Kobe University Repository : Kernel

PDF issue: 2025-07-01

# 越境電子商取引に関する法的問題ー日本から中国の消費者に対する販売を中心にー

小川，哲史

(Degree)
博士（法学）
(Date of Degree)
2022-09-25
(Date of Publication)
2023-09-01
(Resource Type)
doctoral thesis
(Report Number)
甲第8418号
(URL)
https://hdl.handle.net/20.500.14094/0100477844

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。

学位請求論文審査報告要旨

博士学位論文

内容の要旨および審査結果の要旨

| | |
|---|---|
| 氏　名 | オガワ　サトシ<br>小川哲史 |
| 学位の種類 | 博士(法学) |
| 学位授与の要件 | 神戸大学学位規程第 5 条第 1 項該当 |
| 学位論文の題目 | 越境電子商取引に関する法的問題<br>―日本から中国の消費者に対する販売を中心に― |
| 審　査　委　員 | 主査　教　授　川島富士雄 |
| | 教　授　中野俊一郎 |
| | 教　授　中川丈久 |

論文内容の要旨

現在、インターネットを利用した電子商取引が普及した結果、海外の消費者に対して電子商取引を通じ少額の商品を大量に販売することが可能となった。中でも中国は世界で最も電子商取引の市場規模が大きく、日本から中国への電子商取引の市場規模は、アメリカ合衆国に対する輸出の２倍以上の市場規模があり、日本の事業者にとって重要な市場である。しかし、中国に対する越境電子商取引は実務が先行する一方で、その法的側面に関する研究が十分に行われてこなかった。

このような背景の下、本論文は、日本から中国の消費者に対する越境電子商取引に関する法的問題に焦点を当て、具体的な販売スキームを選択するという実務的課題を設定しつつ、どのような法的論点が関係し、その論点同士がどのような関連性を有し、そして、各々の法制度が実際の取引に対してどのような影響を及ぼすのかを明らかにしようとするものである。

本論文はより具体的に以下のような研究課題を設定する。

(1) 越境する電子商取引への公法規制について

①日本から中国に向けた電子商取引に対して、どのような公法的な規制があるのか。それらの規制は、販売スキームに対して、どのような影響を与えるのか。

②事業者にとって、その影響によるリスクは、どの程度のものか。そのリスクは販売スキームを断念すべき程度のものか、それとも受容可能な程度のリスクであるのか。

(2) 中国の消費者との契約について

③電子商取引を、中国の消費者を相手として行うと、消費者との取引において、どのようなルールが適用されるのか。

④それは、日本国内完結の電子商取引との間で、どのような違いがあるのか（事業者にとって、民事上、公法上のリスクはどの程度のものか。回避する対策はあるのか)。

(3) プラットフォームの利用について

⑤中国においてプラットフォームを利用すると、利用しない場合と比較して、どのような法律問題が生じるのか。

⑥実務上のメリット、デメリットはどのようなものがあるのか。

(4) 上記(1)から(3)に関する検討を受けて

⑦以上の検討を受け、販売スキームを評価する上でのメルクマールは何か。

⑧販売スキームの選択に今後、影響を及ぼすと予測されるものとして、どのような点に注意が必要か。

上記の研究課題に取り組むため、本論文は、まず「日本の事業者が中国の消費者に対して商品を販売する」という視点にたって、理論上ありえる越境電子商取引の販売スキームを複数想定し、かつ、日本の電子商取引に関する規制を整理した上で、次いで、それらを

土台に、中国に向けた電子商取引であるという視点から、中国におけるインターネットやそれを用いた商取引に対する公的規制を紹介し、その影響を分析する。さらに、中国の消費者に向けた取引であるという視点から、抵触法や国際裁判管轄といった国際私法上の論点に関しどのような結論に至るのか、また、越境電子商取引による消費者契約に、具体的にどのような中国の民事法や公法が適用されるのか分析する。加えて、越境電子商取引がプラットフォームを利用して行われることが多いことに着目して、日中両国におけるプラットフォーム事業者に関連する法的論点も検討する。最後に、以上の検討を受け、各販売スキームのメリットとデメリットを総合整理し、具体的な販売スキームの選択に当たっての基準と注意点を導いている。

