

## Q&amp;A

中国ビジネス Q&amp;A

## 国際フランチャイズに関する注意点

フランチャイズ経営とは、登録商標、企業マーク、特許、特別の技術などの経営資源を有する企業が、契約の形でその有する経営資源をその他の事業者へ使用を許可し、フランチャイジーは契約の約定に基づき、統一された経営パターンの下で事業を展開し、フランチャイザーへフランチャイズ費用を支払う経営活動を指す。フランチャイズ経営は、ホテルやレストランなどの大手ブランドが海外事業を展開するための一つの手段であり、グローバル企業に注目されている。本文は、中国国務院より公布された「商業フランチャイズ経営管理条例」（以下、「条例」という）および中国商務部より公布された「商業フランチャイズ経営届出管理弁法」（以下、「弁法」という）などの関連規定に基づき、国際フランチャイズ経営に関する問題につき分析する。

**Q** 海外企業は中国国内でフランチャイズ経営活動を展開することができるのか？

**A** 「条例」第三条第二項では、企業がフランチャイザーとしてフランチャイズ活動に従事することができる」と規定している。そこでは国内企業であるか、あるいは海外企業であるかを明確に区分していない。また、「国外フランチャイザーが中国国内においてフランチャイズ経営活動に従事する際、本弁法を適用する」という「弁法」第十八条の内容から見ても、海外企業は、中国の関連法令を遵守した上でフランチャイズ経営契約を通じて、中国国内におけるフランチャイズ活動を展開することができる」と考えられる。

**Q** どのように「条例」所定の「二店舗一年」を認定するのか？

**A** 「条例」の第七条第二項の規定によれば、フランチャイザーは少なくとも2店舗以上の直営店があり、かつ経営期間は1年を超過していなければならないとしている。これは、「二店舗一年」と略称される。「二店舗一年」はフランチャイズ経営活動を展開する上で必要な要件であり、この要件を設定する目的は、フランチャイザーがフランチャイズ経営活動を展開する際、既に成熟した経営パターンを有し、かつフランチャイジーに経営指導、業務トレーニング、技術サポート等のサービスを継続的に提供できる能力を備えていることを証明するためであると考えられる。

直営店とは、フランチャイザーが所有する店舗を指し、その業務はフランチャイザーが従事するフランチャイズ経営業務と同じ性質、同じブランドであり、かつ同じ体系に属していることが必要である。「直営店」の場合は、国内外の店舗を問わないが、いずれも1年以上の経営期間が必要である。ここでいう「所有」とは、全額出資の店舗のほか、持ち株経営による店舗

も含まれる。したがって、フランチャイザーのグループ会社（例えば子会社）の直営店が、フランチャイザーと同じブランドを利用し、同じ業務を運営する場合は、フランチャイザーが所有する直営店と見なすことができると考えられる。

**Q** フランチャイズ経営を展開するため、許可を取得しなければならない商品またはサービスは？

**A** 「条例」第八条第三項の規定によれば、フランチャイズ経営の商品やサービスには、法に基づき経営批准を必要とされる場合があり、その場合はフランチャイザーはさらに関連文書を提出しなければならない。「国務院が保留すべき行政審査項目に対し行政許可を設定する決定」によると、法に基づき許可を必要とする商品やサービスとは、自動車、新聞雑誌、薬品、農薬、原油、製品油、オーディオ製品、食糧、植物油、砂糖、タバコ、綿花などの商品または教育、医療、質屋、テレビ番組のインターネット配信などのサービスである。従って、上記の商品やサービスを運営する場合は、関連行政部門からの行政許可および承認書類を取得しなければならない。

