

# 加盟企業責任與消費者權益之研究

計畫主持人：陳洸岳副教授

協同主持人：張南薰助理教授

委託單位：台北市政府法務局

執行單位：國立政治大學

本文摘要.....	1
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與目的.....	1
第一項 問題提起.....	1
第二項 加盟體系下之加盟事業主與加盟者之關係.....	2
第二節 研究內容與研究方法.....	3
第一項 加盟契約之主要類型的內容分析.....	4
第二項 加盟事業主對第三人之責任的主要依據.....	4
第一款 我國民法體系下之責任架構.....	4
第二款 比較法之發展.....	7
第三款 小結.....	10
第三項 研究方法.....	10
第二章 加盟契約類型.....	12
第一節 加盟之定義與趨勢.....	12
第一項 加盟之定義.....	12
第一款 加盟組織等之定義.....	12
第二款 小結.....	15
第二項 加盟之趨勢與品牌價值.....	15
第一款 加盟興起之研究.....	15
第二款 加盟之發展.....	17
第三款 加盟發展趨勢.....	18
第四款 品牌價值化.....	19
第二節 加盟之類型介紹.....	20
第一項 美國加盟類型.....	20
第一款 商標商品的連鎖加盟 (Product and Tradename Franchising).....	20
第二款 經營模式的連鎖加盟(Business Format Franchising).....	21
第二項 日本加盟類型.....	21
第一款 直營連鎖(Regular Chain).....	21
第二款 特許加盟(Franchise Chain).....	21
第三款 自願加盟(Voluntary Chain).....	22

第四款	委託加盟(FC2).....	22
第五款	特許自願加盟(FVC).....	23
第三項	小結.....	23
第三節	加盟契約締結之權利與義務關係.....	24
第一項	加盟費用.....	24
第一款	加盟金.....	24
第二款	權利金.....	25
第三款	保證金.....	25
第二項	貨物之提供.....	25
第三項	商圈保障.....	26
第四項	營業秘密之保護.....	26
第五項	競業禁止條款.....	27
第六項	加盟事業主對加盟者的行政管理權限.....	28
第四節	常見加盟契約及相關爭議.....	29
第一項	補習班加盟契約.....	29
第一款	雖未言明加盟，但實屬加盟契約.....	29
第二款	財務各自分立，雙方並無互享利益.....	30
第三款	雙方權利義務關係應實質判斷.....	30
第四款	表見責任之排除.....	30
第五款	人員之選任.....	31
第六款	場地設備責任.....	31
第七款	教學進度之掌握.....	32
第二項	加油站加盟契約.....	32
第一款	以複數契約約定加盟關係.....	33
第二款	加盟事業主對加盟加油站之經營管理監督程度甚高... 33	33
第三款	員工教育訓練.....	34
第四款	人員任用與表見責任之預先免除.....	35
第五款	油品買賣契約.....	36
第六款	月折讓購油優惠.....	36
第七款	加盟者亦對加盟事業主之油品有監督權.....	37
第三項	不動產經紀業加盟契約.....	37
第一款	不動產經紀業之加盟者與加盟事業主間之地位與責任分	

割.....	38
第二款 加盟事業主限制加盟者合作之地政士係對加盟者經營之指揮表現.....	38
第三款 員工強制受教育訓練.....	39
第四款 加盟公司預收履約保證金.....	39
第五款 加盟事業主對加盟者業務經營之指導與監督.....	40
第六款 加盟事業主對人事之掌控.....	40
第七款 加盟事業主對加盟者之稽查權.....	41
第八款 加盟事業主之競業禁止.....	41
第四項 電信業加盟契約.....	42
第一款 加盟事業主對加盟者之業績要求.....	42
第二款 責任預先免除.....	43
第三款 給予消費者同一信賴之外觀.....	43
第四款 加盟事業主對加盟者之經營控制.....	44
第五款 個人資料之保護.....	44
第六款 評鑑監督權.....	45
第七款 報酬分配.....	45
第八款 加盟事業主對加盟者員工有直接處分權.....	45
第五項 小結.....	46
第一款 Know-how 的加盟.....	46
第二款 商品的加盟.....	46
第三款 Know-how 加上商品的加盟.....	47
第三章 我國法下加盟事業主對第三人之責任.....	48
第一節 前言.....	48
第二節 加盟契約之性質.....	48
第一項 我國法下加盟契約之定義.....	48
第二項 加盟契約之法律性質.....	49
第一款 加盟契約之定性.....	49
第二款 加盟契約與典型契約之關係.....	51
第三節 爭議問題與所涉法規.....	54
第一項 加盟者類型.....	54
第二項 加盟事業主對第三人之責任.....	55
第一款 契約責任.....	55

第二款 侵權責任.....	64
第四節 小結.....	78
第四章 美國法下加盟事業主對第三人之責任.....	80
第一節 加盟關係概述.....	80
第二節 加盟關係之法律性質.....	81
第一項 加盟關係與商標授權關係 (Trademark Licensing) .....	82
第二項 加盟關係與產品經銷關係.....	83
(Product Distributorship) .....	83
第三項 加盟關係與僱傭關係 (Employment Relationship) .....	84
第四項 加盟關係與合夥 (Partnerships) 或合資 (Joint Ventures) 關係.....	85
第五項 加盟關係與代理關係 (Agency Relationship) .....	85
第三節 加盟事業主對第三人之侵權責任.....	86
第一項 加盟事業主之直接責任.....	86
第二項 加盟事業主之代負責任.....	87
第一款 僱用人之侵權行為責任.....	88
第二款 表見僱用人責任.....	95
第三款 禁反言原則.....	103
第四款 其他法規之規定.....	104
第五款 個別產業的案例.....	105
第三項 小結.....	108
第四節 加盟事業主對第三人之契約上責任.....	109
第五節 表見僱用人責任在我國法上之運用.....	110
第五章 日本法下加盟事業主對第三人之責任.....	113
第一節 日本之加盟體系的發展與課題.....	113
第一項 發展沿革.....	113
第一款 戰後之流通系列化的興起.....	113
第二款 營業規格化加盟體系之出現.....	114
第三款 自律組織等.....	115

第二項	加盟體系之主要紛爭類型.....	115
第二節	加盟事業主對第三人之侵權行為責任.....	116
第一項	加盟事業主之侵權行為責任.....	116
第二項	加盟事業主之使用人責任.....	118
第一款	案例事實.....	118
第二款	分析.....	119
第三節	商號名義貸與人之契約責任.....	124
第一項	名義貸與人責任之要件及效果.....	124
第一款	要件.....	124
第二款	責任內容與範圍.....	128
第二項	適用名義貸與人責任之案例.....	129
第一款	案例事實及要旨.....	129
第四節	結合損害類型與加盟事業主機能之責任架構.....	135
第一項	「總部機能」之意義.....	136
第一款	比較法上之相關見解.....	136
第二款	損害類型與加盟事業主責任.....	139
第二項	「總部機能」說之評估.....	143
第五節	日本法之啟發.....	144
第一項	固有責任之注意義務的根據.....	144
第二項	外觀法理.....	147
第六章	結論.....	149
第一節	現行法制下之適用及其極限.....	149
第一項	消保法之相關規定.....	150
第二項	侵權行為責任.....	151
第一款	責任根據之檢討.....	151
第二款	具體契約類型之僱用人連帶賠償責任.....	152
第三項	契約責任.....	154
第二節	立法之建議.....	156
參考文獻	.....	160

附件.....	166
審查會議紀錄.....	166
期末審查會議紀錄.....	168
期末報告審查意見修正及說明對照表.....	172

## 本文摘要

**關鍵詞：加盟事業主、加盟者、消費者、侵權行為責任、僱用人責任、表見代理、債務不履行責任、美國法、日本法。**

關於與加盟者締約之消費者或顧客追究加盟店之契約責任、或是於加盟者之營業場所遭受人身損害之顧客欲追究侵權行為責任時，在現行法制下並不缺乏得請求賠償其所受損害之救濟途徑；但如加盟者無足夠賠償之資力時，即生有無得向資力雄厚之加盟事業主請求損害賠償之可能的問題。

透過加盟契約，加盟事業主與加盟者一方面是各自獨立之事業體的同時，另一方面也是藉由互相依存合作而使各自之事業得以成立的事業經營型態。基於加盟契約的締結，使得加盟事業主與加盟者成為非僅是各自獨立的事業經營體，而是使得二者具有一定相互依存關係之「組織」。如此之「中間組織」關係，適可作為架構加盟事業主對於處於間接地位之顧客或消費者應負如何責任的理論基礎，並確立責任要件內容與具體之判斷基準。

依據我國法上之規定及分析相關實務見解可知，可提供保護消費者權益之根據，在特別法上有消費者保護法第 7 條之企業經營者責任。在契約責任部分則有得適用民法第 169 條表見代理之可能。在侵權行為責任方面有依民法第 184 條架構加盟事業主之固有責任、及第 188 條僱用人責任；另亦有得依違反消保法 4、5 條之資訊提供義務而負責任之可能。惟上述責任依據，各有其在適用要件上或法律效果上尚待克服之處。例如企業經營者責任僅限定在有提供商品或服務的情形；表見代理須有加盟店之顯名、且僅使加盟事業主負本人責任影響使加盟事業主與加盟者連帶負責之有利於消費者的結果。侵權行為責任則面對如何正當化注意義務之生成的基礎、及架構選任監督關係的困難。而如企業經營者明確標示「加



盟」以為區別，即無違反資訊提供義務，問題仍將回歸至須檢討上述各有難點之責任根據。

針對上述課題，本研究比較美國法及日本法就此課題之發展狀況。在美國法上，對於加盟事業主對消費者之侵權行為責任，除了傳統上需透過控制關係而建立的僱用人責任外，亦承認加盟事業主之表見僱用人責任。在加盟事業主與加盟店間欠缺控制監督關係的情況下，由於加盟事業主透過廣告及事業外觀一致性的要求等表示行為，使消費者合理信賴加盟店或其受僱人為加盟事業主之使用人或代理人者，對於消費者因此一信賴所造成之損害，加盟事業主仍應負代負責任。與我國法制類似之日本法在相關問題之實際案例雖不多見，但分析該等案例可確認，在解決紛爭之依據上有與我國極為類似之侵權行為責任的架構，其要件之解釋及判斷標準可供參考。至於在契約責任方面則有該國商法第 14 條之「名義貸與人責任」，依該規定得使名義貸與人與名義借用人須負連帶契約責任（含履行及不履行責任）之規範模式，值得作為確立加盟事業主與加盟店之連帶契約責任之立法上的參考。

經由研析我國法之現況及比較美、日法制之發展，對於加盟事業主之侵權行為責任的架構，本研究認為，參酌美國法之表見僱用人責任及日本法使用人責任之適用要件及判斷標準，有助於架構以民法第 188 條使加盟事業主負連帶賠償責任之正當性，但為求法律之明確性，仍宜於消費者保護法中，就加盟事業主對消費者之侵權行為連帶賠償責任予以規範。至於契約責任方面，因一方面在適用表見代理上有相當程度之限制，另一方面以消保法第 17 條「公告定型化契約記載事項」使加盟事業主負連帶契約責任的方式，存在著須貫徹將基於加盟經營型態所生責任加入以交易類型為前提之各類範本內之整合上的困難、且須面對何以得課加非屬契約當事人之加盟事業主連帶責任之理論上問題。故就加盟事業主對第三人（消費者）之契約上責任的問題，參考日本商法前述規定、近年特別針對加盟事業主對第三人責任加以規範之俄國民法第 1034 條及立陶宛民法第 6.773 條

規定，為特別立法之必要。

綜上所述，為更加明確化加盟事業主對第三人之侵權行為責任的要件、強化其契約責任之內涵，以達保護消費者權益之目的，本文建議如下規定之方案：

侵權行為責任部分：

「加盟店或其受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由加盟事業主與行為人負連帶賠償責任。但加盟事業主就其選任加盟店或加盟店之受僱人及監督、指導或協助其職務之執行已盡相當之注意或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，加盟事業主不負賠償責任」

債務不履行責任部分：

「因可歸責於加盟店之事由，致給付不能、不完全給付或給付遲延者，加盟事業主應對於誤認其為營業者而與加盟店進行交易之人，與加盟店負連帶賠償責任。但與加盟店為交易之人明知或因重大過失而不知致誤認者，不在此限」。

## Abstract

Keywords: franchise, franchisor, franchisee, consumer, torts liability, respondeat superior, apparent agency, breach of contract, Agency law, Japanese Law.

Under the business model of franchise, there seems to be no doubt that the consumer may assert claims against the franchisee for damages resulted from breach of contract or negligence of the franchisee. However, if the franchisee can't afford the sum of compensation, can the customers ask the franchisor to take the responsibilities by the reason of his deep pocket?

Choosing the franchise as their business model, the franchisee and the franchisor are still independent entities in the one hand, however, they are also interdependent in the development of their business scale in the

other hand. By concluding the franchise agreements, they are not purely separate entities any more and should be deemed to be an 'organization' . This kind of relationship shall be taken into consideration when we discuss the responsibility and liability of a franchisor in the situation of torts or breach of contract of his franchisees.

In our legislation and practices, consumers may make torts claims against the franchisor based on the inherent liability in Article 184 and the joint liability in Article 188 of the Civil Code. They also can request the franchisor to be liable for the defective products and services and disclosure of the related information according to the Article 4, 5, and 7 of the Consumer Protection Law. As to the contractual liability, the rule of apparent agency in Article 169 of the Civil Code also can be an alternative approach to customers to assert. However, there are still several unresolved problems as application of these rules. For example, the product liability is limited to establish the liability of franchisor and the franchisor still has to face the misconduct of his franchisee. The lack of relationship of control under the franchise will be an obstacle when assert the liability through the principle of respondeat superior. When the word of "franchisee" is revealed, the obligation of disclosure seems to be fulfilled, but the questions remain pending.

In order to cope with the abovementioned problems, we studied and analyzed the legislation and cases of franchise in the U.S. and Japan. In the U.S. , traditionally, courts have applied the master-servant or principal-agent analysis of agency law to determine if a franchisor could be held liable for the acts of a franchisee. However, the widespread growth of

advertising and corporate franchising presented courts with relationships which appeared to transcend the traditional notions of principal and agent. Injured plaintiffs argued that the defendant corporation should be estopped from denying liability under the theory of apparent agency, because it represented to the public that the franchisee was agent through the use of advertising and display of corporate logos. Those arguments were received by several courts although it was controversy. Under this theory, if a plaintiff reasonably and justifiably believes the franchisor controls the operation of the business and relies on that belief to his detriment, the franchisor can be held liable for actions of the franchisee.

In Japan, we find that the legal system of torts liability is similar to ours. The related findings held by the courts in related cases could be taken account when we interpret our regulations. As to the contractual liability associated with the franchisor, we found that the concept under the Article 14 of the Commercial Code might be helpful for solving this problem, which is provided that a businessman who allow others to use his own firm name to carries on business shall take the jointly and severally liability with the others, provided that the contract parties have misunderstood the entity they deal with. It' s worthy of being considered as amending our laws.

Although through the interpretation and application by analogy, the franchisor might be liable for his franchisee' s negligence or breach of contract. For the sake of legal certainty, the enactment of related doctrines will be necessary. We suggest that it should be enacted in the

Consumer Protection Law as below:

“The franchisor shall be jointly liable to make compensation for any injury which the franchisee or his employees have wrongfully caused to the rights of another in the performance of their duties. However, the franchisor is not liable for the injury if he has exercised reasonable care in the supervision, assistance and direction of the performance of his duties, or if the injury would have been occasioned notwithstanding the exercise of such reasonable care.”

“If the performance becomes impossible, incomplete or default which is attributed to the franchisee, the franchisor shall be jointly liable for the compensation with the franchisee for the injury suffered by the consumer who believes that he has dealt with the franchisor instead of franchisee, except the consumer is aware of who he dealt with or misled with gross negligence”

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與目的

### 第一項 問題提起

所謂之加盟契約係指，由加盟事業主事業者（以下稱「加盟事業主」）與加盟事業者（以下稱「加盟者」）間締結契約，使後者利用前者之商標、註冊商號或名稱等營業表徵之標識及經營技術與竅門，賦予後者在同一形象下經營商品販賣或其他事業之權利，並由後者支付前者一定之對價、投入經營事業必須之資金，於接受前者之指導及協助下經營事業之繼續性契約。由於各種業別之不同，各類加盟契約中之當事人的權利義務內容不一而足，但由上述定義可知，當事人間之基本權利義務為，首先加盟事業主負有提供加盟者「套裝經營計畫」之義務；亦即允許使用經營上之各種營業竅門（包含知識、技術、商品、資訊等）、允許使用經營上之標識（商號、商標、服務標章等）及提供與經營有關之指導與協助義務；相對地，加盟者則負有支付作為對價之加盟金（於締約時一次給付）及權利金（契約存續期間中定期給付）的義務。

上述利用加盟契約之經營型態至今探討者多集中於有關加盟事業主與加盟者間締結加盟契約之相關問題，例如加盟事業主之資訊提供義務、收益評估報告之意義、加盟契約關係結束後之競業禁止義務及善後義務、是否有利用加盟事業主之優越地位而違反公平交易法之問題等<sup>1</sup>。至於與加盟者締約之消費者或顧客

---

<sup>1</sup>參照郭家豪，『我要當老闆』之淺談加盟業主就加盟契約書中之資訊揭露義務，台一顧問通訊，2012年6月，第162期，15-19頁。劉姿汝，加盟契約與公平交易法，法令月刊，2006年7月，第57卷第7期，4-20頁。

追究與該契約有關之債務不履行責任、或是於加盟者之營業場所遭受人身損害之顧客欲追究侵權行為責任時，通常易流於僅將其限定在顧客與加盟者間之法律關係為處理。

就上述問題，如係關於契約之締結、債務不履行等的問題，契約之直接當事人間固可適用締約上過失或債務不履行之相關規定尋求解決；而如顧客於加盟者之營業處所滑倒而受傷時，受傷之顧客亦得基於侵權行為與僱用人責任之相關規定請求損害賠償。更進一步而言，在為同一事業主體之超市或百貨公司之加盟事業主與其分店的情形，無論在任一店鋪發生應負債務不履行責任或侵權行為責任時，基於加盟事業主為最終之使用人或僱用人而應基於民法第 188 或 224 條而負責，亦無從爭議。但縱然顧客有上述有得請求賠償其所受損害之救濟途徑，但在以加盟契約為前提的狀況下，如加盟者無足夠賠償之資力時，即生有無得向資力雄厚之加盟事業主請求損害賠償之可能的問題。在此情形，當然不因加盟者須負損害賠償責任，即生當然地使加盟事業主亦須負賠償責任的結果。蓋加盟事業主與加盟者並非加盟事業主與分店之關係，而係各自獨立之事業經營主體。但加盟事業主是否確實僅因加盟者這一獨立事業經營主體之存在，即必然地可完全不負責任，並非全然無疑。此可由加盟契約之目的與效用及因此如何影響契約當事人之結合關係得到證明。

## **第二項 加盟體系下之加盟事業主與加盟者之關係**

加盟體系在機能上賦予加盟事業主得以較少資金迅速有效擴張經營範圍之可能；因為擴展店鋪需籌備為取得土地、建物、設備、開設資金等巨額資金，而在加盟體系下，該等資金可分散由加盟者提供，且隨著加盟體系之規模漸次擴大，成本亦可隨之降低，同時，藉由加盟體系之開展，有助迅速有效提昇加盟事業主之形象，因此所保持之統一的形象易維持消費者形成之好感。相對地，對於加盟者而言，其一方面作為獨立於加盟事業主之事業體，基於營業活動所得之利

益基本上歸屬於自己，與作為加盟事業主之從業員的地位有極大差異，另一方面，其雖為獨立之事業體，卻得利用加盟事業主所開發之商標與技術及竅門、並受其指導與協助，比起獨自創業，有節省資金、時間之利，事業成功之可能性亦隨之提昇。

由上所述可知，透過加盟契約，加盟事業主與加盟者一方面是各自獨立之事業體的同時，另一方面也是藉由互相依存合作而使各自之事業得以成立的事業經營型態。基於如此之特性，有將二者間之關係作如下定位之論述：「對於計畫在各處為急速複數開展之加盟事業主而言，有獲取利益可能性之特定場所(不動產)為無替代性之資產、且價格昂貴，為回收取得該資產之費用及提供鉅額投資所開發之商品及技術竅門等的費用，須經一定期間。對於加盟者而言，加盟事業主所擁有之服務標章、註冊商標及形象等，乃無從由他處得取得之資產，且至獲取盈餘前，為回收成為加盟者所投入之資金，至少須經一段期間。如此一來，加盟契約乃使契約當事人各自取得或負擔由營業所生之利益與風險為目的，不可能單純地形成一使加盟事業主成為階級上位者之組織。在此情形，加盟契約乃是一由加盟事業主與加盟者所組成之『中間組織』的法的架構」<sup>2</sup>。換言之，因加盟契約的締結，使得加盟事業主與加盟者成為非僅是各自獨立的事業經營體，而是使得二者具有一定相互依存關係之「組織」。

上述加盟事業主與加盟者間之「中間組織」關係，適可作為架構加盟事業主對於處於間接地位之顧客或消費者應負如何責任的理論基礎，並確立責任要件內容與具體之判斷基準。

## 第二節 研究內容與研究方法

為完成架構加盟事業主對於間接之顧客或消費者（以下稱「第三人」）之責

---

<sup>2</sup> 平井宜雄，いわゆる継続的契約に関する一考察--『市場と組織』の法理論の観点から，星野英一先生古稀祝賀・日本民法学の形成と課題下巻，有斐閣，1996年，710頁。



任根據與要件，本計畫以以下項目為主要之研究內容。

## **第一項 加盟契約之主要類型的內容分析**

如上所述，加盟契約當事人間之「組織性」為架構加盟事業主責任之重要論據，則加盟契約之具體內容為何（例如商號商標之使用方式、營業場所環境之維持的要求、營業方式之限制、指導協助義務及其具體內容、責任保險之加入及保險金之負擔比例、責任之限制、對價及權利金之給付方式及金額等），為判斷當事人間關係之緊密度的重要依據。而因其內容隨著業別、經營規模等有所差異，比較其異同有助具體化責任是否成立的判斷標準。

## **第二項 加盟事業主對第三人之責任的主要依據**

### **第一款 我國民法體系下之責任架構**

#### **壹、使用人責任**

加盟事業主透過加盟者與第三人有可能存在之法律關係，具體而言可能存在者有例如加盟者之受僱人對第三人有因侵權行為致生損害之情形。於此情形，首先，直接加害人依第 184 條對該第三人負損害賠償責任，其次，如該加害行為係因受僱人「執行職務」所造成時，加盟者則依第 188 條負連帶賠償責任。至此之法律關係並非因有加盟契約而生之法律關係，但是就此問題，有需要更進一步檢討的是，加盟事業主對第三人是否應負損害賠償責任。由於加盟事業主與受害者之第三人並無任何關係（無加害行為）、且與加盟者之受僱人間亦無僱傭契約關係，其與加盟者間所存在者僅有加盟契約。如依一般解釋，加盟事業主似無任何責任。但如加盟事業主與加盟者間，或加盟事業主與加盟者之受僱人間有足認其存在著實質上「使用關係」之理論上根據，則加盟事業主對第三人即有負損害賠

償責任之可能<sup>3</sup>。

於檢討此責任型態時，檢視僱用人責任之理論根據（報償責任或危險責任），並將其結合至加盟體系之實態（例如收益之擴大、轉嫁風險的可能性等），有助確認架構加盟事業主之僱用人責任在理論上是否可能的問題。

其次，於適用僱用人責任時，其中之一重要的要件為如何確立加盟事業主與加盟者或加盟者之受僱人間有無僱傭關係的問題。依實務通說之見解，第 188 條之僱傭關係的有無並非以形式上之契約關係為判斷標準，而是以實質上有無指揮監督關係為重，且有無指揮監督關係亦非以實際上進行指揮監督為斷，而是漸次地擴及至僱用人是否處於應為指揮監督地位的判斷標準（所謂規範性指揮監督關係）。為釐清加盟事業主與加盟者或加盟者之受僱人間是否存在上述所謂之規範性指揮監督關係，探討實務上所發生之案例，並參考不同規模業別之加盟契約的內容，有助確立判斷之考量要素與基準。以後者而言，因加盟契約實質上為介於市場（獨立關係）與組織（內部關係）間之共同事業型契約，加盟契約中之「持續指導經營及支援技術」的內容，非但足以導出加盟事業主對於加盟者之指導義務，更有得作為確立透過加盟者對其受僱人進行指導義務之可能性的基礎。因該等義務係由加盟契約之實質架構或實際內容導出，其充分地有作為架構規範性指揮監督關係之基礎的可能性。

## 貳、加盟事業主違反保護義務的固有責任

由於加盟事業主與加盟者間之契約關係，加盟事業主對加盟者負有前述之指導協助義務，其得成為構成加盟事業主雖非直接的加害人，但須負如前所述僱用人責任之基礎。但除此之外，加盟事業者亦有得單獨成為責任主體之可能性。亦即，基於加盟事業者為擴展營業處所而採用加盟經營模式，使加盟者利用自身所

---

<sup>3</sup>參照黃淳鈺，不動產仲介業加盟事業主之僱用人責任——以加盟店受僱人侵權行為為中心，月旦法學雜誌，2013 年 8 月，219 期，143-161 頁。

建構之加盟經營模式，如加盟者在此體系中從事營業活動而成為直接加害人時，加盟事業主基於其為構築營運加盟體系的主體，是否負有預防該損害發生之注意義務或保護義務，即值探討。

加盟事業主之防患未然的注意義務的內容有，為防止於加盟者營業處所發生事故之一般性的抽象注意義務及為維護安全之具體的指導教育監督義務。此等義務之發生的基礎或可溯源至誠信原則，或是架構於一般侵權行為之注意義務。

亦即，基於誠信原則所生之保護義務的責任基礎在於，基於一定之法律關係而進入特別社會接觸關係的當事人間，作為該法律關係之附隨義務，當事人之一方或當事人間基於誠信原則，對相對人負有不使相對人產生生命身體健康受害之保護義務。著眼於該義務係緣起於以契約為契機之特別的社會接觸關係，則基於加盟事業主與加盟者間之組織上關係，及與加盟者營業場所內之顧客間的特別社會接觸關係，架構加盟事業主對顧客之直接的保護義務，在理論上並非全然無據。

另在一般侵權行為責任的情形，加盟事業主之過失為責任成立主要要件之一，在有無過失係以有無違反行為義務的判斷基準下，探究加盟事業主負有如何之行為義務將為重點。換言之，加盟事業主依其事業型態應負如何之指導協助義務，將為判斷是否有違反該等義務、並因此須對第三人負損害賠償責任之前提。

本章之探討重點將在著眼於加盟體系之特點下，重新檢視上述二責任基礎之內涵及外延的可能性，檢討加盟事業主對於在加盟者營業處所受害顧客之固有賠償責任的可能性。

### 參、表見責任

加盟體系之重要的特徵在於，加盟者揭掛同一名稱之招牌、營業場所內外使用同一標章之商品包裝等；其乃加盟事業主在擴展營業店鋪時，欲藉同一形象有效快速地形成消費者之好感，故允許加盟者使用商標標章等為加盟契約之重要事項。由於外觀上之統一性的影響，易造成第三人難以區別營業主體係單純的加盟

者或是分店，則作出如此外觀之加盟體系對於非惡意而信賴該外觀之第三人造成損害時，加盟事業主是否有適用所謂表見責任之可能性、其要件如何等，亦值探討。

在與同為補充加盟者責任之僱用人責任的適用要件及範圍上，二者關係如何有待進一步探討，惟如先由結論而言，可認僱用人責任係適用於加盟者或加盟者之受僱人有侵權行為責任的情形，而表見責任則是適用於加盟者之債務不履行的情形。

## 第二款 比較法之發展

### 壹、美國法上之發展

相對於上述主要以我國法上之發展為前提的可能架構，在美國法下，加盟事業主對於第三人之侵權行為責任，可分為直接責任（direct liability）及代負責任（vicarious liability）。

直接責任係指基於自己之侵權行為所致者，包括對加盟者未盡適當的選任義務、其所製造或提供給加盟者之產品有瑕疵而導致之產品責任、其對加盟者在設計及裝潢上有過失、加盟業主出租土地給加盟者因而對公眾所負之出租人責任、加盟業者提供安全事項之指示因而傷害消費者等。除此之外，若是加盟者在經營上對消費者所造成之損害，欲向加盟事業主主張侵權行為之損害賠償，則必須透過代負責任之主張。

代負責任係指對其他侵權行為人之責任所負之責任。當受害人受有侵權行為之損害，而侵權行為人與其他人間具有法律上之充分關係（legally sufficient relationship）時，受害人即有可能對侵權行為人以外之該其他人主張代負責任。代負責任通常有三項要件：第一，實際造成損害之人（A）與代負責任被告（B）間必須具有法律上之充分關係，即法律上承認足以課以代負責任之關係。第二，A 必須符合侵權行為之要件。第三，A 的侵權行為必須在與 B 的法律關係

內發生。

在加盟關係中，受害人欲對加盟者之侵權行為向加盟事業主主張損害賠償，即必須主張加盟者與加盟事業主間具有法律上之充分關係。所謂法律上之充分關係，包括實際上具有本人與使用人或代理人（agency）之關係或主從關係，或者符合表見代理之例外（apparent agency exception）。傳統用來判斷是否具有足以課以代負責任之法律上充分關係者，主要視二者之控制關係而定（control test）。加盟事業主對加盟者是否具有控制權，必須從實際的情形來看。雖然在加盟關係中，加盟者會使用加盟事業主所提供之商標、產品、服務流程，甚至一致的店面裝潢等，但這些尚不足以認定二者間具有控制監督關係。美國法院多數認為，縱使加盟契約中約定在加盟者違約情形下，加盟事業主具有解約權，亦不足以認為加盟事業主對其有控制力存在。許多法院認為，加盟事業主對於加盟者之控制監督，至少應該到達日常營運上之實際控制（daily-operation-control test），有法院甚至要求受害者所受之損害必須與加盟業者之控制權有關，單純僅有契約上違約時之解約權，並不能認為具有控制權。因此，要主張二者間具有控制之使用人關係實有其困難。

除了實際上有代理關係之外，能構成代負責任之關係者，尚有表見代理關係（apparent agency relationship），即表見代理原則（apparent agency doctrine）。依據該原則，本人與表見代理人或使用人間雖無實質的控制監督關係，但本人所表現出之行為，因使第三人錯誤信賴二者有代理關係存在，而此一信賴亦具合理性時，要求本人對於表見代理人或使用人之侵權行為負代負責任。此一原則於1971年的Gizzi v. Texac, Inc.案中，首先被第三巡迴上訴法院所承認，認為石油公司必須為其加油站加盟者之侵權行為負代負責任，縱使其無控制關係。但是之後，多數法院為了避免加盟事業主之責任過度擴張，在解釋加盟事業主之表示行為時認為，依據一般人的觀念，加盟關係中加盟事業主與加盟者並不必然存在監督控制關係，因此單純的授與商標使用權、使用統一的外觀及銷

售加盟事業主之產品及服務等，並不構成加盟事業主之表示行為，必須加盟事業主另有其他足以使第三人信其有控制關係之行為。此一解釋限縮了表見代理原則在加盟關係中之適用，最著名的案例即 Mobil Oil Corp. v. Bransford 一案。在該案中，加油站商店的員工即使穿戴美孚公司的制服，而且該商店亦屬美孚公司所有，但由於係屬加盟者經營，佛羅里達州最高法院認為此點尚不構成加盟事業主之表示行為，除非第三人能證明加盟事業主有其他參與經營的行為，否則無表見代理原則之適用。雖然多數法院不支持受害人以表見代理之理論向加盟事業主主張代負責任，但亦有例外，例如在 O' Banner v. McDonald' s Corp.，一案中，法院雖然認為原告無法證明其信賴該加盟者與加盟事業主間之代理關係而判決原告敗訴，但亦不否認表見代理原則在加盟關係中之適用。

針對表見代理原則如何適用於加盟關係，大致可整理出幾項要件，第一，即受害者在主觀上必須對加盟者與加盟事業主具有代理關係有所信賴，即真實相信加盟者係加盟事業主之代理人或使用人。第二，其信賴二者有代理關係此點，必須具有決定性，亦即造成損害之侵害行為必須與信賴有關係。在代理關係理論中，不僅本人對代理人或使用人具有控制力，尚必須特定之損害與本人之控制有一定之關係，換言之，本人之監督責任與損害亦須有因果關係。在表見代理理論中亦同。如果損害與本人被信賴的監督及控制力無關，該信賴關係亦不構成負責之理由。在 O' Banner v. McDonald' s Corp.，原告即因為無法證明其信賴該麥當勞速食店為加盟事業主之代理人或使用人，與其是否進入該速食店有關，如果原告不能證明不具代理或使用關係會影響其進入該速食店之決定時，法院認為他可能只是找一家廁所比較近的店或赴朋友之約，在這種情形下，其信賴與其所受之損害即無任何關係。第三，客觀上，信賴必須是合理的信賴等。至於這些要件在實際案例上如何判斷及其舉證責任等，均會影響到表見代理原則在加盟關係上之適用。

## 貳、日本法之發展

日本法上關於加盟事業主對第三人責任之案例甚少，學說上對於此課題之研究亦不多見。但因在同屬大陸法系、且我國民法在學說實務見解上繼受日本法之處甚多，因此其在解決此等爭議上適用之例如加盟事業主之固有侵權行為責任、使用人責任等的探討，有助於明確化加盟事業主之責任根據與判斷標準。另外，日本商法第 14 條規定有所謂之「名義貸與人責任」，使允諾他人使用其商號之商號貸與人，就與該他人締約之第三人誤認其所締約之相對人為該商號貸與人時，與商號借用人對第三人負連帶責任；並有實際案例適用該規定判斷加盟事業主對第三人之契約責任的有無，其對於探究在我國民法下對於相同問題之可能的適用規範及問題，可提供有益的參考。

### 第三款 小結

考察上述以具體加盟契約之內容為基礎，比較美、日之理論架構後，本研究將整合各章檢討所得結論，架構於現行私法體系下，提出加盟事業主對於第三人應負民事責任之可能的法律基礎及其具體要件等，以達到維護消費者權益之目的。同時，對於在現行法下無法突破之難點，並提示立法方向，以為立法或制定政策之參考。

### 第三項 研究方法

壹、蒐集分析不同業別及規模之加盟契約，以作為建構加盟事業主對於第三人責任之基礎。

貳、調查蒐集國內有關加盟事業主對於第三人責任之相關規範、學說及實務見解。

參、調查蒐集其他國家有關加盟事業主對於第三人責任之相關規範、學說及見解。主要比較研究對象為在國內加盟業者在經營模式上深受影響之日本法及美國法為主，另於調查蒐集過程中所獲知之其他主要國家的相關資訊，亦將盡力取得並反映至本研究內容中。

肆、分析比較貳、參所得資料，釐清問題所在，並借鏡比較外國法所得啟發，結合一之分析結果，確立在我國現行法下加盟事業主對第三人之責任的架構。



## 第二章 加盟契約類型

加盟契約並非民法上規定之有名契約，其契約之構成並無法律規定之形式，雙方之權利義務亦待學說對加盟之定義做更進一步的說明方能釐清，是以，本章將自加盟之定義為討論之始，援引各加盟組織或外國立法例對「加盟」之定義為清楚之說明。界定加盟之定義後，本章將進一步介紹有關加盟興起的理論背景，作為後續探討解釋加盟契約之依據，次者，本文將加盟契約之類型區分為美國與日本兩種體系為介紹，復就加盟契約之雙方權利義務為說明，並以補習班、不動產經紀業、加油站與電信業四種常見之加盟產業為例，比較其加盟契約內容並說明之。

### 第一節 加盟之定義與趨勢

#### 第一項 加盟之定義

加盟契約非民法上有名契約，故並無法律規定之確切加盟定義，然欲探討加盟之法律關係，應劃定清楚的討論範圍，以下將就各加盟組織與各國立法例角度探討「加盟」之定義為何？

#### 第一款 加盟組織等之定義

##### 壹、美國對加盟連鎖之定義

美國是加盟連鎖業之創始地，其組成的國際連鎖加盟協會<sup>4</sup>(IFA)對加盟之定義為：「一種存在於加盟事業主與加盟者兩者間持續之契約關係，根據契約，加

---

<sup>4</sup>國際連鎖加盟協會，International Franchise Association，簡稱 IFA，1959 年創立。

盟事業主必須提供一項獨特的商業授權，並加上人員培訓、組織架構、經營管理與商品供銷的協助；加盟者則必須支付相對之報酬」。

## 貳、日本對加盟連鎖之定義

日本連鎖加盟協會<sup>5</sup>(JFA)對連鎖加盟的定義為：「加盟事業主與加盟者締結契約，將自己的店號、商標以及其他足以象徵營業的東西及經營的 know-how 授予對方，使其在同一企業形象下販售其商品；而加盟者於獲得上述權利之同時，須付出一定的代價(金額)給加盟事業主，在加盟事業主的指導及援助下，經營事業的一種存續關係」。

## 參、韓國對加盟連鎖之定義

韓國加盟法<sup>6</sup>第二條稱加盟係指：「加盟本部對於加盟者使用自己的商標、服務標誌、商號、看板或其他得表明為該事業者，遵守一定品質的標準販賣商品(包含原料及副材料)或提供服務之同時，對於前述經營及營業活動等施行支援、教育、統一管理；加盟者業者向加盟本部支付作為授權使用營業表徵和經營及營業活動等支援、教育對價之加盟金的繼續性交易關係。」

## 肆、中國大陸對加盟連鎖之定義

於中國大陸制定之商業特許經營管理辦法<sup>7</sup>第一章第二條規定：「本辦法所稱商業特許經營<sup>8</sup>(以下簡稱特許經營)，是指通過簽訂合同，特許人將有權授予他人使用的商標、商號、經營模式等經營資源，授予被特許人使用；被特許人按照

---

<sup>5</sup> 日本連鎖加盟協會，Japan Franchise Association，簡稱 JFA，1972 年創立。

<sup>6</sup> 韓國 2002 年 5 月 13 日公布加盟法，正式名稱為：關於加盟事業交易公平化之法律，自同年 11 月 1 日開始施行。

<sup>7</sup> 商業特許經營管理辦法，自 2005 年 2 月 1 日起施行，同時取代原國內貿易部發佈的《商業特許經營管理辦法(試行)》。

<sup>8</sup> 即我國所稱之加盟。

合同約定在統一經營體系下從事經營活動，並向特許人支付特許經營費。」

### 伍、台灣對加盟連鎖之定義

台灣加盟的學習發展乃因國民所得提高，國外經營方式逐漸引入，最具代表性之產業為1979年自美國南方引入之統一超商以及1984年引入的速食連鎖店麥當勞，其後，由於產品與業態創新不斷，台灣已發展超過兩千個連鎖品牌，密度高居世界第一。台灣自創連鎖品牌業者亦正式成立「社團法人台灣連鎖加盟促進協會<sup>9</sup>」，宣告台灣加盟企業之成熟發展。

中華民國經濟部商業司說明連鎖企業是：「由兩家以上的零售店，在統一作業化的經營下，促使商業流通、產業企業化者」

而台灣連鎖暨加盟協會（TCFA）則對加盟連鎖有更嚴謹之要求，認為須「直營店數達七家以上，年營業達一億(含)以上者」方為連鎖業。中華民國連鎖店協會於民國80年9月12日成立大會通過的組織章程中，對連鎖店會員之定義乃限制：「以連鎖店經營型態，擁有七個(含)以上的獨立店舖(即直營店)，且最近一年的營業額達新台幣柒千萬元以上者。」

### 陸、學理上對加盟連鎖之定義

上述連鎖加盟的定義分從營運店家數、所有權形式或是經營方式角度論述，國外有學者<sup>10</sup>認為不論連鎖加盟者以何種型態出現，在形式上須為複數店家，在實質上必須有連鎖加盟事業主發揮本店功能，意即本店須有統一採購、倉儲、廣告之功能以產生經濟效益，並對各加盟分店之商品組合、定價與陳列、經營管理制定政策或教育指導支援。

---

<sup>9</sup> 台灣連鎖暨加盟協會，Taiwan Chain Stores and Franchise Association，簡稱TCFA，前身為中華民國連鎖店協會，1991年創立，於2000年更名為台灣連鎖暨加盟協會。

<sup>10</sup> 蔡沛廷，連鎖企業經營型態之研究——以台灣連鎖體系為例，2012年，政治大學商業管理學院學位學程碩士論文，4頁。

## 第二款 小結

所謂之加盟契約特徵不外為：「由加盟事業主事業者（即加盟事業主）與加盟事業者（加盟者）間締結契約，使後者利用前者之商標、註冊商號或名稱等營業表徵之標識及經營技術與竅門，賦予後者在同一形象下經營商品販賣或其他事業之權利，並由後者支付前者一定之對價、投入經營事業必須之資金，於接受前者之指導及協助下經營事業之繼續性契約」。然事實上，實務對加盟連鎖的經營型態實有多元的運用，從加盟事業主與加盟者間的控制緊密又可區分為廣義加盟或狹義加盟，廣義加盟是指<sup>11</sup>：「使用相同商標、商店名稱、招牌，能造成消費者統一印象之商店，只要有此要件之構成即足，不問其在法律上是否為同一主體」；若是狹義的加盟除了上述的形式外觀要件外，尚須有一中心單位統一指揮其行動，舉凡店面的裝潢、商品結構、商品陳列、服務品質、促銷活動、管理結構等，均達單純化、規格化、標準化的要求。或有以加盟連鎖數量之角度界定加盟連鎖店定義者，認為須達一定數量之加盟者方能稱為加盟事業。

綜合上述看法與見解，可知加盟連鎖的型態多變，又因加盟契約非屬民法中的有名契約，加盟事業主與加盟者間的權利義務關係並無明確法律依據，悉據加盟事業主與加盟者間的契約約定為憑，如有契約中漏未約定者，則依雙方既有的契約條款與雙方約定之緊密程度選擇類推適用相似的有名契約約定以為判斷或依誠信原則處理。

## 第二項 加盟之趨勢與品牌價值

### 第一款 加盟興起之研究

加盟事業在實務上運用甚廣，隨處可見飲食、家居等加盟事業，加盟型態之

---

<sup>11</sup>蔡沛廷，前揭文，6頁。

出現因素，與加盟事業主及加盟者間獲利的考量息息相關，其背後理論基礎也將間接影響加盟事業主與加盟者在侵權或契約責任上負擔比例的多寡，以下將就資源稀少理論、交易成本理論、代理理論等三種角度為探討

### 壹、資源稀少理論(Resource Scarcity )

資源稀少理論認為，加盟事業主因資本市場的不完全，為了能迅速擴張與增加分店以滲透市場並達擴大經濟規模的目的，必須採用加盟方式快速取得低成本的資本，連鎖加盟的方式應運而生<sup>12</sup>。在這樣的理論下，加盟事業主實有利用加盟者以擴大自己市場占有率之利益與認識，既加盟事業主因廣立加盟者而確立品牌價值並從中獲利，克服自己資源不足的問題，則加盟事業主對加盟者應善盡監督之責並就加盟者之責任連帶負責，此為加盟事業主利用加盟者迅速擴展自己商業經營並獲利的代價。

### 貳、交易成本理論

現實的商業行為中，任何交易均帶有成本，如契約簽定與監督成本，若以加盟連鎖型態經營的成本小於企業內部自行管理的成本時，開放加盟自然替代直營成為加盟事業主的考量<sup>13</sup>，在如此理論下，加盟事業主是否開放加盟僅憑開放加盟的成本與企業自行管理的內部成本高低為策，加盟者對加盟事業主而言僅是成本選擇，兩者間的控制關係不明顯，加盟事業主與加盟者間的責任應各自分立。

### 參、代理理論

直營店之管理經理人因報酬與分店績效無直接相關，容易產生代理問題，反之，加盟者之加盟者因為直接負責各加盟者內的營運成敗，其做事方法與態度將

---

<sup>12</sup>陳怡潔，連鎖加盟業教育訓練實施及其成效之研究，政治大學勞工所碩士論文，2009年，25頁。

<sup>13</sup>蔡沛廷，前揭文，6頁。

更為積極，連鎖加盟事業主因而可降低代理之監督成本<sup>14</sup>，由此可知，採本理論解釋加盟型態之產生，加盟事業主乃是運用加盟者對店內營運的成敗負直接責任而有較積極的作為心態降低開店的代理監督成本，使加盟者與加盟事業主互盟其利、共享經營的利潤，是以，在此理論下，加盟者與加盟事業主間的關係較難判斷是否有控制從屬之存在，須回歸雙方締結契約的約款或是實際經營上的現實狀況，不可一概而論。

## 第二款 加盟之發展

連鎖加盟業在台灣的發展過程可分為五個階段，茲分述如下

### 壹、萌芽期

連鎖加盟之萌芽期約為光復初期，因資金之匱乏，並無較大型的連鎖加盟型態，在民國 40 年代初期上海的生生皮鞋公司應為本階段之代表，該時期分店之設立多是因運用閒置資金或為家庭中成員的未來發展安排，僅有擴大經營規模之目的，而缺乏一致性的營運規劃或制度，加盟事業主與分店間關係緊密，責任無特別區分。

### 貳、學習與發展期

台灣加盟的學習發展期發展乃因國民所得提高，國外經營方式逐漸引入，本階段最具代表性之產業為 1979 年自美國南方引入之統一超商以及 1984 年引入的速食連鎖店麥當勞，此時期的加盟業開始有複製技術、觀念與人力資源的模式，故學習期的加盟業加盟事業主與加盟者間關係仍舊密切。

---

<sup>14</sup>陳怡潔，前揭文，25 頁。

### 參、成熟期

加盟發展的成熟期約為民國 80 年以後，1991 年成立的「中華民國連鎖店協會」<sup>15</sup>以及 1995 年成立的「中華民國加盟促進協會」致力推廣各種產業型態的加盟，可見加盟概念在台灣已逐漸成熟且為社會所接受，此時的加盟開始出現多元化的組合，加盟者與加盟事業主的關係也較上述兩期更為複雜，不能僅以加盟關係之有無決定法律責任之分配，須針對雙方締結之契約及關係緊密程度進一步判斷。

