

「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」 の概要について

2018年10月

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課

1. 「準則」の概要

2. オンライン・プラットフォームに関連する論点 の紹介

3. 今後の課題

経済産業省では、平成14年以来、**既存法の解釈を示した「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」**の策定・改訂を行い、**取引当事者の予見可能性の向上とそれを通じた民間ルール形成に努めている。**

インターネット上の電子商取引や情報財取引のルール整備に関する課題

新たな技術

民法をはじめとする現行法の大半は、新しい技術を前提としていない

新たな取引形態

新たなサービス展開が急速に進む中、現行法がどのように適用されるのかその予見可能性が低いことによる事業の萎縮、消費者の不安

判例の迅速な集積が困難

新たな形態の取引に関する現行法の適用・解釈を、判例の迅速な積み重ねのみに期待することは難しい



「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」の策定

- 電子商取引等に関する新しい法的問題点について、民法等の現行法がどのように適用されるのか、その解釈を示し、**取引当事者の予見可能性を高め、取引の円滑化に資する**ことを目的とするもの
- 消費者相談対応・ADRでの判断基準等として活用
- 個別具体的な事例への現行法の適用の最終判断権は裁判所にあるとしても、一つの**法解釈の叩き台**を示し、場合によっては既存法による問題への対応の**限界を明らかに**することで、**今後の立法その他のルール形成の参考**とすることも期待

- 新しい法的問題点を追加し、古くなった論点を削除するなど、取引実務や技術の変化、国際動向などに応じて柔軟に改正

策定・改訂経緯

- ◆平成14年 3月 「電子商取引等に関する準則」策定
- ◆平成14年 7月 景品表示法に関する通達に関する記述の追加等2項目
- ◆平成15年 6月 インターネット・オークションに関する論点の追加等18項目
- ◆平成16年 6月 仲裁合意条項の有効性に関する論点の追加等14項目
- ◆平成18年 2月 民事訴訟法の改正に伴う論点の修正等6項目
- ◆平成19年 3月 「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」策定(名称変更)
越境取引に関する論点の追加等15項目
- ◆平成20年 8月 SaaS向けSLAに関する論点の追加等7項目
- ◆平成22年10月 越境取引に関する論点の修正等23項目
- ◆平成23年 6月 ウェブサイトの利用規約の有効性に関する論点の修正等23項目
- ◆平成24年11月 共同購入クーポンをめぐる法律問題に関する論点の追加等21項目
- ◆平成25年 9月 新たな裁判例の追加及び著作権法改正に伴う論点の修正等7項目
- ◆平成26年 8月 デジタルコンテンツに関する論点の追加等8項目
- ◆平成27年 4月 新たな裁判例の追加及び著作権法改正に伴う論点の修正等3項目
論点の削除5項目、編集方針の策定
- ◆平成28年 6月 データ消失時の顧客に対する法的責任の論点1項目追加等
- ◆平成29年 6月 シェアリングエコノミーと兼業・副業に関する論点1項目追加等
- ◆平成30年 7月 AIスピーカーを利用した取引に関する論点2項目の追加等

全体構成(全67論点)

I 電子商取引に関する論点 (25論点)

- ・ 消費者の操作ミスによる錯誤
- ・ 未成年者による意思表示
- ・ ネットショッピングモール運営者の責任
- ・ サービス運営事業者の利用者に対する責任

II インターネット上の情報の提示・利用に関する論点 (13論点)

- ・ 他人のHPにリンクを張る場合の法律上の問題点
- ・ ネット上への商品情報の提示と商標権侵害
- ・ ネットと肖像権・パブリシティ権等
- ・ ネットと著作権

III 情報財*取引に関する論点 (20論点)

- ・ ライセンス契約の成立とユーザーの返品可否
- ・ ライセンス契約終了時におけるユーザーが負う義務の内容
- ・ ベンダーが負うプログラムの担保責任
- ・ デジタルコンテンツ

IV 国境を越えた取引等に関する論点 (9論点)

- ・ BtoB, BtoC取引についての国際裁判管轄及び適用される法規
- ・ 国境を越えた商標権行使
- ・ インターネット上の名誉・信用の毀損と、国際裁判管轄及び適用される法規

* 従来、情報財としてはソフトウェアを中心として議論されてきたが、昨今、音楽、映像、ゲーム、データベースに含まれる情報・データなど、様々なデジタルコンテンツの取引が行われるようになってきている。

