2026 11月号

東海日中貿易センター
TOKAI JAPAN-CHINA TRADE CENTER

中華人民共和国成立77周年 ピンポン外交55周年祝賀会が開催

9月29日(火)、中国駐名古屋総領事館主催の標記祝賀会が開催され、大村秀章・愛知県知事、三浦聡・中部経済産業局長、有馬浩二・(一社)東海日中貿易センター会長が祝辞を贈り、後藤泰之・愛知県日中友好協会会長が乾杯の音頭をとった。

初めに主催者を代表して楊嫻総領事は「今年は中国共産党創立105周年にあたるとともに、中華人民共和国成立77周年という節目の年でもある。習近平同志を核心とする中国共産党の力強い指導のもと、中国人民が心を一つにし、意気揚々と前進し、第二の百年の奮闘目標に向けて新たな道を切り開いた。

今年は中国の『第15次五カ年計画』の始まりの年であり、上半期の経済成長率は前年同期比4.7%増となり、世界の主要経済国の中でも上位に位置した。中国経済は持続的に『新』と『質』を重視した発展を遂げており、世界経済成長への寄与率は30%前後を維持し、世界経済成長を牽引する主要なエンジンとなっている」と述べ、続いて「今年は『ピンポン外交』55周年にもあたる。1971年、日本卓球協会は後藤鉀二会長の指導の下、周恩来総理が提唱した『中日関係三原則』、すなわち中国を敵視しない、二つの中国を作らない、中日関係の正常化を妨げない、を遵守し、中国卓球チームを第31回名古屋世界卓球選手権大会に招待し、小さなピンポン球が地球を動かし続け、中米・中日国交正常化を実現させ、世界の情勢を平和と発展に向けた新たな歴史的プロセスへと導いた。日本中部地域の有識者の皆様が、これからも歴史の流れを正確に把握し、平和と友好の初心を受け継ぎ、中日関係を正常な軌道に戻すため、更なる貢献をされることを期待している」と挨拶。



挨拶する楊総領事

有馬会長からは、「本年は、ピンポン外交から55周年という記念すべき年。55年前、この名古屋で開催された世界卓球選手権をきっかけに、小さな卓球のボールが国境を越え、人と人の心を結び歴史を動かした。その出来事が私たちに教えてくれるのは、国と国との関係も、その土台にあるのは一人ひとりの相互理解と信頼の積み重ねだということ。そのことを、先日訪れた上海で9月22日から27日に開催された技能五輪国際大会で改めて実感した。世界各国・地域から心身技を鍛え抜かれた若者たちが、観客を寄せつけない集中力で当日の難しい課題に悪戦苦闘しながら、技能を競いあっていた。その真剣な姿、まなざしに大変感動した。また、閉会式では各国の選手たちが相互に称え合い、言葉を超えて交流

目　　次

中華人民共和国成立77周年 ピンポン外交55周年祝賀会が開催 …… 1
2026年度定例理事会を開催 …… 2
訪中報告 中国港湾物流視察団 ～内モンゴル、北京を訪問～ …… 3
後援行事 第五回ワールドフェスティバルin愛知が開催 …… 5
交流記録 …… 5
寄稿 クロスボーダー M&A ～中国市場における日系メーカーの今後の戦略～ …… 6
中国法令 中華人民共和国商標法(下) …… 11
新『商標法』における主要な改正点のまとめ …… 17
常州デスクNEWS …… 19
錫山デスクNEWS …… 20
江門デスクNEWS …… 20
特別寄稿 舞踊がつなぐ日中の子どもたち ― 上海「小舞星杯」に参加して ― …… 21
中国経済データ …… 22
中国短信 …… 26



挨拶する有馬会長

を深めていた。2028年には、次の技能五輪国際大会が、ここ愛知で開催される。大会旗の引継ぎを行ってきたので、上海から受け継がれる社会を支える技能の素晴らしさ、人の力の凄さをこの地域でしっかりと未来へ、次世代へ繋いでいきたいと思う。

そして今、ここ愛知・名古屋では、アジア競技大会が開催されている。来月(10月)には、アジアパラ競技大会も開幕する。前回のアジア競技大会の開催地は、中国の杭州だった。杭州から愛知・名古屋へ、スポーツを通じた交流が引き継がれたことに私は深い縁を感じている。

来月(10月)には、東海日中貿易センターの訪中団として、私自身も杭州を訪れる予定。急速に変化する産業の現場を、自らの目で見て、そこで挑戦する方々と直接語り合い、刺激と気付きを得てこようと考えている。こういった一つひとつの小さな、しかし大切な対話を通して、中国との新たな協力関係につなげてゆきたい。日中両国を取り巻く環境が大きく変化する中にあっても、尊厳と感謝の念をもって、人と人が真摯に向き合い、語り合い、理解を重ねることの大切さは変わらない。東海日中貿易センターは、東海地域と中国を結ぶ架け橋として、経済と産業、そして人の交流を更に深め、その役割を果たして参りたいと考えている」と述べた。

当日は、領事管轄区域の企業・団体等の代表者、各国総領事、華僑華人の代表者、アジア大会参加で来名していた中国オリンピック委員会の高志丹主席及び中国選手団の一部、また「ピンポン外交」の当事者である後藤鉀二会長の元秘書小田悠祐氏、元日本卓球選手の竹内敏子氏、杉本安子氏など、約600人が出席し、和やかな雰囲気のなか交流を行った。

2026年度定例理事会を開催



10月14日(水)午後、名古屋商工会議所ビル会議室Dにおいて標記理事会を開催した。

開始冒頭、司会者より理事会運営規則第7条に規定する定足数を満たし、理事会が成立している事を報告。続いて有馬会長が挨拶し、その後有馬会長が議長を務め議事進行を行い、大野専務理事より下記議案の説明を行い、審議の結果、異議なく承認された。

第1号議案　協議員の一部変更について

【退任】林　欣吾　中部電力㈱代表取締役社長

【新任】安井　稔　中部電力㈱代表取締役社長

続いて、大野専務より「代表理事・業務執行理事の職務執行状況報告」を行い、報告の中で9月13日から19日まで派遣した「中国港湾物流視察団」の訪中報告を行った。

訪中報告

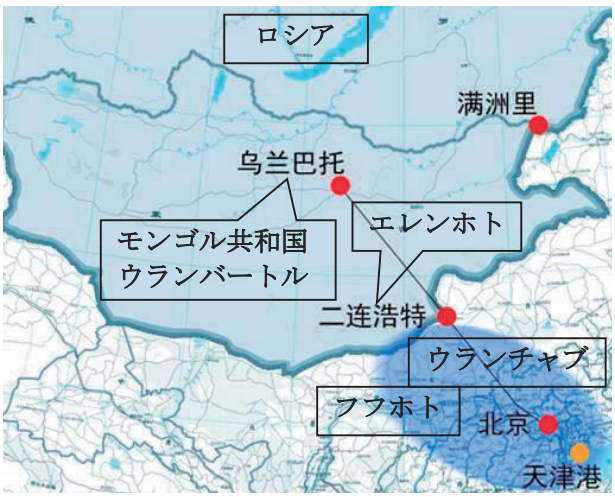
中国港湾物流視察団
～内モンゴル、北京を訪問～

当センターは、9月15日（日）～9月21日（土）にかけ、中国港湾物流視察団を内モンゴル自治区および北京市に派遣した。本団は当センター内部部会の東海日中海運懇話会を中心に構成された。今回は、内モンゴル自治区における中国とモンゴル、ロシア、欧州を結ぶ国際物流ルート「北方開放・中央ルート※」の整備状況や、同区の物流・産業の現況を理解するため、フフホト市、ウランチャブ市などの主要な物流施設や工場を視察し、北京市では、主に中国系ロボティクスメーカーとの交流会を開催した。

※北方開放・中央ルート

中国政府が推進する「一帯一路」構想の一環として、北京・天津・河北省や中国中西部から内モンゴル自治区のフフホト、ウランチャブ、エレンホトを経由し、モンゴル、ロシア、欧州方面を結ぶ国際物流ルート。鉄道輸送を中心に道路輸送とも連携し、中国・モンゴル・ロシア間の貿易・物流の拡大を目指す。

北方開放・中央ルート



【フフホト】

フフホト市では、沙良物流園区および中国蒙牛乳業有限公司（蒙牛）の第6期工場などを訪問した。

沙良物流園区は2015年10月に運営を開始した中国国鉄傘下の物流拠点で、総投資額は17.3億元、敷地面積は約122万㎡。貨物線5本、ガントリークレーン4基を備え、2025年の貨物取扱量は403万㌧を超えた。隣接する沙良駅を通じて中国北部・西北部の主要鉄道網と接続しており、鉄道輸送を中心に貨物の保管、荷役、配送などの機能を備えている。


沙良物流園区

2023年12月には税関監督管理区域が開設し、園区内で輸出通関を完了することで国境のエレンホトでの通関手続きが不要となり、国境での通関時間の短縮や輸送効率の向上に繋がった。質疑応答では通関体制や海外向けコンテナ貨物の集荷状況などについて質問があった。

続いて、中国を代表する乳製品メーカー、蒙牛の第6期工場を視察した。同社の2025年売上高は822.4億元（約1兆9,300億円）。工場には18の生産ラインがあり、原乳の前処理から無菌充填、包装、倉庫への入庫まで自動化されている。団員は専用カートで製造工程を見学し、ファナック製ロボットによる製品の積み付けや自動倉庫への搬送を確認した。原乳の受け入れ段階では温度や成分、微生物など50項目以上の検査を実施し、基準を満たした原乳のみを製造工程に送るなど、品質管理にも力を入れている。工場は中央制御室で一元管理され、約200名の従業員により24時間・3交代制で稼働している。見学後には製品の試飲も行われた。


蒙牛

【ウランチャブ】

ウランチャブ市では、チスム国際物流産業園区、内蒙古薯都凱達食品有限公司、内蒙古王遠実業有限公司を訪問した。

チスム国際物流産業園区は2016年に中欧班列の運行を開始し、鉄道施設、保税物流センター、税関監督管理区域などを備える。約10年間の累計貨物取扱

量は1万㌧だが、ここ数年で取扱量が急増し2025年の貨物輸送量は前年比38.2%増となった。


チスム国際物流園区

輸出貨物は電気製品や日用品、機械設備などが中心で、エレンホトを経由してロシアや欧州方面へ輸送される。一方、復路ではロシアやベラルーシなどから農産物を中心とした貨物を中国国内へ輸送している。中国とモンゴル、ロシア、欧州を結ぶ物流拠点として、今後の成長が期待される。説明後はバスで園区内の物流施設を見学した。


内蒙古薯都凱達食品

続いて訪れた内蒙古薯都凱達食品有限公司のウランチャブ工場は2016年に稼働し、冷凍フライドポテトやポテトチップスを製造している。投資額は32億元(約750億円)、年間売上高は40億元(約940億円)で、アジア最大級のジャガイモ加工拠点である。生産ラインの自動化率は98%以上で、製造過程の残渣や規格外品は有機肥料として活用している。工場は24時間・3交代制で稼働しており、製品は中国国内だけでなく、米国やインドなど海外市場にも輸出されている。また、同社は日本のディズニーランドとの商談を進めており、今後、OEMによる同社製品の日本への輸出の可能性が期待される。

鉄合金メーカーの内蒙古王遠実業有限公司では、生産指揮センターから製錬工程を見学した。同社はフェロクロムやフェロシリコンなどを年間約40万㌧生産し、売上高は約50億元。製錬には全密閉型の鉱熱炉を採用し、高温ガスや粉じんの外部排出を抑えるなど、環境負荷の低減に取り組んでいる。また、製錬時の余熱や副生ガスを回収して発電に活用するほか、風力・太陽光発電も利用しており、使用電力の内訳は、余熱等による自家発電15%、風力・太陽光発電35%、電力会社からの購入50%となっている。質疑応答では原料調達や輸送、環境対策などについて質問があり、クロム鉱石は南アフリカなどから輸入し、天津港経由で陸送しているとの説明を受けた。また、今後はグリーン電力の利用割合をさらに高めていく方針が示された。

