期限内に履行されており、税関職員が常駐するか、コンピュータネットワーク管理に移行することが税関に認められ

⁵ 「加工貿易の輸入材料に対する銀行保証金台帳制度の試行に関する暫定管理弁法」(1995年11月27日施行)

⁶ 「保証金台帳」の取扱いは中国銀行(Bank of China)の各地の支店に限定されています。

⁷ 「中華人民共和国税関の企業に対する分類管理を実施することの管理弁法」(1999年3月31日公布、6月1日施行)、「加工貿易銀行保証金台帳制度の更なる完全化に関する意見」(1999年3月26日公布、6月1日施行)第2条。

⁸ 加工貿易に使用する原材料は、禁止類(輸入禁止商品、税関が管理不能な商品)、制限類、許可類(禁止類、制限類以外の商品)に分類され、具体的な項目リストが税関から公表されています。例えば、1999年6月1日施行の「税関総署の第一次加工貿易禁止類と輸入制限類商品目録確定に関する通知」によると、禁止類には、「中古衣料、淫猥な内容の中古廃棄書籍、有害物質・放射性物質を含む工業廃棄物、分解、再生した自動車、オートバイ及びその部品、栽培、養殖商品を輸出するために輸入する種子、種苗、化学肥料、飼料、添加剤、抗生物質等」が指定されています。また、制限類には、プラスチック原料(初級形状のポリエチレン)、ポリエステル切片、化学繊維原料(ポリエステル長繊維、化学繊維の短繊維)綿花、綿糸、綿布、鋼材(鉄、非鉄合金、ステンレス)が指定されています。その後補充通知や第二次リスト等が出され、羊毛、砂糖、植物油、天然ゴム等が追加されています。尚、制限品目は全てHSコード管理となっていますので、対象品目かどうかはHSコードに該当するかによって判断されます。

⁹ 「加工貿易銀行保証金台帳制度の更なる完全化に関する意見」(1999年3月26日公布、6月1日施行)第1条

¹⁰ B類企業は納付すべき保証金の50%の金額となっています(「中華人民共和国税関公告」2000年4月14日公布、5月1日施行)。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

ること等といった多数の条件をクリアすることによりA類に昇格することができます¹¹。A類に昇格できれば、一部の原材料を除いては銀行保証金台帳制度の対象外となることができます。一見すると、2年間まじめに加工貿易を行っていれば、すぐA類になれそうな気がしますが、実際に2年間違法行為がないというのは、加工貿易を行う以上、違法行為をする気がなくても、原材料と輸出製品の消し込み作業を完璧に行うことは、かなり難しいので、多くの企業が何らかの罰金を課せられ、なかなかA類にはなれないというのが実情です。

B類企業が、1年に2回以上の違反行為を行う、加工貿易契約の照合が規定どおりでない等の事項が税関から指摘されると今度はC類に格下げになります。C類になると、全てが「実転」を行う必要が出てきますので注意が必要です。更に違反を重ねますと、最終D類となり、この場合は加工貿易を行う権利を失います¹²。

単耗(製造原単位)による管理について

「銀行保証金台帳制度」は税関が、原材料が確実に加工され、製品となり輸出されているかを保証金により管理しようというのですが、「原材料が加工され、製品となって輸出された」ということを税関はどのように判断するのでしょうか。例えば、木の椅子を作るとして、あらかじめ組立てできるようにしておいた木の棒と板を10本のネジで締めて、最後に塗料を塗って出来上がりですということであれば、原材料とネジ、ニス、塗料がほぼ製品に無駄なく使われますので、輸入原材料と輸出製品の突合はそれほど難しくはありません。ところが、全ての部品を木材と金属から中国国内で加工するとなると話は違ってきます。加工の段階で相当のくずが出ますし、加工の時点で不良品が発生する率も大幅にアップします。したがって、製品になった時点では、輸入された原材料が相当少なくなって輸出されることとなります。これを企業の自主申告に任せるとしますと当然、企業としては少々多めに不良品が出て大丈夫なようにしますので、実際は相当部分が余ってしまい、その分、こっそり国内販売に回してしまうことも考えられます。したがって、原材料と製品によってどれだけくずが出るかをあらかじめガイドラインとして制定しておく必要があります。このガイドラインは、税関総署に制定された、「国家製造単耗基準」というもので、「単耗」の概念は、製品に使われる純使用量と最終的に製品にならない損耗部分に分かれており、製品別にどれだけ割合になるのが妥当であるかが定められています。

例えば、「男性シャツ加工貿易単耗標準HDB0013-2000」(2000年7月26日公布、同日施行)をみますと、「化学繊維の男性用シャツで首周り41cmで高さが76cm以下のアジア人サイズの製品を幅44センチメートルの布を使って作る場合は、シャツ1枚につき2.25センチメートルの損耗が認められる」というように、かなり細かい規定になっています。1999年以降こうしたデータベースが作られるようになっていますが、もちろんあらゆる製品にこうしたものを作ることは不可能であるため、明確になっていない製品については、各地の税関が実情に合わせて個別の単耗標準を作るということになっています¹³。また、国家標準があっても合理的な理由が認められれば、税関に申請を行い、単耗率を個別に緩和してもらうことも可能です¹⁴。

こうして決められた単耗をもとに、委託加工を行う企業は加工貿易の手冊と呼ばれるも

¹¹ 「加工貿易銀行保証金台帳制度の更なる完全化に関する意見」(1999年3月26日公布、6月1日施行) 第2条第1項

¹² 「加工貿易銀行保証金台帳制度の更なる完全化に関する意見」(1999年3月26日公布、6月1日施行) 第2条4項

¹³ 「中華人民共和國税関加工貿易単耗管理弁法」(2002年3月11日公布、同年5月1日施行)

