

フランチャイズ契約締結準備段階における 売上・利益予測情報の提供 (1)

—— オーストラリア法の考察を中心に ——

木 村 義 和

第1章 はじめに

第2章 オーストラリアにおけるフランチャイズシステムの発展とその規制

(以上本号)

第3章 取引慣行法 52 条

第4章 判例分析

第5章 むすびにかえて

第1章 はじめに

本稿は、拙稿「フランチャイズシステムとフランチャイズ契約締結準備段階における売上予測」学院 29 卷 2 号 149 頁以下 (2003 年)、学院 30 卷 1・2 号 55 頁以下 (2004 年) (以下、前稿とする) の続編である⁽¹⁾。前稿では、我が国のフランチャイズシステムの現況を示し、契約締結準備段階における売上利益予測について、我が国の判例において示されている基準を分析した。本稿では、フランチャイジング行為規則 (Franchising Code of Conduct) を制定し、積極的にフランチャイズ契約の問題に取り組むオー

ストラリアの状況を分析する。具体的には、オーストラリアにおけるフランチャイズ関連法規をフランチャイズ産業の状況をふまえつつ検討する。そして、このオーストラリアの状況を分析することによって、我が国に与える示唆を得たいと考える。本稿でオーストラリアを取り上げる理由は以下による。

フランチャイズエイジ 2004年9月号16頁によれば、2004年5月17日18日に北京で開かれた世界フランチャイズ会議、そして同年5月20日アジア太平洋フランチャイズ連盟の会議において、オーストラリアのフランチャイズの現状と傾向が報告された。オーストラリアでも日本と同じくフランチャイズ産業は成長しているが、報告された最近のオーストラリアフランチャイズ産業の傾向として、①家庭を拠点にしたチェーンの増大②海外への進出が盛ん③紛争の沈静化④複数店所有オーナーの増大⑤好ましいフランチャイジー候補者が少なくなっている、があげられている。紛争が沈静化した原因については詳しくふれられていないが、本稿でとり上げるフランチャイジング行為規則や取引慣行法が紛争解決に一定の役割を果たしたことが推測できるのではないかと。少なくとも、オーストラリアでは、フランチャイズ契約に関する問題を立法や司法によってうまく解決していることがうかがえる。そして、フランチャイズ複数店所有オーナーが増大したことは、(法人契約が増えているなどの他の要因もあるが)フランチャイズで成功した人が増えているといえるのではないかと。すなわち、オーストラリアでは、全く経営の素人であってもフランチャイズシステムを利用することで独立の事業者になれるというフランチャイズシステムの利点が十分に機能し、素人でも独立の事業者として成功できるという夢が実現されているといえよう。よって、同じくフランチャイズ産業は成長しているが、紛争が多発している日本のフランチャイズ業界そして法制度の面においてオーストラリアの状況は参考になるのではないだろうか。

いささか乱暴な推測ではあるがこれを確かめるべく、本稿では、オース

トリアにおけるフランチャイズシステムの歴史と現在の状況を概観し、そして、フランチャイズ契約締結準備段階における売上利益予測に関する紛争がどのように解決されているのかを分析してみる。

注

- (1) その他、拙稿「フランチャイズ契約締結にあたり、フランチャイザーに対して情報提供義務違反がないとされた事例」関学50巻2号193頁以下(1999年)；拙稿「フランチャイズ契約締結準備段階における情報提供義務」法時72巻2号85頁以下(2000年)；拙稿「フランチャイズ契約締結準備段階における売上予測」法時75巻2号114頁以下(2003年)；拙稿「フランチャイズ契約締結準備段階における売上予測情報の提供——名古屋高判平14・4・18(サークルK加賀黒瀬店事件)の検討を中心に」大阪学院大学通信34巻6号21頁以下(2003年)も参照されたい。

第2章 オーストラリアにおけるフランチャイズシステムの発展とその規制

1 オーストラリアにおけるフランチャイズの歴史

1-1 序論

本稿では、近年、徹底したフランチャイズ開示規制であるフランチャイジング行為規則 (Franchising Code of Conduct) を定めたオーストラリアの状況を分析するが、このフランチャイジング行為規則とフランチャイズ契約締結準備段階における売上予測に関する紛争事例を検討する前に、本章では、フランチャイズシステム発展の歴史とその規制を概観する。もっとも、フランチャイズ契約締結準備段階における売上利益予測に関する紛争では、取引慣行法 (Trade Practices Act)⁽¹⁾ 52条 (誤解を与えるような行為または欺瞞的な行為 (Misleading or deceptive conduct))⁽²⁾ や 51A条 (解釈 (Interpretation))⁽³⁾、59条 (商行為における誤解を与える表示 (Misleading representations about certain business activities))⁽⁴⁾

が適用できるかどうか争われている。よって、この取引慣行法の歴史もまじえ、分析をする。

1-2 フランチャイズとその法規制の歴史

オーストラリアにおいてもフランチャイズ産業は、わが国と同様、急速に発展している⁽⁵⁾。オーストラリアにおいてフランチャイズが本格的にはじまったのは1960年代後半である。マクドナルド、KFC（ケンタッキーフライドチキン）、ピザハットに代表されるアメリカ系企業がオーストラリアに進出することによってはじまる⁽⁶⁾。オーストラリアでも、アメリカと同じく、素人が簡単に起業し、独立の事業主に成れるということで、フランチャイズシステムは歓迎された⁽⁷⁾。そして、1978年には非製造業の19%がフランチャイズ産業でしめられた。このため発達するフランチャイズ産業に介入する法的な規制が必要であると、政府は認識をはじめた。

