

新型コロナウイルスで自宅待機の中、「宅経済」が活況 ～デジタル経済の活性化でビジネスチャンスも

リサーチ&アドバイザー部
中国調査室

メインピックス	2
新型コロナウイルスで自宅待機の中、「宅経済」が活況～デジタル経済の活性化でビジネスチャンスも.....	2
▶ 2020年春節前後から急速に感染が広がった新型コロナウイルス(COVID19)により、中国人は外出を控え、人と会わず、自宅で待機するようになった。その影響を受けた飲食業や観光業、実店舗が大きく冷え込んでいる一方、ネットショッピング、オンライン教育、オンラインエンターテインメント、在宅勤務などの「宅経済(在宅での営業や消費活動による経済)」が一層の活況を呈し、川上・川下に至る各産業の共同発展を牽引することで、新たなビジネスモデルを生み出している。	
人事労務コンサルティング情報/中智上海.....	9
疫病期間中の労働問題に関する Q&A～	9
▶ 中国各地では、疫病の予防抑制を確保しつつ、秩序を保った企業の営業再開を進めています。このような状況下で、疫病流行期間中の賃金引き下げや支払の延期、営業再開後の感染について多くの企業が関心を寄せています。そこで、今回は疫病期間中の労働問題について取り上げます。	
君合の中国法コラム	11
新型コロナウイルスに起因する契約不履行に対する抗弁 –「不可抗力」と「事情変更の原則」の適用	11
▶ 中国武漢を発生源とする新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、中国政府は、春節休暇期間の延長、工場などの操業停止、移動制限、都市封鎖といった措置を相次いで講じた。新型コロナウイルスは、多くの企業の正常な経営、特に取引に大きな影響を及ぼすことが予想される。例えば、政府の操業停止命令により、売買契約の売主が履行遅滞または履行不能に陥った場合、新型コロナウイルスの発生を「不可抗力」または「事情変更の原則」として、債務不履行の責任を免れることができるかといった問題が生じると考えられる。本稿では、中国法における「不可抗力」と「事情変更の原則」の相違点、適用規則、SARSの際の対応などについて、以下のとおり解説する。	
三菱 UFJ 銀行の中国調査レポート(2020年3月).....	14

メントピックス

新型肺炎で自宅待機の中、「宅経済」が活況～デジタル経済の活性化でビジネスチャンスも

2020年春節(旧正月、今年は1月25日)前後から急速に感染が広がった新型コロナウイルス(COVID19)により、中国人は外出を控え、人と会わず、自宅で待機するようになった。その影響を受けた飲食業や観光業、実店舗が大きく冷え込んでいる一方、ネットショッピング、オンライン教育、オンラインエンターテインメント、在宅勤務などの「宅経済(在宅での営業や消費活動による経済)」が一層の活況を呈し、川上・川下に至る各産業の共同発展を牽引することで、新たなビジネスモデルを生み出している。

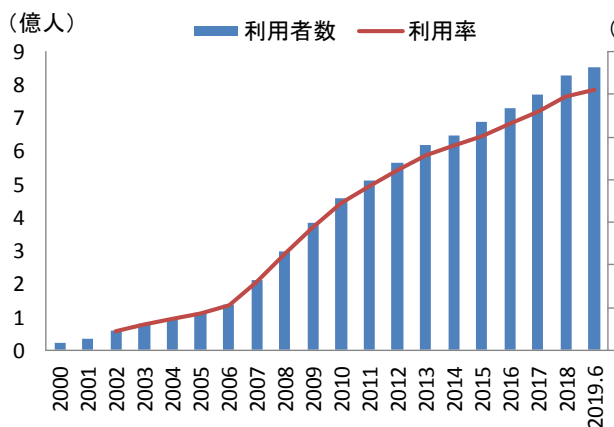
狭義の「宅経済」は「オタク」を主体とした経済活動であり、アニメ、漫画、ゲームおよび関連商品を中心とする産業を指す。広義の「宅経済」は実際「インターネット経済」の一つで、発達したインターネット設備、通信網や物流配送を通じて、オンラインでの購買、娯楽、学習や仕事を実現することで、電子商取引(EC)を中心としたインターネット関連産業が含まれている。新型コロナウイルスによる肺炎の感染拡大で、市民の間に外出自粛の動きが広がる中、関連産業は「宅経済」への対応に乗り出し、デジタルサービスを強化することで損失をある程度埋めていった。

I. SARS の産業方向と消費習慣に対する影響

淘宝と京東に代表される EC 業界の台頭

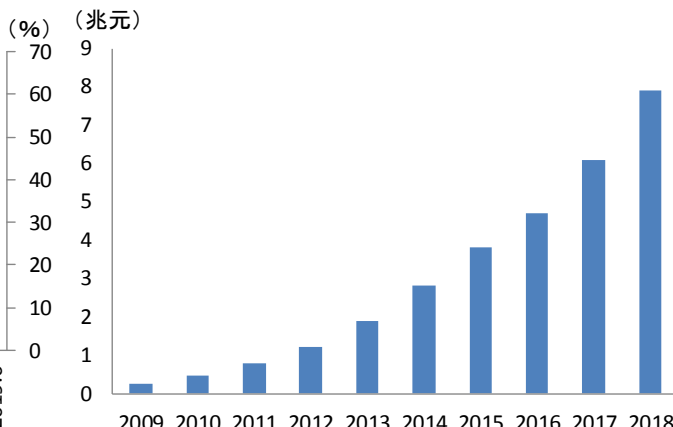
2003年に発生したSARS(重症急性呼吸器症候群)の流行により中国のサービス業は大きな打撃を受け、2003年5月の社会消費財小売総額の前年同月比伸び率は4.3%に落ち込み、業務中断や資金繰り不足に直面する実体小売企業はオンラインへのモデル転換に乗り出した。中でも淘宝と京東に代表されるEC企業にとって、2003年は転換点となった。数カ月をわたる自宅待機期間、人々はネット接続の習慣を養成しつつ、ネット利用率が上昇した。中国のネット利用者規模は2002年末の5,910万人から2003年末の7,950万人に、ネットショッピング取引額は3.7億元から7.9億元にそれぞれ増加し、SARS以降も急速的な成長を遂げてきた(図表1、2)。2019年6月時点、ネットショッピングのユーザー数は6.4億人でネット利用者全体の74.8%を占めた。

