

フランチャイズ契約におけるフランチャイザーの情報提供義務違反による損害賠償責任に関する判例分析と若干の考察

波 光 巖

## 一、はじめに

フランチャイズ・システムは、フランチャイザーにとっては、他人の資本・人材を活用して迅速な事業展開が可能となり、また、フランチャイジーにとっては、フランチャイザーが提供するノウハウ等を利用して独立・開業が可能という特徴を有していることから、最近、我が国において、従来の小売業及び外食業のみならず、各種サービス業等広範な分野において活用され、多くの事業者の事業展開が行われている（公取委「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」平成一四・四・二四から引用）。

フランチャイズ・システムを巡っては、民事法上あるいは独占禁止法上様々な問題が提起されている。民事法上問題とされる主要なものとしては、フランチャイザーが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らうとする者に対し、売上予測等に関して客観的かつ的確な情報を提供する信義則上の保護義務に違反するとされるもの、フランチャイズ契約締結後におけるロイヤリテイの計算方法に関するもの、フランチャイズ契約終了後におけるフランチャイジーであった者に対する競争禁止義務に関するもの等である。本稿においては、フランチャイジーにならうとする者に対する売上予測等に関する情報提供の問題を取り扱う（フランチャイズ契約終了後のフランチャイジーであった者に対する競争禁止義務に関する問題については、筆者は、神奈川法学四四巻一号において、判例分析を行った）。

独占禁止法上の問題としては、フランチャイザーがフランチャイジー募集に係るぎまん顧客誘引（不公正な取引方法の一般指定八項）、フランチャイズ契約締結後のフランチャイジーとフランチャイジーとの取引に係る優越的地位の濫用（独占禁止法二条九項五号）、抱き合わせ販売（不公正な取引方法の一般指定一〇項）、拘束条件付き取引（同

一二項）等に関する問題が発生する場合があり、これらの点については、フランチャイザーの「独占禁止法違反行為の未然防止とその適切な事業活動の展開に役立てるために」、ガイドラインが定められているところである。

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、各種の情報を提供する。特にフランチャイジーになろうとする者は、従来から同種の事業を行っていた者に限らず、給与所得者等当該事業の経験を有しない者を含め様々な者が有利な営業を求めて加盟することから、詳細な各種情報が提供される必要がある。例えば、加盟後における売上予測等に関する情報、システム加盟後の商品等の供給条件に関する事項、フランチャイザーのフランチャイジーに対する事業活動上の指導内容等、フランチャイジーに支払うロイヤルティの額等が含まれる。その中でも、フランチャイザーから提供される売上予測等は、契約を締結するか否かを決定する際の最重要な要素であるといえる。

民事事件においては、フランチャイザーのフランチャイジーに対する客観的かつ的確な情報提供義務違反を認め、フランチャイザーの損害賠償を容認する多数の判例が存在する。但し、一方で、フランチャイジーにも、独立の事業者として慎重な判断と経営責任に欠けるところがあつたとして、かなりの割合の過失相殺を行っている。

本稿では、公正取引委員会のガイドラインを説明した後、民事判例の分析・検討を行うものであるが、その中で、①売上予測等に関して、フランチャイジーにどのような情報を提供することが求められているか、及び②損害賠償責任がどのような範囲で容認されているかの分析を行い、並びに③大幅な過失相殺を行うことの妥当性について、若干の検討を行うものである。

## 二、公正取引委員会のガイドライン

公正取引委員会のガイドラインでは、「本部の加盟店募集について」において、「募集に当たり、加盟希望者の適正な判断に資するため、十分な情報が開示されていることが望ましい」として、次のように述べている。

ア、次のような事項について開示が的確に実施されることが望ましい。

- i 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）
  - ii 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
  - iii 加盟に際して徴収する金銭の性質、金額、その返還の有無及び返還の条件
  - iv 加盟後、本部の商標、商号等の使用、経営指導等の対価として加盟者が本部に定期的に支払う金銭（ロイヤルティ）の額、算定方法、徴収の時期、徴収の方法
  - v 本部と加盟者間の決済方法の仕組み・条件、本部による加盟者への融資の利率等に関する事項
  - vi 事業活動上の損失に関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
  - vii 契約の期間並びに契約の更新、解除及び中途解約の条件・手続きに関する事項
  - viii 加盟後、加盟者の店舗の周辺の地域に、同一又はそれに類似した業種を含む店舗を本部が自ら営業すること又は他の加盟者に営業させることができるか否かに関する契約上の条項の有無及びその内容並びにこのような営業が実施される計画の有無及びその内容
- イ、加盟者募集に際して、予想売上げ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。なお、加盟希望者側においても、フランチャイズ・システムに加盟するには、相当額の投資を必要とする上、

i 今後、当該事業を継続して行うことを前提に加盟交渉が行われること

ii 加盟後の事業活動は、一般的な経済動向、市場環境等に大きく依存するが、これらのことは、事業活動を行ううとする者にとつて相当程度考慮すべきものであること

に留意する必要がある。

#### 注

「中小小売商業振興法」は、フランチャイズ・システムに関する連鎖化事業を行うに当たっては、次の事項を記載した書面を交付し、説明しなければならないことを規定している(一一条)。(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ほか、経済産業省令で定める事項。

このことから、公正取引委員会のガイドラインにおいても、その示す事項について、これらを記載した書面を交付し、説明することが望ましいとしている。

ウ、本部が、加盟者の募集に当たり、前記ア・イに掲げるような重要な事項について、十分な開示を行わず、又は虚偽若しくは誇大な開示を行い、これらにより、実際のフランチャイズ・システムの内容よりも著しく優良又は有利であると誤認させ、競争者の顧客を自己と取引するように不当に誘引する場合には、不公正な取引方法の一般指定八項(ぎまんの顧客誘引)に該当するとしている。

一般指定八項に該当するかどうかは、例えば、次のような事項を総合勘案して、加盟者募集に係る本部の取引方法が、実際のものよりも著しく優良又は有利であると誤認させ、競争者の顧客を自己と取引するように不当に誘引するものであるかどうかによって判断される。

i 予想売上げ又は予想収益の額を提示する場合、その額の算定根拠又は算定方法が合理性を欠くものでないか。また、実際には達成できない額又は達成困難である額を予想額として示していないか。

ii ロイヤルティの算定方法に関し、必要な説明を行わないことにより、ロイヤルティが実際のものよりも低い金額であるかのように開示していないか。例えば、売上総利益には廃棄した商品や陳列中紛失等した商品の原価（廃棄ロス原価）が含まれると定義した上で、当該売上総利益に一定率を乗じた額をロイヤルティとする場合、売上総利益の定義について十分な開示を行っているか、又は定義と異なる説明をしていないか。

iii 自らのフランチャイズ・システムの内容と他の本部のシステムの内容を、客観的でない基準により比較することにより、自らのシステムが競争者に比べて優良又は有利であるかのように開示をしていないか。例えば、実質的に本部が加盟者から徴収する金額は同水準であるにもかかわらず、比較対象の本部のロイヤルティの算定方法との差異について説明せず、比較対象の本部よりも自己のロイヤルティの率が低いことを強調していないか。

iv フランチャイズ契約を中途解約する場合、実際には高額な違約金を本部に徴収されることについて十分な開示を行っているか、又はそのような違約金は徴収されないかのように開示していないか。

### 三、判例

判例は、次の八判例について分析を行った。

I フランチャイズ契約に際してフランチャイザーが加盟店に対する情報提供義務違反があるとして不法行為及び契約締結上の過失による損害賠償責任が認められた事例（過失相殺四割）（名古屋地判平成一三・五・一八判時一七七四号一〇八頁）

〔事実〕

本件は、甲事件と乙事件（原告が本件店舗の経営を二四時間以上放棄したことがフランチャイズ契約における解除事由に該当するとして争われた事件）があるが、甲事件についてのみ述べることにする。

原告（X）は、被告（Y）との間で、平成九年九月二六日、XがYから、商標・サービスマーク等の「サークルK」であることを表示する営業シンボルの使用許諾を受け、経営ノウハウの継続的な提供を受ける権利を得る一方、Xは、Yに対し右対価として所定のロイヤルティを支払うことを内容とするサークルKフランチャイズ契約（本件契約）を締結した。

Xは、平成九年一〇月二四日、石川県加賀市においてサークルK店（本件店舗）の営業を開始したが、その後経営に行き詰まり、平成一〇年五月一日、本件店舗を閉店した。

〔判決〕

1 情報提供義務違反について

A、Yは、本件店舗の立地調査について、商圏（半径五〇〇m以内）内の世帯数を一七七戸、人口五六一人と算出し、店舗前交通量（反対車線を含まない）を一日一六時間で車輛合計一万五、五二八台、通行人四〇人と算出した。また、競合店として、本件店舗から同一車線約七〇〇mの「ローソン」及び本件店舗から反対車線約九〇〇mの他の

「サークルK」店を掲げたが、販売の免許取得品がなく、駐車場も狭いことから、これらの評価はいずれも最低のCランクとした。

その上で、Yは、調査項目ごとのポイントの「最終点数」を算出し、本件店舗の開店当初時の平均日商を三二万五、〇〇〇円と算出予測した。しかし、Yは、その数値をXに正しく伝えることなく、「開店後数年経過した店舗を含めると石川県内のサークルK店の平均日商は五〇万円である」と説明した。さらに、Yは、石川県内の平均日商五〇万円の場合と最低保証の適用対象となる一例として示した日商二〇万円の場合とに分けて、人件費や廃棄処分費等の経費の数値を説明し、加盟店経営者の一ヵ月当たりの手取り収入について説明した。

イ、Yの情報提供義務違反が、Yの詐欺やXの錯誤に該当するとは認められないとしたが、次の理由により、不法行為に該当することを認めた。①車輛通行量が多すぎるのが売上に不利益に考慮されていないこと、②「店舗側視界性」や店舗駐車場への進入口の確認性が優れているとはいえないこと、③店舗を賃借する形式の場合、月額賃料と日商売上が同額であることがYにおいて新規店舗を開発する目安とされていることが認められるところ、本件店舗の月額賃料は六三万四、〇〇〇円であり、本件店舗の予測日商売上の約二倍であること、④Xが平成一〇年一月に解約を申し入れるまでは、本件店舗の経営に意欲的に取り組む等経営姿勢に何ら問題がなかったとY側も認めているにもかかわらず、本件店舗の日商売上は、Yの算出した売上予測に全く及ばない一二万九、八二二円〜一九万四、五二二円であったこと（本件店舗がYの直営店となつてからも平均日商は約二七万円程度である）。

「以上の事情を総合的に考慮すれば、Yは、本件店舗の売上予測に際してかなり楽観的ないし強気の見通しを立てていたことは否定できず、その結果、開店当初の売上予測が実際よりかなり高めのものとなったのであり、フランチャイザーとして店舗経営に関する蓄積したノウハウを豊富に有するYとしては杜撰であったとの誹りを免れな

い。しかも、Yはこのようにして予測した本件店舗の日商売上予測数値をフランチャイジーとなるべきXに開示することすらしていないのであるから、不正確な売上予測をして本件店舗を開発し、本件契約締結に際し正確な判断の前提となる資料をXに十分に提供しなかった点は社会通念上違法であり、Yはこの点について不法行為責任を免れないというべきである」。

## 2 契約締結上の過失責任について

「フランチャイジーになろうとする者にとつての最大の関心事は、通常、加盟後にどの程度の収益を得ることができるかどうかの点であると解されるから、契約を締結する段階において、フランチャイザーがフランチャイジーになろうとする者に提供する出店後の売上予測等出店後の収益に関する情報は、フランチャイジーになろうとする者が契約を締結するか否かを判断するに当たって重要な資料となる。しかも、フランチャイザーは、店舗経営に関する蓄積したノウハウ及び専門的知識を前提に独自のフランチャイズシステムを構築しているのに対し、フランチャイジーになろうとする者は通常そのようなノウハウや専門的知識を有していないことはもちろん、上記フランチャイズシステム自体に関する知識も乏しいことが多く、専門家であるフランチャイザーの提供する資料や説明内容に大きな影響を受けるのが通常であると解される。

したがって、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、できるだけ客観的かつ的確な情報を提供する信義則上の保護義務を負うものというべく、フランチャイジーになろうとする者が契約を締結するか否かを判断するに当たって重要な資料を提供しなかった場合には、情報提供義務を怠ったというべきである」。

Yが本件契約を締結するようXを勧誘するに際し、日商売上について単に石川県内の既存店舗の平均日商が五〇万

円であると説明するにとどまり、Y 内部の日商売上予測値（三二万五、〇〇〇円）を開示しなかったことは、情報提供義務違反になる。

### 3 独占禁止法違反について

Y は、本件契約を締結するよう X を勧誘するに際し、同人にとつて重要な事項である本件店舗の日商売上予測値を開示しなかったこと等を考慮しても、Y が「実際のものよりも著しく優良又は有利であると X に誤認させ、自己と取引するように不当に誘引した」（不公正な取引方法一般指定八項・ぎまん的顧客誘引）と認めるに足る証拠はない。

