



SMBC CHINA MONTHLY

第93号

2013年3月

編集・発行:三井住友銀行 グローバル・アドバイザー部

<目次>

経済トピックス	景気の底打ちを受け、経済構造改革を推進 日本総合研究所 調査部 主任研究員 佐野 淳也……………2
経済トピックス	中国のテレビショッピング(2) ～消費者像とテレビショッピングの特性～ 日本総合研究所 創発戦略センター 主任研究員 松岡 靖晃……………3～4
経済トピックス	中国における天然ガス市場の現況と展望 三井住友銀行(中国)企業調査部 アナリスト Beiqian Lu……………5～6
制度情報	特殊形態の設備・資産の輸入について Mizuno Consultancy Holdings Limited 代表取締役社長 水野 真澄……………7～8
上海現地レポート	家庭用自動車に関する「三包規定」の公布 上海勤瑞律師事務所 律師 孫毓琦 弁護士法人キャスト 弁護士 藤田直佑……………9～12
マクロ経済レポート	中国経済展望 日本総合研究所 調査部 研究員 関 辰一……………13～17
金利為替情報	中国人民元 台湾ドル 香港ドル 三井住友銀行 市場営業統括部(シンガポール) シニア・エコノミスト 吉越 哲雄……………18～20

経済ピックス① 景気の底打ちを受け、経済構造改革を推進
TOPICS

SMBC China Monthly

日本総合研究所 調査部

主任研究員 佐野 淳也

E-mail : sano.junya@jri.co.jp

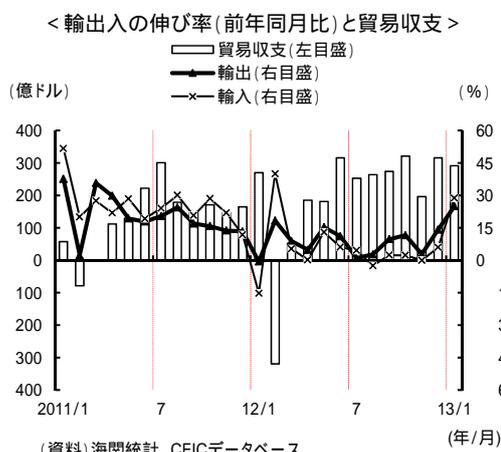
輸出入の拡大続く

直近に発表された経済指標は、回復基調を保っています。1月の製造業購買担当者指数 (PMI) は50.4と、4カ月連続で好不況の目安となる50を上回りました。とりわけ、新規受注指数は51.6で、9カ月ぶりの高水準となり、製造業の現場における景況感回復をけん引しています。

外需の拡大が続いていることも指摘できます。1月の輸出は前年同月比25.0%増と、2011年4月(同29.8%増)以来の高い伸び率でした(右上図)。この急回復の主因は、旧正月連休時期のズレに伴い、連休のあった2012年1月に比べて業務日が5日多かったことによるものです。とはいえ、海関総署が発表した旧正月要因調整後の伸び率でも、同12.4%増加しており、

2012年の半ばを底に、輸出の増勢は緩やかながら持ち直しています。主要国・地域別(旧正月要因調整前)では、ASEANや香港向けが全体を上回る伸びを示すとともに、欧米向けも前月より伸びが加速しました。なお、日本向けは、3カ月ぶりに前年同月を上回ったものの、関係悪化の影響もあり、伸びは小幅(同5.7%増)でした。

他方、1月の輸入は、前年同月比28.8%増と輸出を上回る伸びを示しました。旧正月要因調整後の伸び率も同3.4%増と、わずかながらも増勢を保ちました。輸入動向から、輸出品生産のための部品輸入や内需は、堅調に推移していると判断されます。



所得分配制度改革方針を発表

旧正月要因によって2月の指標がどの程度影響するのかを踏まえる必要はあるものの、現時点では、景気は底打ちし、回復軌道をたどっていると判断されます。

こうした状況下、政府は経済構造改革を優先的に推進しようとしています。2月5日に方針が公表された所得分配制度改革は、その一例と位置付けられます。

今回出された方針では、従来検討中と報じられたものも含め、所得格差は正に資する措置が網羅されています(右下表)。とりわけ、高所得者層向けの措置として、不動産税の施行地域の拡大、国有企業幹部の報酬増加率の抑制、遺産税(相続税)の導入検討などの具体策が明記された点は、決意表明にとどまりがちであった従来のものと比べて一歩前進と評価できます。

ただし、高所得者層向けの措置は激しい反発により実行が危ぶまれ、中低所得者層向けのみにとどまる可能性も否定できません。預金金利の変動範囲拡大のように、今後の進展次第では、格差を拡大させかねない措置も盛り込まれています。習近平新政権による公平かつ適切な所得分配制度改革の推進が期待されます。

< 所得分配制度改革の主要方針 >

対象	主な措置
中低所得者層	<ul style="list-style-type: none"> ・税負担の軽減 ・2015年までに、多くの地域で最低賃金水準を当該都市の平均賃金の40%以上に引き上げ
高所得者層	<ul style="list-style-type: none"> ・個人の住宅に係る不動産税の試行地域を逐次拡大 ・国有企業幹部の報酬増加率は、従業員の平均賃金伸び率を下回ること ・遺産税の導入検討

(資料) 中国政府ホームページ

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各専門家に相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

経済トピックス② **中国のテレビショッピング(2)**
TOPICS ~消費者像とテレビショッピングの特性~
 SMBC China Monthly

日本総合研究所 創発戦略センター
 主任研究員 松岡 靖晃
 E-mail: matsuoka.yasuaki@jri.co.jp

今回は、中国のテレビショッピング市場が健全な市場成長段階に入り、有力チャネルになりつつあることを紹介しました。今回はテレビショッピングを利用する消費者像と中国のテレビショッピングの特性を整理します。

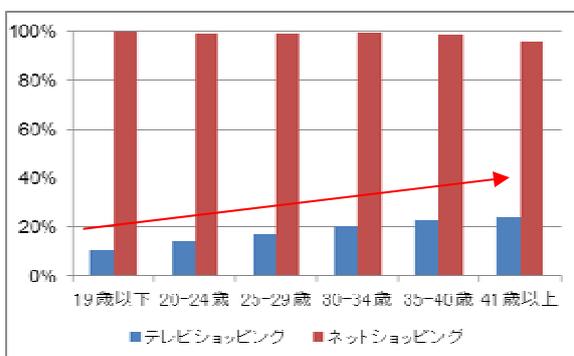
30代以上に受け入れられているテレビショッピング

中国都市部においてカラーテレビは1世帯1台から1人1台に近づくほど普及しています。テレビショッピングは放送が届くすべての住民が潜在顧客であり、市場のポテンシャルは非常に高いです。

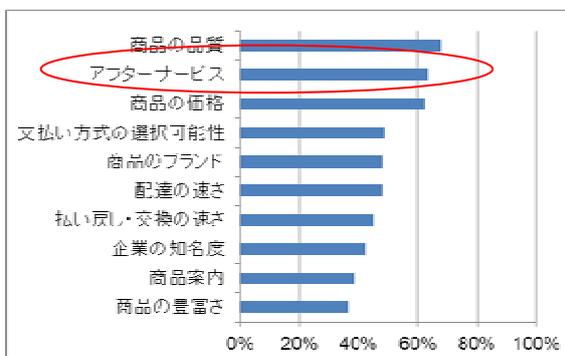
図1は過去1年間に通販を利用した人に実施したアンケート調査結果です。インターネット通販はほぼすべての層が利用したと回答している一方で、テレビショッピングの利用率は年齢とともに上がっていき、比較的高い年齢層に受け入れられやすいチャネルであることがわかります。前回ご紹介したように、実際の売れ筋商品が生活密着商品であることから、主婦が生活に便利な商品をテレビショッピングで購入するといった利用者像が浮かび上がってきます。

図2はテレビショッピングでの購入に影響を与えた要因を整理した結果です。商品の品質や価格と同じ水準でアフターサービスが購入に影響を与える要因として挙がっています。かつてのテレビショッピング業界は粗悪品販売や品物不着などの不誠実な対応を取る一部の業者の影響で、業界イメージが悪かった時期があります。その影響もあってか、商品購入後の対応を意識する消費者が多くなっているようです。