【図表1】中国のネット利用者数の推移



(出所) CNNICより当行中国調査室作成

【図表2】ネットショッピング取引額の推移



(出所) iResearchより当行中国調査室作成

2003年5月5日、広州商品取引会から戻ってきたアリババの職員はSARS感染が確認されたことを受け、アリババ創業者の馬雲は会社全員の在宅勤務を決めた。SARS流行期間、アリババの企業間(B2B)ECサイト「阿里巴巴(1688.com)」で発信された1日の商業情報(売買、代理、連携など)は9,000件~12,000件で、

2002年の3倍となった。アリババの中国における会員140万社に対するサンプル調査によると、SARSの3カ月間、取引を達成した企業数は全体の42%を占め、1カ月のアクセス数は延べ1.6億人、1日の営業収入は100万元以上となった。2003年3月から、アリババの1日の新規会員数は3,500人で、前四半期より50%増えた。中国のサプライヤーの顧客数は2002年同期より2倍増加し、グローバルにおける38万社のバイヤーと190万社の会員はアリババを通じてビジネスチャンスを探し、取引を展開していた。

2003年5月10日、アリババは企業対個人間(B2C)ECサイト「淘宝网」をリリース。SARS期間、顧客と面談ができず、Eメール、電話やネット即時通信を利用したことから、数多くの中小企業と海外顧客は電子商取引を受け入れ始めた。2005年初、設立してから2年未滿で淘宝の会員数は600万人を突破。一方、当時創業5年間のeBayの会員数は1,000万人。なお、商品量、アクセス数、成約額においても淘宝はeBayを上回った。SARSを機に誕生した淘宝は中国最大のECプラットフォームに成長し、2018年末時点、アリババ(淘宝や天猫を含む)の営業収入は3,768億元、粗利益は1,699億元に達した。

1998年に設立した京東は北京の中間村にある数平米の売り場から始まり、4年間で全国シェアの60%を有する最大の光磁気ディスク販売業者となった。2003年、「京東多媒体」と称して、CDROMやCD-Rを取扱い、12店舗を開設したが、SARSの感染拡大を受け、閉店を余儀なくされ、オンライン販売への転換に着手した。2004年1月1日、「京東多媒体」サイトがリリース、100品以上を取扱い、SARSで溜まった在庫を徐々に削減した。その時、創業者の劉強東はオフライン業務を取りやめ、ECへの全面的転換に踏み切った。2005年11月、京東多媒体の1日の受注量は500件を突破、2007年6月、「京東商城」(www.360buy.com)に改名、2009年3月、国内唯一の月間売上高が2億元台を突破したB2C企業となった。2018年末時点、京東の営業収入は4,620億元、粗利益は660億元を実現した。

民間物流業の発展

物流業は参入ハードルが低い労働集約型産業で、当初の中国の物流業は国有企業の中国郵政(EMS)を主導としていた。一方、SARS以降、EC業界の急成長に伴い、国有企業が日増しに増大する配達ニーズに応えられない中、順豊など民間物流企業の発展を促進した。SARSから3年間が経過した2007年、物流業は業務量成長のピークを迎え、北京、上海、江蘇、浙江、広東など経済発達地域の配達業務量は急増し、全体の伸び率は528%に、通年の業務量は7.5億件に上った。市場規模の拡大は大規模な雇用を促進し、サービス業の就業人数が急速に増加した。北京、上海、江蘇、浙江、広東の郵政業就業人数は2013年に最高値の40万人を超え、倉庫や運輸業の就業人数も増加した。

SARSの感染拡大を背景に、ネットショッピングの発展は配達業の発展を牽引するとともに、配達企業の内部管理や経営モデルの転換を促進し、EC依存型から業務多様化への転換が進んでいる。また、順豊や徳邦は直営制へ、その他企業は「直営+加盟」の運営モデルを採用した。2009年9月、「配達業務経営許可管理弁法」が公布された。物流や配達企業の上場に伴い、十分な資本サポートを受け、大手企業は情報通信技術の活用で市場シェアを拡大させ、「順豊+三通一達(中通、園通、申通、韻達)」の市場構成を形成した。

II. 生活スタイルのオンライン化と「宅経済」の代表分野

2003年のSARSを機に、アリババ、京東を代表とするインターネット企業の誕生と発展をもたらした。今回の新型コロナウイルス感染拡大は人々の消費習慣を変える契機とも思われ、オンラインショッピング、オンラインエンターテインメント、オンライン診療、オンライン授業、テレワークといったデジタル経済の新業態は、感染予防・抑制対策の時期に重要な役割を發揮した。より多くのネットユーザーが実際に体験し、オンラインサービスを利用・購入する習慣が育成されるようになり、中国の「宅経済」市場の巨大な潜在力を見せつけた。

生鮮EC

Euromonitorの統計によると、2018年、中国の生鮮小売市場規模は前年比4.5%増の4兆9,500億元。販売チャネルからみると、野菜市場は53.7%と最高、スーパーは40.1%と2位を占めた。農産品や生鮮食品は標準化が進んでおらず、運輸過程での損耗率が高いため、ネット浸透率が未だ低い。2018年、生鮮分野のEC利用率は3.7%で、デジタル消費財、家電、衣類、化粧品などの分野(30%以上)を大きく下回った。

生鮮 EC は 2005 年「易果生鮮」の設立から始まり、2012 年 11 月の「褚橙進京」¹から急成長を迎え、2015 年の資本市場低迷の影響を受け、2016 年から再編調整期に入った。一方、アリババや京東など大手 EC 企業の参入により、サプライチェーンや物流などインフラ強化に伴い、オンラインとオフラインが融合した「新小売」モデルをもたらした結果、生鮮 EC も注目を集めている。生鮮食品のネットチャネルの割合は 2013 年の 0.5% から 2018 年の 4.9% に、市場規模は 126.7 億元から 2,045.3 億元に拡大した(図表 3)。

生鮮 EC のビジネスモデルとして、①生鮮分野に特化した垂直型(毎日優鮮、叮咚买菜)、②総合型(天猫生鮮、京東生鮮)、③オンラインとオフラインを結合した O2O 型(盒馬鮮生、7FRESH、京東到家、美团)などが挙げられる。2018 年、垂直型生鮮市場でトップ 5 企業は市場シェアの 37.6% を占めており、2017 年より 12.5 ポイント上昇し、市場集中度が向上している。毎日優鮮、永輝超市、盒馬鮮生など生鮮 EC アプリの月間アクティブユーザー数(DAU)は 150 万人を超えている。

