

2017年の中国のネット利用者は7.7億人 ～自転車シェアと出前サービスの利用者が急増

中国投資銀行部
中国調査室

メインピックス2

2017年の中国のネット利用者は7.7億人～自転車シェアと出前サービスの利用者が急増2

▶ モバイルインターネットが高度に発展する中、携帯電話でネットに接続する人が急増を続け、ネット利用者のほとんどがモバイル端末利用者である。スマートフォンを活用したライフスタイルの定着に伴い、各種ネットサービスの利用率が上昇を続け、うち出前サービスと自転車シェアの利用者数の伸びが最も顕著であった。ネット通販の急成長は消費高度化を促進し、シェアリングエコノミーの急成長は就業拡大に貢献したほか、大量の若年ネット利用者はネットアプリの普及を加速させたことから、インターネットは中国経済のモデル転換の促進力およびイノベーションの牽引力になっている。また、都市部と農村部のネット普及率の向上、ネット決済やネット理財商品購入の習慣の定着に伴い、デジタル化社会および「普惠金融」(社会の各階層やグループにサービスを提供する金融体制)の発展を加速させている。

人事労務コンサルティング情報/中智上海.....10

残業に関する法律規定と運用について～ 10

▶ 残業とは、『労働法』に規定されている「延長労働時間」のことであり、従業員が法定労働時間又は会社の規定に定められた労働時間を超過して働くことをいいます。残業の運用方法に関する相談は比較的多く寄せられ、中には誤った認識や運用方法が妥当でないケースが見られます。そこで今回は、残業代に関する法律規定と会員企業様からよくある運用に関する質問をまとめました。

三菱東京 UFJ 銀行の中国調査レポート(2018年2月)12

メントピックス

2017年の中国のネット利用者は7.7億人～自転車シェアと出前サービスの利用者が急増

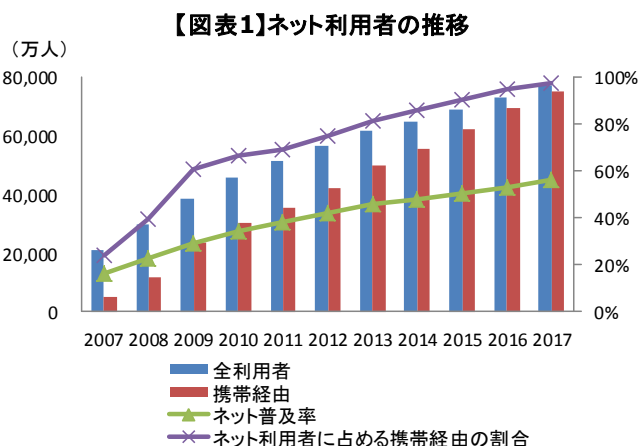
中国インターネット情報センター(CNNIC)はこのほど、「第41回中国インターネット発展状況統計報告」を発表した。CNNICが毎年1月と7月に同報告を発表することが慣例となっており、これまでに40回発表し、中国のインターネット業界の始まりから急成長までの全過程を記録してきている。今回の報告ではインターネットの基礎的建設、個人と政府のインターネット応用状況、産業発展およびインターネット安全などの内容が盛り込まれている。

*以下全ての図表は2017年12月時点、CNNICの公表を基に作成

I. ネット利用者の規模と構成

① ネット利用者は7.7億人、その97.5%はモバイル端末利用

2017年12月時点で中国のネット利用者規模は7億7,198万人に上り、2017年通年で4,074万人増加し、ネット普及率は前年比2.6ポイント上昇の55.8%となった(図表1)。インターネットビジネスモデルの持続的イノベーション、オンラインとオフラインサービスの融合の加速および公共サービスのオンライン化の加速はネット利用者規模の増加を推進した。うち携帯電話などモバイル端末経由の利用者は前年比5,734万人増加の7億5,265万人に達し、ネット利用者全体に占める割合は2016年の95.1%から97.5%に上昇した。サービスシーンの多様化、モバイル端末のスマート化、モバイルデータ通信の大容量化に伴い、ネット利用者がモバイル端末にシフトした。



2017年12月時点で農村部のネット利用者は2億900万人で2016年末から793万人増加し、全体の27%を占めているが、都市部のネット利用者は5億6,300万人で同3,281万人増加し、全体の73%を占めている。都市部と農村部のネット普及率はそれぞれ71.0%と35.4%で、応用分野別の利用率格差が大きい。ネット通販、旅行予約、決済、理財商品における格差は20～25ポイントと最も大きく、出前、配車予約、自転車シェアにおける都市部の利用率も農村部を20ポイント上回った。一方、即時通信、音楽、動画など基礎的応用における都市部と農村部の格差は10ポイント前後にある。

