

BTMU CHINA WEEKLY

三菱東京UFJ銀行 国際業務部

FEBRUARY 28TH 2018

■ WEEKLY DIGEST

【経 済】

- 春節連休中の小売売上高 前年比 10.2%の増加

【産 業】

- 2022年北京冬季五輪に向け ウィンタースポーツ産業が急成長へ
- 1月の自動車販売台数 前年同月比+11.6% 新エネ車販売台数は5.3倍

■ RMB REVIEW

- 旧正月明けの人民元相場は一進一退

■ EXPERT VIEW

- 中国での地図使用にあたっての注意点

本邦におけるご照会先:

三菱東京UFJ銀行国際業務部 東京:03-6259-6695 (代表) 大阪:06-6206-8434 (代表) 名古屋:052-211-0544 (代表)

- ・本資料は情報提供を唯一の目的としたものであり、金融商品の売買や投資などの勧誘を目的としたものではありません。本資料の中に銀行取引や同取引に関連する記載がある場合、弊行がそれらの取引を応諾したこと、またそれらの取引の実行を推奨することを意味するものではなく、それらの取引の妥当性や、適法性等について保証するものでもありません。
- ・本資料の記述は弊行内で作成したものを含め弊行の統一された考えを表明したものではありません。
- ・本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、その正確性、信頼性、完全性を保証するものではありません。最終判断はご自身で行っていただきますようお願いいたします。本資料に基づく投資決定、経営上の判断、その他全ての行為によって如何なる損害を受けた場合にも、弊行ならびに原資料提供者は一切の責任を負いません。実際の適用につきましては、別途、公認会計士、税理士、弁護士にご確認いただきますようお願いいたします。
- ・本資料の知的財産権は全て原資料提供者または株式会社三菱東京UFJ銀行に帰属します。本資料の本文の一部または全部について、第三者への開示および、複製、販売、その他如何なる方法においても、第三者への提供を禁じます。
- ・本資料の内容は予告なく変更される場合があります。

WEEKLY DIGEST

【経済】

◆春節連休中の小売売上高 前年比 10.2%の増加

商務部の 21 日の発表によると、今年の春節連休中(2 月 15 日～21 日)の全国小売・飲食店の売上高は前年比+10.2%の約 9,260 億元と、伸び率は 2 桁を維持したものの、前年を 1.2 ポイント下回り、3 年ぶりの鈍化となった。

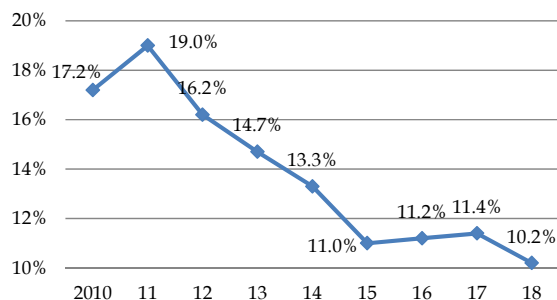
今年の消費は、年越し用品、有機雑穀等自然食品、干支の戌をモチーフにした金銀宝飾品、ハイビジョンスマートテレビや乾燥機つき洗濯機、お掃除ロボット等のスマート家電、スマートフォンやウェアラブル端末等のデジタル製品の売れ行きが好調。一方飲食では、年夜饭(大晦日に家族そろって食べる夕食)のため、老舗レストラン等に多くの予約が入ったほか、出前サービスや出張シェフサービスの利用が新たなトレンドとなった。

また連休中、多くの人が映画鑑賞や旅行などを楽しんだ。

国家新聞出版広電総局の 24 日の発表によると、2 月 16 日から 21 日の映画興行収入は前年比+68.3%の 56 億 9,400 万元、観客数は同+60.1%の 1 億 4,300 万人。期間中の作品別の興行成績ランキングでは、トップ 5 はいずれも中国映画だった。また元旦にあたる 2 月 16 日の興行収入は 12 億 6,900 万元となり、1 日の興行収入では中国の映画市場の新記録となった。

