

# 契約関係における情報提供義務（一〇）

——非対等当事者間における契約を中心に——

宮下 修一

## 目次

### 第一章 序論

#### 第一節 問題の所在

#### 第二節 本稿の目的と構成

### 第二章 わが国における具体的な問題状況

#### 第一節 統計調査にみる問題状況

#### 第二節 特別法上の諸規定による解決とその問題点

#### 一 緒論

#### 二 従来の「業法」による規制とその限界（以上、一八五号）

#### 三 消費者契約法による保護とその限界

#### 四 金融商品販売法による保護とその限界

#### 五 小括（以上、一八七号）

第三節 民法上の諸規定による解決とその問題点

第三章 ドイツにおける情報提供義務をめぐる議論状況

第一節 はじめに

第二節 ドイツ法における情報開示に関する規定とその限界（以上、一九三号）

第三節 情報提供義務の根拠をめぐる議論

第四節 情報提供義務の具体的な根拠を探索する見解の検討

——いわゆる「動的システム論」による基礎づけの試みを中心に（以上、一九四号）

第五節 情報提供義務の具体化を志向する見解の検討

第六節 情報提供義務に関するBGB上の諸法理の相互調整

第七節 小括（以上、一九五号）

第四章 わが国における情報提供義務をめぐる議論状況

第一節 はじめに

第二節 意思表示に関する規定の要件を緩和するために情報提供義務を活用する見解

第三節 「契約締結上の過失」論により情報提供義務を基礎づけようとする見解

第四節 情報提供義務を、契約当事者の自己決定基盤を確保するための手段として位置づける見解

第五節 結論（以上、一九七号）

第五章 情報提供義務に関する各論的検討・その1——商品先物取引——

第一節 商品先物取引をめぐる問題状況の概観（以上、一九八号）

第二節 商品先物取引に関する裁判例の分析

——国内公設市場における商品先物取引被害を中心に

一 緒論

二 裁判例全体の概観

三 情報提供義務ないし説明義務違反が認定された場合における責任追及のための実定法上の根拠

四 勧誘行為における違法性判断の際に重視される具体的な根拠（以上、一九九号）

五 具体的な取引内容の違法性判断基準

六 違法性があると判断された場合の法律上の効果

——損害賠償と過失相殺を中心に

七 先物取引業者からの差損金支払請求の可否

第三節 小括（以上、二〇〇号）

第六章 情報提供義務に関する各論的検討・その2——フランチャイズ契約——

第一節 フランチャイズ契約をめぐる問題状況の概観（以上、本号）

第二節 フランチャイズ契約に関する裁判例の分析

第三節 小括

第七章 結語

## 第六章 情報提供義務に関する各論的検討・その2——フランチャイズ契約——

## 第一節 フランチャイズをめぐる問題状況の概観

## 一 はじめに

「コンビニエンスストアの本部と加盟店の紛争が絶えない。『もうからない、契約時と話が違う』と加盟店（オーナー）が訴訟を持ち込む例が続出している。……コンビニだけではない。消費低迷下、トラブルはフランチャイズチェーン（F C）全体に広がっている」<sup>11)</sup>。

これは、コンビニエンスストア（いわゆる「コンビニ」）に関するフランチャイズ契約をめぐる紛争を報じた新聞記事の一節である。

このように、コンビニエンスストアなどのいわゆるフランチャイズチェーンをめぐるのは、フランチャイズチェーンの本部（フランチャイザー）と加盟店（フランチャイジー）との間で、近時、紛争が多発している。とりわけ紛争の中心となっているのは、契約締結に際して本部が示した売上予測と現実の売上げとの格差をめぐる争い、時として高額となるロイヤルティ（フランチャイズ契約においてフランチャイジーがフランチャイザーの提供する商標やノウハウ・ハウについて支払う対価）をめぐる争い、あるいは近所に系列店を出店させないという契約締結時の説明に反して後日系列店が出店したことをめぐる争いである。このうち売上予測をめぐる紛争の実態については、すでに第二章第一節三（本連載第一回・法政論集一八五号八九頁以下）でも簡単に紹介したところであるが、

その後三年半を経て、次の二で詳しく述べるように、現在もなお紛争は拡大の一途をたどっている。

本来、フランチャイズにおけるフランチャイザーたる本部とフランチャイジーたる加盟店は、双方とも独立した事業者であり、情報収集に関しては自己責任でこれを行うことが前提となっているともいえる。しかしながら、事業者どうしの契約であるといっても、商品の仕入れ、販売に関する本部の経営援助・指導など、加盟者は本部の経営方針等によって相当程度の制約を受けることになり、通常の独立した事業者どうしの契約であるとはいきれない側面もある。裁判例にフランチャイジーとして登場する契約当事者は、何らかの事業を行っている者が転業あるいは事業拡大のためにフランチャイズ契約を締結する場合と、二でも述べるようにいわゆる「脱サラ」をする場合と、大きく二つに分かれる。特に後者の場合にはフランチャイザーとフランチャイジーとの情報格差が大きいことも併せ考えると、いわば事業者どうしの契約でありながら、消費者契約類似の契約であるといえることもできるであろう。実際、三五三頁以下で述べるように、フランチャイズシステムを悪用した詐欺的商法も存在する。

そこで本章においては、商品先物取引に続き、情報提供義務ないし説明義務に関する各論的検討の対象として、フランチャイズ契約をとりあげる。具体的には、三〇件ほど存在する情報提供義務をめぐる裁判例の分析を通して、情報提供義務の具体的な根拠あるいは内容を探ることとしたい。その前提作業として、本節では、情報開示に関する法規制も含めて、フランチャイズ契約を取り巻く状況を確認することとする（なお、フランチャイズ契約に関する裁判例の一覧表は、紙数の関係で次回連載時に掲載する）。

## 二 社会問題化しつつあるフランチャイズ紛争

フランチャイズ契約の当事者の一方であるフランチャイジーたる加盟店の経営者には、会社勤めをやめて転職をした、いわゆる「脱サラ」をした者も多く、事業経験がまったくない、あるいは乏しい者が少なくない。経済産業省が平成一四年一〇月に公表した「フランチャイズチェーン事業経営実態調査報告書」（以下、「フランチャイズ・チェーン報告書」という）によれば、フランチャイズに加盟した経営者の加盟前の職業を調査したところ、「会社社員（サラリーマン）」であるとするものが三七・二パーセントにも及ぶ（ちなみに、専業主婦等も含む無職の者も二・九パーセント存在する）。<sup>14</sup> このような「脱サラ」をした者の中には、もちろん事業に成功し財をなす者もいるが、一方で事業に対する認識が乏しいまま、フランチャイザーたる本部の勧誘に応じて開業し、多大な損失を発生させて事業に行き詰まる者も少なくない。しかしながら、当初予測したとおりの売上げが得られない場合であっても、高額の違約金を要求されるため閉店することもできずに、負債をさらに増大させることもままみられるところである。

もちろん、事業を成功させ毎年のように店を開業するフランチャイジーもいる。しかしこれに対して、他方では事業は始めたものの売上げが当初の予想に反して芳しくないために閉店を余儀なくされたり、開業時の借入金の返済に追われているものも少なくない。「明暗交錯 フランチャイズ」と題されたある新聞報道によれば、「開業時に結ぶ契約の意味が、実際に営業してはじめて理解できた」というコンビニエンスストア経営者が悪戦苦闘している姿が描き出されている。このような状況の下で、同じ新聞報道によれば二つの考え方が大きく対立している。一つは、フランチャイズ契約の適正化を図る方向から「本部と加盟店が対等平等な立場に立ち、共存共栄できるルール

づくり」の必要性を問う加盟店の側に近い考え方である。これに対してもう一つは、どちらかというとも本部の側に近い立場から、「規制緩和の流れにあって経済活動の規制を目的とした立法は問題」であるとして、自主基準の徹底で対応すればよいという考え方である。

さらに上のような状況の中で、本部と加盟店との間での訴訟も増えている。先に述べた「フランチャイズ・チェーン報告書」によれば、加盟店側からフランチャイズ契約をめぐって訴えられた経験がある本部事業者数は、全体の一五パーセントである。中でも、コンビニエンスストアが属する小売業に関しては、二三・五パーセントに及んでいる。しかも、訴訟の約六割は、「売上・収益予測との乖離」をその提起の理由としているのである。<sup>6)</sup>

もともと訴訟の多寡は、フランチャイザーたる本部の姿勢によるところも大きい。売上・収益予測をめぐって争われたある裁判例の事実認定においても、被告となったコンビニエンスストアチェーンの本部について、次のような判示がなされている。「被告会社代表取締役が、経済雑誌のインタビューにおいて、『本部の出店担当の人が実績を上げるために、多めの売上予測をオーナーに告げて、いたずらに夢をふくらませることはないんですか。』という問いに対し、『それはあります。どこのチェーンにもある。……』と答えていることに象徴されるように、全国規模で激しい出店競争が行われている」<sup>7)</sup>。実際に、ここで被告になっているコンビニエンスストアチェーン本部は、社団法人日本フランチャイズチェーン協会のホームページで公表されている情報開示書面によれば、一九九八年から二〇〇二年までの五年間に、自らが訴えられたもの（一〇件）と自らが訴えたもの（六件／加盟店に訴えられた場合に反訴したものも含む）を合わせて、のべ一六件の訴訟を抱えている。このほかにも、次回第二節で検討する売上予測ないし経費予測をめぐる裁判例で、被告あるいは原告として登場するコンビニエンスストアチェーンの本部の上述した五年間における訴訟件数をみると、少なくともこのべ一二件、多いものは三〇件以上に達している。こ

