

14-E008

EC の普及・高度化に関する調査研究

# EC に関わる法的問題検討報告書

平成 1 5 年 3 月

財団法人日本情報処理開発協会  
電子商取引推進センター



協力：電子商取引推進協議会



この報告書は、(財)日本情報処理開発協会電子商取引推進センターが競輪の補助金を受けて、電子商取引推進協議会(ECOM)の協力を得て実施した事業の成果を取りまとめたものです。

はじめに

情報技術の進展とともに電子商取引は社会に着実に根を下ろしつつある。当協議会では毎年経済産業省の支援を得て電子商取引（BtoB、BtoC）の市場規模を推定、中期レンジでの見通しを策定しているが、日本経済のマイナス成長下にもかかわらず堅調な伸びを示している。このようなニュービジネス、ニューライフスタイルの急速な台頭は新たな法整備を促すこととなり、その結果数々の法改正、新規立法が行われてきた。このような状況に鑑み経済産業省では平成14年3月、電子商取引にかかわる既存法の解釈指針として「電子商取引等に関する準則」（以下準則と略）を公表したが、これはECビジネス関係者の事業予見性を高める上で大きな役割を担っている。

電子商取引推進協議会（ECOM）では昨年度、「法的論点推進準備委員会」を発足させ前述「準則」の作成にかかわってきたが、今年度はさらにこれを発展させた「法的問題ワーキンググループ」（以下WGと略）を編成、この「準則」のフォローアップを行ってきた。そしてそこでの議論内容は昨年度と同様に産業構造審議会情報経済分科会ルール整備小委員会に付され今月公表された準則（改訂版）につながるものとなった。

また本WGではこのネット討議と並行してEC現場でのさらなる法的ニーズの発掘を目的にした事業者・関連団体に対するヒアリングの実施とEC当事者（事業者、消費者）に対する法的問題普及啓発を狙いとした法的問題ポータルサイト構築を企図、その設計を開始した。

本報告書では今年度上期、下期の主な議論の内容とタスクフォース活動として構築を進めているポータルサイト計画とコンテンツの一部およびEC関連部門ヒアリング結果についてその概要を報告するものである。

一連の活動遂行にあたり、本ワーキンググループの座長をお引き受けいただいた一橋大学大学院の松本恒雄教授をはじめ法曹界、学界、および会員各社の多くの有志の方々に多大なご尽力をいただいた。あらためて心より御礼を申し上げる次第である。

平成15年3月

財団法人 日本情報処理開発協会  
電子商取引推進センター  
電子商取引推進協議会

## 目次

1	法的問題論点討議	1
1.1	上期討議論点と取りまとめ結果	1
1.1.1	電子的データの到達時期（電子的契約の成立時期）	3
1.1.2	なりすましを生じた場合の認証機関の責任	9
1.1.3	インターネット・オークション	13
1.1.4	PtoP（Peer to Peer）ファイル交換ソフト提供者の責任	18
1.1.5	データベース保護	23
1.1.6	現準則に対する修正意見	29
1.2	下期討議の主要テーマと意見集約方向	32
1.2.1	管轄合意・仲裁合意ルール	33
1.2.2	非物財のオンライン納品（サービス財の予約確認通知を含む）にかかわる取引ルール	35
1.2.3	インターネット・オークションをとりまく諸問題	37
1.2.4	認証制度における失効手続ルール	39
1.2.5	電子公証サービスの基本運用ルール	40
2	ECに関わる法的問題についてのヒアリング結果	42
2.1	活動の経緯	42
2.2	ヒアリングから得られた課題と考えられる対応	42
2.3	ヒアリング内容詳細	49
2.3.1	生活者の視点からECを考える女性メーリングリスト LIFE	49
2.3.2	ネット専業銀行	50
2.3.3	ヤマトコレクトサービス株式会社	51
2.3.4	ネット関連事業会社	54
2.3.5	株式会社紀伊國屋書店	56
2.3.6	株式会社イーライセンス	58
2.3.7	国民生活センター	60
2.3.8	警視庁ハイテク犯罪対策総合センター	62
2.3.9	社団法人日本音楽著作権協会	63
2.3.10	財団法人日本品質保証機構	66
2.3.11	情報処理振興事業協会セキュリティセンター	69
2.3.12	社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会	70
3	法的問題の普及啓発	73

3.1	EC 当事者（事業者、消費者）に求められる法律知識 .....	73
3.1.1	EC の取引ルールに関するもの .....	73
3.1.2	EC の基盤整備に関するもの .....	74
3.1.3	EC 推進のための規制緩和に関するもの .....	75
3.1.4	EC の周辺領域にかかわるもの .....	75
3.2	ポータルサイトを活用した普及啓発と試行 .....	76
3.2.1	法的問題ポータル機能の概要 .....	76
3.2.2	開設スケジュール .....	79
3.2.3	将来計画 .....	79
3.3	EC 法律相談 Q&A .....	79
4	まとめ .....	106
	法的問題 WG メンバーリスト .....	108

# 1 法的問題論点討議

## 1.1 上期討議論点と取りまとめ結果

平成 14 年度上期には、平成 14 年 3 月に経済産業省より公表された「電子商取引等に関する準則」(以下準則と略)の内容拡充を目的としてその章立てに沿った論点テーマを設定し、メーリングリストを用いたネット会議形式で意見討議を行った(討議テーマ一覧は表 1-1 の通り)。実施期間は 7 月 1 日より約 4 ヶ月間で合計 200 余の発言をいただき、最終的にいくつかのテーマについて意見を集約、意見書として取りまとめた。本意見書は経済産業省を經由して産業構造審議会情報経済分科会ルール整備小委員会に付され「準則(改訂版)」に反映されることになった。今回の意見書の項目は下記の通りであるが、詳細については 1.1.1 から 1.1.6 (P3~29) を参照されたい。

### 【平成 14 年度意見書の主要項目】

#### 1 準則への追加項目

- ・電子データの到達時期(電子的契約の成立時期)
- ・なりすましを生じた場合の認証機関の責任
- ・インターネット・オークション
- ・P to P ファイル交換ソフト提供者の責任
- ・データベース保護

#### 2 現準則に対する修正意見

- ・全体についての修正意見
- ・個別項目に関する修正意見

表 1-1 平成 14 年度法的問題 WG 上期メーリングリスト

メーリングリスト名および 検討テーマ	具体的検討内容
Online-1 契約手法に関する問題について (全般)	準則 P1 ~ 19(契約の成立時期を除く)に関する内容の見直し・事例の追加等
Online-1a 契約の成立時期	準則 P2 ~ 4 に関する内容の見直し・事例の追加、下記観点についての検討 • 電子メール以外の方法による契約の成立時期(承諾通知の到達時点)は、具体的にいつか。 (例)Web 画面による申込みに対する Web 画面上の承諾
Online-1b なりすましを生じた場合の認証機関の責任	本人確認が不十分であったとして認証機関が法的責任を負うのは、具体的にどのようなケースか(本人確認が十分であったとして認証機関が法的責任を負わないのは、どのようなケースか)。

メーリングリスト名および 検討テーマ	具体的検討内容
Online-2 新たな取引の発展に伴う問題 について(全般)	準則P20~22に関する内容の見直し・事例の追加等
Online-2a インターネット・オーク ション	インターネット・オークションに関する事業者と利用者の関係、利用者相互の法的関係、特定商取引法等既存法の適用はどうか
Online-3 消費者保護について(全般)	準則 P23 ~ 37 に関する内容の見直し・事例の追加等
Online-3a ウェブ上の「勧誘」行為	ウェブ上の表示は、消費者契約法4条の「勧誘」に当たるか。いかなる行為が「勧誘」に当たるか。
Jyoho-4 ライセンス契約について(全般)	準則 P38~79 に関する内容の見直し・事例の追加等
Jyoho-4a ライセンス契約の終了	ライセンス契約(ベンダー・ユーザー間)と提供契約(販売店・ユーザー間)の契約終了をめぐる関係(例)ユーザーが提供契約を解除した場合、ライセンス契約も終了するのか。
Jyoho-4b フリーソフトに関する ライセンス契約の問題	フリーソフトに関するライセンス契約の法的問題
Jyoho-5 知的財産について(全般)	準則 P80 ~ 89 に関する内容の見直し・事例の追加等
Jyoho-5a PtoP ファイル交換ソフト 提供者の責任	PtoP ファイル交換ソフトウェアの提供者はどのような責任を負うのか(東京地裁平成 14.4.9 決定、同 14.4.11 決定参照)。
Jyoho-5b データベース保護	具体的にどのようなデータベースが「情報の選択又は体系的な構成によって創作性を有するもの」(著作権法12条の2)として保護の対象となるのか。また、創作性のない(著作権法による保護のない)データベースについてはどのように保護されるか(民法709条の不法行為責任を認める判決(東京地裁平成13年5月25日中間判決)がある)。
Jyoho-5c 頒布権と映画の著作物	家庭用テレビゲーム機用の映画の著作物のほか、劇場公開用映画やドラマ放映用映画の著作物の複製物についても、第三者への譲渡により頒布権は消尽するのか(最高裁平成14年4月25日第一小法廷判決参照)。
Etc-6 その他	平成13年度版準則に盛り込まれていない内容に関する問題提起、トラブル事例等 追加テーマ例 電子的履行 債務の履行がオンラインで行われる場合の当事者間の責任分担はどうか。 (例)ダウンロード途中でデータが消失した場合、ダウンロードが失敗した場合、ダウンロード途中で回線が切断した場合などについて

### 1.1.1 電子的データの到達時期（電子的契約の成立時期）

#### 電子的データの到達時期（電子的契約の成立時期）

電子商取引に関するトラブルには取引契約の成立時期が争点になるものが多く見られる。対面取引では常に取引相手の所作、反応を見ながら対応し相手の意向を確認しながら行っていくため問題の発生は少ないが電子取引の場合はウェブ画面でのクリック操作に全てが委ねられるため契約成立時点の特定がトラブルの防止・解決に大きな意味を持つ。承諾通知が電子メールで行われる場合は、当該契約は承諾通知の受信者（申込者）が指定した又は通常使用するメールサーバー中のメールボックスに読み取り可能な状態で記録された時点で成立する旨準則で明らかにされたが、ウェブ画面を通じて注文行為があった場合で、事業者があらためて承諾通知のメールを送信しなかった場合（ウェブ画面上でのみ完結する場合）についても、契約成立時期はいつかを明確にしておく必要がある。また他に疑義を生じるケースはないか。

上記に関し、以下の論点につき検討を行った結果、ECOMとして以下のとおり提言する。

#### 【提言】

契約成立には両当事者の意思の合致（申し込みと承諾）が必要である。電子商取引においても同様。その場合の意思表示のルールとして次のように提言する。

従来、わが国の民法上のルールとしては、申し込みに対する承諾の意思表示が発信された時点で契約が成立するものとされていた。しかしながら、インターネットを前提にすると、その即時性、不達可能性、および文字化け等のエラーの可能性から、承諾の意思表示が現に到達することが重要な要素と認識され、従来の発信主義から、到達主義への変更が避けられない。従って、データが到達しない場合のリスクは、発信者側（申込の場合には申込者、承諾の場合には承諾者）が負う、すなわち完全な形で到達しなかった場合には到達していないとみなされる、ということも確認しておく必要がある。

電子的取引は、現時点では、電子メールと Web、またはその両者を使用する複雑で多様なビジネスモデルが存在することから、ここでは、はじめに、承諾の意思表示の通知に限定せず、申込を含めて、電子的取引のデータの到達一般についてのルールを規定することにする。その後、それを前提に契約成立のための承諾について場合を分けて説明する。

電子的データの到達時期に関しては、

#### (1) 電子メールの場合には、

受信者が指定したまたは通常使用するメールサーバー中のメールボックスに読み取り可能な状態で記録された時点

とすべきであり、ホームページ上で送受信可能ないわゆる Web メールや携帯電話を使用する電子メールの場合も同様である。



- (2) Web の場合には、  
受信者側が Web サーバーを管理している場合、  
a. 受信者が指定したまたは通常使用する Web サーバーに、  
b. 送信データが読み取り可能な状態で記録された時点、  
発信者側が Web サーバーを管理している場合、  
a. 受信者側が Web にアクセスして、  
b. 読み取り可能なデータを閲覧した時点、  
が到達時期とすべきである。

上記のデータの到達に関する原則に則り、契約成立に関しては、承諾通知の到達主義に従って、それぞれの場合の契約の成立時期は、次の様になる。

- (3) 電子メールの場合、  
(ア) 承諾通知の受信者（申込者）が指定したまたは通常使用するメールサーバー中のメールボックスに  
(イ) 読み取り可能な状態で記録された時点  
であり、ホームページ上で送受信可能ないわゆる Web メールや携帯電話を使用する電子メールの場合も同様である。
- (4) Web の場合、  
承諾者側が Web サーバーを管理している場合（例えば、売主が Web 上で申し込みを受ける BtoC 取引）  
a. 承諾データが読み取り可能な状態で Web サーバー上に記録され、  
b. 承諾通知が Web 上に表示された時点  
または、  
a. 商人間の場合には、一定の期間が経過した時点（商法第 509 条）  
従って、申込者が消費者である場合には、送信(申込)データが受信されたことを Web に表示する確認メッセージを表示しないシステムのときは、消費者より申込撤回の申出があり、商品未送付または未到達であれば、契約は不成立である。

- 申込み側が、Web サーバーを管理している場合  
(例えば、買主が Web 上で発注する BtoB 取引)  
a. 承諾データが読み取り可能な状態で Web サーバー上に記録された時点、  
または、  
b. 商人間の場合には、申し込みが Web サーバー上に読み取り可能な状態で書き込まれ、一定の期間が経過した時点（商法第 509 条）

が成立時期である。

#### 【考え方】

電子メールと Web との間でデータ到達に関して、一貫した考え方がなかなか示されてこなかった。今日の取引形態においては、電子メールと Web の両方を一取引の中で利用するビジネスモデルも想定されることから、統一的に解決する必要性がある。

また、どのデータ送信を申込みと解するかには多少問題があるにせよ、Web サーバーの管理は、BtoC では一般に受注側であるが、BtoB においては、多くは発注側であるという事情もあるので、場合分けとしては、この点にも留意した。また、ホームページ上で送受信可能ないわゆる Web メールや携帯電話を使用する電子メールも今日非常に普及しており、その取り扱いも無視できない。

以下、電子的契約の成立時期という議論の中で考え方を説明する。

(電子メールの場合)

#### (5) 電子契約の成立時期 (承諾通知の到達)

電子メール等の電子的な方式による契約の承諾通知は原則として極めて短時間で相手に到達するため、隔地者間の契約において承諾通知が電子メール等の電子的方式で行われる場合には、民法第 526 条第 1 項及び第 527 条が適用されず、当該契約は、承諾通知が到達したときに成立する (電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律 (以下「電子契約法」という。) 第 4 条、民法第 97 条第 1 項)。

#### (6) 「到達」の意義

この到達の時期について民法には明文の規定はないが、意思表示の到達とは、相手方が意思表示を了知し得べき客観的状态を生じたことを意味すると解されている (最高裁昭和 43 年 12 月 17 日第三小法廷判決・民集 22 卷 13 号 2998 頁)。電子承諾通知の到達時期については、相手方が通知に係る情報を記録した電磁的記録にアクセス可能となった時点をもって到達したものと解される。例えば、電子メールにより通知が送信された場合は、通知に係る情報が受信者 (申込者) の使用に係る又は使用したメールサーバー中のメールボックスに読み取り可能な状態で記録された時点であると解される。具体的には、次のとおり整理されると考えられる。

ア) 相手方が通知を受領するために使用する情報通信機器をメールアドレス等により指定していた場合や、指定してはいないがその種類の取引に関する通知の受領先として相手方が通常使用していると信じるのが合理的である情報通信機器が存在する場合には、承諾通知がその情報通信機器に記録されたとき、イ) ア) 以外の場合には、あて先とした情報通信機器に記録されただけでは足りず、相手方がその情報通信機器から情報を引き出して (内容を了知する必要はない。) はじめて到達の効果が生じるものと解される。

なお、仮に申込者のメールサーバーが故障していたために承諾通知が記録されなかった場合は、申込者がアクセスし得ない以上、通知は到達しなかったものと解するほかない。

他方、承諾通知が一旦記録された後に何らかの事情で消失した場合、記録された時点で通知は到達しているものと解される。

#### (7) 「読み取り可能な状態」の意義

送信された承諾通知が文字化けにより解読できなかった場合（なお、解読できないか否かについては、単に文字化けがあることのみではなく、個別の事例に応じて総合的に判断されることとなる。たとえば、文字コードの選択の設定を行えば復号が可能であるにもかかわらず、それを行わなかったために情報を復号することができない場合のように当該取引で合理的に期待されている相手方のリテラシーが低い場合、情報の復号ができない場合には、表意者（承諾者）に責任がなく、この要件は、相手方が通常期待されるリテラシーを有していることを前提として解釈されるべきであると考え。）や申込者が有していないアプリケーションソフト（たとえば、ワープロソフトの最新バージョン等）によって作成されたファイルによって通知がなされたために復号して見読することができない場合には、申込者の責任において、その情報を見読するためのアプリケーションを入手しなければならないとすることは相当ではなく、原則として、申込者が復号して見読可能である方式により情報を送信する責任は承諾者にあるものと考えられる。したがって、申込者が復号して見読することが不可能な場合には、原則として承諾通知は不到達と解される。

#### (Web の場合)

電子メールの場合と同様の視点で考えるべきである。

その場合、Web サーバーの管理側と、そこにアクセスするだけの側でデータの管理が大きく異なることから、サーバーをどちらが管理しているかにより、取り扱いが異なる。

電子メールとは程度が異なるが、データが到達しない、解読不能、または文字化けするなどの問題は同様に起こりうる点で、読み取り可能な要件は共通する。

#### (1) 承諾者側が、Web サーバーを管理している場合

一般には、申し込みデータが Web サーバー上に書き込まれるので、この時点で、読み取り可能であることが当然必要である。

ついで、申し込みに対する承諾通知がなされなければならないが、これも Web 上に表示する方法で行われることがありうる。ひとつの方法は、申し込み直後に直ちに、自動的な表示により、契約成立メッセージが表示される方法である。もうひとつは、申込者が後に Web に再度アクセスして、自分の申し込みを特定してそれに対する承

承諾通知を閲覧する方法である。(ビジネスモデルとしては、承諾通知は電子メールで行う方法もあるが、これに関しては電子メールの場合の項を参照。)

また、商人間であれば、隔地者間取引に関する商法第 509 条の適用により、承諾通知がなくとも承諾したものとみなされる場合がある。

消費者契約の場合には、経済産業省による「顧客の意に反して契約の申込をさせようとする行為」に係るガイドラインに照らし、特定商取引に関する法律施行規則第 16 条第 1 項第 1 号および第 2 号に定める行為に該当しないと考えられる表示を行っている場合、それにもとづき消費者が最終的な申込にあたるボタンをクリックし、事業者側 Web サーバーにデータが到達した後、取引が成立した旨のメッセージが申込者のモニター上に表示された時点で契約は成立したと考えられる。

この場合、取引成立(承諾)のメッセージが表示されるシステムであることを証明すれば、承諾の到達が事実上推定されることとなる可能性があり、そうなれば、内容を実際に消費者が確認したかどうかを証明する必要まではない。

消費者においては、確認画面を伴う購入手続きを経て、最終的な申込ボタンをクリックし、その後取引成立のメッセージを確認することができなかった場合(具体的には事業者側のシステム上のトラブルや消費者側において何らかの事由で接続を終了した場合などが考えられる。)は、自己の責任において取引成立について確認を行わねばならない。(なぜなら事業者側にデータが到達していない場合に事業者は申込みがあったことを認識する機会がないからである。)そのためにもあらかじめ事業者は消費者に対し申込から契約成立までのプロセスと契約成立確認方法を明示しておく必要がある。他方、事業者側から消費者に対する承諾通知の不到達のリスクは全て事業者側が負うものとなる。

一方、取引成立のメッセージを表示しないシステムにおいては、消費者より申込撤回の申出があり、かつ商品未送付または未到達の場合、契約は不成立である。

取引成立のメッセージ表示については、Web 画面での購入手続きを行っているサイトでは通常表示するケースが多数と思われる。さらには、メッセージ表示後、さらにメールにより確認を行っているケースも多く見られるが、メール送信を行っていることを理由に契約成立時期を準則第 1 . オンライン取引 (1) 契約の成立時期と同じ解釈が適用されると、Web 画面で購入手続きを行う利点が失われてしまう。このため、現在インターネットショッピングにおける購入手続きの主流となっている Web 画面による手続きでは、取引成立のメッセージが表示された時点で契約成立と考える。

## (2) 申込み側が、Web サーバーを管理している場合

サーバー管理側である申込み者の Web 上での申込みに対して、承諾通知が読み取り可能な状態でサーバー上に記録された時点で契約が成立する。(この場合にもビジ

ネスモデルとしては、承諾通知が電子メールでなされることもありうるが、その場合については電子メールの項を参照。)

また、商人間であれば、隔地者間取引に関する商法第 509 条の適用により、承諾通知がなくとも承諾したものとみなされる場合がある。

#### 【留意事項】

電子的データの到達時期一般の課題について、以上のとおりであるが、電子的データの到達したことの立証や、データの保存には、別に留意が必要である。

一般の電子メールでは、送受信それぞれのデータが送信側受信側の両者に残るが、Web の場合には、アクセス側の場合、画面上表示されている以上、技術的にはダウンロードされているにせよ、能動的に保存ないしプリントアウトしなければデータが残らないからである。

またこの点、ホームページ上で送受信可能ないわゆる Web メールや携帯電話を使用する電子メールの場合も同様に別途能動的な保存手続が必要となる。(ただし、メモリを備えた携帯電話はその限りでない。)

### 1.1.2 なりすましを生じた場合の認証機関の責任

#### なりすましを生じた場合の認証機関の責任

電子商取引における取引相手の確認手段として認証システムが存在する。本システムが正常に機能し、市場の信頼を得るために電子証明書取得申請者に対する本人確認プロセスの誠実な実行が不可欠であるが、不幸にして本人確認が不十分であったとして認証機関が法的責任を負うのは、具体的にどのようなケースかを明確にしておく必要がある。(本人確認が十分であったとして認証機関が法的責任を負わないのは、どのようなケースか)。

上記に関し、以下の論点につき検討を行った結果、ECOM として以下のとおり提言する。

#### 【提言】

上記に関し、運用ポリシー（後述参照）を公開している認証機関については、運用ポリシーにおいて認証機関自身が定める認証機関の責務の範囲限定を、証明書所有者、証明書利用者を拘束するものとする準則を制定することを提言する。

#### 【背景】

電子署名及び認証業務に関する法律（以下、電子署名法）<sup>1</sup>によって、認証機関<sup>2</sup>（同法第2条の認証業務を行う者）が発行する暗号鍵によって電子署名された電磁的記録は、通常取引における押印、署名と同様に、真正に成立したものと推定する効力を持つことが定められた（同法第3条）。

認証機関は、推定効を持つ電子署名が特定の個人に帰属することを証明する役割をになう。これは、印鑑登録において、ある印影が特定の個人により登録されたことを証明することに相当する。印鑑については、法律上の扱いは別として、社会慣習としては、「三文判」「認印」「実印」といった区別が成立している。このような慣習上の区別の背後には、書留を受け取る際と、不動産売買契約書とでは、そこに潜在する経済的なリスクの大きさの違いに対する認識の違いがあると思われる。

一方、電子商取引においても、たとえば、取引額に応じて、印鑑の使い分けと同様に、電子署名の使い分けに十分合理性があると思われる。たとえば、電子署名法が定める特定認証業務（同法第4条）は、現状においてはおそらく最も厳密な本人確認を要求している。しかし、厳密な本人確認は、認証機関にとっても、電子署名所有者にとっても、コストが大きい。いわば、実印相当の電子署名と言えるだろう。小額の電子商取引の場

<sup>1</sup>電子署名及び認証業務に関する法律（平成十二年五月三十一日法律第百二号）

[http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/top/ninshou-law/law-index.html](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/top/ninshou-law/law-index.html)

<sup>2</sup>本提言においては、電子署名法に定める特定認証業務に限定せず、公開暗号鍵（PKI: Public Key Infrastructure）を用い、個人の認証を行う認証機関を対象として考える。

合、電子署名を用いることによって回避できるであろう損失と、実印相当の電子署名のためのコストを比較した場合、電子署名が優位であるとは言えない可能性もある。このような事情から、電子メールアドレス単位に月額利用料数百円で発行される簡易な電子署名も市場に登場している。

このように本人確認の厳密さにおいて多様な電子署名サービスが市場に登場し、また、その多様さの背後にあると思われる経済的合理性を考慮する時、「本人確認が不十分である」という主張の意味も多様とならざるを得ない。特定認証業務にとっては不十分な本人確認であっても、小額取引向けの簡便な認証業務にとっては、十分な本人確認であるかもしれない。

本提言では、このような本人確認の厳密さのレベルに応じた形で、認証局の責務、とりわけ賠償責任を定めることを提言する。

#### 【考え方】

認証機関は、運用ポリシーを文書の形で公開している。運用ポリシーには、認証機関が想定している暗号鍵の用途、その用途に適切であると当該認証機関が考えているセキュリティレベルを確保するためのシステムの概要、その運用手順などが記載されている。

電子署名のための暗号鍵を取得する者（以下、加入者 Subscriber）にとっては、その署名の安全性は重要な関心事である。また、電子署名された文書を受け取り、それを平文に復号することによって、文書の原本性と本人の確認を行う利用者（Relying Party）にとっては、安全性と本人確認の厳密さが重要な関心事である。これらの関心事に関して、答えが得られる可能性があるのが上記の運用ポリシーである。

最初に明らかにしなければならないのは、運用ポリシーの法的な位置付けである。まず、認証局と証明書所有者の関係に着目する。証明書所有者は、認証局に本人確認に必要な情報を提示し、暗号鍵の使用料金を払うので、契約が存在すると考えられる。運用ポリシーは、この契約の一部を構成すると考えるのが合理的であるが、以下の2点には留意すべきである。

第一点は、運用ポリシーには、認証局が公開鍵（場合によっては、秘密鍵についても）の安全性確保のために行う活動のすべてが記述されているとは限らないという点である。安全性確保のための活動のすべてを公開することは、それだけ、脆弱性を増す恐れがあるからである。

第二点は、仮に運用ポリシーの記述が完全であるとしても、認証局はその運用を証明書所有者の同意を得ずに、変更する必要がある場合があるという点である。運用ポリシーを定めた時点では想定していなかったリスクに対処するために運用規定を改善する必要に迫られるからである。

このように、契約の相手方にとって、電子署名の安全性を判断するための重要な根拠となりうる運用ポリシーは、完全な記述ではないかもしれず、また、契約者の同意を得

ずに改善される可能性がある。

運用ポリシーの法的位置付けとは別に、運用ポリシーがどの程度実際に理解されるかという点にも考慮すべき問題がある。特に、情報技術、情報セキュリティ技術の専門家でなければ理解できない内容も含まれており、証明書取得者、証明書利用者が、個人である場合には、運用ポリシーを理解することを要求することには無理があるのではないか。

一方、電子署名された文書を受け取り、暗号化された文書を平文に戻し、本人確認をおこなう利用者にとっては、運用ポリシーの位置付けは曖昧である。利用者と認証局の間には、契約があるとは、一般には想定できないからである。

このような状況において、電子署名所有者、電子署名利用者双方にとって、電子署名の安全性とリスクを判断するためのわかりやすい情報として、認証局の賠償限度額に着目することを提言したい。たとえば、賠償限度額を5千円と明示的に規定してあれば、所有者、利用者双方とも、リスクの程度が比較的容易に判断できるであろう。

この提言が実効性を持つためには、以下の条件がすべて整うことが必要であると考えられる。

第一に、所有者、利用者双方において、認証局は運用ポリシーに規定されて運用されており、その安全性のレベルは一樣ではないという認識があること。また、認証局は、その安全性のレベルと対応する賠償責任限度額を定めていることを認識していること。

第二に、所有者、利用者双方とも、認証局が運用ポリシーにおいて定める賠償責任の限度額に同意していると判断できる何らかの根拠があること。たとえば、所有者については、暗号鍵発行の際に、運用ポリシーの該当部分を表示しクリックによる同意を取ること。また、利用者については、証明書検証のために認証局にアクセスする際に、同じく運用ポリシーの該当部分を表示すること、などが考えられる。

第三に、認証局は、その賠償責任限度額と運用ポリシーの間でセキュリティ確保の観点から見て合理的な関係を保っていること。また運用ポリシーあるいは運用の実態の改善に際しては、この合理的な関係を保つことによって、所有者、利用者が一方的な不利益にならないこと。

第四に、運用ポリシー、セキュリティレベル、賠償責任限度額の関係が合理的なものであるか否かを、所有者、利用者が個別に判断できると想定することは困難であるため、何らかの標準化が行われ、所有者、利用者の側で「相場感」が形成されていること。

このような条件のもとにおいて、運用ポリシーに記述された賠償限度額は、電子署名所有者、電子署名利用者に対して拘束力を持つことを明確にすべきであると考えられる。



#### 【留意事項】

- (1) この提言が想定しているのは、電子署名利用者が、なりすましによる賠償責任を問う場合である。この電子署名利用者が個人である場合には、認証機関を相手取って訴訟を起こすことに、経済的な合理性がない場合も想定される。たとえば、インターネットでのオークションを想定すれば、訴訟に要する費用は損害額をはるかに超えてしまうことが想定される。よって、認証機関が宣言している賠償請求額を超えない範囲の損害の申し立てについては、ADR などの簡便な調停方式を定めることも考慮されるべきである。
- (2) この提言でいう「準則」が、どの法規に関わるものであるかは、検討すべき課題の一つである。電子署名法には、認証機関の責務に関する明示的な規定はない。
- (3) 電子署名利用者が、インターネットを用いてサービスを提供する事業者であり、そのサービス利用者に対し、特定の認証機関（複数も可）が発行する証明書の利用を義務付ける（あるいは、推奨する）場合における認証機関とサービス提供事業者の責任分担は、この提言の範囲外である。

### 1.1.3 インターネット・オークション

#### インターネット・オークション

電子商取引の利用形態としてネット・オークションが急増している。ネット・オークションはその取引の特性上、事前に価格提示ができない、取引当事者が双方とも消費者であることも多い、

取り扱われる商品も新品のみならず中古品、骨董品の類が含まれる、など一般の商取引と異なった性格を有する。しかしながら民商法などの現行法は、インターネット・オークションという新しい取引形態を前提としていないため、トラブル発生時にどのように法律が適用されるのかは必ずしも明確にはなっていない。についてはネット・オークションのトラブル増加傾向に鑑み、関係者間の責任問題を中心に法的ルールを明確にしておく必要がある。(例えば、オークション運営者や取引当事者がいかなる場合にいかなる法的責任を負うのかなど)。

