

CHINA BUSINESS QUARTERLY

2025 年 Summer Vol.02



編集／発行:

みずほフィナンシャルグループ
みずほ銀行 中国営業推進部

特集

～拡大する中国資本の波、対日投資の現在地～

- 中国企業の対外展開の拡大動向と促進要因の概観 1
みずほ銀行 中国営業推進部 特別研究員 邵 永裕 Ph.D.
- 中国企業の「対日投資」最前線 ～現状、課題、および今後の展望～ 10
北京市大地法律事務所 シニアパートナー弁護士 法学博士 熊 琳
- 中国個人投資家の対日不動産投資 ～「攻略」から読み解く情報ネットワーク～ 15
ジャーナリスト／千葉大学客員教授 高口 康太
- 中国の富裕層がこぞって日本で家を買う理由 19
アジア通信社(亞洲通訊社) 代表取締役社長 徐 静波

中国を見る目

- 中国不動産 DX 最前線 ～貝殻找房が変えた仲介ビジネスのかたち～ 22
日本不動産研究所 研究所 兼 国際部 主席研究員 曹 雲珍

マクロ経済

- 中国で加速する農村金融機関の再編 29
みずほリサーチ&テクノロジーズ 調査部 主任エコノミスト 月岡直樹

トピックス

- 貿易摩擦の情勢下における契約の課題 ～企業が活用しうる重要条項～ 34
King & Wood Mallesons 金杜法律事務所

在日中国企業紹介

- ～客観的なデータと現場の声から、日中ビジネスの「今」を探る～ 38
海底撈火鍋

ともに挑む。ともに実る。

MIZUHO

中国企業の対外展開の拡大動向と促進要因の概観

みずほ銀行 中国営業推進部
特別研究員 邵 永裕 Ph. D.

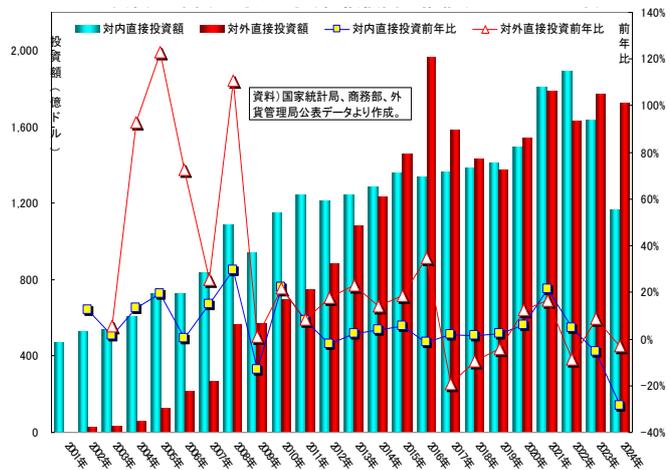
1. はじめに

世界の経済政治情勢が大きく変化している中で、中国における対内外直接投資のトレンドも大きく動き揺れている。これまでの長きに亘って増加し続けた中国の対内直接投資が 2023 年に減少に転じ、これと対照的に中国の対外直接投資は近年総じて増勢を保ちつつある（図表 1）。全体的に対外直接投資は 2023 年に 8.7%の増加を示し、2024 年は微減した（-2.9%）が、金融業を除く中国の対外直接投資は 2024 年に 10.5%増の 1438.5 億ドルに達し（図表 2）、今年に入ってから増加し続けており、1~4 月期の商務部統計では昨年同期比 5.6%増の 510.4 億ドルとなっている。

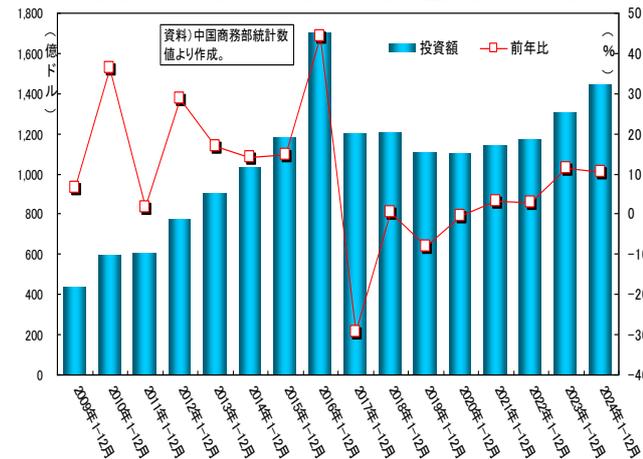
中国の対内直接投資と対外直接投資に逆転現象が起こっているが、その背景要因には様々なものがあり、一様に言えないものの、対外直接投資は比較的旺盛に継続されているのは、中国企業の海外展開に対する強い意向があることが考えられる。特に上場優良企業の海外展開の意向が近年高まっていることは、それを窺わせている（図表 3）。

図表 4 にみる中国企業（非金融業）の対外直接投資国数の減少や出資先企業数の変動があったにもかかわらず、投資額の増加が続けているのは、より一部地域や限定業種・企業

図表 1 中国の対内・対外直接投資の推移(2001-2024 年)



図表 2 中国の非金融業の対外直接投資の推移



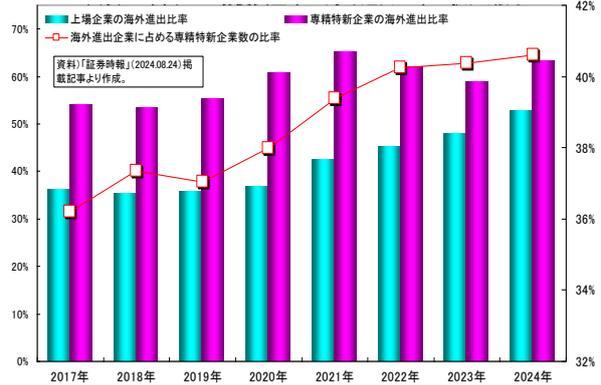
への投資が比較的集中していることが示唆されている。

一方、中国政府の対外直接投資促進策も中国の対外直接投資を後押ししていることも看過できない。中国政府は長年に亘り、自国企業の対外投資と事業展開に関する制度整備や促進策を進めており、2015年2月から2025年3月までの10年間で併せて20件の重要関連政策を公布・実施し(図表5)、国内企業の海外事業展開に対する中国政府の重要視姿勢を明らかに示している^{※1}。

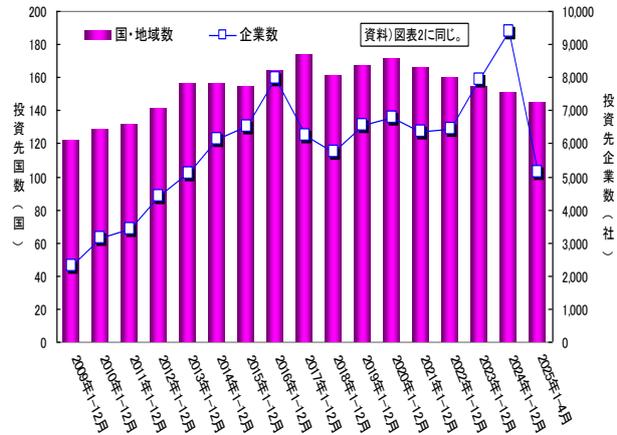
特に今年1月に公布した「中小企業向け海外進出サービスの特別行動計画の開始に関する通知」(図表5のNo.19)が中小企業の海外投資を支援・促進するものとして初めて打ち出されたものであり、注目に値する。そのほか、3月に政府8部門から公布された「デジタルサプライチェーンの発展を加速するための特別行動計画」(No.20)では、中国企業の海外展開に対するデジタル技術活用による支援強化が提起されている。

本稿は、中国企業が直面する国内外の情勢変化と政策展開の動向を留意しつつ、中国企業の対外展開の拡大動向と促進要因について、主に中国企業の業種別と地域別(対日投資を含む)の投資動向を見ることで、その理由背景と特徴的な様相を明らかにし、今後の課題や展望をしてみたい。

図表3 上場優良企業の海外進出比率の拡大動向



図表4 中国対外直接投資の投資先企業数の推移



図表5 中国の対外直接投資促進・管理政策動向

No.	年月	担当機関	内容
1	2015年2月	外貨管理局	対外直接投資に関する外国為替管理政策の更なる簡素化と改善の通知
2	2015年3月	発展改革委、外交部、商務部	シルクロード経済ベルトと21世紀海上シルクロード(「一帯一路」)の共同建設を推進するビジョンとアクション
3	2015年5月	国務院	生産能力・設備製造分野における国際協力の推進に関する意見
4	2015年12月	商務部	対外技術援助プロジェクト管理弁法(試行)
5	2016年12月	国務院	政府確認認可による投資プロジェクト目録の公布に関する通知
6	2017年8月	発展改革委、商務部、人民銀行	国外投資方向の更なる指導と規範化に関する指導意見の通知
7	2017年12月	発展改革委、商務部、人民銀行	民営企業の国外投資経営行為規範
8	2017年12月	発展改革委	企業の国外投資管理弁法
9	2018年1月	商務部、人民銀行、国資委ほか	対外投資届出(核准)報告暫定方法に関する通知
10	2018年4月	発展改革委、財政部ほか	対外投融資基金の健全発展の誘導に関する指導意見
11	2020年12月	商務部	対外投資合作国(地域)別指南(各国・地域版あり、随時更新)
12	2021年7月	商務部、外交部	対外投資目的地政策法規提示目録
13	2022年3月	発展改革委	「一帯一路」の共同建設・グリーン発展の推進に関する意見
14	2023年1月	商務部弁公庁	海外におけるM&Aに関する事前報告の強化に関する通知
15	2023年2月	商務部など17部門	新たな発展パターン構築に役立ち、国境(越境)経済協力区の質の高い発展を促進するためのいくつかの措置に関する通知
16	2023年9月	商務部弁公庁	海外企業・対外投資渉外サービスプラットフォーム関連業務の継続的な好調に関する通知
17	2023年9月	税務総局	海外投資・所得情報を報告する居住企業に対する税務サービスの最適化と報告書フォームの簡素化に関する公告
18	2024年2月	国務院弁公庁	高水準の対外開放を強力に推進し、外国投資の誘致と活用に一層力を入れる行動計画
19	2025年1月	工信部弁公庁	中小企業向け海外進出サービスの特別行動計画の開始に関する通知
20	2025年3月	商務部、発改委、工信部など8部門	デジタルサプライチェーンの発展を加速するための特別行動計画

(資料) 中国政府 WEB サイトなどより作成。
(注) 対象としたのは2015年以降の関連対策であるが、全てを含むわけではない。

※1 図表5に含まれていないが、中国政府は2024年12月25日に「商務部、国家統計局、国家外貨管理局による「対外直接投資統計体系」の公布に関する通知」も公布し、長編な添付文書による対外投資統計規定(改訂版)を明確にし、より正確かつ詳細に対外投資の実態把握の重視を示している。

2. 業種別みる中国対外直接投資の拡大動向と要因特徴

近年の中国企業の対外直接投資は正に多種多様であり、進出パターンも多角化している。図表6はかなり印象的に中国企業の海外展開パターンと代表的企業を表現しているが、より客観的にみる場合、やはり業種別に基づく統計が重要な根拠になる。

ここで主に中国政府の統計により産業別の対外直接投資の時系列推移を見ていく。

図表7は中国対外直接投資の上位10大産業別の投資額推移(ストックベース)を示している。最大のリースとビジネスサービス業が30%(2021年は40%と最大を記録し、2023年に39.9%に微減)を占めており、その次に卸売・小売業(2023年、14.26%台)で、金融業は第3位で近年約10%のシェアで推移しているが、2013年までは20%に近い比率を占めていた。第4位は製造業で21年の9.45%から9.59%に微増、第5位は採掘業で6%台のシェアを維持(2022年に7.6%に拡大し、2023年に6.55%に縮小)しているが、2013年以前の15%台と比べて大きく低下した。

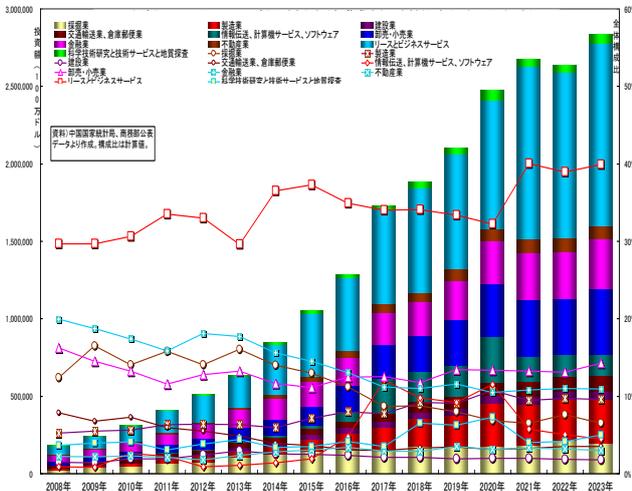
第6位の情報伝送・コンピューターサービス・ソフトウェアは2020年の12%から2022年の5%に大きく低減したが、2023年には5%台を維持している。また、科学研究と技術サービスは2022年に4.04%にシェア低減したが、2023年には4.96%に拡大している。その次にある交通運輸・倉庫郵便業や建設業の投資額シェアは比較的小さいものの、金融、採掘、情報伝達関連と比べて安定的に3.0%強のシェアで推移してことが特徴となっている。

図表6 異なる様式・目的による海外展開企業の代表例

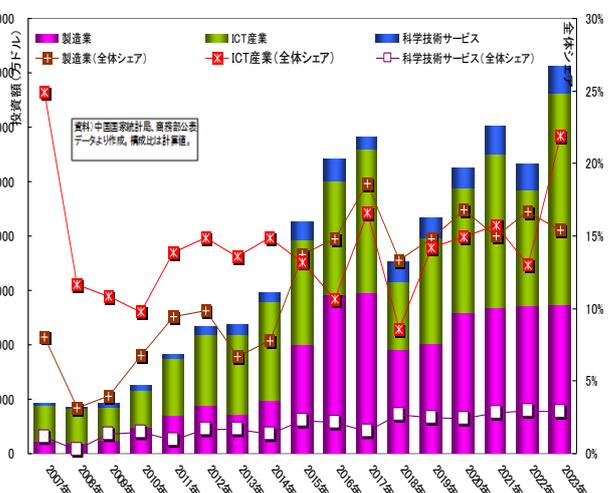
出海模式	代表企业
基建出海	中化、中交集团、中远海运、中核集团、MCC、POWERCHINA
产品出海	Haier 海尔、Hisense、Midea 美的、BYD、申洲国际
质造出海	CATL 宁德时代、LUXSHARE Luxshare、BOE、Goertek 歌尔、LONGI 隆基
技术出海	DJI 大疆创新、Insta360、ANKER 安克、SHOKZ 韶音、ECOVACS 石头科技
平台出海	TikTok Shop、TEMU、SHEIN、AliExpress 阿里速卖通、Tencent 腾讯
消费出海	POP MART、冰雪冰城、蜜雪冰城、拼多多、名创优品、泡泡玛特、优衣库
服务出海	JST 极兔速递、Lazada、Mobvista 汇量科技、奇安信、Meetsocial 飞牛跨境
文化出海	李子柒、TikTok、网易游戏、阅文集团、三七互娱

