

デジタル時代に対応した中国の流通政策について —電子商取引法を中心に—

柳 偉 達

抄録

「中華人民共和国電子商取引法」が第13期全国人民代表大会常務委員会第5回会議で採択され、2019年1月1日に施行された。同法は電子商取引プラットフォーム事業者、プラットフォームを利用する消費者と電子商取引事業者の正当な権利と利益を保護し、市場の公正な競争秩序の維持を図り、電子商取引の健全な発展を促進する法体系を構成している。本稿は同法の内容について、競争政策としての側面、調整政策としての側面、振興政策としての側面、および消費者の権益、知的財産権の保護などの側面から考察し、その基本的特徴を検討する。

キーワード

中国電子商取引法、流通政策、競争政策、調整政策、振興政策

About China's Distribution Policy Corresponding to Digitalization — Focusing on E-commerce Law —

Liu, Weida

Abstract

The "Electronic Commerce Law of the People's Republic of China" was adopted at the 5th Session of the Standing Committee of the 13th National People's Congress and went into effect on January 1, 2019. The Law constitutes a legal framework to protect the legitimate rights and interests of e-commerce platform operators, platform-using consumers, and e-commerce businesses, maintain fair competitive order in the market, and promote the healthy development of e-commerce. This paper examines the content of this law in terms of its aspects as competition policy, coordination policy, promotion policy, and protection of consumers' rights and interests and intellectual property rights and examines its basic features.

Key words

E-commerce Law of the People's Republic of China, distribution policy, competition policy, coordination policy, promotion policy

目 次

1. はじめに
2. 電子商取引法の制定
 - 2-1 電子商取引法以前の政策動向
 - 2-2 電子商取引法の制定
3. 電子商取引法の内容
 - 3-1 電子商取引法の目的
 - 3-2 電子商取引法の競争政策としての側面
 - 3-3 電子商取引法の調整政策としての側面
 - 3-4 電子商取引法の振興政策としての側面
 - 3-5 電子商取引法のその他の側面
4. おわりに

1. はじめに

流通政策、言い換えれば、流通過程への国家の介入には、大別して流通の外的形式面への介入と流通の内的活動面への介入という2つの形態がある。前者は売買の自由という流通の外的な形式的な枠組みを保持したり、流通過程の一般的な基盤を整備したりすることを主な内容とする。後者は国家による国内外市場の創出あるいは商業活動への介入として行われる⁽¹⁾。本稿で取り上げる「中華人民共和国電子商取引法」(2018年8月31日、第13期全国人民代表大会常務委員会第5回会議で採択。以下では、電子商取引法とよぶ)は、電子商取引プラットフォーム事業者、プラットフォームを利用する消費者と電子商取引事業者の正当な権利と利益を保護し、市場の公正な競争秩序の維持を図り、電子商取引の健全な発展を促進する法体系を構成している。すなわち中国では、電子商取引における流通政策について、同一法体系内において商業活動の中味への関与と流通基盤の整備などの課題が同時に追求されているのである。

以上のように多面的な内容を有する電子商取引法であるが、ここでは同法の消費者向け電子商取引に関する内容を中心にその内容を検討していく。本稿の構成は以下のとおりである。2節では、中国における電子商取引法の制定の背景と経緯を確認する。3節では、電子商取引法の内容について、その目的を踏まえ、競争政策としての側面、調整政策としての側面、振興政策としての側面、および消費者の権益、知的財産権の保護などの側面について考察する。最後に4節はむすびとして、電子商取引法の基本的特徴について検討

する。

2. 電子商取引法の制定

2-1 電子商取引法以前の政策動向

中国において電子商取引が政策対象化されるのは、1994年4月、中国で正式にインターネット接続が開通した後のことである。

1999年に公布された「商用暗号管理条例」では、第3章「販売管理」において商用暗号製品の販売について、商用暗号製品の知識に精通した担当者が在籍し、優れた販売サービスと安全管理規則を有し、独立の法人格を持つ者に対し、国家暗号管理機構は「商用暗号製品販売許可証」を発給することを明示した⁽²⁾。

2004年に公布された「電子署名法」は中国最初の電子商取引に関する法律であるとみられている。同法は電子署名が法的な効力を持つことを認め、電子署名の定義を明確にし、電子認証サービスの提供者になる条件などを示した。これは電子商取引の発展を妨げる障害を取り除き、電子商取引の基盤を整えるものであるといえよう⁽³⁾。

