

越境ネット通販の増大と通関制度の課題ー中国発日本向け貨物を事例としてー

Challenges of Japanese Customs Clearance System for Increase in Cross-border Online Shopping

宮武宏輔 (正会員：東京経済大学)、根本敏則 (正会員：敬愛大学)、
林克彦 (正会員：流通経済大学)、石原伸志 (正会員：元東海大学)

Kosuke MIYATAKE (Tokyo Keizai University), Toshinori NEMOTO (Keiai University), Katsuhiko
HAYASHI (Ryutsu Keizai University), Shinji ISHIHARA (Former Prof. of Tokai University)

要旨

日本への輸入越境ネット通販は、アマゾン等の大手ネット通販事業者の設置する仮想商店街を利用して増加している。この時中国の販売者は、非居住者として税関事務管理人 (ACP) を立てて、または輸入代行業者を設定して商品を日本に輸入する必要がある。しかし現状の通関制度や各法令は、輸入越境ネット通販を想定した仕組みにはなっていない。それゆえに、課税価格の低価申告、商品不備の際のカスタマーサポートの不足等の問題が生じており、輸入越境ネット通販に対応した通関制度と消費者保護の枠組みを整備する必要がある。

Abstract

The imports of cross-border online shopping into Japan is increasing through the major online shopping operators such as Amazon. In this shopping model, Chinese sellers as non-residents must set up Attorney for Customs Procedures (ACP) to import goods into Japan or outsource import procedures to import agencies. However, the current customs clearance system and other regulations in Japan are not suitable for cross-border online shopping. Therefore, it is necessary to adjust customs clearance system and consumer protection framework to solve some problems such as under declaration and lack of customer support for defective products.

1. はじめに

1.1 研究背景と目的

BtoC 越境ネット通販の市場規模は Covid-19 の流行で若干縮小したものの、その後また拡大傾向にある。2021 年現在 7,647 億 US ドルに達している⁽¹⁾。日本では越境ネット通販の販売側としての面が注目されてきたが、近年は日本向けの輸入越境ネット通販も増加している。若者向けファッションを取り扱う「SHEIN」やアリババが運営する「AliExpress」といった中国系越境ネット通販サイトの利用が増加している。

流通量の多さでは、アマゾン等の EC プラットフォーム事業者の仕組みを利用した越境ネット通販が注目される。アマゾンは、かねてより仮想商店街 (マーケットプレイス) を導入してアマゾン以外の販売者が商品を販売できる仕組みを整えてきたが、現在は中国の販売者が増加している。アマゾンのマーケットプレイスに出品する場合、販売者は自ら商品を管理するか、アマゾンの

物流センター (FC : Fulfilment Center) で商品の在庫管理や発送を委託することができる。中国系販売者の多くも、日本の消費者が購入する前に日本のアマゾンの FC に商品を納品している。直送型越境ネット通販では、商品を購入した消費者が輸入者となることで商品は日本に輸入されるものの、FC 利用型ではアマゾンの FC に納品する時点では商品の最終的な購入者が決まっていない。このため、国外の販売者は便宜的な輸入者を立てるか、税関事務管理人 (ACP : Attorney of Customs Procedure) を選定して商品を日本に輸入する必要がある。そして商品は非居住者在庫となる。また輸入関税の課税価格は本来現実取引の CIF 価格、すなわち越境ネット通販の場合はサイト上の売買取引価格に課税される。ただしどちらの場合も、輸入時点では通販サイト上で売買が成立しておらず、課税価格として売買取引価格ではなく販売予定価格等から課税価格を計算している。このため、しばしば低価申告の問題が生じて

いる⁽²⁾。また、商品に不備が発生した際の消費者保護問題の原因ともなっている⁽³⁾。

1.2 既存研究の整理と本研究の目的

日本の越境ネット通販に関する既存研究は中国向けの輸出に焦点を当てたものが多く、日本向け輸入越境ネット通販を対象にした研究はない。その中で、越境ネット通販の発展と通関制度の変化に焦点を当てた議論もなされている⁽⁴⁾が、通関制度の実態や課題、輸送や在庫管理手法やマーケティングの取り組みについて議論されている研究が多い⁽⁵⁾⁽⁶⁾。

