

消費者契約に関する検討会
第9回 議事録

消費者庁消費者制度課

第9回 消費者契約に関する検討会

1. 日 時：令和2年8月6日（木）13:00～15:30

2. 場 所：オンライン開催

3. 議 題

(1) 「平均的な損害の額」の立証負担の軽減について等

(2) 意見交換

4. 出席者

(委員)

山本敬三委員（座長）、沖野委員、垣内委員、河村委員、楠委員、小浦委員、高橋委員、坪田委員、遠山委員、西田委員、平尾委員、山下委員、山本和彦委員、山本龍彦委員、渡辺委員

(事務局)

坂田審議官、加納消費者制度課長、玉置専門官

(オブザーバー)

国民生活センター、法務省、最高裁判所

【 1. 開会】

○加納消費者制度課長

それでは、定刻になりましたので、第9回消費者契約に関する検討会を開催いたします。本日も、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、座長含め、委員・オブザーバーの皆様をオンラインでお繋ぎしております。委員の皆様には御多忙のところ、御出席賜りましてありがとうございます。

本日は、後藤委員がご欠席、また楠委員と山本和彦委員が途中退席ということで御連絡いただいております。それでは、以降の進行は、山本座長にお願いいたします。

○山本座長

山本です。本日もよろしくお願ひいたします。まず、事務局から接続と資料の確認をお願いします。

○加納消費者制度課長

※接続確認

続きまして、資料の確認でありますけれども、本日の資料は「議事次第」に記載のとおり、「資料1」「資料2」をお付けしております。それから、参考資料としまして、第6回で平尾委員からご提出された資料もお付けしております。事務局からは以上でございます。

○山本座長

それでは、議事に入りたいと思います。今回は、「平均的な損害の額」の立証負担の軽減について、ご議論いただきたいと思います。

まず、事務局から資料について説明をしていただき、事務局資料について意見交換を行いたいと思います。事務局資料の意見交換が終わりましたら、平尾委員から資料について御説明をいただき、その後、平尾委員より御提出いただいた資料について意見交換を行いたいと思います。

それでは、事務局から資料について説明をお願いします。

【 2. 資料1の説明（「平均的な損害の額」の立証負担の軽減について）】

○玉置専門官

それでは事務局の方から資料の説明をさせていただきます。
早速内容に入らせていただきますが、2頁目にまいりまして、現在訴訟上の規律を検討しておりますが、その前提としまして事業者が「平均的な損害の額」の算定根拠についての説明や根拠資料を事前に準備することについて、コンセンサスを得る重要性を前回の議論で御意見をいただきました。そこで、今回、事業者が「平均的な損害の額」の説明をすることについて論点として取り上げさせていただいた経緯と、第6回の検討会で頂戴した御意見の内容を紹介しております。

次の頁に移りまして、3頁から4頁目につきましては前回の検討会での御意見を踏まえまして、前回と全く同じく架空のモデルケースを使用しまして、事業者に求められる具体的な説明の内容を記載させていただきました。こちらは、「消費者契約法改正に向けた専門技術的側面の研究会」での裁判例の分析を踏まえて例示させていただいたものでございまして、訴訟上におきましては、資料に記載している程度の説明が求められるのではないかとということをご提案しております。

次の頁にまいりまして、下の白丸の部分に書いておりますとおり、事業者毎にビジネスモデル等が異なりますので、一律に具体的にどのような説明をするべきか、ということを示すことは難しく、事業者において解約料について合理的・客観的に説明いただくこととなるというような考えを記載しております。

5頁に移りまして、事業者による「平均的な損害の額」の説明が求められる根拠について記載しております。消費者契約法第9条第1号によって解約料等を定める場合には「平均的な損害の額」を下回るように定めることが要請されております。事業者としては無効となる条項は使用できませんので、「『平均的な損害の額』を下回っている。」という根拠を持たれて解約料を定める。これが法令遵守の観点から求められるのではないかとこの考えをまとめて記載しております。

6頁に移りまして、解約料が「平均的な損害の額」を下回るように定める際の検討過程の一例みたいなものを記載しております。事業者のビジネスモデル等のほか、一般的に事業者の皆様が公開されない粗利益ですとか、再販率等も踏まえて解約料等を算出しているのではないかとこの考えを記載しております。また、解約料等の算定に用いられます粗利益等の情報につきましては、事業者の皆様で厳重に管理されているものと思われまますので、消費者がこれらの情報を知ることは難しく、事業者と消費者の情報格差が生じている状況にあることを御説明しております。

このような情報格差の是正が求められることも踏まえまして、内容としては前回と同じ提案ではございますが、努力義務を設ける方向性を御提案させてい

ただいた次第でございます。委員の皆様におかれましては、事業者による説明の必要性やどの程度の説明が求められるのかにつきまして、特に御意見を頂戴できればと考えております。

それでは、次の営業秘密に関する論点に移らせていただきます。7頁にまいりまして、こちら前回の営業秘密に関する議論の内容を整理しております。主に営業秘密の重要度に関して御意見が分かれており、企業の生命線となる重要な情報であるとの御意見がある一方、特許などの技術情報ほどのセンシティブ情報ではないのではとの御意見もありました。

次の頁に移りまして、8頁目と9頁目では営業秘密の判断方法を御紹介しております。まず、現行法上、不正競争防止法が営業秘密を定めておりますので、その定義規定を1つ目の白丸でご紹介しております。ただ、訴訟上には別の保護の規律として「技術又は職業の秘密」という考え方がございまして、判例によりますと、「その事項が公開されると、当該職業の遂行に深刻な影響を与え、以後その遂行が困難になるもの」であることを要するとされております。両者を比較しますと、訴訟上で保護すべき「職業の秘密」では、影響の深刻性ですとか、職業の追行困難性まで要求されておりますので、不正競争防止法上の「営業秘密」よりも保護すべき範囲が狭いのではないかと考えがございまして。

もっとも、次の頁に移りまして、別の見解としまして、冒頭に記載しておりますとおり、「営業秘密」と「職業の秘密」は実質的にほぼ重なり合うのではないかと見解もあります。ただ、判例によりますと、形式的に「職業の秘密」に該当するだけでは情報開示を拒否することはあまり認めておらず、個々の事案に応じて「秘密保護の必要性」と「訴訟上の必要性」を比較衡量して、「秘密保護の必要性」が優先する場合に情報を開示しないことが認められるという構造になっていることをご紹介させていただいております。この2段階での考え方が消費者契約法においても妥当するのではないかと考えられます。

10頁にまいりまして、先程紹介した考え方を「平均的な損害の額」に関して当てはめた場合ですけれども、粗利益等の情報は損害の算定に直接関連するものですので、「訴訟上の必要性」は認められ得るのではないかと思います。他方で、「秘密保護の必要性」につきましては、特定の商品の売上情報ですとか、人件費・広告宣伝費等の費用項目等は営業秘密に該当し得るものなのですが、どの程度機密性が高く事業者の皆様にとって重要なのかについては意見が分かれておりましたので、今回はこれらの情報をどのように考えるべきなのかにつきまして委員の皆様から御意見を頂戴できればと考えております。