¹⁴ 「中華人民共和國税関加工貿易単耗管理弁法」(2002年3月11日公布、同年5月1日施行) 第17条

のの交付を受け、手冊上で輸入材料と輸出製品の消し込み作業を行っていくこととなります。その際あらかじめ決められた損耗率以上のくずや不良品が発生した場合には、結果輸出しなければならぬ製品が不足することになりますので、その分は原則「国内販売」したものとみなされ、追加で関税、増値税の支払が必要となります。

尚、冒頭に「保税区」と「輸出加工区」という特殊な保税地域があるということを申し上げましたが、海外からこうした地域に材料を輸入し、区外に製品を販売することなく、直接海外に輸出をする場合には、上述の「銀行保証金台帳制度」と「単耗」の規制を受けませんので、事務管理面では相当なメリットがあることを付け加えておきます(次号に続きます)。

中国ビジネスよろず相談
- 「中国ビジネス倶楽部」無料相談より -

S M B C コンサルティング(株)
S M B C 中国ビジネス倶楽部事務局
03-5211-6383

三井住友銀行のグループ会社である SMBC コンサルティング(株)が運営する会員制サービス「SMBC 中国ビジネス倶楽部(CBC)」では、現法設立、法務、税務、会計、人事、貿易など幅広い分野についてフリーダイヤルにてお気軽にご質問頂ける「無料相談」が好評を頂いております。ここでは、最近の相談事例の一部をご紹介します(「SMBC 中国ビジネス倶楽部」の詳細は28頁をご覧ください)。

オフィスの固定資産の購入、内装費等の扱いについて

Q: 駐在員事務所が手狭になって来たため、広いオフィスに移転しました。その際、新オフィスの内装費や備品・コンピューター等の購入にかなりの費用が発生しました。当社の駐在員事務所は課税事務所となっており、今回発生した費用はどのように課税所得計算の際に換算されるのでしょうか。

A: 車やパソコンなどの固定資産の購入や、オフィスの内装費等の費用を課税所得計算の際にどのように取り扱うかに関し、1998年4月30日に国税発(1998)63「外国企業常駐代表機構に関する若干の税務処理問題に関する通知」が発布されています。

通知によれば、経費の支出額により収入換算する経費課税方式を用いて税金を計算する駐在員事務所は、購入した固定資産や内装・外装費用の支出を、発生時に一括で駐在員事務所の経費費用として収入に換算し課税できるとなっています。

但し、発生した費用が高額で一括して経費として収入換算して納税することが困難な場合、駐在員事務所が税務機関の検査、照合に備えて、帳簿、証憑を整備し且つそれらの費用の償却状況を正確に計算、記録できれば、費用を外国企業所得税法実施細則第35条に規定される同種の固定資産の最短償却期間に応じ、残存価格0で均等に経費として収入換算して納税できます。内装・外装費用は5年均等で駐在員事務所の経費として配賦して収入換算し、納税できます。

清算配当を再投資する場合の税額還付について

Q: 当社は中国に合弁企業と独資企業の2社の生産型企業を持っていますが、合弁企業の経営期間が到来することから合弁企業を解散・清算し、清算によって生じる清算配当を独資企業に増資資金として出資することを考えています。この場合、再投資税額還付を受けることが可能でしょうか。

A: 清算の過程で得た利益の配当(清算配当)は、1993年6月15日国税発「1993」009号「外国投資企業の外国投資家による再投資への税金還付に関する若干の問題に関する通知」の第3条に、清算所得を再投資に使用する場合は、再投資による税金還付優遇措置を受けることができない、とありますので再投資税額還付を受けることが出来ません。

尚、既存の未配当利益や基金が清算配当の原資となっている部分については、再投資税額還付を受けられますが、現地で出資者に代わって代理申請、代理受領する「合弁企業」が清算により存在しません。増資の受入を行う独資企業がその手続きを代行することになるとは思いますが、実際の取扱いについては現地管轄の税務局と相談した方が無難です。

中国地場企業からの販売斡旋手数料受取りについて

Q: 中国内に拠点を持っていない貿易商社です。今回日本国内ユーザーから同社の中国現法に対し機械を納入して欲しいとのオーダーがあり、以前より輸入取引のある中国地場企業が生産する機械を納入することで、商談がまとまりそうです。売買契約は中国地場企業と中国現法の間で直接行いますが、この場合中国地場企業から販売斡旋手数料を受取る事が可能でしょうか。

A: 中国地場企業との間で販売斡旋契約を締結することで、斡旋手数料を受取ることは可能です。送金に際し5%の営業税と10%の企業所得税の支払が必要です。中国地場企業が源泉控除、納税し、送金の際に銀行に納税証明を提示します。企業所得税は日中租税条約に基づき、日本での外国税額控除が可能です。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

アジア金利・為替情報

三井住友銀行
市場営業統括部 (シンガポール)
マーケットアナリスト 吉越 哲雄

人民元

人民元為替制度改革実現！

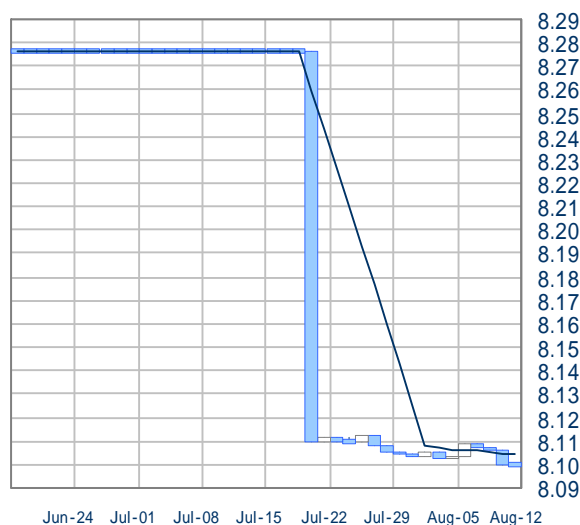
7月21日夜、中国人民銀行は突如、人民元為替制度改革を発表、即日実施した。以下は、同日発表の声明文の全文和訳。

