

フランチャイズ契約終了後の競業避止義務について—再論—

長谷河 亜希子

- 1 はじめに
- 2 フランチャイズ・システム、フランチャイズ契約の定義
- 3 フランチャイズ契約における契約終了後の競業避止義務—その問題点の概要
- 4 米国法
- 5 日本法における契約終了後の競業避止義務規定の有効性判断枠組み
- 6 競業避止義務に関する日本の裁判例の問題点
- 7 おわりに

1 はじめに

約6年前のことであるが、フランチャイズ（以下F Cとする）契約終了後の競業避止義務に関する論文を執筆したことがある¹。しかしながら、その後、①F C契約終了後の競業避止義務の有効性に関する重要な考慮要因が抜け落ちている、②考慮要因をばらばらに列挙しただけで、各要因を関連付けた整理ができていない、③F C契約の中心的要素であるノウハウとの関係で当該義務の有効性を論じる必要があるのに、その分析がごく僅かである、④日本の判例に関しては紹介にとどまっており、分析に至っていないと気付いた。そのため、再度この問題を扱いたいと考えていたところ、あるF C契約終了後の競業避止義務訴訟²の被告（旧加盟店）側弁護士の方から、意見書の執筆を依頼された。そこで、それを契機として、再度この問題に取り組むことにした次第である。

本論文では、まず、米国のF C契約終了後の競業避止義務に関する分析を行う。米国では、当問題に関して多数の判例が蓄積されており、その判断枠組みが参考になるためである。その後、米国判例の分析を参考としつつ、日本法においては、いかなる判断枠組みで当該義務の有効性を判断すべきか、そして、その「あるべき法的判断枠組み」に従来の判例を当てはめた場合、どのように評価できるかについて述べていきたい。なお、競業避止義務は非常に強力なものであることから、契約に当該義務が明文で規定されていることを本論文の前提とする。また、本論文は、上記「不足分」に重点を置いて執筆するが、必要に応じて拙稿と重複する部分が出ることをお断りしたい。

2 フランチャイズ・システム、フランチャイズ契約の定義

F CやF CシステムおよびF C契約とはいかなるものかに関して、現在のところ確定された定義はないが、一般に、以下の諸定義が引用される。

(1) (社) 日本フランチャイズチェーン協会の定義によれば「フランチャイズとは、事業者（「フランチャイザー」と呼ぶ）が他の事業者（「フランチャイジー」と呼ぶ）との間に契約を結び、自己の商標、サービス・マーク、トレード・ネームその他の営業の象徴となる標識、および経営のノウハウを用いて、同一のイメージのもとに商品の販売その他の事業を行う権利を与え、一方、フランチャイジーはその見返りとして一定の対価を支払い、事業に必要な資金を投下してフランチャイザーの指導および援助のもとに事業を行う両者の継続的關係をいう」³とされている。

(2) 次に、立法上の定義としては、中小小売商業振興法の定義と、公正取引委員会（以下、「公取委」とする）のガイドラインの定義がある。

中小小売商業振興法11条に定められている特定連鎖化事業は、F Cビジネスをイメージして立法されたものである⁴。それによると特定連鎖化事業とは「連鎖化事業であって、当該連鎖化事業に係る約款に、加盟者に特定の商標、商号その他の表示を使用させる旨及び加盟者から加盟に際し加盟金、保証金その他の金銭を徴収する旨の定めがあるもの」であり、連鎖化事業とは、同法4条5項で「主として中小小売商業者に対し、定型的な約款による契約に基づき継続的に、商品を販売し、又は販売をあっせんし、かつ、経営に関する指導を行う事業をいう」とされている。

公取委の「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について（昭58・9・20、平14・4・24改定）」の「1 一般的な考え方」では「(1) フランチャイズ・システムの定義は様々であるが、一般的には、本部が加盟者に対して、特定の商標、商号等を使用する権利を与えるとともに、加盟者の物品販売、サービス提供その他の事業・経営について、統一的な方法で統制、指導、援助を行い、これらの対価として加盟者が本部に金銭を支払う事業形態であ」って、「(3) フランチャイズ・システムにおける取引関係の基本は、本部と加盟者との間のフランチャイズ契約であり、同契約は・・・統一的契約である」とされている。

(3) 以上の定義には多少の差異があるが、一般的に、F Cシステムを構成する要素として、①フランチャイザー（以下、「ザー」とする）とフランチャイジー（以下、「ジー」とする）が存在し、両者の間で継続的契約であるF C契約が締結され、そのF C契約には、②ザーの商標等の使用許諾、③ザーのノウハウ等の提供、④ジーによる対価の支払い、⑤ザーの経営指導・援助、⑥統一的なイメージの確保（主に、ザーのコントロールに服するジーの様々な義務として契約には現れる）が含まれていることが特徴として挙げられている。さらに、⑦そのF Cの関係を組織的・体系的に用いて行う事業の方法⁵がF Cシステムである。

3 フランチャイズ契約における契約終了後の競業避止義務—その問題点の概要

F C契約では、様々なジークの義務の一つとして、ジークに対し契約終了後の競業避止義務が課されていることが多い。すなわち、契約終了後の一定期間、ある地区で競業他社のF Cシステムに加盟することや、自ら同種事業を営むことが禁止されている。少々古いが、経済産業省の「フランチャイズ・チェーン事業経営実態調査報告書」(平14・10)によると、小売業では「なんら規制がない」が62.1%であったのに対し、外食業で73.0%、サービス業では51.6%のF C契約で契約終了後の競業避止義務が課されているとされる(76頁)。このF C契約終了後の競業避止義務をめぐっては、以下のようにジークとザーの利害衝突が非常に顕著なものとなるという問題点を指摘できる。

まず、①ジークは、契約中に多大な金銭と労力を自己の店舗経営に費やしている。②それにもかかわらず、現状では、契約終了に際してジークが手放すことになる自己の店舗に対して、ザーが金銭補償することはまずない。③その様な状況で、契約終了後、ジークは同種事業を営むことが出来ないとすると、ジークにとっては職業選択の自由や営業の自由といった憲法上の権利を制約されることとなる上に、店舗が自己所有物件である場合などには、物権的権利の利用が制限されることにもなる⁶。とりわけ競業避止の制限が広範なものである場合、ジークは生計を立てる道を失いかねない。④また、場合によっては、ジークであった期間中に十分な投資回収が出来ていない場合もあり、それにもかかわらず競業を禁止されるとなれば、投下資本回収上の不利益も生じるであろう⁷。

他方、ザーにしてみれば、営業秘密・ノウハウ・商圏の保護、消費者や顧客の混同防止、自己の他のジークの保護といった理由から、元ジークによる競業を禁止したいとのインセンティブが働く。その際、ノウハウが営業秘密に該当するものであれば、不正競争防止法による保護が受けられるし、非公知性等に欠ける等の理由で営業秘密に該当しないノウハウであっても、秘密保持契約によって保護しうるが、実際に不正利用されたことや契約違反をザーが立証するのは難しい場合があるとの理由から、ザーの立証責任軽減のために競業避止義務条項が利用される⁸。また、商圏そのものといった不正競争防止法では保護し難いものを保護するため、当該条項を設けている場合も多い⁹。

このように利害が対立するため、双方の利益・不利益の均衡を図る必要がある¹⁰。F C事業においては、ザーは、自己の商標の使用を許諾し、ノウハウ等をジークに提供しているが、一方でジークに資金・労力・時間等を提供してもらっているものであり、一方的に自己の利益を擁護できる立場にない(逆もまた然り)。F Cシステムの法的性質は、典型契約を基礎に考えると賃貸借的要素および準委任的要素を中心として、付随的に継続的売買の要素を含む継続的双務契約たる混合契約である¹¹、もしくは、基本的性格は双務有償契約であると考えられる¹²とされている。このような性質からしても、競業避止義務に関して、ザーとジークの利害のバランスが取れる地点を探る必要がある。また、F C契約に関しては、実際に契約を結び、加盟店として事業を始めてみないと、どれほどのノウハウ等をザーが提供してくれるのか分からないという問題が存在する¹³。したがって、契約終了時点で、競業避止義務の有効性が問われる必要がある場合も少なくないと思う。

以下では、F C 契約終了後の競業避止義務の有効性を問う「法的枠組」みについて、F C 発祥の地である米国の競業避止義務に関する判例から検討をはじめることとする。

4 米国法¹⁴

4.1 概説

米国では、1993年時点で、98%のF C 契約で契約終了後の競業避止義務が課されている¹⁵。そのため、米国でも大きな問題となり、相当数の判例が蓄積されてきた。米国では、当該義務規定は、連邦反トラスト法、州のF C 関係規制法、契約法で規制される可能性があるが、このうち、連邦反トラスト法に関しては、当該義務が競争制限的でない限りは違法とされないことから、規制される事例はまれである¹⁶。F C 法に関しては、業種を限定せずF C 一般を規制する連邦法は存在しないが、およそ18の州では、F C 一般を規制対象とするF C 関係規制法を制定しており、そのうち5州ほどでは、競業避止義務に関する規制を盛り込んでいるが、判例は存在しない模様である¹⁷。従って、以下のように、当該義務の規制に関しては契約法が主たる役割を果たしている。

4.2 契約法による規制

4.2.1 概説

第二次契約法リステイトメント¹⁸によると、競業避止条項は、以下のような判断枠組みでその合理性が判断されることとなる¹⁹。それは①その他の点では合法であるF C 契約に付随していること (§187)、② (a) 受約者であるザーを保護するのに必要であり (§188 (1) (a))、(b) 公共の利益に反しないこと (§188 (1) (b))、③期間・内容・地域において合理的であること (§186) である。

まず、①については、通常、当該条項はF C 契約に付随しており、F C 契約が有効ならばこの要件は比較的容易に満たされる²⁰。② (b) は、当該条項が反競争的か否かが最大の考慮要因となり、主に反トラスト法上の問題となる。従って、契約法上重要な問題は、② (a) のザーの利益と③の内容の合理性との関係である。通常、米国では、競業避止義務がザーの正当な利益を保護するために必要であり、期間・地域・業種において合理的である場合には有効とされている²¹。とりわけ問題となるのは、期間・地域であるため、ザーの利益とこれらとの関係を中心に述べる²²。

2003年までで、およそ29州の州裁判所もしくは連邦裁判所で、F C 契約終了後の競業避止義務に関する判決が下されている。州によって当該義務に対する態度に多少の差はある²³が、米国においても労働契約における競業避止義務とF C 契約における競業避止義務を類似のものと見て規制をしている州は多い²⁴。そして、F C 契約終了後の競業避止義務が有効と認められるには、ジーに当該義務を課すに値する「ザーの正当な利益」の存在が必要とされている。そこで、以下では、まず、いかなるものがその利益として認められてきたかを見てみたい。これまで、判例において正当な利益と認められてきたものは、主として以下の3つに分類できる。①F C システムそれ自体の維持のた

め(新しいジーの確保および他のジーへの悪影響を防止する観点も含む)、②トレード・シークレット、ノウハウ等の保護のため、③ザーの goodwill 保護のため(顧客との取引関係の保護を含む)、である。なお、goodwill については後に詳述するが、信用・暖簾・顧客関係等を指す。

4.2.2.「F Cシステムそれ自体の維持」という利益と競業避止義務

(1)判例上、F Cシステムの保護それ自体がザーの正当な利益とされている。そして、F Cシステム保護のためには、当該地区でザーが元ジーに代えて新ジーを設置できることが必要であるし、他の既存のジーの利益を保護する必要もあることから、それらが併せて「利益」とされることも多い²⁵。

例えば、コネティカット州では、通常、次の事例のように、判決で「正当な利益テスト」が論じられている²⁶。Carvel Corp. v. Depaola (Not Reported in A.2d, 2001 WL 528203 (Conn.Super.))は、ジーがザー (Carvel) と F C 契約を締結し、アイスクリーム店を営んでいたが、契約終了後もその場で営業を継続したため、ザーが暫定的差止命令を求めたものである。契約では、契約終了後3年間当該店舗の所在地およびその2マイル内での競業が禁止されていた。裁判所は、ザーは、ノウハウ、トレード・シークレット、goodwill そして F C システムの統一性を保護することに正当な利益を有するとし、ジーがロイヤリティを支払わずに、ザー独自の情報を使い続けるとすれば、F C システムの無欠性が損なわれるであろうと述べ、ザーの申し立てを認めている。

次に、オハイオ州の事例を挙げる。Economou v. Physicians Weight Loss Centers, 756 F. Supp. 1024 (N.D.Ohio 1991) は、減量センター F C の元ジーらがザーの契約違反等を主張して提訴したところ、ザーが元ジーらは契約終了後も同様の事業を営んでいるとして、暫定的差止命令を求めた事例である。契約では、承認された地点から50マイル、1年間(別タイプの契約書では3年間)の競業が禁止されていた。裁判所は、ザーの goodwill が害されるおそれや、消費者の混同の危険性等を挙げた後、明らかにより重要なザーの事業上の利益として、事業そのものの存続を挙げ、制限の範囲・期間も合理的だとしてザーの申し立てを認めた(ただし3年間のタイプは1年間に修正)。

最後に、ペンシルベニア州の事例を挙げる。Piercing Pagoda v. Hoffner, 465 Pa. 500, 351 A.2d 207 (Pa. 1976) は、ピアス・イヤリング等の小売店 F C に加盟していたジーが契約終了後も同種事業を営んでいるとして、ザーが競業避止義務の執行を求めてエクイティ上の訴えを提起したものである。契約では、契約終了後、他のジーの店舗から30マイル3年間、本件ジーの店舗所在地で1年間の競業が禁止されていた。裁判所は、既存の F C が(ザーの) 正当な事業上の利益であり、それゆえに保護しうるとし、さらに、元ジーが営業を継続すると、ザーが他のジーをそのテリトリー内で確保する能力に悪影響を与えるととして、一部修正のうえ競業避止義務の有効性を認めた。

