

【特集】東京大学大学院法学政治学研究科・北京大学法学院第2回研究交流会「電子商取引に関する最近の法的課題」

中国における電子商取引に関する監督管理の概観

沈 岾*

- I 発展を主たるものとして、監督管理を副次的なものとする戦略
- II 電子商取引に関する監督管理が直面する問題と挑戦
- III 今後の可能な対応策

アイリサーチ社（iResearch）の最新データによると、2012年の中国電子商取引市場の取引規模は8.1兆人民元（約1.17兆ドル）しかなかったのに対して、2016年の取引規模は20.2兆人民元（約2.93兆ドル）に達し、2015年に比べると23.6%増加した。2012年から2019年までの発展状況は下記の図1を参照願いたい⁽¹⁾。中国における電子商取引が急速に発展してきたのは、中国政府が市

図 1



* 北京大学法学院教授

場に対して放任と支援の姿勢をとり、従来の商取引に関する監督管理制度を厳しく行なわなかったことに、一定程度は帰するものといえよう。

本稿では、次の 3 点、すなわち、①発展を主たるものとして、監督管理を副次的なものとする政府の戦略、②電子商取引に関する監督管理の直面する問題と挑戦、③今後の可能な対応策という点において、中国における電子商取引に関する監督管理の発展について、その基本的な仕組みや概要を明らかにする。

I 発展を主たるものとして、監督管理を副次的なものとする戦略

20 世紀末には、仮想ネットワークを通じた最初の中国電子商取引ウェブサイトが登場し、電子商取引市場の自発的な形成が始まった。1997 年 12 月に中国化工網 (china.chemnet.com) が開設されたことは、中国における B2B ウェブサイトの誕生を示すものであった。1999 年 5 月に電子商取引ウェブサイト 8848 (8848.com) が登場することによって、B2C モデルも推進されるようになった。同年 8 月には、C2C プラットフォームとしての易趣網 (eachnet.com) も時運に乗って登場した。1997 年から 1999 年までの間に 3 つの電子商取引モデルが形成されたことは、電子商取引産業の萌芽とスタートを示すと同時に、電子商取引産業の形成における自発性も反映したものであった。インターネットから生まれる新たな理念を受けて、ネットワーク化経済の最初の創業者達は、アリババ (alibaba.com) や当当 (dangdang.com) などの一連の著名なウェブサイトを起業した。

同時に、中国政府は、伝統的な商取引監督管理制度を速やかには適用してこなかった。電子商取引は、その誕生時点から、既存の伝統的な商取引に存在する問題を内包している一方で、新たな現象自身が持っている特有の問題も存在する。しかし、電子商取引が興った最初の約 8 年間においては、中国政府は、基本的に放任と支援という政策的立場を取っていた。例えば、1998 年の国務院の組織改革において、国務院が対外貿易経済合作部（訳注：現・商務部）に求めた職責は、各種の新たな取引モデル（電子商取引を含む）を研究・展開することである。もう一つの例として、国務院弁公庁は、2000 年に国家経済貿易委員会（国家経貿委）による企業発展への支援策に関する文書を前後 2 回に分けて配布した。《国家経貿委による中小企業の発展への奨励と促進に関する若干の政策と意見》においては、必要な条件が備わっている地域において中小

企業の電子商取引を試験的に実施することが可能であると言及された。また、《大中型国有企業における現代企業制度の構築と管理の強化に関する基本規範（試行）》においては、ネット技術によって取引情報の伝送と共有を実現し、電子商取引などの新たな取引方式を探索すべきである旨が明確にされた。2001年には、全国人民代表大会が公布した《中華人民共和国の国民経済と社会発展に関する第10次5カ年計画要綱》において、電子商取引、特に企業間の電子商取引を活用することによって、販売、運送およびサービス方式の改革を推進し、コストを削減して、工業製品の市場規模を拡大する旨が指摘された。

2005年に至り、《国务院弁公庁による電子商取引の早期発展の促進に関する若干の意見》は、「発展の加速と管理の強化とを相互に結合させるべきである。すなわち、電子商取引発展の戦略的な機会を捉え、電子商取引の活用を着実に推進するとともに、電子商取引の健全な発展に役立つ管理システムを構築し、ネットワーク環境の下にある市場への監督管理を強化し、オンライン取引行為を規範化し、情報セキュリティを保障し、電子商取引活動の正常な秩序を守る」とし、初めて、電子商取引の発展と管理を結合させるべきであると明確に指摘するとともに、電子商取引に対する監督管理を強化すべきことを公式に表明したのである。しかし、それでも次の2点には注意しなければならない。第一に、中央政府レベルの政策として、ネットワーク環境下にある市場への監督管理を強化する方針が初めて打ち出されたとはいえ、国务院が依然として電子商取引発展の推進に重きを置いている文書であるという点である。第二に、上記の監督管理強化という指導的思想は、当時、およびその後の5年間においても、体系化された監督管理制度には結実しなかったという点である。電子商取引に関する監督管理よりも、電子商取引の発展が政府に重視されていたことが明らかに感じられるのである。電子商取引自体の特徴に相応する監督管理が如何に展開されるべきかという問題については、政府、企業および学者はもちろん研究、検討を続けて来ているが、共通認識の形成は容易ではない。監督管理の体系化、制度化の遅延もこの問題に起因するところであろう。