### 4 損害について

成約預託金については、「本件店舗開業に伴って X が支払いを余儀なくされたものであって、Y の不法行為ないし契約締結上の過失（情報提供義務違反）と相当因果関係がある損害と認められる」。しかし、ロイヤルティ、人件費及び専従者給与については、右のような相当因果関係がある損害とは認められない。

### 5 過失相殺について

「フランチャイズシステムにおいては、専門的知識を有するフランチャイザーがフランチャイジーを指導、援助することが予定されているとはいえ、他方において、フランチャイジーも、独立した事業者として、自己の経営責任の下に事業による利潤の追求を企図する以上、最終的には自己の判断と責任においてフランチャイズシステムに加入するか否かを決断すべきである」。

「Y との締結段階において、フランチャイジーとなるべき X においても、Y から石川県内のサークル K 既存店舗の平均日商が五〇万円であるという説明を受けただけで、本件店舗の日商も同程度であろうと漫然と誤信してしまい、本件店舗に関する具体的な売上予測について一切説明を求めようとしなかったし、契約締結前に自ら調査をしなかつ

た」。

以上のことから、「Xに生じた損害賠償の額を定めるに当たっては、公平の原則に照らし、Xに生じた損害について四割の過失相殺をするのが相当である」。

II フランチャイズ契約の締結に当たりフランチャイザーが収支予測義務及び情報提供義務に違反したと認められな  
いとしてフランチャイジーのフランチャイザーに対する不法行為に基づく損害賠償請求が認められなかった事例  
(東京地判平成一四・一・二五判時一七九四号七〇頁)

〔事実〕

ア、本件は、原告(X)が、被告フードデザイン(Y<sub>1</sub>)及びその中心的出資会社(Y<sub>2</sub>)並びにこれらの取締役担当者  
(Y<sub>3</sub>、Y<sub>4</sub>、Y<sub>5</sub>)の勧誘を受けてY<sub>1</sub>との間で、平成九年三月二二日、ベーカリーカフェ・パブレストランの経営に関して  
フランチャイズ契約(本件フランチャイズ契約)を締結したが、その勧誘に際してY<sub>1</sub>から示された収支予測が根拠  
を欠いており、しかも、Y<sub>1</sub>は、フランチャイズシステム自体を確立しておらず、経営ノウハウ等必要な情報をXに  
対して提供できなかったために店舗の経営が破綻したとして、Y<sub>1</sub>、Y<sub>3</sub>、Y<sub>4</sub>、Y<sub>5</sub>に対して、民法七〇九条、七一五条及び七一  
九条に基づき、また、Y<sub>1</sub>の取締役たるその余の被告(Y<sub>6</sub>、Y<sub>7</sub>、Y<sub>8</sub>、Y<sub>9</sub>)に対して、商法二六六条の三(旧法)の基づき、そ  
れぞれ、損害賠償の支払いを求めた事件である。

イ、Xは、平成九年一〇月一日、東京都港区六本木のビルにおいて、ベーカリーカフェとパブレストランを同一店舗  
内で併設する形式で六本木店(本件店舗)の営業を開始したが、経営に行き詰まり、同年一二月一日からY<sub>1</sub>に本件  
店舗の運営管理を委託するも、業績は好転せず、平成一〇年一月一〇日をもって本件店舗を閉店した。

## 「判決」

## 1 前提となる事実

Y<sub>2</sub>は、それぞれの業界において十分な実績を有する七社が共同出資して設立されたものであり、パブ機能を持ったレストランの展開を企図するフランチャイズシステムの構築を目指して、Y<sub>1</sub>を設立した。

Y<sub>1</sub>は、平成七年一月二二日ころ、「食文化の情報発信基地」という基本コンセプトを下に、コンサルタント業者をも交えて、ランチ、喫茶、デイナーを提供する店のメニュー・価格帯等を設定し、フランチャイズチェーンとして、一〇〇店舗を達成することを目標とする等のコンセプト・チャートを作成した。

Xは、本件店舗となる予定店舗を借り上げ、Y<sub>1</sub>から示された売上予測及び総事業予測の見通しの下に、Y<sub>1</sub>との間で、Y<sub>1</sub>のフランチャイズ店一号店として、本件フランチャイズ契約を締結した。

## 2 収支予測義務違反の有無について

「フランチャイズに加盟しようとする者にとって、専門的知識を有し、豊富な情報量と資金力を有するフランチャージャーの売上予測及び総事業予測は、加盟するか否かを決定づける重要な要素となり得るものである。したがって、一般に、フランチャイザー及びその従業員は、フランチャイジーの勧誘に当たり、客観的かつ的確な売上予測及び総事業予測を提供すべき義務を負うものというべきである。

もつとも、売上予測及び総事業予測は、将来の事業活動の結果を事前に予測するものであるところ、事業活動の結果は、その時々々の経済情勢やその他の諸要因により容易に変化する性質のものであるから、当然のことながら、これを正確かつ確実に予測することは極めて困難というべきであり、また、そのような性質を有するために、予測の手法も確立した一定の方式が存在するものとは認められない。

したがって、フランチャイザーがフランチャイズ契約を締結するに際して提供した売上予測及び総事業予測が、事業活動の結果として現れた実際の売上げ及び総事業費の実績と異なるものとなったとしても、このことから直ちに客観的かつ確かな売上予測及び総事業予測を提供すべき注意義務に違反するものではなく、予測の手法自体が明白に相当性を欠いた不合理なものであったり、これに用いられた基礎数値が客観的根拠を欠いている場合など、売上予測及び総事業予測がまったく合理性を欠き、フランチャイジーに契約締結に関する判断を誤らせるおそれが著しく大きいものである場合に限って、前記注意義務の違反となり、フランチャイジーがこれによって被った損害を賠償する責任を負うものと解するのが相当である」。

本件において、Yが示した「売上予測は、客観的な根拠事実に基づき、本件店舗の有利な部分も不利な部分もともに評価して行われたと認められるから、予測手法が明白に相当性を欠いたものであるとはいえず、かつこれに用いた基礎数値も、客観的根拠を有するものであったから、合理的な手法による予測であったと認めるのが相当である」。

### 3 情報提供義務違反について

「フランチャイズ契約においては、フランチャイザーがあらかじめ特定の商標、サービスマークその他の標識を設定し、同一のイメージのもとに統一的な経営ノウハウを用いて事業を運営できる程度のシステムを構築した上で、このシステムを一定の対価のもとにフランチャイジーに利用させることとされている。したがって、フランチャイザーは、フランチャイジーを勧誘するに当たって、フランチャイズシステムを構築する義務と、フランチャイジーがフランチャイズ店舗を運営するために必要なノウハウを確立して、これをフランチャイジーに提供すべき義務を負うのは当然である。

しかしながら、フランチャイズ事業は、必ずしもある事業者が直営店によって複数の店舗を展開し、事業自体が一

定の規模に至ってからでないとい開始できないのではなく、場合によっては第一号店からフランチャイズ契約によって開店することもあり得る。かかる場合には、フランチャイザーが完成した形でフランチャイズシステムを有することはなく、ノウハウについても修正の余地が多分に存在するのであって、確立したフランチャイズシステムやノウハウがなくとも、第一号店の開店までに統一的なシステムのイメージが確定し、ある程度実践に耐えうるノウハウが提供されれば、フランチャイザーの義務は果たされたものと解すべきである」。

「Y<sub>1</sub>は、本件店舗の開店以前に、フランチャイズシステムの重要部分については確立しており、統一的なシステムのイメージは確定していたものと解される。

したがって、フランチャイズシステムの構築に関するY<sub>1</sub>、Y<sub>2</sub>、Y<sub>3</sub>、Y<sub>5</sub>の義務違反についてのXの主張には理由がない」。

「Y<sub>1</sub>は、ノウハウについても、本件店舗の開店の段階では、実践に耐えうるものを確立し、これをXに提供していたと認めるのが相当である。

したがって、ノウハウの確立及び提供に関するY<sub>1</sub>、Y<sub>2</sub>、Y<sub>6</sub>、Y<sub>13</sub>の義務違反についてのXの主張には理由がない」。

Ⅲ フランチャイズ契約の締結に当たりフランチャイザーの提供した売上予測等に関する情報が裁量の範囲を逸脱して正確性を欠いていたとして信義則上の義務違反が肯定された事例（過失相殺三分の一）（大阪地判平成一四・

三・二八判タ一一二六号一六七頁）

#### 〔事実〕

ア、同事件には、第一事件と第二事件（債務の支払いを求めるもの）があるが、第一事件のみ（しかも、フランチャ

イズ契約と直接関係する部分のみ)を記述する。

原告(X)は、被告(Y)とコンビニエンス・ストア経営のフランチャイズ契約を締結したが、Xは、Yには、  
①客観的根拠を欠く虚偽の売上予測等を説明した、②フランチャイザーとして適正かつ正確な情報を提供すべき信義則上の義務に違反したこと等の行為があり、これにより、Xは、同契約締結に当たり支出した加盟料、保証金その他の費用合計四、〇〇〇万円及び営業期間中の差引損金(粗利から経費を控除したもの)三、一六九万円の損害を被った等と主張して、Yに対し、詐欺による不法行為に基づく損害賠償請求権又は債務不履行に基づく損害賠償請求権に基づき、右の合計金額七、一六九万円及びその遅延利息の支払いを求める等した。

イ、YとX(当時Xは個人。平成八年六月二〇日X社が設立され、XはX社の代表取締役就任し、その後Xの業務等はすべてX社が承継した)は、平成六年一〇月三十一日Xが本件建物において、Yから継続的に経営の指導援助、販売協力及び権利の許諾を受けて、コンビニエンス・ストア「ヤマザキデイリーストア甲店」(以下「甲店」という)を営み、その対価として、Yに一定のロイヤリティーを支払うことを内容とするフランチャイズ契約を締結し、甲店は平成六年一二月六日開店した。

### 〔判決〕

#### 1 不法行為責任・債務不履行責任について

「フランチャイザーの市場調査の内容等が客観性・正確性を欠いていたり、十分な資料に基づくものではなかったりして、フランチャイザーが提供した情報が、フランチャイズへの加盟を検討している者に同契約締結に関する判断を誤らせるおそれがある場合には、フランチャイザーは、上記信義則上の義務違反により、フランチャイジーが被った損害を賠償する責任を負うと解すべきである」。

「この点、本件市場調査書に現れた売上予測においては、競合店として、ニチモウショップのみが挙げられている。確かに、Yが本件地図上で設定した商圏内には、ニチモウショップしか存在しない。しかしながら、証拠（略）によれば、その商圏内に含まれるA町やB町から甲店までは二・三kmの距離があり、両町の住民が甲店に赴く場合には、徒歩よりも、専ら自動車、バイク、自転車を利用するものと推認される。上記商圏外に位置するM大学前のファミリーマートや開店予定のローンソンからA町やB町までの距離は、両町から甲店までの距離とさほど変わらず、自動車、バイク、自転車利用の住民を想定すれば、上記両コンビニエンス・ストアは、十分に競合店たり得るものと考えられ、両店が除外されていることに、合理性、客観性があるかには疑問が残る。両コンビニエンス・ストアを競合店として考慮に入れば、売上予測は下方修正されるものと推認される」。

「また、そもそも、前記認定のとおり、甲店の市場調査による総得点はAランク（四〇〇点から五〇〇点）の中では最低得点とも言い得る四〇〇・五点であった。市場調査方式における評価点ランクとランク別売上予想との対応関係に照らせば、総得点一点当たりの売上高は三万円に相当すると解され、それを前提に甲店の市場調査方式における上記総得点が示す売上高を算定すれば月商一、二〇一万五、〇〇〇円となる。ところが、Yは、本件市場調査において、Aランクの売上予想（月商一、二〇〇万円から一、五〇〇万円）の中では高い売上ともいえる月商一、四〇〇万円を売上予測として最終決定し、……開店一年後の予測売上高を月商一、三五〇万円とする出店計画書や一年後の予測売上高を月商一、六五〇万円とする稟議書の写しを交付している」。

「Yは、甲店の損益分岐点を一、二〇〇万円と予測し、……損益分岐点売上が前記総得点に対応する計算上の売上予測額である月商一、二〇一万五、〇〇〇円と近似していること等を考慮すると、これからフランチャイジーになるうとする者にとって売上予測が月商一、三五〇万円を超え、月商一、四〇〇万円さらには一、六五〇万円に達するかあるい

は月商一、二〇〇万円程度にとどまるかといったことは、フランチャイズ契約締結の上で極めて重要な要素であったというべきであり、Yが十分な根拠、資料に基づいて売上予測を最終決定していることを認めるに足りる証拠のない本件においては、Yが決定し示した売上予測は、裁量の範囲内を逸脱し、正確性を欠いたものと言わねばならない。