(2)米国では、上で挙げた F C システムの維持や、それに必要な他のジーの保護もしくは新ジーの設置を根本的なザーの正当な利益と見ており、競業避止義務を課すためには、この根本的な利益の存在が必須とされているように見受けられる。というのも、以下のように、当該義務を課すには、他のジーがその地域にいて、すなわちその地域に F C システムが存在しており、チェーン展開

されていることが必要で、それが存在しない場合には、当該地域で、元ジーとの競争から保護すべきザーの正当な事業上の利益が存在するとはいえないとされる可能性が非常に高いためである。

この点を州法で明確にしているのが、フロリダ州法である。**Florida Statue §542.335 (1) (g) 2**は、競業避止義務の適用可能性について判断する際には、適用を求める側が、もはやそのエリアで当該義務の対象事業を営んでいないという事実を裁判所は考慮しうると規定している。

当該条文が引用された事例として、**Pirtek, USA LLC vs. Michael Whitehead and Fluid Services, Inc., 2006 U.S. Dist. LEXIS 45666; 2006-1 Trade Cas. (CCH) P75, 259**を紹介する。

本件は、住宅設備の備え付け・修繕ビジネスのF C契約が問題となった事例であり、フロリダ州法が適用されると契約で規定されていた。元ジー（アラバマ州の**Mobile**と**Baldwin**郡等がテリトリー）が、店舗名等は変更したものの、契約終了後も同地点で営業を継続したことから、ザーが、元ジーを相手取り、競争避止義務条項違反等で、暫定的差止命令を求めたものである。契約では、終了後2年間、ジーのテリトリーの15マイル以内で競業することが禁じられていた。

判決は、**Florida Statue §542.335 (1) (g) 2**を元ジーの防禦として考慮しうるとしている。そして、ザーが現在**Mobile**地区でF Cを展開していない上に、一番近い**Pirtek**のセンターは約150マイル離れていると指摘する。判決は更に、ザーは、元ジーが競業している**Mobile**へは誰も来たがらないため、当地区ではザーが再F C（新ジーを設置する）を出来ないと主張するが、以前、ザーの社長は「**Pirtek**は**Mobile**において再F Cをする機会がない。というのも、他の多くのものがお膳立てされていたためだ」と証言したにもかかわらず、**Mobile**地区やその周辺に**Pirtek**のセンターがないということは、競業避止義務が、ザーの利益を保護するのに合理的に必要であるとの認定には不利に作用するとする。以上より、ザーは当地区での競争から保護すべき正当な事業上の利益が存在するとの立証に成功していない、としてザーの訴えを認めなかった（他州にはF C店が多数ある。また、アラバマ州にはF C店はないが、ザーが**Target Market**に指定している：筆者注）。

その他、同様の事例として、以下に二つ挙げる。

① **O.V. Marketing Assocs. v. Carter, 766 F. Supp. 960 (D. Kan. 1991)** は、スポーツ用品販売店の元ジーが契約終了後も店名は変更したが、従前の店舗の近隣で競業しているとして、ザーが暫定的差止を申し立てた事例である。契約は、契約終了後3年間、他のジーの店舗の50マイル以内での競業を禁じていた。裁判所は、**goodwill**、トレード・シークレット、そして、そのテリトリー内に新ジーを獲得できることを競業避止義務で保護しうるザーの利益と認めている。その上で、ザーは、元ジーが**goodwill**とトレード・シークレットを流用して、不正な競争を継続していることを証明していないとした。本件では、顧客リストは元ジーが作成していた上に、元ジーは経営のための独特のトレーニングをザーから受けておらず、元ジーは主に自らの経験や、F C店の経営で習得したものに頼っていた。また、元ジーは、ザー主張のトレード・シークレットを使っておらず、なおかつそれは小売店の一般的知識の範囲内なので、厳格な保護に値しないとしてもいる。そして別の批判すべき点として、現在ザーは他のジーを有しておらず、新規募集もしておらず（直営店はあ

る)、当地区に新ジーを設置するという利益を有していない点を挙げ、他のジーがない以上、当条項の抑止的価値は失われているとする。以上の理由によりザーの申し立てを認めなかった。

② *Physicians Weight Loss Centers v. Creighton*, 1992 U.S. Dist. LEXIS 12720 は、減量センターFCのジーらが、解約後も営業を継続したため、ザーが、ジーらの競業避止義務違反等を理由として提訴したものである。本件では、New England 地区に以前は35のジーが存在していたが、ザーが当該義務の適用を求めた時点で、同義務によりカバーされる New Hampshire (New England の一地域)において、ザーは他のジーを有していなかった(ジーらが脱退した時点で New England 地区には2店舗が残っていた)。そのため、裁判所は本件規定を適用することは非合理的だ、すなわち、当該規定を適用しても、ザーを競争から保護する役割を果たさないとしている²⁷。なお、前述の *Economou* 事件(ザーが本件と同一である)の場合には、本件より早い時期の事例であり、この場合には競争に対する真の脅威が存在すると推定したのは合理的であったと判決は述べている。

4.2.3. トレード・シークレット、ノウハウ等の保護と競業避止義務規定の合理性

(1)競業避止義務によって保護されることが認められるザーの「情報」としては、判例によっては、厳密にトレード・シークレットの要件に該当するもののみとする場合もあるようだが、一般的には、いわゆるノウハウ等も保護対象として認められる場合が多い。ただし、後述の諸判決からすると、厳密にはトレード・シークレットに該当しないものであっても、トレード・シークレットに似通った、ある程度の有用性・非公知性・秘密管理性といった要件(さらに、場合によっては、実際にザーのノウハウ等が流用されていること)を満たすことが必要とされていることが窺われる。

米国におけるトレード・シークレットの定義は、米国の統一トレード・シークレット法²⁸によると「製法・型(pattern)・編集物・プログラム・装置・方法・技術・プロセスを含む情報であって、(1)その情報の開示または使用により経済的価値を得る事ができる他の者に一般的に知られていないため、及び、正当な手段によって容易に調べることができないために、現実のまたは潜在的な独立した経済的価値が得られるもの、(2)秘密(性)を保持するために、置かれている状況下で、適切な努力がなされているもの」とされている。FCにおいては、製法・顧客名簿、商品や原材料の仕入先リストなどがトレード・シークレットに該当しうるとされる²⁹。

具体的な判断方法として、例えば、以下の判例では、有用性がある点と情報の秘密性を保護する手段を設けていた点等から、トレード・シークレットであると判断し、さらにそのトレード・シークレットが実際に流用されていたという事実を挙げ、ザーによる差止の申し立てを認めている。

Gold Messenger, Inc. v. McGuay, 937 P.2d 907, 911 (Colo.App. 1997) は、広告チラシ業FCの元ジーのパートナー(契約書にサインはしていないが元ジーの店舗経営に加わっていた)が、ほぼ同じ地区で競業しているとして、ザーが競業避止義務の適用を求めて提訴した事例である。地裁は暫定的差止を認めたため、被告が上訴した。契約では、契約終了後3年間、FCのテリトリーの50マイル内での競業が禁止されていた。被告は、本件で問題となっている情報(ザー提供のマニュア

ル)はトレード・シークレットを構成しないと主張したが、裁判所は、ザーがマニュアルの版權を有していること、契約書に情報・知識・ノウハウは秘密とみなすと明記されていること、そのマニュアルが他の競争者に対する優位性を提供しており、加えて、契約終了後も被告がマニュアルを有していた間、被告の発行物はザーのものに酷似していたこと等から、被告の主張を認めなかった。

(2) 逆に、保護の対象として主張される情報が、以下の①～④のような場合には、それが競業避止義務規定の有効性や適用可能性を認めない要素として働くことが分かる。

① トレード・シークレットやノウハウと称されるものが、公知であったり、そのFCに特有のものではない場合³⁰。

Scott v. Snelling & Snelling, Inc., 732 F. Supp. 1034 (N.D. Cal. 1990) では、人材派遣業のFCのジーが、競業行為開始し、契約終了後も営業を継続した。ジーがザーの契約違反による損害賠償等を求めて提訴したのに対して、契約書では、契約終了後2年間、元ジーの事務所の半径10マイル以内での競業が禁止されていたことから、ザーは競業行為の差止と損害賠償を求めて反訴した。ザーは、①顧客リスト、②事業形態・手法、③派遣従業員のリストをトレード・シークレットだと主張した。これに対して裁判所は、①について、人材派遣業の顧客一般(潜在的顧客を指すようである：筆者注)は、公の資料から容易に発見しうるし、本件顧客リスト(実際の派遣先企業)は、元ジーらが自らの努力と知識と事業上の接触を通じて作り上げてきたことが証明されている、②は業界で広く用いられている手法である、③は元ジーらが作り上げたものである上に、リストは非独占的で、派遣従業員らは他の多くの人材派遣業にも登録していることが元ジーにより示されているとし、ザーにトレード・シークレットがないとして競業避止義務の有効性を認めなかった。

Winston Franchise Corp. v. Williams, 1992 U.S. Dist. LEXIS 216 は、人材派遣業のライセンサーYが、契約終了後も営業を継続したため、ライセンサーXが暫定的差止命令等を求めたものである。契約では、契約終了後3年間、米国全土での競業が禁じられていた。裁判所は、(本件人材派遣は食品小売、薬局、食料品製造業、ヘルスケア産業に特化していたが)人材派遣の技法はあらゆる産業で一般的なものであること、Xのビジネスの手法はトレード・シークレットの水準に達しておらず、セミナー、トレーニング、情報交換システム(仕事の情報や派遣希望者の情報を、Xもしくは他のライセンサーを通じて交換する)は、他の人材派遣FC等も行っていることが明らかであること等を指摘して、競業に関する暫定的差止を認めなかった。ただし、過去の顧客および潜在的顧客は秘密ではなく保護されうるものではないが、契約期間中の派遣希望者のファイル等はXに引き渡すように命じている(しかし、リスト掲載者からYに接触することは許されるとしている)。

② トレード・シークレットやノウハウと称されるものが容易に入手できる場合³¹。

③ ノウハウ等と称されるものが、それほど高度なものではない場合。

Fine v. Property Damage Appraisers, 393 F. Supp. 1304, 1310-11 (E.D. La. 1975) は、保険会社に対して自動車の損害の見積もりを提供するFCのジー(原告)とザー(被告)との間で、ロイヤリティの支払いをめぐる契約違反の存在が争われた際に、併せて、競業避止義務の有効性について

でも争われた（ジーが宣言的判決を求めた）事例である。裁判所は、ザーがジーに対して提供したトレーニングが、正しい記録管理手順を見せただけであったこと、ザーによる広告がジーの投資に比して不十分であったことから、競業避止義務の法的拘束力を否定している。

④ 営業を継続しているが、元ジーがザーのトレード・シークレット等を利用していない場合³²。

Servpro v. Schmidt, 1997 WL 158316, 1997 U.S. Dist. Lexis 9115 (N.D.Ill. 1997) は、住宅等の清掃と修理のサービスを提供する F C に加盟していたジーが、解約後もその地区で営業を継続したとして、ザーが競業避止義務違反等を理由とする **summary judgment** を求め提訴した事例である。契約では、2 年間、ジーがサービスを提供していた地区から半径10マイルでの競業が禁止されていた。裁判所は、イリノイ法の下では、競業避止義務によって保護しうる 3 つの正当な事業上の利益があるとする。それは① **goodwill**、②顧客、③秘密情報である。①に関しては、事業譲渡の場合には対価を支払うため **goodwill** の保護を利益として主張できるが、F C の場合、ザーは対価を支払っていないため主張できないとする。②に関しては、ザーは **loyal, essentially permanent clientele**（いわば固定客のことと思われる：筆者注）を有していることを証明しなければならないが、そのような証明がないとされた。③に関しては、ザーのマニュアルや技法が元ジーによって使用されていることをザーが立証していないとした。以上から、ザーは当該義務によって保護される正当な利益を立証できていないとして、競業避止義務に関するザーの申し立てを認めなかった。

4.2.4. ザーの **goodwill** 保護と競業避止義務規定の有効性

F C における競業避止義務規定が問題となった多くの判例では、ザーの **goodwill** もザーの正当な利益として認められている³³。 **goodwill** という言葉は、意味が幅広く、多数の無形の事業上の属性（**business attribute**）とされるが、最も重要なのは、会社とその顧客との関係もしくは取引関係であるとされる³⁴。『英米法辞典』（東京大学出版会1991年）では、「のれん、営業権、当該企業の長年の伝統と社会的信用、立地条件、得意先等を総合した、他の企業を上回る企業収益を獲得することが出来る無形の財産価値を有する事実関係」とされている。この **goodwill** に関しては、ザーの **goodwill** とジーの **goodwill** という二つのものが含まれるという悩ましい問題がある。

まず、ザーの **goodwill** といわれる **business goodwill** は、「古くからの顧客が、既存の会社（企業）と取引を継続するという蓋然性から生ずる価値」とされ³⁵、F C システムの **goodwill** といえるものであり、**trademark goodwill** とも称される。商標法上の認識としては、**business goodwill** は常に商標と一体不可分であり、商標の所有者であるザーに帰属すると解されている³⁶。従って、ザーはその商標から派生する **customer goodwill** を保護することや、**customer goodwill** が築かれている範囲すなわち商圈を維持するために競業避止義務を課すことに正当な利益を有するとされうる³⁷。

しかし **customer goodwill** や商圈の構築には、ジーの個人的投資も大いに貢献していることから、ジーの **goodwill** も生じると考えられている。ジーの **goodwill** は **local goodwill** と称されることも多い。すなわち、ザーの **goodwill** 以外にも、ジーが営業していた店舗に付属し、ジーの営業区域内お

よびその周辺で形成され、ジーに帰属する goodwill があるのではないかとされるのである³⁸。

問題は、それをどう分配するのかである。現実的な手法としては、ジーの goodwill 分をザーが金銭補償するという方法が考えられている。州の立法や³⁹、*Servpro v. Schmidt* (4.2.3. 本文参照) のようにザーは金銭補償をしていない以上、goodwill の保護を主張することは出来ないとする判例にその考えが現れている。だが、現在の判例では、金銭補償が F C における競業避止義務規定の有効性を認める際の必須条件となっていない以上、現状で当該規定の適用を認めるということは、ザーにすべての goodwill を帰属させる結果になる。そのため、以下の①、②のような場合には、当該規定の適用は認めないという手法でジーとザーの利害調整が図られる。