中国人民銀行が2010年に発出した《非金融機関による決済サービスの管理弁法》では、電子商取引において勃興し始めていた、旧来の金融機関以外の第三者決済機関に対して、決済業務許可制度を中心とする監督管理を行う基本的な枠組みが確立された。これは、電子商取引に対する監督管理の制度化の幕開

けと考えてもよいであろう。その後、2014年に国家工商行政管理総局が制定した《ネットワーク取引管理弁法》は、ネットワークによる取引行為についてより全面的な監督管理規制を定めている。2015年に国家品質監督検査検疫総局が発出した《電子商取引の健全な発展の促進に関する指導意見》では、電子商取引分野における製品品質の監督管理や、越境電子商取引における検査・検疫の監督管理等の問題について、基本的な監督管理の基準や政策が示された。2015年の《国务院弁公庁による越境電子商取引の健全かつ急速な発展の促進に関する指導意見》は、越境電子商取引に関わる税関の監督管理、検査・検疫の監督管理、輸出入税収の監督管理、越境支払決済の監督管理、越境電子商取引行為の監督管理等について、関係する監督管理機関に対して具体的な制度の構築を求めた。これらのことからわかるように、電子商取引に対して、本格的に体系化・制度化された監督管理への努力がなされたのは、ここ2、3年程度の動きである。

しかし、これらの努力は、電子商取引に対する「発展を主たるものとし、監督管理を副次的なものとする」という政府の戦略を変えたわけではない。2015年に発出された《国务院弁公庁による電子商取引の更なる発展と新たな経済原動力としての加速育成に関する意見》は、電子商取引が経済発展の新たな原動力であること、電子商取引に関わる制度的な障碍を削減することによりその発展を実現すべく、更に多くの特別な政策が付与されるべきであることを明確に強調した。その中で、「指導的思想」とは、「改革に依拠して科学的な発展の推進を堅持し、自発的に経済発展の新常態に応じると同時にこれを牽引し、電子商取引の発展過程に存在する根深い矛盾や重大問題の解決に向けて取組みを行うこと。政策の革新、管理の革新およびサービスの革新を力強く推進し、開放、規範、誠実、安全な電子商取引の発展環境の構築を加速し、電子商取引の革新原動力、創造潜在力、起業活力を更に刺激し、経済構造の戦略的調整を加速することによって、経済産業の質と効率を向上させ、その革新を実現すること」であるとされている。

上記の《意見》では、政府が従わなければならない3つの基本原則は、「積極的な推進」、「段階的な規制」、「方向づけの強化」であると指摘されている。具体的に言うと、「積極的な推進」とは、「自ら行動を起こし、発展を支持する。電子商取引の発展に伴う様々な矛盾と問題を積極的に協議・解決する。政府リ

ソースの開放、ネットセキュリティー保障、投融資の支援、インフラの整備および信用システムの構築等の面で、サービスを向上させる。電子商取引企業の課税について合理化を推進し、企業の負担を軽減させる。電子商取引発展の潜在力を更に解放し、電子商取引におけるイノベーションの発展水準を向上させる」ことである。「段階的な規制」とは、「行政を簡素化し、権限委譲を促進するが、一方で管理との結合も推進する。法に禁止規定が定められていなければ自由に市場参加者（主体）になれること、法による授權がない行為を政府機関がしてはならないとすることにより、電子商取引市場への行政介入を最大限に削減する。市場参入を緩和するとともに、市場を発展させながらその秩序を段階的に規制し、公正競争を通じた創業を発展させる環境を作り出し、社会の創業活力を更に刺激し、電子商取引のイノベーション発展の領域を拡大する」ことである。「方向づけの強化」とは、「趨勢を把握し、勢いに応じて有利に導く。電子商取引の発展過程において現れる先端的、兆候的および傾向的な課題について研究を強化し、ビジネスモデルの革新、コア技術の開発および国際市場の開拓等の面で、企業への支援と方向づけの取り組みを速やかに強化する」ことである。

