

# 電子商取引等に関する準則改訂案についてのパブリックコメント結果の概要

平成18年2月1日  
産業構造審議会  
情報経済分科会  
ルール整備小委員会

< 意見の概要 >

< 考え方 >

## 【総論】

IT産業界は事業活動における非常に有効な手段として電子商取引を活用しているものの、現在は判例の蓄積が十分でないことから法解釈に苦慮し、その結果、実務における電子商取引の活用が阻害される場合もある。こういった状況において電子商取引に関する法的諸問題に政府として現行法の適用解釈を示すことは民間事業者にとってネットビジネスなどの法的リスクを軽減させ取引の予見可能性を向上させるとともに、企業実務の円滑化に繋がるものと考えたとの意見があった。

現行準則の「なりすましによる意思表示のなりすまされた本人への効果帰属」、「なりすましを生じた場合の認証機関の責任」、「オークション事業者の利用者に対する責任」、「『ノークレーム・ノーリターン』特約の効力について」、「ベンダーが負うプログラムの担保責任について」、「PtoPファイル交換ソフトについて」について改訂を求める意見があった。

現行準則策定後の状況変化、社会的な問題の状況等を踏まえ、引き続き議論してまいりたい。

## 【1】 管轄合意条項の有効性

民事訴訟法改正に伴う今般の準則の改訂を支持するとの意見があった。

## 【3】 インターネット・オークションと特定商取引法

### 1. 「考え方」について

インターネット・オークションを通じて販売を行っている場合であっても、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、特定商取引法の規制対象となるという考え方に賛成。  
(同旨多数)

### 2. 具体的な出品数・落札額の基準について

#### (1) 全般的な御意見

本改訂案における基準が訪問販売等にも使われ一人歩きするおそれがあるので、インターネット・オークションに限定したものであることをより明確にすべき。(同旨多数)

御意見を踏まえ、次の脚注を追加した。「本解釈指針は、こうしたインターネット・オークションの特性を踏まえて作成したものであり、その他の特定商取引法の取引類型には当てはめられるべきものでないことは当然である。」

複数の商品を反復継続して出品する場合は原則的に事業者とみなし、事業者でないという立証は出品者がすべき。(同旨多数)

インターネット・オークションにおいては、個人が不要品や趣味の収集物等を多数販売するという実態を考慮する必要がある。

出品数を具体的に記載する必要はない。(同旨多数)

個人を装った販売業者による消費者トラブルの増加という現状を正しく認識したうえで厳格かつきめ細かい基準を定立すべき。

販売業者の基準を明確化することは、出品者に「事業者であれば通常要求される行為規範の遵守を求め」ための材料として有益であり、ケースによっては、トラブルの防止・解決に大いに役立つ。改訂案を支持する。

消費生活センターによって、相談を受け付けるか、あっせんを行うかの判断が大きく異ならないよう、相談者の取引の相手が第三者的に見て「事業者」であることが判断できるような、ある程度の明確な基準が必要。

取引当事者間の差は相対的なものであり、様々なケースが想定されることから、基準は明確に示しつつも相談現場での柔軟な対応が可能となる形が望ましく、一般的な基準は高めに置いた上で、それを下回る場合でも事業者に該当する場合があるとの記述、また「特定カテゴリー・商品」について個別に基準を設定することは、取引実態と合致しており、相談現場において使いやすい。

インターネット・オークションにおいては、出品者の中に事業者と非事業者が混在しており、事業者であっても事業者としての特定商取引法の表示義務を遵守していないことが多く見られる。このような状況に鑑み、「販売業者」に該当する場合には同法の対象となることについて出品者に周知啓発し法遵守を促すとともに、同法の執行を強化するため、本改訂案において、インターネット・オークションにおいて同法の「販売業者」に該当すると考えられる場合を明確化することとしたものである。したがって、法執行の予見可能性という観点からも、出品者に法遵守を促すためにも、可能な限り具体的に法規制の対象となると考えられる場合を示すことが必要である。