続いて11頁目にまいります。積極否認の特則と文書提出命令の特則の双方に関連する秘密保護の制度といたしまして、秘密保持命令を御紹介しております。秘密保持命令を活用することで情報を取得した消費者に秘密保持義務が課され

ることにより情報漏えいのリスクが下がります。情報開示により事業活動に支障が生じる懸念がそれで低くなるのではないか、その結果、実質的な営業秘密を判断する際の比較衡量の判断に影響が生じるのではないかとの考えを記載しております。

12 頁目にまいります。秘密保持命令につきましては、これを導入することで積極否認の特則などの規律が有効に機能するのではないかとの前回の議論を紹介しております。これらの点を踏まえまして、秘密保持命令の導入に関して委員の皆様より改めて御意見を頂戴できればと考えております。

それでは、13 頁目に移りまして、もし積極否認の特則を設けた場合における営業秘密の具体的な規律方法を紹介しております。こちらでは積極否認の特則について委員の皆様より御意見を頂戴しておりまして、営業秘密の配慮が必要となることを整理しております。

次の頁に移りまして、積極否認の特則における営業秘密の保護への配慮としましては、特許法第 104 条の 2 ただし書と同じく「相当の理由」が認められる場合には積極否認の特則が適用されないという規律を設けることを提案しております。この「相当の理由」としましては、営業秘密に該当する場合が考えられるところですが、ここでも「訴訟上の必要性」と「秘密保護の必要性」の比較衡量による判断を行って「相当の理由」が認められるのではないかとの考え方を記載しております。また、技術情報と粗利益等の情報の違いについては、第 6 回の検討会でも御意見の出た部分でもございますので、改めてその違いとして想像されるものを矢印の後半部分において記載しております。

次の頁にまいりまして、「相当の理由」が認められるもう 1 つの事由としては、いわゆる濫訴に該当する場合があるのではないかと考えております。もっとも、消費者は事業者と同程度の調査能力を有しておらず、特許訴訟のように事前にある程度の情報を取得することも難しい点を考慮しますと、特許法と同程度の具体的な主張を求めるのは難しいのではないかと思います。そのため、個別の案件の事情にもよりますが、消費者がある程度の根拠をもたれて合理的に主張されている場合には濫訴に該当しないと考えるべきではないかとの考えを記載しております。

具体的事例は 16 頁に記載しておりまして、単に「解約料を取るべきでない」ですとか、「解約料 5 万円は高すぎる」としか主張しない場合には「相当の理由」に該当し得るものと思われまます。他方で、消費者の方で S ホテルと同規模の宿泊約款等を複数調査して業界相場を調べるなど、ある程度具体的な根拠を持って主張しているような場合には濫訴を理由とした「相当の理由」は認められにくいのではないかと思います。これらの点を踏まえまして、特許法第 104 条の 2 を参考として「相当の理由」の規律を設け、比較衡量により秘密保護の必

要性が優先する場合には、営業秘密の保護を図るという御提案をさせていただきました。

次の論点に移らせていただきます。17 頁目にまいりまして、文書提出命令の特則に関して前回の議論の内容を簡単に御紹介しております、こちらも前回の議論を踏まえますと、仮に文書提出命令の特則を設ける場合であっても営業秘密の保護への配慮は必要となってくるということになるかと思えます。

次の頁にまいりまして、その方法ですけれども、こちらも「正当な理由」が存在する場合には、文書提出が不要となる規律を御提案させていただいております。「正当な理由」につきましては、「相当の理由」と同じく 2 段階で判断することとなり、「秘密保護の必要性」と「訴訟上の必要性」の比較衡量がポイントとなってくるかと思えます。なお、ここでの比較衡量におきましては、「訴訟上の必要性」と「秘密保護の必要性」はより厳密に判断されるのではないかと考えております。そのため、案件によっては裁判所が重要な争点であると判断している可能性もありますので、そのような場合には「訴訟上の必要性」が高まっているのではないかと考えられます。そこで、参考としている特許法では「相当の理由」と「正当な理由」と表現を使い分けており、それを踏まえまして、消費者契約法における規律を考える場合にも同様の規律を設けるのが良いのではないかと提案をしております。

19 頁目に移りまして、参考としている特許法の裁判例でございまして、粗利益等の情報が記載された文書を競業者である相手方に開示することができるかどうか争点となった事案として、開示を求められた側が営業秘密に該当することを理由に「正当な理由」を主張しましたが、「正当な理由」が認められず情報開示が命じられたという事案の御紹介です。

20 頁目にまいりまして、秘密保持命令や後ほどご紹介させていただきます利用主体を適格消費者団体に限定する形で秘密保持がなされれば、情報漏えいのリスクが下がりまして、文書所持者に生じる不利益が一定程度減じられていると評価することもできるのではないかと考えられます。その点が「営業秘密」を判断する際の比較衡量の考え方に影響が出るのではないかと考えを整理しております。これらの点を踏まえまして、文書提出命令の特則による提出義務の例外規定として「正当な理由」を設け、正当な理由が認められる営業秘密につきましては保護を図るという規律について皆様から御意見を頂戴できればと考えております。

続いて 21 頁目に移りまして、文書提出命令により文書そのものが出ていくことを考慮しますと、情報管理体制が整備されている適格消費者団体に利用者を限定する方向性も考えられるという考え方をご紹介します。

次の頁にまいりまして、22 頁目と 23 頁目では適格消費者団体の体制につい

て具体的に説明してありまして、情報管理体制の整備を認定の要件としてありまして、所属する役職員に対しても秘密保持義務が課されている上、ガイドラインで細かな規定を定めて、より具体的に責任者の設置、盗難防止策の実施、アクセス制限なども業務規程で定めることを求めています、この水準を適格消費者団体の業務規程できちんと定めて運用することを要請しております。また、相手方事業者と理事等との間で事業が競合している場合など、特別な利害関係が存在する場合には理事等の議決権を停止するなど、業務の公正さが担保される措置が施されておりまして、適格消費者団体が文書提出命令の特則で入手した情報を悪用することがないような措置が施されているということを紹介しております。

23 頁目にまいりまして、適格消費者団体の業務規程の一例を紹介してありまして、ガイドラインに従いまして管理責任者を定めまして、アクセス制限等も実施されております。さらに個々の団体によりますけれども、より細かなルールとしまして、情報を破棄する際には細かく裁断して判読できないようにするなどの規程を定めている団体もございます。

最後の頁に移りまして、こちらは前回もご紹介させていただきましたインカメラ手続について御説明です。同制度につきましても、特許法と同じく申立人である適格消費者団体も手続に関与する規律も考えられるところですが、特許法と異なりまして、開示対象の文書につきましても、高度の専門性・技術性が認められるわけではありませんので、適格消費者団体がインカメラ手続に関与する必要性について、懐疑的な御意見がございました。そのため、今回の検討会におきましては、適格消費者団体がインカメラ手続に関与する必要性について委員の皆様から御意見をいただければと考えております。

