



一般社団法人IPPSAは、知的財産の日本と中国間の動向を調査研究し、  
両国間の交流を進め、知的財産の発展に寄与する団体です。

# 中国におけるプラットフォーム責任

一般社団法人 日中知的財産保護戦略連盟 (IPPSA)

2018・12・14

# 目次

---

- 一、電子商取引法制定の背景
- 二、電子商取引法の制定過程
- 三、4つの立法方針から見る電子商取引法の特徴
- 四、電子商取引法の概要
- 五、プラットフォーム事業者の義務について概観
- 六、プラットフォーム責任
- 七、電子商取引紛争解決メカニズム

# 一、電子商取引法制定の背景

- 2011～2015年の電子商取引の平均成長速度は毎年30%前後のハイペースで推移。
- 2013年には、インターネット小売取引の取引額が1兆8500億元を上回り、世界最大のネット小売市場となる。
- 2015年の電子商取引の取引額は20兆元を超え、電子商取引市場の規模が世界一となる。電子商取引分野の就業者数は2690万人に到達。インターネットの中国経済成長の貢献度は7%に達する。
- 2017年全国電子商取引の取引額は29兆1600億元、電子商取引分野の就業者数は4250万人、非銀行決済機構を通じたネット決済金額は143兆2600億元、宅急便業務累計配達完了件数は400.6億件に到達。

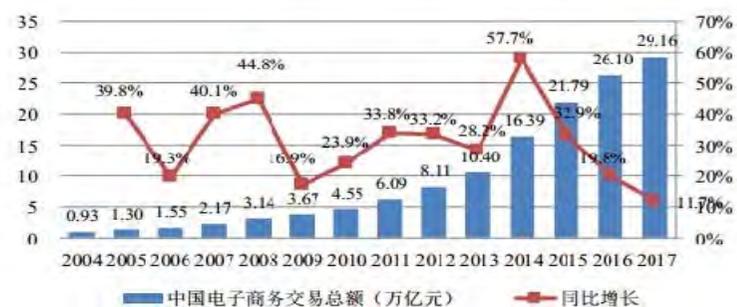


图1-1 2004-2017年中国电子商务交易额增长情况

资料来源：国家统计局；商务部《中国电子商务报告》

# 一、電子商取引法制定の背景

電子商取引の急速な発展に伴い、  
新たな問題が噴出

情報技術化、バーチャル化、  
ネットワーク化

電子商取引市場の取引秩序と信頼  
性を守る必要がある。

消費者の権利保護の問題

- 知る権利
- プライバシー権
- 公平な取引
- 権利救済の困難 等

不正競争の問題

知的財産権侵害および粗悪品  
の問題

紛争解決システムの問題

政府による監督管理の問題

# 一、電子商取引法制定の背景

既存の政策、法規が分散しており十分に効果を発揮できていない

	内容	法律法規等名称
1	経営主体の市場参入規制	『会社法』、工商管理法規、インターネット情報サービス業務の市場参入規範等
2	消費者保護制度	『消費者権益保護法』等
3	個人情報保護制度	『全人代のネット情報保護の強化に関する決定』、各業界、各政府部門の作成した個人情報保護に関する規章
4	プラットフォームの不法行為責任	『侵害責任法』、知的財産関係法律の関連規定および司法解釈
5	電子商取引市場の競争規制	『反独占法』、『反不正競争法』等
6	電子商取引の物流サービス規制	『郵政法』、宅配市場管理弁法
7	ネットワーク・情報の安全	『インターネット情報サービス管理弁法』等
8	製品の品質、サービス	『製品品質責任法』、『食品安全法』、関連サービスの基本法、例えば『保険法』等
9	広告およびその他の派生サービスの法規	『広告法』等
10	基礎的法律関係の形成	『契約法』、『電子署名法』

# 一、電子商取引法制定の背景

一部は法律よりも規定レベルも低く、十分に効果を発揮できていない

起草政府機関	政策、規章等の名称
国務院	『国務院弁公庁の電子商取引の発展加速に関する若干意見』（国弁発〔2005〕2号）
国務院	『国務院弁公庁の越境電子商取引の促進と健全かつ迅速な発展に関する指導意見』（国弁発〔2015〕46号）
国務院	『国務院弁公庁の農村子商取引の促進と健全かつ迅速な発展に関する指導意見』（国弁発〔2015〕78号）
中国銀行業監督管理委員会	に中国銀行業監督管理委員会が公布した『電子銀行業務管理弁法』（2005年）
商務部	『ネット取引サービス規範』（2009年）
国家工商行政管理総局	『ネット取引管理弁法』
中国人民銀行	にが公布した『非銀行決済機構ネット決済業務管理弁法』（2015年）
国務院	『宅配暫定条例』（2018年）

## 二、電子商取引法の制定過程

- 2013年9月 中国政府は第十二次全人代常務委員会立法計画に電子商取引法を加えることを決定、全国人民代表大会財政経済委員会（以下、全人代財經委員会という）が起草作業を主導。
- 2013年12月 全人代財經委員会が中心となり国務院12部門が参加する電子商取引起草グループが組織され、3年間にわたる調査研究、論証を経て電子商取引法の草案が起草。
- 2016年4月 電子商取引法起草責任者小グループ会議にて同草案が協議の上、原則として同意された。その後、同草案は各省、区、市の人民代表大会財經委員会に送付され、現地関係部門、企業、専門家、特に全人代代表、地方人民代表大会代表等から広範なヒヤリングを行い、各地の意見に基づき、草案を修正。
- 2016年7月 全人代財經委員会が開催した第49回全体会議にて、審議の上、原則として草案が通過した後、また委員の意見に基づき修正。
- 2016年12月 『中華人民共和国電子商取引法（草案）』が第12回全人代常務委員会第25回会議の審議に上程。草案は、総則、電子商取引経営主体、電子商取引とサービス、電子商取引保障、越境電子商取引、監督管理、法的責任、附則の計八章94条で構成。
- 2017年10月 第12回全人代常務委員会第30回会議にて草案第二審議稿の第二次審議を実施。
- 2018年6月 第13回全人代常務委員会第3回会議にて草案第三次審議稿に第三次審議を実施。
- 2018年8月31日 第13回全人代常務委員会第5回会議にて草案第四次審議稿を審議、修正し『中華人民共和国電子商取引法』が成立。

