

みずほレポート

2012年8月2日

中国政府のサービス業振興策と外資系企業への示唆

—中国商務部国際貿易経済合作研究院委託調査

- ◆ 中国政府は第12次五カ年計画（2011～15年）において持続的な内需主導の成長を目指しており、その柱の一つとして雇用吸収力が高く環境負荷も小さいサービス業の振興に注力している。
- ◆ サービス業のGDP比率と就業比率を共に4%ポイント高め、卸売・小売、物流などの従来分野に加え、情報通信ソフトウェア、教育、医療などの新分野の振興も図り、規制緩和も進めるとしている。
- ◆ 外資系企業の投資も促進するとしており、特に日系サービス業に対しては、従来分野への投資拡大による効率化・生産性向上と、新分野への投資拡大による産業創造への期待が高いようである。
- ◆ 日系サービス業の対中投資は対米欧投資に比べると後れてきたが、足元では、大手卸売・小売業の店舗展開の加速に加え、中小企業も新分野（環境、医療、コンテンツなど）への関心を高めている。
- ◆ 中国市場開拓で先行する米欧企業から得られる示唆としては、国際基準のサービス提供、中国有力企業との提携、先進ビジネスモデルの導入、勃興段階の市場投入、システム力などが挙げられる。

アジア調査部主任研究員 酒向浩二
03-3591-1375 koji.sako@mizuho-ri.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、商品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。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。

目 次

はじめに（みずほ総合研究所）	1
(1) 第12次五カ年計画でサービス業振興に注力する中国政府	1
(2) 日系サービス業の海外展開における中国市場の位置づけ	5
商務部研究院報告書のポイント（みずほ総合研究所）	11
(1) 中国サービス業の発展目標	12
(2) 中国サービス業振興政策の概要	13
(3) サービス業振興政策と他の政策との調和	14
(4) サービス業振興政策と外資政策	15
.....『 商務部研究院報告書 』.....	
1. 中国サービス業の発展目標	16
(1) 「第11次五カ年計画」期サービス業の発展状況	16
(2) 「第12次五カ年計画」期サービス業の発展目標	21
2. 中国サービス業振興政策の概要	25
(1) 総合発展政策	25
(2) 地方政府の政策	28
3. サービス業振興政策と他の政策との調和	29
(1) 製造業発展政策との調和	29
(2) 都市の新規雇用者数と国民所得の増加との調和	30
4. サービス業振興政策と外資政策	31
(1) 外資企業の投資を奨励する分野	31
(2) 特に日本企業の投資を期待する分野	34
(3) 外資企業の中国サービス業における成功事例とその主な成功理由	36
.....	
結び（みずほ総合研究所）	42
(1) 中国における外資系サービス業の成功のポイント	42
(2) 日系サービス業が中国で直面する課題	44
資料編：重点分野の発展政策（商務部研究院報告書からの抜粋）	46

はじめに（みずほ総合研究所）

みずほ総合研究所は、中国政府が第12次五カ年計画（2011～15年）の柱の一つとして打ち出したサービス業振興策に関する調査を、業務提携先である中国商務部国際貿易経済合作研究院（中国商務部傘下のシンクタンク、本拠地北京、以下商務部研究院）に2011年12月～2012年3月にかけて委託した。本レポートは、商務部研究院報告をベースに、みずほ総合研究所が解説を加えたものである。

（1）第12次五カ年計画でサービス業振興に注力する中国政府

中国政府は、第12次五カ年計画において、経済発展モデルの転換と産業構造調整を図ることを優先目標として掲げており、サービス業（本稿においては、第三次産業全般をサービス業と定義する）振興が政策の柱の一つになっている（図表1）。

図表1 第12次五カ年計画の概要

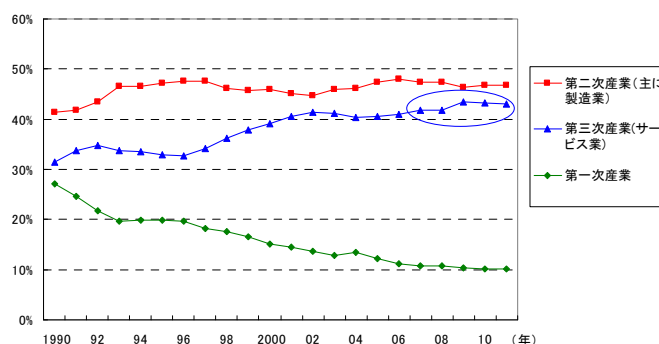
1. <u>経済発展水準の新たな段階への引き上げ</u>	<ul style="list-style-type: none"> 年平均実質GDP成長率を7%とする。 マクロコントロールを強化し、物価総水準の基本的な安定を維持する。 内需を拡大し、消費、投資、輸出のバランスのとれたモデルを構築する。
2. <u>経済発展モデルの転換と経済構造調整の加速</u>	<ul style="list-style-type: none"> 製造業の高度化に取り組み、戦略性新興産業を育成・発展させる。 GDPに占めるサービス業の比率を4%ポイント引き上げる。 都市化を推進し、都市化率（都市人口/総人口）を4%ポイント引き上げる。 農業を発展させ、新農村建設を加速する。 基本的公共サービスの効率化を逐次実現する。
3. <u>社会事業の発展への注力</u>	<ul style="list-style-type: none"> 教育を優先的に発展させ、全国民の教育水準を向上させる。 自主イノベーションを推進する。 GDPに対する研究開発費の比率を2.2%に高める。
4. <u>省エネルギー・環境保護の推進</u>	<ul style="list-style-type: none"> 一次エネルギー消費量に占める非化石燃料の比率を11.4%に引き上げる。 GDP1単位当たりのエネルギー消費量を2010年比で16%削減する。 GDP1単位当たりの二酸化炭素排出量を2010年比で17%削減する。 主要汚染物質の排出総量を8～10%低減する。
5. <u>国民生活の全国的な改善</u>	<ul style="list-style-type: none"> 今後、5年間に都市部の新規就業者数を4,500万人増加させる。 多種類の方式が併存する分配制度を堅持し、経済成長と同じペースで国民所得を増加させる。 第一次分配における労働報酬のウェイトを引き上げ、合理的な所得分配の枠組みを形成する。 都市部住民の一人当たり可処分所得と農村住民の一人当たり純収入の年平均伸び率をともに7%超とする。 都市と農村の基本養老、基本医療保険制度を全国的に広げる。
6. <u>改革開放の強化</u>	<ul style="list-style-type: none"> 経済体制改革を推進し、政治体制改革を積極的かつ着実に進行。
7. <u>政府改革の強化</u>	<ul style="list-style-type: none"> 腐敗を取り締まり、国民の権利・利益を保証し、社会の公平や正義を守る。

（資料）国家発展改革委員会

その理由としては、中国政府が、内需主導の経済成長¹を志向していることや、製造業主導の経済成長によるエネルギー消費量の急増や環境汚染といった弊害への懸念を強めていることが挙げられる。さらに、同国政府が、都市化率（都市人口/総人口比率）を引き上げ、都市の雇用拡大などを通じて国民生活の改善を図るとしていることも、サービス業振興と密接に関連した政策といえるだろう。

ここで中国のGDPに占める産業別（第一次・第二次（主に製造業）・第三次（サービス業））比率をみると、1990年以降、サービス業の比率は断続的ながらも徐々に上昇しており、サービス業振興策が明確に目標設定された前第11次五カ年計画（2006～10年）期には、さらに高まっている（図表2）。しかしながら、先進国ではGDPに占めるサービス業の比率が70%程度に達していることを勘案すると、中国におけるサービス業の振興余地は極めて大きいと見込まれよう。

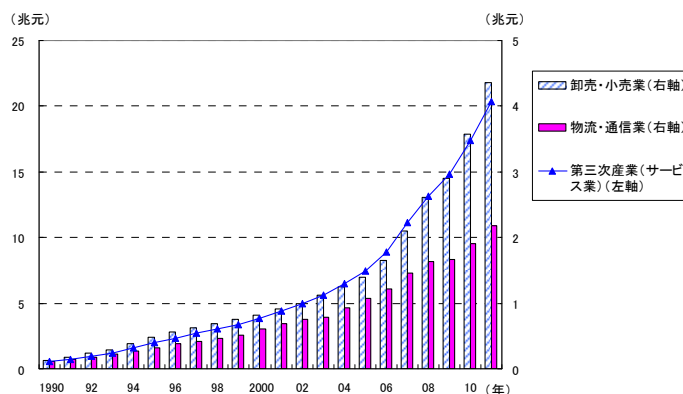
図表2 中国におけるGDPの産業別比率推移



(資料) CEIC

サービス業の内訳に関し、GDP統計が判明する卸売・小売業と物流・通信業をみてみると、2000年代に入って、特に卸売・小売業が大きく伸張してサービス業のけん引役の一つになっている（図表3）。これは、所得水準の向上および卸売業・小売業の近代化（店舗の大型化、物流網の整備、在庫管理のIT化など）が共に進んだ結果と考えられる。

図表3 中国のサービス業の付加価値額

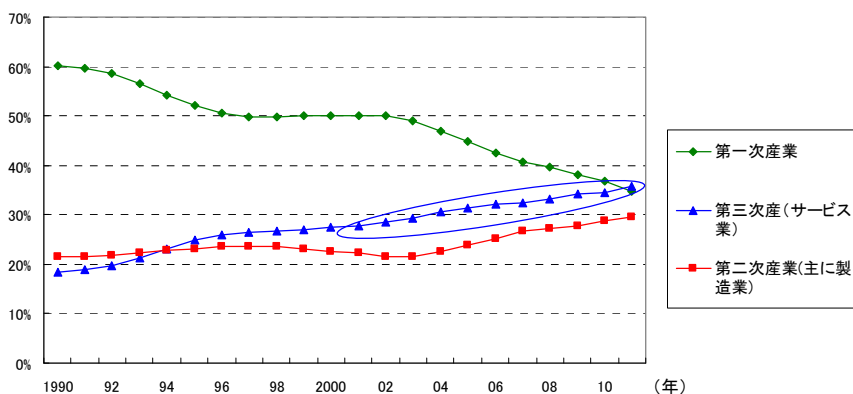


(資料) CEIC

¹ 商務部研究院は、欧州債務危機などによって世界経済が鈍化して中国の輸出も伸び悩むなか、内需拡大の切り札としてサービス業への期待が高まっていると指摘している。

さらに就業者の産業別比率をみると、1990年代からサービス業が製造業を上回っているうえに、2000年代を通じてサービス業の比率は一貫して上昇しており（図表4）、雇用吸収面で、中国政府にとってサービス業の振興は既に有力な選択肢になっているようだ。

図表4 中国における就業者の産業別比率

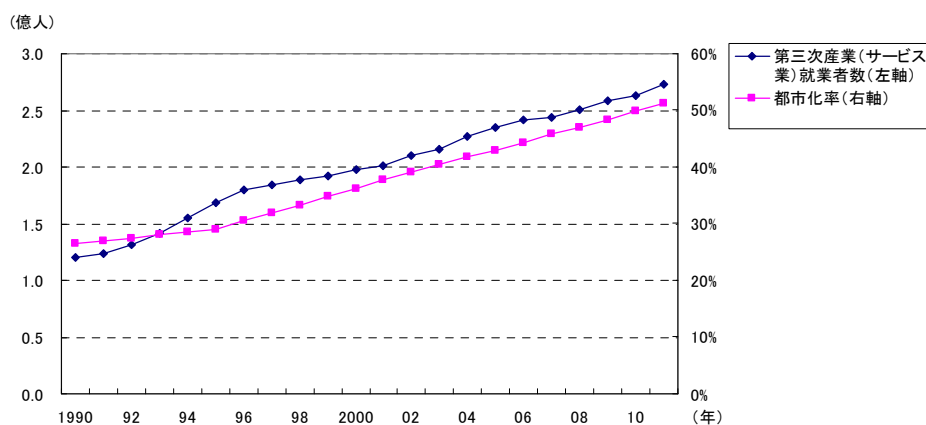


(資料) CEIC

サービス業の雇用拡大に寄与していると考えられるのが、中国政府が注力する都市化の推進²である。実際、サービス業の就業者数と都市化率には正の相関があることがうかがえ（図表5）、都市化が、卸売・小売、飲食・宿泊、教育・医療、文化・エンターテインメントなどのサービス業の振興を促して、雇用を創出している様子がうかがえる。

国連によると、中国の都市化率は2011年の51.3%から2050年には80%に迫ると予想されており³（図表5）、今後も都市化の進展によるサービス分野の雇用拡大は期待し得る。

図表5 中国におけるサービス業の就業者数と都市化率



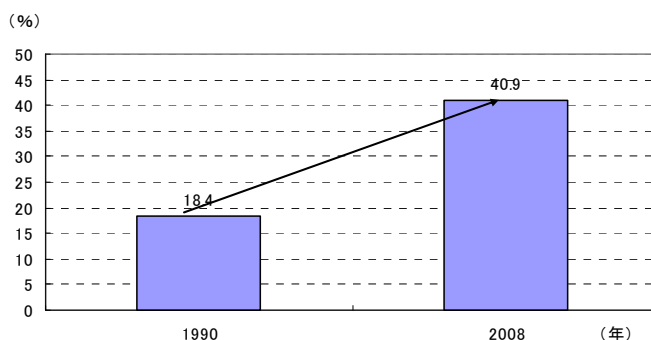
(資料) CEIC

² 中国政府は、都市化の推進を、インフラ整備による投資拡大、所得水準の向上に伴う消費拡大、サービス経済化（製造業からサービス業へのシフト）の3つの効用から、有効な政策と考えているようである。

³ (資料) UN (2012) 「World Urbanization Prospects」。なお、中国では、現在は都市と農村で戸籍が区分されており、農村戸籍者は、都市における社会保障制度などを享受することができないことが都市化の制約要因となっている。そのため、将来的に戸籍制度が緩和されることを前提にした推計と考えられる。

ここで、中国におけるサービス消費市場に目を転じると、同国の経済成長および都市化率の上昇（就労機会の拡大）によって、家計支出に占めるサービス支出の割合は、18.4%（1990年）から40.9%（2008年）まで高まっている（図表6）。これは、国民の生活水準の向上を反映して、食料品や光熱住居費以外の支出が増加していることを意味している。

図表 6 家計支出に占めるサービス支出の割合



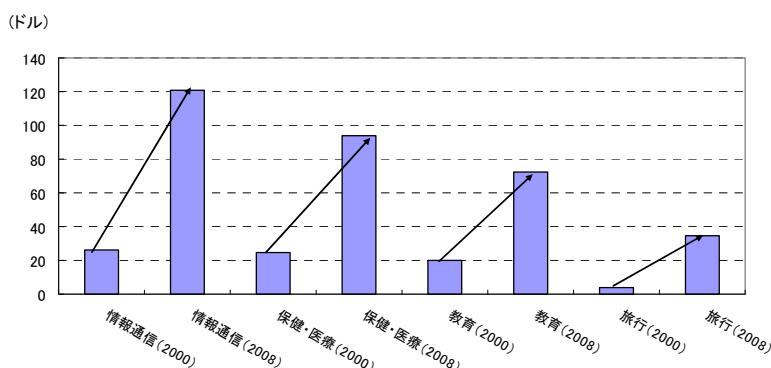
(資料) 通商白書 (2010) 「第2章第3節アジア消費市場の拡大」

続いて、一人当たりサービス支出を主要4項目（情報通信、保健・医療、教育、旅行）でみると、これらの4項目は、2000年代にいずれも伸張している（図表7）。

情報通信の支出拡大は、携帯電話・インターネットの普及に伴うものである。今後はスマートフォンへの移行によりデータ通信量が拡大することで、さらなる支出拡大が見込まれよう。一人っ子政策が続く中国では今後、高齢化が急速に進展すると見込まれているため、保健医療の分野もさらなる支出拡大が見込まれよう。

中国経済がグローバル化する中、子弟に語学や技術を習得させるための教育支出拡大も期待できる⁴。さらに、現時点では相対的に支出額の小さい旅行も、所得向上や渡航ビザの発給緩和によって、今後の伸び率は高まることが期待できよう。

図表 7 中国の一人当たりサービス関連支出

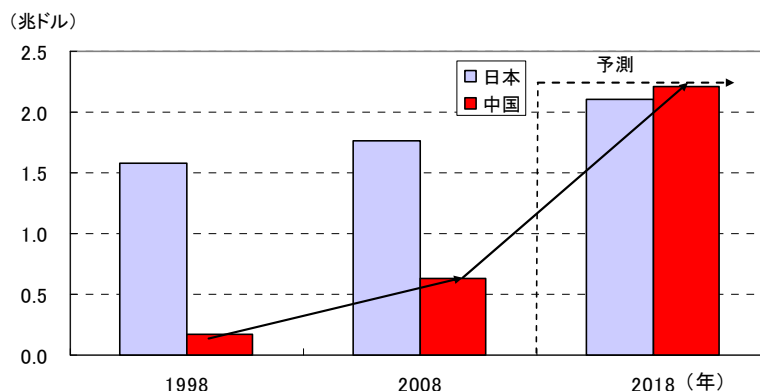


(資料) 通商白書 (2010) 「第2章第3節アジア消費市場の拡大」

⁴ 「社会保障制度が不十分のため、一人っ子に教育費を注ぐことによって子供の将来的な所得を増やし、将来は、子供に面倒をみてもらおうという両親が多い」（中国研究者）との指摘もある。

これらの結果、中国全体のサービス支出（サービス消費市場）は、2020年にかけて、日本を上回る規模に成長すると見込まれている（図表8）。中国の消費市場が、経済成長と共に、生活必需型からサービス型へと進化していく課程で、新たな商機が生まれるといえそうだ。

図表 8 日本と中国のサービス支出



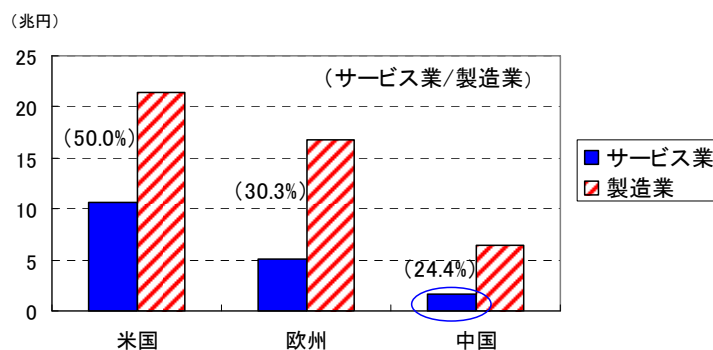
(資料) 通商白書 (2010) 「第2章第3節アジア消費市場の拡大」

(2) 日系サービス業の海外展開における中国市場の位置づけ

次に、日系サービス業の海外展開の視点から中国市場の位置づけを確認しておく。日本銀行によると、2011年末時点の日本のサービス業⁵の対外投資残高（国際収支ベース）は30.7兆円で、製造業の74.8兆円の4割強に止まっている。工場建設などの大型案件の多い製造業の投資はサービス業よりも投資金額が大きくなりやすい傾向にある点を考慮する必要はあるものの、日系サービス業の海外展開が日系製造業に比べると後れていることを示しているとの見方はできよう。

さらに、日本企業の主要投資先である、米国、欧州、中国向けのサービス業と製造業の投資残高比をみると、米国の5割、欧州の3割に対し、中国は2割強と相対的に小さく（図表9）、日系サービス業の対中投資は、対米欧向け投資に比べてまだ小さい。

図表 9 日本企業の米欧中における対外投資残高 (2011 年末)

