

フランチャイズ取引とは何か

—「事業提携」としての、フランチャイズ・システムとフランチャイズ契約—

西 島 良 尚

(目 次)

第1 はじめに

第2 「フランチャイズ契約」の意義や機能をめぐって—「フランチャイズ・システム」との区別の必要性

1. 「フランチャイズ」の意義について

2. フランチャイズ・システムにおける各当事者の得る利益

第3 松中学「契約による市場組織化—フランチャイズの経済分析と法」における経済学・経営学的観点からの「フランチャイズ」の有用性や機能について

1. フランチャイズが用いられる理由—「なぜフランチャイズか？」

(1) 「市場」と「企業組織」という観点で見る

(2) なぜ企業が店舗を直営にせず、フランチャイズを用いるのか

(3) ロイヤリティを通じてフランチャイザーとフランチャイジーで利益をシェアするのが望ましい理由

2. フランチャイズ契約の機能

(1) 統一性の維持と外部性への対応の必要性

1) 「統一性の維持」

2) 「外部性」

(2) 「外部性」への対処

- (3) 契約の一方的終了
 - モニタリングの強化
 - 3. フランチャイズをめぐる法的問題への示唆
 - (1) 基本的な方向性
 - (2) 具体的な問題
 - 「新たなコンビニのあり方検討会」を素材に
 - 1) フランチャイズ固有の問題か
 - 2) 契約の画一性・柔軟性
 - 3) 長期的な契約と環境変化への対応
 - 4. 松中「結語」について
- 第4. まとめ

第1 はじめに

我が国においてコンビニエンス・ストアや、リサイクルショップのような小売業、居酒屋その他の飲食業、ホテル、学習塾のサービス業などにもみられる、「フランチャイズ契約」による「事業提携」のあり方が、事業の拡大展開を図るための重要な一分野となって久しい。

他者を自己の事業のために利用し、自己の事業を拡大展開するための方法としては、これまで伝統的には、民法典における13類型の「典型契約」のリストにあげられている、雇用契約（労働契約）関係（民法623条以下）があり、また、独立した事業者が仕事ごとに注文を請け負うという請負契約関係（民法632条以下）によるという態様がある。しかし、フランチャイズ契約は、中心となる本体的事業者とその事業に参加する各店舗経営者とは雇用関係ではなく、ともに独立の事業者であることを前提とする。そして同時に、それは単純な請負契約のように基本的に独立した仕事ごとに仕事の完成を目指す関係ではなく、各店舗経営者は、その本体的事業者から事業のブランド標識や経営ノウハウあるいは仕入れの仕組み等を利用する権利を得る代わりにその対価を支払う「提携関係」を継続することを前

提とする契約である。いわゆる現代型の「非典型契約」の一つといわれる。

その本体的事業者と各店舗経営者とのフランチャイズ契約による事業提携関係は、その契約内容によっては独立事業者どうしの事業意欲を高め、お互いの経営的合理性も追求できる理想の「共存共栄」関係になるともいわれる。しかし、反面、その契約内容によっては、各店舗経営者は本体的事業者に従属させられ、しかし、労働者のような保護は受けられない独立事業者として扱われ、労力的にも経済的にも本体的事業者から搾取を受ける地位になりかねない。近時、特にコンビニエンス・ストア関係において、本体的事業者とフランチャイズ契約によりその事業に参加した各店舗経営者の関係について法的紛争が噴出しているゆえんである。

本稿では、そうした「フランチャイズ契約」ないしそれが集合したフランチャイズ事業の仕組みを形成する「フランチャイズ取引」に関する法的な問題を論じる前提として、なにゆえ、そのよう取引形態が用いられるのか、まずは、経済的・経営的観点からの検討を概観しておくことを目的とする。

それは、①「フランチャイズ」という取引の「システム」ないし「仕組み」のもつ経済的・経営学的「合理性」や「効率性」ないし経済的メリットといわれるものと、②現実の、ある業種の「フランチャイズ契約」の実態が、その「合理性」や「効率性」が正当に実現されているかどうか、あるいは、「効率性」とは別の基準である「公正性」「正義性」の観点から妥当と評価されるのかどうかということとは、別の問題として考察されなければならない⁽¹⁾ことを前提とする。

しかし、まずは、何はともあれ、「フランチャイズ」という「取引システム」の有益性が経済学的、経営学的に、どのように捉えられているかを知ることが必要であると考えられる。

以下では、主として前掲注(1)ジュリスト特集号の松中学「契約による市場組織化—フランチャイズの経済分析と法」(ジュリスト1540号17頁~23

頁)を参照しつつ、その認識を整理し、検討することにする。

そのうえで、次に行う予定である、企業活動における事業者間の多様な「事業提携関係」における、「フランチャイズ契約」ないし「フランチャイズ取引」の法的位置づけや法的分析のための準備稿とする。なお、本稿は、その他多様な「事業提携契約」の特徴や共通性の比較検討や、それをふまえて「事業提携」の「取引法理」における一定の分析枠組みや共通の取引法理の抽出を試みる椿寿夫博士主催の研究会「椿民法塾」における共同研究の一環でもあることを付言しておく⁽²⁾。

(注)

- (1) 森田修「本特集に寄せて」「特集 フランチャイズと法—コンビニ問題が投げかけるもの」ジュリスト1540号(2020年1月)14頁参照。
- (2) 椿博士は、「提携契約論序説」において、事業「提携契約」について、「提携契約」を介して多様な法律関係が発生する場合に、その「提携」のあり方や内容によって、その後が発生する多様な法律関係にどのような法的影響を及ぼすか、あるいは及ぼすべきか、その法的意義を抽出し、一定の契約ないし取引法理に高めることはできないか、という試みを明確に打ち出された(椿寿夫「提携契約論序説(上)」ジュリスト846号(1985年10月)117頁および「同(下・完)」同849号(1985年11月)101頁)。

それまでの企業「提携」は、商法や独占禁止法の観点から、企業間の主として「対等」な業務の「共同性」や「補完性」をその特性と捉え、契約による「ゆるい結合」から合併を典型とする「固い結合」などの類型を想定する検討はなされていた。

それに比して、椿博士の構想は、さらに広く、「非対等」な従属的關係にある「提携」関係(同下101頁, 106頁)や、多数当事者の「提携」関係についても視野に入れ、「提携」関係の「内部関係」と「提携」を起点とした「対外(外部)関係」の解明の必要性(同下105頁)にも言及されている。さらに、事業者どうしでは「非対等」であっても法的には「契約自由」が確固たる原則の地位を保持しているが、それを自明視するのではなく「一定の制限論(たとえば双務=有償契約の根本思想からは逸脱できない)」の問題が、「提携」のあり方によっては出て来る可能性を示唆され、「利益の帰するところ・・・」という発想についても、事業者「提携」の場合にも