**起草から審議通過まで5年の歳月を費やし、全人代常務委員会で異例の4回にわたる審議と、3回のパブリックコメントの募集を実施。社会の関心の大きさと各主体間の利益調整がいかに難しかったかを物語っている**

# 三、 4つの立法方針から見る電子商取引法の特徴①

- ①政府の掲げる「イノベーションは発展をリードする第一の原動力である」との要求を堅持し、立法によるリードと推進作用を十分に発揮し、電子商取引のイノベーション発展の保障とサポートを行う。
- ②経営の規範化と発展の促進をいずれも重視し、**電子商取引活動の特徴及び電子商取引実務において特に顕著な問題に対し、電子商取引事業者、特にプラットフォームフォーマーの規範化に焦点をあて、その義務と責任について規定することにより、よりよく取引の安全の保障し、ユーザーと消費者の権益を保護し市場秩序を維持する。**
  - プラットフォーマー、プラットフォーム内事業者および消費者の中で、最も弱いのは消費者、次が電子商取引事業者、そして最も強いのがプラットフォームフォーマー。
  - プラットフォーマーの義務、責任を加重することにより消費者の権利保護を図る。

## 三、 4つの立法方針から見る電子商取引法の特徴②

- ③ 「イノベーションの奨励、寛容と慎重」の原則に従い、関係する各方面の認識が一致していない、あるいはなお正確に判断できない問題については、原則規定のみ設けるかあるいは規定しない。
  - 例えば、越境電子商取引について抽象的な規定を設けるのみ。
- ④ 関連する民事法令および行政管政法令との関係を適切に処理し、現行法に既に明確な規定があるものについては、重複して規定しない。
  - 本法は原則的あるいはインデックス的な規定が主になっており、具体的な規範内容については他の法律、法規を援用する必要がある。

# 四、電子商取引法の概要

## 1、電子商取引法の構成（全7章計89条）

- 第1章 総則（1条～8条）
- 第2章 電子商取引事業者（9条～46条）
  - 第1節 一般規定（9条～26条）
  - 第2節 電子商取引プラットフォーム（27条～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 電子商取引紛争解決（第58条～第63条）
- 第5章 電子商取引の促進（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）

# 四、電子商取引法の概要

---

## 2、電子商取引法の目的

第1条 電子商取引各主体の適法な権益を保障し、電子商取引行為を規範化し、市場秩序を守り、電子商取引の持続的かつ健全な発展を促進するために本法を制定する。

# 四、電子商取引法の概要

## 3、電子商取引の定義と本法の適用範囲

### (1) 定義

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商品を販売し又は役務を提供する経営活動をいう」（2条2項）

- B2C、B2B、C2C等の取引モデルを問わない。
- 取引内容は商品の販売又は役務の提供。TAOBAO、JC.COM、蘇寧易購等のオンラインショッピングプラットフォームが「電子商取引」にあたるのみならず、58到家、Ctrip、滴滴等、家事代行、旅行、ネット配車サービス等のプラットフォームも「電子商取引」にあたる。

# 四、電子商取引法の概要

## (2) 適用範囲

「**中華人民共和国国内**の電子商取引活動について本法を適用する」 (2条2項)

- 属地主義の採用。国外の電子商取引プラットフォームに本法の適用はないが、当該プラットフォームに出店した中国国内のプラットフォーム内事業者には本法の適用がある。同様に、プラットフォームが国内にあれば、当該プラットフォームに出店した国外の事業者にも本法の適用がある。

## (3) 適用除外

「金融商品および役務、情報ネットワークを使用したニュース情報、音声・動画番組、出版および文化商品等の内容に関する役務に本法は適用しない」 (2条3項)。

- 専門の法律法規により規制。例えば、『証券法』、『保険法』、『広播電視法』、『広告法』、『知的財産権法』、『ネットワーク安全法』等。

# 四、電子商取引法の概要

## 4、電子商取引事業者の定義と微商の扱い（9条、10条）

### (1) 電子商取引事業者の定義（9条）

「インターネット等の情報ネットワークを通じ商品を販売し又は役務を提供する**事業活動（※1）**に従事する自然人、法人および非法人組織」

- ① 電子商取引プラットフォーム（以下、「プラットフォーム」と呼ぶ）
- ② プラットフォーム内事業者（以下、「ショップ」と呼ぶ）
- ③ 自ら開設したウェブサイト、**その他のネットワークサービスを通じて（※2）**商品を販売し又は役務を提供する電子商取引事業者

※1 個人が自己の中古品を譲渡する場合等、事業活動にあたらぬものを除外（フリマプラットフォーム関連判例あり）。

※2 微商を対象に含めるため。

# 四、電子商取引法の概要

## <関連判例事案紹介>

Xはフリマプラットフォーム（花粉児PF）でYから某ブランドのスカーフを購入したが、偽造品であることが判明し、YとPFに対し消費者権益保護法に基づき売買代金の返還と三倍賠償を請求した。

## <争点>

- Yは事業者にあたるか？  
⇒Yの取引状況から事業者にあたりと認定し、消費者権益保護法を適用。  
売買代金の返還と三倍賠償を認容。
- PFに責任はあるか？  
⇒PFはPF上の商品について真贋鑑定を行う法定の義務はない。また本件取引の過程において過失も認められない。

