

FCコンビニ加盟契約におけるフランチャイザーの情報提供義務違反および閉店指導義務違反等が否定された例

大 山 盛 義
おお やま せい ぎ

(那覇地裁沖縄支部平成17年3月24日判決・判例タイムズ1195号143頁
〔ホットスパー事件〕)

(平成11年(ワ)第373号 売買代金請求事件、平成12年(ワ)第87号 不当利得返還請求事件、平成12年(ワ)第134号 商品代金請求事件、平成12年(ワ)第163号 商品代金等請求事件、平成12年(ワ)第310号 損害金請求事件、平成16年(ワ)第226号 損害賠償等請求事件)

I 事実の概要

一 6つの事件の併合

1 本訴請求

本訴請求は、X コンビニエンスネットワークス(以下、「X」とする)が、Y₁(第1事件)、Y₂(第3事件)及びY₃(第4事件)に対し、コンビニエンスストアの経営に関し締結した加盟契約から生じた商品代金等の支払を求めた事案である。これに対して、Y₁、Y₂及びY₃は、当該加盟契約は要素に錯誤があるため無効であり、仮に加盟契約が有効であるとしても、Xの商品代金請求は信義則に反する旨主張し、更に、Xは客観的かつ合理的な資料に基づく正確な情報を提供すべき義務や、Y₁らに対し閉店を指導すべき義務に違反した旨主張して争った。

2 反訴請求

反訴請求は、Y₁(第2事件)、Y₃、Y₄(第5事件)及びY₂(第6事件)等が、Xは加盟契約締結に当たり、客観的かつ合理的な資料に基づく正確な情報を提供すべき義務等に違反し、Y₁等は錯誤により加盟契約を締結したから、各加盟契約は無効である、また、Xは、事前の情報提供義務のほか閉店指導義務も怠った旨主張

して、債務不履行に基づき、ロイヤリティ相当額等の損害賠償を請求等をした事案である。

二 各契約締結から終了に至るまでの経緯等

1 Xについて

Xは、オランダのアムステルダムに本部を有し、ヨーロッパを中心に全世界で展開する食品小売りチェーンである。Xは日本ではフランチャイズ事業によるコンビニエンスストアの経営を目的として、加盟店希望者との間で加盟契約を締結し、技術援助、指導等を行っている。

2 Y₁について

(ア) Y₁は高校卒業後、農業の他、地元の共同売店の実質的経営者として経理等を担当していた。Y₁は小売業への関心と将来性等の理由から転職を考え、コンビニエンスストア経営を選びXと交渉を開始した。

(イ) Xの本部長であるSは、当時訴外Oが経営していたスーパーA店をY₁に紹介した。Y₁は、スーパーA店の日販は採算ベースに乗っていないが、これはOの商品管理が悪かったこと等が理由であり、売上げを10ないし15パーセント上げれば採算ベースに乗る、売上げが悪くても最低100万円の保障を受けることができる等の説明をSから受けた。ただし交渉過程においてXがスーパーA店の売上実績等に関し作成、交付した文書には経費に関する具体的な記載がなく、またSもY₁に対し同店の経費について具体的な説明をしなかった。

(ウ) Y₁は「Oの売上実績表を踏まえ共同売店経営の経験に照らして」「利益率等を計算するなどした上、前記最低保障の適用を受けることになっても、平均的な売上があり、経費をその範囲内に抑えることができれば自らの手元にも一定の利益が残る旨判断し」平成7年2月28日にXと加盟契約を締結し同年5月1日にスーパーA店を開店した。

(エ) その後両者は平成11年6月25日に同契約を合意解除し同日スーパーA店は閉店した。スーパーA店の売上実績は49か月全体で月平均1150万3708円で、Xの売上予測値の124.02%であった。

3 Y₂について

(ア) Y₂は大学卒業後、家電販売会社に約10年間勤務し、その後、昭和63年11月沖縄スパーに入社した。沖縄スパーは当時、Xとの業務提携の下に沖縄県でコンビニエンスストアを展開していた。そしてY₂は、同社の開発係及び建築係として、約2年間にわたり出店を適当とする物件の調査、開発等に従事していた。具体的には、Y₂は、物件やオーナー探し、建築業者との工事請負に関する交渉、車の通行量や近隣の世帯数等の調査を行っていた。

(イ) Y₂は、沖縄スパーが直営していたスパーB店の開店に関し「戸数調査や通行量調査など開店の可否を決するための基礎調査を自ら行っていた」。その後、開店したスパーB店の業績が好調であるのをみて自ら経営を希望し平成5年2月24日にXとの間で加盟契約を締結した。

(ウ) Y₂は、スパーB店の収支が順調であったため事業拡大を考え、2号店としてXからスパーC店を紹介された。契約締結交渉過程でXから示されたスパーC店に関する事業計画書には、月平均売上高が初年度1020万円、営業利益が月50万2000円、経常利益が月43万6000円と示されていたが、X内部で作成された損益計算書にはそれよりも低い額が示されていた（それぞれ、948万円、57万4000円、15万7000円）。

また契約締結当時のスパーC店の周辺は、ビーチはあるが、住宅が少なく、計画中のバイパス道も工事未着工であるという、必ずしも良好とはいえない環境であったが、Y₂はこのような事情を認識していた。

(エ) スパーC店については平成9年2月開店、同年11月閉店した。スパーC店における実際の売上高は、X内部の予測額に対して月平均69.7パーセントに留まっており、また、X側がY₂に示した事業計画書における予想売上高月1020万円と比較しても約64.8パーセントであった。その後スパーB店に関してはY₂が未清算金を発生させたために平成12年2月19日にXが契約を解除した（同年4月には同所においてY₂は別のFCコンビニであるローソンを開店）。

4 Y₃について

(ア) Y₃は、専門学校卒業後、T社で家電製品の販売等に従事していた。Y₃は将来に備え転職を考え平成6年2月頃、XのSと面会した。Sから有望な店舗（ス

パー D 店) がある旨説明を受けた。

(イ) R は S から Y₃ の件を引き継いだ。R は Y₃ に対し開業資金の準備について助言したり、また開店時から売上実績が損益分岐点を超えることは難しく、スーパー D 店の売上が損益分岐点を超えるのは酒類販売免許取得後と考えられること、Y₃ の同免許取得までには最低 2 年を要すること等を説明した。また R は、開店後 2 年程度は売上が損益分岐点に達しないため、最低保障制度が適用となる場合があるが、この最低保障制度による収入の範囲内の生活が可能かよく考えて欲しい旨を話し、人件費の抑制と夫婦での長時間勤務の必要性を説明した。また R が Y₃ との加盟契約締結交渉中に示した資料には、スーパー D 店の平均売上高として月 1101 万円と記載されていた(酒類販売免許が無い場合)。

