

CHINA BUSINESS MONTHLY

2024年10月号



本誌電子版

Contents

巻頭特集

【特集：シン・中国経済論 第3回】 世界最大の中間層がいる市場

P1

デフレ傾向下で内需不足ながらも市場に拡大余地

みずほ銀行 中国営業推進部 上席主任研究員 細川 美穂子

中国進出動向

日本企業の中国進出動向について

P6

2024年は1万3,034社が進出 2年前から約300社増加

帝国データバンク 情報統括部 飯島大介

中国産業政策

中国のスマート製造の発展現状と市場展望

P13

「中国製造から中国智造へ」の転換成果と課題を中心に

みずほ銀行 中国営業推進部 特別研究員 Ph.D. 邵 永裕

実務トピックス

中国現地法人における不正対応の考察

P22

中国現地法人の不正事例とその防止に向けた管理体制の構築

上海邁伊茲会計師事務所有限公司 日本デスク 室長(公認内部監査人)西尾卓哉

ご紹介特集

浙江省について

P31

浙江省駐日本(北東アジア)商務代表処

2024年10月

チャイナビジネスにおける直近の主要トピックス

- 赤文字：今月号で取り上げるトピックス
- 青文字：今後注目したいトピックス
- 紫文字：直近1か月で公表されたトピックス

	【政治・外交等】	【経済・金融】	【社会・その他】
キーワード	ウクライナ問題、米中関係、日中関係（対外経済環境） サステナ/SDGs（CO2ピークアウトとカーボンニュートラル等） サイバーセキュリティ法・データ安全法・個人情報保護法 マクロ経済 ・共同富裕 ・不動産問題 ・半導体 ・過剰生産 ・インバウンド ・新質生産力 ・人口・高齢化 ・医療・ヘルスケア ・一帯一路 ・三中全会		
	・RCEP/CPTPP ・人民元国際化 ・ODI・FDI ・エネルギー ・標準化推進 ・グリーン金融 ・データ越境移転 ・スマート製造 ・環境規制 ・文化産業 ・インバウンド/5G/ブロックチェーン/自動車(EV)/電池 ・改正会社法 ・人事労務 ・不正防止 ・事業再編		
※1 集団学習	・マルクス主義の中国化・時代化の新境界の開拓(第6回2023/6) ・軍事管理の強化(第7回2023/7) ・全面的で厳格な党内管理体系の健全化(第15回2024/6) ・現代の国境、海空域防衛力の整備の強化(第16回2024/7)	・新たな発展構造の構築(第2回2023/1) ・基礎研究の強化(第3回2023/2) ・WTO改革への積極的参加、高度な対外開放のコントロール能力の向上(第8回2023/9) ・新質生産力(新しい質の生産力)と高品質な発展の推進(第11回2024/1)	・教育強国建設の加速(第5回2023/5) ・中華民族共同体意識の強化(第9回2023/10) ・涉外法制度の構築の強化(第10回2023/11) ・新エネルギー技術とエネルギー安全(第12回2024/2) ・質の高い雇用の促進(第14回2024/5)
※2 パブコメ	監査法(9/13~10/12)	・金融安定法(草案)(6/28~7/27) ・企業登記管理実施弁法(草案)(7/26~8/25) ・マネーロンダリング防止法(修正案)(9/13~10/12)	・治安管理法(修正案)(6/28~7/27) ・インターネット身分認証公共サービス管理弁法(草案)(7/26~8/25) ・資源法(9/13~10/12)
主な公表済政策等	・反スパイ法(23/7/1施行) ・国家秘密保護法(2/27) ・國務院組織法(3/11) ・国家安全機関行政法執行手続規定(4/26公布、7/1施行) ・国家安全機関刑事事件処理手続規定(4/26公布、7/1施行) ・第20期三中中全会コミュニケ(7/18) ・改革の更なる全面深化と中国式現代化の推進に関する決定(7/21) ・国家秘密保護法実施条例(7/22公布、9/1施行)	・会社法(23/12/29公布、24/7/1施行) ・シルバー経済の推進と高齢者福祉の向上の意見(1/11) ・外資誘致・利用の強化に関する行動計画(3/19) ・公平競争審査条例(6/13公布、8/1施行) ・会社法登録資本登記管理制度的実施規定(7/1施行) ・瀋陽等6都市において関連行政法規と部門規定の調整実施への同意(7/11) ・大規模設備更新と商品財買換え・下取りの支持の強化に関する若干措置(7/24) ・サービス消費の高度化に向けた意見(8/3) ・サービス貿易のハイレベルな発展を推進する意見(9/2) ・24年版外商投資ネガティブリスト(9/8公布、11/1実施) ・医療分野の開放に関する試験的拡大の通知(9/8)	・生成AIサービス管理弁法(23/8/15施行) ・改正輸出禁止・輸出制限技術目録(23/12/21) ・食糧安全保障法(23/12/29公布、6/1施行) ・データの越境移転の規範と促進(3/22) ・データ越境移転安全評価申告ガイドライン(第二版)(3/22) ・個人情報越境移転標準契約届出ガイドライン(第二版)(3/22) ・國務院2024年立法計画(5/9) ・2024~2025省エネ低炭素化行動プラン(5/29) ・外国人の宿泊の利便化の若干措置(7/1) ・新型都市化戦略5年計画(7/31) ・法定定年年齢の段階的延長の決定(9/13)

※1 集団学習：対外公表されている中国共産党中央政治局による集団学習会の主なテーマを記載

※2 パブコメ：対外公表されている政府各部署から草案等に対する意見募集（パブリックコメント）の主なものを記載

【特集：シン・中国経済論 第3回】

世界最大の中間層がいる市場

デフレ傾向下で内需不足ながらも市場に拡大余地

みずほ銀行 中国営業推進部

上席主任研究員 細川 美穂子 : mihoko.hosokawa@mizuho-bk.co.jp

はじめに

コロナ後の反動増終了、不動産市場調整の長期化もあり、中国の消費需要は弱さが続く。とはいえ、世界最大の中間層を抱え、且つ格差がある故に「これから豊かになる階層」が多数派を占める市場でもある。

1. 規模的な存在感の高まりと、減速に伴う不況感の持続

(1) 世界最大の自動車市場で中間層も多い、無視できない市場

中国経済は名目 GDP 総額で見ると米国に次ぎ世界第二位の規模であるが、例えば自動車販売台数を見ると、09年に米国を抜き世界最大の自動車市場となり、23年の販売台数は3,009万台と初めて3,000万台を突破、15年連続で世界一の座を維持している(図表1)^{※1}。中国は人口で23年にインドに抜かれたものの、自動車販売台数はインドの6倍ある。これは両国の一人当たりGDP規模(中国1万2,600ドル、インド2,500ドル^{※2}。23年)の差を見れば相応の水準と言えよう。

図表1 国別新車登録・販売台数(2023年)

国名	台数(単位:台)	前年比	比率
1 中国	30,093,698	12.0%	32.5%
2 米国	16,009,268	12.5%	17.3%
3 インド	5,079,985	7.5%	5.5%
4 日本	4,779,086	13.8%	5.2%
5 ドイツ	3,204,298	8.1%	3.5%
ASEAN	3,266,588	-0.1%	3.5%
世界計	92,724,668	11.9%	100.0%

(注)中国の販売台数には、輸出向け販売台数(522万台)を含む。
(資料)国際自動車工業連合会(OICA)、JETRO

中国の中間層(中等収入群体)は4億人超で世界最大と言われる。筆者の調べたところ、「中国における中間層の統一的、公式定義はないものの、世界銀行の基準をあてはめると

※1 JETRO 24年7月31日「主要国の自動車生産・販売動向」

<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2024/01/b8108a3ebf32792b.html>

※2 外務省 インド共和国 (Republic of India) 基礎データ

<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/india/data.html>

年収 2.5～25 万元が中所得層」(国家統計局 18 年 1 月)、「世帯収入 10～50 万元で自動車、住宅を保有、余暇に旅行できる中間層は 17 年に 1.4 億世帯=4 億人余」(寧国家統計局長 19 年 1 月^{※3})との説明を国家統計局の関係者発言等から見つけることができる。世帯収入の範囲が 10 倍もあるのは、それだけ所得や物価水準に格差が存在することを意味する。2.5 万元(17 年時点)の収入しかなくても、物価の安い農村部に暮らし、農作物を自作したり家畜を飼ったりすることにより、現金収入が少なくとも中間層としての生活をする事ができている。

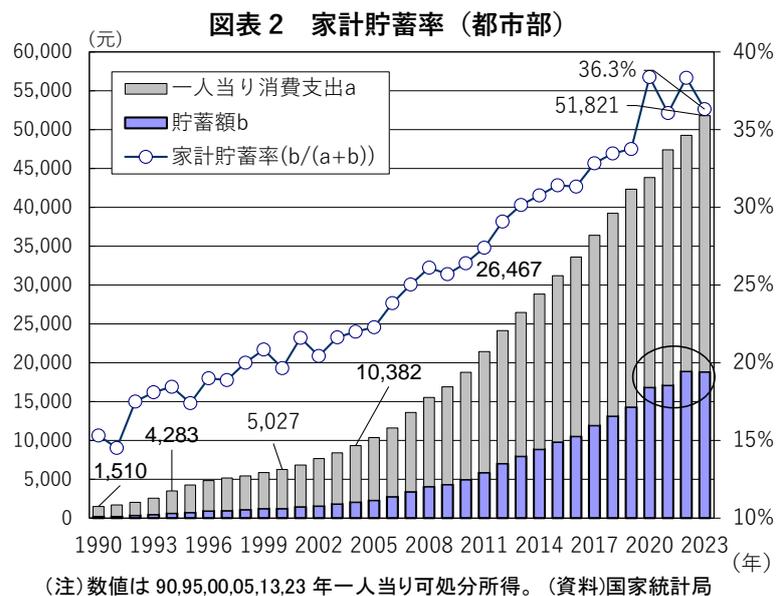
この「中間層 4 億人」は人口の 3 割弱を占める計算となるが、「35 年に 20 年比倍増」^{※4}を目指す政策の下、中間層の所得水準、人口ともに今後も拡大余地がある。

(2)減速しても所得は増加

この間、経済の高度成長期終焉に伴い、中国消費市場の勢いは鈍化してきた。そのきっかけには金融危機、米中摩擦、そしてコロナ渦といった要因があり、そのたびに消費不振のニュースが繰り返し伝えられるようになった。最近は、若者たちの間で古着など中古品が人気となる節約志向「消費降級(格下げ)」がある。実は、「消費降級」という言葉はすでに 18 年半ば時点で存在、当時は搾菜(ザーサイ)、二鍋頭(大衆向け白酒)、即席麺の売れ行き増が話題だった。また、デフレ

下の日本で稼いだサイゼリヤやニトリ、回転寿司店の快進撃なども注目されている。

実際、不動産市場調整、企業収益、雇用面からの消費市場に与える影響は大きく、これまでのように所得が絶えず拡大していく世界から、失業や賃下げを目の当たりにして将来が見通しにくくなり、人々の消費マインド悪化に繋がっている。



※3 人民網日本語版「中国の中所得者層は 4 億人以上、世界で最大規模に」
<http://j.people.com.cn/n3/2019/0123/c94476-9540730.html>

※4 20 年 10 月、五中全会において習近平総書記が「2035 年に経済総量 (GDP) 或いは一人当たり収入を倍増させることは完全に可能 (到 2035 年实现经济总量或人均收入翻一番, 是完全有可能的)」と説明。20 年比倍増=年平均+4.7%成長を意味する。新華社 20 年 11 月 3 日「关于《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》的说明」
http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2020-11/03/c_1126693341.htm

可処分所得と消費支出との差額で算出した貯蓄額は、統計公表以来、23年に初めて0.3%減と僅かながら減少に転じた（図表2）。ほぼ一貫して上昇傾向にあった家計貯蓄率（貯蓄額/可処分所得）は23年に36.3%であったが、コロナ期以降、20年の38.4%をピークに横ばい傾向にある。

とはいえ、この間中国人の所得は増加、一人当たりGDPはドル建てで十年前の約二倍に増えている。「海外旅行者数が年間に一億人を突破」したのは14年で、日用品から高級ブランド品まで何でも「爆買いする中国人」が話題となったのは15年の春節（旧正月）である。その後は中国国内製品の競争力向上（国貨・潮品、国潮ブーム）や、越境ECの発達もあり、いわゆる「爆買い」はやや下火となっていった。

「中国経済は減速、不況で消費不振」、との報道がなされている間に、実際には中国人の所得向上は続き、足元でこそ節約志向の高まりが散見されるものの、全体として中国消費市場の存在感が大きく損なわれる事態には至っていない。

2. 消費市場の注目点：今後の所得拡大が期待される農村消費は比較的好調

(1) 「これから豊かになる階層」が多数を占める市場

ここで、可処分所得や消費支出の統計をあらためて見ると、23年に所得5万元、支出3万元台（それぞれ約100万円、60万円）と、一年間に数万元という水準である。読者の周囲にいると思われる中国人の多くの消費行動から想像される所得水準とかけ離れている可能性がある。この背景には、拙稿連載第一回でも紹介した、所得格差の存在がある。

北京師範大学中国収入分配研究院が21年に公表したデータによれば、「9.64億人が月収2,000元（＝約42,000円）以下」である。（19年。図表3）。かつて李克強前総理が「中国の平均年収は3万元だが、月収1,000元の人でも6億人いる」と発言したことも話題になった^{※5}。

この表が示すように、中国の人口構成上、所得の低い階層が多数を占めることから、平均値で求められる統計データは低めに出してしまうことに注意が必要である。

図表3 一人当たり月収と人口分布（2019年）

（人口単位：万人）

月収（単位：元）	比率	人口	累計比率	累計人口
0	0.39%	546	0.39%	546
500	15.42%	21,589	15.81%	22,135
500-800	14.43%	20,203	30.24%	42,338
800-1,000	8.86%	12,404	39.10%	54,742
1,000-1,090	3.75%	5,250	42.85%	59,992
1,090-1,100	0.37%	518	43.22%	60,510
1,100-1,500	13.30%	18,621	56.52%	79,131
1,500-2,000	12.33%	17,263	68.85%	96,394
2,000-3,000	14.81%	20,735	83.66%	117,129
3,000-5,000	11.21%	15,695	94.87%	132,824
5,000-10,000	4.52%	6,328	99.39%	139,152
10,000-20,000	0.56%	784	99.95%	139,936
20,000+	0.05%	70	100.00%	140,005

（資料）北京師範大学中国収入分配研究院

※5 20年5月28日、全国人民代表大会（全人代）終了後記者会見における李克強前総理発言「我们人均年收入是3万元人民币，但是有6亿人每个月的收入也就1000元」。新華社20年5月28日
<http://www.xinhuanet.com/politics/2020lh/zb/gov/zljzh/wzsl.htm>