## (2) すべてのカテゴリー・商品に関する基準について

提示されている出品数、落札額は高すぎる。「これらを下回っていれば販売業者でないとは限らない」という但書があったとしても、反対解釈され悪用されるおそれがある。

行政規制法の執行の基準は、できるだけ明確かつ抑制的なものである必要があり、特定カテゴリー・商品を除いては高めの基準が設定されていることは妥当。

「事業者」の概念を広く解釈しすぎると、個人が氏名、自宅住所、電話番号、eメールアドレス等をウェブ上で開示することによるマイナスの影響(迷惑電話やメール、ストーカー行為等)が懸念される。

[販売業者に該当すると考えられる基準として、以下のような基準が適切であるとの御意見があった。]

- ・一時点において10点以上の同種の商品又は3点以上の同一の商品を出品している場合
- ・1ヶ月当たり50点以上又は一時点において50点以上の商品を出品している場合
- ・1ヶ月当たり50点以上又は一時点において20点以上の商品を出品している場合
- ・1ヶ月当たり20点以上又は一時点において10点以上の商品を新規出品している場合
- ・3ヶ月当たり20点以上の商品を出品している場合
- ・1ヶ月当たり10点以上又は一時点において5点以上の商品を出品している場合
- ・一時点において10点以上の商品を新規出品している場合

- ・1ヶ月当たり5点以上の同一の型番の商品を出品している場合
- ・1ヶ月当たり20点以上の新品の商品を出品している場合、もしくは中古品も含め100点以上の商品を出品している場合
- ・一時点において、10点以上の新品の商品を出品している場合、もしくは20点以上の中古品の商品を出品している場合
- ・落札額の合計が1ヶ月当たり10万円以上又は1年間に100万円以上である場合
- ・落札額が、家計を潤す程度の利益が得られる程度 / 家計の足しになる程度である場合 (同旨多数)

改訂案に示された出品数・落札数を下回っていれば販売業者ではないとは限らないことをより明確にするため、次の記述を追加した。「商品の種類によっても異なるが、一般に、特に、メーカー、型番等が全く同一の新品の商品を複数出品している場合は、販売業者に該当する可能性が高いことに留意すべきである。」

準則としては、基準を下回るものについては全て販売業者に該当しないといえる基準を定立すべき。

「但し、トレーディングカード」から「この限りでない。」までの記述は不要。

「但し、自動車」から「総合的に判断される。」までの記述は不要。

インターネット・オークションにおいては、個人が不要品や趣味の収集物等を多数販売するという実態を考慮する必要がある。また、出品者が販売業者に該当するかどうかについては、個別事案ごとに客観的に判断されることに留意する必要がある。

「1ヶ月当たり」という表現が、あたかも年間の総出品数を12で除すればよいような印象を与えるので、1ヶ月の出品数合計が1度でも条件を超えれば事業者には該当する旨を明記すべき。

御意見を踏まえ、「1ヶ月当たり」を「過去1ヶ月に」修正した。

新品と中古品を区別した基準にすべき。(同旨多数)

必要に応じて今後議論してまいりたい。

### (3) 特定のカテゴリー・商品についての基準について

一時点において同一の商品を複数出品している場合は販売業者に該当すると判断すべき。(同旨多数)

[表 ~ のカテゴリー・商品について以下のような基準が適切であるとの御意見があった。]

家電製品等について

- ・「2点以上出品している場合」とすべき。
- ・「3点以上出品している場合」とすべき。
- ・「2点以上の同一の型番の商品を出品している場合」とすべき。

自動車・二輪車の部品等について

- ・「2点以上出品している場合」とすべき。
- ・「2点以上の同一の型番の商品を出品している場合」とすべき。

CD、DVD、パソコン用ソフトについて

- ・「2点以上出品している場合」とすべき。

いわゆるブランド品について

- ・「10点以上出品している場合」とすべき。

- ・「5点以上出品している場合」とすべき。
- ・「2点以上の同一の型番の商品を出品している場合」とすべき。
- ・「新品の商品を2点以上出品している場合」とすべき。

インクカートリッジについて

- ・「10点以上出品している場合」とすべき。
- ・「10点以上の同一の型番の商品を出品している場合」とすべき。
- ・「5点以上出品している場合」とすべき。

健康食品について

- ・「10点以上出品している場合」とすべき。
- ・「5点以上出品している場合」とすべき。
- ・「10点以上の名称、量等が全て同一の商品を出品している場合」とすべき。
- ・個人を装った販売業者の危険性が高く、ブランド品などより厳格な基準が規定されるべき。

