

Title	美術品の委託売買における美術商の顧客に対する責任 : Accidia Foundation対Simon C. Dickinson Limited判決の美術品取引実務への影響
Sub Title	Responsibility of art dealers acting as sales agent : impact of 'Accidia Foundation v. Simon C. Dickinson' on the art market
Author	島田, 真琴(Shimada, Makoto)
Publisher	慶應義塾大学大学院法務研究科
Publication year	2012
Jtitle	慶應法学 (Keio law journal). No.23 (2012. 5) ,p.165- 208
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	論説
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1203413X-20120529-0165

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

美術品の委託売買における 美術商の顧客に対する責任

——Accidia Foundation 対 Simon C. Dickinson Limited判決の
美術品取引実務への影響——

島 田 真 琴

1. はじめに
2. イギリスのエージェンシー（代理）制度について
3. Accidia Foundation v. Simon C. Dickinson Limited事件について
4. 日本の美術品取引実務について
5. 結語

1. はじめに

イギリスの美術品取引市場において絵画、骨董品等を売却する画廊、画商その他の美術商（以下、「美術商」という。）は、ディーラー又はエージェントのいずれかの立場で取引を行っている。ディーラーとして取引する美術商は、美術品を美術愛好家や他の美術商から買い取り、これを自らの計算で買主に売却する。この場合、所有者と美術商間の取引及び美術商と買主間の取引は、それぞれ独立した売買であり、美術商の収入は、所有者からの購入代金（仕入値）と買主への売却代金（売値）との差額である。他方、エージェントとして活動する美術商は、美術品を所有する顧客や他の美術商から美術品を預かってその販売委託を受け、委託者のために買主を探し、委託者の計算でこれを売却する。美術商が買主から受け取る売却代金は委託者に帰属し、美術商は委託者からその販売活動に対する手数料を受領することになる。ただし、美術商がエージェントの場合であっても、美術品の提示・紹介、売買契約の交渉、契約の締結、美術品の引渡し、代金の授受等は美術商と買主の間で行われるので、売買取引

の外形はディーラー方式の場合と変わらない。したがって、美術品の買主は、美術商がディーラー、エージェントのどちらの立場で取引しているのかについてほとんど関心を持たない。

他方の美術商にとっては、ディーラーとして取引する場合は、契約当事者としての責任とリスクを負担しつつ、自らの才覚で得た売却代金と仕入値との差額（転売利益）をすべて収入とすることができるのに対し、エージェントの場合は、契約責任を売主本人に転嫁できる反面、定額又は低率の販売手数料収入しか得られないという違いがある。とりわけ、美術品所有者に対する美術商の法的な義務という観点からは、エージェントの立場で行う取引は、ディーラーの取引とは全く異なっている。ディーラーとして取引する美術商は、所有者から美術品を購入した後は、自らの責任とリスクにおいて自らの利益のみのためにこれを売却し、美術品の元所有者に対して何らの責任を負わない。よって、所有者とディーラーの間には、利害が相対立する契約当事者の関係しか存在しない。これに対し、エージェントは、所有者から委託を受けた美術品を所有者（委託者）のために売却するので、委託者とエージェントの間には、エージェントの活動の如何によって委託者の利害が左右されるという特別な依存関係が存続している。そこで、法律は、委託者の利益を守るため、エージェントに対し、衡平の原則に基づく特別な義務として、後述の忠実義務（fiduciary duty）を課している（後記2.3）。

しかし、従来、美術商は、顧客や他の美術商から美術品を預かって販売する場合、ディーラー方式か、それともエージェント方式かについて明確に意識せずに取引を行うことが少なくなかった。その理由は、英米の美術商の業界において、いわゆる「ネットリターン価格取引」が広く行われてきたためである。「ネットリターン価格（net return price）」とは、美術品の委託販売において、委託者が受託者から受領する正味の代金、すなわち、買主が支払った売買代金から受託者の手数料その他の諸費用を控除した後の最終的な金額のことである。美術商が他の美術商に美術品の販売を委託する際、委託者と受託者は、委託者が正味の代金として最低限確保しておきたい委託金額（すなわち、ネット

リターン価格)を合意するとともに、このネットリターン価格と受託者が買主から受け取る代金の差額をすべて受託者の報酬(販売手数料)とする旨の取決め(以下、「ネットリターン価格取引」という。)をすることが少なくない。この取決めがある場合、受託者は、ディーラーとして商品を売主から購入のうえ買主に転売する場合における転売利益と同じ収益を得ることができる。よって、美術商にとっても、経済的利益の観点からは、ディーラー方式、エージェント方式のどちらであるかを明確に区別する必要性が乏しいのである。このため、従来、美術品の販売委託を受けた美術商は、委託者に対して法律上の特別な義務を負っている旨の認識がほとんどなく、美術商間でネットリターン価格取引を行う際は、ディーラーとして取引する場合と同じ法的立場で取引に関与していると考えていた節すらあった。

2010年11月26日に英国高等法院が言い渡したAccidia Foundation対Simon C. Dickinson Limited事件の判決¹⁾(以下、「本件判決」という。)は、そのような美術商間における認識の合理性を完全に否定した。本件判決は、裁判所が、上記のネットリターン価格取引に関する美術商間における取引慣行を認めず、エージェントとして活動した美術商に対して忠実義務違反の責任を負わせた事件であり、今後の美術品取引実務に多大な影響を与えることが予想される。

本稿は、本件判決の内容を紹介し、英米における美術品取引実務に対する同判決の影響を検討したうえで、これとの比較において日本の美術品取引実務の問題点を検討するものである。

2. イギリスのエージェンシー(代理)制度について

本件判決を検討する前提として、イギリス法におけるエージェンシーの概要

1) *Accidia Foundation v. Simon C. Dickinson Limited* [2010] EWHs 3058 (Ch); [2010] All ER (D) 290 (Nov).

を説明しておく²⁾。

2.1 エージェンシーの意義

イギリス法において、エージェンシー（代理）とは、契約当事者（本人）以外の者（エージェント）が、本人の利益のために本人の計算で相手方と契約を締結することにより、本人と相手方との間において直接の権利義務関係を発生させる制度である。日本の民法上の代理制度は、代理人が相手方に対して、本人のためにする旨の表示（顕名）をすることを要件としている（民法99条1項）が、イギリス法上、エージェントが、本人のエージェントとしての立場で契約することを相手方に告げずに自らが当事者であるかのように契約した場合（agent of undisclosed principal）やエージェントであることだけを告げて本人が誰であるのかを開示しなかった場合（agent of unidentified principal）でも、本人と相手方との間において直接の権利義務関係が発生する³⁾。

2.2 エージェンシーの成立要件

エージェンシーは、以下のいずれかの方法により成立する。

(1) 真正代理（Actual Agency）

本人が他の者（エージェント）に対して、明示的又は黙示的にエージェント

2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, 19th ed., Sweet & Maxwell, 2010が、イギリスの代理制度に関する代表的な教科書である。その他の参考文献として、*Goode on Commercial Law*, 4th ed., Penguin, 2011, pp. 177-195; *Treitel's the Law of Contract*, 13th ed., Sweet & Maxwell, 2011, pp. 750-801; *Anson's Law of Contract*, 29th ed., Oxford, 2010, pp. 687-716が挙げられる。

3) 日本法上、商行為の代理人に関してのみ顕名の必要がない（商法504条）が、イギリス法上は、商行為か否かに関係なく顕名主義をとらない。また、日本法上は、委任者が受任者に代理権を与えずに、受任者の名で取引する権限のみを付与する問屋という制度（商法551条）があり、この場合は、委任者と相手方の間に直接の権利義務関係は発生しない（商法552条1項）が、イギリス法上は、常に委任者と相手方の間に権利義務関係が生ずる（江頭憲治郎「商取引法第6版」（弘文堂、2010年）235頁）。

として活動する権限を付与したときに真正代理が成立する。権限付与の方法は、口頭でも構わない。ただし、エージェントが本人のために第三者と締結する契約が書面性その他の一定の要式を要件としている場合は、権限授与も同様の要式により行わなければならない⁴⁾。

黙示による権限は、本人がエージェントに対して明示的に一定の権限を付与したことに付随して発生したり (inccidental authority)、本人がエージェントと一定の関係を持つことによりエージェントの職業や社会的地位に伴って習慣又は取引慣行上 (usual and customary authority) 発生したりすることが多い。特定のマーケットにおける活動を委託されたエージェントは、原則として、委託者が当該マーケットにおける慣行を知っているか否かにかかわらず、当該マーケットの慣行上通常有する権限を有している⁵⁾。ただし、慣行が不合理な場合は、本人（委託者）が当該慣行を知っていた場合を除き、慣行上の権限が付与されることはない⁶⁾。

本人から真正代理の権限を付与されたエージェントが相手方と契約したとき、エージェントが自らの立場（すなわち、本人のエージェントであること）を告げていたか否かにかかわらず、相手方と本人との間に契約上の権利義務関係が発生する。ただし、エージェントが相手方に本人の存在を知らせず、自らが契約当事者であるかのように契約した場合 (agent of undisclosed principal)、相手方は、本人のみならず、エージェントに対しても、本人と同様の契約上の責任を追及することができる⁷⁾。また、エージェントが、本人は誰であることを相手方に開示せずに、非開示当事者のエージェント (agent of unidentified principal) として契約を締結した場合、相手方は、本人が誰であることを知らさ

4) イギリス法上、不動産に関する権利の設定又は移転に関する契約、海事保険契約等は、書面によらない限り法的拘束力を生じない (The Law of Property Act 1925 ss 53(1), 54, the Marine Insurance Act s 22, 前掲注2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, paras. 8-003, 8-004)。

5) *Pollock v. Stables* (1848) 12 QB 765, *Reynolds v. Smith* (1893) 9 TLR 494.

6) *Robinson v. Mollett* (1875) LR 7 HL 802.

7) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, para. 9-012.

れない限りは、エージェントに対して、本人と同等の責任を追及することができる⁸⁾。

(2) 追認 (Ratification)

エージェントとして契約を締結した者が実は本人から権限を付与されていなかった場合、又は本人から付与された権限を越えて契約を締結した場合、本人は、エージェントが締結した契約を追認することができる。これにより、本人と相手方の間には、契約締結のときに遡って契約上の権利義務関係が発生し、また、エージェントは、本人に対して、最初からエージェントとして行動していた場合と同様にエージェントとしての責任を負うことになる。ただし、この効果が生ずるのは以下の要件をすべて満たしている場合だけである⁹⁾。

- (i) エージェントは、契約の締結に際して、エージェントとして本人のために契約することを相手方に告げていなければならない。ただし、本人が誰であるかについてまでは開示する必要はない¹⁰⁾。
- (ii) エージェントが契約を締結する際に、本人は現実存在しなければならない。たとえば、設立前の会社のために発起人がエージェントとして契約した場合は発起人が契約当事者となり、設立後に会社が契約を追認しても、会社と相手方との間には権利義務関係が生じない。
- (iii) 契約締結時において、本人が契約を締結する能力を有していなければならない。
- (iv) 本人は、エージェントとして行動した者が締結した契約の効果を受け入れる旨の意思を、相手方、エージェント又は第三者に対して何らかの方法で表明しなければならない。これは、たとえば、契約上の義務の履行に着手したり、契約による利益を受領したりなど、契約の存在を前提とする行動をとる

8) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, para. 9-016.

9) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, paras. 2-060-2.063, 2-067, 2-070.

10) *Hagedorn v. Oliverson* (1814) 2 M&S 485.

ことで足りる。ただし、そのような行動は、権限のない者がエージェントとして契約を締結した事実を知ったうえで行われなければならない¹¹⁾。

(3) 表見代理 (Apparent Agency)

本人が、他の者に権限を与えていないにもかかわらず、その者にエージェントとしての権限を与えたかのような言動を行い、その結果として、相手方がその者（表見代理人）は権限を与えられていると信頼して、本人との間の契約関係を生じさせるつもりで、その者と契約を締結した場合、禁反言の原則に基づいて、本人は、相手方に対して契約上の義務を負わなければならない¹²⁾。

エージェントが本人から付与された権限を越えて相手方と契約した場合や権限が消滅した後に契約した場合も、相手方が、本人の言動に基づき、エージェントに当該契約締結の権限があると信頼して契約したときは、表見代理が成立する。

(4) 慣例上の代理 (Usual Agency)

取引や職務を行う者は、その業務に伴う取引において、慣例上、当然に他の者のエージェントとして契約を締結する権限を有しているはずの事項に関する権限を有する¹³⁾。たとえば、小売店のマネジャーの地位にある者は、商品を仕入れ、従業員を雇用し、従業員に対して店舗の代理人として顧客に商品を販売する権限を付与することについて、店舗のエージェントとしての権限を有している。また、オークションの主催者は、オークションに出品した売主とこれを落札した買主との間の売買契約書に署名する権限を当然に有している。このような慣例上の代理権は、取引上の地位に付随して黙示的に付与された真正代理と表見代理との融合によって成り立っている。ただし、慣例上の代理は、表

11) *Lewis v. Read* (1845) 13 M&W 834, *Sea Emerald SA v. Prominvest bank* [2008] EWHC 1979 (Comm).

12) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, para. 3-004.

13) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, para. 3-005.

見代理とは異なり、エージェントが代理人であることを相手方に告げず、自らが契約当事者となって契約した場合でも成立することがある¹⁴⁾。

(5) 法律上の代理 (Agency of necessity)

他人の財産を管理している者は、法律により、財産を保全する緊急の必要性があつて本人の指示を待つことができない場合、当該財産に関して適切な措置をとる権限が法律により付与されている¹⁵⁾。たとえば、運航中の船の船長は、貨物の持主に代わって貨物を保護するための曳船契約を締結する権限¹⁶⁾、腐敗しそうな貨物を売却する権限¹⁷⁾等を有するものとされている。

2.3 エージェントの本人に対する義務

真正代理の場合、エージェントは本人との間の契約によってその権限を付与されているので、当該契約に基づいて、本人に対して明示的及び黙示的な義務を負っている。この契約上の義務には、通常、契約の履行に当たって合理的な注意をすべき義務、本人の合理的な指示に従うべき義務、付与された権限内の行為のみを行うべき義務などが含まれる。

エージェントは、上記の契約上の義務の他に、エージェントの地位にあることに基づいて、本人に対して、衡平法上の忠実義務 (fiduciary duties) を負担している¹⁸⁾。この義務は、契約上の義務と重複する場合もあるが、契約の有無にかかわらず、本人とエージェントの間の信任関係 (trust relationship) により発生する。追認によりエージェンシーが発生した場合は、エージェントは

14) *Watteau v. Fenwick* [1893] 1 QB 346. ただし、この判例法は、その後の裁判所や法学者から批判されている (*The Rhodian River* [1984] 1 Lloyd's Rep 373)。

15) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, para. 3-006, *China Pacific SA v. Food Corporation of India (The Winson)* [1982] AC 939.

16) *The Winson* [1982] AC 939, *The Choko Star* [1990] Lloyd's Rep 516.

17) *Sachs v. Miklos* [1948] 2 KB 23.

18) アメリカの代理制度上も、エージェントは本人に対して、ほぼ同内容の忠実義務を負っている（樋口範雄「アメリカ代理法」(弘文堂、2002年) 129頁以下参照)。

最初に遡って忠実義務を負っていたことになる¹⁹⁾。忠実義務の内容は、エージェントの業務内容等によって異なるが、通常は、以下のようなものが含まれている。

(1) 報告義務 (duty to account of his dealings)

エージェントは、本人のための活動及びこれを通じて受領した本人の財産を記録し、本人から請求があったときはいつでもこれを報告し、本人に引き渡さなければならない²⁰⁾。

(2) 自己利得行為の禁止 (duty to refrain from using his position as agent to acquire for himself benefits)

エージェントは、本人に開示して同意を得た場合を除き、エージェントである立場を利用して利益を得てはならない²¹⁾。そのような利益を得た場合は、本人に損失が発生したか否か、エージェントが誠実に活動したか否かにかかわらず、当該利益分を本人に帰属させ、引き渡さなければならない²²⁾。また、エージェントがその活動に関して賄賂や秘密の手数料を受領した場合、これを本人に引き渡さなければならない²³⁾。

(3) 利益相反取引の禁止 (duty to avoid conflicts of interest and duties)

エージェントは、本人に開示して同意を得た場合を除き、エージェントとし

19) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds on Agency*, para. 32-094.

20) *White v. Lincoln* (1803) 8 Ves Jun 363, *Pearse v. Green* (1819) 1 Jac & W 135.

21) *Parker v. M'Kenna* (1874) LR 10 Ch App 96, *Cook v. Deeks* [1916] AC 554, *Regal (Hastings) Ltd v. Gulliver* [1967] 2 AC 134, *Phipps v. Boardman* [1967] 2 AC 46, *English v. Dedham Vale Properties Ltd* [1978] 1 WLR 93, *Guinness plc v. Saunders* [1990] 2 AC 663, *Clark Boyce v. Mouat* [1994] 1 AC 428.

22) *Phipps v. Boardman* [1967] 2 AC 46, *Hippisley v. Knee Brothers* [1905] 1 KB 1.

23) *Boston Deep Sea Fishing and Ice Co v. Ansell* (1888) 39 Ch D 339, *Logicrose Ltd v. Southend United Football Club* [1988] 1 LR 1256.

ての義務と利益が相反する行為をしてはならない²⁴⁾。したがって、利害の相対立する2当事者間の取引において双方のエージェントとして活動することは、双方の同意を得ない限り許されない。また、本人のエージェントとして行っている取引について、自らが相手方本人となることも許されない。エージェントが本人の同意を得ずに利益相反取引を行った場合、本人は、エージェントが当該取引によって得た利益を支払うように請求することができる²⁵⁾。

(4) 再委託の禁止 (duty not to delegate to another)

原則として、エージェントは、エージェントとしての業務を他の者に再委託してはならない²⁶⁾。ただし、取引上の慣行、業務の性質、権限授与の際の本人の言動等に基づき、本人から、黙示的に再委託の権限が付与されていたと解される場合は少なくない²⁷⁾。エージェントが第三者に再委託をした場合、原則として、再委託を受けた者（サブエージェント）はエージェントに対してのみ契約上の義務及び忠実義務を負い、本人とサブエージェントの間には権利義務関係が発生しない²⁸⁾。ただし、本人がサブエージェントに対して、直接に権限を付与した場合や無権限で行動したサブエージェントの行為を追認した場合は、サブエージェントは本人に対して直接に忠実義務を負う²⁹⁾。

2.4 忠実義務の限定及び忠実義務違反に対する救済措置

エージェントは、本人との間の契約により、上記の忠実義務及びこれに基づ

24) *Armstrong v. Jackson* [1917] 2 KB 822, *Guinness plc v. Saunders* [1990] 2 AC 663, *Clark Boyce v. Mouat* [1994] 1 AC 428.

25) *Reading v. Attorney-General* [1952] AC 507, *Phipps v. Boardman* [1967] 2 AC 46.

26) *John McCann & Co v. Pow* [1974] 1 WLR 1643.

27) *De Bussche v. Alt* (1878) 8 Ch D 310, *Re Newman* [1903] 1 Ch 812, *Henderson v. Merrett Syndicates Ltd* [1955] 2 AC 145.

28) *Kahler v. Midland Bank* [1952] AC 24.

29) *Keay v. Fenwick* (1876) 1 CPD 745, *De Bussche v. Alt* (1878) 8 Ch D 286.

く責任の範囲を制限することができる。ただし、不公正な契約条項に関する法律³⁰⁾の適用がある場合は、同法の定める合理性の基準を満たさない限り、責任制限は認められない。また、欧州連合加盟国内で商業活動をするエージェントは、商業エージェントに関する欧州指令³¹⁾の適用を受けるので、同指令が定めている商業エージェント (Commercial Agent) の義務を制限することは許されない³²⁾。

エージェントが忠実義務に違反した場合、本人はエージェントに対して、(i) 本人のために受領した金員を本人に報告し、引き渡すこと、(ii) 本人に与えた損害を賠償すること、(iii) 賄賂や本人に秘密で受領した手数料の没収、(iii) 忠実義務に違反する活動によりエージェントが得た利益の本人への引渡しなどを請求することができる³³⁾。

2.5 エージェントの本人に対する権利

エージェントは、本人との間の合意に基づき、エージェントとしての活動に対する報酬を請求することができる。エージェントと本人との間の契約に報酬の約束が明記されていない場合も、取引その他商業的な活動において本人のために活動したエージェントは、黙示的な合意に基づく手数料を請求できる。この場合の手数料の金額は、取引上の慣行に基づいてそのような活動を行うエージェントが通常受けるべき金額とされ、エージェントの報酬に関する取引慣行が存在しない場合は、当該活動と成果に鑑みて合理的な金額とされる³⁴⁾。

30) The Unfair Contract Terms Act 1977.

