

TMI 総合法律事務所

中国最新法令情報

- 2023年6月号 -

皆様には、日頃より弊事務所へのご厚情を賜り誠にありがとうございます。

お客様の中国ビジネスのご参考までに、「中国最新法令情報」をお届けします。記事の内容やテーマについてご要望やご質問がございましたら、ご遠慮なく弊事務所へご連絡下さい。

— 目次 —

I. 最新法令情報（2023年5月中旬～2023年6月中旬）

- ブラインドボックス経営行為規範ガイドライン(試行)
- 医薬品、医療機械、保健食品、特定医療用配方食品に関する広告審査管理弁法（意見募集稿）
- 非正常な特許出願行為の認定及び認定後の処理に関するガイドライン

II. 今月の中国関連ブログ記事

- 個人情報越境移転標準契約届出ガイドライン（第一版）～重要ポイントと実務対応～
- 「商標評審案件の審理中止状況規則」に関する解説

III. 中国法務の現場より

「メッシ選手に抱き付いた若いサッカーファンが地元の公安当局に拘束された件について」

IV. バックナンバー

- ◆ 本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供であり、個別の案件に適用可能な具体的な法的アドバイスを含まものではありません。
- ◆ ニュースレターの配信停止をご希望の場合には、本ニュースレター末尾記載の連絡先までご連絡をいただきますようお願い致します。

I. 最新法令情報（2023年5月中旬～2023年6月中旬）

◆ ブラインドボックス経営行為規範ガイドライン(試行)¹

国家市場監督管理総局 2023年6月8日公布、施行

1. はじめに

近年、ブラインドボックス関連製品が流行っており、消費者に人気が高い²。元々ブラインドボックスは主におもちゃの分野に利用されていたが、「ブラインドボックス+」というビジネスモデルの急速な発展に伴い、ブラインドボックスを通じて商品を販売したりサービスを提供したりする分野が増えている。一方で、ブラインドボックスの経営過程において、過度のマーケティング、不透明な情報提供や虚偽宣伝が広く行われているほか、製造日、品質証明書及びメーカーの記載等がない製品の提供、不十分なアフターサービスといった消費者問題につながる様々な問題が次々と顕在化し、ブラインドボックスのビジネスモデルに関する行動指針の制定が待たれていた。

上記の背景³のもとで、国家市場監督管理総局は、ブラインドボックス事業者が自己規律及び誠実を以て適法に経営する意識を高め、消費者の合法的な権利と利益及び公共の利益を保護し、ブラインドボックス関連産業の継続可能で健全な発展を促進させるために、民法典、消費者権益保護法電子商取引法、広告法などを上位法令として、地域の実務経験に基づき、関連する法令及びブラインドボックスのビジネス上の特性に従い、2023年6月8日に、部門規範性文章という行政法規の下位法令に位置するブラインドボックス経営行為規範ガイドライン(試行)(以下「**試行ガイドライン**」という。)を公表した。試行ガイドラインはブラインドボックスの経営の定義及び利用範囲、ブラインドボックス事業者の義務、消費者保護などについてそれぞれ規定している。以下では、試行ガイドラインの主な内容を紹介する。

2. 要点

(1) 概念・定義について

試行ガイドラインは中国国内におけるブラインドボックス経営活動に適用される⁴。ブラインドボックス経営とは、事業者が適法な経営範囲内で、商品やサービスの特定な範囲を事前に消費者に知らせても、商品の具体的な類型、仕様又はサービスの内容を知らせず、インターネット、実店舗、自動販売機等を通じて、消費者のランダム選択を通じて、特定の範囲の商品やサービスを販売するビジネスモデルをいう⁵。

ブラインドボックス事業者とは、ブラインドボックス商品の製造、ブラインドボックスの形での商品の販売、サービスの提供を行う事業体をいう⁶。

¹ 「盲盒经营行为规范指引（试行）」

² ここにいう「ブラインドボックス」とは、中国語で「盲盒」といい、元々は主として外からは中身のわからないカプセルに入った玩具、ガチャガチャのようなものを指す用語である。

³ 「盲盒经营行为规范指引（试行）解读」

https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgnr/xwxs/art/2023/art_425c766d12ca4616a934fee50f815669.htm

!

