

2026.10.01

GRC トピックス <2026 年度第 2 号>

本誌では、G（ガバナンス）・R（リスク）・C（コンプライアンス）に関する国内・海外の最近の重要なトピックスを、四半期に 1 回の頻度でお届けします。

今月のトピックス

<海外危機管理>

○中国商標法改正のポイント

（参考情報：2026 年 6 月 26 日付 中国国家知識産権局 HP：「中華人民共和国商標法（2026 年改訂）」：https://www.cnipa.gov.cn/art/2026/6/26/art_3686_206940.html）

2026 年 6 月 26 日、中国における商標の登録、使用・保護等に関する基本的なルールを定めた「中華人民共和国商標法」が可決された。1983 年の施行以来、初めての全面改正であり、2027 年 1 月 1 日から施行される。

今回の見直しの背景には、他社の商標を先取りする目的での出願（悪意出願）や大量出願の増加、インターネット上での商標使用の広がり等により商標の審査・登録・管理における実務上の混乱や、権利の形骸化、不使用商標の増加等の問題が生じていたことがある。改正後は、商標を登録するだけでなく、実際に使用し、適切に管理することがより重要となる。

改正法では、商標の範囲が明確化されるとともに、悪意出願や不使用商標への規制などが強化される。主な改正のポイントは以下のとおり。

改正法のポイント	内容	該当条文
① 商標の定義・使用の範囲明確化	EC サイト、SNS、Web 広告などの使用も商標使用に含まれることを明文化	第 2 条
② 悪意出願の規制強化	使用目的がなく、かつ、通常の生産・経営上の必要性を明らかに超える出願を拒否 【制裁内容】 警告、10 万元以下の罰金	第 19 条
③ 先使用商標・先行権益の保護	他人の既存権益を害する出願を禁止 契約関係等を利用した抜け駆け登録も規制	第 22 条 第 24 条
④ 異議申立期間の短縮	公告後の異議申立期間が 3 か月から 2 か月へ短縮	第 36 条
⑤ 不使用商標の職権取消	正当な理由なく 3 年間不使用の登録商標を行政が職権で取消可能 【制裁内容】 是正命令、5 万元以下の罰金、取消	第 57 条
⑥ 無断変更・誤導的使用の規制	登録商標、名義、住所などを無断変更した場合や、公衆を誤認させる使用を規制 【制裁内容】 是正命令、最大 25 万元の罰金、場合により取消	第 56 条 第 57 条
⑦ 証拠収集権限の強化	行政機関が帳簿、電子データ等を閲覧・複製可能	第 76 条

出典：中国国家知識産権局「《中華人民共和国商標法》改正の主な内容」、「中華人民共和国商標法（2026 年改訂）」を基に当社にて作成

本改正により、悪意出願への規制が強化されたことで、企業にとってはブランド防衛の実効性向上が期待される。

一方で、正当な理由なく 3 年以上使用していない登録商標は、取消の対象となり得るほか、名義・住所の変更漏れがある場合も権利維持の面で注意が必要である。加えて、EC サイト、SNS、Web 広告等での使用も商標使用に含まれることから、オンライン上での使用実態を示す証拠の保存もより重要となる。

こうした点を踏まえ、中国市場で事業を展開する日本企業においては、改正法の内容や今後の運用状況を注視しながら、商標の保有・管理状況の棚卸、使用実態の確認、証拠資料の保全、契約関係の見直しを行うことが望ましい。

<コンプライアンス>

○「デジタル取引・特定商取引法等検討会」中間取りまとめを踏まえた企業対応

（参考情報：2026 年 9 月 10 日付 消費者庁 HP：

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/meeting_materials/review_meeting_05/assets/consumer_transaction_cms101_260910_01.pdf）

2026 年 9 月 10 日、消費者庁の「デジタル取引・特定商取引法等検討会」は、インターネット取引や訪問販売等における消費者トラブルの増加を踏まえた規制等の対応の方向性を示した中間取りまとめを公表した。本取りまとめでは、消費者の利便性や健全な事業者の創意工夫を不当に阻害しないことに配慮しつつ、消費者の自律的な意思決定を妨げる悪質な勧誘、広告表示、ユーザーインターフェース（以下、「UI」という。）設計等への対応強化、および規制に違反した場合の行政指導や行政処分が検討されている。

