

ハッピーメール

HAPEE MAIL

Hiroshima international Access and Promotion center for Economic Exchange

公益財団法人ひろしま産業振興機構
国際ビジネス支援センター

〒730-0052 広島市中区千田町 3-7-47

TEL: 082-248-1400 FAX: 082-242-8628

ホームページ: <https://www.hiwave.or.jp>

本誌掲載記事・写真の無断転載を禁止します。

ハッピーメールは、回覧して皆様でお読みください。

CONTENTS

広島グアナファト親善協会 会長 金井 誠太 氏 『広島グアナファト親善協会』の紹介 1	重慶「重慶情報」 6 ニューヨーク「『NY ビジネスサポーター』 交代です。」 7 ジャカルタ「インドネシアの外資規制改正、 正式に公布」 8 大連「第2回日本商品大連地区巡回展」 9 チェンナイ「インドにおける個人の確定申告 および資産開示制度について」 10 台北「蔡英文新政権の新経済発展モデル」 11
海外レポート ホーチミン「麺天国ホーチミン ～麺競争の夜明け～」 2 バンコク「税還付問題」 3 シンガポール「借金してでも大学教育！」 4 上海「高齢者産業ビジネスのこれから①」 5 ハノイ「ベトナム消費市場の動向」 5	中国ビジネス Q&A「越境 EC に関する 税制度改革について」 12

「広島グアナファト親善協会」の紹介

広島グアナファト親善協会 会長 金井 誠太 氏



2014 年の 11 月、広島県とメキシコ合衆国グアナファト州は、経済・文化・観光・教育等の交流の促進を図る、友好提携を締結しました。発端は、マツダのメキシコ工場がグアナファト州に設立されたことでした。同工場は予定通り 2014 年初めから稼働していますが、同年 2 月の開所式には、メキシコ大統領も出席されるなど、現地で盛大な歓迎を受けました。

メキシコの人口は日本とほぼ同数の 1 億 3 千万人弱ですが、日本とは対照的に、平均年齢 30 歳未満の大変若い国で、賃金水準は新興国の中でも低い方です。また、世界最大市場のアメリカと国境を接していることに加え、世界 45 か国と FTA を結んでいます。

また伝統的に親日的な国です。1609 年にメキシコの要人が房総で難破した際に徳川家康が帰国の船を提供した、1614 年に支倉常長の遣欧使節団がメキシコを経由したなどの記録があります。

1888 年の日墨修好通商条約は、日本が開国後、事実上初めての平等条約でしたし、2005 年の日墨 EPA (経済連携協定) は日本にとって 2002 年のシンガポールに次ぐものでした。

このようにメキシコは、グローバル生産拠点として、成長する消費市場として、また極めて親日的な国として、海外進出を考える日本企業に大変魅力的です。

「広島グアナファト親善協会」は、広島県とグアナファト州の友好提携をさらに拡充させるために、2015 年の 8 月に設立されました。顧問に湯崎知事、平田県議会議員長他をお迎えし、約 160 の団体と約 70 名の個人会員に入会いただいておりますが、継続的に会員は募集中です。両地域間の交流や会員同士の情報交換のイベントも行っています。ホームページも開設していますので、メキシコに関心のある方は、是非アクセスしてみてください。

麺天国ホーチミン～麺競争の夜明け～

ホーチミン ビジネスサポーター 石川 幸

みなさんはベトナムの麺と言えば何を一番に想像しますか？日本国内で一番有名なベトナムの麺はフォーだと思えます。しかし、ベトナムには日本で言うラーメンやうどんのように、様々な種類の麺があります。

例えば、①ハノイなど北部で有名なブンチャー（つけ麺スタイルの細い米麺、先日オバマ大統領も首都のハノイを訪問した際に召し上がりました）、②ダナンなど中部で有名なミークアン（きしめんの様な平たい米麺）、③ホーチミンなど南部で有名なフーティウ（フォーより少し細い米麺）など多数あり、実はベトナムは麺天国といえるほど麺の種類が豊富です。そんな麺好きなベトナム人の中で、密かに、日本の麺料理が注目されていることをご存知でしょうか？

一昔前は、日本食と言えば寿司の印象が強かったようですが、最近ではラーメンやうどんなどの麺類が注目されています。その一例として丸亀製麺が有名です。2014年にホーチミンに初出店してから、たった2年余りでホーチミンに7店舗まで事業を拡大しており、日本人がほとんど住まない地域にも積極的に出店しています。また、味噌、豚骨、醤油などのラーメン店もここ数年で続々と出店しており、その中でも辛い味や豚骨が人気の傾向があり、店によっては日本にはないベトナムだけのオリジナルメニューを出している所もあります。

ジェトロ（日本貿易振興機構）ホーチミン事務所によると、ベトナムにおける日本料理店の数は約770店舗に上り、そしてその半数以上の400店舗超がホーチミン市内にあります。ホーチミンのラーメン店は、約15店ともいわれています。