れに対して、コンビニエンスストア最大手のある本部の訴訟件数は、上述した五年間でわずか一件しかない。<sup>8)</sup>

さらに、フランチャイズチェーンをめぐる本部と加盟店との対立は、場合によっては、大きな社会的な問題を惹起することもある。

例えば、平成一〇年には、あるコンビニエンスストアチェーンの加盟店主が契約締結時の売上予測と実際の売上げとの格差に不満をもつなどして本部に説明を求めたが満足な回答が得られないことに抗議をするため、店頭にコンビニエンスストアに関する問題を報じた新聞や雑誌の記事を「コンビニ情報」という形で掲示したところ、本部から契約解除を通知されるとともに、通知日とされた日の前日の深夜に本部の社員が集団で加盟店を訪れ、商品や看板等を強制的に撤去したという事件が発生した。<sup>9)</sup>この事件については、その後加盟店側から民事訴訟が提起されている。上述の「コンビニ情報」の掲示が契約の解除事由にあたるか否かについて、第一審ではそれに該当しないと判示されたが、控訴審<sup>11)</sup>では信頼関係を破壊する行為であるとして本部側からの一方的な契約解除が認められた。ただし、契約解除を理由に商品や看板等を強制的に撤去したことは、第一審および控訴審ともに不法行為にあたる<sup>10)</sup>として、本部の不法行為責任が認容されている（なお、売上予測等に関しても争われているが、この点については第二節の裁判例の分析の中で検討する）。

また平成一五年には、宅配業のフランチャイズチェーン本部の支店で、委託契約を締結した加盟者が委託運送料の支払いを求めて支店長等を監禁し、さらには店舗内にまいたガソリンに放火した結果、三名が死亡し四一名が負傷した事件が発生した。もちろん凶悪犯罪自体はいかなる理由があろうとも決して許されるべきものではないが、当時の新聞は、宅配業のフランチャイズ契約をめぐるトラブルが事件の遠因となっている可能性に言及しつつ、次のように報じている。「募集広告では、軽貨物宅配の開業を支援するとして、仕事を紹介し、収入も得られるとの内



容が目立つが、指定の軽トラックを購入することなどが契約の条件だったり、代理店登録料や開業支援準備金の支払いを求められたりしたとの相談が多いという<sup>12)</sup>。

以上のように、フランチャイズ契約をめぐる紛争は、平成一〇年には、コンビニエンスストアチェーンの加盟店主らが「コンビニ・FC加盟店全国協議会」を結成するなど、本部と加盟店との間の個別の争いとどまらず大きな社会問題となってきた。フランチャイズをめぐる問題は、いまや「フランチャイズの地獄」とまでいわれるような状況を生みだしているのである。そこで以下においては、上述した状況について、フランチャイズに関する歴史も振り返りつつ、最新の統計調査等によりながら検証することとしよう。

### 三 フランチャイズ契約をめぐる紛争の現状

（一）フランチャイズの発展と紛争の発生——コンビニエンスストアを例にして

そもそも「フランチャイズ」とは、いったいどのようなものなのであろうか。社団法人日本フランチャイズチェーン協会では、フランチャイズを次のように定義している。「フランチャイズとは、事業者（『フランチャイザー』と呼ぶ）が、他の事業者（『フランチャイジー』と呼ぶ）との間に契約を結び、自己の商標、サービス・マーク、トレード・ネームその他の営業の象徴となる標識、および経営のノウハウを用いて、同一のイメージのもとに商品の販売その他の事業を行なう権利を与え、一方、フランチャイジーは、その見返りとして一定の対価を支払い、事業に必要な資金を投下して、フランチャイザーの指導および援助のもとに事業を行なう両者の継続的關係をいう」<sup>13)</sup>。

右の定義からもわかるように、フランチャイズは、フランチャイザーたる本部とフランチャイジーたる加盟店の

双方に利点がある。フランチャイザーからすれば、自ら店舗を増やすよりも少額の資金で経営規模を拡大することができる。また、フランチャイジーからすれば、本来なら資金や技術力の面で開業が難しい状態であっても、本部であるフランチャイザーの指導や援助により、事業を開始することができる。

一八五〇年代にアメリカで誕生したフランチャイズシステムは、第二次世界大戦後の社会経済状況の大きな変化の中で、単に本部が加盟店に商品を供給するにとどまらず、「フランチャイザーが店舗の運営に関するビジネス・コンセプトを持ち、これをフランチャイジーにライセンスする」という「ビジネスフォーマット型フランチャイズ」として進化を遂げ、ファーストフード産業を中心に飛躍的な発展をみせた。一九六〇年代には国際フランチャイズ協会が設立されるなど、まさに「フランチャイズ・ブーム」と呼ばれる状況が生み出されたのである。<sup>16)</sup>

日本では、アメリカで「フランチャイズ・ブーム」が到来したまさにその時期に合わせて、フランチャイズシステムが導入されてくる。先述した「ビジネスフォーマット型フランチャイズ」が日本にはじめて登場したのは一九六三年であり、外資の自由化が進んだ一九七〇年代に入ると、一〇〇パーセント資本の自由化のなされたフード産業を中心に、外資と提携する形で展開された。そして、一九六〇年代末から一九七〇年代にかけてコンビニエンスストアチェーンが順次店舗を展開していくのである。<sup>17)</sup>

このフランチャイズは、時間に追われる都市型の生活が主流となりつつある現在のわが国では、急速な発展をみせている。とりわけ、コンビニエンスストアの伸張は著しい。社団法人日本フランチャイズチェーン協会の調査によれば、いわゆるフランチャイズチェーンの総店舗数は平成一四年度には二一七〇〇〇店余、総売上高は一七兆五〇〇〇億円弱にのぼる。その業態の一つであるコンビニエンスストアは、平成一四年度に全国で四万店余を数え、その売上高は七兆一五〇〇億円余に達するなど、めざましい勢いで成長を続けている。<sup>18)</sup> また、フランチャイズ

と一口にいつても、その業種は多岐にわたる。先に述べた日本フランチャイズチェーン協会の調査では、調査対象となった一〇六五のフランチャイズチェーンを、小売業フランチャイズ（三三八チェーン／コンビニエンスストア三七チェーンを含む）、外食業フランチャイズ（四一七チェーン）、サービス業フランチャイズ（三一〇チェーン）という三つの業種に大別しているが、それぞれの業種の中でさまざまな業態の事業が展開されている。<sup>19)</sup>このような状況を、「コンビニの増殖」と題するある新聞記事は、次のように表現する。「忙しい消費者の、より便利にというニーズを原動力に、コンビニエンスストアは進化してきた。『いつでも開いている』から始まって、『どこにでもあり』になり、そして『何でもできる』に。気がついたら社会資本という怪物になっていった」。<sup>20)</sup>

その反面、あるコンビニエンスストア専門誌の調査によれば、閉店する店舗数も相当数にのぼっているようである。具体的にみると、平成一四年度のコンビニエンスストアの店舗数は四万一八〇〇店で、売上高の総計は七兆三五〇〇億円余である。この統計調査では、コンビニエンスストア四一社を対象に調査を行っているが、このうち上位一五社だけで店舗数および売上高ともに全体の九割を占める。<sup>21)</sup>この上位一五社について各社ごとに公表されている新規出店数と閉店数をそれぞれ筆者が合算したところによれば、新規出店数が二八五七店、閉店数が一七五一店にのぼる。同調査によれば、平成一三年度に較べると平成一四年度は、業界全体では三五六店舗しか増えていないが、これは不採算店を閉店した結果であると指摘している。<sup>22)</sup>

これとは別に、公正取引委員会が平成一三年一〇月に公表した「コンビニエンスストアにおける本部と加盟店との取引に関する調査報告書」（以下、「コンビニエンスストア報告書」という）によれば、平成一三年度におけるコンビニエンスストア大手十四社の出店数の合計は二八〇〇件ほどであるが、閉店数は一七〇〇件ほどとなっている。<sup>23)</sup>

もちろん本部の直営店もあるので、閉店した店舗のすべてがフランチャイジーたる加盟店の経営するものとは限らない。また、「コンビニニエンスストア報告書」では、競合店の出店や道路変更等により経営不振に陥った場合、本部が加盟店を閉店させて、立地のよい店舗を出店させるいわゆる「置換え」のケースが増加していることが、出店数と閉店数を増加させる一因となっていると指摘する。<sup>251)</sup>

しかしながら、「コンビニニエンスストア報告書」によっても、「置換え」の数は五〇〇件弱であり、閉店数の三分の一度にしかすぎない。<sup>252)</sup>さらに、先に三三六頁であげた経済産業省の「フランチャイズ・チェーン報告書」では、加盟店閉店の状況について、本部による解約が一つのフランチャイズチェーンあたり平均一・六件であるのに対して、加盟店による解約が一・二・六件と、約八倍の数に及んでいる。このうちコンビニニエンスストアが含まれる小売業のフランチャイズについては、本部による解約が一つのフランチャイズチェーンあたり平均二・二件にとどまるのに対し、加盟店による解約が実に平均二三・七件と、実に一〇倍を超える数に及んでいるのである。<sup>253)</sup>

このような数値を考え合わせると、出店数と閉店数が増加しているのは、たしかに本部側が行う「置換え」もその一因となっているであろうが、それ以上に相当数の加盟店が契約の当初に想定した形では事業がうまくいかずに廃業しているという実態が浮き彫りとなっている。

しかしながら、本来は、加盟店であつても事業者であるから、事業の失敗自体は自己責任だということになるはずである。ところが、フランチャイズチェーンにおいては、通常の事業者とは異なり、フランチャイジーたる本部とフランチャイジーになろうとする加盟希望者との間で交渉能力および情報収集能力に格差が存在する。さらに、フランチャイズ契約自体が複雑なものであるにもかかわらず、フランチャイジー側の説明が不十分なことが原因で、フランチャイジーが契約内容を十分理解しないままに契約を締結するケースが後を絶たない。換言すれば、加

盟希望者が本部との間でフランチャイズ契約を締結するに際して、本部から提供される情報が重要な意味をもつことも少なくないといえる。

そこで以下においては、フランチャイズ契約締結時における情報開示の状況について、さまざまな統計調査をもとに検討してみることとしよう。

（2） 統計調査にみる問題状況——本部の売上予測に関する説明を中心に

（a） 売上予測と本部の説明

本稿で中心的に取り上げる本部から加盟店への売上予測に関する説明をめぐる紛争については、フランチャイズ契約をめぐるさまざまな問題がクローズアップされてきたことを受けて行われたいくつかの調査の結果から、その状況の深刻さが明らかとなる。