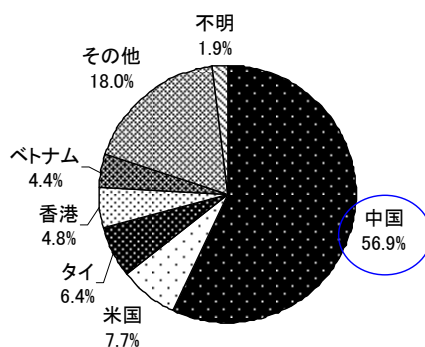


(資料) 日本銀行「国際収支統計」

⁵ 卸売・小売業、金融・保険業、不動産業、運輸（物流）業、通信業、（その他）サービス業の合計。

一方で、日本貿易振興機構（JETRO）が日系サービス業を対象に実施した調査（2010年10月日本国内で実施、回答企業数1,292社）によると、海外展開上で最重視している先は中国市場となっており、回答率は56.9%と、2位米国の7.7%、3位タイの6.4%を圧倒している（図表10）。

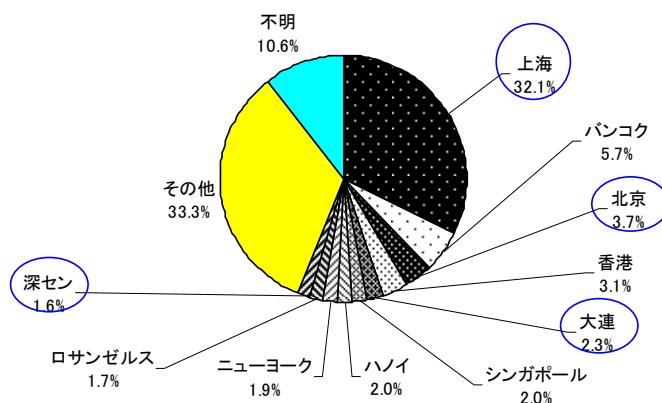
図表 10 日系サービス業が海外展開で重視している国（複数回答）



（資料）JETRO（2011）「平成22年度 第1回 サービス産業の海外展開実態調査」

さらに、同調査で、海外展開で重視している都市をみると、上海を筆頭に、北京、大連、深センといたって、中国の大都市が上位にランクインしている（図表11）。多くの日本企業が中国の大都市を成長市場として重視していることから、日系サービス業の対中投資が、今後、ペースを速める可能性は高いだろう。

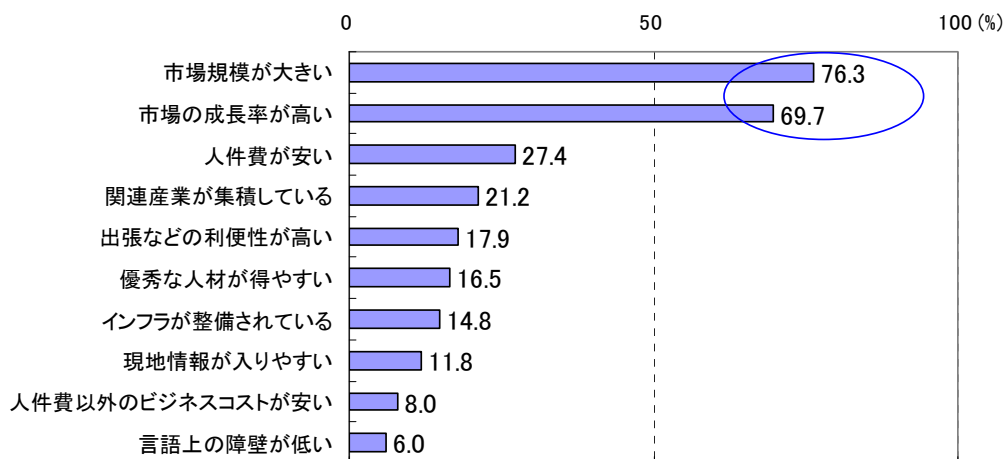
図表 11 日系サービス業が海外展開で重視している都市（複数回答）



（資料）JETRO（2011）「平成22年度 第1回 サービス産業の海外展開実態調査」

日系サービス業が中国を有望視する理由としては、「市場規模が大きい」と「市場の成長率が高い」の回答率が圧倒的に高く、少子高齢化の進展による日本国内市場の頭打ちを補う代替市場として、中国市場への期待を高めている様子がうかがえる（図表 12）。

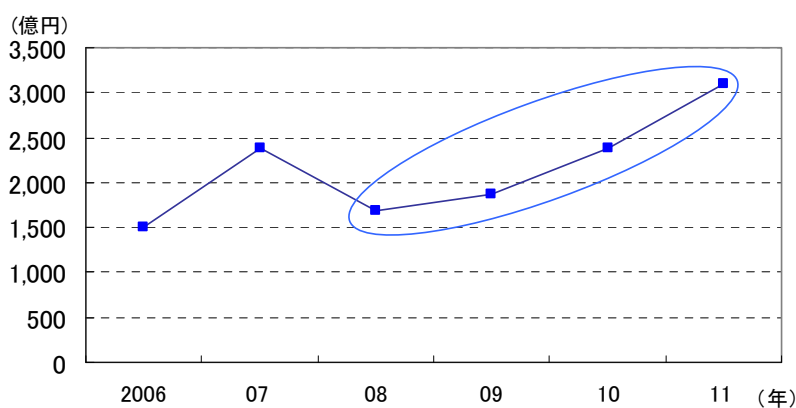
図表 12 日系サービス業が中国を有望視する理由（複数回答）



(資料) JETRO (2011) 「平成 22 年度 第 1 回 サービス産業の海外展開実態調査」

前述の通り（前掲図表 9）、日系サービス業の対中投資残高はまだ小さいものの、フローベースで見ると、2008 年の金融危機による落ち込みを経て、その後は増加基調が続いている（図表 13）。

図表 13 日系サービス業の対中投資

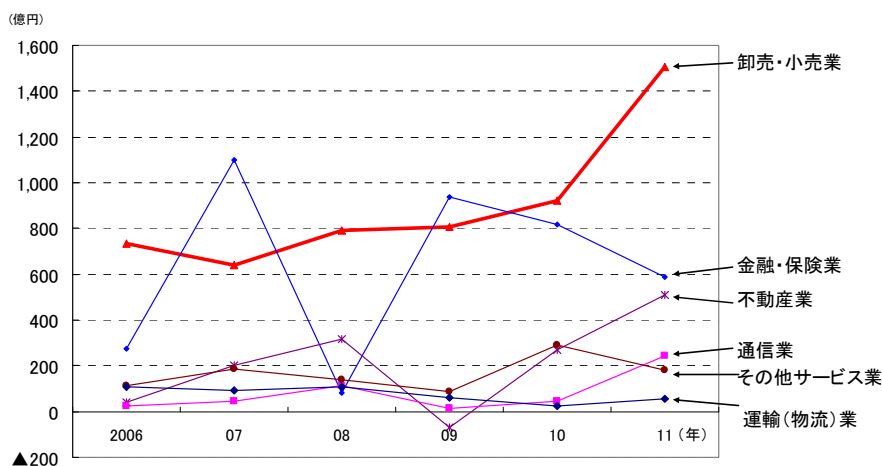


(注) 国際収支ベース、サービス業は、運輸、通信、卸売・小売、金融・保険、不動産、その他サービスの合計。

(資料) 財務省「国際収支状況」

日系サービス業の対中投資の業種別内訳をみると、特に卸売・小売業の投資が牽引している様子が見えてくる（図表 14）。総合スーパー・コンビニ・衣料や家電量販店の店舗展開や総合商社の中国パートナー企業への戦略出資が加速しつつあることを示していると考えられる（図表 15）。

図表 14 日系サービス業の対中投資（業種別内訳）



(注) マイナスは、事業解消に伴う日本への流入が投資額を上回ったことを意味する。

(資料) 財務省「国際収支状況」

図表 15 日系卸売・小売業の中国事業（一例）

企業（業種）	中国事業
A 社（総合スーパー）	特定地域を中心に店舗展開を加速。系列コンビニとプライベートブランドの販売を開始して、相乗効果を図る。ファミリーレストランも展開。
B 社（総合スーパー）	都市化の進展とモータリゼーションの到来から、大都市を中心にショッピングモールの展開を加速。
C 社（コンビニ）	外資系企業の進出が少ない、内陸部への出店を加速。
D 社（家電量販店）	大都市での展開を加速、中国系量販店が場所貸しビジネスを脱していない中、社員教育に注力し、顧客サービスの向上を図ることで差別化。
E 社（衣料量販店）	女性服を手頃な価格で販売。多品種少量生産方式で流行に敏感に対応かつ競合他社に真似されにくいビジネスモデルを構築。
F 社（総合商社）	中国では「生活消費関連」・「省エネルギー・環境」・「資源」の3分野を重視。中国流通大手・アパレル大手への出資拡大による小売部門強化、アウトレットモールや環境分野などにも提携範囲を拡大。

(資料) 各種プレスリリース・報道をベースにみずほ総合研究所作成

さらに、大企業のみならず、中堅・中小企業も、中国市場への関心を徐々に高めているようである。中国政府は、サービス業振興のためのイベントとして、2012年5月末から6月初旬にかけて、北京において第1回国際サービス貿易交易会を開催した。ジャパンプースも設けられて、19の日本企業・団体が参加した。その出店企業者リスト（図表16）をみると、「航空大手」、「旅行大手」、「物流大手」などに加えて、「外食」、「サービス人材育成」、「スマートフォンアプリ」、「幼児教育」、「展示施設の入退場管理システム」、「コンベンションセンター運営」、「人間ドッグ」など、多様な日系サービス業・団体が積極的に参加しており、中国市場に対して関心を高める日系サービス業の裾野が広がってきている様子をうかがうことができる。

また、2011年に改正された外資系企業投資産業指導目録（詳細は、商務部研究院報告書の第4章参照）で外資系企業の投資が奨励されている、教育、社会福祉、公共施設管理業、スポーツ・エンターテインメントなどの分野を、日系サービス業が機敏に察知しているとの見方もできそうだ。

図表 16 ジャパンプース出店企業者リスト

企業・団体	分野
株式会社うかい	その他のサービス
煙台岡島鋼格板有限公司（岡島工業株式会社）	建築・関連サービス、環境サービス
大阪商工会議所	その他のサービス
関西経済連合会	その他のサービス
技研トラステム株式会社	その他のサービス（システム）
京都工場保健会	健康・社会サービス
株式会社クリエイティブ・ワイズ	商業サービス 販売・流通サービス
交通公社新紀元国際旅行社有限公司	観光旅行サービス
株式会社コンベンションリンケージ	その他のサービス
情報通信研究機構	通信サービス 観光旅行サービス 教育サー
全日本空輸株式会社	その他のサービス
大和事務処理中心（大連）有限公司	その他のサービス
株式会社なずな	健康・社会サービス
日本音楽事業者協会	娯楽、文化・スポーツサービス
日本通運株式会社	運送サービス
株式会社フランチャイズアドバンテージ	その他のサービス
三重県	その他のサービス
株式会社リムライン	その他のサービス
社会福祉法人檸檬会	建築・関連サービス 教育サービス

（注）分野はリスト表示の通り。

（資料）経済産業省 <http://www.meti.go.jp/press/2012/05/20120514003/20120514003-2.pdf>

一方で、中国政府のサービス業振興策は、これまで長年に亘って進められてきた製造業振興策（インフラ整備、税制優遇付与などが中心）に比べると、具体的にどのような形で政策が実行されるのか未知の部分が多い。

そこで、みずほ総合研究所は商務部研究院に対して、以下の4つの質問を提示した。

- (1) 「なぜ第12次五カ年計画でサービス業の振興策が打ち出されたのか？」
- (2) 「サービス業振興策は具体的にはどのように実施されているのか？」
- (3) 「サービス業振興策は、製造業高度化策など他の政策とどのように関連しているのか？」
- (4) 「サービス業の振興策と外資政策はどのように関連し、日本企業の商機はどの分野にあると考えるか？」

これらの設問に対する商務部研究院の回答は、以下のようなものであった。

- (1) 「中国政府は、内需主導の経済成長を目指しており、その際、雇用吸収力の高いサービス業の振興が重要な政策となるためだ。中国のサービス業は都市化の推進が原動力となって着実に発展しており、支援策も続々と打ち出されているが、国際的な水準でみるとまだレベルは低く課題も多い。」
- (2) 「①生産性サービス業⁶（a. 金融サービス業、b. 現代物流業、c. ハイテクサービス業、d. 商務サービス業）と②生活性サービス業⁷（e. 商業貿易サービス業、f. 家庭サービス業、g. 観光業、h. スポーツ産業）の2分野・8業種に分けて振興を行なっている。」
- (3) 「①生産性サービス業の発展を促すことで製造業の供給面を強め、②生活性サービス業の発展を促すことで製造業の需要面を強めることが可能。製造業とサービス業の振興は両立し得る。」
- (4) 「サービス業は全般的に規制緩和が進められつつあり、外資の投資を奨励する方向にある。特に日本企業に対する期待が高い分野としては、卸売・小売、物流、ハイテクサービス（情報通信ソフトウェアなど）、医療、観光、文化産業などが挙げられる。」

なお、本稿の構成は、最初に商務部研究院報告書のポイントを解説（みずほ総合研究所）、続いて商務部研究院報告書（第1章～第4章）、最後に中国サービス市場における成功のポイントを考察して結び（みずほ総合研究所）とし、巻末に資料編を添付した。

⁶ 製造業を支援するためのサービス業。B to B。商務部研究院は、生産性サービス業の中で物流の重要度が最も高く、製造業の生産性向上に加え、消費市場の拡大においてもカギを握ると指摘している。

⁷ 消費者向けのサービス業。B to C。商務部研究院は、小売・電子商取引・娯楽などの幅広い分野で、国民生活の向上に連れて成長が期待できると指摘している。

(参考：中国攻勢を強める日系小売業)



(資料) 北京において筆者撮影

(参考：新たにサービス業向けインキュベーションセンターへと改装された旧紡績工場⁸)



(資料) 北京において筆者撮影

⁸ 内部には、ウェディングドレスデザイン、住宅デザインなどの中小企業が多数入居していた。なお、商務部研究院によると、北京では地方政府の幹部が頻繁に招集されて、サービス業振興のための会議が開催されるようになっており、国を挙げてサービス業振興に取り組み始めているとのことであった。

商務部研究院報告書のポイント（みずほ総合研究所）

本章では、商務部研究院が執筆した報告書（第1章～第4章）の理解を深めるために、予め章毎のポイントを解説する。

（1）中国サービス業の発展目標

第1章では、中国政府がサービス業振興策を打ち出した背景が述べられている。前第11次五カ年計画から、サービス業振興策は打ち出されているが、サービス業のGDP比とサービス業の就業比率をいずれも4%ポイント高めるという目標はいずれも未達に終わっている（図表17）。

図表 17 「第11次五カ年計画」と「第12次五カ年計画」におけるサービス業振興策関連指標

	第11次五カ年計画		第12次五カ年計画
	目標	実績	目標
サービス業のGDP比	40.5%→43.5%	43.1%	43.1%→47.1%
サービス業の就業比率	31.3%→35.3%	34.6%	34.6%→38.6%

（資料）商務部研究院執筆の第1章をベースにみずほ総合研究所作成

商務部研究院は、第11次五カ年計画中に金融危機に直面した中国政府が、景気浮揚のために巨額の財政支出を発動したことが第二次産業を伸張させた結果、サービス業比率が一時的に抑えられたとみており、サービス業の振興自体は着実に進捗したと認識しているようである（図表18）。

一方で、中国のサービス業の発展水準は先進国に比べると低く、近代化は後れているとの認識も強めており、第12次五カ年計画では、再度GDP比と就業比率を4%ポイント高める目標を設定している。

図表 18 中国サービス業の現状と課題

現状	課題
・サービス業の対GDP比が増加し、経済成長への貢献度が明らかに上昇している。	・サービス業全体の発展レベルが依然低い。
・サービス業の雇用創出数が年々増加し、雇用の主な受け皿になっている。	・雇用の受け皿としての潜在力を発揮させる必要がある。人材不足も顕著。
・サービス業の内部構造に明らかな改善が見られ、構造調整とグレードアップが加速。	・従来型サービス業の主導的地位は不変。
・クラスターの建設が進み、一部地域では近代型サービス業に転換しつつある。	・地域間の発展が不均衡。
・研究開発への投入が急増し、ブランド確立で一定の成果を収める。	・イノベーション力とブランド育成力を強化する必要がある。
・サービス貿易が安定成長を遂げつつある。	・サービス貿易の国際競争力が依然脆弱。
・対外開放のテンポが加速し、サービス業における外資の導入が急速に発展。	・体制的な制約が依然多い。 ・市場秩序の一層の規範化が必要。

（資料）商務部研究院執筆の第1章をベースにみずほ総合研究所作成

(2) 中国サービス業振興政策の概要

第2章（および資料編）では、サービス業振興策の具体的な実施綱要が述べられている。

サービス業は、その範疇が広いため、①製造業向けの生産性サービス業、と②消費者向けの生活性サービス業の2分野・8業種（図表19）に分けて振興する方針が打ち出されており、さらに、政府がサービス業の振興のための環境を整える方針が前面に打ち出されている。

図表 19 国民経済社会発展第12次五カ年計画要綱（国務院）

- ① 生産性サービス業（a. 金融サービス業、b. 現代物流業、c. ハイテクサービス業、d. 商務サービス業）の発展を加速する。
- ② 生活性サービス業（e. 商業貿易サービス業、f. 家庭サービス業、g. 観光業、h. スポーツ産業など）の発展を加速する。
- ③ サービス業の発展に有利な環境を作り出す。

（資料）商務部研究院執筆の第2章をベースにみずほ総合研究所作成

具体的な振興政策として、①生産性サービス業においては、製造業を支援する産業という意味合いが強いことから、製造業振興の手法が踏襲されている傾向がうかがえる。

例えば、現代物流業（近代的な物流業）をみると、税制優遇・土地優遇（優先供給）などを付与し、業界再編も進めて大規模化を図るとしており、従来行われてきた製造業振興の手法と重なる。ハイテクサービス業（情報通信ソフトウェア業など）では、イノベーション強化や外資との提携を奨励するなど、現在、サービス業振興策と並行して行われている製造業の高度化の手法との類似性がうかがえる（図表20）。

一方で②生活性サービス業においては、国民生活の向上を図るという観点から、管理体制改革や市場拡大・人材育成など、規制緩和と市場育成に主眼が置かれているようである。

図表 20 サービス業振興策の実施要綱

	現代物流業	ハイテクサービス業	商業貿易サービス業
税制優遇	○		
土地優遇	○		
イノベーション	○	○	
資金調達	○	○	○
市場拡大	○	○	○
人材育成		○	○
業界再編	○		
クラスター発展		○	
対外提携		○	
管理体制改革	○		○

（注）商務部研究院執筆の第2章で政策として明確な記載のあった部分に○、なお、空欄は政策が未実施という意味ではない。

（資料）商務部研究院執筆の第2章をベースにみずほ総合研究所作成

(3) サービス業振興政策と他の政策との調和

第3章では、サービス業振興政策と他の政策（製造業高度化や所得向上）との関係が述べられている。中国政府は、第12次五カ年計画において、サービス業の振興と共に、製造業の高度化を優先目標として掲げている（前掲図表1）。製造業高度化にあたって重視しているのが、戦略性新興産業（①省エネルギー・環境産業、②次世代情報産業、③バイオ産業、④ハイエンド装備製造産業、⑤新エネルギー産業、⑥新素材産業、⑦新エネルギー車産業の7分野からなり、これらのGDP比（2010年時点では5%以下）を2015年には8%、2020年には15%まで高める計画⁹である。

