

# 企業間の電子取引の法的側面に関する検討

(受発注の成立過程について——実態調査を中心とする中間報告)

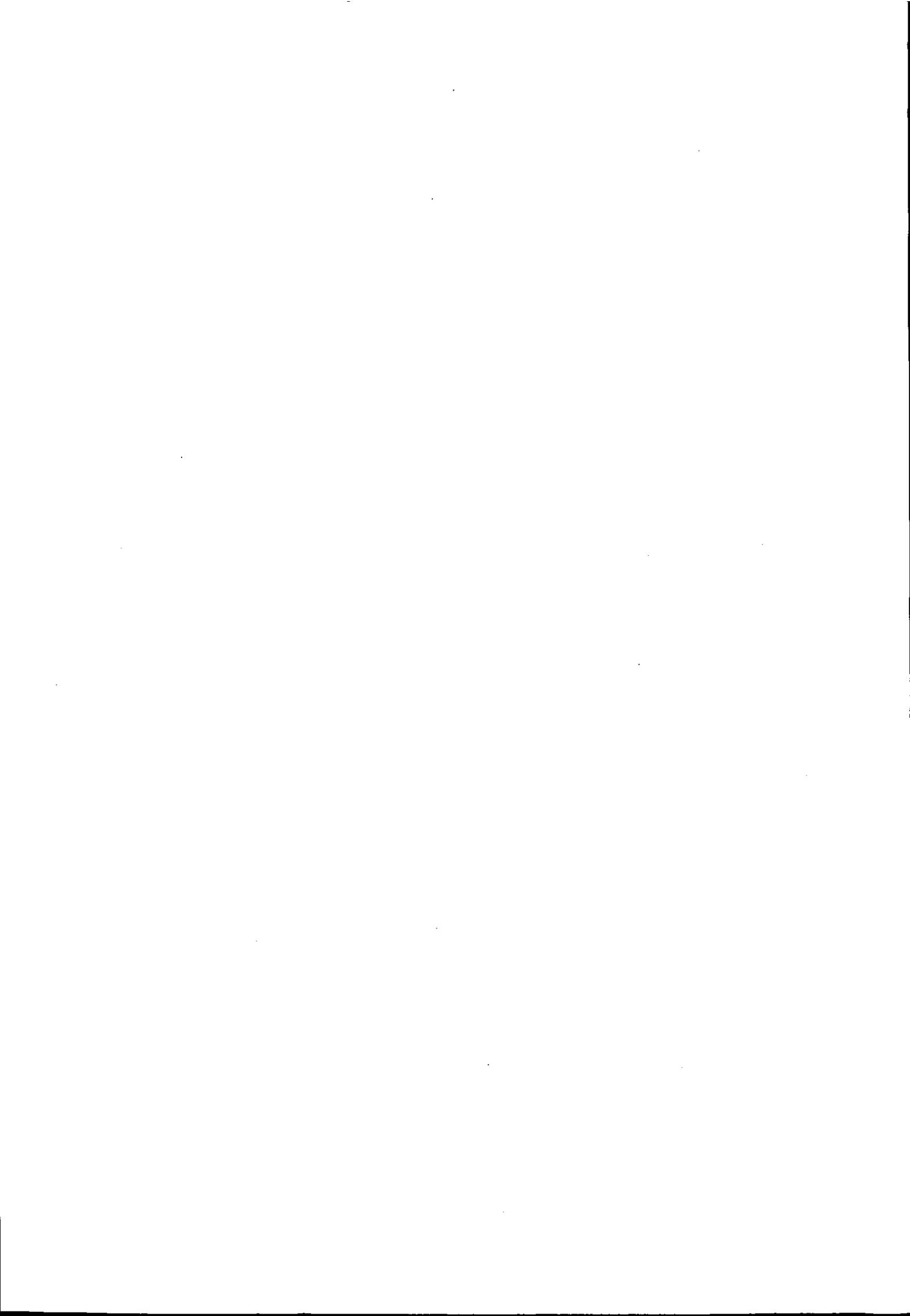
平成 2 年 3 月

財団法人 日本情報処理開発協会

産業情報化推進センター

この報告書は、日本自動車振興会から競輪収益の一部である機械工業振興資金の補助を受けて、平成元年度に実施した「産業界のシステム化に係る制度問題の調査研究」の一環としてとりまとめたものであります。





## は じ め に

産業界の情報ネットワーク化の進展に伴い、企業間において受発注取引を始めとする電子的なデータ交換（E D I : Electronic Data Interchange）が活発になってきている。当協会では E D I の円滑な推進に不可欠となる通信プロトコル、ビジネスプロトコル等の各種の取決めの標準化やルール化に取り組んでいるが、これの一環として、平成元年3月、法律専門家及び企業等の実務家による電子取引調査研究委員会を設けて、主に法的側面から電子取引の実態把握と問題の分析、対策の検討を開始した。

平成元年度においては、受発注の成立過程を中心として、実態調査及び問題の検証等を行った。この報告書は、その状況を中間報告としてとりまとめたものである。このテーマに関しては、次年度に引きつづき問題の分析と、契約の在り方や留意事項などの検討を行う予定である。

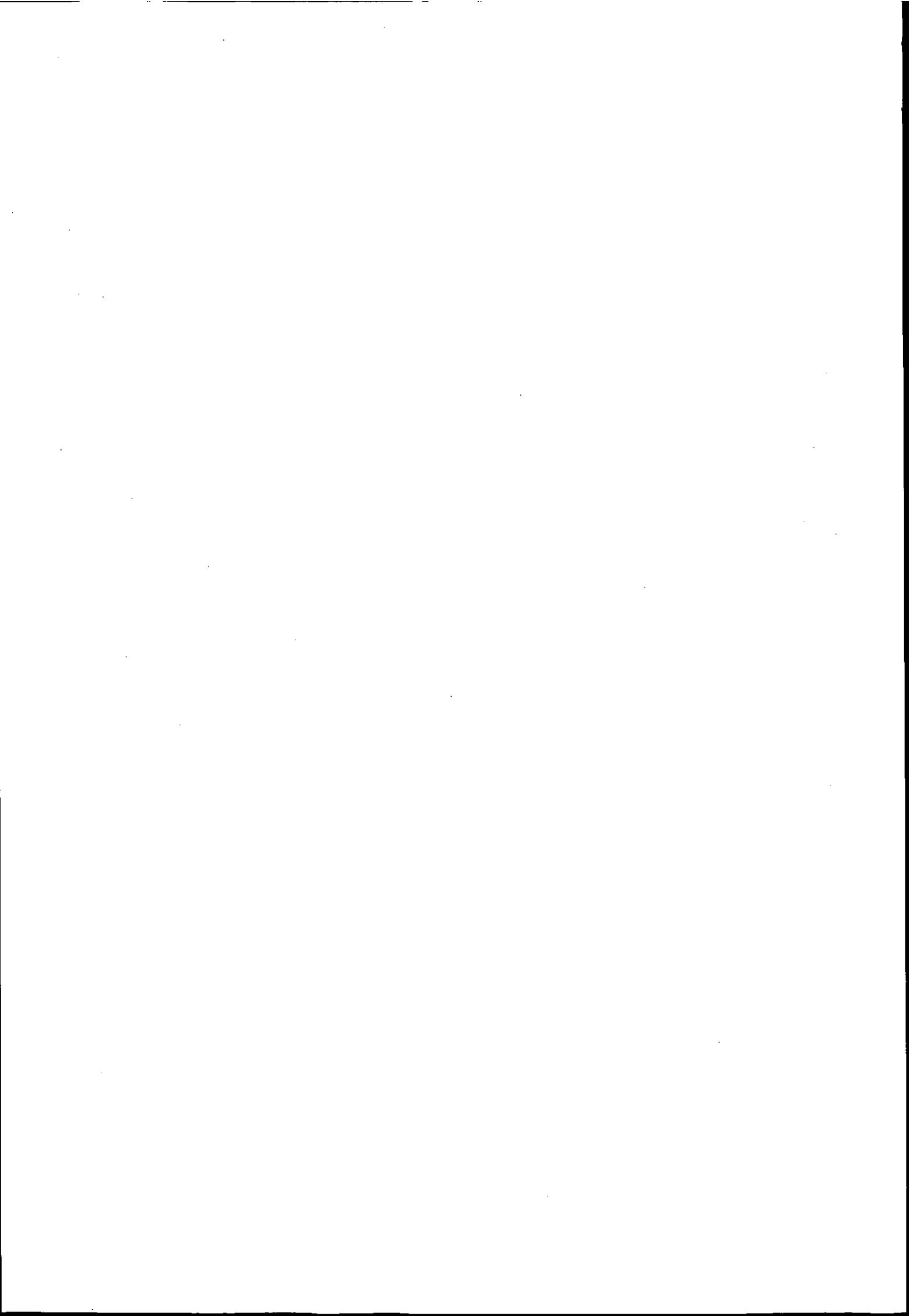
最後に、本調査研究の実施にあたってご協力を頂いた委員を始め、関係各位に対し、深く感謝の意を表します。

平成2年3月



## 平成元年度 「電子取引調査研究委員会」 名簿

	氏 名	勤 務 先 及 び 所 属	役 職
座 長	堀 部 政 男	一橋大学 法学部	教 授
委 員	梅 本 吉 彦	専修大学 法学部	教 授
	大 野 幸 夫	(株)日本総合研究所 法務室	室 長
	小 野 耕 三	(財)流通システム開発センター 情報処理システム部	部 長
	渋谷 眞 男	伊藤忠商事(株) 調査室	部 長 補
	梶 山 敬 士		弁 護 士
	鈴木 敏 夫	駿河精器(株)	専務取締役
	関 田 隆	ヤマト運輸(株) 事務改善部	取締役部長
	宝 田 久 治	第一家庭電器(株) 社長室 企画部 (兼 情報管理部)	部 長
	種 部 信 夫	(社)日本電子機械工業会 EDI推進センター事務局	次 長
	玉 生 弘 昌	(株)プラネット	専務取締役
	永 田 眞三郎	関西大学 法学部	教 授
	野 村 豊 弘	学習院大学 法学部	教 授
	長谷川 貫 一	長谷川産業(株)	専務取締役
	古 江 和 雄	(財)金融情報システムセンター調査企画部	部 長
	室 町 正 実	東京丸の内法律事務所	弁 護 士
	村 上 統 英	住友化学工業(株) システム部	部 長 補 佐
	吉 田 正 夫	植草・吉田法律事務所	弁 護 士



# 目 次

## 企業間の電子取引の実態（——受発注の成立過程を中心として——）

1. 調査の視点 .....	1
2. 電子化のメリットと条件 .....	3
3. 電子取引の現状 .....	3
4. VANの介在と発注データの流れ .....	4
5. 基本契約書等 .....	5
6. 発注態様と受発注取引 .....	6
7. 価格と電子取引 .....	9
8. 受注データ .....	9
9. 入力のエラー .....	10
10. システム障害による事故 .....	11
11. 発注の撤回・変更 .....	11

## 〔資料〕 個別企業ごとの調査概要

(1) 家電量販店 .....	13
(2) 電気機器製造業（A） .....	14
(3) 電子部品製造業（A） .....	15
(4) 海上輸送業 .....	16
(5) 製鉄業 .....	17
(6) 石油化学工業 .....	18
(7) 家具販売業（協同組合） .....	19
(8) 商社 .....	20
(9) 電気機器製造業（B） .....	21
(10) 金型部品製造業 .....	22
(11) 電子部品製造業（B） .....	23
(12) 日用品雑貨卸売業 .....	24
(13) 日用品雑貨製造業（A） .....	26
(14) 日用品雑貨製造業（B） .....	28
(15) スーパーマーケット（A） .....	30
(16) 無店舗販売代金の代行決済 .....	32

(17) 証券業 .....	33
(18) スーパーマーケット (B) .....	35
(19) アパレル製造販売業 .....	37
(20) 眼鏡製造・販売業 (共同システム) .....	39

〔コメント〕

企業間の電子取引 (受発注の成立過程) に関する問題等について .....	41
---------------------------------------	----

# 企業間の電子取引の実態

(—受発注の成立過程を中心として—)