新型コロナウイルスの影響で多くの人が自宅待機となり、食品デリバリーや EC プラットフォームで野菜を買うことが多くの人にとって最優先の選択肢となり、受注量の増加ペースが加速した。過去数年間のデータでは、生鮮 EC の春節連休期間の売上は普段より減少するのが一般的だったが、今年は同時期の受注量が一気に増加した。1 月 24 日～2 月 13 日、微信ミニプログラムのスーパーと野菜・果物業態のアクセス人数は前年同期比それぞれ 115%、168% 増加した。QuestMobile のデータによると、2020 年春节期間(1 月 24 日～2 月 2 日)、生鮮 EC の DAU は 1,009 万人に上り、2019 年春节(2 月 4～10 日、527 万人)より 91.5%、2020 年平日(1 月 2 日～8 日、777 万人)より 29.9% の増加となった。企業別でみると、春節期間の京東到家の売上は前年同期比 470% 増となり、うち野菜、果物、卵、乳製品、冷凍食品はそれぞれ 510%、300%、770%、370%、790% 伸びた。毎日優鮮、叮咚买菜の売上もそれぞれ 350%、600% 増加した。

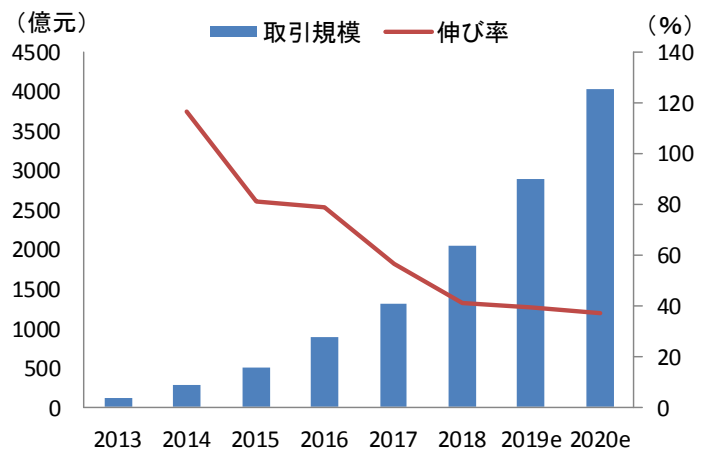
また、生鮮 EC 業者は供給を確保するため、人的資源を分け合う「ワークシェアリング」、時間帯別の受注、在庫の大量準備などの対処策をとった。2 月 3 日、盒馬鮮生は雲南料理レストラン「雲海肴」、四川料理レストラン「青年餐厅」と提携し、従業員のシェアリングを行うと発表した。飲食企業の自宅待機中の従業員を盒馬で臨時採用し、面接や研修、身体検査を経て、梱包や仕分け、陳列に従事させた。配達員不足および飲食企業の人件費の負担をある程度緩和するほか、収入の損失を補い、雇用の安定にも寄与した。

SARS 期間の EC と物流業発展の経験を鑑み、今回の新型コロナウイルスの影響を受け、生鮮 EC とコールドチェーン物流も発展好機を迎えると見込まれる。消費者習慣の養成が加速するとともに、食品保鮮、食品安全、供給源の安定、損耗率、物流コストなどサプライチェーンの課題が顕在化しているが、サプライチェーン管理の高度化を通じて供給・配送の安定性と適時性を向上させることが求められる。

「直播 EC」(ライブ配信による販売)

「網紅(ワンホン)」とは、ネット上の人気者の意味で、ネットで多くのフォロワーを集めて有名になり、強い影響力を持った動画や生放送を中心に活動するインフルエンサーを指す。2013 年 4 月、中国版 Twitter とも呼ばれる SNS サービス「微博(Weibo)」は淘宝と提携し、双方はソーシャル EC のやり方について模索することを発表し、網紅と EC の融合が始まった。当時、微博のユーザー数は既に 5 億人を超えていた。微博で人気になった網紅の多くは淘宝のモデルから転身し、張大奕、雪梨、張沫凡などがその代表といえる。巨大なアクセ

【図表 3】生鮮 EC 市場取引規模の推移



(出所) iResearchより当行中国調査室作成

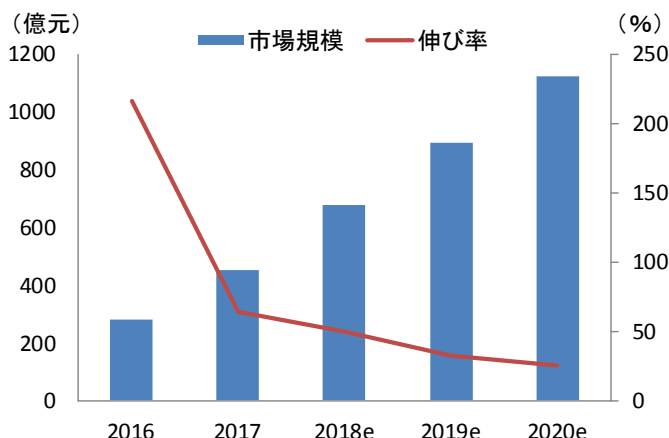
¹ 2012年11月、昔の「煙草大王」褚時健が雲南で栽培したオレンジは北京でよく売れて、生鮮ECサイトの本来生活を通じて5日間で20トンが完売した。

ス数をフォロワーに変え、さらにフォロワーを顧客に変えていくのが微博時代の網紅の方法論だった。

2015年末から2016年半ばにかけて、中国のライブ配信業界は飛躍的な発展を遂げ、千社近くが市場に参入し、ゲーム、ショー、生活、ECなど様々な分野に及んだ。iResearch が発表したデータによると、2018年のライブ配信の市場規模は676.6億元(図表4)。世界2位である中国の映画市場の興業収入(654億元)を超えている。2016年3月、淘宝直播(ライブ)が公開され、同年11月、人気ブロガー・張大奕の店舗は淘宝の女性アパレルカテゴリーで初めて1億元を突破する店舗となった。モバイルインターネットの発展に伴い、2018年には、ロコミアプリ「小紅書」、ショート動画アプリの「抖音(TikTok)」と「快手」、2019年には、京東、拼多多、網易考拉などEC企業も相次いで直播EC分野に参入し、ライブ配信による商品販売を開始した。ライブ配信で取り扱われる商品は衣服や化粧品のほか、食品、生活用品、ベビーマタニティ、デジタル製品、小型家電など様々に細分化された。

