

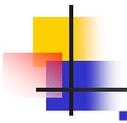
IW2002
管理者が注意したいネット
ワークの法律の最新動向

弁護士
岡村 久道

(c) Hisamichi Okamura 2002

設例1 個人情報漏洩

- 自社システムから顧客の個人情報漏洩、顧客から苦情電話とメールとが相次ぐ
- どう対応すべきか？

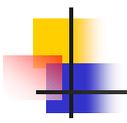


宇治市住民基本台帳データ流出事件

■ 事 案

- 京都府宇治市の住民基本台帳データ約22万人分が不正流出した事実が判明。市がメンテナンスを委託していた電算業者(A社)の下請(B社)に児童検診用データを預けていたところ、B社のアルバイト大学院生Tが自分で持参した光磁気ディスク(MO)にコピーして持ち出し名簿業者に無断売却、インターネット上で販売されていた事案で、住民3名から市への損害賠償請求事件。
- 第一審(京都地判平成13年2月24日)
 - 請求一部認容(弁護士費用を含め総額計45000円の支払を命じた)
- 控訴審(大阪高判平成13年12月25日)
 - 市の控訴を棄却
 - 「控訴人は、A社がB社に再委託することを承認し・・・、控訴人の担当職員は、乳幼児検診システムの開発業務について、現にC社の代表取締役であるAや従業員であるBと打ち合わせを行い、従業員Tも、この打ち合わせに参加し・・・Bと従業員Tは、当初、控訴人の庁舎内で乳幼児検診システムの開発業務を行い、「本件データを庁舎外に持ち出すことについても控訴人の承諾を求めたのである。これらの事実を照らすと、控訴人と従業員Tの間には、実質的な指揮・監督関係があったと認められ、市は使用者責任を負う。」
- 上告審(最終平成14年7月11日)
 - 市の上告を棄却

(c) Hisamichi Okamura 2002



宇治市住民基本台帳データ流出事件 が残した教訓

- 情報セキュリティの機密性(Confidentiality)が損なわれたことになる
- 個人情報漏洩はプライバシー権侵害となる可能性
- 下請従業員の漏洩行為でも、発注者は使用者責任(一種の無過失責任)に基づき、損害賠償責任を負わされるリスク発生
- 一人あたりに対する賠償額は少なくとも、電子データの場合には大量漏洩で高額になるおそれ
- 請負・下請などが作業に使うコピーの管理は難問
- 他方、故意の漏洩者本人に刑事責任を問えない場合がある
- 最近ではサイトからの漏洩事件が多発

(c) Hisamichi Okamura 2002

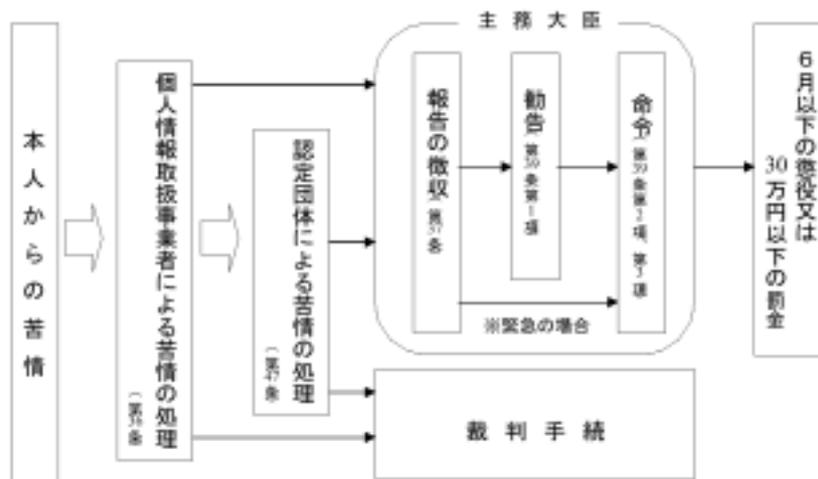
個人情報に関するセキュリティ遵守の法律による義務付け

- 個人情報保護法案
 - 第25条において「個人情報取扱事業者は、その取り扱う個人データの漏えい、滅失又はき損の防止その他の個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置を講じなければならない。」として、安全管理措置義務を定め、さらに、第26条では従業者に対する監督義務を、第27条では委託先に対する監督義務を、それぞれ個人情報取扱事業者に負わせている。これらの義務を怠った場合、第39条で、主務大臣から勧告及び命令を受け、さらに命令違反には第61条で罰則が規定されており、この罰則には第63条で両罰規定が用意。個人データとは主としてコンピュータ処理情報を対象。
- 労働者派遣法
 - 「派遣元事業主は、労働者の個人情報を適正に管理するために必要な措置を講じなければならない」と規定しており(第24条の3第2項)、違反行為には、厚生労働大臣の指導、助言及び勧告(第48条)、改善命令(第49条)などが用意され、第49条による処分に違反した者は罰則の対象(第60条)。

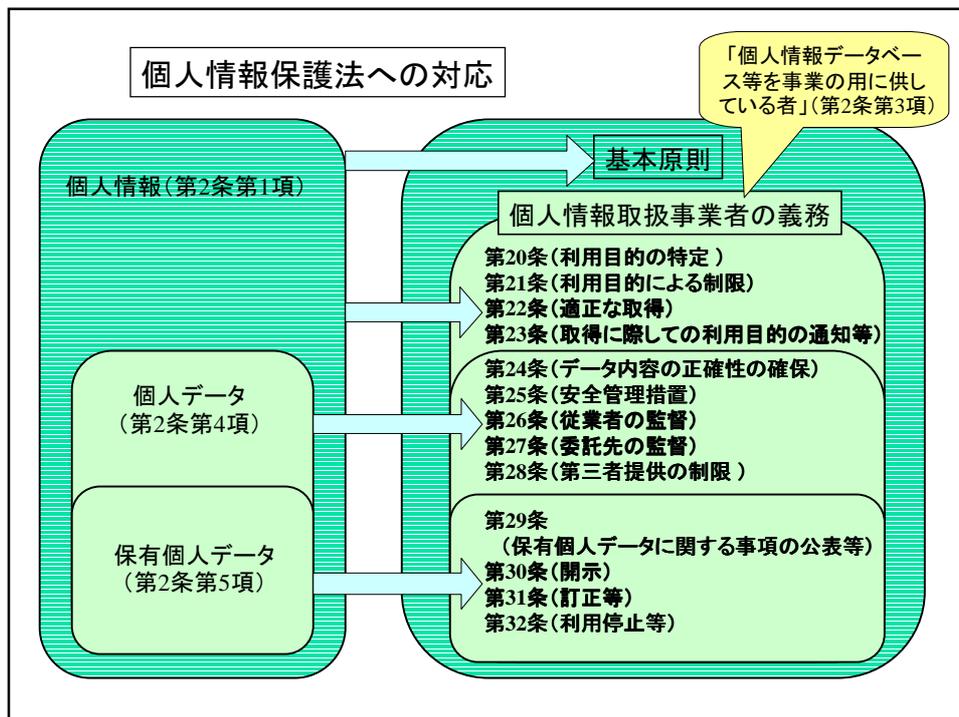
(c) Hisamichi Okamura 2002

内閣官房個人情報保護室資料

個人情報保護法案違反に対するペナルティ



(出典・内閣官房の立法説明資料)