本論文は５部で構成される。第１部は、序論であり、上記の問題意識と先行研究を紹介し、課題設定を行う第１章と、日本の電子商取引についての規制の概要について整理する第２章で構成される。第１章では、自社サイトかプラットフォーム利用か、及び日本のサイトか中国のサイトかの２つの軸を設定し、日本の自社サイトから中国の消費者に販売するスキームＡ、中国の自社サイトから中国の消費者に販売するスキームＢ、日本のプラットフォーム上に出店した自社ショップから中国の消費者に販売するスキームＣ、及び中国のプラットフォーム上に出店した自社ショップから中国の消費者に販売するスキームＤの４つの選択肢を提示し、それらの販売スキーム選択に法的規制及び法的論点がどのように影響を与えるか分析する手法を採用する旨が説明される。

第２部は、中国に向けた電子商取引であるという視点から検討を行う部であり、インターネットに対する公的な規制を整理し、インターネットに関する中国の法制度やその影響について分析する第３章とインターネットを用いた商取引に対する法制度とその影響について分析する第４章から構成される。第３章では、中国の個人情報保護法、データセキュリティ法及びサイバーセキュリティ法のそれぞれの域外適用の可能性と法的規制の内容を検討した上で、スキームＡ及びスキームＣを用いる場合にも個人情報保護法及びデータセキュリティ法が域外適用されるところ、特に個人情報保護法上の専門機構や指定代理人の設置義務について十分に内容が明確化されていないため、遵守の可否について不確実性が残ること等が指摘される。第 4 章では、中国の電子商務法の域外適用の可能性と法的規制の内容を検討した上で、スキームＡ及びスキームＣを用いる場合にも同法が適用される可能性が高く、同法上の市場主体登記や税務登記の義務の遵守が確保できないリスクが発生することが指摘される。

第３部は、中国の消費者との取引であるという視点から検討を行う部であり、準拠法や国際裁判管轄といった国際私法上の論点について、どのような結論に至るのかについて検討する第５章と、越境電子商取引による契約に中国法が適用される場合、具体的にどのような中国の民事法や公法が適用されるのかについて分析する第６章から構成される。第５章では、日中のいずれで訴えが提起されたかで場合を分け、中国消費者との利用規約における日本法を準拠法とする条項や日本国内裁判所を専属的合意管轄裁判所とする条項の有効性等が検討される。同章では、消費者が中国の裁判所に提訴した場合、準拠法合意、合

意管轄及び未開封等を条件とする返品特約のいずれも無効となる可能性が高く、事業者としては結果的に中国の民事法が適用されると予測しておく必要があると指摘される。また、中国の公法規制が契約条項の有効性に与える影響も検討され、中国法が準拠法とされる場合においては、電子商務法上の市場主体登記義務の違反が「効力性の強制規定」に違反しているとされ、契約自体が無効とされる可能性が否定できないと指摘される。第５章及び第６章では、中国法が準拠法となる場合に、未開封等を条件とする返品特約が消費者権益保護法２５条（インターネットなどで購入した場合の「無理由返品権」）の適用により無効と判断されるだけでなく、日本法が準拠法となる場合にも同規定が日本の「法適用に関する通則法」１１条１項上の「強行規定」として適用され、無効と判断されること等が指摘される。

