

【判例研究】

コンビニエンス・ストアのリロケイト
物件に関するフランチャイズ契約において、
フランチャイザーのフランチャイジーに
対する保護義務（説明義務）違反による
損害賠償請求が認容された事例
仙台地裁平18（ワ）第1243号，損害賠償請求事件，
平成21年11月26日第3民事部判決，
一部認容・控訴（後和解）（判タ1339号113頁）

矢島秀和

【はじめに】

本件は、コンビニエンス・ストア（以下「コンビニ」という。）のリロケイト物件に関する事案である。リロケイトとは、集客力等が減少した店舗をいったん閉店し、同一商圈内のより良い立地へ店舗を移転して、そこで再び開店することを意味するコンビニ業界の用語である。本件では、こうしたリロケイト物件に関する契約締結前の保護義務（説明義務）が問題になった。

【事実の概要】

本件は、フランチャイジーであった原告X（コンビニのフランチャイズを始めるまで過去40年間にわたり酒屋経営をしていた職歴がある。）が、フランチャイザーである被告Y（平成14年7月時点で6000店の加盟店を抱え、平成16年に

（1） 本判決の掲載誌である判タ1339号113頁の定義を参照。

は年間で300店を新規に開店していたコンビニチェーン。)との間で締結したフランチャイズ契約の締結過程において、Xが経営する本件店舗がリロケイト物件であるにもかかわらず旧店舗の売上実績等をYが説明しなかったのは、Yの保護義務違反にあたるとして、Yに対し債務不履行に基づき損害賠償を請求したものである。

Xは、平成16年7月29日、Yとの間で、同日付の「Y・フランチャイズ・チェーン加盟店契約書」により、フランチャイズ契約(以下「本件契約」という。)を締結した。契約締結過程において、XはYから本件店舗の売上予測の提供およびリロケイトの理由について説明を受けた。その際、Yはリロケイトの理由を契約の満了によるものと説明し、旧店舗の売上実績については加盟者の個人情報に該当するとして説明をしなかった。平成16年8月31日、XはYのフランチャイジーとして、仙台市にリロケイト物件である本件店舗を開店した。なお、本件店舗は旧店舗から直線距離にして約30メートル程度の場所に位置していた。しかし、本件店舗の日販は開店後から振るわず、月平均で、Yが契約締結前に提示した売上予測の6割前後(日販平均43万円との予測に反し、実際は平均26万円程度。)で推移した。そのため、平成17年2月28日、XはYに対して本件店舗を明け渡し、本件契約を終了した後、以下のようにYに対して主張した。

(1) Xの主張

Yの行った売上予測における合理性の欠如にくわえ、Yには旧店舗の売上実績等の重要情報の開示義務があった。そして、旧店舗の売上実績の情報について、本件店舗は旧店舗のリロケイト物件として旧店舗から30メートルという至近距離に開設されたことから、旧店舗は本件店舗と類似した環境にあるYの既存店舗と評価できるので、旧店舗の売上実績は本件契約を締結するか否かを検討するにあたり重要な情報である。さらに旧店舗は競合店が開店した影響で平成15年2月から同年3月にかけて売上が激減しており、旧店舗の日販が大幅に減少したまま回復しなかったという事実は本件契約を締結するか否かを検討する際の重要な情報であるが、Yはかかる情報を開示しなかった。

(2) Yの主張

Yは、店舗のリロケイトは既設の店舗を閉店し、集客力の高い店舗に、店舗そのものを移転させることを意味するのであって、旧店舗をそのまま改築等するものではないから、旧店舗の売上実績等は新店舗とは関係ない。また旧店舗は閉店した当時には開店から約11年が経過しており、店舗建物や設備等も経年劣化していたことなどから、閉店時の旧店舗の売上は本来の実力ではないため、新店舗の立地特性に応じた市場調査を行うのは当然であって、旧店舗に関する売上や閉店時の状況等は、新店舗の売上予測に関して大きな意味を有しない。本件店舗の売上予測は、半径400メートル内の競合店の調査等を踏まえ算出したものであるから、合理性は担保されていた。