① ザーが、ジーのためにいかなる goodwill を生じさせたか立証できなかった場合⁴⁰。

これは、*O.V. Marketing Assocs. v. Carter* (4.2.2. 本文参照) のように⁴¹、顧客リストはジーが作成しており、ザー独自のトレーニングもなく、ザー主張のトレード・シークレットは、ジーによって現に使用されていない上に、厳格な保護に値するものでもない、というような事例である。

② 以前から同種事業を営んでいた場合。

Bandag, Inc. v. Jack's Tire & Oil, Inc., 190 F.3d 924 (1999) は、タイヤ再生業 F C のジーが契約終了後もザーの手法を用いて営業を継続しているとして、ザーが暫定的差止を申し立てた事例である。契約では、契約終了後、そのテリトリー (Utah 州の Logan 周辺の 2 郡) で 1 年間の競業が禁止されていた。裁判所は、ジーは F C 加盟以前から同種事業に加えて幅広い製品を取り扱い、goodwill を形成してきたのであり、ザーはジーの競業により、ザーが得た customer loyalties (しかもそれは、ジーが既に得ていた customer loyalties を単に維持するという事ではない) を奪われたとの立証ができていないとして、ザーの申し立てを認めなかった。

なお、goodwill が基本的には顧客との関係であることから、競業避止義務の課される範囲が、当該ジーの顧客が存在する範囲よりも広範な場合には、修正される場合もある⁴²。同様に考えると、固定客の割合が少ない場合⁴³も、それだけ、商圈の陳腐化が早いと言うことであるから、競業避止義務の期間等を更に限定する要素ではないかと考えられる。

4.2.5. ザーの契約違反がある場合

考慮要因の最後になったが、そもそも、ジーの競業避止義務違反に先立って、ザーの違法行為がある場合には競業避止義務は課せないとするのが判例の傾向である。以下に 2 例列挙する。

① *P.A.L. Inv. Group, Inc. v. Staff-Builders, Inc.*, 118 F. Supp. 2d 781 (E.D. Mich. 2000) は、ホーム・ヘルスケア・サービス事業 F C の元ジーとザーが、双方の契約違反を主張した事例である。元ジーは解約後も経営を継続したが、裁判所は、元ジーの主張するザーの契約違反 (ジーの売り上げの 60% をジーに支払うとの契約を遵守していない等) が事実であれば、競業避止義務は無効であるとして、ザーの暫定的差止命令の申し立てを認めなかった。

② *Holbrook v. Master Protection Corp.*, 883 P.2d 295 (Utah Ct. App. 1994) では、防火設備等

を販売するF Cの元ジーが、ザーの契約違反を理由として損害賠償請求訴訟を提起。それに対しザーは、元ジーが契約終了後も事業を継続しており、競業避止義務に反するとして反訴した。裁判所は、ジーの本件義務違反に先立つザーの契約違反がある（ザーが、ジーに対して与えるべきサービスを与えなかった）として本件条項の適用は認めないとした。ただし、ザーが提供した顧客リストは独立した価値を有するとして、ジーに10,000ドルの損害賠償を命じた事実審裁判所の判断と、ザーの契約違反に関してザーに50,000ドルの損害賠償を命じた陪審員の評決をともに支持している。

4.3. 米国の判例に関して― 分析と小括

以上をまとめると、まず、元ジーのF C契約終了後の競業避止義務条項違反に先立つザーの契約違反がある場合には、当該条項の適用は認められないとするのが判例の傾向といっていよう。

次に、判例上、当該義務での保護が認められてきたザーの利益の中でも、ある意味、究極的な利益とされていると思われるのが、F Cシステムの維持そのものである。そのために必要な新ジーの確保および他のジーの利益保護も含まれる。したがって、「その地域」に他のジーがいない場合には、元ジーとの競争にさらされる真の脅威がないとして、当該条項の適用が認められていない。「その地域」と限定するのは、具体的損害を他のジーやF Cシステムが被るかを見るためであろう。

ザーの契約違反もなく、他のジーも存在する場合、判例は、保護の対象たりうるトレード・シークレットやノウハウがあるか、そして、ザーがgoodwillの保護を主張する資格があるかについて検討している。ノウハウ等に関しては、トレード・シークレットの要件（有用性・非公知性・秘密管理性）を強く意識した判決が多い。また、併せてザーのノウハウ等が、実際にジーにより流用されているか検討し、具体的損害がザーに生じているかを考慮する判例もある。

goodwillに関しては、競業避止義務によって、ジーのgoodwillもザーが得るという結果が非合理的な場合には、その適用を認めていない。その場合、ジーが多額のロイヤリティを支払っている点、および、当該規定の適用に際して通常ジーへの金銭補償がない点を考慮していることが窺われる。例えば、ザーが、ジーの投資相応のノウハウや支援等をジーに提供していない場合には、それが契約違反でなくとも、当該条項の適用が否定されている。ジーが加盟以前から同種事業を営んでいた場合にも、ジーが既に築いていたgoodwillをザーが得ることになるため、適用が否定されている。

当該義務の期間と範囲に関して、一般に、営業秘密または商圏等が陳腐化するまでの期間や、新ジーの設置に要す期間、元ジーの所在地およびその周辺での競業もしくは他のジーおよび直営店周辺での競業を禁ずるという形式が合理的とされている。ただし、元ジーの商圏の範囲にまで制限が縮小される場合もある。また、地理的限定がない競業避止義務の有効性は否定される場合が多い⁴⁴。

競業避止義務規定の有効性や適用可能性が否定された判例では、否定的要素が複数列举される場合が多いが、複数の否定的要素の存在が必須とされているわけではない。事実上の問題として、当該規定の有効性やその適用が認められないF Cは、システム上の問題を複数抱えている場合が多い

こと、および、米国では、当該規定の有効性について判断する際に、裁判所が、ザーとジーの利害の均衡が取れているか判断するために、比較的詳細な検討をする傾向が有るためかと思われる。

5 日本法における契約終了後の競業避止義務規定の有効性判断枠組み

5.1. 概説

以下では、上述の米国判例の思考回路を参考としつつ、日本法では、F C契約終了後の競業避止義務規定の有効性はいかなる観点から判断されるべきか、について検討する。

まず、原則として、F C契約終了後の競業避止義務規定は、ザーの正当な利益を保護する目的で、競業を禁止する期間・地域・業種等が合理的な範囲内の制約を元ジーに課すにとどまっていれば、その有効性が認められるが、合理的範囲を超える場合には、公序良俗に反して無効となる⁴⁵。

その判断枠組みについて検討する際には、必要に応じて労働契約での議論を参考とする。すなわち、通常F C契約は附合契約的な特質を持っており、その契約内容について個々のジーが希望する条件を入れる余地がほぼ皆無であることに鑑みると、F C契約における競業避止特約の有効性を判断するには労働契約での議論を中心にして考えるべきであろうと指摘されているところである⁴⁶。同様の考え方は、前述のように米国でも強く主張されており、実際、多くの判例では、労働契約終了後の競業避止特約の合理性を判断する際の判断要素を参考に厳しく検討している場合が多い。

それでは、F C契約終了後の競業避止義務規定の有効性を判断する法的構成について、以下で詳細に検討をする。前述のように、当該規定が有効であるためには、「期間」「地域」「業種」に関する制約が、ザーの正当な利益を保護するのに必要な範囲内にとどまっていることが必要である。これら制約のうち、とりわけ「期間」と「地域」が競業禁止条項の効力を左右する重要なポイントとなるため⁴⁷、これらとザーの正当な利益の関係を中心として検討を加える。

5.2. F C契約終了後の競業避止義務規定による保護が認められる利益（競業避止義務の目的）

当該規定で保護されるべきザーの正当な利益が何かとは、いわば、いかなる目的であれば当該規定を元ジーに課すことが認められるのかということである。これまでのところ、多くの研究者、実務家は、ノウハウの保護とザーの商圈（商権・顧客）の保護がその「目的」であるとしている⁴⁸。

まず、ノウハウ保護に関しては、ザーのノウハウの流出を防ぐ必要があるとされる。ザーが、そのノウハウゆえに競業他社に対して優位性を保っているとすれば、ノウハウ流出により、その優位性が消滅して競争力を失うであろうし、ノウハウを契約終了後も利用できるとなれば、元ジーが、他のジーの強力なライバルとなりうることからF Cシステムの存続にもかかわる危険性がある。

ザーの商圈（商権）確保に関しては、ザーはチェーン店を継続的に維持することにより、商権を獲得し、維持し、あるいは拡大させることを基本的な営業形態としているため、非常に重要なザーの利益であると指摘されている⁴⁹。したがって、元ジーによる競業は、商権が競業他社のものとなり、

それまでの顧客を元ジーに奪われ、チェーン全体の統一性が崩れるとされる⁵⁰。

そのほか、誤認防止、ただ乗り防止も競業避止義務の目的とされる場合がある⁵¹。誤認防止に関しては、同一の経営者が同一の場所で同一の営業を継続する場合には、看板が変わっても消費者が誤認する危険性があるとされる⁵²。ただし、この観点からは、同一場所での競業が禁止されうのみであって、広範な競業避止義務を課す理由とはならないであろうし、期間も短期間（新ジーの設置に通常要す期間）で十分だろう⁵³。ただ乗り防止は、ノウハウ保護と関係するが、ザーはF C店の開店に際して、多大な費用と時間を費やして、ジーにノウハウや情報を提供し、指導する。そのため、研修終了時や開店後わずか1ヵ月でジーが解約し、自ら営業するなどされたのではザーに多大な損害が生じるというものである⁵⁴。ただし、解約金等の問題もあって、このようなただ乗りが一般的事例とは考えられない以上、当該義務を課す一般的理由とはならないのではなからうか。

以上より、競業避止義務を課す直接的な目的としては、ノウハウと商圏の保護が一般的、基本的なものといえる。そして、それらの保護が当該義務を課す正当な理由と認めうる根本的な理由は、これらの保護が、単に本部の利益保護のために必要なのではなく、F Cシステム（他のジーの存在を含む）の維持にとって重要であるからといえるだろう。以下では、まず、ノウハウと商圏の保護というザーの利益と競業避止義務の関係に焦点を絞って、当該義務の合理性の判断枠組みについて検討し、次に当該義務規定の有効性や適用可能性を否定しうる要素について検討する。

5.3. ザーの正当な利益と競業避止義務の合理的な期間・地域—ノウハウと商圏の保護を中心に

5.3.1. ノウハウ保護の観点と競業避止義務

5.3.1.1. フランチャイズ・システムにおけるノウハウとは？

（1）上述のように、元ジーに競業避止義務を課すにあたり、ザーの正当な利益とされうるもの（当該義務規定の有効性が認められる理由）の一つが、ノウハウの保護である。ザーによるノウハウの提供はF C契約における本質的要素である⁵⁵。F Cシステムにおけるノウハウは、非技術ノウハウ（商業上・営業上のノウハウ）が中心となるが、それについての議論は極めて少ない⁵⁶。そもそも、ノウハウという表現は極めて不明確であり、正確な定義を欠いている。ノウハウは、もともと実務より生じた言葉で、それに種々の内容、種々の範囲の事項を包含しているから、これを定義することは困難であると指摘されているが⁵⁷、このようにノウハウの曖昧さが議論を難しくしている。

これまでのところ、F Cシステムのノウハウに関しては、以下のような議論がされている。

まず、川越憲治弁護士は「フランチャイズ・システムにおけるノウハウの中核をなすものは、技術・知識・経験等の蓄積であり、時には秘訣・秘伝といわれるものを含むものであって、大きくとらえれば情報の集合」⁵⁸であるとし、要件として、以下の「情報性・有用性・秘密性・特定性」を挙げる。

「情報性」に関しては、「フランチャイジングにおいてノウハウといわれる場合、その意味はもっと広い範囲のものを対象にして使われて」おり、「ノウハウ上の技術には、製造・加工の技術のほか、商業ないし営業上の技術も含まれる。例えば、特売や販促の仕方、商品の陳列方法、売れ筋商品の

見分け方、顧客リストの交付といったもの」⁵⁹とされる。

「有用性」に関しては、F C店を経営する上で利用できる有益な情報、すなわち一般には入手し得ない独自の特殊な情報であって、(F C等の) ビジネスを行う上で使われ、または使われる可能性を有することであるとするが、同時にノウハウの微妙さも指摘している。すなわち、特許等は客観的に見て一定以上の技術水準をクリアしているものであることが要請されるが、ノウハウの場合には、ジーにとって金銭を支払って獲得するに値する価値のあるものであればよいとする⁶⁰。

「秘密性」に関しては、ノウハウとトレード・シークレット(産業上の有用な情報で秘密に管理されているもの)は重なることが多いが、ノウハウは常に秘密であるとは限らないものの、ノウハウによっては、秘密性がないとノウハウとしての有用性を発揮できないという場合もあるとする⁶¹。

「特定性」に関して、フランチャイズिंगの実務においては、ノウハウは文書等では十分に特定できないこともあるが、特定が十分に出来ない場合は、法律上の保護も十分に行われなくなる可能性が出てくるとする⁶²。なお、次に紹介する金井弁護士は、この特定性を要件として挙げていない。

以上より、川越弁護士は、F Cシステムにおけるノウハウとは、あるタイプの店舗の営業にとって有用な特定の情報であって、ザーが保有し、ジーに与えられるものであり、有用性という観点からは、多数のジーを基準にしてクリアしたときに有用性があるといってよいとまとめている⁶³。