<上海市第一中級人民法院2018年4月28日二審判決>

# 四、電子商取引法の概要

## (2) プラットフォーマーの定義

「電子商取引において双方または多方にネットワーク営業所、取引マッチング、情報掲載等の役務を提供し、取引の双方又は多方に対し取引活動を独立して展開させる法人又は非法人組織をいう」（9条2項）

- 電子商取引が瞬間性、地域非拘束性、バーチャル性の特徴を有すると同時に、多数のプラットフォームが取引場所の提供のみならず支払い、物流等のサービスを提供している。このため、プラットフォームの義務や責任は伝統的なオフラインプラットフォーム（デパート等）の義務や責任に比べ特殊性を有している。

# 四、電子商取引法の概要

## (3) 微商等を管理の対象に追加

- 「微商」とはウィチャット（中国版ライン・決済機能付き）等のアプリを用いてオンライン取引を行うものの総称。
- 必要な管理がなされておらず、微商による模倣品、粗悪品の販売等の違法行為が頻繁に発生しており権利救済も困難。
- 「その他のネットワークサービス」（9条）と規定することにより微商等類似主体を電子商取引事業者の類型に入れ、監督管理の対象に含めた。
- 微商にも原則として市場主体登記義務（10条）が課された。



# 五、プラットフォームの義務について概観

- 電子商取引事業者の法定義務に関する一般条項

第5条 電子商取引事業者が事業活動に従事する場合、任意、平等、公平、誠実信用の原則に則り、法律および商業道徳を遵守し、市場競争に公平に参加し、消費者の権益保護、環境保護、知的財産保護、ネットワークセキュリティおよび個人情報保護等の義務を履行し、商品及び役務の品質責任を負担し、政府および社会の監督を受けなければならない。

# 五、プラットフォームの義務について概観

- 義務の特殊性

電子商取引が瞬間性、地域非拘束性、バーチャル性の特徴を有すると同時に、多数のプラットフォームが取引場所の提供のみならず支払い、物流等のサービスを提供している。このため、プラットフォームの義務や責任は伝統的なオフラインプラットフォーム（デパート等）の義務や責任に比べ特殊性を有している。

- 義務の構成

- ① 電子商取引事業者の一般的義務

- ② プラットフォーマー特有の義務

- プラットフォーマー自身の経営活動に関連する義務

- プラットフォーマーのプラットフォーム内事業者に対する管理義務

# 五、プラットフォーム事業者の義務について概観

## 1、電子商取引事業者の一般的義務について概観

	義務の内容
1	市場主体登記義務（10条）
2	納税義務（11条）
3	行政許可取得義務（12条）
4	販売する商品又は提供する役務の身体、財産の安全の保障および環境保護の要求（13条）
5	紙または電子媒体の領収書提供義務（14条）
6	営業許可証情報の公表・更新および営業終了情報等の公表義務（15、16条）
7	商品又は役務情報の開示による消費者の知る権利および選択する権利の保障（17条）
8	消費者個人の特徴と関係ない検索結果の提供義務（18条）
9	抱合せ販売を黙認として同意させる選択肢の禁止（19条）
10	誓約または約定に従った商品またはサービスを引渡し（20条）

# 五、プラットフォーム事業者の義務について概観

	義務の内容
11	消費者への速やかな保証金返還（21条）
12	市場の支配的地位濫用による競争の排除、制限の禁止（22条）
13	ユーザー個人情報の保護義務（23条）
14	ユーザー情報の照会、訂正、削除およびユーザー登録抹消の保障（24条）
15	主管部門に対する電子商取引データの提供義務（25条）
16	越境電子商取引の関する法令順守義務（26条）

上記の通り、電子商取引法の電子商取引事業者の一般的義務の規定範囲は広範であり、納税、消費者権益保護、工商管理、個人情報保護、不正競争禁止、独占禁止等多様な領域に及んでいる。このため上記義務の履行には関連法令との調整が必要になる。

# 五、プラットフォーム事業者の義務について概観

## 2、プラットフォーム特有の義務

### (1) プラットフォーマー自身の事業活動に関連する義務

	義務の内容
1	ネットワーク安全義務（30条）
2	商品、サービスおよび取引情報の保存義務（31条）
3	プラットフォームサービス協議書、取引規則の制定、公表および修正の際の意見募集（32、33、34条）
4	プラットフォーム内事業者の取引、取引価格等の不合理な制限および不合理な条件の付加、不合理な費用請求の禁止（35条）
5	プラットフォーム内事業者に対する処罰の公表（36条）
6	分かりやすい方法でプラットフォームの自営業務とプラットフォーム内事業者の展開する業務を区別（37条）
7	信用評価制度の確立、信用評価規則の公表、商品またはサービスに対する消費者の評価の削除禁止（39条）

# 五、プラットフォームの義務について概観

8	多様な方式による商品またはサービスの検索結果の表示、ペイドリスティングの商品またはサービスについては、「広告」と明示（40条）
9	プラットフォーム内事業者に対する集中取引方式での取引および標準化契約取引の禁止（46条）

# 五、プラットフォーム事業者の義務について概観

## (2) プラットフォーム事業者に対する管理義務

	義務の内容
1	業者情報の審査、登記、登記資料作成および定期的な検査、更新（27条）
2	市場監督管理部門および税務部門に対する業者関連情報の提供、市場主体登記および業者に対する税務登記手続履行の注意喚起と協力（28条）
3	違法な商品または役務情報に対する必要な処置および関係主管部門への報告（29条）
4	消費者の合法的権益を侵害する行為に対する必要な措置（38条）
5	主管部門に対する電子商取引データの提供義務（25条）
6	知的財産権侵害行為に対する必要な措置（41～45条）