通関制度に着目した研究は、国家間の貿易について AEO 制度等の影響を分析したもの⁽⁷⁾や食品等特定の分類において通関制度と他法令の現状や課題を整理したもの⁽⁸⁾等、越境ネット通販よりも取引量が多い一般の貿易を対象にしているものが多い。AEO のように関連する輸出入者が多い制度ではアンケート調査を実施した調査方法も見受けられるが、多くの既存研究では統計や行政・関連団体・企業が発表する報告書を基に現状を整理しつつ、政府機関や事業者へのインタビュー調査から、課題の分析・考察を試みている。

これらを踏まえ、本研究では中国発日本向けの輸入越境ネット通販の通関制度上の課題を明らかにし、日本における越境ネット通販制度改善に関する提言を行うため、関連省庁・機関の報告書等の文献を整理したうえで、インタビュー調査（2021 年 10 月から 2022 年 8 月）を行った。インタビュー調査の対象として、中国発日本向けの輸入越境ネット通販における通関制度の現状を俯瞰的に把握している財務省関税局と JETRO を、事業者の視点から越境ネット通販貨物の実態を把握している大手物流事業者と越境ネット通販の輸入通関業務を手掛ける通関業者を選定した。

2. 越境ネット通販の定義と形態

2.1 越境ネット通販の定義

世界税関機構（WCO）は越境ネット通販の特徴について、①オンラインでの注文・販売・連絡・

（決済）、②越境取引・貨物であること、③物理的（有形）の商品を取り扱うこと、④消費者または販売者向け（商用・非商用ともに）であること、としている⁽⁹⁾。また UNCTAD によると、越境ネット通販の統計は事業者側に調査したものと、消費者側から調査したもの⁽¹⁰⁾に大別できる。

日本では経済産業省が、欧州委員会の越境取引（Cross-Border Shopping）の定義である「消費者が居住している国以外にある（位置している）販売者または提供者からの全ての購買」を基に越境ネット通販の定義を行っている⁽¹¹⁾が、同報告書の越境ネット通販市場規模の推計値の対象とは乖離が生じている可能性がある（詳細は後述）。

2.2 経済産業省定義の越境ネット通販モデル

経済産業省は 2017 年度の電子商取引に関する報告書から、越境ネット通販のモデルを 6 つに類型化した。類型化の視点は、ネット通販サイトの展開形態、消費者への配送形態である。経済産業省のモデルは日本が販売側に立っているため、以下の分類は研究目的に合わせて中国を販売側、日本を購入側に変更している。

（1）中国（販売側）自社サイト型

中国の販売者が自らネット通販サイトを運営し、日本の消費者が購入した後に中国から商品を直送する形態である。中国発日本向けの輸入越境ネット通販サービスとしては、若者向け SPA ブランドとして人気の「SHEIN」等が挙げられる。

（2）中国（販売側）ネット通販モール型

中国の販売者が中国のネット通販モール等に出店し、日本の消費者が購入した後に中国から商品を直送する。アリババが運営する越境ネット通販モールである「AliExpress」等が代表例である。

（3）日本（購入側）ネット通販モール型

中国の販売者が日本のネット通販モール等に出店するが、商品自体は中国側で在庫管理し、日本の消費者が購入した後に中国から商品を直送する形態である。アマゾンのマーケットプレイスに出店する中国の販売者の内、在庫管理は中国で行っている事業者等がこのモデルに該当する。

（4）保税區活用型

日本では越境ネット通販での保税倉庫の利用が認められていないため、日本への輸入越境ネット通販モデルとしては考慮しない。

(5) 通販予定貨物貿易型

本論文において主眼を置くビジネスモデルであり、現在の中国発日本向け輸入越境ネット通販で大きなシェアを持つと見られる。経済産業省の定義では「一般貿易型」と称されるが、本論文では実態に即した表現に変更している。このモデルでは中国の販売者は日本のネット通販モール等に商品を出品するが、(3)のモデルとは異なり日本の消費者の購入前に商品は日本に輸送され、輸入通関手続を経て日本の一般倉庫に納品される。日本の消費者に購入された後は、日本国内のネット通販商品と同様に配送される。例えば日本アマゾンのマーケットプレイスで中国の販売者が商品を出品し、在庫管理は日本アマゾンのFCに委託するFBA（Fulfillment by Amazon）を利用している場合等が、このモデルに該当する。

