



第20回アジア競技大会が開幕 ～中国からは1,274名の選手団が参加～

9月19日(土)、第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)が開幕し、同日18時より名古屋市の「名古屋市瑞穂公園陸上競技場(パロマ瑞穂スタジアム)」で開幕式が開催され、天皇皇后両陛下、秋篠宮皇嗣同妃両殿下、アジアオリンピック評議会(OCA)のシェイク・ジョアン会長、国際オリンピック委員会(IOC)のトモス・コベントリー会長らが参列した。



メイン会場のパロマ瑞穂スタジアム

32年ぶり3度目の日本開催となる第20回大会は「IMAGINE ONE ASIA ここで、ひとつに。」をスローガンに、アジア45の国と地域から約15,000人の選手団が参加し、43競技・469種目が実施される。

中国からは1,274名の代表団が派遣され、うち選手は815名(女子404名、男子411名)で、38競技・369種目に参加する。参加選手のうち、水泳やアーティスティックスイミング、バドミントン、ボクシング、新体操、トランポリン、射撃など13種目に36人のオリンピック金メダリストが参加する。



目次

第20回アジア競技大会が開幕 ～中国からは1,274名の選手団が参加～	1	寄稿 クロスボーダー M&A ～中国における日系自動車部品サプライヤーの再編～	11
超党派議員団が訪中	2	滄州デスクNEWS	16
交流記録	2	常州デスクNEWS	16
中国専門家講演会のご案内	3	錫山デスクNEWS	17
中国法令 中華人民共和国商標法(上)	4	江門デスクNEWS	17
10月以降の行事案内	10	中国経済データ	18
下半期に中国で開催される大型見本市	10	中国人訪日数の推移	22
		中国短信	22



開幕式に入場する日本選手団



中国選手団

アジア競技会の実施43競技

水泳	コンバットスポーツ	ハンドボール	セーリング	テニス
アーチェリー	クリケット	ホッケー	セパタクロ	テックボール
陸上競技	自転車競技	柔道	射撃	トライアスロン
バドミントン	馬術	カバディ	スケートボード	バレーボール
野球・ハンドボール	Eスポーツ	空手	スポーツクライミング	ウェイトリフティング
バスケットボール	フェンシング	近代五種	スカッシュ	レスリング
ボクシング	サッカー	パデル	サーフィン	武術太極拳
ブレイキン	ゴルフ	ローイング	卓球	
カヌー・カヤック	体操	ラグビー	テコンドー	

超党派議員団が訪中

日本の超党派議員団が8月24日から27日に、中国を訪問した。

訪中したのは、中道改革連合の伊佐進一・広報委員長、自民党の橋本岳・元厚生労働副大臣、公明党の川村雄大参院議員の3人。

27日には橋本氏以外の2名が、中国共産党・中央対外連絡部の陸慷副部長と会談した。昨年11月の高市首相による台湾有事に関する国会答弁で日中関係が悪化して以降、日本の国会議員団と中国共産党幹部が面会するのは初めて。

会談は当初予定されていた1時間から2時間に及び、議員団からは、拘束された日本人の早期解放、邦人が安心して活動できる環境整備などを求めたほか、軍民両用(デュアルユース)品の対日輸出規制によるレアアース等の輸出許可の停滞や、税関検査の長期化についても懸念を表明した。また、文化交流や青少年交流の再開なども提案した。

これらに対し、中国側は「高市政権の台湾に対する姿勢と発言が変わらない限り、政策等を変更することはない」と繰り返したという。

交流記録

＜浙江省駐日本(東北アジア)商務代表処＞

9月3日、浙江省駐日本(北東アジア)商務代表処の郭梨江・首席代表(写真中央)と張立凜・商務代表(同右)の2名が来訪され、大野専務理事らが対応した。

郭首席代表は着任されたばかりで、着任挨拶で



日本全国を行脚しているという。

郭首席代表からは、「日本の中部は浙江省と同様に製造業が発達しているところであり、相互補完性が高く、今後も経済交流が深まることに期待したい」と話があった。

10月には当センターが派遣する中部経済界訪中団が浙江省を訪問する予定で、訪問先に関することはもちろん、食事の場所など現地事情に関することであれば何でも相談してもらいたいとのことであった。

(一社)東海日中貿易センター 中国専門家講演会

中国における事業承継問題

～今こそ見極めるべきリスクとチャンス～

中国経済は近年、「K字型」と呼ばれるほど、右肩上がりとは右下がりの経済指標が混在し、二極化しています。ダイナミックな変化に対応する上で、ケースによっては自助努力では限界があり、事業の売却や買収が求められます。

一方、事業の売却や買収は、日系企業にとどまらず、中国ローカル企業にとっても同様に抱えるテーマです。さらに中国ローカル企業では、改革・開放政策から40年以上が経ち、創業世代が引退の時期に差し掛かり、事業承継の問題も顕在化しつつあります。

このたび日中間のクロスボーダーのM&Aを手掛ける名南M&Aの三島宏アドバイザーをお招きし、中国における事業承継問題と現地日系企業への影響などを解説いただきます。

つきましては、ご参加いただきますようご案内申し上げます。

記

日 時：11月12日(木) 15:00～16:45

開催方法：対面式

会 場：名古屋商工会議所ビル3階 第6会議室

講 師：三島 宏 名南M&A株式会社 M&Aアドバイザー

<プロフィール>

1986年に中国で生まれ、92年に引き揚げで東京に戻る。大学卒業、上海留学を経て日系コンサル会社の上海現法にてM&A事業の立ち上げに関与、日本企業の中国進出M&Aを支援。

帰国後はPEファンドやM&A仲介会社にて経験を積んだのち名南M&Aに入社し、現在主に日中クロスボーダー M&Aを担当。



予 定：①日本における事業承継問題の再認識

②中国における事業承継問題の現状

③中国企業の事業承継問題に起因する現地日系企業の拡大、縮小、撤退事例

※事前に予告なく変更することがあります。

参 加 費：無料 ※会員限定

お申込み：以下のURLからお申し込みください。

<https://www.tokai-center.or.jp/service/seminar/>

※右のQRコードからもお申し込みいただけます。

申込締切：11月6日(金)

お問合せ：(一社)東海日中貿易センター 業務グループ

TEL：(052)219-4820

(お知らせ)

お客様の個人情報については、当センターのプライバシーポリシー (<https://www.tokai-center.or.jp/privacypolicy>)に基づき、適正に管理させていただきます。



中国法令

第14期全国人民代表大会(全人代)常務委員会第23回会議は6月26日、改正「商標法外部」を可決し、2027年1月1日から施行されることとなった。

この度、当センター中国法律顧問の魏啓学・北京林達劉知識産権代理事務所会長・共同経営者・弁護士・弁理士より同法日本語訳を提供していただいたので、本号(10月号)及び次号(11月号)の2回に分けて掲載する。また次号では、同事務所による「改正のポイント」の掲載を予定している。

中華人民共和國商標法(上)

(1982年8月23日第5期全国人民代表大会常務委員会第24回会議にて採択。1993年2月22日第7期全国人民代表大会常務委員会第30回会議『中華人民共和國商標法改正に関する決定』により一回目改正。2001年10月27日第9期全国人民代表大会常務委員会第24回会議『中華人民共和國商標法改正に関する決定』により二回目改正。2013年8月30日第12期全国人民代表大会常務委員会第4回会議『中華人民共和國商標法改正に関する決定』により三回目改正。2019年4月23日第13期全国人民代表大会常務委員会第10回会議『「中華人民共和國建築法」等八部法律改正に関する決定』により四回目改正。2026年6月26日第14期全国人民代表大会常務委員会第23回会議にて改正。)

目次

第1章 総則

第2章 商標登録の条件

第3章 商標登録の出願

第4章 商標登録の審査と認可

第5章 登録商標の更新、変更、譲渡及び抹消

第6章 登録商標の無効宣告

第7章 商標使用の管理

第8章 登録商標専用権の保護

第9章 附則

第1章 総則

第1条 登録商標専用権を保護し、商標管理を強化し、商標の登録及び使用を規範化し、生産者及び経営者に商品と役務の品質を保証させることを促し、商標の信用を維持し保護することにより、消費者と生産者及び経営者の利益を保障し、社会主義市場経済の健全な発展を促進することを目的として同法を制定する。

第2条 同法にいう「商標」とは、商品又は役務の出所を識別し、且つ、区別するための標識をいい、商品商標及び役務商標を含む。同法における商品商標に関する規定は、役務商標に適用する。

同法にいう「商標の使用」とは、商品、商品の包装又は容器、及び商品取引書類上に商標を用いること、又は広告宣伝、展示及びその他の商業活動に商標を用いることにより、商品の出所を識別し、区別するための行為をいう。

前項に規定する商標の使用には、インターネット等の情報ネットワークを通じて実施される使用行為を含む。

第3条 商標に関する業務は、党及び国家の知的財産権戦略の方針を貫徹し、商標の保護、運用、管理及びサービスの水準を向上させなければならない。

第4条 国務院商標管理部門は全国の商標登録及び管理業務を主管する。県級以上の地方人民政府の商標管理業務を担当する部門は、当該行政区域内の商標管理業務を主管する。

県級以上の人民政府の商標法執行機能を担当する部門は、それぞれの職責権限に従い、商標法執行に関する業務を主管する。

商標登録・管理業務を担当する部門と商標法執行を担当する部門は、業務連携体制を構築し、情報の共有及び業務の調整を強化しなければならない。

第5条 国務院商標管理部門の許可を得て登録された商標は登録商標とし、商標登録者は「登録商標」の文字又は登録表示を付する権利を有し、登録商標専用権を享有し、法律の保護を受ける。

自然人、法人又は非法人組織は、生産经营活动に

において、その商品又は役務について商標専用権を取得する必要がある場合には、国務院商標管理部門に商標の登録を出願しなければならない。

第6条 同法にいう「団体商標」とは、業界協会等の社会团体又はその他の組織の名義で登録され、当該組織の構成員が商業活動の使用に伴い、これを使用する者が当該組織の構成員資格を表示する標章をいう。

同法にいう「証明商標」とは、監督能力を有する組織の管理下にある特定の商品又は役務に対して使用するものであって、且つ当該組織以外の事業単位又は個人がその商品又は役務について使用し、同商品又は役務の原産地、原材料、製造方法、品質又はその他の特別な品質を証明するために用いる標章をいう。

団体商標及び証明商標の登録、管理に関する特別な事項は、国務院商標管理部門により規定される。

第7条 二以上の自然人、法人又は非法人組織は、国務院商標管理部門に共同で同一の商標登録を出願することができ、当該登録商標専用権を共同で享有及び行使することができる。

第8条 法律、行政法規が登録商標を使用すべきと定めた商品について、商標登録出願をしなければならない。登録が未だ認められていないときは、市場で販売することができない。