チケット等について

- ・「10点以上出品している場合」とすべき。
- ・「5点以上出品している場合」とすべき。
- ・「日付、名称等が同一の商品を5点以上出品している場合」とすべき。
- ・20点は高すぎる。

反復継続性を判断するためには、ある程度の長い期間、例えば、1年ないし2年という出品状況についても、判断材料とする基準を設けるべき。

一定の商品については、全く同一の商品を複数出品する場合には、販売業者に該当することを付加すべき。

特定のカテゴリー・商品に限定せず、同種商品を10点以上又は同一商品を3点以上出品する場合は事業者とみなすべき。

法の隙間を狙った悪質な事業者を許容しかねないため、特定のカテゴリー・商品を指定すべきでない。

インターネット・オークションにおいては、個人が不要品や趣味の収集物等を多数販売するという実態を考慮する必要がある。また、改訂案に示された出品数を下回った場合に販売業者でないとは限らないこと及び反復継続性も考慮されることを明確にするため、次の記述を追加した。「例えば、一時点における出品数が上記を下回っていても転売目的による仕入れ等を行わずに処分する頻度を超えて出品を繰り返している場合などは、販売業者に該当する可能性が高く、上記に該当しなければ販売業者でないとは限らない。」

表の「商標権が付されたものであって偽物が多数出品されている商品」を「登録商標(日本国特許庁において登録されたもの)が使用された商品」とすべき。

御意見を踏まえ、「商標権が付されたもの」を「登録商標(日本国特許庁において登録されたもの)が使用されたもの」に修正した。

消費者トラブルが多い商品として、「ペット類」、「化粧品」、「情報」を追加すべき。

消費者トラブルの多いカテゴリー・商品については、消費者トラブルの実態を踏まえて継続的な見直しを実施してまいりたい。

### 3. 複数IDの取得の排除について

オークション事業者に、同一人が複数のIDを取得することを排除することを求めていることに賛成。(同旨多数)

法令上の根拠が不明であるため、「排除することが求められる」を「排除するよう努力することが求められる」とすべき。

法令上の義務としてではなく、本改訂案の前提として当然必要であることを述べたものである。

#### 4. その他

サイトをまたがって不正を働く人を防ぐために、オークション運営事業者が顧客情報を共有するなど、業界全体の取り組みが必要。(同旨多数)

事業者による啓発は当然必要であり、脚注ではなく本文で記載すべき。

オークション運営事業者が、特定商取引法の表示事項のフォーマットを提示して、取引数の多い者に対して事業者として取引をするようにすべき。

販売業者に該当すると考えられる者に対して、国・関係機関・事業者が特定商取引法の義務について情報提供し啓発を図ることが重要。

取引量、取引額が少なくても、一般消費者であっても、購入者のためには表示広告を正しく行うよう努めることが重要。出品者に周知すべき。

執行プロセスについての記載はなじまないが、法執行が行われることが事業者にとって法遵守への最大の動機となるので、脚注等で「法執行機関の責務」について記載して欲しい。

そもそも指定商品制は規制の後追いとなり問題。

オークション事業者は、トラブル時に何も責任を果たさず、詐欺にあたり不当な支払をさせられたりするの参加者だけ。オークション事業者に対する法規制を導入して欲しい。

CtoC取引についてトラブル防止のために、消費者啓発が必要。

商品検索をした時に、事業者として表示義務を行った出品者が先に表示される等のメリットをオークション事業者が提供することが望ましい。

貴重な御意見として、今後の参考とさせていただきます。

本改訂案は、特定商取引法の「販売業者」の範囲について考え方を示したものであって、景品表示法や電子消費者契約法の「事業者」の範囲については何ら改訂がなされていないが、景品表示法や電子消費者契約法の「事業者」の範囲についての準則の立場も明記すべきである。