この頃から中国は電子商取引の育成が志向されはじめ、2005年に公布された「電子商取引の発展を促進するための若干の意見」と、2006年に公布された「国家情報化発展戦略(2006~2020年)」は、国民経済の発展に大きな役割を果たしているとの認識から電子商取引を取り巻く環境の整備、政策の改善を強調した。中では、電子商取引の発展に関する政策方針と取組内容が明示されたのである。その後、「オンライン取引に関する指導的意見(暫定)」(2007年)、「電子商取引の発展に関する第11次5カ年計画」(2007年)、「電子商取引に関する仕様規定」(2008年)、「オンラインショッピングのサービスに関する仕様規定」(2008年)、「オンライン商品取引および関連サービス行為の管理に関する暫定措置」(2010年)、「電子商取引の発展に関する第12次5カ年計画」(2012年)が次々と制定され、この時期の電子商取引の急速な発展は、このような政府の施策によって支えられていたのである⁽⁴⁾。

2-2 電子商取引法の制定

2012年の中国の電子商取引額は7兆8,500億元に達し、前年に比べて30.8%も増加した。そのなかで、消費者向け電子商取引額は1兆3,000億元を超え、全国社会消費財小売総額の6.3%を占めた。中国の電子商取引の発展について、中国側は「第12次5カ年計画」(2011~2015年)期間が終了するまでに、ネットユーザー数は7億人に達し、電子商取引総額は

18兆元を超え、そのうち、消費者向け電子商取引額は3兆元以上になり、世界最大の電子商取引市場になるとの見通しを示した。こうした中で、中国では電子商取引に関する法律が制定されておらず、電子商取引を推進するための環境整備等は主に各政府省庁の規制に従って行われてきた。だが、既存の法令だけでは電子商取引の持続的かつ健全な発展に対応できなくなり、新たな政策が求められた。そして、電子商取引法の制定が2013年12月に検討されることになった⁽⁵⁾。

そこで、電子商取引法が制定されるに至った経緯についてみてみよう。2013年12月7日、中国全国人民代表大会（以下、全人代、日本の国会に相当）常務委員会は電子商取引法の制定に関する検討小委員会の第1回会議を開いた。この会議の開催により、電子商取引法は立法過程に入った。同年12月27日、全人大財政経済委員会が電子商取引法起草グループの第1回全体会議を行い、電子商取引法の立法作業を正式にスタートさせた。

2014年11月24日、全人代常務委員会は電子商取引法起草グループの第2回全体会議を開き、電子商取引の主な問題点と電子商取引法の綱要について議論を行った。起草グループは会議において、電子商取引法のイデオロギーとして、電子商取引における発展促進、市場秩序の規範化し、取引の公正および消費者利益の保護を明示した。2015年1月2016年6月にかけて、電子商取引法の草案は起草グループによって作成された。2016年12月19日、第12期全人代常務委員会の第25回会議において、全人大財政経済委員会は電子商取引法案を提出し、審議を求めた。2016年12月27日から2017年1月26日まで、電子商取引法草案は中国全人代の公式サイトで公表され、全国で電子商取引法草案に関する意見公募が行われた。2018年6月19日、電子商取引法の草案（第3稿）が審議のために、第13期全人代常務委員会第3回会議に提出された。2018年8月27日から8月31日までに開催された第13期全人代常務委員会の第5回会議では、電子商取引法草案（第4稿）が審議された。そして、多方面からの意見を取り入れ、電子商取引法が2018年8月31日に制定されるに至った⁽⁶⁾。

3. 電子商取引法の内容

電子商取引法は、以下のように全体で7章89条から構成されている⁽⁷⁾。

第1章 総則（第1条～第8条）

第2章 電子商取引事業者

第1節 一般規定（第9条～第26条）

第2節 電子商取引プラットフォーム事業者（第27条～第46条）

第3章 電子商取引契約の締結と履行（第47条～第57条）

第4章 電子商取引の紛争解決（第58条～第63条）

第5章 電子商取引の推進（第64条～第73条）

第6章 法的責任（第74条～第88条）

第7章 附則（第89条）

3-1 電子商取引法の目的

電子商取引法は、中国国内において行われた電子商取引活動に適用される。第1条では、電子商取引法を制定する目的として「電子商取引に関わるすべての関係者の正当な権利利益を保護し、電子商取引行為を規範化し、市場の秩序を維持し、電子商取引の持続的かつ健全な発展を促進すること」を掲げている。このような制定目的につづき、第2条では、電子商取引とは、インターネット等の情報ネットワークを利用して物品を販売し、またはサービスを提供する事業活動であることを明記し、商品の販売またはサービスの提供に関して「法律および条例・規則に規定がある場合には、それらの規定が適用される」ことが示され、「金融商品およびサービス、情報ネットワークを通じて提供されるニュース情報、オーディオおよびビデオプログラム、出版物、文化的製品には適用されない」ことが明記されている。