第9条 商標の登録出願及び使用は、誠実信用の原則に従わなければならない。権利を濫用して国家の利益、社会の公共利益又は他人の合法的權益を損なってはならない。

商標を使用する者は、その商標を使用する商品の品質に責任を負わなければならない。各級の商標管理業務及び商標法執行を担当する部門は、法に従い商標管理及び法執行を強化し、消費者を欺瞞する行為を禁止しなければならない。

第10条 商標登録出願又はその他の商標関連事項の取扱いを行う時は、自ら行うこともできれば、法により設立された商標代理機構に委託して行うこともできる。

第11条 外国人、外国企業又はその他の外国組織が中国において商標登録を出願する場合、その所属国

が中華人民共和国と締結した取り決め又は相互に加盟する国際条約、又は相互主義の原則に従って取り扱わなければならない。

中国に経常的居所又は営業所のない外国人、外国企業又はその他の外国組織が中国において商標登録出願又はその他の商標関連事項を取り扱うときは、法により設立された商標代理機構に委託しなければならない。

第12条 商標の国際登録は、中華人民共和国が締結又は加盟した関連の国際条約に確立された制度によるものとし、具体的な規則は国務院が規定する。

第13条 国務院商標管理部門は、情報化及びインテリジェント化された商標公共サービス体系の構築を強化し、商標業務手続の利便性を向上させ、商標情報を完全、正確かつタイムリーに公表し、商標情報サービス及び管理の水準を向上させなければならない。

第2章 商標登録の条件

第14条 自然人、法人又は非法人組織の商品を他人の商品と区別することができる標章であって、文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ、音声、動き商標等及びこれらの要素の組合せを含む標章は、全て商標として登録出願することができる。

第15条 次に掲げる標章は、商標として登録また使用してはならない。

(一) 中国共産党の名称、党旗、党徽、勳章又は重要な理論的成果、もしくは歴史的事件に関連する象徴的要素等と同一又は類似するもの。

(二) 中華人民共和国の国名、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、勳章等と同一又は類似するもの、並びに中央及び国家機関の名称、標識、所在地の特定地名又は標章性を有する建築物の名称、もしくは図形と同一のもの。

(三) 外国の国名、国旗、国章、軍旗等と同一又は類似するもの。ただし、当該国政府の許諾を得ている場合は、この限りではない。

(四) 政府間国際組織の名称、旗、徽章等と同一又は類似するもの。ただし、同組織の許諾を得ている場合又は公衆に誤認を生じさせない場合は、この限り

ではない。

(五)実施管理し保証することを表す政府の標章、又は検査印と同一又は類似するもの。ただし、その権利の授権を得ている場合は、この限りではない。

(六)「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似するもの。

(七)民族差別扱いの性質を帯びたもの。

(八)欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質、製法、原材料等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの。

(九)公の秩序又は善良の風俗に反し、又はその他の悪影響を及ぼすもの。

第16条 県級以上の行政区画の地名又は公衆に知られている外国地名は、商標として登録及び使用することができない。ただし、その地名が別の意味を持つ場合、又は団体商標、証明商標の一部である場合は、この限りではない。地名を使用して既に登録された商標は引き続き有効なものとする。

国立公園の標識、オリンピックの標識、特殊標識等の標識を商標としての登録及び使用は、同法並びに関連法律、行政法規の規定に従わなければならない。

第17条 登録を出願する商標は、顕著な特徴を有し、容易に識別しなければならない。次に掲げる標章は商標として登録することができない。

(一)その商品の通用名称、図形、型番にすぎないもの。

(二)商品の単なる品質、主要原材料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接表示したにすぎないもの。

(三)その他の顕著な特徴に欠けるもの。

前項に掲げる標章が、使用により顕著な特徴を有し、かつ容易に識別可能となったときは、商標として登録することができる。

第18条 立体標識、色彩の組合せ、音声、動き標識等をもって商標登録を出願する場合、単に商品自体の性質により生じた形状、色彩の組み合わせ、音声、動きの効果等、技術的な効果を得るために必然なもの、又は商品に本質的な価値を備えさせるためのものであるときは、これを登録してはならない。

第19条 使用を目的とせず、かつ明らかに正常な生産経営の需要を超えて商標登録出願をしたものについては、登録をしない。

欺瞞的な手段又はその他の不正な手段により商標登録出願をしてはならない。

第20条 登録を出願する商標は、他人が同一の商品又は類似の商品について既に登録し、又は先に出願した商標と同一又は類似してはならない。

第21条 同一又は類似の商品について登録出願した商標が、中国で登録されていない他人の馳名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、容易に混同を生じさせる場合は、その登録をせず、かつその使用を禁止する。

非同一又は非類似の商品について登録出願した商標が、他人の馳名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、公衆を誤認させ、当該馳名商標登録者の利益に損害を与え得るときは、その登録をせず、かつその使用を禁止する。

第22条 権利付与されていない代理人又は代表者が自らの名義により被代理人又は被代表者の商標を登録し、被代理人又は被代表者が異議を申し立てた場合は、その登録をせず、かつその使用を禁止する。

同一又は類似の商品について登録出願された商標が他人により先使用されている未登録商標と同一又は類似し、出願人が当該他人と前項の規定以外の契約、業務関係またはその他の関係を持っていることにより当該他人の商標の存在を明らかに知りながら、当該他人が異議を申し立てた場合は、その登録をしない。

第23条 商品の地理的表示を含む商標は、当該商品が当該表示に示された地域に由来するものでなく、公衆を誤認させる場合は、その登録をせず、かつその使用を禁止する。ただし、既に善意によって登録したものは引き続き有効とする。

前項にいう「地理的表示」とは、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、信用又はその他の特徴が主に当該地域の自然的要素又は人文的要素によって形成されたものの表示をいう。

第24条 商標登録の出願は、他人の現存する先行の

合法的權益を損なってはならず、また、他人が既に使用し、かつ一定の影響力を有する商標を故意に冒認出願してはならない。

第25条 商標代理機構は、その代理代理業務について商標登録を出願する場合を除き、その他の商標の登録を出願してはならない。

第3章 商標登録の出願

第26条 商標登録出願人は、定められた商品分類表に基づき、商標を使用する商品の区分及び商品名を明記し、登録出願しなければならない。

商標登録出願人は、一つの出願において、多数の区分について同一の商標を登録出願することができる。

商標登録出願の関連書類は、書面方式により提出しなければならない。電子データ交換等の方法により、その記載内容を有形に表現でき、かつ随時検索・利用可能なデータ電文は、書面方式とみなされる。

第27条 登録商標について、査定された使用範囲以外の商品において登録商標専用権を取得する必要がある場合は、別途登録出願をしなければならない。

第28条 登録商標の標章を変更する必要がある場合は、新規に登録出願をしなければならない。

第29条 商標登録出願人がその商標を外国で初めて商標登録出願をした日から6ヵ月以内に、中国において同一の商品について同一の商標登録出願をする場合、当該国と中国との間で締結した取り決め若しくは共同で加盟している国際条約、又は相互に承認する優先権の原則により、優先権を享受することができる。

前項の規定により優先権を主張する場合は、商標登録出願の際に書面で主張し、かつ3ヵ月以内に最初の出願に係わる商標登録出願の願書の写しを提出しなければならない。書面による主張がない場合又は期間内に商標登録出願書類の写しを提出しない場合は、優先権を主張しないとみなされる。

第30条 中国政府が主催し又は承認した国際展示会に出展した商品に最初に使用された商標であって、かつ当該商品が出展された日から6ヵ月以内である場合、当該商標の出願人は、優先権を享受することができる。

前項の規定により優先権を主張する場合は、商標登録出願をするときに書面で主張し、かつ3ヵ月以内にその商品が出展された展示会の名称、出展された商品に当該商標を使用した証拠、出展期日等の証明書類を提出しなければならない。書面による主張がない場合又は期間内に証明書類を提出しない場合は、優先権を主張しないものとみなされる。

第31条 商標登録出願のために申告した事項及び提出した資料は、真実、正確かつ完全なものでなければならない。

第4章 商標登録の審査と認可

第32条 登録出願に係る商標について、国务院商標管理部門は商標登録出願書類を受領した日から9ヵ月以内に審査を完了するものとし、同法の関連規定をみたすときは、初歩査定を行い公告する。

第33条 審査の過程において、国务院商標管理部門は商標登録出願の内容について説明又は補正が必要と判断した場合、出願人に対し説明又は補正を要求することができる。出願人が説明又は補正を行わない場合は、国务院商標管理部門の審査決定に影響を及ぼさない。

第34条 登録出願に係る商標が同法の関連規定を満たさない場合、国务院商標管理部門は当該出願を拒絶し、公告しない。

第35条 2人又は2人以上の商標登録出願人が同一又は類似の商品について、同一又は類似の商標の登録出願をした場合、先に出願された商標について初歩査定し公告する。同日出願については、先に使用された商標を初歩査定し公告し、他方の出願は拒絶し、公告しない。

第36条 初歩査定され公告された商標について、公告の日から2ヵ月以内に、先行権利者又は利害関係者が同法第20条、第22条、第23条第1項、第24条の規定に違反すると判断した場合、又は何人かが同法第15条、第16条第1項、第17条、第19条、第25条の規定に違反すると判断した場合、国务院商標管理部門に異議を申し立てることができる。公告期間を満

了しても、異議申立がなかった場合は、登録を許可し、商標登録証を交付し公告する。

第37条 出願が拒絶され、公告されなかった商標について、国務院商標管理部門は、商標登録出願人に書面で通知しなければならない。商標登録出願人に不服がある場合、通知を受領した日から15日以内に国務院商標管理部門に再審を請求することができる。国務院商標管理部門は請求を受けた日から9ヵ月以内に決定を下し、書面で出願人に通知しなければならない。特別な事情により延長が必要な場合は、国務院商標管理部門の責任者の許可を得て、3ヵ月間延長することができる。当事者は決定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に人民法院に提訴することができる。

第38条 初歩査定され公告された商標に対して異議申立がある場合、国務院商標管理部門は、異議申立人及び被異議申立人が陳述する事実及び理由を聴取し、調査をして事実を明らかにした後、公告期間が満了した日から12ヵ月以内に登録を許可するか否かの決定を下し、異議申立人及び被異議申立人に書面で通知しなければならない。特別な事情により延長が必要な場合は、国務院商標管理部門の責任者の許可を得て、6ヵ月間延長することができる。

国務院商標管理部門が登録決定を下すときは、商標登録証を交付し公告する。異議申立人に不服があるとき、同法第50条、第51条の規定により国務院商標管理部門に当該登録商標の無効宣告を請求することができる。