この1970年代は、消費者保護の世論が、世界的にも、また、オーストラリア国内においても、広まった時期でもあり、消費者と豊富な情報を持つ企業との交渉力の格差が認識された時期でもあった。これら消費者保護に対する国内的な世論の高まりや国外における消費者保護立法の影響を受け、オーストラリアにおいて消費者保護のための法律制定が望まれるようになる⁽⁸⁾。そして、1972年12月に労働党が23年ぶりに政権を取った。消費者保護や取引実務（Trade Practices）のための立法は、まだまだはじまったばかりであったが、23年ぶりに政権に復帰した労働党に広範な改革が期待され、取引慣行法が制定されることになった⁽⁹⁾。1974年に、当時の司法長官（Attorney-General）である上院議員ライオネル・マーフィー（Lionel Murphy）は、取引慣行法の法案を議会に提出し、1974年10月1日に取引慣行法は制定された。

この法律が制定された時点では、本稿で取り上げる取引慣行法52条は、「法人（corporation）は、取引または商行為において、誤解を与えるまた

は欺瞞的な行為に従事してはならない。」と規定されているのみであった。52条は、1977年に改正され、「または誤解を与えるまたは欺瞞的となるおそれのある行為」という文言が規定に加えられた⁽¹⁰⁾。そして、取引慣行法が審議される過程において、52条の効用についても議論がされた。その際、52条は、広告や販売促進の媒体などで用いられると仮定されていた。そのため、より明確な規定をおくことも検討されたが、結果的に、抽象的な規定をおき、柔軟な適用を推進することになった。その結果、52条は当初予期された範囲以上に適用される領域が広がり、不実表示 (misrepresentation) に関する紛争はこの52条で争われることになってしまった。すなわち、契約締結準備段階における表示行為に対する紛争解決の多くがこの52条に依ることになったのである。そして、この領域におけるほとんどの商事に関する紛争は52条が使われ、不実表示に関する裁判は激減した⁽¹¹⁾。

この取引慣行法であるが、2条でこの法律の目的が規定されている。2条は「この法律 (取引慣行法) の目的は、競争を促進し、公正な取引を実現し、かつ消費者保護のための規定をおくことにより、オーストラリア国民の福祉を高めることを目的とする。」と規定している⁽¹²⁾。この2条からも分かるとおり、取引慣行法は、競争法規と消費者保護法規の二つの主要部分からなっているが、52条は第5章消費者保護の部分に規定されている。つまり、当初、取引慣行法52条は消費者保護を目的として規定された条文であったのである。しかし、52条は、取引慣行法が競争法規も含んでいることも要因となり、1990年代頃から、次第に消費者保護の役割から小規模事業者保護の役割も果たす規定へと変化を遂げていく。すなわち、小規模事業者がこの52条を用いて訴えを起こす事件が増加したのである⁽¹³⁾。

このように取引慣行法52条は、抽象的な規定であり柔軟な適用が可能であること、契約締結準備段階における表示行為に関する商事事例で頻繁

に適用されるようになったこと、また、52条が小規模事業者保護のための役割を果たすことになったという三つの要因により、この52条は、フランチャイズ契約締結準備段階におけるフランチャイザーの表示行為に対しても適用されることになる。その結果、フランチャイズ契約締結準備段階におけるフランチャイザーによる売上情報に関する紛争では、52条が適用されて争われることになる。

また、一方で発達するフランチャイズ産業に介入する法的な規制が必要であると政府は、認識をはじめた。1976年には、取引慣行法改正委員会(Trade Practices Act Review Committee (Swanson Committee))が、フランチャイズ契約の終了の場面において、フランチャイジーに問題が生じていると報告している。1979年には、取引慣行法諮問委員会(Trade Practices Consultative Committee (Blunt Committee))が、フランチャイズ契約において不公正な取引がなされているとの報告を発表した。

しかし、80年代に入るまで、政府は具体的な立法化の動きを見せていなかった。これだけフランチャイズが発展しているにも関わらず、オーストラリアにおいてフランチャイズ契約を規制する法律は、長い間、制定されず、強いてあげれば、コモン・ローや取引慣行法による規制のみであったのである。1986年になってようやく政府は、フランチャイズ契約法の草案(Franchising Agreement Bill)を二度に渡って発表した。第一次草案では、契約締結交渉以前に開示が要求される文書の規定も含まれていたが、フランチャイズ契約の期間中、フランチャイザーとフランチャイジー間に公正な取引がなされることを主な目的としていた。しかし、契約の消滅、更新、譲渡の規定には、契約の最小限の期間や、契約更新の強制などの規定が含まれていなかった。また、フランチャイザーによる契約内容の一方的な変更が無効とはならないなど、この草案には不備が目立っていた。このため、この第一次草案に対する批判が多く集まり、第二次草案が作られることになった。この第二次草案は、①契約締結交渉における開示義務