2017年12月時点の非ネット利用者は6億1,100万人で、都市部と農村部はそれぞれ37.6%と62.4%を占める。ネットを利用しない理由として、「パソコンやネット接続の方法が分からない」、「ピンインが分からない」と答えた割合はそれぞれ53.5%と38.2%であり、「必要がない・興味がない」と答えた割合は9.6%、「パソコンがない・ネットに接続できない」と答えた割合は14.8%であり、ネット接続技能の不足と文化水準の制限が阻害要因である。それを改善するには、ネット接続コストの引き下げおよびネット利用ニーズの掘り起こしが必要であると思われる。非ネット利用者のうち、ネットの無料研修に参加したい割合は31.9%、ネット料金値下げおよびバリアフリー設備の無料提供でネットを利用したい割合は28.9%と25.4%、家族や親戚と連絡をとる、所得増加、商品を購入するためネットを利用したい割合はそれぞれ32.0%、26.4%と17.5%となっている。

② ネット利用者は若年化、20～29歳が最多

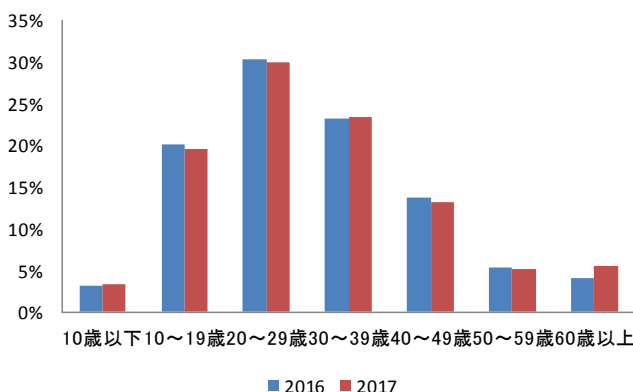
性別をみると、ネット利用者の男女比は52.6:47.4となり、2016年末の中国人口の男女比は51.2:48.8である

ため、ネット利用者と中国人口の男女比が接近しつつある。年齢別では、10～39歳(全体の73.0%)が主な利用世代であり、うち20～29歳が最多の30.0%、10～19歳、30～39歳はそれぞれ19.6と23.5%を占めており、2016年とほぼ横ばい。他方、60歳以上の高齢者層の割合は2016年の4.0%から5.2%に上昇した(図表2)。

学歴別では、中学校、高等学校(中等専門学校・技術学校学歴も含む)のネット利用者の割合はそれぞれ37.9%と25.4%で最も多い。職業別では、学生の割合がトップの25.4%、次に個人事業主・フリーランス(21.3%)、会社員(一般職員とマネジメント、計14.6%)の順でほぼ安定している。

所得別では、月収2,001～3,000元が16.6%、3,001～5,000元が22.4%と最も多く、5,000元以下が約8割を占めているが、5,000元以上の割合は2016年より3.7ポイント上昇し、ネット利用者の高所得化が進んだ。

【図表2】ネット利用者の年齢層分布



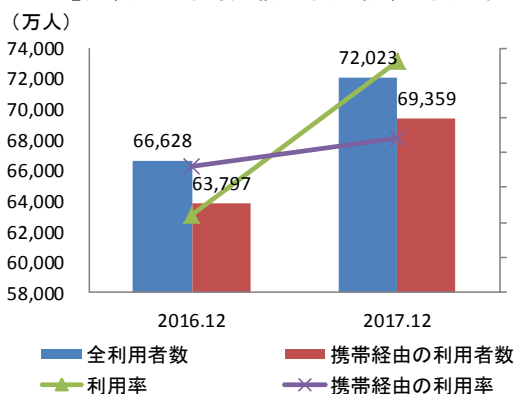
Ⅱ. ネットアプリの利用状況

①基礎的アプリの利用者が安定的に増加

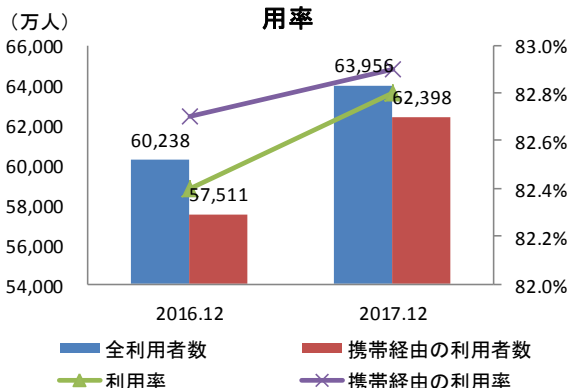
2017年12月時点の即時通信(WeChat, QQなど)の利用者は7億2,023万人と2016年末から5,395万人増え、ネット人口の93.3%を占めており、携帯経由の即時通信の利用者は6億9,359万人と同5,562万人増え、携帯経由のネット人口の92.2%を占めた(図表3)。2017年9月、国家互連網信息弁公室は「インターネットグループ情報サービス管理規定」を公布し、グループのネット行為や情報発信を規範化させた。即時通信商品の差異化、生活サービスへの接続力の拡大、ビジネスシーンの応用力の強化が発展方向とみられる。

