

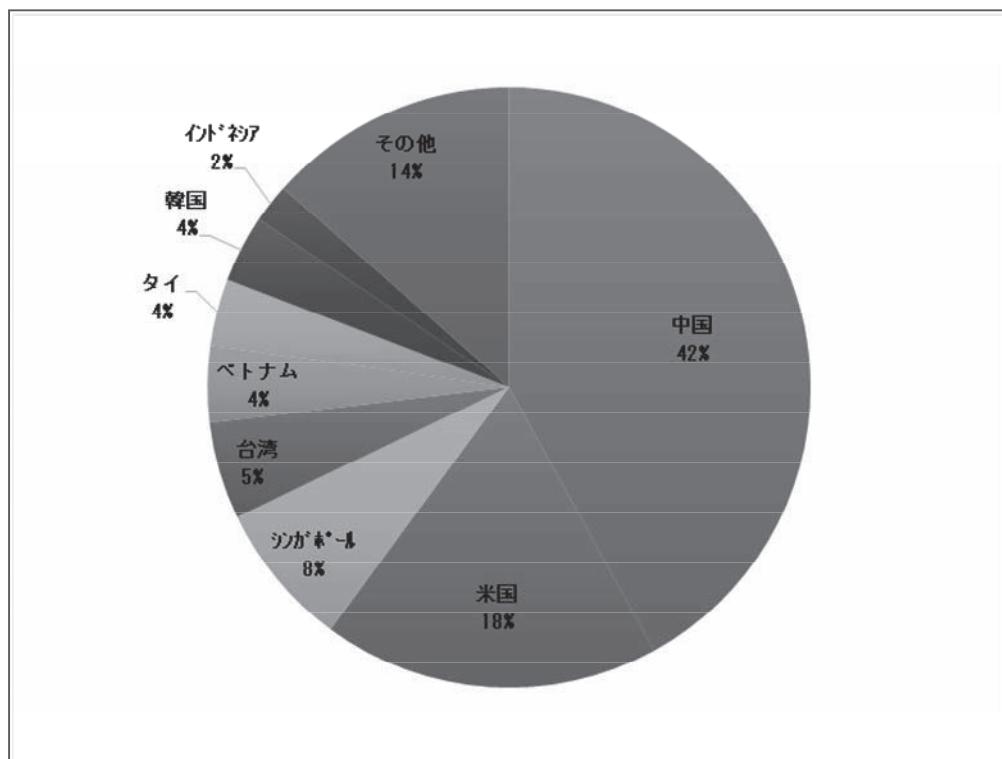
IV. サービス産業の海外展開における WTO や経済連携協定ルールの活用

慶應義塾大学 総合政策部 教授 渡邊 賴純

1. はじめに—海外展開進む日本のサービス産業—

小売業、外食産業などのサービス産業においても日本企業、とりわけ中小企業の海外展開が進みつつある。日本貿易振興機構（ジェトロ）の調査によると、これら企業の進出先は中国が最も多く、二位は米国、次いでシンガポール、台湾などアジアへの展開が進んでいる（図－1 「海外進出済みサービス産業（B to C）の現地法人所在地」参照¹）。なお、中国進出企業の半数は上海に拠点を置いている。

図－1 海外進出済みサービス産業企業（BtoC）の現地法人所在地



（出典：「ジェトロ世界貿易投資報告」2012年版、第3章 図表 III-10）

また、新たに海外進出を検討しているサービス企業の候補地としては、進出実績の多い上海やシンガポール、バンコクなどが上位を占めているが、ホーチミンや北京、大連、台北などを検討する企業も多いことが分かっている。ベトナムやインドネシアなどが高

¹ 海外進出済みサービス産業企業とは、ジェトロによるアンケート回答企業のうち、海外において1社以上の現地法人を設立し、現地で操業中の企業（n=160社）を指す。ジェトロ「平成23年度サービス産業の海外展開支援ニーズに関するアンケート調査結果」による。なお、「B to C」とは、”Business to Consumer”を意味し、サービス企業から消費者へ提供される役務を指している。