31) EEC Directive on Commercial Agents. 同指令は、エージェントに対し、本人の利益のために尽くす義務、善管注意義務、相手方と交渉し本人の求める契約を締結する義務、全ての情報の開示義務、及び本人の指示に従う義務を課している (同指令3条及び Commercial Agents (Council Directive) Regulations 1993, reg 5)。

32) EU内で活動する商業エージェントは、この指令の適用を合意によって排除することができない (*Ingmar GB Ltd v. Eaton Leonard Technologies Inc* [2000] 1 CMLR 9; [2001] 1 All ER (EC) 57)。

33) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds*, paras. 6-074-6.087.

上記の報酬に加えて、エージェントは、本人のための活動に付随して発生した合理的な費用の償還を求めることができる。また、エージェントとしての活動に付随して負担した債務や損失について、本人に償還や補償を求めることができる。ただし、エージェントが権限なく、又は権限を越えて行った活動に付随して発生した費用や債務に関しては、本人がエージェントの活動を追認した場合を除き、本人に償還や補償を求めることができない³⁵⁾。

3. Accidia Foundation v. Simon C. Dickinson Limited事件³⁶⁾ について

3.1 事件の概要

本件は、レオナルド・ダヴィンチ作といわれる聖母子、聖アンナ及び羊を描いた素描画（以下、「本件絵画」という。）の売買を仲介した美術商が、買主から受領した売買代金700万米ドルと売主に支払った代金600万米ドルの差額100万米ドルを取得する権利を有するか否かが争われた事件である。取引の経過は以下のとおりである³⁷⁾。

(1) 原告とルクセンブルグ社との間のエージェント契約の締結

原告（Accidia Foundation）はリヒテンシュタインの財団であり、本件絵画の所有者だった。被告（Simon C. Dickinson Limited）は、オールドマスター（15世紀から18世紀までの大画家）作品を専門とするロンドンの美術商である。原告は、2006年頃から、世界的に活動する美術商である訴外ルクセンブルグ女史に、本件絵画の売却について相談していた。2007年1月頃、ルクセンブルグ女史は、被告に本件絵画の買主を探して欲しいと依頼したところ、同年2月、被告は、

34) 前掲注2) *Goode on Commercial Law*, p.190, 前掲注2) *Bowstead and Reynolds*, para. 7-005.

35) 前掲注2) *Bowstead and Reynolds*, para. 7-062.

36) 前掲注1)。

37) 前掲注1) paras. 6-38.

本件絵画の購入希望者がいることを伝えてきた。そこで、ルクセンブルグ女史は、原告に売却の見通しが立ったことを告げて本件絵画を預かり、これを被告に引き渡した。同年7月27日、同女史が経営するジャージー諸島法人である訴外ルクセンブルグ・リミテッド（以下、「ルクセンブルグ社」という。）と原告との間で、ルクセンブルグ社に対して本件絵画の売却に関する代理権を付与する旨のエージェント契約が締結された。このエージェント契約（以下、「エージェント契約」という。）には、以下のような条項が含まれていた。

- (i) エージェント（ルクセンブルグ社）は、2007年8月12日まで、本件絵画を相対取引により売却する独占的な代理権を有するものとする。ただし、売却条件は、売主（原告）の手取代金（net price）を550万米ドル以上とするものでなければならない。
- (ii) エージェントは売主の代理人としてのみ活動し、売買契約は、売主と買主の間に締結されるものとする。
- (iii) 本件絵画は、売買契約の実行まで、ロンドン所在のエージェントの事務所において保管し、代金の支払があるまで第三者に引き渡してはならない。
- (iv) エージェントの手数料は、両者間で合意する金額とする。ただし、売買代金の10%を上限とする。

(2) 被告と買主との間の売買契約の締結

被告は、ルクセンブルグ社が原告から売却の代理権を付与されたことを確認のうえ、同年8月8日、買主との間で、本件絵画を買主に700万米ドルで売却する旨の売買契約（以下、「売買契約」という。）を締結した。売買契約書には、被告が本件絵画の所有者のエージェントであること（ただし、所有者が誰であるかは非開示）が明記され、さらに以下のような条項が含まれていた。なお、この契約条件は、ルクセンブルグ女史も確認し了承している。

- (i) 被告は非開示の所有者（undisclosed owner）のエージェントとして買主に本件絵画を相対取引により売却することに合意し、買主はこれを購入することに合意する。

- (ii) 売買代金は700万米ドルとし、買主はこれを被告の銀行口座に振り込むものとする。
- (iii) 被告は、売買代金受領後直ちに、本件絵画の汚れ等の修復を修復士に依頼する。修復費用2500ポンドは所有者の負担とする。
- (iv) 売買代金受領後、被告は本件絵画を買主に引き渡す。
- (v) 被告は、買主に対し、所有者を代理して本件絵画を売却する完全な権限を有していることを保証する。
- (vi) 本件絵画の所有権は、被告が買主から売買代金を受領すると同時に買主に移転する。

(3) ルクセンブルグ社と被告との間の8月9日付契約の締結

同月9日、被告は、ルクセンブルグ社に対して、買主と売買契約を締結したことを報告し、同社との間で、本件絵画の売買条件に関する契約（以下、「8月9日付契約」という。）を締結した。この契約には、以下のような条項が含まれていた。

- (i) 被告は、買主のエージェントとして、本件絵画の相対取引による売却を合意した（We, in our capacity as agent of Buyer, have agreed a private treaty sale of the Drawing）。被告は、ルクセンブルグ社に対し、ネットの金額として600万米ドルを引き渡すことに合意する。
- (ii) 被告は、買主が誰であることを開示する義務を負わないものとする。
- (iii) 本件絵画の所有権は、売買代金支払と同時に買主に移転し、被告は買主が求める修復作業に着手する。
- (iv) ルクセンブルグ社は、被告に対して、同社が本件絵画を売却する完全な権限を有していることを保証し、かつ、被告が買主に対して約束した保証（すなわち、被告が本件絵画を売却する完全な権限を有していることの保証）は、ルクセンブルグ社の当該保証に依拠していることを了解している。

(4) 売買代金の決済

上記(3)の契約締結の日に、買主は被告に700万米ドルを支払い、被告はルクセンブルグ社に600万米ドルを支払った。ルクセンブルグ社は、この600万米ドルから売買代金の10%以内である50万米ポンドを手数料として控除し、翌日、原告に残金550万米ドルを引き渡した。

(5) 本件絵画買戻しを巡る経緯

2008年春頃、買主は、複数の大手オークションハウスが本件絵画はダヴィンチの真作かどうかについて疑いを抱いている事実を知り、被告に対して、売買契約の解消と代金の返還を請求してきた。このことは、被告からルクセンブルグ社へ、ルクセンブルグ社から原告へと伝えられたが、原告は本件絵画の引取りを拒んだ。その後、原告、ルクセンブルグ女史、被告及び買主の間で何度か話し合いがなされ、同年8月、結局、被告が買主から本件絵画を700万米ドルで買戻した。なお、その後の専門家の意見等により、本件絵画はダヴィンチの最晩年の真作であることが確認されている。

(6) 訴訟の提起

上記(5)の買戻しを巡る交渉を通じて、原告は、被告が買主から700万米ドルの売買代金を受領した事実を知った。そこで、2009年2月、原告は、被告に対し、被告が取得した100万米ドル（700万米ドルと600万米ドルの差額）を原告に引き渡すことを求めて訴訟を提起した。

3.2 当事者の主張と争点

(1) 原告の請求の根拠となる主張は概ね以下のとおりである。

(i) 原告は、ルクセンブルグ社にエージェントとして活動する独占的代理権を与えたが、それ以外の者に対しては、本件絵画をエージェントとして売却する権限を与えていない。したがって、被告は権限なしに本件絵画を買主に売却したことになる。

- (ii) 原告は、被告がルクセンブルグ社に交付した売買代金をルクセンブルグ社から受領したこと、又は買主による本件絵画の引取り要求を拒絶したことにより、被告が買主と締結した本件絵画の売買契約を追認した。したがって、原告と買主との間には、遡って本件絵画を700万米ドルで売却する契約が成立している。
 - (iii) 上記(ii)の追認により、被告は売買契約時に遡って、原告に対し原告のエージェントとしての忠実義務を負っていたこととなる。
 - (iv) 被告は、忠実義務に基づいて、原告に対して、買主との間の売買代金を含む契約の条件を開示する義務、及び買主から受領した代金700万米ドルを原告に交付する義務を負っていたことになるが、被告はこの義務に違反し、原告のエージェントであるルクセンブルグ社に600万米ドルしか支払わず、差額の100万米ドルを取得している。よって、これを原告に引き渡せ。
- (2) これに対する被告の反論の要旨は以下のとおりである。
- (i) 被告は、買主のエージェントとして取引に関与したのであるから、原告に対して忠実義務を負わない。
 - (ii) 仮にそうでないとしても、原告は、ルクセンブルグ社との間のエージェント契約により、ルクセンブルグ社に対し、他の美術商を原告のエージェントに選任する権限を黙示的に付与していた。さらに、美術品取引業界には、ネットリターン価格とエージェントが買主から受領した実際の売買代金との差額を手数料とする旨の報酬合意を含む取引（すなわち、ネットリターン価格取引）を行う慣行が存在するので、原告は、ルクセンブルグ社に対し、被告を含む他の美術商との間でネットリターン価格取引の合意をする権限を黙示的に付与していた。被告は、ルクセンブルグ社の上記権限に基づき、同社との間の8月9日付契約により、原告を代理して本件絵画を売却する権限、及びネットリターン価格取引の報酬である100万米ドルを取得する権限を付与された。
 - (iii) 仮に上記の主張が認められないとしても、原告は、被告と買主との間の売

買契約を追認したことにより、ルクセンブルグ社と被告との間の8月9日付契約も追認している。追認された8月9日付契約に基づき、被告は、ネットリターン価格取引の報酬100万米ドルを取得する権限を有している。

- (iv) 仮に上記(i)乃至(iii)の主張がいずれも認められないとしても、原告は、被告と買主との間の売買契約を追認したことにより、被告は売買契約のときに遡って原告のエージェントであったことになるので、その活動に関して発生した費用（保険料、運賃、被告がサブエージェントに支払った手数料及び本件絵画の修復費用）と自らの活動に対する手数料を受領する権限を有している。

(3) 争点

上記の双方の主張に基づいて、原被告は、本件の争点を以下のとおりとすることに合意した³⁸⁾。

- (i) 被告は、原告（売主）、買主のどちらの代理人としてこの取引に関与したのか、すなわち、被告は(A)買主との間の売買契約を売主本人の立場で締結し、ルクセンブルグ社との間の8月9日付契約を買主のエージェントの立場で締結したのか、それとも、(B)売買契約は原告のエージェントの立場で締結し、8月9日付契約は本人の立場で締結したのか。
- (ii) 原告は、ルクセンブルグ社に対し、被告との間で8月9日付契約を締結する権限を付与していたのか。
- (iii) 原告は、被告と買主との間の売買契約及びルクセンブルグ社と被告との間の8月9日付契約を追認したのか。
- (iv) 被告は、原告のエージェントとしての忠実義務に基づき、原告に対して100万ドルを引き渡すべき義務を負っているのか。
- (v) 仮にそうであるとして、被告は、そのエージェントとしての活動に対する手数料及びこれに付随して発生した費用を控除することができるのか。その場合の金額はいくらなのか。

38) 前掲注1) para. 39.

