

法 情 報 学 (第2回)

弁護士 川 添 圭
kawazoe@kondolaw.jp

I 前回講義の補足

1 日本におけるインターネットの構造 = 一次プロバイダと二次プロバイダ

(1) 一次プロバイダ

= NSPIXP(Network Service Provider Internet eXchange Point)に直接接続しているプロバイダ

※NSPIXP : WIDEプロジェクトと大手プロバイダの協力で設置されたプロバイダ間の接続ポイント (IX : Internet eXchange)。

(2) 二次プロバイダ

= NSPIXPに直接接続せず, 一次プロバイダへ接続しているプロバイダ
(地方・中小プロバイダに多い)

2 日本のブロードバンドの普及とDSL (Digital Subscriber Line) 技術

(1) 代表的なDSL技術 (数値は理論値)

名称	上り速度	下り速度	伝送距離
ADSL(Asymmetric DSL)	512k~5Mbit/s	最大40Mbit/s	最大5~6km
SDSL(Symmetric DSL)	2Mbit/s	2Mbit/s	最大3km
VDSL(Very-high DSL)	5~20Mbit/s	20~70Mbit/s	300m~1.6km
ReachDSL	合計約1Mbit/s		最大8~10km

(2) DSL技術の問題

① 光ファイバーとの親和性

② 各種通信との干渉

古典的干渉問題 : ISDNとの干渉問題

現代的干渉問題 : DSL相互間の干渉問題

II 電子商取引・総論

1 電子商取引 (Eコマース・EC) とは

= コンピュータネットワーク (インターネット・WAN回線等) を利用して行う取引の総称

2 ECの分類

(1) 一般的な分類 - 取引当事者の属性に基づくもの

- ① B to B (Business-to-Business level) 企業間取引
- ② B to C (Business-to-Consumers level) 消費者向け取引
- ③ C to C (Consumers-to-Consumers level) 個人間取引

(2) 契約当事者数による分類

- ① 2者契約型
- ② 3者契約型
- ③ 多数当事者型

(3) 電子化の局面・度合いによる分類

- ① 契約の成立・商品の提供・代金決済全てを電子化する類型
- ② 契約の勧誘・申込・成立の電子化に重きを置く類型
- ③ 代金決済の電子化に重きを置く類型

3 ECの現状

電子商取引推進協議会

「平成15年度電子商取引に関する実態・市場規模調査」

<http://www.ecom.jp/pressrelease/20040611/20040611.pdf>

- ・ B to B市場 : 77兆4,320億円 (前年比67.2%増)
- ・ B to C市場 : 4兆4,240億円 (前年比64.8%増)

III 電子商取引における契約の成立・効力

1 総論

電子商取引の契約内容は売買・委任・請負・寄託等多岐にわたるが、民法上、契約において要式行為とされているのは保証契約のみであり(民446Ⅱ)、これ以外は特に様式に制限はないから、民法その他の法律による規制がなされることは当然である。なお、保証契約においても、電磁的記録によってなされた保証契約は書面によってなされたものとみなされる(民446Ⅲ)。

2 契約の成立

(1) 契約の成立時期

① 民法上の原則

隔地者間の契約の承諾＝意思表示の発信主義を採用（民526 I）

→しかし、ECにおいては多くの場合意思表示が瞬時に到達するためあえて到達主義を否定する必要はなく、また特にB to Cの場合、承諾が到達しなかった場合のリスクを申込者（消費者）が負担することになるため消費者保護に欠けるとの批判があった。

② 電子商取引における到達主義

ECにおいては、申込に対する承諾の意思表示（電子承諾通知）については到達主義を採用した（電子消費者特例法4）。

※電子承諾通知：契約の申込みに対する承諾の通知であって、電磁的方法のうち契約の申込みに対する承諾をしようとする者が使用する電子計算機等（電子計算機、ファクシミリ装置、テレックス又は電話機等）と当該契約の申込みをした者が使用する電子計算機等とを接続する電気通信回線を通じて送信する方法により行うもの

③ 「到達」の意義

＝相手方が意思表示の内容を了知することが可能な状態におかれること

（最判昭36・4・20民集15-4-774）

※電子メールによる承諾の通知の場合、相手方のメールボックスに当該メールが保存され、閲覧可能な状態になればよいと解されている。

(2) クリック・オン契約とその問題点

① クリック・オン契約とは

Web画面等でライセンス契約等の契約条件を呈示し、これに同意する旨のボタンをクリックすることにより契約を成立させるもの

② 問題点

(a) 消費者保護の観点＝安易なクリック・詐欺的なクリックの予防策

＝錯誤無効の特例（電子消費者特例法3）

※電子消費者契約：消費者と事業者との間で電磁的方法により電子計算機の映像面を介して締結される契約であって、事業者又はその委託を受けた者が当該映像面に表示する手続に従って消費者がその使用する電子計算機を用いて送信することによってその申込み又はその承諾の意思表示を行うもの

(b) 要件

=要素の錯誤の内容が、①消費者がその使用する電子計算機を用いて送信した時に当該事業者との間で電子消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を行う意思がなかったとき又は②消費者がその使用する電子計算機を用いて送信した時に当該電子消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示と異なる内容の意思表示を行う意思があったときのいずれかに該当すること。

(c) 効果

※原則＝民法95条ただし書き（重過失による錯誤無効の制限）の適用を排除

※例外＝当該電子消費者契約の相手方である事業者（受託者含む）が当該申込み又はその承諾の意思表示に際し電磁的方法によりその映像面を介してその消費者の申込み若しくはその承諾の意思表示を行う意思の有無について確認を求める措置を講じた場合又はその消費者から当該事業者に対して当該措置を講ずる必要がない旨の意思の表明があった場合は、重過失の主張が許される

3 契約の効力

(1) 未成年者の取引と取消原因

<問題点>

- ・本人確認手段に関するシステムの整備が不十分
- ・取引成立が比較的容易（クリック・オン契約）

(2) 無権限者による取引（なりすまし）

① 情報取得手段

- ・スキミング（skimming：カードの磁気情報の読み取り）
- ・フィッシング（phishing：銀行や企業のサイトを偽装する）
- ・キーロガー（key-logger：）

② 電子商取引となりすまし

- ・カード情報を入力する商品詐取
- ・預金の無権限払戻しの問題