⁴ 試行ガイドライン第2条第1項

⁵ 試行ガイドライン第2条第2項

⁶ 試行ガイドライン第3条

(2) 適用範囲⁷

ブラインドボックス経営は、関連する法令の規定を遵守し、一般的には日常生活、文学・技術、娯楽等の分野で実施されるものとする。

また、ブラインドボックスを通じて販売を行う場合、以下のルール・規制を受けなければならない。

- 法により許認可が必要な商品・サービスについては、許認可を取得しなければ展開することができない。
- 商品の販売又はサービスの提供が法により禁止されているものについては、ブラインドボックスの形式によって販売、提供してはならない。
- 医薬品、医療機器、有毒・有害物質、引火性・爆発性物質、生きている動物など、使用条件、保管・輸送、検査・検疫などの面で厳格な要件がある商品については、ブラインドボックスの形式で販売してはならない。
- 品質の安全性と消費者の権利と利益を確保するための条件を満たさない食品、化粧品は、ブラインドボックスの形式で販売してはならない。
- 配送および返却できない商品は、ブラインドボックスの形式で販売してはならない。

(3) ブラインドボックス事業者の義務

ブラインドボックス事業者は、一般的な事業者としての目立つ位置に事業体情報を開示する義務⁸、価格を明記する義務⁹を負うほか、商品の生産・経営の記録制度の構築¹⁰、抽出時間、金額上限又は回数上限などを規制する最低限度保障制度の構築¹¹、企業品質保証体系を構築し、製造、倉庫保管、物流等への管理を強化すること¹²などが要求されている。

なお、ブラインドボックスで商品の販売・サービスの提供に関しては、事業者に対する商品販売又はサービスに関する法令も適用される。

- 広告法第4条の規定と同様、ブラインドボックス事業者は商品の数量・仕様、サービスの提供方法について、虚偽又は消費者に誤解される宣伝をしてはならず、消費者を欺いたり誤解させたりしてはならない¹³。
- 食品事業者は食品の販売又はサービスを提供する過程で、ブラインドボックスでプロモーション活動を展開する場合、食品廃棄物防止法¹⁴に従わなければならない¹⁵。
- ブラインドボックスを通じてプロモーション活動を展開する場合には、プロモーション行為を規制する暫行規定¹⁶に従わなければならない¹⁷。

⁷ 試行ガイドライン第5条

⁸ 試行ガイドライン第6条

⁹ 試行ガイドライン第7条

¹⁰ 試行ガイドライン第10条

¹¹ 試行ガイドライン第11条第1項

¹² 試行ガイドライン第13条第1項

¹³ 試行ガイドライン第14条

¹⁴ 「反食品浪費法」

¹⁵ 試行ガイドライン第22条

¹⁶ 「規範促销行为暂行規定」

¹⁷ 試行ガイドライン第26条

(4) 消費者の権利保護について

消費者の知る権利及び選択権を保障するために、試行ガイドラインは、以下のとおり規定している。

- ブラインドボックス事業者は、商品の名称、種類、仕様、抽出のルール、商品の流通、限定商品の数量、抽出の確率、商品の価値の範囲などの重要な情報を顕著な方法で公表し、消費者が購入する前に当該情報を知らせることを保障する¹⁸。
- ブラインドボックス事業者は、法令に従い、製品ラベル、消費のヒントなどの方法を通じて、商品の名称、原産地、メーカー、実施基準、性能、仕様、成分、製造日、有効期限、使用および保管条件、安全上の警告、アフターサービス条項、および製品の品質に関連するその他の基本的な必要な情報を消費者に十分に通知し、標記された情報は真実かつ正確でなければならない¹⁹。
- ブラインドボックス事業者は、約款などを通じて、消費者の権利の排除・制限、事業者の責任の軽減・免除、消費者責任の加重など、消費者に対して不公正または不合理な規定をしてはならない²⁰。
- ブラインドボックス事業者は、8歳未満の未成年者にブラインドボックスを販売してはならない。8歳以上の未成年者へのブラインドボックス商品の販売は、法律に基づき保護者の同意を得たことを確認する必要がある。なお、ブラインドボックス事業者は、8歳以上の未成年者に、顕著な方法でブラインドボックスを購入するために関係する保護者の同意を得ようと提示する必要がある²¹。