### 第三款 加盟發展趨勢

連鎖加盟者被認為是現代商業組織型態中，最能夠以有限的資金創造規模經濟、以最低的成本創造最大的利潤、以較快的速度拓展自有通路的行銷運作模式，一時蔚為風潮，不管是商品的銷售或服務的提供，加盟型態均扮演重要角色<sup>16</sup>，對商業現代化的影響更不可小覷<sup>17</sup>。

近年來台灣地區的加盟者數雖不若發展期般飛快增加，但就其穩定成長率觀之，加盟連鎖店已成為一種創業的選擇（近年發展可參見〈表一〉），搭配不同型態與條件的加盟，加盟者可選擇與加盟事業主有不同的協商空間以及配合組合，契約約款的訂定也就更顯多元，但在加盟連鎖市場占有率穩定成長的同時，法律問題則逐漸浮現，其中較多爭議者為加盟事業主與加盟者間之契約上的爭議<sup>18</sup>，另如加盟者與消費者間發生的爭議紛爭是否可要求加盟事業主併負責任則為近年引起關注的課題，亦是本研究之主要探討對象。

〈表一〉 台灣近年來各產業加盟者數與成長率<sup>19</sup>

<sup>15</sup> 中華民國連鎖店協會，1991 年創立，於 2000 年更名為台灣連鎖暨加盟協會。

<sup>16</sup> 何之邁，歐盟加盟連鎖之研究，政大法學評論，1994 年 6 月，291-292 頁。

<sup>17</sup> 林攻馨，連鎖加盟面面觀，全國律師，2001 年 2 月，4 頁。

<sup>18</sup> 吳光明，論加盟契約，月旦法學雜誌，2010 年 12 月，17-18 頁。

<sup>19</sup> 蔡沛廷，前揭文，28-29 頁。

連鎖店/年份	2009	2010	2011	2009-2011 成長率
綜合零售類	8244	8379	8568	4.2%
一般零售類	20331	24010	25095	23.4%
餐飲服務類	16114	17123	15726	-2.4%
生活服務類	51309	57395	55399	8%

#### 第四款 品牌價值化

實務上經營穩定之加盟連鎖企業，多具有品牌高評價的現象；若某企業推動加盟連鎖，迅速展店更使品牌聲譽水漲船高，可知連鎖加盟之發展重點為「品牌價值化」<sup>20</sup>，這項特色在加盟契約中可從加盟事業主對商標使用範圍與品質管理要求可見一斑，連鎖品牌與品牌價值間關係為何，茲概述如下：

##### 壹、品牌

品牌可能為一種名稱、用語、標幟、符號、設計，或上述型態之組合，可用來辨認賣方產品或服務與其他同質或非同質競爭者的不同，使賣方與競爭者間形成差異與區隔<sup>21</sup>，也反映了顧客心中對該企業的形象認識、承諾與經驗之綜合評價。

##### 貳、品牌價值

品牌價值即是品牌權益，由該品牌帶給消費者的印象資產與印象負債，當同質的商品賦與不同的品牌名稱、符號或標幟時，消費者對該產品或服務價值認定

<sup>20</sup>吳光明，前揭文，6-7 頁。

<sup>21</sup>吳光明，前揭文，7 頁。



之差異即是品牌價值之所在<sup>22</sup>。

### 參、品牌價值化

一個好的連鎖加盟品牌，不僅對加盟者有足夠吸引力能提高加盟意願，進而增加市場的滲透與擴張，在消費上，也能因品牌形象的建立取得消費者的信任，簡化消費者的購買決策<sup>23</sup>，是以，連鎖加盟業者努力塑造品牌形象與知名度，建立一致品牌識別體系，打造品牌知名度，對加盟事業主與加盟者來說均是重要的經營資產。

## 第二節 加盟之類型介紹

台灣的連鎖加盟發展體系主要受美國與日本的影響，故在加盟的類型上，主要也以美日加盟的型態為模板，以下將自美國與日本兩種角度概述加盟的類型。

### 第一項 美國加盟類型

美國之加盟類型主要區分為：

#### 第一款 商標商品的連鎖加盟

(Product and Tradename Franchising)

產品銷售的連鎖加盟又稱 P&T 型連鎖，國內所謂供貨連鎖原則上即屬此類，顧名思義，此連鎖方式係允許加盟者使用加盟事業主商標，但連帶該加盟者內貨品也一概由加盟事業主提供以管控品質的經營方式<sup>24</sup>。

---

<sup>22</sup>吳光明，前揭文，7 頁。

<sup>23</sup>吳光明，前揭文，8 頁。

<sup>24</sup>林玫馨，前揭文，6 頁。

## 第二款 經營模式的連鎖加盟(Business Format Franchising)

經營模式的連鎖加盟又稱 BF 型連鎖，除商標商品外，加盟事業主也介入加盟者的管理，除提供 Know-how、行銷制度、支援外，有些加盟事業主甚至提供資金融通<sup>2526</sup>。

## 第二項 日本加盟類型

日本的加盟類型基本可分為直營連鎖、特許加盟、自願加盟、委託加盟、合作加盟幾種，各分述如下。

### 第一款 直營連鎖(Regular Chain)

直營連鎖又稱 RC 或直營店，指由加盟事業主直接經營的連鎖店，屬一種管理產業，該店之經營權屬於加盟事業主，加盟事業主對該店並有絕對的經營與管理控制權限。這種型態的加盟者優點是加盟事業主對各連鎖店強大的控制力，管理制度如果健全，加盟事業主的管理命令與計畫執行度可達百分百；缺點是這種經營模式加盟事業主需要大量資金與管理人力，資金負擔壓力大且風險高，人員管理訓練上較困難，也比較缺乏效率，對市場拓展的進度恐怕較緩，但對於形象維護與品牌建立要求高的加盟事業主而言，直營連鎖是發展一般加盟前不可或缺的基礎<sup>27</sup>。

### 第二款 特許加盟(Franchise Chain)

所謂特許加盟是製造商與市場創新者所發起的商業型態，簡稱 FC，加盟業主與加盟者之間以契約規定彼此的權利與義務，雙方則依據契約進行權利義務之

---

<sup>25</sup> 林政馨，前揭文，6 頁。

<sup>26</sup> 典型例子如麥當勞。

<sup>27</sup> 林政馨，前揭文，6 頁。

互動，包括合作時間、提供之商品服務、經營技術、教育訓練、享有之商標、商號、經營 Know-how 與加盟權利金、經營費用等等，本型態的加盟強調加盟事業主與加盟者間的依存關係在高技術的系統轉換，加盟事業主招募加盟前，該事業體必須有強大技術軟體，換言之，加盟者與加盟事業主間的關係建立在加盟事業主提供加盟者經營之 Know-how，透過 Know-how 的移轉與指導，加盟者的運作能夠快速獲利，相較起直營店屬管理產業，FC 應屬一種技術產業，經營技術的傳遞在 FC 也成為主要契約內容。例如知名的連鎖加盟者 7-11 即是特許加盟之典型，加盟者需依照契約行事並完全配合加盟事業主的運作要求，在這樣的加盟類型中，加盟事業主對加盟者的管控力仍舊很強<sup>28</sup>，亦因產品或服務的利潤由加盟者與加盟事業主間共同分配，故加盟者與加盟事業主間須有強烈信任基礎。

### 第三款 自願加盟(Voluntary Chain)

自願加盟又稱 VC，對於一方面希望享有經營現代化與連鎖店大量採購優勢，另一方面又為確保商店運作獨立自主的加盟者而言，自願加盟即可滿足其所需，在此種加盟型態下，加盟事業主對加盟者的管控力明顯薄弱，故加盟者有相當大的自主空間與運作獨立性，加盟事業主與加盟者間必須有共存共榮的想法，連鎖服務的品質與競爭力方能提高<sup>29</sup>。

### 第四款 委託加盟(FC2)

所稱委託加盟，簡稱 FC2，該加盟者面由加盟事業主準備提供，再委由加盟者代為經營，與自己準備營業處所的特許加盟不同，加盟者須依規定使用加盟事業主的商標、商品服務與一貫經營模式，對所需人員、費用、經營管理方式由加盟事業主負責。該加盟者的所有權亦屬加盟事業主，但經營權由加盟者保有<sup>30</sup>，

---

<sup>28</sup> 林政馨，前揭文，6 頁。

<sup>29</sup> 林政馨，前揭文，6 頁。

<sup>30</sup> 林政馨，前揭文，6 頁。

加盟事業主對加盟者的經營管理介入程度較特許加盟為高。

## 第五款 特許自願加盟(FVC)

自願加盟對加盟者而言雖可降低採購成本且加盟收費低，但加盟事業主提供的管理介入與援助亦有限，待加盟者熟悉管理運作的 Know-how，容易退出連鎖，為保持加盟事業主的品質管理，綜合自願加盟與特許加盟的新加盟型態應運而生，特許自願加盟與加盟事業主間不僅是供貨關係，亦共同訓練、促銷與遵守規範強化服務的品質，強調尊重加盟者自主精神與專業技術<sup>31</sup>。

## 第三項 小結

各種不同型態之加盟契約因加盟事業主與加盟者所約定之權利義務與經營型態不同，對消費者所展現之交易樣貌與信任程度亦不相同，自然在法律責任的負擔與處理上不能等同視之，應以類型區分作為法律責任區別之參考，本文所探討者乃加盟事業主與加盟者間之權利義務關係，除直營連鎖店之經營模式外，均為本文討論之範圍，並為便於就基礎理論與權利義務關係釐清，本文以下不區分加盟之類型，均以加盟契約稱之。

如以美國體系下之加盟類型為論，對產品銷售的連鎖加盟僅涉及商品之繼續性提供，加盟事業主對該店之經營並無影響性的介入，對消費者而言，其消費行為之選擇動力應非來自加盟事業主，此時，應由加盟者自負法律上責任；反之，如為經營模式的加盟，加盟事業主對加盟者以一體行銷與經營方式管理，加盟者受加盟事業主控制監督程度高，在法律責任的分攤上，加盟事業主無法推諉。

如是日本體系之加盟分類，特許加盟，因雙方權利義務主要以契約為準據，加盟事業主對加盟者是否有監督管理之可能而須負擔法律上責任，應回歸至個別契約為判斷；而自願加盟的加盟者有相當大的自主空間與運作獨立性，加盟事業

---

<sup>31</sup>林政馨，前揭文，6頁。

主對加盟者的經營方式與管理並無置喙之空間，對消費者也未表現其經營管理的行為，要求其併負法律責任未免苛刻；委託加盟之加盟者須依規定使用加盟事業主的商標、商品服務與一貫經營模式，對所需人員、費用、經營管理方式由加盟事業主負責，雖該加盟者的所有權屬加盟事業主，而經營權由加盟者保有，但基於加盟事業主對加盟者的介入監督與對外向消費者表現之管理責任，加盟事業主對法律責任之分擔應為合理且必要；自願加盟對加盟者而言雖可降低採購成本且加盟收費低，但加盟事業主提供的管理介入與援助亦有限，在法律責任的分攤上，無從要求加盟事業主對消費者負過重之責任。

### 第三節 加盟契約締結之權利與義務關係<sup>32</sup>

加盟契約非為民法上之有名契約，契約關係的成立上並無特定之要件，雙方的權利義務關係亦無明確的界定，但透過各加盟機構與各國立法例對加盟關係之定義，可將加盟關係中主要權利義務分析如下：

#### 第一項 加盟費用

原則上，當加盟事業主與加盟者締結加盟契約，加盟事業主對加盟者即發生加盟費用之給付請求權，此是加盟契約中加盟事業主最重要的權利，一般而言，加盟費用可大別為加盟金、權利金、保證金三類。

#### 第一款 加盟金

所謂加盟金，是加盟者為加入連鎖加盟系統，應支付與加盟事業主之商譽金，此筆收入於合約期滿亦無法退還與加盟者<sup>33</sup>，是對加盟事業主於開店前，幫助加盟者做整體開店計劃之擬定、經營 Know-how 教育訓練等加盟者繳納的對價。

---

<sup>32</sup>以台灣連鎖暨加盟協會(TCFA)提供之餐飲服務、一般零售、生活文教業加盟契約範本為觀察歸納。

<sup>33</sup>吳光明，前揭文，16 頁。

## 第二款 權利金

權利金為一繼續性繳納的費用，為加盟者使用加盟事業主之商標、商譽支付之對價，又稱定期服務費用<sup>34</sup>，通常在加盟者開業後以年或季為單位繳納，在美國通常會按營業額之多寡支付固定的百分比；在日本則以支付固定金額為常態，目前國內的加盟權利金悉依雙方約定方式繳納，兩種型態均有，此費用納入加盟事業主之固定行政費用，為加盟事業主提供研究、發展的經費<sup>35</sup>。

## 第三款 保證金

加盟事業主向加盟者收取的保證金，乃為確保加盟者確實履行合約，或為貸款之擔保，無涉加盟事業主與加盟者間的給付對價，於加盟契約期滿應予退還<sup>36</sup>。

## 第二項 貨物之提供

一般加盟契約之加盟事業主為提升貨物品質，確保貨源控管嚴格以及監督便利，會要求加盟者販售之商品僅能由加盟事業主獨家提供<sup>37</sup>，在此情況下，所有加盟者的貨源均單一來自加盟事業主，一方面為加盟事業主帶來大量訂單，降低訂購成本，加盟事業主可以量制價與廠商進行議價空間大增，貨物成本也相對降低；另一方面，貨物來源單純，可確保供貨品質穩定，減少經營風險，也降低加盟事業主的監督管理成本。

雖民法依契約自由、私法自治原則肯定加盟事業主與加盟者間約定獨家供貨約款有其理由及正當性，但加盟事業主供貨之價格若高於一般貨物之市價，加盟契約事業均屬長期合作型態，加盟者對於長期接受較高價貨物所增加之成本不容

---

<sup>34</sup> 林政馨，前揭文，13 頁。

<sup>35</sup> 林政馨，前揭文，13 頁。

<sup>36</sup> 林政馨，前揭文，13 頁。

<sup>37</sup> 林政馨，前揭文，13 頁。

小覷，此亦為實務上經常發生之爭議所在。由此契約約款不難觀察出在此契約類型下，加盟事業主與加盟者間的締約磋商能力懸殊，而加盟事業主對加盟者之控制力相較起無簽立獨家供貨契約的加盟事業主而言亦更為深入，加盟事業主對加盟者的監督可能性不容推諉。

### 第三項 商圈保障

加盟者劃分商圈，不在相近的地理區域內設置相同的加盟或直營店，應屬契約誠信原則推導出的競業禁止的子原則，劃分商圈可使加盟者盡力經營其劃定範圍的市場，招來潛在消費者<sup>38</sup>，若在相近地理區域內有相同加盟或直營店之存在，勢必瓜分消費者群，對加盟者而言為負面競爭，故加盟事業主負有在相近地理區域內禁止為下列行為之義務<sup>39</sup>：

壹、授權第三人利用全部或一部之加盟。

貳、自行利用加盟或自行以類似的方式行銷為加盟標的之商品或服務。

參、自行供給加盟事業主之商品與第三人。

### 第四項 營業秘密之保護

營業秘密係指：「源自加盟事業主之經驗並經其試驗之一非專利的實用資訊，須是秘密的、實益及明確的<sup>40</sup>」故營業秘密須符合下列要件：

#### 壹、秘密性

構成營業秘密者，僅就其整體或各部分之結構組合非普遍知悉或易於取得即可<sup>41</sup>，性質上屬技術、商業、管理或其他實際上可用於事業經營或專業操作上的知識經驗結合體。

---

<sup>38</sup> 何之邁，前揭文，306-307 頁。

<sup>39</sup> 何之邁，前揭文，306-307 頁。

<sup>40</sup> 歐洲聯盟第 4087188 號規則對營業秘密之定義。

<sup>41</sup> 我國對營業秘密意僅要求在該領域內為未公開之資訊即可。

## 貳、實益性

稱實益性即是對商品銷售或服務提供具有經濟意義上的重要性，在契約訂立時，該營業秘密須是有益於加盟者競爭狀況、績效，始能謂有實益性。

## 參、明確性

營業秘密須得以充分完整方式呈現，始能證實其具有秘密與實益性，如過於模糊不明確，無法特定為一種加盟事業主資產而有受保護之必要與可能。

## 肆、該營業秘密須非為專利

營業秘密須為非專利的實用資訊，因營業秘密既為加盟事業主資產而受保護，不可能同時為專利之申請，如已申請專利，則必破壞其秘密性，但不代表營業秘密必為無法申請專利的資訊。

加盟事業主基於契約，應將其經營所用之 Know-how、商品配方、經營模式、行銷策略等教授予加盟者<sup>42</sup>，此為加盟事業主之義務，但加盟者本於契約內容之約定或誠信原則，不應將該營業秘密洩漏與第三人知悉，更有甚者，加盟者應積極保護該營業秘密，對接觸該營業秘密而知悉的員工應要求其保守秘密，且因營業秘密攸關加盟事業主於同業中生存之競爭力，縱在加盟契約已結束或解約的情況下，加盟事業主仍有權利要求加盟者應保守其在加盟過程中獲知之未公開資訊。

## 第五項 競業禁止條款

競業禁止條款乃自契約誠信原則中延伸，認為本於雙方之誠信，在契約進行中或契約結束後，雙方應禁止為一定作為以免損害他方利益或與他方出現惡性競爭問題，關於加盟事業主對加盟者的競業禁止主要為前述之商圈保護，而加盟者對加盟事業主亦負有競業禁止的責任，加盟事業主為保護其事業體的經營技術及相關關鍵技術資訊，不因加盟而外流，除有營業秘密保護之要求外，亦可與加盟

---

<sup>42</sup>何之邁，前揭文，304-305 頁。



者約定在合約存續期間或契約結束後一定時間內，不得從事與原加盟者相同行業之工作，原則上，競業禁止條款乃為保護契約雙方所設，公平交易委員會亦肯定競業禁止條款之正當性，但為免剝奪加盟者的加盟契約結束後的工作自由權，競業禁止應有合理明確之年限限制<sup>43</sup>。

## 第六項 加盟事業主對加盟者的行政管理權限

加盟事業主按契約對其加盟者應給予行政與管理、行銷上的指導，然依據各種不同類型的加盟契約，加盟事業主對加盟者介入程度亦有出入，一般來說，重視企業形象與品牌價值的加盟事業主，對加盟者的行政管理介入程度越深，舉凡係營業時間、產品供應、產品擺設、人事任用等均有一定規格，利用一致模式的行銷，建立穩定品牌形象；但也有對加盟者管理要求鬆散，與加盟者僅有長期繼續提供貨品的關係者，前者既受加盟事業主控制訓練程度深，則在法律的分攤上，應有正當之基礎要求加盟事業主與加盟者連帶負責，然在後者的情況下，若加盟事業主對加盟者根本無實質上的指揮監督，亦未對外展現出其與加盟者間有密切從屬，消費者即無信任加盟事業主與加盟者為法律上一體的正當基礎，當無從要求加盟事業主與加盟者連帶負責。

雖然加盟契約並非民法上有名契約，但透過對加盟之定義與立法例解釋觀察推得加盟契約主要之權利義務，對加盟事業主與加盟者間契約關係之解釋與契約責任判斷甚為重要。對於加盟契約主要權利義務之違反效果，若雙方已於契約中明定應從之，若於契約中未明定者則應就該加盟契約類型與雙方約定判斷應類推適用何種有名契約之規定處理。如契約中未就上開事項為約定說明，基於上開權利義務關係對加盟契約之重要性，發生爭議時亦可從加盟之運作與定義出發，配合誠信原則之法理推得該等權利義務之存在與遵守必要。

---

<sup>43</sup>吳光明，前揭文，16頁。

## 第四節 常見加盟契約及相關爭議

近年來台灣地區各種加盟連鎖店逐年穩定成長，儼然成為創業的首要考慮選擇，搭配不同型態與條件的加盟，加盟者可選擇與加盟事業主有不同的協商空間以及配合組合，契約約款的訂定也就更顯多元，而其中與民生關係最為貼近者，莫過補習班、不動產經紀業、加油站與電信業，本節透過對上開產業實際簽訂之加盟契約範本為研究，針對契約條款之觀察，勾勒出加盟事業主與加盟者間合作加盟之型態與指揮監督管理權限的深淺，冀對加盟事業主與加盟者間法律責任負擔的比例多寡提供參考依據。

### 第一項 補習班加盟契約<sup>44</sup>

隨著終身教育與兒童才藝觀念的注重，坊間開始大量出現語言、才藝類補習班，不同於一般私人獨資經營，連鎖加盟的補習班廣告行銷成本多，自然名氣也大，強調師資充裕，教學計畫的一貫複製，帶給消費者學習成果一併複製的印象，在重視「投資自己」、「不讓孩子輸在起跑點」的市場上，連鎖加盟補習班完全不受景氣影響，不減反增。該類終身教育或兒童才藝教育的學費不貲，一旦發生個別爭議或某加盟者的債務不履行，消費者的損失應由何者填補成為法律上重要議題，加盟事業主授予加盟者商標使用權與行政管理是否構成表見外觀應對消費者的信賴負責，應回歸加盟事業主對加盟者的指揮監督程度而定，就補習班加盟事業主與加盟者間指揮監督關係之有無或行政管理控制關係之緊密，尚可自其雙方約定內容為觀察與推敲，分述如下。

#### 第一款 雖未言明加盟，但實屬加盟契約

實務上契約全文並無出現「加盟」、「加盟事業主」等文字，悉以甲乙為代稱，

---

<sup>44</sup>本研究對象之契約因營業秘密之保護僅作為內部參考資料，未加引用。

並將該契約稱作「合作契約」，然雙方契約之定性為何應屬法律問題，須依雙方約定內容為實質認定，縱使該契約並無使用「加盟」文字，但約定甲方提供商標、名稱予乙方進行教學營業，且在契約進行期間，甲方並授予乙方補習班經營管理等相關專業知識及技巧，由乙方支付權利金費用為報酬，在實質上應為加盟契約性質。

## **第二款 財務各自分立，雙方並無互享利益**

契約中特別指明甲、乙雙方在財務上互相分立，並無利益共享之情形，可推測加盟事業主對加盟者之營運狀況無控制介入之餘地，既財務各自獨立，無利益之共享，則加盟事業主對加盟者僅負有授權使用商標與教材之義務，加盟者之管理營運及獲利情況，加盟事業主並不關心與介入，自然對加盟者控制瞭解不深，如有責任之分攤，亦無要求加盟事業主就其監督不力負責之基礎。

## **第三款 雙方權利義務關係應實質判斷**

加盟事業主為加盟者指導經營策略，並由加盟者與加盟事業主間共享獲利的契約關係因財利之共享，似與隱名合夥之關係相類似，但在實務上加盟事業主與加盟者之關係是否確為隱名合夥，仍應依個案中實質法律關係為斷，縱令契約中加盟事業主已載明如：甲、乙間不具有合夥、僱傭、委任或代理關係等語，但雙方間的法律關係並非事實，而為法律判斷，應由法官本於職權認事用法，不受雙方契約約定之拘束。

## **第四款 表見責任之排除**

實務契約中，加盟事業主特別言明加盟者「不得將加盟事業主品牌名稱與其他非本合作範圍內之活動或事業合併宣傳或招生，亦不得有任何引人誤認或混淆該非本合作契約範圍內之活動或事業為加盟事業主品牌或加盟事業主關係企業

之行為或設施」，然僅能推定加盟事業主與加盟者間並無合作本加盟事業以外之合意，惟對於加盟者違反本約定對外以易誤認與加盟事業主有關之商品或活動方式招生，而加盟事業主知悉後未加以制止者，仍難謂得以其在契約中預先載明而脫免其表見責任，亦即，加盟事業主對加盟者之行為是否須對消費者負表見責任，仍須自其是否對該表見行為有所制止而定。

## **第五款 人員之選任**

於部分補習班加盟契約中，加盟事業主言明對加盟者內的教育或行政人員，除一定程度的教育訓練外，無任何干涉之意，換言之，加盟事業主要求加盟者須指派員工參加教育訓練，但同時亦約定「乙方營運所需教育行政人員由乙方自行選用、聘僱與管理，其相關薪資、勞保、健保、勞退事項及各項稅捐，均由乙方自行依相關法規辦理，概與甲方無涉」，由此，可推論加盟事業主對加盟者人員僅有教育訓練之責任，但在實際營運上，該名員工在加盟者內的行為，加盟事業主並無干涉或置喙之可能，如此觀察，加盟事業主對加盟者的行政監督控制並不緊密；然於部分補習班加盟契約中，其雖同樣給予加盟者在人事編制方面之自主權，惟就加盟事業主提供加盟者之職前、在職訓練課程以及班主任之職前、在職訓練，均強制加盟者應配合參與，此為加盟事業主對加盟者人員控制力之實質表現，換言之，加盟事業主強制加盟者參與教育訓練課程，使其對加盟者員工取得緊密控制的權利，該緊密控制之可能性應列入加盟事業主與加盟者關係之考量。

## **第六款 場地設備責任**

加盟事業主在契約中要求「乙方對所經營之設施、教學、活動之合法、安全與保險，應依相關法令辦理並負起完全責任，與甲方無涉。」，似對於加盟者內的設施或活動安全責任預先免除，惟契約中又約定「乙方所使用之場地規劃、色調選擇均須甲方同意」，可看出加盟者在設備與場地規劃上，受加盟事業主箝制

甚深，除了場地規劃須有加盟事業主同意方可運作外，連色調選擇亦受甲方支配，則加盟事業主在設備的設置上依契約對加盟者負有監督管理的權利與義務，在責任的分配上卻以契約預先排除實不合理，應以加盟事業主對加盟者實際設置設施或場地規劃的介入程度決定其責任的分配於理方合。

## 第七款 教學進度之掌握

該契約中尚約定「乙方應確實依甲方規定之教材內容、教案、進度進行教學活動」，可知至少在教學進度上加盟事業主對加盟者具有實質上的監督與管理，此項監督與管理如作為加盟者經營的策略，對外向消費者宣傳「在加盟者所受之教學服務與加盟事業主同步且受加盟事業主之監督」，則加盟事業主因該項經營策略取得消費者信任進而使加盟者更易被消費者接受，自然應該對其監督管理承擔責任，亦即，加盟事業主若與加盟者約定在教學進度與教案上需依照加盟事業主規定之指示行之，則加盟事業主對其實質監督管理負相關責任並無不妥，可作為加盟事業主與加盟者間監督指揮關係判斷之依據。

## 第二項 加油站加盟契約<sup>45</sup>

隨著交通便捷，加油站設置的需求數量隨之增加，縱使汽油供應之加盟事業主已投入許多財力、人力設置直營店，但因各種動力交通工具耗油量不同且遇有隨時要補充之特性，廣設之直營店尚不足應付市場所需，且開設加油站本身不需過大的佔地與華麗裝潢，成本上僅需支出加油設備與人力費用，吸引許多欲創業者以加盟方式如雨後春筍般加入油品提供的競爭行列。

此類加油站之加盟型態，係由供應油品之石油公司與加盟者簽訂契約，一方持續供應油品，一方則獲授權使用石油公司之名稱販售石油，有謂加盟事業主持續供應油品由加盟者販售，似與一般買賣契約無異，但加盟事業主在提供油品之

---

<sup>45</sup>本研究對象之契約因營業秘密之保護僅作為內部參考資料，未加引用。

過程中究竟為單純之產品提供者，或因其管理監督而負有其他法律上之義務，尚待雙方契約約定內容之分析討論始能進一步定論，例如對於加油站所供應之石油商品有瑕疵，是否得要求加盟事業主直接負起商品責任？又，若加油站之員工有侵權之行為，加盟事業主須否對之負責？再，若加油站自行設置小型商店販賣日用品，該商店設備之瑕疵造成侵權行為得否對加盟事業主主張責任？凡此問題，均賴對加油站加盟契約之權利義務關係深入觀察剖析後始能解決。

## **第一款 以複數契約約定加盟關係**

加油站之加盟契約並非以單一「加盟契約」作為雙方規範之準則，反而刻意以數份契約分別約定其權利義務關係，看似使雙方契約關係錯綜不易理解，然而對加盟關係之認定與瞭解，須以雙方實質法律關係為討論基礎，即在觀察契約內容所形塑之雙方關係時，應從實質面出發，該數份契約簽訂之目的相同，當事人亦同一，契約內容彼此相互環扣，實無將之區分為不同契約討論之理，是以，雖加油站加盟契約在實務上區分為「加油站服務合約」、「加油站經營計劃書」、「加油站油品買賣合約」等不同名目，仍應將之視為一份加盟契約書檢討，使「加油站經營計劃書」與「加油站油品買賣合約」約定條款也成為加盟合約之一部分內容，解釋上較無疏漏，俾使其交錯呼應，得出最正確之觀察，故本文認為以「加油站服務合約」、「加油站經營計劃書」、「加油站油品買賣合約」共同作為加油站加盟契約之一部予以檢視討論應較為妥適。

## **第二款 加盟事業主對加盟加油站之經營管理監督程度甚高**

### **壹、加盟加油站之經營管理悉依加盟事業主之指示**

在加油站加盟契約中，加盟事業主與加盟者約定就加油站之經營管理及技術，均依加盟事業主所提供之資料為履行，則加盟加油站之經營與管理實際上並

不具有自行裁量之空間與機會，完全須仰賴加盟事業主所設定之管理流程，按此，加盟加油站本身雖非加盟事業主之直營店，然其內部之管控仍為加盟事業主所掌握，或間接管理，則或與加盟事業主直接經營管理之直營店無異，在法律責任之分攤上，加盟事業主既享有管理監督之權利，則當然無免除責任之理。

## **貳、抽驗制度為加盟事業主管理之具體展現**

於「加油站服務合約」以及「油品買賣契約」中，加盟事業主再三提及為確保經營成效、增進整體服務形象，其享有抽驗加盟加油站油品、流量計或其他服務並做出評比之權利，並在「油品買賣契約」中對於抽驗油品之流程、計劃、方式與責任歸屬有極其詳細之規定，而就加盟事業主之抽查做出之評比資料將與「加油站服務合約」中之契約終止條款聯結，換言之，加盟事業主對加盟加油站不僅具有抽驗之權利，更有本於抽驗結果要求指定加油站配合改進之權利，若加盟加油站未能符合加盟事業主之要求配合改進，可能遭到加盟事業主片面終止合約之不利益結果，就此等條款觀察，加油站加盟事業主對加盟加油站享有龐大之支配與監督權能，而該抽驗制度即是加盟事業主對加盟加油站指揮監督權利之具體展現，就此而言，加盟加油站與加盟事業主之權利義務關係並非全然平等對立，係由加盟事業主扮演高權監督之角色。

## **第三款 員工教育訓練**

### **壹、加盟事業主有義務提供員工之教育訓練**

汽油因其易燃易爆裂之特性，屬對公益易生危害之危險物品，然正是藉由其易燃之特性，可為機械交通工具提供動力行駛，增進經濟活動與交通方便，故汽油之使用冒著一定程度之危險於市面流通，而加油站之加盟事業主藉販售汽油牟利，即是危險物品之提供者，藉由危險物品牟利，無可避免對社會安全造成一定

程度之威脅，且作為油品販售者，加盟事業主對油品之認識瞭解應有足夠專業知識，是以，加油站之加盟事業主某種程度上自應負有阻止危險發生之公益義務，員工教育訓練義務正是該公益義務具體化之展現，蓋加油站之員工為直接接觸汽油為販售之第一線人員，稍有使用操作之不慎即可能引發危險，為避免危險之發生，加盟事業主應善盡其義務指導教育加盟加油站之工作人員正確安全之操作方式，此項義務，縱無於加盟合約中載明，自公益角度或契約之附隨義務中當能理解。

## **貳、加盟事業主對員工之教育訓練**

加油站加盟事業主作為危險物品提供之營利者，應特別賦與其維護社會安全之公益義務，進一步言，加盟事業主作為危險物品之提供者，應有為了社會安全而對其加盟者員工施以安全教育之義務，於加油站加盟契約中，加盟事業主提供員工教育訓練形式上為雙方約定，不具強制力亦須由加盟者自行負擔費用，然就加盟事業主本身之安全義務觀察，其實質上應有確保加盟者員工具足夠安全知識以操作油具之責任，其對教育訓練執行之鬆散或不足，雖無違反與加盟者間之契約約定，但如加盟者人員因未受有足夠安全訓練而發生侵權行為者，難謂該加盟事業主得脫免其未盡安全指導義務之責任；反之，當加盟事業主已善盡其安全之公益義務對加盟者員工施以足夠之訓練，則員工之個人行為導致侵權行為發生，除加盟事業主有其他指揮監督過失之情形，否則實難依此苛求加盟事業主為加盟者員工之個人行為負責。

## **第四款 人員任用與表見責任之預先免除**

雖加盟事業主已於契約中言明加盟加油站與加盟事業主間為完全獨立之各體，加盟加油站所聘用之人員與加盟事業主無涉，亦無代理、僱用之關係，然該約款僅能證明於簽約之時加盟事業主與加盟加油站人員之間並無代理或僱用關



係，若嗣後加盟加油站對外以加盟事業主之代理或僱用人自稱，而加盟事業主知情卻無立即否認之表示時，加盟事業主仍難脫免於表見代理之責任，換言之，表見代理之責任應就事實上之行為判斷，非以契約條款判斷。

## **第五款 油品買賣契約**

### **壹、繼續性買賣契約**

加盟事業主在契約中就油品之提供有相當細緻之規定，此為加油站加盟之特色，與一般服務加盟不同，加油站之加盟係長期與加盟事業主進行油品之繼續性供應買賣，與加盟事業主之互動當然較其他不同類型之加盟更為密切，而加油站加盟關係中，加盟事業主除了作為油品之出賣人外，亦與加盟加油站間發生其他權利義務關係，例如：員工教育訓練、定期評比等，此也正為區分加油站加盟關係與一般繼續性商品供應買賣契約最大之不同處，是以，判斷加盟加油站與加盟事業主間之法律關係，應實質視雙方權利義務關係之約定決定，若加盟事業主僅負責油品之長期供應，與加盟加油站間無其他權利義務關係之發生，則該契約應傾向判斷為一單純繼續性買賣契約。

### **貳、商品責任**

加盟事業主於加油站加盟之油品買賣契約有相當細緻之抽樣規定，可看出加盟事業主對於油品品質之控制管理有相當之權限與能力，其舉辦抽驗之方式與責任歸屬亦相當明確，按其對於油品品質之掌控與監督能力，應可作為相對應之商品責任分攤理論基礎。

## **第六款 月折讓購油優惠**

加盟事業主為鼓勵加盟加油站之油品出售，在契約中以條款明定月折讓優惠

之比例，值得注意者係該月折讓優惠僅限於下月購油之折抵，不得選擇以現金或其他方式換算，由此可判斷該月折讓優惠並非加盟事業主與加盟加油站間之利益分享，而應理解為加盟事業主為鼓勵加盟加油站之購油所給予之獎勵優惠，並非利潤共享，無礙於加盟關係之判斷。

### **第七款 加盟者亦對加盟事業主之油品有監督權**

除了加盟事業主對於加盟加油站之油品有抽查權外，加盟加油站作為油品之買受人與販賣者，對其消費者也直接負責之義務，是以，在加盟加油站之合約中，加盟加油站亦可基於瞭解加盟事業主油品作業情況派員至現場觀察，亦即加盟加油站與加盟事業主間彼此均負有監督之責任與權利，非由加盟事業主單方指揮監督。

### **第三項 不動產經紀業加盟契約<sup>46</sup>**

不動產經紀業注重地域性，故有其服務範圍限制，本來就具有加盟連鎖複數店家經營的特色，加上城市外鄉工作人口居高不下，租屋需求穩定，更吸引不動產經紀業之開設，近年不動產經紀業之經營加入數位化模式與策略，使不動產經紀業之競爭越趨激烈，各不動產經紀業紛以廣告主打不同特色，搶食不動產經紀之大餅，為增加各地域之服務據點，並節省加盟事業主之直營成本，加盟者之開放隨處可見，然不動產經紀業所涉標的往往價額龐大，紛爭甚多不可避免，在激烈競爭中，不動產經紀業為求成交率以賺取佣金常削價競爭，易衍生不少糾紛，消費者所關心者自然落在加盟事業主與加盟者間的關係與責任分攤，亦即，當消費者與加盟者間發生糾紛，是否可向加盟事業主求償？關此，應回歸於不動產加盟者與加盟事業主間之權利義務關係為探討，各論如下：

---

<sup>46</sup>本研究對象之契約因營業秘密之保護僅作為內部參考資料，未加引用。

## **第一款 不動產經紀業之加盟者與加盟事業主間之地位與責任分割**

在實務不動產經紀業之加盟契約中，多載明加盟者與加盟事業主為兩個獨立之個體，加盟者與加盟事業主權利義務互相獨立，盈虧自負，然此預為責任切割之條款，仍須視加盟事業主與加盟者間之互動決定，若加盟事業主嗣後對加盟者仍有表見代理之外觀，亦無法因該預先免除責任之條款脫表見責任。實務上不動產加盟事業主與加盟者之加盟契約中均要求加盟者在經紀人員名片、簽署不動產經紀契約上標示或載明加盟者與加盟事業主互為獨立個體，目的即是為了阻斷消費者對相同名稱之不動產經紀業加盟者有錯誤之信賴，而脫免其表見責任；不動產經紀業管理條例第 18 條亦要求：「經紀業應將其經紀業或代銷相關證照及許可文件連同經紀人證書揭示於營業處所明顯之處；其為加盟經營者，應併標明之。」是以，若其確於店面外觀、經紀人員名片、簽署不動產經紀業委託契約上敘明其僅是加盟者，並且詳細說明加盟之意義，此舉確實得作為消費者不具有錯誤信賴之有利舉證，讓消費者清楚其委託之對象與加盟事業主之關係。

## **第二款 加盟事業主限制加盟者合作之地政士係對加盟者經營之指**

### **揮表現**

實務不動產加盟契約中，加盟事業主為杜爭議、統一公司制度，往往要求加盟者協助第三人處理不動產經紀契約相關事項時委託之地政士須經加盟事業主之認可或指定，可觀察出加盟事業主對於加盟者之經營涉入甚深，就合作地政士亦有管理之要求，此情況下，加盟者與地政士之合作應是奉加盟事業主之指示，加盟事業主應進其監督之責，若嗣後發生爭議，加盟事業主對其指揮自然無法全然免除責任。

### 第三款 員工強制受教育訓練

不動產經紀業之加盟契約中對於員工教育訓練甚為重視，幾乎以強制方式要求參與員工之教育訓練，甚至列入考核，不動產經紀業本來就以提供服務為商品，而各種服務之內容與好壞也就成為不動產經紀業之選擇標準，在加盟事業主強制加盟者員工參與員工訓練的過程中，雖然加盟事業主非直接對加盟者員工進行管理，但已實質上取得對加盟者員工之指揮監督權，透過教育訓練使員工有統一之服務流程或方式，加盟事業主以其統一之員工服務教育適用於所有加盟者，大量複製相同流程之服務方式，除了在企業形象上整齊劃一外，亦可減少員工提供服務時之失誤，但其教育訓練對加盟者員工而言實為間接之指揮權實現，及加盟事業主對加盟者員工有實質上之監督與指揮權，加盟者員工如按其指示流程提供服務而有侵權之紛爭，加盟事業主恐應就其監督管理之失誤負責。

### 第四款 加盟公司預收履約保證金

不動產經紀業所涉交易標的通常金額龐大，為免發生糾紛時求償無門，加盟事業主往往要求加盟者於簽約之初即為可能發生之損害或債務不履行預供擔保，值得注意者在其預供擔保之責任範圍中包含了加盟者與第三人之損害賠償，也就是當消費者與加盟者發生糾紛時，經過一定正當程序之主張，加盟事業主可直接以加盟者之擔保墊付予消費者，此條款之約定是為了維護加盟事業主之形象，儘速解決紛爭，而本條款之規定既是為了維護加盟事業主之形象，由加盟事業主以加盟者之名義及其預供之擔保向消費者為賠償，其代加盟者為賠償之行為似與其一貫強調加盟事業主與加盟者為獨立個體之主張相互衝突？若其與加盟者確為獨立之個體，而在契約中約定加盟者與消費者間尚有爭議時其得以加盟者之名義，直接處分加盟者之履約保證金，該事先約定得代理加盟者對其財產為違反意願之處分行為約款，無異要求加盟者放棄對該財產之處分權，該條款妥適與

否，在法律上恐容有爭議空間。

### **第五款 加盟事業主對加盟者業務經營之指導與監督**

不動產經紀業加盟之契約中對於加盟事業主對加盟者之業務經營規定甚為細緻，例如加盟事業主於契約中詳定不動產經紀業之佣金收取標準、加盟事業主對於加盟者收取案件處理流程之時程限制等……該事項其實均涉及加盟者本身之經營自由，而加盟事業主於契約中均有詳細之限制與規定，對加盟事業主而言，就該經營事項之統一規定，對外可給予消費者統一之服務標準，並建立品牌之特色及形象，增加消費者之信賴與信心，然加盟事業主為該規定之執行時，其實已箝制加盟者自身之經營自由，應為加盟事業主之指揮權具體展現，加盟事業主對於不動產經紀業之加盟者仍有相當高程度之掌握與控制權利，在法律上應擔負相當之責任始符衡平。

### **第六款 加盟事業主對人事之掌控**

實務在不動產加盟契約中，特別重視人事之管理，蓋因不動產經紀業本身即是提供服務為商品之產業，而提供服務之員工攸關其服務提供之控管，故部分不動產經紀業加盟契約中即明訂加盟者聘用之人員須得加盟事業主之同意或登錄，或部分加盟事業主則於契約中明訂加盟者聘用之人員條件，人事管理屬基本之經營行為，而加盟事業主以契約介入加盟者之人事聘用，某程度也展現加盟事業主對其加盟者所屬人員之控制管理，在聘用人員時已以資格為事前之把關監督，嗣後尚有對員工教育訓練之事後管控，不動產經紀業之加盟事業主對於加盟者之所屬人員不僅有高度指揮空間，亦有直接、間接監督之權能，對加盟者聘用人員之失誤，加盟事業主不應一概卸責。

## **第七款 加盟事業主對加盟者之稽查權**

不動產經紀業加盟契約中，加盟事業主為有效控管其服務品質與企業形象，均會要求對加盟者享有稽查之權利，即對加盟者之人事、業務資料、報表文件與表單享有任意稽查之權利，並對於未如實登載、未給予足夠審閱期間之個案給予改正建議，該稽查權為加盟事業主單方以高權方式抽查檢討加盟者運作之監督表現，其改正建議之不履行可能遭到終止合約或損害賠償要求之不利益後果，在該條款中，加盟事業主之高權地位至為明顯，其擁有之監督指揮權限亦具體清晰，加盟者獨立運作經營之裁量空間大幅限縮，其受加盟事業主之指揮控制，則在討論法律責任歸屬時，加盟事業主之指揮監督應負擔相同比例之法律責任，方符事理。

## **第八款 加盟事業主之競業禁止**

不動產仲業之服務特性受地域之影響甚深，若在同一地域或相重疊之地域設有許多性質類似之不動產經紀業，勢必瓜分該地域之客源，在不動產經紀業加盟事業主與加盟者簽署加盟契約時，均會明確標示其授權服務之地域，嚴格劃分服務範圍避免同業之競爭，又，不動產經紀業之加盟事業主與加盟者簽署契約時，基於誠信原則之從給付義務，應可推出競業禁止義務之正當基礎，即加盟事業主對加盟者本於簽署契約之誠信，不應故意為有害於加盟者之競業行為，例如同意於相重疊或相同地域內授權其他加盟者經營性質相同之不動產經紀業即是，此也為不動產經紀業加盟契約對於授權地域均有詳細描述計算之原因。

另一項競業禁止行為則體現在人員之聘用，為免同一加盟體系之惡性相互競爭，不動產經紀業加盟契約中特別就人員聘用部分設有規定，於同一加盟體系離職之人員，非經原店東之同意，不得任意聘用，該項規定所體現者除加盟事業主對加盟者之人事聘用享有間接監督管理權限外，亦含有競業禁止之意涵，對於

其旗下加盟者之人員間競業禁止亦規定細緻。

## 第四項 電信業加盟契約<sup>47</sup>

通訊的進步拉近人群之互動，縮小世界的距離，亦帶來商業活動之活絡，對現代人而言已是生活不可或缺之方便，尤其在智慧型手機出現後，為人類通訊帶來革命性的變革，行動上網或無線網路服務的普及，改變許多現代人的生活方式，也帶動週邊產業如 APP 設計等的興盛，而 APP 軟體的開發又牽引著電信通訊的發展，憑藉這股人人皆客戶之消費潛力，投入電信業之競爭者不在少數，自智慧型手機出現後，電信業者更以教授智慧型手機使用為名廣設服務據點，爭取地域性之服務與客源，加盟之開放自然成為電信業者快速擴張據點之首要選擇，但就電信業之加盟，易面對在加盟者與消費者間發生糾紛時，加盟事業主需否繼續提供電信服務的問題，例如消費者與加盟者間就門號契約發生爭議時，加盟事業主在未解決前是否應繼續提供通訊服務？另，當加盟者之員工發生侵權行為時，消費者得否直接向加盟事業主請求賠償？上述問題均待電信業加盟契約雙方權利義務，關係釐清後，方能有進一步之解答。

### 第一款 加盟事業主對加盟者之業績要求

電信業加盟契約中，為求責任分立，加盟事業主亦會標明加盟者與加盟事業主間互為獨立個體，加盟事業主不保證加盟者之獲利，且加盟者須自負盈虧之責任，但電信業加盟與一般加盟不同處在於電信業加盟除了權利金的收取外，在門號代辦之業務尚有佣金利潤，簡言之，對電信業加盟之加盟事業主而言，加盟者之業績與收益無法和加盟事業主之收益分立觀察，且兩者間有一定比例之正相關，當加盟者代辦門號之業務興盛，加盟事業主自然也有較高的獲利，反之，當加盟者代辦門號的業績下滑，加盟事業主之營收亦隨之下滑，因此，電信業加盟

---

<sup>47</sup>本研究對象之契約因營業秘密之保護僅作為內部參考資料，未加引用。

事業主與加盟者間的盈虧關係高度相關。而加盟事業主往往在實務的電信業加盟契約中要求加盟者須有一定之業績表現，否則加盟事業主得以之為終止契約之理由，所由為此。加盟事業主基於自身收益之維護，對於加盟者之業績擁有單方高權之監督權限，並依契約約定得單方賦與其不利益之終止契約結果，可認為加盟事業主對加盟者之控制權力體現。