上記で説明したプラットフォーム事業者の義務については電子商取引法の制定以前に関連規則で関連する内容が定められていたが、その効果は限定されていた。

EX. 「ネットワーク取引管理弁法」（2014）

「第三者電子商取引プラットフォームサービス規範」（2011）

# 六、プラットフォーム責任（総論）

- 民事責任：通常訴訟手続きを経るため救済までに時間がかかり、損害賠償責任が中心となる。

## 契約責任

### （1）消費者に対する違約責任

ex.情報管理、ネットワーク安全、商品・役務情報の完全性、規約の履行と取引規則の制定・公表・実施、自営業務の表示、信用評価システムの確立等

### （2）自営業務についての消費者に対する違約責任

ex.売買契約の売主側の責任

### （3）プラットフォーム内事業者に対する違約責任

ex.プラットフォーム入会規約の関連条項の不履行等

## 不法行為責任

### （1）自営業務についての不法行為責任（ex.商品の欠陥で損害が発生した場合

### （2）プラットフォーム内事業者の不法行為について責任を負う場合

- 行政責任：プラットフォームマーに対し迅速かつ直接的な影響を与えることができる。

- 刑事責任

- その他の責任

# 六、プラットフォーム責任（総論）

## ■原則：

プラットフォームは原則としてプラットフォーム内事業者の販売者（売主）としての責任を負担しない。また、『消費者権益保護法』および『製品品質法』における販売者としての責任も負わない。

## ■理由：

プラットフォームは売買契約の当事者の取引契約には関与していない（契約の相対性）。プラットフォーム内では日々膨大な量の取引が行われており、膨大な数の消費者に対し、販売者としての責任を負った場合、プラットフォームは生き残れない。

## ■例外：

①ネットワークサービス提供者の不法行為責任の一般規定（侵害責任法36条2項、3項）

「ネットワークユーザーがネットワークサービスを利用して侵害行為を行った場合、被侵害者はネットワークサービス提供者に削除、遮断、リンクの切断等の必要措置を採るよう**通知**する権利がある。ネットワークサービス提供者が通知を受領した後、速やかに必要な措置を採らない場合、損害の拡大部分について当該ネットワークユーザーと連帯責任を負担する（通知－削除ルール）。ネットワークサービス提供者がネットワークユーザーがそのネットワークサービスを利用して他人の民事権益を侵害したことを**知り**ながら必要な措置を採らない場合、当該ネットワークユーザーと連帯責任を負担する」

②消費者の身体、財産の安全等に関する責任（電子商取引法38条）

③知的財産侵害についての責任（電子商取引法42条2項、45条）等

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 1、消費者の身体、財産の安全に関連する責任（38条）

- 配車アプリを利用した女性が運転手に強姦され殺される事件が発生し、プラットフォームの責任に社会から大きな関心が集まった。
- 電子商取引事業者が経営活動を行う場合、消費者の身体の安全が最優先されなければならない。電子商取引法もこの思想を貫き、消費者が身体上の損害を受けた場合について一連の厳格な責任を定めている。

### （1）民事責任（不法行為責任）

- 電子商取引事業者の販売する商品または提供するサービスが身体、財産の安全性の要求を満たさない場合（13条）、電子商取引事業者は、電子商取引法、侵權責任法（不法行為法）および消費者権益保護法の規定に従い、相応の民事責任を負う。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## a. 先行賠償責任

- 電子商取引法および消費者権益法の規定に従って、プラットフォーム事業者がプラットフォーム内事業者の身元、連絡先等の情報を提供しない場合、電子商取引プラットフォーム事業者は一定の先行賠償責任を負う（電子商取引法58条3項、消費者権益保護法44条）。

### 第58条3項

消費者が電子商取引プラットフォーム事業者に対し先行賠償責任を要求した場合および電子プラットフォーム事業者が賠償後にプラットフォーム内事業者に求償を行う場合については、『中華人民共和国消費者権益保護法』の関連規定を適用する。

### 消費者権益保護法44条

消費者がネット取引プラットフォームを通じて商品を購入し、またはサービスを受け、その適法な権益に損害を受けた場合、販売者またはサービス提供者に損害の賠償を請求できる。ネット取引プラットフォーム提供者が販売者またはサービス提供者の真実の名称、住所および有効な連絡先を提供できない場合、消費者はネット取引プラットフォーム提供者に賠償を要求することができる。ネット取引プラットフォーム提供者が消費者により有利な承諾をした場合、承諾を履行しなければならない。ネット取引プラットフォーム提供者は、賠償した後、販売者またはサービス提供者に求償を行う権利がある。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## b.プラットフォームマーが必要な措置を採らない場合の連帯責任（38条1項）

- プラットフォームマーが、プラットフォーム内事業者の販売する商品または提供するサービスが身体、財産の安全性の要求に適合していないことを知りまたは知り得たにもかかわらず必要な措置を採らない場合、プラットフォーム内事業者と連帯責任を負う。

### 第38条1項

電子商取引プラットフォームマーは、プラットフォーム内事業者の販売する商品又は提供する役務が身体、財産の安全の保障の要求に適合せず、あるいは消費者の適法な権益を侵害するその他の行為があることを知り又は知り得たにもかかわらず必要な措置を採らない場合、法に基づきプラットフォーム内事業者と連帯責任を負う。

- なお、38条1項は消費者権益保護法44条に呼応した規定である。

### 消費者権益保護法44条

ネット取引プラットフォーム提供者が、販売者またはサービス提供者がそのプラットフォームを利用し消費者の適法な権益を侵害したことを明らかに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採らない場合、法に基づき当該販売者またはサービス提供者と連帯責任を負う。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## c.プラットフォームが資質、資格審査義務および安全保障義務を尽くさない場合の相応の責任（38条2項）