検索エンジンの利用者は6億3,956万人と2016年末から3,718万人増え、利用率(ネット人口に占める割合)は82.8%。携帯経由の利用者は6億2,398万人と同4,887万人増え、利用率は82.9%に達した(図表4)。携帯での検索エンジン利用者の増加は全体の増加数を上回り、営業収入に占めるモバイル業務の割合も上昇している。モバイルインターネット時代において、人口知能(AI)技術は検索エンジン市場に発展の原動力をもたらし、企業の多元化発展にユーザーデータを蓄積した。

【図表3】即時通信の利用者数と利用率



【図表4】検索エンジンの利用者数と利用率



ネットニュースの利用者は6億4,689万人で利用率は83.8%となり、携帯経由のネットニュースの利用者は6億1,959万人で利用率は82.3%に達した(図表5)。2017年5月、国家互連網信息弁公室は「インターネットニュース情報サービス管理規定」を公布し、ネットニュース業界の健全的な発展を促進した。人民日報、新華社、中央テレビ(CCTV)といった主流メディアはインターネット化の改造を加速させたほか、ネットニュース各社の競争は単なるデータ通信量からコンテンツ、形式、技術など複数チャンネルへシフトしつつある。

ソーシャル関係のアプリでは WeChat のモーメンツ、QZone の利用率はそれぞれ 87.3%と 64.4%、微博(ミニブログ)は 40.9%で 1 位～3 位を占めている。ソーシャルアプリは即時通信からニュース配信、動画、決済、ゲーム、公共サービスなどに至るまで機能が多様化しており、ソーシャルメディアに基づいたマーケティングサービスやモバイル広告は最も活発的な分野となった。伝統的なメディアは微博、微信の公式アカウントを開設することで情報発信を強化する一方で、自媒体(WeMedia)のアクティブユーザー数も増え、影響力が拡大しつつある。

②ビジネス類、出前の利用者増が顕著

2017年12月時点のネット通販の利用者は5億3,332万人と前年末から14.3%増加し、利用率は69.1%。このうち、携帯経由の利用者は同14.7%増の5億563万人、利用率は67.2%となった(図表6)。電子商取引(EC)分野の法制化が進んでおり、「電子商務法」、「電子商務発展を促進する3年行動実施方案(2016～2018)」、「ネット小売標準化建設の工作指針」が相次いで打ち出された。業界は高品質、高効率の段階へ発展しており、ODM(オリジナルでのデザインと製造)モデルのEC、中古品ECなどは急成長を迎えた。また、オンライン・オフラインの融合が顕著になり、アリババ、京東は実体小売企業と戦略的提携を行い、オフラインへ参入したほか、流通分野のデジタル化、スマート化の傾向が高まっている。

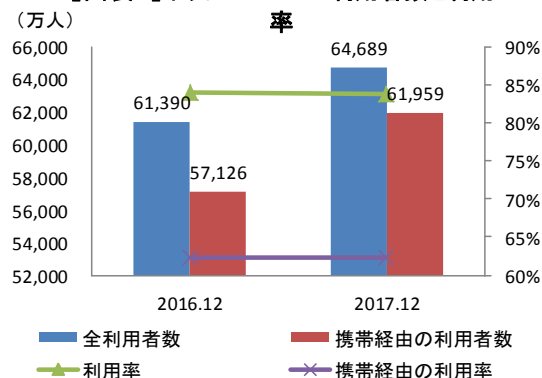
2017年には出前サービス利用者の増加が最も著しく、前年比64.6%増の3億4,338万人に上り、うち携帯経由の利用者は同66.2%増の3億2,229万人で、利用率は42.8%となった(図表7)。「飲食業質量安全水準の向上に関する意見」、「ネット飲食サービス食品安全監督管理弁法」の公布により、食品安全分野の法制度が整備しつつあるほか、「餓了麼」が「百度外売」を買収することで市場は「餓了麼」と「美团外売」の大手2社による競争段階を迎えた。出前サービス企業は有名な飲食ブランドと提携することでブランド化を強化しながら、スマート技術の活用で配送効率を向上させた。

ネット旅行予約の利用者は3億7,578万人と前年末から25.6%増加し、利用率は7.8ポイント上昇の48.7%(図表8)。このうち、切符購入、航空機のチケット購入、ホテル予約と観光商品予約の利用率はそれぞれ39.3%、23.0%、25.1%と11.5%となっている。携帯経由の利用者は同29.7%増の3億3,961万人で、利用率は37.7%から45.1%に上昇した。航空券予約はオンライン旅行代理業者(OTA)の営業収入の大半を占めているが、ホテルの直接販売や民宿、観光商品の開発にも力を入れている。