資料) 出海網(https://www.chwang.com/article/188187986311)掲載「大出海」開新局、2025中国企業出海洞察(徐露衣2025.1.25)より加工引用。

図表7 ストックベースに見る中国対外直接投資の業界分布(上位10大産業)



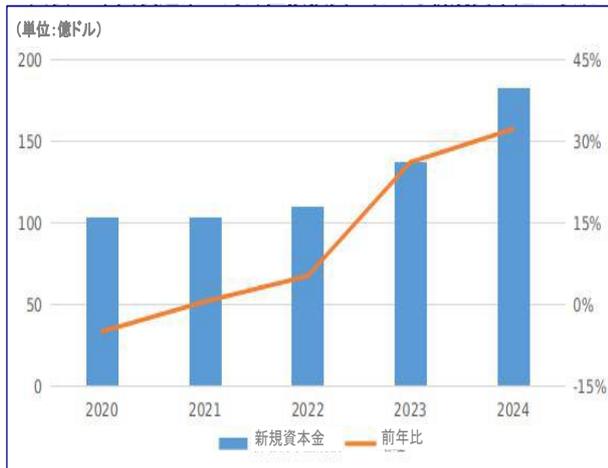
図表8 フローベースに見る中国の重要3産業の対外直接投資額



産業チェーンや供給網における資本移動を見るうえで製造業をはじめ、ICT 及び科学技術研究の直接投資を見ることが重要な意味を持つ観点からすれば、同 3 大産業の対外直接投資のフローベースの推移を見ることも重要である。図表 8 は同 3 大産業の対外直接投資の年度実績と同年度の対外直接投資の全体シェアを見たものである。製造業分野の対外直接投資フローは 2016~17 年をピークに 2018~2019 年の低減を経て 2020 年から増勢に転じ、2023 年までほぼ同等の規模（年間約 270 億ドル）で推移している。これに対して、ICT 産業の対外直接投資額は多くの年次で製造業を上回る規模で推移し、2023 年には最大の 388.2 億ドルに達し、全体に占めるシェアも史上 2 番目の 21.9%（2007 年は 24.9%）を記録した。科学技術サービス分野の投資額は近年およそ 50 億ドルの規模で推移し、全体に占める割合も約 3% 台の水準を維持している。

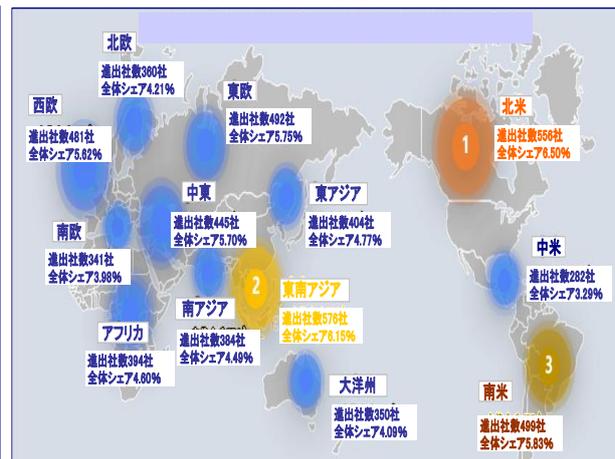
なお、製造業分野の対外投資の新たな動向として新規資本の追加（増資）が 2023 年以降明らかになり、製造業の海外戦略強化を覗かせている（図表 9）。なお、製造業企業の対外投資展開の社数でみる場合、北米が最多で、東南アジアが 2 番目、南米が 3 番目に多い地域となっていると見られている（図表 10）。

図表 9 製造業の対外直接投資における新規資本追加状況



資料) 国家外貨管理局「2024年中国国際収支報告」(2025.3.28)より加工引用。

図表 10 製造業の対外直接投資の地域展開動向



資料) 図表6に同じく出海網 (https://www.chwang.com/article/188187986311)より加工引用。

企業の海外進出戦略は、その時々
の国内市場動向と政府政策、国際
経済・政治情勢に左右されやすい
ので一概にその要因背景を取り
まとめることはできないが、最近
多くのマスコミや研究レポート
では主に以下の 5 つの促進要因
が挙げられている。①企業発展の
勢い、②新たな市場の吸引力、③
国内業界内部の競争激化の圧力、
④関税などによる貿易摩擦、⑤ビ
ジネス成長の推進力。これらの要

図表 11 中国企業海外展開の主要 3 大パターンの特徴・要因

展開パターン	主な特徴・背景要因	代表業界
①市場開拓・拡張型の海外進出	国内の生産能力は十分だが、レッドオーシャンでの競争が激しいため、海外進出が必須。設備能力が十分にあり、国内市場需要が満たされているため、国外市場の開拓が必要。国内進出は依然として限定的であり、ユーザー教育、関連インフラや支援施設の建設にはいずれも時間がかかる。多額の資本を投入することで、早期の利益獲得を目指している。	太陽光発電などの新エネルギー 家電、建設機械など 新エネルギー車、ロボット
②サプライチェーンの海外進出	グローバル産業チェーンの再編を受け、一部のサプライヤーは海外に工場を建設している。また、チェーンオーナーのニーズにより積極的に対応するために積極的に海外工場を建設しているサプライヤーもいる。	自動車部品、電子産業チェーン
③ビジネスモデルの海外進出	アプリケーションサイドのビジネスモデルの海外展開は中国の強みであり、多くの企業がグローバル化の「遺伝子」を持っている。eコマースプラットフォームの海外展開の加速はファウンドリの発展にも新たな機会をもたらす。	eコマース、観光、ゲーム、ソーシャルソフトウェア

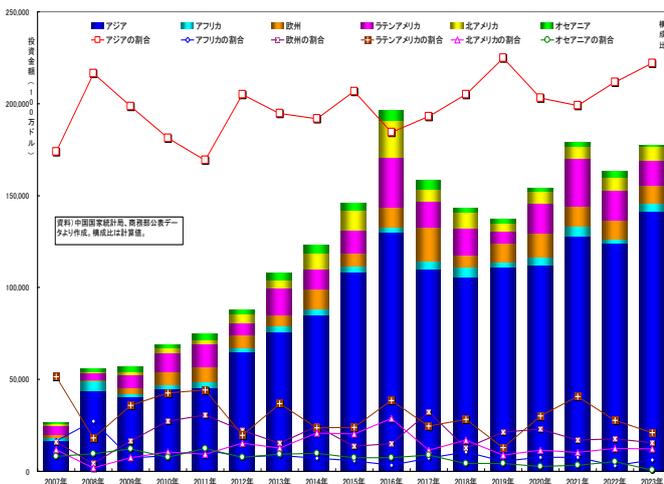
資料) 財新智库、ESG30など「ESG+AI双輪駆動引領全球化浪潮・2024中国企業“新出海”專題報告」より加筆作成。

因は製造業を主とする中国企業の対外展開の3大パターンにも反映されている(図表11)。中でも、ICT産業のように、これまで国内で技術力や実力・経験を積み重ねてきた多くの企業が国外にも大きな発展の可能性やビジネスチャンスを求めていることは確かであろう。特に近年のESG理念の世界的な普及とAI技術の急速な発展により、企業の海外展開にも新たな空間と原動力がもたらされ、GXとDXによる発展ビジョンは国境を超えやすく国際的に共有しやすいことは確かであろう。

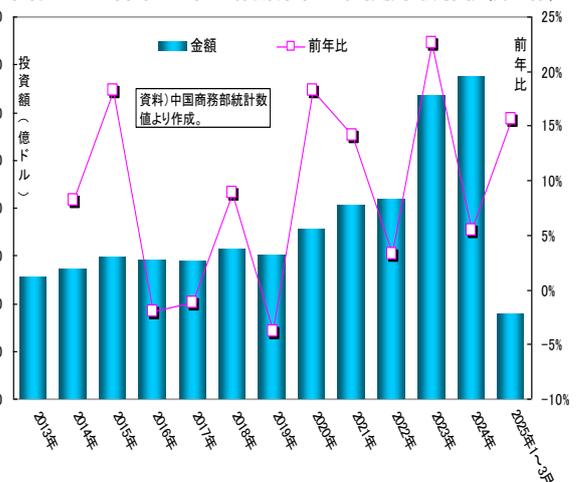
3. 地域別にみる中国対外直接投資の拡大動向と要因特徴

中国対外直接投資の地域的な動向をみると、やはり地理的に近接し、言語と文化などが通じやすいアジア地域への投資が最大の割合(2023年に79.9%)を占めている(図表12)。その次は中南米と欧州で、さらに北米とアフリカが続く。アジア地域は全体の7割以上を占めており(2019年は最大の81%、2023年は79.9%を占める)、中南米は10%台、欧州は近年10%を割り込んでいる。北米は10%を超えた年も(2015年)見られたが、のちに大きく低下し、2022年は前年の3.7%から4.5%にシェア拡大し、2023年もほぼ同水準(4.4%)を保っている。

図表12 フローベースに見る中国対外直接投資の地域別推移(2007-2023年)



図表13 中国の「一帯一路」沿線国への直接投資額推移(非金融)



中国の対外直接投資の地域的な展開に関して「一帯一路」地域への投資が特筆されることが多く、図表13に見るように、2013年から2020年以降明確な規模拡大を続けている状況である。「一帯一路」沿線だけでも65か国が含まれるので、その意味でも中国の対外直接投資が世界の幅広い地域に及んでおり、カバー率は95%以上と報告される(中国商務部)。また、最近活発化しているアセアン地域の直接投資の多くも「一帯一路」地域に含まれている。同地域への直接投資の拡大は、中国の「一帯一路」の建設促進に関する様々な政策展開や、RCEPの正式発足による域内貿易投資環境の改善によるところが大きいと思われる。直近の中国対外直接投資の地域的な事例(図表14と図表15)を見ると、アセアン地域に多く、また、製造業分野にも多いほか、EU域内への進出事例は貿易摩擦回避型の事例が多いことが特徴となっており、製造業のサプライチェーンの安定化や先進国市場

の開拓を目指す意図が伺える^{※2}。

図表 14 2025年の中国企業による主な対外直接投資案件

金額順	企業名	投資先国	投資分野	概要	投資額 (100万ドル)
1	TikTok Pte.	タイ	情報通信・デジタル	データセンターの建設	3,760
2	サンウォーダ・エレクトロニック (欣旺達電子)	タイ	電子部品	車載用電池工場の建設	1,000
3	グエン・ティン・インダストリアル・インベストメント	ベトナム	自動車部品	自動車部品工場の建設	400
4	チャイナ・エナジー・エンジニアリング (中国能源工程)	ウズベキスタン	電力・エネルギー	太陽光発電所の建設	336
5	トリナ・ソーラー (天合光能)	サウジアラビア	電力・エネルギー	ソーラトラッカー製造工場の建設	291
6	ダイナミック (深セン市徳方納米科技)	スペイン	化学	電池材料 (LFP正極活物質) の生産工場の建設	291
7	ヨンジン・テクノロジー・グループ (甬金科技集団)	トルコ	金属	ステンレス工場の建設	262
8	北京のハイテック・テクノロジー (北京皓揚雲数据科技)	タイ	情報通信・デジタル	データセンターの建設	217
9	デリグループ (得力集団)	エジプト	文具・事務用品	文具・事務用品などの製造工場の建設	200
10	江西九鈴鋳業 (Jiuling Lithium)	ナイジェリア	化学	リチウム精製所への出資	200

資料) ジェトロ調査部中国北アジア課 (2025年06月04日) 公表資料より引用作成。注) 発表ベースあるいは報道ベースでの投資金額順。

図表 15 2024年の中国対欧州における主な投資事例

投資企業	投資目的・案件	投資先国	業種	投資額 (億ユーロ)	投資形態
CATL	電池工場	ハンガリー	EV電池	74.6	グリーンフィールド投資
BYD	EV工場	ハンガリー	完成車	13.9	グリーンフィールド投資
Sunwoda	電池工場	ハンガリー	電池	15.7	グリーンフィールド投資
Envision	電池工場	フランス	電池	12.6	グリーンフィールド投資
Gotion	電池工場	ドイツ	電池	12.3	グリーンフィールド投資
Eve Energy	電池工場	ハンガリー	電池	12.7	グリーンフィールド投資
Volvo	完成車工場	スロバキア	完成車	11.8	グリーンフィールド投資

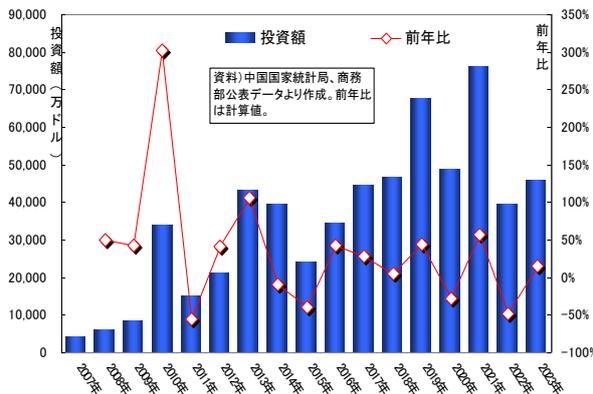
資料) 金杜法律事務所WEBサイト掲載 (2025.6.4) 「中国対欧州2024年直接投資動向」より引用作成。(https://www.kwm.com/cn/zh/insights/latest-thinking/trends-of-china-s-direct-investment-in-europe-in-2024.html) より作成。

4. 中国の対日直接投資の動向と特徴

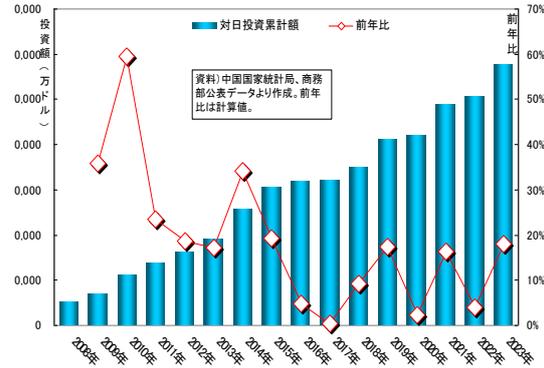
中国対外直接投資の地域的な動向をみるうえで、重要な投資先国である日本への投資動向を見るのも重要な意義を持つことなので、本節では中国の対日投資の状況を概観する。

まず、図表 16 のフローベースでみると、2007年から2023年までいくつかの波を打つ形で推移されているが、直近のピーク年はコロナのあった翌年2021年であり、投資額は最多の7.62億ドルを記録した (前年比15.6%増)。2022年に減少に転じたが、2023年に増加が見られている。次にストックベースでみると、2021年からの中国対日直接投資の累計額が顕著に増大し (図表 17)、日本も中国企業の重要な投資先になっていることは確かである。