なお、国家観光局の発表によると、春節連休中の国内観光収入は前年比+12.6%の 4,750 億元、観光客数は同+12.1%の 3 億 8,600 万人に上った。受入観光客数が多かった地域は、広東、四川、湖南など。各地の春節行事、ウィンターレジャー、温泉など体験型、滞在型の旅行スタイルが人気を集めた。一方海外旅行では、旅行者が最も多かったのは東南アジア。また海外への旅行者は 20 代から 30 代前半の年齢層が半数近くを占めたという。

＜春節連休中の小売・飲食店の売上高の伸び率＞



(出所) 商務部の公表データを基に作成

【産業】

◆2022年北京冬季五輪に向け ウィンタースポーツ産業が急成長へ

中国では今、健康志向の高まりと消費者需要の多様化に伴い、アイススケートやスキー等のウィンタースポーツの人気の上昇している。2022年の北京冬季五輪の開催を控え、中国政府の産業振興計画に後押しされ、今後、中国のウィンタースポーツ産業の発展がさらに加速すると見られている。

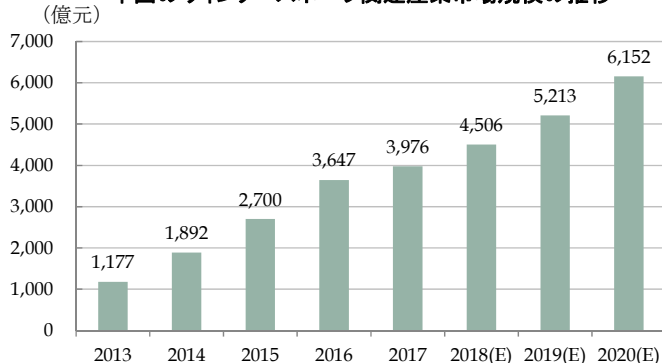
ネットサービス大手のテンセント等が1月15日に発表した「2018年スノー産業白書」によると、2017年の中国ウィンタースポーツ関連産業(スポーツ体験観光、スポーツイベント開催、スクール、マーケティング、スポーツ用品等を含む)の市場規模は前年比+9.0%の3,976億元に上った。

また、スキー場の運営を手がける北京 CARVING SKI が1月25日に発表した「2017年スキー産業白書」によると、中国の2017年時点のスキー場数は前年比+8.8%の703ヶ所、うち、空中索道(リフト)を設置しているスキー場は前年比+13.7%の145ヶ所となった。北京と隣接する河北省では2017年に12ヶ所のスキー場が新設され、増加数が最も大きい地域となった。スキー場をタイプ別の割合で見ると、観光地に併設された観光客向けの体験型が75%、郊外の立地で地元客向けの練習型が22%、宿泊施設付きの本格的リゾート型が3%と、初級者向けの小中規模スキー場が殆どである。

中国のスキー人口については、2017年のスキー場利用者延べ数は前年比+15.8%の1,750万人に上り、日本のスキー人口のピークとされる1990年代の1,800万人に近づく規模となった。また、スキー愛好者の海外旅行先のランキングを見ると、①日本(対全体比55%)、②欧州アルプス(同20%)、③北米(同18%)、④ニュージーランド(同3%)、⑤韓国(同2%)と、日本がトップに立つ。スキーを含めたウィンタースポーツの愛好者数の都市別ランキングの上位10都市は、①北京、②ハルビン、③深圳、④瀋陽、⑤重慶、⑥上海、⑦張家口、⑧長春、⑨成都、⑩天津と、北部の都市に限らず中国の全地域に愛好者が広がっている。

