

第1 請求の趣旨に対する答弁

- 1 原告の請求を棄却する。
- 2 訴訟費用は原告の負担とする。
との判決を求める。

第2 請求の原因に対する認否

【請求原因1】(当事者等)について

- 1 第1項について、詳細は知らない。
- 2 第2項について、認める。

【請求原因2】(本件ホームページの概要)について

- 1 第1項については認める。
- 2 (1) 第2項について、第1文は認める。
(2) 第2文は、否認する。

本件掲示板1は、発言者が、連絡可能なメールアドレスの登録を行い、そのことを発言中に明示することが可能であり、完全に匿名の掲示板ではない。現に、発言目録1記載の発言を行った者の中には、その後の議論の流れの中でメールアドレス登録を選択したものもいる。

一般にIPアドレスは、発言者が自ら望んで通知している情報ではなく、それを通知しないようにする手段も存在しない。そのため、「収集する個人情報、利用者が自らコントロール可能でなければならない」という個人情報保護の観点から記録を行わないのであって、利用者の情報を一切秘匿することが主では無い。また、IPアドレスが判明したからと言って直ちに発言者が特定できるものではないのに対し、メールアドレスであれば、不正利用が無い限り発言者の特定が可能である。

- 3 (1) 第3項について、第1文は認める。
(2) 第2文は、認める。
(3) 第3文は、認める。
(4) 第4文は、否認する。

メールアドレスを登録した発信者に対しては、発信者情報開示請求によって、発信者の特定を行うことで、責任を追及することが可能である。

(5) 第5文は、否認または争う。

誰でも書き込めるという電子掲示板の性質から言って、ある程度以上の利用者が存在すれば、利用者相互のチェック機能によって発言が是正・修正され、全体としては自由闊達な議論の元、有益な情報になると考えられる。特に、プライバシー情報を自らコントロールできることが保証されていれば、所属組織や立場と言った束縛から離れ、個人本来が持つ表現の自由と良心によって、利権にとらわれない、より純粋な議論が行われると考えられる。

よって、匿名での書き込みが可能だからと言って、他人の権利を侵害する発言が数多く書き込まれるとは限らない。

(6) 第6文は、否認または争う。

インターネット上の電子掲示板は、誰もが情報を発信できる場であり、権利を侵害されたとするものが対抗言論を書き込むことによって、ある程度の被害回復が可能である。

また、原告は自社 WEB サイトを多数所有する法人であり、一般的な掲示板利用者と比べ、インターネットに関する知識も信用度も、格段に上であると言うべきである。このことから、原告 WEB サイト上に反論を掲載し、そのことを掲示板に通知すれば、閲覧者の公正な目で判断されるのであって、それを行わなかったのは原告の怠慢と言うべきである。

(7) 第7文は、否認または争う。

違法な発言を直ちに発見する条理的な義務は無い。

【請求原因3】(原告に対する名誉毀損行為)について

争う。

本件表現を精査してみると、批判的表現のみならず、擁護的表現等も公平に盛り込まれており、その表現の仕方も恐喝的表現等が用いられている訳でもなく、全体的には何ら名誉毀損にあたるものとは思えない。民主主義国家において必要不可欠とされる自由闊達な言論の自由である。この点については、原告の反論・釈明を待って（必要があれば）更に主張する。

【請求原因4】(被告の削除義務違反)について

1 第1項については、事実に反するかどうかは知らない。名誉毀損にあたるかどうかについては、否認または争う。

2 (1) 第2項について、第1文は否認または争う。

違法な発言を直ちに発見する義務は無い。

(2) 第2文は、否認する。

直ちに発見する義務は無い。また、本件発言を削除する義務も無い。この点については、後記「被告の主張」において詳論する。

(3) 第3文は、認める

(4) 第4文中、内容証明郵便の内容を公開したことについては認め、それが名誉毀損的発言を煽り被害の拡大を招いたとの主張については争う。

上記原告発信内容は、本件表現に対する反論内容となっているのであり、本件発言の発信者ひいては掲示板利用者にとっては正当な関心事項である。また、原告は法人であり、社会に対する説明責任もあって、プライバシーの問題は発生しない。そのような反論表現を秘匿しようとするこそ問題とされるべきである。