図表 16 フローベースに見る中国の対日直接投資の推移



図表 17 ストックベースの中国対日直接投資額の推移



※2 なお、中国の対外及び対内直接投資に関するサプライチェーンの構築・強化の戦略意義に関して、拙稿「中国対内外直接投資の現状と展望」『CHINA BUSINESS MONTHLY』<2023年07月号>、および拙稿「中国の対内外直接投資 (FDI と ODI) の現状と展望」、外国為替貿易研究会『国際金融』2024・2・1 を参照されたい。

中国商務部所属の国際貿易研究院主体で毎年作成している世界各国への投資案内では、日本版も含まれており、随時内容が更新されている。2024年版では図表18に見る複数業種の在日中資企業の概要を紹介している。むろん、日本企業による対中直接投資の規模と比べる場合でも、中国企業の対韓国や東南アジア諸国の投資額と比べる場合でも大きな差が見られているのが実態である。また逆にいえば、中国の対日投資にはまだ大きな潜在性や可能性が存在していることが認められる。現に2023年と2024年1~4月の実績を見ても、中国対日投資の増加継続が日本側の統計でも確認できる。(図表19)。

図表18 一部の在日の中国投資企業の資本経営状況

No.	投資企業名	海外機構名	営業範囲	投資額(万ドル)	中国側持株比
1	中国石油天然氣总公司	中国石油国際事業日本公司	石油貿易	12,592	100%
2	江陰远景動力投資合伙企业(有限合伙)	汽車能源供应公司	リチウムイオン電池の開発生産	13,408	29.50%
3	青島海信電器股份有限公司	东芝映像解決方案公司	テレビ、ディスプレイ	12,019	100%
4	波艾礼富電子有限公司	日本艾礼富有限公司	電子製品の生産と経営	25,000	100%
5	美的集团股份有限公司	东芝生活電器株式会社	家電製品	47,300	100%

資料)商務部対外投資経済合作司、商務部国際貿易経済合作研究院、中国駐日本大使館経済商務処「対外投資合作国別(地区)指南・日本(2024年版)」より作成。社名表記は原資料の中国語に準じた。

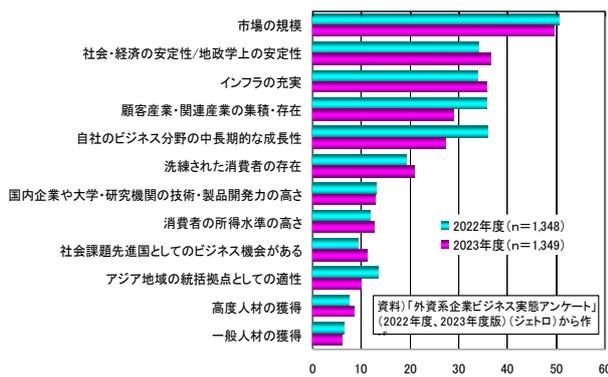
図表19 主要国・地域別の対日直接投資の推移

地域・国	2022年	2023年	伸び率	2024年1~4月
アジア	13,675	11,517	△15.3	4,047
中国	828	1,240	49.7	495
香港	2,910	1,573	△45.9	1,697
ASEAN	7,569	5,820	△23.1	678
シンガポール	6,706	5,804	△13.5	1,179
北米	13,879	4,183	△69.9	△14,503
米国	9,343	3,795	△59.4	△14,522
中南米	5,197	1,521	△70.7	374
大洋州	1,187	△1,211	-	2,031
欧州	14,114	4,015	△71.6	2,827
世界計	48,045	19,991	△58.4	△5,240

資料)ジェトロ「第II章 世界と日本の直接投資」(2024年版)より作成(一部省略)。原資料は「国際収支統計」(財務省、日本銀行)から作成。①円建て公表値をジェトロがドル換算。2024年1~4月は速報値。

日本のビジネス環境の魅力について市場の規模や社会・経済の安定性など、多くの外国投資者に認められるところがある(図表20)にも関わらず、中国からの投資がまだ大きな規模に至っていない背景には、市場アクセスの障壁や税収・社会保険などの投資コストの高さなどが中国の投資者にとって課題となっている点が少なからず存在していることが中国貿易促進協会の調査で明らかになっており(図表21)、改善と対応が求められている。

図表20 ジェトロ調査に見る日本のビジネス環境の魅力



図表21 中国国貿促調査に見る中国対日投資企業の

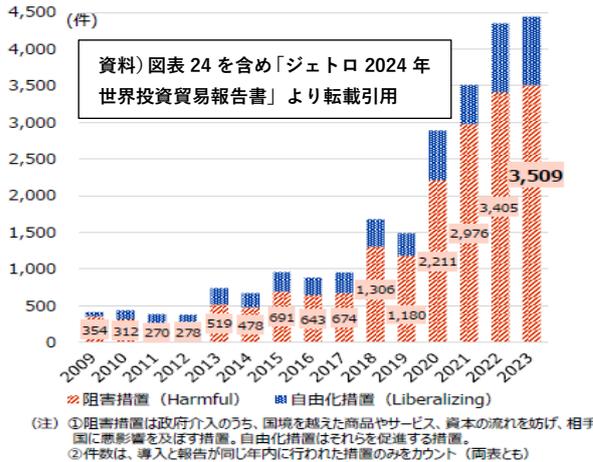
日本ビジネス環境に対する評価(2024年)



5. 今後の課題と展望 (結びに代えて)

これまで見てきたように、中国企業の対外直接投資は様々な要因背景により、拡大傾向にある。さらに、先進技術や優位なブランドや経営手法を持つ優良企業が積極的に海外展開も拡大しており、これに伴い世界における中国企業のプレゼンスや影響力が今後さらに増大するであろう。むろん今後のさらなる海外展開や国際経営の拡大を図るうえで、様々な課題や困難も多く存在している。

図表 23 世界の貿易・投資に関わる新たな政策介入件数の推移(世界計)



図表 24 2023 年の阻害措置・被害件数 (国別、上位 10 カ国)

阻害措置の導入国・件数		阻害措置の被害国・件数	
導入国	導入件数	被害国	被害件数
米国	521	中国	1,295
イタリア	274	ドイツ	1,148
ドイツ	254	フランス	1,069
カナダ	249	イタリア	1,040
ブラジル	202	オランダ	1,000
インド	198	英国	999
フランス	173	韓国	993
スペイン	170	スペイン	965
ロシア	164	米国	945
英国	146	日本	921

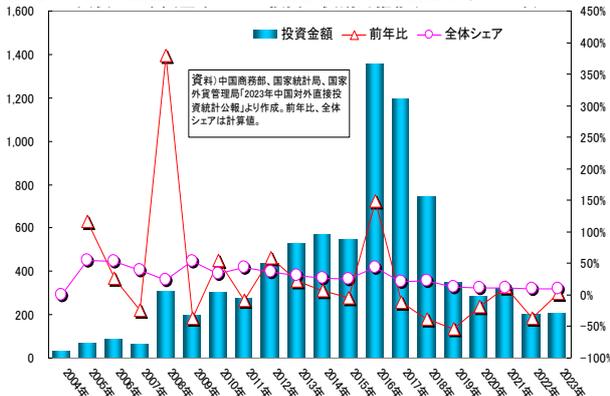
(注) 特定国による阻害措置の導入が、複数の相手国に影響を及ぼすケースが多く、延べ件数では被害件数が導入件数を上回る。
(出所) Global Trade Alert, ザンクトカレン貿易繁栄基金から作成

まず、ハイエンドの企業や産業が多く海外展開を進めている中で、受け入れ国では歓迎される場合もあれば、警戒される場合もありうるわけで、投資制限や余儀なく拒否されてしまうことが考えられる。実際、世界では投資スクリーニングを制度化する国が近年増え続けており (図表 22)、それをクリアしなければならないことは当たり前になってくる。

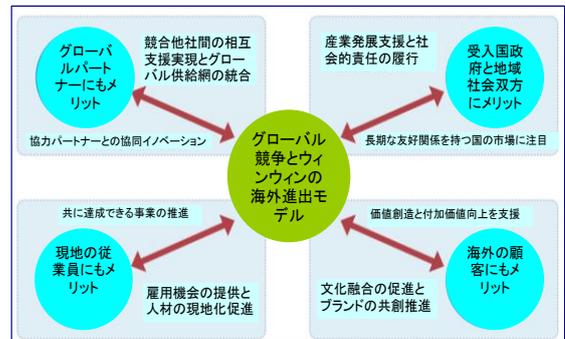
次に、近年の反グローバル化の象徴ともなっている貿易・投資自由化制限措置の世界的拡大・増加 (図表 23) への対応が、大きな対外進出の困難や負担になることである。実際 2023 年の阻害措置・被害件数 (国別、上位 10 カ国) の動向をみると、米国が最大の制限措置導入国であることは歴然としており、対して中国が最大の被害件数国となっている (図表 24)。この状況は今後も国家経済安全保障や国内産業の保護などの理由で規制が緩和されるよりもむしろさらに厳しくなることも考えられる。その結果、貿易摩擦に加えて、投資摩擦の拡大もさらに見られてくるであろう。

むろん、中国企業も実際の制限措置や政府政策の指導を受けて、M&A 投資の低減傾向 (図表 25) や投資関連のステークホルダーの Win・Win を目指す海外進出モデルの革新 (図表 26) に取り組む企業も増えている。しかし、多数の企業による多地域・多分野への広範な投資展開だけあって、そう簡単に短い時間で達成できる理想形ではないであろう。今後、企業の多国籍化や国際経営の展開拡大において、現地企業との合弁や第 3 国企業の参入や協業による対外投資の発展が求められる。

図表 25 中国企業の M&A 投資の長期的推移(2004-2023 年)



図表 26 Win・Win の協力と競争を目指す海外進出モデルの革新



資料) 清華大学経済管理学院WEBサイト掲載 (2025.3)「競合共贏 “中国企業出海的模式創新”(ウインウインの協力と競争: 海外に進出する中国企業モデルイノベーション) (陈浩邦、李东红)より加工引用。

さらに中国内に目を向ければ、かつて日米などにも見られた国内資本流出による産業空洞化や雇用減などの問題も浮上しかねない。そのために、これらの問題を早期に重視するとともに、中国の国内産業発展の環境改善と市場の魅力維持などにも取り組むことが重要な課題となろう。

以上

Writer's Profile



みずほ銀行 中国営業推進部

特別研究員 邵 永裕 (しょう えいゆう) Ph. D.

【学歴】

1995年 京都大学経済学研究科修士課程修了（経済学修士）
2001年 東京大学総合文化研究科博士課程単位修得後退学
2007年 東京大学博士（学術）学位取得

【職歴】

2002年 みずほコーポレート銀行中国営業推進部戦略情報 チーム研究員
2008年 みずほ銀行中国営業推進部中国戦略情報チーム 研究員（調査役）
2020年 みずほ銀行中国営業推進部 特別研究員

【主な著書及び雑誌論文】

『中国の都市化と工業化に関する研究：資源環境制約下の歴史的・空間的展開』多賀出版（2012年）、
「国際金融危機下における中国金融政策の展開」『東アジアと地域経済 2009』福井県立大学編、京都大学出版会（2009年）、「中国工業化戦略の転換の背景と展望：資源・環境制約下の成長と限界」『経済統計研究』【第35巻Ⅲ号】経済産業統計協会（2007年12月）、「中国環境産業の発展現状と中外環境協力拡大への展望」『世界経済評論』世界経済研究協会（2007年8月）、「ポストコロナにおける中国フィンテック政策の強化と展望」『日中経済ジャーナル』日中経済協会（2021年1月）、「中国イノベーション戦略強化の成果概観と将来展望」『国際金融』外国為替研究会（2019年11月）、「デジタル人民元の開発動向と将来展望：デジタルイノベーションの発展推進と国内外向けのシステム構築」『国際金融』外国為替研究会（2021年3月）。2010年以來『MIZUHO CHINA MONTHLY』の掲載記事（産業・地域政策）の主要執筆者を担当。2022年以來『CHINA BUSINESS MONTHLY』の執筆者を務め、現在に至る。

主な執筆テーマは中国のカーボンニュートラル政策、戦略的新興産業政策、デジタル経済、金融経済及び環境経済政策など。

✉ : yongyu.a.shao@mizuho-bk.co.jp

中国企業の「対日投資」最前線

～現状、課題、および今後の展望～

北京市大地法律事務所

シニアパートナー弁護士 法学博士 熊 琳

1. 中国企業の対日投資：現状と傾向

近年、中国企業による対日投資が活発化しています。その背景にはいくつかの明確な要因があります。まず、円安の継続により日本国内の資産が相対的に割安となっていること、次に日本市場が法律・制度・社会インフラ面で安定しており、長期的な投資先としての信頼性が高いことが挙げられます。また、日本は高齢化社会が進行しており、介護や医療、教育分野における需要が増大していることも、投資対象としての魅力を増しています。さらに、中国国内の規制強化や経済構造の転換により、一部の企業がリスク分散と市場多様化のために海外進出を進めており、その「第一歩」として日本を選ぶケースが増加しています。

こうした背景を踏まえ、中国企業が日本市場に注目する理由は以下のように整理できます。

- 地政学的安定性と成熟市場
- 高い消費力と高齢化に伴う社会ニーズ
- ブランド価値のある製品やサービスとの連携
- 技術移転とイノベーション創出への期待

実際、2023年における中国企業の対日投資件数は約580件、総額は約15億ドル（約2,000億円）に達し、前年から約17%増加しました。分野別には製造業（30%）、不動産（25%）、IT関連（15%）、医療・福祉（12%）、教育（10%）、その他小売や飲食業など（8%）に分布しています。

例えば、浙江省杭州のテック企業が東京に越境ECの拠点を設置し、日本ブランドとのコラボ製品の販売を強化したケースや、深センの医療機器メーカーが大阪に研究開発拠点を設立し、日本の高齢化社会向けに高度医療機器を提供し始めた事例などがあります。また、江蘇省無錫市の不動産企業が、東京都内のホテルを取得し、インバウンド再開に備えたりイノベーション投資を行った例もあります。これらの企業に共通するのは「比較的小規

模なスモールスタート」を志向しつつ、確実に収益化できるモデルを日本市場に持ち込んでいる点です。

2. 中国企業が直面する課題とリスク

中国企業にとって、日本市場は安定した制度と成熟した需要に支えられた魅力的な投資先です。しかし、実際に日本国内で事業を展開すると、その複雑な制度・商習慣・文化の違いに直面し、思った以上に困難を感じるが多くなります。投資は入り口に過ぎず、そこから継続的・安定的に経営を行うことは決して容易ではありません。これらの課題を正しく理解し、適切に対策を講じなければ、初期の投資が無駄になるリスクさえあります。