(6) 日本（購入側）自社サイト型

中国の販売者が日本で自社サイトを運営し、商品の在庫管理も日本の一般倉庫で行う。そのため

(5)と同様に、消費者が購入する前に商品は越境輸送され、また輸入通関手続も行われる。販売の場が自社サイトになるため、相応にブランド力があり、事業規模が大きい中国の販売者に限られるモデルであると考える。

2.3 本論文定義の輸入越境ネット通販事業モデル

本論文では越境ネット通販を、(A)購入者が注文してから越境輸送の有無、(B)購入者が注文してから輸入通関手続の有無、(C)注文・決済までの国外販売者の商品所有権の有無、という3つの条件のいずれかを満たす取引と定義する。

(1)～(3)のモデルでは、日本の消費者が注文するまでは、商品の在庫は中国の販売者が中国で管理しているため、(A)～(C)の全条件を満たすことになる。(4)の保税区分モデルでは、消費者の注文前に商品が中国から輸送されるので、ネット通販の取引における越境貨物は存在しないが、日本消費者の購入後に保税倉庫内の中国の販売者の在庫から出荷されて通関手続が行われるので(B)と(C)を満たす。

(5)と(6)のモデルはどちらも、商品は消費者が購入する前に日本に輸送される。また商品

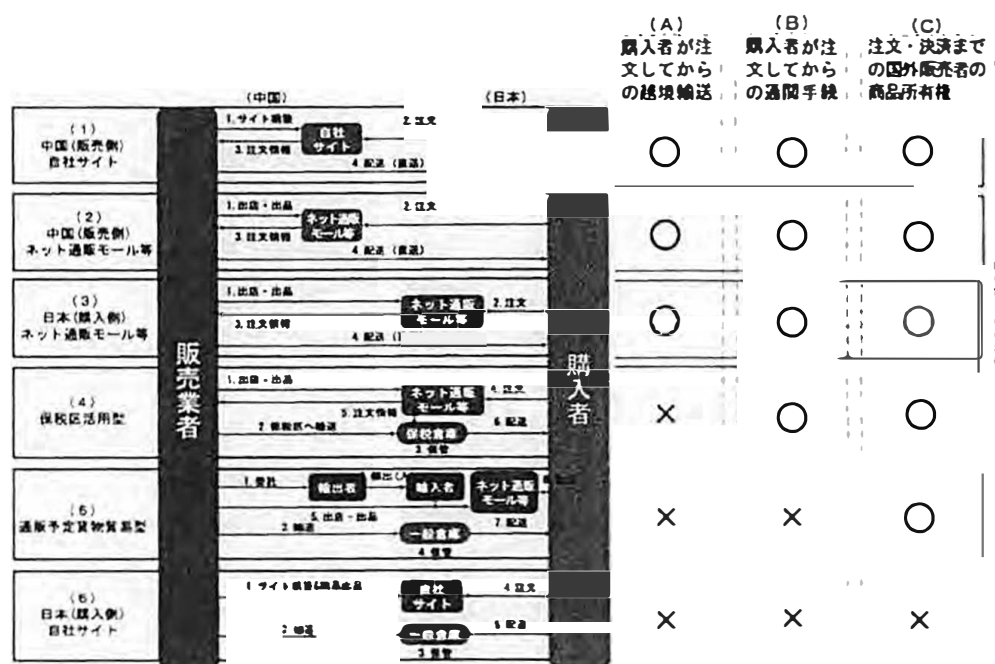


図1 中国発日本向け輸入越境ネット通販の事業モデルと越境ネット通販を規定する条件

出所：経済産業省（2022）を基に筆者作成

が保管される場所は、保税倉庫ではなく日本国内の一般倉庫となるため、輸入通関手続もネット通販サイト上での売買取引が成立する前になる。そのため、(A)と(B)の条件はどちらも満たさない。

