

連鎖販売取引に対する法規制の一考察

坂 東 俊 矢

1. はじめに

「マルチ商法は法的には連鎖販売取引である。連鎖販売取引は、決して違法ではなく、むしろ法によって認められた取引である」。マルチ商法の勧誘に際しては、この説明が慣用句のように繰り返して使われている。マルチ商法の主宰者が、違法であることを認識しつつ、それを隠蔽する目的でこの慣用句を使うのであれば、その是非はともかく、納得はいく。しかし、消費者問題を所轄する大臣までもが、「連鎖販売は必ずしも違法とは言えない」と発言するに至ると、それは誤解ではすまなく⁽¹⁾なる。

マルチ商法は、連鎖販売取引として特定商取引に関する法律（以下、特定商取引法）によって、厳しい法規制が課せられている。例えば、連鎖販売の勧誘に際して不実のことを告知すること（特定商取引法34条1項。以下、条文のみ記載の場合は特定商取引法）は、刑事罰の対象である（70条）。不実告知は連鎖販売業者に対する行政処分の対象であるし（38条、39条）、2004年の改正特定商取引法施行以降は、不実告知によって締結した連鎖販売取引にかかる契約を取消すこともできることとなった（40条の3）。マルチ商法に関する不実告知の対象が幅広く解されていることを考えると、その勧誘は、刑事、行政、民事という多方面から厳格な法規制がなされていると評価されるのである。

もっとも、無限連鎖講の防止に関する法律（以下、無限連鎖講防止法）によって、刑事罰をもって全面的に禁止されている「ネズミ講」とは異なり、連鎖販売取引の勧誘や契約締結そのものが刑事罰によって禁止されているわけではない。あくまで、厳格な行為規制を連鎖販売取引にかけるこ

とによって、悪質な連鎖販売取引を実質的に禁止するとの規制手法がとられているに過ぎない。しかしながら、連鎖販売取引の規制をひとつの目的として1976年に制定された訪問販売等に関する法律（以下、訪問販売法。なお、2001年に特定商取引法に法律名が変更）の立法に関与した竹内昭夫東京大学教授（当時）は、1986年に出版した著書の中に、不実告知や重要事項の不告知に刑事罰が課せられていることをもって「マルチの勧誘を適法に行うことは実際問題として不可能である」と書いている⁽²⁾。そして、適法な勧誘がなされる限りは、マルチ商法に騙されて、加入する者はいないはずであるとも指摘していた⁽³⁾。こうした厳しい法規制とそれに対する法律家の評価がある一方で、「マルチ商法は法で禁止されていない」との誤解とも言える認識は、結局は明確に払拭されずに現在に至っている。マルチ商法による被害が一向になくならない背景のひとつに、この誤解があるように私には思える。その誤解の払拭のために、法は何ができるのか。本稿の問題意識はまさしくそこにある。

註

- (1) 野田内閣の山岡賢治消費者問題担当大臣が、大臣就任前にマルチ商法で多数の苦情が国民生活センター等にあがってきている会社の講演会で、その活動を激励したことが2011年11月8日に衆議院予算院会で、11月15日に参議院予算委員会会で質問され、問題になった。
- (2) 竹内昭夫『特殊販売規制法——訪問販売・通信販売・マルチ販売』（商事法務研究会・1986年）108頁
- (3) より直截な記述として、竹内昭夫「マルチの禁止立法と賠償請求訴訟」マルチ訴訟弁護団編『マルチ商法と消費者保護』法律文化社（1984年）161頁。

2. 連鎖販売取引をめぐる被害の現状と課題

(1) 消費生活相談に占めるマルチ取引にかかわる相談の件数とその特質⁽⁴⁾

2010年度に全国の消費生活センターに寄せられた消費生活相談の件数は887,972件で、架空請求への相談が多数寄せられてその件数がピークに達した2004年度に比べると、約半数に減少している。その中で、マルチ

表1 マルチ取引に関する相談件数（国民生活センター『消費生活年報2011』）

年度	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
マルチ取引相談件数	20,070	21,700	21,327	24,331	19,156	15,781	11,504
全相談に占める割合	1.0%	1.7%	1.9%	2.3%	2.0%	1.7%	1.3%

表2 2010年度のマルチ取引に関する相談の年代構成比
（国民生活センター『消費生活年報2011』）

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明
割合	0.3%	22.4%	12.6%	13.5%	14.7%	15.0%	13.2%	8.3%

⁽⁵⁾ 取引に関する相談は11,504件で、相談件数の1.3%を占めている（表1参照）。2002年度から2007年度まで相談件数が2万件を超えていたことを考慮すれば、マルチ取引に関する相談件数も、この間、減少の傾向にはある。しかし、全相談に占める割合は、1%から2.5%程度の間にある。このまま、マルチ取引に関する相談がなくなる傾向にあるとは考えられない。⁽⁶⁾

また、マルチ取引が、社会経験の乏しい若者に広がる傾向があることは依然として変わりはない。20歳代の相談者の割合は20%を超えている（表2参照）。もっとも、相談者の割合で見ると、被害者は20代から70代までまんべんなく広がっている。連鎖販売取引は違法ではないとの誤解に加え、マルチ取引は時にネットワークビジネスという言葉で表現される。その言葉が、どこかうさんくさいマルチ取引を、新たな起業とか、新しいビジネスとかいう雰囲気脚色する。その結果、マルチ取引は世代を超えて浸透しつつあると見ることはできないのではないかと。

(2) 国民生活センターによる注意喚起の事例

国民生活センターは、2011年7月21日に「大学生に広がる投資用教材DVDの紹介販売トラブル——多額の借金や友人を失ってまでも本当に必要ですか？」との記者発表を行い、被害発生についての警鐘を鳴らしている。⁽⁷⁾