3.3 判決

高等法院衡平法部は、審理のうえ、上記3.2(3)の各争点について以下のとおり判示した。

- (1) 被告は、原告（売主）、買主のどちらのエージェントとしてこの取引に関与したのか。

被告は、「被告は買主のエージェントとして本件取引に関与したのだから、原告に対して忠実義務を負わない」と主張していた。仮にこの主張どおり、被告が買主のエージェントであるとしたら、被告は買主から手数料を受け取るべき立場なので、売主である原告に対しては、手数料収入の報告義務を負わないし、自ら得た利益である100万ドルを引き渡す義務を負うこともない。

しかし、裁判所はこの主張を認めなかった³⁹⁾。裁判所は、被告と買主の間の売買契約書に「被告は所有者のエージェントとして買主に本件絵画を売却することに合意した」との記載や「被告は所有者のために本件絵画を売却する完全な権限を有していることを保証」する旨の保証条項があること等、売買契約書の文言を根拠として、被告は、原告のエージェントとして取引に関与していたと判断した。そして、被告とルクセンブルグ社との間の8月9日付契約の法的性質は、被告が買主に本件絵画の所有権を移転するための権限を発生させる目的で締結された再委託（サブエージェント）契約であると認定した⁴⁰⁾。その理由は、(i)8月9日付契約の「被告は、買主のエージェントとして本件絵画を売買した」旨の文言は、既に買主が売買に合意したことを前提としていること、(ii)同契約書の「ルクセンブルグ社は、被告が買主に対して行った保証は、

39) 前掲注1) paras. 56-61.

40) 被告が原告のエージェントの立場で売買契約を締結したとすれば、その時点（8月8日）において、被告は契約を締結する権限を有していなかったのであるから、被告は、買主に絵画の所有権を移転することも引き渡すこともできず、売買契約書における「所有のために本件絵画を売却する完全な権限を有している」旨の買主に対する保証に違反していたことになる。裁判所は、8月9日付契約は、この違反状態を是正（追認）する契約であると認定したものである。

ルクセンブルグ社の被告に対する保証に依拠していることを了解している」旨の条項によれば、同契約は、8月8日に被告が買主との間で締結した売買契約を前提として締結されたものとしか解する余地がないこと等である。なお、被告は、8月9日付契約に「被告は買主のエージェントとして売買契約を締結した」と記載されていることをその主張の根拠としていたが、裁判所は、この記載の「買主のエージェントとして」の部分は、「売主のエージェントとして」の誤記であると認定した。

(2) ルクセンブルグ社は、原告から、被告との間で8月9日付契約を締結する権限を付与されていたのか。

被告は、「ルクセンブルグ社は、原告のために8月9日付契約を締結する権限を原告から付与されていた」旨を主張した。これは、原告とルクセンブルグ社との間で締結された7月27日付エージェント契約により、原告がルクセンブルグ社に付与した権限の範囲に関する問題である。エージェント契約の文言上は、原告が本件絵画の販売についてルクセンブルグ社に独占的な販売権を付与すること、ルクセンブルグ社に支払われる手数料は代金の10%を上限とするこののみが規定され、ルクセンブルグ社が他の美術商に販売権を再委託する権限、ネットリターン価格を手数料とする条件でサブエージェント契約を締結する権限等には一切言及されていない。この点に関し、被告は、「ロンドン及び国際的な美術商間の美術品取引において、ネットリターン価格の手数料で美術品売買の再委託を行うことは取引慣行となっているので、原告がルクセンブルグ社に販売権を付与したことにより、そのような再委託を行う付随的な権限が默示的に付与された」と主張した。

しかし、裁判所は、「美術商間においてそのような形態の取引が行われることがあるとしても、少なくとも、取引の相手方が顧客たる最終売主である場合において、それが美術品取引における慣行となっているとまではいえない」と判示した。美術品取引業界に属さない最終顧客と美術商の間には、美術商が価格を全く開示せずに自由に代金を設定して売却することを認めるほどの信頼関

係が存在するとはいえないからである。

また、裁判所は、「仮に、顧客に売買代金を開示することなく美術商がネットリターン価格の手数料を取得する取引が行われたとしたら、そのような形態の取引は不合理であり違法である」とも述べている⁴¹⁾。

(3) 原告は、被告と買主との間の売買契約及びルクセンブルグ社と被告との間の8月9日付契約を追認したのか。

裁判所は、「遅くとも、買主が原告に対して贋作を理由に本件絵画の引取りを求めたのに対し、原告が被告買主間の売買契約を知りながらその引取りを拒絶したとき、原告は、被告が無権限で行った本件絵画の買主に対する売却を追認したことになる」と認定した⁴²⁾。

被告は、「売買契約はルクセンブルグ社と被告の間の8月9日付契約を前提とするので、原告が売買契約を追認したのであれば、8月9日付契約も同時に追認している」と主張したが、裁判所は、無権限のエージェントが締結した契約の追認は、エージェントに対する手数料の支払の追認を意味するものではない旨の判例法⁴³⁾を適用し、この言い分を認めなかった。

(4) 被告は、原告のエージェントとしての忠実義務に基づき、原告に対して100万米ドルを引き渡すべき義務を負っているか。

上記の事実認定を前提とし、裁判所は、「原告の追認により、被告は、売買契約締結のときに遡って原告のエージェントであったことになる」とし、エージェントは、本人に対する忠実義務に基づき、契約の相手方から受領した金員をすべて本人に報告すべきこと、及び本人の同意なしにエージェントとしての地位により利益を取得することが許されないことを根拠に、「100万米ドルにつ

41) 前掲注1) para. 75.

42) 前掲注1) para. 82.

43) *Hughes v. Hughes* [1972] EGD 145.

いても売買契約から得た利得の一部である以上、原告に引き渡すべである」と判示した⁴⁴⁾。

- (5) 被告が(4)の義務を負う場合、被告は、エージェントとしての活動により発生した費用及び手数料を控除することができるのか。その場合の金額はいくらなのか。

判例法上、忠実義務に違反した者であっても、利益を上げるために用いた技能や努力に対しては、それが不正かつ不道德な行為による利得である場合を除き、合理的な対価を受けることができるものとされている⁴⁵⁾。裁判所は、この判例法を適用し、「被告は、不正な行為によって利益を得たわけではないので、原告のために本件絵画を売却したことに対し、合理的な手数料を受けられる」と判示した。ただし、「本件では、原告とルクセンブルグ社との間において、手数料は売買代金の10%を上限とすることが合意されていたので、ルクセンブルグ社からの再委託により原告のために活動した被告が受けられる手数料もこの範囲に限定される」とし、被告が受けられる報酬額は、「被告が買主から受領した売買代金700万米ドルの10%（70万米ドル）から、ルクセンブルグ社に既に支払われた手数料50万米ドルを控除した残金20万米ドルである」と認定した。また、売買契約に関連して被告が負担した諸費用のうち、本件絵画の修復費用2,500ポンドについては、「原告が追認した被告と買主間の売買契約において、所有者の負担とする旨が規定されていたので、原告の負担となる」と判示した⁴⁶⁾。

以上の結果、裁判所は、被告に対し、100万米ドルから20万米ドル及び2,500ポンドを控除した金額、並びに被告が買主から売買代金を受領した2007年8月10日以降のこれに対する遅延利息を原告に支払うべき旨を命じた。

44) 前掲注1) paras. 87-89.

45) *Imageview Management Ltd v. Jack* [2009] 2 All ER 666.

46) 前掲注1) paras. 90-97.

3.4 美術品取引実務への影響

本件判決は、英米の美術商の業界に激震をもたらした⁴⁷⁾。裁判所は、これまで美術商たちが当然のように行ってきたネットリターン価格取引が業界の取引慣行であることを否定し、顧客が最終売主の場合、そのような方式の取引は「不合理かつ違法である」と断定したからである。これにより、イギリス国内及び国際的な美術品取引を行う一流の美術商は、従来の取引の方式を大幅に変更せざるを得なくなった⁴⁸⁾。本件判決の内容に基づいて、裁判所が取引実務の変更を示唆していると考えられる点を挙げれば、以下のとおりである。

(1) 美術商の法的立場の明確化

従来、顧客から美術品売買の委託を受けた美術商は、売主のエージェントとしての立場で取引に関与するのか、それとも独立した契約当事者たるディーラーの立場で関与するのかについて、明確にしないことが多かった。しかし、本件判決は、エージェントとして関与した美術商は、顧客に対する取引内容の報告・説明する義務を負い、同意を得ずに利得した場合は忠実義務違反の責任を問われることが明らかとなった。したがって、今後は、美術品を預かってその売却依頼を受けた美術商は、取引に伴う法的なリスクを把握するため、自分がディーラーの立場で契約当事者のリスクと法的責任を負うのか、それともエージェントとして忠実義務を負うのか、そして、後者の場合は、誰に対して忠実義務を負うのかを明確にしておくことが必要となる。

47) Martin Bailey, 'Leonardo case expresses back-room deals', *The Art Newspaper*, Issue 220, January 2011; Mark Bridge, 'Ruling gives warning to dealers not briefing clients on commissions', *Antiques Trade Gazette The Art Market Weekly*, January 17, 2012.

48) Paul Howcroft, 'Sellers and buyers need to know who's who', *The Art Newspaper*, Opinion, Issue 220, January 2011; Cherie Yang, 'How Opaque Can The Art Market Be?', *Columbia Business Law Review Online*, 28 February, 2011.