このような原則は、具体的な監督管理制度の設計にも反映されている。例えば、国家工商管理総局が制定した《ネットワーク取引管理弁法》に基づき、電子商取引の取引型第三者プラットフォーム上で自然人が開設したネット店舗（以下、「自然人ネット店舗」という）は、現状、オンラインによらず商業活動を行う実体のある自営業者とは異なり、そのオンラインによる営業に工商管理登記は不要である。これは、取引型第三者プラットフォームが、自然人ネット店舗の経営者の身分情報について審査、登記および更新する義務を負っており、自然人ネット店舗に対する監督管理において、本来は政府が有すべき監督管理の役割を果たしているからである。

以上のことからわかるように、中国政府にとっては、電子商取引における市場秩序の規制と公正な競争環境の創造を目的とする監督管理が必要ではあるものの、それよりも、最も重要な任務は、やはり電子商取引を新たな経済成長の源とすることである。これは、市場自身の力のみで自発的に推進することはできず、政府により一層の支援と推進が必要である。これには監督管理の緩和（deregulation）を支持することを含むが、それには限らない。

II 電子商取引に関する監督管理が直面する問題と挑戦

中国政府は、電子商取引の発展に向けた支援を主とする戦略を取ってはいるものの、電子商取引市場に生じる様々な問題は、やはり監督管理の整備によって対応すべきものである。

まずは、電子商取引の製品には品質の確かな保証がない。例えば、国家品質検査検疫総局による、2016 年の電子商取引対象製品 11 種の品質に対する国家監督特別抽出検査結果の通報によると、不合格製品の検出率が 20%を超えた 3 種類の製品として、女性用下着 (23.2%)、モバイルコンセント (31%)、リュックサック (68.3%) が挙げられている。また、不合格製品の検出率が 10%から 20%までの 5 種類の製品としては、厨房機器 (10.3%)、寝具用品 (16%)、カジュアルウェア (16.9%)、豆乳メーカー (11.8%)、電気ケトル (17.2%) が挙げられ、不合格製品の検出率が 10%未満の 2 種類の製品として、カシミヤ製品 (9.7%)、ダウンジャケット (5.2%) が挙げられている。

第二に、電子商取引製品の価格については、虚構の原価、虚偽の割引、値引きの虚偽表示、虚偽の価格情報誘導、価格の付加条件の未表示または不明確な表示、虚構の価格比較、贈呈の不明確または偽造品・劣等品の贈呈といった問題が存在している。例えば、取引型第三者プラットフォームによるキャンペーンシーズンには、キャンペーンシーズンの到来前に、少なからぬネット店舗が既に商品価格を大幅に引き上げており、その後、キャンペーンシーズンに入ると、価格の割引を発表する。この場合、実は、割引価格とキャンペーンシーズンではないときの商品価格とは基本的に同一である。一般の消費者は、各ネット店舗における同種商品の価格を異なる時期で比較することはしないため、価格優遇の表示に誘導されやすいのである。

第三に、電子商取引における知的財産権侵害が深刻であり、偽造商品、海賊版の図書や AV 製品、他人の意匠権を侵害する製品など、様々な侵害がある。国家知的財産権保護局も、2016 年 4 月 19 日の記者会見において、「これまでの電子商取引の発展は非常に急速なものであって、このような急速な発展に伴い、知的財産権の侵害問題がますます深刻になっており、もはや多発とも言うべき段階に入っている。特許行政を例にとると、昨年、中国全土における電子商取引分野に関するエンフォースメントの案件数は 7,600 件以上となり、急速

に増加している」と指摘している⁽²⁾。

第四に、電子商取引分野においては、脱税、申告漏れ、租税回避などの問題が非常に発生しやすい。例えば、ネット上でのデータベース利用権購入による書籍閲覧といった特殊な取引の場合は、営業税を徴収するのか、それとも増値税を徴収するのか、税種の確定が必ずしも明らかではない状況にある。越境電子商取引に対する課税は、更なる難問である。

第五に、電子商取引の第三者による決済も、情報漏洩、ネット犯罪、遊休資金の占有使用または転用リスク、資金セキュリティリスク、ネットワークの公開性が故のハッカー攻撃、ネットウイルスやフィッシングソフトウェアなどのリスクにも直面している。例えば、アリペイのユーザー情報が多数漏洩し、ネット上で販売業に使用されていた問題がある。漏洩された情報の数は1,500万ないし2,500万人分に上り、漏洩された時期も不明である。漏洩された情報はユーザーの口座番号のみでありパスワードは含まれていなかったが、ユーザーにとっては肝を冷やす出来事であっただろう⁽³⁾。

