



暮らしの判例



国民生活センター 消費者判例情報評価委員会

消費者問題を考えるうえで参考になる判例を解説します

フランチャイズ契約を特定商取引法51条の業務提供誘引販売取引と認め、クーリング・オフも認めた事例

ハウスクリーニング事業の加盟店契約(いわゆるフランチャイズ契約)を、特定商取引法51条の業務提供誘引販売取引と認定し、かつ同法58条の定める「業務を事業所等によらないで行う個人」の契約と認めて同条の解除(クーリング・オフ)を認め、開業初期費用として支払った諸費用全額につき不当利得の返還

請求を認容した事例(大津地方裁判所令和2年5月26日判決、LEX/DB掲載)

原告：X(消費者)
被告：Y(ハウスクリーニング事業のフランチャイズを展開する事業者)



事案の概要

1 事実関係

Xは2018年11月頃まで別の業界の会社従業員として働いており、その頃ハウスクリーニング事業を自営で始めることを考えていた。Xは同月下旬、「αフランチャイズシステム」というハウスクリーニング事業のフランチャイズを展開するYのフランチャイズ募集の広告をインターネット上で見つけた。Yの広告には、営業活動は一切ないこと、事業スタート時から案件は豊富にそろっていること、提携先からの仕事を加盟店に取り次ぐこと等が記載され、またYの広告には1人で開業した場合の1カ月の収益モデルとして売上が約120万円で、売上原価が約6万円、売上総利益が約110万円である例が提示されていた。募集地域は全国であった。XがYからパンフレット等の資料を取り寄せたところ、そのパンフレットにも加盟店自らが営業活動を行う必要が無いとの記載があった。

Xは2018年12月上旬、Y代表者と面談し、契約についての説明を受けるなどした。この面談内容を踏まえて、同月中旬、αフランチャイ

ズ契約という名称のハウスクリーニング事業の加盟店契約(本件契約)を締結した。

この契約でYはXに対し、ハウスクリーニング事業に必要な「機材・消耗品等」を販売し、開業前研修・開業支援・αフランチャイズシステム・商標の利用権という役務の提供を行うこととされている。他方XはYに対し、フランチャイズ開業初期費用として7項目・合計約220万円(7項目は次項の「理由」を参照)を負担する責務を負い、かつXはYに対し以後も継続的に固定チャージ等の費用を負担することになる。またXはYから提供・あっせんされた「業務」を、肩書住所地の自宅で行うこととされた。

契約締結後、Xは前述の約220万円を支払い、Yの本社ビルで一応の研修を受け、その後2019年2月上旬、ハウスクリーニング業を自宅で開業した。ところがYはXに対し、「案件ございません。お休みでお願いいたします」との連絡を続けて、結局、XはYからハウスクリーニング業務のあっせんを受けることはなかった。

そこでXは2019年3月上旬、Yに対し本件契約が特定商取引法51条(以下、法律の条名は特商法を指す)の業務提供誘引販売取引に該当



するとして、58条1項に基づき本件契約を解除する旨の意思表示をし(クーリング・オフ)、原状回復請求としてYに交付した約220万円の返還を求めた。この返還を求めて提訴したのが本件訴訟である。なお訴訟では併せて、契約に際し説明内容に虚偽または過大に誇張された表現が含まれる詐欺的勧誘をしたことが不法行為を構成するとして、損害賠償約60万円(慰謝料と弁護士費用)、および両者遅延損害金の支払いを求めている。しかしこの損害賠償請求に関して判決は、Yが示したパンフレット等の収益モデルは開業した場合の一例であると解し、このように収益を上げることがおよそ実現不可能なものとはとはいえず、虚偽等の詐欺的な勧誘であったとまではいえない、また財産的損害がてん補(認容)されることによって精神的損害もてん補されるなどとして否定している。ここでは業務提供誘引販売取引のクーリング・オフについてのみ取り上げて検討する。

2 主な争点

クーリング・オフ(解除)をめぐる主な争点は、(1)本件契約に係る取引が51条の「業務提供誘引販売取引」に該当するかどうか、そして(2)58条1項がカッコ書きで定める「その業務提供誘引販売業に関して提供され、又は^{また}あつせんされる業務を事業所等によらないで行う個人」に該当するかどうか、である(この「事業所等」は、52条1項により「事業所その他これに類似する施設」とされている)。



理由

業務提供誘引販売取引とは、51条1項で、「商品の販売又は有償で行う役務の提供の事業であって、その販売の目的物たる物品又はその提供される役務を利用する業務に従事することにより得られる利益を収受し得ることをもって相手方を誘引し、その者と特定負担を伴うその商品の販売若しくはそのあつせん又はその役務の提供若しくはそのあつせんに係る取引」と規定されている。