規定、②契約譲渡の際に生じる義務についての規定、③一方的な契約の変更の禁止などが含まれていた。しかし、フランチャイズ産業界から立法化へつながるものではないとの批判を受け、また、政府も取引慣行法 52 条等の規定でフランチャイジーの保護は十分であるとして⁽¹⁴⁾、翌年、政府は立法化を断念した⁽¹⁵⁾。

1990 年代に入るとさらに立法化への取り組みは加速する。1990 年には、下院産業科学技術委員会 (the House of Representatives Industry, Science and Technology (IST) Committee) が、フランチャイズ契約の問題点を指摘した。それは、①フランチャイザーとフランチャイジーの間の権利義務について明確な情報を、フランチャイザーがフランチャイジーに対して契約以前に開示する要求がなされていない、②通知なしでフランチャイザーにより契約が一方的に変更されることがある、③契約の更新または消滅の根拠について明確に述べられていないこと、である。そして、①開示文書、②クーリングオフ、③合意を変更する条件、④契約の消滅/更新または譲渡の条件を含む改正案を下院産業科学技術委員会は示した。

同じく、1990 年には、フランチャイジング諮問委員会 (the Franchising Task Force) が雇用労働関係中小企業部長官 (Federal Minister for Department of Employment, Workplace Relations and Small Business) により設置され、「フランチャイズ産業の効率性と成長を高め障壁をなくすためのメカニズムの調査と提案」がなされることになった。フランチャイジング諮問委員会は、フランチャイズはオーストラリア経済に活力と利益を生み出していると結論づけた報告書を作成している。具体的には、フランチャイズ産業は、雇用を生み出し、小規模事業をはじめめる障壁を無くし、小規模事業をはじめめるきっかけを与えているとフランチャイズ諮問委員会は述べている。そして、厳格な規制は望まないが、自主規制の制度を設け、オーストラリアにおけるフランチャイズの発展を継続させるべきだとフランチャイジング諮問委員会は主張した⁽¹⁶⁾。さらに、フランチャイジ

ング諮問委員会は、フランチャイズの規則を作成する準備を始めた。1991年には、フランチャイズ諮問委員会は、下院産業技術委員会の報告を再度調査し「フランチャイジーは、不適切、欺瞞的、不実表示的な契約を結ばされていると不安に陥っている。この状況を看過することはできない。」との記載を含む報告書を発表した。そして、自主規制となる実務規則（Code of Practices）の制定をフランチャイズ諮問委員会は提唱した。

これらを政府は検討した結果、1993年にフランチャイズ法委員会（Franchise Code Council Limited）がフランチャイズ業界の有志が集まり設立され、フランチャイズ法委員会は、フランチャイズ実務規則（Franchising Code of Practice）を制定・施行した。これにより、フランチャイザーの財務状況の開示やクーリングオフが定められた⁽¹⁷⁾。しかし、これはあくまで、実務規則（Code of Practice）ということで、フランチャイズ業界による業界の自主規制を目的にしたものであり、フランチャイザーはフランチャイズ法委員会からこのフランチャイズ実務規則に従うよう強制されるわけでもなく、フランチャイズ法委員会が、フランチャイザーとフランチャイジーの間で紛争が生じた際、そのフランチャイズ実務規則に従うことを強制することもできなかった。このフランチャイズ実務規則は勧告するだけの規則であり、フランチャイズ法委員会にはフランチャイズ実務規則に従わせる権限はなかったのである⁽¹⁸⁾。

この頃、事業の実績や財務状況などを開示しているフランチャイザーは、たった60%であり⁽¹⁹⁾、たった30%のフランチャイザーが規則に従い開示文書を作成していた⁽²⁰⁾。このようにフランチャイズ実務規則に従い、十分な情報を開示しているフランチャイザーは決して多くなかった。しかも、契約締結準備交渉において非良心的な行為を行っているフランチャイザーも少なくなく、以下に示すように紛争も多発していた。

下院産業科学技術委員会が作成した1997年の報告書では、13%のフラ

ンチャイザーと1%のフランチャイジーが係争中であると報告している、そして25%のフランチャイザーが紛争をかかえており、10%のフランチャイジーがフランチャイザーと重大な意見の不一致になっていると報告している⁽²¹⁾。また、1996年5月から11月までの間に、フランチャイズ法委員会は、123の形式的訴状(formal complaints)や2500の調査(inquiries)の報告を受け取っていた。その他にも、1996年1月1日から4月30日までの間で、41ものフランチャイズに関する紛争の訴えが連邦裁判所、州の最高裁、工業裁判所に起こされていた⁽²²⁾。このようにフランチャイザーに対して不満を抱いているフランチャイジーは多く、深刻なトラブルや紛争が多発していたのである⁽²³⁾。

これら紛争の多くは、契約締結準備交渉において、フランチャイザーによる情報開示が十分になされていないまっくなくされていないことに起因していた。フランチャイズ契約に関する紛争の多くは、取引慣行法52条に関するものであったのである。フランチャイジーは十分な情報をフランチャイザーから得ておらず、その結果、フランチャイズに加盟したらどんな仕事をせねばならないのかフランチャイジーは理解しないまま、多額の借金をしていたのである。そのため、多くのフランチャイジーが、事業に失敗し、破滅していた。すなわち、この頃のオーストラリアにおけるフランチャイズ契約締結準備交渉では、フランチャイザーにより誤信を与えられる行為、欺瞞的な行為が行われていたのである。

