

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)

有 馬 奈 菜[※]

- I 序
- II フランチャイズ契約における情報提供義務に関する日本法の状況(以上本号)
- III ドイツにおける法状況
- IV ドイツにおける解釈論
- V 日本法への示唆

I 序

1 問題の所在

コンビニエンスストアなどを中心とした、成功を売る商売といわれてきたフランチャイズ・システムにおいても、最近では、思うように加盟店の業績が上がらない結果、様々な紛争が生じている。そのような紛争の一類型として、フランチャイズ・システムへの勧誘時の宣伝が誇大であったとして、加盟店が本部を訴えるなど、契約締結過程における情報提供義務に関する訴訟が多くおこされている¹⁾。このため、中小小売商業振興法施行規則²⁾と、公正取引委員会の「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」(以下「ガイドライン」という)³⁾という、フランチャイズ・システムに関する法制度について、2002年4月に大きな変更が加えられ、契約締結過程において開示すべき事項が拡充された。中小小売商業振興法では情報提供義務が課されており、「ガイドライ

※ 一橋大学大学院法学研究科博士後期課程

『一橋法学』(一橋大学大学院法学研究科) 第2巻第2号2003年6月 ISSN1347-0388

- 1) 井上健一「フランチャイズ契約締結過程における契約締結上の過失」ジュリ1039号(1994)132頁。
- 2) 平成14年3月29日改正(4月30日施行)、中小企業庁。これについては、第一章第二節第一款参照。
- 3) 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」公取620号(2002)44頁。これについては、第一章第二節第二款参照。

ン」の中では重要事項については開示しない場合には独占禁止法に違反する恐れがあるとされており、また日本フランチャイズチェーン協会が倫理綱領の中で情報を提供するように定めているが⁴⁾、これらから直接的に、フランチャイズ契約締結過程における私法上の情報提供義務が確定されるわけではない。

2 視点の提示

一般に、情報提供義務が課される根拠として情報量およびその分析能力の格差があげられるが⁵⁾、フランチャイジー希望者の中には、既に小売店を経営し業務拡大の手段としてフランチャイジーになる者から、主婦等まで、様々な人が含まれる。これを前提とすると、情報量およびその分析能力の格差が存在しない場合には、情報提供義務が課されないこともあると考えられる。よって、まず第一に、経験・情報量の差に着目して分析を進めていく。

第二に、情報提供義務を確定する際に、①内容、②程度に分けて考察する。①内容の項目では、加盟金に関する事項など常に内容となる事項と、常に内容となるわけではないが場合によっては内容となる事項を扱う。②程度の項目では、場合によっては内容となる事項について、どのような場合に認められるのかということについて扱う。さらに、③効果（主に過失相殺）についても検討する。

3 本稿の構成

フランチャイズ契約締結過程における情報提供義務を考える際に、ドイツにおける状況を参考にする。なぜなら、第一に、ドイツは日本と同様、国内のフランチャイズ連盟の準則があるだけで、法律を持っていないという点で共通しているからである。これに対し、アメリカ、オーストリア、ブラジル、フランス、カナダ（アルバータとオンタリオ）、スペインはフランチャイズ契約の締結過程に関する法律を持っている⁶⁾。第二に、ドイツと日本とでは、フランチャイズの実態

4) 倫理綱領については第一章第二節第三款参照。

5) 横山美夏「契約締結過程における情報提供義務」ジュリ1094号（1996）129頁。

6) 他にはイギリス、イタリア、オランダが国内のフランチャイズ連盟の準則があるのみである（Floh, Vorvertragliche Aufklärungspflichten des Franchise-Gebers, WiB 1996, 1137. Flohr, (1)とする）。

の類似性があるからである。アメリカでは、フランチャイズの規制は歴史的な経緯から、悪質なフランチャイザーの排除と詐欺的な取引の救済が目的だと考えられており、そのために、証券法や反トラスト法の延長で、経済法令の法技術が利用されている⁷⁾。これに対して欧州諸国の理解では、フランチャイザーの開示義務とは、契約法上の情報提供義務の特殊なものにほかならない。その背景には、比較的良質のフランチャイズ・チェーンが自らの信頼を高めるために、倫理綱領による自主規制を通じて情報開示を進めてきた歴史がある⁸⁾。日本も欧州諸国と同様に、詐欺的なフランチャイズ・チェーンは少なく、比較的良質のチェーンが多い。

このように、日本のフランチャイズ契約締結過程における情報提供義務については、ドイツの議論が参考になると思われる。フランチャイズ契約について、従来さまざまな研究がされているが、比較法的研究は少ない。比較法的研究として小塚助教⁹⁾のものと、高田助教¹⁰⁾のものと川越弁護士¹¹⁾のものがある。小塚論文ではフランチャイズ契約全般についての研究がされており、契約締結過程についても詳細な研究がなされているが、フランスとアメリカの議論が中心で、ドイツの議論についてはほとんど紹介されていない。高田論文では、ドイツのフランチャイズ契約の議論についての研究がされているが、終了に関する問題が中心であり、締結過程については研究されていない。川越論文はアメリカの議論が中心で、ドイツの議論については触れられていない。よって、フランチャイズ契約締結過程における情報提供義務について、ドイツを参考にして研究するということには意義があるであろう。

-
- 7) アメリカにおけるフランチャイズ法制の展開およびその背景については、小塚莊一郎「フランチャイズ契約論Ⅳ」法協114巻9号(1997)11頁以下、川越憲治「フランチャイズ・システムにおける開示制度」白鷗14号(2000)19頁以下参照。
 - 8) フランスにおける開示規制(いわゆるドゥパン法)が制定された際にも、詐欺の事例は少なく、アメリカとは背景事情が異なるとの指摘がなされていた(小塚・前掲注7)33頁)。
 - 9) 小塚莊一郎「フランチャイズ契約論(一)~(五)」法協112巻9号(1995)1頁、113巻4号27頁、11号59頁(1996)、114巻9号(1997)1頁、117巻8号(2000)71頁。
 - 10) 高田淳「特約店契約およびフランチャイズ契約の特徴とその解消について(一)~(三・完)」新報105巻8=9号125頁、10=11号37頁、12号107頁(1999)。
 - 11) 川越・前掲注7)19頁以下。

本稿の構成は以下の通りである。まず、我が国における議論状況について概観する(Ⅱ)。これにより、収益性予測に関する事項が問題となっていることがわかる。次にドイツの下級審裁判例を分析することにより、ドイツにおける法状況が日本におけるそれと共通する部分が多いということを見出せる(Ⅲ)。そして、ドイツの学説を分析し(Ⅳ)、日本法への示唆を若干述べる(Ⅴ)。

Ⅱ フランチャイズ契約における情報提供義務に関する日本法の状況

1 フランチャイズ契約の定義と特徴

日本におけるフランチャイズの市場規模について、日本フランチャイズチェーン協会によると、2001年度のフランチャイズチェーンの総数は1061チェーン(前年度比1.2%増)、総店舗数は21万8812店(同6.4%増)、総売上高は17兆6141億円(同4.4%増)であったという¹²⁾。不況の中、雇用の受け皿として期待されているが、様々なトラブルも目立ち始めている。

(1) フランチャイズ契約の定義

フランチャイズの定義については、内外において多くの立法例・判例・学説等が存在し、統一する状態になっていない¹³⁾。日本フランチャイズチェーン協会によれば、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上の象徴となる標識、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う両者の継続的關係をいう」¹⁴⁾とされている。中小小売商業振興法4条3項、11条においても、フランチャイズ・ビジネスについて特定連鎖化事業の名のもとに、

