

2024年9月27日(No. 526)

Contents

I. Topics

最近のセミナーや論文等の情報

II. 中国法令アップデート

- ・市場参入制度の改善に関する意見
- ・外商投資参入特別管理措置(ネガティブリスト)(2024年版)
- ・インターネット広告識別性法執行ガイドライン
- ・秘密に関わる測量・製図成果の対外提供に関する管理弁法

I. Topics

最近のセミナーや論文等の情報

◆AMT グレーターチャイナセミナー

当事務所では、中国メインランド、香港、台湾について、各専門家が各分野のトピックについて解説を行うシリーズ講座(オンラインセミナー)を開催しております。今後の予定は次の通りです。具体的なテーマ及び日程には変更が生じる可能性がありますので、正確な情報は直近のメールでのご案内をご覧ください。なお、本セミナーは本ニュースレターの受信を頂いている皆様方を中心にご案内させていただいております。

◆グレーターチャイナセミナーが次の通り開催されました。

第 32 回(中国メインランド)

日時:2024 年 6 月 20 日(木)

「中国会社法改正にかかる実務的影響と対応～改正会社法施行前に押さえておくべきポイント」

講師:スペシャル・カウンセラー 弁護士 尾関 麻帆

上海オフィス顧問 銭 一帆

第 33 回(中国メインランド)

日時:2024 年 7 月 18 日(木)

「企業が注目する中国法制度の動向」

講師:パートナー弁護士 射手矢 好雄

第 34 回(中国メインランド)

日時:2024 年 9 月 19 日(木)

「中国消費者保護規制及びクレーム・紛争の最新動向」

講師:パートナー弁護士 若林 耕

◆グレーターチャイナ法務解説動画シリーズ

当事務所では、中国メインランド、香港、台湾の法務に関する重要トピックについて解説を行う動画シリーズの配信を YouTube にて開始しました。

最新の解説動画は次の通りです。

[「中国の独占禁止法」](#)

3 月 19 日配信

講師:パートナー弁護士 矢上 浄子

[「台湾向け越境 EC の法務チェックポイント」](#)

1 月 23 日配信

講師:台湾弁護士 吳 曉青

[「中国セクハラ規制の最新動向と対応【グレーターチャイナ法務解説】」](#)

12月12日配信

講師：中国弁護士 胡 絢静

本シリーズは随時の追加配信を予定しておりますので、ぜひ[チャンネル登録](#)をお願いいたします。

※ これまでに配信した法務解説動画は[こちら](#)からご覧いただけます。

II. 中国法令アップデート(主に 2024 年 8 月 1 日～8 月 31 日の法令を対象)

最新中国法令の解説

今号の注目法令は、「**外商投資参入特別管理措置(ネガティブリスト)(2024 年版)**」である。国家発展改革委員会及び商務部は、今年 9 月 6 日、「外商投資参入特別管理措置(ネガティブリスト)(2024 年版)」を 3 年ぶりに更新した。今年 11 月 1 日から施行される。2024 年版のネガティブリストでは、製造業分野の外資参入規制措置が全面的に撤廃され、出版物の印刷、漢方薬材の生産への投資制限等が廃止された。

その他に、「**インターネット広告識別性執行ガイドライン**」も実務上注目される。中国では、「インターネット広告管理弁法」(昨年大幅な改正が行われ、2023 年 5 月 1 日から施行されている。)において、インターネット広告についての広告識別性が要求され、具体的には、インターネット広告の発布者(広告主、メディア、プラットフォームフォーマー等)は「広告」であることの表示を義務付けられる。同弁法が施行されて 1 年以上が経過するが、本ガイドラインは、インターネット広告における識別性(広告表示)の判断等を補足するもので、実務的に多くみられる具体的な場面を挙げながら解説している。

執筆担当: 日本弁護士 若林 耕

公布済み法令

<経済諸法>

市場参入制度の改善に関する意見

[ポイント] 中国共産党中央委員会弁公庁、国務院弁公庁は、本年 8 月 21 日に「市場参入制度の整備に関する意見」(以下、本意見という。)を公布した。本意見は、市場参入制度を完備し、市場参入の障壁を打ち破り、開放的で透明性のある、ルール化され秩序づけられ、平等な競争がなされ、権利と責任が明確で、監督管理が強力な市場参入制度体系を構築することを目的としている。本意見の主な内容は以下のとおりである。

