

2017年の小売企業上位100社の売上高は6兆元 ～実体小売業の回復が続く

中国投資銀行部
中国調査室

メインピックス2

2017年の小売企業上位100社の売上高は6兆元～実体小売業の回復が続く.....2

- ▶ 6月21日、中国商業联合会と中華全国商業信息中心は2017年の中国小売企業100社番付を発表した。2017年、中国の消費財市場は安定的に成長し、経済成長に対する消費の基礎的な役割がさらに高まった。2017年通年の社会消費財小売総額は36兆6,262億円で、伸び率は前年比10.2%増と0.2ポイント低下した。こうした背景下、小売企業は積極的にモデル転換・グレードアップを図り、イノベーションを加速させ、小売業者100社の売上高は高水準を保った。

人事労務コンサルティング情報/中智上海.....9

重大な規則制度違反による解雇に関するQ&A～.....9

- ▶ 使用者と労働者が合法的に締結した労働契約は、法律で定められた事由及びプロセスによらずに会社から一方的に解除することはできません。労働契約法の第三十九条には、労働者に過失がある場合に会社から一方的に労働契約を解除できる事由が列挙されており、中でも「会社の規則制度に重大な違反がある」ことを理由とする解雇に関する相談がよく寄せられます。そこで今回は、重大な規則制度違反による契約解除について確認したいと思います。

三菱UFJ銀行の中国調査レポート(2018年7月).....12

メインピックス

2017年の小売企業上位100社の売上高は6兆元～実体小売業の回復が続く

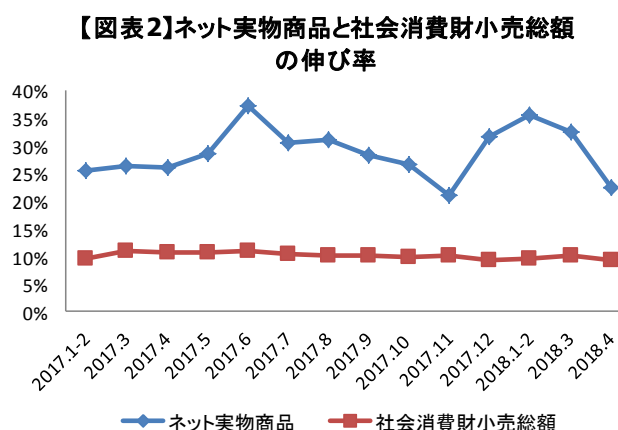
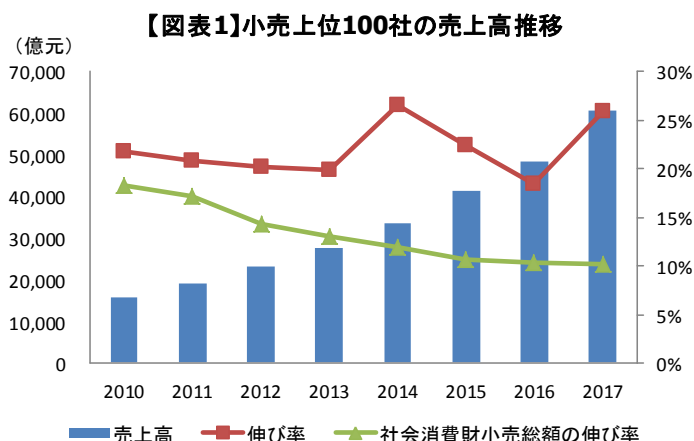
6月21日、中国商業联合会と中華全国商業信息中心は、2017年の中国小売企業100社番付を発表した。2017年、中国の消費財市場は安定的に成長し、経済成長に対する消費の基礎的な役割がさらに高まった。2017年通年の社会消費財小売総額は36兆6,262億元で、伸び率は前年比10.2%増と0.2ポイント低下した。こうした背景下、小売企業は積極的にモデル転換・グレードアップを図り、イノベーションを加速させ、小売業者100社の売上高は高水準を保った。

*以下全ての図表は2017年末時点、中華全国商業信息中心の統計を基に作成

I. 小売企業100社の概要

上位100社の総売上高は持続増加

2017年、中国小売企業上位100社の売上高は前年比26%増の6兆800億元となり、伸び率は2016年から7.5ポイント上昇し、社会消費財小売総額の伸びを15.8ポイント上回った(図表1)。2017年各月のネット実物商品の小売額の伸び率は、いずれも社会消費財小売総額および実店舗の小売額の伸び率を上回った(図表2)。