12) 日本フランチャイズチェーン協会 <http://jfa.jfa-fc.or.jp>

13) 川越憲治「フランチャイズシステムの判例分析」別冊NBL29号(1994)193頁。

14) 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(第4版)』(1995)74頁。

同様の定義がなされており¹⁵⁾、公正取引委員会による「ガイドライン」においても同様の定義がなされている¹⁶⁾。

（2）フランチャイズ契約の特色

フランチャイズ・システムの大きな経済的なメリットとして、フランチャイジーは自らは十分な経営能力がないにもかかわらず、フランチャイザーの傘下に入ることにより、フランチャイザーの有する名声・信用および経営ノウハウを利用して事業を営むことができることがある¹⁷⁾。フランチャイジーも少ない資金で規模を拡大でき、経営意欲に満ちた有能な人材を使用できるというメリットがある¹⁸⁾。フランチャイズ契約は通常、フランチャイザーがあらかじめ作成した契約書をフランチャイジー希望者に対して提示して署名させるという方法で締結され、フランチャイズ・システムの統一性を維持するためにも契約の基本的な条項を大幅に変えることができなく、フランチャイジー希望者にとっては単に当該契約を締結するか否かの選択肢があるのみである¹⁹⁾。よって、フランチャイズ契約は一種の附合契約であるといえる²⁰⁾。したがって契約を結ぶ際には、フランチャイジー希望者は契約内容を確実に理解するために、適切な情報の提供を受ける必要がある。フランチャイジー希望者のタイプを見てみると、いわゆる脱サラのほか、中小企業の多角経営型・事業転換型、主婦等の副業型など様々なタイプのものが見受けられるが、一般に法律知識がない者や取引経験が少ない者が多い²¹⁾。よって、フランチャイズ契約についてのノウハウなどの情報や知識をフランチャイ

15) 連鎖化事業であって、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、保証金その他の金銭を徴収する旨の定めがあるもの（以下「特定連鎖化事業」という）。

16) 本部が加盟者に対して、特定の商標、商号等を利用する権利を与えるとともに、加盟者の物品販売、サービス提供その他の事業・経営について、統一的な方法で統制、指導、援助を行い、これらの対価として加盟者が本部に金銭を支払う事業形態である。

17) 山下友信「イタリアントマト事件判批」商法（総則・商行為）判例百選（第3版）（別冊ジュリ129号）（1994）216頁。

18) 川越・前掲注13）197頁。

19) 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」判タ851号（1994）40頁。

20) 山口純夫「フランチャイズ契約」法時62巻2号（1990）31頁。

21) 山口・前掲注20）31頁。

ザーは豊富に持っていることに対し、フランチャイジーはこれらを持っていないことが多いといえる²²⁾。したがって、フランチャイズ契約においては契約当事者間の知識や情報量の不均衡が存在している。このことから、フランチャイズ契約は、対等な立場の事業者間の合意であるとはいえ、フランチャイジーにとって一方的に有利な契約となったり、フランチャイジーの営業活動に不当な制限を加える契約となりやすい。

契約内容ばかりではなく、フランチャイズ契約締結の勧誘の際にも契約当事者間の不均衡を原因とする問題が生じてくる。フランチャイザーがフランチャイジーを募集する際、勧誘が行き過ぎてしまうケースである。これらの場合、その態様・程度によっては民法上の詐欺（民法96条）、錯誤（95条）や公序良俗違反（90条）等を理由とする契約の取消や無効が問題となるが、これらの規定は要件が厳格であるので、よほど悪質なものでない限り、実際には、これらの規定を理由とする取消、無効が裁判上認められることは少ない²³⁾。

このようにフランチャイズ契約の大きな特色として、一種の附合契約であること、形式的には対等な立場の事業者間の契約である一方で、実質的には知識や情報量の不均衡が存在する者の間の契約であるということがあげられる。現在の取引社会においては、契約締結をする際に様々な情報が非常に重要な役割を果たしている²⁴⁾、フランチャイズ契約の情報提供義務を考える際にも、情報量の差に着目することが必要である。

2 国内における規制等に関する改正²⁵⁾

2002年4月の中小小売商業振興法施行規則の改正、同月の「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」の改訂にともない、6月に日本フランチャイズチェーン協会が自主基準を強化した。

22) 金井・前掲注19) 41頁。

23) 山口・前掲注20) 31頁。

24) 金井・前掲注19) 41頁。

25) 中小小売商業振興法施行規則改正、「ガイドライン」の改訂について、小塚荘一郎「フランチャイズ・システムに関する法制度の整備」NBL742号（2002）48頁参照。

（1）中小小売商業振興法施行規則の改正²⁶⁾

中小小売商業振興法11条においては、特定連鎖化事業（いわゆる小売フランチャイズ・チェーン事業）を行う場合、その事業に加盟しようとする者に対して、①加盟に際し徴収する加盟金、保証金その他の金銭に関する事項、②加盟者に対する商品の販売条件に関する事項、③経営の指導に関する事項、④使用させる商標、商号その他の表示に関する事項、⑤契約の期間並びに契約の更新及び解除に関する事項、⑥前各号に掲げるもののほか、経済産業省で定める事項の6項目につき、開示・説明をしなければならない、と規定されている。解約前の説明・書面交付義務の項目、内容について定める同法施行規則第10条及び第11条が改正され、以下の15項目に渡り拡充・強化された。すなわち、本部に関して開示すべき情報について3項目²⁷⁾、フランチャイズ・チェーン全体に関する情報について2項目²⁸⁾、契約内容に関する開示事項について10項目²⁹⁾である。

改正規則は、訴訟の有無を開示の内容に入れるなど、アメリカの制度をかなり参考にしていると思われる。アメリカは日本と異なり、フランチャイズの規制は歴史的な経緯から、悪質なフランチャイザーの排除と詐欺的な取引の救済が目的だと考えられていたという事情がある³⁰⁾。アメリカの制度を全面的に参考にすることが好ましいとは一概には言えない。ユニドロワにおけるフランチャイズ・モデル法においては、訴訟については責任が確定しているもののみにするか、係属

26) 注2) 参照。

27) 「事業者の概要」について「本部事業者の従業員数、役員の役職名及び氏名」「本部事業者の子会社の名称及び事業の種類」、及び「本部事業者の直近の三事業年度における貸借対照表及び損益計算書」である。

28) 「売上・出店状況」について「直近の三事業年度における加盟店の数の推移」、及び「加盟店の店舗に関する事項」について「本部事業者が加盟者又は元加盟者に提起し、又は、提起された直近の5事業年度の訴訟数」である。

29) 「契約の要点」について「加盟に際して徴収する金銭の返還の有無とその条件(ア)」「営業時間並びに営業日・休業日に関する事項(イ)」「テリトリー権の有無(ウ)」「競争禁止義務の有無(エ)」「守秘義務の有無(オ)」「ロイヤリティの詳細な計算方法(カ)」「オープンアカウント等の送金(キ)」「オープンアカウント等の与信利率(ク)、及び「契約解除の際の損害賠償金の額または算定方法」について「契約違反した場合の違約金、課される義務に関する事項(ケ)」「契約解除の際の損害賠償金の額又は算定方法(コ)」である。

30) 小塚莊一郎「ユニドロワにおけるフランチャイズ・モデル法の作成」上法45巻3号（2002）33頁。

中のものも含めるかについて対立がある³¹⁾。中小小売商業振興法がフランチャイザーに開示義務を課している目的としては、情報量の格差を是正することももちろんあるが、独占禁止法の体系内で全面的にカバーすることが困難なフランチャイザーの詐欺的行為を是正することもあげられる³²⁾。よって、詐欺的行為を是正するという面においては、アメリカの制度は参考になるといえよう。