この被害は、南関東地区の就職期の男子大学生に集中して発生していた。本件の取引は、就職氷河期との時代状況を背景にして、将来の起業や就職のためにも必要な知識を得るためとして投資用教材のDVDを50万から100万円で販売し、その購入で投資セミナーの会員になることを内容としていた。代金は、学生ローンからの借金であり、借入時に借入れ目的や定期的収入の存否につき、嘘をつくよう促されている事例も多いという。DVD購入のきっかけは、友人から誘われた投資セミナーや喫茶店等での先輩会員による勧誘である。入会后、一定期間の経過後に「DVDを友人に紹介すると、紹介料として10万円が支払われる」ことが説明され、DVD購入のための借入金の返済に窮していた会員の多くが、友人の勧誘を行うことになる。国民生活センターは、「実態は連鎖販売取引の疑いがある」として、高校の同窓生やアルバイト先などを介したトラブルの急速な拡大に注意を喚起している。

国民生活センターが実際に被害があり、その拡大に注意を喚起しながら、本件取引を連鎖販売取引と断定してはいないのには理由がある。特定商取引法では、連鎖販売取引は「特定利益を収受し得ることをもって誘引し、特定負担を伴う取引を行うこと」と定義されている（33条）。本件取引においては、特定利益である紹介料は、特定負担たるDVDの購入の誘引として先立って説明されてはいない。そのため、厳格に言えば、特定商取引法にいう連鎖販売取引に該当しないのである。もっとも、就職活動に集中しなければならない時期の大学生が、高額なDVD購入のための借入金返済のために、友人を紹介することで得られる紹介料に飛びつくことは容易に想像できる。その意味では、説明の時期はともかく、本件取引には最初から紹介料による友人の紹介が組み込まれており、その実態は連鎖販売取引であることが素直である。本件取引による被害の法的な救済を考えるにあたって、当初のDVDの購入契約が消費者契約法や特定商取引法によって、取り消すことができないかを検討することはもちろん重要である。もっとも、本件取引の被害の本質は、就職期の不安を抱えた大学生が友人による勧誘を受けることにある。この点に対する法の対

応についても検討する必要がある。

連鎖販売取引をめぐる法規制は、契約内容や取引方法を子細に変えて法の適用を回避しようとする脱法的な行為に対する対応に終始してきた。⁽⁸⁾ 脱法的な取引への懸念は、現在もなくなっていない。

註

- (4) ここで取り上げるデータは、特に記述がない限り、独立行政法人国民生活センター編『消費生活年報 2011』（2011年10月1日発行）による。
- (5) 国民生活センターでは、連鎖販売取引ではなく、マルチ取引という言葉を使って、消費生活相談に関する統計をまとめている。以下、消費生活相談に関する記述をする際には、国民生活センターの記載方法に従うこととする。
- (6) これまでのマルチ商法による被害の実態については、「特集マルチ商法と被害者保護」法律のひろば47巻4号（1994年）、「マルチのカラクリ——幻想と破綻」消費者情報390号（2008年）など。
- (7) 国民生活センター「大学生に広がる投資用教材DVDの紹介販売トラブル——多額の借金や友人を失ってまでも本当に必要ですか？」（2011年7月21日）。http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20110721_3.html
- (8) 訪問販売法による連鎖販売取引の規制当初から、「マルチまがい商法」というマルチ商法と同様の構造と被害が生じているにもかかわらず、厳密には法の連鎖販売取引の定義に該当しない取引が問題となっていた。詳細は、圓山茂夫『詳解 特定商取引法の実務と理論 補訂版』民事法研究会（2007年）377頁以下。

3. 特定商取引法の規制する「連鎖販売取引」

(1) 訪問販売法の制定過程と連鎖販売取引の規制

特定商取引法⁽⁹⁾は、1976年に成立、施行された訪問販売法が、2000年改正（施行は2001年6月1日）によってその名称が変更されたものである。現在は、訪問販売など6種類の取引を規制対象とするが、立法当初は、訪問販売、通信販売、連鎖販売取引の3取引類型が規制対象とされていた。

訪問販売法が成立には、二つの審議会による報告書が影響を与えている。

ひとつは、国民生活審議会消費者保護部会消費者被害救済特別研究会

「消費者被害の現状と対策——事業者責任の強化について」（1974年7月12日）である。⁽¹⁰⁾この報告書では、マルチ商法は直ちに全面的に禁止することが提言されていた。もう一方は、通商産業省産業構造審議会流通部会の中間答申「特殊販売の適正化について」（1974年12月16日。以下、「中
間答申」）である。⁽¹¹⁾この報告書では、マルチ商法の法的な定義の困難さ故⁽¹²⁾に、事業者に対する行為規制を通して実質的な禁止措置をとることが提言された。訪問販売法は、通商産業省が所管する法律であり、産業構造審議会の「中
間答申」を基礎としてその立法化が図られた。⁽¹³⁾

「中間答申」は、マルチ商法の問題点として、以下の諸点を指摘していた。

- ①参加者の利益が新たな参加者の募集、昇進に依存し、組織拡大によりそれは急速に困難になること
- ②集団催眠状態で誇大な利益の見込みを示すなど、勧誘方法が不公正であること
- ③多額の保証金や高額な教育、訓練費を払わせるなど、参加の契約内容が公正を欠くこと

そして、それに対応する法規制として、取引条件の開示義務、不公正な勧誘方法の禁止、書面の交付義務、クーリングオフの保障、契約解除の際の仕入商品の買取義務の5点が必要性が指摘されていた。1976年の訪問販売法には、最後の買取義務を除く、4点が立法化された。⁽¹⁴⁾もっとも、その後も連鎖販売取引による被害は収まらなかった。「マルチまがい」と呼ばれる脱法的な取引被害が後を絶たなかった。そこでは、法規制の前提としての連鎖販売取引の定義が問題となっていた。