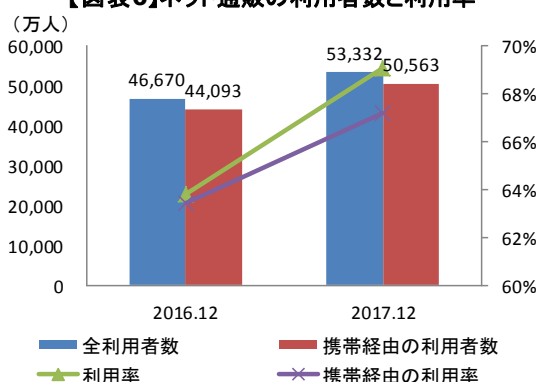
③モバイル決済の利用率が持続的上昇、理財商品の利用率増が顕著

2017年12月時点のネット理財商品の利用者は前年比30.2%増の1億2,881万人で、利用率は3.2ポイント

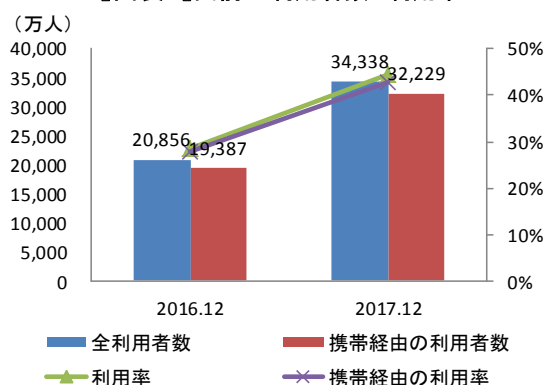
【図表5】ネットニュースの利用者数と利用率



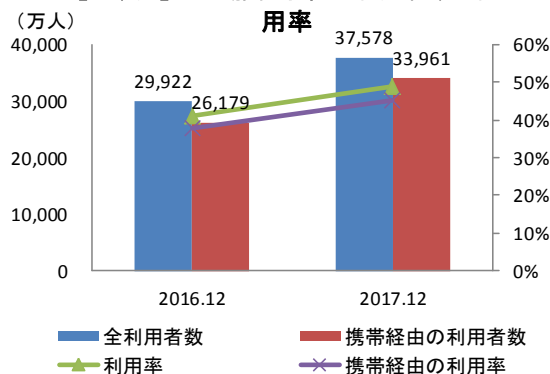
【図表6】ネット通販の利用者数と利用率



【図表7】出前の利用者数と利用率



【図表8】ネット旅行予約の利用者数と利用率



上昇の16.7%となった。金融業監督管理および蚂蚁金融服務(アントファイナンシャル)の方針調整を受け、同社のMMF「余额宝」は個人投資者の1日当たり購入上限額を2万元、全体の所有額を10万元にそれぞれ縮小させ、銀行やファンドなど伝統的な金融機関およびその他のネット理財プラットフォームへの資金流動を加速させた。2017年に「ネット貸借資金預かり業務指針」、「ネット貸借情報仲介機関業務活動情報公開指針」などP2Pネット金融業界に対する規制策の公布は、これまで打ち出された政策とともに政策枠組みを構築した。P2Pネット金融市場の金利水準が低下し、業界の規範化が進んでいる。网贷之家のデータによると、2017年のネット貸借業界の全体的総合収益率は9.45%と2016年に比べ100ベースポイント低下した。また、小口資金貸付、地方金融資産取引所に対する整理整頓により、システムティックリスクを低減させた。

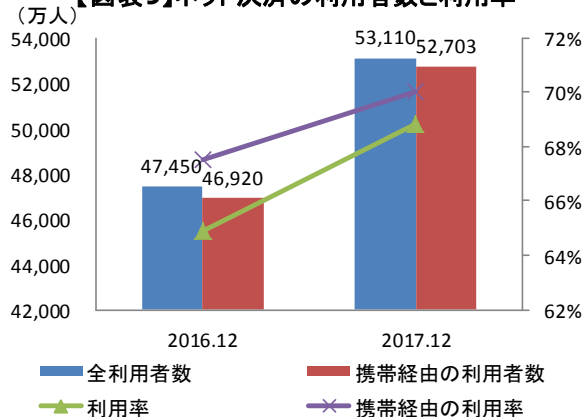
2017年末時点のネット決済利用者は前年比11.9%増の5億3,110万人で、利用率は68.8%。うち携帯経由は12.3%増の5億2,703万人で利用率は70.0%に達した(図表9)。実店舗での買い物にスマホ決済を使うネット利用者の割合は前年末の50.3%から65.5%に上昇し、うち都市部は72.3%、農村部は47.1%となった。スマホ決済利用者のうち、スマホ決済をより多く利用する割合は39.1%、現金や銀行カードをより多く利用する割合は31.1%となっている。モバイル決済はタクシー、出前、通販といった個人消費から、公共料金支払い、公共交通、高速道路、医療などの分野へ拡大し、中国人の生活に深く定着してきた。