図2 テレビ/ネットショッピングの年代別利用者比率(2011年) 図1 テレビショッピングでの購入に影響を与えた要因(2010年)



出所:GFK 中国 通信販売小売推算データより日本総研作成 (過去1年間の通信販売利用経験者1000名を対象とした訪問調査)



出所:中国電子商会通信販売工作委員会調査部データより日本総研作成(インターネット調査 1,500名)

消費者ニーズに呼応する形で、各社もアフターサービスに力を入れています。購入した商品が返品・交換可能であるだけでなく、消費者が商品交換を希望した場合は自宅まで配達員が駆けつける体制を構築している企業もあります。また、商品購入後のサービスだけでなく、全体のサービスレベル向上や優良顧客の囲い込みとしてコールセンターへの戦略的投資も見られるようになってきました。顧客データベースを分析して番組の制作・放送に活用するシステムを海外から導入したり、会員顧客向けに電話によるプロモーションを積極展開したりする企業も増えています。消費者からの信頼獲得、各社のサービス品質向

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

上への投資もあり、効果的なチャネルとなり得る可能性が近年ますます増加していると言えそうです。

次にそのようなテレビショッピングの特性を中国での実情も踏まえて整理します。

テレビショッピングの特性 ~様々な角度からわかりやすく商品価値を伝えられる~

司会者が生放送で商品を紹介する番組型テレビショッピングが中国でも人気となっています。地域によってはテレビ、ラジオで人気のある司会者を登用して集客力を高めています。これらの番組は一番組 30 分程度の放送で少数商品を繰り返し放送し、商品の魅力を様々な角度から紹介しています。そのため、付加価値の高い商品を消費者にしっかりと伝えることが可能です。中国の市場開拓において、インターネット通販を利用したものの、多数の商品に埋れてしまい商品魅力が伝えられない状況にあたり、小売店舗に支払ったマージンに見合う顧客獲得が難しい状況にある企業もみられます。一回あたりの費用は高いものの、商品の価値をきっちりと伝えられるテレビショッピングチャネルを活用してみることも状況を改善する一つの方法かもしれません。

テレビショッピングの特性 ~不毛な価格競争が避けられる~

中国インターネット販売市場は大手家電量販店のインターネット販売進出やインターネット通販専門企業の参入が進み競争が熾烈です。オークション取引やオンライン購入の経験が豊富な消費者が増えていることもあいまって、価格競争が進む構造となっています。インターネット通販は導入コストが低く抑えられ、幅広く顧客にリーチできますが、一つの商品の魅力を十分伝えられている事例は少ないのが実情です。一方、テレビショッピングはアンケート結果でも示したように、価格だけでなく品質やアフターサービスを重視する消費者が多く集まるチャネルです。各社とも価格訴求より性能訴求につながるわかりやすい説明や、購買を後押しする「オマケ」の設定に工夫を凝らしており、価格競争を避けやすい販売手法として成長しています。

テレビショッピングの特性 ~一つの商材で爆発的なヒットを狙える~

テレビショッピングでは、商品が売れると判断されると、優先的に放送時間を増やしてヒット商品に仕立て上げる手法がとられます。中国でも売れ筋商品がゴールデンタイムに優先されることが多いようです。商品を提供するメーカーにとって、消費者から支持され、テレビショッピング企業が優先的に対応する商品になれば、一気にヒット商品になる可能性を秘めています。実際に韓国製のフライパンや保存容器などのヒット商品が上記プロセスを経てヒット商品に成長しています。商品自体に強みを有する企業にとって、他の販売手法に先駆けてテレビショッピングでヒット商品を作りこむことが、将来的な中国市場の展開を有利に進めることに繋がるのではないのでしょうか。

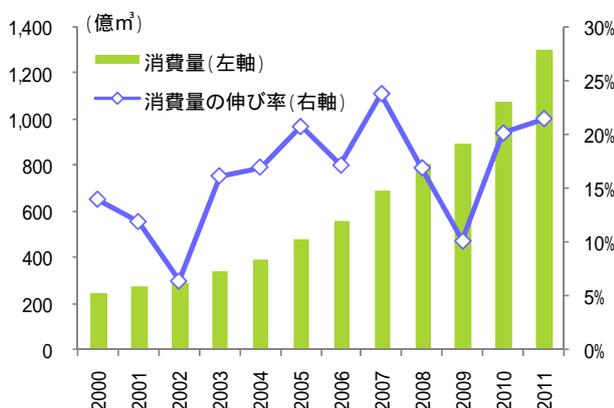
テレビショッピングは、30代以上で家族と同居している人をターゲットに生活密着品を売りたい企業、特に価格ではなく企業ブランドや商品性能で付加価値を提案したい企業に最適なチャネルになりつつあります。

中国天然ガス市場の現況

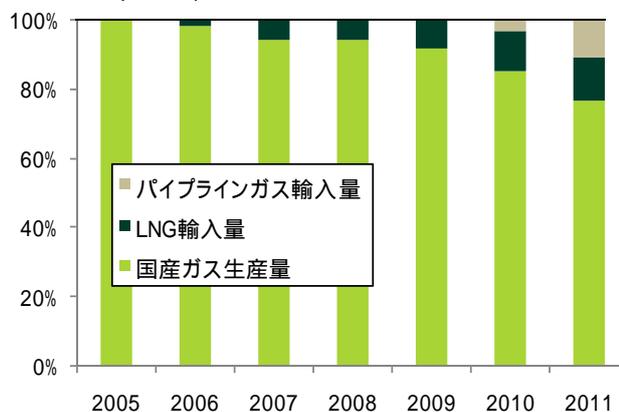
(1) 拡大する中国の天然ガス市場

- 天然ガス資源が内陸部に偏在している中国では、エネルギー消費量の多い沿岸部への供給インフラが未整備であったこと等から、国産の天然ガスの消費は長らく内陸部のガス田周辺地域に止まっていた。また、政府の統制下でLNGを除く天然ガスの出荷価格が安価に設定されていた中、国有大手石油企業はコストの嵩む天然ガス輸入事業では採算を確保できないことから、天然ガスの輸入に着手する企業はありませんでした。このため、2000年時点の中国の天然ガスの一次エネルギー構成比は2%程度と、極めて低い水準¹となっていました。
- 一方、政府は、大気汚染の防止やCO2排出量削減目標の達成、原油の輸入依存度上昇の抑制等を図るため、2000年代に入り天然ガスの利用を促進しています。国産の天然ガスについては、国有大手石油企業による国内のガス田開発に加え、“西気東輸（西部のガスを東部に送る）”プロジェクトに基づく国内のパイプライン整備等に伴う供給体制の整備が進められています。
- また、天然ガスの輸入調達については、2006年に豪州からのLNG輸入が、2010年には中央アジア（トルクメニスタン）からのパイプライン輸入がそれぞれ開始されており、中国の天然ガス消費に占める輸入比率は2011年時点で3割程度に達しています。特にLNGに対しては、政府が天然ガス調達の多様化を図るべく前述の価格統制の対象外としており、LNG事業者は調達コストに基づく販売価格の設定が可能となることから、国有大手石油企業は2000年代前半から豪州やカタール等、ガス資源国との間で調達契約を締結すると同時にLNG受入基地等のインフラ整備も進めてきました。この結果、LNG輸入量は2006年の輸入開始以降着実に増加し、2011年には天然ガス消費の13%程度を占めるに至っています。
- このように、天然ガス供給・調達体制の整備が進む中、中国の天然ガス消費量もここ数年は年率+20%前後のペースで増加が続いています。

(図表1) 中国天然ガス消費量の推移



(図表2) 中国天然ガス供給の内訳



(出所) Wind

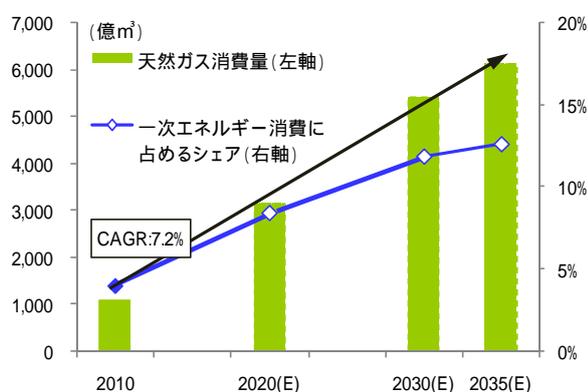
¹同年の日本では1割程度、米国では3割程度。尚、他のエネルギー構成は石炭が70%程度、石油が20%程度を占める。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