(2) 連鎖販売取引の定義

現行特定商取引法が規制する連鎖販売取引とは、「商品の再売買、受託販売、販売のあっせんまたは同種役務の提供、役務提供のあっせんを行う者を（「取引類型」要件）、特定利益を収受し得ることをもって誘引し（「特定利益」要件）、その加入者と特定負担をともなう取引を行うこと（「特定負担」要件）」をいう（33条）。基本となる概念は特定利益と特定負担である。

特定負担とは、連鎖販売取引に参加したり、昇格等をする際に、条件とされている「商品の購入もしくは役務の対価の支払いまたは取引料の提供」と定義されている（33条1項）。2000年の特定商取引法改正によって、それまで2万円以上とされていた金額的制限が廃止されたため、現在は1円であっても取引に参加するについて必要とされる「金銭的負担」があれば、それが特定負担となる。また、2000年改正では、「特定負担をすることを条件とする」との規定が「特定負担を伴う」と改正された。例えば、無料で連鎖販売組織の会員になった後に商品を購入する場合であっても、商品購入代金が特定負担に該当すると解される（通達）。なお、特定負担には、商品の購入や役務の対価が含まれており、純粋な金銭の支出だけでなく、広く金銭的な負担が含まれる。また、入会金、保証料、登録料、研修参加費用などの金銭的な負担については、それらはすべて取引料として特定負担になる（33条3項、通達）。

一方、特定利益とは、「取引の相手方以外の組織の他の者が提供する取引料その他の主務省令で定める要件に該当する利益の全部または一部」のことをいう（33条1項、省令24条）。取引料とは、加盟料、保証金などいかなる名目であるかを問わず、取引をするあるいは取引条件を変更するに際し、提供される金品をいう（33条3項）。連鎖販売取引に参加する組織加入者が新たな者を加入させた際に支払われるいわゆる「リクルート利益」のことを言う。そこに金額的な限定はなく、少額であっても特定利益に該当する。具体的には省令が3種類の類型を明らかにしている。「あなたが勧誘して参加した人が支払う加盟料の〇%があなたに支払われます」（省令24条1号）とか、「あなたの勧誘による組織加盟者が購入した商品代金の〇%が報酬になります」（省令24条2号）等がその典型である。また、連鎖販売取引を統括する会社から直接支払われる販売手数料なども、特定利益に該当する（省令24条3号）。マルチ商法が魅惑的に見えるのは、この特定利益の存在にある。商品の販売や役務の提供から直接生ずるものを超える利益が、リクルートによって提供されるからである。なお、新たな組織への勧誘を前提としない場合（例えば「会員になれば商品

が〇%引きで購入できる」)や会員になることで他人に商品などの販売が可能になるが、そこで得られる利益が商品や役務を販売して直接発生する利益である小売利益にとどまる場合⁽¹⁵⁾には、それらは特定利益には該当しない。但し、小売利益であっても、それを原資として利益が契約をした他の者に分配される場合には、特定利益に該当する。

最後の問題は取引類型要件である。1976年の訪問販売法では、加入者が仕入れた商品を新たに勧誘をした者に販売する形式である商品の「再販売型」のみが規制対象の連鎖販売取引とされていた。1983年に豊田商事の系列会社として設立されたベルギーダイヤモンド社は、会員が新たな購入者を会社に紹介する形式の取引であったため、「再販売型」を前提とする訪問販売法の規律を及ぼすことが難しく、被害者の救済はもっぱら民法による裁判に委ねられることとなった。こうした脱法的な取引を「マルチまがい」と総称し、それは社会問題ともなった。そのため、1988年に訪問販売法を改正し、「委託販売型」「紹介販売型」も連鎖販売取引の定義に含ませることとした。また、取引の対象も、商品だけでなく、役務にも広げられた。その結果、取引の種類によって連鎖販売取引から外れるとの「マルチまがい」という取引類型は、現在では考えられなくなった。⁽¹⁶⁾

(3) 連鎖販売取引に関する特定商取引法の民事規定

① クーリング・オフ (40条)

連鎖販売取引についての契約をした相手方は、法37条2項に規定される契約書面を受領した日から20日間は、書面によりクーリング・オフをすることができる。なお、再販売型のマルチの場合には、契約書面の受領日と商品を交付日の遅い方が起算日になる。いずれにしても、本件取引の性質の判断に加えて、提供されている書面が法の要求する実質を備えているのかを判断することが必要になる。

連鎖販売取引についての特商法の規定には、その適用が「無店舗個人」に限られていることが多い。クーリング・オフ(40条)だけでなく、中途解約権(40条の2)、取消権(40条の3)、禁止行為(34条)、書面の交

付義務（37条）なども、その適用は無店舗個人に限定されている。その趣旨は、「商取引に習熟した者を保護の対象から外す」ことにある（通達の趣旨）。

なお、クーリング・オフの妨害行為がなされている場合には、改めて正当な告知がなされるまで、期間が進行しない。2004年の改正によって、確認的に条文にもカッコ書きで追加されている。

②取消権（40条の3）

勧誘の際に、統括者、勧誘者または一般連鎖販売業者が不実告知を行い、あるいは統括者または勧誘者が故意に事実を告知しなかった場合、加入者が誤認をしたならば、連鎖販売にかかる契約を取消することができる（40条の3）。この取消権も2004年改正によって新たに規定されたものである。

連鎖販売取引に勧誘に際しては、業務やそれによる報酬を得ることの容易さが強調されることが少なくない。また、取引の性質を「マルチではない」とか「連鎖販売に該当しない」と事実とは異なる説明がなされる。あるいは、「簡単に利益が得ます」「何もする必要がありません」といった業務の容易と利益の確実さが組み合わさって説明されることがままある。これは特定利益に関する不実告知に該当すると考えられる。