- 法学者、弁護士、事業者、関係省庁（消費者庁、法務省等）から意見を得つつ、最終的には、情報経済小委員会の下に設置したルール整備WGにて改訂案を取りまとめ
⇒ 改訂案をパブリックコメントに付した上で改訂版準則を公表

第10回 産業構造審議会 商務流通情報分科会 情報経済小委員会 IT利活用ビジネスに関するルール整備WG (2018/4/27)

準則改訂案等の提示

事務局運営：株式会社三菱総合研究所

共同主査：稲益みつこ弁護士

第四次産業革命研究会

【検討議題】

近時の取引実態を踏まえた準則改訂案作成

【検討委員(計11名)】

SWG1 (BC × EC)

[主査] 森亮二 弁護士
[委員] 伊藤雅浩 弁護士、
市川穰 弁護士、上沼紫野
弁護士、高木篤夫 弁護士

SWG2 (AI × EC)

[主査] 山内貴博 弁護士
[委員] 井口加奈子 弁護士、
岩原将文 弁護士、生野聡
弁護士、辻巻健太 弁護士、
吉澤尚 弁護士

民法(債権法)研究会

【検討議題】

民法改正に伴う準則への影響評価・改正対応の準則改訂案作成

【検討委員(4名)】

[主査] 宮澤俊昭 教授
[委員] 岡本裕樹 教授、村尾治亮
弁護士、森岡誠 弁護士

事業者ヒアリングを実施 ・ フィードバック

IT利活用ビジネスに関するルール整備WG 委員(敬称略)

役職	名前	所属	ご専門
座長	松本 恒雄	(独法)国民生活センター理事長	民法
委員	沖野 眞己	東京大学大学院法学政治学研究科教授	民法
	奥邨 弘司	慶應義塾大学大学院法務研究科教授	知財
	角 紀代恵	立教大学法学部国際ビジネス法学科教授	民法
	後藤 巻則	早稲田大学大学院法務研究科教授	民法
	角田 美穂子	一橋大学大学院法学研究科教授	民法
	茶園 成樹	大阪大学大学院高等司法研究科教授	知財
	道垣内 正人	早稲田大学大学院法務研究科教授	国際私法
	早川 吉尚	立教大学法学部・大学院法務研究科教授	国際私法
	横山 美夏	京都大学大学院法学研究科教授	民法

※肩書は2018年4月時点

1. 「準則」の概要

2. オンライン・プラットフォームに関連する論点
の紹介

3. 今後の課題

【論点】店舗との取引で損害を受けたインターネットショッピングモール（以下、「モール」という。）の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。



【準則で提示している解釈】

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

∵ 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

(2) 例外：責任を負う場合もある

○ **名板貸責任（商法14条、会社法9条）の類推適用**

①モール運営者自身による営業であるかのような外観の存在、②外観の存在に対するモール運営者の帰責事由、③モール利用者の善意無重過失 がいずれも認められる場合

← モールの外観、運営形態、店舗の営業への関与の程度（売上代金の回収の態様、明示／黙示の商号使用の許諾等）等を総合的に勘案

○ **特段の事情がある場合**（不法行為責任、モール利用契約の付随義務）

○ **単なる情報提供を、紹介を超えて、特定の商品等の品質等を保証した場合**（保証に基づく責任）

(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

(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
- 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

【論点】インターネット・オークション、フリマサービス等、ユーザー同士による取引が行われるサービス（以下「ユーザー間取引プラットフォーム」という。）において損害を受けたユーザーに対し、当該サービスの運営事業者（以下「サービス運営事業者」という。）が責任を負うことがあるか。
また、上記以外の場合に、サービス運営事業者は損害を受けた利用者に対しいかなる責任を負うのか。

例) ユーザーが、他のユーザーから商品を購入したところ、商品未着、代金未払い等のトラブルが発生したが、相手は行方不明となり連絡が取れない。損害を受けたユーザーはサービス運営事業者に対して損害賠償を請求することができないか。



【準則で提示している解釈】

(1) サービス運営事業者が取引に実質的に関与しない場合

○ 原則：サービス運営事業者はユーザーに対して責任を負わない

∵ 一般に、サービス運営事業者は、実際の取引行為の当事者となるわけではなく、単に取引の場やシステムの提供者にすぎず、個別の取引の成立に実質的に関与するわけではない

○ 例外：取引の「場」やシステムを提供していることに伴う一定の注意義務を認める余地あり

c.f. ヤフオク事件判決(名古屋地裁平成20年3月28日判決、名古屋高裁平成20年11月11日判決)