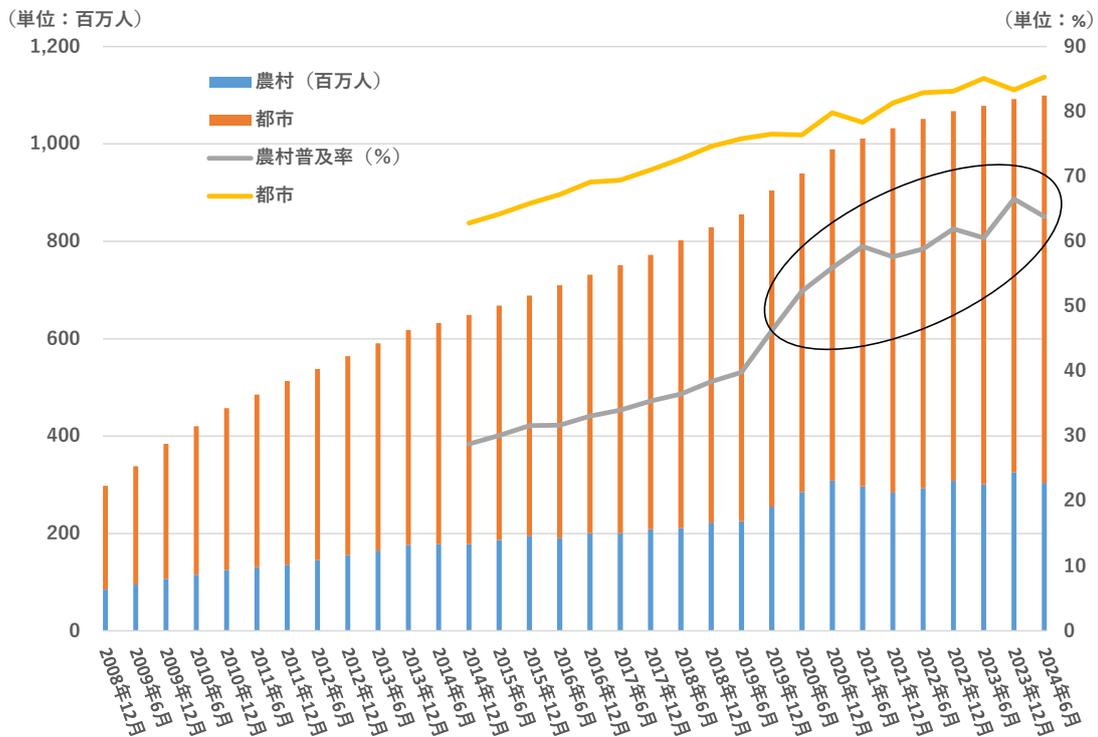
(2) 県域（県城）消費、下沈(かしん)市場

そして、これら低所得の階層は 20 年に「脱貧困を達成」した貧困対策^{※6} の成果や、前述の「35 年に 20 年比倍増」を目指す政策もあり、所得増の重点となっていること、また 20 年夏以来調整が続く不動産市場調整の直接の影響は受けにくい階層であることを強調したい。

これら階層の暮らす地域の中で、県域という区分がなされる地域がある。中国の県は市の下にある行政単位で、その中心都市を県城という。22 年 10 月に開かれた第 20 回党大会報告の中でも、「4. 地域の調和のとれた発展」の項目の中で、「県城を重要な受け皿とする都市化推進」として言及されている^{※7}。

所得の低い階層の暮らす社会は、「下沈(かしん)市場^{※8}」として注目され、コーヒーや

図表 4 インターネットユーザー数と普及率



(資料) 中国インターネット情報センター(CNNIC)、CEIC

※6 21 年 7 月 1 日、中国共産党建党 100 周年記念式典において、15 年時点で 5,500 万人いた「年」収 4,000 元以下の貧困層をゼロとする「脱貧困」達成を習近平総書記が宣言。人民日報 2021 年 7 月 1 日「在庆祝中国共产党成立 100 周年大会上的讲话」

http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2021-07/02/nw.D110000renmrb_20210702_1-02.htm

※7 人民日報 22 年 10 月 26 日 中国共産党第 20 次全国代表大会習近平報告「高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——习近平在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告（中国の特色ある社会主義の偉大な旗印を高く掲げ社会主義現代化国家を全面的に建設するために団結奮闘しよう）」(2022 年 10 月 16 日)

http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-10/26/nw.D110000renmrb_20221026_1-02.htm

原文：“推进以县城为重要载体的城镇化建设”

※8 下沈市場とは三級都市（地級市や県級市の市政府所在地）以下の地方都市・農村地域を指し、人口 9 億人以上。一級都市 = 北京・上海・広州・深圳。二級都市 = 一級都市以外の省都、直轄市。

茶飲料のチェーン店出店が増えるなどサービス消費が盛り上がっているが、この下沈市場の多くも県域或いは県域と呼ばれる地域と重なる。

この間、農村部でも道路網、ネット普及などのインフラ整備の奏功により（図表4）、輸送、交通、流通、販売・購入面での利便性が大きく高まり、消費拡大の助けとなっている。

(3) 消費の重点は物からコトへと変化

最後に、当局による消費市場特徴の分析と政策方針について確認しておく、14年12月の中央経済工作会议の時点で、「経済発展の新状態」を提起する中で、「追随型・集中型の消費段階が終了、個性化、多様化された消費が主流に」なっていると説明していた^{※9}。

また、23年12月の中央経済工作会议で定めた24年の経済政策方針9項目のうち「2. 内需拡大に注力」の中で「新型消費を育て強大にする」との項目において、今後の消費の重点分野として、デジタル・グリーン・健康消費、インテリジェント住居・家庭用品、文化娯楽観光、スポーツイベント、国産トレンド商品（国貨潮品）などの新たな消費成長点を挙げている^{※10}。

以上

Profile



みずほ銀行

中国営業推進部 席主任研究員 細川美穂子

1988年慶応義塾大学法学部卒、日本興業銀行（現みずほ銀行）入行、調査部にてアジア及び中国経済担当。02年みずほ総合研究所出向。05～08年北京支店、11年4月～23年1月まで上海駐在、瑞穂銀行（中国）有限公司中国アドバイザー一部 中国業務部主任研究員。同年1月より現職。これまで週刊エコノミスト、東亜 他多数メディアにて、現地発中国マクロ経済に関する記事を連載。

※9 中国政府網 14年12月11日「中央经济工作会议在北京举行 习近平 李克强作重要讲话（中央経済工作会议を北京で举行 習近平 李克強が重要講話）」

https://www.gov.cn/xinwen/2014-12/11/content_2789754.htm

※10 人民日報 23年12月13日「中央经济工作会议在北京举行（中央経済工作会议を北京で举行）」

http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2023-12/13/nw.D110000renmrb_20231213_1-01.htm

日本企業の中国進出動向について

2024 年は 1 万 3,034 社が進出 2 年前から約 300 社増加

株式会社帝国データバンク 情報統括部
飯島大介 : daisuke.iijima@mail.tdb.co.jp

はじめに

日本企業の中国進出が曲がり角を迎えている。中国政府の政策や中国経済への先行き懸念に加え、米中対立によるサプライチェーンへの影響といった観点から、拠点を中国に集中させることへのリスク＝「チャイナリスク」が顕在化し、投資意欲の低下が日本企業でも顕著となっている。

帝国データバンクでは、保有する企業概要データベース「COSMOS2」（2024 年 6 月時点、約 147 万社収録）及び信用調査報告書ファイル「CCR」（約 200 万社収録）、各社の公開情報などを基に、中華人民共和国（本文以下「中国」、香港・マカオの両特別行政区を除く）に対して現地法人や関係会社・関連会社の設立及び出資、駐在所・事務所の設置などを通じて進出する日本企業を独自に集計し、分析を行った。

1. 中国進出の日本企業数 推移

(1) 2024 年は 1 万 3,034 社が中国に進出 2022 年（2 年前）比では 328 社増加

中華人民共和国（以下「中国」、香港・マカオ両特別行政区を除く）に進出する日本企業は、2024 年 6 月時点で 1 万 3,034 社判明した。2015 年（1 万 3,256 社）以降の 10 年間で 222 社・1.7%の減少となったほか、過去の調査で進出社数が最多だった 2012 年（1 万 4,394 社）に比べると 1,360 社・9.4%少なく、対中進出意欲はピークアウトの傾向がみられる。

2010 年の調査開始以降で最少となった前回調査の 2022 年（1 万 2,706 社）と比較すると、新たに現地法人や工場拠点、駐在事務所などを開設した「新規参入」が 1571 社、拠点閉鎖など「撤退・所在不明」が 1,243 社判明し、2 年間で 328 社の純増となった。日本企業で対中投資マインドに悪化の兆しがみられるなか、コロナ禍で中国ビジネスの見直しが急速に進んだ 2020～22 年に比べると、総じて日本企業の進出数は微増で推移した。

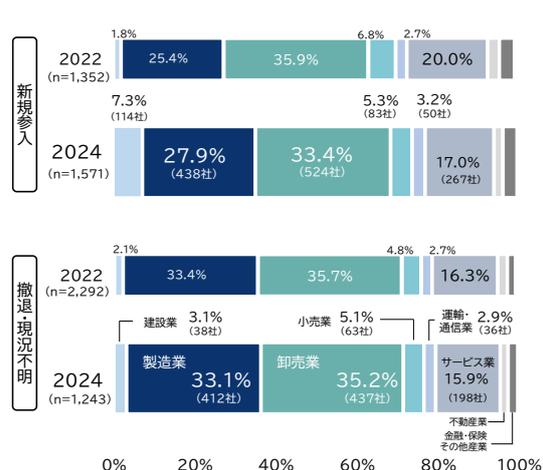
新規参入と撤退・現況不明の企業を業種別にみると、いずれも「製造業」「卸売業」の割合が高かった。2022 年に比べると、新規参入で「建設業」の割合が高まった。

図表 1 中国進出企業の推移



[注] 各調査年時点の数値。2024年は6月時点のデータを反映している

図表 2 業種別の新規参入・撤退・現況不明社数



(2) 水面下での中国事業の見直し、進出企業数の増減以上に「活発化」している可能性

中国は安価で豊富な労働力を有し、14 億人超の人口規模が生み出す世界最大級のマーケットでもあることから、日本企業でも現地生産・販売拠点を積極的に開設し、強固で複雑なサプライチェーンを日中間で構築してきた。しかし、近年はコロナ禍で中国当局によるロックダウン政策で長期の操業停止や物流・供給網の寸断などを余儀なくされたほか、円安の影響や中国国内の人件費上昇、環境規制の強化などで「輸出基地」としての魅力は低下してきている。また、「反スパイ法」の施行による現地従業員の安全確保に関する課題、米国による中国への規制強化なども背景に、外資企業が負う中国事業の「予見できないリスク」が近年急速に高まり、欧米企業などを中心に中国ビジネスを嫌気した「脱・中国」の動きが進んでいる。

日本企業でも、直近 2 年間で中国に進出する企業数には大きな変動がみられなかったものの、現地法人の統合・整理など、積極的な拡大から事業規模の維持・縮小へと事業戦略を転換させる動きや、ベトナムをはじめとする東南アジア諸国や日本国内に拠点を移設・分散させるサプライチェーン再編の動きも目立ち、企業における中国事業の重要度は低下の兆しをみせている。水面下での中国事業に対する意欲は、進出企業の増減数以上に減退しているとみられる。

2. 各省・各自治区・直轄市別の進出動向

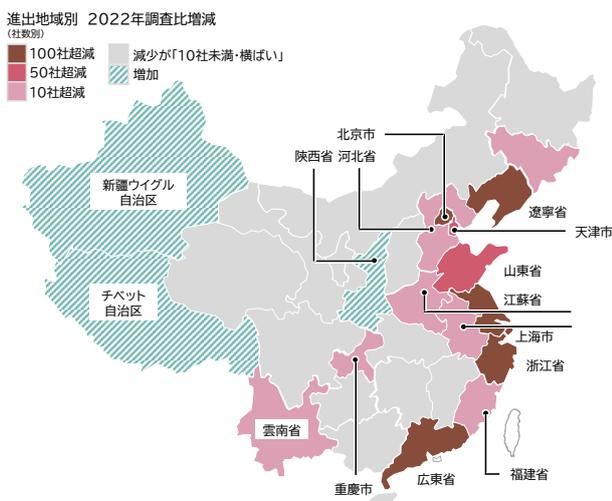
(1) 「上海市」が2年前から約1千社・1割超の大幅減

具体的な進出先では、「上海市」が中国全土で最多の 5,046 社だった。日本企業の工場や物流施設、中国事業の中核拠点といった進出が多かった一方で、ソフトウェア開発など IT 企業の進出も目立った。次いで多い「広東省」(1,648 社) は、広州市のほか深セン市、珠海市などへの進出が多くみられ、業種では製造業が中心だった。「江蘇省」(1,636 社) は、南京市のほか常州市、連雲港市などへの進出が目立ったが、24 年の進出社数では前回

調査の2022年時点・2位から、広東省に次ぐ3位と順位が入れ替わった。大連市や瀋陽市への進出が目立つ「遼寧省」(1,157社)を含めた上位4地域では1000社を超えており、進出企業は中国東部(華東地方)の沿岸部に集中する傾向がみられた。また、進出地域の調査を開始した2020年以降で初めて、中国全地域で日本企業の進出が判明した。

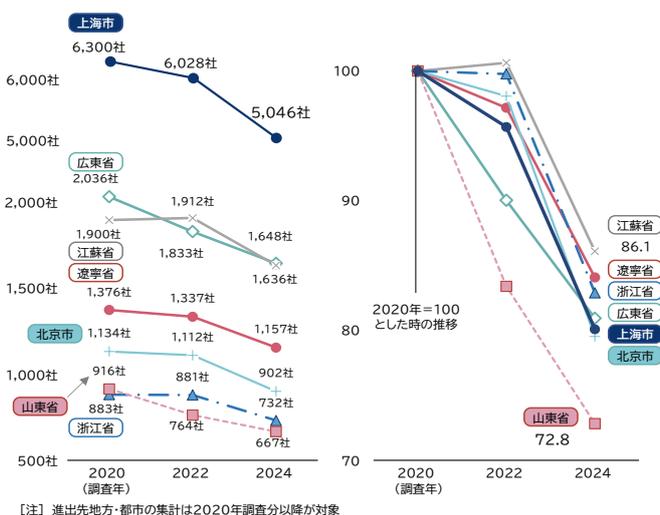
2022年から比較すると、減少した省・自治区・直轄市は26となり、減少した地域数は1.5倍に増加した。このうち、社数ベースでは「上海市」の減少幅が最も大きく、2022年の6,028社から5,046社と2年間で982社・16.3%減少し、2020年→22年の272社減を大幅に上回る減少となった。「江蘇省」は同276社、「北京市」は同210社それぞれ減少し、減少社数が100社を超えたのは6地域を数えた。特に、中国沿岸部の大都市で減少傾向が顕著だった。

図表3 各省・各自治区・直轄市別 2022年比増減



[注] 香港(Hong Kong)・澳門(Macau)の両特別行政区は集計対象外

図表4 進出社数上位の省・直轄市における推移



(2) 「陝西省」など内陸部では増加

一方、増加したのは「陝西省」(79社→80社)など3地域で、いずれも中国西部・西北部エリアだった。2022年調査から進出企業数が減少した地域でも、「内モンゴル自治区」(18社→17社、5.6%減)、「湖南省」(52社→43社、17.3%減)などでは減少幅が沿岸部に比べて小さく、内陸部への進出が日本企業にとって選択肢の一つとなっている可能性がある。

また、コロナ禍に突入した2020年調査からの比較では、特に「山東省」の減少幅が大きく、約3割の減少となった。最も減少幅が小さい「江蘇省」は、上海市など近隣都市からの拠点移転や集約化も背景に、13.9%の減少にとどまった。

(3) 「江蘇省」への進出企業、6割超が製造業

進出企業数が50社以上ある16の各省・各自治区・直轄市をみると、13地域で「製造業」が最も大きな割合を占めた。なかでも、江蘇省は製造業の占める割合が6割を超え、工場進出拠点として集中している。商社などを含む「卸売業」では、福建省と陝西省で割合が大きい。一方、首都・北京市では「サービス業」の占める割合が大きい。

図表5 各省・各自治区・直轄市別×進出企業の業種 分類

業種別	北京市	天津市	河北省	山西省	内モンゴル自治区	遼寧省	吉林省	黒龍江省	上海市	江蘇省	浙江省	安徽省	福建省	江西省	山東省	河南省
建設業	24	6	1	0	0	33	1	1	112	22	11	2	14	0	12	0
製造業	233	264	53	3	8	481	30	8	1,765	1,001	367	56	99	20	284	20
卸売業	205	132	24	3	6	323	25	8	1,687	400	227	26	105	13	251	7
小売業	44	8	0	0	0	30	0	1	182	17	24	0	11	2	6	0
運輸・通信業	40	26	2	0	1	25	2	0	223	33	15	0	9	0	32	0
サービス業	269	50	8	3	1	223	11	9	742	90	57	9	17	4	45	2
不動産業	20	6	1	0	0	9	2	0	91	15	8	0	1	0	12	1
金融・保険業	64	21	3	0	1	29	4	0	235	55	23	4	4	2	22	1
その他産業	3	1	0	0	0	4	0	0	9	3	0	0	1	0	3	0
進出企業計	902	514	92	9	17	1,157	75	27	5,046	1,636	732	97	261	41	667	31