設例2 ウイルス配信

- 自社サイトにウイルスが混入、ウイルス付きメールが顧客宛に多数発信
- 顧客から苦情電話とメールとが相次ぐ
- システム管理者として、どう対応すべきか？



ウイルス配信と責任

- 故意にウイルスを配信した場合には、犯罪として処罰されるおそれ
- ウイルスに感染した企業が、顧客に感染メルマガを配信するインシデントが多発(東京証券取引所、日本サムスンなど)
- しかし責任を追及された判例は出ていない
- 感染メルマガを配信インシデントでは、企業の苦情処理窓口に電話がかかってきて、対応できないケースが発生
- 感染システム停止について、企業内で誰が権限を有し、責任を負うか
- 被害者に対する責任をどのように果たすか、情報公開をどうするか
- 委託先がインシデントを起こしたような場合、どのように対処するか
- その他

(c) Hisamichi Okamura 2002

設例3 クラッキング

- Aが、知人Bが勤務先C社から付与された接続IDとPWを、おもしろ半分にDに教えたところ、Dはそれを使ってC社システムに侵入、コンテンツ書替を行った。
- DとAの行為は犯罪となるか？

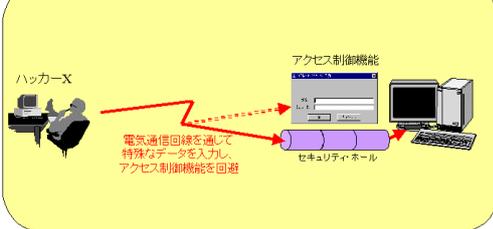
不正アクセス行為は処罰されます！

「不正アクセス行為の禁止等に関する法律（不正アクセス禁止法）が平成12年2月13日から施行されます。以下の行為は「不正アクセス行為」や「不正アクセス行為を助長する行為」として禁止され、違反者は処罰されます。

不正アクセス行為の例(その1) 他人のID・パスワードなどを無断で使用する行為



不正アクセス行為の例(その2) セキュリティホールを攻撃してコンピュータに侵入する行為



警察庁「不正アクセス行為の禁止等に関する法律の概要」

Dの行為は不正アクセス罪に該当、書き換えた場合はさらに刑法の電子計算機損壊等業務妨害罪として重く処罰

http://www.npa.go.jp/hightech/fusei_ac1/main.htm

不正アクセス行為を助長する行為の例



警察庁「不正アクセス行為の禁止等に関する法律の概要」

Aの行為は不正アクセス助長罪に該当する可能性

- 不正アクセス行為とは、識別符号(※1)を入力することで利用(※2)できるようになっているコンピュータ(※3)にネットワークを通して(※4)アクセスし、このような利用ができる状態にしてしまう行為(※5)です。コンピュータ以外の端末から行うもの(※6)も禁止・処罰されます。
- 他人の識別符号を無断で第三者に提供する行為は、不正アクセス行為を助長する行為として禁止・処罰されます。提供手段に限定はなく、オンラインで行っても、オフラインであっても禁止・処罰されます。提供行為によって金銭的な利益を得たかどうかは関係ありません。

※1 ID・パスワードのほか、指紋、虹彩、音声、署名などを用いるものも含まれます。
 ※2 ホームページの書き換え、インターネットショッピングの注文、データ閲覧、ファイル転送など利用内容に限定はありません。
 ※3 企業のものも個人のものも広く含まれます。
 ※4 インターネットなどのオープンネットワークのほか、企業内LANで外部と接続しているものなども含まれます。
 ※5 利用してしまふ行為も含まれます。
 ※6 例は、電話機から口座番号と暗証番号をプッシュボタンで入力する行為などです。

http://www.npa.go.jp/hightech/fusei_ac1/main.htm

設例4 データ消失

- インターネット接続プロバイダが、自社のレンタルサーバ内に保管されていた接続会員（ログハウス業者）の電子商取引サイト用コンテンツデータを、システム変更の際に被告が誤って消滅させた。
- ログハウス業者から損害賠償請求を受けた場合、応じなければならないか？

レンタルサーバデータ消滅事件（東京地判平成13年9月28日）

■ 判 旨

- 設例と同様の事案で、損害賠償請求を、「物の保管を依頼された者は、その依頼者に対し、保管対象物に関する注意義務として、それを損壊又は消滅させないように注意すべき義務を負う。この理は、保管の対象が有体物ではなく電子情報から成るファイルである場合であっても、特段の事情のない限り、異なる」として、一部認容。
- 被告の約款34条は、契約者が被告のインターネットサービス利用で損害を被った場合でも、被告は約款30条によるほか責任を負わないと定めるが、同条は契約者が被告から提供されるべき同サービスを一定時間連続利用できない状態が生じた場合、算出式に基づいて算出された金額を基本料月額から控除することを定めているにすぎず、これらの規定の文理に照らせば、同条は通信障害等により同サービスの利用が一定期間連続して利用不能となったケースを想定して免責を規定したものであり、約款34条の免責はそのような場合に限定される。実質的にも被告の積極的な行為で顧客のホームページを永久に失い損害が発生した場合にまで広く免責を認めると、損害賠償法を支配する被害者救済や衡平の理念に著しく反する結果を招来しかねず、約款解釈としての妥当性を欠く。
- 原告がデータのバックアップを取っていなかったことを理由に5割の過失相殺。

■ 関連判例

- ハードディスク・データ消失事件の広島地判平成11年2月24日判タ1023号212頁
- 原告がパソコン内蔵ハードディスク容量を増大させるために新たなハードディスクを購入し、販売店（被告）に旧ディスクから新ディスクへの交換を依頼したところ、被告の従業員が誤って旧ディスクを初期化したので、旧ディスク内に記録されていた原告の業務上不可欠な多量のデータがすべて消去された事案で、被告に損害賠償責任が認められた。
- 原告がデータのバックアップを取っていなかったことを理由に5割の過失相殺。

設例5 特定商取引法第14条違反

The screenshot shows a website interface with two main sections. The top section, titled 'ご注文商品について' (About your order items), lists several products with checkboxes for selection. The bottom section, titled 'ご注文情報' (Order information), contains input fields for name, address, phone number, and email, along with a 'ご注文方法' (Order method) section with checkboxes for 'お申し込み' (Apply) and 'お支払い' (Payment).