この間、オーストラリアにおいてフランチャイズは、発展を続けていた。1994年の統計(1994 the Australian Bureau of Statics survey of Australian franchising)によると総売上は427億オーストラリアドル、店舗総数3万5百店舗、555のフランチャイザー(フランチャイズチェーン数555系列)、2万6千のフランチャイジーに27万9千人の従業員が働いていた。この売上高は、毎年、14%づつ増加していた⁽²⁴⁾。1995年の段階でGDPに占める割合は、3%になっている。毎年出店される店舗も4千店舗

をくだらなかつた⁽²⁵⁾。この1994年の統計が示されたことで、フランチャイズ産業のオーストラリア経済に与える影響が多大なものであるとの認識がさらに深まった。

この頃、フランチャイズ業界は、紛争を解決しフランチャイザーとフランチャイジーの協同関係を作り出すために新たな規則が必要とされるとの認識を強めるに至る。フランチャイジング実務規則が不十分なことにより発生する紛争のための経済的社会的費用も増大していた。その一方で、フランチャイザーとトラブルを抱えたフランチャイジーが裁判に訴えることは少なく、訴えて投資した資金を回復することが出来るようにする必要があった。このように、フランチャイジング実務規則は、フランチャイザーおよびフランチャイジーの双方から信用が乏しく、有効性が疑問視されていたのである。

そして、各方面からフランチャイジング実務規則による規制の限界が指摘され、新たな規則を制定する提案がなされる⁽²⁶⁾。例えば、先に述べたとおり、フランチャイザーは、フランチャイジーに対して指導的な立場にあり、また情報・財務などあらゆる面で優越した地位を有しており濫用される場面が多かったのであるが、下院産業科学技術委員会は、フランチャイザーがこの優越した地位を濫用する場合もあることを指摘し、アメリカで制定されているような規則、すなわちフランチャイザーの優越的地位の濫用を防ぎ、紛争を解決しフランチャイザーとフランチャイジーの協同関係を作り出すために新たな規則を作り出すことを提案した⁽²⁷⁾。そして、下院産業科学技術委員会は、文書により情報が開示されることが義務づけられている新しい規則の必要性を説いた。

また、1995年に設立されたオーストラリア競争・消費者委員会(Australian Competition and Consumer Commission; ACCC)⁽²⁸⁾は、自主規制的な規則が望ましいが、それが十分に機能していないのであるならば、別の手段を用いるべきだと主張した⁽²⁹⁾。そして、行為規則作成のメ

リットとして、①適用の範囲が特定の産業協会のメンバーに限定されず、その産業に従事する人すべてに対して適用できる、②私のおよび公的な強制の双方が可能、③規則を違反したことにより不利益を被った人に対して効果的な救済ができる、④多くの産業では自主規制を強化することに賛成しているが、自分のところの産業だけ自主規制を強化すると競合する他の産業に利益を与えてしまうので、規制強化をできずにいる、という四点をオーストラリア競争・消費者委員会は示し、新しい規則作成の必要性を主張した。また、同じ頃、財務省は取引慣行法を補強する形で新しい規則を作ることに賛成している⁽³⁰⁾。

このように自主規制の方法では規制を強化することは不可能であるとの認識が強まり、フランチャイズシステムのすべての行為を規制する法律が必要とされていた。しかし、一方で、法規制を強めることで、フランチャイズ産業の発展を抑制する、または台無しにする可能性がある点も指摘され、強制力のある行為規則の制定を危ぶむ声もあがった⁽³¹⁾。1995年9月に政府は、「フランチャイジング実務規則 (Franchising Code of Practices) の強みはその柔軟性にある。自主規制のおかげでフランチャイズ産業がイニシアティブをとれるため、フランチャイジングの要因の変化にすばやく反応することができている。産業にとって最も適した実務的基準を作り出すことができ、強制力のある規則ではこれを達成することを望むことはできない。」と述べ、フランチャイジングに最も適した実務的基準を促し、効果のある方法として自発的な自主規制を保持することを主張していた⁽³²⁾。

しかしながら、フランチャイザーとフランチャイジーの交渉能力の不均衡をより解消し、より公正な取引を目指す必要性は無視できないものであった。そこで、フランチャイズ産業の発展を抑制しないようにするため、従前の規制が十分である場合には、これ以上立法による規制は行わない、すなわち、従前の法による規制が可能な領域には、新たな立法規制は行わな

い方針で政府は立法化を進めることになった⁽³³⁾。その結果、1997年に政府は、取引慣行法を修正する(amended)形で、強制力を有する規則の制定を決定し、翌年、フランチャイジング行為規則(Franchising Code of Conduct)は制定された。これによりすべてのフランチャイズ事業は法の規制に服することになった。同年、フランチャイジング行為規則の発展・維持・普及するための助言機関としてフランチャイズ政策委員会(Franchise Policy Council)を設立した。なお、これに伴い、フランチャイズ法委員会(Franchise Code Council Limited)は1996年に解散した。