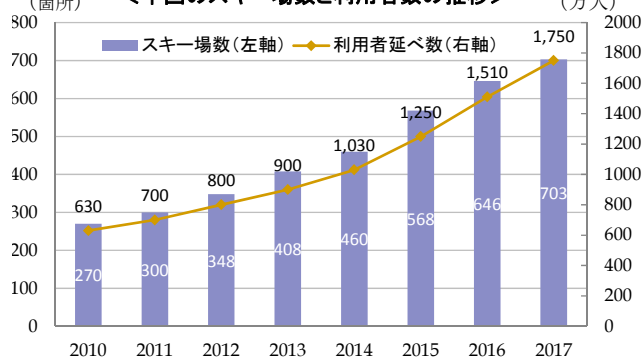
中国政府は2022年北京冬季五輪の開催決定後の2016年11月、「ウィンタースポーツ発展計画(2016-2025)」と「全国ウィンタースポーツ施設建設計画(2016-2022)」を相次ぎ発表し、ウィンタースポーツ関連産業の市場規模を2020年に6,000億元に、2025年に1兆元に拡大する目標を掲げた。また、計画には、2020年までに学校のウィンタースポーツ科目専業・兼業教員を5,000人育成することや、2022年までにスケートリンク数を650ヶ所、スキー場数を800ヶ所以上にする事や、2025年までにウィンタースポーツの競技人口を5,000万人、愛好者や業界関係者等を含めた参加者数を3億人まで増加させること等が盛り込まれている。

＜中国のウィンタースポーツ関連産業市場規模の推移＞



(出所) テンセントスポーツ・トヨタ・易観が2018年1月15日に連名で発表した「2018年中国スノー産業白書」を基に作成。2018年以降は予測値。

＜中国のスキー場数と利用者数の推移＞



(出所) 北京CARVING SKIが2018年1月25日に発表した「2017年スキー産業白書」を基に作成

◆1月の自動車販売台数 前年同月比+11.6% 新エネ車販売台数は5.3倍

中国自動車工業協会の9日の発表によると、1月の自動車販売台数は前年同月比+11.6%の280.9万台と、伸び率は2017年12月の同+0.1%から拡大した。同協会は、高い伸び率について、春節休暇がかかった昨年1月と比べ、当月は業務日数が多かったことが影響したものとしている。

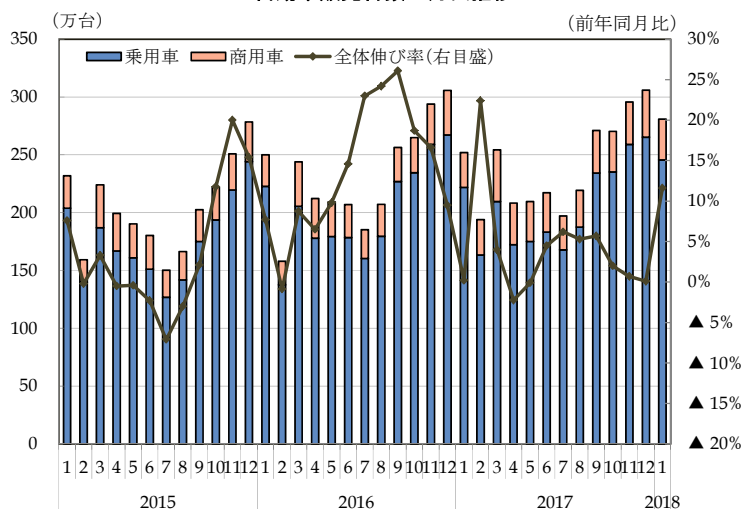
1月の車種別販売では、乗用車が前年同月比+10.7%の245.6万台(12月:同▲0.7%、265.3万台)、商用車が同+18.0%の35.3万台(12月:同+5.7%、40.7万台)となった。

乗用車のタイプ別では、セダンが前年同月比+7.3%の115.9万台(12月:同▲4.4%、120.0万台)、SUV(スポーツ型多目的車)が同+22.9%の108.3万台(12月:同+8.4%、117.3万台)、MPV(多目的車)が同▲13.4%の17.9万台(12月:同▲16.0%、22.8万台)だった。