- 電子商取引サイトを営むAから注文を受けて、Bは左のようなウェブページのHTMLを製作した。
- ページの運用開始後、経済産業省から違法であるという警告を受けたとして、AがBにクレームを付けた。
- 警告の原因は何だったのか？

特定商取引法第14条への対応

- パソコンの画面上で申込みができるようなインターネット通販に関して、特定商取引法に基づき、事業者に対し、分かりやすい申込画面の設定を行うことが義務づけられている(特定商取引法第14条)。
- 具体的には、(1)顧客がパソコンの操作を行う際に、申込みとなることを容易に認識できるように表示していなかったり、(2)申込みを受ける場合において、顧客が申込みの内容を容易に確認及び訂正できるようにしていない場合には、「顧客の意に反して契約の申込み行わせようとする行為」として、行政処分の対象となる(特定商取引法施行規則第16条)。
- 経済産業省が「インターネット通販における『意に反して契約の申込みをさせようとする行為』に係るガイドライン」
<<http://www.meti.go.jp/kohosys/press/0002003/index.html>>を公表。
- このガイドラインでは、前記画面のように「最終的な申込みにあたるボタン上では「購入(注文、申込み)」などといった用語ではなく「送信」などの用語で表示がされており、また、画面上の他の部分でも「申込み」であることを明らかにする表示がない場合、(1)に該当して違法になるケースの具体例とされている。

(c) Hisamichi Okamura 2002

ガイドラインで問題がないとされる画面表示の例

ステップ1: 商品の選択

商品追加

商品名: ロン太郎
価格: 1,000円

商品名: 小山社
価格: 1,000円

商品名	単価	数量	小計
商品1	1,000円	1個	1,000円

ステップ2: 個人情報入力

お名前(姓)

お名前(名)

郵便番号

住所

電話番号

電子メール

ステップ3: 送料確認画面

送料内訳確認

送料内訳確認: 送料を確定して下さい。(この価格の手続きです。)
送料の正しい値が正しいことを確認して下さい。
[送料を確認する] ボタンをクリックするまで、送料は表示されません。

送料内訳

送料: 200円

送料内訳

送料: 200円

商品名	単価	数量	小計
商品1	1,000円	1個	1,000円
送料			200円
送料			200円
合計			1,200円

送料内訳: 送料

ステップ4: 送料確認画面

ご注文ありがとうございます。

設例6 公正取引委員会からの警告

- ようやく経済産業省からの違法であるという警告問題も解決してほっとしていたところ、今度はウェブページについて公正取引委員会から警告を受けたとして、AがBに再度クレームを付けた。
- 警告の原因は何だったのか？

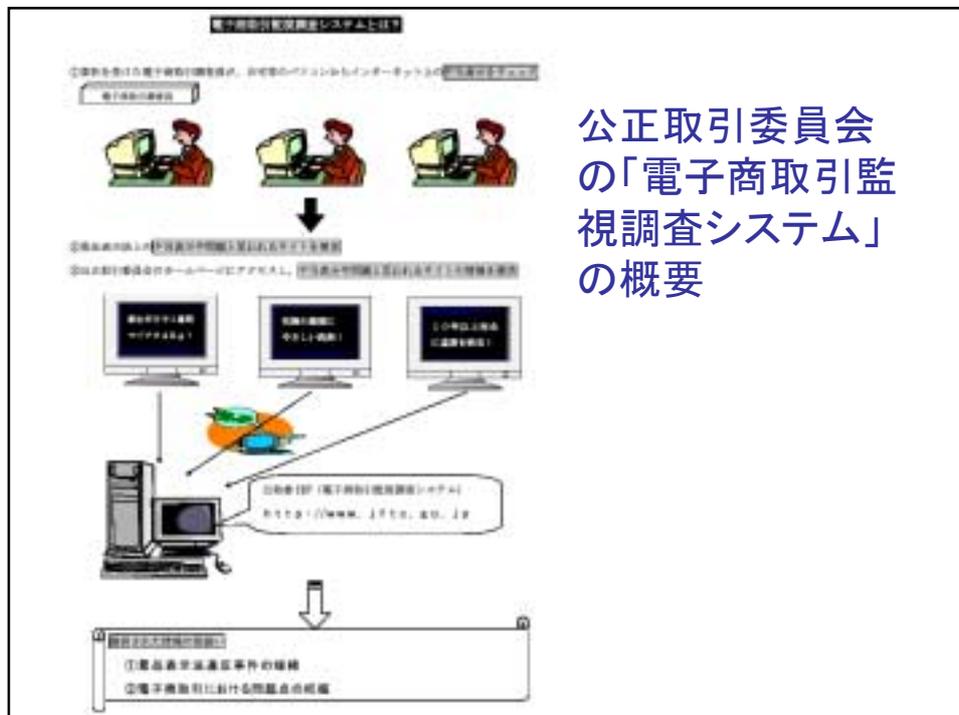
公正取引委員会の「電子商取引監視調査システム」

1 公正取引委員会では、景品表示法に基づき、一般消費者の正しい選択を誤らせるような不当表示や過大な景品提供を取り締まることにより、消費者の利益の保護に努めています。公正取引委員会は、平成12年12月以降、インターネット上の広告表示について、集中的な監視調査(インターネット・サーフ・デイ)を実施してきたところですが、平成14年7月中から「電子商取引監視調査システム」の運用を開始し、集中的な監視調査とともに常時監視の体制を構築することとしました。電子商取引監視調査システムとは、一般消費者等に、「電子商取引調査員」としてインターネット上の広告表示の調査を委託し、インターネット上の問題ある表示についての情報等を報告してもらい、景品表示法違反事件の端緒、電子商取引における問題点の把握等に利用するものです。

2 電子商取引調査員の主な活動内容は、次のとおりです。

- インターネット上の不当表示など景品表示法に違反するのではないかと思われる情報を、電子商取引監視調査システムを通じ報告すること
- 公正取引委員会の依頼に応じて、例えば、インターネット上のある表示が一般消費者に誤認されるかどうかについて一般消費者としての印象を、電子商取引監視調査システムを通じ報告すること
- 公正取引委員会が行う消費者保護に関する業務についての意見・要望を、電子商取引監視調査システムを通じ報告すること

(公正取引委員会「電子商取引監視調査システムとは?」)