## 1. 調査の視点

当協会では、企業間のオンライン・データ交換による受発注取引（以下「電子取引」と言う）の普及促進を図るため、従来より協会内の産業情報化推進センターを中心として、ビジネスプロトコルの標準化など、主に技術的、業務的側面の調査・研究を進めてきたが、これと併行して平成元年3月より新たに電子取引調査研究委員会を設け、電子取引に関し、法的側面からの検討を行いながら実務のパターン、ニーズに応じた契約の在り方や留意事項などをまとめる作業に着手した。

平成元年度においては受発注の成立過程を中心とする調査・検討を行う計画となっており、元年7月から11月にかけて、電子取引を実施している企業など20社に対し、取引の仕組みや実態に関するヒヤリング調査を行った。

調査・検討の視点を整理すると次のような事項を挙げることができる。

- ① 受発注に始まる商品、部品、原材料の売買取引やサービスの提供取引は、出荷指示・納品・検収・サービスの履行等を経て代金請求、決済となって完結する。このプロセスの中には情報の流れが含まれている。オンラインによる情報処理は受発注より始まって次第に物流、サービス流以外のその他の情報の流れを対象として拡がりつつある。このような動きの中で、発注書や手形の比重は漸次減少している。

オンラインによる受発注取引は意思の伝達という本質において、文書や電話による受発注と共通性を持つが、意思伝達の手段がコンピュータ端末への入力と通信回線による伝送、及び必要に応じVANサービスの利用によるという点に特異性を持っている。そのような特異性から、端末への入力ミスやプログラムミス、回線の障害、システムダウン、データの消去・改ざんといったオンライン情報処理に伴うトラブルの可能性を生じる。

上記のようなオンライン取引に特有の問題を未然に防止し、また問題が生じた場合に、いかに事故を修復し、事故によって生じた損害を取引当事者やシステム関与者の間で適切に配分するかということは重要な課題である。しかし、検討を要する課題はそれのみにとどまらなないと考えられる。

- ② 受発注の多種少量化、頻度の増大、納期の短縮といった発注の態様や内容の変化は、発注手段の電子化、オンライン化をもたらすとともに、このような発注手段の変化が逆に発注態様などの変化を加速している。

発注手段の電子化に伴って生じた発注態様などの変化によってどのような問題が新たに生じ

表1 調査対象企業における電子取引の概要

業 種	電子化対象業務（取引）	VAN利用の有無
〔製造業〕		
電子機器A社	電子部品仕入れ（発注）	有 り
電子機器B社	電子部品仕入れ（発注）	有 り
電子部品A社	電子部品販売（受注）	有 り
電子部品B社	電子部品販売（受注）	有 り
製 鉄	鋼材販売（受注）	無 し
	資材仕入れ（発注）	無 し
金型部品	金型部品製造販売（受注）	一部有り
石油化学	合成樹脂販売（受注）	無 し
繊維製品	アパレル製品販売（受注）	有 り
日用品雑貨A社	日用品雑貨販売（受注）	有り（業界VAN）
日用品雑貨B社	日用品雑貨販売（受注）	有り（業界VAN）
〔輸 送〕		
海 運	定期船、不定期船による輸送（受注）	有 り
〔流 通〕		
商 社	繊維製品（糸）等の仕入れ（発注）	無 し
スーパーマーケットA社	食品・日用品雑貨仕入れ（発注）	有 り
スーパーマーケットB社	食品・日用品雑貨仕入れ（発注）	有 り
家具販売	家具仕入れ（発注）	有り（業界VAN）
日用品雑貨卸	日用品雑貨販売（受注）	有 り
	日用品雑貨仕入れ（発注）	有り（業界VAN）
家電機器小売	家電機器仕入れ（発注）	有 り
眼鏡小売	眼鏡レンズ仕入れ（発注）	有り（業界VAN）
〔その他〕		
証 券	注文を受けた証券の売買（発注）	無 し
	顧客からの証券売買の注文（ホームトレード・受注）	無 し
集 金 代 行	無店舗販売代金の代行決済のための	無 し
	データ収集（データ受領）	

ているか、また電子化以前において潜在化していた問題がどのように重なり合っているかを法的視点に立って総合的に検討し、当事者の合意などによって適切に解決する方法を見出すことが必要視される。

以上のような視点から、まず受発注の成立過程を中心として調査対象企業の実態把握を試みた。以下は調査の概要である（表1参照）。

## 2. 電子化のメリットと条件

オンラインによる受発注データの送信取引がなぜ行われるようになったか、その主な理由は次の三つの点に集約される。

- ① 商品、製品の多様化、生産行程の精緻化、複雑化に伴い、発注品目は数十万アイテムといった多種類にのぼることが少なくない。加えて在庫を保有するためのスペースやコストは最小限にとどめなければならない。そのため多品種、少量の発注を頻繁に行う必要性が生じるが、膨大な件数の発注を電話やファクシミリで処理しては仕事にならない。そこでデータ伝送などによるオンライン情報処理の方法によらざるを得なくなっている。
- ② 多種類の商品や部品について、必要最小限の在庫を保有しながら操業を維持するためには、納品や出荷の状況をリアルタイムで把握しつつ、的確な在庫管理を行わなければならない。そのようなキメ細かい在庫管理はコンピュータの利用によって初めて可能となる。在庫管理の電算化を前提として受発注のオンライン化が可能となり、また必然的なものとなってくる。
- ③ 受発注データそのものが人手を介することなくコンピュータによって処理可能な情報となるため、その後の企業内における指示・連絡や事務・計数管理、発注と納品の照合や売れ筋情報、欠品情報の把握などに役立つこととなる。

## 3. 電子取引の現状

いずれの調査事例でも、受発注取引の電子化は部分的なものにとどまっている。その理由は、電子化された受発注取引を行う際に、取引の相手先企業にも電子化を受け入れる態勢が必要となるからである。例えば中小規模の卸店の場合、ホストコンピュータを用いた在庫管理を行えない限り、発注データをオンラインを介して処理することは不可能といわれている。また、あるスーパーマーケットの例では、小規模の仕入れ先で電子化を受け入れ難い取引先については、これに対する発注分を他の特定の取引先に一括送信し、その送信先までアウトプットを取りに来させるという方法を取っている。

電子機器や電子部品のメーカーの場合は、下請け発注についてもある程度電子化されているが、下請け取引に関しては個別具体的なニーズに応じてローカルなシステムづくりが必要とされてい

る。

現にオンラインで発注している取引先に対しても電子化の対象は定番品が主体で、試作セット用の注文品はマニュアル処理による場合（電子機器製造）が多い。しかし試作品などの特注品についても、数回反復する場合はオンラインを介して処理している例（電子部品製造）もある。

電子化の阻害要因は、相手先が大規模企業の場合にも存在する。例えばアパレル製造での納入に関し、納入先がデパートの場合はブランド商品が主体で点数も多く、分類の粗いコード体系を使用している場合は、ファッション性の強い商品の色や素材の違いまで、絶対単品コードで仕分けることが困難であるという点が隘路の一つとなっている。

その他、政策的にオンライン情報処理を避けている例がある。証券業の場合、セールスマンと証券取引所の間を直接にオンライン化すると、証券会社間の格差が表面化し、大手証券会社が優位に立つ結果となるので、顧客の注文を聞いたセールスマンは、一旦、本社株式部に発注データを伝送し、株式部から改めて証券取引所内の分室へ発注データを伝送する。その際テーブルリーダーも各社が同じものを使用するなど、一律に同条件としている。

また証券会社と証券取引所の間も、大口の売買注文はストレートに入力せず、証券会社の株式部で相場をかく乱しないように小口に分けて、証券取引所へ電話（「場電（ばでん）」と呼ぶ）で注文を出している。

#### 4. VANの介在と発注データの流れ

調査事例では、証券会社の場合および商社を取引相手としている場合など、少数の例を除いて受発注取引に関し、VANが介在している。介在するVANは単数の場合と発注側、受注側それぞれが指定したVANが介在し、VAN間接続を行う場合とがある。なお、複数のユーザーが統一された方式で同一のVANを共同利用するケースがある（家具、日用品雑貨、眼鏡など）。また、VAN会社の性格については、発注または受注企業への従属性の強い子会社、系列会社の場合と、独立性の強い汎用的なVAN事業者の場合とがある。

VANサービスの主なものは、コード変換などのサービスとメールボックス方式による配信サービスである。発注企業の伝送した発注データをVAN事業者は仕向け先別に分類し、コード変換などの処理を行った上、VANのシステム内に設けられた受注者側のメールボックスに保存する。発注データを受注者側のメールボックスに入れ、受注者によるアクセス可能な状態におくことによって、VAN事業者による発注データの受注者への配信があったと見なされている。

受注者側は、一定の頻度でメールボックスにアクセスし発注データを取り出す。VANのメールボックスを利用することによって、発注者は受注者の操業時間帯や休日に左右されず発注データを伝送することができる。ただし、発注データを受注者側が実際に了知するタイミングは、受

注者側のメールボックスへのアクセスのタイミングによって左右されるので、緊急の場合は電話で発注することになる。あるスーパーマーケットの例では、手書き伝票に基づき電話で緊急発注するケースが全体の約3割を占めている。また家電量販店の場合、品薄の商品などをメールボックスで発注するとタイミングが遅れ、取り損ないが生じる恐れがあるため、電話で発注する（品薄情報は事前にメーカーから提供されている）。

発注者側から見て、発注データが受注者側に届いたことは、受注者から発注者に対して、下記のデータが送られることによって確認される。

- ① 発注データを承諾したという意味の受注データ
- ② 発注データを受信したという意味の受信確認データ

しかし、事例調査では、上記①については、商社が取引当事者となっている例が四つ、②については2例（内1例は①と重複）と、比較的少ない。その他のケースではVANの段階で、受信確認データと配信データを発注者側に送る例が各一つずつある。

調査事例の6割に当たる12例では、発注データが受注者、あるいはVANに届いたことを確認するデータは送られない。これらのケースでは、発注に当たって回線が正常に作動していることが検証されるだけである。なお、VANが介在している場合、発注者が発注データの流れをどの段階まで検証できるかという点について、発注者が確認できうる範囲は、発注者が直接に発注データを伝送した相手先であるVANの段階までであって、そこから先の伝送は、発注者の確認できうる範囲外にあると考えられている。

以上のように、発注者側で発注データが受注者側に届いたことの確認や、発注データのながれを検証することをそれ程考慮していない例が多い。その理由は、確認や検証をシステムに組み込むことによって生ずる入力事務、ないしコストの負担と確認などの省略によって生ずる危険との比較考量によるものであろう。その背景には、手作業処理の場合の文書紛失などの危険に比べて、オンライン情報処理を行うことによって信頼度ははるかに向上していること、継続的な受発注取引の場合、伝送事故などにより発注データが届かないときは、直ちに受注者側からデータが届かない旨の連絡を期待できるという事情がある。

## 5. 基本契約書等

### (1) 基本契約書

オンライン・データ交換による受発注取引に関する当事者間の合意内容は、①電子化以前における商品売買契約に相当する部分と、②電子化に係る部分の二つを含んでいる。上記①は文書や電話、ファクシミリによる場合と共通性を持っている。

電子取引に関し、新たに取引交わされている契約書や覚書は上記②に相当するものか、または

①に②を加えて修正したものである。電子取引に関する契約書または覚書を作成し、または準備中のケースは、調査事例のうち12例で、他に契約書などは無いが、当事者の一方がマニュアルを作成し、事実上これに準拠して実務が流れる例が2例ある。これらのうち従来から商品売買契約書のあるものは8件、無いものが6件である。なお、電子取引に関し、当事者間に契約書などは無く、VANの利用に関してのみ契約書のあるケースが3件ある。

以上のように契約書や覚書が作成されていない場合もあるが、当事者間には実務の仕組みに関して何らかの合意があり、その合意に基づいて実務処理が行われているものと考えられる。

## (2) 発注書

原票複写による発注書を、発注データ入力と並行して送付している例が3件ある（電子機器・電子部品製造）。これらは過渡的に発注書を併存している例である。その他は原則として発注書を送らず、データ入力のみで発注している。ただし、下請け発注の場合は文書を原則とするケースや、相手側から要求があれば発注書を送るというケースもある。

入力される発注データは通常、品目、数量、納期など限られた事項となるので、設計図（電子機器製造）、船積書類（海運）などが別に送られる場合がある。なお、設計図がCAD情報として伝送される例もある（金型部品）。

