

II 個別クレジット

4 割賦販売法の適用除外事由としての「営業のために若しくは営業として」

尾島茂樹

金沢大学教授

①東京地判平31・3・27 平29(ワ)16008号 立替払金請求事件 2019WLJPCA03278038

②東京地判令元・12・20 令元(レ)394号 分割払金請求控訴事件 2019WLJPCA12208022

●——事実の概要

〔①事件〕 レッスンプロとしてゴルフスクールを経営するY₁は、A₁がそのゴルフスクールのホームページ（以下、「HP」という）の作成、管理等を行い、これに対しY₁が毎月8万余円を支払う契約を締結した。また、Y₁とA₁は、A₁がY₁のHP上に広告を掲載し、広告料を上記費用と同額とする契約を締結したが、HPの作成、管理等の代金を支払うためY₁がA₁から「MAソフト」を購入するとして、Y₁はクレジット会社X₁との間で現金価格：592万円余、分割手数料：134万円余の立替払契約（以下、「本件立替払契約」という）を締結した（要するに、Y₁としては、形式的にはソフト購入代金とされたA₁に支払うHP作成、管理等の代金は、A₁からの広告料で相殺されると考えていた）。

Y₁が支払いを止めたので、X₁はY₁に対し残金の支払いを請求した。これに対し、Y₁は、本件立替払契約は①成立していない、②錯誤により無効、③割賦販売法（以下、「割販法」という）により支払義務はない（調査義務違反による無効：割販法35条の3の5、不実告知による取消し：割販法35条の3の16、書

面交付義務違反による申込みの撤回：割販法35条の3の9、抗弁の対抗：割販法35条の3の19）、④X₁の請求は信義則違反であるとして支払義務を争った（以下、③のみを扱い、かつ「業務提供誘引販売個人契約」の再除外は扱わない）。これに対し、X₁は、本件立替払契約がY₁にとって「営業のために」締結された契約に係る取引であり（以下、「営業該当性」という）、適用除外の対象になる（割販法35条の3の60第2項1号）と主張した。

〔②事件〕 A₂は、株式会社Y₂₋₁（代表取締役Y₂₋₂。以下、まとめて「Y₂ら」ということがある）に対し、コンピュータソフト（マーケティングツール）（以下、「本件商品」という）を販売し（以下、「本件売買契約」という）。A₂の販売員は本件商品の効能等について不実のことを告げたようである）、Y₂₋₁は、この代金支払いのためにX₂との間で立替払金185万円余、分割手数料21万円余の立替払契約を締結し、Y₂₋₂は、これを連帯保証した。X₂からの請求に対し、Y₂らは、本件売買契約は、詐欺により取り消すことができ、あるいは錯誤により無効であり、割販法35条の3の19第1項により支払いを拒絶できると主張した。これに対し、X₂は、Y₂₋₁が「営業のた

めに」本件売買契約を締結したとして、適用除外を主張した（割賦法35条の3の60第2項1号）（以下、営業該当性のみを扱う）。

●——判旨

〔①事件〕請求認容

「関連法令の定め等（割賦販売法の適用）／……『営業のために若しくは営業として締結する』契約に係る『個別信用購入あつせん』取引については、割賦販売法の第三章の規定の適用が除外される（……）、Y₁は、ゴルフのレッスンプロとして個人でゴルフスクールを運営しており（……）、同ゴルフスクールのホームページの作成等のために契約をしたものであるから（……）、本件立替払契約は、Y₁にとって『営業のために』締結された契約に係る取引であり、適用除外の対象となる。」

〔②事件〕控訴棄却（請求認容）

「(1) 証拠（……）及び弁論の全趣旨によれば、本件売買契約を結んだ当時、Y₂₋₁は、商業登記簿上の本店所在地である控訴人Y₂₋₂の住居とは別に、横浜市 a 区 β においてレストラン「(商号)」(以下「本件店舗」という。)を経営し、Y₂₋₂は本件店舗においてオーナーシェフとして働いていたこと、本件商品は、本件店舗の従業員が本件店舗に持ち込んだパソコンにインストールされ、当該従業員が当該パソコンを操作して本件商品を動かし、本件店舗の宣伝のためのウェブページ等を作成していたことが認められ、このような事実によれば、Y₂₋₁は、Y₂₋₁の営業のために本件売買契約を結んだこと（再抗弁事実）が認められる。」

●——研究

1 はじめに

本稿は判例研究であるが、対象判決が下級審判決であり、事実の評価に関する判示が中心である。そこで、本稿では、対象2判決が共通して争点とする割賦販売法における「営業のために若しくは営業として」について、従来の裁判例における対象判決の意義・位置づけを検討するため、関連判決を広く収集し、裁判例の判断要素を抽出することとした。結論からいえば、対象2判決の位置づけは、この問題についての関連判決を付け加えるというものであり、従来の裁判例の延長上にあると評価できる。