なお、同条は但書で、連鎖販売の統括者が勧誘の際に不実告知や事実の不告知がなされたことを知らなかったときには、加入者が契約を取り消すことができないとの例外を規定している。もっとも、通達においても、この場合には統括者の善意・無過失を要するとしている。配下の者の勧誘実態について事実を知らないこと自体が過失であると認定される可能性が高いことを考慮すれば、この但書が適用される場面はほとんどない⁽¹⁷⁾。

③中途解約（30条の2）

2004年特商法改正で、クーリング・オフ期間経過後の連鎖販売取引の中途解約権とその際の損害賠償額の制限が規定された。なお、中途解約の規定は強行規定である（30条の2第6項）。

註

- (9) 特定商取引法を解説する書籍として、圓山・前掲(8)書、齋藤雅弘=池本誠司=石戸谷豊『特定商取引法ハンドブック第4版』日本評論社(2010年)がある。法の制定過程やその内容について、両書ともいねいに記述されており、連鎖販売取引に関する法規制を学ぶ上でも必携の文献である。
- (10) 経済企画庁消費者行政課編『消費者被害の救済』大蔵省印刷局(1975年)115頁。
- (11) 竹内・前掲(2)書252頁。通商産業省商政課・消費経済課編『訪問販売に関する法律の解説』通商産業調査会(1977年)209頁。
- (12) とりわけ、当時は新しい取引類型として注目されていたフランチャイズ契約との異同が問題と考えられていた。なお、悪質なフランチャイズ契約についてはマルチ商法と同様の規制がかけられてもやむを得ず、その影響を恐れるあまりマルチの規制が不十分であってはならないと指摘する文献として、小島将利「マルチ商法とフランチャイズ・システムの異同と問題点(上)(下)」NBL90号18頁・92号24頁(1975年)がある。
- (13) 特定商取引法は、2009年の消費者庁の設置に伴って、消費者庁と経済産業省の共管とされた。
- (14) 契約解除の際の仕入れ商品の買い取り義務についても、2004年特定商取引法改正によって、中途解約権とその際の損害賠償の制限という形で具体化している(特定商取引法40条の2)。
- (15) なお、小売利益のみを対象として会員の勧誘が行われる場合には連鎖販売取引には該当しないが、特商法が規制する業務提供誘引販売取引に該当する可能性がある(圓山・前掲(8)書372頁)。
- (16) 訪問販売法改正のきっかけともなった論文として、竹内昭夫「マルチまがいの法規制」NBL350号(1986年)6頁。なお、圓山・前掲(8)書377頁には連鎖販売取引の規制強化が表として示されており、分かりやすい。
- (17) 同旨の指摘として、齋藤=池本=石戸谷・前掲(9)書514頁、圓山・前掲(8)書442頁。

4. 裁判例に見る連鎖販売取引に関する法的論点

連鎖販売取引をめぐる裁判では、時期に対応して異なる法的な論点の問題とされてきた。連鎖販売取引の法規制のあり方を考える上で、裁判で争われた論点はいずれも重要である。⁽¹⁸⁾

(1) 連鎖販売取引の「金銭配当組織」の法的評価

無限連鎖講（いわゆる「ネズミ講」）は、無限連鎖講防止法によって刑罰によって全面的に禁止されている。商品が介在する連鎖販売取引であっても、その金銭配当部分が実質的には無限連鎖講に該当するのではないかが争われた。⁽¹⁹⁾これが争点となった時期には、不実告知を理由として連鎖販売取引にかかる契約の効力を取り消すことができるとの規定が特定商取引にはなかった。そのため、金銭配当部分が実質的に法で禁止された無限連鎖講に該当するとすれば、連鎖販売取引も公序良俗に反して無効とされる可能性があった。無効とする法的な手段として、連鎖販売取引の契約の構造は無限連鎖講のそれと変わらないとの主張がなされたのである。

この点に関する著名な判決として、「ESプログラム事件」最高裁判決がある。⁽²⁰⁾本件は、無限連鎖講防止法に該当するかどうか、主宰者の刑事責任を問う形で争われた事案である。結論的には、ESプログラムと称する人工宝石によるマルチ商法が、実質的には無限連鎖講防止法に定める金銭配当組織であるとした原審判決（東京高判昭和58年7月28日判時1105号154頁）を正当として、上告が棄却された。40万円で人工宝石を購入してESプログラムに加入するが、取引目的である人工宝石の市場価値は数千円から数百円に過ぎず、代金の大部分はネズミ講式の金銭配当に使われていた。人工宝石という商品に価値がなく、その再売買には意味がないことが決定的であった。商品販売の仮面をかぶった「ネズミ講」であると判断されたのである。⁽²¹⁾

もっとも、ならば取引される商品に一定の価値がある場合にはこの判例法理が適用できるのかは依然として明確ではなかった。この点については、印鑑を使ったマルチ商法に関する判決がある。名古屋高裁金沢支部判決は、1万円の入会金と18万円の印鑑の購入代金を支払って「ジャパンシステム会」に加入する連鎖販売取引について、印鑑の売買契約と金銭配当組織とを別個の契約と解した。そして、金銭配当組織部分は実質的にはネズミ講であるとして公序良俗に反し無効であるが、印鑑の売買契約部分については適正な価格を5万円と認定した上で、その範囲に限って有効で

あるとした。連鎖販売取引に組み込まれた金銭配当部分が、ネズミ講のように無限に連鎖するとすれば、それは人的なリクルートの限界故に究極的には必ず破綻することには変わりはない。その意味では、無限に連鎖することを予定する金銭配当組織を含む連鎖販売取引が公序良俗に反して無効とされるべきは当然である。連鎖販売取引に参加する者の関心が、商品等の小売利益ではなく、ピラミッド型のリクルートを前提とした特定利益に向けられるとすれば、それは公序良俗に反して無効な金銭配当組織が組み込まれていると解することができる。