【判決要旨】

1. フランチャイズ契約における保護義務について（保護義務の根拠）

「フランチャイズ契約においては、フランチャイザーが経営のノウハウや知識、当該店舗の出店に関する情報及び経済的基盤を保有している一方で、通常、フランチャイジーになろうとする者は上記のような知識や経験に乏しいことに照らせば、フランチャイザーは、フランチャイズ契約の締結に向けた交渉に入った時点で、フランチャイジーになろうとする者に対し、フランチャイズ契約を締結するか否かを判断するために必要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いうべきである。」

2. Yの説明方法等について

「フランチャイザーは、フランチャイズ契約の締結に際し」て、「信義則上の保護義務の一内容として、フランチャイジーに対し、虚偽情報を提供しない義務及び相手方に誤解が生じている場合にはその誤解を解消すべく努力する義務を負っているものと解される。」とはいえ、「一般に、契約締結の際、相手方当事者に対し、自己の商品やサービスの内容等について一定の誇張表現をすることも、セールストークの一環として許容される場合があることは否定できない。」

3. 売上予測について

「店舗の経営は、通常、金銭的利益を獲得するために行われることに照らせば、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、契約締結後に、当該店舗の経営によって、どの程度の収益を確保することができるかという点にある。」そのような売上予測は、「売上予測の手法それ自体が虚偽のないし人為的操作が加わった不合理なものであったり、売上予測の手法それ自体は合理的であっても、売上予測の前提とされた情報が虚偽ないし著しく不合理であるとされる場合に、客観的に見て合理性を有する情報ではないと判断されるべきである」ところ、Yの行った予測の手法は虚偽ないし人為的操作を加えたものではなく、合理的な手法に基づいてなされたものである。以上から、売上予測に関するYの保護義務違反は認められない。

4. 旧店舗の売上実績等の重要事項の開示について

「フランチャイザーが、リロケイト物件に関して勧誘を行う場合、フランチャイジーになろうとする者からすれば、新店舗からわずかな距離しか離れていない旧店舗の売上実績は、新店舗が開店した後の売り上げと強い関連性を有すると考えるのが通常であることに照らせば、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、旧店舗の売上実績や、旧店舗と比較して新店舗の売り上げが改善すると判断した理由等、新店舗の売上予測が旧店舗の売上実績を踏まえてもなお合理的なものであるか否かを判断するための情報を提供すべきである。」

「また、旧店舗から新店舗へのリロケイトは、通常、何らかの理由や原因があって行われると考えられることからすれば、リロケイトが行われた理由それ自体が、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重要な情報であると考えられる。」

「以上を踏まえれば、フランチャイザーが、リロケイト物件に関してフランチャイズ契約を勧誘する際には、フランチャイジーになろうとする者に対し」て、(1) リロケイトの理由、(2) 旧店舗の売上実績、(3) 新店舗の売上予測と旧店舗の売上実績の関係等といった「重要情報を説明すべきである」とする。以下、(1) および (2) について検討を行う。(ただし、(3) について裁判所は

検討していない。)

(1) リロケイトの理由について

Yは、Xに対し、旧店舗のオーナーとの間でフランチャイズ契約が満了したからと説明したが、それは虚偽の説明ではないものの、競合店の開店による旧店舗の売り上げの減少がリロケイトの実質的な理由であったのに、このことについて全く言及していない。従って、Yが行った説明は、旧店舗の売り上げが競合店の影響によって減少したことについて全く言及しなかった点で不十分であった。

(2) 旧店舗の売上実績について

旧店舗と新店舗との距離がわずか30メートル程度しか離れていないことからして、YはXに対し、「本件店舗の開店を勧誘するに際して旧店舗の売上実績を開示すべきであるところ、本件全証拠によっても、被告が、原告に対し、旧店舗の売上実績を開示した事実を認定することはできない」どころか、むしろYは「旧店舗の売上実績の開示を避けようとしていた」。