【北京】


中国企業との交流会

北京市では、匯博機器人股份有限公司(HUIBO Robotics、フイボー)など中国企業との交流会を開催した。

冒頭、団長代理の酒井昭博副会長(伊勢湾海運㈱ 専務執行役員)が挨拶し、東海地区の産業や名古屋港を紹介するとともに、日中企業間の交流・協力への期待を述べた。

続いて、フイボーの担当者から企業概要の説明を受けた。同社は江蘇省蘇州市に本社を置き、産業用ロボットやAIを活用した工場の自動化システムを提供している。物流、鉄道、太陽光発電施設など幅広い分野でロボットの実用化を進めている。近年は人型ロボットの開発にも取り組んでおり、AI技術とロボット制御を組み合わせた作業の自動化を推進している。

その後、人型ロボットによる仕分け作業のデモンストレーションが行われ、団員も実際に操作を体験した。質疑応答では、港湾での活用可能性、可搬重量、日本での代理店設置計画、メンテナンス体制などについて質問があった。港湾物流分野へのロボット技術の応用についても意見が交わされ、今後の日中企業間の連携を考える機会となった。

【おわりに】


ロボット操作の体験

本団ではこれまで、新疆ウイグル自治区や西安市など、中国と欧州を結ぶ「ユーラシア・ランドブリッジ」の主要拠点を視察してきたが、中国北部を経由するルートの視察は今回が初めてとなった。今回の視察を通じて、中国北方の国際物流ネットワークの整備状況に加え、物流を支える地域産業の発展や生産現場における自動化の進展を確認することができ、「北方開放・中央ルート」の今後の発展が期待される。

後援行事

第五回ワールドフェスティバルin愛知が開催

10月10日（土）から12日（月・祝）の3日間、名古屋市内の久屋大通公園エンゼル広場にて、「第五回ワールドフェスティバルin愛知」が開催され、開会式には、多くの来賓が出席した。



はじめに鹿島均・ワールドフェスティバルin愛知実行委員長が開会を宣言し、その後、大村秀章・愛知県知事、鄭美愛・駐名古屋大韓民国総領事館総領事、エンギン・トゥレシン・在名古屋トルコ共和国総領事館総領事、伊亜奇・中国駐名古屋総領事館副総領事、ジャクソン・アルセオ・在名古屋フィリピン共和国総領事館副領事、古川元久・衆議院議員、水野良彦・衆議院議員、浅井敬介・中部経済産業局地域経済部長が挨拶した後、テープカットが行われ、当センターからは大野大介専務理事が参列した。

12日には、有馬会長が会場を訪れ、梁新勇・前ワールドフェスティバル実行委員長らが出迎え、鹿島実行委員長らと共に会場内を回りながら同フェスティバルの開催趣旨など準備段階での苦労話を交えながら紹介した。

同フェスティバルは世界各国の文化・飲食・芸術を通じて、国籍は異なるが家族のように触れ合い、交流を深め、多くの来場者が訪れた。

某インドネシアの屋台には長蛇の列が並び、ベトナム料理の屋台にもバインミーを求め予想を上回る賑わいとなった。会場は、中国、韓国、ベトナム、インドネシア、ミャンマー、ネパール、バングラディッシュなど国際色に溢れ、歌や踊りの演出も大いに盛り上がりを見せていた。

交流記録

＜愛知産業振興機構上海代表処＞

10月2日、日本公益財団法人愛知産業振興機構上海代表処の鈴木健大首席代表と愛知県経済産業局産業立地通商課国際業務企画グループの林将也主査の2名が来訪され、大野専務理事と中村次長が対応した。

鈴木首席代表は、赴任後１年半が経過し、任期が折り返しのタイミングになったとのことで、最近の状況について意見交換を行った。また、鈴木代表の後任には林主査に決まったとのことで、交代にはまだ先のことだが、今後いろいろと交流を重ねていきたい。

大野専務理事からは、今年６月に会長はじめ副会長の一部が交代し、新体制になったこと、高市総理の発言により大きく人的交流に影響を受けていることや今年予定している訪中視察として、９月に中国港湾物流視察団、10月に中部経済界訪中団、11月に中国自動車産業視察団の情況などについて紹介した。

そのほか、近年、当地域に中国企業の進出が相次いでいることについて、情報交換し、中でも中国の人型ロボットメーカーが名古屋にも進出してきていることを例にあげて紹介した

また、愛知県名古屋市にある国内最大級のオープンイノベーション拠点である「STATION Ai」は、スタートアップ企業の創出育成およびオープンイノベーションの促進を目的としており、愛知県に進出を希望する中国企業にとっても活用できるのではないか、優良企業を如何に選別するかなど意見交換をおこなった。

寄稿

クロスボーダーM&A
～中国市場における日系メーカーの今後の戦略～

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

中国はかつて「世界の工場」として、自動車・電機・化学・素材など多くの事業領域で日系メーカーを含む外資系メーカーの生産拠点として機能してきた。しかし、2008年ごろから中国国内の人件費は大幅に上昇し、加えて日本では2022年ごろから円安が進行したこともあって、現在ではかつて享受できていたコスト面での優位性はほぼ失われた。さらに米中対立や地政学リスクの高まり、現地企業の急速な技術力向上による競争激化もあいまって、事業の縮小・撤退に踏み切る日系メーカーが相次いでいる。

一方で、こうした流れに反するように、トヨタ自動車は2025年に上海でレクサスブランド初の独資EV工場の建設を開始し、2027年からの量産を目指している。撤退と新規投資が併存するという、一見矛盾した状況こそが、現在の中国市場の実像を表している。中国市場は「一律に魅力を失った市場」ではなく、「企業の戦略・能力・ポジショニング次第で、結果が大きく分かれる市場」へと質的に変化したと捉えるべきである。

本レポートでは、JETRO（日本貿易振興機構）が実施する「海外進出日系企業実態調査（中国編）」等の公表データを踏まえながら、(1)日系メーカーにとって中国市場は今後も魅力的な市場と言えるか、(2)言えるのであればどのような背景があるのか、(3)中国市場で成長していくための施策、特にM&Aをどのように活用すべきか、の3点について整理する。

第1章　中国事業を取り巻く環境変化の構造

1.1　コスト優位性の消失

中国進出の最大のメリットであった「低コスト生産基地」としての位置づけは、現在ではほぼ完全に消失した。中国の最低賃金・製造業賃金は沿岸部を中心に継続的に上昇し、東南アジア諸国との比較でも優位性は大きく後退した。これに加えて、2020年代に入ってからの歴史的な人民元高・円安により、日本本社から見た現地での人件費・経費はさらに膨らみ、ダブルパンチとなって日系メーカーの収益構造を圧迫している。

結果として、「中国で作って日本や第三国へ輸出する」という従来型の輸出加工型モデルは、多くの業種・品目において経済合理性を失った。

1.2　現地企業の競争力向上と「内製化」の進展

中国市場における最大の構造変化は、現地企業の技術力・ブランド力の急速な向上である。自動車分野ではBYDをはじめとするEVメーカーが価格・性能・ソフトウェアの面で世界的な競争力を獲得し、家電・スマートフォン・産業機械などの分野でも、現地企業が日系メーカーの牙城であった中高価格帯市場に食い込んでいる。

JETROの調査「海外進出日系企業実態調査（中国編）」2025年度版（2025年8月～9月実施）によれば、在中国日系製造業の8割超が地場（中国）企業を最大の競合相手として認識しており、もはや競合は欧米企業のみならず、中国企業も含まれているという認識が定着している。

1.3　地政学リスクとサプライチェーンの再編

米中間の関税措置や輸出管理規制の強化、台湾情勢を含む地政学的緊張の高まりは、2000年頃から日系メーカーに見られている「チャイナ・プラスワン」、すなわち中国一極集中からの分散を進める動きに更なる拍車をかける要因となっている

ただし、そうした地政学的リスクに影響される場合であっても、調達先の切り替えなど商流の見直しによって対応可能とする企業も多く、地政学リスクは「即時の全面撤退」ではなく「中長期的なポートフォリオの見直し」を促す要因として作用していると見るのが実態に近い。

1.4　業績・事業拡大意欲の二極化

JETROの2025年度「海外進出日系企業実態調査（中国編）」によれば、中国事業の「拡大」を回答した企業の割合は、製造業全体で約2割程度にとどまり、調査開始以来最低水準となった。特に自動車部品など輸送用機器関連では、業績見通しに関するディフュージョン・インデックス（DI：景気や企業の状況が「上向き」か「下向き」かという変化の方向性や波及度を示す指標）が大きくマイナスとなるなど、厳しい状況が続いている。

一方で重要なのは、「黒字かつ事業拡大」と回答した企業群が依然として一定数存在し、そうした企業の強みの中身が、他企業とは異なる点である。次章ではこの「好調企業」の特徴を分析し、中国市場の魅力をどのように再評価すべきかを論じる。

第2章　中国市場は今後も魅力的と言えるか

2.1　結論：「市場全体」としての魅力は変質したが、「特定の戦略を持つ企業」にとっての魅力は依然大きい

結論として、中国市場は「誰にとっても伸びる市場」ではなくなったが、「正しい戦略・能力・ポジショニングを持つ日系メーカー」にとっては、依然として世界最大級の魅力的な市場であり続けると考えられる。その背景には、以下の4点がある。

背景①：依然世界最大級の市場規模と中間層・高所得層の拡大

中国は人口規模・購買力の両面で依然として世界最大級の消費市場であり、自動車・消費財・ヘルスケア・環境関連製品などの分野では、高付加価値・高価格帯へのアップグレード需要が継続している。トヨタ自動車が上海にレクサスのEV専用工場を新設する決定は、まさにこの「高付加価値・高価格帯セグメントの需要は中国でなお拡大する」という判断に基づくものであり、高品質化に対応する投資であると筆者は考える。

背景②：開発拠点としての魅力

また、新工場は中国市場向けのみならず日本・第三国への輸出も視野に入れており、中国を単なる「販売市場」としてだけでなく、「最先端のEV・電池技術の開発・生産拠点」として位置づけている点が重要である。これは、中国市場の魅力が「市場としての大きさ」だけでなく、「開発スピード・技術の先進性」という新たな側面を持ち始めていることを示している。

背景③：価格競争から「性能・品質・ブランド」による差別化への転換余地

先の2025年度海外進出日系企業実態調査（中国編）では、中国市場で業績が好調かつ事業拡大意欲の高い日系企業ほど、「性能・品質の高さ」「ブランドの浸透度」「人材」を自社の強みとして挙げる割合が全体平均を10ポイント以上上回っており、逆に「価格」面での強みは全体平均を下回ることが示されている。

これは、中国市場において単純な価格競争に陥っている企業は苦戦している一方、品質・ブランド・アフターサービス・人材といった価格競争以外の要素で差別化できている企業は、依然として高い収益性と成長性を確保できていることを意味する。すなわち、中国市場の「魅力」は、ボリュームゾーンでの価格競争市場から、ブランド・技術・サービス品質で勝負する市場へとシフトしているのである。

背景④：ビジネスモデル・知的財産を軸とした差別化の重要性の高まり

好調企業はまた、「ビジネスモデル」や「知的財産」の面での強みを相対的に高く認識する傾向にある。これは、単に良い製品を売るだけでなく、現地ニーズに合わせたサービス設計、サブスクリプション型・ソリューション型のビジネスモデル、知財を活用したライセンスビジネスなど、付加価値の取り方そのものを変化させている企業が、中国市場で成果を上げていることを示唆する。

トヨタ自動車が導入を進める「RCE（リージョナル・チーフ・エンジニア）（中国主導開発）」体制、すなわち中国人エンジニアをチーフエンジニアに据え、中国市場のニーズを中国のスピードで開発に反映させる体制も、その一環であると考えられ、日本本社主導の「グローバル標準モデルの輸出」から、「中国市場発の開発・ビジネスモデルのローカライズ」への転換が、今後の中国市場での成功の鍵となる。

背景⑤：第三国・グルーバル市場への展開拠点としての中国の価値

中国市場は、もはや単独の「販売先」としてだけでなく、グローバルなEV・電池・新エネルギー技術のサプライチェーンのハブとしての性格を強めている。レクサス上海新工場が、生産部品の95%以上を現地調達する計画を掲げ、生産車両を日本や他の海外市場への輸出も視野に入れていることは象徴的である。

中国のサプライヤー網、研究開発スピード、量産化のノウハウは、EVや電池、再生可能エネルギー関連分野において世界的に高い競争力を持つに至っている。日系メーカーにとって、中国は「中国市場のための拠点」であると同時に、「グローバル競争力を獲得するための開発・調達拠点」としての魅力を増していると言える。