国務院商標管理部門が不登録決定を下し、被異議申立人に不服があるときは、通知を受領した日から15日以内に再審を請求することができる。国務院商標管理部門は請求を受けた日から12ヵ月以内に再審決定を下し、かつ異議申立人及び被異議申立人に書面で通知しなければならない。特別な事情により延長が必要な場合は、国務院商標管理部門の責任者の許可を得て、6ヵ月間延長することができる。被異議申立人が決定に不服であるときは、通知を受領した日から30日以内に人民法院に提訴することができる。人民法院は、異議申立人に対し第三者として訴訟に参加するよう通知しなければならない。

第39条 法定期間が満了しても、当事者が国務院商

標管理部門による出願拒絶決定・不登録決定に対して再審を請求しないとき、又は再審決定に対して人民法院に提訴しないときは、当該拒絶査定決定、不登録決定又は再審決定の効力を生じる。

審査により、異議が成立しないと決定され登録が許可された商標について、商標登録出願人が取得する商標専用権の期間は、初歩査定の公告後、2ヵ月が満了した日から起算する。当該商標の公告期間が満了した日から登録許可の決定が下されるまでの間に、他人による同一又は類似の商品に当該商標と同一又は類似の標章を使用した行為に対して遡及しない。ただし、当該使用者の悪意により商標登録者に与えた損害については、賠償しなければならない。

第40条 商標登録出願及び商標再審請求について、国務院商標管理部門は直ちに審査しなければならない。

出願人は、前項に規定する事項について取下げを申請することができる。

第41条 国務院商標管理部門は、商標異議申立の審査、拒絶査定不服審判、不登録決定への不服審判及び無効宣告審判の審理過程において、関連する先行権益の確定について、人民法院において現在審理中又は行政機構で処理中の別案件の結果を根拠としなければならない場合は、審査審理を中止することができる。中止の事由が解消された後は、速やかに審査審理の手続を再開しなければならない。

第42条 商標登録出願人又は登録人は、商標の出願書類又は登録書類に明らかな誤りがあることを発見した場合、訂正を請求することができる。国務院商標管理部門は法律に基づき、職権の範囲内でそれを訂正し、かつ当事者に通知する。

前項にいう誤りの訂正は、商標の出願書類又は登録書類の実質的な内容を含まない。

第5章 登録商標の更新、変更、譲渡及び抹消

第43条 登録商標の有効期間は10年間とし、当該商標の登録日から起算する。

第44条 登録商標の有効期間が満了し、継続して使用する必要がある場合は、商標登録者は、期間満了

前の12ヵ月以内に、規定に従って更新手続をしなければならない。当該期間に手続を行うことができない場合は、6ヵ月の延長期間を与えることができる。毎回の更新登録の有効期間は10年間とし、当該登録商標の前回有効期間が満了した翌日から起算する。延長期間が満了しても、更新手続を行わない場合は、その登録商標を抹消する。

国務院商標管理部門は、更新登録した商標を公告しなければならない。

第45条 登録商標について、登録者の名義、住所又はその他の登録事項を変更する必要がある場合は、変更申請をしなければならない。

第46条 登録商標を譲渡する場合は、譲渡人と譲受人は譲渡契約を締結し、共同して国務院商標管理部門に申請しなければならない。譲受人は当該登録商標を使用する商品の品質を保証しなければならない。

登録商標を譲渡する場合、商標登録者は同種商品について登録した類似商標、又は類似商品について登録した同一または類似する商標を一括して譲渡しなければならない。

混同を引き起こしやすい又はその他の悪影響を及ぼす譲渡について、国務院商標管理部門は許可しないものとし、書面で申請人に通知し、かつ理由を説明する。

登録商標の譲渡は、許可された後に公告される。譲受人は、公告日より商標専用権を享有する。

第47条 団体商標、証明商標を譲渡する場合は、譲受人は相応の主体資格及び監督能力を有しなければならない。

第48条 商標登録者は、その登録商標又はその商標の一部指定商品における登録の抹消を申請することができ、国務院商標管理部門の許可を経て抹消される場合、公告される。当該登録商標専用権又は当該登録商標の一部指定商品における専用権は、公告の日から失効する。

第49条 商標登録者がその登録商標の抹消を申請した場合、抹消公告の日から1年以内に、国務院商標管理部門は他人が同一又は類似の商品について当該商標と同一又は類似の商標登録出願を承認しない。

第6章 登録商標の無効宣告

第50条 既に登録された商標が同法第15条、第16条第1項、第17条、第19条、第25条に違反する場合、国務院商標管理部門は当該登録商標の無効宣告を行う。他の単位又は個人は国務院商標管理部門に当該登録商標の無効宣告を請求することができる。

国務院商標管理部門が無効宣告の決定を下した場合は、書面で当事者に通知しなければならない。当事者に不服がある場合、通知を受領した日から15日以内に再審査を請求することができる。国務院商標管理部門は請求を受領した日から9ヵ月以内に決定を行い、書面で当事者に通知しなければならない。特別な事情により延長が必要な場合は、国務院商標管理部門の責任者の許可を得て、3ヵ月間延長することができる。当事者は審決に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に人民法院に提訴することができる。

他の単位又は個人が国務院商標管理部門に無効宣告を請求する場合、国務院商標管理部門は請求を受領した後、書面で関係当事者に通知し、答弁の期間を定めて答弁を提出させなければならない。国務院商標管理部門は請求を受領した日から9ヵ月以内に登録商標を維持するか又は無効の宣告をする裁定を下し、書面で当事者に通知しなければならない。特別な事情により延長が必要な場合は、国務院商標管理部門の責任者の許可を得て、3ヵ月間延長することができる。当事者は国務院商標管理部門の裁定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に人民法院に提訴することができる。人民法院は商標裁定手続の相手方当事者に対して、第三者として訴訟に参加するよう通知しなければならない。

第51条 既に登録された商標が本法第20条、第22条、第23条第1項、第24条に違反する場合、商標の登録日から5年以内に、先行権利者又は利害関係者は国務院商標管理部門に当該登録商標の無効宣告を請求することができる。悪意のある登録については、馳名商標の所有者は5年間の期間制限を受けない。

国務院商標管理部門は無効宣告の請求を受領した後、書面で関連当事者に通知し、答弁の期間を定めて答弁を提出させなければならない。国務院商標管理部門は請求を受領した日から12ヵ月以内に登録商標を維持するか又は無効を宣告する裁定を下し、書面で当事者に通知しなければならない。特別な事

情により延長が必要な場合は、国務院商標管理部門の責任者の許可を得て、6ヵ月間延長することができる。当事者は、国務院商標管理部門の裁定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に人民法院に提訴することができる。人民法院は、商標審判手続の相手方当事者に対して、第三者として訴訟に参加するよう通知しなければならない。

第52条 法定期間が満了しても、当事者が国務院商標管理部門の無効宣告の決定に対して再審を請求せず、又は再審決定・商標登録維持裁定・無効宣告の裁定に対して人民法院に提訴しない場合、国務院商標管理部門による再審決定・裁定の効力を生じる。

第53条 同法第50条、第51条の規定により、無効宣告された登録商標について、国務院商標管理部門が

公告し、当該登録商標専用権は最初から存在しなかったものとみなされる。

無効を宣告する決定又は裁定は、無効宣告される前に人民法院でおこなわれかつ且つ執行された商標権侵害案件の判決・裁定・調停書及び商標法執行を担当する部門が下し且つ執行した商標権侵害案件の処理決定並びに既に履行された商標譲渡又は使用許諾契約に対して遡及しない。ただし、商標登録者の悪意により他人に与えた損害は、賠償しなければならない。

前項の規定により商標権侵害の賠償金、商標譲渡料、商標使用料を返却しなければ、明らかに公平の原則に反する場合は、その全部又は一部を返却しなければならない。〈次号に続く〉

10月以降の行事案内

後援事業

「第5回ワールドフェスティバルin愛知」

日時：10月10日(土)～12日(月・祝)

11:00～18:00(最終日は17:00まで)

主催：ワールドフェスティバルin愛知実行委員会

会場：久屋大通公園「エンゼル広場」

後援事業

「第44回全日本中国語スピーチコンテスト愛知県大会」

日時：10月31日(土)12:00～(予定)

主催：(NPO)愛知県日本中国友好協会

江蘇省人民対外友好協会

会場：愛知工業大学 自由が丘キャンパス

後援事業

「第八回 日中友好・錦秋の集い」

日時：11月8日(日)11:00～17:00

主催：日中友好・錦秋の集い会

会場：中部国際空港第一ターミナル4階
イベントプラザ

下半期に中国で開催される大型見本市

第140回中国輸出入商品交易会(広州交易会)

会期：第1期 10月15日(木)～10月19日(月)

電子、家電、機械、車両、照明・電気など

第2期 10月23日(金)～10月27日(火)

生活雑貨、ギフト・装飾、建材・家具など

第3期 10月31日(土)～11月4日(水)

玩具、服飾、文具、ヘルスケア、レジャーなど

会場：広州国際展覧中心

主催：商務部、広東省人民政府

共催：中国対外貿易中心

公式ウェブサイト：<https://www.cantonfair.org.cn>

第9回中国国際輸入博覧会

会期：11月5日(木)～10日(火)

会場：国家会展中心(上海)

主催：商務部、上海市人民政府

公式ウェブサイト：

<https://www.ciie.org/zbh/index.html>

クロスボーダーM&A

～中国における日系自動車部品サプライヤーの再編～

名南M&A株式会社

M&Aアドバイザー 三島 宏

エグゼクティブサマリー

中国の自動車市場では、新エネルギー車(NEV)化とSDV化を含むスマート化が進行し、ハイブリットを含む内燃機関車を主戦場としてきた日系完成車メーカー・部品メーカーは「NEV化」「スマート化」「過当競争(内巻)」という三重苦に直面している。こうした流れを受けて、日系企業の中国事業は業種や企業ごとの明暗が大きく分かれつつあり、事業を「拡大」する企業と「縮小・撤退」を選択する企業の二極化が進んでいる。

今後、内燃機関専用部品、汎用性の低い機械加工部品を中心に再編が加速する一方、電動化・電子化・ソフトウェア領域、および完成車メーカーとの関係が強い高付加価値・差別化部品では、中国企業との協業や中国企業向け販路の開拓を通じて事業を維持・拡大する余地が残ると考えられる。

また、中国での事業再編・撤退にあたっては、持分譲渡、事業譲渡、合併、分割、減資、解散・清算、破産・清算など複数の法的手法があり、それぞれ手続の期間、税務・労務上の負担、独占禁止法上の申告の要否などが大きく異なるため、自社の状況に応じた慎重な選択と、数年超を要する事前準備が不可欠である。

第1章 中国における日系自動車部品 サプライヤーの市場環境

1.1 新エネルギー車化、スマート化による市場 構造の激変

ジェトロの分析レポート「日本の自動車企業が三重苦に直面(1)急激なNEV化が打撃」(2024年11月27日))によれば、中国の自動車市場では内燃機関車(ハイブリッド車を含む)が2017年をピークに2023年

