

消費者向け電子商取引と紛争解決*

野村 美明

(大阪大学大学院国際公共政策研究科教授)

- I. はじめに
 - 1. どこに問題があるか?
- II. 消費者とインターネット取引
 - 1. 電子取引に対する消費者の意識
 - 2. インターネット・トラブル
- III. 取引のどの段階に問題があるか
 - 1. 売買契約の場合
 - 2. その他の契約の場合
- IV. どのような対応手段があるか
 - 1. 制度的対応
 - 2. 当事者または業界による対応
- V. おわりに
 - 参照文献
 - A<立法資料>
 - B<公的報告書等>
 - C<論文等>
 - 補訂

I. はじめに

1. どこに問題があるか?

電子商取引が時代のキーワードとなっている。各国では、官民ともに電子商取引の促進に躍起となっている（後掲参考文献B 1から4）¹⁾。これが新しい法的問題や特有の紛争を生じさせることは、諸外国および国際機関で電子商取引に関する立法が相次いでいることから明らかである²⁾。それでは、電子商取引一般の問題と区別して、消費者問題を取り上げる意義はどこにあるのか？

この論文では、IIで「電子商取引」に関す

る消費者問題の実態を概観し³⁾、IIIで取引のどの段階に問題があるのかを検討することによって（一般的にC 6参照）、電子商取引における消費者問題の特徴を明らかにする。そして、IVでその対応の方向性を示し、最後に、問題の根本的解決のためには、実務的および法的な国際協力が不可欠であることを指摘したい。

II. 消費者とインターネット取引

1. 電子取引に対する消費者の意識

第1に指摘すべきことは、企業と消費者間

の電子商取引市場の規模が急拡大している現状である。通産省の委託による日本および米国における企業対消費者間の電子商取引に関する調査結果を見てみよう(図1「日米B to C電子商取引市場規模推移」、およびB5参照)。

日本における1998年の市場規模は約650億円(企業間の市場規模は約9兆円)である。内訳は、多い順にパソコン、旅行、衣類・アクセサリなどがあげられている。米国は2兆2千500億円(企業間取引は20兆円)である。これが2003年には、日本で3兆1千600億円(内訳は旅行、自動車、パソコンなど)(企業間取引は68兆円)、米国では21兆3千200億円(企業間取引は165兆円)まで拡大すると予測されている。

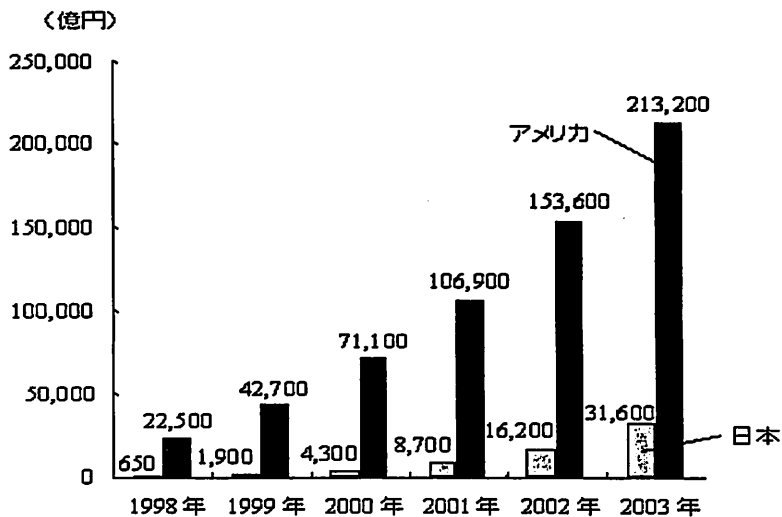
つぎに、電子商取引率を見よう(図2「電子商取引化率推移」、およびB5参照)。日本における2003年の民間消費支出に対する電子取引比率は約1%となり、成長期に移行す

る過程ととらえられている。この時期までにインフラやコンテンツを整備しておかないと、企業・消費者間市場は失速するおそれがあるといわれる。

第2に、電子商取引に対する消費者の意識を考慮する必要がある。1999年9月に大阪で行われた調査によれば(B6)、電子商取引の利点として、第1位は自宅で購入できる、第2位は24時間購入できる、第3位が海外等遠隔地の商品を手軽に購入できることがあげられている(図3「ECの利点、長所(大阪編)」)。反対に、不安点としては、第1位に自己データの漏洩、第2位に商品を手にとって確認できない、第3位に代金の誤請求があがっている(図4「ECの不安、短所(大阪編)」)。同年7月にソウルで実施された調査によっても(後掲B6-1参照)、同様の結果となっている。

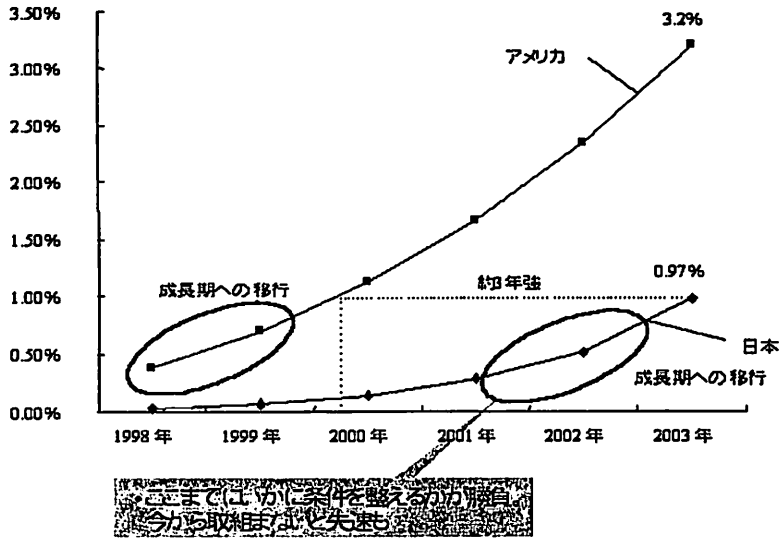
以上のいくつかの調査から、「消費者向け電子商取引」とは、インターネットを通じた

図1 日米B to C電子商取引市場規模推移



「日米電子商取引の市場規模調査」通産産業省機械情報産業局電子政策課
平成11年(1999年)3月より

図2 電子商取引化率推移



「日米電子商取引の市場規模調査」通商産業省機械情報産業局電子政策課
平成11年(1999年)3月より

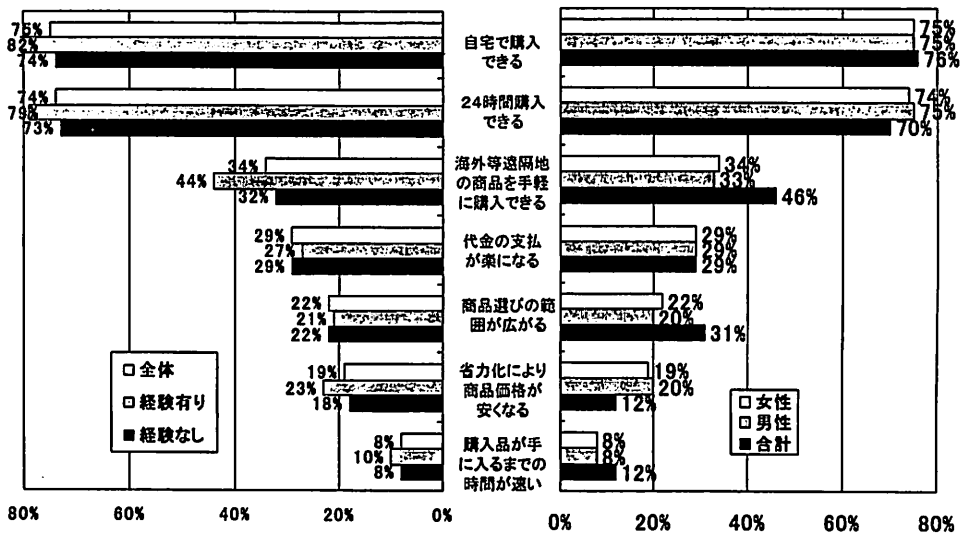
電子取引を前提にしていることがわかる。

トラブルも急増している。このことは、各地の消費生活センターに寄せられた相談件数からもうかがうことができる(図5「増え続けるインターネット・トラブル」、およびB7参

2. インターネット・トラブル

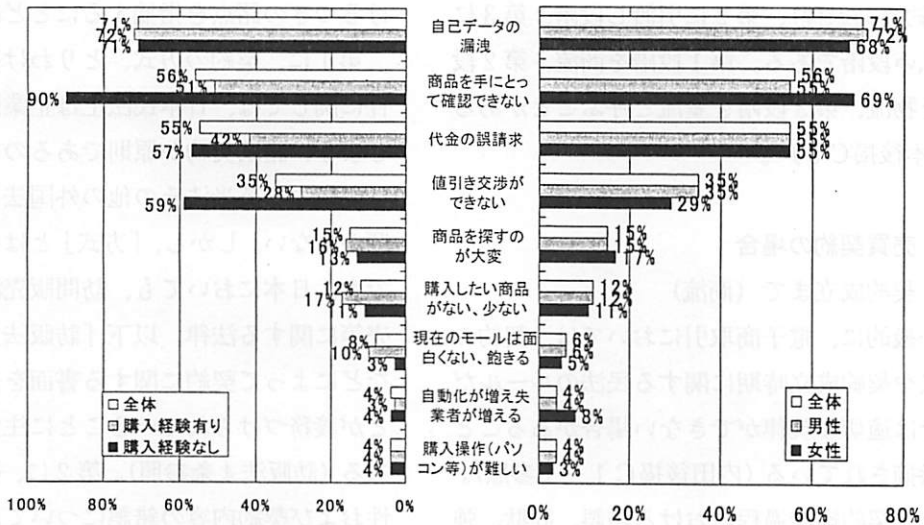
消費者による電子取引が広がるにつれて、

図3 ECの利点、長所(大阪編)