「Yの予測売上高に関する情報提供においては、信義則上の義務違反があったものといわなければならない」。

ただし、Xは、Yの詐欺による不法行為責任を主張するが、Yに詐欺行為があったとまで認めることはできない。

## 2 損害額について

ア、営業開始のための費用

XがYに支払った加盟料、店舗賃貸借契約の敷金預金、酒類販売業免許譲渡代について、すべて全額を損害と認めた。

また、店舗内装工事代についても、請求をすべて認容し、さらに、研修費、折り込み広告費、求人費用、電話回線設置費用等、店舗の保険料、司法書士の手数料、建設会社紹介料、二回目の宣伝広告費、印紙代、有線の申込金のすべてについて、全額を損害と認めた。

イ、差引損金

Xは、粗利総額から経費総額を引いたマイナス分がXの損害である旨を主張するが、その経費総額を認めるに足りる客観的な証拠はない。

「また、X主張の経費総額には、オーナー人件費及びロイヤリティが含まれていると解されるころ、オーナー人件費といったいわゆる遺失利益は、本来Yの上記信義則上の義務違反から生じたものとは認めがたく、また、ロイヤリティは、サービスマーク等の継続使用及びフランチャイズシステムの継続使用の対価としての性質を有し、Yはそ

れを使用していたものと認められるから、Xが被った損害とは認められない性質のものである」。ウ、過失相殺について

「フランチャイジーも独立の事業者として自らの責任で経営を行う以上、フランチャイジーから提供される情報を検討し、最終的には自己の判断と責任において契約を締結すべきであり、売上等に関する予測が実績と乖離する場合も十分あり得ることをその経験から知り得たにもかかわらず、Yから提供された諸情報を十分吟味することなく信用し、本件フランチャイズ契約を締結したこと、その他、本件に現れた諸事情を総合すると、Yの信義則上の義務違反による損害賠償額を定めるに当たっては、過失相殺により、その三分の一を減ずるのが相当である」。

IV フランチャイザーがフランチャイズ契約に違反してフランチャイジーに対し契約時に店舗の売上予測に関して不正確な不合理な情報を提供したとして債務不履行に基づく損害賠償請求が容認された事例（過失相殺五割）（大津地判平成二一・二・五判時二〇七一号七六頁）

#### 〔事実〕

本件は、フランチャイザーである被告（Y）のフランチャイジーとして菓子等の販売業に従事していた原告（X）が、Yが、①フランチャイズ契約の締結に当たり店舗の売上収支予測に関して不正確・不合理な情報を提供し、②フランチャイズ契約締結後Xに対する経営指導を怠ったとして、Yに対し、債務不履行に基づき、損害賠償を求めた事件である。

Yは、菓子の製造販売等を業とするフランチャイザーであり、「シヤトレーゼ」の名称でフランチャイズ方式による菓子店を展開している。Xは、Yとの間で締結したフランチャイズ契約（本件契約）に基づき、フランチャイジー

として、京都府宇治市において「宇治東店」（本件店舗）を経営していた。

Yは、本件契約の締結に先立つ平成一六年七月二九日、Xに対し、本件店舗の年間売上高として一億五、一〇〇万円、営業利益として一、〇七七万六、〇〇〇円と記載した立地調査報告書（本件報告書）を交付した。この年間売上高は、①一次商圏人口に本件店舗で販売する商品に対する一人当たりの年間消費支出額（マーケットサイズ）及び出店した場合の推定市場占拠率（シェア率）を乗じた数値、②二次商圏（一次商圏から拡大した地域）人口に本件店舗で販売する商品のマーケットサイズ及びシェア率を乗じた数値、③三次商圏（二次商圏から拡大した地域）人口に本件店舗で販売する商品のマーケットサイズ及びシェア率を乗じた数値を合算して算出したものである（本件算出方法）。

Xは、平成一六年八月三日、Yとの間で本件契約を締結し、同契約に基づき、成約預託金五五〇万円（研修費二〇万円、開業準備手数料三〇万円、保証金五〇〇万円）を支払った。

Xは、平成一六年九月二九日、本件店舗を開店したが、営業に行き詰まり、平成一七年一〇月二〇日に閉店した。

Yは、本件店舗の閉店に伴い、Xに対し、Xが支払った成約預託金五五〇万円から、研修費二〇万円、開業準備手数料三〇万円、XのYに対する債務額三五九万九一〇円を控除した残額一四〇万九、〇八九円を返還した。

#### 〔判決〕

##### 1 立地調査及び売上予測について

ア、Xは、平成一五年三月、Yに対し、Yのフランチャイズシステムに加入する意向を伝えたところ、Yは、同年七月中旬、京都府宇治市の本件店舗を見つけ出し、直ちに次のような立地調査を行った。①宇治市企画管理部作成の地域別人口集計表の入手、②本件店舗周辺の地理的特徴（道路、近隣鉄道駅、住民の居住状況）、通行量（車輛・歩行者）、周辺の競合店（但し、本件店舗の北方約二・五kmの場所で平成一一年九月二二日開店し、一億五、〇〇〇

一万円を超える年間売上を上げていたYのフランチャイズ店が、平成一五年二月二七日に閉店していたことは告げなかった。

イ、Yは、①本件店舗の商圏範囲を設定した上、その人口を、一次商圏内五、二八二人、二次商圏内一万三、六三四人、三次商圏内三万二、四七二人と把握し、②マーケットサイズとして、総務省統計局「平成一四年度家計調査年報」に基づき、一世帯当たりの年間消費消費支出のうち、食パン、ようかん、饅頭、他の和生菓子、カステラ、ケーキ、ゼリー、プリン、他の洋生菓子、せんべい、チョコレート、アイスクリーム、シャーベット、ヨーグルト、茶飲料の一人当たりの年間消費金額について、二万一、五〇〇円と設定し、③本件店舗のシェア率として、一次商圏内につき三五％、二次商圏内につき二六％、三次商圏内につき五％と設定し、④以上の数値に基づき、本件店舗の年間売上高を一億五、〇八万八、五一〇円、年間営業利益を一、〇七七万六、〇〇〇円と予測した。

Yは、以上の内容をまとめた本件報告書を作成し、平成一六年七月二六日、本件店舗の出店を社内的に決定した。ウ、Xは、平成一六年八月六日、Yと本件契約を締結し、店舗所有者との間で、本件店舗に関して、期間を一〇年間、賃料を一カ月四七万二、五〇〇円とする賃貸借契約を締結し、同年九月二九日、本件店舗を開店した。

## 2 情報提供義務違反について

ア、「フランチャイズへの加盟契約を締結するか否かを検討している者にとって、通常、最大の関心事は、契約後に店舗経営によってどの程度の収益を得ることができるかにある。そして、フランチャイザーは、多数の店舗展開をする中で膨大な情報と売上予測のノウハウを有しているのに対し、フランチャイジー候補者は通常、乏しい情報しか有しておらず、売上予測や収益予測については、主としてフランチャイザーから提供される情報に依拠することになるから、フランチャイザーがフランチャイジー候補者に対し、フランチャイズ契約の締結に向けた交渉過程に

において店舗の売上予測を提供した場合、その内容は、フランチャイジー候補者が契約を締結するか否かを判断するに当たって重要な影響力を持つと考えられる」。

「このような両者の関係にかんがみると、フランチャイザーが、フランチャイズ契約の締結に向けた準備段階において、フランチャイジー候補者に対し、売上予測等を提供する場合には、信義則上、十分な調査をし、的確な分析を行って、できる限り正確な売上予測等を提供する義務がある」。

イ、「商圏範囲の設定、商圏人口の調査、マーケットサイズの把握においては、Yの検討過程に特段問題があるとはいえないが、シェア率の設定においては、その過程で競合店となり得る店舗の調査を十分せず、合理的根拠を欠いた分析を行って、本件店舗のシェア率として、一次商圏内ではほぼ独占に近い地位を確保でき、二次商圏内でも地域一番店といえる地位を確保できるという過大な設定をしていたものである。そして、本件算出方法では、シェア率を高く設定すれば当然に売上高も大きくなるものであり、本件店舗の実際の売上高がYの売上高予測に遠く及ばない結果に終わったことについては、Yが本件店舗のシェア率を過大に設定していたことがその一因であったと推認される。そうすると、Yは、過大なシェア率を設定して本件店舗の売上予測を誤り、Xに対しても、この誤った売上予測、さらには営業予測を提供していたものであるから、情報提供義務違反の責任を免れない」。

### 3 経営指導義務違反について

Xが、Yは、①過剰に商品を発注させた、②経営改善策を示さなかった、③Xが平成一七年二月に本件店舗の閉店を望んでいたにもかかわらず強引に営業を継続させ、同年五月以降一切経営指導を行わなかったと主張した点については、いずれも、同主張を採用できないとした。

## 4 損害額について

ア、(成約預託金) 成約預託金五五〇万円のうち、研修費二〇万円、開業準備手数料三〇万円、相殺された商品代金等三五九万九一一円の合計四〇九万九一一円は、本件店舗を開業したことに伴って生じた費用であるから、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認められる。

イ、(店舗の賃貸借関係費用) Xは、本件店舗の賃借につき、仲介手数料として四七万二、五〇〇円を、また、店舗所有者に対する保証金として四五〇万円を支払っている。このうち、仲介手数料の支払いは、本件店舗を開業したことに伴って生じた費用であるから、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認められる。

また、保証金の支払いは、本件店舗を開業したことに伴って生じた費用であるうえ、賃貸借終了後、同契約に基づき、本件建物の現状回復工事費用に保証金が充当されているから、Xは店舗所有者に対し保証金の返還を求めることができない。したがって、保証金の支払いも、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認められる。

ウ、(店舗工事代金等) Xは、本件店舗の設計及び工事、カーポートの工事、空調機器・金庫の購入のために、一、八一一万九、二三〇円を支出しているが、これらの支出は、本件店舗を開業したことに伴って生じた費用であるから、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認められる。

エ、(現状回復費用) Xが負った、ケーキケース他一式等のリース契約の終了に基づき本件店舗を現状回復させるための費用、警報機器の撤去費用、看板の撤去費用、その他本件店舗の現状回復工事の支出ないし債務負担は、本件店舗の開業に伴い本件店舗に設置したものを撤去することによって生じた支出ないし債務負担であるから、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認められる。

オ、(営業損失) Xは、平成一六年九月二九日の開店から平成一七年一〇月二〇日の閉店にいたる間、毎月営業損失

を計上したことが認められる。

「上記営業損失は、本件店舗の開業及びその営業継続に伴って生じた損害であるが、…Xは、開業直後からYの経営指導に疑問を抱き、本件店舗の売上が向上せず営業損失を計上し続けたことから、平成一七年二月ころには、一旦本件店舗を閉店しようかと考えていたこと、その時点では結局営業を継続することになったが、これにはマネージャーが反対しており、Xは自らの責任で同年三月以降の営業を継続していたと見ざるを得ないことを考慮すると、平成一六年九月から平成一七年二月までの営業損失については、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損失と認めることはできるが、同年三月以降の営業損失については、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損失と認めることはできない」。

## 5 過失相殺

「フランチャイジーは、単なる末端消費者とは異なり、自己の経営責任の下に事業による利潤の追求を企図する者である以上、フランチャイザーから開示・提示された情報を検討・吟味した上、最終的には自己の判断と責任においてフランチャイズ契約を締結するか否かを決すべきである」。

「Xの代表取締役は、大学を卒業後、融資業務に一〇年以上携わるなど計二七年間銀行員として勤務していたことから、商売を営む経営上の危険性について十分理解し、判断する能力を有していたにもかかわらず、Yから交付された本件報告書に記載された売上予測について、Yに対して説明を求めず、また、損益計算書を解説する能力を有しながら、本件報告書に記載された本件店舗の損益計算書を検討することもなく、本件店舗を経営することにより、一年間に約一億五、一〇〇万円の売り上げが上がり、約一、〇七七万六、〇〇〇円の営業利益が計上されると安易に信じて、本件契約を締結することを決意したものである。これは、多額の開業資金を投下して商売を始めようとする者として

は、フランチャイザーの言動に寄りかかりすぎた軽率なものであったといわざるをえない。

もつとも、XとYとでは、フランチャイズ契約に関する知識・経験、情報量、組織的力量など、どれをとっても決定的な差があり、……Yの情報提供義務違反の態様からすると、Yの責任も大きいといふべきであるから、本件における損害賠償の算定に当たっては、Xの上記過失を斟酌し、五〇%の過失相殺をするのが相当である」。

V フランチャイズ契約締結勧誘時にフランチャイザーがフランチャイジーになろうとする者に対して示した売上予想が客観的な根拠や合理性に欠けるものであったとしてフランチャイザーの情報提供義務違反が認められた事例（過失相殺七割）（大阪地判平成二二・二・三判タ一三三三一号一三九頁）

〔事実〕

一、本件の本訴は、洗車場を経営していたフランチャイジーである原告（X）が、フランチャイジーである被告（Y）に対して、Yが信義則上の情報提供義務及びフランチャイズ契約上の指導援助義務を怠り、これにより損害を被ったとして債務不履行に基づき損害賠償を求めたものであり、反訴は、YがXに対し、フランチャイズ契約終了後もXが洗車場の営業を継続したことが、フランチャイズ契約における競業禁止義務に違反するとして、営業の差止め及びそれによる損害賠償を求めたものである。