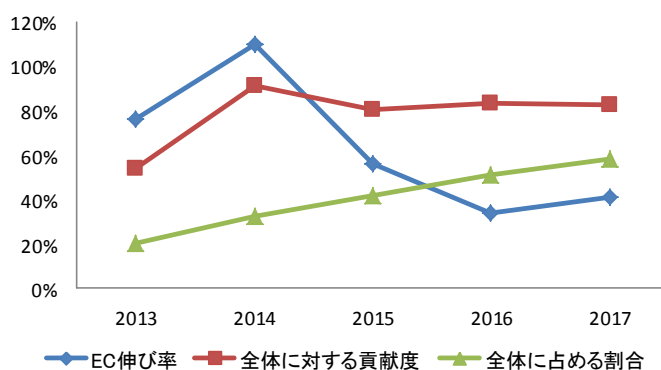


ECは高成長を保ち、実体小売企業が回復

上位100社のうち、EC企業7社の売上高は前年比41.2%増の3兆5,700億元となり、伸び率は2016年を7ポイント上回り、売上高全体の58.7%を占め、同7.5ポイント上昇した。売上の全体伸びに対するEC企業7社の貢献度は83%と、前年比0.5ポイント低下した(図表3、4)。

中国最大のB2C(企業対個人間)小売プラットフォーム「天猫(Tモール)」の2017年の売上高は、前年比43.9%増の2兆1,086億元でトップとなった。同社はクラウドコンピューティング、物流、ナビゲーション、人工知能(AI)、HCI(人間とコンピュータの相互作用)といった情報技術を力強く発

【図表3】EC伸び率、全体に対する貢献度と割合



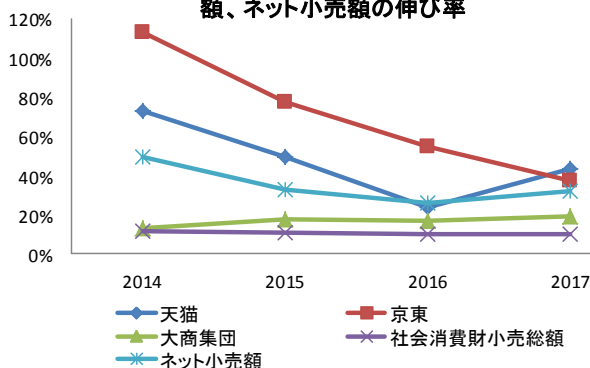
展するとともに、実体小売やサービス企業を買収し、自社の小売新業態(「盒馬鮮生」、無人商品棚、「天猫小店」)の発展にも力を入れている。また、物流の菜鸟ネットワークを整備することで、オンラインの衣類、電子や日用消費財の急成長を促進した。

自営+B2C小売業者の中国最大手・京東の2017年の売上高は、前年比37.8%増の1兆2,945億元となり、2位を占めている。同社は技術駆動の発展戦略を強化し、AI、ビッグデータ、クラウドコンピューティング、ドローンといった技術を協力の中心としている。また、実店舗への進出を加速させ、新形態店の7Fresh、無人スーパー、京東便利店などを開設した。

【図表4】2017年小売上位100社におけるEC企業7社の売上高

企業名	売上高(億元)	EC全体に占める割合
天猫	21,086.0	59.1%
京東	12,945.0	36.3%
唯品会	728.7	2.0%
アマゾン中国	391.0	1.1%
当当網	357.1	1.0%
網易考拉	116.7	0.3%
聚美優品	58.2	0.2%
合計	35,682.7	100.0%

【図表5】トップ3社の売上高、社会消費財小売総額、ネット小売額の伸び率



【図表6】2017年小売上位100社における「実体+EC」型企業

企業名	売上高(億元)
蘇寧雲商集团股份有限公司	2,433.4
国美电器有限公司	1,925.6
ウォルマート(中国)投資有限公司	802.8
永輝超市股份有限公司	654.0
步步高集团	370.9
銀泰商業(集团)有限公司	229.1
合計	6,415.9

中国最大の実体小売業者・大商集団の2017年の売上高は、前年比19.4%増の2,808億元となり、3位を占めた。近年、同社は現代情報技術を活用し、サプライチェーンの生産側への延長を推進するほか、海外企業を買収、自主ブランドの創出により、売上の伸びは数年連続で実体小売企業の平均値を上回った(図表5)。

上位100社のうち、「実体+EC」型小売企業6社の売上高は6,416億元となり、伸び率は前年比15.5%と2016年より4.3ポイント加速した。6社は売上全体の10.5%を占め、売上全体の伸びに対する貢献率は6.9%となった(図表6)。

上位100社のうち、実体のみ小売企業87社の売上高は1兆8700億元となり、伸び率は前年比7.5%と2016年より3.5ポイント加速した。87社は売上全体の30.8%を占め、売上全体の伸びに対する貢献率は10.1%となった(図表7)。