景品表示法や電子消費者契約法の事業者の範囲については、必要に応じて今後議論してまいりたい。

#### 【4】 ソフトウェアの使用許諾が及ぶ人的範囲

本論点について実務上重要で関心が高いテーマであり、かつ妥当な解釈が示されているとして支持するとの意見があった。

ソフトウェアの使用許諾がどの者に及ぶかは契約当事者間の合理的な意思解釈によって決せられるべき問題である。にもかかわらず、準則では客観的事実のみを基準として判断しており、契約当事者の主観が完全に排除されており妥当ではない。

ソフトウェア販売においては、個人を対象とする場合はパッケージ販売、法人を対象とする場合はボリュームライセンス契約を締結しているのが一般的である。そしてボリュームライセンス契約においては法人の従業員等、誰が使用できるのかを明確に規定している。だが、準則の基準を当てはめると、ボリュームライセンス契約の規定にもかかわらず、規定の範囲内でなくとも法人が派遣社員や下請会社の従業員に使用させることが可能と解釈される虞がある。また、準則を悪用し、派遣会社や下請会社側は使用許諾を受ける必要がないとして、契約しなくなってしまうおそれがある。このように準則の基準を悪用して法人がライセンス契約を締結しなかったり、契約内容に反した解釈が行われると、ソフトウェアビジネスが崩壊する虞がある。

御意見を踏まえ、使用許諾の及ぶ者が明確に規定されている場合や個人使用を前提としたパッケージソフトウェアを除外する旨追加した。

準則の基準に従って従業員等がソフトウェアを使用できる場合、そのソフトウェアを管理する責任を有している者が誰なのかを明記する必要がある。ソフトウェアを管理する者が明確でない場合、当該ソフトウェアの違法コピー等が行われ、結果として海賊版の蔓延によりソフトウェアビジネスが崩壊する虞がある。

御意見を踏まえ、ユーザー(ライセンス)が責任をもって管理することが求められる旨追加した。

## 【5】 インターネットサイト上の情報の利用

本論点について実務上重要で関心が高いテーマであり、かつ妥当な解釈が示されているとして支持するとの意見があった。

本改訂案では、著作権法上の観点からのみ、記載がなされている。しかし、インターネット上の情報の利用は、その態様によっては、「ライトピックス事件」(知財高裁平成 17 年 10 月 6 日判決)にて判断されたとおり、不法行為を構成する場合がある。本改訂案の記載では、情報に著作物性の認められない場合は自由な利用が許されるとの誤解を与えるおそれがあるため、不法行為に該当する可能性についても、言及がなされるべきであると考え。

御意見のとおり修正した。

短いニュースや死亡記事全般に著作物性が無いというわけではない。著作物性の有無の判断は、記事の長さや種類ではなく創作性の有無にあることを明確にすべく、例えば「ニュース記事であっても、事実を伝えるに過ぎないごく短いニュースや短信と呼ばれる人事異動、死亡記事など、誰が書いても表現に差が出ず、著作物性が認められない情報」などに修正してはどうか。

御意見のとおり修正した。

著作権法により、無許諾の複製や公衆送信等の行為がなされないよう保護が与えられているからこそ、著作権者は、安心して情報をインターネット上で公開することができるのであり、無償で公開していることをもって、黙示の許諾があると解することは、本末転倒ではないだろうか。

「黙示の許諾があると認められる場合が多い」との見解には疑問がある。これによると、無償で公開しているウェブサイトの場合、禁止する旨の意思表示をしない限り、権利者は著作権の行使を制限されるとの誤解を生むおそれがあるのではないか。

改訂案は、どのような場合に黙示の許諾があると認められるのかは、個々の事案ごとに、著作物の種類や性

質、権利者の情報提供の目的や態様、複製・公衆送信などの行為の目的や態様、権利者側がそのような利用を予測できたか、などを総合的に考慮して判断される旨示すものであり、ご指摘のような誤解は生じないと考える。

閲覧が有料か無料かによって複製権の及ぶ範囲が異なるかのような誤解を生む表現は避けるべきではないか。

改訂案は、どのような場合に黙示の許諾があると認められるのかは、個々の事案ごとに、著作物の種類や性質、権利者の情報提供の目的や態様、複製・公衆送信などの行為の目的や態様、権利者側がそのような利用を予測できたか、などを総合的に考慮して判断される旨示すものであり、閲覧が有料か無料であるかによって黙示の許諾が得られるか否か決する旨の解釈を示したのではない。