では、本判決のように、商品や役務の提供契約の部分について、金銭配当組織部分とは別のものとして契約の効力を論ずることは妥当なのであろうか。印鑑マルチ事件では、印鑑の購入は特定負担であり、金銭配当組織を介した特定利益であるリクルート利益を得るための前提となっている。形式的に別々に見える商品等の契約と金銭配当にかかる契約とはそれぞれが別個に存在することが当初から意図されていない。相互の契約は、成立上、強い牽連関係にある。これらの点を考慮すれば、別個の契約と取り扱うことは妥当ではないと考えられる。

(2) 連鎖販売取引そのものの違法性と主宰者、勧誘者の損害賠償責任

ダイヤモンドを使ったマルチ商法を行っていたベルギーダイヤモンド社⁽²³⁾に対する複数の地裁判決は、この点について異なる判断を示している。同社は、ダイヤモンドの販売媒介型のマルチ商法を行っており、その当時の訪問販売法に規定された連鎖販売取引に厳密には該当しない取引形態をとっていた。会員は30万から40万円でベルギーダイヤモンド社からダイヤモンドを購入して会員になる。その後、新たに3名以上を加入させることで、ダイヤモンド代金を上回る金銭を得ることができるとされていた。ダイヤモンドの販売価格そのものは、ほぼ一般的な小売価格に見合うものであった。もっとも、宝石購入者16万人あまりのうち、リクルート利益を得ることができるビジネス会員の数は15万2000人に達し、購入者の91.1%がビジネス会員になっていた。主な法的な争点は、取引および勧誘

行為の違法性評価であった。本稿では対照的な判断を示した東京と大阪の地裁判決をとりあげる。

東京地裁判決⁽²⁴⁾は、ダイヤモンドが相応の価値を有するものとして商品流通を伴う限りは、非生産的な金銭配当組織とは言えないと判断している。そして、取引そのものの違法性が問えない以上、損害賠償責任は生じないと判断した。もっとも、この判断は控訴審（東京高判平成5年3月29日判時1457号92頁、判タ861号260頁）、上告審（最判平成9年2月14日）では否定され、欺ま的な勧誘方法が必然的に用いられる詐欺的な商法であると認定され、会社とその代表取締役に対して損害賠償責任が肯定されていることには注意を要する。

大阪地裁判決⁽²⁵⁾では、「本件組織が無限連鎖講と異なり、顧客と会社との宝石の売買という形式をとっていても、右売買代金は、客観的に見て無限連鎖講の加入金と同一の性格を色濃く有することを否定できない」として、断定を避けながらも、商法の違法性判断に無限連鎖防止法の趣旨及び規制を考慮に入れることは当然であるとする。そして、本件取引全体を違法と評価し、損害額算定の際にダイヤモンドの処分相当価格を購入代金の8%として組織破綻による経済的損失を算定する⁽²⁶⁾とした。損害額は、ダイヤモンドの購入代金など特定負担の金額と購入代金額の8%及び得られた手数料額の合計額との差額とされた。ダイヤモンドの価値は、購入者の主観に大きく左右される。マルチ商法では、宝石や絵画など、その客観的な価値の判断が困難な商品が対象とされる例が少なくない。商品等にそれなりの価値が認められるにしても、その金銭の相当部分が金銭配当組織に利用され、結果的に加入者がそのリクルート利益に主たる関心をもって取引に加入するとすれば、商品等の売買はあくまで形式的なものに過ぎないと考えることができるはずだと思われる。

なお、実質はネズミ講として公序良俗に反すると判断された「カタロくじ事業」に参加する形式での連鎖販売取引について、運営会社の代表取締役⁽²⁷⁾役とともに、その勧誘者にも共同不法行為責任を認めたさいたま地裁判決がある。

(3) 書面不備を理由とするクーリング・オフの可否

連鎖販売取引を規制する訪問販売法は当初から14日間のクーリング・オフをほぼ唯一の民事ルールとして規定していた。1996年の改正で、その期間は20日間と延長され、特定商取引法にも受け継がれている(40条)。マルチ商法の被害救済の手段として、訪問販売被害救済など同様に、クーリング・オフの行使が検討されたのは当然のことである。もっとも、連鎖販売取引に加入した者が、加入後20日以内に冷静に判断して、クーリング・オフを行使することは稀だと思われる。特定利益の獲得のためにリクルートに必死になっている段階では、冷静な判断はほとんど不可能だからである。もっとも、客観的には期間が経過した後であっても、クーリング・オフを告知する書面に不備がある場合には、その期間は再度、適切な書面による告知がない限りは進行しないとされている⁽²⁸⁾。したがって、裁判では、20日間が経過後、書面の記載事項の不備を理由としてクーリング・オフを行使することが可能であるかが争点となった。

京都地裁の2件の判決は、いずれも書面不備によるクーリング・オフの行使を肯定している。平成17年判決は、入会契約に特定負担に関する記載が欠けていることが書面不備とされた⁽²⁹⁾。一方、平成19年判決は、入会の申込み前に渡された冊子に詳細が記載されていて、その冊子に添付されていたハガキを郵送して申し込んだ連鎖販売取引について、契約締結前に渡すべき法定書面が交付されていないとして、書面不備を理由とするクーリング・オフの行使を認めている。

この論点について注目される大阪地裁判決がある⁽³¹⁾。

本件での取引は、MOJICOという通信情報端末機器を約38万円で購入するとともに、入会金2万1000円を支払って、運営会社との間でAcube代理店契約を締結し、正代理店になることを内容とする契約から始まる。特定負担としては、その他に代理店資格更新料が年1万500円かかる。また、正代理店からディーラー以上の資格への昇格をするにあたっては、Acubeという販売組織で利用できる仮想通貨Cubeを毎月3500Cube(3500円相当)以上定期的に振替で積み立てるとともに、6300Cubeを支出して