④ 自転車シェアの利用者が半年で倍増

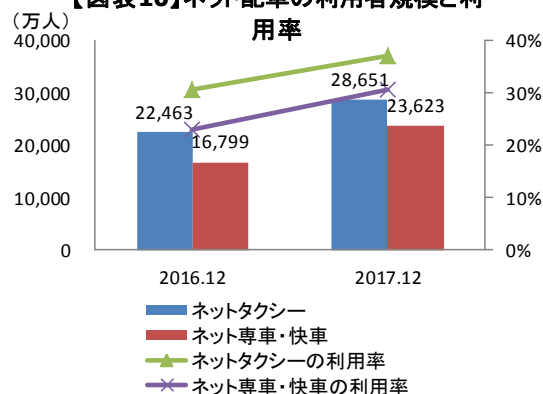
2017年下半期には利用者が最も伸びた分野は自転車シェアで、2017年末時点の自転車シェアの利用者は前年比108.1%増の2億2,078万人となり、半年で利用者数は1億人増加した。利用率は28.6%に達した。自転車シェアは国内主要都市のほか、海外21カ国にも進出した。資本の後押しにより、自転車シェアの大手企業は上半期に大口融資を相次いで実行し、多くのベンチャー企業も市場に参入したことから、2年末まで利用者数は2億人を突破した。一方、業界競争の激化に伴い、資金力や革新力が弱い中小企業は下半期から資金調達に直面し、「小藍」、「小鳴」、「酷騎」など経営不振でデポジットの返金ができない企業が現れ、デポジット管理や利用者の権益保護に注目を集めている。「ネット貸借自転車の発展を奨励・規範化する指導意見」の公布に伴い、政府・企業・社会組織と公衆の力による共同管理モデルは模索の方向に転換している。関係部門は自転車シェア企業との連携強化により、投入台数や放置計画を策定し、自転車の大量投入で起きた都市管理の問題をある程度緩和させた。

2017年末時点のネットタクシーの利用者は前年比27.5%増の2億8,651万人、利用率は6.4ポイント上昇の37.1%。ネット専車・快車の利用者は同40.6%増の2億3,623万人、利用率は7.6ポイント上昇の30.6%に達した(図表10)。「ネット予約タクシー経営サービス管理暫定弁法」が実施して以降、各地が出された細則で車両や人員に関する参入基準を引き上げ、市場は無秩序な発展から規範化した発展軌道に乗った。一方、需給の不均衡が存在する中、ネット配車企業はモデル革新に取り組んでおり、鉄道、観光、求人といった多業界での協働を通じて、顧客データの共有、収益力の向上を図ろうとする。

【図表9】ネット決済の利用者数と利用率



【図表10】ネット配車の利用者規模と利用率



【図表11】各種インターネットアプリの利用率(2017年12月)

分野	全利用者数 (万人)	ネット利用者に占 める割合	伸び率 (前年比)	
	うち携帯経由	携帯経由のネット 人口に占める割合	伸び率 (前年比)	
基礎的	即時通信	72,023	93.3%	8.1%
		69,359	92.2%	8.7%
	検索エンジン	63,956	82.8%	6.2%
		62,398	82.9%	8.5%
	ネットニュース	64,689	83.8%	5.4%
	61,959	82.3%	8.5%	
ビジネス	ネット通販	53,332	69.1%	14.3%
		50,563	67.2%	14.7%
	出前	15,518	20.1%	12.7%
		32,229	42.8%	66.2%
	旅行予約	37,578	48.7%	25.6%
	33,961	45.1%	29.7%	
金融	理財商品	12,881	16.7%	30.2%
		-	-	-
	銀行	39,911	51.7%	9.2%
		37,024	49.2%	11.0%
	ネット決済	53,110	68.8%	11.9%
	52,703	70.0%	12.3%	
娯楽	音楽	54,809	71.0%	8.9%
		51,173	68.0%	9.4%
	文学	37,774	48.9%	13.4%
		34,352	45.6%	13.1%
	ゲーム	44,161	57.2%	5.9%
		40,710	54.1%	15.8%
	動画	57,892	75.0%	6.3%
		54,857	72.9%	9.7%
	42,209	54.7%	22.6%	
	-	-	-	
公共サービス	自転車シェア	22,078	28.6%	-
	タクシー予約	28,651	37.1%	27.5%
	専車・快車予約	23,623	30.6%	40.6%

Ⅲ. インターネット産業の発展状況

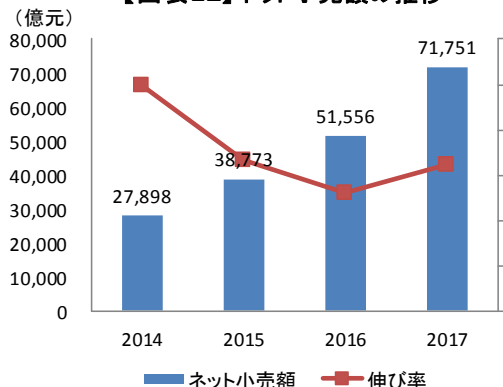
① 産業規模

2017年1～11月の電子商プラットフォームの収入は前年同期比43.4%増の2,188億円となり、2016年に比べ、全体的な収入は増加しているが、月ごとの変動幅が大きかった。2017年のネット小売額は前年比32.2%増の7兆1,751億円となり、うち実物のネット小売額は同28.0%増の5兆4,806億円で、社会消費財小売総額の15.0%を占めている(図表12)。B2B(企業間取引)において、ビッグデータ、クラウドコンピューティング技術によって、電子商企業は「産業チェーン+サプライチェーン」のサービスモデルを通じて、川上・川下の顧客ニーズに応え、完備な金融サービスを提供することで取引の達成率を向上させた。B2C(企業対消費者間取引)において、ネット小売市場は急速な発展ぶりを維持し、無人店舗、無人レストランといった新たなビジネスモデルや技術が続出しているほか、EC企業はAR技術や仮想試着室を活用した実体小売体験店を開店するなど実体小売業にも参入した。