商務部研究院によると、戦略性新興産業の範疇は製造業に限定されず、サービス業、特に生産性サービス業が含まれるとのことであった。国務院（内閣に相当）の決定（図表21）をみても、戦略性新興産業の一貫として、ハイテクサービス業、ビジネスサービス業、現代物流業などが明記されており、製造業の高度化とサービス業振興が連動している様子がうかがえる。

図表 21 戦略性新興産業の育成および発展の加速に関する決定（国務院）

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">① 知識集約型サービス業に対するサポート的作用を発揮させ、研究開発サービス、情報サービス、技術取引、知的財産権、技術成果の転化などのハイテクサービス業を強力に発展させる。② マンパワーサービス、コンサルティングなどのビジネスサービス業を積極的に発展させ、現代物流業と環境サービス業の発展を加速する。③ モノのインターネット¹⁰、省エネルギー・環境サービス、新エネルギーの利用、情報サービス、新エネルギー車の普及などの分野において、企業が市場の拡大に役立つ専門的サービスや付加価値サービスなどの新業態を強力に発展させていくことを支援する。④ 契約エネルギー管理や現代的な廃棄商品のリサイクルなどの新しいビジネスモデルを積極的に推進していく。 |
|---|

（資料）商務部研究院執筆の第3章をベースにみずほ総合研究所作成

また商務部研究院は、前第11次五カ年計画期のサービス業の雇用増加率は年平均2.4%で全産業平均の2.0%を上回っており、サービス業の雇用吸収力は高いとみている。そのため12次五カ年計画においても、サービス業振興が雇用拡大を通じた国民所得向上に繋がるとの見解を示している（図表22）。

図表 22 サービス業振興と国民所得向上との調和

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">① サービス業の雇用吸収力は他業界より高い。② サービス業の飛躍的発展によってその潜在的雇用吸収力を発揮させる。③ サービス業の発展は労働所得の持続的引き上げに有効である。 |
|--|

（資料）商務部研究院執筆の第3章をベースにみずほ総合研究所作成

⁹ 詳細については、酒向浩二（2011）「中国の新産業政策『戦略性新興産業』と日本企業の商機」（みずほ総合研究所『みずほレポート』）
<http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/report/report11-0803.pdf> 参照。

¹⁰ モノにICチップやセンサーを取り付けてインターネットに接続することで、固体情報を認識したり、置かれている場所を把握できるシステム。

(4) サービス業振興政策と外資政策

第4章では、サービス業振興と外資政策、特に日本企業にとっての商機が述べられている。

商務部研究院は、2011年に改正された「外資系企業投資産業目録」で新たに奨励されることになった9分野(図表23)が注目されるとしており、広範囲に亘って外資系サービス業の投資誘致が奨励されている様子が見えてくる。

図表 23 外資系企業投資産業目録 (2011年改正)

① 電力・ガス・水の生産供給業 (電気自動車重電ステーションと電池交換ステーションの建設と運営など)
② 交通運輸・倉庫・郵便業
③ 卸売・小売業
④ リース・ビジネスサービス業 (ベンチャーキャピタル企業、知的財産権サービスなど)
⑤ 科学研究・技術サービス・地質探査業 (ハイテク・新製品の開発とビジネス院キューベーションセンターなど)
⑥ 水利・環境・公共施設管理業 (海上石油汚染浄化技術サービスなど)
⑦ 教育 (職能技術の育成など)
⑧ 衛生・社会保障・社会福祉業 (高齢者・障害者・児童サービス機構など)
⑨ 文化・スポーツ・エンターテインメント

(資料) 商務部研究院執筆の第4章をベースにみずほ総合研究所作成

また、商務部研究院は、特に日本企業にとっての有望分野としては、7分野(図表24)を挙げた。既に投資が拡大しつつある卸売・小売業、物流業に加えて、ハイテクサービス業や、日本が自国の成長分野と位置づけている省エネルギー・環境保護、医療サービス、観光業、文化産業といった分野の対中投資の商機が大きいとの指摘であった。

図表 24 特に日本企業の投資を奨励する分野

分野	日本企業の商機
① 卸売・小売業	サービス業中、投中資額残高多い
② 物流業	サービス業中、対中投資の高い伸び
③ ハイテクサービス業	情報通信やバイオテクノロジー技術の優位性
④ 省エネルギー・環境保護	日本の「2020新成長戦略」の重点分野の一つ
⑤ 医療サービス	日本の「2020新成長戦略」の重点分野の一つ
⑥ 観光業	日本の「2020新成長戦略」の重点分野の一つ
⑦ 文化産業	日本の「2020新成長戦略」の重点分野の一つ

(注) 日本の統計上は、対中投資残高(2011年末)は卸売・小売業が最大で、金融・保険業は第2位となっている。

(資料) 商務部研究院執筆の第4章をベースにみずほ総合研究所作成

『商務部研究院報告書』

1. 中国サービス業の発展目標

(1) 「第11次五カ年計画」期サービス業の発展状況

中国「第11次五カ年計画」国民経済社会発展計画要綱では、2010年までにサービス業によって生み出される付加価値がGDPの43.5%を占めることになっていたが、実績は43.1%で、目標を0.4%ポイント下回った。この目標が達成できなかった主な理由は、世界金融危機の影響により、中国が2008年と2009年に固定資産投資を拡大したために、第二次産業（製造業および建設業）の割合が上昇し、第三次産業（サービス業）の割合を圧迫したことによる。

目標こそ達成できなかったが、ここ数年は国民経済の迅速な発展に伴い、中国のサービス業は「国内外で成果を収め」、国内発展と対外開放において著しい貢献をしている。

① 中国サービス業の現状

a. サービス業の対GDP比が増加し、経済成長への貢献度が明らかに上昇している。

2010年のサービス業の付加価値額（名目）は17.3兆元だった。「第11次五カ年計画」期は年平均成長率18.2%、対GDP比も40.5%から43.1%と2.6%ポイント上昇している。また「第11次五カ年計画」期のサービス業の付加価値額の対GDP比は45.4%で、「第10次五カ年計画」期から3.2%ポイント上昇し、サービス業の経済成長への貢献度が明らかに向上している。

b. サービス業の雇用創出数が年々増加し、雇用の主な受け皿になっている。

2010年のサービス業就業者は2.6億人で、「第11次五カ年計画」期の雇用創出数は年平均2.4%増と、全産業平均の2.0%増より高かった。サービス業就業者は全就業者数の34.6%を占め、「第11次五カ年計画」期は3.2%ポイント上昇と、今や工業就業者を5.9%ポイント上回って農業就業者の割合に近づきつつあり、中国における雇用の主な受け皿となっている。

c. サービス業の内部構造に明らかな改善が見られ、構造調整とグレードアップが加速

ここ数年、サービス業の中でも物流、金融、情報サービスなどの生産性サービス業の牽引効果が顕著になっているほか、観光、文化、教育研修、医療衛生、スポーツ、展示会、仲介サービス、アニメ、コンテンツなどの需要潜在力の大きな新興サービス業が急速な伸びを見せている。

また、技術型・知識型現代サービス業が急成長を遂げ、新しい業態や経営方式が次々と現れ、サービス業の国民経済に対するサポート力が向上し、サービス業の構造転換とグレードアップのテンポは明らかに加速している。

d. クラスターの建設が進み、一部地域では現代サービス業に転換しつつある。

サービス業機能を主とする産業クラスターを中心に、新型サービス業を發展させ、サービス業の空間的配置を最適化し、市場にマッチし、かつ特色があり、鮮明な強みを持つサービス業の産業クラスターの建設が一部地域で急速に進められている。

北京、上海、広州などの発達した地域の産業構造は、既に「三二一計画¹¹」が目指すところの構造に変わり、サービス業が現代サービス業へと転換しつつある。情報コンサルティングサービス業、ビジネスサービス業、コンピュータ応用サービス業、現代金融業などの新興サービス業が急成長を遂げ、今ではサービス業の主力になっている。

e. 研究開発への投入が急増し、ブランド確立で一定の成果を収める。

近年、サービス業の研究開発への資本投入が急増している。サービス業の研究開発費の中国総研究開発費に占める割合は、2000年には11.9%であったものが2009年には32.4%と急速に上昇している。また、サービス業の研究開発への投入が増大するのに伴い、サービス業の自主イノベーション力が向上し、ブランドの確立が進み、一定の成果を収めるようになってきている。ソフトウェア産業を例にとると、ここ数年、「中軟」、「長城」、「南天」、「中創」、「東軟」、「用友」、「金蝶」をはじめとする有名ブランドソフトウェア会社が出現している。

f. サービス貿易が安定成長を遂げ、貿易構造が最適化されつつある。

近年、安定成長を遂げる中国のサービス貿易の規模が急拡大しており、貿易構造が徐々に最適化されつつある。サービス貿易の輸出入総額は2000年に2,624億ドルになり、「第11次五カ年計画」期は年平均17.3%の伸び率で成長していた。2010年にサービス輸出は世界第4位、輸入は第3位となっている。

なお、貿易構造も徐々に最適化され、コンピュータ、金融・保険、コンサルティングなどの高付加価値を特徴とする現代サービス貿易が急速に興り、2010年の輸出入総額は702億ドル、「第11次五カ年計画」期の年平均伸び率は22.4%であった。現代サービス貿易におけるサービスのアウトソーシングも急拡大している。教育・文化・漢方医薬など中国的特色のあるサービス貿易分野の潜在力は大きく、輸出体制もほぼ整備されている。

g. 対外開放のテンポが加速し、外資の導入が急速に発展

WTO加盟後、中国のサービス業の対外開放のテンポが急激に加速し、今や金融、電信、建築、小売などの業界の104部門が外資に開放されている。また、自由貿易協定(FTA)の締結によってサービス業のFTA締結相手への開放がより推進されるようになった。サービス業の外資への開放が進み、サービス業は外資を導入しながら急成長を遂げることになった。

「第11次五カ年計画」期をみると、中国サービス業の外資導入額は2005年の149.1億ドルから2010年には499.6億ドルまで増え、年平均27.4%の伸び率は全産業平均の外資導入額の年平均伸び率より15.5ポイント上回っている。

なお、同時期、中国サービス業の外資導入総額に対する割合も24.7%から47.3%に上昇し、サービス業は外資導入の主力および外資系企業の新たな投資先として注目されている。

¹¹ 第12次五カ年計画で新たに打ち出されているスローガンで、産業政策の重点を第三次産業(サービス業)、第二次産業(製造業)、第一次産業の順とする計画。サービス業振興を製造業振興よりも優先するという意味。

② 中国サービス業の主な問題点

中国のサービス業は急速な発展を遂げ、著しい成果をあげているが、そのスタートが遅く、また従来型経済構造から来る制約もあり、サービス業の発展過程には以下のような急ぎ解決すべき問題がある。

a. サービス業全体の発展レベルが依然低い。

国際的にみて、中国のサービス業は依然立ち後れている。先進国ではサービス業によって創造される付加価値の対GDP比は70%を超えているが、中国サービス業のそれは過去最高の2009年でも43.4%であった。

これは米国や日本などの先進国ばかりでなく、新興国と比べても低い数字である。2009年のインド、ブラジル、ロシアのサービス業による付加価値の対GDP比はそれぞれインド55.3%、ブラジル68.5%、ロシア62.5%であり、中国よりインドが11.9%ポイント、ブラジルが25.1%ポイント、ロシアが19.1%ポイント高くなっている。

b. 雇用の受け皿としての潜在力を発揮させる必要がある。

国際的に見て、1人当たりGDPの増加と都市化プロセスが加速するにつれて、サービス業が主な雇用の受け皿になっている。多くの国と地域で第三次産業就業者が第二次産業就業者よりはるかに多く、中高所得国の第三次産業就業者は第二次産業の2~3倍といわれているが、中国のサービス業就業者は全就業者の1/3強と、国際平均よりもかなり低い数字になっている。中国サービス業の雇用創出数は毎年増加し、今やサービス業が雇用の主な受け皿になってはいるが、サービス業の雇用の受け皿としての潜在力をさらに発揮させることが求められている。

c. 依然として従来型サービス業中心の構造

中国サービス業の内部構造はここ数年大幅に改善されているが、交通運輸や卸売・小売業などの従来型サービス業の主導的地位に変化はなく、現代物流、情報サービス、金融・保険業など現代サービス業全体の発展水準は依然低く、サービス業の構造改善のスピードアップを図る必要がある。

米欧先進国では金融・保険業、専門技術サービス業、健康・社会扶助などの現代サービス業が主導的地位にあり、宿泊・飲食業や卸売・小売業といった従来型サービス業の占める割合は相対的に低い。中国サービス業の各業種によって生み出される付加価値を見ると、卸売・小売業、交通運輸・倉庫・郵政業、宿泊・飲食業などの従来型サービス業の占める割合が最も高く、2010年のサービス業の全付加価値に占める割合も36.3%という高いレベルにある。

一方、金融・保険、通信・コンピュータ情報サービス・ソフトウェア、科学研究・技術サービスなどの現代サービス業は、その発展モデルや技術制度などの制約もあり、未だ発展の初期段階にあり、サービス業の全付加価値に占める割合も20%前後と低いレベルにとどまっている。

d. 地域間の発展が不均衡

中国の経済発展に地域間の不均衡があるように、中国サービス業の発展水準にも非常に大きな地域格差がみられる。経済の発達している東部地域はサービス業の発展が比較的速いが、中西部地域では教育と観光サービスの発展条件が比較的整っているだけで、サービス業の発展水準は全体的に低く、成長も緩慢で勢いに欠ける。

2010年のサービス業による付加価値の対GDP比の高かった上位10省は、順番に北京、上海、チベット、貴州、海南、天津、広東、浙江、寧夏、江蘇となっている。そのうち7省が東部地域、3省が西部地域に属する。この10省はサービス業による付加価値の対GDP比がいずれも40%以上に達し、最も高い北京のそれは75.1%で最も低い河南の2.6倍と、地域間に不均衡が見られる。

e. イノベーション力とブランド育成力を強化する必要がある。

サービス業全体の技術力と労働生産性が低いことに加え、科学技術のサービス業への貢献度が低いので、自主イノベーション力を強化する必要がある。ソフトウェアと情報サービス業を例にとると、自主イノベーション力が弱く、コア技術に乏しいために、中国が提供する製品と情報サービスは基本的に産業チェーンの最下位に位置している。

サービス業の研究開発への投入が急増し、2009年には全研究開発費用の32.4%を占めるまでになっているが、米欧先進諸国と比較すると、中国のサービス業の研究開発水準はまだかなり低い。自主イノベーション力が弱いことやその他諸々の要因で、中国のサービス業には真の世界的有名ブランドがなく、ブランドの確立が遅れているので、ブランド育成力を急ぎ強化する必要がある。

f. サービス貿易の国際競争力が依然脆弱

財貿易と比較すると、中国のサービス業のグローバル化は後れており、サービス貿易の国際競争力も脆弱である。2010年の中国のサービス貿易総額は3,624億ドルで、世界サービス貿易総額の約5%を占めたに過ぎない。WTO統計によると、2010年の米国のサービス輸出額は世界サービス輸出の14.1%を占め、中国の3.0倍であった。

注目すべきこととして、中国のサービス貿易構造を見ると、観光、運輸、その他商業サービスの割合が高いということがある。2010年はこの3項目のサービス輸出がサービス貿易輸出総額の約70%を占め、中国サービス貿易の三大支柱産業になっている。一方、金融・保険業、特許、コンサルティングなどの現代サービス業では中国は明らかな劣勢にあり、サービス貿易の入超が年々拡大している。これらの点から、こうした付加価値の高い現代サービス貿易において中国の国際競争力が非常に脆弱だということが分かる。

g. 体制的な制約が依然多い。

目下、市場メカニズムがサービス業の発展に対し十分効果を発揮しておらず、体制的な制約が依然多い。中国のサービス業にはかなりの数の寡占業種があり、金融・保険業、電信・郵政、都市給電、鉄道、航空、港湾などの分野は基本的に非国有資本の参入ができないようになっている。これらの部門の寡占状態を打ち破ることは難しく、行政による管制効果も限定的なため、サービス製品の生産と供給の効率が悪い。

一部非国有資本の参入が認められているサービス業種にも (a)行政による審査・承認手続きが煩雑、(b)管理が複数の部門に跨っているといった問題がみられる。また、「事業単位¹²」改革の遅れと不徹底な国有企業改革がサービス業の発展を制約している。

h. 人材不足が特に顕著

中国には豊富な人材資源があるが、サービス業の人材は不足している。特にその構造的な不足が中国サービス業の発展を制約している。その一例として、物流業においては、現代物流業務に精通し、国際慣例を理解し、豊富な実務経験を有するハイレベルな人材の不足が一向に改善されていない。

2008年の世界金融危機以降、中国のソフトウェアサービスやアウトソーシングサービスが急成長していることもあり、ハイレベルな人材の不足が一層顕著になり、アウトソーシングサービス人材では急成長を遂げる産業を支えきれなくなっている。2010年の中国のアウトソーシングサービス産業の収益は180億ドルに達し、年間平均30%の伸び率だったが、現在のアウトソーシングサービス用人材では、現時点および今後のある一定期間のアウトソーシングサービス産業の需要を満たすことは難しい。アウトソーシングサービスの人材不足は毎年20万人前後に達し、中でも金融アウトソーシング業界では毎年5万人の人材が不足している。

i. 資金調達が困難という状況の改善が急務

中国の大多数のサービス企業は (a)規模が小さい、(b)信用力が低い、(c)十分な抵当品がないなどの理由で、銀行から必要な融資を受けることが難しい。巨額の資金を必要とする現代サービス業、例えば省エネルギーサービス業 (ESCO : Energy Service Company) では、資金調達の難しさが業界の発展を妨げる最大のネックになっている。文化コンテンツ産業は金融危機という逆境の中でも発展を遂げて来たが、資金調達の難しさが依然その発展を妨げる主要因になっている。

目下、国内のほとんどの文化コンテンツ企業で資産評価が行われておらず、国内の保険会社もそのための評価システムを持っていない。また、アニメ、コンテンツ関係の無形資産について有効な評価が行われていないため、文化コンテンツ企業は常に十分な担保が提供できず、銀行融資を受けるのが難しい状況にある。一部地域で試行されている知的財産権を担保にしたローンもうまくいっておらず、文化コンテンツ企業が著作権などの知的財産権を担保に融資を受けることがなかなかできないでいる。

¹² 政府により資金が提供され、サービスを提供する組織。

j. 市場秩序の一層の規範化が必要

中国サービス業はその法整備が遅れ、市場監督力も脆弱で、競争秩序が乱れている。本来あるべき制度的拘束力に欠けるために、さまざまな「不公平条項」が長期間幅を利かせ、多くの企業の間で(a) 誠意に欠ける、(b) 高額のサービス費をむやみに請求するなどの現象が横行している。法律・会計・監査サービスでは、偽証や偽帳簿などの行為が何度禁止してもなくなり、消費者の権利と公共の利益を損ねている。また、証券会社の重大な規律違反事件が消費者の市場に対する信頼に深刻な影響を与えている。市場の無秩序な競争と企業の信用の欠如が一部消費需要を抑制し、中国サービス業の更なる発展を妨げている。