(2) 「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法の考え方について」の改訂³³⁾

「ガイドライン」は、フランチャイジーの募集に際し開示が望まれる重要事項を掲げて応募者に誤認を与えないように留意すべきこととし、これを怠るときには不公正な取引方法の一般指定8項（欺瞞的顧客誘引）に該当する恐れがあるとしている。本部の加盟者募集についての主な変更点³⁴⁾は、本部が加盟希望者に開示することが望ましい事項の追加・拡充と、収益性予測についてである。具体的には、契約内容に関する開示事項について、8項目が加えられた³⁵⁾。開示するのが望ましい事項とは別に、収益性予測については、「加盟者募集に際して、予想売上又は予想収益を提示する本部もあるが、これらの額を提示する場合には、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」と述べられている。収益性予測については、昭和

31) 小塚・前掲注30) 55頁。

32) 金井・前掲注19) 43頁。また、中小小売商業振興法でフランチャイズ契約において情報提供義務を課している趣旨について、川越弁護士は、詐欺的なフランチャイジーを排除することのほかにフランチャイザーが契約内容や相手方の実態等をよく見極めようとはせず、過大な幻想を抱いてフランチャイズ契約を締結するという軽はずみな契約を防止することによりフランチャイジーの保護を図ることをあげている（川越憲治「フランチャイズ契約におけるディスクロージャー(上)」NBL277号（1983）23頁）。

33) 注3) 参照

34) その他、契約締結後についても改訂が行われている。

35) [契約の要点]について、注29) のア(ウ)(カ)(キ・ク)の他、「加盟後の商品等の供給条件に関する事項（仕入先の推奨制度等）(サ)」「加盟者に対する事業活動上の指導の内容、方法、回数、費用負担に関する事項(シ)」「経営の期間並びに経営の更新、解除及び中途解除の条件・手続に関する事項(ス)」「事業活動上の損失に対する補償の有無及びその内容並びに経営不振となった場合の本部による経営支援の有無及びその内容(セ)」である。

58年の「ガイドライン」では、開示するのが望ましい事項に入っていたのだが、今回は「提示する場合には」となっていて、開示するのが望ましい事項には含まれていない。内容には含まれているが、程度によっては、開示されない場合もある事項なのではないか。

公正取引委員会は情報の格差ということを経営提供義務の根拠と考えているよりはむしろ、フランチャイジーがチェーンの中に強く組み込まれることから情報開示の必要性を導いている³⁶⁾。つまり、フランチャイズ契約において契約締結後はチェーンの同一性の要請等から本来自由であるはずのフランチャイジーの経営内容等に一定の制約が課されるという特徴があるからである³⁷⁾。契約締結前に契約内容、効力を十分理解する必要がより強くなるということである。

（3）日本フランチャイズチェーン協会の自主基準の改訂

日本フランチャイズチェーン協会は、倫理綱領第2条で、「フランチャイザーは、フランチャイジーの募集にあたって、正確な情報の提供を行うものとし、誇大な広告や不当な表示をしない。フランチャイザーがフランチャイジーになることを希望するものに提供する情報は、契約の内容、モデル店の過去の営業実績、フランチャイジーが必要とする投資額、フランチャイジーの収益予想など、フランチャイズをうけるか否かを判断するのに十分な内容を備えたものとする。」と定めている。具体的な内容としての自主基準が6月に改訂され、30項目が追加された。本部に関して開示すべき情報（3項目）についてと、フランチャイズ・チェーン全体に関する情報（2項目）については、中小小売商業振興法施行規則改正で追加されたものと同じである³⁸⁾。契約内容に関する開示事項については、

36) 小塚・前掲注7) 46頁。また、「フランチャイズについての独禁法上の問題点」（昭和48年4月27日公正取引委員会取引部取引課）では、「ひとたびジーになったものは、一定の投資を行うとともに、事業者として営業活動に従事するわけであるから、フランチャイズ契約を解約することはジーにとって金銭的、時間的な損失をもたらすばかりでなく、場合によっては事業者としてのジーの名誉を傷つけることになる。したがって、ジーは解約を何より恐れ、ザーの多少の無理は通すこととなりやすい。このように考えると、ジーを募集する際に不当な表示が行われることのないよう、規制する必要がある」と述べられている（金井・前掲注19) 51頁）。

37) 山寄進「進々堂事件判批」ジュリ1004号（1991）85頁。

38) 注27) 注28) 参照。

25項目が追加された³⁹⁾。

かなり広範囲に拡充・強化され、収益性子測も開示するのが望ましい事項に含まれている。

(4) まとめ

中小小売商業振興法の規定、「ガイドライン」、倫理綱領は、情報量の格差やフランチャイザーへの信頼と並んで、フランチャイズ契約締結過程において情報提供義務が認められる根拠となりうるものと考えられる。「ガイドライン」や倫理綱領は規制ではなく、そこから直接、情報提供義務が導き出されるものではないが、フランチャイズ・システムの実態などを十分考慮しているので情報提供義務を課すに当たって考慮される重要な要素を構成していると考えられる⁴⁰⁾。「ガイドライン」は情報開示についての望ましい姿を提示しているに過ぎず、そこでの重要事項を開示しないと直ちに独占禁止法違反になるという法適用上の限界を示したものではないが、フランチャイズの現状、問題点等について一般的調査を行った結果を基にして作成されたものであり⁴¹⁾、フランチャイズ契約について考える際に大いに参考とすべきものである。

中小小売商業振興法規則、「ガイドライン」、倫理綱領という順に、開示事項が増えている。倫理綱領は、前二者で挙げられた開示事項を全て含んでいる。倫理綱領は自主規制であり、一般的な法律上の開示義務を課すものではないが、フランチャイザーとフランチャイジーの間の契約交渉力の差異やフランチャイズ契約の性質を十分に考慮した上で、フランチャイズ・システムの適正で健全な発展のために作成されたものであるため、これらで要請される事項は、フランチャイズ契約締結段階において信義則を通じて要請される義務の範囲として発現するもの

39) 〔契約の要点〕について、注29) の(ア)(イ)(ウ)(エ)(オ)(カ)(キ)(ク)と、注35) の(サ)(シ)(ス)(セ)の他、「当事者間で取り結ぶ契約（売上予測に関する事項を含む）」、及び〔契約解除の際の損害賠償金の額または算定方法〕について、注29) の(ケ)(コ)の他、「開業前解約」「契約期間の満了」「契約の中途解約」「本部の契約解除」「加盟者の契約解除」「解除による違約金」「権利の消滅」「契約終了時の商品等の取り扱い」「原状回復」「損害の賠償」である。

40) 金井・前掲注19) 45頁。

41) 金井・前掲注19) 45頁。

を示していると考えられ、また、少なくともフランチャイザーに対して信義則上の開示義務を課すにあたって考慮される重要な要素を構成している⁴²⁾ので情報提供義務の内容を考える際にも大いに参考になるであろう。

中小小売商業振興法規則であげられている開示事項は、他の2つにおいても大体共通して認められているものであり、ここに含まれる事項はフランチャイズ契約を締結する際には常に情報を開示すべきであろう。それに対し、収益性予測については、中小小売企業振興法では含まれていないが、「ガイドライン」では「提示する場合には」と条件がつけられ（つまり消極的情報提供義務には入っている）、倫理綱領では開示するのが望ましい内容となっている（つまり、積極的情報提供義務になっている）。ここから、収益性予測については、情報提供義務の内容となるかについて一定の見解がないことがわかる。

