

TMI 総合法律事務所

中国最新法令情報

- 2026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（2026年5月中旬～2026年6月中旬）

- 国務院による対外投資に関する規定
- 広告における引証内容に関する法執行指南
- 法定退職年齢超過労働者の基本的権益保障に関する暫定規定

II. 中国法務の現場より

- AI ツール豆包（ドウバオ / Dòubāo）が6月下旬から有料化

III. 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（2026年5月中旬～2026年6月中旬）

◆ 国務院による対外投資に関する規定¹

国務院 2026年5月5日公布 2026年7月1日施行

1. はじめに

2026年5月5日、中国国務院は「国務院による対外投資に関する規定」（以下「本規定」という。）を公布し、同年7月1日から施行することとした。本規定は、中国における対外投資分野を対象とする初の行政法規であり、従来、国家発展改革委員会及び商務部の部門規則により個別に規律されていた制度を統合・体系化したものである²。

本規定の公布・施行に先立ち、2026年初頭にかけて、中国の対外投資をめぐる複数の重要事案が相次いで注目を集めた。例えば、Meta社による中国系AI企業Manusの買収案件は、対外投資と国家安全保障審査との関係に注目を集めた³。また、中国の電子機器大手である聞泰科技（Wingtech）によるオランダ半導体メーカーNexperiaの買収案件は、投資先国における経済安全保障上の規制リスクを改めて顕在化させた⁴。さらに、富途控股（Futu Holdings）や老虎証券（Tiger Brokers）等の越境証券取引プラットフォームを通じた個人投資に対する監督強化は、個人による対外投資管理の在り方に関する議論を喚起した⁵。

本規定は、このような環境変化を背景として制定されたものであり、従来の事前審査中心の枠組みから、投資前・投資中・投資後を通じた「全プロセス管理」への転換を図るとともに、技術輸出管理、データ越境管理、国家安全審査等を含む包括的な対外投資管理制度の構築を目的としている。

本規定は全34条から構成されているが、以下では実務上の影響が特に大きい4つの主要論点について解説する。

2. 要点

(1) 「投資者」の範囲を居住者個人まで拡大

本規定は、「投資者」の範囲として、中国国内の企業、その他の組織に加え、居住者個人を明確に規定した⁶。従来の「企業境外投資管理弁法⁷」（国家発展改革委員会令第11号）及び「境外投資管理弁法⁸」（商務部令第3号）が主として企業による対外投資を対象としていたのに対し、本規定は行政法規レベルで初めて居住者個人を対外投資の管理対象として位置付けた点に特徴がある。

もっとも、本規定は直ちに居住者個人による対外投資を自由化するものではない。本規定第33条第3項は、居住者個人による対外投資の具体的な管理弁法を国務院の投資主管部門及び商務主管部門が別途制定すると規定しているが、現時点では関連実施細則は公表されていない。そのた

¹ 「国务院关于对外投资的规定」

² 中国の法体系上、行政法規は部門規章より上位に位置する。本規定は、従来部門規章レベルで規律されていた対外投資制度を行政法規レベルに引き上げたものである。

³ <https://jp.reuters.com/markets/japan/UG2NGA26BNJSDOEPXUYD2B2UAY-2026-04-27/>

⁴ <https://www.sankei.com/article/20251013-5GKCIYJEJNNLBOZHFOGXWQAIBE/>

⁵ https://finance.biggo.jp/news/j_3FWZ4BmHHDnbgYSKYV

⁶ 本規定第2条第3項

⁷ 「企业境外投资管理办法」

⁸ 「境外投资管理办法」

め、個人による対外投資の具体的な申請要件、審査手続及び管理方法については、今後の制度整備を注視する必要がある。

また、本規定第 33 条第 1 項は、国外金融市場への投資についても本規定及び国家の関連規定に従うべきことを明確にしている。これらの規定は、近年強化されている個人による海外投資への監督の流れを踏まえたものであり、本規定の意義は、居住者個人を対外投資に関する統一的な規制枠組みに組み込み、将来的な個人対外投資制度の法的基盤を整備した点にあると考えられる。

(2) 対外投資に対する全プロセス型の管理・監督

本規定の特徴の一つは、輸出管理、技術輸出、データ越境、人員の越境移動等に関する既存の法規制を対外投資の場面に明示的に組み込み、投資活動を利用した規制回避を防止するとともに、対外投資に対する全プロセス型のコンプライアンス管理を明確化した点にある。関連する第 13 条及び第 14 条の概要は以下のとおりである。