問題となり得ることも指摘されている。そのうえで独禁法とのつながりも意識され、独禁法といういわば上段の制約のほかに、さらに、取引法における妥当な制約を構想し得ることも示唆されている。

このような「提携」の問題のうち、「提携」関係を一体的に捉え、「提携」関係のない「いわば外部的な取引当事者との関係」については、「多角的法律関係」にある「多角取引」という視点から議論を発展・展開されてきた（椿寿夫・中舎寛樹編『多角的法律関係の研究』（日本評論社、2012年）および椿寿夫編著『三角・多角取引と民法法理の深化』（商事法務別冊 NBL No.161）両書における椿博士の諸論考を参照）。

さらに「提携」のあり方や内容から、「提携当事者の内部的な関係」について、どのような法的影響がありえ、その一定の法理ないし準則を導き出すことができるかという問題は、外部的に関連するもまた別の局面の問題を含んでおり、なお検討されるべき問題として残っているといえよう。

本共同研究は、そうした観点からの「事業提携契約」の研究であり、そのうち、私には「フランチャイズ契約」を検討・考察することになる。

第2 「フランチャイズ契約」の意義や機能をめぐって — 「フランチャイズ・システム」との区別の必要性

1. 「フランチャイズ」の意義について

必ずしも統一的な定義があるわけではないが、以下のような「一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会」の定義がある。

「事業者（フランチャイザー）が他の事業者（フランチャイジー）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、同一のイメージをもとに商品の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及び援助のもとに事業を行う両者の継続的關係」（下線は西島による）をいう⁽³⁾。

フランチャイズ契約たりうるための「フランチャイズ・パッケージ」としては、①共通の標識及び統一的な外観の使用、②フランチャイザーから

フランチャイジーに対するノウハウの付与, ③フランチャイザーによるフランチャイジーの経営の継続的な支援が規定されていることとされる(小塚荘一郎『フランチャイズ契約論』(有斐閣, 2006年)45頁以下)。

この「フランチャイズ」関係は一種の業務提携の「仕組み」ないし「システム」と捉えることができる。その「仕組み」を形成する重要なパーツ(部品)が各フランチャイズ契約であるといえる。この「仕組み」ないし「システム」(以下「システム」に統一する)が利用される事業は, 前述したように, コンビニエンス・ストア, リサイクルショップのような小売業居酒屋その他の飲食業, ホテル, 学習塾などのサービス業など多様である。

2. フランチャイズ・システムにおける各当事者の得る利益

フランチャイジー(「加盟者」「加盟店」)にとっては, フランチャイズチェーンに加盟することで, 当該チェーンのもつ集客力や信用力を利用するとともに, フランチャイザーが構築したノウハウを利用できる。事業に必要な資金はフランチャイジー自身が投下するフランチャイジー自身の事業である。フランチャイザーの指導援助の下に, フランチャイジー自身の資金投下で, 自身の事業の拡大も可能である。それはフランチャイザー自身の事業規模の拡大につながる⁽⁴⁾。

フランチャイザー(「本体的事業者」)は, フランチャイジーから, 商標やノウハウの対価(加盟金やロイヤルティ)を得るとともに, 短時間での店舗展開やスケールメリットを実現できる。

フランチャイズ・システムは, 理念的には, フランチャイザーとフランチャイジーがともに事業展開における役割をになって「共存共栄」を図るシステムと言われる。しかし, それはそのシステムを形成するためのフランチャイズ契約の内容によって, そのモデル理念に近いものになるか, 搾取のシステムになるかについては, そのシステムを形成する要ともいえるフランチャイズ契約の内容次第ということになる。ここに, フランチャイ

ズ・システムとそれを形成する重要なパーツ（部品）であるフランチャイズ契約を区別して考察しなければならない理由がある⁽⁵⁾。

(注)

- (3) 一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会＝商業界編『新版 フランチャイズハンドブック』（商業界、2012年）19頁。
- (4) しかし、実際には、フランチャイザー自身の事業の側面が強くなる場合も多い。そして、継続的關係の中、フランチャイジーにフランチャイザーを介する仕入先等の仕組みを利用させるなどすることにより、フランチャイザーのコントロールする自己の事業の中に取り込むことが可能で、「フランチャイザー自身の事業」性の強化を図れる契機（可能性）を含む事業モデルともいえる。
- (5) フランチャイズ契約の本質について

フランチャイジーの事業性（経営・管理の独立性とその収益の独自の確保可能性）の濃淡が、フランチャイズ契約の内容によって差異が出る。その内容によっては、対等性、共存共栄を生み出す可能性のある契約である。しかし、フランチャイザーが、フランチャイジーを、その事業の支配・従属の關係に取り込む可能性もある契約モデルともいえる。この点、継続的な固定的な従属性の強い「下請け」業者を生み出す仕組みとしても機能しうるといえる、また、その契約内容によっては、「独立業者」という名ばかりで、責任の伴う雇用契約ではない、都合のいい労働力の確保という性格をもちうる。そういう「仕組み」としての「本質」を内在する「契約」といえる。

そのフランチャイズ契約内容が、フランチャイザーの構築した有益なノウハウを社会に広く広めてもらうことを主眼として、フランチャイジーに対する縛りは緩やかで、ロイヤルティーも比較的 low かつ適正なものであれば、フランチャイジーの事業としての独自性や繁栄にもつながる。フランチャイザーがどこまで自己独自の利潤を追求するかによって、その「事業」やフランチャイズ・システムの性格が変わり得る「契約」であるといえる。フランチャイジーの事業の独立性は、契約内容により「相対的」といえるのである。

この観点から、フランチャイズ契約の

- ・加盟交渉・契約の締結
- ・開業準備過程
- ・開業後の店舗（事業）の経営

・契約の終了

の各場面で、実態における重要な問題点を判例などもおりまぜて整理・検討する必要性が生じる。

第3 松中学「契約による市場組織化—フランチャイズの経済分析と法」⁽⁶⁾における経済学・経営学的観点からの「フランチャイズ」の有用性や機能について

松中学教授が「経済学・経営学の研究を参照し、フランチャイズ契約が用いられる理由とその機能」を検討され、「その上で法的な問題への示唆を論じる」とされている上記論稿の要旨を整理しつつ、「フランチャイズ」という「取引システム」の有益性が経済学的、経営学的に、どのように捉えられているかを知る一助としたい。各項目立てについても、基本的に松中論文に依拠させていただいている。