上記に関し、以下の論点につき検討を行った結果、ECOM として以下のとおり提言する。

#### 1. オークション事業者の違法出品の被害者に対する民事責任

##### 【提言】

オークション事業者の違法出品の被害者に対する民事責任については、具体的に違法出品(盗品、著作物の海賊版など)の削除の申し入れがあり、且つかかる申し入れに相当な根拠があるにもかかわらず、敢えて削除せず放置する場合には、オークション事業者が被害者に対して損害賠償責任を負う可能性があることを明示すべきである。

##### 【考え方】

#### (1) インターネット・オークションとプロバイダー責任法

インターネット・オークションでは、オークション事業者の指定した方式により出品者が入力した出品情報をそのまま掲載しており、出品情報の発信者はあくまでも出品者だけである。また、出品情報は、一般公衆に対して送信される。従って、オークションの出品に関する情報の掲載は、「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限に関する法律」(以下「プロバイダー責任法」という)第2条の「特定電気通信」に該当し、オークション事業者は「特定電気通信役務提供者」に該当すると考えられる。

しかし、プロバイダー責任法3条による責任制限は、情報の流通自体により第三者の権利が侵害される場合、すなわち公衆送信による著作権侵害や名誉毀損、プライバシー侵害などにつき適用されると考えられる。盗品や海賊版のソフトウェアのCD-ROMなどの出品については、出品による情報の流通自体ではなくインターネット・オークションを通じた取引の成立により権利侵害が生じるのであるから、この責任制

限の適用はなく、民法の不法行為の規定がそのまま適用されると考えられる。

## (2) オークション事業者の違法出品の被害者に対する民事責任

盗品や海賊版のソフトウェアを出品させることは、盗品の故買や著作権侵害といった不法行為を容易ならしめるものである。しかし、オークション事業者は、能動的に出品についての情報の発信を行っているわけではなく、出品者が入力した情報を受動的にそのまま送信しているだけである。また、膨大な出品情報から違法なものを調査選別して削除することは、實際上不可能である。従って、結果としてインターネット・オークションが盗品の故買や著作権侵害といった不法行為に利用されたというだけでは、オークション事業者には責任があるとは言いがたい。

しかし、具体的に違法出品（盗品、著作物の海賊版など）の削除の申し入れがあり、且つかかる申し入れに相当な根拠があるにもかかわらず、敢えて削除せず放置するといった例外的な場合には、オークション事業者が被害者に対して損害賠償責任を負う可能性も否定できないであろう。なお、利用者による情報発信につき掲示板などの通信インフラの提供者の責任を認めた判例としては、例えば「2チャンネル」と題する掲示板での名誉毀損に関する判決（東京地判平成14年6月25日）や「ファイルローグ」というナップスター型のP to P ファイル交換システムによる著作権侵害に関する仮処分（東京地裁平成14年4月11日）が挙げられる。但し、これらは情報発信自体により権利侵害（名誉毀損や著作権侵害）が生じている場合についての判例であり、インターネット・オークションへの出品のような情報発信により盗品等の取引のような権利侵害が誘発されるという間接的な権利侵害の形態については現時点では判例は見当たらない。

## 2. オークション事業者の利用者に対する民事責任

### 【提言】

オークション事業者の利用者に対する民事責任については、以下の点を明示すべきである。

- 利用者とのオークション事業者の間の契約関係及びオークション事業者の義務の内容は、原則としてオークション事業者の責任は事業者が定める利用規約（約款）による。但し、約款の内容が不当である場合や利用規約の内容が適切に表示されていない場合には、他の約款の場合と同じく効力が否定される可能性がある。
- 利用者が消費者の場合には、利用規約には消費者契約法の適用があるので、オークション事業者の全面的な免責や消費者である利用者に一方向的に不利な条項の効力は否定される。
- オークションの利用者が他の利用者に対してオークション詐欺などの民事上のト

トラブルを引き起こした場合には、第一義的にはトラブルを引き起こした利用者が責任を負うべきであり、オークション事業者には責任がないケースが多いと考えられる。しかし、オークション事業者がトラブルの発生を知りつつ放置したような場合には、オークション事業者も責任を負う可能性がある。

- 現時点では、民事上のトラブル防止のために特定の措置を導入すべき具体的な法的義務があるとまでは言えない可能性が高い。しかし、利用者はオークション事業者に民事的トラブルの防止機能を期待する傾向にあること、及びオークション事業者はオークションのルールや取引の仕組みを設定できる立場にあることから、経済的にも技術的にも合理的に導入可能であり且つ効果的な民事的トラブルの防止の仕組みが将来確立された場合には、オークション事業者がこのようなトラブル防止措置を導入しないことにつき利用者に対して民事上の責任を負うようになる可能性がある。
- 民事上のトラブルについてのオークション事業者の責任を制限する規約については、その内容によっては消費者契約法及び不当な内容の普通取引約款の効力を否定する判例理論（約款論）の制限を受ける可能性がある。

## 【考え方】

### (1) 利用規約の効力と民事責任

インターネット・オークションには有料のものと無料のものがあるが、いずれの場合にもオークション事業者と利用者（出品者、入札者）の間には、オークション事業者が提供するインターネット・オークションのシステムの利用に関して契約関係が成立しているものと考えられる。

オークション事業者と利用者との間の契約内容は、原則としてはオークション事業者の利用規約（約款）によるものと考えられる。但し、利用規約をウェブサイトのわかりやすい場所に掲載し又は利用規約への同意のクリックを利用の条件にするなど利用者が利用規約の内容を確認し、これに同意した上で利用したものと認定できるような仕組みが確保されていない場合には、利用規約の契約としての拘束力を肯定することが難しいであろう。

利用者が消費者である限りは、利用規約は消費者と事業者との間の契約であることから、利用規約には消費者契約法の適用がある。従って、消費者契約法 8 条により、オークション事業者の損害賠償責任を全て免除する旨の条項は無効であり、また同法 10 条により消費者の利益を一方的に害する条項も無効とされる。なお、利用規約は、事業者が一方的に作成する普通取引約款の一種であるから、普通取引約款に関する判例上も内容の公正さが要求されよう。

よって、オークション事業者に義務違反があれば、仮に利用規約にオークション事業者の全面的な免責が定められていたとしても、オークション事業者は利用者に対し

て損害賠償責任を負うことになる。

(2) 民事上のトラブル防止についての利用者のオークション事業者に対する期待とオークション事業者の努力義務

インターネット・オークションを利用する消費者は、オークション事業者に対して、インターネット・オークションの一方当事者の不正に起因する民事上のトラブル（例えば、一方の利用者による他方の利用者に対する詐欺、盗品や違法コピーされた海賊版を売りつけられた場合等）の防止に努力することを期待するのが通例であり、特に有料のオークション・サイトについてはこのような期待が強いものと思われる。

また、事業としてインターネット・オークションのシステムを利用者に提供する以上、オークション事業者には、システムの不正な目的での利用とこれに起因する他の利用者の損害を防止するよう努力する義務があると考えられる。

(3) オークション事業者の民事上のトラブル防止についての責任の範囲

まず、盗品の出品や違法コピーによる海賊版の出品につき、盗難の被害者や著作権者からオークション事業者に対して具体的且つ信頼性のある申入れがあったにもかかわらず出品を放置した場合には、上述の盗難の被害者や著作権者に対する責任に加えて、これを知らずに被害者への返還義務のある盗品や適法に利用することのできない海賊版を購入した利用者に対しても、オークション事業者は責任を負うこととなる。その根拠としては、第一義的にはインターネット・オークションの利用についての契約に基づく契約責任であろうが、不法行為責任を排除すべき理由はないであろう。

また、同一人が繰り返しインターネット・オークションを用いて詐欺その他の不正行為を行うケースは少なくないが、例えば警察に被害届が出されたケースにおける加害者のIDをそのまま放置しておくなど、故意あるいは明らかな過失により被害を再発させたような場合にも、オークション事業者に責任が生じるのではないか。

インターネット・オークションについては、利用料金を本人名義のクレジットカードや銀行口座からの口座振替で支払わせることによる本人確認、違法出品のパトロール、出品者と入札者の評価制度、エスクローサービス、民事トラブルによる損害に対する保険など、民事的なトラブルを防止する様々な仕組みが考案され導入されている。インターネット・オークション自体が依然として揺籃期にあることから、現時点で民事的なトラブルを防止するために特定の仕組みを導入する義務があると認定することは難しいが、今後インターネット・オークションが定着するにつれ、特に有料のインターネット・オークションについては、一定水準以上のトラブル防止の措置を行うことが必要となってくる可能性がある。

### 3. 事業者による出品と特定商取引法の適用について

#### 【提言】

オークションの出品者が事業者の場合には、出品者に対して特定商取引法その他の業法が適用されることを明示すべきである。ただし特商法では第 11 条 1 号で価格の明示を要求しているがインターネット・オークションは競り売りであるため固定的な価格提示は困難である。このような新しい形態の通信販売が行われている実情に鑑み適正なルールの整備が必要である。

なお、先ごろ「古物営業法」の改正で古物競りあっせん業の定義、遵守事項、罰則規定等が制定され、来春施行の見込みであるので併せて紹介することを提言する。

#### 【考え方】

インターネット・オークションは元来消費者間の取引（CtoC）を想定したものであったが事業者の参加も少なくないといわれている。事業者がインターネット・オークションに出品するということは当該事業者がインターネットを通じて競り売り方式での通信販売を行うことにほかならないため必然的に特商法の適用を受けると考えるべきであるが、オークションの特性（競り売りである点等）を考えると特商法で規定している販売価格明示義務を遵守することは難しい。これは特商法がオークションによる販売方式を想定していないために生じる問題であり、今後事業者がオークション方式でも通信販売ができるよう実情に即した適正なルールの整備が必要と思われる。

#### 1.1.4 PtoP (Peer to Peer) ファイル交換ソフト提供者の責任

##### PtoP (Peer to Peer) ファイル交換ソフト提供者の責任

インターネットの普及とともにさまざまな利用者がネット上で多様な情報コンテンツを流通させる機会が増えてきている。利用者同士が自由に多様なコンテンツを交換できる仕組みとして PtoP システムがあるが情報コンテンツが著作権の対象であり著作権者に無断でやりとりされる場合、著作権者の利益が損なわれる危険がある。PtoP ファイル交換サービスの提供者はどのような場合にどのような責任を負うのか (PtoP ファイル交換サービスの提供者に対しファイル交換サービス差止仮処分決定 (本年 4 月東京地裁) 参照)。また、単なる PtoP ファイル交換ソフトの提供者はどのような責任を負うのか。

上記に関し、以下の論点につき検討を行った結果、ECOM として以下のとおり提言する。

### 1. 著作権侵害行為主体の拡大制限と著作権法の間接侵害規定の明文化

#### 【提言】

最近の著作権判決に見られる著作権の侵害行為主体の無限定な拡大は、事業者がその行為の適法性を予測する上で大きな妨げとなる。そのような事態を避けるためには、客体を必ずしもコントロール出来ない者は著作権侵害行為主体たりえないとすると共に、民法 719 条の教唆幫助による共同不法行為についても、利用者が利用する個々の客体(著作権侵害行為)を積極的にコントロール出来る場合に限定する様に著作権法の間接侵害の規定を明文化した上で、当該間接侵害規定に当たらない場合には、第三者による著作権侵害に間接的に寄与したとしても、著作権侵害とはしないとする方向の法的ルールを特許法 101 条の間接侵害規定の解釈を参考にしつつ確立すべきである。

#### 【考え方】

上記東京地裁決定では、

「債務者自らは、パソコンに蔵置した本件各 MP3 ファイルを債務者サーバーに接続させるという物理的行為をしているわけではない。そこで、債務者の行為が、債権者の有する送信可能化権及び自動公衆送信権を侵害すると解すべきかを考察することとする。債務者の行為が、送信可能化権及び自動公衆送信権を侵害するか否かについては、

- (1) 債務者の行為の内容・性質
- (2) 利用者のする送信可能化状態に対する債務者の管理・支配の程度
- (3) 本件行為によって生ずる債務者の利益の状況

等を総合斟酌して判断すべきである。」

としているが、これでは著作権侵害行為主体が、どこまで拡大されるのか判然としない。新規 IT 事業を検討する際には、当該法的リスクを分析し、ユーザーの故意または過失による利用により事業者にまで責任が及ぶことが極力無い様に、事業内容を検討する。この

場合に事業者が負担する当該リスクの定量的な最大限度が、当該事業者の体力等の適切な範囲を超えると、事業者は当該事業創出を断念することになる<sup>3</sup>。新規 IT 事業を検討する際には、想定されるあらゆる法的リスクを分析することが必要である。そのため著作権拡大方向については、IT 事業創出を阻害しないように解釈の幅が狭くなるような法的ルールが必要である。

なお、中央サーバーの管理者やファイル交換ソフトの頒布者が公衆送信の主体とされたり幫助として不法行為責任を問われるか否かの主要な判断要素は、当該ファイル交換システムにつき著作権侵害以外の正当且つ経済的に合理的な用法が存在するか否かなので<sup>4</sup>、特許法 101 条の間接侵害における「特許の実施についてのみ使用される物の生産」が特許権侵害とされることと平行に検討することは、当該法的ルールを確立する為の有効な解決手段の 1 つになると思われる。

#### 【参考事例】

汎用的な利便性を持つ機器やインフラ等の提供を行えなくなる可能性が高まる（即、客体をコントロールできなければ、違法な利用だけを回避するということができず、結局汎用的な利便性を持つ機器等の提供自体を断念しなければならない）のは、事業者として困る。

例えば、中央サーバーの運用者自身が端末を提供する場合は、そのシステムを用いてなされた送信可能化行為の主体とされるという懸念が有る。又、自社提供のクライアントソフトないし端末でしかアクセスできないような情報通信関連サービス（例えば i モード等）が対象となる可能性が高くなるという懸念も出てくる。更には、自動翻訳サービスの様な汎用的なインフラは、当該サービス提供者を法的にセーフとすべきと考えられるが、当該セーフ/アウトの境目を決めるルールが、上記東京地裁決定では曖昧である。IT 関連の新規事業創出では、これらの中間に位置付けられるビジネスモデルが、時々登場する。

#### 【留意事項】

上記合法と違法の境目をどこに設定し、どの様に規定すべきかについては、立場に応じて幅が有り、異論も有る。しかし、何れにしても今後の技術の発展に配慮し、 balan

---

<sup>3</sup> 例えば、機械翻訳サービス事業を創出する場合には、たとえ著作権侵害となる翻訳を行うユーザーが出現しても、当該事業者は著作権侵害行為主体とはみなされないという法的ルールが必要である。さもないと、当該事業創出の法的リスクが過大で当該事業創出は阻害されることになる。

<sup>4</sup> 現在の IT 社会はクライアント・サーバー方式が中心であるが、近い将来 PtoP 方式中心のシステムに移行する可能性が高いと考えられる。そして、匿名性と違法行為検知を重視したコンテンツ・ファイルの分散ストレージ管理により、コピー禁止ではなくコピーさせてユーザーの利用を管理して儲けるビジネスモデルが主流になると考えられる。したがって、このような正当且つ経済的に合理的な用法が存在する将来有望な PtoP システムのサービス提供を、悪意のユーザーによる著作権侵害行為の出現により違法とすることは、IT の発展を阻害することになると考えられる。



スが取れて弊害も無い適切な境目を、明確化する法的ルールを確立する必要がある。

## 2. アクセスプロバイダーに対する発信者情報開示請求の実効性欠如に対する解決方向

### 【提言】

アクセスプロバイダーに対する発信者情報開示請求は、必ずしも有効に機能しない場合がある。当該実効性欠如に対する中長期的に建設的な解決方向としては、次の何れかが望ましいと考えられる。

権利行使側が技術的手段で解決する。

(日本では当面は実現困難だが、) 発信者(アップロード者)不明でも、ファイル交換ソフトを用いてアップロードされた違法ソフトに対する差止仮処分が、(アクセスプロバイダーのリスク負担ではなく) 権利行使側のリスク負担で実現出来る様な法的仕組みを整備する。<sup>5</sup>

### 【考え方】

ファイル交換ソフトに用いられている技術は素晴らしいものであり、その開発および推進は大いに進めるべきである。しかし、権利行使の立場からは、当該技術を、法令に違反するような形で使用し、その技術自体が否定されたり、またその存在が危うくなることは許されてはならない。

このような現状において、権利行使の立場からは以下のように考えられる。

#### 1. アクセスプロバイダーに対する発信者情報開示請求

匿名性の前提がなくなれば、PtoP ファイル交換ソフトを悪用する者も少なくなると考えられる。Bearshare では、ユーザーID として IP アドレスが公開されており、その IP アドレスとタイムスタンプ( IP アドレスが公開されている時の時間)があれば、当該 IP アドレスを割り当てているアクセスプロバイダーにて、その割り当てられたユーザーを特定することは可能である。プロバイダー責任制限法にもとづき、アクセスプロバイダーが発信者の情報開示を行うことが、最善の、また今考えられる唯一の対策であろうと考える。

#### 2. セキュリティの観点からのメッセージの必要性

ファイル交換ネットワークを標的としたウイルスが現在増加しており、そのネットワークが、破壊的なウイルスやワームの感染を広げる格好の土壌となりつつある。

<sup>5</sup> 現在、裁判所は被告氏名不詳の差止仮処分請求を受付けてはいない。しかし、技術的にはアクセスプロバイダーはアップロードされた違法コンテンツを削除したり、当該送信者の回線接続を停止したりすることが可能な場合が多い。したがって、権利行使側が裁判所に納める担保金を前提として、裁判所の命令による当該差止仮処分の執行をアクセスプロバイダーが実施できるような法的仕組みが実現すれば、実効性が期待できると考えられる。なお、アクセスプロバイダーが差止仮処分判断に従って執行を実施するには、様々な調査 作業が必要となり、コストが発生する。それらは最終的に発信者の行為が権利侵害であることが確定されれば当該発信者が負担すべきだが、差止仮処分段階では権利行使側が負担すべきと考えられる。

現在、企業、学校、および図書館などの公共機関のネットワークからファイル交換ソフトを使用していると思われるユーザーが多々見受けられるが、ネットワークセキュリティがコーポレートガバナンス上また社会生活上重要な問題であり、また、このファイル交換ソフト提供者の責任を問うことが現状困難である現在、個人のファイル交換ソフトの悪用を是正していくことに加え、企業、学校、および図書館などの公共機関という「公共の場」においてセキュリティ上のリスクがあるということを、速やかに社会に認知させていく必要があると考える。

一方、上記現状と立場に対し、アクセスプロバイダーの立場からは以下の様に、発信者情報開示請求の実効性が、欠如していると考えられる。アクセスプロバイダーに対する発信者情報開示請求による対策は、（インターネット・カフェ等の）公衆使用のIPアドレスを経由した場合や第三者を踏み台にしてアクセスする場合、ログが不正に書き換えられる可能性等を鑑みると、実質的にはユーザーを特定できないケースが大半を占め、技術的には必ずしも実効性が無くなってしまいうだろう。

アクセスプロバイダーは発信者情報開示について、常に当該発信者からの訴訟リスクを有するため一般に消極的になりがちである。しかし、裁判所は被告氏名不詳でも差止仮処分請求を受付けるようにし、権利行使する側が裁判所に納める担保金をもって、権利行使側敗訴の判決が出されたときにアクセスプロバイダーが負う損害賠償リスクを実質的に肩代わりすることを前提として、アクセスプロバイダーが裁判所の命令による当該差止仮処分の代替執行を実施できるような制度を実現することが望ましい。

更に、権利行使する側は、本来は技術的手段を講じて（当該技術開発費を負担して）、自ら当該ソフトを守るべきである。当該技術的手段のイタチゴッコに敗れた不始末により生じた負担を、アクセスプロバイダーや当該結果として値上がりした使用料を負担するユーザー達に負わせることは、結果的にIT振興が阻害される懸念がある。

当該問題を検討する場合には、権利行使の立場と利用者側の立場（利便性等）とのバランス感覚が大切である。更に、IT振興が阻害される様では、権利行使の立場での将来の収益も減ってしまう恐れがある。

従って、上記双方の立場を勘案した上で、バランスの取れた中長期的に建設的な解決方向としては、上記提言の 又は が望ましいと考えられる。

なお、コンテンツの暗号化は、違法コピー防止に向けた有力な手段である。更に、今後の技術進展により、PtoPによる著作物の違法コピーの送信元を探ることが技術的に可能になれば、これとプロバイダー責任法上の発信者情報開示請求権を使って、公衆送信をしたユーザーを発見できる。仮にPtoP著作物の公衆送信を行っている者が利用者のうち比較的少数であるとすれば、著作権侵害は刑事罰の対象であり、送信者の特定は違法

コピー防止に向けた有力な手段になると思われる。

**【参考事例】**

マイクロソフトは、日本において、WinMX と Bearshare ( Gnutella 系 ) にて毎日定点観測を行い、WinMX ユーザーに対しては、通知活動を中心とした権利行使活動を行っている ( 2002 年 1 月 7 月累計で通知数 32,536 通/2002 年 5 月 7 月累計で違法品と思われるアップロード数 154,340 数 )。WinMX では、マイクロソフト製品そのものが交換され、Gnutella では、マイクロソフト製品のライセンス認証を回避することを目的としたプログラム等が交換されている傾向が見受けられる。このように悪用されるひとつの要因としては、ファイル交換ソフトの匿名性があげられるが、たとえ匿名性という特徴があるとしても、WinMX では、悪意性がない、また出来心で参加しているであろうユーザーに対しては通知を行うことで、最低限その悪用の抑制を促すことができる。しかし、Bearshare のユーザーには通知を行うこともできず、現状手立てがない。また、この 2 つのファイル交換ソフト提供者は日本国外の企業であり、またファイルログのようにファイルリストを作成し管理しているわけでもない。

### 1.1.5 データベース保護

#### データベース保護

情報技術の進歩とともにデータベースの構築が容易になりさまざまな分野でその普及と利用が進んでいる。またネットワーク利用の拡大によってその流通が一層進むものと考えられるがこのような環境に鑑み著作権者と利用者の権利義務を明確にしておく必要がある。著作権法によって保護される創作性のあるデータベースとは、どのような要件を満たすものか。また、創作性のないデータベースについてはどのように保護されうるか（翼システム事件（東京地裁平成13年4月中間判決参照））。

上記に関し、以下の論点につき検討を行った結果、ECOMとして以下のとおり提言する。

#### 【提言】

著作権法で保護される、創作性のあるデータベースとして認められる要件について、個別具体的な事例における判断基準にはかなり難しいものがあり、判例の集積を待つ必要があり、他方、急速なデータベース（またはデータベースビジネス）の拡大が認められる現状に照らせば、立法的な基準の確定が望まれる。

著作権法の保護が及ばない、創作性の認められないデータベースに関しても、データベースビジネスの拡大が認められる現状に照らして、収集データに関する何らかの法的保護が認められてしかるべきであり、その範囲と程度に関して、下記に挙げるような措置が望まれる。

刑事法上、データベースをはじめとする情報窃盗を規定すること。

不正競争防止法の適用、あるいはEUディレクティブで規定されている、スイ・ジュネリス(*sui generis*)権（著作権の対象か否かを問わず、実質的投資のあるデータベースの作成者に、差止請求権を認める権利）を導入するなどして差止請求を認めること。なお差止請求の要件や権利の保護期間等についてはECOM内でも議論の途中であり、そのあり方についての合意はまだない。

e-Japan計画の一環として、政府・自治体の有するコンテンツに関しては、政府・自治体がそれらをデータベース化して公開することにより、データベースを巡る法的争いの可能性を少なくすること。

#### 【考え方】

##### (1) 創作性のあるデータベースの要件

現状、素材の選択、配列、表示などについての編集著作物としての創作性が全くないデータベースというのは非常に稀なケースと考えられる。具体的には、以下の要件を満たすものは、創作性のあるデータベースとして著作権法により保護される

と考えられる。

- データの取舍選択に独自性が認められるもの
- 検索システム、キーワードの設定、データベースの階層構造などの体系的構成  
タウンページデータベースは、職業分類体系を採用しているため体系的構成に  
著作権性が認められている（判例時報1714号128ページ）。

しかし、今日、データベースソフトや、検索エンジンが一般的に用いられること  
によって、上記の要件に掲げられるような独自性や体系性はデータベース一般にお  
いて共通のものになりつつあり、判断基準としてさほど明確であるようには思えな  
い。それはまた、データベースビジネスが他者の著作権を侵害しているか否かに確  
信がもてないという問題にもつながる。

したがって、現状の記述が可能であるとしても、問題の解決に直接つながるもの  
でなく、総合的な検討が要請される。

## (2) 創作性のないデータベースの法的保護

一方、創作性のないデータベースとしては、電話番号や郵便番号を単純に並べ  
たデータベース、自動車の型式データのマスターや薬のマスターなど全ての製品  
のデータを網羅的に収集して単純に並べたようなもの、が挙げられる。このような  
創作性のないデータベースは、絶対数は少ないが、網羅的であるが故に作成コスト  
も高く経済的価値も高いケースが多いが、情報収集と入力のコストが保護されない  
ことが問題となる。

但し、著作権法上いわゆる「額に汗」は保護対象とされないのが一般的であり、  
著作権の保護が与えられないデータベースに著作権と同等の保護を与えるためには、  
明確な根拠が必要である。

データベースといっても、パッケージその他のオフラインで提供されるものと、  
オンラインで提供されるものがあるが、両者をデータベースという統一的視点か  
ら、検討することとする。

創作性のないデータベースの法的保護について考えられる可能性は、現行法では、  
データベースの提供者とユーザーとの間に、有償と無償とを問わず、何らかの  
契約関係がある場合には、契約法上の権利義務があり、これによる法的保護が  
考えられる。

契約関係にない場合には、データベースの不正利用に関して、

- a 有償のデータベースであっても、民法703条の不当利得が成立するかどうかには  
疑いがある。
- b オンラインのデータベースで、ユーザーが不正なアクセス方法による場合に  
は、不正アクセス禁止法の適用される可能性がある。但し、データベースそ  
のものの直接の保護には当たらない。

c 民法709条の不法行為に該当する可能性がある。

但し、次のような問題点がある。

- i そこで保護される権利は何か。
- ii 損害賠償額の算定基準をどうするか。
- iii 一般に不法行為では、公害訴訟や名誉毀損事件等以外には、差止請求は認められていないが、不正使用の態様として、データベースが他者により頒布ないし公開されるような場合には、差止請求が認められなくてよいか。

また、不正競争防止法上、営業主体の出所混同を生じさせる場合には、同法2条1項1号が適用される可能性がある。

適用除外事例としては、

- a 著作権が認められる場合であっても、専ら自己の利用に供するための複製は認められているので、契約関係にある場合には、創作性のないデータベースの場合にも、自己利用のための複製は認められると考えるべきである。
- b 図書館等の公的な使用貸借につきデータベース提供者の同意ある場合には、非営利の科学・研究・教育目的での利用者はデータベース提供者の権利を侵害するものではない。

以上の法状況を踏まえて、現状でのデータベース提供者の実務上の対応としては、契約関係にない相手方に対する方策として、民法709条の立証のため、

透かし技術など出所が明らかになるような技術を施す。データベースにわざとトラップとして事実と異なるデータを様々な箇所に密かに埋め込んでおき、他人がコピーしたら判るようにしておく。

データベース開発の過程やそれに投入した人手につき、業務日報などを毎日記録して、保存しておく。

等の手段により、そのデータは自己が収集したものであることの立証に備える程度の方策しかない現状である。ただし、損害回復のためのコストも決して少なくないと思われる。

したがって、創作性のないデータベースに法的保護を与えるのであれば、要件および保護範囲・程度を明確化することが要請される。

EUでは、著作権が認められるか否かにかかわらず、一定の要件を満たすデータベースにスイ・ジュネリス (*sui generis*) 権と称する権利を付与して法的保護を与えるディレクティブを1996年に制定している(Directive 96/9/EC of the European Parliament and of the Council of 11 March 1996 on the legal protection of databases)。 (末尾に、要点となる条文の翻訳を示す。)

知的所有権関係法の国際的協調の観点からは、そのような権利の導入も検討され

なくてはならないといえるが、わが国の既存の法制度の前提とは異なる発想に基づくものであると考えられるので、次に掲げるような要件ないし前提をすべて容認する事が必要となる。(細部については別段の規定が可能な部分もあるかもしれないが、EU ディレクティブを基盤にして記述する。)

データベースの保護に関して、著作権の保護対象であるか否かを問わない。

データベースの作成に関する投資を保護対象とする。

データベースの作成者の権利を保護する。(データベースの提供者の場合には、作成者からの権利移転等を根拠とすることになる。)

救済方法として、差止請求が認められること。(損害賠償に関する規定がないので、スイ・ジュネリス権では、差し止め請求権のみ規定される。従って、不法行為その他の請求権については既存の法に拠ると解される。)

権利保護期間につき、

- データベース完成期を始期とする。
- 公衆に提供されるデータベースの場合には提供日を始期とする。
- データベースが相当な投資により更新される場合には、その提供日が始期となる。
- それぞれの始期の次の1月1日から15年間は権利保護期間。

適用除外として、非営利的な教育・科学研究等の目的、または行政・司法手続等の公共目的のためには権利者の許諾なしで利用可能。

以上は、電子的データベースであると否とを問わず適用される。

非電子的データベースに関しては、非営利的な私的目的のためには複写自由。

ただ EU は 著作権の保護対象(創作性の有無)の基準自体が、わが国とは異なり厳しいとの指摘もあり、国際的協調はことデータベース保護だけの問題ではないことには留意すべきである。また、上記の前提条件は、一見して新たな権利を創設するものであるため、十分な議論を必要とすると思われる。

以上を踏まえて、比較的穏やかな当面の解決策として、現行法の修正ないし拡張の可能性を示す。また、仮にスイ・ジュネリス権が規定されても、現行法上の救済方法は、それを排除するよう規定されなければ存続すると考えられるので、以下のような手当てはいずれ必要となると思われる。

考えられる立法的措置としては次のようなものがある。一体のものでなく、選択的に手当てが可能である。

刑事法上の措置であるが、情報窃盗罪(オンライン、および/または、オフライン)を規定する。

不正競争防止法

- a 不正競争防止法2条1項3号における出所混同を生じさせる基準として、データ

ベースの重要な部分の全部または一部の流用（デッド・コピー、または模倣）であることを明示する。（但し、重要な部分の判断基準を明示的に規定することは困難であり、司法的判断の対象とせざるを得ない）。

- b 従来、無体物には適用されないとされている商品形態等の模倣行為（不正競争防止法2条1項3号）をデータベースにも適用あるものとする。

### (3) 政府・自治体による申請処理の電子化とデータベース公開推進

民間の創作性のない商用データベースに関して、基盤となるコンテンツが公共性を有するような場合には、e-Japan ないし政府・自治体によるデータベース化が実現すれば、法的問題は発生しないという指摘がある。確かに、国民経済的に見て効率的であり、情報の公開性にも即している。

e-Japan ないし政府・自治体によるデータベース化が実現すれば、法的問題は発生しないという指摘がある。確かに、国民経済的に見て効率的であり、情報の公開性にも即している。

