

# CHUGIN GLOBAL NEWS

ちゅうぎん海外ニュース

2018 JUN (Vol.14)

## CONTENTS

グローバルマーケティング戦略 .....	2
太陽グラントソントン パートナー 公認会計士 美谷 昇一郎氏 .....	2
新興国ニュース 第14回 インドネシア最新ビジネス情報 .....	4
株式会社東京コンサルティングファーム .....	4
タックスヘイブン税制のポイント .....	7
みらいコンサルティング株式会社 .....	7
移転価格税制⑬ .....	9
株式会社フューチャーワークス 公認会計士・税理士 中村 正英氏 .....	9
海外子会社管理のポイント (マレーシア編) .....	11
柳田国際法律事務所 弁護士 柳田 一宏氏 弁護士 佐々木裕助氏 .....	11



株式会社 中国銀行	
岡山県岡山市北区丸の内1-15-20	
TEL:086-234-6539	
香港支店	cbk_hkbr@fr-chugin.jp
シンガポール駐在員事務所	cbk_sgrep@fr-chugin.jp
ニューヨーク駐在員事務所	cbk_ny@fr-chugin.jp
上海駐在員事務所	cbk_sh@fr-chugin.jp
バンコク駐在員事務所	cbk_bang@fr-chugin.jp

- ・本情報は、作成時の情報に基づくもので一部内容に変更がある場合があります。
- ・本情報は、信頼できる資料により作成しておりますが、当行がその正確性、安全性を保証するものではありません。
- ・本情報は、当行都合により通知なしに内容の変更・中止を行うことがあります。
- ・本情報は、法律の定めのある場合または承諾のある場合を除き、複製・複写することはできません。
- ・本情報は、お客さまへの情報提供のみを目的としたもので、取引の勧誘を目的としたものではありません。
- ・お取引に関する最終決定は、お客さまご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。
- ・本情報についてのご照会は、最寄りの中国銀行の本支店、国際部または海外駐在員事務所までお願いします。

## グローバルマーケティング戦略

### 太陽グラントソントン

パートナー 公認会計士 美谷 昇一郎氏

今回は、グローバルでマーケティング事業を進めていくためのポイントについてご説明したいと思います。

私は出張でよく新幹線を利用しますが、最近では、昼間の時間帯に乗ってもほぼ満席と思うほど混雑をしています。また出張の際に宿泊するビジネスホテルも最近では予約しにくい状況が多いですし、価格も以前と比べてかなり高くなっている感があります。こうした状況は皆様もご経験されているかと思います。2017年の訪日観光客数は2,869万人、同年訪日外国人旅行消費額は4兆4,162億円で前年比17.8%増となっており、こうした外国人観光客の増加は、日本企業のグローバルマーケティングにおいても大きな追い風になっています。なぜなら、外国人が訪日時に購入する日本製品は、事前に口コミで調べたケースもあれば店頭でたまたま購入したケースもあると思いますが、一度その商品について認知から消費までマインドフローを上ってもらった訳で、外国に戻ってからもリピート購買をしてくれる可能性はかなり高いものがあるからです。

近年の中国、ASEAN諸国では、消費市場の中で購買力を牽引すると言われる中間層の人口が急速に拡大しています。たとえば、自動車が生活必需品化する現象をモータリゼーションと呼び、1人あたりのGDPが3000ドルを超えると自動車が普及しはじめると言われていますが、シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、中国では3,000ドルを越えてきています。とりわけインドネシアは、総人口の増加が大きいことありますが、2020年には人口の約半数が上位中間層以上になるという推計もあります。こうしたアジアの消費を牽引する中間層に対する消費マインドに関するアンケートでは、「多少高くても料理にはよい材料を使う」や、「ファッション、美容にはお金をかける」など品質が良く気に入ったものに対しては一定の金額

を払うという意識が高く、またアジアにおける日本製品のイメージを聞くと、各国消費者とも押しなべて「品質が良い」「信頼できる」をあげています。しかし、アジアの消費者はどういう判断材料で品質の良し悪しを判断しているのでしょうか。それは、ブランドと口コミです。ブランドとはたとえば、日本ブランド、メイド・イン・ジャパンのように海外の有名なブランドの製品であれば、一定の品質は担保されていると考えます。また自分自身の品質判断における審美眼はあまり鍛えられておらず、他人が「いいよ」と言っていた言葉（口コミ）を頼りに品質判断をしたりします。つまり、一定のブランドを愉しむという消費行動ではなく、他人がこの製品の品質はいいと言えすぐにスイッチするような、ブランドロイヤリティが高くないのが特徴です。口コミという点からしますと、昔は近所の知り合いや友人から評判を聞く程度だったのが、いまではインターネットの発達で全世界の口コミが瞬時に閲覧できるようになり、口コミ専用サイトも多数あるなど、さまざまな人の口コミを参考にして消費行動を取ることが出来ます。したがって、アジアにおけるマーケティングでは口コミを上手に活用することが大きなポイントになります。