度経済成長を続ける中、進出候補地の多様化が近年の特徴といえる（表－1 「サービス産業企業（B to C）が進出先として検討している都市（複数回答）」参照）。

（表－1）サービス産業企業（B to C）が進出先として検討している都市（複数回答）

	小売業	外食業	理容・美容等	学習塾業
1	上海(76)	シンガポール (31)	上海 (17)	上海 (7)
2	北京 (43)	上海 (30)	シンガポール (14)	北京 (6)
3	バンコク (42)	バンコク (27)	ホーチミン (11)	バンコク (5)
4	大連 (41)	ホーチミン (22)	大連 (9)	大連 (4)
5	シンガポール (40)	台北 (19)	クアラルンプール (8)	台北、ジャカルタ、ハノイ、ホーチミン (4)
6	台北 (34)	北京、香港、ロサンゼルス (15)	台北、バンコク、ハノイ (7)	広州、香港 (3)

注：今後、独資または合弁で現地法人を設立し、現地での創業計画を有する企業が進出を検討している都市。

()はその企業数。

出典：ジェトロ「平成23年度サービス産業企業の海外展開支援ニーズに関するアンケート結果」より

業態別では外食業や小売業を中心に積極的に海外展開にチャレンジしている。ジェトロの集計によると、海外に進出しているサービス企業は2012年4月の時点で約800社とみられる。²この中には中堅・中小企業も多数含まれており、東京・大阪などの首都圏からのみではなく、日本各地からさまざまな業態の企業が海外市場に果敢に挑戦している。

一例をあげると、外食業では和製ラーメンの「さんばち」（北海道札幌市）が中国の瀋陽、長春、武漢、香港、台湾、さらには韓国やカナダにも出店している。また、「山小屋ラーメン」（福岡県田川郡）は中国の深圳、タイ、台湾などに展開している。また、小売業ではヤング向けカジュアル婦人服に強みを持つ「ハニーズ」（福島県いわき市）が中国全土で250店以上を展開し、進出当初から「3年で100店舗」という目標を掲げ、積極果敢な投資を行っている。スーパー・マーケットの「マックスパワー」（島根県松江市）は首都圏や関西圏を経由することなく、直接中国市場に照準を当てて事業を展開させており、2011年3月の時点で「しんせん館」「魚屋しんせん館」など計55店を中国で展開、賃料の高価な一等地を避け、好条件の物件を苦労して探し出しながら出店を進めている。

メガネ販売の「金子眼鏡」（福井県鯖江市）はニューヨークに進出、日本のメガネ作りの技に現地のファッショントレンドを加えた商品開発を実現し、ニューヨーク店で

² 『ジェトロ世界貿易投資報告』2012年版、第3章第1節「中小企業を中心とする日本企業の海外展開」図表III-12「中堅・中小サービス企業（B to C）による海外展開事例」

は、日本式の徹底的にきめ細やかなサービスを提供することで固定層の顧客を獲得している。

このようにさまざまな業種で国際化している日本のサービス産業界ではあるが、一方で、進出先におけるさまざまな商慣習の違いや、国ごとに異なる法制度や規制に苦労させられることもしばしばである。こうしたサービス部門における「ビジネス・リスク」を日本企業はどのように回避し、どのように乗り越えれば良いのだろうか。

ビジネス・リスクに直面した際、日本のサービス企業や投資家を保護してくれる可能性があるのが、サービス貿易に関する国際的取り決めである。以下では、多国間でサービス貿易に一定の規律を提供し、限定的ながらも各国のサービス部門での権利義務関係を規定している WTO の GATS（サービス貿易一般協定）と、日本の EPA（経済連携協定）におけるサービス協定についてその概要を確認する。

2. WTO・GATSにおけるサービスの「自由化」とは

1986年から1994年まで行われたGATTの多国間貿易交渉「ウルグアイ・ラウンド」の一つの大きな成果は、サービス貿易に関して一定の規律と交渉の手順が合意されたことである。

(1) 「見えないサービス貿易」をどうやって自由化するのか

1948年に発効し、1994年まで世界貿易に自由貿易の規律とその推進のための交渉の舞台を提供してきた「関税と貿易に関する一般協定」(GATT)は、モノの貿易 (trade in goods) に関するのみであったが、ウルグアイ・ラウンドにおける交渉を経て、サービス貿易 (trade in services) にも自由化のための規律とルールが適用されることとなった。それが「サービス貿易一般協定」(GATS=General Agreement on Trade in Services)である。こうしてウルグアイ・ラウンドの成果を基礎として誕生した WTO では、従来からのモノの貿易という「見える貿易」(visible trade) のみならず、「見えない貿易」(invisible trade) としてのサービス貿易や、知的財産権ならびに投資措置の貿易的側面もカバーされることになった。