2.2　小括：魅力の「質」の転換

以上を踏まえると、中国市場の魅力は失われたのではなく、その「質」が転換したと整理できる。すなわち、量的拡大を前提としたボリュームゾーンでの価格競争市場としての魅力は大きく後退した一方、ブランド・品質・サービス・知財・ビジネスモデルで差別化できる高付加価値セグメントでの魅力、およびグローバルなサプライチェーン・開発拠点としての魅力は、むしろ高まっている。

したがって、日系メーカーにとっての問題は「中国に残るか撤退するか」という二択ではなく、「どの事業・どの機能を、どのような体制で中国に残し、どのような新しい強みを構築するか」というポートフォリオの再設計の問題であると言える。

第3章　中国市場で成長していくための施策

3.1　事業ポートフォリオの再構築：「選択と集中」

第一に求められるのは、既存事業のポートフォリオを「中国で勝てる事業」と「中国で勝ちにくい事業」に分け、後者については縮小・撤退・売却を進め、前者については投資を集中させるという「選択と集中」である。三菱自動車や日産自動車が中国での乗用車生産から撤退・縮小する一方で、トヨタがレクサスというプレミアムEVセグメントに集中投資するという対照的な動きは、まさにこの選択と集中の典型例であると考える。

ボリュームゾーンの内燃機関車や汎用品でのシェア争いから撤退し、その経営資源を、高付加価値セグメント（プレミアムEV、高機能部材、産業用ロボット・自動化機器、ヘルスケア・環境関連製品など）に再配分することが、限られた経営資源を最大限に活かす道となる。

3.2　現地化・自律化の徹底：開発・調達・人材のローカライズ

中国市場で勝ち残る企業の特徴として、「ビジネスモデル」「人材」での強みが共通して挙げられている。本社主導のグローバル標準モデルをそのまま投入するのではなく、中国市場のニーズ・スピード感に合わせて、開発・商品企画・マーケティングの権限を現地に大幅に移管する「現地完結型」の体制構築が不可欠である。

- 開発：中国人エンジニア・デザイナーを中核に据えた現地開発体制（RCE型モデル）の構築
- 調達：現地サプライヤー網を活用した高い現地化率（部材コスト最適化とスピード対応の両立）
- 人材：現地採用幹部への権限移譲、現地人材の本社経営層への登用によるグローバル・ローカルの両立
- マーケティング：ECプラットフォーム・ライブコマース等、中国独自のデジタル消費行動への適応

3.3　非価格競争力の強化：ブランド・品質・アフターサービス・知財

JETROの調査「2025年度 海外進出日系企業実態調査（中国編）」が示すとおり、好調企業は価格ではなく性能・品質・ブランド・アフターサービスで差別化を図っている。日系メーカーが歴史的に培ってきた「高品質・高い信頼性」のブランドイメージは、依然として中国の中間層以上の消費者にとって強い訴求力を持つ。これを単なる製品スペックの優位性としてではなく、保証・メンテナンス・サブスクリプション型サービスなど、購買後の体験全体を含めたブランド価値として認知されていることを意味する。

また、知的財産・技術ライセンスを軸としたビジネスモデルへの転換も有効な手段である。自社で全てを生産・販売するのではなく、技術・ブランド・規格をライセンス供与し、現地パートナーが生産・販売を担うことで、投資リスクを抑えながら市場へのアクセスとロイヤリティ収入を確保するモデル

も、今後選択肢として重要性を増すだろう。

3.4　第三国・グルーバル展開との連携

中国拠点を、中国国内市場向けの生産・開発拠点としてだけでなく、東南アジア・中東・グローバルサウスなど第三国市場向けの輸出拠点、あるいは先進的なEV・電池技術の開発拠点として位置づけることで、中国事業の収益機会を多角化できる。レクサス上海工場が日本・第三国への輸出も視野に入れていることは、近年の代表的な例であると言える。これにより、中国国内市場の需要変動リスクを一定程度緩和しつつ、中国の持つ開発スピード・サプライチェーンの厚みをグローバル戦略全体に取り込むことが可能となる。

第4章　M&Aを活用した中国事業の再構築

中国市場における事業ポートフォリオの再構築、現地化の加速、非価格競争力の強化のいずれにおいても、M&Aは極めて有効な手段となる。本章では、(1)不採算事業からの撤退・売却、(2)成長事業領域の買収・出資による参入・強化、(3)合弁解消・再編、という3つの観点からM&Aの活用方法を整理する。

4.1　不採算事業・非中核事業からの撤退・売却

中国での乗用車生産から撤退した三菱自動車や、武漢工場での生産を停止した日産自動車の事例、アジア事業の売却を発表した住友ファーマの事例など、近年は事業単位での清算や売却を通じた中国事業の縮小が相次いでいる。

単純な工場閉鎖・清算による撤退は、従業員の処遇や債権債務の整理、現地政府との関係維持などの観点から、コストと時間を要し、レピュテーションリスクも伴う。これに対し、現地企業への事業の譲渡を活用することで、従業員の雇用継続を図りながら、より円滑な形での撤退・縮小が可能となる。

4.2　成長領域への参入・強化を目的としたM&A・出資

逆に、中国市場で「勝てる」と判断した事業領域においては、自前でのオーガニックな拠点構築よりも、現地企業の買収・出資を通じてスピーディに市場参入・能力獲得を行うM&Aが有効である。具体的には以下のような活用パターンが考えられる。

1. **現地ブランド・販売網の獲得**：中国の消費者に浸透した現地ブランドや、ECプラットフォーム上での販売網を持つ企業を買収することで、ブランド構築に要する時間とコストを大幅に圧縮できる。
2. **技術・ノウハウの獲得**：EV、電池、自動化・ロボティクス、バイオなど、中国企業が世界的競争力を持つ分野で、現地のスタートアップ・専門企業に出資・買収を行い、グローバル展開に活用する。
3. **現地サプライチェーンの内製化**：現地化率向上のため、有力サプライヤーへの出資・買収を通じて、コスト・品質・供給安定性を確保する。
4. **デジタル・サービス対応力の獲得**：ライブコマース、サブスクリプションサービス、アフターサービスプラットフォームなど、中国独自のデジタルビジネスモデルを持つ企業との提携・出資によるその機能の取り込み。

これらのM&Aは、単なる規模拡大ではなく、日系メーカーが自前では獲得しにくい「スピード」「現地適応力」「デジタル・サービス対応力」を補完するための手段として位置づけることができる。

4.3　合弁事業の再編・解消とパートナーシップの見直し

多くの日系メーカーは、中国進出にあたって現地企業との合弁(JV)形態を採用してきた。しかし、事業環境の変化に伴い、出資比率の見直し、独資化、あるいは合弁の解消という選択を行う企業が増えている。トヨタによるレクサス上海工場の100%独資での設立は、外資規制が緩和された分野において、独資化により経営の自由度を高め、開発・生産のスピードを確保する狙いがあると考えられる。

一方で、合弁を維持・強化する選択も依然有効である。現地パートナーが持つ販売網・行政対応力・サプライヤーとの関係といった「ローカルアセット」は、独資では容易に獲得できない。事業領域ごとに、独資化によるスピードと自由度の獲得と、合弁維持によるローカルアセットの活用とを、戦略的に使い分けることが求められる。

また、合弁を解消する場合には、相手企業の持分を買い取る、あるいは自社持分を相手や第三者に譲渡するという両方向のM&Aが想定される。いずれの場合も、株式評価(バリュエーション)、技術・ブ

ランドのライセンス契約の取り扱い、競業避止条項などの論点が複雑化しやすく、中国の競業避止規制の運用動向を含めた最新の法制度を踏まえた交渉が必要となる。

第5章　今後の展望のまとめ

5.1　「進出と撤退の併存」は今後も続く

トヨタによるレクサス上海工場の新設と、複数の日系メーカーによる中国生産からの撤退が同時に進行している状況は、一時的な過渡期の現象ではなく、今後も中国市場における日系メーカーの基本的な姿として続いていくと考えられる。重要なのは、これを「日系メーカー全体としての中国離れ」あるいは「中国市場の復活」という単純な二項対立で捉えないことである。

実際には、各企業・事業ごとに、(1)中国で勝てる事業へのリソース集中、(2)勝てない事業からの戦略的撤退、(3) M&Aを通じた能力・スピードの補完、という3つの動きが同時並行で進んでいるというのが実態に近い。

5.2　日系メーカーへの提言

・事業ポートフォリオを定期的に見直し、「中国で勝てる事業」への集中投資と、「勝てない事業」からの早期かつ戦略的な撤退を、感情論ではなくデータに基づいて判断する。
・価格競争ではなく、品質・ブランド・アフターサービス・知財・ビジネスモデルといった非価格競争力を軸とした差別化戦略を構築し、それを支える現地開発・現地経営体制を強化する。
・オーガニックな拠点構築だけでなく、現地企業の買収・出資を通じて、ブランド・販売網・技術・デジタルサービス対応力をスピーディに獲得するM&A戦略を、グローバル戦略の中核オプションの一つとして位置づける。
・中国拠点を、中国国内市場向けだけでなく、グローバルなEV・電池・新エネルギー等のサプライチェーン・開発ハブとして再定義し、第三国展開とのシナジーを最大化する。
・M&Aの実行にあたっては、最新の中国の会社法・外資規制・データ規制・競業避止規制等の動向を踏まえ、デューデリジェンス・バリュエーション・クロスボーダーの資金移動・PMIまでを一体的に支援する専門チーム体制を構築する。

5.3　まとめ

中国市場は、もはや「進出すれば成長できる市場」ではなく、「正しい戦略を持つ企業のみが成長できる市場」へと姿を変えた。しかし、世界最大級の市場規模、急速に進化するEV・電池・デジタル技術のエコシステム、そして高付加価値セグメントにおける旺盛な需要は、日系メーカーにとって依然として大きな魅力を持つ。

今後の中国事業の成否を分けるのは、撤退するか進出するかという二択ではなく、限られた経営資源をどの事業に集中させ、どの機能や能力をM&Aによって補完し、中国拠点をグローバル戦略の中でどのように再定義するか、という戦略的な意思決定である。日系メーカーには、こうした視点に基づき、事業ポートフォリオの中での中国事業の位置づけの再設定が求められている。

(参考資料)

・JETRO「2025年度 海外進出日系企業実態調査(中国編)」(2026年3月)
・JETRO「2025年度 海外進出日系企業実態調査(アジア・オセアニア編)」(2025年11月)
・JETRO「2024年度 日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」(2025年2月)
・JETRO 地域・分析レポート「中国事業が『好調』な日系企業の要因分析」(2025年9月)
・JETRO ビジネス短信「好調企業は価格面よりブランドや品質で差別化、海外進出日系企業実態調査(中国編)」(2025年2月)

＜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。

中国法令

中華人民共和国商標法（下）

前号からの続き

第7章 商標の管理

第54条 商標登録出願人が以下の悪意による商標登録出願行為のいずれかを行い、悪影響を及ぼした場合、商標法執行を担当する部門は警告を与え、十万元以下の罰金を科すことができる。

（一）標章が本法の第15条、第16条第1項の規定に違反することを知りながら、商標登録出願を行うこと

（二）本法第19条の規定に違反して商標登録出願を行うこと

（三）故意に本法第21条、第22条、第24条の規定に違反して商標登録出願を行うこと

第55条 商標登録者は自ら商標を使用することができるほか、商標使用許諾契約を締結することにより、他人にその登録商標の使用を許諾することができる。許諾者は被許諾者がその登録商標を使用する商品の品質を監督しなければならない。被許諾者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。被許諾者が品質保証義務を履行しない場合、許諾者は商標使用許諾契約を解除する権利を有する。

許諾を受けて他人の登録商標を使用するときは、当該登録商標を使用する商品に被許諾者の名称及び商品の原産地を明記しなければならない。

他人にその登録商標の使用を許諾するときは、許諾者は当該商標使用許諾を国務院の商標管理部門に届け出なければならず、これをもって国務院商標管理部門は公告する。商標使用許諾が届け出られていないときは、善意の第三者に対抗することができない。

第56条 公衆を誤認させる方法で登録商標を使用した場合、商標法執行を担当する部門は期限を定めて是正を命じる。違法経営額が五万元以上の場合は、違法経営額の五倍以下の罰金を科すことができ、違法経営額がない、又は違法経営額が五万元未満の場合は、二十五万元以下の罰金を科すことができる。期限を過ぎても是正しない場合は、国務院の商標管理部門が当該登録商標を取り消す。