## (3) 電話・ファクシミリによる発注

ほとんどの例では、定型的、反復的な発注は電子データ入力のみによって行われ、電話・ファクシミリの使用は緊急発注の場合など、特別なケースに限られる（緊急発注の場合は後に電子データが入力される）。例外として、電話・ファクシミリによる受発注の合意が成立した後に、裏付けとして発注データを送るケースが少数ある（石油化学など）。これは取引頻度が比較的少なく、取引条件の折衝を電話の方がしやすいという事情によるものと考えられ、電子データの入力は事後のコンピュータによる管理の便によるものであろう。

## 6. 発注態様と受発注取引

量産品の継続的発注か、特注品の発注かなど、発注の態様の相違によって事前折衝や納期管理、欠品の扱い、発注の撤回・変更など受発注の成立過程の全体にそれぞれ異なる特徴が生じる。

### (1) 量産品の継続的発注（流通業）

量産品の継続的発注の典型的なタイプの一つとして、流通業における在庫補填のための発注がある。すなわち商品の在庫量が一定の標準値を割り込んだ状況を見ながら、在庫の手当てを継続的に行うもので、スーパーマーケットにおける日用品雑貨や、量販店における家庭用電気器具の発注がこれに当たる。

単価については、あらかじめ包括的な合意がなされて、商品マスターに登録され、品目、ロッ

ト、納期などについて逐次、発注データが伝送される。原則として事前折衝はない。納期は通常数日以内で、受注者側からの受注データ、受信確認データは送られない。

欠品がある場合は、受注者側から電話連絡がなされ、欠品相当分については後日の受注で手当てするか、その分の発注をキャンセルして発注者側で別に対策を講ずるかなどを、そのつど決めるのが通常である（欠品分の納期が当初の納期より1週間以上遅れる場合は自動的にキャンセルするという取り決めをしている例もある）。

その他、欠品があっても受注者側から別段、電話連絡などはされず、欠品の事実は納期前に受注者から発注者に送られる売上データ（納品予定データ）によって通知されるケースや、納品の際に初めて欠品のあることが判明するというケースもある。これらの場合は、欠品相当分をキャンセル扱いするか、後日手当てされたときに納品するかがあらかじめ合意されている。

発注の変更などはほとんどないが、二重発注などのエラーデータを生ずる事故はあり得る。しかし、そのような場合も、量が異常に多い場合は別として、通常は発注の撤回・変更などの措置は取らず、そのまま納品して後日の受発注で調整するケースが多い。

## (2) 量産品の継続的発注（メーカー）

量産品の継続的受発注であっても、メーカーにおける部品や原材料の受発注の場合は、前述(1)と共通の面もあるが、異なる特徴がある。すなわちメーカーの場合は、生産計画に合わせて適切な量の部品や原材料を適時に確保することが必要となる。納期送れや欠品の生ずることは、場合によっては生産ラインを停止させることにもつながり、重大な損失の原因となりうる。したがって、発注に先立つ事前折衝と納期管理が重要な意味を持つこととなる。例えば次のようなケースがある。

- ① 長期レンジで単価と数量をロット単位で内示し、さらに具体的発注に当たっても納期照会を経て納期指定を行ったうえで、発注は数量データのみを一定の時間帯ごとに入力する（発注量は複数の取引先に対して一定の発注比率で行われる）。
- ② 品目、数量、納期などについて受注者側と折衝合意の上、向こう3ヵ月分の発注計画を発注者側で入力、受注者側に異議があれば電話で折衝しながら、さらに1ヵ月後、次週と段階的に納期と量を確定する（以上、いずれも電子機器メーカーによる電子部品の発注）。

その他、事前折衝の例としては、輸出については4半期ごとに包括合意し、月単位で受注し、国内取引については月単位で包括合意のうえ個別に受注（鋼材……商社を通じての受注）、また、取引条件などをあらかじめ提示し、合意のうえで発注（合成樹脂の受注、商社による糸の発注）などがあり、納期管理については、納期を指定して発注した後、さらに納期前に期日納品の確認をとる（電子部品の発注）ケースがある。

発注の撤回や削減などの必要を生じた場合の取り扱い、発注品についての受注者における生

産の進捗状況いかんによって、認められる場合と認められない場合があるが、これについては11.で後述する。

### (3) 特注品の発注

特注品の発注に関しては、上記(1)、(2)と異なる扱いが見られる。また、企業のニーズに基づく場合と、消費者の注文に基づく場合で若干の相違がある（表2参照）。

表2 特注品の発注

発注のケース	事前折衝・納期管理の方法
<p>①企業のニーズに基づく場合</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・電子機器メーカーにおける試作品、カスタム製品の発注</li> <li>・海運の発注</li> <li>・金型部品メーカーにおける受注生産</li>   <li>・大規模小売店における特売品、アパレル（ファッション）製品の発注</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 詳細な事前折衝と納期照会を重ねながら綿密な納期管理が行われる。</li> <li>— 数ヵ月前からの予約注文を要する。</li> <li>— 事前折衝はないが、これに代わるものとして数万アイテムに及ぶ製品特性の組合せと、必要に応じ、設計図等CAD情報を用いての発注が1日に数千件小ロットで行われる。納期は通常2日程度で、納期遵守については厳しい。</li> <li>発注の撤回・変更に対しては拘束性が強いが生産の進捗状況によっては認められる。</li> <li>— 事前折衝と納期管理が行われる。天候不順等による売れ残りについては返品が認められる。</li> </ul>
<p>②消費者の注文に基づく場合</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 事前折衝を伴う場合（株式売買の発注）と事前折衝はなく詳細な商品特性の組合せにより発注が行われる場合（家具、眼鏡の特注レンズ）がある。納期管理はそれほど厳格ではない。発注の撤回・変更に対する拘束性はやや強い。</li> <li>（後述11. 参照）</li> </ul>

## 7. 価格と電子取引

受発注取引の対象となる商品の価格は、個々の受発注とは別の場で定められ、商品マスターに登録されているというケースが多い。価格折衝は対面交渉や電話、ファクシミリ、文書などで行われるほか、オンライン端末から提示価格が入力されてディスプレイに表示されるという方法がとられることもある。オンラインを利用する場合は口頭で折衝する場合に比べてシビアな価格がストレートに提示される傾向があるといわれている（中小規模の日用品雑貨卸の例）。

端末操作により値決めを含む取引を行う例として、証券取引所における「電算立会い」がある。この場合も、立会い所での対面取引では大きな値動きが制御される傾向があるのに反し、画面操作による電算立会いの場合、価格の変動が大きく出やすいといわれている。そのため、電算立会いは2部上場銘柄に限定している（最近、AI・ファジー技術の導入により、値の飛びを防ぐ工夫が試みられている）。

## 8. 受注データ

発注に対して受注データが返送されるのは例外的で、調査事例の中では、受注データがおくられるのは4例だけで、全て商社が取引の当事者となっている場合である。受注データが返送されている例でも、価格は別に定められており、受注データの役割は合意内容の確認と入力ミスの有無の検証にあると思われる。

一方、大多数の場合は発注データのみで納品が行われており、その場合、受注データが送られない理由は次の点にあると思われる。

- ① 価格の決定は別に行われている。
- ② 納期の短い場合が多い。
- ③ 受注者側で納期に対し異議があったり、欠品のあるときは、その旨を電話で連絡し、折衝するのが通常である。欠品や納期に関し、調整を要する場合は、電話などの口頭による折衝の方が柔軟な対応が可能で、受注データ、確認データのやりとりよりも実情にあっている。なお、受注者側に異議があっても、発注者側に対し連絡がないケースが例外的にあるが（前述6参照）、期日欠品分についてキャンセル扱いにするか、後日納品するかの場合がなされているので、特に問題を生ずることはない。
- ④ 画一的に受注データを送ることとすると、1日に数千件の受注があるような場合、入力事務の大幅な増加とコスト負担が問題となる。中小企業の場合はなおさらである。受注データには発注データのエラー検証という機能もあるが、画一的に受注データを送ることによるコスト増とエラーデータによる危険・損害を比較考量した場合、前者がより重視される。

以上のように、発注データのみで納品が行われるケースが多いが、その場合にも納期などに関

しては発注者の意思だけで定められているわけではなく、基本的には発注・受注の両当事者の合意に基づき、処理されているのが実態である。

## 9. 入力のエラー

エラーの防止についてはシステム的なチェックが行われる。例えば、発注番号（発注伝票の番号に当たる）の重複チェックによる二重発注の防止、商品マスターとの照合による廃止番号商品のオーダーの防止、ネットワークセンター（VANセンター）による伝送データの化けを防止するパリティチェックなどが行われる。眼鏡の業界VANセンターでは、特注レンズに関し、レンズ製作範囲や納期範囲のチェック、発注先メーカーが販売店の取引先か否か（取引コードのメールボックスに発注データを送るか否か）などのチェックを行う。また、受注者側がVANのメールボックスから発注データを取り忘れたときは、受注者側に対し、VANセンターがアラームを発信するため、それほど問題となっていない。受発注当事者間における休日や営業時間のズレによるトラブルは、両者の営業時間（カレンダー）の交換によって防止されている。

しかし、システム的なエラーチェックについては限界があるので、さらに確実なエラー防止対策を行うためには、発注者側に発注内容を再確認させるという意味での受注データの送信が必要となる。

個人が家庭の端末から株式売買の注文を入力するホームトレードの場合は、エラー防止の目的から、発注データを直接に取引所へ伝送する方式をとらず、一旦、証券会社の担当セールスマンが発注データを受けて、注文者に対し電話で再確認している（その際、セールスマンの意見も交えて商談が行われる）。

しかし、以上のような受注データの送信や、電話による発注内容の再確認を行うケースは、例外的な少数の例にとどまっている。それはエラーデータによるトラブルや損害が、企業間取引では一般にそれほど重要視されていないことを反映している。

入力のエラーを大別すると、単純な入力ミス（表示の錯誤）と原票などの内容的な判断の誤り（動機の錯誤等）がある。電子機器メーカーで部品の発注を行っている例では、原票に関しては、精密な検討の過程であらゆるチェックが行われるので、まず誤りはなく、エラーが発生するとすれば、入力ミスによるものが多いとされている。一方、スーパーマーケットでの例では、エラーの原因はほとんど原票の誤りで、単純な入力ミスは比較的僅少である。その他の例では、入力ミスと原票の誤りがそれぞれわずかながらあるが、特に問題視されるほどではない。

なお、判断の誤りの例としては、二重発注（欠品によりキャンセルすべきものが、そのまま残っている）、顧客から依頼された注文の読み違い（株式売買における売りと買いの間違い、指し値となりゆきの間違い、家具の発注における色などの間違い）、商社におけるユーザーからの注文

の誤解、グレード・品名変更などに伴うコードのミスマッチ、死に筋商品の発生（……死に筋商品の発注は、在庫補填のための発注がコンピュータ処理により機械的に反復して行われる際に、文書で流された死に筋商品に関する情報が見落とされることによって生じる）などがある。

## 10. システム障害による事故

システム障害による受発注取引の事故として最も多いのは、データ伝送の時間的遅れである。その他の態様としては、二重配信、誤配、データの化けがあるが、事例としては少なく、調査事例20社のうち、各1社を数えるのみである。

システム障害を生じたケースは、VANのマシントラブル、回線事故が多く、その他、発注者側または受注者側のセンターにおけるハードウェアあるいはソフトウェア上の事故、回線・モデムの容量超過や電圧超過による事故などがあり、また、停電、落雷による回線上の事故がある。

実害を生じたケースとしては、良く知られた例で、証券取引所のシステムダウンの例があるが、取り扱いデータのピーク時における設定量の読み違いという、システム設計上のミスによるものである。その他、調査事例では、金型部品の受注製品において、システム変更時のソフトウェア上のバグにより、発注データの送信に遅れを生じ、納期に間に合わせるために徹夜作業を余儀なくさせられた例がある。この場合は人件費増の補償を受けている。

以上の他、当事者に実害が生じた例は少ない。実害が生じた例が少ない理由は、VANセンターなど関係先から早期に連絡がなされたこと、継続的な受発注の中の事故であったため、来るべき発注データが届かないとか、不審なデータが届いたため受注者側で調査を行った（眼鏡の特注レンズ……データ化けのケース）など、受注者側の連絡により事故が発見されているためである。