業種別	湖北省	湖南省	広東省	広西壮族自治区	海南省	重慶市	四川省	貴州省	雲南省	チベット自治区	陝西省	甘粛省	青海省	寧夏回族自治区	新疆ウイグル自治区	進出企業合計
建設業	2	2	13	1	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	385
製造業	101	21	824	7	1	35	40	0	2	0	21	1	0	1	1	5,139
卸売業	42	8	550	4	7	20	20	4	14	0	24	0	2	5	2	4,218
小売業	7	1	46	0	0	1	7	0	1	0	1	0	0	0	0	449
運輸・通信業	4	0	46	0	0	2	2	0	0	0	6	0	0	0	0	384
サービス業	16	5	95	2	2	4	22	0	4	1	23	0	0	0	1	1,803
不動産業	1	5	18	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	209
金融・保険業	9	1	56	3	0	7	8	0	0	0	1	0	0	1	0	414
その他産業	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	0	0	0	1	33
進出企業計	182	43	1,648	17	11	69	102	4	26	1	80	1	2	7	5	13,034

[注] 中国に進出する企業のうち、具体的な進出先が判明した企業が対象。複数地域に進出する企業もあり、各省進出企業数の合計と「進出企業合計」は一致しない

(4) 中国の最低時給平均、10年前の1.5倍試算 80%上昇の地域も

中国の賃金水準をみると、2024年4月1日時点の最低時給は、10年前に比べて20~80%上昇した^{※1}。人口の集中する沿岸都市部のほか、内陸部で大幅な引き上げが目立っている。中国全土の平均値（中国平均）は、2024年に21元：約450円となり、10年前の約1.5倍

図表6 各省・各自治区・直轄市別の「最低時給」推移

		(単位:元)															
業種別		北京市	天津市	河北省	山西省	内モンゴル自治区	遼寧省	吉林省	黒龍江省	上海市	江蘇省	浙江省	安徽省	福建省	江西省	山東省	河南省
年別	2014年	16.9	16.8	15.0	16.0	12.2	13.0	11.5	11.0	17.0	14.5	13.5	13.0	14.0	13.9	15.0	13.5
	2020年	24.0	20.8	19.0	18.5	18.6	18.3	17.0	16.0	22.0	18.5	18.4	18.0	18.5	16.8	19.1	19.0
	2022年	25.3	22.6	19.0	19.8	20.8	19.2	19.0	18.0	23.0	22.0	22.0	20.0	21.0	18.5	21.0	19.6
	2024年	26.4	24.4	22.0	21.3	20.8	19.2	19.0	18.0	24.0	24.0	24.0	21.0	21.0	20.0	22.0	20.6
増加幅	10年前比	156.2%	145.2%	146.7%	133.1%	170.5%	147.7%	165.2%	163.6%	141.2%	165.5%	177.8%	161.5%	150.0%	143.9%	146.7%	152.6%
	2年前比	104.3%	108.0%	115.8%	107.6%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	104.3%	109.1%	109.1%	105.0%	100.0%	108.1%	104.8%	105.1%
		(単位:元)															
業種別		湖北省	湖南省	広東省	広西壮族自治区	海南省	重慶市	四川省	貴州省	雲南省	チベット自治区	陝西省	甘粛省	青海省	寧夏回族自治区	新疆ウイグル自治区	中国全土平均
年別	2014年	14.0	12.5	15.0	10.5	9.9	12.5	14.6	13.0	12.0	11.0	12.8	12.7	12.9	12.5	15.2	13.5
	2020年	18.0	17.0	20.3	17.5	15.3	18.3	18.7	18.6	15.0	16.0	18.0	17.0	15.2	15.5	18.2	18.1
	2022年	19.5	19.0	22.2	17.5	16.3	21.0	22.0	18.6	15.0	18.0	19.0	19.0	15.2	18.0	19.0	19.7
	2024年	22.0	19.0	22.2	20.1	17.9	21.0	22.0	19.6	19.0	20.0	21.0	21.0	18.0	20.0	19.0	21.0
増加幅	10年前比	157.1%	152.0%	148.0%	191.4%	180.8%	168.0%	150.7%	150.8%	158.3%	181.8%	164.1%	165.4%	139.5%	160.0%	125.0%	155.4%
	2年前比	112.8%	100.0%	100.0%	114.9%	109.8%	100.0%	100.0%	105.4%	126.7%	111.1%	110.5%	110.5%	118.4%	111.1%	100.0%	106.5%

[出典] 「全国各省、自治区、直轄市最低賃金標準情況」(中華人民共和國人力資源社會保障部)

[注] 最低賃金は、各省・自治区・直轄市内のうち最も高い基準(第1ランク)。2022年~24年は各4月1日時点。「中国全土平均」は帝国データバンクの推計。

※1 「全国各省、自治区、直轄市最低賃金標準情況」(中華人民共和國人力資源社會保障部)の資料を基に帝国データバンク作成。最低賃金は、各省・自治区・直轄市のうち最も高い基準(第1ランク)を採用した。

の水準となった。日本の最低時給（全国平均：1,004 円、2023 年度）に比べると低い水準にあるものの、10 年前からの上昇率（2014 年度、日本：780 円）では中国の方が大きい。

3. 業種別の動向

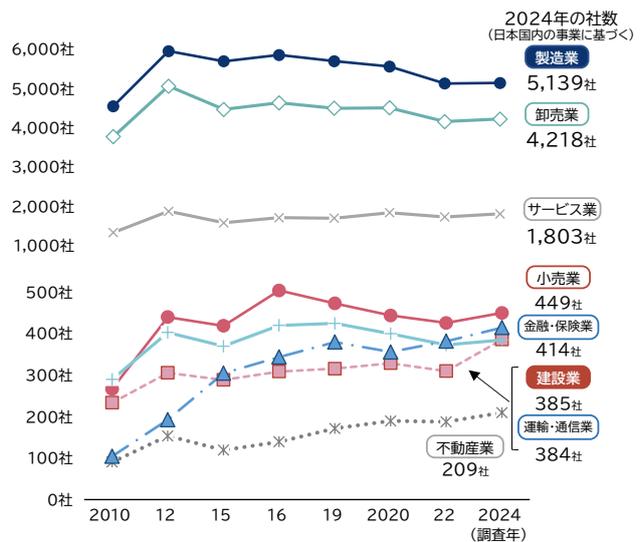
(1) 「製造業」5,139 社で最多、自動車などの機械器具製造関連が目立つ

業種別（日本国内の事業内容に基づく）でみると、最も多いのは「製造業」の 5,139 社で、全体の約 4 割を占めた。自動車や電化製品など機械器具製造関連が多く、金型製造や各種工作機械、半導体製造装置製造といった業種が特に多かった。

次いで多い「卸売業」は 4,218 社・32.4% を占め、製造・卸売の 2 業種で全体の 7 割超を占めた。「卸売業」では、工業用の電気機械器具卸売といった業種で多いほか、婦人服・子供服などのアパレル卸、食品卸などが多かった。

「サービス業」（1,803 社）は、受託開発ソフトウェアが最も多く、ゲーム開発などパッケージソフトウェアを含めた IT 産業がサービス業全体の約 3 割・500 社超を占める。遼寧省をはじめとする地域で、日本向けにシステム開発などのアウトソーシングサービスを展開する現地法人の設立などが多いほか、中国のインターネット利用者をターゲットとしたネット通販サービスや、婚礼業、警備サービスなど B to C 業態の中国ビジネス参入が多いことも、各種サービス業が増加する要因となった。

図表 7 業種別の推移



[注] 各調査年時点の数値。2024年は6月時点のデータを反映している

(2) 全 8 業種で増加、不動産開発を背景に「建設業」の増加が目立つ

前回調査（2022 年）との比較では、8 業種すべてで進出企業数が増加した。なかでも、「サービス業」は社数ベースで 81 社増と最も多く、IT 産業の進出が目立った。「建設業」が 76 社増で続いた。進出社数で全 8 業種中 2 番目に多い卸売業（64 社増）を上回る増加となったほか、2010 年以降で最多となった。ゼネコンなどの総合工事業や設備工事業などの増加が目立ち、2023 年にかけて活発化した、中国国内のインフラ開発などが相次いだことも、日本の建設業が中国への進出を決めた要因とみられる。

「金融・保険業」（33 社増）は、2022 年調査時点から引き続き増加し、建設業と同様、2010 年以降で最多となった。大手都市銀行や証券会社のほか、中国・アジア地域の統括機能を有する拠点として進出した事業持ち株会社が多くみられた。

図表 8 前回調査（2年前）から「増加」「減少」した業種

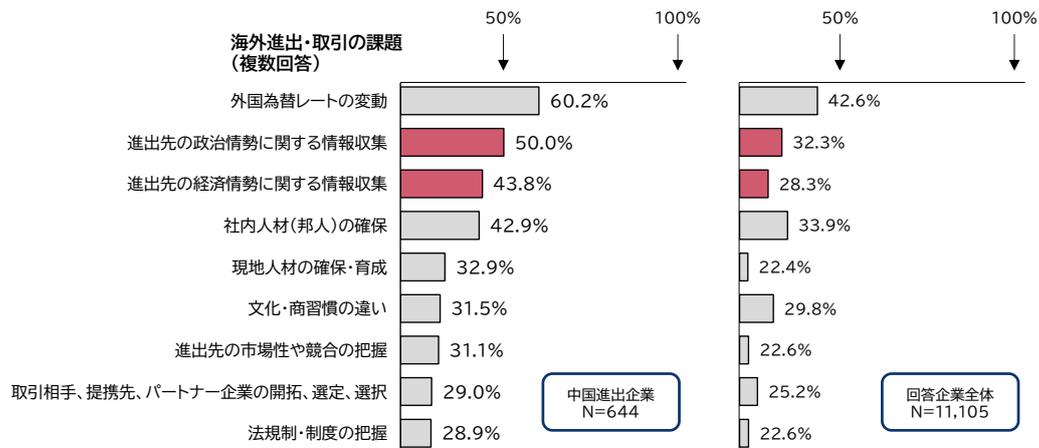
前回調査から「増加」		2024年		2022年		前回調査から「減少」		2024年		2022年	
業種分類	社数	22年比	社数	業種分類	社数	22年比	社数	業種分類	社数	22年比	社数
1 機械器具卸売業	1,209	+53	1,156	1 繊維・衣服・繊維製品卸売業	757	△32	789	2 その他の製造業	703	△19	722
2 その他の卸売業	1,328	+36	1,292	3 化学工業、石油製品・石炭製品製造業	398	△13	411	4 各種商品卸売業	194	△10	204
3 総合工事業	113	+35	78	5 飲食料品卸売業	341	△6	347	5 広告・調査・情報サービス業	1,057	+33	1,024
4 専門サービス業	406	+35	371	6 繊維工業、繊維製品製造業	310	△5	315	5 金融・保険業	414	+33	381
5 広告・調査・情報サービス業	1,057	+33	1,024	6 皮革・同製品・毛皮製造業	26	△5	31	7 設備工事業	168	+31	137
5 金融・保険業	414	+33	381	6 飲食店	79	△5	84	8 不動産業	209	+22	187
7 設備工事業	168	+31	137	9 ゴム製品製造業	115	△4	119	9 一般機械器具製造業	1,162	+19	1,143
8 不動産業	209	+22	187	9 農業・林業・漁業	17	△4	21	10 電気機械器具製造業	731	+18	713
9 一般機械器具製造業	1,162	+19	1,143								
10 電気機械器具製造業	731	+18	713								

4. 今後の見通し中国事業の統合・整理、生産拠点を加速

(1) 進出企業で「中国の政治・経済情勢」への関心が高まっている

欧米諸国を中心に中国とのデリスキング戦略への方針転換が鮮明となるなか、中国に進出する日本企業では中国ビジネスに対する警戒感が広がっている。帝国データバンクが2023年に実施した調査では、「海外進出や取引に対する課題」に対し、中国に進出する日本企業で回答のあった約600社のうち半数が「進出先の政治・経済情勢に関する情報収集」を挙げた^{※2}。人材の確保や、言語などカルチャー面の課題が上位だった回答全体と比べると、中国進出企業では政治的・経済的なカントリーリスクの高まりに対する不安が高まっている様子もみられた。中国の人件費増によるコスト面での優位性低下に加え、反スパイ

図表 9 中国進出企業における「取引の課題」



【出典】「海外進出・取引に関する企業の意識調査(2023年)」(株式会社帝国データバンク、2023年7月28日)
 【注】中国進出企業は2024年6月時点(今回調査)に基づく

※2 「海外進出・取引に関する企業の意識調査(2023年)」(株式会社帝国データバンク、2023年7月28日)

法の改正、不動産市況の悪化や経済成長の鈍化、米中対立による経済安保上の問題など複数の「チャイナリスク」が、日本企業の経営課題として漫然と漂っており、拠点閉鎖などで中国ビジネスの相対的な「魅力度低下」が表面化しつつある。

(2)中国事業の統合・整理、生産拠点で加速予想 販売・サービス拠点は増加する見通し

足元では、生産拠点を中心に再編や統合、売却を行い、日本国内へ回帰するケースや、ベトナムやカンボジアなど東南アジアへ経営資源を移転・集中させる動きもある。中国市場を「輸出基地」として捉え、進出を続けてきた製造業などでは、長期的に企業数の減少傾向が続く可能性がある。一方、少子高齢化が進む中国に対し介護サービス産業の輸出や、人気の高まる日本食レストランの出店など、中国国内の新たなビジネスチャンスに焦点を当てた進出事例もあり、小売業やサービス業など B to C 産業では進出企業数が増加傾向で推移するとみられる。

以上

Profile

株式会社帝国データバンク

株式会社帝国データバンクは、1900年に創業、全国に83の事業所を持つ民間信用調査のリーディングカンパニーです。自らの目と耳で確かめる「現地現認」を企業理念に、1,700人体制で1日およそ3,000社におよぶ調査活動や情報収集を行っています。また、国内最高水準の質・量を誇る膨大な企業データと調査力を基に、販路開拓や顧客管理、市場調査、営業研修などのサポート、マーケティングオートメーションといった経営支援も行っています。



飯島 大介

株式会社帝国データバンク 情報統括部

立教大学文学部卒業、2015年帝国データバンク入社。本社産業調査部、データソリューション企画部を経て、2021年10月より現職。企業倒産の定量調査に従事したのち、各種産業のマクロデータ分析を基にした調査レポートを執筆している。専門分野は物価動向や企業の海外進出動向、サプライチェーン（供給網）、コンテンツ産業など。代表的な分析レポートは『『食品主要195社』価格改定動向調査』『日本企業の『中国進出』動向』『『アニメ産業市場』動向調査』などがある。

中国のスマート製造の発展現状と市場展望

～「中国製造から中国智造へ」の転換成果と課題を中心に～

みずほ銀行 中国営業推進部

特別研究員 邵 永裕 Ph. D.: yongyu.a.shao@mizuho-bk.co.jp

1. はじめに

中国では、2011年にドイツ発祥の「インダストリー4.0」（「第4次産業革命」ともいう）にちなんで自国産業の高度化・スマート化を目指す産業発展戦略が制定された。2015年5月に国務院の通達として「中国製造2025」が公布された。また、同戦略を実施するための詳細なロードマップをはじめ、様々な関連政策を今日までに策定実施されてきた。その中心となるものは、工業インターネットやスマート製造に関連するもので、2015～2025年にまたがる2回分の5か年計画の制定に加え地方版も含め数多く策定されてきた。図表1にはその最も重要なものを取り

