

電子商取引における安全性と持続可能性

—EUにおける最近の市場動向と規制動向の概要

クリストフ・ブッシュ教授

オスナブリュック大学およびイエール大学ISP

ドイツ消費者問題諮問委員会委員長

仮訳 カライスコス アントニオス (龍谷大学)

ドイツ 消費者問題諮問委員会



- 2014年に設立
- 独立性と学際性
- 9名の構成員
 - 学者7名（法学、経済学、社会学、心理学）
 - 消費者団体および事業者団体の代表者2名
- 任期4年

役割と任務

- 消費者の状況に関する政策監視と調査
- 消費者政策を改正する必要性の特定
- 影響評価（事前）
- 政策措置の評価（事後）
- 報告書および政策概要の発行

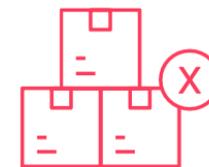


概要

- 電子商取引を通じた輸入の動向と課題
- EUにおける既存の規制枠組み
- EUにおける最近の取組み—総合的なアプローチに向けて
- 将来の課題—生成AIと電子商取引

電子商取引を通じた輸入の動向と課題

- 消費者が直接輸入する商品が急増
- 低価格商品（150ユーロ未満）の流入は、2023年と比べて2倍、2022年と比べて3倍に増加した
- 低価格貨物の91%は、中国から来ている
- TemuとSheinは、EU市場で飛躍的に成長している



4.6 billion
low-value items were imported
into the EU in 2024 - equaling
12 million parcels per day