本件契約に係る取引について、Yは、ハウスクリーニング事業に必要な「機材・消耗品等」を販売し、また、開業前研修・開業支援等の役務の提供を有償で行う事業であって、その販売の目的物たる物品またはその提供される役務を利用する、Yが提供しあつせんするハウスクリーニング業務に従事することにより得られる利益(業務提供利益)や、収益モデルを提示するなどして、収受し得ることをもってXを誘引していること、Xら加盟店が、フランチャイズ開業初期費用として、(1)研修費、研修参加費、(2)工具・機材消耗品費一式、(3)加盟金、(4)保証金、(5)開業支援金、(6)販促ツール代、(7)事務手数料の合計約220万円を支払うなどの金銭的負担(特定負担)を伴う、前述の業務のあつせんに係る取引をすることを業として営んでいたことが認められる。そして、Xは、Yから提供・あつせんされた「業務」を、肩書住所地の自宅(マンションの一室)で行うことになっているから、本件契約は、「事業所その他これに類似する施設によらないで行う個人との契約」に該当することが認められる。そうすると、本件契約に係る取引は、特商法の業務提供誘引販売取引に該当するものと解するのが相当である。

Yは、Xは、自宅をその業務のための事業所としているところ、Xの事業規模が、一般消費者が行う内職等の作業程度のものであることを示すものではなく、また、YがXに提供する業務は、Xの申し出により、Xが独自に営業を行う不動産業者から紹介されるような空室のハウスクリーニングに限られており、消費者被害を防ぐために保護すべき者ではなく、特商法のクーリング・オフ規制による保護の必要はない旨主張する。

しかし、Xは、Yから提供・あつせんされた「業務」を、自宅(マンションの一室)で行うこととし、本件契約は、「事業所その他これに類似する施設によらないで行う個人との契約」に該当することが認められることなどに照らすと、Xが、特商法のクーリング・オフによる保護の必

要は無い者であるということではできない。

また、Yは、Yが、Xに対し提供またはあっせんする業務は無かったから、本件契約は業務提供誘引販売取引には該当しない旨主張する。

しかし、Yは、Yが提供し、あっせんするハウスクリーニング業務に従事することにより得られる利益(業務提供利益)を収受し得ることをもってXら顧客を誘引しているものであり、Xにおいても、Yに対し、本件契約の当初から、ハウスクリーニング業務をあっせんするように要望していたことが認められるのであるから、本件契約後に自ら業務を獲得するために営業活動を行い、また、Yが、Xに対し提供またはあっせんする業務が無かったからといって、本件契約に係る取引が業務提供誘引販売取引に該当しないということではできない。したがって、Yの主張は採用することができない。

裁判所は、前述のように述べたうえで、YはXに特商法所定の解除(クーリング・オフ)に関する事項が記載されていない書面を交付したので(55条2項4号参照)、書面受領日から20日が経過していないとして、クーリング・オフを認め、XがYに支払った約220万円を不当利得としてその返還と遅延損害金の請求を認容した。

解説

本判決のポイントは争点になった点、つまり(1)フランチャイズ契約といえども、特商法51条1項の要件さえ充足すれば「業務提供誘引販売取引」に該当すること、さらに(2)業務提供誘引販売取引であることを理由とするクーリング・オフ(解除)ができるのは、提供またはあっせんされる業務を事業所等によらないで行う個人に限定されるが、本件はそれに該当すること、である。次から、順にみていく。

(1) 業務提供誘引販売取引該当性

フランチャイズ契約は、起業や開業目的の場合も多く消費者側も営業目的で締結した契約との印象があり、特商法の規制対象にならないかのような印象を抱くかもしれない。確かに訪問

販売等に関して26条1項1号は購入者等が「営業のために若しくは営業として締結するもの」を除外している。しかし業務提供誘引販売の典型例とされる内職商法等が業務に従事して何らかの収入や収益を得ることを目的に契約されていることから分かつとおり、業務提供誘引販売取引は形式的には営利性や営業性を有する可能性のある類型であり、それゆえ営業性があるだけでは該当性を排除されないのである。したがって営業性の有無にかかわらず51条の定める要件さえ充足すれば、フランチャイズ契約であっても業務提供誘引販売取引と認定されるのである(ただしフランチャイズ契約のすべてが業務提供誘引販売取引になるわけではないのでその点は注意が必要である)。