(2) 「第12次五カ年計画」期サービス業の発展目標

① サービス業の発展目標

a. サービス業の付加価値の対GDP比を4%ポイント上げる。

中国国民経済社会発展第12次五カ年計画要綱に基づき、「第12次五カ年計画」期はサービス業による付加価値の対GDP比を4%ポイント引き上げる。2010年のサービス業による付加価値の対GDP比は43.1%だったので、計画要綱の要求通りにすると、2015年のサービス業による付加価値の対GDP比は47.1%になる。

b. サービス業の就業比率を4%ポイント上げる。

「第12次五カ年計画」サービス業発展計画作成作業における公開情報に基づき、「第12次五カ年計画」期はサービス業の就業比率も4%ポイント引き上げる。2010年の全就業者数におけるサービス業就業者の割合は34.6%だったので、計画の要求通りにすると、2015年のサービス業就業者の割合は38.6%になる。

c. サービス貿易の年平均成長率を11%超にする。

サービス貿易発展「第12次五カ年計画」要綱では、2015年にはサービス貿易の輸出入総額を6,000億ドルにし、年平均成長率を11%超にすることになっている。中国の対外貿易総額と世界のサービス貿易総額におけるサービス貿易の割合を安定的に拡大し、輸出入の調和のとれた拡大を目指す。サービス貿易と貨物貿易の協調的発展と国民経済牽引効果の増強を図る。

d. サービス輸出に占める現代サービスの比率を45%超にする。

サービス貿易発展「第12次五カ年計画」要綱に基づき、「第12次五カ年計画」期は通信、コンピュータ情報サービス、金融・保険、文化、コンサルティングなどの知能集約型・技術集約型かつ高付加価値な現代サービス貿易の中国サービス輸出総額に占める割合を2015年までに45%超にする。また対外工事請負、労務提携、運輸、観光、小売などのサービス輸出の規模をさらに拡大する。

e. サービス業の対外開放レベルを高める。

サービス貿易発展「第12次五カ年計画」要綱に基づき、「第12次五カ年計画」期はサービス貿易分野の開放度を徐々に高めていき、通信、金融、コンピュータ情報サービス、商業サービスのビジネス規模を拡大し、経営・サービス水準を引き上げ、国内産業の促進・育成・発展に努める。

なお、サービス貿易発展「第12次五カ年計画」要綱では、サービス貿易の国際競争力やサービス貿易の地域間協調発展についても定性目標を設定している。

② サービス業発展目標と今後の情勢に対する基本的判断

「第12次五カ年計画」期のサービス業発展目標は、全体的に「第11次五カ年計画」期の実質成長よりも高くなっている。サービス業によってもたらされる付加価値と就業者数の割合を例にとると、今後5年間でそれぞれ4%ポイント引き上げるという目標は、「第11次五カ年計画」期の実質成長（「第11次五カ年計画」期はそれぞれ2.6%ポイントと3.2%ポイント上昇）よりもそれぞれ1.4%ポイントと0.8%ポイント引き上げるということである。

したがって、前出のサービス業発展目標を滞りなく実現するためには、発展のチャンスをつかみ、さまざまな困難と問題に向き合い、適切にそれらに対処していくことが求められている。

a. 世界金融危機によって世界経済の構造調整が誘発され、それが中国サービス業の大きなビジネスチャンスとなっている。

世界金融危機によって世界各国の経済構造の調整と発展モデルの転換が促され、サービス業の海外移転と生産要素の再編が加速し、中国サービス業に絶好のチャンスが到来している。金融危機後の多国籍企業は、コストを削減し、競争力を高めるために、多くの非中核的業務を本業から切り離し、発展途上国へのアウトソーシングと中国への産業移転を加速させているが、こうした中、中国による国際資本のサービス業への誘致とオフショアアウトソーシングサービスの誘致が明らかに加速している。

また、金融危機後、中国の投資環境の総合的優位性が高まっていることを受けて、世界トップ500社が次々にR&D、物流、コンサルティング、人材育成などの機関を中国の主要都市に設立している。現在、外資系企業が中国に設立した研究開発機関はすでに1,200社を超えている。したがって、今回の世界的な産業構造調整によって、サービス業が世界的な産業転換の重要分野となり、それが中国のサービス業にとって大きなチャンスになることが予想される。

b. 中国が新たな経済構造の転換期を迎え、それがサービス業の飛躍的發展にとって絶好のチャンスになっている。

中国の経済発展における資源環境上の制約が強まるのに伴い、目下の高汚染・高エネルギー消費を特徴とする資本集約型産業と輸出向け労働集約型産業を急ぎ技術集約産業に転換する必要があり、中国は新たな経済構造の転換期を迎えている。中国の製造業は今後しばらくの間、コスト上昇、環境資源上の制約、限定的な成長余地といった問題に直面し、中国経済はこれまでの生産一辺倒的考え方から、生産とサービスの結合に向けて方向転換を図り、中国の製造業とサービス業を深いレベルで融合させていく必要がある。

世界銀行の予測では、今後、中国のサービス業の対 GDP 比はさらに上昇し、2030 年までにサービス部門の対 GDP 比は現在の 43.1%から 60%近くにまで上昇するといわれている。

c. 支援策が次々と打ち出され、サービス業の飛躍的發展に有利な政策環境になっている。

「第 12 次五カ年計画」発展計画要綱にあるサービス業を飛躍的に発展させるという基本要求を徹底させるために、各部・委員会はサービス業の発展を促進するための政策と文書を相次いで打ち出しているか、または今後打ち出す予定にしている。

具体的には「産業構造調整指導目録」を改訂・整備し、「サービス貿易発展第 12 次五カ年計画要綱」を発表しているほか、近々「第 12 次五カ年計画現代サービス業発展計画」を発表する予定である。また、国の関連部門と委員会によって観光、家庭サービス業、交通運輸業などの重点サービス業界に関する特別計画およびそのための政策も徐々に発表されている。

国はサービス業および重点業界の発展を促すための政策・措置を次々に打ち出す一方、サービス業の総合改革のテストケースを推進し、地域性サービス業のモデルケースと先行地域の建設を強化している。地方の各級政府もサービス業の急速な発展を、経済発展モデルを転換し、経済構造を調整する上での戦略的措置と位置づけ、サービス業を発展させるための政策支援を強化している。要するに、「第 12 次五カ年計画」期はサービス業の発展を促進するための政策サポート力が強化され、政策システムも徐々に整備されていくなど、中国サービス業の飛躍的發展にとって有利な政策環境が提供されていくものと思われる。

d. 都市化が急速に進み、サービス業の飛躍的發展に大きな原動力と空間を提供している。

「第 12 次五カ年計画」要綱では、2015 年までに「都市化率を 4%ポイント引き上げ、都市と農村の協調的發展をさらに強化する」としている。これは 2015 年までに中国の都市化率を現在の 47.5%から 51.5%に引き上げ、都市人口が初めて農村人口を超え、都市と農村の構造に大きな変化が起きることを意味している。

都市化の推進に伴い、都市流入農民出稼ぎ労働者が大幅に増え、都市流入農民の公共サービスをいかに解決するかが焦眉の急になっている。同時に、都市化が進むにつれ、中国は「中所得国」から「高所得国」の仲間入りをし、消費構造が調整・改善され、国民の消費が「衣食」中心の生存充足型消費から「住行（居住・移動手段）」に代表される安定享受型消費に転換していくことになるが、中国のこ

うした都市化に伴い、安定享受型サービスの消費が徐々に増えていくものと思われる。

また、都市クラスターの形成が進むにつれ、都市機能の特色を強化することと都市機能を分散することの重要性がますます高まっているが、これもまた中国のサービス業の飛躍的發展にとっての大きなチャンスとなる。

確かに中国のサービス業には前出のようなビジネスチャンスがあるが、同時に国内外のサービス業を取り巻く環境面で課題があることにも目を向ける必要がある。

国際的な問題としては、世界経済は今後苦しい景気回復の道を辿ることになり、サービス業の発展にとって不確実かつ不安定な要素が多くなることが予想される。今も世界金融危機の影響は続いており、国債の信用不安が懸念されている国もある。また国際金融市場の変動も激しく、世界各国のインフレ圧力が強まっている。ますます複雑化する国際情勢の中、世界の資源と市場の争奪戦が激化し、さまざまな形の投資貿易保護主義が出現している。技術イノベーションと技術をめぐっての攻防戦はいよいよ激しさを増し、世界経済のアンバランスがこれまで以上に顕在化し、気候変動とエネルギー資源の世界経済の成長に対する制約も増大している。また、国際金融システムは新たな調整と変革期を迎え、各国の経済発展の余地と経済競争における優勢とそれを維持するための戦いが激化している。国内的な問題としては、中国のサービス業を取り巻く環境にも以下のような課題がある。

a. 消費水準と消費需要のレベルが依然低い。

ここ数年、中国国民の消費は大幅に向上しているが、金額では米国民の15~20%に過ぎず、消費需要のレベルも低い。食品が依然国民消費の主要部分になっており、サービス性消費の占める割合が低い。消費刺激策の効果が弱まった場合、内需の拡大が難しくなる。

b. 都市化が工業化よりも後れている。

都市と農村という二元構造が依然突出しており、農村消費市場を十分活性化するのが難しい。

c. 労働力コストの負担が増している。

労働力の価格が上昇するにつれ、労働集約型を中心とするサービス業が困難に直面している。

2. 中国サービス業振興政策の概要

近年、党中央と国務院はサービス業の発展を非常に重視し、「国民経済社会発展第12次五カ年計画要綱」をめぐり、一連のサービス業の飛躍的発展を推進するための政策措置を既に集中的に発表しているか、またはこれから発表する予定にしているが、これによりサービス業を発展させるための政策環境が大きく改善されるものと思われる。具体的には次の通り。

(1) 総合発展政策

① 国民経済社会発展第12次五カ年計画要綱

「第12次五カ年計画要綱」では、サービス業を飛躍的に発展させることを産業構造最適化の戦略的重点として捉え、サービス業の発展に有利な政策および環境を構築し、新分野を開拓し、新業態を発展させ、新たなホットスポットを育成し、サービス業の大規模化・ブランド化・ネットワーク化経営を推進し、サービス業の対GDP比を高めるとしている。計画要綱では「第12次五カ年計画」期末までにサービス業による付加価値の対GDP比を4%ポイント引き上げて47.1%にすることになっている。また、計画要綱では、次のような「第12次五カ年計画」サービス業発展重要目標が明確に打ち出されている。

a. 生産性サービス業の発展を加速する。

専門分業を進め、サービス製品およびサービスモデルのイノベーションを加速し、生産性サービス業と先進的製造業の融合を促進し、生産性サービス業の急成長を推進する。秩序をもって金融サービス業を開拓し、現代物流業の発展に力を入れ、ハイテクサービス業の育成に努め、商務サービス業の規範化とグレードアップを図る。

b. 生活性サービス業の発展に注力する。

都市と農村の国民生活に目を向け、サービス製品の品目を増やし、サービスの供給を強化し、サービスの質を高め、多様化するニーズに対応していく。商業貿易サービス業の構造を最適化し、積極的に観光業を推進し、家庭サービス業を奨励し、スポーツ事業およびスポーツ産業を全面的に発展させていく。

c. サービス業の発展に有利な環境を作り出す。

開放することで改革を促し、競争によって発展を促し、サービス業の制度刷新を推進し、サービス業の政策体系を整備し、サービス業を発展させるための環境を最適化する。

② 国家発展改革委員会による「産業構造調整指導目録」の改訂と整備

「目録」を改訂・整備する目的は、サービス業を飛躍的に発展させるという新しい要求に対応するためである。「目録」では発展の方向性が明確にされ、社会資源の合理的集積を誘導しているが、これはサービス業の重要分野、脆弱な分野および新興産業の発展を促進するための重要な措置であり、サービス供給の強化と改善に役立ち、サービス業の現代化を促進し、サービス業の質とレベルを高めるものである。「産業構造調整指導目録」（2011年版）のサービス業部分の詳細は以下の通り。

- a. 奨励類サービス業を増やすことが強調されているが、これは経済社会を発展させる上での客観的要求であり、必然の道である。
- b. 奨励類サービス業の範囲が拡大され、アイテムも増えている。
- c. サービス産業への誘導、特に生産性サービス業と生活性サービス業の発展を誘導することが強調されている。

③ 商務部が33部門と「サービス貿易発展第12次五カ年計画要綱」を策定

サービス貿易の良好かつ迅速な発展を促進するため、商務部と33部門が2年の時間を費やして「サービス貿易発展第12次五カ年計画要綱」を策定し、2011年9月27日に正式に発表した。計画では、今後一定期間におけるサービス貿易の全体目標、戦略的任務や重点分野などについて全面的な手配が行われ、明確な政策とそのため保障措置が打ち出されている。また、計画は30分野を「第12次五カ年計画」期の重点として選び出し、ブレークスルーを図るとしている。

これらのサービス貿易分野は、まず中国に比較的強みのある従来型分野（観光や建築サービスなど）をカバーし、その発展の方向性は「既存の強みを強化する」ことに置かれている。次に国際サービス貿易の発展情勢にマッチしている新興分野（コンサルティングやコンピュータ情報サービスなど）をカバーしており、その発展の方向性を「重点育成」に置いている。これらの重点分野を優先的に発展させることで、中国のサービス業およびサービス貿易の全面的かつ協調的発展を促進していく。

④ 国家発展改革委員会がサービス業総合改革のテストケースをスタート

2010年11月22日、国家発展改革委員会はサービス業総合改革のテストケースをスタートさせた。37の都市または開発区をテストケースに選び、それぞれの地域に適した政策を模索し、「主体機能が鮮明で、周辺への波及効果が強い、国または地域サービス業センター」および「それぞれ特色のある、活気に満ちたサービスイノベーションモデル区」を創設することで、サービス業の発展を規制している主な矛盾と問題を解決し、サービス業の発展を妨げている体制・メカニズムに由来する問題と政策上の障害を取り除くとしている。こうしたテストケースによってそれぞれ特色あるサービス業を発展させるための考え方が形成され、コンテンツ産業、商業貿易サービス、ITサービス、人材分野での模索が行われている。

⑤ 国家発展改革委員会・工業情報化部・財政部等の9の部・委員会によって策定された「第12次五カ年計画現代サービス業発展計画」の基本枠組みが出来上がる。

現在、各部・委員会で「計画」草案についてさらなる調査と論証を行っているが、基本的枠組みはすでに出来上がり、近々発表する予定になっている。同「計画」は「第12次五カ年計画」要綱と同じ内容で、最終的に2つの本筋と8つの方向性を示している。

- a. **生産性サービス業（金融サービス業、現代物流業、ハイテクサービス業、商務サービス業など）の発展に力を入れる。**

- b. **生活性サービス業（商業貿易サービス業、家庭サービス業、観光業、スポーツ産業など）の発展に力を入れる。**

なお、「計画」では五カ年計画のマクロ性・戦略性・指導性・運用性が強調されている。また「計画」は、サービス業の飛躍的発展の推進を産業構造最適化の戦略的重点とし、サービス業の発展を加速することの「モデル転換・構造調整」にとっての重要な戦略的意義を十分理解し、産業構造の最適化という新しい要求に対応し、中国サービス業の現代化に力を注ぎ、サービス業の飛躍的発展に新たな局面を切り開くことを明確に打ち出している。

⑥ 科学技術部が「第11次五カ年計画」期から現代サービス業のための技術アクションを開始

科学技術部が「現代サービス業汎用技術支援システムと応用モデル事業」をスタートさせている。同事業推進の目的は現代サービス業の投融資システムの確立、現代サービス業産学研連合の構築、現代サービス業の監督管理システムの強化などを具体的に部署し、現代サービス業の科学技術イノベーションを積極的に支援し、現代サービス業の発展を推進し、現代サービス業のイノベーションシステムを構築することにある。

(2) 地方政府の政策

国の関連政策執行のための手配を徹底させるために、各級地方政府も各種支援・インセンティブ策を実施し、サービス業の飛躍的發展が加速されている。

① 各級地方政府が地元の国民経済社会發展第 12 次五カ年計画を策定するに当たり、いずれもサービス業の發展を極めて重要な位置に置いている。

例えば「北京市国民経済社会發展第 12 次五カ年計画要綱」では、地域および全国にサービスを提供し、世界を相手にする生産性サービスの中心都市となり、文化・コンテンツ産業の支柱産業としての地位を強化し、観光業を重要な支柱産業に發展させ、健康や老人介護などの新興生活サービス業を強力に支援し、新たなサービス業態を積極的に開発していくとしている。

② 各級地方政府がサービス業の發展を加速させるための施策と対策を打ち出し、サービス業に対する支援を強化し、サービス業を發展させるための良好な環境を創出している。

例えば、2010 年 1 月に海南省が「現代サービス業の發展を加速する実施意見」を發表し、2010 年 12 月には広西自治区が「当自治区のサービス業の發展をさらに加速させることに関する決定」および 13 の関連公文書を發表している。また、2011 年 6 月には浙江省によって「サービス業の發展をさらに加速することに関する若干の政策的意見」が發表されたほか、2011 年 11 月には北京市が「北京市第 12 次五カ年計画期金融發展計画」が發表されるなど、各級地方政府によって重点業界としてのサービス業特別發展計画や重点業界を發展させるための施策が打ち出されている。

3. サービス業振興政策と他の政策との調和

(1) 製造業発展政策との調和

戦略的新興産業をはじめとする製造業発展政策とサービス業発展政策には相互促進性と相互調和性があるが、その相互調和性は主に以下のいくつかの面に体现されている。

① 共に中国経済構造の戦略的調整を推進し、経済発展モデルの転換を加速する上での重要な内容になっている。

「第12次五カ年計画」では、「農業の基本的地位を強化し、製造業のコアコンピタンスの向上を図り、戦略的新興産業を発展させ、サービス業の発展を加速し、第一次・二次・三次産業が連携して経済成長モデルの転換を牽引していく」ことが明確に提起されている。この点からも現代サービス業の発展と戦略的新興産業をはじめとする製造業の育成と発展が、いずれも中国が経済構造の戦略的調整を推進し、経済発展モデルの転換を加速する上での重要な内容になっていることが分かる。

サービス業の発展は現代経済の重要な特徴であり、産業構造の適正化とレベルアップの主な方向性であり、経済発展モデルの転換の重要なバロメータにもなっている。戦略的新興産業はイノベーションをその主な原動力とし、影響力が強く、戦略的新興産業の育成と発展を加速させることは、経済発展モデルの転換に利すると同時に、産業のレベルアップ、従来型産業のグレードアップ、現代産業体系のハイレベルからのスタートにも有利で、産業構造の調整および最適化の根本的要件にもなっている。

② 戦略的新興産業を代表とする製造業政策はサービス業政策を十分に考慮

「国務院の戦略的新興産業の育成および発展の加速に関する決定」（国発〔2010〕32号）（以下、「決定」）では、ハイテクサービス業、ビジネスサービス業、現代物流、環境サービス業などが、戦略的新興産業を発展させるためのイノベーション支援システムとなり、明確に「知識集約型サービス業に対するサポート的作用を発揮させ、研究開発サービス、情報サービス、起業サービス、技術取引、知的財産権、技術成果の転化などのハイテクサービス業を強力に発展させる。マンパワーサービス、投資、コンサルティングなどのビジネスサービス業を積極的に発展させ、現代物流と環境サービス業の発展を加速する」としている。

また、戦略的新興産業の市場開拓に資する新しいサービス業態を積極的に支援し、「モノのインターネット、省エネルギー・環境サービス、新エネルギーの利用、情報サービス、新エネルギー車の普及などの分野において、企業が市場の拡大に役立つ専門的サービスや付加価値サービスなどの新業態を強力に発展させていくことを支援する。契約エネルギー管理や現代的な廃棄商品のリサイクルなどの新たなビジネスモデルを積極的に推進していく」ことが明確に示されている。

③ 現代サービス業発展政策も製造業発展政策との調和を十分に考慮

「第12次五カ年計画」をはじめとする現代サービス業発展政策においては、生産性サービス業と生活性サービス業を重点的に発展させることが明確に求められているが、製造業の供給と需要の2つの