2 規定の趣旨

割賦法35条の3の60第2項1号は「営業のために若しくは営業として」締結された契約に係るものを割賦法3章の適用除外とする（同様の規定は、同法8条1号、35条の3の60第1項1号にもある）。このような適用除外が定められる理由は、割賦法が一般消費者を保護するための法律であり、取引の特殊性により割賦法を適用することによりかえって消費者利益を侵害するおそれがあるものなどについては、適用を全面的に除外することがふさわしいからと説明される（経済産業省商務情報政策局商務・サービスグループ商取引監督課編『割賦販売法の解説（平成28年改正対応版）』（2020）304頁及び89頁以下。以下の記述はこれによる）。そして、「『営業のために若しくは営業として』とは、割賦販売が、その相手方にとって、営利の目的をもって、かつ、事業のために又は事業の一環として行われることを意味する」、「営利の目的は、……利益を

あげる目的を有するかにより判断され、内心の意図によってではなく、客観的に判断されるべき性質のものである。また、事業性については、反復・継続して行う意思をもって行為が行われるかにより判断されるものであって、こちらも内心の意図によってではなく、客観的に判断されるべき性質のものである、「個人であっても、個人事業主の立場で、商品を購入し又は役務の提供を受ける場合には、『営業のために若しくは営業として』に該当するものと考えられる。個人事業主への該当性の判断にあたっては、個人事業主としての確定申告の有無も重要な判断材料の一つとなるであろう」と説明される。結局、基準は、営利目的と事業性である。

なお、従来は、同様の趣旨で適用除外とする規定では「購入者のために商行為となる場合」を除外するとされた（現在も残るものとして、たとえば、特定商取引法（以下、「特商法」という）59条2項、改正されたものとして、たとえば、平成20年改正前割賦法30条の4第4項2号）。しかし、商行為を基準とすると、たとえば、1回の取引でも商行為となる絶対的商行為も適用除外とされることになり、このような形式的な適用除外では取引に不慣れな者の保護という法の目的を達成できない。このような不都合を避けるため「商行為」に代えて「営業のために若しくは営業として」を要件とするよう改正され、適用除外の該当性について、より実質的判断ができるようになった。

3 従来の裁判例

割賦法35条の3の60第2項1号の適用除外に関する具体的判断基準を抽出するため、下級審判決を広く収集することとした（末尾に

掲げる【別表】参照。同様の文言の規定である特商法26条1項1号（改正前訪問販売法10条1項）に関するものは、最後に述べる問題意識及び紙幅の関係で掲載しない。また消費者契約法の「消費者」について「営業」と関連づける見解も有力であるが、抽出の対象外とした）。この適用除外の趣旨として、近時の裁判例には、上記経産省の解説と同趣旨を説くものがある（【別表】12判決）。明示しない裁判例も含め、抽象的なレベルでは、このような判断枠組みについては異論がないものと考えられる。

問題は、営業該当性をどのような具体的事実から判断するかにある。収集した裁判例によれば、認定にかかわる事実は、内容によりいくつかに分類でき、いくつかの観点から営業該当性を判断している。そこで、分類では、「基礎付け事実」、「内容により基礎付け事実となる事実」に区別することとした。この視点から従来の裁判例で考慮されている事実を抽出したのが【別表】である。「営業として」の該当性は比較的容易に判定できるため、問題となるのは、ほとんど「営業のために」の該当性である。以下、各要素について若干のコメントをする。

まず、営業該当性の判断のあり方については、適用除外の基準を「商行為」から営業該当性に改正した趣旨に鑑みれば、それを実質的、総合的、客観的に判断する裁判例のあり方は規定の趣旨に合致しており、これを支持すべきと考える。

営業該当性を基礎付ける事実については、以下の指摘が可能である。購入者が会社である場合、会社が商人であること（会社法5条、商法4条1項）を基礎とし、商人の行為は、

その営業のためにするものと推定される（商法503条2項）ことから、営業該当性について購入者に反証を課す判決がある（【別表】3、7、9判決）。また、経費計上を基礎付け事実としたものがある（【別表】12判決）。上記のように、経費計上は立法担当者の解説でも言及される判断要素であるが、（ここでの直接の検討対象ではないものの）特商法26条1項1号については決定的な要素としないとするものが多数あるので、別途、考慮が必要であることは指摘しておく。