(2) 足元の天然ガス政策の動向

- 政府による天然ガスの価格統制は、これまで国有大手石油企業による天然ガス輸入を巡るロシア等ガス産出国との価格交渉を難航させる一因となってきました。このため、足元で政府は、天然ガスの出荷価格の上限を引き上げる価格改革を進めており、現在トルクメニスタンとの間のみ止まるパイプラインを用いた天然ガス輸入の拡大を進めることを企図しています。
- また、天然ガスの供給体制が未整備であったことから、政府は用途によって「優先」、「許可」、「制限」、「禁止」に分類し、天然ガスの利用を制限してきましたが、2012年10月に公布された天然ガス利用政策では、例えば都市ガスと工業燃料向けの天然ガス利用の「優先」利用項目が大幅に拡大されました。このほか、発電分野についても、多くの項目が「制限」から「許可」分野に引き上げられる等、利用制限の撤廃が進められています。
- 加えて、国務院が2013年1月に公表した「エネルギー発展第12次五年計画」では、シェールガス、炭層ガス等を含む国産ガスの開発利用を加速する²ほか、中央アジアパイプラインや西気東輸パイプラインの複線化などのインフラ整備を進める計画とされています。
- このように、政府は天然ガスの一次エネルギー構成比を高めるとの方針の下、供給体制の整備や消費拡大に繋がる政策を打ち出しており、日本エネルギー経済研究所(IEEJ)の予測では、天然ガス消費量は今後も年率+7.2%程度のペースで増加基調を辿り、2011年時点では5%程度に止まっている一次エネルギー構成比は2035年には13%程度まで拡大する見通しです。

(図表3) 中国天然ガス消費量の見通し



(出所)IEEJ

今後の展望

- 今後も中国では比較的速い経済成長の下でエネルギー消費量は拡大するとみられ、足元でも国有大手石油企業によるLNG調達契約の締結やLNG受入基地の建設が積極的に行われています。一方、ガスの主要供給地域である内陸部と沿岸部を繋ぐパイプラインの整備や、中央アジア諸国やロシア等とのパイプラインガスの更なる調達契約締結等には一定の時間を要するとみられることから、供給体制の整備が着実に進むLNGの輸入量が、まずは沿岸部向けを中心に増加していく見通しです。
- 長期的には、政府はエネルギーセキュリティの観点から引続き天然ガス調達の一定の多様化を維持する可能性は高く、国産の天然ガス、パイプラインガス、LNG共に供給拡大を図っていくとみられます。もっとも、今後の中国の天然ガス供給を決定する要因についてみれば、中国のエネルギー需要の趨勢やエネルギー構成、LNG以外の天然ガスに対する価格統制の方向性等、不確定要素は依然として多い状況です。加えて、LNG対比コスト競争力が高い中央アジアやロシア等からのパイプラインを用いた輸入の拡大、世界最大の埋蔵量を有するとされるシェールガスや炭層ガス等、中国国内における安価なガス開発の増加、内陸部から沿岸部へ移送する国内パイプラインの整備、等が進む可能性もあり、中国の天然ガス市場を見通す上ではこうした動向に注目していく必要があります。

²2015年に国産天然ガス供給能力を2010年の948億m³から1,565億m³にまで引き上げる計画(うち炭層ガス200億m³、シェールガス65億m³)

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

制度情報

TOPICS

SMBC China Monthly

**特殊形態の設備・
資産の輸入について**

Mizuno Consultancy Holdings Limited

代表取締役社長 水野 真澄

E-mail: mizuno@mizuno-ch.com

特殊形態の設備・資産の輸入について

日本法人が中国法人に対して設備機械を無償提供（無償譲渡、無償貸与）すること、ファイナンスリース・オペレーティングリース形式で提供すること、更には、中国国内で調達した設備を日本法人が中国法人に対して売却・無償提供する事は可能でしょうか。

今回は、特殊な形態で設備機械などを輸入する場合の手続について、解説します。

1. 設備の無償提供**(1) 保税形態**

外国企業から中国企業に設備・金型を無償提供する方法として、代表的なものは、加工貿易企業の無償提供設備（中国語：不作価設備）です。

関連法規（税関総署・対外貿易経済合作部[1998]外経貿政発 383号）に基づけば、加工貿易の委託者である外国企業は、加工委託先の中国企業に対して、保税形態で設備機械を無償貸与する事ができます（2009年より輸入段階の増値税は課税され、関税のみ免除）。

注意点は制度上、無償提供設備の提供は必ずしも来料加工形態には限定されていませんが、実務上、進料加工企業に対する無償提供設備は、所管税関の許可が所得出来ないケースが多い事です。

特に広東省では、来料加工廠の法人転換（結果として、進料加工への転換）が進んでいますので、無償提供設備方式の事例が減少する傾向にあります。

(2) 一般貿易形態

無償提供設備に関しては、上記（1）の通りですが、このような保税措置を受けない前提（輸入関税・増値税を納付する前提）で、中国法人に設備を無償支給する事は可能でしょうか。

結論から言うと、可否は所管税関の判断に委ねられます。

一般貿易形態で中国企業が設備を無償輸入する場合、適切な関税評価額に基づいて関税・増値税を支払う必要がありますが、この際、課税根拠となった関税評価額が、通関データとして処理されます。

2012年8月1日に実施された貨物代金決済改革（匯発[2012]38号）により、核銷制度（通関と貨物代金決済の個別照合消込制度）は廃止されましたが、通関データと決済データの総量管理は継続されていますので、通関データが有るにもかかわらず、決済データがないと、外貨管理局の立入調査、外貨ランクの降格などの危険性があります。

このような問題を回避するためには、税関に對外決済不要のデータ処理を申請する必要がありますが（この場合、對外決済用通関書類は発行されない）、この可否は所管税関の判断に委ねられます。

2. 中国製品の場合（中国製品を中国法人に対して提供）

中国現法が使用する設備・金型が中国製の場合、その代金を日本企業が負担し、無償支給する事は可能でしょうか。

中国現法に対する設備・金型の支給が、有償であれ無償であれ、中国の製造業者に対

して、日本・香港企業が貨物代金を支払う必要がありますので、この点が問題となります。

上述の通り、昨年に実施された貨物代金決済改革により、貨物代金決済時の通関単提示義務は免除されました(必須ではなくなりました)が、通関データと決済データの総合管理は実施されていますので、中国メーカーが国内販売に際して貨物代金を国外から受領すれば、問題が生じる可能性があります。

よって、この形態は原則不可と考えた方が安全と言えます。

3. クロスボーダーリース

日本・香港企業が中国現法にクロスボーダーリースを行うことができます。保税・免税形態のクロスボーダーリースは、加工貿易企業の無償提供設備(保税措置の対象)と、奨励分類外資企業が総投資の枠内で免税輸入するファイナンスリース設備(署税発[2003]172号)の二種類となります。

それ以外の形態は、一般貿易輸入となり、輸入段階の関税・増値税の納税が必要となります。

リースには、「借手に対する所有権移転を前提としたファイナンスリース」と、「リース資産の返却を前提としたオペレーティングリース」がありますが、クロスボーダーリースに関しても、その原則は同じです。

リースの分類(ファイナンスリース・オペレーティングリース)には、会計、外貨管理、通関管理上、異なる基準が採用されていますが、基本原則は「リース物品の返却の有無」に基づき分類する事で一致しています。

リース分類に関する、外貨管理・通関上の注意点は以下の通りです。

(1) 外貨管理

外貨管理上、ファイナンスリースは外貨債務登記が必要(外債管理暫定弁法・第5条)であり、リース可能額はリースを受ける外資企業の投注差(定款上の総投資と資本金の差額)に限定されます。

