

＝消費生活相談員のための判例紹介＝

ドロップショッピングサービス提供契約が、業務提供誘引販売 に該当するとしてクーリング・オフを認めた判決。

大阪地方裁判所 平成 23 年 3 月 23 日判決 平成 21 年（ワ）第 16489 号 不当利得金返還請求事件
ドロップショッピング被害対策弁護士 弁護士 川村 哲二（大阪弁護士会） ほか

1 事案の概要

本件は、いわゆるドロップショッピング方式（自らは商品在庫を保有せず、顧客からの注文に応じて商品提供者から注文商品の供給を受け、これを商品提供者から顧客に直接発送する商品販売方式）を用いたネットショップのオーナーになる者に対して、ウェブサイトの制作・維持・管理や販売商品の調達・供給、ショップへの集客活動など、その運営を総合的に支援するための契約がなされたもので、複数の事業者においてトラブルが多発したネットショップの勧誘商法に関するものです。本誌でも既に同様の商法に関して、勧誘に虚偽の説明があったとして不法行為責任を認めた判決の紹介がなされています（JACAS JOURNAL No.138 号 4 頁）。

本件は、大阪のドロップショッピング被害対策弁護士団において提起した訴訟の 1 つであり、最も多くの苦情が出ていた業者 A 社が被告です（本件原告は 4 名）。本件判決は、同弁護士団において最初に得た判決であり、悪質ドロップショッピング商法について、特定商取引に規定する業務提供誘引販売に該当するとしてクーリング・オフを認めて支払った金額全額の支払も命じたものです。後述の通り、大阪の弁護士団では他にも同様の判決を得ていますが、この判決は、A 社に訴訟代理人が就き、反論主張も実質的になされて争われた裁判での判断ですので、今後、同種の商法に対処するうえでも、重要な判決であると考えられます。なお、本判決は、判例タイムズ 1351 号 181 頁に掲載されています。

2 判決の概要

（1）業務提供誘引販売該当性

本件の主要な争点は、A 社が提供するドロップショッピングサービスが業務提供誘引販売取引（特商法 51 条）に該当するか否かです。

業務提供誘引販売取引は、①物品の販売（そのあっせんを含む。）又は有償で行う役務の提供（そのあ

っせんを含む。）の事業であって、②その販売の目的物たる物品又はその提供される役務を利用する業務（その商品の販売若しくはそのあっせん又はその役務の提供若しくはそのあっせんを行う者が自ら提供を行い、又はあっせんを行うものに限る。）に従事することにより得られる利益（業務提供利益）を収受し得ることをもって相手方を誘引し、③その者と特定負担を伴うその商品の販売若しくはそのあっせん又はその役務の提供若しくはそのあっせんに係る取引をするものをいいますが、本件の提供サービスに関しては、②の要件に該当するか否かについて問題となります。

つまり、加入者である原告が行うこととされていた作業は、商品や価格をネットショップに掲載すること、購入者からの質問メールに対応すること、代金の入金管理、などであり、これらの作業は、ネットショップの運営に伴って発生する業務の一部であって、A 社が自ら提供を行い又はあっせんを行う業務とはいえないのではないかということで、本件 A 社も、この点について反論して争いました。

判決は、この争点について、本件におけるネットショップの運営主体が誰かという点を詳細に検討して、商品購入者との関係では、原告が商品の売買契約における売主となるものと認められるものの、ネットショップの運営主体は実質的には A 社であるとし、加入者が従事することとされている業務は、運営主体である A 社が、原告に対して提供する業務であるとして、業務提供誘引販売に該当するとししました。

判決が、実質的な運営主体が A 社であるとした理由は、本件の契約において、加入者は商品を A 社から仕入れて購入者に販売する場合には、A 社が構築したシステムを通じた販売しか行えないとの基本的な構造を有している上、ウェブサイトの修正も自らできず、他から自ら仕入れた商品も事実上できないなどの具体的事情からすると、加入者には、ネットショップの運営主体としての自主性、自律性はほとんど存在しないこと、加入者が行うとされている作