(2) ネットリターン価格取引に関する明示的合意

本件判決は、美術商に対する美術品販売委託に際しては、美術品取引業界における慣行に基づき、ネットリターン価格取引を条件とする旨の黙示の合意があるとの被告の主張を、「少なくとも、取引の相手方が顧客たる最終売主である場合において、ネットリターン価格取引が美術品取引における慣行となっているとまではいえない」（上記3.3(2)）との理由で斥けた。したがって、今後、美術商が、顧客との間でネットリターン価格取引を行う場合や顧客からネットリターン価格取引の条件で再委託を行う権限の付与を受ける場合は、販売委託契約書にその旨を明示的に規定しなければならない。

(3) 売買価格の報告及び事前承認

本件判決はさらに、美術品の販売委託を受けた美術商が、買主から実際に支払われる売買代金を顧客である売主に開示せずに、買主から受領した代金とネットリターン価格の差額を報酬とする旨の取引慣行は、「不合理でありかつ違法である」と判示した。そうであるとすれば、今後の委託販売契約において、仮に、顧客と美術商の間でネットリターン価格取引を行う旨を明示的に合意したとしても、後日、両者間で手数料額が争われた場合、そのような合意自体が合理性の基準を満たさない不公正な契約条項であるとされ、その適用が排除される可能性がある（上記2.4）⁴⁹⁾。したがって、ネットリターン価格取引を行うことについて売主（顧客）の合意がある場合でも、エージェントは、買主との間で売買取引を成立させる前に、買主が支払う売買代金額及びエージェントの手数料額を、売主に報告し、売主の同意を得ておくことにした方が安全である。

(4) サブエージェントによるエージェントの権限確認

本事件において、被告は、原告のエージェントであるルクセンブルグ社が

49) The Unfair Contract Terms Act 1977.

ネットリターン価格取引を行う権限を有していると信じていた旨を主張したが、裁判所は、「被告がルクセンブルグ社の権限を原告に確認しなかったのは、賢明ではなかった」と述べて、この言い分を認めなかった⁵⁰⁾。本件判決により、エージェントが他の美術商に再委託する場合において、エージェントにネットリターン価格取引を行う権限が付与されていなかったとしたら、そのような取引に関して表見代理（apparent agency）も成立しないことが示されたことになる（上記2.3(3)参照）。したがって、売主のエージェントから再受託する美術商（すなわち、サブエージェント）が、エージェントとの間でネットリターン価格取引の合意をする場合は、エージェントがそのような合意をする権限を有することについて、売主本人に直接確認することが要請される。この確認ができない場合は、少なくとも、エージェントとの間のサブエージェント契約において、エージェントの権限に関する保証条項を定め、エージェントに対して保証違反の責任を追及できるようにしておくべきである。

(5) 契約条件の書面化

英米でも、美術品取引においては、契約書を全く交わさないか、基本的な取引条件のみを定めた書面しか交わさないことが多かった。書面に記載していない事項については、美術商の業界における取引慣行に従うことが前提とされていたためである。しかし、本件判決は、契約書に記載のない取引慣行の存在を否定し、書面の文言を中心に合意内容の認定を行うことにより、契約当事者の立場、資格、取引形態、権限及びその制約、手数料等について明確に書面に記載していない場合のリスクを明らかにした。よって、今後の美術品取引実務において、他の商品取引と同様、詳しい契約条件を記載した契約書を利用する取引が増えることが予想される。

50) 前掲注1) para. 92.

4. 日本の美術品取引実務について

4.1 日本の美術品取引の方式

我が国の画廊や画商（美術商）が顧客から絵画その他の美術品の売却に関する相談を受けた場合における美術品取引への関与の仕方にも、美術商自身が買主となって当該美術品を顧客（売主）から直接買い取る方式（以下、「買付方式」という。）と美術商が売主の委託に基づき買手を探し出して売主のために販売する方式（以下、「委託販売方式」という。）の2通りが存在する⁵¹⁾。各方式における美術商と顧客との関係は、基本的には、それぞれイギリスにおけるディーラー方式、エージェント方式と同様である。すなわち、買付方式の場合、美術商は、買主として売主に対する代金支払義務を負い、購入した美術品を在庫として抱え、自らの負担と責任でこれを売却しなければならない。そして、これを転売したときに転売利益分（購入価額と売却価額の差額）を収益として得ることができる。他方の委託販売方式の場合、美術商は、顧客（委託者）の美術品を預かって、顧客のために顧客の計算でこれを売却する。ただし、多くの場合、委託を受けた美術商は、顧客の依頼に基づくことを開示せず、自らが売主本人となって美術品を売却するので、買主は、当該美術品の所有者が誰であるかを知らずに、美術商だけを契約の相手方とする意図で売買契約を締結する。しかし、美術商は、自己の名をもって他人の美術品を販売することを業として行う商人なので、顧客から授与された権限に基づいて顧客のために取引を行っていることを示さなくても、売買により取得した代金に関する実質的な利益は顧客に帰属する（商法551条、552条2項⁵²⁾）。美術商は、受領した売買代金から顧客との合意に基づく手数料を控除し、残金を顧客に引き渡す義務を負う。

51) 東京地判平成14年2月26日（保険金請求事件判決）（TKC法律情報データベース28082189－判例集未掲載事件）。

52) 最判昭和43年7月11日民集22巻7号1462頁（問屋が委託の実行としてした売買により取得した権利につき実質的利益を有するのは委託者であるとした事件）、江頭・前掲注3）252頁以下。

4.2 委託販売を受託した美術商の顧客（委託者）に対する法的責任

美術商は、顧客から販売委託を受けた美術品を自己の名で顧客のために売却することを業務として行っているため、委託販売取引における美術商の法的な地位は、商法上の問屋の定義に当てはまる（商法551条⁵³⁾。したがって、美術商の顧客に対する法的責任は、特別な合意がある場合を除き、民法上の代理人の責任及び委任契約における受任者の責任の規定に従うことになる（商法552条2項）。これらの規定に基づく美術商の顧客に対する義務と権利を略述すると以下のとおりである⁵⁴⁾。

(1) 善管注意義務

民法上の委任契約の受任者は、委任の本旨に従い、善良な管理者の注意をもって委任事務を処理する義務を負う（民法644条）。善良な管理者の注意とは、受任者の職業・地位・知識等において一般的に要求される平均人の注意義務を指す。したがって、美術品の販売委託を受けた美術商は、一般的な美術商に期待される水準の知識と経験を用いて、委託美術品の買主を探し、顧客が指示した金額以上の代金でこれを売却するために合理的な努力をする義務を負っている。これは、委任事務の処理を引き受けたことに伴う契約上の本質的な義務であり、イギリスのエージェントが明示又は黙示による契約上の義務として負担する「本人の合理的な指示に従うべき義務」及び「その履行に当たって合理的な注意をすべき義務」（上記2.3）とほぼ同じ内容と解される。

(2) 忠実義務

イギリスのエージェントは、上記2.3のとおり、本人に対して、契約上の義

53) ただし、美術商が自己の名と責任で取引するのは、美術商の業界における特殊な取引慣行を理由とするものなので、商法が想定している「問屋」とは異なっている。よって、問屋に関する規定をそのまま適用するのは不適當な場合がある。

54) 明石三郎「新版注釈民法(16)」（有斐閣、1988年）237～278頁、我妻栄「債権各論中巻2（民法講義V₃）」（岩波書店、1962年）671～681頁。

務に加えて、衡平法上の忠実義務を負っている。我が国の民法には、受任者の忠実義務を定める直接の規定は存在しないが、民法644条の善管注意義務に忠実義務も包摂されていると解する学説も存する⁵⁵⁾。この場合の忠実義務の内容は、本人に対する委任事務処理の経緯及び結果の報告義務、自己利得行為の禁止、利益相反取引の禁止、再委任の原則禁止等、イギリス法におけるエージェントの忠実義務（上記2.3(1)乃至(4)）と同内容と解される。なお、受任者の善管注意義務に忠実義務が含まれないとしても、受任者は、下記(3)乃至(6)のとおり、民法の規定により、委任者に対する計算報告義務、自己執行義務、自己契約・双方代理の禁止、受取物の引渡義務等の個別的な義務を負っている。

(3) 自己執行義務

民法上の任意代理人は、原則として復代理人を選任することができない（民法104条）。これに対し、委任契約上の受任者について自己執行義務を課す規定は存在しないが、委任契約は信頼関係を基礎とすることから、原則として復委任は認められない⁵⁶⁾。ただし、「本人の許諾があるとき」及び「やむをえない事由があるとき」は復代理人の選任が認められているので、この範囲で復委任契約の締結が認められる⁵⁷⁾。美術品の取引実務上、美術商間で美術品の販売委託を行う場合において、委託者である美術商は当該美術品の所有権を有さず、顧客から委託を受けて預かっている美術品の販売を、他の美術商に再委託することが少なくない。これは、美術商間の取引慣行上、個々の美術商はそれぞれの取引ルートや顧客を尊重し、他の美術商の取引領域を侵さないことになっているので、販売委託を受けた美術商自身の販売能力には限界があるため

55) 道垣内弘人「信託法理と私法体系」（有斐閣、1996年）154頁、加藤雅信「新民法体系Ⅳ 契約法」（有斐閣、2006年）417頁。なお、民法（債権法）改正検討委員会による債権法改正の基本方針は、委任契約における受任者の義務として、忠実義務の規定の明文化を提案している（基本方針【3.2.10.05】）。

56) 道垣内・前掲注55) 157頁。

57) 大判大正10年11月3日民録27巻1894頁、我妻・前掲注54) 673頁。

である。販売委託した顧客の目的は、美術品を希望する金額以上の代金で売却することであり、受託した美術商が自分で買主を探すか否かは主たる関心事ではない。よって、美術商に対して美術品の販売委託をする顧客は、通常の場合、当該美術商が持っている販売ルートや顧客のみならず、その人脈を通じて他の美術商の販売ルートをも利用して買手を探してもらうことを期待している。以上の実態に鑑み、顧客が美術商に販売委託する際に付与される売却権限には、受託した美術商の裁量で他の美術商に対して再委託（復委任）する権限が黙示的に含まれていると解する方が合理的である。

なお、民法上、本人の許諾により復代理人となった者は、本人に対し、代理人と同一の義務を負う（民法107条2項）ので、代理権を伴う委任における復受任者についても、委任者に対して受任者と同一の義務を負うと解されている⁵⁸⁾。しかし、代理権を伴わない委任の場合に復受任者が委任者に対して直接の義務を負うか否かに関しては、これを否定する見解⁵⁹⁾と民法107条2項の類推により直接の権利義務関係を認める見解⁶⁰⁾との対立がある。昭和31年の最高裁判決は、問屋（すなわち、代理権を伴わない受任者）がやむを得ない事由により他の問屋（復受任者）に物品販売を再委託した場合における委託者と復受任者の法律関係について、「民法107条2項は、その本質が単なる委任であって代理権を伴わない問屋の性質に照らし再委託の場合にはこれを準用すべきではない」と判示した⁶¹⁾。たしかに、代理権を伴わない委任をした委任者は、代理権を付与しないことにより、受任者以外の者との間では直接の権利義務関係を生じさせない意思を明らかにしたと解し得るので、委任者の同意を得ずに選任された復受任者との関係については、この意思を尊重し、代理権を伴う委任とは異なる扱いをした方がよいであろう。しかし、委任者が復受任者の選任を明示的

