

よくわからないインターネット取引

電子商取引と契約

弁護士 中山 徹

1. はじめに

インターネット技術は、これまで企業間の取引やパソコン通信の参加者の範囲にとどまっていた利用の範囲を、一般公衆に飛躍的に拡大するという極めて大きな役割を果たしたばかりか、なおも、この技術は日々革新されている状況にあります。

電子商取引や電子マネー、「B to B」、「C to C」、電子署名といった言葉もマスコミに日常的に登場してきています。

インターネットを利用し、居ながらにして商品やサービスの購入、はては海外の商品も入手できるなど、今や電子商取引（インターネットショッピング）は、紛れもなく商品やサービスの購入ツールの一つとさえなっています。

我々は、最早、これを横目に見て素通りして行くことが許されない生活状況になっています。

しかし、電子商取引は、未だ歴史が浅いため、色々な問題が日々発生し、多くの法的な問題点も浮上して、インターネット取引を行って本当に大丈夫なのだろうかといった我々の不安は払拭し切れていないことも事実です。

これら課題に対する法的整備もようやく始まったばかりで、まだまだ取引に当たっての不安要素は除去されるに至っていないというのが現状です。

このため、インターネット取引を利用することに一步踏み切れない人も多いと思われま

そこで、今回は、インターネット取引の中でも特に我々に身近な電子商取引（インターネットショッピング）に光を当て、そこにおける幾つかの問題（不安要素）を取り上げ検討してみたいと思います。

2. インターネット取引

2.1 インターネット

インターネットというのは、全世界に散在するコンピュータネットワークを相互に接続してできる巨大なネットワークのことで、これを利用するには、インターネットに既に参加しているコンピュータネットワークの一つに専用回線で接続する必要があります。

我々一般家庭などで利用する場合は、公衆回線からの通信を受け付けてインターネットに接続してくれるインターネットサービスプロバイダと呼ばれる業者と契約して実現することになります。

2.2 インターネット取引

インターネット取引というのは、このインターネットを利用して行われるビジネスの全般を指すのですが、その形態には様々なものがあります。

電子商取引といわれるものも、この中の一つの範疇に他なりません。

3. 電子商取引

3.1 電子商取引

電子商取引というのは、別名エレクトロニックコマース (Electronic Commerce)、e-commerce、eコマース、E-コマースともよばれていますが、コンピュータネットワーク上でコンピュータを利用して電子的に行う商業上の取引行為を意味しますが、我々消費者に即して簡単にいえば、一般の消費者が、インターネットを利用して家庭で居ながらにして商品やサービスを購入する、つまりインターネットショッピングを指すということです。

3.2 種類

電子商取引には、企業間で行われる取引を「B to B」(Business to Business)、企業対消費者で行われる取引を「B to C」(Business to Consumer)、一般消費者間で行われる取引を「C to C」(Consumer to Consumer)と呼んで分類することができます。

B to B モデルのビジネスは、供給者と需要者がオープンな取引

を行う電子市場や、ビジネス用のアプリケーションソフトをレンタルし、これまで企業内で抱えていた業務をネットワークを通じてアウトソーシングするといったビジネスなどがあります。

B to Cモデルでは、消費者にものを販売する電子商店（インターネットショッピング）のほかに、人材派遣や販売仲介をオンラインで提供するサービスや、画像や音楽などのコンテンツの販売、株式などの金融商品をネットワークを通じて売買するオンライントレードなどがあります。

C to Cモデルではオークションを行うオンラインオークションが注目を集めています。

4. 不安要素

4.1 課題

電子商取引（インターネットショッピング）は、消費者がインターネット上のバーチャルショップ（仮想店舗）を見て、買いたいものがあれば、その画面上や電子メールで注文し、代金は振り込み、あるいはクレジットカード、電子マネーで支払うというものです。

それは、カタログを見て電話や手紙あるいはファックスで注文を出すという既存の通信販売と基本的に大きな違いはなく、電子商取引は通信販売の一つの形態と捉えることができるものです。