以前、日本食料理店は主にベトナムで働いている日本人に多く利用されていました。ホーチミンの有名な日本食街は中心部に位置するレタントン地区で、居酒屋、ラーメン屋、お好み焼き

屋、牛丼屋など日本食レストランが約50店舗以上あります。現在ではそういった日本人街だけでなく、日本人がほとんど住まない郊外にも、ラーメン店を含む日本食レストランが出店され始めています。その郊外型の大半がベトナム人向けに事業を展開し、客層の約90%がベトナム人となっており、徐々にターゲット層がベトナム人へとシフトしています。

ベトナムのみならず、海外では日本食が高級な料理（日本人がフランス料理に対して抱くイメージのようなものでしょうか）という立ち位置でしたが、最近では手頃な価格帯のお店も増えてきています。ちなみに、フォーは1杯約



（ベトナム南部名物のフーティウ）

200円、ラーメンやうどんは1杯約500円です。ベトナム人の大卒初任給は約30,000～40,000円なので、ラーメンやうどんは多少高価ですが、中間層が増えているホーチミンでは十分に手が届く範囲の価格帯です。

広島県はつけ麺（いわゆる広島冷麺）、尾道ラーメン、汁なし担々麺などの麺類が有名だといえます。ベトナムでもブンチャーという、つけ麺に似た麺があります。豚骨・醤油ベースの広島ラーメンは、豚骨好きでかつニョクマム（魚醤）を日常的に使うベトナム人に受け入れられる可能性が高いです。また、ダシがきいた尾道ラーメン

も、同じくダシ文化のベトナム人に人気が出るかもしれません。汁なし担々麺も、料理に唐辛子を頻繁に入れるほど辛い物が好きなベトナム人には相性が抜群にいいと思います。

もし出店をご検討されているようでしたら、広島のお好み焼き屋はありますが、広島発信の麺がまだない今が、絶好のチャンスです。

税還付問題

バンコク ビジネスサポーター 富永 勇三

タイで事業を行う日系企業で長年悩みの種となっている問題に、税務署に対する還付請求があります。一度納めた税金を取り戻すには必ず税務調査を受けることとなり、その対応に膨大な人手・時間がかかるのみでなく、場合によっては追徴課税をうけるリスクを伴っています。今回はその中で 7%の付加価値税（以下、VAT）の還付について取り上げます。

VAT は日本の消費税と同じような仕組みで、販売者が物品の販売やサービスに対して課税し、税務署に納付するものです。納付の際には、仕入時に支払った VAT を控除することができます。タイでは毎月申告・納税が求められます。

輸出事業法人の場合、国内仕入に VAT が掛かるのに対し、輸出時には 0%課税であることから毎月還付請求を行うこととなります。この場合は、初回還付請求時は広範囲な税務調査が行われるものの、以下に述べる他のケースに比べると比較的スムーズに還付をうけることができる業種です。

税務調査を受ける際に厄介なのは、国内売上がありながら還付を行う企業です。経緯としては①初期投資（工場建設や機械の購入など）が大きく、売上からの控除が行いきれない、②業績が芳しくなく、仕入や費用が売上を上回る、③国外にも売上がある などが考えられます。

タイにおける VAT はインボイス方式を採用していますので、税務調査の際には、すべての仕入／売上に係るタックスインボイスという名の証憑の原本を全て確認されます。記述や発行形式にミスがあったり、原本の保管がない場合にはその時点で罰金の支払いを求められたり、還付対象外となります。その他にも、直接事業に関

わりがないと判断された費用については、仕入 VAT が認められず、売上 VAT から控除した税金を罰金と共に納付するよう求められます。この判断は、税務調査官の裁量で行われることが多く、どんな支払いが対象外になったのかを精査し、同意できない場合、根気強く根拠を説明していくことが必要となります。

②のケースの場合は、上述の指摘だけに留まらず、事業が赤字になっている部分に目を付けられ、一部の費用を税務上損金不算入とされたり、みなし売上（コストに対し然るべき純利益を上乗せ、あるべき売上高を算出）の追加を求められます。税務署の担当はご丁寧にも数値を修正した確定申告書を作成し、気が付くとそこには法人税が記載されていた！ということも少なくありません。この法人税は、即刻、延滞金と共に支払いを求められることもあれば、還付 VAT の金額から控除されることもあります。結果、税務署は税金を還付せずに済むのです（もしくは減額させることができるのです）。

③のケースの場合は、輸出売上に対してのみ仕入 VAT が還付対象となる仕組みとなりますが、実際の申告上は月次で発生したすべての取引を合算して数値を定めるため、案件ごとに還付となったかどうかの報告義務はありません。ただし、税務調査の際には、仕入と売上の整合性を説明し、どのような取引内容の結果で還付となったのかを、税務調査官が納得するまで説明することになります。