本稿では、本訴の部分を中心に述べる。

本件契約書には、次のような定めがある。

ア、「家族で楽しいスパー洗車場Y」チェーンは、Yが独自のノウハウを基に開発した対人サービスを行う洗車場のフランチャイズチェーンである。XはYより提供されるY店舗運営に関するマニュアル・ノウハウを基にY店舗

をフランチャイジーとして経営するものとする。

イ、XはYに対して、所定の加盟金及びロイヤリティを支払う。ロイヤリティは、次の対価である。

(ア) 経営指導援助の実施

(イ) 標章を継続的使用する権利の付与

(ウ) 経営環境の変化に伴い逐次修正されるマニュアル等の付与

(エ) 電話、ファクシミリ、電子メール等による日常的な指導

ウ、Yは、Xが本件フランチャイズ契約に違反したときは、一〇日間の催促期間をもってその是正を求め、その是正がなされない場合、本件フランチャイズ契約を解除することができる。

エ、Xは本件フランチャイズ契約を解除された場合、Y店舗チェーンの事業と類似した事業を本件フランチャイズ契約終了日より五年以内は行つてはならない。

二、Xは、平成一六年一月中旬から、本件土地で「家族で楽しいスーパー洗車場Y」紀三井寺店(本件店舗)の営業を開始した。

XはYに対して、平成二〇年六月一日、Yがフランチャイザーとしての情報提供義務及び指導援助義務に違反したとして、同月三〇日をもって本件フランチャイズ契約を解除するとの意思表示をした。そして、Xは、同年七月一日以降、Y店舗チェーンを標章とした看板、ユニフォームその他一切の物を撤去又は廃棄した上で、「ノーブラシ洗車場紀三井寺店」の看板を掲げて、本件土地において、洗車場の運営を継続した。

このため、YはXに対して、平成二〇年八月九日、Xの行為が前記一のエ(競業避止義務)に違反するとして、右営業を止めるよう催告するとともに、催告後一〇日経過した後も同営業を継続している場合には、本件契約を解除す

るとの意思表示をした。

しかし、Xは同月一七日以降も同看板を掲げて洗車場の経営を継続している。

〔判決〕

1 Yの情報提供義務違反の有無

ア、Yは、出店候補地の立地診断を行った上で「立地診断評価表」を作成し、さらに、これに基づいて、出店候補地の事業収支予測である「標準シミュレーション」を作成し、これらをフランチャイジーになろうとする者に交付して、将来の収益予測の説明を行っていた。

(ア) 立地診断評価表・商圏(人口・世帯数・車の保有台数・車関係事業所の数等)、店舗構造(設置機械の内容・拭き取りスペースの広さ等)、動線及びアプローチ(前面道路の通行量、営業車比率等)、視認性(店舗側視認性・カーブ状況等)、ライバル店舗の有無について、五段階(A・A・A・B・C・D)で評価

(イ) 標準シミュレーション…立地診断評価表に基づき洗車営業の売上を予測し、その他ブース部門(ワックスがけ、タイヤ交換、オイル交換等)の売上げを予測

イ、「フランチャイズ事業においては、一般的にフランチャイザーは、当該事業に関し十分な知識と経験を有し、当該事業の現状や今後の見通しについて、豊富な情報を有しているのに対し、フランチャイジーになろうとする者がフランチャイズ契約を締結するか否かを判断するに当たっては、フランチャイザーから提供される情報に頼らざるを得ないのが実情である。したがって、フランチャイザーは、フランチャイジーになろうとする者に対し、契約を締結するか否かについての確な判断ができるよう客観的かつ正確な情報を提供する信義則上の義務を負うべきものと解すべきである。そして、フランチャイザーがこのような義務に違反した結果、フランチャイジーになろうとす

る者が的確な判断ができないまま、フランチャイズ契約を締結してフランチャイジーとなり、それによって損害を被った場合には、フランチャイザーは、上記義務違反に基づき、フランチャイジーに対して、損害賠償する義務を負う。

ウ、立地診断評価表の評価項目の配点について、Y店舗は地域密着型の営業を目指していることが認められるから、「商圏」が極めて重要であるにもかかわらず、配点表では二〇〇点満点中「商圏」に対しては一六%の三二点しか配点されていない。そうすると、「商圏」の点数が極めて低くても「店舗構造」や「動線及びアプローチ」等の点数が高ければ全体としてランクが高くなり、立地診断評価表上のランクと実際の売上げが大きく乖離するという不合理な結果となるおそれがある。

本件配点表によると、本件土地周辺の世帯数の状況は、「あしきり」に該当する。「したがって、本件土地周辺の世帯数がYが定めた評価基準によれば、出店不適格と判断するか、立地診断評価表上の評価を下げる等の措置をとるべきであったにも関わらず、Yがこれらの措置をとらず、立地診断評価表において本件土地をAランクと評価したことは、客観的な根拠や合理性に欠けるといふべきである」。

エ、本件シミュレーションにおける洗車部門の売上げ予測については、Yは、立地診断評価表で本件土地をAランクと評価したことは客観的な根拠や合理性に欠けること、実際の売上実績も予測を大きく下回っていることからすると、本件シミュレーションにおける洗車部門の収益予測も客観的な根拠や合理性に欠けると認めることができる。

また、ブース部門の売上げ予測については、Yは、他店のブース部門の受注台数率等を基礎として売上げを予測しているが、他店では、板金やコーティング等の事業を行っているのに対し、Xは、その経営するガソリンスタンドにおいて給油の傍ら洗車やオイル交換を行っていたにとどまるから、他店とXとはカーケアサービスに関する

技術に大きな差があったということができ、Xよりも技術面で大きく上回る他店のブース部門の受注台数率等を基礎とすることが相当であったということとはできない。

オ、「以上のとおり、本件シミュレーションの洗車部門及びブース部門の売上予測は、客観的な根拠や合理性に欠けるといえることができる」。

## 2 Yの指導援助義務違反の有無

Yの指導援助義務違反は、認められないとした。

## 3 損害額及び過失相殺

ア、Xは、本件店舗開業の初期投資として、次の費用を支出している。①エリアエントリー五二五万円、②土地仲介手数料約六八万円、③建物工事費用九八〇万円、④ブース工事費用約七十七万円、⑤備品代約二三万円。

①及び④については、Yの情報提供義務違反と相当因果関係にある損害と認められる。しかし、②、③及び⑤については、土地・建物・備品を使用して現在駐車場の経営を継続しており、今後とも継続するというのであり、それらの費用に見合う利益を享受しているから、損害とはいえない。よって、Yの情報提供義務違反と相当因果関係にある損害額は、①及び④の合計金額約一、三〇二万円である。

イ、営業損失については、「一般にフランチャイズ契約において、フランチャイジーはフランチャイザーから独立した事業主体であり、フランチャイザーの援助・指導を仰ぎつつも、経営努力ないし営業努力により店舗運営を行うことが予定されていることからすると、収益予測等に関する不適切な情報提供に基づきフランチャイジーがフランチャイズ契約を締結し、開業後に営業損失を被ったとしても、同損失は直ちに情報提供義務違反と相当因果関係を有するものとはいえない。しかしながら、フランチャイジーにおいて、開業後に経営者に通常要求される経営努力

ないし営業努力を尽くしても売上げを上げることができず、営業損失が生ずることが避けられない場合には、このような営業損失による損害は、当該情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認められることができる。

そこで検討するに、Xに一定の経営努力は認められるものの、カーケアサービス事業に魅力を感じてフランチャイズ契約を締結したというにも拘わらず自らの技術者を育成する等の工夫をしておらず、いまだ経営者に通常要求される経営努力ないし営業努力を尽くしたと認めることができず、営業損失を、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認めることができない。

ウ、過失相殺については、次のように述べた。「フランチャイズシステムにおいては、専門的知識を有するフランチャイザーがフランチャイジーを指導、援助することが予定され、客観的で正確な情報を提供すべき信義則上の義務を負っているとはいえ、他方において、フランチャイジーになろうとする者も、単なる末端の消費者とは異なり、自己の経営責任の下に事業による利益の追求を企画する以上、フランチャイザーから提供された情報の正確性や合理性を検討、吟味した上、必要であれば自ら調査をして情報を収集するなどして、事業の採算性、収益性等を慎重に検討してフランチャイズシステムへの加入を決すべきものである」。

Xは、ガソリンスタンドを五店経営し、本件店舗と近接する場所でもガソリンスタンドを経営して、ガソリンの販売のほか、洗車事業も行っているのであるから、本件店舗周辺で洗車の需要がどの程度あるかを把握し得る立場にあり、Yが提供した立地診断評価表及びシミュレーションの内容を検討、吟味することがある程度可能な知識と経験を有していたことが認められる。したがって、Xは、Yが行った収益予測が的確なものであるか否かについて疑問を持ち、その数字の正確性や合理性を慎重に吟味することが可能であったはずである。しかるに、Xは、Yから示された立地診断評価表及びシミュレーションにおける収益予測を鵜呑みにして、フランチャイズシステムへの

加入及び本件土地における開業を決定したものであり、これは、多額の開業資金を投下し、事業をはじめようとする者としては、フランチャイザーの言動に依拠しすぎた軽率なものであったといわざるを得ない。

「そうすると、本件フランチャイズ契約の締結については、Xも相当の責任を負っているというべきである。これらの事情を総合すれば、YのXに対する損害賠償の額を定めるに当たっては、公平の見地から、Xに生じた損害の七割を減じた限度で賠償を認めるのが相当である」。

VI フランチャイズ契約においてフランチャイザーの情報提供義務及び経営指導義務の違反が認められなかった

事例（大阪地判平成二二・五・二七判時二〇八八号一〇三頁）

〔事実〕

原告（X）は、弁当宅配事業等のフランチャイザーであるところ、フランチャイジーである被告（Y）が毎月のロイヤルティ等の支払いを怠ったため、Yとのフランチャイズ契約を解除した（第一事件）が、これに対し、Yは、Xに情報提供義務及び経営指導義務の違反があったとして、損害賠償を請求した（第二事件）。本稿では、第二事件を中心に述べる。

Xは、「ニコニコキッチン」の商標で、フランチャイズシステムによって高齢者向けの弁当宅配事業を中心とする生活支援サービス事業を展開する事業者であるところ、Yと、平成一五年八月二日、阪奈道路以南の奈良市全域をエリアとするフランチャイズ契約を締結した。

本件フランチャイズ契約においては、YのXに対する加盟金、保証金、ロイヤルティの支払い義務が定められているほか、次のようなXのYに対する指導援助義務等が定められていた。①開業に関するすべての業務に関する指導援助

助、②設備・備品類の設置、それらの改善や改装に関する指導援助、③広告宣伝活動に関する指導援助、④経営・会計業務に関する指導援助、⑤保健衛生管理に関する指導援助、⑥その他事業運営に関する指導援助。

Yは、平成一五年九月一日、Xから紹介された奈良市南京終町所在の店舗の賃貸借契約を締結し、店舗の改装・什器備品の整備等を行って、同年一〇月一日、本件店舗の営業を開始した。

しかし、Yは、平成一六年六月以降、ロイヤルティ、商品等代金の支払いを怠るようになり、その後も引き続き支払いを行わず、未払金額が増加したことから、二度の支払計画について合意がなされたが、Yが計画の全部又は一部の実行を怠ったため、Xは、平成一九年九月一六日、Yに対し、Xの債務不履行を理由として、本件フランチャイズ契約を解除するとの意思表示を行った。

#### 〔判決〕

#### 1 情報提供義務違反について

ア、「フランチャイズシステムにおいては、一般にフランチャイジーは、店舗経営の知識や経験に乏しく、フランチャイザーから提供される情報に大きな影響を受けるのが通常であり、また、フランチャイズに加盟しようとする者にとつて、フランチャイザーから提供される売上予測は、加盟するか否かを決定する際の重要な要素となるから、フランチャイズ契約締結に向けた交渉の過程において売上予測を提供する場合には、フランチャイザーは、フランチャイジーに対し、客観的かつ正確な情報を提供すべき信義則上の保護義務を負っているものというべきである」。

「Yは、本件フランチャイズ契約締結前に、Xに対し、現在の収入と同程度の収入が得られるかどうかを確認したところ、Xはそれは可能であると答え、その程度の利益を上げるには、一日当たり六〇食から六五食を売る必要であるなどと説明していたと認め」られる。

「Xが上記のような説明をしたとしても、その内容は、……当時のYの収入と同程度の収入が得ることが可能である旨述べただけであって、明確な売上予測として示されてものではない上、Yが営業努力によって顧客を獲得することを前提とした説明であったことがうかがわれるのであって、その説明において必ず三五、六万円の収入が得られると誤認させるものであったとは認められないし、また、……Yは、実際にも一カ月に二〇〇〇食以上の売上げを上げているのであるから、Xの説明が不正確なものであったとも認められない。なるほど、Yは、一カ月三