58) 最判昭和51年4月9日民集30巻3号208頁。

59) 末川博「債権各論第2部」（岩波書店、1941年）312頁、柚木馨「判例民法総論下」（有斐閣、1952年）214頁、松坂佐一「民法提要債権各論第4版」（有斐閣、1981年）139頁、江頭・前掲注3）242頁等。

60) 我妻・前掲注54）674頁、「新版注釈民法16」〔中川高雄〕（有斐閣、1988年）228～229頁。

又は黙示的に許諾している場合は、委任者が受任者だけに事務処理を委ねたわけではないので、やむを得ない事由により委任者の許諾なしに復受任者が選任された場合とは事情が異なる⁶²⁾。また、後述するように、美術商に対する販売委託の場合、美術商が顧客の代理人としてではなく自己の名において取引するのは、各美術商の顧客と販売ルートを互いに尊重するという、美術商間の取引慣行があるからである（後記4.3(1)）。すなわち、受任者である美術商が代理人として取引しないのは、美術商の側の事情によるものであり、販売委託をする顧客の側の意思や要望に基づくものではない。そうであるとすれば、美術商に対する販売委託は、「代理権を伴わない」とは言い切れない側面もある⁶³⁾。法解釈の整合性という観点からも、義務なく他人の所有物を預かった者は、所有者に対して事務管理者として受任者と同等の責任を負うのであるから（民法701条）、美術品の再受託者も、受託者から委託者が所有する美術品の販売委託を受けてこれを預かった以上、委託者に対して受託者と同じ内容の義務を負うと解した方が合理的である。よって、美術品の販売委託取引の場合、少なくとも下記(4)、(5)、(6)のように受託者の忠実義務に相当する内容の義務に関しては、再受託者は、再委託者に対してのみならず、委託者に対しても直接の義務を負うと解するべきである。

61) 最判昭和31年10月12日民集10巻10号1260頁。ただし、この事件は、復受任者が、委任者の物品の売却代金を受任者（復委任者）に引き渡した後に、委任者から復受任者に対して同じ代金の引渡しを請求したものであり、たとえ民法107条2項を準用しても委任者の請求を認める余地がない事案である（最判昭和51年4月9日民集30巻3号208頁－復代理人は、既に代理人に引き渡した委託金額分については本人に引き渡す義務を負わないと判示した事件）。

62) 広島地判昭和49年12月12日判タ322号210頁は、代理権を伴わない委任であるにもかかわらず、復委託について本人が暗黙のうちに承諾していたと解し得る場合であることを理由に、民法107条2項を類推適用している。

63) 顧客の方から名前を隠すように求めたわけではないのだから、受託者である美術商が顧客の名前を開示して代理人として売却した場合は、顧客と買主の間に代理の効果を認めてよいと思われる。

(4) 自己契約・双方代理の禁止

代理人は、本人があらかじめ許諾した場合等を除き、同一の契約について相手方の代理人や当事者双方の代理人となることができない（民法108条）。この義務違反か否かの判断においては、代理人が実際に利益を得たか否かは問題とされず、そのような立場に身を置くこと自体が禁じられる。この義務に違反して締結された契約は無権代理による契約であり、本人の追認がない限り効力を生じない。

(5) 報告義務

受任者は、委任者の請求があるときは、いつでも委任事務の処理の状況を報告し、また、委任終了の後は遅滞なくその顛末を報告する義務を負う（民法644条）。この報告義務には、説明のための書類を準備しておく義務が当然に含まれる。さらに、美術商は、商法上の問屋に当たるので、委託者のために美術品を販売したときは、遅延なく委託者に対してその通知を発しなければならない（商法557条、27条）。この義務の懈怠は受任者の債務不履行となり、委任契約の解除や損害賠償の根拠となる。

(6) 受取物の引渡義務等

受任者は、委任事務を処理するにあたって受け取った金銭その他の物や収受した果実を委任者に対して引き渡さなければならない（民法646条1項）。これらの物や果実は、実質的には委任者に属するからである。引渡し時期は、特約がない限り、委任者から引渡請求を受けたとき⁶⁴⁾又は委任終了のときである。受任者が委任者に引き渡すべき金額を自己のために消費したときは、その消費した日以降の利息を支払わなければならない（民法647条）。

64) 名古屋高判昭和53年5月9日判時911号126頁。

(7) 報酬請求権

民法上、受任者は、特約がない限り報酬を請求できないのが原則である（民法648条1項）。ただし、不動産仲介業者、沈船引揚業者等のように法令や慣行上、標準額や手数料率が定められている業務については、黙示の報酬特約や慣習による報酬請求権が認められる⁶⁵⁾。また、商人がその営業の範囲内において他人のために行為をしたときは、相当な報酬を請求できる（商法512条）。ただし、このためには、相当な報酬額の評価根拠となる事実を立証しなければならない⁶⁶⁾。美術商の販売委託の報酬に関しては、不動産売買の仲介手数料のような報酬基準が存在せず、取引慣行上の計算方法も不透明なので、当事者間に報酬合意が認められない場合に、相当な報酬額の評価根拠となる事実を示すのは容易ではないと思われる。

(8) 費用償還請求権等

受任者は、委任事務の処理について客観的に現実に必要な費用の前払いを請求することができる（民法649条）。また、委任事務の処理に必要な費用を立替払いしたときは、委任者にその償還を請求することができ、さらに、委任事務の処理に必要な債務を負担したときは、委任者に債務の代弁済又は担保の提供を請求することができる（民法650条）。

4.3 日本の美術品取引における取引慣行

(1) 美術商間の取引慣行

上記4.1のとおり、画廊あるいは画商その他の美術商による美術品の取引は、美術商が絵画等を自ら仕入れ、これを在庫としたうえで他者に販売する買付方式と、他の同業者又は蒐集家などの所有者から委託を受けて他者に販売する委託販売方式に分けられる。美術商の業界内では、このうちの委託販売方式の場

65) 大阪控判大正6年9月29日新聞1340号17頁、東京地判大正8年11月12日評論9民法1249、大判明治45年7月1日民録18・679、道垣内・前掲注54) 250～251頁。

66) 大江忠「第2版要件事実商法」（第一法規、2006年）113頁。

合においても、各美術商は独自の販売ルートを尊重するため、受託者は委託者に対し美術品の所有者が誰かを聞かず、また、委託者は受託者に対し買主が誰かを聞かないのが通常である。すなわち、美術商間の取引は、その所有者や最終買主が誰であるかは問題とされず、委託した美術商と受託した美術商の間の相互信頼関係の上に成り立ち、美術商が一旦他の美術商から絵画等を預かった以上、最後まで責任を持つことが当然のこととされている。この実情を反映し、美術商間の委託販売取引は、次のような手順で行われることが多い⁶⁷⁾。すなわち、(i)販売委託する美術商とこれを受託する美術商の間で委託期間及び委託者が希望する仕切値（委託金額）の取決めをしたうえで、委託者から受託者に美術品を預け入れ、(ii)受託者が自らの販売ルートを通じて買主を探し、(iii)受託者が買主と交渉のうえ売買代金その他の売買の内容を確定した時点で、当該絵画を委託者から委託金額で買い取り、(iv)これと前後して受託者が当該絵画を買主に売却して売買代金を受け取る。(v)委託者と受託者の間の決済は、原則として、受託者が委託者に対し、買主及び売買代金額を知らせることなく委託金額だけを支払い、買主から受領した売買代金と委託金額の差額はすべて取得する方法で行う。ただし、売買代金が委託金額を下回った場合や売買代金と委託代金の差額が著しく少額又は高額だった場合等においては、別途に委託手数料の合意をすることがある。この場合の手数料額は、委託金額を基準として定める⁶⁸⁾。(vi)なお、委託期間内に買主が見つからない場合には、当該絵画を受託した美術商は、これを委託者に返還するか、委託金額で引き取る。

以上の手順に従った美術商間の委託販売取引（以下、「慣行上の委託販売取引」という。）は、美術品の販売の委託であるにかかわらず、最終的には、委託さ

67) 東京地判平成6年6月27日判タ879号244頁及び東京地判平成14年2月26日（TKC法律情報データベース28082189－判例集未登載事件。この事案の概要は、拙稿・判例評釈（国際私法）契約準拠法の分割指定（慶應法学17号）153頁以下に紹介している。）は、この取引慣行の存在を認定している。また、東京地判平成14年3月8日判時1800号64頁及び東京地判平成14年12月26日（LLI/DB判例秘書登載05731702－判例集未登載事件）も、画商間においてこの慣行に従った取引が行われた事案である。

68) 野呂洋子「銀座の画廊経営」（ファーストプレス、2008）35頁。

れた美術品の受託者による買取りという形式により決済される。受託者は、委託を受けていた美術品を買い取ったうえで、これを自己の計算で買主に売却することにより、転売差益分の収益を得る。この取引は、その経済的効果に着目した場合、実質的には、イギリスにおけるネットリターン価格取引と同じである。ただし、我が国の慣行上の委託販売取引は、委託者と受託した美術商の関係が最終段階において売買契約の当事者間の関係に切り替わり、美術商は、買主との間において自己の利益のみのために自己の計算で売買契約を締結する。したがって、日本の取引慣行に基づいて販売委託を受けた美術商の立場は、買主との間の契約関係から委託者が完全に遮断されている点において、ネットリターン価格取引を行う場合以上に、買付方式（ディーラー方式）の契約当事者に近い。

(2) 慣行上の委託販売取引の法的性質

上記4.3(1)の慣行上の委託販売取引により美術品の販売を委託した美術商と受託した美術商の間の契約の法的性質に関しては、次の3つの可能性がある。第1は、通常の委任契約又はこれに類似する契約関係と解する考え方、第2は、返品条件付きの売買契約と解する考え方、第3は、委任契約と売買の一方の予約（売買予約完結権又は買取請求権の付与に関する合意）を結合させた契約関係とする考え方である。私は、以下の理由で、第3の見解が正しいと考える。

まず、この取引に関する契約を通常の民法上の委任契約と解するのは困難であろう。そのような解釈が成り立つには、当該委任契約の当事者となる美術商間に、受託者の報酬に関して、イギリスのネットリターン価格取引と同じ内容の合意が存在していることを前提としなければならない。たしかに、取引に伴う受託者の収益に着目した場合、委託者の委託代金の正味手取額（すなわち、ネットリターン価格）と受託者が買主から受け取った代金との差額を受託者の報酬とする旨の黙示の合意があった場合と変わりはない。しかし、我が国には、ネットリターン価格取引を行う旨の取引慣行は存在しないし、日本の美術