公正取引委員会の「電子商取引監視調査システム」の概要

公正取引委員会「消費者向け電子商取引における表示についての景品表示法上の問題点と留意事項」への対応

「消費者向け電子商取引(以下「BtoC 取引」という。)を促進していくためには、誰もが安心して BtoC 取引に参加できるように、事業者から消費者に対して商品等を選択する上での重要な情報が適切に提供されるようにする必要がある。公正取引委員会は、これまで実施してきた BtoC 取引における表示についての集中的な監視調査(インターネット・サーフ・デー)の調査結果、最近の BtoC 取引をめぐる環境の変化、インターネットに関する苦情・相談の傾向等を分析したところ、様々な表示上の問題が顕在化している状況(別紙1の参考資料参照)がみられたことを踏まえ、BtoC 取引の健全な発展と消費者取引の適正化を図るとの観点から、別紙2のとおり、BtoC 取引における表示について景品表示法上の問題点、問題となる事例及び表示上の留意事項を整理し、その原案を公表することとした。」

<http://www.jftc.go.jp/pressrelease/02.march/020328.pdf>

以下は、「留意点」の内容。



(c) Hisamichi Okamura 2002

(1) インターネットを直接介して行われる商品・サービスの取引における表示 ア 商品・サービスの内容又は取引条件に係る表示について

景品表示法上の問題点

BtoC 取引には、商品選択等における消費者の誤認を招き、その結果、消費者被害が拡大しやすいという特徴があることから、商品選択上の重要な情報が消費者に適切に提供される必要がある。

問題となる事例

- 十分な情報がないにもかかわらず、「ラクラからー6kg 減量」商品が製造元ではありません。専門家が医学雑誌に基づき、ダイエットに良いといわれる天然素材を独自に配合したものです。」と、効果・効果を強調し、それが学問的に認められているかのように表示すること。
- 実際には厳しい返品条件が付けられているためほとんど返品することができないにもかかわらず、当該商品条件を明瞭せずに、「返品がなければ、いつでも返品できます。」と、無条件で返品できるかのように表示すること。

表示上の留意事項

- 商品・サービスの効果・効果を標榜する場合には、十分な根拠なく効果・効果があるかのように一般消費者に誤認される表示を行ってはならない。
- 販売価格、送料、商品の可否、条件等の取引条件については、その具体的内容を正確かつ明確に表示する必要がある。

(c) Hisamichi Okamura 2002

イ 表示方法について

商品表示上の問題点

- リンク先に商品選択上の重要な情報を表示する場合、例えば、リンク先に移動するためにクリックする色文字や下線付き文字（ハイパーリンクの文字列）が明確に表示されていなければ、消費者はこれを見落とし、商品選択上の重要な情報を得ることができないという問題がある。
- ウェブページ上の表示内容を簡単に変更できることから、情報の更新日が表示されていなければ、表示内容がいつ時点のものであるのかが分かりづらいという問題がある。

(問題となる事例)

- 「送料無料」と強調表示した上で「送料が無料になる配送地域は東京都内だけ」という配送条件をリンク先に表示する場合、例えば、ハイパーリンクの文字列を小さい文字で表示すれば、消費者は、当該ハイパーリンクの文字列を見落とし、当該ハイパーリンクの文字列をクリックせず、当該リンク先に移動して当該配送条件についての情報を得ることができず、その結果、あたかも、配送条件がなく、どこでも送料無料で配送されるかのように誤認されること。
- 情報の更新日を明示せずに、例えば「新製品」などと商品の新しさを強調表示している場合、既に「新製品」でなくなったものであっても、いまも新しい商品であるかのように誤認されること。

表示上の留意事項

- (ハイパーリンクの文字列について)
- 消費者がクリックする必要性を認識できるようにするため、リンク先に何が表示されているのかが明確に分かる具体的な表現を用いる必要がある。
 - 消費者が見落とさないようにするため、文字の大きさ、配色などに配慮し、明確に表示する必要がある。
 - 消費者が見落とさないようにするため、関連情報の近くに表示する必要がある。

(情報の更新日について)

- 表示内容を変更した際、最新の更新時点を正確かつ明確に表示する必要がある。

(2) オンライン情報提供サービスの取引における表示

商品表示上の問題点

オンライン情報提供サービスについては、インターネット上で取引が完結することから、特に、有料が無料かについての情報、長期間における決済などの取引条件についての情報、商品の購入手段であるダウンロード方法に係る情報等が消費者に適切に提供される必要がある。

(問題となる事例)

- 情報提供サイトにおいて、30分以上利用した場合に限り30分間無料になるにもかかわらず、常に「30分間無料」と、無料で利用が可能となる条件を明示せずに、あたかも、同条件がなく、無料で利用できるとかのように表示すること。
- 情報提供サイトにおいて、実際には毎月料金を徴収することになるにもかかわらず、「まずは1か月から」と、毎月料金を徴収することを明示せずに、あたかも1か月無料の取引であるかのように表示すること。
- ウェブページ上でソフトをダウンロード方式により販売するサイトにおいて、一定の基準を満たすOSをインストールしたパソコンがないと当該ソフトウェアを使用できないにもかかわらず、「簡単にダウンロードできます」と、そのOSの種類を明示せずに、あたかもすべてのパソコンで使用できるかのように表示すること。

表示上の留意事項

- オンライン情報提供サービスの利用料金が掛かる場合には、有料である旨を正確かつ明確に表示する必要がある。
- 毎月料金を徴収するなどの長期契約である場合には、その旨を正確かつ明確に表示する必要がある。
- ソフトウェアを利用する上で必要なOSの種類、CPUの種類、メモリの容量、ハードディスクの容量等の動作環境について、正確かつ明確に表示する必要がある。

【3】インターネット接続サービスの取引における表示

商品表示法上の問題点

DSL、ケーブルインターネット等のブロードバンド通信を可能とするインターネット接続サービスの商品表示上の重要な情報は、通信速度、サービス提供開始時期、サービス料金等であり、これらについての情報が消費者に適切に提供される必要がある。

（誤解となる事例）

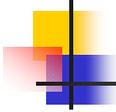
- ブロードバンド通信を可能とするインターネット接続サービスについて、最大通信速度が保証されていないにもかかわらず、単に「通信速度最大10Mbps」と、通信設備の状況や他回線との干渉等によっては通信速度が低下する可能性があるを明かせず、あたかも常に最大通信速度でサービスの提供を受けることができるかのように表示すること。
- 実際には、回線の接続工事の遅れ等により、サービス提供の申込みから10日以内にサービスの提供が開始されることがほとんどないにもかかわらず、「10日間で開通」と表示すること。
- 実際には、A社が提供するサービスよりも通信速度が速いにもかかわらず、「A社と比較して断然早い」と、A社と同等のサービスを他家で提供するかのように表示すること。