以下においては、説明の必要性、実際の説明の内容、そして説明と現実との食い違いについて、順に検討していくこととしよう。

（b） 売上予測に関する説明の必要性

「フランチャイズ・チェーン報告書」によれば、フランチャイズ・チェーンの本部が加盟店を募集する際の方法については、全業種では「自社のホームページでの募集」、「新聞や雑誌等での募集広告」、「店舗開発担当者により勧誘」が上位を占める。ただ、コンビニエンスストアが属する小売業のフランチャイズに限ってみれば、「店舗開発担当者により勧誘」がトップとなる。<sup>27)</sup> 一方、フランチャイズ・チェーンに加盟した動機としては、従来から事業をしていた者が新規事業を開拓したり、業種転換をするよりも、「創業・起業のため」が最も大きな割合を占める。<sup>28)</sup> 実

際第二節で検討する裁判例をみると、加盟希望者が広告等をみて本部に架電をするなどしてきつかけを作り出すことがほとんどであるが、それを受けて本部側が事業内容等を説明する際に、その際に売上予測等を示すなどして積極的勧誘を行うケースが多い（なお裁判例では、会社や事業経験のある個人が当事者となるケースも散見されるが、ことフランチャイズ契約においては加盟店側の知識が稀薄であることを理由に、本部側の情報提供義務が肯定されることも多い。この点については、第二節で詳しく検討する）。

以上の点と、先に三三六頁で述べたように、いわゆる「脱サラ」をした者が事業を始める割合が高いことも合わせて考えると、当該フランチャイズ契約にかかる事業については経験のない素人が本部側の積極的な勧誘によりフランチャイズ契約を締結することが少なくないといえる。もともと、フランチャイズ契約における裁判例をみると、フランチャイズ契約における当事者は、いわば事業者であり、加盟店も自己責任で事業を行うことが強調されることが多い。実際に、売上予測に関して本部の説明が不十分であったことを理由に損害賠償が認められた九件の裁判例すべてで過失相殺がなされており、しかも過失相殺の割合も最低で三割強、最高では八割に及び、五割以上の過失相殺がなされたものが裁判例の三分の二を占めている点には留意する必要がある（過失相殺の問題点については、後述する）。

売上予測に関する説明をめぐる紛争は、決して最近になって急にクローズアップされてきたわけではなく、裁判例に登場する以前から問題となっている。例えば、やや古いものではあるが、公正取引委員会が昭和五七年にフランチャイズ契約に関する調査を行っている。それによれば、フランチャイズ加盟希望時の説明状況について不十分であると答えた加盟店は、有効回答数の六・二パーセントであるが、収益状況等に関して加盟時の説明と実際の事業経営が著しく違うと答えた加盟店は、有効回答数の一八・三パーセントである。近時の調査をみても、「コンビニ

エンズストア報告書」によれば、加盟店が加盟の意思決定にあたって決め手とした重要事項は、「本部の信用力・知名度」、「本部による経営指導・支援の内容」、そして「売上予測・経費予測」の順に続いており、「売上予測・経費予測」の割合はそれほど高くはない。<sup>30)</sup>しかし、意思表示までもっと説明を受けた方がよかったと考える事項については、「売上予測・経費予測の根拠」が実に五割を超え、第一位を占める。<sup>31)</sup>実際に裁判例をみても、詐欺的なフランチャイズとされた事例を除けば、売上予測の是非をめぐる裁判例が実に九割に及んでいる。

この点からみると、事業経験がないいわば素人が、売上予測等について本部の説明を十分に吟味しないまま事業を開始し、その後になって当初の予測通りとはいかない状況に接して戸惑う姿が浮き彫りになってくるであろう。

たしかに、いかに素人であっても、事業を開始する以上は自らも当初の目論見が外れて売上げが落ち込むことは、ある程度は覚悟しておくべきである。しかしながら、本部側の積極的な勧誘に応じた事業の素人は、専門的な調査技術やノウハウを必要とする売上予測を自ら行う能力を持ち合わせていないことも多く、逆に次の（c）で述べるように本部側がその売上予測を提示して勧誘することも少なくない。そうであるならば、フランチャイズ契約の締結にあたって、売上予測は非常に重要な意味をもつのであって、その説明の必要性は非常に高いものであるといえよう。

（c）売上予測に関する説明の状況

「フランチャイズ・チェーン報告書」によると、本部事業者に対する調査では、売上・収益の予測を契約前に加盟者に伝えるフランチャイズ・チェーン本部は全体の八割を超える。<sup>32)</sup>ただ伝える場合であっても、伝える時期については「加盟候補者が加盟の関心を示した後」全体の六割に及び、「加盟候補者が加盟の意思表示を明確にした後」が三割強で続いている。<sup>33)</sup>説明がなされる場合に当該説明の内容をみると、一定の条件の下での予測であると限定を

つけて何らかの数字を伝える場合が五割強を占めるが、特にそうした限定をつけずに何らかの数字を伝える場合も二割弱を占めている。<sup>34)</sup>

これに対して加盟店に対する調査では、予想売上・収益について説明を受けて理解したとするものが小売業フランチャイズで七割強、サービス業フランチャイズでは五割強である。ところが、説明を受けても理解できなかった、あるいは説明をまったく受けなかったとするものが小売業フランチャイズでは合わせて一割強、サービス業フランチャイズでは合わせて三割弱に及んでいる。<sup>35)</sup>

また、「コンビニエンスストア報告書」によると、加盟店に対する調査では、売上予測について加盟の意思表示前に説明を受けたものが全体の四分の三、説明を受けていないものが全体の四分の一である。このうち、説明を受けたものについてさらに詳しくみると、数値の根拠について説明を受けたものが四分の三、説明を受けていないものが約四分の一弱となる。そして、売上予測と実際の売上高を比較すると、売上予測より実際の売上高が下回るものがおよそ半数を占め、ほとんど開業前の説明通りとするもの、実際の売上高の方が大きいとするものはそれぞれ四分の一程度となっている。<sup>36)</sup>

このように二つの報告書で示された数値をみると、加盟店側は、多くの場合には契約締結にあたって本部から売上予測の説明を受けることになるが、その内容についてきちんと理解をしないまま、あるいは正確な数値の根拠を示されないままに契約を締結することが少なからず存在し、結果として当初の見込みと異なる収益しか得られないものが多いことがわかるであろう。<sup>37)</sup>

ちなみに、「コンビニエンスストア報告書」によれば、「本部の立地調査に基づく売上予測については、以前は、大半の本部で加盟希望者に対して提示していたが、加盟希望者が出店後の売上高を保証したものと誤解しないよう



にするために、最近では、売上予測を提示しない本部も増えている」とのことである。<sup>38)</sup> たしかに、売上予測に関する説明が問題となった紛争が増加していることから、本部側が慎重になるのも理解できなくはない。しかし裁判例には、契約締結時における重要な資料であるにもかかわらず、加盟店側に誤解されることを危惧して本部側が売上予測値を開示しなかったことなどを理由として、情報提供義務違反を認めた判決が存在する点に留意する必要がある。<sup>39)</sup>

#### 四 フランチャイズ契約をめぐる開示規制

##### （1）フランチャイズ契約に関する開示規制

これまでに述べてきたような問題点に対処するため、フランチャイズ契約に関しては、中小小売商業振興法や私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下、「独占禁止法」という）に基づいて一定の内容の情報開示が要求されており、かつ、双方の法律に関してフランチャイズ契約に適用する際のガイドラインがもうけられている。

このガイドライン等については、総合規制改革会議が平成一三年一二月に内閣総理大臣宛に提出した「規制改革の推進に関する第一次答申」で、「フランチャイズ契約時の書面記載及び事前説明義務」の対象となる個別事項を定める中小小売商業振興法施行規則、および独占禁止法上のフランチャイズ契約に関するガイドラインについて、実態把握をしたうえで、平成一三年度中に見直しをすることが提言された。<sup>40)</sup> また、この答申を受けて平成一四年三月に閣議決定された「規制改革推進三か年計画（改定）」でも、同様の計画が決定されている。<sup>41)</sup> そこで中小小売商業振興法施行規則と独占禁止法上のフランチャイズ・ガイドラインについては、すでに取り上げた経済産業省の「フラ

ンチャイズ・チェーン報告書」および公正取引委員会の「コンビニエンスストア報告書」の調査結果をふまえて、それぞれ平成一四年に大改正が行われている。<sup>42)</sup>

これらの開示規制については平成一四年改正前および改正後についてもすでにさまざまな文献で紹介されているところであるが、本稿に関連する範囲で簡単に検討しておくこととしよう。

(2) 中小小売商業振興法における開示規制

まず、昭和四八年に公布・施行された中小小売商業振興法は、その一一条一項で特定連鎖化事業に関する情報開示について規定している。具体的には、加盟に際して徴収する加盟金、保証金その他の金銭に関する事項(一号)や契約の期間ならびに契約の更新および解除に関する事項(五号)などについて、契約締結前に書面を交付したうえで説明することが義務づけられている。同項六号には、一号から五号までに掲げられた項目以外にも「経済産業省令」で定められた事項についても開示規制の対象とされることとなっている。ただ、この省令にあたる「中小小売商業振興法施行規則」(昭和四八年九月二九日通商産業省令第百号)では、従来は同施行規則一〇条において、特定連鎖化事業を行うものの氏名・名称・住所等や事業の開始時期、加盟者から定期的に徴収する金銭に関する事項など、その数はわずか五項目ときわめて限られていた。平成一四年の改正では、同施行規則一〇条には、直近の三事業年度における加盟者の店舗の数の推移に関する事項(六号)や直近の五事業年度において、本部事業者が加盟者または加盟者であった者に対して提起した、あるいはそれらの者から提起された訴えの件数(七号)、競合店の出店に関する規定の有無とその内容(九号)、契約解除や競争禁止義務に関する規定の有無とその内容(一〇号)など、実に一七項目が規定された。<sup>44)</sup> それぞれ契約にとつて当事者が重視する事項であり、このような情報開示を義務