モノの貿易の場合は、国境線上で関税という比較的透明性の高い、分かり易い障壁が立ちはだかっており、これを軽減していくことが交渉の課題となる。サービス貿易の場合は、その取引がまさに「目に見えない」ため、国境線上でモノの場合のように捕捉することができない。そのため、サービス貿易に対する規制は、国境線上で行われるのではなく、各国の当該サービスを規制している監督官庁により、国内法制度や慣行によって行われている。

したがって、サービス貿易における「自由化」とは、このような国内法制度や慣行などの公式ないしは非公式の規制を撤廃、または緩和していくことを意味する。モノの貿易では自由化の対象は「国境線上」、つまり、“on the border” にあるが、サービス貿易では、自由化のターゲットは「国境のうしろ」、“behind the border” にある

ということになる。

(2) サービス提供の「4つのモード」

それではサービス貿易は、どのようにGATSによってルール化されているのだろうか。まず、GATSでは、WTO事務局の分類に明示されている、155業種を含むすべてのサービス（ただし、政府の権限の行使として提供されるサービスを除く）の貿易に影響を及ぼす政府の措置を対象としている。その際、これらのサービス貿易をサービス提供の形態（モード）により、以下の4つのカテゴリーに分類している。

① 「越境取引」(cross-border services)

ある加盟国の領域から他の加盟国の領域へのサービスの提供。例としては、海外のカタログ販売店から雑貨を購入するような場合や、海外に在住する弁護士から電話で法務アドバイスを受けるといったケース。

② 「国外消費」(service consumption abroad)

ある加盟国の領域における他の加盟国のサービス消費者へのサービスの提供。例としては、日本の航空機がアメリカの飛行場で、同じアライアンスの航空会社からメンテナンス・サービスを受けるようなケース。観光客や海外出張者による現地でのサービス消費などもこれに該当する。

③ 「商業拠点」(services provided through commercial presence)

ある加盟国のサービス提供者による、他の加盟国の領域における商業拠点を通じたサービスの提供。例としては、シティバンク・ジャパンのような外銀が日本に拠点を設置して現地法人を設立、銀行サービスを一般顧客に対し行うようなケース。

④ 「自然人の移動」(services provided by movement of natural persons)

ある加盟国のサービス提供者による、他の加盟国の領域内における自然人の移動を通じたサービスの提供。例としては、来日した外国人弁護士による法律相談や、外国人アーティストによるエンターテイメントの提供などのようなケース。

(3) GATSの主要規定「サービス分野を規律する義務と特定分野に関する義務」

GATSには「(a)すべての分野のサービス貿易に関して守るべき義務」と「(b)約束した分野のサービス貿易に関して守るべき義務」がある。

前者(a)は、第2条の「最惠国待遇原則」(Most-favoured Nation Treatment=MFN原則)と第3条の「透明性」(Transparency)がある。MFN原則とは、すべての加盟国に対して同等の待遇を即時かつ無条件に与える義務であり、当該サービスの原産国に

よって差別してはならないとする「無差別原則」である。³ また、透明性については、サービスに関する法律や規則などを公表することを、一般的義務として規定している。これにより、手続きの不透明性による障壁を除去できるとともに、その内容について交渉を行うことも容易になるというメリットがある。

次に、後者(b)についてだが、GATS では、各国が自由化の約束を行う分野と自由化の内容を「約束表」(モノの貿易の場合の「譲許表」に相当)に記載し、その分野の拡大および自由化内容の充実は、その後の交渉により行われることとなっている。このサービス貿易における「漸進的自由化」(progressive liberalization)のアプローチは、農業分野とともに WTO 体制の中に「ビルトイン・アジェンダ」(built-in agenda)として組み込まれている。

GATS における自由化約束は、前述の 155 のサービス業種それぞれについてサービス提供の 4 つのモードごとに、自らが自由化を行う分野のみを「約束表」に限定列挙していく形式で行う。この方式は、自らが自由化する意思を有するサービス分野を自由化することから、「ポジティブ・リスト方式」(または「ボトムアップ方式」)と呼ばれている。