第４部は、プラットフォームを利用することに伴う問題を扱う部である。第７章は、日本のプラットフォーム上の自社ショップから、中国の消費者に対して販売するスキームＣを想定し、日本のプラットフォーム事業者と出店者との関係について検討し、第８章は、中国のプラットフォーム上の自社ショップから、中国の消費者に対し販売するスキームＤを想定して、中国のプラットフォーム事業者と出店者との関係について検討する。両章では、日中に共通の問題として、プラットフォームの利用は、自社サイトの集客力を超える営業効果を生み出すものの、プラットフォーム事業者の強大な力を背景に、出店者自身のビジネスプランに多くの制約がかかるデメリットがあるとして、これに対し独占禁止法等による保護はあり得るが、規制動向が未知数であること、実際に法的手段をとることが容易でないこと等が指摘される。

第５部は、本論文全体をまとめる第９章から構成される。スキームＡ～Ｄに伴う民事上の問題点や公法の規制を考慮し、各スキームのメリットとデメリットを総合的に整理した上で、今後の課題についても指摘して、本論文を締めくくっている。

論文審査の結果の要旨

本論文は、インターネットを利用した電子商取引が普及した結果、海外の消費者に対して電子商取引を通じ少額の商品を大量に販売することが可能となり、とりわけ日本から中国に対する越境電子商取引が活発に行われている一方で、その法的側面に関する研究が十分に行われてこなかったことを受け、その研究上の欠缺を埋めることを狙った意欲的な論文である。

国際取引法分野では、主に企業間の貿易を対象として、国際的な商取引を研究対象としてきたが、消費者自身が国際取引の主体となり、少額の商品が大量に取引されるという取引形態は、従来あまり想定されていない事象であった。消費者が取引主体となる越境電子商取引は、取引量が増大し、その経済的意義が高まってきているが、その法的側面について網羅的かつ理論的な研究が十分になされてきたとは必ずしもいえない。

本論文の第 1 章でも整理されているように、先行研究としてインターネット通販や国際取引に関する章を設ける電子商取引関連の概説書、電子商取引と契約や国境を超えた紛争の解決に関する章を設けるインターネット法関連の概説書、プラットフォームの問題点に触れる経済法の概説書はある。しかし、これらの概説書は、実際に中国の消費者向けに行われている販売方法に即して、法的論点がどのように関係し、どのような実務上の問題が生じうるのかまで論じているわけではない。他方、中国向け越境電子商取引の具体的な販売スキームについての情報提供を行う報告書類も存在するが、それらは実務的な手引きに過ぎず、学術的な観点から法的論点を整理したものとはいえない。

このような背景の下、本論文は、日本から中国の消費者に対する越境電子商取引に関する法的問題に焦点を当て、具体的な販売スキームを選択するという実務的課題を設定しつつ、特に①中国の公法的規制を受けうること、②中国の消費者との国際取引となりうること、及び③プラットフォーム事業者を利用する必要性が高く、その影響を受けることの 3 つの要素に着目して、それぞれの観点から法的論点を整理するとともに、それらの論点同士がどのような関連性を有し、そして実際の販売スキーム選択に対してどのような影響を及ぼすのかを明らかにすることを目指した。この分野で、上記 3 つの観点を統合し詳細な研究を行った初めてのものとして独自の貢献をするものと高く評価することができる。

より具体的には、第２部が、中国におけるデータ関連及びインターネット取引に対する公的規制を整理し、日本の自社サイトから中国の消費者に販売するスキームＡ及び日本のプラットフォーム上に出店した自社ショップから中国の消費者に販売するスキームＣを用いる場合にも中国の個人情報保護法、データセキュリティ法及び電子商務法が域外適用されることを指摘し、特に個人情報保護法上の専門機構や指定代理人の設置義務について十分に内容が明確化されていないため、遵守の可否について不確実性が残る、及び電子商務法上の市場主体登記や税務登記の義務の遵守が確保できないおそれがあるという実務上のリスクを明確に指摘している。