まとめている。「デジタル化・グリーン化の協同発展実施指南」という最新の関連施策は、今年8月に公布されたもので（図表1のNo.20）、製造業及び社会全体のDX・GXの融合発展を目指す主旨で、世界的な時流にも沿っている。

「中国製造2025」が米中貿易摩擦の遠因または火種にもなったといわれているが、中国政府は近年これを公式に触れることを避けつつも、国の政策方針として取り下げたことはなく、2045年までの長期的な戦略として地道に実施されていると受け止められている。

図表2で見ると通り、掲げられている2025年までの数値目標はま

図表1 中国のスマート製造の発展促進に関する政策展開

No.	時間	機関名称など	政策の名称と主旨
1	2015年5月	国務院	「中国製造2025」公布、製造業のスマート化加速を提起。
2	2016年4月	発改委	「ロボット産業発展計画(2016～2020)」を公布、ロボット産業の5か年計画の推進事業を明記。
3	2016年8月	工信部、発改委、科技部、財政部	「スマート製造工程実施指南(2016～2020年)」公布、「中国製造2025」を実施するための詳細な工程指針を国家の新規5か年計画期に明記し、大いに国際協力の推進も表明。
4	2016年9月	工信部など	「スマートハードウェア産業革新発展特別行動(2016～2018)」公布、スマート製造のハイエンド設備の開発強化を指示。
5	2016年9月	工信部	「スマート製造発展計画(2016～2020)」公布、スマート製造関連の第13次5か年計画期期の推進事業を指示。
6	2017年3月	工信部	「クラウドコンピューティング発展3年行動計画」公布、クラウド産業の特別行動計画を実施。
7	2017年6月	発改委	「ビッグデータ発展計画(2016～2020)」公布、ビッグデータの5か年計画の推進事業を明記。
8	2017年7月	党中央、国務院	「次世代人工知能発展計画」公布、人工知能産業の発展促進を明記。
9	2017年11月	国務院	「インターネット先進製造業」の深化による工業インターネットの発展に関する指導意見公布、工業インターネットの推進を明記。
10	2018年10月	工信部など	「工業インターネット発展行動計画(2018～2020)」公布、工業インターネットの発展加速を指示。
11	2019年2月	工信部、国家能源局など	「グリーンデータセンター建設強化に関する指導意見」公布、新インフラ建設の主要事業としてビッグデータの基盤整備加速を明記。
12	2020年8月	工信部、発改委、国家標準委など	「国家新世代人工知能標準体系建設指南」公布、人工知能に関する最新の標準システム整備を明記。
13	2020年3月	工信部	「5G発展加速の推進に関する通知」公布、5Gインフラ整備と応用推進の加速を指示。
14	2021年1月	工信部	「工業インターネット革新発展行動計画(2021～2023年)」公布、工業インターネットの整備加速とイノベーションを喚起。
15	2021年12月	工信部、発改委など多	「十四五」スマート製造発展計画(2021～2025)」公布、第14次5か年計画期の推進事業を指示。
16	2022年4月	工信部	「工業インターネット特別ワーキンググループ2022作業計画」公布、5Gの導入とIoTプラットフォームの増設などに関する80以上の事業推進を指示。
17	2022年11月	工信部など	「仮想現実と業界応用融合発展行動計画(2022～2026年)」公布、メタバースの産業部門への応用拡大を指示。
18	2023年1月	工信部、財政部など多	「ロボット」応用行動実施案公布、ロボットの各分野への応用拡大を指示。
19	2023年3月	全人代	政府組織の改革で「国家データ局」の新設決定、デジタル・チャイナの推進加速を重視。
20	2024年8月	国務院	「デジタル化・グリーン化の協同発展実施指南」公布、DXとGXの共同発展に関する方針を明確にし、応用事例を多数提示。

資料) 中国政府WEBサイト及び各種報道より作成。注) 本表は主要な関連政策をピックアップしており、すべてを含むものではない。

さにイノベーションによる工業製品の品質向上と製造業のデジタル化・グリーン化であり、世界の発展をリードしているものとも言える。また10年未満の間に、幾多の課題を抱えながらも、一定の成果を上げている。特に、政策の中心ともいえるスマート製造においてはかなり前進し、「中国製造から中国智造への転換」において、確かな一歩を踏み出したと思われる。

本稿は「中国製造2025」戦略提起後の政策展開を留意しつつ、工業インターネットのシステム整備によるスマート製造の発展動向を中心に上げ、その発展成果の一つであるスマート工場を重点的に考察し、今後の潜在性と課題を紹介する。

図表2 製造業2020年・2025年における発展計画指標

区分	指標	2013年	2015年	2020年	2025年
イノベーション能力	規模以上製造業企業の売上高に占めるR&D投資比率	0.88	0.95	1.26	1.68
	規模以上製造業企業の1億元売上高の発明特許取得件数 ¹ (件)	0.36	0.44	0.7	1.1
品質と効果	製造業品質競争力指数 ²	83.1	83.5	84.5	85.5
	製造業付加価値増加率	-	-	2015年より2ポイントアップ	2015年より4ポイントアップ
	製造業全体労働生産性(TFP)増加率(%)	-	-	7.5前後 ("13-5"期の年平均増加率)	6.5前後 ("14-5"期の年平均増加率)
工業化・情報化の融合水準	ブロードバンド普及率 ³ (%)	37	50	70	82
	デジタル化のR&D、設計工具(CAD/CAM)普及率 ⁴ (%)	52	58	72	84
	主要工程のNC導入比率 ⁵ (%)	27	33	50	64
グリーン発展	規模以上工業企業の工業付加価値エネルギー消費量の削減幅	-	-	2015年より18%削減	2015年より34%削減
	単位当りの工業付加価値二酸化炭素排出量の削減幅	-	-	2015年より22%削減	2015年より40%削減
	単位当りの工業付加価値水使用量削減幅	-	-	2015年より23%削減	2015年より41%削減
	工業固形廃棄物の総合利用率(%)	62	65	73	79

資料) 国务院WEBサイト公表「中国製造2025」より作成。注) 1は規模以上製造業企業の売上高1億元当たりの発明特許取得件数。2の製造業品質競争力指数は中国製造業の品質総合水準を反映する経済的技術的指標であり、品質レベルと発展能力に関する12項目の指標によって算出される。3のブロードバンド普及率は固定式ブロードバンドの世帯普及率で代用する。4のCAD/CAMの普及率は規模以上企業(3万社サンプル企業、以下も同様)を対象とする。5は主要工程のNC化比率は規模以上企業の主要工程のNC化比率の平均値を指す。

2. 工業インターネット戦略の実施によるスマート製造インフラの整備動向

スマート製造を発展させるために、中国政府はかなり早い時点(2016年8月)から「スマート製造工程実施指南(2016~2020年)」という政策文書(図表1のNo.3)を公布した。この中で、「中国製造2025」を実施するための詳細な工程指針を第13次5か年計画期に明示し、国際協力を推進することを強く表明した。

同年9月には「スマートハードウェア産業革新発展特別行動(2016~2018)」(図表1のNo.4)というスペシャルアクションプランを公布した。これと共に「スマート製造発展計画(2016~2020)」(図表1のNo.5)も公布した。前者はスマート製造のハイエンド設備の開発強化を要請し、後者はスマート製造関連の第13次5

図表3 「第14次5か年計画」スマート発展計画の主旨概要

【2025年までの発展目標】
<p>◆【転換とアップグレードの成果は顕著であること】一定規模以上の製造業の企業の70%は基本的にデジタル化とネットワーク化を実現し、業界の発展を牽引する500以上のスマート製造パイロット工場を建設する。製造業の企業の生産効率、製品良品率、エネルギー資源の利用率等を顕著に向上させ、スマート製造能力の成熟度レベルを明らかに高める。</p> <p>◆【供給能力を明らかに増強すること】スマート製造の設備と産業用アプリケーションの技術レベルと市場競争力を顕著に向上させ、市場満足度はそれぞれ70%、50%を超える。専門レベルが高く、サービス能力が高いスマート製造システムのソリューションプロバイダを150社以上育成する。</p> <p>◆【基礎的支援をさらに固めること】スマート製造のイノベーションキャリアと公共サービスプラットフォームを建設する。スマート製造の発展に適した標準体系とネットワークインフラを構築し、200以上の国家、業界標準の制定と改定を完了させ、業界と地域に影響力がある工業インターネットプラットフォームを120以上構築する。</p>
【主要な取り組み事業】
<p>1. システムイノベーションを加速し、新しい動的エネルギーを強化、融合、発展させる⇒◆鍵となり中核となる技術的テーマを強化する。◆システム集合の技術開発を加速させる。◆新しいイノベーションネットワークの建設を推進する。</p> <p>2. 応用を深化、普及させ、転換とアップグレードの新たな方法を開拓する⇒◆スマート製造のパイロット工場を建設する。◆中小企業のデジタル化への転換を推進する。◆スマート製造の業界応用を開拓する。◆地域のスマート製造の発展を促進する。</p> <p>3. 自主供給を強化し、産業体系の新たな優位性を発展させる⇒◆スマート製造設備を大いに発展させる。◆工業用ソフトウェアの研究開発に焦点を当てる。◆システムソリューションを着実に作り上げる。</p> <p>4. 基礎的支援を固め、スマート製造の新たな保障を構築する⇒◆標準化作業を深く推進する。情報インフラを整える。安全保障を強化する。人材育成を強化する。</p>
【達成のための保障措置】
<p>1. 統一と協力の強化⇒部門の協力を強化し、スマート製造工程を統一して実施し、技術的課題、装置のイノベーション、模範の応用、標準化、人材育成等を深く展開する。中央と地方の協力を強化し、地方が政策や法律、法規を公布し、各種社会リソースの集結をリードし、任務遂行のシステム形成を推奨する。</p> <p>2. 財政と金融の支援の強化⇒国家重大科技プロジェクト、国家重点研究開発計画等のスマート製造分野に対する支援を強化する。重大な設備と研究開発費用の追加控除等の支援策を実行する。国家の関連産業基金、社会資本がスマート製造に対する投資力拡大することを推奨する。</p> <p>3. 公共サービス能力の向上⇒業界組織、地方政府、産業園区、大学、研究所、トップ企業等がスマート製造の公共サービスプラットフォームを建設し、標準試験検証プラットフォームを支持し、従来のサービス機関が検査測定、相談と診断、計量と測定、安全評価、トレーニングと普及等のサービス能力を向上させることを推奨する。</p> <p>4. 開かれた連携の強化⇒関連国、地域、国際組織との交流を強化し、スマート製造技術、標準、人材等の提携を展開する。国際企業、海外の研究機関等が、スマート製造研究開発センター、模範工場、訓練センター等を中国に建設することを推奨する。</p>

資料) 中国政府WEBサイト公表(2021.12)「“十四五”智能製造発展計画(2021~2025)」より抜粋作成

か年計画期の推進事業を指示した。なお、スマート製造に関する5か年計画は2021年12月に「十四五」スマート製造発展計画（2021～2025）」という表記で公布され、第14次5か年計画期の発展目標と推進事業が明記された。図表3ではこの第14次5か年計画期のスマート製造の発展計画をまとめている。これにより、第13次5か年計画実施後の発展状況がある程度分かり、2025年までの第14次5か年計画の到達目標と主要実施事業も読み取れる。

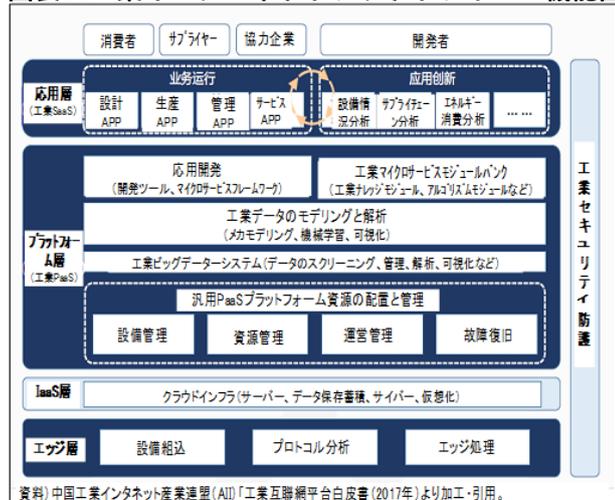
またスマート製造の発展政策について特に最初から重要視されてきたのが工業インターネット^{※1}の発展推進である。工業インターネットの建設推進に関する政策文書が多数挙げられるが、図表1では主にNo.9とNo.14およびNo.16の3つをピックアップした。これらはどれも中国の工業インターネットの発展に関する重要な政策文書となっている。

特に2022年4月に出された「工業インターネット特別ワーキンググループ2022作業計画」では5Gの導入とIoTプラットフォームの増設などに関して80以上の事業推進を指示し、多数の政府部門の業務に対する指示も明記されている。

図表4は2017年11月に明示された「中国の工業インターネットプラットフォーム機能図」を示している。中国では早い時期から工業インターネット産業連盟を結成し、事業白書や調査報告書などの形で工業インターネットの発展推進をリードしてきた。今や中国の工業インターネットは、すでに戦略的新興産業の重要分野として成長・拡大しており、コア産業と浸透産業という二本柱に分かれている（図表5）。

なお、図表6のように、中国の工業インターネットは産業化されたことで戦略的新興産業としてのエコシステムも形成されている。工業インターネットの中核産業はネットワーク、識別、プラットフォーム、データセキュリティ、工業制御・機器、システム統合の7つの主要部分で構成され、この7つの分野に多数の企業が参入しており、中国の工業インターネット産業を支えている。

図表4 工業インターネットプラットフォーム機能図

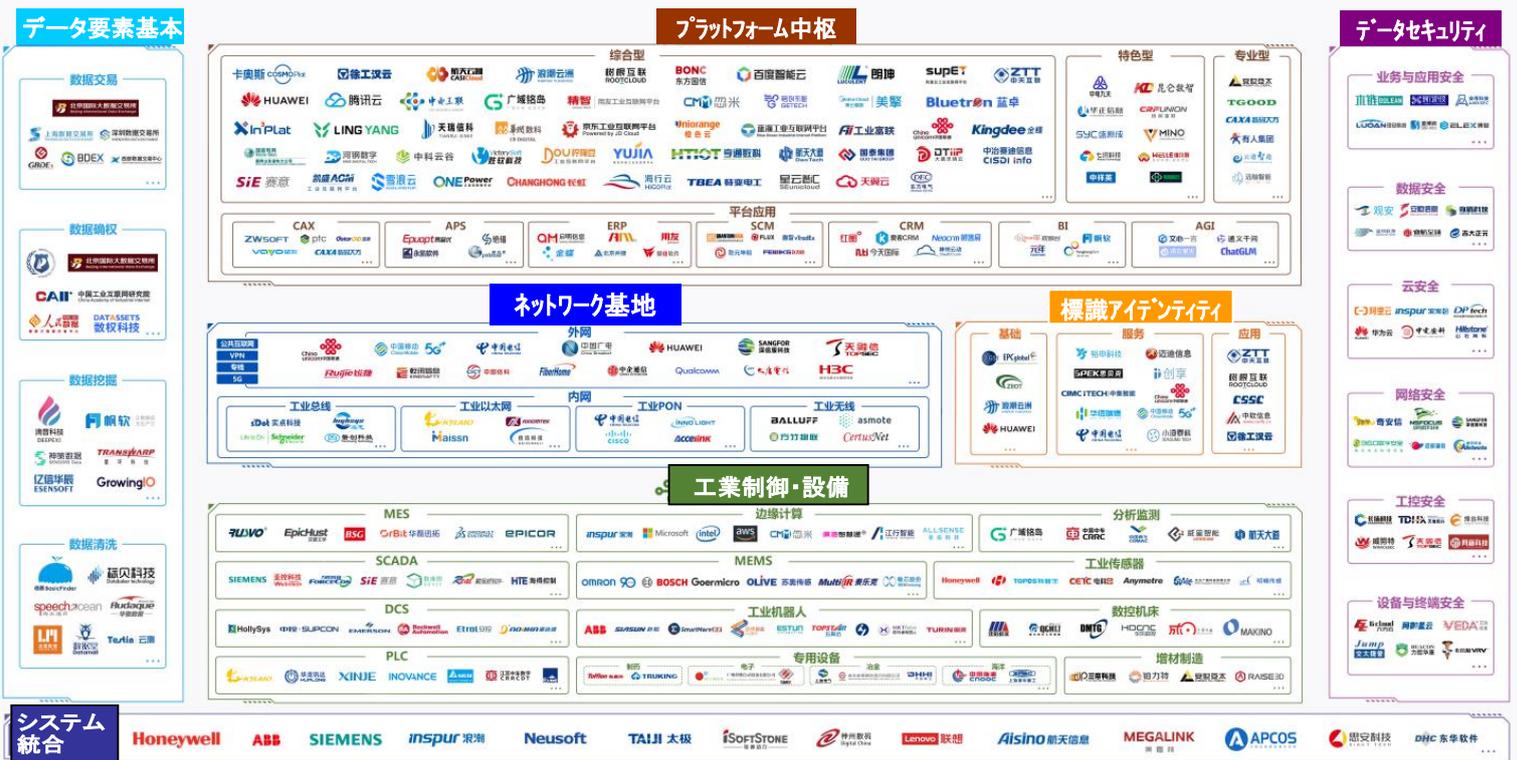


図表5 工業インターネットのコア産業と浸透産業の体系図



※1 「工業インターネット」とは、中国語にちなむ便宜的な表記で、正式的にはインダストリアル・インターネット（Industrial Internet）、または産業インターネットと表記され、産業IoT=IIoTとも同様な意味である。