表示上の留意事項

- ブロードバンド通信の通信速度については、通信設備の状況や他回線との干渉等によっては速度が低下する可能性がある旨を正確かつ明確に表示する必要がある。
- サービス提供開始時期について、回線の接続工事等の遅れにより表示された時期までにサービスの提供を開始することができないおそれがある場合には、その旨を正確かつ明確に表示する必要がある。
- サービス料金の比較表示に当たっては、社会通念上同等の通信速度として認識されているものと比較して行う必要がある。

設例7 名誉毀損とサイト運営者の責任

- 接続プロバイダが会員にレンタルサーバを提供していた。
- 会員が匿名で開設したウェブで誹謗中傷されたとして、非会員から削除要求のメールが届いた。同時に、当該ウェブ開設者の身元を明らかにせよという要求も受けた。
- この要求に応じなければならないか？



ニフティサーブ名誉毀損事件第1審（東京地判 平成9年5月26日判時1610号22頁）

- この分野でわが国初の民事裁判。
- 裁判所は、発言（書き込み）をした本人につき、「その表現内容は、いずれも原告に対する個人攻撃的な色彩が強く、原告の社会的名誉を低下させるに十分なもの」であるとして、不法行為責任を認めた。
- 次に、シスオペに対しては、「少なくともシスオペにおいて、その運営・管理するフォーラムに、他人の名誉を毀損する発言が書き込まれていることを具体的に知ったと認められる場合には、当該シスオペには、その地位と権限に照らし、その者の名誉が不当に害されることがないように必要な措置をとるべき条理上の作為義務があった」のに放置したとして一定の責任を認めた。
- ニフティサーブに対しても、シスオペの行為につき、使用者責任を認めた。

(c) Hisamichi Okamura 2002



ニフティサーブ現代思想フォーラム事件控訴審 （東京高判平成13年9月5日判タ1088号94頁）

- 「言葉汚く罵られることに対しては、反論する価値も認め難く、反論が可能であるからといって、罵倒することが言論として許容されることになるものでもない」として対向言論の法理を否定。
- 標的とされた者がフォーラムで自己を守るための有効な救済手段を有しておらず、会員等からの指摘等に基づき対策を講じても、なお奏功しない等一定の場合、当該発言の削除義務を負うと判断することとなり、具体的な基準を示さず。
- 本件でシスオペは、「削除を相当とすると判断される発言についても、従前のように直ちに削除することはせず、議論の積み重ねにより発言の質を高めるとの考えに従って本件フォーラムを運営してきており、このこと自体は、思想について議論することを目的とする本件フォーラムの性質を考慮すると、運営方伝として不当なものとはできない。」「会員からの指摘又は自らの判断によれば、削除を相当とする本件発言について、遅滞なく控訴人Y1に注意を喚起した他、被控訴人から削除等の措置を求められた際には、対象を明示すべきこと、対象が明示され、控訴人ニフティも削除を相当と判断した際は削除すること、削除が被控訴人の要望による旨を明示することを告げて削除の措置を講じる手順について了解を求め、被控訴人が受け入れず、削除するには至らなかったものの、その後、被控訴人訴訟代理人から削除要求がされて削除し、訴訟の提起を受け、新たに明示された発言についても削除の措置を講じており、この間の経過を考慮すると、控訴人Y2の削除に至るまでの行動について、権限の行使が許容限度を超えて遅滞したと認めることはできない。」としてシスオペの責任を否定し、これを前提とするニフティの責任も否定。

(c) Hisamichi Okamura 2002

都立大学事件(東京地判平成11年9月24日 判時1707号139頁)

- インターネット関連で管理者の責任が問われた最初の事例。
- 都立大で対立中のグループの一方が他方を誹謗するウェブページを都立大のホストを使って掲載したとして、掲載者と大学設置者の東京都に対し名誉毀損による損害賠償等を求めた事案で、掲載者の責任は認められたが都の責任を否定。
- ネット管理者は被害者の被害発生防止義務を負うべき場合もあるが、事柄の性質に応じて条理に従い個別的・類型的検討を要するとする。
- ウィルス伝搬等のケースでは、その行為を確定的事実として認識した時点で被害発生義務が生じるのに対し、名誉毀損では、認識だけでなく、名誉毀損に該当すること、加害行為の態様が甚だしく悪質で被害の程度も甚大であることが一見して明白であるような極めて例外的な場合に限られるとする。
- 本件では一見して明白でないから管理者に義務はないとして、管理者の責任を否定。



<http://www.metro-u.ac.jp/>

© Hisamichi Okamura 2002

ニフティ「本と雑誌のフォーラム」事件第一審判決 (東京地判平成13年8月27日判時1778号90頁)

- パソコン通信ニフティの電子会議室で名誉毀損にあたる書き込みをされたとして、ニフティを相手取って、会員情報の開示と損害賠償を求めた訴えに対し、対抗言論の考えに立って名誉毀損は成立しないと認め、請求棄却。
- 「言論による侵害に対しては、言論で対抗するというのが表現の自由(憲法21条1項)の基本原則であるから、被害者が、加害者に対し、十分な反論を行い、それが功を奏した場合は、被害者の社会的評価は低下していないと評価することが可能であるから、このような場合にも、一部の表現を殊更取り出して表現者に対し不法行為責任を認めることは、表現の自由を萎縮させるおそれがあり、相当とはいえない。」
- 「これを本件各発言がされたパソコン通信についてみるに、フォーラム、パティオへの参加を許された会員であれば、自由に発言することが可能であるから、被害者が、加害者に対し、必要かつ十分な反論をすることが容易な媒体であると認められる。したがって、被害者の反論が十分な効果を挙げているとみられるような場合には、社会的評価が低下する危険性が認められず、名誉ないし名誉感情毀損は成立しない。」「また、被害者が、加害者に対し、相当性を欠く発言をし、それに誘発される形で、加害者が、被害者に対し、問題となる発言をしたような場合には、その発言が、対抗言論として許された範囲内のものと認められる限り、違法性を欠くこともある。」
- 「本件における神名の各発言は、原告に対する名誉毀損、侮辱、プライバシー侵害、嫌がらせのいずれにも当たらないから、神名は原告に対し、不法行為責任を負わない。よって、神名に不法行為が成立することを前提とした原告の被告に対する本件請求はいずれもその余の点を判断するまでもなく理由がない。」

(c) Hisamichi Okamura 2002

ニフティ「本と雑誌のフォーラム」事件控訴審判決 (東京高判平成14年7月31日)