では、アジア市場でのマーケティングのポイントについて考えて行きたいと思います。アジアで事業展開をしようと考えている企業としては、資金力や人材面で比較的余裕のある大企業と比べて、独自にプロモーションを行うだけの資金余裕はあまりなく、海外でビジネスや企業管理のできる人材も多くはないという中堅企業の方が圧倒的に多いのが現状かと思います。こうした中堅企業では、アジア市場に関する情報を得るソースや、これまでの海外事業の経験も多くはなく試行錯誤されている部分も少なくないかと思います。

観光や出張で来日した経験のある海外の消費者にとっては、購入経験のある日本製品がいくつかあるかと思いますが、大半の外国人にとってはその製品の存在を知らないはずで、そういった存在を知らない潜在的な消費者に最終的にはファンになってもらうまでのマーケティングステップを

示したものをマインドフローと言います。

- ① 認知 商品・サービスを知ってもらう
- ② 興味 ニーズを感じて興味、関心を持ってもらう
- ③ 行動 来店する、ホームページを見る、資料請求するなどの行動をしてもらう
- ④ 比較 競合商品・サービスと比べて「こっちがいい」と選んでもらう
- ⑤ 購買 お金を出して買ってもらう
- ⑥ 利用 商品を使う、食べてもらう
- ⑦ 愛情 使った結果、満足し喜んでもらう
- ⑧ ゴール ファンとなり口コミを発信してもらい、リピートしてまた買ってもらう

この中で、アジアでマーケティングを進めるにあたり重要なのは、認知、比較、愛情の3点かだと思います。特に上述しましたように、まずはいかに認知をしてもらうかがポイントになります。しかし、多くの中堅企業ではリアル店舗や看板を多く設けたり、多額の広告宣伝費をかけてCMを流したりすることは出来ません。

たとえば、海外でも若者を中心にEコマースのサイト上で海外の商品を個人輸入の形で購入するケースは増えています。そこで、出店コストがリアルと比較して圧倒的に安いEコマース上での出店をする中堅企業は多いと思います。特に日本製品は上述しましたように品質面で一定の評価を得ていることもあり、海外の大手サイトには日本製品専門のページを立てているところもあります。しかし、海外での口コミサイトで評判になって海外の消費者がEコマースのサイトに特定の商品を探しにくる場合（これはすでに認知されてい

ることになります）か、消費者が訪日観光に来た際に購入して良かったのでリピート購入をしたい場合（これもすでにマインドフロー上は⑥の利用まで入っていることになります）でなければ、なかなかこれだけで認知してもらうのは難しく、場合によっては砂漠に水をまくようなことに成りかねません。

今回はもう少しグローバルマーケティングのポイントについて考えてみたいと思います。

## 太陽 Grant Thornton (Grant Thornton 加盟事務所)

Grant Thorntonは、世界130カ国以上・700以上の拠点を有する国際会計事務所ネットワークです。

太陽 Grant Thornton (太陽有限責任監査法人、太陽 Grant Thornton 税理士法人、太陽 Grant Thornton・アドバイザーズ株式会社)が、Grant Thorntonの日本メンバーとして、国際水準の監査の他、会計、税務、企業経営全般のコンサルティングサービスをご提供しております。

【国内拠点】 本部・東京事務所、大阪事務所、神戸オフィス、名古屋事務所、北陸事務所、福井オフィス、富山オフィス  
【ジャパンデスク】 中国(北京、上海、広州/香港)、インド、インドネシア、シンガポール、タイ、台湾、フィリピン、マレーシア、ベトナム(ホーチミン、ハノイ)、オーストラリア、米国(シカゴ、ニューヨーク、アーバイン)、メキシコ、英国。

詳細は太陽 Grant Thornton Web サイトをご覧ください。<http://www.grantthornton.jp>

## 新興国ニュース

### 第14回

## インドネシア最新ビジネス情報

### 株式会社東京コンサルティングファーム

今回は、インドネシアにおける就労ビザ取得手続の簡易化について解説致します。

3月29日付大統領令2018年第20号が発行され、外国人労働者の就労許可（ビザ）に関する手続に関して、簡素化の方針が正式に発表されました。今回の大統領令では具体的な実務上のスケジュール・申請書類の変更点は明確にはなっていないものの、大統領令発行より3ヶ月後である2018年6月29日から施行されるとされており、それまでに各担当局での手続方法が決定されると考えられています。

