

中国はWTO加盟でどう変わったか

サービス業の規制緩和措置とその実態

中国は世界貿易機関(WTO)への加盟により、多岐にわたる市場開放措置を公約し、そこで掲げた規制緩和スケジュールをてこに国内経済改革に取り組んできた。なかでも、サービス業については、セクターごとに外資参入規制の緩和を約束しており、そのほとんどが2006年末に最終期限を迎える。サービス業の規制緩和はどこまで進展したのだろうか。

中国のWTO加盟とサービス市場の開放

中国経済は1978年の改革・開放以降、紆余曲折を経ながら社会主義統制型から市場重視型にシフトしてきた。こうしたなか、自国をグローバル経済に組み入れるため、さまざまな努力を積み重ねてきた中国政府にとって、市場経済と自由貿易を標榜するWTOへの加盟は長年の悲願であり、経済の市場化とグローバル化に今後もコミットすることを国際公約するものであった。

中国は2001年12月のWTO加盟時に、関税の引き下げや貿易関連投資措置、サービス開放措置の導入などの実現を約束した加盟文書に同意した。こうした貿易や投資に関する広範な公約をてこに、政府は国内経済改革を加速することになった一方で、外資企業は新たなビジネスチャンスの到来を期待した。なかでも、サービス業については、個別セクターごとに外資による現地法人設立時の出資規制の緩和(図表1)や内国民待遇の付与などが約束されたことから、「最後の産業フロンティアの開放」がどこまで進展するか注目が集まった。

中国にとってWTO加盟以前の外資導入政策の狙いは、工業化の推進にあったため、その主眼は製造業に置かれてきた。そのためサービス業については、

「原則的に閉鎖、例外的に開放」という姿勢が長い間続いてきた。

対中直接投資件数に非製造業が占める割合をみると、WTO加盟以降は上向きトレンドにあるものの、2005年時点においても依然として3割台の水準にとどまっている(図表2)。中国がWTOに加盟してから4年あまりが経過した現在、サービス市場の規制緩和はどこまで進展したのだろうか。

業種により異なる規制緩和の実態

中国のサービス市場へのアクセス改善状況について、流通、保険、電気通信、建設、運輸、観光の主要セクターごとに実情を以下にみる。

まず、流通サービス業については、小売業、卸売業ともに外資企業は展開できる地域、出資比率、取り扱い品目に制限が設けられていた。WTO加盟時の約束

図表1 主要サービス業の外資出資規制緩和スケジュール

| | 流通 | 固定電話 | 建設 | 損害保険 | 貨物輸送代理 | 観光 |
|------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|
| 2001 | | | マジョリティ | 51%以下 | | |
| 2002 | マイノリティ | | ↓ | ↓ | マジョリティ | |
| 2003 | マジョリティ | | ↓ | 独資 | ↓ | マジョリティ |
| 2004 | 全額出資 | 25%以下 | 全額出資 | ↓ | ↓ | ↓ |
| 2005 | ↓ | ↓ | ↓ | ↓ | 全額出資 | 全額出資 |
| 2006 | ↓ | 35%以下 | ↓ | ↓ | ↓ | ↓ |
| 2007 | ↓ | 49%以下 | ↓ | ↓ | ↓ | ↓ |

(資料) 経済産業省「不正貿易白書」、WTO「Schedule of Specific Commitments on Services List of Article MFN Exemptions」などにより作成

により、これらの制限は段階的に緩和されることになり、2006年12月までに一部の品目を除き全面的に撤廃されることになった。中国政府は2004年6月、外資出資比率及び進出地域の制限の撤廃などを盛り込んだ「外商投資商業領域管理弁法」を施行し、WTOに整合的な根拠法が整備された。同弁法により、外資は100%出資が可能となり、中国事業の自由度は大きく改善した。また、これまで事業免許取得までの手続き内容やプロセスが不透明であると指摘されてきたが、2005年以降事業免許取得の手続きなどを規定した細則が次々と整備され、透明性は大幅に向上した。中国に進出した日系小売業へのヒアリングにおいても、規制緩和をおおむね評価する関係者が多く、幅広い消費者への浸透を狙った日系小売業の出店攻勢は、現在佳境を迎えている。