他方、インターネットを通じた電子商取引（インターネットショッピング）は、その特異性から、制度的にも、既存の取引形態との整合性ははかれるのか、決済のシステムを如何に整備するのか、オープンなネットワークであるインターネットで個人情報の保護などのセキュリティをいかに確保するのか、等々の課題を抱えています。

4.2 問題性（電子商取引のメリットと不安）

電子商取引（インターネットショッピング）には、「時間を気にせず買い物ができる」、「居ながらにして買い物ができる」、「入手しにくい商品が購入できる」というメリットがあります。

しかし、インターネットを通じた電子商取引は未だ始まったばかりで、利用するに際し、先の課題の具体的表現ともいえる、そ

もそも「取引は何時、どういったことで成立したといえることになるのだろうか」、「インターネット上だけの情報を信用して支払いをしても大丈夫なのだろうか」、「表示通りの商品が確実に送られてくるのだろうか」といった不安があるだけでなく、「個人情報漏洩されるのではないか」、「クレジット番号を送信して大丈夫なのだろうか」、「販売業者は信用のおける業者なのだろうか」といった疑問を捨て去ることができず、この不安は何時までもついて回ります。

実際に、電子商取引（インターネットショッピング）では、こういった不安が現実のトラブルとなってこれまでも発生していました。

5 不安の除去

このような不安を除去するために、法律の改正等がすすめられ、また、インターネット関連の業界団体の対応も整備されてきたわけですが、以下、実際のトラブル事例に即して幾つかの我々の抱く不安要素、問題点を個別に挙げ、それらがどの程度に解決しているのか未解決なのか、不安は無くなっていると考えて良いのか、さらに、不安要素は法律的にどの様に考えたらよいのか、順次検討していくことにします。

5.1 操作ミス

(1) インターネットの通信販売の画面で、商品を購入する意思がないのに誤って購入ボタンをクリック(押し)してしまったり、購入する商品や数量を間違えて入力して送信してしまった場合に、販売業者からは、「重大な過失」があると言われて、無効の主張ができないというトラブルが多く発生していました。

民法では、法律行為の要素に錯誤があったときは、この法律行為は無効とされているものの、その意思表示をした人に重大な過失があったときは、自ら、その無効を主張することができない(民法95条)とされていたからです。

(2) そこで、安心して安全な取引ができるようにと、消費者保護のための法的整備として、「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」)が平成

13年6月22日に成立（平成13年12月25日施行）しました。

この法律は、こういったトラブルを防ぐため、通信販売業者等が、消費者の意思の有無について確認を求める措置を講じていないときには、例え消費者に重大な過失があったとしても無効の主張ができるという特例を設けたものです（電子契約法3条）。

販売業者の側としては、このような操作ミスを防止するため、消費者が入力した事項を改めて「確認画面」に表示し、申し込みや承諾の意思を確認する必要があるということにされたわけです。

5.2 注文に対する販売業者の承諾

(1) これまで、民法の発信主義の原則（民法第526条1項）により、販売事業者が注文を受けた旨の承諾通知を電子メール等で発信しさえすれば、例えその通知が消費者に到達しなくても、契約は成立するということになっていましたので、無用な紛争のきっかけとなっていました。

(2) 電子契約法では、電子商取引による取引では、到達主義とし、承諾の通知が消費者に届いた時点で契約が成立するという特例を設け、単に販売事業者が承諾通知を送っただけでは契約は成立しないこととし、販売業者の側にリスクを負担させることにしました（電子契約法4条）。

この関係で、経済産業省で公表された法律の解釈を示す「電子商取引等に関する準則」では、消費者の注文を確認した販売業者側からの電子メールが「文字化け」により解読できなかったような場合は、契約は成立しないと解釈されることになっています。

