

## ＝消費生活相談員のための判例紹介＝

### 後出しマルチ事件

後出しマルチを認定してクーリング・オフを認め、事業者に対し契約代金全額及び遅延損害金の返還を命じた判決（確定）

松戸簡易裁判所 令和3年（ハ）第177号

弁護士 及川 智志（千葉県弁護士会）

### 第1 判決の要旨

役務提供契約とその直後に締結された紹介料契約について「この2個の契約を全体としてみれば、特商法の連鎖販売取引に該当する」、「適法な契約書面が交付されておらず、クーリング・オフの期間は未だ経過していない」と判示し、いわゆる「後出しマルチ」を認定してクーリング・オフを認め、被告に対し契約代金全額及び遅延損害金の返還を命じた判決である（確定）。（2022年（令和4年）3月18日確定）

### 第2 原告の主張

原告の主張は概要以下のとおりである。

#### 1 本件契約

原告は、出会い系マッチングアプリで知り合った被告関係者から突然ビジネスの勧誘を受け、2020年10月4日、被告（事業者）との間で「ビジネスコーチング」を主とする本件契約を交わし、原告は被告に対し、同日110万円を支払った。

#### 2 後出しマルチ

本件契約の直後、原告は被告から、被告のビジネスの「集客については、マッチングアプリを使用し勧誘目的であることを隠してお茶などに誘ってアポイントを取っていく」ようにと告げられた。また、その際、被告は原告に対し、本件契約を他の人に締結させたら紹介料を10万円支払うと説明し、その旨の紹介料契約が締結された。

この被告の一連の契約は、特商法の連鎖販売取引に該当し、クーリング・オフの期間は契約書面受領時から20日間である。

しかし、被告のいずれの契約書にも20日間のクーリング・オフが記載されていない。

#### 3 クーリング・オフ妨害

原告は、被告の違法不当な勧誘方法に疑問を感じ、また、このビジネスはマルチ商法なのではないかと不安になり、クーリング・オフの意向を被告に伝えた。

しかし、原告は被告から、マルチ商法ではない、「8日」の期限が過ぎても解除できると告げられたため、クーリング・オフをしなかった。

ところが、「8日」の期限後にした原告のクーリング・オフを被告は拒絶した。こうして被告は原告のクーリング・オフを妨害した。

### 第3 被告の主張

被告（事業者）の主張は概要以下のとおりである。

2個の契約は別であり、連鎖販売取引の規定は適用されない。期間を8日間とするクーリング・オフ条項が明記されており、同期間をすでに徒過している。

また、クーリング・オフ妨害はない。したがって、クーリング・オフはできない。

### 第4 立証の工夫

本件においては、確かに形式上は2個の契約が別個に結ばれており、また、「本件契約を他の人に締結させたら紹介料を10万円支払う」との特定利益を約束する「紹介料契約」が役務提供契約の後に結ばれていることから、特定商取引法第33条第1項に規定する「特定利益を収受し得ることをもって誘引」したという要件を充たすのが重要な争点であった。

上記の要件を充たすためには、「紹介料契約」と役務提供契約が不可分一体であるという実質的な根拠を示す必要があると考えた。また、被告が、本件と同様に時間差を利用して実質的なマルチ商法を展開していることにつき、これが組織的に繰り返し実践されていること、それが被告の多大な収益となっていることを裁判所に訴え、このような悪質商法を規制する必要があるとの心証を得るように努めた。

そうした立証において、PIO-NET情報がたいへん役に立った。同情報によれば、2018～2020年の被告に対する苦情は48件、そのうちマッチングアプリでの勧誘が24件、出会い系サイトでの勧誘が12件、特定利益が約束されていたものが24件、マルチ商法やネズミ講を指摘するものが25件あった。

こうした広範な被害を裁判所に訴えたこと、被告代表者及び勧誘役（被告関係者）に対する証人尋問により被告の商法の悪質な実態を明らかにしたことにより、本判決を得ることができたと思われる。

本判決においては、「ビジネスコーチング」を主とする本件契約と同日（直後）に紹介料契約が結ばれている。この時的近接性も2個の契約を一体として考えて連鎖販売取引を認定した要素であると思われる。こうした時的近接性が見られない場合にも、いわゆる「後出しマルチ」が認められるべきケースは多々あると思われ、今後の裁判例の集積、法律の改正により、

被害の回復と防止が図られることを期待したい。

なお、仮に後出しマルチが認められない場合に備え、クーリング・オフ妨害も主張し、その立証にも努めた。本判決はこれも認めているが、クーリング・オフ妨害については本稿の趣旨から外れるのでこれ以上は述べない。