約束表においては、WTO 加盟国は「市場アクセス」および「内国民待遇」に関する条件ないしは制限に加え、「追加的約束」としてさまざまな自由化約束を記載することができる。

「市場アクセス」については政府が採るべきではない措置の類型として以下の 6 点が限定的に列挙されている (GATS 第 16 条)。

- ①サービス供給者の数に関する制限
- ②サービスの取引総額または資産総額に関する制限
- ③サービスの総産出量に関する制限
- ④サービス提供者の雇用者数の制限
- ⑤企業形態にかかる制限
- ⑥外資制限等

の 6 点である。

WTO 加盟国は、各サービス分野およびサービス提供の各モードについて、①から⑥までの措置を採らない旨の約束を行うか、全面的にまたは部分的に留保するかを国別約束表に明記することが求められている。

また、「内国民待遇」(GATS 第 17 条)の原則とは、「他の加盟国のサービスおよびサービス供給者に対して、内国のサービスおよびサービス供給者と比して不利でない待遇を与える」という原則である。これについては、各国はそれぞれの分野について、

³ MFN 原則の例外としては、以下のようなケースがある。①自由貿易協定など域内のサービス貿易の自由化を進めるための協定に参加する場合、②域内の労働市場を完全に統合するための協定に参加する場合、③サービスの政府調達で、商業的販売のための利用を目的としない調達を行う場合などがある。経済産業省通商政策局 編 『不公正貿易報告書』2011 年版、344-347 頁参照

内国民待遇の義務を受け入れるかどうかを交渉で決めることができる。交渉の結果、内国民待遇原則を受け入れた場合でも、ロシアのように銀行業の中で外銀による直接の支店設置 (direct branching) は認めない、とすることも可能である。

この他、GATS には、「金融サービスに関する附属書」「電気通信に関する附属書」「航空運送サービスに関する附属書」「サービスを提供する自然人の移動に関する附属書」の4点の附属書が、各分野の固有の問題に対処すべく置かれている。

3. 日本の EPA におけるサービス自由化の取り組み

日本が交渉してきた自由貿易協定は「経済連携協定」(Economic Partnership Agreement=EPA) と呼ばれている。2013年6月1日現在、13の国・地域との間で発効させており、さらに6カ国と交渉中である。いずれの EPA においてもサービス貿易に関する合意は重要なものとなっており、WTO の GATS を超える約束の内容を確保すべく、交渉を重ねている。⁴

日本にとって最初の FTA となったシンガポールとの EPA では、日本は132のサービス分野を約束し、シンガポールも139の分野で約束を行った。WTO の GATS では日本が100の分野、シンガポールが62の分野でしかコミットしていなかったことを勘案すると、両国ともに EPA で相当程度の自由化の「深掘り」を行ったといえよう。このように二国間の EPA では、一般的に GATS の自由化を上回る自由化約束を獲得するよう交渉が行われる。

ASEAN 諸国との EPA では、GATS の交渉方式と同様「ポジティブ・リスト方式」で交渉が行われたが、メキシコとの交渉以降、チリやペルーなど南米諸国とのサービス交渉では NAFTA(北米自由貿易協定) の流れをくむ「ネガティブ・リスト方式」が採用された。

一般に「ネガティブ・リスト」には、規制が存在するサービス分野、協定に規定される適合しない義務の種類、採られる措置の根拠や概要等が記載される。この方式だと締約国が約束していない分野を明確に把握できるため、「ユーザー・フレンドリー」な方式であると評価されている。また、「原則自由、例外規制」という考え方方が基本となるため、TPP や TTIP (Trans-Atlantic Trade and Investment Partnership Agreement) など、高レベルの市場アクセスを目指す交渉では「主流」となる可能性が高い。⁵他方、日中韓 EPA や RCEP (東アジア地域包括的経済連携協定) 交渉では、途上国が多いこともあり、「ポジティブ・リスト方式」の方が採用される可能性が高い。特に日本のサービス業界にとって、海外進出の障壁となる蓋然性が高いのは、途上国の規制であり、以下では「ポジティブ・リスト方式」における「約束表」の読み方を検討する。

