

# オーストラリア

## 「取引慣行法における損害賠償請求の概要と制度改正等の議論動向」

執筆者

タン・ミッシェル (帝塚山大学法政策学部教授)

(第1章―第4章、第6章、第8章)

ノテージ・ルーク (シドニー大学上級講師) (第5章、第7章)

目次

### 第1章 オーストラリアの消費者保護制度の概要

1. 連邦法と州法から構成される消費者保護法システム

### 第2章 取引慣行法の概要

1. 目的・構成
2. 規制の対象
3. 取引慣行法と州法の関係について
4. 取引慣行法の特徴：競争法及び消費者保護法の統一
5. オーストラリア競争・消費者委員会 (ACCC) の役割

### 第3章 取引慣行法の消費者保護規定の概要

1. 概観
2. 商取引における欺瞞的・不公正な慣行
  - (1) 概要
  - (2) 規制対象となる表示・行為の概要
  - (3) 消費者に向けた非良心的行為
  - (4) 消費者取引において推定条件・推定ワランティ
  - (5) 製品安全
  - (6) 保護対象となる者

### 第4章 消費者被害の救済の概要

1. 私人による訴訟
  - (1) 差止命令の申請
  - (2) 損賠賠償の請求
  - (3) 裁判による命令
  - (4) 私人による代表訴訟
2. ACCC による救済の措置

第5章 私人間・競争者間の訴訟制度

第6章 ACCC と被害者救済

1. ACCC による代表訴訟

2. ACCC が優先する事例

3. 約束(undertakings)

4. 民事訴訟への介入

第7章 被害の現状（取引慣行法に限定する）

第8章 今後の展望

## 第1章 オーストラリアの消費者保護制度の概要

### 1. 連邦法と州法から構成される消費者保護法システム

取引慣行法が制定されるまでオーストラリアの消費者保護法システムは、各州のコモン・ロー及び消費者保護立法という二重構造になっていた。各州の消費者保護立法は、大量で多様ではあるが、この段階では州によって規制の対象・方法に差異があったため、統一性及び包括性に欠けていた。1972年の選挙で与党となった労働党は、これらの問題点を重要視し、消費者保護の立法は州の立法権限に任されるべきであるという考え方に反対し、連邦レベルで包括的な消費者保護立法の必要性を訴えた。1974年に施行された取引慣行法の中の消費者保護の規定は、その結果として連邦法の中に初めて誕生したものである。

1980年代に入ってから、取引慣行法の消費者保護関連の規定は、州法としても定められるようになった（各州の公正取引法）。現在州法の消費者保護法は、公正取引法と個別法から構成されているが、公正取引法は包括的な規制を加えることによって、個別法の狭い適用範囲の不備を補う。

## 第2章 取引慣行法の概要

### 1. 目的・構成

1974年、オーストラリアにおいては、取引慣行法(Trade Practices Act)<sup>1</sup>が連邦議会により制定され、消費者保護の領域における規制母体となっている。この取引慣行法と、1987年以降本法にならって制定された各州の公正取引法(Fair Trading Act)とで、現在、一つの全国的且つ包括的な消費者保護法体系が形成されている。取引慣行法の目的は、「競争

---

<sup>1</sup> 1974年の法第51号参照。

及び公正な取引の促進、また消費者を保護することによってオーストラリア国民の福祉を強化する」<sup>2</sup>ことである。この目的規定をより具体的に説明すると、「取引慣行法が反競争的行為を防止し、商取引における競争及び効率を促進することによって、価格、品質及びサービスに関する消費者の選択をより拡大すること、及び生産者又は売主に対する消費者の立場を保護することを図る」<sup>3</sup>ということである。したがって、同法は自由且つ公正な競争を阻害する取引慣行（競争法）、及び消費者の利益を害する不公正な取引及び欠陥商品に対する業者の製造物責任（消費者保護法）を規定することで、第1条の目的達成を目指す。

取引慣行法は制定された当時、11編から構成されたが、その主な規定は「制限的取引慣行」の第4編（独占、カルテル、取引拒絶、カルテルなど市場における競争を減殺する取引慣行）及び「消費者保護」の第5編（消費者の権利を直接的に侵害する欺瞞的行為又は他の契約締結前における不公正な行為）に定められていた。ところが、1990年代の前半に規制緩和及び外国法（例えばEU法）の影響も受けて、取引慣行法は流動的な時期に入る。

競争法との関連で、通信業界やエネルギーなどの独占市場へのアクセス確保、新しい消費税制度の導入に伴う価格変動の監視、また消費者保護との関連で包括的な製造物責任及び非良心的行為の適用拡大についての規定が次々と新設された。このように取引慣行法は数多くの改正を経て、競争法及び消費者法を包含した法典になってきたといえよう。

## 2. 規制の対象

取引慣行法の消費者保護規定の適用対象は、主に会社であるが、一定の場合に自然人や個人企業や連邦による商業活動にも及ぶ。<sup>4</sup>

取引慣行法の適用対象は、連邦制度上の理由による。それは、連邦政府は憲法に列挙されている権限以外には、立法権限を持たないからである。消費者保護の分野において、連邦政府は明白な立法権限を持っていないため、主に法人に対する立法権限（憲法第51条20号）や電気通信（憲法第51条5号）に対する立法権限を媒体とし、上記のような幅の広い消費者保護を目的とする権限行使を行っている。

## 3. 取引慣行法と州法の関係について

取引慣行法の制定後も、州政府に対して消費者保護法の立法権限を排他的に認めるべきであるという意見はあったようであるが、1980年代に入ると、各州においては取引慣行法の消費者保護規定に習い、ほぼ同様の規定を定める公正取引法（Fair Trading Act）が制

---

<sup>2</sup> 取引慣行法第1条。

<sup>3</sup> Trade Practices Commission Annual Report 1991-92, at xi.