電子商取引実証推進協議会 (ECOM) 平成11年(1999年)10月「ECに関する意識調査集計結果 大阪編」より

図4 ECの不安、短所 (大阪編)



電子商取引実証推進協議会 (ECOM) 平成11年 (1999年) 10月「ECに関する意識調査集計結果 大阪編」より

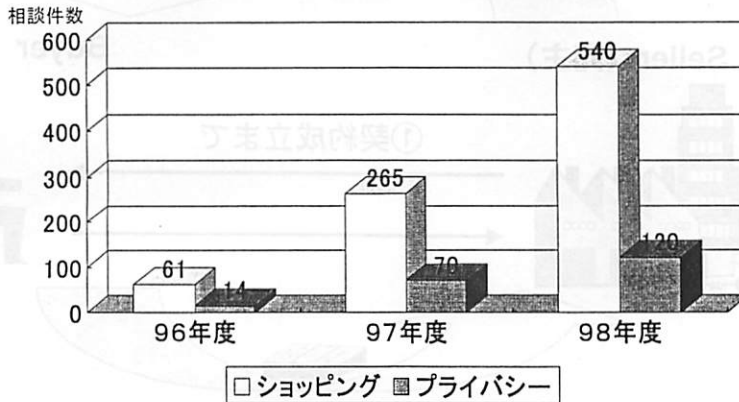
照)。また、後述する社団法人日本通信販売協会 (JADMA) による1999年度の相談受付状況によれば、インターネット通信販売に関する相談件数は前年度比で47.3%増加している⁵⁾。この傾向は、通産省⁶⁾や弁護士会の相談報告⁷⁾によっても指摘されている。

III. 取引のどの段階に問題があるか

それでは、電子取引のどの段階に消費者紛争につながる問題があるのだろうか。売買を例にとって、その取引過程をつぎのように3段階に分けて検討してみよう (図6「売買契

図5 増え続けるインターネット・トラブル

消費生活センターに寄せられた相談件数の推移



『消費生活年報1999』12頁 (国民生活センター 1999年9月) より作成

約の流れ」参照)。第1に契約成立までの段階(契約締結過程)、第2に引渡し段階、第3に支払い段階である。第1段階を商流、第2段階を物流、第3段階を金流と呼ぶことがある(松本後掲C5)⁹⁾。

1. 売買契約の場合

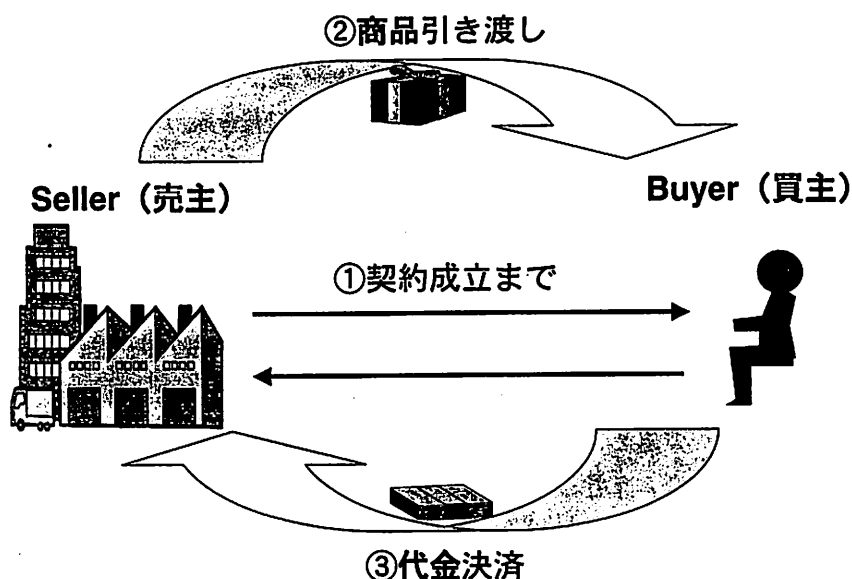
(1) 契約成立まで(商流)

一般的に、電子商取引においては、契約の方式や契約成立時期に関する民法のルールだけでは適切な規律ができない場合があることが指摘されている(内田後掲C1-1参照)。また、契約締結過程における錯誤、詐欺、強迫といった問題に関しては、消費者契約法の立法に向けた議論の中で⁹⁾、事業者による不適切な行為に対して、消費者側に契約取消権を与えるべきかが課題となった(国生審B9参照)。ここでは以上のような電子商取引あるいは消費者契約の観点からの議論の詳細には立ち入らず、電子取引における消費

者保護に関係する範囲で、契約締結段階におけるつぎの諸点を指摘するにとどめたい。

第1に、契約の方式、とりわけ書面性の要件に関しては、日本民法上は企業間取引と同じように諾成契約が原則であるので、書面性を要求する英米法その他の外国法に比べて問題が少ない。しかし、「方式」とはいえないまでも、日本においても、訪問販売法(訪問販売等に関する法律、以下「訪販法」という)などによって契約に関する書面を交付することが義務づけられていることに注意すべきである(訪販法4条参照)。第2に、契約の有効性および契約内容の錯誤については、後述するクーリング・オフを認めるかどうかの議論と関係するところが多い。第3に、無権限者による取引は、インターネットのような開放型・非対面型の消費者取引では特別の配慮が必要である。第4に、無権限者による取引に限られないが、これと密接に関係する問題として、事業者たる売主の存在とその信用度の

図6 売買契約の流れ



問題がある。この問題は、後述の電子認証制度およびマーク制度で対応することが最も効果的であると考えられる。

(2) 引渡し段階(物流)

売買契約における引渡しについては、「モノ」の移動をとまなうのが通常である。しかし、インターネットで電子コンテンツ(デジタル・コンテンツ)を取引する場合には、引渡しが電子的に、即時に行われる。したがって、たとえばパソコン・ソフトやゲーム・ソフトのような場合にクーリング・オフを認めると(現行訪販法では通信販売の場合にはクーリング・オフは認められていないが)、消費者が不当な利得を得る可能性がある(訪販法6条1項2号参照)。また、「書面」交付から8日間というようなクーリング・オフの期間も、長すぎて合理的ではないように思われる。(内田C1-1, 314頁、323頁参照)。

これに対して、物品が契約の目的である限りは、電子取引における引渡し段階の法律問題も通常の取引と異なるところはない。電子取引で顕著に現れるトラブルとしては、見本と現物の不一致などがある。しかしこれも程度の差こそあれ、一般の通信販売の場合と異なるところはない。

(3) 代金支払い段階(金流)

前述のように、事業者たる売主にとっては買主の本人確認をする必要がある。代金後払いの場合には特にそうである。決済にクレジットカードが用いられる場合には、買主と金融機関等の発行者とのクレジット契約によって、本人認証と信用確認とが補完される(松本C5-1, 76頁参照)。売主と消費者とのモノに関する紛争について、たとえばクーリング・オフの主張が、カード発行者に「対

抗」できるか。これは電子商取引特有の問題ではない。むしろ、通信販売等の隔地的取引において消費者をどう保護するかに関わる。

暗証番号の保護等はセキュリティの技術面の対策が効果的である。しかし、契約成立までの段階での署名情報を含んだ個人情報に関しては、特にインターネット取引一般や認証機関との関係で、法的規律が必要である。

セキュリティの問題を解決するために、プリペイド・カードや電子マネーを用いる場合には、これらの決済方法の法的性質によって、消費者が発行者や加盟店倒産の場合のリスクを負うかどうか異なってくるといえる(松本C5-1, 76~78頁参照)。

2. その他の契約の場合

有体物の売買の場合と比較して、デジタル・コンテンツの取引の場合には、電子的に即時に「引渡す」ことが可能であり、物流の段階で特殊な考慮が必要であることは上で指摘した。旅行契約、運送契約や宿泊契約なども、インターネットによる取引に適している¹⁰⁾。このようなサービスの給付を目的とする契約についても、上記物流段階を除き、同様の議論が可能であろう。

金融サービスに関する契約については、ファンドやデリバティブのような仕組みが複雑な「商品」が多い。これらに関する情報開示や説明をインターネット上でどのように行なわせるべきかが課題となるだろう。また、株式や外国為替のように市場での価格変動がある商品については、リスクに応じた説明義務が求められる(金融商品の販売等に関する法律3条参照、以下「金融商品販売法」または「金販法」という)。また、このような商品

については、インターネット取引の即時性を考慮すれば、クーリング・オフは認めにくい。なお、金融取引においては、「消費者」の意味が異なりうることに注意すべきである¹¹⁾。

以上からも明らかなように、取引の電子化と「商品」の電子化により、モノと権利とサービスの境界が流動的になっている。新たな規律を考えるに当たっては、問題となる契約の目的や特徴を、基本的概念から再検討する必要があるだろう。

IV. どのような対応手段があるか

以上のように、インターネット取引における消費者問題には、電子商取引に特有の問題と、消費者取引に特有の問題がある。電子商取引に特有の問題としては、取引の即時性およびデータの可変性（データ加工の容易性）があげられる。消費者取引に特有の問題として、情報格差や交渉力の格差などがある。さらに、インターネットの特徴として開放性と匿名性がある。前者は、取引が簡単に国境を越えるというグローバル性および個人情報の拡散につながる。これらの点は、上述した消費者の意識調査からも明らかである。

したがって、インターネット取引における消費者紛争を考える際には、伝統的な取引手法に対する電子商取引、消費者取引およびインターネット取引の特徴が重なり合う部分に焦点を当てるべきである。換言すれば、これらの特徴から導かれる問題以外は、一般的な処理方法で対応すべきことになる。法的対応に限れば、民法の一般原則で対応可能な紛争も多いといえる。