2017年1～11月のネットゲーム業務収入は前年同期比22.1%増の1,341億円となり、伸び率は2016年より加速した。モバイルネットゲームは営業収入全体の90%以上を占めている。中国のネットゲーム産業は東南

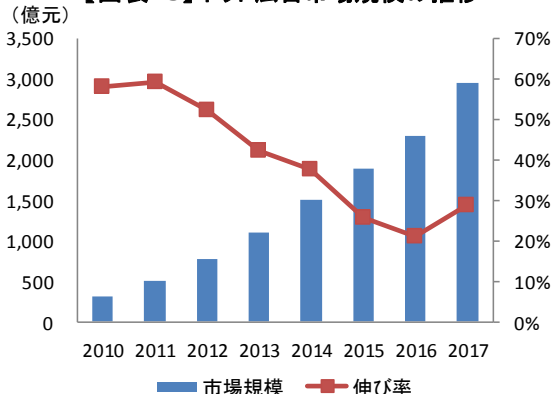
アジア市場から欧米、日本・韓国、ロシアなどへ拡大し、国際的影響力が向上している。また、2017年のネット広告市場規模は前年比28.8%増の2,957億元となり、モバイル端末の増加が顕著である(図表13)。

【図表12】ネット小売額の推移



(出所) 国家統計局

【図表13】ネット広告市場規模の推移



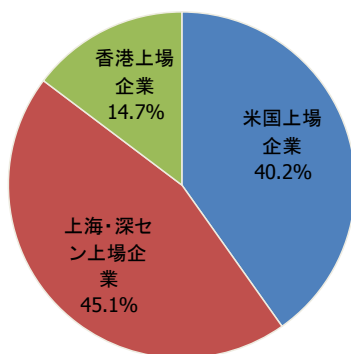
(出所) 企業決算報告などによりCNNICが推計したもの

② ネット上場企業

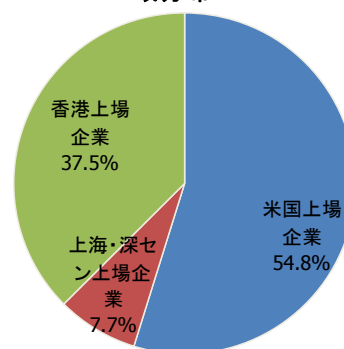
2017年12月時点で域内外における中国のネット上場企業¹数は102社で前年より12%増加し、うち上海・深セン、米国と香港で上場する企業数はそれぞれ46社、41社と15社となっている(図表14)。同時点のネット上場企業の時価総額は8兆9,700億元と2016年より66.1%増加した。米国で上昇するネット企業の時価総額は全体の54.8%、香港と上海・深センで上場するネット企業の時価総額はそれぞれ全体の37.5%と7.7%を占める(図表15)。大手3社テンセント、アリババとバイドゥの時価総額はそれぞれ3兆1,000億元、2兆9,000億元と5,000億元で、上場企業全体の73.9%を占める。

登録地からみると、北京のネット上場企業数が最多の40.2%、上海と深センはそれぞれ18.6%と8.8%、広州と杭州はいずれも3.9%を占めた(図表16)。業種別では、ネットゲームが最多の28.4%、EC、文化・メディア、ネット金融、ソフトウェア・ツールがそれぞれ14.7%、10.8%、9.8%、5.9%を占めた(図表17)。

【図表14】ネット上場企業数の地域分布



図表15】ネット上場企業時価総額の地域分布



③ イノベーション発展

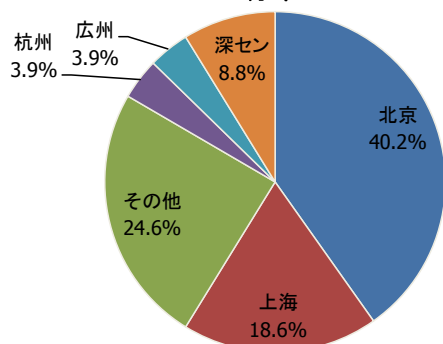
第三者情報プラットフォームを基に、社会の遊休資源を再配置してユーザーにサービスを提供するシェアリングエコノミーは2017年に好調な発展ぶりを見せており、中でもネット配車と自転車シェアは高額な資本融資を獲得した。様々なシェアサービスが増えており、ネット配車と自転車シェアの利用率は30.6%と28.6%に達したが、シェア充電器は12.5%、シェアハウスとシェア自動車は2.8%と2.2%のみにとどまる。

2017年12月時点の中国のネット・情報関連ユニコーン企業(評価額が10億ドル以上の非上場のベンチャー企業)は77社となり、地域別にみると、北京が全体の41.6%と最も多く、上海が23.4%と続く。業種別でみると、