新たなビジネスモデルとして、ブラインドボックスを通じて商品の販売又はサービスの提供を行う場合には、消費者権益保護法、電子商取引法といった既存の規定以外にも、試行ガイドラインを参照するべきことに留意が必要といえる。

◆ 医薬品、医療機械、保健食品、特定医療用配方食品に関する広告審査管理弁法 (意見募集稿)²²

国家市場監督管理総局 2023年5月29日公表

1. はじめに

中国では、医薬品、保健食品、特定医療用配方食品、医療機械は「三品一械」と総称されている(以下「三品一械」という。)。三品一械に関する広告は特に消費者の生活、健康に対して深く影響を及ぼす恐れのあるものであり、特に厳格な法執行が求められる領域である。

1995年から1996年にかけて、薬品広告審査弁法、医療機械広告審査弁法、食品広告暫行規定²³などの個別的法令が続々と公表され、その後1998年から2009年にかけて、上記法令の

¹⁸ 試行ガイドライン第9条第1項

¹⁹ 試行ガイドライン第12条

²⁰ 試行ガイドライン第15条

²¹ 試行ガイドライン第23条

²² 「药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法(征求意见稿)」

²³ 「药品广告审查办法」、「医疗器械广告审查办法」、「食品广告发布暂行规定」

改訂に加えて薬品広告審査発表基準、医療機械審査発表基準²⁴といった補充的規定が制定されてきた。

2019年12月には、上記の法令がすべて廃止され、三品一械の広告審査に関する統一的な規定である医薬品、医療機械、保健食品、特定医療用配方食品に関する広告審査管理現行法（以下「現行法」という。）が公布され、2020年3月1日から施行されているが、現行法が施行されて以来、ライブ配信による広告という新たな形の広告が広く普及したこともあり、このような新たな形態に広告への対応も必要となっていた。

このような背景の下、国家市場監督管理総局は、現行法を改訂し、2023年5月29日に医薬品、医療機械、保健食品、特定医療用配方食品に関する広告審査管理弁法（意見募集稿）（以下「意見募集稿」という。）を公表し、6月28日までの期間パブリックコメントの募集が行われた。

2. 要点

本弁法は43条から構成されており、現行の現行法を改正したものと理解できる。あくまでまだパブリックコメント募集中のものではあるが、現行法と対比して特に重要な変更点、改正点と考えられるポイントにつき、簡単にコメントする。

(1) 広告における表示内容

意見募集稿においては、医薬品、保健食品、特定医療用配方食品の広告において、製品の名称や通称名称、食品の標識といった内容を明記すべきことが新たに定められている²⁵。他方、医薬品に関しては、禁忌・副作用を明記しなければならないという現行法からの原則は維持しつつ、その全てを表記することができない場合には、主たる内容を記載するにとどめることも認められてた²⁶。

また、健康食品以外の食品に係る広告においては、健康的効能を有することを謳ってはならないこと、特定の成分の作用を宣伝することによって健康的効能を有することを明示、暗示してはならないことが新たに定められている²⁷。

(2) 広告法等における規制との整合

意見募集稿においては、インターネットライブ広告において、健康、養生知識等の紹介をするなどの方法で変則的に三品一械に関する広告を発信すること、広告代言人を使用して三品一械に関する推薦や証明をすることを禁止し²⁸、また、未成年向けのメディアで、三品一械の広告を配信することも禁止した²⁹。