づけたことには、一定の評価が与えられるべきであろう。

しかしながら、中小小売商業振興法第一条にいう「特定連鎖化事業」<sup>465</sup>とは、フランチャイズ・チェーンを念頭においたものであるが、ホテル・レンタル事業等のサービス業種等は含まれないとされている<sup>466</sup>。しかも、特定連鎖化事業を行う者がこれらの事項を開示しない場合には主務大臣が勧告をなすことができ、その勧告にも従わないと認められる場合にはその旨を公表することができるのみで、罰則についてはまったく定めがないなど、規制としては弱いものとなっている。

中小小売商業振興法を中心とする開示規制については、立法担当者も「極めて未完成で萌芽的なものである」と述べるとともに、刑法上の詐欺の成立の解釈や民事上の争いにおけるフランチャイジーの立場の擁護への間接的影響が及ぼされることを期待したようである<sup>467</sup>。しかし、行政処分の可能性があるというだけでは実際の紛争解決に与える影響はさほど大きいとはいえず、同法施行規則の改正により大きな変化があることは望めないであろう<sup>468</sup>。

### （3）独占禁止法における開示規制

公正取引委員会は、「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方」（以下、「フランチャイズ・ガイドライン」という）の中で、フランチャイズ契約と独占禁止法（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律）との関係について検討している。昭和五八年に策定・公表されたフランチャイズ・ガイドライン（以下、「旧フランチャイズ・ガイドライン」という）<sup>469</sup>では、フランチャイズの加盟者は法律的には本部から独立した事業者であることから、本部と加盟者間の取引関係は独占禁止法の適用を受けることになる。そのうえで、フランチャイズの本部による加盟者募集にあたっては、加盟後の商品の供給条件、予想売上げ、予想収益に関する事項など、特に開

示が期待される事項が列挙されていた。また、仮に、加盟者の募集にあたり、その誘因の手段として、重要な事項について十分な開示を行わず、または虚偽もしくは誇大な開示を行ったときは、不正な取引方法による一般指定八項のさまざまな顧客誘因に該当するおそれがあるとされていた。

この「フランチャイズ・ガイドライン」についても、すでに述べたように平成一四年に大きな変更がなされた。まず、フランチャイズ・システムにおける加盟者募集に際しては、本部が加盟希望者に対して十分な情報を開示することが望ましいとはっきりと明示され（ガイドライン1(3)）、開示事項として経営不振になった場合の本部による経営支援の有無とその内容（ガイドライン2(2)⑥）、競合店出店に関する契約状況ならびに営業実施計画の有無とその内容などが、新たに加えられた。ただ、フランチャイズ契約をめぐる紛争の中心となっている売上予測に関する項目（予想売上げまたは予想収益）については、従来は積極的な開示が望まれる項目としてあげられていたが、平成一四年の改正で、仮に提示するのであれば「類似した環境にある既存店舗の実績等根拠ある事実、合理的な算定方法等に基づくことが必要であり、また、本部は、加盟希望者に、これらの根拠となる事実、算定方法等を示す必要がある」という形に改められた。これは、フランチャイズ契約のルールを世界的に統一しようという動きのある中で、諸外国の法制でも業績予想の開示は義務的に行わないのが通例であるとの指摘をふまえたものである。<sup>52)</sup>

以上のように、フランチャイズ契約に不正な取引方法にあたる場合には、独占禁止法による規制を受ける可能性がある。しかしながら、「フランチャイズ・ガイドライン」であげられた事項については、開示することが「望ましい」とされているだけで事業者が義務づけられているわけではなく、あくまで単なるガイドラインにとどまるものである。

また従来は、「フランチャイズ・ガイドライン」であげられた事項を開示しない場合には「不正な取引方法の一

般指定の第八項（ぎまんの顧客誘因）に該当するおそれがある」として、ただちに独占禁止法に違反することにはならないという取扱いがなされていた。<sup>54</sup>ただしこの点については、平成一四年改正において上記の事項について十分な開示を行わず、または虚偽もしくは誇大な開示を行った場合には、「不公正な取引方法の一般指定の第八項（ぎまんの顧客誘因）に該当する」という形に改められ、一段厳しい対応が可能となった。もつとも、仮に独占禁止法違反に問われるとしても、その違反が民事法上の契約関係には直接影響を与えるものではなく、かつ、その違反がただちに損害賠償に結びつくわけではないことにも留意しなければならない。<sup>55</sup>実際、裁判例では独占禁止法に基づく「ぎまんの顧客誘因」を理由として不法行為による損害賠償を求めた事例が五件存在する。しかし、いずれも本部側が加盟店側に対して売上予測等を、実際のものよりも著しく優良または有利であると誤認させ、自己と取り引きするように不当に誘引したとはいえないとして独占禁止法違反を否定している（なおこの点については、次回に連載する第二節を参照）。

（4）日本フランチャイズチェーン協会の自主規制における開示規制

日本フランチャイズチェーン協会では、フランチャイズをめぐってさまざまな紛争が生じてきたことから、通産省の指導のもと、国際フランチャイズ協会の倫理綱領にならって、昭和四七年に「社団法人日本フランチャイズチェーン協会倫理綱領」を制定した。<sup>57</sup>その二項前段では、フランチャイザーが、フランチャイジーの募集にあたって提供する情報について具体的に列挙されているが、ここで注目に値するのは、フランチャイジーの収益予想があげられている点である。さらに従来は、倫理綱領をより具体化したものとして「フランチャイズ契約の指針」が定められ、そこでは「フランチャイズ契約の締結にあたってフランチャイザーがフランチャイジーとなる者に開示す

べき事項」があげられていた。<sup>58)</sup>

その後、平成九年に新たな自主開示基準が定められたが、平成一四年の中小小売商業振興法施行規則とフランチャイズ・ガイドラインの改正を受けて、この自主開示基準も大幅に変更されている。<sup>59)</sup>

もつとも、これらはいくまで業界団体としての自主規制にとどまるものであり、違反したとしてもそれを理由として直接契約の効力が左右されるわけではない。

(5) さまざまな開示規制の効果と民事法による解決の必要性

以上のように、フランチャイズ契約の締結にあたってはさまざまな規制がなされている。さらに、近時のフランチャイズ契約をめぐる紛争の増加を受け、開示規制を厳しくする方向での改正もなされている。また、コンビニエンスストアなどの小売業にとどまらず、サービス業のフランチャイズについても情報開示の促進が検討されるなど、業種を超えて開示を積極的に行っていくこうとする動きもみられる。<sup>60)</sup>

しかしながら、それらの開示規制はあくまで行政的取締法規や業界団体の自主規制であり、フランチャイザーの情報提供が不十分であるためにフランチャイジーが損害を被った場合の私法上の救済に実効性を有するとはいえない。それゆえ、現実起こっている紛争を解決し、フランチャイジーが私法上の救済を得るためには、民法上の諸法理によらざるをえないことになる。したがって、フランチャイズ契約における民法上の諸法理による解決の必要性を検討する必要性が生じてくるのである。

## 五 フランチャイズ契約と詐欺的商法

（a）フランチャイズとマルチ商法・ネズミ講

本稿の目的とは直接関係はないが、フランチャイズにおいては、しばしばそのシステムを悪用した詐欺的な被害がみられることにも留意する必要がある。<sup>61)</sup> フランチャイズ・システムは、フランチャイザーとフランチャイジーという二つの階層が連鎖するチェーンシステムをとっている点で、一見すると、いわゆるマルチ商法やネズミ講と共通する点があることが指摘されている。<sup>62)</sup> もちろん、マルチ商法やネズミ講では構成員の無限的拡大が想定されているのに対し、フランチャイズ・システムではそのような想定はまったくなされていらないなど、根本的な仕組み自体に大きな相違がある。<sup>63)</sup> しかしながら、外見の共通点を悪用して、ネズミ講あるいはマルチ商法まがいの詐欺的商法を行う手段として、フランチャイズ・システムという形態を利用するものも少なからず存在する。

ここでは、マルチ商法まがいの商法で紛争が多発して社会問題化し、裁判例においても詐欺的なフランチャイズであるとされた二つの事件——「ピロピタン商法」と「学習塾商法」——について簡単に紹介しておくこととしよう。

（b）「ピロピタン商法」

「『ピロピタン商法』追及 過酷契約で一五億円」——昭和四七年夏、参議院決算委員会で、あるフランチャイズ商法がとりあげられたことを報じる新聞の見出しである。<sup>64)</sup> 昭和四〇年代半ばから後半にかけてフランチャイズを悪用した事件が多発した。<sup>65)</sup> ここにいう「ピロピタン商法」もそのひとつであり、フランチャイズ形式により乳酸菌飲

料「ピロピタン」を販売するというもので、不況に強い新しい商法であるとして喧伝されたが、不当な契約であるとして全国各地で問題化した。同じ新聞報道によれば、当時結成されていた「全国ピロピタン被害者同盟」の調べによると、関西を中心に、六二〇件余、約一五億円にのぼる「実害」が明らかとなったとのことである。

昭和四一年から製造が開始された乳酸菌飲料「ピロピタン」は、次のような組織で販売されることになっていった。まず、製造会社の製造した原液をポトリング工場で薄めてびん詰めにし、これを販売する営業所へ配送し、さらにその下にある専売店が各家庭に配達する。ポトリング工場は人口一〇〇万人単位に一ヶ所、営業所は人口六万人または三万人単位に一ヶ所、専売店は人口五千人単位に一ヶ所設けられるが、これらはいずれもフランチャイズシステムによる経営形態をとるものとされていた。<sup>66)</sup>そして、この加盟店を募集するために事業説明会なるものが開催されるが、そこでは少ない資金で大きな利益が得られることだけが強調され、結果として、参加者は、事業者側の誇大宣伝と巧みな誘導で仮契約を締結させられ、手付金を支払わされる。ところが、実際には契約時の説明と異なり多額の費用が必要となること、また本社の指導等はまったくなされないため、事業の継続はきわめて困難である。そのうえ、品質管理が悪く味が落ちることからピロピタンの売れ行きは悪く、結局のところ大部分の営業所は赤字経営を余儀なくされ、二年以内で廃業することになる。