(ウ) 平成 7 年 2 月 28 日、X との間で加盟契約を締結し、Y₃ は同年 12 月にスーパー D 店を開店した。しかし Y₃ が実際に挙げることでできた売上額は、酒類免許を取得する前後を通じて、全体として X の予測売上額に達しなかった(酒類販売免許取得後でも売上高は月平均約 950 万円であった)。

平成 12 年 3 月以降、Y₃ から X への売上金の送金が滞ったため、X は平成 12 年 4 月 14 日に加盟契約を解除した。

5 Y₄ について

(ア) Y₄ は、高校卒業後、東京でバーテン業をした後に沖縄に戻り、別会社の沖縄スーパーを運営していた M 社で営業担当社員として勤務していた。S は、M 社で Y₄ の 2 期後輩であり、沖縄スーパーに転籍すると、平成 7 年 2 月ころ、Y₄ にコンビニエンスストア経営について勧誘しスーパー E 店を紹介した。同店は、X が、立地条件から集客も見込まれ、十分売上を確保することができると判断し、開設を決定した店舗であった。

(イ) 加盟契約締結交渉中に、S が Y₄ に示したスーパー E 店に関する事業計画書には、「廃棄高」、「不明ロス」に関する具体的な記載がなく、減価償却に関する記載も、初年度以降全ての年度において 0 円として試算されていた。他方、X は、社内的に前記事業計画書と異なり、棚卸増減高及び商品廃棄値下高として月平均 17 万 2000 円、減価償却費として月平均 5 万 4000 円を要すると予測していた。

(ウ) Y₄ と X は加盟契約を平成 7 年 8 月 14 日に締結し、Y₄ は同年 10 月 25 日にス

パー E 店を開店した。その後 Y₄と X は同加盟契約を平成10年 9 月30日に合意解約した。

三 本件における主要な争点

本件の主要な争点は、① X が、Y₁らとの間で加盟契約を締結するに当たり、Y₁らに対し店舗の収支予測等について、客観的かつ合理的な資料に基づく正確な情報を提供すべき信義則上の義務等に違反したか否か、② X に閉店指導義務違反があったか否か、③ X の Y₁ら（Y₄を除く。）に対する各加盟契約に基づく商品代金等の請求が信義則に反するか否か、④ X との間で加盟契約を締結した Y₁らの加盟契約に基づく預託金返還請求の当否、⑤ Y₁らの損失又は損害額の 5 点である。

II 判 旨

一 情報提供義務違反の有無について

1 フランチャイズ契約における情報提供義務について

(ア) 「フランチャイズ契約において、フランチャイジーになろうとする者にとっての最大の関心事は、通常、加盟契約締結後にどの程度の収益を得ることができるか」にある。

したがって契約締結段階において「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売上予測等に関する情報は、フランチャイジーになろうとする者が加盟契約を締結するか否かの判断をするに当たり重要な資料となる」。

加えて一般的に、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との間にはノウハウや知識において格差が存するため、フランチャイザーはフランチャイズ契約締結段階において「フランチャイジーになろうとする者に対し、売上予測に関する情報、契約期間中にフランチャイザーに対し支払う金銭の額などその収益に関する重要な情報について、できる限り客観的かつ正確な情報を提供すべき信義則上の義務を負っている」。

(イ) もっとも「フランチャイジーが実際に加盟契約締結後に得ることのできる収益は」「経済情勢等の多種多様で不確定な諸要素に左右される」。フランチャイザーによる事前の説明等の中に「事後的かつ結果的にみれば正確さを欠いた部分があっ

たとしても、それだけで当該説明等が」義務違反となるものではない。

(ウ) また本件加盟契約では契約当事者双方が「基本的に独立した対等の事業体として加盟契約を締結する旨定められて」いる。したがってこのフランチャイズ・チェーンに加盟しようとする Y₁らが自らの判断と責任においてフランチャイズ契約を締結することが前提である。

(エ) 以上からすると「フランチャイジーになろうとする者に加盟契約締結に関する判断を誤らせるおそれが大きい不適切な情報提供があった場合に限り、信義則上の情報提供義務違反を構成し、また、加盟契約は錯誤により無効と解すべきである」。

2 Y₁に対する説明等について

(ア) Y₁の加盟契約締結の主要な動機はスーパー A 店の売上をより増大させ多額の利益を享受することにあった。

(イ) (経費に関する説明が無かったことについて) Y₁は前述 (I 二 2 (ア)及び(イ))の事情に基づき「自ら判断して加盟契約を締結したの」あり、X 側より経費の具体的な説明がなかったとしても「Y₁の加盟契約締結に関する判断を誤らせるおそれが大きい適切な情報提供をしなかったとは認められない」。「Y₁がスーパー A 店の経営を引き継いでからの売上高は、訴外 O の実績額である月平均845万4000円という数値はもとより、X が当初予測していた月927万6000円という数値をもかなり上回り、Y₁は「一定の利益を上げてきた」。したがって「Y₁は、加盟契約締結の主要な動機ないし目的をまさに達成した」。

(ウ) なおスーパー A 店で確保できる駐車場の台数が当初説明を受けていた台数よりも少なかったことについては、「Y₁は、加盟契約締結当時、スーパー A 店の駐車場の台数如何を重視して、X との間で加盟契約を締結するか否かを決定したとは認められないから、仮に駐車場の台数に関する S の説明に誤り又は不適切な点があったとしても、Y₁の加盟契約締結に向けた判断を誤らせるような事情には当たらない」。

3 Y₂に対する説明等について (スーパー C 店について)

(ア) Y₂は、前述 (I 二 3 (ア)及び(イ))の事情により、自らの「知識と経験」を踏まえスーパー C 店について、バイパスが開通するまでの当面は経営が厳しいものの、将来性は十分ある旨自ら判断して加盟契約を締結した。「仮に開店後約 9 か月の段

階における売上高の実績が予測値を下回る結果となったとしても、それはY₂の判断の結果」である。

(イ) X側がY₂との交渉で提示した5か年事業計画に記載された売上高等は、Xが内部的に作成した損益計算書の額よりも売上高や経常利益等につき低い金額となっているが、金額の乖離が著しいとまでは認められない。また5か年事業計画書等の各算定根拠について合理性を疑わせるに足る証拠もない。したがってX側がY₂に対してこのような5か年事業計画書を提示したとしても、Y₂に加盟契約の締結に関する判断を誤らせるおそれ大きい不適切な情報提供があったとはいえない。