五、六万円の収入を得ることはできないが、それは、本件店舗におけるYの経営の仕方に由来するものであって、Xの売上予測が誤りであったことの根拠にはならない」。

イ、本件市場調査結果報告書によれば、出店予定のエリアについて、特A・A・B・C・Dの五段階評価の「A」としたことについては、その評価において高齢者人口、配食サービスの利用状況、行政サービスの状況等も考慮されていることが認められるので、右判断に誤りがあったとはいえない。

また、本件パンフレットへのシミュレーションの記載等についても、Yに誤認されるものとは認められない。

## 2 経営指導援助義務について

「Xは、Yに対し、一定の指導援助行っていたことが認められ、本件フランチャイズ契約に基づく経営指導援助義務を一応履行したものである。したがって、Yの主張するXの経営指導援助義務違反があったものとは認められない」。

Ⅶ クリーニング店のフランチャイズ契約を締結したフランチャイジーがフランチャイザーに対してした保護義務違

反（不正確な情報の提供）による損害賠償請求が容認された事例（過失相殺七割）（東京高判平成一一・一〇・

## 二八判時一七〇四号六五頁)

## 〔事実〕

一、本件は、X（原告・控訴人・フランチャイジー）が、クリーニング店のフランチャイズ事業をしているY（被告・被控訴人・フランチャイザー）との間でクリーニング店の経営を目的とするフランチャイズ加盟店契約（本件契約）を締結し、クリーニング店（行徳店）を開業したが業績が上がらず、Yの指導を受けても業績が好転せず、約九か月で閉店し、本件契約の締結に際してYがXに提供した売上予測等の情報が適正でなく、Yが適正な情報を提供すべき信義則上の保護義務に違反したとして、開業に要した費用等の損害賠償を請求した事件である。

東京地裁の第一審（平成一〇・一〇・三〇判決）は、Yがした行徳店の立地調査等に基づく売上予測等は、客観的な統計資料に基づくものであるから、特に適正を欠くところはないとし、仮に、本件契約の締結の過程において保護義務があるとしても、Yにその違反は認められないとして、Xの請求を棄却した。

二、これに対し、本控訴審判決は、一般論として、フランチャイザーはフランチャイジーの指導、援助に当たり、客観的かつ的確な情報を提供すべき信義則上の保護義務を負っているから、契約に先立ってYがXに対して示した情報が客観的かつ的確な情報でなく、それによりXのフランチャイズ・システムへの加入に関する判断を誤らせたといえる場合には、Yは信義則上の保護義務違反により、Xが右加入により被った損害を賠償する責任を負うとした。そして、Yが本件契約の締結に先立ってXに対して示した情報について、Yのした売上げ試算・予測は、競合店についての判断を誤ったもので、Yによる不正確な情報の提供とXによる行徳店の開業及びその経営破綻との間には相当因果関係があるから、Yは、信義則上の保護義務違反により、Xが本件契約の締結及び行徳店の開業により被った損害を賠償する責任があるとした。

本判決は、Yは、Xとの本件契約の「特記事項」として、「最善の努力をしたにもかかわらず、加盟店が経営に対し困難を期たす場合に於いては、本部に営業権を移管する事ができる。但し、投資費用（加盟金）は返還されないものとする。尚、引き継いだ日以前に係る一切の経費は、加盟店の負担とし、引き継いだ日以降の経費は本部が責務をもって支払うものとする」が特記されていたことを追加記載した。

### 〔判決〕

#### 1 Xとの競合店の状況について

「Yは、右競合店がたくさん存在することについて、うちユニット店は二店にすぎず、他はすべて取次店であるとして、取次店は、仕上がり納期も二、三日かかり、かつ、誤配、紛失等のトラブルも多いとし、Yのフランチャイズ店の最大の特徴は、ユニット式クリーニング店によるドライクリーニングの一時間仕上げのクイックサービスであり、顧客のあらゆるニーズに対応できるとしていた。ただし、Yの調査によっても、取次店でも当日仕上げの店があり、ユニット店でも三日間の納期の店があった（一般的に、取次店とユニット店とで納期の差は特にないと判断される）」。

「Yは、行徳店のセールスポイントとして、取次店でない（最新マシンによる店内処理仕上げ）こと、一時間仕上げが可能なことを強調するチラシを配布するなどしていたが、このことが集客力につながった様子はない」。

#### 2 保護義務違反の有無について

「一般に、フランチャイズ・システムにおいては、店舗経営の知識や経験に乏しく資金力も十分でない者がフランチャイジーになることが多く、専門的知識を有するフランチャイザーがこうしたフランチャイジーを指導、援助することが予定されているのであり、フランチャイザーはフランチャイジーの指導、援助に当たり、客観的かつ的確な情

報を提供すべき信義則上の保護義務を負っているものというべきである。

本件においては、Xはクリーニング業は全く素人であったので、開業に当たっては相当多額の開業費用を要することなどからも、開業することに対する不安が極めて大きかったが、契約に先立ってYから示された開業予定地（物件）に関する売上予測等の最終的な資料によっても、月四〇万円程度のオーナー手取額が得られることとされ、かつ、営業不振の場合には、営業権の本部移管まで約束されたため、本件契約の締結及び開業に至ったのであるから、契約に先立ってYがXに対して示した情報が客観的かつ的確な情報ではなく、これによりXのフランチャイズ・システムへの加入（契約の締結及び開業）に関する判断を誤らせたといえる場合には、Yは前記信義則上の保護義務違反により、Xが右加入により被った損害を賠償する責任を負うというべきである」。

「Yの売上げ試算、予測について検討するに、Yは競合店について、行徳店の周辺一キロの第一次商圈内に一店舗あるものとした（実際には一二店舗あった）が、行徳店が他の多くの取次店と異なり、納期について短時間仕上げが可能なこと、誤記、紛失等のトラブルが少ないことを特徴としているので、右取次店は実質的に競合店ではないとして、実質上の競合店数を数店舗（以内）として、同商圈内の一万三、四三六世帯のうち二、一〇〇世帯を固定客とすることができると判断したものであるが、一般的に取次店とユニット店とで納期についての特段の差があるものとは認められず、また、取次店とユニット店とでYの主張するようなトラブルの多寡（取次店に対する客の不安）があると認めるに足る資料もなく、Yの主張するフランチャイズ店のユニット店としての特徴が顧客にとって店舗選択のポイントとはなっていないものと認めざるを得ない。そうすると、Yのした売上げ試算、予測は、競合店についての判断を誤ったものというほかになく、Yが契約に先立ってXに対して示した情報が客観的かつ的確な情報ではなかったものと認められる」。

「Xは、Yが契約に先立って示した情報を必ずしも鵜呑みにしたのではなく、Xにおいても自ら通行量調査等をして顧客数に不安を感じていたものの、Y従業員からこの不安を否定され、かつ、Yが営業不振の場合の本部への営業権移管の約束までするとしたため、Yの右情報を信頼して本件契約の締結に至ったものである。本件においては、開業後、Yの指導、援助にもかかわらず、一向に営業状態が好転する兆しを見せなかったため、Xにおいて、本部への営業権移管を求めたにもかかわらず、Yがこれに応じなかった（Yがこれに応じなかったことについて、正当な理由は認められない）ために、本件契約を解除せざるを得なかったものである。

したがって、Yによる不正確な情報の提供とXによる行徳店の開業及びその経営の破綻との間には相当因果関係が認められるから、Yは、前記信義則上の保護義務違反により、Xが本件契約の締結及び行徳店の開業により被った損害を賠償する責任を負うというべきである」。

### 3 損害額について

#### ア、行徳店の開業費用

ドライ機等のリース料、ファクシミリ、ロッカー・棚、保険所届出手数料を認容し、全自動洗濯機、LEDディスプレイのリース料、タイムレコーダーを認容せず。

#### イ、店舗賃貸借関係費用

現状回復費、保証金償却、仲介手数料を認容し、ファイナンス利息を一部認容し、賃料を認容せず。

#### ウ、担保権設定手数料

認容。

#### エ、慰藉料

認容せず。

#### 4 過失相殺

「フランチャイズ・システムにおいては、専門的知識を有するフランチャイザーがフランチャイジーを指導、援助することが予定され、客観的かつ的確な情報を提供すべき信義則上の保護義務を負っているとはいえ、他方において、フランチャイジーも単なる末端消費者とは異なり、自己の経営責任の下に事業による利潤の追求を企図する以上、フランチャイザーから提供された情報を検討、吟味した上、最終的には自己の判断と責任においてフランチャイズ・システム加入を決すべきものである。」

前記認定事実によれば、Xとしても、Yが提供した資料等を検討、吟味することが十分に可能であったといわなければならず、そうすれば、同一商圈内に多数の競合店が存し、Yがした売上試算、予測が的確なものであったかについて疑問をもつてしかるべきである（現に、国民金融公庫からは、立地条件が悪いなどとして融資を断られている）ところ、Xとしても、不安感を抱いていたものの、最終的にはYの売上試算、予測をよりどころとして月四〇万円程度のオーナー手数料が得られるものと信じてYのフランチャイズ・システム加入を決したものである。これは、多数の開業資金を投下して商売を始めようとする者としては、フランチャイザーの言動に寄りかかり過ぎた軽率のものであったといわざるを得ない。以上の諸点に、Xが開業期間中、赤字であったとはいえ前記損害に係るリースないし購入機器等を使用して売上げを得ていたこと、その他本件にあらわれた諸般の事情を総合考慮すると、Yの前記義務違反による損害賠償額を定めるに当たっては、公平の原則に照らし、Xに生じた前記損害について七割の過失相殺をするのが相当である」。

VII フランチャイズ契約を締結するに当たりフランチャイザーが提供した予測売上高及び予測営業利益は合理性を有せずそのためにフランチャイジーが損害を被った場合にフランチャイザーは損害を賠償すべき義務があるとされた事例（過失相殺八割）（福岡高判平成一三・四・一〇判時一七七三号五二頁）

#### 〔事実〕

本件は、電線等の販売業を営んでいた原告・被控訴人（X）が、平成九年一月、「神戸サンド屋」チェーンのフランチャイザーである被告・控訴人（Y）とフランチャイズ契約（本件フランチャイズ契約）を締結し、同年三月、大阪府城東区内にサンドウィッチ店（本件店舗）を開業したが、経営に行き詰まり、平成一〇年一月、本件フランチャイズ契約を解除して閉店し、XがYに対し、フランチャイズ契約締結の意思決定に際しての客観的な判断材料となる適正な情報を提供する信義則上の保護義務に違反する等として、損害賠償を請求した事件である。

Yは、平成八年二月二八日、本件店舗に関して、「神戸サンド屋立地診断報告書」（本件報告書）に基づき、Xに予測売上高、予測営業利益等を説明した。XとYとは、平成九年一月一日、本件フランチャイズ契約を締結し、Xは、同契約に基づき、Yに対し、加盟契約金、保証金、広告宣伝費を支払い、また、本件店舗の開業準備のため、店舗の実施設計業務及び監査業務の委託契約並びに本件店舗の賃貸借契約の締結、内装、備品の購入、店長その他の従業員採用等を行った。

本件店舗は、平成九年三月八日に開業したが、同月は約二七〇万円の損失を計上し、以後も毎月損失が続いた。このため、Xは、平成一〇年一月二六日、Yに対し、本件フランチャイズ契約を平成一〇年二月末日をもって解除する旨の意思表示を行った。

#### 〔判決〕

## 1 フランチャイザーの義務について

「フランチャイズシステムの本質は、フランチャイジーがフランチャイザーに対して対価（ロイヤリティ）を支払って、フランチャイザーから当該事業の経営に関する知識や経験に基づく指導や援助を得て当該事業を行うところにあるから、フランチャイジーとしては、当該事業の経営に関する十分な知識や経験を有している者が予定されている一方で、フランチャイジーになろうとする者としては、これらを有していないことが予定されているものといえる。本件においても、Yの「フランチャイズガイド」には、「優れた経営ノウハウで、素人でも安心」であることを標榜している。

そして、一般的に、フランチャイジーとなろうとする者にとつては、当該事業を行うことによりどの程度の収益を得ることができるかが最大の関心事であり、事業の収益性が立地条件に左右されることが多い店舗経営などのフランチャイズの場合には、当該立地条件における具体的な事業の収益性等についての情報がフランチャイズ契約を締結するかどうかを判断するための重要な資料となることが多いと考えられるから、フランチャイザーがフランチャイズ契約の締結を勧誘し、交渉する中で、契約を目的として、フランチャイジーになろうとする者に対し、当該立地条件における事業の収益性等についての情報を提供する場合には、当該事業の経営について有する知識及び経験に基づいた合理性のある情報を提供すべき信義則上の保護義務を負っていると解すべきである。

したがって、フランチャイザーが故意または過失によって上記義務を怠ったため、フランチャイジーになろうとする者が契約締結に関する判断を誤り、その結果損害を被った場合には、相当因果関係のある損害を賠償する責任を負うことになる。」