- インターネット・オークションの利用契約の内容がシステム利用を当然の前提としていることから、サービス提供者は信義則上、ユーザーに対して「欠陥のないシステムを構築してサービスを提供すべき義務」を負っている
- この義務の具体的内容は、そのサービス提供当時におけるインターネット・オークションを巡る社会情勢、関連法規、システムの技術水準、システムの構築及び維持管理に要する費用、システム導入による効果、システム利用者の利便性等を総合考慮して判断されるべきである
- 結論としてはサービス運営事業者の責任を否定

(2) サービス運営事業者が取引に実質的に関与する場合

○ その役割に応じて責任を負う可能性がある

- i) サービス運営事業者がユーザーの出品行為を積極的に手伝い、これに伴う出品手数料又は落札報酬を出品者から受領する場合
- ii) 特定の売主を何らかの形で推奨する場合
- iii) サービス運営事業者自体が売主等の取引当事者となる場合

(責任を負う可能性がある例)

- インターネット・オークションにおける出品物について、警察本部長等から競りの中止の命令を受けたにもかかわらず、オークション事業者が当該出品物に係る競りを中止しなかったため、落札者が盗品等を購入し、盗品等の所有者から返還請求を受けた場合
- インターネット・オークションやフリマサービスにおけるブランド品の出品等に関し、サービス運営事業者がユーザーから電話で申込みを受け、当該ブランド品をサービス運営事業者宛てに送付してもらい、サービス運営事業者がユーザー名で出品行為を代行し、出品に伴う手数料や落札に伴う報酬を受領する場合

(責任を負わないと思われる例)

- ユーザーの信頼が取引の相手方であるユーザーに対するものであり、サービス運営事業者は「場の提供者」としての役割のみを行っている状況で、取引の相手方のユーザーの詐欺、倒産、不良品販売等が発生した場合

【論点】ユーザー間取引プラットフォームを介して商品を販売する売主には、どのような規制が適用されるか。

- 例) 1 プラットフォームを介して個人が商品を販売する場合についても、特定商取引法11条（必要的広告表示事項の表示）・12条（誇大広告の禁止）の規定は適用されるか
- 2 プラットフォームを介して個人が商品を販売する場合についても、景品表示法5条（不当な表示の禁止）は適用されるか
- 3 プラットフォームを介して個人が商品を販売する場合についても、古物営業法に基づく古物商としての許可を受けることが必要か



【準則で提示している解釈】

- 1 営利の意思を持って反復継続して販売を行う場合は、法人・個人を問わず事業者該当し、特定商取引法の規定が適用される**
 - 「営利の意思」の有無は客観的に判断(例:転売目的で商品の仕入れ等を行う場合は営利の意思あり)
 - 「営利の意思」および「反復継続性」は、当該プラットフォーム以外の取引も総合的に考慮して判断

※ 平成25年2月20日付け消費者庁次官・経済産業省大臣官房商務流通保安審議官通達を紹介
- 2 事業者が商品を販売する場合には、景品表示法の不当表示規制が適用される**
 - 景品表示法の事業者とは、「商業、工業、金融業その他の事業を行う者」であり、個人であっても事業者となりうる
- 3 プラットフォームを介して古物の売買等の営業を行う者は、古物営業法に基づく許可を要する**

【論点】インターネット・オークション、フリマサービス等ユーザー同士による売買が行なわれるサービス（以下「ユーザー間取引プラットフォーム」という。）の運営事業者（以下「サービス運営事業者」という。）には、どのような業規制が適用されるか。



【準則で提示している解釈】

○ **特定商取引法上の表示義務等**

- 例えば、ユーザー間取引プラットフォームを消費者であるユーザーに対して有償で提供している場合、特定商取引法の通信販売に該当し、表示義務等に従う必要がある

○ **古物営業法に基づく許可の要否**

- 以下の場合を除き、基本的にサービス運営事業者は、「古物商」や「古物市場主」の許可は不要
自ら又は委託を受けて古物を売買・交換する営業を営む場合
古物商間の売買・交換のための市場を経営する場合
- インターネット・オークションを運営する場合、「古物競りあっせん業」の届出等が必要
- フリマサービスを運営する場合、ユーザーにおいて競りを行わないのであれば「古物競りあっせん業」の規制は非適用

【論点】ブログや口コミサイト、動画共有サイトなどのソーシャルメディアにおいて、名誉毀損や著作権侵害など、他人の権利を侵害する疑いがある情報がアップロードされ、これにより権利侵害を受けたとする者からソーシャルメディアサービスを提供する事業者に対して当該情報を削除する要請があった場合、これを放置又は削除したソーシャルメディアサービスを提供する事業者は権利侵害を受けたとする者または情報の発信者に対して損害賠償責任を負うか。