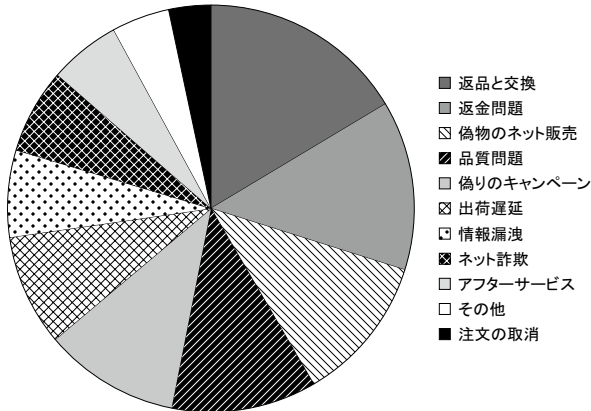
最後に、電子商取引において消費者の権利が侵害される事案が度々生じている。2015年度には、電子商取引に関する苦情が前年同期比3.27%増となった⁽⁴⁾。2014年のネット小売業におけるクレームのランキングは、返品と交換、返金問題、偽物のネット販売、偽りのキャンペーン、出荷遅延、情報漏洩、ネット詐欺、アフターサービスなどの部分や問題に集中した（下記の図2⁽⁵⁾を参照）。

上述の問題が生じる場所は、インターネット技術、電子技術と密接な関係があるため、伝統的な商取引を基本とした監督管理システムは以下の挑戦に直面している。

1 監督管理法令の立ち遅れや欠缺

早くも2007年には全国人民代表大会の代表が《電子商取引法》の制定に関する議案を提出しており、しかも同種の議案が全国人民代表大会において継続的に提示されていたにもかかわらず、ようやく2013年になり《電子商取引法》が第12期全国人民代表大会常務委員会の立法計画第二類項目（すなわち、「作業に注力し、条件が充足された場合に、審議に付する法律案」）に組み入れられた。電子商取引を調整する基本的な法律がなく、現在電子商取引に対して取られている特別な監督管理措置の法的根拠を伝統的な商取引に関する法律に求

図2 2014年のネット小売業における苦情ランキング



めることもできないため、当該措置が疑問視されやすい状況にある。例えば、行政許可は、《行政許可法》の規定に基づき、法律または国務院による行政法規や決定、地方立法機関による地方性法規もしくは地方政府による規則によって定めることができるが、国務院を構成する各機関は、これらを定める権限を持っているわけではない。中国人民銀行が発出した《非金融機関による決済サービスの管理弁法》に定められている「決済業務許可」は、法律または国務院による行政法規や決定において明確な授権がないため、その合法性が疑問視されている。

2016年12月に、第12期全国人民代表大会常務委員会第25回会議が《電子商取引法（草案）》について最初の審査を行った。2016年12月27日から2017年1月26日まで、全国人民代表大会常務委員会が《電子商取引法（草案）》について同大会のウェブサイトを通じて全国的意見聴取を公開により行っていた。現時点では、この草案には争点となっている規定が多数存在しているため、その最終版が、電子商取引における各分野の監督管理に対して合法性を付与するものになるのか、また問題の解決に対して有効なものとなるのかについては、引き続き注視していく必要がある。

2 監督管理機関の職責の重複と不明確な権限範囲

中国においては、電子商取引における監督管理の主体が、工商管理、品質検

査・検疫、税務、税関、人民銀行および外国為替管理等、多数の機関に亘っており、体系的な管理が行われている。このため、監督管理の対象事項が複数の機関の管理対象となるのが一般的である。それぞれの機関の管理職能は関係法令に定められているが、電子商取引の特殊性により、監督管理機関の間における既存の権限配分を電子商取引の分野に適用する場合には、これが極めて不明確となる。そのため、以下のような3つの状況が生じる可能性がある。第一に、監督管理の真空、すなわち、ある特定の事項を処理する監督管理機関がないこと。第二に、監督管理の争奪、すなわち、監督管理機関が各自の利益のために監督管理権を奪い合うこと。第三に、監督管理の屋上屋、すなわち、監督管理機関が各自の政策と措置を実施する結果、特定事項に対する異なる監督管理者と監督管理指令が現れることである。

工商行政管理機関および品質監督管理機関を例として検討する。二つの機関にはいずれも製品の品質を監督する一般的な権限があるが、伝統的な市場分野においては、工商機関が流過程に関する監督管理に対して責任を負い、品質監督機関は生産過程に対する監督管理に対して責任を負う。しかし、電子商取引における生産過程と流過程とを明確に区別することは困難である。製品は、ネット店舗を経由することなく、生産メーカーから流通を経て直接消費者の手元に届けられる。これが監督管理に重複現象をもたらすこととなる。国家品質監督検査・検疫総局と国家工商行政管理総局が、それぞれ発出した関係規則およびその他の規範性文書（表1を参照）は、このことを証明することができる。