次に、金井高志弁護士はF Cシステムのノウハウに関して、工業上・技術上のものに加えて、商業上・営業上のノウハウも含む「広義のノウハウ」の場合には、トレード・シークレット(営業秘密)と同じものを含めていると考えられるとしたうえで、その要件として、有用性・秘密性・非公知性を挙げる。ただし、秘密性・非公知性は穏やかに解されるべきであり、一般的には知られていない、または容易にアクセスできないことから、その有用な情報の開示、伝達を受けたときにリードタイムを得ることに価値があるという意味としてとらえている⁶⁴。

そして、具体的にいかなるノウハウがザーからジーに提供されるかはF Cシステムによって異なるとしつつ、以下の例を挙げる。資金調達方法、立地選定の情報、店舗の内外装・レイアウト、設備・什器備品・商品等の調達方法、アルバイト・パートなどの従業員の募集方法、従業員の教育訓練方法、商品の陳列方法、商品の製造加工・調理方法、商品の品質管理方法、広告宣伝・販売促進方法、市場調査などに基づく商品構成、顧客情報、売り上げ経理情報、経営改善策などの事業の開始からその運営にかかわるさまざまな分野における情報である⁶⁵。

(2)以上のように、F Cシステムにおいて、ノウハウとしてザーから提供されるものは、非常に幅広い。そのため、以下のように、その有用性の水準もさまざまであることから⁶⁶、ザーから提供されるすべての情報が、競業避止義務で保護されるのでは、ザーに過度の保護を与えることになる⁶⁷。

すなわち、F C契約においては、一般に、ザーから提供されるノウハウが高度なノウハウでなくとも、F C契約を締結する動機自体が否定されるわけではない⁶⁸。その知識を得るための期間短縮のためであるとか、ノウハウよりも、商標の使用許諾を受けて、その知名度を利用することなどが契約締結目的の場合も多いためである。知識獲得の時間短縮とは、他の手段でも獲得できる知識だ

が、F C加盟店となるという手段でその知識を獲得する場合である。そして、ジーがザーに支払うロイヤリティには、ノウハウの使用料が含まれるのが通常であるから⁶⁹、ザーはそのようなノウハウをジーに提供した対価は得られているのが原則と考えられる。なお、ジーの契約締結の主たる目的がいかなるものであれ、たいしたノウハウがないのに、特別なノウハウがあるかのように説明をしていた場合には詐欺や、独禁法の欺瞞的顧客誘引（不公正な取引方法一般指定8項）などに該当しうるし、ジーの投資に見合うだけのノウハウ・援助等をザーが提供することはザーの義務である。

すなわち、ノウハウといっても、営業開始時のみに必要なもの、契約終了後の競業避止義務を課すに値するものと値しないもの、もしくは、契約中、継続してロイヤリティの支払い対象となりうるノウハウと継続的に支払う価値があるとはいえないもの⁷⁰といったように、その有用性、価値等も様々である。それゆえに、ザーが提供するノウハウすべてが競業避止義務を課す正当な利益として認められるわけではなく、そのノウハウが当該義務を課すに値するノウハウなのかが問われる。

これまで、ザーから伝授されるものは、コツとか秘伝といったものが通常だとの指摘もあり、そうだとすれば、F C契約において、営業秘密の保護を目的とする営業避止特約が有効とされる場合はかなり限定されると思われる⁷¹であるとか、極度の重要なノウハウに基づく営業はF C契約に適せず⁷²、直営店方式で自ら展開するのが普通であり、F C契約によってジーに提供されるのは、せいぜい営業上のコツとか秘伝といった程度のものが通常であるといわれる⁷³と指摘されている。

また、不正競争防止法の観点からも、以下の指摘がされている⁷⁴。法律的に認めうるノウハウの意味について、いわば経験の集積ともいうべき「コツ」・「呼吸」・「冴え」といった、身をもって教える技術であるという説明があるが、このような「秘訣・こつ」などは、法律的にはノウハウとはいえない。技術者の習得する知識・経験にも一般的知識と特別的知識がある。後者が当該企業独自のノウハウの名に値するものであり、前者は技術者から切り離すことの出来ない知識として当該企業を退職した後においても、その他の企業に勤務していても得られたであろうところの一般的知識であって、労働契約の事例ではあるが、競業避止特約に関するリーディングケースであるフォセコ・ジャパン事件⁷⁵においても「独自の知識・企業の特種知識が保護に値する」とされている。

となれば、競業避止義務を課すに値するほどのノウハウとは、一体いかなるものであろうか。

5.3.1.2. 競業避止義務を課すに値するほどのノウハウとは？

まず、一般的知識⁷⁶・経験・記憶・熟練を用いることはそれを獲得した者の自由なはず⁷⁷であるから、その利用を禁じることは出来ない。さらに、我々は、公開されており、自分で知り得る情報を利用することも自由であるから、公知の場合にはその情報の利用を制限できない。また、ジーは多額の加盟金やロイヤリティを支払うのであるから、ザーが提供すべきは「儲かる商売のノウハウ」⁷⁸、すなわち有用なノウハウでなければならない。そして、ジーとザーの利害の均衡を図るという観点からは、当該ノウハウの流用により、営業の自由を制限される元ジーの不利益と同程度か、もしくはそれを上回るような不利益（新ジーが設置できない、ザーの優位性が消滅する、F Cシステムが

崩壊する危険性があるなど) がザーに発生しうるということも必要であろう。以上の条件を満たすノウハウは、不正競争防止法で保護される営業秘密の対象たるノウハウに近づくことになる。

不正競争防止法2条6項によれば「この法律において「営業秘密」とは、秘密として管理されている生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であって、公然と知られていないものをいう」とされる。このように、「「営業秘密」は、秘密の中の営業に関する秘密であるが、営業秘密の特徴のうち、最も重要なものは「競争財産」としての特性であり…秘密の中で財産的性格の強い社会的利益である」⁷⁹とされ、その保護要件として、①「秘密として管理している」こと(秘密管理性)、②「経済的価値のある技術上又は営業上の情報」であること(有用性)、③「公然と知られていない」こと(非公知性)が法律上規定されている⁸⁰。

保護対象となる情報は「技術上、営業上の情報」であるが、このうち営業上の情報は顧客名簿、販売マニュアル、仕入れリスト等であるとされる⁸¹。なかでも顧客リストは営業上の秘密情報の典型例であり、価値あるものは住所録さえ対象となりえ、とりわけ選定が困難なもののほど価値を認めうるとされるが⁸²、営業秘密となる情報はザー自ら保有するものでなければならないとされる⁸³。

次に「秘密管理」には2つの要件が要求されている。営業秘密の保有者が秘密とすることについての意思を持つことと、客観的に秘密であること(秘密維持のために合理的な努力を払っていること)である。例えば、営業秘密であることを認識できるようになっている(例:「部外秘」と記載されている)、アクセスできる者が制限されていることに加えて、アクセスした者に対し、権限なしに使用・開示してはならない旨の義務が課されていることなどが本要件を満たす例であるとされる⁸⁴。

「有用性」に関しては、秘密の「情報を保護する利益は、当該情報を秘密として自らが専有することにより、経済活動の中で有利の地位を占め、収益を上げることを可能とする利益」であり、すなわち「事業活動に有用なる情報」であることも必要とされる⁸⁵。この有用性要件と関連して、情報が特定できていないために、有用性が判断できないとされる例もある⁸⁶。

「非公知性」に関しては、「経済的な価値があり、秘密として管理している情報であっても、公然と知られている情報は…法的保護の対象とするべきでないと考えられる」⁸⁷とされている。秘密が公開されているということは、関係者のすべてが現実を知っていることを意味するものではない。秘密の対象がすべての人に入手可能な状態であれば足りる。公知となったと認定されうる典型的な資料は、刊行物、たとえば新聞・雑誌などへの記載である⁸⁸。

次に、以上の分析を踏まえ、競争禁止義務によって保護されることが認められるノウハウと、前述のFCにおけるノウハウ一般との違いについて検討をし、それを受けて当該義務による保護が受けられないであろうノウハウについて述べる。

5.3.1.3. 競争禁止義務で保護するに値しないと考えられるノウハウとは？

前述のFCシステムにおけるノウハウ一般と、競争禁止義務を課すに値するノウハウとを比すと、問題となりうるのは、主として、その対象と、秘密性・非公知性を穏やかに解す点、そして有

用性の程度ではなかろうか（これらは相互に関連しうる）。

前述のように、川越弁護士は、F Cシステムにおけるノウハウの中核は技術、知識、経験等の蓄積であり時には秘訣・秘伝といわれるものを含むとし⁸⁹、ノウハウの有用性に関しては、不正競争防止法等を適用する場合ではなく、契約の対象として債権的な保護を与えるに止まる場合は、必ずしも客観的な有用性のレベルの高さは要求されず、ジーにとって、金銭を支払って獲得するに価するものであればよく⁹⁰、多数のジーを基準にしてクリアした時に有用性があるといえるとする⁹¹。

しかし、秘訣・コツといった経験の集積は法律적으로는ノウハウとは言えず、また、営業秘密を原則として譲渡可能な財産として捕らえる限り、技術者の身から離すことが出来ないようなものを法的考察の対象とする必要がないし⁹²、その者（原文では従業員）が自己の業務を果たすために通常身につく技量・経験はその者の人格と切り離せないものとして、使用が自由なものとされるべきだと指摘されており⁹³、前述のように、ザーの提供するノウハウが、通常、コツや秘伝といったものならば、その保護を目的とする営業禁止特約が有効とされる場合はかなり限定されるであろう⁹⁴。

また、これも既述のように、ノウハウが公知である場合には、競争禁止義務での保護は認められない。さらに、あるノウハウが真に重要な情報であるならば、それ相応に扱われるべきであり、ザーがノウハウの秘密性維持のためにそれなりの努力を払っていることが必要であろう⁹⁵。さらに、ノウハウは、常に秘密とは限らないが⁹⁶、競争他社との優位性（競争他社は知らない有用なノウハウを武器とする）という観点からも、秘密性が必要な場合もある。

また、金銭を支払って獲得する価値があるという基準も、競争禁止義務で保護すべきノウハウを特定するのには不十分である。たとえば、公知の情報ではあるが、当該情報の獲得時間短縮のためにF C契約を締結する場合もありうる。また、変化が激しい情報の場合には、陳腐化するのも早いことから、競争禁止義務を課することが出来ないか、もしくはごく短期間のみになるであろう。

さらに、陳腐化とも関係するが、ザーが、改良義務を果たしていないノウハウについても、競争禁止義務による保護は受けられないと考えられる。というのも、ザーには、ノウハウを継続的に改良・開発・提供し、訓練、指導する義務⁹⁷、いわば、ノウハウ価値維持義務といえるものが課されているといえる⁹⁸。F C契約は、その締結後、ジーが長期間事業活動を行うためのものであるから、それに耐えうるノウハウを継続的に改良・開発をしなければならない⁹⁹。これらの義務をザーが果たさない以上、ザーが自らの利益ばかりを主張することは許されるべきではない。

また、ザーの提供する情報よりも、システムそのものが重要なノウハウの場合がある。代表的なものは、コンビニエンス・ストアのシステム（POSシステム等を含む本部・加盟店間の情報ネットワーク（店内配置もこの情報収集システムを基にする）、オープンアカウントシステム（会計システム）・独自の流通網等）であろう。そのような場合、契約終了とともに、これらシステムを利用できなくなった元ジーが、ザーおよび他のジーに対抗しうる競争者となる危険性は低く、当該ノウハウの保護を理由として競争禁止義務を認める合理性は低いと思われる。

また、コンビニの場合には、システムが既に公知のものとなっているともいえる¹⁰⁰。コンビニに

限らず、近年、チェーン展開もしくはF C店舗経営の手法に関する書籍は多数出版されており、それら手法に関しては、非公知性要件を満たせない場合が多いだろう。なお、実際に元ジーが、ザーと同様の組織網を構築してチェーン展開をする場合はまれであり、チェーン展開の手法を保護することを目的として、元ジーに一樣に競業避止義務を課すのは過度の制限となるのではなかろうか。

近年、コンビニの契約書等から競業避止義務が消去される傾向があるが¹⁰¹、それは、以上のことを実務的にも裏付けているものと思われる。

また、信義衡平に反する手段によって獲得された営業秘密も、原則的にその保護を求める利益はないであろうとされる¹⁰²。したがって、ザーの営業秘密が不正に獲得されたものである場合には、ザーは、その保護を求めて競業避止義務や秘密保持義務をジーに課することは出来ないと解される。

以上に加えて、競業避止義務を元ジーに課すに値するノウハウがあるとしても、そのノウハウの使用行為を特定して禁止しうる場合にまで競業を禁ずることは、元ジーの競争の自由、営業の自由を過度に制限することになるため、認めるべきではない¹⁰³。このことから、元ジーが、一見、競業行為を行っているように見えても、ザーのノウハウを利用していない場合には、ザーのノウハウ保護という利益は侵害されていないのであるから、その「競業」を禁止できないと解すべきであろう。

5.3.1.4. ノウハウ保護と制限される「地域」「期間」の合理性

(1)以下ではまず、以上のような競業避止義務を課すに値するノウハウがある場合の、ノウハウ保護との関連で、競業禁止条項の「地域」要件について検討する。

ノウハウ保護という観点からすれば、地域的に無制限ということもありうるのかもしれないが、元ジーの保護という観点からはそれでは広範に過ぎる¹⁰⁴。また、上述のように、競業避止義務には、元ジーがザーのノウハウを利用して他のジーの競争者となり、他のジーの利益を脅かすという事態を防止するという側面があること、さらに、ノウハウ保護を理由とする競業避止義務の目的が、その大元をたどればF Cシステムの統一性維持である（ザーのノウハウを利用した競業が認められるとすると、当該F Cシステムは、元ジーに顧客を奪われ、さらにロイヤリティを支払わずにノウハウを利用することが出来るとなれば他のジーの離反行為を促すことにもなり、システム自体が崩壊しかねない）以上、最大でも、ザーがチェーン展開している地域およびチェーン展開の現実的具体的可能性のある地域＝ザーが当該ノウハウをF Cシステムのために使用する地域が合理的な地域となるであろうから¹⁰⁵、それよりも限定された地域であれば通常は合理的とされるであろう。したがって、既存のジーの商圈では、実際にノウハウが利用されているのであるし、実際に競業のおそれにさらされるのも既存のジーなのであるから、既存のジーの半径数km以内での競業の禁止といったように、より具体的に規定されているほうが、さらに合理的であると考えられる。前述のように、米国の競業避止義務規定は、このような形で地域を定めている場合が多い。