第57条 商標登録者が登録商標の使用過程において、登録商標、登録者の名義、住所又はその他の登録事項を許可なく変更した場合、商標法執行を担当する部門は期限を定めて是正するように命じる。期限を過ぎても是正しない場合は、五万元以下の罰金を科す。情状が重大な場合は、国務院の商標管理部門が当該登録商標を取り消す。

登録商標が使用を許可された商品の一般名称となり、又は正当な理由なく継続して3年間使用されなかったときは、いかなる単位又は個人も、国務院の商標管理部門に当該登録商標の取消を請求することができる。国務院の商標管理部門は、請求を受領した日から9ヵ月以内に決定をしなければならない。特別な事情があり、延長することが必要な場合、国務院の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。

登録商標が前項に規定する状況に該当する場合、国務院の商標管理部門は当該登録商標を取り消すことができる。具体的方法は国務院の商標管理部門が定める。

第58条 登録商標を取り消す又は登録商標を取り消さないという国務院の商標管理部門の決定に対して当事者に不服があるときは、通知を受領した日から15日以内に国務院の商標管理部門に不服審判を請求することができる。国務院の商標管理部門は、請求を受領した日から9ヵ月以内に決定を下し、書面で請求者に通知しなければならない。特別な事情があり、延長することが必要なときは、国務院の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。当事者が不服審判決定に不服があるときは、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。

第59条 法定期限が満了しても、当事者が国務院の商標管理部門が下した登録商標取消決定に対して不

服審判を請求しない、又は不服審判決定について人民法院に訴訟を提起しない場合には、登録商標取消決定、不服審判決定の効力が生じる。

取り消された登録商標は、国務院の商標管理部門が公告し、当該登録商標専用権は公告日から消滅する。

第60条 団体商標、証明商標の登録者に以下のような行為がある場合、商標法執行を担当する部門は期間を定めて是正するよう命じる。期限を過ぎても是正しない場合は、一万元以下の罰金を科す。情状が重大な場合は、一万元以上十万元以下の罰金を科す。

(一)商品管理職責の行使を怠慢したことで、消費者に損害を与えた場合

(二)団体商標登録者が正当な理由なくその組織構成員による団体商標の使用を許可しない場合、又は証明商標登録者が正当な理由なく条件を満たす申請者による証明商標の使用を許可しない場合

(三)本法、関連する行政法規及び国の関連規定に違反して登録商標の専用権を行使し、悪影響を及ぼした場合

第61条 本法第8条の規定に違反したときは、商標法執行を担当する部門は、期限を定めて登録出願をするよう命じる。違法経営額が五万元以上の場合は、違法経営額の20%以下の罰金を科すことができ、違法経営額がない、又は違法経営額が五万元未満の場合、一万元以下の罰金を科すことができる。

第62条 登録されていない商標を登録商標と偽って使用したとき、又は登録されていない商標を使用して本法第15条、第16条第1項の規定に違反したときは、商標法執行を担当する部門は、期間を定めて是正するよう命じる。違法経営額が五万元以上のときは、違法経営額の20%以下の罰金を科すことができ、違法経営額がない、又は違法経営額が五万元未満の場合、一万元以下の罰金を科すことができる。

第63条 関連公衆に広く知られている商標について、所有者がその権利を侵害されたと判断したときは、本法の規定により馳名商標の保護を請求することができる。

商標登録の審査審理、商標法違反案件の摘発、又は不正競争案件の摘発の過程において、当事者が法に基づく権利を主張する場合、国務院の商標管理部門は、案件の処理の必要性に応じて、商標の馳名状況について確認することができる。

商標に係る民事、行政案件又は不正競争案件の審理過程において、当事者が法に基づき 権利を主張する場合、最高人民法院が指定した人民法院は、案件の審理の必要性に応じて、商標の馳名状況について確認することができる。

商標の馳名状況は、当事者の請求により、商標に係る案件の処理において認定が必要な事実として確認を行わなければならない。商標の馳名状況の確認においては、以下の要素を総合的に考慮しなければならない。

(一)関連公衆による当該商標の認知度

(二)当該商標の持続的な使用期間、方法及び地理的範囲

(三)当該商標のあらゆる宣伝業務の持続期間、程度及び地理的範囲

(四)当該商標の保護記録、特に馳名商標としての保護記録

(五)当該商標が馳名であることに関するその他の要素

第64条 生産、経営者は、「馳名商標」の表示を商品、商品の包装若しくは容器に使用したり、又は広告宣伝、展示及びその他の商業活動に使用したりしてはならない。

前項の規定に違反した場合、商標法執行を担当する部門は是正を命じ、十万元以下の罰金を科す。

第65条 商標代理機構及び商標代理従事者は、誠実信用の原則に従い、法律・行政法規を遵守し、職業道徳及び執業規律を厳守し、勤勉な注意義務を履行し、委託者の合法的な権益を保護しなければならない。国家の利益、社会公共の利益又は他人の合法的な権益を損なう行為を実施し、又は委託者が実施することを幇助してはならない。

商標代理機構は、委託者の委託に基づいて商標登録出願又はその他の商標関連事項を取り扱わなければならない。代理の過程において知り得た委託者の営業秘密については、守秘義務を負う。委託者が登

録出願する商標について、本法に規定される不登録事由が存在する可能性があるときは、商標代理機構は、委託者に明確に告知しなければならない。

商標代理従事者は、商標代理機構の指示に基づき商標代理業務を請け負い、許可なく委託を受けてはならない。商標代理従事者は、同時に二つ以上の商標代理機構において商標代理業務に従事してはならない。商標代理従事者は、自らが署名して処理した商標代理業務について責任を負う。

商標代理機構は、その機構及びその商標代理従事者の関連情報を国務院の商標管理部門に届け出なければならない。各級の商標管理業務を担当する部門及び商標法執行を担当する部門は、商標代理機構及び商標代理従事者に対する管理を強化しなければならない。

第66条 商標代理業界組織は商標代理業界の自律的な組織である。

商標代理業界組織は、定款の規定に従って会員の入会条件を厳格に実行し、業界の自律を強化し、業界の自律規範と懲戒規則を制定し、業務訓練と職業道徳と職業規律教育を実施し、会員が法律法規に基づいて規範的に商標代理業務に従事し、業界のサービスレベルを絶えず高めるように組織指導し、業界の自律規範に違反した会員に対して懲戒を実施しなければならない。商標代理業界組織は、入会している会員及び懲戒の実施状況を遅滞なく社会へ公表しなければならない。

第67条 商標代理機構に以下の各号に掲げる行為のいずれかがあるときは、商標法執行を担当する部門は、期間を定めて是正するよう命じ、一万元以上十万元以下の罰金を科す。情状が重大なときは、十万元以上二十万元以下の罰金を科す。直接責任を負う主管者及びその他の直接責任者に警告を与え、五千元以上五万元以下の罰金を科す。情状が重大なときは、五万元以上十万元以下の罰金を科す。

(一)商標関連事項の手続きにおいて、法的文書、印章、署名を偽造、変造し、又は偽造、変造した法的文書、印章、署名を使用すること

(二)詐欺、誘引、又は他の商標代理機構を中傷する等の手段による商標代理業務を誘致すること

(三)同一の商標案件において利益相反のある双方の当事者から依頼を受けること

(四)委託者が登録出願する商標が、本法第15条、第16条第1項、第19条、第21条、第22条、第24条に規定する事由に該当することを知っているとき、又は知るべきであったにもかかわらず、その委託を受けること

(五)本法第25条の規定に違反し、又は本法第54条に規定する事由に該当すること

(六)その他の不正な手段により商標代理市場の秩序を乱すこと

商標代理機構に前項に定める行為があるときで、情状が重大なときは、国務院の商標登録部門は、その商標代理業務の受理停止を決定し、かつ公告することができる。

商標代理機構が法により届出をしない場合、商標法執行を担当する部門は期限を定めて是正を命じる。期限を過ぎても是正しない場合は、一万元以上五万元以下の罰金を科す。

商標代理機構が誠実信用の原則に違反し、勤勉な注意義務を履行せず、委託者の合法的利益を侵害したときは、法に基づき民事責任を負うものとし、商標代理業界組織は、定款の規定に基づき懲戒を与える。

第68条 商標代理従事者に以下の各号に掲げる行為のいずれかがあるときは、商標法執行を担当する部門は期限を定めて是正を命じ、警告を与え、五千元以上五万元以下の罰金を科す。情状が重大なときは、五万元以上十万元以下の罰金を科する。

(一)許可なく委託を受けて商標代理業務を行うこと

(二)同時に二つ以上の商標代理機構で商標代理業務に従事すること

(三)その他の商標代理市場の秩序を著しく乱すこと

第69条 海外商標登録の審査審理又は商標事件の処理過程において、商標が中国国内で関連公衆に熟知されていることを証明する必要がある場合、当事者の請求に基づき、国務院の商標管理部門は本法第63条の規定により商標の馳名状況を確認することができる。

詐欺等の不正な手段により中国国内の委託者のために海外商標登録出願その他の商標事項を取り扱い、委託者の利益又は国家の利益、社会公共の利

益、他人の合法的権益を損なった場合、本法第67条の規定により処理し処罰する。

第70条 公衆を誤認させる方法による登録商標の使用、登録商標専用権の侵害などの違法行為については、いかなる単位又は個人も、商標管理業務を担当する部門又は商標法執行を担当する部門に告訴・通報する権利を有する。

第8章 登録商標専用権の保護

第71条 登録商標の専用権は、登録を許可された商標及び使用を定めた商品に限定される。

第72条 以下の各号に掲げる行為のいずれかに該当する場合には、登録商標専用権の侵害となる。

(一)商標登録者の許諾を得ずに、同一の商品に登録商標と同一の商標を使用する行為

(二)商標登録者の許諾を得ずに、同一の商品に登録商標と類似の商標を使用し、又は類似の商品に登録商標と同一又は類似の商標を使用し、容易に混同を生じさせる行為

(三)登録商標専用権を侵害する商品を販売する行為

(四)他人の登録商標の標章を偽造若しくは無断で製造し、又は偽造若しくは無断で製造した登録商標の標章を販売する行為

(五)商標登録者の許諾を得ずに、その登録商標を変更し、変更した商標を使用する商品を市場に投入する行為

(六)他人の登録商標専用権を侵害する行為に対して、故意に便宜を提供し、他人による登録商標専用権侵害行為の実施を幇助する行為

(七)他人の登録商標専用権にその他の損害を与える行為

第73条 登録商標に含まれる本商品の通用名称、図形、規格又は商品の種類、性質、品質、主要原料、機能、用途、重量、数量、価値、地理的出所及びその他の特徴を直接表示するもの、若しくは含まれる地名は、登録商標の専用権者は他人の正当な使用を禁止する権利を有しない。

登録商標に含まれる立体的形状、色彩の組合せ、音声、動的商標等において、商品の性質から生じるもの、技術的効果を得るために必要なもの、又は商品に実質的価値を持たせるための形状、色彩の組合わせ、音声、動的効果等は、登録商標の専用権者は、他人の正当な使用を禁止する権利を有しない。

登録商標を、ただ提供される商品の用途、適用対象、適用シーン等の情報を指示するため、又は真正な出所を明示するために使用するとき、登録商標の専用権者は、容易に混同を生じさせる場合を除き、他人の正当な使用を禁止する権利を有しない。

商標登録者が商標登録を出願する前に、他人が既に同一又は類似の商品について、商標登録者よりも先に、登録商標と同一又は類似の商標であって、かつ、一定の影響を有するものを使用している場合、登録商標専用権者は、当該使用者が元の使用範囲において当該商標を引き続き使用することを禁止する権利を有しない。ただし、適切な区別用の表示を加えるよう要請することができる。

第74条 本法第72条に定める登録商標専用権を侵害する行為のいずれかがあり、紛争が生じたときは、当事者の協議により解決する。協議する意向がないとき、又は協議が成立しないときは、商標登録者又は利害関係者は、人民法院に提訴することも、商標法執行を担当する部門に処理を請求することもできる。

商標法執行を担当する部門の処理を経て、権利侵害行為の成立が認定されたときは、即時に侵害行為の停止を命じ、権利侵害商品及び主に権利侵害商品の製造、登録商標の標章の偽造に用いる器具を没収する。違法経営額が五万元以上であるときは、違法経営額の五倍以下の罰金を併科することができ、違法経営額がないとき又は五万元未満であるときは、二十五万元以下の罰金を併科することができる。五年以内に二回以上の商標権侵害行為を実施している、又はその他の重大な情状があった場合、厳重に処罰しなければならない。登録商標専用権侵害商品であることを知らずに販売し、当該商品を合法的に取得したことを証明でき、かつ提供者について説明できるときは、商標法執行を担当する部門は、販売停止を命じる。

