

オンラインプラットフォームに関連する国内外法令の概要

国内法令

法律名	プラットフォーム事業者の責務規定の記述(所管行政によるガイドライン等を含む)
(特別法) 個別法 著作権法	<ul style="list-style-type: none"> ・利用規約の整備や著作権保護の重要性に関する啓発活動を行い、著作権侵害リスクの軽減と利用者の意識向上を図る。 ・権利者からの通知や削除要請に迅速かつ適切に対応し、著作権侵害コンテンツの削除や、侵害を繰り返す利用者へのアカウント停止などの措置を講じる。 ・著作権侵害に強い誘引力を持つサービスの提供、サービスの管理・支配、経済的利益の存在、多数の侵害ファイルの存在、削除要求への不誠実な対応、権利侵害防止措置導入への消極的態度などにより、著作権侵害の主体として法的責任を問われる可能性があることを認識する。 ・著作権および著作隣接権に関する国際条約が存在する場合、その条約の規定が国内法よりも優先されることを定めている。 ・ベルヌ条約、世界知的所有権機関条約(WCT)、世界貿易機関(WTO)の加盟国を本国とする著作物の保護期間について規定している。本国の保護期間が日本の規定より短い場合、本国の期間が適用される。 ・さらに、実演家、レコード製作者、放送機関の保護に関する国際条約(ローマ条約)や実演及びレコードに関する世界知的所有権機関条約(WPPT)など、他の条約に関連する規定も存在する。
健康増進法	<ul style="list-style-type: none"> ・食品の健康保持増進効果について、虚偽または誇大な広告・表示を禁止。プラットフォーム事業者も、掲載する広告の内容が虚偽・誇大であることを予見できた場合、責任を問われる可能性がある。 ・顧客誘引意図があり、特定食品の商品名が明記され、一般人が認知できる状態の表示は、実質的に広告とみなされる可能性がある。プラットフォーム事業者は、このような実質的な広告に対しても適切な措置を講じる必要がある。 ・消費者庁長官または都道府県知事などからの勧告や命令に従い、必要に応じて広告の削除や内容修正などの措置を講じる。 ・健康増進法、食品衛生法、医薬品医療機器等法、景品表示法などを所管する行政機関と連携し、情報提供や協議を行う。
薬機法	<ul style="list-style-type: none"> ・主に日本国内の医薬品等に関する製造販売、輸入、承認を受けていない医薬品の広告などを規制。 ・海外ウェブサイトであっても日本からアクセス可能な状態で、無承認医薬品の広告や承認医薬品と誤認させるような広告を行った場合、域外適用の可能性がある。 ・輸入代行業者が海外ウェブサイトを利用して無承認医薬品の広告を行う場合も、同様の責任を負う可能性がある。
チケット不正転売禁止法	<ul style="list-style-type: none"> ・コンサートやスポーツイベントなどの入場券の不正転売(オンライン取引を含む)を禁止。 ・日本国内で行われる興行のチケットを対象としており、海外居住者であっても、日本国内のコンサートチケットを不正に転売する行為は、この法律の対象となる可能性がある。

海外法令

法律名	プラットフォーム事業者の責務規定の記述(所管行政によるガイドライン等を含む)
(特別法) 個別法 中華人民共和国 野生動物保護法	<ul style="list-style-type: none"> ・国家重点保護野生動物やその他の陸生野生動物、それらの製品の違法な販売、購入、利用、輸送、広告掲載を禁止。 ・違法な野生生物の販売、購入、食用、利用、または禁止されている狩猟用具に関する表示、取引、消費サービスの提供を禁止。 ・自社プラットフォーム上の違法な野生生物取引を積極的に監視し、疑わしい取引を発見した場合には速やかに関係当局への通報義務。 ・義務違反の場合、罰金、営業許可の取消、違法収益の没収などの厳しい罰則が科せられる。また、プラットフォーム事業者は「野生動物保護法」以外の関連法規も遵守する必要がある。
米国 レイシー法	<ul style="list-style-type: none"> ・外国の法律に違反して取得された野生生物、魚、または植物の取引を禁止している。ある行為が、それが行われた国では合法であっても、その資源が由来する国の法律に違反する場合、レイシー法違反となる可能性がある。 ・米国以外の地域で米国の法律に違反して野生生物が取得された場合、その後の取引が米国に持ち込まれなくてもレイシー法の対象となる。
(一般法) 包括法 中華人民共和国 電子商取引法	<ul style="list-style-type: none"> ・プラットフォーム事業者が取引履歴の保存義務(最低3年間)を課す。長期的な取引パターンの分析を可能とする。 ・消費者に誤解を与えるような虚偽の広告や販売促進活動は禁止されている。 ・個人情報の保護についても、厳格なルールが定められている。