(ウ) Y₂は、スーパーB店を自ら経営し、コンビニエンスストア経営に一般的に必要なとされる経費の内容及び金額について十分な知識があったことから、スーパーC店の経営に必要な経費の額はスーパーB店とほぼ同程度の月170万円と予想し、この予想を踏まえて加盟契約を締結した。したがって仮に「スーパーC店の経営に実際必要であった経費が上記予測額を上回る結果となったとしても、それはY₂自らの判断に基づく結果」である。

4 Y₃に対する説明等について

(ア) Y₃は、前述（Iニ4(イ)）の事情を前提として加盟契約を締結した。

(イ) Rらは、Y₃との間の交渉において月1101万円という予想売上高を示したが、この予想が「その算定方法、算定資料収集の方法等において著しく不合理、不適切であることを認めるに足る証拠はな」い。

(ウ) RはY₃に対し売上高が予測値にすぎない旨を説明した。

(エ) 以上からRがY₃に示した資料には「月1101万円という平均売上高が目標値であることがカッコ書きで付記されているほか、平均売上高がこの金額から最大で300万円減少した場合におけるキャッシュフローの額等が具体的に試算されており、Y₃がスーパーD店において損益をプラスにするためには、少なくとも月981万円の売上高を上げる必要があること等の事情が明示」されていた。

「Y₃としては、Rの説明によって、上記月1101万円という平均売上高が一応の予測にすぎず、かなり売上高が減少することもあり得ること、この売上高の減少に伴い損益がマイナスとなることもあり」、「かなりの赤字が発生する危険があることを十分了知」し得た。

5 Y₄に対する説明等について

(ア) Y₄が加盟契約を締結した主たる目的ないし動機は自らの利益を上げることにあつた。そして「Y₄がスーパーE店を開店後、Xが予想した月1203万円という売上高を概ね達成したのみならず」、「開店年度である平成7年度を除けば、平成8年度が465万2070円、平成9年度が750万2645円、平成10年度（ただし、同年9月まで）が640万7873円という経常利益を上げてきた」。したがって「Y₄は、加盟契約を締結した目的を一応達成し」た。

(イ)（廃棄ロス等の説明が無かつたことについて）Y₄の場合は、「平成8年度以降、かなり多額の本部外仕入れ（販売する商品をX以外から仕入れること等）を行っていたこと、いずれの年度においても多額の廃棄ロスや不明商品が生じていたこと、人件費などその他の経費の額も相当多額であつた」。かつ「良好な売上を記録していたにもかかわらず、Y₄が現に手にした利益が事業計画書記載の経常利益等と比較して低額となつたのは、商品の適切な発注、在庫管理、経費の削減など、第一次的には、経営者であるY₄自身において、その経営判断と責任に基づいて行うべきで事項に関する処理が不適切であつたことがその原因である」。「そうすると、経費の問題によってY₄が自ら予想した程度の利益をあげることができなかつたとしても、それは、加盟契約締結後に自ら招いた結果」である。

6 結 論

Xの提供した情報は、加盟契約締結にあたりY₁、Y₂、Y₃及びY₄の判断を誤らせるおそれの大きい不適切なものではなく、Xの情報提供義務違反はなかつた。

またY₁らとXの各加盟契約締結においてY₁らに錯誤があつたということではできない。

二 Xの閉店指導義務違反の有無について

(Y₂、Y₃、Y₄がそれぞれ店舗の営業開始から6ヶ月頃までには、Xは速やかに閉店指導を行う義務があつたと主張することについて)

1 Y₂について（スーパーC店）

(ア) 前述（I二3(ア)及び(イ)）の事情があり、また「Y₂がXと締結した加盟契約には、両者がそれぞれ独立の事業者であり、Y₂はスーパーC店の経営を自己の責任

と負担において行う旨が定められている」。

(イ) したがって開店6か月後の時点において、Y₂がスーパーC店経営で利益を上げられなかったとたとしても「XがY₂に対し閉店を指導すべき義務ではない」。

2 Y₃について

(ア) Y₃は前述（Iニ4(イ)）の如く等自ら検討しXと加盟契約を締結した。当該「加盟契約には、両者がそれぞれ独立の事業者であり、Y₃はスーパーD店の経営を自己の責任と負担において行う旨が定められている」。

(イ) 「仮に、Y₃が主張する開店6か月後の時点において、売上額がXが示した目標売上額に達しておらず、そのため、Y₃が想定していた利益を上げることができなかつたとしても、XがY₃に対しスーパーD店の閉店を指導すべき義務ではない」。

3 Y₄について

(ア) スーパーE店は良好な売上を継続して上げており「そもそも、Y₄が指摘する開店からわずか6か月後の時点において、閉店する理由などない」。

(イ) 当該「加盟契約には、両者がそれぞれ独立の事業者であり、Y₄はスーパーE店の経営を自己の責任と負担において行う旨が定められている」。

(ウ) Y₄には、前述（II-5(イ)）の事情があった。そしてXの担当者等は「スーパーE店を定期的に訪問した上、一般的な指導事項に加えて、特に客が減少する冬場に多額の本部外仕入れを続けていると資金繰りに詰まる危険があることを具体的に指摘した上、本部外仕入れを止めるよう度々勧告したり、過剰な人件費の削減や、在庫ロス等を減少させるための指導を行っ」ていた。

(エ) Xは「販売協力義務を尽くしたと認められるから、この義務の範囲を超えて、XにはY₄に対し閉店を指導すべき義務ではない」。

三 Xの商品代金等請求と信義則について

(Xが提供したノウハウの質、内容は極めて粗雑であり、Xが加盟契約により取得した多額のロイヤリティには到底値しないから、Xと加盟契約を締結したY₁らに対する商品代金等の請求は信義則に反し、また、閉店後Y₁らがXに対し支払った商品代金等は不当利得になる旨のY₁らの主張について)

1 「Xは、担当者（スーパーバイザー）がY₁らの店舗をおおむね週1回程度訪問した上、当該店舗毎に販売データ等を調査、分析し、新規商品、売れ筋商品、キャンペーン等を案内して商品等の発注を確認したり、在庫や廃棄ロスにおける問題点を指摘するなど、販売力、収益力の向上に向けた具体的な指摘、指導を行って」いた。

特にY₃に対しては指導等に加えて担当者であるTが加盟契約のタイプを変更してより負担を軽減することを強く勧めたり、Y₃の依頼を受けて、店舗の家賃を減額するため家主との間で交渉に当たっていた。したがってXはY₁らに加盟契約上の指導義務の履行を尽くしていた。