新しいフランチャイジング行為規則の下で、違反があった場合、フランチャイジーはフランチャイザーに対して個人的に訴訟を提起することができるし、オーストラリア競争・消費者委員会(Australian Competition and Consumer Commission (ACCC))は、フランチャイジーの側にたって訴訟をする権限を与えられている。実際、このフランチャイジング行為規則はフランチャイズ業界に一定の影響を与えた。フランチャイジング行為規則を95%以上のフランチャイザーがそして75%以上のフランチャイジーが意識して契約を結んでいる。そして、85.6%のフランチャイザーがフランチャイジング行為規則に従って情報を提供している。また、このフランチャイジング行為規則にあわせ66.3%のフランチャイザーが開示文書を変更し、63.9%が契約を変更している。そして、フランチャイジーの25.9%がフランチャイズの購入の決定にあたって文書が重要な役割を果たしたとしており、フランチャイジーの14.4%が助けになったとしている。フランチャイザーの58.4%が、明確である等の理由から使いやすいとしている⁽³⁴⁾。また、1998年のイエローページの調査では82%のフランチャイジーがフランチャイジング行為規則を注意し、70%がそのコピーを見ている⁽³⁵⁾との結果を発表している。

しかし、フランチャイジング行為規則を、複雑である・商業用語ではなく法律用語など理解しがたい用語を用いている等の理由から57.9%のフ

ランチャイザーが理解しにくいとしていた。また、32.2%のランチャイザーがフランチャイジング行為規則を使いにくいとし、9.3%のランチャイザーが何の助けにもならないと答えている⁽³⁶⁾。さらに、27.7%の人がフランチャイズ購入の際に、開示文書が重要な役割を果たさなかったと答えた。そして、約61%のランチャイザーが改良の余地があるとしていた。また、先に示した数値からも分かるとおり、すべてのランチャイザーがこのフランチャイジング行為規則に従っているわけでもなく、ランチャイザーの一部にはフランチャイジング行為規則の存在を知らない人がいた。これらの点から、雇用労働関係中小企業省中小企業局 (the Office of Small Business) が1999年に行ったフランチャイジング行為規則に関する調査報告書では「フランチャイジング行為規則がフランチャイズ産業に一定の効果を与えているものの、一部に不満が出ており、フランチャイジング行為規則を認知していないランチャイジーさえいる。よって、フランチャイジング行為規則をより理解しやすく、使いやすく、効果のあるものに変える必要がある」と記されていた⁽³⁷⁾。そこで、フランチャイズ政策委員会は、1999年12月から2000年3月までの間、フランチャイジング行為規則の再考を始めた⁽³⁸⁾。

そして、①規則の運用を明確にし、紛争の解決に役立つ柔軟な規定を保証する、②訴訟費用を減らす、③柔軟性を増やすことを目的に、2001年10月、改正されたフランチャイズ行為規則は施行された⁽³⁹⁾。主な改正点は以下の通りである。

- ① 年間の総売上げが5000ドル以下のフランチャイズ事業のための短い開示文書の導入
- ② フランチャイジーが提供することを要求される開示文書要件の削除
- ③ フランチャイジーがマーケティング費用、または、協力金の出資を義務づけられている場合、その資金を管理運用するための費用は、その資金から支払われること。

④ Wholesale Price の定義の明確化

⑤ フランチャイザーの一方的なフランチャイズ契約終了をさけるための規定の創設

この間にも、フランチャイズは飛躍的な発展を続けている。2002年には総売上は、800億ドル、総店舗数4万9千7百店舗、700のフランチャイズチェーンに47万8千9百人の人々が働いている⁽⁴⁰⁾。GDPにしめるフランチャイズ産業の割合は12%で800億ドルとなっている⁽⁴¹⁾。

このようにオーストラリアでは、フランチャイズの発展に対処する形で法制度を充実させている。以下では、フランチャイジング行為規則について紹介をする。

2 フランチャイジング行為規則 (Franchising Code of Conduct) について

2-1 売上情報に関する規定

この法律は、その名の通り、フランチャイズに従事する者の行為を規定する法律である(2条)⁽⁴²⁾。そして、フランチャイザーは、フランチャイズ契約を結ぶ前に、また、フランチャイズ契約締結以後は、その会計年度終了後3カ月以内に、フランチャイズ行為規則第二章の規定に従い開示書面 (disclosure document) を作成しなければならないと規定している(6条1項)⁽⁴³⁾。この開示書面を作成する目的は、フランチャイジーとなる者とする者に対して、フランチャイザーから情報を提供することによって、フランチャイジーがフランチャイズに関して合理的な情報に基づいた決定をするための手助けとなることである(6A条(a)項)⁽⁴⁴⁾。もっとも、総売上高5千オーストラリアドルを超えるか超えないかによって、開示しなければならない中身は変わってくるが、売上・利益に関する情報提供については、開示文書の補足規定である補足規定第一編19条(19 of Annexure 1)で規定されている⁽⁴⁵⁾。内容は以下の通りである。

フランチャイズ契約締結準備段階における売上・利益予測情報の提供 (1)

2-2 補足規定第一編 19 条 売上情報 (Earning Information)