また第３部は、中国消費者との電子商取引における利用規約に、①日本法を準拠法とす

る条項、②日本国内裁判所を専属的合意管轄裁判所とする条項及び③未開封等を条件とする返品特約を設けた場合を具体的に想定して、日中のいずれで訴えが提起されたかで場合を分け、それらの有効性を詳細に検討している。同部においては日中の国際私法上の学説に関する正確な理解に基づき、消費者が中国の裁判所に提訴した場合、①準拠法合意、②合意管轄及び③返品特約のいずれも無効となる可能性が高く、事業者としては結果的に中国の民事法が適用されると予測しておく必要があるとの指摘を導いている。同部では、第２部で検討対象とした中国の公法規制が契約条項の有効性に与える影響も検討され、中国法が準拠法とされる場合においては、電子商務法上の市場主体登記義務の違反が「効力性の強制規定」に違反しているとされ、契約自体が無効とされる可能性が否定できないとの独自の指摘もなされている。

さらにプラットフォームを利用することに伴う問題を扱う第４部は、日本のプラットフォーム上の自社ショップから中国の消費者に対して販売するスキームＣと中国のプラットフォーム上に出店した自社ショップから中国の消費者に販売するスキームＤを想定し、日中両国におけるプラットフォーム事業者と出店者の関係を規律する法規制の最近の動向を紹介する。同部は日中に共通の問題として、プラットフォームの利用は集客力の面でメリットが認められる一方で、プラットフォーム事業者の優越的地位の濫用等により、出店者自身のビジネスプランに多大の制約が及ぶデメリットがあるとして、後者に対し独占禁止法等での保護はあり得るが、規制動向が未知数であること、実際に法的手段をとることが容易でないこと等の限界を抽出している。

最終的に本論文の結論に当たる第 5 部は、以上の 3 つの観点からの分析を統合して、販売スキーム選択における基準と注意点を具体的に提示することに成功している。

以上、本論文は、日本から中国の電子商取引の具体的な販売スキーム選択という実務的な課題を設定しつつも、単なる手引きに終わらず、越境電子商取引の法的観点からの重要な特徴を抽出し、それぞれの特徴毎に日中間の法制度に即した詳細な検討を加え、かつそれらを総合することで、各販売スキームに伴う法的リスクを具体的に指摘することに成功している。本論文は日中間の越境電子商取引に関する具体的かつ実務的な研究として評価できるだけでなく、越境電子商取引一般に関するより汎用的な研究手法を開拓するものとしても高い評価に値する。

もっとも、本論文には課題も残る。第 1 に、第 2 部や第 4 部で中国の多くの公法規制が紹介されるが、それらの具体的な実施規定が中国においてなお未整備であることが多いこともあり，やや網羅的、表面的な分析に終始しており、1 つ 1 つの法規制の内容が十分丁寧に紹介できているとは言い難い。第 2 に、同じく第 2 部等では中国の公法規制の域外適用の可能性が指摘され、電子商務法の域外適用可能性については、いわゆるターゲティング基準が採用されていることが示唆されているが、この点については、個人情報保護法や他の法令においても同様に考えてよいのか、より横断的な分析を行うことで、最終的な販売スキーム選択におけるリスクの大小についても重要な結論が導けた可能性が審査委員から指摘された。第 3 に、第 5 部の結論部分では、プラットフォーム利用時の販売方法に対す

る拘束の程度によっては、プラットフォームを利用しない選択肢がより合理的な選択になってくる可能性が示唆されているが、どの程度の拘束であれば許容不能となるのか一定のメルクマールの提示が必要だったのではないか等やや具体性に欠けるとの指摘が審査委員からなされた。

このように本論文にはいくつかの課題が残るものの、本論文の全体を通じて、実務が急速に拡大している越境電子商取引の法的論点に関する研究上の欠缺を埋めるべく努め、日本から中国の消費者に対する越境電子商取引に即して各販売スキームに伴う法的リスクを具体的に指摘し、かつ新たな研究手法も開拓することに成功した点は高く評価できる。

以上の理由により、審査委員は、本論文の著者である小川哲史氏が博士（法学）の学位を授与されるのに十分な資格を有するものと判定する。

令和４年９月２日

審査委員　主査　教　授　川島富士雄

教　授　中野俊一郎

教　授　中川丈久