1. 市場参入ネガティブリスト管理モデルの統一的作成

中国では、様々な分野・レベルごとに参入に関するネガティブリスト(許可類リスト)が存在し、統一性がとれていないことも多かった。本意見は、要求に基づいて作成された各種の全国レベルの参入許可類リスト目録と産業政策、投資政策、環境政策、国土空間計画など市場参入に関わるものは、すべて「市場参入ネガティブリスト」に盛り込むとした。リスト以外の参入許可の規定、参入条件の規定の増設、市場参入の性質を有するネガティブリストの自主制定を厳禁するとした。

2. 内資・外資参入政策の調整、提携の強化

本意見は、内資・外資の参入政策の調整と提携を強化し、既存の経営主体の参入機会を損なわない前提で、外資への内国民待遇の原則を堅持する。外資に対して参入制限を開放する場合、内資に対しても同時に開放する。国際協定と承諾に違反しない前提で、内資に対して参入障壁を設定する場合、外資に対しても同時に適用する。また、本意見は、海南自由貿易港、自由貿易試験区などの条件のある地方が、より安全で利便性の高い内資・外資参入の調整提携モデルを模索することを奨励している。

3. 生産要素の革新的配置の推進

本意見は、深海、宇宙飛行、航空、生命・健康、新型エネルギー、人工知能、自律型トラステッドコンピューティング、情報セキュリティ、スマート軌道交通、現代種子産業などの新業態・新分野に焦点を当て、分野別に市場環境最適化の実施計画を策定することを提案している。サービス業の参入規制に対しては、秩序ある緩和を目指す。具体的に、本意見は、国家の安全及び社会の安定に関係のない、十分な市場競争により供

給の質を高めることができるサービス業の業種分野について、参入規制を段階的に撤廃することを明確にしている。

[原文] 关于完善市场准入制度的意见

[公布／公表機関] 中央委員会弁公庁、國務院弁公庁（中共中央办公厅、国务院办公厅）

2024年8月21日公布、同日施行

執筆担当：北京オフィス顧問 李加弟

外商投資参入特別管理措置(ネガティブリスト)(2024年版)

[ポイント] 国家發展改革委員会及び商務部は、9月6日、「外商投資参入特別管理措置(ネガティブリスト)(2024年版)」を3年ぶりに更新した。今年11月1日から施行される。

2024年版のネガティブリストでは、製造業分野の外資参入規制措置が全面的に撤廃され、外資参入規制措置の項目数は31から29に減少した。2021年版のネガティブリストから削除された2項目は以下の通りである。一つ目は、「出版物の印刷は、中国側の持分支配とする」であり、二つ目は、「漢方薬材における蒸す、煎る、炙る、焼く等の加工処理技術の応用及び漢方薬剤の秘伝処方製品の生産への投資を禁止する」である。

国家發展改革委員会及び商務部は、各地域、各部門と共に、参入前の国民待遇とネガティブリスト管理制度を実施するとともに、2024年版全国外資参入ネガティブリストを徹底的に実施し、新たに撤廃した措置項目が速やかに周知されるよう努める。ネガティブリスト以外の分野については、内外資一致の原則に基づいて管理し、外商投資企業に国民待遇を与える。

[原文] 外商投資准入特別管理措施（负面清單）（2024年版）（中華人民共和國国家發展和改革委員会、中華人民共和國商務部令第23号）

[公布／公表機関] 国家發展改革委員会、商務部（国家發改委、商務部）

2024年9月6日公布、11月1日施行

執筆担当：北京オフィス顧問 李加弟

インターネット広告識別性法執行ガイドライン

[ポイント]（広告業界における主管当局である）国家市場監督管理総局は、2024年8月22日に、「インターネット広告識別性執行ガイドライン」を公布した。広告法において、広告には識別性を持たせ、消費者がそれを広告として識別できるようにしなければならないとされている（同法14条）。また、インターネット広告を対象として規制する「インターネット広告管理弁法」（なお、昨年大幅な改正が行われ、2023年5月1日から施行されている。）においても、インターネット広告についても同様の識別性が要求され、具体的には、インターネット広告の発布者（広告主、メディア、プラットフォーム等）は「広告」であることの表示を義務付けられる。同弁法が施行されて1年以上が経過するが、本ガイドラインは、インターネット広告における識別性（広告表示）の判断等を補足するもので、実務的に多くみられる具体的な場面を挙げながら解説している。