19 条 1 項 フランチャイズに関する売上情報については、それが提示される場合は、合理的根拠に基づかなければならない。

19 条 2 項 売上情報は、開示書面とは異なる文書で、開示書面に添付しなければならない。

19 条 3 項 売上情報には、フランチャイズに関する過去・将来の財務状況についての情報が含まれる。

19 条 4 項 次の文章がある場合は、売上情報が提示されない場合である。

「フランチャイザーは、(フランチャイズのタイプを入れて)フランチャイズに関する売上情報を与えない。」

「売上はフランチャイズごとに異なる。」

「フランチャイザーは特定のフランチャイズのための売上を見積もることができない。」

19 条 5 項 予想や推定による売上情報は、次のデータを含まなければならない。

- (a) 予想や推定を根拠づけた事実や仮定 (assumption)
- (b) フランチャイザーそして予想や推定にあたった他の編集者 (compiler) によりなされた予想や推定の範囲
- (c) 予想や推定が関係する期間
- (d) 予想や推定がおよぶ期間を選択したことの説明
- (e) 予想や推定には、減価償却 (depreciation)、フランチャイジーのための給料そしてサービシングローン (servicing loans) の費用が含まれているのかどうか。
- (f) 利益と税金の想定

2-3 本節のまとめ

以上がフランチャイジング行為規則の内容である。次に、実際に判例を

検討したいのであるが、売上予測に関する判例では、フランチャイジング行為規則ではなくて、取引慣行法 52 条が適用されている事例ばかりである。この理由は、既に述べたとおり、①フランチャイジング行為規則が、従前の規定で十分な場合は、この以前から存在する規定により解決を図るという方針で制定されたこと、②また取引慣行法 52 条が非常に抽象的で、使い勝手が良いこと、③不実表示に関する商事事例では取引慣行法 52 条が用いられ、契約締結準備段階における表示行為に対する適用が多くを占めるようになったことと、④ 52 条が消費者保護だけでなく小規模事業者保護のための役割を果たすことになったなど様々である。この点を鑑み、次章では、取引慣行法 52 条について分析をし、その上で、判例を検討する。

注

- (1) 取引慣行法 (Trade Practices Act) の目的は、第二条で規定されている。第二条は、「この法律 (取引慣行法) の目的は、競争の促進し、公正な取引を実現し、かつ消費者保護のための規定をおくことにより、オーストラリア国民の福祉を高めることを目的とする。」と規定している。この第二条からも分かるとおり、取引慣行法は、競争法規と消費者保護法規の二つの主要部分からなっている。そして、全部で 19 章の構成である。その構成は以下のとおりである。

第 1 章	総 則
第 2 章	オーストラリア競争・消費者委員会
第 2A 章	国家競争評議会
第 3 章	オーストラリア競争審判所
第 3A 章	特定サービス事業への第三者アクセス
第 4 章	制限的取引慣行
第 4A 章	不当行為
第 5 章	消費者保護
第 5A 章	欠陥商品に関する製造者及び輸入者の責任
第 6 章	執行及び救済
第 7 章	制限的取引慣行に関する認可及び届出
第 8 章	再販売価格維持行為

フランチャイズ契約締結準備段階における売上・利益予測情報の提供 (1)

- 第9章 オーストラリア競争・消費者委員会の決定に関する審判所による審判
- 第10章 国際貨物海上輸送
- 第11章 経過措置 (削除)
- 第11A章 競争コード
- 第11B章 電気通信産業；反競争的行為及び記録保管規定
- 第11C章 電気通信アクセス制度
- 第12章 雑 則

そして、52条は第5章消費者保護の中に規定されている。

(2) TRADE PRACTICES ACT 1974- S. 52

Misleading or deceptive conduct

- (1) A corporation shall not, in trade or commerce, engage in conduct that is misleading or deceptive or is likely to mislead or deceive.
- (2) Nothing in the succeeding provisions of this Division shall be taken as limiting by implication the generality of subsection (1).

(3) TRADE PRACTICES ACT 1974- S. 51A

Interpretation

- (1) For the purposes of this Division, where a corporation makes a representation with respect to any future matter (including the doing of, or the refusing to do, any act) and the corporation does not have reasonable grounds for making the representation, the representation shall be taken to be misleading.
- (2) For the purposes of the application of subsection (1) in relation to a proceeding concerning a representation made by a corporation with respect to any future matter, the corporation shall, unless it adduces evidence to the contrary, be deemed not to have had reasonable grounds for making the representation.
- (3) Subsection (1) shall be deemed not to limit by implication the meaning of a reference in this Division to a misleading representation, a representation that is misleading in a material particular or conduct that is misleading or is likely or liable to mislead.

(4) TRADE PRACTICES ACT 1974- S. 59

Misleading representations about certain business activities

- (1) A corporation shall not, in trade or commerce, make a representation that is false or misleading in a material particular concerning the profitability or risk or any other material aspect of any business activity that the

corporation has represented as one that can be, or can be to a considerable extent, carried on at or from a person's place of residence.