カテゴリー	第 13 条（禁止行為）	第 14 条（関連法令の適用）
主な内容	① 国家が輸出を禁止する貨物・技術・サービス・関連データの国外移転又は国外利用の禁止 ② 国家が輸出を制限する貨物・技術・サービス・関連データの無許可移転又は無許可利用の禁止 ③ 以下の方法による禁止対象又は無許可の制限対象である貨物・技術・サービス・関連データの移転禁止 ・技術者の海外派遣 ・組織的な海外勤務 ・越境技術指導 ・越境研修 ・その他これに類する方法	対外投資に関連する以下の事項について、それぞれ関連法令に従うことを明確化 ・資金の越境移転 ・貨物・技術の輸出入 ・越境サービス取引 ・データの越境移転 ・人員の出入国 ・経営者集中審査 ・輸出管理 ・サイバーセキュリティ ・税務管理 ・国有資産監督管理 ・その他関連事項
制度上の意義	従来に対外投資規制を補強するとともに、人的交流を通じた技術移転についても規制対象となることを明確化した。	対外投資と輸出管理、データ越境、サイバーセキュリティ等の既存規制との関係を整理し、包括的なコンプライアンス管理の枠組みを明確化した。

第 13 条及び第 14 条は、新たな規制を創設するものではなく、対外投資と既存の輸出管理・データ越境規制等との関係を明確化するものである。そのため、企業は対外投資を単なる資本取引としてではなく、技術、サービス、データ及び人員の越境移動を伴う複合的な活動として捉え、関連法令への適合性を総合的に検討する必要がある。

(3) 対外投資安全審査制度の確立

本規定第 15 条は、国家が対外投資安全審査制度を整備し、国务院の投資主管部門及び商務主管部門が関係部門と連携して、国家安全に影響を及ぼす、又はそのおそれがある対外投資及び関連する資産・権益の譲渡・処分について安全審査を実施することを明確に定めている。

従来の「企業境外投資管理弁法」（国家発展改革委員会令第 11 号）においても、中国の国家利益及び国家安全は対外投資プロジェクトの認可・届出における重要な考慮要素とされていた⁹。しかし、本規定は、安全審査を認可・届出制度とは独立した制度として行政法規レベルで明文化し

⁹ 当該弁法第 26 条(四)、第 28 条、第 31 条

た点に特徴がある。また、本規定が居住者個人を「投資者」に含めたことにより、将来的には個人による対外投資も安全審査の対象となる制度的基盤が整備された。

もっとも、本規定第 15 条は対外投資安全審査制度の基本的枠組みを定めるにとどまり、具体的な審査対象、申告基準及び審査手続等に関する実施細則は未公表である。また、「国家安全に影響を及ぼす、又はそのおそれがある」という要件は広範であり、審査の要否について当局に一定の裁量が認められる余地がある。

そのため、中国企業又は中国の居住者個人が関与する海外投資案件においては、安全審査の適用可能性を早期に検討することが重要となる。特に、規制対象技術や重要データの越境移転を伴う案件、中国主体が保有する海外子会社の持分や重要資産の譲渡案件、又は海外再編により戦略的重要資産に対する支配権が変動する案件については、今後の制度運用を注視する必要がある。

(4) 中国投資者による海外投資に対する保護と反制メカニズム

本規定第 23 条から第 25 条は、中国投資者が海外において投資障壁、差別的措置その他の不利益な取扱いを受けた場合の保護措置を定めるものであり、「中華人民共和国反外国制裁法¹⁰⁾」をはじめとする既存の反制裁制度との連携を明確化している。各条文の概要は以下のとおりである。

適用場面	発動要件	発動可能な措置
投資障壁への対応 (第 23 条)	中国投資者が海外において投資障壁又は経営上の障害に直面した場合	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商務部が単独又は関係部門と共同で調査を実施 ・ 調査結果に基づき、国別投資政策の調整、貨物・技術の輸出入又は国際サービス貿易に対する禁止・制限措置等を講じることができる
差別的措置への対応 (第 24 条)	外国の国家、地域又は国際組織が、中国に対して差別的な禁止・制限措置その他これに類する措置を講じた場合	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中国当局が相応の対抗措置を講じることができる ・ 「中華人民共和国反外国制裁法」及びその実施規定等に基づき、関連主体を反制リストに掲載し、相応の反制措置を講じることができる
外国組織・個人に対する反制措置 (第 25 条)	外国組織・個人が中国の国家主権・安全・発展利益を害する行為を行った場合	<p>国務院の関係部門は、実際の状況及び必要性に応じて、次の措置を講じることができる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中国関連の輸出入活動の禁止又は制限 ・ 中国国内への投資の禁止又は制限 ・ 中国国内の組織又は個人との取引、協力等の活動の禁止又は制限 ・ 関係者、物品又は輸送手段等の入国禁止又は制限 ・ 関係者の中国国内における就労、滞在又は居留資格の取消し又は制限 ・ その他必要な措置

特に注目されるのは、本規定第 25 条が定める「実質支配先への適用」である。同条は、上記措置が外国組織又は個人によって実質的に支配され、又はその設立若しくは運営に関与されている組織にも適用され得ることを明示している。