## 第二款 責任預先免除

雖已於契約中表明與加盟者之員工間並無代理、僱用等關係，然此預為責任切割加盟事業主之條款，仍須視加盟事業主與加盟者間之互動決定，若加盟事業主嗣後對加盟者仍有表見代理之外觀，亦無法因該預先免除責任之條款脫表見責任。例如對於無權限代收電信費用之加盟者向消費者收取繳納的電信費用後轉交加盟事業主，若加盟事業主對其代收行為知悉後未表示異議或仍收受該期電信費用之款項，則仍可能構成表見代理，可能需負擔表見代理人責任。

## 第三款 給予消費者同一信賴之外觀

### 壹、外觀之統一

在加盟關係中，加盟事業主為求其企業形象與服務一貫，往往在契約中加上「外觀決定同意權」，及加盟者之裝潢以及設計，必須得到加盟事業主之事先同意，而電信業之加盟，尤其注重其門市或服務中心的識別度，為求給予消費者一貫之印象建立其品牌形象提高市場辨別度，電信業加盟事業主多要求就加盟者之施工、裝潢、設計須全權交由加盟事業主指定之廠商團隊處理，此要求為加盟事業主帶來整齊之企業形象與辨識度，但消費者也可能因該一貫之企業形象而對加盟者產生信賴，即消費者主觀上可能認為加盟者與直營店外觀相同無法區辨，應為相同之經營者等？對該合理的信賴，加盟事業主應有相對應之責任或有告知消費者其間差異之義務。



## 貳、人員之一致

為求統一的企業形象，電信業加盟事業主多要求加盟者聘用之員工應在上班時間穿著制服，且應嚴格遵守加盟事業主公布提供之接待流程，人員接待以及外觀的一致同樣為企業形象之一環，而被教育得有相同服務流程以及整齊制服之門市人員，也可能成為消費者之信賴基礎，加盟事業主應有相對應之責任或有告知消費者其間差異之義務。

## 第四款 加盟事業主對加盟者之經營控制

電信業加盟契約中，加盟事業主要求加盟者之經營管理應遵照加盟事業主提供之「店務管理要點」，藉該管理要點指揮加盟者之經營，實質上將架空加盟者之經營自主權利，另，加盟事業主並於契約中約定就加盟者與消費者簽訂之契約，加盟事業主享有最終決定權，也就是在加盟事業主為最終決定前，加盟者與消費者間締結之契約並未成立，由此可觀察出，電信業加盟者所享有之自主決定權空間狹小，經營決定權為加盟事業主所架空，加盟者對外僅是加盟事業主連絡之窗口，不享有獨立與外界締約之權利(單純手機商品提供契約除外)，加盟者在經營及決策上均仰賴加盟事業主之指示，則在此情形下，加盟者與加盟事業主間之關係實質上與僱用人十分類似，如就經營事項對外發生紛爭，本於加盟者其受加盟事業主指揮之關係，應可思考要求加盟事業主為其指揮之失誤負責之可能性。

## 第五款 個人資料之保護

電信業因業種關係常涉及個人資料或通訊資料之存取，與隱私秘密相涉甚深，為保護客戶之基本資料，在電信業加盟契約中特別重視隱私資料之維護，加盟事業主以約款要求加盟者應妥善保管因業務關係知悉之客戶秘密資料，如有違反，甚至須負擔高額懲罰性賠償金，為該業種之特色。

## **第六款 評鑑監督權**

加盟事業主為確保客戶權益以及店務管理要點之配合，在契約中載明對加盟者得以不經同意之方式任意抽查其業務資料、帳目等機密文件，此為加盟事業主對加盟者監督權之具體化表現，可以看出加盟事業主在加盟關係中擁有單方高權，且具有指揮監督之權限，加盟者有遵守其指揮之義務，否則可能因評鑑結果蒙受終止契約之不利益。

## **第七款 報酬分配**

電信業加盟之報酬分配不同於一般業種加盟，因電信業加盟者所處理之業務契約中締約雙方為加盟事業主與消費者間，故加盟者之利潤來自於締約成功後加盟事業主給予之佣金，在加盟契約中，針對電信業加盟者協助締約可獲取的佣金也有明確之分配，概念上電信業加盟者領取之佣金與有償委任之受任人似十分相似。

## **第八款 加盟事業主對加盟者員工有直接處分權**

加盟事業主在電信業加盟契約中要求加盟者之員工應強制參與員工之教育訓練，透過教育訓練，加盟事業主可更具體掌握員工服務流程之指揮，進而對於加盟者員工發揮其監督權能，特別者為電信業之加盟事業主特別在約款中約定其對加盟者員工有監督管理權限，且對不適任員工得於勸導無效後通知加盟者註銷其工作或予以解聘，加盟事業主該行為係對員工之直接處分權限，表現出其對加盟者人事具有相當大的指揮權，與僱主幾乎無異，在如此情況下，若加盟者人員有侵權行為之發生，加盟事業主本於其指揮監督權限，應負擔與僱主相同之法律責任，方能衡平。

## 第五項 小結

加盟契約既非民法上之有名契約，在權利義務之討論上自然無特定之拘束，原則上應依雙方契約約定之內容作為依歸，而對於不同業種之加盟契約，或多或少配合該業種之特性有相同或相異之處，上述討論之補習班、加油站、不動產經紀業、電信業四種產業之加盟契約，不約而同針對加盟事業主須授與加盟者使用其商標、名稱有詳盡之規定，而此本來即是針對加盟之特性而生，授與加盟者使用商標、名稱收取對價，為加盟之基本權利義務關係。而就各種產業之特性，其加盟契約也有不同之特色規定：

### 第一款 Know-how 的加盟

不動產經紀業應為 Know-how 加盟之代表，此類加盟重視經營與管理模式的傳遞，在契約中特別反應在員工之教育訓練及管理上，因為員工所提供之服務，正是該加盟事業之商品，也是該種加盟事業之識別所在，對不動產經紀業加盟者合作的地政士有所管控、使用相同之契約，加盟者聘用的不動產經紀人員於加盟事業主均有登錄資料或已符合加盟事業主要求之相關條件，加盟事業主對加盟者在人事管控上之嚴謹，可觀察出此類加盟契約是複製經營之約定，加盟事業主透過契約將其經營管理之模式變成制式的流程，要求加盟者一一模仿，使相同的服務以加盟的模式在不同地方實現，加盟者本身亦依賴加盟事業主對其經營教育之協助，由加盟事業主創造服務形象，作為其經營之模型，鮮少有加盟者自己的經營策略或特色。

### 第二款 商品的加盟

針對商品而為加盟者以加油站與電信業為例，加油站提供的是汽油商品，故在加盟契約中會花費甚多篇幅在規定雙方的汽油買賣以及商品之責任歸屬，但與

一般繼續性商品買賣之不同處在於加盟契約中仍有一定程度注重加盟事業主對加盟者之經營指導，雖加盟加油站並非自加盟事業主習得經營 know-how，但為維護品牌之形象，加盟事業主仍會對加盟加油站之經營管理提出意見；就電信業而言，服務即為商品之提供，其加盟者獲得加盟事業主之通訊服務作為商品向外販售，但其與一般實體商品之買賣仍有些許差異，電信業之商品提供，往往需伴隨門市之人員教學解說，故對於行政人員掌控要求一致與整齊，加盟事業主對員工之指揮監督力較一般商品提供之加盟更為嚴格，由此可見，同為商品提供之加盟，仍因其業種不同而有不同之管理與特色，不可同一論之。

### 第三款 Know-how 加上商品的加盟

經營 Know-how 加上商品(教材)之結合，以補習班為例，補習班加盟者特別重視教材以及教學方式之授權，而加盟事業主為求其品牌聲譽亦對教學進度嚴加掌握，要求加盟者應依加盟事業主安排之進度為給付，教育行政人員之聘用雖由加盟者自行決定，但加盟事業主提供員工教育訓練，透過教育訓練傳遞經營之方法與模式。以此類型加盟契約而言，對於其商品與 Know-how 的專利特別重視，在契約中詳細載明對於該類商品的權利歸屬，且其並以 Know-how 為加盟契約之內容，在人事上將區分為具有專業 Know-how 與行政人員的管理，前者須由加盟事業主認可授權以保障 Know-how 教授的正確與其營業秘密之維護；後者雖有員工教育訓練，但相較於前者則稍寬鬆。

上述分類可看出按照加盟事業主所提供加盟之型態不同，各產業間之加盟契約亦呈現歧異之權利義務關係，而相同類型的加盟事業間雖未出現如出一轍的權利義務關係，但亦有其共通處可茲觀察，實務上判斷加盟事業主與加盟者之間的控制關係時，或可參考以此分類區辨各產業間之指揮監督關係強弱。

## 第三章 我國法下加盟事業主對第三人之責任

### 第一節 前言

如前章所述，現行存在各種型態的加盟契約，而依其加盟型態之不同，彼此間之法律關係亦有所差異。我國加盟企業自 1980 年代開始蓬勃發展，然而加盟契約並非民法上之典型契約（有名契約），故我國國民對加盟事業亦懵懂未知，並進而衍生出消費爭議。本文擬以加盟契約之性質為出發，探討加盟契約之三方關係，並著重於加盟事業主對加盟契約以外第三人之責任，彙整現行學說、實務，希望能自其中尋找出解決加盟事業主對第三人責任問題之途徑，以落實對廣大消費者之權益保障。

### 第二節 加盟契約之性質

#### 第一項 我國法下加盟契約之定義

依「公平交易委員會對於加盟業主經營行為之規範說明」第 2 點第 1 款至第 3 款之規定，加盟業主，即一般所稱加盟事業主，指在加盟經營關係中提供商標或經營技術等授權，協助或指導加盟者經營，並收取加盟者支付對價之事業。加盟者，指在加盟經營關係中，使用加盟業主提供之商標或經營技術等，並接受加盟業主協助或指導，對加盟業主支付一定對價之他事業。至於加盟經營關係，則指加盟業主透過契約之方式，將商標或經營技術等授權加盟者使用，並協助或指導加盟者之經營，而加盟者對此支付一定對價之繼續性關係。但不包括單純以相當或低於批發價購買商品或服務再為轉售或出租等情形<sup>48</sup>。

---

<sup>48</sup>依同點第 4 款，支付一定對價，指加盟店為締結加盟經營關係，所支付予加盟業主或其受任人之加盟金、權利金、教育訓練費、購買商品、資本設備等相關費用。

由該規範說明可得知，於加盟契約中所重視者係雙方間之授權經營關係。有見解並據此提出下面四個標準為初步判斷，以資區別加盟契約與單純投資契約：

(一) 加盟事業主是否本身有開設直營店與加盟者？(二) 加盟事業主是否為台灣連鎖加盟協會之會員？(三) 有意加盟者是否實際參與加盟者的經營？(四) 有意加盟者未來所開設的加盟者，是否獲得加盟事業主同意授權加盟者使用商標、加盟品牌、相同經營技術<sup>49</sup>？以上標準雖流於形式，且實際涉及規範說明對加盟經營關係之定義者僅需符合第四要件即為已足，惟投資契約與加盟契約之性質有異，當事人間法律關係亦有所不同，實有予以區辨的必要，然而一般民眾可能無法嚴格區分授權經營與單純投資之不同，則以上述四要件為判斷亦不失為一簡易認定標準。

## 第二項 加盟契約之法律性質

### 第一款 加盟契約之定性

如前所述，加盟契約為加盟業主提供商標、經營技術等授權加盟者使用，協助或指導加盟者之經營，再由加盟者支付一定對價之繼續性契約，則其法律性質應得為如下之定性：

#### (一) 雙務有償之債權契約：

依據加盟契約，加盟業主得向加盟者請求一定對價之給付，加盟者亦得向加盟業主請求授权使用商標或經營技術及經營相關之協助、指導，兩者間並具有對價關係，為雙務有償之債權契約。有見解復認為，由於加盟事業主和加盟者兼具有上下隸屬關係，則基於權力和利益的結構關係，加盟者乃作為加盟事業主行銷策略下之銷售工具，其「特別的垂直合作組織關係」亦唯有透過加盟契約之訂定

---

<sup>49</sup>楊中琳，加盟或非加盟 是真加盟還是假加盟真投資，公平交易通訊，2013年5月，no.51，9頁。

乃得以實現<sup>50</sup>。申言之，加盟契約雖使雙方各負有給付義務，實則兩者並非對等之經營關係，此點於契約條款中之約定會更加突顯而出。

### （二）非交易型繼續性契約：

基於加盟業主之主給付義務內容，得推論出加盟契約具有近似勞務契約之法律性質。例如加盟事業主對加盟者的照管、諮詢、廣告、人員訓練等措施，皆具有僱傭契約特色。然而，加盟契約之其他要素可能環繞在交易型契約的基本義務上。例如由加盟事業主提供裝潢、設備器材的行為，含有買賣契約或融資性租賃契約的要素。加盟者的費用義務乃相對於加盟事業主給付義務所提出的報酬，因為加盟事業主的計算通常並不透明，所以費用義務不全然為針對入會時所應支付之加盟費，及契約存續中就加盟事業主之企業促進義務應支付的權利金。加盟者的促銷義務為一明示義務，包含個別報告義務、提供資訊義務及其他受加盟事業主指示拘束的義務，而這些義務明確的具有為他人處理事務之法律性質，即非交易性契約之特質<sup>51</sup>。

繼續性契約，係指契約之內容，非一次的給付可完結，而是繼續的實現，其基本特色係時間因素在債之履行上居於重要地位，總給付之內容繫於應為給付時間的長度<sup>52</sup>。加盟契約的當事人間存在繼續性債之關係，因此契約之履行不僅限於固定的個別給付行為，尚具有長時間持續的義務拉扯關係。此種繼續性債之關係，就加盟合作目標之實現扮演舉足輕重之地位，且相較於一次性雙務契約，更具有促使當事人提高對他方之忠誠義務的拘束力<sup>53</sup>。

### （三）非典型契約：

非典型契約，指法律未特別規定而賦予一定名稱之契約，亦稱為無名契約。非典型契約可能係基於特殊情況而約定，或因長久慣行而儼然具有習慣法效力，

---

<sup>50</sup>林美惠，加盟店契約法律問題之研究：以企業規劃（隸屬）加盟為主，1995年，國立臺灣大學法律學研究所碩士論文，56頁（下稱林美惠（一））。

<sup>51</sup>林美惠，前揭文，58頁。

<sup>52</sup>王澤鑑，債法原理：基本理論債之發生，自版，2006年9月，146頁（下稱王澤鑑（一））。

<sup>53</sup>林美惠，前揭文（一），57頁。

抑或係因應現代交易需求，以定型化契約條款而創設的，加盟契約即屬此類<sup>54</sup>。處理此種非典型契約的法律問題，宜自個案出發，當契約中就重要的、決定性的法律問題未予約定時，即屬有漏洞，應由法官造法或委由成文的典型契約法補充解釋<sup>55</sup>。

加盟者契約含有一部分必備的契約要素及一部分彈性可變的類型要素，性質上屬於一種類型結合契約<sup>56</sup>。其中有兩個類型要素乃為其所必備者，即 1. 勞務契約要素：自加盟事業主的使其加入企業之義務及企業促進義務中導出。2. 事務處理契約要素：自加盟者的促銷義務導出。至於其他的結合要素，則按加盟系統的安排，特別是按加盟包裹的安排，可能為買賣、租賃、授權實施或專門技術等契約要素。由此可知，此種契約並非一成不變，而是具有彈性要素的獨立類型結合契約，以事務處理契約要素為主要素，配合其他彈性要素的類型結合契約<sup>57</sup>。

## 第二款 加盟契約與典型契約之關係

加盟契約既為非典型契約，則契約發生爭議時，即有可能自典型契約中尋求補充解釋之方法，故兩者間究竟有無關係、具有何等關係實有討論之必要。以下擬從加盟契約與現行典型契約的契約要素加以解析，並藉由比較分析探求類推適用之可能性，以謀求加盟契約問題相關之合理解釋。

### 壹、僱傭契約

依民法第 482 條，稱僱傭者，謂當事人約定，一方於一定或不定之期限內為他方服勞務，他方給付報酬之契約。英國法院認為，加盟關係中，加盟者投入資

<sup>54</sup>王澤鑑，前揭書(一)，121 頁。林美惠，前揭文(一)，59 頁。

<sup>55</sup>林美惠，前揭文(一)，59 頁。

<sup>56</sup>類型結合契約：即一方當事人所負的數個給付義務屬於不同契約類型，彼此間居於同值的地位，而他方當事人僅負單一的對待給付，或不負對待給付。處理此種混和契約的法律問題，原則上應採結合說，依個別給付所屬契約類型的法律規定加以判斷。參閱王澤鑑，前揭書(一)，125 頁。

<sup>57</sup>林美惠，前揭文(一)，60 頁。



金、負擔資金風險，乃加盟事業主控制策略的一部分，加盟者致力於商譽之維護、商品或服務之促銷，加盟事業主對加盟者實有諸多的控制監督權存在，因此當事人基於加盟契約所生之法律關係，應可類推適用僱傭契約之規定<sup>58</sup>。

德國學者則認為，當企業經營者非人合公司之組織或法人，而是由自然人所組成時，則加盟者可能係類似加盟系統中心的受僱人。因為在嚴格的銷售組織系統中，加盟者被納入加盟事業主的企業系統中，處於類似加盟事業主支店之狀況，且加盟者受加盟事業主的指示拘束，當加盟者和加盟事業主之營業合作關係愈緊密時，此種類似性（類似受僱人）更容易存在<sup>59</sup>。

加盟契約中，如品質與服務之控制條款：「乙方門市作業須依照甲方所定之門市管理辦法處理，甲方有權定期對乙方之服務、技術、管理水準等做定期與不定期之考核。<sup>60</sup>」加盟者依約履行時，加盟業主實質上對於加盟者有指揮監督關係，而使得加盟者處於類似受僱人之地位。

## 貳、委任契約

依民法第 528 條，稱委任者，謂當事人約定，一方委託他方處理事務，他方允為處理之契約。委任契約為勞務契約之典型，凡以勞務給付為標的之契約，非其他契約類型者，皆為委任契約所涵蓋之範圍，故同法第 529 條規定，關於勞務給付之契約，不屬於法律所定其他契約之種類者，適用關於委任之規定。

僱傭契約與委任契約最大區別點就在於，受僱人／受任人自主決定之空間。僱傭關係中，受僱人須依僱用人之指示，無自主裁量空間。委任則係以事務處理為主要目的，勞務之給付僅為手段，為了達成事務處理之目的，受任人有一定判斷空間。如前所述，自加盟者的促銷義務得導出事務處理契約之要素，惟仍應視

---

<sup>58</sup>林美惠，前揭文(一)，63 頁。

<sup>59</sup>林美惠，前揭文(一)，63-64 頁。

<sup>60</sup>餐飲服務業定型化契約範本，社團法人台灣連鎖加盟促進協會，<http://www.franchise.org.tw/index.html>。(最後瀏覽日：2013 年 9 月 7 日)

契約條款是否予加盟者自主判斷之權限，以決定該部分之加盟契約究為委任契約或僱傭契約甚或兼具兩契約之色彩。因此，若依加盟契約中之約定，加盟者並非完全依照加盟事業主之指示，而是有一定裁量空間，雖非僱傭契約仍屬委任契約。

### 參、行紀契約

依民法第 576 條，稱行紀者，謂以自己之名義，為他人之計算，為動產之買賣或其他商業上之交易，而受報酬之營業。然而，加盟契約中，加盟者係以自己名義，為自己計算，自行承擔企業經營風險，取得原料、商品之所有權，並應給付加盟業主報酬，則兩者間自屬有間。

### 肆、代辦商契約

依民法第 558 條，稱代辦商者，謂非經理人而受商號之委託，於一定處所或一定區域內，以該商號之名義，辦理其事務之全部或一部之人。代辦商契約性質上亦屬事務處理契約之一種，依同法第 559 條、第 562 條代辦商對委託商號有報告義務、競業禁止義務。加盟契約中，若訂有對加盟者受契約保護區域內所生商業狀況負有報告義務或加盟者自身交易狀況應定期向加盟事業主報告之約款時，加盟者雖係以自己名義處理事務，惟因加盟者契約法律性質與代辦商契約類似，故應認性質相近之規定，有類推適用之餘地<sup>61</sup>。

### 伍、合夥契約

依民法第 667 條，稱合夥者，謂二人以上互約出資以經營共同事業之契約。在學者所稱之合夥加盟 (Partnerschafts-FC) 關係中，大多數加盟者本著「為利益共同合作」目標，對加盟事務之執行及決策之作成，得平權共同參與，其合作程度儼然以超越一定水平時，性質上與隸屬加盟已大有不同，是以學者多傾向認

---

<sup>61</sup>林美惠，前揭文，69 頁。

定此種加盟關係實際上已係合夥關係，應適用或類推適用合夥契約之規定<sup>62</sup>。

加盟契約中，加盟事業主和加盟者兼具有上下隸屬關係，而基於權力和利益的結構關係，加盟者乃作為加盟事業主行銷策略下之銷售工具，其「特別的垂直合作組織關係」，具有一定團體性，與合夥契約之團體性近似。縱非雙方以經營共同事業為目的之合夥加盟，基於加盟契約的團體性，應認於性質相近者，得類推適用合夥契約之規定。

### 第三節 爭議問題與所涉法規

#### 第一項 加盟者類型

加盟契約依授權目的可區分為經營模式之加盟(Format Franchising)及產品銷售之加盟(Product Franchising)。前者之特色在於：(一) 授權涉及整體營業體系之建立。(二) 被授權人依共同商號及連鎖體制下經營。(三) 依授權人規定及控制下的高度標準模式營業。(四) 訂約前被授權人未從事該行業。後者則在於：(一) 授權係關於產品本身 (二) 被授權人依自己商號，且不一定為連鎖組織之一員 (三) 被授權人並不遵守授權人規定 (控制) 之標準營業模式 (四) 被授權人經常是已從事零售販賣業者，係製造商或其他供應商為其產品取得選擇或獨家行銷之方式，授權人不必像經營模式之加盟為相當投資以供被授權人使用<sup>63</sup>。此二種加盟契約類型，控制關係強弱有所不同，加盟事業主與加盟者間契約關係之緊密程度亦有所不同，其為影響責任成立之要素 (參照第二章第二節)。

---

<sup>62</sup> 林美惠，前揭文，78-79 頁。

<sup>63</sup> 劉俊儀，連鎖店授權加盟經營法律問題之研究，1992，私立東吳大學法律學研究所碩士論文，13 頁。

## 第二項 加盟事業主對第三人之責任

### 第一款 契約責任

在加盟事業主與加盟者皆為獨立法人之前提下，第三人與加盟者締結之契約，並不涉及加盟事業主。對於加盟者與第三人的消費爭議，得否依據存在於加盟事業主與加盟者間加盟契約課與加盟事業主契約責任，其理論基礎並非毫無爭議。以下擬著眼於現行學說、實務見解，架構在我國法下契約責任型態之成立理論。

#### 壹、學說

##### 一、類推適用為履行輔助人負責之規定

依民法第 224 條，債務人之代理人或使用人，關於債之履行有故意或過失時，債務人應與自己之故意或過失負同一責任。但當事人另有訂定者，不在此限。從而，學說上有見解認為，於加盟者對外發生債務不履行時，得類推適用民法第 224 條，而使加盟事業主對加盟者的故意過失負同一責任。其理由在於，民法第 224 條之規範前提雖係加盟事業主以加盟者為使用人，透過加盟者對第三人提出給付之情形，惟本於雙方間之加盟者契約，加盟事業主對加盟者具有無可避免的控制權行使關係，加盟事業主藉與加盟者間之分工合作關係，伸張商業觸角、擴大企業規模、迅速完成交易，其運作特質正與債務人因分工役使他人履行債務而受益之本質相類似。一般債務人固可藉由慎選及監督其履行輔助人，以避免法定擔保義務發生，其於加盟事業主得自由選任、並於一定程度內監控轄下的加盟者，避免可能產生須為加盟者之債務不履行責任同負其責<sup>64</sup>。

---

<sup>64</sup>林美惠，企業規劃加盟店契約中當事人與第三人之間的法律問題，法學叢刊，1996 年 10 月，第 41 卷第 4 期，101 頁(下稱林美惠(二))。

此見解著眼於加盟企業的運作特質與債務人使用他人履行債務擴大受益範圍之本質有相似之處，而認此相同情形應為相同處理卻漏未規定，故肯認得類推適用民法第 224 條。惟債務人責任是否成立，仍應端視其他具體規定是否合致，意即民法第 224 條僅係使債務人承擔其使用人之故意過失責任，並非類推適用民法第 224 條，即得課與加盟業主契約責任。

此外，依民法第 224 條立法理由，原則上人僅須為自己之故意過失負責，但為了確保交易安全，乃額外使債務人為了履行輔助人之故意過失負責。而使債務人負責之基礎係在於，債務人若藉由他人行為輔助其履行債務而擴張自己活動範圍，因債務人受有此等經濟上利益，故應對履行輔助人之行為所生危險負擔保責任。加盟事業主與加盟者間之分工關係，運作特質雖與債務人因分工役使他人履行債務而受益之本質相類似，然而加盟事業主與第三人間並不存在債權債務關係，加盟事業主並非直接藉由加盟者履行債務獲有利益，加盟事業主與加盟者毋寧是一共生共榮的企業整體，而非單方擴張加盟事業主之經濟活動。

綜上述，本文認為若無更嚴謹之立論基礎，加盟事業主與第三人間既不存在契約關係，第三人亦無從認為加盟者為加盟事業主之履行輔助人時，類推適用民法第 224 條使加盟事業主負擔債務不履行之責任，似有過度擴大契約責任成立之嫌，其合理性容有檢討之空間，惟該見解重視加盟事業主對加盟者無可避免的控制權行使關係此點，可能尚有予以參考的價值。

## 二、表見代理之授權人責任

依民法第 169 條規定，由自己之行為表示以代理權授與他人，或知他人表示為其代理人而不為反對之表示者，對於第三人應負授權人之責任，但第三人明知其無代理權或可得而知者，不在此限。其要件為：1. 雙方有法律行為存在，2. 代理人無代理權而有代理行為，3. 須有本人引起權利外觀之行為（包含以自己之行為表示以代理權授與他人或知他人表示為其代理人而不為反對之表示者），4. 相對人值得保護。

在若干情形，本人因其行為（作為或不作為）創造了代理權存在的表徵（權利外觀），引起善意相對人的信賴時，為維護交易安全，自應使本人負其責任，此即為表見代理責任的規範基礎<sup>65</sup>。從而，加盟業主與第三人間，可能因加盟業主與加盟者之經營授權關係而創造了代理權存在的表徵，使得第三人相信加盟者的表見外觀而與加盟者締結契約，此時加盟業主即有成立民法第 169 條表見代理責任之可能。

對於表見外觀之判斷，學說上有認為，只要綜觀企業加盟系統的運作實況及系統外觀結構，加盟者或得使用加盟事業主的全名招牌並標明係加盟事業主的關係企業；或得使用加盟事業主之商標、服務標章、商業符號，凡此的確均易引發加盟者契約外第三人產生「加盟事業主、加盟者皆為同一企業」之確信，即有高度可能性構成表見代理之外觀，而足以使加盟事業主負起授權人責任<sup>66</sup>。然而，必須注意加盟者與第三人成立契約時，加盟者是否有代理之意思表示。加盟事業主與加盟者各為獨立之法人，加盟者若係以自己名義與第三人締結契約而無代理行為之情形，縱第三人係信賴加盟事業主之商名、標誌，加盟者既已表明並非代理，加盟事業主即無成立表見代理責任之可能。

我國在不動產經紀業管理條例第 18 條規定，經紀業應將其經紀業或代銷相關證照及許可文件連同經紀人證書揭示於營業處所明顯之處；其為加盟經營者，應併標明之。施行細則第 22 條復規定，經紀業係加盟經營者，應於廣告、市招及名片等明顯處，標明加盟者或加盟經營字樣。該等規定係課與不動產經紀業之加盟經營者揭露義務，惟加盟事業主是否得據此主張，加盟業者既依規定標明為加盟者則其即不須擔負表見責任，並非無疑。該條之立法理由表示係照黨團協商條文通過<sup>67</sup>，而未表示是否有允以免責之理念。探究該條之規範意旨，應係為了

---

<sup>65</sup>參閱王澤鑑，前揭書(一)，353 頁。黃立，民法債編總論，自版，2002 年 9 月，二版第 3 刷，151 頁。

<sup>66</sup>林美惠，前揭文(二)，107 頁。

<sup>67</sup>參照立法院法律系統，不動產經紀業管理條例修正沿革。

[http://lis.ly.gov.tw/lcggi/lglaw?@83:1804289383:f:NO%3DE01206\\*%20OR%20NO%3DB01206\\$\\$](http://lis.ly.gov.tw/lcggi/lglaw?@83:1804289383:f:NO%3DE01206*%20OR%20NO%3DB01206$$)

令加盟者之締約對象得區辨其係加盟者，故課與加盟者揭露義務。惟縱加盟者有所標示，並不單純因標明加盟者而除去表見外觀。例如加盟者雖表明其為加盟，然而以加盟事業主之名義對外為不動產經紀業行為，則因加盟事業主授權商標使用而具有表見外觀，仍應負起表見代理之契約責任。

若加盟事業主違反揭露義務，因消費者保護法第 4 條、第 5 條消費資訊充分揭露之義務、不動產經紀業管理條例第 18 條加盟業者標明加盟者之義務並無相關法律效果規定，所以縱令加盟事業主不履行亦須仰賴其他具體規定去實現。行政院消費者保護委員會 87 年消保法字 000777 號函釋亦認為：「查消費者保護法第四條有關企業經營者之規定，係屬基本規定，並未設有法律效果規定，亦非得為請求權之基礎，故關於第四條之適用，仍應配合本法或其他相關法令有關違反安全及公平交易之具體規定情事決定之。」

復依民法第 184 條第 2 項，違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。消費者保護法第 4 條、第 5 條消費資訊充分揭露之義務，具體落實於加盟事業即為不動產經紀業管理條例第 18 條，而該等規定之目的乃係在保護締約相對人充分知悉其消費資訊，以避免因資訊不足而蒙受不利益。若身為企業經營者之加盟事業主違反該等規定致消費者有所誤認，則加盟事業主即應對其損害負賠償責任。但在效果上，其仍僅由加盟事業主負責，無法達到使其與加盟者負連帶責任的效果。且縱令加盟者標明「加盟」以資區別其與加盟事業主，亦不當然排除加盟事業主之固有侵權責任、僱用人連帶賠償責任及表見代理責任之成立可能。

### 三、小結

自 1980 年代至今，伴隨著加盟企業蓬勃發展，社會大眾對其之了解亦日漸清楚，理論上較不易使人產生加盟事業主與加盟者仍為同一法律主體之誤解，亦即消費大眾應得理解加盟者與直營店有所不同，而加盟事業主與加盟者為二獨立

法人格之存在。然而，現行社會上有各式各樣的加盟型態，加盟者之名稱亦花招百出令消費者眼花撩亂，無從辨識締約相對人是否屬於加盟者。例如知名美語補習班快樂瑪麗安美語教學機構，不論加盟事業主或加盟者皆以快樂瑪麗安某某校區為名稱，極易導致消費者誤認其與加盟事業主為同一企業主體。

此種情形，或可仿照不動產經紀業管理條例第 18 條，就其他業種之加盟企業，亦規定加盟者應標明其為加盟經營者而並非加盟事業主之直營店，故與加盟事業主並非同一經濟主體。如此一來，消費者應不致混淆加盟事業主與加盟者，而有助於確立締約當事人。但應注意者是，縱令加盟事業主於加盟契約中約定加盟者須清楚標明其為加盟者，且加盟事業主對加盟者與第三人間之爭議不負責任，惟若加盟者未依契約所示予以昭示、曉明消費者時，加盟事業主亦不得據以主張其於加盟契中書已有約定，而預先排除自身責任。

## 貳、實務

實務上對於加盟者與第三人發生消費爭議時，加盟事業主應否負起契約責任、何種契約責任之型態，大多依據個案事實判斷是否有成立表見代理責任之可能，且就加盟事業主是否構成表見代理責任，實務上見解紛歧而有以下肯否二說。

一、肯定說：

(一) 最高法院 101 年度台上字第 966 號判決：

『按加盟業主對加盟經營者有規範或監督之權利義務，為不動產經紀條例第四條第八款所明定。且加盟經營者對外表明其為加盟業主之加盟者，並使用加盟業主之商標、服務標章，客觀上亦足使一般消費者認為至加盟者營業場所為交易，係由加盟業主及加盟經營者共同提供不動產經紀業服務。查勤實加公司為被上訴人中信公司之加盟者，基於該公司與中信公司間之加盟契約，獲得使用「中信房屋勤實加正三民加盟者」服務標章及名稱之授權，且其招牌上標有「中信房屋」字樣，本件相關之購屋承諾書、不動產買賣契約書全銜並均載為「中信房屋勤實加正三民加盟者勤實加房屋經紀業股份有限公司」，既為原審認定之事實，



則依前開說明，本件經紀業是否僅限於勤實加公司，而未包括中信公司在內，自非無疑。倘中信公司與勤實加公司均屬經紀業，該公司對於上訴人應否負授予代理權之本人責任或表見代理之授權人責任，即值斟酌。』即是承認有表見代理之成立可能。(二)臺灣高等法院 98 年度上易字第 643 號判決：

「上訴人主張及成公司疏於查證系爭土地經註記為法定空地，有過失，應依民法第二百二十七條、不動產經紀業管理條例第二十六條第二項之規定，負損害賠償責任，為無理由，業如前述。縱太平洋公司授權及成公司使用其公司之服務標章與人交易，構成表見代理，太平洋公司就上訴人所受損害亦不負損害賠償責任，上訴人依表見代理之法律關係，請求太平洋公司賠償七十五萬元，尚非有據。」此判決認為雖太平洋公司授權及成公司使用其公司之服務標章構成表見代理，惟及成公司既不構成債務不履行，自無須負責。可見本判決認為僅授權服務標章使用，即構成表見外觀。

(三)臺灣高等法院 94 年再易字第 129 號判決：

「原確定判決已於理由內敘明『力毅公司確為上訴人（即再審原告）之加盟者，而上訴人旗下各家均屬加盟者，並無直營店，此據上訴人自承屬實』、『就外部觀察言，上訴人既已授權力毅公司使用其「力霸房屋桃園縣（市）縣府加盟者」之服務標章，並為力毅公司設計招牌、宣傳企劃，已足使第三人產生加盟事業主、加盟者係同一企業之信賴，進而因信賴被告力霸公司（為上訴人之誤）服務標章所表彰之服務品質，而與加盟者進行交易，足認上訴人已有表示以代理權授與力毅公司之行為』、『再者，實際為本件經紀業之力毅公司襄理洪義友其名片明白印有「力霸房屋縣府加盟者」，且系爭買賣所使用之買賣契約書為上訴人規定使用之制式契約書，每頁均標示有「力霸房屋」字樣，訴外人洪義友復均以「力霸房屋縣府加盟者」名義代收再審被告交付之各期買賣價金，更徵上訴人有由自己之行為表示以代理權授與力毅公司之事實，自應負表見代理之責』等語（見原確定判決第 4-6 頁）。是原確定判決乃以再審被告係經由再審原告之加盟者力毅

公司經紀業而與出賣人江錦春簽訂之系爭不動產買賣契約，且系爭契約書每頁上均印有「力霸房屋」(即再審原告公司更名前之公司名稱)字樣，及洪義友以「力霸房屋縣府加盟者」名義代收各期價金，認力毅公司係以再審原告本人名義從事系爭不動產買賣之居間行為，且因力毅公司未盡說明義務致再審被告受有損害，因而認定再審原告應負表見代理之本人損害賠償責任，核係原確定判決本其確信就民法第 153 條、第 169 條、第 227 條規定意旨所為之法律見解，並未違反民法第 153 條、第 169 條、第 227 項規定或該規定有關現存之判例、解釋，自難認係用法錯誤。」此判決更進一步表示，除了服務標章尚提供設計招牌、制式契約書，即足認加盟事業主係表示以代理權授與加盟者，具有表見外觀。

二、否定說：

(一) 高等法院 98 年度重上字第 192 號判決：

『查民法第 169 條之立法意旨為本人由自己之行為，表示以代理權授與他人，或他人妄稱為本人之代理人，已為本人所明知，而仍不為反對之表示者，則對於第三人均應負授權人之責。本件勤實加公司與中信房屋間，僅係加盟者與加盟者之加盟關係，人事、會計、營運各自獨立，自負盈虧，無從屬關係，中信房屋僅係授權勤實加公司以加盟者身分使用「中信房屋」之服務標章而已，並非授與代理權而許勤實加公司得以「中信房屋」名義為法律行為，服務標章不等同公司名義，此觀一公司得申請數個不同商標，或商標專用權得授與他人使用等規定自明。被上訴人以中信房屋授權勤實加公司使用「中信房屋」之服務標章，即謂中信房屋應負授與勤實加公司代理權之表見代理責任，自不足採。…「民法第 169 條所為表見代理之規定，係指代理人之代理行為，雖無代理權，而有可使第三人信其代理權之理由，因而使本人對於第三人負授權人責任之無權代理行為，仍須以先有代理行為之存在為要件。代理或表見代理，前者為有權代理，後者屬無權代理，僅因本人有使第三人信為以代理權授與他人之行為，而令本人負授權人責任，但二者既均屬於代理行為，故必以本人名義為法律行為，倘其並無代理本人

之意思表示，而係以自己名義為法律行為，即無代理或表見代理之適用。」(最高法院 70 年台上字第 1250 號判決參照)。本件勤實加公司與被上訴人定約時，於名片、契約上均明確載明該公司名稱為「中信房屋勤實加正三民加盟者『勤實加房屋經紀業股份有限公司』」，勤實加公司自係以「自己名義」為法律行為，並無代理中信房屋之意思表示，是被上訴人主張勤實加公司與中信房屋有表見代理之適用，亦無足取。」此判決認為加盟者以「中信房屋勤實加正三民加盟者『勤實加房屋經紀業股份有限公司』」之名義與第三人締約，則加盟者已明白表示係以自己名義而非代理加盟事業主，則既非代理行為即無成立表見代理之可能。

(二) 高等法院 99 年度上字第 516 號判決：

『上訴人張鐵英係委託威峰公司處理居間經紀業事務，此有威峰公司出具之服務費用證明可按(見原審臺北地院卷 89 頁)。雖威峰公司與泛太公司間訂有「21 世紀不動產加盟特許授權契約」，由泛太公司授權威峰公司使用「21 世紀不動產永和公園加盟者」為其對外公開使用之服務標章及名稱，惟該授權契約第 3 條已明白約定：「1. 乙方(指威峰公司)應以『21 世紀不動產永和公園加盟者』與各自公司名義，從事上述授權經營之經紀業業務。2. 乙方與客戶所簽訂之各式契約書…，以乙方公司名義訂定，並由乙方自行負責簽約之法律責任。…4. 乙方應於營業場所明顯處和所有對外之名片、文宣用品及不動產相關契約文件上等，應明確加註『21 世紀不動產加盟者』及『各加盟者均為獨立擁有及經營』之標示」(見本院卷 69 頁)，足見被上訴人泛太公司並未授權威峰公司得代理泛太公司訂立契約，亦無授與代理權之表見事實存在。而張鐵英所執有之服務費用證明及統一發票(見原審臺北地院卷 88、89 頁)，均係由威峰公司開立，其上並無任何代理泛太公司之記載，足見張鐵英係與威峰公司成立居間契約，張鐵英主張泛太公司應負表見代理之授權人責任云云，自有未合。』此判決即認為，加盟契約書中若已約定加盟者應清楚標示其為加盟者，並以其名義與第三人締約，則無從依服

務標章成立表見代理<sup>68</sup>。

(三) 臺灣台北地方法院 99 年訴字第 2744 號判決：

『表見代理之構成，以有表見之事實為限，若無表見之事實，當無從構成民法第 169 條之表見代理。本件雖由被告東誠公司提供東森房屋不動產買賣契約書，並掛立東森房屋之招牌，惟據原告提出之不動產買賣契約書，其上亦已載明「見證人（經紀業方）：大漢秋風不動產經紀有限公司」（見本院卷第 15 頁），足見實際為居間行為者乃被告大漢公司，被告大漢公司已明確以自己名義為法律行為；另東森房屋委託銷售契約書及前開不動產買賣契約書，均載有「本合約書由東森房屋付印供加盟者參考使用」等字樣（見本院卷第 114 頁、第 15 頁），業已明確表明供加盟者使用，而衡諸現今加盟事業發展蓬勃，一般消費者已可輕易區別加盟者與直營店之不同，實難因懸掛招牌或空白契約書之提供即認被告大漢公司係被告東誠公司之代理人，而有表見代理事實及行為之存在。』有別於於前述判決著眼於加盟者係以自己名義為意思表示而非代理行為，此判決則係認為，單憑招牌、制式契約書並不足以認定表見事實的存在<sup>69</sup>。

### 三、小結

實務上雖肯認加盟事業主有成立表見代理之可能，但是就表見代理之成立係於何種範圍下成立，並無劃一之標準，如前所述之高等法院 98 年度重上字第 192 號判決認為既於名片、契約上均明確載明該公司名稱為「中信房屋勤實加正三民加盟者『勤實加房屋經紀業股份有限公司』」，則勤實加公司自係以「自己名義」為法律行為，並無代理中信房屋之意思表示。但是在其上級審—最高法院 101 年度台上字第 966 號判決卻認為，加盟經營者對外表明其為加盟業主之加盟者，並使用加盟業主之商標、服務標章，客觀上亦足使一般消費者認為至加盟者營業

<sup>68</sup>同見解者尚有：臺灣高等法院 96 年度上易字第 950 號判決、臺灣高等法院 96 年度上字第 489 號判決。

<sup>69</sup>臺灣臺南地方法院 96 年度重訴字第 153 號判決亦認為：「服務標章不等同公司名義，此觀一公司得申請數個不同商標，或商標專用權得授與他人使用等規定自明，故僅以服務標章，即謂加盟事業主應負授與加盟店代理權之表見代理責任，並不可採。」

場所為交易，係由加盟業主及加盟經營者共同提供不動產經紀業服務，承認服務標章的授權使用即構成表見外觀。然而，以中信房屋勤實加正三民加盟者『勤實加房屋經紀業股份有限公司』為名與相對人締結契約，究係有無表示代理中信房屋的意思，並非無疑。是否單憑相同服務標章、設計招牌、制式契約書，足認加盟事業主係表示以代理權授與加盟者，而具有表見外觀，仍有予以斟酌之必要。

但是可以確定的是，以表見代理架構加盟事業主之契約責任，則第三人無從對加盟者加以主張。例如最高法院 102 年台上字第 1439 號判決所指出：「查張鐵英係與威峰公司簽訂不動產一般委託銷售契約書（下稱委託銷售契約書；見原審卷第八一頁），其所執有之服務費用證明及統一發票，亦均由威峰公司開立（見一審九八年度審訴字第五八一四號卷第八八至八九頁）；且張鐵英既主張威峰公司應依委託銷售契約書負本人責任，並經原審判決其勝訴確定在案。基此，自無可能同時發生威峰公司代理泛太公司與張鐵英簽訂委託銷售契約書之表見代理行為，令泛太公司負表見授權人（即本人）責任。原審認張鐵英僅與威峰公司成立委託銷售契約，泛太公司並未授權威峰公司代理其訂立委託銷售契約，亦不負表見授權人責任，自不違背法令。」

另除表見代理外，加盟事業主與加盟者對第三人之契約責任有無成立連帶責任之可能，依據民法第 272 條關於成立連帶責任要件之規定，因當事人間並無約定、亦無相關法律規定，僅得尋求以立法解決。

## 第二款 侵權責任

除了契約責任外，加盟事業主對於第三人與加盟者間發生之消費爭議，或尚有成立侵權行為之可能。例如加盟者之受僱人對於第三人造成損害時，加盟事業主是否有違反交易安全義務而應擔負起侵權行為責任；或是在加盟事業主授權加盟者使用之服務技術、提供加盟者的商品，對第三人造成損害時，是否應擔負起消費者保護法的商品服務責任等等，即有加以討論之必要。以下擬著眼於現行學

說、實務見解，架構在我國法下侵權責任型態之成立可能。

## 壹、學說

### 一、侵權行為責任

依民法第 184 條第 1 項前段規定，因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。雖類似德國民法第 823 條第 1 項規定，因故意或過失，不法侵害他人之生命、身體、健康、自由、所有權或其他權利者，對於該他人，負賠償因此所生損害之義務。但我國民法系爭條文解釋上包括所有「權利」，而德國民法系爭條文則係對保護權利之種類予以列舉，二者間有微妙差異。有見解認為，可以自上推得德國實務界人士與學者乃意圖以交易安全義務理論為媒介，使更多其他權利得適用德國民法第 823 條第 1 項之規定，以因應現代社會多變之侵權案件<sup>70</sup>。交易安全義務係立基於，在自己與有責任之領域，開創或持續一危險源者，負有依情況採取必要的、且具期待可能性的防免措施，以保護第三人免於危險之義務，一旦違反此一義務，即被理解為有過失且具備客觀違法性<sup>71</sup>。又負有交易安全義務者，為踐行其義務，對所使用之人應盡監督管理之義務。於被監督者直接對第三人施以加害行為時，監督人不得主張已將所負之交易安全義務透過監督行為行使，移轉於受監督人履行，而據以免責<sup>72</sup>。亦即，監督人之監督行為必須符合交易安全義務的實質監督管理，不得單純以形式上例行檢查為免責依據。

加盟事業主為了維護加盟企業之總體商譽，依據加盟契約對加盟者多有監督管理權限。解釋上，該監督管理權是否屬於交易安全義務之一環？亦即，可否謂加盟事業主具有監督管理權，進而認加盟事業主亦有實踐之義務？亦或應另闢蹊徑，依個別加盟事業之特殊性質，肯認加盟事業主授權加盟者經營係開創了危險

---

<sup>70</sup> 林美惠，論我國法上交易安全義務理論之建立，國立臺灣大學法學論叢，1998 年 10 月，第 28 卷第 1 期，301 頁(下稱林美惠(三))。