- 38条2項は、「消費者の生命や健康に関わる商品又は役務について、電子商取引プラットフォームがプラットフォーム内事業者の資質、資格について審査を尽くさず、あるいは消費者に対する安全保障義務を尽くさず、消費者に損害を与えた場合、法に基づき相応の責任を負う。」と規定している。
- 38条2項は、プラットフォームが「販売者または役務提供者の真実の名称、住所および有効な連絡先を提供」（消費者権益保護法44条）することによって、免責を主張することを事実上不可能にしている。すなわち、消費者の生命、健康に関係する場合、たとえプラットフォームがプラットフォーム内事業者の不法行為について知らず、かつ必要な措置をとり、関係情報を提供したとしても同様に**相応の責任**を負うことになる。
- プラットフォームの責任が最終的に「相応の責任」と規定されるに至るまで、この責任を「連帯責任」とするのか「補充責任」とするかについて数回にわたり激しく議論された。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 安全保障義務の実施例（配車アプリ滴滴打车）



# 六、プラットフォーム責任（各論）

- 「相応の責任」
  - ✓ この法的責任の性質については特別法を優先適用する場合（食品安全法等にはプラットフォームの連帯責任が規定されている）を除き、裁判所が具体的な事案に基づき自由裁量で個別に判断していくことになる。
  - ✓ このため、司法実務では今後、事案の具体的状況によって連帯責任、按分責任、補充責任を認める判決が出てくることが予想される。例えば、裁判所が具体的状況に基づき、プラットフォームが上述の義務を尽くさずプラットフォーム内事業者との共同不法行為が成立すると判断すれば、プラットフォームが連帯責任を負うことになる。
  - ✓ 裁判所により類似ケースについて異なる判決が出てくることも予想される。この点については今後、司法解釈の制定が望まれる。

## （2）行政責任（上記のb.cに対応）

### 第83条

電子商取引プラットフォームが本法三十八条の規定に違反し、プラットフォーム内事業者が消費者の合法的な権益を侵害する行為に必要な措置を採らない場合、プラットフォーム内事業者について資質・資格の審査義務を尽くしていない場合、消費者について安全保障義務を尽くしていない場合、市場監督管理部門が期限付きの是正命令を行い、五万元以上五十万元以下の過料を課すことができる。情状が深刻な場合、営業停止による是正命令を行い、かつ五十万元以上二百万元以下の過料を課す。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 2、プラットフォームの知的財産保護に関する責任（42条、43条、45条、84条）

### （1）民事責任

•電子商取引プラットフォームでは模倣品が氾濫し、知的財産権者の被害が多発している。そこで、42条および43条は、電子商取引プラットフォームが侵害行為を知らない場合についての責任を定めており、45条は電子商取引プラットフォームが侵害行為を知っている場合についての責任を定めている。

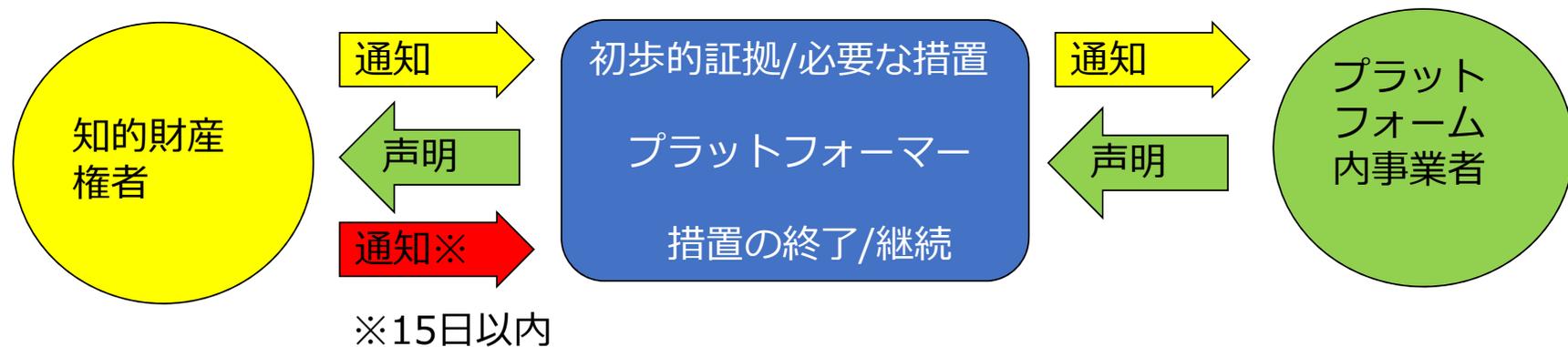
#### a.電子商取引プラットフォームが侵害行為を知らない場合についての責任

##### <背景>

- メーカーが自己商品の知的財産侵害を発見してリンクの削除申請をしてもプラットフォーム経営者が処理しない。
- ネットショップが販売している商品になんら知的財産権侵害がないにもかかわらずプラットフォームから除去される。
- 法院は通常、プラットフォームのネットショップの身元審査義務、事後的救済措置の実施等の義務については認めるが、プラットフォームが膨大な商品情報に対し各商品の適法性審査義務を認めていない（連帯責任が認められない）。