ただし、これは競業避止義務で保護すべきノウハウがある場合であって、後述のように、商圈の保護が競業避止義務の主目的の場合には、地域的制限はより限定されたものとすべきである。

(2)次に、「期間」に関して、ノウハウ保護の観点から検討する。これに関しては、そのノウハウが陳腐化し始めるまで、または、公知のものとなり始めるまで、もしくは第三者が同様の営業秘密を獲得しうるまでの期間を競業禁止期間とすれば十分であるし、合理的であろう¹⁰⁶。というのも、ザーにはノウハウの改良義務があり、加えて、元ジールの営業の自由との調和を図る必要もあるため、完全に陳腐化するまでではなく、陳腐化し始めるまでの期間とすべきである。したがって、情報の変化が早い場合には、短期間となるであろうし、また、あらかじめ期間が定めてあったとしても、対象となるノウハウが陳腐化した、もしくは第三者により公知化したことが明らかな場合には、その時点で競業禁止特約の効力は終了すると解されるべきである¹⁰⁷。陳腐化した、もしくは公知のノウハウなのに競業禁止義務を課し続けているとなれば、公序良俗違反、もしくは、独禁法の優越的地位の濫用（不公正な取引方法一般指定14項）に該当しうる¹⁰⁸。

5.3.2. 商圏（商権・顧客との関係）保護の観点と「地域」「期間」の合理性

(1)前述のように、F Cシステムでは商圏維持が重要だとされる。ザーは、基準商圏の価値が損なわれることがないように、原則として他のジールを参入させずに維持する（ただし、現実には近隣出店問題が頻発している）。ジールは、ザーのこうした保護下で契約が定める統一したルールの下に、同質のサービスを顧客に提供し、全体としてチェーンという統一体を構成しているとされる¹⁰⁹。従って商圏を維持する予定があること、すなわち元ジールに代えて新ジールを設置する予定があることが商圏保護のために競業禁止義務を課すことの前提であろう。

しかしながら、前述のようにF Cにおける **goodwill** には、ザーの **goodwill**、いわば商標に付属している **goodwill** ¹¹⁰のほかに、ジールが、ザーの商標やノウハウ等を利用しながら、自己の資金・労力をつぎ込んで築き上げた、その店舗や周辺に付属するジールの **goodwill** があると考えられるが¹¹¹、契約終了後の競業禁止義務を課すということは、ザーに **goodwill** の全てを帰属させることになるし、それら義務を課さないのであれば、ジールの **goodwill** はジールに帰属させることになる。

これまでのところ、ジールの **goodwill**（もしくは商圏や顧客）の帰属先をめぐる判決は多くない。代表的な判例であるママピカット事件判決（福岡高判平8・9・19判タ939号172頁）は、清掃用品のレンタル業を営むF Cのジールが営業用動産および顧客名簿等を他のF Cのジールに一括譲渡した行為が契約に反するとして、ザーが損害賠償等を請求したものである。請求には「のれん」（顧客）の喪失による損害の賠償が含まれていた。判決は、ザーがジールの顧客から得る利益はジールが支払う対価に含まれるもののみである（ザーが元ジールの顧客獲得等の営業活動を支援したことによるコストの回収も同様である）と見るべきであり、ジールの顧客に対するザーの期待は事実上の反射的利益というほかなく、法的に保護されるべき利益には該当しないと解するのが相当としている。

従って、F C契約期間中に築かれた顧客関係が、契約終了に伴い自動的にザーのものとなるわけではなく、ザーは元ジールの商圏内の顧客や **goodwill** を正当な理由なくジールから奪うことはできないといえるだろう。さもなくば、ザーがジールの成果を容易に奪取することを認めることになる。

(2) 正当な理由のある場合、すなわち、ザーが契約終了後の競業避止義務を課すことによって元ジールの店舗に付属する **goodwill** を得ることが出来るのは、ザーによって、もしくは、ザーの **goodwill** によってジールの **goodwill** が築かれたと認めうる場合である。それは、ザーがジルに対して提供すべきノウハウ・サービス・支援等を提供した場合で（その対価はロイヤリティで支払済みなので、これだけでは条件としては不十分である）、なおかつ F C システム存続のために **goodwill** をザーのもの（本質的には F C システムのもの）として保護することが必要な場合であろうと考えられる。

ただし、その場合でも、無償でザーがその **goodwill** を獲得できるのでは、ザーの利益とジールの不利益の均衡が取れない場合も多い。したがって、競業避止義務および（または）顧客の引継義務を課す際に、元ジルに対する補償がないというのは配慮に欠けるのではなかろうか¹¹²。例えば、顧客と継続的契約を締結し、サービス等を提供するタイプの F C の場合、当該契約の残り期間分に関しては¹¹³ 容易に金銭補償額が算定できる。実際、補償規定を設けている F C 契約書も存在する¹¹⁴。

(3) なお、ザーが、ジールの **goodwill** 構築に貢献していないと考えられる場合に関しては、以下の例が参考となる。ほっかほっか亭（鹿児島）事件（鹿児島地平12・10・10民事第一部決定判タ1098号179頁）は、ほっかほっか亭総本部の九州地域本部であるザー¹¹⁵と、サブ・フランチャイザー（以下、サブ・ザーとする）が鹿児島地区本部契約¹¹⁶を締結してから約17年後に、ザーが当該契約の更新を拒絶したため、サブ・ザーが鹿児島地区本部の地位保全等を求めて仮処分申請をしたものである。決定は、ザーら（ほっかほっか亭総本部および九州地域本部）が、サブ・ザーに対してなすべきサービス（食材供給・商品開発等）について、その能力・体制が欠けていたため、サブ・ザーが独自に商品開発等をしなければならなかったこと、鹿児島におけるザーの商標等の定着・普及は、サブ・ザーの貢献によるものであること、仮に契約が終了すると、サブ・ザーは商号等を利用できなくなる上に、サブ・ザーが長年にわたる投資と努力の結果築き上げた多くの加盟店をザーが労せず獲得することになりかねないこと等を指摘し、本件更新拒絶は信義則上許容できないとした。

当該事例は、サブ・ザーが契約の更新を拒絶されたことが問題となった事例ではあるが、通常のザーとジルとの間で生じる「ジールの成果」をどちらに帰属させるのかという問題を検討する際にも非常に参考となる。本件のように、ザーがジルに対して提供すべきノウハウ、サービス等が不十分であり、また、知名度も低いなどの背景があり、結果として、その地区（もしくはその店舗）でジールが獲得した **goodwill** が、ジールの努力の成果とイイいう状況である場合には、競業避止はもちろんのこと顧客の引継ぎを求めることも出来ないと考えらるべきであろう¹¹⁷。そのように解しないと、上記決定の指摘するように、ジールの投資と努力の成果をザーが労さず獲得することになりかねない。

(4) 以上が、競業避止義務規定と商圏保護に関する基本的な考え方であるが、商圏保護の観点から、競業避止義務の「地域」制限に関して検討をすると、前述の条件を満たしていることを前提とした上で、元ジールが営業をしていた地域とその隣接地域ということになるであろう¹¹⁸。

次に、商圏保護と競業避止義務の「期間」に関しては、商圏が陳腐化しない期間¹¹⁹、もしくは新たなジールを設置するのに要する期間を競業禁止期間とすれば足りるであろう¹²⁰と考えられる。商圏が

陳腐化したか否かは、競争店舗の参入、商圈人口の移動、地理的・場所的環境の変化や消費者の嗜好の変化等により考慮するとされる¹²¹。

5.4. 競業避止義務規定の有効性もしくは適用可能性を否定する方向に働く要因

原則として、上記の要件（競業避止義務を課すに値するノウハウがあるが、商圈はザーのものというか、地域・期間は合理的か等）を満たしていれば、競業避止義務は有効とされ则认为られるが、以下の場合のように、競業避止義務条項の有効性や適用可能性が否定される、もしくは、場合によっては、その範囲が厳しく限定され则认为られる要因がある。

5.4.1. 元フランチャイジーが加盟以前から同種事業にかかわっていた場合

元ジーが、当該F Cに加盟する以前から同種営業を行っていた場合には、競業避止義務規定の適用を認めないか、より限定すべきであろう。元ジーが以前から同種事業を営んでいたにもかかわらず当該義務を課すとなると、元ジーの営業の自由を著しく侵害することになるし¹²²、加盟前から、元ジーが自己のノウハウと顧客を有していた可能性があるのに¹²³、その利用を妨げることになる。

5.4.2. ザー側の事情や契約違反による契約終了の場合

また、F C契約の終了がザー側の事情による場合には、契約に特約があってもザーは競業禁止を主張できないとえられる¹²⁴。ザー側の事情には、ザーに契約違反があった場合も含まれると解される。そのような事情にもかかわらず競業避止義務規定の適用が否定されなければザーとジーの利害の均衡を欠く上に、そのような場合に、ザーが当該規定の適用を主張するのは信義に反する。

5.4.3. 「フランチャイズ・システム」が存在しない場合

ザーがジーに競業避止義務を課すには、実はそもそもの前提があると考えられる。以下で示すように、それは、その地域でF Cチェーンの展開が行われていること、すなわち「F Cシステムが存在していること」、もしくは「その地域に他のジーが存在していること」である。F Cチェーンとは、ザーと個々のジーとの契約が集積ないし結合して形成する事業上の集団を指す¹²⁵。

F Cの本質はその組織性にあり¹²⁶、F C契約の核心は全体としてのシステムの形成と維持にある¹²⁷。したがって、競業避止義務が認められる根本的理由は、システム全体としての統一性やブランドを維持する必要があるという点に求められる¹²⁸。すなわち、ザーはあくまでF C本部として、本部事業の維持存続の基盤を確保するために必要な範囲で当該義務を課す資格があるのである。そして、複数のジーの存在を抜きにしてF Cシステムの形成と維持を考えることは出来ない。そもそも、直営店のみからなる「システム」は前述のF Cシステムの定義（本文2）に当てはまらない。また、他のジーがいないのならば、元ジーによる競業が他のジーの利益を脅かすこともない。

したがって、チェーン展開をしておらず、もはや実質上F C本部ではない「ザー」は、競業避止義

務を課す正当な理由を有していない。もし、あるA社が、F C本部としての体をなしていないのに競業避止義務を課せるとすれば、A社は、当初F C制により事業を展開して、ジーらの資本と労力によって事業を軌道に乗せた後、それらを直営店化し我が物とすることが出来ることになる。だが、F Cは加盟店の果実を本部が搾取することを認める仕組みではない。仮に、A社が特有の技術等を有している場合など、F C本部でなくとも何らかの保護を受けるべきものを有しているならば、それは不正競争防止法など、他の法律で保護されるべきであり、実質上F Cシステムの本部ではない場合には、F C契約終了後の競業避止義務を課することは出来ないと考えるべきである。

もし仮に、多店舗展開を行う予定ではあったが、F C店舗数が増加しない、もしくは他のジーが存在しないという状況に陥ったということは、残念なことにザーがF C展開に失敗したことに他ならない。F C本部として失敗したザーが、ジーに対して自己の権利ばかりを主張できるというのは信義に反し均衡を欠くこと明らかである。また、仮に、ザーにはそもそもチェーン展開を行う予定がなかったとすれば、それは一般的なF Cのイメージからは著しく乖離しているのであるから、事前にその点を加盟希望者に伝えておく必要がある。「F C契約」と称して勧誘された以上、ジーとなる者は、一般的なF Cシステムのメリット¹²⁹を享受しようと期待する。その点を伝えずに勧誘したとなれば、独禁法上の欺瞞的顧客誘引（不公正な取引方法一般指定8項）にも該当する。

5.5. 競業避止義務の有効性の判断枠組みに関して—小括

以上をまとめると、以下ようになる。

大前提として、F C契約に規定されている契約終了後の競業避止義務が課されるに先立って、ザーに契約違反がある場合には、信義誠実の原則により当該規定は適用できないとすべきである。

次に、競業避止義務によって保護されるザーの正当な利益の代表的なものとして、ノウハウと商圏の保護が挙げられる。その保護がF Cシステムの存続および他のジーの保護にとって必要であるからである。したがって、そもそもF Cシステムと呼べるものがない、もしくはチェーン展開をしておらず、他のジーがその地域にいない場合には、元ジーとの競争から当該義務で保護すべき対象がないのであるから適用できないとされるべきである。F Cシステムが存在し、他のジーが存在するのであれば、次に、ノウハウ保護や商圏保護という観点から、当該義務規定の有効性を検討する。

「競業避止義務を課すに値するノウハウ」に関しては、その基準は不正競争防止法上の営業秘密に近似したレベルに設定されるべきだと考える。そして、実際にそれを用いて競業していない場合には、価値あるノウハウを元ジーに不正使用されたという損害が発生しておらず、競業避止義務でノウハウを保護する必要がないと考えられる。次に、元ジーの商圏を競業避止義務でザーのものとして保護するのが正当かに関し、ザーが、ジーの投資に見合うだけのノウハウ、サービス等を提供したかという観点から検討されるべきである。なお、その際にはザーの債務不履行責任が問えるほどの「不足」であることは必要ないと考える¹³⁰。加えて、上述のように、その競合地域でF Cチェーン展開を継続しているのでなければ商圏保護という議論は非常に空虚なものとなるであろう。