人民元為替相場制度改革に関する中国人民銀行の声明 (7月21日)

中国における社会主義的市場経済システムを改善し、市場の資源配分機能を十分に活用、管理変動相場制度を導入しその役割を強化すべく、中国人民銀行は國務院の許可を得て、人民元為替相場制度に関して次の発表を行う。

1. 2005年7月21日をもって中国は次の為替相場制度改革を行う。通貨バスケットを参照し、市場の需給に基づいた管理変動相場制に移行する。人民元は今後米ドルとペッグせず、その結果、人民元相場制度はより大きな柔軟性を持つことになる。
2. 中国人民銀行は、今後、毎営業日の市場終了後に米ドルその他の外貨に対する (人民元の) 銀行間市場の終値を公表する。その終値は翌営業日の対人民元取引の中心値 (仲値) として扱われる。
3. 人民元の対ドル相場は 2005年7月21日の19時をもって1ドル当たり8.11元とする。これに併せ、外為取引を行う銀行は対顧客相場を調整する必要がある。
4. 銀行間市場における米ドルの対人民元日中取引値は、現状ルールと同様、中国人民銀行が発表する仲値を中心として上下0.3%までの範囲で取引されることが認められる。一方、人民元とドル以外の通貨との取引値は中国人民銀行が発表する一定のバンドの中で取引されることが認められる¹。

人民元直物日足と10日間移動平均



Source: Bloomberg

中国長短金利



Source: Bloomberg

中国人民銀行は、市場の動向や経済金融環境に基づき必要と認められれば、人民元為替

¹中国人民銀行は翌22日、米ドル以外の通貨の対人民元取引レートは中央銀行が発表するそれぞれの通貨の取引仲値の上下1.5%の幅で変動し得るとした。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

相場のバンドを変更する。人民元為替相場は通貨バスケットを参照することにより、市場環境に対する柔軟性を増すことになる。中国人民銀行は国際収支の基本的均衡とマクロ経済と金融の安定性を維持するために基本的に人民元相場を適応可能かつ均衡的な水準で安定性させる責任を負う。

切上げ幅が少ないとの批判は当たらない

対ドルについては8.11元(2.05%の切上げ)を最初の中心値とし、それ以降は、前日仲値に対して毎日上下0.3%ずつ変動が認められる。この0.3%と言う数字はそれまでの制度と同じであるが、運用上は0.03%程度の変動しか認められて来なかった。これを弾力化するという事である。

米国は10%以上の切上げを求めていたようであるが、それと比べて2.1%という数字が小さいとの批判は当たらないのではないか。市場の人民元高圧力が持続、人民銀行が日々0.3%ずつの元高方向への変動を認めとすれば、ほんの30営業日で最大9%の追加切上げとなるのだ(クローリング)。因みに、21日以降8月10日までの終値を見ると人民元の高値は4日の8.1027。これは改革発表直前の終値8.2765と比べると2.14%の上昇。

その後も、「再度切上げ」との観測が市場に何度か出て、為替相場を動かしたが、その見方はナンセンスであろう。通貨当局が必要と認めれば、日々0.3%ずつ元高方向に誘導すればよいのであり、当初のように2%といった纏まった切上げをする必要はないのである。現に、中国人民銀行の報道官は26日に談話を発表し、「『人民元レート2%切り上げは初期調整に過ぎず、中国人民銀行は近い将来人民元レートをさらに引き上げると予測できる』との誤った認識を持っている」と述べている。つまり、纏まった切上げは初回だけということである。

通貨バスケット

比較的分かりづらかった「通貨バスケット」の位置付けであるが、8月9日の周小川・人民銀行総裁の談話で大分クリアになった。周総裁はバスケットを構成する通貨は「主に貿易の加重平均をもって確定する」とし、ドル、ユーロ、円、韓国ウォンが含まれるのは「自然」と語った。バスケットに含まれることを示唆した他の7通貨はシンガポール・ドル、英ポンド、マレーシア・リングギット、ロシア・ルーブル、オーストラリア・ドル、タイ・バーツ、カナダ・ドル。また、バスケット通貨の決定に関し、ドル換算で2,286億ドルに達する対外債務や、累計で5,600億ドル以上になる域外からの対中直接投資の通貨構成も重要な要素と指摘した。一方、通貨バスケットはあくまでも参考で「ペッグ(連動)ではない」と強調している。貿易加重を主とした通貨バスケットの構成は非常に一般的である。具体的な通貨比率あるいはどのようにバスケットを運用するかを明らかにしていないが、それも通貨バスケット制採用国では普通²。人民元制度において重要なのは、最早対ドル相場だけで人民元が高いか安いかを判断せず、バスケット全体に対する人民元の価値が重視されるということである。人民元対ユーロ相場、対円相場の7月21日の終値(制度変更直前)はそれぞれ1ユーロ=10.0671元、100円=7.3455元であった。双方とも7月27日に制度変更後の元最高値をつけ、それぞれ9.7431元、7.1954元となった。対ユーロでは元が3.33%上昇、対円では2.09%の上昇。同期間に対ドルでは2.02%上昇しているが、通貨バスケット全体としては人民元はざっと計算して2.5%近く切上がったことになる。