受発注・仕入・在庫・支払い及び出庫・請求・入金の一連の流れを売上ごとに説明するよう書類を求められたり、すべての輸出入に係る通関書類を証明として用意したりと、多くの書類を

精査し、かき集め、報告することになります。

税務調査官は納得するまで調査を行う権限を持っているため、仮に求められた資料をすべて用意できたとしても、他の部分でミスがないかを延々と調べられ、嫌がらせのようなやりとりが続くこともあります。これが毎月、数年と続くと、企業側の担当者にかかる負担は相当なもので、本当は納得がいかなくとも、税務調査を終わらせるため泣く泣く税務署の要求を受け入れるということも残念ながらあります。

タイでは歳入法典上、税務調査官の裁量、判断に任せるといった記述が多く見受けられ、これ

も還付請求を難しくしている一つの要因として考えられます。また、多くの企業から未還付問題に対するクレームがある一方、偽の証憑によって税務署から還付金をだまし取るというようなスキャンダルもあったりと、2重帳簿がまかり通っているうちは、税務署としても還付金に対する審査を簡素化することは容易ではないでしょう。それにより、正しく納税を行う優良企業が苦しめられるのは心外ですが、タイにおける一つの税務リスクとして把握、認識しておく必要があるのが実状です。

借金してでも大学教育！

シンガポール ビジネスサポーター 礎 知子

＜大学の学費は年間 165 万円＞

塾に大学にと、日本でも教育にはお金がかかりますが、シンガポールも負けてはいません。英国の金融大手 HSBC 銀行が世界 15 カ国・地域の 6,200 人以上の親を対象に実施した調査で、大学教育にかける費用は、シンガポールは 15 カ国平均（7,631US ドル、約 81 万円）の 2 倍以上の年間 21,000 シンガポールドル（約 165 万円）という結果になりました。しかし実際には、シンガポール国内の大学の数が少ないため、国内での大学進学は狭き門。海外留学する人が多いのが現状です。そうすると学費と生活費で、4 年間で 20 万～40 万シンガポールドル（1,600 万円～3,200 万円）くらいはかかるようです¹。実際には 4 年間、海外で過ごさなくてもいいように、シンガポールのポリテクニクでディプロマをとってから海外で 2～3 年勉強して学位をとるなど工夫はしていますが、いずれにしても相当な出費にはなります。

シンガポールの親は子どもの学位取得を重要視しており、52%が「子どもの大学教育のために借金することはいとわない」と回答しています。ただ、この傾向は、他のアジア諸国やメキシコでも同様で、中国ではなんと 81%の親が「借

金してでも大学」と回答しているそうです。欧米では大学教育はバイトをしたり奨学金をもらったりして、学生たちが自分で賄うことが多いように聞いていますが、日本と同様、シンガポールを含むアジアでは親がかりなのがわかります。

＜小学校からかかる多額の教育支出＞

この調査は大学教育だけでしたが、大学に入るまでもにも多額の学費がシンガポールでもかかります。日本と異なり、学校が独自に行う受験制度はなく、全国共通の小学校、中学校、などの卒業試験の結果が進路を左右します。特に小学校卒業試験の結果で、入学できる中学校が決まり、そこでエリートコースにのれるかのれないかが決まってしまうようです。ですので、小学校の低学年から家庭教師や塾の毎日。遊ぶ時間のない子供たちも大変ですが、親も大変です。そうかと思えば、出産しても仕事をやめなかった同僚が、子供の小学校試験対策のために「教育ママ」になるといって退職することもある。

日本以上に学歴社会のシンガポール。親の苦労はなくなりそうにありません。

¹ 2015 年 8 月 6 日 Straits Times 記事による

この度、上海市内において中国最大規模の高齢者産業展示会『第11回中国国際福祉機器展示会 CHINA AID 2016』が6月8日～10日の日程で開催されました。これに併せて、日本貿易振興機構（JETRO）上海事務所が開催した「日中（上海市）高齢者産業交流会」を視察した際に、上海や北京で介護施設を運営する理愛（北京）企業管理諮詢有限公司（株式会社リエイ）の董事である田中克幸氏に中国での養老市場について話を聞くことができました。

株式会社リエイは1980年に創立、2000年に介護事業に参入しました。有料老人ホーム、デイサービス、訪問介護など、日本国内で培った介護総合サービスキャリアを礎に、タイ・中国でも介護事業に進出しています。中国では、2012年10月に北京市内に「北京礼愛老年看護服務中心」を開設、2013年12月には、上海市嘉定区に合併会社による運営施設である「上海礼愛頤養院」を開設しました。