【準則で提示している解釈】

(1) 情報を放置したことに基づく事業者の責任

- 当該情報の流通による権利侵害が明白であり、かつ削除が容易であるような場合には、不法行為責任が成立する可能性はある
- ただし、プロバイダ責任制限法3条1項により、以下の要件に該当しない限り、損害賠償責任を負わない
 - i) 削除が技術的に可能であり、かつ、情報の流通によって権利が侵害されていることを知っていた場合
 - ii) 削除が技術的に可能であり、かつ、情報の流通を知っていることに加えて情報の流通による権利侵害を知ることができたと認めるに足りる相当の理由がある場合
 - iii) 事業者が情報の発信者である場合

(2) 情報を削除したことに基づく事業者の責任

- 一義的には契約内容によって決まるが、契約関係がない場合も不法行為責任を負う場合はある
- ただし、プロバイダ責任制限法3条2項により、以下の要件に該当する場合には、損害賠償責任を負わない
 - i) 必要な限度での削除であり、かつ、情報の流通により他人の権利が不当に侵害されていると信じるに足りる相当の理由がある場合
 - ii) 必要な限度での削除であり、かつ、権利を侵害されたとする者から申し出があった場合に、発信者に対する意見照会を行ったが、7日を経過しても、発信者から削除に同意しない旨の申し出がなかった場合

(損害賠償責任を負う可能性がある例)

- 掲示板に明らかに他人の著作物のデッドコピーと分かるものが大量に書き込まれ、自身が著作権者であることを証明する者から適正な削除要請があったにもかかわらず、掲示板管理者である事業者がこれを合理的期間を超えて放置した場合
- オークションサイトの評価欄に出品者の名誉を毀損する情報が書き込まれ、出品者からオークションサイトを運営する事業者に対して適正な削除要請があった結果、名誉毀損が明らかになったにもかかわらず、事業者がこれを放置した場合
- 口コミサイトで第三者から見ても明らかに虚偽であることが分かる誹謗中傷を書き込まれた飲食店から、削除要請があったにもかかわらず、サイト運営者がこれを長期間放置した場合
- 動画共有サイトにテレビ番組がアップロードされ、著作権者から削除要請があったにもかかわらず、サイト運営者がこれを長期間放置した場合
- 事業者自身が違法情報の発信者である場合
- 必要な限度を超えて広範な削除をした場合

(損害賠償責任を負わないと思われる例)

- 事業者が違法な情報の流通を知らなかった場合
- 誰でも書き込める匿名掲示板で、書き込みを行った発信者と掲示板管理者である事業者との間に、契約関係が認められず、発信者に対して情報をインターネット上で閲覧可能にする義務を負わない場合
- 必要な限度での削除であり、かつ権利を侵害されたとする者から申出があった場合に、発信者に対する意見照会を行ったが、発信者が当該照会を受けた日から7日を経過しても、発信者から削除に同意しない旨の申出がなかった場合

1. 「準則」の概要

2. オンライン・プラットフォームに関連する論点
の紹介

3. 今後の課題

1. プラットフォーマーの位置付け・評価等の変化

プラットフォームの責任は、電子商取引等準則の制定当初（2002年）から採り上げられてきたテーマ

※【論点】「電子商店街（サイバーモール）運営者の責任」

⇒現時点での社会情勢等に照らしてどのように評価していくべきか

- 産業・ビジネスのレイヤー構造化 → プラットフォーム・ビジネスが進展
- 単純な「場の提供者」としてのプラットフォーム → 社会経済の基盤を提供する存在
規制のコントロール・ポイントと捉える動き
- 利用者（消費者・事業者）を規律するルール（コード／アーキテクチャ）の在り方の重要性の高まり
- 市場そのものの設計・運営者

2. 上記も踏まえ、デジタル市場における電子商取引等準則の在り方をどう位置付けていくか

準則は、取引の実務の変化、技術の動向や国際的なルールメイクの状況に応じて、今後も柔軟に検討してまいりたいと考えております。本準則についての御意見がございましたら、以下宛にお送りいただきますようお願いいたします。

<連絡先>

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 (担当：安平、羽深、大関)
〒100-8901 東京都千代田区霞が関1-3-1
電話番号： 03-3501-0397
FAX番号： 03-3501-6639
電子メール： ecip-rule@meti.go.jp