このピロピタン商法については、公刊された裁判集には二つの判決が掲載されているが、いずれも虚偽の勧誘行為を組織的に行ったことを理由として、加盟店側の本部に対する不法行為に基づく損害賠償請求が認められた。<sup>67)</sup>

#### (c) 「学習塾商法」

学習塾であっても、時に詐欺的な商法に悪用されることがある。新聞報道によれば、ある学習塾フランチャイズ



をめぐり平成五年八月の段階で約五〇件の損害賠償請求訴訟が提起されているが、それにとどまらず、大阪、京都、滋賀では、フランチャイザーたる本部の役員、従業員らが詐欺罪で刑事告訴されたという。<sup>68)</sup>

まず最初は、本部の従業員による電話勧誘、あるいは新聞広告等をみた加盟希望者からの電話での問い合わせがあったのちに、本部従業員が加盟希望者の自宅を訪問する。その際には、次のような形で定型的な勧誘がなされることが多い。①生徒募集は、本部がノウハウにより責任をもって行う。②講師については、本部が研修のうえ責任をもって派遣する。③加盟者は、場所を提供し、開設費のみ支払えば、あとは簡単な事務をするだけでよい。④最低でも月に一〇万円〜二〇万円の利益がある。ところが、このような勧誘の結果として契約を締結すると、説明とまったく違う事態が生じることになる。生徒募集については、本部が折込広告やチラシの配布を一回ないし数回行い説明会を開催するが、それ以上具体的な募集活動はなされない。仮に生徒を集めて開校しても、本部から派遣される講師は、ほとんどが社員ないしアルバイト学生で、まったく本部の研修を受けていないうえに、遅刻や無断欠勤も頻繁で授業態度も悪いため、生徒の保護者からの苦情が絶えない。そのうえ、すぐ近くに競合する同じチェーンの塾が開設されることも多いが、本部に苦情を述べても相手にしてもらえない。それでも知人などに頼んだこともあって経営を続けるが、生徒が減っていくため、ほとんどの者が長くても三年で閉校することになる。

この事件をめぐっては三件の裁判例が公刊されているが、うち二件については勧誘の際に、虚偽の事実を前提として勧誘したことを理由に、本部に対して不法行為責任による損害賠償が認められている。<sup>69)</sup> 残る一件についてはたまたま教員資格のある講師が派遣されたこともあって不法行為責任は否定されたが、保護義務違反（情報提供義務違反）を理由に本部側から加盟店側になされた貸金請求は認められなかった。<sup>70)</sup>

なお、近時においても、このような学習塾フランチャイズをめぐるとラブルが発生している。<sup>71)</sup>

(d) 詐欺的なフランチャイズ契約からの消費者保護

(b) および (c) であげたもの以外にも、乳酸菌飲料などの販売をするフランチャイズを装って詐欺的な勧誘行為をした事例も存在する。また、「全国便利屋連合会」なる全国的なフランチャイズ・チェーンを展開すると称して権利金を集めたものの、フランチャイズとしての実態をまったく有していなかったものが、ネズミ講と大差ないものであり公序良俗に反し不法行為となるとされた裁判例も存在する。<sup>72)</sup>さらに、経営コンサルティング業務に関するフランチャイズ契約の勧誘行為が、実際に提供する役務の実態とかけ離れたものを内容としており、加盟店からチェーン本部の会社、取締役および担当者に対する不法行為による損害賠償請求を認めたものも存在する。<sup>73)</sup>

これらの他に、詐欺的なフランチャイズであるとされた事例においては、フランチャイズ店を経営することで収益を得るといふ加盟者の契約目的を実現するための前提であるフランチャイズシステム自体がその機能を果たしていないことをうかがわせる事情を本部が伝えなかつた、あるいはそれを隠蔽するために虚偽の情報を提供していることが問題となっている。すなわち、フランチャイズシステム自体の問題性について正確に理解することを本部によって意図的に妨げられている場合に、本部は情報提供に関する責任を負うことになるといえよう。

また、本部の保護義務違反が問題となっている事例において、その内容を具体的にみてみると、同様にフランチャイズシステム自体がもつ問題性にかかわる事情について意図的に説明しなかつたり、あるいは虚偽の説明をなしたことが問題となっている。ここでは、同じ保護義務といっても、第二節で検討する売上予測・収益予測等に関する情報提供をめぐる裁判例で問題となる保護義務とは、内容を異にしていることに注意する必要がある。

## 六 本章の検討対象

（1）フランチャイズ契約締結の際の情報提供をめぐる諸見解

以上で述べてきたように、フランチャイズ契約については情報開示規制を含めてさまざまな問題が存在するが、フランチャイズ契約における情報提供をめぐる問題に関しては、従来から多くの論者によつて論じられてきている。<sup>(74)</sup> 以下においては、これらの諸見解を簡単に整理しておくこととしよう。

フランチャイズにつき日本に初めて本格的に紹介したのは、ハリー・カーシュの『フランチャイズ・チェーン』（原題は『フランチャイズ・ブーム』）である。<sup>(75)</sup> 同書では、基本的にはフランチャイズで成功を収める方法について論ずるこの本では、詐欺的なフランチャイズの例をあげつつ、フランチャイズ契約の締結に際して、もっぱらフランチャイジーに対して、フランチャイズ契約に関する知識をもち、投資する前に調査を行うよう呼びかけている。<sup>(76)</sup> 昭和四〇年代後半には、フランチャイズシステムの急速な発展に伴いさまざまな著作が発表されたが、その中で、土井輝生教授の著した『フランチャイズ・システム』は、フランチャイズ契約に関する法的規制の必要性につき初めて本格的に紹介したものととして注目に値しよう。<sup>(78)</sup> 土井教授は、同書において、アメリカのフランチャイズに関する情報開示規制について証券法を用いた規制の現状と、アメリカにおける最初のフランチャイズ規制法であるカリフォルニア州フランチャイズ投資法を紹介する。<sup>(79)</sup> またさらに進んで、フランチャイズシステムを日本に導入するにあたり、フランチャイズ契約の内容等にとどまらず、それを規制する法制の動向をアメリカから学ぶべきであると強調している。<sup>(80)</sup>

その後も、フランチャイズ契約についてはさまざまな論稿が発表されているが、とりわけフランチャイズ契約を

めぐる裁判例の分析については、実務の現場での蓄積をふまえて二人の弁護士が精力的な発表を続けている。

まずあげなければならないのは、昭和四〇年代後半から現在にかけて発表されている川越憲治弁護士の一連の論稿である。川越弁護士は、フランチャイズ契約の締結をめぐる私法上の解決方法に関して、早い段階から契約締結上の過失の理論を用いる可能性について言及している。<sup>81)</sup>さらに、『フランチャイズ・システムの判例分析』においては、フランチャイズをめぐる三七件に及ぶ裁判例（その後の新版では、裁判例の数は五一件に増加）につき、個別事例ごとに分析を加えている。<sup>82)</sup>また別の論稿で、開示規制についても、アメリカの連邦取引委員会による規制について紹介しつつ、わが国の中小小売商業振興法における規制と比較検討を加えている。<sup>83)</sup>さらに近時には、フランチャイズ契約全体にわたって詳細な検討を加えた『フランチャイズシステムの法理論』が上梓されており、同書では売上予測に関する裁判例の分析も行われている。<sup>84)</sup>

このほかに、わが国の開示規制、およびフランチャイジー保護のための私法上の法理を探求するものとして、もう一つ金井高志弁護士の一連の論稿を忘れてはならないであろう。<sup>85)</sup>とりわけ後者については、フランチャイザーに契約準備段階における信義則に基づく情報開示義務を課し、それに違反した場合には契約締結上の過失による責任を負わせるものとしている。

もともとこれらの一連の論稿は、後述するようにフランチャイズ契約の開示規制をめぐる裁判例で主流となつていく契約締結上の過失理論による解決を志向するものである。しかしながら、本稿ではすでに述べたように「契約締結上の過失」概念自体を否定する立場をとるため（この点については、本連載第一回・法政論集一八五号七六頁および本連載第六回・法政論集一九七号二三八頁を参照）、このような考え方以外の新たな解決方法を思考する点で、これらの論稿の立場とは大きく異なっている。

さらに、フランチャイズ契約を総合的に研究するものとして、近時現れたのが小塚論稿である。<sup>86)</sup> この中で小塚一郎助教授は、まず、フランチャイズ契約の締結過程における開示規制の問題について、日本の中小小売商業振興法ならびにアメリカにおける証券諸法の適用の有無に関する学説ないし判例の状況、カリフォルニア州フランチャイズ投資法、連邦取引委員会規則、フランスのドウバン法を紹介し、その内容を検討している。それとともに、日本の裁判例についても検討を加え、売上予測等につき情報提供義務違反の有無が問題となったいくつかの事案から一定の基準を提示しようと試みている。小塚助教授は、信義則上の情報提供義務違反の有無を判断する基準として、次の三点を指摘する。<sup>87)</sup>

①フランチャイザーにある程度の「セールストーク」が許容されるが、この点ではフランチャイジーの事業経験の有無は考慮されない。

②予測の方法が満たすべき水準は個々の事案によって定まるので、正確な予測であるかのごとく表示したというような特段の事情がない限り、精密でない予測をしたこと自体は責任の根拠とならない。

③フランチャイザーの用いた予測方法に人為的な操作が加えられていたことが判明すると、フランチャイザーの責任が肯定される。

しかし、①については、仮に「セールストーク」が許されるとしても、どの程度までが「セールストーク」として許容されるのか、その範囲と程度を吟味する必要がある。また②③については、第二節で検討するように、裁判例では、予測の内容や予測方法のみで情報提供義務違反が認定されているわけではない点には、留意する必要がある。