<sup>4</sup> さらに、一定の場合（競争法関係）に、法人化なき団体(unincorporated body)や州の商業活動も適用の対象となる。

定されるようになった。<sup>5</sup>

その結果、連邦法と州法は、消費者保護法の分野について、重複する部分はあるものの、実際には、連邦と州法は補完的な関係にある。例えば、連邦法が及ばない行為に対しては、州法の公正取引法が適用される（例：個人事業者による州内の取引）。また、苦情がローカルである等の問題の性質から判断して、州による調査が適切であるという場合もある。

実務を見ても、規制の重複が起らないようオーストラリア競争・消費者委員会 (ACCC) が州の行政機関と緊密な連携を整備し、最も適切な機関が苦情の解決に当たっている。

#### 4. 取引慣行法の特徴：競争法及び消費者保護法の統一

競争法と消費者保護法を一つの立法に統合することは、世界的に見ても珍しいことであると思われる。競争法の規定と消費者保護の規定は、それぞれを独立させた方がよいとも考えられるが、統一するにはそれなりの意義がある。それは、ACCC の前身である取引慣行委員会の最初の年次報告書に記載されている取引慣行法の二重目的についての文章からも伺える。それによると、取引慣行法の目的とは

「(i) 種々の生産段階において、また工業用及び消費者用物資と役務の分配において、私的企業の競争性 (competitiveness) を高め、もって最終消費者たる公衆（一般社会）(the public as ultimate consumers) 及び企業一般の利益に資することと (ii) 生産者及び配給業者に対する消費者の相対的な地位を強化し、もって消費者（及び良心的な事業者）の利益に資し、また生産者及び配給業者の価格と品質に基づく競争の一層の活発化は、これを通じて、競争過程 (competitive process) の利益にもなる」<sup>6</sup>と、二つの重要な目的が挙げられている。

上記の取引慣行委員会の説明から、取引慣行法の草案者は、消費者の基本的な権利に直接影響を及ぼし得る経済活動に対し消費者に訴権を与えること（消費者法の部分）及び、市場に参加する企業のフェアプレーを確保するためのルール（競争法の部分）を統一することを同一問題の表と裏と考えたことが伺われる。

一方、競争法及び消費者保護法のエンフォースメントという立場から見ると、取引慣行法のように、一つの行政機関に消費者法・競争法両方のエンフォースメントを委託することで、競争政策と消費者政策への包括的なアプローチはさらに実現可能性が高められたと考えられている。

---

<sup>5</sup> See, Fair Trading Act 1985 (Victoria); Fair Trading Act 1987 (New South Wales); Fair Trading Act 1987 (South Australia); Fair Trading Act 1987 (Western Australia); Fair Trading Act 1989 (Queensland); Fair Trading Act 1990 (Tasmania); Consumer Affairs and Fair Trading Act 1990 (Northern Territory).

<sup>6</sup> Paragraph 1.5. 邦訳について、前注参照。

## 5. オーストラリア競争・消費者委員会 (ACCC) の役割

ACCC は、1995 年 11 月、前身の取引慣行委員会 (Trade Practices Commission) が価格監督局 (Prices Surveillance Authority) を吸収合併したことにより、取引慣行法に基づき設置された行政機関である。年次報告では、ACCC は自らのことを「独立した委員会」と呼んでいる。それは、制定法により設置されているため、行政組織の中に一定の独立性が確立されていることを意味するが、行政組織の一員であることには変わりはない。したがって、他の行政機関と同じように管轄大臣や国会に報告をする義務がある。

ACCC は、主に取引慣行法 (Trade Practices Act 1974) の運用を担当している。その他、特定の立法を運用するに当たっては、一定の権限も与えられている。<sup>7</sup>例えば、価格監督につき、ACCC は、指定された商品・サービスの価格変動をモニターし、競争的価格設定及び競争が十分に行われていない市場における価格上昇の抑止を図る。

ACCC によると、第一の目標は、「競争的、効率的、公正で情報の十分なオーストラリアの市場を促進することによって、オーストラリアの市民 (community) の社会的、経済的福祉を増進させること」という。<sup>8</sup>この目的は、取引慣行法の第 1 条に定められている目的を反映したものである。この目標を達成するために、ACCC は次の三つの業務を遂行している、という<sup>9</sup>。

- ① 効果的な競争及び情報が行き渡っている市場の促進
- ② 公正な取引を促進すること、及び消費者を保護すること
- ③ (経済) 基盤サービス (infrastructure service) 市場及びその他競争が制限されている市場の規制

上記の目標を達成するために、ACCC は付与されている権限を柔軟に行使している。この柔軟な対応のことを「規制手法の袋 (bag of regulatory strategies)」という。すなわち、どのような措置をとるかは、面前にある具体的な事案に照らして、決定されなければならない。

ACCC によると、主な職務は次の通りである。<sup>10</sup>

1. 必要に応じて、コンプライアンスに関する教育プログラム、調査 (investigations)、訴訟又は裁判上の約束 (enforceable undertakings) の手段を用いて、市場問題を改善すること

---

<sup>7</sup> 価格監督法 Prices Surveillance Act, 1983, Airports Act 1996, Australian Postal Corporation Act 1989, Broadcasting Services Act 1992, Gas Pipelines Access (Commonwealth) Act 1998, Moomba-Sydney Pipeline System Sale Act 1994, Telecommunications Act 1997, Trade Marks Act 1995.

<sup>8</sup> ACCC 年次報告書 (2004-2005) 20 頁参照。

<sup>9</sup> ACCC の年次報告を参照。

<sup>10</sup> ACCC, Corporate Plan and Priorities, 2002-03. 5 頁参。

2. 一定の商取引につき、審判決定(adjudication)を行うこと（合併の事前審査も含む）
3. 経済の基本的なインフラへの民間会社のアクセスについての問題を決定すること
4. 商品安全に関する一定の規格のエンフォースメントをすること
5. 取引慣行法上の製造物責任に関連する職務
6. 価格監視法上の価格監視、公聴会の開催、及び商品・役務のモニタリングを行うこと
7. 経済構造改革について連邦、州・準州の政府及び規制当局と緊密に連携をすること
8. 取引慣行法及び価格監視法について、企業や消費者に向けた指導(guidance)や教育をすること<sup>11</sup>

上記の記述から、ACCC は単なる執行機関ではないことが理解できる。ACCC は、様々な方面から取引慣行法へのコンプライアンスに取り組んでいる。ACCC が直接排除命令を出すことができない点については、日本の公取委やアメリカの FTC とは異なる。取引慣行法の一部の違反行為に対して ACCC が提訴することはあるが、大抵の違反行為に対しては、訴訟以外の手法をもってコンプライアンスを目指す。ただ、訴訟は ACCC の全ての活動を担保しているため、コンプライアンス効果がより期待できる。

### 第 3 章 取引慣行法の消費者保護規定

#### 1. 概観

取引慣行法による消費者政策の対象を大きく分類すると、以下のようになる（第 4A 編、第 5 編）。

- ① 商取引における欺瞞的・不公正な慣行(総括して **unfair practices** と呼ばれている)
- ② 消費者向けの非良心的行為(**unconscionable conduct aimed at consumers**)
- ③ 契約における推定条件 (**implied conditions**) 及び推定ワランティ (**implied warranties**)

---

<sup>11</sup> ACCC の情報提供、法改革及び調査研究の機能について、取引慣行法第 28 条において次のように明記されている。

- ①取引や商業に従事している者を指導するために、ACCC の任務などに関する情報を提供すること（第 28 条 1 項 a 号）、②主務大臣の依頼を受けて、オーストラリアの消費者保護法について調査を行い、主務大臣に報告すること（同条同項 b 号）、③消費者保護に関する研究を行うこと（同条同項 c 号）、④消費者保護に関する情報を公衆に提供すること（同条同項 d 号）、⑤消費者の啓発のために、オーストラリアの消費者法における、人の権利・義務に関する情報を提供すること（同条同項 e 号）。