表1

国家品質監督検査・検疫総局	国家工商行政管理総局
「品質監督検査検疫臨機無作為抽出検査 実施弁法」（2016）	「流通分野における商品品質の監督管理弁法」（2016）
「電子商取引製品の品質技術監督に関する法執行・調査作業規範」（2016）	工商総局によるネット取引商品品質の抽出検査を強化・規範化する意見（2015）
「国家品質監督検査・検疫総局による電子商取引の健全な発展を促進する指導意見」（2015）	工商総局による流通分野における商品品質の安全性について警告作業を強化する指導意見」（2014）
「製品品質監督・抽出検査管理弁法」（2010）	「流通分野における商品品質抽出検査・チェック弁法」（2014）

3 電子商取引の越境性に対応した監督管理管轄の困難性

伝統的な監督管理の管轄は、一般的に地域を基準として区分し、行政区画に基づいて、事業主体の所在地または行為の発生地により決定される。しかし、電子商取引は、インターネットというバーチャルな世界に基づくものであって、多数の事業主体（ネット店舗）は、実体のある店舗を持たず、インターネット上または電子商取引プラットフォーム上にしか存在せず、その取引行為は、地域の境界のみならず、国境さえも越える場合もある。そのため、取引中に生じる違法行為または不法行為に対して、どの地域の監督管理機関がどのような基準に基づき管轄を行うべきかが問題となる。

4 電子商取引の特徴に対する監督管理能力の不適用

電子商取引は時間と空間を越える取引である。24 時間休みなく地域の境界や国境を越えた取引を行うと同時に、大量の商品と数多くの取引当事者が存在するところに特徴がある。このような特徴に鑑みれば、伝統的な監督管理は、「数頭のライオンが一兆匹のノミを見つめる」が如く力不足である。また、電子商取引はデジタル方式によって行われており、電子データの書き換えや削除が容易であるため、証拠の収集や保存に支障が生じる。このため、デジタル技術の発展を如何に活用して、電子商取引において、売主による偽物の販売、知的財産権の侵害、消費者権利の侵害や、買主による悪意のマイナス評価、悪意による返品・交換など基本的な信用に欠ける行為に対して有効な監督管理を速やかに行うのかということが、政府監督管理機関が直面し、差し迫って解決する必要がある問題となっている。なお、中国各地における電子商取引に関する監督管理機関の職員の素質が、ハイテク手段によって監督管理を改善するという時代からの要請に適応していないのが現状である、とも言われている。

5 監督管理措置の行政許可に対する過度の依存

中国の行政管理分野においては、長きに亘って行政許可（“行政審批”）が監督管理の主たる措置とされていたので、多数の行政機関は、「許可」というものがなければ監督管理を有効的に行えないと認識していた。2004 年に施行された《行政許可法》は、その慣習を変えるのが目的であるが、未だこれを徹底的に変えることはできていない。電子商取引が勃興した後、新たな現象と問

題に直面する監督管理機関は、依然としてこの慣習の影響を受け、何かという行政許可を手段として用い監督管理を有効に行うことを望むため、結果として政府側の過度の介入をもたらすことになった。

インターネットによる医薬品取引を例として検討する。ネット上で薬局（ネット薬局）の設立を申請するにあたっては、《中華人民共和国医薬品管理法》およびその実施条例、《インターネット情報サービス管理弁法》、《インターネットによる医薬品取引サービス審査暫定規定》等に基づき、電信管理機関が審査により発給する「インターネット情報サービス付加価値電信業務経営許可証」、食品医薬品監督管理機関が審査により発給する「インターネット医薬品情報サービス資格証」および「インターネット医薬品取引サービス機関資格証」、工商管理機関が審査により発給する「企業法人営業許可証」等が必要である。インターネットによる医薬品取引において、事前許可のみによって取引市場の規範化と取引商品の安全化を実現できるか否か、あるいは事後の監督管理をもって事前の監督管理に代替しうるか否かという問題はさておき、ネット薬局のオンライン販売とオフライン販売にそれぞれ許可を必要とするやり方については、その合理性を巡って明らかな争いがある。すなわち、医薬品経営資格を確かに持つオフライン企業が、取引形式の拡大という目的のみのためにネット上で医薬品の取引を行う場合であっても、ネット医薬品経営資格を改めて申請することとなる。それは、重疊的な監督管理であるとの誹りを免れず、ネット医薬品産業の発展を大幅に制約することとなるであろう。