側面から製造業発展政策の調和性が体现されている。

生産性サービス業とは製造業と直接関係のあるサービス業であり、製造業における有効供給を保障する上で重要な意義を持つ。「第12次五カ年計画」で重点的に発展させることになっている金融サービス業、現代物流業、ハイテクサービス業、ビジネスサービス業は、いずれも製造業における生産過程の継続性を維持し、製造業の技術進歩を促し、産業のレベルアップと生産性向上のための重要な保障であり、製造業の発展にはなくてはならない重要な構成部分である。

一方、生活性サービス業は雇用促進や国民所得の向上および消費拡大などの面で積極的な役割を持ち、製造業の製品需要規模の拡大にも役立ち、製造業の発展を牽引する類のサービスである。

(2) 都市の新規雇用者数と国民所得の増加との調和

サービス業の飛躍的發展は、5年間で4,500万人の新規雇用と国民所得の年平均7%アップという成長目標の実現の加速に資するものである。

① サービス業の雇用吸収力は他業界より高い。

「第11次五カ年計画」期、中国のサービス業の雇用は年平均2.4%増で、全産業平均の2.0%増を上回った。2010年のサービス業の雇用が全雇用数に占める比率は34.6%で、「第11次五カ年計画」期に3.2%向上したことになる。このようにサービス業の雇用吸収力は明らかに他業界より高く、今や名実ともに中国における雇用の主なチャネルになっている。

② サービス業の飛躍的發展によってその潜在的雇用吸収力を発揮させる。

サービス業は今や中国の主な雇用の受け皿になっているが、世界の大多数の国と比較してみても、中国のサービス業の潜在的雇用吸収力は非常に大きいことが分かる。大多数の国と地域の第三次産業就業者数は第二次産業就業者数のそれよりはるかに多い。中高所得国の第三次産業就業者数は第二次産業の2~3倍だが、中国の第三次産業就業者数は第二次産業のわずか1.2倍である。したがってサービス業を強力に発展させていくことは、その雇用潜在力を十分に発揮させ、5年間で新規に4,500万人の雇用を創出するという目標の実現に利することになる。

③ サービス業の発展は労働所得の持続的引き上げに有効である。

農業、建築業、サービス業、製造業などの4つの国民経済構成部分の労働所得を見ると、農業の労働所得が最も低く、建築業、サービス業と製造業の順でそれに次いでいるが、中国経済の継続的發展によって農業の国民経済における比率が縮小(2010年は10.1%)することが予想される。逆にサービス業の対GDP比はますます拡大し、「第12次五カ年計画」期は工業部門を上回り、中国最大の経済セクターになるものと思われる。

したがって、サービス業を強力に発展させることは、労働所得を引き上げ、中国の労働所得の比率を高め、国民所得の年平均7%増という目標の実現を加速していくのに役立つことになる。

4. サービス業発展政策と外資政策

(1) 外資系企業の投資を奨励する分野

「外資系企業投資産業指導目録」(2011年改正)によれば、外資系企業の投資を奨励する分野には①電力・ガス・水の生産供給業、②交通運輸・倉庫・郵政業、③卸売・小売業、④リース・ビジネスサービス業、⑤科学研究・技術サービス・地質探査業、⑥水利・環境・公共施設管理業、⑦教育、⑧衛生・社会保障・社会福祉業、⑨文化・スポーツ・エンターテインメントなどの9大分野がある。

同「目録」ではサービス業奨励類で9項目(①電気自動車充電ステーション、②一般商品の共同配送や生鮮農産品の低温配送などの現代物流と技術サービス、③農村流通チェーン、④パレット・コンテナユニット共用システムの建設と経営、⑤ベンチャーキャピタル企業、⑥知的財産権サービス、⑦家庭サービス業、⑧海上石油汚染浄化技術サービス、⑨職業技能の育成など)が増え、サービス業の奨励類における比重が一層高まっている。また、外資系企業の投資による医療機関や金融リース会社が制限類から許可類に変更されている。外資系企業の投資を奨励する具体的分野は以下の通りである。

① 電力・ガス・水の生産供給業

- a. 統合ガス化コンバインドサイクル方式(IGCC)、30万kW以上の循環流動床、10万kW以上の加圧循環流動床(PFBC)などのクリーン燃焼技術を採用した発電所の建設と経営
- b. 背圧タービンを用いたコージェネレーション発電所の建設と経営
- c. 発電を主にした水力発電所の建設と経営
- d. 原子力発電所の建設と経営(中国側が株式の過半数を保有)
- e. 新エネルギー発電所(太陽エネルギー・風力エネルギー・地熱エネルギー・潮汐エネルギー・波浪エネルギー・バイオマスエネルギーなど)の建設と経営
- f. 海水利用(海水の直接利用と海水淡水化)
- g. 浄水場の建設と経営
- h. 再生浄水場の建設と経営
- i. 電気自動車充電ステーションと電池交換ステーションの建設と経営

② 交通運輸・倉庫・郵政業

- a. 鉄道幹線網の建設と経営(中国側が株式の過半数を保有)
- b. 支線鉄道とローカル線およびその橋梁・トンネル・フェリー・駅施設の建設と経営(合弁と合作に限る)
- c. 高速鉄道・鉄道旅客輸送専用線・都市間鉄道のインフラ総合保守(中国側が株式の過半数を保有)道路・独立橋梁・トンネルの建設と経営
- d. 道路貨物運送会社
- e. 公共港湾施設の建設と経営
- f. 民用空港の建設と経営(中国側が相対的に多数の株式を保有)
- g. 航空運送会社(中国側が株式の過半数を保有)

- h. 農・林・漁業汎用航空会社（合弁と合作に限る）
- i. 定期・不定期国際海上輸送業務（中国側が株式の過半数を保有）
- j. 国際コンテナ複合輸送業務
- k. 石油（天然ガス）輸送パイプラインと石油（天然ガス）貯蔵庫の建設と経営
- l. 石炭パイプラインイン輸送施設の建設と経営
- m. 自動化立体貯蔵設備と運送業務関連の貯蔵設備の建設と経営

③ 卸売・小売業

- a. 一般商品の共同配送や生鮮農産品の低温配送などの現代物流と技術サービス
- b. 農村流通チェーン
- c. パレット・コンテナユニット共用システムの建設と経営

④ リース・ビジネスサービス

- a. 会計、監査（合作とパートナーシップに限る）
- b. 国際経済・科学技術・環境保護・物流情報コンサルティングサービス
- c. アウトソーシング受注方式によるシステム応用管理とメンテナンス、情報技術サポート管理、銀行のバックグラウンド・サービス、財務決算、マンパワーサービス、ソフトウェア開発、オフショア・コールセンター、データ処理などの情報技術とビジネスフローのアウトソーシングサービス
- d. ベンチャーキャピタル企業
- e. 知的財産権サービス
- f. 家庭サービス業

⑤ 科学研究・技術サービス・地質探査業

- a. バイオエンジニアリングおよびバイオメディカルエンジニアリング技術、バイオマスエネルギーの開発技術
- b. 同位元素・放射線・レーザー技術
- c. 海洋開発および海洋エネルギーの開発技術、海洋化学資源の総合利用技術、関連製品開発と精密高度加工技術、海洋医薬と生物化学製品の開発技術
- d. 海洋監視技術（海洋波・気象・環境の監視）、海底探査・海洋資源探査評価技術
- e. 海水淡水化総合利用後の濃海水製塩・カリウム・臭素・マグネシウム・リチウムの抽出およびその高度加工などの海水化学資源の高付加価値利用技術
- f. 海上石油汚染の浄化と生態修復技術および関連製品の開発、海水富栄養化制御技術、海洋生物の爆発的繁殖による災害の制御技術、海岸線の生態環境修復技術
- g. 省エネルギー技術の開発とサービス
- h. 資源再生・総合利用技術、企業の産出した排出物の再利用技術の開発とその応用

- i. 環境汚染の防除・監視技術
- j. 化学繊維・染色加工における省エネルギーと消費削減、「三廃¹³（廃水・固形廃棄物・廃ガス）」処理新技術
- k. 砂漠化防止・砂漠整備技術
- l. 草資源と家畜の総合バランス管理技術
- m. 民用衛星の利用技術
- n. 研究開発センター
- o. ハイテク・新製品の開発とビジネスインキュベーションセンター

⑥ 水利・環境・公共施設管理業

- a. 総合水利センターの建設と経営（中国側が株式の過半数を保有）
- b. 都市閉鎖型道路の建設と経営
- c. 地下鉄や軽量軌道などの都市軌道交通の建設と経営（中国側が株式の過半数を保有）
- d. 汚水・ゴミ処理場、危険廃棄物処理工場（焼却場・埋立場）および環境汚染処理施設の建設と経営

⑦ 教育

- a. 高等教育機関（合弁と合作に限る）
- b. 職業技能研修

⑧ 衛生・社会保障・社会福祉業

高齢者・障害者・児童サービス機構

⑨ 文化・スポーツ・エンターテインメント

- a. 劇場経営（中国側が株式の過半数を保有）
- b. スタジアム経営、フィットネス、競技イベント、スポーツトレーニング、仲介サービス

¹³ 環境問題を象徴するキーワードとして、中国では「三廃」（廃水、固形廃棄物、廃ガス）および「四害」（大気汚染、水汚染、廃棄物汚染、騒音）が用いられることが多い。

(2) 特に日本企業の投資を期待する分野

中国が行う外資政策の調整と整備は、WTO 加盟に当たっての約束を厳格に履行し、その上でさらに積極的かつ能動的な開放戦略を実施するための具体的な反映であり、WTO の無差別原則などの基本ルールに合致したものである。したがって、前出の外資系企業の投資を奨励する分野はいずれも日本企業の投資を奨励する分野でもあるが、日本のこれまでの対中国投資における優位分野および日本サービス業の実質的ニーズを考慮すると、日本企業には以下の分野で大きな潜在投資力と発展の余地があると期待される。

① 卸売・小売業

卸売・小売業は日本のサービス業の対外投資規模が大きい業界である。2006～10年の日本の卸売・小売業の対外投資累計額は3,396万ドルで、サービス業の対外投資に占める比率は20.0%であった。日本の対外投資における優位産業の一つである卸売・小売業の対中投資は豊富な経験の蓄積に加え、良好な発展傾向が認められる。日本最大級のスーパーマーケット・グループであるイオンを例にとると、2011年に同グループから、今後10年間（「第12次五カ年計画」「第13次五カ年計画」期）で中国に少なくとも2,000店出店するという表明がなされている。

② 物流業

物流業も日本サービス業の対外投資では重要な業界の一つで、この数年に急成長を遂げている。2006～10年の日本の運輸サービス業の対外投資累計額は1,111万ドルで、サービス業の対外投資に占める比率は6.5%であった。サービス業の対外投資に占める比率は相対的に小さいが、その伸び率はかなり高く、5年間の年平均伸び率は22.7%に達し、サービス業の対外投資全体の伸び率に比べ11.8%ポイント高くなっている。ヤマト運輸・赤帽・伊藤忠商事などの日本の物流大手（および総合商社）が既に中国での布陣を始めている。

③ ハイテクサービス業

日本は情報通信やバイオテクノロジーなどの分野で明らかな優位性を有している。したがって、中国がハイテクサービス業の発展を加速させているという背景の下では、日本はハイテクサービス業分野の対中投資を大幅に拡大することが良いように思われる。NEC ソフトウェアや日立ソフトウェアに代表されるハイテクサービス業分野の日系企業は既に中国市場で豊富な経験を蓄積している。NEC は中国で日電卓越軟件科技（北京）、NEC 軟件（済南）、NEC 軟件系統科技（杭州）などの企業を設立し、中国でのソフトウェア開発業務を開拓している。また日立情報システム株式会社も中国にハイエンド開発センターである日立情報（済南）開発センターを設立し、ソフトウェアの開発とシステムインテグレーションを行っている。

④ 省エネルギー・環境保護技術の開発とサービス

省エネルギー・環境保護は日本が強力に進めている新興産業分野の一つである。省エネルギー・環

環境保護は日本政府が2009年12月に発表した日本「2020 新成長戦略」の重要分野でもある。したがって、省エネルギー・環境保護技術の開発とサービスには今後非常に大きな発展が期待できる。また、省エネルギー・環境保護は、中国が今後重点的に発展させようとしている七大戦略的新興産業の一つであり、省エネルギー・環境保護技術の開発とサービスは、中国が強力に発展を推し進めている現代サービス業の重点分野の一つである。

日中両国政府が重点的に関心を持っていること、加えて日中経済ハイレベル対話など二国間経済貿易協力のハイレベルな推進および日中企業の経済技術協力のための良好な基盤を考えると、日本企業の中国における省エネルギー・環境保護技術の開発とサービスへの投資は、市場競争および協力で明らかな優位性があり、大きな潜在発展力を有していると言える。

⑤ 医療サービス業

医療は、日本が将来的に発展させていく重点分野の一つで、日本の新たな成長戦略と「2020 新成長戦略」によって決定された重点業界であるばかりでなく、「イノベーション 25」の中でも十分にその重要性が体现されている。したがって、これからの日本では医療サービス業が強力に推し進められ、海外市場の開拓も注目を集めることになることが予想される。しかも中国は今や世界第3の医療市場で、医療サービス市場には巨大な潜在力が認められる。以上のようなことから、日本企業による医療サービス業の対中国投資には大きな潜在発展力が期待できる。

⑥ 観光業

観光業は日本が強力に発展を推し進めている重要分野の一つであり、「2020 新成長戦略」で決定された重点分野でもあり、海外投資を進めるに当たって明らかな優位性が認められる。観光業は同様に中国「第12次五カ年計画」期に積極的に発展させていく重点業種でもあり、「積極的に外資系観光企業を導入する。テストケースを行った上で外資が旅行社に投資し、中国公民の海外旅行業務を取り扱うことを徐々に開放していく」（国務院の観光業発展の加速に関する意見）となっている。しかも中国は既に世界最大の国内観光市場であり、2015年までに中国は世界の4大観光客輸出国となることが予測されている。観光市場の潜在発展力は巨大であり、日本企業の中国観光業への投資も巨大な潜在力が期待できる。

⑦ 文化産業

文化産業は長く日本の優位産業であり、今後強力に発展を推し進めていく重点分野の一つでもあり、日本の新成長戦略と「2020 新成長戦略」でも十分にその重要性が体现されている。ここ数年、日本の文化産業は自動車や家電などの従来型優位産業と結合し、積極的に独自の文化製品（映画やアニメなどのコンテンツ産業とファッション産業）を投入して同産業を日本のブランド産業にすることを目指している。日本の映画・アニメ・ゲームソフトは海外での人気も非常に高く、ファッションのデザインも好評を博している。したがって、中国が文化産業を強力に発展させているという背景の下では、日本の文化産業の対中投資の潜在力は非常に大きいと言える。

(3) 外資系企業の中国サービス業における成功事例とその主な成功理由

外資系企業の中国サービス業における成功事例は非常に多く、それらは中国の「外資系企業投資産業指導新目録」の奨励類に限定されるものではない。外資系企業の投資戦略が適切でさえあれば、外資の投資を禁止しているプロジェクト以外はどれも成功する可能性がある。以下、いくつかの典型的な成功事例を紹介する。

① 物流業（親会社：DHL（独）、中国現地法人：中外運—DHL国際航空快件有限公司）

1986年12月1日、DHLは正式に中国市場への進出を決め、中外運（シノトランス）との提携を選択した。双方がそれぞれ50%の株式を保有し、合弁により中外運—DHL国際航空快件有限公司（略称「中外運—DHL」）を創設した。中国初の全面的な電子データ交換システムはまさに中外運—DHLと中国税関が協力して確立したものである。

1996年、中外運—DHLは中国市場への投資を拡大し始める。投資は主に新しい支店の開設や器材設備の改善とコンピュータ技術などの面に向けられ、投資額は総計250万ドルに達した。中外運—DHLの巨額の対中投資は高い収益をもたらすことにもなった。1986～2000年にかけて、中外運—DHLは市場の発展情勢に対応し、中国市場で歓迎される各種サービスを次々に打ち出していった。中でも「ヨーロッパNo.1」サービス、「輸入着払い」サービスと「重量商品販促」サービスによって、中外運—DHLは年平均伸び率40%、売上げ60倍を達成し、中国の航空エクスプレスサービス市場におけるシェアは36%に達した。こうして中外運—DHLは中国エクスプレスサービス市場で揺るぎない地位を築くに至った。

2003年、中外運—DHLは中国市場に対する投資をさらに拡大することになる。泉州、厦門、莆田、福州など福建省に支店を開設し、5年間の対中投資計画を発表したが、その2億ドルに及ぶ投資は中国におけるサービス能力の拡充に充てるとされた。

2006年、中外運—DHLによって中国は今やDHLの世界ネットワークの中でも最も成長著しい市場となり、しかもDHLアジア太平洋地域と世界にとって重要な戦略的意義を有しているともいう。同年、中外運—DHLは「DHL中国優先」戦略を発表し、約2,400万ドルの投資と中外運—DHLビルを建設することが明らかになった。「中国優先」戦略によって対中投資を増やしてきたことで、中外運—DHLの業務能力がさらに高まり、DHLは中国のエクスプレスサービス業市場の急速な成長を促し、中国経済の発展を強力に支援するという以前からの約束を果たすことになった。

なお、DHLは中国市場業務への投資と同時に、営業施設への投資も拡大させている。中外運—DHLは2004年と2007年にそれぞれ中国に2つの大陸間中継センター——香港アジア中継センターと上海北アジア中継センターを設立することを発表。そのうち上海中継センタープロジェクトには1.75億ドルの投入が予定されているが、これは単独プロジェクトとしては、中外運—DHLの中国における最大の投資プロジェクトで、早ければ2012年4月頃には営業運用が開始される。これはライブチヒ・シンシナティ・香港に次ぐDHLの世界第4のセンターであり、大中華地区第2のセンターだという。

DHLの中国における主な成功の理由には以下がある。

a. 現地の優位性と世界の優位性との結合

中国市場がまだ開放されていない中、DHL は中外運との合弁会社設立を選択して中国市場に進出した。旧式の国際物流業において、中外運—DHL には現地化された販売ネットワークを築き、かついち早く中国市場進出のチャンスをものにした強みに加え、潤沢な資金力と運用経験と技術があったことで比較的大きな市場シェアを占めることができた。

b. 地域競争力における優位性の確立

長江デルタと珠江デルタは経済成長の著しい二大地域である。DHL は長江デルタに長年蓄積したネットワークと市場シェアを有していたが、他の外資系企業が中国市場に進出して市場シェアを争奪していくようになると、従来の地域を強化しつつ、華南と中西部新興工業区への投入を強化していった。

c. 世界戦略の重点を変更し、リーディングカンパニーとしての地位を拡大

急速に台頭してきた中国は、DHL の世界ネットワークにおいて成長の最も著しい市場である。中国市場は DHL のアジア太平洋地域さらには世界的に見ても重要な戦略的意義を有するまでになっている。2006 年、DHL は「中国優先」戦略を発表し、対中国投資に力を入れ、支店の充実を図り物流網を拡大している。

d. サービス基準を統一し、多様化するニーズに対応

世界スタンダードに則ったサービスの堅持という原則の下、中国市場の刻々と変わるニーズに対応し、ネットワークのカバー力を拡大して新商品を投入するなど、さらなる顧客獲得に努めている。