内容により基礎付け事実となる事実については、以下のように分類できる。従来から営業のために目的物を使用しており、それを買換えた場合などは基礎付け事実となり（契約前の契約目的の状況）、目的物が営業に利用されていること（営業にどの程度使用するか）や自宅でなく事務所に設置されていること（設置場所）（契約後の契約目的の状況）が問題とされ、重要な判断要素となる。また、契約主体の借入額や売上額が大きければ営業該当性の基礎付け事実として考慮される（営業規模）。さらには、目的物がどの程度営業に使用される性質のものか、どの程度営業に必要なものかが考慮される（契約目的の性質・必要性）。さらに重要な要素は、営業に利用する前提で契約が締結されていること（契約をした趣旨・経緯・目的）である。結局、具体的契約状況に関する事実により「営業」該当性を判断しているといえる。

その他、上記のような基準から形式的には営業該当性を肯定しつつ、販売業者の行為のあり方を考慮し、信義則により適用除外を否定した事例がある（【別表】10判決）。

4 対象判決についての若干のコメント

〔①事件〕判決は、購入者がゴルフスクールを運営しており、そのゴルフスクールのHPの作成等のために契約したとして、営業該当性を認めた。ゴルフスクールは営利事業として運営されており、継続して事業を営んでいるといえる。その事業のHPは、事業の公への周知のためと評価でき、事業の宣伝目的があると評価できるから、HPの作成自体は、営利の目的があると評価できる。【別表】の判断基準の分類によれば、契約をした趣旨・経緯・目的により営業該当性が認められることになる。従って、ゴルフスクールのHPの作成等のための契約は営業のためになされたとして評価できる。

なお、形式上営業行為に該当しても、錯誤無効などの抗弁事由がその程度を越えて公序良俗に反し極めて違法性が高い場合、あるいは信義則上、適用除外規定を適用すべきではないとするような特段の事情がある場合には、適用除外規定の適用がないと解するのが相当であるとする裁判例がある（【別表】10判決）。ただ、この事案では、事実上、販売者に契約履行の可能性がないにもかかわらず個人事業者を狙って悪質な勧誘行為をしたことをとらえて信義則違反とされており、①事件と同程度の悪質性があるかについては疑問が残る。①事件では、公序良俗違反、信義則違反は認定できないだろう。①事件では、「営業のために」契約が締結されたことは否定しがたいと考える。

〔②事件〕契約目的物がマーケティングツールであることからすると、事業に利用する目的をもって購入したことは明らかであろうが、判決は特にこの点は指摘せず、契約目的物が住居とは別のレストランに設置されたパ

ソコンにインストールされ、レストランの従業員が店舗の宣伝のためのHPを作成していたとして、営業該当性を認めた。【別表】の判断基準の分類によれば、契約後の契約目的の状況により営業該当性を認めたことになるが、判示に指摘のない、契約をした趣旨・経緯・目的も理由とすることができるだろう。②事件では、マーケティングツールの購入は「営業のために」されたと評価できる。

5 おわりに

割賦法35条の3の60に定められる適用除外は「営業のために若しくは営業として」を要件として定められる。法律としては当事者の属性にかかわらず適用となるものであり、個々の取引の営業該当性が問題となる。同様の文言の規定は、特商法26条1項にもある。従来は、「消費者保護」を目的とする法律として両者に差異がないものとして検討されることが多かった。しかし、そもそも両法の適用要件が異なっているので、適用場面が異なり、さらに、適用除外が、特商法では主にクーリングオフの適用を巡って争われるのに対し、割賦法では契約解消のほか抗弁の対抗も問題となるので、このような両法の主な適用場面での効果の相違により、営業該当性の判断に相違があり得るかもしれない。特に特商法では、経費計上が適用除外を否定する重要な要素と見られていないようである。今後の検討課題である。

また、「営業のために」という文言の意義の検討に当たっては、議論の蓄積のある商法503条1項に関する議論を参照すべきかもしれない。ただ、割賦法では法適用からの適用除外を問題としているのに対し、商法503条1項では商行為への取り込みを問題としてい

る点で論理が逆方法にあるともいえる。商法の参照、検討に当たり、注意が必要である。

さらには、営業該当性判断と消費者該当性判断の平準化が議論されている。すべて「消費者保護」法として括れば、関連する法において適用範囲を揃えることは目指す方向ともいえる。これに対し、それぞれの法目的や法形式が異なれば、適用の有無の判断の基準が異なることは、十分あり得るともいえる。たとえば、「消費者」は主体の問題だが、「営業該当性」は取引内容の問題だから別問題ともいえる。他方で、事業者の「事業として又は事業のために」は、営利性を除き「営業として又は営業のために」と共通に判断できるかもしれない。今後、重要な課題として検討していく必要がある。

[参考文献]