乗用車の国別販売シェアでは、中資系が43.5%(12月:48.8%)の106.9万台、独系が22.4%(12月:15.1%)の55.1万台、日系が17.1%(12月:14.2%)の42.1万台、米国系が10.8%(12月:12.5%)の26.5万台、韓国系が3.7%(12月:6.6%)の9.0万台、フランス系が1.7%(12月:2.1%)の4.3万台と、独系と日系がシェアを伸ばした。

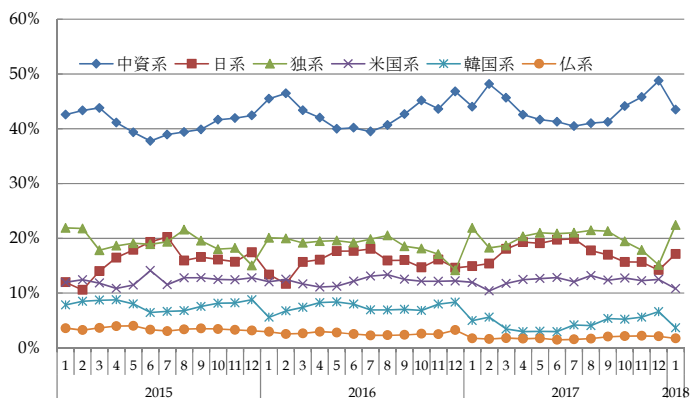
また、1月の新エネルギー車販売台数は前年同月の5.3倍の38,470台、うち電気自動車(EV)が同5.3倍の26,753台、プラグインハイブリッド車(PHV)が同5.4倍の11,717台だった。

＜自動車販売台数の月次推移＞



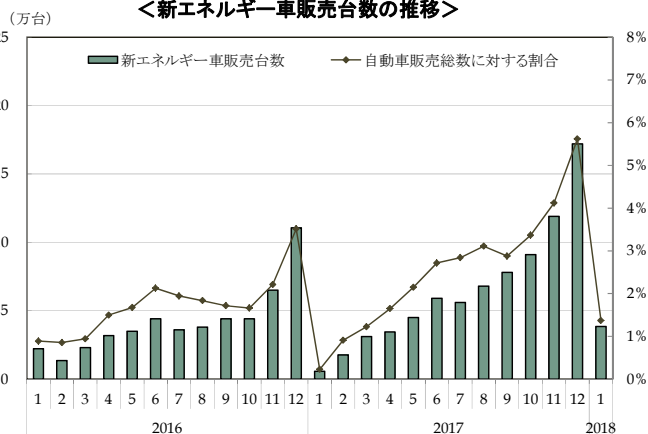
(出所) 中国自動車工業協会の公表データを基に作成

＜乗用車の国別販売台数の構成比の月次推移＞



(出所) 中国自動車工業協会の公表データを基に作成

＜新エネルギー車販売台数の推移＞



RMB REVIEW

◆旧正月明けの人民元相場は一進一退

今週(2/19～)のオンショア人民元(以下、人民元)は旧正月連休(15日～21日)明けの22日から取引が開始された。この間オフショア人民元(CNH)の対ドル相場は、先週末までのグローバルなドル売りから今週は一転ドル買戻し基調となる中で、週初の6.2台後半から週半ばにかけて6.3台前半まで人民元安方向へ推移した。こうした流れを受けた連休明けの(オンショア)人民元の対ドル相場は、22日のCFETS発表の対ドル基準値(6.3530)が人民元安ドル高方向となると、その流れに沿って推移した。もともと、翌23日に同基準値が6.3482と人民元高方向に設定されると人民元高が進み、本稿執筆時点で6.33台で推移している。