大手企業のホームページのみならずほとんどの企業のホームページの先頭もしくは末尾に包括的に例えば『本サイトに掲載されている情報を当社の許可なく複製、転用、送信等を禁止します。』というようにいわば一つの謳い文句としてこのような記載が散見される。しかしながら、これらの企業、特に備品（部品を含む。以下同じ。）関連のメーカーにあっては、他企業が社内で備品の購入を検討する目的のために、インターネット上のカタログファイル、広告等を複数プリントアウトしてそれを社内で回覧、複製、配布したり、関係部署にメールで配信（サーバーへの蓄積を含む）することについて禁止しているとは到底考えられない。むしろ、このメーカーとしては、上記目的であるならば、このような行為を一般企業により積極的に行なってもらい、備品の売上の増大を期待しているものと思われる。したがって禁止する旨の意思表示が包括的になされていたとしても一般企業が社内で備品の購入を検討するという目的のためであるならばインターネット上のカタログファイル、広告等を複数プリントアウトしてそれを社内で回覧、複製、配布したり、関係部署にメールで配信（サーバーへの蓄積を含む）することについては、権利者からの黙示の許諾があるとしてこれが認められる内容となるよう修正すべきである。

改訂案は、どのような場合に黙示の許諾があると認められるのかは、個々の事案ごとに、著作物の種類や性質、権利者の情報提供の目的や態様、複製・公衆送信などの行為の目的や態様、権利者側がそのような利用を予測できたか、などを総合的に考慮して判断される旨示すものである。ただし、権利者が明示的に複製を禁止する意思を表示している場合について、プリントアウトやメール配信について黙示の許諾があると解釈することは困難と考えられる。

21ページ注3「著作権法113条5項」は「著作権法113条6項」の誤記と考えられる。

御意見のとおり修正した。

## 【6】 他人のホームページにリンクを張る場合の法律上の問題点

本論点について実務上重要で関心が高いテーマであり、かつ妥当な解釈が示されているとして支持するとの意見があった。

例3において、リンク先と関連会社であるとの誤解を与える理由は、「関連企業情報はこちら」等といった誤解を誘うような方法を探っているためであるから、「リンク先の企業を特定する名称等が表示されるものと考えられるが、」との部分の前に「関連企業情報はこちら」等といった誤解を誘う表示とを挿入すべきである。

御意見のとおり修正した。

改訂案では、「リンク先のホームページ開設者に何らの損害が発生しない場合には、損害賠償請求権は成立しない。ただし、「損害」には経済的損害だけでなく精神的損害も当然含まれており、経済的損害が生じていない場合にも、精神的損害が生じている場合があることに注意が必要である。」と記載されているが、この文面からは、「無断リンク厳禁」との趣旨の表示を無視してリンクを張る行為自体は「違法」であることを前提とするようにも思える。しかし、ホームページ及びそのURLを公開した者が無断リンクされない権利というものが一般的に認められているとはいえ、「損害」を論じる前に、「権利侵害行為(違法行為)」が認められず、不法行為は成立しないと考えられる。また、リンクを張る行為自体、著作物の複製等の著作権侵害行為も伴わないから、著作権侵害ともならない。

なお、「無断リンク厳禁」との趣旨の表示が無断リンクをしないことの契約申込にあたと考えても、それを無視して無断リンクを張った者は、当該申込を承諾していないことは明らかであるから、何らの契約も成立しておらず、債務不履行責任も生じない。

改訂案では、「無断リンク厳禁」との趣旨の記載があるか否かによって、法的な取扱いが決定的に異なることになるわけではない。」と記載されているが、この(5)項の記載からは、「無断リンク厳禁」との趣旨の記載を無視してリンクを張る行為自体は違法であるとの基本的考え方に立っていると誤解される可能性がある。本来違法とは考えられないリンクを張る行為自体を萎縮させることになり、また、一方で「無断リンク厳禁」との表示をするホームページが増加し、当該ホームページにリンクを張ってよいのか悪いのかについて混乱を生ずる。

御意見を踏まえ、(5)を削除し、第3段落第2文のみを(3)の末尾に追加した。