までの6年間で約750万台減少した一方、新エネルギー車(中国を中心に使われる新エネルギー車の総称。BEV：電気自動車、PHEV：プラグインハイブリッド車、FCEV：燃料電池車などを含み、通常のハイブリッド車(HEV)は含まれない。)は同期間に約870万台増加した。2025年のNEV販売台数は前年比28.2%増の1,649万台に達し、乗用車販売台数全体に占める比率は47.9%と過半数に迫る水準となっている。NEVの普及は、単なる動力源の転換にとどまらない。スマートコックピットや自動・支援運転機能を搭載したSDV(ソフトウェア定義型自動車)が急速に浸透し、販売後もソフトウェア更新を通じて機能・性能を向上させる仕組みが標準化しつつある。中国自動車市場における成長点は、いわば「スマホ化したクルマ」であり、価値の源泉がハードウェアからアプリ・ソフトウェアへと移行している。

この変化に対応し、ファーウェイ(華為技術)やシャオミ(小米)などのスマートデバイスメーカーが自動車メーカーと提携・協業し、OSやスマートコックピット、ADS(運転支援)機能を組み込んだ「スマートカー」を相次いで市場投入している。2026年の北京モーターショーでも、ファーウェイ陣営の車両が存在感を高め、外資系メーカーはハードウェアの製品競争に加えてソフトウェア・エコシステム競争への対応を迫られている。

1.2 日系完成車メーカー・部品メーカーの苦境

ジェトロは、日系自動車企業が直面する課題を「NEV化」「スマート化」「過当競争」の三重苦と整理している。前述の地域・分析レポート及びビジネス短信「2025年の中国乗用車市場、中国系メーカーのシェアが65%を占める」(2026年02月05日)等によ

れば中国乗用車市場における日系ブランドのシェアは、2020年の23.1%のピークから2025年の12.2%まで低下し、中国系ブランドは同期間に56.0%から65.3%へと拡大した。2025年のホンダの販売台数は前年比24.3%減、日産も6.3%減となり、三菱自動車については2023年10月に中国での完成車生産からの撤退を正式決定しているのが現状だ。

過当競争(中国語で「内巻」)の深刻化により、2025年は自動車製造企業の利益率が4.1%と、全産業平均(5.3%)を大きく下回る水準にとどまっている。BYDなど一部企業を除き、完成車メーカー・部品メーカーの多くが収益確保に苦慮している構図が続く。

こうした状況を受け、完成車メーカー各社は、(1)生産規模の縮小や人員削減を含む徹底したコストコントロール、(2)内燃機関車向け事業の見直し、(3)NEV化・スマート化に向けた中国テック企業との提携(日系ではトヨタ・テンセント、日産・百度、ホンダ・ファーウェイ等)、(4)車体プラットフォームや部品の共通化による開発費削減を同時に進めている。

1.3 日系企業の業績・事業展開意向

ジェトロの「海外進出日系企業実態調査(中国編)」(2025年8～9月実施、有効回答791社)によれば、2025年の営業利益見込みが「黒字」と回答した在中国日系企業は63.2%で、4年ぶりに回復した。もっとも、業種別に見ると自動車部品を含む輸送機器部品は業績悪化企業のうち52%が他社との競争激化によるシェア縮小を要因に挙げており、EV化・中国企業との競争激化の影響を強く受けていることがうかがえる。

今後1～2年の事業展開意向について「拡大」と回答した企業は21.3%と調査開始以来の最低水準となった一方、「縮小」「第三国・地域への移転・撤退」の合計は14.4%にとどまり、6割超が「現状維持」を選択している。事業の「縮小」または「移転・撤退」を選択する企業を業種別に見ると輸送機器部品が最多であり、理由としては取引先の他地域へのシフト、日本本社の調達方針変更、日系企業の設備投資減少等が挙げられている。

さらに、在中国日系企業の74.5%が最大の競合手を中国企業と回答しており、この比率は製造業では8割超に達する。輸送機器部品ではその9割近くが

中国企業を最大の競合と認識し、2019年対比で市場シェアが「縮小」したとの回答が57.8%にのぼる。中国企業が競争力を持つ源泉としては「コスト競争力」(84.7%)と「意思決定の早さ」(55.8%)が上位に挙げられており、日系企業は主に「性能・品質の高さ」に強みを認識する一方、「価格」「市場投入までの速さ」を弱みとする傾向が明確になっている。

第2章 サプライチェーン再編の影響度

2.1 完成車メーカーからの調達方針転換

完成車メーカー各社は黒字転換を目指し、部品メーカーへの値下げ要請を強めるとともに、中国国内向け完成車の部品調達先を中国系部品メーカーへ切り替える動きを拡大させている。ジェトロの地域・分析レポート「在中国日系企業の競争環境と対応～日系企業実態調査中国編(2)」(2026年4月15日)によると、在中国日系企業の現地調達率は2025年度に73.6%と初めて7割を突破し、現地調達のうち地場(中国)企業からの調達比率は71.3%に達した。輸送機器部品では現地調達率が86.3%に及び、日系企業全体の調達の約5割が既に中国企業からのものと推計される。中国系サプライヤーの価格競争力の高さを踏まえると、今後もこの流れは続く可能性が高い。

2.2 部品メーカー側の対応と選別の実態

完成車メーカーからの要求を受け、日系部品メーカー側でも対応が分かれている。ジェトロの地域・分析レポート「過当競争下で対応模索～日本の自動車企業が三重苦に直面(2)」では、製造する部品がNEVでも活用可能な企業は、日系企業以外の完成車メーカーやティア1部品メーカー(中国系)への販路拡大を図る動きが目立つとしている一方、内燃機関車向け部品に特化したメーカーでは、こうした転換が難しく、人員の縮小、移転・撤退を検討する例も見られるとしている。

在中国日系企業の景況感調査では、事業を「現状維持」とする企業の中にも、その内実には濃淡があることが示されている。約5割が「他分野・他地域への販売拡大を見据えた体制・戦略の見直し」に、4割超が「日系以外の企業への販路開拓」に取り組んでいると回答しており、単純な様子見ではなく、次の一手に向けた「種まき」段階にある企業が相当数存在する。

2.3 二極化する業績・シェアの動向

同一業種内でも明暗は大きい。「在中国日系企業の競争環境と対応～日系企業実態調査中国編(2)」(2026年4月15日)によると、例えば電気・電子機器部品では、2019年対比で競合が増加したとの回答が57.1%と平均並みである一方、市場シェアが「拡大」したとの回答が42.9%に達しており、競争が激化する中でも自社の優位性を高めて拡大を実現した企業が存在する。他方、輸送機器部品は「競合の増加」(約7割)と「シェアの縮小」(57.8%)がともに高く、業種として最も厳しい状況にあることが複数の統計から裏付けられる。この二極化構造は、今後のサプライチェーン再編の方向性を考える上での重要な出発点となる。

第3章 今後、特に再編が加速すると思われる分野

3.1 内燃機関専用部品・汎用機械加工分野

NEV化の進展に伴い、エンジンや変速機など内燃機関特有の部品需要は構造的に縮小する。内燃機関車の販売減により生産設備が過剰化し、特に大型部品を製造する企業ほど設備増強の反動が深刻で、在庫調整の難度も高いことが予想される。内燃機関車向け部品のみを製造し、NEV向けへの転用が困難な企業ほど、人員の縮小や移転・撤退の検討を迫られやすく、今後もこの領域を中心に再編が続くと見込まれる。

3.2 スマート化・SDV関連部品を巡るティア構造の変化

SDV化の進展により、車両開発の主導権はハードウェアの摺り合わせから、OS・ミドルウェア・半導体・センサー等を統合するスマートプラットフォームへとシフトしている。ファーウェイやシャオミ等のスマートデバイスメーカーが自動車設計・ユーザー体験に強い影響力を持つようになったことは、従来型のティア1・ティア2構造そのものを揺るがす要因である。系列に依存しない新たな協業関係の構築や、ソフトウェア人材・技術を持つ企業との連携・統合が今後の焦点となる。

3.3 系列取引構造の見直しとサプライヤー選別

完成車メーカーによる調達先の中国系シフトが常態化する中、これまで日系企業間で完結してきた系列的な取引関係の見直しが加速している。JETRO

のレポート「中国サプライヤー進出で技術が浸透～タイでの中資系BEV動向(後編)」によればタイにおいても、従来は日系同士の取引で完結していたサプライヤーが、日系向け販売の細りを受けて中国系メーカーへの販売拡大を模索する動きが報告されており、同様の構造変化は中国国内の日系サプライヤーにも当てはまる。系列外の完成車メーカー・ティア1企業への展開力を持たない中小サプライヤーほど、選別の波にさらされやすい。

3.4 中小サプライヤーの事業承継・体制維持の課題

中国子会社を持つ日本の中堅・中小サプライヤーの中にはオーナー企業も多く、労働コストの上昇や世界政治の不安という原因だけではなく、日本国内の親会社における経営者の高齢化や後継者不在により、海外事業を含めた事業全体の継続可否そのものが問われるケースも増えていることから、現地子会社の事業再編や中国からの撤退を検討する日系企業が少なくないが、こうした経営基盤の脆弱化が、中国事業の再編・売却の意思決定を後押しする要因の一つとなっていると考えられる。

第4章 事業再編手法とその留意点

ジェトロ・北京事務所が2025年3月に公表した調査レポート「中国における事業再編に関する留意点」は、中国の外商投資企業(外資系子会社)が事業再編・撤退を行う際の主な手法として、出資持分譲渡、事業譲渡、合併、分割、減資、解散・清算、破産・清算等を挙げている。同レポートに基づき、それぞれの活用方法と留意点を整理する。

4.1 事業のスリム化・売却・撤退

(1) 事業のスリム化

・合併(吸収合併・新設合併)

複数の中国子会社を統合し、管理・運営コストの削減や拠点の統廃合を図る手法。中国実務では吸収合併が一般的である。親子会社間で持分90%以上を保有する場合の「簡易合併」、合併対価が純資産の10%以下にとどまる「小規模合併」といった簡易手続も存在する。消滅会社が保有していた許認可・資格は存続会社に自動承継されない点に留意が必要である。

・分割(新設分割・派生分割)

複雑な市場環境への適応やリスク分散を目的として1社を複数社に分ける手法。中国の実例としては

件数がさほど多くないが、事業単位ごとの評価・整理に資する。分割前の債務については、原則として分割後の各会社が連帯して責任を負う点に注意が必要である。

・減資

登録資本金を減少させる手法で、事業縮小や部分撤退の選択肢となる。株主の持分比率に応じた「同比減資」と、比率によらない「定向減資」があり、後者は一部株主の合併からの離脱手段としても利用可能である。払い戻し額が払込済資本金を上回る部分は原則として国外送金できない点に留意が必要である。