² シンガポールは半期に1回、バスケット価格の許容変動幅を変えたか否か(変動幅自体は公表しない)、バスケット価格をどちらの方向に誘導するか(シンガポール・ドル高、シンガポール・ドル安、中立のいずれか)を公表するが、それは金融政策を為替誘導にて行っているため、通貨バスケット採用国としては例外的。ほとんど秘密裏に運用する国の方が普通。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

一段の外為市場自由化策

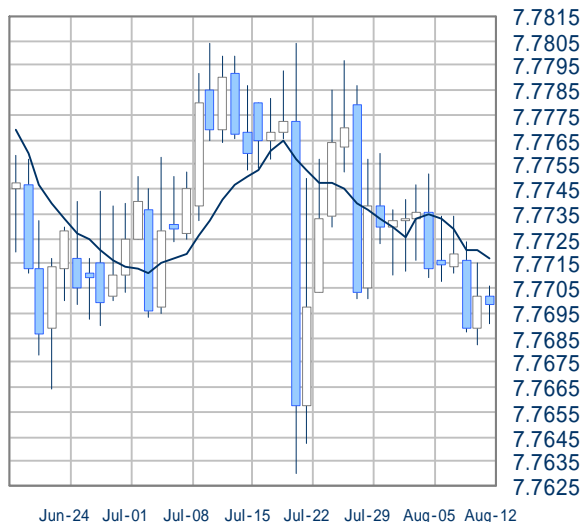
中国人民銀行は8月9日、国内外合わせて130余りの銀行に対し人民元為替先物取引を同日付で認めると発表した。声明文によると、国内銀行間市場で人民元と外国通貨との取引免許を持つ銀行は、国家外為管理局(SAFE)に人民元先物と人民元通貨スワップの取引認可を申請することができる。同銀は「中国企業は為替リスクを回避できるより良い商品とサービスをもっと必要としている」とした上で、「外国通貨に対する人民元の先物とスワップは、銀行各行が為替変動から顧客企業を守るための手段を提供することが可能となる」と述べた。

翌10日には、銀行だけでなく企業に対する自由化策を発表、外国為替相場の変動リスクへの対応を促すため、より多くの企業に外貨購入や為替先物と通貨スワップ市場への参入を認めると発表した。海外取引総額が20億ドル以上の企業は、中国の銀行間外国為替市場への参加が可能になる。従来こうした取引は、銀行や信用組合など銀行間取引市場に参加している366社に限定されていた。

香港ドル

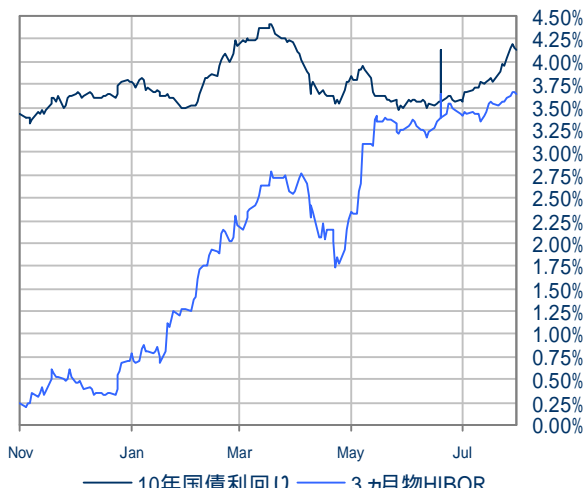
7月に入ってからの香港ドルは、6月にピークとなった中国系企業による香港市場での大型新規株式公開が終焉したことで、短期資金への需要が一段落したことでやや売られがちになったが、人民元切上げにかかる観測もあり、20日まで基本的に7.7700~7.7800のレンジ相場となった。21日に人民元制度改革が発表されると、一時的に香港ドルは大きく上昇、2004年1月以来となる7.7630をつけた。香港金融管理局(HKMA)は直後に、香港の米ドル・ペッグ制を変更する意図はないと発表している。その後はやや値を戻したが、人民元直物がわずかではあるが上昇すると香港ドルも連れ高する動きを見せた。株式相場が大きく上昇しており、海外資金の流入も香港ドルをサポートした。8月11日には7.7700近辺での取引となっている。ハンセン株価指数は11日、4年半ぶりの高値となる15,445.20で引けている。

香港ドル直物日足と10日間移動平均



Source: Bloomberg

香港長短金利



Source: Bloomberg

ニュース・主要経済指標等

香港金融管理局(HKMA)は8月10日、政策金利であるベース・レートを0.25%引き上げて5%とした。前日に米国の連邦公開市場委員会(FOMC)におけるフェデラル・ファンド(FF)金利の同幅の利上げを受け

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載され
ており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

た措置³。HKMAの指標金利であるベース・レートは、基本的には翌日物および1ヶ月物インターバンク金利(HIBOR)の5日間移動平均を単純平均することによって決まるが、米国米連邦準備制度理事会(FRB)のフェデラル・ファンド(FF)・レートの誘導目標プラス1.5%を下限とすることとなっている。このところ、HIBORがFF誘導目標プラス1.5%より低いことが常態化しており、後者が香港のベース・レートを規定している。これを受けて、主要銀行は11日、最優遇貸出金利(プライム・レート)および貯蓄預金金利を0.25%ずつ引き上げ、それぞれ6.75%、1.50%とした。プライム・レートは5月の為替制度変更以来、概ね1.5%上昇している。