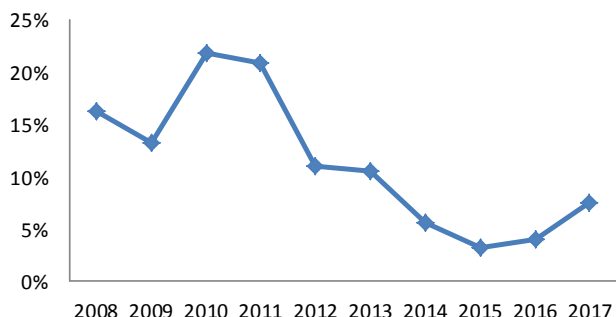
上位100社の市場集中度が上昇

2017年、小売企業上位100社の売上高は前年比26%増と、同期の社会消費財小売総額の伸びを15.8ポイント上回った。上位100社の売上高が社会消費財小売総額に占める割合は16.6%と、2016年より2.1ポイント上昇し、2006年以降の最高を記録した(図表8)。

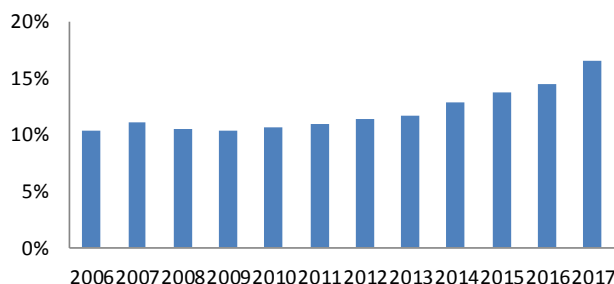
上位10社の売上高は合計4兆5,374億元となり、上位100社の売上全体に占める割合は74.6%と2016年より5.4ポイント上昇した。第11位～第60位企業の売上高が占める割合は20.5%と、2016年より4.5ポイント

低下し、第61位～第100位企業の売上高が占める割合は4.9%と、同0.9ポイント低下した(図表9)。

【図表7】実体小売企業売上高の伸び率



【図表8】社会消費財小売総額に占める小売上位100社の割合



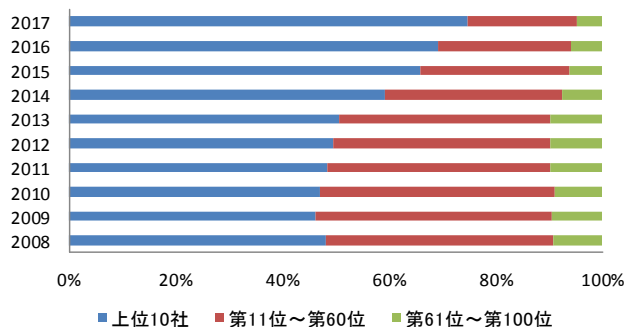
伸び率からみると、上位10社の売上高は前年比33.6%増と、前年比7.0ポイント上昇し、全体の伸びを7.6ポイント上回った。第11位～第60位企業の売上高は7.8%増と、同4.5ポイント上昇し、全体の伸びを18.2ポイント下回り、第61位～第100位企業の売上高は8.3%増と、同3.6ポイント上昇し、全体の伸びを17.7ポイント下回った。

ランク入り基準は44.8億円

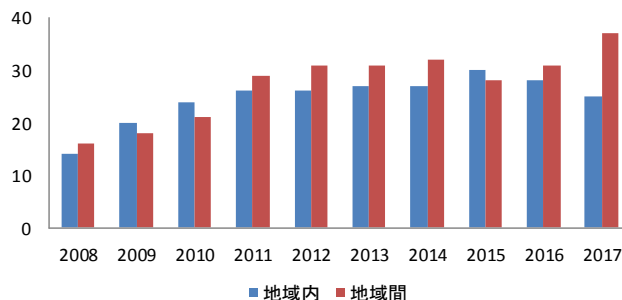
2017年、小売企業上位100社のうち、売上高が1兆円超は2社、1千億円超は6社、100億円超は68社となった。

100億円を超えた68社のうち、EC企業6社を除き、その他の実体小売企業62社のうち、37社は地域間の経営をする企業、25社は地域内経営をする企業で、2016年に比べ、それぞれ6社の増加と3社の減少となった(図表10)。