そのため今回は、本大統領令で発表された方針と、それを元に現在のビザ手続からどのように変更されるのかという予測をまとめます。

#### <主な注目点①就労許可（IMTA）の廃止、外国人雇用計画書（RPTKA）への一本化>

これまで、ビザ取得の主な流れは、RPTKAの提出後、IMTAが発行され、在外公館での手続の後入国、その後さらに滞在許可（KITAS）を取得するという流れでございました。

本大統領令では、IMTAが廃止され、RPTKAに統一されること、また、KITAS手続は入国後ではなく、入国前の在外公館手続にて済ませられることが明記されています。RPTKA手続については、これまで約10営業日かかっていたものが、必要書類がそろっていれば2営業日以内の承認を行うと今回定められました。そのため、これまで合計約2ヶ月係っていたビザ手続が、約1ヶ月弱に短縮されるのではと予想されます。

さらに、本大統領令の第10条によると、インド

ネシア法人の株主（親会社）でありかつ、そのインドネシア法人の取締役または監査役の場合は、RPTKAの取得は不要で、就労許可を直接取得できるようになる方針であることも記載されており、取締役の方のビザはさらに取得手続が簡易化される見込みです。

#### <主な注目点②緊急時の就労ビザ取得方法>

本大統領令第13条によると、緊急時については、RPTKAの提出が駐在員の就労後2日以内でよいとされ、その申請から1営業日で承認が下りるとされました。

それ以上の詳細については記載がないものの、これが実現すれば、これまで約1~1.5ヶ月かかっていた入国前の手続が大幅に短縮される可能性があります。

#### <主な注目点③外国人労働者の就労ビザ取得要件 厳格化か>

本大統領令第4条では、外国人はインドネシア人の雇用の妨げにはならないとあります。これまで、「外国人は特定の役職のビザは取れない」といった明記された規制や、「28歳以上、または5年以上の就業経験がないと1年間の就労ビザが取れない」などのような明記されていない規制が実施されていたことから、インドネシア人の雇用に優先させるという方針が見えていました。本大統領令で改めて明記されたことから、今後さらに厳しくなる可能性が出てきました。

本大統領令では、雇用計画書に「外国人労働者を雇う理由」「組織図の中での外国人の役職」「勤務予定期間」「インドネシア人の補佐役の指名」を含めるよう記載がございました。また、これまで、6ヶ月未満のビザであれば最終学歴の卒業証明書や資格証明書の提出は求められませんでした。今後は求められる可能性も出て参りました。

本大統領令には上記のみの記載でしたが、今後各省庁からの政令や手続方法の案内によっては、さらに厳しく取り締まる可能性もあります。但し、従来どおり、取締役の方々に関してはそのような条件は問われないのではないかとというのが弊社の予測です。