これを本件についてみると、Yは平成七年から神戸サンド屋約四〇店舗の出店経験を有するフランチャイザーであ

る一方、Xは食品販売の経験はなく、消費者に対する小売業の経験もない。「したがって、YはXに対し、本件フランチャイズ契約締結の勧誘、交渉中、具体的な立地条件における神戸サンド屋事業の収益性等について、合理性のある情報を提供すべき信義則上の義務を負っていたということが出来る」。

## 2 本件における情報提供について

ア、Yは、本件セミナーにおいて、パンフレット形式の「フランチャイズガイド」、「収支計算」等を配布した。

「フランチャイズガイド」では、「神戸サンド屋年度収支計算書（営業時間一三時間の標準モデル）」として、一月から二月まで各月当たりの売上額が四〇〇万円、償却前利益が月八二万円（リース併用型の場合は六八・六万円）と記載された表が掲げられていた。また、「収支計算」では、Yの店舗の中でも営業成績の良い神戸サンド屋箱崎店の平成七年七月から平成八年五月までの各月ごとの売上高、営業利益等の数値をYにおいて若干加工した数値が掲げられていた。

Yの担当者は、Xに「フランチャイズガイド」記載の四〇〇万円のモデル収支の売上げ以下の店は作りたくないこと等話をした。

イ、Yは、Xがリストアップした九物件の中から二物件に絞り、これらについて、その直前道路の客層別通行量の調査、商圈見込みの設定と商圈内人口の調査結果により、「関目六丁目物件」が最適とした。そして、その予想売上高につき、

売上高 $\parallel$ —マーケットサイズ $\times$ 第一次商圈人口 $\times$ シェア $\times$ — $\times$ — $\times$ —

という算定式を用いて算出し、一か月売上高四九〇万円を算定した。

そして、償却前営業利益を計算した「初年度予測収支計算書」では、一年間の同営業利益は一、一四二万円余に

上り、「関目六丁目物件」は十分な売上げが見込めるものと判断した。

Yの担当者は、Xに対し、一カ月の損益分岐点は三〇〇万円であり、「関目六丁目物件」に出店すればこれをクリアーできる旨を補足説明した。

ウ、XとYは、平成九年一月二〇日、本件フランチャイズ契約を締結した。

ところが、Yは「関目六丁目物件」を賃借することができなくなったため、同物件と道を挟んで対面する「関目四丁目物件」に出店することになったが、Y担当者は、本件報告書の内容は、そのまま同物件にも当てはまるし、むしろ、同物件の方が条件はより良いとの説明をした。

### 3 本件報告書の内容の合理性について

ア、商圏人口の把握

Yは、「関目六丁目物件」を中心とする半径一km以内の推定一次商圏人口を三万三、三一八人と算定している。

しかし、商圏半径を一km（当該店舗に来店する可能性のある地域）としたのは、神戸サンド屋の最初の二店である富山市と佐賀市において実施された客アンケート結果によるものすぎず、商圏半径は、競合店の展開状況、近隣のターミナル等の集約施設の存否、交通手段等の地域性に規定されるところが大きいかかわらず、その設定にあたり、大阪と富山・佐賀との地域性の差異については調査されておらず、考慮されることもなく、「売上高予測の基礎資料としての正確性や安全性（保守性）は低いものであったと考えられる」。

イ、マーケットサイズ

Yは、総務庁統計局「家計調査報告（速報）」により一世帯当たり一カ月間の消費支出のうち調理食品に対する金額を七、三三四円と把握した上、調理食品のうちサンドウィッチ類が二五％であると推定して、七、三三四円×二五％

×二月÷一世帯当たりの平均人数3・五人の式により、サンドウィッチのマーケットサイズ(年間一人当たりの消費支出)を六、二〇〇円と設定した。

しかし、二五%を用いた理由は、調理食品を大別すれば、おかず類、おにぎり類、ごはん類、パン類しかないので、四分の一と書いたというに過ぎない。平成七年度版日本統計月報中の総務庁統計局家計調査報告をみると、分類上、調理食品の中には、「主食的調理食品」として「弁当類」、「調整パン」、「他の主食的調理食品」が、「他の調理食品」として「うなぎのかば焼き」等一二品目(分類)がそれぞれ掲げられており、調理食品の一世帯当たり年間消費支出九万一、一三三円中「調理パン」は三、〇四八円(三・三%)に過ぎないこと等から、サンドウィッチのマーケットサイズを六、二〇〇円と判断した点は合理性を有しないものであった。

ウ、周辺の競合見込み店舗及び類似業績店舗の状況把握

「関目六丁目物件」における神戸サンド屋事業の収益性の検討に当たり、競合見込みの店舗の状況は、商圈範囲やシェア等の予測に直ちに影響を与える事由であると考えられ、本件報告書にも、調査方法の三項目の一つに「周辺、競合見込み店舗、及び類似業績店舗の状況把握」を掲げているところ、……本件において、特に競合する店は存在しないと判断し、その理由として、当時、神戸サンド屋は、例えば生クリームとフルーツを使ったサンドウィッチ等、同店舗にしかない非常に商品力の強い商品をたくさん持つ専門店であり、コンビニのパンやサンドウィッチは競合としないことを挙げている。

しかし、Yにおいても神戸サンド屋の出店が近隣のハンバーガーや弁当屋の売上げに影響を与えることがあった以上、その逆が起り得ないということはできない。したがって、本件報告書において、予測売上高を算出するに際し、競合見込み店舗等の存在が売上げ(シェア)に与える影響の有無についての検討がなされていないのは、不合理であ

るといわざるをえない」。

エ、シエア

「本報告書は、シエアにつき、地域トップシエア二六%を採用しているところ、Yの担当者は、当時、神戸サンド屋は出店すれば必ず行列ができるほど繁盛していたので、本件店舗についても、地域の一番店になると判断している。しかし、担当者が参考にした船井書（「船井流」マーケットと時流の読み方）によれば、トップシエアの二六%は圧倒的な一番店でロイヤルティも強く、その店を知らない人は誰もいない状態で、小売店が目標とするシエアのことであると定義付けられているが、本件店舗が出店した場合、必ずしも地域のサンドウイッチマーケットの中で、同店舗が圧倒的な一番店でロイヤルティも強く、その店を知らない人は誰もいない状態になると予測できるものではないから、二六%という数値は、予想シエアというよりは目標シエアであり、この数値により算出されるのは、予測売上高ではなく、あくまでも目標売上高であるか考えるのが自然である」。

オ、実態

「本件店舗は、……Yの指導援助やXの営業努力にもかかわらず、……月平均一三〇万円程度の売上高であり、上記予測売上高の三分の一にも満たない結果となっている」。

#### 4 結論

以上の事実によれば、「Yの担当者が売上予測のために用いた商圈人口、マーケットサイズ、シエアに関する各数値はいずれも十分な調査、検討を経ておらず、合理性を有しないといわざるを得ないから、本件報告書における本件店舗の予測売上高（月間）を四九〇万円とする判断は、その断定的な表現とは裏腹に、合理性を欠いた誤った推論であったものと評価すべきである」。

「また、本件報告書中の上記予測売上高を前提とする償却前営業利益の予測も、同様に合理性を有しないことになる」。

「なお、……Xは、「関目六丁目物件」が賃借りできないこととなったため、当該物件の真向かいの「関目四丁目物件」に出店することにしたことが認められるが、「関目四丁目物件」と「関目六丁目物件」とは道路を挟んで真向かいであり、その道路も自転車や歩行者が自由に横断している二車線の生活道路であるから、「関目四丁目物件」についても本件報告書による調査の内容に大幅な影響はなく、両物件間の立地条件に有意な差があると認められるに足りる証拠はないから、上記に検討したところは、「関目四丁目物件」にもそのまま当てはまると解される」。

「したがって、Yは、Xが出店を希望する「関目四丁目物件」における神戸サンド屋事業の予測売上高等についての情報を提供するに当たり、Xが神戸サンド屋事業の経営について有する知識及び経験に基づいて合理性のある情報を提供すべき信義則上の義務を怠ったものというべきであり、Yにはこれについて過失があつたと認められる」。

## 5 損害の発生及び額

ア、本件店舗開業による損失

Xが本件店舗を開業するために支出した、契約加盟金、初年度広告宣伝費、「関目四丁目物件」賃貸保証金、店内内装費、設計業務料・監理業務料、リース料（厨房設備等）、リース料（ラベル発行機）、品質表示シール代、ラベル代、ハンディミスト、サイン灯代、厨房備品代、加入料等、POSTターミナル保守契約料、ユニホーム代の二、一三六万五、三七五円。

イ、本件店舗の営業損失

本件店舗の営業損失についても、Yの本件報告書に合理性があると誤信して開業した場合に起こりうる損害とし

て、Yの義務違反行為との間に相当因果関係が認められるものについては認められるべきであるが、Yの指導やXの努力が行われたにもかかわらず、集客率アップの可能性の有無を見極めるのに必要な期間（この期間は三カ月）の経過後は、もはや、損失を覚悟のうえ営業を継続していたと見ざるを得ないから、Yの集中的な指導から三カ月以上が経過するまでに発生した損失一、三二〇万七千八百六円を限度とするのが相当である。

## 6 過失相殺

「フランチャイジーといえども自ら事業を営んで収益を上げることが目的とし、フランチャイジーとは独立の企業であり、フランチャイジー自身とリスクにおいて経営を行うものであり……当該事業を営むかどうかについても、本来、自己の責任において判断することが求められているといわなければならない」。

① Xは、以前から電線等の販売業を営み、当時、約二〇億円の年商を上げていた企業の取締役であるから、食品販売や消費者相手の商売には無縁であったとしても、およそ事業や経営というものに関する一般的な知識や経験を有していたとすることができる。② Xは、本件説明書の説明を受けた際、経営コンサルタントの立ち合いを得、本件フランチャイズ契約締結の相談をする等、フランチャイズ方式によるサンドウィッチ販売の事業についての知識や経験を補う手段を有していた。③ Xは、本件説明書の内容について、説明を受けただけでこれを軽信し、さらに裏付け資料の提出を求めることもなく、説明の内容の検証が比較的容易であるにもかかわらず、これを行わなかった。

これらの事情を考慮すると、本件フランチャイズ契約及びその後の損害の発生については、Xにも落ち度があると認められるべきであるから、民法七二二条二項の規定を類推適用して、損害賠償額を定めるに当たって、これを斟酌するのが相当である。これらの事情にYの義務違反の内容、程度等を勘案すれば、Xに生じた損害から八割を減ずるのが相当である。

(二)、一三六万五、三七五円＋一、三三〇万七、八六円＝三、四五六万六、一六一円×〇・二＝六九一万円三、三三二円)

#### 四、判例の要約

##### 1 契約締結上の責任

判示における文言は異なるが、判例Ⅰに代表されるように、次のように述べる。

すなわち、「フランチャイジーになろうとする者にとつての最大の関心事は、通常、加盟後にどの程度の収益を得ることができるかかどうかの点であると解されるから、契約を締結する段階において、フランチャイザーがフランチャイジーになろうとする者に提供する出店後の売上予測等出店後の収益に関する情報は、フランチャイジーになろうとする者が契約を締結するか否かを判断するに当たつて重要な資料となる。しかも、フランチャイザーは、店舗経営に関する蓄積したノウハウ及び専門的知識を前提に独自のフランチャイズシステムを構築しているのに対し、フランチャイジーになろうとする者は通常そのようなノウハウや専門的知識を有していないことはもちろん、上記フランチャイズシステム自体に関する知識も乏しいことが多く、専門家であるフランチャイザーの提供する資料や説明内容に大きな影響を受けるのが通常であると解される。

したがつて、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、できるだけ客観的かつ的確な情報を提供する信義則上の保護義務を負うものというべく、フランチャイジーになろうとする者が契約を締結するか否かを判断するに当たつて重要な資料を提供しなかった場合には、情報提供義務を怠つたというべきである」。このような考え方は、各判例が共通して採用している見解である。

もつとも、判例Ⅱは、売上予測に関する情報については、経済情勢等に影響される性質のものであつて正確に予測

することは困難であるから、予測の手法等が明白に相当性を欠いた不合理なもの等でない限り、直ちに義務違反となるものではないとして、次のように述べる。

「もつとも、売上予測及び総事業予測は、将来の事業活動の結果を事前に予測するものであるところ、事業活動の結果は、その時々々の経済情勢やその他の諸要因により容易に変化する性質のものであるから、当然のことながら、これを正確かつ確実に予測することは極めて困難といふべきであり、また、そのような性質を有するために、予測の手法も確立した一定の方式が存在するものとは認められない。

したがって、フランチャイザーがフランチャイズ契約を締結するに際して提供した売上予測及び総事業予測が、事業活動の結果として現れた実際の売上げ及び総事業費の実績と異なるものとなったとしても、このことから直ちに客観的かつ確かな売上予測及び総事業予測を提供すべき注意義務に違反するものではなく、予測の手法自体が明白に相当性を欠いた不合理なものであったり、これに用いられた基礎数値が客観的根拠を欠いている場合など、売上予測及び総事業予測がまったく合理性を欠き、フランチャイジーに契約締結に関する判断を誤らせるおそれが著しく大きいものである場合に限って、前記注意義務の違反となり、フランチャイジーがこれによって被った損害を賠償する責任を負うものと解するのが相当である」。