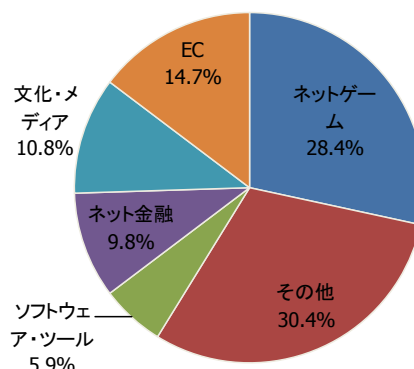
¹ 米国、香港および上海・深センで上場するネット業務の営業収入が50%以上を超える上場企業を指す。ネット業務にはネット広告とネットマーケティング、ネットゲーム、ECなどが含まれる。

EC(18.2%)とネット金融(15.6%)は主導的な地位を占めており、それに文化・娯楽(11.7%)、自動車・交通(10.4%)、スマートハードウェア(6.5%)、ネット医療(3.9%)、AI(3.4%)と続いた(図表18)。

【図表16】ネット上場企業登録地の地域分布

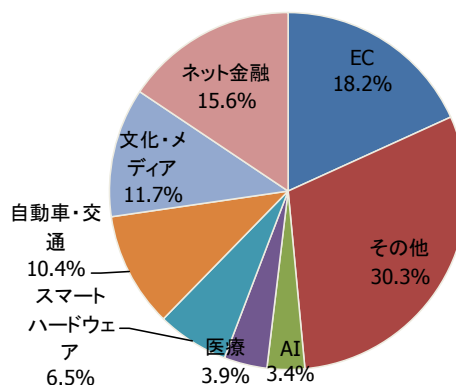


【図表17】ネット上場企業の業種分布



2017年、AIをめぐる国際競争が激しく、主要先進国はAIを国家競争力向上、国家安全維持の重大戦略に位置付け、政策制定を加速している。中国ではAIを中心とした新世代科学技術は日進月歩で発展し、バーチャル経済と実体経済の結合により、人々のライフスタイルに革命的な変化をもたらした。2017年6月時点の世界におけるAI企業数は2,542社となり、うち米国は全体の42.4%を占める1,078社、中国は同23.3%を占める592社を有する。中国のAI企業は北京、上海、深セン、杭州、広州、香港、成都、南京、厦門、蘇州などに集中する。

【図表18】ユニコーン企業の業種分布



技術研究開発において、中国のAI関連特許申請件数は過去20年連続して増加し、2016年の特許申請件数は30,115件となった。バイドウ、テンセント、アリババは顔認識、華為はロボット学習、科大訊飛は自然言語処理、寒武記科技はAIチップの研究開発でそれぞれ成果を収めた。応用面において、スマートホーム、無人運転車、ウェアラブル設備、スマートロボットなど一連のAI製品が現れ、家電、ロボット、医療、教育、金融、農業などの業界に変革をもたらしている。

総じてみると、モバイルインターネットが高度に発展する中、携帯電話でネットに接続する人が急増を続け、ネット利用者のほとんどがモバイル端末利用者である。スマートフォンを活用したライフスタイルの定着に伴い、各種ネットサービスの利用率が上昇を続け、うち出前サービスと自転車シェアの利用者数の伸びが最も顕著であった。ネット通販の急成長は消費高度化を促進し、シェアリングエコノミーの急成長は就業拡大に貢献したほか、大量の若年ネット利用者はネットアプリの普及を加速させたことから、インターネットは中国経済のモデル転換の促進力およびイノベーションの牽引力になっている。また、都市部と農村部のネット普及率の向上、ネット決済やネット理財商品購入の習慣の定着に伴い、デジタル化社会および「普惠金融」(社会の各階層やグループにサービスを提供する金融体制)の発展を加速させている。

中国経済のインターネット化の程度は世界の先頭を走っている。BCGの試算によると、2016年の中国のインターネット関連経済規模(eGDP)がGDPに占める割合は6.9%に達し、世界2位を占めている。中国は世界最大規模のネット利用者、中産階級消費者を有し、数多くの分野で世界第一の生産加工能力を有し、政策面でも奨励・包容のスタンスを維持しているため、アリババ、テンセントに代表される中国のインターネット企業は短期間の間に米国と肩を並べるようになった。中国のインターネット経済の伸びは世界第一で、依然として大きな潜在的成長力があると見込まれる。ビジネスモデルから技術の革新により、中国のインターネット経済は爆発的成長を遂げ、電子商取引やモバイル決済といった新しいネットサービスの普及率は米国を上回った。

今の中国は「人口大国・製造大国・輸出大国」から、「デジタル経済大国・消費大国・イノベーション大国」にもなりつつある。インターネット業界の発展動向を引き続き注視しながら、技術やビジネスモデルにおける新たなイノベーションと変革を期待する。

三菱東京 UFJ 銀行(中国) 中国投資銀行部

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

残業に関する法律規定と運用について～

残業とは、『労働法』に規定されている「延長労働時間」のことであり、従業員が法定労働時間又は会社の規定に定められた労働時間を超過して働くことをいいます。残業の運用方法に関する相談は比較的多く寄せられ、中には誤った認識や運用方法が妥当でないケースが見られます。そこで今回は、残業代に関する法律規定と会員企業様からよくある運用に関する質問をまとめました。