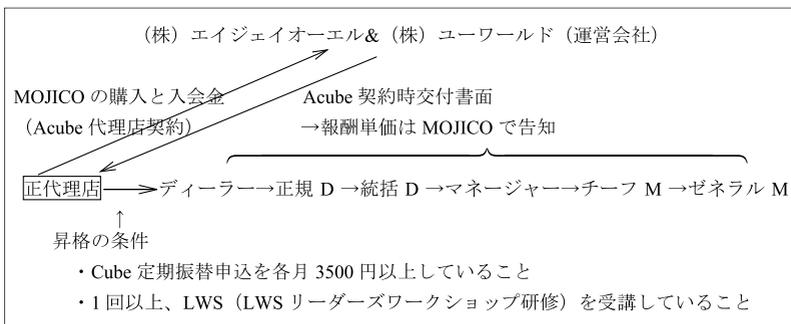


図1 MOJICO マルチ事件の取引内容

入場券を購入し、それを使ってLWS（リーダーズワークショップ）研修を1回以上受講することが必要とされていた、なお、現金をCubeに振替るごとに80円（後に84円）の手数料が必要とされていた。また、新規会員が入会を申し込む際には、勧誘した正代理店が126Cubeで運営会社から申込書を購入することも必要とされていた。当事者関係を図1にまとめた。

一方、特定利益はMOJICOの販売代金及び入会金による報酬とCubeを使ったAcubeでの商品の販売による報酬である。主な報酬はMOJICOの販売の分配にあったようである。具体的には、38万円の売買代金のうち、報酬単価は25万円の76%である19万円とされ、10%（2万5000円）が直接勧誘をした正代理店に、20%（5万円）がアクティブボーナスとして直接勧誘をした正代理店の上位代理店に、46%（11万5000円）がリーダーシップボーナスとしてディーラー以上の上位代理店に分配される仕組みであった。

本件訴訟の原告は、本件取引に2002年1月30日から2005年7月31日までに加入した19名の者である。書面不備を理由とするクーリング・オフの書面による告知は、2008年4月25日から同年7月16日までの間になされている。契約締結後、6年以上を経過する者もいたことになる。

原告は、書面の記載事項である、交付書面の契約年月日、特定負担の内

容、特定利益の内容、クーリング・オフのそれぞれについて不備があると主張した。それに対し、被告である運営会社はいずれも軽微な記載漏れであり、法37条2項の書面としての該当性に欠けるとことはないと主張した。当事者の主張の詳細及び裁判所の判断の概要を表3にまとめた。

裁判所は、連鎖販売取引にクーリング・オフが規定された趣旨を「特定利益の幻想にまどわされて、特定負担のみがかさんでしまう無理な契約を加入者がすることがないよう、加入者の利益を保護するもの」とした上で、「このようなクーリングオフ制度の趣旨からすれば、法40条1項においてその受領日がクーリングオフの期間の起算日とされる書面の記載内容について、法37条2項及び規則において、特定負担や特定利益、さらにはクーリングオフによる契約解除の仕組みなどについて詳細な記載事項を定めた規定の解釈としては、書面の記載事項が過不足なく正確なものであること、そしてはっきりと分かり易いものであることを要求している趣旨であると解するのが相当である。したがって、連鎖販売取引の仕組みの基本である特定負担や特定利益については、細大もらさずすべての記載を尽くすことが必要であるし、連鎖販売取引の構造上、末端の加入者より上位の加入者に利益が集中するのであるから、その仕組みとの関連で、特定負担については、上位の加入者に集中している利益を享受するのに必要な負担についてもすべて記載しなければならないものと解される。また、クーリングオフによる解除権に関する記載についても、解除権の行使を妨げるおそれがあるような記載を加えて所定の記載事項の趣旨を損なうことも許されないというべきである。」と判示し、店舗で営業をしていた2名を除く17名にクーリング・オフの行使を肯定した。

本件取引で提供された契約書面では、例えば契約年月日が具体的に記載されず、クーリング・オフについても本来必要のない加入者の利得の返還を先履行と記載するなど、基本的な点で特定商取引法が要請している書面の基本を逸脱している。その限りで、本件取引に書面不備があるとの判決は妥当である。もっとも、この判決で注目すべきは、特定負担と特定利益にかかる記載に関する判断にある。本判決は、たいていの加入者が特定利

表3 大阪地判平成22年12月2日判決の書面不備にかかる争点と裁判所の判断

契約年月日	書面の記載内容	原告主張	被告主張		裁判所の判断 (判決)
			原告主張	被告主張	
契約年月日	交付書面及びMOJICOの受領日をもって契約年月日とします	具体的契約日の記載がない 有料研修LWSの費用記載がない 申込用紙の購入費用の記載がない Cube積立時手数料の記載がない	書面の記載で特定でき 研修の受講は強制されていない 会員が代理店勧誘するかは任意 1ヵ月80円であり、管理コスト	期日を一義的に明らかにすることを目的とする規則の趣旨に反する 昇格に必要で、特定負担に該当 特定利益の大半が、D以上の上位代理店のみに配分される仕組み。D以上の資格段階に昇格が必要。 昇格に必要で、特定負担に該当	
特定負担	MOJICOの代金、入会金、更新料、仮想通貨Cube積立などについて記述	報酬は商品の購入金額ではなく、商品ごと に定められました。商品 単価により異なります。商 品及び報酬単価はMOJICOを通じて告知 します	多様な商品を扱っており、報酬対象の商品や報酬単価をすべて記載することは不可能	期日を一義的に明らかにすることを目的とする規則の趣旨に反する 昇格に必要で、特定負担に該当 特定利益の大半が、D以上の上位代理店のみに配分される仕組み。D以上の資格段階に昇格が必要。 昇格に必要で、特定負担に該当	
特定利益		Cube商品の販売に よる報酬の具体的金額が不明確	いづれも極めて軽微な内容であり、法37条2項の書面としての該当性に欠ける この点はない	期日を一義的に明らかにすることを目的とする規則の趣旨に反する 昇格に必要で、特定負担に該当 特定利益の大半が、D以上の上位代理店のみに配分される仕組み。D以上の資格段階に昇格が必要。 昇格に必要で、特定負担に該当	
クレーシング・オフ	MOJICO及び代理店手数料の返還後、代金入金金、Cube残金の返還を規定	商品や受領済報酬の返還を先履行は不当	違法ではなく、記載不備ではない	期日を一義的に明らかにすることを目的とする規則の趣旨に反する 昇格に必要で、特定負担に該当 特定利益の大半が、D以上の上位代理店のみに配分される仕組み。D以上の資格段階に昇格が必要。 昇格に必要で、特定負担に該当	