2 「Y₁らがXとの間で合意したロイヤリティの算定方法やその額等が社会通念に照らして著しく不合理、不適切とは認められないことを併せ考慮すれば、XのY₁らに対する商品代金等の請求が社会通念上是認し得ない」ものではない。

四 Xに対する預託金請求の当否について

(Y₁らは、Xに対しY₁らが送金し、預託した金員は法的には加盟店の売り上げとして加盟店に所属する金員であるから、Xは、Y₁らに対し、加盟契約に基づき、上記預託に係る金員を返還すべきである旨のY₁らの主張について)

1 (ア) Y₁らは「商品代金の送金及び決済方法として、①Y₁らが毎日、総売上金につき現金全額をXの指定する銀行預金口座に入金すること、②Xは、Y₁らが毎月1日から末日までの商品代金等を上記①の方法により送金した売上金より控除して精算し、Xは控除後の残金をY₁らの口座に返還すること、③Y₁らが送金した売上金をもって商品代金及びロイヤリティに足りない場合には、Y₁らは、Xからの通知があり次第、Xに不足額を支払う旨を」Xと合意した。このようにY₁らは加盟契約によって「総売上金の全額についてXに送金する旨を義務づけられている」。

(イ) 「Xは、Y₁らから送金を受けた上記総売上金からY₁らに対する商品代金等を控除した額のみをY₁らに対し返還すれば足りる」。「総売上金の全額」について返還請求可能であるとする前提が失当である。

2 「Y₁らから送金を受けた総売上金からXがY₁らに対し有する商品代金等債権

で精算処理した結果」未精算金が生じているのでXがY₁らに返還すべき金員はない。したがってY₁らの主張はいずれも理由がない。

Ⅲ 検 討

一 はじめに

本件は、フランチャイジーからのフランチャイザーに対する請求（契約の錯誤無効、フランチャイザーによる事前の情報提供義務違反¹⁾、フランチャイザーによる代金請求等の信義則違反、預託金返還請求）のいずれもが棄却され、フランチャイザーの代金請求等が認容された裁判例である。

本稿では、主要な論点といえるフランチャイズ契約から生じるフランチャイザーの契約締結段階における情報提供義務、および契約締結後における閉店指導義務の問題を中心に検討する。

二 契約締結段階における情報提供義務について

1 情報提供義務の性質

従来の情報提供義務は「契約締結上の過失論」の一つとして論じられてきた²⁾。この「契約締結上の過失論」は、契約締結に向けた交渉があったにもかかわらず契約締結に至らずに一方当事者に損害が生じた場合において、この損害を誰に負担させるのかといった場面で論じられてきた。しかし本件で問題となる情報提供義務は、契約が締結された後、フランチャイザーからの事前の説明と事後の結果が異なっていた（すなわち売上高が予測値に達せずフランチャイジーに損害が発生した）という問題である。

こうした問題状況の違いから、情報提供義務の性質は二つに分けて論じる必要が出てくる。一つは従来、契約締結上の過失論の中で論じられていた契約締結へ向け

1) フランチャイズ契約におけるフランチャイザーの事前情報提供義務に関する最近の文献としては、小塚荘一郎『フランチャイズ契約論』（有斐閣、2006年）145頁以下、金井高志『フランチャイズ契約裁判例の理論分析』（判例タイムズ社、2005年）19頁以下、千葉恵美子「フランチャイズ契約締結段階におけるフランチャイザーの情報提供義務」NB L835号（2006年）12頁以下などがある。

2) こうした議論については潮見佳男『債権総論Ⅰ〔第二版〕』（信山社、2003年）570頁以下を参照した。

た自己決定権を保護する（基盤整備する）目的での情報提供義務である。もう一つは自己決定権行使の局面とは異なり、相手方の生命や財産的利益を保護するためになされる情報提供義務である。後者の情報提供義務は、「時系列的には契約締結行為に先行する行為義務であっても、論理的には締結された契約より生じる債務の履行過程（先行的履行過程）に組み込まれ義務として把握される³⁾」ことになる。

本件ではこのように2つの性質を有する事前の情報提供義務のいずれもが問題となっている（Y₁らも情報提供義務を2つに分け、それぞれの違反を主張している〔I-2〕）。

2 フランチャイズ契約締結過程における情報提供義務

フランチャイズ契約締結前の交渉過程におけるフランチャイザーからのフランチャイズチェーン（FC）加盟候補者に対する情報提供の内容等については、中小小売商業振興法および独占禁止法のガイドラインにおいて規定されている⁴⁾。しかしこれらの諸規定はいずれも行政取締を目的とする規定であり、民事上の効果を直接導き出すものではない。したがってフランチャイザーが情報提供義務に違反したか否かによる損害賠償の問題は解釈に委ねられている。

この解釈においては次の諸点が問題となり得る。すなわち、(ア)そもそも契約締結前の情報提供義務がフランチャイザーにはあるのか、次に(イ)もしこの情報提供義務が肯定されるならば、その内容は如何、そして(ウ)フランチャイザーが事前の情報提供義務に違反したか（情報収集の方法、説明方法、内容の適否等）、(エ)(ウ)で違反が肯定された場合、フランチャイザーの義務違反とフランチャイジーに生じた損害間の因果関係の存否である。以上は、フランチャイザー側の事情として考慮され得る問題である（(イ)と(ウ)は「内容」の判断において重複する場合もありうるだろう）。

これに対してフランチャイジー（の候補者）側について考慮すべき事情は、以上全ての諸点において、(オ)契約の一方当事者に対して求められる注意義務等を尽くしていたか否かである（なお後述するが、多くの裁判例ではフランチャイジー側の事

3) 潮見・前掲注2) 書583頁参照。

4) これら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—中小小売商業施行規則と公正取引委員会ガイドラインの改正」NBL742号（2002年）53頁以下参照。また、社団法人日本フランチャイズチェーン協会の「倫理綱領」において情報開示と説明等に関して自主基準を定立している（日本フランチャイズチェーン協会『フランチャイズハンドブック』（商業界、2003年）197頁以下参照）。

情といった要素は損害額の調整のため過失相殺という形で考慮されている)⁵⁾。

3 これまでの裁判例

(ア) フランチャイズ契約締結段階におけるフランチャイザーの情報提供義務について、初期の裁判例の中にはそもそもこうした義務が認められるか否かという議論の立て方をしたものもあった（東京地判平5年11月30日判例時報1521号91頁〔ファンタスティック・サム（ジャパン）事件〕、東京地判平5年5月31日判例時報1484号86頁〔サンクス事件〕）。しかし現在ではほとんどの裁判例がフランチャイザーに対して契約締結段階における情報提供義務を一般的に課すようになってきており、判例上確立したものといえよう⁶⁾。