I. 標準労働時間制の従業員に平日残業を指示する場合、残業時間に制限はありますか？

『労働法』及び『国务院職工労働時間に関する規定』によると、標準労働時間制では、一日8時間、週40時間の労働時間に制限されます。

使用者は、生産経営の必要がある場合、工会(労働組合)や労働者との協議を経て、労働時間を延長する事ができます。通常は毎日1時間を超えてはならず、特殊な原因により労働時間を延長する必要がある場合、労働者の健康を保障することを条件に、毎日3時間を超えない範囲で労働時間を延長する事ができます。ただし、毎月36時間を超えてはなりません。

II. 残業を手配した場合の割増賃金はどのようになりますか？

従業員に残業を手配した場合、下記の基準に基づき賃金を支払います。

- ② 日残業: 従業員本人の1時間当たりの賃金の150%を下回らない賃金
- ① 日残業: 従業員本人の1日又は1時間当たりの賃金の200%を下回らない賃金
(従業員に休日勤務させ、かつ代替休暇を手配できない場合)
- ② 定休日残業: 従業員本人の1日又は1時間当たりの賃金の300%を下回らない賃金
(法定の祝祭日に勤務させる場合)

注意: 休日残業のみ、代替休暇を手配して残業代を支払わないことが可能です。

III. 従業員が自主的に残業した場合、残業代の支払い義務が生じますか？

残業になるかどうかは、使用者が手配したかどうかによります。もし、使用者が手配していない場合で、労働者が自主的に勤務時間を延長したり休日や祝祭日に残業したとしても、使用者は残業代を支払う義務はありません。

ただし、ひとつ重要な点は、従業員の残業は自主的に行ったものであり、使用者が手配したものではない事を、使用者側が証明する必要があることです。したがって、使用者は必ず相応の残業申請制度を整備して証明しなければなりません。

IV. 休日に研修を実施した場合、残業になりますか？

休日の研修とは、使用者が手配し、かつ標準労働時間外に実施した場合をいいます。業務ではありませんが、使用者が研修を実施する目的は従業員の業務効率化であり、研修は使用者の意思を反映したものと見えるので残業と認定すべきです。

V. 土日の出張は残業と見なされますか？出張手当、出張補助金などの方法で残業代に替えることは出来ますか？

土日の休日は、一般的に労働者の休息時間であり、土日の出張が残業と見なされるかどうかは、労働者が労働力を提供したといえるかがポイントになります。

出張期間中に土日が含まれる場合であっても、労働者が労働力を提供しておらず休息や観光をするだけであれば、残業には含まれません。

ただし注意が必要なのは、出張移動中に土日や祝日が含まれる場合、出張移動も出張業務のためといえ、労働時間と見なされます。土日の出張が残業と認定される場合、使用者が代休を手配する事が出来なければ、法律に基づいて残業代を支給する必要があります。使用者は、出張手当、出張補助金等の方法で残業代の一部又は全部に替えることは出来ません。

VI. 婦人節、青年節に業務を手配した場合、残業になりますか？

婦人節、青年節は、一部公民の休暇です。《一部公民の休暇に関連する問題に関する通知》の規定に基づく、一部公民の休暇期間中、会社の祝賀活動への参加や通常通り勤務する従業員に対して通常の賃金を支払う必要はありますが、残業代を支払う義務はありません。

ただし、当該祝日が土日の休日にあたり、会社が残業を手配した場合には、法律に基づいて休日の残業代を支払う必要があります。

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。国内外に126社の支社機構を有し、76の国または地域で経済技術及び人材提携を展開しています。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本倶楽部・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HRコンサルティング、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。

当資料は情報提供のみを目的として、中智上海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。

三菱東京 UFJ 銀行の中国調査レポート(2018年2月)

■ ニュースフォーカス(2018年第3号)

広東自貿区 外貨管理改革試行における実施細則を発表

http://rmb.bk.mufg.jp/files/topics/678_ext_02_0.pdf

香港支店業務開発室

■ BTMU 中国月報 第143号(2018年1月)

<https://count.bk.mufg.jp/c/Ccl0jblee83f68H3cd64cd3Iid0jblegapgd0>

国際業務部

■ BTMU CHINA WEEKLY 2018/2/7

<https://count.bk.mufg.jp/c/Ccl0jde64d3ac5Hd9f16991Iid0jde6609h8n>

国際業務部

以上

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては全て顧客御自身でご判断くださいますよう、宜しくお願い申し上げます。当資料は信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、当店はその正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また当資料は著作物であり、著作権法により保護されています。全文または一部を転載する場合は出所を明記してください。

三菱東京 UFJ 銀行(中国)有限公司 中国投資銀行部 中国調査室
北京市朝陽区東三環北路5号北京發展大厦4階 照会先:石洪 TEL 010-6590-8888ext. 214