(5)の代表例であるアマゾンのマーケットプレイスとFBAを利用したビジネスモデルについては、中国の販売者が日本非居住の輸入者となる形式と、日本に居住する輸入代行業者を立てる2つの手法が存在する。中国の販売者が非居住の輸入者となる場合、自身が輸出者兼輸入者になるので、アマゾンのFCに保管された在庫も中国の販売者が所有するものとして異論はないであろう。

一方輸入代行業者は、「代行」となっているに関税関係法令上は輸入手続に関する当事者として適切な輸入申告を行う義務がある。しかし、輸入された商品の所有権は輸入代行業者に移行しない。その理由は、アマゾンを利用した越境ネット通販の場合、商品のFCへの搬入はDDP条件(仕向地持込み渡し関税込み条件)でしか認めておらず、中国の販売者がインコタームズ上の危険負担と費用負担を受け持つため、「売手の代理人により輸入され、その後売手の計算⁽ⁱ⁾と危険負担によって輸入国で販売される貨物」という輸入貨物が輸入取引によらないためである(関税定率法基本通達4-1の2)。さらに、アマゾンのマーケットプレイス上の商品の価格決定権等も中国の販売者にあり、輸入代行業者は輸入手続の当事者であるだけで、輸入取引の買い手ではないとみなすことができる。以上より(5)のモデルはどちらの形態も(C)の条件を満たすと言える。

(6)のモデルの場合も、中国の販売者が日本で独自のネット通販サイトを開設し、商品を事前に中国から日本へ輸出しておくとなると、日本人を設立する可能性も高いと思われる。しかし中

(i)関税定率法基本通達4-1(3)には「輸入取引における「売手」とは、実質的に自己の計算と危険負担の下に(中略)輸入取引をする者をいう。具体的には、買手及び売手は、自ら輸入取引における輸入貨物の品質、数量、価格等について取り決め(以後省略)」とあり、この「計算」は、販売価格、商品の品質、費用等を考慮した経済的損益の計算を指す。

国の販売者の日本法人が輸入者となるのでは、日本国外の企業が日本国内で展開するネット通販となってしまう、(A)～(C)の条件で考えても越境ネット通販とみなすことは難しいであろう。

よって本論文では(6)モデルを越境ネット通販の定義から外し、以降では、近年の中国発日本向け輸入越境ネット通販で主に利用されている

(5)「通販予定貨物貿易型」モデルについて議論していく。

3. 中国発日本向け輸入越境ネット通販の概況

3.1 越境ネット通販による輸入件数の増加

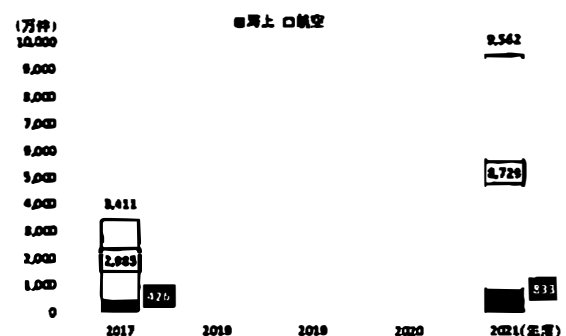


図2 輸入許可件数の推移

出所：財務省関税局(2022)を基に筆者作成

経済産業省⁽¹¹⁾によれば、2021年度の日中間の越境ネット通販の規模は輸出1兆9,499億円に対し、輸入はわずか340億円となっている。日本と中国の人口や消費市場の規模の差が大きいとは言え、日本のネット通販モールにおける中国商品が氾濫している現状を鑑みるに、ここまで大きな格差があるか疑問である。

財務省関税局⁽¹²⁾によると、越境ネット通販の拡大に伴い2021年の航空貨物の輸入許可件数は対前年比1.3倍、海上貨物も2.1倍と急増している。また、越境ネット通販によって輸入貨物の小口化が進み、SP(Small Package)貨物の輸入量は急増している。国際エクスプレス貨物・国際宅配便等を指すSP貨物は航空貨物の一種であり、越境ネット通販の輸送によく利用されている。また、物流事業者、通関事業者、元税関関係者へのインタビューによると、海上貨物の輸入許可件数の増