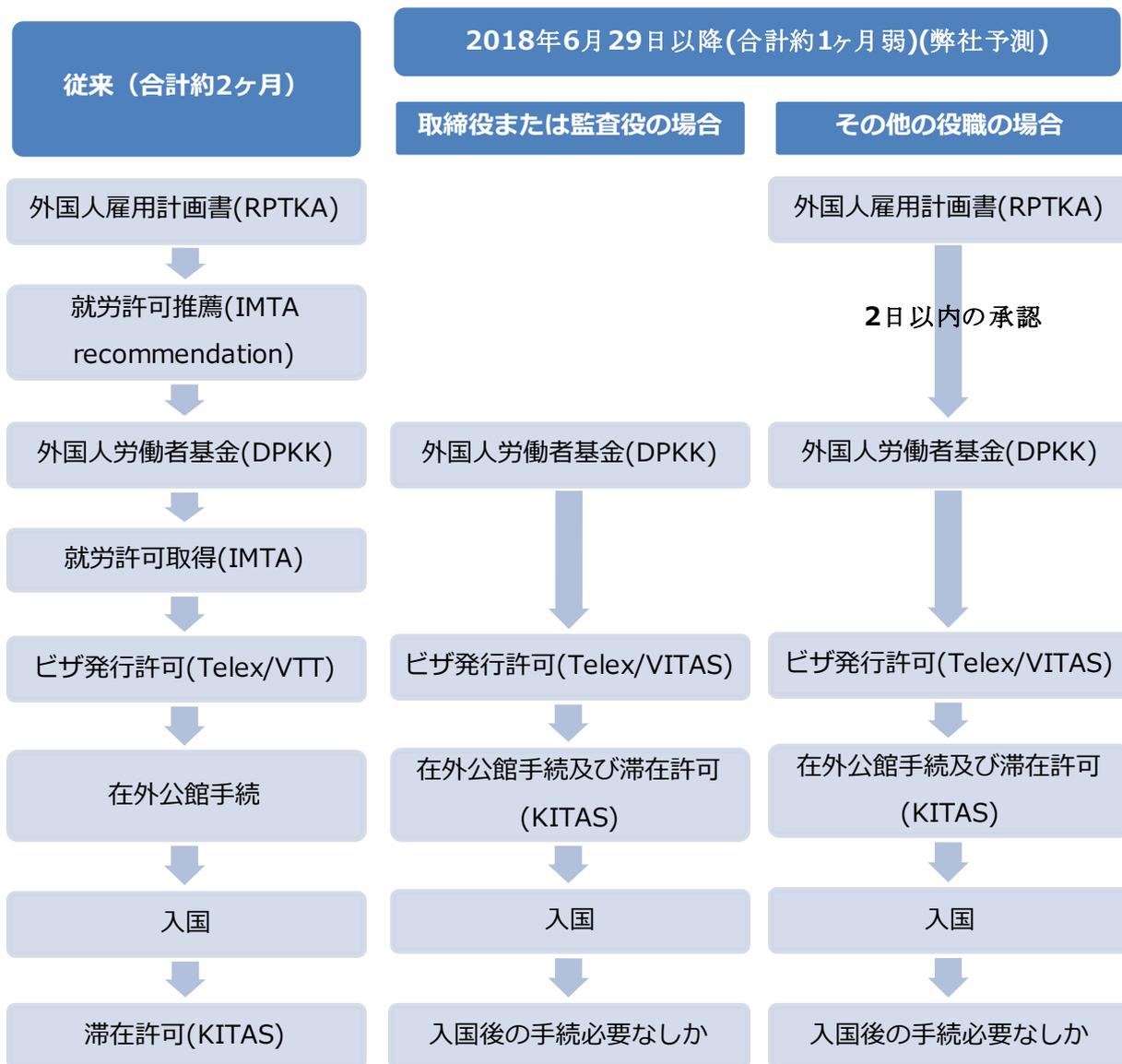
### <主な注目点④滞在許可 (KITAS) の有効期限が 2 年間へ>

これまで外国人労働者は、就労ビザ (IMTA) を取得し入国後、KITAS と呼ばれる滞在許可を入手することで、滞在及び複数回の出入国を許可され

てきました。

本大統領令第 21 条によりますと、最初の KITAS の有効期限は、これまでは 1 年間（もしくはそれ未満）でしたが、施行後は 2 年間有効になり、さらにそこから延長ができるようになるとのことですが、何回延長ができて最大何年滞在できるかは不明です。

これまで、1 年間の KITAS を所有していた外国人は、通常 3 回、取締役職であれば 4 回まで、出国を伴わない延長手続が可能でございました。これまでの KITAS 所有者の延長可能回数に変更があるかは不明ですが、弊社では、延長可能回数が残



っている KITAS 所有者に関してはそのままその回数分延長が可能になるのではと予測しています。

本大統領令だけでは、具体的な手続方法や必要書類は明確になっておらず、また、ビザの更新方法及び要件が変わるのかも不明瞭です。弊社では明確な情報が得られ次第、情報発信させていただきます。

現在のビザ期限が 2018 年 6～8 月の方や、同時期に新規のビザを取得予定の方で、施行開始後の混乱を避けたい方は、レバラン休暇（6 月中旬）前の申請をご検討ください。

以上

#### 株式会社東京コンサルティングファーム

インド・中国・香港・ASEAN・中東・アフリカ・ラテンアメリカなど世界 27 か国に拠点を有し、各国への進出や進出後の事業運営についてトータルサポートを行っている

また、新興国投資に対応したデータベース

「Wiki-Investment」を提供し、30 カ国の投資環境や会社法、税務、労務、M&A 実務といった内容を掲載

(URL <http://wiki-investment.com/>)

さらに「海外投資の赤本」シリーズとして、インド・中国・東南アジア各国・メキシコ・ブラジルなどの投資環境、拠点設立、M&A、会社法、会計税務、人事労務などの情報を網羅的かつ分かりやすく解説した書籍を出版している

問合せ先： [f-info@kuno-cpa.co.jp](mailto:f-info@kuno-cpa.co.jp)