<sup>71</sup> 林美惠，前揭文(三)，303 頁。

<sup>72</sup> 林美惠，前揭文(三)，320 頁。

源，並負有採取必要的、且具期待可能性的防免措施，以保護第三人免於危險之義務，而有所不作為時，應就其間接危險行為擔負起侵權行為責任？理論上應亦不失為一課與加盟事業主責任之可能依據，惟責任之成立與否仍應視加盟事業個案之類型判斷其具體交易安全義務之內容決定，申言之，是否據此擔負起一定作為義務，而因不作為之間接危險行為，成立民法第 184 條侵權行為，仍待具體個案判斷衡量方能定論。

## 二、僱用人責任

依民法第 188 條第 1 項，受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任。僱用人責任之性質，學說上有過失責任、中間責任、無過失責任之爭執<sup>73</sup>。蓋僱用人責任成立之基礎應在於，僱用人具有選任、監督受僱人之社會安全義務（交易安全義務）<sup>74</sup>，則於僱用人違反該義務時，僱用人就其間接危險行為本即應負起侵權行為責任，惟侵權行為之舉證不易，故於民法第 188 條設有推定過失、舉證倒置規定，以落實對受害人之保障。

關於僱用人責任之成立，學說上認為有三要件：1. 行為人與僱用人間有僱傭關係，2. 受僱人有侵權行為，3. 加害行為與執行職務間有牽連<sup>75</sup>。其中，較具有爭議者為如何認定雙方間之僱傭關係以及加害行為與執行職務的關聯性，以下擬就該三要件稍加說明，並架構可能得於加盟企業中適用，令加盟事業主負責之理論依據。

### 1. 僱傭關係：

關於僱傭關係的認定，最高法院 57 年台上字第 1663 號判例認為：「民法第一百八十八條第一項所謂受僱人，並非僅限於僱傭契約所稱之受僱人，凡客觀上被他人使用為之服務勞務而受其監督者均係受僱人。」學說上亦肯認之。按民法

<sup>73</sup>黃淳鈺，不動產仲介業加盟事業主之僱用人責任——以加盟店受僱人侵權行為為中心，月旦法學雜誌，2013 年 8 月，219 期，150 頁。

<sup>74</sup>林美惠，交易安全義務與我國侵權行為法體系之調整（中）——以歸責原則變動為中心，月旦法學雜誌，2001 年 12 月，第 79 期，151 頁（下稱林美惠（四））。林美惠，前揭文（三），320 頁。

<sup>75</sup>黃立，前揭文，295 頁以下。

第 188 條規定僱用人應負損害賠償責任，係以選任或監督受僱人有過失為原因，則依此規範意旨，所謂受僱人係指客觀上被他人（僱用人）使用，從事一定勞務，而受其監督，服從其指示之人<sup>76</sup>。則受僱人之特徵應在於受僱用人的監督，納入其組織，服從其指示。監督上的指示包括受僱人從事一定勞務的時間、地點及方式，得為概括或具體。至於勞務的種類、報酬的有無、時間長短，其所從事的究為事實行為或法律行為，有無代理權限，均非所問<sup>77</sup>。

有學者認為，自法律政策而言，民法第 188 條規定令僱用人負連帶責任的理由即為僱用人因使用他人擴張其行動範疇，其責任範圍亦隨之擴大。因此僱傭關係是否存在，除了以僱用人指示權有無為認定標準外，亦可以將觀察角度放在行為人的行為上，以該行為人之行為係屬其個人活動範圍或擴張他人活動範圍之輔助行為<sup>78</sup>。以行為人之行為是否擴張他人活動範圍為判斷僱傭關係之依據，固不失為一簡易判斷之標準，惟重點應仍在於行為人是否受他人指揮監督。

又在名義貸與型中，通常名義貸與人為受有主管機關許可之具有一定資格者，名義借用人則為未達到許可條件之無資格者，雙方在名義之利用上，通常由名義借用人支付一定之對價予名義貸與人，並利用該名義而獨立從事事業。在此類型中，名義貸與人在是否貸與名義（選任）一事上固有決定選擇之可能性，但在其後，當事人間通常欠缺事實上之使用指揮監督關係<sup>79</sup>。於此情形，咸有學者認為，取得資格之事業依法應負有一定義務，其因此而被賦予應對其受僱者進行指揮監督之地位，如其甘冒違反法令之風險而違法將名義貸與他人，則其應為指揮監督之地位不因此而受影響。亦即，名義貸與人之僱用人責任之發生，並非以其與名義借用人間是否有客觀上或事實上之指揮監督關係為斷，而是基於其違反

---

<sup>76</sup>王澤鑑，*侵權行為法（二）特殊侵權行為*，自版，2006 年 3 月，119 頁（下稱王澤鑑（二））。

<sup>77</sup>王澤鑑，*前揭書（二）*，120 頁。

<sup>78</sup>吳瑾瑜，*受僱人執行職務之行為—評最高法院八十九年度台上字第一一六一號判決*，*中原財經法學*，2001 年 7 月，第 6 期，130 頁。

<sup>79</sup>陳洸岳，*名義借與者之僱用人連帶賠償責任—最高法院九四年台上字第二三〇三號判決簡評*，*台灣本土法學雜誌*，2006 年 9 月，第 86 期，234 頁。（「借與」應稱「貸與」為妥，本文中依此修正。）



法令，故規範性地創設了指揮監督關係<sup>80</sup>。

加盟者與加盟事業主間，雖並非前面所述，名義貸與人為受有主管機關許可之具有一定資格者，名義借用人則為未達到許可條件之無資格者之情形，惟加盟事業主對於是否授權加盟者使用服務標章，仍有一定決定選擇之可能，則是否得建構出使加盟事業主在客觀上處於應為一定指揮監督之立場，並非完全無審酌之空間。尤其在加盟事業主負有特殊社會安全義務時（如加油站，加盟事業主應使加盟者之油品提供處於不致發生相關危險事故之場所，並應負起相關人員訓練義務），加盟事業主縱無實質上指揮監督關係，亦不失責令其擔負起僱用人責任之可能。

## 2. 受僱人有侵權行為：

民法第 188 條第 1 項規定，受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任。其保護之客體，除權利外，應尚及於其他利益（純粹經濟損失），亦即所稱「不法侵害他人之權利」，除第 184 條第 1 項前段（權利侵害）外，尚包括第 1 項後段（背於善良風俗方法加損害於他人）及第 2 項（違反保護他人之法律）<sup>81</sup>。

## 3. 執行職務：

至於執行職務之意義，學說上有三：1. 僱用人意思說：即執行職務之範圍依僱用人所命辦理之事務決定之。2. 受僱人意思說：受僱人係為僱用人之利益而為之者，屬於執行職務。反之，若係受僱人為自己利益所為者，客觀上雖與執行職務有關，亦非執行職務之範圍。3. 客觀說：不問僱用人或受僱人之意思，苟其行為外觀具有執行職務之形式，即係因執行職務所為之行為<sup>8283</sup>。

<sup>80</sup>陳洗岳，前揭文，236 頁。

<sup>81</sup>王澤鑑，前揭書(二)，126 頁。

<sup>82</sup>孫森焱，民法債編總論上冊，自版，2012 年 2 月，297 頁。

<sup>83</sup>國家賠償法第 2 條第 2 項公務員執行職務之認定，亦有主客觀說之爭，通說係採客觀說，認為應以行為外觀為準，舉凡客觀上、外形上可認為屬於社會觀念上職務的範圍，均屬之，而不問行為者之主觀意願如何，凡是職務行為本身或職務行為有牽連不可分之行為者，即屬於執行職務，而與民法第 188 條執行職務要件如何解釋相同。參照董保城、湛中樂，國家責任法—兼論大陸地

最高法院 42 年台上字第 1224 號判例認為：「民法第一百八十八條第一項所謂受僱人因執行職務不法侵害他人之權利，不僅指受僱人因執行其所受命令，或委託之職務自體，或執行該職務所必要之行為，而不法侵害他人之權利者而言，即受僱人之行為，在客觀上足認為與其執行職務有關，而不法侵害他人之權利者，就令其為自己利益所為亦應包括在內。」即係採客觀說。

對此，有學者表示，受僱人之行為是否屬於執行職務，不能依僱用人與受僱人之主觀意思決定，雖值贊同，惟若悉以僱用人之行為外觀認定，亦值商榷。蓋此問題所涉及者，係在決定僱用人的責任範疇，乃價值判斷之問題，含有法政策的意涵，不能單就行為外觀加以論斷。又僱用人責任之依據，係使用他人，享用其利者，應承擔其害，負其責任，且僱用人亦具有較佳能力，得藉商品勞務的價格或保險分散損害。故關於職務範圍之認定，應採「內在關聯」的判斷基準，即凡與僱用人所委辦職務具有通常合理關聯之行為，僱用人對之可為預見，事先防範，並計算其可能的損害，內化於經營成本，予以分散<sup>84</sup>。

而就內在關聯的闡釋，有學者進一步說明，參酌德國實務及學說見解，發生損害之事由必須與職務之執行有時間上或地域上等內在關聯。而是否有時間上或地域上的關聯性，端視執行職務之目的及性質。因內在關聯性過於抽象，有德國學者將之解釋為：「發生損害事由的行為本身必須是執行職務之必要行為，惟屬職務的不良執行。」而不論以相當關連、時間上或地域上的關聯性或職務的不良執行做為論斷基礎，重點在於發生損害事由的行為必須在相當程度上屬於可歸責僱用人的活動範圍，即其選任監督能力所能及的範圍<sup>85</sup>。若僅以客觀說行為外觀為基礎，適用的結果不外是，受僱人任何事務的處理，不問為僱用人或受僱人自己利益，都屬可歸責於僱用人之行為。最後，執行職務的要件終被（事實上）僱

---

區行政補償與行政賠償，自版，2005 年 8 月，84-85 頁。又有關客觀說之形式關係責任，係屬損失賠償法下之概念，本質上造成人民損害者係事實行為，與表見責任因法律行為而成立責任有間。至於表見外觀，確係以形式判斷客觀上是否一般大眾皆會產生加盟者係代理加盟事業主以為斷。

<sup>84</sup>王澤鑑，前揭書(二)，131 頁。

<sup>85</sup>吳瑾瑜，前揭文，131 頁。

僱關係要件所取代，將使得是否適用民法第 188 條的問題完全牽繫於（事實上）僱傭關係是否成立的單一問題上<sup>86</sup>。

綜上，客觀說固有方便認定之優點，惟就僱用人責任之觀之，其基本思想在於：僱用人既然使用受僱人以擴大其活動範圍，受僱人所引發的損害又是在僱用人的活動及影響所及的領域內，則僱用人當較受害人更易知悉該損害發生過程及承擔相關之風險<sup>87</sup>。則是否課與僱用人責任，仍應取決於僱用人得否有選任監督之可能。

#### 4. 小結：

學說見解認為，加盟契約中通常不會明白表示加盟者為總店之受僱人，然而加盟事業主對加盟者得實施各種控制，卻是加盟契約的典型特徵，當加盟者對第三人有侵權行為發生時，此種控制關係就常常成為加盟事業主必須負起對第三人責任的基礎<sup>88</sup>。亦即，加盟事業主雖不會於加盟契約中明訂與加盟者間成立僱傭關係，惟加盟事業主對加盟者之控制指揮程度若已近似僱用人對受僱人行使之監控，仍得依民法第 188 條課與加盟事業主僱用人責任。此外，雖不具控制指揮關係，若加盟事業係處於對其固有業物或關連業務具有特別知識及經驗者，其處於得防止損害發生之立場，當損害發生時，容認與其無事實上指揮監督關係者之行為以擴張企業之活動範圍時，該風險應由其負擔始符合公平原則<sup>89</sup>。

又僱用人責任依民法第 188 條，需為受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任。表見代理則依民法第 169 條，由自己之行為表示以代理權授與他人，或知他人表示為其代理人而不為反對之表示者，對於第三人應負授權人之責任，但第三人明知其無代理權或可得而知者，不在此限。前者為契約責任，後者則為侵權責任，兩者型態不同。

---

<sup>86</sup>吳瑾瑜，前揭文，132 頁。

<sup>87</sup>林更盛，車行對靠行司機侵權行為的僱用人責任，台灣本土法學雜誌，2004 年 4 月，第 57 期，123 頁。

<sup>88</sup>林美惠，前揭文(二)，110 頁。

<sup>89</sup>陳洸岳，前揭文，240 頁。

亦即，當加盟者與第三人締結契約時，若有足使第三人信賴締約對象為加盟事業主之表見外觀存在，則加盟事業主應依民法第 169 條，對於第三人負起授權人之責任。至於加盟者與第三人發生侵權行為時，縱令加盟者與加盟事業主間有表見外觀存在，仍應視兩者間是否有事實上指揮監督關係，加以判斷僱用人責任之成立與否。

### 三、商品製造人或服務提供人責任

依消費者保護法第 7 條第 1 項，從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者應確保其提供之商品或服務，無安全或衛生上之危險。因商品製造人與服務提供人多具科技專業，且透過市場流通過程大量、間接地傳送至消費者，而消費者因缺乏辨識商品品質、安全性之能力，而不得不給予完全之信賴，故應課與商品製造人或服務提供人較一般侵權行為責任為重之無過失責任<sup>90</sup>。

加盟企業若係屬商品之設計、生產、製造，而提供加盟者銷售予消費者時，當消費者因該商品而受有損害時，自得課與加盟企業之經營者消費者保護法第 7 條之商品製造人責任。惟若係基於加盟者提供之服務造成消費者損害時，與加盟者為不同企業主體之加盟事業主，是否仍得繩之以服務提供人責任，並非毫無疑義。惟如後所述，實務見解對此有採取肯定之見解者（參照後述台灣高等法院 93 年度再易字第 98 號判決）。

## 貳、實務

### 一、僱用人責任

#### （一）肯定說：

#### 1. 臺灣高等法院 99 年度上易字第 1197 號判決：

「…兩造不爭執真正由被上訴人（甲方）與精石公司（乙方）簽訂之授權加盟契約書第 1 條約定「授權營業區域約定：甲方授權乙方於契約期限內，在台

---

<sup>90</sup>朱柏松，消費者保護法論，自版，1998 年 12 月，67 頁。

北（縣）鶯歌（鎮○○○○街）104 號上設立加盟者」、第 2 條「名稱、商業機密及名聲：1. 甲方授權乙方使用太平洋房屋鶯歌國慶加盟者精石不動產經紀業經紀有限公司為對外公開使用之名稱。乙方受授權為不動產經紀業的營業，使用本制度上述之名稱服務標章、商業機密…」、第 3 條「加盟者的義務：1. …乙方及經紀人應遵守有關本行業的一切法規及甲方一切之作業規範經營理念，並不得從事會使甲方或其事業遭致訴訟或受公眾批評之活動。…3. 乙方應努力於其不動產經紀業服務的業務上，並在執程序或策略上隨時在文件及文宣中努力發揚此項由甲方主導的特殊風格制度。4. 乙方應於其店面外設立外部招牌，該招牌應由甲方依其作業手冊及指示而作指導。…7. 乙方同意甲方在契約期間內，得檢查乙方的業務資料、是否如實開立發票給客戶、作業流程及指正經營等權利，以判定其是否遵守本契約及制度，如發現乙方及其受僱人作業錯誤或報表數字有偏差時，甲方得作全面檢查前項錯誤或偏差，經甲方全面檢查所發現的擴大錯誤，甲方得要求乙方依甲方所指示及所訂定的期限改之。…8. 乙方應嚴格遵守不動產經紀業管理條例及甲方所訂定有關於經紀業作業的各項規則，包含太平洋房屋加盟者營業規章及店長管理手冊。…10. 乙方須配合甲方之整體性廣告策略…。…15. 加盟者會議：…(3) 甲方召集的加盟者店東會議，乙方不得無故缺席…。…19. 加盟者教育訓練：(1) 乙方之從業人員須依法令接受經紀營業員及經紀人之相關課程…。… 物件流通的義務及不動產重要事項說明書之製作：…(6) 乙方所有受託經紀業銷售之不動產均須委由甲方所指定之建築經紀公司製作不動產重要事項說明書以保障客戶之權益，其內容及格式悉依甲方之規定…」，有該授權加盟契約書可證（見原審卷第 70 頁反面- 72 頁）。

依上述各約定可知，被上訴人公司授權精石公司使用「太平洋房屋」鶯歌國慶加盟者精石不動產經紀業經紀有限公司為對外公開使用之名稱，精石公司選定加盟者址後，非經被上訴人同意，不得遷移；被上訴人同意精石公司使用其服務標章經營不動產買賣、租賃之經紀業及市場上已公開銷售過之預售屋買賣經紀

業，且未經被上訴人之書面同意，精石公司不得從事其他營業行為；為維護「太平洋房屋」加盟系統整體企業形象，精石公司之招牌須依被上訴人直營店之制式規格製作；精石公司所屬員工，應接受被上訴人認為必要之職前訓練及在職訓練，被上訴人統一管理加盟者，精石公司須確實遵守被上訴人所訂定有關於經紀業作業的各項規則（含太平洋房屋加盟者營業規章及店長管理手冊）、配合被上訴人整體性廣告策略、開會；被上訴人保有對精石公司之業務資料、作業流程等之查核權利，查核結果如不合規定者，被上訴人得要求精石公司改善；被上訴人公司更有權指定建築經紀公司為精石公司製作受託經紀業銷售之不動產說明書等，亦即被上訴人公司對精石公司及其受僱人關於經紀業業務之實施方式、內容及地點均加以指示並安排，依前揭說明，精石公司之受僱人實際上已受被上訴人公司之監督。…游柳卿係精石公司之受僱經理，於招牌上載有「太平洋房屋」鶯歌國慶加盟者工作，精石公司又特別表明其為「被上訴人公司」之加盟者，利用被上訴人所建立之服務標章，表彰其對不動產專業之服務及商譽，吸引上訴人前往交易，由游柳卿依被上訴人公司對經紀業服務實施之方式及作業規範，使用上開名稱之服務標章，為上訴人提供本件經紀業系爭不動產買賣之服務，再提供印有「太平洋房屋（即被上訴人）」由被上訴人製作之制式不動產買賣契約書供上訴人與訴外人（即買方）莊惠如簽約，有系爭不動產買賣契約書可憑（見原審司促字卷），從外觀而論，自堪認游柳卿係為被上訴人公司執行經紀業業務，此由上述被上訴人授權精石公司使用其加盟者名稱及服務標章後，為維護被上訴人「太平洋房屋」加盟系統整體企業形象，約定精石公司所屬員工，應接受被上訴人認為必要之職前訓練及在職訓練，由被上訴人統一管理加盟者等，益徵從外觀上即可認定精石公司加盟者所僱用游柳卿執行經紀業之行為，即為被上訴人公司之業務，否則游柳卿之經紀業行為，何以影響被上訴人公司之企業形象。據上，被上訴人公司授權精石公司使用「太平洋房屋」鶯歌國慶加盟者之名稱，公開對外使用被上訴人公司太平洋房屋之標章從事本件經紀業業務，實際上監督精石公

司受僱人之游柳卿；游柳卿於精石公司店內，為被上訴人提供經紀業買賣系爭房地之服務時，其店名、服務內容、不動產契約書，均依標有被上訴人公司太平洋房屋之服務標章，在客觀上，足認游柳卿執行本件經紀業行為係為被上訴人公司執行業務，則上訴人主張被上訴人就游柳卿上開侵權行為應負僱用人連帶賠償之責，即屬有據（最高法院 98 年度台上字第 2233 號判決參照）。被上訴人抗辯游柳卿非為其提供勞務，被上訴人亦未給付游柳卿報酬，其二人間無僱傭契約，被上訴人非游柳卿之僱用人，即無足取。』法院見解認為，依據加盟契約書加盟事業主實際上監督加盟者之受僱人，且客觀上加盟外觀具有使人信加盟者之僱用人係為加盟事業主執行業務，則應令加盟事業主負起民法第 188 條侵權行為責任<sup>91</sup>。

## 2. 臺灣高等法院 98 年度上字第 501 號判決

「…再查，上訴人中信房屋公司與上訴人宇安公司為加盟關係，有加盟契約書在卷可稽（原審卷第 86 至 93 頁），依加盟契約書之約定，上訴人中信房屋公司授權上訴人宇安公司對外公開使用「中信房屋桃園國際加盟者」之名稱，上訴人宇安公司支付上訴人中信房屋公司加盟權利金、加盟月費；上訴人宇安公司選定加盟者址後，非經上訴人中信房屋公司同意，不得遷移；上訴人中信房屋公司同意上訴人宇安公司使用其服務標章經營不動產買賣、租賃之經紀業及市場上已公開銷售過之預售屋買賣經紀業，且未經上訴人中信房屋公司之書面同意，上訴人宇安公司不得從事其他營業行為；為維護「中信房屋」加盟系統整體企業形象，上訴人宇安公司之招牌、店內外裝潢、佈置、設施之製作、修繕、更換，須由上訴人中信房屋公司統籌規劃並執行，遵守上訴人中信公司之企業識別標準手冊；上訴人中信房屋公司須提供一定時數之教育訓練課程予上訴人宇安公司，且為維護加盟體系之素質，上訴人宇安公司所屬員工，應接受上訴人中信房屋公司認為必要之職前訓練及在職訓練，上訴人宇安公司不得拒絕；上訴人宇安公司須確實遵守上訴人中信房屋公司所提供企業識別手冊內之相關規定，加盟者內所有人員

---

<sup>91</sup>相同見解者尚有：臺灣高等法院 93 年度再易字第 98 號判決、臺灣高等法院 92 年度上字第 767 號判決、臺灣高等法院 89 年度上易字第 430 號判決。

應著加盟體系制服，若上訴人宇安公司未遵照規定時，上訴人中信房屋公司得要求改正；上訴人宇安公司應使用上訴人中信房屋公司所提供之各類制式表單；上訴人中信房屋公司統一管理加盟者，上訴人中信房屋公司保有對上訴人宇安公司之業務資料、報表文件、企業識別系統、營管作業等之查核權利，查核結果如不合規定者，上訴人中信房屋公司得要求上訴人宇安公司改善。由上開約定內容可知，上訴人宇安公司繳交權利金、月費加盟於上訴人中信房屋公司，得使用上訴人中信房屋公司之商標、服務標章，上訴人中信房屋公司為維護企業形象及素質，對於上訴人宇安公司之營業地點及內容、店鋪內外裝潢、人員訓練、業務資料、營運管理等均有具體規範及查核之權利。

上訴人中信房屋公司建立其服務標章以表彰不動產專業服務及商譽，係上訴人宇安公司加盟所欲利用，以吸引一般大眾前往交易，上訴人中信房屋公司及宇安公司均得藉此共謀商業利益。上訴人宇安公司既表明其為上訴人中信房屋公司之加盟者，一般大眾於客觀上認為至上訴人宇安公司之營業場所為交易，係由上訴人中信房屋公司及上訴人宇安公司共同提供不動產經紀業服務。若謂加盟者之受僱人因執行職務對消費者造成損害不能向上訴人中信房屋公司求償，無異使上訴人中信房屋公司僅享因消費者信賴及加盟體系龐大所帶來之巨額商業利益，卻毋須對加盟者之侵害行為負責，不符公平原則。」此判決見解同前判決認為依據加盟契約書加盟事業主實際上監督加盟者之受僱人，且客觀上加盟外觀具有使人信加盟者之僱用人係為加盟事業主執行業務，則應令加盟事業主負起民法第 188 條侵權行為責任外，另指出一般大眾至加盟者為交易行為係信賴加盟者與加盟事業主共同提供服務，且依據公平原則應讓享有加盟利益之加盟事業主擔負起侵權責任。

## (二) 否定說

臺灣臺北地方法院 92 年度訴字第 5600 號判決：



「…至被告鼎華公司所經營之業務僅為計程車派車服務，亦即被告鼎華公司將由電話、網路及企業體等管道所集合的消費者叫車服務，藉由電腦管理及衛星通訊系統提供給位置最近的空車（加盟者），而加盟者則為此按月給付一定之費用給鼎華公司，此有被告鼎華公司提出定型化之車機系統租用服務契約書及業務說明資料在卷可憑（參本院卷第十七至二〇頁），是被告鼎華公司與加盟台灣大車隊司機間之法律關係，係類似經紀業之服務，而被告鼎華公司自己亦定位為「永遠的經紀人」，此由上開業務說明資料之說明可考。由此觀之，被告戊〇〇雖為被告鼎華公司之加盟者，但實難認與被告鼎華公司間有何僱用關係存在。」據上可知，該法院見解認為，加盟契約書所規範當事人之法律關係乃是否成立僱用人責任之關鍵，並不當然因加盟的外觀而課與加盟事業主僱用人責任。亦即，仍應實質判斷加盟事業主與加盟者之法律關係，若不具有類似僱傭關係之存在，則無法將其相繩與僱用人責任。

### （三）小結：

因實務上對於僱用人責任成立的認定相當寬鬆，故多數見解皆認為只要店名、服務內容、不動產契約書標有服務標章，且於員工訓練手冊中規定一定監督之形式，則在客觀上即足認加盟者之受僱人執行加盟者相關業務行為，係為加盟事業主執行業務，而肯認加盟業主應擔負起僱用人責任。

然而，課與僱用人責任之理論基礎應在於實質上使用監督關係，若僱用人並無實際上之監督、管理，即無以僱用人責任相繩之理。亦即，縱令加盟事業主享有龐大加盟體系所帶來之巨額商業利益，若無法實質控制、管理加盟者之受僱人，則令其承擔僱用人責任亦有失公平。多數實務見解，僅憑服務標章及員工訓練手冊及認定加盟事業主應擔負僱用人責任，並不妥當。實則應就具體契約條款綜合判斷，例如強制接受教育訓練，總店對其認不適任之加盟者受僱人有汰用之權限等，而非輾轉透過加盟者指示監督其受僱人等，否則難謂其有指揮監督之關係。

另就不動產經紀業，雖有不動產經紀業管理條例第 26 條之規定：「經紀業因經紀人員執行經紀業或代銷業務之故意或過失致交易當事人受損害者，該經紀業應與經紀人員負連帶賠償責任。」，然而當事人就不動產經紀業管理條例第 26 條第 2 項之請求權，多與其他請求權基礎一併主張，尚無單獨依此規定為主張之例<sup>92</sup>。

不動產經紀業管理條例第 26 條雖未明示立法理由，惟對於受僱經紀人的故意過失所造成之損害負連帶責任，應是為了避免以往金融機關就其受僱人（理財專員）侵占顧客所寄放之金錢或濫用顧客所寄放之印章的不法行為，是否應負 188 條責任之疑義。因就其是否為「執行職務」，當時實務上見解分歧，故管理條例第 26 條第 2 條，可認係為了解決此疑義之規定。

## 二、商品製造人或服務提供者責任

臺灣高等法院 93 年度再易字第 98 號判決表示：「按企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合前條第一項之安全性；本法第 7 條第 1 項所定商品或服務符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，應就下列情事認定之：一商品或服務之標示說明。二商品或服務可期待之合理使用或接受。三商品或服務流通進入市場或提供之時期，消費者保護法第 7 條之 1、消費者保護法施行細則第 5 條，分別定有明文。查再審原告雖於原確定判決之第一審提出前揭連鎖經營契約書、營業管理規則、人事資料登錄與管理辦法、人事管理規則等書證，然其並未按所定規則，隨時稽核同案之劉明坤、周餘仟、李仲康職務執行所製作營業資料及報

---

<sup>92</sup>林天財、蕭弘毅，不動產交易糾紛中經紀業加盟業主之法律責任—以我國法院實務見解之分析為中心，全國律師，2011 年 12 月，第 15 卷第 12 期，61 頁。依臺灣高等法院 101 年度上易字第 706 號判決：「被上訴人主張：被上訴人亦得依不動產經紀業管理條例第 26 條第 2 項之規定，請求上訴人與追加被告負連帶賠償責任等語。不動產經紀業管理條例第 26 條第 2 項規定：『經紀業因經紀人員執行仲介或代銷業務之故意或過失致交易當事人受損害者，該經紀業應與經紀人員負連帶賠償責任。』由於上訴人依民法第 188 條第 1 項本文之規定，應與追加被告負連帶賠償責任，故此部分已毋庸論究。」似認為不動產經紀條例第 26 條第 2 項與民法第 188 條第 1 項本文相同，於成立民法第 188 條第 1 項時即無再論以不動產經紀條例第 26 條第 2 項之必要。

表文件，致渠等有機會詐取再審被告經紀業費之差價，均如前述。是再審原告對渠等之監督，顯未盡其相當之注意，故其服務於提供時，並不符合當時加盟者機制上之科技或專業水準可合理期待之安全性。因此，原確定判決無何不適用上揭規定之適用法規顯有錯誤情形。」該法院見解即認為，加盟事業主作為企業經營者，對於加盟者向第三人所提供之服務，應符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，否則即須對第三人負起服務提供人責任<sup>93</sup>。

## 第四節 小結

民事責任以契約責任與侵權行為責任為兩大根基，又如前所述，表見代理之構成，以有表見之事實為限。實務上有認為加盟者使用相同服務標章、設計招牌、制式契約書，即足認加盟事業主係表示以代理權授與加盟者，而具有表見外觀，亦有認為服務標章、設計招牌、制式契約書並非表見事實，並無一致之認定標準。此外，實務的案例多集中於不動產經紀業，而對其他行業較少加以著墨，推敲其故可能係因為不動產經紀業的訴訟標的金額較鉅，第三人相較之下更具訴訟利益而願意起訴請求。此外，令人匪夷所思的是，亦有不在少數的判決中當事人完全未向加盟事業主主張，故無從得知法院就該具體事件是否肯認加盟事業主具有表見責任。雖擬考量於我國法下是否有責任依據得使加盟事業主與加盟者共同負責，例如民法第 272 條以下之連帶責任，但受限於法律明文與當事人約定乃成立連帶責任，故在我國法的適用上恐有困難。

至於侵權行為責任部分，案例亦多集中於不動產經紀業，而判斷依據係立基於加盟契約書約款中監督義務之有無。實務見解對僱用人責任的要素限定於不動

---

<sup>93</sup>相同見解尚有臺灣高等法院 89 年度上易字第 430 號判決。該案事實係曼都髮型美容新店分店(即丹麗爾女子美容院)為盟都國際股份有限公司之加盟者，其受僱人提供全身護膚去角質美白服務，明知相對人為過敏體質卻未先以少量品進行測試，致其皮膚因過敏而紅腫受傷。該實務見解認為，「按依消保法所提之訴訟，因企業經營者之過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金，為消保法第五十一條所明定。上訴人盟都公司及上訴人甲○○即丹麗爾女子美容院為消保法上所指之企業經營者，因彼等之過失提供具安全上或衛生上危險之服務致被上訴人受有損害，被上訴人自得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金。」皆肯認加盟事業主依消費者保護法第 7 對於加盟者之受僱人所提供之服務造成損害應負賠償責任。

產經紀業，則於不同業種約款有所差異者，可否等同視之，即有適用上之問題。從而，得否比照辦理，對其他加盟型態亦以相同民法第 188 條的架構為判斷，並非無滋生疑義之空間。於不動產經紀業中，雖有不動產經紀業管理條例第 26 條之規定，然而當事人就不動產經紀業管理條例第 26 條第 2 項之請求權，多與其他請求權基礎一併主張，尚無單獨依此規定為主張之例。且該規定係規範經紀業者與其受僱人間之連帶責任，無助於解決加盟事業主是否亦連帶負責之問題。

綜上所述可知，欲僅以我國法之規定建構加盟事業主對第三人之責任之理論基礎確有所不足，實有透過比較法研究，探求其他解決途徑之必要。故後續擬自日本法與美國法出發，討論令加盟事業主對與加盟者發生消費爭議之第三人負責之理論基礎，以期實現對消費者之保護。

## 第四章 美國法下加盟事業主對第三人之責任

### 第一節 加盟關係概述

美國的商業加盟形態起源於 1850 年代的勝家縫紉機 (Singer Sewing Machine Company)，但此種商業形態在當時並不盛行，一直到 1900 年代隨著汽車產業的興起，因被運用在汽車行銷上才開始發展。到了 1950 年代及 60 年代，以加盟形態在市場上販售商品及服務的商業模式已蓬勃發展，因此也產生了許多法律糾紛及問題，相關案件從 1970 年起逐漸大量發生，而立法活動亦慢慢成形<sup>94</sup>。首先是 1970 年加州為了防止加盟濫用及詐欺案所頒布的加盟揭露及登記法案，要求加盟事業主必須登記有案並對潛在加盟者揭露重要訊息。加州立法後有許多州跟進，因此美國國會亦於 1978 年通過由聯邦貿易委員會 (Federal Trade Commission) 制定之「關於加盟及商業機會投資之揭露義務及禁止規定 (FTC Trade Regulation Rules: Disclosure Requirements and Prohibitions Concerning Franchising and Business Opportunity Ventures，簡稱 FTC Rule)」，對加盟事業加以規範<sup>95</sup>。FTC Rule 之主要目的是為了保護加盟者之利益，要求加盟事業主在締結加盟契約前必須對加盟者揭露重要資訊，主要是針對加盟事業主與加盟者間之權利義務加以規範，並未涉及對第三人之責任。因此與第三人有關之責任，仍須從案例法中建立。

在美國，加盟關係主要被分為二大類，一是產品銷售之加盟 (product distribution franchises)，另一是經營模式之加盟 (business format

---

<sup>94</sup>Joseph H. King, Limiting the Vicarious Liability of Franchisors for the Torts of Their Franchisees, 62 Wash. & Lee L. Rev. 417, 422(2005)

<sup>95</sup>Disclosure Requirements and Prohibitions Concerning Franchising and Business Opportunities.  
VerDate

franchises)。產品銷售加盟的特色是，加盟者主要以銷售加盟事業主品牌的商品為主，通常為了銷售產品需要，亦被賦與得使用加盟事業主商標的權利，例如連鎖加油站。此種類型的加盟形態，加盟事業主對於加盟者的干涉較少，通常亦不會涉及加盟者的營運狀況。而商業模式的加盟形態則較為複雜，加盟事業主對於加盟者的細部營運，通常會有許多建議或規範的權利，對其實際營運的干涉程度亦較強，因此在商業模式的加盟形態中，加盟事業主不僅授與加盟者商標權，尚會提供銷售及行銷計畫、營運手冊、設計標準，甚至會計方法等，例如連鎖餐飲及飯店業<sup>96</sup>。

## 第二節 加盟關係之法律性質

依據 FTC 規則的定義，所謂的加盟 (franchise)，係指由加盟者給付價金給加盟事業主，而得販售或提供標示加盟事業主商標之商品或服務，或以加盟事業主之名稱經營事業，並被要求或建議必須符合加盟事業主之品質標準，且加盟事業主對加盟事之事業得實施相當程度的控制或提供相當協助之商業契約<sup>97</sup>。據該定義，稱為加盟關係者，必須符合三項要件：一、使用加盟事業主之商標或名稱；二、加盟事業主對加盟者有相當的控制力或提供相當的協助；三、加盟者必須支付對價給加盟事業主。因此加盟是指由加盟者，使用加盟事業主所授權之商標或公司名稱而為經營的一種商業形態，通常會透過詳細的加盟或授權契約對一致的品質、行銷及營運之標準加以規範，藉以確保其商標之完整性<sup>98</sup>。然而，由於加盟的態樣非常多元，其法律關係之性質為何亦非一致，必須視加盟契約中之權利義務而定。如何判斷加盟關係的法律性質，法院亦認為，並非加盟契約中明白約定加盟者為獨立契約者，即可認定二者無控制關係，控制關係的存否仍須視整體

---

<sup>96</sup> Jeffery A. Schneider & Robert J. Nye, *Business Franchise Law*, p. 3(2003).

<sup>97</sup> Section 436.1(h).

<sup>98</sup> *Kerl v. Rasmussen*, 682 N.W.2d 328, 331 (Wis. 2004).

情況而定<sup>99</sup>。

為明確判斷二者之關係是否屬於加盟關係，首先必須就加盟關係與其他類似法律關係加以區分：

## 第一項 加盟關係與商標授權關係 (Trademark Licensing)

雖然有人欲就加盟關係與單純的商標授權加以區別，但事實上，商標授權關係通常只是加盟關係中之一部分。儘管如此，加盟契約與單純的商標授權契約仍可加以區別，相較於商標授權契約中授權人之消極權利 (passive rights)，加盟契約中加盟事業主的權利則屬積極權利 (active rights)。商標授權人之權利，通常僅限於監督商標之適當使用及收取權利金。但加盟事業主通常會運用其積極的控制力介入加盟者的經營。

商標之功能主要在於區別產品或服務之來源。在授權他人使用商標的關係中，授權人通常會限制商標使用人變更商標或減損商標價值之能力，尤其是在透過商標結合其產品及服務而對外銷售時，授權人必須確保商標使用人在使用商標時不致於使其商譽受損。此外，商標授權人亦會限制商標使用人得使用該商標的地理區域等，因此，商標授權人之權利多屬消極維護其商標價值之權利。然而，就加盟關係而言，雖然加盟事業主亦會授權加盟者使用其商標，但其契約則會規範更多加盟者必須遵守的義務。與商標授權契約不同，加盟契約之目的，不只是為了保護與商標產生關係的商譽，更是欲透過加盟來提昇其商標之商譽。加盟關係中此種對商標使用人之商業行為之廣泛控制程度，是單純商標授權契約中所欠缺者<sup>100</sup>。

雖然商標授權關係與加盟關係在性質上有別，但在實務的認定上確不容易。在商標授權關係中，商標授權人對於商標使用人仍必須保有一定程度的控制力，

---

<sup>99</sup> Kuchta v. Allied Builders Corp., 21 Cal.App.3d 541, 547(1971).

<sup>100</sup> Martin D. Fern, ESTABLISHING AND OPERATING UNDER A FRANCHISE RELATIONSHIP, at.1-20(2000).

以確保使用該商標之產品或服務，具有與該商標所表彰相當之品質，若欠缺此一控制力，將使商標授權人喪失其商標的價值甚至對消費者造成誤導，因此不宜要求商標授權人為無限制的授權（naked licensing）<sup>101</sup>。然而，商標授權人對於商標使用人之控制程度在何種範圍下，仍屬單純的授權關係而不用為使用人之侵權責任負責？在何種控制程度下則會構成加盟關係，並使加盟事業主因而須負代負責任，則是問題所在<sup>102</sup>。（詳見後述）

## 第二項 加盟關係與產品經銷關係

### （Product Distributorship）

一個在中央進行生產製造的大公司，基於各地的民情風俗有別，可能不具有將產品行銷到地方的能力，因此即必須選擇與擅長經營地方市場及客戶的經銷商合作。在加盟關係中，通常會要求商業行為之一致性。但在經銷關係中，雖然經銷商亦販售標示提供者商標之產品，但並無遵守商品提供者經營計畫之義務。因此，在經銷關係中並無廣泛的經營行為標準或限制存在。在產品經銷關係中，製造商或產品提供者之主要目的在透過產品最大的銷售量以獲取最大的利潤，雖然在經銷契約中會對經銷商為地理區域或獨家銷售之限制，但其限制之目的在於避免經銷商間之競爭，而不是在限制其商業經營的手法。再者，經銷關係與加盟關係尚有一項差異，在加盟關係中，加盟者會被授權使用商標，但經銷關係通常無此授權，因此加盟關係中通常僅銷售一家公司之產品，但經銷關係即得銷售不同製造商之商品<sup>103</sup>。由於加盟關係中亦有產品銷售之行為存在，因此加盟關係與經銷關係亦非能完全切割。

---

<sup>101</sup> 無限制之授權（naked license）係指授權人使商標使用人得無限制使用其商標權之情形。

<sup>102</sup> John Mashni, Trademark License Agreement to Franchise: Where is the Tipping Point? 18 TRINITY LAW REVIEW, 26(2013).

<sup>103</sup> Ibid., at 1-21.



### 第三項 加盟關係與僱傭關係 (Employment Relationship)

在某些情況下，加盟關係與僱主與受僱人間之關係很類似。二者相似點在於，一方均得透過控制力控制他方之活動。幾乎一般僱用人對受僱人得控制的內容，均會出現在加盟關係中，例如，工作時數、對顧客的服務態度、外表及各式各樣的工作細節等。此外，與僱傭關係相同，加盟關係中通常亦會要求員工在工作前均必須受過訓練。然而，縱使二者均有控制關係存在，僱傭關係跟加盟關係仍有不同之處。加盟者對於其事業之經營，仍然享有較大的決定權，尤其是在其日常經營上，例如對於場所是否安全性的檢查及維護等<sup>104</sup>。因此在僱傭關係所適用之僱用人責任，如欲在加盟關係中適用，亦不能直接適用，而應討論其類推適用之可能性。

此外，與僱傭關係相同，在主張加盟關係間之控制力，亦會同樣地必須面對加盟事業主或僱用人主張加盟者或受僱人為獨立營業者 (independent contractor)<sup>105</sup>之抗辯。若加盟事業主與加盟者，因欠缺控制關係，二者僅有對等的契約關係時，加盟事業主對於加盟者之侵權行為即無責任存在。因此，法院認為，若依據加盟契約，加盟事業者僅有一般契約上之權利，例如契約解除權、要求提出報告、檢查工作過程之權利、提出建議、糾正錯誤之權利等均不構成應負代負責任的控制權<sup>106</sup>。

---

<sup>104</sup> Ibid., at 1-22.

<sup>105</sup> 獨立營業者 (independent contractor)，係指非屬受僱人而獨立自主從事一定營業之人。此等獨立營業者的特徵在於獨立執行業務，不納入他人的組織而受監督。王澤鑑，前揭書 (二) 頁 531，2009 年。

<sup>106</sup> Coty v. US Slicing Machine Co. Inc. 3737 NE 2d 1371, 1375(1978).

## 第四項 加盟關係與合夥 (Partnerships) 或合資 (Joint Ventures) 關係

加盟關係亦曾與合夥或合資關係產生連結，即雙方當事人合意建立法律關係以經營事業並獲取利潤。廣義來講，就雙方提供資金及技術以成立事業一點，與合夥及合資類似，但是就共享利潤 (sharing of profits) 此點，縱使加盟事業者有按期收取權利金之權利，亦欠缺合夥或合資必須共同分享利潤此一特點。此外，在加盟契約中並無一方授權使他方得以其名義對外為法律行為之特性，反而加盟者會被要求必須在其名片、招牌及廣告中對外表示其屬獨立經營之事業，因此與合夥及合資亦有所不同<sup>107</sup>。

與僱傭關係類似，法院雖很少認定加盟關係屬於合夥關係，但是在二者存在共享利潤的情況下，亦不排除認定二者有合夥關係存在。是否構成合夥關係，通常必須視契約中二者對於報酬或價金之約定。若以利潤共享的方式取代固定權利金的收取，即有可能被認定為屬於合夥關係。

## 第五項 加盟關係與代理關係 (Agency Relationship)

加盟關係通常同時具有代理關係之性質，然二者仍有所不同。代理關係中，代理人所為之法律行為或所處理之事務，係以本人之名義或為本人之利益為之。但在加盟關係中，加盟者只是對外表示其與加盟事業主的關係，但仍是為其自身的利益而為商業行為。此外，加盟者亦與代理人不同，並未被授權得以本人名義對外為法律行為，相反地，其通常被禁止以加盟事業主之名義對外經營<sup>108</sup>。

然而，加盟關係在符合美國法律整編代理法定義下之代理/使用關係時，亦

---

<sup>107</sup> Martin D. Fern, Establishing and Operating Under a Franchise Relationship, at.1-23(2000).

<sup>108</sup> Ibid..

會構代理或使用關係。依據該法之規定，若加盟事業主與加盟者間具有實際的使用人關係或表見使用人關係時，即存在此一使用/代理關係。構成使用人關係的重點在於本人存在著若干的控制權，包括涉及使用人日常運作細節之控制權、對使用人之受僱人之人事權及薪資決定權、利潤分享權等。

### **第三節 加盟事業主對第三人之侵權責任**

在美國法下，加盟事業主對於第三人之侵權行為責任，可分為直接責任（direct liability）及代負責任（vicarious liability）。直接責任係指基於自己之過失侵權行為所致者，包括對加盟者未盡適當的選任義務、其所製造或提供給加盟者之產品有瑕疵而導致之產品責任、其對加盟者在設計及裝潢上有指示過失、加盟事業主出租不動產給加盟者因而對公眾所負之出租人責任、加盟者提供安全事項之指示因而傷害消費者等。除此之外，若是加盟者在經營上對消費者所造成之損害，欲向加盟事業主主張侵權行為之損害賠償，則必須透過代負責任之主張。

#### **第一項 加盟事業主之直接責任**

加盟事業主對於消費者之直接責任，係指加盟事業主違反其注意義務（duty of care）並對消費者造成損害之過失責任（negligence）。過失侵權行為責任之要件包括：一、注意義務之存在；二、注意義務之違反；三、有損害產生及四、因果關係。在加盟關係中，加盟事業主為維持其品牌或商標的完整性，通常會要求加盟者使用其產品、指示使用的材料及設備、要求維持相同的標準流程等。若造成消費者損害的原因，是基於加盟事業主所提供之產品、所要求的標準及所指示之項目有瑕疵時，加盟事業主即必須就其過失負損害賠償責任，此為加盟事業主之直接責任（direct liability）。

在美國法上，加盟事業主應負直接責任的案例類型，主要有以下幾種，第一，

基於加盟事業主在選擇上之疏失，包括在選擇加盟者成員或其所使用之工具設備上有過失，致使第三人受有損害之情形。例如在 Whitten v. Kentucky Fried Chicken Corp. 一案中<sup>109</sup>，在加盟契約中，肯德基要求其加盟者用於處理炸雞的設備必須經過肯德基加盟事業主的核准才能使用，而加盟者員工在使用油炸鍋時所受的傷害，上訴法院認為，縱使該油炸鍋非直接基於肯德基之指示使用，但亦是經過肯德基的核准後才能使用。依據加盟契約其因負有檢查的義務，若加盟事業主在核准使用設備上未盡其維持安全的檢查義務，即必須就其過失負損害賠償責任。因此，就屬於加盟事業主所控制之事項，加盟事業主即有可能必須就其所造成之損害負責<sup>110</sup>。

第二，基於加盟事業主對加盟者之行為有監督上之過失。欲建立此一責任，必須是加盟事業主對於加盟者可能對第三人所造成之損害明知或應知<sup>111</sup>。加盟事業主對加盟者的監督義務，亦屬直接責任，在加盟事業主對加盟者有監督上之過失時，亦有可能對第三人之損失與加盟者負連帶責任（jointly liability）<sup>112</sup>。

第三，法院亦經常引用美國法律整編代理法第二版（Restatement (Second) of Agency）第 213 條之規定，認定加盟事業主在給予加盟者不適當或不明確之指示或未提供適當的規範時，亦應承擔直接責任。最後，若加盟者係屬加盟事業主所有，或基於加盟事業主所提供之設備，而場所及設備均在加盟事業主之控制之下時，加盟事業主對於第三人在加盟者所受到之損害亦應負直接責任<sup>113</sup>。

## 第二項 加盟事業主之代負責任

與直接責任係屬過失責任不同，代負責任則屬無過失責任。代負責任係指對其他侵權行為人之責任所負之責任。當受害人受有侵權行為之損害，而侵權行為

---

<sup>109</sup> Whitten v. Kentucky Fried Chicken Corp., 570 N.E.2d 1353, 1356 (Ind. Ct. App. 1991)

<sup>110</sup> Harvey Gelb, A RUSH TO (SUMMARY) JUDGMENT IN FRANCHISOR LIABILITY CASES? 13 Wyoming Law Review 215, p. 256 (2013).