このほか、フランス法やドイツ法など外国法の検討を通してわが国のフランチャイズ契約に関する情報提供義務

をめぐる議論に示唆を得ようとするもの、また川越弁護士や金井弁護士と同様に、裁判例の総合的な分析を通して小売業とサービス業とで重視される情報の違いに注目して情報提供義務の内容を探ろうとするものもある。<sup>88)</sup>

## (2) 本章における検討の方法

以上みてきたように、フランチャイズ契約締結の際の情報提供をめぐりさまざまな議論がなされてきた。当初の見解では、フランチャイズシステム自体が日本に定着していなかったことから、フランチャイズの発展したアメリカの状況を紹介することに主眼がおかれていたが、フランチャイズが普及し始めるとともに、詐欺的なフランチャイズの出現という事態を迎えて、その規制の必要性を強調し、フランチャイジー側の注意を促すものが多くなった。

これに対して、近時の議論には、経済が停滞し、売上げが低迷するフランチャイジーとフランチャイザーとの紛争が続発する中で、契約締結の際のフランチャイザーによる情報提供に関して日本法よりも厳格な規定を有するアメリカ、フランスあるいはドイツの法制度を紹介し立法的解決を促すものと、裁判例の分析などを通して現実の紛争の解決を図ろうとするものと二つの方向性があるといえる。もつとも、本部から加盟店に対する情報提供義務の具体的な内容については、必ずしも十分な抽出がなされているとはいえない。

本稿においては、すでに公刊されている裁判例を手がかりとして、フランチャイズ契約における契約締結前ないし契約締結時の情報提供をめぐる問題状況を把握したうえで、そこで生じている紛争の実態を明らかにしたうえで、その紛争で問題となっている情報提供義務の内容を具体的に明らかにすることで、フランチャイズ契約における紛争解決の方向性を示すことを目的とする。

筆者が探しえた限り、フランチャイズ契約における契約締結前あるいは契約締結時（場合によっては契約締結

後）の情報提供が問題とされた裁判例は、三五件存在する。これらの裁判例の中で、すでに四で検討した詐欺的なフランチャイズであるとされたものを除き、売上予測や収益予測等が問題となっている裁判例は二八件存在する。そこで、以下においては、まず、第二節で売上予測・収益予測に関するフランチャイズをめぐる事案を中心に、裁判例の分析を試みる。そして、第三節では、第二節における裁判例の分析を通して得られた結果をもとに、情報提供義務の具体的な根拠および内容を探ることにする。

注

- (1) 「コンビニ紛争 司法の判断を」日本経済新聞平成一〇年六月一七日夕刊三面。
- (2) 行澤一人「継続的取引関係の終了に関する法的考察（二三）」神戸法学雑誌四一卷三号（平成三年）八一〇頁。
- (3) フランチャイズ契約と消費者契約との類似性については、第一章第二節二（本連載第一回・法政論集一八五号八一頁および八五頁の注<sup>18)</sup>）を参照。なお、消費者契約法の立法過程においてもフランチャイズ契約をめぐる問題状況が検討されたことについては、第二章第二節三（3）（本連載第二回・法政論集一八七号一八〇頁および二〇二頁の注<sup>20)</sup>）を参照。
- (4) 経済産業省「フランチャイズ・チェーン事業経営実態調査報告書」（平成一四年一〇月）五六頁。この調査は平成一四年八月に、フランチャイザーたる一〇七一の本部事業者とフランチャイジーたる二〇三五の加盟店事業者を対象として行われたもので、それぞれ有効回答数が二四三（回答率二二・七パーセント）、三七四（有効回答率一八・四パーセント）となっている。加盟店事業者側の回答数が低いことは、本稿でも取り上げる本部―加盟店間の格差を象徴しているようで興味深い。なお、本調査については、経済産業省のホームページで閲覧できる（アドレスは、<http://www.meti.go.jp/REPORT/whitepaper/index.html>〔平成一六年三月一九日現在〕）。

- (5) 朝日新聞平成一四年一月二日朝刊二五面。
- (6) 前掲注(4)「フランチャイズ・チェーン報告書」四〇頁。
- (7) 名古屋地判平成一三年六月二八日判時一七九一号一〇一頁(引用は、一一一頁)。
- (8) 以上の訴訟件数については、日本フランチャイズチェーン協会のホームページ「ザ・フランチャイズ」で公表されている情報開示書を参照(アドレスは、<http://mija.fc.or.jp/>〔平成一五年三月一九日現在〕)。ちなみに、この対照的な二つのコンビニエンスストアチェーンの姿勢は、それらをめぐる紛争について報じた書籍あるいは雑誌について提起された訴訟の結果についても明暗を分けている。本文で最初にあげたコンビニエンスストアチェーンについては、元加盟店主が出版した書籍の出版・販売等の禁止を本部が求めた仮処分申立てが却下された。三三八頁に述べる店内掲示物をめぐる争いの一環で提起されたものであり、その書籍では、本部と加盟店の関係を「奴隷契約」とするなど過激な表現もなされている。決定では、これらの記述について、一部真実に反するところはあるものの、正当な目的のために行われ、また内容も公正なものと認められるなどとされている。また、「債権者(本部——筆者注)のコンビニ・フランチャイズ契約をめぐっては複数の店主から民事訴訟が提起され、本件事件はマスコミでも取り上げられてきた」として、当該書籍の出版が公共の利害に関するものとも判示されている(京都地決平成一三年二月一五日判時一一五三九九頁)。これに対して、後者のコンビニエンスストア最大手の本部と加盟店の関係について「残酷物語」と批判した雑誌記事について、本部側が出版社と編集者に対して名誉毀損による不法行為に基づく損害賠償を請求した事例では、逆にその請求が認められている。そこでは、殊更に虚偽の事実を摘示したものとまではいえないものの、真実とはいえない事実を前提として本部側の社会的信用を毀損したことが理由としてあげられている(東京地判平成一二年五月三一日判時一七三三三五〇頁)。
- (9) この事件を加盟店主の側から述べたものとして、近藤忠孝「小山潤一『現代コンビニ商法』(かがわ出版、平成一二年)四九頁以下。



- (10) 名古屋地判平成一三年六月二八日判時一七九一号一〇一頁・判タ一一二二号一七九頁。
- (11) 名古屋高判平成一四年五月二三日判タ一一二二号一七〇頁。
- (12) 朝日新聞平成一五年九月一七日朝刊三八面。
- (13) 毎日新聞平成一〇年四月一六日朝刊一〇面。
- (14) 「特集・フランチャイズの地獄」週刊ダイヤモンド平成一〇年六月二〇日号二四頁以下。
- (15) 日本フランチャイズチェーン協会編『フランチャイズ・ハンドブック』（商業界、平成一五年）三四七頁（以下、「フランチャイズ・ハンドブック」として引用）。なお、フランチャイズをめぐるさまざまな定義が試みられているが、本稿ではとりあえず本文で述べた定義に従うこととし、これ以上は立ち入らない。この点について詳しく論じたものとして、川越憲治「フランチャイズの定義（上）」NBL三〇〇号（昭和五九年）七二頁、同『フランチャイズシステムの法理論』（商事法務研究会、平成一三年）三頁以下を参照。
- (16) 以上の記述については、前掲注(15)『フランチャイズ・ハンドブック』一〇頁以下（引用は、一三頁）。なお、アメリカにおけるフランチャイズチェーンの発展については、小塚莊二郎「フランチャイズ契約論（二）」法学協会雑誌一一二巻九号（平成七年）五頁以下、川越・前掲注(15)『フランチャイズシステムの法理論』三九頁以下も参照。
- (17) 以上の記述については、前掲注(15)『フランチャイズ・ハンドブック』一五頁以下。また、川越・前掲注(15)『フランチャイズシステムの法理論』五二頁以下も参照。なお、「フランチャイズ・チェーン報告書」でフランチャイズ事業の開始時期を調査したところ、一九六〇年代に創業したフランチャイズ・チェーンは全体の約五パーセントであり、一九七〇年代に創業した者が一八・九パーセントである。ちなみに全業種の平均をとると、一九八八年である（前掲注(4)「フランチャイズ・チェーン報告書」九頁）。
- (18) 「二〇〇二年度フランチャイズチェーン統計調査」フランチャイズエイジ三三三巻一号（平成一六年）二四頁。詳細な数値を述

べると、平成一四年度におけるフランチャイズチェーンの総店舗数は二万七千六百七十七店、総売上高は一兆七千四百八十八億二千四百円であり、そのうちコンビニエンスストアの店舗数は四万六千四百四十四店、売上高は七兆一億九千六百〇〇万円にのぼる。この調査は、日本国内にある一九〇〇チェーンにのぼるフランチャイズチェーン本部を対象として年一回実施されているもので、回答のあったフランチャイズチェーンは一〇六千五百五十二チェーンである。

(19) 前掲注(18)「二〇〇二年度フランチャイズチェーン統計調査」二四頁。

(20) 「わたしたちの一五年」⑧ コンビニの増殖」朝日新聞平成二二年二月二十七日朝刊九面。

(21) 具体的には、上位一五社で、コンビニエンスストア全店舗数の八九・九パーセント、そして全売上高の九一・八パーセントを占める。

(22) 「〇四年版コンビニ統計&四一社チェーン本部名鑑」コンビニ二二〇〇四年一月号二九頁以下。なお、本文中に述べた出店数および閉店数は、四〇―五四頁に大手一五社の各社ごとに掲げられている数値を、筆者が合算したものである。

(23) 公正取引委員会事務総局「コンビニエンスストアにおける本部と加盟店の取引に関する調査報告書」(平成一三年一〇月)五頁。この調査は平成一四年八月に、コンビニエンスストア・チェーン売上高上位一五チェーンのうちフランチャイズ・システムを採用していない大手一四チェーン(この一四チェーンだけで、わが国におけるコンビニエンスストアの売上げの約九二パーセントを占めている)の本部を対象としたヒアリングと、これら一四チェーンの加盟店三〇〇〇店を対象としたアンケートの結果を示したものである。後者の加盟店に対するアンケート調査については、有効回答数が六五〇(回答率二二・七パーセント)であり、先に注(4)でとりあげた「フランチャイズ・チェーン報告書」と同様、加盟店事業者側の回答数が低くなっている点には留意する必要がある。なお、本調査については、公正取引委員会のホームページで閲覧できる(アドレスは、[http://www.jftc.go.jp/pressrelease/01\\_october/01103102.pdf](http://www.jftc.go.jp/pressrelease/01_october/01103102.pdf) [平成一六年三月一九日現在])。