【図表9】小売上位100社売上高の分布



【図表10】100億円台企業における地域内と地域間経営の企業数

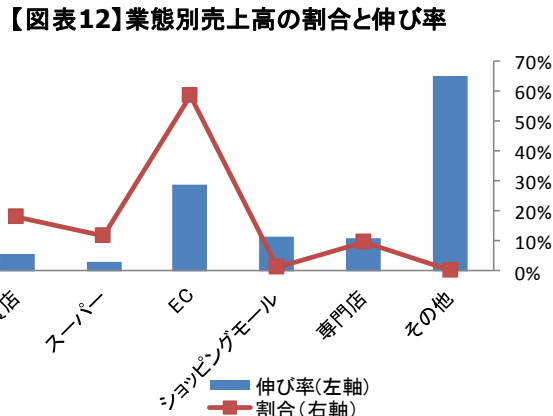
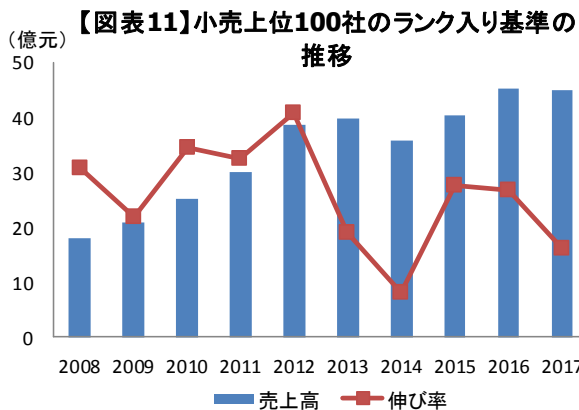


2017年、小売企業上位100社のランク入り基準は44.8億円で、2016年より0.3億円減少し、第100社の売上高は2016年の同ランク企業の売上高より0.7%減少した(図表11)。

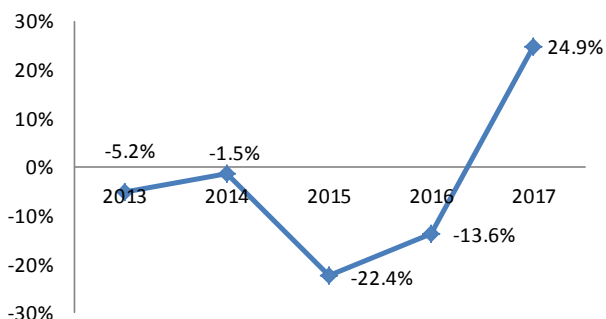
百貨店、ECの売上が大幅増加

業態別にみると、専門店を主とする企業は12社で、売上高は全体の9.9%を占め、前年比伸び率は15.4%と2016年より2.3ポイント上昇。百貨店を主とする企業は46社で、売上高は全体の17.9%を占め、前年比伸び率は8.3%と同5.0ポイント加速。スーパーを主とする企業は25社で、売上高は全体の12.0%を占め、前年比伸び率は4.1%と同0.4ポイント加速。ショッピングモール9社の売上高は16.1%増と、前年比6.9ポイント加速し、売上全体の1.2%を占める。EC企業7社の売上高は41.2%増と、前年比7ポイント加速した(図表12)。

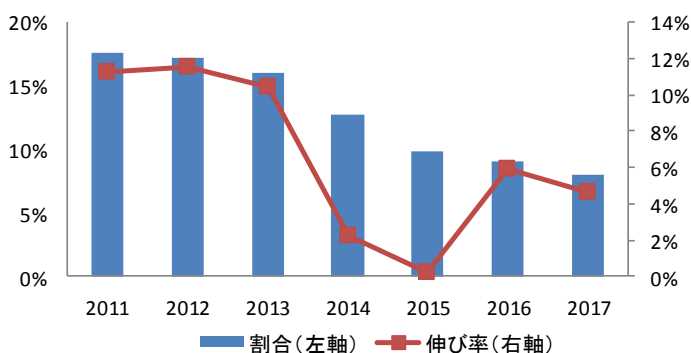
上位100社のうち、上場企業26社の純利益伸び率の中位数は24.9%と、2016年より38.5ポイント上昇し、業績回復の傾向が鮮明になった。一方、純利益がマイナスとなったのは4社あった(図表13)。



【図表13】小売上場企業の純利益伸び率の中位数



【図表14】外資小売企業売上高の割合と伸び率



外資企業の市場シェアが持続低下

2017年、上位100社にランク入りした外資小売企業(ECを除く)は21社で、2016年より2社増加し、売上高は4,858億円と全体の8.0%を占め、同1ポイント低下した。外資小売企業21社の売上高は前年比4.6%増と、2016年より1.3ポイント鈍化した(図表14)。

外資小売企業21社の単店平均売上高は6,089万円と、2016年より4.7%低下したが、店舗数は同17.2%増加した(図表15)。

大手外資企業7社の開店数は計77店と前年より5店増加し、閉店数は39店と同14店増加した。開店数について、ウォルマート、ロータスマーケット、イオンの2017年の開店数は2016年を上回ったが、その他の外資小売大手の開店数はいずれも2016年を下回った。このうち、オーシャンの開店数は1店のみにとどまり、大潤発の開店数は2016年より7店の減少となった(図表16)。

閉店数において、大潤発とロータスマーケットを除き、その他の外資小売大手の2017年の閉店数はいずれも2016年を上回った。このうち、ウォルマートは24店と前年より11店増加し、開店と閉店のいずれも変動が最も大きかった。