- 原審被告からの控訴棄却。
- パソコン通信ニフティの電子会議室で名誉毀損にあたる書き込みをされたとして、ニフティを相手取って、会員情報の開示と損害賠償を求めた訴えに対し、対抗言論の考えに立って名誉毀損は成立しないとして、請求棄却。
- 「言論による侵害に対しては、言論で対抗するというのが表現の自由(憲法21条1項)の基本原則であるから、被害者が、加害者に対し、十分な反論を行い、それが功を奏した場合は、被害者の社会的評価は低下していないと評価することが可能であるから、このような場合にも、一部の表現を殊更取り出して表現者に対し不法行為責任を認めることは、表現の自由を萎縮させるおそれがあり、相当とはいえない。」
- フォーラムにおける名誉毀損は、「被害者の反論も相応の効果を挙げているか、あるいは被害者が加害者に対して相応性を欠く発言をし、それに誘発される形で、加害者が被害者に対する発言をしており、双方の書き込みを全体としてみれば、論争ないし言い争い又は単なる感情的な悪口を言い合う状況となっており、一般の読者にとって、それらの書き込みのみによっては、格別被害者の社会的評価が低下すると受け止められるとはいえない場合には、名誉毀損ないし名誉感情の侵害は成立しないと解するのが相当である」。

(c) Hisamichi Okamura 2002

2ちゃんねる「ペット大好き掲示板」(動物病院) 事件(東京地判平成14年6月26日) 1/2

- 被告の運営するインターネット上の電子掲示板「2ちゃんねる」(本件掲示板)において、原告らの名誉を毀損する発言が書き込まれたにもかかわらず、被告がそれらの発言を削除するなどの義務を怠り、原告らの名誉が毀損されるのを放置し、これにより原告らは精神的損害等を被ったなどとして、それぞれ被告に対し、不法行為に基づく損害賠償金の支払、人格権としての名誉権に基づき、本件掲示板上的名誉毀損発言の削除を求めた事案。



<http://hobby.2ch.net/pet/>

(c) Hisamichi Okamura 2002

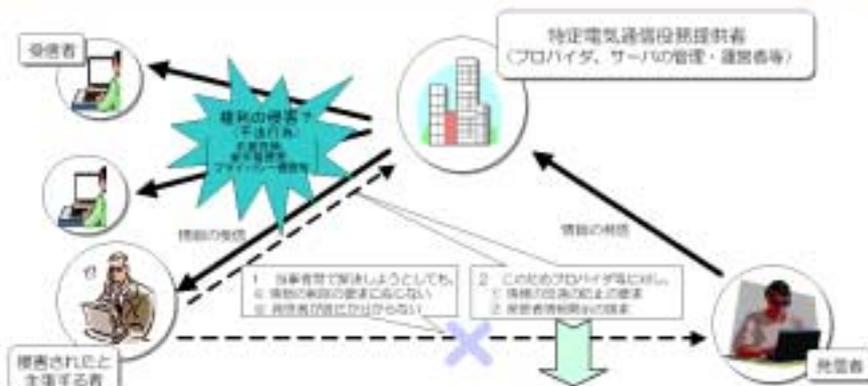
2ちゃんねる「ペット大好き掲示板」(動物病院)事件 (東京地判平成14年6月26日) 2/2

- 「被告は、遅くとも本件掲示板において他人の名誉を毀損する発言がなされたことを知り、又は、知り得た場合には、直ちに削除するなどの措置を講ずべき条理上の義務を負っている」。
- 「本件各発言に関する真実性の抗弁、相当性の抗弁についての主張・立証責任は、管理者である被告に存するものと解すべきであり、本件各発言の公共性、公益目的、真実性等が明らかではないことを理由に、削除義務の負担を免れることはできない」。
- 「正当な理由なく他人の名誉を毀損することが許されないのは当然であり、このことは匿名による発言であっても何ら異なるところではない」。
- 「被告は、本件にはプロバイダ責任法が適用され、同法の制定経緯、規制範囲等に照らすと、被告が本件各発言を削除しなかったことにつき削除義務違反はないと主張するが、「被告は、…本件掲示板上の発言を削除することが技術的に可能である上、通知書、本件訴状、請求の趣旨訂正申立書等により、本件1ないし3のスレッドにおいて原告らの名誉を毀損する本件各名誉毀損発言が書き込まれたことを知っていたのであり、これにより原告らの名誉権が侵害されていることを認識し、又は、認識し得たのであるから、プロバイダ責任法3条1項に照らしても、これにより責任を免れる場合には当たらない」。

(c) Hisamichi Okamura 2002

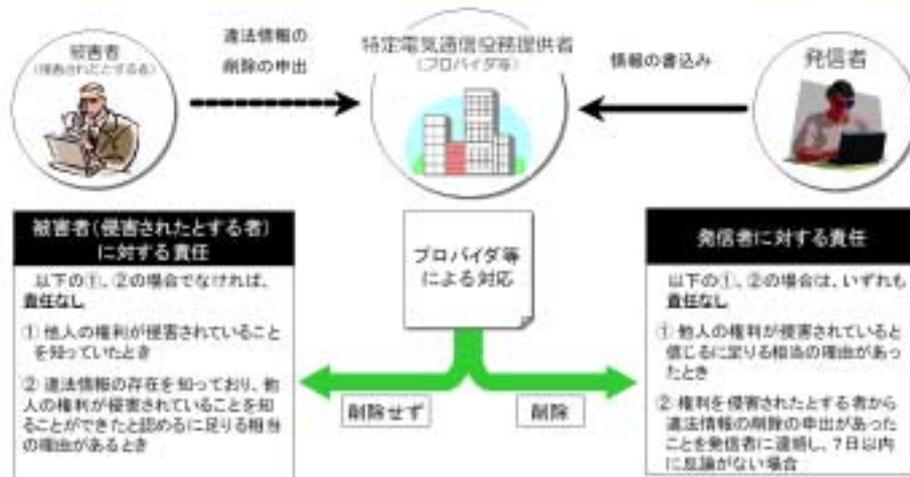
プロバイダ責任制限法に関する総務省の資料

プロバイダ等の自主的対応を促すための環境整備の必要性

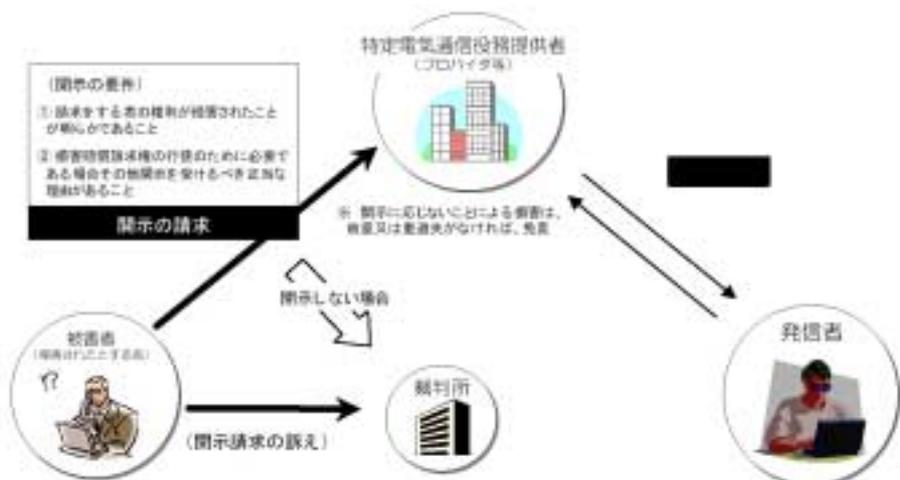


- (a) 情報の違法性の判断が困難等自主対応による措置の責任が不明確な場合がある
(b) 民事事件ではほとんど発信者情報の開示はされず、被害者救済が困難なことがある
→ プロバイダ等による自主的対応を促し、その実効性を高める環境整備の必要性