課題があるとすると、

政府・自治体がコストを負担できるか。

いかなるデータを電子化するかの判断基準。例えば、一人でも希望する場合にはデータベース化するのか。

データベースを作成する民間業者の参入を排除するのか。

国民に対する適正なデータベース利用手数料はいくらか。

データベース自体に著作権が認められるか否か。国民に対しては著作権フリーということでも、国外に対してそれでよいか。

創作性のないデータベースである場合に、法的保護は一切なしでよいか。例えば、そのデータベースを組み込んだシステムを構築・販売等する民間業者は違法でないか。

等々の課題はある。上記は例に過ぎないが、それぞれ独立の課題でなく、関連しあっている問題であり、必ずしも、電子的データベースに限らず、データベース保護一般の問題として解決が要請される問題である。

### (参考) EUディレクティブにおいて、スイ・ジュネリス権について。

\* 権利者・保護法益

「コンテンツの取得、真正確認または表示のいずれかに量的または／および質的に実質的な投資が為されたデータベースの作成者(maker)の、当該データベースのコンテンツの量的または／および質的に評価して実質的部分または全部を抜き取る行為(extraction)および再利用する行為(re-utilization)を差し止める権利」(7条1項)を規定する。

ここで「抜き取り」とは「データベースのコンテンツの全部または実質的部分を、永続的または一時的に、いかなる手段または方式にせよ、別の媒体に移転することを意味」し(7条2項a号)、「再利用」とは、「データベースのコンテンツの全部または実質的部分を、複製の頒布、賃貸借、オンラインまたはその他の伝達方式により、公衆に利用可能とするいかなる方式を意味し、」「権利者による、またはその同意による、域内におけるデータベースの複製の第一次販売は、域内における当該複



製の再販売を支配する権利を消尽し、」「公衆への使用貸借は抜き取りまたは再利用行為に当たらない」(7条2項b号)。

スイ・ジュネリス権はライセンス契約により移転、譲渡または付与可能である(7条3項)。

\* 権利制限

「いかなる方法にせよ公衆に利用可能とされているデータベースの作成者は、当該データベースの適法なユーザーが、そのコンテンツの量的または/および質的に実質的でない部分をいかなる目的であれ抜き出したり/および再利用することを差し止め出来ない(8条1項)。」但し、「いかなる方法にせよ公衆に利用可能とされているデータベースの適法なユーザーは、当該データベースの通常の使用に抵触し、または作成者の正当な権利を不合理に害する行為を行うこと(8条2項)」、または「当該データベースに含まれる作品または主題に関して、著作権または関連する権利保持者を害すること(8条3項)」はできない。

また、「いかなる方法にせよ公衆に利用可能とされているデータベースの適法なユーザーがそのコンテンツの実質的な部分を、(a)非電子的データベースのコンテンツの私的目的での抜き出しの場合、(b)出典を示して、かつ非営利的目的が正当化される範囲において、教育または科学研究のための例証目的での抜き出しの場合、(c)公衆の安全、または行政もしくは司法手続の目的での抜き出しまたは/および再利用の場合、作成者の承認なしに、抜き出したり再利用することができる、と加盟国は規定することが出来る(9条)。」

\* 保護期間

スイ・ジュネリス権は「そのデータベースの作成完了日から起算され」、「作成完了日の次の1月1日から15年で満了する(10条1項)。」「第1項の期間満了日以前にいかなる方法にせよ公衆に利用可能とされているデータベースの場合には、はじめに公衆に利用可能とされた日の次の1月1日から15年で当該保護期間が満了する(10条2項)。」「継続的追加、削除改変から生じる実質的変更のように、データベースのコンテンツへの量的または質的に実質的であると評価できる変更で、データベースにもたらされた量的または質的に実質的であると評価できる新たな投資であると考えられるものは、その投資から生じたデータベースにそれ独自の保護期間を与えうる(10条3項)。」

### 1.1.6 現準則に対する修正意見

準則ドラフト全般について、検討を行った結果、ECOM として以下の意見を申し述べる。

#### (1) 全体についての修正意見

準則の読者を、電子商取引およびその法的側面に知見を持った人達と想定するのであれば、現在の内容はまだ基本的な事項を網羅したのみで、深部についての情報に欠けている。一方、一般人を読者と想定するのであれば、問題提起を掲げる前に、その対象とする電子商取引のモデルを掲げ、わかりやすさを追及すべきである。また、表現においても、「当該」、「原則として」、「・・・等」の語が頻繁に用いられているが、このような正確性を目的に挿入された語により、逆に一般人には読みにくい文章となっている嫌いがある。今後、準則をより実用に即したものとしていくためには、準則の想定読者を明確にした上で、内容、表現についてより一層工夫を行う必要がある。

また、論点の説明の仕方について、単に諸説の中から経済産業省の立場を示した箇所と、それがガイドラインにまで高められている箇所とが混在していて、利用者からみた場合の準拠すべきレベルの違いがわかりにくくなっているため、参照しているガイドラインの性質、及びそれを準則の作成にあたってどのように考慮しているのかについても触れておく必要があるのではないか。

#### (2) 個別項目に関する修正意見

はじめに

- 「はじめに」で書かれている内容は、準則を利用する前提条件となるので、むしろ本文として扱うべきではないか。読ませるためには、目次の後に持ってくるなどの工夫が必要である。

### 第1．オンライン取引

#### 1．契約手法に関する問題

##### (1) 契約の成立時期（電子承諾通知の到達）

- 3 ページ『2.「到達」の意義』では、電磁的方法による意思表示一般について論じているので、申込みについて記述するのが原則ではないか。少なくとも、申込みについても触れるべきである。
- 3 ページ『2.「到達」の意義』下 2 行において、「他方、承諾通知が一旦記録された後に何らかの事情で消失した場合、記録された時点で通知は到達しているものと解される。」とあるが、サーバーは第三者のコントロールのもとにあるので、意思表示の到達については、帰責事由をもう少し詳しく論じた方がよい。

##### (2) なりすましによる意思表示の当事者でない者への効果帰属

- 問題点として、「i)なりすまされた本人と販売店（売主）との間の法律関係、すなわち、なりすまされた本人と売主との間の契約が成立しているかどうかと、ii)なりすまされた本人と決済機関（カード会社・銀行）との間の法律関係、すなわち、決済機関はなりすまされた本人に代金の支払い請求をすることができるか（またはなりすました者の指示に従ってなされた振込は有効か）」が挙げられているが、記載の観点がそれぞれ異なっているので、成立している法律関係の観点からか、発生する請求権の観点からか統一した方がよい。
- 5 ページ『i)本人と売主との関係の間の売買契約は成立するか』の(ア)について、本人と売主との売買契約の成立に関して外観の存在や相手方の善意無過失等の要件を満たせば表見代理の規定を類推適用して契約が成立する場合があるとされているが、なりすましは電子商取引において当然に想定されるリスクである。また、最終 4 行において成立する場合の要件が挙げられているが、売主側の「善意無過失」が認定されるケースとして具体的にどのようなものが考えられるのか。考えられないのであれば、「しかし・・・」以降を削除したほうがよい。
- 6 ページ『ii)本人と決済機関との関係』について、i)とタイトルのつけ方を統一的に書いたほうがよいのではないかと、「成立するか」という疑問文方式で書くなら、それで統一するほうがわかりやすい。また、本人と決済機関の関係は、本人と販売店の関係にリンクする点もあるが、その点はどうか考慮されているのか？
- 7~9 ページの各図において当事者の関係を示しているが、ここでは各当事者間の法律関係を図示したほうが理解を深める助けとなる。
- 10 ページ『(1)名義を冒用された者と販売店（売主）との間の法律関係 ア)原則（事前合意がない場合）』において、表見代理制度とその類推について、それぞれの基本的事項についてまず説明しないと、本則と類推との違いがわかりにくい。また、同段落 4 行目の内容については、一定の要件の下では、代理権のない者が代理人として行った行為についても、本人への効果帰属が認められている旨を明示したほうがよい。
- 11 ページ『イ)事前合意がある場合』第 2 段落では、セキュリティレベルの問題と消費者特有の問題（B to C）の問題が同時に論じられているので、個別の問題点ごとに整理した方が明確になる。
- 13 ページ『3.インターネットバンキングにおける問題(1)事前合意がない場合』についての記述があるが、なりすましと準占有者への弁済は別の法理ではないか。

### (3) なりすましを生じた場合の認証機関の責任

- 15 ページ『i)原則：不法行為責任』において、不十分な本人確認について例示（「例えば偽造が容易な証明書のみを用いて本人確認する場合」等）し、偽造されやすい証明書等のみを用いて本人確認する場合は、「本人確認が不十分であること」に

該当することを明記すべきである。

## 2. 新たな取引の発展に伴う問題

### (1) 電子商店街（サイバーモール）運営者の責任

- 電子商店運営者に名板貸人の責任が類推適用される場合があるとされているが、そのような責任を認定される場合について、判例を参照して具体的（ガイドラインとして）に示したほうが EC ビジネス推進の助けとなる（例えば、「サイバーショップの営業への関与の程度」について、（例えば売上金の収納代行、明示もしくは黙示の商号の使用許諾、など）等例示する）。

## 3. 消費者保護

- 業者の努力義務として、メールを返す、または「確認画面をファイルに保存する」指示をする必要があることを明示する旨を記載すべきではないか。

### (1) 消費者の操作ミスによる錯誤

- 23 ページ『【論点】』で、事業者側が確認措置を設けていれば、消費者に重大な過失があった場合、契約成立を主張できるとあるが、無効の主張を排除することはできないのではないか。主張立証責任について誤解を招く可能性がある。
- 24 ページ『【説明】 1. 錯誤無効の特例措置』では、民法の原則・例外が、2回ひっくり返されることになるので、まず、民法の規定の仕方から順に説明していかないとわかりにくい。特にこうした論点については、条文を明記し説明を行う必要がある。

### (3) ウェブ上の広告表示の適正化

- 33 ページ以降、ア) 景品表示法による規制、イ) 特定商取引法による規制について記述されているが、消費者契約法上の問題も生じうることをどこかで言及すべきではないか。

## 1.2 下期討議の主要テーマと意見集約方向

平成 14 年度下期には、従来行ってきた「電子商取引等に関する準則」の領域に留まらず討議テーマの範囲を電子商取引全般に拡大、10 テーマを設定してネット討議を行っている（検討テーマについては表 1-2 参照）。これらのテーマについてはまだ議論の途中でありさらに討議を尽くした上で法制度改正につなげていきたいと考えているが、ここでは主要なもの（表 1-2 太字テーマ）について現時点での考え方（結論案）を紹介する。

表 1-2 平成 14 年度下期検討テーマ 一覧

テーマ	内容
<b>（国内）裁判管轄合意・仲裁合意ルール</b>	現行法では非書面での合意は無効とされているがこれはペーパレスを前提とする EC を推進する上で障害になると思われる。ネットでの合意の必要性・有効性を検討、法改正を提言
情報財のライセンス契約に伴うベンダ・ユーザー間の権利義務問題	ライセンス契約満了時におけるユーザの情報財消去義務・保有条件などベンダ・ユーザー間の当該情報財取扱いに関する権利義務関係のさらなる整理と合意形成
<b>非物財のオンライン納品(サービス財の予約確認通知を含む)にかかわる取引ルール</b>	映画、楽曲、ソフトウェア等のネットでの納品あるいは各種サービス財（イベント、ホテル、航空券等の予約完了通知に関する基本的な取引ルールとダウンロード失敗時、著作権関連、返品・解約時等の具体的なケースについて当事者間責任問題を整理・明確化
<b>インターネット・オークションを取りまく諸問題</b>	著名人名義を借用した事業者によるオークション参加など、急成長を続けるインターネット・オークションにはいろんな動きが出現する。市場の健全な発展に向けて必要な法整備・法解釈を提言
<b>認証制度の基本運用ルール</b>	民間による認証制度について新たに想定される問題（秘密鍵紛失、キーリカバリなど）について当事者間の責任分担を明確化
<b>電子公証サービスの基本運用ルール</b>	民間公証サービスにかかわる法的問題の抽出・整理と自主ルールについての合意形成、当事者間の責任分担を明確化
セキュリティ管理に関わる当事者間責任分担ルール	セキュリティ対策に関する契約・約款の法的効力の有効性検討と各種トラブル発生時の当事者間責任分担、刑事責任範囲の明確化
EC 市場拡大に向けた規制緩和	ネット取引を推進していく上での制約・障害（業法等）の洗い出しや無店舗販売規制の見直し等を通じて電子商取引分野の拡大に向けた規制緩和分野を検討し提言
情報窃取に対する処罰ルール	不正アクセスについての処罰ルールがあるが電子データの窃取については定めがない。電子データの不正コピーおよびその持ち出し抑止のための処罰ルールの枠組みを検討、法制化を提言
準拠法・国際裁判管轄権	ネット国際取引の普及に伴いそれに関わるビジネス上の意思決定を迫られるケースが増えている。基本的な対応について考え方を整理しそのあり方について提言

### 1.2.1 管轄合意・仲裁合意ルール

#### 【検討事項1】管轄合意・仲裁合意ルール

現行法では非書面での合意は無効とされているが、これはペーパーレスを前提とするECを推進する上で障害になると思われる。ネットでの合意の必要性・有効性を検討する。

#### 【論点】(裁判管轄合意・仲裁合意の有効性)

現行民事訴訟法上、非書面での管轄合意は無効とされているので、オンライン契約中の管轄合意条項は無効と解される(準則の見解)。しかしネットでの管轄合意が、たとえ当該成立を推定する為に必要な挙証がなされても、一切効力を認めないという法的ルールでは、ペーパーレスを前提とする電子商取引を推進する上で障害になる。どのようにネットでの管轄合意の有効性を確保し、また偽造問題に対応するか。

#### 【考え方】

現在、非書面での管轄合意を無効としている民事訴訟法を改正し電磁的方法による管轄合意を必ずしも無効とはならないようにする。しかし電子署名の利用については暗号技術の脆弱性を考慮する必要があるので、長期間に亘りより高い信頼性が期待できる電子公証の活用を考えることが重要である。それを前提として、法的制度設計を考える必要があり、具体的には次の様な、裁判管轄合意・仲裁合意の有効性に係る法的ルールを確立すべきである。

.....<< 法的ルールの提言 >>.....

・ 裁判所への当該記録媒体の提出により、裁判所は有効と推量し、受理して訴訟手続に入る。但し、当該記録媒体が印章を有する紙媒体でない場合は、当該有効性の挙証責任は転換しない。

・ 上記の但書に拘らず、電子公証の当該証明(公証機関の保管による内容証明及び時刻証明)<sup>6</sup>を伴う場合は、挙証責任が転換する。

.....  
.....

#### 2. 当該法的ルールを実現するための法改正の実現方法(立法テクニク)

エンフォースメントを勘案した上で、上記法的ルールを適切に確立するためには、立法措置によるほかはないと考えられる。そして具体的には、民訴法第11条及び電子署名法第3条を、例えば次の様に法改正すべきだと考えられる。

.....<< 法改正案の提言 >>.....

<< 民訴法第11条改正案 >>

( 管轄の合意 )

第11条 当事者は、第一審に限り、合意により管轄裁判所を定めることができる。

前項の合意は、一定の法律関係に基づく訴えに関し、かつ、書面又は電磁的記録（電子的方式、磁気的方式その他人の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録であって、電子計算機による情報処理の用に供されるものをいう。）でなければ、その効力を生じない。

前項の規定は、仲裁合意についても準用する。

附則

( 施行期日 )

第1条 この法律は、公布の日から起算して五月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、第11条第2項及び第3項の規定は、平成十三年四月一日まで遡及して適用する。

<< 電子署名法第3条改正案 >>

第3条 電磁的記録であって情報を表すために作成されたもの（公務員が職務上作成したものを除く。）は、当該電磁的記録に記録された情報について本人による電子署名（これを行うために必要な符号及び物件を適正に管理することにより、本人だけが行うことができることとなるものに限る。）が行われているときは、真正に成立したものと推定する。

2 管轄裁判所の合意は、本人によることの電子公証での適切な証明（公証機関の記録保管による内容証明及び時刻証明）を伴う場合は、真正に成立したものと推定する。但し、前項の規定の如何に拘らず、適切な電子署名を伴うのみでは、必ずしも当該合意が真正に成立したとは推定しない。

3 前項の規定は、仲裁合意についても準用する。

附則

( 施行期日 )

第1条 この法律は、公布の日から起算して五月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、第3条第2項及び第3項の規定は、平成十三年四月一日まで遡及して適用する。

.....  
.....

## 1.2.2 非物財のオンライン納品（サービス財の予約確認通知を含む）にかかわる取引ルール

### 【検討事項2】 非物財のオンライン納品（サービス財の予約確認通知を含む）にかかわる取引ルール

コンピュータソフトウェアや映画、楽曲に代表される非物財の納品は必ずしも物流システムを必要とするものでなく通信手段で代替が可能であることからECに最適の商品といえよう。このようなオンライン納品という新しいビジネス形態には新たな取引ルールが必要と思われるが、どのようなルールが必要か。

本検討事項については具体的に下記の論点を挙げそれぞれについて考え方（結論案）を検討している。

#### 【論点1】（中途解約時の返金ルール）

一定期間の定期購入の代金を全額前払いさせるサブスクリプション契約において、期間終了前に定期購入の中止を求める消費者に対して、残余期間に相当する代金の返金を認めない契約は有効か。

#### 【考え方】

消費者の帰責事由によりサブスクリプションのキャンセル又は解約がなされる場合、残存期間について按分清算することが、どこまでベンダーに求められるかが問題である。サブスクリプション契約に明示されていることを条件として、例えば、1年間の料金を一括前払いしていた場合に、残存期間によっては、返金しなくとも消費者契約法第10条により無効とされないことも考えられる。

#### 【論点2】（ダウンロード失敗時の契約の効力）

情報財のダウンロードに失敗した場合に、失敗についての帰責事由が消費者側にあるとき（ダウンロードの方法に関する指示に従わないなど）の契約の効力はどうなるか。

#### 【考え方】

ダウンロードの方法に関する指示が誤解を与えるものではない限り、契約の効力に影響を及ぼすことはないと考えられる。ただし、一定期間再ダウンロードを可能とするものとしなくてはならない。

#### 【論点3】（ライセンス契約に同意したと見なされる画面表示）

ライセンス契約に同意したものと認められ返金はできないとされる画面上の表示としては、どのような方法がありうるか。例えば、長大な契約条項において、最後までスクロールしないと同意ボタンをクリックできないような構造とした場合のほかに、どのような構造が許されるか。



### 【考え方】

電子商取引におけるライセンス契約の表示については、機器により様々な表示方法がありうる。この点、準則は、デスクトップタイプのコンピュータを念頭において論じているものと考えられるが、準則における基準をすべてのサイトや機器に当てはめることには無理がある。すなわち、使用する機器やシステムによっては、ライセンス契約を最後までスクロールさせたりすることが消費者にとって大きな負担を強いることとなる場合がありうる。

契約条項を見る機会が明示的に付与されている限り、必ずしも長大な契約条項の最後までスクロールさせなくとも、同意の効力について、消費者の自己責任を認めてよいのではないか。電子商取引を利用する消費者の実際の利便性も考えれば、同意ボタンの配置や画面表示等の設計を厳格に制限することは再検討されてよい。

### 【論点 4】(メール受信を義務とする契約の有効性)

一定の広告メールを受信することがオンラインによる情報財提供の契約内容となっている場合において、当該契約を解約するしか広告メールの受信を拒否する手段がないようにすることは、問題ないか。

### 【考え方】

単に契約上の問題とも考えられるが、迷惑メールに対する規制法の一方的に大量に送付されるメールを防止するとの観点等からは、別の考え方はできないか。

### 【論点 5】(消費者の利益を害する条項)

消費者契約法第 10 条に違反する「消費者の利益を一方的に害する条項」とは、具体的にどのような例があるか。

### 【考え方】

電子商取引に適した取引方法を考慮して、消費者とベンダーの双方の調整が望まれる。例えば、以下のような場合は、どのように判断されるであろうか。

ベンダーから消費者への通知をウェブサイトその他の電子的方法に限定すること。

第三者からのユーザーの契約違反、倫理規定違反の報告に基づいて、一方的にベンダーが当該ユーザーに対して適切と判断する措置を取ること。

消費者によるクレーム等の権利行使の期間を一定期間に限定すること。

### 1.2.3 インターネット・オークションをとりまく諸問題

#### 【検討事項3】インターネット・オークションをとりまく諸問題

多くの消費者が販売者として（もちろん購入者としても）取引に参加できるオークションはインターネットという稀代のメディアを得て急成長している。しかしながら一方で匿名性、遠隔性などの特性から多くのトラブルを生んでいることも見逃せない事実である。安全、安心な市場形成にどんな取引ルールが必要か。

本検討事項については利用者のトラブル事例を想定しいくつかの論点を挙げ、それぞれについて下記のような考え方（結論案）を検討している。

#### 【論点1】（盗品等の出品への対応について）

改正古物営業法は、盗品等の取引防止の観点から、インターネット・オークション事業者（古物競りあつせん事業者）に対して、出品者の身元確認の努力義務、盗品等の疑いのある古物の申告義務、及び記録保存の努力義務を課しており、また警察の照会に対する報告義務も定めている。従って、盗品等の出品との関係ではストレートに改正古物営業法の課している各種努力義務の具体的な内容を検討する作業が必要となる。

#### 【考え方】

まず身元確認の努力義務については、出品料が有料の場合には銀行口座やクレジットカードなどの代金決済手段を通じた身元確認が可能である。しかし、無料オークションについては、代金決済を通じた確認は不可能であるし、本人限定郵便での身元確認などもコスト的に難しいであろう。このような場合には、出品者本人に自己申告をさせ且つ電子メールアドレス（無償アドレス以外のもの）で確認する程度の確認方法で妥協せざるを得ない。

次に、盗品等の疑いのある古物の申告義務についてであるが、これについては古物競りあつせん業者に古物商に対する品触れ制度が適用されないことを考慮する必要がある。

盗品等の出品の削除は、出品者である犯人に盗品等であったことが露見したと知らせる効果があることから、盗品等については捜査機関や被害者と協議の上で対応することになる。

#### 【論点2】（海賊版、ライセンス違反品などの知的財産権を侵害する不正出品への対応）

インターネット・オークションを舞台にした不正の一つの典型は、ソフトウェアや音楽 CD 等の海賊版、偽ブランド商品、教育機関向けの特別価格のソフトウェアをライセンス条件に違反して転売する行為など知的財産権を侵害する行為であるが、どのような防止策が考えられるか。

#### 【考え方】

インターネット・オークションを利用した知的財産権を侵害する物品の売買について

は、その被害者つまり知的財産権の保有者が（取引の当事者ではないため）出品者の身元を知る手段がないなどの理由から、出品者に対する直接の権利行使は困難であるが、それだけにオークション事業者が当該物品をブロックする役割に大きな期待がある。一方オークション事業者側の立場にたつと膨大な出品数の中から問題物品を特定することには相当の困難が伴うが、少なくとも権利者側が ID 番号など問題となる出品を容易に特定できる情報を提供し、且つ当該出品の対象が海賊版やライセンス違反品などの知的財産権を侵害するものであろうことが確認できる場合には、インターネットオークション事業者は削除を行う義務がある。また出品者の身元確認努力義務については盗品等に準じて考えるべきである。

上記以外の論点として

被害者や捜査当局に対するオークション事業者からの情報の提供のあり方  
利用者間のトラブルについてのインターネットオークション事業者による苦情処理  
機関の設置  
インターネットオークションの利用規約の法的拘束力の明確化  
利用者間の売買契約の成立時期と効力の明確化

等の論点を検討している。

## 1.2.4 認証制度における失効手続ルール

### 【検討事項4】 認証制度における失効手続ルール

電子商取引上本人確認手段として認証制度の果たす役割は大きい。署名法施行後約2年を経過したが実効性を確保していくためにさらに安全性と信頼感を高めていく必要がある。時間の経過とともに加入者の不注意による紛失の増加が予想されるが失効手続についてどんなルールが必要か。

本検討事項については具体的に下記の論点を挙げその考え方（結論案）を検討している。

### 【論点】（加入者が秘密鍵を紛失した場合の加入者、認証機関のとるべき措置と責任問題）

秘密鍵を保有する加入者が鍵を紛失し何者かが加入者になりすまし電子署名を悪用した場合、加入者は善意の第三者として振舞う利用者に対して抗弁できないリスクにさらされるため、暗号鍵を発行した認証機関に対して秘密鍵紛失の事実を伝えその電子署名の効力を停止させようとするようになる。

よって、認証機関は加入者からの紛失届の事実を速やかに証明書失効リストに反映することとなるが、その際に、この紛失届自体が加入者本人によるものかどうかの確認にあまり時間をかけるようだと秘密鍵を盗んだ者に悪用の機会を多く与えてしまう。他方、この緊急の本人確認手続きがあまりにも簡便すぎる場合には、偽の紛失届が頻発する危険性もあり、この両者のバランスをとった手続きを定めなくてはならない。

また電子署名された文書を受け取り、電子署名の検証を行う利用者は、検証の際に証明書失効リストを参照することにより、当該電子署名が失効されていないことを確認することができるが、利用者がこの確認を行わずに、電子署名された文書を真正に成立したものと判断した場合、証明書加入者による否認に対抗できるか。

### 【考え方】

加入者は、認証機関に秘密鍵紛失の事実を伝えた時点以降に当該秘密鍵を用いて電子署名された電子文書に対して、それが真正に成立したものではないと抗弁することができる。

認証機関は、秘密鍵紛失の事実が加入者によって届け出られた場合、その本人確認をすみやかに行うとともに、その届け出があった事実を証明書失効リストに反映しなければならない。また、証明書失効リストは、その最新版がいつのものであるかを提示しなければならない。証明書失効リストの更新頻度などについて認証機関の運用ポリシーとの関連づけを行うことが望ましい。

最後に、利用者は電子署名された文書を復号化する際に、証明書失効リストを参照し、当該電子署名が失効していないことを確認しなければならない。

## 1.2.5 電子公証サービスの基本運用ルール

### 【検討事項 5】電子公証サービスの基本運用ルール

電子商取引の安全と信頼を高める手段として電子公証システムがある。第三者に対し時刻証明を含む電子文書の存在証明（ある時刻において、ある電子文書が存在し、その時刻以後その電子文書に変更がないことを、特定されない第三者に対して証明するサービス）を行う公証機関にとって具備条件、必要な開示ルール、安全管理義務は何か。

電子公証サービス事業者（以下公証機関）の具備すべき条件、開示ルール、安全管理義務等について下記の論点をあげそれぞれについて考え方（方向性）を検討している。

#### 【論点 1】（具備すべき要件）

公証機関が、公証サービスを行うにあたって最低限具備すべき要件は何か。

##### 【考え方】

最低限下記の3点を証明できる手段を具備する必要がある。

（意図的あるいは不注意を問わず、）存在証明対象となっている電子文書が契約者によって改ざんされていない事実を第三者が検証できること。

（意図的あるいは不注意を問わず、）存在証明対象となっている電子文書が公証機関によって改ざんされていない事実を第三者が検証できること。

公証者は、存在証明対象となっている電子文書を契約者が削除（廃棄）した場合、その事実を証明できること。

#### 【論点 2】（開示ルール）

公証機関は、存在証明対象となっている電子文書を契約者の同意を得ずして開示することは可能か。条件があるとしたらそれはどのようなケースか。

##### 【考え方】

登録される電子文書の内容・性格・契約者の意向により、同意を必要とするものとそうでないものの両方が考えられるため個別契約の中で明確にするものとする。ただし裁判所等公的機関からの開示要請については契約者の同意を必要としない。

#### 【論点 3】（安全管理義務）

契約者から見れば、公証機関が将来に亘り存在証明を行えるかどうか最大に関心事であるが、電子公証サービス提供に必要な情報システムおよびデータに関する安全管理義務を契約者と公証機関の個別契約で定めるだけで十分か。

##### 【考え方】

安全管理について一定の条件を具備することは当然であるが、特に長期にわたって電

子文書の存在証明を行おうとする公証機関に関しては、継続的にその安全管理体制をチェックする必要があると考えられ、たとえば3年毎に第三者による監査を義務付けるといったルールが必要である。

## 2 ECに関わる法的問題についてのヒアリング結果

### 2.1 活動の経緯

ECの安全性・安心感を確保していくためには、技術のみならず制度面の一層の充実も不可欠である。すでに、法律の整備は急ピッチで進められているが、ECビジネスの進展は著しく、新しいビジネスモデルを実施する際に法律がどのように適用されるか、判例がない現状では判断に苦慮するケースもある。

このため、経済産業省は平成14年3月に「電子商取引等に関する準則」を策定・公表し、ECで想定される場面における法律の解釈に一定の指針を示したが、今後この準則がより実用に即したものとするためには、実ビジネスで起こっている法的トラブル、解釈が不明確な事項について洗い出しを行い、反映させていく必要がある。

また、それ以外にもビジネスモデル、技術の進歩により、現行法では対応不可能となる事項についても整理し、法改正、立法化のための提言を行う必要がある

このため、本活動においては現在ECビジネスで実際に問題となっている法的課題についてヒアリング調査を行い、整理することとした。整理した論点については、今後準則改訂に向けた意見、または法制度改善に向けた意見として、検討を行う予定である。

今回のヒアリングは初回ということもあり、実際にECビジネスを行う企業と併せて、現状把握のため、関係省庁、団体等にもヒアリングを行った。

### 2.2 ヒアリングから得られた課題と考えられる対応

今回のヒアリング調査を通じ、ECビジネスの現場では法解釈のあいまいさ、法律の実効性の問題等がまだ多数存在するという感触を得た。これらの論点は、内容としては必ずしもECに特化する問題ばかりではないが、異業種企業や個人による新規参入の増加により、これまで業界内の暗黙のルールや慣習等で対処されていた問題点が顕在化してきているという側面もあると思われる。特に、法制度に関する啓発の必要性については複数ヒアリング先より指摘があり、今後本活動と並行して普及啓発活動についても、普及啓発の内容や方法を早急に検討し実施していく必要があることが明確になった。

また、準則の現在の認知度についても、法務部等で参考にされているケースはあるものの、実ビジネスの現場まで浸透しているとは言い難い状況であった。まだ策定されてから日が浅いということもあるが、認知度向上は今後の課題といえる。しかしその一方で、WGメンバーへのアンケート等からも、今後の準則に対する期待は大きいことがうかがえる。準則内容の一層の充実と認知度の向上は相乗効果を生み出すと考えられるので、準則を実ビジネスに即したものとしていくためにも、今後準則そのものについても普及啓発をさらに積極的に行っていく必要がある。

その他、ヒアリングで得られた課題と今後考えられる対応について、表2-1にまとめた。

なお、対応策については今後さらにビジネスモデルや現在の技術との関係も考慮し、課題の普遍性、対応の必要性について精査し、対応の方向性を含めて検討を行っていく予定である。