それらの知見に対して、現段階の私のフランチャイズ契約ないしそのシステムに対する見方からの若干の批判的検討を加えることにもなるが、それも経済学的・経営学的知見との「対話」の必要性を認識した上でのこととしてご海容を賜りたい。

(注)

(6) 前掲ジュリスト1540号(2020年)17頁以下。

1. フランチャイズが用いられる理由—「なぜフランチャイズか？」⁽⁷⁾

(1) 「市場」と「企業組織」という観点で見る

前掲松中論稿によると、フランチャイズは、市場で単発の契約によって財やサービスを調達することと、企業の一部門のように組織に組み込まれること(ヒエラルキー)の中間に位置するハイブリット(異質な技術・素材等を組み合わせること(明鏡国語辞典(大修館書店):以下、カタカナ語の日本語定義

は特に記載がないときはこれによる))な形態の一例である。ヒエラルキー (上下関係によってピラミッド型に序列化された組織, 位階制) と比べると コーディネーション (物事を調整して一つにまとめること) を犠牲にする一方で, より強力な利益最大化のインセンティブ (意欲を起こさせる刺激・誘引) をフランチャイジーになる者に与える⁽⁸⁾, と述べられる (下線は, 西島による)。

(注)

(7) 松中・前掲ジュリスト17頁。

(8) 松中・前掲ジュリスト17頁。そこでの「市場と比べた場合は逆になる」とは, 「市場」と比べれば, 個々人の単独のインセンティブを犠牲にし, コーディネーションを与えるということのようである。ここでの「市場」は, 個人の単独のインセンティブに基づく自由な経済活動の場であるが, そこでは, 組織的なバックアップやネットワークやノウハウ, 数量・規模のメリットなどはない, ゼロからのスタートが前提となっている。

(2) なぜ企業が店舗を直営にせず, フランチャイズを用いるのか

松中論稿は, ここで, 最もよく使われてきた説明としてエージェンシー (代理店・代理業) 理論に基づく次のような説明をあげられる。

- ・「店舗の運営者に権限を与える必要がある場合に, 事業から生じるリターン (見返り, 利益, 報酬) を得させるとともにリスクも負わせることで, 利益を最大化するインセンティブを与えられる。」
- ・より正確には, 「店舗の運営者の努力水準が利益等のアウトプット (生産高, 出力) の決定要因となっている場合, これが観察・証明可能であれば, 最適な努力水準を定める契約を結ぶことが直営店であっても最適な結果が生じる」⁽⁹⁾。「しかし, 努力水準が観察・証明できない場合には運営者のモラルハザードを招く。そこで, いわば, 運営者を事業の「所有者」のように位置づけて努力のインセンティブを与えるのがフランチャイズである。」 (下線・太字は西島による。以下同じ)。⁽¹⁰⁾⁽¹¹⁾。

(注)

- (9) 直営店の店舗の運営者(店長)を雇用契約あるいは業務委託契約によって運営を委ねる場合の話であろう。「最適な努力水準」なるものが観察・証明可能であっても本当にそれを定める契約を締結すれば「最適な結果」が生じるといえるのか、それ自体なお不確定な要素を含んだ仮説にすぎないようにも思える。しかし、「努力水準が観察・証明できない場合には運営者のモラルハザードを招く」(サボって、あるいは、不正に受託者が自己の利益の追求に走るということか)ことは防げるということか。
- (10) たしかに、物や財貨の所有者こそ、そこからの排他的利益を得るために排他的管理のための努力をせざるを得ないので、これに他者の管理に依存したり転化してその緊張感を失い墮落させることなく、その財貨の「収益」と「管理」の一致こそ、その財貨の活用のために最も望ましい結果を導くとする思想は、古くはロックの思想(ジョン・ロック『完訳 統治二論』加藤節訳(岩波文庫, 2010年)「後篇 第5章所有権について」326頁)や、アダム・スミスの経済主体の自己利益追求のための自由な活動こそが社会に最大の富をもたらすと(『国富論』)、最近では、持分価格2分の1以下の共有者の分割請求を禁止する当時の森林法186条の規定を違憲とした最判昭和62年4月22日(民集41巻3号408頁)の考え方にもみられる。(西島良尚「所有権, 共有, 団体的所有, そして信託を考える(序論) — マンションの区分所有と共同管理の基礎を考える —」マンション学67号(2020年12月)76頁以下参照。)

しかし、フランチャイズ・システムにおけるフランチャイジーの利益追求は、完全な「排他的利益」の追求ではなく、かつ、完全な「排他的管理」が可能なものではない。それは、フランチャイザーとの契約により、①「所有者」としてのリスクや負担と、②「所有者」としての自己利益の拡大(その反面としてのロイヤリティーの拡大)とが、どのようなバランスがとれるかは、ひとえにその契約内容(一方に偏しない「公正」さ)によることになると思われる。

(11) さらに言えば、「運営者を事業の「所有者」のように位置づけて努力のインセンティブを与えるのがフランチャイズ」とはいつても、もちろん「契約」の内容にもよるが、結局は、フランチャイザーの設定した「土俵」やルールの上で「競技」をするのであり、その「成績」をあげるためのインセンティブが「自己責任」の負荷に基づき強化される仕組みといえる面を持つとあってよいだろう。労働契約に基づく販売・営業担当の従業員から、「独立事業者」性の一部と引き換えに、店舗営業の為に「加盟申込金」「加盟金」そして「ロイヤリティ」その他の名目での

供出金、取引条件などにより、より効率的な「搾取」システムの構築が可能になる「性格」を持つ仕組みともいえる側面を持っているように思われる（なお、大内伸哉「フランチャイズ経営と労働法」ジュリ1540号43頁以下（特集「フランチャイズと法」への寄稿論稿）参照）。

（３） ロイヤリティを通じてフランチャイザーとフランチャイジーで利益をシェアするのが望ましい理由

店舗の「運営者」を事業の「所有者」のように位置づけることで「努力」のインセンティブを与えるためであれば、売り上げ（あるいは）利益に対してロイヤリティをかけるのではなく、フランチャイズ関係に入る段階で固定のフランチャイズ料を獲得する方が望ましい。ロイヤリティを課されるとフランチャイジーの努力水準を下げるからである、とされる。

しかし、それでもロイヤリティを通じてフランチャイザーとフランチャイジーで利益をシェアするのが望ましいのは次の理由による、とする。

まず、フランチャイジーはその事業に専従するのが一般的であり、リスク分散は困難であるためにリスク回避的になる。そのため、事業のリスクを全て負うとそれに見合うリスクプレミアム（リスクに見合う割増金）を求める。そこで、リスクの一部をフランチャイザーが負うことで、ファーストベストではないが可能な限り最適な努力水準を引き出せる。