以上の理由により、「旧店舗の売上実績等の重要情報を開示しなかったことについて、被告の保護義務違反が認められる」とし、保護義務違反を認定しYに債務不履行に基づく損害賠償を命じた。そして、Yの保護義務違反と相当因果関係のある損害額を887万円とした。しかし、Xのこれまでの40年にわたる酒屋としての事業経験等および契約締結の判断の自己責任を考慮して5割の過失相殺を行い、さらに本件店舗開店時における商品相当額367万4858円を損害から控除した結果、76万0142円が損害額として認定された。

【研究】

1. 本判決の意義

コンビニをはじめとして、フランチャイズ契約締結過程における保護義務が争点となった裁判例は多い。しかし、リロケイト前の旧店舗の情報に関する保護義務違反の肯否が争点となった裁判例は本件を除いて見当たらない。また、後述するように、売上予測をはじめとしてフランチャイズ契約締結過程にお

る「情報」の内容に関して様々な議論が存在するが、具体的にいかなる情報を提供すべきかについて判例および学説においても統一した見解が確立されているとは言い難い。

以上のことから、地裁判決ではあるが、本判決はリロケイト物件におけるフランチャイザーの保護義務についてはじめて判断を行った貴重な判決であると⁽²⁾言え、同時に売上予測以外の「情報」としていかなる情報を提供すべきかについての議論にとっても意義があるものと考えたので、いささか古い事例ではあるがここで検討を行いたい。⁽³⁾

本件は、リロケイト物件という特殊な事例であることから、保護義務（情報提供義務）の内容・範囲、および旧店舗の売上実績やリロケイトの理由といった旧店舗の売上実績等の重要情報の位置づけが問題になる。以下ではこれらの点について考えていく。その際、フランチャイズ契約では情報提供義務を積極的情報提供義務と消極的情報提供義務の二つに分けて検討する方法が学説上主流であるといえるので、かかる分類に従い検討したい。⁽⁴⁾

(2) 「コンビニ」2014年3月号20頁によると、2013年度第3四半期の出店数に占めるリロケイト率を公表している大手コンビニチェーンでは、セブン・イレブンが15.8%、ローソンが9.7%、サークルKサンクスが15.1%である。よって、今後リロケイト物件についてのフランチャイザーの保護義務違反が問題になることも決して少なくないといえるのではないか。

(3) なお、本件についての判例研究としては、高橋善樹「リロケイト物件についてのフランチャイズ契約締結時における保護義務違反による損害賠償請求事件」フランチャイズエイジ2011年11月号26頁がある。その他、若松亮＝奈良輝久＝西口元編『フランチャイズ契約判例ハンドブック』（青林書院、2012年）187頁以下において、本件が取り上げられている。

(4) このような分類に基づきフランチャイザーの情報提供義務を論じるものとして、金井高志『フランチャイズ契約裁判の理論分析』（判例タイムズ社、2005年）、有馬奈菜「フランチャイズ契約締結過程における情報提供義務—経験・情報量格差の考慮—（上）」一橋法学第2巻第2号695頁以下、池田辰夫ほか「コンビニエンス・フランチャイズ・システムをめぐる法律問題に関する研究会報告書（1）」NBL948号9頁以下、行沢一人「批判」判例評論438号189頁以下等がある。