——中国において養老施設への需要はどのようなものですか？

「今までの中国では家族を大事にする気持치가強く、地域のコミュニティも日本と比べて親密です。そのため、自宅で高齢者を介護するという考え方が強く、養老施設への入居は一般的ではありませんでした。また、従来の養老施設は健常な方々向けの高級マンションというイメージが強かったのも、一般的ではない原因のひ

とつです。

中国ではアメリカ型の CCRC（Continuing Care Retirement Community、高齢者地域共同体）が好まれ、映画館などの娯楽施設、病院、コミュニティがある複合型の施設が、この展示会でも紹介されています。一般的に中国のパートナー企業は、自立している高齢者を対象にした施設の運営を好み、認知症の人を避けたがります。中国では認知症に対して、①家に軟禁し、外に出さない、②精神病棟に入れる、③養老施設の認知症棟に入れる、という対応が多いのです。当社の施設では、認知症を受け入れていることもあり、それに対する問い合わせも多く受けています。」

——医療スタッフに日本人はいますか？これから養老ビジネスを始めるにあたって、日本から連れてくることはできますか。

「（中国の）要資格者でないと就業することができないため、当社施設では、定年退職した地元のドクターを採用しています。日本人でも特別な専門知識を持っており、政府から認められたビザを取得できれば勤務が可能なエリアがあるそうですが、誰でも認可が下りるわけではないので難しいでしょう。」

今回は、日系企業がどのように中国の養老市場に関われるかについてインタビューした内容をご紹介します。

ベトナム消費市場の動向

ハノイ ビジネスサポーター 中川 良一

ハノイ及びホーチミン市の人々の生活レベルをみるために、幾つかの商品価格について取り上げてみます。高級コーヒーショップでの値段ですが、コーヒーが一杯5万ベトナムドン（約250円）、ケーキは1個4万ベトナムドン（約200円）です。これは決して一流ホテルなどの超高級店で売られる値段ではなく、Wi-Fiや空調

のある比較的綺麗な店での値段です。店に入ってみれば30代から40代のベトナム人が多く見受けられます。ハノイ市内ではピザ店や焼肉店も沢山できています。どのレストランもベトナム人の家族連れか、若しくは仕事仲間で大変混み合っています。このような外食でかかる出費は一人当たり約30万ベトナムドン（約

1,500 円) 以上です。都心部の若い層は楽しい雰囲気美味しいものをエンジョイしたいという傾向が顕著になりつつあります。

ハノイやホーチミン市ではフィットネスクラブやスポーツクラブも普及しており、イオンハノイのショッピングモールの中のルネサンス社のフィットネスクラブは大変な人気で、毎日、大勢の年配者

(60 代以上) が利用しています。他のスポーツクラブは若い男女が多く、職場からの帰宅途中に立ち寄り、健康管理を行う若者等が増えています。これは人々の健康維持や体力づくりに対し投資する認識が、一般的となったことをあらわしています。

人々の所得増加の背景には下記の通り、様々なプラス要因があると思われます。

- 外資企業の進出増加
- ODA 資金の流入
- 外国観光客の増加
- 土地・不動産売却益
- 海外出稼ぎ

今後ベトナム消費者が求める商品やサービスには、次のようなものが挙げられると考えられます。

- 高品質の食品・健康食品
- 快適性を満たすもの、サービス

<中間層の購買力>

	2014 年		2020 年予測	
	ハノイ	ホーチミン	ハノイ首都圏	ホーチミン大都市圏
人 口	710 万人	800 万人	1,900 万人 中間層以上 1,500 万人	2,000 万人 中間層以上 1,600 万人
一人あたり GDP ※全国平均 2,052US ドル	3,160US ドル (約 38 万円)	4,950US ドル (約 60 万円)	7,500US ドル (約 90 万円)	8,500US ドル (約 102 万円)
小売市場規模	—	—	300 億 US ドル (3.6 兆円)	450 億 US ドル (5.4 兆円)

(イオン株式会社「ベトナムにおける事業戦略について」から一部引用)

- 利便性を満たすもの(スマートフォン等)
- 教育能力開発サービス

日系大手小売会社の予測によれば、2020 年にはハノイ首都圏の中間層の人口は 1,500 万人、一人あたりの GDP は約 90 万円、ホーチミン大都市圏では、それぞれ 1,600 万人、約 102 万円となります。この 2 大都市及びその周辺各省を含めた小売市場の規模は約 9 兆円となる見込みで、ベトナムの小売市場は今後も二桁で急成長していくと思われます。ベトナム消費市場に参入するため、下記の点に着目し、ビジネスの可能性を追求しては如何でしょうか。

- 中間層の増加
- 日本製品の高い人気度
- 日本の食文化との相違の少なさ
- 小売業の近代化による商機拡大
- TPP や FTA による関税障壁撤廃への期待

重慶情報

重慶 ビジネスサポーター 吉川 孝子

重慶市で、エコカーの充電設備を手掛ける青島の「青島特来电新能源」が充電施設の建設、運営に乗り出し、今後 5 年間で充電スタンド 11 万基を設置することになりました。

