

# 電子商取引及び情報財取引等に 関する準則

平成27年4月

経済産業省

## I-6 電子商店街(ネットショッピングモール)運営者の責任

### 【論点】

店舗との取引で損害を受けたネットショッピングモール(以下「モール」という)利用者に対してモール運営者が責任を負う場合があるか。

### (例)

モール利用者が、モールに出店していた店舗から商品を購入したところ、商品に欠陥があったが、店舗は行方不明となり連絡が取れない。モール運営者に対して、損害賠償を請求することができないか。

## 1. 考え方

### (1)原則：責任を負わない

個別の店舗との取引によって生じた損害について、モール運営者は原則として責任を負わない。

### (2)例外：責任を負う場合もある

①店舗による営業をサイバーモール運営者自身による営業とモール利用者が誤って判断するのやむを得ない外観が存在し(外観の存在)、②その外観が存在することについてモール運営者に責任があり(帰責事由)、③モール利用者が重大な過失なしに営業主を誤って判断して取引をした(相手方の善意無重過失)場合には、商法第14条の類推適用によりモール運営者が責任を負う場合もあり得る。

この他に、モール運営者に不法行為責任等を認めうる特段の事情がある場合等には、モール運営者が責任を負う場合があり得る。

### (責任を負う可能性がある例)

- ・商品購入画面等モール運営者のウェブサイト画面で、売主がモール運営者であるとの誤解が生じる場合
- ・モール運営者が特集ページを設けてインタビュー等を掲載するなどして、特定の店舗の特定商品を優良であるとして積極的に品質等を保証し、これを信じたがためにモール利用者が当該商品を購入したところ、当該商品の不良に起因してモール利用者に損害が発生した場合
- ・重大な製品事故の発生が多数確認されている商品の販売が店舗でなされていることをモール運営者が知りつつ、合理的期間を超えて放置した結果、当該店舗から当該商品を購入したモール利用者に同種の製品事故による損害が発生した場合
- ・

(商法第14条の類推適用による責任を負わないと思われる例)

- ・購入画面は、モールの統一フォームであるが、モール運営者のウェブサイト画面にモール運営者が売主でないことが分かりやすく記載されている場合

・

(保証に基づく責任を負わないと思われる例)

- ・品質等に関してモール運営者の判断が入らない形で商品又は店舗の広告を掲載しているにすぎない場合
- ・よく売れている商品に「売れ筋」と表示した場合や、売上高やモール利用者による人気投票結果等のデータに基づいた商品や店舗の「ランキング」、「上半期ベスト3」を単に表示したにとどまる場合
- ・モール利用者の購買履歴等に基づき、個々のモール利用者に対して、当該モール利用者の嗜好や購入商品等に関連する商品等を、当該商品の品質等に関する判断を含まない形で単に表示したにとどまる場合

・

## 2. 説明

### (1)問題の所在

モールに出店している個別の店舗との取引で損害を受けたモール利用者は、当該店舗に対して契約上の責任を追及することができるが、このほかモール運営者に対しても責任を追及することができるか。通常、個別の店舗との取引において、売主としての責任を負うのは店舗であるため、個別の店舗との取引によって生じた損害について、モール運営者が責任を負うことはないものと考えられる。しかしながら、モールと店舗との関係で買主たるモール利用者がモール運営者を売主と誤認するような状況が作られていた場合などにモール運営者が何らかの責任を負うことが考えられないだろうか<sup>1</sup>。

### (2)商法第14条の類推適用

この点、参考となる裁判例として、スーパーマーケットに出店しているテナントと買物客との取引に関して、出店契約を締結することにより営業主体がスーパーマーケットであると誤認するのもやむを得ない外観を作出したことに関与したという理由から、商法第14条の類推適用により、スーパーマーケットの経営会社が名板貸人と同様の責任を負うとしたものがある(最高裁平成7年11月30日第一小法廷判決・民集49巻9号2972頁)。

商法第14条適用の要件は、①名板貸人が営業主であるという外観の存在、②名義使用の

---

<sup>1</sup> なお、知財高判平成24年2月14日判時2161号86頁は、ネットショッピングモールの出店者によって出店ウェブページに展示された商品が第三者の商標権を侵害している場合、一定の要件を満たすときには、ネットショッピングモール運営者が商標権侵害の責任を負うことを、一般論として認めた(結論としてはネットショッピングモール運営者の商標権侵害に対する責任を否定)。

許諾という名板貸人の帰責事由の存在、③取引の相手方が重大な過失なくして名板貸人が営業主であると誤認したことであるが、本判決は、②の名義使用の許諾はないが、上記のような外観の作出に関与した場合について、商法第14条の理論的前提である外観法理を前提に、同条の類推適用を認めたものである。

スーパーマーケットとそのテナントの関係と、モールとその店舗の関係は同一ではないが、一定の類似性があることから、モールにおいても、①店舗の営業がモール運営者の営業であると一般のモール利用者が誤認するものやむを得ない外観が存在し、②当該外観の作出にモール運営者に帰責事由があり、③当該モール利用者が重大な過失無くして営業主を誤認して取引をした場合には、商法第14条の類推適用によりモール運営者が責任を負う場合もあり得るものと解される。

なお、例えばウェブ上にモール利用者が、通常認識することができるような形で「当モールに出店する店舗は、当社とは独立した事業者が自己の責任において運営しており、特に明示している場合を除いて、当社及び関連会社が管理又は運営しているものではありません」といった表示をしている場合であれば、当該表示はモール運営者の責任を否定する有力な根拠となると考えられる。

いずれにせよ、モール運営者が商法第14条の類推適用により責任を負うか否かについては、モールの外観、モール運営者の運営形態のみならず、外観作出の帰責性の有無の判断要素として店舗の営業への関与の程度(例えば、売上代金の回収の態様、明示若しくは黙示の商号使用の許諾等)等をも総合的に勘案して判断されることになろう。

### (3)その他の責任原因

商法第14条の類推適用が認められる場合以外にも、以下のような場合には、モール運営者が、個々の取引によってモール利用者に生じた損害について責任を負うべき場合があり得る。

第一に、重大な製品事故の発生が多数確認されている商品の販売が店舗でなされていることをモール運営者が知りつつ、合理的期間を超えて放置した結果、当該店舗から当該商品を購入したモール利用者に同種の製品事故による損害が発生した場合のような特段の事情がある場合には、不法行為責任又はモール利用者に対する注意義務違反(モール利用契約に付随する義務違反)に基づく責任を問われる可能性がある。

第二に、モール運営事業者がモール利用者に対して、単なる情報提供、紹介を超えて特定の商品等の品質等を保証したような場合、当該商品の購入によって生じた損害について、モール運営者が責任(保証に基づく責任)を負う可能性がある。ただし、品質等に関してモール運営者の判断が入らない形で商品または店舗の広告を掲載しているにすぎないような場合には、モール運営者が上記の責任を負うことは原則としてないと考えられる。同様に、よく売れている商品に「売れ筋」と表示すること、売上高やモール利用者による人気投票結果等

のデータに基づいた商品や店舗の「ランキング」、「上半期ベスト3」などを単に表示すること、モール利用者の購買履歴等に基づき、個々のモール利用者に対して、当該モール利用者の嗜好や購入商品等に関連する商品等を当該商品の品質等に関する判断を含まない形で単に表示することも、そのことのみでは商品等の品質等に関してモール運営者の判断を示すものではなく、上記の責任を基礎づけるものではないと考えられる。