3 日本における解釈論

(1) フランチャイズ契約において情報提供が認められる根拠

一般的に情報提供義務の課される根拠としては次のように考えられている。すなわち、契約に人が拘束されるのは私的自治の原則に基づくが、同じく私的自治の原則からは、契約を締結するか否かを決断するために必要な情報収集は各人が自己の責任において行うべきであることが求められ、このような原則に従うと次のような不都合が生じることになる。すなわち、「金融取引に代表されるような、現代社会における契約内容の複雑化・専門化、製品・サービスの専門化、約款取引の一般化、そこにおける事業者と消費者との間の情報量およびその分析能力の格差を考えるならば、情報収集の私的自治をすべての契約について適用すると、事業者に対する消費者に典型的に見られるように、情報力において劣る当事者は、自分の目的に適合的な契約を選択する自由を実際的に奪われるだけでなく、不本意な契約に拘束されることがあり得る。」⁴³⁾

事業者間の取引であれば、経済的にはある程度の差があったとしても、一方が

42) 金井・前掲注19) 45頁。

43) 横山・前掲注5) 129頁。

必要な情報を十分獲得して検討することなしに契約をするなり、誤った情報に基づいて契約をしてしまった場合、それは原則としては自分の引き受けるべきリスクであり、相手方に損失を転嫁することを認めるべきではないが⁴⁴⁾、フランチャイズ契約の場合は完全な事業者間の取引とは言いがたい。フランチャイズ契約において情報提供義務が認められる根拠としては、フランチャイズ契約は完全な事業者間の取引とは言いがたく、知識・情報量の不均衡があるということ、また、フランチャイザーに対しての信頼が生じることが考えられている。上記のように、知識・情報量の不均衡がある場合や、一方当事者に対する信頼がある場合に一般に情報提供義務が認められるが、フランチャイズ契約においても情報提供義務が課されてしかるべき事情が存在しているといえるのである⁴⁵⁾。より具体的にいうと、フランチャイザーは当該事業につき蓄積されたノウハウ、知識や経験を有するが、フランチャイジー希望者はこれに関する知識・能力が十分でないということであり、実質的に自由な契約を結ぶためにはこのような情報の不均衡は是正されるべきであり、また、フランチャイジーのフランチャイザーに対する信頼を保護する必要があるということである。

フランチャイズ契約において、一般に情報提供義務が認められることについては異論はない。どのような情報が情報提供義務の内容となってくるかについて、以下見てみる。

(2) フランチャイズ契約における情報提供義務の内容

フランチャイズ・システムにおける開示制度とは、フランチャイザーがフランチャイジー希望者等に対し、自己の事業の実態やフランチャイズ契約の内容等のうち重要なものを、フランチャイズ契約を締結する前に、あらかじめ知らせておくようにする制度である⁴⁶⁾。契約締結過程における情報提供義務の範囲となる情報は、「契約目的との関係で契約が適合か否かを判断するために必要な事実についての情報と、その情報を分析するための情報であり、それぞれ、相手方の意思

44) 平野裕之「投資取引における被害者救済の法理の相互関係について(1)」法論71巻1号(1998)1頁。

45) 山下・前掲注17) 216頁。

46) 川越・前掲注7) 20頁。

決定に重要な事実で、目的たる行為との内部的関連にある情報⁴⁷⁾である。フランチャイズ契約にあてはめていえば、フランチャイズ契約の締結を左右するほど重要な事実についての情報と、その情報を分析するための情報で、フランチャイジーが誤認することをわかっていたり、あるいは当然それを予測すべきである事項が情報提供義務の範囲になるように思われる⁴⁸⁾。具体的に、契約の内容、フランチャイザーの実態など、契約締結段階で確定されているビジネスフォーマットに関する事項については、情報提供義務の範囲に入ることについては異論はない⁴⁹⁾。

(i) 消極的信息提供義務と積極的信息提供義務

フランチャイズ契約における情報提供義務の内容として、消極的信息提供義務と、積極的信息提供義務がある。前者は、虚偽の情報を相手方当事者に対して提供すべきではなく、また、情報を提供した場合には、その内容が虚偽ではないとしても、その内容について相手方当事者に誤解が生じている場合にはその誤解を無くすようにする義務であり、後者は、主観的には相手方の意思決定に重要な事実、また、客観的には目的たる行為との内部関連に立つ重要な事実を開示する義務である⁵⁰⁾。

積極的信息提供義務の内容となるものとして、まず第一に取引のリスクなど、その契約内容について意思決定のために不可欠な情報がある。さらに、契約内容のほかに、その契約を決定するために必要な情報まで事業者側で提供する必要があるかは大きな問題である⁵¹⁾。一般論として、フランチャイジー希望者がフラン

47) 金井・前掲注19) 45頁。

48) 金井・前掲注19) 45頁。

49) 「フランチャイザーが開示すべき義務を負う情報とは、基本的に、ビジネス・フォーマットに関するものだけということになろう。米国の連邦取引委員会規則(1978年)や仏のドゥバン法(1989年)といった立法例は、重点の置き所に違いがあるものの、いずれもこの方向の規制である。」(小塚・前掲注7) 7頁)

50) 金井高志「フランチャイズ契約締結過程における紛争の判例分析(1)」判タ1059号(2001) 10頁。川越憲治「フランチャイズ・システムにおける売上げと利益の予測一特に保護義務と積極的開示義務について一」白鷗13号(1999) 106頁以下においても、「積極的開示義務」という言葉が用いられているが、一般的な情報提供義務のことをさしているようである。

51) 「どこまで情報を提供しないし説明をする必要があるかについては、当事者たる

チャイズ契約締結過程の意思決定をするために必要不可欠の情報の開示だけが信義則上の積極的情報開示提供義務の対象として要求されると考えられる⁵²⁾。つまり、フランチャイザーがフランチャイジー希望者に対して提供するフランチャイズ・パッケージの内容の価値評価に直接かかわる情報である⁵³⁾。契約内容、フランチャイズシステムの現状などは、積極的情報提供義務の内容として認められるであろう。収益性予測については問題がある。

(ii) 収益性予測と積極的情報提供義務

フランチャイズ契約締結に際して、フランチャイザーがフランチャイジー獲得をあせるあまり、過大な収益性予測を提示して、その結果当該契約関係に入ったフランチャイジーが予想通りの営業実績をあげられずに倒産にいたった場合⁵⁴⁾などにおいて現在一番問題となっている収益性予測については、虚偽の情報を提供しないという消極的情報提供義務の範囲に入るということにおいて学説は一致している。しかし、収益性予測は単なる今ある事実についての情報ではなく、収益を直接に予測するにせよ、既存店舗の実績値を参照するにせよ、事実の評価という作業が避けがたく伴ってくる⁵⁵⁾。つまり、将来の事実の予測であると考えても、フランチャイジーの主観が入ってくることは避けられないこと、絶対に確実な情報を提供することができなく、どうしても不確実なものになってしまうことなどから、積極的情報提供義務の範囲に入るか否かが問題となっている。

収益性予測を積極的情報提供義務の内容にするべきではない理由としては、以下のことが考えられる。(a)米国の連邦取引委員会規制において、収益性予測のような情報の提供を原則として禁止し、例外的にそれらを根拠付ける合理的な根拠、

顧客の能力、知識、理解力、取引経験と、その情報の重要度などとの相関関係により判断され、専門投資家に比して非専門投資者については、自己責任という原則に乗せるためには、それなりに十分に納得させる説明が必要である」(平野・前掲注44) 6頁)。