2020 年までに充電スタンドを 1 キロメートル毎に 1 ケ所、累計 11 万基設け、エコカー 10 万台にサービス提供する計画です。

重慶市にもエコカーが 10 万台走ることを想定しているわけですが、近年外資大型ショッピ

ングモールも市内から郊外に移り、車の生活が一般的となりました。エコカーを所有するのは富裕層でしょうが、急激に車社会となった重慶では、環境と同じくらい深刻な問題として駐車場が挙げられます。

ご存知のように重慶市は山城と言われている山坂の多い街であり、車保有者の自宅周辺では、競争率の激しい違法駐車場確保の戦いが日常茶飯事となっています。

また、街中のショッピングモールにしても、郊外のショッピングモールにしても、日本では想像出来ない駐車場施設がほとんどであり、駐車場構造として一般的なものは、

○出入口が歩道内、しかも 60 度と急傾斜で出入の際、前が見えない

○駐車場内に標識がないため出庫に時間がかかる

○180 度の急転回、柱の多いカーブ上での駐車スペース

○坂道での縦列駐車場

○S 字カーブの続く地下 5 階の駐車場で地上へのエレベーターがないため駐車場内を人が歩いて移動している

といった状況です。



(傾斜型)

ベテランの運転手でも駐車場への出入に一番恐怖を感じています。サイドブレーキを引いて駐車料金精算、アクセルを踏んで急坂を登った先の歩道上に人、人、人。或いは上り切った先の車道で渋滞中の車に衝突する事故が多発するなど。

また、駐車場不足解消のためにビルの地下に設けられた 2 階建立体駐車場は、駐車スペース

が狭い、車止めフラップ板が高過ぎる、直角にバックで駐車スペースに入れたくても対面の通路が狭く入庫出来ないと言った状況です。

老人施設が不足しているから施設建設、大学が不足しているから大学の増設、エコカーで環境改善したいから充電スタンド建設等々、ハード面は実施されますが、目先の利を追うばかりの中身の無い改革は立ちゆかず、数年で真の改



(急転回型)



(立体型)

革が必要とされるでしょう。外資、特に日本の中小企業のようなコツコツと研究を重ねて築き上げたビジネスモデルが必要とされる時代が来ているように思えます。

「NY ビジネスサポーター」交代です。 ニューヨーク ビジネスサポーター 今泉 江利子

皆様、6 年の長きにわたり、執筆させていただきました大変ありがとうございました。今月を持ちまして米国 NY ビジネスサポーターを交代することになりました。

ここ数年、アメリカでは本当に日本の製品、食品、サービスが注目されており、衣食住関連では

「日本を見習え」という風潮が大変高まってきていると感じます。NY マンハッタンの出店を見るだけでもスーツケースのゼロハリバートン、シャツの鎌倉シャツ、無印良品、ユニクロ、メガネのマスナガ、中古車のガリバー、シュークリームのピアードパバ、チョコレートのロイズ、和菓

子の源吉兆庵、レストランチェーンではラーメンの一風堂、定食屋の大戸屋、ゴーゴーカレー、本ではブックオフに紀伊国屋、そして塾の公文。また、日本の経営手法、信頼関係を基にしたビジネスもアメリカ人の間に尊敬の念を生んでいます。友人で船舶関連の会社で駐在をしていた日本人が帰国する際、お客様であるホームデポにあいさつに出向いた時、「後任も絶対に日本人にしてくれ」とアメリカ人担当者に頼まれたといひます。「日本人のほうが、何か問題があったときに真剣に善後策に取り組んでくれる」という理由だったそうです。これもこれまでの日本企業の努力、そして日本の製品やサービスの良質さが認められたしるしだと思います。どうぞみなさまもアジアばかりに目を向けず、アメリカで勝負に出て、大きな市場で競争に勝ち、安定的

な利益を勝ち取ってください。

それでは、皆様の繁栄を心からお祈りしております。長い間、お読みいただき大変ありがとうございました。

ございました。どうぞお元気で。



(後) 蟬本 睦氏

7月からの
後任ニューヨーク
サポーターです！

(前) 今泉 江梨子

インドネシアの外資規制改正、正式に公布

インドネシアはタイ、シンガポールやマレーシアに比べ、メリハリの利いた外資誘致政策が存在しませんが、2014-2015年の経済成長の鈍化を受け、政府は規制緩和策の導入に取り組んでいます。そのような中、今年2月に予定として示されていた外資規制(いわゆる「ネガティブリスト」)が5月に正式に改定されましたので、今月はその内容を見ていきたいと思います。