表 2-1 課題と考えられる対応

項目	内容	考えられる対応
全般	インターネット関連の事業者においては、一般的に関係法令及び消費者保護に関する意識が低いと感じることが多い。業界の歴史が浅く、技術面も発展途上であること等が影響していると思われるが、トラブルを未然に防ぐためにも関係法例及び消費者保護に対する理解を深めてほしい。	普及・啓発
全般	異業種からの参入が多く業界知識・ルールを知らない、業界としての世間体のようなものが働かないといった点を感じられる。	普及・啓発
契約	サイバー空間の決済システムでは、郵便や公証人による確定日付を得たり債権譲渡登記をすることはコストを考えると現実的ではないため、わざわざ連帯保証人となり(その意味では別のリスクをとっている)法定代位することにより二重譲渡のリスクを防ぐ方法をとることもあったが、二重譲渡を防ぎつつ債権譲渡をサイバー空間で行えるような仕組みができないか。	その他 債権譲渡を前提としない決済システムの法的構成を工夫することによって(立替払い)問題は解決するのではないか。
契約	購入ときにSHOPのホームページに記載されていた情報(価格・規約など)を後で改めて、確認すると情報が改変・削除されているため、購入者自身が購入当時の情報(条件)を確認できない場合がある(利用者・消費者が契約した内容を後日確認できない)。	その他・普及啓発 契約条項を契約者が保存できるようになっているかどうかポイント。特商法改正による対応は選択肢としてあるが、義務化の必要性について検討すべき。業界団体ルールや電子商取引に関するJIS規格等により普及啓発を図るのが妥当ではないか? また、消費者に対して、必要情報の保存について啓発する必要がある。
契約	ネット専門銀行としては、ネットの特長を最大限利用したいと考えているので、手続き等はネットで完結させたい気持ちがあるので、管轄合意もWeb上でOKと成ってもらいたいと思う(現在は、規定類の変更はメールでの通知連絡、Web上への掲示で対応しているが、重要な変更については書面送付の対応もあわせて行っている)。	法改正 現在、法改正が検討されている。
契約	現在、書籍販売サイト・取次間はオンラインで結ばれているが、出版社まで在庫確認が行ってしまうと入荷するまで、注文がどのようになっているか把握できない。利用者からWebで注文情報が送られてきても、実際に注文内容が確定するのは納品直前となる書籍の特殊性もあり、Webでの注文申込=売買契約と捉えていないので、どこまでが義務になるかが不明確である。	その他 約款で規定するとともに、サイトで契約成立に至るプロセスを消費者に説明することにより解決が可能ではないか。



項目	内容	考えられる対応
契約	シュリンクラップ契約の有効性について シュリンクラップ契約(パッケージを破いたことで 使用許諾内容に合意したとみなす契約方式)に おいて使用権という形でコントロールしている が、そもそもどこまでこうした契約が有効なのか。	解釈明確化 すでに準則で一定の指針が示されてい る。
契約	ライセンサーが破産・倒産した場合のライセン シーの地位の保全という問題がある。第三者がラ イセンサーの権利を引き継いだ際に、ライセン シーに対してソフトウェアの使用を不可とする可能 性もあり、金融機関等が使用しているコンピュ ータソフトウェアなどでは死活問題となる場合が ある。米国ではライセンサーの地位について一定 の要件を満たせば第三者にも対抗できる制度が ある。	立法 ライセンス契約を第三者に対抗しうよう にするための立法措置が考えられる。倒 産法改正の中で検討された(されてい る)。
契約	オープンソースのソフトウェアであっても著作権 等の知的財産権の対象となることは明らかであり、それを前提に通常は GPL 等のライセンス方式によって利用行為や改変行為が可能になるようにカバーされているにすぎない。したがって、GPL 等のライセンス方式自体が有効であることが前提とされているが、この点には議論がある。	その他 現在の契約モデルを整理し、法律上の構 成にどのように当てはまるかについて検討 する必要があるのではないかと
電子契約法	まだ認知されていない面があり、法にうとい通販 事業者などは、もっと販売側が強いと考えている のではないかと。	普及・啓発
消費者契約法	消費者契約法に基づき、不当な契約内容や一 方的な裁判管轄などについて、消費者から不当 条項として削除を求める声がある。	解釈明確化(準則対応含む) 不当条項とは何かについて準則を含め明 確化していく必要があるとともに、「不当条 項は書いても無効」ではなく「不当条項は 書かない」というルールに持っていく必要 があるのではないかと
特定商取引法	特定商取引法 11 条の表示義務についてはある 程度認知されているが、実際には抵触している ケースが依然多数ある。販売主体者が不明確な ものが多く、例えば女性が運営している通販サ イトでは迷惑行為等を恐れて住所や電話番号を 明らかにしていない例がある。さらに最近では、 共同運営の販売サイトが増え、責任主体が不明 確なケースも見られる。このため、返品等のクレ ームが運送会社に入ることもある。また 14 条の 顧客の意に反して売買契約若しくは役務提供 契約の申込みをさせようとする行為に関する部 分については、内容の認知度そのものが低いと 思われる。	必要に応じ法改正 現在、特定商取引法による表示義務はあ くまでも販売事業者本人と厳密なものであ るが、今後新たなビジネスモデルとして、 モールとの共同経営または個人事業者に よる協同組合同的なモデルも考えられる。 このようなニーズに柔軟に対応するため には、法改正が必要となる。今後、ニーズと 消費者保護との兼ね合いを考慮しつつ検 討していく必要がある。
特定商取引法	継続的役務ということがよく理解されておらず、 指定 4 業種(エステティックサロン、語学教室、家 庭教師、学習塾)での表示不十分なケースは多 い。また、代理店募集型ビジネスの申込では、 やはりマルチ商法まがいのものがあり問題とな りやすい。販売員を勧誘してさらに次の販売員を 勧誘させるという行為は連鎖販売であるという認 識をきちんともてるようなわかりやすい提示が必 要である。	普及・啓発 なお、指定 4 業種については、指定業種 の追加が検討されている(育毛サービス、 パソコン教室、結婚相手紹介サービス、ス ポーツ教室など)
特定商取引法	通信販売におけるクーリングオフ制度の導入を	必要に応じ法改正

項目	内容	考えられる対応
	求める声も出てきている。	EU ではクーリングオフの対象となっているが、日本では業界の自主ルールにまかせるという選択を取っている。ただし、返品特約について記述がない場合は返品できると見なされる。状況を見ながらの検討が必要だが、一方で常時接続の普及などによりEC ならではのクーリングオフ導入理由（接続料が気になり気持ち急かされる）が薄れてきているという側面もあるのではないかと？
なりすまし	カードのなりすましや番号の盗用による事故が懸念されているが、ネットでの取引では、100% 加盟店がリスクをとる形になっている。なりすましの手口も、私書箱を使う、工場の前で待ち合わせる、運送会社の営業所で受け取る、偽名を使う等巧妙化している。	その他 普及啓発 現状では、カード盗難の場合はカード会社の保険が適用となるが、カード情報のみ盗まれた場合は保険適用外となっている。 約款により責任所在を明確にするとともに、事業者、消費者双方へ啓発することが必要ではないか。
なりすまし	預金の場合、預金担保貸付の場合、カードローンの場合で、銀行の立場は異なるが、それぞれの場合においてカードの不正に対する注意義務がどのように異なるかが不明確である。	その他 預金担保貸付については民法 478 条の類推適用を認めた最高裁の判例があり、カードローンについても、これと極端に異なるということは考えにくいのではないかと。 注意義務については、キャッシュ・ディスプレイによる払戻しに関する判例によれば、システムの安全性が問題となろう。 約款で規定することによって、ある程度解決することができるのではないかと。
電子署名法	BtoB、BtoC 場面における利用促進を図るためには、電子署名法による推定項だけではなく、電子証明書の有効期限が過ぎた後どのようになるのかといった、長期保存に関する問題を明確にしていく必要があると思われる。	その他 現状では、明確な対応が難しい。 ただし、法律上の推定は働かないが、証拠として提出し、提出時点で暗号技術が破られていないことを証明できれば、証拠として採用される可能性はある。
電子署名法	電子署名法では、認証局の認証業務運用規定（CPS :Certification Practice Statement）等を検証者にわかりやすく見せる義務は規定されているが、実際には CPS を確実に検証者が見たと確認できるような仕組みにならない限り、検証者に対する CPS 等の有効性そのものに疑問が残ってしまう。	普及・啓発
電子署名法	利用者への損害賠償についても、電子署名法では制限がある場合のみ記述しなくてはならないという記述に留まっており、認証局と利用者の責任分担のあり方についても今後さらに議論する必要がある。	必要に応じ法改正
電子署名法	利用者側の環境については何も規定していないので、利用者署名符号（秘密鍵）の流出、漏洩、盗難等に対する利用者側の対応についても検討が必要であろう。	解釈明確化 普及啓発 どのような場合にどのような責任を負うのか、具体的にするとともに、消費者に対して普及啓発を行い、予防措置を取る必要があるのではないかと。
景品表示法・薬事法	広告掲載依頼の中でも、特に健康食品、ダイエット関連の商品を取り扱うショップについては、	普及啓発 具体例をよりわかりやすい形で示すととも

項目	内容	考えられる対応
	薬事法に抵触し広告掲載を断るケースが少なくない。	に、ノーアクションレター制度についても周知していく必要があるのではないか。
景品表示法・薬事法	通販事業者にはどういうものが誇大広告に該当するかがわかりにくい。モール内の決済システムを利用するための加盟店審査の際に引っかかってしまうケースがある。また薬事法関連で、健康食品、サプリメント等の取扱い業者からの申込では医薬品的な効果表示の標榜面で加盟店審査に引っかかってしまう。	普及啓発 具体例をよりわかりやすい形で示すとともに、ノーアクションレター制度についても周知していく必要があるのではないか。
個人情報保護	企業合併の場合に取得情報を引き継ぐことは可能だが、例えば一部のみの営業譲渡した場合やASPに業務の一部をアウトソーシングするような場合、それまでの取得情報についてどのような手続きを取る必要があるかが不明確である。実際に民事上の手続きを取り個別に承認を得る必要があるのか。どういった場合にどのような手続きを取る必要があるのか明確になると、ビジネスもスムーズに行うことができる。	解釈明確化(準則対応含む) 個人情報保護法が制定された時点で、業界によるガイドラインや準則等で明確にしていく必要があるのではないか。
国際裁判手続	民事の紛争(契約違反、不法行為等含む)において、海外の当事者に対しても訴訟が提起できるとしても、判決の執行には困難があるばかりか、それ以前に、裁判の手続き上、公判判決まで時間がかかりすぎて、ビジネス上現実的でない。	その他
知的財産	知的財産権の問題として、ネットワーク上とリアルとを問わず、紛らわしい商標・商号やロゴを使用されることがたびたびあり、対応に苦慮している。	普及啓発 商標法、不正競争防止法での対応を周知する必要があるのではないか。
著作権	プログラムの保護に関しては、現状、著作権としての保護範囲が狭く、例えば、同じ効果を実現するようなモジュールを開発されても、特許を取得した場合のような排他性は認められない。そのため、何らかのハードと一体化しビジネスモデルとしての特許を取る以外に方法がないが、プログラム自体の保護が必要ではないか。	解釈明確化(準則対応含む)
著作権	著作財産権は転々譲渡されるが、著作人格権が元の権利者に残っていることがあり、第三取得者との間で問題となる可能性がある。直接の当事者間であれば著作人格権不行使特約の締結で対応できるが、直接の当事者間以外においても著作人格権を行使されるリスクをなくす方策を整える必要がある。これらの権利はプログラムのバージョンアップにもかかわり、IT業界では重要な権利でもあるが、実際のビジネスの中で、この手続きが成されていないケースが多く対応に苦慮している。	普及・啓発、必要に応じ立法または解釈明確化(準則対応含む) まずは、問題をクリアにするような契約にする必要があることを知らしめていく必要があるが、今後のビジネスの状況に応じて、解釈明確化または立法も視野に入れて検討する可能性はあるのではないか？
著作権	ショップが販売している商品の写真を転用し、ショップ同士で著作権の取り合いになるケースや、運営しているサイトの構成・機能などが、複写、模倣されるケースが後を絶たない。	普及啓発 著作権処理についての普及啓発が必要である

項目	内容	考えられる対応
著作権	フリーの書き込み欄に、投稿者自身が、著作物の内容をそのまま掲載してしまう等、利用者による著作権違反に対して、サイト運営者がどこまで責任を取らなければならないか等については不明確である。	普及・啓発 プロバイダ責任制限法で対応済みである(ただし、オークションは対象外)
著作権	Web での商品紹介等で出版社よりデータ供給を受けているが、著作権、使用权、使用許諾については厳しくなっている。特に書籍の表紙、CD ジャケットの画像データの使用については日常的にいろいろな問題が起きている。	普及啓発
著作権	日本の名だたる大手企業でも、著作権の権利処理については外部にすべて依存してしまっているケースが多々ある。今後、義務教育の中でも教育すべき問題である。	普及啓発
著作権	「インタラクティブ配信」という権利は日本特有のものであり、米国では演奏権に関する団体がストリーミングについて、また録音権に関する団体がダウンロードについて権利処理を行っているため、米国と契約する際には双方との契約が必要となってくる。	普及啓発
著作権	中古ゲームソフトの販売において頒布権が消滅してしまうという判決が出ているが、中古ソフトウェアについてはどうか。中古流通によって著作権者が権利を行使できないことはソフトウェアのビジネスにとって大きな問題である。	解釈明確化(準則対応含む)
著作権	最近ではソフトの CD がまるごとコピーされたうえで、オリジナルの方がオークション等に流通するという事態が生じている。ソフトのみオリジナルの所有権が移転された時には手元のハードディスクにコピーを残すことは著作権法上違法であるが、現実問題としてそれを確認するのは難しい。これが常態化すると、ソフトメーカーは開発費を回収することが不可能となる。	普及啓発 例え複製の CD は私的使用であっても、オリジナルの転売を目的に行われているのであれば複製権の侵害になる可能性が高いことを周知する必要があるのではないかな。
刑法	情報が刑法上財物と見なされていないため、情報を盗み出すケースでは情報を格納した媒体とともに盗み出した場合のみ処罰されることとなる。これは、高度情報化社会といわれる現在の状況を考えてとあまりに不自然ではないか。	法改正 「情報」と呼ばれるものを一元的に扱うことはできないので、営業秘密であれば不正競争防止法、個人情報であれば個人情報保護法といった情報の内容ごとに対応する必要があるのではないかな。
不正アクセス禁止法	捜査に当たってはログが必須となるが、現状プロバイダ等には保存の義務付けがなく、保存している場合でも、捜査という面からすると保存期間が短すぎるケースが多々ある。	必要に応じ法改正 保存の義務がない一方で、民事においてログの保存をしていないことを理由の1つとして損害賠償を命じる判決(2ちゃんねる動物病院事件)が下されている。今後、個人情報保護との兼ね合いも含め検討を行う必要があるのではないかな。
不正アクセス禁止法	海外からのハッキング、クラッキングに対しては現状、犯人が特定されても専守防衛しか手段がない。	その他 国際条約による対応等について検討を行う必要があるのではないかな?
不正アクセス禁止法および刑法	セキュリティホールをついたハッキング等について、不正アクセス禁止法に抵触することが考えられるが、ウイルスの製造や販売、譲渡、保管、送	立法 現在すでに経済産業省で検討中

項目	内容	考えられる対応
	信行為等については取締規定がないで対処が難しい。	
プリカ法	現在、プリペイドカードや電子マネー等については出資法の預り金禁止規定に抵触しないように、換金時に手数料を徴求したり換金に一部制限を加えたりすることが多いが、消費者の利便性向上の点からも、目的が特定されているものについては換金可能とすることはできないか。	その他 今後電子マネーが本格的に普及していった場合にはプリカ法では対応が難しく、電子マネー法制定の必要性があるのではないか？
利息制限法	クレジットカード決済を用いたエスクローサービスにおいて、クレジット会社からの入金以前に出品者に対して代金を支払うサービスを提供していたが、当該サービスは融資にあたるのではないか、その場合エスクローサービス自体の手数料が利息と見なされ、利息制限法に抵触する可能性があるのではないかと懸念がサービス検討時に指摘された。これに関しては、物流に伴う決済については、立替払い手数料として処理可能と判断された。	解釈明確化（準則対応含む）
その他	準則は、通販業者では知らないところが多いのではないか。また提示されても、内容を理解するまでには至らない事業者が多数存在すると思われる。ポイントだけをわかりやすく冊子にして皆に配る、TV等のメディアを活用するといった啓発が必要ではないか。	普及・啓発
その他	ADRは両者が合意地点を模索している場合には有効に機能すると思われるが、確信犯の行為について介在することは不可能ではないか。	普及・啓発 すでにドメイン名に関するADRについてはある程度有効に機能しており、ADRの利点、有用性について周知していく必要があるのではないか。
その他	消費者保護団体による団体訴権制度が導入できれば、悪質サイトへのけん制になるだろう。	法改正 新民事訴訟法制定の際に一般的な形で団体訴権を認めることは難しいとされたが、今後は、どのような内容の実体権をどのような関連団体に付与することが望ましいかについて具体的に検討を行う必要があるのではないか。なお、本件については、現在、国民生活審議会において消費者保護基本法の見直しの中で議論されている。

## 2.3 ヒアリング内容詳細

### 2.3.1 生活者の視点から EC を考える女性メーリングリスト LIFE

#### (1) 活動内容

「生活者の視点から EC を考える女性メーリングリスト LIFE ( <http://www.life-ml.com/> ) は平成 8 年より生活者の視点からより快適なインターネットショッピングについての意見交換を行っているメーリングリスト (以下 ML) で現在約 1,000 名強の参加者がいる (女性のみ)。また、ML での内容をもとに事業者、消費者向けセミナーの開催や講演活動、記事執筆や書籍出版なども積極的に行っている。

#### (2) ヒアリング内容

現在、ML では、それぞれが購入してよかったお店の口コミ情報が主であり、食材、ファッション関係の商品をこういった口コミの店で購入している分にはトラブルはほとんどない。一方で、ML 上で今後買わない店とされたところは、やはり必要事項の表記がないケース等が見受けられる。

人気店では、取扱商品のみならず、きめ細やかなケア (メールでのやりとり)、クーリング・オフ的な返品受付、多様な決済手段提供といったショップ側の対応が、消費者に安心感を与え評判を呼んでいる。オーダーメイド・オリジナル品の売買に関しても、現状ではオーダーメイド品やオリジナル品を取り扱うサイト自身がしっかりと対応していると思われるので、返品などで、問題となっているという話は聞いていない。また、ダウンロードコンテンツ特有の問題として、ダウンロード失敗時の対応があるが、これも販売方法が回数から期間に変更されたため、トラブルになりにくくなっている。

一方で、インターネットショッピング利用者増加に伴い、ここ 2 年ぐらいの間に後振込みによる事故 (未収) の問題が増加しており、ショップがフリーメールによる注文拒否、先払いへのシフトといった対応を取らざるを得ない状況になりつつあるようだ。

#### 情報に関して

購入当時にサイトに記載されていた情報 (価格・規約など) を後で改めて、確認すると情報が改変・削除されているため、購入者自身が購入当時の情報 (条件) を確認できない場合がある。

#### 個人情報の取り扱いについて

現在、商品の注文確認がメールで行なわれている場合が多い。消費者としては、注文確認メールがあった方がよいと思うし、実際に注文確認メール、発送済メール、アフターケアメールときめ細かく対応しているところの人気の高い。しかし、注文情報 = 個人情報であり、セキュリティの観点から考えた場合、サイト上にフローを表示するなど、事前にこの点についてショップと消費者との十分な合意が必要であ

る。

#### 著作権について

ショップが販売している商品の写真を転用し、ショップ同士で著作権の取り合いになるケースや、運営しているサイトの構成・機能などが模倣されるケースも存在する。

また、フリーの書き込み欄に、投稿者自身が、著作物の内容をそのまま掲載してしまう等、利用者による著作権違反に対して、サイト運営者がどこまで責任を取らなければならないか等については不明確である。

一方、掲示板、ML 等の内容を出版する場合の著作権については、現在運営しているサイトでは、サイトに投稿の利用権があることを明記し、更にその情報を利用する場合には、メールにて投稿者各人に連絡をして確認するという手続きを行っている。

#### その他

ネットの特徴として、個人でも手軽に情報を公開することができるため、企業・団体と個人が並列な関係にある。本人は「ちょっとしたグチ」程度の意識でも、ネット上に店舗の実名を出すことの影響力は大きく、逆にショップ側からクレームを受けたというケースもある。

個人サイトについては、現在のところ開設・運用していく上で障害になるような規制は存在していないが、個人情報保護などの法的規制が強化されてしまうと個人では、サイトの開設・運用に労力がかかりすぎ、今後のネットの発展の障害になるような問題がでてくるようなことも考えられるのではないかと。

### 2.3.2 ネット専門銀行

#### (1) 事業内容

インターネット専門銀行として、インターネットショッピング、インターネット・オークション等の決済サービスを提供している。事業実施にあたっては、銀行法自体がネット専門銀行というものを想定していないので、事業展開にあたっては電子金融検討会や準則等も併せて参考にしている。

#### (2) ヒアリング内容

##### 書面に関する問題

ネット専門銀行としては、ネットの特長を最大限利用したいと考えているので、手続き等はネットで完結させたい気持ちがあるので、管轄合意もサイトへの掲示で

OK となってもらいたいと思う。規定類の変更はメールでの通知連絡、サイトへの掲示で対応しているが、重要な変更については書面送付の対応もあわせて行っている。

#### 成りすましの問題

ATM における問題については判例があるが、インターネットバンキングの場合にはどうなるのか、またカードローンなど貸金の場合はどうなるのかといったところについては、不明確なままである。預金の引出と同時にお金を借りることもできるような総合口座で、なりすまし等により預金を超える払出し手続きが不正に行われた場合、預金を超過する部分はローンとなる。顧客からするとカードの不正使用という点では同じ行為に見えるが、銀行の立場は預金については債務者、カードローンの部分については債権者となり立場が異なってくる。同行の場合は、預金とカードローンは連動していないが、カードローン単体でも同じ問題は起きる。立場が変わることによる注意義務の変化については、まだ明確な判例等はないように思う。仮に立場が変わることで注意義務が加わるということであれば、ローンカードを廃止し、すべて一旦インターネット上でローンを自分の口座に預け入れするという手続きを取らせて、すべて預金扱いとすることが可能だが、ローン一体型カードを発行している銀行等ではどのような対応を考えているのか？

#### 架空口座に関する問題

インターネット上で様々な銀行の架空口座が取引されていることは承知しているが、同行では、本人確認法に基づいた本人確認手続きを行っている。完全な非対面手続きであるため口座開設時に提出させる免許証のコピー等の身元確認資料のチェックについては極めて慎重に行っており、偽造書類判別のノウハウの蓄積や配達記録郵便によるキャッシュカード類の届出住所宛て送付を行うことにより架空口座開設の排除に積極的に取り組んでいる。

#### 出資法への要望

現在、プリペイドカードや電子マネー等については出資法の預り金禁止規定に抵触しないように、換金時に手数料を徴求したり換金に一部制限を加えたりすることが多いが、消費者の利便性向上の点からも、目的が特定されているものについては換金可能とすることはできないか。

### 2.3.3 ヤマトコレクトサービス株式会社

#### (1) 業務内容

ヤマトコレクトサービス株式会社(以下 ヤマト)の手がける EC 関連サービスは以下の



とおりである。

#### クロネコ探検隊

平成 10 年より物流増加を目的にサービス開始。ヤマト運輸と取引のある通販等の店舗の検索ができる（現在 約 9,000 店）。ネット上での登録ではなく、実際に宅配ドライバーが通販事業者の所まで行き申込を受けた後、審査を行っている。

#### 宅急便エスクロー

個人間の代引きができるシステムとして、オークションで成立した品物についてヤマト運輸のドライバーが集金し、売り手に入金するため、売り手側の代金回収トラブルがない点がメリットとなる。48 時間以内に返品宣言があれば、売手の承諾なしに返金する仕組みだが、返品の際の送料については当事者同士の話にしている。ヤマトとしてはアドバイスという関わり方だけである。エスクローは上限 30 万円となっているが、これは宅急便の約款によるものである。荷物の保険に入っていないため、あまり高額のものはリスクが吸収できないので、このような設定としている。

米国等で行われている本来のエスクローは商品の真偽まで保証しているが、このシステムではそこまでのサービスは提供していない。

現在のところはクレジットカードによる支払いは取り扱っていないが、発展形としてはありえる。ただし、電子マネー等による決済も浸透しているため、エスクローサービス自体が、リピーターは多いが全体としての利用は伸び悩んでいる。

#### クロネコ@ペイメント

カード決済において、カード会社と売主の間に入って、ヤマト側が売主に最短 5 日で決済代金の立替払いを行う。買い手からの入金カード会社から流れてくる。カード会社による与信承認とヤマト側での出荷確認があるため、リスク低減が可能となっている。

この他、通販事業者に対して、Web 上での決済明細の情報提供をサービスしている。

サービス展開上のポイントとしては、ヤマト運輸グループで完結しており、情報が漏洩しづらいという点が信頼性を高めていると考えている。また、物流がメインのグループである点、デジタルコンテンツは著作権等の問題があり、権利関係等が複雑となる点から、デジタルコンテンツ等の販売は行わず、あくまでもリアル店舗を持つ物流を伴う商品に対するサービスに限定している。

## (2) ヒアリング内容

クロネコ探検隊やクロネコ@ペイメントへの登録審査を通じて、小規模事業者、個人事

業者に対してより一層の法的側面に関する普及啓発が必要と感じる。

#### 電子契約法の浸透の遅れ

平成 13 年から電子契約法が施行されているが、まだ認知されていない面がある。このため、法にうとい通販事業者などは、もっと販売側が強いと考えているのではないか。

#### 特定商取引法による表示義務の問題

11 条の表示義務についてはある程度認知されているが、実際には抵触しているケースが依然多数あるという点である。販売主体者が不明確なものが多く、例えば女性の方が運営している通販サイトは迷惑行為等を恐れて住所や電話番号を明らかにしていない例がある。さらに最近では、共同運営の販売サイトが増え、責任主体が不明確なケースも見られる。このため、返品等のクレームがヤマト運輸に入ることもある。

また 14 条の顧客の意に反して売買契約若しくは役務提供契約の申込みをさせようとする行為に関する部分については、内容の認知度そのものが低いと思われる。

#### 誇大広告表示の問題

通販事業者にはどのようなものが誇大広告に該当するかがわかりにくいいためクロネコ@ペイメントの加盟店審査の際に引っかかってしまうケースがある。また薬事法関連で、健康食品、サプリメント等の取扱い業者からのクロネコ@ペイメントの登録申込では医薬品的な効果表示の標榜面等で加盟店審査の際に引っかかってしまうケースがある。

#### 特定継続的役務、連鎖販売取引へのトラブル

継続的役務ということがよく理解されておらず、指定 4 業種（エステティックサロン、語学教室、家庭教師、学習塾）での表示不十分なケースは多い。

また、代理店募集型ビジネスの申込では、やはりマルチ商法まがいのものがあり問題となりやすい。販売員を勧誘してさらに次の販売員を勧誘させるという行為は連鎖販売であるという認識をきちんともてるようなわかりやすい提示が必要である。

#### 特定商取引法の一部改正（携帯の迷惑メール対策）

消費者の請求等に基づかずに広告メールを送った場合には、「未承諾広告」という表示をタイトル部に入れることが平成 14 年 7 月から義務付けられているが、実際には迷惑メール対策として、タイトルに「未承諾広告」とついたものは最初からはじかれてしまっている。一部の事業者のために、携帯をビジネスで有効活用しよ

うとする試みが実現しなくなってしまうという問題がある。

#### なりすましによるトラブル

カードのなりすましや番号の盗用による事故が懸念されているが、ネットでの取引では、100%加盟店がリスクをとる形になっている。このためなりすましとわかった場合、入金した金を返す返さないをめぐってヤマト側とトラブルになることも考えられる。なりすましの手口は、私書箱を使う、工場の前で待ち合わせる、ヤマト運輸の営業所で受け取る、偽名を使う等巧妙化している。

#### サイトの販売内容

サイトの表示や販売内容について、カード会社の審査が通った後で特定商取法の表示義務を満たしていないサイトに化けてしまうような例もみられるが、不適切な内容については、インターネットサーフデイ等の対象となる旨を説明し、改善を促している。

#### 準則について

通販業者では知らないところが多いのではないかと。また提示されても、内容を理解するまでには至らない事業者が多数存在すると思われる。ポイントだけをわかりやすく冊子にして皆に配る、TV等のメディアを活用するといった啓発が必要ではないか。その際には、ある程度の協力もできると思う。

### 2.3.4 ネット関連事業会社

#### (1) 事業内容

インターネットビジネスや e コマースビジネスの事業戦略策定、ビジネスモデル構築のほか、IT システムの設計、構築、運用、マーケティング、リサーチ等のサービスを総合的かつ複合的に展開している。

#### (2) ヒアリング内容

面談者より、これまで支障を感じた点として指摘ないし問題提起があった内容は以下のとおりである。

#### 情報防衛に関して

情報が刑法上財物と見なされていないため、情報を盗み出すケースでは情報を格納した媒体とともに盗み出した場合のみ処罰されることとなる。これは、高度情報化社会といわれる現在の状況を考えてとあまりに不自然であると思われる。

また、不正アクセス防止法が制定されたが、適用範囲は国内に限定されており、海外からのハッキング、クラッキングに対しては現状、犯人が特定されても専守防衛しか手段がない。

なお、インターネットに限ったことではないが、民事の紛争（契約違反、不法行為等含む）において、海外の当事者に対しても訴訟が提起できるとしても、判決の執行には困難があるばかりか、それ以前に、裁判の手続き上、公判・判決まで時間がかかりすぎて、ビジネス上現実的でない。ADR等の動きもあるが、両者が合意地点を模索している場合には有効に機能すると思われるが、確信犯的行為について介入することは不可能ではないか。

#### プライバシー・個人情報取り扱いに関して

個人情報、プライバシーに関して、例えば企業合併の場合に取得情報を引き継ぐことは可能だが、例えば一部門のみ営業譲渡した場合やASPに業務の一部をアウトソーシングするような場合、それまでの取得情報についてどのような手続きを取る必要があるかが不明確である。実際に民事上の手続きを取り個別に承認を得る必要があるのか。手続きは非常に手間がかかる上、会員減等営業上の影響が大きく、一方では「不必要な連絡である」との苦情が寄せられることもあり、どういった場合にどのような手続きを取る必要があるのかが明確になると、ビジネスもスムーズに行うことができる。

#### 決済システムに関して

クレジットカード決済を用いたエスクローサービスにおいて、クレジット会社からの入金以前に出品者に対して代金を支払うサービスを提供していたが、当該サービスは融資にあたるのではないかと、その場合エスクローサービス自体の手数料が利息と見なされ、利息制限法に抵触する可能性があるのではないかと懸念がサービス検討時に指摘された。これに関しては、物流に伴う決済については、立替払い手数料として処理可能と判断された。