事務局からの説明は以上となります。

【3. 意見交換】

○山本座長

ありがとうございました。それでは、まず、「事業者による『平均的な損害の額』の説明責任」について、委員の皆様から御意見や御質問をいただきたいと思っております。私から順番に指名させていただき、5名程度ご意見を伺った後、一度切って、事務局でお答えすべきものがあればご説明いただきたいと思っております。一通りご発言いただいた後、他の委員の御発言に対してご意見やご質問があれば発言していただく機会を設けたいと思っております。なお、発言される委員におか

れましては、円滑な進行のため、おおよその目安ですが2分以内でご説明いただきますよう、ご協力のほどよろしくお願いいたします。

それでは、まず、第1グループとして、沖野委員、垣内委員、河村委員、楠委員、小浦委員の順でお願いします。まず、沖野委員、お願いいたします。

○沖野委員

ありがとうございます。1点目につきましては、事務局でご用意いただいた整理の通りではないかと考えておりました、具体的な提案としても、努力義務の形だけけれども、この点を明確化するという方向で進めていくべきだと考えております。理由自体も、もう既にまとめられているところですがけれども、消費者契約の各条項を定めるにあたっては、事業者が正にもっぱら定めるという状態であり、特にこの平均的損害の問題については、平均的損害を超える定めというのはできないと、してはならないということが消費者契約法の要請しているところがございますので、その要請に沿った内容を定めるということになりますけれども、一体それが平均的損害の中に留まるのかは、当該事業者を基準とする為に当該事業者でないと分からないという事情がございますから、これが平均的損害の範囲内であると合理的に考えられるところを、もちろん定めているはずですし、定めなければならないということですので、したがって定めるにあたっては、合理的・客観的な根拠に基づいて定めなければいけないわけですから、それが問題となったときには、それを説明するということが求められてしかるべきではないかと考えられるところです。ただ、様々な状況ということがありますし、一律にこのような内容でというのを具体化するのはなかなか難しいというのは事務局資料にも示されるところです。逆に言うと、様々な方法でこれが合理的であるということを用意していただければ良いのだと思います。そういったことを考えると、努力義務に留めておくのが適切なのではないかと考えているところです。以上です。

○山本座長

ありがとうございます。それでは、垣内委員、お願いいたします。

○垣内委員

垣内です。ありがとうございます。私もその点についても事務局のご提案の内容的には賛成したいと思います。いま詳細は沖野委員からご説明があったところですが、そのとおりではないかと思えます。1点、資料の5頁の2つ目の丸の所ですがけれども、何ら根拠もなく当該解約料が「平均的な損害の額」を超過していないと判断しても同号の定める規律を遵守したことにならないはずで

あるという記載がありますけれども、法律の条文自体はある条項が有効かどうかということの規定しているので、このように論理的、必然的に言えるのかということについては、異なる見方もあり得るのかなという感じもいたします。ただ、条項の趣旨から考えますと、事業者が何の説明もしない為には実際には平均的な損害を超えているにもかかわらず、立証の困難等でそれが消費者に課されてしまうという事態を法が容認する趣旨であるというようには考えられませんので、そのことを考えますと、そうした趣旨からこういった努力義務を設けるということは十分にあり得る選択ではないかと考えられると思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、河村委員、お願いします。

○河村委員

はい。経済学の観点から申しますと、キャンセル料、解約料が実際の損害の額と連動しているということは効率性の上でとても大事な事であります。そう考えると、裁判所、消費者、事業者の中で、誰が平均的な損害の額を知っているかと言えば、それは事業者でありまして、他の消費者であるとか、裁判所は知ることができないというところで、裁判所の判断として、平均的な損害額を使うのであれば、それは当然事業者の側に説明責任があるという理屈になります。したがって事務局のご提案の方向性は極めて正しい方向であると考えております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、楠委員、お願いいたします。

○楠委員

事務局の提案に賛成をさせていただきます。小規模事業者等にとって一定の負担はあるかと思うんですけれども、努力義務ということであれば大きな弊害は特にはないのではないかと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、小浦委員、お願いいたします。

○小浦委員

はい、小浦でございます。私も、消費者庁さんが今回用意されたことで賛成したいと思います。やはり事業者が解約料算定に使用する売上ですとか、原価等に関する情報をもっていて、消費者にはそれを入手することは困難ですので、やはり事業者が説明する責任があるのではないかと考えています。6頁に消費者契約法第3条第1項第2号のところも照らすと、というふうに書いてありますけれども、やはりこの条文に照らし合わせても、事業者は消費者に対して必要な情報を提供すべきだと考えておりますので、この方向で進めていただきたいと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございます。ここまでのところで事務局の方からお伝えすべきことはありますでしょうか。

○加納消費者制度課長

特にございません。

○山本座長

分かりました。それでは、続いて、第2グループとして、高橋委員、坪田委員、遠山委員、西田委員、平尾委員でお願いします。まず、高橋委員からお願いいたします。

○高橋委員

はい。高橋です。私も消費者庁の今回の資料にございます努力義務につきましては、そのまま賛成いたしたいと考えております。ただ、1点気になりますのは、この解約料の説明につきまして、あくまで数字を基準にしており、たとえば粗利益から算出したり、あるいは逸失利益であったりといった、数字から算出できるものを念頭においておられるようなんですけれども、解約料の算定というのは、必ずしもそのような数字だけで説明できるものではないという気もいたしております。そのような解約料の設定に対して、事業者側の裁量をかなり縛ってしまうようなことになると、これは行き過ぎではないかなと思っている次第です。

すなわち、その努力義務の内容としては、その解約料が合理的で、平均的な損害の額の範囲内に収まっているのだということが示されればいいわけなので、その辺りのこのバランスというのを、うまく説明できるように、後ほどこれは逐条解説等で考えたりするのかもしれないけれども、念頭に置いておかれたほうがいいのかと思っております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、坪田委員、お願いいたします。

○坪田委員

はい、坪田です。事務局案に賛成です。消費者がキャンセルする場合は、事情は色々ありますが、消費者が自己都合であった場合、なにかしらのキャンセル料が発生することを認識していたとしても、一方的に額を提示されると、なぜその額なのかという疑問が生じます。キャンセル料をお示しいただくのであれば、その額は、何らかの根拠に基づいて出された数字だと思っております。そうであれば、キャンセル料を示すときに、直ちに説明するという事は、それほど難しいことではないと推測します。消費者に分かりやすく、納得いく説明をしようと思えば、簡単ではないということもあるかもしれませんが、その説明をどうするかというのは、示すことを前提として、次のステップの問題だと考えております。ここで問題になるのは、キャンセルをすること、さらにキャンセル料はいくらであるか、そのためには、情報がないと先に進まないと考えております。従いまして、事務局案に積極的に賛成いたします。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは続きまして、遠山委員、お願いします。