【図表16】大手外資小売企業の開店数と閉店数

企業名	開店数		閉店数	
	2016	2017	2016	2017
ウォルマート	21	27	13	24
大潤発	26	19	1	1
カルフル	6	3	5	6
ロータスマーケット	2	12	4	0
メトロ	9	6	0	1
オーシャン	5	1	1	2
イオン	3	9	1	5

【図表15】2017年小売上位100社における外資小売企業の売上高

	企業名	国・地域	業態	売上高(万円)	伸び率(%)
1	康成投資(中国)有限公司(大潤発)	台湾	総合スーパー	9,540,000	2.3
2	ウォルマート(中国)投資有限公司	米国	総合スーパー	8,027,818	4.7
3	カルフル中国	フランス	総合スーパー	4,979,594	-1.3
4	銀泰商業(集団)有限公司	香港	百貨店、ショッピングモール	2,291,282	7.5
5	鄭州丹尼斯百貨有限公司	台湾	百貨店	2,186,620	5.6
6	錦江麦徳龍(メロ)現購自運有限公司	ドイツ	総合スーパー	2,130,000	10.4
7	ワトソンズ中国	香港	保健・美容	1,814,088	4.2
8	金鷹国際商貿集団(中国)有限公司	香港	百貨店	1,797,663	5.6
9	イケア(中国)投資有限公司	スウェーデン	家具量販店	1,768,326	16.8
10	茂業国際控股有限公司	香港	百貨店	1,748,759	14.5
11	パークソン商業集団有限公司	マレーシア	百貨店	1,595,380	-3.9
12	オーシャン(中国)投資有限公司	フランス	総合スーパー	1,569,728	-13.1
13	イオン(中国)投資有限公司	日本	ショッピングモール、百貨店	1,409,300	20
14	江蘇華地国際控股集团有限公司	香港	百貨店、スーパー、ショッピングモール	1,341,710	2.3
15	ロータスマーケット	タイ	総合スーパー	1,270,000	-2.3
16	新世界百貨中国有限公司	香港	百貨店	1,234,000	7.3
17	デカロン(中国)	フランス	スポーツ用品	1,054,000	14.6
18	恒隆広場(上海)	香港	複合施設	809,000	8.59
19	ファミリーマート中国	日本	コンビニエンスストア	802,580	24.1
20	上海(IFC)国金中心	香港	複合施設	700,000	16.7
21	成都伊藤洋華堂有限公司	日本	総合スーパー	512,000	7.8

II. 中国小売業の発展動向

▶ イノベーションは第一の推進力

2014年の中央経済工作会議において、習近平総書記は「中国では他人の真似をしたり、追随したり(『従衆式』)するような消費時代がほぼ終わり、個性化・多様化した消費がますます主流になり、イノベーションを通じてニーズを引き出す重要性が高まっている」と指摘した。小売業のイノベーションのポイントは、ビッグデータ、クラウドコンピューティング、モノのインターネット(IoT)、AIといった情報技術、業態やモデル、商品やサービスのイノベーションだと考えられる。情報技術のイノベーションを通じて、物流コスト、経営コスト、管理コストを引き下げ、効率向上や競争力の向上につながる。さらに、業態やモデルのイノベーションを通じて、消費者の多種多様化・多層化・個性化したニーズによりよく応えることができる。また、商品やサービスのイノベーションを通じて、潜在的な消費を刺激し、限界消費性向を向上することで消費を拡大することができる。

従来の消費環境下、標準化・フォーマット式の発展が中国の小売業の発展特徴であったが、現在および将来の新環境に適応しなくなり、技術・業態・モデルのイノベーションを加速することが必要になっている。まず、差異化商品・サービスを追求する消費者と、標準化経営を行う小売業者の間の矛盾を解決しなければならない。次は、小売業者は商品価格の決定権を把握し、自己独特な商品を有することで、市場の優位性を獲得する。業態・モデルのイノベーションにおいて、中小型小売企業は主力であり、国家政策面にも市場主体の90%以上を占める中小型小売企業のイノベーションを重視し、全業界のイノベーションを通じて、中国小売業の質の高い発展を推進することが必要である。

▶ 商品の質の向上

小売業の中心は実物商品の小売であり、「文化・旅行・体育・健康・養老」といった産業融合が加速しつつあるものの、実物商品の小売がなければ、小売業態が成り立たない。中国においては高品質な商品に対する住民ニーズが高まっているが、一方で、高品質な商品、コストパフォーマンスが高い商品、イノベーション型商品の供給が不足している。従って、小売業のモデル転換の方向の一つは、商品品質の向上および、イノベーション型商品(グリーン、IT、スマートといった新理念・技術・機能の商品)の供給拡大である。中国の関税引き下げや対外開放の拡大に伴い、輸入商品がより豊富になり、国内外商品の価格の差もさらに縮小し、中国の住民は海外の高品質な商品を便利に入手することができるようになるが、これは中国の小売業者や国内ブラン