<小売関連>

まず、100%外資開放が期待されていた電子商取引分野は49%にとどまることになりました。他方で、デパート(400-2,000平米)は67%まで許容されることとなりました。ここでいうデパートは日本で言う小売業と同じと捉えていただいて構いません。従来は大規模小売店を自社で開発するか、大きなショッピングモールに入居することしか選択肢が無かったため、物理的に拡大の余地が限られていました。今後は、より小さな規模でも出店が可能となりますので、既存進出先は拡大の余地が広がりますし、新規の進出を検討する企業にとっても間違いな

ジャカルタ ビジネスサポーター 割石 俊介

く朗報です。

主なネガティブリストの改正分野

デパートメントストア(400~2000平方メートル)	外資67%を規定
倉庫・卸売業	外資33%から67%
博物館	外資51%から67%
旅行会社	外資49%から67%
ケータリングサービス	外資51%から67%
星なし・一つ星・二つ星ホテル	外資51%から67%
ビリヤード、ボウリング、ゴルフ場施設	外資51%から67%
芸術場、ホール、音楽鑑賞施設	外資51%から67%
カラオケ	外資51%から67%
MICE施設	外資51%から67%
職業訓練施設	外資49%から67%
国際海上輸送	外資67%へ拡大
ターミナルサポート事業	外資67%へ拡大
空運サポート事業	外資67%へ拡大
空港関連サービス	外資67%へ拡大
電子商取引	外資49%を規定
病院	外資67%を規定
歯医者などのクリニック	外資67%を規定
レストラン、廃棄物処理	記載なし、全面開放

※詳細な条件、東南アジア諸国連合(ASEAN)枠の外資比率などは省略

「じゃかるた新聞」より

<卸売・倉庫業>

インドネシアでは、外資の製造業は生産後の自社製品を直接小売店あるいは最終消費者に販売することはできません。かならず卸売業者(ディストリビューター)あるいは卸売業務を行うこともできる小売業者を通じて販売する必要が

あります。この度の改正により卸売業者（ディス
トリビューター）も外資が過半数を取得するこ
とが可能になりました。従来は外資が 33%まで
となっており、大きなボトルネックとなってい
ました。自社でコントロールできるのであれば
販社を設立したい、という企業は少なくない
と思われます。

＜サービス業＞

現在、インドネシア政府は観光業の振興に力
をいれていますが、旅行会社や低級ホテル（星無
し〜2つ）、MICE（国際会議・展示会・研修旅
行をターゲットとしたサービス）施設も 67%ま
で外資による出資が認められるようになりました。
レストランにいたっては 100%の開放とな

りました。インドネシアは今、日本食ブームで
すが、今回の 100%開放により日本食レストラ
ンの増加に弾みがつくのではないかと期待され
ます。

＜病院・クリニック＞

インドネシアの医療水準は日本と比べると大
きく劣りますが、今回の改正により病院や歯医
者などのクリニックについても外資が 67%ま
で取得できるということが明確に規定されまし
た。外資導入により検査設備やラボ、高度治療
を行える医療機器などの整備が進み、医療水準
が向上していくことが期待されます。インドネ
シアに居住する在留邦人約 19,000 人にとっ
ても非常に関心の高いテーマです。

第 2 回日本商品大連地区巡回展

大連 ビジネスサポーター 劉 瑛

昨年に続き、6 月 9 日から 4 日間、大連中
心部にあるオリンピック広場で「第 2 回日本商
品大連地区巡回展」が開催されました。大連市



人民对外友好協会、西岗区人民政府などが主催
者であり、日本総領事館大連事務所、ジェトロ、
山口銀行大連支店やその他の日本関連機関も
協力しています。

日本・日系企業 50 社あまり約 100 ブースが
出展し、日常用品、化粧品、食品、介護用品、ア
クセサリー、工芸品などを展示販売しました。屋内
ではなく、メイン通りに隣接する露天広場で、隣
にはウォルマートがあり、通りかかる人が多い
会場です。日本式の夏祭りイベントで集客を
図り、また、端午節休みでもあったことから、4 日
間で来場者が延べ 25 万人を超えました。



既に中国市場で熟知されている食品、化粧品、
日常用品はすぐ目にとまり、即買ってしまうお
客さんも多く、販売は好調ですが、一方、まだ中
国市場に入っておらず、なじみのない商品は、ま
ずお客さんの反応を見るマーケティングから始
めなければいけません。正直、大連は中国では小
さい都市であり、購買力や人口数などから言え



ば市場の中心とはいえません。ただし、親日の面から見れば、特に中小企業にとっては、中国市場への切り込みのスタート地としては、より始めやすいともいえます。心理的にその他の国の商