インターネット取引における消費者紛争

への対応は、つぎの3つに分けて説明することができる¹²⁾。第1に技術的対応、第2に制度的対応、第3に当事者および業界による対応である。これらの対応方法は相互に補完し合って効果を生じることは言うまでもない。また、取引の段階、契約の目的、紛争の種類によって、どの対応方法が最も有効かも異なってくる。インターネット取引における消費者保護の観点からは、たとえば本人認証手続や個人情報保護など、第1次的には技術的対応で紛争を予防すべきであるといえる。以下では、第2と第3の対応法について述べる。

1. 制度的対応

制度的対応としては、法的規律と行政機関による規律および司法機関による処理が重要である。

(1) 法制度

訪問販売法と消費者契約法

訪問販売法では電子商取引も「通信販売」として規制対象とされている（2条2項、規則2条）。現在、インターネット・ショッピングについては、ホームページ上に訪販法8条（通信販売の広告について）に基く表示が行われている（図7「訪問販売等に関する法律第8条に基づく表示」参照）。しかし、通信販売については、指定商品制がとられている。また、通信販売には、クーリング・オフの権利は認められていない。通信販売は、不意打ち的に勧誘されるおそれがある訪問販売とは異なるというのが理由である。消費者による電子商取引についても同様に考える立場がある（消費者取引研究会、後掲B8参照）。電子商取引の即時性という特徴から、現在の訪販

法上のクーリング・オフを適用することが適当でない場合があることについては、前述した通りである。

インターネット取引については、ECの1997年の隔地契約における消費者保護に関する指令が参考になる(後掲A2参照)。この指令は、加盟国が、物品・サービスの供給者や契約条件に関する情報開示(4条)、書面による情報確認(5条)、契約撤回権(6条)、強行法規性(12条)などの規定を立法化することを要求している。

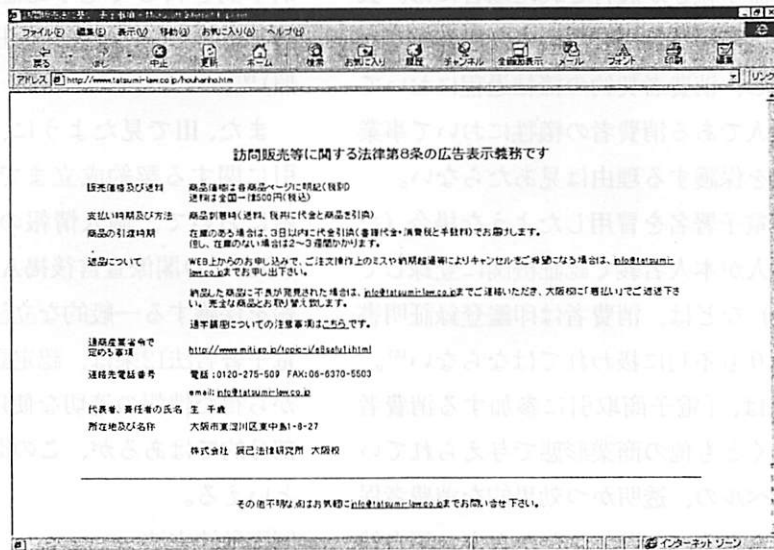
EC隔地契約指令6条はとりわけ注目に値する。6条1項の契約撤回権(最低限7営業日)は、前述のようなデジタル・コンテンツには適用されない(3項)。また、消費者が1項に従って契約を撤回した場合には、支払いが供給者自身または第3者による信用供与によりなされた場合であっても、信用供与契約自体がキャンセルされるべき旨の強力な規

律を含んでいる(4項)¹³⁾。

隔地契約指令の適用対象は、電子商取引に限られない。供給者と消費者との間で締結された物品またはサービスに関する契約が、供給者によって運用される組織的な隔地的売買またはサービス提供スキームに基づいて締結されており、その供給者が契約締結のためにもっぱら隔地的通信手段を用いる者であれば、隔地的契約に含まれる(2条1項)。なお、この指令は金融サービスには適用されない(3条1項)。ECでは、「消費者金融サービスの隔地的販売に関する指令」が準備中である¹⁴⁾。

日本においても、訪販法から業法的な色彩をなくし、通信販売の規律をより一般的なルールに改正すれば、ECの隔地契約指令と同様の目的は十分達成できると思われる。これに対して、事業者の不適切な行為に対する一種の制裁として消費者に契約解消権を与え

図7 訪問販売等に関する法律第8条に基づく表示



るとか、契約内容、契約条項をどのようにコントロールするかは、より一般的な消費者契約に関わる問題であるから、消費者契約法の規律対象となる（消費者契約法1条および国生審、後掲B9参照）。

電子署名・認証に関する法

インターネットのような開放型・非対面型（匿名性）の消費者取引では、無権限取引がより組織的に、かつ頻繁に生じる蓋然性が高いので、法律による規律が有効である。

第1に、売主側からは、本人確認のための認証手続きが重要となる。不適切な認証手続きから生じる紛争は、後述の技術的対応によって予防できる面が多い。

第2に、消費者にとっては、他人が本人を名乗って意思表示を含む電子データを送信した場合（いわゆる「成りすまし」）が問題である。

他人が消費者本人を名乗って取引をした場合に、日本の民法上の表見代理との関係が問題となる。事業者同士であれば、相互に合意した認証手続きが履行された場合には、表見代理以上の帰属効果を認める立場も成り立つ。しかし、消費者契約の締結過程においては、名義人である消費者の犠牲において事業者の信頼を保護する理由は見あたらない。

他人が電子署名を冒用したような場合（たとえば他人が本人名義で認証機関に登録していた場合）などは、消費者は印鑑登録証明書の場合よりも不利に扱われてはならない¹⁹⁾。この結果は、「電子商取引に参加する消費者は、少なくとも他の商業形態で与えられている保護レベルの、透明かつ効果的な消費者保護を与えられるべき¹⁹⁾」ことから、不自然ではない。

以上とは逆に、悪質な事業者が有名事業者に成りすまして消費者と取引したような場合にも、契約成立について、一般法上の表見代理や錯誤や詐欺に関するルールで対応できないことはない。成りすましの事業者に対して消費者が弁済した場合には、弁済を有効視するために、名義人たる事業者側の帰責事由は不要であろう（民法478条参照）¹⁷⁾。他方、悪質な事業者による成りすましを未然に防止するためには、2(2)のマーク制度が有効である。

電子署名及び電子認証業務に関する法律（以下「電子署名法」という）の制度設計に当たっては、消費者によるインターネット取引における無権限取引の問題も検討された（電子署名・認証B12参照）。電子署名法3条は、手続きの安全性が確保された「本人による電子署名」が電磁的記録に付された場合には、その記録の真正な成立を「推定」するものとしている（民訴228条参照）¹⁸⁾。他方、同法41条は、電子認証制度を悪用した者に対しては、刑事罰を科して電子認証制度の信頼性を保護している（なお、不正アクセス禁止法参照）¹⁹⁾。

また、IIIで見たように、インターネット取引に関する契約成立までの段階や支払い段階において、個人情報保護が必要となる（OECD閣僚宣言後掲A1参照）²⁰⁾。個人情報保護を保護する一般的な立法例も存在する²¹⁾。電子署名法12条は、認定認証事業者に利用者から得た情報の適切な使用を義務づけし²²⁾、部分的ではあるが、この問題に対応しているといえる。

国際私法立法

インターネット取引が簡単に国境を越え

るというグローバル性からは、どこの国の法律が紛争解決に適用されるかという、国際私法の問題が常に生じる(道垣内後掲C4参照)。紛争解決が訴訟によるときは、国際裁判管轄の問題も生じる²⁹⁾。

準拠法の問題としては、消費者が売主のホームページに表示された準拠法約款に合意した場合³⁰⁾、消費者が居住する国の法律による保護が受けられないことが考えられる。日本の法例7条1項[当事者自治の原則]および33条[公序]の規定によっては消費者を救済することはできない。そこで、立法論として次のルールが提案されている。

契約の準拠法として外国法が選択されていたとしても、消費者はその常居所地の法律の保護を奪われないというものである(後掲C2および2-1参照)³¹⁾。これはECの契約準拠法に関するローマ条約を参考にした提案である(後掲A4)。ECの1997年の隔地契約における消費者保護に関する指令12条も、契約が加盟国のいずれかと密接な関係を有する場合には、消費者が加盟国以外の法を契約準拠法として選択することによって、この指令によって与えられる保護を失わないように措置するように求めている(後掲A2参照)。

国際裁判管轄については、第1に、消費者の住所地で事業者を訴えることができるかが問題となる。1968年のECの裁判管轄及び判決承認条約³²⁾は、第11条および第14条において、次のことを要件として、ほとんどの契約類型についてこれを認めている。すなわち、消費者の住所地において、契約締結に先だつて消費者に向けられた特定の勧誘または宣伝があったこと、かつ、消費者がその国で契約締結に必要な行為をしたことである(同条約

11条)。内国に居住する消費者をターゲットとして、外国にいる事業者からインターネットのウェブページが開設されている場合には、「消費者の住所地」においてこの要件は充足されることが多いと考えられる。事業者にとっては、いかにこの管轄ルールの要件を充足しないように取引を組み立てるかを考えざるを得ないであろう。

第2に、アメリカ合衆国の多くの州のように、そこで継続的な事業をしているときは、すべての訴えについて、そこで行為をしたときは、その行為に関する訴えについて、裁判管轄権を認める方法が考えられる³³⁾。日本やEC諸国では、管轄原因として物理的な拠点の存在を要求するのに対して、米国では実際の事業活動の存在を要求しているといえよう。米国的な管轄ルールによれば、外国に主たる営業所を有する事業者で、内国では営業所等の拠点を設けていない者であっても、インターネットを通じて内国の居住者と継続的に取引をしている場合には、内国の裁判管轄権に服することになる。