(1) 投資方式の選択

日本への進出方法としては、新規法人設立、合併、M&A、駐在員事務所設置、業務提携などがあります。中でも M&A は、既存の流通チャネルや技術、人材を一括で取得できる点で魅力が高く、近年急増しています。2021 年～2023 年の対日 M&A 件数は年平均で約 120 件前後と推計され、その中で中国企業が関与する事例は約 10～15% を占めています。特に製造業・医療・IT・再エネ分野における技術移転型の M&A が目立ちます。

M&A 手法（中国企業による日本企業の買収方法）に関しまして、主に以下の 2 つに分類されます。①ターゲット企業の全部または一部の株式を取得する方法。②ターゲット企業の事業譲渡を受ける方法。日本においては、ターゲット企業の株式を取得する方法が M&A の中で最も一般的です。株式取得において実務的に採用される方法も大きく分けて以下の 2 つがあります。①当事者間の合意によるターゲット企業の発行済株式の取得（株式譲渡）。②ターゲット企業の第三者割当増資による新株を引き受ける方法。また、理論上は、中国企業は吸収合併、株式交換、公開買付け（TOB）などの方法でも日本企業を買収することが可能です。しかし、中国の関連法令においてこれらの買収手法に関する規定が明確でないため、中国政府の対外投資承認手続きにおいて多くの不便が生じることから、実務上はあまり用いられておりません。

また、M&A にはデューデリジェンス、PMI（統合後の運営管理）、文化融合といった壁があり、買収後の失敗リスクが高い点にも注意が必要です。反対に、合併や代理店契約などはリスクを抑えつつ日本市場を理解する手段として有効ですが、独立性の欠如や意思決定の遅さがネックになることもあります。

(2) 資金調達・口座開設の課題

中国本土からの送金には「内保外貸」などの制度を活用することが可能ですが、現在では外貨送金の審査が年々厳しくなっており、また、銀行によっては同制度を取りやめていることもあるため、資金移動に苦勞する企業が増えています。日本側でも、銀行口座開設にあたり、UBO（最終実質支配者）や AML（マネーロンダリング）対応の観点から多く

の書類を求められ、開設に2~3ヶ月を要するケースもあります。中国法人による出資比率が高いと、金融機関からの審査がより慎重になる傾向も見られます。

(3) 制度面・文化面での障壁

『外国為替及び外国貿易法（FEFTA）』（以下『外為法』という。）に基づく事前届出制度、安全保障に関する分野への投資制限、インボイス制度への対応、労働契約の厳格な運用、日本独自の法人税・消費税制度など、日本には中国と異なる商慣習・法制度が存在します。税務、法務、労務、登記、賃貸契約、企業会計といった各分野でギャップが生じやすく、これらのリスクに対応できないと、事業運営が停滞し、最悪の場合は撤退に至る可能性もあります。

中国企業が対日投資を行う際、まず直面するのが日本の『外為法』による参入規制です。『外為法』において定義される外国投資家が行う「対内直接投資」は、投資対象の業種が指定業種に該当するかどうかに応じて、事前届出または事後報告の手続きが求められます。近年、日本政府は対内投資の審査制度を継続的に強化しており、その一部の政策は中国の投資家を直接的に対象としていると受け取られることもあります。これにより、中国企業、特に先端技術分野への投資ニーズを持っている企業にとって、日本への投資は一層困難になっています。例えば、2025年1月31日、日本の経済産業省は『外為法』に関する輸出管理制度の改正案を公表しました。この改正案では、半導体や量子コンピュータなどの関連品目を新たに輸出管理対象リストに追加し、デュアルユース物品及び技術の管理を強化することが目的とされています。

3. 成功・失敗事例と今後の展望

(1) 成功事例

成功している中資企業にはいくつかの共通点があります。例えば、江蘇省の製造系企業が日本法人を設立し、地方自治体の支援制度を活用して福岡に工場を設けた事例では、地元の行政・銀行・不動産・土業との密な連携が成功の鍵となりました。この企業は進出前に十分な市場調査と人脈づくりを行い、進出後もPMI（買収後の統合プロセス）に専門家を配置し、スムーズな事業運営を実現しています。

また、上海の教育関連スタートアップが東京都内で日本人向けの中国語教室を展開した例では、SNSを活用したマーケティング、オンライン予約・決済システムの導入、日本人パートナーとの共同経営により短期間で黒字化を達成しました。

成功企業に共通するのは、「慎重な準備」「現地専門家との連携」「段階的な展開」「中国語と日本語の両面对応」の4点です。

(2) 失敗事例と法的リスク

一方で、投資後に撤退を余儀なくされた失敗事例もあります。例えば、ある広東省の飲

食チェーンは、東京に複数店舗を一気に出店しましたが、日本の労務管理（残業・解雇・社会保険）や衛生基準への理解不足、言語面でのコミュニケーション不足が原因で、1年以内に全店閉鎖に追い込まれました。

失敗企業に共通するのは、「過度な楽観」「現地制度の軽視」「日本人との信頼構築不足」などです。とくに法的リスクとして以下のような点が重要になります。

- 外為法に基づく対内直接投資の事前届出義務（特定業種の場合）
- 出資比率や役員構成に基づく子会社・関連会社の分類と税務リスク
- 契約不備に起因する保証金返還トラブル、敷金未返還
- 登記や在留資格管理の遅延による行政罰
- 為替管理局からの資金移動監視強化と「内保外貸」の手続き不備

これらはすべて、弁護士・会計士・専門業者と連携して適切に対策することで回避可能なものです。中国企業側にその重要性を丁寧に説明し、必要な対応を促すことが日系支援企業の重要な役割となります。

おわりに

中国企業の対日投資は今後も続くと見られますが、そこには「制度的ハードル」や「実務上の違い」が横たわっています。相互理解と役割分担をベースにした日中の協業が実現できれば、単なる投資の受け入れではなく、「共に育つビジネス関係」として大きな果実をもたらすでしょう。

本稿が、日中間のより良いビジネス連携の一助となることを願っています。

以上

Writer's Profile



中国弁護士 法学博士 熊琳

北京市大地法律事務所シニアパートナー、東京事務所パートナー

留学・ビジネスなどを通じて 15 年の日本滞在経験を持つ。長期にわたり、日系企業の中国進出・企業再編・持分譲渡・清算等による撤退・M&A・争議解決・労務・知的財産権・独占禁止法・反不正競争・環境保護に関する案件に多数携わり、豊富な実績を有する。

現在では日本におけるインバウンド事業として、M&A や日中ビジネスマッチングのサポート、不動産の売買やトラブルの解決・コンサルティング業務、中国の各種売掛債権の回収・買収業務、会社設立や土地建物の選定・買収、法務 DD、契約書の確認、遺産相続に関する法律相談、経営管理ビザなどの申請サポートなどのワンストップリーガルサービスを提供している。

【学歴】

中国政法大学民法・商法法学博士学位取得、青山学院大学法学学士・国際経済法法学修士学位取得

【主な活動】

北京市弁護士協会不正競争防止・反独占委員会委員、北京市弁護士協会特別委員会委員、北京市労働・社会保障法学会会員、青島市弁護士協会破産清算委員会会員、青島市弁護士協会金融委員会会員

【主な著書・編集】

- ・ 「中国の M&A [その理論と実務] (共著)
- ・ 日本評論社「日中経済訴訟名案法律評価」
- ・ 一般財団法人日中経済協会「中国ビジネス環境改善への提言書」編纂メンバー
- ・ 中国日本商会「2021 年版中国経済と日本企業白書」編纂メンバー
- ・ 「日中経協ジャーナル」不定期寄稿
- ・ 時事通信社「中国ビジネス法務」定期寄稿。

【使用言語】

中国語・日本語・英語

✉ : xionglin@aaalawfirm.com

中国個人投資家の対日不動産投資

～「攻略」から読み解く情報ネットワーク～

ジャーナリスト／千葉大学客員教授

高口康太

口コミ社会と「攻略」

中国は口コミ社会だ。人間同士が出会い交流した際に交換される情報の量は、日本社会より圧倒的に多いと感じる。そこにはたんなる噂話だけではなく、儲け話や商売に関する情報、ノウハウまで含まれる。すべてを明かすわけではないにせよ、情報共有によって同業のライバルが乱立する、同じ儲け話に多数の投資家が殺到してうま味が薄れる……、いわゆる「殺到する経済」へとつながるのはよくある話だ。となると、利に聡い人々がなぜ利益を損なうような情報交換をするのだろうか。

「利に聡い人々」と「オープンに情報が共有される社会」はなぜ両立するのか？ 私自身がこの謎を解き明かせず、何年も悶々としていたのだが、小川さやか『「その日暮らし」の人類学～もう一つの資本主義経済～』（光文社新書、2016年）が理解のヒントとなった。同書によると、アフリカ・タンザニアの行商人は「先鞭をつけた商人が後続の商人に商売方法を気前よく教える結果、同じ商品を扱う商人はねずみ算式に増加し、きわめて短期間のうちに特定の商売は飽和状態になる」という。中国と同じく、タンザニアでも「殺到する経済」が起きているわけだ。

一見すると不合理でしかない情報提供だが、そこにはある種の合理的判断が働いていると小川は指摘する。情報を独占すれば一つの仕事を長く続けられ、大きな利益があげられる可能性がある。ただし、市場環境の変化や行政の取り締まりなど、なんらかのアクシデントによって行き詰まった時には立て直しがきかない。一方で、オープンに情報を共有する生き方は、「殺到する経済」によって仕事を長く続けられないリスクはあるものの、情報共有によって広がったネットワークが資産として残る。短期間で異なる仕事に転換する柔軟性、「その日暮らし」を生き抜く力が必要とはなるものの、危機をひらりひらりと乗り越えていくレジリエンスが生まれるのだ。

その上で、中国の特徴をあげるとするならば、この積極的な情報共有がクローズドな人間関係だけではなく、不特定多数に向けた発信が行われ、それがデジタル・プラットフォーム経済に組み込まれている点ではないか。

「攻略」（ゴンリュエ）、この単語は中国人の消費や投資行動を理解する上で欠かせないキーワードとなっている。もともとはゲームの攻略法を指す言葉だったが、現在では旅行、

コスメ、海外移住、そして不動産投資に至るまで、あらゆる分野で「詳細なノウハウや成功法則をまとめた手引書」を意味する言葉として定着した。掲載される媒体はネット掲示板やソーシャルメディア、ブログ、あるいは旅行専門サイトまでさまざま。特に中国版インスタグラムとして知られる小紅書（レッド）が、最有力の「攻略」プラットフォームとなっている。

例として、日本での「外免切替」をあげよう。外国の免許を保有している人物を対象に、試験を受ければ日本の免許を取得できる制度だ。観光旅行中でも日本免許を取得できてしまう。外免切替で日本免許を取得した外国人運転手によって日本の交通安全が損なわれているのではないかと批判的な報道が続いている。さて、日本語ができない中国人が旅行中に試験を受けるのは容易ではないが、「攻略」の力を借りれば一気にハードルが下がる。どうしたら外免切替の申請ができるのか、運転試験場までの道順、果てはどこの試験場の書類審査が厳しいか、どのホテルならば滞在証明を発行してくれるかなど、「攻略」が事細かに教えてくれる。

対日不動産投資トレンドの変化

無数にある「攻略」の一ジャンルに、対日不動産投資がある。物件の選定方法、期待利回り、法規制や税金といった注意点、さらには失敗談に至るまで、個人投資家たちの経験知が驚くべき速度で共有、拡散されているのだ。

対日不動産投資は2010年代半ばから本格化しはじめた。アベノミクスによる円安によって中国人訪日観光客の“爆買い”が新語・流行語大賞に選ばれたのが2015年だったが、便座や魔法瓶だけではなく不動産も割安と認識され、格好の投資対象と見なされていた。特に首都圏や関西の郊外の小型マンションがもっとも人気だった。少ない資金でも購入でき、賃貸利回りが高いためだ。中国では不動産価格の高騰によって賃貸利回りが著しく低下していた。大都市では1%強との低水準にまで落ち込んでいる。一方、日本の大都市圏郊外では8%程度の物件も珍しくはない。口コミ、「攻略」でこの情報が広がり、一度も日本を訪問したことがないのに、投資物件を購入するケースも少なくなかった。

なぜ、日本不動産投資が優れているのか。「攻略」を見ると、日本不動産の意外な魅力に気づかされる。日本人は部屋をきれいに使い、かつ家賃未納などのトラブルが少ないこと。秩序がある、ルールがある、安心できる。日本の魅力は不動産投資にも共通しているようだ。他にも住宅の質が高く中古物件でもあまりメンテナンスコストがかからない。低金利で住宅ローンが借りられるため、投資のレバレッジが効く。中国では廊下などの共用部分も部屋面積の一部として換算される。そのため日本のマンションは広告の平米表記以上に広く見える。「攻略」ではあまり見ないが、在日中国人の口コミから聞いた話では排外主義の弱さも大きい。ネットでは外国人に敵意をぶつける書き込みを散見するが、現実には暴力を振るったり嫌がらせをされたりするような経験はほぼない。米国や欧州と比べると安全に感じる。

逆に欠点としては、空き室リスクや耐震基準がある。場所によっては借り手が長期間見

つからず、想定した運用利回りが出ない。これは現地を知らないと陥りやすい落とし穴だ。また、新耐震基準前に建設された物件はローン審査が通りにくい、保険料が高くなるなどのリスクがある。面白いところでは日本の天井が低いとの不満があった。日本では240センチ、中国では280センチが標準である。そのため自宅用に購入すると窮屈に感じることも多いのだとか。中国にいながらにして、微に入り細を穿つ日本不動産情報を手に入れられるのだ。

その後、2018年の民泊新法解禁もあって、民泊投資が新たなブームとなった。中国人の旅行スタイルがツアーから個人旅行へと転換していったが、個人旅行とはいっても、友人や親戚など4~5人からそれ以上のグループで、日程も「攻略」に書かれたルートをそのままぞる。つまり、旅行会社を通していないだけで、ツアー旅行のようなものなのだ。民泊は一人頭いくらではなく、一部屋いくらで料金が請求される。そして、大人数が泊まれる大部屋も多い。中国人の「攻略」頼みの個人旅行スタイルにはびったりハマった。

民泊が増えていくと差別化ニーズも生まれ、東京・下町の古民家、京都の町家など、風情がある高級民泊ブームが起きた。さらにそのワンランク上とも言えるのが温泉旅館の購入だ。富裕層が箱根や伊豆などの小規模な温泉旅館を購入し、別荘および友人知人に貸し出す宿泊施設として活用するのがちょっとしたブームとなった。

ことほどさように、アベノミクス円安から始まった対日不動産投資は多様な形態へと拡散していったが、2020年から始まった新型コロナウイルスの流行が転換点となった。旅行需要の喪失によって民泊需要が喪失し、リモートワークの普及によって賃貸ニーズも変化する一方で、タワーマンションに代表される住宅価格上昇が起きた。そのため、賃貸や民泊など運用利回りを目的としたインカムゲイン投資から、値上がり益を当てとしたキャピタルゲイン投資へと速やかに切り替わっていった。