⇒このような問題に対し、電子商取引法は従来の法的枠組み（侵害責任法36条2項、3項）および司法実践とは異なる新しい知的財産保護制度を規定した。

# 六、プラットフォーム責任（各論）



「通知-逆通知」ルールのイメージ図

# 六、プラットフォーム責任（各論）

- 「通知-逆通知」ルールを採用
  - ① 知的財産権者がその知的財産がプラットフォーム内事業者に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に**権利侵害の通知**をすることができる。その通知は初歩的な証拠が含まれていなければならない。
  - ② プラットフォームは通知を受領後、速やかに取引禁止あるいは取引制限等の**必要な措置**を採り、かつ**通知をプラットフォーム内事業者に転送**する。
  - ③ プラットフォーム内事業者は通知を受領後、プラットフォームに対し**侵害行為不存在の声明**を行うことができる。その声明には**初歩的な証拠**が含まれていなければならない。
  - ④ プラットフォームはプラットフォーム内事業者の**声明を知的財産権者に転送**する。
- この「通知-逆通知」ルールについて、電子商取引法草案の第四回目の審議の際に、42条3項後段に「電子商取引プラットフォームは転送した声明が知的財産権者に到達後15日以内に権利者がすでに通報または提訴を行った旨の通知を受領しない場合、速やかに実施した措置を終了しなければならない。」との規定が追加された。
- 「通知-除去」制度の濫用を防止するため、42条3項で**無過失賠償責任**と**懲罰的損害賠償帰任**を追加。すなわち、「通知の誤りによりプラットフォーム内事業者に損害を与えた場合、法に基づき民事責任を負担する。悪意に基づき誤りのある通知を発信し、プラットフォーム内事業者に損害を与えた場合、二倍の賠償責任を負う。」と規定した

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## b.電子商取引プラットフォームが侵害行為を知っている場合についての責任

第45条 電子商取引プラットフォームがプラットフォーム内事業者の知的財産侵害を知りまたは**知り得た**場合、削除、遮断、リンク切断、取引およびサービスの終了等の必要な措置を採らなければならない。必要な措置を採らない場合、権利侵害者と連帯責任を負う。

•セーフハーバー規則の補完規則である「レッドフラッグ」ルールを体現

本条は従来から議論されてきたネットワークサービス提供者の注意義務に関する法的解釈の問題、すなわち権利侵害責任法36条3項の「知りながら」には、「知り得た」場合も含まれるかとの解釈上の問題について、司法実務で主流となっている「知り得た場合」も含む立場を採ることを明確に示した。

### (2) 行政責任（上記a、bに対応）

第84条 電子商取引プラットフォームが本法四十二条、四十五条の規定に違反し、プラットフォーム内事業者が実施した知的財産侵害行為に法によらずに必要な措置を採らなかった場合、関係する知的財産行政部門が期限付きの是正命令を行う。期限が過ぎても是正しない場合、五万元以上五十万元以下の過料を課す。情状が深刻な場合、五十万元以上二百万元以下の過料を課す。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 4、架空取引、ユーザーの評価の捏造、評価削除等の禁止および信用評価制度の確立（17条、39条、81条4項）



# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 4、架空取引、ユーザーの評価の捏造、評価削除等の禁止および信用評価制度の確立（17条、39条、81条4項）

第39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確立し、信用評価ルールを公表し、消費者に対しプラットフォーム内にて販売されている商品または提供されているサービスに評価を行うルートを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プラットフォーム内の商品やサービスに対する消費者の評価を削除してはならない。**

### （1）評価の削除禁止等の背景

- 取引数量（取引成立件数）は消費者が電子商取引事業者の商品、役務の品質を判断する決定的な要素となるため多くの電子商取引事業者は架空取引によって取引件数を捏造している。
- ユーザーの評価が低い電子商取引事業者は、容易に電子取引市場で淘汰されるため、自ら虚偽の評価を行ったり他人に評価を委託する等の不当な方法によって好評価を捏造している。
- ユーザーがマイナス評価をつけた場合、電話で修正を迫ったり、システムの欠陥を利用して技術的手段によりマイナス評価を表示させないようにしたり、削除するという問題が多発した。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## （2）信用評価制度の確立の背景

- タオバオ、JD.COM等のプラットフォームが採用していた信用評価制度は主に消費者が取引における各要素に採点を行い、その累計点数の平均から総合点数を算出して、その総合点数の高低で業者の信用が決まるものだった。このような信用評価システムは便利であるが、多くの欠陥もあったため、電子商取引法は信用評価要素の増加等、診療評価制度の改善をもとめた。

## （3）行政責任

第81条 電子商取引プラットフォームが本法の規定に違反し、下記のいずれかの行為がある場合、市場監督管理部門が期限付き是正命令を行い、二万元以上十万元以下の過料を課することができる。情状が深刻な場合、十万元以上五十万元以下の過料を課す。

（四）消費者にプラットフォーム内で販売する商品または提供するサービスに評価を行う方法を提供していない場合、または**消費者の評価を勝手に削除した場合**

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 5、ビックデータによる価格差別の制限と個人的特長に基づかない検索結果の選択肢の提供（18条、77条）

第18条 電子商取引事業者は消費者の趣味嗜好、消費習慣等の特徴に基づき消費者に商品又は役務の検索結果を提供する場合、当該消費者に同時に**その個人的特長に基づかない選択肢を提供することで**、消費者の適法な権益を尊重し平等に保護しなければならない。

電子商取引事業者が消費者に向けて広告を発信する場合、『中華人民共和国広告法』の関連規定を遵守しなければならない。

### (1) 背景

- ビックデータによる価格差別とセールスの問題は益々深刻さを増している。
- ビックデータによる価格差別：甲と乙が同じプラットフォームで同一商品を検索し、甲が2回検索し、乙が10回検索する。そして、二人が再度同時に当該商品を検索すると異なる価格が検索されるもの。
- ビックデータによるセールス：消費者が商品を検索した場合に、個人ごとにカスタマイズした検索結果を表示するもの。
- 中国における「個人情報」の権利範囲に明確な定義がなく、閲覧記録、収集記録（お気に入り等）が個人情報に入るかには議論がある。ビックデータによる価格差別とセールスは通常ユーザーのプラットフォーム内の閲覧記録のみで行うことができる。このため、『消費者権益保護法』、『電子商取引法』、『ネットワーク安全法』で個人情報の保護を規定しているものの、これらの規定だけではビックデータによる価格差別とセールスを規制するのは難しい。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