ドメーカーにプレッシャーをかけて、品質の向上が促進されることが見込まれる。

▶ IT 技術応用の加速

中国の消費財市場は高速な発展期から中速な発展時期へ移行しており、全国大型小売企業 100 社の 2012 年以前の売上高の平均伸び率は 20%前後であったが、2017 年は 2.8%増に低下した。伸び率が鈍化する中、如何に収益を上げるかは企業の課題となる。

実体小売企業にとって、収益を保つには、コスト削減および売上の安定的な増加を維持することが求められる。IT 革命時代の中、インターネット、ビッグデータ、クラウドコンピューティング、モノのインターネット (IoT)、AI といった IT 技術が急速に発展しており、中国は既に世界の先頭を走り、ネット小売が普及されるようになった。今後、実体小売業における IT 技術の応用がトレンドであり、高効率なサプライチェーン、コスト削減、体験向上および多様化・個性化した消費者ニーズを満たすための有効な技術手段になると思われる。

▶ 「文化・旅行・体育・健康・養老」といった産業融合

中国の消費高度化の特徴として、一つ目は商品品質の向上、二つ目はサービス消費の成長が挙げられる。小売業はこのような消費趨勢に順応し、「文化・旅行・体育・健康・養老」といった産業との融合を加速させることが必要である。①ショッピングモール、複合施設では飲食、文化、旅行、体育、養老、教育、娯楽といった業態の融合経営を強化、②文化、スポーツなどの場所には関連商品の小売を導入、③観光スポットでは小売店舗や取扱商品のグレードアップを加速、④小売業は重大な文化、スポーツのイベントとの連携を強化し、関連商品の販売を促進、⑤「文化・旅行・体育・健康・養老」といった産業は小売業へ進出し、サービス消費によって商品消費を牽引し、商品消費によってサービス消費を促進し、中国の小売業、サービス業のさらなる発展を推進する。

▶ 実体小売は顧客ニーズ満足の主役

多様化・多層化・個性化するニーズは将来の消費市場のトレンドであり、そして消費ニーズの変化が加速している。このような動向に対応するため、ルート・業態モデルの多様化・多層化が求められている。過去数年間、ネット小売は急速な成長を遂げたが、多様化・個性化・体験的なニーズの満足および商品品質、サービス、信頼性の向上においては不足な点があり、ネット小売は実体小売の主力地位に取って代わるできない。ある意味では、プラットフォーム型のネット小売は情報技術を加えた日用雑貨の卸売取引市場とも言える。多数の小売主体に対する管理の困難さや、消費者の低価格志向により、品質向上の国家政策や消費者の高度化ニーズに対応する努力は足りない。小売業の変革の中、実体小売は就業増加、都市の活性化、文化交流において重要な役割を果たしており、より活発的な発展期を迎えることが見込まれる。実体小売は依然として商品品質の向上を促進する主役であり、多様化・個性化するニーズを満たす主なルートであるとみられる。

実体小売業はモデル転換の苦難の時期を経て、経営困難の局面が徐々に改善され、安定しつつ良好な方向に向かっている。政府による内需拡大・消費刺激策の実施に伴い、小売業の潜在的な発展余地が大きいと見込まれている。今後、小売業は消費高度化の需要に応じて、消費者ニーズを中心にイノベーションに取り組み、オンライン・オフラインの融合、ソーシャル化・体験化・多業態経営のビジネスモデルを発展することで、集客能力と収益能力を向上させることが求められる。小売企業としては、技術進歩のチャンスを把握し、オムニチャンネルで多様化・スマート化の方向へ発展することが期待される。

2017年中国小売企業上位100社のトップ20

順位	企業名	国・地域	業態	売上高(万元)
1	天猫	中国	電子商取引	210,860,000
2	京東	中国	電子商取引	129,450,000
3	大商集团有限公司	中国	百貨店、ショッピングモール、総合スーパー、家電・ホーム	28,080,516
4	蘇寧易購集团股份有限公司	中国	電子商取引	24,334,300
5	国美零售控股有限公司	中国	家電量販店、電子商取引	19,256,200
6	華潤万家有限公司	中国	スーパー	10,364,573
7	康成投資(中国)有限公司(大潤発)	台湾	総合スーパー	9,540,000
8	ウォルマート(中国)投資有限公司	米国	総合スーパー、電子商取引	8,027,818
9	唯品会	中国	電子商取引	7,287,000
10	永輝超市股份有限公司	中国	スーパー、電子商取引	6,539,986
11	重慶商社(集団)有限公司	中国	百貨店、家電量販店	5,828,076
12	聯華超市股份有限公司	中国	総合スーパー	5,645,987
13	カルフル(中国)管理諮詢服務有限公司	フランス	総合スーパー	4,979,594
14	物美控股集团有限公司	中国	総合スーパー	4,745,218
15	合肥百貨大樓集団控股有限公司	中国	百貨店	4,616,600
16	長春欧亚集团股份有限公司	中国	百貨店	4,244,648
17	アマゾン中国	米国	電子商取引	3,909,750
18	武漢武商集团股份有限公司	中国	百貨店、ショッピングモール、総合スーパー	3,751,336
19	步步高集団	中国	スーパー、百貨店、家電量販店、電子商取引	3,709,413
20	当当網	中国	電子商取引	3,571,375