「中国の富裕層が日本のタワマンを買い占め」などと紹介されることも多いが、解像度を高めると異なる姿が見えてくる。富裕層の医療インバウンドツアー企業の経営者によると、「湾岸のタワマンが中国人富裕層に買い占められていると言われるが、本当の富裕層は、港区など高級住宅街の物件を購入している」と明かす。湾岸のタワマン購入者の主力はむしろ中産層だという。北京市や上海市など大都市居住の中産層は過去20年以上も続いた中国不動産価格の上昇によって大きな資産を蓄えている。1億円を超えるような物件も手が出ない価格帯ではない。

中国個人投資家はどこへ向かうのか

このタワマン投資も現在では一服感がでている。価格が上がり割高感が出たこと、大規模修繕の積み立てや固定資産税などの固定費の高さがデメリットとなった。「攻略」でも「タワマンはドでかい地雷」といった過激な見出しも見かけた。

そうした中で、かつては見向きもされなかったニッチな投資対象に光が当たり始めている。その代表格が、日本版「老破小（ラオポーシャオ）」、すなわち格安中古物件だ。「老破小」とは、築年数が古く（老）、状態が悪く（破）、面積が狭い（小）、低価格の不動産を指

す中国での造語であり、不動産不況が続く中国国内では若者たちのトレンドとなっている。この価値観が、そのまま日本の不動産市場にも持ち込まれているのだ。

日本版「老破小」は、将来的なキャピタルゲインこそ期待しにくいものの、価格が安いため銀行ローンに頼らず現金で購入できる点や、比較的高い賃貸利回り、そして旧市街地に立地することが多く生活利便性が高い点などが魅力とされている。もちろん、リスクもある。1981年以前に建てられ、現行の耐震基準を満たしていない、建築基準法の接道義務を満たしていないため立て直しが困難、空室リスクが高いといった点だ。

これらを加味しても、リスクを取る価値があるのでは、いややめておくと、侃々諤々の議論が交わされている。日本人でも古い物件の賃貸利回りの高さに目を付けた投資術はあるが、ノウハウがなければ火傷する難しい投資だ。外国人ながらそこまで熟知し、情報が公開されている中国人ネットワークはたいしたものだ。

中国人の対日不動産投資の変化と、「攻略」に代表される情報ネットワーク。冒頭で紹介した小回りの利く、柔軟性の高い生き方の象徴といってもいい。そのしたたかさとしなやかさには舌を巻く。

本稿では対日不動産投資から中国個人投資家の行動を読み解いてきた。ただ、注意すべきは日本だけを見ても分からない点にある。彼らの世界はグローバルに広がっている。世界中に広がった華人華僑ネットワークを飛び交う情報を読み解き、どこに向かい何に投資することが一番合理的なのかを常に探っている。投資利回りや法規制、あるいは排外主義などの要素が変化すれば、あつという間にいなくなっても不思議ではない。結局のところ、中国人個人投資家の対日投資が今後どうなるかは、グローバルな視点で比較する必要がある。

国際比較から考えると、個人投資家の対日投資はしばらく続くのではないかと。それというのも、中国人にとって最大の投資対象は母国・中国だが、不動産市場の低迷から始まった不透明な経済状況は今なお続いている。その象徴とも言えるのが家計の預金残高の増加だ。ロイター通信によると、今年3月時点で前年比10.3%増の160兆元に達している。中国国内で行き場を見つけられない個人投資家マネーは海外を志向する。その一角に日本が組み入れられる構図はしばらく続きそうだ。

以上

Writer's Profile



高口康太 (たかぐち こうた)

ジャーナリスト・千葉大学客員教授

1976年、千葉県生まれ。ジャーナリスト、千葉大学客員教授。千葉大学人文社会科学研究科博士課程単位取得退学。中国の経済と企業、在日中国人社会を中心に取材、執筆。各種メディアに寄稿。著作多数、近著に『ピークアウトする中国』（梶谷懐との共著、文春新書、2025年）

特集

中国の富裕層がこぞって日本で家を買う理由

アジア通信社（亜洲通社）

代表取締役社長 徐静波

はじめに

日本の不動産市場はここ数年、火が付いたように好調である。東京の豪邸から大阪のタワマン、さらに伊豆半島の海沿いの別荘や北海道の土地まで、至る所で中国人が購入している。「日本の物件は半分ぐらい中国人に買い占められた」という冗談も聞かれるほどだ。誇張気味ではあるが、データが状況を物語っている。2024 年末現在、日本に住む中国人の数は 82.2 万人に上り、この 1 年間で 6 万人も増加し、近年にない移住ラッシュを迎えた。

この中には、富裕層も随分と多く含まれている。太っ腹であり、100 億円を投じて東京でマンションを一気に 20 棟も手に入れたというケースもある。では、彼らがこぞって物件購入に走る理由は何なのか。

理由 1. 投資先としての優位性

まず、日本の不動産を投資先として選ぶ人が多い。土地代が中国のように倍に跳ね上がることもなく、安定性が売り物として魅力だ。特に東京や大阪などの主要都市では着実に価格が値上がりしており、賃借による収益回収率も高い点が支持される要因だ。さらに土地所有権について、中国では 70 年間と定められているが、日本では永久的なものであり、この点は投資をする上で極めて大きな魅力となっている。

また中国経済がこのところ先行き不透明であり、資産のあり方を見直している富裕層も増えている。彼らは財産の一部を海外へ移すことを検討しており、この点で日本は地理的にも近く、文化も似通っている上に、物件購入について制限が少ないので、第一希望先となっている。日本では国籍がなくても、また長期滞在者でなくても家を容易に購入することができるので、資金の流動性が一段と高まる点も大きな理由だ。

理由 2. ビザ制度と生活環境の利点

次に、「移住」を狙いとした動きが挙げられる。日本では「住宅購入で移住可」という制度はないが、不動産を購入すれば経営管理ビザを申請する際にポイントが付く。このビザ

を取得すれば会社を設立したり投資や事業を行ったりすることが可能となり、長期滞在ができるようになる。このように、まず住宅を手に入れるか不動産投資を行い、その後ビザの申請をして日本に住み着こうとする中国人富裕層は多い。

ただ移住する目的は、ビザ取得のような単純なものだけではない。日本のいい点として、多くの人が生活環境を挙げている。街並みがきれいで医療体制や教育制度も充実しており、治安もかなり良い。こうした点が魅力なのだ。特に子供のいる世帯は、日本の外国人学校の整備状況や犯罪率の低さはまさに「うってつけ」の環境である。上海のある知り合いは、「ここで子供が学校に行けば安心だ」という単純な理由で東京にマンションを購入したほどだ。

理由 3. 文化的親しみとライフスタイルの魅力

それともう一つ見逃せないのが、文化的な親しみである。漢字や茶道、そして建物や食文化まで、日本は中国の影響を強く受けており、両国の間には常に「デジャブー」といった感覚がある。「日本には唐や宋の味わいが残っている」と語る中国人もおり、この点はエリート層からすれば非常に魅力的と言える。

上海のある会社経営者は以前、「日本で暮らすと、子供のころのゆったりとしたテンポに戻った気分になる。隣近所と言葉を交わし、街中の騒音も聞こえない。こうした体験は中国の大都市ではもうあり得ない感覚だ」と話してくれた。このような生活様式に対する憧れから、家の購入や、一家そろって移住という選択につながるのだ。

おわりに

日本では、外国の資金流入による住宅価格の値上がりに対する懸念があり、特に東京や大阪の中心部は一般庶民に手が届かないものとなりつつある。中国人も含めた外国人の物件購入を規制する場合、居住資格や納税証明がないと購入不可といった法改正が必要となる。これは日本政府の判断次第である。

中国人富裕層による日本への移住ラッシュは実のところ、グローバル化と個人の選択が重なり合った結果である。社会と生活が安定し、オープンで文化的な魅力のある日本は、まさしく中国人が必要としていた世界といえる。またこの流れは、「資産の安全を願い、よりよい安定した生活への追求、そして将来に向けた様々な計画」という中国社会の側面を映し出したものでもある。

以上

Writer's Profile



アジア通信社（亞洲通訊社）代表取締役社長 徐静波

中国浙江省生まれ。

1992 年来日、東海大学大学院に留学。

2000 年、アジア通信社を設立。翌年「中国経済新聞」を創刊。

2009 年、中国語ニュースサイト「日本新聞網」を創刊。1997 年から連続 25 年間、中国共産党全国大会、全人代を取材。胡錦涛、温家宝、中曽根康弘など要人取材。2020 年、日本政府から感謝状を贈られた。日本記者クラブ会員。

【講演歴】

経団連、日本商工会議所など

【著書】

「株式会社中華人民共和国」（PHP）、「2023 年の中国」、「日本人の活法」など。

【訳書】

「一勝九敗」（柳井正氏著）など多数。

✉： xujingbo922@vip.163.com

☎： 03-5413-7010

中国不動産 DX 最前線

貝殼找房が変えた仲介ビジネスのかたち

日本不動産研究所 研究所 兼 国際部 主席研究員

曹 雲珍 (そう うんちん)

はじめに

近年、中国では「貝殼找房」「58 安居客」「諸葛找房」などのインターネット住宅関連サービスプラットフォームが急速に発展している。特にコロナ禍を経て、不動産仲介におけるオンライン・オフライン統合の効果が広く認識され、業界のデジタル化が加速した。2018 年設立の不動産仲介大手「貝殼找房」は、直営からフランチャイズ、オフラインからオンライン、中古住宅から多分野展開へと変革を進め、現在は売買・賃貸・リフォームまでカバーする総合プラットフォームを構築している。同社の「新仲介」コンセプトは、IT 技術で業者間協力を強化し、消費者第一主義のもと顧客体験向上を目指すものである。貝殼找房の躍進により業界全体でイノベーションが加速し、ビジネス規範の強化と業務プロセスの再構築が進んでいる。本稿では、中国不動産 DX の最前線である貝殼找房を通じて、住宅仲介ビジネスの新展開を紹介する。

1. 住宅関連サービスプラットフォームの発展段階

貝殼找房の紹介に先立ち、中国における住宅関連サービスプラットフォームの発展段階を整理する。

第 1 段階では、ポータルサイトが不動産チャンネルを提供し始めた。インターネットの普及に伴い、物件情報はオフラインからオンラインへと移行し、消費者は来店せずに物件情報を閲覧できるようになった。搜狐（1995 年設立）や鳳凰網（1996 年設立）の不動産チャンネルが代表例であるが、この段階では情報提供やマーケティングが主体で、取引プロセスには関与していなかった。

第 2 段階では、PC 時代の垂直型不動産プラットフォームが登場した。搜房（1995 年）、58 同城（2005 年）、安居客（2007 年）などが物件情報の集約・公開・マーケティングを展開した。情報の網羅性や閲覧数が競争軸となり、広告ビジネスとして高度化した。広告費の高騰により、鏈家や我愛我家などの仲介大手は、自社プラットフォームの構築と物件・顧客管理システムの整備にシフトした。

第 3 段階では、2014～2015 年を中心に不動産 O2O プラットフォームの競争が激化

した。多くのベンチャー企業が参入したが、大半が淘汰された。その中で「58 同城」は「安居客」を買収し「58 安居客」として統合され生き残った。また、SaaS や AR/VR、AI 技術を仲介業者に提供する「諸葛找房」や「巧房」なども登場した。

第 4 段階では、営業支援機能を備えた不動産取引プラットフォームが登場した。2018 年設立の貝殼找房がその代表例である。同社は加盟仲介業者向けに取引支援機能や情報共有、業務連携のための SaaS システムを提供し、業界全体の構造転換を牽引した。他の仲介業者もそのモデルを模倣し、「直営+加盟」型組織へとシフトした。これにより大手仲介業者を中心としたプラットフォーム型ネットワークが形成された。

一方、「58 安居客」のような情報提供型プラットフォームも、仲介プロセスに直接は関与しない立場を維持しつつ、AR/VR や取引支援サービスの提供に注力するようになった。こうした発展により、オンラインと従来型仲介を融合した新たな仲介プラットフォームが普及し、消費者には効率的な物件探索手段を、不動産業者には業務支援とビジネス拡大の機会を提供している。

2. 鏈家の成長と IT 化（Link の開発）

貝殼找房は、中国最大手仲介業者・鏈家のビジネスモデルを基に誕生し、そのシステムを活用・発展させたプラットフォームである。現在では、貝殼找房が鏈家を傘下に収める親会社となっており、世界的にも珍しい企業グループを形成している。本節では、貝殼找房の理解を深めるために、母体である鏈家の発展とシステム開発の歩みを概観する。

(1) 仲介最大手である鏈家の急成長

鏈家は 2001 年にわずか 27 人で設立された小規模な仲介業者から、2016 年末には全国 28 都市に約 8,000 の直営店舗と約 13 万人の従業員を擁する中国最大手の仲介企業へと成長した。同年の取引総額は 1 兆元（約 20 兆円）、仲介手数料などの収入は 208 億元（約 4,246 億円）に達し、創業からわずか 15 年で目覚ましい成長を遂げた。その後、新型コロナウイルスの影響で住宅市場が厳しい状況に置かれ、店舗数や従業員数は減少したものの、依然として業界トップの地位を維持している。中国住宅仲介業界において、E コマース分野のアリババのような急成長企業として「ユニコーン」と称される鏈家の成功要因は、多くの業界関係者が「業務効率化のための IT 化推進」を主因として挙げている。

(2) Link システム誕生による仲介業務の革新

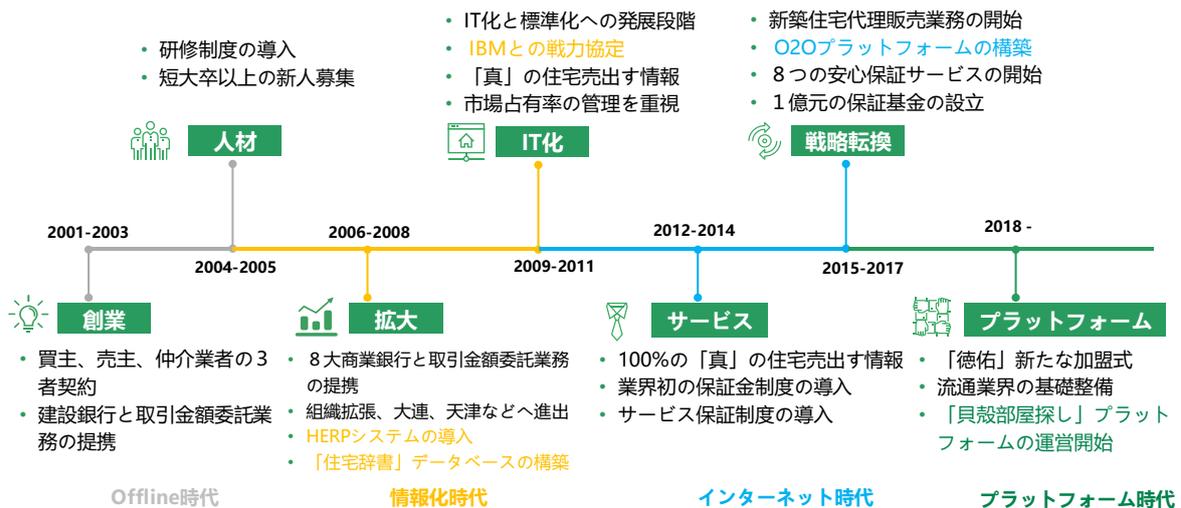
創業当初の鏈家では、物件情報は紙媒体で管理され、すべての手続きが対面で行なわれていた。2005 年に店舗数 105、従業員 1,277 人にまで拡大したが、営業社員は毎朝紙の物件情報を確認する必要があり、担当エリア外の物件を紹介するのは困難であったため、店舗間での情報共有が大きな課題となっていた。