一方、オペレーティングリースは、外貨債務登記が不要ですので、このような制限を受けません。

外貨管理局はリース契約が実質的な所有権移転と判断されるかどうかに基づき、リースの種類を区分します。

(2) 通関

通関上は、ファイナンスリースとオペレーティングリースを区分していません。

税関総署令 2005 年 124 号・第 36 条では、リース輸入貨物についての暫定輸入措置を認めています。

当該措置に基づけば、リース資産の輸入時に輸入関税・増値税に相当する納税担保を提供し、リース期間中、対象資産を税関監督対象とする事を前提に、関税・増値税を、リース料の支払いに応じて分割納付する事を認めています。

納税担保は、リース資産を再輸出すれば返還されますので、再輸出が前提となるオペレーティングリースの場合は、当該措置の適用を受ける意義がありますが、再輸出を前提としないファイナンスリースの場合、当該措置の適用を受けると、一時的に、納税担保と分割納付する関税・増値税で、二重の資金負担が生じますので、資金的な不利益が生じます。

この為、ファイナンスリースの場合は、当該措置の適用を受けず、輸入時にリース資産に対応する関税・増値税の納付を納付するのが通常です。

上海現地レポート

REPORT

家庭用自動車に関する 「三包規定」の公布

SMBC China Monthly

上海勤瑞律師事務所 律師 孫毓琦

弁護士法人キャスト 弁護士 藤田直佑

E-mail: sunyuqi@qinruilaw.com

E-mail: fujita@cast-law.com

はじめに

2012年12月29日に、国家品質監督検査検疫総局より「家庭用自動車製品修理・交換・返品責任規定」が公布されました【¹】。同規定は2013年10月1日から施行されます。この規定は、名称のとおり、消費者保護のための家庭用自動車の修理・交換・返品に関する責任について規律するもので、8年間の討論、立案、意見募集等の末、遂に制定公布されました。

中国においては、消費者の権益を保護するための代表的な法律として、「消費者権益保護法」【²】及び「製品品質法」【³】が存在します。製品の品質不良や製品説明書と製品との間に不一致があった場合に、問題が生じた当該製品の修理、交換及び返品について、製品の製造者や販売者が負う責任に関しては、これらの「製品品質法」、「消費者権益保護法」等によって一般的な事項が規律されると共に、これらの法令を受けて、商品ごとに詳細な部門規則が定められています【⁴】。

このように、製造者や販売者が負う、製品の修理、交換及び返品の責任は、中国語の「包修」(一括修理の意)、「包換」(一括交換の意)、「包退」(一括返品の意)の3つの「包」をあわせて「三包責任」と呼ばれており、この「三包責任」を規律する商品ごとに制定される詳細な部門規則は「三包規定」と呼ばれています。

この度公布された「家庭用自動車製品修理・交換・返品責任規定」は、この「三包規定」の一つと位置づけることができます【⁵】。本稿では、この「家庭用自動車製品修理・交換・

¹ 国家品質監督検査検疫総局令第150号

URL (国家品質監督検査検疫総局ウェブサイト内):

http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjl/2012/201301/t20130115_338113.htm

² 1993年10月31日全国人民代表大会常務委員会公布、1994年1月1日施行

URL (中華人民共和国中央人民政府ウェブサイト内):

http://www.gov.cn/banshi/2005-08/31/content_68770.htm

³ 1993年2月22日全国人民代表大会常務委員会公布、1993年9月1日施行、2000年7月8日改正

⁴ たとえば、「消費者権益保護法」は製品の修理、交換及び返品の責任次のように定めています。

第44条 経営者は、商品又はサービスを提供して消費者の財産に損害をもたらした場合には、消費者の請求に従って、修理、再生産、交換、商品返還、商品数量の補足、代金及びサービス費用の返還又は損害賠償等の方式により民事責任を引き受けなければならない。消費者と経営者との間に別段の約定のある場合には、当該約定に従って履行する。

第45条 国の規定又は経営者と消費者との約定により一括修理し、一括交換し、又は一括返還する商品については、経営者は、修理、交換又は商品返還の責任を負わなければならない。補修期間内において、2回修理したけれども正常に使用することができない場合には、経営者は、交換又は商品返還につき責任を負わなければならない。

一括修理、一括交換又は一括返還の大型商品について、消費者が経営者に対して修理、返還又は商品返還を請求した場合には、経営者は、運送等の合理的費用を負担しなければならない。

⁵ なお、この三包規定については他に、「一部商品修理・交換・返品責任規定」(1995年8月25日国家経済貿易委員会/国家技術監督局/国家工商局/財政部発布、同日施行)「マイク

返品責任規定」(以下「本規定」といいます。)について概観します。

「三包責任」の責任主体と生産者及び販売者等の義務

1. 「三包責任」の責任主体

「本規定」において、「三包責任」は販売者が法により引き受けるとされています。したがって、第一次的な責任者は製品の販売者ということになります。

もっとも、生産者等の責任に属する場合、販売者には、「三包責任」を引き受けた後に当該生産者等に対して求償する権利が認められています(「本規定」第 4 条)。

「本規定」が規定する「生産者」は、「中華人民共和国国内において法に基づき設立され、家庭用自動車製品を生産し、かつ、その名義で製品合格証を発行する単位」すなわち通常イメージされる生産者を指しますが、更にこれに加えて中華人民共和国国外から家庭用自動車製品を国内に輸入し販売する単位も「生産者」とみなされることとなります(「本規定」第 43 条)【6】。

2. 生産者の義務

生産者は、厳格に工場出荷検査制度を実行せねばならず、検査合格を経ていない家庭用自動車製品を工場出荷し販売してはならないとされています(「本規定」第 8 条)。これは「三包責任」が生じることを事前に防ぐための義務を評価できます。

また、生産者は、家庭用自動車製品に中文の製品合格証、製品使用説明書、三包証憑、修理メンテナンス手帳等の文書を付さなければならず、更に国家品質監督検査検疫総局に対して生産者基本情報、車種情報、製品使用説明書、三包証憑、三包責任争議処理及び返品交換情報等の「三包」に係る情報を届出し、変更が生じた際は直ちに更新しなければなりません(「本規定」第 9 条、第 10 条)。

このうち「三包責任」との関係では三包証憑が重要であり、修理期間内において製品の品質問題が生じた場合、三包証憑に基づいて無償修理が行われ、三包有効期限内において交換・返品条件に合致する場合、三包証憑・車両販売インボイス等に基づいて、販売者により交換・返品がなされることとなります(「本規定」第 18 条、第 20 条)。

3. 販売者の義務

販売者は、仕入検査検収制度を確立し、かつ、執行し、家庭用自動車製品合格証明その他の標識を検査して明らかにしなければなりません(「本規定」第 11 条)。

また、販売者が販売する家庭用自動車製品には、製品使用説明書・三包証憑・修理メンテナンス手帳等の文書を明示し交付すること、三包条項・修理期及び三包有効期を明示すること、三包証憑上において関係する販売情報を書き込むべきことなどが要求されています(「本規定」第 12 条)。

4. 修理者の義務

パソコン商品修理・交換・返品責任規定」、「家庭用視聴覚商品修理・交換・返品責任規定」(共に 2002 年 7 月 23 日 国家品質監督検査検疫総局/情報産業部公布〔国家品質監督検査検疫総局/情報産業部令第 24 号〕、同年 9 月 1 日施行)などがあります。

⁶ なお、「販売者」については、自己の名義を以て消費者に対して直接に家庭用自動車を販売・交付し、かつ対価を収受し、インボイスを発行する単位又は個人を指すとされています(「本規定」第 43 条)。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

修理者【7】は修理記録档案保存制度を確立・実行し、書面の修理記録を 1 式 2 部作成し、1 部は档案保存、1 部は消費者に提供しなければならないとされています。この修理記録には、検査結果、修理項目、走行里程、交換する部品の名称及びシリアルナンバー、材料費等の諸費用についての情報、納車時間、修理者及び消費者の署名又は捺印等の情報を含めます（「本規定」第 13 条）。

その他、修理者には、部品の不足又は修理時間の遅延を避けるべく必要な部品の合理的な予備を保持して修理する義務や、電話相談修理サービスや現場修理サービスを提供する義務などが課されています（「本規定」第 14 条、第 16 条）。