これは「中華人民共和国反外国制裁法」と同様の考え方であり、反制措置の影響が対象主体にとどまらず、その関連会社や支配下の組織にも及ぶ可能性がある。そのため、中国投資者との取引や投資案件に関与する外国企業にとっては、自社のみならず、グループ会社を含めたりリスク管理が重要となる。

¹⁰⁾ 「中華人民共和国反外国制裁法」

◆ 広告における引証内容に関する法執行指南¹¹

国家市場監督管理総局 2026年6月3日公布 同日施行

1. はじめに

近年、中国の広告実務においては、第三者データを引用する際に出典表示が不明確なケース、実験データの一部のみを抜粋して表示するケース、市場区分を細分化した上で「No.1」などの絶対的表現を用いるケースなど、広告における引証内容の利用を巡って様々な問題が生じている。

こうした状況を踏まえ、国家市場監督管理総局は、引用内容の適法な利用に関する具体的な判断基準を示すものとして、「広告における引証内容に関する法執行指南」（以下「本指南」という。）を2026年6月3日付で公布・施行した。

本指南は全28条で構成されており、以下ではその主要なポイントを紹介する。

2. 要点

(1) 「引証内容」と「自証内容」の区別

本指南を理解する上での出発点となるのが、「引証内容」と「自証内容」の区別である。広告で使用されるデータ等が広告主自身によって作成・取得されたものか、それとも第三者によって生成・制作されたものかによって、出典表示義務の有無という重要な差異が生じる。

また、本指南では、AI技術等により生成・合成されたデータ等も「自証内容」に含まれることが明確化された一方、広告主が第三者に委託して取得したデータは「引証内容」として取り扱われることとされた。

以下、本指南における関連規定を整理する。

区分	定義	実務上の取扱い
引証内容	第2条 広告主以外の自然人、法人その他の組織が生成・制作し、かつ広告主が販売促進を行う商品又はサービスに関連するデータ、統計資料、調査結果、抄録、引用語等	出典表示が必須 ¹²
自証内容	第17条第2項 広告主が自ら実験、測定、統計、調査等により取得したデータ、統計資料、調査結果等（AI技術等により生成・合成されたデータ・資料及び結論を含む）	出典明示は不要。ただし、適用範囲・有効期限の明示、明確な表示及び絶対的表現に関する制限等の要件は適用される（詳細は後述のルール5～7を参照） ¹³
第三者委託データ	第17条第3項 広告主が他者に委託して取得したデータ	「引証内容」として取り扱われ ¹⁴ 、出典明示が必須

¹¹ 「広告引証内容執法指南」

¹² 本指南第8条第1項

¹³ 本指南第18条

¹⁴ 本指南第17条第3項

(2) 守るべき7つの実務ルール

本指南は、引証内容の取得・利用から広告上の表示方法に至るまで、一連の規制ルールを定めている。具体的には、データや調査結果の信頼性の確保、引用内容の正確性、出典の明示、適用条件の開示、表示方法の適正化及び絶対的表現の制限などがその中心となる。

下表は、実務上特に重要な7つのルールを条文ごとに整理したものである。

No.	ルール	条文要点	典型的な違反事例
1	検証データの引用要件	第4条 ・実験、測定又は検査データを発行する機関は、法令上必要とされる資格又は認証を有していること ・実験方法について国家標準又は業界標準が存在する場合にはそれに従い、存在しない場合には業界で一般的に認められた方法を採用すること	医療機器広告において、承認・届出された用途を超える機能を標榜したにもかかわらず、その根拠となる検証資料を提示できなかった事例 ¹⁵
2	統計・調査の科学性	第5条 ・統計又は調査は科学的な方法により実施すること ・調査対象の範囲は十分な広がり合理性を有すること ・サンプルは科学性及び代表性を備え、偏りが合理的な範囲内であること	複数の事業者が極めて細分化された市場区分において同時に「業界No.1」を標榜していた事例（調査対象範囲の広範性・合理性を欠く） ¹⁶
3	引用内容の正確性及び科学的合理性	第6条 ・引用内容は原データの結論及び趣旨と一致していなければならない 第7条 ・引用文献は実在・照会可能であり、科学的常識に合致すること	一般食品について「抗がん効果がある」などと表示した事例（科学的根拠及び一般的な科学的常識を欠く） ¹⁷
4	出典の明示義務（引証内容の場合には必須）	第8条 ・引用元の機関名、又は文献名及び著者名を明示すること ・定期行物から引用する場合には、刊行物名、巻号等を明示すること ・インターネット上の情報を引用する場合には、アクセス経路（URL等）を明示すること ・引用元の内容が変更又は削除された場合には、広告内容を修正し、又は掲載を停止すること	WeChat 公式アカウント上の広告において出典を表示せず、行政処罰を受けた事例 ¹⁸
5	適用範囲及び有効期間の明示	第9条 ・実験室環境下でのみ再現可能な結果である場合には、その条件を明示すること ・試験対象サンプルのみに適用される結果である場合には、その旨を明示すること	「中国売上 No.1」と表示したものの、実際には2年前の統計データに基づくものであり、その適用期間や前提条件を明示していなかった事例 ¹⁹