2006 年、大連市への進出に伴い、同地の仲介大手「好旺角」を合併。その際に導入した

社内情報共有システム「HERP」を全店舗に展開し、鏈家は IT 化への第一歩を踏み出した。さらに全国展開を見据え、2009 年に IBM に業務管理システムの開発を委託し、2011 年に「SE」システムを完成させた。これにより、取引や管理業務のオンライン標準化・数値による管理が実現し、2014 年には手数料収入が 39 億元（802 億円）に達した。しかし、このシステムでは営業社員が業務手順に違反するたびに罰則が科されるなど、管理が過度に厳格化したため、現場からは強い不満の声が上がるようになった。

これを受け、鏈家は自社内に IT 専門チームを立ち上げ、IBM やアリババ出身の技術者を積極的に採用し、ベテラン営業社員の協力のもとで、新システム「Link」を開発した。Link は従来の罰則中心「強制型」に対し、インセンティブ重視の「誘導型」へと設計が大きく転換された。業務完了するたびにポイント付与され、完全歩合制のもとではポイントに応じて評価ランクや歩合率の変動する。営業活動だけでなく、接客や情報入力などもすべて評価対象に含まれており、営業社員の業務全般に対する積極性を高める効果をもたらしている。

図表 1 鏈家における IT 化の進化過程イメージ図



(資料) 貝殼研究院の提供資料をもとに作成

Link 導入以降も現場の声を反映した継続的な改善が図られ、2015 年には営業網が全国に拡大し、仲介手数料等の収入は 155.2 億元（約 2,483.2 億円）と前年の約 4 倍に成長した。この急成長には、Link による業務効率化と営業支援機能の高度化が大きく寄与している。

(3) スマホ時代に対応した Link の進化

中国におけるスマートフォンの普及に伴い、鏈家では携帯端末向け専用アプリを開発した。このアプリと PC 版サイトの合計で 1 日平均 6,000 万回のアクセスに到達した。仲介依頼の状況を見ると、オンラインとオフライン（来店、紹介など）の比率は 7:3 である。

2017年頃にはVR内覧サービスを導入し、スマートフォンからVR内覧が可能で、内覧中に営業担当者とリアルタイムで会話ができる環境を整備した。

2018年から、鏈家は独自開発システム「Link」を進化させ、全国の中堅仲介業者向けに「貝殻找房」プラットフォームを通じてサービス提供を開始した。これは単なる情報提供型ではなく、加盟業者の物件情報や取引データまで統合管理する仕組みであったため、業界に大きな衝撃を与えた。

3. 貝殻找房の誕生要因

貝殻找房の誕生の要因は大きく内部要因と外部要因に分けられる。

まず内部要因としては、直営モデルの成長限界が挙げられる。鏈家は2015年以降、M&A戦略により全国28都市・約8,000店舗へと事業を拡大したが、特に主力市場である北京市では、2014年以降成長率が鈍化し、2017年には市場シェアが縮小に転じた。次に、ITインフラの整備によるプラットフォームを提供する能力の獲得がある。鏈家は中古・新築の取引から賃貸、住宅リフォームまで広範な分野をカバーする中で、「住宅辞書」や営業支援システムを含む「鏈家網 (Lianjia.com)」を構築し、他社に対してもプラットフォームを提供できる体制を整えた。

一方、外部要因としては、まず物件情報共有の仕組みが欠如していることへの市場ニーズの高まりがある。2015年以降、多くの都市で中古住宅の取引件数が新築を上回るようになったが、適切な情報共有インフラが整っていなかったため、虚偽広告の横行や情報の非流通により、住宅流通の非効率性が顕在化した。また、通信インフラの整備、高速化、通信コストの低下、スマートフォンの普及などにより、プラットフォーム型ビジネスが急速に拡大したことも大きな後押しとなった。

このように、鏈家が直面した内部的な成長の限界と、業界全体における外部環境の変化とが相まって、同社が長年培ってきたプラットフォーム技術と企業文化を業界全体に展開する契機が生まれ、それが貝殻找房誕生の原動力となったのである。

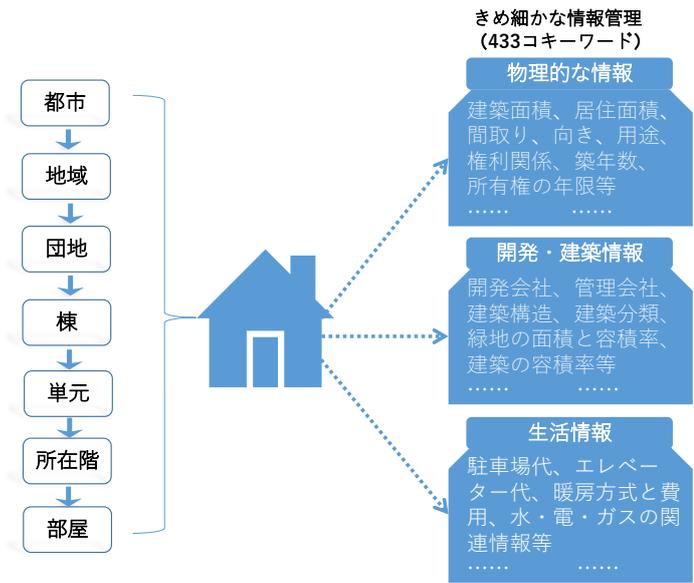
4. 貝殻找房の中核機能

(1) 膨大なデータベース「住宅辞書」

鏈家は、2006年から「住宅辞書」と呼ばれる住宅データベースの構築に取り組み、後に貝殻找房でも活用されるようになった。2021年末時点で、登録住宅数は2.57億戸に達し、中国最大の住宅データベースとなっている。住宅辞書には、「都市」「地域」「団地」「棟」「单元」「所在階」「部屋情報」などの基本情報に加え、「物理的情報」「開発・建築情報」「生活関連情報」の3つの主要カテゴリが含まれている（図表2参照）。

このデータベースの構築・維持のために、链家は複数の専用システムを開発している。例えば、団地の基本情報を整備する際には、棟数や総戸数といったデータを航空写真と照合・確認できるシステムを用いることで、データの正確性を確保し、信頼性と更新性を担保している。さらに、住宅辞書はビッグデータ解析にも活用されており、虚偽広告の排除、取引データベースとの連携による営業支援、営業社員に対する販売物件の推薦機能など、さまざまな機能が備えられている。

図表 2 住宅辞書のイメージ図



(資料) 貝殼研究院の提供資料により翻訳

(2) 軽量化、低コストの VR 技術

貝殼找房の傘下組織である「貝殼・如視」は、中国国内における 3D 空間再構築分野の先駆的企業である。通常、VR の導入には大型のハードウェア設備が必要で、初期投資が高額になる傾向があるが、同社はハードウェアの軽量化と低コスト化を実現し、貝殼找房に掲載される物件のほとんどで VR 内覧を可能にしている。さらに、2021 年 5 月 17 日に、貝殼・如視が日本の大手商社である丸紅株式会社と正式に提携し、同社の VR 技術が日本の不動産業界にも導入されることとなった。

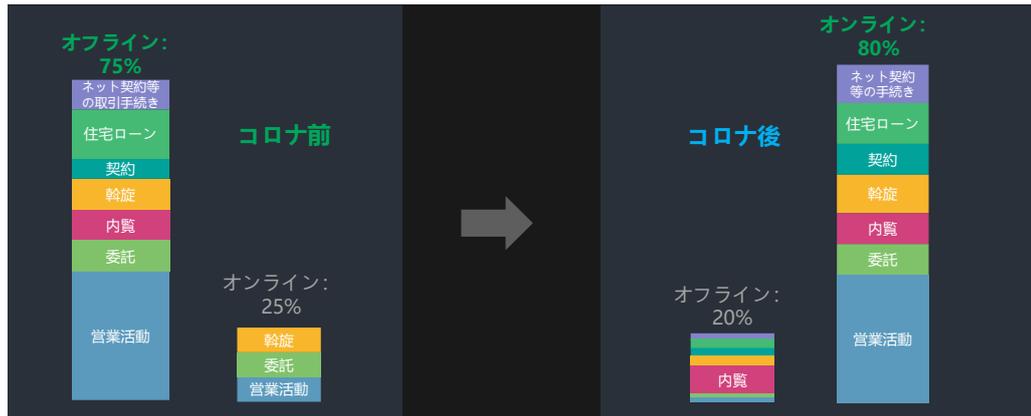
(3) コロナ過が加速させたオンライン化

中国では新型コロナウイルス感染拡大防止の厳格な行動制限により、仲介プロセスのオンライン化が急速に進展した。貝殼找房でもこの期間中にオンライン化が加速し、既に蓄積していた住宅辞書や VR 内覧等の高度テクノロジーを活用することで、仲介プロセスの約 80% のオンライン化を実現した (図表 3)。

链家は中国の直営型不動産仲介ブランドのリーダーとして、業界初の物件情報の正確性保証や安心取引制度の提供など「顧客第一」の企業文化を築いた。住宅辞書を用いたビッグデータ解析の取り組みは他社にも影響を与え、他の不動産プラットフォームでも同様の住宅データベース構築が進むなど、業界全体のデータ基盤整備に大きく貢献した。

貝殼找房は、链家が蓄積した技術と経験を土台とし、プラットフォーム戦略を通じて他社への支援システムを提供することにより、業界全体のデジタル化と効率化を推進している。

図表3 仲介プロセスのオンライン化イメージ図



(資料) 貝殻研究院の提供資料により翻訳

5. 貝殻找房のDX加速がもたらす業界全体への影響

中国の住宅仲介業界は近年、テクノロジーの導入とプラットフォーム化を通じて、大きな構造転換を遂げてきた。その先頭に立ったのが、链家とその後継的存在である貝殻找房である。

链家は早期から IT インフラの整備を進め、業務の標準化・効率化、物件情報の正確性向上、さらには営業社員の評価制度までを包括する社内統合システム「Link」を開発した。また、住宅辞書や VR 内覧といった独自技術を積み重ねることで、仲介プロセスをオンライン化する体制を構築した。

この成果を基盤として、2018 年には貝殻找房が設立され、链家のテクノロジーと業務ノウハウが外部にも開放された。中堅・中小仲介業者に対してもシステムの提供を行い、プラットフォーム戦略が本格的に展開された。「Link」を通じて提供される機能は、物件・顧客情報の管理、営業プロセスの可視化、手数料配分の自動精算、営業支援機能の一元化などであり、業者間の協業促進と取引の透明化・効率化を実現している。

このような中国の住宅関連プラットフォームは、単なる物件検索サービスの枠を超え、営業・人事・財務・経営管理までを網羅する業務支援型統合ツールへと進化している。特に注目すべき中核機能は以下の 7 点である。

1. 専用アプリによる営業現場での情報処理の迅速化
2. 取引プロセスの可視化による透明性と信頼性の向上
3. 手数料配分の自動化による社内トラブルの削減と業務意欲の向上
4. 営業状況の数値管理によるマネジメント精度の強化
5. AI による教育・業務支援による人材育成と業務品質の向上
6. アルゴリズムの活用による物件・顧客マッチングの最適化
7. ビッグデータ分析による経営判断とマーケティング戦略の高度化

さらに、傘下企業である貝殻・如視は、VR 機器の軽量化・低コスト化を進め、3D 空間再構築技術を活用した遠隔内覧の普及を実現している。2021 年には日本の丸紅と提携し、

同社の技術が国際展開されつつあることも注目される。

このように、貝殻找房は単なる仲介業者にとどまらず、テックプラットフォームを核とした不動産エコシステムの構築者へと変貌を遂げた。貝殻找房の DX 推進は、中国住宅仲介業界全体の構造的転換を加速させる牽引力となっており、これは今後のグローバル不動産業界にも多大な示唆を与える先進的な事例である。

以上

Writer's Profile



曹 雲珍 (そう うんちん)

日本不動産研究所 研究所 兼 国際部 主席研究員

2009 年に一般財団法人日本不動産研究所に入所。中国内陸、香港、韓国など不動産流通市場に関する調査研究に携わる傍ら、「全国賃料統計」、「住宅マーケットインデックス」、「不動研住宅価格指数」など定期調査業務を担当。明海大学非常勤講師を兼任。不動産学博士。

【近年研究論文等】

- 「離陸した中国賃貸住宅市場」『不動産研究』2018 年 第 60 巻 No.4, p49-61.
- 「賃貸住宅市場における日中比較分析～」『中国不動産評価及び仲介』2018 年 第 133 巻、No.4, p42-50.
- 「不動産流通システムにおける日中比較分析～」『中国不動産評価及び仲介』2019 年 第 137 巻、No.4, p52-62.
- 「日本賃貸住宅市場の経験と示唆」『中国不動産評価及び仲介の優秀論文集』2019 年 p122-134.
- 「不動産仲介業界における不動産テックの最新状況」『不動産鑑定』2019 年 1 月号, p37-40.
- 「中国の不動産市場の現状と見通し：住宅市場における 2018 年の回顧と 2019 年の見通し」『日中経協ジャーナル』2019 年 5 月号, p10-15.
- 「中国マンション管理業界におけるデジタル化」『不動産研究』2021 年 10 月号, p43-54.
- 「中国マンション管理の実態～中国マンション管理サービスの IT 化によるスマート団地～」『不動産研究』2022 年 10 月号, p61-70.
- 「金融緩和政策が中古マンション市場は与える影響及び今後の展望」『不動産研究』2023 年 10 月号, p21-30.
- 「中国の不動産仲介業界における DX の進展」『不動産研究』2024 年 7 月号, p29-45.