これらは、広告法やインターネット広告管理弁法において既に定められていた同様の定め³⁰

²⁴ 「药品广告审查发布标准」、「医疗器械广告审查发布标准」

²⁵ 意見募集稿第5条～第8条

²⁶ 意見募集稿第5条第2項

²⁷ 意見募集稿第7条第3項

²⁸ 意見募集稿第13条

²⁹ 意見募集稿第12条

³⁰ 広告法第19条、第40条、インターネット広告管理弁法（互联网广告管理办法）第8条第1項、第12条

を改めて意見募集稿に取り込んだものといえる。

(3) 広告審査に関する事項

ア 広告審査が不要な場合

三品一械の広告については広告審査を経なければこれを発信、掲載することができないのが原則である³¹。

しかし、この点につき、三品一械に係る登録証明書又は届出証憑の所有者、及び運営している事業者が、自身の経営場所またはウェブサイト、(We Chat の) オフィシャルアカウント等において、商品名称、価格、ラベル、仕様、等級、使用方法、説明書、支払いおよび配送方法、アフターサービスなどの展示、記載、知らせるべき情報を客観的に展示する場合には、広告審査は不要とされた³²。

上記の各事項については、本来広告主が消費者に対して表示、提示しなければならない事項であり³³、そのようなものはそもそも広告に該当せず、広告審査も不要とされているものと考えられる。この点については、2023年2月に施行された「広告絶対的用語法執行ガイドライン」³⁴においてもそのような理解を前提としたと考えられる定めが置かれている³⁵。

イ 再度の広告申請が不要な場合

現行法上既に広告審査に通過した広告の内容に変更が生じた場合には、再度の広告審査を受けることが必要とされているが³⁶、意見募集稿においては以下のいずれかの場合には再度の広告審査は不要であることを明確にした³⁷。

- ・ ビデオ、写真のアスペクト比、テキストフォント、または背景色のみを調整し、かつ明確に表示、提示すべきコンテンツの視覚効果に影響を与えない場合
- ・ 商品の価格、オンライン及びオフラインの販売先住所、店舗名、連絡先、配送方法及びネットワークリンク、QRコード等のコンテンツの追加、削除又は変更のみを行い、広告禁止事項を含まない場合

(4) 広告内容に対する責任

意見募集稿では新たに、三品一械の広告にオンラインリンクやQRコードなどのリンク標識が含まれている場合には、広告主はリンク先の内容の真実性および適法性について責任を負うとされている³⁸。

これについては、インターネット広告管理弁法においても、その内容にリンクを含むインターネット広告を発信する場合には、広告主、広告経営者、広告掲載者が、当該リンクからジャンプした先の広告内容とリンク元の内容とを検討すべきものとして、リンク先の内

³¹ 意見募集稿第2条第2項

³² 意見募集稿第25条

³³ 消費者権益保護法(消費者权益保护法)第20条等

³⁴ 「広告絶対化用語法指南」

³⁵ 広告絶対的用語法執行ガイドライン第4条

³⁶ 現行法第20条第2項

³⁷ 意見募集稿第22条第2項

³⁸ 意見募集稿第27条

容についても責任を負うべきことが定められたことと同趣旨のものといえる³⁹。

◆ 非正常な特許出願行為の認定及び認定後の処理に関するガイドライン⁴⁰

国家知的財産権局 2023年5月26日公表

1. はじめに

2021年3月11日に、国家知的財産権局による「特許出願行為を規範化する弁法」⁴¹が公表された。同弁法第2条第1項によれば、本弁法における非正常な特許出願行為とは、いかなる単位又は個人が、イノベーション保護、実際の発明活動によらない、不適切な利益又は架空のイノベーション業績、サービスパフォーマンスを得るため、単独又は共同での各種の特許出願、特許出願代行、特許出願権もしくは特許権の譲渡およびその他の行為をいう。

上記の定義をより具体化、明確化するため、2023年5月26日に、国家知的財産権局は「非正常な特許出願行為の認定及び認定後の処理に関するガイドライン」（以下「認定ガイドライン」という。）を公表した。認定ガイドラインは書類の作成、出願人の出願行為、代理人の代理行為その他の立場で、非正常な特許出願行為を明確に説明したものである。