<sup>111</sup> Destefano v. Grabrian, 763 P. 3d 275, 288 (Colo. 1988).

<sup>112</sup> Pratt, Franchising Law and Practice, looseleaf, Sweet & Maxwell, London, para9-094.

<sup>113</sup> Destefano v. Grabrian, 763 P. 3d 275, 287-88 (Colo. 1988).

人與其他人間具有法律上之充分關係 (legally sufficient relationship) 時，受害人即有可能對侵權行為人以外之該其他人主張代負責任。

代負責任通常有三項要件：第一，實際造成損害之人 (A) 與代負責任被告 (B) 間必須具有法律上之充分關係，即法律上承認足以課以代負責任之關係。第二，A 必須符合侵權行為之要件。第三，A 的侵權行為必須在與 B 的法律關係內發生。

在加盟關係中，受害人欲對加盟者之侵權行為向加盟事業主主張損害賠償，即必須主張加盟者與加盟事業主間具有法律上之充分關係。所謂法律上之充分關係，包括實際上具有本人與使用人或代理人 (principal-agent relationship) 之關係或主從關係 (master-servant relationship)，即所謂的僱用人責任 (respondeat superior)，或者符合表見代理之例外 (apparent agency exception)。

## 第一款 僱用人之侵權行為責任

### 壹、美國法律整編代理法之規定

此外，依據美國法律整編第三版代理法 (Restatement (Third) of Agency，以下簡稱代理法) 第 2.04 條之規定，所謂的僱用人責任 (respondeat superior)，係指僱用人 (employer) 應就受僱人 (employee) 於執行職務範圍內所為之侵權行為負損害賠償責任<sup>114</sup>。代理法將受僱人定義為：「使用人或代理人，其履行工作之態度及方法受本人控制 (control) 或本人有控制權之人。<sup>115</sup>」因此，受僱人之前提必須是使用人或代理人。而代理 (使用) 關係依據代理法之定義，係指當本人表示同意使用人或代理人得為本人為一定行為且受本人控制，而使用人或

<sup>114</sup> RESTATEMENT (THIRD) OF AGENCY § 2.04 (2006). See also id. § 7.07(1).

<sup>115</sup> RESTATEMENT (THIRD) OF AGENCY § 7.07(3)(a) (2006).

代理人亦表示同意時所產生之委託關係 (fiduciary relationship)<sup>116</sup>。由此可見，本人與使用人或代理人間，必須存在使用人關係 (agency relationship)，通常是主從關係 (master-servant relationship) 或僱傭關係 (employer-employee relationship)。若加盟關係中，加盟事業主與加盟者間若存在僱傭關係，加盟事業主對於加盟者之侵權行為即有僱用人責任之適用。

## 貳、僱用人責任在代理關係之適用

加盟關係中的加盟事業主與加盟者間，通常並無僱傭關係存在，但美國法院仍然會在認定二者存在代理關係時，直接或類推適用僱用人責任原則來判斷加盟事業主之代負責任。所謂的代理關係必須存在二項要件，一為代理人或使用人經由本人授權而得代本人為法律行為；二為代理人或使用人以本人名義為之並受本人之控制<sup>117</sup>。因此，控制關係之有無，常是用來判斷二者是否有代理/使用關係之因素。

當加盟事業主與加盟者間具有代理/使用關係時，則加盟事業主即須加盟者之侵權行為負代負責任；但若加盟事業係屬獨立的契約方 (independent contractor) 時，加盟事業主即無負代責任。在 Miller v. McDonald' s Corp. 一案中，法院就認為，被告 McDonald' s Corp. (加盟事業主) 對於 3K (加盟者) 之侵權行為，是否因存有代理關係而應負代負責任，須視被告對於 3K 履行加盟契約中義務之方式是否有控制權而定。亦即二者是否具有主從關係或僱傭關係。法院認為雖然加盟事業主與加盟者間分屬二營業主體，並無僱傭關係，但仍然得適用僱傭關係中之控制權概念，判斷二者之代理關係<sup>118</sup>。

---

<sup>116</sup> *Id.* § 1.01.

<sup>117</sup> *Mc Mahan v. Berry*, 319 Ark. 99, 90, 880 S. W. 2d 242(1994).

<sup>118</sup> *Miller v. McDonald' s Corp.*, 945 P.2d 1107, 1110 (Or. Ct. App. 1997)

### 參、控制關係之認定

在加盟關係中並不一定存在構成僱用人責任之控制關係，加盟事業主對加盟者的干涉是否達到構成僱用人責任之控制程度必須視加盟契約的內容及實際情況而定<sup>119</sup>。就加盟契約所記載二者之權利義務而言，必須考量加盟事業主對於以下事項是否有控制權，包括：加盟事業主對加盟者的場所是否有檢查權、對於庫存、紀錄及財產是否有檢查權、展店地點及建物外觀的決定權、內部裝潢傢俱及設備之要求、特定招牌及裝飾之要求、獨家銷售商品及服務之要求、價格及標價之決定權、事業的移轉控制權等，或在契約中約定必須遵守加盟事業主所擬定之員工訓練之指導原則、營運程序、廣告之限制、記帳規則、商標使用規則及相關之營運手冊等。具備上述因素愈多，即愈容易主張加盟事業主之代負責任<sup>120</sup>。

此外，在判斷控制關係的有無時，法院認為除了存在實際上之控制（actual control）外，尚包括享有控制權（right to control）之情形。最著名的案例當屬 1990 年代的 Domino's Pizza 案。由於當時 Domino 標榜保證商品於 30 分鐘內送達，致使負責外送的服務人員為了在 30 分鐘內將商品送達而造成多起車禍事件，車禍之受害人亦分別向 Domino 加盟事業主求償。在審查 Domino 加盟事業主與地區加盟者的加盟契約後，佛羅里達洲上訴巡迴法院認為有 24 項因素可認定 Domino 對其加盟者存有控制關係，包括：銷售配額、展店地點及計畫的決定權、食物準備之要求、招牌及裝潢的要求、對加盟者之員工進行強制性的員工訓練、公司之檢查權、品質標準的要求、嚴格的廣告限制、加盟者員工之創意屬於公司財產、加盟者必須以加盟事業主為被保險人投保責任險及對加盟者之隨機檢查權等。而在其營運手冊中，亦規定加盟者必須遵守 Domino 加盟事業主所提出之保證 30 分鐘送達之要求，因此法院認定 Domino 對其加盟者有控制力存在。

---

<sup>119</sup> Drexel v. Union Prescription Centers, Inc, 582 F. 2d 781(3<sup>rd</sup> Cir. 1978)

<sup>120</sup> Randall K. Hanson, The Franchising Dilemma Continues: Update on Franchisor Liability for Wrongful Acts by Local Franchisees, 20 CAMPBELL LAW REVIEW 91, 93-94(1997).

之後，Domino 在其他州亦面臨相同的控制及敗訴，除了付出高達 78,000,000 美元的賠償金額外，並被迫收回其 30 分鐘內送達之保證<sup>121</sup>。

雖然法院要求加盟事業主對加盟者須具有實際上之控制力或控制權才能構成代理/使用關係。但對於控制的程度應至何種程度則有不同的見解。雖有法院認為加盟契約中約定加盟事業主對加盟者有規範及標準的制定權及檢查權，於加盟者違約時有解除權時，二者即具有控制關係。但多數法院則採較嚴格的定義，認為加盟事業主上述契約上之權利尚不足以構成控制關係，控制的程度必須到達對日常營運上之控制。

#### 一、嚴格之控制關係—日常營運之控制

雖然美國法院多承認，若加盟關係中存在控制關係時，加盟事業主即有僱用人責任之適用，但是對於加盟事業主與加盟者間是否存在控制關係，則傾向採取較嚴格的認定，認為如果僅有契約上之檢查權或違約解除權，尚不能認為有控制權存在，加盟事業主對加盟者的控制必須到達控制日常營運的程度（daily-operation-control）。在 Murphy v. Holiday Inns. 一案中，原告在 Holiday Inn 集團下之加盟飯店 Betsy-Len 中因走廊積水而滑倒，其依據僱用人責任向 Holiday Inn 主張侵權行為之損害賠償，被告 Holiday Inn 則主張二者間之契約僅為授權契約，對 Betsy-Len 飯店並無控制權。在該案中，就 Holiday Inn 與 Betsy-Len 是否具有代理/使用關係（agency relationship），維吉尼亞州最高法院認為，二者間存在加盟契約並不代表即非代理/使用關係，若加盟契約中賦與加盟事業主相當於代理法中所稱之控制權時，其代理/使用關係即存在。隨後法院審查二者間之加盟契約後認為，該加盟契約的條款僅就事業名稱、商業服務之一致性及維持商譽等為系統性的標準規定。並未賦與 Holiday Inn 對 Betsy-Len 飯店在日常營運上之控制權。在契約中，Holiday Inn 僅有對飯店外觀、傢俱及設備之風格樣式有決定權，對於飯店設施之日常經營並無控制權。

---

<sup>121</sup> Ibid., at. 96.



Holiday Inn 對於 Betsy-Len 員工的聘用及解僱、員工薪水及工作內容、員工的技術要求、員工工作狀況的監督或獎懲等亦無任何權限。所有上述有關日常營運所需的管理權限均屬 Betsy-Len。因此法院認為，依據加盟契約的內容，二者間並無對經營之細節及方法有控制關係或控制權，故不存在代理/使用關係<sup>122</sup>。

#### （一）加盟者員工之選任監督

對於日常營運之介入方式，若是涉及到加盟者員工之選任、監督及訓練等，通常即可認定具有控制權。有法院認為，由於加盟者員工之選任及解僱、員工之訓練及監督等權限均屬加盟者所有，因此加盟事業主對加盟者並無控制權存在<sup>123</sup>。換言之，對於加盟者員工之選任監督及訓練權限若屬加盟事業主，即得認定有控制權存在。

#### （二）檢查權（inspection）之行使

其次，在加盟關係中，加盟事業主常藉由契約中所約定之檢查權，對加盟者進行監督及控制。然而，此點是否構成加盟事業主應負代負責任之控制程度，則存有不同意見。由於在商標授權關係中，商標授權人為維持其商標之價值及商譽，並確保商標被適當地使用、標示該商標之商品或服務具有其所彰顯的品質等，必須對商標使用人有一定的控制力存在。因此，有法院認為，加盟契約中若僅有維持品質及營運之規範及檢查權，尚無法建立二者之控制關係，因為加盟契約中對於品質及營運規範之檢查要求，係基於商標法（Lanham Act）中為保護商標權人之商標權而來，其目的主要是確保註冊商標的完整性，不能因此即推論商標授權人必須負擔普通法下之僱用人責任<sup>124</sup>。

然而，以商標法中維護商標目的之理由來排除僱用人責任之說法亦不妥適，並非加盟契約之條款係為了符合商標法中維持商標完整性之目的而設，即當然排除僱用人責任，相反地，商標權人為確保其商標權之完整性，其更會運用其對被

---

<sup>122</sup> Murphy v. Holiday Inns, Inc., 219 S.E. 2d 874-878 (Va. 1975)

<sup>123</sup> Jones v. Filler, Inc., 43 F.Supp. 2d 1052(1999)

<sup>124</sup> Kerl, 682 N.W. 2d at 338.

授權人之控制力去維持自己的商譽，因此不能以商標法之目的來否認控制關係之存在<sup>125</sup>。

### （三）契約解除權或終止權

最後，法院亦認為，縱使加盟契約中約定，加盟事業主於加盟者違反契約義務時具有契約解除權，此點亦無法認定加盟事業主對加盟者具有控制力<sup>126</sup>。

## 二、寬鬆的控制關係

然而，亦有法院對控制關係之有無採取較寬鬆之認定，認為只要有加盟事業主對於作業流程有標準存在，即有控制關係。在 *Miller v. McDonald's Corp.* 一案中，原告在麥當勞加盟者（即 3K）中吃漢堡時，因為咬到異物而受傷，並起訴請求麥當勞加盟事業主負侵權行為之損害賠償責任。雖然地方法院判決被告勝訴，但其上訴法院則認為，3K 與麥當勞加盟事業主間之契約中，並非僅規範加盟者應遵守的規則，而是要求 3K 須依據契約及契約所附手冊中由麥當勞所規定之方法執行其業務。這些方法包括如何處理及準備食物等。被告為了確保加盟者依其所建立的規則營業，規範其有定期檢查的權限及加盟者違約時之解約權，由此可知，麥當勞對其加盟者，至少在食物的處理及準備上有控制權存在<sup>127</sup>。

有學者認為，控制關係之有無不應僅就契約條款等書面文件而為判斷，加盟關係中，加盟者常會因為不願拂逆加盟事業主所為之建議，而發生事實上的控制關係（*de facto control*）<sup>128</sup>。因此，在判斷控制關係上，不能僅從契約文件判讀，必須依個案而定。其次，在美國案例法上，代負責任之政策之考量主要在於，讓僱用人曝露在代負責任的風險時，會對僱用人產生適當管控受僱人的誘因，使僱用人運用其控制力以確保受僱人在為其經營事業時更加謹慎；其次，與僱用人相較，受僱人通常較無法承擔侵權行為之風險，因為其資力通常不足以支應侵權

<sup>125</sup> Harvey Gelb, *A Rush to (Summary) Judgment in Franchisor Liability Cases?* 13 *Wyoming Law Review* 215, at 225 (2013).

<sup>126</sup> Kerl, 682 N.W.2d at 342.

<sup>127</sup> 945 P.2d at 1111 (Or. Ct. App. 1997).

<sup>128</sup> Harvey Gelb, *A RUSH TO (SUMMARY) JUDGMENT IN FRANCHISOR LIABILITY CASES?* 13 *Wyoming Law Review* 215, p.223 (2013).

行為判決中之損害賠償金額；最後，僱用人通常較有資力吸收監督及安全措施所產生的成本或投保保險以分散風險<sup>129</sup>。雖然加盟事業主嚴格說來並非僱用人，但在實際情況上，由於加盟事業主必須對加盟者進行經驗的分享及教育，有時比同業中之僱用人更瞭解風險。因此，若對加盟事業主排除僱用人責任之適用，將不符合代負責任之目的。

#### 肆、小結

傳統用來判斷是否具有足以課以代負責任之法律上充分關係者，主要視二者之控制關係而定（control test）<sup>130</sup>。加盟事業主對加盟者是否具有控制權，必須從實際的情形來看。雖然在加盟關係中，加盟者會使用加盟事業主所提供之商標、產品、服務流程，甚至一致的店面裝潢等，但這些尚不足以認定二者間具有控制監督關係。美國法院多數認為，縱使加盟契約中約定在加盟者違約情形下，加盟事業主具有解約權，亦不足以認為加盟事業主對其有控制力存在。許多法院認為，加盟事業主對於加盟者之控制監督，至少應該到達日常營運上之實際控制，有法院甚至要求受害者所受之損害必須與加盟者之控制權有關，單純僅有契約上違約時之解約權，並不能認為具有控制權。因此，依據多數法院的見解，要主張加盟事業主應依僱用人責任負責，其對加盟者的控制程度必須到達日常營運的控制程度，在主張上實有其困難。

不過，由於美國法上之僱用人責任係屬嚴格責任（strict liability），不能以其已盡到選任監督義務而主張免責，因此在控制關係的認定上傾向較為嚴格的解釋。但我國的僱用人責任則仍屬過失責任，得以已盡監督選任義務而排除，因此或許可以採較為寬鬆之解釋。

---

<sup>129</sup> Kerl, 682 N.W. 2d at 336.

<sup>130</sup> Jeffery Brent Brams, Franchisor's Liability: Drafting Around the Problems With Franchisor Control, 24 OKLAHOMA CITY UNIVERSITY LAW REVIEW 65, 70(1999).

## 第二款 表見僱用人責任

### 壹、美國法律整編代理法之規定

除僱用人責任外，能構成代負責任之關係者，尚有依據表見授權或表見代理原則（apparent authority principle; apparent agency principle）所產生之責任。依據該原則，本人與表見代理人或使用人間雖無實質的控制監督關係，但本人所表現出之行為，因使第三人錯誤信賴二者有代理關係存在，而此一信賴亦具合理性時，要求本人對於表見代理人或使用人之侵權行為負代負責任。美國法律整編代理法第二版第 267 節中，對於表見代理即有較為明確之規定：「本人之行為表示出另一人為其僱用人或其他代理人，並因此造成第三人合理信賴此一表見代理人之注意義務及技能時，對於該表見人因欠缺該注意義務及技能而受有損害之第三人，本人應負侵權行為之損害賠償責任<sup>131</sup>。」

之後，在美國法律整編代理法第三版（Restatement (Third) of Agency）中，雖然並未年現如第二版之表見代理/使用（apparent agency）之規定，但在其第 2.03 條中則使用了表見授權（apparent authority）一詞，一般認為二者係相同之規定。美國代理法整編第三版第 2.03 節規範：「表見授權（apparent authority）係指當第三人合理信賴行為人有權代表本人，且該信賴係源自於本人之表示行為時，代理人或其他行為人有影響本人與第三人間法律關係之權力<sup>132</sup>」。很清楚地，表見代理人不需要真正獲得本人授權，而是否構成表見授權，則基於本人之表示行為所產生之合理信賴。而何謂本人之表示行為，根據 comment c 的描述，本人之表示行為並非憑空發生，第三人對於本人行為的合理

---

<sup>131</sup> RESTATEMENT (SECOND) OF AGENCY § 267 (1958).

<sup>132</sup> RESTATEMENT (THIRD) OF AGENCY § 2.03 states: “[a]pparent authority is the power held by an agent or other actor to affect a principal’s legal relations with third parties when a third party reasonably believes the actor has authority to act on behalf of the principal and that belief is traceable to the principal’s manifestations.”

瞭解，會反映在一般的商業習慣、本人產業的特定用法及雙方先前的交易習慣等。若僅有代理人之單純陳述或其他行為，但無任何可溯及於本人之表示行為時，不能構成表見授權，除非該代理人是在本人的指示下所為。如果只是代理人成功地使第三人誤信其有代理權，亦無法適用表見代理之原則<sup>133</sup>。代理法整編除了在第 2.03 節規範表見授權之定義外，其第 7.08 節更明白表示，本人就具備表見授權之代理人所為之侵權行為，應負代負責任<sup>134</sup>。

## 貳、表見僱用人責任之要件

美國法上之表見代理/使用責任起源於禁反言原則 (doctrine of estoppel)，此一原則於 1971 年的 *Gizzi v. Texaco, Inc.* 案中，首先被第三巡迴上訴法院適用於油品業者的加盟關係中，認為石油公司必須為其加油站加盟者之侵權行為負代負責任，縱使其與加油站業者間並無控制關係存在。在該案中，原告向 Texaco 加油站的員工購買一部車子，卻因車子剎車失靈而受傷。地方法院以該加油站員工出售車子係基於個人的行為，並非為 Texaco 出售車子，二者並無使用或代理關係為由駁回原告之訴訟。但第三巡迴法院則認為，二者雖無使實際上之使用人關係，但仍有適用表見代理/使用原則之餘地，而將事實認定之部分交由陪審團認定<sup>135</sup>。由於大部分的加盟關係均欠缺實質的控制關係，第三巡迴法院在 *Gizzi* 案中率先適用表見代理/使用原則來解決此一問題，等於擴張了加盟事業主的代負責任。雖然將表見代理/使用原則適用在加盟關係中，曾受到不少批評，認為此一原則會使加盟事業主承受過大的責任，因為只要是加盟的商業模式，原告都可以輕而易舉地證明加盟事業主有表見行為而要求事業主負代負

---

<sup>133</sup> *Id.* § 2.03 cmt. c.

<sup>134</sup> § 7.08 Agent Acts With Apparent Authority

“A principal is subject to vicarious liability for a tort committed by an agent in dealing or communicating with a third party on or purportedly on behalf of the principal when actions taken by the agent with apparent authority constitute the tort or enable the agent to conceal its commission.

<sup>135</sup> *Augustine GIZZI, Appellant, and Anthony Giaccio v. TEXACO, INC., Appellee. Appeal of Anthony GIACCIO, 437 F.2d 308, United States Court of Appeals, Third Circuit.*

責任，在油品業的加盟關係更是如此。然而，在 Gizzi 案之後，法院在類似案件中，均會援引表見使用原則來認定加盟事業主之責任<sup>136</sup>。

依據美國案例法之見解，表見代理/使用責任的建立，主要的要件有三：一、本人的表示行為；二、第三人的合理信賴及三、信賴與損害間具有因果關係<sup>137</sup>。因此，為建立加盟事業主之表見使用責任，做為原告的消費者即必須證明：第一、加盟事業主故意或過失地創造出加盟者為其使用人或受僱人的外觀；第二、原告合理地信賴該加盟者係加盟事業主之使用人或受僱人，及第三、原告因為其合理地信賴而受有損害。

#### 一、本人必須有表示行為 (manifestations)

表示行為 (manifestations) 依據整編代理法第 1.03 節之規定，係指任何人透過書面、口頭或行為表示同意或其意圖之行為。本人的表示行為包括本人對第三人所為之明示，或代理人之授權係由其他人所表示，到達第三人且可源自於本人<sup>138</sup>。

表見僱用人責任的成立，並非使用人表示其為代理人或使用人即為已足，尚需本人支持表見使用人之行為，亦即本人必須有所表示。在加盟關係中，加盟事業主為維持其品牌或商譽價值之完整性，通常會要求其加盟業遵守一致性的外觀、產品及服務流程等。這些一致性的外觀要求是否即構成加盟事業主之表示行為，在美國法院一直存有爭議。有些法院從加盟事業主之廣告、加盟者所使用的名稱及標示、加盟者使用印有加盟事業主標示的文件格式、加盟事業主明知加盟者未表示其為獨立事業體之情形、加盟者在其車輛上所使用的符號與配色等等因素來判斷加盟事業主是否有表示行為存在。但亦有法院認為，上述情況均不足以

---

<sup>136</sup> Brett A. Brosseit, *Buyers, Beware: The Florida Supreme Court's Abrogation of the Apparent Authority Doctrine Leaves Plaintiffs Holding the Tab for Torts of Franchisees - Mobil Oil v. Bransford*, Ave Maria School of Law, 23(3) Florida State University Law Review 837, at 841 (1996).

<sup>137</sup> *Preis v. American Indemnity Co.*, 220 Cal. App. 3d 752, 761(1990); *Mobil Oil Corp. v. Bransford*, 648 So.2d 119, 121(Fla. 1995).

<sup>138</sup> RESTATEMENT (THIRD) OF AGENCY, § 2.03 cmt. c.

證明加盟事業主的表示行為<sup>139</sup>。

自 Gizzi 案之後，若干法院為了避免加盟事業主代負責任之過度擴張，在解釋加盟事業主之表示行為時採取了「社會通念原則 (common knowledge)」，即在一般大眾的認知中，就油品產業的加盟關係而言，即使加盟者使用加盟事業主所提供的商標、標幟、標語或其他可識別加盟事業主的象徵，該加油站仍是由加盟者在經營。法院採取此一原則理由在於，其認為一般大眾均已認知到加盟事業主與加盟者間並無實質的控制關係此點，因此單純地授與商標使用權、使用統一的外觀及銷售加盟事業主之產品及服務等，並不構成加盟事業主之表示行為，必須加盟事業主另有其他足以使第三人信其有控制關係之行為。

此一解釋限縮了表見代理/使用原則在加盟關係中之適用，最著名的案例即 Mobil Oil Corp. v. Bransford 一案。在該案中，18 歲的 Bransford 一日進入 Mobil 加油站的商店中購買三明治，因為與商店店員 Stetham 發生口角，被該店員毆傷。該加油站的所有權屬 Mobil 公司，係由加盟者 Alan Berman 向 Mobil 公司承租並經營，Stetham 係 Alan Berman 所僱用的員工。Bransford 向 Mobil 提出控制，要求 Mobil 依據表見代理/使用原則，對 Stetham 的侵權行為負代負責任。佛羅里達州最高法院認為，在現今的社會中，僅僅是使用加盟事業主的商標及相關的廣告此點，並不當然表示加盟事業主對加盟者在實際經營及員工僱用上即有控制權。而商店的所有權雖然有可能與控制權有關，但與本案的事實並無關聯<sup>140</sup>。因此，依據法院的見解，加油站商店的員工即使穿戴 Mobil 公司的制服，且該商店亦屬 Mobil 公司所有，但由於係屬加盟者經營，尚不構成加盟事業主之表示行為，除非原告能證明加盟事業主有其他參與經營的行為，否則無表見代理/使用原則之適用<sup>141</sup>。

---

<sup>139</sup> Joseph H. King, Limiting the Vicarious Liability of Franchisors for the Torts of Their Franchisees, 62 Wash. & Lee L. Rev. 417, 441-442(2005)

<sup>140</sup> Mobil Oil Corp., v. Bransford, 648 So. 2d 119, 121(Fla. 1995).

<sup>141</sup> *Id.*, at 843.

然而，在 *Miller v. McDonald's Corp.*，案中，上訴法院採取不同的見解，其認為：「在此類案件中，加盟契約要求加盟者的經營模式必須與加盟事業主一致，加盟事業主透過契約上之義務及要求，維持加盟者在經營與外觀之一致性，藉以表彰整個體系的一體性。採加盟經營模式的目的即是為了吸引消費者大眾進入整個體系，因此其所強調的一體性 (uniformity)，即為法院在考量二者間是否具有表現使用關係的重要依據。<sup>142</sup>」法院認為，麥當勞透過全國性的廣告、共同的商標及制度、共同的菜單、共同的外觀及共同的作業流程創造出所有麥當勞加盟者與其公司的一體性，即符合了加盟事業主應有表示行為的要件<sup>143</sup>。

此外，在最近的案例中，法院亦有放寬表示行為認定之趨勢，例如以加盟事業主在網站上之廣告及內容，做為其表示行為之證明。在 *Bauer v. Douglas Aquatics Inc. LLC.*，一案中，DA Charlotte 為 Douglas Aquatics 在北卡羅萊納州的加盟者，為一游泳池建商。北卡羅萊納州上訴法院認為，Douglas Aquatics 在其網站上表示 DA Charlotte 為其在北卡羅萊納州的第五家分店，即已構成以 DA Charlotte 為其使用人之表示行為。雖然 Douglas Aquatics 主張，其與加盟者的契約中，已約定與加盟者間係屬獨立契約關係 (independent contractor)，並禁止其對外表示為 Douglas Aquatics 的代理人或使用人，然而法院認為，加盟事業主與加盟者間之契約，第三人並無從得知。第三人僅得從網站上之廣告或聲明來決定是否與其締結契約或往來。故法院認為，從網站上聲明 DA Charlotte 為其第五家分店此點，已構成第三人會合理信賴 DA Charlotte 為 Douglas Aquatics 之代理人此點<sup>144</sup>。

有學者認為，或許美國法院對於石油公司的代負責任均傾向較嚴格的認定，至少比飯店及餐飲連鎖業者嚴格的原因可能在於，在油品產業的加盟形態中，加盟者只是在販售石油公司的產品，石油公司對於加盟者的經營涉入極少的緣故

---

<sup>142</sup> Miller, 945 P. 2d at 1112-1113.

<sup>143</sup> Miller, 945 P. 2d at 1113

<sup>144</sup> Bauer v. Douglas Aquatics, No. COA10-47, Sep. 07 2010.



## 二、第三人須有合理信賴存在

所謂合理信賴，係指第三人必須信賴加盟者為加盟事業主之使用人或加盟事業主對加盟者有一定的控制力存在，且此一信賴亦須具有合理性。就合理信賴（reasonable reliance）此一要件，美國法院見亦有寬嚴不同的見解存在。有認為只要存在客觀的合理可信賴性即為已足。在 *O' Banner v. McDonald' s Corp.* 一案中，法院認為憑著麥當勞的廣告，就足以使人產生二者有使用人關係之信賴存在。因此，只要加盟事業主有足夠的商譽可使第三人產生信賴，使用該商標的加盟者即很容易被認定為亦受到相同的信賴。

然而，亦有法院採取較嚴格的審查標準，認為合理信賴此一要件，除了客觀上有其合理信賴性外，第三人尚必須證明其主觀上亦有實際信賴存在。其認為，縱使認為加盟的統一外觀及經營模式足以構成加盟事業主的表示行為，但在合理信賴的要件上，依據現在一般大眾的認知（common knowledge），均不認為加盟事業主對加盟者有實際的控制關係存在，因此原告無法主張僅因為信賴加盟事業主的商譽而與加盟者往來。換言之，原告不能僅以外觀的一致性等即認為已產生合理信賴加盟者為加盟事業主的使用人，必須另有其他事實證明其合理信賴存在<sup>146</sup>。

就合理信賴此一要件，許多法院亦同樣以社會通念（common knowledge）原則認為加盟關係係屬獨立契約關係為一般通常人所理解，因此一般人對於加盟關係係屬代理/使用關係不致於產生合理信賴。但是，此一原則實存有以下爭議：

第一，根據學者研究之證據顯示，對於加盟契約係屬獨立契約關係此點，並非一

<sup>145</sup> Brett A. Brosseit, *Buyers, Beware: The Florida Supreme Court' s Abrogation of the Apparent Authority Doctrine Leaves Plaintiffs Holding the Tab for Torts of Franchisees - Mobil Oil v. Bransford*, Ave Maria School of Law, 23(3) Florida State University Law Review 837, at 847 (1996)

<sup>146</sup> Brett A. Brosseit, *Buyers, Beware: The Florida Supreme Court' s Abrogation of the Apparent Authority Doctrine Leaves Plaintiffs Holding the Tab for Torts of Franchisees - Mobil Oil v. Bransford*, Ave Maria School of Law, 23(3) Florida State University Law Review 837, at 843 (1996).

般社會通念；第二，縱使認為多數的社會大眾了解加盟者係獨立於加盟事業主之事業主體，亦不代表，不知道這件事情的社會大眾，其不知係屬不合理。第三，除非實際上原告已被告知加盟者係屬獨立事業一事（在此種情形下亦不需社會通念之假設），否則原告實無管道瞭解與其交易的對象是非加盟關係的直營店或是加盟者。第四、縱使原告知道與其交易的對象是獨立的加盟者，亦不代表原告必然知道加盟事業主就其在加盟者中所受到的損害不用負任何責任。如果法官、律師及學者對於上述問題都存有疑問，如何能期待一般社會大眾能清楚辨識。而可以確定的事是，在通常情況下，一般社會大眾根本不會想到這些問題，再加上加盟事業主不斷地透過廣告及行銷手法致力於建立加盟體系之整體性，因此可以認為，消費者在此種情形下會不知不覺地將商標及某些標幟與特定的正面品質聯想在一起，例如有益建康及安全等等，然後進一步地，消費者會期待這些品質不會因為不同的地點或時間而有明顯地改變，即使有不符預期品質之處，其加盟體系亦會將其排除<sup>147</sup>。因此，法院以社會通常之假設，認為一般人對於加盟關係已有瞭解此點來排除合理信賴之要件，實在不具有說服力。

### 三、合理信賴與損害間應具有因果關係

最後，原告必須證明其所受到之損害與其合理信賴有關，即必須賦與其信賴重要性。在 *O' Banner v. McDonald' s Corp.* 一案中，原告即因為無法證明其信賴該麥當勞速食店為加盟事業主之代理人或使用人，與其是否進入該速食店並受到損害有關，如果原告不能證明不具代理或使用人關係會影響其進入該速食店之決定時，法院認為他可能只是找一家廁所比較近的店或赴朋友之約，在這種情形下，其信賴與其所受之損害即無任何關係<sup>148</sup>。

然而，同樣是麥當勞的案件，在 *Miller v. McDonald' s Corp.* 一案，法院

---

<sup>147</sup> John L. Hanks, Franchisor Liability for the Torts of Its Franchisees: The Case for Substituting Liability as a Guarantor for the Current Vicarious Liability, 24 OKLAHOMA CITY UNIVERSITY LAW REVIEW 1, 25-26(1999).

<sup>148</sup> *O' Banner v. McDonald' s Corp.*, 173 Ill. 2d 208(1996).

卻採不同的看法。在該案中，原告主張她會進入這家麥當勞是因為，她覺得她可以享受到與先前其他家麥當勞相同品質的服務及在準備食物上之注意水準。被告則主張，原告所提出的主張，只能證明她之所以進入這家餐廳是因為它是麥當勞，但卻不能證明她是信賴這家麥當勞是屬於加盟事業主所有並由加盟事業主經營。法院駁回被告的主張，認為被告要求原告證明的事項太過複雜，超過一般大眾的理解程度，同時也忽略了一點，就是麥當勞自己以相同的產品及品質水準讓大家認為所有的麥當勞餐廳都是麥當勞的一部分。因此法院認為，原告因為其在此其他麥當勞所經驗者，使她認為所有的麥當勞分店均為麥當勞的一部分時，即可證明其信賴在其決定上的重要性<sup>149</sup>。此一案件說明了，法院認為第三人對於加盟者係屬加盟事業主之使用人此點，只要有合理信賴存在即可，但不需要到影響其決定之程度，即第三人不需證明「若知道加盟者並非加盟事業主之使用人，即不會進入消費」此點。

#### 四、表見僱用人責任之排除

就表見僱用人責任而言，由於責任的產生是基於消費者的信賴，因此加盟事業主若能適當表明加盟者係與其無關的獨立事業，即有可能可以免責。在 *State ex rel. Domino's Pizza, Inc. v. Dowd* 一案中，法院認為，表見授權之產生係由於加盟事業主允許加盟者以其名義對外為法律行為，因此在表見代理原則下，當加盟者在其廣告上未揭露其與加盟事業主間之獨立關係時，加盟事業主即須負代負責任<sup>150</sup>。換言之，若加盟者在與第三人往來時，已充分揭露其與加盟事業主係屬不同主體之獨立關係時，即有排除表見責任之理由。

此外，揭露的方式亦有可能影響責任之有無。在 *Burkland v. Electronic Realty Associates, Inc.* 一案中，法院認為，雖然加盟者表示其為「獨立所有

---

<sup>149</sup> Joseph H. King, Limiting the Vicarious Liability of Franchisors for the Torts of Their Franchisees, 62 Wash. & Lee L. Rev. 417, 455-456(2005)

<sup>150</sup> *State ex rel. Domino's Pizza, Inc. v. Dowd*, 941 S.W. 2d 663, 666 n2(Mo. Ct. App. 1997)

及經營 (independently owned and operated)」之公司，但是由於其字體太小，並不足以推翻消費者從加盟事業主的全國性廣告中所產生之信賴<sup>151</sup>。因此，若加盟者對於第三人之揭露方式係以不容易被注意到的方式為之，無法推翻加盟事業主在全國性廣告中所締造之印象時，仍然無法免除其代負責任。

當然，欲以揭露二者關係之方式而排除責任者，應指適用表見僱用人責任之情形。若是基於控制關係而存在的僱用人責任，即不可能以揭露關係方式排除責任，必須就實際控制關係之有無來認定責任存在與否。此外，加盟者之揭露義務雖然得在加盟契約中明定，但是否排除責任並非以契約約定為準，而係以實際是否已完整揭露二者關係為準，蓋加盟契約之條款基於債權相對性原則，並不能據以對第三人主張之。

### 第三款 禁反言原則

除了僱用人之代負責任外，加盟事業主亦有可能依據禁反言原則而須負侵權行為之代負責任。在代理法第 2.05 條亦就代理關係之禁反言原則 (estoppel to deny existence of agency relationship) 加以規範。依據該條之規定，若本人在無表見代理適用之情形下，但仍有故意或過失使第三人合理地相信該法律行為係為本人而為者，或知道有此一錯誤的信賴存在，但未採取任何合理的步驟予以澄清者，本人仍必須對第三人負責<sup>152</sup>。

在 Crinkley v. Holiday Inns. Inc. 一案中，原告因為在 Holiday Inn 之

---

<sup>151</sup> Burkland v. Electronic Realty Associates, Inc, 740 P. 2d at 1145(Mont. 1987).

<sup>152</sup> §2.05 Estoppel To Deny Existence Of Agency Relationship

A person who has not made a manifestation that an actor has authority as an agent and who is not otherwiseliabile as a party to a transaction purportedly done by the actor on that person's account is subject to liability to a third party who justifiably is induced to make a detrimental change in position because the transaction is believed to be on the person's account, if

- (1) the person intentionally or carelessly caused such belief, or
- (2) having notice of such belief and that it might induce others to change their positions, the person did not take reasonable steps to notify them of the facts.

連鎖加盟飯店遭受攻擊受傷而向 Holiday Inn 提告。Holiday Inn 主張該飯店係由加盟者所有並經營之飯店，其僅授與該飯店使用其商標名稱，並以營收之一定比例為授權金而已，並未實際就飯店之經營管理負責，二者亦無代理關係存在，因此對於本案之過失，係加盟者之過失，與其無關。法院判決原告勝訴，認為在本案中，Holiday Inn 允許加盟者創造出該飯店係由 Holiday Inn 所有並經營之外觀，並且讓顧客因為信賴 Holiday Inn 之商譽所代表的安全性而與其接近。即使加盟者在該飯店的餐廳有表明其為餐廳之所有人，但此點並不足以推翻消費者之信賴。因此，Holiday Inn 依據禁反言原則，不能否認其為飯店之所有人<sup>153</sup>。

禁反言原則與表見授權原則最大的區別在於，表見代理責任源自於本人的表示行為所造成之信賴，但禁反言原則則不限於本人之行為，即在得知有人以其名義對外為法律行為時，並未採取合理的方式予以澄清時，亦有可能構成代負責任。此外，在表見代理原則下，關於信賴有代理關係存在與損害間是否須有因果關係，常存有爭議，但在禁反言原則中，由於第 2.05 條明規定，第三人之信賴必須是與損害有因果關係者 (make a detrimental change in position because the transaction is believed)，因此若是進入飯店與否與信賴無任何關聯時，例如是應邀出席者，並非基於信賴而選擇該飯店時，其損害與信賴間即無關聯，無禁反言原則之適用。最後，禁反言原則，依據代理法之規定，必須是在無其他原則適用下才能適用，因此在適用順序上，仍應優先適用表見代理原則。

#### 第四款 其他法規之規定

此外，在歧視及性騷擾員工的案件中，聯邦法院則採取單一僱用人理論 (single employer theory) 要求加盟事業主對加盟者員工之歧視及性騷擾負責。單一僱用人理論係指，當加盟事業主對加盟者之員工僱用有影響力或控制力時，有些法院認為此時加盟事業主對加盟者可被視為是共同的僱用人

---

<sup>153</sup> Crinkley v. Holiday Inns, Inc., 844 F.2d 156(4<sup>th</sup> Cir. 1988).

(co-employer)，加盟事業主對加盟者之員工之侵權行為，亦須負僱用人之代負責任<sup>154</sup>。

## 第五款 個別產業的案例

由於不同產業的加盟形態不同，加盟事業主對加盟者的控制程度亦不相同，而有可能影響加盟事業主之責任。就僱用人責任而言，因為控制力一向是判斷責任有無的關鍵，因此如加油站、汽車產業等以銷售產品為導向的加盟體系，加盟事業主通常會被美國法院認定無僱用人責任之適用，而如餐飲、飯店及其他以提供服務為導向的服務業，加盟事業主之僱用人責任則較容易成立。但是，若以表見使用人責任而言，因為判斷責任有無的關鍵與控制力無關，在而於加盟事業主的表見行為與消費者的信賴程度，因此，是否會因為不同樣態的加盟關係而有別，則尚需進一步研究。

### 一、連鎖加油站

在連鎖加油站的案例中，最著名者莫過於 Mobil Oil Corp. v. Bransford<sup>155</sup>一案。在該案中，原告 Bransford 因受到加油站員工的攻擊而受重傷，因該加油站係 Mobil 公司所有並交由加盟者經營，原告遂對加盟事業主 Mobil 公司主張僱用人之代負責任。地方法院駁回原告之訴，認為原告未提供足夠證據證明 Mobil 應依表見代理原則負表見僱用人責任。第四巡迴上訴法院則推翻地方法院見解，認為該加油站係 Mobil 公司所有，而 Mobil 亦授權加盟者使用其商標、制服及標示等，藉此吸引顧客與其往來，故 Mobil 公司之行為已構成表見僱用人之表示行為而必須負代負責任。但佛羅里達州之最高法院則推翻巡迴法院之見解，認為本案原告並未舉證證明 Mobil 有表示行為足以使人信賴其為僱用人，故認定 Mobil 公司不構成表見僱用人之責任。

---

<sup>154</sup> Sara M. Turner Franchisor Liability for Franchisee Actions, Newsletter, September 19, 2011.

<sup>155</sup> Mobil Oil Corp. v. Bransford, 648 So.2d 119(Fla. 1995).

在該案中，佛羅里達州最高法院雖然認為在加盟關係亦有表見代理/使用原則之適用，但在適用表見代理原則時，則以「通常觀念原則 (common knowledge doctrine)」來解釋表見僱用人責任之表示行為及合理信賴要件。依據法院之見解，根據一般人對於連鎖加油站的理理解，加油站員工穿著石油公司的制服及使用石油公司的商標等，只是表示其所販售的商品係屬該石油公司之產品，並非表示其為石油公司的員工。因此難以使人產生該員工為石油公司員工之信賴<sup>156</sup>。

除上述案例外，在 Wood v. Shell Oil Co.，案中，法院亦提到，多數法院均不認為石油公司與加盟者間具有表見僱用人之關係，因為一般通念均認為加油站係屬個人所有，並非石油公司之員工<sup>157</sup>。在 Sherman v. Texas Co.，一案中，法院亦認為加油站使用石油公司之商標只是表達其販售該石油公司之商品之意<sup>158</sup>。因此，在連鎖加油站的案例中，美國法院幾乎均認為石油公司對於加油站之經營者或員工為之侵權行為，無代負責任存在<sup>159</sup>。

## 二、不動產經紀加盟者

在 Kaplan v. Coldwell Banker Residential Affiliates, Inc. 一案中，加州上訴法院對於加盟者之侵權行為即認為加盟事業主有表見使用人責任之適用。在該案中，原告（上訴人）為法院法官，透過不動產經紀人 Eric L. Marsh dba Coldwell Banker Citrus Valley Realtors (Marsh) 向被告之一 La Monte 購買三筆農地，事後發現該土地並非契約所言內容，因此控告土地出賣人及其不動產經紀人詐欺。此外，原告亦向其不動產經紀商 Marsh 的加盟事業主 Coldwell Banker 主張僱用人責任。在本案中，Marsh 為 Coldwell Banker 的加盟者，在其加盟契約中，加盟事業主要求加盟者應向大眾表明其為「由加盟者獨立所有及經營之 Coldwell Banker Residential Affiliates 成員」。這句話在 Marsh 的宣傳

---

<sup>156</sup> William T. Hennessey, Agency Law: Extending the Common Knowledge Doctrine, 47 FLORIDA LAW REVIEW 147, 150(1995).

<sup>157</sup> Wood v. Shell Oil Co., 495 So.2d 1034, 1039(Ala. 1986).

<sup>158</sup> Sherman v. Texas Co., 165 N.E.2d 916, 917(Mass.1960).

<sup>159</sup> William T. Hennessey, Agency Law: Extending the Common Knowledge Doctrine, 47 FLORIDA LAW REVIEW 147, 156(1995).

廣告中被引用，而且是用比 Coldwell Banker 還小的字體表示。原告主張，其找上 Marsh 是因為 Coldwell Banker 這個大招牌，這個享有全國性聲譽的公司，且並未注意到上述表明 Marsh 是獨立經營的這句話。地方法院以雙方不具有使用人關係而駁回原告之訴，但上訴法院認為二者雖無實際的使用人關係，但是卻有表見使用人關係。上訴法院認為：「Coldwell Banker 對原告雖然並沒特別表示 Marsh 為其使用人之行為，但是，對社會大眾而言，其實已有表示行為存在，而原告亦信賴其表示行為。我們瞭解為何原告會認為 Coldwell Banker 是 Marsh 的加盟事業主，因為從 Coldwell Banker 的名稱、廣告活動、商標及使用成員（member）一字可知，其目的均是想要將消費者帶進 Coldwell Banker 的加盟體系中。就像原告所言，Coldwell Banker 的行銷策略是成功的，因為其讓原告相信 Marsh 就是 Coldwell Banker。因此，法院認為原告已經證明有足夠的事實使用信賴 Coldwell Banker 與 Marsh 間存在表見使用人之關係」<sup>160</sup>。

此外，在 *Miles v. Century 21 Real Estate LLC* 一案中<sup>161</sup>，法院針對 Century 21 Real Estate 加盟者的員工歧視非裔美國人一事，認為 Century 21 房地產公司須依表見授權原則負責。法院認為，在加盟關係中欲主張加盟事業主之表見使用責任，原告必須證明：一、加盟事業主有若干表示行為，使得合理之人得認為加盟者的經營者或員工為加盟事業主的員工或使用人；二、原告實際上亦信賴該加盟者的經營者或員工，為加盟事業主的員工或使用人；及三、原告因為此一信賴而受有損害。而所謂加盟事業主使他人產生信賴之表示行為，包括為維持所有加盟者統一的形象所使用之方法或做法，包括全國性的廣告、共同的表徵及制服、共同的菜單、共同的外觀及共同的標準等<sup>162</sup>。

此外，在本案之法院更進一步援引 *Ago v. Begg, Inc.* 案之法院見解，指

---

<sup>160</sup> *Kaplan v. Coldwell Banker Residential Affiliates, Inc.* (Cal. App. 1997) 59 Cal. App. 4<sup>th</sup> 741, 69 Cal. Rptr. 2d 640, review denied(1998).