中国で加速する農村金融機関の再編

みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

調査部 主任エコノミスト 月岡直樹

■農村金融機関は整理統合により1年で192行減

中国で農村金融機関の整理統合が加速している。中国には、2024年末時点で全国に4,295の銀行業金融機関が存在し、このうち農村金融機関（農村商業銀行、農村合作銀行、農村信用社、農村資金互助社、村鎮銀行）は3,603行に上るが、その数は2023年末の3,795行から1年で192行減少した（図表1）。現地の報道によれば、2025年は後述する内モンゴルでの大規模な経営統合もあって5月までに184の中小銀行が姿を消しているという。

図表1 中国の銀行業金融機関

類別	銀行数	類別	銀行数	類別	銀行数
開発金融機関	1	ダイレクトバンク	2	金融リース	71(70)
政策銀行	2	農村商業銀行	1,563(1,607)	企業集団財務会社	239(241)
国有大型商業銀行	6	農村合作銀行	23	消費者金融	31
株式制商業銀行	12	農村信用社	458(499)	オートローン	25
都市商業銀行	124(125)	農村資金互助社	21(30)	マネーブローカー	6
民営銀行	19	村鎮銀行	1,538(1,636)	その他	40(41)
外資銀行	41	信託会社	67	銀行業金融機関計	4,295(4,490)
住宅貯蓄銀行	1	金融資産管理会社	5	外国銀行支店	116

（注）2024年末現在。括弧内の数字は2023年末時点。赤枠内が農村金融機関。企業集団財務会社は、グループ会社に対してのみ銀行サービスを提供

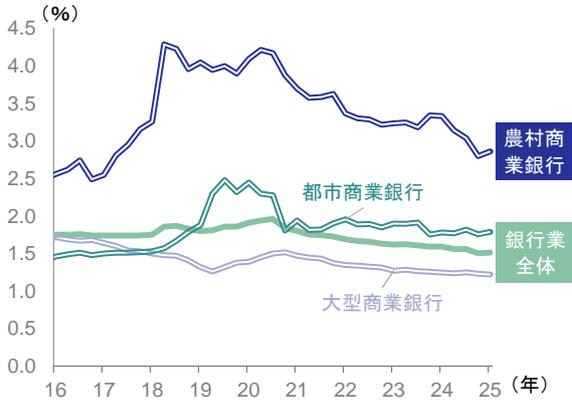
（出所）国家金融監督管理総局より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

農村金融機関は、農村地域に密着した金融サービスを提供する地方中小銀行のことであり、歴史的な経緯から、株式会社としての組織体制を整えた農村商業銀行、建国当初から存在する農村地域の信用組合組織である農村信用社、民間の投資家が資本参加する村鎮銀行などに分類される（各業態の定義・特徴については文末の用語解説を参照）。その再編が加速している背景には、経営面のリスクがくすぶっていることがあるとみられる。中国では、不動産不況とそれに伴う景気減速を受けて地方政府融資のプラットフォームや不動産ディベロッパーの過剰債務問題が深刻化し、一部の銀行資産の劣化が進んでいるとされる。そうした中、信用力の低い中小零細企業や農家を主な貸出先とする農村金融機関は、国有大型商業銀行や株式制商業銀行といった大型銀行に比べてリスク管理体制が整備されていないこともあり、資産劣化の度合いが相対的に大きい模様である。

実際、農村商業銀行の不良債権比率は2025年3月末時点で2.86%と、銀行業全体の平均1.51%と比べて高く（図表2）、農村商業銀行よりも規模の小さな他の農村金融機関で

はその比率がさらに高くなっている可能性もある。一方で、中国当局が景気下支えのため金融緩和を進める中、貸出金利の低下と銀行業界の競争激化による利ざやの縮小が、銀行収益を圧迫している（図表 3）。加えて、違法な貸出や資金の流用といった腐敗行為により、損失を膨らませているケースもあり、不良資産の処理とガバナンスの強化が急務となっているのである。

図表2 銀行類別の不良債権比率



(出所) 国家金融監督管理総局、CEIC より、みずほリサーチ&テクノロジー作成

図表3 中国銀行業の利ざや



(出所) 国家金融監督管理総局、CEIC より、みずほリサーチ&テクノロジー作成

中国政府は、かねてより「金融のシステミックリスクを発生させないというボトムラインをしっかりと守り抜く」方針を掲げており、農村金融機関を含む地方中小銀行の経営リスクを警戒している。2023年10月に開催された中央金融工作会議は、「中小金融機関のリスクを遅滞なく処理する」と明記。また、2024年の経済運営方針を決定した2023年12月の中央経済工作会議は、中小金融機関を不動産、地方債務と並ぶ3大金融リスクの一つに位置付けてその解消を指示し、2024年12月に開催された同会議も2025年の経済運営方針として「地方中小金融機関のリスクを穏当に処置する」ことを掲げている。こうした政策方針も再編加速の背景にある。

■ 農村信用社の再編と村鎮銀行の吸収合併・解散という2つの潮流にまたがる事例も

農村金融機関の整理統合には、大きく分けて2つの潮流がある。

一つ目は、農村信用社改革による農村信用社の再編である。農村信用社改革とは、農村信用社の上位組織である農村信用社聯合社を農村商業銀行に改組し、銀行経営の効率化と管理の強化を図ろうとするものである。「一省一策（省ごとの政策）」によって進められており、農村信用社聯合社を核として省・自治区内の農村信用社を合併し、新たな「農村商業銀行」を設立するケースと、農村信用社聯合社を「農村商業“聯合”銀行」に改組し、地域の農村信用社に対する監督管理と資金融通の役割を強化するケースに分類されるようである（図表 4）。前者は、統合により「規模の経済性」が高まる形での効率化が期待できる一方で、統合前の利害調整と統合後の体制構築における難易度が高く、効率化を急ぐあまり本来の使命である農村末端でのサービス提供に空白が生じるおそれもある。後者は、そのような難しさやおそれこそないものの、農村信用社の独立性が維持されたままとなるので、

再編の効果も限定的なものにならざるを得ない。

図表4 農村信用社改革の最近の事例

銀行名	認可／設立	設立経緯など
内蒙古農村商業銀行	2025年5月	自治区内120の農村金融機関を統合して設立
江西農村商業聯合銀行	2025年4月	同省農村信用社聯合社を改組。省内85の農村商業銀行を統括
江蘇農村商業聯合銀行	2025年3月	同省農村信用社聯合社を改組。省内60の農村商業銀行を統括
河南農村商業銀行	2025年2月	省内25の農村金融機関を統合して設立
遼寧農村商業銀行	2023年9月 2024年6月	省内31の農村金融機関を統合して設立 省内25の農村商業銀行と11の村鎮銀行を吸収合併
海南農村商業銀行	2024年4月	省内20の農村金融機関を統合して設立

(出所) 国家金融監督管理総局、財新網、各種報道より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

もう一つの潮流は、村鎮銀行の吸収合併もしくは解散である。村鎮銀行は、農村への金融サービスの普及を目的として銀行参入規制が緩和された2006年以降に設立された金融機関で、都市商業銀行や農村商業銀行などの金融機関を主要株主(母体行)としながらも、民営企業など多様な投資家が資本参加する所有形態をとっている。株主による利益誘導(機関銀行化)とガバナンスの欠如、リスク管理の甘さから、経営難に陥っている銀行もあるとみられる。事実、2022年4月には河南省と安徽省で5行が預金の払い戻しを停止して、地元当局が支払いの一部肩代わりを余儀なくされる事案が発生しており、同年8月には遼寧省で1行が正式に破綻している(地元の農村商業銀行が経営を引き継いだ)。村鎮銀行の再編は、母体行による吸収合併を軸に進められることになるが、資産価値の低下により二束三文での持分売却を迫られる既存株主がこれに難色を示すケースもあるようである。

2つの潮流が同時進行する中で注目されるのは、内モンゴル自治区での再編事例である。2025年5月、同自治区内120の農村金融機関を統合する形で新たな銀行「内蒙古農村商業銀行」が発足した。これは、農村信用社改革によって内蒙古自治区農村信用社聯合社を改組する形で進められた大規模な経営統合であるが、統合した120行のうち26行が村鎮銀行であったことから、2つの潮流にまたがる思い切った再編であったといえ、地方政府や金融当局の強力な後押しがあったことをうかがわせる。今後、他の地域でも同様の再編が進むのが焦点となろう。

■ 農村金融機関の経営リスクが金融システムに影響を与える可能性は排除できず

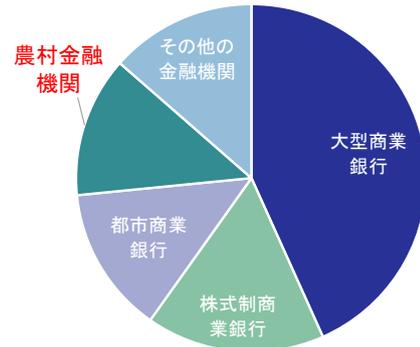
中国の銀行システムは、自己資本比率(15.3%)や貸倒引当金カバー率(208.1%)、流動性カバレッジ比率(146.2%)といったリスク指標を見る限り、全体として健全性を維持している。大型銀行18行(国有大型商業銀行6行、株式制商業銀行12行)だけで銀行業全体の総資産の6割を占めている(図表5)ことから、これら大型銀行の安定性が金融システム全体にとって極めて重要となる。中国政府は2025年3月、5,000億元の特別国債を発行し、国有大型商業銀行4行(中国銀行、中国建設銀行、交通銀行、中国郵政貯蓄銀行)に対して公的資金を注入することを発表した。予防的な資本注入で銀行の貸出余力

を高めるとともに、リスク耐性を強化する狙いがあり、金融危機は絶対に発生させないとする中国政府の強い決意がうかがえる。

ただ、農村金融の担い手である農村金融機関の経営リスクが金融システムに影響を与える可能性は排除できない。中国政府もそのように認識しているので「中小金融機関のリスク」に繰り返し言及し、地方政府や金融当局にリスクの解消を急がせているのであろう。中国人民銀行は、毎年公表の『中国金融安定報告』において各銀行のリスク格付けを実施しており、2024年版では357行が高リスク金融機関に分類されている（図表6）が、そのほとんどは農村金融機関であるとみられる。経営リスクを顕在化させないためには農村金融機関のさらなる整理統合も視野に入るが、これによって農村での金融サービスが劣化することは避けなければならない。地方政府や金融当局には、リスク回避とサービス維持という両にらみの対応が求められることになる。

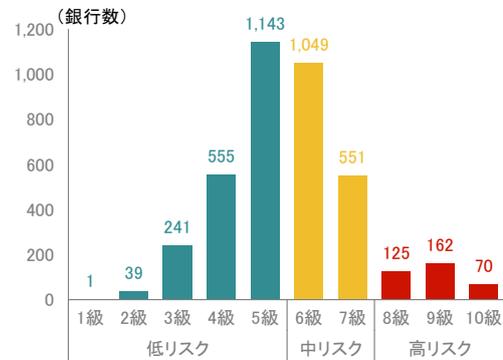
以上

図表5 銀行類別の総資産比率



（出所）国家金融監督管理総局、CEICより、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

図表6 銀行のリスク格付け（2023年末）



（注）中国人民銀行が全国3,936行のリスクを評価したもの
（出所）中国人民銀行より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

[用語解説]

- 農村商業銀行：株式会社としての組織体制を有する金融機関。農村信用社の改組により設立された。
- 農村合作銀行：株式合作制と呼ばれる特殊な所有形態の金融機関。農村信用社の改組により設立された。金融当局は現在、新設を許可しておらず、将来的にはすべて農村商業銀行に改組されるとみられる。
- 農村信用社：建国当初から存在する農村地域の信用組合組織。農村信用社改革により、農村商業銀行や農村合作銀行への改組が進んでいる。
- 農村信用社聯合社：一定地域（省域、県域など）の農村信用社を監督管理する半行政的な組織。
- 農村資金互助社：農民や農村の小規模零細企業が資金を出し合う形で設立された協同組合的な性格を持つ金融機関。2007年の規制緩和以降に設立された。
- 村鎮銀行：都市商業銀行や農村商業銀行などの金融機関を主要株主（母体行）としながらも、民営企業など多様な投資家が資本参加する所有形態をとる金融機関。2006年の規制緩和以降に設立された。近年、母体行への吸収合併や解散が相次いでいる。

[参考文献]

- 王雷軒（2014）「中国の農村信用社連合組織の構造と機能 一省農村信用社連合社を中心に」農林中金総合研究所『農林金融』2014年2月号
- 月岡直樹（2024）「中国は景気下支えを一段と強化へ ～習近平指導部が2025年の経済運営方針を決定～」Mizuho RT EXPRESS（12月18日）
- 月岡直樹（2023）「中国は財政を「適度」に拡大し景気下支えへ ～中央経済工作会議を開催、2024年の経済運営方針を決定～」Mizuho RT EXPRESS（12月20日）

Writer's Profile



みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

調査部 主任エコノミスト 月岡直樹

2004年3月関西学院大学文学部卒。中国上海で日本語雑誌の編集記者等を経験した後、2012年7月みずほ銀行（中国）有限公司に入社、中国の経済金融政策の研究業務を担当。2016年7月みずほ銀行に入行、中国投資アドバイザー業務に携わる。2021年6月より現職。

✉： naoki.tsukioka@mizuho-rt.co.jp

☎： 080-1069-6684

【PR】 YouTube®動画「MHRT Eyes」・各種 調査レポート（無料）を配信中！ （「YouTube」はGoogle LLCの登録商標です）

～国内外の経済・金融動向など幅広い分野について、エコノミスト・研究員が専門的な知見をご提供～

▽メルマガ（登録無料）では、配信をいち早くお知らせしております。下記より是非お申込みください

<https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/mailmagazine/research/index.html>



（QRコードはデンソーウェブの登録商標です）

お問い合わせ：みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社 調査部メールマガジン事務局

(03-6808-9022, chousa-mag@mizuho-rt.co.jp)

●当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、ご自身の判断にてなされますようお願い申し上げます。また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。なお、当社は本情報を無償でのみ提供しております。当社からの無償の情報提供をお

貿易摩擦の情勢下における契約の課題

企業が活用しうる重要条項

King & Wood Mallesons 金杜法律事務所

1. はじめに

昨今、グローバルな貿易取引が多く課題に直面している。2025年4月2日、米国のトランプ大統領は、相手国との対等な関税負担を目的として自国の関税を引き上げる「相互関税」の導入を公表した。目まぐるしく変化する各国の貿易政策とますます多発する世界的な貿易紛争は、グローバルサプライチェーンを再構築する一方で、企業の経営と貿易のリスクを激化させ、取引の安定維持が厳しい状況となっている。このようにグローバル貿易の課題が深刻化し、摩擦が激化している背景の下、本稿においては、取引の安定性の維持、契約内容の見直し、契約の終了などを考える企業に対し、関税などの政策の変更と関わる重要な契約条項について、中国の関連法令に基づき一定の考え方を提示するものとした。

2. 政策の変更と関連する重要条項

契約交渉においては、多くの当事者が、契約の安定性と取引の予測可能性を維持する特定の条項を契約に定めようとする。特に、予見・制御不能な外部的リスク（例えば法改正や政策の変更）の発生時に、これらの条項の解釈・適用が重要となる。