週後半にドルの上昇が一服していた中、人民元の通貨バスケットに対する価値(以下人民元通貨バスケット指数)は、今週も当初はここ1、2週間の下落基調が続き、人民元対ドル相場も人民元安方向に推移した。もともと、23日は対ドルでも人民元高が進んでおり、人民元通貨バスケット指数は、一旦下げ止まって来た可能性もある。2月は、国家外為管理局(SAFE)が人民元売りドル買い先物予約の差額決済を許可するなど、人民元高抑制策とともれる措置が採られたこともあり、基調的には人民元通貨バスケット指数は反落局面に入ったとみている。しかし、後述のように、米中貿易摩擦も引き続きテーマとなる中、人民元通貨バスケット指数が今後どのような推移を辿るかが、人民元相場動向をみる上で引き続きポイントの1つとなる。

今週は米国現地時間21日に2018年の大統領経済報告がトランプ政権より発表された。通商政策について記述された箇所では、冒頭で「市場の原則に違反したりその円滑な運営を阻害する中国のような国の影響で、世界の貿易システムに緊張が走っている」と述べ、引き続き中国との間に抱える貿易不均衡に厳しい態度で臨む姿勢が改めて示された。先月22日には、トランプ大統領が中国などの企業を念頭に置いて、太陽光パネルや洗濯機の米国への輸出急増に対して緊急輸入制限(セーフガード)を発動する文書に署名していた。北朝鮮問題も絡んだ中国との政治的な駆け引きの面もあるが、今年後半に米中間選挙という政治の季節が到来することも背景に、万一今後中国に対して通商上の厳しい措置が採られることとなれば、ここまで緩やかに減速しつつも底堅く推移して来た中国経済、延いては金融市場・人民元相場の安定にも無視できない攪乱要因となる。また、足元の人民元通貨バスケット指数に対して、摩擦緩和のために受け入れる必要があるとの見方などから、目先人民元高方向に作用するかどうかにも注視して行きたい。

来週は、ここ1、2週間みられていた人民元通貨バスケット指数の反落が、今週後半の値動きもあり一旦足踏みする可能性がある。ドルも週前半までの上昇が一先ず一服しており、来週の人民元対ドル相場は、足元の水準でもみ合いとなる展開を予想する。

(2月23日作成) グローバルマーケットリサーチ

日付	USD				JPY(100JPY)		HKD		EUR		金利 (1wk)	上海A株 指数	
	Open	Range	Close	前日比	Close	前日比	Close	前日比	Close	前日比		指数	前日比
2018.02.12	6.2959	6.2845~ 6.3336	6.3290	0.0286	5.8279	0.0571	0.80907	0.0034	7.7660	0.0398	3.1000	3302.78	23.63
2018.02.13	6.3258	6.3220~ 6.3520	6.3440	0.0150	5.8946	0.0667	0.81108	0.0020	7.8223	0.0563	3.5000	3336.36	33.58
2018.02.14	6.3408	6.3280~ 6.3547	6.3441	0.0001	5.9127	0.0181	0.81224	0.0012	7.8440	0.0217	2.4000	3350.90	14.54
2018.02.22	6.3470	6.3370~ 6.3642	6.3605	0.0164	5.9270	0.0143	0.81286	0.0006	7.8179	-0.0261	3.3000	3423.55	72.65
2018.02.23	6.3490	6.3206~ 6.3499	6.3380	-0.0225	5.9318	0.0048	0.81015	-0.0027	7.8004	-0.0175	2.8000	3445.06	21.51