「著しく大きいものである場合に限って」という点は気になるが、おおむね、妥当なところといふべきであろう。

## 2 情報内容について

提供されるべき情報の内容は、予想売上高ないし予測収益及びその算定に影響する様々な事項であるが、当然のことながら、経営対象となる商品・サービスの種類により異なってくる。

判例Iでは、予想売上高の算定に影響する、①車輛通行量が多すぎることが売上げに不利益に考慮されていないこ

と、②「店舗側視界性」や店舗駐車場への進入口の確認性が優れているとはいえないこと、③店舗を賃借する形式の場合、月額賃料と日商売上げが同額であることがYにおいて新規店舗を開発する目安とされているところ、予想売上げがその半分程度であった情報を提供しなかったことを挙げた。

判例Ⅲでは、商圏内とされる町の住民が自動車、バイク、自転車を利用すると推認されることから、ほぼ同じ距離にある商圏外の競合店を自動車等で利用することも考えられることから、競合店の存在について合理的に判断していないとして、十分な根拠、資料に基づいて売上予測をしていないと指摘した。

判例Ⅳでは、立地調査に当たって、一次商圏人口に本件店舗で販売する商品に対する一人当たりの年間消費支出額（マーケットサイズ）×出店した場合の推定シェア（三三・五％）、二次商圏（一次商圏から拡大した地域）におけるマーケットサイズ×シェア（二六・％）、三次商圏（二次商圏から拡大した地域）におけるマーケットサイズ×シェア（五％）の合計により売上げを算定することとし、人口については、市の地域別人口集計表、商品に対する一人当たりの年間消費支出額については、総務省統計局の「家計調査年報」を参考とし、シェアについては、店舗周辺の地理的特徴（道路、近隣鉄道駅、住民の居住状況）、通行量（車輛・歩行者）、周辺の競合店の状況を調査して算定したところ、マーケットサイズの把握においては特に問題はないが、競合店については調査が十分ではなく、また、シェアに設定について一次商圏及び二次商圏とも高く設定しすぎているとた。

洗車場経営に係るフランチャイズ・システムの判例Ⅴにおいては、立地診断評価表の作成に当たり、商圏（人口・世帯数・車の保有台数・車関係事業所の数等）、店舗構造（設置機械の内容・拭き取りスペースの広さ等）、動線及びアプローチ（前面道路の通行量、営業車比率等）、視認性（店舗側視認性・カーブ状況等）、ライバル店舗の有無について、五段階（A・A・A・B・C・D）で評価していたが、立地診断評価表の評価項目の配点について、Y店舗は地

域密着型の営業を目指していることが認められるから、「商圈」が極めて重要であるにもかかわらず、配点表では二〇〇点満点中「商圈」に対しては一六%の三二点しか配点されていないため、「商圈」の点数が極めて低くても「店舗構造」や「動線及びアプローチ」等の点数が高ければ全体としてランクが高くなり、立地診断評価表上のランクと実際の売上げが大きく乖離するという不合理な結果となるおそれがあると指摘した。また、その他ブース部門（ワックスがけ、タイヤ交換、オイル交換等）の売上げを予測するに当たり、他店のブース部門の受注台数等を基礎として売上げを予測しているが、他店では、板金やコーティング等の事業を行っているのに対し、Xは、その経営するガソリンスタンドにおいて給油の傍ら洗車やオイル交換を行っていたにとどまるから、他店とXとはカーケアサービスに関する技術に大きな差があったとことができ、Xよりも技術面で大きく上回る他店のブース部門の受注台数率等を基礎とすることが相当であったということとはできないとした。

クリーニング経営に係るフランチャイズ・システムの判例Ⅶにおいては、競合店について、同システムの特徴は一時間仕上げのクイックサービスを行うユニット店であり、仕上がり納期に二、三日かかる取次店と異なること、誤記・紛失等のトラブルも少ないことを挙げていたが、これらについて特段の差は認められなかった。また、営業不振の場合は本部に営業権を移管することを約束したにもかかわらずそれに応じなかった点も挙げた。

サンドウィッチ店経営に係るフランチャイズ・システムの判例Ⅷにおいては、①売上高Ⅱ一マーケットサイズ×第一次商圏人口×シェア×一・一という算定式を用いて算出し、マーケットサイズについては総務庁統計局「家計調査報告（速報）」により一世帯当たり一カ月間の消費支出における調理食品のうちサンドウィッチ類が二五%であると推定し、×一二月÷一世帯当たりの平均人数三・五人により、年間一人当たりの消費支出を設定したが、調理食品の一世帯当たり年間消費支出中「調理パン」は三・三%に過ぎないこと、②商圈半径は、競合店の展開状況、近隣

のターミナル等の集約施設の存否、交通手段等の地域性に規定されるところが大きいにもかかわらず、その設定に当たり、富山市及び佐賀市において実施した客アンケートの結果により、第一次商圈を半径1km以内としていること（本件店舗の開設は大阪市内である）、③競合店として、ハンバーガー店や弁当屋は全く考慮していないこと、④シェアにつき、地域トップの二六%を採用していること、から右売上高予測は、合理性を有しないものであるとした。

### 3 損害

ア、損害としては、営業開始のための費用は、情報提供義務違反と相当因果関係がある損害として認めている。判例Ⅰでは、成約預託金、判例Ⅲでは、加盟料、店舗賃貸借契約の敷金預金、店舗内装工事代、研修費、折り込み広告費、求人費用、電話回線設置費用等、店舗の保険料、司法書士の手数料、建設会社紹介料、二回目の宣伝広告費、印紙代、有線の申込金の全てについて全額を損害と認めた。判例Ⅳでは、研修費、開業準備金、相殺された商品代金等、店舗の賃貸借関係費用（仲介手数料）、保証金（建物の現状回復工事費用に充当されている）、店舗工事代金、現状回復費用が容認されている。判例Ⅴでは、店舗開業の初期投資費用としてのエリアエントリーフィー及び工事費を全額容認したが、土地仲介手数料、建物工事費、備品代については、現在経営している駐車場に使用していることを理由に容認しなかった。判例Ⅶでは、開業費用であるドライ機等のリース料、ファクシミリ、ロッカー・棚、保険所届出手数料を全額認容したが、全自動洗濯機、LEDディスプレイのリース料、タイムレコーダーを認容せず、また、店舗賃貸借関係費用である現状回復費、保証金償却、仲介手数料を全額認容したが、ファイナンス利息を一部認容し、賃料を認容せず、担保権設定手数料を認容した。判例Ⅷでは、契約加盟金、初年度広告宣伝費、物件賃貸保証金、店内内装費、設計業務料・監理業務料、リース料（厨房設備等）、リース料（ラベル発行機）、品質表示シール代、ラベル代、ハンデミスド、サイン灯代、厨房備品代、加入料等、POSターミナル保守契約料、ユニホーム代を全額容認した。

イ、ただし、営業損失については、判例Vでは、「一般にフランチャイズ契約において、フランチャイジーはフランチャイザーから独立した事業主体であり、フランチャイザーの援助・指導を仰ぎつつも、経営努力ないし営業努力により店舗運営を行うことが予定されていることからすると、収益予測等に関する不適切な情報提供に基づきフランチャイジーがフランチャイズ契約を締結し、開業後に営業損失を被つたとしても、同損失は直ちに情報提供義務違反と相当因果関係を有するものとはいえない。しかしながら、フランチャイジーにおいて、開業後に経営者に通常要求される経営努力ないし営業努力を尽くしても売上を上げることができず、営業損失が生ずることが避けられない場合には、このような営業損失による損害は、当該情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認めることができる」と述べた。しかし、最終的には、本件では、「Xに一定の経営努力は認められるものの、カーケアサービズ事業に魅力を感じてフランチャイズ契約を締結したというにも拘わらず自らの技術者を育成する等の工夫をしておらず、いまだ経営者に通常要求される経営努力ないし営業努力を尽くしたと認めることができず、営業損失を、Yの情報提供義務違反と相当因果関係のある損害と認めることができない」として、営業損失を認めなかった。

この考え方は、他の判例でも採られている。例えば、判例IIIでは、オーナー人件費といつたいわゆる遺失利益は信義則上の義務違反から生じたものとは認めがたいとし、また、ロイヤリティはサービスマーク等の継続使用及びフランチャイズシステムの継続使用の対価としての性質を有し、フランチャイジーはそれを使用したものと認められるから、損害とは認められない性質のものとした。また、判例Iでは、理由は述べられていないが、ロイヤルティ、人件費、専従者給与は、情報提供義務違反と相当因果関係がある損害とは認められないとした。

一部の営業損失を認めたものとして、次のものがある。判例IVでは、平成一六年九月の開店直後からYの経営指導に疑問を抱き、平成一七年二月には一旦閉店しようかと考えていたが、その後は自らの責任で営業を継続していたと

見ざるを得ないから、平成一七年二月までの営業損失は容認されるが、同年三月以降のものについては情報提供義務違反と相当因果関係がある損失とは認められないとした。また、判例Ⅷでは、営業損失についても、Yの本件報告書に合理性があると誤信して開業した場合に起こりうる損害として、Yの情報提供義務違反との間に相当因果関係が認められるものについては認められるべきであるが、Yの指導やXの努力が行われたにもかかわらず、集客率アップの可能性の有無を見極めるのに必要な期間（この期間は三ヶ月）の経過後は、もはや、損失を覚悟のうゑ営業を継続していたと見ざるを得ないから、Yの集中的な指導から三ヶ月以上が経過するまでに発生した損失を限度とするのが相当であるとした。

#### 4 過失相殺

過失相殺する理由として、判例Ⅶ（東京高裁）は、「フランチャイズ・システムにおいては、専門的知識を有するフランチャイザーがフランチャイジーを指導、援助することが予定され、客観的かつ的確な情報を提供すべき信義則上の保護義務を負っているとはいえ、他方において、フランチャイジーも単なる末端消費者とは異なり、自己の経営責任の下に事業による利潤の追求を企図する以上、フランチャイザーから提供された情報を検討、吟味した上、最終的には自己の判断と責任においてフランチャイズ・システム加入を決すべきものである」と述べる。このような理由は、判例Ⅰ、Ⅲ、Ⅳ、Ⅴ、Ⅷの各判決においてほぼ共通している。

過失相殺の割合については、判例のよりまちまちであるが、少ないものでも三分の一、多いもので八割を減じている。

判例Ⅰでは、「石川県内のサークルK既存店舗の平均日商が五〇万円であるという説明を受けただけで、本件店舗の日商も同程度であろうと漫然と誤信してしまい、本件店舗に関する具体的な売上予測について一切説明を求めよう

としなかったし、契約締結前に自ら調査をしなかった」として、四割を減じ、判例Ⅲでは、「本件に現れた諸事情を総合」して、三分の一を減じた。

判例Ⅳでは、「Xの代表取締役は、大学を卒業後、融資業務に一〇年以上携わるなど計二七年間銀行員として勤務していたことから、商売を営む経営上の危険性について十分理解し、判断する能力を有していたにもかかわらず、Yから交付された本件報告書に記載された売上予測について、Yに対して説明を求めず、また、損益計算書を解読する能力を有しながら、本件報告書に記載された本件店舗の損益計算書を検討することもなく、本件店舗を経営することにより」、一年間に一定の売上げ・営業利益が計上されると安易に信じて、契約を締結することを決意したもので、多額の開業資金を投下して商売を始めようとする者としては、フランチャイザーの言動に寄りかかりすぎた軽率なものであったといわざるをえないとして、五割を減じた。

判例Ⅴでは、「Xは、ガソリンスタンドを五店経営し、本件店舗と近接する場所でもガソリンスタンドを経営して、ガソリンの販売のほか、洗車事業も行っているのであるから、本件店舗周辺で洗車の需要がどの程度あるかを把握し得る立場にあるから、「Yが提供した立地診断評価表及びシミュレーションの内容を検討し、吟味することがある程度可能な知識と経験を有していた」のであるから、「Yが行った収益予測が的確なものであるか否かについて疑問を持ち、その数字の正確性や合理性を慎重に吟味することが可能であったはずである」として、「公平の見地から、Xに生じた損害の七割を減じた限度で賠償を認めるのが相当である」とした。

判例Ⅶでは、「Xとしても、Yが提供した資料等を検討し、吟味することが十分に可能であったといわなければならず、そうすれば、同一商圈内に多数の競合店が存し、Yがした売上試算、予測が的確なものであったかについて疑問をもってしかるべきである（現に、国民金融公庫からは、立地条件が悪いなどとして融資を断られている）ところ、