	<ul style="list-style-type: none"> • 下記のような責務を怠った場合、行政処分や民事責任を負う可能性がある。 プラットフォーム内事業者の管理、消費者保護、取引の透明性・公平性の確保、情報保存、信用評価制度の構築、知的財産権保護、苦情・通報システムの整備。 • 越境電子商取引を含む中国国内の電子商取引活動を対象とし、<u>中国国内に拠点を持たない越境電子商取引事業者にも適用される。</u> • 原則として、中国で電子商取引を行う事業者は、市場主体として登録する必要がある。事業内容によっては、中国当局からの行政許可を取得する必要がある。 • 中国で収益を得る場合、中国の税法に基づいて納税する義務がある。<u>小規模事業者や個人の納税義務についても明確化された。</u> • 行政機関からの要請に応じた情報提供義務を規定し、違法取引の早期発見・対応を促進。プラットフォーム事業者と行政機関の協力体制を構築する。 • <u>プラットフォーム事業者に対し、出品者の詳細な身元確認(身分、住所、連絡先、行政許可等)と定期的な情報更新を義務付け。</u> • <u>個人出品者に対しても、一定の条件下で事業者としての義務(納税、消費者保護、個人情報保護、取引情報の提供など)を課す。</u>
米国 INFORM Consumers Act	<ul style="list-style-type: none"> • 年間 200 件以上の販売または 5,000ドル以上の売上がある販売者から、銀行口座情報、納税者番号、連絡先情報などを収集し、10 日以内に検証する必要がある。 • 少なくとも年に一度、第三者販売者に情報の変更や更新を確認する必要がある。 • 収集・検証した情報を消費者が容易に確認できる方法で開示する義務がある。 • プラットフォーム事業者に、法定基準以上の情報収集・検証・開示措置の実施を許容。より厳格な自主規制の導入を促す。 • 消費者が取引相手の性質を理解し、適切な判断ができるよう、<u>個人販売と事業者販売を明確に区別させる。</u> • <u>複数アカウント使用などの規制回避可能性にも注意を促す。プラットフォーム事業者に対し、このような抜け道への対策も求めている。</u>
欧州連合 (EU) デジ タルサービ ス法 (DSA)	<ul style="list-style-type: none"> • オンラインプラットフォーム提供者に対し、<u>トレーダーの詳細な身元情報(氏名、住所、電話番号、メールアドレス、身分証明書の写し、支払口座の詳細、商業登記情報など)の取得・保管を義務付け。</u> • プラットフォーム提供者に、トレーダー情報の定期的な審査・更新を要求。 • <u>違反の疑いがある場合、欧州委員会に強力な調査権限(情報要求、立入検査など)と制裁措置(最大で全世界年間売上高の 6%の制裁金)を付与。</u> • <u>取引情報の保存義務(最低 3 年間)を規定し、追跡可能性を向上。長期的な取引パターンの分析が可能。</u> • EU 域内でのサービス提供を基準とし、サービス提供者の所在地は問わない。<u>EU 域外に拠点を置くサービス提供者であっても、EU 域内のユーザーにサービスを提供している場合は DSA の対象となる可能性がある。</u> <ul style="list-style-type: none"> — EU 域外に拠点を置くサービス提供者であっても、「EU との実質的な関連性」を満たす場合には、EU 司法・行政機関からの措置命令の対象となる可能性がある。 — 特定のサービス利用者に関する情報提供命令も、「EU との実質的な関連性」を満たす EU 域外のサービス提供者に対して適用される可能性がある。