

【中国】電子商取引法の制定

海外立法情報課長 岡村 志嘉子

* 近年の電子商取引の急速な拡大を背景に、2018年8月31日、電子商取引の全ての取引主体の合法的権利利益の保障、持続的で健全な発展等を目的とする電子商取引法が制定された。

1 背景と経緯

(1) 政策方針

中国では近年、インターネットの普及¹を背景に、ネットショッピングを始めとする電子商取引が急速に社会に浸透してきている。中国政府は電子商取引の発展を今後の中国経済の成長を牽引する重要な鍵と位置付け、各種の関連施策を積極的に打ち出している。

2016年12月に中国商務省が発表した「第13期五か年計画期（2016～2020）の電子商取引発展計画」²は、中国の電子商取引総額が2011年の6兆元³から2015年には21.8兆元に増加し、市場規模が既に世界最大であることを紹介した上で、2020年における目標額を40兆元以上と定め、関連インフラの整備、新たな事業モデルの創出、市場の秩序維持と安全強化等の施策の強化を掲げている。同計画は、法整備に関しても、サイバーセキュリティ法の施行、電子商取引法の制定、特許法、著作権法、不正競争防止法等の改正の必要性を指摘している⁴。

(2) 立法過程

電子商取引法の法案策定過程においては、規定内容が多く省庁の所管に関係するため、立法機関である全国人民代表大会（全人代）の財政経済委員会（全人代の専門委員会の1つ）が中心的な役割を果たした。2013年12月、同委員会は、12の関係省庁から成る法案起草班を組織し、約3年間の検討を経て法案を取りまとめた。

全人代常務委員会における法案審議は、2016年12月から始まり、2017年10月、2018年6月、同年8月の計4回にわたった。第1回から第3回の審議終了後には、それぞれ意見公募も行われた。通常の立法の場合、全人代常務委員会での審議は3回、意見公募は1回ないし2回である。今回は、電子商取引という新たな経済システムについて規定する法律であり、国民生活にも大きな影響があるため、十分な検討を要する事項が多く、審議、意見公募共に回数が通常を上回った。当初の全8章94か条の法案は、章構成、規定内容共に大きく修正されて最終的に全7章89か条となり、2018年8月31日に可決され、電子商取引法⁵が成立した。

同法は、同日公布され、2019年1月1日から施行される。

* 本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、2018年10月12日である。

¹ 2018年6月30日現在、中国のインターネット人口は8億700万人、インターネット普及率は57.7%である。「中国互联网络发展状况统计报告（2018年7月）」中国互联网络信息中心 <http://www.cnnic.net.cn/gwym/xwzx/rdxw/20172017_7047/201808/P020180820603445431468.pdf>

² 「电子商务“十三五”发展计划」中华人民共和国商务部 <<http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/201612/20161229191628547.pdf>>

³ 1元は約16.2円（平成30年10月分報告省令レート）。

⁴ このうち、サイバーセキュリティ法（网络安全法）は、2016年11月7日に制定され、2017年6月1日に施行された。

⁵ 「中华人民共和国电子商务法」中国政府法制信息网 <http://www.chinalaw.gov.cn/art/2018/9/3/art_11_209114.html>

2 法の構成と主な内容

(1) 構成

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及び履行（第47条～第57条）、第4章：電子商取引に係る紛争処理（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）。

(2) 立法目的と適用範囲

電子商取引の各取引主体の合法的権利利益の保障、電子商取引に対する法的規制の強化、市場秩序の維持、電子商取引の持続的かつ健全な発展の促進を目的とする（第1条）。

この法律の適用対象となるのは、インターネット等の情報ネットワークを通じた商品の販売又はサービスの提供であり、金融関連商品・サービス、報道、音楽・動画配信、出版等のサービスには適用されない（第2条）。

(3) 基本方針等

国は、電子商取引について、新たな業態の発展、経営モデルの革新、関連技術の開発・応用・普及の促進、信用システムの構築推進、革新・発展に有利な市場環境の整備等を奨励する（第3条）。国の政策においては、電子商取引とそれ以外の商取引の発展を同時に追求し、行政が市場競争を制限することがあってはならない（第4条）。国はまた、関係官庁、業界団体、事業者、消費者等が共同参画する、電子商取引に係る市場ガバナンスのシステムを構築する（第7条）。

(4) 電子商取引事業者の義務

電子商取引事業者は、自家生産の農産物販売を始めとする零細な取引活動を行うものを除き、法に従い市場主体としての登記を行わなければならない（第10条）。また、事業を行うに当たっては、①自主、平等、公正、信義誠実の原則の遵守、②法律及び商業道德の遵守、③市場競争への公平な参入、④消費者の権利利益、環境及び知的財産権の保護、サイバーセキュリティ並びに個人情報保護に係る義務の履行、⑤製品・サービスの品質に係る保証責任、⑥政府機関及び社会による監督の受入れが義務付けられている（第5条）。

(5) 電子商取引プラットフォーム事業者の義務

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に参加する事業者に対し、身分、所在地、連絡先、営業許可等の真正な情報の提供を求め、それらの情報の審査及び登録並びにその定期的な更新を行わなければならない（第27条）。また、同事業者は、当該プラットフォーム上で提供される商品・サービス及び取引の情報を記録し、取引が完了した日から3年以上保存しなければならない（第31条）。

プラットフォームで販売・提供される商品・サービスが生命、身体又は財産の安全その他消費者の合法的権利利益を侵害するおそれがあることを知り、又は知るべきであったにもかかわらず、必要な措置を講ずることを怠ったプラットフォーム事業者は、商品・サービスを販売・提供した事業者と連帯責任を負う（第38条）。

(6) 越境電子商取引の推進

国は、越境電子商取引の拡大発展を促すため、通関、課税、検疫等の制度の利便性向上を図り（第71条）、輸出入手続の電子化を推進する（第72条）。