そして、より重要なのは、フランチャイザーにもモラルハザード⁽¹²⁾が生じる可能性がある点であるといわれる。それは初期に固定フランチャイズ料を受け取るだけでは、フランチャイザーはその後の「ブランド価値」の維持・向上のために努力するインセンティブが小さくなる。そこで、フランチャイザーにも努力のインセンティブを与えるために利益をシェアする仕組みがとられるというのである。実証研究も両者に努力のインセンティブを与えると理解とおおむね整合的であるとされる⁽¹³⁾。

以上からすると、店舗運営者の努力が重要でモニタリングコスト（監視する、あるいは継続的に観測したり測定したりするためのコスト）が大き

い場合に、解決策としてフランチャイズが用いられることになる。他方で、次に見る「フランチャイズ契約の機能」で見るフリーライドの問題が生じるため、チェーン全体への投資が過少になる可能性がある。そうすると、過少投資の問題を考慮してもモニタリングコストが大きい場合、典型的には地理的に離れた場所に多数の店舗を置く必要がある事業や外国への進出などで用いられることになる。また、店舗運営者のローカルな市場についての知識が重要な場合にも用いられる。この場合も、中央からモニタリングを行うコストは大きくなるからである⁽¹⁴⁾。

(注)

- (12) ここでは、この言葉の一般的な意味である「道德危険」や「倫理崩壊」という意味を、やや狭く、かつ、やや変容した「利益追求の効率性に関わる緊張感の崩壊ないし欠如」というほどの意味合いで使われているように思われる。
- (13) 松中・前掲論文18頁。注9にいくつかの英文の文献が挙げられている。ただし、その中で日本のデータを用いた実証研究として Masayoshi Maruyama & Yu Yamashita の2010年と2012年の2論文については、フランチャイザーの努力が重要なほど、前者は、フランチャイズの利用は少なく、後者は、ロイヤリティの利用率とロイヤリティ率が高くなること、を示していること、他方、フランチャイジーの努力の重要性については必ずしも上記のエージェンシー理論の説明と整合的な結果とはなっていないことが指摘されている、とされる。
- (14) 松中同19頁。松中論稿の指摘が、的を射ているように思われる。たとえば、外国や地域への進出に適した面など (Ex 台湾のファミリーマートなど)。しかし、全体的には、フランチャイザーの都合による「効率性」を重視した「モラル」であり「モラルハザード」であるようにも思える。森田修教授の指摘される「公正」や「正義」の基準は、やはり別に考慮せざるを得ないと思われる。それも含めて、フランチャイザーとフランチャイジーの両者の利益が真に調整されるならば、事業の「継続性」「健全性」からも大きな利益のある事業の仕組みとなり得るようにも思える。それは、決して短期的なフランチャイザーの利益の拡大のための「効率性」の観点からは測れない要素を考慮する必要性があることが予測される。

2. フランチャイズ契約の機能⁽¹⁵⁾

(1) 統一性の維持と外部性への対応の必要性

「フランチャイズが当事者に努力のインセンティブを与えるために用いられる以上」ロイヤルティーの設定など、契約の基本的な部分があるための機能を持つのは当然とされつつ、「もっとも、フランチャイズ契約には異なる機能を持った条項も多い」とされる。なかでも、特に販売する商品やサービスの品質や施設などの基準といったフランチャイジーの事業の詳細を規定するものは、努力を引き出すためというだけでは説明できないとされる。

こうした契約条項の合理性を理解する際に最も重要となるのは、フランチャイズにおける「画一性・統一性の維持」と「外部性の存在」であるといわれる。いずれも、フランチャイズが統一された商標などを用いて、消費者から「同じブランド」であると認識されるところから生じる、とされ、その2つは、次のような意味をもつとされる。

1) 「統一性の維持」

消費者は、同じフランチャイズであれば同じ商品やサービスが提供されると考え、異なる店舗であってもそれを頼りに利用する（場合が多い）。そのため、フランチャイズの提供する商品やサービス、「オペレーションの統一性」が「フランチャイズ全体の価値」を生み出す。

ある程度店舗ごとに地域に合わせた営業をすることは合理的になりうるが、店舗によって大きく商品やサービスの構成や質が異なるようでは、「リスク回避的な消費者」にとっては、ローカライズの価値の増加よりも「ハズレ」を引くリスクによる価値の減少が大きくなる。

また、「統一性」は、新しい商品やプロセスの導入、情報収集や店舗間の比較といった「運営面」でも価値をもたらす、とされる。

2) 「外部性」

上記1)の裏返しのようなものといわれる。あるフランチャイジーXが、原価は低い一方で品質の劣る商品を提供した場合、それによる利益はXにすべて帰属するが、評判の低下はX以外のフランチャイジーにも（ロイヤリティの総額が低下することでフランチャイザーにも）及ぶ。

このため、何も対処がなされなければ個々のフランチャイジーはフランチャイザーのブランドにフリーライドするインセンティブが生じ、その結果「全体としての価値」は下がる。

こうした問題が生じるのは、店舗の美観の維持などのより細かい点でも同様である。

(2) 「外部性」への対処

上記の「外部性」の問題は、単純にロイヤリティを通じて利益をシェアするだけでは解決できない、とされる。そこで、「契約」を通じてフランチャイジーの裁量を制約し、それが遵守されているかどうかを「モニタリング（監視すること。継続的に観測したり測定）」することになる。たとえば、「商品やサービスの品質基準を定める条項」がそれである。

ただし、その品質基準が守られているかどうかの、モニタリングコストを節約するために、原材料などをフランチャイザーや指定の事業者から購入するように求める条項を置けば、商品やサービス自体の品質に関しては、より低いコストで同じ機能を直接的に果たせる、とする。一定の時間をその事業に割くように定めることで包括的な努力を求めるものもある。

(3) 契約の一方的終了

—モニタリングの強化

「外部性」（全体価値の低下）を引き起こすフランチャイジーに対する最も強力な対処の手段は、契約を打ち切ることや期待される更新を拒絶する

こと（両者を合わせて「契約の一方的終了」という）である。上記（2）で見たような契約条項も、違反を発見した場合の制裁として契約の一方的終了が機能しなければ、その効果は薄くなる、とされる。