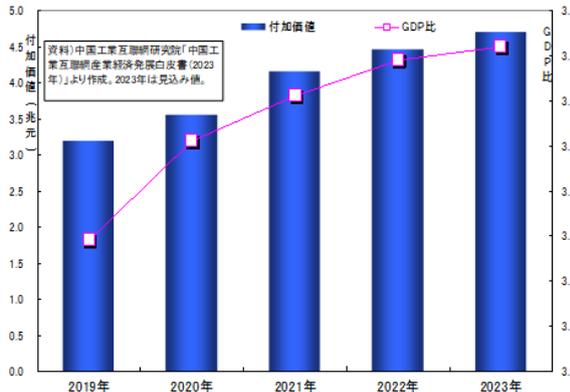
図表 6 中国工業インターネットのコア産業エコシステム



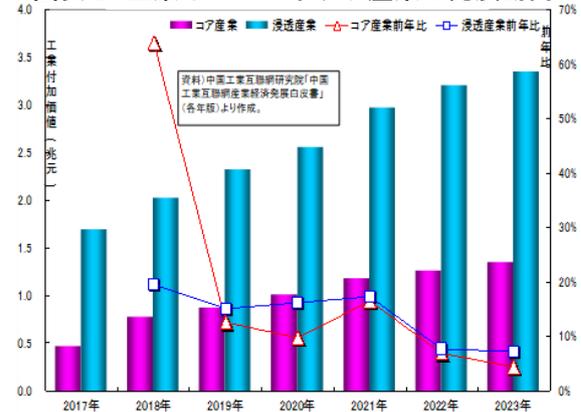
中国の工業インターネット産業は近年順調に規模拡大し、中国 GDP に占めるシェアも 2019 年の 3.19% から逐年拡大している（図表 7・右縦軸）。また、2018 年までの初期段階を除いてコア産業の成長よりも浸透産業の伸び率がやや上に推移しているのは（図表 8）、インフラ建設の進展と産業応用拡大の実態が背景にあるが、浸透産業が今後も大きな裾野があるだけに、この分野の成長余力は、まだ大きく残されているように思われる。

当然ながら中国工業インターネットに関わる企業は ICT 業界の企業が最も多く、全体の 56% を占めている。その次に、製造業（18%）と卸売・小売業（6%）と続いている（図表 9）。むろん、地域的に大きな発展の差がみられている。例えば、東部地域 10 省市の 2022 年の工業インターネットの付加価値が 2.49 兆円で全国の 55.81% を占めているが、中西両地域の合計が 1.78 兆円で全国の 39.9% である。特に、東部地域は千億元を超えた省市の数が 8 省もあり、中西部の合計省市数（中部 5 省、西部 3 省）に等しい。東北地域

図表 7 工業インターネット産業付加価値の推移動向

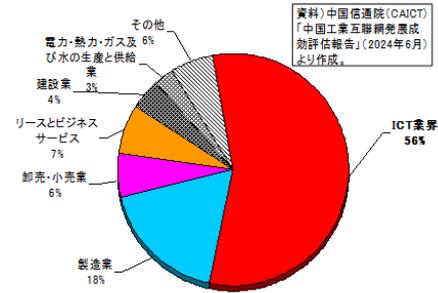


図表 8 工業インターネット産業の発展動向



では遼寧省 1 省だけが 2022 年に千億元に達している。また都市として千億元を超えたのは 7 都市で、北京、上海、重慶の 3 直轄市に加え、深セン、広州、杭州、蘇州がある。上位 30 都市でも長江デルタ、珠江デルタに多く分布している状況である。

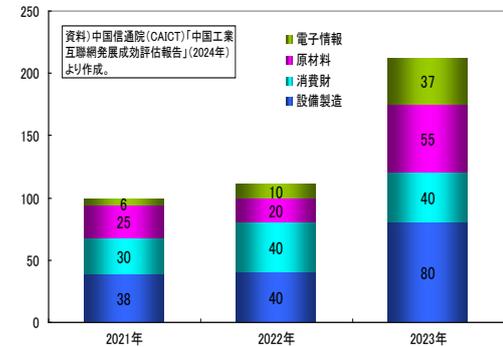
図表 9 工業インターネット領域の大型企業



3. スマート製造工場の発展（モデル工場とライトハウス工場の増加動向）

中国のスマート製造は上記で見た工業インターネットの基盤整備が構築されてきたことでその発展も順調に進んできたといえる。その主な取り組みとしては、やはり条件の良い産業分野と有力企業におけるスマート製造のモデル工場の推進である（図表 10）。「中国工業インターネット発展成果評価レポート（2024 年）」によると、2023 年末までに全国各地の原材料、設備製造、消費財、電子情報関連分野の国家級のモデル工場は 421 か所ある。^{※2}そして、

図表 10 スマート製造モデル工場数の業務別推移



企業に於けるスマート製造のモデル工場の推進である（図表 10）。「中国工業インターネット発展成果評価レポート（2024 年）」によると、2023 年末までに全国各地の原材料、設備製造、消費財、電子情報関連分野の国家級のモデル工場は 421 か所ある。^{※2}そして、企業の技術、設備、製法などの要望に応じてソリューションを提供し、1,235 の応用シーンが形成されている。コロナの影響があった 2 年間を経て、2023 年には多くの増設が行われ、その波及と模範効果が今後期待されるであろう。

図表 11 代表的なスマートファクトリーの取組みと経済効果

なお、図表 11 には中国のスマート工場の代表例にみる主な取り組み事業と経済効果を紹介したものである。交通・産業機械、製鉄、電子デバイスなどの製造業をはじめ、新エネの風力発電と石油化学の企

No.	社名	主な取組みと注力事業	経済効果
1	中車四方・高速列車智能工厂/中車四方・高速鉄道のスマートファクトリー	①デジタル共同開発による複雑な機器の研究開発の品質が向上 ②小ロットの生産ニーズに対応するフレキシブルな生産 ③リソース配分最適化のためのデータドリブンな生産管理実装④エネルギーコスト最適化のためのエネルギー消費のデータ分析 ⑤デジタルツインによる運用実装により製品の信頼性の高い運用が可能	労働生産性は19%向上、サービス満足度が100%に達し、製品単位あたりの総合エネルギー消費量が10%削減
2	旗濱玻璃 旗濱生産智能工厂/鎮海煉化：精製および化学品生産のスマートファクトリー	①データモデルや産業メカニクスに基づく生産プロセスの最適化②安定運用能力向上のためのデータドリブンな運用管理・制御 ③エネルギー効率最適化のための工程全体のエネルギー管理と制御④グリーン化と低炭素化促進のための汚染源と排出量の可視化⑤安全モニタリングと連携した対応による安全性の向上	労働生産性が9%向上、サービス満足度が10%向上、単位製品あたりの炭素削減率が20%減少
3	金風科技 风电装备智能工厂/金風科技 風力発電装置のスマートファクトリー	①モジュラー設計がカスタマイズされた生産ニーズ対応 ②注文の変更迅速に対応する柔軟なファン生産 ③製品が欠陥ゼロで工場出荷の保証、データとAIを活用した品質検査 ④データ駆動型の運用によるリソース配分の効率向上 ⑤エネルギー消費モデル改革によるカーボンニュートラルの達成	労働生産性が30%向上、製品開発サイクルが100%短縮、製品単位あたりのエネルギー消費量が15%削減
4	華星光电 显示面板智能工厂/三星集团 建设機械スマートファクトリー	①デジタル電子設計とプロセス計画の連携による研究開発効率の向上②主要工程での品質変動の問題のスマート解決 ③工程全体の可視化管理と制御による異常対応の効率向上④サプライチェーンネットワークの連携による供給の安定性と柔軟性の確保⑤顧客と生産システムを結びつけた生産と運用の最適化推進	新製品の数は10%増加し、労働生産性は18%増加し、受注完了率は100%に達し、製品の故障率は80%減少
5	鞍山钢铁 钢铁生産智能工厂/鞍山鋼鐵 鉄鋼生産のスマートファクトリー	①プロセス全体のスマート化と協調最適化による効率と品質の向上②プロセス全体のデータ分析によるクロスチームの品質最適化③エネルギー消費量と設備のエネルギー効率の最適化のための集約制御④統合運用とネットワーク連携によるリソース配分最適化⑤供給網の連携とサービスエコロジーが価値の創造につ	サービス満足度は3.6%増加、注文履行率は3.1%増加し、製品単位あたりのエネルギー消費量は2.5%減少
6	三一集团 工程机械智能工厂/三一集团 建設機械スマートファクトリー	①デジタルR&Dによりエンジニアリング機器のアジャイルな開発能力の向上②生産特性に適合する柔軟な構成とインテリジェントな対応③供給網の統合による調達効率とコストの最適化④エネルギー消費量を総合的に監視・最適化し、省エネ・排出削減の推進⑤製品の遠隔操作・保守最適化サービスの実装	新製品の発売20%増加、受注完了率30.3%増加、製品単位あたりのエネルギー消費量10%減少
7	藍思科技 显示器件智能工厂/藍思科技 表示デバイススマートファクトリー	①多分野の共同研究開発によるイノベーションの効率向上②主要工程のスマートでクロスチームによる製造品質の最適化③デジタルツイン製造によるリソース配分と意思決定の最適化④全工程の品質管理による納品品質の向上確保⑤供給網の透明な管理と制御による調達コストと納期の最適化	売上高22.5%増加、労働生産性12.18%増加、製品単位あたりのエネルギー消費量5.6%減少
8	維尚家具 定制家具智能工厂/維尚家具カスタマイズ家具のスマートファクトリー	①マルチコラボレーション設計クラウドプラットフォームによる迅速なカスタマイズ設計支援②オーダーメイド家具製作のニーズに応じた柔軟な製作③データの透明性のある管理と制御によるリソース配分の動的最適化④人工知能駆動のスマート供給網による安定供給の実現⑤顧客起点のビジネス最適化	労働生産性23.4%向上、設備利用率3%向上、研究開発サイクル4.7%短縮、製品単位の生産コスト4.6%減少

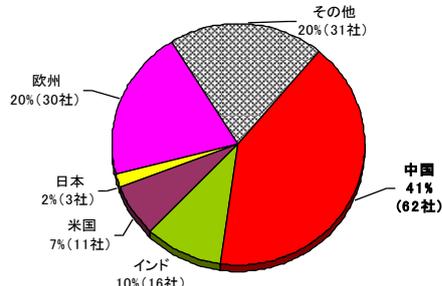
資料)中国信通院CAICT(2022.11)「中国智能制造发展研究报告 智能工厂」より抜粋・作成。

^{※2} こうした国家級スマート製造モデル工場（国家レベルのインテリジェント製造実証工場とも表記される）では、産業用ロボット設置の設置利用も盛んであることは言うまでもない。7月5日発新華社通信によると、中国工業情報化省の辛国斌次官は7月5日、国務院新聞（報道）弁公室主催の「質の高い発展推進」シリーズ記者会見で、現在中国の産業用ロボットの設置台数が世界の50%以上を占め、また産業インターネットが主要産業をカバーしているなどと述べた。

業もピックアップされており、その DX と GX 化推進による明確な業務効率と経済・社会効果が示されている。

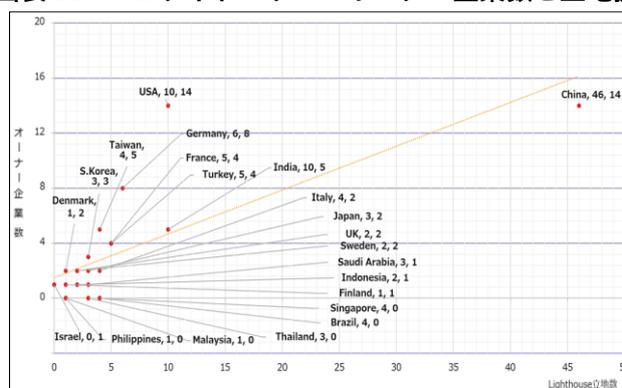
ジェトロの調査レポート（図表 12 の「資料」）^{※3}によると、スマート製造の代表例として、「ライトハウス工場」が世界のスマート製造とデジタル化の先進レベルを代表していると考えられる。これらの工場は様々な業種や規模で、様々な地域に立地している。そして、効率向上のための変革に注力していることから、世界の製造企業のトレンドをリードする「灯台」とされている。2023年12月に選出された世界153の工場の41%に当たる62カ所が中国に立地していると発表されている。また2023年3月に発表されたデータに基づく世界ライトハウスのオーナー企業数と立地拠点数の散布図（図表 13）では、米国よりも中国への立地数がとりわけ多いとされる研究も出ている（図表 13 の「資料」）。

図表 12 世界のライトハウス工場の分布(2023年)



資料) 日本貿易振興機構(ジェトロ)上海事務所「2023年度 中小企業海外展開現地支援プラットフォーム 事業調査レポート-中国におけるライトハウス工場について(2024年3月)」より作成。

図表 13 WFE ライトハウスのオーナー企業数と立地拠点数



資料) 金登敏「3 中国におけるスマート製造の実態と方向性～政策展開、ロールモデル(事例)、示唆～」, 国立研究開発法人科学技術振興機構「基礎調査-中国の“製造強国”政策と産業-科学技術」(2023年3月)より引用。原資料はWEF(January 2023)。

4. 発展の要因と潜在性及び将来展望 (結びに代えて)

通算 10 年未満という比較的短い期間で、中国の工業インターネットとスマート製造は比較的大きな発展を遂げてきた。この理由は、政府（地域政府含む）の明確な産業発展育成政策の実施^{※4}と、各企業の積極的な事業参加および着実な取り組みの継続が大きいことは確かである。加えてその源泉またはダイナミズムとなるのは、デジタル分野における