品よりは日本商品に対して親しみが有り、また、日本の役所・銀行などの駐大連機関があり、サポート体制が中国初経験の中小企業にとっては心強い存在でもあるでしょう。

インドにおける個人の確定申告および資産開示制度について

チェンナイ ビジネスサポーター 田中 啓介

南インドのチェンナイは6月に入り暑さが少し和らいできた印象です。年度末の監査もひと段落して業務が少し落ち着いてきた企業も多いのではないかと思います。個人所得税の確定申告はまさにこれから。日本と違ってインドでは4月から翌3月までが法人・個人ともに課税期間として規定されていますが、個人の確定申告期限は7月末です。今年度以降、一定の条件を満たす者（日本人駐在員を含む）は個人資産および負債を開示する必要が出てきましたので、今回はインドにおける新しい開示制度についてご紹介したいと思います。

モサック・フォンセカ法律事務所のパナマ文書に代表される租税回避行為が世界的にも注目されており、それらを取り締まる動きが活発になってきていますが、昨年2015年にインドでもブラックマネー法（The Black Money (Undisclosed Foreign Income and Assets) and Imposition of Tax Act, 2015）が施行されました。従来から、インドにおいて「通常の居住者（ROR）」の居住ステータスに該当する人（＝過去10年間で2年以上インド居住者であり、かつ、過去7年間で730日以上インド滞在中の人）は、全ての国外保有資産および当該資産から得ている所得の開示が求められており、つまり、インド駐在3年目あたりから全世界所得課税かつ全世界資産の開示が必要でしたが、当該ブラックマネー法の施行により、2015年3月期以降、開示を怠った場合の罰則規定が明記され、高額な罰金に加えて10年以下の禁固刑という非常に厳しい罰則が科せられることとなりました。（※非居住者ステータスの期間に新規取得した資産で、当該資産から所得を得てい

ない場合は開示不要。）

さて、居住ステータスが「通常の居住者（ROR）」でなかったとしても（つまり、「非居住者」や「非通常の居住者（RNOR）」であったとしても）、従来から一定の条件を満たす者は個人資産の開示義務が規定されていました。つまり、250万ルピーを超える事業所得もしくはコンサルタント報酬等（＝給与は含まない）を得ている者は、個人が保有するインド国内資産及び負債を開示しなければなりません。しかしながら、2016年3月期以降は、上記の金額基準が500万ルピーに引き上げられる代わりに、従来の対象者に加えて給与所得者を含む一定の者（日本人駐在員を含む）が新たに対象となり、開示義務のある対象者が大きく拡大されました。（※なお、従来は300万ルピーを超える一定の純資産を保有する個人は、300万ルピーを超える部分の1%を富裕税（Wealth Tax）として申告・納税する必要がありましたが、2016年3月期以降は廃止されています。）多くの日本人駐在員は、インド国内で資産を保有するケースは少ないため、実務的には現預金残高や車両等の限定的な資産開示に留まるケースが多いですが、「通常の居住者（ROR）」に該当した場合には罰則規定が厳しいため、申告すべき所得および開示すべき資産には引き続き注意が必要です。特に、Entry Visa等で帯同している配偶者が「通常の居住者（ROR）」に該当した場合、インドでは一切所得を得ていないにもかかわらず、日本において不動産収入や配当所得、利子所得等を得ているような場合、インドにおいてすべての所得を申告・納税、さらに資産等を開示する必要がありますので注意が必要です。

5月20日、台湾の新しい総統の就任式が行われ新政権が発足しました。

女性初の総統（大統領）蔡英文は台湾の就任式の直後、新しい経済発展モデルを発表しましたが、その前提として現在の台湾がかかえる4つの問題点を次のようにまとめています。

- （1）台湾は高成長を続けられる環境がなくなっている
- （2）給与所得の上昇が遅々として進んでいない
- （3）所得分配の不公平感が際立って来た
- （4）グローバル化と兩岸関係変化の中で新しい発展計画が必要である

以上のような問題を抱える台湾の現状に立って、新しい経済発展モデルとして「5+2」即ち「5大産業+2大イノベーション」の推進を提唱しています。以下ご紹介します。

1. 「5大産業」

- （1）緑農産業（グリーンエネルギー産業）
 - ①台南市沙崙地区（高速鉄道台南駅付近）に「グリーンエネルギー産業区」を設置する。
同地区に「グリーンエネルギー研究所」を設置する
 - ②海上風力発電、南台湾に太陽光発電、宜蘭地区に地熱・海洋発電を拡大する
 - ③これら新エネルギーを活用し、関連産業向け需要を開拓する
 - ④新エネルギー関連産業をパッケージ化し海外市場を開き台湾経済の新しい柱とする
- （2）アジアシリコンバレーの創出
 - ①桃園市にアジアシリコンバレーの産業拠点を構築する
 - ②規制制度を見直し、海外人材と創業資金を集め、新ビジネスを興す
 - ③スマート生産、スマート物流などをテーマとする「スマートシティ」建設プロジェクトを桃園で立ち上げる
- （3）バイオ医薬
 - ①産学連携を推進し関連ベンチャー企業の創