日本法は、以上のいずれの管轄原因についても認めていない。これに対して、ハーグ国際私法会議で作成中の民事及び商事に関する裁判管轄権及び外国判決に関する条約準備草案は、消費者の常居所地を裁判管轄権の基礎として認めている(7条)。さらに、ハーグ国際私法会議では、9条について、米国の実質的なアプローチを取り入れた案も検討されている³⁴⁾。このルールの下では、事業者が特定の国の裁判管轄権に服さないためには、その国の居住者とは一般的または個別的な取引をしない旨のディスクレーマー(排除)が有効かどうか、このような「責任限定」を管轄ルー

ルの側で規定すべきかどうかなどが検討すべき課題である。

(2) 行政機関

上述のように、平成12年(2000年)、長らく懸案であった消費者契約法が成立した(後掲B9参照)。従来は、消費者保護の規律の重要部分が、各種業法による個別的なルール、および行政機関がその所管事項について行なう個別的な相談・指導等によって担われてきた²⁹⁾。

いわゆる行政機関による紛争処理のうちで、国民生活センター法により設立された国民生活センターは、かなり総合的な紛争処理機能を果たしてきたといえる。

国民生活センターは、都道府県、政令指定都市の消費生活センターをコンピューター・ネットワーク(パイオネット)で結び、消費者行政に関する情報、全国レベルの消費生活相談情報等各種の生活情報を収集してデータベース化している³⁰⁾。国民生活センターは、生活に関する苦情・問い合わせを電話、来訪、手紙で専門の相談員が受け、必要な情報を提供するとともに、「公平な立場」で相談の処理にあたっている³¹⁾。そして、これらに関わる情報を整理・分析して全国各地の消費生活センター・関係官庁等に提供している³²⁾。

国民生活センターや消費生活センターの活動として、商品テストや商品に関わる相談が注目されてきた。最近では全国各地の消費生活センターに寄せられる消費者からの相談件数が大きく増加している一因として金融関係の相談が増加していることがあげられており、注目すべき傾向といえる³³⁾。

(3) 裁判所

現在までのところ、日本ではインターネッ

ト取引に関して公表された判例はない³⁴⁾。消費者にとって、通常の訴訟は、訴訟費用、時間および労力の点で、コスト・ベネフィットが少ないと思われる。

これに対して、平成8年の民事訴訟法改正によって新設された少額訴訟の制度は、インターネット取引に関する紛争など、部分的にせよ消費者にとって簡易な紛争解決手段を提供するものといえる。少額訴訟は、少額の金銭の支払いを求める事件を、その額に見合った経済的負担で簡易迅速に解決するためのものである³⁵⁾。簡易裁判所において、請求額が30万円以下の金銭の支払の請求を目的とする訴えについて利用できる(民訴368条)。審理は1回の期日で完了させ、直ちに判決の言い渡しをすることが原則とされている(民訴370条、374条)。さらに、裁判所が原告の請求を認めるべき場合であっても、被告がなるべく任意に判決の内容を履行できるように、被告の資力その他の事情を考慮して、分割払いや支払猶予の判決をすることができる(375条)。

以上の他に、裁判所が設けている紛争解決制度として、民事調停がある³⁶⁾。しかし、通常訴訟の場合を除けば、外国の業者を相手とする紛争を処理するには、いずれも有効な手段とは言えないだろう。通常訴訟の場合にも、外国の事業者がもっぱらインターネットを通じて日本の顧客と取引をする場合には、上述のように、消費者の常居所地や事業者の日本における実質的な営業活動を国際裁判管轄の基礎として認めない限り、日本における訴訟は困難であろう。

なお、消費者契約法の制定に向けた検討の中で、消費者団体への「訴権」の付与に関す

る議論が再び活発となった³⁷⁾。衆議院商工委員会の消費者契約法案に対する付帯決議は、「紛争の究極的な解決手段である裁判制度を国民に利用しやすいものとするという観点から、司法制度改革に係る検討に積極的に参画するとともに、本法の施行状況もみながら差し止め請求、団体訴権の検討を行うこと」を求めている³⁸⁾。簡単に国境を越えるインターネット取引において、消費者個人が外国の業者を相手に訴訟せよというのでは、裁判による救済を否定することに等しい。消費者団体の訴えの利益や当事者適格を議論する際には、紛争の国際的な広がりをも視野に入れるべきである。

2. 当事者または業界による対応

以上のように、法律や行政、訴訟などの公的な制度だけでは、インターネット取引における消費者紛争には対応できない。紛争に関する当事者自治は、将来公的な制度が整備されたとしても、紛争処理に関する大宗を占めるものと考えられる(佐藤他C3第13章参照)。ここではまず予防的な措置として、第1に当事者(事業者)による明確な契約書作成による自主的解決への備えの例を検討し、第2にオンライン・マーク制度を取り上げる。つぎに、いわゆる裁判外の紛争処理のひとつである当事者による自主的解決の方法を、第3の対応方法として概観する。

(1) 契約書

インターネット取引については、通信販売の広告に当たるものとして、訪販法8条によって取引に関する重要事項を画面上に表示することが義務づけられている(前掲図7「訪問販売等に関する法律第8条に基づく表

示」参照)。これらの取引条件は、双方の合意によって当該取引の契約内容となる。他方、下記の事業者団体によるガイドライン等によって、適正な契約内容を実現することもできる。

電子商取引実証推進協議会(ECOM)³⁹⁾は、適正且つ公平な取引ルールの指針とするべく、「『消費者—出店者』間の売買に関する運用ガイドライン(1.0版)」を作成した。これは、国内法令、業界団体の倫理綱領および前述の1997年2月に採択された欧州連合の「遠隔地契約における消費者保護に関する指令」(A2)を参考に、アルファ版に対する内外の意見を取り入れて作成されたものである(B14、15)。注目すべき条項としては、下記がある。

5. 2 情報の伝達の到着基準

発信した情報の到着基準は、相手方がいつでも見ることのできる管理下にあるサーバー等にその情報が到着した時点とする。

7. 2 商品等の返品、任意の交換

出店者は7.1以外の場合にも消費者に対して商品等の返品ならびに任意の交換の権利を原則として認めるものとし、もし商品等の返品の権利を認めない場合は、契約の締結前に次の事項を消費者が確認できるようにしなければならない。

- (1) 返品ならびに任意の交換を認めない商品等の種類
- (2) 返品ならびに任意の交換を認めない条件

10. 2 個人情報の機密の保持

出店者は電子商取引上知り得た情報を

万全に保管し、かつ消費者の同意なく第三者に開示もしくは漏洩してはならない。

また、社団法人日本通信販売協会（JADMA）では、「通信販売業における電子商取引のガイドライン」を定めている（後掲B16参照）。このガイドラインは、インターネットを用いた通信販売において、「健全な電子商取引の普及に寄与し、消費者の信頼を確保するために、訪問販売等に関する法律及びその他の関係法令に基づき、事業者が遵守すべき基本方針を定めたもの」である。なお、このガイドラインは日本国内に事業所をもつ事業者が日本国内の消費者に対しておこなう電子商取引に適用するものとするとしている。

たとえば、取引方法に関する基準に関しては、「消費者に一方的に不利になるような免責規定は、原則的に無効とする。」としたり(3.1)、「商品を発送する以前に申込者から申込のキャンセルがあった場合には、原則としてこれを受け入れること。」(3.5)との規定がある。準拠法については、「事業者のサーバー等が海外にある場合でも、日本に居住する消費者との苦情処理に当たっては、日本国法に基づいて処理する。」(5.1)としている点が注目される。

また、JADMAは「通信販売における個人情報保護ガイドライン」も定めている。

(2) マーク制度

インターネット上のショップが法的に存在していることを確認することは必要であるが、それだけでは安心して利用することはできない。消費者が事業者の法的存在を確認し、かつ事業者の信用を判断するための制度として、マーク制度や格付け制度が有効であ

る。

たとえば、JADMAは、2000年6月より認定事業者のホームページ上に、その旨を表すオンラインマークを付与する制度を開始した⁴⁰⁾。ここでは、マークの不正使用防止とマーク付与認定の前提となっている取引条件などの無断改変をチェックするための巡回ロボットの性能テストを行っている。日本商工会議所も、「苦情・相談窓口と連絡先」や「返品制度の有無」などを明示する優良販売業者に、2000年4月から認定マークを発行すると伝えられている⁴¹⁾。

(3) 紛争の自主的解決

紛争の自主的解決方法のなかでも、事業者団体による相談窓口が果たす役割は大きい⁴²⁾。たとえば、上記JADMAは、通信販売に係る消費者トラブルの迅速、的確な処理と通信販売業界に対する要望の収集を目的として、昭和59年5月から協会の中に消費者相談窓口を設け、専門の相談員が対応している。ここでも、インターネット通販に関する相談が増えている。1999年度のインターネット通販に関する相談件数は277件、1998年度は131件、1997年度は43件、1996年度は20件であった⁴³⁾。

インターネット取引を目的とはしていないが、金融サービスの相談窓口としては、「銀行よろず相談所」がある。ここでは公平性を確保するために、弁護士会の仲裁センターと提携している。

同様に興味深い例としては、通産省所管の財団法人日本産業協会の認定による「消費生活アドバイザー」がある。この資格取得者は、各企業に所属して消費者の意見や消費者動向を企業活動に反映しつつ、企業横断的な連携

をはかって活動している⁴⁴⁾。

「銀行よろず相談」や「消費生活アドバイザー」が、消費者によるインターネット取引から生じた紛争の解決に適合的かはまだ未知数である。紛争の自主的解決は、業界団体によるものでも、第三者機関によるものでも、手続きや解決基準において柔軟なところがメリットでもあり、デメリットでもある。消費者契約に関する紛争一般についても、裁判外の紛争処理機関の強化が強調されるゆえんである⁴⁵⁾。しかし、消費者によるインターネット取引については、どこの国に所在する裁判外紛争解決機関が問題となる紛争解決についてもっとも適合的かという観点が必要となるといえる。