2. 情報提供義務の種類とその根拠

(1) 積極の情報提供義務と消極の情報提供義務

まず、積極の情報提供義務とは「フランチャイザーがフランチャイズ・システムに関する何らかの情報を提供すること自体を内容とする義務」である⁽⁵⁾。従って、この義務の違反は、問題となる情報を提供しなかったという不作为の態様であられる⁽⁶⁾。対して、消極の情報提供義務とは、虚偽の情報を相手方に提供してはならず、情報を提供する場合にはその情報が虚偽ではないにしても、相手方に誤解が生じている場合にはその誤解を解消すべき義務と定義される。すなわち、「フランチャイザーがフランチャイジーに対して、何らかの情報提供を行ったことを前提として、提供した情報が客観的、正確であることを内容とする義務」である⁽⁷⁾。従って、この義務の違反はフランチャイザーが不正確・不合理な情報を提供したという作為の態様であられる⁽⁸⁾。

消極の情報提供義務については、契約締結に向けた交渉段階で何らかの情報を相手方に提供する以上は、とくにその情報が重要であれば、客観的、正確なものでなければならぬのは信義則上当然の要請であろう⁽⁹⁾。従って、消極の情報提供義務はその情報が法定されているか否かに関係なく、情報を提供するフランチャイザーすべてに課される義務といえる。一方で、契約締結に必要な情報は各自が収集すべきとの私的自治の原則に従えば、ある情報を積極的に提供すべき義務はフランチャイザーにはないはずである。それでは、フランチャイザーはどのような場合に積極の情報提供義務を負うのか。それは、フランチャイザー・フランチャイジー間で法律や経営の知識や情報量が著しく異なっている場合であり、このような場合には、フランチャイザーは契約締結にあたり必要な情報を積極的に提供すべき義務を負うと解されており、こうした理解は判例および学説に共通している⁽¹⁰⁾。

(5) 池田ほか・前掲注(4)9頁。

(6) 松原正至「フランチャイズ契約における売上げ・収益予測の情報提供に関する小論」
広島法学第37巻第1号221頁(2013年)。

(7) 池田ほか・前掲注(4)9頁。

(8) 松原・前掲注(6)221頁。

(9) 行沢・前掲注(4)189頁。

(10) 金井・前掲注(4)30頁。

(2) 本判決の検討

本判決では、「フランチャイザーが経営のノウハウや知識、当該店舗の出店に関する情報及び経済的基盤を保有している一方で、通常、フランチャイジーになろうとする者は上記のような知識や経験に乏しい」場合に、「フランチャイズ契約を締結するか否かを判断するために必要な情報を提供すべき信義則上の保護義務を負っている」とする。従って、本判決においてもフランチャイザーが積極的情報提供義務を負う場合についての理解は従前の判例および学説のそれと変わらないといえる。

ところで、フランチャイズ契約は独立した事業者間同士の契約ではあるが、フランチャイジーになろうとする者は本業と無関係な素人の場合がある⁽¹¹⁾。また、過去に何らかの事業経験があったとしても、当該フランチャイズ・システムによる事業についての知識や経験には乏しいことはつとに指摘されている。ゆえに、本件におけるフランチャイジーも酒屋経営の経験があるとしても、コンビニ経営に関する知識や経験は乏しい素人とみて差し支えないだろう⁽¹²⁾。従って、本件におけるフランチャイザーは積極的情報提供義務まで負っていると考えるべきである。そこで問題となるのは、本件のフランチャイザーが具体的にどのような情報について積極的情報提供義務を負っているのかということである。すなわち、本件では、新店舗の売上予測および旧店舗の売上実績等の情報について、フランチャイザーは積極的情報提供義務を負っているかどうかである。

3. 売上予測の提供の是非について

(1) 学説・判例の見解

売上予測については、学説・判例ともに、フランチャイザーが積極的情報提供義務を負うと解するものとそう解さないものと二分されており、統一的な

(11) 日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『フランチャイズ事件処理の手引』（民事法研究会、2012年）9頁。

(12) 西口元ら編『フランチャイズ契約の法律相談』（青林書院、改訂版、2009年）39頁。

(13) 近時の判例で、石油製品の販売業を営む株式会社であり、フランチャイズ契約締結当時ガソリンスタンド5店舗を経営していたフランチャイジーが、駐車場の事業を展開するフランチャイザーとフランチャイズ契約を締結した事案につき同様の判断を示したものと、大阪地判平22・5・12判タ1331号139頁 [ジャバ事件] がある。