#### ④ 製品安全(product safety)

消費者問題のうち金融サービス関係の事件は、その取り扱いが1998年7月1日からオーストラリア証券・投資委員会の消費者政策部門に移転されたことにより、取引慣行法の適用から除外されることとなった(第51AF条)。

### 2. 商取引における欺瞞的・不公正な慣行 →上記の①

#### (1) 概要

取引慣行法は、第5編(消費者保護)を中心に、消費者の利益保護の見地から、契約の勧誘や締結と関連するトラブルの原因となり得る一定の表示及び行為について規定し(第52条―第65条、第65AAC条参照)、また、一定の契約履行と関連する不公正な行為を禁止している。

大きく分類すると、3種類の規制が行われている。

- ① 欺瞞的行為の規制
- ② 不実表示の規制
- ③ その他の不公正な慣行

また、上記の三種類の規制は排他的なものではなく、ある表示や行為に対して二つ以上の規制の可能性がある。特に、②の不実表示に該当するものについては、この傾向が強い。なお、①の欺瞞的行為があると判断された場合、民事責任のみが問われることになるが、②の不実表示及び③の不公正な行為については刑事責任も問われる可能性がある。

#### (2) 規制対象となる表示・行為の概要

##### (a) 概要

(民事責任のみある)

- 欺瞞的行為(第52条)

(民事責任も刑事責任もある)

- 不実表示(第53条、第75AZC条)
- 土地に関する一定の不実表示(第53A条、第75AZD条)
- 雇用に関して誤解させる行為(第53B条、第75AZE条)
- 価格についての不実表示(第53C条、第75AZF条)
- 景品や懸賞の提供に関する行為(第54条、第75AZG条)
- 商品の数量、用途、特徴、製造方法、性質について公衆(the public)を誤解させる行

為（パリ条約の適用に該当する誤解させる行為のみ）（第 55 条、第 75AZH 条）

- 役務の数量、用途、特徴、製造方法、性質について公衆(the public)を誤解させる行為（第 55A 条、第 75AZI 条）
- おとり広告（第 56 条、第 75AZJ 条）
- 紹介販売（第 57 条、第 75AZK 条）
- 商品又は役務を供給しないで支払いを受領する行為（第 58 条、第 75AZL 条）
- 内職商法について誤解させる表示（第 59 条、第 75AZM 条）
- 商品又は役務の供給に関して暴力(force)、又は不実な嫌がらせ若しくは強制(undue coercion or harassment)を用いる行為（第 60 条、第 75AZN 条）
- 要求に基づかないクレジットカード又はキャッシュカードを送付する行為（63A 条、第 75AZP 条）
- 要求に基づかない商品又は役務の供給、又はタウン・ページ等への登録(entry in a directory)に対する支払請求の行為（第 64 条、第 75 条 AZQ 条）
- 本章の特定の情報提供者への適用（第 65A 条、第 75AZR 条）
- マルチ商法に参加する、又は他人を勧誘する行為（第 65AAC 条、第 75AZO 条）

上記の規定中、最もよく使われている条文は、民事責任のみを規定している一般禁止規定の第 52 条である。

#### (b) 不実表示の内容

第 53 条は、次のような規定となっている。

**第 53 条、** 会社は商取引において、商品又は役務の供給若しくは供給の可能性に関して、又は、商品又は役務の供給若しくは利用を促進する手段に関して、次に掲げる表示をしてはならない。

- a 号** 当該商品が特定の規格(standard)、品質(quality)、価値(value)、等級(grade)、構造(composition)、様式(style)若しくは型(model)であるという、又は特定の沿革(history)若しくは過去の使用歴を有するという虚偽の表示、
- aa 号** 当該役務が特定の規格、品質、価値又は等級であるという虚偽の表示、
- b 号** 当該商品が新品であるという虚偽の表示、
- bb 号** 特定の者が商品又は役務の取得を承諾した(has agreed to acquire)という虚偽の表示、
- c 号** 当該商品若しくは役務が、実際に有しない後援(sponsorship)、認証(approval)、

	性能の特徴 (performance characteristics)、付属品 (accessories)、機能 (uses)、又は利益 (benefits) を有するという表示
d 号	会社が実際に有しない後援関係、認証、又は提携 (affiliation) を有するという表示、
e 号	商品又は役務の価格に関する虚偽的又は誤解させる表示、
ea 号	商品の修理のための設備、又はスペア部品の入手可能性 (availability) に関する虚偽的又は誤解させる表示、
eb 号	商品の原産地 (place of origin) に関する虚偽的又は誤解させる表示 <sup>12</sup> 、
f 号	商品又は役務の必要性 (need) に関する虚偽的又は誤解させる表示、
g 号	一定の条件 (condition)、担保 (warranty)、保証 (guarantee)、権利 (right)、若しくは救済 (remedy) の存在 (existence)、又はその排除 (exclusion)、又はその効力 (effect) に関する虚偽的又は誤解させる表示。

ある事案では、第 53 条とは別に、他の条文の違反となり得る。また、第 53 条中に列挙されている表示の二つ以上に該当する可能性もある。さらに、第 53 条やその他の条文の違反であっても、同条に加えて第 52 条の適用が可能である (第 52 条 2 項)。ただし、第 52 条に違反しても、刑事責任は問われることがない。これとは対照的に、第 53 条が定める不実表示の類型に対し、民事責任のみならず、刑事責任も問われ得る (第 75AZC 条)。

ACCC の実務を見ると、まず罰金を求める訴訟が少ないことと、第 52 条と第 53 条の両方を主張する事例が多いことが分かる。ところが、この場合には、判決において、第 52 条の違反が成立すれば、さらに第 53 条の法律要件については、検討をしないか簡単にしか触れないことが多いようである。

### (3) 消費者に向けた非良心的行為 (unconscionable conduct aimed at consumers) → 上記の②

消費者に向けられた非良心的行為の規制は、1986 年、初めて取引慣行法に設けられ、その後 1992 年には非良心的行為の対象が小規模の企業にまで拡大された。

ここで、消費者向けの非良心的行為を簡単に紹介する (第 51AB 条)。<sup>13</sup>

「非良心的」の概念は、エクイティに起源を有する。とりわけ、エクイティにおいて取

<sup>12</sup> 1998 年の法改正は、原産国表示が取引慣行法に違反しないための基準を設けたものである。新設された、第 5 編第 1AA 節「原産国表示」は、一般的な原産国表示 (例えば “Made in Australia”) の基準を設ける他、“Product of” 又は “Produce of” のより具体的な表示について詳細な基準を設けた。