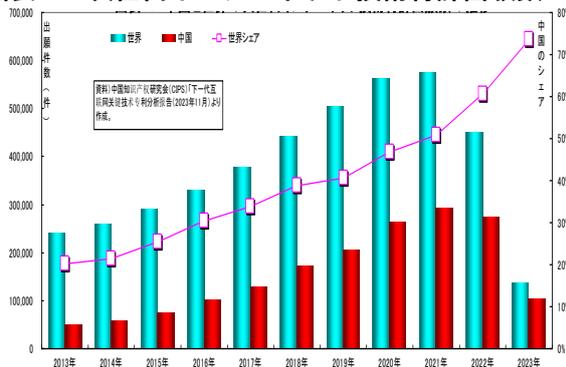
※3 ジェトロのレポートによると、「ライトハウス工場」の定義と評価基準とは世界経済フォーラム（World Economic Forum = WEF）とマッキンゼー・アンド・カンパニー（McKinsey & Company = MCK）が 2018 年に提唱した新しい概念で、第 4 次産業革命をリードする先進的な工場と言える。なお、同レポートでは過去 10 年において中国は多数のスマート製造プロジェクトを実施し、スマート製造において大きな進歩を遂げたと触れ、また中国工業情報化部の統計により中国で 2023 年 7 月までに 2,500 カ所以上のデジタル化された作業場やスマート工場が建設されたと紹介している。

※4 中国の産業政策の促進効果に関する最新の研究として、丁可「第 1 章 中国の産業政策、企業の競争力を向上一地方政府も民間部門の育成に貢献」、遊川和郎・湯浅健司・日本経済研究センター編著『新中国産業論：その政策と企業の競争力』（2024 年 08 月 07 日刊）が挙げられるが、同著の中でも特に中国の工業インターネット（IIoT）の政策形成と実施推進に関する取り組みを主要事例に詳しく分析しており、参考になる。

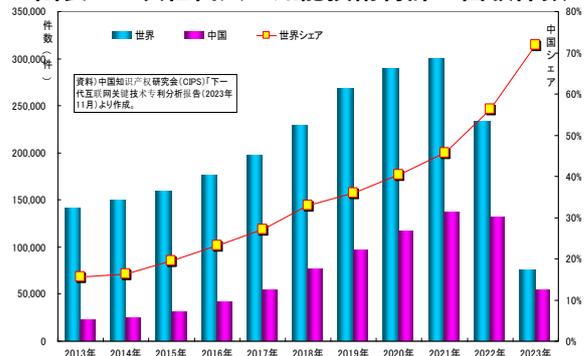
イノベーションの発展と持続にあると考えられる。これはこれまでの中国デジタル経済の発展における企業活動の状況からも窺い知れる。とりわけ次世代インターネットに関する技術特許の出願動向からも、はっきり読み取ることができる。

中国国家知識財産局による最新の調査レポートによると、世界の次世代インターネット技術特許の出願件数は図表 14 のように顕著に増加してきた。その中で、中国が最大比重を占める主役のプレゼンスが大きく、2023 年にはすでに全体の 70% 強を占めるようになっている。各分野（人工知能、クラウド、ビッグデータなど）でもほぼ同様な状況になっており、最もスマート製造に重要な人工知能関連の技術特許は図表 15 に見る通りである。

図表 14 次世代インターネット技術特許出願数の推移

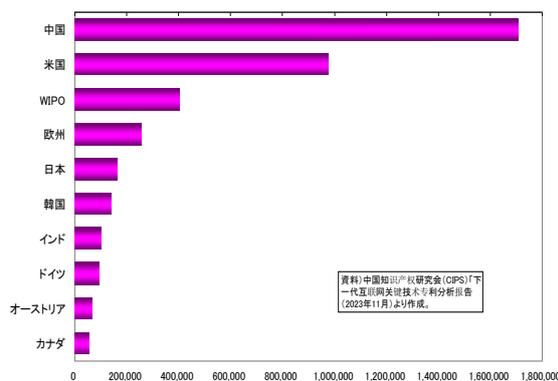


図表 15 次世代人工知能技術特許の出願件数

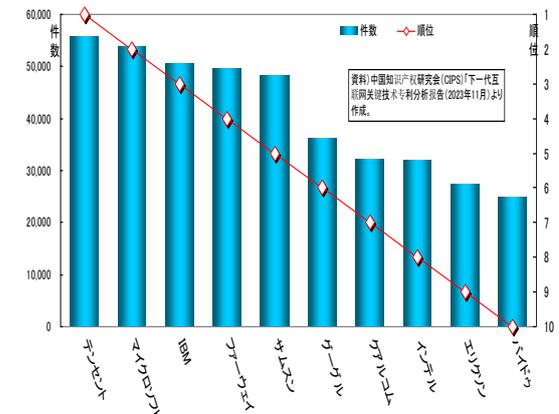


また図表 16 に示す世界の次世代インターネット技術特許の出願件数の国別の比較においても、中国が 2 位の米国を大きく引き離していることも見て取れる。さらに、世界上位 10 社の出願件数の比較でも、中国のテンセントがトップに立っているほか、ファーウェイとバイドゥもそれぞれ 4 位と 10 位にランクインしている（図表 17）。このように今後の中国の工業インターネットやスマート製造の発展を考える場合、技術開発と新製品サービスの供給拡大に明るい見通しと可能性が考えられるであろう。

図表 16 世界の次世代人工知能技術特許出願件数



図表 17 次世代人工知能技術特許出願件数上位 10 社



今後のスマート製造の普及拡大には、多数の有力企業の存在が重要である。また、多数の企業が技術の開発と活用に参入していることが、今後の産業発展と需要拡大に重要な意味合いを持つことは言うまでもない。これに加えて、大いに GX を推し進めている中国の

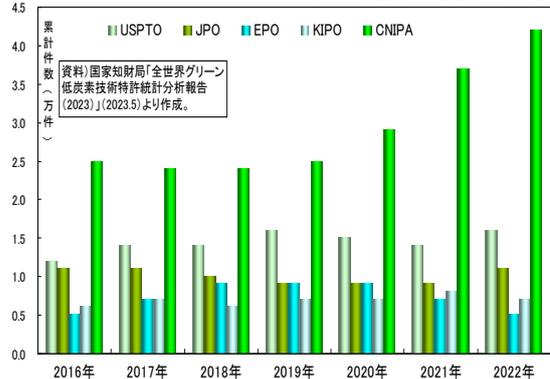
グリーンテック（省エネ・新エネ、排出削減などの環境保全関連技術）の特許保有数と総保有件数に占める比率も顕著に高まり（図表 18）、世界との比較においても特許の授権数が大きく拡大している（図表 19）。その意味で中国はすでにかつての先進技術のキャッチアップの立場から抜け出しつつあり、世界の DX と GX の発展に対して促進的またはけん引的な役割を果たすようになり始めたことが

図表 18 グリーンテック発明特許保有数の推移



図表 19 世界 5 大特許局による

グリーンテック特許の授権動向



言えよう。また製造業の高度化、スマート化

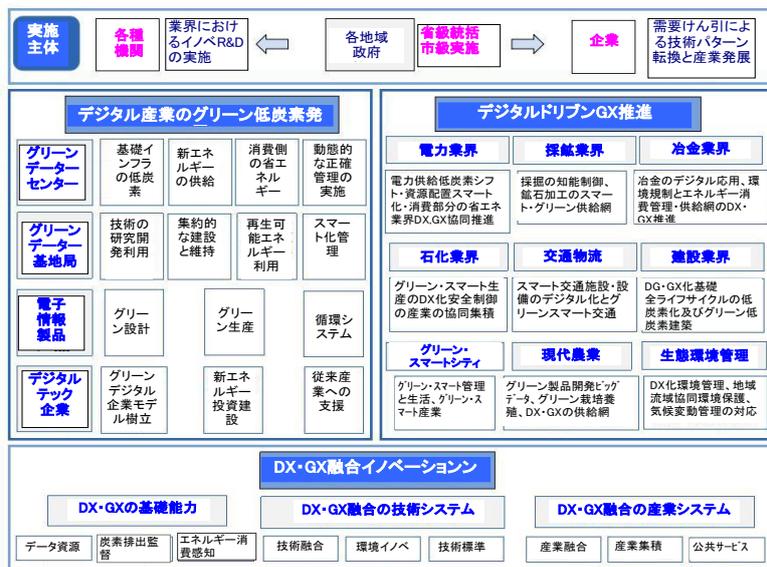
を主とする第 4 次産業革命の流れに勢いよく順応しているとも言えよう。

これまでの発展成果や過去の経験を踏まえて中国政府（国務院）は今年 8 月末に、産業と社会の全体を巻き込む DX・GX の融合共進を実施させるための通達文書「デジタル化・グリーン化の協同発展実施指南」を公布した。図表 20 の枠組みで、DX と GX の共同発展に関する方針を明確に打ち出している。応用事例・範例を多数提示しており、60 ページ以上の文書の最後に各分野の事業発展に関する各種標準の一覧表を付記してガイドラインの役割を強化している。具体的な発展の時限的な目標（KPI）は示されていないものの、中国新型工業化の目標年

でもあり、スマート製造＝「智能製造」の実現とイノベーション発展を基本とする「中国製造 2025」の第 2 段階の終了年である 2035 年が、一つの目安となるであろう（図表 21）。

つまり、来年には第 1 段階の目標完成を迎える中国は、第 2 段階の発展に進んでいくが、その発展がさらに広範囲に及び、DX と GX の共進による産業と社会の

図表 20 デジタル化・グリーン化の協同発展の推進指南の枠組

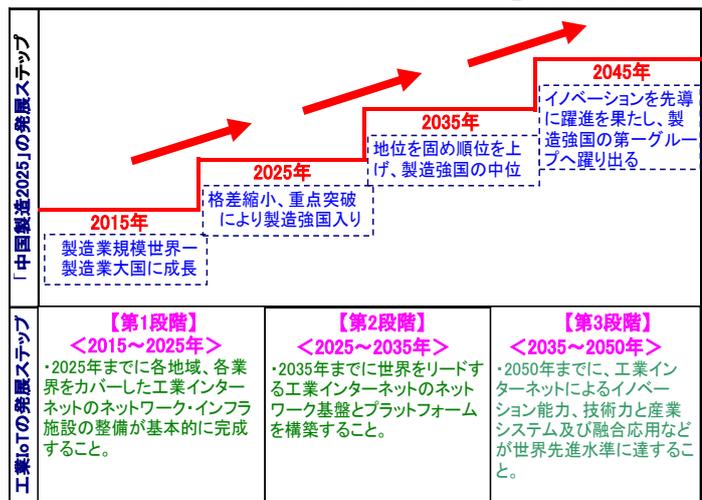


資料) 中国政府(国務院2024.8)「デジタルグリーン化協同発展実施指南」の通知より加工・引用。

同時発展（日本の「ソシエティ 5.0」を想起させられる）を目指している。

これまでも順風満帆な道のりや発展過程ではなかったように、これからも多くの困難や課題に立ち向かわなければならないことは言うまでもない。特に先端半導体の自立化やAI利用拡大による失業者数増・収入減などの対応などが喫緊であろう。ただし、課題のあるところに挑戦や革新が生まれることも多く、また市場販売や投資などのビジネスチャンスも潜んでいるので、中国が門戸開放である限り今後も事業展開の期待ができるであろう。

図表 21 3段階による「中国製造 2025」の戦略配置



資料) 中国工業情報化部WEBサイト掲載解説資料及び國務院「“インターネット+先進製造業”の深化と工業インターネットの発展に関する指導意見」より作成。

以上

中国現地法人における不正対応の考察

中国現地法人の不正事例とその防止に向けた管理体制の構築

上海邁伊茲會計師事務所有限公司 ジャパンデスク
室長（公認内部監査人） 西尾卓哉 : nishio@myts-cn.com

はじめに

日系企業の中国拠点に対する内部統制状況の把握や課題の識別、或いは更なる改善・強化において、各種制約の中で最適な方法を検討される企業様が増加しており、中国現地法人の不正事例やその防止に向けた管理体制の構築に対し、以前より関心が高まっている状況にあります。

特に、2020年に発生した新型コロナウイルスの世界的蔓延によって行動制限が掛かる中では、グループ各社の経営基盤強化に関し、従前の在り方を再考する取組みが進められた一方で、中国での行動制限が解除されて間もない頃は、不正事象や不正兆候への対応に関して数多くの相談を受けました。

一方、日本の内部統制報告制度が開始されて約15年を経過した現在でも、不正・不祥事に関する事例が新聞・ニュース等で報道される事があり、当該制度の実務上の拠り所となる内部統制実施基準が改訂された事で、グローバル企業の海外拠点を含む不正への対応について、関心や懸念が更に高まっている状況下にあります。

中国拠点の経営管理が安定した現在でも、経済環境への懸念や中華系企業との競争激化など業務推進上の課題もあり、特に不正問題を考える上でも、費用対効果に注視した環境下にあると思われます。

本稿では、不正に関する基礎的な理解を深め、中国現地法人で発生した実際の不正事例を紹介し、その防止に向けた管理体制の構築について考察を深めたいと思います。

1. 不正とどの様に向き合うべきか

「不正とは？」と問われた時、読者はどのような物事を思い浮かべるでしょうか？ある方は、最近の新聞・ニュースで報道された事例や身近に起きた事象を想起したり、或いは、ご自身の過去を振り返ってみたり、と様々な物事を思い浮かべる事と思います。本章では、不正と向き合うに当たっての基礎的な理解を深めたいと思います。

(1)不正とは？

「不正」とは、不当又は違法な利益を得る等のために、他者を欺く行為を伴う、経営者、従業員等又は第三者による意図的な行為をいう。^{※1}との定義に基づき、本稿では解説を加えます。

上記定義から、不正には利益を得るといった目的が存在し、行為者が意図的に実行する事象であることから、企業の経営管理において、当該目的が生まれにくい企業環境を整備する事や、意図的に実行しようとする行為を捉える管理方法があれば、不正発生の未然防止に繋がると言い換える事が出来ます。

(2)不正の手口

不正の手口には、複数のタイプ（類型・区分・手口）があるため、体系的に把握した上で、個別に対策を検討する事が肝要です。

ACFE 本部（Association of Certified Fraud Examiners; 公認不正検査士協会）では、隔年で発表する“Occupational Fraud 2024: A Report to the Nations[®]”を公開しており、一般社団法人日本公認不正検査士協会が、その日本語版^{※2}を公開しています。不正を体系的に捉えるには、当該報告書の「職業上の不正と濫用の分類（不正の体系図）」が参考になります。（以下【図表 1】を参照。）

【図表 1】不正の類型区分と手口

類型	区分	不正の手口
汚職	利益相反	・ 購買関連の利益相反取引、販売関連の利益相反取引
	贈収賄	・ 不正なキックバック、不正入札
	違法な謝礼	・ 違法な謝礼
	利益供与の強要	・ 利益供与の強要
資産の不正流用	現金預金の不正流用	・ 手元現金 ・ 領収現金の窃盗 ・ 不正支出 ①請求書（架空会社、通常取引業者、私的な購入） ②給与（架空従業員、勤務時間・時間給の改ざん、歩合給の過大計上） ③経費精算（虚偽の用途、経費水増し、架空経費、多重精算） ④小切手・支払証憑改ざん（振出人署名偽造、裏書偽造、受取人改ざん、など） ⑤レジ抜き（虚偽の取消、虚偽の返金）
	棚卸資産・その他の資産の不正流用	・ 不正使用 ・ 窃盗（資産の出庫・移動時、虚偽の売上・出荷、資産の購入・受領時、など）
財務諸表不正	純資産・純収益の過大計上	・ 計上時期の操作、架空売上、負債・費用の隠蔽、不適切な資産評価、不適切な情報開示
	純資産・純収益の過少計上	・ 計上時期の操作、利益の過少計上、負債・費用の水増し、不適切な資産評価、不適切な情報開示