そもそもフランチャイジーの「最適な行為や努力水準」は状況に応じて決まるものであり、長期にわたる契約の中で事前に詳細な形で書き尽くすことは難しい。したがって、事後的に必要な努力が果たされなかったことは判明しうるので、違反を発見した場合に契約を終了できるようにすることで、フランチャイジーのモラルハザードを防げる。これが「自動的に」、すなわち裁判などに因るまでもなく機能するためには、契約の終了によりフランチャイジーの失うものが十分に大きくなければならない、ということとされる⁽¹⁶⁾。モラルハザードによって得られる利益の現在価値よりも、大きな現在価値の「準レント」⁽¹⁷⁾が存在する必要がある、とされるのである。実証研究として、フランチャイジーが独立した自営業者となる場合や、従業員となる場合と比較して、大きなリターンを得られ、「準レント」が生じているとするものがあるといわれる⁽¹⁸⁾。

また、契約の一方的終了に合理的な理由を求める法規制が導入されたアメリカの州において、顧客の流動性が高くフリーライド問題が深刻になる業種でフランチャイズの利用が減少し⁽¹⁹⁾、ロイヤルティは高くなる一方で初期のフランチャイズ料は低くなる（フランチャイジーが支払う合計額は増加する）ことを示す実証研究があるとされる⁽²⁰⁾。

(注)

(15) 松中・前掲ジュリスト19頁以下による。

(16) 松中・同20頁。なおここで同論稿の注22)として、「Klein 1995, Supra note 21, at 18-19 (契約条項の中にはモラルハザードによるリターンを小さくするとともに、契約の終了により失うものを大きくする機能を持つものがあるとも指摘する)」とある。

(17) 松中同論稿21頁注23)によると、ある者の退出を防ぐために「必要な最小限の額

を上回る所得の超過分」であるとされる。

- (18) 松中・同21頁注24：フランチャイザーは、フランチャイジーを犠牲にして利益を得ているという研究に疑問を呈し、超過リターンの存在を肯定する、いくつかのアメリカの文献を示してある。
- (19) 松中・同21頁注25) アメリカの文献が示された上で、次のコメントがある。「ただし、規制によって減少したという因果関係が示されたといえるかは別問題である。」とされ、続けて「なお、カルフォルニア州に設立されたフランチャイザーの株価はそのような規制の導入に際して有意に下落したことが示されている。」とされている。
- (20) 松中・同注26) では、その文献が示されたうへ、次のコメントがある。「(その文献は、ロイヤリティ率が約1%高くなり、フランチャイズ料が約4000ドル低くなるとする。)これは、契約の終了が規制されると、合理的理由を示すためにフランチャイザーは追加的な努力をする必要があるためだ」という説明を提唱する」とある。

3. フランチャイズをめぐる法的問題への示唆⁽²¹⁾

(1) 基本的な方向性

「フランチャイズ自体が経済的に意味のある社会的仕組みである以上、フランチャイズの基本的な機能を損ねる規制は望ましくないとはいえよう。」(松中・同21頁)とされ、次の2点が重要だとされる。

第1に、フランチャイジーに独立の事業者としてリターンを得る機会とリスクを同時に負わせることでモニタリングの必要性を低下させる仕組みに介入すると、フランチャイズの機能は大きくそがれる。脱法的な利用のような場面は別として、例えば、フランチャイジーを法的に労働者と扱って保護を与えるといった介入には慎重になる必要がある、とのことである。

第2に、フランチャイジーに利益を損ねるように見える契約条項や慣行でも、事後的な観点から問題となっている当事者の利害だけみてその効力の否定または制限をすべきではない、とされる。そのような条項でも、①当事者に望ましいインセンティブを与えるものである場合や、②フランチャイジーが負の外部性をもたらすのを防ぐ場合がある、とされる。

フランチャイズ契約には、様々な法規制により制約が生じ得るが、法

形式にかかわらず、①インセンティブ効果と、②外部性を明示的に考慮する仕組みを確保しないと、フランチャイザーのみならず他のフランチャイジーの利益を損ねる結果にもなりかねない、とされる⁽²²⁾。

(2) 具体的な問題

—「新たなコンビニのあり方検討会」を素材に（松中同22頁）

ここでは、経済産業省「新たなコンビニのあり方検討会」の検討課題を素材に、より具体的な問題に簡単に言及するとされ、次のような項目を取り上げられている。

1) フランチャイズ固有の問題か

フランチャイズを用いる特定の業種に共通の課題があるからといって、フランチャイズがその原因とは限らない、とされる。

「例えば、人手不足や賃金の上昇による利益の圧迫が深刻な問題といわれるが、これはフランチャイズかどうにかかわらず、現在の小売業や飲食業などに共通する問題であろう。また、それに伴いフランチャイジー自身の労働時間が増えるのは独立した自営業でも変わらない。」とされる⁽²³⁾。

一方、「ロイヤリティなどを通じた損益の分配が状況にあっていないのであれば、フランチャイズの問題といえる」ことは認められている（松中同22頁）。ただし、業種によりフランチャイズは多様であり、1つの業種で生じる問題をフランチャイズ全体の問題と捉えられるかは別問題とされる⁽²⁴⁾。

2) 契約の画一性・柔軟性

フランチャイズ契約が当事者に望ましいインセンティブを与えるものだとすると、フランチャイジーごとに望ましい契約は異なる可能性がある、と述べつつも、しかし、コストが高い割に利益は小さい可能性から、契約

は1つのフランチャイズ内では画一的であり、それが望ましい可能性も指摘されている、とのことである。

具体的には、ロイヤリティなどの契約内容の画一性に対する不満も表明されている一方で、24時間営業かどうかによる損益・コスト分配の差に不満が示され、本部による廃棄に関する負担は評価が分かれるなど、柔軟な契約条件の設定は容易ではないことが示唆される、とある⁽²⁵⁾。

3) 長期的な契約と環境変化への対応

現時点での「新たなコンビニのあり方検討会」の資料を俯瞰すると、フランチャイズという長期的な契約にもとづく損益やコスト分配が、急速に変化する状況に十分に対応できていないという問題が根幹にあるとも考えられる、とされる(松中同22頁右欄)。

ロイヤリティ率の設定などはフランチャイザーとフランチャイジーの利害が対立する場面でもあるが、フランチャイジーが立ちゆかなくなる損益やコストの分配は長期的には両者の利益を損なう、とされる。例えば、コンビニが提供する価値に占めるサービスのウエイトが高まると、これらの分配も修正しないと、フランチャイジーの十分な努力が引き出せない可能性がある。また「準レント」がなければモニタリングはききにくい、とされる。

フランチャイザーが長期的に事業を続けるつもりがなく短期的な収奪を試みるのではない限りーコンビニではその可能性は低いであろうーフランチャイザー自身の利益のためにも対応が必要になる、とされる。

それにもかかわらず、(十分なスピードで)対応できないとすれば、フランチャイズの仕組みよりも、フランチャイザー内部のガバナンスに問題がある可能性もある、とされる(松中同23頁左欄)⁽²⁶⁾⁽²⁷⁾。