○遠山委員

はい、よろしく申し上げます。

事業者は、その企業価値の向上のために事業活動を行っており、各事業年度に利益をあげ、事業活動を持続的に発展させるため、経営計画を作成し、その目標に向けて企業努力をしています。商品・サービスの販売に関しては、おおむね、どのような商品・サービスをどのような品質、コストで販売し、1件あたりの利益はどのような水準とするか等を想定して販売数量や収益の計画を立てており、その販売数量の確保やコストの水準の維持などが具体的な目標となります。商品・サービスの価格は、そのような経営計画の下、通常、仕入原価、人件費等のコストに利益を加えて設定されています。そして、既に販売された商品・サービスの解約料は、おおむね、提供済みの部分があればその部分に相当する金額に、残りの部分のコスト、または、残りの部分に相当する販売価格に再販できない割合を乗じた金額を加えた金額、を基本に設定されますが、第6回でも申し上げたとおり、予約の時期や解約の可否、割引率、解約手数料の水準などを組み合わせて、消費者に多様な価格の選択肢を提供するケースでは、

それとは異なり、割引前の価格をベースとするものや、解約されないことを前提に収支ギリギリの価格設定としているもの等、商品・サービスの内容に応じたものとなっています。

今回、消費者庁の資料3頁4頁においては、事業者に求められる説明として、仕入原価、人件費等のコストや利益水準の具体的な金額が挙げられていますが、これまで申し上げてきたとおり、これらは商品・サービスの価格決定の要素そのものとなります。それらが明らかになることは、事業者にとって、取引相手との関係、また、競合他社との競争上、大きな障害となるため、各事業者はこれらを通常、営業秘密として取り扱っています。そのため、事業者が解約料について説明する場合、通常、例えば、「販売価格いくらに対して、当該消費者のケースにおけるコストは再販率を考慮して全体で約何%です。結果として、当該消費者の場合は、解約料はいくらになります。」といった説明になり、それ以上に、仕入原価や仕入れの特殊性、サービスの質を維持するための方策、営業手法などの個々の要素の具体的な内容を説明することは、営業秘密を開示することに等しく、事業者の抵抗感は非常に大きいものがあります。

一方、資料3頁4頁で示されている、事業者に求められる説明内容は、第6回の消費者庁資料の10頁において、積極否認の特則の「否認の態様」としてあげられた説明内容と同じレベルのものとなっていますが、ここでは、積極否認の特則において検討されている、営業秘密の保護や濫訴への対応などは考慮されていません。この点、民事訴訟法第132条の2第1項第3号でも、営業秘密に関する事項について、訴えの提起前における照会を制限しています。

したがって、資料6頁のご提案が、資料3頁4頁の内容のレベルの説明を求めるものであれば、やはり努力義務としても、反対いたします。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは続いて、西田委員、お願いいたします。

○西田委員

はい、私も賛成でございます。こういう問題が生じるときというのは、消費者にとってはよっぽどひどい金額だったりするんだろうと想定されます。なぜならば、そもそも、自己都合で解約したような消費者にとっては、その心理には罪悪感というのが生まれますし、その罪悪感の背景というのは、一貫性を保ちたいとか、コミットメントしたんだからというような、原因があるわけなんですけれども、そういう意味で、強気になりにくいので権利放棄して泣き寝入りするといったようなことが生まれるだろうと。そこで、「しょうがないな」と思っているところに「理由を知りたい」というのは、よっぽど酷いときという

ことになるのだけれど、その時、この「相当の理由」とか、「営業秘密」というふうに盾にされてしまいますと、さっきの罪悪感が働いて諦める傾向が強くなる。そもそも訴訟そのものというのは、一般消費者は嫌うので、「どうせ勝てない、勝ったところで使ったコストと見合わない」という計算になってしまうのではないかと思うんですね。そういう意味で、もう少し情報格差を埋めるためにも、こういったことが大事なのではないかと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、平尾委員、お願いいたします。

○平尾委員

はい。平尾です。まず、事務局提案のこの義務のところです。賛成いたします。一般的な対等当事者間の取引において、ある片方の契約条項を作成し、もう片方から説明を求められたら、その条項の意味を説明するのは当たり前のことであり、対等当事者間においては、この当たり前のことが、特に規定をせずとも機能しています。私も、中小企業で契約書を作成しますが、普段そういったやりとりをして、説明をして、そして契約条項を作りこんでいきます。これは、契約条項を作成するのであれば、説明するのは一般条理といえますか、当たり前のことだと思います。ただ、これが交渉力の格差のある消費者契約においては正しく機能しておらず、現実に、消費者団体が情報の有無を求めても説明しないという事業者が多数あるという事実もございます。このように、一般条理が、消費者契約の交渉力格差の中では機能していないのであれば、それを法律が明示する。それはまさに、消費者契約法第1条に則した規定でありまして、消費者契約法の中にそういった義務を設けることは、当然というか、あるべき姿だと思います。

それからもう1点ですけれども、解約料の話をするときに、何故か料金の話が紛れ込んでいると思います。料金設定というのは、解約料とはまた別の議論になりまして、例えば消費者契約法の世界では、価格の設定そのものは自由です。解約料というのは、またそれとは別の話で、議論していくはずで、現に問題となっている事例、私が第1回の検討会の資料4の5頁。また、後で見ただけならば結構ですけれども、被害実態として、書かせていただいているのは、例えばキャンセル料を巡って1年以上前のキャンセルなのにキャンセル料が請求されるとか、あるいは通信系のサービス、光回線サービスなどで、解約を申し出たら高額な解約料を請求されたというような被害実態が国民生活センターで紹介されております。こういった場合で問題となる解約料の根拠は、料金設定とはまた別ものと思われまして、1年前のキャンセル、あるいは通信契約を解

約したら5万円請求するといった場合、その根拠は何かということ、そのレベルでその説明を求めるところが、それほど抵抗されるのか私にはよく分からない。問題として、損害の対象としているものがなんかずれているという気がしています。そこは、第1回で提案させていただきましたが、そこは「平均的な損害」の対象の損害はなんなのかということ、何を損害として含めるべきなのか、ということきちん整理しないと、なんか議論が噛み合っていないのではないかという気がしています。すみません。駆け足になりましたが、以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それではここまでのところで、事務局がお答えすることはありますか。

○加納消費者制度課長

ありがとうございました。遠山委員のご指摘で、努力義務として仮にこういう規律を設けるとした場合でも、その中身がやはり営業秘密にかかってくるのではないかという趣旨のご指摘だったかと思います。どういったものについて説明を事業者の方にしていただくべきなのかというところにつきまして、今回の資料では3頁4頁でたたき台のようなものを作ってまいりましたけれども、これをどこまで説明していただくのが良いか。事務局としては、こんな所は考えられるかという事でお示したものではありませんが、例えば、積極否認の特則のような規律を設けた場合に訴訟上事業者が主張されるものと、訴訟外で任意の事業者と消費者が相談などを行っている際に、どの程度求められるのかとか、その辺の次元の違いがあるかもしれませんので、努力義務として、どの程度の説明をするのを求められるのか。こういう観点で検討させていただきたいと思います。また、沖野委員からは、様々な合理的な方法で説明されれば足りるので、必ずしも一律に事業者を縛るものではないというご理解を頂戴したところではありますが、その辺を議論していただければ、私どもの方も参考にさせていただけるのではないかと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは最後に、第3グループとして、山下委員、山本和彦委員、山本龍彦委員、渡辺委員の順でお願いします。まず、山下委員、お願いいたします。