見解は確立していない。フランチャイザーは売上予測について積極的情報提供義務を負っているとする見解は、その根拠としてフランチャイズ契約を締結するにあたり、フランチャイジーの最大の関心事は契約後にどの程度の売上を上げられるかにあるとする点を理由に挙げる。ゆえに、売上予測はフランチャイジーが契約を締結するのに決定的な情報と位置づけられるから、フランチャイジーはかかる予測を提供すべき義務を負うと解する。対して、フランチャイザーは売上予測について積極的情報提供義務まで負っていないとする見解は、その論拠は一樣ではないが、売上予測は将来の不確実な事実に関するものであるもので、かかる予測の提供はフランチャイザーの義務ではないとし、これが提供された場合には、消極的情報提供義務に照らして、予測が可能な限り正確で適正・合理的であるか否か判断されるとする点で一致している。

(2) 本判決の検討

以上を踏まえて、本判決の売上予測についての判断を検討する。本判決は、フランチャイザーが売上予測を提供したのを受け、まず当該売上予測の手法の虚偽性あるいは人為的操作の有無を判断し、次に手法それ自体は合理的としても当該予測の前提となった情報が虚偽であったかあるいは合理性を欠いていた

(14) 判例では、名古屋地判平13・5・18判時1774号108頁 [サークルK加賀黒瀬店事件]、東京地判平14・1・25判時1794号70頁 [Jスポット事件]、判タ1138号141頁福岡高判平18・1・31判タ1235号217頁 [ボブラ事件] 等がある。

学説では、山崎進「批判」ジュリ1004号86頁、行沢・前掲注(4)189頁、近藤元代「コンビニ・FC契約をめぐる判例の新たな動向」清水誠先生古希記念論集『市民法学の課題と展望』(日本評論社、2000年)545頁、山本晃正「批判」法政研究(静岡大学)第6巻3・4号553頁(2002年)、木村義和「フランチャイズシステムとフランチャイズ契約締結準備段階における売上予測(2・完)」大阪学院大学法学研究第30巻第1・2号67頁等がある。

(15) 判例では、福岡高判平13・4・10判時1773号52頁 [神戸サンド屋事件控訴審判決] 金沢地判平14・5・7判タ1126号167頁 [デイリーヤマザキ事件] 大津地判平21・2・5判時2071号76頁等がある。

学説では、小塚莊一郎『フランチャイズ契約論』(有斐閣、2006年)146-148頁、川越憲治「フランチャイズ・システムにおける売上と利益の予測—特に保護義務と積極的開示義務について—」白鷗法学第13号112頁、高田淳「フランチャイズ契約締結過程におけるフランチャイザーの売上予測をめぐる責任」法学新報第111巻第1・2号478頁、松原・前掲注(6)216頁等がある。

か否かを判断している。その結果、当該売上予測について保護義務違反はないとした。それでは、本判決は売上予測を積極的情報提供義務に含むものと理解しているだろうか。本判決は、売上予測を積極的情報提供義務に含めた判例群とは異なり、売上予測はフランチャイジーにとって最大の関心事と述べるにとどまっており、フランチャイザーが売上予測を提供する義務があるとは述べていない。従って本判決では、売上予測についてフランチャイザーは積極的情報提供義務まで負うのではなく、あくまでも消極的情報提供義務を負うにすぎないと判断しているといえる。将来の予測ゆえ、売上予測には不確実性が必然的に伴ってしまうことを考慮すると、このような判断自体は首肯できなくもない。

4. 売上予測以外の情報についての学説・判例の状況

(1) 学説・判例の見解

学説においては、フランチャイジーが契約締結の意思表示をするのに必要不可欠な情報が積極的情報提供義務に含まれるとの理解では一致しているといえる。ただし、いかなる情報が積極的情報提供義務に含まれるかについては見解を異にする⁽¹⁷⁾。