---

## （2）行政責任

第77条 電子商取引事業者が本法十八条一項の規定に違反し検索結果を提供した場合または本法十九条の規定に違反して抱き合わせ商品またはサービスを販売した場合、市場監督管理部門が期限付き是正命令を行い、違法所得を没収し、同時に五万元以上二十万元以下の過料を課することができる。情状が深刻な場合、同時に二十万元以上五十万元以下の過料を課することができる。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 6、黙認として同意させる選択肢の禁止（19条、77条）



# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 6、黙認として同意させる選択肢の禁止（19条、77条）

第19条 電子商取引事業者が商品又は役務の抱き合わせ販売を行う場合、分かりやすい方法で消費者に注意喚起しなければならない。商品または役務の抱き合わせ販売を黙認として同意させる選択肢としてはならない。

### （1）背景

- いくつかの電子商取引事業者はとて小さいフォントや黙認として同意させる選択肢等様々の方法により、消費者が気づきにくい状況で抱き合わせ販売を行っていた。
- 例えば、旅行関連アプリで航空チケットを予約している過程で、料金支払い後にホテルの割引券等、多くの追加有料サービスが注文書に含まれていることに気づくことがよくある。

### （2）行政責任

第77条 電子商取引事業者が本法十八条一項の規定に違反し検索結果を提供した場合または本法十九条の規定に違反して商品または役務の抱き合わせ販売をした場合、市場監督管理部門が期限付き是正命令を行い、違法所得を没収し、同時に五万元以上二十万元以下の過料を課することができる。情状が深刻な場合、同時に二十万元以上五十万元以下の過料を課することができる。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 7、保証金の返還時の不合理な条件の設定禁止（21条、78条）

第21条 電子商取引事業者が約定に基づき消費者から保証金を取得する場合、保証金の返還方式、手続きを明示しなければならず、保証金の返還に不合理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かつ保証金返還の条件に適合する場合、電子商取引事業者は速やかに返還に応じなければならない。

### （1）背景

- シェアリングエコノミーの発展に伴い、多くの経営者が保証金の名を借りて、資金集めを行い、ユーザーの保証金を流用し、ユーザーが返還請求をしたときには返済能力がなく遅々として返還に応じないという問題が多発した。
- 多くの電子商取引事業者は経営戦略の見地から、ユーザーの保証金返還に条件を設定し、ユーザーの保証金返還申請を制限した。

### （2）行政責任

第78条 電子商取引事業者が本法二十一条の規定に違反し、消費者に対し保証金の返還方式、手続きを明示しない場合、保証金の返還に不合理な条件を設定した場合、または速やかに保証金の返還に応じない場合、関係する主管部門が期限付き是正命令を行い、五万元以上二十万元以下の過料を課することができる。情状が深刻な場合、二十万元以上五十万元以下の過料を課す。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 8、プラットフォームの不正競争行為の規制（35条、82条）

第35条 電子商取引プラットフォームは利用契約書、取引規則および技術等の手段を用いてプラットフォーム内事業者のプラットフォーム内の取引、取引価格、他の経営者との取引等について不合理な制限または不合理な条件を加えてはならず、またはプラットフォーム内事業者に対し不合理な費用を請求してはならない。

### （1）背景

- プラットフォーム間の競争は熾烈であり、価格面で優位に立つために、あるプラットフォームはプラットフォーム内事業者に値引き販売を強制させたり、特定期間内に割引セール等を強制し取引の自由を制限している。
- あるプラットフォームは自身の競争力を高めるため、プラットフォーム内事業者がその他のプラットフォームで営業する行為に対し、「二者択一（中国語：二选一）」等の不合理な制限を行っている。
- 2015年9月に工商総局が「ネット商品およびサービスの集中セールキャンペーン管理暫定規定」を發布し、その中で「二者択一」行為についても規定しているが、法的責任については「独占禁止法」、「不正競争法」等の規定に従うと規定しているのみで、効果は上がっていなかった。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## （2）行政責任

第82条 電子商取引プラットフォーム事業者が本法三十五条の規定に違反し、プラットフォーム内事業者のプラットフォーム内での取引、取引価格、その他の経営者との取引等に不合理な制限、不合理な条件を加えた場合、又はプラットフォーム内事業者から不合理な費用を徴収した場合、市場監督管理部門が期限付きの是正命令を行い、五万元以上五十万元以下の過料を課することができる。情状が深刻な場合、五十万元以上二百万元以下の過料を課す。

•35条、82条では一種の独占行為を規制している。独占禁止法に定める「市場における支配的地位」を認定しなくても本条に基づき独占禁止行為を規制できる点にメリットがある。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 8、自営業務に分かりやすい表示を行う（37条、81条3項）

第37条 電子商取引プラットフォームがそのプラットフォームにて自営業務を展開する場合、分かりやすい方法で自営業務とプラットフォーム内事業者の展開する業務を区別しなければならず、消費者を誤導してはならない。

電子商取引プラットフォームは自らが自営と表記した業務について法に基づき商品販売者または役務提供者の民事責任を負担しなければならない。

### （1）背景

- ネットショッピングプラットフォームのウェブページ宣伝では自営業務と非自営業務が明確に区別されずに混在している場合があり、消費者が権利救済を行う際にプラットフォーム経営者は非自営主体だと主張し、責任の負担を拒絶されることがある。そこで、本法ではプラットフォーム経営者が自営業務を行う場合、プラットフォーム内事業者と同じ経営者責任を負担するとした。
- プラットフォーム自営業務の侵害行為について一律にプラットフォーム責任を適用する場合、侵害責任法36条、電子商取引法38条に基づき連帯責任あるいは補充責任を負うことになる（過失責任）。これに対し、プラットフォーム経営者が経営者責任を負うと規定すれば、違約責任と製品責任の競合となり、プラットフォーム経営者は直接の不法行為責任あるいは違約責任を負い、無過失責任の原則が適用される。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## （2）行政責任