加も輸入越境ネット通販の影響であると言う。カートン梱包した商品を、海上コンテナで混載輸送し、バン出し後にカートンのまま日本のネット通販モール用の在庫として物流センターに納品するという輸送形態も増加している。

3.2 輸入越境ネット通販の規模推計

SellerSpriteによると、各国アマゾンのマーケットプレイスにおける中国の販売者の割合は他国の販売者に比べて大きい。日本アマゾンのマーケットプレイスにおける中国の販売者の売上シェアは約60%（2020年）に達すると推定されている⁽¹³⁾。さらに eccLab⁽¹⁴⁾によると、アマゾンのマーケットプレイスの割合は2020年で60%であり、アマゾンの年次報告書やマーケットプレイス手数料から推計した2020年の日本アマゾンの流通総額は4兆7,069億円である。この流通総額とマーケットプレイス割合から、日本アマゾンの2020年マーケットプレイスの流通総額は2兆8,240億円と推定される。

マーケットプレイスの売上に占める中国の販売者のシェア60%が、マーケットプレイス全体の流通総額でも同じと仮定すれば、アマゾンの中国の販売者の流通総額は1兆6,940億円と推定される。この推計自体の精度は高くないであろうが、越境ネット通販に関連した輸入許可件数の増加という傍証も鑑みると、経済産業省による中国から日本への輸入越境ネット通販の規模は過小評価の可能性はあるのではなかろうか。

4. 通販予定貨物貿易型輸入越境ネット通販に

おける輸入通関制度、消費税等の課題と対策

前述のように通販予定貨物貿易型ネット通販の場合、最終的な購入者が未定のまま日本に輸入される。そのため中国の販売者は、税関手続きを代行するACPを定め、うえて自身を日本に非居住の輸入者に設定するか、日本居住の輸入代行業者を立てて、日本の消費者が注文する前に商品を日本に輸入しておく必要がある。

この2つの輸入形態に関する輸入通関制度や消費税（付加価値税）の特徴と課題について、本

節では関係法令や財務省関税局の公表資料、前述のインタビュー調査から整理していく。また、通販予定貨物貿易型の日本向け越境ネット通販は、主にアマゾンのFBAを利用して展開されていることも踏まえ、アマゾンを利用した仕組みを想定して議論を進める。

4.1 ACPと輸入代行業者の特徴

(1) ACP

ACPは元々、VMI（海外部品メーカーによる輸入・国内在庫、国内メーカーの発注に即応した納品）を支援するために導入された。その後、販売先の決まっていない通販貨物の輸入・非居住者在庫手段としての利用が拡大した。輸入越境ネット通販においては、日本国内の法令で規制される商品を除き、日本国外の販売者（非居住者）の名義で輸入通関手続を行うためには、ACPを立てる必要がある（関税法95条）。

ACPの役割は、販売者（非居住者）の輸入代理人として、通関関連手続（税関検査の立ち合い、貨物説明、関税・消費税の支払い等）の他に、同関連書類の保管や事後調査、（販売先が企業の場合は）消費税の納入と還付インボイスの発行等を行うことである。税関に届け出さえすれば、ACPは国内の居住者（個人または法人）であれば誰でもなることができる（ただし、ACPの業務が通関業法第2条に規定する通関業務に該当する場合通は、ACPは通関業の免許が必要となる）。

(2) 輸入代行業者

食品衛生法、薬機法、電気用品安全法、消費者生活用製品安全法等の法令で規制される商品を日本に輸入する際には、ACPを立てて非居住者として輸入することはできない。これは、それぞれの法令が、基本的に日本国内法人を審査、承認、届出等の対象としているためである。これらの規制商品を日本国外の法人が日本で販売するためには、各法令で認可等を受けた日本国内の輸入代行業者を介する必要がある。輸入代行業者については、関税法上に特別な規定がないことから、ACP同様に日本国内の居住者（個人または法人）であれば誰でもなることができる。