第3条では、経済的政策目標として「新たな取引形態の在り方を検討し、既存のビジネスモデルを革新し、電子商取引技術の研究開発、普及と応用を促進し、インテグリティを確立し、電子商取引のイノベーションと発展に資する市場環境を創出する」と電子商取引の振興を掲げ、つづいて「質の高い発展を促進し、より良い生活に対する人々の高まるニーズを満たすために電子商取引の役割を最大限に発揮する」と、開放型経済体制を構築するための電子商取引の役割を明記している。

3-2 電子商取引法の競争政策としての側面

電子商取引の市場メカニズムがより円滑に機能するために、市場における公正な競争の基盤を整備し、不公正な競争方法や他者に不利益を与える行為や状態を禁止する必要がある。これについて、電子商取引法第2章第9条から第26条では、電子商取引事業者を対象に、以下の内容を規定している。

- ① 電子商取引経営者は法に従い市場主体登記を行わなければならない。ただし、個人が自家の農業や家内制手工業による商品を販売する場合、個人が自分の技能を利用して、法に従い許可を必要としない大衆に便利な労務活動や少額かつ零細な取引活動に

従事する場合、法律、行政法規に従いその他の登記を必要としない場合、この限りでない(第10条)。

- ② 電子商取引事業者が事業活動を行う際にして、法律に基づいて関連行政許可を取得する必要がある場合、法律に基づいて行政許可を取得しなければならない(第12条)。
- ③ 電子商取引事業者が販売する商品またはサービスは、人身および財産の安全確保および環境保護の要件を満たさなければならない、法律および行政法規によって取引が禁止されている商品またはサービスを販売または提供してはならない(第13条)。
- ④ 電子商取引事業者はその技術的優位性、ユーザー数、関連産業に対する影響力、当該電子商取引事業者に対する他の事業者の依存などの理由により、市場で支配的な地位を占めている場合には、競争を制限し、または排除して、その支配的地位を濫用してはならない(第22条)。

電子商取引法の競争政策としての側面は電子商取引プラットフォーム事業者についての条項にも反映されている。

- ① 電子商取引プラットフォーム事業者は、プラットフォーム上の商品またはサービス情報が前述の第12条および第13条の規定に違反していることを発見した場合、法律に従って必要な処分措置を講じ、関係管轄当局に報告しなければならない(第29条)。
- ② 電子商取引プラットフォーム事業者は、プラットフォームサービス契約及び取引ルールに基づき、電子商取引事業者間の電子商取引に倉庫保管、物流、決済、配送等のサービスを提供することができる。その際に、電子商取引プラットフォーム事業者は、法律、行政法規及び国の関連規定を遵守しなければならない、集中取引手段を利用して取引を行ったり、画一的な契約を行ったりしてはならない(第46条)。

3-3 電子商取引法の調整政策としての側面

電子商取引法は電子商取引の発展と実店舗型小売業の事業機会の確保を図りながら、流通システムの均衡的発展を目指す一面もある。この点については、次のように規制基準が定められている。

- ① オンラインとオフラインのビジネス活動を平等に扱い、オンラインとオフラインの統合的発展を促進し、政府機関は差別的な政策措置を講じてはならず、行政権力を濫用して市場競争を排除または制限してはならない(第4条)。
- ② 国は、電子商取引の特性に応じた協力的な管理体制を確立し、関係省庁、電子商取引業界団体、電子商取引事業者、消費者などが参加・連携する電子商取引市場のガバ

柳：デジタル時代に対応した中国の流通政策について—電子商取引法を中心に—

ナンス体制の形成を推進する（第7条）。国务院（日本の内閣に相当）の関係省庁は責任分担に応じて電子商取引発展の推進、監督、管理を担当する。県レベル以上の地方政府は、当該地域の実情に応じて、地域内の電子商取引に関する職務分掌を定めることができる（第6条）。電子商取引業界団体は、組織の規約や規則に従って業界の自主規制を実行し、業界規範の確立および改善を図り、業界の信頼性を向上させ、公正に市場競争に参加するよう事業者に対する指導監督を実施する（第8条）。