## 11. 発注の撤回・変更

発注の撤回・変更に関しては、一般的に理由（入力エラーか、システム障害か、事情の変更かなど）は一応考慮されるにしても、あまり重視されず、当事者への影響の程度や影響が大きい場合の利害調整への配慮、ならびに当事者の力関係が重要な決定要素となる。

一般に、発注量を増加する場合は、増加分を新たな発注分として取り扱い、発注の撤回・削減（いわゆる「巻き戻し」）の必要が生じた場合は、次のように取り扱われる。

### (1) 発注者側の損害が軽微な場合

巻き戻しをしないことによる発注者側の損害が軽微な場合（量、金額が軽微な場合、後の発注で調整可能な場合など）は、巻き戻しをしない（当初の発注どおり納品を受けるか、代金を支払って商品を受注者側に処分させる）。例外的に、数量に関する入力エラーについては、一律に返品扱いとするケースがある。

## (2) 発注者側の損害が軽微でない場合

巻き戻しをしないことによる発注者側の損害が軽微とは言い難い場合（量、金額が大きい場合、特注品などで転売が効かない場合）は、そのつど受注者側との折衝により、利害を調整して決める。判断の基準としては、受注者側がメーカーの場合、①製造に着手する前なら認める②製造仕掛り中でも進捗状況によっては認める③製品化後であっても転売可能なら認めるなどの例がある。受注者側が流通業であれば、出荷指示が目安となる。

発注の撤回・削減に代わる巻き戻しの方法として、いったん、納品を受けて返品する場合がある。また、巻き戻しは認めるが、受注者側の損害を補填するケースや、巻き戻しには応じないが、値引きすることにより、発注者側での転売処分に協力するという例もある。

## (3) 当事者間に力関係の差がある場合

当事者間に力関係の差が大きい場合は、上記(2)の考え方は必ずしも適用されない。例えば、中小規模卸店における大規模小売店との受注取引の場合、事実上無条件で巻き戻しの行われるケースがあるといわれている。なお、大規模小売店の場合、エラーデータの処理方法としての発注の撤回・削減に関しては、上記(1)、(2)の考え方により、受注者側との合意のもとに行われるケースもあるが、それとは別に、特売やファッション製品の販売に関しては、売れ残り品の返品が常識化している。

## (4) 消費者の意思に基づく発注の場合

消費者の意思に基づく発注の場合も、原則的には上記(2)の考え方が適用される（例えば、家具、株式売買の発注。後者は場（ば）に出すまでは注文の撤回・変更を認め、場に出した後は一応、撤回・変更の申し入れをするが、取引の成り行きにまかせることになる）。転売処分の不可能な眼鏡の特注レンズの場合は、発注後の一定期間（例えば30分）内を除き、原則として発注の撤回・変更は認めないが、具体的な取り扱いはケース・バイ・ケースであると思われる。

電子取引調査研究委員会では、以上の調査事例を参考として、電子取引における問題点を検証しながら、平成2年度はさしあたり、受注の成立過程を中心に、実務のパターンやニーズに応じた契約書類の標準化・類型化を行うことを予定している。それらの作業によって、今後新たに電子取引を始める企業に便宜を供するとともに、既に電子取引を行っている企業の実務の円滑化にも貢献したいと考えている。

〔資料〕 個別企業ごとの調査概要

(1) 家電量販店

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家電器具 (仕入……発注)</li> <li>・VAN経由</li> </ul>		
基本契約書	なし (説明会で口頭で合意)		
受発注の成立	事前折衝		
	発注を応諾する場合	発注者	発注データを1日2回VANへ送る(メールボックスに振り分け)
		受注者	メールボックスから取り出す 受注データは送らない
	発注に異議ある場合	折衝方法	電話による
		修正応諾の方式	電話による合意(納期を1週間以上ズラす場合のみ再発注)
	発注書等	なし	
発注の撤回・変更	二重発注の場合： <ul style="list-style-type: none"> <li>・少量であればそのまま成立、多量の場合は営業担当による交渉</li> <li>・実質的に撤回を認められる場合も一旦受けて返品扱い</li> </ul>		
入力ミス			
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VANで伝送エラーが放置された例あり (顧客の注文を取り損なう……VANの責任不問)</li> </ul>		
納品・検収			
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売れ筋情報等の秘密データはVANに蓄積されない仕組みになっている (VANにおける取決め)</li> </ul>		
記録・証拠			

(2) 電気機器製造業 (A)

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電子部品 (仕入……発注)</li> <li>・VAN経由</li> </ul>		
基本契約書	なし (EIAJ適用の場合はあり) (従来の売買契約書あり)		
受発注の成立	事前折衝	カスタム製品については電話、FAXで単価、納期等を細かく事前折衝	
	発注を応諾する場合	発注者	発注データを自社に設けたメールボックスに入れる
		受注者	原則として当日中に取り出す 受注データは送らない(受信確認データのみ送る)
	発注に異議ある場合	折衝方法	電話による
		修正応諾の方式	電話で合意した修正内容で再発注
	発注書等	発注書：原則なし(要求あれば送る) (・設計書、仕様書送る)	
発注の撤回・変更	二重発注、入力ミスの場合：・電話で折衝、多くは後の発注でくり合わせて調整		
入力ミス			
システム障害			
納品・検収			
データの秘密保持			
記録・証拠			

(3) 電子部品製造業 (A)

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電子部品、テープ (販売……受注)</li> <li>・VAN経由</li> </ul>		
基本契約書	覚え書あり (従来の売買契約書あり)		
受発注の成立	事前折衝	3ヶ月、1ヶ月、1週と段階的にスケジュールを確定	
	発注を応諾する場合	発注者	発注データをVANへ送る(メールボックスに振り分け)
		受注者	30分毎にメールボックスから取出す 受注データは送らない
	発注に異議ある場合	折衝方法	電話による
		修正応諾の方式	電話による合意
	発注書等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注書 (設計・仕様書送る)</li> </ul>	
発注の撤回・変更	二重発注の場合：出荷指示している場合は、原則として変更に応じない その他の場合：撤回、変更を認める		
入力ミス			
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VANで事例有り (再送依頼で処理)</li> </ul>		
納品・検収			
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パスワード、媒体保管室への入室管理</li> </ul>		
記録・証拠	発注書		

(4) 海上輸送業

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海上輸送 (受注)</li> <li>・VAN経由</li> </ul>		
基本契約書	なし (不定期船の場合のみ従来の備船契約書あり)		
受発注の成立	事前折衝	3ヶ月前くらいから予約注文	
	発注を応諾する場合	発注者	発注データをVANへ送る(メールボックスに振り分け)
		受注者	毎日頻繁にメールボックスから取り出す 受信データを送る
	発注に異議ある場合	折衝方法	電話による
		修正応諾の方式	電話による合意(必要に応じ再発注)
	発注書等	・船積書類等送る	
発注の撤回・変更			
入力ミス	・発注の入れ直しの例がある		
システム障害			
納品・検収			
データの秘密保持			
記録・証拠			

(5) 製 鉄 業

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鋼材（販売……受注）</li> <li>・資機材（仕入……発注）</li> <li>・DDX（デジタル・データ・エクスチェンジ）</li> </ul>		
基本契約書	有り （従来の売買契約書を修正）		
受発注の成立	事前折衝	輸出は4半期毎に包括合意し、月単位で発注、国内は月単位で包括合意した後、個別に発注	
	発注を応諾する場合	発注者	発注データを直接受注者へ送る
		受注者	受注データを翌日までに送る （受信確認データも送る）
	発注に異議ある場合	折衝方法	電話による 修正データを受注者へ送る場合もある
		修正応諾の方式	修正内容の受注データを送る
	発注書等	・発注書なし	
発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製造に掛かっている場合の変更や突然の変更は電話による折衝</li> <li>・入力ミス、プログラムミスの場合は原則としてミスを出した側の責任</li> </ul>		
入力ミス			
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・停電による出荷指示の遅れ（年2回ぐらい）</li> <li>・1時間以内の遅れであれば問題にならない</li> </ul>		
納品・検収			
データの秘密保持	パスワードで管理、一定期間ごとに変更、その他契約による		
記録・証拠	受注データのアウトプットをマイクロフィルムで保存 （データ変更の履歴も保存）		

(6) 石油化学工業

電子取引の概要		<ul style="list-style-type: none"> <li>・合成樹脂 (販売……受注)</li> <li>・DDX</li> </ul>		
基本契約書		有り		
受発注の成立	事前折衝	取引条件データ、納入先データを予めメーカーから商社に送り合意		
	発注を応諾する場合	発注者	電話、FAXで発注し、併せて発注データを送る	
		受注者	注文確認データを送る	
	発注に異議ある場合	折衝方法	電話による	
		修正応諾の方式	電話で合意した修正内容で、再発注または受注者側でデータ修正	
	発注書等	・発注書なし		
発注の撤回・変更	(所管部課、グレード、品名の変更に伴うコードのミスマッチ) ・営業部門による折衝			
入力ミス				
システム障害				
納品・検収				
データの秘密保持		・パスワード管理、媒体保管室への入室管理		
記録・証拠		データのプリントアウト又はMTで保存		

(7) 家具販売業（共同組合）

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家電器具（仕入……発注）</li> <li>・VAN経由</li> <li>・家具販売店と家具メーカーによる共同受注システム、家具販売店（40社、100店）から発注データがVANを経て組合本部にメーカー別に集められ、メーカーがこれを取り出す</li> <li>・組合本部は他に、売上情報、単品在庫マスター、顧客ファイル、売筋情報（地域別・月別等のトータル情報）を販売店に提供</li> </ul>	
基本契約書	組合と組合員（販売店）間の商品取引契約、組合とメーカーとの覚書。（従来基本契約は、一部の規模の大きい専門店以外は締結していない）	
受発注の成立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカーは最新の商品アイテムマスターを組合の共同システムに登録、組合は登録の追加・変更・削除を販売店に伝送</li> <li>・仕入原価情報は取引のある販売店にのみ送られ、販売店・メーカー間で適宜事前折衝</li> <li>・組合統一商品は全組合員に仕入原価が示され、事前折衝なしで受発注が行われる</li> </ul>
	発注を応諾する場合	・販売店は発注データをVANに送り、組合システムでメーカー別に仕分ける。メーカーは1日3回起動をかけて受信し、60分以内に出荷予定データを組合経由販売店に送る。
	発注に異議ある場合	・個別に折衝
	発注書	なし
	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注の撤回、変更をメーカー側で受けるか否かは受注生産の進捗状況による</li> <li>・値引きして他に売れる場合は、返品に応じないが値引きに応ずるという例もある。</li> </ul>
入力ミス	事例少ない	
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VANのマシントラブルにより午前の発注データが午後の発注時にメーカー多数に2重配信された例（直ちに連絡、誤データを削除）</li> <li>・システム稼働初期に瞬断を含め月に20回近いシステム障害を生じた事例等有り</li> </ul>	
納品・検収	<ul style="list-style-type: none"> <li>・納品の検収（検量、検質）が完了した時点で、契約が成立したものとして買掛金を計上。</li> <li>・EDIの実施により、発注データと納品の照合が可能となり、売れ筋商品の欠品率が極めて高いことが判明した。（従来は納品書との照合のみ。意識的に発注内容と異なる売れ残り商品が納入されるケースが多かった。）</li> </ul>	
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売店の顧客ファイルは、他人が覗けないよう厳重に管理。</li> <li>・売れ筋情報は各店の個別性を除いたトータル情報として組合員へ流す</li> <li>・パスワードの扱いは各社の責任、アクセス制限に差等をつける例多い。例えば売れ筋、死に筋情報は役員のみ。ログ情報は課長等</li> </ul>	
記録・証拠	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注、検収データは2年間保存、2年経過後はMTに吸い上げ永久保存。</li> <li>・メーカー側は紙で記録を残す。</li> </ul>	