52) 金井高志「フランチャイズ契約締結過程における紛争の判例分析(4)」判タ1067号(2001) 106頁。

53) 西口元=木村久也=奈良輝久編『フランチャイズ・システムの法律相談』(2001) 39頁〔河野敬執筆〕。

54) 行沢一人「クレープ・ユニ事件判批」判時1531号(1995) 189頁。

55) 小塚・前掲注7) 40頁。

実証する十分な資料をフランチャイザーが保持していること、およびそれらに地域的関連性があるなど一定の条件を具備する場合に限って許諾するとの方式をとっていること⁵⁶⁾。(b)収益性予測には限界があること⁵⁷⁾。つまり、同一の立地はなく、店舗の外的条件にもコストにも差があるのに、完璧な予測手法はなく、多年にわたって培われた勘に頼る部分もあるほか、判断・予測に希望や期待など主観的判断が不可避的に入りやすい。そして、かなりの重点を占める部分として、店長の能力やマネジメントに差があるし、フランチャイジー側のフランチャイズ条件未不足もある。よって、契約前に判明している外的な予見だけでは決定されない部分が大きく、誤差が生じ、今一つ確実性に欠けることである⁵⁸⁾。

これに対し、収益性予測について積極的情報提供義務の内容とすべきとする見解⁵⁹⁾は次のことを理由としてあげている。(a)「ガイドライン」において、収益性予測に関する事項をフランチャイジー希望者に開示すべき事項の一つとし、「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有る事実に基づいたものである必要」があるとしていること⁶⁰⁾。(b)倫理綱領において、フランチャイザーはフランチャイジーの応募にあたり、正確な情報の提供を行うものとし、誇大広告や不当表示をしないとし、収益性予測を応募者に提供すべき情報の一つとしていること。(c)実際問題としても想定される売上・収益の有無・程度がフランチャイジーの最大関心の一つであり、契約締結に関するフランチャイジーの意思決定に大きな影響を与える情報であることは明らかで

-
- 56) 公取395号（1983）30頁。アメリカ連邦委員会開示規制において収益性予測などの情報は開示自体が義務付けられているのではない。この点を改正する必要はないかは、問題となっているようである（小塚・前掲注7）35頁）。
- 57) 「一般的に言って、売上や利益の予測は、経営上はそれなりの方法で行うべきである。しかし、法律上は、この数値が必ず実現できることを期待することができない以上、立法論としても解釈論としても、何らかの方法により、これを行うよう強制することはできないというべきである」川越・前掲注50）97頁。
- 58) 小塚・前掲注7）41頁。
- 59) 行沢教授と河野弁護士は、収益性に関する情報は積極的情報提供義務の対象となる点についてはこれを肯定することに異論はないと思われるとしている（行沢・前掲注54）189頁、西口元＝吉野正三郎＝木村久也＝奈良輝久編『フランチャイズ契約の実務』（2000）192頁〔河野敬執筆〕、河野・前掲注53）38～39頁参照）。
- 60) 山嵜・前掲注37）86頁、金井・前掲注19）45頁。ただし、前節のように、新「ガイドライン」においては、収益性予測は開示すべき内容とはなっていない。

あるので、一般にそれに触れることなしに契約締結に至ることはまれであること⁶¹⁾。

上記二説の他に、積極的情報提供義務の内容となるか否かについて一律に判断するのではなく個別具体的な事情に基づいて決まるものであるとする考え方⁶²⁾もある。比較法的に見て収益性予測が立法で定められていないのは個別具体的に判断するものであるから、一律に判断するのではなく個別具体的に判断するのが適切のように思われる。

(iii) 収益性予測に関する情報提供義務違反の認定とフランチャイジーの経験・情報量

収益性予測に関する情報が提供された場合、どのような情報を提供すれば義務違反にならないのか（消極的情報提供義務の問題）、また、収益性予測に関する情報を積極的情報提供義務とした場合、どのような情報を提供すれば義務違反にならないのかという判断基準についての問題が生じてくる。例えば、結果が予測と異なった場合どの程度予測からの逸脱が許されるのか、収集するデータや分析の手法についてどの程度合理性があればいいのか、それらのあてはめについてどの程度合理性があればいいのか等ということである。これらの義務の具体的内容の確定および義務を履行したかどうかの事実問題については、事案に応じた困難を伴う個別具体的な判断が要求されるもので⁶³⁾、統一的に基準を考える必要はないように思われるが、全体を貫く一定の基準を考えることにより、個別具体的な事案を判断する際の困難さを軽減するであろうと考える。よって収益性予測について情報提供義務違反を認めるための判断基準に関する学説を分析してみる。この際に、フランチャイズ契約においては、知識・情報量の不均衡が典型的に存在することから、経験・情報量の差に着目して考える。また、(a)収益性予測の合理性について、(b)セールストークの範囲、(c)予測値と実際値の乖離、をそれぞれどのように考慮しているかに着目する。経験・情報量の差の扱い方について、以下

61) 山崎・前掲注37) 86頁。

62) 金井高志「フランチャイズ契約締結過程における紛争の判例分析(2)」判タ1061号29頁、三島徹也「フランチャイズ契約の締結過程における情報提供義務」法時72巻4号(2000)72頁。

63) 金井・前掲注19) 45頁。

の三つの説がある。

経験・情報量の差を考慮している学説⁶⁴⁾においては、未経験者の場合は、(a)合理性についてより厳しく義務が課され、調査・それに基づく予測の2点において合理性をもとめたり⁶⁵⁾、客観性に疑問があることをフランチャイジーが立証した場合には義務違反が認められることもある⁶⁶⁾、(b)駆け引きの余地は認めないなど、セールストークの範囲が狭く解される。一方経験者の場合には、(a)情報の誤謬が合理的な客観性の範囲を明確に越えるなど、合理性の判断基準がゆるくなり、(b)駆け引きの余地が認められ、セールストークの範囲が狭く解される。(c)については特に考慮されていない。セールストークの範囲については、段階的に考慮されている⁶⁷⁾。

経験・情報量の差を判断の中の一つの要素として考慮する学説⁶⁸⁾においては、(c)は前提条件とされ、(a)フランチャイザーが有する基準や手法そのものと、具体的な地点に関するデータの収集・分析・基準のあてはめの、双方またはいずれか一方に明白な誤謬（証明責任はフランチャイジー）があり、さらに売上予測につきフランチャイズ契約を左右するような誤認がフランチャイジーに生じたことという主観的要件を必要とする。主観的要件の認定の際に、経験・情報量の差が考慮されるものと思われる。

経験・情報量の差を考慮しない学説⁶⁹⁾においては、(c)乖離があることを前提としているが、乖離があるから直ちに義務違反となるわけではないとし⁷⁰⁾、(a)調

64) 山下・前掲注17) 217頁、行沢・前掲注54) 190頁。

65) 山下・前掲注17) 217頁。

66) 行沢・前掲注54) 190頁。

67) 三島・前掲注62) 73頁、金井・前掲注62) 111頁では、「事業についての素人や準素人に対しては一般の事業者間で行われているようなビジネス交渉上の駆け引きとしてのセールストークの程度まで許されるべきものではなく、事業者間の場合と比較して相対的にセールストークの範囲が狭められ、そのセールストークの範囲には限界があるというべきであろう。」と述べられている。

68) 山崎・前掲注37) 87頁。

69) 井上・前掲注1) 133頁、川越・前掲注13) 30頁、横山・前掲注5) 133頁、小塚・前掲注7) 41～43頁。

70) 川越・前掲注50) 100～101頁。経験・情報量の差を考慮する説で、(c)についてこのように考えてるものとして、金井高志「フランチャイズ契約締結過程における紛争の判例分析(3)」判タ1064号（2001）23頁、三島・前掲注62) 72～73頁、山崎・前掲注37) 87頁、西口ほか・前掲注59) 197頁（河野敬執筆）。

査・それに基づく予測の2点において合理性が求められ、(b)については、広く認めている説⁷¹⁾と狭く解する説⁷²⁾がある。

(3) まとめ

フランチャイズ契約締結過程において一般的に情報提供義務が存在することについては異論はない。収益性予測が積極的情報提供義務の内容になるか否かについては統一されていない。内容になるか否かを一律に判断する説が有力であるが、個別具体的な事例によって異なってくるものと思われる。収益性予測に関する情報提供義務違反が認められるか否かを判断する場合に、収益性予測の合理性、セールストークの範囲、予想値と実際値の乖離が考慮されていて、その際に、経験・情報量の差を考慮する説と一つの要素として考慮する説としない説とがある。