Around
17.5 million
counterfeit articles
detained at the EU
border in 2023

電子商取引を通じた輸入の動向と課題

- ソーシャルメディアと電子商取引の融合（ソーシャルコマース）
- インフルエンサーの役割の増大、ライブショッピング

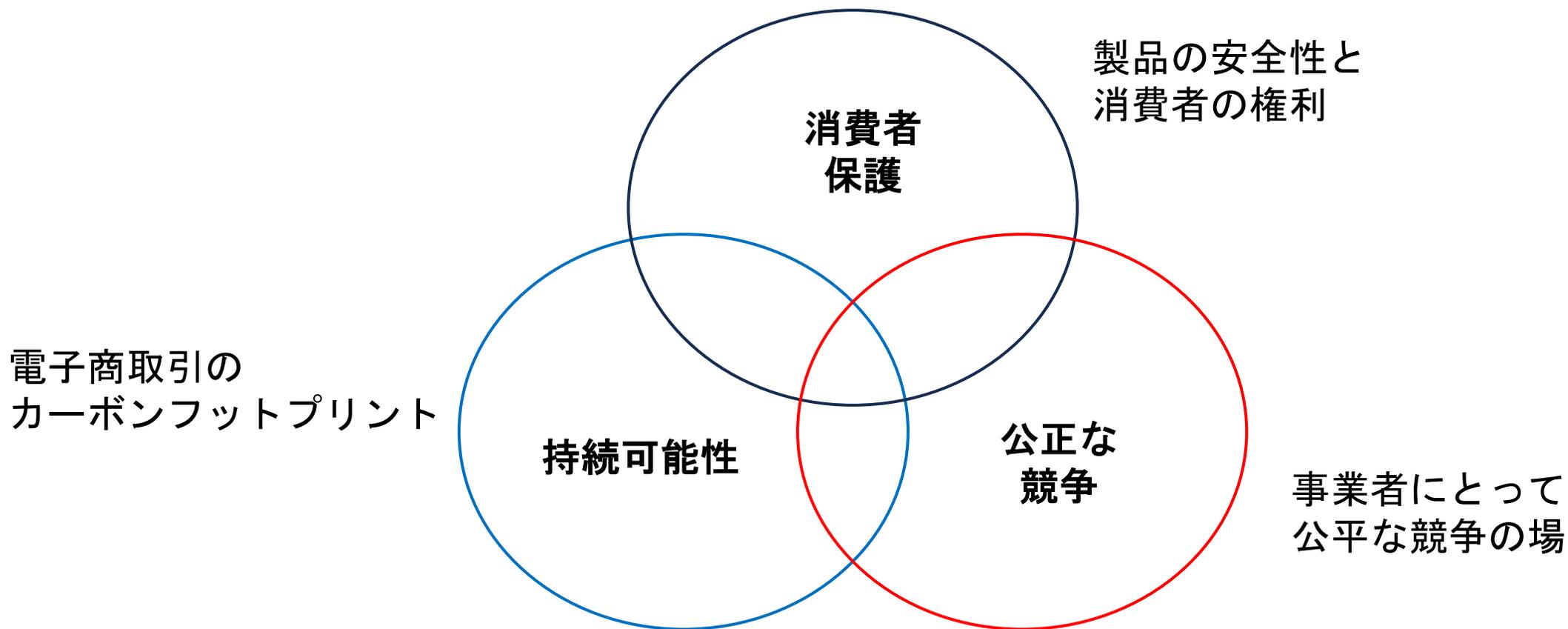
TikTok Tech / Big Tech

TikTok Shop to expand to Germany, France, Italy next week amid uncertainty in US

The move marks a major expansion of the short-video app's e-commerce operations in Europe as it faces a looming ban in its largest market

サウスチャイナ・モーニング・ポスト誌
2025年3月28日

電子商取引を通じた輸入の動向と課題



EUにおける既存の規制枠組み

様々な規制ツールの複雑な相互作用

- **デジタルサービス法**—オンラインプラットフォームに対するデューデリジェンス義務
例：「ビジネス顧客を知る」という原則、リスクの評価と軽減
- **消費者法**—不公正取引方法指令、消費者権利指令、不公正契約条項指令
- **製品安全法**—市場監視規則、一般製品安全規則（2024年12月以降）
例：「責任主体」となる者がEUに存在しなければならないという要件
- **持続可能な製品のためのエコデザイン規則**—材料、製造方法、持続可能性の特徴に関する情報を含むデジタル製品パスポート

EUにおける最近の取組み—総合的なアプローチに向けて

安全で持続可能な電子商取引のための包括的なEUツールボックス (2025年2月5日)

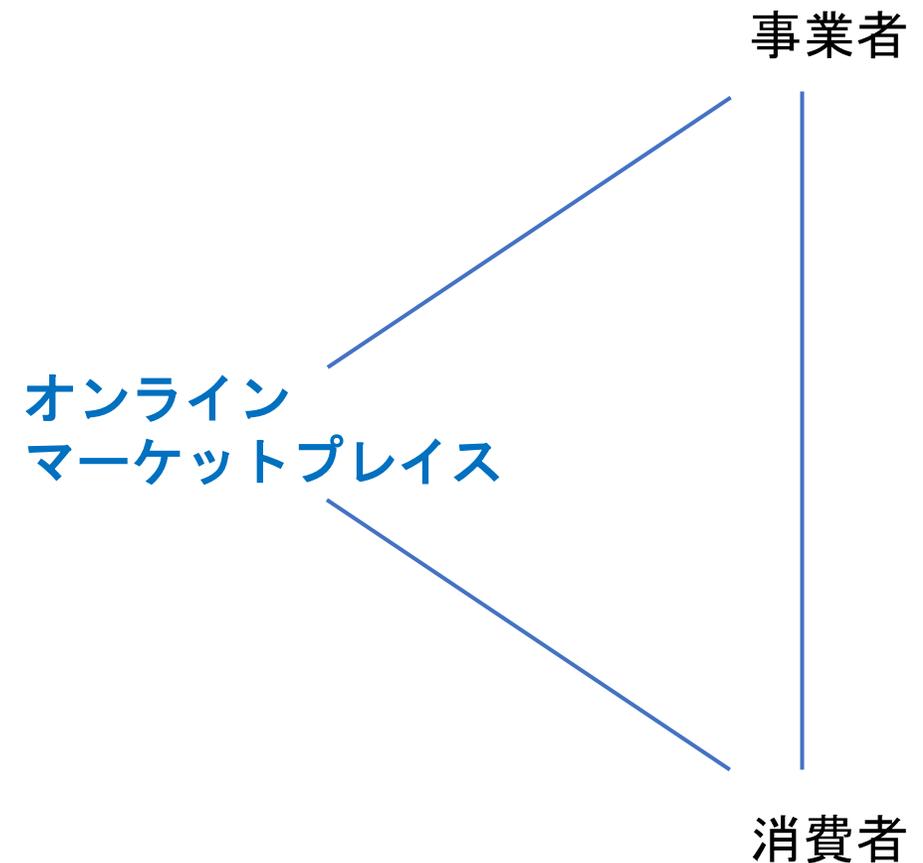
- 関税改正パッケージ
- 環境基準の改正
- DSAおよび製品安全法のより厳格な執行
- EU消費者法の執行に向けた協調行動
- 電子商取引の管理を強化するためのデジタルツールの活用