8月8日に発表された6月の小売売上高は前年同月比+6.2%となり、前月実績の同+7.1%、市場予想の中心値同+7.3%を下回った。中国からの旅行者の支出を主因に好調を続ける香港の小売であるが、売上高の前年同月比の伸びで見ると、昨年4月の23.0%増をピークに徐々に減速している。その要因としては、中国からの旅行者はリピーターが増加しており、初めての旅行者が購入する高級時計や宝石といった高額商品の売上げが鈍化していること。また、直近では香港ディズニーランドの開園を9月12日に控え、来港を延期する中国人が多いことが影響している模様。

8月の見通し

外国人投資家による株式購入資金の流入が香港ドルを押し上げて来たが、株価指数には高値警戒感もあり、上限交換保証レートである7.7500を目指して香港ドルが上昇するのは難しいと思われる。また、米ドルの調整局面が終焉すれば、香港ドルは緩やかに下落するものと見る。予想レンジは7.7600~7.7800。

台湾ドル

台湾ドルは周辺国通貨同様、一般的な米ドル高に連れて7月上旬まで安値圏で推移していたが(7月8日につけた32.160は約半年振りの安値)、その後は揉み合いに転じた。7月21日の人民元制度改革を受けて、翌日の台湾ドルは大きく上昇、一時31.550をつけるまで上昇したが、その後は月末にかけて32.000近辺まで値を戻した。月を越えてからは、ウォンに連れる値動きを見せたが、ウォン高局面においても台湾ドルの頭は重く、31.800~32.000でのレンジ取引となっている。台湾ドル/韓国ウォンのクロス・レートを見ると、6月は台湾ドル高、7月以降は韓国ウォン高のトレンドがクリアであるが、後者の主因は、まずは外国人投資家の株式購入資金の流れ。資産運用を行うポートフォリオ・マネージャーに最も広

台湾ドル日足と10日間移動平均

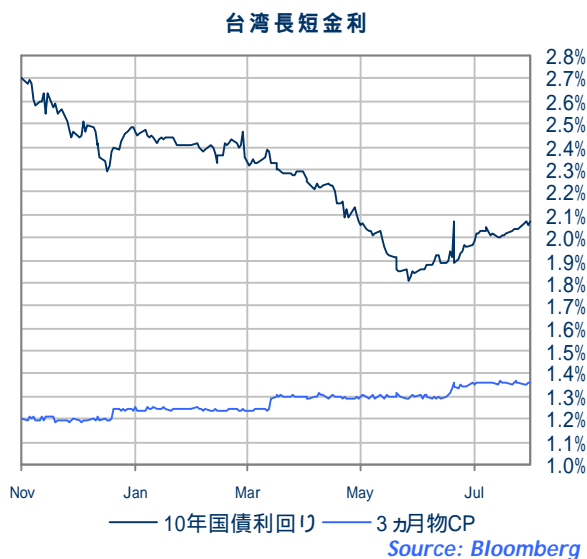


Source: Bloomberg

³HKMAの指標金利であるベース・レートは、基本的には翌日物および1ヶ月物インターバンク金利(HIBOR)の5日間移動平均を単純平均することによって決まるが、米国米連邦準備制度理事会(FRB)のフェデラル・ファンド(FF)・レートの誘導目標プラス1.5%を下限とすることとなっている。このところ、HIBORがFF誘導目標プラス1.5%より低いことが常態化しており、後者が香港のベース・レートを規定している。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

く利用されているベンチマーク指数を算出するモルガン・スタンレー・キャピタル・インターナショナル(MSCI)が5月31日の市場クローズ後に台湾株式の指数への組み入れ比率を引き上げたが、これに伴い、5月、6月は外国人投資家が台湾株式を大きく買い越した(5月40億米ドル、6月42億米ドル)。この間、韓国株式市場への資金流入額は5月1億米ドル、6月0.5億米ドルに過ぎなかったが、7月以降、台湾株式比割安感が出ていた韓国株を買う動きが活発化、これが韓国総合株価指数の急騰に繋がるのであるが、外国人投資家による7月の株式買越額は台湾の11億米ドルに対し、韓国が17億ドルと多寡が逆転した。また、台湾の石油業者が原油高に併せ前倒しで石油の輸入を行っていたこと、最近の輸出の減速を懸念した中国中央銀行(台湾中銀)が台湾ドルの上昇を牽制していたことも、台湾ドルの頭の重さに繋がった模様。台湾の代表的な株式指数である加権指数は、6月30日から8月11日の期間に2.06%上昇、8月11日は6,370.67で引けている。8月3日につけた6,455.57は昨年5月以来の高値。また同期間、外国人投資家は15億7,696万米ドル相当の台湾株式を買い越している。



ニュース・主要経済指標等

8月8日に発表された7月の貿易統計によると、同月の輸出は前年同月比5.3%増となり、前月実績の同+3.1%、市場予想の中心値である同+4.5%を上回った。輸出は2004年の4月の同+39.4%をピークに減速を続けており、旧正月の影響で数字がフれた今年の1、2月を除けば、昨年12月の同+6.2%を底に回復傾向を見せ、4月には同+11.2%と二桁の伸び率を示現したが、その後は主要国景気のソフトパッチ(一時的停滞局面)の影響で5月同+4.0%、6月同+3.1%と伸び悩んでいた。7月にはやや盛返したとは言え、今後、加速基調に乗るかどうかは、9月までの数字を見て慎重に判断する必要がある。ただし、最大の輸出品目である電子製品が同+11.0%となり、1、2月を除けば昨年11月来の伸びを見せたことは朗報。輸入は原油高の影響もあって、前年同月比+9.7%と比較的高い伸びを見せた。貿易収支は3億3千万ドルの黒字。低レベルではあるが、1、2月を除いたベースでは昨年11月以来の高い伸び率。