3-4 電子商取引法の振興政策としての側面

中国の流通を取り巻く環境の主な変化の1つとして、1990年代後半以降の電子商取引の導入と発展を挙げることができる。電子商取引法はこうした流通部門の環境変化への適応を促進しようとする広義の振興政策の側面をもっている。それは主として第5章「電子商取引の推進」の条文に現れている。

- ① 国务院および省、自治区、直轄市政府は、電子商取引の発展を国民経済と社会発展の計画に組み込み、科学的かつ合理的な産業政策を策定し、電子商取引の革新的発展を促進する（第64条）。
- ② 国は電子商取引インフラと物流ネットワークの構築を促進し、電子商取引の統計制度を改善し、電子商取引の標準システムの構築を強化する（第66条）。
- ③ 国は、法に従って設立された信用評価機関が電子商取引信用評価を実施し、電子商取引信用評価サービスを社会に提供することを支援する（第70条）。
- ④ 国は、越境電子商取引の発展を促進し、越境電子商取引の特性に適應した税関、課税、出入国検査・検疫、支払・決済などの管理システムを確立・改善し、越境電子商取引業務の利便性を高め、越境電子商取引プラットフォームの経営者による越境電子商取引に対する倉庫物流、通関申告、検査申請等のサービス提供を支持する。国は小型零細企業が越境電子商取引に取り組むことを支援する（第71条）。
- ⑤ 国家輸出入管理部門は、越境電子商取引の税関申告、納税、検査・検疫などに関する包括的なサービスと監督管理システムの構築を推進し、監督管理プロセスを最適化し、情報共有の実現、監督管理の相互承認、法執行の連携を促進し、越境電子商取引に対するサービスと監督管理の効率を向上させる。越境電子商取引事業者は電子証憑で国の輸出入管理部門と関連手続きを行うことができる（第72条）。
- ⑥ 国は、異なる国家または地域間との越境電子商取引に関する交流協力関係の構築を推進し、電子商取引に関する国際ルールの策定に参加し、電子署名と電子認証の国

際間の相互承認を促進する。国は、異なる国や地域との越境電子商取引紛争についての解決メカニズムの構築を推進する（第73条）。

3-5 電子商取引法のその他の側面

電子商取引法は電子商取引事業者、電子商取引プラットフォーム事業者と消費者との間にある情報力や交渉力などの格差を踏まえた上で、消費者の権益を擁護するため、電子商取引事業者、電子商取引プラットフォーム事業者の責務を明らかにしている。

電子商取引法で示された消費者の権益に関する内容は、以下のとおりである。

① 第1章第5条は、電子商取引事業者の義務と責任を示しており、「電子商取引事業者は、自主性、平等性、公平性、誠実性の原則に従って事業活動を行い、法令と企業倫理を遵守し、公正に市場競争に参加し、消費者の権利保護、環境保護、知的財産保護、ネットワークセキュリティ、個人情報保護などの義務を履行し、製品とサービスの品質に責任を負い、政府や社会からの監督を受けなければならない」と、消費者にとって安全である権利、知らされる権利、健康な環境の中で働き生活する権利などを明確にしている。

② 第2章は、電子商取引事業者が遵守すべき義務などを定めている。その中で、消費者の権益については、以下のように規定している。

「電子商取引事業者が販売する商品またはサービスは、人身、財産の安全確保および環境保護の要件を満たさなければならず、法律、行政法規で取引が禁止されている商品またはサービスを販売または提供してはならない」（第13条）。

「電子商取引事業者は、商品やサービスの情報を全面的、正確かつタイムリーに開示し、消費者の知る権利と選択する権利を保護しなければならない」（第17条）。

「電子商取引事業者は、消費者の趣味、嗜好、消費習慣などに基づいて商品またはサービスの検索結果を消費者に提供する場合、当該消費者の個人的特性に一致しない選択肢も提供し、消費者の合法的権益を尊重し、平等に保護しなければならない」（第18条）。

「電子商取引事業者は商品またはサービスを抱き合わせ販売する場合、目立つ方法で消費者の注意を引き、抱き合わせ商品またはサービスをデフォルトの同意オプションとしてはならない」（第19条）。