商標専用権侵害による賠償額の争いについては、当事者は商標法執行を担当する部門に調停を請求することも、「中華人民共和国民事訴訟法」に基づき人民法院に提訴することもできる。商標法執行を担当

する部門による調停を経て、当事者が合意に達していない場合、又は調停調書が効力を生じた後に履行されない場合、当事者は「中華人民共和国民事訴訟法」に基づき人民法院に提訴することができる。

第75条 登録商標専用権を侵害する行為に対しては、商標法執行を担当する部門が法に基づき摘発する権限を有する。

登録商標専用権の侵害に係る犯罪の疑いがあるときは、商標法執行を担当する部門は、直ちに公安機関に移送し、法に基づいて処理しなければならない。法により刑事責任を追及する必要がないか刑事罰を免除することになるが、行政処罰を与えるべきである場合、公安機関、人民検察院、人民法院は速やかに事件を商標法執行を担当する部門に移送し、法に基づき処理しなければならない。公安機関、人民検察院、人民法院が商標法執行を担当する部門及び商標登録及び管理業務を担当する部門に対し、専門的支援、認定意見の提供、並びに侵害物品の無害化処理等の協力を要請する場合、関係部門は速やかに協力しなければならない。

第76条 商標法執行を担当する部門は、既に取得した違法嫌疑証拠又は通報クレームに基づき、他人の登録商標専用権侵害の疑いのある行為を摘発する際に、次に掲げる職権を行使することができる。

(一)当事者を尋問し、他人の登録商標専用権の侵害に関連する状況を調査すること

(二)当事者と権利侵害行為に関連する契約、領収書、帳簿、伝票、文書、記録、業務上の書簡電報、視聴覚資料、電子データ及びその他の資料を閲覧、複製すること

(三)当事者が、他人の登録商標専用権を侵害する疑いのある行為に係わる場所を現場検証すること

(四)侵害行為に関係する物品を検査すること。他人の登録商標専用権を侵害していると証明することができる証拠となる物品を封印又は差し押さえること

(五)証拠が滅失するおそれがある場合又は将来取得が困難な場合、先に登録保存することができること

商標法執行を担当する部門が、法に基づき前項に規定する職権を行使するときは、当事者は、これに協力し、従うものとし、拒絶や妨害をしてはならない。

商標権侵害案件の処理にあたって、商標権の帰属に争いがあるとき、又は権利者が同時に人民法院に商標権侵害訴訟を提起しているときは、商標法執行を担当する部門は、案件の処理を中止することができる。中止の原因が解消された後は、案件の処理手続きを再開又は終結しなければならない。

第77条 商標専用権侵害の損害賠償額は、権利者が侵害により受けた実際の損失又は侵害者が侵害によって得た利益により確定する。権利者の損失又は侵害者が得た利益を確定することが困難な場合には、その商標の使用許諾料の倍数を参照して合理的に確定する。故意による商標専用権侵害行為で情状が重大な場合、上述の方法により確定した金額の一倍以上五倍以下で賠償額を確定することができる。

人民法院は賠償額を確定するために、権利者が既に立証に尽力しているものの、侵害行為に関連する帳簿、資料を主に侵害者が掌握している状況において、侵害者に対して、侵害行為に関連する帳簿、資料を提供するよう命じることができる。侵害者が提供しない場合、又は虚偽の帳簿、資料を提供した場合、人民法院は権利者の主張及び提供した証拠を参照して賠償額の判断をすることができる。

権利者が侵害により受けた実際の損失、侵害者が侵害により得た利益、登録商標の使用許諾料を確定することが困難な場合には、人民法院は侵害行為の情状に応じて五百万元以下を賠償額とする判決を下す。

賠償額には、権利者が侵害行為を抑止するために支払った合理的な支出も含まなければならない。

人民法院は商標紛争事件を処理する際、権利者の請求に基づき、登録商標を盗用した偽造商品に属するものについて、特殊な情況を除き、廃棄処分を命じる。主として登録商標を盗用した偽造商品の製造に使われる材料、道具について廃棄処分を命じ、且つ補償を与えない。或いは、特殊な情況において、前記の材料、道具の市場流通の禁止を命じ、且つ補償を与えない。

登録商標を盗用した偽造商品について、単に盗用した商標を取り除いただけでは、市場に流通させてはならない。

第78条 登録商標専用権者が賠償を請求した場合で

あって、被疑侵害者により、登録商標専用権者が登録商標を使用していない旨の抗弁がなされたときは、人民法院は、登録商標専用権者に対して、侵害行為の発生前3年以内に当該登録商標を実際に使用した証拠を提供するよう求めることができる。登録商標専用権者が直近3年以内に当該登録商標を実際に使用したことを証明できない場合、又は侵害行為によりその他の損失を受けたことを証明できない場合、被疑侵害者は、損害賠償の責任を負わない。

登録商標専用権の侵害商品であることを知らずに販売した場合、当該商品を合法的に取得したことを証明でき、かつ提供者についての説明ができるときに限り、損害賠償の責任を負わない。

第79条 商標登録者又は利害関係者は、他人がその商標専用権の侵害行為を行っていること又は行おうとしていることを証明する証拠を有しており、これを直ちに制止しなければ、その合法的権益に回復しがたい損害を与えるおそれがある場合には、提訴をする前に、法に基づき、人民法院に対して関係行為の差止命令と財産の保全措置の実施を請求することができる。

第80条 侵害行為の差止めの際に、証拠が滅失する可能性がある場合、又は以後の取得が困難になる場合、商標登録者又は利害関係者は、提訴をする前に、法に基づき、人民法院に対して証拠保全を請求することができる。

第81条 悪意の共謀、一方による基本事実の捏造等の方法により商標訴訟を提起した場合、人民法院は法に基づき処罰を与える。相手側当事者に損害を与えた場合は、法に基づき民事責任を負わなければならない。

第82条 商標登録、管理及び法執行等の業務に従事する公職者は、私情なく公平に法律を執行し、廉潔に自らを律し、職務に忠誠を尽くし、文明的に奉仕しなければならない。

商標登録及び管理業務を担当する部門と商標法執行を担当する部門及び商標登録、管理並びに法執行等の業務に従事する公職者は、商標代理業務及び商品の生産経営活動に従事してはならない。

第83条 商標登録及び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、内部監督制度を整備・確立し、商標登録、管理及び法執行等の業務を担当する公職者が、法律・行政法規を遵守し、規律を守る状況について、監督検査を実施しなければならない。

第84条 商標登録、管理及び法執行等の業務に従事する公職者が、本法の規定に違反し、商標代理業務又は商品生産経営活動に従事した場合、又は職権を濫用し、職務を怠慢し、私情により不正を行い、次のいずれかに該当する場合は、法に基づき処分する。

(一)商標登録要件を満たさない者に商標登録を許可し、不良な影響を及ぼすこと

(二)法により是正命令、行政処罰等の決定を下すべきところ、これをしないこと

(三)違法行為を発見し又は告訴・通報を受けながら、法に基づき商標管理、法執行の職責を履行しないこと

(四)その他の法に基づき処分すべき行為

第85条 本法の規定に違反し、犯罪を構成する場合は、法により刑事責任を追及する。

第9章 附則

第86条 商標登録の出願及びその他の商標に関する手続きを行う場合は、費用を納付しなければならず、具体的な料金基準は別途に定める。

第87条 本法は2027年1月1日より施行する。
本法施行前に既に登録された商標は引き続き有効とする。

新『商標法』における主要な改正点のまとめ

北京林達劉知識産権代理事務所

2026年6月26日に、中国第14期全国人民代表大会常務委員会第23回会議において、「中華人民共和国商標法」の改正案が可決された。改正商標法（以下、『新商標法』という）は2027年1月1日から施行される予定である。

2019年『商標法』（以下、『現行商標法』という）と比べると、新商標法の法律条文は、8章73条から9章87条へと変更され、これは中国における商標法の枠組みが「登録重視」から「使用義務の強化」へと移行する傾向を反映している。主な改正点は以下の通りである。

1. 商標の使用に関する定義に、インターネットでの使用が追加されること

- **インターネット環境における商標の使用に関する規定が追加される**：「商標の使用」には、インターネットなどの情報ネットワークを通じて行われる使用行為が含まれることが明確に定められる。この変化は、商標不使用取消請求および商標権侵害訴訟において、積極的な影響をもたらし、現行実務の運用と一致しているので、実務の運用に法的根拠を提供したと考えられる。（新『商標法』第2条）

2. 登録可能な商標対象が拡大されること

- **動き商標の新規追加**：デジタル経済発展に応じて、動き標章を登録可能な商標の範囲に明確に含めることとなり、ショートビデオ、アプリ／動画作品のオープニング画面、スマート端末のインタラクティブインターフェースなど、動き標章の保護に対する法的根拠が提供される。動き商標の導入により、非伝統的商標の種類がもう1つ追加される。その識別力（すなわち、商品や役務の出所を区別する役割を果たせるかどうか）に関する審査は比較的に厳格になると予想される。（新『商標法』第14条、第18条）

3. 馳名商標の保護を強化すること

- **未登録の馳名商標でも拡大保護が可能になる**：同一又は類似しない商品において冒認出願された商標を禁止する範囲は、未登録の馳名商標までに拡大する。即ち、中国で登録されたか否かを問わず、馳名商標の状態に達していれば、他者の同一又は類似しない商品における不正な冒認出願行為に対して権利を主張できる。登録されていない馳名商標の所有者に対する保護が顕著的に強化される。（新『商標法』第21条）

4. 権利付与と権利確認の手続きを最適化すること

- **異議申立期間の短縮**：予備的査定公告された商標に対する異議申立期間は、現在の3ヵ月から2ヵ月に短縮される。これにより、商標登録期間が短縮され、登録効率が一層高まることが期待できる。（新『商標法』第36条）
- **審査・審理手続きの中止の規定を明確化**：異議申立て、拒絶不服審判請求、登録不許可不服審判請求、無効審判請求などの手続きにおいて、関連する先行権益の確定が、裁判所で現在審理中の別の事件または行政機関で現在処理中の別の案件の結果に基づいて行われる必要がある場合、審査・審理を中止することができる。この条項は、適用可能な案件の種類をさらに明確にし、現在の行政規範性の規定および実務の運用と一致している。（新『商標法』第41条）
- **「1年間の隔離期間」の適用状況を限縮**：「1年間の隔離期間」は、現行商標法に所定の3種類の状況（登録取り消される、登録無効と宣告される、未更新により権利が消滅するる）から、「商標権者の抹消申請」という1種類の状況に限定される。これは、商標登録の効率が高められ、出願人が一日も早く商標権取得のニーズを満すのに有益だと思われる。一方、今後、商標出願人は、先行商標の権利者と商標抹消申請を協議する場合、後願商標はこの「1年間の隔離期間」を経過してからはじめて登録できる。（新『商標法』第49条）

5. 悪意のある登録出願や訴訟に対して厳しく対処すること

- **「悪意」の認定基準を明確化する**：現行商標法における比較的主観的な判断である「使用を目的としない悪意」出願を、「通常の生産経営上の需要を明らかに超える」ものとして、判断基準をより客観的なものとする。この改正により、実務において企業の防御商標出願に対する誤った適用を回避できることが期待される。また、現行商標法第44条における「欺瞞的な

手段又はその他の不正な手段により取得した登録」の規制対象を、新法の商標登録規制の要件に組み入れ、「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」ことを明確にした。従来は無効審判請求にのみ適用されていた規定を、出願、異議申立など全手続きに拡張し、悪意出願への対策を強化する。（新『商標法』第19条）

- **行政処分の新設**：3種類の典型的な悪意出願行為【第15条（使用禁止条項）、第16条第1項（地名条項）、第19条（使用目的としなく、欺瞞的又はその他の不正的な手段）、第21条（馳名商標）、第22条（代理人・代表者による先取り出願）、第24条（先行権益、先使用により一定の影響を有する未登録商標への先取り出願）に違反する行為を含む】を明確に列挙し、警告及び最高で10万元の過料が課される。（新『商標法』第54条）
- **悪質訴訟への打撃**：「悪意のある商標訴訟」という抽象的な表現を、「悪意のある共謀」「一方的な事実の捏造」という2つの具体的な状況に細分化し、さらに、行為者が相手方に損害を与えた場合は、法律に基づき民事責任を負うべきであることを明確にする。これにより、司法実務において商標悪意訴訟を的確に認定するためのより明確な裁判基準が提供される。（新『商標法』第81条）