(2) 売却 (M&A)

・出資持分譲渡 (日本で言う株式譲渡に相当)

既存株主または第三者に出資持分を譲渡する方法で、事業をそのまま存続させながら売り手が退出できる点が特徴である。人員整理や債権者通知を要しないケースが多く、時間的コストを抑えやすい一方、譲受人(買い手)探しの難航や取引条件交渉での譲歩を迫られるリスクがある。合併会社の場合、他の既存株主に優先買い取り権があるため、事前の通知・手続が必要となる。

・事業譲渡

設備・知的財産・従業員・債権債務等、事業を構成する資産を第三者に譲渡する手法。譲渡範囲を柔軟に設計できる利点がある一方、中国の現行法令には事業譲渡を包括的に規律する明確な規定がなく、会社法・外商投資法・労働契約法・民法典等を横断的に検討する必要がある。契約相手方の同意取得や労使協議が事務負担として重くなりやすい。

(3) 撤退

・解散・清算

完全撤退を実現する代表的な手法。要件を満たせば簡易手続での抹消登記が可能な場合もあるが、人員整理と経済補償金の支払義務が発生する。

・破産・清算

債務超過等により通常の解散・清算が困難な場合の選択肢。完全撤退が可能な一方、手続が煩雑かつ長期化しやすく、外国投資者の信用への悪影響も懸念される。実務上、外商投資企業が自ら破産を申し立てる例は少ないとされる。

4.2 手法選択における共通の留意点

・独占禁止法上の事業者結合申告：譲受人が対象企

社の支配権を取得する場合(持分譲渡、合併、一定の分割・減資等)には、結合後の売上高等一定の要件に該当する場合は事業者結合申告が必要となる。

・労使問題：解散・清算や破産・清算では人員整理と経済補償金の支払が不可避となる。合併・分割・事業譲渡でも、勤務地変更や労働契約の承継を巡る協議が必要であり、地域によって労働仲裁・裁判所の判断傾向が異なる点に注意が必要である。

・技術流出防止：知的財産権の帰属整理、営業秘密管理の強化、研究開発人材への競業避止義務の設定など、事業再編・撤退のプロセスを通じた技術・ノウハウ流出リスクへの対応が求められる。

・政府機関との事前調整：進出時に受けていた税制・土地使用・補助金等の優遇措置の継続可否や返還リスクは譲渡や清算に関わらず、そのプロセスに影響があるため、早期の関係当局への相談が望ましい。地域間で制度運用に差があるため、所轄当局への個別確認も欠かせない。

・対価回収の実効性確保：譲渡対価の未払いリスクに備え、担保提供や保証金の要求、エスクロー口座の活用等、対価の全額回収を確保する実務上の工夫が重要であり、最新の法令・実務運用に精通した現地の弁護士・会計士・税理士との連携が不可欠である。数年超に及ぶ準備期間を要することを前提に、早期からの計画的な着手が望まれる。

第5章 今後も中国で生き残る可能性のある分野

5.1 性能・品質面で差別化できる高付加価値分野

ジェトロの調査「在中国日系企業の競争環境と対応～日系企業実態調査中国編(2)」(2026年4月15日)では、在中国日系企業は総じて「性能・品質の高さ」や「アフターサービスの充実度」を強みと認識しており、精密・医療機器、電気・電子機器部品といった業種では黒字比率・改善率が相対的に高く、中国企業との価格競争を回避し、大手国有企業向けなど性能・技術面で優位性を発揮できる素材・部品領域では、差別化を軸とした事業継続の余地が大きいと言える。

5.2 NEV・スマート化関連の成長分野

前述の調査によれば半導体関連製品、自動車の電子化・スマート化関連部品は、需要拡大分野の筆頭に挙げられている。中国企業の技術力・品質向上に伴い、より高品質な部品へのニーズが高まってお

り、質の高い製品を供給できる日系企業には新たな商機が生まれているとの声も現地ヒアリングで確認されている。加えて、ヒューマノイドロボットや医療機器など、中国が成長トレンドにある新興分野への展開も、既存の精密部品・要素技術(例えば減速機など)を生かせる有望領域として挙げられている。

5.3 中国企業向け・中国企業を経由した第三国向け販路の複線化

完成車やティア1部品を扱う中国メーカーへの販路拡大を狙う部品メーカーが増えていることは既に述べたとおりである。ジェトロが行ったヒアリング「在中国日系企業の競争環境と対応～日系企業実態調査中国編(2)」(2026年4月15日)でも、性能・技術面での差別化により中国の大手国有企業から受注を獲得した事例、中国製アプリケーションと日系企業の品質保証機能を組み合わせて顧客に提供する事例などが報告されている。また、中国企業がASEAN等の第三国・地域へ展開する動きに合わせ、在中日系企業が製品・設備を随伴出荷したりする動きも複数確認されており、中国国内の一本足打法から脱却し、中国企業経由での第三国輸出、あるいは中国拠点そのものを輸出ハブとして活用する戦略も、生き残りの選択肢となり得る。

終わりに

中国における日系自動車部品サプライヤーを取り巻く環境は、NEV化・スマート化・過当競争という構造変化に加え、完成車メーカーの調達方針転換、系列取引構造の見直し、日本国内の後継者問題等が複合的に絡み合い、現状維持または縮小・撤退が過半数を占め、依然厳しい状況にあると考える。

こうした環境下で事業再編を検討する企業にとっては、(1)自社製品のNEV・スマート化への転用可能性、(2)完成車メーカーとの取引継続性・系列外への展開余地、(3)日本本社側の経営体制・後継者の有無を含めた中長期の事業方針を踏まえた上で、持分譲渡・事業譲渡・合併・分割・減資・解散清算といった多様な手法の中から、自社の状況に最も適した選択肢を検討することが求められるが、いずれの手法も実務上の論点も多岐にわたるため、入念な準備をする必要がある。仮に中国事業の縮小・撤退を検討する場合であっても、それは必ずしもネガ

ティブな選択ではなく、グローバルな事業ポートフォリオの入れ替えの一環として捉え、「中長期的な企業価値の維持・向上につながるのか」という観点から戦略的な意思決定が必要と考える。

(参考資料)

- ・地域・分析レポート「日本の自動車企業が三重苦に直面(1)急激なNEV化が打撃」(2024年11月27日)
- ・地域・分析レポート「日本の自動車企業が三重苦に直面(2)過当競争下で対応模索」(2024年11月27日)
- ・地域・分析レポート「日系企業実態調査中国編(1)在中国日系企業の景況感と事業展開意向」(2026年4月15日)
- ・地域・分析レポート「日系企業実態調査中国編(2)在中国日系企業の競争環境と対応」(2026年4月15日)
- ・地域・分析レポート「2025年の中国自動車生産・販売動向」(2026年6月26日)
- ・地域・分析レポート「タイでの中資系BEV動向(後編)中国サプライヤー進出で技術が浸透」(2024年12月)
- ・地域・分析レポート「自動車産業における外資系企業と中国企業の協業が拡大」(特集：中国EV・車載電池企業のグローバル戦略)
- ・調査レポート「中国における事業再編に関する留意点」(2024年度中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業、ジェトロ北京事務所、2025年3月)
- ・海外進出日系企業実態調査(中国編)2025年度版／2024年度版(ジェトロ調査部)
- ・海外進出日系企業実態調査(アジア・オセアニア編)2025年度版(ジェトロ調査部)

<執筆者プロフィール>

名南M&A株式会社

M&Aアドバイザー 三島 宏

1986年に中国で生まれ、92年に引き揚げで東京に戻る。大学卒業、上海留学を経て日系コンサル会社の上海現法にてM&A事業の立ち上げに関与、日本企業の中国進出M&Aを支援。

帰国後はPEファンドやM&A仲介会社にて経験を積んだのち名南M&Aに入社し、現在主に日中クロスボーダー M&Aを担当。





華北油田 50年間の原油累計生産量が3.2億トンに

華北油田は中国本土における大規模な石油・天然ガス田であり、本部を滄州市管轄の任丘市に置き、探査エリアは主に河北省に分布している。その探査および採掘は、中国石油天然気股份有限公司(ペトロチャイナ)華北油田分公司が担っている。

1976年の探査・開発・建設開始以来、着実に実績を積み、探査・開発開始50周年の今年9月までに、累計約3.2億トンの原油、150億m³の在来型天然ガス、210億m³のコールベッドメタン(CBM)を生産し、石油・ガス換算量は約3.5億トンに達し、国のエネルギー安全保障と地域経済の発展を強固に支えている。

華北油田 新エネ発電量が1億kWhを突破

華北油田における2026年の新エネルギー発電量が

9月までに累計1億90万kWhに達した。その内訳は、太陽光発電が9,200万kWh、風力発電が489万kWh、その他の発電が401万kWhとなっており、発電量が「1億kWh」の大台を突破した時期が昨年より51日早まった。

今年に入り、華北油田は「クリーンエネルギーへの代替、戦略的後継エネルギーの確保、グリーンな転換」という3段階の全体方針を徹底し、石油・ガス産業と新エネルギーの高度な融合を強力に推進している。鉅区内の優れた風力・太陽光資源や、油田の遊休井戸跡地・施設用地を活用し、「可能な限り代替を進め、採算性を重視して開発する」という原則を堅持した結果、これまでに構築されたクリーン電力の設備容量は162メガワットに達し、年間発電能力は2億1,000万kWhに上る見込みである。



米アバンター 常州国家高新区に拠点

8月12日、米グローバルバイオ医薬用原料メーカー、アバンター(Avantor)の「ライフサイエンス・アジア太平洋製造センター」プロジェクトが、常州国家高新区で調印された。同社が中国国内で初めて整備するアジア太平洋市場向けの高機能システム製品専用拠点で、バイオ医薬品用容器・システム製品の現地生産を進め、常州国家高新区のバイオ医薬品産業における重要なサプライチェーン機能を補完する。

アバンターは米ペンシルベニア州に本社を置き、ライフサイエンス、先端技術、応用材料分野で製品とサービスを提供し、顧客は世界180カ国以上に及ぶ。

覧鋭光電の常州スマート生産拠点第1期工事が完成

8月10日、覧鋭光電(Lannray Optoelectronics)の常州スマート生産拠点で、第1期工事の竣工式が行われた。同拠点は常州国家高新区の中瑞(常州)国際

産業イノベーションパークに位置し、研究開発・生産スペースは2万平方メートルを超える。今回の完成により、第3世代のフレキシブル型エレクトロクロミック(EC)調光フィルムの研究開発、生産、量産出荷体制が一段と整った。

覧鋭光電は2015年7月に米シリコンバレーで設立され、フレキシブルで大面積のEC調光フィルムを早くから開発してきた。全フレキシブル型のロール・ツー・ロール高速塗工による高分子調光フィルムを主力とし、全固体高分子EC技術を確立。世界で120件を超える特許を保有している。