(注)

(21) 松中前掲ジュリスト21頁以下による。

(22) 「フランチャイジーに独立の事業者としてリターンを得る機会とリスクを同時に負わせることでモニタリングの必要性を低下させる仕組み」の合理性を前提とされているが、仮にこの論法に従うとしても、その具体的な「仕組み」が、「独立の事業者としてリターンを得る機会とリスク」が適正かつ公正なものといえるのかが問題となりうるといえよう。

また、もっぱら、フランチャイジーの「モラルハザード」だけを問題とされているが、この「経済的に有用なフランチャイズの仕組み」を前提とした、フランチャイジーの「モラルハザード」（ここでは特に、フランチャイジーに不当な犠牲を与えて自己の利益を追求するという意味において）は問題となる余地はないのか、など疑問は尽きない。

(23) 確かにそうだが、フランチャイジーは完全な独立業者ではない。フランチャイジーが得ている利益との相関的な関係で、フランチャイジーが店員の人件費を全負担することや、営業成績のノルマ達成あるいは向上のためのフランチャイジーの労働時間の増大を、フランチャイジーが得ている利益との関係でも、独立自営業と比較することは果たして正当か。このあたりにも、論理の展開としてやや疑問がある。

また、ブランドや、ノウハウの指導や、システムの利用により、自営業よりも得る利益が効率的で高いはずといっても、どの時点でどのような自営業との比較なのか。そして、それらのブランドやシステムの利用などが、どれほどの対価として評価されるのか。それによってフランチャイジーも利益を得ていることの評価も必要であろう。

さらに、そのフランチャイズ・システムを利用する以上、どれだけ努力しても、永続的にそのシステムに制約され、その利用対価を支払い続けなければならない。その点は、決定的に自営業の場合と異なる。結局、本当に自立したかったら、フランチャイズの傘下に入ることを選ぶな、それを選んだ以上、ムシのいいことを言わないで、その制約の中で利益を最大限あげるように努力すればよいはずだ、「それがフランチャイズのインセンティブだ」ということなのだろうか。

(24) この点は、フランチャイズ「システム」の有用性の問題と、ある業種の具体的なフランチャイズ「契約」は区別して考察されるべきで、具体的な「契約」が、そのシステムの有用性の「論理」に照らして妥当なものか、あるいは、さらに、法的な「公正性」や「正義性」の「理念」に照らして正当なものか、ということをチェックする余地があることは、認められるのではなからうか？

- (25) この点も、フランチャイザー側が、どこまでフランチャイジーに対し所有者としての「インセンティブ」を与えそれを維持させることを重視するかによって異なってくるようにも思われる。

たしかに、個別のフランチャイジーの要望に従って柔軟な契約を締結しようとするると困難を伴うが、コンビニのフランチャイズのこれまでの問題点の蓄積はあり、その重要問題ごとに、フランチャイジーの比較的納得を得るようないくつかの「契約類型」パターンを選択してもらうことはできるのではないか。たとえば、ロイヤリティの率と両者のコストや労力の負担割合とが相関するいくつかのパターンを用意する。24時間営業をする場合の損益・コスト分配についても、本当に、フランチャイジーのほうの努力の余地はないのか、など、その「容易ではない」ということの意味が、なお問題とされる余地はあるようにも思われる。

それに関連して、同・松中論稿にも次の3)のような指摘がみられる点は注目してよいようにも思われる。

- (26) この松中論文で強調される、フランチャイズ・システムが、「市場で単発の契約によって財やサービスを調達することと、企業の一部門のように組織に組み込まれること（ヒエラルキー）の中間に位置するハイブリットな形態の一例」であり、企業がこれを利用する理由が「運営者を事業の「所有者」のように位置づけて努力のインセンティブを与える」ためであるとすれば、これらの問題は、まったくの企業の自主的解決に委ねてよいものか、あるいは、フランチャイズシ・ステムの経済的有用性の理念型に即したシステムとしての「会社法」的規制をするのか、それらが両極だとすると、問題となる「契約」条項やその欠缺について個別に考察することを積み重ねていくのか、その間の様々な法的対応を考えることが必要になるのではないか。

- (27) さらに上記の「フランチャイザー内部のガバナンスに問題がある可能性」について、松中同23頁注35)では、以下のような記述がある。

「セブンイレブンにおける最近の経営トップの交代をめぐる事情（例えば『24時間』渦中の経営刷新）日経新聞2019年4月4日朝刊13面、「セブン&アイ、砂上の一枚岩」日建MJ2019年4月8日1面参照）は示唆的である。また、より下のレベルのガバナンスも問題になりうる。例えば、スーパーバイザーが適切な助言をしない、無理な発注を提案する、あるいはフランチャイジーに無断で発注するといった行為（「調査報告資料」の適示（略））が頻発しているとすれば、フランチャイジーの従業員に対して歪んだインセンティブを与える評価基準が使われている可能性もある。」とされる。

4. 松中「結語」について⁽²⁸⁾

松中・同論文では、以上のような検討を経て、結局、次のような「結語」を置かれる。

上記4の(2)で素材とされた「新たなコンビニのあり方検討会」における検討課題には法的な対応になじまないものも多いように思われる、とされる。

それに続けて同23頁注36)において、「法的な介入を正当化する余地が比較的ありそうなのは、十分な理解に基づく契約締結のための具体的で明確な情報提供（開示）規制（中小小売商業振興法の規制の一般化を提唱する小塚荘一郎『フランチャイズ契約論』（有斐閣、2006年）79頁参照）や、契約終了後の広汎な競業避止義務に対する介入かもしれない。」とされる。

また、上記4の(3)でみたような「環境変化の対応」が重要な課題といえるのであれば、個別交渉を通じて既存の契約を変更するのはコストが高すぎるので、上記の経済産業省「新たなコンビニのあり方検討会」のような「公的な会議」は、フランチャイズ契約の欠けている変化への対応のための「合意形成の場」として意義があるのかもしれない、とされる。

(注)

(28) 松中前掲ジュリスト23頁による。

第4. まとめ

この松中論文が寄稿された「特集 フランチャイズと法—コンビニ問題が投げかけるもの」⁽²⁹⁾の、冒頭の論稿である森田修「本特集に寄せて」（14～16頁）における、松中論文に関連する部分を若干引用しながらまとめに代えたい。

まず、本特集の意義について、「2019年2月に、東大阪のあるコンビニ

店が24時間営業を継続し得なくなり営業時間の短縮を行ったところ、フランチャイズ本部に契約違反による解除と違約金支払いを求められるという事例がマスコミに取り上げられ、フランチャイジー（以下「加盟店」と呼ぶ）の苦境が世間の注目を集めた。そこには様々な時論的な関心と呼ぶ現在の日本の縮図が示されている。