プロバイダ等の責任の明確化の概要



発信者情報開示の概要



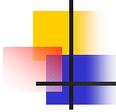
設例8 スпам配信

- スпамに対する法規制はどうなっているか？

ドコモ迷惑メール事件（横浜地決平成13年 10月29日判時1765号18頁）1/2

- 主文は、「債務者は、この決定送達の日から1年間、宛先となる電子メールアドレス（『090』に8桁の数字を付したものに続けて『@docomo.ne.jp』を付したものの8桁の数字部分にランダムな数字を当てはめる等の方法により、債権者の所有する電気通信設備を利用して行われているバケット通信サービスを通じて、同サービスの契約者の存在しない多数の電子メールアドレス（『090』に8桁の数字を付したものに続けて『@docomo.ne.jp』を付したもの）宛に、営利目的の電子メールを送信する等して、債権者の所有する電気通信設備の機能の低下もしくは停止をもたらすような行為をしてはならない。」。立担保額は金70万円。
- 本決定によると事実関係は次のとおり。
- 業者は「出会い系サイト」に勧誘するため、遅くとも平成一三年五月ころから、主文記載のように数字八桁をランダムに当てはめたアドレス宛にメール広告を大量かつ継続的に送信し、ドコモが確実に把握している分だけでも、同年六月八日午前一〇時から一時間で約九七万件、同月一九日午後一〇時から一時間で約一四万件にのぼるメール広告を大量送信しており、その中には架空アドレス宛メールが大量に含まれていた。この送信等に起因して、ドコモ所有の電気通信設備が通常予定する処理能力を超えた大量メールが送信され、その処理等を余儀なくされた結果、同設備が機能障害を起こし、修復までの間、前記サービスの使用が事実上不可能となったり、同設備の著しい機能低下をもたらす事態が度々発生し、業者が大量メールを送信した同月八日午前一〇時から二時間で少なくとも機能障害が2回発生したという。そこでドコモが業者宛に警告書を郵送したが、警告後も業者は従前どおり送信し続けてきた。

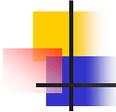
(c) Hisamichi Okamura 2002



ドコモ迷惑メール事件（横浜地決平成13年 10月29日判時1765号18頁）2/2

- 以上の事実関係を前提に、裁判所は次の判断を示して、ドコモ側の申立を認めた。
- まず、近時「出会い系サイト」関連の犯罪が多発するなど大きな社会問題となっており、携帯電話やインターネット上の迷惑メールに対して何らかの規制の必要性が指摘されているが、現行法制下では商用電子メールの送信行為自体は、正当な営業活動の一環として法的保護対象となる営業の自由に含まれるとの議論もあり、したがって、保全処分手続段階でメールの送信行為自体を一般的に禁止することは相当でないとした。しかし、本件では業者の前記送信行為がドコモの前記設備等に発生した具体的な機能障害等の大きな原因となっており、業者の行為がドコモの同設備に対する所有権侵害と評価できること、警告後も依然として従前同様の方法で発信してきた等の事情に照らすと、主文のように禁止を命じて、「かかる行為が、本来、債務者に許された正当な営業活動として法的保護の対象とされているとはいえない」とした。なお本件で業者側は、警告後はメール送信業務を廃止し会社も解散しているので保全の必要性が存在しないと主張したが、裁判所は、警告後もほぼ同様の電子メールが送信されていることが一応認められる等として、この主張を退けた。

(c) Hisamichi Okamura 2002



迷惑メール規制立法

- 迷惑メールの規制を目的とした2つの法案が、2002年4月、相次いで国会で可決成立した。まず特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（特定電子メール送信適正化法）が同月11日に成立し（同月17日公布）、特定商取引法の改正も翌12日に成立（同月19日公布）。
- 両法ともに同年7月1日から施行され、特定電子メール送信適正化法施行規則（総務省令）及び改正特定商取引法施行規則（経済産業省令）も、同日から施行。

(c) Hisamichi Okamura 2002

特定電子メール送信適正化法 1/4

- この法律で「特定電子メール」とは、その送信することに同意する旨の通知をした者等一定の者以外の個人に対し、電子メールの送信をする者が自己又は他人の営業につき広告又は宣伝を行うための手段として送信をする電子メールとして定義されている（法二条）。送信者は、同条の明文で「営利を目的とする団体及び営業を営む場合における個人」に限定されている。
- 対象とする電子メールの通信方式はシンプルメールトランスファープロトコル(SMTP)に限定されており(施行規則一条)、UUCPなど他の通信方式は対象外である。現在インターネットの電子メールは一般にSMTPを用いており、問題となっている電子メールのほとんどがSMTPを用いたものであることが理由とされている。総務省は、将来もつばらSMTP以外の通信方式によって電子メールの適正利用に支障が生ずるおそれが生じた場合、必要に応じて適時適切な改正の検討をする予定であるとしている。
- 規制の主要な骨子は、①表示義務、②拒否者に対する送信の禁止、③架空電子メールアドレスによる送信の禁止。