○山下委員

はい。私も、事務局の提案に賛成したいと思います。契約締結のあるべき姿というのを考えたときには、契約時に消費者がキャンセルの際の負担まで納得した上で契約書にサインするというのが本来であるだろうと思います。その時に消費者が納得できるためには、キャンセルをすることで事業者にも損害が出ているということについて説明を受けるといのが必要になるだろうと思われまます。逆に申しますと、ここで求められている説明というのは、消費者が契約締結時の判断に必要で、ある程度の納得を得た上で契約を締結できるようにするという程度のもので足りるということをございまして、それほど詳しい説明を求めているのではないかと思います。そういう意味ではこの努力義務を設けることで、事業者に大きな負担にはならず、消費者が納得した上で契約を締結できるという環境が整えられるのではないかと考えておりました、積極的に賛成したいと考えている次第です。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、山本和彦委員、お願いいたします。

○山本和彦委員

はい。私も、結論的には事務局の提案に賛成です。この努力義務の理解ですが、先ほどの遠山委員と加納課長のお話、私も同感で、おそらく、事業者の内部においては解約料を決める際にこういう形で計算をして、それを手元に資料として持っておかなければならないと。これは言えると思いますし、ここに資料にも書かれてありますように、それはある意味当然のことではないかと言うことなんだろうと思います。ただ、それを対外的に説明する場合には、やはり説明の相手方やシチュエーションごとに、どういう説明をするかということとは、当然変わってくるし、この努力義務は変わってくるのは当然の前提にしているんであろうというのが私の理解です。相手方に守秘義務を負わせて、秘密保持命令等を課して説明するという場面においては、例えばこの資料の4頁の、Ⅱ型の逸失利益に書かれてあるような、数字も含めて利益6万円×非再販率85%=5.1万円というこの数式も含めてですね、説明することが求められるとしても、平場で相手方に守秘義務も何もない段階で、説明するときに、利益が6万円とか、非再販率が85%ということまで説明しなければいけないかと言うと、私はそんなことはないだろうと思っています。この例であれば上の3行くらいですね。つまり、基本的には逸失利益額を解約料として設定していて、その算定に当たっては非再販率も考慮していると。基本的にはこの利益率×非再販率ということで決まっているのだと、そこまで説明すれば私は基本的には十分ではないかと考えておりました、これは色々な考えがあるのかも知れませ

んけれども、この努めなければならないというところには、そういうできる範囲で最大限の説明をしなければならないという趣旨だろうと思っておりますので、私はそういうふうに理解した上で、この規律について賛成をしているということです。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、山本龍彦委員、お願いいたします。

○山本龍彦委員

はい。山本です。わたしも、これまでのご議論を伺っておりまして、ここでいう努力義務の対象になる情報の開示、説明の内容と、その後に出てくる裁判において裁判所から開示提供が命じられる情報の説明内容というのは違う。両者の性質は異なるのかなと思いつつ、この資料を拝読いたしました。スライドの6頁に努力義務を理論的に根拠づける条文として、消費者契約法第3条第1項第2号が挙げられているわけですがけれども、この第3条第1項第2号を見ると、やはり「消費者の理解」という言葉が書かれていて、あくまでも対象は、消費者であり、その開示の目的というのは「消費者の理解」ということになるのかな、と感じました。ですので、この努力義務というのは、それと紐づけて考えると、「消費者の理解」に資する、その合理的な範囲での、開示・提供なのかなと思いました。他方、この後に出てくる、文書提出命令によって説明する内容というのは、「消費者の理解」というよりも、それを超える、専門的な内容を含んでいて、目的というのは「消費者の理解」よりも、「訴訟の必要性」ということになるので、目的も違う。

さらに文書提出命令の主体を消費者団体等に限定すると、そもそもその対象が消費者にならないということになってくる可能性もありますので、そうするとやはり、ここでいう努力義務の対象と、その後出てくるものとの性質の違いが気になります。少々この辺り私の理解が間違っていればご教示いただければと思いますけれども、私は、条文自体は賛成ですが、その理論的な分類はしておかないといけないのかなと感じております。ありがとうございます。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、渡辺委員、お願いいたします。

○渡辺委員

はい、アジアインターネット日本連盟の渡辺です。今回、これから議論するテーマをぶつ切りにして、これだけ独立して議論出来るのか、やや疑問なんで

すけれども、まず基本的な意見としましては、第6回の検討会でも申し上げたのですけれども、本来算定根拠に係る資料とは、当事者間の主張、立証や訴訟指揮に従って提示されるべきものであり、解約料が高いと主張する側が、まず、主張立証の努力をしなければいけないというのが大前提だと思います。立証が難しいというケースがあることをもって、立法事実があるとすべきではないというのは、まず基本的な意見であります。

その上で、今回事務局資料の3頁4頁のところ、いくつかの具体的に事業者の説明が求められる想定内容というのが記載されていますけれども、ここに出てくる数字そのものが営業秘密に当たる可能性が高いと思われます。例えばI型で、清掃費が2,000円と書いてあるんですけども、なぜ清掃費が2,000円になっているのかということについて、もしかすると、このホテルを経営する事業者の特殊なノウハウがあって、そのようなコスト構造になっているかもしれない、これが競合他社にとっては重要な情報である可能性もあるかと思えます。また、中小企業やスタートアップのベンチャーにとっては、緻密な計算に基づく、根拠の説明が困難な場合もあり得ると思えますので、その根拠の精度についても、どの程度、緻密に作り上げないといけないのかに関しましては、中小企業ベンチャーにとっては、大きな課題であり、決して無視できない問題だと思います。

これまで、いろんな委員の方の意見も拝聴しておりましたけれども、やはり皆様方の間で、求められ説明内容のレベルとか、説明が求められるそのシチュエーションというものの理解が必ずしも一致していないようにも感じられますので、仮にこの事務局をご用意されている、3頁から4頁のレベルの内容が、営業秘密の保護が保証されない状態で求められてあれば、たとえ努力義務であっても、反対いたします。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、ここまでのところで事務局からお答えすることがありますでしょうか。

○加納消費者制度課長

はい、ありがとうございました。山下委員、山本和彦委員、山本龍彦委員などからもご指摘いただきましたとおり、ここは、あくまでも努力義務としての規律でありまして、渡辺委員からも、ご懸念がありました立証の場面とは局面は異にしているのではないかという理解をしておりますが、そういう前提で、どういう説明が望ましいのか、こういった努力が機能するのかどうかということで、整理をさせていただければと思います。あくまでも努力義務でありまして、

山本和彦先生がおっしゃったように、秘密保持命令とかですね、そういうふうなものがかかる場面ではない場面も含めた、説明という話だと理解しておりますので、あまり訴訟と同じ局面のような言葉で説明しなくちゃいけないというふうにまでなると、営業秘密になる問題も当然出てくるだろうと思いますから、おそらく、渡辺委員のご主張も、訴訟並みの説明が常に求められるということであれば、問題であるとお聞きいたしましたので、その分けた考え方というので、整理をさせていただければと思います。以上でございます。