Xとしても、不安感を抱いていたものの、最終的にはYの売上試算、予測をよりどころとして「一定のオーナー手数が得られるものと信じてYのシステム加入を決したものであり、「多数の開業資金を投下して商売を始めようとする者としては、フランチャイザーの言動に寄りかかり過ぎた軽率のものであったといわざるを得ない」として、損害について七割の過失相殺を行った。

判例Ⅷでは、Xは、①以前から電線等の販売業を営み、当時、約二〇億円の年商を上げていた企業の取締役であるから、食品販売や消費者相手の商売には無縁であったとしても、およそ事業や経営というものに関する一般的な知識や経験を有していたこと、②本件説明書の説明を受けた際、経営コンサルタンの立ち合いを得、本件フランチャイズ契約締結の相談をする等、フランチャイズ方式によるサンドウィッチ販売の事業についての知識や経験を補う手段を有していたこと、③本件説明書の内容について、説明を受けただけでこれを軽信し、さらに裏付け資料の提出を求めることもなく、説明の内容の検証が比較的容易であるにもかかわらず、これを行わなかったことから、八割を減ずるのが相当であるとした。

## 五、判例についての若干の考察

### 1 フランチャイザーの責任の法的性質

フランチャイザーがフランチャイジーになろうとする者を募集するに当たって開示すべき情報は、前述の通り、中小売商業振興法による規定、公正取引委員会のガイドライン等において規定されており、①フランチャイズ契約を締結してフランチャイジーになった者に生ずる権利義務に関する情報、②必ずしも権利義務には係わらないが、フランチャイズ店経営に影響する重要事項に関する情報、③フランチャイズ店経営における予想売上げ又は

予想収益に関する情報に分けることができるが、本稿では、③の情報提供に関する部分を中心に判例分析を行っている。

フランチャイザーがフランチャイジーにならうとする者に対して提供するフランチャイズ店経営における予想売上げ等に関する情報に合理的でないもの等が含まれていることによって、相手方に損害を与える場合においては、フランチャイザーの「契約締結上の過失」として、法的責任を問うことができる。ただ、その場合の法的責任がどのようなものであるかについては、不法行為責任と捉えるか、交渉から契約に至る一連の行為として契約責任と捉えるかに分かれる。

判例の多くは、後者の考え方を取り、契約準備段階において交渉に入った者同士の間では誠実に交渉を続行し、客観的・的確な情報を提供する信義則上の保護義務があり、不適切な情報等の提供を行った場合には、その保護義務違反に違反するとする。

最高裁判決（平成一九・二・二七）は、製造業者（X）と注文者（A）の間に入った販売会社（Y）が、最終的にはYとAとの間で契約が締結に至らない可能性が相当程度あるにもかかわらず、誤った情報提供により、Xに対し、YとA間の契約が締結されることについて過大な期待を抱かせ、商品の開発・製造をさせた行為について、「YにはXに対する関係で、契約準備段階における信義則上の注意義務違反があり、Yは、これによりXに生じた損害を賠償すべき責任を負うべきである」としている。本稿で取り上げた判例で損害賠償責任を認めるものは、上記のような考え方を採用している。

## 2 損害の範囲について

賠償すべき損害の範囲について、フランチャイザーの信義則上の義務違反によりフランチャイジーが被ったフラン

チャイブ契約の締結及び店舗開設により被った損害については、全面的に賠償責任を負うものとされているのは妥当である。したがって、加盟金、預託金・保証金、開業準備金、店舗賃貸借契約の敷金、店舗の保険料、店舗内装工事代、電話回線設備費用、原状回復費、研修費、広告費、求人費、司法書士手数料、建設会社紹介料、備品代（ただし、現在使用している場合は対象とされない）等は全て対象とされている。

一方、営業損失については、フランチャイジーはフランチャイザーから独立した事業主体であることから、フランチャイザーから援助・指導を受けつつも自らの経営努力ないし営業努力を尽くすことが求められていることから、これらの努力を尽くしているにもかかわらず、なお収益予測等に関する不適切な情報提供に基づき生ずる損害については、当該情報提供義務違反と相当因果関係にある損害であるとして、賠償責任が認められるとする態度を取っており、これも妥当なものというべきであろう。

### 3 大幅な過失相殺についての問題点

ア、フランチャイジーからの情報提供義務違反に対する損害賠償請求について損害賠償額を定めるに当たって、大幅な過失相殺を行っていることは、問題点の一つである。

たしかに、フランチャイジーになろうとする者は、単なる消費者とは異なり、自己の経営責任の下に事業による利益の追求を企画する者である。しかしながら、「フランチャイザーから提供された情報の正確性や合理性を検討、吟味した上、必要であれば自ら調査して情報を収集する」ことを求める注意義務は、相当程度に高いものであると考えられる。フランチャイザーは、店舗経営に関する蓄積したノウハウ及び専門的知識並びに経験を有する者である一方、フランチャイジーは、そのような知識及び経験を一般的に有しない者である。フランチャイジーになろうとする者の中には、従来給与所得者であった者もあり、また、ある程度の事業経営の経験を有する者が有ったとしても、当

該フランチャイズ営業と全く異なる業種・業態である場合があり得る。こうした者にとって、フランチャイザーから提供された情報の正確性や合理性を検討し、必要があれば自ら調査して情報を収集することを求めることが果して妥当かということである。

イ、消費者契約法は、①消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取り消し（4条）、②事業者の損害賠償責任を免除する条項の無効（8条）、③消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効（9条）、④消費者の利益を一方的に害する条項の無効（10条）について規定している。これらは、「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑み」（1条 規定されたものである、これらの規定は、直接フランチャイズ契約に適用できるものではないが、同契約によって生ずる損害賠償責任を論ずるに当たっては、同規定の立法の趣旨・内容が参考にされるべきである。消費者法における不当表示の規制は、事業者と一般消費者における商品情報の格差及び不完全性があることに基因して必要とされるものである。一般消費者は、事業者と同一レベルで情報を有し、また、その正確性及び合理性を判断することができない。フランチャイジーの中には、一般消費者と同一レベルで考える必要がない者もあるが、それは限られており、一般的にフランチャイザーとフランチャイジーになろうとする者の間では、相当程度の情報の格差、収集力、理解力、経験等の差が存在することを考慮する必要があるのである。公正取引委員会のガイドラインや中小小売商業振興法の規定も右のような視点から定められている。

ウ、例えば、立地調査における人口や当該商品に対する消費支出額については、市等の人口集計表や総務省統計局の「家計調査年報」等が参考とされるとしても、「シェア」算定に当たり、店舗周辺の地理的特徴（道路、近隣鉄道駅、住民の居住状況）、通行量（車輛、歩行者）（通行量が多すぎることが売り上げに不利益となることがある）、店舗の視界性、採算性（既存店舗における収益状況が参考となる）等を正確に又は合理的に判断することは、知識及び経

験の豊富なフランチャイザーといえども必ずしも容易であるとはいえないものであり、フランチャイジーとしては、フランチャイザーから提供されるこれらの情報を解析する能力を有するとはいえない。また、フランチャイザーが推定する「シエア」が過大な設定であるかどうかも判断できるものではない。

さらに、競合店について、商品・サービスにおける代替性や地理的状況について、一般消費者の交通手段等をも考慮して競合性があるか否かについては、店舗経営の経験があるフランチャイザーこそ適格・合理的に判断し得るものである。

判例Vは、洗車場経営のフランチャイズ・システムへの加入で問題となった事件であるが、フランチャイジーはガソリンスタンドを五店経営し、出店店舗と近接する場所でもガソリンスタンドを経営し、ガソリンの販売のほか洗車事業も行っていた。このため、「本件店舗周辺で洗車の需要がどの程度あるかを把握し得る立場にあり、Yが提供した立地診断評価表及びシミュレーションの内容を検討、吟味することがある程度可能な知識と経験を有していたことが認められる」とされ、七割の過失相殺とされている。

しかし、この場合でも、フランチャイジーが主要事業としてガソリンスタンドを経営する傍ら副次的に洗車事業を行っていたとはいえ、フランチャイザーが提供した立地診断評価表等を正しく検討・吟味することができたであろうか。

立地診断評価表における評価項目としては、商圏（人口・世帯数・車の保有台数・車関係事業所の数等）、店舗構造、動線及びアプローチ、視認性、ライバル店舗の有無があるが、商圏は、店舗営業における事業の収益性を大きく左右する立地条件であり、立地診断を行うに当たって最も重点を置くべき診断項目であるにもかかわらず、商圏の配点においてわずかに全配点中一六%にしかすぎなかった。この配点割合が適正といえるか、また、実際の配点において

これが正しく行われているか（かさ上げ配点は行われていないか）、といった点は、フランチャイジーとしてそれらを反論・批判する能力を有するものではなく、フランチャイザーの知識・経験に基づくものとしてこれを信用せざるを得ない。

また、本件フランチャイジーは五段階（A・A・A・B・C・D）評価のうち上位二番目のAのランク付けがなされており、フランチャイザーは、A評価の他店の売上実績を示している。しかし、これについても、その「実績」が正しいものであるか、売上実績が売上予測を下回った店舗については意図的に除外されているものではないか等について、フランチャイジーとして検証することは不可能である。

判例Ⅶは、クリーニング店経営のフランチャイズ・システムへの加入で問題となった事件である。判決は、「同一商圏内に多数の競合店が存在し、Yがした売上試算、予測が確なものであったかについて疑問を持つてしかるべきである（現に、国民金融公庫からは、立地条件が悪いなどとして融資を断られている）ところ、Xとしても、不安感を抱いたものの、最終的にはYの売上試算、予測をよりどころとして月四〇万円程度のオーナー手数料が得られるものと信じてYのフランチャイズ・システムへの加入を決定した」として、七割の過失相殺が行われている。

本件では、国民金融公庫からは、立地条件が悪いなどとして融資を断られているが、クリーニング事業について全く素人であったフランチャイジーに対し、当該事業について知識・経験を有するフランチャイザーは、競合店の判断において、当該システムは、取次店ではなく一時間仕上げのクイックサービスのユニット店であること、誤記・紛失等のトラブルが少ないことを特徴としていることを説明し、また、契約の「特記事項」として、「最善の努力をしたにもかかわらず、加盟店が経営に対し困難を期（ママ）たす場合に於いては、本部に経営権を移管する事ができる」との条項を追加記載することによって、契約に持ち込んでいるとの事情があるが、これらのことが考慮されているの

かとの疑問がある。

判例Ⅷは、電線等の販売業を営む会社の取締役であった者がサンドウィッチ店経営のフランチャイズ・システムへの加入で問題となった事件である。判決は、①Xは、以前から電線等の販売業を営み、当時、約二〇億円の年商を上げていた企業の取締役であるから、食品販売や消費者相手の商売には無縁であったとしても、およそ事業や経営というものに関する一般的な知識や経験を有していたとすることができる、②Xは、本件説明書の説明を受けた際、経営コンサルタントの立ち合いを得、本件フランチャイズ契約締結の相談をする等、フランチャイズ方式によるサンドウィッチ販売の事業についての知識や経験を補う手段を有していた、③Xは、本件説明書の内容について、説明を受けただけでこれを軽信し、さらに裏付け資料の提出を求めることもなく、説明の内容の検証が比較的容易であるにもかかわらず、これを行わなかった、と述べて、過失相殺を八割とした。

本件においては、売上高Ⅱ一マーケットサイズ×第一次商圏人口×シェア $\times$ 一という算式を用いて予想売上高が算出されている。

判決は、①商圏半径を1kmとした点について、フランチャイジーは大阪市内に店舗を開設するものであるにもかかわらず、フランチャイザーの最初の二店舗である富山市と佐賀市において実施された客アンケート結果によるものにと過ぎず、商圏半径は競合店の展開状況、近隣のターミナル等の集約施設の存否、交通手段等の地域性に規定されるところが大きいにもかかわらず、その設定に当たり、大阪と富山・佐賀との地域性の差異について調査・考慮されていないことは売上高予測の基礎資料としては正確性・安全性が低い、②マーケットサイズの算定に当たり、サンドウィッチ類の消費支出が調整食品のうち二五%を占めると推定しているのは合理的でなく、三・三%であるに過ぎないとみるべきである、③フランチャイザーが商品の特性を強調して、競合店は存在しないとしたのは合理的でない、④シ

エアにつき、地域トップシェアの二六％を採用しているが、その数値は予想というよりは目標と考えるのが自然である、ことを理由として、フランチャイザーによる売上予測は合理性を欠いた推論であったと評価すべきものであるとしながらも、フランチャイジーは、説明を受けただけで軽信し、裏付けとなる資料の提出を求めることもなく、説明内容の検証が比較的容易であるのもかわらずこれを行わなかったとして、八割の過失相殺を行っている。

しかしながら、フランチャイザーは、サンドウィッチの製造・販売といった一般消費者相手のファーストフード販売については、全く知識・経験がない。その上で、商圏設定の仕方、競合食品についての知識、フランチャイザーが説明する商品の特性等についての合理的判断等についての大部分の責任をフランチャイジーに求めるのは、経営コンサルタントの立ち合いを求めていたとしても、酷に過ぎるものと考えられる。