(24) 前掲注(23)「コンビニエンスストア報告書」五頁。

- (25) 前掲注<sup>(23)</sup>「コンビニエンスストア報告書」五頁。
- (26) 前掲注<sup>(4)</sup>「フランチャイズ・チェーン報告書」二二頁。
- (27) 前掲注<sup>(4)</sup>「フランチャイズ・チェーン報告書」一五頁。なお、具体的な数値は以下の通りである。全体としては、「自社のホームページでの募集」(五五・三パーセント)、「新聞や雑誌等での募集広告」(四八・三パーセント)、「店舗開発担当者により勧誘」(四三・五パーセント)である。が上位を占める。ただ、コンビニエンスストアが属する小売業のフランチャイズに限ってみれば、「店舗開発担当者により勧誘」が五五・三パーセント、二位は「加盟店からの紹介」が五一・九パーセントであり、「新聞や雑誌等での募集広告」が四四・四パーセント、「自社のホームページで募集」が四三・二パーセント」の順で続いている。
- (28) 前掲注<sup>(4)</sup>「フランチャイズ・チェーン報告書」五四頁。具体的には、「従来事業に加え新規事業の開拓のため」が二九・〇パーセント、「従来事業からの業種転換のため」が八・八パーセントであるのに対して、「創業・起業のため」が四八・一パーセントである。
- (29) 公正取引委員会事務局取引部取引課「フランチャイズ・システムに関する調査結果」公正取引三九六号(昭和五八年)二二五頁以下。
- (30) 前掲注<sup>(23)</sup>「コンビニエンスストア報告書」一一―一二頁。具体的には、「本部の信用力・知名度」が五五・一パーセント、「本部による経営指導・支援の内容」が二二・六パーセント、そして「売上予測・経費予測」が一七・一パーセントとなっている。
- (31) 前掲注<sup>(23)</sup>「コンビニエンスストア報告書」一二頁。具体的には、「売上・経費予測の根拠」が五二・五パーセント、「オープン・アカウント制の仕組み」が三七・七パーセント、「経営支援の内容」が三六・五パーセント、「ロイヤリティの算定方法」が三三・二パーセント、そして「解約条項」が二八・二パーセントと続いている。
- (32) 前掲注<sup>(4)</sup>「フランチャイズ・チェーン報告書」一六頁。具体的には、売上・収益予測を加盟候補者に事前に伝えているものが八二・五パーセント、伝えていないものが一五・〇パーセントである。

- (33) 前掲注(4) 「フランチャイズ・チェーン報告書」一七頁。
- (34) 前掲注(4) 「フランチャイズ・チェーン報告書」一七頁。
- (35) 前掲注(4) 「フランチャイズ・チェーン報告書」六七頁。
- (36) 前掲注<sup>(23)</sup> 「コンビニエンスストア報告書」一三頁。
- (37) この点については、前掲注<sup>(23)</sup> 「コンビニエンスストア報告書」三三頁以下を参照。
- (38) 前掲注<sup>(23)</sup> 「コンビニエンスストア報告書」一二頁。
- (39) 名古屋地判平成一三年五月一八日判時一七七四号一〇八頁。
- (40) 総合規制改革会議「規制改革の推進に関する第一次答申」(平成一三年二月二一日)九三頁以下。なお、この答申については、内閣府のホームページで閲覧できる(アドレスは <http://www8.cao.go.jp/kisei/siy011211/> [平成一六年三月一九日現在])。
- (41) 「規制改革推進三か年計画(改定)」(平成一四年三月二九日閣議決定)七一頁以下。なお、この答申については、内閣府のホームページで閲覧できる(アドレスは <http://www8.cao.go.jp/kisei/siy020329/> [平成一六年三月一九日現在])。
- (42) これらの改正の経緯については、小塚莊二郎「フランチャイズ・システムに関する法制度の整備——中小小売商業法施行規則と公正取引委員会ガイドラインの改正」NB L七四二号(平成一四年)四八頁以下を参照。
- (43) 開示規制については、すでに金井高志「フランチャイズ契約締結段階における情報開示義務——独占禁止法、中小小売商業振興法及び『契約締結上の過失』を中心として」判例タイムズ八五二号(平成六年)四一頁以下で、詳細な検討がなされているため、以下においては、本稿に係る範囲で簡単に紹介するにとどめる。
- (44) 中小小売商業振興法施行規則の改正と、次の(3)で述べる独占禁止法上の「フランチャイズ・ガイドライン」の改訂については、小塚莊一郎「フランチャイズ・システムに関する法制度の整備——中小小売商業法施行規則と公正取引委員会ガイドラインの改正」NB L七四二号(平成一四年)四八頁を参照。

- (45) 中小小売商業振興法「一条は、特定連鎖化事業を、「連鎖化事業であつて、当該連鎖化事業に係る約款に、加盟者に特定の商標、商号その他の表示を使用させる旨及び加盟者から加盟に際し加盟金、補償金その他の金銭を徴収する旨の定めがあるもの」と定義する。
- (46) 佐藤英一「中業小売店の近代化をめざして——中小小売商業振興法のねらい——」時の法令八五二号（昭和四九年）八頁以下。
- (47) 立法者の見解については、佐藤英一「中小小売商業振興法とフランチャイズ・システム」NBL五四号（昭和四八年）一五頁以下、同・前掲注<sup>(46)</sup>九頁参照。
- (48) 金井・前掲注<sup>(43)</sup>四三頁参照。
- (49) 公正取引三九六号（昭和五八年）一六頁以下、自由と正義四五卷四号（平成六年）九五頁以下。その解説として、公正取引委員会事務局取引部取引課「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方」公正取引三九六号（昭和五八年）一四頁以下、和泉沢衛「フランチャイズ・システムと独占禁止法」NBL（昭和五八年）一一頁以下、徳力徹也「独占禁止法ガイドライン事例解説」一 不公正な取引方法に関するガイドライン」判例タイムズ九二〇号（平成八年）四八頁以下。
- (50) ここであげた事項については、「加盟後の実績と完全に一致する必要はないが、類似した環境にある既存店舗の実績等根拠ある事実に基づいたものである必要がある」とされている。
- (51) 改訂内容の詳細については、向井康二・玉木史「『フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について』の改訂について」公正取引六二〇号（平成一四年）四四頁。
- (52) 小塚莊一郎「ユニドロワによる『フランチャイズ契約ガイド』の刊行」NBL六七四号（平成一二年）二六頁、同「フランチャイズ契約に関するユニドロワのモデル法草案（上）（中）（下）」NBL七〇八号六頁、七一〇号三〇頁、七一二号（以上、平成一三年）六六頁、同「ユニドロワのフランチャイズ開示義務モデル法（上）（下）」国際商事法務三〇巻九号一一八九頁、三〇巻

一〇号（以上、平成一四年）一三六七頁。

(53) 小塚莊一郎「フランチャイズ契約論（四）」法学協会雑誌一一四卷九号（平成九年）一一四頁、同・前掲注<sup>(42)</sup>五三頁。

(54) 金井・前掲<sup>(43)</sup>四一頁参照。

(55) 行政的取締法規違反の効力に関しては、加藤雅信「行政的取締法規違反の私法的効力」『現代民法学の展開』（有斐閣、平成五年）一六七頁を参照（初出は、『独禁法審決・判例百選（別冊ジュリスト八一号）』（有斐閣、昭和五九年）二〇一頁）。

(56) 国際フランチャイズ協会（IFA）は、一九六〇年（昭和三五年）にアメリカで設立されたフランチャイズの業者団体であり、同年、倫理綱領を制定した。なお、この倫理綱領は、一九七一年（昭和四六年）および一九七八年（昭和五三年）と二度にわたって改正されている。IFAの歴史については、ハリリー・カーシュ（現代経営研究会訳・川崎進一監修）『フランチャイズ・ビジネス——一九七〇年代の経営戦略』（商業界、昭和四五年）二三五頁以下を参照。また、IFA倫理綱領については、前掲注<sup>(15)</sup>『フランチャイズ・ハンドブック』二四六頁以下参照。

(57) 倫理綱領の全文および解説については、日本フランチャイズチェーン協会・前掲注<sup>(15)</sup>『フランチャイズ・ハンドブック』一九六頁以下参照。なお、土井輝生「フランチャイズ『倫理綱領』——策定の経緯とアメリカとの比較」NBL三〇号（昭和四七年）三一頁参照。

(58) フランチャイズ契約の指針については、前掲注<sup>(15)</sup>『フランチャイズ・ハンドブック』三四頁以下参照。ただし、予想収益は開示事項とされていない。そのほか、「フランチャイジー募集の広告に関する指針」や「フランチャイジー募集担当者に関する指針」においても、情報開示に関するガイドラインが定められている（同書七〇頁、七一頁）。予想収益に関してのみ言及しておく、前者においては、予想収益は根拠のある事実にもとづいたものでなければならぬとされ、後者においては、担当者は予想売上等を保証したと誤解されるような言動をしてはならないとされている。