## タックスヘイブン税制のポイント

みらいコンサルティング株式会社

Q

「タックスヘイブン」とは何ですか？税務上何に留意すればよいでしょうか？

A

- ① タックスヘイブンとは、「租税回避地」と訳され、法人税率が非常に低い国を意味します。
- ② タックスヘイブンに拠点を作り、そこに利益を計上すると、日本での税収が著しく減少してしまいます。そのため、「タックスヘイブン対策税制」が定められています。平成 29 年度税制改正において国際的な動向を踏まえた見直しが行われました。

### ☑ タックスヘイブン対策税制について

タックスヘイブンとは、「租税回避地」を意味します。国際化が進む現在、著しく法人税率の低い国において利益を意図的に計上することで、税金負担を減らす行為が可能となってしまっています。このような行為に対抗すべく、経済協力開発機構 (OECD) の「税源浸食と利益移転行動計画」(BEPS) の基本的な考えを踏まえて、日本でも「タックスヘイブン対策税制」が改正されています。

### ☑ 判定プロセス

タックスヘイブン対策税制による課税が行われるかどうかの判定プロセスは、以下のとおりです。

※「租税負担割合 20%以上であれば、経済実体のない法人であってもタックスヘイブン税制の対象外」とするトリガー税制は原則廃止されました。

#### I. 特定外国関係会社へ課税 (新設)

(i) 外国関係会社とは？

直接的または間接的に 50%以上の株式を保有している外国法人、または、実質支配関係がある外国法人のことをいいます。

(ii) 特定外国関係会社とは？

外国関係会社のうち、下記のような「特定外国関係会社」に該当する場合で、現地国の租税負担割合が 30%未満のときは合算課税 (例：日本本社において、海外子会社の所得も合算して課税) されます。

- ・ペーパーカンパニー
- ・実質的なキャッシュボックスとなっている外国関係会社
- ・ブラックリスト国に所在する外国関係会社

#### II. 特定外国関係会社以外の外国関係会社

経済活動基準を満たすか否か (= 経済的実態があるか否か) によって判定されます。

経済活動基準	内容
①事業基準	⇒ 事業目的が、以下の事業を主たる事業としていない。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・株式や債券の保有</li> <li>・権利・ノウハウ・著作権などの無形資産の提供</li> <li>・船舶や航空機の貸付</li> </ul>
②実体基準	⇒ 現地国に、主たる事業に必要な事務所等の固定施設を有する。
③管理支配基準	⇒ 現地国において事業の管理、支配及び運営を「自ら」営んでいる。
↓ (最終判定) 業種により、どちらかを選択	
④非関連者基準	対象：卸売業・銀行業・信託業・金融商品取引業・保険業・水運業・航空運送業 ⇒ グループ外企業との売上または仕入取引が、取引額全体の 50% を超えている。
④所在地国基準	対象：上記以外 (小売業・サービス業・製造業等) ⇒ 主たる事業が、現地国において行われている。

(i) 経済活動基準の「いずれか1つでも満たさない」場合

現地国の租税負担割合が20%未満のとき、当該会社のすべての所得に対して合算課税されます

(ii) 経済活動基準の4つすべてを満たす場合

現地国の租税負担割合が20%未満のとき、受動的所得のみ合算課税の対象となります。

### 実務上の留意点

従来のタックスヘイブン対策税制では、納税者が租税回避を行う意図があったか否かを問わず、「形式的基準」に当てはめて判断されてしまうことがありました。今回の改正で、「外国子会社の経済実態に即して課税が行われるべき」との視点が盛り込まれた点が特徴的です。

海外子会社が税務上どのように判定されるかは、ビジネス展開に大きな影響を及ぼします。税制において、どのような状態であれば「租税回避を行っていない」と判定されるか、その基準を知っておくことは非常に有用です。今後も制度改正が予想されますので、継続的なモニタリングが必要となります。

注：執筆内容はポイントが分かりやすいように原則的制度を中心に説明したものであり、例外規定などを網羅するものではありません。



本社：〒104-0031 東京都中央区京橋 2-2-1  
京橋エドグラン 19階

拠点：国内 9 拠点 海外 14 拠点

TEL：03-6281-9810(代)

FAX：03-5255-9811

<https://www.miraic.jp/>

1987年創業。従業員数約200名(海外拠点を含む)。日本国内に9拠点、海外(中国・マレーシア・ベトナム)5拠点に加え、ASEANにジャパンデスク10拠点を有する。