「電子商取引事業者は、消費者が速達物流サービスプロバイダーを別途選択した場合を除き、消費者との約束または合意に基づく方法と期限に従って商品またはサービ

柳：デジタル時代に対応した中国の流通政策について—電子商取引法を中心に—
を消費者に提供し、商品輸送におけるリスクと責任を負わなければならない（第20条）。

「電子商取引事業者は、消費者との合意に基づいて消費者から保証金を徴収する場合、保証金の返還方法及び手順を明確にし、保証金の返還に不当な条件を設定してはならない。消費者が保証金の返還を申請し、保証金の返還条件を満たした場合、電子商取引運営者は直ちに保証金を返還しなければならない」（第21条）。

消費者の権益について、電子商取引法は電子商取引事業者の責務を明確にする一方、電子商取引プラットフォーム事業者の責務も規定している。

「電子商取引プラットフォーム事業者は当該プラットフォーム内の電子商取引事業者が販売する商品や提供するサービスが消費者の人身、財産の安全を守るための要件を満たしていないこと、その他の消費者の権益を侵害する行為があることを知り、または知ることができたにもかかわらず、必要な措置を講じなかった場合、法に従い当該プラットフォーム内の電子商取引事業者と連帯して責任を負わなければならない。

消費者の生命や健康に関わる商品やサービスについて、電子商取引プラットフォーム事業者は当該プラットフォーム内の電子商取引事業者の資格審査義務を怠ったり、消費者に対する安全保障義務を怠ったりして消費者に損害を与えた場合、法に従って相応の責任を負わなければならない」（第38条）。

「電子商取引プラットフォーム事業者は、信用評価制度を構築・健全化し、信用評価ルールを公表し、プラットフォーム上で販売される商品やサービスの評価ルートを消費者に提供しなければならない。

電子商取引プラットフォーム事業者は、自社のプラットフォーム上で販売されている商品や提供されているサービスについての消費者の評価を削除してはならない」（第39条）。

「電子商取引プラットフォーム事業者は、商品やサービスの価格、販売数量、信用等に基づいて、商品やサービスの検索結果をさまざまな方法で消費者に表示しなければならない。PPC（Pay Per Click、広告がクリックされるごとに料金が発生する仕組み）商品やサービスについては、明確に『広告』を表示しなければならない」（第40条）。

このほか、電子商取引法は、「電子商取引経営者はそのユーザーの個人情報を収集、使用するにあたって、法律、行政法規の個人情報保護に関する規定を遵守しなければならない」（第23条）ことを規定し、消費者の権益として個人情報等の扱いについても定めて

いる。

電子商取引法では、電子商取引プラットフォーム事業者に対し、知的所有権を保護する措置として、以下の諸点を規定している。

- ① 電子商取引プラットフォーム事業者は知的財産権保護のルールを構築し、知的財産権権利者との連携を強化し、法に基づいて知的財産権を保護しなければならない（第41条）。
- ② 知的財産権の権利者は、自身の知的財産権が侵害されたと判断した場合、電子商取引プラットフォーム事業者に対し、リンクの削除、遮断、切断、取引やサービスの停止などの必要な措置を講じるよう通知する権利を有する。通知には、知的財産権の侵害に関する初歩的な証拠を含まなければならない。

通知を受け取った後、電子商取引プラットフォーム事業者は直ちに必要な措置を講じ、当該プラットフォーム内の電子商取引事業者に通知を転送しなければならない。必要な措置を直ちに講じなかった場合、損害の拡大部分について、電子商取引プラットフォーム事業者は当該プラットフォーム内の電子商取引事業者と連帯して、連帯責任をおわなければならない。

通知の誤りによって当該プラットフォーム内の電子商取引事業者に損害を与えた場合、電子商取引プラットフォーム事業者は法に従って民事責任を負う。悪意を持って誤った通知を送ることによって、当該プラットフォーム内の電子商取引事業者に損失を与えた場合、電子商取引プラットフォーム事業者は2倍の賠償責任を負う（第42条）。

- ③ 転送された通知を受け取った後、当該プラットフォーム内の電子商取引事業者は電子商取引プラットフォーム事業者に侵害行為が存在しない旨の声明を提出することができる。声明には、侵害行為が存在しない初歩的な証拠を含まなければならない。