アマゾンではこの輸入代行業者を登録輸入者（IOR：Importer of Record）と呼称している⁽¹⁵⁾が、日本の関税法上特に規定はない。この IOR はアメリカ税関の定義⁽¹⁶⁾を基にしたもので、所有者、購入者、両者の指定する通関業者、または荷受人とあり、幅広い意味で使われている。

輸入代行業者はインボイス上の輸入当事者（輸入申告者）になっていることから、輸入当事者としての税関への当該貨物に関する説明、関税や消費税等の支払い、通関書類の保管、事後調査への対応、製造物賠償責任法（PL 法）、消費税の還付用インボイスの発行等に対する義務がある。

4.2 ACP と輸入代行業者を利用した輸入通関制度の課題

（1）低価申告の問題

アマゾンに商品を納品する時点では、購入者として確定する日本の消費者は存在しない。またアマゾンは、最終的な配送先としてアマゾンの FC を通関書類に記載して DDP 条件で納入することは認めているが、輸入者としてアマゾンを記載することは認めていない。そのため一般の貿易取引と異なり、輸出者と輸入者間の取引が存在しておらず取引価格がないため、課税価格を決めることが困難である。この場合、課税価格は同種または類似の貨物、過去の（あるいは予定している）国内の販売価格、製造原価等により決定される（関税定率法第 4 条の 2 から 4）。

ACP を利用して中国の販売者自身が輸入者となる場合と輸入代行業者を立てる場合、どちらの形態でも低価申告がしばしば発生している。この背景には、課税価格 20 万円以下の場合に利用できる簡易通関制度、航空貨物輸送の場合は課税価格 1 万円以下で関税と消費税が免税となるマニフェスト通関制度がある。

また、アマゾンでの販売の場合は同一商品が既に販売されていればその価格で、未販売の場合は予定販売価格で課税価格を決定しているとのことである。そのため、税関は商品販売画面や販売者用の在庫管理画面で販売価格を確認しているが、販売価格は中国の販売者が自由に設定できる

ので、同じ商品が他の販売者によって販売されていなければ、検査時点では販売価格を低く設定し、検査後に販売価格を高くできてしまう。また、アマゾンの仕組みをそのまま利用するため、アマゾンが仕様を変更するとそれに合わせて検査体制を見直す必要が出てしまう。さらに、申告価格が低い割には検査の負担が大きく非効率である。

また、事後調査で不正を確認することも可能であるが、税関の人的限界があるため事後調査だけで不正への十分な抑止力が保てない（事後調査の件数も年間 4,000 件程で、2020 年度は Covid-19 の影響でさらに減少している⁽¹⁷⁾）。

（2）消費者保護の問題

ACP を利用する場合、輸入者も通販サイト上の販売者も中国の販売者であり、商品の責任所在が明確であるが、中国に所在する販売者に責任を追及することは容易ではない。ACP はあくまで税関に関連する事務の代理人であるため、必ずしも商品自体の知識を持っているわけではない（ただし関税法 95 条 3 項によると、販売者と共同して税関長の事後調査等の指示に従う必要はある）。この点は輸入代行業者を利用した場合も同様である。ネット通販モールの出品者は中国の販売者なので、輸入代行業者は PL 法において商品の責任者でもある輸入者でありながら、名目的輸入者という扱いで商品の全責任主体とみなされないことも多く⁽¹⁸⁾、商品関連のトラブルは、中国の販売者と交渉することになる。

アマゾンの場合、一部の大口優良出品者向けに CSVA（Customer Service by Amazon）というカスタマーサポート代行サービスを実施し、トラブルの際の連絡や返品・返金対応を行っているが、トラブルになりやすい小口販売者は対象外である。日本の消費者へのカスタマーサポートを代行する事業者も存在するため、優良な中国の販売者らはそのようなサービスを利用している。

（3）輸入消費税の控除に関する問題

輸入手続を行った場合、課税価格に対して輸入消費税が発生する。また商品がネット通販サイトで購入されると、商品価格に対する消費税を納付

する必要があるが、この時輸入者と販売者が同じであれば、日本国内の販売者と同様に仕入れ消費税の控除を受けることができる。

輸入代行業者を介する輸入では、輸入代行業者が輸入消費税の納付者となり、消費税の仕入れ控除ができるのも輸入代行業者になる。しかし、輸入代行業を依頼した日本国外の販売者に対して輸入代行業者が輸入消費税額分の金額を請求する事例がある⁽¹⁹⁾。