公認会計士・税理士・社労士・ビジネスコンサルタントが一体となる「チームコンサルティング」により、中小中堅企業のビジネス展開を、経営者目線から総合的にサポート。

株式上場支援、働き方改革の推進、組織人材開発、企業を強くする事業承継やM&A、国際ビジネスサポート等で多数の支援実績がある。

## 移転価格税制⑬

株式会社フューチャーワークス  
公認会計士・税理士 中村 正英氏

前回のコラムにおいては、ベンチマーク分析の内容を少し詳細に記載しました。もちろん利益が出ていればベンチマーク分析を行って自社の取引価格の適正性を主張するのですが、最近我々が作成しているローカルファイルは赤字企業のもが多くなっています（日系企業の景気はあまりよくありません・・・）。

実は、インドネシアを含めたアセアン各国の現状をみていると赤字企業こそ移転価格の指摘を受けてしまう傾向にあります。法人所得税に対する指摘はもちろんですが、インドネシアにおいては（推定での）課税仕入金額を決定され、それに伴う VAT の追加課税のリスクも気を付けなければなりません。

※法人所得税については赤字企業であれば繰越欠損金を解消されるくらいで済みますが、VAT の追加課税はキャッシュアウトが伴います。

インドネシアにおいては、移転価格調査を専門で行う担当官が全く育っていないという現状もあります。その中で（知識がない中で）一番指摘が容易なのが赤字企業に対する指摘になります。そもそも赤字取引は正常なビジネスとは言えませんので、「正常な価格ではない！」と指摘しやすいのです。

単発の赤字なら、赤字に陥ってしまった理由を紐づけることは容易かと思えます。「洪水によって工場の稼働を止めなければならなかったから赤字になった」、「従業員のデモが長期化して工場が稼働しない期間が長引いてしまった」など、理由があれば赤字になってしまうのは仕方ありません。もし、この理由がなかったなら黒字で着地できて

いたわけですから。

問題は経常的な赤字の場合です。特にインドネシアの日系企業は元気がない会社も多く、設立以来赤字であるという会社も珍しくはありません。また、そのような会社においては移転価格ドキュメントを作っていないことも多いので、当局から言われるがまま課税となってしまうケースが散見されます。

このような経常的な赤字の場合にどうするかというと、さらに綿密な理由付けが必要になります。具体的には、次の項目を記載して、何故赤字になってしまったのかという理由（ストーリー）を述べる必要があります。

### 【赤字企業の場合の具体的な記載】

- ①臨時的・偶発的な赤字原因について言及（非移転価格要因）
- ②定量データの整理（①によって正常時との差異を定量的に説明）
- ③再建計画について言及（今後の黒字化への定量・定性案）

※ポイントは赤字原因が「非移転価格要因（外的要因）」であるということです。自社の都合で赤字になってしまっている場合には、自業自得であり追徴課税される可能性が少なからずあるように思います。あくまでも臨時的・偶発的な外的要因により赤字に陥ってしまったというストーリーが必要です。

また、この中で特に重要なことは「②定量データの整理」です。「①非移転価格要因」の結果、自社の数字がどれだけ傷ついたかです。客観的に数字で証明することが重要になります。

設立以来赤字が続いてしまっている会社においては、FS（フィジビリティスタディ）の段階で想定していた利益がどのように毀損したかを定量的に表し、客観的な毀損理由を付し、今後どのように利益を回復する予定かをそれぞれ記載する必要があります（原因とPL計上額に直接的な因果関係がない場合が多いですが、因果関係をどこに置くかをしっかりと検討することがポイントになります）。

日本において、赤字企業の決算は「どうせ税金を支払わないんだから・・・」という理由であまり重要視されていないように思います。税理士がクライアントに「当期からは利益が出るので、数字をしっかりと作っていきましょう！」と言っているのも良く耳にします。この感覚を持ったままインドネシアの移転価格文書の作成や申告書の作成を行ってしまうと、後々問題となってしまうことも多いため、赤字であるからこそリスクがあるという認識が重要になります。

<b>代表取締役</b>	<b>中村正英（日本国公認会計士・税理士）</b>
<b>経歴</b>  	京都府出身 38歳 同志社大学経済学部、京都大学公共政策大学院卒。 日本国公認会計士、税理士 アジア圏における企業進出に注力。日本公認会計士として日本会計・税務のプロフェッショナルであると同時に、海外会計・税務にも精通する国際派。  2004年 新日本監査法人入所。主にIPO、法定監査業務に従事。 2008年 (株)フューチャーワークス設立。代表取締役就任。中小企業の経営サポート及び経営改善の一環として中小企業の海外進出のサポートを開始 2011年 日本企業のインドネシア進出及び進出企業のサポートを開始 2012年 独立行政法人中小企業基盤整備機構 国際化支援アドバイザー/ 海外販路開拓支援アドバイザー 2013年 大阪府ビジネスアドバイザーデスク 2013年 (株)ユナイテッドファクトリー設立。代表取締役就任 2014年 中国アジア進出支援機構メンバー 2014年 大阪府インドネシアコンソーシアムメンバー 2017年 インドネシア進出実務ガイド（中央経済社）出版