※1 「監査基準の改訂及び監査における不正リスク対応基準の設定について」（平成 25 年 3 月 13 日 金融庁企業会計審議会監査部会）

※2 「日本語版『2024 年度版 職業上の不正に関する国民への報告書』」（2024 年 7 月 23 日 一般社団法人日本公認不正検査士協会）

(3)不正の発覚経路

日系企業の中国子会社で発生した不正事例について、筆者がこれまで実際に見聞きしたケースは多数ありますが、実際に当該会社から情報開示されたケースは少ないように思います。本稿では、日本上場企業が適時開示制度に従って開示した不正調査報告書を参考に、実際に中国現地法人で発生した不正事例（不正の内容、発覚の経緯）を以下に紹介します。

（【図表 2】を参照のこと。）

なお、本稿で取扱う不正事例は実際に発生したものであるため、記載表記を適宜編集している事、出展記載を控える事を御理解頂ければ幸いです。

【図表 2】中国現地法人の不正事例と発覚の経緯

事例	不正の内容	発覚の経緯
A社	経理担当者の業務上の横領	・日本親会社による内部監査
B社	親族が経営する会社との取引を通じた不正支出	
C社	多額の資金の不正引出し	・日本親会社による社内調査
D社	標準原価の操作、事業部間の利益調整、収益認識の前倒し、費用の取消処理等による不適切な会計処理	
E社	税務調査リーダーへの違法な謝礼	・税務調査の過程で問題を認知
F社	取引先から中国現法元幹部社員に対する金銭の交付、中国現法の不正なリベート供与・交際費支出	・日本親会社が中国現法の取引先から告発状を受領
G社	架空販売、在庫数量の不適正報告及び評価損未計上	・会計監査人からの指摘
H社	買掛金の過少計上、棚卸資産の過大評価等の不適切な会計処理	・日本親会社への内部通報

(4)不正の3つの要因

不正が起きない組織（企業）を考える際のポイントは、不正の3つの要因に着目し、それぞれで問題が発生しないよう管理する事にあります。この点に関し、内部統制報告制度（J-SOX）の実務上の対応基準である「実施基準」の改訂^{※3}では、不正リスクへの対応に関する記載が新設され、不正の3つの要因が明記されました。

ただし、「機会」に相当する経営管理、いわゆる内部統制には限界（経営者・管理者の内部統制無視、共謀、費用対効果、等）があり、完璧な管理体制の構築は不可能とされます。そこで、不正を考える視点として、「動機・プレッシャー」や「姿勢・正当化」にも着目する事が重要です。（【図表 3】を参照のこと。）

※3 「財務報告に係る内部統制の評価及び監査の基準並びに財務報告に係る内部統制の評価及び監査に関する実施基準の改訂について（意見書）」

「財務報告に係る内部統制の評価及び監査の基準・実施基準（抄）新旧対照表」
（2023年4月7日 金融庁企業会計審議会）

参照 URL：<https://www.fsa.go.jp/news/r4/sonota/20230407/20230407.html>

【図表 3】不正の3つの要因とその内容

不正の3つの要因	不正リスク要因の内容	管理上の視点
機会	不正行為を行う事が可能な環境が存在する 【例】コンプライアンス・法規制対応機能の脆弱性、牽制・チェック機能不全	・業務プロセスとリスク (内部統制の不備)
動機・プレッシャー	不正行為を実際に行う際のきっかけが存在する 【例】処遇への不満、外部からの利益供与、生産性・コスト等の過重ノルマ	・組織風土、企業文化
姿勢・正当化	不正行為を思い止まらせるような倫理観等が欠如している (不正可能な環境下で不正をしないとの強い意思が持てない状態) 【例】個人の倫理観欠如により不正へのブレーキが効かない、過去に問題は起きていないという慢心、コンプライアンス軽視	・行動特性

2. 不正事例の紹介

本章では、【図表 2】で紹介した2つの不正事例（B社、F社）の内容を紹介します。

■ B社：親族が経営する会社との取引を通じた不正支出

A. 不正の内容

現地子会社の購買担当社員が、10年程前から、その親族らが経営する会社を通じて、通常の購入価格よりも高い金額で副資材・間接材を購入することによりB社グループに損害を与えるとともに、関与ベンダーにはその分不当な利益を得させていた。

B. 不正の発覚経緯

B社の社内調査により、B社の中国連結子会社において、現地の購買担当社員らによる不適切な取引が行われていたことが判明した。

C. 原因分析

B社の不正調査報告書によれば、以下の原因が提示され、長期に亘る不正行為を許したと考えられる旨が報告されている。

- ・従業員のコンプライアンス意識の欠如
- ・副資材・間接材の管理の不十分性
- ・人事ローテーションの不十分性
- ・現地子会社における日本人管理者と現地従業員のコミュニケーション不全
- ・コンプライアンスよりも事業運営を優先する風潮といった組織風土
- ・ローカル化の歪みや事業に対する監視・牽制機能の不十分性といったグループガバナンス上の問題点

D. 再発防止

B社の不正調査報告書によれば、以下の再発防止が提言されている。

- ・ 関与者に対する厳正な対処
- ・ 教育・研修などを通じたコンプライアンス意識の醸成
- ・ ベンダー管理や権限分掌管理、在庫管理や社内規則整備などを含む副資材・間接材の管理の改善
- ・ 人事ローテーションの再検討
- ・ コミュニケーション改善などによる組織風土の改善
- ・ ローカル化に伴う体制強化や管理部門の役割・権限の明確化を通じた監視・牽制機能の強化

■ F社：取引先から中国現法元幹部社員に対する金銭の交付、中国現法の不正なリベート供与・交際費支出

A. 不正の内容

1 取引先から海外子会社元幹部社員に対する金銭の交付

不正調査の結果、仕入取引先 V 社の代表者 c 氏が取引関係を円滑に進める意図をもって、海外子会社元幹部社員 a に対し同元幹部社員 a の個人口座等に送金し、金銭の交付が行われていたことが判明した。金銭の額は 104 万人民元。ただし、うち 74 万人民元は個人的な立場で受領したという認識がある。同元幹部社員 a は、ビジネスを行うに際し取引先から便宜を図ってもらうための費用（以下、「関係調整費用」という。）として使用したとの供述をしているが客観的資料は確認できなかった。

2 取引先及び販売取引先との取引を利用した裏金の捻出

20X7 年 1 月から 20X8 年 8 月において、海外子会社の従業員 b が、販売取引先 W 社の担当者及びその他の顧客の担当者に対してリベートを供与するために、販売取引先 W 社の担当者及び仕入取引先 X 社の d 氏と共謀の上、裏金の捻出を行っていた。具体的には海外子会社が仕入取引先 X 社から商品を仕入れる際に、仕入れ代金に裏金用の金額を上乗せして仕入れて同商品を販売取引先 W 社に同様に裏金用の金額を上乗せして販売した。仕入取引先 X 社は当該裏金用金額から自らの取り分を差し引いた額を従業員 b の銀行口座に送金した。従業員 b は自らの取り分を差し引いた額を販売取引先 W 社の担当者に渡した。

仕入取引先 X 社から従業員 b に送金された金額は、従業員 b の預金通帳を確認したところ 121 万人民元である。従業員 b は、このうち 71 万人民元を販売取引先 W 社の担当者に渡し、残りの金額で販売取引先 Y 社の担当者に関係調整費用として渡したり、その他の接待交際費に使用したと供述したが、用途については客観的資料による確認は取れなかった。

3 海外子会社の仮払金制度を利用した裏金の捻出

海外子会社の従業員 b が、顧客の担当者に対するリベートの供与や顧客招待費と

して使用するために、海外子会社から従業員に対する現金の仮払制度を利用して現金を引き出す方法により、裏金の捻出を行っていた。従業員 b の仮払金の記録から総額は 48 万人民币元であり、顧客の担当者へのリベート供与および接待費に使用されたと考えられる。

4 海外子会社と顧客の関係者との顧問契約等を利用したリベートの供与

本調査の結果、海外子会社と顧客の関係者らの間で、

- ① 顧問契約を締結する方法（20X6 年 X 月から 20X7 年 XX 月）
- ② 社員派遣契約（20X9 年 X 月から 20X9 年 XX 月）

を締結する方法により、当該関係者らに対し、実質的にはリベートとして供与する金銭が、①については顧問料の名目で、②については労務費の名目で、それぞれ支払われていたことが判明した。総額は 18 万人民币元である。このリベート供与に関与したのは元幹部社員 a と従業員 b と他の従業員 1 名である。

5 海外子会社の交際費支出による不正行為

本調査の結果、デジタル・フォレンジックによって保全された電子メールデータを精査したことにより、販売取引先 Z 社の担当者の旅行資金 3 万人民币元を海外子会社が交際費として支出していることが判明した。

B. 不正の発覚経緯

F 社は、海外子会社の取引先より、告発状を受領した。（「海外子会社元幹部社員が、取引先に対し不正なリベートを要求し、それを受領してきたこと、及びその他の取引先からも不正なリベートを受領していること等」について記載されていた。）

告発状記載の不正行為に関する調査の過程において、当該元幹部社員及び従業員による取引先からの不明朗な金銭の受領及び複数の販売取引先に対する不正なリベートの提供等を行っていた疑いが判明した。

C. 原因分析

F 社の不正調査報告書によれば、以下の原因が提示されている。

- ・不正行為による当該子会社の役職員の利益が動機となっていた。
- ・役職員のコンプライアンス意識が著しく欠如していた。
- ・F 社の中国子会社における内部統制が機能していなかった。
- ・F 社の中国子会社に対する内部統制が機能していなかった。

D. 再発防止

F 社の不正調査報告書によれば、以下の再発防止が提言されている。

- ・F 社取締役会による不正行為の根絶宣言及びコンプライアンス教育の徹底による

- コンプライアンス意識の改革
- ・不正行為に対する処分等の強化
- ・F社の中国子会社における内部統制の構築
- ・F社の担当事業部による実効的な監督体制の構築
- ・F社の経理部による指導

3. 不正防止に向けた管理体制の構築

不正防止に向けた管理体制の構築では、上述の不正事例から学びを得る事は非常に重要ですが、不正調査報告書に見られる原因分析の結果や再発防止の提言は、当該企業における具体的事項であるため、参考にする場合でも、当社状況に合わせた再検討が必要である事に留意が必要です。また、複数の不正事例を考察すると、例えば、「コンプライアンス教育」・「コンプライアンス意識改革」（誠実性・倫理観の醸成と継続周知）、或いは「中国子会社の内部統制強化」の様に、共通の再発防止策がある事が分かります。

従って、不正防止に向けた管理体制を構築する場合には、共通の再発防止策として提言される事項は、必ず検討が必要と言えます。【図表4】に、主な不正防止策と管理上の留意点を例示しますので、参考にしてください。

【図表4】 主な不正防止策と管理上の留意点

主な不正防止策（例示）	管理上の留意点
誠実性・倫理観の継続周知 ／従業員への心のケア	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「動機・プレッシャー」「姿勢・正当化」に重要な影響を与える ■ 経営者の誠実性を各従業員に周知・徹底する手段を予め設ける ■ 組織風土調査などの従業員の心の状態を把握する手段を用意する
内部統制の構築・強化 （※内部通報制度を含む）	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「機会」に重要な影響を与える ■ 内部統制の構築・強化を検討するに際し、日本親会社の同様の知見や外部専門家の意見等も参考に、不正検討の観点を予め設ける ■ 内部通報制度を設置する際には、目的・効果を重視する
内部監査の実施	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「不正防止の仕組み」を設置する第一義的な責任は当社にあり、内部監査人は独立第三者として、その整備・運用状況を検証する ■ 内部監査の結果、不正兆候等が発見された場合には、情報の取扱いに留意し、外部専門家の利用を検討する
取引先への働き掛け	<ul style="list-style-type: none"> ■ 取引契約等を書面で取交す際に、当社従業員の不適切な行為・対応を発見した場合は、所定の連絡窓口に通報されるよう記載を盛り込む ■ 取引先との共謀を未然に防ぐための働き掛けを考慮する

4. 要点の整理

本稿では、不正の基礎的な理解に基づき、不正事例を参考にしつつ、不正防止に向けた管理体制の構築を考えて来ましたが、改めて2つの観点に整理する事が出来ます。

1つは、「不正の3つの要因」に働きかける管理体制を構築する必要がある事、もう1つは、「不正の発覚経路」として有効とされる管理体制を強化する事です。

(1) 「不正の3つの要因」に働きかける管理体制の構築

「不正の3つの要因」については、第1章(4)で示した通り、「機会」に相当する内部統制を可能な限り強化する事に加え、「動機・プレッシャー」や「姿勢・正当化」といった従業員の心の問題にも焦点を当てる事が必要です。しかし、「動機・プレッシャー」や「姿勢・正当化」は、視覚化しにくい点で経営管理上の難しさがあります。

一方、「現地法人で不正が起きない」完璧な管理体制の構築が不可能である以上、個人の倫理観は不正予防の必須条件となりますので、「動機・プレッシャー」や「姿勢・正当化」の視点から現地法人の経営管理を考える事が非常に重要になります。

例えば、現地従業員を通じて「組織風土調査」を実施し、職場環境や従業員の不満要因などの情報を収集すると共に、組織環境の改善に役立てる事が挙げられます。

(2) 「不正の発覚経路」として有効とされる管理体制を強化

「不正の発覚経路」については、第1章(3)で示した通り、複数の発覚経路が見られました。この点、『2024年度版 職業上の不正に関する国民への報告書』の「不正発見の手段」によれば、「内部通報」の頻度が最も高く、続いて「内部監査」と続きます。

多くの日系企業の中国拠点でも、「内部通報」制度が設置され、日本親会社の内部監査部門、或いは現地内部監査部門による「内部監査」が実施されるケースが多いと思われませんが、不正防止に向けた管理体制の更なる強化を目指す際は、「不正の発覚経路」として期待される「内部通報」や「内部監査」の実効性が高い内容であるか、重点的に再点検する事が有益と考えます。

例えば、「内部通報」では、制度目的、通報者の範囲や通報者の保護、違反行為の例示、通報窓口、調査協力、是正措置や処分など、不正の観点から実効性の高い制度になっているかを再点検するのが効果的です。また、「内部監査」では、販売管理や購買管理といった監査対象に対する内部監査手続において、管理者の確認事項の中に不正(兆候)の確認手続きが含まれている事を検証しているか、内部監査の対象領域が日常業務だけでなく、ガバナンスやコンプライアンスといった領域まで検証しているか、といった観点で再点検するのが効果的です。

本稿では、読者に不正に関する基礎的な理解を深めて頂き、中国現地法人で発生した実際の不正事例を参照して、その防止に向けた管理体制の構築について考察を深めて参りました。本稿が読者の今後の活動の参考となり、最適な管理方法を検討される契機となる事を願っております。

以上

上海邁伊茲會計師事務所有限公司

上海邁伊茲會計師事務所有限公司は、2003年に上海で設立され、中国で最も早くから影響力を持つ日系会計事務所の一つです。設立以来、2,000社以上の日系企業に対して法定監査を含む幅広いサービスを提供しており、株式会社マイツとも提携して「MYTS」ブランドの一翼を担っています。

中国全土で7,000事務所以上ある会計師事務所業界において、2010年度には初の「100強」にランクイン（全国85位、上海10位）しており、20年以上のサービス提供の間に、中国の国情と国際基準に合致した業務基準、専門規範、品質管理、リスク管理、事務所管理などの一連の管理システムを構築して、日本人公認会計士と中国人公認会計士を含む110名以上のスタッフからなる専門チームを確立しています。

また、企業とのコミュニケーションも重視し、多数の日本人専門家及び日本語専門通訳チームを擁し、日本語に堪能な中国人公認会計士を多数育成しており、円滑な意思疎通及び問題解決を図っております。

特に法定監査においては、550社以上の日系企業の在中国子会社にサービス提供しており、そのうち6割以上が日本上場企業の子会社です。また、監査及びその他の保証業務に加え、財務、税務及び内部統制関連のコンサルティング業務も継続的に行っており、数百社の企業に対し、健全な財務会計の確立、税務リスクの回避又は税務紛争の解決、コンプライアンス、内部統制の構築・運用など幅広いサービスを提供しております。