- (2) Where a corporation, in trade or commerce, invites, whether by advertisement or otherwise, persons to engage or participate, or to offer or apply to engage or participate, in a business activity requiring the performance by the persons concerned of work, or the investment of moneys by the persons concerned and the performance by them of work associated with the investment, the corporation shall not make, with respect to the profitability or risk or any other material aspect of the business activity, a representation that is false or misleading in a material particular.
- (5) 我が国の状況およびフランチャイズの歴史については、拙稿「フランチャイズシステムとフランチャイズ契約締結準備における売上予測(1) (2・完)」大阪学院 29 巻 2 号 149 頁以下、30 巻 1-2 号 55 頁以下を参照。
- (6) <[http://www.sbv.vic.gov.au/web/sbv/sbvinfo.nsf/92c5b0d05c3fe25d4a25669e002c9f56/c4d7402504fc48bd4a2566a60023d539/\\$FILE/16_4.pdf](http://www.sbv.vic.gov.au/web/sbv/sbvinfo.nsf/92c5b0d05c3fe25d4a25669e002c9f56/c4d7402504fc48bd4a2566a60023d539/$FILE/16_4.pdf)> accessed on November 1 2004. <<http://www.business.channel.vic.gov.au/4A25690E000F4B50/BCView/A70603D7EEBDA4F84A25690E0013329F?OpenDocument>> accessed on November 1 2004.
- (7) Cornwall-Joes, Breach of Contract and Misleading Conduct: A Storm in Teacup, 24 Melbourne University Law Review 249 (2000).
- (8) 例えば、オーストラリア国内での消費者保護立法への世論の高まりであるが、「1964年にヴィクトリア州で施行された Victorian Consumer Protection Act は 1971 年までにすべての州で施行されることになった。このため連邦政府レベルでの消費者保護法の制定が望まれることになった。」ことから理解できるであろう。Harland, The Statutory Prohibition of Misleading or Deceptive Conduct in Australia and Its Impact on the Law of Contract. 111 L.Q.R. 100 at 101-107 (1995).
- また、国外の消費者保護立法の影響であるが、「取引慣行法 (Trade Practices Act) は、イギリスで 1973 年に施行された Supply of Goods (Implied Terms) Act の影響を受けている規定が多々あるし、52 条はアメリカの the American Federal Commission Act 5 条の影響を受けている。また、イギリスは 1973 年に Fair Trading Act I が施行されている。」というように、この頃のオーストラリアは同じ法体系であるイギリスやアメリカの影響を受けていた。
- (9) 取引慣行法 (Trade Practices Act) は、注 (1) で記したとおり競争に関する規定だけでなく、消費者保護に関する規定も含まれている。

フランチャイズ契約締結準備段階における売上・利益予測情報の提供 (1)

- (10) Francey, Section 52: its Rationale, Justification and Deficiencies-and Some Suggestions for its Improvement, 5 Trade Practices Law Journal 162 at 162-164 (1997).
- (11) Taco Co of Australia v. Taco Bell Pty Ltd (1982) 57 A.L.J.R. 109 では、52 条誤解を与える行為・欺瞞的な行為に不実表示も含まれると判示されている。See, Cornwall-Joes, supra note 7, at 249.
- (12) TRADE PRACTICES ACT 1974- S. 2
Object of this Act
The object of this Act is to enhance the welfare of Australians through the promotion of competition and fair trading and provision for consumer protection.
- (13) Baxt and Archibald, Consumer and Business Protection : its Role in a Pro-Competition Statute, in TRADE PRACTICES ACT A TWENTY-FIVE YEAR STOCKTAKE eded by Hanks and Williams (2001); Pengilly, "But you Can't do That Any More!" -The Effect of Section 52 on Common Negotiating Techiques, 1 Trade Practices Law Journal 114 (1993).
- (14) Terry, The Regulation of Franchising in Australia: Reviews, Roundabouts and Realpolitik, Society of Franchising (1996), at 1.
- (15) Report by the House of Representative Standing Committee on Industry, Science and Technology, Finding a balance-towards fair Trading in Australia, at 85-86 (1997); Report of the Franchising Policy Council, Review of the Franchising Code of Conduct, at 15 (2000). <http://www.isr.gov.au/library/content_library/ReviewoffCoC.pdf> accessed on November 1 2004.
- (16) Franchising Task Force, Final Report (December 1991).
- (17) フランチャイジング実務規則 (Franchising Code of Practice) は、次のようなことが開示されるように義務づけられていた。
- ① ビジネスの経験や主要な財務状況を含むフランチャイザーのデータ
 - ② フランチャイズについての要約
 - ③ 購入するフランチャイズの構成要素
 - ④ フランチャイザーからフランチャイジーに要求される財務に関するデータ
 - ⑤ 現存するフランチャイズの数とフランチャイジーのリスト
 - ⑥ 過去数年にわたり終了または更新しなかったフランチャイズの数
 - ⑦ フランチャイジーだったものとの未解決の紛争数
 - ⑧ 財務的データとなる基本的な項目を記載した契約書
 - ⑨ テリトリーに関する事項
- (18) Garrison and Dalton, Franchising Code of Practice update, Law Institute

Journal 390 (1993 May); Report by the House of Representative Standing Committee on Industry, Science and Technology, *supra* note 15, at 85-87.

⑲ <http://news.nielsen.com.au/smallbusiness/franchises_exports/story_246.asp> accessed on November 1 2004.

⑳ Report by the House of Representative Standing Committee on Industry, Science and Technology, *supra* note 15, at 95.

㉑ *Id.*, at 85-87.

㉒ *Id.*, at 87.

㉓ 紛争の原因は次のようになっている。

① フランチャイズ契約準備交渉ないし契約における不実表示：3.2%

② フランチャイズ契約継続中における違反行為：4.7%

③ 契約の終了：1.2%

④ 生産物またはサービスの配達：4.7%

⑤ ロイヤリティの支払い：3.4%

⑥ トレーニングや援助：2.8%

⑦ 地域競合：3.2%

Lawler Davidson Consultants Pty Ltd, The 1999 National Survey of Perceptions of the Franchising Code of Conduct, Prepared by the Office of Small Business 1999, at 29.