債権譲渡対抗要件の問題について、サイバー空間の決済システムでは、郵便や公証人による確定日付を得たり債権譲渡登記をすることは現実的ではないため、わざわざ連帯保証人となり（その意味では別のリスクをとっている）法定代位することにより二重譲渡のリスクを防ぐ方法をとることもあったが、二重譲渡を防ぎつつ債権譲渡をサイバー空間で行えるような仕組みができないか。

#### 著作権関連・その他について

プログラムの保護に関しては、現状、著作権としての保護範囲が狭く、例えば、同じ効果を実現するようなモジュールを開発されても、特許を取得した場合のよう

な排他性は認められない。そのため、何らかのハードと一体化しビジネスモデルとしての特許を取る以外に方法がないが、プログラム自体の保護が必要ではないか。

また、著作権の譲渡に関して、著作財産権は転々譲渡されるが、著作人格権が元の権利者に残っていることがあり、第三取得者との間で問題となる可能性がある。直接の当事者間であれば著作人格権不行使特約の締結で対応できるが、直接の当事者間以外においても著作人格権を行使されるリスクをなくす方を整える必要がある。

著作権法 27 条（翻案権等）、第 28 条（二次的著作物の利用に関する原作者の権利）については、第 61 条第 2 項により、これらの権利が譲渡の目的として特掲されていないときは譲渡した者に留保されることになっている。これらの権利はプログラムのバージョンアップにもかわり、IT 業界では重要な権利でもあるところ、実際のビジネスの中で、この手続きが成されていないケースが多く対応に苦慮している。重要な権利であるが故に慎重を期すために別扱いとした旨聞いているが実務に則していないのではないかな？

また、知的財産権の問題として、ネットワーク上とリアルとを問わず、紛らわしい商標・商号やロゴを使用されることがたびたびあり、対応に苦慮している。

### 2.3.5 株式会社紀伊國屋書店

#### (1) 業務内容

株式会社紀伊國屋書店（以下 紀伊國屋では、平成 8 年 6 月よりインターネットによる書籍販売を開始しており、書籍オンラインショップの先駆的存在である。

現在、サービスとしては BOOK WEB( 会員数 270,000 名( 海外含む )、BOOK WEB PRO ( 法人および個人対象の売掛販売 )、HYBRID WEB ( 店頭在庫による受発注 ) の 3 種を提供している。同社のリアル店舗では、新宿南口店、梅田店が年商 100 億であるが、書店としては異例の規模であり、通常、駅前 1000 坪程度の店では 30 ~ 40 億目標としている中、ネットによるサービスは全体で年商 45 億円程度となっており、同社の超大型店に次ぐ規模となっている。

また、この他に単品管理システムにより収集した販売情報をサプライヤーに供給するサービス「Publine-Web」を取次会社、出版社対象に提供しており、約 3 億円の売上を上げている。

#### (2) ヒアリング内容

##### 商品の受発注について

現在、紀伊國屋 - 取次間はオンラインで結ばれているが、出版社まで在庫確認が必要な場合は出版社より連絡（納品）があるまで、注文がどのようになっているか

把握できない。利用者から Web で注文情報が送られてきても、実際に注文内容が確定するのは納品直前となる書籍の特殊性もあり、Web での注文申込=売買契約と捉えていないので、どこまでが義務になるかが不明確である。

#### 本人確認について

同社は以前よりカタログ通販を行っていたが、Web 販売移行後商品数、注文数の増加に比例し、トラブルも増えてきている。なりすましに関しては、クレジットカードのオーソリもカード番号と有効期限で通ってしまうので、販売店側では全くわからないのが現状ではないか。ただ、なりすましに関しては、代金回収のリスク以外に販売店が何か責任を負うことはないと考えているので、事故はほとんどない現在では特段の対応は考えておらず、クレジットカード会社となりすましに関する取り決めも交わしていない。親のクレジットカードを使った未成年者の申込のケースがあったが、本を返品してもらい処理したので、特に問題はなかった。

#### トラブルについて

もともと書籍自体は換金性が高くない上に、BOOK WEB では会員制を取っているのでトラブル件数は他社より低いのではないかと。商品による不正割合は、他社では書籍より CD、DVD の方が多いと思われるが、BOOK WEB では特に商品による不正割合の変化は見られない。

海外発送については、国によって商品が届かないケースや突然関税が 200%かけられたというケースがあった。

#### 著作権等について

Web での商品紹介等で出版社よりデータ供給を受けているが、著作権、使用权、使用許諾については厳しくなっている。特に書籍の表紙、CD ジャケットの画像データの使用については日常的にいろいろな問題が起きている。

BOOK WEB、KINOKUNIYA BOOK WEB については商標登録済であるが、同名のサイトを開設し、利用規約もそのままコピーされているケースもあった（メールでの抗議によりサイトは閉じられた）。

#### 今後について

サイトはあくまでもリアル店舗への来店誘導になって構わないというスタンスで運営している。また、書籍の利益は 2 割程度なので、駅、コンビニ受取では収支がなりたらず、あまりシステムコストをかけられない。事務用品販売サイトでは取扱商品は 8000 アイテム程度なので物流センターで在庫を持つことが可能だが、書籍は 50 万アイテムにもなる。BOOK WEB では、紀伊国屋書店新宿南口店の在庫 35

万点から発送しているが、リアル店舗で考えて補充している在庫だからこそ注文の 9 割がヒットしている。

今後は、ダウンロード、配信といったデジタルコンテンツの取り扱いを検討している。現在デジタル系で売上 1 位はフランス書院文庫であるが、女性が購入しているケースが多い。費用的に出版物はオンデマンド商品ではないが、在庫切れ・絶版のものについてオンデマンド方式を取るということは考えられるのではないかと考えている。

### 2.3.6 株式会社イーライセンス

#### (1) 業務内容

株式会社イーライセンス（以下 イーライセンス）は、昭和 14 年に制定された「仲介業法（著作権に関する仲介業務に関する法律）」が改正され、平成 13 年 10 月「著作権等管理事業法」として施行されたことにより、これまで実質、日本音楽著作権協会（以下 JASRAC）しか行えなかった音楽著作権管理に、ビジネスとして初めて参入した民間企業。

業務内容としては主に音楽に関する著作権管理と関連するコンサルティング業務を手がけている。

設立後 1 年経過した現在、4000 弱の楽曲に関する管理委託を行っており、契約の内訳は企業としては約 80 社、個人としては約 400 人であり、設立当初の予想の約 2 倍の数となっている。

#### (2) ヒアリング内容

##### 著作権管理の範囲

現在は、小規模の組織なので 1 対少数の権利に向いていると考え、管理範囲を「録音権（含む（映画）（ビデオグラム）（ゲームソフト）（コマーシャル放送用）録音）」と「インタラクティブ配信」に限定している。演奏権など不特定多数を相手にするには、ある程度の（事業者としての）規模が必要になってくるが、将来的には他の支分権（「演奏権」、「貸与権」、「出版権」）+ 利用形態区分（「放送・有線放送」、「業務用通信カラオケ」）についても業務拡張の可能性はあるので、最終的には、本来の演奏権（ライブコンサート）のみが取扱い対象外になるのではないかと考えている。

また、著作権管理については分割管理委託が可能となっているが、使用者からするとどの権利をどの事業者が管理しているのか、契約や使用料支払いなど複雑になる面がある。このため、使用者の利便性を高めるためにも業界で共通データベースを構築し、運営すべきだと考えているが、現状データベースを構築できているのはイーライセンスと JASRAC のみで、他の事業者では資金面での課題もあり現状は進展していない。

### 契約について

契約に際しては、オンラインで手続きはできるが、最終的な契約行為は郵送などを併用した紙での契約となっている。電子認証ができればネット上で完結できるが、電子認証のアプリケーションの互換性がまだない、また 1 つ 1 つの著作権ビジネスは小額なので費用負担の問題がある。また、インターネット環境のないアーティストもあり、できればネット上での完結が理想だが紙面による契約もやむをえない。著作権者の獲得、利用者拡大が最大の命題となるので、インターネットだけにこだわらない。

### 不正コピー防止技術

不正コピー防止技術の開発については、イーライセンスが直接開発するのではなく、技術開発中の企業と連携を取っていく予定である。イーライセンスが許諾したサイトにマークを付与する形になる。ただし、コピーコントロール CD の技術については、私的使用などの問題も絡みまだまだ開発途上にあると認識している。

ネットワークについては有効な手立てがまだないが、ナップスターやグヌーテラもシステム的には非常によいものだと考えている。ただ規制するだけでなく、ナップスターを作った学生のようなニーズを、貸しレコード店の事例のように正規のビジネスとして作り上げていくのが産業界の役目と考える。

### 教育について

著作権に関する問題について、法律と保護システムだけで対応できるとは考えていない。教育や啓蒙活動が必要不可欠である。権利処理がビジネスの中でどのように関係してくるか等を教育し、眠っている著作権を活性化させる必要がある。

日本の名だたる大手企業でも、著作権の権利処理については外部にすべて依存してしまっているケースが多々ある。今後、義務教育の中でも教育すべき問題である。

### 海外の著作権団体との提携

香港の CASH などと折衝中だが、海外への窓口が日本音楽著作権協会 ( JASRAC ) に一本化されている現状に苦慮している。また、「インタラクティブ配信」という権利は日本特有のものであり、米国では演奏権に関する団体がストリーミングについて、また録音権に関する団体がダウンロードについて権利処理を行っているため、イーライセンスが米国と契約するさいには双方との契約が必要となってくる。海外との整合性も今後検討しなければならないのではないかと。



### 管理著作権の拡大

仲介業法改正により、著作権管理の対象が「音楽」、「小説」、「脚本」のみから、著作権全般となったが、今後としては映像の著作権管理ビジネスにも事業拡大予定である。また音楽では通信カラオケが有望と思われる。

著作権管理ビジネスとして成立するには、複雑な著作権が発生するもの、複数の権利を不特定多数に提供するもの、という条件にあてはまるものに限定されると思われるので、その他の著作権についてはビジネスとして成り立たないのではないかと。

イーライセンスでも、現在のところは兼業として行っている著作権管理に関するコンサルティング事業が主な収益であり、著作権管理ビジネスとして成り立つのは2005年ごろではないかと推測している。

### その他

著作権等管理事業法には著作権管理に関して生ずる問題に対応する「調停機関」の設置が明記されているが、早期の設立を期待している。イーライセンスでは、訴権は著作者に残されているが、JASRACの「信託譲渡契約」では訴権もJASRACが持つことになる。著作者の全ての権利が譲渡されてしまう「信託譲渡契約」そのものにも問題を感じている。

## 2.3.7 国民生活センター

電子商取引推進協議会（ECOM）が国民生活センターを訪問し、相談部職員にネットショッピング、ネットオークションを中心に話を聞いた。以下はその内容をまとめたものである。

### (1) 業務内容

国民生活センターは、国民生活センター法に基づき「国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から、国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うこと」を目的に、インターネット、ECも含め、幅広く消費者からの相談に対応するとともに、消費生活に関する調査・啓発及び行政機関への政策提言活動を行っている。

なお、平成15年10月に独立行政法人になることが決定している

(2) ヒアリング内容  
相談内容について

表 2-2 EC に関する相談件数

(件)

年度 内容	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002 <sup>7</sup> (9/4 まで)
ショッピング	5	61	265	544	1054	3055	6138	2032
オークション	-	-	-	-	-	-	1082	489

(注)「月刊 国民生活」2002 年 12 月号より抜粋

インターネットショッピングでの主な相談内容は、「商品が届かない」、「商品は届いたが故障や傷等で納得できない」の 2 つが大半を占める。また、最近は海外（特に欧米）事業者との取引にまつわるもの（PC、書籍、チケット、偽ブランド品等）、アダルトコンテンツの利用に対する請求が止まらないといった相談も見受けられる。

また、消費者契約法に基づき、契約条項や裁判管轄などについて不当条項として削除を求める声や、通信販売におけるクーリング・オフ制度の導入を求める声も出てきているが、消費者契約法については、判例等の動向に注視しつつ、今後も議論していかなければならないと考えている。

オークションについては明らかに業者が出品しているケース、または継続出品を行っており事業性が認められるケースについては消費生活相談の対象となるが、消費者間の取引や購入の目的が事業のためという場合には消費生活相談の対象外となる。

相談内容に対する対応

一般的には「消費生活専門相談員」の資格を持つ相談員が、相談者から相談内容を時系列的、及び 5W + 1H で聴き取った上で、必要に応じた助言を行っている。また、事案によっては相談者と事業者との間に入って交渉（斡旋）を行っている。国民生活センターの斡旋は法律に基づいて強制的に事業者に改善指導を促すものではないが、販売方法に問題がある場合などは事業者に対し要望を行ったり、事業者名公表という形を取ることがある。

なお、地方自治体の場合、消費生活条例に基づいた事業者名公表や行政処分を行うケースもある。

こういった相談内容をもとに消費者に対する啓発活動や行政に対する政策提言等

<sup>7</sup> なお、2003 年 1 月 7 日時点での相談件数は、ショッピング 5,500 件（前年同期 3,590 件）、オークション 1,250 件（前年同期 600 件）となっている（国民生活センターホームページより）

も積極的にやっている。

#### その他

インターネット関連の事業者においては、一般的に関係法令及び消費者保護に関する意識が低いと感じることが多い。業界の歴史が浅く、技術面も発展途上であること等が影響していると思われるが、トラブルを未然に防ぐためにも関係法例及び消費者保護に対する理解を深めてほしい。

一方、消費者に対しては、国民生活センター及び消費生活センターにおいて本件のような問題に限らず様々な消費者問題について被害の未然防止、拡大防止の観点から啓発冊子などで注意を促しているため、参考にしてほしいと思う。

### 2.3.8 警視庁ハイテク犯罪対策総合センター

#### (1) 業務内容

警視庁生活安全部ハイテク犯罪対策総合センターでは、ハイテク犯罪に関して電話での相談の受付から捜査まで一貫して対処している。なお、捜査においては、事案内容によって各都道府県警と協力しながら進めている。

#### (2) ヒアリング内容

##### 最近のハイテク犯罪傾向について

相談件数では、インターネット上での誹謗・中傷、オークションにおける詐欺に関するもので約 6 割になる。

詳細としては、誹謗・中傷については他人の悪口をサイトに掲載するものやメールに配信するものが代表的であり、オークションでは架空の商品を出品し、落札者から代金を騙し取る、落札代金の未払い、他人の ID を不正利用するなどが挙げられる。

その他では、スパム関連の相談が寄せられているが、単に未承諾広告メールの送り付けではなく、内容が問題となるケース（脅迫まがいの架空請求（利用代金、慰謝料名目）を特定多数の人にメール送信し、実際に支払ってしまうケース）などもある。ただし、内容が恐喝にあたるかどうかは微妙な問題である。

また、ハッキングなどは海外からのケースも多いので、諸外国との捜査協力が不可欠である。

ハイテク犯罪対策総合センター公式サイトにインターネット犯罪の相談件数、検挙数が掲載されている。現在の統計制度には「ハイテク犯罪」の分類がないため、被害届出件数、検挙率は正確に把握できない。現在、警視庁において、統計方法の検討を検討していると聞いている。

#### ハイテク犯罪に対する対応

警視庁生活安全部ハイテク犯罪対策総合センターは 76 人体制と大規模だが、2～3 名（兼務の場合もあり）で対応している県警も少なくないため、体制の強化が急務である。

相談の内容により被害者へ助言するもの、自ら捜査するもの、所轄署などに割り振るものなど様々だ。

情報窃盗についても検討しないといけない時期にきているかもしれない。防衛庁機密漏洩事件も、電子データが刑法上の財物と見なされないことから、現状ではフロッピーディスクや紙の窃盗扱いとなってしまう。

#### 本人確認と情報管理に関して

本人確認については、架空銀行口座の開設など犯罪の温床となるケースが多数考えられるため、本人確認は極めて重要な問題と考えている。また、個人情報保護も重要だが、サイト上から漏洩したものはセキュリティレベルが低いものも多い。

クレジットカードを利用した犯罪として、他人のクレジットカード番号を不正に利用し、サイト上のサービス利用や商品を購入されるというケースがある。カード番号がインターネット上でクラッキングされるというケースは現在のところなく、受け取り側によるカード明細の持ち出し、転売、スキミングといった手法による被害が多い。

#### インターネット犯罪への対処について

捜査に当たってはログが必須となるが、現状プロバイダ等には保存の義務付けがなく、保存している場合でも、捜査という面からすると保存期間が短すぎるケースが多々ある。

セキュリティホールをついたハッキング等について、不正アクセス禁止法に抵触することが考えられるが、ウイルスの製造や販売、譲渡、保管、送信行為等については取締規定がないで対処が難しい。DDOS 攻撃などに対しても、セキュリティ対策を講じるなど、自己防衛に努めていただきたい。

### 2.3.9 社団法人日本音楽著作権協会

#### (1) 業務内容

社団法人日本音楽著作権協会（以下 JASRAC）は、音楽に関する著作権管理業務を行う公益団体として、昭和 14 年に設立された社団法人である。現在、JASRAC では、著作権の管理システムとして、「JASRAC NETWORKESTAR SYSTEM」を運用している。

このシステムは、作品データベース検索システム J-WID、違法サイト監視システム J-MUSE、許諾申請受付システム J-TAKT、許諾マーク発行システム J-CLEF、利用報告受付・請求明細発行システム J-NOTES から構成されており、日本で著作権管理のため機能している包括的なシステムとしては唯一のものである。

## (2) ヒアリング内容

J-TACT（許諾申請受付システム）における申請者の本人確認方法

申請者と JASRAC で、著作物のライセンス契約を締結することになり、課金の面のみならず、契約者に契約の遵守を求めていくためにも、本人確認が重要であると考えている。本人確認の方法として、電子署名を利用する方法も考えられるが、現在は運用コストが高く、電子署名を利用する方法の導入に至っていない。

現在の本人確認方法は、概要次のとおりであり、ネット上で完結する方法をとらず、紙媒体を介し、最終的には許諾書の申請者への到達の事実をもって、本人確認をする方法をとっている。

申請者は、ネット上で、チャートから自己の利用条件に応じた方法を選択し、ライセンス条件を確定する。

申請者は、ライセンス条件を提示した画面を、自己の側で印刷する。

申請者は、印刷した紙に押印して、JASRAC 宛て郵便で送付して、ライセンスの申請を行う。

JASRAC は、申請内容を審査し、承認した場合には、許諾証及びライセンス料の請求書を、申請者宛て郵便で送付する。

ライセンス料が僅少なケースの場合、上記のような方法では、伝達手段に要するコストが手数料額を大きく超えることになる。しかし、JASRAC の公的な性格にかんがみ、一定利用料以下の利用に関して、これを拒否するということとはできない。よって、電子認証を含め、ネット上で低コストの本人確認をどのような手段により行うかは、今後の重要課題である。

個人・非営利目的利用のライセンス事業

平成 13 年 7 月から、ネット上での著作物の利用について、個人の非営利目的での著作物の利用についてもライセンス事業を開始しており、のべ件数で 2,800 件（平成 14 年 12 月）に達しており、今後のライセンス事業の拡大が見込まれる。

ネット上での著作物の違法利用への対応

監視システム J-MUSE により、インターネット上のファイルをチェックし、著作物の違法利用サイトを発見した場合には、まず、警告メールを送っている。改善措置が見られないサイトに対しては、最終的には刑事告訴を行って、著作物の適正な

利用を促すための措置をとっている。ほとんどのケースでは、警告メールの段階で違法行為は停止されるが、刑事告訴に至ったケースも数件ある。

また、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報開示に関する法律（プロバイダ責任制限法）に基づく対応として、著作権侵害サイトについて、プロバイダに連絡して、送信停止措置を要請する。JASRAC は、プロバイダ責任制限法ガイドライン検討協議会が策定した「プロバイダ責任法著作権関係ガイドライン」に定められている「信頼性確認団体<sup>8</sup>」として認定を受けているため、JASRAC からプロバイダ等に対して著作権侵害行為に関する通知及び送信停止阻止の要求をした場合、プロバイダ側では簡易な確認手続きに基づいてそれに応じることになる。

一方、本人情報開示については、本人に事前に本人確認の可否に関して確認がなされた段階で、本人が開示を拒否する例がほとんどなので、本人情報開示目的としてはあまり機能していないと思われる。

#### コンテンツ・ホルダーへのアピール

著作権対象となるコンテンツを防禦することで、違法利用を阻止しようとしている。一定の著作権保護対策をしているコンテンツ・ホルダーに対し、減額する旨の減額細則を設けて、コンテンツ・ホルダーの意識向上・著作権保護の推進を図っている。具体的には、著作権対象に対し、コピーコントロールの付加、権利管理情報の電子透かし（又はそれに準じる方法での）デジタルデータへの付与、正確かつ迅速な利用報告、の各項目を実施する会社に対し、それぞれ 5%、最大で合計 15% の使用料減額措置をしている。

#### 国際関係の現状

対東南アジアに関しては、各国と演奏権（公衆送信権は演奏権に含まれる）に関する相互管理契約を締結しており、各国の著作権管理団体がそれぞれ管理・監視を行っている。また、録音権、複製権についても今後相互管理契約を締結する動きがある。送信可能化権に関しては、日本・オーストラリアに特有の規定であるが、ネット上で著作権侵害行為に関しては、複製権、送信権などで把握が可能である。今後の問題としては、次のような項目が挙げられる。

- ・ 国際的な著作権保護法制の調和
- ・ 司法救済規定の整備（法定損害賠償額の設定など）
- ・ 裁判管轄の明確化

---

<sup>8</sup> プロバイダ等に関して削除等の措置を求めるための申し出に対し、申出者から個別に証拠を提示させるのではなく、他の信頼できる第三者が一定の信頼できる手続きに即して著作権侵害に関する確認を行っている場合には、社会的に見ても、申し出者の本人性等について確認ができているとの考えに基づき、このような確認を行うについて一定の基準を充たす者として、「信頼性確認団体」の規定が設けられている。

### 2.3.10 財団法人日本品質保証機構

#### (1) 事業内容

平成 13 年 4 月 1 日に「電子署名及び認証業務に関する法律」(以下 電子署名法)が施行され、本人にしか成しえない署名に関わる認証業務=「特定認証業務」を行うにあたっては国の認定を任意に受けることが可能とされている。特定認証業務の認定(およびその更新)を受けるに当たってはその業務の実施体制について、国が指定した「指定調査機関」が調査を行うこととなっている。財団法人日本品質保証機構(以下 JQA)電子署名・認証調査センターは、その第 1 号として、認定を受けようとする特定認証業務の調査を行っている。

また、この他にも電子署名・認証に関する制度、技術等について海外動向も含めて調査研究を行っており、認証業務の安全・信頼性等を確保するために必要な情報を認証事業者や一般国民に提供している。

#### (2) ヒアリング内容

##### 特定認証業務に関する調査について

海外では、事業者に対する認定を行っているのに対し、日本では業務に対する認定という形を取っている。このため、具体的には、申請内容に基づき、

- 認証業務に使用する設備
- 本人の真偽確認方法
- 認証業務の運用方法

について調査を行い、調査結果を認定機関である法務省、総務省、経済産業省に対し報告を行っている。また、認定の更新は 1 年ごとに行われることになっているため、更新時には、登録時の基準に基づいて実際の運用がなされているか、規定された帳簿書類が保存されているかなどの調査を行っている。

この他にも、業務方法等が変更された場合にも調査を行っているが、技術革新が目覚ましい現在、どこまでの変更が調査対象になるかは難しいところである。

調査を受けるための手数料は、認証業務用設備が設置される建物、設備等の条件によって異なる。

##### 本人の真偽確認について

電子署名法で規定している内容は、住所、氏名、生年月日であり、電子証明書にすべてを記載する必要はないが(氏名は必須)電子証明書を発行するに際しては、この 3 点についてすべて真偽確認を行わなければならない。

## 確認方法

現在では、本人の真偽確認方法として以下の方法を取っている。

- 住民票の写し、戸籍謄抄本など本人の実在性を示す公的証明書の提出
- 旅券、運転免許証等の写真付き公的証明書の提示
- 電子証明書の発行申込書に押印された印鑑の印影と印鑑登録証明書で証明されている印影との照合
- 本人限定受取郵便の受領書（郵便局での受取で本人確認する証明書は郵便局が指定）
- （電子署名発行後、）本人によってなされた電子署名と電子証明書との検証

上記以外で、バイオメトリクスによる本人の真偽確認等も考えられるが、あらかじめデータをどこかに登録しておく必要があり、本人の真偽確認方法としては有効と思われるが、国が実施することに対しては反発が大きいと思われる。また、バイオメトリクスによる認証の場合、1つの方式だけでは技術的な問題だけでなくハンディキャップ等により派生する問題も生じるため、考慮が必要となる。

今後公的個人認証が広まれば、それを電子署名法による本人の真偽確認方法に加えることは可能となるであろう。

## 本人の真偽確認情報の保存

電子署名法では、本人の真偽確認情報の保存として、パスポート、運転免許証等写真付のものは提示されたもののコピー（保険証は対象外）、写真のない公的証明書（住民票の写し、印鑑登録証明書）等は提出された原本を10年保管することになっている。

## 電子証明書の内容について

電子証明書の用途としては、プライベートシーンでは電子メールの証明（名前の確認）も考えられるが、ビジネスシーンでの利用が主となると思われる。実際のビジネスで利用する場合には上記3点（氏名、住所、生年月日）の情報だけでは実用が難しい。例えば、電子入札システムでは、3点+企業名+代表者名（責任者）の情報を記載して入札に利用されている。この他にも取引のバリエーションにより、記載される属性情報は多様に考えられるが、電子署名法では、企業名等については認定の対象外であり、認定対象外の証明書記載内容については取引当事者が責任をもつことになる。なお、電子署名法では、その他記載情報のフォーマットに対する規定はないが、実際には電子証明書の標準仕様である X.509 に準拠した形で発行されている。

氏名等の標記については、外国人の場合等は日本での通称を利用することができ



る。現在は、日本人も基本部分への氏名記載はローマ字である。平成 15 年 12 月 31 日より電子証明書の基本部分に漢字を使用できるようになる。これについて、住民票の写し当に記載されている文字と 1 字 1 句同じ文字を使用しなければならないという規定はない。

#### 個人情報保護等に関して

認定事業者の個人情報管理に関する規定としては、利用申込者に対し「電子証明書に記載される」旨を明示し承認を得る義務がある。また、利用者署名符号（秘密鍵）等の秘密情報について、電子証明書発行のために一時的にコンピュータに蓄積された情報を確実に削除する旨も規定されている。

#### 認定の申請状況

申請は、e-Japan 計画に呼応して BtoG 市場を念頭においた電子入札システム、電子申請システムや事業者の受発注システムがらみの申請が多くなっている。ただ、認証関係者としては、本来利用が望まれる BtoB、BtoC 市場において今後拡大することを期待している。

#### 法的課題

前述のように BtoB、BtoC 場面においての利用促進を図るためには、電子署名法による推定項だけではなく、電子証明書の有効期限が過ぎた後どのようになるのかといった、長期保存に関する問題を明確にしていく必要があると思われる。

また、署名利用者（電子証明書所有者）と電子署名を送られた側（検証者）との間で電子署名の真偽に関わる問題等が発生した場合、電子証明書を発行した認証局が負う責任や損害賠償等の対応についても、不明確な部分は残っている。電子署名法では、認証局の認証業務運用規定（CPS：Certification Practice Statement）等を検証者にわかりやすく見せる義務は規定されているが、実際には CPS を確実に検証者が見たと確認できるような仕組みにならない限り、検証者に対する CPS 等の有効性そのものに疑問が残ってしまう。また、利用者への損害賠償についても、電子署名法では制限がある場合のみ記述しなくてはならないという記述に留まっており、認証局と利用者の責任分担のあり方についても今後さらに議論する必要がある。

さらに、電子署名法では利用者側の環境については何も規定していないので、利用者署名符号（秘密鍵）の流出、漏洩、盗難等に対する利用者側の対応についても検討が必要であろう。

### 2.3.11 情報処理振興事業協会セキュリティセンター

#### (1) 事業内容

情報処理振興事業協会セキュリティセンター（以下 IPA/ISEC）は、わが国において情報セキュリティ対策の必要性・重要性についての認識を啓発・向上し、具体的な対策実践情報・対策手段を提供するとともに、セキュアな情報インフラストラクチャ整備に貢献することを目的として、情報セキュリティに関する情報収集や、市場において実施されていない、もしくは、リスクが大きく実施できない内容に関して、研究開発及び研究開発を行い、その結果をホームページ、セミナーその他の手段によって提供している。

#### (2) ヒアリング内容

##### コンピュータウイルスについて

コンピュータウイルス（以下ウイルス）の定義については、経済産業省のウイルス対策基準の定義を適用しており、ブラウザクラッシャーなどの不正プログラムは含まれていない。

IPA ホームページで公開している定義は以下のとおり。

第三者のプログラムやデータベースに対して意図的に何らかの被害を及ぼすように作られたプログラムであり、次の機能を一つ以上有するもの。

##### a) 自己伝染機能

自らの機能によって他のプログラムに自らをコピーし又はシステム機能を利用して自らを他のシステムにコピーすることにより、他のシステムに伝染する機能

##### b) 潜伏機能

発病するための特定時刻、一定時間、処理回数等の条件を記憶させて、発病するまで症状を出さない機能

##### c) 発病機能

プログラム、データ等のファイルの破壊を行ったり、設計者の意図しない動作をする等の機能

被害件数のカウントについては、一次被害、二次被害以降の区別はせずに行っている。

これまでで、もっとも被害が大きかったのは、XM97/Laroux 1件の届出で 2000 台の感染被害が出たケースである。EC でのウイルス被害については、特に他のウイルス被害と区別をしているわけではないのでわからないが、ファイル感染タイプのウイルスと思われるので、メール感染タイプのウイルスと比較しても極少かと思われる。

現状、ウイルスプログラムの作成だけでは罪に問われない。プログラム作成という行為に対する言論、表現の自由があり、意図的な送信により実被害が発生した段

階で罰則の対象となり損害賠償請求が可能となるが、実際には、一次送付側が意図して隠す為に、発生（配布・作成）元の特定が非常に困難なのがウイルス被害のポイントとなっている。また、被害の拡大については、善意の第三者が知らずに送信してしまっている場合がほとんどであるが、一般ユーザーのセキュリティとしての最低の義務であるワクチンソフトのインストール行為等は必要と解釈している。ウイルス被害の届出は、電子メール又は FAX による受付を行っているが、一部郵送による届け出もある。

活動にあたっては、ワクチンベンダーの海外の研究所、AVAR、EICAR、ウイルス対策協議会などと適宜情報交換を行っている。

#### ウイルス関連の法的対応についての課題

直接に不正アクセス禁止法を適用の要件としては、ネットワーク上でアクセス制限を行っている状態が必要、従ってフリーなアクセスでの感染には適用できないと解釈している。

またハッカー・コンピュータウイルス対策を効果的に実施していくために、昭和62年には刑法が改正され、電磁的記録不正作出罪、電子計算機損壊等による業務妨害罪等が規定されたが、この改正によっても、データの不正取得及びコンピュータの不正使用の形態をとっている不正アクセス、発病前の段階のコンピュータウイルス投与行為については、犯罪として成立しないことも課題である。