(8) 商 社

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・繊維原料・製品（仕入……発注） ・DDX</li> <li>・総合システムを軸として、繊維、鉄鋼、機械、化学などの部門別システムがオンラインで結ばれ、企業間ネットワークを構成。</li> <li>・この中で繊維部門のオンライン・システムが最も古く（昭和50年開始）規模も部門システム中最大。</li> </ul>	
基本契約書	有り	
受発注の成立	事前折衝	・商社の営業担当者がメーカー（紡績業者）と折衝、発注原案について課長の決済印をとり、エヴィデンスとして入力。
	発注を応諾する場合	・メーカーから原糸を売約定する場合、メーカー（受注者）から売約データが送られ、当社（発注者）で応諾する場合は「OK」のデータを送る。
	発注に異議ある場合	・「NO」のデータを送る。メーカーから売約データを修正して再送。
	発注書	なし
	発注の撤回・変更	・メーカー側の意図的なカラ契約、カラ出荷があり得る。（商社ではチェックしない。販売先の段階で判明する。）
入力ミス	・発生の余地少ない	
システム障害	・特記例なし	
納品・検収	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカーに対する出荷指示は電話又は文書で行い、商品を出荷した旨のメーカーからの報告データはオンラインで伝送される（出荷データに誤りがあれば「NO」のデータを送る）。</li> <li>・出荷報告データにより当社は仕入と売上の処理を行い、支払明細をメーカーに伝送する</li> </ul>	
データの秘密保持	・現状程度であれば実質的な秘密データはない。	
記録・証拠	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンピュータから出力した帳票に捺印して保存。別にデータはMTでも保存される。</li> <li>・相手先企業との残高照合は紙が正本となる。</li> </ul>	

## (9) 電気機器製造業 (B)

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電子部品（仕入……発注）</li> <li>・V A N経由</li> <li>・事業所毎に資材発注を行う。電子化対象の仕入は先数 300、購入額全体の80%を目標としている。仕入先は中小メーカーが多い。</li> <li>・対象は定番品が主体、試作セット用の注文品はマニュアル処理による場合が多い。</li> </ul>	
基本契約書	従来の基本契約書のほかに、データ交換規約書を作成準備中。	
受発注の成立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般的には事前折衝、内示はしない。受注者側から予め供給枠を提示させる（品うすな部品は半年位前に）。当社も通常月1回生産計画を提示する。</li> <li>・例外的に納期の短い発注をする場合は、計画の概要を示し、時には電話等で内示注文する（納期は通常20日くらい）。</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注データはV A N経由、メールボックス方式。一日のうちに取り出す回数は相手によって異なる。</li> <li>・受注データ、受信確認データは送られない。</li> <li>・基本契約では5日経過して異議がなければ受注契約は成立したとみなされる。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電話で折衝</li> <li>・数量削減の場合は再発注。納期変更の場合は発注データはそのまま</li> </ul>
	発注書送る	
	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エラーデータは少ないが、発注者の都合で数量削減等の変更を要する場合がある。</li> <li>・受注側で生産着手前なら変更可能。着手後は、その製品や原材料の転売が可能か否かで変更の可否が決まる。</li> </ul>
入力ミス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事例少ない。</li> </ul>	
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・V A Nのトラブル少ない。</li> <li>・操作ミスによる宛先配信の誤りの例。</li> <li>・V A N会社はは一定金額限度で責任を定めている。</li> </ul>	
納品・検収	<ul style="list-style-type: none"> <li>・納期直前に督促し、出荷情報の伝送を求める。</li> <li>・納品データは伝送されない。</li> <li>・発注内容と納品の乖離する例は少なくないが、入力ミス等電子取引が原因となった例は少ない。</li> </ul>	
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"> <li>・資材発注データは秘密情報として管理。特に戦略商品に関しては、秘密保持のため部品の分散発注を意図的に行っている。</li> </ul>	
記録・証拠	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注データは2年半、検収、支払データは7年保存し、その後は、MTで半永久的に保存。</li> </ul>	

10 金型部品製造業

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金型部品（製造販売……受注） ・DDX（一部VAN経由）</li> <li>・商社からの受注により金型部品を納入。エンド・ユーザー1万2～3千社、商品は15万～20万種類。ワンロット3～4個、単価平均800円、1日の受注2～3千件、受注生産で納期は通常2日、約10年前から電子化。</li> <li>・下請協力工場数社に対してオンライン化を計画中。</li> </ul>	
基本契約書	有り	
受発注の成立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原則として事前折衝はない。</li> <li>・例外的に数量が大口の場合や、納期を短くする（通常2日を1日にする等）場合のみ、電話等で折衝する。</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商社から1日3回バッチで発注データが送られる。受注・受信確認データは送らない（回線のチェックのみ）。</li> <li>・特別注文の場合はVAN経由、CAD情報が送られ、あるいは送られた図面を当社でCAD情報に直して用いる場合がある。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電話等による折衝</li> </ul>
	発注書	なし
	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受注後2時間以内の撤回・変更は無条件で応ずる。（電話で合意のうえ、当初の発注データを取り消し再発注。）</li> <li>・2時間経過後の場合は、製造行程の進み具合によって特別料金を徴収、商社側にミスがあれば考慮に入れる。</li> </ul>
入力ミス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1日の受注2000件内外のうち数件に入力ミスがある。</li> <li>・入力ミスは、商社における①単純な入力ミスか、②商社でユーザーの注文を聞き（読み）違える（Tel. Fax）ことによって生ずる。</li> <li>・カタログのコードの読み違いは系統的にチェックされる。図面のエラーは同社でチェックするが、入力ミスはチェック出来ない。</li> </ul>	
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・システム変更時にソフトにバグを生じ、商社の発注が遅れる事故が1か月半にわたり頻出した例がある。納期に間に合わせるため夜間残業急増、人件費補償を求めた。</li> <li>・通信速度を上げた際にデータが化けた例が数回有る。当社と商社で損害を分担。</li> </ul>	
納品・検収	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出荷リストを出す、納品書はつけない。</li> </ul>	
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取引情報に関しては情報が細分化されているので秘密性はないと判断しオープンにしている。守秘義務の契約もない。（但し車や家電機器のモデルチェンジを金型部品から、ある程度推測できるとい事情はある。）</li> </ul>	
記録・証拠	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取引情報は大体1か月で用済みとなる。その後は帳票類、MTの形で保存。</li> </ul>	

(1) 電子部品製造業 (B)

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電子部品（製造販売……受注）</li> <li>・VAN経由</li> <li>・電子化の対象は量産品が主体であるが、特注品（試作品等）についても数回反復する場合は電子化している。下請発注も一部電子化。</li> </ul>	
基本契約書	従来の基本契約書のほか、電子取引に関してはE I A J標準を参考として基本契約書を作成準備中。	
受発注の成立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社からプッシュする場合と先方から要請される場合があり、その際計画説明が行われる。その他セットメーカー（発注側）は段階的に計画書を作る。</li> <li>・発注の内示については電子化しているメーカーもある。</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注データは発注者側で指定したVAN会社3社のメールボックスに1日に1～2回送られ、当社が一定時間に取り出す。受注データは送らない。受信確認データは例外として1社にのみ送り、その他は送らない。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電話、面談による折衝</li> </ul>
	発注書	送られる（出さないメーカーもある）
	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産中止、削減に伴う発注の変更には応ずるが、生産の進捗度合いに応じ補償を求める（発注データは変更する場合としない場合がある）。</li> <li>・発注者のエラーによるダブリ発注は納品扱いとする（納品書を出して、製品は発注者側で壊す）。</li> </ul>
入力ミス		
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VAN会社との専用線切り換え時に回線障害（瞬断）を生じたことがある。モデムのチェックで判明。</li> </ul>	
納品・検収	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出荷指示は一部電子化。</li> <li>・納品書つける（共通化を希望）。</li> <li>・発注と納品の不一致（数量等）はあるが、電子取引が原因となった例はない。</li> <li>・納品単位ごとに検収データを貰いコンピュータでチェック、当社データとの相異点があればリストアップし、営業担当が発注者に赴き原因を調べる。（数量、単価等）</li> </ul>	
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VANのメールボックスを介してデータ授受を行っているのは、直接伝送方式をとることによって他のファイルを覗かれる危険を避けるためである。</li> </ul>	
記録・証拠	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注データは納品、代金支払完了までホスト・コンピュータに保存、以後受注データは5年、売上データは10年MTに保存。</li> <li>・発注データ変更の場合は変更履歴の記録を残す。</li> </ul>	

(12) 日用品雑貨卸売業①

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日用品雑貨（販売……受注）、（仕入……発注）</li> <li>・VAN経由</li> <li>・当社は中小規模の卸売業者。</li> <li>・受注先： 43社（量販店、チェーン店等）</li> <li>・発注先： 約250社（メーカー）……共同VANシステムによる。</li> <li>・販売動向データの概要を共通データベースに流す。</li> </ul>	
基本契約書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オンライン取引に関する契約書有り。（相手先の書式による）。</li> <li>・共通の内容は基本料金等費用負担の定め。事務処理の細目はマニュアルによる。（事故による損失負担等については、双方協議することとされており、具体的な条項は契約書、マニュアルに定めていない）</li> <li>・商品売買基本契約書はない。</li> </ul>	
受発注の成立	事前折衝	<p>原則として事前折衝なし。          （例外）          特売の場合は事前通知される。          但し予告のない場合もある。</p>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（受注）相手指定のVAN経由または小売店のセンターにアクセス</li> <li>・（発注）共通のVAN経由</li> <li>・共にメールボックス方式、アクセス日時は決まっているが相手先毎に異なる。</li> <li>・受注データは送らない。</li> <li>・価格は営業担当と取引先の間で別に決める。              （事実上小売店とメーカーで決めたり、小売店から卸店に指示することもある。）</li> <li>・価格折衝に際しオンラインで価格を提示されると、当事者に力のバランスがとれていない場合面談の場合よりもプレッシャーが強く掛かる傾向がある。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在庫がなければ電話で連絡し欠品処理。</li> </ul>
	発注書等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul>
	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（発注）              発注側の撤回、変更はすべて受け入れる。              損害賠償を求めることはあり得ない。              但し、メーカーに返品できるケースが多い。</li> <li>・（発注）              発注の撤回、変更はできない。</li> </ul>
入力ミス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（受注）              力関係から発注側にミスはないという観念が前提となっている。</li> <li>・（発注）              当社の発注ミスはあり得るが発注の巻き戻しはできない。</li> </ul>	
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・回線故障、VANのマシン・ダウンの例有り。              （発注データの送信が遅れ深夜作業で納期に間に合わせた。）</li> <li>・他社に賠償を求めた事は無い。</li> <li>・VANとの関係でも、受注に関してはVANの責任は明記されていない（量販店とVANとの間ではVANの責任が明記されている。）</li> </ul>	

(12) 日用品雑貨卸売業②

納品・検収	<ul style="list-style-type: none"><li>・受注後翌日配送が多い。メーカーへの発注も翌日配送が基本。</li><li>・納品伝票は受注先毎に異なる(約 150種類)</li><li>・請求と支払のデータ不一致のケースは多いが軽微であれば当社が負担。乖離が大きければ折半で処理。</li></ul>
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"><li>・受発注データその他の秘密データはパスワードおよび端末コードで管理。</li><li>・メーカーごとの製品の販売情報はそのメーカーのみに提供。</li></ul>
記録、証拠	<ul style="list-style-type: none"><li>・伝票の保存7年</li><li>・データ……MTで三年専門業者に預けて保存。</li></ul>

(13) 日用品雑貨製造業 (A) ①

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日用品雑貨（販売……受注）</li> <li>・VAN経由</li> <li>・87/4より受注先20社との取引電子化。オンライン化率10%弱。対象 200品目（共通VAN経由、共同VANシステムによる。）</li> <li>・卸売業者に在庫品を置くスペースがないため、小口の当座買いが増え、受注件数が増加している。</li> <li>・電子化のメリット： ①受注の小口少量化への対応、②在庫確認、③手作業ミスの排除。</li> </ul>	
基本契約書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカー、卸間は在来の売買基本契約書のみ。</li> <li>・オンライン処理に関してはVAN運営会社との間に契約書有り。（事故の場合の責任等に関する定めはない）</li> </ul>	
受発注の成立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原則として事前折衝なし（定番品は売れた分だけ補充発注される。）</li> <li>・特売等大口の場合に限り3日ぐらい前に先行発注が行われる。</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VAN経由、メールボックス方式</li> <li>・受注側からの応答なし。</li> <li>・受注の単価はマスターとつき合わせてチェック（単価は事前に交渉）</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電話で折衝。</li> <li>・一部欠品の場合は、①分納にする、②全部納品しない、③一部欠品のまま納品し、次回で調整、のいずれかを選択する。</li> <li>・発注内容を修正合意したときは、受注者側で発注データを修正する等の処理をする。</li> </ul>
	発注書等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> <li>・緊急の発注をFaxで行う例がある</li> </ul>
	発注の撤回・変更	
入力ミス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品コードのミスは殆どない。（JANコードで1つのコードに複数商品の対応している場合があるがトラブルはない）</li> <li>・数量ミスは稀にあるが返品で処理。</li> </ul>	
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VAN会社のホストコンピュータのダウンした例有り。直ちにユーザに連絡されたので、欠品等のトラブルは無い。</li> <li>・当社システムで落雷による瞬断等の事故を生じたが実害はなかった。（代替マシンも準備していない。）</li> </ul>	