(資料) 中国外貨取引センター、中国人民銀行、上海証券取引所資料より三菱東京UFJ銀行国際業務部作成

EXPERT VIEW

中国での地図使用にあたっての注意点

<要旨>

- ▶ 中国での日常の経営、宣伝活動における各種地図又は地図製品の使用に関し、その使用が中国の関連法規に抵触するリスクがあることが意識されることは少ないと思われる。
- ▶ 中国における地図の使用にあたっては、中国の関連法規に基づく「地図の内容表示」及び「地図の審査確認」の観点から法に抵触しないよう注意する必要がある。
- ▶ 中国では、昨年 8 月～12 月にかけて国土資源局、国家測量製図地理情報局等 14 の部門が「『問題のある地図』の全面的なローラー作戦による取り締まり特別キャンペーン」を実施し、これを受けて日系企業の処罰事例を含む 8 件の典型事例が公表されている。
- ▶ 企業が中国で地図を使用するにあたっては主として下記の各点に注意する必要がある。
 - ① 使用する地図の内容に内容表示規定等の関連法規違反が存在するか否か
 - ② 使用する地図が審査確認を経たものである(地図審査番号がある)又は審査確認の例外に該当するか否か
 - ③ 地図の使用にあたり、再度地図の審査確認を経る必要がある場合に該当するか否か、また該当する場合にはその審査確認を経たか否か

1. はじめに

企業では日常の経営、宣伝活動において、何気なく地図又は地図製品を使用していると思われる。例えば、会社のウェブページやパンフレット上に地図を使用して子会社、支店、又は拠点の位置を明記したり、会社のロゴを付したノベルティグッズに地図を表記したりするなどです。こうした地図の使用は、中国での日常の経営、宣伝活動においても何気なく行われており、その使用が中国の関連法規に抵触するリスクがあることが意識されることは少ないと思われます。しかし、後述するとおり、そのような形態での地図の使用によって、実際に中国において処罰を受ける事例も多々見受けられます。そこで、本稿では、不適切な地図の使用によって中国で処罰を受けることがないようにしていただくべく、地図の使用に関する中国の関連法規、及び中国政府の取り締まりについてご紹介致します。

2. 地図の使用に関する中国の関連法規の概要

地図の使用に関する基本的な要求は、「測量製図法」¹第 38 条が規定する「地図の作成、出版、**展示、掲載**及び更新にあたっては、地図の作成基準、**地図の内容表示**、**地図の審査確認**に関する国の規定を遵守しなければならない」との内容によります。このうち、地図の使用に関連する「地図の内容表示」及び「地図の審査確認」についての具体的な内容は以下のとおりです²。

¹ 主席令第67号、1992年12月28日公布、1993年7月1日施行、2017年4月27日最終改正公布、同年7月1日施行

² 通常、企業において地図を使用する場合、既存の地図を使用することが多いと思われませんが、仮に自ら地図を作成する場合には、測量製図法第38条で言及されている「地図の作成基準」にも注意する必要があります。この「地図の作成基準」については、「地図管理条例」(國務院令第664号、2015年11月11日公布、2016年1月1日施行)第2章(第7条～第14条)に具体的な内容が規定されており、その中でも、地図作成活動に従事する組織は、法に従い相応の測量製図資格証書を取得しなければならない(同条例第7条)とされている点に留意する必要があります。

(1) 地図の内容表示について

まず、使用する地図の内容表示についてです。

公開地図の内容表示については、「公開地図の内容表示に関する諸規定」³(以下「内容表示規定」といいます)において具体的な内容が規定されています。規定内容を例示すると以下のとおりです。

- ① 国防、軍事施設、未公開の港湾・飛行場(民間用、軍民共用を含む)に関わる内容、及びその他国家機密に関わる内容は一律に表示してはならない(内容表示規定第3条)。
- ② 以下を含む中国領土の範囲を正確に反映しなければならない(内容表示規定第6条第1項)。
 - i 図幅の範囲:東側は黒竜江とウスリー江の合流点を描き出し、西側はパンジ川が南北の方向へ流れる区間を描き出し、北側は黒竜江が流れる最北区間を描き出し、南側は曾母砂礁(漢王朝以前の歴史地図は除く)を描き出す。
 - ii 中国全図は南海諸島、魚釣島、大正島等の重要な島嶼を表示するとともに、対応する符号を用いて南海諸島が帰属する範囲線を描き出さなければならない。
- ③ 中国の広東省、海南省及び南海諸島、新疆ウイグル自治区、香港特別行政区、マカオ特別行政区、台湾省、中国と境を接するカシミール地区及びロシア等の地区の表示に対する強行規定(内容表示規定第11条～第17条)を厳格に遵守する必要がある。