電子商取引プラットフォーム事業者は声明を受け取った後、通知を送付した知的財産権の権利者に転送し、かつ関連管轄当局に苦情を申し立て、人民法院に訴訟を起こせることを告知しなければならない。電子商取引プラットフォーム事業者は知的財産権の権利者に声明を送達した15日以内に、知的財産権者による苦情の申立てまたは訴訟の提起の通知を受けなかった場合、講じた措置を直ちに解除しなければならない（第43条）。

- ④ 電子商取引プラットフォーム事業者は、第42条および第43条に規定されている通知、声明および処理結果を受け取った場合、速やかに公表しなければならない（第44条）。

- ⑤ 電子商取引プラットフォーム事業者は、当該プラットフォーム内の電子商取引事業者が知的財産権を侵害していることを知り、または知るべきである場合、リンクの削除、遮断、切断、取引やサービスの停止などの必要な措置を講じなければならない、必要な措置を講じなかった場合、侵害者と連帯して責任を負う（第45条）。

4. おわりに

電子商取引法は、電子商取引の望ましい状態を達成するのを目的とした政府の規制・介入政策であり、電子商取引で現実には生起している問題を解決するための政策領域のことである。同法の内容を流通政策の視点からみれば、基本的特徴として次の点を挙げることができる。

第1に、電子商取引事業者、電子商取引プラットフォーム事業者に対する適法・違法性判断である。電子商取引法は①電子商取引の禁止または制限、②再販売価格の維持を容易にする行為、③電子商取引プラットフォーム事業者による価格均等条項などを競争上の問題点として捉え、前述の「電子商取引法の競争政策としての側面」に挙げられている基本的なルールを定めている。

第2に、消費者保護である。前述のように、電子商取引法は第5条、第2章第17条～第21条、第23条、第38条～第40条を通して、電子商取引事業者、電子商取引プラットフォーム事業者に対し、①信頼性の確保、②適正な取引ルールの確立、③個人情報安全性の確保などに焦点を当て、消費者の合法的な権益についてのルールを規定している。

第3に、外部性への対応である。電子商取引事業者、電子商取引プラットフォーム事業者の行動が電子商取引市場における取引関係を経由しないで、他の経済主体の活動に外部性ともいわれる何らかの影響を及ぼすことがある。それがプラス方向の影響であれば外部経済、マイナス方向の影響であれば外部不経済という。電子商取引法では、電子商取引活動がもたらされる外部性について、①外部不経済の緩和、②外部経済の促進、③ネットワーク外部性への対応に関する規定を定めている。

- ① 外部不経済の緩和について、電子商取引法は第5章第65条において、「国务院および県レベル以上の地方政府と各担当部署は、グリーン包装、倉庫保管、輸送の発展を支援し、電子商取引のグリーン（環境配慮）発展を促進する措置を講じなければならない」ことを定めている。
- ② 電子商取引は外部経済の促進について、第5章第67条「国は国民経済の各領域での電子商取引の応用を促進し、電子商取引と各産業分野の融合発展を支援する」ことと、

第5章第68条「国は、農産物の生産、加工、流通におけるインターネット技術の応用を促進し、各種の社会資源の協力強化を奨励し、農村部における電子商取引の発展を促進し、『精準貧困扶助（扶助の対象者を特定し、その貧困原因を究明し、ケースバイケースで扶助のあり方を策定し実施すること）』を行う農村部における電子商取引の役割を発揮する」ことを規定している。

- ③ ネットワーク外部性とは、製品やサービスのユーザーやその補完財のユーザーの数が増えるごとに、その製品やサービスから得られる効用が増すという効果を意味する^⑧。電子商取引の場合、利用者の多いプラットフォームは利用者にとっての便益が増す。便益が増すと利用者が増え、さらに便益が増して、利用者をさらに増やす。その結果、電子商取引市場は、少数の電子商取引プラットフォーム事業者による寡占化の様相を呈している。こうした状況を踏まえ、電子商取引法第5章第69条では、「国は電子商取引の安全性を確保し、電子商取引のユーザー情報を保護し、電子商取引データの開発と活用を奨励し、電子商取引データの合法的で、秩序ある自由な流通を保証する」ことを定め、「国は公共データ共有メカニズムの構築を促進し、法律に従って電子商取引事業者による公共データの利用を促進する」ことを規定している。