当該義務の期間と地域に関しては、当該義務規定は、ノウハウと商圏双方の保護を目的としている場合が多いと思われるが、そのF Cが特有の営業秘密を有しているのであれば、ノウハウ保護に必要な範囲、すなわち、チェーン展開している地域でノウハウが陳腐化し始めるまでが合理的な地域・期間であろう。一方、たいしたノウハウはないが、商圏を保護するザーの利益はあるという場合であれば、商圏の築かれている範囲で商圏が陳腐化するまでの期間が合理的であろう。いずれにせよ、当該義務が、ジーの営業の自由を制限する以上、その期間・地域・業種に関しては、必要な範囲に限定されていなければならない。必要な範囲を超えて、当該義務を課す場合には、公序良俗違反、もしくは独禁法の優越的地位の濫用（一般指定14項）に該当しうる¹³¹。

なお、ジーが以前から同種事業を営んでいた場合には、ジー自身が築いたノウハウや商圏がありうるため、競業避止義務をより限定的なものとする要素として働くであろう。

最後に、全体としてザーの利益とジーの不利益の均衡が取れているかについて意識する必要があるが、その際には、ザーが、ジーに対して金銭補償を行っているか否かも、両者間のバランスについて考慮する際の重要な要素となりうると思われる。

6 競業避止義務に関する日本の裁判例の問題点

6.1 概説

上記の法的枠組みを基にして、これまでの日本の主たる判例（評釈が存在するもの）について検討を加える。これまでの判例に関する種々の評釈が指摘するところを一言で言うならば、競業避止義務特約の合理性やザーの利益とジーの不利益、F C契約の特色等に関する検討が不十分だということであろう。以下、個別に検討を加えた上で、現在係争中の事例についても触れる。

6.1.1. こがねちゃん弁当事件（高知地判昭60・11・21判タ603号65頁）

(1)原告は店頭弁当販売F Cのザーであり、被告はそのジーであったが、被告が競業他社に乗り換えたため、ザーはF C契約を解約し、営業禁止等を求めて提訴した。契約では、契約期間中の競業禁止義務が定められているのみであり、契約終了後の競業避止義務は明示されていなかった。

判決は、『契約条項二条に「この契約で有する各権利の有効期間は当該契約日より五年間とする」との規定がなされていることについて当事者間に争いが無い。もつとも、同一三条二項には「本契約期間中又は更新期間中に限り競業避止義務がある」とする規定がある。右両規定の関係をいかに解するかは問題があるが、条項二条に特に「権利の有効期間」という文言を使用していること、一三条二項は五年間の契約期間がある場合のみを前提とした規定であり、契約の終了は予定していない規定であるとみられること、原告の営業は全国的な組織で統一的商品を製造販売することを重点とするものであり、かつ、その営業は容易に類似製品を製造販売できるものであること』、被告としても「五年間同種営業の避止義務を負うことは、これに同意して契約をしたものである以上、やむを

得ないところであり、特に不公平、不相当であるとは断じ難いことを総合考慮すれば」、「契約終了の有無を問わず当該契約日後五年間の競業避止義務があるものと定めたというべき」と判示した。

(2)本件では契約終了後の競業避止義務が明文では定められておらず、各権利の有効期間は契約日後5年という条項があったことから、契約中・終了後を問わず契約日後5年の競業避止義務を認めた点が特徴的である。本件競業避止義務の目的・趣旨に関しては、本来的には契約中の競業を禁止したもので、場所的・地域的限定がないことから、判決は、ジーがノウハウの対価を支払わずに不正に利用し、それにより、全国展開しているザーのF Cチェーンの商圈(顧客)を侵害させないためのものと考えていると思われると指摘されている¹³²。ただし、契約終了後にも当該規定の効力を認めるとすると、二次的に商圈(顧客)確保も目的としているとも解されるとされる¹³³。

判決内容に関しては、当事者の同意を重視しているが、契約締結に至るまでの諸事情を検討していない¹³⁴、競業避止義務の有効性や¹³⁵、F C契約の実態などに関して、詳細な検討がないと指摘されている¹³⁶。当該義務規定の内容に関しては、期間が長く、地域制限もない点が問題である¹³⁷。また、当該義務で保護されるザーの利益のひとつとして、ノウハウが挙げられているが、判決が言うように「容易に類似製品を製造販売できるもの」ならば、大したノウハウがないという意味でもあるのではないかと、との疑問が生じるのであって、当該義務で保護すべきノウハウがあるのかについて詳細に分析すべきであった。加えて、契約終了後の競業避止義務に関しては、契約に明記されていることが必要¹³⁸と考えられることから、その点に関しても疑問が生じる判決である。

6.1.2. NAC チェーン事件(東京地八王子支判昭63・1・26判時1285号75頁)

(1)NAC チェーン(原告)は造花の賃貸を主たる業務とするF Cであり、被告はその元ジーである。契約では、解約後2年間、同一都道府県および隣接都道府県において原告の事業と類似・競業する業種に従事することが禁じられていた。にもかかわらず、合意解約後も、被告が元の市内で造花の賃貸・販売を継続していたため、原告が、被告の営業の禁止等を求めた事例である。

被告は、原告と被告の事業には、①原告の主たる事業内容は造花の賃貸だが、被告は賃貸と販売をともに行っていた、②原告の客は飲食店など特定の客だが、被告の客は不特定多数の一般市民である、③原告は加盟店に、被告は一般市民に販売しているという相違があり、競業しないと主張した。判決は、①造花の賃貸は同一であるし、販売と賃貸については類似性がある、②は証拠が無い上に截然と区別しうるものではない、③は加盟店が営む本件事業も含むと解するのが相当であり、F C本部である原告自身の事業に限ると解するべきではないとして、被告の主張を認めなかった。

(2)本事件では、被告自身が競業避止義務規定の有効性自体については争っていないことから、競業避止義務規定の効力そのものについてはまったく論じられていない¹³⁹ため、当該規定がザーのどのような利益を保護するものかという目的・趣旨については判断されていない¹⁴⁰。しかし、本件は地域が広範であり、このように広範な範囲が設定されている以上、その合理性について詳しい判断をする必要があった事例¹⁴¹である。地域は、本件ジーの商圈よりは広いが、かといってザーの

チェーン展開の範囲と一致しているわけでもないようであり、これによりザーが何を保護しようとしていたのか判然としない。このように広範な地域設定が許されるのか疑問である¹⁴²。

6.1.3. 本家かまどや事件（神戸地判平4・7・20判タ805号124頁）

(1)原告は持ち帰り弁当等を販売するF Cのザーであり、被告はそのジーである。ジーが実施料を滞納する等したため、ザーは解約したが、ジーがその後もその店舗で弁当等の販売を継続したことから、営業の禁止と損害賠償を求めた。契約には、解約された時は「本契約による営業場所において、同業種による同種事業をしてはならない」との規定がおかれていた。これに対してジーは、競争禁止特約はジーの営業の自由を侵害するものであり、公序良俗に反し無効であると抗弁した。

裁判所は、競争禁止特約について、その制限の程度によっては公序良俗に反し無効となる場合があることは否定できないとした上で、本件特約は競争禁止場所を従前の営業場所に限定し、業種も従前の営業に限定している一方、本件契約が「いわゆるチェーン店」契約であることに鑑みると、当該特約を締結することにつき十分な合理性が認められるとして、公序良俗には反しないとした。

(2)本件は、原告の商標等を使用許諾することに比重があり、製造、販売方法についてのノウハウの伝授や指導はほとんどなく、原告はジーに対して販売品目や販売価格を指定し、原告の指定する種類の原材料を使用せよという指示を与えているに過ぎない点が特徴だと指摘されている¹⁴³。

判決内容に関しては、本件特約の目的、必要性に関して明確な認定をしていない¹⁴⁴、特約の内容を具体的に考慮していない¹⁴⁵といったように、検討不足を指摘する意見が多い。具体的には、「いわゆるチェーン店」という言葉にいかなる意味を込めているか明確ではない¹⁴⁶、期間の限定がないにもかかわらず、その点について判断をしていない¹⁴⁷などの点である。期間に関しては、一部無効も考慮すべきであったろう¹⁴⁸。終了後の競争禁止義務の場合には、場所・地域的な制限があるか否かで、ノウハウと商圏のいずれの保護が主目的（一次的な目的）か判断しうるが¹⁴⁹、本件は営業場所のみでの競争禁止なので、ノウハウ保護よりも、その営業場所に関する商圏（顧客）の確保・保護が中心的な目的だと見る立場からも、期間の制限がないことがおかしいとされている¹⁵⁰。

6.1.4. コンビニックス事件（東京地判平9・9・12判タ972号210頁）

(1)コンビニエンス・ストアであるコンビニックス（原告・ザー）のジーであった被告が、当該F Cから脱退して、競争他社に加盟した。しかし、契約では、契約終了後1年間は、店舗所在地から半径5km以内の地域において、本件事業と類似または競合する事業を営まないとされていたため、原告がジーに対して損害賠償を請求した。ジーはこれに対して、ザーはF Cシステムの本部としての実態を有していない、競争他社のF Cに加盟したのはジーの妻である等と主張して争った。

判決は、ザーが商標や経営ノウハウの提供等を行っていることからF C本部としての実態を有しており、また、被告は実質的に競争事業者のコンビニを経営しているとして、ザーの訴えを認めた。

(2)判決は、ノウハウ等を認定して、本件競争禁止義務の有効性を認めているが、地域が限定され

ているので、本件規定の目的は商圏保護だろうと指摘されている¹⁵¹。ただし、本件も合理性等に関して具体的な検討がない¹⁵²。判決はザーがノウハウを提供したことは認定しているが、競業避止義務で保護すべきノウハウがあったか否かは検討していない。コンビニに関しては、前述のように、当該規定で保護すべきノウハウがない場合や、規定が不要な場合が多いのではないかと考えられる。また、商圏保護を理由とするのであれば、元ジーの営業場所に、ザーが新ジーをおく予定があったのか等、ザーが商圏を保護する利益を有していたのかに関する検討が必要であろう。

6.1.5. 京たこ事件（乙事件）（名古屋地判平14・3・1、D1-Law.com判例ID28070948）

（1）被告Y（ジー）ら4名は原告X（ザー）と、たこ焼き店のF C契約を締結した者である。Yらは、Xの詐欺行為によって契約を締結したことにより被害を被ったとして契約を取り消し、同一の場所で営業を継続するとともに、Xに損害賠償請求訴訟を提起したところ（甲事件、棄却）、Xは、Yらが競業避止義務に反しているとして損害賠償請求訴訟の反訴を提訴した（乙事件）。契約には、契約終了後1年間は同一の場所でたこ焼き店及びそれに類似する店舗の営業を禁ずる旨の条項、および契約に違反した場合にはザーに対し売上の3か月分を支払う旨の違約金条項が含まれていた。

判決は、本件競業禁止条項及び違約金条項はF C契約としてそれなりの合理性を持つとした。また、Yらの契約取消の主張は認められず、その他、本件において競業避止義務条項等の適用を否定すべき事情についての適切な主張・立証もないとして、Xからの損害賠償請求を認めている。

（2）本判決では、競業避止義務条項について「それなりの合理性」とされているのみである。その地域、期間、業種が限定されていたためと考えられる¹⁵³。判決内容を見ると、ザーが主張したノウハウのひとつである「たこ焼き用銅版」をジーが購入しており、契約終了時にそれを返還する義務がないこと、その技術的特性について証拠上必ずしも明らかでないと指摘されていること、さらに、ザーが主張したその他のノウハウを使用していない元ジーに対しても損害賠償請求が認められていること、そして競業禁止地域が同一の場所に限定されていることから、本件条項で保護されるのは商圏だと考えられるが、ザーが本件商圏保護に関して利益を有しているかについての検討はない。

6.2. 係争中の事例¹⁵⁴

6.2.1. 株式会社生活倉庫事件（静岡地裁浜松支部平20・10・27判例集未登載）¹⁵⁵

原告はリサイクルショップF Cの本部、被告らは旧加盟店である。原告による商品供給が滞りがちになり、契約時に合意した割引率での商品の卸販売も中止されたことから、被告らはロイヤリティの支払いを中止して解約し、店名を変えてリサイクルショップを継続した。そのため、原告が被告らに対して、未払いのロイヤリティの支払いと、競業禁止等を求めて提訴したものである。

地裁は、本件ロイヤリティの対価として、原告は安定的かつ迅速な商品供給義務を負っているにもかかわらず、それを怠り、更に、十分な経営指導も行っておらず、屋号使用代としてロイヤリティの5%の請求を認めるのが相当であるとした。その上で、原告が義務を怠っている以上、賠償額の

予定の合意に基づく損害賠償請求や、競業禁止を求めることは信義則上許されないと判示した。

本件は、まさに、元ジーによる競業行為に先立って、ザーの契約違反があった事例といえる。本件のように、ザーの事業能力・体制に問題がある場合には、競業避止義務が公序良俗違反とされるよりも、信義則違反とされる場合が多いであろう。本件は、本部が既に控訴している。

6.2.2. ジェイテック事件（東京地判平21・3・9判例集未登載）

本件の原告（ジェイテック）は技術者の人材派遣F Cの本部であり、被告は元ジーである。本部の請求は被告の競業避止義務違反および営業引継義務の不履行を理由とする損害賠償請求（約2億5千万円）であり、被告による反訴請求は本部の債務不履行による損害賠償請求であった。競業避止規定は、契約終了後2年間、同種又は類似の事業を営むことを禁ずるもので、地域的限定はない。

東京地裁は次のように判示した。被告がF C加盟前から営んでいた労働者派遣事業と原告の労働者派遣事業は、実質的な差異があることから、被告の行為（技術者人材派遣業の継続）は競業避止規定に違反する。しかしながら、原告の知名度は皆無に近く、被告がF C事業を営んでいた九州地区で原告の商圈が成立していたとはいえないし、原告のノウハウは契約終了時点で秘密性・有用性を欠く。更に、被告には廃業以外の選択肢がなく、代償措置もないことから廃業に伴う対価を得られる見込みがない。また、契約終了に至った原因について、F Cの全国展開が頓挫し、被告に提供すべきサービスを提供できなかったという原告側の事情がたぶんに寄与していることから、本件規定の制限内容は競業禁止により保護される原告の利益が、被告の被る不利益との対比において、社会通念上是認しがたい程度に達しているというべきであり、公序良俗に違反して無効である。