EUにおける最近の取組み—総合的なアプローチに向けて

関税改正パッケージ

- 150ユーロの関税免除の廃止
- EU税関データハブを運営する新しいEU税関当局
- オンラインマーケットプレイスは、**みなし輸入業者**となり、関税を徴収する
- 輸入業者は、電子商取引商品に対する新たな**取扱手数料**を負担する



EUにおける最近の取組み—総合的なアプローチに向けて

Temuに対する協調執行行為

- 2024年10月31日—欧州委員会によるDSA違反の調査
 - 以前に停止された悪質業者や不適合な商品の再出現
 - 依存性のあるデザイン（ゲームのような特典プログラムを含む）
- 2024年11月8日—CPCネットワークによるEU消費者法違反の共同調査
 - 偽の割引、ダークパターン、強制的なゲーミフィケーション、偽のレビュー
- 欧州委員会は、消費者保護協調規則（EU）2017/2394（「CPC規則」）の改正案を2025年後半に提案する予定
 - 欧州委員会の執行権限の集中化（？）

EUにおける最近の取組み—総合的なアプローチに向けて

さらなる改正の必要性

- 現在、DSA31条(3)は、オンラインマーケットプレイスに対し、事業者がプラットフォーム上で商品を販売することを許可した後、違法商品がないかについてEU Safety Gateポータルで「ランダムにチェックするための合理的な努力を行う」ことのみを義務付けている
 - ➔ 少なくとも高リスクの商品カテゴリーについては、**商品の事前チェック**
- 製造物責任指令（EU）2024/2853の8条（4）に基づき、プラットフォームは、第三者である事業者が提供する欠陥のある製造物に対する責任を簡単に回避できる
 - ➔ 「**みなし輸入業者**」概念を製造物責任にも適用

将来の課題ー生成AIと電子商取引

Perplexity launches an AI-powered shopping assistant - and it even gets you free shipping

Get the AI shopping help you need, and other perks, right in time for the holidays with Perplexity's new 'first-of-its-kind commerce experience'.



Written by Sabrina Ortiz, Editor

Nov. 19, 2024 at 11:32 a.m. PT



zorandimzr/Getty Images

- 電子商取引のための新しいアクセスポイント
- 異なるカスタマージャーニー：ウェブサイトやオンラインマーケットプレイスの位置づけが、中心から周辺へと動く可能性
- AI主導の比較購買は、検索コストを削減し、顧客のロイヤルティを変える可能性がある
- ウェブサイトは、AIアシスタント向けにデザインを最適化することで、これらの課題に対応できるかもしれない

将来の課題—生成AIと電子商取引

OpenAI Unveils A.I. Agent That Can Use Websites on Its Own

The new tool, called Operator, can shop for groceries or book a restaurant reservation. But it still needs help from humans.