(c) Hisamichi Okamura 2002

特定電子メール送信適正化法 2/4

- ①は法三条が定めており、特定電子メールの送信について、(a)特定電子メールである旨(一号)、(b)当該送信者の氏名又は名称及び住所(二号)、(c)当該特定電子メールの送信に用いた電子メールアドレス(三号)、(d)当該送信者の受信用の電子メールアドレス(四号)、(e)その他総務省令で定める事項(五号)の表示を、送信者に対し義務づける。
- 総務省令三条は、(i)送信拒否の通知を前記受信用電子メールアドレス宛に行うことができる旨、(ii)送信者の電話番号、(iii)特定電子メールの送信経路を示す情報を、表示事項として定めている。
- また総務省令二条は、(a)はメール表題部に「未承諾広告※」と表示(横書き)すべきこと、(b)のうち送信者の氏名又は名称、(d)及び(i)は通信文より前に表示すべきであって、これらの表示の直前に「(送信者)」と表示すべきこと、(b)のうち送信者の住所及び(ii)は任意の場所(当該特定電子メール以外に、リンク先に表示してリンク情報を当該特定電子メールに表示する方法でもよい)に表示しうることを、以上の表示は本文(通信文)で用いられるものと同一の文字コードを用いるべきこと((ii)を当該特定電子メール以外に表示する場合を除く)、(c)は当該特定電子メールに係る送信者の電子メールアドレスの表示部に表示すべきこと、(iii)は当該特定電子メールに係る任意の場所に表示しうることを、定めている。
- ②は、送信拒否の通知をした者に対して送信者が特定電子メールの送信をすることを禁止する(法四条)。いわゆるオプトアウト方式の採用である。この方法について総務省令二条は、当該特定電子メールの受信に係るメールアドレスを明らかにして、電子メールその他適宜の方法によって行うものとしている。

(c) Hisamichi Okamura 2002

特定電子メール送信適正化法 3/4

- ③は、自己又は他人の営業につき広告又は宣伝を行うための手段として送信者がプログラムを用いて作成した架空電子メールアドレスに宛てた電子メールの送信をすることを禁止する(法五条)。
- このうち①及び②は受信者の受ける迷惑・被害に対する対策、③は主として大量の架空アドレスを生み出すプログラムを使った送信への対策である。
- 以上の実効性確保措置として、総務大臣は、送信者が以上の①ないし③を遵守していないと認める場合、電子メールの送受信上の支障を防止するため必要があると認めるときは、是正のための命令(措置命令)をすることができる(法六条)。命令の違反者に対して罰則が設けられている(法一八条)。いわゆる間接罰である。両罰規定も用意されている(法二〇条)。
- ①又は②に違反した特定電子メールを受信した者は、総務大臣に適当な措置をとるべきことを申し出ることができる(法七条)。この申出についての助言及び指導、事実関係の調査等を行う指定法人の制度を設ける(法一三条)。特定電子メールの送信の適正化等に関する法律第十三条第一項に規定する指定法人を指定する省令によって、財団法人日本データ通信協会が指定されている。

(c) Hisamichi Okamura 2002

特定電子メール送信適正化法 4/4

- また、特定電子メールの送信者は、苦情、問合せ等について、誠意をもって処理すべき義務を負う(法八条)。
- 特定電子メール又は架空電子メールアドレスに宛てた電子メールの送信者に対する報告徴収及び立入検査についても規定が置かれている(法一六条)。報告懈怠、虚偽報告、検査の拒否、妨害、忌避に対し罰則が用意されている(法一九条)。両罰規定もある(法二〇条)。
- 電子メールサービスを行う電気通信事業者について、特定電子メールによる電子メールの送受信上の支障の防止に資するそのサービスに関する利用者への情報提供及び新技術の開発又は導入の努力義務を設ける(法九条)。総務大臣は、新技術の研究開発及び電子メールサービスを行う電気通信事業者によるその導入の状況を公表する(法一二条)。
- 第一種電気通信事業者は、電気通信事業法で役務提供義務を負っているが、一時に多数の架空電子メールアドレスに宛てた電子メールの送信がされた場合には、その送信をした者が送信した電子メールにつき、電気通信役務の提供を拒むことができることが明記された(法一三条)。この規定は、大量の架空アドレスを含んだ送信による正規のメール配信が遅延することへの対策。

(c) Hisamichi Okamura 2002

改正特定商取引法 1/2

- 通信販売等に係る規制として、消費者が電子メールによる商業広告の受け取りを希望しない旨の連絡を通信販売事業者等に行った場合には、その消費者に対する商業広告の再送信を禁止し(法一一条の二等)、もってオプトアウト方式を採用した点で、特定電子メール送信適正化法と同様である。
- そのため消費者が通信販売事業者等に対して連絡する方法の表示を義務づけた(法一一条二項等)。
- また省令で、事業者の電子メールアドレスの表示等も義務づけ(省令八条一項八等)、請求等に基づかずに送信される広告メールの表題部に「未承諾広告※」と表示すること、請求等に基づかずに送信される広告メールに受信拒否のための連絡方法を表示する場合には、メール本文の最前部に「〈事業者〉」との表示に続けて、事業者の氏名又は名称及び受信拒否の連絡を受け付けるための電子メールアドレスを表示することが規定された。
- 前者により、消費者たる受信者は、メール表題部を見て、「未承諾広告※」と表示されたメールを開封せずに削除したり、メールソフト上の操作や、いわゆるフィルタリングサービスが利用できる場合には、表題部に「未承諾広告※」と表示されたメールをすべて受信拒否することができる。後者により、受信者たる消費者は、リンク先に入ることなく、メールにより受信拒否の連絡を行うことができるようになった。

(c) Hisamichi Okamura 2002

改正特定商取引法 2/2

- 特定商取引法上の表示義務又は再送信禁止義務等に違反した通信販売事業者等は、行政処分たる指示(法一四條)、業務停止命令(法一五條)の対象となり、指示違反は法七二條二号で、業務停止命令違反は法七〇條二号で、罰則の適用を受ける。業務停止命令違反には両罰規定も用意されている(法七四條一号)。
- 特定商取引法は事業者を規制する法律である点で、送信者を規制する特定電子メール送信適正化法と異なっている。その結果、オプトアウトに応じるべき義務や表示義務など、主たる義務の名宛人も、前者が事業者であるのに対し、後者は送信者となっている。
- 双方で最も大きな違いが生じるケースは、別の事業者から委託を受けたメール広告業者が送信者として当該事業者のメール広告を送信代行しているように、事業者と送信者とが異なる場合である。このようなケースにおいては、オプトアウトの通知を行う相手方や、オプトアウトの連絡先に関し表示すべき内容は、特定商取引法に基づく場合は当該事業者であるが、特定電子メール送信適正化法に基づく場合は当該送信者たるメール広告業者となる。オプトアウト通知によって送信禁止の拘束力を受ける者や、違反の場合に命令や間接罰の対象となる者が誰かという点が異なることも同様である。
- 次に、特定電子メール送信適正化法と異なって、特定商取引法の場合には、規制対象となる電子メールの範囲が、同法所定の指定商品若しくは指定権利の販売条件又は指定役務の提供条件についての広告に限定されている。こうした広告の範囲に属さない場合には、特定電子メール送信適正化法のみが適用される。

(c) Hisamichi Okamura 2002

設例9 その他

- 関連する法律として、他にどんなものがあるか？