フランチャイザーに情報提供義務を課す場合、根拠として裁判所が考慮する事情は、まずフランチャイザーと加盟希望者間に存する当該ビジネスについての情報量やノウハウ・専門的知識の格差（情報等の格差）である（このように判示する最近の裁判例としては、福岡高判平18年1月31日判例タイムズ1216号172頁〔ポプラ事件〕、名古屋高金沢支部判平17年6月20日判例時報1931号48頁〔サークルKジャパン事件〕（次の原審を引用）、金沢地判平15年4月28日判例時報1931号58頁などがある）。

このように当事者間の「格差」を是正することを目的としてフランチャイズ契約においては一般的にフランチャイザーの事前の情報提供義務は認められているといえよう。

(イ) 次に、フランチャイザーはどういった内容の情報を提供すべきかについて、FCコンビニの場合について裁判例は次のように述べている。「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決断するにあたって重要な資料となる」（名古屋地判平13年5月18日判例時報1774号108頁〔サークルKジャパン事件〕）。またこうした出店予定の当該店舗の売上予測等を示さなかった場合にも情報提供義務を怠ったとされる（前同判

5) 特に(オ)において、フランチャイジーの注意義務等を考慮することで柔軟な判断方法と妥当な結論を導き出すことができる。ここでフランチャイジーの注意義務とは、フランチャイジーの属性（個人が初めて事業活動に乗り出したか、あるいはメガ・フランチャイジーと呼ばれる法人か）が考慮され、それに応じ注意義務の程度も異なってくる。問題はやはりフランチャイジーの属性によって当該フランチャイズ契約の規範内容を実質的に形成していくという点にあるのではなかろうか。

6) 同旨の指摘として小塚・前掲注1) 書147頁。

決〔サークルKジャパン事件〕、前掲・福岡高判平18年1月31日〔ポプラ事件〕)。

反対に事前の情報提供義務そのものを否定した前掲・東京地判平5年5月31日〔サンクス事件〕は「契約内容及び個々の店舗の条件等の開示が行われていれば、フランチャイジー希望者において契約を結ぶべきかどうかを判断するに通常必要な情報は与えられているものと考えられるから、契約締結にあたり、従来の契約締結店舗数、閉店数、平均日販金額等の情報を積極的に告知すべき義務があるとは解されない」と述べている⁷⁾。

なお学説では出店予定店舗の売上予測等について「客観的かつ正確な情報を提供すべき義務」をフランチャイザーに課すことについて懐疑的な見解もある⁸⁾。

(ウ) 問題は、フランチャイザーがこの義務に違反したか否かをいかなる要素及び基準で判断するかである。裁判例では、説明すべき情報の収集方法の問題点、あるいは情報説明の方法、さらに説明した内容と実際の結果との乖離、等が考慮されている。

① これをフランチャイザーの情報提供義務違反が肯定された裁判例で見てみる。まず、売上予測等の基となる調査方法が問題であったとされた例(前掲・福岡高判平成18年1月31日〔ポプラ事件〕、名古屋地判平10年3月18日判例タイムズ976号182頁〔飯蔵(ほっとほか弁当)事件〕、京都地判平5年3月30日判例タイムズ827号233頁、判例時報1484号233頁〔日本教育開発チェーン事件〕)、また、市場調査に基づいて出された売上予測よりも高い数値を示したことが、フランチャイザーの「裁量の範囲内を逸脱し、正確性を欠いている」(大阪地判平14年3月28日判例タイムズ1126号167頁〔デイリーヤマザキ事件〕)とされた例がある。さらにフランチャイザーは収集して保有するに至った情報を「特に秘匿すべき事情のない限り」フランチャイジーになろうとする者に開示し提供すべき義務があるとされた例(名古屋地判平

7) ちなみに現在の中小小売商業振興法施行規則第十一条では「六 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」で「イ 各事業年度の末日における加盟者の店舗の数、ロ 各事業年度内に新規に営業を開始した加盟者の店舗の数、ハ 各事業年度内に解除された契約に係る加盟者の店舗の数、ニ 各事業年度内に更新された契約に係る加盟者の店舗の数及び更新されなかった加盟者の店舗の数」を加盟しようとする者に書面で交付すべきと定めている。

8) 「予測というきわめて主観的な作業を委ねるには、フランチャイジー希望者と潜在的に利害が対立するフランチャイザーは不相当である」(小塚莊一郎「フランチャイザー一号店の開設にかかるフランチャイザーの義務」ジュリスト1282号〔2005年〕205頁)とする。

14年4月18日（判例集未登載）TKC判例データベースID28071954〔サークルK事件〕などもある。

また売上高が予測の60%に過ぎなかった場合（名古屋高裁金沢支部判平17年6月22日・判例集未登載TKCデータベースID28101679〔デイリーヤマザキ事件〕・原審金沢地判平14年5月7日判例集未登載TKCデータベース判例ID28072518）や、「予測を大きく下回った」例（京都地判平3年10月1日判例タイムズ774号208号、判例時報1413号208号〔ブル進々堂事件〕）では、予測の客観性や正確性に疑問があるとされている。すなわち事前に説明された情報内容と実際の売上高との乖離が大きかったことを理由として情報提供義務違反が肯定されている。

② 反対に、フランチャイザーの情報提供義務違反が否定された例としては、フランチャイザーからフランチャイジーになろうとする者に対して提供された情報が合理的もしくは客観的であったとする（大阪地判平7年8月25日判例タイムズ902号123頁〔とうりゃんせ事件〕、名古屋地判平13年9月11日判例集未登載TKCデータベースID28071164、東京地判平14年1月25日判例タイムズ1138号141頁〔Jスポット事件〕、千葉地判平6年12月12日判例タイムズ877号229頁〔ほっかほっか亭千葉本部事件〕）。

また東京地判平5年11月30日判例時報1521号91頁〔ファンタスティック・サム（ジャパン）事件〕では事前に情報を提供しなかったことが「契約締結上の過失となるか否かは、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べきであり「加盟店のため予測した数値を美容室経営に精通した者が候補地を見分して受ける勘や直感、候補店舗の規模等によって修正する方法を採っていたこと、また、美容室の提供するサービスはこれに携わる人の能力等により左右される面のあることを否定できないので、科学的方法により正確な収益予測を立てるには相当困難が伴う」としてフランチャイザーの義務違反が否定されている⁹⁾。

さらに中には事前の情報提供において誇大な表現があったとしてもフランチャ

9) ただし、この裁判例もやや古めの部類に属し、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の問題において、「勘」や「直感」を正当化することが現在の裁判所でも通用するかは疑問である。