3 第3項については、争う。

被告は、掲示板を適切に運営・管理し、本件各発言の存在を認識したのちも、問題解決に向け誠実に適切な対処を行っており、過失は無い。

【請求原因5】(損害)について

争う。

【請求原因6】(結語)について

争う。

第3 被告の主張

1 まず、被告は、平成14年1月に内閣総理大臣事業認定「消費生活専門相談員」資格、平成16年4月に経済産業大臣事業認定「消費生活アドバイザー」資格を取得しており、消費者問題に関する専門的な知識を有し、継続的な調査・研究を行っている者である。消費生活センターなどの公的期間で働いた経験こそ無いが、電子掲示板を用いての具体的な被害情報の収集や自らの勧誘体験を元に、消費者被害の救済には行政施策だけでは不十分と考え、法律的な厳格性と口コミネットワークによる即時性・普遍性を消費者問題解決の両輪とすべく活動を行っている。

2 さて、原告は、8月12日の電子メールにおいて「特定商取引に関する法律の適用を受ける形態で、宝石及び衣類の販売を営む会社」「顧客に電話で連絡を取った上、購入方を勧めるもの」と述べていることや、毎日新聞1999年1月22日朝刊で書かれている記事から【乙1】、特定商取引に関する法律施行令第1条第1項第1号で定められた誘引方法で誘引を行う営業方法、いわゆる「アポイントメントセールス」を行う会社だと考えられる。

アポイントメントセールスを含む訪問販売や電話勧誘では、購入意思の無かった消費者に対し、その意向とは関係なく不意打ち的に勧誘が開始され、他の商品やサービスとの比較も出来ず一方的で強引な販売が行われたり、あるいは詐欺的な話法を用いたりする例がしばしば見られ、特にアポイントメントセールスによるトラブルは、年々増加傾向にある【乙2、3、4】。また、交渉が業者主導のもとで行われるため、契約内容が不明確となり、解約等についてトラブルが発生しやすいといった問題もある【乙5】。

特定商取引法は、そういった消費者トラブルの増加を背景に、消費者保護と流通の適正化を図ることを目的として制定されたものであるが、原告および原告代理人は、当然、法の趣旨・目的について既知であって、一般的にトラブルが多い勧誘方法であり、そのためクーリングオフ制度などの厳しい制限が課された商取引であることを知った上で、そのような勧誘方法を自ら選択して行っていると推察される。

- 3 現在、消費者保護基本法が消費者基本法に改正されようとしており、その中では、消費者の自立を目指そうとしているとの報道が行われている。自立した消費者とは、情報を積極的に収集・選択し、主体的に判断を行おうとする消費者のことであり、トラブルの多い勧誘方法に遭遇した際には、ネットワークを駆使して情報収集を行おうとするのは、極めて自然な行動である。

しかるに、原告が公開している WEB サイトを閲覧してみると、会社概要や過去の CM と言った業者主体のコンテンツはあるが、プライバシーポリシーや勧誘方針、電話口では不明であった商品やその値段と言った具体的な情報が一切書かれておらず、事業者として社会への説明責任を果たすには不十分な状態にある。このような状況において消費者は、電子掲示板など、口コミで情報収集するほかは無い。

- 4 ここで、本件表現を見てみると、批判的表現のみならず、擁護的表現等も公平に盛り込まれており、その表現の仕方も恐喝的表現等が用いられている訳でもなく、自らの体験を元に行っていると考えられる発言や一般的なアドバイス、投稿者の感想がほとんどである。一部に、議論の妨害を目的とした連続投稿も含まれるが（その発言は、削除対象には含まれていない）、全体的には自由闊達な議論の元、公益を目的とした表現が行われており、何ら名誉毀損にあたるものとは思えない。
- 5 また、原告は平成 15 年 8 月 12 日発信の電子メールで削除を求めたとのことであるが、具体的にどの部分が名誉毀損表現にあたるのか特定せ