4 日本の法状況—下級審裁判例の分析⁷³⁾

フランチャイズ契約締結過程における情報提供義務に関する最高裁判所の見解

71) 川越・前掲注13) 30頁、小塚・前掲注7) 41~43頁。

72) 横山・前掲注5) 113頁。

73) フランチャイズ契約に関する日本の裁判例を分析した近時の研究として、金井高志「フランチャイズ契約締結過程における紛争の判例分析(1)~(6完)」判タ1059号4頁、1061号20頁、1064号15頁、1067号103頁、1071号81頁(以上、2001)、1074号(2002)79頁がある。

分析の対象とした裁判例は、以下のものである。

〔ドクターリフォーム事件〕大阪地判昭61・9・29判タ622号116頁。本判決についての評釈ないしコメントとして、川越憲治「判批」【〔新版〕フランチャイズ・システムの判例分析】別冊NBL56号(2000)41頁、松本明敏「判批」加藤新太郎編『判例 Check 継続的契約の解除・解約』(2001)199頁がある。以下、判決の後にあげた文献は、判決についての評釈ないしコメントである。

〔イタリアン・トマト事件〕東京地判平1・11・6判タ732号249頁。井上・前掲注1)131頁、山下・前掲注17)216頁、川越「判批」前掲書44頁、松本明敏「判批」加藤編・前掲書223頁。

〔大蔵フーズ事件〕大阪地判平2・11・28判時1389号105頁。川越「判批」前掲書80頁、松本「判批」加藤編・前掲書218頁。

〔デイリークイーン事件〕東京地判平3・4・23判タ769号195頁。川越「判批」前掲書76頁、松本「判批」加藤編・前掲書228頁。

〔進々堂事件〕京都地判平3・10・1判タ774号208頁、判時1413号102頁。川越「判批」前掲書112頁、松本明敏「判批」加藤編・前掲書249頁、菊地博「判批」朝日12号(1993)207頁、松本恒雄「判批」リマークス1993[上](1993)56頁、山崎・前掲注37)84頁。

〔教導塾京都事件〕京都地判平5・3・30判タ827号233頁、判時1484号82頁。野

はまだ出ていないが、下級審レベルでは多くの裁判例が存在する。裁判例を分析することにより、日本における現状を把握することが可能だと思われるので、以下検討する。

(1) 内容

〔イタリアン・トマト事件〕において、「一般に、契約締結のために交渉に入った当事者間においては、一方が他方に対し契約締結の判断に必要な専門的知識を与えるべき立場にあるなどの場合には、契約締結前であっても、相手方に不正確な知識を与えること等により契約締結に関する判断を誤らせることのないよう注

口恵三「判批」NBL547号(1993)54頁、岡部真純「判批」消費者取引判例百選(別冊ジュリ135号)(1994)174頁、川越「判批」前掲書151頁、松本明敏「判批」加藤編・前掲書213頁。

〔サンクス事件〕東京地判平成5・5・31判時1484号86頁。川越「判批」前掲書157頁、松本明敏「判批」加藤編・前掲書237頁。

〔クレープ・ユニ事件〕東京地判平5・1・29判時1516号29頁、判タ874号212頁。川越「判批」前掲書180頁、松本明敏「判批」加藤編・前掲書255頁、行沢・前掲注54)187頁。

〔ファンタスティックサム事件〕東京地判平5・11・10判時1521号91頁。川越「判批」前掲書176頁、松本明敏「判批」加藤編・前掲書233頁。

〔天商事件〕浦和地裁平5・11・30判時1522号126頁。川越「判批」前掲書224頁、松本明敏「判批」前掲書203頁、井上健一「判批」ジュリ1111号(1997)237頁。

〔教導塾福岡事件〕福岡地判平6・2・20判時1525号128頁、判タ877号250頁。

〔ほっかほっか亭千葉事件〕千葉地判平6・12・12判タ877号229頁。川越「判批」前掲書180頁。

〔フローラ事件〕浦和地川越支判平7・7・20判時1572号109頁、判タ903号169頁。川越「判批」前掲書195頁、松本明敏「判批」加藤編・前掲書261頁。

〔とうりゃんせ事件〕大阪地判平7・8・25判タ902号123頁。川越「判批」前掲書211頁、松本敏明「判批」加藤編・前掲書243頁、木村義和「判批」関学50巻2号(1999)193頁。

〔ローソン大阪事件〕大阪地判平8・2・19判タ915号131頁。川越「判批」前掲書201頁。

〔飯蔵事件〕名古屋地判平10・3・18判タ976号182頁。川越「判批」前掲書240頁、松本明敏「判批」加藤編・前掲書266頁、木村義和「判批」法時72巻2号(2000)85頁。

〔マーティナイジング事件〕東京高判平11・10・28判タ1023号203頁、判時1704号65頁。松本明敏「判批」加藤編・前掲書271頁、井上健一「判批」ジュリ1216号(2002)132頁。

〔サークルケイ事件〕名古屋地判平13・5・18判時1774号108頁。

〔ローソン千葉事件〕千葉地判平13・7・5判時1778号98頁。

〔フードデザイン事件〕東京地判平14・1・25判時1794号70頁。

意すべき保護義務が信義則上要求される場合もありうる」として、保護義務という形式でフランチャイズ契約締結過程における情報提供義務が初めて認められた。その後もフランチャイズ契約における情報提供義務は一般論としては認めるのが裁判例の基本的な立場である⁷⁴⁾。しかしはじめは、情報提供義務を虚偽の内容を提供しないという消極的情報提供義務として捉えているようであった⁷⁵⁾。消極的情報提供義務の内容となる情報としては、①フランチャイジーが有することになる権利義務に関する情報、②想定される収益性予測に関する情報、③経営上のノウハウに属する情報（フランチャイザー側の情報）などがある。

情報提供義務が問題となった紛争の内容として現れた具体的なものとして、以下のものがあり、これは、情報提供義務の内容となる。すなわち、①については、「最低保証売上高の特約撤廃についての情報」〔クレープユニ事件〕、②については、「収益性予測」〔イタリアントマト事件〕〔進々堂事件〕〔ファンタスティックサム事件〕〔ほっかほっか亭千葉事件〕〔フローラ事件〕〔とうりゃんせ事件〕〔ローソン大阪事件〕〔飯蔵事件〕〔マーティナイジングジャパン事件〕〔フードデザイン事件〕、「獲得しうる生徒数に関する情報」〔教導塾京都事件〕、「収入が減少する危険についての情報」〔ローソン千葉事件〕、③については、「技術ないし経営の指導の内容」〔ドクターリフォーム事件〕⁷⁶⁾、「リスクの存在（過去の赤字店舗）についての情報」〔大蔵フーズ事件〕、「従来の契約締結店舗数、閉店数、平均日販金額についての情報」〔サンクス事件〕、「ノウハウの提供」〔フードデザイン事件〕である。

このように「収益性予測」について争われているものが多い。収益性予測が消極的義務に入ることは認められている⁷⁷⁾。それでは、積極的情報提供義務はどうであろうか。

74) 〔進々堂事件〕〔教導塾京都事件〕〔クレープ・ユニ事件〕〔ほっかほっか亭千葉事件〕〔フローラ事件〕〔とうりゃんせ事件〕〔ローソン大阪事件〕〔飯蔵事件〕〔マーティナイジング・ジャパン事件〕〔サークルケイ事件〕〔ローソン千葉事件〕においても、フランチャイザーがフランチャイジーに対して情報提供義務を負っていることを判示している。