6. 商標の使用管理を強化すること

- **「消費者を誤認させる」商標の使用に関する規制**：新たに追加された条項では、公衆に誤認を生じさせる方法で登録商標を使用する行為に対して、是正命令および処罰（違法経営額が5万元以上の場合最高で5倍の過料、違法経営額が5万元未満の場合、最高で25万元の過料）を課すことが規定された。この法条は、主として近年ニュースでしばしば報道される「心機商標（悪知恵商標）」を規制するものである。このような商標は、出願時にはその不正な目的を隠蔽していることが多いが、実際の使用時には登録商標を他の要素と組み合わせることにより、公衆に商品の機能・用途・原材料などの特徴、または役務の内容などの特徴について誤認を生じさせる。本条項の追加は、市場主体の商標使用に対してより慎重な要求が提示された。（新『商標法』第56条）
- **「登録商標の無断変更」に関する過料の処罰が新設**：登録商標、商標権者の名義、住所等を無断で変更した場合の処罰規定について、現行法の「期限を定めて是正を命じる」、「CNIPAによる登録の取消し」に加え、「5万元以下の過料が課される」という内容が新たに設けられた。この措置は、商標権者が実際のニーズに基づき新たに登録出願を行い、又は変更手続を積極的に行うよう促すことを目的とする。（新商標法第57条第1項）
- **国家知識産権局による職権での不使用取消手続の追加**：正当な理由なく継続して3年間使用されていない商標について、国家知識産権局が職権に基づく登録取り消す権限が付与された。この条項は、「遊休」商標の整理に一定のプラスの効果をもたらす可能性がある一方、一部の企業からは、防御的な目的で登録された商標が登録取り消されることへの懸念も生じている。（新『商標法』第57条）
- **「正当使用」の範囲を明確化**：商品の用途・適用対象・利用シーンなどの情報を単に示すため、または真実の出所を示すためにのみ、関連する登録商標を使用する場合には、登録商標権者は他人の正当な使用を禁止することができない旨が新たに規定された。この条項は、商標の指示的使用が正当使用の抗弁事由となり得ることを明確化したものである。但し、混同を生じさせにくいことを前提とする。（新『商標法』第73条）

7. 侵害賠償と権利保護の仕組みを改善すること

- **賠償金の計算順序を調整する**：侵害者の得た利益を、権利者の実際の損害と並ぶ第一順位の賠償算定方式に引き上げ、権利者により大きな選択権を付与する。（新『商標法』第77条）
- **「三年不使用」の抗弁における時点の明確化**：登録商標の商標権者が「この3年以内」の実際の使用を証明する必要がある場合の「この」を、「侵害行為の発生前」と明確に定義する。（新『商標法』第78条）

8. 中国企業の海外進出を支援すること

- **海外商標の登録・権利行使に関わる新たな支援規定**：海外における商標登録出願の審査・審理または商標案件の処理において、当該商標が中国国内において中国の関連公衆に周知されていることを証明する必要がある場合、当事者の請求に応じて、国家知識産権局は当該商標の馳名状況について確認することができる。これは、中国企業のグローバル化発展における知的財産権のニーズに的確に応えるものであり、中国の商標法体系が国内

での権利保護から越境的な権利保護へと発展したことを示す画期的な進歩である。これにより、中国政府による越境的な馳名商標確認メカニズムが構築される。国家知識産権局による権威のある認定を通じて、海外における中国企業の商標権利保護のために、法的かつ効率的にサポートすることができる。（新『商標法』第69条）

- **海外商標業務における不正な代理行為に対する処罰規定の新設**：詐欺その他の不正な手段を用いて中国国内の委託者のために海外商標登録出願その他の商標に関する手続きを行い、委託者の利益、または国家利益、社会公共利益、他者の合法的権益を損なった場合には、法律に基づき処理・処罰する。これにより、海外商標代理にかかる不正行為に対する監督の空白が補われ、海外商標代理における違反行為の処罰ルールが明確化された。（新『商標法』第69条）

9. 商標代理機構、商標代理従事者及び商標代理業界団体に対するより厳格な管理規制

- **商標代理機関、従事者、および業界団体の義務を明確化**：商標代理機構の秘密保持義務、商標が登録できない可能性がある旨を委託者に明確に告知する義務等について明確に規定される。商標代理従事者については、自ら委任を受けてはならず、同時に2つ以上の商標代理機構において商標代理業務に従事してはならない等の明確な規制が設けられる。商標代理業界団体については、会員の受入れ、懲戒処分の執行及びその関連状況を適時に社会に公表することについて明確に規定される。また、商標代理機構及び商標代理従事者が違法行為により処分を受ける場合についても、より厳格な規定が設けられる。（新『商標法』第65条～第68条）

10. 商標法の条文構成の整理

- **実体的条項と手続き的条項の明確な区分**：新『商標法』において、法令全体の条文構成が大幅に整理された。第2章に「商標登録要件」に関する章が新たに設けられていて、従来は複数の条文に分散して規定していた商標の登録要件をまとめている。ほかに、第3章、第4章、第5章、第6章にはそれぞれ商標登録出願、審査及び許可、更新・変更・譲渡・抹消、並びに無効審判請求の4つの側面から手続規定が規定されている。より体系的かつ分かりやすいし、関連案件において実体規定と手続規定が混用されることを効果的に防止することができる。

常州デスクNEWS（江蘇省）

レポーター：常州国家高新技術産業開発区　商務局　副局長　馬咏梅



独ローゼンバーガー　3度目の投資

ドイツに本社を置く高周波・車載コネクタ専門のグローバル企業である、ローゼンバーガーの新規投資プロジェクトが、常州国家高新区で調印された。車載用高速コネクタの生産能力を拡大するほか、データセンター向け高性能光ファイバーコネクタとケーブルアセンブリーを新たに導入し、研究開発センターと試験センターを設ける。2022年に当区へ進出してから、今回で3度目の投資となる。同社は、自動車、通信、データセンターなどの分野向けに接続技術製品とソリューションを提供している。2025年のグループ世界売上高は18億ユーロを超えた。

国際新エネルギー博覧会　常州で開幕

9月29日より、2026国際新エネルギー博覧会が常州で開催された。世界各地から新エネルギー分野の専門家や企業・サプライチェーン関係者ら400人余りが参加。新エネルギー産業の安全性、AIを活用した材料設計、産業応用などをテーマに意見を交わした。

会場では、寧徳時代（CATL）のナトリウムイオン電池技術と蓄電分野への応用、全固体電池向けドライ電極などが発表された。

伊PMP　常州に電動駆動拠点

イタリアのPMPインダストリーズS.p.A.による新エネルギー分野向け電動駆動装置の中国生産・研究開発センター事業が、常州国家高新区で調印された。新たなスマート工場を建設し、高性能の電動駆動ユニット、遊星減速機、伝動部品を研究開発・生産する。電子・油圧関連製品も導入する。

PMPは1991年、イタリア北東部ウディネで設立され、産業用駆動システムを手掛け、世界の建設機械メーカーに駆動系ソリューションを提供している。2018年に常州へ進出し、今回の事業で常州工場を生産拠点から中国事業の生産・研究開発センターへ格上げする。

錫山デスクNEWS（江蘇省）

レポーター：錫山経済技術開発区招商局　副局長　毛暁旦



「企業海外拠点電子マップ」を公開

錫山経済開発区は、新たに「企業海外拠点電子マップ」を公開した。画面には動的な世界地図が広がり、113の拠点が光の点として表示されている。これらは、本社、製造工場、研究開発拠点、事務所、販売・サービスセンター、持株プラットフォームといった6つのカテゴリーに分類され、



44の国・地域に展開する113社を網羅しており、錫山経済開発区の企業による「海外進出」の全容を可視化している。

マップを開くと、海外拠点の分布状況が一目瞭然となる。米国が52拠点で最多となり、次いでドイツ（31拠点）、インド（12拠点）、メキシコ（12拠点）と続く。

区内の水素エネルギー関連企業

錫山経済開発区に拠点を置く「魔方水素エネルギー科技（江蘇）有限公司」の海外事業において、朗報が相次いでいる。欧州では数千万元規模の生産ラインが稼働し、北米からはまとまった注文が続々と寄せられており、同社の海外事業は受注急増期を迎えている。

2021年に錫山経済開発区へ進出して以来、同社は一貫して水素エネルギーの主要部品の国産化に取り組み、海外企業による技術独占を次々と打破してきた。同社が独自開発したスタック電圧監視装置（CVM）は、中国初かつ唯一の量産適用例であり、業界トップの市場シェアを誇り、北京冬季オリンピックをはじめとする数々の重要プロジェクトでも採用された。

また、第2世代の燃料電池用加湿器では、主要材料およびパッケージング工程の100％国産化を実現。その性能は海外からの輸入品と同等レベルに達しており、あらゆる出力帯のアプリケーションに対応可となっている。

江門デスクNEWS（広東省）

レポーター：崖門新財富環保産業園　劉岩



固定式ドローン格納庫が運用開始

江門市中心市街地である蓬江区における環境監視・管理の課題に対処するため、江門市生態環境局蓬江分局は、このほど3基の固定式ドローン格納庫（ドローンポート）の本格運用を開始した。

環境監視専用のドローンには、TVOC（総揮発性有機化合物）、PM2.5、PM10、オゾンなどの大気汚染物質を同時に測定できるセンサーが搭載されている。また、高精細カメラと赤外線サーモグラフィカメラにより、裸地や粉塵発生源といった汚染源の詳細を捉えることが可能。

この固定式ドローン格納庫は、自動離着陸、自動充電、自律的な飛行ルート計画といった全工程の自動化機能を備えており、現場に人員を配置する必要はなく、あらかじめ設定された時間やルートに従って巡回を行うことが可能。これにより、日中の定期点検から夜間の抜き打ち検査まであらゆる状況に対応可能となり、人手による巡回が抱える時間的・空間的な制約が解消される。

江門駅の乗降客数が延べ20万人超



10月8日、16日間にわたる鉄道による「中秋節・国慶節」連休期間の輸送業務が終了した。江門駅によると、9月23日から10月8日までの期間中、同駅の乗降客数は延べ20万3,400人に達した。内訳は、出発客が10万6,300人、到着客が9万7,100人であり、輸送は安全かつ円滑に行われ、連休期間の旅客輸送任務を無事に完了した。この期間中、江門駅では計1,752本の列車が運行された。旅客数の推移を見ると、出発客のピークは10月1日で1万1,238人、到着客のピークは10月8日で1万62人であった。

特別寄稿

舞踊がつなぐ日中の子どもたち
― 上海「小舞星杯」に参加して ―

7月31日から8月2日まで、水蓮舞踊芸術学校芸術団は上海を訪れ、第6回「小舞星杯」全国青少年舞踊大会に参加しました。

8月1日、上海戯曲学院・新劇場の舞台では、中国各地や香港、日本などから参加した子どもたちが、艶やかな衣装をまとい、さまざまな音楽に合わせた舞踊で競い合いました。



本校芸術団は「桃花朶朶開」と「小夢娃」の2作品を披露し、いずれも最高位にあたる「特金賞」を受賞しました。大きな舞台で緊張しながらも、子どもたちは厳しい練習の成果を存分に発揮し、息の合った踊りと豊かな表現を見せてくれました。この経験は、受賞の喜びとともに、一人ひとりの大きな自信につながったことと思います。



水蓮舞踊芸術学校では、日本で生まれ育った中国にルーツを持つ子どもたちを中心に、舞踊を通じて世界各国の文化に親しみ、感性や表現力を育む活動を続けています。日々の基礎練習を大切にしながら、国内外の舞台にも積極的に参加してきました。

近年では、2024年の北京少児春節聯歓晩会や東京春節祭、香港での「我愛祖国」綜芸盛典、2025年のシンガポールでの同盛典、2026年には東京国際六一児童節、そして今回の上海「小舞星杯」など、活動の場を広げています。また、本年9月30日には愛知・名古屋で開催されたアジア競技大会の都市演出にも参加しました。