② 飲食業（親会社：ヤム・ブランズ（米）、中国現地法人：中国百勝全球餐飲集団）

中国百勝餐飲集団（略称「中国百勝」）はヤム・ブランズの中国現地法人であり、同社は中国本土の直営・合弁・フランチャイズの「KFC（ケンタッキー・フライド・チキン）」、「ピザハット」、「ピザハット・デリバリー」、「東方既白餐厅」に対し運営・開発・企画・財務・人事・法律・広報業務などの面でのサービスを提供している。なかでも、著名なファストフードブランド「KFC」は1987年に中国市場に進出して以来、大きく成長し、長年中国飲食業トップ100社の首位を占めている。

2011年4月現在、中国百勝は中国本土に3,200店を超えるKFCレストラン、500店以上のピザハットレストラン、100店以上のピザハット・デリバリー、20店の東方既白レストランを出店し、従業員数は30万人を数える。中国百勝は最高の売上高と最多の店舗を以って商務部発表の中国飲食業トップ100社で長年首位を占めている。ヤム・ブランズの2011年の年間売上高は126.26億ドル、そのうち中国の売上高が5割近くに達している。

2012年1月7日に中国百勝は「小肥羊」を買収して独立株主になることが承認され、私有化の手続きが進められている。2012年2月2日、「中国式鍋企業初の上場」と称された「小肥羊」が香港証券取引所での上場が廃止され、中国百勝の子会社となった。

ヤム・ブランズの主な成功の理由は以下の通りである。

a. 時期を見定めて市場を占有

ヤム・ブランズは、1987年という絶好のチャンスを捉え中国市場への進出を果たしている。1987年はちょうど改革開放の初期に当たり、KFCのような新しい西洋式ファストフードという飲食モデルが中国に初めて登場し、人々の消費体験がより充実するところとなった。機先を制したことで、KFCは中国で最も著しい成長を遂げたファストフード・チェーン企業となることができた。

b. ブランドの確立で市場を拡大

ヤム・ブランズはKFCというこの世界的著名ブランドの影響力を頼りに急速な拡大を遂げ、他に先駆けて郷鎮一級市場を開発した国際的飲食企業となった。

c. 現地化を重視した経営戦略

25年にわたるヤム・ブランズの中国での経営は、中国人マネージャーを雇用し、現地の会社との関係を確立して業務を開拓していくと同時に、中国人の食習慣や地域の特徴にも注意し、中国人の嗜好に合った特色ある食品を提供している。経営陣もメニューの種類も現地化経営戦略を採用している。

d. 多様なビジネスモデル

世界の他の有名ブランドチェーンと同様に、ヤム・ブランズは「フランチャイズ」を効果的方法として全世界で業務を展開しているが、こうしたビジネスモデルがブランド確立、サービス品質の統一、堅固なマーケティング・ネットワークの確立に有利に働いた。中国におけるもう一つの一大飲食ブランドであるピザハットは2004年に加盟店の経営管理権を回収し、直営モデルによって中国市場を拡大し、ビジネスモデルと管理レベルの統一を図っている。

e. 飲食スタイルの多様化による市場ニーズに対応

ヤム・ブランズが中国飲食市場で経営している代表的ブランドにはKFC（洋式ファストフード）・ピザハット（洋式スローフード）・東方既白（中国式ファストフード）の3つがあるが、中国百勝が「小肥羊火鍋チェーン」の買収に成功したことにより、そのビジネスモデルに中国式スローフードというスタイルが加わり、それまでの百勝グループの空白を埋め、市場シェアも引き上げられている。

③ 小売業（親会社：カルフル（仏）、中国現地法人：カルフル中国）

カルフルは1995年に中国進出を果たして以来、世界の先進的スーパーマーケットの管理モデルを採用し、社会各界に対し低価格で高品質の商品と優良なサービスの提供に努めて来たが、それが消費者に歓迎されることとなり、「楽しいショッピングならカルフル」や「ワンストップ・ショッピング」などのコンセプトが既に消費者の間に浸透している。2010年末現在、カルフル中国は176店の大型スーパーマーケットを出店し、同年の売り上げは前年比16%増、中国の外資系小売企業をリードするまでになっている。また、カルフル中国は、迪亜（ディア）ディスカウントストアと冠軍（チャンピオン）食品スーパーマーケットという2種の業態を導入している。なお、2004年、カルフル中国は国内メディアから「中国で最も影響力のある企業」に選ばれている。

カルフルはどこに進出するに当たっても、常に現地の文化と環境になじむ努力をし、大量に現地従業員を採用し、ローカライズ・マネジメントを実現して現地従業員のための機会を創出してきた。また、各店舗の95%以上の商品は現地で仕入れることで商品の鮮度を保ち、現地の消費習慣に近づく努力をしている。2002年9月1日に上海に正式に設立されたカルフル・グローバルソーシング中国本部は、他の10都市に設けられている地域仕入センター（北京・天津・大連・青島・武漢・寧波・厦門・広州・深圳・昆明）と共にカルフルグループの中国における仕入ネットワークを構成し、中国国内での直接仕入業務を担当しているほか、中国製品のカルフルの世界販売ネットワークへの投入も推進している。

カルフルの中国における主な成功の理由は以下の通りである。

a. 徹底した現地化

カルフルはどの都市でも地元商品の仕入れを非常に重視しているが、これには、(a)売上増につながる、(b)地元の政府やサプライヤーとの間に良いパートナーシップを築くことができるという2つの利点があると同時に、地元の特色ある製品に対する消費者のニーズを満たす上でも一助になっている。

b. 合理的な用地選定で市場を拡大

カルフルは都市の十字路を用地選定の第一の基準とし、チェーン店の開拓に努め、ビジネスモデルのイノベーションにも取り組んでいる。カルフルの事業の発展は、その地方に適した方法で中国の国情と都市の発展ニーズに合わせてきたことによる。

c. 多様化したビジネスモデル

カルフル店内のテナントを増やすという方法で利益をあげるビジネスモデル。店舗を借りた側としてはカルフルの来店者流量が共有でき、カルフル側には安定したテナント料が入る。

④ 電子商取引（親会社：アマゾン（米）、中国現地法人：アマゾン中国）

2004年8月19日にアマゾンは、中国企業「卓越網」を7,500万ドルで全額出資子会社として買収すると発表し、「卓越網」はアマゾン中国となった。これにより、アマゾンの世界をリードするネット小売技術と「卓越網」の中国市場における豊富な経験を結合する形でユーザー体験の一層のレベルアップが図られ、中国の電子商取引の発展が促進されることになった。

アマゾン中国の取扱商品は書籍、ビデオ、音楽、ソフトウェア、視聴覚教材、ゲーム・エンターテインメント、家電製品、ギフト、バッグ類、各種日用品に及ぶ。2009年は中国市場での売上がアマゾンの世界の売上高110.68億ドルの8.6%を占めた。2010年のアマゾン中国の中国市場におけるシェアは2.4%で、淘宝ショッピングセンターや京東ショッピングセンターには及ばないが、既に中国市場で比較的影響力のある外資系企業に成長している。

アマゾンの主な成功の理由は以下の通りである。

a. 国際化戦略と地元の優位性の融合

柔軟さとスピード感を有していた「卓越網」の買収とアマゾンの世界規模の技術プラットフォームおよびサプライチェーンのマネジメント経験が融合したことが、中国における成功のベースとなった。

b. コアコンピタンスとしての技術

強大な技術サポートが電子商取引企業の爆発的な成長を担保した。アマゾンは中国でも米国と全く同じプラットフォームを利用し、そのフロントヤード・バックヤードの技術を以って消費者に最高の体験を提供している。商品は200万品目におよび、アマゾンの物流システムによって速やかに発送される。

c. 最低価格保障

アマゾンは先進的な価格比較システムを採用し、市場の変動を見ながら最低価格を保障している。これらの結果、品揃え・価格・物流スピードのいずれをとっても同業者よりも優位に立っている。

⑤ 宿泊業：（親会社：センダント（米）、中国現地法人：速8（スーパー8）中国）

「速8 中国」は投資家が注目しているエコノミータイプのホテルブランドで、世界最大のホテルブランドのフランチャイザーであるセンダント社に属する。全世界に3,000店を超える「スーパー 8」ホテルを保有しているセンダントは、中国に進出した最初のエコノミータイプのホテルの国際チェーン・ブランドであり、この分野の外資系企業としては傑出した存在である。

中国市場に進出するに当たり、センダントは地域オペレーションとフランチャイズ方式を採用した。センダントは2004年4月22日に本格的な中国進出を果たし、2011年2月現在、「速8 中国」は全国100余りの都市に430店の営業中または営業開始間近のエコノミーホテルを所有している。全国200余りの主要都市に続々と進出して加盟店を増やしているが、「速8 中国」は2013年までに加盟店1,000店を予定している。

センダントの主な成功の原因は以下の通りである。

a. フランチャイズ方式

センダントは中国市場に進出するに当たり、エコノミータイプホテルの勃興期に全てフランチャイズ方式を採用したことで急速に拡大していった。発展の後れた地域では、慣例を打ち破って直営店を設け、市場の拡大を図った。

b. マネジメントの国際化

センダントの加盟店は統一的な国際化マネジメント基準を採用し、国際化された予約システムによって良好な宿泊環境を創出している。

c. ブランドイメージの確立

2008年の北京オリンピックと北京パラリンピックでは、「速8 中国」のマネジメントチームが選手村の一部サービスにあたり、政府と国内外の選手から高く評価された。また2010年の万博年には、「速8 中国」が上海万博の政府指定宿泊企業になった。こうした政府プロジェクトへの参画を通して国内外市場への影響力を拡大している。

結び（みずほ総合研究所）

最後に、商務部研究院の報告書を踏まえたうえで、日系サービス業の海外展開の視点から中国市場の重要性と日系サービス業が中国市場で成功するためのポイントを考察して結びとする。

（１）中国における外資系サービス業の成功のポイント

商務部研究院は、第４章で中国に進出して成功した外資系サービス業の事例を挙げて成功要因を分析している。事例に挙げたのは、いずれも米欧のグローバルサービス業であるが、中国側の視点で外資系サービス業の成功のポイントを把握することは、日系サービス業にとっても有益と考えられる。

商務部研究院が指摘する成功のポイントを抽出したのが図表 25 である。指摘の多かった項目を順にみると、「サービス基準を統一」が最多となり、「先行した地方展開」、「中国有力企業との提携」、「先進国のビジネスモデル」がそれに次いだ。

その他は、「現地化を重視した経営戦略」、「ブランドの確立」、「価格競争力」、「勃興段階の市場参入」、「技術力・システム力」が横並びとなった。この内、前３項目は従来から多く指摘されてきた点といえようが、「勃興段階の市場参入」と「技術力・システム力」の２点は、新たな視点として注目されよう。

図表 25 外資系サービス業の成功のポイント

業種	物流業	小売業	電子商取引	飲食業	宿泊業
企業名	DHL	カルフル	アマゾン	ヤム・ブランズ	センダント
本国	独	仏	米	米	米
サービス基準を統一	○	○	○	○	○
先行した地方展開	○	○		○	○
中国有力企業との提携	○		○	○	
先進国のビジネスモデル		○		○	○
現地化を重視した経営戦略		○		○	
ブランドの確立				○	○
価格競争力			○		○
勃興段階の市場参入				○	○
技術力・システム力	○		○		

（注）商務部研究院執筆の第４章で明確な記載のあった部分に○。

（資料）商務部研究院執筆の第４章をベースにみずほ総合研究所作成

以下では、商務部研究院が指摘した外資系サービス業の成功のポイントの中から、日系サービス業にも当てはまると思われるものをまとめてみた。

ポイント①「サービス基準を統一」

中国国内のサービスにはまだ不均質感（サービスの品質に対する低い信頼性）が残る中、国際基準のサービスを中国均一に他社に先駆けて提供したことが、グローバルサービス業の中国における今日の成功に結びついているようだ。国内のサービス水準が十分とはいえない面が残る中国において、消費者は外資系サービス業に対して、国際基準の信頼性の高いサービスに対する期待が高いといえよう。

ポイント②「中国有力企業との提携」

中国全土に販売・サービスネットワークを持つ中国企業と、国際水準のサービスを提供する外資系企業の協業は、経営の意思統一のための調整コストなどを勘案したとしても、ビジネス成功の可能性を高めるようである。その際、中国サービス企業への買収・出資（M&A）も有効な戦略となり得る。

ポイント③「先進国のビジネスモデルを導入しアレンジ」

「複数ブランド展開」や「フランチャイズ方式の導入」にみられるように、中国では当時としては、斬新だった先進国のビジネスモデル導入も成功のポイントに挙げられる。さらに、例えば、フランチャイズ方式の普及が沿海部に比べて後れている内陸部では、当初は直営店方式で進出するなど、先進国のビジネスモデルを中国市場・地域の特性に応じて臨機応変にアレンジすることも重要となる。

ポイント④「勃興段階の市場参入」

中国のサービス市場は、2000年代以降になって飛躍的な発展を遂げつつあるが、市場の伸びは分野によって差異がある（前掲図表7）。そのため、社会構造の変化、ライフスタイルの変化などを敏感に察知しながら、競合他社のまだ少ない勃興段階の領域をターゲットに進出することが得策となるだろう。ポイント①で挙げたグローバルサービス業も、外食フランチャイズチェーンやビジネスホテルなどの勃興期を的確に捉えたことが、今日の成功に繋がっている。

ポイント⑤「技術力・システム力」

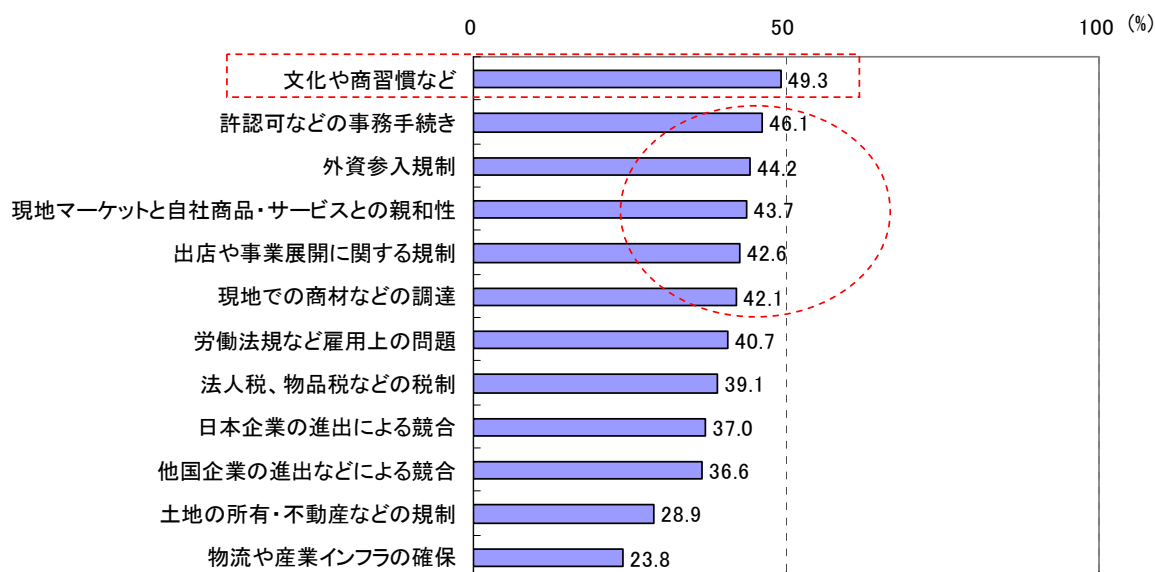
中国政府は、製造業に続いてサービス業の高度化を図ろうとしている。サービス業の生産性向上を図るうえでカギとなるのが、情報通信技術（ICT）の導入とその活用である。ハイテクサービス業（情報通信ソフトウェアなど）は当然として、物流業、卸売・小売業、商務サービス業などでも、生産性を高めるうえでは、ICTの導入が欠かせない。この分野は、バックヤードにハイテク製造業の技術力・システム力や運用ノウハウが不可欠になるという観点からも日系サービス業の商機が大きいとみられる。

(2) 日系サービス業が中国で直面する課題

JETRO の調査によると、日系サービス業が中国で懸念する課題としては、「文化や商習慣など」、「許認可などの事務手続き」、「外資参入規制」、「現地マーケットと自社商品・サービスとの親和性」、「出店や事業展開に関する規制」、「現地での商材などの調達」などの回答率が比較的高くなっている（図表 26）。

日本と中国の市場に文化や商習慣などの違いがあることは、海外展開上の一般的な障壁といえるが、日系サービス業が、市場参入にあたっての規制および許認可取得の困難さを懸念している点は気がかりである。

図表 26 日系サービス業が中国で懸念する課題（複数回答）



(資料) JETRO (2011) 「平成 22 年度 第 1 回 サービス産業の海外展開実態調査」

実際に、中国日本商会（在中国日本商工会議所）が、中国に進出済みの日系企業の意見を取りまとめた「中国経済と日本企業白書（2012）」によると、日系サービス業が、中国政府に対して、規則・制度の適切な運用や更なる外資への市場開放を強く求めている様子がうかがえる（図表 27）。

図表 27 日系サービス業の中国政府に対する建議（一部抜粋）

業種	建議
物流業	生産活動のサプライチェーンが最小限の在庫が主流となっている時代、 <u>拙速な規則、制度、運用の変更や必要書類の変更が混乱をもたらすほか、通関時間開梱検査率の突然の運用変更は制度上不当なものではないものの、生産活動に大きく影響し、グローバルな需給関係にも影響を及ぼす。</u>
情報通信業	情報通信、特に移動体通信は技術の進展、市場の発展速度が著しいことから、 <u>電波法をはじめとする関連法案の整備が喫緊の課題</u> であり、政府の積極的な取り組みと実効性のある成果を期待したい。
卸売・小売業	卸売業者が取り扱い分野を増やすことは、小売業者に提供できるアイテム増加となり、小売業者・メーカーにとってもプラスとなる。しかしながら、当局に対する経営範囲の拡大申請において、 <u>手続きに必要以上に時間を要する</u> 。また <u>窓口職員によって要求する書類の数・内容が異なることがあるので改善</u> をお願いしたい。また、 <u>許可要件として一律の倉庫保有が挙げられており、実態に応じた許認可をお願いしたい。</u>
生命保険業	外資系企業が中国に参入する場合、 <u>合資企業の設立を義務付けられている</u> 。加えて、 <u>外資の出資比率は50%が上限になっている</u> 。同制限の緩和を要望したい。
観光業	2011 年は外資系合弁旅行会社 3 社に対する中国人への海外旅行販売が試験的に認可されるなど進展がみられた。については、 <u>外資系合弁旅行会社のみではなく、外資系旅行会社に対する海外旅行の全面開放を要望したい</u> 。また <u>中国での外資企業への留学斡旋についての認可解禁も合わせて要望したい。</u>
ホテル業	現地ホテルのサービスレベル向上を目的とし日本国内から派遣する「 <u>多くの経験を持つ優れた社員</u> 」に対し就労ビザ取得資格として大学卒業以上や大学卒業証書の提出を義務付けるなど <u>厳しい条件の軽減を希望する。</u>

(資料) 中国日本商会 (2012) 「中国経済と日本企業白書」

中国におけるサービス業の対外開放は、2001 年末の中国の WTO 加盟以降、製造業に比べて後れて本格化したものであり、国内サービス市場にはまだ寡占分野が残っている点を踏まえれば、規制・制度の未整備を、予めビジネスリスクとして織り込んでおく必要はあるだろう。

それでも、本稿でみてきた通り、第十二次五カ年計画でサービス業振興を柱の一つに掲げる中国政府が、外資系企業に対する規制緩和を進める姿勢を示している点は評価できる。経済成長に伴い、中国の消費市場が、生活必需型からサービス型へと変貌しつつある点からも、商機は大きい。