<中間取りまとめの主要論点と主な検討内容>

論点	主な検討内容
SNS チャット等、特に勧誘的性質の強い取引への対応	➤ 販売業者名、勧誘者名、商品等および販売目的の事前明示の義務化 ➤ 不実告知、重要事実の不告知、威迫・困惑行為、拒絶後の再勧誘の禁止 ➤ 契約内容誤認時の取消権、過量販売該当の場合の解除権の付与など
ダークパターン*を含む広告・UI への対応	➤ 販売条件や役務の提供条件について誤認を招くなどで、消費者の意に反した申し込みをさせようとする表示・UI の規制導入 ➤ 広告であることが判別しにくい表示の禁止、または広告であることの明示の義務化 など
インターネット取引における契約・解約場面での対応	➤ 消費者が取引条件を誤認しないよう、最終確認画面における表示義務の範囲の明確化、電子書面等の交付による取引条件の明確化 ➤ 返品特約のみを理由とした返品拒絶、解約手続き妨害の規制導入 など
インターネット取引以外の特定期商取引への対応	➤ 無料点検を名目に屋根・床下・給湯器などを点検し、不安をあおって不要な高額工事を契約させる「点検商法」、日常の「緊急トラブ

	ル」を口実に高額請求する「レスキュー商法」などについて、新たに違法行為と位置づけ行政処分の対象化 ➤ 商品・役務契約後に紹介料・マージン等の特定利益を示す「後出しマルチ」について、連鎖販売取引規制（誇大広告の禁止や20日以内のクーリングオフなど）の対象とすることの明確化 など
プラットフォーム事業者との連携と法執行の強化	➤ 行政処分を受けた販売業者等の誇大広告に関する、広告・SNS・取引プラットフォームへの削除等要請制度の整備 ➤ 広告表示および相談情報等の収集・分析・検知における AI 活用 ➤ インターネット上の不当勧誘の早期差止めのため、適格消費者団体へ差止請求の権限付与 など

出典：消費者庁「デジタル取引・特定商取引法等検討会」中間取りまとめを基にインターリスク総研作成

中間取りまとめは制度化前の段階であるが、企業は、示された論点を自社事業に照らして整理し、現時点で実施可能な改善に着手すべきである。特に消費者向け企業は、法改正を待たず、広告表示、UI/UX、勧誘手法、契約手続き、解約条件および導線等を点検し、顧客体験全体を通じて、消費者に誤認や不利益を生じさせる要素がないか確認することが望ましい。

また、自社商品の販売委託等がある場合は、委託先・代理店・販売プラットフォーム等による不適切な表示・勧誘が、委託元企業の信用やブランド価値の毀損につながり得る。そのため、企業は、委託先等を含む販売・勧誘体制の全体像を把握し、各事業者の役割、顧客接点、広告・勧誘の実態、苦情の発生状況等を確認したうえで、リスクに応じた管理・監督を行う必要がある。

* ダークパターン

消費者を誘導・欺き・強要・操作して、消費者にとって最善とは限らない選択をさせる表示や UI のこと

<コンプライアンス>

○個人情報保護法改正、違反時のペナルティ強化へ

(参考情報：2026 年 7 月 17 日付 個人情報保護委員会 HP：

<https://www.ppc.go.jp/news/press/2026/260717/>)

7 月 10 日の国会において可決・成立した「個人情報の保護に関する法律等の一部を改正する法律」が、7 月 17 日に公布された。

今回の改正は、昨今のデータ活用の急拡大に伴い、名簿流通や生体情報取得など、漏えい被害発生時の深刻度が高い領域が拡大していることを受けたものである。特に注目すべき点は、課徴金制度が導入され、罰則が強化・新設されるなど、違反に対するペナルティが強化されていることである。

課徴金制度については、違法な第三者提供や不正取得データを基に利益を得た場合、その違法利益の相当額（10 年以内の再発の場合は、1.5 倍の額）の納付が命じられる。また、行政調査前の自主申告により 50%減額される。

罰則についても、詐欺的手法等による不正取得に「2 年以下の拘禁刑または 100 万円以下の罰金」が新設され、法人の業務に関する悪質な不正提供等に対しては法人重科として最大 1 億円の罰金が科される。