今回の上海訪問で何より貴重だったのは特金賞を獲得したことではありません。同世代の子どもたちと競い合い、刺激を受け、中国各地の人々や文化に直接触れたことです。日本で生まれ育った子どもたちにとって、教室の中では決して得ることのできない貴重な学びとなったことでしょう。そして、未来を担う子どもたちが、国境を越えて友情を深めてくれることを信じています。

これからも水蓮舞踊芸術学校は、一つひとつの舞台を大切にしながら、子どもたちの成長を支え、舞踊を通じた日中の文化交流に少しでも貢献できるよう活動を続けてまいります。

一般社団法人水蓮舞踊芸術学校
理事長　山田 愛子

一般社団法人 水蓮舞踊芸術学校
TEL：052-731-6131
office@jcydance-artculturefes.com
住所：愛知県名古屋市中区新栄2-47-50
※JR中央線高架下
リリーダンススタジオ内

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9月	17,300	8.6	27,572	16.4	▲10,272	赤字拡大
2026年1-9月	157,732	15.7	227,710	32.8	▲69,978	赤字拡大

出所：日本・財務省貿易統計を基に一部加筆

9月の国・地域別の貿易

単位：億円、%

			金額	構成比
輸出	総額		109,723	100.0
	内訳	アメリカ	19,630	17.9
		ＥＵ	9,854	9.0
		アジア	60,736	55.4
		うち中国	17,300	15.8
輸入	総額		115,088	100.0
	内訳	アメリカ	15,702	13.6
		ＥＵ	11,263	9.8
		アジア	60,265	52.4
		うち中国	27,572	24.0

出所：日本・財務省貿易統計を基に一部加筆

9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	半導体等製造装置	14.3	1.8
		2	原料品	37.1	1.4
		3	半導体等電子部品	14.0	1.1
	減少	1	自動車	▲59.8	▲3.5
輸入	増加	1	非鉄金属	117.1	1.3
		2	半導体等電子部品	54.1	1.1
		3	重電機器	40.0	0.8

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9月	2,188	▲6.3	12.7	3,682	24.3	13.4	▲1,494	赤字拡大
2026年1-9月	21,542	7.4	13.7	30,348	25.3	13.3	▲8,806	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

9月の国・地域別の貿易

単位：億円、%

			金　額	構成比
輸出	総額		25,614	100.0
	内訳	アメリカ	7,123	27.8
		ＥＵ	3,573	13.9
		アジア	8,285	32.3
		うち中国	2,188	8.5
輸入	総額		14,832	100.0
	内訳	アメリカ	2,152	14.5
		ＥＵ	1,134	7.6
		アジア	8,330	56.2
		うち中国	3,682	24.8

出所：名古屋税関の発表資料を基に一部加筆

9月の主な増減品目

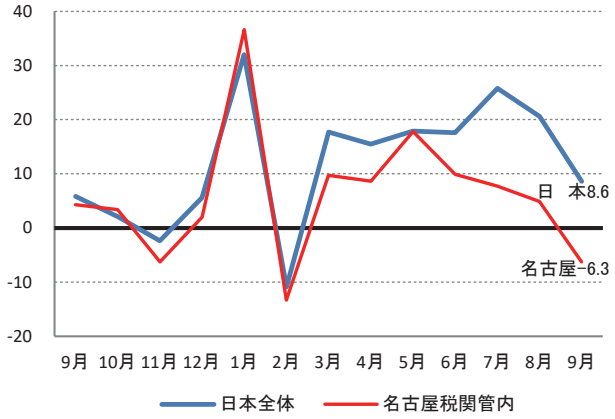
単位：%、ポイント

			概況品名	伸率	寄与度
輸出	増加	1	有機化合物	100.1	2.0
		2	繊維機械	92.5	1.9
	減少	1	自動車の部分品	▲54.4	▲5.7
		2	自動車	▲54.6	▲3.0
輸入	増加	1	自動車	201.9	3.1
		2	重電機器	52.2	2.3
		3	液化天然ガス	全増	1.7
	減少	1	衣類及び同附属品	▲17.1	▲1.7

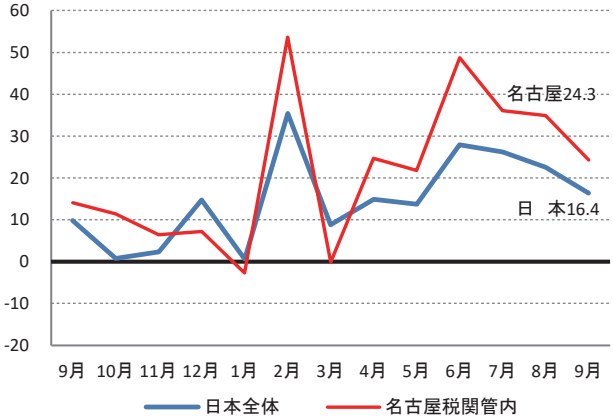
出所：名古屋税関

日本と名古屋税関管内の対中貿易の比較

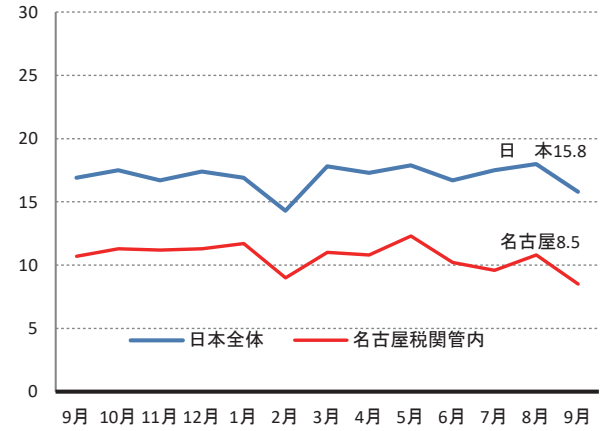
中国への輸出額の月別伸率（%）



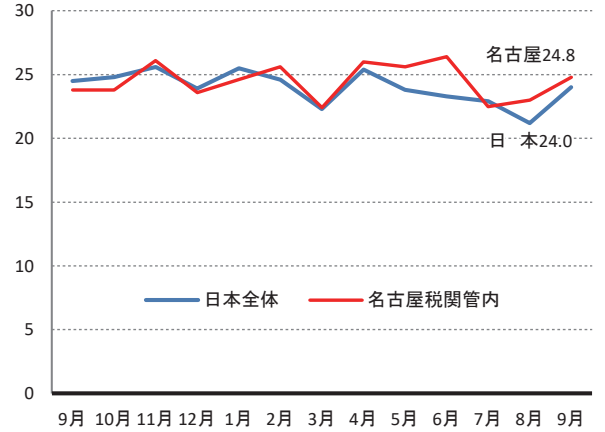
中国からの輸入額の月別伸率（%）



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9月	4,472	36.3	3,137	31.0
2026年1-9月	33,707	21.3	24,326	27.5

出所：中国税関総署

中国の外資導入

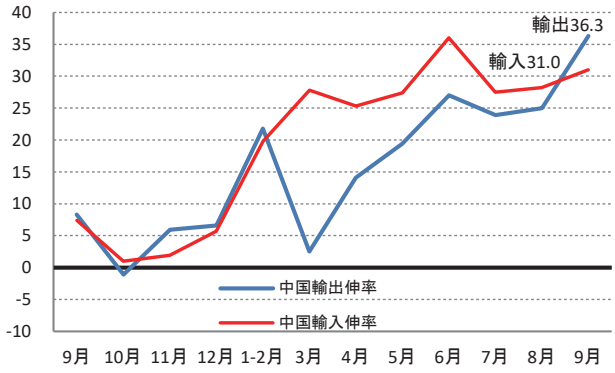
単位：件（件数）、億ドル（金額）、％（伸率）

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1-9月	47,800	▲2.3	797.7	▲0.3

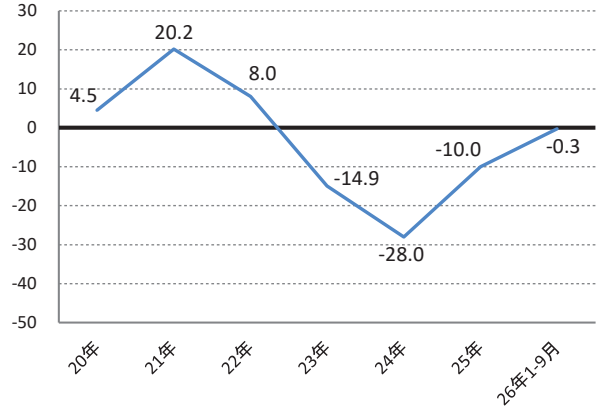
出所：中国商務部

※26年1-9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＝6.88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（%）

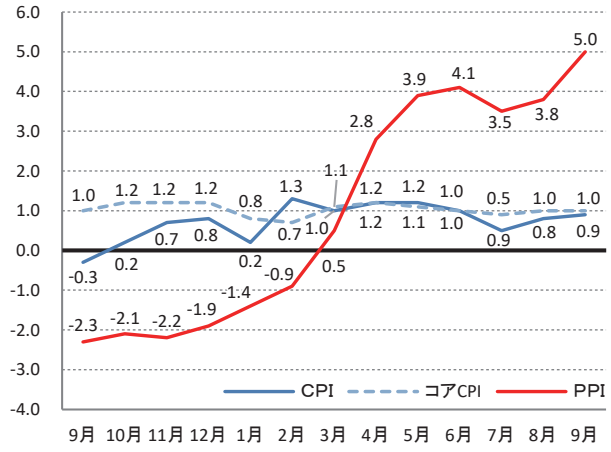
	9月	1-9月
消費者物価指数	0.9	0.9
うち都市	0.9	0.9
農村	0.8	0.7
うち食品	▲1.7	▲0.9
食品以外	1.5	1.3
うち消費財	1.0	1.0
サービス	0.8	0.8

工業生産者物価指数PPI（%）

	9月	1-9月
工業生産者物価指数(PPI)	5.0	2.3
うち生産資材	6.5	3.3
うち採掘	25.4	9.7
原材料	9.4	4.9
加工	3.4	1.9
生活資材	▲0.1	▲1.0
うち食品	▲1.8	▲1.9
衣類	▲1.2	▲1.0
一般日用品	▲0.6	▲1.2
耐久消費財	1.6	▲0.2
工業生産者仕入物価指数	6.9	3.6
うち燃料、動力類	13.6	4.1