(59) 日本フランチャイズチェーン協会の「フランチャイジー希望者への情報開示と説明等に関する自主基準」の全文について

- は、前掲注<sup>(15)</sup>『フランチャイズ・ハンドブック』一九七頁以下を参照。
- (60) 経済産業省サービス・フランチャイズ研究会「サービス業フランチャイズの環境整備の在り方について」（平成一五年七月）。なお、この報告書については、経済産業省のホームページで閲覧できる（アドレスは、<http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/index.html>）〔平成一六年三月一九日現在〕。
- (61) 中小小売商業振興法制定以前のものであるが、詐欺的なフランチャイズが多くみられることを指摘するものとして、小柳泰治「フランチャイズ・システムをめぐる犯罪の諸問題」自由と正義二四巻四号（昭和四八年）一一頁以下参照。
- (62) フランチャイズとマルチ商法・ネズミ講の異同について論じるものとして、小島将利「マルチ商法とフランチャイズシステムの異同と問題点（上）（下）」NBL九〇号一八頁、九二号（以上、昭和五〇年）二四頁、および長尾治助『消費者保護法の理論』（信山社、平成四年）一六一頁以下（初出は、同「連鎖取引と消費者保護（上）（下）」NBL四〇六号六頁、四〇八号〔以上、昭和六三年〕二八頁）を参照。
- (63) 長尾・前掲注<sup>(62)</sup>一六三頁。
- (64) 読売新聞昭和四七年八月一〇日朝刊一四面。なお、フランチャイザーたる本社側の反論として、朝日新聞昭和四七年八月一三日朝刊一八頁参照。
- (65) 昭和四七年八月には、フランチャイズを悪用し保証金を騙し取ったとして四社が詐欺容疑で摘発されている（毎日新聞昭和四七年八月二一日夕刊八面）。
- (66) 大阪地判昭和五三年二月二三日判タ三六三号二四八頁、大阪地判昭和五三年五月二九日判時九二〇号一七九頁。なお、ここでいうフランチャイズシステムとは、本社側の説明によれば、次のようなものである。「特色ある商品（ピロピタン）のサービス販売テクニク（販売所を母胎にしたスーパー結成の方法など）を開発した企業が、フランチャイザー（親会社）となり、フランチャイジー（加盟店）に対して一定地域での独占企業権（ライセンス）を与える旨の、加盟店契約を結ぶシステムであり、加

- 盟店はこの契約によつて一定地域内での独占営業権を取得するが、その営業にあつてはフランチャイズ・チェーンとしての同一性を守るために指定の条件があり、その範囲内で営業しなければならぬ。しかし経営はあくまで加盟店が行うものであり、契約条件の範囲内で経営の手腕を発揮できる余地がある」(前掲・大阪地判昭和五三年二月二三日二五一頁)。
- (67) そのほか、不正競争防止法違反の有無が問題となった裁判例として大阪地判昭和四八年一月三十一日判タ三〇二号三〇七頁がある。
- (68) 朝日新聞平成五年八月四日朝刊二七面。
- (69) 福岡地判平成六年二月一八日判時一五二五号一二八頁・判タ八七七号二五〇頁、水戸地判平成七年二月二一日判タ八七六号二一七頁。
- (70) 京都地判平成五年三月三〇日判時一四八四号八二頁。
- (71) 東京地判平成一三年九月一三日(ワ)二九一二九号・判例MASTERII二〇〇三年後期版(新日本法規出版、平成一五年)判例番号二〇〇一〇九一三〇〇二。この事件は、加盟店側が学習塾チェーン本部側の違法な勧誘行為や契約締結後の指導助言義務違反などの債務不履行に基づく損害賠償を求めたが、いずれも否定されている。
- (72) 東京地判平成二年一月一七日判時一三九九号九一頁。
- (73) 東京地判平成一三年九月一三日(ワ)二九一二九号・判例MASTERII二〇〇三年後期版(新日本法規出版、平成一五年)判例番号二〇〇〇六三〇〇〇七。なお、この事件の詳細については、消費者法ニュース四七号(平成一三年)八八頁も参照。
- (74) フランチャイズ契約を概括的に紹介する文献として、次のものがある。中村武「フランチャイズ契約における比較法的研究」国土館法学七号(昭和五〇年)一頁以下、清瀬信次郎「フランチャイズ・システムについて」私法四四号(昭和五七年)一七四頁以下、山口純夫「フランチャイズ契約の展開」甲南法学三〇卷三〇四号(平成二年)一四九頁以下、同「フランチャイズ契約」法律時報六二卷二号(平成二年)三〇頁以下。



- (75) ハリー・カーシュ（川崎進一訳）『フランチャイズ・チェーン』（商業界、昭和四一年）。その後、改訂版として、カーシュ・前掲注<sup>(56)</sup>『フランチャイズ・ビジネス』が出版されている。
- (76) フランチャイズ店一店あたりの平均年間予想収益など、フランチャイザーの情報提供に関する項目を含むIFA倫理綱領についても紹介しているが、その点はあまり強調されていない。
- (77) 例えば、清水良吉、『日本のフランチャイズ・システム』（文化社、昭和四五年）、トーマス・サカモト『フランチャイズ・チェーン』（日本経済新聞社、昭和四八年）、D・N・トンプソン（浅井慶三郎訳）『フランチャイズ・システム——経済学的・法学的分析——』（昭和四八年）等。なお、アメリカおよび日本の開示規制について触れるものとして、日経流通新聞編『フランチャイズ企業』（日本経済新聞社、昭和四八年）一七七頁以下、神崎克郎『商行為法Ⅰ』（有斐閣、昭和四八年）四二一頁以下。
- (78) 土井輝生『フランチャイズ・システム——その基本構造と法規制——』（商事法務研究会、昭和四七年）。
- (79) 土井・前掲注<sup>(78)</sup>二七七頁以下。土井教授に述べるところに従って、アメリカの状況について簡単にみておくと、次の通りである。アメリカでは、証券法上の「証券」の定義に、「利益分配契約および投資契約における利益または参加の証書」が含まれる。そこで、フランチャイズにおける投資募集の方法や仕組みが似ている等の理由から、フランチャイズ契約が投資契約に該当するか、あるいはフランチャイズは証券かということについて問題となる。しかし、フランチャイジーが積極的にビジネスに参加する場合には証券ではないとされる場合が多いため、カリフォルニア州フランチャイズ投資法のような特別な立法が必要とされる。この法律では、フランチャイズを提供し販売する会社に登録を義務づけるとともに、契約締結にあたって一定の事項の開示を義務づけられている。
- (80) 土井・前掲注<sup>(78)</sup>三三五頁。
- (81) 川越憲治「フランチャイズ契約の諸問題」企業法研究二〇三輯（昭和四七年）五頁以下、川越憲治編『最新販売店契約ハンド

- ブック』（増補版、ビジネス社、平成七年）三五頁以下（川越憲治執筆部分）。他に早い段階で、契約締結上の過失理論の利用可能性に言及するものとして、小堺堅吾『フランチャイズ契約法入門』（文化社、昭和五十一年）九三頁以下。
- (82) 川越憲治『フランチャイズ・システムの判例分析』（別冊NBL二九号、商事法務研究会、平成六年）、同「新版フランチャイズ・システムの判例分析」（別冊NBL五六号、平成二二年）。
- (83) 川越憲治『フランチャイズ・ビジネスにおけるディスクロージャー——開示制度と登録制度をめぐって（上・下）』NBL二七七号二〇頁、二七九号（以上、昭和五八年）三五頁。
- (84) 川越・前掲注(15)『フランチャイズシステムの法理論』。
- (85) 金井・前掲注(43)四〇頁以下。
- (86) 小塚莊一郎『フランチャイズ契約論（一）』（六・未完）「法学協会雑誌」一二卷九号（平成七年）一頁、一一三卷四号二七頁、一一三卷二号（以上、平成八年）五九頁、一一四卷九号（平成九年）二頁、一一七卷八号（平成二二年）七一頁、一一二卷三号（平成一六年）一頁。契約締結過程の問題については、「フランチャイズ契約論（四）」で論じられている。
- (87) 小塚・前掲注(86)『フランチャイズ契約論（四）』四〇頁以下。
- (88) フランチャイズ契約を含め、相手方に自己の商号や方法を利用させる代わりに独占的または非独占的な契約をなす際の情報提供に関して規定されているフランスのドゥバン法を紹介し、日本法への示唆を得ようとするものとして、力丸祥子「フランチャイズ契約締結以前におけるフランチャイザーの情報提供義務——フランスの対応を手がかりとして——」法学新報一〇二卷九号（平成八年）一頁以下。また、ドイツにおける法状況を紹介したうえで、日本法への示唆を得ようとするものとして、有馬奈菜「フランチャイズ契約締結過程における情報提供義務——経験・情報量格差の考慮——（上）（下）」一橋法学二卷二号三四一頁、二卷三号（以上、平成一五年）一八五頁。
- (89) 高島昭彦「フランチャイズ契約における情報提供義務」法政法学二四号（平成二一年）一一八頁。なお、木村義和「フランチャ

イズシステムとフランチャイズ契約締結準備段階における売上予測（一）」大阪学院大学法学研究二九卷二号（平成一五年）五一頁は、本稿と異なる視点からフランチャイズシステムをめぐる問題状況を整理しているが、同論文でも判例分析が予定されている。

【付記】

本稿校正中である平成一六年四月二八日、「商品取引所法の一部を改正する法律案」が第一五九回通常国会で可決・成立した（公布は同年五月二日）。この改正は、①分離保管義務の厳格化など委託者資産の保全制度の拡充、②商品取引員に対する規制の見直し、そして③商品取引所の株式会社化など市場の信頼性・利便性の向上を目的としたものである。本稿に關係する②の部分についても、次のような大改正がなされた。委託をしない意思を表示した者への再勧誘の禁止、迷惑な方法での勧誘の禁止、商品先物取引であることを告げない、また事前に勧誘を受ける意思の有無を確認しない勧誘の禁止、同一数量・同一限月の両建勧誘の禁止など、不当勧誘の禁止の大幅な拡充（新二一四条）／適合性原則の法定（二一五条）／受託契約締結前の書面交付義務の大幅な拡充（二一七条）／商品取引員（商品取引業者）の説明義務の法定と当該説明義務違反に基づく無過失損害賠償責任規定の新設（二一八条）。この改正により、本稿の連載第七回から第九回まで指摘した商品取引所法の不備が大きく改善されたことは、高く評価できる。しかしながら、本稿で指摘したすべての問題が解決されたわけではなく、また過去の度重なる改正によっても商品先物取引被害が増加の一途をたどってきた事実を考慮すると、今回の改正の及ぼす影響については、なお慎重に見極める必要がある。