

Q&A

中国ビジネス Q&A

競争法の運用、消費者保護の強化をめぐ

近年、中国政府は外商投資分野に対する行政簡素化・権限委譲の政策を積極的に推進しており、事前管理の体制から徐々に進行中および事後の管理を行う新体制への移行調整を進めています。すなわち、外資による投資の市場参入段階の規制を減らし、ネガティブリストを導入したうえで年ごとに制限類、禁止類の項目を減少させているとともに、従前の商務審査認可制度を届出制度に変更（ネガティブリスト外の業種について）し、さらに「外商投資法」施行後には外商投資情報報告制度に変更したことで、外商投資企業を設立する際の難度や負担が大いに軽減されるようになりました。また一方では「独占禁止法」、「不正競争防止法」等の法律に基づき、企業が経営活動を展開する過程での行為に対する管理を大幅に強化するとともに、消費者の利益に対しては積極的に保護する方針を示しています。こうした中国政府の動向は、日系企業にも十分注目する必要があることから今回簡単にご紹介いたします。

Q 日系企業が中国事業を展開する過程で、競争法、消費者保護に関わる可能性のある法律にはどのようなものがありますか。

A 主に、「不正競争防止法」、「独占禁止法」、「製品品質法」、「広告法」、「消費者権益保護法」、特定の業種に特化した専門法（「食品安全法」、「薬品管理法」等）があります。

Q 消費者のもつ権利と経営者が負う義務・責任において、日系企業ではどのようなことに留意すべきですか。

A 中国の「消費者権益保護法」は、消費者利益への偏向が顕著な「非対等」な法律となっており、消費者が享有する多くの権利と経営者（生産者および販売者を含む）が負う多くの義務・責任を定めている一方、消費者の義務・責任や経営者の権利に関する規定はごく少数となっています。

消費者の主な権利には、人身、財産の安全に損害を被らない権利、知る権利、自主選択権、公平取引権、損害賠償請求権、尊重される権利、個人情報保護権があります。経営者の主な義務・責任には、法令、契約を遵守する義務、信義誠実の義務、安全保障義務、説明義務、領収書発行または購入証憑の交付義務、品質保証責任、不合格品に対する返品、交換、修理の義務、個人情報の収集および使用の制限義務、個人情報に対する秘密保持および保護の義務があります。

また、「製品品質法」では経営者の「推定過失責任」、「独占禁止法」では市場支配的地位濫用の禁止、「不正競争防止法」では混同や消費者に誤認させる行為の禁止、「広告法」では虚偽広告掲載の禁止が規定されているほか、「食品安全法」等の専門法に規定されている懲罰性賠償制度にも留意する必要があります。

Q 中国政府はなぜ、「独占禁止法」に基づきアリババグループに対し巨額の制裁金を課したのでしょうか。

A 中国国家市場監督管理総局（以下、SAMIR）は通報を受け、アリババグループに「二者択一行為」の疑いがあるとして、2020年12月に調査を立件しました。「二者択一行為」とは、アリババグループでは出店前に必ず「独占提携協議」を締結する等の様々な方式によって、店舗の経営者がアリババグループ傘下のEコマースプラットフォーム（タオバオ、Tモール等）もしくは競合他社（JD等）のうち1つのプラットフォームを選択してオンライン店舗を開設するよう迫っていた行為を指します。違反があった場合、経営者は違約責任を追及されるだけでなく、アリババグループは検索経路、アクセス等を操作する技術的手段によってその経営者のオンライン店舗をブロックし、その店舗の商品が商品を探す消費者の検索結果に含まれないようにすることもありました。

SAMRでは、アリババグループがB2Cのオンライン小売プラットフォームサービス市場において市場支配的地位を有していると認識し、その「二者択一行為」の実施は既に「独占禁止法」で禁止されている「市場支配的地位濫用行為」を構成するとして、21年4月10日付の行政罰決定でアリババグループに違法行為の停止を命じ、182億2800万元という史上最高額の制裁金が科されました。

Q 21年2月7日に公布された「プラットフォーム経済分野の独占防止ガイドライン」は、どのようなことを要点とするものですか。

A 中国政府が「プラットフォーム経済分野の独占防止ガイドライン」（以下、「プラットフォームガイ

る中国政府の最新動向

大地法律事務所
パートナー弁護士 熊琳

ドライン)を制定、公布したことは、前記のアリババグループの独占事案の処理とも密接に関係するもので、その目的は急成長するネット販売業界に対する有効な管理・制限を設けて消費者の利益を守ることにあります。「プラットフォームガイドライン」中の注目されるポイントとして、以下の内容があります。