イザ側側の「セールストーク」として緩やかに認める裁判例もある（東京地判平3年4月23日判例タイムズ769号195頁〔デイリー・クイーン事件〕、東京地判平1年11月6日判例時報1363号92頁・判例タイムズ732号249頁〔イタリアン・トマト事件〕）。このようにフランチャイザー側のセールストークにある程度の幅をもたせて情報提供義務違反には該当しないとするのは初期の判例に属するものといえよう。

(エ) フランチャイザーの事前の情報提供義務違反があった場合、この義務違反とフランチャイジー側に生じた損害とに因果関係が存在するか否かも問題となる。

前掲・名古屋高裁金沢支部判平17年6月22日〔デイリーヤマザキ事件〕では、フランチャイズ契約締結前にフランチャイザーから示された情報は不確実なものであるとして、フランチャイザーの情報提供義務違反を認めたもの、同義務違反とフランチャイズ契約更新後（すなわち2回目の契約期間に）フランチャイジーに生じた損害との間の因果関係が否定されている。

(オ) 以上のように、フランチャイザーの情報提供義務違反とフランチャイジーの損害との因果関係が肯定されたことを前提として、契約締結過程あるいは契約締結後のフランチャイジー候補者の事情（具体的には注意義務を怠ったか）が考慮されることになる。そしてフランチャイザーの義務違反を肯定した裁判例のほとんどにおいて、フランチャイジー側の事情が考慮されて過失相殺で損害額の調整がなされている。別言すると、契約締結段階におけるフランチャイザーの情報提供義務に対応するフランチャイジーの注意義務は、情報提供義務違反の成否に影響を及ぼすというよりは、むしろ、損害額の調整という形で考慮されている。

これは、フランチャイジー候補者がたとえ「素人」に近い者であったとしても、フランチャイズ契約がフランチャイジーが「自己の名義および計算においてこの取引を行う」事業者だからである。この点、裁判例ではフランチャイジーになろうとする者は「末端の消費者」とは明らかに異なるという考慮が働いていると思われる¹⁰⁾。

4 本判決に関する検討

(ア) 情報提供義務に関する一般論

フランチャイザーに客観的合理的な情報の提供義務を認め、かつ、それが結果と

10) 拙稿『フランチャイズ契約締結過程における情報提供義務』沖縄法学34号（2005年）191頁参照。

して完全に正確なものでも直ちに義務違反とはならず、フランチャイジーになろうとする者の契約締結についての判断を誤らせるような不適切な情報等の場合には信義則上の義務違反が問われると本判決が示した一般論部分（Ⅱ－1（ア）～（ウ））は従来の裁判例の判断枠組みと同様のものといえよう。

（イ） 情報提供義務違反の判断方法における本判決の特徴

Y₁等は、情報提供義務違反の根拠としてそれぞれ、経費についての説明がなかったこと（Y₁）、売上予測と実際の売上に乖離があったこと（Y₂、Y₃）、廃棄高・不明ロス等の情報がなかったこと（Y₄）等を主張している。

これに対し本判決は、共同売店の実質的経営者として経理等を担当してきたことや、売上はXの予測した数値を上回り利益を上げてきたこと（Y₁）、自らのコンビニ経営経験からスーパーC店（2号店）開店を判断した結果であること（Y₂）、損益分岐点に達しないとの予測やその場合の対策方法を説明していたこと（Y₃）、売上予測よりも売上があったことやフランチャイジーの経営判断のまずさ（Y₄）等の事情を対置させ、フランチャイザーの情報提供義務違反を否定した。

これは従来の裁判例と比べると本判決特有の判断方法といえる。なぜなら先述したように、これまでの裁判例はフランチャイジー側の事情（特に注意義務）はフランチャイザーの情報提供義務違反の成否に関連させることなく、義務違反と損害との因果関係が認められたときに過失相殺といった方法で損害額の調整の場面において考慮されてきたからである。本判決はこれらとは異なり、情報提供義務違反の成否を論じる段階でフランチャイジーの事情を考慮しているのである。

もっとも本判決の情報提供義務に対する理解の仕方を前提とすれば当然こうした判断方法になろう。すなわちフランチャイジー候補者の契約締結についての意思表示に対し、フランチャイザーから提供された情報がどのように影響したのかという観点でのみ本判決は情報提供義務を理解しているのである。そして、かかる理解の情報提供義務とは自己決定権行使のための基盤整備としての義務といえよう。そうすると当然フランチャイジー候補者の意思表示に向けた事情・態様を考慮しなければならなくなるからである。

しかし本件で問題になる情報提供義務のひとつはフランチャイジーの「財産的利益の保護に向けられた行為義務」としてのものである。つまり契約を締結するか否

かの自己決定に資する情報提供義務に加えて、「契約締結により約束された給付への期待の挫折もしくは被害者の完全性利益に対する侵害」¹¹⁾、これに対する帰責根拠となるフランチャイザーの情報提供義務も問題となっているのである。実際、フランチャイズ契約に関する情報提供義務が問題となった紛争例のほとんどは、契約締結にまで至っており、自己決定権の侵害に対してというよりもむしろ、契約締結後に生じた財産的損害について損害賠償を求めるというものであった。そのためこれまでの裁判例では、情報提供義務違反の成否の判断段階においては、意思表示に向けたフランチャイジー候補者の事情等はとりあえず考慮されていなかったものと思われる。

5 判断方法の再構成

では本件で問題となっているフランチャイザーの情報提供義務が、主として財産的利益の保護に向けられた性質のものとの理解を前提にした上で、本判決の判断方法ではなく、先に示した判断方法を採用するとフランチャイザーの情報提供義務はどのように評価され得るのであろうか。

(ア) Y₁について

まず、「経費」「駐車場の台数」に関する情報は、後述の如く、廃棄ロスとロイヤルティの関係やオープン・アカウントなどコンビニエンスストア会計の特殊性や、沖縄という車社会における駐車スペースの重要性に鑑みると、フランチャイジーにとっては重要な情報であるといえよう。したがって、これらの情報が不十分であった点においてフランチャイザーの情報提供義務違反を肯定できる。ただし Y₁ は実際には X の予測よりも売上があったため、仮に Y₁ に損害があったとしても X のかかる情報提供義務違反と Y₁ の損害との因果関係が問題となろう。また Y₁ が「経費」に関し S に質問をせずに、自分の経験で計算した上で採算が上がると判断したのは Y₁ の過失といえなくもない。とすると Y₁ が契約締結段階において果たすべき注意義務を怠ったと評価される可能性もある。

