

事例研究～中国ビジネス法務

北京市大地律師事務所 / 日本部
パートナー弁護士 法学博士 熊琳



第123回 中国EC新時代の到来 電子商取引活動を整備

中国における電子商取引（EC）活動は、「実務が立法に先行」する形でここ数年間の発展を遂げ、すでに巨大な市場が形成されていますが、責任の所在が不明確であるという立法上の課題があり、しばしば紛争も発生しているのが現状です。ECの発展を規範化する目的から、数年にわたる検討を経た「電子商取引法」が、今年8月31日に可決され、2019年1月1日から施行されることとなりました。今回は、日系企業の販売や業務の展開にも重要な影響を与えるものとなるこの法令について、簡単にご紹介いたします。

◇日系企業を巻き込んだEC分野の紛争の例

日系企業の現地法人であるA社はある日、消費者B氏から突然クレームを受けた。中国で広く普及するECプラットフォームであるCサイトでA社の製品である家庭用化学品を購入し使用したところ、皮膚アレルギーを発症したため、A社とCサイトに共同での賠償責任負担を要求するという。

A社が調査を行ったところ、B氏が購入した商品は模倣品であることが発覚した。販売者はCサイト上の個人店舗と判明したものの、個人店舗の経営者にはすでに連絡が取れなくなっていた。この状況について、A社の顧問弁護士は、責任はA社ではなくCサイトの「管理義務の履行不徹底」にあり、Cサイトが責任を負うべきだと結論を出した。交渉の結果、CサイトはB氏の損失を賠償することに同意し、B氏からもA社に対しそれ以上の要求が提示されることはなかった。

◇電子商取引法のポイント

1. 電子商取引法の適用対象および重要な概念について規定した。

(1) 本法の適用対象となるEC活動とは、インターネットを通じて商品の販売またはサービスの提供を行う各種の経営活動を指すが、金融類商品およびサービス、文化製品のコンテンツ配信サービスは除くとされ、適用範囲は大変広く設定されている。

(2) ECの実施主体となるECの経営者には、具体的に以下のような複数の状況があり、法的責任を区分する上で基本的な基準となる。

- ・ECプラットフォームの経営者：アマゾンなどのように、取引の各当事者にインターネット取引のプラットフォームサービスを提供する経営者。
- ・プラットフォーム内の経営者：ECプラットフォーム上で実際のEC活動に従事する経営者（店舗）。
- ・自ら立ち上げたウェブサイトや、その他のネットワークを通じて業務を展開するEC経営者：会社のウェブサイトを使って商品を販売する経営者など。

2. EC経営者のコンプライアンス義務が全面的に強化された。

- ・主体・税務登記、行政許可の実施
- ・セキュリティーや環境保護要求の厳守
- ・消費者の知る権利、選択権の保障
- ・市場の支配的地位を乱用した競争の排除、制限の禁止
- ・個人情報の保護義務
- ・ECに関するデータ・情報の提供義務（当局が要請した場合）
- ・越境ECにつき、輸出監督管理規定の順守義務付け

3. 経営者のECプラットフォーム管理義務について特に規定した。
- ・プラットフォーム内の経営者の身分の確認および管理
 - ・プラットフォーム内の経営者の身分情報を定期的に当局へ報告
 - ・プラットフォーム内の違法行為への速やかな対応
 - ・インターネットセキュリティ上の責任
 - ・プラットフォーム取引規則の制定
 - ・知的財産権保護の規則の確立、IP権利侵害行為への対策を怠ったことにより問題が起きた場合は、権利侵害者が連帯責任を負う。
4. EC契約の締結および履行に関する規定が設定された。
5. 信用評価制度を確立した。
- ・ECプラットフォームの経営者によるプラットフォーム内の信用評価制度
 - ・社会信用評価機関が提供するEC評価サービス
 - ・当局によるEC経営者に対する信用管理制度
6. 法的責任が加重された。
- (1) ECプラットフォームの経営者は、プラットフォーム内の商品が消費者の権益を侵害したと知るか知るべきであった場合、プラットフォーム内の販売者との連帯責任を負わなければならない。
- (2) EC経営者の違法行為に対し、体系的な行政処分を設定し、最高200万人民元の制裁金および操業停止・整顿命令を科すとした。

◇日系企業の対応アドバイス

電子商取引法による新たな規則体系は、日系企業にとり、悪意の競争相手や競争行為を排除できるチャンスとなる一方で、自身が法的義務を適切に順守できるかという課題をもたらすものともなります。このため、電子商取引法の内容を十分に理解し、法執行の動きに注意しながら、弁護士のサポートの下で有効な対応策を検討することが、企業の利益を守り長期的に発展していく上で不可欠となるでしょう。

農産物ECサイト「黒竜江大米網」、取引額868億円超に

中国黒竜江省の国有企業が2016年4月に開設し、運営している農産物電子商取引（EC）サイト「黒竜江大米網」は同省産農産物の販売コストを引き下げ、地方の経済成長を促す存在となった。これまでの取引量は計33万8600トン、取引額は52億7600万元（約868億4000万円）。新華網が6日伝えた。

同省は穀物生産をはじめとした農業が盛んなことで知られる。ただ省内各地域の農産物を効率よく販売ルートに乗せるシステムづくりが遅れていたため、公的なECサイトを活用する戦略を進めてきた。

黒竜江大米網を通じて販売を行っている企業はこれまでに599社、取扱品目は7739品となった。同サイトを利用することで各社は流通コストが下がり、販売単価を上げることが可能になった。企業の利益はこれまでに計4億2200万元増加した。（時事）

黒竜江省の消費者物価、8月に1.7%上昇

中国国家统计局の黒竜江調査総隊はこのほど、今年8月に黒竜江省の消費者物価指数（CPI）が前年同月比で1.7%上昇したことを公表した。1～8月では前年同期比2.1%の上昇。黒竜江日報が6日伝えた。

8月は食品価格が前年同月比で2.2%上がり、CPI上昇率を押し上げた。中でも野菜は18.2%、鶏卵は9.8%、果物は9.4%の大幅な値上がりとなった。（時事）