(13) 日用品雑貨製造業 (A) ②

納品・検収	<ul style="list-style-type: none"><li>・原則は翌日納品。</li><li>・売上傳票をオンラインで発注者に伝送（納品データに相当）</li><li>・当社の請求と卸の支払データの不一致のケースが有る。原因は両者の〆期間の相違に基づく値引き額の乖離等。 （VAN運営会社で請求・支払の違算解消のため請求照合データサービスを行っている。）</li></ul>
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"><li>・受注データに対してはセキュリティ・チェックを行っている。</li><li>・VAN運営会社はユーザーを直接見る事が出来ない仕組みとなっている。</li></ul>
記録、証拠	<ul style="list-style-type: none"><li>・受注データ帳票の保管は短期間、MTに落として永久保存する。</li></ul>

(14) 日用品雑貨製造業 (B) ①

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家庭用洗剤等（販売……受注）</li> <li>・VAN経由</li> <li>・受注先：卸売業者約20社（共同VANシステムによる）</li> <li>・オンライン化率：家庭用品の売上の5%</li> <li>・一部オンライン化している。</li> </ul> <p>（卸店が中小企業の場合、ホストコンピュータを利用した在庫管理を行えない限り、発注データも扱えないのが実状。）</p>	
基本契約書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカー、卸間は在来の売買基本契約書のみ。</li> <li>・オンライン処理に関してはVAN運営会社との間に契約書有り。</li> </ul>	
受発注の成立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・制度的にはなし。</li> <li>・セールス担当者と卸店間で適宜折衝（卸店は、1年分の在庫保有を標準として補充発注）</li> <li>・キャンペーンの場合に予備折衝を行うこともある。</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メールボックス方式。</li> <li>・1日2回（12時と17時）受信。12時受信分は翌日7時、17時受信分は翌々日7時に貨物引出し可能とする。</li> <li>・単価は別に定める。景品、値引きは別に処理する。</li> <li>・納品前に売上データを送信。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在庫量不足の場合、納品前に送信される売上データにその旨表示。</li> <li>・当社マニュアルで、受注残管理方式（不足分は後日手当された時に送る）を取っている旨を表示。</li> </ul> <p>卸店によっては不足分についてキャンセル方式をとる者もあり、当社は卸店の方式に合わせるが、キャンセル方式の場合は手作業処理となる。</p>
	発注書等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul>
	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レアケースだが有り。電話での折衝。</li> </ul> <p>（原因）</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①当社セールスマンの売り込みで一旦は受けたが、先方の思い違いがある場合。</li> <li>②廃番品が卸店のコンピュータで生きていてオーダーされる場合。</li> </ol>
入力ミス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記の他同一コードに複数商品が対応している場合（景品の付いている商品と付いていない商品等）に生ずる。</li> <li>・その他商品マスターの変更時に生ずる。</li> <li>・概してシステムの融通性が小さい反面トラブルも少ない。</li> </ul>	
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VANの回線トラブルで発注データの届かなかった例有り。（VANから出力情報を得て手入力。）</li> <li>・卸店から賠償要求されない限り、当社からVANに賠償を求めることはしない。</li> </ul>	

(14) 日用品雑貨製造業 (B) ②

納品・検収	<ul style="list-style-type: none"><li>・売上データが納品データに相当。</li><li>・代金請求と支払データの違算の例有り。原因は出荷基準と着荷基準の相違等による。</li></ul>
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"><li>・卸店から量販店への販売データについては、特に秘密保持に留意している。</li></ul> ……ID-NO. による管理。マシンは部門外の者は扱えない。
記録、証拠	<ul style="list-style-type: none"><li>・ホストで3か月保存、その後はMTまたはペーパーで長期保存。</li></ul>

(15) スーパーマーケット (A) ①

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食料品、日用品雑貨（仕入……発注） ・VAN経由</li> <li>・店ごとの発注伝票を商品別にまとめて発注</li> <li>・商品マスター： 数十万種類</li> <li>・仕入先の都合に合わせて、仕入のVANを適宜使う。</li> <li>・発注タイミング： 生鮮品・日配品は毎日、医薬品、雑貨は週2回。</li> <li>・受注の仕方 ①自動発注（一定量を保有）、②（現場の意見による）勧告発注、③（ファッション商品）POS情報を見て、いつ見切るか判断しながら発注</li> <li>・小規模の仕入先でオンライン発注出来ないものについては、代表取引先に一括送信しアウトプットを取りにこさせる。</li> </ul>	
基本契約書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕入先との間には契約書なし。 当社マニュアルに従って処理。（商談内容は稟議書に記録）</li> <li>・VANとの間に契約書有り。 （機密保持、瑕疵有る場合の責任等）。仕入先とVANとの間にも契約書有り。</li> </ul>	
受発注の成立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・制度的にはなし</li> <li>・単価は営業担当と仕入先の間で適宜折衝。</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注……。VAN経由、VANに届いたことのみ確認、その先は分からない。</li> <li>・店または物流センターへの納品によって支払債務が確定するものとして取り扱っている。（検収印と入荷日を納品書に明示し、コンピュータに入力）</li> <li>・価格：魚は3時半迄に発注し、原価は午後には判明。</li> <li>・その他商品……商品マスターに登録。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日配品は注文生産なので通常欠品はない。</li> <li>・ラーメン：欠品の場合電話で代替品を折衝。 （午後10時迄に店から注文を受け翌朝発注、翌々日納品）</li> <li>・発注内容を修正し納品された場合の処理 ……伝票No.何番の何行目の納品が変わった旨インプットし、これが買掛データとなる</li> </ul>
	発注書等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul>
	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>①追加……天候による追加等、電話で交渉し、OKなら別の伝票起こす。（押込販売を防ぐため当初伝票の修正はない。）</li> <li>②削減……相手の了解が得られた場合のみ削減（天候等の事情）</li> <li>③返品……公取委の指導で今年4月1日以降デパート、スーパー、チェーンストアは基本的に廃止。 （例外）特約のある場合、大売出し、特売、入荷時の汚破損の場合のみ返品を認める （バイヤーがチェックし手書き伝票で処理）</li> </ul>
入力ミス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・数量等の入力ミス……削減訂正は相手先との折衝による。</li> <li>・ダブル発注……電話で折衝、データは先方で勝手に訂正させない。</li> <li>・廃番商品の発注……商品マスターとの照合でエラー表示される。発注データは返送。</li> </ul>	
システム障害	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VANのトラブルの例なし。 （損害賠償の特約はあるが適用例なし）</li> <li>・仕入先でプログラム変更の際に間違った発注データが出力された例がある（レアケース）。</li> <li>・回線障害で発注をやり直したことはある。</li> </ul>	

(15) スーパーマーケット (A) ②

納品・検収	<ul style="list-style-type: none"><li>・物流センターに納品されたものを、各店ごとに仕分けて配送。</li><li>・未納、過納を機械集計し、月毎に件数、担当者名を出力してアラームを出す。</li></ul>
データの秘密保持	<ul style="list-style-type: none"><li>・発注データの秘密性は余り問題としていない。 (今後在庫情報のやりとりをするようになれば問題化する恐れがあるが現状では問題視する情報はない。)</li><li>・パスワードでアクセスを制御。</li></ul>
記録、証拠	<ul style="list-style-type: none"><li>・発注データは1週間、発注伝票は2か月保管。</li><li>・仕入伝票(納品データ)は出力し5年保存</li><li>・上記データは別途MTで長期保存。</li></ul>

(16) 無店舗販売代金の代行決済

<p>電子取引の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物流会社の関連協力会社として、物流会社に配送を依頼した無店舗販売業者（荷主）から委託をうけ、次の方法で代行決済を行う。</li> <li>即ち             <ul style="list-style-type: none"> <li>・物流業者が一定期間内に荷受けした配送品について荷主に代金を一括立替え払いする（毎週木曜日毎で1週間分を次週木曜日に支払う）。</li> <li>立替え金は物流会社による集金で決済。返品分については、荷主への次回立替え払いの際に差し引き清算する。</li> <li>・以上のほか一定期間（1か月）内の物流業者による集金分をまとめて荷主に支払う方法もある。</li> <li>（割賦払いの頭金等…立替え払いすると、キャンセルした場合にも、代金引落が自動処理されてトラブルを生ずるため）</li> </ul> </li> <li>・以上のサービス業務を行うため、物流会社から次のデータがオンライン入力される。             <ul style="list-style-type: none"> <li>①発送（客のコードNo、商品、代金等）</li> <li>②着店への到着</li> <li>③配達（持ち出し）</li> <li>④配達完了</li> <li>⑤持ち帰り</li> <li>（以上物流会社のドライバーが入力、当社へ転送）</li> <li>⑥着店への入金（着店で入力）</li> </ul> </li> <li>・翌日物流会社から当社へ集金分の送金データが送られ、口座に振り込む。</li> <li>・荷主、物流業者、当社間で基本契約書有り。</li> </ul>
<p>入力ミス</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・荷主のコードをミス入力した例有り。</li> <li>（代行決済前に判明する。訂正データ入力。）</li> </ul>
<p>システム障害</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事例あり。時間が多少遅れる程度で顧客に被害の及んだ例はない。</li> </ul>

(17) 証券業①

<p>電子取引の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・証券について、①委託注文を受けた証券の売買の発注、②顧客からの売買の受発注（ホームトレード） ・DDX</li> <li>・昭和45年にオンライン開始、各セールスマンが端末を保有（55年までマークシート方式、現在は漢字入力可能）</li> <li>・データ入力は次の方式で行う。 （顧客→証券会社） ①証券会社のセールスマンが顧客の委託注文を聞いて端末からホストに入力 ②（ホームトレード）顧客が家庭の端末から当社ホストに入力 （証券会社→取引所） ①当社株式部の端末より紙テープ入力、取引所内の当社分室で出力、場に出す。（出力データが場立ちの執行伝票として動く。前場：9時～11時、後場13時～15時） ②（場電）大口の注文は相場を攪乱しないよう小分けて、当社株式部より、取引所内分室へ電話で発注する（電出し）。</li> <li>*セールスマン→取引所をオンライン化すると、証券会社間の格差が表面化し、大手証券が優位に立つ結果となるので、一律にオフラインとし、同じ仕様のテープリーターを入れて同条件としている</li> <li>*取引所内の取引に関して、2部上場銘柄は全て画面を見ながらの“電算立会い”によるが1部上場銘柄については立会所での取引（場立ち）を意識的に残している。立会所での対面取引の場合は大きな値動きが制御される傾向があるが、画面操作による電算立会いの場合は価格の変動が大きく出やすい。 （最近AIファジーを用いて値の飛びを防ぐ工夫があらわれている。）</li> </ul>	
<p>基本契約書</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客、証券会社間ではホームトレードの場合のみ基本契約書がある。</li> </ul>	
<p>発注の成立</p>	<p>事前折衝</p>	<p>下欄参照</p>
	<p>発注を応諾する場合</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（通常の委託注文） 客は直接入力せず、当社セールスマンに口頭で依頼し入力させる。</li> <li>・（ホームトレード） 客が直接入力するが証券会社で一旦受け、担当セールスマンがチェックする。必要に応じて電話で照会確認を求める。 客の誤りの訂正や、証券側で意見の有る場合等はその際に折衝する。</li> </ul>
	<p>発注に異議ある場合</p>	<p>上記参照</p>
<p>発注書</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul>	