このため、情報システムの完全性を確保するため、不正アクセス行為やコンピュータウイルス投与行為に対する罰則規定の明定、セキュリティ確保のために民間事業者に対する行政法的対応について検討を行うことが必要と考えられる。

ウイルス問題全般にわたる対策としては、作成、配布、使用、送付・流通、保管格納等の各段階において法規制・罰則・ユーザー教育（ガイドライン徹底等）を含めて全般にわたる取組が必要となる。

### 2.3.12 社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会

#### (1) 事業内容

社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会（以下 ACCS）は、コンピュータソフトウェアをはじめとしたデジタル著作物の著作権者の権利を保護すると共に、著作権の普及活動を行い、コンピュータ社会における文化の発展に寄与することを目的として、調査研究事業、著作権に関する相談受付事業、違法コピー根絶に向けた普及啓発活動等を行っている団体である。

## (2) ヒアリング内容

### ソフトウェアの頒布権に関する問題

中古ゲームソフトの販売において頒布権が消尽してしまうという判決が出ているが、中古ソフトウェアについてはどうか。中古流通によって著作者が権利を行使できないことはソフトウェアのビジネスにとって大きな問題である

### シュリンクラップ契約の有効性について

シュリンクラップ契約（パッケージを破いたことで使用許諾内容に合意したとみなす契約方式）において使用权という形でコントロールしているが、そもそもどこまでこうした契約が有効なのか。

### 破産法の関係

ライセンサーが破産・倒産した場合のライセンシーの地位の保全という問題がある。第三者がライセンサーの権利を引き継いだ際に、ライセンシーに対してソフトウェアの使用を不可とする可能性もあり、金融機関等が使用しているコンピュータソフトウェアなどでは死活問題となる場合がある。米国ではライセンシーの地位について一定の要件を満たせば第三者にも対抗できる制度がある。

### オープンソースに関する問題

ソースコードを開示するか否かという問題と著作権制度のあり方には直接関係はない。オープンソースのソフトウェアであっても著作権等の知的財産権の対象となることは明らかであり、それを前提に通常は GPL 等のライセンス方式によって利用行為や改変行為が可能になるようにカバーされているにすぎない。したがって、GPL 等のライセンス方式自体が有効であることが前提とされているが、この点には議論がある。

### インターネット・オークションでのオリジナルソフトの流通問題

最近ではソフトの CD がまるごとコピーされたうえで、オリジナルの方が流通するという事態が生じている。ソフトのみオリジナルの所有権が移転された時には手元のハードディスクにコピーを残すことは著作権法上違法であるが、現実問題としてそれを確認するのは難しい。これが常態化すると、ソフトメーカーは開発費を回収することが不可能となる。従来の著作権課金の方式（パッケージを売るときに回収）では立ちゆかなくなるので、むしろこうした 2 次流通を前提として、「使われる」たびに課金がなされるような仕組みを考えていく必要があるのではないかと。課金システムと連動させた仕組みが必要であろう。

### 著作権のあり方について

情報のデジタル化により改変が容易になってきているが、情報の信憑性が低下した時のリスクに対して、もっと真剣に考えるべきである。そういう意味では、著作者人格権もっとフォーカスすべきではないか。

著作財産権の側面においては、著作権はどれだけ使われるかわからないところにビジネスとしての妙味があり、使われるたびに著作者へ報酬が行くような形が望ましい。そのためには、仕組み（ビジネスモデル）づくりが必要となる。例えば、頒布権の集中管理等を行うことにより、中古ソフト流通からからうまく著作者に利用料が分配されるようにする等。特にデジタル著作物のあり方として、今後、著作権法だけで強固に守りを固めていくのは無理があり、いかに流通させて回収するシステムを構築するかにかかっている。

### 3 法的問題の普及啓発

近年、インターネットによる取引の範囲の拡大や新規ビジネスの創出に併せて各種のトラブルも増加傾向にあり、より安全な EC 環境を創り出すためには、EC に参加する売り手と買い手においても、法的側面について、より積極的な対応が求められるようになってきている。

本章では、EC 事業者や消費者に求められる EC に関する法律知識、今年度作成した EC 法律相談 Q&A について報告する。

#### 3.1 EC 当事者（事業者、消費者）に求められる法律知識

現在、電子契約法やプロバイダ責任制限法等、EC を取り巻く法的環境整備が急ピッチで進んでいる。事業者が EC 事業を展開する際、当該事業にどのような法律が適用されるのかを認識することは、EC 事業者にとっては、EC 事業遂行上のリスクマネジメントの強化につながり、また、消費者が EC を通じて商品等を購入する際に注意しなければならない事項を知識として持つことがトラブルを未然に防止することになる。

これらの関係法律については、首相官邸高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部 IT 関連法律リンク集（[http://www.kantei.go.jp/jp/it/network/it\\_hourei.html](http://www.kantei.go.jp/jp/it/network/it_hourei.html)）で見ることができる。

EC 推進の観点から以下の法整備、改正が行われており、EC 当事者（EC 事業者と消費者）が留意すべき法律知識である。また、各々の法律の条文については、総務省 法令データ提供システム（<http://law.e-gov.go.jp/cgi-bin/idxsearch.cgi>）で参照することができる。

##### 3.1.1 EC の取引ルールに関するもの

特定商取引に関する法律（通称：特定商取引法）

インターネットを通じて物品の販売、サービスを提供する EC は、通信販売の一形態であり、EC 事業者は「一定事項の表示義務」「確認画面の設置義務」など本法律の適用を受ける。また「広告メールの受信を希望しない旨の意思を行った者への再送信の禁止」と「広告への表示義務事項の追加」を内容とする改正（平成 14 年 7 月 1 日施行）を行っている。

【詳細】

経済産業省：[http://www.meti.go.jp/policy/consumer/tokusho\\_amend.html](http://www.meti.go.jp/policy/consumer/tokusho_amend.html)

電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律（通称：電子契約法）

EC などにおける消費者の操作ミスの救済措置規定と契約の成立時期（発信主義が

ら到達主義)を定めている。

【詳細】

経済産業省：<http://www.consumer.go.jp/kankeihourei/syohisya/keiyaku/index.html>

不当景品類及び不当表示防止法（通称：景品表示法）

景品表示法は、商品および役務の取引に付随して、顧客を誘引するために相手方に提供する、いわゆる景品類の制限や禁止事項、およびこれらの表示の仕方について定めており、ECにおいても同様の規制を受ける。

【詳細】

公正取引委員会：<http://www.jftc.go.jp/keihin/1/keihyohou.htm>

### 3.1.2 ECの基盤整備に関するもの

電子署名及び認証業務に関する法律（通称：電子署名法）

ECなどで取り扱うメールなどの電磁的記録（電子文書等）について、手書き署名や押印と同等な法的要件となる電子署名の効果とその認証業務の認定を受けた者の権利と義務等を定めている。

【詳細】

経済産業省：<http://www.meti.go.jp/policy/netsecurity/digitalsign.htm>

不正競争防止法の一部を改正する法律

ECの通信基盤であるインターネット上において、「住所」にあたるドメイン名の商品価値としての高まりにともない、他人の商標等と同一又は類似のドメイン名を取得し、商標権等の侵害や当該ドメインの不当な買い取りを強要するなどのドメイン名を悪用する行為について、防止を目的とする改正を行った。

【詳細】

経済産業省：<http://www.meti.go.jp/kohosys/press/0001427/0/010327fusei.html>

著作権法（改正）

著作権者の著作物に対する権利（著作者人格権（公表権、氏名表示権、同一性保持権）、著作者財産権（複製権、上演権及び演奏権、公衆送信権、送信可能権、口述権、展示権、上演権及び頒布権、貸与権、翻訳権、訳案権）に関し、これを著作権者以外の者が使用することについて定めている。

【詳細】

文化庁：

<http://www.bunka.go.jp/frame.asp?fl=list&id=1000002741&clc=1000001915>

特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律

(通称：プロバイダ責任制限法)

名誉毀損や著作権侵害などの違法な情報が掲示板への書き込みやホームページのウェブホスティングサービスを通じての流出について、その掲示板やサービスの管理者が負う法律上の責任の制限について定めている。

【詳細】

総務省：[http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/top/denki\\_h.html](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/top/denki_h.html)

特許法

特許法は、発明（物（プログラム等を含む）、方法、物を生産する方法）について、発明者の権利保護および第三者の利用について定めている。EC の観点から見れば、EC を行うための EC サイトや情報システム、それを含めたビジネスの仕組み自体を保護の対象とする、いわゆる「ビジネスモデル特許」権を認められており、構築しようとする EC サイトや仕組みが他人の特許を侵害していないことに留意する一方、特許要件を満たす新たな EC サイトや仕組みを発明について特許権を得ることができる。

【詳細】

特許庁：<http://www.jpo.go.jp/techno/tokkyo.htm>

### 3.1.3 EC 推進のための規制緩和に関するもの

書面の交付等に関する情報通信の技術の利用のための関係法律の整備に関する法律  
(通称：IT 書面一括法)

民間商取引における書面の交付あるいは書面による手続きを法律により義務づけていることについて、従来どおりの書面手続きに加え、送付される側の同意を条件に、電子メール等電子的手段によっても行えることを容認するもの。IT 書面一括法に基づき、平成 13 年 4 月に 50 本の法律が改定、施行された。

【詳細】

経済産業省：<http://www.meti.go.jp/kohosys/press/0001048/0/1020syomen1.htm>

### 3.1.4 EC の周辺領域にかかわるもの

不正アクセス行為の禁止等に関する法律（通称：不正アクセス禁止法）

他人の ID・パスワードなどを無断で使用する行為やセキュリティホールを攻撃してコンピュータに侵入する行為、これらを助長する行為（例えば、無断で他人の ID・パスワードなどを第三者に提供する行為）の禁止について定めている。

【詳細】

警察庁：<http://www.npa.go.jp/hightech/hourei/index.htm>

総務省：[http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/top/access\\_law/outline.html](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/top/access_law/outline.html)



#### 古物営業法の一部を改正する法律案

インターネットを利用した古物取引において、古物商による古物買い入れの際の相手方の確認方法、古物取引を行うホームページ(HP)の URL の届出およびその HP 上に表示すべき事項を定めるとともに、インターネット・オークションにおける盗品等売買防止のため規定にについて改正を行った。

#### 【詳細】

警察庁：<http://www.npa.go.jp/safetylife/seiankis9/kobutu.htm>

#### 刑法の一部を改正する法律（カード偽造に対する罰則）

クレジットカード等の支払用カードを構成する電磁的記録等の不正作出、所持、これらの電磁的記録の情報の不正取得などの行為に対する処罰規定について改正を行った。

#### 【詳細】

法務省：<http://www.moj.go.jp/HOUAN/KEIHO/refer05.html>

#### 各種業法

EC において取り扱う商品やサービス固有に必要となる許可や届出など、当該事業特有の法的規定を定めている。

### 3.2 ポータルサイトを活用した普及啓発と試行

EC に関する法的問題の検討は、様々なところで行われており、3.1 節に示されるような EC に関する法律面の整備や、EC の具体的課題に対する現行法の包括的な解釈指針である「電子商取引等に関する準則」や各業界団体によるガイドライン等の検討、整備が進んでいる。これらの EC に関わる法律、ルールやその整備状況について総合的かつ効果的に EC 事業者や消費者に提供し、EC 当事者の法的意識を普及啓発していくことも、安全で安心して利用できる EC の実現には、重要である。

このため、わが国の EC に関する主要サイトである「電子商取引推進協議会」公式サイトを通じた、これらの普及啓発を行うための「法的問題ポータル機能」の基本的な考え方とそのコンテンツの 1 つとして平成 14 年度において作成した法的問題 Q&A について、以下に報告する。

#### 3.2.1 法的問題ポータル機能の概要

##### (1) 目的

「EC の法的問題に関するコミュニティ」を目指し、EC に関する法律の解説、EC 事業の立ち上げや消費者として EC を利用する際の法的問題に関する情報を総合的に提供して、産業界、消費者などの EC 当事者の法的関心を高めることにより、安全で、安心して利用で

きる EC の環境の創出を目的とする。

## (2) コンテンツ構成

法的問題ポータル機能におけるコンテンツ構成を、図 3-1 に示す。

### EC 法律相談 Q&A

EC 事業者や消費者など EC 当事者それぞれの EC の活用局面において関係する法律や法的問題を、法律の専門家、非専門家などのレベル分けをし、解説（Q&A 形式）を行う。

3.3 に、本年度作成した EC 法律相談 Q&A を示す。

### EC 法律问题リンク集

EC に関する法律（国内法を主体）や判例（最高裁判例や下級審での経過）を解説する関係省庁のサイト、法令や判例に示されるに至らない EC に関する法的問題や「電子商取引等に関する準則」で取り扱われる事項や団体・業界ごとに定めるガイドラインに関するサイトにリンクし、より詳細な情報を提供する。

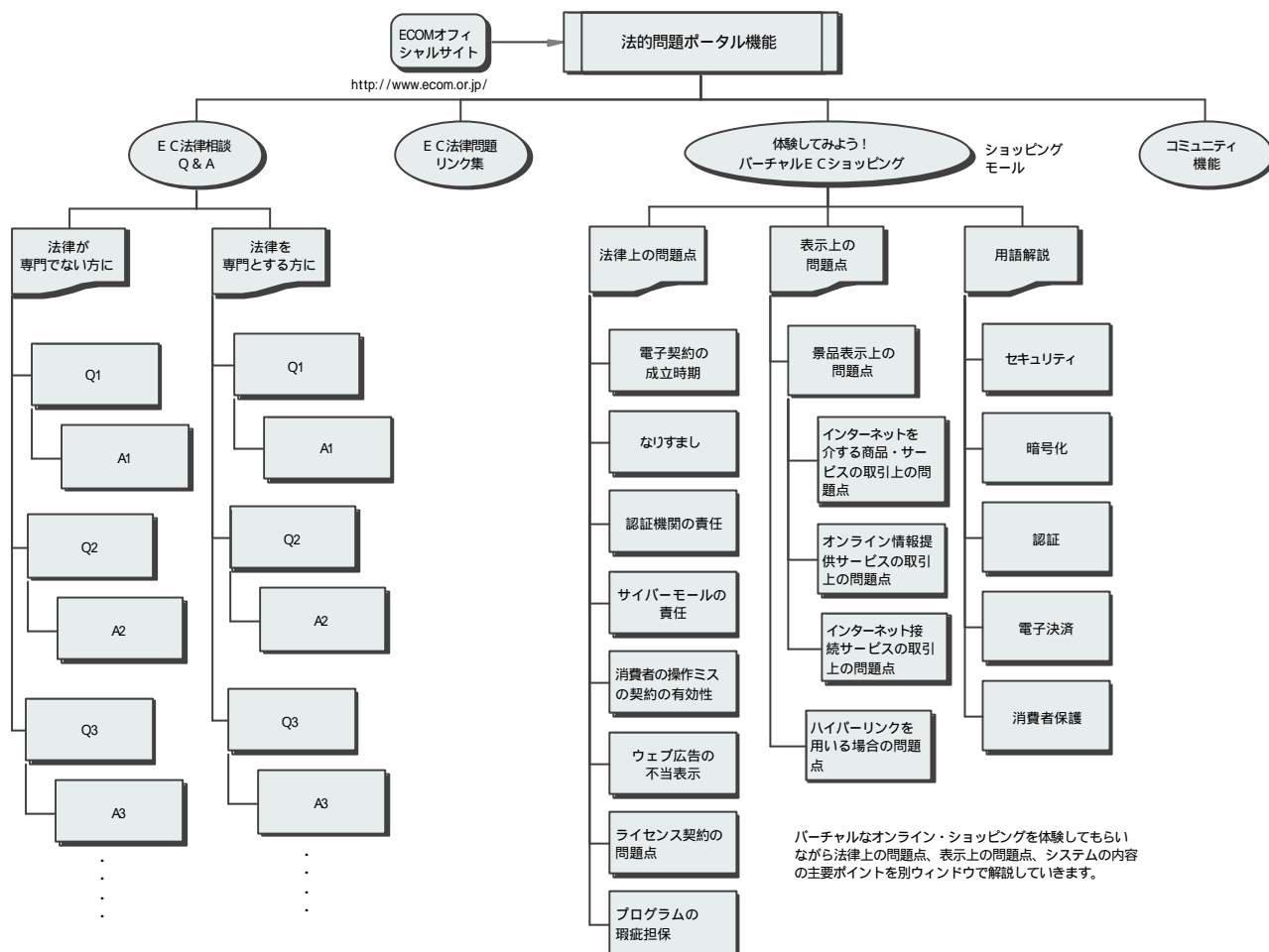


図 3-1 法的問題ポータル機能におけるコンテンツ構成

### バーチャル EC ショッピングを通じた法的知識の啓発

バーチャルなオンラインショッピングを体験してもらいながら留意しなければならない法律や業界ルール、EC 商店等が満たさなければならないシステム要件等のポイントを解説する。

具体的には、生鮮食品の販売、購入の場面を例として、関連する法律やルールなどを解説する他、その他の業務や取扱商品についての注意点等を体験的に理解させるものとする。

### コミュニティ機能

EC 関わる法制度面で整備すべき事項や準則等で取り上げるべきテーマについて、広範な EC の利活用の現場から効果的に吸い上げる機能として BBS の活用やテーマの検討の場としてバーチャル会議などをコミュニティ機能として考える。

### 3.2.2 開設スケジュール

平成 14 年度：以下の機能を試行的に開設する。

法律相談 Q&A

EC 法律問題リンク集

バーチャル EC ショッピングを通じた法的知識の啓発

平成 15 年度：上記機能を一般公開。以下の機能を追加する。

コミュニティ機能

各機能のコンテンツを随時拡充

### 3.2.3 将来計画

当面は、国内の課題に関するコンテンツを対象とするが、今後、当然のこととして国境を越えた EC が急激に増加することに対応し、海外における EC の法的問題の情報収集と提供を考える。

## 3.3 EC 法律相談 Q&A

EC 事業者や消費者の EC 当事者が EC を活用する際に関係する法律やルールとの関係について、以下に示す 4 つの EC の活用局面に分類し、さらに 6 ないし 22 の局面について、具体的な質問(Q)を設定し、その回答(A)をそれぞれ整理した(表 3-1)。

平成 14 年度においては、必ずしも法律を専門としない EC 当事者(事業者、消費者)を想定して Q&A を作成したが、今後、法律を専門とする EC 当事者を想定した Q&A について整理し、法的問題ポータル機能「EC 法律相談 Q&A」のコンテンツとして提供していく計画である。

- (1)EC の企画(6 項目 49 問(平成 14 年度は内 15 問を作成))
- (2)EC サイトの開設(10 項目 53 問(平成 14 年度は内 40 問を作成))
- (3)EC サイトの営業(22 項目 81 問(平成 14 年度は内 23 問を作成))
- (4)EC に関するその他法律知識(8 項目 16 問(平成 14 年度は内 5 問を作成))

表 3-1 EC 法律相談 Q&A

章	節	項	質問項目	回答
1			EC の企画	
1	1		イントロダクション	
1	1	1	EC になぜ法律が必要なのですか？	今後作成予定
1	1	2	EC には、EC の為の法律があるのですか？	EC を含めインターネット上で生じる法律問題についても、現実世界と同じ法律の適用があります。 さらに、インターネットの特殊性を考慮した様々な法律の改正や、新たな立法がなされており、EC の促進のための環境が整備されています。EC を始めるにあたっては、これらの関係法律のチェックが必要です。  関連法律はこちら ECOM リンク集 首相官邸 <a href="#">IT 関連法律リンク</a>
1	1	3	EC を始めるにあつてどのような法律に注意しなければなりませんか？	第一に特定商取引法が挙げられます。 EC は、インターネットを通じて物品の販売、サービスの提供をするものであり、通信販売の一種と考えられています。したがって、EC サイトの構築の時の画面表示の内容や、広告の方法などについては、通信販売のルールを定めた特定商取引法で基本的事項が定められていますので、注意してください。 そのほか、取引の各場面で民法・商法・知的財産法（著作権法等）・各種業法にも配慮が必要です。  詳しくはこちら <a href="#">経済産業省 特定商取引法</a>
1	2		EC サイトのショッピングルール	
1	2	1	EC サイトに買い物に来られたお客様に守っていただきたいルールって何ですか？	今後作成予定
1	2	2	EC サイトに掲示されている「利用規約」って何ですか？	サイト上で、EC の基本的な取引条件を決めているものです。 通常、利用規約の後に、消費者の同意を確認するために「同意する」または「同意しない」のいずれかのボタンをクリックするように設定しており、消費者が「同意する」をクリックした場合には、利用規約を読んで、同意したとみなされるようになっています。ただし、利用者が「同意する」をクリックしたとしても、事業者側に一方的に有利な内容については無効となることもありますから、注意してください。
1	2	3	EC サイトでの利用規約にどのような事項を盛り込めばよいのですか？	今後作成予定
1	2	4	第 条とか難しい言葉の利用規約をよく見るのですが、わかりやすく簡単に書いても有効なのですか？	今後作成予定
1	2	5	利用規約に規定したことは全て有効となるのですか？	利用規約に書いてあっても、消費者に著しく不利益である場合などは、無効となる可能性があります。 消費者契約法では、無効の可能性がある内容を具体的に定めてい

章	節	項	質問項目	回答
				<p>ます。</p> <p>たとえば、「事業者はどんな場合でも損害賠償責任を負わない」という内容は無効となる、とされています。</p> <p>詳しくはこちら  <a href="#">内閣府 消費者契約法</a></p>
1	2	6	利用規約を変更すれば、変更前の規定した事項は無効扱いできるのですか？	今後作成予定
1	3		EC サイトの開設者	
1	3	1	EC サイトを開設するのに会社など法人でなければ開設できないのですか？	EC サイトは、法人だけでなく個人でも開設できます。また、個人で行う場合、商号の登記も必ずしも必要ではありません。
1	3	2	EC サイトを屋号や個人名で開設できますか？	<p>サイトの店名は自由につけることができます。</p> <p>ただし、特定商取引法により、そのサイトを誰が運営しているかを記載しなければなりません。ここでは、個人で行う場合は氏名として戸籍上の氏名又は商業登記している場合はその屋号を、また、法人については商業登記された正式な社名の表示と代表者又は通信販売の責任者の個人名の表示が必要となります。</p> <p>なお、他人の登録商標、周知商標など、特に有名企業との誤認混同のおそれがあるような名称は、つけることができません。</p> <p>詳細はこちら  ECOM バーチャルショップの表示（記載例）  <a href="#">経済産業省 特定商取引法</a></p>
1	3	3	取引先との関係もあり、自社の名前をオープンにしたいのですが法的に何か問題がありますか？	<p>社名はオープンにする必要があります。</p> <p>特定商取引法により、EC サイトやその広告に 事業者の氏名又は名称、住所及び電話番号と 法人については代表者又は通信販売の責任者の氏名、住所、電話を記載する必要があります。記載されていない場合、経済産業省から警告を受ける場合があります。</p> <p>詳細はこちら  ECOM バーチャルショップの表示（記載例）  <a href="#">経済産業省 通信販売を行われる方のためのチェックシート</a>  <a href="#">経済産業省 インターネット通信販売ホームページの常時モニタリング（点検）</a></p>
1	3	4	会社を設立する場合、どうすればよいでしょうか？また費用はどのくらい必要ですか？	<p>有限会社、株式会社などの会社の設立については、司法書士や行政書士に依頼することが一般的です。</p> <p>会社の設立のためには、資本金と 会社を登記する際に課税される登録免許税や司法書士への報酬などの諸費用が必要となります。</p> <p>（1）最低資本金の規制  最低資本金の金額は、原則としては以下の通りです。  株式会社： 1000 万円  有限会社： 300 万円</p> <p>但し、「中小企業挑戦支援法」により、特例として、設立から 5 年以内に増資して最低資本金充足することを条件に、最低資本金の金額を満たしていなくても設立できることになりました。</p> <p>詳細は  <a href="#">経済産業省 最低資本金規制の特例</a></p>

章	節	項	質問項目	回答
				(2) 登録免許税と諸費用 会社設立に要する費用は、概算で以下の通りです。 登録免許税 資本金額の0.7% 定款認証の費用 5万円 定款に貼用する印紙 4万円 司法書士の報酬等 10万円程度 雑費 1万円程度
1	3	5	法人登記をする場合、どのようなところに相談すればよいですか？また費用はどのくらい必要ですか？	今後作成予定
1	4		ドメイン名の取得	
1	4	1	ECサイトのオープンに備えてドメイン名を取得したいのですがどのような手続きをとればよいのでしょうか？	末尾が「jp」のドメインについては、JPドメイン名の登録管理業務を行っている(株)日本レジストリサービス(JPRS)に直接申請を行うか、JPRSの指定業者に申請を行います。 また、同社のホームページ上で、現在どのようなドメイン名が登録されているかを検索することも可能です。 一方、国に関係なく用いられる「com」,「net」,「org」等のドメインについては、アメリカのInterNICが登録管理を行っているため、ドメイン名取得代行業者に依頼することが一般的です。  詳しくはこちら <a href="#">(株)日本レジストリサービス</a>
1	4	2	自社の社名・商品名・サービス名などが、他社によってドメイン名として登録されている場合、とりうる手段はありますか？	商標権侵害又は不正競争防止法に違反する行為として、ドメイン名の使用の差止め、損害賠償を求めることができる場合があります。 2001年には、近年、著名な会社名などを先立って取得して、その会社にお買い取りを求めたりする悪質なケースが見られるようになったことに対応して、不正競争防止法で、ドメイン名の不正取得に関する改正がなされています。 JPドメイン名については、日本知的財産仲裁センターにドメイン名の登録の取消しや移転の裁定を求めることもできます。 .com や.infoなどの国によらないドメイン名の場合は、The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)が定めた統一ドメイン名紛争処理方針に基づいて、同様の手続を世界知的所有権機関(WIPO)などが実施しています。  詳しくはこちら <a href="#">日本知的財産仲裁センター</a> (社)日本ネットワークインフォメーションセンター <a href="#">ドメイン名紛争処理方針</a>
1	4	3	ドメイン名の取得が商標権の侵害となるのはどのような場合ですか？	ドメイン名を取得しただけでは、商標権の侵害にはなりません。そのドメイン名が、登録された商標の商品・サービスと同じような商品・サービスを示すものとして使用されている場合には、商標権侵害として使用の差止め・損害賠償を求めることができる場合があります。
1	4	4	ドメイン名の取得が不正競争防止法に違反するのはどのような場合ですか？	ドメイン名の取得や利用が、次のいずれかの行為にあたる場合は、不正競争防止法に基づいてドメイン名の使用の差止め、損害賠償を求めることが可能です。 よく知られた商品や営業の表示と同一、又は類似のドメインを

章	節	項	質問項目	回答
				<p>使用して、利用者に混同を生じさせる行為            著名な商品や営業の表示を、自社のものとして使用する行為            不正の利益を得る目的、又は、他人に損害を加える目的で、他人の商品・サービスの表示と同一、又は類似のドメイン名を取得したり、保有したり、使用する行為</p> <p>詳しくはこちら  <a href="#">経済産業省 不正競争防止法の一部改正（ドメイン名関係）に伴う事例集</a></p>
1	4	5	ドメイン名をめぐる代表的な事件というところのどのようなものですか	<p>「JACCS」のドメイン名使用差止事件（富山地裁 2000 年 12 月 6 日判決、名古屋高裁金沢支部 2001 年 9 月 10 日判決）、            「J-PHONE」のドメイン名使用差止め事件（東京地裁 2001 年 4 月 24 日判決、東京高裁 2001 年 10 月 25 日判決）、「SONYBANK」のドメイン名所有権確認事件（東京地裁 2001 年 11 月 29 日判決）などがあります。</p> <p>詳しくはこちら  <a href="#">最高裁判所 知的財産権裁判例集</a></p>
1	5		EC の許認可、届出（物販）	
1	5	1	EC サイトで商品を販売したり、サービスを提供するのに、許認可や届出が必要なことはありますか？	<p>取扱商品・サービスの内容に応じて、法律の規制があるかどうかを調べる必要があります。たとえば、たばこは財務局、薬は各都道府県の許可が、またお酒は税務署の免許が必要となります。現実世界と同様の規制の検討のほか、EC については、EC の特殊性を考慮した規制がなされている場合があり（古物営業法上のインターネット・オークション規制など）、業態に応じた検討が必要です。</p> <p>詳しくはこちら            電子政府の総合窓口 <a href="#">申請・届出等の行政手続</a>            国税庁 <a href="#">酒類関係情報</a></p>
1	5	2	EC サイトで食肉を販売したいのですが法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	3	EC サイトで乳類を販売したいのですが法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	4	EC サイトで魚介類を販売したいのですが法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	5	EC サイトで米穀類を販売したいのですが法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	6	EC サイトで健康食品を販売したいのですが法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	7	Q 健康食品として認められた「特定保健用食品」ってどのような食品ですか？	今後作成予定
1	5	8	Q 健康食品として認められた「栄養機能食品」ってどのような食品ですか？	今後作成予定



章	節	項	質問項目	回答
1	5	9	EC サイトで医薬品を販売したいのですが法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	10	EC サイトで中古品を販売したいのですが法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	11	EC サイトで住宅を販売したいのですが法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	12	EC サイトで自動車、オートバイを販売したいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	13	EC サイトでお酒などアルコール類を販売したいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	5	14	その他 EC サイトで販売できない商品がありますか？	今後作成予定
1	6		EC の許認可、届出（サービス）	
1	6	1	EC サイトで旅行代理業を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	2	EC サイトで貸金業を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	3	EC サイトで銀行業を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	4	EC サイトで生命保険取次業を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	5	EC サイト（インターネット）で出資ビジネスを営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	6	EC サイトで損害保険取次業を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	7	EC サイトで不動産取次業を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	8	EC サイト（インターネット）で人材紹介業を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	9	EC サイト（インターネット）でオンライン教育業を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	10	EC サイト（インターネット）で診察行為を営みたいのです	今後作成予定