日系サービス業が、勃興段階の中国のサービス市場において、日本国内で磨いた高品質のサービスを武器に、先進的なビジネスモデルや技術的な優位性を活かし、中国企業との提携も視野に入れながら、市場開拓を積極化していくことに期待したい。

以上

資料編：重点分野の発展政策（商務部研究院報告書からの抜粋）

① 現代物流業発展政策

現代物流業の発展を積極的に推進する政策措置は、2011年8月2日に国务院弁公庁が発表した「物流業の健全な発展を促進する政策措置に関する意見」（国弁発〔2011〕38号）や後続の政策文書（「物流企業の大口商品倉庫施設用地の都市・町土地使用税政策に関する通知」（財税〔2012〕13号）など）に集中的に示されている。その主な内容は以下の通り。

a. 物流企業の税負担を軽減する。

- 物流業の産業的特性および物流企業の一体化、社会化、ネットワーク化、規模化という発展要求に基づき、税制支援策を一元的に整備する。関連部門は物流企業営業税差額納税試行弁法を急ぎ整備し、試行範囲をさらに拡大し、試行における経験をまとめ、さまざまな措置を整備した上で全面的に推進していくことが求められる。増値税改革のテストケースとも合わせて、保管、配送、貨物輸送代行および運輸の営業税の税率が統一されていないという問題を早急に解消する。
- 大口商品倉庫施設用地の土地使用税政策を整備し、物流企業による集約的土地利用を推進すると同時に、大口商品の実際の物流需要に応える。財政部と国家税務総局は「物流企業の大口商品倉庫施設用地の都市・町土地使用税政策に関する通知」（財税〔2012〕13号）の中で、物流企業が所有する（自社用とリースを含む）大口商品倉庫施設用地については、土地使用税を所属地の等級に基づく適用基準税額の50%に軽減することを明確にしている。

b. 物流業に対し土地政策による支援を強化する。

- 倉庫施設、配送センター、輸送中継センター、物流パークなどの物流インフラの占有面積が大きく、巨額の資金投入が必要、かつ投資回収期間の長いものについては、管理を強化・改善し、土地を適切に節約した上で、土地政策による支援を強化する。
- 全国物流パーク特別発展計画を科学的に策定し、土地の集約的利用水準を高め、計画に組み入れられている物流パークの用地を重点的に保障する。各地域の物流業発展計画で定められている重点物流事業用地については、土地利用全体計画の改訂時に計画に組み入れて統一的に手配し、農地を転用するものについては、土地利用年度計画で優先的に手配する。政府が供給する物流用地については、年度建設用地供給計画の中に組み入れ、法に基づいて入札・競売または一般公開などの方式で譲渡する。
- 工業企業の旧工場建屋、倉庫、遊休地を利用した物流施設の建設または物流サービスの提供を積極的に支援する。旧国有地の土地使用権を譲渡またはリースしているものに関しては、

規定通りに土地有償使用のための手続きを行い、承認後に話し合い方式で払い下げすることができる。

c. 物流車両の通行の便宜を図る。

- 道路や橋の通行料をさらに下げ、規定通りかつ秩序を以って政府のローン返済が必要な二級道路通行料を廃止し、一般道路の料金所の数減らし、有料道路の規模を抑制し、有料道路の構造を最適化する。
- 高速道路の料金徴収についての監督を強化し、不合理な料金所を統合し、高めに設定されている高速道路の料金基準を徐々に下げていく。既に経営権の払い下げが行われている交通量の多い道路区間については、政府の財力に基づき経営権を買い戻すものとする。「有料道路管理条例」を早急に改訂し、一般道路を主とし、政府のサービスを体現した非有料道路と高速道路を中心とする有料道路の統一的発展を図る。
- ETC の推進に注力し、車両通行の効率アップを図る。
- 大型貨物道路運輸管理弁法と過積載車両の道路走行に関する規定の改訂を早急に行い、道路交通の管理および過積載管理行為を規範化する。
- 「法律の適用、高効率、環境保全」という原則に基づき都市配送管理弁法を策定し、都市配送車両の環境に配慮した標準車種を定め、旅客輸送車両を貨物輸送車両に改造することを全面的に禁じ、都市部における中継配送や配送トラックの駐車が難しいという問題を解決し、条件に合った物流企業の大規模化を促進する。
- トレーラーの自賠責保険料の徴収政策を調整し、自動車輸送の発展を促進する。

d. 物流管理体制改革を加速する。物流管理体制改革を加速し、物流管理の縦割り管理を打破する。

- 法による行政を強化し、政府の監督管理を改善し、業界の自律性を強化する。関連法や行政法規の策定・改訂とも連動させ、管理を規範化するという前提で、物流企業の資格に関する審査・認可条件を適度に緩和し、資格の審査管理方法を改善する。物流企業の資格審査項目を厳格に整理し、行政による審査を徐々に減らしていく。
- 地域封鎖とその体制、制度的障害を取り除き、物流企業が法人・非法人分支機構を設けるにあたっては積極的にその便宜を図り、物流企業の地域を跨いだネットワーク化経営を奨励する。

- 交通、警察、環境保全、品質検査、消防などの審査手続きを一層規範化し、審査に要する時間を短縮して審査効率を高める。必ず法人機関が申請しなければならないことが法律で規定されていないか、または国務院が承認していない資格については、物流企業の本社がまとめて申請取得後、その非法人分支機構が所在地の関連部門に届け出る。
- 物流企業の本社が工商登記と経営の審査手続きを一括して行った後に、その非法人分支機構が本社の発行した文書を持って所在地の工商行政管理機関で直接登録申請を行う場合は、工商登記の照合手続きが免除される。港湾の配置を合理的に計画し、港湾や通関の管理を改善し、通関効率を高め、国際物流と保税物流の発展を促進する。
- 物流業政策と法規体系の確立を強化し、国民経済業界分類、産業統計、工商登記、土地利用、税目の創設などの面から物流業というカテゴリーを明確にし、物流業の産業としての地位をさらに確かなものにする。早急に物流の調査統計および情報管理制度を整備する。

e. 物流施設資源の統合を奨励する。

- 大手物流企業が合併買収や再編などの方法で分散している物流施設資源の統合を図ることを支援する。
- 中小物流企業の提携強化を奨励し、提携方法やサービスモデルでイノベーションを目指し、資源配置を最適化し、サービス水準を高め、物流業の発展モデルの転換を積極的に推進していく。
- 目下、自業界にのみサービスを提供している倉庫・輸送施設は、積極的にその条件を整えて社会に開放し、社会化された物流サービスを展開していく。商業貿易・流通企業による共同配送を発展させ、配送コストの削減と配送効率の向上を支援する。
- 物流企業が製造企業との提携を強化し、全面的に製造企業のサプライチェーン管理に参加するか、または製造企業と共同で第三の物流企業を設立することを支援する。製造企業は物流資産と業務を切り離し、「財政部、国家税務総局の企業再編取引における企業所得税処理の若干の問題に関する通知」（財税〔2009〕59号）、「財政部、国家税務総局の企業の株式会社化・再編に関する若干の不動産取引税政策に関する通知」（財税〔2008〕175号）や「財政部の企業再編に関わる従業員手配費用の財務管理問題に関する通知」（財企〔2009〕117号）などの文書の規定に基づき、税制・資産処置・人員手配などで支援策を受けるようにする。
- 工業パーク、経済開発区、税関特別管理区、ハイテク産業パークなどの製造業クラスターの物流サービスシステムを統一的に計画・発展させ、域内企業が物流業務をアウトソーシング

するように積極的に誘導し、物流の需要を拡大し、域内物流インフラと情報プラットフォームの共有化を推進する。

f. 物流の技術イノベーションと応用を推進する。

- 物流の新技术に関する自主開発を強化し、貨物の位置追跡、RFID（Radio Frequency Identification：無線による個体識別）、物流情報プラットフォーム、インテリジェント交通管制、物流管理ソフト、モバイル物流情報サービスなどのキーテクノロジーの研究開発を重点的に支援する。
- モノのインターネットの物流分野での応用モデルプロジェクトを適時スタートさせる。
- 先進的物流設備の研究開発を加速し、物流装備の現代化水準を高める。物流に関する基準の制定とその普及を強化し、物流関連基準の実施を徹底させる。
- 物流企業によるサプライチェーン管理技術と情報技術の応用を奨励し、地方の各級人民政府は物流企業の物流情報プラットフォームの構築を積極的に支援する。
- 関連部門、重点製造企業、商業貿易企業、物流企業を促して物流情報資源の開発利用レベルを高め、物流情報の科学的収集、安全管理、効果的な利用、掘り下げた開発、秩序ある交換、統合的応用を促進する。
- 物流企業のハイテク企業の認定申請の際の基準を調整・整備し、条件のある物流企業がハイテク企業向け政策を受けられるようにする。
- 物流情報資源の開放と共有を推進し、安全と協力の関係を適切に処理し、様々な方式による物流情報の相互交換を奨励し、情報・物・資金の流れにおける協力と連携を促し、物流サービスの効率と経営管理水準を引き上げる。

g. 物流業への資金投入を拡大する。

- 各級人民政府とも物流インフラ投資への支援を強化し、条件に適合している重点物流企業の運輸、保管、配送、情報施設、物流パークのインフラ建設に必要な資金援助を与える。
- 銀行・金融機関が物流企業への信用貸付を拡大するように積極的に誘導し、物流企業の特성에合った金融製品とサービスモデルの開発を加速させ、抵当および担保などのさまざまな融資担保方式を積極的に模索し、物流企業に対する金融サービス水準を引き上げる。資金調達のための制度を整備し、資金調達ルートをさらに開拓し、条件に合った物流企業の上場と企業債券の発行を積極的に支援していく。

h. 農産品の物流を優先的に発展させる。

- 農産品物流業の発展を優先させ、政策支援を強化し、スムーズで効率的かつ安全で便利な農産品の物流システムの確立を加速する。農産品物流の (a) 経営規模が小さい、(b) 手順が煩雑、(c) コストが高い、(d) ロスが大きいといった問題の解決に取り組む。
- 「農家とスーパーを直結させる」、「農家と学校の食堂を直結させる」、「農家と企業を直結させる」など、産地と消費地を繋ぐ直接配送方式を発展させ、農民による協同組式的組織の発展を支援し、主な生産地における大型農産品集散センターの建設を強化し、大型スーパーチェーン・学校・ホテル・大企業などのエンドユーザーと農民合作社、生産基地の間に長期的かつ安定した産地と消費地としての関係を確立する。
- 供銷合作社や郵政による物流システムの農村におけるネットワークの強みを活かして、積極的に「農資下郷（粗悪品ではなく正規の農業資材を農村に届けるためのキャンペーン）」関連の配送と農産品の都市配送サービスを展開していく。
- 農産品増値税控除政策を調整するためのテストケースを急ぎ実施し、農産品の進項税（課税対象となっている商品が販売された時に還付される税金）を相殺する際の問題を適切に解消し、大型企業が農産品物流業に従事することを奨励し、農産品物流業の大規模化による効果を強化する。
- 農産品コールドチェーン物流のインフラ建設への投入を拡大し、主要品目と重点地域のコールドチェーン物流システムの確立を加速し、生鮮農産品を扱う冷蔵用電力を工業の電力料金と同一にする。
- 農産品のパッケージとラベルの標準化を図り、農産品の品質安全のためのトレーサビリティシステムを整備する。農産品の卸売市場や「農貿市場（食料品や衣料品、日用品まで売られている市場）」の公益性に対する認識を高め、政府の投入と政策支援を強化する。農産品卸売市場と「農貿市場」の計画と建設を強化し、新規に建設する都市居住区には規定に基づきコミュニティの食料品市場または商業施設を建設し、勝手にその用途を変えてはならない。
- 農産品卸売市場の用地は経営性商業用地とし、計画に基づき合理的な配置を行わなければならない。土地を入札・競売・一般公開という方法で払い下げるに当たっては、所在区域に工業用地の取引地価がある場合は、市場の地価、所在区域の基準地価、工業用地の最低地価などを参照して払い下げ最低価格を決定し、土地の払い下げ後は勝手にその用途を変え、商業不動産開発を行うことを厳禁する。

- 用途や性質を変更または譲渡する必要が認められた場合は、土地利用の全体計画に適合し、法律に基づき承認を得なければならない。農産品卸売市場の不動産税政策について検討し、農産品卸売市場と「農貿市場」の水・電気・ガス・熱力料金を工業のそれと同一にする。農産品卸売市場と「農貿市場」の屋台店費用などの徴収を規範化・低減し、必要があれば、法定手続きに従い屋台店の費用を地方政府価格目録に入れて管理し、スーパーが納入業者から受け取る違法な中間マージンを整理する。
- 引き続き、生鮮農産品の「绿色通道（特例措置として公的な手続きを簡素化したり省略したりすること）」政策を厳格に執行・整備し、管理を強化しつつ技術手段を整備し、車両の検査水準と通行の効率を上げる。生鮮農産品配送車両の都市での 24 時間通行が可能または駐車が便利になるような政策の徹底を図る。
- 穀物物流の現代化水準を引き上げ、穀物の貯蔵、輸送、荷積み、荷卸しの「四散化（貯蔵、輸送、荷積み、荷卸しの際のバルク化）」を推進し、生産地である東北地方のばら穀物の受け入れ・出荷施設と消費地である南方の鉄道・港湾のばら穀物の荷受け・荷卸し施設の建設を強化し、東北地区のばら穀物の中央部への鉄道輸送を推進し、ばら穀物の鉄道と船舶による連携輸送を加速させる。
- 綿花の品質検査システムの改革をさらに推し進め、綿花の包装の質と物流の技術装備水準を標準化レベルまで高め、全国規模で綿花の機械によるスピード積み卸しを普及させ、新疆綿の組織的な対外輸送をしっかりと行う。

② ハイテクサービス業の発展政策

ハイテクサービス業を育成発展させるための政策措置は、2011 年 12 月 12 日に国務院弁公庁が発表した「ハイテクサービス業の発展を加速することに関する指導意見」（国弁発〔2011〕58 号）に集中的に示されている。主な内容は以下の通り。

a. 財政・税制支援を拡大する。

- 財政資金によるレバレッジ効果を積極的に発揮し、ベンチャーキャピタル投資ファンドや技術型中小企業のためのイノベーションファンドなどの資金ルートのハイテクサービス企業に対する支援を強化し、社会資本がハイテクサービス業への投資に向かうように誘導する。条件のある地域にハイテクサービス業発展ファンドを設立することを奨励する。発展改革委員会は関連部門とハイテクサービスの産業化を進める。
- オンショア・オフショアハイテクサービス業の発展を統一的に計画し、部署していく。ハイテ

クサービス業を発展させる上での重点は以下の通り。即ち、ハイテク企業の認定範囲を検討・整備し、条件を満たしているハイテクサービス企業は税制優遇政策を受けることができるようにする。

- 検査や知的財産権に関係のあるハイテクサービス分野の「事業単位」が企業に転換した場合は、規定に基づき関連徴税優遇政策が享受できる。増値税の徴収範囲を拡大する改革の全体的計画に基づき制度を整備し、ハイテクサービス業を発展させていく上での税制問題を解消する。

b. 資金調達ルートを拡大する。

- 知的財産権の価値評価制度と管理規定を整備し、知的財産権を担保にするなどの資金調達方式を積極的に推進する。引き続きハイテクサービス産業基地の中小企業集合債券と集合手形の発行を推進する。各種資金調達担保機関が商業ルールに則りハイテクサービス企業に対し資金調達の際の担保提供の拡大を推進する。
- 社会資本がベンチャーキャピタル企業の設立に向かうように誘導し、条件を満たしているハイテクサービス企業が国内外、特に国内「創業板」（ベンチャー・ボード）に上場するのを支援し、全国規模の証券場外取引市場の創設を加速し、ハイテクサービス企業の直接資金調達ルートを開拓する。

c. 市場環境を整備する。

- 秩序をもってハイテクサービス業市場を開放し、各類型企業が公平な競争のできる市場環境を構築する。知的財産権、検査、情報サービスなどの分野で市場参入条件を緩和し、市場による経営が可能なサービスに対しては、社会の力を結集して市場の供給を増やし、非共有性企業としての機能を十分に発揮させる。
- 営利機関と非営利機関の分離という原則に基づき、知的財産権や検査などの分野の体制改革を誘導・推進し、市場化サービスを強化する。ハイテクサービス業の技術体系・サービス標準体系・職階評価体系を整備し、規範化された発展を推進する。
- ハイテクサービス業の統計分類基準の制定を加速し、統計方法および統計目録を整備し、統計調査とその運用・分析を強化する。ハイテクサービス分野の知的財産権保護の取り組みを強化する。価格政策を整備し、ハイテクサービス企業の水、電気、ガスを工業企業のそれと同じ品質、量、料金にする。
- ハイテクサービス業の発展に資する土地管理政策を実施する。個人情報と商業データの保護規定を整備し、電子署名と認証を推進し、インターネット信用取引のための環境を構築し、情報

の安全を保障する。信用システムの構築を強化し、サービス業務の社会化を推進する。ハイテクサービス業の市場ルールと監督管理体制をさらに整備し、市場秩序を規範化する。

d. 市場を育成する。

- 情報技術サービス、バイオテクノロジーサービス、知的財産権サービスなどの分野で応用のモデルケースを展開し、ハイテクサービス市場を育成する。
- 居住コミュニティの光ファイバー導入などに関する技術規範と管理規定を徹底・整備し、インフラのグレードアップによって情報サービス業務の発展を促す。
- ハイテクサービスの政府調達を拡大し、政府が購入するハイテクサービス分野を開拓し、政府部門が外部の情報技術サービス・検査サービス・知的財産権サービスなどの業務を専門のサービス企業にアウトソーシングすることを奨励し、サービス提供主体と提供方法の多元化を図る。

e. イノベーション力を強化する。

- サービスモデルのイノベーションを促進し、ハイテクサービス関連業務の融合を推進し、新しいサービス業態に適した市場管理手法を模索する。
- ハイテクサービス企業技術センターの建設を促し、統合的イノベーションを奨励する。それぞれ特色あるハイテクサービス産業イノベーションのための同盟関係を推進し、企業を主体とする「産学研用」が一体となったイノベーション体制を整備していく。
- 重要な汎用技術とサポートツールについての研究開発を強化し、成果物をパイロットスケールにする際の条件を整備し、既存の公共サービスプラットフォームを統合整備し、必要なソフトのためのプラットフォーム、シミュレーション環境、資源情報データベースおよび公共の試験のためのプラットフォームの構築を強化する。
- ハイテクサービス企業の国内外における積極的な特許権の取得と商標登録を支援し、標準戦略を執行して特許のための同盟関係を構築する。

f. 人材育成を強化する。

- 提携による学校経営、指向性のある人材育成、生涯教育などのさまざまな形式でハイテクサービスのための人材育成モデルを開発することを奨励する。ハイテクサービス学科を整備し、一部地域の大学で産業のニーズに応じてハイテクサービス関連の2級学科(学部の専攻目録で「専業」とされている学科)を設けることを許可する。ハイテクサービス企業が社員研修への投入を拡大することを奨励し、社員研修費の企業コストに対する計上比率を高める。