(1) 重要概念の明確化

●「プラットフォーム」：ネットワーク情報技術により、相互に依存する二者間もしくは複数主体間で特定の媒体が提供する規則のもとやりとりを行うことで、ともに価値創造を行う商業組織形態。タオバオ、Tモール、アマゾンといった取引ポータル、アプリケーション等はいずれもプラットフォームにあたる。

●「プラットフォーム経営者」：市場主体向けに経営場所、取引のマッチング、情報交流等のインターネットプラットフォームサービスを提供する経営者。アマゾン、アリババグループ等の運営企業がこれにあたる。

●「プラットフォーム内経営者」：インターネットプラットフォーム内で商品またはサービスを提供する経営者。タオバオ上で店舗を開設し、商品を販売する業者等がこれにあたる。

(2) プラットフォーム経済の関連市場の画定に関わる分析方法について、詳細に規定。関連市場の画定は独占案件の調査における重要な一環であるとともに、複雑性や専門性がかなり高く、案件対応における重点となる。

(3) プラットフォーム経済分野における「市場支配的地位の濫用行為」の認定基準について詳細かつ明確で、従来型経済分野とは異なった多くの規定を設けた。例えば、差別的待遇行為の有無認定において、「ビッグデータやアルゴリズムに基づき、取引相手の支払能力、消費嗜好、利用習慣等による差異を設けた取引価格やその他の取引条件を実行していないか」が考慮の要素の一つとなる。

(4) プラットフォーム経済の関わる水平型・垂直型独占合意、ハブアンドスポーク型合意や、協同行為の認定基準について、より詳細に規定。「リニエンシー制度」をプラットフォーム経済の独占案件調査に適用することについても明確に規定した。

(5) 経営者集中申告について、プラットフォーム経済分野における関連市場、市場支配力、市場集中度の認定方法、イノベーションや消費者への影響の確定方法、競争の効果を排除、制限する経営者集中について取る

救済措置を重点化。

(6) 地方政府が、外部地域の経営者に対する差別的待遇を取ったり、外部地域の経営者によるその地方への投資や支社設立を排斥、制限したり強制したりすることを明確に禁止。

Q

最近の中国政府による消費者権益保護強化の行動にはどのようなものがあるのでしょうか。

A

21年4月に開催された中国上海国際自動車工業展覧会(上海モーターショー2021)の期間中、1人の女性が突然テスラの展示車の屋根に乗り、「ブレーキがきかない」という文言とテスラのロゴをプリントしたTシャツを着て大声で抗議するという騒ぎがありました。女性はただちに取り押さえられ、公安機関は「社会治安を妨害した」としてこの女性に5日間拘留の行政罰を与え、テスラではこの女性の主張は成立しないとの見解を維持しました。しかしながら、この事件の発生後の状況が過去の類似事件とは大きく異なっていたのは、事件の事実と責任が明らかにならないうちに、SAMRを含む中央政府や地方政府の複数機関がただちに高い関心を表明したうえ、異例にも「テスラ社は消費者の意思表示に真摯に対応すべきだ」との見方を示したことでした。圧力を受けたテスラ中国は4月20日夜に謝罪文を発表し、女性にもたらした不便および車の使用体験と生活への支障に対する謝罪とともに、以後は関係政府の決定を尊重してそれに従い、消費者を尊重し、法律法規を遵守し、政府調査に必ず協力するという意思を表明しましたが、女性の主張した製品品質や事故責任に対する見解は、謝罪文中では示されませんでした。

このほか、中国中央電視台(CCTV)が毎年3月15日の世界消費者権利デーに全国放送する「315晚会」という特別番組では、前年度内に大量の潜入取材を行って収集された、消費者権益侵害の不正事件が報道されるのが通例となっています。今年の「315晚会」では計9件が暴露されましたが、それらのうち個人情報の保護とインターネットの使用に関する内容が4件と最も多く、続いて外資系自動車メーカーに関する内容が2件で、これも過去より高い割合となりました。その他、食品安全、模造・粗悪品、詐欺商法といった例年の話題についても報道がありました。番組で取り上げられた企業はいずれも、所在地の法執行機関による調査と処罰を受けています。