

2020年10月12日

新型コロナ時代における中国越境ECと中国の電子商取引法

柳・チャイナロー外国法事務弁護士事務所
外国法事務弁護士・中国弁護士 柳 陽

2019年末から世界中に広がっている新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ禍」という。）の影響により、日本においても、三密の回避に向けた、社会的距離、対面営業の自粛や緊急事態宣言等の措置が講じられるようになり、電子商取引（Electronic Commerce ないし e-Commerce。中国語では「電子商務」ともいい、以下「EC」という。）の規模が拡大し、量も増加している。また、現在、日本政府は、コロナ禍対策の一環として外国人の日本への入国を制限しており、これまで中国人観光客が日本を訪ね、「爆買い」をしていたが、コロナ禍が終息するまでは訪日自体が困難となる可能性が高く、こうした中で日本製品を好む中国人客が、越境ECで日本の輸入品を購入する動きは今後も拡大すると見込まれている。

本稿では、中国消費者向けの越境EC（以下「中国越境EC」という。）について概説し、また、それを規制する中国の電子商取引法も紹介することとする。

1. 中国越境ECの種類

日本の企業等が中国越境ECを行い、商品等を販売する方法は大きく分けて二つあり、日本国内で運営するECサイトで中国の消費者に直接販売する方法と、中国国内で運営するECサイトに店舗して販売する方法がある。

前者の場合、日本国内のECサイトに出品した商品を中国の消費者が注文する都度、日本から商品を直接、中国の消費者に配送する方法である。しかし、中国から日本国内のECサイトへのインターネット・アクセスが必ずしもスムーズではないことや、日本国内で中国の消費者向けのECサイトを開設・運営した事例自体が少なく、この方法には事例・経験不足による問題が少なからず存在する。

後者の場合、中国国内の越境ECサイトとしては複数の事例が存在し、例えば、天猫国際（Tmall）や京東全球購（JD Worldwide）などが著名であり、それらに店舗する日本企業が増えている。特に天猫国際（Tmall）は、アリババグループが運営する世界最大のB to Cモデルの越境EC専用サイトであり、中国越境ECサイトの中でも最も流通金額の総額が大きい。

しかし、前記のいずれの方法も、顧客の注文を受けてから配送することになるため、配送期間が比較的長くなることや、通関手続などに時間がかかり、送料が高くなること等の欠点が存在する。これらを受けて、2013年9月から、中国国内で、新たな保税区制度が始まり、保税区（注：外国から輸入された貨物を、関税を留保したまま置くことができる場所のことを指す。）を活用して中国越境ECを行う事例が件数を増してきている。この場合、中国越境ECの販売業者がコンテナ船等を利用し、一度にまとめて、大量の商品を中国に輸送し、通関手続を行わずに、中国国内の保税区の倉庫に商品を保管する。そして注文が入る都度、保税倉庫から、通関手続が行われ、出庫され、中国国内の消費者に配送されるというスキームである。このスキームは、中国国内の保税区を活用することにより、物流コストを抑え、また、配送期間を大幅に短縮することができるため、中国の消費者にとって利用しやすいものといえる。

2. 電子商取引法による規制

中国越境ECを行うには、中国法の規制を受けることとなり、ECに関する中国の基本法として電子商取引法が挙げられる。同法は、2019年1月1日より施行され、中国国内におけるEC活動に適用されることとなる（以下、単に「法」ということがある。）。

(1) 電子商取引法の適用範囲

EC事業を営む「EC事業者」が電子商取引法の規制を受けることになる。ここでいう「EC事業者」は、インターネット等の情報ネットワークを通じて商品を販売し又はサービスを提供する自然人、法人及びその他組織を指し、具体的には、ECサイト運営者、サイトの出店者、自らECサイトを運営し又はその他のネットワークサービスにより商品を販売し又はサービスを提供する事業者が含まれる（法9条）。

また、電子商取引法が規制の対象とする「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通じて商品を販売し又はサービスを提供する事業活動をいう（法2条）。ただし、電子商取引法は、金融商品や金融サービス、情報ネットワークを使ったニュース情報、動画・音声、出版及び文化製品等の関連サービスには適用されない。

(2) 中国越境ECも電子商取引法の規制対象となる

電子商取引法では、越境ECについて、EC事業者が越境ECを行う際は、輸出入監督管理などの関連法令を遵守する義務を負う旨が規定されており（法26条）、また、越境ECサイト事業者が倉庫保管・物流や通関、検疫などのサービスを提供する際に政府が支援するこ

と（法 71 条）、越境 E C 事業者は電子証明書で輸出入手続を行えること（法 72 条）等が定められている。

日本企業が中国越境 E C を行う場合、中国の消費者をターゲットにした E C サイトに出店し、また、中国国内に商品を販売・輸出するスキームであるため、自ら E C 事業者として電子商取引法の規制を受けることになるものと思われる。