EC材料は電気信号によってガラスの光透過状態を調整し、遮光、プライバシー確保、省エネルギーを両立できる。製品は新エネルギー車のパノラマーフ、建築用ガラス、デジタル機器などに使われる。福耀ガラスと共同開発した調光ガラスは、理想汽車(Li Auto)のL9、L8などで量産採用されている。





区内企業の活動をサポート

錫山開發區は、企業の懸念に迅速に対応し、問題解決に全力で取り組むことで、企業の規模拡大・品質向上・競争力強化を支援している。

その実例として、無錫海古德新技術有限公司は、半導体用高性能セラミックス材料および重要部品の研究開発・製造を専門とするハイテク企業であり、半導体用精密セラミックス部品やセラミックス基板を主力製品としている。同社は近年、半導体ウェハ製造分野における海外の技術封鎖や国内の技術的ボトルネックを打破し、大口径窒化アルミニウム製静電チャックの製造技術を確立した国内初の企業となった。今回当区に建設する「半導体重要部品本社・研究開発・製造プロジェクト」は、総投資額約20億元で、本社機能、研究開発、スマート製造を一体化した産業拠点を構築するもの。本プロジェクトは、開發區におけるサプライチェーンの補完・強化および「イノベーション主

導の新たな生産力」の育成に向けた重要な推進力となり、地域の産業チェーンの自律性・制御性を高める上で極めて重要な意義を持つことから、当開發區では全面的な支援を行っている。

宛山湖エコ・テクノロジー・シティの住宅PJ

宛山湖アパートメント・プロジェクトにおいて、150戸を超える全室の入居が完了した。同プロジェクトは、当該エリアにおける高品質な従業員用住宅の供給不足を解消し、企業の雇用安定と人材確保、さらには宛山湖エリアの総合的な魅力向上を支える住環境を提供している。3ヶ月以上にわたる改修・調整期間中、従業員の実際の居住ニーズを徹底的に考慮してアップグレードを実施。その結果、家具・家電、スマートロック、独立したバス・トイレ、充実したセキュリティ設備を備えた住空間が完成し、即入居可能な環境を整えることで、従業員の日常生活における居住ニーズを的確に満たしている。



江門ダブルカーボン研究所のPJ

江門ダブルカーボン研究所は、江門市人民政府と香港科技大学が共同で設立した研究所。

この度、中国国家自然科学基金委員会は、同研究所が申請した「くし型セルロース電解質のマルチスケール構造設計及びリチウムイオン伝導促進メカニズムに関する研究」プロジェクトを、同委員会の「青年科学基金プロジェクト」として認定した。全固体リチウム電池は、現在の液体電解質電池が抱える安全性やエネルギー密度の限界を打破するための核心的な技術であり、その実用化の鍵を握るのが電解質材料。現在主流となっているポリエチレンオキシド(PEO)系電解質は、室温でのイオン伝導率が低い、電気化学的安定性ウィンドウが狭い、分子鎖が結晶化しやすく生分解性がないといった課題を抱えており、全固体電池に求められる「高性能化」と「環境適合」の両立が困難であった。今回採択されたプロジェクトは、こうした業界の課題に着目し、バイオマス素材であるセルロースをポリ

マー電解質の母材として採用するもの。くし型構造の制御を通じて電解質に特定の構造特性を付与することで、イオン伝導効率を根本的に向上させると同時に、バイオマス素材の高付加価値化も実現する。

プレジャーボート産業の交流会が江門で開催

2026年は、グレーターベイエリアにおけるヨット(プレジャーボート)産業の発展にとって極めて重要な年となる。同エリア間でのヨットの自由な往来(フリー・クルージング)が正式に実現し、「広東省ヨット産業の質の高い発展を推進する行動計画(2024～2027年)」が着実に実施される中、香港・マカオのヨットに対する保証金免除や一時的な船舶国籍登録が可能となり、国境を越えた航行・停泊・メンテナンス等に関する制度上の障壁が全面的に解消された。9月2日には江門市で「グレーターベイエリアにおけるプレジャーボート産業の質の高い発展に関する交流会」が開催され、業界団体、ヨット製造、船舶関連機器、文化・観光運営などの各分野から代表者が一堂に会し、海洋を拠点とした産業の強力な発展に向けた新たな道筋について議論を交わされた。

中国経済データ

<ご注意>

伸率は前年同期比を%で表示。減少は▲または-で表示。速報値と確定値が混在しているため、不確定なデータが含まれている。
中国側統計は中国国家統計局が公表した数値を原則引用し、同局以外から発表され引用した数値については出所を記載している。

日本の対中貿易(日本側統計)

単位：億円、%

年 月	輸 出		輸 入		差 引	
	金 額	伸 率	金 額	伸 率	金 額	備 考
2019年	146,814	▲7.7	184,337	▲3.9	▲37,523	赤字拡大
2020年	150,811	2.7	174,684	▲5.2	▲23,873	赤字縮小
2021年	179,852	19.2	203,416	16.4	▲23,564	赤字縮小
2022年	190,221	5.8	248,190	22.0	▲57,969	赤字拡大
2023年	175,863	▲7.5	248,190	▲0.7	▲70,473	赤字拡大
2024年	188,651	6.2	253,009	3.6	▲64,357	赤字縮小
2025年	187,795	▲0.4	266,942	5.5	▲79,147	赤字拡大
2026年8月	18,095	20.6	23,611	22.5	▲5,516	赤字拡大
2026年1-8月	140,432	16.6	200,138	35.4	▲59,706	赤字拡大

出所：日本・財務省貿易統計を基に一部加筆

8月の国・地域別の貿易

単位：億円、%

		金 額	構成比
輸 出	総額	100,484	100.0
	内 訳		
	アメリカ	17,244	17.2
	E U	8,663	8.6
	アジア	57,529	57.3
	うち中国	18,095	18.0
輸 入	総額	111,540	100.0
	内 訳		
	アメリカ	16,541	14.8
	E U	10,969	9.8
	アジア	54,227	48.6
	うち中国	23,611	21.2

出所：日本・財務省貿易統計を基に一部加筆

8月の主な増減品目

単位：%、ポイント

			概況品名	伸率	寄与度
輸 出	増加	1	半導体等電子部品	131.3	10.3
		2	半導体等製造装置	16.3	1.8
		3	非鉄金属	33.8	1.3
	減少	1	自動車	▲53.5	▲2.1
輸 入	増加	1	半導体等電子部品	65.8	1.4
		2	非鉄金属	98.9	1.3
		3	通信機	13.7	1.2

出所：日本・財務省

名古屋税関管内の対中貿易

単位：億円、%

年 月	輸 出			輸 入			差 引	
	金 額	伸 率	全国比	金 額	伸 率	全国比	金 額	備 考
2019年	28,217	▲8.0	19.2	22,086	▲6.6	12.0	6,131	黒字縮小
2020年	29,531	4.6	19.6	19,043	▲13.8	10.9	10,488	黒字拡大
2021年	33,864	14.7	18.8	23,223	21.9	11.4	10,641	黒字拡大
2022年	33,604	▲0.8	17.7	28,963	24.7	11.7	4,641	黒字縮小
2023年	28,720	▲14.5	16.2	30,030	3.6	12.3	▲1,310	赤字転換
2024年	27,764	▲3.3	14.7	30,905	2.9	12.2	▲3,141	赤字拡大
2025年	27,788	0.1	14.8	32,850	6.2	12.3	▲5,062	赤字拡大
2026年8月	2,288	4.9	12.6	3,393	34.9	14.4	▲1,105	赤字拡大
2026年1-8月	19,353	9.2	13.8	26,671	25.4	13.3	▲7,318	赤字拡大

出所：名古屋税関の発表資料を基に一部加筆

※名古屋税関管内 国際貿易港：名古屋港、三河港、衣浦港、清水港、田子の浦港、御前崎港、四日市港、尾鷲港、津港
国際空港：中部空港、静岡空港

8月の国・地域別の貿易

単位：億円、%

		金 額	構成比
輸 出	総額	21,283	100.0
	内 訳		
	アメリカ	5,402	25.4
	E U	2,616	12.3
	アジア	7,599	35.7
	うち中国	2,288	10.8
輸 入	総額	14,725	100.0
	内 訳		
	アメリカ	1,908	13.0
	E U	1,044	7.1
	アジア	8,040	54.6
	うち中国	3,393	23.0

出所：名古屋税関の発表資料を基に一部加筆

8月の主な増減品目

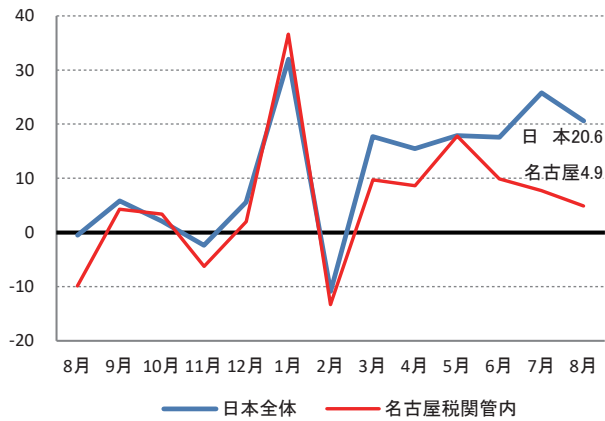
単位：%、ポイント

			概況品名	伸率	寄与度
輸 出	増加	1	石油及び同製品	691.9	3.5
		2	半導体等製造装置	100.6	3.2
		3	繊維機械	84.0	2.4
	減少	1	自動車の部分品	▲56.0	▲5.5
		2	自動車	▲62.9	▲2.1
輸 入	増加	1	重電機器	51.6	2.5
		2	無機化合物	156.9	2.3
		3	音響・映像機器(含部品)	35.9	1.9