本判決は、本件契約が51条の定める3つの要件、①物品の販売または有償で行う役務の提供の事業であること ②その販売の目的物たる物品またはその提供される役務を利用する業務に従事することにより得られる利益(業務提供利益)を収受し得ることをもって相手方を誘引すること ③特定負担を伴うこと、を本件取引が充足するとして、業務提供誘引販売取引と認めている。フランチャイズ契約で業務提供誘引販売取引と認められた数少ない事案であるが、妥当な判断である。

参考判例①は、メロンパンの移動型パン販売業について賛助会員契約・販売車両の売買契約を業務提供誘引販売取引とは認めなかった事例である。ただし債務不履行解除など一部の請求は認められている。**参考判例③**はジュース自販機の管理のアルバイト募集に応じたところ、代理店になるよう勧められ自販機を購入させられたケースについて、傍論ながら業務提供誘引販売取引該当性と58条による解除を認めている。

(2) 58条の解除(クーリング・オフ)について

業務提供誘引販売取引に該当するとさまざまな規制を受けるが、クーリング・オフの対象にならない場合がある。58条1項がクーリング・オフ(解除)できる者を、「その業務提供誘引販

売業に関して提供され、又はあつせんされる業務を事業所その他これに類する施設(事業所等)によらないで行う個人」に限定しているからである。前述のとおり業務提供誘引販売取引該当性について営業性は問われない。しかし解除のような購入者等の保護規定については、実質的に営業性が無い者だけが保護を受けられるよう、業務の形態や規模を基準として実質的な判断をするためにこのような制限が導入されたといわれる(52条・52条の2の禁止行為、55条の書面交付義務、58条の2の契約取消権なども事業所等によらないで行う個人に限定される)。

本判決は、Xが自宅であるマンションの一室で業務を行うこととしていたことから、「業務を事業所等によらないで行う個人」と認定している。自宅であることやその規模からみても、妥当な判断である。判決は明示しないが、本件取引のためYと接触するまでは会社従業員として稼働しており、自宅で事業等をしていなかったであろうことも推測される。

参考判例②はドロップシッピングに関して58条の解除(クーリング・オフ)を認めた事案であるが、消費者のうち2人について「業務を事業所等によらないで行う個人」であるかどうか争われ、いずれも該当するとして解除が認められた。うち1人はコンビニエンスストア経営者だったが、自宅に置いている私用パソコンを使用して業務を行っていたこと、経営するコンビニエンスストアの業務の一貫として同ストアの商品をウェブサイトに掲載して販売しようとしていたとの事情も無いとして、該当するとされた。もう1人は、β社の代表取締役で、ネットショップの店名やドメイン等にβとついたり、所在地をβ社の本店所在地にすることを求め、β社の事務所を自らの連絡先とするなどしたが、業務提供誘引販売取引はβ社名ではなく個人名で契約締結され、またβ社の業務にネットショップ等における多様な商品の売買が属さないこと、連絡先とされたβ社の事務所は勤務場所で日中多く所在する場所でもあること、契

約金等は個人が支払ったこと、β社が取り扱う商品等をウェブサイトに掲載して販売しようとしていないなどから該当するとした。

参考判例③は前述のとおりであるが、「業務を事業所等によらないで行う個人」について、「事業所等を構えて業務を行う者は個人でも商取引に習熟したものと考えられるので保護の対象とすべきでないとして設けられた要件であって、ここでいう『事業所等』とは、その業務を行うことを目的とした相当程度の永続性を有する施設を意味する」として自販機を自宅に設置した者を事業者としての実質を備えたとは認めなかった。

本件を参考判例、特に参考判例②と比較すると、本件の場合「業務を事業所等によらないで行う個人」であることは明らかである。

なお本件のYは、Xの事業規模が一般消費者が行う内職等の作業程度のものではなく、またYがXに提供する業務はXが独自に営業を行う不動産業者から紹介されるような空室のハウスクリーニングに限られ、消費者被害を防ぐために保護すべき者ではないとしてクーリング・オフ規定による保護の対象ではないと主張している。しかし判決は「業務を事業所等によらないで行う個人」に該当するとして排除している。保護対象となる消費者について議論のあったところではあるが、現在は判決が指摘するとおり「業務を事業所等によらないで行う個人」を基準とする旨法律に定められている以上、この点について判断すればよい。

58条の「業務を事業所等によらないで行う個人」をめぐる判決は少ないが、その一例ともなる事案である。

参考判例

- ①仙台地裁平成21年2月26日判決(LEX/DB)
- ②大阪地裁平成23年3月23日判決(『判例タイムズ』1351号181ページ、『判例時報』2131号77ページ)
- ③名古屋簡裁平成26年3月12日判決(『消費者法ニュース』100号377ページ)