2. 要点

認定ガイドラインにおいては、非正常な特許出願行為の認定にあたっては、以下の観点、要素を考慮すべきこととされている⁴²。

(1) 出願書類作成の観点

- 同時に、又は前後に提出した発明創作のコンテンツが明らかに同一であり、または実質的に、異なる発明創作特徴または要素の単純な組み合わせによって形成された複数の特許出願の場合。
- 提出された特許出願には、架空、虚偽の、又は偽造された発明創作内容、実験データまたは技術的效果が含まれており、または剽窃、単純な交換、既存の技術又は既存の設計の組み合わせなどの類似状況がある場合。
- 提出された複数の特許出願の発明創作の内容が主にコンピュータプログラムまたは他の技術を通じてランダムに生成されたものである場合。
- 提出された特許出願に関する発明創作物が、特許性審査を避ける目的で故意に作成された、明らかに技術的改良や設計の常識に合致していないもの、実際の保護価値のない劣化、積み重ね、不必要に保護範囲を狭めているもの、または検索及び審査の意義がないものである場合。

(2) 出願人による出願行為の観点

- 提出された特許出願発明創作が出願人、発明者の実際の研究開発能力と資源要件に明らかに一致していない場合。
- 非正常な特許出願行為の規制と監督管理を避けるために、実際に特定の単位・個人又は所在地が関連付けられている複数の特許出願を散在させ、連続して、または遠隔地

³⁹ インターネット広告管理弁法第18条

⁴⁰ 「非正常申請專利行為認定及認定后的辦事指南」

⁴¹ 「关于规范申请專利行为的办法」

⁴² 認定ガイドライン第1条

に提出する場合。

- 特許技術、設計の実施その他の正当な目的によらず、特許権または特許出願権を売買したり、発明者または設計者の虚偽の変更をする場合。

(3) 代理人による代理行為の観点

特許代理機関、特許代理人、またはその他の機関・個人が、他者を代理、誘導、教唆、幫助し、または他者と共謀して、各種の非正常な特許出願行為を実施する場合。

(4) 原則的な判断基準

信義誠実原則に反して、特許業務の正常な秩序を乱すその他の非正常な特許出願行為を行う場合。

執筆担当：張曉曼

II. 今月の中国関連ブログ記事

2023年6月にTMI 総合法律事務所ウェブサイト上でブログ掲載した、中国関連の記事をご紹介します。タイトルをクリックしていただきますと、ブラウザにて該当記事を読むことができますので、本ニュースレターと合わせて、ご参考にしていただけますと幸いです。

個人情報越境移転標準契約届出ガイドライン（第一版）～重要ポイントと実務対応～	
掲載日	2023年6月5日
概要	2023年5月30日に公布された、個人情報越境移転標準契約届出ガイドラインについて紹介しています。
「商標審査案件の審理中止状況規則」に関する解説	
掲載日	2023年6月20日
概要	2023年6月13日に公表された、「商標審査案件の審理中止状況規則」に関する解説について紹介しています。

III. 中国法務の現場より

◆ メッシ選手に抱き付いた若いサッカーファンが地元の公安当局に拘束された

6月15日、中国北京市の工人体育场（Workers' Stadium）でサッカーの国際親善試合が開かれ、昨年のカタール・ワールドカップ（W杯）覇者のアルゼンチンはオーストラリアと対戦をした。試合開始早々にFW リオネル・メッシ(Lionel Messi) 選手が観客を魅了し、ペナルティーエリアの外でパスを受けると、左足でゴール左に決め、開始1分19秒という自身最速ゴールで、スタジアムを大いに盛り上げた。その後、メッシ選手は高さ3メートルのスタンドから飛び降りてきた若いサッカーファンに抱きつかれた。

若いサッカーファンはメッシ選手の背番号10のユニホームを着ていて、メッシに抱きついた後、ピッチを暴れ回り、アルゼンチン代表 GK エミリアーノ・マルティネス (Emiliano Martinez) とハイタッチをした後、走り疲れてピッチに横たわり、警備員に連れ去られた。



(写真はいずれもインターネットから引用)

若いサッカーファンは勇気と熱意で現場の多くの観客の青春に対する思い出を呼び起こし、歓声と拍手を受け、試合後もインターネット上で注目を集め、試合そのものよりも脚光を浴びることになった一方で、その行為で処分されるのではないかと懸念もあった。

治安管理条例⁴³第24条では、強制入場その他の行為により、文化・スポーツ等大型大衆イベントの秩序を乱した者に対しては、警告または200元以下の過料を科し、情状が重大である場合は、5日以上10日以下の期間で拘束し、500元以下の過料を併科することができることとされている。

