

# 第47回貿易記念日講演会

## (金融危機下における対中国ビジネス：今後の見通しとリスク管理)

2009年7月21日(火)に第47回 貿易記念日講演会(於：海峡メッセ下関)が開催された。テーマは、世界的な金融危機の中でも活力を維持し続けている中国。世界の製造拠点から市場へと変貌しつつある中国ビジネスのリスク管理と今後の見通しについて。主催は、日本貿易振興機構(ジェトロ)山口貿易情報センター。共催は、山口県、下関市、山口県商工会議所連合会、下関商工会議所、(財)山口県国際総合センター。講演の内容を紹介する。

### 「金融危機下における市場としての中国、 最新の政策動向」

ジェトロ中国北アジア課

課長代理 中井 邦尚

#### 1. 金融危機下の中国経済のアウトライン

中国市場は、2007年までの30年間で年平均GDP成長率は9.8%、GDP総額は30年で68倍にまでも成長した。改革開放後の中国の対外貿易額の推移は、80年代は赤字基調であったものの、2001年12月のWTO加盟後は、黒字が急増し、08年の貿易収支は2,955億ドルの黒字となり、輸出依存の傾向が強まっている。

また、1994年に9,840社だった中国国内の日系企業も、07年には、23,035社を数えるまでとなり、全体の約9%を占めるようになった。

昨年の金融危機後は、貿易額の減少が続き、2008年11月以降8ヵ月連続で前年同月比マイナスとなっている。08年1月2日には1ドル=7.3元だった人民元の対ドルレートは、08年12月31日は6.835元、09年7月16日には6.832元と、08年7月以降は6.8~6.9元の間で推移し上げ止まっている。こうした人民元高の状況は、中国の輸出にとってもマイナスとなっており、消費者物価指数(CPI)は4ヵ月連続、生産者物価指数(PPI)は6ヵ月連続、ともに前年同期比マイナスである。

一方で、消費統計は前年同月比並みかそれ以上の伸び率で安定的に推移している。これは中国の消費統計が、個人消費と集団消費(政府機関、団体、企業などが消費した部分)を合算したものであるため、集団消費の部分が、消費総額の17%を占めるとも3割以上にのぼるとの分析もある。つまり、消費統計の伸びが、個人収入および個人消費の伸びと同等とは限らないといえる。

また、中国全体での輸出依存度は、全国平均で37.5%だが、広東・上海・江蘇・天津のように輸出依存度が50%以上の地域がある。一方で、四川の6.2%のように内陸部の輸出依存度は低いため、金融危機の影響も一様ではないと言える。

#### 2. 景気回復に全力を挙げる中国政府とその効果

中国政府は輸出支援対策として、2008年8月以降、7度にわたり、繊維・アパレル製品、陶器、プラスチック製品、家具などの労働集約型製品を中心に3,000品目以上の輸出増値税還付率を11%から13%に引き上げた。また、09年2月と6月の2度にわたり、加工貿易制限・禁止品目から繊維品、プラスチック製品、木製品、石化製品、鋼鉄・非鉄金属製品など1,800品目近くを削除した。

また、中国政府は、4兆円の景気刺激策を始

動した、その内訳は、①鉄道・道路・空港などのインフラ整備、②震災地の復興再建プロジェクト、③安価な住宅建設、④農村インフラ建設、⑤技術イノベーション、⑥環境対策、⑦医療・衛生・文化・教育である。これらの財源は、財政支出、国債増発などによる中央政府予算や地方政府（地方債2,000億元）、金融機関、民間企業等からの融資となっている。

あわせて、厳しい状況に置かれている主要な10大産業について、今後3年での振興計画を策定することとなっているが、今後の課題としては高付加価値の需要が少ないことである。

また、消費促進策の実施として「家電下郷計画」や「汽車下郷計画」も行っている。とりわけ、家電下郷は、農村での正規品の流通と民生の改善を目的としているのであるが、低価格品が中心であることなどで限界も生じている。

四半期別実質GDP成長率は、09年第一四半期の6.1%を底に、第二四半期は7.9%と回復傾向にある。工業生産増加額伸び率も前年同月比が、09年1月、2月の3.8%を底に3月は8.3%と回復傾向に転じた。自動車販売台数も09年1月を底に回復基調に転じている。

2009年の中国経済の展望としては、以下の3つが考えられる。

- ①中国経済が目標としている8%前後の成長率を確保できるか。
- ②持続的な成長を見込めるか。
- ③現在の投資・輸出主導型の成長を、投資・消費主導型の成長へと転換し、内需主導型成長に移行できるか。

### 3. 市場としての中国

「平成20年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」（ジェトロ）では、①既存のビジネスの拡充や、新規ビジネスを検討している企業が大幅に減少し、②中国での生産拠点

の新設や拡充を検討する企業の減少傾向が加速しているという傾向が見られた。

2000年当時の上位10%の所得ゾーン（年間世帯当たり可処分所得約35,000元）が、2007年には、上位40-60%となった。

従来は、外資系企業のターゲットは、特に沿岸都市部に集中する一部の富裕層に限定されていたが、現在は、所得階層が広がり、地理的にも分散してきた。

例えば、滋賀県に拠点を置く総合スーパー平和堂は、1998年11月に外資系企業の競合が皆無であった湖南省長沙市に出店した。商圈人口が約200万人であったことや日本のサービスでの差別化により、現在は市内売上トップの百貨店となっている。