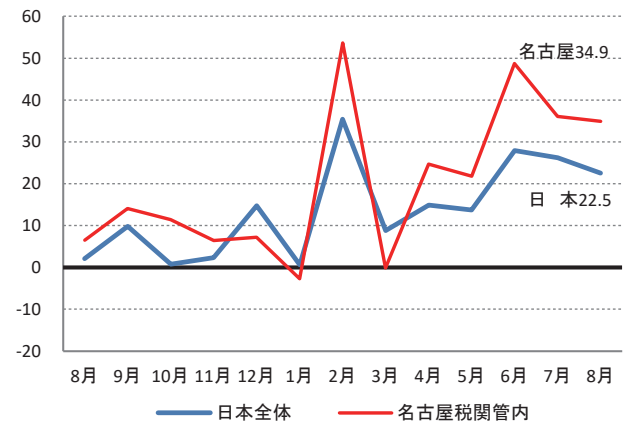
出所：名古屋税関

日本と名古屋税関管内の対中貿易の比較

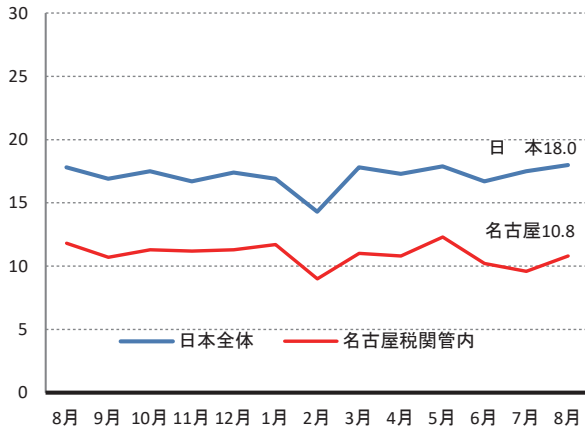
中国への輸出額の月別伸率(%)



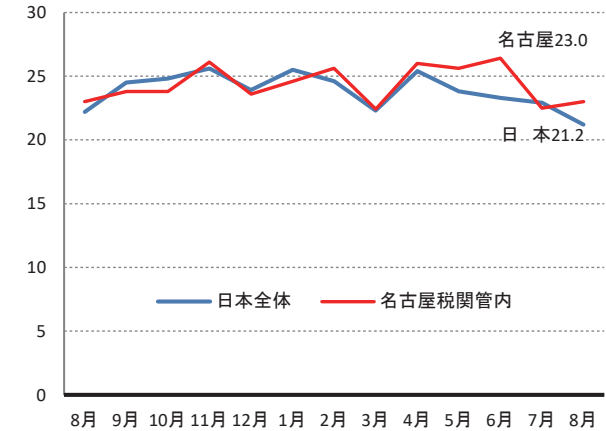
中国からの輸入額の月別伸率(%)



日本の輸出における中国構成比の推移(%)



日本の輸入における中国構成比の推移(%)



中国の貿易

単位：億ドル(金額)、% (伸率)

年 月	輸 出		輸 入	
	金額	伸率	金額	伸率
2020年	25,907	3.6	20,556	▲1.1
2021年	33,640	29.9	26,875	30.1
2022年	35,936	7.0	27,160	1.1
2023年	33,800	▲4.6	25,568	▲5.5
2024年	35,772	5.9	25,851	1.1
2025年	37,719	5.5	25,890	0.0
2026年8月	4,014	25.0	2,824	28.2
2026年1-8月	29,238	19.3	21,183	27.0

出所：中国税関総署

中国の外資導入

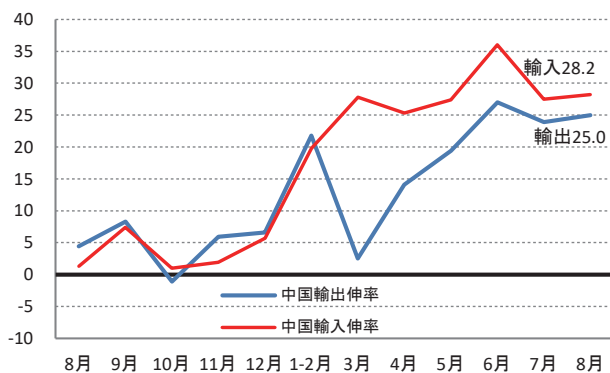
単位：件(件数)、億ドル(金額)、% (伸率)

年 月	件 数		実行ベース金額	
	件数	伸率	金額	伸率
2020年	38,570	▲5.7	1,443.7	4.5
2021年	47,647	23.5	1,734.8	20.2
2022年	38,497	▲19.2	1,891.3	8.0
2023年	53,766	39.7	1,609.1	▲14.9
2024年	59,080	9.9	1,150.8	▲28.0
2025年	70,392	19.1	1,044.3	▲10.0
2026年1-8月	42,582	0.3	695.6	▲1.4

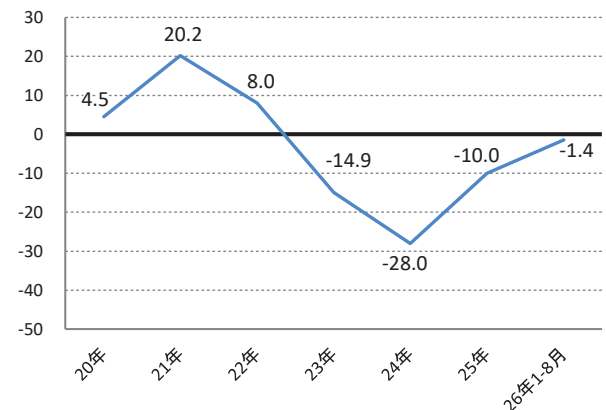
出所：中国商務部

※26年1-8月の実行ベース金額は、中国税関総署発表の同時期の貿易総額の平均為替レート(1ドル=6.9人民元)を基に元からドルに換算。

中国対外貿易の月別伸率(%)



中国外資導入額の伸率(%)



中国の物価動向

消費者物価指数CPI (%)

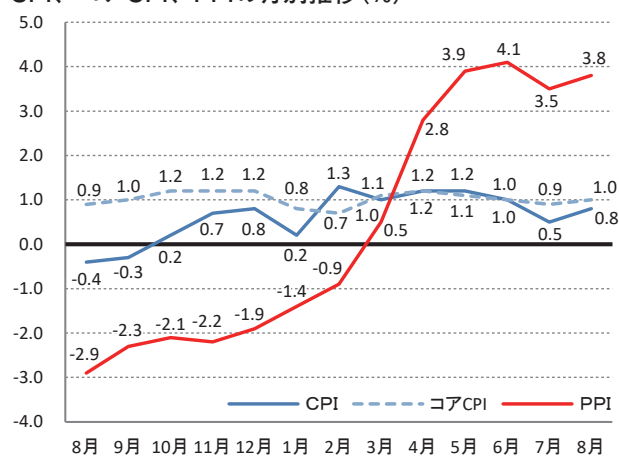
	8月	1-8月
消費者物価指数	0.8	0.9
うち都市	0.8	0.9
農村	0.7	0.7
うち食品	▲1.4	▲0.8
食品以外	1.2	1.3
うち消費財	0.8	1.0
サービス	0.8	0.8

工業生産者物価指数PPI (%)

	8月	1-8月
工業生産者物価指数(PPI)	3.8	2.0
うち生産資材	5.0	2.9
うち採掘	17.8	7.7
原材料	6.7	4.3
加工	3.1	1.7
生活資材	▲0.5	▲1.1
うち食品	▲2.3	▲1.9
衣類	▲1.2	▲1.0
一般日用品	▲0.8	▲1.2
耐久消費財	1.2	▲0.4
工業生産者仕入物価指数	5.8	3.2
うち燃料、動力類	9.8	3.0

※工業生産者物価指数(PPI) = 出荷価格指数=卸売指数

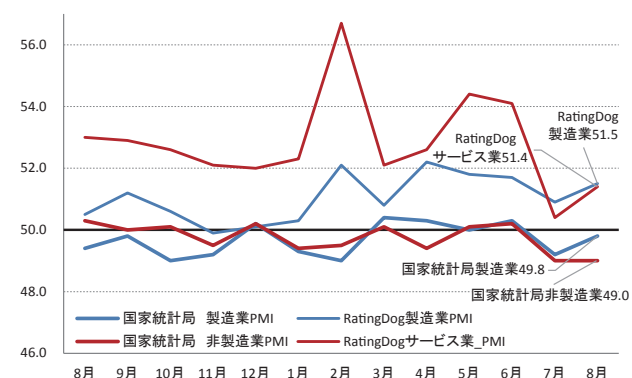
CPI、コアCPI、PPIの月別推移(%)



※コアCPIとは食品とエネルギーを除いたもの。

出所：中国国家统计局

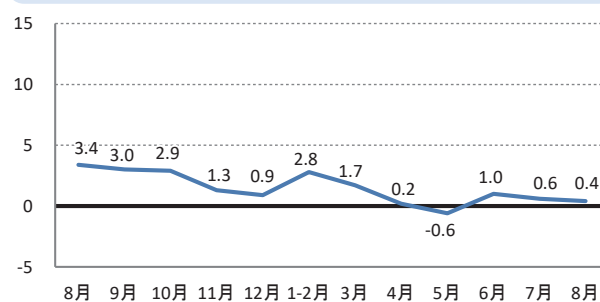
中国のPMI（購買担当者景気動向指数）



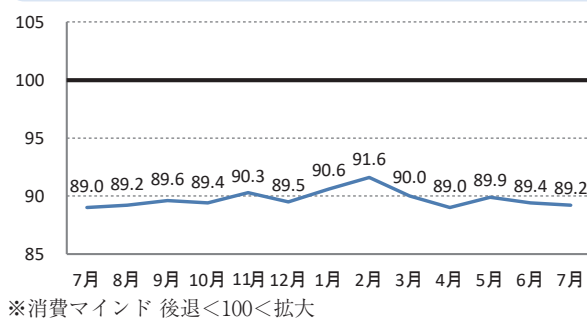
※景気後退<50<景気拡大

出所：中国国家统计局 中国RatingDog

中国の消費財小売総額の伸率(%)



中国の消費者信頼感指数



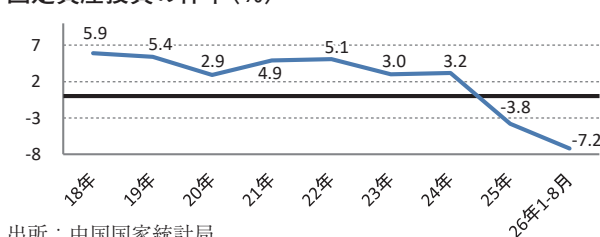
※消費マインド 後退<100<拡大

中国の固定資産投資

1-8月の固定資産投資

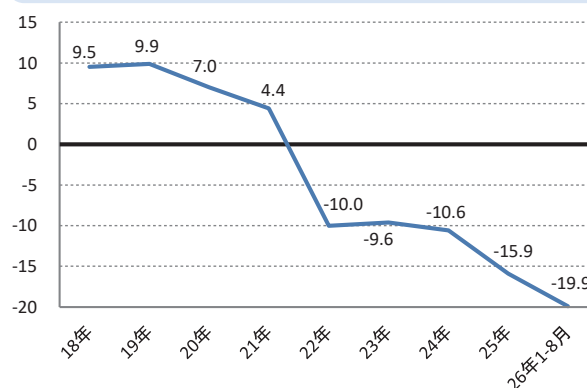
		投資額(億元)	伸率(%)
産業別	固定資産投資	293,092	▲7.2
	第一次	5,832	▲2.4
	第二次	113,094	▲2.9
	第三次	174,166	▲9.9
地域別	東 部	N/A	▲9.4
	中 部	N/A	▲8.7
	西 部	N/A	▲8.8
	東 北	N/A	▲25.5