例えば、課税価格2万円で商品が日本に輸入され、アマゾン上に3万円で販売される場合、ACP利用の形態では輸入者・販売者共に中国の販売者なので、購入消費税3千円（3万円×10%）から輸入消費税2千円（2万円×10%）を仕入れ控除できるので、納める消費税は1千円で良い。しかし輸入代行業者を利用する場合、中国の販売者は販売消費税3千円に加え、輸入代行業者が請求する輸入消費税額2千円を支払う必要がある。中国の販売者は輸入者ではないため、消費税の仕入れ控除が受けられず、結果として輸入消費税相当額と販売消費税の両方を納めることになる。

2023年10月からのインボイス制度導入を受けて、中国の販売者の中にもインボイス発行事業者となる動きもある。そうなれば、消費税の仕入れ控除の問題は重要性を増す。

4 3 問題解決のための対策

低価申告、消費者の保護、輸入消費税の控除の問題を解決するために、ACP と輸入代行業者の責任を明確化する必要がある。

ACP については、設置要件を税関への届け出制から承認制にする等の見直し策が必要である。ACP の承認制が難しい場合は、ACP に責任を持たせる意味でも輸入申告書に ACP 名の記載を義務付けるべきである。輸入代行業者についても、現状では名目的輸入者として商品に対する全責任主体とみなされない可能性がある点や輸入消費税控除の問題を考慮して、関税法、消費税法上の位置づけを規定する必要がある。

ACP と輸入代行業者の法的な位置づけや義務を明確化することで、このような低価申告や輸入商品のトラブルに対する抑止力も期待され、また事後調査の効果や効率性を向上させるであろう。

申告価格について販売者が自由に（通常は低く）設定できる問題については、即効性がある対策を実行することは困難であるが、商品種別の販売価格のデータを蓄積していくことで、検査精度や効率性向上を進めていくことが重要であろう。

表1は本研究における文献調査とインタビュー調査で明らかになった実態について、ACP と輸入代行業者それぞれの導入経緯、利点、欠点および共通する欠点と対策を整理したものである。

表1 ACP と輸入代行業者の利点・欠点

	導入経緯	利点	欠点	共通の欠点
タイプ1： ACP（関税事務代理人）	・VMI（海外部品メーカーによる輸入・国内在庫、国内メーカーの発注に即応した納品）を支援するために導入。 ・販売先の決まっていない過販貨物の輸入・非居住者在庫手段としての利用拡大。	・輸出者（販売者）が輸入者となり、非居住者在庫を所有し、すべての責任を負う。 ・輸入貨物が非居住者在庫になることが、はっきりしている。	・商品に対して責任を持つ販売者が海外に所在し、責任を及ぼすことが困難。 ・ACPは商品知識がないことが多い。ただし、関税法95条3項によると、販売者と共同して税関長の指示（事後調査など）に従う必要有と規定されている。	・一般の貿易と異なり、輸出者と輸入者間の取引が存在しておらず、取引価格がないため、課税価格を決めるのが困難。過去の（あるいは予定している）国内販売価格に関し資料を提出させることで対応しているが、低価申告を防ぐのは難しい。
タイプ2： 輸入代行業者	・関税法上の位置づけ無し。過販事業者に、「輸入商品の電気用品安全法、食品衛生法などへの適合申請にあって、国内居住の登録輸入者を指定する必要がある」と販売者に通知され利用拡大。	・輸入代行業者は、輸入者として、輸入商品が電気用品安全法などに適合することを届け出る責任を負う。	・日本在住の輸入代行業者が事後的に消費者のクレームなどに対応するには困難。 ・輸入申告上は、一般貿易と区別できないため、低価申告の可能性のある過販予定貨物であるかどうか、判断できない。 ・消費税の仕入税額控除が困難。	
対策 ・ACPと輸入代行業者の責任と義務を明確化する。 ・検査制度の向上のため、輸入商品の販売価格のデータを蓄積する。				