第81条 電子商取引プラットフォーム事業者が本法の規定に違反し、下記のいずれかの行為がある場合、市場監督管理部門が期限付き是正命令を行い、二万元以上十万元以下の過料を課することができる。情状が深刻な場合、十万元以上五十万元以下の過料を課す。

（三）分かりやすい方法で自営業とプラットフォーム内事業者の展開する業務を区別して表記していない場合

The image shows a promotional banner for the Huawei HUAWEI 京东自营官方旗舰店 (Huawei JD.com Official Flagship Store). The banner features a blue Huawei smartphone (Huawei畅享9) with the text '千元珍珠屏 AI长续航' (1000 Yuan Pearl Screen AI Long Battery Life). Below the phone, it says '订金1元抵50元 | 3GB+32GB ¥999 | 抢先预定' (Deposit 1 Yuan off 50 Yuan | 3GB+32GB ¥999 | Pre-order first). A date and time '12.12 20:00新品直播 | 00:00预' (12.12 20:00 New Product Live Broadcast | 00:00 Pre) is also visible. At the bottom, there is a purple banner for '京东福利专区' (JD.com Welfare Special Area) with a large '¥300' and '限Mate 10 Pro使用' (Limited to Mate 10 Pro use), and a '点击领券' (Click to get coupon) button. The overall layout does not clearly distinguish between the platform's promotional activity and the merchant's product advertisement.

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 9、支払い完了後、経営者は契約を勝手に解消してはならない（49条2項）。

第49条 電子商取引事業者が発表した商品または役務情報が申込の条件に適合する場合、ユーザーが当該商品または役務を選択し、発注が成功した場合、契約が成立する。当事者間に別の約定がある場合、その約定による。

**電子商取引事業者は約款等の方式によって、消費者の代金支払後に契約を不成立とする約定をすることはできない。約款等に当該内容が含まれる場合、その内容は無効である。**

### ■背景

- 各電子商取引事業者は競争において優位に立つために、大規模なセールを先を争うように行っている。消費者がセールに参加し発注および支払いを完了した後に、品切れ、価格の表示ミスを告知され、注文が取消される案件が多発している。
- 通常、消費者が商品を選択し、注文情報を記入、確認し、発注を行えば「承諾」にあたるものの、ユーザーに対する約款等を通じて、これを「申込」とみなし、発送を最終的な「承諾」とみなす状況が存在している。
- このような不公平な約款規定については契約法40条で無効を主張することができるが、同条は無効になる約款規定を類型化して規定しているわけではないため、電子商取引法49条2項にて上述のケースについて一種の類型化を行った。

# 六、プラットフォーム責任（各論）

## 10、電子商取引事業者の証拠提出義務違反に対する責任（62条）

第62条 電子商取引紛争の処理において、電子商取引事業者は契約書および取引記録を提供しなければならない。電子商取引事業者が前述の資料を喪失、偽装、改ざん、破棄、隠匿あるいは提供を拒絶し、人民法院、仲裁機構あるいは関係機関が事実を調べ明らかにすることができなくなった場合、電子商取引事業者は相応の法的責任を負わなければならない。

### （1）背景

•電子商取引事業者が関連証拠の偽造、隠匿を行うケースが多発。消費者の権利保護の過程で、消費者はたびたび立証困難の状況に陥るため、電子商取引法では電子商取引事業者の証拠提出義務、及びそれに違反した場合の責任を規定。

### （2）関連規定

第31条 電子商取引プラットフォームはプラットフォーム上にて掲載した商品および役務情報、取引情報を保存、記録し、かつ情報の完全性、秘匿性、有効性を確保しなければならない。商品および役務情報、取引場方の保存期間は取引完了時から起算して3年を下回ってはならず、法律、行政法規に別の規定がある場合、その規定による。

•3年の保管期間は訴訟時効期間(民法通則188条)と同一期間に設定されている。

# 七、電子商取引紛争解決メカニズム

## 1、事前/事後紛争解決メカニズム

### ➤ 事前解決メカニズム

品質担保、保証金による担保制度（58条1項、2項）

### ➤ 事前・事後メカニズム

クレーム・通報制度（59条）、七日間無条件返品

### ➤ 事後メカニズム

- 協議による和解、消費者団体、業界団体あるいはその他の法に基づき成立した調停組織による調停、関係部門に対する通報、仲裁、訴訟提起等（60条）
- 先行賠償責任（58条3項、消費者権益保護法44条1項）

## 2、内/外紛争解決メカニズム

### ➤ 内部

- 消費者とプラットフォーム内事業者による自主的な解決
- 消費者またはプラットフォーム内事業者の要請に基づきプラットフォーマーが第三者として介入して解決

### ➤ 外部

- 訴訟、仲裁等

# 七、電子商取引紛争解決メカニズム

## 3、オンライン紛争解決メカニズム

- (1) プラットフォーマー紛争解決システム (63条) ex. Taobao
- (2) オンライン調停 ex. オンライン矛盾紛争多元解決プラットフォーム (浙江ODRプラットフォーム)
- (3) インターネット法院 ex. 杭州、北京、広州

解紛流程

矛盾糾紛通過在線上解紛漏斗不斷被過濾和分流，減少進入訴訟程序的案件





ご清聴ありがとうございました。

小林正弘・法学博士（清華大学）  
一般社団法人日中知的財産保護戦略連盟  
事業推進部マネージャー  
Mail: [kobayashi@caasa.jp](mailto:kobayashi@caasa.jp)  
Web: [www.caasa.jp](http://www.caasa.jp)