しかし法律学的には、まず、何よりもこの問題は、契約という制度が、現代の取引社会の中で、いかなる主体によって担われ、いかなる機能を営んでいるか、それはどう規律されており、また規律されるべきかということの再検討を迫るものである。しかも、この再検討が、法律学の複数の領域にわたって為されねばならないこと、そしてその試みが理論と実践との両面に於いて緊密に関連付けられるべきことが示されている。本特集は、様々な法律学の分野の第一線の研究者・実務家による論考を通じてこの問題の多面的な検討を試みるものである。」とされる。

そして、森田修教授は、上記の「松中・論考」への若干のコメントとして、「I. フランチャイズ契約と効率性の前提」の項目建てにおいて以下のように述べられる。

「フランチャイズ契約は、取引用経済学の系譜に立つ「市場と企業組織」論において、利益最大化のインセンティブ機能を実現する「中間組織」として、その効率性が論じられてきた。この議論状況を、最新の議論のサーヴェイも行いつつ跡づけ、本特集の前提としてフランチャイズという取引形態の効率性如何という問題を整理するのが松中学論文「契約による市場組織化—フランチャイズの経済分析と法」である。

「リスク特性やモニタリングコストに即してロイヤリティー条項や契約終了に関する条項といった、フランチャイズ契約に典型的な契約条項の効率性が、とりわけ事前的な観点から吟味される。そこからはさらに、経済産業省の「新たなコンビニのあり方検討会」の検討課題を素材としてフラ

ンチャイズ契約の規制の効率的な在り方へと議論は進むが、松中論文自体は効率性を損なわない規制の在り方・可能性には否定的である。

このことは、松中論文の基軸的な視点である効率性基準に対して、これと相克しそれとの調整が問題とならざるを得ない別の基準が存在することを浮き彫りにする。松中論文との対比でこれに続く諸論考をみると、そこにはこの別の基準、すなわち、公正性ないし正義性の基準が様々な形で示されていくことになる。⁽³⁰⁾

これに関連して、また、私なりに、松中論文の検討をとおして、若干考えさせられたことを述べると以下のとおりである。

松中論文に示されているような、主として現在のアメリカの主流の経済学・経営学の系譜に属する考察の目的は、「利潤の拡大」＝「コストの節減」（両者は表裏）であり、その目的達成のための効率性いかに、そして効率的手段・方法の探求にある。

その目的や手段が「経済」において絶対的なものかどうかの議論はとりあえず置くとしても、その目的・手段との関係で、法学が果たすべき「公正性」や「正義性」の追求がいかなる意味をもつのか、それらは単に、上記の目的を「継続的」に「持続的」に達成することを支えるためだけのものか、それとも、「経済」のあり方も含めて人間や社会のより良い存続の為の不可欠の「価値」に関わるものなのか、そのことの探求に深く関わるように思える。

今回は、時間の関係で検討できなかったが、これ以降、この「フランチャイズ・システム」と「フランチャイズ契約」の検討は、以下、上記でも取り上げられている、

ロイヤリティー条項や契約終了に関する条項といった、フランチャイズ契約に典型的な契約条項の具体的な検討に入っている予定である。

そして、共同研究の共通テーマでの「事業提携」の形態としてのフランチャイズシステムをどのように位置づけるかも問題となる。

「提携」とは、最も素朴な意味では「助け合いながら共同で物事を行うこと」である。これによると雇用関係にある雇主と労働者の関係も一種の「提携」となってしまうが、「事業の提携」ということになると、なんらかの反復継続して行う経済的活動において、それぞれ独自の計算を有する事業主体が、その役割分担をもって共同し、各事業者が単独で活動するよりも、お互いのそれぞれが獲得する利益を拡大するための継続的共同関係ということになろうか。経済活動における独自の計算をもつという意味で独立した「事業者」どうしの関係であるが、その関係は対等である場合もあるし、元請けと下請けの関係のように、何らかの支配・従属の関係にある場合もある⁽³¹⁾。また、支配・従属と言ってもその「支配」的な関係と「従属」的な関係のあり方は多様である。

いずれにしても、「事業提携」は、単独で経済活動をする場合よりも、他の事業者を互いに利用して、各自が得る利益を拡大するための関係である。ただし、この「提携関係」の種類によって、「提携」当事者間における「利益の拡大率」や「利益の拡大規模」は異なる。元請けやフランチャイザーは、下請負やフランチャイジーに比して、その利益の「拡大率」は(はるかに)大きい。

このような、事業を提携し共同する当事者における「利益の拡大率」や「利益の拡大規模」(それらは利益の内容にも関わる)が、「提携内部の各当事者」の法律関係にどのような影響を持ち得るか、あるいは、「提携事業の取引の相手方である第三者」との法律関係でどのような影響をもちうるか、これらを検討する必要がある。フランチャイズ契約およびそれをパーツとする「フランチャイズ取引」においては、その仕組みを利用する顧客との関係よりも、主として「提携」当事者間の関係、フランチャイザーとフランチャイジーの関係が中心となると思われる。

以上を踏まえて、フランチャイズ・システムの経済的有用性や経済学的・経営学的「理念」と実態とのズレ、同システムの「事業提携」としての特色、そして、法学的な「公平性」や「正義性」の基準としての作用、それらが具体的な契約条項の検討の過程で、どのようにつながってくるのかを今後考えてみる必要がある。

なお、上記ジュリスト特集「フランチャイズと法—コンビニ問題が投げかけるもの」に寄稿された各論稿は、何れも要検討論文である。最後に以下に掲げておく（上記、森田、松中論考以外のもの）。

- ・木村義和「コンビニフランチャイズ契約の解消」（24頁）
- ・大澤彩「フランチャイズ契約と消費者契約法」（30頁）
- ・池田毅「フランチャイズ取引と独占禁止法・経済法」（36頁）
- ・大内伸哉「フランチャイズ経営と労働法」（43頁）

(注)

- (29) ジュリ1540号（2020年1月）14頁以下。
- (30) 以上、森田修・同ジュリ14頁）
- (31) 芦野訓和「下請負と多角的法律関係」前掲注（2）椿・中舎編300頁以下、及びそこでの引用関連文献を参照。

以 上

(付記) このささやかな論稿は、佐野栄一教授の退職記念として、佐野先生に献じられるものです。佐野先生と本学で仕事をご一緒させていただき既に15年以上がたちます。その間、仕事上のお話をさせていただくよりも、むしろ、佐野先生のご専門に及ぶお話をさせていただいたことが強く記憶に残っております。