5.3 なりすまし契約

(1) 他人の名前を騙り他人を装って商品の購入を注文する「なりすまし」は、インターネット取引特有の匿名性から、これまで起こりがちのトラブルでした。

(2) 契約は、当事者の意思の合致により成立するのが原則です。なりすまされた者には、契約の意思が全くなかったのですから、販売業者との間で契約は成立しません。

なりすまされた者が、そのことを主張することのできることは

当然のことです。

経済産業省の準則でも、他人になりすました契約は、名前が使われた個人や企業が申し込みを否定すれば、契約は無効になるとしています。

(3) ところで、民法には、「表見代理」という制度があります。これは、無権代理人に代理権を与えたような外形を作ったことに本人の責任があり、取引の相手方が過失なく善意（無権利者であると知らないこと）であるときは、契約は有効として扱おうとするものです。

これからすると、本人にパスワードや ID の管理に落ち度があったため、なりすましの者が本人であると信じてもおかしくない状況にあり、販売業者が過失なくそれを信じたときは、その契約は有効とされることになります。

経済産業省の準則でも、当事者の過失でパスワードなどが使われた場合は、その責任を負って契約は有効になるとしています。

5.4 改竄

(1) インターネット上での販売条件については、契約書、注文書、注文受書などの書面は作成されません。販売条件等契約内容については、こういった書面に代わるものとして電子メール等の電子データを後日のための証拠とする他ありません。

しかし、電子メールは、なりすまし、改竄などが起こる可能性の高いものであることは否めません。

そこで、電子メールについては、真実本人から送られたものであることや、改竄のなされていないことなどの信頼性を具備し、後日の証拠としての役割を併有することが囑望されていました。

(2) この問題の解決として、安全な電子署名（高度な電子署名）に一定の法的効果を認めることと、認証業務に関し任意的な認定制度を設けることを目的とした電子署名及び認証業務に関する法律（電子署名法）が平成 12 年 5 月 24 日に成立（平成 13 年 4 月 1 日から施行）することとなりました。

この法律によって、一定の電子署名がされた電子的文書は、手書き署名や押印された文書と同程度の法的効力を有することとなりました。

それは、電子署名があれば、その情報を表す電磁的記録は、本人の意思により作成されたものであって偽造ではないことが推定されるということで、電子メール等の電子データに有力な証拠としての意味付けが与えられたということになるのです。

5.5 不明確な広告表示内容

(1) インターネット上での販売条件の表示に不明確なものが多く、思いもよらない取引条件を課せられ、意外な思いをするケースが後を絶ちませんでした。

(2) 電子商取引は、既に触れたように通信販売の一つの形態なのですが、「特定商取引に関する法律」(特定商取引法)(この法律は平成13年6月までは「訪問販売等に関する法律」の名称でしたが、訪問販売以外の5つの取引が盛り込まれるとともに、電子商取引を視野に入れながら名称変更とあわせて改正施行されました)において、電子商取引は「通信販売」の一つの形態として改めて規制されることとなりました。

これに伴い実施されている「特定商取引に関する法律施行規則」では、インターネット通販において「申込みに関して分かりやすい画面表示をすること」を求めています。

さらに、特定商取引法では、販売業者や役務提供事業者が規定に違反する場合(表示義務項目の広告をしていない場合や、誇大広告等を行っている場合等)は、主務大臣から違法状態または不当な状態を改善するよう指示することになっています(特定商取引法14条)。

5.6 相手の販売業者の存在

(1) 対面取引ではない電子商取引において、消費者が不安に思うことは、「相手の販売業者が本当に存在しているのか」ということです。

代金を払ったのに商品が届かないといった事例は、幽霊販売業者との取引で生ずるトラブルの一つです。

(2) 社団法人日本通信販売協会と日本商工会議所は、インターネット通販での事故を防止するために、平成12年6月からオンラインマーク制度を導入しました。

これは、通信販売業者の实在が確認できること、ホームページ上に書かれている販売条件や表示などの表記が特定商取引法の中の通信販売に関する法令を順守するものとなっていること、という2条件を充たす販売業者に対し、次のようなオンラインマーク（トラストマーク）の使用を許可するというものです。



この制度は、販売業者の経営内容などの信用までを保証するものではありませんが、このマークを確認することは、消費者が商品の購入申し込みをするときの一応の目安にはなると思われます。