改正法は 2028 年の施行が予定されているため、企業においては、2027 年秋ごろに公表予定の各種ガイドラインも参考にしつつ準備を進めることが期待される。特に、個人情報に関する違法行為が財務リスクに直接つながることから、企業においてもデータ取得経路の管理や事案発覚時の報告・対応体制などを含めた管理体制全体の見直しが求められる。

Q&A（全社リスク管理）

Question

リスクアセスメントに取り組んでいます、その結果が自社の実態を正しく反映したものか、リスクアセスメントの質に関する課題を感じています。より実態に即し、経営の意思決定にも活用できるリスクアセスメントにするためには、どのように見直せばよいでしょうか。

Answer

リスクアセスメントの質を高めるためには、①現場のリスク実態、②経営のリスク認識、③外部による第三者リスク評価という三つの視点から情報を収集し、それらを比較・検討することが有効です。以下で、三つの視点を解説します。

**1. リスクアセスメントの質を高める三つの視点****(1) 現場のリスク実態を把握する**

第一の視点は、コーポレート部門や現業部門へのアンケート・ヒアリングを通じて、現場のリスク実態を把握することです。具体的には、各部署がどのようなリスクを認識しているか、どのような事象を懸念しているか、既存の対策がどの程度実施・定着しているかなどを確認します。必要に応じて、アンケートだけで終わらず、回答の背景や評価理由をヒアリングで深掘りすることも重要です。

この視点の意義は、リスクが業務の現場でどのように現れているかを把握できる点にあります。例えば、同じ「人材不足」というリスクでも、ある部署では採用難、別の部署では熟練者の退職や業務の属人化が課題となっている場合があります。全社の重要リスクとして、「人材不足」が特定されたとしても、こうした実態を把握し、各組織それぞれの課題に応じた対応がなければ、適切な対策につながりません。

一方で、現場の回答には、直近の出来事や日常的な負担が強く反映されやすい傾向にあり、そ

の結果に引きずられて、重要リスクとして選定されてしまうことがあります。そのため、現場の評価をそのまま全社の重要度とするのではなく、他の視点と照らし合わせる必要があります。

(2) 経営のリスク認識を把握する

第二の視点は、経営層に対するヒアリングを通じて、経営の認識を把握することです。ヒアリングでは、各リスクについて経営層がどの程度重要と認識しているか、現行の対策は十分と考えているか、中期経営計画や成長戦略の達成を阻害し得る要因は何か、といった点を確認します。

この視点の意義は、リスクアセスメントを経営目標の達成に向けた議論へとつなげられることにあります。重要リスクとは、必ずしも発生可能性が高いリスクだけではありません。発生可能性が相対的に低くても、顕在化した場合に事業継続、企業価値、社会的信用などへ重大な影響を及ぼすリスクは、経営として優先的に備える必要があります。

また、経営層と現場とでリスクの大きさの認識に差がある場合、その差を曖昧にせず、なぜ異なるのかを確認することが重要です。現場の実態が経営層に十分伝わっていないのか、現場に経営上の優先課題が浸透していないのかによって、取るべき対応は異なります。

(3) 外部による第三者リスク評価を加える

第三の視点は、外部コンサルタント等の第三者の知見を踏まえて、当該企業にとってのリスクを捉え直すことです。このような第三者においては、企業のホームページや有価証券報告書等の開示情報、事業内容、パーパス、中期経営計画、業界動向、マクロ環境、近年顕在化しているリスクトレンドなどを踏まえ、当該企業にとって想定すべきリスクを洗い出します。そのうえで、一定の評価基準に基づき、影響度や発生可能性を評価します。

この視点の意義は、社内でのみの活動では見落としがちなリスクを、第三者の知見・経験・ノウハウや外部環境の変化も踏まえて検討できる点にあります。例えば、他社で発生した事故や不祥事、法改正、社会の価値観の変化、業界における新たな事業モデルや技術の普及などを踏まえることで、自社ではまだ問題として認識されていないリスクを検討できます。また、社内に十分な専門性がない領域について、外部の知見を活用することもできます。