第4に、紛争の解決である。電子商取引法は第6章「法律責任」において、「電子商取引事業者が商品の販売やサービスの提供を行ったが、契約上の義務を履行しなかったり、契約と矛盾して履行したり、他人に損害を与えた場合、法律に従って民事責任を負わなければならない」ことを定め、同法の規定に違反した際の罰則について、第76条～第88条を通して明確にしている。また、電子商取引に関する契約の締結と履行、知的財産権、消費者権益などについて適用される法律として、電子商取引法には、「民法総則」、「契約法」、「電子署名法」、「消費者権益保護法」、「広告法」、「ネットワーク安全法」などが挙げられている。

電子商取引法は2019年1月1日に施行された。2021年8月31日、中国の国务院（日本の内閣に相当する）の直轄下にある国家市場監督管理総局は「電子商取引法の改正に関する決定（意見募集草案）」を公表した。国家市場監督管理総局の説明によれば、知的財産権の保護を強化し、プラットフォームの経済秩序を規範化し、電子商取引の持続的かつ健全な発展を促進するために、不服申立通知後の対応期間の延長とそれによる取引の損失問題への対応、電子取引事業者と電子用取引プラットフォーム事業者への罰則について、電子商取引の第43条と第84条の規定の改正または追加を行う^⑨。こうした政策動向を注視しつつ、今後も引き続き中国の電子商取引に関する研究を進めていきたいと考えている。

(注)

- (1) 加藤義忠『現代流通経済の基礎理論』同文館出版、136～181ページ。佐々木保幸『現代フランスの小売商業政策と商業構造』同文館出版、2011年、8ページ。
- (2) 「商用暗号管理条例」(http://www.gov.cn/zhengce/2020-12/26/content_5574385.htm: 2023年9月6日閲覧) を参照のこと。
- (3) 「電子署名法」(<http://www.npc.gov.cn/npc/c30834/201905/1d39b3ac29144348a01ffc43212a0b39.shtml>: 2023年9月6日閲覧) を参照のこと。
- (4) 柳偉達「デジタル時代に対応した中国の流通政策について—成長期の消費者向け電子商取引に関する政策を中心に」『近畿大学短大論集』第55巻第1号、7～8ページ。
- (5) 「中華人民共和国電子商取引法」(<https://baike.baidu.com/>: 2023年9月22日閲覧) を参照のこと。
- (6) 同上。岡村志嘉子「【中国】電子商取引法の制定」(https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_11179150_po_02770210.pdf?contentNo=1: 2023年9月22日閲覧) を参照のこと。
- (7) 中国電子商取引法の内容については、「国家法律法規数拠庫」(<https://flk.npc.gov.cn/detail2.html?MmM5MDlmZGQ2NzhiZjE3OTAxNjc4YmY4YWYwNTBiODE%3D>: 2023年9月7日閲覧) を参照されたい。
- (8) Katz, M.L. and C. Shapiro [1985] “Network Externalities, Competition, and Compatibility,” *American Economic Review*, 75(3), pp.424-440. 崔容薫・原頼利・東伸一『はじめの流通』[新版] 有斐閣、2022年、169ページ。
- (9) 電子商取引法の第43条および第84条について、主に以下の4つの内容の改正が行われた。①不服申立通知後の対応期間を延長すること。②不服申立ての対応期間が長すぎることによってもたらされた取引の損失の問題を緩和すること。③電子商取引事業者が、侵害行為が存在しないという虚偽の声明を提出したことにより、権利者の損失が拡大した場合の罰則規定の追加、④電子商取引プラットフォーム事業者による知的財産権侵害行為についての規定の追加。
「關於公開徵求『關於修改中華人民共和國電子商取引法的決定（徵求意見稿）』意見的公告」(https://www.gov.cn/xinwen/2021-09/05/content_5635537.htm、2023年9月20日閲覧) を参照のこと。『『中国 EC 法』に關しての改正意見募集』(<https://www.ip-fw.com/blog/c41>、2023年9月20日閲覧) を参照のこと。

参考文献

- 池田眞朗・朱大明・金安妮編著『中国電子商取引法の研究』商事法務、2022年。
石原武政・加藤司『日本の流通政策（シリーズ流通体系5）』中央経済社、2009年。
岩永忠康・西島博樹編著『現代流通政策』五紘舎、2020年。
大驛潤『流通政策の理路—流通システムの再編と政策展開』千倉書房、2019年。
加藤義忠・佐々木保幸・真部和義『小売商業政策の展開』[改訂版] 同文館出版、2006年。
佐々木保幸『現代フランスの小売商業政策と商業構造』同文館出版、2011年。
渡辺達郎『流通政策入門』[第4版] 中央経済社、2016年。