(17) 証 券 業②

受発注の成立	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客からの委託注文の撤回、指し値訂正については、未だ取引所の場に出していない間は申し出に応ずる。場に出した後は、一応撤回、変更の申し入れを出してみて、成り行きに任せる。</li> </ul>
入 力 ミ ス		<ul style="list-style-type: none"> <li>・（エラーの例）               <ul style="list-style-type: none"> <li>①客の買い注文を聞いて別の客の口座NOで処理。</li> <li>②売りと買いの注文を取り違えて処理。</li> <li>③指し値注文を成り行き注文と間違える。</li> </ul> </li> <li>＊執行ミスがあった場合は直ちに証券会社で反対売買を行う。</li> <li>・（コンピュータによるチェック）               <ul style="list-style-type: none"> <li>客の口座の有無、（売りの場合）保有銘柄、株数、（指し値の場合）値幅等。</li> </ul> </li> </ul>
システム障害		<ul style="list-style-type: none"> <li>・1988年の東証システムダウンの事例。                ……客の委託注文でなく、証券会社の取引所への発注が朝の寄付きに集中し、執行できなくなった。                （ピーク時の業量読み違いによるシステム設計上の問題）</li> </ul>
納品・検収		<ul style="list-style-type: none"> <li>・売買約定成立の連絡。</li> <li>・証券取引法による売買報告書の交付。</li> </ul>
データの秘密保持		<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業関係の情報と事務管理情報とは、それぞれの担当部署からのみアクセスできるようにしている。                （パスワードによる管理、データの受け渡し管理、授權カードがないと端末機が動かせない）</li> </ul>
記録、証拠		<ul style="list-style-type: none"> <li>・電子データは短期間保管し以後MTで永久保存。                （顧客の委託注文原票（紙）は永久保存）。</li> <li>・基本的には紙で保存。</li> </ul>

(18) スーパーマーケット (B) ①

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食料品日用品雑貨（仕入……発注）</li> <li>・生鮮品以外はVAN経由</li> <li>・昭和56年よりオンライン化。一般食品から始めた。</li> <li>・現在取扱商品の8割はオンラインにのせる。 商品コード：約10万アイテム。 仕入先は小規模業者が多い。</li> <li>・（発注の仕組み）             <ul style="list-style-type: none"> <li>①（生鮮品以外）VAN6社経由：メールボックス方式。毎日午後4時（グローサリー）、7時（日配商品）に発注。日配品は翌日、その他は翌々日納品。 （近くの取引先には、急ぐ場合テープで手渡すこともある。）</li> <li>②（生鮮品）VANを経由せず、市場に駐在する当社バイヤー宛に発注データを伝送し、バイヤーが仲介業者を介して買い付ける。毎日午後1時発注、翌日納品。</li> </ul> </li> </ul>	
基本契約書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕入先との間に、オンライン取引に関して契約書はなく、当社マニュアルに従って処理。打ち合わせは適宜行っている。 （その他商品売買契約書はある。）</li> </ul>	
受 発 注 の 成 立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特売の場合のみ事前折衝し、2週間位前に発注。</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（生鮮品以外） 発注に対して応答はなく、納品される。</li> <li>・（生鮮品） 発注したときに、市場内の当社バイヤーから欠品の連絡がなければ応諾されたものとして扱う。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（生鮮品以外） 流通センターへ納品され、バーコードラベルを商品に貼る時、未納品が確認される。</li> <li>・（生鮮品） 発注時に、当社バイヤーが市場の仲介業者に欠品を確認</li> <li>・（未納分の処理） 未納分は発注キャンセルする。 （その後手当てできるようになった時は新たに発注する）</li> </ul>
	発注書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原則としてなし （緊急時手書き伝票で発注……全体の三割。後に入力。）</li> </ul>

110 スーパーマーケット (B) ②

受発注の成立	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原則としてなし</li> <li>・返品はバイヤーを経由し、そのつど取引先と交渉し、了解がえられた場合に行う。</li> </ul>
入	カ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・単純な入力ミスは殆どない。</li> <li>・エラーデータの殆どは原票の間違いによる。</li> <li>・エラーデータを入力したときは原則としてそのまま納品させる。</li> <li>・(VANセンターでは、パリティ・チェックをかける。メールボックスの取り忘れに対してはVANセンターから連絡。)</li> <li>・コードの間違いは機械ではじく。</li> </ul>
シ	ス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・月1回程度回線事故がある。</li> <li>・VANセンターのシステムダウンで仕入の遅れた例がある。 (発注データが来ない旨仕入先から連絡があり、伝票のテープを直接渡した。)</li> </ul>
納	品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・納品データがオンラインで伝送される。</li> <li>・納品データに基づいて支払を行うが、請求データとの不一致の例は多い。原因は、 ①手書きの伝票が混入しダブリとなっている、②未納分については伝票の修正ミス等</li> </ul>
データ	の	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売れ筋情報は当社限りで管理している。 (顧客情報はギフト関係で少量保有しているのみ。)</li> <li>・VANセンターとの間には守秘義務の約定がある。</li> </ul>
記	録	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注データ：短期間保管、その後MTで長期保存(5年程度)</li> </ul>

(19) アパレル製造販売業①

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アパレル製品（販売……受注）      ・VAN経由</li> <li>・（販売先）</li> <li>①デパート：売上は総売上の1/2 を占めるが、電子化は一部のみ。</li> <li>②大販店（スーパーストア）：売上は総売上の1/4、その100%が電子化されている</li> <li>③中販店（各地のチェーン店）：50%電子化、最近オンライン化の動き進展。</li> <li>④専門店、小規模小売店：電子化少ない。</li> <li>・（仕入先）</li> <li>メーカー：一部オンライン化が始まっている。売れ筋情報を流す動きもある。</li> <li>*大販店に対する販売取引の電子化が先行しているが、定番品、別注商品が多くコード化が容易なため。</li> <li>**デパートの場合はブランド商品で点数も多く、大きい括りのコードのみで、ファッション性の強い商品の色違いまで絶対単品コードで仕分けることは困難。</li> </ul>	
基本契約書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オンライン取引に関する契約書……各販売先の書式に合わせて保有。</li> <li>（主な契約内容）</li> <li>・データの種類      ・業務のサービス時間帯      ・システム使用料      ・委託料金</li> <li>・契約期間      ・損害賠償      ・機密保持      ・解約</li> <li>・契約について疑義を生じた場合の扱い（その都度協議）</li> </ul>	
受 発 注 の 成 立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（対大販店）</li> <li>来年の商品構成、ブランドは今秋提示し、相手の了解を取りつける</li> <li>・（対デパート）</li> <li>来年の商品構成を売場に応じて今秋決める。</li> <li>・以上により大体の数量予測を立て、仕入先メーカーに生産計画を紙で指示。</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注……VAN経由、メールボックス方式。1日2回アクセス。</li> <li>・発注に対する応答はない。</li> <li>（デパートの場合、問屋の営業担当者が先方と折衝し、成約内容を相手に代わって伝票化し、相手が入力するのが実情）当社は先方指定の値札をつけて出庫待機している</li> <li>・大販店等の販売は問屋を通さず、商品が大販店の物流センターに一旦入り、そこを出た時に売上が立つ。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小売店からは、在庫品の売れた分だけ極端な小ロットで発注される場合が少なくない</li> <li>納品のスピードが要求され、欠品率が高いとペナルティを取られることがある。</li> <li>・（欠品の場合の処理）</li> <li>欠品分を取り消す場合と、次回に納品する場合がある。</li> </ul>
	発注書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul>

(19) アパレル製造販売業②

受発注の成立	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注自体の撤回、変更はない。</li> <li>・当初計画どおり売れないときは発注が来ない。仕入先メーカーが清算に掛かっているときは当社で引き取る。</li> <li>(返品)</li> <li>・(デパート、大販店)発注～納品は単なる計画のプロセスに過ぎないという意識で理解されている。計画どおり売れなければ即返品。 (但しスーパーではバーゲン品として再販のケース有り。)</li> <li>・〔小規模小売店〕買い取りが原則だが現実には難しい。(バーゲンセールをして一部返品等の扱いとなる。)</li> </ul>
入カミス		<ul style="list-style-type: none"> <li>・デパートの場合はエラーの入る余地がないが、大販店の場合はあり得る。</li> <li>(例)</li> <li>①対応しない品番……先方に問い合わせる。</li> <li>②数量の誤り……そのまま出庫する。定番品はその後の受注でリカバーしやすい。</li> <li>③色の誤り……返品か納品かはケース・バイ・ケース</li> </ul>
システム障害		<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売先のハード、ソフトのトラブルが数件ある。</li> <li>・VAN……軽微なトラブルはあるが実害なし。テープで受注データをもたらした例もある。</li> </ul>
納品・検収		<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売先で発注伝票と納品をチェックし、欠品があれば発注データを修正。</li> <li>・代金支払と請求データの不一致の例は、バーゲン等値引きの場合に起こる。 (修正額を入れる方法と、正価と値引き額を別々に入れる方法との混同等による。)</li> </ul>
データの秘密保持		<ul style="list-style-type: none"> <li>・特記事項なし</li> </ul>
記録、証拠		<ul style="list-style-type: none"> <li>・データは3日間保管の後、MTに落として1年保存。</li> <li>・経理データは法定期間保有。</li> </ul>

②① 眼鏡製造・販売業（共同システム）①

電子取引の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・眼鏡レンズ（販売店……発注、レンズメーカー、卸店……受注）</li> <li>・共通VAN経由</li> <li>・当共同システムは、眼鏡小売店との受発注オンラインシステムを稼働させている先行3社に対抗して、レンズメーカー8社により形成された。</li> <li>・参加を希望するメーカー、卸店、小売店は誰でも参加できる。</li> <li>・眼鏡小売店に発注専用端末機を置き、 ①卸店宛常備レンズの発注と、②レンズメーカー宛特注レンズの発注及び納期照会を行っている。（レンズの属性は、凸・凹レンズ、度数、大きさ、色、偏心、ふち厚等多種にわたる……数十万アイテム）</li> <li>・フレームについては現在コード化されていないが、発注システムを検討中。</li> </ul>	
基本契約書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・共同システムの協会とVANの間でVAN使用契約書有り。</li> <li>・共同システムのメンバーは加入に際し、フォーマットの統一、通信プロトコルの非公開を約定。</li> </ul>	
受 発 注 の 成 立	事前折衝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レンズメーカーはレンズガイドをあらかじめ眼鏡店に配布しているが、眼鏡店は発注に際し、そのつど特注品の範囲、納期等についてレンズメーカーに問い合わせしている</li> </ul>
	発注を応諾する場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注方法：VAN経由メールボックス方式。 受発注のメールボックスへのアクセス頻度は受注者により異なる。</li> <li>・受注者の応答はなく、VANから配信通知が返送される。</li> </ul>
	発注に異議ある場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（特注レンズ） オーダーメイドなので納期が主な調整事項となる。</li> </ul>
	発注書	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul>

② 眼鏡製造・販売業（共同システム）②

受発注の成立	発注の撤回・変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特注レンズの発注の撤回・変更は原則として認められない。</li> </ul> <p>（電話、FAX等で各社個別に対応。発注後30分以内なら認める等の扱いをした例もある。）</p>
入カミス		<ul style="list-style-type: none"> <li>・殆どない。</li> <li>・発注データに関しては、VANセンターで、レンズ製作範囲のチェック、納期チェック、取引先チェックなどを行う。</li> </ul>
システム障害		<ul style="list-style-type: none"> <li>・モデムでのレベルの差、例えばモデムの容量等による障害例有り。</li> <li>・データ化けの例もある。レンズメーカーの側で不審なデータを見れば調査をかけるのでトラブルは少ない（文字が異常な旨のメッセージが出た例もある）</li> <li>・2重発注の危険があるので再入力はしない。</li> </ul>
納品・検収		<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注レンズの納期は一応の目安に過ぎない。 （発注に当たって納期確認をした場合も同様）</li> <li>・納品書を添えて納品。</li> </ul>
データの秘密保持		<ul style="list-style-type: none"> <li>・眼鏡店や卸店における売れ筋情報の公開は、競合他社の参加しているVANセンターとしてはできない。</li> <li>・VAN使用契約で守秘義務の特約有り。</li> </ul>
記録、証拠		<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注データは照合可能な形で保存。</li> <li>・その他VANに記録を残す。</li> </ul>

[コメント]

## 企業間の電子取引（受発注の成立過程） に関する問題等について

1. 前述のように当協会は、企業間の電子取引の普及促進を図るため、従来からビジネスプロトコルの標準化など技術的・実務的側面の調査研究を進めてきたが、これに加えてさらに法的側面から電子取引の実態把握と問題の分析や対策の検討を行うこととなった。