<sup>161</sup> *Miles v. Century 21 Real Estate LLC*, 4:05-CV-1088 GTE, 2007 WL 92795(E. D. Ark. Jan 11, 2007).

<sup>162</sup> *Miles v. Century 21 Real Estate LLC*, 4:05-CV-1088 GTE, 2007 WL 92795(E. D. Ark. Jan 11, 2007), at. 9.



出房地產公司的加盟者，其所販售者並非加盟事業主所製造的商品，而是販售其專業知識、建議及受委任之能力。消費者會因為加盟者及其員工使用了加盟事業主之商標及商譽，合理地信賴加盟者及其員工亦具備與加盟事業主相同的專業能力。因此更應認定其商標的授與及維持所有加盟者之一體性的行為，均可做為本人的表示行為，對於因此所產生信賴之第三人，亦應負表見僱用人之責任。

### 第三項 小結

對於加盟事業主是否就加盟者之行為負責，在美國普通法上，主要是依據二項重要的原則來判斷，即僱用人責任及表見僱用人責任。就僱用人責任而言，僱用人責任之產生源自於加盟事業主對於加盟者之控制力。然而，在採取加盟關係之商業模式中，加盟事業主為了維持其商標權的完整性，勢必會對加盟者進行不同程度的監督及控制，若在加盟關係中僅有單純的授權契約，或無法透過契約對於商標之實施進行管控時，加盟事業主很容易喪失其商標權，因此加盟事業主要證明對加盟者無控制力，實際上有其困難<sup>163</sup>。因此，究竟應具備何種程度的控制強度才能構成僱用人代負責任，美國法院雖有不同看法，但多數法院認為必須達到介入加盟者日常經營的程度。此外，雖然在一般的加盟契約中，均會約定加盟者為獨立的締約者，但美國法院認為此項約定並非決定性因素，必須參酌契約的其他條款、營運手冊及實際的狀況來決定二者是否存在使用人關係。

由於主張僱用人責任有其困難之處，通常原告會依據另一項原則，即表見僱用人責任主張加盟事業主之代負責任。美國法院原則上承認在加盟關係中得適用表見代理/使用原則，令加盟事業主負表見僱用人之責任。然而表見僱用人責任的要件必須要有加盟事業主的表示行為其第三人之合理信賴等要件。就表示行為而言，法院見解亦寬緊不一。有法院認為僅有一致性的外觀、商標、標識、制服

---

<sup>163</sup> Robert W. Emerson, Franchise Goodwill : Take a Sad Song and Make it Better, 46 UNIVERSITY OF MICHIGAN JOURNAL OF LAW REFORM 349, 396(2013).

等象徵，尚不足以構成加盟事業主之表示行為，因為此乃加盟商業模式中為維持商標權所必要之行為，不能構成加盟事業主之表示行為，必須有其他使第三人信賴其有控制權之行為。但亦有法院採取不同的見解，認為外觀之維持以足以使第三人產生合理信賴使用或代理關係之存在。雖然見解不同，但若從風險合理分配的角度而言，先課以加盟事業主表見僱用人責任，並使其得以對外明白揭示二者之獨立關係而排除責任，似乎較為合理。

此外，就不同的產業，法院在適用表見僱用人責任時，態度亦有所不同。同屬加盟體系，在連鎖加油站的案例中，法院均不會要求石油公司就加油站員工之侵權行為負表見僱用人責任，理由在於依據社會通念及大眾對連鎖加油站的理解，加油站使用石油公司之商標及標識等，僅是表示其所販售的商品係屬石油公司生產，並非表示其為石油公司之員工。因此傾向認定無表見責任之存在。但就不動產經紀業而言，法院多認為，加盟者使用加盟事業主的商標及標示等，即表示其所提供之服務具備了加盟事業主之專業能力及水準，因此要求加盟事業主對加盟者員工之侵權行為負代負責任。

#### 第四節 加盟事業主對第三人之契約上責任

在美國法上，欲使為法律行為以外之本人負擔契約上之責任，必須透過代理關係之建立。依據美國法律整編代理法之規定，代理關係之產生主要有，一為實質授權（actual authority），另一為表見授權（apparent authority）。不論是實質授權或表見代理，代理人以本人名義對外所為之法律行為，效力及於本人，代理人並無契約上之責任<sup>164</sup>。依據代理法第 6.01 條之規定，當代理人基於實質授權或表見授權以本人之名義與第三人締結契約時，以本人與第三人為契約當事人，且除非經代理人與第三人同意，代理人非為契約之當事人<sup>165</sup>。在加盟關係中，

---

<sup>164</sup> J. Dennis Hynes & Mark J. Loewenstein, AGENCY, PARTNERSHIP, AND THE LLC, at.152(2008)

<sup>165</sup> § 6.01 Agent For Disclosed Principal

When an agent acting with actual or apparent authority makes a contract on behalf of

由於加盟者係以自己名義對外為法律行為，其契約關係僅存在加盟者與消費者間，故消費者甚少對加盟事業主主張其應負本人之契約責任。

## 第五節 表見僱用人責任在我國法上之運用

在我國民法上，民法第 188 條之僱用人責任在判斷僱傭關係之有無上，一向採取較為寬鬆的認定。57 年台上字第 1663 號判例即謂：「民法第 188 條第 1 項所謂受僱人，並非僅限於僱傭契約所稱之受僱人，凡客觀上被他人使用為之服勞務而受其監督者均係受僱人」。法院據此一判例，亦認為民法第 188 條之僱用人責任，係為保護被害人而設，故該條所稱之受僱人應從寬解釋，凡客觀上被他人使用為之提供勞務而受其監督者均屬之，亦即僅須在外觀上具有選任、監督關係，即可認定為受僱人，並不受當事人主觀上所認定之影響<sup>166</sup>。然而，此一解釋是否意謂只要外觀上具備監督關係即為已足，縱使二者並無實質的監督控制關係，亦得要求此一表面的僱用人負責，則存有疑義。

就我國法上，學者通說認為僱用人之所以負責，並非為自己行為獨立負責，乃是就他人責任負責，因而僱用人責任，係為一種代負責任之一種侵權行為責任態樣<sup>167</sup>。然而，亦有學者認為，僱用人之所以須依民法第 188 條第 1 項負責，乃係其就「選任受僱人及監督其職務之執行」，未盡相當之注意義務下，其受僱人於執行職務時侵害他人之權利。因為僱用人既然透過受僱人擴大其活動(或交易)範圍，對於整個國家社會即應負擔保護他人不受其僱用人因執行職務而受到權利侵害之義務。因而僱用人之所以要負責，係其對於受僱人未盡到選任或監督其業務執行之應為義務，此乃因不作為違反交易安全義務所致，因此僱用人責任係為

---

a disclosed principal,

(1) the principal and the third party are parties to the contract; and

(2) the agent is not a party to the contract unless the agent and third party agree otherwise

<sup>166</sup> 93 年台上字第 2516 號判決。92 年度台上字第 779 號判決、94 年台上字第 2243 號判決亦同。

<sup>167</sup> 史尚寬，債法總論，頁 179，1990 年 8 月；邱聰智，新訂民法債編通則(上)，209 頁，2000 年。

自己行為負責之一種態樣<sup>168</sup>。

在我國法上，僱用人責任之性質不論是通說認為的有免責事由的代負責任，或學者主張之交易往來安全義務之違反，僱用人責任均非屬無過失責任或危險責任<sup>169</sup>，故若以實務上認為，只要有「客觀上被他人使用為之服勞務而受其監督」之外觀，即要求僱用人負連帶賠償責任，無異使僱用人承擔了無過失責任或危險責任。我國法上之僱用人責任既然是源自於其監督選任上之疏失，本質仍屬過失責任，而非擔保責任，因此在一方對另一方無監督選任上之關係時，要求其負僱用人即需有更充分的理由。

在美國法上，對於僱用人的代負責任，主要有二項理論基礎，一為要求實質控制關係的僱用人責任，另一即為表見僱用人責任。在表見僱用人責任中，要求表見的僱用人就表見使用人之侵權行負責，其理由在於表見僱用人本身有使人誤以為其為僱用人之表示行為存在，且因而使第三人信賴該表示行為而與其接近並因此受有損害，如此一來，要求表見僱用人承擔僱用人責任方為合理。若欠缺上述要求，僅因單純外觀的僱傭關係即令表見僱用人負責，無異是課予無過失責任或危險責任，顯與立法意旨不符。

因此，在加盟關係中，加盟事業主與加盟者間，根據其加盟契約之內容，若透過員工選任及訓練、營運方式的介入等具有實質的監督控制關係存在時，即可認為具備第 188 條之僱用人與受僱人之關係，而令加盟事業主對加盟者及其員工之職務上侵權行為負連帶賠償責任。

然而，在欠缺此一實質控制關係之情形下，在法律的適用上，不論如何擴大解釋僱傭關係，均無法涵蓋無監督選任關係存在之二人，因此必須進一步判斷有無類推適用該條之可能性。加盟法律關係與單純買賣及授權關係的不同在於，加

---

<sup>168</sup> 姚志明，僱用人求償權範圍之解析，評最高法院一〇〇年度台上字第二一四九號民事判決，月旦裁判時報，第 16 期，21-22 頁，2012 年 8 月。王澤鑑，前揭書(二)，147 頁，2006 年。

<sup>169</sup> 惟亦有學者認為，僱用人雖得證明已盡選任監督之責或縱加以相當注意仍不免發生損害而免除其賠償責任，惟此係僱用人免責要件，與加害行方之故意過失無涉，故僱用人所負之責任屬於無過失責任。林誠二，債法總論新解(上)，404 頁，2010 年。

盟事業主為維持其商譽及商標的一體性，並藉以招徠消費者與加盟者往來交易，並從中獲取加盟金或權利金之利益，其勢必會藉由大規模的廣告及宣傳手法，營造出事業一體的形象。不論加盟事業者與加盟者間是否具有實質的控制關係，實已創造出消費者無法辨識的外觀。而依據美國法上表見僱用人之理論，若加盟事業主有表示加盟者及其員工為其受僱人之行為，包括使用統一的制服及服務提供模式等，並因此使第三人信賴加盟者之員工為加盟事業主之受僱人時，加盟事業主即須就其表示行為負代負責任。根據美國表見僱用人責任之法理，應可認為，在符合表見僱用人責任的情形下，得類推適用第 188 條之規定，要求加盟事業主就加盟者員工之侵權行為負責，除非加盟事業主已盡力排除此一信賴，並達可推翻消費者合理信賴之程度。

依據加油站之加盟契約，石油公司本身對於加盟加油站的控制力並不高，加油站往往僅提供石油公司之產品給消費者，係屬產品行銷的加盟模式。雖然加油站使用石油公司的商標、標章及表徵藉以招徠消費者，但商標權之授與本為加盟關係中必要的要件，除此之外，石油公司對於加油站之營運並無太多介入，亦無其他易使人誤認二者有僱傭關係之表示行為存在。因此，石油公司對於加油站員工的侵權行為，原則上較無適用及類推適用僱用人責任之餘地，尤其是基於加油站獨立經營之商店及洗車、維修設備等場所或行為所涉及之侵權行為，在美國的案例中，亦是如此。

然而，在不動產經紀業加盟的情形，加盟者對消費者所提供者並非單純的商品，而是標榜與加盟事業主提供相同的專業服務內容。在美國法上，此種因提供專業服務時所造成之疏失，由於較具有使人認為加盟者之員工係加盟事業主員工之信賴存在，除非加盟事業主能主張已盡力排除此一信賴關係，否則即須依表見僱用人原則承擔代負責任。

## 第五章 日本法下加盟事業主對第三人之責任

### 第一節 日本之加盟體系的發展與課題

關於「加盟」之定義，如前所述，在美國一般將其區分為製品/商標加盟型及營業格式化(business format)加盟型，對於多使用於汽車、加油站等經營體系之前者，在日本多將其稱為「流通系列化」或「代理店、特約店制」，以與後者之加盟制有所區別。亦即，在日本稱為加盟制的情形一般係專指營業格式化型。但如同美國之加盟體系泛指兩者係因二者在本質上有許多類似之處般，日本之加盟體系的發展，亦僅因其導入時期的差異而有形式上的區別，實質上仍屬廣義之加盟體系的定義。以下即先就日本之流通系列化及加盟體系之發展作一說明，以明瞭問題發生之緣由。

#### 第一項 發展沿革

##### 第一款 戰後之流通系列化的興起<sup>170</sup>

日本之流通系列化（即所謂之通路）係起源於第二次大戰前，但該等系列經戰時及戰後統制經濟的影響，於二戰結束前後幾乎已全數瓦解。此流通系列化再次成形是在 1950 年代後期。自該時起，有例如汽車（豐田汽車）、家電（松下電器）、醫藥（大正製藥）、化妝品（資生堂）等業種為先驅之流通系列；其後真正在其他各業界廣泛地開始運作的時期是 1960 年代後半高度經濟成長的時期。當時日本製造消費財的企業，在工廠使用新型生產機器製造大量優質商品，亟需能夠大量銷售製品之流通管道。為改善舊時代遺留之前近代式的流通管道（流程長

---

<sup>170</sup> 川越憲治，フランチャイズ・システムの法理論，商事法務，2001 年，52-53 頁。

又狹隘)的結果,即為由製造商主導之流通系列化;此等經銷商在名義上稱為代理店或特約店,多係由製造商與經銷商締結經銷契約、採取自製造商進貨獨立經營之方式販售。在此時代背景下,流通系列化之生成並未受到太多以加盟形式為主之國外流通體系的影響。

但日本之縱向型的流通革新亦並非完全由製造商所主導。例如戰後美國在日本國內開始販賣可口可樂而成形的加盟體系即為例外的典型。販賣之始係由以美國母公司100%投資的日本子公司(日本可口可樂)進行,其後,日本可口可樂與「東京飲料」締結商標授權之加盟契約,順次地在日本國內各地締結讓加盟者取得各自營業區域的加盟契約,以擴張加盟網。不過因其性質為商標授權之流通網,與上述流通系列化不同,亦有異於後述營業規格化行之加盟體系。

## 第二款 營業規格化加盟體系之出現

營業規格化型之加盟體系開始在日本國內受到注意係在1950年代後期最先為「不二家」(製販洋式甜點業務)於1963年決定導入「加盟體系」,其後則有「duskin」(經營租販清潔用品與代客清理業務)、「白洋社」(洗衣業務)與「養老乃瀧」(居酒屋式餐飲店)跟進,1970年代後更有「肯德基炸雞」及便利商店之加入,1985年左右加盟事業進入全盛時代急速成長至今<sup>171</sup>。但由現今之發展狀況觀之,初期導入加盟經營模式當時仍僅係參考在美國成功經營方式的實績而導入,對於加盟的概念與認知並不明確。

檢視該等初期開始採取加盟體系的經營業者的創業過程可知,其可區分為已意識到且積極學習美國經驗的加盟體系者、及與完全未受美國影響而自行摸索確立架構者。惟無論是受到影響、或是獨自開發的架構,因皆尚屬黎明期的發展階段,距可稱為體系化的完成度仍有相當距離。因此即使加盟關係者間有契約書亦

---

<sup>171</sup> (株)日本フランチャイズチェーン協会編,フランチャイズ・ハンドブック,2003年,15頁以下。

難稱完整，社會一般對於加盟體系亦欠缺認識，因此，直到 1960 年代，對於加盟體系仍多保持著懷疑的眼光視之<sup>172</sup>。

之後，隨著對於加盟體系之研究的進展、加盟事業的成功，加盟體系開始蓬勃成長，終至無論在社會面或經濟面，都已達到不容忽視加盟體系之存在的狀況。但隨著加盟體系的概念得到認同後，社會之期待與批判甚至要求規範的聲音也漸次增高。當時特別引起批判之問題有，例如如何嚴格區別加盟體系與以金字塔型方式販賣之惡劣行銷手法。

### 第三款 自律組織等

為解決相關爭議，加盟業者自發性地於 1969 年成立了「社團法人日本加盟連鎖協會」(一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会)，以宣導加盟體系概念，成立後數年內完成了例如制訂「倫理要綱」、定義並發表加盟關係用語、公告加盟契約指針等奠定基盤的基本工作<sup>173</sup>。

在政府管制方面，立法制定了如兼顧及加盟體系規範之「中小小賣商業振興法」，公平交易委員會亦公布了「關於加盟體系之獨占禁止法的見解」，確立釐清加盟體系可能抵觸獨占禁止法之指標。

## 第二項 加盟體系之主要紛爭類型

隨著加盟體系之蓬勃發展，各種訴訟亦隨之增加，學說依爭訟當事人間之關係，將其區分為內部關係事件與外部關係事件<sup>174</sup>。前者係加盟事業主與加盟者間對立之爭訟，後者則為加盟事業主或加盟者與加盟體系外之第三人間所生之爭議。

關於內部關係事件，其主要類型有與契約之締結有關的事件(例如近年發生

---

<sup>172</sup> 川越憲治，前掲書，56 頁。

<sup>173</sup> 詳見 <http://www.jfa-fc.or.jp/>。

<sup>174</sup> 詳參川越憲治，前掲書，75 頁以下。



較多之營業額或獲益的預測，但加盟者在此類型之爭訟中全面勝訴的案例幾乎沒有)，與契約之終了有關的事件（中途解約、期滿之更新等為主要事件）。其他則有競業禁止義務、加盟金或權利金、違約金及損害賠償之預定、價金之請求、經營訣竅或經營指導之提供等問題。至於在外部關係的事件發生最多者為請求禁止使用標章的爭訟，其包含由實施加盟業務方所提起者及由第三人所提起之訴訟。

而與本研究有關之對第三人責任的爭訟，一般而言，加盟事業主與加盟者各自為個別的行為主體，加盟者因交易或其行為所生責任，原則上應自己負擔。但由相對人的立場觀之，直接應負責之主體究屬加盟事業主之直營店、或是加盟者之店鋪，難以區別；同時加盟事業主與加盟者間之組織性關係，亦有影響判斷責任主體之可能。因此，對於信其行為及店鋪之外觀而受害之相對人或消費者、以及組織性責任架構之建立，成為加盟事業主是否應負賠償責任的主要理論依據；在日本法上相關案例雖不多見，但因其理論架構上涉及共同侵權行為責任、使用人責任及名義貸與人責任之適用的問題，分別詳述如後。

## 第二節 加盟事業主對第三人之侵權行為責任

### 第一項 加盟事業主之侵權行為責任

#### 壹、案例事實及判旨

[案例一]<sup>175</sup>燒烤加盟連鎖店之加盟者店鋪周邊居民以店鋪所排放之氣味逾越容忍限度，人格權受侵害及基於土地建物所有權之妨害排除及預防請求權等為由，請求加盟者及加盟事業主賠償慰撫金及停止營業。神戶地院以「鑑於被告加盟者與被告加盟事業主締結加盟契約經營本案燒烤店，被告等就本案之氣味的排放，客觀上得定位為一共同行為，故可認被告等間具有客觀關連共同性，成立共

---

<sup>175</sup> 神戶地判平成13年（2001年）10月19日判例タイムズ1098号196頁。

同侵權行為（民法第 719 條第 1 項前段）。至於請求停止營業部分，法院亦以神戶市之「防止惡臭暫訂指導細目」為根據，認定加盟者店鋪排放之氣味「遠遠超出社會共同生活容忍限度」，應停止營業<sup>176</sup>。

## 貳、分析

本案在關於被告是否應負共同侵權行為責任之判斷上係以加盟契約之存在為基礎，但僅因締結加盟契約經營店鋪，即將其認定客觀上為一個共同行為，不無邏輯上之跳躍。實際上，日本最高法院對於「共同行為人各自之行為有客觀上關連共同而不法造成損害之情形」，係認為「行為」並非單指契約之締結，而是應為具體的行為<sup>177</sup>。依此則應是在基於加盟事業主之具體的指導行為及提供竅門之行為，加盟者作出加害行為時，始有將其評價為客觀上屬一個共同行為的可能。

在此觀點下，檢視上述燒烤案件之地院的判決，應認燒烤店就排煙或排氣之處理乃營業上應特別注意之處，就店鋪所在環境、排氣之測定、調節空氣換氣通路之安排與設置及排煙裝置之設置等乃加盟事業主應提供專門知識之事項。因此，如加盟者係依加盟事業主之具體的指示及設計圖面，裝設店鋪之設備進行營業，則可認其為客觀上的一個共同行為。更有甚者，如客觀上係屬加盟事業主專責之專業事項，則其應提供而未提供、或應防範而未促請加盟者為防範，則因此對第三人造成損害時，加盟事業主則應因此而負其固有之侵權行為責任。神戶地院的判決結論雖值得支持，但在判決理由則如上所述，仍有待更進一步之論證。

---

<sup>176</sup> 此案例在上訴審大阪高裁時經判定排放之氣味並未逾越一般人所能容忍之程度，故駁回原告之請求（大阪高裁平成 14 年（2002 年）11 月 15 日判例時報 1843 號 81 頁）。但其並不影響加盟事業主與加盟者有成立共同侵權行為責任之可能性的判斷。

<sup>177</sup> 最判昭和 43 年 4 月 23 日民集 22 卷 4 號 964 頁。

## 第二項 加盟事業主之使用人責任

### 第一款 案例事實

#### 壹、案例事實及要旨

[案例二]<sup>178</sup>便利超商加盟者之從業人員以浸水拖把擦拭店內地板後，因未將濕地板擦乾，致來店顧客X（原告）跌倒撞及商品陳列架，造成其左手上腕部骨折。X向加盟事業主Y（被告）請求侵權行為之損害賠償。X於一審敗訴後提起上訴。二審法院認定該加盟所有連鎖店之店鋪地板使用相同材料，而該材料有未將水濕擦拭乾淨即易滑倒的缺點，就X跌倒的原因，則認係該店鋪之從業人員以拖把擦拭地板後未進一步擦乾致易滑倒，並以下述理由判決Y應賠償X請求賠償之約十分之一的金額（約115萬元及遲延利息）。「本件店鋪之地板鋪設材料為Family Mart所有店鋪統一規格之特別製品，拖把與脫水器具亦是由Y統一發給之製品。因可認Y作為加盟事業主，授予加盟者『Family Mart』的商號，持續地進行經營指導、技術協助，故Y對本件店鋪之經營主體的加盟者、或透過加盟者對其從業人員，為確保顧客之安全，在如本件的情形，應負有指導以拖把擦拭地板後應將之擦乾等、維持避免顧客滑倒之地板狀態的義務。因Y顯然違反此義務，故Y就此應負侵權行為責任」。本判決另一方面亦同時提到，「依上述認定之事實及證據，Y亦應負X主張之使用人責任」。

---

<sup>178</sup> 大阪高判平成13年7月31日判例時報1764號64頁。

## 第二款 分析

### 壹、責任根據

依日本民法第 715 條第 1 項之規定，「為一定事業而使用他人者，就被用人於執行該事業對第三人造成之損害，負賠償責任。但使用人就被用人之選任及其事業之監督已為相當注意，或即使為相當注意仍不免生該損害者，不在此限」。依該規定可知，使用人就被用人之行為的結果負賠償責任，但其並非無過失責任，而是以對選任監督被用人之過失為歸責事由，並以轉換舉證責任之方式負責。如同我國法在探討雇用人責任之歸責原理時般，日本法傳統上一般亦以所謂之「報償原理」<sup>179</sup>或「危險責任」<sup>180</sup>為說明，但現在多數學說係採取將二者皆作為歸責原理之依據，另並有以被害人救濟之必要性、或危險分散可能性之政策上觀點加以說明者<sup>181</sup>。

而以加盟事業主利用加盟體系得已迅速地擴展活動範圍、並收取如加盟金及定期收益的實態觀之，其符合報償原理之旨趣；加盟者之存在本身即為加盟事業主利用加盟體系之結果，亦是加盟事業主所生之危險；另比較加盟事業主與無論是加盟者或受害者之資力、或加盟事業主分散危險之可能性<sup>182</sup>，依上述歸責原理架構加盟事業主之使用人責任並無不妥。

### 貳、一般要件

依上述規定，使用人責任之成立要件為：1. 被使用人（侵權行為者）成立一

<sup>179</sup> 我妻榮，事務管理・不當利得・不法行為復刻版，日本評論社，1989年，162頁。

<sup>180</sup> 四宮和夫事務管理・不當利得・不法行為（下卷）青林書院1985年861頁

<sup>181</sup> 詳見加藤一郎編，注釈民法19（債權（10）），有斐閣，1965年，269-270頁（森島昭夫執筆）。

<sup>182</sup> 例如加盟契約條款中就加盟者之投保義務載有「對於有關加盟者甲餐廳及其營運所生一切責任，投保以加盟者與總部為被保險人之身體傷害、生產者賠償、財產破壞等概括之一般責任保險」（西口元（ほか）編，フランチャイズ契約の実務，新日本法規出版，2000年，42頁）。由以加盟事業主亦為被保險人可知，其係以加盟事業主亦為應負責之主體為前提。

般侵權行為、2. 使用人與被使用人間有使用關係、3. 該行為係為執行職務、4. 無免責事由（民法第 715 條第 1 項但書）。而因加盟者係獨立於加盟事業主之事業者，在架構加盟事業主之使用人責任上，依相關責任主體間之關係，可分解得以下三種情形：

1. 加盟事業主對加盟者之從業員的侵權行為負使用人責任。
2. 加盟事業主與加盟者各自對加盟者從業員之侵權行為負使用人責任（重疊之使用關係）。
3. 加盟事業主對加盟者之侵權行為負使用人責任。

在上述三種情形中，因加盟者與其從業人員間多有雇傭關係存在，判斷上較無困難，故問題的重點將落在加盟事業主與加盟者之從業人員、及加盟事業主與加盟者間是否存在「使用關係」。

就此要件之一般適用情形而言，有無雇傭關係並非所問，主要判斷標準在於是否有指揮監督他人使其從事工作之關係<sup>183</sup>，且是否有指揮監督關係並不以實際狀況為斷，而是以使用人是否立於得為指揮監督之地位判斷（學說上有稱為「規範性指揮監督關係」者<sup>184</sup>）。在此前提下，雖有見解主張「鑑於在加盟體系下之加盟事業主與加盟者有類似於雇傭關係密切的從屬關係（加盟者多對加盟事業主負有競業禁止義務及專屬義務），本判決的判斷可稱妥當」<sup>185</sup>，但競業禁止義務係存在於加盟事業主與加盟者間，並非存在於加盟事業主與加盟者之從業人員間；再者，加盟者係經營自己的店鋪，並非為加盟事業主之利益而提供勞務，僅因存在有加盟契約即無條件地認有使用關係的見解，不無疑問。換言之，除非加盟者及其從業人員確有係在加盟事業主之指揮監督下活動的情形，否則難認有使用關係<sup>186</sup>。至於其判斷標準為何可分析如下。

---

<sup>183</sup> 四宮，前掲書，683 頁。

<sup>184</sup> 平井宜雄，債權各論Ⅱ不法行為，弘文堂，1992 年，229 頁。

<sup>185</sup> 橋本陽子，勞働判例研究，ジュリスト 1231 号 195 頁。

<sup>186</sup> 參照大判昭和 2 年 6 月 15 日民集 6 卷 403 頁即認「應為在某種程度上須服從使用者之意思的情形」；林良平編，注解判例民法債權法Ⅱ，青林書院，1989 年，1303 頁。

### 參、[案例二]之檢討

在[案例二]中，判旨列舉加盟者之地板材料為所有店鋪統一規格之特別定製品、拖把及擰乾裝置亦為加盟事業主統一發給的製品、加盟事業主給予加盟者「Family Mart」的稱號、且持續地進行經營指導及技術援助為依據，導出加盟事業主負有指導保持地板不致使顧客倒狀態之指導義務<sup>187</sup>。亦即，店鋪之地板係加盟事業主指定之特別材質、地板之清掃方法亦為加盟事業主之作業標準所指定；考量店鋪之清掃狀態為維持加盟連鎖形象之重要要素，則將地板之清掃方法評價為為維持加盟連鎖形象而受加盟事業主之指揮監督，並無問題。因此，本案例之責任成立根據雖著重於加盟事業主之義務的違反，但就店內環境之維護而言，加盟事業主在材料之使用及其維護方法上，存在著直接介入之指揮監督關係，基此認定加盟事業主對加盟者負有指導義務、並因違反該義務而應負使用者責任的結論亦屬妥當。

但問題是，加盟事業主雖對於加盟者立於指揮監督的立場，但其並不即等於加盟事業主有透過加盟者指導其從業人員之義務，尤其是如考量加盟事業主與加盟者為各自獨立經營之主體，該義務之發生根據為何實有更進一步檢討之必要<sup>188</sup>。

為連結加盟事業主與加盟者之從業人員間的使用關係，有如下之實務見解可供參考。亦即，在就承攬人與次承攬人之被用人間的使用關係的判斷上，有認「承攬人對次承攬人為工事上之指示或在其監督下使為工事，如該關係為使用人與被用人之關係、或有得被視為該關係的情形，則在次承攬人更使用第三人時，就該第三人對他人造成之損害，承攬人應負民法第 715 條責任之範圍，不應解為承攬人係就次承攬工事之付隨的行為或其延長、或外觀上包含在次承攬人之事業範圍

<sup>187</sup> 小畑史子，コンビニ客の転倒事故に関するフランチャイザーの責任，民商法雑誌 128 卷 4・5 号，2003 年，676 頁、682 頁。

<sup>188</sup> 小畑，前掲文；同旨，橋本，前掲文，195 頁。

內的所有行為負責，而是應解為僅就承攬人之指揮監督關係直接或間接及於第三人時所為之第三人行為，承攬人始負」使用人責任<sup>189</sup>。換言之，本件判旨之意義在於，如承攬人與次承攬人間存在著使用關係，則承攬人僅就基於其對次承攬人之指揮監督效果直接或間接地及於與次承攬人有使用關係之第三人的行為，負使用人責任。適用此架構於加盟關係上即為，加盟事業主僅就基於其對加盟者之指揮監督效果直接或間接地及於與加盟者有使用關係之第三人的行為，負使用人責任。

[案例二] 中因加盟事業主在材料之使用及其維護方法上的介入，衍生出其與加盟者間之指揮監督關係，而就加盟事業主對加盟者從業員之指導義務的發生根據，上述關於承攬人對於次承攬人被用人之使用人責任的說明，正足以彌補[案例二]說明不足之處。

由於影響[案例二]之判斷結果的要素為加盟事業主對於加盟者使用統一之地板材料並提供清潔用具，故非得斷章取義地僅擷取其結論以擴張適用範圍，認加盟事業主與加盟者間無論為如何關係，加盟事業主皆應負責<sup>190</sup>。但因上述案例係以指導義務為前提，如有得足以推論指導義務存在之根據，則仍有得以之判斷使用關係是否成立的可能。

#### 肆、確立使用關係之準則

作為推論指揮監督關係是否存在的素材，有必要觀察規範加盟事業主與加盟者間權利義務關係的加盟契約條款、並分析其意義。

日本各類加盟契約中與指揮監督有較大關連之主要共通條款為營運基準、教育研修、指導等事項，其中例如關於開業初期之研修與開店指導的事項，有如下約款：「總部為使加盟者能依甲加盟系統營運甲餐廳，應於一定期間對二名以上

---

<sup>189</sup> 最判昭和 37 年（1962 年）12 月 14 日民集 16 卷 12 號 2368 頁。

<sup>190</sup> 小畑，前掲文，683 頁。

之加盟者的從業人員，實施開業初期之研修，並判定該研修者是否修畢所定教育課程」、或「總部為指導援助加盟者之甲店的開業，應由總部負擔費用，於不超過 15 日之範圍派遣二名具有所定能力之指導人員至加盟者之甲餐廳」。在開店後之指導則有「總部應定期或不定期對加盟者給予餐廳之經營、販賣上有效的援助及指導，並貸與或提供記載相關建議之其他各種印刷物」，類似之約款亦可見於不動產產業及食品製造販賣業之加盟契約書<sup>191</sup>。

依據以上之約定的內容，有論者主張，雖非所有加盟契約皆有相同之條款，但仍應可將其視為一般加盟體系之共通項目；基於上述約款中明確地表達加盟事業主對加盟者及其從業人員之指導義務，縱使無從得知具體之指導狀況如何，但如以前述所謂之「規範性指揮監督關係」並不以使用人之實際的指揮監督為必要，則由契約上所載約定內容，即足顯示加盟事業主透過該約定而立於指揮監督的立場，因此存在著使用關係<sup>192</sup>。

雖有見解認為經營指導之目的在於統一加盟體系、或是提供加盟者之營運的建議，難以將其評價為有指揮監督的關係<sup>193</sup>。但在為統一形象的共同目標下，加盟者得以獨立經營之立場、及自由裁量判斷之空間受相當程度之限制；反而是加盟事業主為維持企業體之形象，常態性地對於加盟者及其從業員進行各種指導。

在此延長線上，結合加盟契約本身之存在與加盟體系之特性，考量加盟者須在與加盟事業主同一之體系下進行營業活動，可認即無關於指導之約定，但加盟事業主對加盟者之指導義務、加盟者遵從加盟事業主之指導的義務，即當然地包含於當事人之契約內。換言之，加盟契約之存在即規範性地創設了加盟事業主與加盟者及加盟者之從業人員間的指揮監督關係<sup>194</sup>。

---

<sup>191</sup> 西口（ほか），前掲書，38、39、64、75 頁。

<sup>192</sup> 三島徹也フランチャイザーの第三者に対する責任(一)，近畿法学 52 卷第 3・4 号，2005 年，1 頁、22-23 頁。

<sup>193</sup> 西口（ほか），前掲書，281 頁。

<sup>194</sup> 三島，前掲文，25-26 頁。平井宜雄，情報化時代の継続的取引（收錄於中川良延 [ほか] 編，日本民法学の形成と課題：星野英一先生古希祝賀(下)，有斐閣，1996 年，709 頁以下）亦指出「加盟契約為立於市場與組織間之共同事業型契約，故藉由『持續的經營指導、技術支援』的內



### 第三節 商號名義貸與人之契約責任

相對於加盟事業主對第三人之侵權行為責任，其有無因加盟者與其契約相對人間之契約上爭議而亦須負直接契約責任的問題，日本法上有所謂「名義貸與人責任」的相關規定，且亦存在適用該規定於加盟事業主對第三人之責任的案例，相關問題說明如下。

#### 第一項 名義貸與人責任之要件及效果

##### 第一款 要件

日本商法第一四條規定「允許他人使用自己之商號進行營業或事業之商人，對於誤認該商人為營業者而與該他人進行交易之人，與該他人就因該交易所生債務負連帶清償責任」，一般將此允諾行為稱為「名義貸與」，其目的在於使名義借用人得利用名義貸與人之信用、商譽及營業上之資格等，進行有利於自己之營業或事業行為。其源自於交易所之交易員將其名義貸與非交易員之人的商業習慣，在該營業型態廣泛地被適用於一般商業行為後，乃有將貸與商號等使營業之情形通稱為「名義貸與」的概念；惟因其有導致與名義借用人為交易之相對人誤認營業主體乃名義貸與人而受不測損害之虞，實務上在極早時期即確立名義貸與人之責任的存在<sup>195</sup>，並於昭和 13 年（1938 年）修訂商法時將其明文化（舊商法第 23 條）。而依一般商法教科書之說明，於適用本條規定時，應滿足如下要件。

---

容，『指導加盟者之義務』乃理所當然，亦得創設『透過加盟者指導其從業人員之義務』，且「此為由加盟契約之構造的實態所導出之規範，契約當事人以外之第三人，亦得援用該規範」。

<sup>195</sup> 大判昭和 4 年（1929 年）5 月 3 日民集 8 卷 447 頁。

## 壹、允諾使用之對象

允諾使用之對象之所以在規定文字上限定為「自己之商號」<sup>196</sup>，其理論基礎固然在於藉外觀理論或禁反言法理以保護信賴該外觀而為交易之相對人<sup>197</sup>，但亦間接地顯示出對商號之真實性的要求。

在具體的適用上，規定中之所謂的名義貸與人之商號並非要求一定是同一商號，即使類似之商號，亦都仍屬名義貸與人之商號，實際上，名義貸與人允諾於其商號上加上分店或營業所等顯示為自身之營業的一部份，而由名義借用人使用的情形不在少數<sup>198</sup>。甚至於在並非商號之公務機關或公共企業體之名稱的名義貸與，亦有適用本條規定之案例；亦即，在東京地方法院職員為增進福利，在該法院之許諾下使用「東京地方法院福利部」、並使用同法院辦公場所之一部分進行交易的事案，法院認「東京地方法院福利部係為同法院職員從事購買生活物資等活動之獨立團體，可認東京地院將福利部表示為其一單位，故應對信賴該外觀而交易之第三人負責一事，依民法第 109 條及商法第 23 條（現第 14 條）之法理，應予肯任」<sup>199</sup>。針對此判旨之定位，一般認因其在判決理由上提及「非為營業之使用」，故為類推適用商法第 23 條的案例，但亦有學說認其係廣義地解釋「營業」或「事業」之意義<sup>200</sup>。

<sup>196</sup> 商號係指表示商人之營業上的名稱（日本商法第 11 條以下、公司法第 6 條）。商標則為「文字、圖形、記號或立體之形狀、或此等標記之結合、或此等標記與色彩之結合」，其包含「以生產、證明或讓與商品為業者就該商品使用之標章」、及「以提供或證明服務為業者就該服務使用之標章」（日本商標法第二條第一項）

<sup>197</sup> 最判昭和 58 年（1983 年）1 月 25 日判例時報 1072 號 144 頁明示「商法第 23 條（現第 14 條）之旨趣在於，對於第三人誤信名義貸與人為真正之營業人而與受名義貸與之人（名義借用人）間交易之情形，應保護信賴名義貸與人為營業人之外觀的第三人，以期交易安全」。

<sup>198</sup> 例如甲公司允諾乙使用該公司營業所所長名義（最判昭和 33 年（1958 年）2 月 21 日民集 12 卷 2 號 282 頁）、將「金森製材組合」之商號允諾他人使用自己之土地並懸掛「金森木材」之招牌（最判昭和 34 年 6 月 11 日民集 13 卷 6 號 692 頁）、「小林百貨店」允諾「小林百貨店書籍部」商號之使用（東京地判昭和 27 年（1952 年）3 月 10 日下民集 3 卷 3 號 335 頁）等案例，皆成立名義貸與人責任。

<sup>199</sup> 最判昭和 35 年（1960 年）10 月 21 日民集 14 卷 12 號 2661 頁。

<sup>200</sup> 因日本係採民商分立之立法體例，故在名義貸與之當事人間都以具有「商人性」為必要（如採嚴格解釋，則名義借用人須為從事營業之商人。參照落合誠一＝大塚龍兒＝山下友信，商法 1

由上述案例可知，「商號」之概念的認定有相當程度的彈性，基本上，只要是基於允諾使用，作出使第三人有誤認名義貸與人為營業主體之外觀的客體，被認定為屬商號之可能性極大。惟需注意者，亦有見解認為，交易相對人即使得追究名義貸與人之責任，但如欲將其作為在一般消費者誤認為名義貸與人之商品而購入時之救濟手段，則應加上如下限制，亦即，如未伴隨名義貸與人保有之營業上 know-how 等之所謂的「技術合作」，則應無適用本條規定之旨趣的可能<sup>201</sup>。如此解釋或有限制其作為救濟手段的可能性，但在加盟體系下，提供各種指導與 know-how 正是此種交易型態的特色，更增適用的可能性。

## 貳、使用之允諾

因允諾並不以明示為必要、亦不須向第三人公開表示<sup>202</sup>，故易生問題者為認定默示之允諾的情形。一般則以配合本條規定之立法旨趣，就有無得認存在同於默示允諾之可歸責事由為判斷的基準。具體而言，如僅係知悉他人擅自使用自己之商號於營業、且僅單純地放任不管，則認尚未達默示允諾之程度，而是在該前提下，另須配合有長期與名義貸與人為相同營業、或使名義借用人利用自己之土

---

(商法總則·商行為)(第3版 補訂版)，有斐閣，2007年，67頁)，也因此始有本案究為直接適用或類推適用之爭議。依田中誠二，商法(8全訂版)，千倉書房，1982年，283頁之說明，「商人」之意義並不限於商法第4條之作為商人的營業主，而是泛指在經濟收支計算上得為反覆繼續同種交易行為之事業者，即使現非營業主亦無妨。相對於此，通說認為名義貸與人之責任的理論基礎在於保護信賴以貸與名義責任為媒介而形成一定外觀之人，即使名義貸與人不具商人性，但至少仍有類推適用商法第23條之可能(參照，大隅健一郎，商法總則(新版)，有斐閣，1978年，207頁)。至於在名義借用人之「商人性」部分，如由規定文字觀之，似可明確地認為其應為被允諾使用名義為營業之人，故應限定其為商人，允諾非為營業之事業使用其名稱者不負名義貸與人責任(參照東京高判昭和39年(1964年)2月26日判例タイムズ160号2487頁)；但此爭議在結果上，仍與名義貸與人之商人性的上述主張相同，存在著直接適用說與類推適用說的差異。

<sup>201</sup> 石井久照=鴻常夫，商法總則，勁草書房，1975年，110頁。

<sup>202</sup> 例如申請登記開設藥局之案例即認，允諾作為設立人利用自己之名義者，在該階段即為允諾使用藥局營業上之名義(最判昭和32年(1958年)1月31日民集11卷1號161頁)。

地建物等附加情事<sup>203</sup>；同時在與第三人誤認可能性之要件之關連上，須有足認未加阻止之放置於社會通念上有所不妥之情形，始得認默示之允諾<sup>204</sup>。另外，即使允諾已被撤回，但如僅是告知被允諾者，仍有不足，至於應至如何程度，或可考量應以較允諾時同等程度以上之方法為之<sup>205</sup>、或至少應個別通知得知悉之客戶等不同方法，以達到名義貸與人所做出之外關在基本部分完全被排除的程度<sup>206</sup>，如否，即在名義貸與契約關係結束後，仍有依「不作為之允諾」而負名義貸與人責任之可能。

因允諾貸與名義之目的為使名義借用人利用自己之商號從事營業或事業，則名義借用人之營業是否須與名義貸與人之營業為同一種類，須加檢討。對此問題，一般認為，只要名義貸與人屬商人即無加以限定之合理的理由，蓋現代之營業多具流動性與多角性，營業之同種性的有無至多僅為判斷名義借用人之交易的相對人有無重大過失之判斷事由<sup>207</sup>。因此，即使允諾商號之使用的內容對交易之相對人或交易之種類等有所限制，而名義借用人逾越該限制而為交易時，如該交易在客觀上得認被包含在依允諾使用之名稱而顯示之營業，則名義貸與人對於善意第三人仍應負責<sup>208</sup>。

---

<sup>203</sup> 在「雙業自動車修理工廠事件」(停止營業後將工廠原封不動出租予原工場主任經營，該人擅自利用原商號及原經營者之姓名簽發本票的案例，判決認有默示之允諾(最判昭和42年(1967年)2月9日判例時報483號60頁)。同旨，大阪地判昭和25年(1950年)10月24日下民集1卷10號1頁、東京地判昭和47年(1972年)10月31日判例時報696號224頁)。

<sup>204</sup> 石井=鴻，前掲書，111頁。

<sup>205</sup> 石井=鴻，前掲書，111頁；田中誠二，前掲書，289頁。

<sup>206</sup> 東京地判平成7年(1995年)4月28日判例時報1559號135頁。

<sup>207</sup> 大隅，前掲書，208頁注9。但在以「現金屋」之商號販賣電器用品之甲，允諾販賣食品之乙使用該商號的案例，判旨則稱「如無特別情事」，名義借用人之營業應與名義貸與人同一種類(最判昭和43年(1968年)6月13日民集22卷6號1171頁)。

<sup>208</sup> 例如在甲縫紉機製造公司允諾乙使用「甲縫紉機製造公司北海道營業所」商號經營縫紉機販賣事業，乙卻擅自利用該名稱買受電器器具之案例，判決雖稱名義貸與人應僅就其營業範圍內之行為負商法第23條(現第14條)之責任，否定甲公司之責任(最判昭和36年(1961年)12月5日民集15卷11號2652頁)。但有學說主張，允諾時之營業項目的限定乃內部的問題，因此問題不在於名義貸與人之營業的範圍，而是購入電器器具之行為在客觀上是否得認為被包含在依該允諾而表示之營業(蓮井良憲=森淳二朗編，商法總則・商行為法(第4版)，法律文化社，2006年，69頁注6)。

### 參、相對人之誤認

相對人誤認名義貸與人為營業主而與名義借用人交易為要件之一<sup>209</sup>，因此如相對人明知名義貸與之事，即不生名義貸與人責任，然在誤認係相對人有過失的情形，誤認與過失程度輕重間之關係如何，有不同之見解。惟通說認為如採單純的善意，有過度保護第三人信賴之嫌；至於主張應為善意無輕過失者雖認為，為與同為以外觀法理為基礎之民法第 109 條<sup>210</sup>表見代理的均衡，應排除對有輕過失之第三人的保護，不應受保護，但通說與實務見解認為，因商法中未特別提及過失要件、且商事交易較民事交易更重視外觀法理及相對人信賴之保護，再者，因重大過失而不知與明知僅屬一紙之隔，故以採取善意無重大過失較為均衡<sup>211</sup>。因此，如相對人就誤認有重大過失，則名義貸與人不負責任；至於就相對人並無誤認或就誤認有重大過失之情形，應由名義貸與人負舉證責任<sup>212</sup>。

### 第二款 責任內容與範圍

滿足上述要件的法律效果為，名義貸與人就名義借用人與相對人間交易所生債務，與名義借用人負連帶責任。因交易所生債務除包含基於交易直接發生之債務（代金債務等）外<sup>213</sup>，亦包含基於名義借用人之債務不履行所生損害賠償債務、

<sup>209</sup> 誤認係指不知名義貸與相關事實之善意（東京高判昭和 45 年（1970 年）3 月 27 日金融法務 581 號 28 頁）。

<sup>210</sup> 民法第 109 條「向第三人表示授與代理權與他人者，於該代理權之範圍內就該他人與第三人間所為行為，負其責任。但第三人明知該他人未被授與代理權、或因過失而不知者，不在此限」。