¹⁵ http://dgamr.dg.gov.cn/zfxxgkml/qt/tzgg/content/post_4547492.html

¹⁶ <https://m.qilwb.com.cn/detail/27619602.html>

¹⁷ http://dgamr.dg.gov.cn/zfxxgkml/qt/tzgg/content/post_4547492.html

¹⁸ <http://www.xinhuanet.com/fashion/20220628/99abc81aa4c84a59ab1fed771fd067ef/c.html>

¹⁹ https://www.toutiao.com/article/7640752734941807155/?&source=m_redirect&wid=1782103726254

No.	ルール	条文要点	典型的な違反事例
		・特定の地域、業界又は期間に限定されたデータである場合には、その適用範囲及び有効期間を明示すること	
6	消費者が認識可能な表示方法	<p>第10条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出典や適用条件等は、一般消費者が通常認識できる文字サイズ、字体及び色彩で表示すること <p>第11条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文字サイズの極端な縮小や背景色との同化等により、重要事項を目立たなくすることを禁止する <p>第12条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売数量、市場シェア等の事実情報は、真実かつ完全で正確な内容でなければならない 	音響機器の広告において、「360° 立体音響」等の訴求を大きく表示する一方、追加機器の購入が必要である旨をページ下部の小さな文字でのみ記載していた事例 ²⁰
7	「No.1」等の絶対的表現に対する規制	<p>第13条</p> <p>以下の場合には、絶対的表現に関する免責規定²¹の適用を受けることができない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・省級行政区未満の地域を対象として「No.1」等を標榜する場合 ・国家標準上の分類をさらに細分化した市場区分において「No.1」等を標榜する場合 ・対象商品について国家標準又は業界標準による分類基準が存在しない場合 	国家標準又は業界標準上存在しない「帝王切開向け粉ミルク」といった独自の細分化カテゴリーを設定し、その分野の「創始者」「No.1」等と標榜した事例 ²²

(3) 虚偽広告該当性の判断基準

本指南は、引証内容に関する虚偽広告該当性の判断基準を具体化するものである。第14条は、原則として虚偽広告に該当すると認定される類型を規定しているのに対し、第15条は、虚偽広告該当性を判断する際の考慮要素を定めている。後者については、当該要素のみで直ちに虚偽広告と認定されるものではなく、他の証拠と併せて総合的に評価されることとなる。それぞれの概要は以下のとおりである。

区分	該当ケース（条文要点）
虚偽広告に直接該当する場合	<p>第14条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・架空・偽造又は検証できないデータ等を引証内容として使用 ・改ざん・一部引用・歪曲等により有利な内容を誇張し、又は不利な内容を隠蔽 ・引用した抄録・引用語が科学的常識と明らかに一致しない ・引用したデータ・結論等が修正されたのに広告内容を変更せず、消費者の判断に影響を与える ・その他、虚偽又は誤認させるものと認定すべき情形
虚偽広告該当性の判断要素	<p>第15条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引用元を説明できず、又は引用内容を照会できないこと ・実験室条件その他の特定条件下でのみ再現可能なデータであるにもかかわらず、その再現条件を明示していないこと

²⁰ https://www.toutiao.com/article/7640752734941807155/?&source=m_redirect&wid=1782103726254

²¹ 免責規定とは、「広告における絶対的表現に関する法施行指南」（「広告絶対化用語執法指南」）第6条第6項に基づき、一定の条件下で使用される絶対的表現について、消費者に誤認を与えず、かつ他の事業者を貶める結果が生じない場合には、広告法上の絶対的表現規制の適用を除外する例外規定をいう。

²² https://scjgj.fujian.gov.cn/zfxxgkzl/xxgkml/zdlyxxgk/ggjj/202503/t20250318_6784756.htm

区分	該当ケース（条文要点）
	<ul style="list-style-type: none"> ・試験対象サンプルのみに適用される検査データであるにもかかわらず、その旨を明示していないこと ・特定の地域、業界又は期間に限定される統計資料又は調査結果であるにもかかわらず、その適用範囲又は有効期間を明示していないこと ・第4条（検証データの引用要件）又は第5条（統計・調査の科学性）の要件を満たさず、科学性又は真実性を担保できないこと ・その他、総合的判断において考慮すべき事情