「本規定」における「三包責任」の内容

1. 「三包責任」の有効期限

家庭用自動車製品の修理期限は 3 年又は走行距離 6 万キロメートルを下回らない期間（先に到達したものが基準）、「三包」有効期限は 2 年又は走行距離 5 万キロメートルを下回らない期間（先に到達したものが基準）とされています。修理期限及び三包有効期限は、販売者が車両購入インボイスを発行した日から起算されます。

2. 発動機・変速器の交換

販売者が車両購入インボイスを発行した日から 60 日以内又は走行距離 3000 キロ以内に（先に到達したものが基準）発動機・変速器の主要な部品が品質問題を生じた場合、消費者は無償で発動機・変速器を交換することを選択できるとされています（「本規定」第 18 条）。

3. 製品の交換・返品等

三包有効期間内において、次の状況の一つが発生し、消費者は交換又は返品を選択した場合、販売者は交換又は返品の責任を負わなければならないとされています（「本規定」第 20 条）。

- (1) 重大な安全性能の故障により累計 2 回修理を行い、重大な安全性能の故障が依然として排除されず又はまた新たな重大な安全性能の故障が出現した場合
- (2) 発動機、変速器が累計 2 回交換した後、又は発動機、変速器の同一の主要な部品がその品質問題により累計 2 回交換した後、依然として正常使用ができない場合。（発動機、変速器とその主要な部品の交換回数は重複して計算しない。）
- (3) ステアリングシステム、ブレーキシステム、伝動システム及びサスペンションシステム前・後車軸、車体の同一の主要な部品がその品質問題により、累計 2 回交換した後、依然として正常に使用できない場合。

また、販売者が車両購入インボイスを発行した日から 60 日以内又は走行距離 3000 キロ以内に（先に到達したものが基準）ステアリングシステムの故障、ブレーキシステムの故障、車体裂開、燃料漏れを生じた場合、消費者は製品の交換又は変品を選択し、販売者は無償交換又は返品の責任を負わなければならないとされています（「本規定」第 20 条）。

更に、三包有効期間内において、製品品質問題による修理時間が累計 35 日を超える場合、又は同一製品品質問題による累計修理が 5 回を超える場合、消費者は三包証憑・車両購入インボイスを証憑として、販売者に製品の交換をさせることができるとされています

7 「修理者」については、生産者又は販売者と代理修理契約を締結し、約定に基づいて消費者のために家庭用自動車製品の修理サービスを提供する単位又は個人を指すとされています（「本規定」第 43 条）。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

(「本規定」第21条)

なお、三包有効期間内において交換条件に合致する場合の交換方法については、次のように規定されています(「本規定」第22条、第23条)

- (1)販売者は直ちに消費者に対して新たに合格する同ブランド同型番の製品を交換しなければならない。
- (2)同ブランド同型番がない製品の交換の場合、販売者は直ちに消費者に対して元の車のスペックを下回らない家庭用自動車製品を交換しなければならない。
- (3)同ブランド同型番の家庭用自動車製品がなく、元の車のスペックを下回らない製品もない場合、消費者は返品を選択することができ、販売者は消費者の返品のために責任を負わなければならない。

4. 修理が5日を超える場合の措置

製品の修理期間内において、製品品質問題ごとの修理時間が5日を超える場合、消費者のために予備車提供し、又は合理的な交通費用補償を与えなければならないとされています(「本規定」第19条)⁸。

その他

「本規定」は上記の他、三包責任の免除、紛争解決、罰則等について規定を置いています。

「三包責任」が免除される場合としては、容易に消耗する部品について生産者が明示した保証期間を超過した場合や、三包証憑又は有効なインボイスがない場合等が挙げられます(「本規定」第29条乃至第31条)。

罰則規定については、「三包責任」を履行しなかった場合や、前記の生産者若しくは販売者の責任又は「本規定」に規定される修理者の責任等に違反した場合等に関して、警告や是正命令、反則金等の罰則が設けられています(「本規定」第37条乃至第42条)。

なお「本規定」は、「本規定」の規定内容を基本的要求とした上で、生産者・販売者・修理者等が、消費者の適法な権益の維持保護により有利な、「本規定」の要求より厳しい「三包責任」を引き受けることを奨励するとしています(「本規定」第3条)。また、生産者・販売者・修理者等は、契約により「三包責任」の負担を約定することができますが、消費者の適法な権益を侵害してはならず、「本規定」が規定する「三包責任」及び品質義務を免除することはできないとされています(「本規定」第4条)。

⁸ ここで「修理時間」とは消費者と修理者が修理を確定した時から、修理が完成する時までとし、修理占用時間が24時間より少ない場合、1日を以って計算するとされています(「本規定」第19条)。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

マクロ経済レポート
REPORT
中国経済展望
SMBC China Monthly

日本総合研究所 調査部
研究員 関 辰一
E-mail : seki.shinichi@jri.co.jp

景気は底打ち、経済政策はバランス重視に転換

中国経済はここ3年間減速が続いたものの、足許では持ち直しに転換。

背景として、以下2点が指摘可能。第1は景気対策。2012年入り後の景気減速が想定よりも急ピッチであったことから、昨年5月以降、政府は即効性のある景気対策を実施。具体的には、公共投資の拡大、企業の投資プロジェクトの承認加速、政策金利の引き下げ、省エネ家電向け補助金などの消費刺激策、中小都市における不動産市場抑制策緩和の一部黙認など。第2は在庫調整の進展。2012年入り後、製造業は在庫調整に取り組み、生産の伸びを抑制してきたものの、足許では、在庫調整に目途。企業の生産体制が通常の水準に戻る動きも。

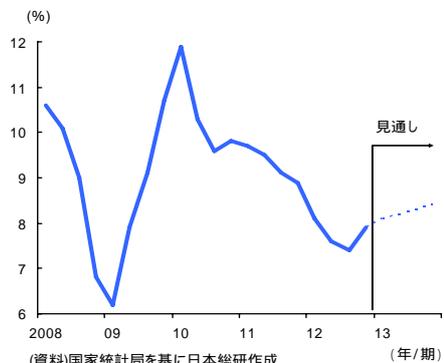
もっとも、企業収益の回復に伴い、過剰生産能力を抱えているにもかかわらず設備投資を再拡大する製造業も。また、不動産市場の再過熱化にも留意。

今後を展望すると、これまでの景気対策の効果が一段と顕在化することにより、景気持ち直しが続く見込み。

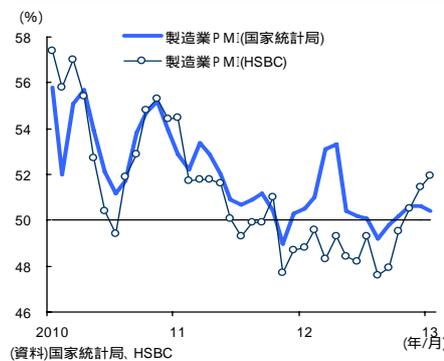
ただし、2013年の成長率(2001~2011年の年平均10.4%)は8.2%にとどまると予想。投資抑制策を背景に、固定資産投資は従来対比低めの伸びとなる公算大。実際、銀行融資残高の伸び率はやや低下し、政府は投資抑制に舵。

2012年は予想外の景気下振れにより、構造調整の優先度を引き下げ、景気重視にシフト。景気の持ち直しが確認される2013年には、投資抑制策の優先度が再び引き上げられ、経済政策は景気と構造調整のバランス重視に転換する見込み。

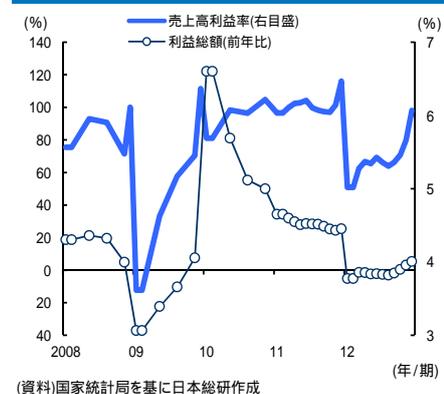
実質GDP成長率(前年比)