<sup>211</sup> 大隅，前掲書，209 頁，最判昭和 41 年（1966 年）1 月 27 日民集 20 卷 1 號 111 頁判旨稱「商法第 23 條（現第 14 條）之名義貸與人責任，係對誤認該人為營業主而為交易之相對人，因此即使誤認係因為交易者之過失而生的情形，名義貸與人亦不應免其責任，但因重大過失應與惡意為相同處理，故於因誤認而為交易者有重大過失時，名義貸與人始得免其責任」。但石井=鴻，前掲書 112 頁則主張，欠缺客觀基礎之信賴無保護必要，故應與民法第 109 條相同，善意無過失之相對人始受保護。

<sup>212</sup> 最判昭和 43 年（1968 年）6 月 13 日民集 22 卷 6 號 1171 頁。

<sup>213</sup> 甲公司允諾乙使用「甲公司尾道營業所」名義營業，則乙以「甲公司尾道分店」名義進行交易時，其交易行為只要與在作為甲公司之營業所也可認定之範圍相同程度者，甲亦應對其交易負

基於解除契約所生之回復原狀義務<sup>214</sup>。但名義借用人或其使用人之侵權行為所生債務則不包含在內<sup>215</sup>，蓋在侵權行為的情形，誤認與損害間無因果關係，其欠缺適用以禁反言或外觀法理為根據之商法第 14 條的基礎。在此情形，應依名義貸與人與名義借用人間是否具備民法第 715 條（僱用人責任）之要件解決<sup>216</sup>。但如為基於詐欺而為交易的情形（具有交易行為外形之侵權行為），因其係基於與交易有關之侵權行為所生之債務，有學說主張應直接適用<sup>217</sup>或類推適用商法第 14 條<sup>218</sup>。

至於在責任範圍部分，名義貸與人與名義借用人係負連帶債務，但通說雖認此連帶債務為不真正連帶債務，名義貸與人為清償後得就其清償部分向名義借用人求償。

## 第二項 適用名義貸與人責任之案例

### 第一款 案例事實及要旨

名義貸與人責任之適用要件之相關案例可略見如上，而在日本法上極為少數與加盟事業主對第三人責任相關案例中，有如下事涉名義貸與人責任之案例可供參考。

---

責（大阪高判昭和 31 年（1956 年）12 月 26 日下民集 7 卷 12 號 3862 頁）；另見，東京高判昭和 30 年（1955 年）5 月 19 日判例時報 6 卷 15 號 120 頁。

<sup>214</sup> 最判昭和 30 年（1955 年）9 月 9 日民集 9 卷 10 號 1247 頁（基於買賣契約之合意解除所生返還定金的債務為名義貸與人之責任）。

<sup>215</sup> 最判昭和 52 年（1977 年）12 月 23 日民集 31 卷 7 號 1570 頁。

<sup>216</sup> 最判昭和 41 年（1966 年）6 月 10 日民集 20 卷 5 號 1029 頁。在就名義借用人之受僱人引發交通事故之損害賠償債務，名義借用人使用名義貸與人之商號與被害人締結和解契約後，被害人誤認名義貸與人為和解契約之債務人的案例中，判旨認基於侵權行為之債務既不該當於商法第 23 條（現第 14 條），則基於和解契約所生債務亦不屬該規定之適用對象（最判昭和 52 年（1977 年）12 月 23 日判例時報 876 號 116 頁）。

<sup>217</sup> 阪本延夫等編著・鈴木正彥等共著，新現代商法總則・商行為法，嵯峨野書院，2006 年，106 頁。最判昭和 50（1975 年）1 月 25 日金融判例 669 號 3 頁

<sup>218</sup> 大隅，前掲書，209 頁。

## 壹、案例事實及判旨

[案例三]<sup>219</sup>

本案例之事實關係及原被告間之攻防主張如下：

原告將其中古車出售予訴外人 A (100 萬元)，同時委託 A 一次清償原告對信用販賣公司之貸款餘額 (約 159 萬)，為進行該清償，原告交付 57 萬元予 A、並約定將出售汽車之價金作為上述一次清償的費用。但因 A 未依原告所囑為清償，原告乃基於商法第 23 條 (現第 14 條)，主張被告允諾 A 使用被告之商號經營中古車買賣業；原告於締結本件契約當時，信賴 A 之營業場所為被告之分店、誤認營業主體為被告而締結本件契約，請求被告賠償 A 未履行上述契約上債務所造成之損害。

被告則主張，允諾 A 使用者僅為「商標」(「ユーポス」)，並非被告之商號(「株式会社ユーポス」)；且基於以下各點，原告並無誤認之情事：(1) 本案締約之營業場所係自 A 之父親時起即以「カープラザ塚口」之店名經營中古車買賣之處所，原告曾與 A 有過交易、(2) 以便利商店為首之加盟者為各自獨立之營業主體乃週知之事實、(3) 為尋找願購買本件車輛之買主，原告亦至其他業者進行瞭解，應知收購中古車的專門店多採加盟形式、(4) 本件中古車之買賣契約書的買方欄位中記載本件店鋪之住址與電話「ユーポス尼崎店」「代表人 A」及蓋有 A 之印章，並無被告之加盟事業主的住址與電話及董事長之記載等、(5) A 交付予原告之收據亦僅在一般市售收據上蓋有「ユーポス尼崎店」的橡皮章印，並無被告之加盟事業主等的記載、(6) A 交付予原告的名片上僅在右上角載有「ユーポス尼崎店」，在其下有較大字體之 A 的姓名、(7) 如為分店，一般應表示為「尼崎分店」，A 之職稱亦應被表示為「分店長」，本案並無該當情事、(8) 本件契約締結當時，電視上集中放映的廣告中有表示「招募加盟者中」，顯示ユーポス乃加盟體系。

---

<sup>219</sup> 神戸地判尼崎支判平成 13 年 11 月 30 日 (TKC データベース 28071340)。

針對本案是否符合允諾貸與商號之判斷，判旨稱「相對於被告之商號為『株式会社ユーポス』，A所使用之『ユーポス』為被告商號之固有名稱部分，且因『ユーポス尼崎店』這一名稱僅於該固有名稱加上顯示乃營業之一部門的『尼崎店』，故被告允諾A使用此等名稱營業，即為允諾使用被告商號營業。對此，被告雖主張其允諾A使用者乃『ユーポス』這一商標，而非『株式会社ユーポス』的商號，但如依商法第23條之旨趣在於以名義人之可歸責性為前提，保護誤認營業主而為交易之第三人，則同條之『自己之商號』只要為類似於即誤認營業主亦屬不得已程度之名稱為已足，並不須與商號完全相同。而在『株式会社ユーポス』這一商號中，『株式会社』僅表示公司種類，為區別被告與其他公司之商號的主要部分為『ユーポス』這一固有名稱部分，因此『ユーポス』或『ユーポス尼崎店』之名稱乃類似於即誤認被告為營業主亦屬不得已程度之名稱，無從置疑」。

由上可知，本案判旨對所謂之商號係採依據主要部分（固有部分）認定，其符合前述「只要是基於允諾使用，作出使第三人有誤認名義貸與人為營業主體之外觀的客體，被認定為屬商號之可能性極大」的判斷基準。

至於被告主張原告應無誤認可能之各種情事，法院則以（1）原告與A間之先前的交易已事經兩年、（2）加盟經營型態並非週知之事實、（3）一般顧客識別店鋪營業主體最有利資訊來源之招牌上並無記載A之名稱、（4）即為分店或營業所也未必一定加上「分店」之名稱，在一定業種採取「\*\*店」名稱的情形亦頗常見、（5）綜合廣告之印象在於強調「ユーポス」之印象，難以留下「招募加盟者中」的印象、（6）締結本件契約之時間僅一兩日，並無反覆協議。故原告誤認營業主體為被告之主張足堪相信。本判決綜合考量A在契約書中之相關事項、收據及名片上的記載名稱等在定位上實係從屬於店鋪招牌、廣告之效益、一般人對加盟體系之不瞭解、及無足夠時間瞭解營業主體等要素，皆為在加盟經營體系下，顧客與加盟者締結契約時常見的情況，上述判斷具有重要參考價值。



[案例四]<sup>220</sup>古美術商 X (原告) 將本案美術品等之運送委託汽車運送業者 Y1 (被告) 運送，本件繪畫卻於運送途中遺失。法院推斷係因 Y1 未將放置載運物品之箱櫃關妥上鎖，致在運行途中因箱櫃門開啟使本件繪畫掉落，Y1 有重大過失。因 Y1 為使用「赤帽」<sup>221</sup>商標之加盟成員，其商號中亦使用「赤帽」之文字，X 主張有商法第 23 條 (現第 14 條) 之適用，追究加盟事業主 (Y2) 及次加盟事業主 (Y3) 之責任。

法院判旨稱「包含 Y1 在內之 Y3 下的成員，於其商號冠有 Y2、Y3 貸與使用之登記商標『赤帽』，且使用載有『赤帽』商標之同一款式車輛及運費請求書等，並進行利用『赤帽』商標的廣告，因此其得造成乃全國性組織之印象、且提昇大眾傳播、企業及委託運送人之信賴性，其顯為加盟體系特有之有利之處。但上述商標之使用為能該當於商法第二三條之名義貸與，應存在成員使用『赤帽』商標為運送業之營業，有被視為貸與上述商標之 Y2、Y3 本身之營業或營業之一部的外觀」，而在本案中，因 (1) 加盟者之商號附有「赤帽○○運輸」「赤帽○○運送」之加盟者的固有名詞、(2) 加盟者使用之運送車輛兩邊車門上，記載著加盟者之個人商號及電話號碼、(3) 運送費用之請款單及收據皆記載加盟者之個人商號及住所等、(4) 在職業別電話簿上，除加盟事業主之廣告外，另有極多以加盟者個人商號做廣告的加盟者、(5) 報紙廣告及發送給利用者之宣傳單上記載，以「赤帽」車輛所為之營業係加盟者個人之事業，故「在準備與 Y3 之成員進行交易之一般第三人的立場，如看到整體上述表示方法，可認上述商號之表示……乃表示成員個人之商號，與 Y2、Y3 之事業表示的區別乃屬可能，對於認識自身之契約的相對人為事業者之成員個人並無特別困難」，故加盟事業主 Y2、Y3 不負名義貸與人責任。

以本件案例而言，雖有論者認其經營型態應係合作社組織，與通常之加盟體

<sup>220</sup> 東京地判平成 2 年 3 月 28 日判例時報 1353 號 119 頁、判例タイムズ 733 号 221 頁。

<sup>221</sup> 此加盟運送業使用外觀上有統一密閉式箱櫃形式之小貨車為運送車輛，從事到府收送托運物品之業務。

系有所差異<sup>222</sup>，但因判決認定其為採用加盟型態，因此仍有相當之參考價值。實際上，本案例之被告分別為「全國赤帽輕自動車運送協同組合連合會」、「赤帽輕自動車運送協同組合」及有「赤帽琦玉日進運輸」商號之個人，原告請求前二者賠償之根據為貸與名義責任、共同侵權行為責任及使用人責任。判決就名義貸與責任稱「可認上述商號之表示、、、乃表示成員個人之商號，與[被告二組合之事業]表示的區別乃屬可能，對於認識自身之契約的相對人為事業者之成員個人並無特別困難」，否定原告之請求；另對基於共同侵權行為責任與使用人責任之請求，亦皆駁回。

## 貳、分析

比較上述二判決之要件可知，雖同為允諾名義貸與的爭議，但對判斷是否引起誤認之要件的考量上，因加盟者在「赤帽」的商號外另附加有加盟者之固有名稱、及廣告內容明示加盟者之營業地位，與[案例三]有相當程度的差異。加盟事業主為迴避名義貸與人責任，應明確地顯示出借用名義人與名義貸與人乃各自獨立之事業主體，避免引發第三人之誤認，其有效的方法為在招牌、店鋪（車輛）、名片、付款請求書、收據、廣告等之皆應為明確區分。但即使已明確區分，在採加盟體系之經營型態的情形，判斷第三人之誤認有無明知或因重大過失而不知時，尚應考量對加盟體系之認識是否為一般常識、於該店鋪為交易之第三人是否知悉其為加盟者之店鋪等因素，否則即使明確區分，但一般人或第三人並不知其區分之意義，即不生存在誤認的效果。另外應注意者，即使加盟事業主不負名義貸與人之責任，但如其有符合前述侵權行為架構要件之情形，仍應負賠償責任。

因貸與人責任係以允諾商號之使用為要件，則在確係使用商號、甚至於係使用結合商號或類似商號之商標等時<sup>223</sup>，其仍為貸與人責任之適用範圍。但在僅為

---

<sup>222</sup> 川越憲治，フランチャイズ・システムの法理論，商事法務，2001年，369頁。

<sup>223</sup> 參照包含[案例三][案例四]在內之相關案例。

商標或服務標章之使用時，信賴加盟事業者之商標而與加盟者為交易之第三人是否得受保護，即成問題。就此，有下述採類推適用之「鸚鵡病事件」<sup>224</sup>的實務見解可供參考。針對此案例中因承租人並未使用超市之商號、超市亦未允諾承租人使用其商號的事實，最高法院認，雖並無任何明示或默示使用商號之允諾，但本案應認存在著一般購物客誤認寵物店之經營主體為超市之不得不的外觀，且超市藉由商標之標示及締結設置並使用店鋪的契約，作出上述外觀或參與作出其外觀，故類推適用商法第 23 條（現第 14 條），就購物客與寵物店間之交易，超市應負與名義貸與人相同的責任。

以上述判旨為基礎，有學說主張，比起超市與其承租人間之關係，在加盟的情形，一般消費者更難由其外觀區別加盟事業主與加盟者。毋寧應說在加盟體系下形象的統一即為其目的，無從區別加盟契約當事人間之內部關係乃一般的情形，因此即非商號之使用，但在存在著情有可原之外觀的類似點上，亦有類推適用名義貸與人責任之可能<sup>225</sup>。又在類推適用上，仍有必要檢討有無得區別營業主體之識別上的措施。如上述之超市採取了為區別營業主體之措施，即不致發生誤認營業主體之外觀，亦不必負責；但縱然採取一定之識別措施，仍有程度上是否足夠的問題。實際上，如由加盟體系之當事人間的關係觀之，因採取該等措施反會減弱加盟體系為追求在統一形象下拓展店鋪的目的，是否採取「為識別營業主體之措施」實為一有如雙面刃的困難問題。

上述「鸚鵡病」事件之類推適用乃屬例外之處理方式，其對於今後外觀法理之形成的影響仍有待觀察，但無論如何，對於無直接適用或類推適用商法第 14 條規定之情形，當然仍有適用一般之表見代理（民法第 109、110、112 條）<sup>226</sup>或

<sup>224</sup> 國中二年級的學生於僅承租超市屋頂空間營業之寵物店購入並與家人一起飼養之鸚鵡，因該鸚鵡帶有「鸚鵡菌」，致全家人感染鸚鵡病，其母親並因而死亡之案例（最判平成 7 年（1995 年）11 月 30 日民集 49 卷 9 號 2972 頁）。

<sup>225</sup> 三島徹也，前掲文（二），近畿法學 53 卷 3・4 号，2006 年，27 頁，47 頁。

<sup>226</sup> 民法第 110 條「前條本文之規定，於代理人為該權限以外之行為，就第三人正當理由相信代理人有權限的情形，準用之」，民法第 112 條「代理權之消滅不得對抗善意第三人。但第三人因過失而不知該事實者，不在此限」。

表見經理人（商法第 24 條）<sup>227</sup>等規定之可能，但其非構成連帶責任之效果，對於第三人而言較為不利。

最後附帶一提的是，關於第三人之善意無重大過失的要件，在一般消費者即使認知到加盟事業主與加盟者乃各具獨立人格之營業主體，但仍不免會抱持著加盟事業主應會負擔一定的責任、或因係加盟事業主之商譽而感到安心或信賴的想法，尤其是後者亦正是原加盟體系積極追求同一形象的目標，但對於如此信賴之保護，如為克服善意無重大過失要件的限制，唯有另採制定特別法的方式，始得達到保護消費者之目的。

#### 第四節 結合損害類型與加盟事業主機能之責任架構

在現行日本法架構下，如上所述，加盟事業主對於第三人之民事責任的根據在侵權行為部分有加盟事業主之固有的侵權行為責任、使用人責任，在契約責任部分則有名義貸與人之連帶責任。但由如上觀察可知，無論是加盟事業主的固有侵權行為責任或使用人責任，確立義務發生之理論基礎仍有待加強，演繹違反具體義務之判斷標準並非完全明確，為克服此等問題，乃有學說檢討相同課題在美國法及德國法上之發展狀況，進而提出所謂之「總部機能」作為加盟事業主之責任根據、並以其檢證加盟體系對第三人造成不同類型之損害時，加盟事業主應否負責及其理由。以下即重點整理該學說內容，以為參考<sup>228</sup>。

---

<sup>227</sup> 商法第 24 條「賦予表示商人之營業所營業主任職稱之使用人，關於該營業所之營業，視為有為訴訟外一切行為之權限。但相對人為惡意之情形，不在此限」。

<sup>228</sup> 此架構為在日本國內有關加盟契約及相關問題之權威學者小塚莊一郎教授所提，與本研究計畫課題之相關論著詳見小塚莊一郎，フランチャイズ契約の法的分析，私法 59 号，1997 年，204 頁，208 頁；フランチャイズ契約論(六)，法学協會雜誌 121 卷 3 号，2004 年，317 頁；フランチャイズ契約論，有斐閣，2006 年，189 頁以下。本節內容主要為整理此等著作而成，但因此等著作檢討內容未含加盟事業主對第三人之契約責任，該部分之問題的檢討請參見本章第三節。

## 第一項 「總部機能」之意義

### 第一款 比較法上之相關見解

#### 壹、對美國法之省思

依本文第四章有關美國法之檢討所述可知，美國法上加盟事業主有基於其本身之過失或嚴格責任而生對第三人責任的可能。前者多發生在受害人主張加盟事業主未對加盟者為適當監督之情形，後者之例則為如加盟事業主自負製造物責任的情形。相對於上述加盟事業主之固有責任，另外則為類似使用人責任之代理或表見代理之侵權行為責任<sup>229</sup>。

藉由上述架構，第三人雖有得以尋求救濟之確實的手段，但因三種架構之相互間的關係並不明確。例如固有責任與代理責任皆以加盟事業主有無監督或掌控加盟者為主要判斷基準，實質上乃在進行相同的判斷。而因有無監督係全般事項的綜合判斷，包含與日常之店鋪經營有關的事項至終止加盟契約的權限皆在內<sup>230</sup>，得作為區別肯定或否定之案例的基準並不明確，因此有學說即謂在同一事實關係下，卻有不同結論之判決不在少數<sup>231</sup>。

而在表見責任雖以外觀之存在為判斷標準，但在加盟契約下，作出代理關係外觀之事實即為商標或標章、店鋪之內裝外裝等整體統一之形象，其亦為在加盟事業主有無監督管控成為爭點時之基礎判斷事項；而其外觀又係以作為被用人的

<sup>229</sup> 樋口範雄，アメリカ代理法，弘文堂，2002年，23頁以下、183頁以下、189-190頁。

<sup>230</sup> 考量之要素有(1)與日常之店鋪營運相關事項之監督(從業人員之任免、訓練、監督、升任、薪資、制服、商品服務之價格的決定、提供商品服務之方法、素實業之料理的份量、營業時間、營業日、庫存管理、衛生、維護、處理商品之限制等)、(2)與加盟者之事務處理有關事項之監督：資金調度、會計報告、加盟者之經費、租稅、申訴之負擔、保險、作業準則、文書文具、店鋪及帳冊之檢查、(3)為確保連所之一體性的約制：店鋪之設置場所、建物之設計裝飾、商標等之使用、商品之包裝、宣傳促銷、被至物品之購買義務、提供者之指定、(4)關於整體交易關係之權限：加盟事業主之廣泛的裁量權、終止契約之權限、收入或利益之分配方法。See, John C. Monica, Franchisor Liability to Third Parties, 49 Mo. L. Rev. 309, 313-317 (1984).

<sup>231</sup> Monica, id., at 334.

代理人為前提，結果上仍須考量管控或監督之要素。換言之，無論採取何種架構，實際上之爭點並無不同；有差異者為在表見代理的情形，尚須滿足存在對於外觀之信賴的要件，但除在有關汽車經銷商、加油站之商標加盟的案例，實務上多認加盟者與加盟事業主為獨立事業者乃週知之事實(common knowledge)的情形外，

依據以修習商業法之大學生及受過高等教育之一般市民的問卷調查、及對一般市民及加盟者顧客之電話及訪問調查的結果顯示，即使加盟者於其營業場所揭示其為獨立之事業主體的資訊，多數回答並不認為加盟者為有別於加盟事業主之獨立的主體<sup>232</sup>，甚至於未論及信賴之要件而肯認加盟事業主之判決亦不在少數。

綜上所述，以美國法之現狀而言，可認因其重視受害之救濟，因此存在著似乎未將問題的本質緊扣住加盟事業主之控制或外觀之判斷基準上的疑問。實際上，即使美國本身的學說亦有認為實務採用的基準並不符合加盟體系的概念，而主張應採取使支配損害直接原因者負擔責任的架構<sup>233</sup>。

## 貳、德國法之發展

在欠缺足夠相關案例的狀況下，研究加盟相關問題之德國學說有主張，無限制地擴大加盟事業主的責任違反加盟體系的本質。學說主張加盟體系為既不同於獨立的交易關係(Verkehr)、亦不同於組織(Verband)之結合體(Verbund)的網絡。則因執行機關之行為所生責任歸屬於法人、或集團(Konzern)之支配企業就從屬企業之債務負責之「組織」責任架構，並不適合用於加盟系統<sup>234</sup>；但同時，也不應只強調加盟事業主與加盟者之關係為各自獨立之當事人間的契約，而無限制地擴大加盟事業者對被害人之直接侵權行為的架構<sup>235</sup>。不屬於上述二種情形之

---

<sup>232</sup> John L. Hanks, Franchisor Liability for the Torts of Its Franchisees ; The Case for Substituting Liability as a Guarantor for the Current Vicarious Liability, 24 Okla. City U. L. Rev. 1 at 14-15(1999).

<sup>233</sup> Note, The Law of Franchisor Vicarious Liability: A Critique, 1993 Colum. Bus. L. Rev. 89.

<sup>234</sup> 小塚，前揭文，341 頁。

<sup>235</sup> 基本上應將其僅限定於商品之運送保管等之技術上過失，始承認加盟事業主之「社會生活上

適合於「結合體」的責任應以適用「契約之第三人效力理論」為妥。具體而言，造成損害之原因係 manual 之系統本身的缺失、或係加盟事業主為全體加盟者一體進行之業務等的情形，加盟事業主始須負責<sup>236</sup>。

對於上述見解，雖有學說批評其在解釋論上有欠嚴謹、或探討加盟事業主的責任時應無必要論及「網絡」之特性。但為如此批判之學說本身並非就因此而提議應擴大加盟事業主的責任，其反而偏向更加重視以獨立之事業者間的契約架構為前提之加盟體系。依該學說之主張，肇因於加盟事業主基於加盟契約而承擔之總部機能的損害，乃加盟事業主之責任原即無疑，問題是在那之外，加盟事業主應就何種情形而負責任。依據其所主張，加盟事業主之責任根據為（1）加盟連鎖全體統一地利用加盟事業主之商標所創設的外觀。但因商標授權本身不必然生侵權行為法上之義務，故僅在消費者因信賴該商標而未採取原應採取之行動等例外的情形，始得容認擴大加盟事業主的責任、（2）加盟事業主對加盟者之指示關係。一般而言，加盟者有作為獨立事業者之經營上的裁量權，難謂其為相當於被使用人的存在。因此除非加盟事業主有特別之指示等的情形，始得認其應對所生損害負責（德國民法第 831 條第 1 項）<sup>237</sup>、（3）如加盟事業主該當於製造物責任法上之「製造人」或「擬似製造人」，則當然應依該規定負責，其屬政策上以實定法擴大責任主體的情形。

另外亦有呼應前述應由直接支配風險因素者負責之美國學說的主張、且進行更詳細分析的學說。該學說主張，加盟事業主對第三人之責任應以對應於加盟契約下之機能分擔為分配責任的基礎。其所謂契約下之機能分擔係指，加盟事業主基本上為作為加盟體系的總部，其主要負責開發與維持加盟套裝系統(franchise package)，加盟者則負責正確實施該套裝系統；除此之外，唯有於特別情事存在

---

義務」(小塚，前掲文，343 頁注 7)。

<sup>236</sup> Gunther Teubner, Beyond Contract and Organization? In: Christian Joerges (ed.), Franchising and the Law 105 (1991 Nomos).

<sup>237</sup> 以我國民法第 188 條而言，即為已形成之規範性運用準則，但其是否足以作為認定加盟者為加盟事業主之受僱人的根據，仍須進一步探討。同旨，西口元(ほか)，前掲書，280-282 頁。

時，始須檢討擴大加盟事業主責任之可能性<sup>238</sup>。

比較上述美國法與德國法理論之發展的差異可知，關於加盟事業者之責任的問題核心在於，究應使加盟事業主原則上僅在對應於加盟契約下應發揮之機能（總部機能）的範圍內始負責任、或應更廣泛地肯認加盟事業主之責任的成立，以及為確立該責任範圍之理論基礎及責任成立判斷基準為何。

## 第二款 損害類型與加盟事業主責任

在上述問題意識下，小塚教授區分在具體事例下第三人所受損害類型、結合加盟事業主是否立於得支配該等風險之地位，檢討加盟事業主應對第三人負責任之情形、及確認擴大責任之極限所在。

### 壹、商品勞務之不完全給付

加盟者之商品勞務的提供造成損害時，問題較為單純。如加盟契約中之機能分擔為由加盟事業主開發設計套裝系統、加盟者為實施該套裝系統者，且其為各自得區隔負責之事項，則損害的原因係出於加盟套裝系統、或是出於實施方法有誤，即可依其原因而確立對應於契約上之機能的責任。因此，例如建築業者之加盟者製作牴觸建築法規之增建計畫，結果在建築完成後遭拆除的情形，就顧客所受之損害，因加盟事業主負有指導監督加盟者不為違法行為之義務，違反該義務之加盟事業主應負賠償之責。

相對地，如提供之勞務的品質最終須依存於加盟者之技術，則難以追究加盟事業主的責任。例如加盟者修理之汽車暴衝致人身損害的情形，即難追究加盟事

---

<sup>238</sup> 參照小塚莊一郎，フランチャイズ契約論（六），法学協會雜誌 121 卷 3 号，2004 年，10 頁。同文第 13 頁注 20 提及，德國學說將加盟套裝系統之中樞部分稱為「想法」（konzept），加盟事業主負有適當制訂加盟體系之想法的義務、被導入之想法是否會造成損害之注意義務；加盟者負有於實施想法之際防止實際上所會發生之危險的義務。二者皆被定位為侵權行為法上之「社會生活義務」（Verkehrspflicht）。另外，法國法除適用製造物責任相關規定（法國民法典第 1386 條之 1～第 1386 條之 18）外，加盟事業主一般僅於因指針（manual）之策劃制訂等造成損害時，始生加盟事業主的責任



業主的責任。另如前述日本法的「案例四、赤帽事件案例」亦屬同樣情形。

另外，就可稱為加盟者之業務上的過錯（例如加盟藥店錯調處方、不動產經紀業加盟業者未正確傳達顧客之交易條件等）所造成的損害，因其為處於上述二極端間的情形，應如何判斷，易生爭議。如由其本質上與依存於加盟者之專門技術的類型仍有差異、且預防過錯之體制的建立應亦屬加盟套裝系統之設計上的問題觀之，使加盟事業主負擔對應於總部機能的責任，仍難謂過當。

## 貳、製造物責任

製造物責任在此之所以成為問題在於，就加盟者製造加工之商品的欠陷 (defect)，加盟事業主是否應負責任。以我國消費者保護法第七條、第八條之規定觀之，所有與商品或服務之提供的設計生產製造流通過程有關連者，皆為責任主體，故無論是否在加盟套裝系統有欠陷，只要符合該條規定之要件，加盟事業主為當然的責任主體<sup>239</sup>。但除責任主體明確的為製造者或流通業者的情形外，如於適用上有疑義時，日本製造物責任法下之「為使人誤認之名號等之標示者」的判斷標準仍有值得參考之處。

在日本法上，加盟關係業者適用日本之製造物責任法時，須檢討的問題為關於「製造業者等」之「製造物責任法」第二條第三項的規定<sup>240</sup>。

因製造物責任法之問題的原點在於製造業者，因此一般的流通業者應非該法之適用對象，但因上述規定對於「製造業者等」之範圍非僅限定於最狹義之製造者，即有必要檢討加盟事業主在何種情形符合「製造業者等」之定義，以判斷有無依製造物責任法負責之可能。

依製造物責任法第二條第三項第一款將「製造業者」之定義規定為「製造、加工或進口該製造物為業者」。如將其套用至加盟關係業者可知，例如製造食品

---

<sup>239</sup> 參照西口元・木村久也・奈良輝久・清水建成編，フランチャイズ契約の法律相談（第三版），青林書院，2013年，202頁（木村久也執筆）。

<sup>240</sup> 日本弁護士連合會編，消費者法講義（第4版），日本評論社，2013年，319頁以下。

並販賣之加盟事業主或加盟者即有可能該當於「製造者」；而如係由其他業者購入原材料，再於加盟事業主或加盟者處加工後於店鋪販賣的情形，其亦符合「加工」之概念而須負製造物責任。另在開發進口或直接進口國外商品販賣的情形，則以該當於「進口業者」而負責任<sup>241</sup>。

同條第二款則為一般稱為「標示上之製造業者」的情形，其具體內容為「以自身為該製造物之製造業者，於該製造物上為其名號、商號、商標等標示者等、或於製造物上為使人誤認其為製造業者之姓名等標示者」。因此即使非自身製造，若有如同自己製造般地於製造物上標示名號（企業名等）等，即為適用對象。至於「為使人誤認之名號等之標示者」係指，為與類似於週知之商號、名號等的標示，使消費者產生誤認之行為者。同條第三款則為稱為「實質上製造業者」的情形，其具體內容為「前款所列者外，由該製造物之製造、加工、進口或販賣等相關型態等情事考量，於該製造物上有得認其為實質上製造業者之名號等標示者」；基本上係指，就整體而言處於製造商品之中心角色者。在此等定義下，加盟關係者如有得被認屬標示上之製造業者（如所謂自有品牌）或實質上之製造業者的名號等標示的情形，例如消費者因名號等之標示而認該商品為加盟事業主所製造販賣、或加盟事業主為製造之主要中心業者，加盟事業主即應負責。在加盟事業主處於優勢地位，將下包業者或一般製造業者收編於自身經營體制下，並使其服從於自己之流通計畫的時代下，如有該當於「製造業者等」的情形，則仍有適用製造物責任法的可能。

### 參、顧客之安全等

加盟者營業之際發生之不測的損害，有起因於加盟套裝系統者、亦有非起因於套裝系統者。一般而言，加盟者之建物的設計多基於加盟事業主之指示，因此如損害之原因為店鋪設計上之缺失、或使用物品為加盟事業主所選定，其足成為

---

<sup>241</sup> 以加盟關係者而言，得採取委請專門處理進口業務之商社的方法，規避「進口業者」之責任。

加盟事業主負擔責任的根據。

相對地，如飯店或餐廳等之犯罪或事故的防制，基本上應屬加盟者之義務。蓋自對應於契約之機能責任的觀點而言，加盟事業主應無責任發生之餘地；但因加盟套裝系統有包含契約關係開始後之指導、建言、經營之支援等事項，如加盟事業主之從業人員（如指導人員）充分認知到危險、卻未採取任何對策，則仍有遭追究責任之可能。前述「案例二、便利商店滑倒事件」即是以地板用材為所有店鋪統一使用之製品為前提，論及加盟事業主有關地板清潔方式之指導義務，其可定位為此類型之相關事例。

又，即使是加盟者或其從業人員自身為違法行為的情形，亦不得即因此而謂加盟事業主不負對應於總部機能之責任。蓋指導監督不於提供勞務之際為違法行為乃加盟事業主之當然的義務，其亦構成廣義之加盟套裝系統的一部份<sup>242</sup>。

#### 肆、勞動災害

例如在餐飲業加盟者操作烹調器具而負傷之從業人員向加盟事業主請求賠償的情形，如造成問題之器具係購自加盟事業主指定之業者，加盟事業主即應負責任。此類勞動災害事件多為加盟套裝系統之缺失轉變成為勞動環境的問題，因此可謂是對應於總部機能範圍，成立加盟事業主責任之典型類型。

#### 伍、對無交易關係之第三人造成的損害

即使受害人並非與加盟者有交易關係之第三人，加盟事業主仍有可能因加盟套裝系統之缺失而成立責任。例如針對在住宅區之加盟洗車廠的噪音的爭議，就地點之選定而言，加盟事業主應負援助及建言的義務、且實際上噪音影響甚大時，加盟事業主即應負責任。另如前述「案例一、燒烤店排氣事件」係因加盟事

---

<sup>242</sup> Wood v. Holiday Inns, Inc., 508 F.2d 167 (5th Cir. 1975)：加盟者經營之飯店從業人員，向提示已受發卡公司指示停卡之信用卡的顧客，謊稱為影印而回收該信用卡。該顧客知情後請求賠償慰撫金及懲罰性賠償。又如為不完全給付，則屬本款中「壹」之適用範圍。

業主參與設計之排氣設備構造不良而應負責任，亦屬基於總部機能而負損害賠償責任之典型。

## 第二項 「總部機能」說之評估

如上所述可知，對於是否廣泛承認加盟事業主責任之課題，德國學說採取較為慎重的態度。亦即，其傾向界定加盟體系為鬆散之結合體的特性，尤其對於透過使加盟事業主負擔加盟者在資力上之風險的論點，德國學說質疑其與獨立事業者乃藉契約而結合之加盟體系的本質相互矛盾。但美國學說欲藉報償原理或風險分擔的觀點課加或擴大加盟事業主責任之架構，實際上亦可能因此而壓抑加盟體系事業之成長，蓋伴隨著加盟關係的擴展意味著加盟事業主責任加重的結果，其隱含著有抑制加盟契約之利用的根本問題。而經由比較上述關於加盟事業主責任之對立的見解可知，吾人最終所須面對的其實是，加盟體系對社會而言是否必須或其必須之程度的根本問題。

上述小塚教授以「總部機能」配合損害類型所建構之體系反映出其對於是否應擴大加盟事業主之責任，至少比起美國法之見解觀之，可知其採取較為慎重的態度。綜其所述，加盟者於營業之際所造成之損害有肇因於加盟套裝系統之缺失者、及與套裝系統無關者。加盟事業主無庸置疑地就前者情形應負責任，蓋該損害係因加盟事業主未適當地發揮其基於加盟契約上的義務所承受之總部機能而發生。而因該總部機能包含至指揮監督加盟者及其從業人員，如何基於加盟體系之契約關係演繹出其範圍及具體內容，即為決定加盟事業主是否應負固有責任之重要課題。

至於對於再如何解釋亦無法劃歸為加盟套裝體系之欠缺所造造成的損害時，原則上即無任何得使加盟事業主負責之理由；但在例外情形亦有擴大加盟事業主責任之可能，例如因對於商標之信賴而直接引發之損害、或是加盟者服從於加盟事業主之指揮監督的程度強至其足以被評價為被用人等是。而在超過此等例

外情形者，是否仍應課加加盟事業主的一般性責任則為政策判斷層次的問題。換言之，加盟事業主就難謂係肇因於加盟套裝系統之欠缺所生損害之責任，歸根究底係屬將無資力加盟者之風險轉嫁予加盟事業主的政策判斷問題，其是否可行則應評估加盟體系對整體社會所帶來之利弊。

雖然「總部機能」說強調加盟事業主之責任根據並非在於其監督或所作出引人信賴之外觀，而是在加盟契約下，加盟事業主原則上應僅就對應於其得發揮之機能（總部機能）的範圍內負責，其具有相當程度之說服力，但並非即以全然地解決此刻提。以「總部機能」結合損害類型的架構在正當化美國法的責任基礎可發揮相當作用，但在解釋論上，仍存在著終究須回歸至如何與實體規定及其要件結合的問題，「總部機能說」欠缺對此之進一步說明。另外，在「總部機能」說既不得不肯認例外情形之存在，則其與加盟事業主基於契約內容所演繹出之固有責任是否得明確區分，亦非全無疑問。

## 第五節 日本法之啟發

在說明日本法上關於加盟事業主對第三人責任之既存極為有限的相關案例，並分析其與現行規範間之關係，同時確認相關學說見解後，以下就此比較研究所得啟發略做說明。

### 第一項 固有責任之注意義務的根據

「總部機能」說雖未就其與具體規範間之關係進行說明，但由其主要係以加盟事業主對加盟者或加盟者之從業人員應介入（或實際上介入）的程度決定應否負責的根據，則其與在確立加盟事業主之固有責任或使用人責任時，應考量加盟事業主之選任、監督、指導、協助等要素，實際上並無差異。

基於加盟體系之統一基準的店鋪設置及畫一內容的營運方法，在日本加盟體系之實務上，一般除訂有包含加盟者受加盟指示應為之事項時、加盟者負有服從

指示之義務的契約書外，另有其他以指導綱要或作業流程等名義經營守則，同時，關於技術或營業之 know-how 則以透過研修、或是透過指導人員之個別指導傳授。該等契約書等相關文書即為確定加盟事業主基於總部機能，得演繹出其義務之內容與範圍的基礎、亦為判斷是否符合具體責任規範之要件之基礎。以下即以綜合日本各業種加盟契約中與加盟事業主之義務的生成有關的主要項目，以資參考

## **壹、營業場所之設計及規格等**

契約中就店鋪之設計及規格等的約定，加盟事業主基於加盟體系之「理念」(concept)，多要求統一的形象，因此由店鋪之設計、建設、外觀、內部裝潢及各種附帶設備等多由加盟事業主設計統一的基準，因此例如廚房等的設備、招牌、家具、器物、備用物品等的設置都須依加盟事業主之指定擺設。另外也有條款約定店鋪之內外不得擺置自動販賣機或娛樂設施、或需確保一定面積之停車場等，不一而足。此等事項一般雖於契約書中約定，但亦有在營運規則或 manual 中規定者。

## **貳、指示、指導及援助**

### **一、開店前**

為能迅速完成開店的準備，對完成店鋪外部及內部裝潢、擺置各種設備、備齊販賣商品、陳列商品、備妥販賣用具等，加盟事業主會提供各種指示、指導與協助、並進行開店前之確認的最終檢查。

### **二、開店後之管理、協助**

#### **(一) 對加盟者從業人員之管理**

使受過教育訓練之一定人數的從業人員服勤務、制服之穿著及以一定方式提供服務及應對、甚至採用擔任如店長等重要職務之人員須得到加盟事業主之同

意或符合其所設定之基準、使從業人員參加研修。

## （二）店鋪之管理

檢查巡視店鋪之內外、進行清掃、維修販賣器具、甚至對於空調之管理也在內。在飲食業的情形，清洗及清掃為重要的工作。販賣商品之品質的管理、衛生管理等亦非常重要。其除為衛生上之問題外，亦包含了對給予消費者之印象的考量。此等事項在契約書上多僅為抽象的文字敘述，但在 manual 中則多有相當具體的規定。

## （三）技術指導支援

加盟事業主就加盟者之營業，以研修、個別指導、書面通知等方法，就品質管理方法、販賣方法及服務之技術等，進行適當之指導及援助。具體方法如：

1. 派遣員工至加盟者店鋪，觀察店鋪、商品狀況及陳列、販賣狀況等，協助解決經營上產生的問題。
2. 契約中明訂為調查加盟者之各項義務是否被遵循，得派員至店鋪進行檢查確認；另有以制式規格列入相關事項，使加盟者紀錄、保存、提交報告等方式確認的約定。

一般而言，加盟事業主對加盟者及加盟者之從業員之為維護顧客人身或財產安全的指導監督義務，通常並不會出現在契約約定內容，而是基於加盟體系在性質上，為架構、維持營運統一之體系性的指導與監督所致，因此加盟事業主指定或設置店鋪內之設備時，應充分考量其設置方法、並對加盟者進行指導。如加盟事業主已有所考量、並為監督指導，則應認其已盡該義務。前述[案例一、燒烤店事件]之地院判決即為違反基於總部機能而生之規範性注意義務的適例。

相對地，透過契約約定而生之具體的各種義務，如損害之發生係因加盟事業主違反其具體作為的結果，則有生固有責任或未盡監督指導義務之使用人責任的可能。但如加盟事業主並未具體約定供給任何道具或為任何指示，則難以推出違反義務之結論。就加盟者受加盟事業主強度拘束之事項（如店鋪設備、營運方

法)，於加盟事業主有過失時，其應負責任之可能性即隨之增強。[案例二、全家便利商店事件]即為此類型之典型案例。

總之，加盟事業主在店鋪設計或營運流程標準上，不僅是營業效率，對於安全性及流程遵守(compliance)亦應充分檢証。但縱然如此，仍難完全避免偶發事故之發生，為避免此等風險，加盟事業主與加盟者間約定加入保險的義務即有其必要<sup>243</sup>。

## 第二項 外觀法理

日本商法第 14 條規定有所謂之「名義貸與」的相關規定，其適用要件等在學說上雖有不同的見解<sup>244</sup>，但在加盟契約之情形，如其完全符合適用要件時固無問題，但因加盟契約一般係加盟事業主允許加盟者「使用」商標，而非「貸與」商號；再者，與加盟者進行交易之相對人即使是一般消費者，通常亦有認知加盟者乃獨立之事業者的可能，此亦為前述「案例四、赤帽事件」何以將加盟者使用之標示定位為其本人之標示，否定加盟事業主之責任的主要理由。但在[案例三、中古車加盟者事件]中，法院則以加盟事業主及加盟者所做出之外觀確實引發買主誤認的判斷。因名義貸與人責任之目的在於保護信賴交易或行為之外觀的相對人，其反面即為如相對人有惡意或重大過失，加盟事業主即無須負責。因此在加盟事業主的立場而言，就招牌、名片等之表示，明確標示該店鋪係以加盟者的立場而經營，即非常重要；但在同時亦須認知到，在店鋪之設計上，明確記載經營者名稱亦有其極限。

雖然我國法上並無類似之規定，未能比照適用<sup>245</sup>，惟因名義貸與人之效果為名義貸與人與借用人連帶就借用人與第三人間之契約責任負責，在立法論上為架

<sup>243</sup> 神田孝，フランチャイズ契約の実務と書式，三協法規出版，2011年，250頁。

<sup>244</sup> 參照本章第三節第一項；西口元等，前掲書，106頁以下。

<sup>245</sup> 加盟事業主是否成為與第三人之契約當事人的問題，依日本法之傳統理論的見解，成為問題者為有無代理權、表見代理及其他表見責任的問題。另亦有由「名義貸與責任」探究者（金井高志，フランチャイズ・システムにおける商標（商品等表示）に関する紛争の判例分析（1），判例タイムズ1098号，2002年，76頁註20）；川越憲治，前掲書，366-367頁。



構加盟事業主對於第三人之債務不履行責任上，有相當值得參考之處。

因加盟者行為所致契約外之第三人的損害，加盟事業主應在如何範圍內負其責任的問題，區別損害之發生是否肇因於該加盟體系之 business format 的實質分析有其必要，而終究仍須以解釋論為依歸。對於在解釋論上屬於無論如何都非可歸於 Business Format 之損害，並非即因此使加盟事業主可完全排除責任，但最終乃屬衡量是否應擴大加盟事業主責任範圍之政策上考量的問題。

## 第六章 結論

當消費者在加盟事業者透過廣告大力播送及推銷的影響下，進入了他自認為是加盟事業主所經營的事業體系時，會先問問自己，這是加盟者或直營店嗎？通常不會，這也是選擇以加盟形態做為商業經營模式之加盟事業主想要達成的效果，即透過廣告、一致性的外觀、商品及服務，使消費者相信，不論走進哪一家店面，均會享有與總店內內容及品質相同的商品及服務。但若發生意外造成損害時，這樣的效果反而是加盟事業主欲極力避免的，希望與加盟者不要有太大的關聯性，以免因此必須負責。因此，加盟事業主在對第三人的關係上，即存在著此種必然的矛盾。若認為加盟事業主係獨立於加盟者之外之主體，加盟者對於消費者所造成之損害與加盟事業主無關時，即忽略了加盟事業主致力於塑造事業一體性的同時亦對消費者造成了混淆風險此點。但若認為加盟事業主因外觀一體性此點即應對加盟者的侵權行為負責時，亦有可能使加盟事業主之責任無限擴大，進而否定加盟形態的經營模式。因此，對於加盟事業主對於第三人之責任，宜從可能產生的損害類型建立加盟事業主責任之態樣，並期使其責任的建立更具明確性，在保障消費者同時，對加盟事業主亦能達到法律明確性之目的。

經探討我國現行法制下可得適用於為確保消費者之權益的各種規範、並比較美國法及日本法在相同課題的發展後，本文評估關於加盟事業主對第三人（消費者）應負責任之各項根據可能性及其極限如下，同時就尚不足以達到保護消費者權益之處，建議應增定相關規定。

### 第一節 現行法制下之適用及其極限

## 第一項 消保法之相關規定

以維護消費者權益為目的之消費者保護法中，與本研究課題有關者首推同法第 7 條至第 8 條之企業經營者責任。由於其責任主體範圍及於提供設計、生產、製造、經銷商品或服務之企業經營者，作為此流通連鎖過程一環之加盟事業主自應就所提供之商品或服務欠缺可合理期待之安全性所造成的損害，負連帶賠償責任。惟因其適用之範圍限定在提供欠缺安全性之商品或服務所造成之損害，亦即，欠缺安全性與損害之發生間須有因果關係，因此如消費者之受害並非肇因於該商品或服務，即被排除期適用。故為購買商品而在加盟者店鋪內滑倒之顧客無從適用此規定請求加盟事業主賠償損害；同樣地，加盟者提供之服務如非加盟事業主直接參與，加盟者即有違反指導義務，但其與損害之發生是否存在因果關係，不無疑問。