（4）広告事業者等の責任

本指南の特徴の一つは、引証内容に関する責任を広告主だけでなく、広告制作会社、広告媒体、調査会社、検査機関等にも及ぼしている点にある。

特に、従来は単なるデータ提供者と位置付けられていた調査会社や検査機関についても、そのデータや結論が広告に利用されることを認識していた、又は通常の注意を払えば認識し得たと認められる場合には、「広告業者」として扱われ、一定の審査義務を負うこととなる。

ルール	条文要点
広告業者としての認定基準	<p>第19条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・提供したデータや結論が広告に使用されることを知っていた、又は通常の注意を払えば知り得た場合には、「広告業者」として取り扱われる。 ・同一の依頼者から3回以上委託を受け、その成果物が広告に引用されている場合には、「知り得た」と推定される。
審査義務	<p>第20条</p> <p>広告業者は、引証内容について少なくとも以下の事項を確認しなければならない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出典が適切に明示されているか ・適用範囲及び有効期間が明示されているか ・広告の記載内容が元データ又は元資料と一致しているか <p>これらの要件を満たさない場合には、広告の制作又は掲載を行ってはならない。</p>

◆ 法定退職年齢超過労働者の基本的権益保障に関する暫定規定²³

人的資源社会保障部、国家衛生健康委員会、応急管理部、国家税務総局、国家医療保障局
2026年5月10日公布 2026年7月1日施行

1. はじめに

2026年5月10日、人的資源社会保障部、国家衛生健康委員会、応急管理部、国家税務総局及び国家医療保障局は、共同で「法定退職年齢超過労働者の基本的権益保障に関する暫定規定」（以下「本規定」という。）を公布し、2026年7月1日より施行することとした。

本規定は、中国において初めて、法定退職年齢を超えて就労する労働者（以下「超齡労働者」という。）の基本的権益保障について包括的に定めた部門規則であり、現行の労働法制における制度上の空白を補完するものとして注目される。

²³ 「超齡労働者基本权益保障暫行規定」

本規定は、2025年1月1日施行の「定年退職年齢の段階的引上げに関する弁法²⁴」（以下「定年年齢引上げ弁法」という。）第6条が定める「法定退職年齢を超える労働者を雇用する使用者は、労働報酬、休憩休暇、労働安全衛生、労働災害保障等の基本的権益を保障しなければならない」との原則を具体化するものである。

本規定は全24条で構成されており、以下ではその主要なポイントを紹介する。

2. 要点

(1) 本規定の適用範囲

本規定は、法定退職年齢を超えて就労する者及び適法に早期退職した後に再雇用された者を対象としている。具体的な適用対象は以下のとおりである。

区分	条文要点	実務上の取扱い
超齢労働者	第2条第1項 以下の要件を全て満たす者 ・法定退職年齢を超えていること ・使用者の労働管理を受けていること ・使用者の指示の下で有償労働に従事していること	「法定退職年齢」は定年年齢引上げ弁法に基づき段階的に引き上げられているため、本規定の適用対象となる年齢もこれに応じて変動する。
早期退職者	第2条第2項 以下の要件を全て満たす者 ・法令に従い早期退職していること ・退職後に使用者に再雇用されていること	例えば、定年年齢引上げ弁法第3条に基づき、自発的に早期退職を選択した後に再雇用された者が該当する ²⁵ 。

なお、本規定第23条によれば、関連規定に基づき定年退職年齢の延長が認められた者については²⁶、その延長期間中、本規定の適用対象とはならないとされている。この点、本規定の適用対象に関する規定に照らすと、当該延長期間中は通常の労働者として取り扱われ、「労働契約法」等の一般的な労働法令の適用を受けるものと考えられる。

(2) 超齢労働者に保障される基本的権益

本規定第5条第2項は、使用者は、超齢労働者に対し、労働報酬、休憩休暇、労働安全衛生、労災保障等の基本的権益を保障しなければならないと定めている。

これらの具体的な内容については、第9条から第15条において以下のとおり規定されている。

権利区分	条文要点
休憩休暇	第9条 ・国家の労働時間及び休暇に関する規定に基づき、労働時間及び休憩・休暇を合理的に設定しなければならない。 ・原則として超齢労働者に時間外労働を命じてはならない。

²⁴ 「关于渐进式延迟法定退休年龄的办法」

詳細については、<https://www.tmi.gr.jp/service/global/asia-pacific/2024/16221.html> を参照。

²⁵ 定年年齢引上げ弁法第3条は、年金保険の最低保険料納付期間を満たした労働者について、自らの意思により最長3年間の早期退職を選択できる制度を定めている。ただし、退職年齢は従来の法定退職年齢（女性労働者50歳又は55歳、男性労働者60歳）を下回ることはいできない。

²⁶ 定年年齢引上げ弁法第3条は、使用者と労働者の合意により、退職時期を最長3年間延期することができる旨を定めている。本文における「定年退職年齢の延長が認められた者」とは、当該規定に基づき退職時期を延期した労働者をいう。