先生のご専門は、バルザックを中心としたフランス文学の研究であり、一法学徒に過ぎない私は、その文学やフランスへの個人的な関心から、い

つも学生のような不躑な「質問」を先生にすることから始まって、いろいろなお話をうかがってきました。私は、特に実務畑の法学徒であり、フランス語は「からっきしできない」ままに、今日まで来てしまったのですが、「法学」にも脈々と流れている、古代ローマあるいはさらに古代ギリシャ以来育まれた「ヨーロッパ精神」なるものに、法学の勉強を深めていくにつれ、そして既に（あるいは「未だ」）150年強程度の「日本の近代の歩み」と、第二次世界大戦を経ての「今日の日本の状況」に照らして、益々深い関心を覚えざるを得ないからです。

「近代文明」をもたらした「ヨーロッパ精神」と何か、それは今後の日本を含む「世界」にとってどのように理解されあるいは咀嚼していけばよいのか、分不相応な大きな問題にまで関心だけは及んでいます。それは、「ヨーロッパ文明」を手放して礼賛するだけの「関心」ではありません。良い悪いという評価は別にして、事実として世界を主導する「ヨーロッパ近代」というものを産み出したその「ヨーロッパ精神」なるものは何か、それはどのように歴史的に形成されてきたのか、そのことへの興味は一法学徒にも、否、むしろ法学徒のゆえに強く抱かざるをえないものです。そして、それは日本人として現代の日本に生まれ日本で生活してきた者としての「精神性」や「感性」をできるだけ客観的に自覚しつつ、まずは日本や日本人としての「汝自身を知る」ための関心でもあります。その長所も短所も、可能な限り自覚して、そして、自己が持ち合わせていない他者の普遍的に「いいものはいい」、そうでない批判し克服すべきものは「この点は問題がある」ということが言えるために、それなりにしっかりした根拠に基づいた「価値軸」を獲得したい。そうすることで「よりよく生きる」ための糧としたいという「関心」だと言ってよいのではないかと自分では思っています。

そうした私の思いに関連して、佐野先生の次のような趣旨の言葉が印象に残っています。それは「フランス人の自己主張の強さにはついていけな

い面があるね。疲れるところがある。」といわれたことです。それを聞いた時の私は「そうだよ。自分もたぶんそうだと思う。」と妙に素直に納得させられたことを思い出します。

佐野先生は、そしてご自身の精神は、バルザックを軸とするフランス人やフランスという文化圏の、そしてそれはヨーロッパ精神の深いところとつながる部分に、深くかかわっておられるように「想像」します。「想像」と書いたのは、私はフランス語も読めず、バルザックについても「とおりいっぺん」以下のことしか知りません（バルザックは、法律家になりかけたようですが、最終的にはこれを拒否したようです。ヨーロッパの偉人の中には法律家になることを途中で拒否した人が多いようです。マルクスもそうですし、ゲーテは法学を修めてもそれでは満足しなかったようです。）。フランス文化についてもいくつか読み散らしたのから勝手に「想像」するしかないからなのです。ただ、他の分野ですが古典的な作品をほんの一部だけでも突き詰めて読む経験をした者としてできる「想像」の範囲ですが、それをライフワークにされてきたこと自体、バルザックと向き合う強靱な精神が必要ですし、それを鍛えてこられたことが「想像」できるのです。バルザックが19世紀フランス社会の構造的俯瞰と、その中で生きた具体的な人間の精神を精密に描いた作品群と、深く付き合い、そこからくみ取れるものは単純ではないことが「想像」できるのです。そのうえマルク・フェロー著『植民地化の歴史—征服から独立まで／一三～二〇世紀』（新評論、2017年）を片桐祐氏と共訳もされています（索引も入れると630頁以上の大著です）。それは歴史学における「ヨーロッパ中心主義」を深く自省する、それ自体が「ヨーロッパ精神」のあらわれともいえる大著の「翻訳」という作品です。そのうえで佐野先生のフランスでの生活に即しての上記の「言葉」に妙に納得してしまったのです。

「法学」という分野からヨーロッパ精神というものと格闘する必要のある（はず）の自分にとっても、その普遍的なもの不可分な強烈にすさま

じい背景に対しては簡単に「イイネ」では済まされないものを強く感じます。それは生活感覚に深く根差したもので、客観的にはどちらがいいとは言えないものも含まれているように思えます。そうしたことも知ったうえで、しかし、そのヨーロッパ精神の普遍的なものをどのように「自分のものにする」努力をするか。いまだに「わからない」部分があることを深く自覚せざるを得ないものの、こだわり続けたいものであります。

そうしたことを考える意味でも、こここのところ、フランス文学・哲学を通してフランス精神ないしヨーロッパ精神と深く関わった日本の三人の学者ないし作家の、その精神への向き合い方に関心を持ちました。その三人とは、日本人でありながら西欧（フランス）の精神の真髄を会得しようとして留学後ついに（一時的な帰国を除いて）日本に戻らず『バビロンの流れのほとりにて』『遙かなノートル・ダム』『パスカルの方法』などの作品群を残してパリで死んだ森有正（1911～1976）、パリに留学しその後パリと東京の両方で生活しつつ「もはや世界は東京だけでも足りずパリだけでも足りない」と晩年に記した辻邦生（1925～1999：辻邦生『私の二都物語』（1993年、中央公論社）「あとがき」199頁より）と、パリに留学後は日本で仕事をし続けそれを終えて晩年にパリに戻り『ポールヴァレリーの遺言—わたしたちはどんな時代に生きているのか？』（集英社、2022年）を自らの遺言のように残してパリで死んだ保莉瑞穂（1937～2021）です。これらの方々の著作群を読んで感じたことを、いつか自分なりに文章にしてみてその精神の遍歴を少しでも深く知りたいという思いが強いのですが、今回は間に合いませんでした。今さら、フランス語でフランスの古典を読むレベルに到達することは不可能ですが、そのぶん、すぐれた翻訳をそれが「翻訳」であることの限界は意識しつつもその理解に努めることや、関連するすぐれた専門家による日本語による文献を可能な限り読んでみたいと思っています。そして、それらを自身の内で、いくぶんかでも消化するためには、やはり「書いてみる」ことが必要かと考えています。そうし

た「心境」に私を導いて頂いた一人として佐野先生の影響は、私の中では決して小さいものではないことを、ここでお伝えしておきたいと思います。

まだまだ続くコロナ禍で、なかなかまなりません、今後も食事しながらでも佐野先生のお話をうかがう機会を持てることを期待して、この辺で私の長広舌を終えたいと思います。