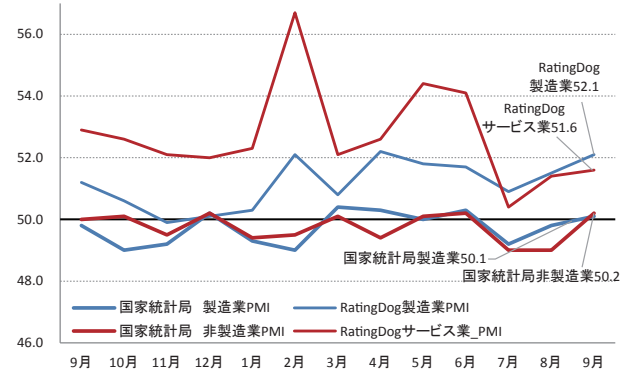
※工業生産者物価指数(PPI）=出荷価格指数=卸売指数

CPI、コアCPI、PPIの月別推移（%）



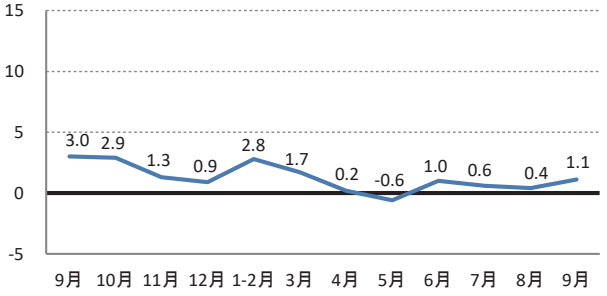
※コアCPIとは食品とエネルギーを除いたもの。
出所：中国国家統計局

中国のPMI（購買担当者景気動向指数）

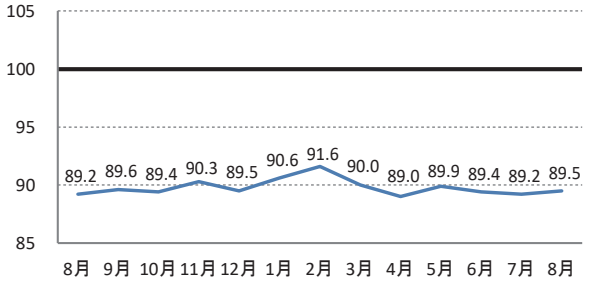


※景気後退＜50＜景気拡大
出所：中国国家統計局　中国RatingDog

中国の消費財小売総額の伸率（%）



中国の消費者信頼感指数



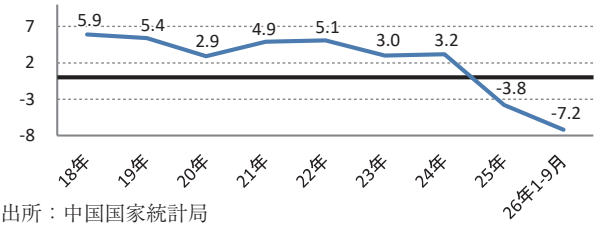
※消費マインド 後退＜100＜拡大

中国の固定資産投資

1-9月の固定資産投資

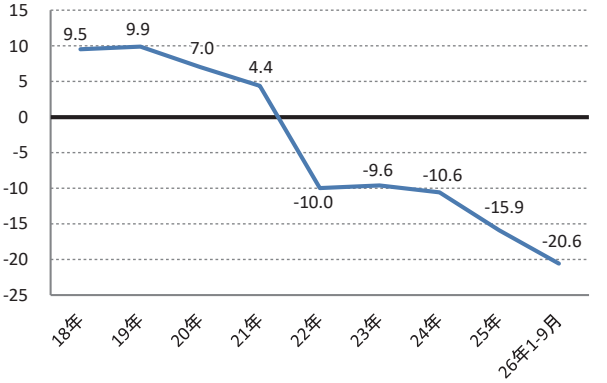
		投資額(億元)	伸率(%)
固定資産投資		334,115	▲7.2
産業別	第一次	6,527	▲3.9
	第二次	129,743	▲2.7
	第三次	197,845	▲10.0
地域別	東　部	N/A	▲10.3
	中　部	N/A	▲11.1
	西　部	N/A	▲8.7
	東　北	N/A	▲26.0

固定資産投資の伸率（%）



出所：中国国家統計局

中国の不動産開発投資の伸率（%）

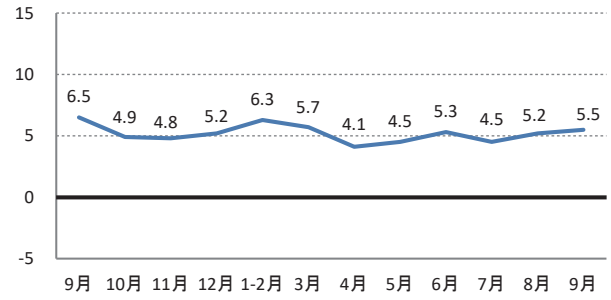


中国の工業

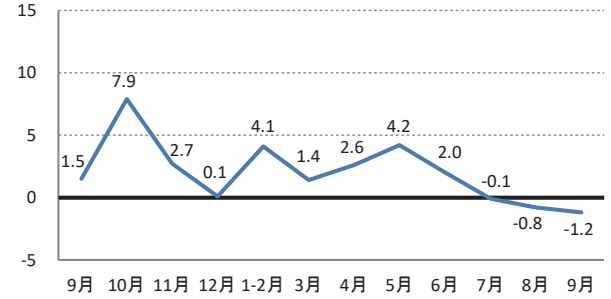
工業付加価値の伸率(%)

	9月	1-9月
一定規模以上の工業生産	5.5	5.3
内訳　鉱業	1.3	2.0
製造業	6.0	5.7
電気・ガス・熱・水生産供給業	5.6	5.4
内訳　国有企業	3.6	3.8
株式制企業	6.0	5.8
外資系企業	3.7	3.2
私営企業	3.8	4.3

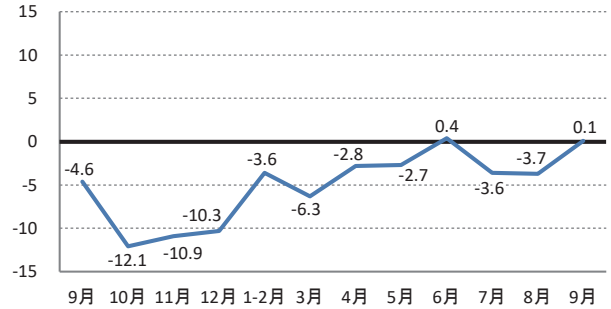
一定規模以上の工業付加価値の月別伸率(%)



一日当たりの発電量の月別伸率(%)

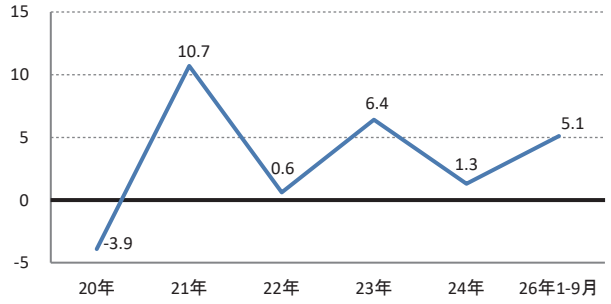


粗鋼生産量の月別伸率(%)



出所：中国国家統計局

中国の財政収入の伸率(歳入、%)



出所：中国財政部

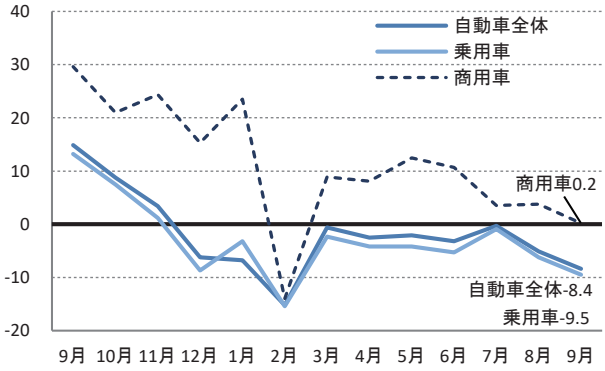
中国の自動車販売台数

台数：万台

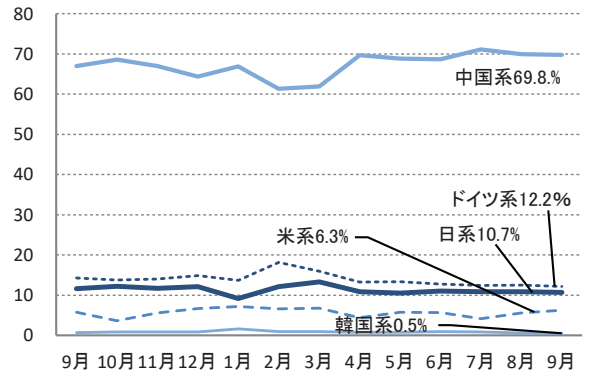
年　月	自動車(うち輸出)		
		乗用車	商用車
2020年	2,531(108)	2,018	513
2021年	2,627(201)	2,148	479
2022年	2,686(311)	2,356	330
2023年	3,009(491)	2,606	403
2024年	3,144(586)	2,756	387
2025年	3,440(710)	3,010	430
2026年9月	296(105)	259	37
2026年1-9月	2,327(821)	1,996	331

出所：中国汽車工業協会
※中国国産車のみ。輸出車を含み、輸入車を含まず。

自動車販売台数の月別伸率(%)



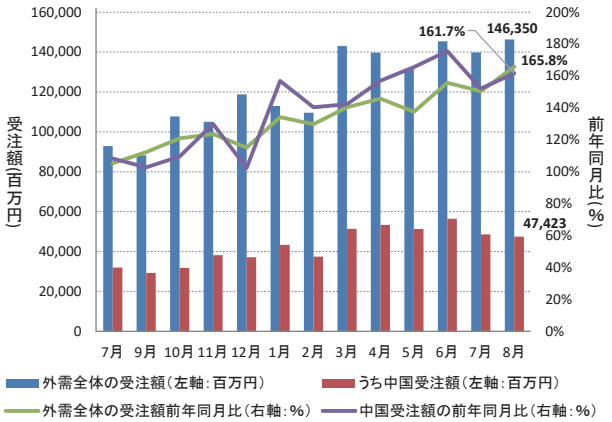
日系乗用車のシェア推移(%)



出所：乗用車市場信息聯席会

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

〈中国短信〉

◆北京で世界人型ロボット運動会

第2回世界人型ロボット運動会が8月22日から26日まで北京で開催された。世界16ヵ国から計666チーム、2,056台のロボットが参加し、運動性能、実用性能(応用の可能性)を競った。

運動能力を競う種目では、100m、400m、1500m、障害物走、走り幅跳び、重量挙げ、綱引き、サッカー、卓球、格闘、武術、ダンスなどで、ロボットの運動性能やバランス制御などを競った。

一方、実用シーンを想定した競技では、工場、ホテル、家庭、物流などを舞台に、荷物の梱包・開梱、部品供給、家事、消防救助、図書整理などのタスク(課題)が設定され、複雑な環境下での自律性(認識や動き)や精密操作などの能力を競った。

大会は単なる「ロボットの運動会」にとどまらず、人型ロボットの実用化に向けた技術を検証・披露する場としての意味合いも大きく、人型ロボットの研究開発から実用化・産業化への移行を後押しする狙いがある。

◆中国各地で「秋休み」広がる

中国各地の小中学校で、2026年度の「秋休み」の日程が発表された。週末と合わせ、最大5連休となる地域もある。今年春に複数の省で「春休み」の導入が広がったのに続き、秋休みも広東省、湖南省、江蘇省、浙江省、山東省、内モンゴル自治区、福建省など14の省に拡大している。実施期間は10月下旬から12月初旬にかけてで、11月に設定する地域が多い。

対象も拡大しており、小中学校に加え、一部地域では幼稚園や高校1・2年生も対象に含まれた。すでに23以上の都市などで実施細則が公表されている。

◆外国人の配当免税を廃止

中国では9月1日から、外国籍個人が外商投資企業から受け取る配当所得に対し、20%の個人所得税が課されるようになった。外資導入を目的に1994年から30年以上にわたって続いてきた優遇税制(免税措置)が終了した。

日本人を含む外国人から出資を受けている中国の法人(外商投資企業)は、配当金の支払い時に個人所得税を源泉徴収し、翌月15日までに申告・納付する必要がある。企業が源泉徴収を行わなかった場合は、配当を受け取った外国籍個人が、所得を取得した翌年6月30日までに自ら申告・納税する必要がある。

◆外国人の鉄道利用が急増

中国国家鉄路集団によると、2026年上半期の中国全土の鉄道を利用した外国人旅客数が、前年同期比33.6%増の1,231万人となった。入国ビザ免除措置の拡充を背景に、観光やビジネスで訪中する外国人(インバウンド旅行者)が増え、鉄道の利用も大きく伸びた。

上半期の鉄道旅客数は前年同期比5%増の23億4,800万人で、外国人旅客が全体に占める割合は小さいものの、その伸び率の高さが目立っている。

中国国家移民管理局によると、今年上半期に中国を訪れた外国人は前年同期比20.4%増の2,291万人で、そのうちビザ免除で入国した外国人は同30.6%増の1,781万5千人だった。

◆2030年へ物流網整備

国家発展改革委員会と交通運輸部は8月28日、「物流網建設実施方案」を発表した。物流網を、水道網、電力網、データ処理網、通信網、地下埋設管路と並ぶ国家重点インフラ網(6つの網、六張網)の一つに位置づけ、全国の物流インフラ整備を進める。

物流の効率化で、物流コストを下げる。2030年までに、社会物流総費用のGDP比を13.1%とし、25年の実績から0.8ポイント引き下げることを目標とする。物流拠点間の連携や幹線輸送能力の強化、国際物流網の拡充、物流施設のデジタル化(DX)・グリーン化(GX)など、7分野17項目の重点施策を盛り込んだ。

◆次世代通信計画

中国工業情報化部は9月7日、2030年までの通信計画5カ年計画を発表した。情報インフラの整備目標ではデータ処理能力の拡大が目立つ。25年末時点の1,590EFLOPS(エクサフロップス、1秒間に実行できる浮動小数点演算の回数を100京で表した単位)から30年には9,800EFLOPSに引き上げるという。ソフトバンクの試算では、日本の2030年の情報処理需要は1,960EFLOPSとされ、中国とは5倍の開きとなる見込み。