## 海外子会社管理のポイント (マレーシア編)

柳田国際法律事務所

弁護士 柳田 一宏氏

弁護士 佐々木裕助氏

### 1 はじめに

(1) 昨年 11 月号より各国における海外子会社管理のポイント（各国編）を解説しているが、本号ではマレーシアを取り上げたい。

(2) マレーシアは、親日国であり<sup>1</sup>、原油、天然ガス、天然ゴム等の資源産出国であること<sup>2</sup>に加え、1967 年所得税法、1967 年関税法、1972 年売上税法改正の他、1986 年の第 1 次工業化基本計画など様々な外資誘致策を講じていて<sup>3</sup>、日本企業も多く進出している。また、最近の GDP 成長率は、毎年 4%～6%程度で推移しており<sup>4</sup>、内需も拡大傾向にある。

(3) このように進出先として大きな魅力がある一方で、近時の主要な法規制（会社法、雇用法等）の改正や労務環境の変化など現地子会社を管理する上で留意すべき事項も見られる。

そこで、本号では、改正会社法（下記「2」）

<sup>1</sup> 日本貿易振興機構『マレーシアビジネスガイド』〔第 2 版〕17-18 頁

<sup>2</sup> マレーシアの 2016 年度の対日輸出品目の割合は、液化天然ガス（31.6%）、電気機器（26.1%）、木製品及びコルク製品（家具を除く）（4.0%）、一般機械（3.8%）、石油及び同製品（3.7%）というものである（日本貿易振興機構のウェブサイト（[https://www.jetro.go.jp/world/asia/my/basic\\_01.html](https://www.jetro.go.jp/world/asia/my/basic_01.html)））。

<sup>3</sup> 例えば、製造業に対し、①パイオニアステータスという生産開始日から 5 年間の法定所得の 70%が免税される制度や、②適格資本的支出（認可プロジェクトで使用される工場等の設備に対する支出）が最初に発生した日から 5 年以内に発生した同支出に対し、60%の投資控除が得られる制度等がある。

<sup>4</sup> 日本貿易振興機構ウェブサイト（[https://www.jetro.go.jp/world/asia/my/stat\\_01.html](https://www.jetro.go.jp/world/asia/my/stat_01.html)）参照

と近時の労務規制（下記「3」）に焦点を当てて、マレーシアで子会社を管理する上でのポイントについて考えていきたい。

### 2 改正会社法

#### (1) 非公開会社の柔軟な運営

2017 年 1 月 31 日に施行されたマレーシアの改正会社法（Companies Act 2016）では、①非公開会社における取締役の員数に関する要件の緩和（従来は取締役のうち最低 2 名はマレーシアに居住している必要があったところ、マレーシアに居住する取締役は 1 名で足りることとなった）、②非公開会社における定時株主総会の開催義務の緩和（従来は 1 年に 1 度の定時株主総会の開催が義務付けられていたところ、定時株主総会の開催義務は公開会社に限定され、非公開会社については同義務が撤廃された）等、会社の柔軟な運営を可能とする改正が行われた。

#### (2) 取締役の責任

改正会社法は、コーポレート・ガバナンスの強化にも取り組んでおり、特にマレーシアで子会社を管理するにあたって留意すべき点の一つとして、取締役の範囲の拡大が挙げられる。

従来は、会社の取締役全員の行動が、特定の者の指示等に基づくものと常態的に認められる場合は、当該特定の者も「取締役」に該当するとされていた。改正会社法は、「取締役」の定義を改め、取締役の過半数が特定の者の指示等に基づく場合は、当該特定の者も「取締役」に該当するとした。この点、従前は、会社の取締役全員の行動が特定の者の指示等に基づくという点は立証が困難であるとされていた。ところが、改正会社法においては、例えばマレーシア子会社に取締役の過半数を派遣している日本本社側で過半数の取締役に常態的に指示を出していると認定された者は「取締役」としての責任を負い得ることになる。

### 3 近時の労務規制

#### (1) 最低賃金の増額

従来、マレーシアの投資先の魅力として、安価な労働力の確保が挙げられていた。

しかし、2012年最低賃金令(2013年1月施行)により、全業種、外国人労働者を含む全労働者に適用される最低賃金制度が導入された。2016年7月に最初の引き上げがされ、マレー半島部が900リンギット(約2万4300円)<sup>5</sup>から1000リンギット(約2万7000円)に、東マレーシアが800リンギット(約2万1600円)から920リンギット(約2万4840円)に引き上げられた。