8月の見通し

8月に入ってから今度は逆に台湾への株式購入資金の流入が韓国へのそれを上回り始めているため、台湾ドルには上昇圧力が掛かり易くなっている。しかしながら、台湾ドル高に対して通貨当局が強い警戒感を持っていること、米ドルの調整局面が比較的短期に終了すると見られること、等を背景に台湾ドルが大きく上昇することは想定しにくい。予想レンジは31,700~32,1000。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

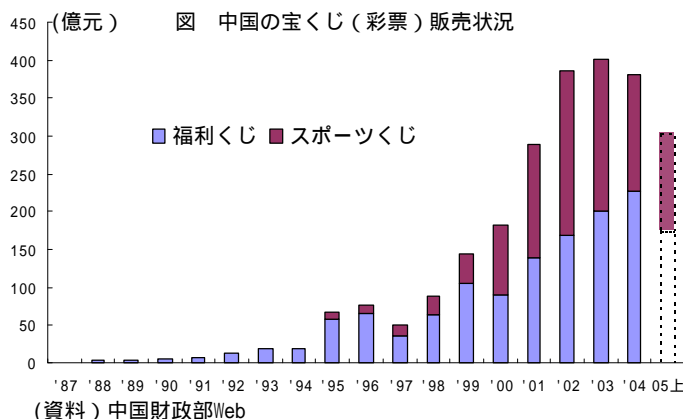
中国業務推進部コラム
「中国の宝くじ(彩票)について」

三井住友銀行 中国業務推進部
営業情報グループ

中国でも「宝くじ(彩票)」が人気ようだ。大金を当てた人のニュースや、抽選に不正があったのではとの疑惑が大きな騒ぎとなるなど、時折メディアを賑わしている。また中国の大きな書店のビジネス書コーナーに行くと、株式や不動産投資の指南書と同じ一角に、「宝くじ必勝法(?)」の本がたくさん並んでいる。開いてみると、ひたすらに数字が羅列してあり、どう使うのかは残念ながら不明だった。中国のビジネス書では、「手っ取り早く金持ちになる方法」の類が人気と聞いていたが、「こんなものまであるとは」と驚いたものだ。宝くじ分析予測ソフトウェアなども各種出ている。

中国では、社会福祉事業費の不足を補うため、国家民生部が87年から「福利くじ(福利彩票)」を販売している。現在、「双色球」(2桁の数字が記された赤青2色のボールで抽選するもの)、「3D」(3桁の数字を当てるもの)、各地で行われる「電腦くじ」、その場で当せんがわかる「即開くじ」等がある。加えて95年からはスポーツ振興(体育館建設等)費用に充てるため、国家体育総局が「スポーツくじ(体育彩票)」を発売している。「体育彩票」には「足彩(サッカーくじ)」「籠彩(バスケットボールくじ)」の他、3桁、5桁、7桁の数字を当てるものもある。このように品揃えが充実する中、90年代後半から、宝くじの販売額は急速に増えてきている(図)。04年はやや減ったが、今年は上半期だけで前年販売額の80%の304.5億元(約に達し好調のようだ)。

宝くじ売上収入の用途は、当せん金50%以上、公益使用35%以上、発行経費15%以下と決められており(ちなみに日本での実績は当せん金46%、公益使用36%、経費18%程度)04年では381億元の売上に対し、35%の133億元が公益使用に充てられた。社会保険基金の8%が、宝くじの公益金からなっており、既に中国の社会保障事業に無くてはならぬ存在となっている。納税への意識が良いとは言えない中国のこと、効率的に集められる財源としては宝くじという形が合っているのかもしれない。そういえば飲食店等の領収書(発票)も、スクラッチくじ付となってから発行を求める消費者が増え、税収の増加につながっているようだ。



中国ではギャンブル好きの人も多い中で、競馬等の公認ギャンブルも無く、気軽に楽しめる(1枚2元から)宝くじに人気が集まるのも当然である。中国のくじ売り上げのGDP対比は0.28%(04年)と、米国(0.43%)イタリア(0.84%)等と比べ小さく、まだ成長の余地は大きい、との分析もあり、株式市場が低迷し、今後不動産市場も減速に向かうと、ますます宝くじでも買うしかない、ということになるかもしれない。

尚、宝くじの当せん金の上限は1枚あたり上限500万元に抑えられているが、それでも中国では一生遊んで暮らせる金額である(ただし日本と異なり20%の税金がかかる)。当たっても配偶者や家族には秘密にしておく、という人もおり(公になると遠い親戚までたかってくるのかもしれない)。高額な当せん金は様々な怪事件も生み出している模様だ。宝くじにあたった人の体験談を公開する等で、当局が宝くじブームを演出している面もあると思われるが、1枚2元の宝くじも買えない赤貧も多く存在する中で、過度な宝くじブームは社会の安定にマイナスになりはしないだろうか。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

中国関連主要日程(8月1日~9月15日)

1. 政治・経済・経済指標発表・歴史日程 等

8月1日(月)	建軍節(人民解放軍・軍事機関のみ半日休み)
8月10日(水)	工業品価格(7月)
8月11日(木)	消費価格(7月)
8月12日(金)	消費品市場(7月) 香港ディズニーランド開園
8月15日(月)	工業生産(7月)
8月16日(火)	固定資産投資(7月)
8月17日(水)	不動産開発景気指数(7月)
9月9日(金)	工業品価格(8月)
9月12日(月)	消費価格(8月)
9月13日(火)	消費品市場(8月)
9月14日(水)	工業生産(8月)
9月15日(木)	固定資産投資(8月)