中国で地図を使用する場合には、内容表示規定の各条項を遵守した地図を使用する必要があります。

(2) 地図の審査確認について

次に、使用する地図の審査確認についてです。

ア 地図の審査確認が必要な場合

地図の審査確認については、「地図管理条例」が、「社会に向けて公開する地図は、審査確認権を有する測量製図地理情報行政主管部門に提出・報告してその審査確認を受けなければならない。但し、観光地図、街区図、地下鉄路線図等内容が簡単な地図は除く」(地図管理条例第15条)と規定しており、また「地図審査確認管理規定」⁴では、具体的に次の状況に該当する場合、審査権を有する主管部門に提出・報告して地図の審査確認を受けなければならないとしています(地図審査確認管理規定第5条)。

- ① 地図又は地図図形を付した製品を出版、展示、掲載、生産、輸入、輸出する場合
- ② 審査確認・承認済みの地図又は地図図形を付した製品を再度出版、展示、掲載、生産、輸入、輸出し、かつ地図内容に変化が発生する場合
- ③ 中国国外において地図又は地図図形を付した製品を出版、展示、掲載しようとする場合

イ 審査管轄

国务院測量製図地理情報主管部門が、①中国大陸の全国地図、②主な表示地が二つ以上の省、自治区、直轄市の行政区域である地図、③香港特別行政区の地図、マカオ特別行政区の地図及び台湾地区の地図、④世界地図及び主な表示地が中国国外である地図、並びに⑤歴史地図の審査確認を管轄します(地図審査確認管理規定第7条)。

³ 2003年5月9日公布、同日施行

⁴ 国土資源部令第77号、2006年6月23日公布、同年8月1日施行、2017年11月28日改正公布、2018年1月1日施行

また、省、自治区、直轄市の人民政府測量製図地理情報主管部門が、主な表示地がその行政区域の範囲内にある地図の審査確認を担当します(地図審査確認管理規定第8条)。

ウ 例外(地図の審査確認が不要な場合)

次の状況に該当する場合、例外的に地図の審査確認は不要です(地図審査確認管理規定第6条)。

- ① 測量製図地理情報主管部門が提供する地図審査番号を有する公益性地図⁵を直接使用する場合
- ② 観光地の地図、街区の地図、公共交通路線図等内容が簡単な地図
- ③ 法律法規により公開しなければならないことが明確にされており、かつ国境、境界、歴史的境界、行政区域の境界線又は範囲に関わらない地図

エ 小括

以上のとおり、例外の状況に該当しない限り、中国国内外、歴史地図などのいずれであるかに関わらず、社会に向けて公開する(展示、掲載等する)地図については、全て測量製図部門に事前に提出・報告し、地図の審査確認を受ける必要があることとなります。

3. 中国政府の取り締まり

(1) 『『問題のある地図』の取り締まりローラー作戦』の実施

2017年8月に、国土資源部、国家測量製図地理情報局が、中国共産党中央サイバーセキュリティ及び情報化指導グループ弁公室、税関総署、国家工商行政管理総局等14の部門・委員会と合同で、4か月間の『『問題のある地図』の取り締まりローラー作戦』キャンペーンを実施しました。当該キャンペーンでは、次の3つに分類して「問題のある地図」について取り締まりを行いました。