75) 行沢・前掲注54) 189頁。

76) 期待していたような指導が行われなくても詐欺にはならないとされた。

〔進々堂事件〕において、具体的事案について初めてフランチャイザーの責任が認められ、「フランチャイザーはフランチャイジーの募集に当たり、契約締結に当たっての客観的な判断資料となる正確な情報を提供する信義則上の義務を負っている」として、フランチャイズ契約締結過程における積極的信息提供義務を認めた（ただしフランチャイジーは未経験者）。積極的信息提供義務の範囲について、「中小小売商業振興法11条は必要最低限の情報の開示義務を定めたものであるので、この内容だけでは不十分としている。」と判示した⁷⁷⁾。ただし、一般論として積極的信息提供義務を認めたが、収益性予測については消極的信息提供義務違反を理由としてフランチャイザーの責任を認めたものであり、市場調査が実施が開示されていることが前提となっている⁷⁸⁾。〔飯蔵事件〕においても、「フランチャイザーがフランチャイジーに提供する右指導・援助において、出店後の売上予測、出店後の収益に関する情報の提供は、特にその不可欠な要素となっているものといえる。」とされ、収益性予測の積極的信息提供義務が認められ、その後も認められている⁸⁰⁾。

積極的信息提供義務の存否について、〔ファンタスティックサム事件〕においては、「収益性予測についての積極的信息開示提供義務が負わされるか否か、…について、個別的な事情（勧誘交渉の経緯、営業種目の性質や科学的調査の難易度、その正確性等）を総合して判断するべき」としている。

しかし、収益性予測についての個別的な積極的信息提供義務については、積極的信息提供義務がフランチャイザーに負わされているのか、それとも消極的信息

77) 〔大蔵フーズ事件〕〔デイリークイーン事件〕〔マーティナイジングジャパン事件〕〔サークルケイ事件〕〔フードデザイン事件〕においても、収益性予測が消極的信息提供義務の範囲になるとした上で、その合理性について判断している。

78) 振興法の情報開示（システム全体が「詐欺」かどうか）と、信義則上の情報提供義務（具体的収益予測の当否）では、解決されるべき紛争の質が違うという見解がある（小塚・前掲注7）6頁）。

79) 川越・前掲注13）116頁、川越・前掲注50）108～109頁。金井・前掲注62）21頁も、「収益性予測について『開示する場合には』として限定・条件付けていることから、積極的信息開示提供義務まではフランチャイザーに要求していないと理解できる。」としている。

80) 〔とうりゃんせ事件〕〔ほっかほっか亭千葉事件〕〔ローソン大阪事件〕〔ローソン千葉事件〕〔フードデザイン事件〕。

提供義務が負わされているのかは裁判例において必ずしも明確に意識されていないように思われ、統一的なルールがないように思われる⁸¹⁾。

(2) 程度

(i) 積極的情報提供義務の程度と、フランチャイジーの経験・情報量

どのような事項が、契約上重要な情報を開示するという積極的情報提供義務の範囲に入るのかという、積極的情報提供義務の程度について判示しているものとして次のようなものがある。

(a) 収益性予測

収益性予測が、積極的情報提供義務の範囲に入るとされた裁判例は、〔ほっかほっか亭千葉事件〕（フランチャイジーは経験者）、〔とうりゃんせ事件〕（フランチャイザーの会社と取引のあった業者の従業員）、〔ローソン大阪事件〕（専業主婦）、〔飯蔵事件〕（薬剤師）、〔サークルケイ事件〕（不動産管理業により生計を立てていた者）、〔フードデザイン事件〕（フランチャイズ飲食店業について十分な知識及び経験を有していた者）である。収益性予測に関する情報は、契約締結についての重要な資料となることと、フランチャイザーとフランチャイジーは市場調査などのノウハウや専門的知識に格差があることを理由として、「フランチャイザーはフランチャイズ契約を締結する段階において、フランチャイジーになろうとする者に対し」収益性予測についての「できる限り客観的かつ正確な情報を提供する信義則上の義務を負っている」とされている。フランチャイジーに事業経験がある場合でも、収益性予測は積極的情報提供義務の範囲には入る場合が多いと考えられている。

範囲に入らないとされた裁判例は、〔ファンタスティックサム事件〕（美容院を経営したことの無い事業者）、〔デイリークイーン事件〕である。範囲に入らないとされる裁判例は、少数である。

(b) 収益性予測以外

収益性予測以外の事項で積極的情報提供義務の範囲に入るとされたものは、「獲得しうる生徒数に関する情報」〔教導塾京都事件〕（フランチャイジーは学習

81) 金井・前掲注62) 28頁。

塾経営を行ったことのない事業者）、「最低保証売上高の特約撤廃についての情報」〔クレープ・ユニ事件〕（いわゆる脱サラ）、「収入が減少する危険が高かったこと」〔ローソン千葉事件〕（「会計事務所で5年間就労後、喫茶店を経営」「社会経験が乏しい者」「法人」の3人）、「ノウハウの提供」〔フードデザイン事件〕（フランチャイズ飲食店業について十分な知識及び経験を有していた者）である。

範囲に入らないものとされたものは、「リスクの存在（過去の赤字店舗）についての説明⁸²⁾」〔大蔵フーズ事件〕（飲食経営の経験を有さないまったくの素人）、「従来の契約締結店舗数、閉店数、平均日販金額についての情報」〔サンクス事件〕（販売業のまったくの素人ではない者）である。

収益性予測以外のもので問題となる事項のうち、収益性を予測する際に必要とされるであろう情報は積極的情報提供義務の範囲内に入っているが、フランチャイザー側の情報については入らない場合もある。

(ii) 裁判例における義務違反の認定の有無とフランチャイジーの経験・情報量
(a) 収益性予測

収益性予測について義務違反が認定されなかった裁判例は、〔イタリアントマト事件〕、〔ローソン大阪事件〕⁸³⁾（フランチャイジーは専業主婦）、〔ファンタスティック・サム事件〕（美容院を経営したことのない事業者）、〔ほっかほっか亭千葉事件〕（飲食店の経営の経験がある者）、〔とうりゃんせ事件〕（出入りの業者の従業員）、〔デイリークイーン事件〕（飲食業を営む株式会社）、〔フードデザイン事件〕（フランチャイズ飲食店業について十分な知識及び経験を有していた者）である。事業者など経験・情報量が多いフランチャイジーについては、義務違反が認定されていない。〔デイリークイーン事件〕〔サンクス事件〕〔ほっかほっか亭千葉事件〕〔天商事件〕では、収益性保証も問題となったが、全て否定された。

82) この裁判例に対して「いかなる場合でもリスクの開示は必要とすべき」として反対する見解（松本恒雄「進々堂事件判批」前掲注73）59頁）と賛成する見解（川越・前掲注13）88頁）がある。

83) この裁判例においては、当初の予測売上を大きく下方修正する情報が締結前に伝えられていたことなどから、義務違反が認定されなかった。

義務違反が認定された裁判例は、〔進々堂事件〕、〔飯蔵事件〕⁸⁴⁾ (フランチャイジーは薬剤師)、〔マーティナイジング事件〕 (クリーニング業はまったくの素人)、〔教導塾京都事件〕⁸⁵⁾、〔フローラ事件〕⁸⁶⁾ (訪問販売の経験のなかった者)、〔サークルケイ事件〕 (不動産管理業により生計を立てていた者) である。フランチャイジーの経験・情報量が少ない場合には、義務違反が認定される傾向にある。