権利区分	条文要点
	<ul style="list-style-type: none"> ・やむを得ず時間外労働を命じる場合には、「労働法」に定める労働時間の上限及び割増賃金に関する規定を遵守しなければならない²⁷。
労働報酬	<p>第10条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働報酬額（又は報酬算定基準）、支払周期、支払時期及び支払方法等を明確に定めなければならない。 <p>第11条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・正常な労働を提供した場合、その報酬は所在地の最低賃金基準を下回ってはならない。 <p>第12条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働報酬は通貨により支払わなければならない、現物又は有価証券による支払いは認められない。 ・少なくとも毎月1回、約定どおりに本人へ全額を支払わなければならない。 ・不当な賃金控除又は支払遅延を行ってはならない。
労働安全衛生	<p>第13条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・超齢労働者の身体状況に応じて適切な職種及び労働強度を設定しなければならない。 ・心身の健康を害するおそれのある業務又は危険作業に従事させてはならない。 <p>第14条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安全生産及び職業衛生に関する教育・研修を実施しなければならない。 ・労働災害及び職業病の予防措置を講じなければならない。
労災保障	<p>第15条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・使用者は超齢労働者について労災保険に加入し、保険料を納付しなければならない。 ・労働者個人による保険料負担は不要である。 ・労災が発生した場合には、労災認定及び労働能力鑑定を経て、法令に基づく労災保険給付を受けることができる。

(3) 社会保険についての考え方

超齢労働者については、労災保険のみが加入義務の対象となる（第15条、前述参照）。一方、基本養老保険及び基本医療保険については、本人の選択を前提として、本規定において以下のとおり定められている。

区分	条文要点
基本養老保険	<p>第16条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既に基本養老保険待遇を受給している場合：就労継続によっても待遇は変更されない。 ・未受給で継続加入を希望する場合：個人として継続納付できるほか、使用者との合意により、使用者が保険料を納付することもできる。
基本医療保険	<p>第17条</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既に退職者医療保険待遇を受給している場合：就労継続によっても待遇は変更されない。

²⁷「労働法」の関連規定とは、時間外労働の上限を定める第41条及び第42条並びに割増賃金の支払基準を定める第44条を指す。具体的には、時間外労働は原則として1日1時間以内（特別な事情がある場合でも1日3時間以内かつ月36時間以内）とされ、時間外労働、休日労働及び法定休日労働については、それぞれ通常賃金の150%以上、200%以上及び300%以上の割増賃金の支払いが必要とされる。

区分	条文要点
	<p>・未受給で継続加入を希望する場合：個人として継続納付できるほか、使用者との合意により、使用者が保険料を納付することもできる。</p>

(4) 救済措置

本規定第 19 条によれば、労働報酬、休憩休暇、労働安全衛生及び労災保障に関する紛争については、「中華人民共和国労働争議調解仲裁法²⁸」が適用されるため、原則として労働仲裁を経た後でなければ人民法院に訴訟を提起することができない。一方、その他の紛争については、当事者は労働仲裁を経ることなく、直接人民法院に訴訟を提起することができる。

執筆担当：李 浚

²⁸ 「中華人民共和国労働争議調解仲裁法」

II. 中国法務の現場より

◆ AI ツール豆包（ドウバオ / Dòubāo）が6月下旬から有料化

TikTok の運営元として知られる ByteDance 社が開発した AI チャットツール豆包（ドウバオ / Dòubāo）は、中国国内で急速に普及し、月間アクティブユーザーは 6000 万人以上と、その勢いは ChatGPT を超えるとも言われている。日本でも豆包のグローバル版「Cici」が利用できるようである。

5 月 4 日、豆包の App Store 掲載ページに有料プランに関する告知が掲出された。告知によると、プロフェッショナルユーザーへのサービス向上を目的とし、無料版に加え、各種追加機能を備えた有料プランを新たに提供することである。このニュースはすぐに百度の人気トレンド入りし、話題指数は 704 万を超えた。これは、この 2 年間、一般ユーザーがほぼ費用をかけずに高性能な AI ツールを利用できた時代が終わりを迎えつつあることを意味している。

AI ツールの有料化は豆包だけの動きではない。これまでに OpenAI の ChatGPT Plus、Anthropic の Claude Pro は既にサブスクリプション制を導入している。国内最大級の利用者数を誇る AI アシスタントの一つである豆包の有料化は、中国の大規模言語モデル業界が「無料によるユーザー獲得」の段階から、「商業収益化」の段階へ本格的に移行したことを意味すると言われている。

豆包有料化の背景には、世界中の AI 業界が共通して抱える「難題」が存在する。演算リソースのコストが指数関数的に高騰する中、誰が AI の利用料を負担するのか。大規模言語モデルは利用者が増えるほど、運用コストも膨らむのである。