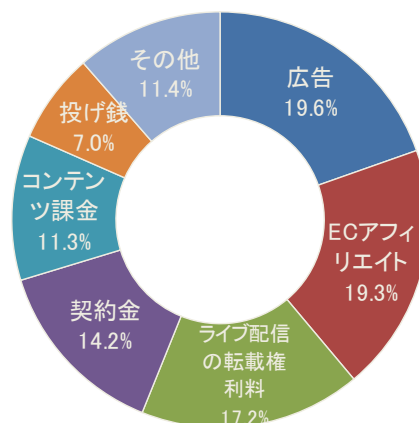
このような流れにつれて、SNSの影響力や市場規模が爆発的に伸びており、網紅たちが商品を守るプラットフォームも当初の微博からショート動画サイト、ライブ配信サイトへと移行した。網紅の収入源について、トップは広告収入(19.6%)、第2位はECアフィリエイト収入(19.3%)。網紅がライブ配信の中で商品を紹介し、それを見た視聴者が購入すると、代金の一部が網紅の収入になる仕組みである(図表5)。

【図表4】ライブ配信市場規模の推移



(出所) iResearchより当行中国調査室作成

【図表5】2018年の網紅の収入源

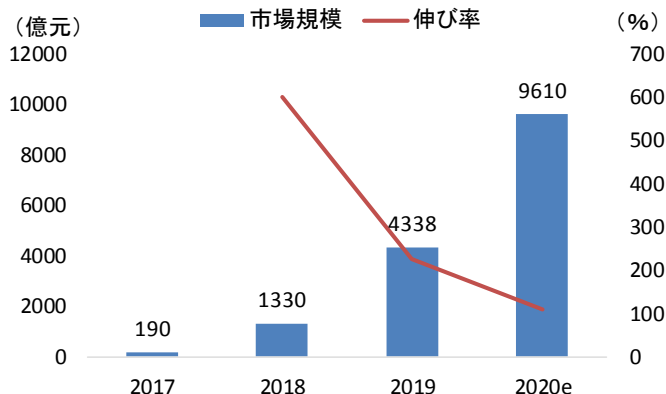


(出所) iResearchより当行中国調査室作成

以前はフォロワー数が多い、またはイネなどのインタラクションが多い者が影響力が高いとされた。しかし最近では「带货(ステルスマーケティング)」、つまりどれだけ商品を動かすかということが取り上げられる。90年代のTVショッピングの現代版とも呼ばれる「ライブ配信ショッピング」は、直接的な売り上げで注目を集め、大きなビジネスチャンスとなっている。この分野でのトップ網紅は「薇娅」と「李佳琦」が代表的である。2019年の「双十一」(アリババが毎年11月11日に開催する販促イベント)、9割のブランドがライブ配信を行い、2人の淘宝ライブ配信番組の視聴者数はそれぞれ4,315.4万人と3,683.5万人に達した。

iiMedia Research のデータによると、2019年のライブ配信のユーザー数は5.0億人、直播ECの市場規模は4,338億元(うち淘宝直播は2,000億元以上)となった(図表6)。ECにとってユーザー獲得コストが上昇し続ける中、「網紅带货」は比較的低コストの割に成約率が高いのが特徴である。直播ECの本質はライブ放送方式を通じて、最短時間で商品の価値を示し、購買意欲に火をつけることである。従来型ECの購買転化率は0.37%に対して、ソーシャルECは6%~10%、トップ網紅带货は20%に達

【図表6】直播EC市場規模の推移



(出所) iiMedia Researchより当行中国調査室作成

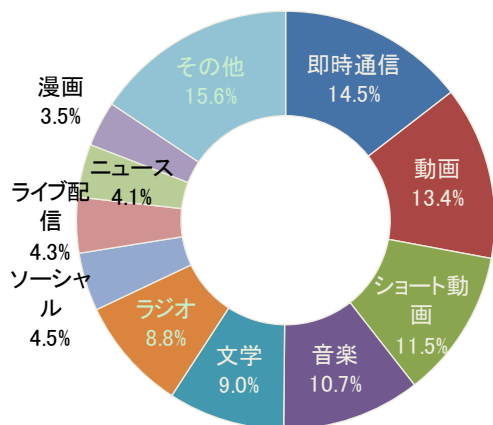
した。

新型コロナウイルスの感染状況を受け、大手コンテンツプラットフォームはライブ配信方式を通じて、店舗の経営回復を支援する措置を打ち出した。たとえば、①淘宝:すべてのオフライン店舗は無料で淘宝直播に入居可能、②微店:すべての店舗に無料のライブ配信サービスを提供、③抖音:団体購入の予約販売、ライブ配信による商品共有を通じて、オフライン業者向けにオンライン販売チャネルの開拓をサポートしている。また、オフライン依存度が高かった不動産、自動車、飲食、観光などは、情報のライブ配信を試みてオンラインへのモデル転換を図っている。こうした試みは緊急時のニーズに応じたものだけでなく、ユーザーが新たな習慣を育てるチャンスでもあると言える。中国のモバイルECのユーザーの伸びが鈍化しており、顧客獲得コストが上昇している。かかる中、直播ECの盛り上がりはEC業界の発展を加速させる見込み。ネットの利便性、サイトやウェブサービスの多様化、操作の容易さ、MCN(網紅のマネージメント事務所)の拡大といった相乗効果により、ライブ配信は各社がECチャネルに進出する主な形式になると思われる。