- イノベーション型人材の採用を強化する。技術による資本参加やストックオプションといった知識の資本化を奨励するような制度を整備する。ハイテクサービス業の人材評価システムを整備し、資格制度を改善し、人材の科学的な管理を強化する。人的資源サービス業の発展を加速させ、ハイテクサービス業人的資源の最適化配置と合理的な流動を促す。

g. 対外提携を深める。

- ハイテクサービス分野の対外開放を緩和し、国外のハイエンドサービス業の移転を支援し、外商投資管理制度を整備し、外商の中国ハイテクサービス業への投資を誘導する。
- ハイテクサービス企業の「走出去（海外進出）」を支援し、海外における買収合併、共同経営、支社の設立などを通じて国際市場および香港・マカオ・台湾市場を積極的に開拓し、海外に研究開発機関を創設することを奨励する。
- 投資保護協定に関する政府間交渉を進め、ハイテクサービス企業の海外投資による利益を保護する。外貨・出入国管理をさらに改善し、出入国際の検査検疫能力を高め、ハイテクサービス貿易の発展を促進する。
- 国内企業と業界団体が国際基準の策定作業に参画することを奨励し、ハイテクサービスの自主基準の国際化を支援する。

h. クラスターの発展を誘導する。

- 優勢な地域を使ってイノベーション力が高く、創業のための環境が整い、特色の鮮明なハイテクサービス業クラスターの育成に注力する。
- イノベーションおよび創業のためのサービス体制を確立し、イノベーション資源のハイテクサービス業クラスターへの集積を促進する。
- トップ企業を中心に中小企業が協同発展していけるようなハイテクサービス企業クラスターの形成を推進する。
- ハイテクサービス産業基地の建設を支援し、政策支援や制度改革などの面で積極的な模索を続け、先行試行を奨励する。
- ハイテクサービス企業と製造企業の相互発展を推進・支援し、優位性のある産業クラスターを使って付帯サービスの整備を図る。

③ 商業貿易サービス業の発展政策

a. 小売業発展政策

2012年1月、商務部によって「第12次五カ年計画期の小売業発展促進に関する指導意見」（商流通発〔2012〕27号）が発表された。小売業の発展を奨励するための主な政策措置は以下の通り。

(a) 小売業の法体系を整備する。

小売業において「価格法」、「不正競争防止法」、「独占禁止法」を徹底させ、「商業店舗条例」、「インターネット小売管理条例」、「小売業者と卸売業者の公正取引条例」の策定を積極的に推進し、関連部門による規則の制定を加速させ、小売市場の主体、市場行為、市場の秩序、市場の監視と規制を網羅した法体系を確立する。

(b) 小売業の政策措置を徹底させる。

「国務院の流通業の発展促進に関する若干の意見」（国弁発〔2005〕19号）および「国務院弁公庁の流通の活性化と消費拡大に関する意見」（国弁発〔2008〕134号）の主旨を徹底させ、国内市場の分断を適宜打破し、引き続き消費促進のための一連の政策を実施する。

(c) 小売業への財政・税制・金融支援を強化する。

小売業に対し国内取引関連の財政・税制優遇政策を実施し、不合理な料金徴収を整理整頓し、小売業で使う水道と電力料金を工業のそれと同一料金にするという政策の徹底を加速させ、小売企業のエアコンやエレベーターなどの設備を増値税控除項目に組み入れる政策を推進し、チェーン企業の地域を越えた売上税収入の配分問題を解消し、チェーン企業の地域を越えた統一納税政策を徹底させる。関連支援政策の制度化と常態化を積極的に推進する。

企業の資金調達ルートを拡大し、中小企業によるサービス体系の構築を積極的に支援し、エコロジー・低炭素・環境保護を特徴とする小売業プロジェクトを強力に進める。銀行と商業の協力関係を強化し、銀行カードによる決済手数料を調整し、銀行カードの使用範囲を拡大してカード決済の便宜を図る。

(d) 統計システムの構築と標準化を進める。

国と省（自治区・直轄市）が連動し合った統計システムの確立を急ぎ、統計成果の応用を強化し、小売業の現状を正しく反映した総合景気指数を確立する。国家基準をガイドとし、業界基準を主体とし、地方基準と企業基準を拡大基準とするシステムの形成を加速し、基準の宣伝・徹底およびモデルケースを強力に推進し、小売業の発展レベルの向上を図る。国際基準および外国の先進的基準を積極的に採用して小売業の国際化を図る。カバー範囲が広く、小売業で急ぎ必要とされている基準を優先的に立案する。

(e) 仲介機関と人員育成を強化する。

小売業仲介機関の役割を存分に発揮させ、業界団体の活動を規範化し、企業と政府間のコミュニケーションルートを確立し、企業が業界の自己規制と協力を強化するように誘導する。小売業の経営陣の育成を強化し、計画的に小売業マネジメント要員の研修を展開していく。小売業従事者に対する業務研修を重視し、業界全体の資質の向上を図り、小売業の持続可能な発展力を強化する。

b. 電子商取引発展政策

2011年10月、商務部によって「第12次五カ年計画電子商取引の発展に関する指導意見」(商電発[2011]第375号)が発表された。電子商取引の発展を奨励するための主な政策措置は以下の通り。

(a) 指導を強化して協調システムを整備する。

各地とも電子商取引の発展を促進するための保障体制と作業システムを整備し、明確な責任分担を行い、目標と業務の徹底を図る。なお、電子商取引の発展を調整するに当たっては以下のような課題がある。即ち、商務主管部門の電子商取引を発展させるに当たってのマクロ的指導を強化し、部門間の調整および協力体制を整備し、新しい状況や問題を速やかに解決する。

(b) 電子商取引の発展を促進する仕組みを確立する。

国の各電子商取引支援策を徹底させ、電信・金融企業と電子商取引企業の相互支援および協同発展を促す政策を策定し、電子商取引の発展に即した多元的かつマルチチャネル的投融资システムを確立する。政府投入の牽引効果を存分に発揮し、電子商取引への支援を強化し、電子商取引を発展させるための特別資金を設け、電子商取引の技術イノベーション、ビジネスモデルのイノベーション、産学研による成果物の転化、中小企業の電子商取引の応用、中小電子商取引企業の資金調達、農村のビジネス情報サービス、電子商取引の公共サービス向けに資金支援を行う。

(c) 宣伝教育と人材育成を強化する。

電子商取引の宣伝に力を入れ、社会各界の電子商取引に対する利用意識、信用意識、情報の安全意識を強化する。さまざまなチャネルを使って適切かつさまざまなレベルの研修を行い、政府や企業などの各業種の人々の電子商取引の利用能力を高める。電子商取引用人材サービスの仕組みを積極的に整備し、電子商取引専攻の学生が重点産業・重点プロジェクト・民営企業に向うように誘導する。地方の電子商取引に関する研究および研修拠点の建設を支援し、電子商取引の理論研究と人材育成を強化する。

(d) 電子商取引の仲介組織と専門家にその機能を発揮させる。

各レベルの電子商取引に関する業界団体・学会・産業連盟などの仲介組織にその役割を存分に発揮させ、仲介組織による業界の自己規制を奨励し、仲介組織が電子商取引に関する方針と技術コンサルティングサービスを提供し、国内外の電子商取引に関する学術および研究交流を展開し、電子商取引企業が実質的困難と問題を解決できるように支援する。

各地が電子商取引の専門家によるコンサルティング機構を設け、電子商取引専門家の指導およびコンサルタントとしての役割を發揮するように奨励する。

c. 宿泊業の発展政策

2011年11月、商務部が「第12次五カ年計画期の宿泊業の規範化された発展に関する指導意見」（商服貿発〔2011〕435号）を発表した。宿泊業の発展を奨励するための主な政策措置は以下の通り。

(a) 意識を高め、組織的指導を強化する。

各地の商務主管部門は今まで以上に意識を高め、宿泊業の規範化された発展の促進を民生の改善、サービス業の発展と消費拡大の重要事業の一つとして注力しなければならない。組織的指導を強化し、各部門との業務連携メカニズムを確立し、目標と責任を明確にした上で業務を推進していく。業界の新たな状況や特徴を適宜把握し、関連政策と促進のためのシステムを積極的に整備し、業界の発展に伴って出現した新たな問題の解決を重視し、業界の急速かつ健全な発展に利する好条件の創出に努める。

(b) 法規と基準の整備を加速し、宿泊業の発展を規範化する。

国家基準、業界基準、地方基準、企業基準が相互に連携し合ったホテル業の標準化システムを確立し、関連法規の整備を加速し、市場の秩序ある競争と健全な発展を保障する。すでに公布されている基準の広報と業務の徹底を図り、「エコホテル」、「エコノミー型ホテルサービス規範」、「農家楽（都市部住民の農村体験ツアー）サービス基準」などの国家基準および業界基準が本来的に持つ誘導・規範化機能を發揮させる。

(c) 宣伝を強化し、良好な政策に対する期待を醸成する。

各地の商務主管部門はインターネット・ラジオ・テレビなどのメディアを存分に活用し、宿泊業の民生改善、社会サービス、消費拡大などの面における重要な役割を宣伝し、業界の発展を宣伝する中で現れた先進モデルと成功経験の宣伝に努め、企業の規範化された発展および科学的発展に対する使命感と責任感を強化する。宿泊関連の新技术や新製品の宣伝を強化し、消費者の新たなサービス項目に対する理解と認識を高める。各種の不合理な料金徴収をよく整理し、企業の負担を適宜軽減し、消費者と事業者の合法的権利を擁護し、業界の発展のために良好な政策に対する期待を醸成する。

(d) 人材育成と情報化建設を強化し、持続可能な発展を実現する。

引き続き雇用を誘導し、全国のホテル大学（学部）の役割を十分に発揮させ、ホテル用人材の育成拠点の建設を加速し、学科の設置を最適化し、ホテル経営における管理者育成の質の向上を図る。国家基準「ホテル業管理者の資格条件」や業界基準「ホテル業星付きサービス要員の資格条件」の要件に基づき、ホテル業就業資格認証システムを整備し、ホテル業就業資格のレベルアップを図る。各地で地元の宿泊業協会を立ち上げ、速やかに業界の発展動向を発表するように指導し、全国ホテル業研修計画を策定し、就業者の資質向上に努める。全国ホテル業技能コンテストを開催し、マネジメント用人材を育成する。同時にインターネット・移動通信・電子商取引などのモダンテクノロジーを駆使し、ホテルのIT化システムを整備し、ホテルの情報リソースの共有化を実現し、宿泊企業のインテリジェントマネジメントを徐々に実現し、基準を統一し、内部管理専用ソフトウェアの開発利用を推進し、ホテル企業のITサービスレベルの全面的アップを図る。

(e) 業界団体の役割を十分に発揮し、業界の自己規制を強化する。

各地の商務主管部門は業界団体の役割を十分に発揮させ、業界団体に基準の策定、資格認定、研修、展示交流、情報収集、技能コンテストなどの事業を委託し、それを支援する。業界団体による雇用・再雇用拡大のための就業前研修やOJTを支援する。各地とも宿泊業協会を設け、それが政府と企業間の意思疎通、業界行動の規範化、企業の要望の反映、業界の自己規制の強化などの面でより明確な役割を果たすように誘導していく。宿泊企業が宿泊施設の安全と食の安全を重点に置き、安全基準を厳格に遵守し、安全施設を整備し、安全責任を徹底させ、潜在的リスクを解消するように指導する。

(f) 関連政策を整備・徹底させ、良好な発展環境を醸成する。

各地の商務主管部門は地元政府機関と関連部門が宿泊業の発展に必要な支援を提供するように努め、「エコホテル」を「省エネルギー・排出削減」優遇政策の適用範囲に組み入れ、環境保護技術と省エネルギー製品を幅広く採用している「エコホテル」企業については、財政・税制部門と折衝して貸付利子補給または1回限りの財政補助などの政策支援を与えるものとする。各地とも部門の調整を強化し、国務院の宿泊業を含むサービス業における水道・電力・ガスの料金を一般工業企業と同一にする政策を早急に実現し、企業の負担を適宜軽減し、企業の健全な発展を促進する。

(g) 既存のチャネルを十分に活用して業界の統計を改善する。

各地の商務主管部門は国家統計局が発表する既存の業界統計データを積極的に利用し、定期的にそれを整理・分析して報告書を作成し、自地域の業界の動態を速やかに把握する。また、自地域の業界統計情報管理システムを整備し、企業に対し適時かつ正確に関連情報を送るよう促し、さらに精確でより適時性のある業界統計指標の確立を検討し、国家統計局との相互補完が可能な統計システムを確立する。

(h) 業界の信用システムの構築を強力に推進する。

業界管理を適切に行い、業界基準を徹底させ、企業の経営行動を規範化することで業界の健全な発展を促進する。業界の信用システムの構築を加速し、企業のカバー範囲を拡大し、企業に対し信頼性の高い経営を指導していく。業界の信用評価を積極的に推進し、信用の等級別管理を推進し、信用評価とその公表制度を整備し、企業の信用意識と信用管理のレベルを高める。

d. 飲食業発展政策

2011年11月、商務部は「商務部の第12次五カ年計画期の飲食業の科学的発展に関する指導意見」(商服貿発[2011]438号)を発表した。飲食業の発展を奨励するための主な政策処置は以下の通り。

(a) 法規と制度の整備を強化する。

飲食業管理のための行政法規や部門規則の策定を加速し、業界の法規体系を整備する。飲食業発展計画を策定し、それを都市商業拠点計画に組み入れる。飲食基準体系を整備し、早急に飲食業国家基準と業界基準をいくつか策定する。飲食業イノベーションのための理論研究を展開し、業界の発展過程で直面する新たな状況や課題を入念に研究し、その解決策を提示する。

(b) 飲食業の良好な発展環境を創出する。

各地の商務主管部門は調整を強化し、積極的に地元の発展改革委員会、財政、税務、工商管理、品質検査、衛生、都市公共事業、交通管理などの部門と合同で、飲食業の発展を促進する政策措置を検討策定する。飲食企業の農産品・農業副産品の調達、一時帰休労働者の再雇用の受け皿、新技術の開発面での優遇政策を実施する。チェーンオペレーション企業の工商管理登記の本部一括手続き、経営審査手続きの簡略化などの政策を具体化する。用地選定、事業拠点計画、工商管理の登記、衛生部門の管理監督、財政支援、税制優遇措置、費用減免、輸送の便宜などの面で大衆向け飲食企業のために良好な条件を創出する。

大規模な飲食基地を集中的に設立し、大規模な飲食原材料とその産業化のための基地を建設する。飲食企業の水道・電力・ガス料金を工業企業と同一にする政策を早急に推進する。なお、大衆向け飲食企業の水道料金は家庭の水道料金を適用する。

重点飲食企業連絡制度を確立し、広報、政策指導、市場開発、技術導入、上場支援などの面で援助を行う。飲食の宣伝を増やし、飲食業、特に大衆向け飲食業の発展のための雰囲気醸成していく。モデルによる誘導を強化し、飲食業の先進的経験を広める。節約型飲食を広く宣伝し、科学的な飲食と健康志向の消費を指導する。

(c) 支援関連の投入を強化する。

財政資金を積極的に運用し、全国的な飲食産業化基地、飲食原材料基地、飲食工業化基地、飲食業人材基地の建設を支援する。飲食企業の新技術の開発を支援し、飲食公共サービス施設を建設する。国民生活の改善を核とする朝食プロジェクトや都市のセントラルキッチン（集中調理施設）の建設を支援し、飲食企業のチェーンオペレーション化を奨励し、集中調達と統一配送を展開していく。商務部は海外経済貿易協力区建設のための有利な条件と関連政策を利用し、海外経済貿易協力区の機能ニーズに基づき、有効な対策を講じて条件のある飲食企業の海外経済貿易区への進出を奨励し、パーク内サービスと蓄積した経験をベースに所在国の飲食サービス市場を開拓していく。

条件のある飲食企業の銀行借入、株式や債券の発行、上場による資金調達など、さまざまなチャネルを通じた資金調達を支援する。中小飲食企業の資金調達プラットフォームを積極的に構築し、中小企業発展特別資金を中小飲食企業の重点資金援助または貸付利子補給に使う際の調整を行う。穀物・食用油製造企業と個人および大規模飼育業者に対する信用貸付を強化し、担保方式の刷新を図って担保物件の範囲を拡大し、飲食産業チェーンの構築を強化する。

(d) 業界団体の役割を十分に発揮する。

飲食業協会などの仲介組織の役割を十分に発揮し、業界団体による自己規制の強化、企業利益の保護、業界情報の疎通、業務交流の強化、先進技術の普及および人員育成のための事業を支援する。飲食関連の基準と規範の徹底を強化する。「朝食経営基準」などの飲食業の国家基準と業界基準を徹底させ、基準実現や基準達成のための研修および検収を行う。

(e) 業界の統計システムを整備する。

各地の商務主管部門は国家統計局が発表した既存の業界統計データを活用し、定期的にそれを整理・分析して報告書を作成し、自地域の業界の動向を適宜把握する。また、自地域の業界統計情報管理システムを整備し、企業に対し適時かつ正確に情報を報告するように促し、精確かつ適時性のある業界統計指標の確立および国家統計局との相互補完の可能な統計システムの確立について検討する。

(f) 信用システムの構築を強化する。

業界の管理業務を適切に行い、業界基準を徹底させ、企業の営業行動の規範化を通じて業界の健全な発展を促進する。信用システムの構築を加速させ、企業のカバー範囲を拡大し、企業に対し誠実な経営を指導する。業界の信用評価を積極的に推進し、信用の等級別管理を推進し、信用評価とその公表制度を整備し、企業の信用意識および信用管理のレベルアップを図る。

④ 観光業発展政策

a. 「国務院の観光業発展の加速に関する意見」（国発〔2009〕41号）が2009年12月に発表された。

同意見では、中国観光業のこれまでの成果と経験を総括し、大局的観点から観光業発展のための全体構想、基本原則、主な課題を考え、中国観光業の転換とレベルアップ、内包式発展路線の推進に努め、観光業を国民経済の戦略的支柱産業および国民の一層の満足の得られる現代サービス業に育成することを提起している。

b. 「国家観光局の観光業発展の一層の加速と社会主義文化の飛躍的發展と繁栄の促進に関する指導意見」（旅発〔2011〕61号）が2011年11月に発表された。

同意見では、観光業を国民経済の戦略的支柱産業および国民のいっそうの満足の得られる現代サービス業に育成するために、科学的な指導と積極的かつ健全で豊富な観光文化を育成し、優れた文化観光商品の開発を今後も強化し、「紅色観光（中華人民共和国建国ゆかりの地を訪ねる歴史回顧観光）」の独特な効果を十分に発揮するなど5項目の重点事業が明確にされている。

⑤ 家庭サービス業発展政策

a. 「国務院弁公庁の家庭サービス業の発展に関する指導意見」（国務院弁公庁〔2010〕43号）が2010年9月に発表された。

同意見では、家庭サービス業の市場化・産業化・社会化を強力に推進し、家庭サービス業を發展させて多様化した高品質なサービスを家庭に提供し、関連サービス業の発展を牽引していくことが言及されている。

b. 「第12次五カ年計画期に家庭サービス業の発展を促進する指導意見」（商服貿発〔2011〕455号）が発表された。

同意見では、「第12次五カ年計画」期に家庭サービス業の規範化した発展を促進し、その国民生活・内需拡大・雇用促進面での効果を十分に発揮させることが言及されている。

なお、国の関連部門のその他のサービス業細分化分野に関する政策や公文書も既に発表されているか、または近々公布される予定になっている。「交通運輸第12次五カ年計画發展計画」と「スポーツ事業發展第12次五カ年計画」が2011年4月に既に発表され、今後も「金融業發展改革第12次五カ年計画」と「第12次五カ年計画期文化産業倍增計画」などが続々と発表されることになっている。

また、商務部もサービス業の支援に注力し、クリーニング・ポートレート撮影・浴場・家電修理などの細分化サービス業の發展促進に関する指導意見を相次いで発表している。