ず、根拠・理由も不明瞭なものであったため、被告は平成15年8月25日発信の電子メールにて根拠となる資料の提示を求めたが、原告からの返答は無かった。さらに被告は、平成16年2月6日発信の内容証明郵便にて、再度根拠資料の提示を求めたのであるが、それに対しても、原告からの返答は無かった。

平成15年8月の時点において主張の根拠となる資料が提示されていれば、もっと速やかな解決が行われていたかも知れないことを考えると、被告からの返信を無視し、根拠・理由を明確にせず要求のみを繰り返す原告の振る舞いは、誠実に問題解決を図ろうとする者の振る舞いとして適切なものかどうか、大いに疑問である。

- 6 その上、本件掲示板においては議論が継続中であって原告は何時でも反論が可能であり、また原告が運営するWEBサイト上に告知を行うことも出来たにも関わらず、何ら反論も説明も行っていない。

一消費者として原告の対応を見ると、特定商取引と言う一般的にトラブルの多い勧誘方法で利益をあげている企業としての社会的責任を、果たそうとしていないように感じられる。特に、原告代表取締役が営業行為に関わる贈賄行為や脱税で有罪になっていると報道されていることもあわせて考えると【乙6】、原告は積極的に改善策や遵法姿勢を示していかなければならないはずである。

- 7 それで、被告の立場を見てみると、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（以下、プロバイダ責任制限法という）で定義された特定電気通信役務提供者（以下、プロバイダという）に該当すると考えられる。被告の業務は、営利を目的としないボランティア的なものであり、発信者との間に明確な契約があるわけではないが、利用者は合理的な運営がなされることを期待して利用を行うのであるから、発信者の表現の自由などの権利を不当に侵害しないよう慎重な運用が必要とされる。このことは、たとえ発信者が匿名であろうと、そうでなかろうと同様である。

プロバイダ責任制限法第三条によれば、被告が掲示板の発言を削除しなかった不作為に対する賠償責任を負うのは、第三条第一項一「当該関係役務提供者が当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知っていたとき」および二「当該関係役務提供者が、当該特定電気通信による情報の流通を知っていた場合であって、当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知ることができた」と認めるに足りる相当の理由があるとき」に

該当する時のみである。

- 8 今回の場合について考えてみると、原告は被告の疑問を無視するなど不誠実な対応を取り続け、具体的な権利侵害の状況を説明しないなど被告に権利侵害が事実であることを伝えようとしていないことや、「権利侵害を知っていた。または、知ることが出来た」ことに対する立証も無く、原告が行っている勧誘方法に関する議論は公益性が高く権利侵害が行われていると一概に判断することは出来ないのであるから、発言を削除しなかったことに対する賠償責任は無い。

第4 求釈明

- 1 原告は、訴状添付の発言目録中、具体的にどの部分が名誉毀損表現にあたるのかを特定されたい。
- 2 原告は、具体的にどの時点で、被告が権利侵害を知りえたとしているのか、理由もあわせて説明されたい。
- 3 賠償金額の根拠について。

証拠方法

- 乙第1号証 毎日新聞社の1999年1月22日記事「京都府警の元警部補、強引商法知り助言 わいろ執ように要求」
- 乙第2号証 国民生活センター発行の「消費者被害注意情報 No. 17」
- 乙第3号証 国民生活センター発行の「相談件数が増加し契約金額が高額化したデート商法」
- 乙第4号証 国民生活センター発行の「メル友になってアクセサリーを売りつけるデート商法」
- 乙第5号証 国民生活センター発行の「販売目的を隠してメル友になり、高額な宝石を売りつけるデート商法」
- 乙第6号証 共同通信社の2000年9月7日記事「脱税の元社長に有罪」

添付書類

- 答弁書副本 1通
- 乙号証副本 1通