マレーシア政府は、2018年中にさらに最低賃金を引き上げると発表しており、今後も継続して実施される可能性が高い。

#### (2) ハラスメント

マレーシアでは、セクシャルハラスメントが法律上明文をもって禁止されている。2012年改正雇用法(Employment (Amendment) Act 2012)では、セクシャルハラスメントについて「言葉によると否とを問わず、視覚的なもの、身振りによるもの、物理的接触によるもののいずれであれ、勤務の過程にある人物に向けられた、攻撃的又は屈辱的若しくは当該人物の幸福を脅かす、当該人物の望まない性的な振る舞い」と定義されている(同法2条)。また、雇用法において、使用者は、労働者によるセクハラの調査に係る申立てがなされた場合は、原則として調査しなければならず(同法81B条)、調査の上、セクハラが存在が認められた場合は、適切な懲戒処分をしなければならないとされている(同法81C条)。使用者が当該義務を怠った場合は、1万リンギット(約27万円)以下の罰金が科される(同法99条のA)。

<sup>5</sup> 本稿では、1マレーシアリンギット=27円で換算している。

セクシャルハラスメントの問題に加え、マレーシアでは、言語や文化、宗教等の異なるバックグラウンドを持つ人材が同一の職場で就業することが多く、このようなバックグラウンドからいじめやその他のハラスメントに発展する場合がままある。

#### (3) 雇用保険制度

2018年1月から解雇された者に対し、月額600リンギット(約1万6200円)を給付する雇用保険制度が導入され、労働者及び雇用主のそれぞれが当該労働者の賃金の0.2%相当額を納付することになった。

#### (4) 外国人就業規制

マレーシア政府は、マレーシア人の雇用確保を目的に「マレーシア人の雇用優先政策」(ブミプトラ政策)を実施している。具体的には、近隣国(タイ、カンボジア等)の外国人労働者は、雇用が認められる業種(製造、農業、プランテーション、建設、サービスの5業種)が限定されている。例えば、インド人は、製造業の就労が認められておらず、バングラデシュ人は、政府間で合意された一部のプランテーション業務以外の業務への就労が認められていない。

加えて、外国人労働者を雇用している事業者には、年次雇用税(Levy)が外国人労働者1人ごとに毎年課される。Levyの額は、業種や地域によって異なるものの、おおむね590リンギット(約1万5930円)~1850リンギット(約4万9950円)程度である。

### 4 おわりに

マレーシアは、親日国であり天然資源も豊富で、各種外資誘致政策の実施や内需の拡張など、日本企業にとって進出のメリットは大きい。

他方で、改正会社法や改正雇用法に見られるとおり、現地規制の中には日本法とは異なる態様の

規制もまま見受けられる。加えて、近時の労務環境の変化は大きく、最低賃金の上昇に見られるとおり賃金は上昇基調にあるし、雇用保険制度の導入により、人件費の負担は嵩む傾向にある。また、移民国家ならではのハラスメント等の職場環境の問題もある。こうした規制や労務環境の変化への対応については、信頼できる情報源や現地専門家へ相談できる体制を確保しておくことが何よりも大切である。

以上

柳田国際法律事務所 代表パートナー

柳田 一宏氏

---

2000年弁護士登録。ハーバード・ロースクール客員研究員を経て、2003年ハーバード・ロースクールLL.M.課程修了。2004年米国ニューヨーク州弁護士登録。

専門分野はコーポレート・ガバナンス、国際取引、M&A、事業再生・倒産、訴訟・紛争等。

著作に「アメリカ事業再生の実務」（共著、金融財政事情研究会、2011年）、「特別対談 法務部と法律事務所の役割分担」（Business Law Journal 2013年5月号）、「世界銀行 ICR Task Force Meeting への参加報告」（NBL 2016年3月15日号）他多数。

柳田国際法律事務所 アソシエイト

佐々木 裕助氏

---

2007年弁護士登録。

専門分野はコーポレート・ガバナンス、危機管理・コンプライアンス、金融商品取引法、訴訟・紛争等。

---

【お問い合わせ先】

柳田国際法律事務所

東京都千代田区有楽町一丁目7番1号

有楽町電気ビル北館1310区（〒100-0006）

E-mail: [kazuhiro.yanagida@yp-law.jp](mailto:kazuhiro.yanagida@yp-law.jp)

URL: <http://yp-law.jp>

Tel: +81-3-3213-0034

Fax: +81-3-3214-5234