出所：各文献とインタビュー調査を基に筆者ら作成

5. まとめと今後の課題

日本の輸入通関制度において、日本国内の通関のための非居住者在庫という想定はされておらず、現状ではVMIのために生まれたACP制度や関税法等で規定がない輸入代行業の仕組みが利用されている。アメリカ等では非居住者であってもIORとして輸入が可能で、アメリカ向けの輸入越境ネット通販にも利用されている。

日本アマゾンでは輸入代行業者をIORとして紹介しているが、基になったアメリカのIORは日本の輸入代行業者よりも責任が重く、中国をはじめとした国外の販売者が同じような役割を期待してしまう可能性はある。ACPと輸入代行業者の利点と欠点を考慮し、両者に一定の責任を持たせ、日本版のIORのような制度を創設することも今後必要となってくると考えられる。そうすることで、越境ネット通販を販売者も消費者も安心して利用できるように環境整備をすべきであろう。

また、販売者と消費者の取引の場を提供するアマゾン等のプラットフォーム（PF）の製造物責任についても議論を深める必要がある。日本では、PL法が製造事業者のみが責任を負うのが基本であり、PFにその責任を求めるという司法判断は下りづらいのが現状であるが、アメリカでは既に消費者保護の観点から販売の場を提供するアマゾンの責任を認める判決が下されている。

謝辞

本研究を進めるにあたり調査にご協力いただいた関係者の方々、匿名の査読者の方々に深く御礼申し上げます。

参考文献

- (1) Polaris Market Research : Cross-Border B2C E-Commerce Market Size Global Report, 2022-2030、2022年2月
- (2) カーゴニュース : 越境EC貨物の輸入で申告誤りが増加、2021年11月25日
- (3) 消費者庁 : 海外の製品を並行輸入品や個人輸入品として購入するときの注意点、2019年8月30日

- (4) 李奮 : 中国における越境ECの進展—政府の促進政策とEC企業の取組みに注目して—、流通情報 No.517、pp.35-48、2015年11月
- (5) 宮武宏輔、根本敏則、林克彦、石原伸志 : 中国向け越境ネット通販支援モデルの特性に関する考察、日本物流学会誌第26号、pp.49-56、2018年6月
- (6) 川端麻子 : 日系企業による中国越境EC展開と課題—アイスタイルと資生堂の事例を中心として—、経営論集第69巻4号、pp.169-193、2022年3月
- (7) 松本敬、長谷川実也 : AEO制度の活用と効果、日本貿易学会研究論文第11号、pp.133-148、2022年1月
- (8) 鈴木暁 : 食品輸入に関する他法令規制と港湾の検査機能、海事交通研究第65号、pp.53-62、2016年12月
- (9) World Customs Organization : Framework of Standards on Cross-Border E-Commerce、2022年6月
- (10) United Nations Conference on Trade and Development : IN SEARCH OF CROSS-BORDER E-COMMERCE TRADE DATA、UNCTAD Technical Notes on ICT for Development No.6、2016年4月
- (11) 経済産業省 : 電子商取引に関する市場調査（平成26年度～令和2年度）、2014-2022
- (12) 財務省関税局 : 最近の関税政策と税関行政を巡る状況、2022年10月4日
- (13) SellerSprite : アマゾン2021年度データ報告集、2022年2月17日
- (14) eccLab : 国内18・海外27のECモール・カート・アプリの流通総額から見る市場トレンド、2022年6月16日（最終更新）
- (15) Amazon seller central : 商品の輸入と輸出、https://sellercentral.amazon.co.jp/help/hub/reference/external/G201468520?ref=cfph_2_bred_G201468520&locale=ja-JP
- (16) U.S. Customs and Border Protection : Importing into the United States A Guide for Commercial Importers、2022年5月27日（最終更新）
- (17) 財務省 : 輸入事後調査の状況等（2017～2020年度）
- (18) 日本貿易振興機構 : 貿易・投資相談Q&A : 輸入品の品質欠陥に起因する人的・財的損害が発生した際の製造物責任者、2017年8月（最終更新）
- (19) 国税庁 : 輸入手続を委託した場合の仕入税額控除の取扱いについて、2021年8月1日