⁴ 渡邊頼純(監修)、外務省経済局 EPA 交渉チーム(編著)、『解説 FTA・EPA 交渉』、III-07 「サービス貿易」 239-264 頁参照

⁵ TPP におけるサービス貿易交渉については、渡邊頼純『TPP 参加という決断』(ウェッジ、2011年) 140-148 頁参照

4. サービスの約束表をどう見るか

(1) サービス分野または小分野 (service sector or subsector)

各国が自由化約束を行うサービス分野または小分野を記載してある。GATS で採用している WTO 事務局のサービス分類（文書番号 MTN.GNS/W/120）では、12 の大分類と 155 の小分類に分かれている。

(2) 現状維持 (Standstill=SS と表示)

約束表に記載されている条件または制限が、協定発効時点における措置に限定されていることを示すものとして、「SS」と表示される。これに反して、追加的条件や制限が課されている時には、SS 義務違反となる。

(3) 市場アクセスにかかる制限 (Limitation on Market Access)

市場アクセスに関する約束を、サービス提供の 4 つのモードごとに記載する。「制限しない (None)」とある場合には、市場アクセスにかかる義務に抵触する措置を全く採らないことを約束していることになる。他方、「約束しない (Unbound)」と記載している場合には、自由化を約束していないことを示している。なお、何らかの制限を設けた上で約束する場合には、該当欄に具体的な制限内容を記載することになっている。

(4) 内国民待遇にかかる制限 (Limitation on National Treatment)

内国民待遇原則の適用について、4 つのモードごとに約束を記載している。「制限しない (None)」とあれば、全面的に内国民待遇を付与することを意味しているが、「約束しない (Unbound)」となっていれば、内国民待遇を認めていないことになる。なお、何らかの制限を設けた上で約束する場合には、該当欄に具体的な制限内容を記載することが求められている。

(5) 追加的約束(Additional Commitments)

市場アクセスおよび内国民待遇の対象とならない締約国の措置であっても、交渉によって追加的約束の対象とすることができるが、その具体的な内容を該当欄に記載することになっている。⁶

5. 結びにかえて—サービス協定を活用して海外進出を

本稿の冒頭に見たように、サービス産業の海外進出は活発に展開している。しかし、華々しい海外進出の舞台裏には、さまざまな苦労が数々あったことが推測される。その中には、リーマン・ショック後の世界経済の同時景気後退のようなマクロ的な要因や、

⁶ 前掲『解説 FTA・EPA 交渉』259-260 頁参照

投資受入国における政情不安等政治的困難もあったが、進出先における許認可取得の難しさや各種法規制の硬直性など、ビジネス環境に関わるものも少なくない。

このような問題を乗り越えるうえで、日本のサービス産業に特徴的なのは、「現地パートナー」を重要視する傾向である。確かに、現地の市場構造やビジネス慣行を熟知した、パートナー企業からの支援や協力は、必要不可欠である。日本企業の多くは、進出先の現地パートナーとの「信頼関係構築」を重視するが、このような信頼関係は、それほど盤石のものだろうか。オーナー企業でオーナーが代替わりした際などには、後継者が同じ方針を堅持するかどうかはわからない。

「後ろ盾となる現地 VIP の存在」を挙げる向きもあるが、途上国の場合などでは政権が替れば VIP が VIP でなくなることもあろう。「役人とのコネクション」を大切にすることも大切であるが、これとて下手をすると、当該国の政治的腐敗構造に巻き込まれることにもなりかねない。

人を介した「人治」も重要であるが、国内法・国際法を通じた「法治」もやはり大切なことがある。そのような観点から、海外進出を考える日本のサービス業に勧めたいのが、WTO の GATS や TRIMS (貿易関連投資措置) 協定ならびに、日本の EPA(経済連携協定) の活用である。これは多国間または二国間の協定に基づいた、「ルール志向の解決」を求めるアプローチである。これらの協定はもちろん完璧なものではなく、これからもさらに充実させていく努力が必要である。そのためには、企業が進出先の国で直面した問題を日本政府に通報し、日本政府が WTO や EPA 交渉などを通じて、その解決のために新たなルールを作るか、既存の規定を強化する方向で働きかけることが肝要である。サービス業が WTO や EPA のルールを活用して海外市場にチャレンジという姿勢を確立すると同時に、それを支えていく政府や商工会議所などの経済団体の役割が期待されている。