ただし、第三者によるリスク評価が自社にとって正しいとは限りません。本評価は、社内の評価と比較し、見落としや認識の違いを検討するための材料として活用することが重要です。最終的には、現場・経営層への確認を通じて、自社に当てはまるかどうかを検証する必要があります。

2. 三つの視点を比較し、重要リスクの説明力を高める

三つの視点から得られた情報を比較・検討すると、評価が一致するリスクと、評価が異なるリスクが見えてきます。一致して高く評価されたリスクは、重要リスクの有力候補となります。一方、評価が分かれたリスクは、直ちに除外するのではなく、認識の差が生じた背景を分析すべき対象になります。例えば、リスクの重要度、顕在化する可能性、既存対策の有効性などについて、現場、経営層、第三者の間で評価の根拠が異なっている可能性があります。こういった場合、リスク管理所管部署は、三つの視点から得られた結果を単純に平均化するのではなく、「誰が、どのような根拠で、なぜその評価をしたのか」を整理し、リスク管理委員会や経営会議で議論できる形にすることが求められます。そのような対応をすることで、重要リスクの選定理由や優先順位づけの合理性・妥当性を示すことができるようになります。

三つの視点からリスクを評価することは、作業を増やすためのものではありません。現場の実態、経営の問題意識、第三者の視点を比較・検討し、自社にとって本当に優先すべきリスクを見極めるための取り組みです。評価結果の納得性と説明力を高め、実効性ある対策や経営判断につなげるために、三つの視点を組み合わせたリスクアセスメントを実践していきましょう。

Question

2026年7月に、コーポレートガバナンス・コードが改訂されましたが、企業の全社リスク管理について、どのような変更が行われたのでしょうか。また、変更内容を踏まえ、どのような対応を行うべきでしょうか。

Answer

今回、5年ぶりに改訂されたコーポレートガバナンス・コードでは、中長期的な企業価値向上に向けた本格的な取り組みに注力できるよう後押しする観点から、内容が再構成されており、全社リスク管理についても、あらためてその重要性が示されています。

以下、本改訂の大きな特徴であるコードの「プリンシプル化」・「スリム化」や、全社リスク管理に関連する記載箇所にかかる変更内容を示したうえで、コードの趣旨を踏まえて全社リスク管理上の対応ポイントを解説します。

1.コードの「プリンシプル化」・「スリム化」

今回の改訂では、企業の実質的な対応を促すための「プリンシプル化」・「スリム化」が行われていることが大きな特徴です。

具体的には、コーポレートガバナンス・コードの構成が大きく変更されました。改訂前は、5個の基本原則、31個の原則、47個の補充原則から構成され、そのすべてが、コンプライ・オア・エクスプレイン（原則を実施するか、実施しない理由を説明する）の対象となっていました。今回の改訂では、補充原則が廃止され、4個の基本原則、26個の原則に再整理されました。また、一部の原則には、各原則の背景となる考え方や目的、当該原則を履行するためのベストプラクティス等を説明する「解釈指針」が新たに設けられました（コンプライ・オア・エクスプレインの対象外）。改訂前の補充原則のうち、ガバナンスの中核となる箇所は原則に格上げされる一方、それ以外の内容については、解釈指針への移行、あるいは、コード内の他の箇所や法令等との重複がある箇所の削除が行われています。

今回の改訂では、コード策定時のプリンシプルベースの精神に立ち返り、原則を抽象的かつ概念的なものに限定することで、形式的な記載・文言にとらわれた対応に終始することを避け、企業の実質的な対応を促すことを狙いとしています。企業においては、あらためて基本原則・原則の趣旨・精神を理解したうえで、自社の個別事情に照らした判断・対応が求められます。

2.全社リスク管理に関連する変更を踏まえた対応のポイント

全社リスク管理については、改訂後の原則4.4およびその解釈指針に、取締役会の役割・責務が記載されています。

その内容は以下のとおりです。

【原則4-4. 取締役会の役割・責務Ⅲ：経営陣・取締役に対する実効的な監督②】

取締役会は、内部統制や全社リスク管理体制を適切に整備すべきである。

解釈指針

内部統制や先を見越した全社リスク管理は、適切なコンプライアンスの確保により持続的に信頼を維持し、リスクを最小化するために重要であるのみならず、経営陣が果敢にリスクテイクを行うための裏付けとなり得るものであるから、取締役会は、グループ全体を含めたこれらの体制を適切に構築するとともに、内部監査部門を活用しつつ、その運用状況を監督すべきである。サイバーセキュリティリスク、国際的な経済安全保障を巡る環境変化等の地政学的要因によるサプライチェーン途絶リスク及び技術等の情報流出リスクへの対応等も、収益機会にもつながり得るものとして、リスク管理体制を整備する際の考慮事項に含まれ得るとともに、そうしたリスクへの対応等が適切に行われるべきである。