これに加え、スポーツイベントの秩序を乱したとして拘束の処分を受けた者は、同時に12ヶ月間、スタジアムでの試合観戦を禁じられ、規定に違反してスタジアムに入った場合は、その場から強制的に連行するものとされている。

若いサッカーファンの行為は「治安管理条例」違反になることについては異議がないが、情状が嚴重といえるかどうかについては、若いサッカーファンがピッチに入ったのは試合の合間であり、

⁴³「治安管理条例」

選手のキックやシュートはおろか、試合の正常な進行を妨げるものではないとの主張がある一方、これでも情状嚴重とせず、警告や過料だけで済ませば、今後、より多くのファンは真似をして、手に負えなくなるのではないかとの主張もあり、SNS を中心に様々な議論を巻き起こした。

こうした中、6月16日、地元の朝陽公安分局がその We Chat の公式アカウント「平安北京朝陽」にて「試合にはルールがあり、破ればレフェリーから処罰乃至レッドカードやイエローカードの警告を受ける。観戦するファンにもルールがあり、一線を越えると、法律に基づく処理が適用される」として、若いサッカーファンの行動に対しては、法律に基づいて若いサッカーファンを行政拘禁し、今後12か月にわたってスタジアムでの試合観戦を禁じることを明らかにした。



平安北京 🇨🇳

32分钟前 来自 微博网页版

【这位“10号”，“红牌”警告 🚫】6月15日晚，在工体举办的一场足球比赛中，一位球迷从看台跳下冲入球场，拥抱自己喜爱的球员，并在球场中奔跑，后被工作人员带离。这位球迷的举动导致比赛一度中断。

比赛有比赛的规则，违反规则会受到裁判员的判罚，甚至得到红黄牌的警告。球迷观赛同样有观赛的规矩，行为越界必然要受到法律的处理！

对于昨晚这位冲入球场的邱某某（男，18岁），朝阳公安分局已依法对其行政拘留，同时责令其十二个月内不得进入体育场馆观看同类比赛。

兴奋过后的邱某某也对自己的行为表达了歉意，接受公安机关处罚。并希望广大球迷引以为戒，遵规守纪，共同维护好赛场内外秩序。 [收起 ^](#)

スタジアムの雰囲気自体は良好であり、より深刻な事態には至らなかったが、本質的には極めて危険な行為であることには変わりはなく、奨励されるべきものではない。多くのファンがこれを戒めとして、ルールと規律を守り、試合内外の秩序を保つべきものとして、今回のケースは非常にインパクトのある事例となったように思う。

執筆担当：李成慧

IV. バックナンバー

過去1年間の中国最新法令情報のバックナンバーは以下のとおりです。

号数をクリックいただきますとブラウザ上で閲覧ができますので、ご参照ください。

号数	紹介法令	今月の中国関連ブログ記事/連載・コラム
2023年5月号	<ul style="list-style-type: none"> 知的財産事件の取扱いに関する人民検察院の業務指針 薬品基準管理弁法（意見募集稿） 	<ul style="list-style-type: none"> 最高人民法院が2022年10大知財事件を公表～その1～ 明細書の直接的な記載に基づかない補正が許された事例
2023年4月号	<ul style="list-style-type: none"> 独禁法関連規定について 最高人民法院による〈中華人民共和国民法典〉の権利侵害責任編の適用に関する解釈（一）（意見募集稿） 全国の地域別最低賃金の状況（2023年4月1日時点） 	
2023年3月号	<ul style="list-style-type: none"> 立法法（2023年改正） 個人情報越境移転標準契約の主な内容 「職場における女性従業員特殊労働保護制度（参考手引書）」及び「職場におけるセクシャルハラスメント防止の制度（参考手引書）」の発行に関する通知 	<ul style="list-style-type: none"> 侵害訴訟中に訂正された請求項の扱い及び公然実施に基づく従来技術の抗弁に関する事例
2023年2月号	<ul style="list-style-type: none"> 外商投資研究開発センターの設立をより一層奨励する若干措置の通知 2022年度全国法院十大商事案件 	<ul style="list-style-type: none"> 商標法改正草案（意見募集稿） 2022年の知的財産権取得状況（速報） 信頼できないエンティティリスト組み入れによる対抗措置事例 個人情報越境移転標準契約（中国版 SCC）の正式公布～重要ポイントと実務対応～
2023年1月号	<ul style="list-style-type: none"> 「対外貿易法（2022年改正法）」 	