保険サービス業については、進出地域制限の撤廃や出資制限の緩和が約束された。政府は2002年2月に外資系保険会社の設立申請手続きを明文化した「外資保険会社管理条例」を2004年6月にはその細則を施行し、WTO加盟文書の公約が満たされることになった。対中圧力で知られる米国貿易通商代表部が議会向け報告書で「地域制限は前倒して撤廃された」と評価するなど、保険サービス市場の開放は着実に進展しているとみられている。日系保険会社も中国進出に積極的に取り組んでおり、2005年には次々と現地法人を設立した。そのターゲットは一般市民や中国企業であり、拡大する保険市場にどこまで食い込むことができるか注目されている。

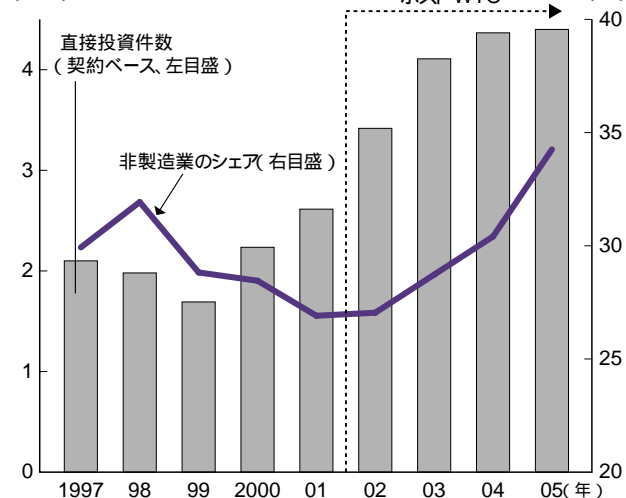
電気通信サービス業は、WTO加盟以前において最も外資に対する参入制限が厳しいセクターのひとつだったが、地域および出資の制限が段階的に緩和されることが約束された。2002年1月に「外商投資電信企業管理規定」が施行されたことにより、合弁会社設立が可能となり、外資側の出資比率も公約通り最終的に固定や携帯電話事業である基礎通信サービスは49%、インターネットなどの付加価値サービスでは50%までとすることが決まった。ただし、外資系通信キャリアが基礎通信市場に参入するケースはほとんどなく、日系通信キャリアの中国展開も、中国に進出した日系企業の情報

ネットワークを構築・サポートする付加価値サービスなどニッチ市場に限定されている。中国の電気通信サービス市場、とりわけ基礎通信サービス分野の外資への開放状況についての関係者の評価は、「法律の整備は進展したものの、事業の免許取得プロセスが不透明」という見方に要約できるといえる。

建設サービス業は、2004年12月までに外資100%出資による現地法人設立の解禁が約束され、2002年9月に公布された「外商企業建築業企業管理規定」により、外資100%出資企業設立の法的根拠が整備された。しかし、外国企業の本国法人によるプロジェクトごとの直接受注を認めた法律が廃止されたため、WTO加盟後の新ルールにおいては、外資建設業は現地法人を設立しない限り中国内の建設プロジェクトから排除される仕組みになってしまった。さらに、国内資金によって実施される建設プロジェクトには高い参入障壁があり、多くの日系建設業の中国事業は進出日系企業の施設工事需要に依存する傾向が強い。そのため、「WTO加盟によりむしろ参入ハードルが高くなった」と指摘する日系建設業関係者は少なくない。

運輸サービス業、なかでも貨物輸送代理業については、資本金や支店設立規制の緩和が約束され、2005年12月に施行された「外商投資国際貨物輸送代理企業管理弁法」により100%出資現地法人の設立などが

図表2 対中直接投資プロジェクト件数と非製造業のシェア (万件) (注) 中国政府発表の契約ベースデータ。 (資料) CEIC データベースにより作成



(注) 中国政府発表の契約ベースデータ。
(資料) CEIC データベースにより作成

認められた。日系貨物輸送代理業は、WTO加盟以前から大手内資運輸業と合併事業を設立し、在中日系製造業のオペレーションを支援してきた。規制緩和により経営の自由度が高まったことから、各社は増大する進出日系企業の物流ニーズへの対応に追われながらも、付加価値の高い物流サービスを内陸部にも整備する動きを加速させている。