益を得ることを目的に連鎖販売取引に加入することを考慮すると、実際に特定利益を得るために必要とされる条件としての特定負担が明らかにされなければならないとしている。たとえ、それが加入者の選択に形式的には委ねられ、義務付けられていないにしてもである。なるほど、本取引では、ディーラーへの昇格は必須ではない。正代理店として、他の正代理店を新規に勧誘すれば、一定の報酬は手にすることができる。しかし、MOJICOの販売による報酬にしても、その46%（報酬額だけで判断するとその割合は60%を超える）がディーラーに支払われる。特定利益を享受しようとするれば、ディーラーへの昇格は必須である。そのための条件も、特定負担として、金額の多寡にかかわらず書面に記載しなければならないとするのは当然である。

なお、特定商取引法は、連鎖販売取引へのクーリング・オフの行使を「店舗等によらないで行う個人」に限定している。この趣旨は、「法人及び店舗等によって販売等を行う個人は、商取引に習熟しており、本法による保護の対象とする必要がないものと推定し、要項から除外したものである」とされている（通達）。本件では、平成16年1月に夫が、平成17年1月に妻が加入し、平成17年4月11日にキャビン店としての審査を運営会社に申し込んだ上で、同年6月7日にその認定を受け、父親が経営する金物店に隣接する倉庫を改造して店舗を開設した夫婦が平成20年6月25日にしたクーリング・オフが否定されている。「夫婦は、日常仕事をしている場所の一角を改装した店舗によって、MOJICOの販売のあっせんを行っていたと評価せざるを得ない」とする。なるほど、本件でのクーリング・オフの行使は、店舗が開設されてから3年近くが経過した後のことである。その間にどの程度の報酬が当該夫婦に支払われたのかは明らかではないが、一定額の取引実績はあったのではないかと推測される。連鎖販売取引に習熟して、法による保護の対象から外すについて、店舗等で行うという基準だけでの判断で合理的なのかについては、より詳細な検討が必要であるようにも思われる。

註

- (18) 連鎖販売取引に関する裁判例の分析として、齋藤＝池本＝石戸谷・前掲(9)書524頁以下。
- (19) なお、1988年の無限連鎖講防止法の改正によって、無限連鎖講の対象は、金銭だけでなく、証券などを含む「金品」を出捐する金品配当組織とされている。したがって、正確には金銭配当ではなく、金品配当と記載すべきところではあるが、連鎖販売との関係ではもっぱら金銭が対象となるため、あえて金銭配当組織という表現を用いる。
- (20) 最判昭和60年12月12日刑集39巻8号547頁、判時1182号156頁、判タ586号67頁。ESプログラムの主宰者4名に対して、1年6ヵ月から10ヵ月の懲役が言い渡された刑事判決である。本件判決の判例評論として、岩瀬徹・最高裁判所判例解説刑事篇昭和60年度292頁、長井圓・別冊ジュリ（消費者取引判例百選）135号108頁がある。なお、同様の取引である「SEシステム」についても無限連鎖講防止法による有罪判決が同時期に出されている（大阪地判昭和59年2月23日判タ526号254頁、大阪高判昭和58年10月26日判タ526号256頁）。
- (21) マルチ商法とネズミ講の関係については、竹内昭夫「マルチとネズミ講」ジュリ645号（1977年）38頁、松本恒雄「マルチ商法とネズミ講」法セミ467号（1993年）82頁。
- (22) 名古屋高裁金沢支判昭和62年8月31日判時1254号76頁。判決は、公序良俗に反する金銭配当組織に該当する13万円について、その与信をしていた信販会社に対する割賦販売法による抗弁権の主張を認めた。本件判決の評論として、島川勝・坂東俊矢編『判例から学ぶ消費者法』民事法研究会（2011年）89頁、植木哲＝坂東俊矢・判時1276号174頁がある。なお、名古屋高裁金沢支部は、同日の別の判決で、印鑑マルチ事件について抗弁権の接続を否定する判決も出している（名古屋高裁金沢支判昭和62年8月31日判時1279号22頁）。
- (23) 3件のベルギーダイヤモンドに対する地裁判決を詳細に検討するものとして、松本恒雄「紹介型マルチ商法の違法性・再論——ベルギーダイヤモンド事件三判決の分析」『谷口知平先生追悼論文集第2巻』信山社（1993年）414頁。
- (24) 東京地判平成元年8月29日判時1331号86頁。この判決に対する詳細な批判を展開する論文として、長尾治助「連鎖販売議事取引事例の批判的考察」立命館法学207号（1989年）1頁。
- (25) 大阪地判平成3年3月11日判時1331号81頁。本件判決のために大阪地裁に提出した「意見書」を基礎にマルチ商法の違法性を論ずる原稿として、荒川重勝「「ピラミッド」組織の違法性——いわゆるベルギーダイヤモンド訴訟