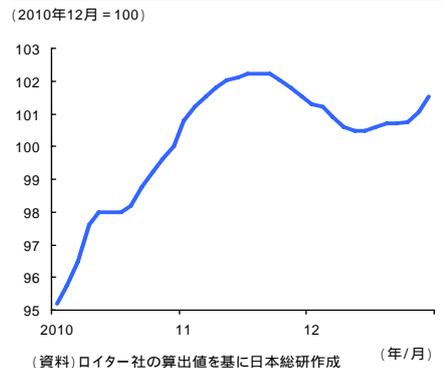
製造業PMI



工業企業の企業収益(年初累計)



主要70都市の新築住宅価格



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

輸出は海外景気の回復に伴い緩やかに拡大

<輸出>

輸出は緩やかに増加。1月の輸出額は前年同月比25.0%増の高い伸びとなったものの、春節による季節要因に依る処が大きく、実勢はそれほど強くない。2012年1月の営業日数は、春節休みにより17日にとどまったのに対し、2013年1月の営業日数は22日と約3割多。

今後、緩やかな増加基調を維持する公算大。米国向けは住宅価格の上昇や雇用情勢の改善が米国の個人消費を下支えするなか、拡大を続ける見通し。B R I S向けは、資源価格の底入れや景気対策による新興国の景気回復を背景に、増加傾向で推移する見込み。実際、製造業PMI新規受注指数(輸出向け)は50を上回って推移。ただし、欧州債務問題は長期化し、輸出の重石となり続ける見込み。

<輸入>

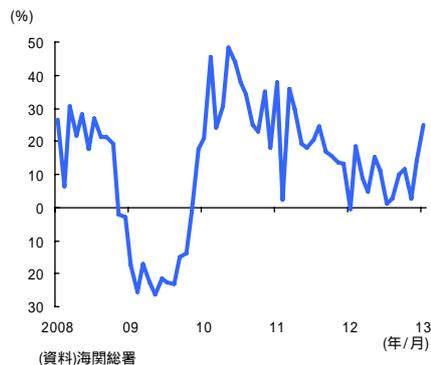
輸入に再拡大の兆し。1月の輸入額は前年同月比28.8%増の高い伸び。季節要因を踏まえても、緩やかな拡大と判断可能。一方、日本からの輸入の伸び率は依然他国を下回る。

輸入額は、景気対策や在庫調整の進展、資源価格の上昇などを背景に、緩やかに増加する見込み。日本からの輸入についても、中国での日本車販売の回復に伴い、減少に歯止めがかかる公算大。

<対中直接投資>

2012年の対中直接投資は、日本と米国からの投資は増加したものの、EUなどからの投資が減少。日本からの直接投資の割合はEUを上回り、全体の6.6%に上昇。

輸出額(前年比)



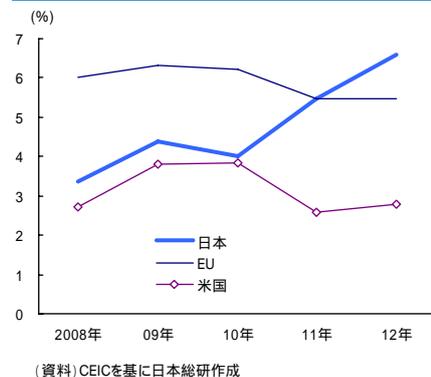
製造業PMI新規受注指数



輸入額(前年比)



国別対中直接投資のシェア



好転する企業マインド、投資抑制に舵を切る政府

固定資産投資は2012年入り後に急減速。主因は企業収益の悪化を背景とした民間設備投資の増勢鈍化。固定資産投資の3分の2を占める自己資金による投資の伸び率が、2012年入り後に低下。これは内部留保を原資とした民間企業の設備投資が中心。

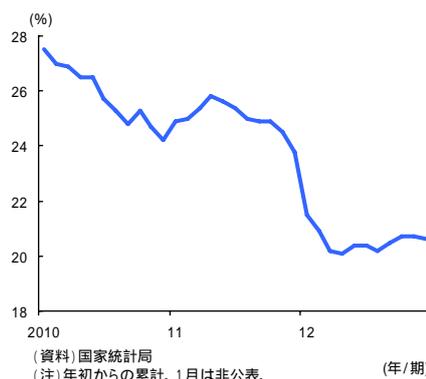
2012年秋口以降、固定資産投資は小幅に持ち直し。公共投資の拡大を反映して、国家予算による投資は2012年入り後は前年比3割増の高い伸び。さらに金融緩和を受けて、銀行融資による投資の伸び率は上昇。他方、企業収益の回復の遅れにより、シェアの大きい自己資金による投資は、従来対比で低い伸びが持続。

今後を展望すると、公共投資は一段と拡大する見通し。整備の余地が大きい鉄道や高速道路を中心に投資が拡大。2012年9月初めに認可を得た1兆元の投資プロジェクトについては、金融機関が資金の大半を準備する公算大。

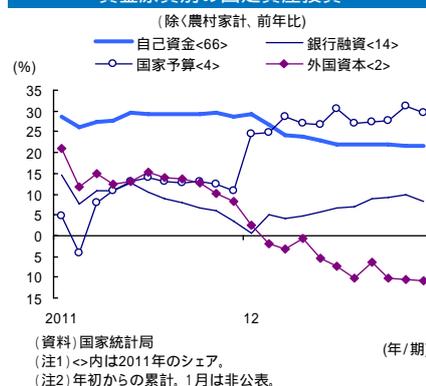
加えて、企業収益の改善により企業マインドが好転することを背景に、低迷している民間設備投資も回復する見通し。製造業の利益総額が増加に転じるなど、民間企業の収益は改善。売上高伸び率が内外需要の持ち直しを受けて上昇する一方、人件費の伸び率が低下したため、利益率は上昇。これを受けて、企業の投資マインドは強まりつつある状況。

もっとも、2013年の固定資産投資は政府の投資抑制策を背景に、前年比20~25%という低めの伸びとなる公算大。実際、足許では銀行融資の伸び率はやや低下し、銀行融資による投資の伸び率上昇に歯止め。政府はさらなる金融緩和に慎重となっており、窓口指導などで銀行融資を微調整。3月5日からの全人代では、2013年のM2増加率の目標値を13~14%という低めの値に設定する見通し。

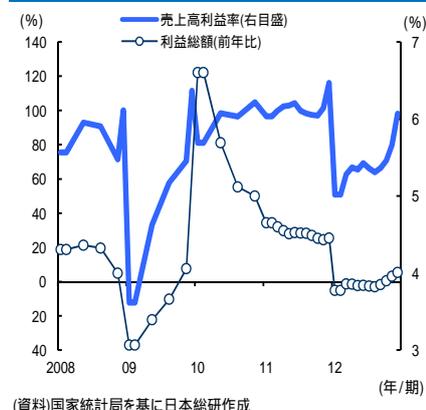
固定資産投資 (除く農林家計、前年比)



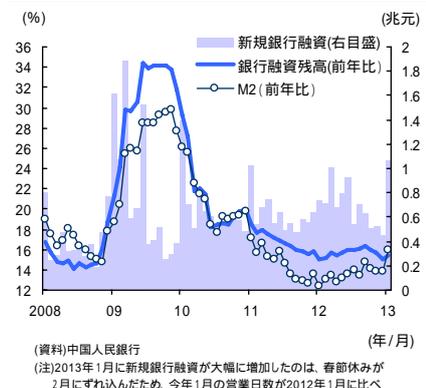
資金原資別の固定資産投資



工業企業の企業収益 (年初累計)



銀行融資とM2



当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

個人消費は良好な雇用所得環境のもと堅調に拡大

< 個人消費 >

実質小売売上高は持ち直し。2012年秋口までは、住宅市場の調整を主因に、ぜいたく品である娯楽関連や自動車、家電販売が伸び悩み。その後、住宅市場の回復に伴い、娯楽用品や家電販売が持ち直し。自動車販売も反日デモの影響が薄れつつあり、拡大傾向に復帰。