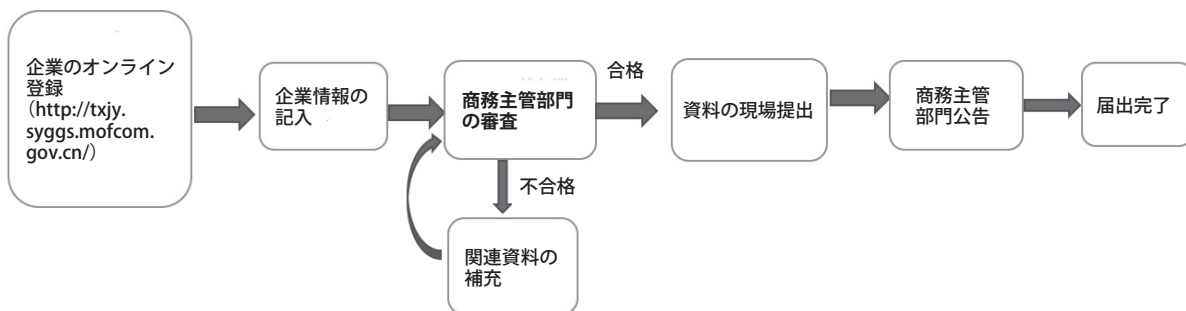
**Q** フランチャイズ経営にはどんな種類があるのか？

**A** 「条例」および関連政策によると、フランチャイズ経営には、主として単体フランチャイズ、二級フランチャイズ、代理フランチャイズといった種類がある。この中で、二級フランチャイズおよび代理フランチャイズが国際フランチャイズを展開する主な方式である。

単体フランチャイズとは、フランチャイザーが、フランチャイジーに対し、特定の場所に加盟店を開設する権利を付与することである。フランチャイザーが直

北京市中倫弁護士事務所  
パートナー弁護士 宋成哲

図1 フランチャイズ経営の届け出の手続き



接し、フランチャイジーとフランチャイズ契約を締結し、フランチャイジーより店舗の運営に参加するのがフランチャイズ経営である。

二級フランチャイズは、サブフランチャイズとも呼ばれる。フランチャイザーとフランチャイジー（サブフランチャイザーとも呼ばれる）がライセンス契約を締結し、さらにサブフランチャイザーとサブフランチャイジーがサブフランチャイズ契約を締結することで、サブフランチャイザーがフランチャイザーの役割を果たすという経営である。二級フランチャイズは、フランチャイザーが各フランチャイジーを管理する任務も相応の経済的負担もなく、サブフランチャイザーが現地市場の特徴によりフランチャイズシステムを改善することもできるため、国際フランチャイズ経営活動によく利用されている。

代理フランチャイズとは、フランチャイズ代理店がフランチャイザーの許可を得て、フランチャイジーを募集するという経営である。代理店はフランチャイザーのコンサルタントとして、フランチャイザーに代わってフランチャイジーを募集し、それらに対して指導、訓練、相談、監督およびサポートを提供する。この経営方法では、代理店と締結する契約はあくまでも代理契約であるため、フランチャイザーが代理店の行為に対し対外責任を負うことが一般的である。

**Q** 国際フランチャイズ経営に関する届け出の手続きは？

**A** 「条例」第八条の規定によれば、フランチャイザーが中国国内においてフランチャイズ経営活動に従事する場合、商務主管部門へ届け出なければならないとしている。省、自治区、直轄市の範囲内で

フランチャイズ経営活動に従事する場合、所在地の省、自治区、直轄市の人民政府商務主管部門に届け出なければならない。また、省、自治区、直轄市を跨ぎフランチャイズ経営活動に従事する場合は、國務院商務主管部門へ届け出なければならないとされる。従って、国際フランチャイズは、國務院商務主管部門へ届け出を行う必要があることになる。ここで、届け出の手続きを図1にて簡単に紹介する。

**Q** 知的財産権の保護についての注意点は？

**A** フランチャイザーがフランチャイズ経営活動に使用する経営資源は、中国で登録されている経営資源または中国が加入する国際条約に基づいて承認を得た経営資源でなければ、有効な経営資源として商務主管部門へ届け出ることができない。そのため海外企業が中国市場に進出する前には、知的財産権保護の地域性の問題を考慮に入れながら、中国での商標登録、特許出願、著作権登録などの知的財産権の保護活動を行う必要がある。

商標は、フランチャイズ経営活動において最も多く拠出する経営資源である。そして多くの海外企業が提出する商標は、世界知的所有権機関の国際局に登録した国際登録商標である。中国は「商標国際登録マドリッド協定」に加入しているが、国際登録商標が自動的に中国で保護されるというわけではないため、商標権利者が中国国家商標局に商標登録証明または商標ファイルの発行を申請する必要がある。商務主管部門へ届け出ることを考えても、国際局が交付した国際商標登録証ではなく、中国国家商標局から交付されたこの2つの書類を提出する必要がある。