商は、この差額を手数料収入ではなく転売利益であると認識し、互いにそのような認識に基づく会計処理をしているはずである。そもそも、我が国の美術商間の委託販売取引において、決済の段階で受託者と委託者との間で売買契約を締結するのは、これによって買主と委託者との間の法律関係を断ち切って、売買に関する全責任を受託者が引き受ける趣旨であろう⁶⁹⁾。そうだとすれば、これを単純な委任関係と同じように扱って、受託者が委託者から美術品を買い取った後でも委託者と買主との間の何らかの法律関係が存在していると解するのは、取引慣行の存在目的にも反している。このように、契約当事者の認識、取引実務上の常識及び取引慣行の目的と乖離している以上、日本の美術商間における慣行上の委託販売取引に関する契約を、ネットリターン価格取引の条件に関する合意を含む委任契約と解することはできない。

また、この契約関係を単純な売買契約や返品条件付きの売買契約と解するのも妥当とはいえない。上記4.3(1)のとおり、美術商間の取引は、一方の他方に対する販売委託によって開始し、この時点で仕切値（委託金額）及び委託期間の合意をするのが通例である。この委託期間中に受託者が美術品を預かるのは、受託者がその販売活動の一環として購入希望者に提示するためであり、期間内に買主が見つからない場合、美術品は原則として返還される。また、最終的な決済方法として受託者が美術品を買い取ることが多いとはいえ、最終段階で委託手数料の合意をすることもある。そもそも、美術品の販売委託を受けてこれを預かった受託者は、美術商間の信頼関係に基づき、委託期間中において委託者の利益のために活動することが期待されており、この間における両者間の信頼関係は、売買契約における売主と買主の間の法律関係とは異質である。このように、売買契約とは明らかに矛盾する内容を含む取引に関する契約を売買契約と解し、預かった美術品の販売活動を行っている間の委託者・受託者間

69) ただし、受託者（美術商）が代理人として売買契約を締結しないのは美術商の業界の慣行によるものであり、委託者（顧客）側の事情ではないことに鑑みれば、受託者は委託者の非顕名代理人として売買契約を締結したと解される可能性がある（商法504条）。この場合、委託者と買主の間には直接の契約関係が生じている。

の法律関係を無視するのは、契約当事者の合理的な意思に反している。美術商が他の美術商から美術品の販売委託を受けた時から売買契約の締結に至るまでの間における両者の間の法律関係は、委託契約に基づく権利義務関係と同等のものと解せざるを得ないと思われる。

私は、美術品取引の業界内の慣行に基づく上記の取引の法的性質は、将来の売買の一方の予約、又は買取請求権を付与する旨の合意を伴う委任契約であると解するのが相当と考える。すなわち、美術品の委託販売を受託した美術商は、委託者との間で締結した販売委託契約に基づいて、当該美術品を預かって委託者のために買主を探し、委託者から付与された権限に基づいて委託者のために買主と売買の内容について交渉する義務を負うと同時に、当該販売委託契約に付随する黙示の合意（取引慣行に基づく合意）により、買主との間の売買契約の内容が確定した時点において当該委任契約を終了し、受託者が委託者から当該美術品を委託金額で買い取る権利（あるいは、販売委託契約を売買契約に変更する旨の更改契約を締結する権利）を付与されていると解するのである。経済的な観点からは、受託者は、販売委託契約に基づく活動の対価として、販売手数料の代わりに、受託した美術品を買い取って買主に転売する地位（すなわち、これによって転売利益を取得できる地位）を得ることになる。要するに、美術品の販売委託契約を締結する美術商間における慣行上の委託販売委託の法的性質は、委託美術品の売買予約完結権付き（又は買取権付き）の販売委託契約ということである。この解釈は、当事者間の合理的な意思を最も忠実に反映した権利義務関係を導き出すことができる。すなわち、他の美術商から美術品の販売を受託した美術商は、当該美術品の買取り直前まで、委託した美術商に対し、上記4.2の(1)乃至(6)のとおり受任者としての義務を負い、その対価として、4.2(7)の報酬に関する合意及び4.2(8)の費用償還請求権等に代えて、将来における委託金額による美術品買取権（又は売買予約完結権）の付与を受けたことになる⁷⁰⁾。そして、当該買取権を行使して売買契約が締結された後は、美術品の買主として、委託者から委託金額で美術品を買い取り、自らの利益のた

70) 委任契約における受任者の報酬の内容には特に制限はない（我妻・前掲注53）686頁）。

め自らの責任でこれを買主に転売するわけである。

4.4 最終売主が一般顧客である美術品と慣行上の販売委託取引

上記4.3の慣行上の委託販売取引は、一般に、美術商間の販売委託において用いられるが、実務上は、そのような美術商間の委託取引の対象となる美術品の最終売主（所有者）が一般顧客であることも少なくない。美術商間の取引は互いの信頼関係を前提とし、最終売主や買主が誰であるのかを開示しないので、美術品が顧客からの委託品の再委託であるのか、それとも委託した美術商の所有物であるのかを問わずに委託販売の合意がなされるからである。そこで、最終売主が一般の顧客である場合において、美術品を売却した美術商が、慣行上の委託販売取引に基づく報酬（すなわち、買取権行使して得た仕入値と売値の差額）を保持できるかどうかについて、上記3で紹介したイギリスの事件で争われた法律問題と類似した問題が生ずる可能性があると思われる。以下に、顧客が直接に販売委託した場合と最終売主が顧客であった場合とに分けて、この問題について検討する。

(1) 顧客の美術商に対する販売委託

美術商が、美術愛好家・投資家その他美術商以外の個人や法人の顧客から美術品を預かって販売を委託された場合は、上記4.3(1)の慣行上の販売委託取引に関する契約が黙示の合意によって成立することはない。美術商の業界に属さない美術品所有者は、美術商間の取引慣行を知らないのが通例であるし、美術商間のような特殊な信頼関係が存在せず、美術商の販売ルートを尊重すべき立場ではないので、美術品の処分に関する全権限と責任を美術商に委ねているとは解し難いからである。実務上も、美術商以外の者がその所有する美術品の売却を美術商に委託する場合は、委託者が指定する最低売却価格と買主が支払う代金を基準とした定率又は定額の委託手数料の合意がなされており、美術商間の慣行上の販売委託取引は行われていない⁷¹⁾。したがって、美術商と顧客との間に委託販売の条件に関する明示的な合意がなかった場合、美術商は、買主

との間の売買条件を確定した後も、顧客に対して美術品の買取りを請求することはできない。また、顧客と美術商との間において販売手数料に関する合意が存在しない場合、美術商が報酬を請求するためには、自己の活動に対する相当な報酬額の評価根拠となる事実を示さなければならない。

のみならず、委託者が美術商以外の個人である場合、仮に委託者と美術商の間で明示的に慣行上の販売委託取引を行うべき旨を合意したとしても、消費者契約法10条により、合意どおりの法的効果が認められない可能性が高いと思われる。慣行上の販売委託取引において、受託者は委託者から委託美術品を買って自らの利益のために買主に売却する権限を付与される。すなわち、委託者は、買主が支払う代金や受託者が受け取る手数料の正確な金額の報告を受託者から受ける権利（民法646条）をあらかじめ放棄し、かつ受託者が委託者から美術品を直接買い取ること、すなわち、民法108条が禁じている自己契約を締結することを包括的に承認している。美術商間の取引においては、この委任者の権利の放棄及び自己契約の包括的承認に一応の合理性が認められるだろう。美術商が互いの販売ルートやノウハウを尊重し合うことは双方にとって利益となるし、委託者たる美術商は、あらかじめ指定した委託金額を確保できる以上、受託者がその才覚により委託者の想定以上に儲けたとしても損害を受けたことにはならない。しかし、美術品の販売ルートを知らず、ノウハウも有しない個人の顧客は、その所有する美術品の適正な価格を自ら評価することができないので、売買代金を指定する際も、美術商の助言に従っていることが少なくない。両者間の立場、知識、経験が大きく異なるにもかかわらず、受託者であ

71) たとえば、東京地判平成15年1月24日（LLI/DB判例秘書登載05830228－判例集未登載事件）は、亡き画家の妻が、画廊に遺作展の開催及び売却を依頼した場合の販売手数料を、売却代金の30パーセントとする合意をした事案である。また、東京地判平成16年7月30日（LLI/DB判例秘書登載05933294－判例集未登載事件）において、画廊は、第三者に絵画を販売した場合の売買代金額と所有者（顧客）との間で合意された販売委託価額との差額が画廊の手数料となる旨を供述したが、裁判所は、顧客にそのような認識がなかったとして、手数料の取決めの合意がなかった旨を認定した。なお、作家本人が画廊に販売委託する場合は、売買代金を折半するのが原則である。

る美術商が顧客に本来の売買代金に関する情報を提供することなく転売価格相当額の報酬を受けられるとしたら、美術商は、顧客の利益を犠牲にして高額の手数料を受け取ることが可能となる。顧客が美術品委託時において受託者に買取権を付与する旨の合意は、委任契約における委任者の法律上の権利を不当に制限する条項と解されるので、消費者契約法10条により、無効とされる可能性が高いと思われる。したがって、顧客と美術商の間の委託販売契約において、美術商間の慣行上の委託販売取引を行うべき旨及びその具体的内容を明示的に合意した場合であっても、美術商が買主との間の売買内容を確定した時点において、委託者である顧客は、美術商に買取権を付与する旨の合意の効力を争い、美術商との間の売買契約の締結を拒絶する可能性がある。さらに、買主と美術商の間の売買契約の内容の報告を要求し、売買代金全額の引渡しを求める可能性がある。この場合、当該販売委託契約には受託者の報酬に関する定めが存在しないことになるので、受託者たる美術商が委託者に報酬を請求するためには、自己の活動に対する相当な対価の評価根拠事実を証明しなければならない。

以上のようなリスクに鑑み、美術商は、少なくとも個人顧客から美術品の売却の委託を受ける場合は、慣行上の販売委託取引によるべき旨の契約を締結すべきではない⁷²⁾。

(2) 顧客から販売委託を受けた美術商の他の美術商への再委託

上記4.2(3)のとおり、委任契約は原則として再委託を禁じているが、美術品取引の場合、美術商に対する販売委託の際に付与される販売権には、受託者の判断により他の美術商に対して再委託する権限が黙示的に含まれていると解される。ただし、この再委託を受けた再受託者は、原委託者と受託者（再委託