オンラインエンターテイメント

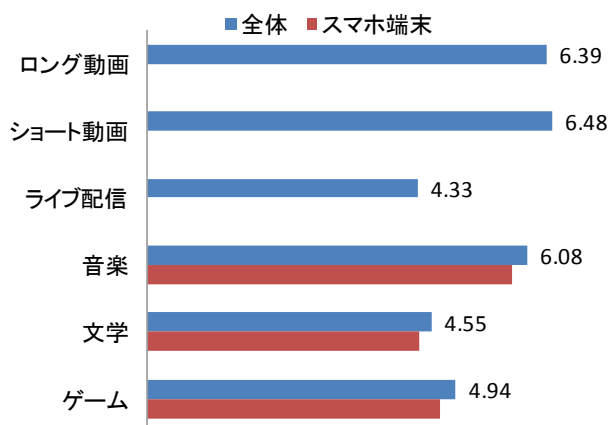
モバイルインターネットが急成長する現在、文化エンターテイメント産業はメディア、映画、音楽、読書、漫画のほかに、ショート動画、ライブ配信、ゲームといった新業態・新モデルが現れてきた。2019年6月時点、カテゴリ別のスマートフォンアプリの利用時間をみると、即時通信が14.5%で最も長く、動画、ショート動画、音楽、文学とラジオなどオンラインエンターテイメントが続いた(図表7)。オンラインエンターテイメントのユーザー数をみると、ロング動画、ショート動画、音楽はいずれも6億人を超えている(図表8)。

【図表7】各種スマホアプリの利用時間の割合(2019年6月時点)



(出所) 中国電信より当行中国調査室作成

【図表8】オンラインエンターテイメントのユーザー数(2019年6月、億人)



(説明) ロング動画にテレビ、バラエティ、映画などが含まれる。ロング動画、ショート動画とライブ配信は全体とスマホで区分しない
(出所) CNNICより当行中国調査室作成

春節休暇延長や新型コロナウイルス流行の影響を受け、多くの人々が自宅に引きこもるようになり、オンラインエンターテイメント業界は逆に急速な発展期を迎えた。Questmobileのデータによると、ネットユーザーのネット利用時間は春節前に比べ21%上昇し、中でもモバイルソーシャル、ゲーム、ショート・ロング動画、ニュース・情報といったネットメディアの増加が顕著である。オフラインの社交活動の急減により、ゲームがオンラインの娯楽の重要な代替品になり、SNSで競い合うゲーム、微信のミニプログラムのゲーム、将棋やトランプなどのゲームが明らかに恩恵を得た。2020年春節期間、スマートフォンゲームの利用時間と売上は2019年春節よりそれぞれ41%と33%増加した。テンセントが開発したヒットゲーム「王者荣耀」の1月29日のDAUは1億900万人の史上最高値を更新した。

例年多くの集客が見込める春節映画の興行成績も悲惨な状況に陥っている。ただ、人気シリーズ「囧媽」(Lost In Russia)がネット上で無料配信を始めると、これが呼び水となり、各動画サイトが相次いでキャンペーンを実施し、アクセス数や会員数を大きく伸ばした。

2019年、ショート動画の利用時間は1人当たり月間1,604分となり、モバイルエンタメ市場の37.7%を占めた。2020年春節期間、ショート動画のDAUは8,192万人増え、エンタメ方式で最も伸びが顕著である。春節期間のショート動画のDAUは5.7億人、利用時間は1日当たり1.8時間。1月29日、抖音と快手のDAUはそれぞれ3.1億人、1.7億人となった。ショート動画は特に若者の中で人気があり、ネットユーザーのエンタメ方式を変えただけでなく、広告、ライブ配信、ECといった数多くの分野にも参入し、業態モデルの転換を促進した。

在宅勤務

新型コロナウイルスの感染を回避・抑制するため、テレワークの需要が短期間で爆発的に増加した。百度の注目度指数によると、2月のテレワークの検索指数は前年同期比491%、前月比317%増加した。また智聯招聘の調査によると、今年の春節連休明け、17.8%の会社は在宅勤務、34.8%の会社は未定、42.3%の会社は出社を選んだ。在宅勤務を採用する企業のうち、IT・通信・電子・インターネットは全体の32.1%と最も多く、商業サービスは28.3%と続いた。iiMedia researchによると、2020年春の業務再開期間中、1800万社以上がオンラインのテレワークモデルを採用し、3億人を超えるユーザーがテレワークのアプリを使用しているという。ネットを利用して業務を再開することで、感染状況と生産経営の現実的な要求を両方カバーすることができ、オンライン勤務は今やさまざまな業務を秩序よく展開するための有力な支えになっている。

こうした中、インターネット環境を使った在宅勤務向けソフトウェアも対策に一役買っている。極光のビッグデータでは、1月1日から2月21日までの間に、アリババグループ傘下のスマートリモートワークプラットフォーム「釘釘(DingTalk)」のDAUは2,610万人から1億5千万人まで増え、企業微信は562万人から1,374万人まで増えた。2月5日にはアップルストアで、釘釘が初めて微信を追い抜き、ダウンロードランキング1位になった。また、釘釘が発表したデータによると、春節後の業務再開から数日以内、200万社以上がオンラインで健康情報管理を行い、1億人近くが毎日、釘釘の健康チェック機能を利用して勤務先に無事を報告している。業務再開初日の2月3日、1000社を超える約2億人が釘釘プラットフォームで業務を遂行し、テレビ会議を開いている。

協同オフィスや遠距離会議を可能にするため、感染対策期間、複数のインターネット企業はテレワークやテレビ会議機能を無料提供する計画を打ち出した。アリババの釘釘、華為のWeLink、テンセントの騰訊会議、字節跳動(バイトダンス)の飛書、会暢通訊、Zoomなどのオフィスウェアが挙げられる。

テータ通信料のボーナスが徐々に天井に近づくインターネット大手各社の今後にとって、テレワーク製品は企業向け市場に参入するための武器になっている。これからは企業の協同オフィスワークのクラウド環境をめぐる競争がますます激しくなり、市場の規模も成長を続け、条件が整う業種は積極的にテレワークを導入することが見込まれる。

オンライン教育、医療

コロナウイルス感染が拡大する中、全国範囲で大学、高校、中学校、小学校の授業再開が延期され、「休校しても勉強をやめない」との教育部指示に基づき、多くの学校や教育機関はオンライン教育産業の企業と提携し、オンライン教育ツールを利用して遠隔教育やオンライン授業を展開している。釘釘は「家で授業を受ける」計画を打ち出し、2月10日時点で全国300都市以上の5,000万人の小中学生をカバーしている。新東方在線、学而思網校、猿補導、作業帮などのオンライン教育プラットフォームは無料授業を通じて市場を拡大し、顧客獲得コストの大幅な低減につながり、オンライン教育サービスの利用率の拡大に取り組んだ。