### 4. 日本企業の中国市場開拓に向けた取り組み

見本市を活用したり、中国にはなかった人用ギフトカタログ販売を開始したり、ネットを通じた市場開拓など。日本では当たり前のものでも、中国にはないビジネスモデルで顧客を掴む可能性がある。

### 対中取引におけるリスク管理

西村あさひ法律事務所

弁護士 岡田早織氏

#### 1. 中国取引は法の運用に注意が必要

中国取引において、想定されるトラブルとしては、「基本契約書を交わさずに注文書のみを交わして、製品を輸出したものの、期日どおりに代金の支払いがなされない」など代金回収のトラブルがよく発生する。

中国では、法整備はかなり整ってきたが、その運用には注意が必要である。中国は契約社会であり、書面を重視する。そして今後訴訟社会が到来する可能性もある。

従って、中国との取引においては、事前に①取引相手の調査をし、②契約条件の交渉を行った上で契約書を作成し、③契約を締結することが必要である。

また、中国ビジネスでは、書面が重要であることから、書面は契約書だけでなく議事録なども残すようにすると良い。議事録作成にあたっては、記載事項を慎重に検討する。

## 2. 契約条件に関する交渉と注意点

契約条件に関する交渉を行う際には、まず取引において発生しうるリスクを分析し、これらに備えた取引条件を規定した契約書を作成すべきである。

例えば、支払条件は、相手先の財務状況も把握した上で、輸出の場合は前払い、L/C（信用状）による支払等可能な限り代金回収リスクの低い条件に設定した方がよい。あわせて所有権の留保や担保権の設定などを行い、遅延損害金を定めることで、リスク発生の抑止効果も期待できる。

また、違反事項を契約書に具体的に列挙して、①重大な契約違反に対する「即時解除」、②通知・催告しても期間内の支払いがなされない場合の「催告後解除」、③契約違反もしくはそのおそれがある場合に対する「出荷の停止」などの解除事項を設定しておくが良い。

さらに品質保証と責任を限定することも必要である。まず仕様書を正確・明確に記載し、「売主は、本契約に明示的に記載された事項以外には、商品性又は特定の目的に適合することその他何らの保証を行うものではない」旨の規定しておく。

そして、保証期間・クレーム提起期間を限定し、商品引渡し後の買主の責任の範囲を①使用方法の不備や②売主のマニュアルで定められた書面の指示に従わない場合、③故意・過失が認

められる場合など定めておく。また、保証違反があった場合の売主の責任の上限（例：商品の代金額のなど）を限定し、「売主は、いかなる特別損害、間接的、派生的な損害、結果損害についても賠償の責めを負わない」旨の規定をしておくことも大切である。

## 3. 契約締結時の留意点

相手から受領した書面はすぐに精査し、受け入れられない条件が含まれる場合、遅延なく自己の条件を記載した契約書を送付すること。そして相手からの署名を得てから履行に着手となる。

もし、両社の契約書式の送り合いとなった場合は、相違点について確認し、重要な条項に相違があれば、交渉が必要となり、継続的取引であれば基本契約書も必要である。

裏面約款（定型書式）は、当事者間で裏面契約が契約の一部であると明確に了解されていることが必要である。したがって表ページの相手方の署名欄のすぐ上かその近くに、書式に記載された内容、特に裏面にあった条項を理解し承諾・同意した上で署名したという文言を明記しておくが良い。また、交渉言語と契約・裏面約款の言語にも留意することが必要で、できるだけ統一されたものが良い。

## 4. 契約期間中の管理について

取引開始後も、取引相手先の業務・財務状況に関する情報収集を継続し、財務状況の悪化や支払いの遅延等が見られる場合は、支払い条件の変更、担保徴求などの対応を行う。

## 5. トラブル発生時の対応

相手方の代金支払いが滞った場合は、まず、①状況を把握するとともに督促をする。②交渉を行った後、③出荷停止など保全手段を検討す

る。以上を行った上で、今後取引を継続するかどうか、相手企業に資力があるかどうかなどを判断し、要する時間・コストを勘案した上で、場合によっては④裁判・仲裁などの紛争解決手段の検討を行う。

紛争を解決するためには、まず契約段階で、紛争解決手段について合意しておくことが望ましい。また、その場合の準拠法も決めておく方がよい。

中国企業に対する債権回収を目的とする紛争で中国での執行を要する場合、日本の裁判所による紛争解決を選択しても、日本の裁判所の判決を中国国内で執行することはできない可能性が高い。また、中国国内の裁判所は、地元企業保護の判断がなされる可能性が懸念されるため、仲裁によることを検討する余地がある。

品質クレームを受けた場合は、①状況の把握や資料の徴求、②クレームの正当性の判断、③相手方への対応策の検討、④消費者・マスメディアへの対応、⑤裁判・仲裁への備えを行うことが必要となる。中国には消費者保護法があり、消費者協会を通じて、消費者権益を侵害する行為について、マスメディアを通じて暴露し、批判することができる。

中国のPL責任については、①買主に対しては、契約上の義務と責任分担が求められ、②消費者に対しては、警告表示と取扱説明書などが求められる。また、③保険の付保や④危機管理体制など社内体制の整備、⑤専門家への相談など、迅速な対応が必要である。

(まとめ：ジェットロ山口)