判例において売上予測以外の情報について積極的情報提供義務の有無が問題になったものとして、たとえばサンクス事件⁽¹⁸⁾が挙げられる。サンクス事件では、フランチャイザーのチェーンのこれまでの契約締結店舗数、閉店数、平均日販金額といった情報の不提供が問題になった。裁判所は、こうした情報は閉店数が非常に多いような場合には契約締結を慎重にさせる効果があるとしても、そ

(16) このような売上予測の性質を指摘するものとして、たとえば川越・前掲注(15)108頁。

(17) たとえば近藤充代教授は、契約店舗数や平均日販金額等の客観的資料、経営条件・販売条件などの契約内容の説明や閉店数といった情報を挙げる(近藤・前掲注(14)545頁)。川越憲治弁護士は、ビジネス上の経験や破産歴、関係者の情報、フランチャイズ店の開店の前後までにフランチャイザーに支払う金額、売上と利益の予想に関する注記の記載、フランチャイズ契約書ないし重要な契約条項、フランチャイズ店のリスト、フランチャイザーの商業登記簿謄本の開示をすべきとする(川越憲治『フランチャイズシステムの法理論』(商事法務, 2001年)269頁)。

(18) 東京地判平5・5・31判時1484号82頁。

れ以上の効果はないとした。そして、売上予測や契約内容、個々の店舗の条件等の開示がなされているので、フランチャイジーが契約をするかどうかを判断するのに通常必要な情報は与えられているから、上で挙げた情報を提供する義務はフランチャイザーにはないとして、フランチャイザーには情報提供義務違反はなかったとした。対して、情報提供義務違反を認めたものとしては、ローソン千葉事件⁽¹⁹⁾がある。ローソン千葉事件では、店舗周囲の環境変化による売上の減少傾向が続いていたにもかかわらず、かかる事実をフランチャイジーに説明しなかったことが問題になった。裁判所は、周辺の環境変化によるフランチャイジーの収入の減少をフランチャイザーは予測できたとし、フランチャイジーの収入減少の危険性が高かったことを説明する義務があったと判示し、フランチャイザーの情報提供義務違反にもとづくフランチャイジーの損害賠償請求を認容した。

(2) 本判決の検討

それでは、本判決では売上予測以外の情報であるリロケイトが行われた理由、旧店舗の売上実績、新店舗の売上予測と旧店舗の売上実績の関係等の情報について（ただし新店舗の売上予測と旧店舗の売上実績の関係等の情報については検討された形跡がない。）、フランチャイザーは積極的情報提供義務を負っていると解してもよいのだろうか。というのは、本判決がこれら旧店舗の売上実績等を新店舗の売上予測の合理性を判断するための情報と位置づけていることを考えると、これら情報を「誤解を解消するべく努力する義務」の発現と捉えて消極的情報提供義務の一内容と把握されているとも考えられうるからである。しかし本判決では、リロケイトは、通常、何らかの理由や原因があって行われることからして、リロケイトの理由はフランチャイズ契約を締結するか否かの判断にあたり重要な情報であること、および旧店舗の売上実績に関しては新店舗と30メートル程度しか離れていないことから開示すべき情報としている。従って本判決は、これら情報についてフランチャイザーは積極的情報提供義務を負っていると判断しているものと理解するのが適切であろう。その上で本判決は、

(19) 千葉地判平13・7・5判時1778号98頁。

リロケイトの理由について競合店の開店による旧店舗の売上実績の低下によるものであることを全く言及しなかった点、および旧店舗の売上実績については加盟者の個人情報であるとしてこれを全く開示しなかった点を総合考慮し、フランチャイザーの保護義務違反を認定している。