章	節	項	質問項目	回答
			が、法的に注意することはありますか？	
1	6	11	EC サイト（インターネット）で法律相談を営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	今後作成予定
1	6	12	EC サイト（インターネット）でネットワークビジネス（ねずみ講）を営むことができますか？	今後作成予定
1	6	13	他に EC サイト（インターネット）で法的に提供できないサービスはありますか？	今後作成予定
1	6	14	EC サイトで MP3 を利用した音楽配信サービスを営みたいのですが、法的に注意することはありますか？	音楽は著作権法で保護される著作物なので、個人で楽しむほか、MP3 を利用した複製や、ネットワークへの配信等の利用行為を行うには、著作権者（著作隣接権者）の許可が必要になります。MP3 コンテンツなどのデジタル情報は、簡単に完全な複製を作ったり配信したりすることができますが、著作権があるということをお忘れはいけません。  詳しくはこちら <a href="#">ネットワーク音楽著作権普及・啓発プロジェクト</a>
1	6	15	EC サイトでわいせつ物を取り扱うことはできますか？	今後作成予定
1	6	16	出会い系サイトを立ち上げたいと思いますが、法的に何か問題がありますか？	今後作成予定
2			EC サイトの開設	
2	1		特定商取引に関する法律に基づく表示の義務	
2	1	1	EC サイトに表示しなければならない事項にはどのようなものがありますか？	特定商取引法と経済産業省令で以下の項目の表示が義務づけられています。 特定商取引法に基づく表示例 絵 または バーチャルショップの表示ヘリンク  経済産業省令に基づく表示例 絵 または バーチャルショップの表示ヘリンク  詳しくはこちら <a href="#">経済産業省 通信販売を行われる方のためのチェックシート</a>
2	1	2	EC サイトに表示しなければならない事項を表示しなかった場合、どのようになりますか？	取引の公正、消費者の利益が害されるおそれが認められるときにおいて、業務改善の指示に従わない場合、100 万円以下の罰金、業務停止命令の対象となります。 また、指示に従わないときや、取引の公正、消費者の利益が著しく害されるおそれが認められるときには、1 年以内の業務停止命令が下され、この命令に従わない場合 2 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金となります。
2	2		EC サイトでの表示	
2	2	1	EC サイトの「表示」において法的にどのようなことに注意しなければなりませんか？	各種法規（特定商取引法、景品表示法、電子契約法、各業法など）で表示についての規定がありますので、何を表示する必要があるか、どのように表示しなくてはならないかを確認し、必要事項を

章	節	項	質問項目	回答
				<p>EC サイトにきちんと表示する必要があります。</p> <p>詳しくはこちら  <a href="#">経済産業省 通信販売を行われる方のためのチェックシート</a>  公正取引委員会 <a href="#">消費者向け電子商取引における表示についての景品表示法上の問題点と留意事項</a>  経済産業省 <a href="#">電子契約法について</a></p>
2	2	2	EC サイトの表示が「不当表示」と言われたのですが、どういうことなのでしょう？	<p>顧客を誘引するための手段として、広告等の表示を行う際、商品及びサービスの取引に関する事項について、一般消費者に誤認されるおそれのある表示をいいます。</p> <p>具体的には、個々、取扱うものによってどのような表示が「不当表示」にあたるかは異なりますが、実際の商品・サービスと広告等の表示からうける一般消費者の印象に差異が著しく生じうる「優良誤認」、「有利誤認」等が、「不当表示」となります。</p> <p>詳しくは  公正取引委員会 <a href="#">不当表示の禁止概要</a></p>
2	2	3	EC サイトの表示が「誇大表示」と言われたのですが、どういうことなのでしょう？	<p>不当表示の一種で、商品やサービスの、製造方法、効能、効果又は性能について誇張した内容を明記したり、明記しなくてもほのめかせたりすることを言います。特定商取引法や景品表示法だけでなく、薬事法や証券取引法等、取り扱う商品ごとによっても規制されています。</p> <p>詳しくはこちら  東京都 <a href="#">薬事法による広告規制について</a>  日本証券業協会 <a href="#">インターネット取引において留意すべき事項について(ガイドライン)</a></p>
2	2	4	EC サイトの表示が「優良誤認」と言われたのですが、どういうことなのでしょう？	<p>商品又はサービスの品質、規格その他の内容についての不当表示をいいます。</p> <p>内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認される表示</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外国産の商品に「国内産伝統工芸品」と表示</li> <li>・ カシミア混用率が80%前後であるにもかかわらず「カシミア100%」と表示</li> <li>・ 10万キロ走行した車に「3万5千キロ走行」と表示</li> </ul> <p>内容について、競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認される表示</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「この技術は日本だけ」と表示したが、実際は競争業者でも同じ技術を使っていた場合</li> </ul> <p>詳しくはこちら  公正取引委員会 <a href="#">不当表示の禁止概要</a></p>
2	2	5	EC サイトの表示が「有利誤認」と言われたのですが、どういうことなのでしょう？	<p>商品又はサービスの価格その他の取引条件についての不当表示をいいます。</p> <p>取引条件について、実際のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 優待旅行ではないのに優待旅行と表示</li> <li>・ 当選者だけが契約できる旨の告知をしているが、実際には応募者全員を当選者としている場合</li> </ul> <p>取引条件について、競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実売価格に対する比較対照価格を周辺地域で販売している同種商品より高くみせかけていかにも自分の店が安いようにみせか</li> </ul>

章	節	項	質問項目	回答
				ける表示をした場合  詳しくはこちら <a href="#">公正取引委員会 不当表示の禁止概要</a>
2	2	6	EC サイトの表示が「有名産地」をかたっていると言われたのですが、ということなのでしょうか？	実際に製造（生産）した地は外国であるにもかかわらず、「国内産伝統工芸品」と表示するなど、商品の原産国（地）について一般消費者に誤認されるおそれのある表示をいいます。ただ、実際の原産国（地）以外の国名、事業社名、文字等を表示する全てが不当な表示に該当するとしているのではなく、一般消費者が真の原産国（地）を判別することが困難であると認められるものだけが不当表示となります（例：ブルガリアヨーグルト、パルメザンチーズなどは「不当表示」になりません）。  詳しくはこちら <a href="#">公正取引委員会 商品の原産国に関する不当な表示</a>
2	2	7	安さをアピールする為に値引き前の価格も表示したところ、「不当な二重価格表示」と言われましたが、ということなのでしょうか？	商品の実売価格とともに、市価、メーカーの希望小売価格、自店の旧価格など2つの価格を表示して実売価格の値引き幅を強調する場合に、値引き前の価格として実際の市価やメーカーの希望小売価格などよりも高い価格を表示することは、景品表示法第4条2項により、不当な二重表示価格として禁止されています。  詳しくはこちら <a href="#">公正取引委員会 不当な価格表示についての景品表示法の考え方</a>
2	2	8	価格がよく変わるので「オープンブライズ」と表示したところ、不当表示と言われましたが、ということなのでしょうか？	EC サイトでは、特定商取引法により、商品、サービスの購入によって実際に負担することが予定されている費用を明示する必要があります。独占禁止法により、メーカーが小売店等の販売価格を拘束しないように「オープンブライズ」、「希望小売価格」と表示する場合がありますが、実際に EC サイトで、あるいは電話、郵便、FAX 等で注文を受ける場合は、商品、サービスの価格を明示する必要がありますので、「オープンブライズ」とだけ表示し、価格問い合わせ・注文は電話という場合も「不当表示」になりえます。  詳しくはこちら <a href="#">公正取引委員会 不当な価格表示についての景品表示法の考え方</a>
2	3		EC サイトでの決済、配送サービス	
2	3	1	決済サービスにおいて、法的に注意するポイントがありますか？	今後作成予定
2	3	2	銀行振込、郵便振替において法的に注意するポイントがありますか？	今後作成予定
2	3	3	クレジットカード会社との契約において法的に注意するポイントがありますか？	今後作成予定
2	3	4	電子決済サービスとの契約において法的に注意するポイントがありますか？	今後作成予定
2	3	5	代金引換サービスとの契約に	今後作成予定

章	節	項	質問項目	回答
			において法的に注意するポイントはありますか？	
2	3	6	配送サービスについて法的に注意するポイントはありますか？	今後作成予定
2	3	7	宅配会社との契約において法的に注意するポイントはありますか？	今後作成予定
2	4		EC サイトのハイパーリンク	
2	4	1	ハイパーリンクにおいて、法的に注意するポイントはありますか？	リンク先サイトの見せ方に気をつける必要があります。 リンクを張ることは、単に別のサイトに行けること、そしてそのホームページの中にある情報にたどり着けることを指示するに止まり、その情報をみずから複製したり送信したりするわけではないので、著作権法上の侵害とはなりません。ただし、フレーム機能を利用してリンク先サイトのコンテンツを自分のサイトのコンテンツのように見せている場合（フレーム内リンク）など、リンク先サイトの権利を侵害していると思なされる場合があります。
2	5		EC サイトの著作権	
2	5	1	文書や音楽、写真などには、著作権が認められていると聞きましたが著作権とはどのようなものですか？	著作権は著作権法によって著作権者にのみ認められる著作物に対する権利です。大きくは著作者人格権と著作者財産権に分かれ、それぞれがさらに複数の権利に分かれています。一般的に著作者財産権を著作権と呼んでいる場合が多いようです。 つまり、私的使用などほんの一部の場合を除いて、著作物には何をするためにも、著作権者の許可を得なければなりません。  詳しくはこちら (社)著作権情報センター <a href="#">はじめての著作権「著作権って何？」</a> 文化庁 <a href="#">著作者の権利の内容について</a>
2	5	2	著作権には有効期間ってあるのですか？	著作者人格権は永久の権利と考えられています。これに対して、著作財産権は個人の著作の場合は著作者の死後 50 年、法人の著作は公表後 50 年まで有効となります。  詳しくはこちら 文化庁 <a href="#">著作者の権利の発生及び保護期間について</a> (社)著作権情報センター
2	5	3	著作権はどこかに登録しないといけないのですか？	日本をはじめ、ベルヌ条約加盟国では、著作権はその著作物を完成した時点で発生するので、著作権発生のための手続きは不要です。 ただし、著作権関係の法律事実を公示する、あるいは著作権が移転した場合の取引の安全を確保するなどのために、文化庁の著作権登録原簿に登録することはできます。  詳しくはこちら (社)著作権情報センター 文化庁 <a href="#">著作者の登録制度について</a>
2	5	4	EC サイトに書籍、雑誌、新聞など引用したいのですが、法的に注意するポイントはありますか？	引用のルールを守る必要があります。ルールを守らないと引用とみなされず、複製権侵害になります。 具体的には、以下の条件を満たせば、自分の著作物の中に他人の著作物を引用することは、著作権侵害になりません。 引用の対象が他人の公表された著作物である

章	節	項	質問項目	回答
				<p>社会通念上（批評や研究などのため）、引用する必要がある</p> <p>引用される側の著作権者人格権を侵害するような態様でなされないこと</p> <p>引用する部分を明瞭に区別すること</p> <p>自分が書いた部分が「主」で、引用部分が「従」であること</p> <p>引用した本などの題名・著書名などの出所が明示されていること</p>
2	5	5	EC サイトに音楽をいれたいのですが、法的に注意するポイントはありますか？	<p>クラシックなど著作権者の死後 50 年を経過している曲を自分で演奏するなどしてデータ化したものや、発売後 50 年経過したレコード等の音楽は、サイト内の BGM にして公表することができますが、そうでない場合は著作権者の許可が必要です。</p> <p>詳しくはこちら 文化庁 <a href="#">著作権等管理事業者検索</a> <a href="#">(社)日本音楽著作権協会</a></p>
2	5	6	EC サイトに写真をいれたいのですが、法的に注意するポイントはありますか？	<p>他人が撮影した写真であれば、著作権者の許可を取る必要があります。また自分で撮影したもので、人物が写っている場合は、被写体となっている人に許可を得る必要があります。被写体が子どもの場合は、保護者にも許可を得るべきでしょう。</p> <p>プロ、アマチュアに関係なく、ほとんどの写真には著作権があります。雑誌やカタログなどの写真をスキャナで取り込んでサイトに掲載することは複製権の侵害となります。また、人には、容姿をみだりに公開されない権利（肖像権）がありますので、これについても注意が必要です。</p> <p>詳しくはこちら 文化庁 <a href="#">著作権等管理事業者検索</a></p>
2	5	7	EC サイトに映画やビデオ映像などを配信したいのですが、法的に注意するポイントはありますか？	<p>映画や他人が作成したビデオ映像も著作権があるので、著作権者から許可を取る必要があります。</p> <p>著作権法には、私的使用のための複製は自由であるという趣旨の規定がありますが、サイトは不特定多数の人からのアクセスが可能であり、またそれを予期して作成するものであるところから、「私的使用」の範疇を超えるものです。よって、権利者から複製の許可を取らなければなりません。また、プロバイダーのサーバーにアップロードする際には送信可能化権という権利も働きますので、この権利についても許可を得る必要があります。</p>
2	5	8	EC サイトなどに著作物を広く送信する権利は法的に認められているのですか？	<p>著作権者であれば、著作権の内容として、「送信可能化」権、「公衆送信」権を持っているため、広く送信することができます。他人の著作物については、たとえ非営利・無料・無報酬であっても著作権者から許可を得る必要があります。</p> <p>通常、非営利・無料・無報酬の条件を満たした場合、「上演」「演奏」「上映」「口述」の 4 つについては著作権者の許可なく著作物を自由に利用できますが、第三者の著作物をサイトに取り込む際には、第三者に複製権の許可をとる必要があります。と同時に、プロバイダーのサーバーにアップロードする際には送信可能化権が働くため、その許可もとる必要があります。</p>
2	5	9	著作権は、海外にもその権利が及ぶのですか？	<p>ベルヌ条約加盟国では保護されます。著作権表示（「All rights reserved.」や©といった表示）があれば万国著作権条約加盟国で保護されます。</p>
2	5	10	EC サイトに販売する商品のリーフレット等に記載されてい	<p>カタログ等に記載されている仕様、機能については、単なる事実の記載であり、著作物ではないので、無許可で広告等に用いるこ</p>



章	節	項	質問項目	回答
			る仕様、機能、宣伝用語などを利用することはできますか？	とができると判断されます。ただし、商品写真やその他画像データについては許可を得る必要があります。 また、キャッチフレーズやキャッチコピーには、通常著作権は発生しませんが、宣伝文句の中には商標登録をしているものもあるので、注意する必要があります。  詳しくはこちら 特許庁 <a href="#">商標を検索する</a>
2	5	11	EC サイトに音楽を利用する場合、どこに使用許可を得ればよいのですか？	利用したい著作物を管理している事業者の使用許可の手続きを行う必要があります。 音楽に関しては、これまでは(社)日本音楽著作権協会(JASRAC)が著作権管理を行っていましたが、著作権管理事業者法が制定され、現在では複数の事業者が著作権管理を行っています。  詳しくはこちら 文化庁 <a href="#">著作権等管理事業者検索</a> (社)日本音楽著作権協会 <a href="#">利用者の方へ</a>
2	5	12	著作権フリーを示すマークができたそうですが、どのようなマークですか？	文化庁が2003年1月に公表したもので、「自由利用マーク」といいます。このマークは著作物を創った人が、自分の著作物を他人に自由に使ってもらってよいと考える場合に、その意思を表示するためのものです。プリントアウト・コピー・配布を認めるもの、障害者のための非営利目的利用を認めるもの、学校教育のための非営利目的利用を認めるものの3種類があります。  詳細はこちら 文化庁 <a href="#">「自由利用マーク」</a>
2	5	13	最近、(社)日本音楽著作権協会(JASRAC)以外にも音楽の著作権を管理できると聞いたのですが、どういうことですか？	2001年10月1日より、著作権等管理事業者法が施行されました。昨今、従来に比して、デジタル化・ネットワーク化が進み、著作権処理がもっと円滑になることも求められるようになりました。そのような背景を受け、著作権管理団体を許可制から登録制とし、規制を緩めることで利用者が委託する団体を自由に選べるようになりました。管理事業者は文化庁サイトから検索することができます。  詳細はこちら 文化庁 <a href="#">著作権管理事業者法の制定とその背景</a> 文化庁 <a href="#">著作権等管理事業者検索</a>
2	5	14	EC サイトが著作権を侵害していると警告されました。どのように対処すれば宜しいのですか？	著作者・著作権者の許可を得ないで無断で著作物を利用すると、著作権侵害となります。著作権侵害の場合、著作者・著作権者から、民事上の請求を求められたり、刑事上の処罰を求められる可能性があります。著作権侵害は他人の著作物を無断で利用した場合に発生し、したがって他人の著作物を模倣したときにも成立します。つまり、 (i) 他人のオリジナルを見たり、聞いたりしたことがあり、 (ii) 作成物が、他人のオリジナルと実質的に類似している場合には、模倣したとして著作権侵害が成立します。 まずは、警告の内容と上述を照らし、事実関係の確認をする必要があります。
2	5	15	よく「All rights reserved.」や©という表示をみかけますがどのような意味ですか？	このような表示を著作権表示といえます。著作権表示がなくても著作権は発生しますが、©2003ECOMのように公表年や著作権者を記載し、著作権(Copyright)があることを主張する場合もあります。

章	節	項	質問項目	回答
				著作権は無名でも発生しますが、実名または変名の場合と若干違う扱いをされることがあります。また実名と（正体が明らかにしていない）変名では著作権の有効期間が違います。法人または変名の著作物の場合は著作権の有効期限の決定に公表年を使用します。このあたりをはっきりさせるために表示しておく意味があります。
2	5	16	音楽を個人間でファイル交換サービスにより流通することは法的に問題ありますか？	自作の曲や著作権が消滅した曲を自分で演奏したもの以外については、著作権者の許可を得なければなりません。 ファイル交換サービスで他の著作権者の音楽を流通させる場合、リクエストが合った場合に送信できる状態にするための送信可能化権（サーバーにコピーを置く場合は複製権も）、実際にリクエストがあった際に送るための公衆送信権等、いろいろな権利について許可を得て初めて流通させることができます。
2	5	17	ファイル交換サービスについて代表的な事件というとうどういう事件がありますか？	ファイルログ事件があります。 音楽ファイル（MP3 ファイル）を送信可能にする行為が主催者の管理下にあることを指摘して、主催者がファイルログの利用者とともに、複製ファイルを違法に配布する著作権侵害の主体であると判断したものです。 この事件についての判決（東京地裁 2003 年 1 月 29 日判決）は、日本国内で音楽ファイル交換サービスの違法性を認めた初めてのものです。  詳細はこちら 最高裁判所 <a href="#">知的財産権利判決速報（著作権侵害差止等請求事件）</a> 最高裁判所 <a href="#">知的財産権利判決速報（著作隣接権侵害差止等請求事件）</a>
2	6		EC サイトと特許	
2	6	1	EC サイトを構築する場合、特許に注意した方がいいと聞きましたか？	構築しようとしている EC サイトが他人の特許を侵害していないか確認する必要があります。 特許については、自分で独自に研究開発した技術であっても、先に発明した他人の特許が存在していれば特許侵害に該当してしまいます。EC サイトなど、情報システムを用いた取引システムについては、いわゆる「ビジネスモデル特許」が成立している可能性があります。また、EC サイトの構築に用いられているソフトウェア等についても特許成立の可能性があります。  詳細はこちら 特許庁 <a href="#">「ビジネス方式の特許」について</a> 特許庁 <a href="#">特許・実用新案を検索する</a>
2	6	2	EC サイト構築において画期的なことを発明したので特許を取得したいのですが、特許の条件って何ですか？	特許の要件としては、出願された発明が新規性（これまでに全く存在していなかった技術であること）、進歩性（既知の技術から容易に案出できるようなものではないこと）及び有用性（産業上利用可能なこと）の 3 つをすべて兼ね備えていることが必要です。EC サイト関係の発明では、進歩性の要件が重要となることが多いと思います。  詳細はこちら 特許庁 <a href="#">「ビジネス方式の特許」に関する対応方針</a>
2	6	3	よく「ビジネスモデル特許」ということを聞きますが、どういうものですか？	現在の特許庁の審査基準では、ソフトウェアの仕組みに関する発明もソフトウェア関連発明として特許権による保護の対象となっています。このソフトウェア関連発明のうち、ビジネスの方法



章	節	項	質問項目	回答
				<p>に関する発明が、一般に「ビジネスモデル特許」と称されています。ビジネスモデル特許と呼ばれるものは概ね、業務システムに関する特許、EC に関する特許、及び金融取引に関する特許に大別されます。</p> <p>詳細はこちら  特許庁 <a href="#">「ビジネス方式の特許」について</a>  特許庁 <a href="#">「ビジネス方式の特許」の最近の動向について</a></p>
2	6	4	代表的な「ビジネスモデル特許」というとどのような特許がありますか？	<p>米国の代表的なビジネスモデル特許であるアマゾン・コムをクリックシステム特許やシグニチャーのハブ・アンド・スポーク金融システム特許は日本でも出願されましたが、いずれも日本では特許として成立していません。</p> <p>日本で成立した代表的なビジネスモデル特許としては、例えば三井住友銀行の入金照合サービスに関する「パーフェクト特許」(特許第 3,029,421 号)、凸版印刷の地図を利用したインターネット広告のシステムについての「マピオン特許」(特許第 2,756,483 号)、トヨタ自動車のカンバン方式特許(特許第 2,956,085 号)などが挙げられます。</p>
2	6	5	どのような特許があるかなど調べるにはどうすればよいですか？	<p>特許や特許出願については、特許庁サイトの特許電子図書館で検索することが可能です。</p> <p>詳しくはこちら  特許庁 <a href="#">特許電子図書館</a></p>
2	6	6	特許に有効期間はありますか？	特許法 67 条により、特許の有効期間は出願から 20 年とされています。
2	6	7	EC サイトが特許を侵害していると警告されました。法的にどのように対処すれば宜しいですか？	<p>もし本当に他人の特許を侵害しているのであれば、特許のライセンスが受けられないかどうか特許権者と交渉を試みるケースが多いと思いますが、特許権者がライセンスを拒否した場合には裁判所による判断に委ねるか、または直ちに EC サイトを閉鎖するか又は特許を侵害しない仕組みに変更しなければなりません。またいずれにせよ、過去の特許侵害については損害賠償を行わなければなりません。</p> <p>まずは、問題の特許が日本国内で有効に成立しているか否か、及び あなたの EC サイトの仕組みが問題となる特許の請求範囲に本当に該当するのかが確認することが先決です。なお、確認には専門知識が必要ですので、知的財産権問題に詳しい弁護士か弁理士に相談することをお勧めします。</p>
2	6	8	外国で成立した特許は、日本でも有効ですか？	<p>特許は国ごとに別々に成立するというのが原則です。従って、外国で特許が成立しても、日本国内において特許の効力が生じるわけではありません。但し、以下の点には留意する必要があります。</p> <p>外国の消費者との取引の関係では、消費者のいる国における特許が問題となる可能性があります。</p> <p>外国で特許出願の公開がなされた場合には、すでに公の情報であると見られ、日本国内で同じような特許を出願しても、新規性、進歩性がないとして認められません。</p>
2	6	9	特許法が 2002 年に改正されたそうですが、どのように変わったのですか？	<p>主要な改正点は以下のとおりです。</p> <p>ソフトウェアも特許の対象であることが明文化されました。</p> <p>特許侵害に用いられることを知りつつ部品等を供給する行為も場合によって特許侵害となることになりました。</p> <p>特許を出願する際に、出願人が持っている先行技術文献情報を審査官に開示することが義務付けられました。</p>

章	節	項	質問項目	回答
				詳細はこちら 特許庁 <a href="#">特許法等の一部を改正する法律</a>
2	7		EC サイトと商標	
2	7	1	EC サイトに自社や商品の商標を掲載したいのですが、法的に何か注意すべきところがありますか？	今後作成予定
2	7	2	自社や商品の商標の特許庁に登録していないとどのようになるのですか？	今後作成予定
2	7	3	EC サイトの商標が他の商標を侵害していると警告されました。法的にどのようにすれば宜しいですか？	今後作成予定
2	7	4	商標法が 2002 年に改正されたそうですが、改正のポイントは何かありますか？	EC で使用される商標の信用の保護を強化するために、以下のよう な場合についても、商標の「使用」といえることが明確になりました。 ネットワーク上で流通される商品に、商標がデジタル情報として組み込まれている場合 ネットワーク上でサービスが提供される際に、商標が画面上に表示される場合 ネットワーク上の契約・広告画面において、商標が表示される場合  詳しくはこちら 特許庁 <a href="#">特許法等の一部を改正する法律</a>
2	8		EC サイトとパブリシティ権	
2	8	1	タレントや有名スポーツ選手などの写真やイラストなどを EC サイトに利用できますか？	自分で撮影した写真を使うにせよ、雑誌等からスキャンして写真画像を利用する場合もその被写体となった有名人自身やその所属事務所の許可を取する必要があります。 有名人の肖像やプライバシー情報はそれを利用することにより利益を得ることができるため、肖像などに一般の人とは違うパブリシティ権（財産権）が認められているので、許可なく広告や販売促進を目的として利用すると、パブリシティ権の侵害になることがあります。  詳しくはこちら (社)日本音楽事業者協会 <a href="#">肖像権Q&amp;A</a> <a href="#">肖像パブリシティ権擁護監視機構</a>
2	8	2	パブリシティ権について代表的な事件というとうどういものがありますか？	人に関して、パブリシティ権が認められた最初の事例は、1976年の東京地裁のマーク・レスター事件判決ですが、その後も多くの判例（1991年東京高裁のおニャン子クラブ事件判決など）で認められています。
2	9		EC サイトと不正競争	
2	9	1	ライバルに営業秘密を盗まれたのですが、何か取り締まる法律はありますか？	今後作成予定
2	9	2	不正競争防止法に違反した場合、どのような罰則となりますか？	今後作成予定

章	節	項	質問項目	回答
2	10		EC サイトと消費税	
2	10	1	EC サイトに消費税を表示するにおいて法的に注意するポイントはありますか？	今後作成予定
3			EC サイトの営業	
3	1		EC と契約成立	
3	1	1	EC では何をもって商品の購入（またはサービス提供依頼）契約となるのですか？	店頭での買い物でもそうですが、双方が合意すれば契約は成立します。ただ EC はインターネットを介しますので、注文メールの送信やサイトからの注文行為が申込みであり、これに対する返信メールやサイトの受注確認画面の表示、または商品の発送などが承諾となり契約成立とみなされます。 ただし、利用規約への同意が契約条件となりますので、利用規約に同意したことを明確にする画面設計が重要です。  詳細は、こちら <a href="#">経済産業省 電子商取引等に関する準則</a>
3	1	2	EC での契約の成立時期は「いつ」の時点となりますか？	2001 年に電子契約法が制定され、事業者からの承諾メールが消費者に到達した時（到達主義）が契約成立時期となりました。なお消費者のメールサーバに承諾メールが到達しても読み取り可能であることが条件となりますので、こうした点については議論が必要です。  詳細は、こちら <a href="#">経済産業省 電子契約法について</a> <a href="#">経済産業省 電子商取引等に関する準則</a>
3	1	3	自動返信メールシステムがオートリプライした場合も契約成立となるのですか？	自動返信メールシステムがオートリプライした場合でも契約成立となります。 そのように設定したのは事業者の意思なので、仮に商品価格を誤って安く表示してしまった場合や欠品の場合でも契約成立になりますので注意が必要です。  詳細はこちら <a href="#">経済産業省 電子商取引等に関する準則</a>
3	2		EC と誤注文、無効注文	
3	2	1	1 個のところを 10 個と入力してしまうなど、顧客の入力ミス、誤操作による注文誤りについて、法的に何か注意すべきところはありますか？	消費者が注文しようとした内容と、操作を指示した内容がずれてしまった場合、法律上「錯誤」があったとして消費者から注文の取り消しができます。これに対し、消費者のほうに不注意があった場合には事業者は反論できますが、2001 年の電子契約法で、事業者が注文確認画面を設けていなければ、この反論ができないと定められました。したがって、事業者としては注文確認画面をきちんと作成しておかなければいけません。 また、2002 年 6 月より特定商取引法により、EC サイトに分かりやすい申込画面および注文確認画面を設けることが義務づけられ、違反した場合には行政処分の対象となります。  詳細はこちら <a href="#">経済産業省 電子契約法について</a> <a href="#">経済産業省 確認画面に関するガイドライン</a>
3	2	2	未成年者からの注文について、何か注意すべきところはあり	未成年者であるという理由での注文の取消を避けるためには、注文フォームに年齢欄を設けることが不可欠です。

章	節	項	質問項目	回答
			ますか？	<p>法的にいえば民法第4条（未成年者の能力）により未成年の契約には、日用品などの買物を除き親権者の同意が必要です。仮に同意なしに契約しても取り消すことができます。</p> <p>ただし、結婚している時、親の承認がある時、独立した営業が許されている時（但しその営業に関してのみ）は対象外です。</p> <p>詳細はこちら  <a href="#">経済産業省 電子商取引等に関する準則</a></p>
3	2	3	年齢を偽った未成年からの注文も取り消しとなるのですか？	<p>年齢を偽ったときは、民法第20条（制限能力者の詐術）により取り消しできません。</p> <p>経済産業省の電子商取引等に関する準則では、取り消すことができない可能性がある例として、「未成年者の場合は親権者の同意が必要です」とサイトに記載した上で注文フォームに年齢欄を設けていた場合を挙げています。逆に、ただ単に「成人ですか」との質問に「はい」、「いいえ」のボタンをクリックさせるだけでは、取り消しの対象となる可能性があるとしています。</p> <p>詳細はこちら  <a href="#">経済産業省 電子商取引等に関する準則</a></p>
3	2	4	ECサイトで受注した商品はクーリング・オフ（商品返品）の対象ですか？	<p>通信販売はクーリング・オフの対象外なので、通信販売の一種であるECにおける取引も、クーリング・オフの対象外となります。クーリング・オフとは、不意のセールスによって商品を購入してしまった場合、一定の期間内であれば事業者の商品を返品し、代金の返還を求められることができる制度で、消費者自らが能動的に購入申込をするECサイトでの注文は対象外となります。ただECは消費者が実物を見ることができないこともあり、できれば事業者が自主的にクーリング・オフのような返品期間をあらかじめ設定することをお勧めします。</p> <p>特定商取引法では、そのような返品特約の有無についてあらかじめ表示しておくことを義務づけています。</p> <p>詳細はこちら  <a href="#">経済産業省 特定商取引法の改正ポイント</a></p>
3	3		ECと電子モール	
3	3	1	電子モールというどのような形態がありますか？また単独のECサイトとどう異なるのですか？	今後作成予定
3	3	2	電子モールへの加入（出店契約）にあたって、法的なポイントは何か？	今後作成予定
3	3	3	電子モールをオープンするにあたって、法的なポイントは何か？	今後作成予定
3	3	4	電子モールを運営する場合、こういった責任が生まれますか？	<p>電子モールに出店する事業者が欠陥商品を販売した場合、消費者から責任を問われる場合がありますが、これについて法的には電子モール運営事業者と消費者には一般的には直接の契約関係はないことから責任は生じません。</p> <p>ただし、あたかも電子モール運営事業者が販売しているような外観があり、消費者に落ち度がない場合、商法第23条（名板店主の責任）により責任を問われる可能性があります。</p> <p>したがって、消費者がモール運営者と出店者をきちんと区別でき</p>