観光サービス業は、2007年までに地域制限と出資制限の撤廃が公約されたが、中国政府は2003年7月に「外国企業の過半出資、全額出資の旅行会社設立暫定規定」を施行し、前倒して外資100%出資の現地法人設立を認めた。これを受け、日系主要旅行代理店は邦人観光客へのサービス提供を狙い、2003年以降続々と100%出資の現地法人を立ち上げた。今後は、WTO公約の範囲外となっている中国人観光客の海外渡航業務の取り扱いがどこまで認められるようになるか、関係者の間で注目されている。

今後の焦点は「ポストWTO」の規制緩和

WTOへの加盟により、サービス市場の規制緩和は総じて進展したものの、産業セクターによっては外資企業が当初想定していた実態とは異なるケースも散見される。そこで、これまでみてきた主要サービス6業種について、相対的な位置付けを整理しながら、今後の課題を展望してみたい。

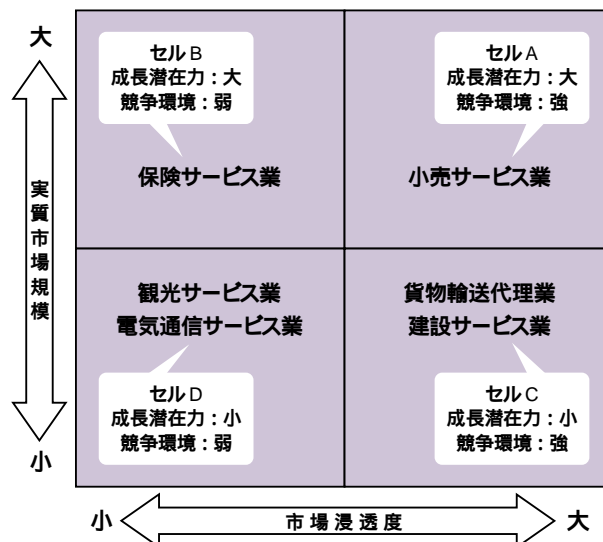
図表3は 実質的な市場規模、これまで進出してきた外資数、という切り口でその位置付けをまとめたものである。セルAは多くの競争相手が存在しながらも、中国の消費者のなかに入り込み、市場を開拓している小売サービス業が当てはまる。次にセルBは、競争相手は比較的少ないものの、中国の一般市民を相手に商品を取り扱うことができる保険サービス業が当てはまる。セルBのような市場は今後外資系企業がさらに参入することが予想されるため、セルAへの移行は時間の問題といえよう。ただし、セルA、Bともに、開放された市場の規模が大きいことから、競争が激しくなったとしても、市場全体の成長が持続できれば、業績をさらに拡大させることが期待できる。

一方、セルCは競争相手が数多く存在するにもかかわらず、規制や扱う商品特性から、市場が日系企業からの需要に限定されている貨物輸送代理業や建設サービス業が当てはまる。そして、セルDは進出企業が少なくにより競争環境が比較的緩やかで、市場が同じ日本人・企業に限定されている観光サービス業や電気通信サービス業が当てはまる。セルC、Dの業種は、日系企業の中国ビジネスが拡大しているうちは現状の規制の枠組みのなかにおいても業績を伸ばすことが見込まれるものの、日系企業の事業拡大が鈍化すれば厳しい局面を迎えかねない立場におかれている。そのため、中長期的には規制レジームを図の上方にシフトすることが望まれる。

今後、市場規模が実質的に限定されているセクターにおいては、中国政府や国民の理解や支持を得ながら、WTO加盟によって達成された規制緩和より、さらに踏み込んだ市場開放を求めるような働きかけが必要であるといえよう。

みずほ総合研究所 アジア調査部中国室
 上席主任研究員 内堀敬則
 hironori.uchibori@mizuho-ri.co.jp

図表3 サービス6業種の中国市場における位置付け



(注) 「市場浸透度」は非日系企業を含む当該業種が中国に設立した現地法人数に準拠し、50社以上を「大」、それ未満を「小」に分類。「実質市場規模」は規制状況などにより、実質的に中国の一般国民がマーケットとなっている業種を「大」、進出日系企業など比較的限定された市場に取り組んでいる業種を「小」に分類した。業界間の相対的な位置付けをイメージしたものである。

(資料) WTO「Transitional Review Mechanism under Section 18 of the Protocol on the Accession of the People's Republic of China」などによりみずほ総合研究所作成