火山エンジンが 2026 年 3 月に公表した情報によると、豆包の大規模言語モデルにおける 1 日あたりのトークン利用量は 120 兆を突破し、2024 年 5 月のリリース時と比較して実に 1000 倍に増加した。月間アクティブユーザー数は 3 億 4500 万人に達し、豆包は国内純 AI アプリのトップを堅持している。一方で莫大なコストがのしかかり、一般ユーザー向けサービスからはほとんど収益を得られていない状況である。

これはモバイルインターネット時代の商業ロジックとは根本的に異なる。従来は利用者数が広告収入に直結し、ユーザーが記事を閲覧したり動画を視聴したりするたびに広告枠が増える仕組みなので、利用者が多ければ多いほど利益も拡大した。しかし AI 時代においては、大規模モデルのアクティブユーザーが一人増えるごとに、演算費用が上乘せされる。一つの会話が行われるたびに、GPU による推論処理、モデル演算、データ呼び出しといった実際のコンピューティングリソースが消費される。さらに厄介なのは、AI 製品と広告の間に本質的な相性の悪さがある点である。AI への広告導入には適切な手法が見出しにくく、少し手を誤ればユーザーから迷惑な広告と認識されてしまうと分析された。また、ユーザーの行動は単なる閲覧ではなく、タスクの実行依頼であることもネックとなる。報告書作成、データ分析、PPT 制作といった用途に広告を挿入するのは極めて困難である。従来のインターネット広告モデルは、利用者を一人追加してもコストがほぼ増加せず、膨大なユーザーを対象に広告で利益を生み出す仕組みであるが、AI 製品には限界費用が常に発生し、利用量に比例してコストが直線的に増加する。広告収入は表示回数に応じて増えるのに対し、大規模モデルの運用コストは推論処理量に伴って高騰し、現在ではコストの増加ペースが収入

を上回り、広告費用が広告収入を超えるケースも出てきている。豆包の有料化は、本質的に AI 事業において広告に依存しない新たな収益回復の道を探る取り組みと言える。豆包が公表した料金プランは、次の通りである。

基礎版：継続的に無料で使用できる。日常的なニーズを満たせる。
スタンダード版：自動更新月額 68 元（自動更新年額 688 元）
強化版：自動更新月額 200 元（自動更新年額 2048 元）
プロ版：自動更新月額 500 元（自動更新年額 5088 元）

現時点で DeepSeek、通義千問、元宝、文心一言はいずれも無料で利用できる。アリババの通義千問に至っては、ユーザー誘致のため補助金を出してタピオカドリンクをプレゼントするキャンペーンまで実施し、完全無料で提供している。しかし国内外を問わず、豆包が有料化に踏み切った最初の AI ではない。ネット報道によれば、国内では 2023 年 11 月 1 日、百度が文心一言プロフェッショナル版を正式リリースした時点で、AI の商業化実験がスタートしていた。料金は月額 59.9 元で、継続課金の場合は 2 割引の月額 49.9 元となっていた。だがこの施策は当時大きな話題にはならず、その後百度文心一言は豆包との競争を意識し、無料版を主力に展開し続けた。海外のコンシューマー向け AI はさらに早く有料プランを導入している。ChatGPT の Plus サブスクリプションプランは 2023 年初頭にサービスを開始し、現在月額 20 米ドル。Pro プランは月額 200 米ドルに加え、今年 4 月に新たに月額 100 米ドルのプランが追加された。Claude にも Pro と Max の 2 段階の有料プランが設けられており、Pro は月額 20 米ドル、Max は月額 100 米ドルで、Max は通常の 5 倍～20 倍の利用枠が特徴。さらに上位プランとして月額 200 米ドルのプランも用意されている。また Gemini Advanced のサブスク料金は月額 19.99 米ドルとなっている。

AI ツール有料化の原因は、常時提供する推論処理に日々膨大なトークンが消費されることにある。トークンは本質的に一種の資源であり、石油との最大の相違点は「再生可能」であることだが、価格の決め方は石油と同じく需給法則に従う。AI の性能が優れているほど評判が広まり、利用者が増加し、利用頻度も高まる。利用者が多くなればなるほどトークン消費量は膨らみ、需給逼迫が進むにつれてトークンの単価は上昇する。

トークンのコストが上昇した場合、AI 製品には二つの対応策が存在する。一つは SeeDance のような手法で、リリース初期は性能が良好だが利用者が増えるにつれ、後から参入したユーザーは同じ料金で入手できるトークン量が減少し、生成回数に制限がかかり出力クオリティも低下し、「AI がだんだん使いにくくなる」状態になる。もう一つは AI の商業化を模索し、トークンコストをユーザー又は第三者に負担させる方式である。例えば AI の生成結果に広告を挿入し、間接的に費用を調達する「第三者負担型」、あるいは AI 自体に利用料金を課金しユーザーに直接負担してもらう「利用者負担型」が挙げられる。