V. おわりに

ここでは、インターネット取引における消費者紛争を、電子取引、消費者取引およびインターネット取引という3つの側面から分析した。そのなかで、紛争に対応する方法では、制度的対応よりも、当事者による自主的対応が重要であることを述べた。とりわけ、取引方法や契約書に関するガイドライン作成や、マーク制度の普及など、事業者による対応が、紛争予防や紛争解決に効果的である。

制度的対応も、総合的な政策が必要である。法政策としては、既存の法律の改正とともに、新たな立法が必要である。訪販法はインターネット取引に対しても有効な規制方法を含んでいる。しかし、金融サービスに限らず、一般的にサービス取引の今後のグローバルな発展を考えると、もはや規制対象となる取引を「指定」という方法は有効でない。

電子取引のデータ可変性、インターネットの開放性、非対面性(匿名性)を考慮すれば、無権限取引が深刻な紛争につながるおそれがある。この点で、電子商取引一般を視野に入れた立法は考える余地がある。部分的には電子署名法による対応が可能となった。しかし、第三者が消費者に成りすましたような場合には、伝統的な民法の表見代理のルールが消費者保護の機能を果たすといえる。電子商取引における取引の安全のために、これと異なる帰責ルールを設けることには慎重であるべきである。

消費者保護の観点からは、契約内容、契約条項を一般的に規律できるような消費者保護法が有効である。過度な「規制」は事業者のコストおよびリスクの増大につながる。しかし、少なくともインターネット取引を含む電子商取引に限って言えば、消費者保護のためのインフラ整備は、事業者にとってのビジネスの拡大に不可欠なものといえる。

インターネット取引のグローバルな性質を考慮すると、一国の法律だけでは消費者保護の目的を達成できない。電子認証手続きや電子認証機関の相互承認は電子商取引の促進に不可欠である。また、消費者団体の国際的な活動を促進するため、法人格や当事者適格などの法的資格を相互承認する制度も検討に値する。もちろん、消費者が住所地や事業者が実際に取引を行っている地で事業者を訴えることを可能にするような裁判管轄ルールや、外国判決の承認執行に関するルールについても、条約作成が望ましい。

国際私法上、消費者の常居所地法の保護を確保するルールは世界的潮流となっている。しかし、インターネット取引の特性を考える

と、各国の消費者に等しい保護を与えることが望ましい。この観点からは、国際私法による処理だけでは充分ではなく、方法はともかく、消費者保護法の国際的統一へ進むべきことになる。

以上の他に、消費者団体、事業者団体および行政機関の国際的ネットワークの形成を促進すべきである。たとえば、A国の消費者がB国の事業者によって被害を受けた場合には、B国の消費者関係機関が調査、指導する等の内容である。方法としては、実際的な協力関係の他に、2国間協定による国家間の共助や積極的礼讓を利用することが考えられる。

[注]

* この論文は、1999年9月20日にソウルで開催された韓国国際私法学会第7回シンポジウム「サイバー・スペース時代における国際的な紛争解決、電子商取引と紛争解決」における報告、報告原稿、および公刊のため同学会に提出した原稿「消費者による電子取引と紛争解決」をもとに、その後の法律および実務における進展を考慮して加筆訂正したものである。原稿作成に当たっては、大阪大学大学院国際公共政策研究科の平成11年度個人金融サービス寄附講座・研究助成金の助成を受けた。また、「クレジット研究」に転載するに当たって、大阪大学大学院国際公共政策学会の許可を得ている。あわせて謝意を表したい。2000年秋以降の動きについては、この論文の最後に「補訂」を付して補足し、そこで最低限の修正を加えている。

- 1) 本論文の末尾に参考文献を掲げ、立法関係資料をA、政府または業界団体の調査、報告書類をB、論文をCとして分類し、それぞれに番号を付して整理した。以下本文での引用もこの例による。
- 2) 契約法に関するものだけでも、A1、OECDガイドライン、A3、UNCITRALモデル法、1999年に作成された米国統一電子取引法 (Uniform Electronic Transaction Act)、米国統一情報取引法 (Uniform Computer Information Transactions Act)、1999年に施行された韓国の電子取引

基本法、2000年のEC電子取引指令 (Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce') O. J. L 178, 17/07/2000 p. 0001 - 0016) がある。立法動向については、B11、実体法小委員会報告書参照。

- 3) 「電子商取引」は英語の "electronic commerce" の訳であるが、たとえば「消費者による電子商取引」というのは、日本法上の商取引の意味からは、不自然に聞こえる。しかし、電子商取引をB to B (事業者対事業者) またはB to C (事業者対消費者) にわけて検討することが一般的に行われているので、以下では慣用法に従う。ただし、上記の例のように文脈上「商取引」というのがおかしい場合には、「電子取引」という言葉を使うことにする。
- 4) 東京における同様の調査については、「日本のEC動向—ECに関する意識調査結果」(99.6.21) <<http://www.ecom.or.jp/qecom/>> 参照。大阪とソウルが同傾向を示すのに、東京では異なった傾向となっている項目があり、興味深い。ECの不安、短所として、大阪とソウルは第2番目に「商品を手にとって確認できない」ことをあげるのに対して、東京では代金の誤請求が2番目にあげられている。さらに、「値引き交渉ができない」ことは、3都市ともに第4位となっているが、この比率が大阪とソウルの女性ではそれぞれ35%、36%であるのに対して、東京の女性では14%であった。
- 5) 後掲注28参照。
- 6) 「ネット通販トラブル110番の実施について」平成12年1月6日通商産業省産業政策局消費経済課 <<http://www.miti.go.jp/topic-j/e00106aj.html>> 参照。
- 7) 東京第2弁護士会は、1998年3月および10月に、「マルチメディア・インターネットトラブル110番」を実施した。<<http://www.dntba.ab.psiweb.com/news98/interhouritumonndai.html>> この結果を受けて、1998年11月に「インターネット消費者被害対策弁護団」が設立されている。紀藤正樹弁護士のホームページ参照。<<http://www.teleway.ne.jp/%7Ekito/licp.activ.htm>>。この「110番」は、その後、1999年4月、2000年3月にも実施されている。
- 8) 松本後掲C 5、251頁は、さらに第4の流れとして「情報流」を区別している。顧客のプライバシー

- 保護の問題はここで論じられることになる。EDI (組織間オンラインデータ交換システム) と電子商取引を区別する際には有用な概念であるが、以下では説明の単純化のため3段階に整理した。
- 9) 消費者契約法は、平成12年法律第61号として同年5月12日に公布された。
 - 10) 後掲B5所収「日本のB to C電子商取引市場規模予測 商品・サービスセグメント別」参照。2003年の電子商取引市場規模、約3兆1,600億円のうち、旅行の市場規模が9,100億円と最大となり、自動車、PCが続くと予測されている。
 - 11) たとえば、金販法3条4項1号 [特定顧客]、証券取引法2条3項第2号イ [適格機関投資家]、4条、23条の13第1項、2項参照。
 - 12) 電子商取引実証推進協議会后掲B14報告書参照。
 - 13) 6条4項によれば、信用供与契約のキャンセルに関する詳細な規律方法は各加盟国に委ねているが、この思い切った指令内容を各加盟国がどのように立法化するのかが注目される。
 - 14) European Parliament And Council Directive concerning the distance marketing of consumer financial services and amending Directives 97/7/EC and 98/27/EC. See <http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/pdf/1999/en_599PC0385.pdf>.
 - 15) 実体法小委員会報告、後掲B11参照。また、安全性のレベルが高いと考えられる認証手続きが履行された場合であっても、悪意の事業者を保護する必要があるかも疑問である (UNCITRALモデルロー13条、後掲A3、および内田後掲C1、602号34頁、内田後掲C1-1、325頁)。
 - 16) OECDガイドライン一般原則 I. 透明かつ効果的な保護、後掲A1参照。
 - 17) 実体法小委員会報告、後掲B11参照。
 - 18) 民事訴訟法228条4項は、「私文書は、本人又はその代理人の署名又は押印があるときは、真正に成立したものと推定する」と定める。
 - 19) 電子署名認証法41条は、認定認証事業者等に対して、虚偽の申込みをして、利用者について不実の証明をさせた者は、3年以下の懲役又は200万円以下の罰金に処すると規定する。
 - 20) OECDガイドライン後掲A1は、事業者対消費者の電子商取引は、消費者に対する適切で効果的な保護を提供するため、グローバルネットワークでのプライバシー保護に関する閣僚宣言 (1998年) を考慮に入れ、OECDプライバシー保護及び個人データの越境的フローに関するガイドライン (1980年) で設定された、既に認知されているプライバシー原則に沿った形で行われるべきであるという。
 - 21) 個人データの加工に関する個人の保護および個人データの自由な流通に関する1995年のEC指令。Directive 95/46/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 1995 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, Official Journal L 281, 23/11/1995 p. 0031 - 0050.
 - 22) 14条3号は、12条違反を認定取消し事由としている。
 - 23) 道垣内正人「国際電子商取引における裁判管轄」 in *Electronic Commerce & Dispute Resolution* 61 (1999) 参照。
 - 24) 準拠法合意の有効性は別途問題となる。
 - 25) 国際私法立法研究会試案第4条「第1条及び第3条の規定は、消費者契約、労働契約その他当事者の一方に特別の保護を与えるべき契約について、その保護に最も重大な利害を有する地の強行法上の保護を奪うものではない。」後掲C2、民商法雑誌112巻2号291頁。
 - 26) 民事及び商事に関する裁判管轄権及び判決の執行に関する1968年ブラッセル条約、1968 Brussels Convention on jurisdiction and the enforcement of judgments in civil and commercial matters (consolidated version), Official Journal C 027, 26/01/1998 p. 0001 - 0027.
 - 27) アメリカ合衆国対外関係法第三リステイトメント421条2項(h)、(i)参照。翻訳は、「アメリカ合衆国対外関係法第三リステイトメント(4)」国際法外交雑誌89巻2号53頁(1990年)参照。
 - 28) 詳細は、道垣内正人「『民事及び商事に関する裁判管轄権及び外国判決に関する条約準備草案』について」ジュリスト一一七二号八二頁以下(二〇〇〇年)参照。
 - 29) たとえば、通産省では、通産省が所管する物資(商品)、役務(サービス)及び消費者取引に関する苦情相談を消費者相談室で受け付けている。<<http://www.miti.go.jp/feedback-j/ishohilj.html>> 参照。
 - 30) 全国の「消費生活センター」の数は、1999(平成11)年11月10日現在386である。消費生活センター