另消保法第 4、5 條關於企業經營者之提供資訊義務的規定，具有明確化加盟體系內部關係的作用，且違反消保法第 4、5 條之資訊揭露義務構成民法第 184 條第 2 項「違反保護他人之法律」的規定，應依此負損害賠償責任<sup>246</sup>。但在效果上，其仍僅由違反該義務之加盟事業主或加盟者各自單獨，無法達到使其負連帶責任的效果。又，在適用此規定時須注意者，標示「加盟」固可識別企業經營者間之關係，但其與消費者是否能正確理解其法律上意義，非屬同事；且縱使消費者得以瞭解，亦並不因此即當然排除加盟事業主之企業經營者責任、及後述之固有侵權責任、僱用人連帶賠償責任及表見代理責任之成立可能性。

---

<sup>246</sup> 不動產經紀業管理條例第 18 條後段規定即為反映此義務之具體規定。

## 第二項 侵權行為責任

### 第一款 責任根據之檢討

除上述依消保法規定之保護消費者的機制外，加盟事業主在民法上對第三人應負侵權行為責任的根據主要可分為固有責任及代負責任。固有責任主要源自於加盟事業主之指示瑕疵所造成之過失責任。亦即，加盟事業主可能透過對外觀及服務模式之複製，來達到吸引消費者上門的目的，因此對於加盟者的店面設計及裝潢通常會有一定的要求或直接由加盟事業主進行施工。若消費者或員工係因加盟者場所不具安全性或設備上之瑕疵而受有損害，而加盟事業主對於加盟者的外觀及場所要求有指示上瑕疵，加盟者僅能遵守加盟事業主之指示施作及維護，無自行決定及變動的空間時，加盟事業主即應依民法第 184 條之規定自負侵權行為責任，並在加盟者亦有過失時，依民法第 185 條之規定與其負共同侵權行為之責任。在美國法上，關於此類加盟事業主指示上之瑕疵，亦屬過失責任之直接責任，直接由加盟事業主負責。在日本法上，同樣亦認為對於加盟者內環境之維護，若起因於加盟套裝系統之瑕疵者，加盟事業主應自負責任。

除了加盟事業主應負基於加盟事業主本身之故意過失而致之侵權行為外，對於加盟者對第三人所造成之侵權行為，加盟事業主是否亦須負連帶賠償責任，即屬民法第 188 條僱用人責任適用之問題。民法第 188 條僱用人責任之僱用關係，實務及通說雖採從寬認定，認為只要客觀為他人服務而受他人指揮監督即可認定有僱用關係存在。有疑問者是在，在加盟關係中，加盟事業主通常會在加盟契約中加入「加盟事業主與加盟者係屬二獨立個體，加盟事業主對加盟者之行為不負任何責任」之免責約款。此一約款在美國法上，在認定加盟事業主之侵權行為時並不具有決定性之效力，加盟事業主是否要負責任，仍需視實際的控制關係而定。在我國法上，選任監督關係之建立與控制關係之有無概念相近，似可做為參

考。以美國法為例，判斷二者是否有控制關係，必須是加盟事業主對於加盟者之日常經營有所介入，若加盟事業主對於加盟者之員工有僱用、解聘及考核的權限或要求加盟者之員工應接受強制性的員工訓練等，即得認定二者有控制關係存在。至於契約中若只是約定一般加盟契約之解除權或終止、要求必須遵守營運手冊等，尚不足以認定二者間有控制關係。

除了加盟事業主應負基於加盟事業主本身之故意過失而致之侵權行為外，對於加盟者對第三人所造成之侵權行為，加盟事業主是否亦須負連帶賠償責任，即屬民法第 188 條僱用人責任適用之問題。民法第 188 條僱用人責任之僱用關係，實務及通說雖採從寬認定，認為只要客觀為他人服務而受他人指揮監督即可認定有僱用關係存在。有疑問者是在，在加盟關係中，加盟事業主通常會在加盟契約中加入「加盟事業主與加盟者係屬二獨立個體，加盟事業主對加盟者之行為不負任何責任」之免責約款。此一約款在美國法上，在認定加盟事業主之侵權行為時並不具有決定性之效力，加盟事業主是否要負責任，仍需視實際的控制關係而定。在我國法上，選任監督關係之建立與控制關係之有無概念相近，似可做為參考。以美國法為例，判斷二者是否有控制關係，必須是加盟事業主對於加盟者之日常經營有所介入，若加盟事業主對於加盟者之員工有僱用、解聘及考核的權限或要求加盟者之員工應接受強制性的員工訓練等，即得認定二者有控制關係存在。至於契約中若只是約定一般加盟契約之解除權或終止、要求必須遵守營運手冊等，尚不足以認定二者間有控制關係。

## **第二款 具體契約類型之僱用人連帶賠償責任**

就油品加盟關係而言，加盟契約中雖然有明文約定，加盟者之服務提供必須依加盟事業主所提供之經營管理及技術資料等為之，站體亦必須依據加盟事業主所提供之設計規範實施，但實際的經營管理、場所維護及員工之聘僱等，加盟事業主並無太大的介入，因此難認二者有控制關係存在。然而，由於加油站因加盟

事業主授權使用商標及統一站體設計等之表示行為，會使消費者對加油站員工係屬加盟事業主員工一事產生合理信賴，因此加盟事業主，除非能證明此一合理信賴不存在，否則仍應就加盟者員工之侵權行為負責。此外，加油站之經營通常不限於油品的提供，尚包括洗車、維修及便利商店等。此類服務的提供，雖然亦於加油站內提供，但若有足夠的外觀或表示，用於與油品公司區別，例如未使用油品公司之商標及服務標章者，自難構成消費者之合理信賴而要求加盟事業主負責。

就不動產經紀加盟關係而言，加盟者對消費者所提供者並非單純的商品，而是標榜與加盟事業主提供相同的專業服務內容。在美國法上，此種因提供專業服務時所造成之疏失，由於較具有使人認為加盟者之員工係加盟事業主員工之信賴存在，除非加盟事業主能主張已盡力排除此一信賴關係，否則即須依表見僱用人原則承擔代負責任。我國在不動產經紀業管理條例第 18 條即規定，經紀業應於營業處所明顯之處標明其為加盟經營者，已明文規定加盟者之揭示義務。然而此乃加盟者之義務，若加盟事業主未能確保加盟者揭示義務之執行，致使消費者產生加盟者員工乃加盟事業主員工之合理信賴者，仍必須依表見僱用人責任負責。

就補習班之加盟關係而言，雖然加盟契約中常明文規定加盟事業主與加盟者之獨立關係，但是加盟契約之內容第三人常無從得知，因此加盟事業主是否應負僱用人責任，仍需視控制關係之有無或表見授權與否而定。在補習班的加盟契約中，為維持教學品質之一致性，常有強制性之員工訓練課程，加盟者之員工必須接受加盟事業主之教育訓練後方能開課。因此，加盟事業主對於加盟者之教師可謂有一定程度的控制關係存在，對於教師執行職務所造成之損害，即有僱用人責任之適用。但對於其他人員之過失，則必須視有無表見授權之情形而定。通常補習班若在廣告或網站上大力宣傳加盟者為其xx分校、xx校區等，使用易使人對交易主體產生混淆之文字，即可認為消費者已就其一體性產生合理信賴而須負表見授權之僱用人責任。

就電信業之加盟關係而言，從加盟事業主與加盟者員工之聘用解僱有介入權

限、透過評鑑制度維持加盟者品質、對加盟者業績之要求及採用佣金制度等，甚至要求監視錄影加盟者內情形等，均顯示出加盟事業主與加盟者具有高度的控制關係存在。因此對於加盟者員工之侵權行為，加盟事業主就其監督選任之疏失，應由其承擔僱用人責任。

### 第三項 契約責任

加盟事業主對於加盟者及其從業人員對第三人造成人身或財產上之損害時，如前所述，其有負固有侵權行為責任或僱用人責任之可能，但如加盟者與第三人間發生係屬於契約責任之爭議時，因加盟事業主並非該契約之當事人，故應無對第三人負契約責任之理。惟因加盟事業主與加盟者間之結合體關係，如完全排除加盟事業主對第三人之契約責任，對於未能明辨加盟契約體系當事人之內部關係的第三人而言有失公平，故有檢討第三人之可得主張的救濟方法。

透過本文第三章第二項第一款之分析可知，在我國現行法體系下，第三人得有主張類推適用民法第 224 條之債務人的責任、或第 169 條之表見代理人責任之可能性。然在加盟事業主終究並非契約之直接相對人、且加盟事業主與加盟者係各自為自己之利益考量而存在，其與第 224 條係著眼與被使用人並非為自己之利益而係為履行債務人之債務的情形，尚屬有間，得否類推適用不無疑義。而在表見代理是否成立的問題上，實務見解在理論上雖認有成立的可能性，但終究仍須以是否符合成立要件為斷。以實際案例而言，加盟者為法律行為時是否以代理人之立場締結契約（顯名）及有無表見之事實，為使第三人對加盟事業主主張契約責任之障礙。

縱然如此，針對各種不同加盟類型，仍得以加盟體系之表見方式及加盟事業主對履約之介入程度，依既有規範，提供判斷之可能的基準。亦即，如加盟者對於提供之商品或服務的內涵仰賴加盟事業主之程度越強，則關於履約之相關問題所生責任，加盟事業主應負責任之可能性越高（例如加油站之油品品質、電信加

盟契約之資訊提供及說明義務等)；或是表見的外觀致第三人難以區別是否為獨立營業主體的情形亦同(例如以\*\*分校、\*\*分店、\*\*店表示之招牌、名片、廣告宣傳、制服等)。但須注意者，在此等架構下所得之效果為，加盟事業主本身因表見代理之成立反而成為契約之當事人，契約之直接相對人的加盟者卻退居其次而不負契約責任。此結果即使符合第三人之救濟得到確保的實質上需求，但仍存在著加盟事業主對第三人所負契約責任究應為其固有責任或僅是補充責任之理論上的問題。

對於加盟事業主對第三人之契約責任，美國法因契約當事人關係(*privity of contract*)理論的影響，並無相關之議論或檢討。至於日本法基於商法第14條規定，有使加盟事業主與加盟者連帶就因契約爭議所生責任的可能，實際上亦有援用該等規定追究加盟事業主責任之案例。有關該規定之檢討及案例等除就適用要件、具體認定之考量要素等，除在認定表見代理之判斷基準上可供參考外，名義貸與人應與名義借用人負連帶責任的法律效果，凸顯相對於侵權行為責任之架構多以報償原理<sup>247</sup>或危險分配<sup>248</sup>為考量之責任根據外，另有藉外觀法理連結加盟事業主與加盟者共負固有契約責任之可能性。另近年在例如俄國民法典第1034條(對權利使用人所提主張之權利所有人的責任)「一、在商業特許經營契約下，對權利使用人基於其所銷售之商品、提供之服務或履行之工作所為之不符合品質之主張，權利所有人應負補充責任。二、主張權利使用人為權利所有人之產

---

<sup>247</sup> 報償原理下之主要的考量為加盟店無足夠資力致第三人無從受償。如加盟店有足夠資力，卻仍讓加盟事業主負責，則將發生為進行求償之訴訟及執行的成本，故加盟事業主之責任應僅具類似一般保證人之補充責任。See, John L. Hanks, *Franchisor Liability for the Torts of Its Franchisees: The Case for Substituting Liability as a Guarantor for the Current Vacarious Liability*, 24 *Okla. City U. L. Rev.* 1, at 31-32 (1999).

<sup>248</sup> 依預防損害發生之觀點，使加盟事業主最先負責，有助於充分發揮追求開發加盟市場規律。亦即，即使事故發生時加盟事業主應負最先的責任，基於其後對加盟者之求償的可能性，加盟事業主仍並非最終負責損害者；但即便如此，因發生事故本身將嚴重影響加盟連鎖之信用，其有促成加盟事業主開發防止事故於未然之加盟套裝系統的充分誘因。該等所謂防止損害的誘因，大部分將轉化為如何確保加盟者資力，並採取以選擇資金基礎健全的加盟者、及貫徹以責任保險分散風險的方式為之。See, Lynn M. LoPucki, *Toward a Trademark-Based Liability System*, 49 *UCLA L. Rev.* 1099, at 1115-1116 (2002).



品製造人者，權利所有人應與權利使用人負連帶責任」<sup>249</sup>區分不同狀況課加權利所有人之補充或固有責任；立陶宛民法第 6.773 條（與對加盟業者主張者有關之加盟事業主責任）「一、就加盟業者基於加盟契約所確保之品質而被主張應就產品、工作或服務之瑕疵負責時，加盟事業主應負補充責任。二、對加盟業者以產品製造人身份而對其主張者，加盟事業主應與加盟業者負連帶責任」<sup>250</sup>亦有相同之規定，對於欠缺類似規定之我國私法體系的建構，上述規定可作為立法之參考。

## 第二節 立法之建議

現行法下關於加盟事業主對第三人之責任的發生依據已如上述，但因各責任依據之成立要件及效果或責任範圍或有重疊者、或有獨自之規範目的者，非僅藉其中之一即可竟全功，亦因此造成消費者不易掌握全貌，影響其尋求救濟的可能性。為能有一全盤性之解決模式，在現行法下或可思考適用具有法規規範性質之「公告定型化契約記載事項」（消保法第 17 條）的方式。但因該規定係適用於以交易類型為對象之契約範本，與加盟體系之形成乃屬經營型態的問題，被利用於各類型交易的情形不同，必也各類型交易契約範本的主管機關同步以此方式規範加盟事業主之責任，否則將造成業種間之歧異。又縱使各主管機關達成共識，仍

---

<sup>249</sup> Article 1034. The right Holder's Liability for Claims Presented to the User

「The right holder shall bear subsidiary liability for the claims made to the user for the inconsistency of the quality of goods (works, services), sold (performed or rendered) by the user under the contract of the commercial concession.

Against the claims made to the user as the manufacture of the products (goods) of the right holder, the latter shall be liable jointly with the user.」

<sup>250</sup> Article 6.773. Liability of the franchiser in relation to claims brought to the franchisee

「1. The franchiser shall be subsidiary liable for claims brought to the franchisee concerning the failure of the goods (work, services) sold by the franchisee under the contract of franchise to conform to quality.

2. With regard to claims brought to the franchisee as the manufacturer of the goods (products), the franchiser shall be solidarily liable with the franchisee.」

須克服何以得以消費者與加盟者間之契約課加加盟事業主負（連帶）責任之理論上的難題。

如上所述，本文認為，加盟事業主對於加盟者或其員工對消費者之侵權行為，原則上得透過民法第 184（185）及 188 條之適用，使其負連帶賠償責任。但是，如何正當化加盟事業主之固有注意義務影響第 184 條之適用可能性；另，嚴格而言，加盟事業主與加盟者或其員工間，並無僱傭關係存在，在適用第 188 條時，仍易引起爭議。故最根本的解決之道，仍應透過修法解決之。

在消費者保護法中，特別重視廣告對於消費者在資訊傳遞上所扮演的角色。消費者保護法第 22 條規定企業經營者應確保廣告之真實性，並負有不得低於廣告內容之義務；第 23 條並規範媒體經營者對於不實廣告之內容之連帶責任，由此可知，企業經營者欲藉由廣告的強大功能影響消費者決定的同時，亦必須就廣告所帶來的效果承擔相當的責任。在加盟關係中，加盟事業主同樣透過不斷播送的形象廣告，塑造並強調加盟者與加盟事業主間之一體性，向消費者宣傳，不論到哪一家加盟者，均能享有與加盟事業主所提供者之一致的商品及服務，藉以吸引消費者至加盟者消費，並同時帶給加盟事業主利潤。因此，加盟事業主對於其所創造出來一體性的外觀，並享受此一一體性所帶來的經濟上成果時，即必須就消費者因此所生之信賴負起相對的責任。故在消費者保護法第四節中，宜特別就加盟關係中，加盟事業主對消費者之責任加以規範。

其次，就加盟事業主對消費者之契約責任而言，亦存在應由加盟事業主與加盟者負連帶責任之相同理由。加盟事業主常透過廣告及宣傳，使消費者誤認加盟事業主與加盟者為一體，並藉此將其商譽價值延伸至加盟者。而這也是加盟經營模式中，加盟者必須支付加盟事業主廣告費，並由加盟事業主統一進行廣告宣傳的理由。透過廣告及宣傳，加盟事業主很容易即可在消費者間創造其一體性的印象，同時亦降低了消費者對締約主體的判斷力，因此宜由加盟事業主與加盟者就契約負連帶責任。表見代理理論雖然可使加盟事業主承擔契約責任，但無法解決

加盟者因代理人身分反而不用負責之問題。且在加盟者與消費者之契約中，加盟者通常係以自己名義締約，欠缺顯名之要件，欲使加盟事業主負表見代理之本人責任亦有困難。因此，仍宜從立法上加以解決。

#### 一、相關名詞之定義

於建議立法之內容上，首先，關於加盟事業主、加盟者及加盟經營關係之定義，公平交易委員會於「公平交易委員會對於加盟業主經營行為之規範說明」第2點第1款至第3款已有規定，得於消費者保護法第2條之定義中加以規範，包括：

**加盟事業主：**指在加盟經營關係中提供商標或經營技術等授權，協助或指導加盟者經營，並收取加盟者支付對價之事業。

**加盟者：**指在加盟經營關係中，使用加盟事業主提供之商標或經營技術等，並接受加盟事業主協助或指導，對加盟事業主支付一定對價之他事業。

**加盟經營關係：**指加盟事業主透過契約之方式，將商標或經營技術等授權加盟者使用，並協助或指導加盟者之經營，而加盟者對此支付一定對價之繼續性關係。但不包括單純以相當或低於批發價購買商品或服務再為轉售或出租等情形。

#### 二、加盟事業主對消費者之侵權行為責任

其次，對於加盟事業主之侵權行為責任，若屬商品瑕疵或加盟套裝系統之服務瑕疵所產生之責任，加盟事業主原本即應依據消費者保護法第7條規定負直接責任，加盟者亦須依第8條規定負連帶責任，因此，此一部分即毋庸另行規範。有問題者，係加盟者本身的侵權行為，加盟事業主是否應負連帶責任。本文建議於消費者保護法中就加盟事業主對於加盟者或其受僱人之侵權行為之責任予以明文規定。惟為維持加盟經營型態之發展，乃以但書保留加盟事業主免除責任之可能性<sup>251</sup>。建議修正條文為：

---

<sup>251</sup>附帶一提者，關於加盟者是否亦有對加盟事業主之侵權行為或債務不履行負責的問題，因加盟事業主對第三人之侵權行為責任係以加盟體系下之選任監督指導協助等「總部機能」為歸責依據，其不存在於加盟者對加盟事業主的情形。至於債務不履行責任部分，如二者間存在有使誤認

「加盟者或其受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由加盟事業主與行為人負連帶賠償責任。但加盟事業主就其選任加盟者或加盟者之受僱人及監督、指導或協助其職務之執行已盡相當之注意或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，加盟事業主不負賠償責任」

### 三、加盟事業主對消費者之債務不履行責任

加盟事業主對於加盟者與消費者間之契約責任，實際上會追究加盟事業主責任之情形應係加盟者有不履行之情形，而非要求加盟事業主履行契約，債務之履行仍應由加盟者為之，因此，在立法上宜僅就加盟事業主對加盟者之債務不履行責任負連帶責任。但在要件上如直接讓加盟事業主負連帶責任，恐就失去標示「加盟」的意義，且影響加盟經營型態之發展，因此建議應參考日本商法第14條中以「明知或因重大過失而不知致誤認契約相對人為加盟事業主」的情形為限，由加盟事業主負帶賠償責任。建議修正條文如下：

「因可歸責於加盟者之事由，致給付不能、不完全給付或給付遲延者，加盟事業主應對於誤認其為營業者而與加盟者進行交易之人，與加盟者負連帶賠償責任。但與加盟者為交易之人明知或因重大過失而不知致誤認者，不在此限」。

---

其為一體而難分彼此之外觀，則二者應為同一主體而負同一責任；但在加盟體系下之加盟事業主的契約責任，係以使加盟者利用其商標及服務標章而引發誤認為依據，與前者有所區別。

# 參考文獻

## 一、中文（依姓氏筆畫排列）

### （一）專書著作：

1. 王澤鑑，債法原理：基本理論債之發生，自版，2006年9月。
2. 王澤鑑，侵權行為法（二）特殊侵權行為，自版，2006年3月。
3. 史尚寬，債法總論，1990年8月。
4. 朱柏松，消費者保護法論，自版，1998年12月。
5. 邱聰智，新訂民法債編通則(上)，自版，2000年。
6. 林誠二，債法總論新解(上)，瑞興圖書，2010年。
7. 孫森焱，民法債編總論上冊，自版，2012年2月。
8. 黃立，民法債編總論，自版，二版第3刷，2002年9月，。
9. 董保城、湛中樂，國家責任法—兼論大陸地區行政補償與行政賠償，自版，2005年8月。

### （二）期刊論文：

1. 吳光明，論加盟契約，月旦法學雜誌，第187期，2010年12月，5-20頁。
2. 吳瑾瑜，受僱人執行職務之行為—評最高法院八十九年度台上字第一一六一號判決，中原財經法學，2001年7月，第6期，123頁。
3. 何之邁，歐聯連鎖加盟之研究，政大法學評論，1994年6月，第51期，291頁。
4. 林美惠，企業規劃加盟者契約中當事人與第三人之間的法律問題，法學叢刊，1996年10月，第41卷第4期，98頁。
5. 林美惠，論我國法上交易安全義務理論之建立，國立臺灣大學法學論叢，1998年10月，第28卷第1期，297頁。
6. 林美惠，交易安全義務與我國侵權行為法體系之調整（中）—以歸責原則變動為中心，月旦法學雜誌，2001年12月，第79期，142頁。

7. 林政馨，連鎖加盟面面觀，全國律師，2001年2月，第5卷第2期，4頁。
8. 林更盛，車行對靠行司機侵權行為的僱用人責任，台灣本土法學雜誌，2004年4月，第57期，123頁。
9. 林天財、蕭弘毅，不動產交易糾紛中經紀業加盟業主之法律責任—以我國法院實務見解之分析為中心，全國律師，2011年12月，第15卷第12期，52頁。
10. 姚志明，僱用人求償權範圍之解析，評最高法院一〇〇年度台上字第二一四九號民事判決，月旦裁判時報，第16期，21頁，2012年8月
11. 陳洸岳，名義借與者之僱用人連帶賠償責任—最高法院九四年台上字第二三〇三號判決簡評，台灣本土法學雜誌，2006年9月，第86期，233頁。
12. 郭家豪，『我要當老闆』之淺談加盟業主就加盟契約書中之資訊揭露義務，台一顧問通訊，2012年6月，第162期，15頁。
13. 黃淳鈺，不動產經紀業總店之僱用人責任——以加盟者受僱人侵權行為為中心，月旦法學雜誌，2013年8月，219期，143頁。
14. 楊中琳，加盟或非加盟 是真加盟還是假加盟真投資，公平交易通訊，2013年5月，no.51，9頁。
15. 劉姿汝，加盟契約與公平交易法，法令月刊，2006年7月，第57卷第7期，4頁。

### （三）學位論文：

1. 林美惠，加盟者契約法律問題之研究：以企業規劃（隸屬）加盟為主，1995年，國立臺灣大學法律學研究所碩士論文。
2. 陳怡潔，連鎖加盟業教育訓練實施及其成效之研究，2009年，國立政治大學勞工所碩士論文。
3. 蔡沛廷，連鎖企業經營型態之研究——以台灣連鎖體系為例，2012年，國立政治大學商業管理學院學位學程碩士論文。
4. 劉俊儀，連鎖店授權加盟經營法律問題之研究，1992，私立東吳大學法律學研

究所碩士論文。

## 二、英文(依姓名字母排列)

1. Brett A. Brosseit, Buyers, Beware: The Florida Supreme Court's Abrogation of the Apparent Authority Doctrine Leaves Plaintiffs Holding the Tab for Torts of Franchisees - Mobil Oil v. Bransford, Ave Maria School of Law, 23(3) Florida State University Law Review 837 (1996).
2. Gunther Teubner, Beyond Contract and Organization? In: Christian Joerges (ed.), Franchizing and the Law 105 (1991 Nomos).
3. Harvey Gelb, A RUSH TO (SUMMARY) JUDGMENT IN FRANCHISOR LIABILITY CASES? 13 Wyoming Law Review 215 (2013) .
4. J. Dennis Hynes & Mark J. Loewenstein, AGENCY, PARTNERSHIP, AND THE LLC(2008)
5. Jeffery A. Schneider & Robert J. Nye, Business Franchise Law(2003).
6. Jeffery Brent Brams, Franchisor's Liability: Drafting Around the Problems With Franchisor Control, 24 OKLAHOMA CITY UNIVERSITY LAW REVIEW 65 (1999).
7. John C. Monica, Franchisor Liability to Third Parties, 49 Mo. L. Rev.309 (1984)
8. John L. Hanks, Franchisor Liability for the Torts of Its Franchisees ; The Case for Substituting Liability as a Guarantor for the Current Vicarious Liability, 24 Okla.City U.L.Rev. 1 (1999).
9. John Mashni, Trademark License Agreement to Franchise: Where is the Tipping Point ? 18 TRINITY LAW REIVEW 26(2013).
10. Joseph H. King, Limiting the Vicarious Liability of Franchisors for the Torts of Their Franchisees, 62 Wash. & Lee L. Rev. 417 (2005)
11. Lynn M. LoPucki, Toward a Trademark-Based Liability System, 49 UCLA L. Rev. 1099 (2002).
12. Martin D. Fern, ESTABLISHING AND OPERATING UNDER A FRANCHISE

RELATIONSHIP (2000).

13. Michael R. Flynn, The Law of Franchisor Vicarious Liability: A Critique, 1993 Colum. Bus. L. Rev. 89

14. Pratt, Franchising Law and Practice, looseleaf, Sweet & Maxwell, London.

15. Randall K. Hanson, The Franchising Dilemma Continues: Update on Franchisor Liability for Wrongful Acts by Local Franchisees, 20 CAMPBELL LAW REVIEW 91(1997).

16. Robert W. Emerson, Franchise Goodwill : Take a Sad Song and Make it Better, 46 UNIVERSITY OF MICHIGAN JOURNAL OF LAW REFORM 349(2013).

17. Sara M. Turner Franchisor Liability for Franchisee Actions, Newsletter, September 19, 2011.

18. William T. Hennessey, Agency Law: Extending the Common Knowledge Doctrine, 47 FLORIDA LAW REVIEW 147(1995).

### 三、日文（依姓氏五十音排列）

#### （一）專書著作：

1. 石井久照＝鴻常夫，商法總則，勁草書房，1975年。
2. 大隅健一郎，商法總則（新版），有斐閣，1978年。
3. 落合誠一＝大塚龍兇＝山下友信，商法1（商法總則・商行為），有斐閣，第3版補訂版，2007年。
4. 加藤一郎編，注釈民法19（債権（10）），有斐閣，1965年。
5. 川越憲治，フランチャイズ・システムの法理論，商事法務，2001年。
6. 小塚莊一郎，フランチャイズ契約論，有斐閣，2006年。
7. 坂本延夫等編著・鈴木正彦等共著，新現代商法總則・商行為法，嵯峨野書院，2006年。
8. 四宮和夫，事務管理・不当利得・不法行為（下卷），青林書院，1985年。



9. 神田孝，フランチャイズ契約の実務と書式，三協法規出版，2011年。
10. 田中誠二，商法(8全訂版)，千倉書房，1982年。
11. 金井高志，フランチャイズ・システムにおける商標(商品等表示)に関する紛争の判例分析(1)，判例タイムズ1098号，2002年，
12. 西口元(ほか)編，フランチャイズ契約の実務，新日本法規出版，2000年。
13. 西口元・木村久也・奈良輝久・清水建成編，フランチャイズ契約の法律相談(第三版)，青林書院，2013年。
14. 日本弁護士連合会編，消費者法講義(第4版)，日本評論社，2013年。
15. (株)日本フランチャイズチェーン協会編，フランチャイズ・ハンドブック，2003年。
16. 蓮井良憲＝森淳二郎編，商法総則・商行為法(第4版)，法律文化社，2006年。
17. 林良平編，注解判例民法債権法Ⅱ，青林書院，1989年，1303頁。
18. 樋口範雄，アメリカ代理法，弘文堂，2002年。
19. 平井宜雄，債権各論Ⅱ不法行為，弘文堂，1992年。
20. 平井宜雄，情報化時代の継続的取引，収録於中川良延 [ほか]編，日本民法学の形成と課題：星野英一先生古稀祝賀(下)，有斐閣，1996年。
21. 平井宜雄，いわゆる継続的契約に関する一考察--「『市場と組織』の法理論の観点から」，収録於中川良延 [ほか]編，日本民法学の形成と課題：星野英一先生古稀祝賀(下)，有斐閣，1996年。
22. 我妻栄，事務管理・不当利得・不法行為復刻版，日本評論社，1989年。

## (二) 期刊論文：

1. 小畑史子，労働・社会保障判例紹介 コンビニ客の転倒事故に関するフランチャイザーの責任(大阪高裁平成13.7.31判決)，民商法雑誌，128巻4・5号，2003年7月，676頁，。

2. 小塚莊一郎，フランチャイズ契約の法的分析，私法 59 号，1997 年 4 月，204 頁。
3. 小塚莊一郎，フランチャイズ契約論(六)，法学協会雑誌 121 卷 3 号，2004 年 3 月，317 頁。
4. 橋本陽子，労働判例研究 第 974 回(1054)，フランチャイザーのフランチャイジーとその従業員に対する安全指導義務--ファミリーマート事件--大阪高判平成 13.7.31，ジュリスト 1231 号，193 頁，2002 年 10 月。
5. 三島徹也，フランチャイザーの第三者に対する責任(一)(二・完)，近畿法学 52 卷第 3・4 号，2005 年 3 月，1-32 頁；近畿法学 53 卷第 3・4 号，2006 年 3 月，27 頁。

# 附件

## 審查會議紀錄

壹、開會時間：102年8月6日(星期二)上午9時30分

貳、開會地點：本府法務局8樓審理庭

參、會議主席：黃簡任消保官碧函

記錄：林家慶

肆、出席人員：(略)

伍、報告事項：研究團隊報告(略)

陸、審查委員意見：

### 一、張文郁委員意見：

本件計劃書內係就美、日兩國進行研究，有提及美國法之發展，建議增加日本法之發展部分。又表見代理部分是否可參考公務員責任係採形式關係責任，即是否參考國家賠償法之相關規定，建請研究團隊納入本案研究。另消費者在訴訟上似乎主張民法188條規定時，加盟業者需負更重的連帶責任，相較於表見代理似更能保護消費者，建請本案就此部分亦加以探討。另可對目前我國實務見解加以整理，並可提出贊同與否之意見，若不贊同亦請提出解決方案。

### 二、陳信誠委員意見：

就計畫書內容似較為偏重侵權行為及其彼此間責任分擔之部分，希望就債務不履行責任亦加以著墨，因發生爭議時加盟事業主究應負何責任，加盟業者避不見面或倒閉，加盟主又表示與加盟業者彼此間相互獨立，致使消費者求救無門，縱使消費者提起訴訟亦屬弱勢之一方。又近來加盟事業之爭議甚多，如文山區瑪麗安補習班等，非常希望有學者就學理上提出足夠之基礎，提供我們作參考。

### 三、何修蘭委員意見：

感謝研究團隊接受本件委託就加盟業主責任此點為探究，因目前法制規範尚不健全，建請就數個不同產業間，每一產業分析其中數種不同型態的加盟合約，因涉及商業機密，研究團隊取得可能會有困難，惟本局亦會提供相關協助。又不動產經紀業管理條例有就該產業加盟部分有作相關之規

範，惟消費者保護法僅係就一般情形為規範，而修法可能又費時較久，如能從定型化契約應記載或不得記載事項切入，相關目的事業主管機關即可制定相關規範之方式加以處理，建請就此部分納入研究，達到可提供本局實際運用之效果。

#### 四、黃碧函委員意見：

考慮本件之時效，建請就實務較常遇到之爭議類型，例如不動產經紀業、電信業、補習班等。

**張文郁委員：**加油站亦屬重要。

**黃碧函委員：**本件就擇定不動產經紀業、電信業、補習班、加油站等之加盟契約就何委員之建議進行研究。又不動產經紀業加盟店及直營店法律效果不同，有關消費者保護法第4條及第5條規定消費資訊充分揭露部分、第7條及第7-1條有關無過失責任及企業經營者舉證責任轉換等相關規定，建請就加盟店、加盟事業主及消費者三方關係加以說明，並連結民法第188條規定之直接責任、代負責任或國家賠償法有關自己責任或代位責任等，建請以圖表加以說明；又消費者之相關權利義務、業主及加盟店之責任等各又為如何？法院就此亦有相關判決，可視研究團隊贊成與否作相關評析，新北市政府之研討會亦曾認應負連帶責任，惟亦認尚有爭議，最後結論仍建議中央修法解決，本件因計劃書有提及將提出立法或制定政策之建議，建請在民法、消費者保護法、定型化契約之應記載或不得記載事項等提出具體建議。

#### 五、陳洸岳副教授回應：

感謝提供意見，日本法之發展將會提及，因計劃書內係先以大陸法概括提及；又修法或提出建議，及架構責任基礎時參考國家賠償法之相關規定部分，會遵照辦理。實務見解部分已有搜尋相關案例，彙整後提出。4種契約類型將盡力達到目標；亦將製作圖表。另債務不履行責任部分係有於計畫書之表見責任內探討，將會單獨列出探討架構可能的方式。

#### 柒、決議事項：

一、審查通過。以本件研究團隊(陳洸岳副教授)辦理本研究計畫。

二、請研究團隊依審查委員意見修改研究計畫內容，並辦理雙方後續進行議價、簽約等程序。

捌、臨時動議：無。

玖、散會。

## 期末審查會議紀錄

壹、開會時間：102年12月5日(星期四)上午1時30分

貳、開會地點：本府法務局8樓審議室1

參、會議主席：黃簡任消保官碧函

記錄：林家慶

肆、出席人員：(略)

伍、報告事項：研究團隊報告(略)

陸、審查委員意見：

一、主席致詞：(略)。

二、陳信誠委員意見：

肯定本件報告在各國比較法資料充分，結論完整，應符合本件採購需求。

三、張文郁委員意見：

(一)初步看法完全符合本件採購需求，也就比較法充分介紹，足供法務局參考及本件契約要求。

(二)請問僱傭責任與表見代理之區別，因僱傭責任有民法第188條規定之適用，又如採僱傭說在本國法適用上有選任監督關係，不知代理是否有此要求？若不屬僱傭關係是否有其他可能性可解決？例如委任等。

(三)期末報告第79頁註47是否移到第74頁(一)之僱傭人責任較為妥適？

(四)有無可能是加盟主之侵權行為，消費者可否對加盟者主張權利？加盟者有無可能被認為與母企業法人格同一而被消費者主張相關權利？

(五)報告有提到可能構成合夥關係，合夥是以出資區分責任，而非選任監督關係，在結論上是否考慮此種類型如何處理？如未表示本身屬獨立經營事業，是否會使人誤解是同一事業體，在此情形下，有無必要利用類推解釋代理、委任或合夥等關係之必要？

(六)本件報告第113頁介紹美國法加油站與法院認定企業本體無介入營運故無庸負責，是否會被認為企業本體之連帶責任係建立在選任監督關係上，無選任監督就無連帶責任？

(七)以讀者之角度，建議就註釋採連續號註解，以利查閱。

四、劉建宏委員意見：

(一)整體上肯定本件報告蒐集資料及研究面向之深度及廣度充足，符合本採

購需求。

- (二)程序部分就報告書之明確度部分，建議修法可能性之部分，是否另增專章討論？例如目前需要克服的困難，及其解決方法。
- (三)實質部分，因民法涉及層面較廣，本件側重在消費者保護上，例如廣告代言人之求償在民法上可能困難，但是在消費者保護上，可能性較大，如以修訂民法之方式可能會難以突破，是否考量採修訂消費者保護法方式，就加盟型態酌作增訂，是否較為可行，提供參考？
- (四)就消費者保護官的功能，在加盟型態之消費爭議，於現行法令下，能作哪些功能之發揮，是否也提供寶貴意見？

#### **五、何修蘭委員意見：**

- (一)肯定本件比較法非常周詳。
- (二)通常加盟企業主之資力較為雄厚，民眾較容易獲償，且消費者對品牌信任度高，在不動產經紀業如表明清楚是加盟業者，加盟主即無庸負責，是否能以讓有資歷之企業主在某範圍內負起第一步責任，加盟主與加盟者間內部再進行求償？

#### **六、黃碧函委員意見：**

- (一)報告中認為對加盟主主張連帶責任因法無明文似乎不可行，必須透過修法，現行法令又有所不足，消保法亦無法涵蓋整個賠償體系，消費者遇到類此糾紛時應如何主張對其最有利？有無可能在消費者保護法增訂專章或個別專業法規作規範，老師是否有具體建議，本件報告可能是有分散在各小結，是否能在總結部分針對消費者主張何法律關係對其最有利及修法建議此二點集中論述，加強說明。
- (三)又消費者保護官現行體制下，可作哪些事？消費者保護官在協商時又可作哪些？
- (四)有關消費者保護法第4條及第5條規定消費資訊充分揭露部分並無相關罰則，有無可能以違反保護他人法律主張侵權行為損害賠償，能否納進報告中加以分析說明？

#### **七、研究團隊回應及討論：**

##### **陳洸岳教授：**

感謝各位委員先進表示的意見，將會帶回去修改。又美國法並不認為加盟

主與消費者間有契約關係，我國現行法架構下是切割為侵權責任與表見代理責任，在有契約責任時才会有主張表見代理之可能性，一般侵權行為所造成損害時，則依據民法第 188 條規定來主張，表見代理是在如加盟企業主屬於契約當事人時主張，這是我們目前的架構。

**張文郁教授：**

區隔開也很好，建議在結論時加入說明，因為看起來重心比較放在侵權行為。

**陳洸岳教授：**

另如有誤認公司法人格同一之情形時，如有造成外觀上誤認為一體時，即有向其主張的可能性，其內部則依原契約求償。至於其內部間之法律關係為何，則有各種可能性，必須視其間實質關係來判斷。

**張南薰教授：**

加盟即非屬同一主體，如主體屬同一則是直營店，對消費者最有利的是認定為合夥關係，可以主張其等應負連帶責任，但合夥必須要利潤共享，如盈虧自負、加盟業者僅繳納加盟金者，則難認屬於合夥。

**張文郁教授：**

是否需要探討如果商業登記上為分支機構、分公司的情形，或可認定為直營店。

**張南薰教授：**

通常登記上都會登記為不同公司，惟如外觀足以誤認為分公司、分校則可能構成表見代理。

**陳洸岳教授：**

從民法角度思考，凸顯民法無法解決此一爭議，所以也無法以修訂民法來解決，或許可考慮以修訂消費者保護法或公平交易法等特別法等方式。

**黃碧函委員：**

如此能否請研究團隊在結論增加修法建議，如在消費者保護法增訂專章，建議之條文內容等。

**張文郁委員：**

公平交易法似不適合，應在消費者保護法或民法債各加一章較為適合；且似不應有履行揭露義務即免除連帶責任。

**何修蘭委員：**

如從修法角度思考，消保法內除明確規範揭露義務外，並增訂加盟主應負連帶責任？

**張南勳教授：**

課加盟主過重之責任恐使加盟體系瓦解。

**何修蘭委員：**

加盟主可透過內部求償降低加盟主責任過重之問題，無論如何，此一利益不應由消費者承擔。

**陳洸岳教授：**

我們努力的方向在基於經營指導型態使加盟主應該要負責。

**黃碧函委員：**

我們希望透過修法或解釋使加盟主有一定責任，讓消保官在協商時可以將加盟主也納入負擔一定責任。最後再請研究團隊朝委員意見修正，大概是有關消費者權益保護及修法方向建議兩方面，本件期末審查原則上審查通過。

**柒、決議事項：**

- 一、本件期末報告審查通過。
- 二、請研究團隊依審查委員意見修正，並於履約期限前依約繳交總結報告及契約所定之相關文件。

**捌、臨時動議：**無。

**玖、散會。**



## 期末報告審查意見修正及說明對照表

項目	提出者	意見或建議	修正、補充及說明
1	張委員 文郁	請問僱傭責任與表見代理之區別？因僱傭責任有民法第 188 條規定之適用，又如採僱傭說在本國法適用上有選任監督關係，不知代理是否有此要求？若不屬僱傭關係是否有其他可能性可解決？例如委任等。	僱用人責任依民法第 188 條，需為受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任。表見代理則依民法第 169 條，由自己之行為表示以代理權授與他人，或知他人表示為其代理人而不為反對之表示者，對於第三人應負授權人之責任，但第三人明知其無代理權或可得而知者，不在此限。前者為契約責任，後者則為侵權責任，兩者型態不同。又，僱傭契約與委任契約最大區別點就在於，受僱人／受任人自主決定之空間。若依加盟契約中之約定，加盟者並非完全依照加盟事業主之指示，而是有一定裁量空間，雖非僱傭契約仍屬委任契約。（見第 56 頁、第 73 頁。）
2	張委員 文郁	期末報告第 79 頁註 47 是否移到第 74 頁(一)之僱傭人責任較為妥適？	該實務見解：「按依消保法所提之訴訟，因企業經營者之過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金，為消保法第五十一條所明定。上訴人盟都公司及上訴人甲○ ○即丹麗爾女子美容院為消保法上所指之企業經營者，因彼等之過失提供具安全上或衛生上危險之服務致被上訴

			人受有損害，被上訴人自得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金。」肯認加盟事業主依消費者保護法第7對於加盟者之受僱人所提供之服務造成損害應負賠償責任。(見第80頁註94。)
3	張委員 文郁	有無可能是加盟主之侵權行為，消費者可否對加盟者主張權利？加盟者有無可能被認為與母企業法人格同一而被消費者主張相關權利？	關於加盟者是否亦有對加盟事業主之侵權行為或債務不履行負責的問題，因加盟事業主對第三人之侵權行為責任係以加盟體系下之選任監督指導協助等「總部機能」為歸責依據，其不存在於加盟者對加盟事業主的情形。至於債務不履行責任部分，如二者間存在有使誤認其為一體而難分彼此之外觀，則二者應同一主體而負同一責任；但在加盟體系下之加盟事業主的契約責任，係以使加盟者利用其商標及服務標章而引發誤認為依據，與前者有所區別(見結論章注251)
4	張委員 文郁	報告有提到可能構成合夥關係，合夥是以出資區分責任，而非選任監督關係，在結論上是否考慮此種類型如何處理？如未表示本身屬獨立經營事業，是否會使人誤解是同一事業體，在此情形下，有無必要利用類推解釋代理、委任或合夥等關係之必要？	合夥關係僅是加盟關係中的一種可能性，若加盟關係中的權利義務，其性質及內容已構成合夥契約，當然可適用合夥之規定解決之，不用再類推適用代理或委任。惟大部分的加盟契約很少被認定為合夥，主要係因為欠缺利潤共享的要件。
5	張委員 文郁	本件報告第113頁介紹美國法加油站與法院認定企	選任監督關係只是美國法上認定僱用人責任之一種，在無

		業本體無介入營運故無庸負責，是否會被認為企業本體之連帶責任係建立在選任監督關係上，無選任監督就無連帶責任？	監督選任關係下，仍可能以表見僱用人責任要求加盟事業主負連帶責任，只是在加油站加盟的情況中，美國法院認為一般民眾均能認知加油站與油品公司係不同實體，故難以認為油品公司須依表見僱用人責任負連帶責任。
6	張委員 文郁	以讀者之角度，建議就註釋採連續號註解，以利查閱	已修正為連續號。
7	劉委員 建宏	形式部分就報告書之明確度，建議修法可能性之部分，是否另增專章討論？例如目前需要克服的困難，及其解決方法。	依委員意見，於結論章中修正格式編排並增補說明。
8	劉委員 建宏	實質部分，因民法涉及層面較廣，本件側重在消費者保護上，例如廣告代言人之求償在民法上可能困難，但是在消費者保護上，可能性較大，如以修訂民法之方式可能會難以突破，是否考量採修訂消費者保護法方式，就加盟型態酌作增訂，是否較為可行，提供參考。	於結論章（第 163 頁以下）補充說明。
9	劉委員 建宏	就消費者保護官的功能，在加盟型態之消費爭議，於現行法令下，能作哪些功能之發揮？	於結論章第一節中綜合補充說明。
10	何委員 修蘭	通常加盟企業主之資力較為雄厚，民眾較容易獲償，且消費者對品牌信任度高，在不動產經紀業如表明清楚是加盟業者，加盟主即無庸負責，是否能	於結論章中綜合補充說明。

		以讓有資歷之企業主在某範圍內負起第一步責任，加盟主與加盟者間內部再進行求償？	
11	黃委員 碧函	報告中認為對加盟主主張連帶責任因法無明文似乎不可行，必須透過修法，現行法令又有所不足，消保法亦無法涵蓋整個賠償體系，消費者遇到類此糾紛時應如何主張對其最有利？有無可能在消費者保護法增訂專章或個別專業法規作規範，老師是否有具體建議，本件報告可能是有分散在各小結，是否能在總結部分針對消費者主張何法律關係對其最有利及修法建議，希望針對這兩點集中論述，加強說明。	於結論章中綜合補充說明。
12	黃委員 碧函	又消費者保護官現行體制下，可作哪些事？消費者保護官在協商時又可作哪些？	於結論章中綜合補充說明。
13	黃委員 碧函	有關消費者保護法第4條及第5條規定消費資訊充分揭露部分並無相關罰則，有無可能以違反保護他人法律主張侵權行為損害賠償，能否納進報告中加以分析說明？	消保法第4、5條關於企業經營者之提供資訊義務的規定，具有明確化加盟體系內部關係的作用，且違反消保法第4、5條之資訊揭露義務構成民法第184條第2項「違反保護他人之法律」的規定，應依此負損害賠償責任。但在效果上，其仍僅由違反該義務之加盟事業主或加盟者各自單獨，無法達到使其負連帶責任的效果。又，在適用此規定時

			<p>須注意者，標示「加盟」固可識別企業經營者間之關係，但其與消費者是否能正確理解其法律上意義，非屬同事；且縱使消費者得以瞭解，亦並不因此即當然排除加盟事業主之企業經營者責任、固有侵權責任、僱用人連帶賠償責任及表見代理責任之成立可能性（見第 155 頁）</p>
--	--	--	---