6 私的監督管理の性質と権限の不明確性

大量の電子商取引行為に直面している政府監督管理機関の能力不足のために、国家は、私的な監督管理に相当程度依存しつつある。特に、電子商取引の取引型第三者プラットフォームおよび決済型第三者プラットフォームは、規則の制定、身元の審査、紛争の解決、権利侵害の防止、証拠の保存、政府との協力等の業務の引き受けを要求された。これら私営会社は、時として、更なる市場の信頼と認知を得るために、自発的に自らの監督管理の役回りを引き受けたが、現状、政府機関による規則その他規範性文書が規定する私営会社の監督管理は、私営会社がすべて自発的に引き受けることを望んだものではない。そこで、①私営会社が、国家立法の指令を受けて、監督管理義務を履行しなければ

ならない場合、私営会社は単なる民事主体であるのか、それとも公的機関と協力するパートナーであるのか。②私営会社は、民事契約によって自身の監督管理の権限を宣言することができるのか、そしてその経済上の優越的地位を利用して、そのプラットフォームに参入する販売業者にその監督管理を強制的に受け入れさせたとして、これらの監督管理の権限を如何に行使しうるのか。③国家立法者は、この準政府的な監督管理権限に対して、ある一定の制限を加えて、公平、公正、公開などの正義原則に合致させるべきであるのかというような問題について、必ずしも明確ではない。

Ⅲ 今後の可能な対応策

以上のような挑戦に直面するのは、実は至極当然なことである。インターネットの世界において生じる取引行為には伝統的な商取引とは異なる特徴があるから、政府の監督管理システムは、ある一定の事項に対して監督管理を行う必要があるか否かという問題をまず考えなければならず、もし必要であるならば、誰が監督管理を行うべきか、監督管理を如何に行うべきかという問題を考慮しなければならない。後者の二つの問題を考慮するにあたっては、新たな監督管理機関と職員を如何に活用し、どのような監督管理の目的および任務を設定し、新たにどのような監督管理の技術、手段および方法等を採用すべきか、こういった問題も念頭に置かなければならない。中国電子商取引分野における監督管理が変わりつつある今、既に一定の動きが現れており、それには今後上記の課題に応える解決策と戦略が示唆されているといえよう。以下では、その中でも非常に重要な4つの側面について言及する。

1 関係法令を速やかに制定すること

電子商取引分野の急速な発展は、立法者に対して圧力を加えている。電子商取引の政府監督管理は、“依法治国”，すなわち法に基づく国家統治と、法に基づく行政という法治の原則に基づき、法に立脚しなければならない。そのため、近年、電子商取引の様々な監督管理分野において、國務院の各機関が制定した規則、規範性文書および指導意見の数が大幅に増加している。目下、《電子商取引法》は全国人民代表大会常務委員会で審議されており、2018年中に公布・施行される見込みである。その後、この中核となる法律のもとで、なお

関係法令の制定および改正に努力し、電子商取引の監督管理を法治の基本的な要求にかなわせる必要がある。

2 政府間の監督管理の協力を強化すること

電子商取引の監督管理は多数の政府機関に関わるため、理想的な方策としては、多機関による監督管理を合理化して、職責をできるだけ統合する。これによって、監督管理の政策と措置の食い違いが減少しうる。しかし、「各自がそれぞれに管理」という伝統的な監督管理機関システムの下で、この方策がどのような実際的な効果を達成できるかについては、正しく予測することはできず、かつ現在の監督管理機関もこのような方策は受け入れ難いであろう。現在、工商行政管理、品質検査・検疫、商務、発展改革、税務、税関、人民銀行などの多数の監督管理機関は、程度は異なるものの、電子商取引分野における監督管理の協力の重要性を意識しており、関係政策文書に機関間の協力強化、情報共有、全体的な監督管理プラットフォームの構築などの作業の方向性について明言している。

例えば、2016年3月18日に中国人民銀行、工業・情報化部、公安部および国家工商行政管理総局が共同で発出した《中国人民銀行、工業・情報化部、公安部および国家工商行政管理総局による電信ネットワーク新型犯罪事件に関わる口座への決済の緊急停止およびその迅速な凍結のためのシステムに関する通知》では、2016年6月1日から、銀行業を行う各金融機関と警察機関が、インターフェース方式によって、電信ネットワーク新型犯罪の取引リスク案件の管理プラットフォームと接続することにより、事件に関わる口座に対して、決済の緊急停止、速やかな凍結、情報共有および速やかな検索機能を実現できるようにすることが求められている。また、ネット決済業務許可を得た非銀行決済機関も、2016年12月31日以前に、インターフェース方式による管理プラットフォームとの接続によって、上述の機能を実現できるようにすることが明確に定められている。

そのほか、政府間の監督管理における協力は、機関の間のみならず、異なる地域の間でも求められる。上述のように、電子商取引の越境性という性質は、地域管轄に対する難題を惹起するが、この問題を上手く解決するため、ネット上の商品取引や関連サービスの違法行為が取引型第三者プラットフォームを通