- については、消費者保護基本法15条2項、3項参照。
- 31) <<http://www.kokusen.go.jp/hello/index.html>>
- 32) 衆議院商工委員会の消費者契約法案に対する付帯決議(平成12年4月14日)は、その4でパイオネット「(PIO-NET)により消費者契約に係る紛争及びその解決の実体についての情報を正確に収集、整理し、その情報を可能な限り国会等に公表するとともに、PIO-NETの拡充を図ること」を求めている。参議院経済・産業委員会の決議(同年4月27日)も同旨である。
- 33) 国民生活センター編「金融ビッグバンと消費者—あなたの資産は守られるか—」(大蔵省印刷局、1998年)参照。
- 34) パソコン通信を通じた取引紛争として、京都地裁平成9年5月9日判決判時1613号157頁がある。被告人が、パソコン通信会社であるニフティサーブのサーバーの電子掲示板等に他人名義で虚偽情報を書き込み、偽造の申込書を用いて開設した他人名義の銀行口座に、同情報を閲覧した者から商品代金名下に振込送金された金員を騙取するなどした行為が、偽造私文書行使罪に問われた。
- 35) 少額訴訟については、最高裁が1999年に実施したアンケートによれば、短期間での解決が利用者に評価されている。日本経済新聞2000年1月9日夕刊1面参照。
- 36) 日本における紛争解決の仕組みについては、野村文明「紛争解決のしくみ—自主的解決と裁判所の役割」、佐藤他後掲C3第13章参照。
- 37) 後掲国民生活審議会報告B9、70～74頁参照。
- 38) 前掲注32参照。
- 39) 2000年4月より電子商取引推進協議会(ECOM)に組織変更された。事務局は、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である。<<http://www.ecom.or.jp/>>
- 40) JADMAのホームページ参照。<<http://www.jadma.org/index.html>>
- 41) 「電子商取引で消費者保護策」日本経済新聞2000年1月26日水曜日5面参照。
- 42) 各種団体の相談窓口については、日本産業協会のホームページ参照。<<http://www.nissankyo.or.jp/sou/so600.html>>
- 43) 1999年度の相談受付件数は、総受付件数3,424件、前年度に比べて11.6%の増加であった。内訳はJADMAの会員会社に対する相談が26.1%、非会員会社に対するものは43.8%、通販に関する一

- 般的な相談[会員会社、非会員会社に限らず、事業者を特定しない相談]が30.0%、電話勧誘などの通販以外の相談が28.3%となっている。通信販売110番<<http://www.jadma.org/index.html>>参照。
- 44) 日本産業協会のホームページ参照。<<http://www.nissankyo.or.jp/>> また、自主的な連携組織とは別に、これもまた通産省所管の社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会も存在している。<<http://www.nacs.or.jp/info.html>>
- 45) 衆議院付帯決議前掲注②2参照。

[参照文献]

A<立法資料>

- 電子商取引の文脈での消費者保護のためのガイドラインに関するOECD理事会勧告、Recommendation of the OECD Council concerning Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce, 1999.
- EC1997年隔地契約における消費者保護に関する指令、397L0007, Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts - Statement by the Council and the Parliament re Article 6 (1) - Statement by the Commission re Article 3 (1), first indent, Official Journal L 144, 04/06/1997 p. 0019 - 0027.
- UNCITRAL1996年モデル法、General Assembly Resolution 51/162 of 16 December 1996, Uncitral Model Law on Electronic Commerce.
- 1980 Rome Convention on the law applicable to contractual obligations (consolidated version), Official Journal C 027, 26/01/1998 p. 0034 - 0046, 日本語訳(含むJL報告書)野村文明・藤川純子・森山亮子訳「契約債務の準拠法に関する条約についての報告書(一)～(一〇・完)」阪大法学 46巻4号 641-665頁(1996年10月), 5号775-786頁(1996年12月), 6号1051-1065頁(1997年2月), 47巻1号125-140頁(1997年4月), 2号457-473頁(1997年6月), 3号697-716頁(1997年8月), 6号1379-1394頁(1998年2月), 48巻1号293-317頁(1998年4月), 2号565-587頁(1998年6月), 4号1067-1085頁(1998年10月)

B<公的報告書等>

1. OECD関係宣言(1998年オタワ会議)

OECD Ministerial Conference, "A Borderless World: Realising the Potential of Global Electronic Commerce" OTTAWA, 7-9 October 1998, SG/EC(98)14/FINAL. 18. Dec. 1998.

- ・ANNEX1: Ministerial Declaration on the Protection of Privacy on Global Networks (グローバル・ネットワークにおけるプライバシー保護)
 - ・ANNEX2: Ministerial Declaration on Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce (電子商取引における消費者保護)
 - ・ANNEX3: Ministerial Declaration on Authentication For Electronic Commerce (電子商取引のための本人認証)
- <http://www.oecd.org/subject/e_commerce/ec_background.htm>

2. 電子商取引に関する日米共同声明(1998年5月15日発表)

<<http://www.kantei.go.jp/jp/it/980622siryou.html>>,
<<http://www.ecommerce.gov/internat.htm>>

3. 第11回APEC閣僚会議共同声明、オークランド、ニュージーランド、1999年9月9・10日

<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/economy/apec99/kyodo_1.html>

4. 高度情報通信社会推進本部「電子商取引等の推進に向けた日本の取組み」電子商取引等検討部会報告書 平成10年(1998年)6月

<<http://www.kantei.go.jp/jp/it/980622honbun.html>>

5. 通商産業省機械情報産業局電子政策課「日米電子商取引の市場規模調査」平成11年(1999年)3月

<<http://www.jipdec.or.jp/chosa/andersen/index.htm>>

6. 電子商取引実証推進協議会(ECOM)「ECに関する意識調査集計結果 大阪編」平成11年(1999年)10月

<<http://www.ecom.or.jp/qecom/>>

6-1 電子商取引実証推進協議会(ECOM)「韓国におけるEC意識調査」平成11年(1999年)9月

<<http://www.ecom.or.jp/qecom/>>

7. 国民生活センター「消費生活年報1999」平成11年(1999年)9月

7-1 国民生活センター「インターネット上のプライバシー—ネット上の個人情報をめぐる消費者相談—」消費者被害速報18号 平成10年(1998年)2月

<http://www.kokusen.go.jp/news/data/a_W_NEWS_086.html>

7-2 国民生活センター「インターネットショッピングはトラブルがいっぱい」消費者被害速報19号 平成10年(1998年)3月

<http://www.kokusen.go.jp/news/data/a_W_NEWS_087.html>

7-3 国民生活センター「広告としてのインターネット—代理店、マルチ...サイドビジネスをうたう広告によるトラブル多発—」消費者被害速報20号 平成10年(1998年)3月

<http://www.kokusen.go.jp/news/data/a_W_NEWS_091.html>

8. 「消費者取引研究会中間論点整理とりまとめについて(電子商取引における消費者保護の在り方)」通商産業省産業政策局 平成10年(1998年)3月

<<http://www.miti.go.jp/press-j/industry/r80302bd.html>>

9. 国民生活審議会消費者政策部会「消費者契約法(仮称)の制定に向けて」国民生活審議会消費者政策部会報告 平成11年(1999年)1月

<<http://www.epa.go.jp/99/c/19990128keiyaku/19990128c-keiyaku1.html>>

10. 「今後の消費者取引ルールの在り方に関する提言」(産業構造審議会消費経済部会提言)通商産業省産業政策局消費経済課 平成11年(1999年)2月

<<http://www.miti.go.jp/press-j/industry/r90215bd.html>>

11. 法務省民事局「電子取引法制に関する研究会(実体法小委員会)報告書」平成11年(1999年)12月

<<http://www.moj.go.jp>>

12. 法務省民事局「電子取引法制に関する研究会(制度関係小委員会)報告書」平成10年(1998年3月)ジュリスト1138号14-32頁(1998年7月)

13. 郵政省、通商産業省、法務省「電子署名・認証に関する法制度の在り方について—電子商取引の促進をはじめとするネットワークを通じた社会経済活動の基盤づくり—」平成11年(1998年)11月19日

<<http://www.miti.go.jp/feedback-j/i91119aj.html>>

14. 電子商取引実証推進協議会 (E COM) 消費者取引検討WG「電子商取引における消費者取引に関する調査研究報告書」平成10年(1998年)3月
<<http://www.ecom.or.jp/qecom/>>
15. 電子商取引実証推進協議会 (E COM)「消費者一出店者」間の売買に関する運用ガイドライン(1.0版)
<<http://www.ecom.or.jp/qecom/>>
16. 社団法人日本通信販売協会 (JADMA)「通信販売業における電子商取引のガイドライン(JADMAガイドライン)」
<<http://www.jadma.org/index.html>>