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

重大な規則制度違反による解雇に関するQ&A～

使用者と労働者が合法的に締結した労働契約は、法律で定められた事由及びプロセスによらずに会社から一方的に解除することはできません。労働契約法の第三十九条には、労働者に過失がある場合に会社から一方的に労働契約を解除できる事由が列挙されており、中でも「会社の規則制度に重大な違反がある」ことを理由とする解雇に関する相談がよく寄せられます。そこで今回は、重大な規則制度違反による契約解除について確認したいと思います。

I. どの程度の違反であれば、重大な規則制度違反として解雇することができますか？

『中華人民共和国労働契約法』の第三十九条には、労働者に重大な規則制度違反があった場合、使用者は労働契約を解除することができる、と規定しています。当該法律は、労働者は労働規則制度、規則制度を遵守しなければならない、もし労働者に重大な規則制度違反があった場合、使用者は労働契約を即時解除することができ、なおかつ如何なる補償や賠償も支払う必要がないことを意味します。「規則制度違反」の定義は広く、一般的に知られているような勤怠制度、例えば遅刻早退から、一般的に知られていない特殊な業界規範まで労働規律や会社の規則制度に含まれます。しかし、労働者が労働規律や会社の規則制度に違反しさえすれば、会社は労働契約を即時に解除することが出来るわけではありません。

『中華人民共和国労働契約法』第三十九条にあるように、規則制度違反が「重大」である必要があります。一般的には、どのような行為が重大にあたるか、企業は規則制度により定めることが出来ます。しかし、合理的な範囲を逸脱してはならず、例えば連続三日間無断欠勤した場合は重大な規則制度違反と規定することは合理的な範囲内と考えられますが、連続三日間遅刻した場合まで重大な規則制度違反と規定することは厳しすぎると考えられ、使用者がこのような規則制度に基づいて労働契約を解除した場合には、紛争になった際に敗訴する危険があります。重大な規則制度違反といえない場合には、けん責や戒告処分とし、その行為を今後繰り返さないよう注意を促すべきです。

II. 職場結婚した場合、会社は規則制度違反として解雇することができますか？

社内恋愛や結婚を禁止し、もしこのような関係が生じた場合には自主退職したものと見なす規定は『中華人民共和国婚姻法』に定める自由恋愛の干渉を禁止する条項に違反します。したがって会社が解雇した場合には違法解雇となり、会社は違法な労働契約解除による賠償金を支払う必要があります。会社が恋愛や結婚を禁止することは、婚姻の自由に干渉する恐れがありますが、しかし会社が着目するのは「利益相反や親族の回避」であり、これらの目的には合理性があります。問題は、管理すべきかどうかや管理できるかどうかではなく、恋愛や結婚を管理すべきではないという事です。

会社の業務運営リスクを回避し、各種の利益相反関係の発生を予防し、会社と従業員及び顧客の権益を守るため、親族回避制度を設計する際には、まず恋愛や結婚の自由に干渉してはいけません。次に親族回避規定の親族類型を明確に規定しなければならない、さらに会社内部の職務における親族回避規定の適用状況を明確にしなければなりません。例えば直接の上司部下の関係、財務部などの中核部門の従業員と他部門の従業員に親族関係が存在することを避ける場合、対外業務において親族が務める会社と業務提携する状況を避ける場合等、これらの状況にある従業員に対する報告義務を明確にし、労働契約を解除するプロセスに合わせます。そうすると、従業員が親族回避義務に違反した場合、どちらか一方の職位を利益の相反しない職位に異動することができます。現在、各地の裁判において親族回避条項の認定には一定の差があるため、紛争が発生した場合には、各地の判例に合わせて主に異動を行い、なるべく解雇することは避けて辞職勧告を行う方法が妥当といえます。

