

## 電話機リース問題の構造(1)

弁護士 住田 浩史

### 第1 はじめに

近年、中小零細の自営業者を主なターゲットとして、「もうすぐデジタル回線に切り替わり、いままでの電話が使えなくなります」「電話代がいままでよりも安くなります」などとして、高額な電話機のリース契約を締結させる事件が相次ぎ、社会問題化している(電話機だけでなく、OA 機器やソフトウェアなど、リース物件の内容は多岐にわたっている)。

このような、いわゆる悪質電話機リース問題については、経済産業省が平成17年12月6日に、特定商取引法の通達改正、業界団体である社団法人リース事業協会への指導、相談窓口体制の強化などの方針を打ち出し、また、民事的な救済に向けても、大阪、京都、名古屋など各地で弁護士団が結成されるなどし、今日までに、裁判による解決例ないし訴訟外での解決例も一定集積されてきている。

本稿と次稿では、電話機リース問題を中心とした提携リースの問題構造について、裁判例等も紹介しながら、概観したい。まず、本稿では、提携リースの構造及び特定商取引法の適用について論じ、次稿において、提携リースにおけるリース業者のユーザーに対する責任について論ずることとする。

### 第2 提携リースの構造

リース契約の関係者は、リース業者(L)、サプライヤー(S)、ユーザー(U)の三者である。リース契約は、LがSからリース物件を取得した上でUに使用をさせ、その使用料としてUからリース料を取得するという無名契約(法形式上は、売買+賃貸借契約ともいわれる)であるが、経済的には、LのUに対する金融の性質を有する(ファイナンス・リース)といわれている。

このうち、いわゆる提携リースは、あらかじめLとSの間に一定の業務提携契約が締結され、たとえば、顧客の探知、契約締結の勧誘、リース契約申込書式の提示、契約内容の説明、リース対象物件の選定、納入時期、納入方法、研修時期、方法、保証内容、保証期間等、リース期間、及びリース料等の契約内容の決定、顧客からのリース契約申込みの意思表示

の受領、借受証の発行による契約諾否の通知等、本来Lが行うべきリース契約締結の一連の手続を、Sが代行して行うこととなる。

このような提携リースは、L・S両者の間に、強固な経済的な一体性が見られるのが特徴である。L・S両者の経済的相互依存関係は、次稿で紹介する裁判例の中でも、「割賦購入あっせんの場合の、販売業者と割賦購入あっせん業者との関係よりもさらに密接な関係」(神戸簡判平成16年6月25日、判例集未登載)と評価されるほど、緊密なのである。

すなわち、Sとしては、提携リースを利用することによって、Uに対して、一括払いではなかなか支払えないような高額の商品や役務提供にかかる契約の勧誘が可能となり、かつ、販売代金の回収はLから一括で支払われ、Uからのリース料回収はLに委ねればよいこととなる。また、Lは、通常、著名な企業ないしそのグループ企業であり、SはLのブランド力を利用することができるのである。他方、Lにとっても、顧客開拓や契約締結にかかる人的コストを削減しながら、広範囲にわたって多数かつ高額なリース契約の締結を行うことができ、また、割賦販売あっせん業者のように、顧客から抗弁権の接続(割賦販売法30条の4)を主張されて販売代金の回収が困難になるおそれ、法形式上は回避しているようにみえる。

今般社会問題化している電話機リースをはじめとした提携リースの問題を考えるにあたっては、まず、上記のL・S間の緊密な経済的相互依存関係に着目しなければならない。

### 第3 特定商取引法の適用

さて、提携リース、とくに電話機リースは、訪問販売によって、しかも不招請の勧誘によって締結されるケースが極めて多い。このような不招請の訪問販売自体、プライベートな空間に突然侵入してくる攻撃的な勧誘方法である。これは、悪質リフォームなど種々の悪質商法にも共通する問題でもあり、そのこと自体の問題性もよりクローズアップされてしかるべきであるように思えるが、このような場合に特定商取引法(以下「特商法」という。)上の訪問販売に該当するといえれば、クーリング・オフや取消権等の様々な法規制が及ぶこととなり、法的救済の可能性も広がる。

#### 1 Lは特商法上の販売業者といえるか

まず、提携リースの場合、LはUに対して直接リース物件を販売するわけではなく、直接Uに対

時するのはSのみである。よって、Lがはたして特商法上の「販売業者等」（特商法2条）に該当するのかが問題となり得よう。

しかしながら、上記のように、提携リースは、LとSが一体となって、リース物件をUに使用させるという契約なのであり、Sは、業務提携契約に基づきLの顧客開拓やUとの契約締結に至るまでの一連の行為の代行を行うのであるから、Sが訪問販売により顧客を開拓しようとしたときは、Sにこれを代行せしめその恩恵を被るLもまた、特商法上の「販売業者等」にあたるものというべきである。