C<論文等>

1. 内田 貴「電子商取引と法(1)～(4・完)」NB L 600号38-45頁(1996年9月)、601号17-22頁(1996年9月)、602号32-38頁(1996年10月)、603号28-36頁(1996年10月)
- 1-1. 内田貴「電子商取引と民法」『債権法改正の課題と方向 -民法100周年を契機として-』別冊NB L 51号269-326頁(1999年10月)
同「資料 電子商取引に関するUNCITRALモデル法(試訳)」同上327-334頁
2. 国際私法立法研究会「契約、不法行為等の準拠法に関する法律試案(1)(2・完)」民商法雑誌112巻2号276頁以下、3号483頁以下(1995年)
- 2-1. The Study Group of the New Legislation on Private International Law, "Draft Articles on The Law Applicable to Obligations," *The Japanese Annual of International Law* No39, pp. 186-216 (1996), No. 40, pp. 57-80 (1997).
3. 佐藤義彦、安枝英紳、野村美明、床谷文雄「サイエンス・オブ・ロー事始め」有斐閣(1998年)
4. 道垣内正人「サイバースペースと国際私法 -準拠法及び国際裁判管轄問題」ジュリスト1117号60-66頁(1997年)
5. 松本恒雄「高度情報通信社会の契約法」谷口知平・五十嵐清編『新版注釈民法(13)債権(4)』250-272頁(有斐閣、1996年)
- 5-1. 松本恒雄「電子商取引と電子マネー -サイバースペースにおける契約とその履行-」法学教室220号73-79頁(1999年1月)
6. 高橋和之・松井茂記「インターネットと法」(有斐閣、1999年)

[補 訂]

プロローグ

電子商取引を支える法と実務の変化には、めざましいものがある。そのスピードは、紙ベースでの論文では追いつけないほどである。たとえば、本稿で参照した内田論文は、ウェブ化・ハイパーテキスト化されて、改訂がほどこされている(後掲参照)。本稿は、もともと消費者向け電子取引に関する問題点のメニューを示そうとしたものであるが、そのメニューですら修正を余儀なくされている。

以下では、消費者向け電子取引をめぐる紛争への対応手段(本文IV)について、論述の順番に沿って関連情報を補足し、つぎにその他の本文、注部分について補充しておきたい。

法制度による対応(本文IV 1(1))

平成13年(2001年)3月現在「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」の成立が見込まれている。この法律は、第1に電子消費者契約について、錯誤無効の主張を容易化し、第2にコンピュータ・ネットワークを通じた契約(電子契約)について、契約の成立時期を承諾発信時から到達時に変更するものである。

第1の点は、民法95条の錯誤無効制度の特例を定める趣旨である。民法95条本文は契約の要素に関する意思表示に錯誤があれば契約を無効とする。しかし、同条ただし書によれば、たとえば消費者の操作ミスによって意図しないで契約の申込みをしてしまった場合には、消費者に「重大な過失」があったものとして、消費者は契約の無効を主張することができなくなるおそれがある。そこで、特例法

ではこのような場合に、事業者が操作ミスを防止するための措置を講じていないときは、民法95条のただし書を適用しないこととした(特例法3条)。

第2の点は、契約成立時期に関して民法526条1項が隔地者間の契約は承諾の通知を發したときに成立すると定めているところ、電子契約にはこの規定(および民法527条)を適用しないことにしたものである(特例法4条)。民法526条1項が適用されない結果、契約の承諾の意思表示についても、隔地者間の意思表示の効力発生時期に関する民法の一般原則(97条)が適用されるので、電子契約は承諾の通知が相手方に到達したときに成立することになる。言い換えれば、特例法によって電子契約の成立については到達主義が採用されるが、通常の契約の成立についてはいまままでどおり発信主義が維持されるのである。

本稿の視角からは、特例法が電子取引特有の問題と消費者取引に特有の問題を意識的に区別して立法している点は評価される。さらに、契約の成立時期についての到達主義が国際的に広い支持を集めていることを考慮すれば、従来型の契約の成立にも到達主義を採用すべきであるという主張にもつながる。もちろんこれは「特例法」ではなく、民法の改正で取り扱われるべき事項ではあるが。

「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」(書面一括法)が本年4月1日から施行される。書面一括法によって、民間における商取引において書面の交付等を義務付けている関係法律が、顧客の承諾を得て、書面の交付等に代えて電子メールやウェブ上で情報提供すれば、書面の交付等をしたものとみなすこと

ができるように改正される。たとえば、本稿でインターネット取引に適した契約としてあげた旅行契約についても、従来は取引条件記載書面の「交付」が必要であったが、この法律により電子メールなどによる代替が可能となった(旅行業法12条の4第3項、12条の5第2項)。訪問販売法も、前払式通信販売の場合、代金を受領して「遅滞なく」商品を届けることができない場合には書面による承諾通知をすることを義務づけているが(9条1項)、これも消費者の同意があれば電子メールで通知することが可能となった(9条2項)。

訪問販売法自体は、2000年(平成12年)11月に改正され、「特定商取引に関する法律」に名称変更されることになった。内職・モニター商法を新たに規制対象としたため、「訪問販売等に関する法律」と呼ぶのがふさわしくなくなったからである。改正法は、2001年6月1日から施行される。インターネット取引に関しては、パソコンの誤操作等によるトラブルに対応するために、申込みを受け付けるための画面について、わかりやすい画面表示をすることが義務づけられた(新14条、具体的には経済産業省令で定めることとされる)。

訪問販売法の改正と同時に、割賦販売法についても、インターネット取引に関する重要な改正が行われた。まず、消費者が事業者に物理的なクレジットカードの「提示」をせず、インターネットなどを通じてカード番号等を通知する方法が、同法の「割賦購入あっせん」に該当することが明記された(2条3項は「それを提示し若しくは通知して」と改正された)。さらに、当初から物理的なカード自体

を「交付」しないで、与信資格を証明する番号等を付与しておき、取引の際にこれらを知ることにより本人の与信資格の確認を行う方法（「カードレス包括取引」と呼ばれる）も、同法上の「割賦購入あっせん」に該当することになった（2条3項は「証票その他の物又は番号、記号その他の符号」を利用者に「交付し又は付与し」と規定する）。

もつとも、割賦販売法上の規制が、「割賦」と「指定」商品・権利・役務を軸として行われている限り、インターネット取引において、消費者が事業者に対して生じている事由をもってカード会社からの支払いを拒む（抗弁の接続、同法30条の4）ことができるケースは多くないであろう。この点は、本文に述べたクーリングオフ制度の適用の是非や消費者契約法との関係とあわせて、さらなる検討が必要だと思われる。

本文中でふれた法律のうち、消費者契約法、電子署名法および金融商品販売法は、2001年4月1日に施行される。不正アクセス禁止法（不正アクセス行為の禁止等に関する法律（平成11年8月13日・法律第128号））は、2000年7月1日にすべての規定が施行されている。また、個人情報の保護に関しては、「個人情報の保護に関する法律」が国会で審議中である（なお、従前「個人情報保護法」と略称されていた「行政機関の保有する電子計算機処理に係る個人情報の保護に関する法律」（昭和63年12月16日・法律第95号）とは異なる）。ただし、個人情報データベース等を用いて事業をする者の義務や監督・罰則、苦情処理制度に関する規定は、法律案では公布後2年以内に施行となっており、当面は制度の整備を待つことになる。

なお、インターネット上のドメイン名を不正に登録・使用する行為を防止するために、不正競争法が改正される（2条および5条関係）。これは、第3者が他人の商標等と同一のまたは類似のドメイン名を取得し、商標権者に不当な値段で売りつけたり、商標権者等の信用を傷つけるためのサイトに用いたりするような行為が増加していることに対応するためである。ドメイン名の不正使用を不正競争として規制することによって、商標権者等の保護と公正な競争の確保がはかれるが、消費者との関係では、事業者や事業者が提供する商品・サービスを消費者がインターネット上で誤認することを防止する効果も期待される。

行政機関による対応（本文IV 1(2)）

公正取引委員会は、今年の1月に「消費者向け電子商取引への公正取引委員会の対応について—広告表示問題を中心に—」という文書を公表した（後掲）。公正取引委員会は、景品表示法の規制対象である不当な「表示」には、インターネット等による広告等も含まれることをすでに明らかにしている（2条2項、4条参照）。この文書では、消費者の商品選択等を惑わすようなホームページ画面上の問題について、不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）による規制の観点から、ホームページ上の表示事項および表示方法に関する問題点と対応策を示している点で、注目される。

景品表示法6条は、不当表示の禁止（4条）に違反する行為に対して、公正取引委員会が、差止めや再発防止のために必要な事項またはこれらの実施に関連する公示その他必要

な事項を命ずることができる旨を規定している(6条)。この文書において、公正取引委員会は、特定の業種・行為類型を定めて検索システムを活用し、集中的に調査を行うこととしている。昨年12月には、電子商取引の画面上の表示で問題となりやすいといわれているダイエットや健康を強調した食品の販売サイト約1,800サイトを点検するなどの取組を行った。その結果、過去に景品表示法違反事件の対象となった商品と類似の商品について広告を行っているサイトに対し景品表示法の遵守を求める啓発メールを59通発信したという。

また、公正取引委員会は、消費者向け電子取引に対する国際的監視調査(「国際ショナルインターネットサーフデイ」)に参加する等、国境を越えた取引(クロスボーダー取引)への対応について、国際的連携を密にする意図を明らかにしている。

ここでクロスボーダー取引と行政機関の規制権限の及ぶ範囲について補足しておく。本文では国際私法の問題として、①インターネット取引にどこの国の法律が適用されるか(準拠法の問題)、および②インターネット取引から紛争が生じた場合、この事件を裁判する管轄はどこの国にあるか(国際裁判管轄の問題)をとりあげた。

①の準拠法の問題や②の裁判管轄の問題とは理論的には区別すべき問題として、③グローバルなインターネット取引に銀行法や証券関係法による監督がどこまで及ぶかの問題がある。金融サービスに関する一国の規制の国際的な適用範囲は、一般的にはその国の規律管轄(立法管轄)の問題であり、具体的には当該規律を定める法規の解釈問題とされ

る。アメリカ合衆国の独禁法や証取法の域外適用と呼ばれる問題がこれに属する。単純に言えば、「公法」の適用範囲を決定する問題は、国際「私法」の問題ではないことになる。しかし、實際上、これらの問題は密接に結びついている。