このほか、医療機関とインターネット企業が展開する「オンライン医療」の注目度も高まった。阿里健康、騰訊健康、平安好医生、丁香医生、微医など10数社のネット医療プラットフォーム、200社余りの公立病院はオンライン公益受診サービスを開通し、利用者は在宅のまま医療相談や診断を受けることができる。平安好医生の累計訪問者数は11.1億人、新規登録ユーザー数は新型肺炎発生前の10倍、1日の受診量は同9倍増加した。

現在、新型コロナウイルス感染による肺炎が中国経済を直撃しているが、危機の中にはチャンスも潜んでいる。マッキンゼーの計算によると、オンライン商品が1単位当たり増加する中、61%は既存ニーズの代替、39%は新規ニーズということが分かる。オンライン消費はオフライン消費を代替するとともに、新たな消費を創出している。感染拡大の中で、人々のデジタル化のニーズが増大し、一部のオフラインの生産活動、生活スタイル、消費シーンがオンラインへと急速に移行し、デジタル経済の行動や習慣が育成されつつある。ネット関連企業はその流れに乗って業績を上げ、デジタル経済をはじめとするニューエコノミーは感染による損失を埋め合わせ、経済を力強く押し上げるとともに強い存在感を示した。

4G やブロードバンド技術の進歩に伴い、モバイル決済、ネット配車、出前、ショート動画などは、従来型消費やソーシャルメディアのモデル転換を加速させた。5Gの商用化に伴い、ビッグデータやAIなど新技術に支えられ、テレワーク、オンライン教育、オンライン診療、オンラインエンターテインメントといったオンライン産業が活性化され、革新をもたらすとみられる。今回の感染状況の中で登場した「宅経済」は中国のデジタル経済のインフラ基盤、ECの発展による企業や消費者の成長、市場の育成を裏付けた。感染症の影響は短期的に特定分野の発展を促しただけでなく、消費習慣を育成することで、産業発展に長期的な影響を与え、経済成長の新たな原動力にもなる見込み。新型肺炎をめぐる事態が収束後、こうした産業にはさらに多くのビジネスチャンスが到来し、新業態の高度化と進化が加速していくと予想される。

MUFG バンク(中国) リサーチ&アドバイザリー部
中国調査室 孫元捷

人事労務コンサルティング情報/中智上海

疫病期間中の労働問題に関する Q&A～

中国各地では、疫病の予防抑制を確保しつつ、秩序を保った企業の営業再開を進めています。このような状況下で、疫病流行期間中の賃金引き下げや支払の延期、営業再開後の感染について多くの企業が関心を寄せています。そこで、今回は疫病期間中の労働問題について取り上げます。

I. 疫病流行期間中の賃金について、引き下げ又は支払を延期できますか？

賃金支払暫定規定には、使用者は労働者の賃金を控除してはならないことを明確にしており、使用者が賃金を控除し、又は理由なく支払を遅延した場合、労働行政部門は労働者の賃金と経済補償金の支払いを命じ、併せて賠償金の支払いを命じる事ができると規定しています。

しかし、現在の様な特殊な状況下においては、従業員との合意を条件に、賃金の引き下げや支払いを延期する事が認められています。

浙江省のある企業では、電子契約を用いて速やかに数百人の従業員と合意により労働契約を変更することで、電子証拠を残しつつ合法的に緊急を要する賃金の問題を解決しました。

人力資源社会保障部弁公庁による新型コロナウイルス肺炎の疫情予防抑制期間における労働関係問題の適切処理に関する通知:「二、企業は伝染病の影響で生産経営が困難に陥った場合、労働者と協議により賃金の調整、交代勤務や交代休業、勤務時間の短縮などの方式で勤務部署を安定させる事ができ、…」

II. 操業再開後に新型肺炎の感染が発覚した場合、労災と認定されますか？

労働災害保険条例には、従業員が業務上の原因により事故に遭い負傷し、又は職業病にかかった場合、労災保険待遇を享受できると規定しています。

それでは、勤務中や通勤途中で新型肺炎に感染した場合にも労災と認められるのでしょうか。これについて、人社部、財政部、衛生健康委の三部門は『業務職責の履行により新型コロナウイルス肺炎に感染した医療看護及び関係業務従事者に関連する保障問題に関する通知』を公布し、医療看護及び関係業務従事者が業務職責を履行し、新型コロナウイルス肺炎に感染して死亡した場合、労災と認定すべきであり、法に基づき労災保険待遇を享受することを明確にしました。

したがって、医療看護及び関係業務従事者以外の一般労働者が通常の勤務場所又は通勤のため交通機関を利用して新型肺炎に感染した場合であっても、原則として労災とは認められません。

III. 結婚休暇と疫病予防抑制休暇が重なった場合、結婚休暇は延長されますか？

『中華人民共和国婚姻法』には、結婚した場合1日から3日の結婚休暇を付与すると規定しています。上海市の場合、国が規定する結婚休暇に7日間の休暇が追加付与されます。追加付与される7日間の結婚休暇は、国の規定する結婚休暇と合わせて取得しなければならず、休暇期間中に週休日と重なる場合は延長せず、法定休日と重なる場合はその期間の日数を延長することができます。

疫病予防抑制休暇の扱いについて、上海市人力資源社会保障局は『企業の営業再開の遅延に関する問題に関する人社局の権威回答』の中で、具体的に回答しています。つまり、春節期間が延長された3日間(1月31日、2月1日、2日)は、法定休日ではなく週休日と同じ扱いとされます。更に上海市では2月3日から9日まで営業再開が遅延されましたが、その期間についても休日と同じ扱いとされます。

これを婚姻休暇の規定に照らすと、結婚休暇期間中に法定休日と重なる場合には延長されますが、週休日と

重なる場合には延長されないため、結婚休暇と疫病予防抑制休暇が重なった場合には、結婚休暇は延長されません。

IV. 全国の政策速達

全国《「人力資源社会保障部弁公庁による電子労働契約締結に関わる問題に関する文書」公布》

当該文書では、以下の内容を明確にした:使用者と労働者は合意により、電子形式を採用して書面の労働契約を締結することができる。電子形式を採用して労働契約を締結する場合、電子署名法等の法律法規の規定に適合し書面形式と見なされるデータ電文及び信頼できる電子署名を用いなければならない。使用者は電子労働契約の作成、送信、保存等について電子署名法等の法律法規に規定する要求を満たし、これについて完全、正確、かつ改ざんされないよう確保しなければならない。労働契約法の規定と上記の要求に合致する電子労働契約は、締結により直ちに法的効力を生じ、使用者と労働者は電子労働契約の約定に従い、各自の義務を全面的に履行しなければならない。