<sup>13</sup> 枚数の都合により、ここでは簡単な紹介にとどめるが、詳細な紹介として、ミッシェル・タン「オーストラリアの取引慣行法による非良心的行為 (Unconscionable Conduct) の規制」阪大法学第 43 巻第 1 号 (平成 5 年) を参照。

引能力の不平等に基づく非良心的取引 (unconscionable bargains)、不実威圧 (duress) 及び強迫 (coercion) に関する法理が展開されてきた。これらの法理は現行法の基盤となっているが、消費者保護分野において、エクイティだけでは十分な保護ができないために、1986年に 52A 条が取引慣行法に挿入された。しかし、「非良心的」行為を定義することは困難である。例えば、「誠実の欠如」(want of probity)、「圧迫」(oppression)、「濫用」(abuse)、「不正」(injustice) のような言葉が「非良心性」を記述する言葉であると言われている<sup>14</sup>。

取引慣行法も、エクイティから「非良心的」という文言を借りているが、条文の中では非良心的行為の定義は行っていない。しかし、指針として五つの基準が定められている (第 51AB 条第 2 項)<sup>15</sup>。それは、

- 会社と消費者の取引上の地位の相対的強さ、
- 会社が行った行為の結果、消費者が会社の正当な利益 (legitimate interests) を保護するために、合理的 (reasonably) に必要であると考えられない条件に従うことを強制されたことがあったかどうか、
- 消費者が、当該商品又は役務の供給若しくは供給に関する全ての文書を理解することができたかどうか、会社又は会社のために行為をする者は、商品又は役務の供給若しくは可能な供給に関して、消費者又は消費者のために行為をする者に対し、不実威圧若しくは圧力をかけたこと、又は不公正な策略を用いたかどうか、
- 消費者が当該会社以外の者から同一の、又は代替的な商品又は役務を取得し得た価格又はその条件。

非良心的行為の判例は、第 52 条に基づく訴訟と比べると、その数が少ないために、裁判所がどのように取引慣行法上の非良心的行為を解釈しているかは明確ではないが、エクイティの原則が重要視されているようである。もっとも、裁判所はエクイティの法理によって拘束されないことが、一般原則である。<sup>16</sup>なお、ACCC は、この条文を活用し、特に言語、取引経験などの理由で不利な立場にある消費者 (vulnerable consumers) の被害救済に当たっている。

#### (4) 消費者取引において推定条件・推定ワランティ (conditions and warranties in

---

<sup>14</sup> ただ、これらの言葉は個別的に読むのではなく、全体として読めば「非良心性」の意味に当たると指摘されている。See, Deborah Healey, Australian Trade Practices Law 453 (CCH Australia Limited 1988).

<sup>15</sup> また、ACCC は消費者向けの非良心的行為に関するガイドラインを公表している (絶版)。Trade Practices Commission, Unconscionable Conduct: A Guide to Section 52A of the Trade Practices Act (1987 年)。

<sup>16</sup> 裁判所は、制定法を解釈するに際して、コモン・ロー (エクイティも含めて) の法理を考慮することがあるが、コモン・ローに拘束されないことは原則である。

### consumer transactions) →上記の③

取引慣行法は、売買目的物についての説明 (description)、売買目的物の商品性 (merchantability)、売買目的物の特定目的への適合性 (fitness for purpose)、見本との一致といった契約上推定される黙示条件 (implied condition) について、売主 (商品の供給者) の明白な責任を規定している (第 66 条—第 74 条参照)。さらに、サービスの提供については、供給者に対して相当の注意義務、供給に伴うマテリアルが特定目的への適合性を有すること、及び消費者が供給目的を開示している場合には、サービス及び関連のマテリアルが特定目的への適合性を有するという黙示のワランティが推定される。これらの条件・ワランティの違反に対して、消費者が私法的救済を求めることができるようになっている。

### (5) 製品安全 → 上記の④

製品安全の分野について、次の 3 種類の規制が行われている。

#### (i) 商品安全及び商品情報についての規格 (第 65B 条—65T 条参照)

取引慣行法では、商品安全を確保するために、指定の商品につき、管轄大臣が、製造、警告、説明などの表示を含めて安全性の基準を設定することができる、とされている。<sup>17</sup> 基準に合わない商品の自主的リコール制度又は強制的なリコール制度が設けられている。また、商品安全の見地から、指定の商品を販売するに当たって、消費者に特定の情報を開示する義務が課されている。<sup>18</sup>

商品の安全性や情報開示の基準に違反する商品の販売を禁止する他、違反者に対して警告情報の開示、厳しい罰金などの罰則規定 (第 75AZS 条 75AZT 条 75AZU 条) を設けている。

#### (ii) 製造業者及び輸入業者に対する訴え (第 74A 条—第 74L 条参照)

従来取引慣行法には、包括的な製造物責任制度はなかった。ところが、当時の政府に取引慣行法のレビューを依頼されたワンソン委員会 (1977 年) は、一定の契約上の条件やワランティの違反については、直接に契約関係にない製造業者にまでその責任を負わせるべきであるという内容を含めた報告書を発表した。それがきっかけとなり、1978 年に第 2A 編が取引慣行法に新設された。

この改正により、売買目的物についての説明 (description)、売買目的物の商品性 (merchantability)、売買目的物の特定目的への適合性 (fitness for purpose)、見本との一致についての黙示条件の責任を、製造業者 (輸入業者も同様) に対しても負わせた。さらに、購入後、商品の修理及び部品の入手ができるような体制が整っていない場合、又は約束された明示のワランティ (express warranty) 違反があった場合、消費者は製造業者に損害賠償を求めることが可能となった。

<sup>17</sup> 例えば、チャイルド・シート、サングラスなどである。

<sup>18</sup> 例えば、玩具や大型遊び道具、衣類の取り扱いなどである。

本改正により、限定的とはいえども製造業者に対し一定の責任を追及する私法上の権利が消費者に与えられることとなった。

(iii) 包括的な製造物責任 (第 75AA 条—第 75AS 条)

1992 年には、EU 指令に習い、製造物責任についての包括的な規定が新設された。

## (6) 保護対象となる者

取引慣行法の消費者とは、単に商品を購入する者や役務を利用する者に限られないことが注目すべき特徴である。第 5 編では、単に商品や役務を購入する伝統的な消費者だけでなく、政策的に保護されるべき者、例えば、紹介販売 (第 57 条)、内職 (第 59 条) やマルチ商法 (第 61 条) の場合のように、個人事業者や雇用広告に誘引されて応募する者も同様に保護している。