(b) 収益性予測以外

収益性予測以外で義務違反が認められなかった事項は、「技術ないし経営の指導の内容」〔ドクターリフォーム事件〕⁸⁷⁾、「契約締結店舗数、閉店数、平均日販売金額」〔サンクス事件〕 (販売業の全くの素人とはいえない者)、「リスクの存在 (過去の赤字店舗)」〔大蔵フーズ事件〕 (全くの素人)、「ノウハウの提供」〔フードデザイン事件〕 (フランチャイズ飲食店業について十分な知識及び経験を有していた者) である。

義務違反が認められた事項は、「最低保証売上高の特約撤廃について」〔クレープ・ユニ事件〕 (脱サラ)、「獲得しうる生徒数と講師の存在に関する情報」〔同種塾の存在〕「フランチャイザーの規模」〔教導塾福岡事件〕⁸⁸⁾、「収入が減少する危険が高かったことについて説明する義務」〔ローソン千葉事件〕 (「会計事務所で5年間就労後、喫茶店を経営」「社会経験が乏しい者」「法人」の3人) である。

(3) 効果

収益性予測についての情報提供義務違反がある場合の損害賠償の範囲に関する裁判例としては、〔進々堂事件〕〔飯蔵事件〕〔マーティナイジング事件〕〔フローラ事件〕〔サークルケイ事件〕があり、収益性予測以外の情報提供義務違反がある場合の損害賠償の範囲の裁判例としては、〔クレープ・ユニ事件〕〔教導塾福岡事件〕〔ローソン千葉事件〕がある。これらの裁判例における過失相殺と、フラ

84) 数値あてはめの段階で疑問があるとされた。

85) システム自体が悪質なものであった (〔教導塾水戸事件〕水戸地裁平7・2・21も同じ)。

86) システム自体が詐欺的であった。

87) ただし、詐欺が認められなかった事例なので、必ずしも義務違反が認められなかったとはいいがたい。

88) システム自体が悪質なものであった。

ンチャイジーの経験・情報量について分析する。

過失相殺がされなかった裁判例は、〔教導塾福岡事件〕〔教導塾水戸事件〕である。システム自体が悪質なものであった。

過失相殺がされた裁判例は、〔進々堂事件〕（7割、素人）、〔クレープ・ユニ事件〕（4割、脱サラ）、〔フローラ事件〕（2割、訪問販売について経験のなかった者）、〔飯蔵事件〕（8割、薬剤師で副業のために契約）、〔マーティナイジング事件〕（7割、フランチャイジーは単なる末端の消費者とは異なるとされているが、事業経験については不明）、〔サークルケイ事件〕（4割）、〔ローソン事件〕（8割、法人。7割、会計事務所で5年間就労後、喫茶店を数年間経営。5割、社会経験が乏しい者。）である。フランチャイジーの経験・情報量が少ない場合には、過失相殺の割合が低くなる傾向が認められるが、素人でも5割以上過失相殺されている場合がある。

（4）まとめ

日本の裁判例においては、フランチャイズ契約において一般的にフランチャイザーのフランチャイジーに対する情報提供義務は認められている。しかし、虚偽の情報を提供しないという消極的義務として認められてきた。フランチャイザーはフランチャイズ契約締結過程において、これからフランチャイズ・システムに入ろうとするものに対して契約の判断をするに当たって必要な正確な情報を提供すべき積極的義務を負うという積極的義務がその後一般論として認められた⁸⁹⁾。内容については、〔進々堂事件〕で述べられたように、中小小売商業振興法上の開示は全てのフランチャイジーについて認められる最低限のものであり、これに信義則を通じてさらなる事項が加えられると考えられている。しかし、フランチャイズ契約において重要な役割を果たす収益性予測について積極的義務に入るか否かについては統一されていない状況にある。

フランチャイズ・システム自体が詐欺的なもの（〔教導塾福岡事件〕〔教導塾水戸事件〕）は別として、フランチャイザーの責任が認められる事例の多くはフランチャイジーの経験や知識が不足している場合が多い。フランチャイジーは独立

89) 金井・前掲注19) 44頁。

の事業者であるが、知識や経験がない「一般消費者」に近い存在であればあるほど、フランチャイザーの責任は肯定される傾向にある。要件としては、「収益性予測の合理性」と「セールスストックの範囲」が重要となっているようである。これらを判断する際に、フランチャイジーの資質が重要となってくる。また、売上が予測を下回っていることが前提となっているようである。したがって、収益性予測などの事項が積極の情報提供義務の範囲に入るか否かを判断する場合には経験・情報量は考慮されないが、義務違反か否かを判断する場面においては経験・情報量は考慮されている。しかし実際は、消極の情報提供義務違反と考えているものもある。収益性予測などの事項が積極の情報提供義務になることを広く認めて義務違反か否かを判断する際に経験・情報量を考慮しているのか、経験・情報量を考慮して積極の情報提供義務になるかどうかを判断し、その次に合理性などに基づいて義務違反か否かを判断しているのかは曖昧である。

収益性保証について認めている裁判例はない。また、フランチャイザーの責任が認められていても、ほとんどの場合において大きな割合で過失相殺がなされている⁹⁰⁾。

5 本章のまとめと問題提示

我が国におけるフランチャイズ契約の定義については、ビジネス・フォーマット型のものが念頭におかれているといえる⁹¹⁾。フランチャイズ契約の特色として、形式的には対等な立場の事業者間の契約である一方で、実質的には知識や情報量の不均衡が存在するもの間の契約であるということがあげられる。

規制等に関する改正について、中小小売商業振興法は、詐欺的行為を是正することを根拠とし契約内容についての情報提供義務を特に拡充・強化したが、そこには収益性予測は含まれていない。「ガイドライン」は、フランチャイジーが

90) 井上助教授は、「保護義務ないし情報提供義務」の内容として、「特に開業後の収益に関する情報の提供（売上予測・利益予測等）は不可欠とされている」とし、ビジネスリスクの分散可能性はフランチャイザーの方が大きいので、予測値と実際値の乖離による責任をフランチャイザーに負わせてもよいとしている（井上・前掲注73）「マーティナイジング事件判批」133頁）。

91) 金井・前掲注50) 5頁。

チェーンに強く組み込まれ一定の制約が課されることを根拠としている。収益性予測は開示すべき内容からはずされ、開示する場合には根拠ある事実と合理的な算定方法をフランチャイジー希望者に示す必要があるとされた。倫理綱領は収益性予測も開示するのが望ましい事項としている。このことから、中小小売商業振興法規則であげられた事項は常に内容となる事項を示して、他の二つであげられた事項で中小小売商業振興法であげられていない事項（特に収益性予測）は、場合によっては内容となる事項といえるのではないか。規制では最低限の事項を示すべきであり、広範な情報提供義務を課すべきではない。

学説において、フランチャイズ契約締結過程において一般に情報提供義務が存在することには異論はない。積極的情報提供義務の内容として契約内容とフランチャイズ・システムの現状が含まれているが、収益性予測については問題がある。収益性予測が積極的情報提供義務に入るか否かについては一律に判断するという考え方が有力であるが、個別具体的に判断した方が良いのではないか。義務違反か否かを認める際に経験・情報量を考慮するかどうかについても、考慮する説、一つの要素として考慮する説、しない説とわかれている。

裁判例において、中小小売商業振興法で定められているものは最低限の事項とされている。収益性予測は消極的情報提供義務には入るが、積極的情報提供義務に入るかははっきりしていない。積極的情報提供義務に入るか否かについて判断する際に経験・情報量の差はあまり考慮されていないが、義務違反の認定の際には考慮されている。しかし実際は消極的情報提供義務違反とされることも多く、はっきりしていない。義務違反が認められた際の過失相殺については、経験・情報量は明らかに考慮されているが、まったく経験のない素人であっても5割以上過失相殺されるなどフランチャイジーに酷な結果となっている。（以下次号）