(イ) Y₂について

Y₂ の場合、実際の売上が X が Y₂ に示した事業計画書における予測売上の64.8パー

11) 潮見・前掲注2) 書582-583頁。

セント（ないし X 内部での予測の69.7パーセント）と大幅に下回っている。先に紹介したように裁判例では、予測と実際の売上高の乖離が大きい場合には、提供された情報自体の客観性や正確性を疑わせるとして義務違反を認めたものもある（前掲・名古屋高裁金沢支部判平17年6月22日〔デイリーヤマザキ事件〕、前掲・京都地判平3年10月1日〔ブル進々堂事件〕）。本判決も指摘するように（Ⅱ-1(i)）、収益は多種多様な不確定諸要素に左右されることも考慮すると、このことだけをもって情報提供義務に違反したと評価することは難しいように思われる。ただし仮にフランチャイザーの情報が客観性を欠き不正確であったとし義務違反が肯定されたとしても、Y₂の場合、その経歴（Xの従業員として実際に調査業務に従事していたこと、先行してスーパーB店の経営者でもあったこと）から、契約の一方当事者として要求される注意義務の範囲は自ずと広くなると考えられる。そうするとY₂が当面スーパーC店の経営は厳しいと判断しながら、契約を締結している点に注意義務違反（過失）を認めることができる。したがって結局、Y₂の場合には過失認定の割合が大きくなるだろう。

(ウ) Y₃ について

Y₃の場合、酒類販売免許取得までは苦しい経営が続くとのX側からの予測説明があったが、実際の売上はその予測値をも大きく下回っていた（平均売上は予測値の52%〔平成8年度〕、63%〔同9年度〕というものであった）。またY₃は酒類販売免許取得後、約2年間営業を続けたが、その時の平均売上も、契約締結前にX側が酒類販売を含まないでした予測をも下回るものであった（平成10年月平均の82%、同11年同じく90%、同12年同じく年85%）。予測と結果の大幅な乖離という場合にあたり、基本的にはY₂の場合に論じたことが同様にいえるであろう。

もっともY₃はいわゆる「脱サラ」でフランチャイズチェーンに加盟した者であり、フランチャイズ契約におけるフランチャイザーとフランチャイジー間の事業活動についてノウハウや知識等に格差が生じる典型的な例であるといえよう。またX側は、契約締結交渉過程で「資金調達」「売上予測」「人件費圧縮方法」等の説明助言を行っている（ちなみに「資金調達」に関連して前掲・千葉地判平13年7月5日〔ローソン事件〕は、開業資金を借入金で賄い店長等の人件費を支払えば赤字になるおそれがあったのに、その危険を説明しなかったとして、説明義務違反と経営破

綻との因果関係を認めた)。Y₃についても、仮に情報提供義務違反と損害の因果関係が認められたとしたら、こうした諸事情が考慮され過失相殺によって損害額の調整がなされるであろう。

(エ) Y₄について

Y₄の場合、契約締結交渉段階での「廃棄高」「不明ロス」等についての情報はFCコンビニにおいては、それらから生じるフランチャイジーの損害を考慮した場合、重要な情報といえるであろう¹²⁾。

この点、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について」(平成14年4月24日)において次のように指摘している(3(1)の注4)。

「コンビニエンスストアのフランチャイズ契約においては、売上総利益をロイヤルティの算定の基準としていることが多く、その大半は、廃棄ロス原価を売上原価に算入せず、その結果、廃棄ロス原価が売上総利益に含まれる方式を採用している。この方式の下では、加盟者が商品を廃棄する場合には、加盟者は、廃棄ロス原価を負担するほか、廃棄ロス原価を含む売上総利益に基づくロイヤルティも負担することとなり、廃棄ロス原価が売上原価に算入され、売上総利益に含まれない方式に比べて、不利益が大きくなりやすい。」

廃棄ロス等の問題はFCコンビニの会計方式においてはフランチャイジーの利益に大きく影響するということから「廃棄高」等の情報をY₄に提供しなかったXは情報提供義務に違反したといえよう(前掲・千葉地判平13年7月5日〔ローソン事件〕は、周囲の環境変化に伴う売上減少が続いていたこと等から「棚卸しロスや見切・処分について経費が増加」することが容易に予測できたのにもかかわらず、フランチャイジー希望者にそれを説明しなかったとして情報提供義務違反を肯定した)。

もっとも認定事実(II-5(イ))によればY₄の経営判断によって損害が発生している。とすれば、フランチャイザーの情報提供義務違反とフランチャイジーの損害との因果関係が否定されることになろう。

6 若干のコメント

繰り返しになるが、本判決は情報提供義務について「加盟契約の締結に関する判断を誤らせるおそれ大きい不適切な情報があった」か否かという観点のみで判断

12) 「廃棄ロス」等の問題点については、本間重紀・山本晃正・岡田外司博編『コンビニ・フランチャイズはどこへ行く』(花伝社、2001年)21頁及び36頁以下参照。

している。確かに本判決が冒頭部分で示した情報提供義務に対する理解の仕方に忠実に従えばこのような判断方法を採用することになる。しかしこれはフランチャイザーによる事前の情報提供義務をフランチャイジーになろうとする者の意思表示に向けた自己決定のための基盤整備に資するものとしてのみの理解である。かかる理解においては情報提供義務違反が肯定される場面とは、結局、詐欺や錯誤が成立するのと同程度の要件が揃うことが必要になってくるのであろう。

ただし先述の通り、本件で議論すべき情報提供義務はフランチャイジーの財産的利益の保護に向けられたフランチャイザーの行為義務でもある。したがってフランチャイジーに損害が発生した場合、この損害とフランチャイザーの情報提供が関連している（因果関係がある）のかが問題となるため、事後的な判断方法になじむものであり、契約締結過程から締結後の損害発生に至るまでのフランチャイジーの態様（注意義務の履行）を考慮できるため、従来の裁判例もこうした理解によって判断し、損害の公平な分担という意味でも柔軟に対応してきたと思われる。

三 閉店指導義務について

1 契約の一方当事者からの指導義務

(ア) 本件ではフランチャイジーに対してフランチャイザーが閉店を指導すべき義務があるのかが問われている（フランチャイズ契約紛争においてこの種の問題は初めて争われたものと思われる）。

フランチャイズ契約に基づいてフランチャイザーにはフランチャイジーの事業活動について援助・指導し助言する等の義務が生じる（本件の加盟契約においては「Xの販売協力」という項目の中に「経営に関する継続的指導援助」という一文が規定されていた）。もっともかかる義務は、営業継続が前提となり、基本的にはフランチャイジーの利益を上げることを目的とするものと理解することが一般的であろう。問題は、フランチャイザーのこうした指導義務が営業不振を理由とした契約の終了といった場面にまで拡張され得るのか、ということである。