一方、より限定的な消費者を想定して規定している部分もある。例えば、第 5 編 (消費者保護) の規定「狭義の消費者」が保護対象としているのは、第 57 条 (紹介販売)、第 60 条 (いやがらせ、強迫) の二つの規定、及び第 4A 編 (非良心的行為) にある消費者向けの非良心的行為の規定である。この場合の「消費者」とは、一定の金額 (現在 4 万ドル) 以内の商品や役務を取得した者、又はその金額を超える場合における個人若しくは家庭用の商品や役務、又は商業用の自動車を取得した者とされる。ただし、他の商品又は役務を生産するために当該商品を取得した者、及び再販売のために商品を取得した者はこの定義に該当しない、とされている (第 4B 条)。

この報告書では、特筆がなければ、消費者は広義の消費者を意味する。

## 第 4 章 消費者被害の救済の概要

### 1. 私人による訴訟

取引慣行法上の欺瞞的行為やその他の不公正な行為により被害を被った消費者は、差止命令、損害賠償、契約の取消や変更などの幅広い救済を申請することができる。

#### (1) 差止命令の申請

裁判所は、違反行為者や違反行為に関係した者に対して、差止命令を出すことができる (第 80 条)。差止命令には、「一定の行為を止めさせるもの」と「一定の行為をするように命じるもの」の 2 種類がある。したがって裁判所は、違反行為を止めさせるだけでなく、例えば、一定の情報開示や訂正広告などの積極的な行為も命じることもできる。

さらに、第 80 条に基づく同意による命令 (consent orders) では、例えばコンプライアンス・プログラムの採用やコンプライアンス研修を受けることなどのような再発防止のため

の命令も行うことが可能である。

## (2) 損賠賠償の請求

消費者保護と関連する規定（欺瞞的行為、非良心的行為、製造物責任なども含めて）の違反によって損失又は損害を被った者は、無過失による損害賠償を請求することができる（第 82 条）。

その際、請求者は、差止命令と同様の範囲の者に対して損害賠償を請求することができる（第 75B 条）。つまり、損害賠償責任は行為者だけでなく、違反に関係した者にまで負わせることができる。なお、アメリカのような懲罰的な損害賠償の規定は用意されていない。

## (3) 裁判による命令

上記の差止命令の他に、裁判所は、必要と思われる内容、例えば契約の変更・取消、払い戻し、修理など（第 87 条 2 項）の幅広い命令をすることができる（第 87 条）。この種類の命令は、排他的なものではなく、差止命令や損害賠償の請求と合わせて行うことができる。

## (4) 私人による代表訴訟

1992 年に連邦裁判所法改正により、一般的には認められていないいわゆるクラスアクション（以下、「代表訴訟」と呼ぶ）の制度を設けるために、代表訴訟の制度が新たに認められた（連邦裁判所法第 IVA 編）。この改正では、7 人以上の被害者が取引慣行法上、一種のクラスアクションを提起することが可能となった。提訴は、そのグループの代表者一人以上でなされればよく、全員の承諾を得る必要はない。この二つの点で、後述する ACCC の代表訴訟制度の不備を克服することとなるが、この制度はあまり使われていないようである。

## 2. ACCC による救済の措置

ACCC は排除命令を出す権限がないため、被害者への救済は訴訟をもって実現しなければならぬ。具体的に ACCC は、差止命令、一定の被害者のための損害賠償や付随的な命令を求める訴訟（第 87 条 1B 項、同条 1C 項）、情報の開示や訂正広告を求める訴訟（第 80 条、第 86C 条 2 項、第 86D 条）、事実認定（第 83 条）、違法行為についての宣言 (declaration) などを求める訴訟などの権限を持っている。

しかしながら、実際に判決まで至る事案は少ないようである。それは、ACCC が違反者（会社）に対し、強制的約束(enforceable undertaking)をさせて、訴訟を回避することが多々あるためである。また、裁判手続を開始せず、会社から約束をさせる場合も多い。

以下には、私人間及び ACCC と消費者被害について考察をする。

## 第5章 私人間・競争者間の訴訟制度

上述、とりわけ第2章で述べたように、取引慣行法の体制は、競争法と消費者法を統合したものである。取引慣行法第4編は、たとえばカルテルを扱う。第5編は「消費者保護」を扱うが、最も争われる規定—「誤認させる行為」を禁止する第52条—は、消費者によって援用されるだけでなく、競争者である企業によっても援用される。第4B条の「消費者」の定義により、第5編の制定法上の最低保証は、消費者ほど一般的でないものの、一部の企業には援用することが可能である。第4A編は、消費者が「非良心的な」契約について異議を唱えることを許すが、1998年以降、企業も同様にそれが許されることになった（現在、300万オーストラリアドル以下の契約について）

このことは、正確なデータは入手できないが、取引慣行法訴訟の大部分が、消費者ではなく、企業が、他の企業を相手取って提起していることを意味するものである。

取引慣行法上の最も一般的な訴訟は、「欺瞞的行為」に対する第52条の請求であることは明らかである。しかし、仮に消費者がそうした訴訟を提起したとしても、公刊される終局判決に至ることはめったにない。ほとんどすべての請求は、競争者である企業が、差し止めや損害賠償を求めるものである。非良心的契約についても同様に、（ほとんどが小規模な）企業が他の企業に対して提起する訴訟の方が、消費者が提起する訴訟よりも多い。

取引慣行法上、消費者が訴訟を提起することは可能であるが、公刊される判決はほとんどない。これは、取引慣行法により他の企業を訴える企業と比較すると、消費者には、取引慣行法により訴訟を提起するためのインセンティブや、財政的その他の資源が、乏しいためと考えられる<sup>19</sup>。

第52条に基づくものでも、各州の小額裁判所や審判所には、もっと多くの請求が消費者から提起されているかもしれない。しかしながら、これらの管轄は、一般に、州の公正取引法であって、取引慣行法ではない。いずれにせよ、そこではほとんどの請求が、和解され、判決が公刊されることはない。地方裁判所に提起された消費者の請求もまた、一般に公刊されるものではない。

他の可能性としては、第4章1.(1)で前述したように消費者が連邦のクラスアクションに参加することが、1992年から可能になったことである（第4章を参照）。しかし、そのような訴訟は130件だけであり、多くは、終局判決に至る前に和解しており、また消費者契約に関する請求はほとんどなかった（大部分は欠陥製品による人身被害の請求である）。さらに、ACCC（またはオーストラリア消費者協会）は、原告が現実の損害を証明する必要のない第52条の請求においても、こうしたクラスアクションの当事者となったことは

---

<sup>19</sup> オーストラリアにおける小額裁判所や連邦クラスアクションについて、see Luke Nottage's Report on Australia for the EC Study, *op cit.*