72) 他方、美術商に美術品の売却を委託する顧客が法人である場合の販売委託契約は、消費者契約に当たらないので（消費者契約法2条3項）、両者間で、美術商間の取引慣行上の販売委託取引と同じ内容の契約を明示的に締結したときは、契約締結の経緯等に照らして公序良俗に反すると認められる場合を除き、無効にはならない。

者)の間に特段の合意がある場合を除き、受託者(再委託者)が原委託者から付与を受けた権限の範囲内の権限しか有しない。また、再委託者は原委託者に対して直接の法的義務を負っている(上記4.2(3))、再受託を受けた美術商が受託者の有する権限内で活動する場合も、代理人や受任者が委任者に対して負うべき義務を、再委託者との間の取決めにより免れることはできない。

上記のとおり、顧客が所有する美術品の販売委託を受けた美術商が他の美術商に再委託や再々委託をする場合において、実務上、美術商間では、当該美術品について、慣行上の販売委託取引によって再委託、再々委託取引が行われることが少なくないと思われる。しかし、そのような取引には、以下のような法律上の問題がある。

顧客から美術品を預かってその販売委託を受けた美術商が、他の美術商に対し、慣行上の委託販売取引の方法で当該美術品の販売を再委託した場合、再受託した美術商(再受託者)が買主を探し出して取引内容が確定した時点において、再受託者は再委託者(原委託契約の受託者)から当該美術品を買い取り、その代金として再委託者に委託金額を支払う。これにより、顧客(原委託者)と再委託者との間の販売委託も終了するので、再委託者は、顧客に対し、再受託者に売却したこと及びその代金を報告し、代金から再委託者の手数料額を控除した残金を顧客に引き渡す。この際、再委託者は、最終買主が誰であるか及びその支払った売買代金額について再受託者から知らされていないのだから、顧客に対して報告する代金は、再委託者が再受託者から受け取った委託金額だけであり、再委託者の委託手数料額はこの委託金額に基づいて決定される。仮に再委託者と再受託者との間の取引の法的な性質が売買であるとすれば、受託者は、他の美術商に対する売買代金を顧客に報告すれば委任契約上の義務を尽くしたことになるので、何ら問題は生じない。しかし、上記4.3(2)で検討したように、慣行上の委託販売取引に関する契約の法的性質は、売買契約ではなく、買取権付きの販売委託契約である。したがって、少なくとも、再受託者と買主との間の売買内容が最終的に確定するときまで、再受託者は、受託者に対して販売委託契約上の義務を負い、同時に、美術品を所有する最終売主(原委

任者）に対して、復委任関係に基づき、復受任者として直接の義務を負っている（上記4.2(3)）。よって、美術商以外の者（顧客）が所有する美術品について、顧客から販売委託を受けた美術商が他の美術商に再委託したり再々委託したりする場合において、美術商間における慣行上の販売委託取引を行うと、再委託した美術商及びこれを受託した美術商は、所有者に対する法律上の義務違反の責任を問われる可能性が高いと思われる。この場合、再受託した美術商は、以下のような法的リスクを覚悟しておく必要がある。

第1に、慣行上の委託販売取引は、再受託者と買主との間の売買条件が確定した時点で再受託者が再委託者から美術品を買い取る旨の条件を含んでいるが、所有者（原委託者）のために美術品を売却する権限を有する再委託者から再受託者がこれを買取る行為は自己契約に該当し、あらかじめ所有者の許諾を得た場合を除き許されない（民法108条）。したがって、このような取引をした再受託者は、所有者から当該美術品の返還又はこれに代えて価額相当額の賠償を求められたり、買主から無権限で売却したことを根拠に瑕疵担保責任（民法561条）の追及を受けたりするおそれがある。

第2に、慣行上の委託販売取引に基づく再受託者による美術品の買取りが無効であるとすれば、再受託者が美術品を自己の名と責任で買主に売却する行為は、原委託者と再受託者との間においては、法律上、復受任者が原委託者のために売却する行為と評価される⁷³⁾。この時点で再委託者と再受託者との間における再委託に関する契約が終了していたとしても、複受任を受けた再受託者は、原委託者に対してその活動の経過及び結果を報告する義務を負い（民法645条）、さらに委任事務処理に当たって受け取った金銭を引き渡さなければならない（民法646条）⁷⁴⁾。よって、再受託者は、原委託者（所有者）に対して買

73) 受任者が、受任事務の外形を有する行為を自己のためにする意思で行ったとしても、それ以前に委任契約を解約し、あるいは委任事務の外形を有する行為を自己のためにすることについて委任者の承諾を得たなどという事情がない限り、それによって得た物あるいは権利を委任者に引き渡しあるいは移転する義務（同法646条）を免れることはできない（東京地判平成17年10月4日判タ1227号273頁）。

主や売買代金を報告し、かつ買主から受領した代金と委託代金との差額についても、原委託者に引き渡すべき義務を負っている。さらに、再受託者は、この差額を自己の利益のために取得しているので、これに対しては受領の日からの利息を支払わなければならない（民法647条）。

第3に、慣行上の販売委託取引を行う場合、再受託者は報酬に代えて美術品を買い取ってその転売差益を得ることが予定されているので、再委託者と再受託者の間で、委託時には手数料金額や算定方法について合意をしない。よって、買取りの効力が認められないとすれば、再委託手数料の合意が全く存在しないこととなる。よって、再受託者は、自らの活動に対する相当な対価の評価根拠事実を立証しない限り報酬を受けることができない。また、仮にこの立証ができたとしても、原委託者と受託者の間で合意された金額以上の報酬を原委託者に請求することはできない。

4.5 美術品の委託取引における注意事項

上記4.4の検討結果に基づき、日本の美術商間において委託販売方式の取引を行うに際しては、以下の点に留意した方がよいと思われる。

第1に、日本の美術商の業界に属さない個人の美術愛好家等が所有する美術品の販売委託を受ける場合は、美術商間における慣行上の委託販売取引を行うべきではない。これらの者は慣行に従うべき立場にいないので、黙示による取引条件は成立しないし、仮に明示的に取引条件を定めたとしても、受託者である美術商にとって一方的に有利な取引として、消費者契約法10条を根拠にその効力が認められない可能性が高いからである（上記4.4(1)）。

第2に、消費者契約法10条の適用を受けない法人や外国の美術商から預かった美術品について、慣行上の委託販売取引を行おうとする場合は、委託を受け

74) 再受託者（復代理人）は、すでに再委託者（代理人）に引き渡した委託金額分については原委託者に引き渡す義務を負わないが（最判昭和51年4月9日民集30巻3号208頁）、売買代金と委託金額の差額に関しては、原委託者との関係では引渡義務を尽くしていないことになる。

るときに、慣行上の委託販売取引の具体的内容（報告義務・受取物引渡義務等の免除や自己取引の包括的承認を含む。）を説明したうえで、明示的に合意しておくべきである。この場合も、黙示による取引条件の合意は認められない可能性が高いからである（上記4.4(1)）。

第3に、日本の美術商間の取引の場合も、受託者となる美術商は、委託者が当該美術品の所有者であるのか、それとも美術商や顧客から委託を受けて預かっているのかを確認すべきである。そして、委託品の所有者が美術商の業界に属さない者であることが判明した場合は、慣行上の委託販売取引を行うことについて所有者の同意があり、かつ消費者契約法の適用を受けない場合を除き、これを行うべきではない（上記4.4(2)）。

第4に、美術商間で慣行上の委託販売取引を行う場合において、委託者である美術商が、自分が委託美術品の所有者であると述べた場合、あるいは、原委託者（所有者）が慣行上の委託販売取引を行うことについて同意していると述べた場合であっても、受託者は、委託者に対し、当該美術品の所有権又は慣行上の委託販売取引により再委託を行う権限を有している旨の保証を求め、これに違反した結果として受託者が被った損害の補償を約束してもらうべきである⁷⁵⁾。

また、このリスクに鑑みれば、美術商間で慣行上の委託販売取引を行う旨の合意がある場合であっても、買主との売買条件が確定した時点において、委託者に対して売買代金を報告すると共に、委託者が所有者ではない場合は、委託者に対し、これらを所有者（原委託者）に報告して、受託者が報酬として受け取る金額（すなわち、売買代金と委託代金の差額）について承諾を得ることを求めた方が安全である。

第5に、委託者が顧客であるか美術商であるか、また、慣行上の委託販売取

75) この保証がなかったとしても、委託者に対して無権代理人の責任（民法117条）や無権原者に対する瑕疵担保責任（民法561条）を追及する余地はあろうが、受託者が十分な調査をしていないことを理由として責任追及権が否定されたり（民法117条2項）、過失相殺されたりする可能性がある。

引を行う場合であるか通常の委託販売方式の場合であるかを問わず、美術品の委託販売を行う際は、当事者間で、委託代金、委託期間、委託手数料及び受託者の権利義務に関する明示的な合意をし、これを定めた書面による契約を交わすべきである。美術品取引に関する委託手数料は、不動産業、弁護士業、証券取引業等と異なり、相当な報酬金額について合理的な慣行があるとは言い難いので、明示的な合意が認められない場合、相当な報酬額の評価根拠事実を立証することが困難となるおそれがある。

5. 結語

上記3において紹介したAccidia Foundation対Simon C. Dickinson Limited事件の判決がイギリスの美術商間の取引慣行の問題点を指摘したことにより、英米の美術商は、従来の慣行の見直しに取り組んでおり、近い将来、美術品取引は、他の一般の物品取引の業界と同様の透明性と合理性を備えたものへと変容することが期待されている。

美術品の委託販売に関する我が国の法制度及び美術商の業界における取引慣行は、英米法上のエージェント制度及び英米の取引慣行とは若干異なっているが、イギリスの美術商間の取引慣行の不合理性に関する上記判決の指摘は、我が国における慣行上の委託販売取引についても同様に当てはまり、この方式の取引は法的リスクを包含している。

日本の美術商が慣行上の委託販売取引を続けることに伴うリスクは、上記4.4で指摘した法的リスクだけではない。昨今、美術品の取引のグローバル化が著しく、世界の主要なマーケットであるイギリスやニューヨークにおいて売買される美術品の半数以上は国外の所有者から持ち込まれているという。英米の取引市場が上記判決を機に整備され合理化していく中、我が国の美術商の業界が従来の不透明な取引慣行を維持しては、我が国の美術品取引市場だけがますます世界から取り残され、世界及び日本の美術愛好家や美術品取引業者に見放されてしまう可能性がある。今後、我が国の美術品取引市場の国際競争

力を高めていくためには、個々の美術商及び美術商の業界全体の努力により、取引慣行をできるだけ早く改善し、美術品取引の透明化、合理化を進めていくべきであろう。