中智上海経済技術合作有限公司 中智日本企業倶楽部・智櫻会

グローバルにリードする人的資源総合サービスサプライヤーである中智は1987年、中央政府管理下の国有重点骨幹企業として設立されました。中智では現在、世界500強企業239社傘下の1057社や中国500強企業148社傘下の611社を含む全世界の企業7.6万社の企業やそこで勤めている202万名以上の中堅、上級技術者や管理者及び従業員へ人的資源の専門的サービスを提供しています。日系企業向けのサービスには中智日企倶楽部・智櫻会・中智日本サービスセンター・HR法務センターがあり、人事労務法務最新情報発信及びコンサル、人事アウトソーシング、日系企業の交流会等を提供しています。

君合の中国法コラム

新型コロナウイルスに起因する契約不履行に対する抗弁 – 「不可抗力」と「事情変更の原則」の適用

中国武漢を発生源とする新型コロナウイルス感染症(以下「新型肺炎」という)の感染拡大を受け、中国政府は、春節休暇期間の延長、工場などの操業停止、移動制限、都市封鎖といった措置を相次いで講じた。新型肺炎は、多くの企業の正常な経営、特に取引に大きな影響を及ぼすことが予想される。例えば、政府の操業停止命令により、売買契約の売主が履行遅滞または履行不能に陥った場合、新型肺炎の発生を「不可抗力」または「事情変更の原則」として、債務不履行の責任を免れることができるかといった問題が生じると思われる。本稿では、中国法における「不可抗力」と「事情変更の原則」の相違点、適用規則、SARS の際の対応などについて、以下のとおり解説する。

I. 「不可抗力」と「事情変更の原則」の適用規則と相違点

1. 不可抗力の適用規則および法律効果

『民法総則』第180条および『契約法』第94条、第117条によると、不可抗力とは、予見不能、回避不能かつ克服不能な客観的状況を指し、不可抗力による契約不履行については、不可抗力の影響の度合いに応じて、責任の一部または全部が免除されるが、法律に別段の定めがあるときはこの限りではない。不可抗力により契約の目的を達成できなくなったとき、当事者は契約を解除することができる。

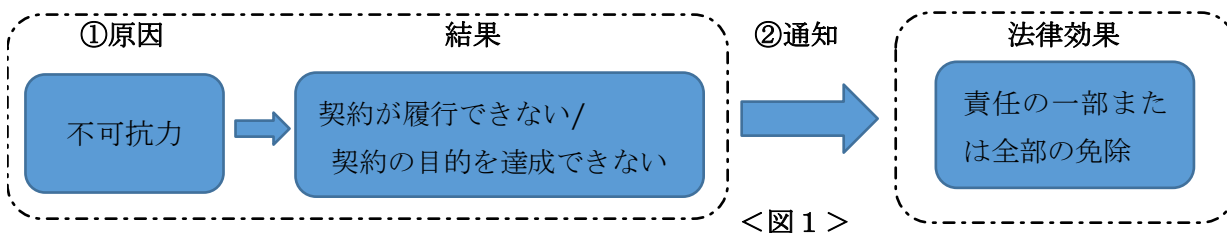
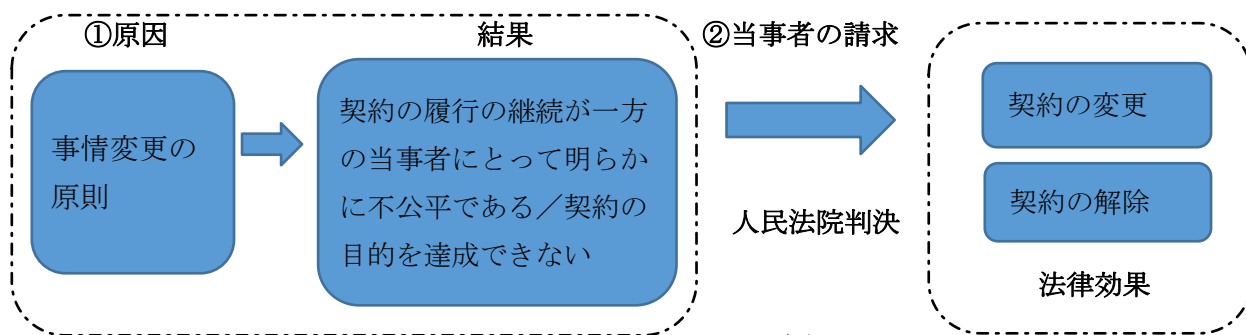


図1に示すとおり、不可抗力の法律効果は、責任の一部または全部の免除である。当該法律効果を実現するためにはまず、不可抗力と契約の履行不能との間に直接的な因果関係があることを立証する必要がある(図1の①)。仮に今回の新型肺炎により当事者の契約履行能力が劣ることとなったが、履行不能にまでは至らない場合、若しくは契約履行能力に影響しない場合(例えば、サービスの提供を主たる業務とするコンサルティング会社などは、在宅勤務する従業員が正常にサービスの提供を行える)、または新型肺炎の感染拡大後に契約を締結した場合などについては因果関係は不成立となり、契約不履行の責任を免れることはできない。また、不可抗力の主張にあたっては、相手当事者の損失を軽減させるために、速やかに相手当事者に通知しなければならない。速やかに通知しなかった場合には、本来軽減できたはずの損失部分については不可抗力を主張することはできず、免責されない。

2. 「事情変更の原則」の適用規則および法律効果

「最高人民法院による『中華人民共和國契約法』の適用における若干の問題に関する解釈(二)」第26条では、「契約の成立後、客観状況に、当事者が契約締結時に予見不能な、不可抗力によらない商業リスク以外の重大な変化が生じ、契約の履行の継続が、一方の当事者にとって明らかに不公平であるか、または契約の目的を達成できない場合に、当事者が人民法院に契約の変更または解除を請求したとき、人民法院は公平の原則に基づき、かつ事件の実状を踏まえて、契約を変更または解除するか否かにつき確定するものとする」と規定されている。