章	節	項	質問項目	回答
				<p>るような仕組みにするとともに、モールの利用規約に電子モール運営事業者と出店者の関係を明示して、消費者に対して責任を負わないことを予め明記しておくことが望ましいでしょう。</p> <p>詳細はこちら 経済産業省 <a href="#">電子商取引等に関する準則</a></p>
3	4		EC となりすまし	
3	4	1	なりすまして何ですか？	今後作成予定
3	4	2	なりすましされた場合、どのような法的な責任をおうのですか？	今後作成予定
3	5		EC と決済トラブル	
3	5	1	決済トラブルというどのようなトラブルがありますか？	今後作成予定
3	5	2	代金の後払いと先払い。どう違うのですか？	今後作成予定
3	5	3	なりすましで他人のクレジットカードが利用されたと申告がありました。カード会社に代金請求できますか？	今後作成予定
3	5	4	なりすましで電子決済が悪用されたと申告がありました。電子決済業者に代金請求できますか？	今後作成予定
3	5	5	EC サイトに不正なクレジットカードの利用があるのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	6		EC と配送トラブル	
3	6	1	配送トラブルというどのようなトラブルがありますか？	今後作成予定
3	6	2	配送した商品が未配、誤配、破損、汚濁などにより顧客から苦情を受けました。法的にどのように対処すればよいですか？	今後作成予定
3	7		EC と販売促進（懸賞・景品）	
3	7	1	販売促進のために「懸賞」を行いたいと思いますが、何か法律があるのですか？	<p>景品表示法により、一般懸賞、共同懸賞、オープン懸賞など懸賞の方法や取引金額に応じて金額制限がありますので、確認する必要があります。</p> <p>EC サイトの認知度をあげる為に懸賞は有効な手段の1つではありますが、過当競争に陥る可能性がありますので、景品表示法が定められています。</p> <p>詳細はこちら 公正取引委員会 <a href="#">景品表示法ガイドライン</a> 公正取引委員会 景品規制の概要</p>
3	7	2	懸賞というどのような懸賞がありますか？	今後作成予定
3	7	3	販売促進のために「景品」をだしたいと思いますが、何か法律があるのですか？	<p>景品表示法で、景品について上限金額が定められています。</p> <p>景品とは商品の購入者全員、入店者全員、先着順など一定の条件に基づいて、ちょっとした粗品を付与するものですが、取引金額</p>

章	節	項	質問項目	回答
				<p>(販売したい商品)が1000円未満は100円、それ以上は1/10が上限となります。</p> <p>詳細はこちら  公正取引委員会 <a href="#">景品表示法ガイドライン</a>  公正取引委員会 <a href="#">景品規制の概要</a></p>
3	7	4	景品というところのどのような景品の種類がありますか？	今後作成予定
3	7	5	景品表示法に違反した場合、どのような罰則となりますか？	<p>違反すれば公正取引委員会より差止めや再発防止を求める「排除命令」が下されますので改善する必要があります。</p> <p>なお従わない場合、都道府県を通じた必要な措置や報告が求められます。また立入検査もあり、これを妨害した場合は3万円以下の罰則となります。</p> <p>詳細はこちら  公正取引委員会 <a href="#">景品表示法</a></p>
3	8		EC と販売促進（電子メール）	
3	8	1	電子メールを送信して販売促進をかけたいのですが、どのようなことに注意しないといけませんか？	<p>メールアドレスを収集する際に、広告等を送信することについて許可を得るべきですが、承諾を得ていない場合は「未承諾広告」とタイトルの冒頭に入れるとともに、消費者が配信停止の手続きを取れるようにしておく必要があります。また、個人情報の取得と利用、管理には細心の注意が必要です。</p> <p>迷惑メールが社会問題化したことから電子メール送信について、2002年に「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」が新たに制定されるとともに、特定商取引法が改正されました。前者は電子メールの送信者を、後者は広告者を規制の対象としています。</p> <p>詳細はこちら  総務省 <a href="#">「特定商取引に関する法律の改正」及び「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」等のポイント</a>  総務省 <a href="#">迷惑メール関連施策</a>  経済産業省 <a href="#">電子メールによる一方的な商業広告の送りつけに関する新たな表示義務について</a></p>
3	8	2	特定電子メールの送信の適正化等に関する法律に違反した場合、どのような罰則となりますか？	今後作成予定
3	8	3	電子メールによる広告について、特定商取引法に違反した場合、どのような罰則となりますか？	<p>迷惑メールには厳しい罰則があります。まず「指示違反」に対しては100万円以下の罰金。また改善されない場合は「業務停止」となり、無視すれば「業務停止命令違反」として、300万円以下の罰金又は2年以下の懲役、又はその併科（法人の場合、3億円以下の罰金）となります。</p> <p>詳細はこちら  総務省 <a href="#">「特定商取引に関する法律の改正」及び「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」等のポイント</a>  総務省 <a href="#">迷惑メール関連施策</a>  経済産業省 <a href="#">電子メールによる一方的な商業広告の送りつけに関する新たな表示義務について</a></p>
3	8	4	販売促進やコミュニティづくりのためにメールマガジンを	今後作成予定



章	節	項	質問項目	回答
			発行したいのですが、法的に何か注意することがありますか？	
3	8	5	メールアドレスを誤配信してしまいました。法的にどのように対処すれば宜しいでしょうか？	今後作成予定
3	9		EC と掲示板	
3	9	1	掲示板に他人の名誉を毀損するような書き込みがあるのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	10		EC とコンピューターウイルス	
3	10	1	代表的なコンピューターウイルス被害というとどのような被害がありますか？	今後作成予定
3	10	2	コンピューターウイルスが送付されシステムがダウンしたのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	10	3	送付されてきたコンピューターウイルスが勝手にメール送信したのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	11		EC とサービス不能攻撃	
3	11	1	集中してサイトにアクセスされシステムがダウンしたのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	11	2	一度に大量の電子メールがきてシステムがダウンしたのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	12		EC とサイトの改竄	
3	12	1	EC サイトが改竄されたのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	12	2	EC サイト改竄について代表的な事件というところはどういう事件がありますか？	今後作成予定
3	13		EC と不正アクセス	
3	13	1	アクセス権のないIDからアクセスしてくるのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	13	2	不正アクセス行為に対してどのような罰則が課せられるのですか？	今後作成予定
3	13	3	不正アクセス行為で被害を受けた場合、公安委員会から何か	今後作成予定

章	節	項	質問項目	回答
			支援を受けることができますか？	
3	13	4	不正アクセス行為を調査する通信記録（ログ）は、保存しておく義務があるのですか？	今後作成予定
3	14		EC と個人情報収集、漏洩	
3	14	1	顧客の個人情報を収集するときには法的にどのようなことに注意しなければなりませんか？	現時点（2003年3月）では、民間を対象とした個人情報保護に関する法律はありません（現在法案準備中）。しかしプライバシーに関わることであり取り扱いには注意が必要です。 具体的には、「何のために個人情報を提供してもらうのか（メールマガジン配信、アンケート調査等）」を明確にし、取扱いについても「目的以外には使用しない」、「第三者には無断で渡さない」ことなどをきちんと伝える必要があります。  詳細はこちら 電子商取引推進協議会 <a href="#">個人情報保護について</a> (財)日本情報処理開発協会 <a href="#">業界ごとのガイドライン</a>
3	14	2	顧客の個人情報を利用するときには法的にどのようなことに注意しなければなりませんか？	プライバシー保護の観点から、利用にあたっては本人の同意が不可欠です。 同意を得る際には利用目的を明確化し、目的外の事項には流用しないことが重要です。またデータの正確性を期するために常にデータは本人に公開し、変更があれば速やかに修正することに努めなければなりません。 消費者の個人情報を利用する以上、利用に責任が生じるのは当然です。  詳細はこちら 電子商取引推進協議会 <a href="#">個人情報保護について</a>
3	14	3	個人情報漏洩事件について代表的な事件というのでしょうか？	今後作成予定
3	14	4	EC サイトからお客様の個人情報を漏洩させてしまったのですが、法的に対処できますか？	今後作成予定
3	14	5	個人情報を守るために日本工業規格（JIS）がガイドラインをだしていると聞きましたが、どのようなものですか？	今後作成予定
3	14	6	個人情報を守るために経済協力開発機構（OECD）がガイドラインをだしていると聞きましたが、どのようなものですか？	今後作成予定
3	14	7	個人情報を守るために国が行政機関を対象に法律を制定していると聞きましたが、どのようなものですか？	今後作成予定
3	14	8	個人情報を守るために欧州連合（EU）がガイドラインをだしていると聞きましたが、どのようなものですか？	今後作成予定



章	節	項	質問項目	回答
3	14	9	個人情報を守るために経済産業省がガイドラインをだしていると言いましたが、どのようなものですか？	今後作成予定
3	14	10	個人情報を守るために電子商取引推進協議会がガイドラインをだしていると言いましたが、どのようなものですか？	今後作成予定
3	14	11	国会で議論されている「個人情報保護法案」ってどのような法律ですか？	今後作成予定
3	15		EC とプライバシー	
3	15	1	プライバシー権という言葉をよく聞きますが、EC でも関係ありますか？	今後作成予定
3	15	2	プライバシーマーク制度というのを聞いたことがあるのですが、どのようなものですか？	<p>プライバシーマーク制度とは、経済産業省が定める「民間部門における電子計算機処理に係わる個人情報保護に関するガイドライン」に基づいて個人情報保護に取り組む企業に付与するマークです。</p> <p>2003年3月時点で、約500社がこのマークを取得しており、今後更に増える見込みです。また、業界によっては業界ごとのマーク付与機関に申請できる場合もあります。</p> <p>詳細はこちら  (財)日本情報処理開発協会 <a href="#">プライバシーマーク制度</a>  (財)日本情報処理開発協会 <a href="#">業界ごとのガイドライン</a></p>
3	15	3	代表的な「プライバシーマーク制度」というとどのようなものがありますか？	<p>(財)日本情報処理開発協会(JIPDEC)の「プライバシーマーク」が代表的です。</p> <p>このマークは、「個人情報に関するコンプライアンス・プログラムの要求事項(JIS15001)」に準拠したプライバシー保護体制を整えた事業者に付与されます。</p> <p>他にもJIPDECから指定を受けた(社)情報サービス産業協会、(社)日本マーケティング・リサーチ協会、(社)全国学習塾協会などの業界団体が、業界企業に対して発行する場合もあります。</p> <p>詳細はこちら  (財)日本情報処理開発協会 <a href="#">プライバシーマーク制度</a></p>
3	15	4	JIPDECの「プライバシーマーク」を取得したいのですが、どのようにすればよいのですか？	今後作成予定
3	15	5	TRUST-e や BBB など海外の推奨マークを取得したいのですが、どのようにすればよいのですか？	今後作成予定
3	16		EC と EC サイト推奨マーク	
3	16	1	通販業界でECサービスに関して推奨マークがあるときいたのですが、どのようなものですか？	ECでのトラブルを防止する為に、通信販売のルールを守っているEC事業者に付与する「オンライントラストマーク」のことです。このマークがサイト上にある事業者は、(1)実在する事業者であり、(2)特定商取引法や景品表示法による表示義務を守

章	節	項	質問項目	回答
				<p>っている事業者であるという認証マークです。</p> <p>なお、オンラインマーク制度では、前払い方式のみの代金支払方法を認めていません。また、返品制度は特別な理由がない限り原則として導入することをマーク付与の条件としています。</p> <p>詳細はこちら  <a href="#">(社)日本通信販売協会</a>            日本商工会議所 <a href="#">オンラインマーク総合センター</a></p>
3	16	2	旅行業界でECサービスに関して推奨マークがあるときいたのですが、どのようなものですか？	今後作成予定
3	16	3	プロバイダー業界でECサービスに関して推奨マークがあるときいたのですが、どのようなものですか？	今後作成予定
3	16	4	電子決済サービス業界でECサービスに関して推奨マークがあるときいたのですが、どのようなものですか？	今後作成予定
3	17		ECと電子署名	
3	17	1	書面を利用しない電子契約は法的に有効ですか？	今後作成予定
3	17	2	電子署名に関する法律ができたと聞いたのですが、どのような法律ですか？	今後作成予定
3	17	3	電子署名が有効になる根拠って何ですか？	今後作成予定
3	17	4	電子署名は、誰が、どのような根拠で認証するのですか？	今後作成予定
3	18		ECとインターネット・オークション	
3	18	1	オークションサイトを立ち上げる場合、なにか手続きが必要ですか？	<p>中古品のオークションサイトの主催者は、2002年11月に改正された古物営業法により定められた「古物競りあっせん業」に該当します。</p> <p>オークションサイトを新たに運営する際には、「古物競りあっせん業」を始めた旨を届出ることになっています。</p> <p>詳細はこちら            政府広報 <a href="#">改正古物営業法</a>            警察庁 <a href="#">古物営業法の一部を改正する法律案について</a></p>
3	18	2	主催するオークションサイトに盗品と思われる商品が出品された場合、どのように対処すればよいですか？	<p>古物営業法により、オークションサイトの主催者は盗品の疑いがある商品が出品されていることを発見した場合、警察に申告する義務があります。</p> <p>詳細はこちら            政府広報 <a href="#">改正古物営業法</a>            警察庁 <a href="#">古物営業法の一部を改正する法律案について</a></p>
3	18	3	過去にトラブルのあった出品者がまた出品していますが、どのように対処したらよいでしょうか？	<p>現在、あるオークション事業者は、トラブルになった出品の代金振込口座として何度も利用された銀行口座を公表しております。公表は義務ではありませんが、このような積極的な対応は、オークション詐欺などのトラブルにより善良な利用者が被害を受け</p>

章	節	項	質問項目	回答
				ることを防止し、オークションの信頼性を高める上で望ましいと思います。ただし、口座を公表することにより名誉毀損で訴えられるリスクはあるので、公表に際しては弁護士に事前に十分相談し、慎重に行う必要があります。 具体的には、銀行口座名の公表については、出品者が詐欺行為等の犯罪行為を行った場合に限り、当該出品者が利用した振込口座であることを慎重に確認し且つそのことを裏付ける証拠を収集した上で公表することが妥当であろうと思います。
3	18	4	オークションでトラブルにあったと入札者から苦情がきました。法的に何か対処すればよいですか？	今後作成予定
3	19		EC とネットクレマー	
3	19	1	ネット上に苦情を公開するネットクレマーって何ですか？	今後作成予定
3	19	2	代表的なネットクレマー事件というところのような事件がありますか？	今後作成予定
3	19	3	ネットクレマーに対して、何か法的に対処できますか？	今後作成予定
3	20		EC とネット犯罪	
3	20	1	EC サイト、インターネットに関する犯罪はどこに連絡すれば対処してくれるのですか？	今後作成予定
3	20	2	EC サイト、インターネットに関する被害はどこに相談すれば対処してくれるのですか？	今後作成予定
3	20	3	EC サイトやシステムに見知らぬファイルやデータが作成されているのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	20	4	EC サイトを利用して詐欺行為が行われたのですが、法的に何か対処できますか？	今後作成予定
3	21		EC とサイバーテロ	
3	21	1	インターネットバックボーンが大規模にシステムダウンしたようです。法的にどうすればよいですか？	今後作成予定
3	21	2	代表的なサイバーテロ事件というところのようなものがありますか？	今後作成予定
3	22		EC と裁判管轄、適用法	
3	22	1	海外の消費者から注文がきたのですが、何か注意するポイントはありますか？	EC は、中小企業でも海外の消費者と取引ができるというメリットがあります。 しかし、法律（消費者保護法、民法等）、税制（関税や消費税）、商慣習等の面で日本とは異なる国との取引は、相手の国の事情をよく調査した上で行う必要があります。配送料の負担などについても、後のトラブルにならないよう、明記しておくのが良いです。

章	節	項	質問項目	回答
				<p>よう。</p> <p>また、海外からの注文に応じない場合は、あらかじめ取引の対象は国内限りと明示しておいた方がよいでしょう。</p> <p>詳細はこちら  国民生活センター <a href="#">海外の EC サイトとのトラブル事例</a></p>
3	22	2	海外の消費者とトラブルになった場合、日本の国の法律や裁判で解決できるのですか？	<p>海外との取引において、たとえサイト上で「裁判管轄地・準拠法ともに日本」と明記しておいたとしても、その通りに合意が成立したと認められる訳ではありません。</p> <p>各国の民事訴訟法や国際私法の原則により判断されることとなりますが、消費者保護に厚い国では、無条件に、消費者の居住地に管轄があるとされることもあります。</p> <p>そういった国の消費者と取引を行う際には、相手国で訴訟を起こされるリスクも考えておく必要があります。</p> <p>詳細はこちら  国民生活センター <a href="#">海外の EC サイトとのトラブル事例</a></p>
4			EC に関するその他法的知識	
4	1		EC と IT 基本法	
4	1	1	日本を IT 化する法律ができたそうですが、どのような法律ですか？	今後作成予定
4	1	2	高度情報通信ネットワーク社会形成基本法（IT 基本法）が EC にもたらす影響というところはどういうものがありますか？	今後作成予定
4	1	3	高度情報通信ネットワーク社会形成基本法（IT 基本法）による IT 化の進捗や成果というところはどういうものがありますか？	今後作成予定
4	2		EC と IT 書面一括法	
4	2	1	EC サイトに表示するだけで重要事項を通知したことのできる法律ができたと聞きましたが、どのような法律ですか？	今後作成予定
4	3		EC と商法、登記法の IT 対応	
4	3	1	商法が 2001 年に改正されたそうですが、どこが変わったのですか？	今後作成予定
4	3	2	登記に関する商業登記法が 2000 年に改正されたそうですが、どこが変わったのですか？	今後作成予定
4	4		EC とプロバイダー責任法	
4	4	1	いわゆる「プロバイダー責任制限法」とってどのような法律ですか？	<p>名誉毀損や著作権侵害などの違法な情報が、掲示板の書き込みやホームページのウェブホスティングサービスを通じて発信されてしまった場合に、そのような掲示板やホスティングサービスの管理者が負う法律上の責任を制限する法律です。責任制限を受けるために管理者のとるべき手続や、被害者が管理者に対して発信者情報の開示を求めることのできる権利についても規定されて</p>

章	節	項	質問項目	回答
				<p>います。</p> <p>詳細はこちら  <a href="#">総務省「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律の解説」</a>  (社)日本テレコムサービス協会 <a href="#">プロバイダ責任法ガイドライン等検討協議会</a></p>
4	5		EC と電子商取引に関する準則	
4	5	1	EC に関する法律の解説又は考えなどをまとめたものって何かありますか？	<p>いまのところ EC 全てを網羅した法律はありません。EC は、新しいビジネスだけに関係法律も複雑多岐にわたっています。ただ特定商取引法は EC に関する基本法になりますので常に注意を払う必要があります。また「電子商取引に関する準則」は、現在の法律が EC の場面でどのように解釈されるかを、判例など事例を含めて分かりやすく解説してあるので、参考になります。</p> <p>詳細はこちら  経済産業省 <a href="#">「特定商取引に関する法律の改正のポイント」</a>  経済産業省 <a href="#">電子商取引等に関する準則</a></p>
4	6		EC と ADR（裁判外紛争解決）	
4	6	1	トラブルを早く、簡単に仲裁する方法ってありますか？	<p>簡易・迅速で柔軟な解決を図ることができる紛争解決手段として、ADR（裁判外紛争解決）が期待されています。双方の主張をもとに現実的な解決（助言、仲裁、調停）を早く導いてくれるので相談されることをお勧めします。</p> <p>(社)日本商事仲裁協会や弁護士会の仲裁センターなどいくつかのそうした組織があります。また、ADR Japan のサイトで目的別の ADR 機関を検索することができます。</p> <p>詳細はこちら  <a href="#">ADR Japan</a>  (社)日本商事仲裁協会  <a href="#">第二東京弁護士会仲裁センター</a></p>
4	6	2	仲裁機関（ADR）に関して何か定めた法律ってあるのですか？	今後作成予定
4	6	3	代表的な仲裁機関（ADR）というところはどういったところがありますか？	今後作成予定
4	6	4	ECOMでも EC のトラブルに関して相談にのってもらえますか？	<p>ECOM では 2001 年より本サイトに「ネットショッピング紛争相談室」を開設しています。この相談室では EC で生じたトラブルを対象に電子メールを利用した助言、あっせん、仲裁（海外取引は助言、あっせん）に取り組んでいます。何かご相談、苦情、紛争等ありましたら是非ご連絡下さい。なお取引の証拠となる書類・記録（売買契約書、領収書、送金記録、通信記録）などがあれば解決が容易です。</p> <p>詳細はこちら  電子商取引推進協議会 <a href="#">ネットショッピング紛争相談室</a></p>
4	7		EC と訴訟	
4	7	1	未払い代金（債権の回収）についてどのような法的手段があ	今後作成予定

章	節	項	質問項目	回答
			ります？	
4	7	2	未払い代金について訴訟をおこしたいのですが、手続きはどうすればよいですか？	今後作成予定
4	7	3	30 万円以下の少額のトラブルを簡単に解決できる「少額訴訟」って何ですか？	今後作成予定
4	8		EC とノーアクションレター制度	
4	8	1	行政機関に文書などで質問に対して正式に文書回答を伺いたいときにはどのようにすればよいのですか？	<p>ノーアクションレター制度という制度があります。            具体的には、新たなビジネスを興したり、新商品を販売しようとしたりする際に、その行為が法律に違反しないかどうか、許認可を受けたり登録する必要があるかどうか等を所管省庁に問い合わせることができる制度で、原則として問い合わせ後 30 日以内に省庁から回答を得られることになっています。</p> <p>詳細はこちら  <a href="#">経済産業省 経済産業省における法令適用事前確認手続</a></p>

## 4 まとめ

報告書の結びにあたり1年間のWG活動を回顧してみたい。

今年度のWG活動はまず前年度末に経済産業省よりリリースされた「電子商取引等に関する準則」のレビューからスタートした。「準則」をさらに実効あるものにするため内容の再精査と個々の論点に対する議論の深掘りを行い最終的に「意見書」の形で、経済産業省に提出した。その結果は昨年度と同様に産構審のルール整備小委員会に取り上げられ今年度の「準則」改訂版に反映されることになった。年度後半には議論の範囲を「準則」のカバーしている分野に留まらず電子商取引全体を対象に議論を行ってきた。

また法的問題の抽出・検討と並行して2つのタスクフォース(以下TFと略)を発足させた。一つは法的問題ヒアリングTFである。これはECビジネス現場での法的ニーズ収集や関連団体の動向を的確に把握し前述の法制度検討に結びつけていこうとするもので10数社から貴重な意見を頂戴した。ヒアリングに快く応じていただいた企業、団体の関係者並びにTFメンバーとして自発的に参加していただいた方々にこの場をお借りして感謝の意を表したい。

今一つのTFは法的ポータルサイト構築検討を目的としたものである。ECに関する法制度は着々整備が進んでいるがその内容が全国津々浦々のEC現場まで十分浸透しているかといえば残念ながら疑念を抱かざるを得ない。このような問題意識のもとで、初心者にも理解しやすい法的知識の発信を目的にポータルサイトの構築準備を開始した。来年度の早い時期にECOMとして法制度専門サイトをオープンし、その後順次コンテンツの充実を図っていく計画である。ここでも多くのWGメンバーからTFに対し絶大なご協力をいただいた。重ね重ね感謝申し上げる次第である。

ECに関する法整備は、ECそのものが急成長を続けている今、一時たりとも目を離せない。インターネット(とりわけブロードバンド)のさらなる普及による利用者層の拡大と質的变化、新たなビジネスモデルの登場、e-Japan構想に象徴される行政・自治体の動向、はたまたIT技術の進展など法整備を取り巻く環境は大きく変化している。このような状況の下で、これからの法制度整備の課題について言及してみたい。

その第一はECビジネス現場から法制度検討の場への積極的な参加(意見の吸い上げ)である。この一年、法的問題WGの活動でも多くの方々が集い、意見をたたかわせ、コミュニケーションを深め、意見集約に努めてきたが、まだまだ十分とはいえない。法整備活動の成果はどれだけ多くの当事者を動員できたかに比例するといって過言ではない。

第二に法制度の狙うところを強力に支援、育成していく政策との協調を指摘したい。現行法制度が十分機能しているか、想定した目標を達成しているかを常にレビューしながら必要に応じて次の手を打っていくことこそ重要である。ECの本格的な離陸期は間近ではあるが、今しばらく、その成長を見守り、成果を実感できるものにしなければならない。

第三に国際化への対応である。昨今周辺各国との法的問題についての意見交換の場が増

えてきており、いよいよインターネットが国際商取引に大きな役割を果たす時期が近づいてきたとの感がある。法制度の国際的な調和は大きなテーマではあるが真のグローバル化に向けて今から着実に歩を進めていかなければならない。

ともあれ、法制度整備は EC に関わるもの全員の共通かつもっとも身近なテーマの一つであろうし、今後ますますその重要性が高まるものと確信している。ECOM として今後も本テーマに取り組んでいく所存であるが、産業界、消費者団体、行政、法曹界等関係部門の方々からも引き続き絶大なご支援、ご協力を賜りたくお願い申し上げる次第である。



## 法的問題 WG メンバーリスト

【所属等は平成 15 年 3 月 1 日現在】

### 座長

松本 恒雄 一橋大学大学院 法学研究科 教授

### 委員

木村 清 アコム(株) 経営戦略部 課長  
上田 英雅 NTT コミュニケーションズ(株) ビジネスプロダクト開発営業部  
.com Exchange グループ 課長代理  
恒松 直幸 (株)NTT データ技術開発本部 システム科学研究所 副所長  
高橋 義暁 沖電気工業(株) 法務・知的財産部  
長谷川 亮 (株)オリエントコーポレーション e ビジネス企画部  
川城 三治 グローバルフレンドシップ(株) 社長室付 システム部長  
保倉 豊 グローバルフレンドシップ(株) 代表取締役社長  
栗原 千穂 (株)シー・アイ・シー 電子取引研究プロジェクト  
人見 洋一 (株)ジェーシービー 加盟店業務部 加盟店管理グループ  
赤木 宏至 (株)セントラルファイナンス 営業開発部 e-ビジネス推進室 係長  
祝 壮吉 東京電力(株) システム企画部 部長  
大槻 陸夫 東京電力(株) 総務部文書グループ 課長  
長谷川 通博 電気事業連合会 情報通信部 副部長  
伊藤 仁吾 (株)東芝 知的財産部 デジタル著作権担当  
中島 和雄 (株)東芝 法務部 法務第二担当 主務  
黒岩 恵 トヨタ自動車(株) ネットワーク事業部 担当部長  
都島 國雄 トヨタ自動車(株) e-TOYOTA 部 主査  
藤井 孝司 トヨタ自動車(株) 法務部 課長  
入江 正和 日本信販(株) コンプライアンス統括部 チームマネージャー  
大島 美穂子 日本電気(株) NEC ソリューションズ法務部  
椋木 哲男 日本電気(株) NEC ソリューションズ法務部 マネージャ  
原田 素子 東日本電信電話(株) 法人営業本部ビジネスインテグレーション営業部  
ソリューション&プラットフォーム部門  
鍛原 弘到 フェイマス(株) 代表取締役社長  
渡部 俊英 富士通(株) 法務・知的財産権本部法務部法務企画部  
井上 富久弥 富士電機(株) IT 推進室  
平野 高志 マイクロソフト(株) 法務本部 本部長  
合原 英次郎 松下電器産業(株) 東京支社渉外グループ IT チーム 副参事

奥邨 弘司	松下電器産業(株) 法務本部 法務グループ IT・著作権チーム 主事
田中 秀樹	(株)みずほコーポレート銀行 e-ビジネス営業部 調査役
江川 裕久	(株)みずほコーポレート銀行 フィナンシャルサービス企画部
関口 和洋	(株)三菱総合研究所 情報通信政策部流通戦略研究チーム 主任研究員
青島 幹郎	電子商取引推進協議会 主席研究員
浅沼 省吾	電子商取引推進協議会 主席研究員
石渡戸 真由美	電子商取引推進協議会 ADR プロジェクト調査員
吉岡 英剛	電子商取引推進協議会 主席研究員

#### 有識者

沢田 登志子	独立行政法人 経済産業研究所 広報企画ディレクター
上野 達弘	成城大学 法学部 専任講師
吉田 一雄	清和大学 法学部 助教授
辻巻 健太	辻巻総合法律事務所 弁護士
森田 宏樹	東京大学大学院 法学政治学研究科 教授
森 亮二	東京神谷町法律事務所 弁護士
稲益 みつこ	服部法律事務所 弁護士
服部 成太	服部法律事務所 弁護士

#### メーリングリスト参加メンバー

近藤 徹	アコム(株) 総務部法務室
町村 泰貴	亜細亜大学 法学部 教授(民事訴訟法)
櫻井 徹	(株)NTT データ ビジネス開発事業本部セキュリティ事業部 セキュリティビジネス担当課長
鈴木 邦康	(株)NTT データ ビジネス企画開発本部セキュリティグループ
加藤 寛之	KPMG ビジネスアシュアランス(株) IRM (Information Risk Management) 事業部
岡 邦男	セコム(株) サイバーセキュリティ事業部 シニアコンサルタント
松本 泰	セコムトラストネット(株) TS 事業部ソリューション技術部
今井 優子	(株)東芝 法務部法務第二担当
田島 正広	中田・松村・田島法律事務所 弁護士
長見 萬里野	(財)日本消費者協会 理事
井上 裕之	日本電気(株) IT 戦略部・担当
猪股 陽子	日本電気(株) 第二ソリューション営業事業本部 主任
酒井 雅啓	日本電気(株) 市場開発推進本部・主任
島 成佳	日本電気(株) インターネット基盤開発本部 担当

庄司 朋由	日本電気(株) IT 戦略部 エキスパート
竹村 孝太	日本電気(株) NEC ネットワークス企画室法務グループ
池田 紀務	日本電信電話(株) 情報流通プラットフォーム研究所 情報セキュリティプロジェクト
野田 泉	日本ユニシス(株) ストラテジックサービス企画室長
今泉 寛	マイクロソフト(株) 法務本部
海野 貴史	マイクロソフト(株) 法務本部
緒方 麻弓子	マイクロソフト(株) 法務本部 弁護士
牧山 嘉道	マイクロソフト(株) 法務本部 弁護士
水越 尚子	マイクロソフト(株) 法務本部 弁護士
角 慶太	松下電器産業(株) 法務本部 法務グループ IT・著作権チーム
東山 治郎	松下電器産業(株) 法務本部 法務グループ IT・著作権チーム
二瓶 正	(株)三菱総合研究所 流通戦略研究チーム 主任研究員
宮崎 一哉	三菱電機(株) 情報技術総合研究所 情報セキュリティ技術部 開発第 4T 主席研究員

#### 経済産業省

西江 昭博	経済産業省 商務情報政策局情報経済課 課長補佐
池谷 香次郎	経済産業省 商務情報政策局情報経済課 権利保護係長

#### 事務局

江口 正裕	電子商取引推進協議会 主席研究員
片岡 幸一	電子商取引推進協議会 主席研究員
加瀬 幸江	電子商取引推進協議会 研究員

禁 無 断 転 載

EC の普及・高度化に関する調査研究  
EC に関わる法的問題検討報告書  
平成 15 年 3 月 発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発協会  
電子商取引推進センター  
東京都港区芝公園 3 丁目 5 番 8 号  
機械振興会館 3 階

TEL : 0 3 ( 3 4 3 6 ) 7 5 0 0

印刷所 新高速印刷株式会社  
東京都港区新橋 5 丁目 8 番 4 号  
TEL : 0 3 ( 3 4 3 7 ) 6 3 6 5

(本報告書は再生紙を使用しています。)

14-E008