出典：株式会社東京証券取引所「コーポレートガバナンス・コード」2026年7月

今回の改訂において、全社リスク管理に関連する記載箇所にかかる変更は、主に以下の2点です。

- (1) 内部統制および全社リスク管理体制の整備に関する原則の独立
- (2) 解釈指針における、サイバーセキュリティ等のリスクに関する記述の追加

以下では、それぞれの変更の内容について解説するとともに、コードの趣旨を踏まえた対応を行うためのポイントを説明します。

(1) 内部統制および全社リスク管理体制の整備に関する原則の独立

改訂前のコーポレートガバナンス・コードでは、取締役会の責務について定める原則4-3の(2)およびその補充原則において、内部統制や全社リスク管理体制の整備が求められていましたが、改訂後は、これが原則4-4として独立しました。

全社リスク管理体制の整備は、改訂前より取締役会の責務とされており、今回の改訂によって、企業実務に求められる対応が大きく変わるものではありません。もっとも、プリンシプル化・スリム化が図られた本改訂において、これが独立した原則とされたことは、取締役会による全社リスク管理体制の整備と適切な監督を実質的に行うことの重要性を、あらためて示したものと いえます。

本改訂で強調された取締役会の責任を適切に果たすには、リスク管理体制の運用状況の適切性を評価するために必要な情報を、リスク管理委員会やリスク管理所管部署から取締役会へ適切に報告する必要があります。取締役会への報告事項としては、たとえば、以下が挙げられます。

- ・ リスク管理年間活動計画、進捗状況
- ・ リスクアセスメントの結果
- ・ 重要リスクへの対応方針、進捗状況
- ・ 社内発生した事故・事件の内容、分析結果、件数推移

あらためて、取締役会への報告が適切なタイミングで行われているか、報告内容にリスク管理体制の運用状況を評価するにあたり十分な情報が含まれているかどうか、確認いただくことをお勧めします。

また、取締役会からの是正指示の有無にかかわらず、リスク管理体制の整備・運用状況について、定期的に課題の洗い出しや有効性の評価を実施し、必要に応じて改善を行うことも重要です。

コーポレートガバナンス・コードは、「攻めのガバナンス」の実現を目的としており、各原則は、

果断な意思決定やリスクテイクを伴う事業活動を後押しするものと位置付けられています。その精神を踏まえれば、全社リスク管理においても、「守りのガバナンス」の充足で満足せず、「攻めのガバナンス」に資するような体制・取り組みを志向していくことが求められているといえます。

(2) 解釈指針におけるサイバーセキュリティ等のリスクに関する記述の追加

原則 4-4 に関する解釈指針において、①サイバーセキュリティリスク、②国際的な経済安全保障を巡る環境変化等の地政学的要因によるサプライチェーン途絶リスク、③技術等の情報流出リスクへの対応が、リスク管理体制を整備する際の考慮事項に含まれるとともに、これらのリスクへの対応等が適切に行われるべきとの記述が追加されました。

これらのリスクは、いずれも近年の外部環境の変化から切迫度が高まっているリスクであり、企業経営において重大な影響を及ぼし得るリスクとして、重要性が高まっているとの判断から列挙されたものと考えられます。そのため、まずは、これら三つのリスクについて、自社にとっての重要度や、体制整備、対策の実施状況についてあらためて確認し、必要に応じて是正・強化することを推奨します。

ただし、これらのリスクへの体制や対応状況の確認・強化のみにとどまっていれば、コーポレートガバナンス・コードの趣旨を踏まえた対応としては不十分です。外部環境の変化速度が激しい昨今、企業にとって重要となるリスクを見逃さず、適切に対応するためには、組織的に対応すべき新たなリスクの発生や、既に認識しているリスクのリスク量の変化を把握することがポイントとなります。