今後を展望すると、個人消費は住宅市場の調整が一巡するなか良好な雇用・所得環境を背景に、高い伸びが続く見通し。

< 雇用・所得環境 >

求人倍率は内陸部の労働需要拡大を背景に、2011年入り以降1倍以上を維持。平均賃金の伸び率は低下。

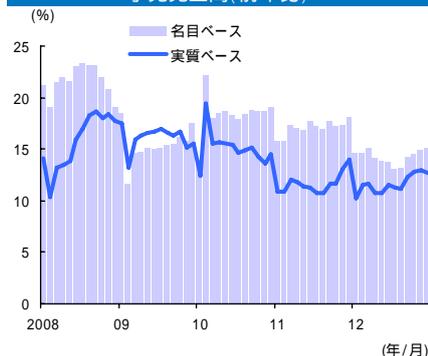
先行きも、良好な雇用情勢が続く見込み。とりわけ、内陸部の求人数は民間企業の内陸部進出により一段と増える公算大。

< 消費促進策 >

農村部での家電購入に対する補助金制度「家電下郷」が2013年1月末に期限切れとなったものの、マイナス影響は限られる見込み。全国に先んじて、2012年11月に10省・市で同制度が終了したものの、12月の家電販売は堅調。

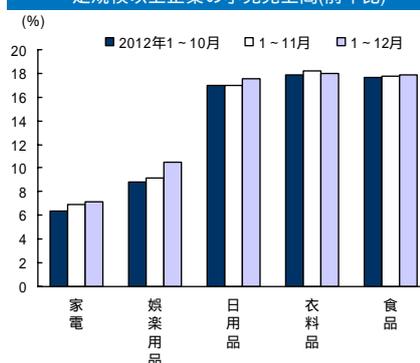
3月5日に開始する全人代では、GDP成長率の下限の目安となる成長率目標を7.5%に設定する見込み。2011年まで8.0%に設定されていたものの、今後は高成長よりも持続的な成長の実現に向け、構造調整に重点。これに併せて、製造業の投資を抑制する一方、サービス業振興策や低所得者向け減税などの消費促進策が発表される見通し。

小売売上高(前年比)



(資料) 国家統計局を基に日本総研作成
(注) 2010年から地域区分等の変更あり。CPI上昇率で実質化。

一定規模以上企業の小売売上高(前年比)



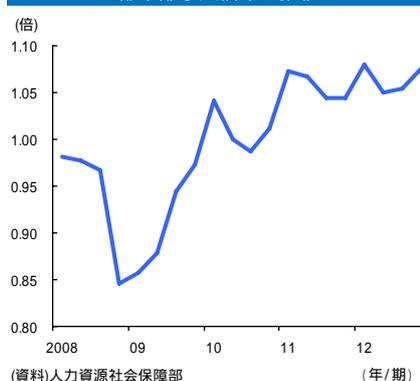
(資料) 国家統計局

自動車販売台数(季調値)



(資料) 中国汽车工业协会を基に日本総研作成

都市部求人倍率の推移



(資料) 人力资源社会保障部

住宅市場が過熱化する可能性に留意

<物価>

2011年7月をピークに低下し続けてきたCPI上昇率は、2012年半ば以降横ばいで推移。1月は前年同月比2.0%と2012年12月から0.5%ポイント低下。生鮮野菜が天候不順により12月に前年同月比14.8%と急騰したものの、1月には同2.6%に落ち着いたことが主因。工業生産者出荷価格は底打ち。1月は前年同月比 1.6%と4カ月連続で持ち直し。

今春以降、インフレ圧力が徐々に強まると予想。景気回復による影響がラグを置いて顕在化すると同時に、豚肉価格が供給不足により上昇基調を続ける見通し。

<不動産価格>

不動産市場は回復傾向。12月は、70都市のうち54都市で新築分譲住宅販売価格が前月比上昇。

この背景は利下げと地方政府による不動産価格抑制策の緩和。不動産バブルの様相を呈していない中小都市では、地方政府が投資抑制策を緩和し、中央政府もそれを一部容認。

もっとも、バブルの様相を呈している沿海部大都市を中心に住宅市場が過熱化する可能性に留意。

<人民元レート>

2月18日時点で、1米ドル=6.243元。1月末に対して0.4%人民元安の水準。前年同月末比0.8%増価。

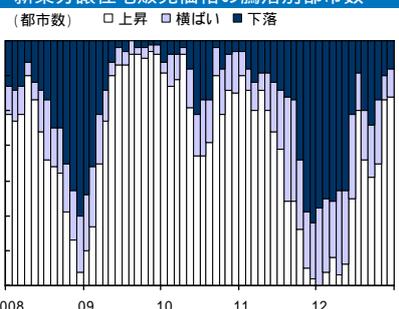
今後、人民元レートは緩やかに上昇すると予想。世界経済に回復の兆しがみられ、輸出拡大が見込まれるなか、政府は一定の元高を容認する見通し。

実質GDPとCPI(前年比)



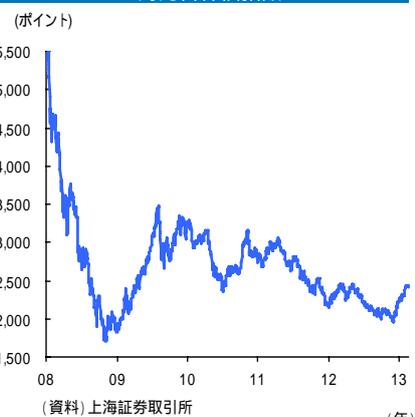
(資料) 国家統計局を基に日本総研作成
(注) 2013年Q1のCPIは1月の値。

新築分譲住宅販売価格の騰落別都市数



(資料) 国家統計局を基に日本総研作成
(注) 上昇は前月比>0%の都市数、横ばいは同=0%、下落は同<0%。2011年1月に統計改定あり。

上海総合株価指数



(資料) 上海証券取引所

人民元レート



(資料) Datastream
(注) トムソン・ロイター社調べ。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。

CNY - 中国人民元

急速に縮小する人民元NDF市場

為替相場・政策金利予測

	為替相場									政策金利		
	1USD=CNY			100JPY=CNY			1CNY=JPY			1年物貸出基準金利		
	6.2213		-	6.7329		-	14.85		-	6.00%		
Mar-01	四半期末予測		レンジ予測		四半期末		レンジ予測		四半期末予測			
	SMBC	Bloomberg	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	Bloomberg		
13Q1	6.2500	6.2100	6.1590	6.3170	6.6920	6.5390	7.0530	14.90	14.10	15.20	6.00%	6.00%
13Q2	6.2800	6.1800	6.1880	6.3470	6.6600	6.5070	7.0200	15.00	14.20	15.30	6.00%	6.00%
13Q3	6.3100	6.1400	6.2170	6.3770	6.6350	6.4830	6.9930	15.10	14.30	15.50	6.25%	6.00%
13Q4	6.2800	6.1100	6.2600	6.3470	6.5420	6.3920	6.8950	15.30	14.50	15.70	6.50%	6.00%
14Q1	6.3000	-	6.2800	6.3670	6.5080	6.3590	6.8590	15.40	14.60	15.80	6.75%	6.25%
14Q2	6.3200	-	6.3000	6.3880	6.4750	6.3260	6.8250	15.40	14.60	15.80	6.75%	-

「Bloomberg」ブルームバーグによる中央値・加重平均値、「SMBC」SMBCシンガポールによるトレンド予測
Sources: Bloomberg, SMBC Singapore