金融庁は、日本の規律管轄について、後掲「外国証券業者に関する法律(第3条)、同施行令(第2条)及び外国証券業者に関する総務府令(第7条)に基づく事務」(外国証券業者によるインターネット等を利用したクロスボーダー取引関連)で明らかにしている。これによれば、外国証券業者が日本の投資家に対してホームページに有価証券取引に関する広告・情報提供を掲載する行為は、原則として外国証券業者に関する法律3条等の適用を受け(外国証券業者に関する法律施行令2条2項の「勧誘」にあたる)、日本国内に支店を設けて登録を受ける必要がある。例外的に、日本国内の投資者が当該サービスの対象とされていない旨の文言(担保文言)が明記されており、その者との証券取引を防止するための措置が講じられている場合には、上記法令の規制対象とはならない。

当事者または業界による対応(IV2)

JADMAおよび日本商工会議所は、「Online Shopping Trust」の頭文字、「O」、「S」および「T」を組み合わせた、共通のマークを発行している。後者については、日本商工会議所オンラインマーク総合センターのホームページ(後掲)参照。

日本証券業協会は、「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)」(後掲)を公表している。注目すべき

は、上述したクロスボーダー取引について、IOSCO専門部会の報告書「インターネット上の証券活動」(98年9月公表)および米国証券取引所委員会(SEC)の解釈通達(98年3月公表)に準拠した基準を示している点である。

非居住者と取引を行おうとする場合(外国語で広告・勧誘する場合および海外駐在の日本人と取り引きする場合を含む)には、諸外国における証券取引・証券業者規制に留意すべきであると述べて、具体的には、外国規制当局が規制権限(規律管轄)の存否を判断する際の考慮ファクターを掲げて対策を示している。たとえば、前記報告書に従い、外国証券当局の管轄を否定するファクターとして、証券会社等が、規制当局の管轄地域の居住者への販売を妨げることを合理的に意図するような注意を払っていることをあげている。外国の規律管轄についてのこのような注意措置は、本文中に述べた外国の裁判管轄についても考慮される必要がある。

インターネット取引については、全国銀行協会も、「インターネットバンキングにおいて留意すべき事項について」を公表している。

エピローグ

過去10年の年月を形容するのに、失われた10年という言葉が使われる。しかし、現在の日本社会の大変動をもたらしたきっかけは、この10年に凝縮されている。この意味では歴史的な10年というにふさわしい。1998年にはじまった金融システム改革や最近の省庁再編は、一部のジャーナリズムが言うような中途半端な現象ではなく、日本社会に本質的な変

化を生じさせている。1998年からの数年間は、明治期と第2次世界大戦後につくシステム変革の時代として歴史に残るであろう。

この論文で参照した法律についても、法律案、法律案要綱やその準備過程の資料がインターネットで簡単に入手できるようになったことは、10年前とは隔世の感がある。もっとも、インターネット上で引用した政府関係の文献や窓口の所在が不明になっているものがある。省庁再編による混乱によるものとはいえ、「消費者」の方を向いた「電子政府」の実現にはまだ時間がかかるようである。

【注および関係本文の補足】

注6および本文

- ・通産省→経済産業省(以下同じ)
- ・産業政策局消費経済課→商務情報政策局消費経済対策課
- ・「ネット通販トラブル110番の結果について」平成12年1月21日産業政策局消費経済課 <http://www.meti.go.jp/kohosys/press/0000393/0/nettuuhan.htm>

注7

- ・インターネット消費者被害対策弁護団 <http://www1.newweb.ne.jp/wb/licp/>
- ・紀藤正樹弁護士のホームページ <http://homepage1.nifty.com/kito/>

注26および本文

本文で説明したECの条約は、より実効性の高いECの理事会規則に法形式が変更されることになった。すなわち、民事及び商事事件における裁判管轄及び判決の承認執行に関する2000年12月22日の欧州共同体理事会規則44/2001が公布され、2002年3月1日から施行される(同規則76条)。Official Journal L 012, 16/01/2001 P. 0001 - 0023OJ参照。英語による名称はCouncil Regulation (EC) No 44/2001 of 22 December 2000 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial mattersである。条約と規則との日本語による対照表が、京都大学の中西康助教授のHPに掲載されている。

<http://www.law.kyoto-u.ac.jp/yasushi/>

brusselsiregulation.pdf

注29

旧通産省は、物資(商品)、役務(サービス)及び消費者取引に関する苦情相談を上記のアドレスの消費者相談室で受け付けていたが、これがどこへ移動したのかが何の説明もない。現在では下記の「経済産業省消費者相談室」で受け付けているが、トップページからは容易にたどりつけないような場所に置いてあり、ホームページから見る限り、消費者政策は「後退」している。

<http://www.meti.go.jp/intro/consult/index.html>

注41および本文

日本商工会議所オンラインマーク総合センターのホームページ参照。

<http://mark.cin.or.jp/>

[参照文献の改訂および所在移動]

B 4

下記に移動

<http://www.kantei.go.jp/jp/it/commerce/980622honbun.html>

B 5

この報告を継続した報告が「平成12年度電子商取引に関する市場規模・実態調査 ～2000年の現状と2005年までの展望～」(2001年1月31日)に公表されている。

<http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/index.html>

電子商取引推進協議会(ECOM)、経済産業省商務情報政策局情報処理振興課、アクセンチュア(旧アンダーセンコンサルティング)の共同調査

B 8

下記に移動

<http://www.meti.go.jp/press/olddate/industry/r80302b1.html>

B 8

下記に移動

<http://www5.cao.go.jp/99/c/19990128keiyaku/19990128c-keiyaku1.html>

B 10

経済産業省の白書・報告書ページに移動したことになるが、リンクが切れているようで参照不能。

なお、あらたに下記の提言がされており、その第2章「電子商取引に対する消費者の信頼確立のための課題」は参考になる。

「消費者をめぐる新たな諸課題への対応に関する提言」産業構造審議会消費経済部会提言 平成12年9月25日 産業政策局消費経済課

<http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/council00.html>

B 13

下記に移動

<http://www.meti.go.jp/feedback/data/i91119aj.html>

C 1-1

改訂

内田貴「電子商取引と民法」東京インターネットロージャーナル、2000年9月1日

http://www.tokyointernetlawjournal.com/ronbun/j-kiji_index.htm

C 6

改訂

高橋和之・松井茂記「インターネットと法[第2版]」(有斐閣、2001年)

[参照文献補遺]

A<立法資料等>

- ・電子消費者契約法案

「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案要綱」「同法律案」

<http://www.meti.go.jp/kohosys/press/0001428/1/010327shouhikeiyakuyoukou.pdf>

- ・「特定電子商取引の円滑化に関する法律案(仮称)の概要」

http://www.kantei.go.jp/jp/it/network/dail/pdfs/s7_8.pdf

- ・「訪問販売等に関する法律及び割賦販売法の一部を改正する法律案新旧対象条文」

<http://www.meti.go.jp/intro/law/hohan-kappu2.pdf>

- ・カードレス取引に関する割賦販売法改正

「割賦販売法(昭和三十六年法律第百五十九号)(第二条関係)」

<http://www.meti.go.jp/intro/law/hohan-kappu3.pdf>

- ・不正競争防止法改正案

「不正競争防止法の一部を改正する法律案要綱」および「同法律案」

<http://www.meti.go.jp/kohosys/press/0001427/1/010326fuseikyousouyoukou.pdf>

- ・不正競争防止法の一部を改正する法律案の概要

<http://www.kantei.go.jp/jp/it/network/dail/>

[pdfs/s7_7.pdf](#)

- ・ 刑法の一部を改正する法案の概要

http://www.kantei.go.jp/jp/it/network/dail/pdfs/s7_11.pdf

B < 公的報告書等 >

- ・ IT戦略本部（第1回） 議事次第 平成13年1月22日（月）

e-Japan 戦略推進のための次期通常国会提出予定法律案等
（高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部（IT戦略本部））

http://www.kantei.go.jp/jp/it/network/dail/pdfs/s7_1.pdf

- ・ 金融サービスの電子取引の進展と監督行政（平成12年4月18日 金融サービスの電子取引等と監督行政に関する研究会 金融監督庁）

http://www.fsa.go.jp/p_fsa/news/newsj/f-20000418-1.pdf

- ・ 金融庁「外国金融サービス業者が我が国市場に参入するにあたって適用される法規制」

<http://www.fsa.go.jp/densi/densi.html>

- ・ 金融庁「外国証券業者によるインターネット等を利用したクロスボーダー取引関連」

<http://www.fsa.go.jp/densi/densij/guide.pdf>

- ・ 金融庁「外国証券業者に関する法律（第3条）、同施行令（第2条）及び外国証券業者に関する総

理府令（第7条）に基づく事務」（外国証券業者によるインターネット等を利用したクロスボーダー取引関連） <http://www.fsa.go.jp/densi/densij/guide.pdf>

- ・ 日本証券業協会「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）」平成11年9月 <http://www.jsda.or.jp/html/oshirase/internetwg/guideline.pdf>

- ・ 全国銀行協会「インターネットバンキングにおいて留意すべき事項について」平成12年4月 http://www.zenginkyo.or.jp/news/pdf/ikeninternet_.PDF

C < 論文等 >

- ・ 山田誠一「金融商品の販売等に関する法律」江頭憲治郎・岩原紳作『あたらしい金融システムと法』ジュリスト増刊（有斐閣、2000年11月）13～17頁

- ・ 神田秀樹「電子金融取引」江頭憲治郎・岩原紳作『あたらしい金融システムと法』ジュリスト増刊（有斐閣、2000年11月）32～38頁

- ・ 落合誠一「消費者契約法の目的と意義」江頭憲治郎・岩原紳作『あたらしい金融システムと法』ジュリスト増刊（有斐閣、2000年11月）39～45頁

- ・ 山本和彦「裁判外紛争処理制度（ADR）」江頭憲治郎・岩原紳作『あたらしい金融システムと法』ジュリスト増刊（有斐閣、2000年11月）46～52頁