ニューヨークタイムズ、2025年1月23日

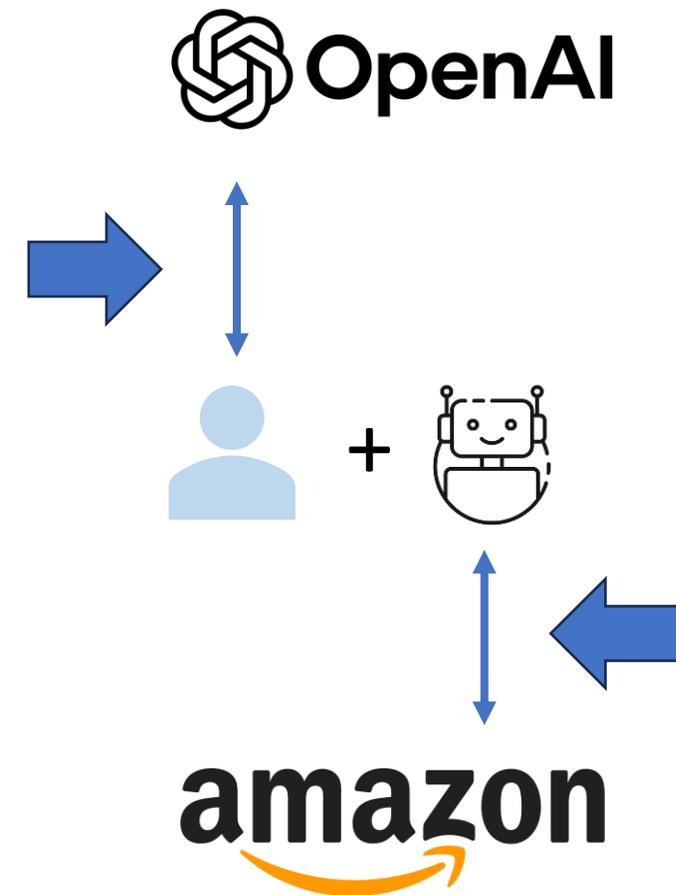
A-Commerce Is Coming: Agentic AI And The “Do It For Me” Economy

By [David G.W. Birch](#), Contributor. David Birch is a London-based advisor on digi...

Follow Author

Feb 06, 2025 at 04:48am EST

フォーブス、2025年2月6日



将来の課題ー生成AIと電子商取引

AIエージェントの台頭と「エージェントコマース」は、消費者法的前提に挑戦を投げかけている

- 消費者法は、人間中心であり、人間が購入の決定を行うという前提に基づいている
- 消費者法の手段は、「アルゴリズム消費者」として機能するAIエージェントにどのように適応される必要があるのだろうか？
(例：契約締結前の情報提供、ダークパターンに関する準則)
- AIエージェントは、行動バイアスの影響を受けにくくなるのだろうか？人間よりも「合理的」になるのだろうか？「選択エンジン」として人間である消費者をサポートできるのだろうか？
- AIエージェントを操作（例：プロンプトインジェクション）から保護する方法
- 人間である消費者をAIエージェントによる操作から保護するには？

参考文献

Christoph Busch, Consumer Law for AI Agents
(German Law Journal 2025に近日掲載予定)

プレプリントはSSRNで入手可能：

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5187056

Consumer Law for AI Agents

*Christoph Busch**

forthcoming German Law Journal (2025)

Abstract

Since the public release of ChatGPT in November 2022, the AI landscape is undergoing a rapid transformation. Currently, the use of AI chatbots by consumers has largely been limited to image generation or question-answering language models. The next generation of AI systems, AI agents that can plan and execute complex tasks with only limited human involvement, will be capable of a much broader range of actions. In particular, consumers could soon be able to delegate purchasing decisions to AI agents acting as “Custobots”. Against this background, the Article explores whether EU consumer law, as it currently stands, is ready for the rise of the Custobot Economy. In doing so, the Article makes three contributions. First, it outlines how the advent of AI agents could change the existing e-commerce landscape. Second, it explains how AI agents challenge the premises of a human-centric consumer law which is based on the assumption that consumption decisions are made by humans. Third, the Article presents some initial considerations how a future consumer law could look like that works for both humans and machines.

Keywords: AI agents, agentic commerce, consumer law, artificial intelligence

* Professor of Law, European Legal Studies Institute, University of Osnabrück; Affiliated Fellow, Information Society Project, Yale Law School. This research has been carried out within the scope of the project “Granular Society – Granular Law? Individuality and Normative Models in the Data Society” funded by VolkswagenStiftung under a Momentum Grant. For valuable input, I am grateful to participants at the 2024 Regulating AI Conference at Peking University School of Transnational Law, the 2025 Consumer Law Scholars Conference at Boston University as well as workshops hosted at the University of Münster, Keio University, Tokyo, and Korea University, Seoul.

電子商取引における安全性と持続可能性

—EUにおける最近の市場動向と規制動向の概要

クリストフ・ブッシュ教授

オスナブリュック大学およびイエール大学ISP

ドイツ消費者問題諮問委員会委員長

仮訳 カライスコス アントニオス（龍谷大学）