西尾 卓哉 Nishio Takuya ✉: nishio@myts-cn.com

ジャパンデスク 室長（公認内部監査人・内部統制評価指導士）

大手監査法人のトーマツにて約14年間、小売業、金融業、製造業、サービス業等の会計監査・IT監査及び経営管理に関するコンサルティング業務に従事。特に内部統制・内部監査及びリスクマネジメントの領域を専門とし、当該領域におけるプロジェクト・チーム責任者なども歴任。

外資系事業会社を経て、現職。日系企業の会計監査日本語窓口の他、会計・管理体制の分野でもコンサルティングを行っている。

浙江省について

浙江省駐日本(北東アジア)商務代表処

はじめに

- 浙江省と日本について -

浙江省と日本は海を隔て、相互交流の歴史は 2000 年以上前の秦の時代にまで遡ります。徐福東渡の物語の始まりも、浙江省寧波市慈溪市にある達蓬山の麓にあります。中国改革開放以来、浙江省と日本は経済貿易、教育、文化、養老、医療、環境保護など、様々な分野において実りある交流を行っております。

経済貿易分野の協力において 2023 年には、日本は浙江省の 6 番目の輸出国（地区）であり、4 番目の輸入国（地区）として、重要な協力パートナーでもあります。

これからも、お互いにデジタル経済、新エネルギー、自動車、越境 EC、環境保護と持続可能な発展、バイオ医薬など幅広い分野での協力を深めて行きたいと思っております。

また、浙江省は様々な交流活動を通じて、双方の理解と信頼を促進し、ビジネスの更なる深い関係を構築していきたいと考えております。

1. 地理的位置

中国の東南沿海、長江デルタの南に位置する浙江省は、10.55 万平方キロの陸地面積を有しています。南西部は主に山地、中部は主に丘陵地帯、東北部は低く平坦な沖積平野で、「山が七割、川と湖が一割、田んぼが二割」と言われています。海域面積が 26 万平方キロで、海岸線の総延長は 6,500 キロに達し、4,300 個あまりの島を有し、中国で島が最も多い省です。

2. 自然環境

古来、「魚米の郷、シルクとお茶の都、旅行の景勝地、歴史と文化の邦」と称されてきた浙江省は、四季折々で日当たりが十分な亜熱帯モンスーン気候に属します。浙江省には、中国仏教四大名山の一つである舟山普陀山、中国四大避暑の聖地の一つである湖州莫干山、世界自然遺産の衢州江郎山があります。また、銭塘江は省内で最も長い川、千島湖は省内で最も大きい人造湖です。

3. 行政区画

浙江省の省都は杭州で、副省級都市に杭州と寧波があり、地級市として温州、湖州、嘉興、紹興、金華、衢州、舟山、台州、麗水の9つを管轄しています。これら11の地級市にはさらに37の市直轄区、20の県級市と33の県（うち1つは自治県を含む）があります。常住人口は6,627万人です。

4. 経済状況

全国4.7%の人口と1.1%の土地を持つ浙江省は、総生産と貿易輸出額がそれぞれ全国の6.55%と15.0%を占めています。

また、2023年には都市部住民の1人当たりの可処分所得が23年間連続1位、農村部住民の1人当たりの可処分所得が39年間連続1位となり、全国の省と自治区の中でトップを維持しています。そして、都市部と農村部の一人あたりの可処分所得の比率は1.86:1にまで低下し、全国で都市部と農村部の所得格差が最も小さい省となっています。

図表1 国民経済に関する主な指標(2023年)

	実績 (人民元)	前年同期比%	全国ランキング
地方総生産	82,553 億元	6.0%	第4位
一般公共予算収入	8,600 億元	7.0%	第3位
都市部住民1人当たりの可処分所得	74,997 元	5.2%	第3位
農村部住民1人当たりの可処分所得	40,311 元	7.3%	第2位

図表2 ビジネスに関する主な指標(2023年)

	実績	前年同期比%	全国ランキング
社会消費品小売り総額	32,550 億元	6.8%	第4位
ネット小売り総額	30,638.7 億元	13.3%	第2位
貨物貿易 輸出入額	48,998 億元	4.6%	第3位
サービス貿易 輸出入額	5,976.6 億元	17.8%	全国トップ
実行ベース外資使用額	202.3 億ドル	4.8%	第4位
実行ベース対外投資額	172.7 億ドル	21.1%	第2位

5. 民営経済

民営経済は浙江省の「黄金の名刺」であり、2023年の中国民営企業TOP500社に108社がランクインし、25年連続で全国第一位をキープしました。全国で唯一100社を超えた省でもあります。また、2023年の一定規模以上の民営企業の工業増加値は1兆6,000

億元に達し、前年比 7.8%増となりました。

有名な浙江省企業の代表は、アリババ、榮盛、ジーリー（吉利）、青山ホールディングス、恒逸、多弗国際ホールディングス、海亮、アリ技術、天能ホールディングス、万向、伝化、雅戈爾、中天ホールディングス、超威、などが挙げられます。

6. 外商投資

2023 年 12 月末現在、浙江省では累計で外国投資企業設立数は 8 万社を超え、外資の実質利用額は 3,000 億ドルに達しました。世界トップ企業 500 社のうち、累計 206 社が浙江省で 693 社の企業に投資しています。

7. デジタル経済

デジタル経済は、浙江省がハイクオリティな発展を推進するための「ナンバーワンプロジェクト」です。ここ数年、浙江省はクラウドコンピューティング、ビッグデータ、人工知能、IoT ネットワーク、インダストリアルインターネット、5G 等の領域で未来をリードする重要な産業を配置しました。

2023 年のデジタル経済のコア産業の成長は 9,867 億元で、前年より 10.1%成長し、地域総生産の 12.0%を占めています。また、一定規模以上のデジタル経済中核産業の売上が 3 兆 6,000 万元を突破しました。

さらに、2023 年の世界インターネット大会烏鎮サミット等を円満に遂行し、第 2 回、第 3 回世界デジタル貿易博覧会も成功裏に開催しました。

第 3 回世界デジタル貿易博覧会



8. 人材と技術

(1) 人材

浙江省は、人材環境が最も優れた都市構築に全力を注いでおり、省都である杭州市の人材獲得率は数年連続で全国一位です。

また、省内には、浙江大学や中国美術学院等の有名な大学があり、之江実験室や中国科学院をはじめ、癌と基礎医学研究所等の全国トップレベルの科学研究機関もあります。

(2) 技術革新

研究・試験開発の年間経費は 2,600 億元に達し、域内総生産に占める割合は 3.15%で、前年より 0.05 ポイント上昇する見通しです。浙江省には、国家認定を受けた企業技術センターが 143 社（サブセンターを含む）あります。省実験室は 10 社、技術革新センターは新たに 4 社が新設され、合計で 10 社になりました。新規認定されたハイテク技術企業は 8,493 社、そのうち有効ハイテク企業は 4 万 2,000 社に上ります。新たに形成された科学技術型中小企業は 2 万 4,096 社で、合計 11 万 5,000 社に達しました。年間の特許認定件数は 38 万 2,000 件、そのうち発明特許認定件数は 6 万 5,000 件で前年比 5.7%増加しました。さらに、569 項目の「浙江製造」基準が新たに増え、合計で計 3,598 項目になりました。

9. グリーン発展

浙江省は、グリーン化発展の理念を全面的に実行しており、「澄んだ水と緑の山は金山、銀山である」という理念の発祥地でもあります。森林の被覆率が 61.4%に達し、全国初の「美しい中国」建設のモデル区であり、国家レベルの生態省建設の審査に最初に合格した省でもあります。また、「千の村をモデル区に、万の村を綺麗にする」プロジェクトは、国連の最高の環境賞である「地球大賞」を受賞しました。

以上

Profile

浙江省駐日本(北東アジア)商務代表処

浙江省と日本の経済交流を促進するため、浙江省は 2019 年 8 月に浙江省駐日本（北東アジア）商務代表処を設立し、浙江省の窓口として日本との投資、貿易、企業マッチングなど、あらゆるビジネスサポートを提供しています。

住 所：東京都台東区西浅草 3-29-19 浙江建設ビル 8F

連絡先：李 梅 首席代表 ☎：may_lee_1@zjfdi.com ☎：070-3199-0624

张 立凜 商務代表 ☎：786722961@qq.com ☎：090-9848-9055

みずほフィナンシャルグループ

チャイナビジネス関連レポート

レポートタイトル	担当部門	頻度	リンク先(直近 2 レポート)
チャイナビジネスマンスリー (CBM)	みずほ銀行 中国営業推進部	月次	<p>24年7月号(2024/7/8) https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/cnbd/economics/monthly/pdf/R512-0177-XF-0105.pdf</p> <p>24年8・9月号(2024/8/8) https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/cnbd/economics/monthly/pdf/R512-0178-XF-0105.pdf</p> <p>24年10月号(本誌)</p>
みずほインサイト Mizuho RT Express	みずほリサーチ & テクノロジーズ	不定期	<p>中国が住宅在庫の買い取り策を発表(2024/5/27) https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/report/2024/pdf/express-as240527.pdf</p> <p>中国 3 中全会が「強国」路線を再確認(2024/7/2) https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/report/2024/pdf/express-as240729.pdf</p>
みずほグローバルニュース	みずほ銀行 国際戦略情報部	季刊	<p>Vol.125 デジタル銀行による金融包摂～フィリピン民間第1号デジタル銀行より～ https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/globalnews/pdf/global2024_august.pdf</p> <p>Vol.126 米国大統領選挙が内外に与える影響 https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/globalnews/pdf/global2024_september.pdf</p>
みずほ中国 ビジネスエクスプレス (BE)	みずほ(中国) 中国アドバイザー部	週次	<p>第738号(2024/9/13) 商務部など、自動車買い替えの着実な展開に通達を公表。 https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/cnbd/express/pdf/R419-0792-XF-0105.pdf</p> <p>第739号(2024/9/24) 国家発展改革委員会、商務部 24年版外資ネガティブリストを公表。 https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/cnbd/express/pdf/R419-0793-XF-0105.pdf</p>
みずほ中国 ビジネスエクスプレス (経済編)	みずほ(中国) 中国アドバイザー部	月次	<p>第144号(2024/4/23) 1～3期は+5.3%成長も業種の濃淡は継続 https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/cnbd/economics/express_economy/pdf/R422-0144-XF-0105.pdf</p> <p>第145号(2024/8/1) 内需は勢いを欠き4～6月期成長率は減速 https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/cnbd/economics/express_economy/pdf/R422-0145-XF-0105.pdf</p>
中国産業概観	みずほ(中国) 中国アドバイザー部	月次	<p>中国自動車業界レポート(2024/7/22) 24年7月中国自動車業界状況 https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/cnbd/economics/others/pdf/R425-0094-XF-0103.pdf</p> <p>中国自動車業界レポート(2024/8/22) 24年8月中国自動車業界状況 https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/world/info/cnbd/economics/others/pdf/R425-0095-XF-0103.pdf</p>

みずほフィナンシャルグループ

みずほのビジネスネットワーク

お問い合わせ

みずほ銀行 中国営業推進部 インフォライン

✉ : china.info@mizuho-bk.co.jp

みずほ銀行

● 本店 中国営業推進部

東京都千代田区大手町1-5-5
上海環球金融中心21階、23階
TEL: 03-5220-8721, 03-6628-9304

● 香港支店

尖沙咀梳士巴利道18号K11Atelier13楼
TEL: 852-2306-5000

● 台北支店

台北市信義区忠孝東路五段68号
国泰置地広場8-9階
TEL: 886-2-8726-3000

● 台中支店

台中市府会園道169号
敬業楽群大樓8楼
TEL: 886-4-2374-6300

● 高雄支店

高雄市中正三路2号国泰中正大樓12楼
TEL: 886-7-230-6800

○ 南京駐在員事務所

江蘇省南京市秦淮区漢中路1号
南京國際金融中心16D
TEL: 86-25-8332-9379

○ 厦門駐在員事務所

福建省厦門市思明区厦禾路189号
銀行中心2102室
TEL: 86-592-239-5571

みずほ銀行（中国）有限公司

● 上海本店

上海市浦東新区世紀大道100号
上海環球金融中心21階、23階
TEL: 86-21-3855-8888

● 大連支店

遼寧省大連市西崗区中山路147号
申貿大廈大廈23階、24階-A
TEL: 86-411-8360-2543

● 合肥支店

安徽省合肥市包河区馬鞍山路130号
万達広場7号写字樓19階
TEL: 86-551-6380-0690

○ 昆山出張所

江蘇省昆山市昆山開發区春旭路258号
東安大廈18階D、E室
TEL: 86-512-6733-6888

○ 上海虹橋出張所

上海市閔行区申濱南路1226号
虹橋新地中心 A棟6階、B棟6階
TEL: 86-21-3411-8688

● 武漢支店

湖北省武漢市漢口解放大道634号
新世界中心A座5階
TEL: 86-27-8342-5000

● 天津支店

天津市和平区赤峰道136号
天津國際金融中心大廈11階
TEL: 86-22-6622-5588

○ 常熟出張所

江蘇省常熟高新技術産業開發区
東南大道33号科創大廈701-704室
TEL: 86-512-6733-6888

● 北京支店

北京市朝陽区東三環中路1号
環球金融中心 西樓8階
TEL: 86-10-6525-1888

● 無錫支店

江蘇省無錫市新区長江路16号
無錫科技創業園B区8階
TEL: 85-510-8522-3939

● 青島支店

山東省青島市市南区香港中路59号
青島國際金融中心44階
TEL: 86-532-8097-0001

● 深圳支店

広東省深圳市福田區金田路
皇崗商務中心1号樓30楼
TEL: 86-755-8282-9000

● 広州支店

広東省広州市天河区珠江新城
華夏路8号合景國際金融広場25階
TEL: 86-20-3815-0888

● 蘇州支店

江蘇省蘇州市蘇州工業園区
旺墩路188号建屋大廈17階
TEL: 86-512-6733-6888

その他

○ みずほ証券北京駐在員事務所

北京市朝陽区建国門外大街甲26号
長富宮弁公樓8階
TEL: 86-10-6523-4779

○ みずほ証券上海駐在員事務所

上海市浦東新区世紀大道100号
上海環球金融中心17階
TEL: 86-21-6877-8000

● Mizuho Securities Asia Ltd

香港九龍尖沙咀梳士巴利道18號
K11Atelier14-15楼
TEL: 852-2685-2000

● Asset Management One HK Ltd

香港九龍尖沙咀梳士巴利道18號
K11Atelier13楼
TEL: 852-2918-9030

【免責事項】

1. 当資料は情報提供のみを目的として作成したものであり、特定の取引の勧誘を目的としたものではありません。
2. 当資料の情報は、法律上、会計上、税務上の助言を含むものではありません。法律上、会計上、税務上の助言を必要とされる場合は、それぞれの専門家にご相談ください。
3. 当資料の情報の貴社への開示は貴社の守秘義務を前提とするものです。当該情報については貴社内部の利用に限定され、その内容の第三者への開示は禁止されています。
4. 当資料の情報の著作権は原則として弊行に帰属します。いかなる目的であれ本誌の一部または全部について無断でいかなる方法においても複製、複製、引用、転載、翻訳、貸与等を行うことを禁止します。
5. 当資料の情報は、弊行が信頼できると考える各方面から取得しておりますが、その内容の正確性、信頼性、完全性を保証するものではありません。弊行は当該情報に起因して発生した損害については、その内容如何にかかわらずいっさい責任を負いません。
6. 本資料中に記載された企業情報は、公開情報及び第三者機関から取得した情報に基づいて作成しており、当行が顧客との取引において知りうる機密事項や非公開情報等は一切含まれておりません。
7. 当資料の情報は、すべて執筆者個人の見解であり、執筆者の所属する機関、みずほフィナンシャルグループ及びみずほ銀行の公式的な見解を示すものではありません。