○山本座長

ありがとうございました。以上で、委員の皆様から一通りご意見をお伺いできたかと思えます。そこで、委員の皆様での意見交換を行いたいと思えます。他の委員の御発言に対してご意見やご質問がある方、あるいは、これまでのやり取りを踏まえて、事務局に対して御意見や御質問がある方は、ご発言いただけますでしょうか。お名前と発言を希望する旨をチャットで送信ください。

なお、発言される委員におかれましては、円滑な進行のため、おおよその目安ですが1分程度でご説明いただきますよう、ご協力のほどよろしくお願いいたします。

さらに、御意見や御質問につきましてはチャットに入力せず、私からの指名を待って御発言いただきますようよろしくお願いいたします。

それではまず、垣内委員からご質問があるようですので、お願いいたします。

○垣内委員

垣内です。ありがとうございます。何人かの委員のご発言にもありましたし、直前の加納課長の説明にもあった点にも関係するんですけれども、今日の資料の6ページの、検討の方向性として結論的に示されている内容というのが、「事業者は解約料の条項を用いる場合には、その根拠を直ちに示すことができるよう努めなければならない」という文言になっておりまして、ここの、「その根拠を直ちに示すよう努めなければならない」ということにはなっていないのですけれども、冒頭2ページに、この問題の背景にある問題意識について、そもそも、説明や根拠資料を事前に準備する必要の存在についての認識の必要と、それから説明についての問題、この2つが挙げられているんですけれども、6ページの文言ですと、その説明そのものというよりは、その前提となる根拠できちんと中でもっておくということにウエイトが置かれたような文言になっていて、わたしはそういうものかと思って理解しておりました。ですので、当然委

員の方々からご指摘ありましたとおり、すべてそれを個別の消費者に個別に説明する努力義務ではないというふうに理解をしています。

この文言の趣旨については、そういう理解でよろしいでしょうか、その点お尋ねしたいと思います。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、事務局から、お答えをお願いします。

○玉置専門官

垣内委員のご指摘いただいたところをご指摘のとおり部分もございます。ただ、想定していなかった部分もございまして、努力義務のところと2ページで示させていただいた事前の根拠資料の準備とか、説明の必要性の部分にズレがあったかなと思いますので、このところは引き続き検討していきたいと思っております。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、沖野委員、お願いいたします。

○沖野委員

ありがとうございます。今の点ですけれども、引き続き検討されるということですので、検討していただければと思います。私もここは垣内委員が整理してくださったように考えておりまして、合理的な算定根拠というのは示せるようにしておかなければならないという基本があって、そこから先どういう形を出して行くかというのは、その先の話だと。もちろん用意はしておかなければいけない訳で、そうしたときに、なぜこうなんですかというふうに尋ねられたら、消費者に対して適切な情報提供をしなければいけないというのは、一般的に要請される場所だというのは、平尾委員がご説明になったとおりですし、そういった適切な情報提供という場合と、具体的に訴訟になって、これが争点になったときに、その根拠を示すというのが同じ程度・態様とは限らず、その場合にはどの程度のものとなるのかという形で、局面局面によって、色々形としても現れ方が違ってくと理解しています。そこに営業秘密が関わるならば、あるいは職業上の秘密かもしれませんが、それに対してさらに、カウンターバランスでの考慮があって、かつ、その一定の保護のための措置が取られるような中で、開示なり、説明なりをしていただくということになります。そ

のためが一番大元になる考え方の規定が、ここに置かれるということではないかというふうに思っております。ですので、例えばこの規定があることによつて、契約締結にあたって常に平均的損害がこういうことで、この条項はできているのですということ、消費者に説明しなければいけないといったことまで課されるようなものでもないというふうに考えておりますし、そのことは、何ら説明しなくてもいいということではなくて、むしろ適切な説明をしなければならないという情報提供についての一般的な要請は当然あり、そのときの条項の定め根拠についての説明のためのその根本の考え方をここに置くということではないかと理解しております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。他にご質問、あるいはご意見がありましたら、お出してください。それでは、平尾委員、お願いいたします

○平尾委員

はい。先ほど私が発言したことの重複になるかもしれませんが、実際、消費者相談で多く問題になっているケースというのは、算定根拠が本当に正しいのかどうかという緻密な分析という話ではなくて、そもそも、算定根拠自体がそもそも存在するのかというレベルの話が多く相談に寄せられていると理解しております。先ほど述べたように、役務提供のはるか以前、1年とか2年とか相当前のキャンセルなのにキャンセル料を求められるとか、通信サービスで一律に根拠はよく分からないけれども解約を求められる、あるいは前払式のサービス提供でよくあるんですけれども、中途解約したら、前払金を一切返しませんといった違約金条項、こういったことが多くトラブルになっていると思います。こうしたものについては、違約金の算定根拠自体がよく分からないというのが現実で、算定根拠を求めても、立証責任がないからお答えしませんということであればおかしな話ではないかと思えます。根拠をきちんと示すということが、先ほど述べた通り、当然求められることですのでございます。その段階で、果たして保護すべき営業、職業上の秘密があるのかがそもそも疑問というのが私の意見でございます。以上です。

○山本座長

それでは、渡辺委員、お願いいたします。

○渡辺委員

アジアインターネット日本連盟の渡辺です。わたしの理解が及ばなかったと

ころもあるのかも知れないんですけども、先ほど平尾委員の方から、価格と解約料は違うというご説明があったんですけども、解約料と価格というのはなかなか切っても切り離せない関係にあるのではないかと考えております。逸失利益を計算する際や、あるいは履行済の内容の原価などを差し引く際にも、価格との関係がまいますし、もちろん解約料というのも価格を超えるわけでもないわけでありますので、何故その解約料だけ、まあ数字だけの問題ではないかも知れませんが、このような議論がずっと行われて、価格については違うんだという議論になるのかに関してちょっと理解が及ばないのでコメントさせていただきます。

○山本座長

ありがとうございます。私から遠山委員に確認をさせていただきたいのですが、よろしいでしょうか。

先ほどからご意見が出されているところですが、6頁目の一番下にある事務局からの今後の検討の方向性で示されているところで、これをどう理解するかという点について、説明することができる用意をすることと、実際に説明することとは、関連はするけれども、ひとまず別であり、もし、ここで書かれていることが、説明することができる用意をするという内容であったとするならば、それでもやはり不適當であるというご意見なのでしょうか。

さらにもう1点は、説明にあたって、3頁から4頁目のような数字まで挙げられるような細かな説明をすることになれば、努力義務としても不適當であるというご意見だったと思いますが、仮にがそうではないことが確認されるとするならば、それでも6頁の下にあるような抽象的な努力義務の規定を置くことはやはり不適當と考えられるのでしょうか。逐条解説で確認するか、あるいはこの場で確認し、かつ逐条解説で努力義務の内容とはこういうものであるということが示されれば、それで問題はぐっと小さくなるのか、それでもやはり不十分なのか。この2点について、ご意見を確認できればと思います。

○遠山委員

ありがとうございます。前回、「主張・立証の協力を求める制度」として「事業者は解約料の情報を用いる場合には、その根拠を直ちに示すことができるよう努めなければならない」という努力義務の話が始まり、今回の資料のタイトルが「説明責任」となっていることから、「検討の方向性」の細かい文言はあまり意識せず、3頁4頁の内容を説明する努力義務があるという前提で考えておりました。そして、そういう内容であれば、説明すると営業秘密の開示になってしまい、結局、できない努力義務になるので、反対ですと申し上げました。し