じて行なわれた場合は、第三者プラットフォーム運営事業者の住所地にある監督管理機関が管轄するとともに、異なる地域の監督管理機関間の協力を強化する旨を定める規則が、既に設けられている。例えば、《ネットワーク取引管理弁法》においては、ネット上の商品取引や関連サービスの違法行為は、違法行為を行う事業者の住所地における県レベル以上の工商行政管理機関が管轄する。そのうち、取引型第三者プラットフォームを通じて事業活動を行う事業者の違法行為は、取引型第三者プラットフォーム運営事業者の住所地における県レベル以上の工商行政管理機関が管轄する。取引型第三者プラットフォーム運営事業者の住所地における県レベル以上の工商行政管理機関は、管轄外（訳注：中国では“異地”）の違法行為者に対する管轄が困難である場合は、その違法事案を違法行為者の所在地における県レベル以上の工商行政管理機関に移送し、処理してもらうことができる旨、規定されている。

3 官民提携の監督管理を重視すること

電子商取引第三者プラットフォーム（取引型プラットフォーム、決済型プラットフォームなど）を利用して、取引当事者の行為に対して有効な監督管理を行い、電子商取引中の詐欺を減らし、電子商取引の健全な発展を促進することは、既に共通認識になっている。これは近年の政府立法からも見て取れる。例えば、《食品安全法》（2015 年改正）第 62 条は、「ネット上の食品取引に関し第三者プラットフォームを提供する者は、参入したネット食品事業者について実名登記を行い、その食品安全管理責任を明確にすること。法に基づき許可証を取得すべき場合は、その許可証も審査すべきであること」と規定している。また、《ネットワーク取引管理弁法》第 23 条は、「取引型第三者プラットフォーム運営事業者は、プラットフォームで商品の販売またはサービスの提供を申請する法人その他の経済組織または個人事業者の主体・身分について審査および登記を行い、登記ファイル制度を構築し、かつ定期的なチェック・更新を行わなければならない」と規定している。さらに、第 25 条第 1 項には、取引型第三者プラットフォーム制度の構築義務、すなわち、「取引型第三者プラットフォーム運営事業者は、プラットフォーム内の取引規則、取引のセキュリティー保障、消費者権益の保護、不良情報処理などの管理制度を構築しなければならない。各管理制度はそのウェブサイトに表示され、かつユーザーがこれを平易かつ完

全に閲覧および保存できることを技術的に保証しなければならない」旨が規定されている。第26条第1項には、情報や信用の監督管理事項、すなわち、「取引型第三者プラットフォーム運営事業者は、プラットフォームで商品の販売またはサービスの提供を行う事業者および提供する商品とサービスの情報について、検査・監督モニタリング制度を構築しなければならない」旨が規定されている。このような規定は、数え切れないほど多く存在している。

将来的には、官民提携の監督管理がさらに強化され、監督管理情報の共有、監督管理手段の協力、監督管理プラットフォームの共同構築などをより一層行っていくことになるであろう。ただし、その過程では、以下のような3つの問題を意識して解決する必要がある。①官民間の監督管理において、それぞれの責任を明確化するには、如何に協力するべきか。②公平、公正、公開などの法治原則および正義原則に一致させるためには、民間の監督管理は如何に行われるべきか。③官民提携の監督管理の過程において、個人情報如何に有効に保護するのか。

4 情報、信用の監督管理の能力と水準を向上させること

電子商取引の監督管理は、「命令—コントロール型」という伝統的な監督管理モデルに過度に依存することはできないので、行政許可、処罰、強制、検査、基準設定などの監督管理方法が、依然としてその機能を発揮しうる。しかし、電子商取引の主体（参与者）、特に販売業者にとっては、多くの消費者を獲得できるか否か、大量の注文を継続的に獲得できるか否かは、それが十分な信用を有しているか否かによって相当程度決定される。そのため、強制色が濃すぎる監督管理手段を緩めて、電子商取引の情報、信用監督管理を強化するのは、今後さらに取られるべき監督管理手法であろう。

2014年6月14日に、國務院が《社会信用システム構築計画（2014－2020年）》を発出した。そこでは、以下のような点が言及された。「電子商取引分野の信用を構築する。電子商取引企業による健全なユーザー信用管理および取引信用評価制度を構築し、電子商取引企業自身の開発、販売する商品の品質監督を強化する。電子商取引主体・身分認識制度を推進し、ネット店舗の実名制を完備する。ネット店舗における商品品質の検査を強化し、電子商取引分野における偽物の製造と販売、連鎖販売活動、虚偽広告、見かけ倒しの粗悪品、サービス