2. 中国関連イベント(太字は幣行関連主催・共催・後援等イベント)

8月3日(水)	上海市産業投資説明会・懇親会(川崎市)
8月4日(木)-5(金)	中国ビジネスチャンスフェア2005(神戸)
8月29日(月)	江蘇省呉江市投資環境説明会・懇親会(東京)
	中国蘇州状況説明会・レセプション(名古屋)
8月31日(水)	中国蘇州状況説明会・レセプション(福岡)
9月2日(金)	SMBC 中国ビジネス倶楽部 中国ビジネス講演会(大阪)
9月5日(月)	SMBC 中国ビジネス倶楽部 中国ビジネス講演会(東京)
9月8日(木)-11(土)	第9回中国国際投資貿易商談会(アモイ)

(注1) 経済指標の発表予定日は目安であり前後する事があります。

(注2) 幣行主催・共催・後援等のイベントに関するお問い合わせは、

03-3282-8908 三井住友銀行 中国業務推進部 営業情報グループまでお願いします。

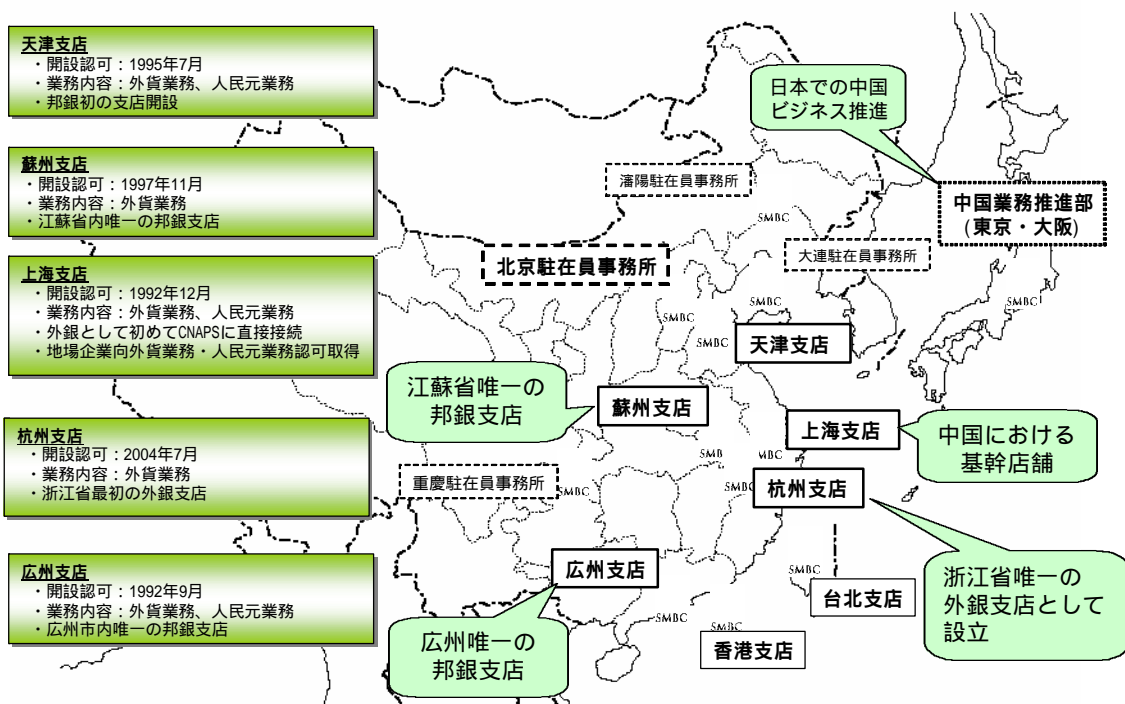
SMBC 中国ビジネス倶楽部の「中国ビジネス講演会」(会員限定、無料)につきましては、

SMBC コンサルティング(株) SMBC 中国ビジネス倶楽部事務局 03-5211-6383 までお願いします。

尚、9月の講演会のテーマは「中国における知財侵害・模造品被害の実態と対策」です。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

三井住友銀行の中国ビジネス支援体制



【中国業務推進部】

1. 中国進出のお手伝い
2. 各種情報のご提供
 - ・中国マクロ経済、投資環境情報
 - ・投資に関わる各種外為金融規制、税制等情報
 - ・各地経済開発区、保税區、工業団地の現地情報
3. 中国進出セミナーの開催、個別相談
4. 中国との貿易に関するご相談
5. 現地での金融サービスのご説明(現地での銀行口座開設、日本での資本金送金などのサポート)