前述の実態調査は以上の観点から行われたものであるが、取引の内容は、わが国の企業間取引の特徴を色濃く反映しているものと思われる。すなわち調査事例は例外なく特定企業間の継続的な受発注取引に係わるものであり、不特定の先を対象とする競争契約的な事例はない。そのため契約の成否や成立時点等は必ずしも明瞭ではないが、期日に未納を生じても契約責任を追及される例は僅少である。しかしそれらの実態は、後述のように法的側面からの検討の必要性を減殺するものではない。

以下に述べる問題点等の指摘は、主として前記実態調査の範囲内におけるものであるが、今後は、調査未了のVAN企業を含め、また実態調査の中では必ずしも明確に現れていないが将来問題となり得べき事項についても、検討を加えることとしたい。

2. オンラインによる受発注取引は、対面交渉や電話、手紙、ファクシミリ等による取引の場合とちがって、受発注の内容がコード化され、受発注を直接受けるのが人ではなく、コンピュータである点に特異性がある。しかし、このように取引の成立過程においてコンピュータへの入力という方法がとられている場合でも、それは、コンピュータの背後にある人間の意思を前提とする行為であるという点では、電話や手紙による場合と同様である。そのような意味で、電子データによる受発注も、理論的には意思表示を中核とする法律行為としてみることができ、また、実務上も、そのような考え方を前提として進められているものと考えられる。

オンラインによる受発注は、このように意思表示による取引であり、これによって当事者間に売買その他の契約関係が形成され、その契約義務の履行として実務は進行することになる。この法律関係には、民商法等の契約に関する諸法令が適用されることになるが、このような新しい仕組みをもつ取引に対しては、適用されるべき法規定やその法律要件が不明確であったりそれを適用したとき結果の具体的妥当性を欠いたりする場合も生じうる。そのような場合、当事者間の特約などにより、可能な限り、事態に即した法律関係が形成されるような工夫がされなければならない。また、当事者間でこれまでなされてきた取引慣行そのものについても、オン

ラインによる受発注取引の導入に伴い、システム上の整合性をはかり、明確化することが必要となることも生じるであろう。

3. このような観点から問題となりうるような事象を、オンラインによる受発注の成立過程についてみると、まずオンライン取引に固有の事象として次の点が挙げられる。

(1) 意思表示（データ）の到達

意思表示に関する民法の通説によれば、意思表示を内容とするデータの「受信」によって意思表示が到達したとみられる。発注データの伝送にVANが介在しメールボックス方式が用いられている場合には、VANのメールボックスに発注データが納められ、受注者がアクセス可能になったときに、発注データの受信があったとみる例が多い。

そのようなみかたをすると受注者がメールボックスから取り忘れた場合は、発注データを受信したが了知していないという状態になるが、企業間では継続的な売買取引が行われている場合には、発注データを受信して遅滞なく拒絶の通知を発しないときは、発注内容を了知していなくても、契約の申込を承諾したとみなされる（商法509条）。

実態調査を行った限りでは、このような事故は、VANが受注者にアラームを出すことによって未然に防止されている。必要があれば、VAN利用契約にその旨規定することも考えられる。

(2) 責任の表示、無権限アクセス

文書による発注の場合は通常、発注会社の責任において発注したことを証する方法としては、あらかじめ発注行為に関し代理権限を有する者の氏名等を相手先に届け出たうえ、発注書に行為者の代理権限の表示および記名捺印等が為される。電子データによる場合は、これに代わる方法として、パスワードや端末コードを別途相手先へ届け出たうえ、それらを個々の発注に際して用いる等の方法がある。

権限のない者がパスワードや端末コードを使用して発注データを入力した場合に契約の成否、効力をどのように考えるかということも検討を要する課題である。

(3) データの証拠力

オンラインによる受発注データは、通常磁気テープやフロッピーディスクに記録、保存される。民事訴訟が生じた場合、これらのコンピュータ・データに証拠能力があることはほぼ異論がないが、文書の場合とちがって、コンピュータ・データは通常書き替えが可能であるという点に問題がある。これらに関する検討は次年度に行う予定である。

(4) システム障害によるデータ伝送等の事故

システム障害や操作上のエラーにより、データの伝送がおくれたり、伝送されなかったり

二重発信、誤配、データ化け等の事故を生ずることがある。

これらの事故については、責任の所在や損害の配分という問題を生ずるほか、契約の成立過程にも問題を生ずる場合がある。これらの問題をどのように考え、対処するかが課題となる。

#### (5) 錯誤による入力

入力する際のキーの押し間違い（表示の錯誤）、コードの意味のとり違い（内容の錯誤）等、オンライン取引に固有の問題を生ずる。このほか発注前における原票の間違いや、注文の誤解等動機の錯誤とみられるケースも少なくない。

民法の規定および解釈によれば、意思表示の重要な部分について表示の錯誤または内容の錯誤があるときは、表意者は意思表示の錯誤による法律行為の無効<sup>\*</sup>を主張できる。動機の錯誤については、判例はその動機が意思表示に明示されない限り無効を主張できないとしている。

実務の取扱いは民法の規定と必ずしも一致しない。すなわち①発注後一定期間内に限って理由の如何を問わず、発注の撤回、変更を認める場合があるが、それ以外は②表示や内容の錯誤か、動機の錯誤かといった表示者側の内部の事情の如何を問わず、受注者の側で発注の撤回、変更（いわゆる巻き戻し）によって実質的な損害を生ずるか否か、またそのような損害を発注者が補償するか否か等の事情を考慮し、発注の撤回、変更を行っている。例えば受注者の側で発注に基づく生産に着手したか、その進捗状況や、既に製品化した後であれば転売は可能か、転売の際の値引き分を発注者が補償するか等の事情が考慮される。そのような取扱いは当事者の合意によって行われるが、契約書は作られていない。

そのような実務の実態は、当事者の利害の調整を基準とするものであって、概ね合理的な取扱いが為されていると考えられるが、当事者の力関係で左右される可能性もあり、標準的な合意の在り方を示すことが必要と思われる。

<sup>\*</sup>法律行為の無効とは、法律行為について当事者の意図した効果を生じないことをいう。

4. 次に必ずしも純粋にオンライン取引に固有の事象とはいえないが、オンライン取引の背景を為し、オンライン取引によって加速化されている受発注の多品種化、ロットの少量化、処理件数の大量・高頻度化、納期の短縮等に伴う問題がある。オンライン処理の内容を為す大量件数の継続取引に固有の問題が、オンライン処理に伴ってクローズアップされて来たともみることができる。

すなわち、オンラインによる企業間の継続的な受発注取引においては、発注データのみで受注データを送らず、納品が行われるという方式が大多数を占めているため、受発注による売買

契約（注）等の成否が必ずしも明らかでないという問題である。

企業間の継続的な受発注取引が文書を中心として行われていた時代には、基本契約に基づき発注書に対して請書を送ることによって、個別的な売買契約を成立させる方式が標準であったと考えられる。これに反し実態調査によれば、発注データに対し受注データの送られるのは、少数の例にとどまっている。

これは受注データの送信に伴う事務負担やコストの節減という要請によるものと考えられるが反面、以下に述べるように売買契約の成否が不明確となるケースがあり、問題を生ずる可能性があるので、契約書上の手当てが必要視される。

（注）受発注取引には売買のほか請負等の契約形態もあり得るが、標準的なものとして、以下「売買契約」をもって代表させることとする。

(1) 売買契約の成否はどのような場合に不明確となるか。

発注データに対して受注データが送信される場合は、申込みと承諾に相当する発注データ、受注データの送信により個々の売買契約が成立するものと解され、契約の成立は比較的明瞭である。

発注データに対して受注データが送信されず、納品が行われる場合は、当事者間にどのような契約が成立していると解するかが問題となる。企業間の継続取引については、

- ① 基本契約に基づき、個々の発注により個別の売買契約が成立すると考えられる場合と、
- ② 包括的な売買契約に基づき、個々の発注により、分割された履行義務が発生すると考えられる場合がある。（注1）

①の場合、個々の発注に対して受注者が諾否の通知を発しないときは商法 509条（注2）により、申込を承諾したものとみなされるケースが多いと思われるが、基本契約書なしに新たに取引を開始した直後のケースや、発注内容に対して受注者側から電話で異議が述べられ、記録がない場合は、売買契約の成否が問題となろう。また発注データに対して期日に一部の納品が行われた場合、未納分の取扱いについて前もって契約がなく、電話による合意内容の記録もないというケースでは、未納分について売買契約の存否が問題となろう。

なお②を前提とする場合は、包括的な売買契約及び発注データによる履行義務の発生は明らかとなるが、①と②のいずれに解するかということ自体が必ずしも明瞭ではない。

（注1）以上のほかにも標準的な売買契約の形態を考える必要があるということも検討課題である。例えば個々の発注が納品の義務づけではなく、単なる納品の指示を意味するような形態が考えられる。

（注2）商法 509条

商人カ平常取引ヲ為ス者ヨリ其営業ノ部類ニ属スル契約ノ申込ヲ受ケタルトキハ遅滞ナ

ク諾否ノ通知ヲ發スルコトヲ要ス若シ之ヲ發スルコトヲ怠リタルトキハ申込ヲ承諾シタルモノト看做ス

(2) 売買契約の成否が不明確な場合どのような問題を生ずるか。

(i) 売買契約の成否が実務上問題となるケースとしては、例えば複数の相手と競争契約の形で売買契約を行う場合が考えられる。しかし特定の企業間における継続的な受発注取引の場合は、経常的な取引関係が存続している限りにおいては些程問題を生じていないというのが、わが国の国内取引における実態である。

たとえば流通業における在庫補充のための継続的な発注取引を例にとると発注データに対して、受注側に数量や納期に関して異議があるときは電話で折衝が行われるが、折衝の内容や結果について必ずしも記録は残されず、また時には電話連絡も不十分なまま納期に一部未納を生ずることもある。しかし契約違反による責任が追求されることはない。未納分については、そのつどの協議あるいは前もっての合意に基づき、発注がキャンセル扱いとなったり、後日商品の手当てができた時に納品するという処置がとられ、次回以降の発注で数量等が調整され、格別問題が生ずることはない。

もっとも納期おくれ等の契約違反は別に記録されて適宜注意を促されており、そのような契約違反が積み重なれば、継続取引そのものを切られるかもしれないという不安が契約遵守のインパクトとなっていることは事実であるが、個々の契約違反が法律上の問題として責任追求等が行われることはほとんどないのが実態である。

製造業における継続的な発注取引の場合は、全体計画との関連で納期管理はよりシビアに行われる。納期遅れによる損害の補填を求めるケースも実際に生じているが、総体としてはレアケースであり、個々の契約責任を追求するよりも、発注先に対する総合的な評価による継続取引そのものの存否が契約遵守へのインパクトとなっている点は、上記と同様である。

(ii) しかし以上のように契約の成否や契約内容が不明確な場合があるということは、異例の事態等の場合に当事者間の折衝や状況への適切な対応に支障を来すおそれを生ずる。例えば、

- ① 発注を拒絶したり、発注内容を修正合意した場合に、その明確な記録を残すことは、納品や代金決済に関するトラブル防止や交渉の円滑化のために必要である。
- ② 外資系の企業との受発注取引や、将来国際間の受発注取引なども行われるようになると、従来の国内取引の場合とちがって、契約内容や契約責任の明確化の必要性が現実のものとなることが予想される。

また取引形態においても、複数の相手を前提として競争契約の形で受発注取引を行う

ようなケースが現れる可能性もあり、その場合にも契約関係の明確化が必要となる。

- ③ オンラインによる継続的受発注取引は、相互の信頼関係が前提となっているため、当事者の倒産という可能性は意識されないまま、実務が進行しているのが実態であるが、経済現象としての当事者の倒産を無視することはできない。当事者が倒産した場合は、契約の成否や契約内容の不明確であることが一挙に問題化するおそれがある。

以上のような問題への合理的な対応を可能とするためにも、契約の成否や適切な契約内容を明確化することが必要視される。

—— 禁 無 断 転 載 ——

平成 2 年 3 月 発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発協会  
東京都港区芝公園 3 丁目 5 番 8 号  
機 械 振 興 会 館 内  
TEL (432) 9384

印刷所 山 陽 株 式 会 社  
東京都港区虎の門 1 丁目 9 番 5 号  
TEL (591) 0240 (代表)