業は単純な事務手続に過ぎないこと、他方、A社の担当する業務は運営主体であればこそ行う経営的判断を伴う行為である、という認定に基づくものです。

(2) 「事業所等」該当性

業務提供誘引販売としてクーリング・オフができるのは、提供される業務を「事業所等によらないで行う個人」の場合に限られています(特商法 58 条 1 項)。

本件の原告には、コンビニの個人経営者がいましたが、この原告については、自宅に置いたパソコンを使用していたことなどを認めて、「事業所等によらないで行う個人」と判断されました。

また、会社の代表取締役をしている原告もいましたが、本件契約は会社ではなく個人名義であること、会社の業務は遊技機の販売、修理などであり、ネットショップでの商品販売は会社の業務に属しないこと、などの事情に基づいて、この原告も「事業所等によらないで行う個人」として業務を行っていたとされました。

(3) 商品販売利益の控除など

本件では、原告がネットショップでの商品の販売利益が存在したため、A社は、その利益の金額を請求額から控除すべきだと主張しました。

これについて、判決では、原告が取得した利益は、原告が現実に従事した業務により対価として取得したもので、クーリング・オフによる解除によって覆滅されるものではなく、原告の原状回復請求権の額から控除すべき理由はないとして斥けています。

また、A社は、原告が自ら損害を拡大させる行動をとったものだと、民法 722 条(過失相殺)を類推して、40%程度の減額をすべきだとも主張していましたが、これについても、原状回復請求権は損害賠償請求権ではなく、民法 722 条を類推適用する余地はないとしました。

3 本判決の意義及び別訴訟判決

本判決は、業務提供誘引販売の該当性を検討するにあたり、具体的な契約内容を検討して、ネットショップの実質的な運営主体はA社であるとして、原告が行うべき作業が、A社が「自ら提供を行い又はあっせんを行う業務」に該当するとしたものです。

悪質ドロップシッピング商法の業者は多数存在していましたし、その契約の内容や運営の実態は必ずしも同じではありません。したがって、この判決の判断内容を前提とすれば、それぞれの具体的な契約の内容や運営実態において、ネットショップの実質

的な運営主体が誰と見ることができると、という点がポイントになることとなります。大阪の弁護団が別のB社を被告とした裁判でも同様の判断がなされています(平成 23 年 12 月 12 日東京地裁判決。未公開)。

しかし、同じく大阪の弁護団が別の事業者C社を被告とした裁判の判決(平成 23 年 7 月 4 日大阪地裁判決。未公開。当職本年 7 月 25 日付ブログ記事からリンク

<http://stuvwxyz.cocolog-nifty.com/blog/2011/07/post-2f6e.html>)は、業務提供誘引販売の該当性は認められたものの、少し違った判断をしています(この裁判は、C社の営業所も閉鎖されC社に対する訴状送達ができず、公示送達手続によった手続ですので、C社側からの反論等は全くなされていない判決です。但し、合議部判決です)。

この判決では、運営主体が誰かという判断枠組みではなく、特商法 51 条 1 項の趣旨に照らせば「ある業務が、役務の提供等を行う事業者が自ら提供を行うものであるというためには、当該事業者が、当該業務に係る事業の主体であることがその不可欠の要素になるということとはできず、むしろ、当該業務に当該事業者が関与し影響力を及ぼすことを通じて、相手方をしてその收受し得る利益が事業者より保証されるかのように期待させる程度に、事業者が当該業務に関与し、相手方が收受し得る利益について影響力を及ぼすものであるか否かという観点から、当該業務が事業者から提供されたものであるか否かを判断すべきである。」としました。この判断によれば、運営主体かどうかということは決定的な問題ではないことになり、業務提供誘引販売の範囲をより広く解しているように考えられます。

ただ、「影響力」「利益を期待させる程度に関与」というのは、かなり抽象的な判断であり、この判断の幅によっては、「実質的な運営主体かどうか」という判断とあまり変わらない結論となるのではないかと思います。実際に、このC社の判決でも、原告の業務は、業者の用意したドロップシッピング方式によるシステムに組み込まれ、その下でのみ行い得るものであり、予めほぼ定型化され、商品構成や価格決定権限もC社の設定した仕組みの枠内で認められるにとどまるものであり、利益もC社の設定する仕入価格により左右されるものであるなどという事情を判断材料に用いていますので、具体的な判断内容は、A社に対する判決とあまり変わらないようにも思えます。