なお、反訴請求に関しては保証金の返還のみ認容された。

以下の点につき、若干の指摘をしておきたい。まず、本件と同様の事情（F C事業に失敗し無名で大したノウハウもない）がある事例であれば、同様の結論に至る可能性は高い。注目すべき点は、加盟前に同様の事業を営んでいたかに着目している点、競業避止義務で保護されるべきノウハウの基準を不正競争防止法上の営業秘密に設定している点、ノウハウを実際に不正利用して競業をしていたかに着目している点、そして競業禁止の代償措置の有無に着目している点である。なお、地域的限定がないという点からも疑問がある規定である。本件は本部が控訴し、高裁に係属中である。

6.3. 日本の競業避止義務の判例に関して一小括

従来の判例に関して、全体を通じて指摘できることは、競業避止義務の有効性に関する検討が不十分であるということである。事例によっては、訴訟当事者の主張方法にも問題があるようだが、具体的には、ザーが競業避止義務で保護すべきノウハウを有しているのか、そして、商圈保護に関しても、ザーはその地域でF C展開をしており、新ジーを置く予定があるのか、といった点に関して検討される必要がある。そして、それまでのジーの投資に見合うだけのノウハウ、サービス等をザーが提供したかという要素も含め、全体としてザーの利益とジーの不利益のバランスが取れてい

るかという観点から吟味をし、制限が必要最低限の範囲に留まっているか否かが判断されなければならないと考える。しかし、これまでの諸判決においては、期間制限や地域的制限がない場合であっても、その点について検討されておらず、検討が不十分といわざるを得ない¹⁵⁶。

7 おわりに

拙稿の執筆から6年が経過したが、結論部分の基本的考え方に変化はない。すなわち、①F C契約終了後の競業避止義務の合理性に関しては、それによって保護すべきザーの利益が存在しているか否かを厳密かつ詳細に検討すべきである、②元ジーに競業避止義務を課す際には元ジーへの金銭補償を行うべきではないか、というものである。

①に関しては、競業禁止によって元ジーに生じる不利益は、営業が実際に継続できず、築き上げたものの全てをザーに引き渡さなければならない等の具体的なものであるにもかかわらず、これまでの訴訟では、元ジーの競業行為によりザーが被る損害に関して非常に抽象的にしか主張されていない場合でも競業禁止が認められていることから、厳密かつ詳細な検討を求めるものである。それにより、この問題の公正な解決へと至ることができると考える。日本の従前の判決と、現在係争中の事例の地裁判決とを比較すると、近年の判例は、当該義務で保護すべきノウハウがあるかについてや、そのF Cの実情に関してなど、実質的判断に踏むようになってきたように見受けられる。

②に関しては、ジーの努力の賜物であるジーの **goodwill** を裁判で適切に評価してもらえるようになるかが鍵である。ザーがジーの **goodwill** にただ乗りすることを防ぐには、ザーの受ける利益とジーの被る不利益とのバランスを取るための配慮として、金銭補償という手段を用いるのが实际的だろうと考える。その際には、営業譲渡のように、F C店を継続事業体として評価した金額でザーが買い取るか、その店舗のF C権を購入する新ジーをザーが紹介するという手法が現実的であろう。営業譲渡となれば、F C契約に規定がなくとも、元ジーは競業を禁止される（商法16条）。ノウハウ保護の問題は別として、ザーも購入しない、新ジーも見つからないという場合、その店舗に競業避止義務で保護するような利益があるのだろうか。ただし、現時点では、競業避止義務訴訟が判決に至った場合には、元ジーに当該義務を課すか否かの二者択一となるであろうから、補償という手法を取り入れるには、ザーの自主的取組に期待しつつ、立法を視野に入れざるを得ないであろう。

最後に、本論文を執筆する際に、ザーが元ジーの **goodwill** の横奪を意図しているのであれば、当該義務を課す必要がある場合は割合と限られているのではないかと、すなわち、元ジーの競業行為によって、ザーが具体的損害を被る場合がどの程度あるのだろうかとの疑問が常に頭にあった。というのも、本問題についてザーと交渉した場合、ザーに対して、元ジーの競業行為でザーが被る具体的損害を提示して欲しいと要望してもザーが提示できないこともあって、競業避止義務条項を適用しなくてももらえる場合も多いとの現場の話を聴いていたためである。米国の判例で当該義務の適用を認めていない判例は、多方面から、ザーが被る具体的損害があるかに着目している場合が多い。

日本の裁判でも、当該義務の有効性・適用可能性について詳細に検討する傾向が出てきたが、この傾向が今後も継続するかは、元ジー側が詳細な主張・立証を行うかにも懸かっていると思われる。

本論文は、2008-2009年度科研費（20730037）の助成を受けたものである。

-
- ¹ 拙稿「フランチャイズ契約終了後の競業禁止義務について—米国法を中心に—」早大法研論集106号（2003）247-273頁。
 - ² 東京地方裁判所平成18年（ワ）第24341号損害賠償請求本訴事件および東京地方裁判所平成19年（ワ）第19360号損害賠償請求反訴事件である。詳しくは本文6.2.2. ジェイテック事件を参照。
 - ³ 社団法人日本フランチャイズチェーン協会（企画・編集）『フランチャイズ・ハンドブック』商業界（2003）347頁。
 - ⁴ 川越憲治『フランチャイズシステムの法理論』商事法務研究会（2001）14頁。
 - ⁵ 社団法人日本フランチャイズチェーン協会・前掲注（3）349頁。
 - ⁶ 田中良男、山嵯進「フランチャイズ契約における競業禁止特約の有効性を肯定した事例」ジュリ1045号121頁、三島徹也「フランチャイズ契約における競業禁止義務」法時73巻12号81頁、金井高志「フランチャイズ契約におけるフランチャイジーの秘密保持義務及び競業禁止義務—付随義務論、不正競争防止法及び独占禁止法を中心として」判タ873号43、44頁。
 - ⁷ 田中、山嵯・前掲注（6）121頁、三島・前掲注（6）81頁、金井・前掲注（6）44頁。
 - ⁸ この点に関して、金井・前掲注（6）41頁では、競業禁止義務はザーにとっては特約違反の事実の立証責任を軽減できるが、それが直接ジーの職業選択の自由または営業の自由を制約することから、その特約がなされた場合には、その有効性が厳しい基準で裁判所において審査されることになる旨指摘されている。
 - ⁹ 金井高志『フランチャイズ契約裁判例の理論分析』判例タイムズ社（2005）464頁、同・前掲注（6）45頁。
 - ¹⁰ 金井・前掲注（9）526頁、大山盛義「フランチャイズ契約における競業禁止義務」沖縄法政研究8号（2005）142頁。
 - ¹¹ 金井・前掲注（9）14、15頁では次のように分析している。①ジーが商標、ノウハウのライセンスを受ける＝賃貸借的要素、②ジーはザー指定の商品等の提供を契約上義務付けられる＝ザーを委任者と考える準委任的要素、③ザーはジーに対して使用許諾するノウハウについて継続的に改良・開発し、提供する義務を負い、必要な援助・指導をすることが義務付けられる＝ジーを委任者と考える準委任的要素、④ジーがザーから継続的に一定の商品等を購入する＝継続的売買の要素。
 - ¹² 川越・前掲注（4）93頁。
 - ¹³ 金井・前掲注（9）469、472頁。
 - ¹⁴ 以下で紹介する判例の選択は、脚注に挙げる文献のほか、Peter J. Klarfeld, Editor, COVENANTS AGAINST COMPETITION in FRANCHISE AGREEMENTS (Second Edition), American Bar Association (2003)を参考にしている。
 - ¹⁵ Robert W. Emerson, *Franchise Contract Clauses and the Franchisor's Duty of Care Toward Its Franchisees*, 72 N.C.L. REV. 905, 946, 969 (1994).
 - ¹⁶ 拙稿、前掲注（1）307、308頁参照。
 - ¹⁷ 同上、299-301頁参照。
 - ¹⁸ Restatement (Second) of Contracts (1981).
 - ¹⁹ 川越・前掲注（4）482頁。Robert W. Emerson, *Franchising Covenants Against Competition*, 80 IOWA L.

REV. 1049, 1054 (1995).

- ²⁰ Ted P. Pearce & Leigh Reynolds King & J. Cary Tharrington, *The Enforcement of Post-Termination Remedies in the Franchise Contract*, 24 OKLA. CITY U.L. REV. 81, 93 (1999).
- ²¹ 拙稿・前掲注 (1) 306、307頁参照。
- ²² 業種に関しては、拙稿・前掲注 (1) 304頁参照。
- ²³ 厳しい態度で臨んでいる州としてはカリフォルニア州が代表的な州であり、「原則違法、例外合法」形式の法規制を行っている。ただし、通常、トレード・シークレット保護のためであれば競業避止義務規定の有効性が認められる。詳細は Klarfeld, *supra* note14, at 43-45.
- ²⁴ Klarfeld, *supra* note14, at 102 (Georgia), 123 (Illinois), 142 (Indiana), 163 (Kansas) etc. 拙稿・前掲注 (1) 298頁参照。
- ²⁵ 本文記載の事例のほか、同様の事例を以下に挙げる。F C 事業継続のためとする判例として、*Gafnea v. Pasquale Food Co.*, 454 So. 2d 1366 (Ala. 1984). ザーがF C の販売をするという価値の保護のため（元ジーが同様の事業を継続すると、ザーは新ジーを見つけるのが困難になる）とした判例として *Servpro Indus., Inc. v. Pizzillo*, 2001 Tenn. App. LEXIS 87. 新規にF C 権を販売しうることの保護や、既存のジーらを仲間のジーによる競争から保護することをザーの利益として認めた事例として *Armstrong v. Taco Time Int'l*, 30 Wn. App. 538, 635 P.2d 1114 (1981).
- ²⁶ Klarfeld, *supra* note14, at 62.
- ²⁷ ザーは New Hampshire を含むより広域な New England 地区ではジーを募集していると主張したが、裁判所はより現実に即し、元ジーらが New Hampshire での競争に真の脅威を与えるかが問題だとして、ザーの主張を受け入れなかった。なお、本件は元ジーらが共謀して閉店した疑いがあるとされた事例であるにもかかわらず、競業避止義務規定の適用が認められなかった。
- ²⁸ US Uniform Trade Secrets Act §1 (4).
- ²⁹ Emerson, *supra* note19, at 1069 n94.
- ³⁰ 本文掲載の判例のほか、同様の事例として *Budget Rent-A-Car, Inc. v. Raab*, 302 A.2d 11 (Md. 1973) がある。本件は、レンタカーF C に加盟していたジーが、F C 契約（サブF C 契約）終了後、競業避止条項に違反して営業を継続したため、ザーが営業の差止等を求めたものである。契約では、契約終了後2年間、Maryland 州の Bethesda での競業が禁止されていた。裁判所は、当該条項は、期間・地域ともに合理的であるが、ジーは非熟練労働者であり、そのサービスは特殊なものではなく、ザーの顧客を勧誘してもいないし、営業秘密や顧客リストも利用しておらず、顧客との個人的繋がりもなく、当該条項の法的拘束力は認められないと判示した。
- ³¹ *Tominaga v. Shepherd*, 682 F. Supp. 1489, 1497 (C.D. Cal. 1988) は、競業避止義務の有効性が問題となった事例ではないが、トレード・シークレットの存在を認定する基準に関する判例として度々紹介される事例である。ファーストフードの材料の供給者（原告）が、自分の開発したピザ生地レシピは「秘密」に該当するとし、その「秘密」をファーストフードF C のザーらが盗んだとして不正競争防止法違反等で訴えた事例である。判決は、原告が他のピザ店を見学し、その製法を参考にピザ生地のレシピを作成していた上に、被告にも相談しているため、“extensive research” に基づいていないとして営業秘密と認定しなかった。
- ³² 前述 *O.V. Marketing Assocs. v. Carter* (4.2.2. 本文参照) も同様である。
- ³³ Klarfeld, *supra* note14, at 142 (Indiana), 188 (Maryland), 313 (New York), 323 (North Carolina), 356 (Pennsylvania), 402 (Tennessee), 411 (Texas) etc.
- ³⁴ Klarfeld, *supra* note14, at 204.
- ³⁵ Benjamin A. Levin & Richard S. Morrison, *Who Owns Goodwill at The Franchised Location?*, 18

FRANCHISE L.J. 85, 116 (Winter, 1999).

³⁶ *Id.*

³⁷ *Id.*; Pearce & King & Tharrington, *supra* note20, at 94 n54; Emerson, *supra* note19, at 1074.

³⁸ Levin & Morrison, *supra* note35, at 117.

³⁹ 拙稿、前掲注（1）299-301頁。

⁴⁰ 例えば、マサチューセッツ州では、F Cの事例がない場合には労働契約の事例を参考にしており、雇用者が大したトレーニングをしていない場合には goodwill は被用者のものとされている。See, Klarfeld, *supra* note14, at 206.