(3) E C 事業者の法的義務

電子商取引法において、E C 事業者が遵守すべき様々な義務が定められているが、中国越境 E C を行う E C 事業者に関連するものは主に以下のとおりである。

a. 安全・環境配慮義務

E C 事業者が販売する商品又は提供するサービスは、人身、財産安全の基準及び環境保護基準を満たしていなければならないが、法律、行政法規により取引が禁止された商品又はサービスを販売又は提供してはならない（法 13 条）。これに違反した場合、電子商取引法には特別の罰則が設けられていないため、具体的な状況に応じて関連法令や行政法規の規定に従い処罰されることがある（法 75 条）。

b. 情報開示義務

E C 事業者は、そのサイトの目立つ位置に、営業許可証の情報、事業ライセンスの情報等又は上記情報のリンク先を継続的に公示しなければならない（法 15 条）。また、E C 事業を終了する場合には、30 日前から関連する情報をサイトの目立つ位置に継続的に掲示する必要がある（法 16 条）。E C 事業者がこの義務に違反した場合、市場監督管理部門から期限付きの是正命令を受け、また、1 万元以下の過料が科される可能性がある（法 76 条 1 項）。

c. 虚偽広告等の禁止

E C 事業者は、商品又はサービスについて全面的に真実かつ正確な情報を提供し、消費者の知る権利と選択権を保証しなければならない。E C 事業者は、虚偽の取引、購入者評価のねつ造等の方法により消費者を欺いたり誤解させたりしてはならない（法 17 条）。E C 事業者がこの義務に違反した場合、電子商取引法には特別の罰則が設けられていないため、具体的な状況に応じて、「不正競争防止法」、「消費者権益保護法」又は「広告法」等の関連規定が適用されることになる（法 85 条）。

d. 抱き合わせ販売の制限

E C事業者は、商品又はサービスの抱き合わせ販売をする際、目立つ方法で消費者の注意を喚起し、また、抱き合わせ販売を必須条件として設定してはならない（法 19 条）。E C事業者がこの義務に違反した場合、市場監督管理部門から期限付きの是正命令を受け、違法所得を没収され、さらに、5 万元以上 20 万元以下（情状が悪質な場合には 20 万元以上 50 万元以下）の過料が課される可能性がある（法 77 条）。

e. 個人情報の取扱い

E C事業者は、消費者の個人情報を収集・使用するにあたり、個人情報保護に関する法令を遵守しなければならない（法 23 条）。また、E C事業者は、消費者の情報の閲覧、訂正、削除及び消費者の登録抹消の方法、手続を明示する必要があり、これらに不合理な条件を設定することが禁止される（法 24 条 1 項）。E C事業者がこの義務に違反した場合、市場監督管理部門から期限付きの是正命令を受け、また、1 万元以下の過料が課される可能性がある（法 76 条 1 項）。さらに、E C事業者は、消費者の情報の閲覧、訂正、削除申請を受けた場合、本人確認をした後に直ちにそのように対応しなければならず、消費者が登録抹消を行った場合には、直ちに当該消費者の情報を削除する（法 24 条 2 項）。これに違反した場合には、電子商取引法には特別の罰則が設けられていないため、具体的な状況に応じて「サイバーセキュリティ法」等の関連規定や行政法規の規定に従い処罰されることがある（法 79 条）。このように、E C取引における消費者の個人情報等の取扱い等が強化されている。

f. データ提供義務

E C事業者は、行政部門から法に基づく要請があった場合には、E Cに関するデータを提供しなければならない。また、行政部門は、E C事業者が提供したデータ情報の安全を保護し、その中の個人情報、プライバシー及び営業秘密について厳格に守秘する義務があり、これを漏洩、売却又は不法に他人に提供することが禁止されている（法 25 条）。これに違反した場合には、民事又は刑事上の責任を負うことがある（法 87 条）。

g. 紛争発生時の原本提供義務

E C事業に関連して紛争が発生した場合、E C事業者は契約及び取引記録の原本を提供しなければならない。これらの資料を紛失、改ざん、廃棄、隠匿し又はその提供を拒否した場合には、法的責任を負う（法 62 条）。

3. 結びに

長引くコロナ禍の影響により、ビジネススタイルや生活様式が変わってきており、日本企業も、新常态（ニューノーマル）を受け入れた上でビジネス戦略に打って出る必要がある。こうした中で、とりわけ中国越境E Cのマーケットが一層拡大していく見込みであり、日本企業にとっても検討価値が高い。中国では、今後、電子商取引法を含め、中国越境E Cに関連する法令が整備されていくことが見込まれ、中国越境E Cを展開する中で、中国の関連法令の動向も注視する必要がある。

以上

<筆者略歴>

柳陽（Liu Yang）

柳・チャイナロー外国法事務弁護士事務所代表

北京大学、慶應義塾大学法学修士。2006年より弁護士業務を行っており、日本企業の中国における新規投資、M & A、事業再編、不祥事対応、労務及び紛争処理等中国法業務全般を取り扱っている。

事務所ウェブサイト <http://www.chinalaw-firm.jp>

掲載日：2020年10月28日