資金力に余裕のある巨大企業であるバイトダンスでさえ、システムが無制限の無料利用を支え続けることは不可能だという現実に直面せざるを得ない。そのため商業化は避けられない流れである。豆包の有料化は、ユーザーにトークンコストの一部を負担してもらう方針を採用した。ユーザー側としては今後、各種 AI ツールの長所・短所を分析、費用と機能を比較した上で、自身に適したものを選定する必要があると思われる。

執筆担当：呉 秀穎

III. 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/判例	今月の中国関連ブログ記事/ 連載・コラム
2026 年 5 月号	<ul style="list-style-type: none"> 最高人民法院、最高人民検察院による汚職賄賂刑事事件の処理における法律適用の若干問題に関する解釈 最高人民法院による知的財産権侵害民事紛争事件の審理における懲罰的損害賠償の適用に関する解釈 	<ul style="list-style-type: none"> 流砂の歩き方を学ぶ (2)
2026 年 4 月号	<ul style="list-style-type: none"> 反外国不当域外管轄条例 人工知能擬人化インタラクティブサービス管理暫定弁法 	<ul style="list-style-type: none"> 「小規模個人情報取扱者の個人情報保護に関する簡略措置規定 (意見募集稿)」の公表と実務上の留意点 中国の人型ロボットの衝撃と変化する法務対応
2026 年 3 月号	<ul style="list-style-type: none"> 営業秘密保護規定 インターネットプラットフォームに関する独占禁止コンプライアンス指針 	<ul style="list-style-type: none"> 厳しい時代にこそ明るい展望を目指して
2026 年 2 月号	<ul style="list-style-type: none"> インターネットアプリケーションにおける個人情報の収集及び使用に関する規定 (意見募集稿) 自動車データの越境移転に関するセキュリティガイドライン (2026 年版) 	<ul style="list-style-type: none"> EU が中国の禁訴令を WTO 提訴している事案の進展 (MPIA による上訴仲裁判断) 【緊急解説】中国による日本企業の輸出管理規制リストへの追加と実務対応 中国ビジネス、風を読む
2026 年 1 月号	<ul style="list-style-type: none"> 外商投資奨励産業目録 (2025 年版) 対外貿易法 (2025 年改正) 	<ul style="list-style-type: none"> 商標法の改正案について 中国のビジネス環境は改善している
2025 年 12 月号	<ul style="list-style-type: none"> 広告引証内容執行ガイドライン (意見募集稿) 自動車業界価格行為コンプライアンスガイドライン (意見募集稿) 	<ul style="list-style-type: none"> 【TMI 拠点紹介ブログ Vol.3】日本企業及び中国企業の双方にとって、相談しやすい窓口へー上海オフィスー 日中関係のビジネス現場における直近の動向
2025 年 11 月号	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報越境移転認証弁法 改正法 電子商取引プラットフォームによる商標侵害事件の調査協力に関する規定 (意見募集稿) 	<ul style="list-style-type: none"> 中国企業の海外進出動向

号数	紹介法令/判例	今月の中国関連ブログ記事/ 連載・コラム
<u>2025年10月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 企業が競争回避義務を実施するためのコンプライアンスガイドンス サイバーセキュリティ事件報告管理弁法 電子印章管理弁法 	<ul style="list-style-type: none"> 中国データ実務におけるセンシティブ個人情報への関心の高まり
<u>2025年9月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 会社登記強制抹消制度実施弁法 仲裁法（2025年改正） 企業破産法改正案（意見募集稿） 	<ul style="list-style-type: none"> 中国商標審査の最新状況
<u>2025年8月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 最高人民法院による労働紛争事件の審理における法律適用問題に関する 解釈（二） ネットワーク情報部門による行政処罰裁量権基準の適用に関する規定 サイバーセキュリティ標準実践ガイドラインにおけるQRコード注文に関する個人情報保護要求（意見募集稿） 	<ul style="list-style-type: none"> 労働紛争に関する随想
<u>2025年7月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 未成年者の心身の健康に影響を与える可能性のあるインターネット情報 分類方法（意見募集稿） 反不正競争法 	<ul style="list-style-type: none"> 訪日外客の構成に思うこと
<u>2025年6月号</u>	<ul style="list-style-type: none"> 医療広告監督管理ガイドライン ライブコマース監督管理弁法（意見募集稿） 	<ul style="list-style-type: none"> EUが中国の禁訴令をWTO提訴している事案の進展 中国個人情報保護コンプライアンス監査弁法と関連法令の整理 ラブブの背景にある中国のグッズ経済

編集・発行

TMI 総合法律事務所

発行日

2026年6月30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/広島/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/ブリュッセル/ジャカルタ/クアラルンプール※

現地デスク

フィリピン/ブラジル/メキシコ/ケニア/シドニー

※ジャカルタ及びクアラルンプールは現地法律事務所との提携による