固定資産投資の伸率(%)



出所：中国国家统计局

中国の不動産開発投資の伸率(%)

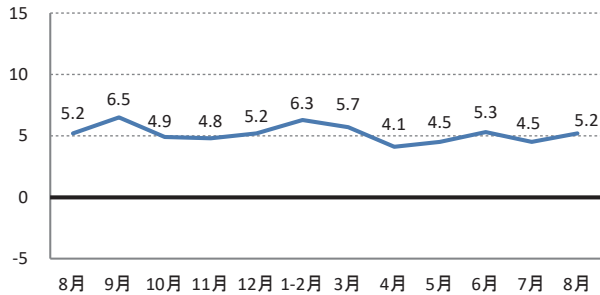


中国の工業

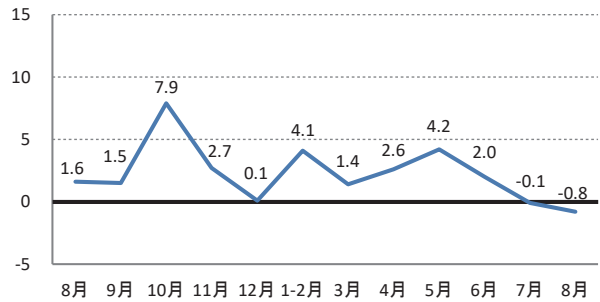
工業付加価値の伸率(%)

	8月	1-8月
一定規模以上の工業生産	5.2	5.3
内訳 鉱業	▲1.4	2.1
製造業	6.1	5.7
電気・ガス・熱・水生産供給業	4.9	5.3
内訳 国有企業	3.0	3.8
株式制企業	5.7	5.8
外資系企業	3.4	3.1
私営企業	3.7	4.4

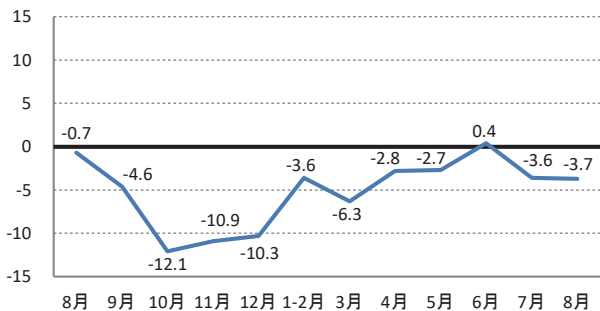
一定規模以上の工業付加価値の月別伸率(%)



一日当たりの発電量の月別伸率(%)

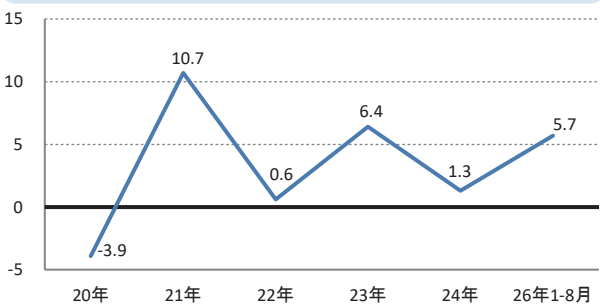


粗鋼生産量の月別伸率(%)



出所：中国国家统计局

中国の財政収入の伸率(歳入、%)



出所：中国財政部

中国の自動車販売台数

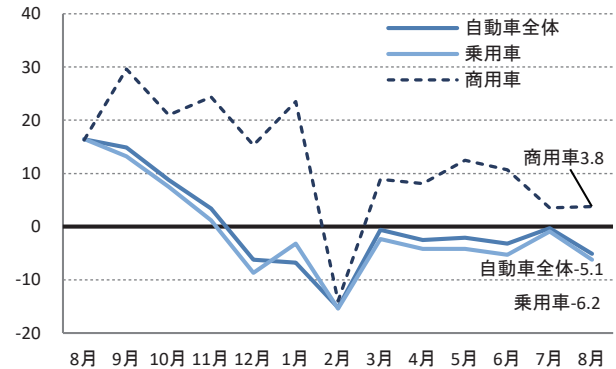
万台

年 月	自動車(うち輸出)	
	乗用車	商用車
2020年	2,531(108)	2,018
2021年	2,627(201)	2,148
2022年	2,686(311)	2,356
2023年	3,009(491)	2,606
2024年	3,144(586)	2,756
2025年	3,440(710)	3,010
2026年8月	271(101)	238
2026年1-8月	2,032(715)	1,737
		294

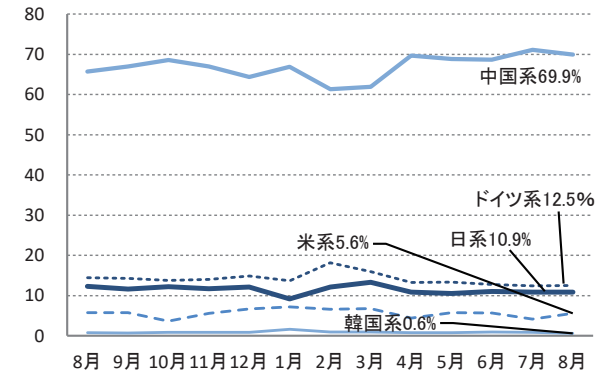
出所：中国汽车工业协会

※中国国産車のみ。輸出事を含み、輸入車を含まず。

自動車販売台数の月別伸率(%)



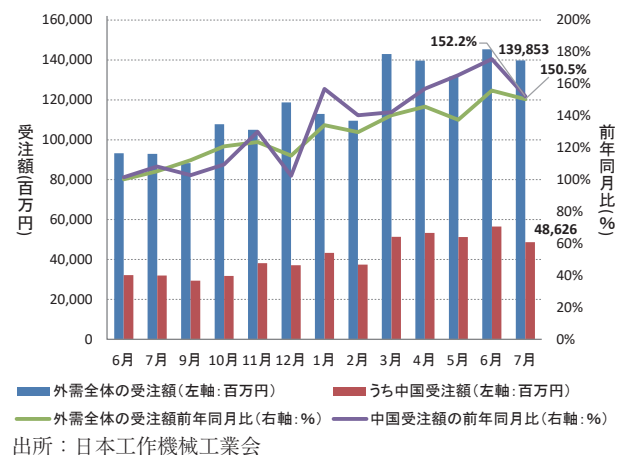
日系乗用車のシェア推移(%)



出所：乗用車市場情報研究会

日本の工作機械外需統計

外需全体の受注額と中国からの受注額



出所：日本工作機械工業会

中国人訪日数の推移

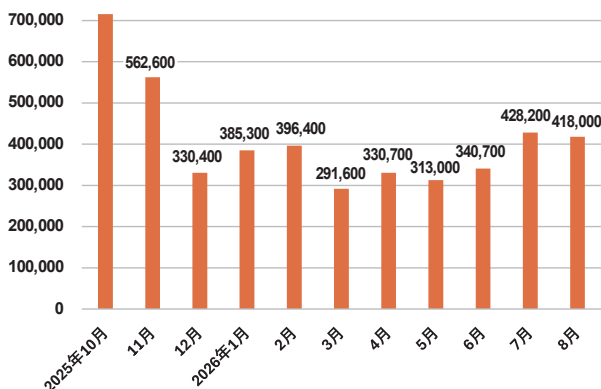
日本政府観光局(JNTO)が9月16日に発表した8月の訪日外国人数(推計値)は、前年同月比(以下同)9.6%減の309万8,900人で、韓国、マレーシア、メキシコ等14市場で8月として過去最高を記録。

一方、8月の中国人訪日数は59.0%減の41万8,000人と減少傾向が続いている。1-8月の累計では前年

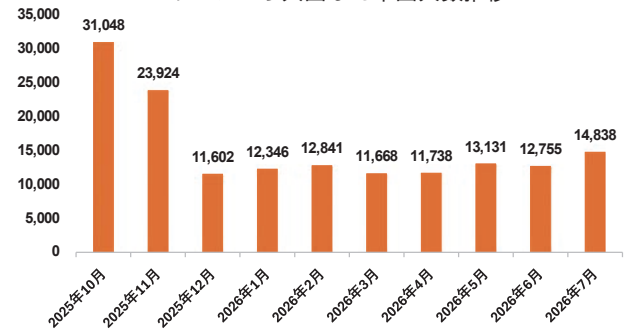
同期比56.7%減の290万4,600人だった。

出入国在留管理庁が公表している、「港別入外国人の国籍・地域」の最新7月のデータで、東海地区の国際空港別に中国人入国者数を見てみると、中部国際空港(セントレア)からの中国人入国者数は前年同期比59.4%減の14,838人、富士山静岡空港の状況は95.4%減の88人だった。

中国人訪日数の推移



セントレアから入国した中国人数推移



〈中国短信〉

◆中国、ヘリウムの輸出を規制

中国商務部などは7月10日、ヘリウムに対する輸出規制を同日付で実施すると発表した。7月16日の会見で商務部は今回の規制について、「国内の供給を確保するためのもので、今後は国内外のヘリウム需給の動向を踏まえ、適時に輸出管理政策を見直していく」と説明した。

ヘリウムは半導体製造、MRIの超電導磁石の冷却、ロケット燃料の加圧などに使用されるほか、航空宇宙・国防分野でも幅広く活用されている。中国は世界第2位のヘリウム消費国である一方、国内生産量は限られている。中東情勢の緊迫化などの影響を受け、国内市場では需給がひっ迫し、価格が大幅に上昇している。

◆自動車「60日払い」徹底へ

中国工業情報化部は7月27日、自動車メーカーによるサプライヤーへの代金支払サイトの長期化問題について、メディア20社の記者を初の「自動車業界支払期間問題監督員」に任命した。中国版下請法である「中小企業代金支払確保条例」が25年6月に

◆自動運転の新基準整備へ

中国工業情報化部は7月30日、レベル3の自動運転(一定条件下でシステムが運転を担う条件付き自動運転)およびレベル4の自動運転(特定の条件下でシステムが運転を担う高度自動運転)を対象とした強制国家基準(GB)の策定中で、2027年7月1日の施行を予定していることを明らかにした。

中国では2025年にレベル3を搭載した2車種が条件付きで型式認証を取得しており、今後の普及を見据え、基準の整備が進められている。

◆上半期の婚姻数7.5%減

中国民政部によると、26年上半期の婚姻数は前年同期比7.5%減(26.4万組減)となった。一方、離婚数は同3.9%増(5.2万組増)となった。

中国では少子化が加速しており、未婚化や晩婚化は出生数減少の要因の一つとみられる。政府は結婚を奨励する関連政策を相次いで打ち出し、未婚化・晩婚化の進行を抑えることを目指している。