⁴¹ 本件では、本文記載の事情のほか、元ジーが店舗を移転させており、経営手法も自己の工夫、経験に基づくものであったことから、ザーはジーのためにいかなる goodwill を生じさせたのか証明していないとも判示されている。

⁴² Snelling and Snelling, Inc. v. Dupay enterprises, Inc. 609 P.2d 1062, 1064 (Ariz. Ct. App. 1980) では、人材派遣（職業紹介）F Cのジーが、契約終了後、元の店舗から35マイル以内での競業を3年間禁止されると同時に、他のザーの事務所、F C店もしくは今後設置される事務所から35マイル以内での競業を1年間禁止された。これに対し、ジーが本件競業避止義務は無効であるとして提訴した。アリゾナ州控訴裁は、当該義務が課される期間については合理的であるとしたが、その地域に関しては、ジーが得意客を有し、goodwill を築いた範囲に限定されるべきであるとして地域を修正したうえで合理性を認めた。

⁴³ 前掲 Servpro v. Schmidt (4.2.3. 本文参照) 参照。

⁴⁴ 拙稿・前掲注（1）304-306頁。

⁴⁵ 一部無効も考慮すべきだとする意見も少なくない。以下を参照。田中、山嵯・前掲注（6）122頁、金井・前掲注（6）45頁、西口元・木村久也・奈良輝久編『フランチャイズ・システムの法律相談』青林書院（2001）204頁。

⁴⁶ 金井・前掲注（6）43頁。フランスでの同様の議論に関しては、大山盛善「フランスにおける競業避止義務一つの議論－フランチャイズ契約と労働契約の相似性より」労旬1672号（2008）31-42を参照。

⁴⁷ 加藤新太郎編『判例 Check 継続的契約の解除・解約』新日本法規（2001）301頁。競業避止義務の対象となる業種も問題となるが、一般に、同一・類似または競業する業種であれば、合理的とされるだろうと考えられている。三島・前掲注（6）83、84頁、金井・前掲注（6）41頁を参照。

⁴⁸ 田中、山嵯・前掲注（6）121頁、三島・前掲注（6）81頁、金井・前掲注（6）43頁、金井・前掲注（9）521頁。

⁴⁹ 田中、山嵯・前掲注（6）121頁、三島・前掲注（6）81頁。

⁵⁰ 同上、および金井・前掲注（6）45頁。

⁵¹ 田中、山嵯・前掲注（6）121頁、三島・前掲注（6）81頁。

⁵² 同上。

⁵³ 田中、山嵯・前掲注（6）122頁。

⁵⁴ 三島・前掲注（6）81頁。

⁵⁵ 相澤聡ほか「フランチャイズ契約関係訴訟について」判タ1162号44頁、金井・前掲注（9）452頁。

⁵⁶ 金井・前掲注（9）455頁。

⁵⁷ 小野昌延編著『新・注解不正競争防止法（下）』青林書院（2007）759頁。

⁵⁸ 川越・前掲注（4）317頁。

⁵⁹ 同上、318、319頁。

⁶⁰ 同上、320、321頁。

⁶¹ 同上、322、323頁。

- 62 同上、323頁。
- 63 同上、328、329頁。
- 64 金井・前掲注（9）455-457頁。
- 65 同上、457-458頁。
- 66 ザーがジーに提供していたクレープミックス液の配合割合（マニュアルに記載されていたザー主張の営業秘密）の有用性が否定された判決として、クレープハウス・ユニ事件（東京地判平14・10・1）がある。本件「配合割合」に関しては、判決がリキュールを加える点に関して料理法として広く知られているとも指摘しており、非公知性および秘密管理性の要件も満たしていない。
- 67 秘密保持義務との関連で、この問題を指摘するものとして金井・前掲注（6）36頁。
- 68 相澤ほか・前掲注（55）45、46頁は以下のように指摘する。「フランチャイズ契約におけるノウハウの内容は、統一されたデザイン等の使用、低額かつ多種類の商品の購入可能性、容易に有用な情報にアクセスすることによって同様の情報を獲得するために必要な時間を短縮できるという時間的優位性等、F Cシステムに参加しなければ得ることが困難であるものを広く含む」。
- 69 川越・前掲注（4）169頁。
- 70 通常、ロイヤリティにはザーが提供するノウハウの使用料が含まれている。しかし、ノウハウが開店時のみ必要な知識や、陳腐化したノウハウの場合には、その部分のロイヤリティは理由のない金銭の取得であり、不当利得もしくは独禁法違反となりうるだろう。公取委「知的財産の利用に関する独占禁止法上の指針」（平19・9・28）は技術に関する知的財産が対象であるため、F Cのノウハウの全てが対象となるものではないが参考となる。同指針「5 その他の制限を課す行為」の「(3) 権利消滅後の制限」では次のように述べられている。「ライセンサーがライセンシーに対して、技術に係る権利が消滅した後においても、当該技術を利用することを制限する行為、又はライセンス料の支払義務を課す行為は、一般に技術の自由な利用を阻害するものであり、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する（一般指定第13項）」。
- 71 金井・前掲注（6）45頁。
- 72 大野勝彦『誰も教えてくれないフランチャイズ本部の立ち上げ方』ぱる出版（2002）27頁では、F C本部が成功する秘訣のひとつとして「F Cは、仕事の中身が簡単でなくてはいけない」と指摘している。実際のところ、F Cは一般的に、開業前の研修期間がわずから数日から数週間で終了する。すなわち、ジーが複雑、高度な技を身につけなければならない業態はF Cに向いていない。
- 73 田邊光政「フランチャイズ契約の競争禁止賠償額予定条項と公序良俗」リマークス1997（下）46頁。
- 74 小野・前掲注（57）759頁。
- 75 奈良地判昭45・10・23判時624号78頁。
- 76 小野・前掲注（57）785頁では、一般的知識と特別知識とを明確に区別する方式は見出されていないが、企業の競争財産として、競争能力の重要部分を占める情報は特別知識であると考えべきであり、市場での競争能力に決定的でないものが一般知識であると考えべきとされている。
- 77 小野・前掲注（57）785頁。
- 78 F C契約書に競争禁止義務が規定されている場合でも、ジーの経営不振による契約終了の場合には、競争禁止義務規定を適用しないのが一般的である。大野・前掲注（72）73頁。
- 79 小野・前掲注（57）754頁。
- 80 この他、法文上は規定されなかったが「秘密として保護されることに正当な利益がある」ことも、平成2年の同法改正における営業秘密の客体的要件とされている。小野・前掲注（57）755頁参照。
- 81 小野・同上、755頁。
- 82 同上、757頁。

- 83 同上、758頁。
- 84 同上、760、761頁。
- 85 同上、775頁。
- 86 同上、778頁。
- 87 同上、779頁。
- 88 同上、780頁。
- 89 川越・前掲注（4）317頁。
- 90 同上、321頁。
- 91 同上、329頁。
- 92 小野・前掲注（57）759、760頁。
- 93 同上、786頁。
- 94 金井・前掲注（6）45頁。
- 95 金井・前掲注（9）469頁においても、ノウハウの保有者としては、そのノウハウが外部に漏洩しないような物理的・管理的な対策を採っておくものであると指摘されている。
- 96 ノウハウ一般と営業秘密との関係については、ノウハウも営業秘密の対象だが、これまでのところ、ノウハウについては秘密要素は常に必要不可欠の要素ではないと考えられている。小野・前掲注（57）759頁。
- 97 金井・前掲注（9）15頁。
- 98 同上、475頁。
- 99 同上、475、535頁。
- 100 田邊・前掲注（73）46頁でも、今やコンビニの経営については、秘密性に乏しく、むしろ共通の知識になっているというべきであると指摘されている。
- 101 <http://www.fcjapan.gr.jp/2005/051128.htm>（アクセス日2009・5・22）、そのほか、「ザ・フランチャイズ」<http://frn.jfa-fc.or.jp>（アクセス日2009・5・22）にて、ローソン、ファミリーマート等の開示書類を参照。
- 102 小野・前掲注（57）786頁。
- 103 田村善之『不正競争法概説（第2版）』有斐閣（2003）466頁を参照。
- 104 三島・前掲注（6）84頁。
- 105 田中、山嵯・前掲注（6）122頁、金井・前掲注（6）45頁。
- 106 田中、山嵯、前掲注（6）122頁、三島・前掲注（6）84頁、金井・前掲注（6）45頁は、基本的には、当該ノウハウが陳腐化する時期までとする。
- 107 金井・前掲注（6）45頁。
- 108 公取委「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について」では、「3フランチャイズ契約締結後の本部と加盟者との取引について」の「(1) 優越的地位の濫用について」の部分で、FC契約又は本部の行為が一般指定14項（優越的地位の濫用）に該当する場合のひとつとして、「(契約終了後の競業禁止) 本部が加盟者に対して、特定地域で成立している本部の商権の維持、本部が加盟者に対して供与したノウハウの保護等に必要範囲を超えるような地域、期間又は内容の競業禁止義務を課すこと」を挙げている。
- 109 田中、山嵯・前掲注（6）121頁。
- 110 商号・商標に蓄積された信用がザーに帰属することは判例も認めている。ピザ・カリフォルニア事件（秋田地判平9・1・22TKC データーベース28060026）は、元ジーが契約解除後もザーの商号を用いて宅配ピザ業を継続していたため、ザーが不正競争防止法等に基づき商号等の使用差止等を求めた事例である。判決は、ザーの商号の使用差止により、ジーが培ってきた営業基盤が失われるのはやむをえないとした。ただし、この事件は、その営業地点でピザ宅配業を継続すること自体が問題となった事例ではないので、元ジーの

- goodwill までザーに帰属させよとした判決ではない。
- 111 David Hess, *The Iowa Franchise Act: Towards Protecting Reasonable Expectations of Franchisees and Franchisors*, 80 IOWA L. REV. 333, 343-345, 358 (1995).
- 112 退職後の労働者の競業避止義務に関して、学説の多数説は、代償金等の代償措置を競業避止特約成立の不可欠な要件と解している（日本労働法学会編『講座 21世紀の労働法第4巻』有斐閣（2000）146頁（第8章、川田琢之執筆部分）。FCでは、現時点では代償措置は補完的なもので、考慮要因のひとつと考えられている。田中・山崎・前掲注（6）122頁、金井・前掲注（6）44頁を参照。
- 113 そのほかにも、例えば、元ジーが作成した顧客リストなども金銭補償すべき価値を有するであろう。
- 114 お掃除本舗の開示書類（<http://frn.jfa-fc.or.jp/kaiji/113-1.pdf> アクセス日2009・5・22）を参照。
- 115 正確には、本件ザーも本件サブ・ザー（鹿児島地区本部）の上位のサブ・ザーである。
- 116 鹿児島県内に展開する直営店に「ほっかほっか亭」の名称とマークを使用させ営業させる権利および県内の加盟店希望者に対してFC権を与える権利を有する。
- 117 ほっかほっか亭（鹿児島）の事例は、通常ザーの goodwill とされる、商標に付属する goodwill までも、ジーが構築したといえる事例である。
- 118 三島・前掲注（6）84頁、金井・前掲注（6）46頁。
- 119 田中・山崎・前掲注（6）122頁。
- 120 三島・前掲注（6）84頁、金井・前掲注（6）46頁。
- 121 田中・山崎・前掲注（6）122頁。
- 122 川越憲治「フランチャイズ契約終了後の競業避止義務—私法と独占禁止法」関東学院法学1巻2号（1992）85頁。
- 123 金井・前掲注（6）45頁。
- 124 田中・山崎・前掲注（6）122頁、金井・前掲注（6）47頁、三島・前掲注（6）85頁。
- 125 社団法人日本フランチャイズチェーン協会・前掲注（3）349-350頁。
- 126 金井・前掲注（9）15頁。
- 127 川越・前掲注（4）93頁。
- 128 小塚莊一郎『フランチャイズ契約論』有斐閣（2006）65頁は、『「フランチャイズ契約には、フランチャイズ・システム全体（network）という第三の当事者が存在する」といわれることがある。システム全体としての統一性やブランドを維持する必要から、単なる二当事者契約とは異なる問題が発生し得るという意味であろう』としている。
- 129 メリットは多数ある。例えば、資金節約による急速な店舗展開が可能となるため、スケールメリットが早い時点から発生する。それはザーにとっての利益でもあるだろうが、ジーにとっての利益でもある。さらに、店舗数が増えれば、それ自体が広告の機能を果たす。また、多数のジーの資金を利用することで、ザーの資金のみでは不可能な規模の広告宣伝を行うことも可能となるだろう。
- 130 ジェイテック事件（本文6.2.2）でも、反訴の本部に対する債務不履行請求は認められていない。
- 131 前掲注（108）を参照。
- 132 金井・前掲注（9）508、509頁。
- 133 同上。
- 134 大山・前掲注（10）132頁。
- 135 川越・前掲注（4）476頁、同・前掲注（122）61頁。
- 136 大山・前掲注（10）147頁の注51を参照。
- 137 金井・前掲注（6）46頁。田邊・前掲注（73）44頁も「この判決には疑問がある」と指摘する。

- ¹³⁸ 金井・前掲注（6）43頁。
- ¹³⁹ 川越・前掲注（122）60頁。
- ¹⁴⁰ 金井・前掲注（9）511頁。
- ¹⁴¹ 大山・前掲注（10）135頁。
- ¹⁴² 金井・前掲注（6）46頁、大山・前掲（10）142頁の注43、田邊・前掲（73）44頁。
- ¹⁴³ 野口恵三「フランチャイズ契約における損害賠償の予定ならびに競業禁止の特約の効力」NBL519号53頁。
- ¹⁴⁴ 田中、山崎・前掲注（6）122頁。
- ¹⁴⁵ 三島、前掲注（6）85頁、大山・前掲注（10）142、143頁。
- ¹⁴⁶ 田中、山崎・前掲注（6）122頁。
- ¹⁴⁷ 三島、前掲注（6）85頁、大山・前掲注（10）136頁。
- ¹⁴⁸ 三島、前掲注（6）85頁。
- ¹⁴⁹ 金井・前掲注（9）523頁。
- ¹⁵⁰ 金井・前掲注（6）47頁。
- ¹⁵¹ 金井・前掲注（9）525頁。
- ¹⁵² 金井・前掲注（9）517頁、大山・前掲注（10）137頁。
- ¹⁵³ 大山・前掲注（10）138頁。
- ¹⁵⁴ このほか、「まいどおおきの食堂」事件の判決（東京地判平21・1・27）があるが、入手が間に合わなかった。報道等によると、競業避止義務違反による損害賠償請求部分に関しては、一部減額の上、賠償請求が認められたとのことである。この事例も現在高裁に係属中である。
- ¹⁵⁵ コンビニ・フランチャイズ問題弁護士連絡会 <http://www.konbenren.net/pdf/seikatsusouko081027.pdf>（アクセス日2009・5・20）
- ¹⁵⁶ 金井・前掲注（9）526頁、大山・前掲注（10）143、144頁。