一度もない。少なくともオーストラリア消費者協会は、特に訴訟費用について責任を負う主たる当事者としては、クラスアクションに参加する資金を有しないであろう。

したがって実際的には、消費者は、取引慣行法の第 52 条または非良心性の規定に基づいて、裁判外で供給者と和解交渉をするために、取引慣行法により企業によって提訴された判例に依拠する。問題は、企業によって提起された訴訟の判決は、仮に消費者が訴訟提起するための資金を有していた場合にもたらされるであろう判決よりも、より被告寄りであり得るということである。

したがって、消費者に代わって他のだれかが一少なくともたまには一訴訟を起こし、勝訴できることが非常に重要ということになる。クラスアクションは、オーストラリアにおいて、少なくとも消費者契約の請求については、十分でないと思われる。他の国々と異なり、オーストラリアには、一定の公認の団体に消費者に代わって損害賠償請求することを許すような制度がない。そのかわりに、唯一 ACCC が、次に第 6 章で説明するように、事前に書面による合意が得られている場合には、このような請求をすることを許されている。しかしながら最近、こうした制限的な代表訴訟制度においてさえ、いくつかの問題が明らかになってきた。

## 第 6 章 ACCC と被害者救済

### 1. ACCC による代表訴訟

ACCC は、一人以上の被害者の承諾を得て、損害の賠償やその他の裁判上の命令を求める訴訟を提起することができる。ACCC の考え方は、被害者救済がコンプライアンス及び市場機能の改善といった目標の達成に不可欠である、というものである。したがって、ACCC は代表訴訟の手段を通じて、被害者救済だけでなく、被害拡大の防止、再発防止、違反行為者の利得の剥奪、といった総合的な問題解決を実現することができる。

### 2. ACCC が優先する事例

ACCC は、公益性の強い取引慣行法のエンフォースメントについて、2004-2005 年の年次報告書において、次のような事案を優先する、としている<sup>20</sup>。

- ① 法を無視した行為
- ② はびこった被害の発生
- ③ 公益への相当な被害及び／若しくは相当な苦情の件数
- ④ 全国的又は国際的なレベルの問題

---

<sup>20</sup> 2004-2005 年年次報告書 24 頁参照。

- ⑤ エンフォースメントにより、教育的又は予防的な効果が期待できる

### 3. 約束 (undertakings)

ACCC は、違法行為をした者から約束を受理・登録する権限を有する (第 87B 条)。その内容は、原則的に公開されており、ACCC の Web サイトにも登記簿がアップロードされている。第 87B 条の約束が守られなかった場合、ACCC は裁判所に約束を守らせるための裁判所の命令を申請することができる。ACCC によると、第 87B 条の重要性は、裁判所の命令により約束の遵守を強制することができ、その結果として、第 87B 条の行政措置としての効率性が増進されることにある、ということである。<sup>21</sup>

ACCC は、1999 年 8 月に発表したガイドライン<sup>22</sup>で、どのような場合に公式な約束を受理するか、どのような内容のものが認められるか、約束の履行をモニタリングする方法などについての詳細な指針を提示している。

実務から見れば、ACCC は第 87B 条上の公式な約束による解決を相手方と話し合う場合に、次の広い目標を目指している、という<sup>23</sup>。

- ① 違法行為 (又は違法と言われている行為) の抑止
- ② 当該行為により被害を被った者の救済
- ③ 違法行為の再発予防のためにコンプライアンス・プログラムを導入すること
- ④ 事件についての情報を公開 (publicity) することによる教育的且つ予防的な効果 (特に、関連業界において)

最近の約束の登記簿を通覧すると、日本の一流企業のオーストラリア子会社や日本の会社も ACCC から広告などの不正確な表示を指摘され、対応を求められるなどの約束をした事案もある。別紙 1 で最近の事例を紹介している。

### 4. 民事訴訟への介入

2001 年の法改正では、ACCC は連邦裁判所の承諾を得た上で、私人間の民事訴訟に参加することができるようになった。ACCC のガイドラインによると、次の場合に介入が考えられる<sup>24</sup>。

- ① 重要な公益に関する事柄がある場合、

---

<sup>21</sup> 前注参照。

<sup>22</sup> ACCC, Section 87B of the trade Practices Act: A guideline on the Australian Competition and Consumer Commission's use of enforceable undertakings.

<sup>23</sup> 前注参照、3 頁参照。

<sup>24</sup> ACCC, Intervention in Private Proceedings, July 2002.

- ② 取引慣行法の適用を確認する必要がある場合 (test case)、
- ③ オーストラリア及び海外においても行われた違法行為がある場合

## 第7章 被害の現状（取引慣行法に限定する）

日本と比べると、オーストラリアにおいて消費者被害の種類および程度に関する適当なデータを得ることは簡単ではない。それは以下の五つの理由による。

第一に、第1章で概観したように、消費者保護問題に関する責任は連邦と各州が分担している。取引慣行法の適用は、会社間の取引、または州際取引に限定されるため、ACCCは、それに基づいたデータを収集するに過ぎず、そのほかの状況やデータ収集については、各州の制定法に基づいて、州公正取引局に委ねられることになる<sup>25</sup>。

第二に、ACCCは、食品についていかなる情報が消費者に与えられるべきかといった重要な問題に関して、オーストラリア・ニュージーランド食品基準(Food Standards Australia/New Zealand)などの全国レベルの他の機関とともに責任を担っている<sup>26</sup>。

第三に、ACCCは、証券に関する詐欺的取引または不公正な取引に関する責任をほぼ負っていない。

第四に、前述したように取引慣行法とACCCは、消費者からの苦情だけでなく、一定の（多くの場合、小規模の）企業からの苦情も取り扱っている。

第五に、消費者からACCCへ申し立てられた苦情のデータは、日本の国民生活センターによって公表されているような詳細な形式をとっていない。これは、上記第一、第二の理由によるだけでなく、ACCCが、特定の分野における法令違反の水準や長期的な行動の変化を示すために、そのデータが用いられることは、それが個別に参照された場合、必ずしも信頼できるものではないと判断しているからである<sup>27</sup>。

---

<sup>25</sup> ACCC と州における同様の機関は最近、AUZSHARE を開始し、リアルタイムの通報制度とデータベース、

<<http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/683790/fromItemId/3857>>を共有している。だがこれは、とりわけインターネットを通じた詐欺と欺罔に焦点を当てるもので、それゆえ日本の PIONET システムよりも限定的である。

<sup>26</sup> ACCC は、最近「食品記述子ガイドライン」を公表した。see 21 *ACCC Update* (April 2007) pp 12-13.