これについては、経済産業省の通達「特定商取引に関する法律等の施行について」（以下「通達」という。）が、「例えばリース提携販売のように、『契約を締結し物品や役務を提供する者』と『訪問して契約の締結について勧誘する者』など、一定の仕組みの上での複数の者による勧誘・販売等であるが、総合してみれば一つの訪問販売を形成していると認められるような場合には、これらの複数の者は、いずれも販売業者等に該当する。」（通達p5）として、特商法の趣旨を確認している。

## 2 Uが事業者の場合は適用除外(特商法26条1項1号)されないか

次に問題となるのは、提携リースにおいては、Uが何らかの事業を営んでいることが多いため、特商法26条1項1号の「営業のために若しくは営業として」契約を締結した場合にあたり、特商法の適用除外取引となるのではないかという点である。

### (1) 立法趣旨

そもそも、特商法26条1項1号が「営業のために若しくは営業として」締結する取引を適用除外としているのはなぜであろうか。これは、特商法の立法目的が消費者保護にあり、契約当事者が当該購入にかかる商品や提供を受ける役務自体について豊富な知識ないし経験を有している場合は、むしろ私的自治又は業界の慣習に委ねるべきだからである。

また、特商法の前身である旧訪問販売法は、昭和63年以前には、「購入者のために商行為となるもの」を適用除外とする旨定めていたが、これが上記のとおり改正されたのは、金地金等を購入するような利殖商法の場合、購入者が一般消費者であってもその取引は絶対的商行為に該当してしまい特商法の適用除外になってしまうため、こうした利殖商法を特商法の適用範囲

に含むことを明確にすべく、現在と同じ文言に改正された。よって、営利性が前提となるという点は、立法時も改正後も変わらない。

よって、立法趣旨からすれば、①契約当事者の知識経験の有無ないし程度、②営利性の有無ないし程度が、適用除外取引となるかを分かつポイントとなりそうである。

### (2) 「営業として」（営業性）

まず「営業として」といえるかどうか、であるが、とくに、電話機リース契約の場合、「営業として」に当たるケースは考えがたい。電話機リースそれ自体を営業活動としようとする事業は想定できないからである。また、その他の提携リースにおいても、通常、Uが、リース契約の締結それ自体を営業活動とすることはほとんどないと思われる。

### (3) 「営業のために」（営業目的性）

次に、電話機リース契約がUにとって「営業のために」といえるかであるが、これについて判断したリーディングケースが、名古屋高判平成19年11月19日（消費者法ニュース74号）である。

名古屋高判平成19年11月19日は、U（個人の印刷業者）が締結した電話機リース契約について、特商法26条1項1号の「営業のために」に当たらないとし、結論として特商法上のクーリング・オフを認めたと、その理由としては、①控訴人の事業が零細であること、②電話機設置場所と住居との関連性が高いこと（電話機が設置された事務所は、もともとは自宅兼用であったという事情等）、③電話機と控訴人の事業との関連性が低いこと（控訴人の事業では電話機の機能が十分に使用されていないという事情等）を重視し、「営業のために」とはいえないとした。

また、電話機リースではなく販売という形態ではあるが、越谷簡判平成8年1月22日（消費者法ニュース27号p39）は、電話機販売業者が理髪店に高額の電話機を購入させた事案についてクーリング・オフが主張された事案である。この訴訟では、裁判所は、当該理髪店主が電話機等の知識や代金相場についての知識に乏しいことや、電話機の設置場所、営業規模、勧誘態様等を総合考慮して営業目的性を否定し、クーリング・オフを認めている。これも、上記名古屋高判とほぼ同様の枠組みにより判断している。

なお、寺院等の宗教法人がこのような提携

リース契約の勧誘を受ける場合があるが、宗教法人の活動はそもそも営利事業ではないため、営利性を前提とする特商法の適用除外の趣旨からして、26条1項1号の適用は考えられない。広島地判平成19年7月20日(判例集未登載)は、宗教法人等が「脱法的に営利を目的とした事業を行う」場合はともかく、そのような場合でなければ適用除外取引にはあたらないとして、Uの、電話機リース契約のクーリング・オフの主張を認めている。

このように、Uが何らかの事業を営んでいるという点のみをとらえて、リース契約を「営業のため若しくは営業として」契約したものと考え、特商法の趣旨からして妥当でない。上記通達においても、特商法26条1項1号について、「本号の趣旨は、契約の目的・内容が営業のためのものである場合に本法が適用されないという趣旨であって、契約の相手方の属性が事業者や法人である場合を一律に適用除外とするものではない。例えば、一見事業者名で契約を行っていても、購入商品や役務が、事業用というよりも主として個人用・家庭用に使用するためのものであった場合は、原則として本法は適用される。特に実質的に廃業していたり、事業実態がほとんどない零細事業者の場合には、本法が適用される可能性が高い。」として、その趣旨が確認されているところである。

以 上

---