(イ) ここでひとまず「指導」義務を「助言」義務に置き換えて考えてみる。一般に助言義務とは先に検討してきた情報提供義務を超えたものと理解されている¹³⁾。

13) 内田貴『民法Ⅱ 第2版（債権各論）』（東京大学出版会、2007年）29頁参照。

フランチャイザーの閉店助言義務として考えた場合、フランチャイザーの「助言」を参考に、フランチャイジーは自ら閉店すべきか否かの判断をする、このようなプロセスになろう。すなわち閉店助言義務の場合、フランチャイジーに閉店すべきか営業を継続すべきか、経営者としての選択の余地（自己決定権）が残されるものと思われる。

用語の問題から考えると、「指導」は「助言」よりも相手方に対してより強度に行為を要求する（従うことを求める）ことが含意されているものといえよう。そうすると、仮にフランチャイザーの閉店指導義務をフランチャイズ契約上認め、フランチャイザーがその義務を履行すると、契約の一方当事者としてフランチャイジーには「指導」に従うべき義務が生じるか否か、こうした問題も惹起されてこよう。

このように単なる用語の違いという問題を越え、「指導」と「助言」には法的効果においてもこうした差が生じてくるとと思われる。フランチャイジーも独立した自営業者であることを考慮すると、自己決定権の幅を縮小させる方向性を有する閉店指導義務を容易に認めるべきではなからう。

(ウ) では「指導義務」に換えてフランチャイザーに閉店助言義務を課すことは認めうるであろうか。

「助言義務」については「一方当事者が専門的知識を持ち、他方当事者がそれを信頼して行動するタイプの契約においては、助言義務を認めるべきである（ある種の金融取引、医療契約、弁護士との委任契約の例が挙げられる）」¹⁴⁾と指摘されている。

フランチャイズ契約の場合、メガ・フランチャイジーなどを除いて、一般的にフランチャイザーはフランチャイジーよりもその事業についてノウハウ、知識、情報収集手段等において優位に立っている。契約の一方当事者に生ずるこの優位性（あるいは当事者間の「格差」）を、助言義務を肯定しうる根拠としての一方当事者の「専門的知識」と同視し、あるいはそれと類似のものとして評価することができるのだろうか。

フランチャイズ・システムがある種の「協働的」な関係性をフランチャイザーと

14) 内田・前掲注13) 書29頁、および潮見・前掲注2) 書575-576頁。

フランチャイジーで構成するとはいえ、それは不変ではなく「協働」性は局面によって変化するものであり、契約締結から終了時まで同一のものであることは少ないであろう。フランチャイジーの利益が上がっている時には「協働」の場面が多いであろうが、反対に利益が減少している場合の関係は容易に対立的なもの（フランチャイズ・チェーンからの脱退を考えるフランチャイジーと、フランチャイジーの減少によるマイナスを回避したいフランチャイザーという関係）になっていくと思われる。

結局、フランチャイジーが求めるフランチャイザーの閉店助言義務とは、このように両当事者の利害が先鋭的に対立している局面、すなわちフランチャイジーの経営が悪化している段階において問題となってくる性質のものである。

思うに、対立的状況が顕在化しつつある関係にあつてフランチャイザーに閉店助言義務を課すのはフランチャイザー自らの利益・要求とは相反する行為となりうるため期待可能性が低く、酷ではなかろうか。

議論を本件に戻すと、閉店助言義務においてこうであるならば、フランチャイジーの減少の蓋然性が高まる閉店指導義務はなおさらフランチャイザーがこの義務を履行することについての期待可能性は低いといえよう。以上からすると本判決が閉店指導義務違反を否定した点には首肯できる。

2 消極的な閉店助言義務

もっとも一般的にフランチャイザーとフランチャイジーには当該事業についての知識・ノウハウ等において格差があり、かつ、Y₃のように経営については「素人」とも呼べるようなフランチャイジーが少なからず存在する。かかる関係性において、フランチャイザーの指導・助言等を信頼して営業に従事しているにもかかわらず、フランチャイジーの経営が改善されない場合にもフランチャイザーには「閉店助言義務」といった類の義務は何ら生じないと解するのは妥当ではなかろう。

こうした条件関係下であつて、フランチャイジー自ら今後の経営見通しについてフランチャイザーに質問をし、かつフランチャイザーが当該店舗の経営見通しについて改善の見込みが薄いと判断していたような場合には、フランチャイザーには閉店も視野に入れたうえでの何らかの助言をすべき義務があると考えらるべきであろう。具体的にはフランチャイザー側の内部的判断の根拠となる客観的資料の提示及び説明の義務を認めても構わないと思われる。フランチャイジーがフランチャイザーに

問い合わせることによって初めて生じるという意味で消極的な助言義務といえよう。

四 むすびに代えて

これまで見てきたように、情報提供義務は、この情報を受けとる者の自己決定権行使の環境整備に資するものと、同様にこの者の財産的利益を保護するために向けられたものの二つの性質に分けて論じることができる。しかし、本判決はかかる情報提供義務の性質に対する理解の不十分さから、問題をフランチャイジーの意思表示という形でのみ論じており、結果として判断方法も妥当とはいえないものとなってしまっている。したがってこの理解と判断方法から導き出されたフランチャイジーの情報提供義務違反を否定した本判決の結論については賛成できない。少なくともFC コンビに契約締結過程においては「経費」「廃棄ロス」「不明ロス」についての情報は重要であり（Y₁、Y₄の場合）、また本部内部で予測した売上高とフランチャイジーになろうとする者に開示した売上高予測に乖離がある場合、本部側の誠実さを疑わせるものであろう（Y₂、Y₃の場合）。これらの意味においてXには情報提供義務を認めるべきであったと思われる（「過失相殺」についてはそれぞれ別途に考慮できたはずである）。

次に、経営が悪化している加盟店の閉店に関しフランチャイジーの指導義務が生じるかについては、対立的状況下にある一方当事者のフランチャイジーにこうした義務の遂行を求めるのは期待可能性が低く、また、その義務内容・効果も曖昧であることから消極的に解さざるを得ない。もっともフランチャイジーが初めての店舗経営であった等、その属性が「素人」に近いようなものであった場合、先述したように消極的な閉店助言義務をフランチャイジーについて認めるべきであろう。

FC コンビニにおけるオープンアカウント制の下で、仮に赤字のまま経営改善の見込みがない店舗で、かつ、経営についての初心者だったフランチャイジーに対してフランチャイジーが何らの助言もせずに経営を継続させていくとなると、返済の見込みもない者に貸付を行う構図とオーバーラップするように思われるからである。

(丁)