- に対する意見書」立命館法学 201 = 202 合併号 (1988年) 270 頁。
- (26) 本件の控訴審では、ダイヤを購入価格の70%程度の価値があるものとして、商品流通組織そのものが形骸化しているとは言えないが、リクルート利益配当組織の原資として代金の約43%が使われていることをもって、本件取引を違法と判断している (大阪高判平成5年6月29日判時1475号77頁、判タ834号130頁。なお、この判決の評論として、織田博子・別冊ジュリ (消費者取引判例百選) 135号96頁)。
- (27) さいたま地裁平成18年7月19日裁判所ホームページ。「アースウォーカー事件」。この取引の詳細は、圓山・前掲 (8) 書342頁。
- (28) なお、クーリング・オフと法定書面との関係については、齋藤=池本=石戸谷・前掲 (9) 書684頁以下に詳しい。
- (29) 京都地判平成17年5月16日国民生活センターホームページ「消費者問題の判例集」 (<http://www.kokusen.go.jp/hanrei/data/200602.html>)
- (30) 京都地判平成19年1月26日国民生活センターホームページ「消費者問題の判例集」 (<http://www.kokusen.go.jp/hanrei/data/200711.html>)
- (31) 大阪地判平成22年12月2日判タ1350号217頁。

5. あるべき連鎖販売取引の法規制を考える

すでに縷々検討してきたように、連鎖販売取引をめぐる特定商取引法の改正経緯は、その時々の脱法的行為に対する対処としての意味を有していた。現行の特定商取引法は、取引類型要件を整備することでいわゆる「マルチまがい」取引が生ずることがないようにその適用範囲を広げている。また、連鎖販売に関する裁判例は、大きな傾向で評価すれば、実質的に連鎖販売取引にかかる契約の効力を制限することを意図して展開してきたと言える。詳細に特定負担と特定利益が記載されていない限り書面不備を理由とするクーリング・オフが可能とする裁判所の判断は、不実告知を理由とする取消権とも相まって、事後的に加入者がその取引の効力を否定する可能性を広げたと評価される。言わば、違法な連鎖販売取引に騙されてしまった加入者は、自らその契約の効力を否定することで、自らも蒔いてしまった種を刈り取る責任を果たすことができる仕組みになっている。法によるマルチ商法の実質的な禁止は、マルチ商法の被害者による法で定めら

れた権利の行使によって実現されるのである。それは、民事ルールに基づく消費者の権限行使によって市場の公正を図るという消費者基本法の思想にも合致する。

もっとも、その法的な仕掛けは、連鎖販売取引の実質的な禁止にとって本当に有効な手段たり得るのだろうか。

マルチ商法の被害者は、実は加害者としての側面を持っている。被害者であっても、一定の期間、取引に関与することで友人や知人を勧誘したり、時には一定額の特定利益を受け取っている場合がある。被害者の意図はどのようなものであっても、被害を認識するまでの間に与えられた種を自らも少なからず蒔いてしまっている。そうした場合に、民事的権利を行使して、契約を否定したり、損害賠償を請求することは、法的にも、実際にも複雑な判断が必要となる。消費生活センターでの連鎖販売取引に関するあっせんの場面では、特定利益がすでに支出した特定負担を超える加入者からの相談については、消費者相談ではないとして対応をしないとの実態もあると聞いている。一方で、連鎖販売取引に加入した者のすべてが契約の効力を解消しないとすれば、それは結果的にその取引を主宰していた者に利得を残してしまうことになる。違法なマルチ商法による被害がなくならない背景には、法的な規制にかかわらず、利益を得ることができるのうまみが残されているとの現実がある。

圓山茂夫教授は連鎖販売取引を「ピラミッド型連鎖販売取引」と「リピート型連鎖販売取引」に区分し、前者を全面的に禁止することを提案する⁽³²⁾。そして、両取引を区別する基準の例として、アメリカの訪問販売協会による自主基準を挙げる。具体的には、「70%・10人顧客ルール」と呼ばれる基準である⁽³³⁾。その内容は、第一に、報酬（特定利益）は、小売利益が中心でありリクルート利益ではないこと。そのために組織に属さない最終消費者への販売が少なくとも10人以上に対して行われること。第二に、参加者が経済的損失を被らないためにも過剰在庫の防止規定と返金規定があること。例えば、小売の割合が70%を超えていること、である。また、齋藤雅弘弁護士は、ピラミッドスキーム型の連鎖販売取引は禁止すべき

であるとし、その方法として、特定商取引法の改正よりは無限連鎖講防止法の「金品」の要件の見直しをする方が⁽³⁴⁾適当であるとする。いずれも卓見であり、検討すべき重要な指摘である。

連鎖販売取引は、法的に禁止されるべき段階に来ていると考えられる。取引の複雑さや勧誘の際にしばしば冷静な判断を阻害する方法が用いられている現実を考慮すれば、被害者による対応を前提とした法による実質的な禁止では、問題は解決しない。連鎖販売取引の要素は特定利益と特定負担にある。不相当な金額の特定負担が課せられている取引は、暴利行為として公序良俗に反する可能性が高い。一方で、リクルート利益が特定利益の原資とされている限りは、参加者の多くは商品や役務の提供よりは、新たな加入者を勧誘することに奔走する。その適正な割合をどのように考えるかは残された課題ではあるが、最終消費者に対する小売利益が、第三者への報酬の大部分を占めていない限りは、結局はネズミ講類似の金銭配当組織が組み込まれていると評価されるべきではないだろうか。

連鎖販売取引を法によって原則として禁止するとともに、例外としての有効な取引類型を明確にするための具体的基準やその方法については、稿を改めて検討したい。

註

- (32) 圓山・前掲(8)書345頁以下。圓山教授は、「ピラミッド型連鎖販売取引に対しては、ネズミ講同様に活動禁止を明定すべき時期ではないか」と指摘する(346頁)。
- (33) この基準及びアメリカの連鎖販売の規制については、細川幸一「米国におけるマルチレベル販売(連鎖販売)規制の現状」早稲田大学大学院法研論集74号(1995年)248頁。
- (34) 齋藤雅弘「ネズミ講、投資・利殖詐欺、マルチ商法——破綻必定型スキームの消費者被害(上)(下)」現代消費者法2号(2009年)129頁、同3号(2009年)120頁。当該記載は、同3号124頁。