たがって、一定の算出の根拠は各事業者にあるだろうと思いますし、そこを細かく開示することはともかく、保険の分野でも一定の解約返戻金に関する説明は求められており、一定の解約料に関する説明の努力義務ということは有ってもいいかと思っておりますが、今回のご提案は、その説明の内容としても、資料3頁4頁の水準が求められると理解しましたので、それについては反対ですと申し上げた次第です。

○山本座長

くどのようなのですけれども、3頁から4頁にあがっているようなレベルを努力義務として要求する趣旨ではないということが、ここで確認され、逐条解説でもそれが確認されれば、説明についての努力義務を定めることも可能なのか、それとも不適當なのかという点はいかがでしょうか。

○遠山委員

どのような条文案になり、説明すべき内容がそこからどの程度のものとして解釈されるか、そして、それが事業者にとって標準的な努力すべきものとして耐えられるかどうかの評価できるものが出てこないと何とも申し上げられませんが、今の段階では、申し訳ないですが、3頁4頁の内容の説明の努力義務については反対ですとしか申し上げられません。条文案次第と考えています。

○山本座長

ありがとうございます。議論が尽きないところだと思いますけれども、他にも検討すべき事項もありますので、この問題についてはここまでとさせていただきます。いただきましたご意見については、事務局で整理し、次回でお話しするというところでよろしいでしょうか。事務局から何かありますでしょうか。

○加納消費者制度課長

はい、ありがとうございます。それで結構でございます。ありがとうございます。

○山本座長

それでは、少し後の方が重いということもありますので、休憩を取らずに次に進めさせていただいてよろしいでしょうか。

では、次に、少し切り分けが難しいですので、まとめて、営業秘密への配慮、そして積極否認の特則における営業秘密の保護への配慮、さらに文書提出命令

の特則における営業秘密の保護への配慮について、委員の皆様からご意見をいただきたいと思います。

ただ、本日、楠委員及び山本和彦委員におかれましては、途中で退席されるとお伺いしています。そこでまず、楠委員、山本和彦委員にご意見を伺いたと思います。より急を要するというので、まず、山本和彦委員からお願いしてよろしいでしょうか。

○山本和彦委員

ご配慮ありがとうございます。2点だけ、申し上げたいと思います。全体的な今回の営業秘密に関する規律については賛成です。という事を申し上げて2点コメントです。積極否認の場合の取扱いで、現在の提案では、積極否認については、消費者、個々の消費者に対しても認めて、他方文書提出命令については、基本的に適格消費者団体に限定するという方向が出されていて、それ自体はそれなりの合理性があると私も理解しております。ただ積極否認の特則、この全ての消費者に対しての訴訟について、認めるということについては、やや、なお考えるべきところはあるような気はしています。もちろんこの消費者については、秘密保持命令を課した上で、という前提であると思われ、そして、この事務局の資料によると、裁判所からの命令に反して情報開示する消費者は少ないと予想されるという刑事罰を犯してまで、それを漏らす人は少ないだろうと、そのこと自体は、それは言えるんだろうとは思いますが、ただすべての消費者ということになると、本当にいろんな人がやっぱりいることは、もう否定はできないと思うところです。ライバル企業、競合他社との間で一定の関係がある人とかですね、その情報をお金で売ってしまう人とかですね、いろんな人が登場してくる可能性があることを考慮して、この刑事罰による抑止ということだけで十分かどうかということは、なお議論の余地があるというふうに私は思っています。そういう意味では、なお、もう少しこの開示の範囲を限定するような措置、この場面も適格消費者団体に限るとか、あるいは開示対象を消費者本人に対しては認めずに、代理人である弁護士だけに認めるとかですね。これは特許法とかでもいろんな議論がされているところでもありますけれども、もう少し、なお検討の余地があり、深めていただければというのが第1点です。

第2点は資料の最後のところにあるインカメラの話でありまして、これは前回も私にご意見を申し上げましたとおりでありまして、基本的にはこの場合は特許の技術上の秘密とは違って、裁判所のみが閲覧することによって、その内容が分からないという説明を受けないと、理解が難しいという問題ではないことが多いのではないかと考えておりまして、そういう意味では、例え、適格消

費者団体であったとしても、その秘密の程度にかかわらず、それを団体に開示してしまうということ、インカメラの段階で、審議の段階で開示してしまうということについては、ややその必要性の観点からしても、疑問を思っているところでもあります。もしどうしても、やはり一定の専門的知見がなければという話であれば、この案では民事訴訟法による規律で対応することも考えられるということで、これは民事訴訟の規律ですと誰にも見せない訳ですが、特許法の改正で、比較的最近入ったので、専門員に対しては開示できるということをも認めた規定を特許法 105 条だっただけだと思いますが、入れています。ですから、もし裁判所の方でそれがなかなか判断が難しいという場合、私は少ないんじゃないかと思いますが、もしそれがあれば、やはり相手方に開示するというよりは、まずそういう専門員の専門家に開示してその意見を聞いてみると、説明を求めてみるというところから。これであれば、一応守秘義務の担保とかがありますので、まあそれほど問題はないというふうに思いますので、そのあたりを考えてみたらどうかというような意見を持っています。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは引き続き、楠委員、お願いいたします。

○楠委員

ありがとうございます。概ね事務局の意見に賛成でありまして、1点だけ、先ほど山本委員からありましたインカメラ手続に関してですけれども、私も特許の場合と比べると、やはり専門性に大きな違いがあることから基本的には適格消費者団体に対してまでこういったものを開示する必要性というのは、一般的にはないのではないかと思います。一方で、先程ご提案がありましたけれども、どうしても、原価の構造を理解する上で専門的な知識が必要である、あるいは、この機微性について、どうしても判断のために何がしかの裁判官よりも、技術的に詳しい人が必要である場合にも、専門委員みたいな方を入れるという判断をしてもらうことは、ひょっとすると可能性としては、考えられるんじゃないかというふうに聞いていて思いました。ありがとうございます。

○山本座長

どうもありがとうございました。それでは、更に意見交換を進めたいと思いますが、私から順番に指名させていただき、4名程度ご意見を伺った後、一度切って、事務局でお答えすべきものがあればご説明いただきたいと思います。一通りご発言いただいた後、他の委員の御発言に対してご意見やご質問があれば発言していただく機会を設けたいと思います。

なお、発言される委員におかれましては、円滑な進行のため、おおよその目安ですが3分以内でご説明いただきますよう、ご協力のほどよろしくお願いいたします。今回は、第2グループ、第3グループ、第1グループの順番で指名させていただきますと思います。第2グループは、高橋委員、坪田委員、遠山委員、西田委員です。では、高橋委員からお願いしてよろしいでしょうか。