(1) 不可抗力

不可抗力は、契約に定められることが多く、通常、契約履行にあたり、予見、可避及びいずれか一方への帰責のいずれも不可能な事件に当事者が遭遇した場合における責任の分配及び結果が、その条項の内容となる。

中国の法体系において、不可抗力は法定の免責事由の1つとされている。中国民法典によると、「不可抗力」とは、当事者において予見、回避及び克服をすることができない客観的な状況をいい（180条2項）、当事者の一方が不可抗力のために契約を履行しえないときは、不可抗力の影響に応じてその責任の一部又は全部が免除される（590条）。それゆえ、契約に不可抗力条項が定められず、又は不可抗力の範囲が明らかではない場合であ

っても、当事者は、不可抗力の原則に基づく免責を主張することができ、人民法院・仲裁機関は、当該状況に対する不可抗力に該当するかどうかを判断することになる。

中国の司法実務において、不可抗力は通常、自然災害その他偶発的な事件によって契約の正常な履行ができなくなった場合に適用されることが多く、政策のために履行が困難となった場合は、不可抗力と認められる可能性が低下する。

(2) 事情変更

この「事情変更」に関し、民法典 533 条は、契約の基礎的な条件に、契約締結時の当事者には予見しえず、かつ、商業上のリスクに属さない重大な変化が生じ、契約の履行を継続すると当事者の一方に明らかに不公平となる場合には、不利な影響を受けた当事者は相手方と改めて協議をすることができ、この協議が合意に達しないときは、人民法院又は仲裁機関に対し契約の変更又は解除を請求しうる旨を定めている。

一般に、事情変更は、国の政策や市場環境の変化といった非自然的な事件が発生した場合に適用される。最高人民法院の「中華人民共和國民法典契約編通則適用の若干の問題に関する最高人民法院の解釈」32 条 1 項には、契約の成立後において、政策の調整、市場需給関係の異常な変動などの理由により、契約締結時の当事者には予見不能で商業上のリスクに属さない価格の変動が発生し、契約の履行を継続すると当事者の一方にとって明らかに不公平となる場合には、人民法院において、契約の基礎的な条件に民法典 533 条 1 項に定める「重大な変化」が発生したものと認定しなければならないとの規定がある。

ここで、事情変更と商業上のリスクとの区別・差異について論ずると、一般に、商業上のリスクとは、事業活動において、種々の不確定要素に起因して、事業者には損失をもたらす機会又は可能性のある客観的な経済現象のことをいう。最高人民法院は、2008 年の国際金融危機に対応するため翌 2009 年に公布した「現在の情勢下における民商事契約紛争事件審理の若干の問題に関する指導意見」において、「商業上のリスクは、事業活動に従事する固有のリスクであり、例えば、異常な変動の程度に至っていない需給関係の変化、価格の騰落などが挙げられる。これに対し、事情変更は、当事者が締結時に予見することができなかった市場システムに非固有のリスクである。人民法院は、ある種の重大かつ客観的な変化が事情変更に該当するか否かを判断するにあたっては、そのリスクが社会通念上事前に予見しえない類型のものか否か、リスクの程度が正常人の合理的な予想をはるかに超えているか否か、リスクを防止及び制御が可能か否か、取引の性質が通常の「高リスク・高収益」の範囲か否かなどの要素に注意して考量しなければならない。市場の具体的な状況を踏まえ、個別の事案ごとに事情変更か商業上のリスクかを判別する。」ことを明らかにしていた。

実務的観点からすると、事情変更の原則は、適用要件が比較的厳しい。一部の事例は、当事者において予見可能な政策の変更を商業上のリスクと認定しており、例えば（2016）最高法民終 781 号事件（任氏と張氏との間における採鉱権譲渡契約紛争の上訴審）では、最高人民法院は、企業が経営の過程において、自社の属する産業に関する政策について一定の理解と予測をするべきであり、政策の変更によって契約の履行ができなくなっても、予見しえない商業上のリスクには該当せず、事情変更の原則は適用されないとの判断を示している。しかし、政策の変更が十分に突発的で、その予測は不可能であり、かつ、その影響ゆえに契約の履行を継続すると著しい不公平となるときは、事情変更と認定されることも考えられる。

現在の国際貿易の環境において、各国間で相互に設定された関税障壁は、すでに通常の政策調整の枠内に収まっておらず、国際貿易に対する影響は顕著で、伝統的な政策変動の通常の水準を超えている。これらの変化・変更が予見可能か否か、正常な商業リスクといえるか否かは一概に論じられない問題であるとはいえ、事情変更原則適用の一定の可能性が示されている。

(3) 契約における貿易用語

国際貿易に関する契約においては、取引の価格構成、責任の分担、リスクの負担などを明示する貿易用語を定めるのが通常であるが、これにも注意を払わなければならない。例えば、FOB 条件（本船渡し条件）の下では、売主の責任は、目的物を船積みして運送業者に引き渡すところまでに限られるのが通常で、その後の危険負担は買主に移転するのに対し、CIF 条件（運賃保険料込み条件）の下では、目的物の運送中の運賃、保険料などの費用の負担が売主に求められる。

また、貿易用語にも関税の負担者が定められ、「インコタームズ 2020」に定める 11 の貿易用語のうち、商品の輸入国における輸入関税を売主/輸出者の負担とするのは DDP（関税込み持込渡し条件）のみであり、その他の貿易用語においては、いずれも買主/輸入者による負担となる。このように、国際貿易においては、契約にいずれの貿易用語が用いられるかによって、関税の負担者が定まる。

(4) 重大な不利益変更

この「重大な不利益変更」に関する条項は、企業の M&A や融資に関する契約で多用され、特定の事情下における契約解除権を当事者に与えることがその主な機能である。一般に、契約締結後から契約の目的完了までの特定の期間において、取引全体に実質的な脅威を与えうる事件が発生した場合には、当事者において契約を解除しうるものと定められ、具体的に何がそれに該当するのかは、当事者の合意による。

通常、当事者の一方の財務状況、業績、事業展開などに重大な不利益変更が生じ、取引価格が著しく低下し、又は取引リスクが顕著に増加した場合、相手方当事者は、この条項に基づいて契約の解除を主張することができる。複雑で変化に富む国際情勢及び政策の変更によって、重大不利益事件が成立して重大な不利益変更となるか否かについては、各当事者が定めた条項の内容に応じて定まる。例えば、企業の業績が関税政策の突然の変更によって重大な打撃を受けることも考えられ、関税障壁の突然の引上げによって、企業のコストの急激な増加、市場競争力の著しい低下、さらには連鎖反応による企業価値の大幅減が生ずることもありうるが、このような状況において、取引の相手方が重大な不利益変更条項を根拠に契約解除を主張しうるか否かについては、具体的な事案ごとの検討が必要となる。

3. おわりに

世界経済の不確実性が高まる状況の下、越境的な商活動に対する政策リスクがますます顕著になりつつある。企業が問題への適切な対応をするため、履行中の契約については、世界的な貿易政策の動向を常に注視し、契約履行のリスクを定期的に検査し、活用しうる法令規定や契約条項などを検討することが重要となる。これに対し、締結予定の契約については、将来における契約紛争の発生を可能な限り予防するとの観点から、国際的な貿易環境及び各国の政策の動向を踏まえ、契約履行に影響しうる各種の要素を事前に評価したうえ、外部リスクと関連する条項を設定することが提案される。

以上

Writer's Profile

King & Wood Mallesons 金杜法律事務所

King & Wood Mallesons (KWM) は、アジアを本拠地とし、世界にリーガルサービスを提供する国際的な法律事務所です。アジア、オーストラリア、アメリカに 26 のオフィスを構え、3,000 名以上の弁護士が所属しています。

HP : <https://www.kwm.com/jp/ja/about-us.html>

在日中国企業紹介

~客観的なデータと現場の声から、日中ビジネスの「今」を探る~

本誌では、日本企業や日本社会の皆さまに向けて、日本に進出し、日中間の経済交流の最前線で活躍する中国企業の実態をより深く理解していただくため、新たに「在日中国企業紹介」のコーナーを創設いたしました。

毎号、異なる業種の中国企業を選定し、その事業の特徴を多角的かつ客観的に掘り下げてまいります。読者の皆さまにとって、日中ビジネスの「今」を知る一助となれば幸いです。

かいていらおひなべ 海底撈火鍋

創立 31 年、国境を越えたグローバル化の展開

海底撈火鍋は 1994 年に中国四川省で創立されたブランドであり、サービスモデル、食材、そして独自の火鍋文化を武器に、中国国内から世界規模へと急速に広がりました。同ブランドは「海底撈国際控股有限公司 (HK:6862)」から分割され、海外市場での運営に特化した「特海国際控股有限公司 (HK:9658)」として 2022 年 12 月に香港証券取引所で上場し、その後、2024 年 5 月には NASDAQ (ナスダック、市場コード:HDL) にも進出を果たしました。

2025 年 3 月 20 日に海底撈火鍋は創立 31 周年を迎え、現在では世界各地に約 1,500 店舗を運営しています。そのうち、120 店舗以上が海外市場で展開されており、日本をはじめ、シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、ベトナム、韓国、オーストラリア、英国、米国、カナダ、アラブ首長国連邦、フィリピン、カンボジアなど、多様な国において事業を拡大しています。



海底撈火鍋上野店の様子

日本市場での展開

ブランドのグローバル展開において、今年、日本進出から10周年を迎えます。2015年に最初の店舗をオープンして以降、東京や大阪など主要都市に8店舗を展開し、徐々に日本の消費者の中で知名度が高まっています。日本の店舗では、日本人顧客に対応するため、チームの現地化が進んでいます。具体的には、日本人スタッフを採用して地域に合わせたサービスを提供し、さらに日本人顧客との円滑なコミュニケーションを実現するため、中国籍スタッフが日本語を流暢に話せるように教育しています。



海底撈火鍋が提供する食材

日本に合わせたメニューと文化イベント

海底撈火鍋は、商品のラインナップや運営スタイルも日本市場に合わせるように変更しています。例えば、「レモン鍋スープ」「味噌鍋スープ」「A5ランクの和牛」「厚切り大根」など、日本専用のメニューを導入し、現地の食文化に対応しています。また、日本の季節やお祭りの習慣に合わせた特別イベントも開催しており、春の「桜シーズン」には桜をモチーフとしたデザート「桜ゼリー」などが提供されています。

日本市場での事業拡大

事業拡大の面では、海底撈国際控股有限公司（HK:6862）は2023年に日本のホテルチェーン「JAPAN HAI」を買収し、温泉リゾート事業へ進出しました。新設される温泉リゾ



北海道のポップアップストア

ートは数年以内に完成が予定されており、また、2024年12月には北海道で期間限定のポップアップストアを開設し、ブランドの認知度を向上する取り組みを行っています。

海底撈は、今後も、更なる地域に特化した戦略を追求しながら、世界中の消費者により質の高い火鍋体験を提供することを目指しています。

お問い合わせ先： 特海国際メディア

✉ media.hq@superhi-inc.com

特海國際控股有限公司 (HK:9658)

本部所在地	シンガポール
経営者	張勇
ブランド創立	1994年
売上高	7.78億USD(約1,120億円)(2024年12月期)
純利益	2,140万USD(約30.8億円)(2024年12月期)
上場	香港市場(2022年)、NASDAQ(2024年)
主要事業	海外市場における海底撈火鍋ブランドの運営

(出所)各種公表資料から作成

以上

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
チャイナビジネスクォーターリー (CBQ)	みずほ銀行 中国営業推進部	季刊	2025年 Spring(2025/4) https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/cndb/economics/monthly/pdf/R512-0185-XF-0105.pdf 2025年 Summer(2025/7) 本誌
Mizuho RT Express	みずほリサーチ & テクノロジーズ	不定期	中国は米相互関税に持久戦も辞さず(2025/5/2) https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/2025/research_0065.html 中国で加速する農村金融機関の再編(2025/6/12) https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/2025/research_0081.html
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	Vol.127 カーボンニュートラルと気候変動政策の現状と展望 https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/globalnews/pdf/global2024_september.pdf Vol.128 トランプ 2.0時代のアジア太平洋情勢を経済の視座で読み解く https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/globalnews/pdf/global2025_March.pdf
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	不定期	第746号(2025/5/8) 国務院、外資投資の安定化に向けた25年の行動案を公表 https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/cndb/express/pdf/R419-0800-XF-0105.pdf 第747号(2025/6/3) 商務部等、インバウンド消費の拡大に向けた免税政策を公表 https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/cndb/express/pdf/R419-0801-XF-0105.pdf
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	不定期	第147号(2025/1/24) 輸出拡大が寄与し10-12月期は加速 https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/cndb/economics/express_economy/pdf/R422-0147-XF-0105.pdf 第148号(2025/4/28) 25年1-3月期は消費・外需が下支え https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/cndb/economics/express_economy/pdf/R422-0148-XF-0105.pdf
中国産業概観	みずほ(中国) 中国アドバイザー部	月次	中国自動車業界レポート(2025/5/20) 25年4月中国自動車業界状況 https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/cndb/economics/others/pdf/R425-0103-XF-0103.pdf 中国自動車業界レポート(2025/6/23) 25年5月中国自動車業界状況 https://www.mizuho-bank.co.jp/corporate/world/info/cndb/economics/others/pdf/R425-0104-XF-0103.pdf

ともに挑む。ともに実る。

MIZUHO みずほ銀行

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

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

☎ 03-5220-8734

香港支店

尖沙咀梳士巴利道18号

K11Atelier13楼

☎ 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

☎ 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

☎ 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

☎ 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

☎ 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

☎ 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

☎ 86-21-3855-8888

● 上海虹橋出張所

上海市閔行区申濟南路1226号

虹橋新地中心 A棟6階、B棟6階

☎ 86-21-3411-8688

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

☎ 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号写字楼19階

☎ 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

☎ 86-512-6733-6888

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

☎ 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

☎ 86-22-6622-5588

● 常熟出張所

江蘇省常熟高新技术産業開發区

東南大道33号科創大廈701-704室

☎ 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

☎ 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

☎ 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

☎ 86-532-8097-0001

深圳支店

広東省深圳市福田区金田路

皇崗商務中心1号樓30樓

☎ 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

☎ 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

☎ 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

長富宮公樓8階

☎ 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

☎ 86-21-6877-8000

Mizuho Securities Asia.Ltd

香港九龍尖沙咀梳士巴利道18號

K11Atelier14-15樓

☎ 852-2685-2000

Asset Management One HK.Ltd

香港九龍尖沙咀梳士巴利道18號

K11Atelier13樓

☎ 852-2918-9030

お問合せ先

みずほ銀行 中国営業推進部 情報ライン 王 博・村上

✉ : china.info@mizuho-bk.co.jp ☎ : 03-5220-8734

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。