5.7 クレジット番号等の個人情報

(1) 電子商取引（インターネットショッピング）は居ながらにして買い物ができるのが良いところなのに、支払いは銀行や郵便局、あるいはコンビニで振込みするというのでは面倒なことです。

一方、クレジットカードでの支払いは便利であるものの、カード番号を送信するというのは不安極まりないところです。

カード番号を入手され被害を被ったというトラブルも現実には発生しました。

(2) この問題を解消しようとして生み出されたのが、クレジットカード番号の暗号化という方法で、クレジットカードの会員番号などを暗号化して送信し、受信側が解読するまでは、その内容を知ることができないという仕組みを内容としたものです。

これまで行われてきた電子商取引（インターネットショッピング）でのクレジット決済は、クレジット番号を直接入力する方式であったり、事前にクレジット番号を登録しておき、買い上げ時にID、パスワードを入力する方式であったり、或いは会員番号と有効期限を記入した紙をFAXまたは郵送で別途送る方式であったりと様々でしたが、現在は、会員番号の暗号化方式が主流で、関係業界にあっては、さらに、より安全性を備えた新たな暗号化方式が検討されているようです。

5.8 自分の住所等の個人情報

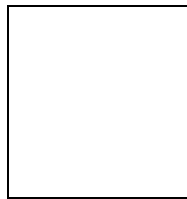
(1) アンケートや懸賞に応募した後で知らない企業からDMが届くということは、多くの人が経験しているところです。

個人の氏名、住所、生年月日などは企業の販売促進のために手に入れたい情報ですから、これらの情報が、密かに売買されているということは間違いのないところと思われます。

電子商取引(インターネットショッピング)を利用した場合に、そういった情報が漏れるというのでは心配で取引することはできません。

(2) この点に鑑み、財団法人日本情報処理開発協会では、平成10年4月からプライバシーマーク認定制度を実施しています。

これは、審査により個人情報の保護の措置がとられていると認定された企業だけが、次のようなプライバシーマークを画面上に提示することができるとするもので、このマークが表示されたインターネットショッピングサイトは、個人情報の漏洩からは一応は遠い位置にあると考えてよいと思われます。



5.9 商品等の確実な受渡

(1) インターネットオークションで問題になるのが、消費者同士の取引での代金を支払った・支払わない、品物を送った・受けとらない、などのトラブルです。

(2) それを解消するために導入されたのが「エスクロー(寄託)サービス」といわれるサービスです。

これは、商品の配送、代金の回収を第三者に寄託する仲介サービスで、「騙されそうで怖い」という一般消費者のネットオークションに対するイメージを払拭して安心して取引できるようにしたサービスといわれています。

このサービスは次のような仕組みから成り立っています。

落札者は落札した品物の代金をエスクローサービス会社に送金する。

エスクロー会社は出品者へ入金 of 報告をする。

出品者は品物を送る。

落札者が品物を確認して受取承諾すれば、エスクロー会社に連絡する。

エスクロー会社は預けられていた代金を出品者に送金する。

このサービスは、仲介のエスクロー会社にお互いが登録することで相手に対しては匿名での取引ができるわけで、消費者のエスクロー会社に対する費用負担は必要となりますが、詐欺的な被害を防ぐという意味では、利用価値があるといえます。

6. おわりに

電子商取引、ひろくインターネット取引は、急速に我々の生活の一部に組み込まれるようになってきており、避けて通れない状況になっています。

新聞やテレビ等でよく見聞きする「電子マネー」という言葉も、最早、現実のものとなってきており、我国でも大規模な実用実験が相次いでスタートする予定になっています。

しかし、こういった電子商取引とは何か、これで世の中がどう変わるのか、といった点を理解するのはそれほど簡単ではないようです。

本題が、インターネット取引、電子商取引のアレルギーに罹っている人の先ずは基礎的な不安を解消し、次なる挑戦の糧となることができたとすれば望外の幸せです。