	<ul style="list-style-type: none"> 「会社法（改正草案第二次審議稿）」 「商標法改正草案（意見募集稿）」 	
<u>2022年12月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 「最高人民法院による涉外民事事件の管轄に関する若干問題の規定」 「中華人民共和国反不正競争法（改正草案意見募集稿）」 	
<u>2022年11月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 「国家市場監督管理総局及び国家インターネット弁公室による個人情報保護認証の実施に関する公告」 「独占行為に起因する民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する最高人民法院の規定（意見募集稿）」 	
<u>2022年10月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 「インターネット情報部門による行政執行手続規定（意見募集稿）」 「ネットワークデータ分類・分級要求（意見募集稿）」 「中国共産党第二十回全国代表大会での報告について」 	
<u>2022年9月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 「電気通信オンライン詐欺防止法」 「『サイバーセキュリティ法』の改正に関する決定（意見募集稿）」 「北京市ビジネス経営環境整備条例」 「上海市人工知能産業発展促進条例」 	
<u>2022年8月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 「自動運転車運輸安全サービスガイドライン（試行）（意見募集稿）」 「杭州インターネット法院が個人情報保護に関する10大典型的事件を公表」 	
<u>速報版（2022/7/8）</u>	個人情報越境提供標準契約規定（意見募集稿）	
<u>速報版（2022/7/7）</u>	改正独占禁止法	

2022年7月号	<ul style="list-style-type: none"> 「事業者集中案件の独占禁止審査の試験的な一部委託に関する公告」 「国务院 2022 年度立法計画」 	「DiDi に対する行政処分」
2022年6月号	<ul style="list-style-type: none"> 「団体商標、証明商標の管理及び保護弁法（意見募集稿）」 「データセキュリティ管理認証実施規則」 「公民による国家安全危害行為の通報奨励弁法」 	
2022年5月号	<ul style="list-style-type: none"> 「最高人民法院が薬品安全に関する典型的事件を公表」 「両用品目輸出管理条例（意見募集稿）」 	
速報版	サイバーセキュリティ標準実践ガイドライン－個人情報越境処理活動認証技術規範（意見募集稿）	
2022年4月号	<ul style="list-style-type: none"> 「最高人民法院による「民事訴訟法」の適用に関する解釈」の改正に関する決定 国务院の一部の行政法規の改正及び廃止に関する決定 	「最高人民法院が公表した 2021 年 10 大知財事件」
2022年3月号	<ul style="list-style-type: none"> 市場主体登記管理条例、市場主体登記管理条例実施細則 最高人民法院による「中華人民共和国民法典」総則編の適用における若干問題に関する解釈 最高人民法院による「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈 	

編集・発行

TMI 総合法律事務所

発行日

2023年7月3日

TMI 総合法律事務所中国プラクティスグループ

東京オフィス

〒106-6123 東京都港区六本木 6-10-1
六本木ヒルズ森タワー23階
TEL: +81-(0)3-6438-5511
E-mail: chinalaw@tmi.gr.jp



上海オフィス

〒200031 上海市徐匯区淮海中路 1045 号
淮海国際広場 2605 室
TEL: +86-(0)21-5465-2233
E-mail: shanghai@tmi.gr.jp



北京オフィス

〒100020 北京市朝陽区東三環中路 9 号
富爾大廈 3204 室
TEL: +86-(0)10-8595-1435
E-mail: beijing@tmi.gr.jp



TMI 総合法律事務所拠点一覧



オフィス

東京/名古屋/大阪/京都/神戸/福岡/上海/北京/ヤンゴン/シンガポール/ホーチミン/ハノイ/プノンペン/バンコク/シリコンバレー/ロンドン/パリ

現地デスク

フィリピン/マレーシア/インドネシア/ブラジル/メキシコ/ケニア