リスクアセスメントを継続的に実施している企業でも、取り組みがマンネリ化し、結果としてリスクに対する認識や評価が固定化されてしまっているケースも少なくありません。リスクリストの定期的な見直しや、外部環境変化によって生じ得るリスクシナリオの検討など、新しいリスクや既に認識しているリスクの変化を適切に認識できるように、リスクアセスメントの手法を設計することが重要です。

おわりに

本改訂でプリンシプル化・スリム化が行われた背景には、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を真に実現するためには、形式的な対応にとどまらず、コーポレートガバナンスの実質化が必要との課題認識があります。

全社リスク管理についても、まさに、形式的になっていないか、実質的な対応が実現できているか、そして、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資するものとなっているかを問い直すことが求められています。今一度、自社のリスク管理体制・取り組みが、コードの趣旨に沿ったものになっているか、確認いただくことをお勧めします。

以上

文責：リスクマネジメント第三部 リスク・クライシスマネジメントグループ

MS & ADインターリスク総研株式会社は、MS & ADインシュアランスグループのリスク関連サービス事業会社として、リスクマネジメントに関するコンサルティングおよび広範な分野での調査研究を行っています。本誌を編集している以下のグループでは、サステナビリティ関連のコンサルティング・セミナー等のサービスを提供しています。

MS & ADインターリスク総研サービスに関するお問い合わせ・お申し込み等は、下記のお問い合わせ先、または、お近くの三井住友海上、あいおいニッセイ同和損保の各社営業担当までお気軽にお寄せ下さい。

お問い合わせ先

MS & ADインターリスク総研㈱

リスクマネジメント第三部

interrisk_csr@ms-ad-hd.com（リスク・クライシスマネジメントグループ）

<https://www.irric.co.jp/>

主な担当領域は以下のとおりです。

<全社的リスク管理>

- ◆ 現状評価・課題分析
- ◆ 体制構築
- ◆ リスクアセスメント
- ◆ 有価証券報告書における開示の充実化

<危機管理>

- ◆ 現状評価・課題分析
- ◆ 体制構築
- ◆ 危機管理広報
- ◆ 危機管理シミュレーション訓練

<その他>

- ◆ 現状評価・課題分析
- ◆ コンプライアンス体制構築
- ◆ ハラスメント対応
- ◆ 役員賠償責任リスク対応
- ◆ 各種法令対応
- ◆ 担当領域に係る研修 等

本誌は、マスメディア報道など公開されている情報に基づいて作成しております。
また、本誌は、読者の方々に対して企業のリスクマネジメント活動等に役立てていただくことを目的としたものであり、事案そのものに対する批評その他を意図しているものではありません。

不許複製／Copyright MS & ADインターリスク総研 2026

MS&AD インターリスク総研は、2024 年 4 月、これまでのホームページを刷新し、リスクに強い組織づくりをサポートするプラットフォーム「RM NAVI(リスクマネジメント ナビ)」をリリースしました。

「RM NAVI」は、MS&AD インターリスク総研の知見をフル活用して、情報提供から実践までをトータルサポート。

コンサルタントの豊富な経験と、最先端のデジタルサービスで、リスクに強い組織づくりを支えます。

あなたに寄り添い、最適な答えへと導く、リスクマネジメントの羅針盤です。

リスク対策がわかる。 組織がかわる。

リスクに強い組織づくりをサポートするプラットフォーム



RM NAVI

リスクマネジメントナビ

こんなお悩みはありませんか？

リスクが多様化・複雑化し、
最新ノウハウを
得ることが困難に…

リスク対策を
効率化したいが、
リソースが足りない…

情報セキュリティや
BCPなどのリスク対策が
進んでいない…

RM NAVIが最適なリスクマネジメントへと導きます



MS&AD-インターリスク総研の知見をフル活用
して、リスクマネジメントをサポート！



現場経験豊富なコンサルタントが、
最新の情報を提供！



最先端のデジタルサービスを駆使して、
対策の実行までを支援！

「RM NAVI」はこちら（会員登録もこちらから可能です） >

<https://rm-navi.com>