- ① 国家の統一、主権及び領土の完全性等を脅かす重大な問題が存在する地図(例えば台湾省の地図上の表示が「一つの中国」の原則に反するなど)
- ② 国家の安全及び利益等を脅かす重大な問題が存在する地図(例えば軍事立ち入り禁止区域、軍事施設、国家安全要害部門、未公開の港及び飛行場等、対外公開してはならない機密に関わる内容を地図上に表示するなど)
- ③ 地図の管理に関する規定に合致しないその他の地図及び行為(例えば地名の地図上の表示が国の関連規定に合致しないなど)

(2) 実際の処罰事例

上記(1)の『『問題のある地図』の取り締まりローラー作戦』の実施を受けて国家測量製図地理情報局が公表した『『問題のある地図』の全面的なローラー作戦による取り締まり特別キャンペーンにおける典型事例(第一弾)の通達』⁶では、8件の典型事例に言及しています。紙幅の関係からそのうちの2件について紹介します。

⁵ 国家測量製図地理情報局のウェブサイト(<http://bzdt.nasg.gov.cn/>)に、公益性地図が掲載されています。

⁶ 国測弁発[2018]6号、2018年1月29日公表

日時・地区	事例の概要	処罰	根拠法規	ポイント
2017年8月 上海	上海の某広告会社が他社のために設計した広告に掲載の地図に問題が存在していることが発見された。当該広告において使用されている <u>中国地図には国境線について完全かつ正確に表示していない、南海諸島、魚釣島、大正島の記載が漏れている</u> などの問題が存在しており、国家の主権及び利益を著しく害している。また、当事者がその後の関連広告の設計において、その広告地図の製図に誤りがあることを知っている状況でありながら、当該広告の掲出を依然として堅持したことは、客観的には違法行為を持続させ、危害の結果の継続的な発生を放任しており、規定に違反しているとされた。	広告費用 8.8 万元 の没収、 過料 100 万元	広告法 ⁷ 第 9 条、 第 57 条	・違法な地図の内容表示
2017年10月 重慶	某日系日用品販売店が贈呈した「2017年秋冬家具カタログ」に挿入されている地図に問題が存在していることが発見された。当該地図には <u>地図審査番号はなく、国境線の製図に誤りがある、魚釣島、大正島及び南海諸島等の重要な島嶼の記載に漏れがある、海南島と中国本土が違う色になっており、台湾島の注記に誤りがある</u> などの重大な誤りが存在しているとされた。	封印保管及び廃棄し、確実に実行可能な措置を講じてこのような事件の発生を杜絶するよう命じることをもって今後の戒めとし、国の領土に対する意識・宣伝教育を全面的に強化するよう要求	地図管理条例 第 15 条、 第 49 条	・地図が審査確認を経していない ・違法な地図の内容表示

4. 実務における注意点

以上の中国の関連法規及び中国政府の取り締まり(特に実際の処罰事例)の状況に基づきますと、日系企業が中国での日常の経営、宣伝活動等において地図又は地図製品を使用するにあたっては、下記の各点から「問題のある地図」の不適切な使用に該当しないかを事前に確認し、処罰のリスクを低減すべきであると考えます。なお、下記の各点の確認時には、必要に応じて測量製図情報主管部門へのヒアリングを行うことも検討に値します。

- ① 使用する地図の内容に内容表示規定等の関連法規違反が存在するか否か
- ② 使用する地図が審査確認を経たものである(地図審査番号がある)又は審査確認の例外に該当するか否か
- ③ 地図の使用にあたり、再度地図の審査確認を経る必要がある場合に該当するか否か、また該当する場合にはその審査確認を経たか否か

⁷ 主席令第22号、1994年10月27日公布、1995年2月1日施行、2015年4月24日改正公布、2015年9月1日施行

黒田法律事務所
弁護士 鈴木龍司
中国弁護士 譚 婷婷

～アンケート実施中～
(回答時間:10秒。回答期限:2018年3月28日)
<https://s.bk.mufig.jp/cgi-bin/5/5.pl?uri=ZIJ6Qe>