業を促す

- ②海外の認証制度との整合を進め、兩岸医薬衛生協力協議を推進する
 - ③台北南港バイオ園區から台南科学園區にかけて企業、病院、研究機関を結んだアジア最大のバイオクラスターを建設する
 - （4）スマート機械（ロボット産業）
 - ①台中をスマート機械都市とし、産官学が連携して環境づくりを行う
 - ②中央、地方政府が協力し、土地取得から人材育成、販路開拓、技術開発までを支援するプラットフォームを形成する
 - （5）国防（航空、宇宙）
 - ①台中、台南、桃園の中央科学院を拠点に無人機開発を進める
 - ②高雄、屏東、宜蘭で艦船及び潜水艦技術の開発と中核企業を育成する
 - ③東南アジア向け、低コスト近距離小型船の開発と販売を行う
 - ④台北、新竹に情報セキュリティ産業の研究と民間応用を進める
- ## 2. 「2大イノベーション」
- （1）新農業

詳細は未発表だが、「国際市場に打って出る農業」を目指す
「補助金漬け、守りの農業」からの脱出を構想している
 - （2）新石化

詳細は未発表だが、環境問題及び保安問題を解決できる石化産業の構築を台湾経済の柱に据える

以上が新しい蔡英文総統の台湾経済に対する革新の方向付けですが、これを実現するために、「新南向政策」として南アジアを含めた人材、知財、資金を内外から呼び込むことも構想の中に入っています。また、新経済政策への国民の積極参画のみならず、特に若者の積極参加と海外からの参加を求めています。

【越境 EC に関する税制度改革について】

<回答者 公益財団法人ひろしま産業振興機構 上海事務所>

Q

今年 4 月から始まった越境 EC に関する税制改革の実施が延期されたと聞きましたが、具体的にどうなったのですか。
また、どのような対策を取ればいいのでしょうか。

A

■ 越境 EC の税制度改革に関する新しい通知について

5 月 25 日に、中国税関から『越境電子小売に関する新しい監督管理要求についてのお知らせ』（通知〔2016〕29 号）が発表されました。これによると、税率に関しては新制度を適用し、輸入商品の制限に関しては、2017 年 5 月 11 日まで旧制度に戻すということです。輸入商品の制限とは前回の Q&A でご紹介した「ポジティブリスト」（跨境電子商務零售進口商品清單）です。中国で人気のある一部の化粧品やサプリメントなどが、輸入許可を取得しなければ越境 EC で商品を輸入販売することができないと制限されたのですが、今回の新しい通知で、1 年延期となりました。

4 月 8 日に新しい税制度改革が実施されてから、越境 EC プラットフォームを扱う企業の中には、輸入品の販売量が激減した、在庫が急になくなったという業者がでてくるなど、急な制度変更に対応できず、大きな影響を受けていました。また、通関手続きに時間がかかり、効率も悪くなっていました。

この度、新制度の施行を 1 年間延期することに伴い、越境 EC における輸入商品に「輸入（通関）許可」は暫定不要となりました。初めて中国に輸入する商品についても、各種許可証はしばらく必要なくなります。

本通知により、2017 年 5 月 11 日までは、輸入商品規制が緩和されています。この 1 年の間に、テストマーケティングなど市場調査を行い、申請すべきことは今のうちに準備し、1 年先を見越して備えておくことが必要になるでしょう。

参考までに、ハッピーメール 5 月号（第 197 号）の中国ビジネス Q&A にて紹介した、既に適応されている新制度の税率に関する表を再掲載します。

・ 各種税率について（4 月 8 日から実施された税制度改革）

分類	販売価格	改正前	改正後（販売価格に対して）	増税率
食品、ベビー用品、 雑貨類	500 元以下 （約 8,300 円）	行郵税 10% 〔ただし、行郵税 50 元以下 となるため、実質免税〕	増値税 $17\% \times 0.7 = 11.9\%$	11.9%
	500 元以上	行郵税 10%		1.9%
アパレル、電化製品類	250 元以下 （約 4,150 円）	行郵税 20% 〔ただし、行郵税 50 元以下 となるため、実質免税〕	増値税 $17\% \times 0.7 = 11.9\%$	11.9%
	250 元以上	行郵税 20%		-8.1%
化粧品類	100 元以下 （約 1,660 円）	行郵税 50% 〔ただし、行郵税 50 元以下 となるため、実質免税〕	課税消費税 $30\% \times 0.7$ + 増値税 $17\% \times 0.7$ = 32.9%（※）	32.9%
	100 元以上	行郵税 50%		-17.1%

(1 元=16.6 円)

※ 化粧品にかかる消費税 30%として計算。他に、酒や貴金属、高級腕時計などに消費税がかかるが税率はこれに限りません。

本質問について具体的なお相談があれば、ひろしま産業振興機構国際ビジネス支援センター、もしくは広島上海事務所までお問い合わせください。