<sup>27</sup> Part 3.6.3 [XXX] of the ACCC's Submission to the current Inquiry into Australia's Consumer Policy Framework by the Australian Government Productivity Commission (PC). ACCC は、「特定の分野に苦情の数が多いことは、ACCC がその分野での施行活動に重点をおかなければならないということを意味しない。いくつかの分野では、苦情の数は少ないかもしれないが、より重大な消費者損害が生じている。苦情データに信頼性の問題があることから、ACCC は、規制的対応を必要とする遵法問題を見極めるために他の情報源の開発を続けている」と説明している。効果的な消費者法と政策を立案し施行するのに必要な、オーストラリアにおける消費者問題に関する包括的なデータを得るにあたっての問題点は、本調査に対する他の答申で強調されている（すべて

しかしながら、ACCCや他の機関から公表されたものを検討するとともに、ACCCが公表した苦情に関するデータとACCC内外の消費者法の専門家に面接調査した結果とを重ね合わせることによって、以下のような最近の消費者被害の類型と傾向が明らかになった。

まず第一に、ACCCの「情報センター(Infocentre)」によって記録された苦情と問い合わせに関するデータから始めるのが最善であろう。しかし、これには、具体的な苦情には必ずしも関係しない問い合わせも含まれることに留意しなければならない。最近5年間の各年、ACCCのスタッフは、55,000件の電話と7,000件のEメールを受け、処理してきた<sup>28</sup>。毎年約11,000件(2005年度は13,000件)は、一般的な「欺瞞的行為」(第52条)に関するもので、約3,000件が、具体的な不実表示(性能、品質、特に価格について)に関するものである。しかし、誤認させる行為に対する訴訟と比較すると少ないものの、苦情の多くは、(消費者からではなく)企業から企業に対するものである<sup>29</sup>。

次に重要な分野は、「小売製品ワランティー(retail warranties)」で、これは2002年以降毎年5,000件(2001年には2,805件のみだが)の事案が記録されている。ほかに比較的数字は少ないが、増加してきている分野として、「代金を受領しながら商品の供給のないもの」(2001年以降毎年600件、2004年からは毎年850件)、「嫌がらせと強要」(2005年の588件を除き、2004年以降毎年400件)、そして、「製造者の保証」(283件)、「輸入者の保証」(447件)があげられる。ここでも、取引慣行法第4B条の「消費者」の定義が、4万オーストラリアドル以下の取引(および通常家庭内または個人の使用に供される物品または役務に関する取引の場合は、これを超える額の取引)を含むことから、これらの制定法上の商品の最低品質保証違反を理由とする、小売業者や製造業者に対する苦情のなかには、その商品が、再販売用または「生産もしくは製造過程で消費されるもの」でない限り、(消費者からではなく)企業からのものも含まれる。

2001年以降で、苦情および問い合わせの最も多い分野は、「通信サービス」に関わるものである(総合計244,516件のうち、計26,153件)<sup>30</sup>。ACCCは最近、ブロードバンドスピードに関する広告の規制を助けるチェックリストを付したインフォメーションペーパーを発行した。しかしながら、オーストラリア通信産業オンブズマンによって処理される紛争の数は、増加し続けている<sup>31</sup>。

二番目に多い分野は、「企業サービス一般」(合計17,749件)である。2001年の約2,000

---

<http://www.pc.gov.au/inquiry/consumer/>で閲覧可能。2007年12月に完成予定である)。

<sup>28</sup> この情報は、ACCCの年次報告から推論できる。年次報告はACCCのウェブサイトで見ることが可能。また、Table XXX.XXX of the ACCC's Submission to the PCに示されている。だが、Eメールの2004年以降の増加(それゆえ情報センターの事案の合計件数の増加)は、主として、スパムメールによるものであり、対応を必要としないものである。

<sup>29</sup> Ibid, Table XXX.XXX.

<sup>30</sup> Ibid, Table XXX.XXX.

<sup>31</sup> See <http://www.tio.com.au/>.

件から2005年の4,500件に増加している<sup>32</sup>。

次に重要な分野は、「家庭用器具小売業」（合計16,772件、毎年約3,000件）と「小売業一般」（合計9,309件、2001年は1,412件だが、以後は毎年約2,000件）である。同様に、自動車燃料小売業（8,000件、たとえば価格協定に関して）及び、自動車小売業（合計5,700件）も重要である。表面的には、金融業が関与する問題は比較的少ないように見える。保険会社に関わる事案は、2001年の1,324件から、2005年の351件（合計約4,000件）に、銀行に関わる事案は、1,102件から767件（合計4,000件）に減少した。他の「金融および投資サービス」に関わる事案は、毎年約1,000件で安定している（合計4,500件）。しかし、消費者と監督機関の懸念は、この分野でおそらく高まりつつあり、そのことは、ACCCや他の監督機関が提訴する訴訟から、また「オンブズマン」制度に基づく産業協会によって処理される事案が増加していることから明らかである<sup>33</sup>。

最後に、「不動産仲介業」（合計5,310件、住宅用不動産ブーム後の2003年の1,556件が最多）があげられる。

2007年1月1日から3月31日の間、ACCCは、新しい分類計画に基づいた情報センターのデータを公開した。これは、宝くじ運営（494件）、「無店舗小売業」（たとえば訪問販売：347件）、「インターネットサービスプロバイダー及びインターネット検索ポータル」（325件）、「有線通信ネットワークオペレーション」（たとえば、ほとんどのブロードバンド：303件）、そして「その他の通信ネットワークオペレーション」（たとえば、携帯電話：248件）に関する具体的な消費者問題のデータを提供している。

さらに、ACCCは最近、さほど多くの事案を招来しては（未だ）いないけれども、社会にとりわけ重大な影響を及ぼすいくつかの現存する、あるいは現れつつある「重要分野(hot areas)」を強調している。

2003年以降、ACCCは、「不利な状況にあり、被害に遭いやすい消費者」に、より焦点をあてることを試みてきた。それには、情報センターの事案の記録でそのような消費者を特定することが含まれる。2003年12月から2004年5月までの間に、こうした消費者からの苦情や問い合わせは93件しかなかったが、2006年9月から2007年2月までの間には、264件に上った。おそらくこの数は、実際よりはかなり過少であろう。ACCCの経験上、こうした消費者は、国家機関に連絡したり、自らを被害に遭いやすいと認識したりしにくいからである。他の消費者と比べて、嫌がらせや詐欺、非良心的行為に関する苦情が多い。情報センターの事案を通して記録されている被害に遭いやすい消費者の多くは高齢者である

---

<sup>32</sup> 残念ながら ACCC は、ここ 5 年間、これ以上の内訳は公表していない。しかし、4.3.8 を参照。また、面接調査と追跡調査によって、さらなる情報を得ることができた: XXX.

<sup>33</sup> See Luke Nottage, National Report on Australia for European Commission Project SANCO 2005/B/010 "An analysis and evaluation of alternative means of consumer redress other than individual redress through ordinary judicial proceedings" (at [http://ec.europa.eu/consumers/redress/reports\\_studies/inded\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/redress/reports_studies/inded_en.htm)).