Ⅲ. 従業員が“水増し領収書”を発行した場合、解雇することができますか？

実際の労働紛争事件においては、状況により挙証責任を負う者が異なります。《最高人民法院民事訴訟の証拠に関する若干規定》第六条には、労働紛争案件において、使用者が行った懲戒免職、除名、解雇、労働契約の解除、労働報酬の減額、労働者の勤続年数の計算等の決定に紛争が生じた場合、使用者が挙証責任を負う、と規定しています。また《労働契約法》第三十九条第二項には、労働者が使用者の規則制度に重大な違反をした場合、使用者は労働契約を解除する事ができ、経済補償金を支払う必要がない、と規定しています。労働者の「水増し請求」が重大な規則制度違反にあたるかどうかについては、下記の基準から判断することができます。

①請求の基礎となる事実が真実かどうか

使用者が請求の基礎となる事実が虚偽であることを証明できる場合、仮に労働者が既に批准されているとか、既に精算済みだとか、所持する領収書と相殺することを主張したとしても、これらの主張は水増し請求の重大な規律違反としての性質を失わせることはできず、司法機関は通常労働契約の解除を支持しています。しかし、請求の基礎となる事実が存在し、正当な支出と認められるが、提出した領収書が虚偽であるような場合、労働者が偽造したかどうか等その他の要素を考慮して判断する必要があります。

②労働者が領収書を偽造したかどうか

虚偽の領収書を用いたとしても、その事を以って偽造したとは言えず、労働者に故意があるかどうかポイントになります。この点、領収書の発行者が重要で、領収書が実際に取引した相手から提供されており、虚偽の領収書と見分ける事ができなかったと主張した場合、裁判所は一定の抗弁として認めることができます。しかし、使用者側が労働者の悪意を証明した場合、信義誠実に著しく違反すると認められ、一般的に重大な規則制度違反として処分することができます。

③水増し請求金額の程度が重大かどうか

会社の審査プロセスに漏れや欠陥が存在していたとしても、労働者の行為の違法性に影響しません。もし、虚偽の領収書の枚数が多く、長期に渡り累計金額も多い場合、たとえ労働者が領収書が虚偽であると知らなかったと主張したり、悪意の存在を否定したとしても、信義誠実に著しく違反すると認めることができ、使用が労働契約解除する事が出来ないとは言えません。

❖ 中国主要都市の政策速達

湖南省《生育保険の一層強化に関連する業務に関する通知》

2018年5月22日、湖南省人力資源社会保障庁は《生育保険の一層強化に関連する業務に関する通知》を公布した。《通知》では、2018年5月1日から、《湖南省人口と計画生育条例(第五次修正)》で新たに増加した60日間の出産休暇を当省の生育保険手当で支給範囲に含めるものとする。生育手当の支給日数を158日間に調整し、難産の場合、出産休暇を15日増加する。多胎妊娠の場合、出産する子ども1人につき15日増加する。晩育と《一人っ子父母栄光証》を受領し増加した出産休暇は再度の生育保険手当での支給範囲に含めない。

杭州市《2017年杭州市区全社会単位の在職従業員の年平均賃金に関する通知》

2018年5月31日、杭州市人力資源社会保障局は《2017年杭州市区全社会単位の在職従業員の年平均賃金に関する通知》を公布した。《通知》では、2017年の杭州市区全社会単位在職従業員(労務派遣従業員を含む)の年平均賃金は67,047元で、2016年の61,174元と比べて5,873元増加し、率にして9.6%の伸びとなった。

江蘇省《2018年度社会保険に関連する基数の発表に関する通知》

2018年6月16日、江蘇省人力資源と社会保障庁が《2018年度社会保険に関連する基数の発表に関する通知》を公布した。《通知》では、2018年7月1日から2019年6月30日まで、全省の企業従業員の基本養老保険納付賃金の上限を19,935元とし、納付賃金の下限を3,125元とする。期間中の社会保険加入者の納付賃金が3125元以上ある場合、当該年度の最低納付係数は1.0で計算する。

四川省《高温手当基準の調整に関する通知》

2018年6月7日、四川省人力資源社会保障庁等の四部門は《高温手当基準の調整に関する通知》を公布した。《通知》では、使用者が労働者に支給する高温手当の基準を一人当たり一日につき8-12元から、10-12元に調整する。調整後の高温手当基準は2018年7月1日から実施する。

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企業倶楽部・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。

三菱 UFJ 銀行の中国調査レポート(2018年7月)

■ ニュースフォーカス No.9 2018

広東省 新エネルギー自動車産業の発展促進策を発表

http://rmb.bk.mufig.jp/files/topics/784_ext_02_0.pdf

業務開発室

■ MUFG BK 中国月報 第149号 (2018年7月)

<http://www.bk.mufig.jp/report/inschimonh/118070101.pdf>

国際業務部

■ MUFG BK CHINA WEEKLY 2018/7/4

<https://count.bk.mufig.jp/c/Ccl0j9iuc244dH6da086afIid0j9ivzemak>

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、宜しくお願ひ申し上げます。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