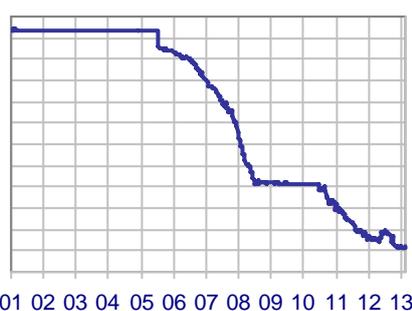
相場動向

USD/CNY-日足



Sources: Bloomberg, CFETS

USD/CNY-週足



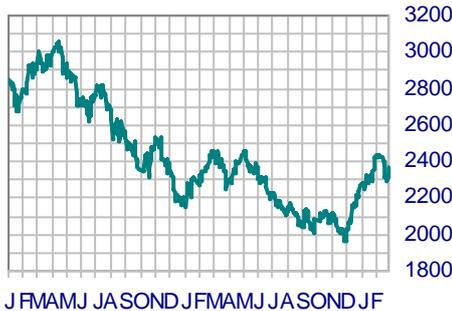
Sources: Bloomberg

JPY/CNY (100JPY=CNY)-日足



Sources: Bloomberg

上海総合指数-日足



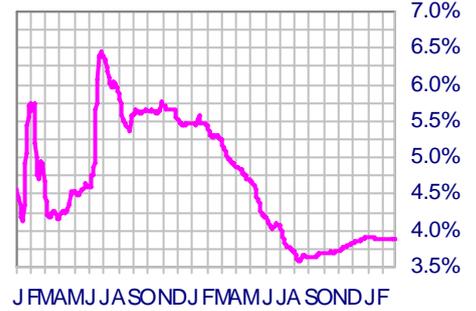
Sources: Bloomberg

上海総合指数-週足



Sources: Bloomberg

3ヵ月物SHIBOR-日足



Sources: Bloomberg

CNY名目実効為替相場-週足



Sources: Bloomberg

CNY実質実効為替相場-月足



Sources: Bloomberg

コメント

ロイター通信の記事によると、オフショア実需筋が人民元ポジションのヘッジに香港市場のデリバブル取引であるCNHをより多く用いるようになった結果、人民元のノンデリバブル・フォワード(NDF)市場が急速に縮小している。1日当たりのNDF取引量は2年ほど前の50億ドルから大きく減少、足許は30億ドル程度となっている。一方、2010年央に自然発生したCNHはスポットとフォワードを合わせ50~60億ドルの市場に発展した。NDFは中国人民銀行の仲値を参照相場とするが、同仲値が実際の取引相場と大きく乖離していることが、NDF市場の縮小の主因であると見られる。

TWD - 台湾ドル

1月の輸出、輸出受注、鉱工業生産指数、見掛けよりも悪い公算大

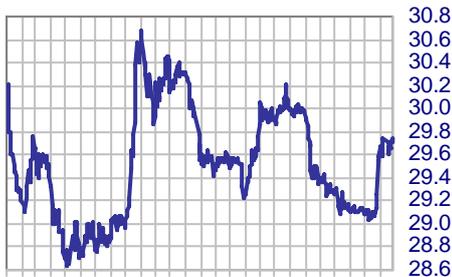
為替相場・政策金利予測

	為替相場										政策金利		
	1USD=TWD				100JPY=TWD				1TWD=JPY		公定歩合		
	四半期末予測		レンジ予測		四半期末		レンジ予測		四半期末		四半期末予測		
Mar-01	29.71		-		32.09		-		3.1180		-		1.875%
	SMBC	Bloomberg	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	SMBC	Bloomberg	
13Q1	29.60	29.15	29.20	30.20	31.70	30.80	33.60	3.1550	2.9770	3.2430	1.875%	1.875%	
13Q2	29.80	29.00	29.40	30.40	31.60	30.70	33.50	3.1640	2.9860	3.2520	1.875%	1.875%	
13Q3	30.10	28.80	29.70	30.70	31.70	30.80	33.60	3.1590	2.9810	3.2470	2.000%	1.875%	
13Q4	29.80	28.65	29.40	30.40	31.00	30.10	32.80	3.2210	3.0390	3.3110	2.125%	1.875%	
14Q1	30.00	-	29.60	30.60	31.00	30.10	32.80	3.2270	3.0450	3.3170	2.250%	2.063%	
14Q2	30.20	-	29.80	30.80	30.90	30.00	32.70	3.2320	3.0500	3.3220	2.250%	-	

「Bloomberg」ブルームバーグによる中央値・加重平均値、「SMBC」SMBCシンガポールによるトレンド予測
Sources: Bloomberg, SMBC Singapore

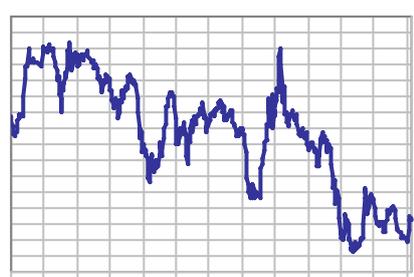
相場動向

USD/TWD-日足



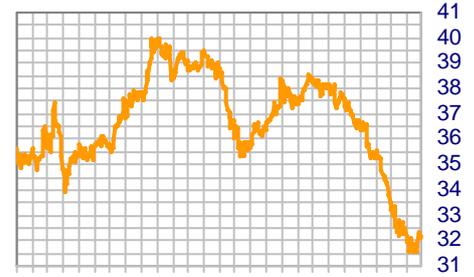
J F M A M J J A S O N D J F M A M J J A S O N D J F
Sources: Bloomberg, Taipei Forex Inc.

USD/TWD-週足



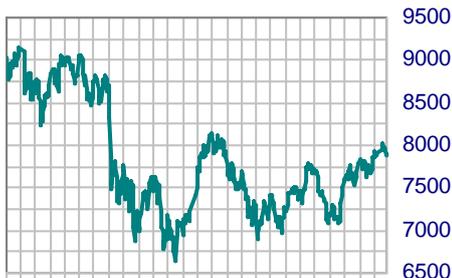
01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13
Sources: Bloomberg

JPY/TWD (100JPY=TWD)-日足



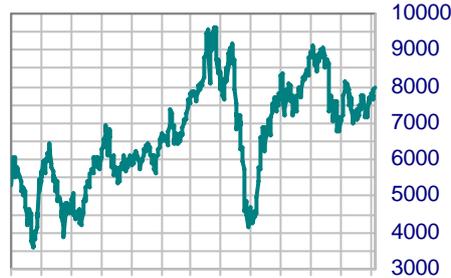
J F M A M J J A S O N D J F M A M J J A S O N D J F
Sources: Bloomberg

加権指数-日足



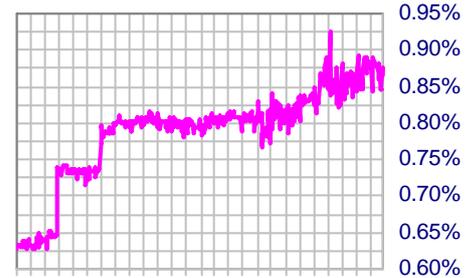
J F M A M J J A S O N D J F M A M J J A S O N D J F
Sources: Bloomberg

加権指数-週足



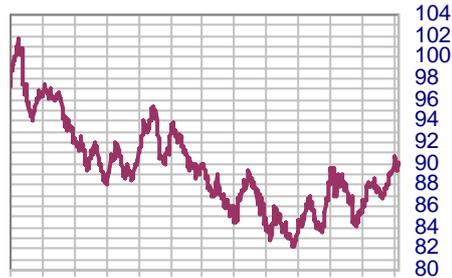
01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13
Sources: Bloomberg

3ヵ月物流通CP利回り-日足



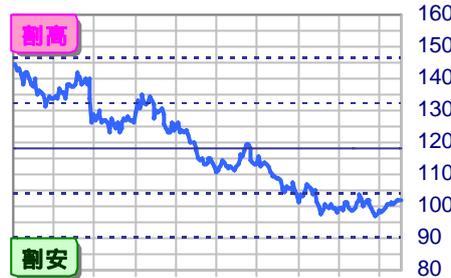
J F M A M J J A S O N D J F M A M J J A S O N D J F
Sources: Bloomberg

TWD名目実効為替相場-週足



01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13
Sources: Bloomberg

TWD実質実効為替相場-月足



94 96 98 00 02 04 06 08 10 12
Sources: Bloomberg

コメント

1月の輸出、輸出受注、鉱工業生産指数は旧正月の影響でそれぞれ前年同月比21.8%増、同17.9%増、同19.2%増と大きく増加した(2012年の旧正月休暇は1月で今年は2月だった)。同影響を除去するために営業日調整を施して前年同月比伸び率を再計算すると、輸出が同5.9%減、輸出受注が同8.9%減、鉱工業生産指数が同7.9%減で、それぞれ12月の同9.0%増、同8.5%増、同2.1%増から悪化した。1月の製造業購買担当者景気指数(PMI)が51.5と12月実績の50.6から改善したのと逆の動き。なお、第4四半期の実質GDP成長率は速報値の前年同期比3.42%増から上方修正され同3.72%増だった。