<図2>

図2に示すとおり、「事情変更の原則」の法律効果は、契約の変更または契約の解除のみであり、即ち、当該主張が認められたとしても、当然に契約不履行の責任を免れるわけではなく、人民法院が当事者の請求に基づき、公平の原則に則り、事件の具体的な内容を踏まえ、当事者間の権利義務関係を調整し直すこととなる。当然のことながら、「事情変更の原則」を主張する場合にも、上記図2-①の原因と結果に、直接的な因果関係があることを立証する必要がある。

3. 「不可抗力」と「事情変更の原則」の相違点

下表に「不可抗力」と「事情変更の原則」の主な相違点をまとめた。

	項目	不可抗力	事情変更の原則
1	事由	地震、洪水、戦争、暴動など	予測不能の事件、社会情勢や経済情勢の激変、物価急騰など
2	判断基準	契約は履行不能	契約は履行可能
3	法律効果	免責、契約解除の法定事由	契約の変更／解除
4	行使条件	人民法院が参与する必要はない	当事者が人民法院に請求する必要あり 人民法院が公平の原則に基づき判決を下す
5	適用範囲	違約責任、訴訟時効の中断など	違約責任に限定

II. SARS の際の対応

2003年6月11日に中国最高人民法院は、『伝染性非典型肺炎の予防治療期間における法に基づく人民法院の裁判および執行業務の確実な実行に関する通知』を公布し、①原契約の履行が、一方の当事者の權益に重大な影響を与える契約紛争事件については、具体的な状況に基づき、公平の原則を適用して処理すること、②行政措置により契約が履行不能となった場合には、不可抗力を適用して処理することを定めた。当該基準から、SARSの影響により契約が履行不能となったかを判断基準として、「不可抗力」または「事情変更の原則」を適用するという最高人民法院の見解が伺える。今後、新型肺炎についても、同様の通達が出される可能性が高いと考える。

III. まとめ

新型コロナウイルスによる契約不履行に対する抗弁については、事実関係を明確にしたうえで、個別の具体的な状況に応じて、「不可抗力」か「事情変更の原則」を選択して適用すべきである。また適用にあたっては、①中国貿易促進委員会などの機関への「不可抗力事実証明書」の申請、②相手当事者への速やかな通知、③因果関

係を立証できる証拠の収集といった措置を講じておく必要がある。

当資料は情報提供のみを目的として、君合律師事務所によって作成されたものであり、当行はその正確性を保証するものではありません。また当該機関との取引等、何らかの行動を当行が勧誘するものではありません。

謝均 君合律師事務所パートナー

君合律師事務所は中国、海外に事務所を持つ中国最大級の事務所で、国際法律連盟(ILASA)より連続で中国のベスト弁護士事務所金賞に選ばれている。謝均弁護士は、一橋大学法学研究院にて法学修士を取得後、日本の法律事務所勤務を経て2015年5月から君合律師事務所へ転籍。外商投資、再編撤退、労務管理、M&Aの分野に強い。



三菱 UFJ 銀行の中国調査レポート(2020年3月)

■ ニュースフォーカス No.4 2020

広東省各都市 「新型コロナウイルス肺炎疫病に対する企業の操業・生産再開支援措置」を公表

http://rmb.bk.mufg.jp/files/topics/1123_ext_02_0.pdf

アジア法人営業統括部 アドバイザリー室

■ MUFG BK CHINA WEEKLY 2020/3/4

新型コロナウイルス感染拡大下の中国金融政策

<https://count.bk.mufg.jp/c/Ccl0k7fgutzdbjH14417b45lid0k7fgwfmprdq>

国際業務部

■ 中国レポート臨時号

2019 新型コロナウイルスの影響について(2020年3月10日時点)

<https://count.bk.mufg.jp/c/Ccl0k7lmtmhsuH05436447lid0k7lmv8ihd4>

国際業務部

本資料は、参考のみを目的として、MUFG バンク(中国) 有限公司(以下「当行」)が作成したものです。当行は、本資料に含まれる情報の適切性、完全性、又は正確性について、いかなる表明又は保証をしません。

本資料に記載されている情報及び意見のいずれも、預金、証券、先物、オプション、又はその他の金融商品又は投資商品の購入又は売却の申出、勧誘、アドバイス若しくは推奨をするものではなく、またそのように解釈されるものでもありません。

本資料に含まれる意見(あらゆる声明及び予測を含む)は、通知なしに変更される可能性があり、その正確性を保証致しかねます。本資料は、不完全又は要約されている場合もあり、本資料に掲げる当事者に関する重要な情報を全て網羅していない可能性もあります。当行(含む本店、支店)及び関連会社のいずれも、本資料を更新する義務を負いません。

本資料に含まれる情報は、MUFG バンク(中国) 有限公司(以下「当行」)が信頼できると判断した情報源から入手したものになりますが、当行は、その適切性、適時性、適合性、完全性又は正確性について、いかなる表明又は保証をせず、一切の責任又は義務を負いません。したがって、本資料に記載されている評価、意見、見積り、予測、格付け若しくはリスク評価は、当行による表明及び/又は保証に依拠されるものではありません。当行(含む本店、支店)及び関連会社並びに情報提供者は、本資料の全部又は一部の使用に起因するいかなる直接的又は間接的な損失又は損害について、いかなる責任を負いません。

過去の実績は、将来の業績を保証するものではありません。本資料に含まれるいかなる商品の業績の予測について、必ずしもその将来実現する又は実現できる業績を示すものではありません。

当行は、本資料の著作権を保有し、当行の書面同意なしに本資料の一部又は全部を複製又は再配布することが禁止されます。当行(含む本店、支店)又は関連会社は、当該複製又は再配布によって生じる、いかなる第三者に対する責任を一切負いません。

受領者には、必要に応じて、専門的、法律、金融、税務、投資、又はその他の独立したアドバイスを別途取得する必要があります。

MUFG バンク(中国) 有限公司 リサーチ&アドバイザリー部 中国調査室
北京市朝陽区東三環北路5号北京發展大廈4階 照会先:石洪 TEL 010-6590-8888ext. 214