例えば、次の3つの場面では識別性ありと認定できるとしているため、別途広告表示をする必要はないと考えられる。

(1) 商品経営者・サービス提供者（以下「経営者」という）が自前のプラットフォームやウェブサイトで、自己の販売する商品等について広告を発布する場合

(2) 経営者がネットプラットフォーム上の合法に使用権を有する場所において、自己の販売する商品等について広告を発布し、かつその利用するアカウント名称・店舗名称等の方式で消費者向けに経営者の身分を公開している場合

(3) 商業広告に属することが明白であり、消費者が容易に広告と識別できるその他の状況がある場合

逆に、次のような場面は広告と明確に表示されていない場合は識別性に欠けるとして問題視されている。ネットニュースコンテンツ、ネット動画コンテンツ中に差しはさまれるフィード広告（中国語：信息流広告）が挙げら

れている。WeChat の朋友圈等においても同種の広告投稿が見られるが、今後は識別性の点での留意がより求められる。

また、AI 技術を用いて生成した広告においては、発布者は「本広告は AI 技術により生成されている」等の説明を行うことが推奨されており、それ以外にも幾つかの推奨事項も置かれている。

[原文] [互联网广告可识别性执法指南](#)

[公布／公表機関] 国家市場監督管理総局（市场监管总局）

2024 年 8 月 22 日公布、同日施行

執筆担当：日本弁護士 若林 耕

< 社会法 >

秘密に関わる測量・製図成果の対外提供に関する管理弁法

[ポイント] 本弁法は、秘密に関わる測量、製図成果の対外提供の管理に関する法令である。測量、製図成果の対外提供に関し、これまでは 2010 年に制定された「秘密に関わる測量、製図成果の対外提供審査手続規定」が規定していたが、この数年来、測量、製図成果の種類、形式、秘密範囲等に関しては大きく変化が生じたため、本弁法が制定された。重要な内容は以下のとおりである。

1. 適用対象及び秘密に関わる測量、製図成果の範囲。

本弁法は対外交流及び合作において国外の機構、組織、人員及び外商投資企業に対し秘密に関わる測量、製図成果を提供する場合に適用するものである。本弁法で規定されている秘密に関わる測量、製図成果の範囲は、自然資源部、国家秘密保持局よりリストを確定し、公布されている。

2. 審査制度

秘密に関わる測量、製図成果の対外提供は自然資源部門の事前審査により管理される。国務院が認可した対外交流及び合作活動のために秘密に関わる測量、製図成果を提供する場合には、対外交流及び合作活動における中国側当事者により申請され、自然資源部により審査される。省レベルの政府が認可された活動は対外交流及び合作活動における中国側当事者により申請され、省レベルの自然資源部門により審査される。

3. 秘密保持協議の締結及び提供された測量、製図成果の処分

秘密に関わる測量、製図成果の対外提供が認められた場合には、申請者は対外交流及び合作活動における外国側当事者と秘密保持協議を締結しなければならない。また、対外交流及び合作活動が完成した後 6 カ月内に提供された測量、製図成果を回収し、国家の秘密保持関連規定に基づき廃棄等の処分を行う必要がある。

[原文] [対外提供涉密测绘成果管理办法](#)（自然資規（2024）2 号）

[公布／公表機関] 自然資源部（自然资源部）

2024 年 7 月 26 日公布、同日施行

執筆担当：北京事務所顧問 李彬

※< 上記以外の今月のその他の重要な新法令 >

-
-
- 本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供であり、具体的な法的アドバイスではありません。お問い合わせ等ございましたら、下記弁護士までご遠慮なくご連絡下さいますよう、お願いいたします。

 - 本ニュースレターの執筆者は、以下のとおりです。
 - 弁護士 射手矢 好雄(yoshio.iteya@amt-law.com)
 - 弁護士 森脇 章 (akira.moriwaki@amt-law.com)
 - 弁護士 中川 裕茂 (hiroshige.nakagawa@amt-law.com)
 - 弁護士 若林 耕 (ko.wakabayashi@amt-law.com)
 - 中国弁護士 屠 錦寧(tu.jinning@amt-law.com)
 - 弁護士 尾関 麻帆(maho.ozeki@amt-law.com)
 - 弁護士 横井 傑(suguru.yokoi@amt-law.com)
 - 弁護士 唐沢 晃平(kohei.karasawa@amt-law.com)

 - ニュースレターの配信停止をご希望の場合には、お手数ですが、[お問い合わせ](#)にてお手続き下さいますようお願いいたします。

 - ニュースレターのバックナンバーは、[こちら](#)にてご覧いただけます。

アンダーソン・毛利・友常 法律事務所

www.amt-law.com