【現地ネットワーク】

上海支店	: Shanghai Branch 所在地: 上海市浦東新区銀城東路101号 上海匯豐大廈30階 電話: 86-(21)-6841-5000 FAX: 86-(21)-6841-0144
天津支店	: Tianjin Branch 所在地: 天津市和平区南京路75号天津國際大廈1210室 電話: 86-(22)-2330-6677 FAX: 86-(22)-2319-2111
広州支店	: Guangzhou Branch 所在地: 広州市天河区北路233号 中信広場31樓 電話: 86-(20)-8752-0168 FAX: 86-(20)-8752-0672
蘇州支店	: Suzhou Branch 所在地: 蘇州市蘇州新区濱河路1156号 金獅大廈10階-D 電話: 86-(512)-6825-8205 FAX: 86-(512)-6825-6121
杭州支店	: Hangzhou Branch 所在地: 杭州市下城区慶春路118号 嘉徳広場23階 電話: 86-(571)-2889-1111 FAX: 86-(571)-2889-6699
香港支店	: Hong Kong Branch 所在地: 香港中環港景街1号國際金融中心一期8樓 電話: 852-(2206)-2000 FAX: 852-(2206)-2888
北京駐在員事務所	: Beijing Representative Office 所在地: 北京市朝陽区呼家樓京広中心2902号室 電話: 86-(10)-6597-3351 FAX: 86-(10)-6597-3002
大連駐在員事務所	: Dalian Representative Office 所在地: 大連市西崗区中山路147号 森茂大廈9階 電話: 86-(411)-370-7873 FAX: 86-(411)-370-7761
重慶駐在員事務所	: Chongqing Representative Office 所在地: 重慶市南坪北路15号 重慶揚子江假日飯店5階 電話: 86-(23)-6280-3394 FAX: 86-(23)-6280-3748
瀋陽駐在員事務所	: Shenyang Representative Office 所在地: 瀋陽市瀋河区北駅迎賓街32号凱萊大酒店608号室 電話: 86-(24)-2252-8310 FAX: 86-(24)-2252-8769

<お問合せは>

お取引法人営業部、

または中国業務推進部 (電話 03-3282-8908)

へお気軽にご相談ください。



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

SMBC中国ビジネス倶楽部 (CBC) ご加入のお勧め

CBCは三井住友銀行のグループ会社であるSMBCコンサルティング(株)が運営する会員事業です。中国事業に携わっておられるお客様にさまざまな情報・サービスをワンストップで提供し、3,661社(6月30日現在)に及ぶ会員の皆さまから高い評価を頂戴しております。未加入のお客様は是非加入をご検討賜りますようお願い申し上げます。

皆様の中国ビジネスを強力にサポートします。

(サービスメニューの一部)



**<使える！
情報提供サービス>**



**<ビジネスチャンスに直結する
数々のイベント活動>**

無料相談(サポートデスク)

- 専任の担当者が会員の皆様からの照会や質問に回答。
- 必要な情報の入手、検討中のビジネスモデルの可否等、ワンストップで情報提供や問題解決を行います。

中国ビジネス交流会

- CBC会員及びSMBCコンサルティング 経営懇話会特別会員を対象とした中国関連のビジネスマッチング。
- 2004年3月開催の第1回には約2千名が来場、570件のマッチングを実施。2005年3月に第2回開催。

中国ビジネスハンドブック

- 実務担当者向けに、利用価値/頻度の高い項目を中心に、基本テキストとして現在20テーマを提供。
- 随時追加/アップデート実施中

中国ビジネス研修会

- 中国ビジネス実務担当者向テーマ別セミナー。
- 2004年3月に初回を開催以来現在まで東西11回、延べ850名がご参加。

中国ビジネスネットプレス(原則毎週配信)

- 各種規制の変更等の情報をタイムリ-にご提供。
- 専門家による実務のポイントに関する情報を配信。

中国視察会

- 2003年11月実施分は約40名がご参加。
- 2005年1月実施、蘇州、杭州、上海の投資環境視察会には22名がご参加。

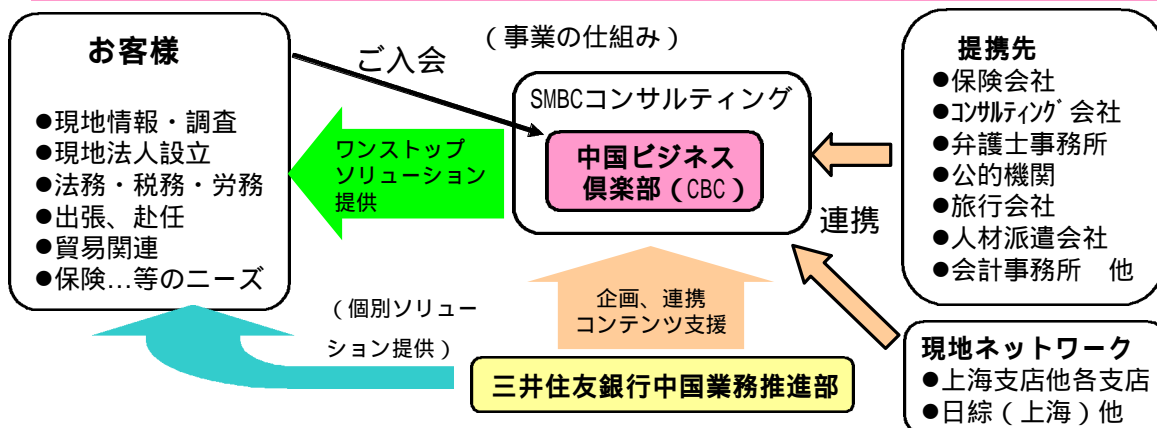
情報誌「中国ビジネスクラブ(月刊)」

- 読み易さに重点を置き、毎号現地取材を実施
- 中国ビジネスの最前線で活躍中の企業や人物の紹介を通して、中国ビジネス経営上のヒントとなる情報を提供。

中国ビジネス講演会

- 経営の参考となるテーマを中心に講演会を開催
- これまで採り上げたテーマは「卸・小売業の開放」「肌で感じた中国ビジネス」等

三井住友ファイナンシャルグループ及び提携先の中国関連情報をワンストップで提供します。



ご照会、資料のご請求: SMBCコンサルティング(株)会員事業部までお願い申し上げます。
電話: 03-5211-6383 (担当: 斉藤、佐藤、栢野(加ノ))

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供先が保証するものではありません。また掲載された内容は作成時点のものであり、変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用ください。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供先はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。