約定違反などの詐欺行為を厳しく検査し、処罰する。内部と外部の共謀、虚偽のトラフィック（ネットワーク上を流れる情報量）および商業的な信用・名声の詐称を阻止し、信用を喪失した主体に対する事業参入の期間禁止制度を構築する。電子商取引の信用情報と社会その他の分野に関連する情報との交換および共有を促進し、電子商取引とオフライン取引の信用評価を推進する。電子商取引の信用サービス保障制度を完備し、信用調査、信用評価、信用担保、信用保険、信用決済、ビジネスアカウント管理など、第三者による信用サービス・製品が電子商取引に広く応用されることを推進する。電子商取引ウェブサイトにおける信用できる認証サービス業務を展開し、信用できるものであることの標示をウェブサイトにも応用することを幅広く推進し、電子商取引のユーザーが偽のウェブサイトまたはフィッシングウェブサイトを認識するための手段を提供する。

2015 年 5 月 4 日に発出された《電子商取引を力強く発展させ、新たな経済原動力の育成を加速する国务院の意見》[国発（2015）24 号] は、各監督管理機関が電子商取引の信用体系の構築において負うべき責任およびそれぞれの職責について明確に規定している。すなわち、「信用システムの構築を強化する。

（工商総局、商務部、公安部、品質監督検査・検疫総局などの機関が自らの職責に応じ、それぞれ責任を負って）健全な電子商取引の信用情報管理制度を構築することによって、電子商取引企業の信用情報の公開を推進する。人口、法人、商標および製品の品質などの情報資源が電子商取引企業および信用サービス機関に公開されることを推進し、検索および利用コストを次第に削減する。

（発展改革委員会、人民銀行、工商総局、商務部、品質監督検査・検疫総局が）電子商取引の信用情報および社会その他の分野に関連する情報の交換と共有を促進し、電子商取引の信用評価を推進し、電子商取引分野における信用を喪失する行為に対する健全な共同懲罰制度を構築する。（工商総局、公安部、品質監督検査・検疫総局が）電子商取引分野におけるネット身分証の適用、ネット店舗の実名制の整備を推進し、社会化された電子商取引における信用できるウェブサイト認証サービスの展開を奨励する。（工商総局、品質検査総局が）電子商取引における信用できる取引保障のある公的なサービスを発展させ、電子商取引の信用サービス保障制度を完備し、信用調査、信用評価、信用担保などの第三者信用サービスおよび製品を電子商取引に普及させることを推進する」旨を

定めている。

以上の4つの問題に対応する方策は、電子商取引の監督管理をすべて網羅することはできず、さらにその中でも真剣に取扱う必要がある個々の詳細な問題を明らかにすることもできていない。電子商取引はインターネットによって生まれたものであり、インターネット世界と現実世界との間には大きな差異がある。しかし、両者の間には密接な関係もあり、また将来的には、より多くの技術が急速に応用され、より多くの商取引モデルが生じることによって、対応しきれない、事前に予測もできない多くの監督管理問題が生じる可能性がある。そのため、電子商取引に対して有効な監督管理を行うために、多様な主体による協力管理および管理技術を如何に展開していくかは、今後、継続的に探究する必要がある問題である。

原文：中国語

翻訳者：胡健芳（東京大学大学院法学政治学研究科特任助教）

監訳者：平野温郎（東京大学大学院法学政治学研究科教授）

翻訳者注：本稿は、2017年1月20日・21日に東京大学本郷キャンパスで開催された東京大学大学院法学政治学研究科・北京大学法学院第2回研究交流会（スーパーグローバル大学（SGU）創成支援事業（北京大学プロジェクト・法律））「電子商取引に関する最近の法的課題」での報告を元に執筆された論文である。諸般の事情により原文の脱稿から翻訳完成まで約半年が経過しているが、筆者である沈滄教授に確認したところでは、草案の第3回目の審議が漸く本年（2018年）6月19日に行われたが、草案に関する議論等においては特に新しい進展がなく、従って本稿を修正するところはないとのことである。

- (1) 「2016年の中国電子商取引規模は20兆超、これらのデータを知るべき」を参照。
<http://mt.sohu.com/20170108/n478138842.shtml>（2017年6月1日）
- (2) 「国家知的財産権局：電子商取引領域における知的財産権の侵害問題がますます深刻である」を参照。
- (3) 「アリペイの何千万ユーザーの口座が漏洩され、これらがネット営業に使用されるかもしれない」を参照。<http://b2b.toocle.com/detail-6017065.html>（2017年6月1日）
- (4) 「2015年度電子商取引におけるクレームが前年同期比3.27%増となった」（「コンピューターとネット」2016年第6期）
- (5) 「2014年電子商取引ユーザー体験およびデータモニターの苦情と分析」（『品質と認証』姚建芳、孫璐倩 2015年第8回）