本文に引用したもののほか、渡辺達徳「判批」CCR 9号45頁以下（特商法及び消費者概念を主題とする関連文献は割愛した）。

④割賦販売法の適用除外事由としての「営業のために若しくは営業として」

【別表】

	判決年月日	裁判所／裁判 (掲載誌)	事件番号	TKC文献 番号	該当性		購入者の「業務」	対象となる 契約内容
					営業の ために	営業 として		
1	H25.1.25	東京地判	平24(ワ)24349	25510285	○		花屋	ネットショップ開設準備委託
2	H25.3.25	東京地判	平24(ワ)25005	25518833	○		学校法人	顧客管理ソフト
3	H25.4.23	東京地判	平24(ワ)7941	25512311	○		市場調査及び経営コンサルタント目的の会社(個人用・家庭用に使用と主張)	自動車の購入
4	H27.1.13	東京地判	平25(ワ)8606、 平25(ワ)12318	25524445	○		電気通信事業法等に定める関連事業を目的とする株式会社	自動車(購入した自動車を処分して金融を得る目的)の購入
5	H27.7.16	東京地判	平26(ワ)9177	25531148	○		エステ	通信顧客管理ソフト(販売促進等に使用)
6	H27.11.9	東京地判	平26(ワ)5100	25532722	○		惣菜の卸・販売の会社	自動車(高級外車であるが、このこと自体は問題としない)の購入
7	H27.11.30	東京地判	平26(ワ)8028	25534986	○	?	グラフィックデザイン、ディスプレイデザインの企画、制作、印刷業等を目的とする会社(自動車、自動車部品の購入、販売も目的として掲げられる)	自動車(高級外車)の購入
8	H29.11.29	東京高判 (判時2386-33)	平29(ネ)1061	25561964	○		(退職後の簡単な仕事を探していた)	ネットショップ用HP製作
9	H30.8.28	東京地判	平28(ワ)30783	25556944	○		中古自動車等販売修理リース事業等をする会社	自動車の購入
10	H30.9.27	松本簡判 (消費者法ニュース118-198)	平29(ハ)124	25562550	○→×		住居とは別に店舗を設けて美容院を経営	HP制作
11	H31.2.1	東京地判	平30(レ)246	25559821	○		ネイルサロン	視聴回数保証型動画制作(集客目的)
12	H31.3.1	東京地判	平29(ワ)1434、 平29(ワ)8389、 平29(ワ)38564	25559840	○		司法書士	事務機器販売、リース
13	H31.3.27	東京地判	平29(ワ)16008	25580758	○		ゴルフのレッスンプロ	HP制作・管理
14	R1.12.20	東京地判	令元(レ)394	25582318	○		住居とは別にレストランを経営する会社	パソコンソフト購入
15	R2.1.23	東京地判	平31(ワ)219	25583956	○		(トライクを購入し、賃貸してレンタル料を得る)	トライクの購入

④割賦販売法の適用除外事由としての「営業のために若しくは営業として」

営業該当性について考慮される事実							その他	関係条文	備考
基礎付け事実		内容により基礎付け事実となる事実							
会社	経費計上	契約前の契約目的の状況	契約後の契約目的の状況	営業規模	契約目的の性質・必要性	契約をした趣旨・経緯・目的	業者の行為		
								割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	
			基礎			基礎		特商法 26 条 1 項 1 号、割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号 (判決文に誤記)	
基礎								割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	会社の行為は営業のために購入したと推定され、推定を覆す事情なし
						基礎		割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	
			基礎		基礎	基礎		割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	
?			基礎		基礎			割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	自動車が営業に全く寄与しないとは考えられない
基礎			基礎		基礎			割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	会社の行為は商行為と推定されるが、会社の事業と無関係であるとの立証がされない
						基礎		割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	
基礎			基礎		基礎			割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	会社の行為は営業のために行うものと推定される。事業の中で人の移動に使用されることは十分に考えられ、これを排除する証拠はない 山本豊「キャッシュレス取引裁判例の動向 (平成 30 年)」CCR 9 号⑨判決 渡辺達徳「判批」CCR 9 号 45 頁
				基礎		基礎	考慮	割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	「営業のために若しくは営業として」されたものであったとしても、業者の行為の悪質性により、信義則上、適用除外規定を適用すべきでない
						基礎		割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	
	基礎	基礎	基礎	基礎				特商法 26 条 1 項 1 号 割賦法 8 条 割賦法 35 条の 3 の 60 第 1 項 1 号、2 項 1 号	山本豊「キャッシュレス取引裁判例の動向 (平成 31 年～令和 2 年 3 月)」CCR 10 号 (本誌) ⑦判決
						基礎		割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	対象判決①、上記「動向」CCR 10 号 (本誌) ⑧判決
			基礎					割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	対象判決②、上記「動向」CCR 10 号 (本誌) ⑨判決
						基礎		割賦法 35 条の 3 の 60 第 2 項 1 号	上記「動向」CCR 10 号 (本誌) ⑩判決