34。(日本ほどではないが、オーストラリアは高齢化社会である。)さらに近年、ACCCは、オーストラリア原住民社会にも規制の手を伸ばしてきている。

日本と同様に、「電子商取引」は、もうひとつの最近の問題分野であり、2001年から2004年の間に苦情の増加が見られた。現在、数は横ばいだが、ACCCはこの分野については、相当な問題が依然として残るとしている<sup>35</sup>。

要約すれば、最近の日本における消費者問題と多くの類似点があると考えられる。多くの問題は、契約締結前の行為やサービスに関わるものである。特に重要な問題分野は、通信、電子商取引、高齢者である。取引慣行法が、制定法上のワランティーを制限しようとする条項、あるいは、契約条項が組み合わさって（通常契約締結前の交渉段階における問題とともに）契約全体が「非良心的」なものになるような場合に、それらを無効とするとしても、不公正な契約条項に関する問題もまた顕著である。実際、「小売製品保証」(4.3.3)に関する情報センターの事案の増加は、不公正な契約条項が、少なくともその分野ではますます一般的になりつつあるということを示している。このことは、オーストラリアの長期にわたる好景気ゆえに、企業が顧客の面倒を見ることに注意を払わなくなったこと、また電子商取引によって促進された新しい契約形態に関係するだろう<sup>36</sup>。

しかし、統計的なデータは、日本ほど詳細ではなく、また信頼できるものではない。とりわけ、情報センターの事案は、苦情だけでなく問い合わせを含んでいる。また、特に第52条の「欺瞞的行為」についてのデータは、(消費者ではなく)企業から他の企業に対する苦情をも含むものである。

## 第8章 今後の展望

一般に、ACCCは、とりわけ取引慣行法の公正取引および消費者保護制度のもとでは、わずかの数の訴訟しか提起してこなかった。そのほかの傾向としては、ACCCが、判決まで訴訟を遂行するよりも、被告企業の「約束(undertakings)」を受理する比率が高いことである。これら二つの傾向が、次の表から明らかである<sup>37</sup>。

	競争法等	公正取引および 消費者保護	計
--	------	------------------	---

<sup>34</sup> ACCC Submission to the PC, op cit.

<sup>35</sup> Ibid, Table XXX.XXX.

<sup>36</sup> See the Submissions by Luke Nottage to the PC's Inquiry (op cit), and to the NSW Government's Inquiry which recently recommended new and broader Unfair Terms legislation for that State (<http://www.parliament.nsw.gov.au/prod/PARLMENT/Committee.nsf/0/99D3B2CE26A40F9CCA2571D90018D245>, including the Submission by Luke Nottage).

<sup>37</sup> Adapted from ACCC Annual Reports for 2004-5 and 2005-6.

2005 (2004)年に完結した訴訟	9 (11)	15 (28)	24 (39)
2005 (2004)年に係属中の訴訟	13 (15)	17 (21)	30 (36)
2005 (2004)年に受理された約束	3 (5)	50 (50)	53 (55)
計：完結および係属中の訴訟	25 (31)	82 (99)	107 (130)

訴訟が少ないのは、主として、「法的サービス、法的費用、および我々と法律事務所との関係の管理に関して、より強力な統制を確保する」ため、そして「我々の法的資源をより重要で複雑な問題に集中させる」ために、2005年に導入されたより厳格な政策によるものと思われる<sup>38</sup>。

約束の受理が多い理由は、裁判所が、1977年の取引慣行法第80条の改正は、ACCCが獲得した差止めは非当事者に対する賠償命令（たとえば払い戻し）を含みえないと判示したことである<sup>39</sup>。このことは、ACCCが各原告に代わって訴訟提起する前に、各原告から事前の合意を得なければならないことを意味する。しかしこれは、原告各人あたりでは小さい額を争うことから、実際上は不可能である。ACCCは、ACCCに、オーストラリア証券取締機関と同様の、差止めに賠償命令を加える権限を付与する法改正を求めたが、政治家は協力をしなかった。この間、ACCCは、裁判所の判決に基づいて払い戻しを得る権利よりも、むしろメディアによる悪評の脅威をたよりに、ACCCが訴えた企業からの払い戻しの約束を求めることを余儀なくされた。

ACCCにより提起され、2005年に完結した15件の「公正取引および消費者保護」訴訟を詳細に分析すると、消費者にとってさらなる問題が二点明らかになる。かなりの数の訴訟は（伝統的な意味での消費者にではなくむしろ）小規模な企業に代わって提起されている。また、終局判決よりも和解の方がはるかに多い。

15件のうちの5件は、フランチャイジー等が関わる欺瞞的行為または非良心的行為について、ACCCが提起したものである。取引慣行法とACCCは、企業からの請求と消費者からの請求の両方を取り扱うので、ACCCがそうすることはもちろん自由である。しかしながら、小規模企業からの請求（およびカルテルや合併のような競争法の問題）にもっと集中することが、新しいACCCの委員長の意見を反映しているであろう。またそのような事案は、より間接的だが、消費者の利益に資するだろう。

<sup>38</sup> 2004-5 Annual Report p5

<sup>39</sup> [Medibank Private Ltd v Cassidy \[2002\] FCAFC 290 \(13 September 2002\)](#) para 25ff; [Australian Competition Consumer Commission v Danoz Direct Pty Ltd \(ACN 003 546 709\) \[2003\] FCA 1580 \(28 August 2003\)](#).

2005年から2006年の間にACCCが提起した「純粋な」消費者訴訟10件のうち、2件（非良心的行為の事件およびマルチ商法の事件）はACCCの敗訴、3件は勝訴、そして約束による和解または裁判所が関与する合意命令で和解（5件）、または取り下げ（最後の1件）である。ACCCが勝った事件は、重要な代表訴訟で、地方の社会で数学の個別指導を内容とする非良心的な契約に対して、これを禁止し、8人の原住民の女性に損害賠償（合計26,530オーストラリアドル）を認めたものである<sup>40</sup>。しかし、この事件は、同じ年のもうひとつの消費者の非良心性事件で敗訴したことにより、その効果は弱められた<sup>41</sup>。いずれにせよ、各年の数少ない「純粋な」消費者契約の代表訴訟では十分ではなく、ACCCは、小規模企業に代わっての代表訴訟を優先し続けるであろう。

---

<sup>40</sup> [Australian Competition and Consumer Commission v Keshow\(No.2\) \[2005\] FCA 989 \(21 July 2005\)](#).

<sup>41</sup> [Australian Competition Consumer Commission v Radio Rentals Limited \(with Corrigendum dated 24 August 2005\) \[2005\] FCA 1133 \(17 August 2005\)](#).