㉔ Report by the House of Representative Standing Committee on Industry, Science and Technology, *supra* note 15, at 85.

㉕ David Acheson, From Milkshakes to millionaire, 66-4 Charter 65 (1995).

㉖ Report by the House of Representative Standing Committee on Industry, Science and Technology, *supra* note 15, at 95-96.

㉗ *Id.*, at 110.

㉘ オーストラリア競争・消費者委員会は、1995年11月に取引慣行委員会 (Trade Practices Commission, 1974年創設) と価格監視委員会 (Prices Surveillance Authority, 1983年創設) の2つの組織が統合されて設立された組織で、連邦法たる取引慣行法及び州・準州法たる競争コードの執行面に責任を負う唯一の独立の競争当局である。

㉙ Report by the House of Representative Standing Committee on Industry, Science and Technology, *supra* note 15, at 112.

㉚ *Id.*, at 113.

㉛ Pengilley, The Franchising Code of Conduct: Does its Coverage Address the Need?, 3-2 The New Castle Law Review (<http://www.newcastle.edu.au/school/>

フランチャイズ契約締結準備段階における売上・利益予測情報の提供 (1)

law/review/vol-3-no-2/pengilley.pdf), at 4-5.

③② Terry, *supra* note 14, at 1.

③③ Pengilley, *supra* note 31, at 4-5.

このことも、フランチャイズ契約締結準備段階における売上予測に関する紛争では、フランチャイズ行為規則ではなく、取引慣行法 52 条が適用される要因の一つである。

③④ Lawler Davidson Consultants Pty Ltd, *supra* note 23, at 2.

③⑤ Report by the House of Representative Standing Committee on Industry, Science and Technology, *supra* note 15, at 68.

③⑥ Lawler Davidson Consultants Pty Ltd, *supra* note 23, at 23-26.

③⑦ *Id.*, at 37.

③⑧ その結果は、Report of the Franchising Policy of Council, Review of the Franchising Code of Conduct (May 2000) を参照。

③⑨ Garrison, Mandatory franchising code of conduct, *Law Institute Journal* 35 (1999 Sep); Zumbo, Assesses Australia's new mandatory franchising code of conduct, *New Zealand Law Journal* 251 (1999 May); Zumbo, Reviewing the 2001 Franchising Code of Conduct amendments, 29 *Australian Business Law Review* 423 (2000); Zumbo, Australia's Franchising Code of Conduct under Review, 2 *International Journal of Franchising and Distribution* Kaw 21 (2000) Ward, Australian Government Changes Franchising Code of Conduct, *Franchising World* (2001 Nov/Dec) 49; Zumbo, on changes to the mandatory code of conduct reviews at (1991) *NZLJ* 251, *New Zealand Law Journal* (2001 Dec) 457 <http://www.franchise.org.au/fcawebsite.nsf/All+pages/CodeConduct?OpenDocument>.

④⑩ <<http://www.franchise.org.au/content/?id=15>> accessed on November 1 2004.

なお、2001年には、総売上は765億オーストラリアドル、総店舗数4万9千4百、750のフランチャイズチェーンに65万の人々が働いていた。他の国々の現状については、フランチャイズエイジ2004年9月号16頁以下が詳しい。

④⑪ 1ドル80円で計算すると6兆4千億円である。

④⑫ Schedule Franchising Code of Conduct Part 1 Preliminary

1 Purpose of code

(1) The purpose of this code is to regulate the conduct of participants in franchising towards other participants in franchising.

④⑬ Part 2 Disclosure

Division 2.1 Disclosure Document

6 Franchisor must maintain a disclosure document

- (1) A franchisor must, before entering into a franchise agreement, and within 3 months after the end of each financial year after entering into a franchising agreement, create a document (a disclosure document) for the franchise in accordance with this Division.
- 44) 6A Purpose of disclosure document
- the purposes of a disclosure document are:
- (1) to give to a prospective franchise, or a franchisee proposing to enter into, renew or extend a franchise agreement, information from the franchisor to help the franchisee to make a reasonably informed decision about the franchise
- 45) 19 Earnings information
- 19.1 Earnings information for the franchise, if it is given, must be based on reasonable grounds.
 - 19.2 Earnings information may be given in a separate document attached to the disclosure document.
 - 19.3 Earnings information includes information from which historical or future financial details of a franchise can be assessed.
 - 19.4 If earnings information is not given- the following statement:
The franchisor does not give earnings information about a (insert type of franchise) franchise.
Earnings may vary between franchises.
The franchisor cannot estimate earnings for a particular franchise.
 - 19.5 Earnings information that is a projection or forecast must include the following details:
 - (a) the facts and assumptions on which the projection or forecast is based;
 - (b) the extent of enquiries and research undertaken by the franchisor and any other copiler of the projection or forecast;
 - (c) the period to which the projection or forecast relates;
 - (d) an explanation of the choice of the period covered by the projection or forecast;
 - (e) whether the projection or forecast includes depreciation, salary for the franchisee and the cost of servicing loans;
 - (f) assumptions about interest and tax.