## 第5 判決

本件契約及び紹介料契約について「この2個の契約を全体としてみれば、特商法の連鎖販売取引に該当する」、「故意に原告のクーリング・オフの申出期間を徒過させた」、「適法な契約書面が交付されておらず、クーリング・オフの期間は未だ経過していない」と判示し、クーリング・オフを認め、被告に対し110万円及び遅延損害金の返還を命じた。

本判決後間もなく、被告から原告に対し元利金満額が返金され、被害回復が実現した。また、被告は控訴せず、本判決は確定した。

なお、本判決においては、「ビジネスコーチング」を主とする本件契約と同日（直後）に紹介料契約が結ばれている。この時的近接性も2個の契約を一体として考えて連鎖販売取引を認定した要素であると思われる。こうした時的近接性が見られない場合にも、いわゆる「後出しマルチ」が認められるべきケースは多々あると思われ、今後の裁判例の集積、後記する法改正により、被害の回復と防止が図られることを期待したい。

## 第6 後出しマルチの法規制が必要

### 1 後出しマルチの問題

特商法は、連鎖販売取引に関し、事業者に対し、広告規制、概要書面や契約書面の交付義務、不当な行為の禁止規定（勧誘の方法・内容などやクーリング・オフの妨害行為など）を規定し、最大2年間の業務停止命令や、業務停止命令とともに会社の役員や違法行為につき主導権を持つ従業員に対して禁止命令を行うことができるとし、行政処分をした場合には業者名や氏名、処分の内容の公表を義務づけている。また、消費者被害救済のための民事ルールとして、契約書面を消費者が受け取った日から20日間のクーリング・オフ制度、勧誘の際の不実告知や不告知による誤認を取り消し原因とする取消制度、中途解約制度、一定の要件での返品制度などを設けている。

ただ、連鎖販売取引の要件として、契約の締結の際に「特定利益が得られる」として誘引することがある。そうすると、契約の締結に至るまでに「特定利益が得られる」との勧誘等がない場合には、連鎖販売取引の要件を充足せず、前記の規制を及ぼすことができない。

そのため、本件のようなケース、すなわち、まず高額な情報や商品などを儲かると勧誘して購入させ（場合によっては借金までさせ）、商品や役務の購入契約の後に「特定利益」を告げてマルチ商法に引き込むという、いわゆる「後出しマルチ」は、形式的には特商法の規定する連鎖販売取引には該当せず、これに同法の規制を及ぼすことができない。

しかし、このような悪質業者による法の潜脱を許すことはできない。そこで、特商法では被害救済ができない場合に不法行為により責任を追及したり（東京地方裁判所平成28年11月10日判決）、本件のように後出し部分の契約を含めて一体として特商法の適用を求めたり、という訴訟上の工夫がされてきた。

こうした個別的な対応と被害救済もたいへん重要であるが、それに止まらず、速やかな法規制が必要となっている。

### 2 5年後見直しで後出しマルチの法規制を

特商法は、これまで何度も改正が繰り返されてきたが、平成28年改正の附則に「政府は、この法律の施行後5年を経過した場合において、この法律による改正後の特定商取引に関する法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする」という、いわゆる5年後見直しが盛り込まれた。同改正法の施行が2017年12月1日であるから、2022年12月に5年後の経過を迎える。

5年後見直しで改正すべき点は多々あるが、この見直しの機会を逃さず、後出しマルチも特商法により規制すべきである。2022年7月14日付け日本弁護士連合会の「特定商取引法平成28年改正における5年後見直し規定に基づく同法の抜本的改正を求める意見書」は、後出しマルチ規制につき、「特定商取引法第33条第1項を改正して、現行法の連鎖販売取引の定義規定に後出しマルチを加えて、脱法的な後出しマルチ取引を防止する必要がある。すなわち、特定利益を収受し得る契約条件と特定負担を伴う契約を組み合わせた仕組みを設定している事業者が、連鎖販売取引に加入させることを目的としながら、特定負担に係る契約を締結する際には特定利益の収受に関する契約条件の存在を説明せず、特定負担に係る契約を締結した後に特定利益を収受し得ることを告げることを明確に連鎖販売取引の規制対象とすべきである。」、「後出しマルチが現行法の連鎖販売取引の適用対象に含まれるかどうかについての疑義を解消するため、特定利益を収受し得る仕組みを設定しながら、そのことを故意に告げないで特定負担を伴う契約を締結させ、その後に特定利益を得るための取引を勧誘することを連鎖販売取引の拡張類型として規定すべきである。」としているが、そうした規制の実現を切望する。