しかし、ここで本判決で問題となった上記のような旧店舗の売上実績等の情報については次の点につき疑問が生じてくる。すなわち、本判決ではリロケイトの理由や旧店舗の売上実績といった旧店舗に関する情報について、これら情報についてのフランチャイザーの説明態度（リロケイトの経緯の不十分な説明、および旧店舗の売上実績を加盟者の個人情報であるとして開示しなかったこと。）を「総合考慮」して保護義務違反の有無を判断している。つまり、「旧店舗の売上実績等の重要情報の開示」と一まとめにして同義務違反の有無を検討しているのである。本判決では、各情報を総合考慮した結果フランチャイザーの保護義務違反を認定しているのだから、その結論自体に問題はないにせよ、いずれも重要情報であるのだから各情報それぞれにつき保護義務違反の成否を判断すべきではなかったか。すなわち、リロケイトの理由、旧店舗の売上実績それぞれについて保護義務が果たされていたかを検討し、どれか一つでも開示を怠った場合にはフランチャイザーの同義務違反が認められるとしたほうが、フランチャイジーの保護に資するのではないか。というのは、これら情報はいずれもフランチャイジーの契約締結の意思表示にとって重要な情報であるが、同時に過去の客観的な事柄に関する情報であることから、フランチャイザーとしては開示が容易な情報と考えられるからである。開示が容易で、しかもフランチャイジーの契約締結の判断にとって重要な情報であれば、リロケイトの理由、旧店舗の売上実績のどれか一つでも開示を怠れば保護義務違反を認めても問題ないといえるのではないか。このように、過去の客観的事実で開示が容易であり、しかもフランチャイジーの契約締結の判断に重要な情報であれば、原則として積極的情報提供義務に含まれるとするべきではないだろうか。

6. 本判決の先例性

フランチャイザーの情報提供義務違反が問題となった事例では現在のところ最高裁判決がないものの、本判決は地裁判決であることを考慮すると、積極的
370(1406) 法と政治 65巻4号 (2015年2月)

情報提供義務としていかなる情報がその範囲に含まれるのかという点についての先例性の判断は慎重であるべきであろう。というのは、本判決では旧店舗の売上実績が積極的情報提供義務に含まれることの根拠として、新店舗と旧店舗との距離が30メートル程度であった点が挙げられているからである。従って、あらゆるリロケイト物件の事例で本判決と同様に旧店舗の売上実績が積極的情報提供義務に含まれる保証はなく、新店舗と旧店舗との距離が極めて近接している場合について先例性を有するにとどまるかもしれない。この点については今後の判例の蓄積を待つほかない。なお、リロケイトの理由については、「それ自体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重要な情報である」と解されている以上、フランチャイザーは常に積極的情報提供義務を負うと解してよいだろう。

7. まとめ

本判決では、売上予測についてはフランチャイザーは積極的情報提供義務まで負うことはなく、消極的情報提供義務を負うにすぎないと解している。ただし、リロケイトの理由、旧店舗の売上実績といった重要情報については不提供は許されず、従って積極的情報提供義務まで負うと判断している。よって、先述したように、リロケイト物件すべてについて本判決の射程が及ぶか否かは議論の余地があるが、少なくともリロケイト物件では、フランチャイザーは新店舗の売上予測を正確・合理的に作成すれば保護義務を果たしたことにはならず、旧店舗の売上実績等の情報も併せて提供しなければ保護義務違反になる場合があると評価できる。こうした本判決は妥当なものとして支持できる。ただし、フランチャイザーの情報提供義務はフランチャイジーに自己責任を生じさせるための義務であることを考えると、フランチャイジーの自己責任を過失相殺の要素として斟酌している点には疑問が残る。⁽²⁰⁾⁽²¹⁾

(20) 木村義和「批判」法律時報72巻2号88頁。

(21) 過失相殺の段階でフランチャイジーの自己責任を斟酌する手法に対する批判的見解として、たとえば、三島徹也「フランチャイズ契約締結の際の情報提供義務違反による損害賠償の額」リマークス35号（2007年下）57頁がある。