○高橋委員

はい、ありがとうございます。私も営業秘密に関しましては事務局のご提案に基本的に賛成をいたしております。私もそれほど特に付け足したいと思っている点はないのですが、一点だけ、インカメラの点ですね。適格消費者団体がまだ手続中の段階から見るとということについて、どのくらい正当性があるのかということについては、若干疑問を持っておりました。今、先生方のお話を伺って、専門委員という手もあるのかと一瞬思ったのですけれども、特許の場合と本当に並べて比較して、それがうまくいくような内容なのか、もうちょっと検討された方がいいのかなと思っております。以上です。

○山本座長

ありがとうございます。続きまして、坪田委員、お願いいたします。

○坪田委員

私も事務局で出していただいたものに基本的には賛成でございます。営業秘密といわれてしまったら、本当に消費者にとっては、お終いというか、印籠のような言葉で使われております。素人に言っても分からない。ビジネスとしてプロがやっていることなんだから、それは説明するべきことでもないし、説明できないものであると言われております。そこに対してどこまで問題解決のために説明、開示していくか。やはり想定外の非常に高い金額、結婚式場で1年近く前にキャンセルするのに高額であるとか、例えば美容医療で、手術の約束をした上で、クリニックを出たとたんによっぱり不安になって止めました、というようなことで、本当に何時間ということもあるわけですから、そういったようなときに営業秘密の一言で終わらされてしまっただけでは、先には進まないもので、是非ご説明いただきたいところです。そのためにやはり、必要であるということであれば、この情報を開示することが有効に動くようであれば、秘密保持も必要になってくる。ですから、あくまで今回の消費者契約法の改正をすることによって、高額で不当に感じるようなキャンセル料に苦しめられている消費者が、救済されていくために必要な部分、バランスの中で開示していただきたいと思っておりますし、そこは司法の判断に委ねる必要があるかと思っております。適

格消費者団体だけにとということだと、通常の訴訟の場合は適格消費者団体でないこともありますので、そこは検討すべき余地があると考えております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、遠山委員、お願いいたします。

○遠山委員

はい。論点が非常に多いため、長くなるかもしれませんが、よろしくお願いたします。

商品・サービスの価格は、当該商品・サービスの品質・性能や当該事業者の経営戦略等と密接につながっています。この点、特許は「発明」という「技術的思想の創作」を保護するものですが、一方、「平均的な損害の額」の算定根拠には、通常、不正競争防止法第2条第6項の営業秘密のうち、「営業上の情報」に該当するものも含まれます。例えば、事業者の商品戦略には、高機能の設備を導入するなど高い品質の商品を高い利益率で販売するもの、また、同じ販売価格であっても、コストを削減することにより利益率を上げようとするもの、一方、同じ品質・コストであっても、ブランド価値を高めることで販売価格を上げ、利益率を高めようとするものがありますし、また、販売手法としても、営業担当者を多く配置することで販売量を確保しようとするもの、人件費はかけず広告宣伝を多く行うことで販売量を確保しようとするもの等、同じ事業・商品であっても様々です。この場合、原材料や部品の品質、仕入価格や仕入先、設備投資の内容や金額、営業担当者の人数や給与水準、広告宣伝費の水準等が流出すると、取引相手方の信用を失ったり、競争相手に対抗策を取られ、当該事業者の強みが失われる等、事業経営に大きな痛手となります。

したがって、「平均的な損害の額」の算定根拠とされた資料10頁の情報が、当該事業者の商品・サービスの価格設定に関わるものである以上、営業秘密として、必要以上に開示範囲が広がるものとならないよう、訴訟上保護する必要があります。この点、「説明」と原資料となる「文書や記録の提出」では、事業者への影響は大きく異なることから、その点を区別することが考えられますが、この場合、特に後者、つまり「文書や記録の提出」では、原材料や部品の品質や技術的な要素、仕入先がどこかや取引のロット、設備投資の内容など、原価やコストの金額水準以外の情報のほか、当該消費者の購入した商品・サービスとは関係のない、当該事業者の他の商品・サービスに関する情報が含まれるケースがあるため、より保護の必要性が高いと考えています。

なお、資料 9 頁では、不正競争防止法の「営業秘密」と民事訴訟法の「職業の秘密」との異同を論じたうえで、かたや秘密保持命令、積極否認の特則、文書提出命令の特則については特許法の規律や解釈等を参考とする一方、インカメラ手続については民事訴訟法第 223 条第 6 項で対応するとしています。しかし、不正競争防止法の「営業秘密」が問題なのであれば、不正競争防止法第 6 条、第 7 条、第 10 条にも特許法と同じ規定があるので、参考とするならこちらだと思いますが、これらの規定では、技術上の秘密と営業上の秘密を区別していません。

これらを前提に、まず、秘密保持命令についてですが、これが原資料となる「文書や記録の提出」に関するもの、すなわち、文書提出命令の特則に関するものであれば、後ほど述べる理由から、反対いたします。一方、積極否認の特則をただし書と共に規定しつつ、事業者が営業秘密に当たるものを説明する場合に適用するものとして規定することについては、積極否認の特則の規定の内容次第ですが、反対するものではありません。

次に、積極否認の特則の関係ですが、特許権侵害訴訟や不正競争に係る侵害訴訟は、通常 B to B で行われ、権利者にはその侵害の可能性や侵害内容について、訴訟で相応の合理性をもった主張が可能です。また、権利者の被害は侵害行為が続く限り拡大します。これに対し、消費者契約法第 9 条第 1 号は、消費者が契約を任意解除した場合の解約料に関する規律であり、通常、商品・サービスが提供された場合の対価を超えることはありません。

商品・サービスの販売や価格に関する戦略は、製品の品質に係る技術的な要素を含むものからマーケティングに関するものまで多様な要素を含んでおり、原材料や部品の品質に係る技術的事項の漏えいが問題となる場合もあれば、販売手法や価格設定に関する事項の漏えいなどでは、競合他社の追随や対抗の可能性が高まったり、取引相手との信頼関係が壊れることが問題となることもあります。この点、資料 14 頁の矢印以下で、「粗利益等」に関する記載がありますが、これは価格設定を含めたマーケティングの重要性を顧みないものであって、同意できません。

一方、販売価格を下回る解約料について、それが「平均的な損害の額」を上回ることについて、消費者の主張が一定の合理性がある場合にまで、営業秘密を理由として、「平均的な損害の額」に関する「説明」を一切否定するものではありません。

従って、資料 16 頁のご提案の具体的な内容が今一つ明らかではありませんが、積極否認の特則を設けつつ、特許法第 104 条の 2 ただし書や不正競争防止法第 6 条ただし書を参考として、「相当の理由」が認められる場合には当該規定が適用されない規律を設けることには、反対いたしません。ただし、この場合、解約

料が通常は販売価格を下回り、また、損害が拡大することはないこと等に鑑みれば、「営業秘密」が含まれる場合には、その前提として、資料9頁の比較衡量の観点からも、少なくとも、資料15頁にあるように、消費者の主張に一定の合理性がある場合、つまり、解約料の水準や販売価格に対する割合、また、それまでの説明の内容や程度などを考慮しても「平均的な損害の額」を上回る蓋然性が高い場合でなければ、「相当の理由」が認められる必要があると考えます。

最後に、文書提出命令の特則の関係ですが、資料18頁19頁に記載の内容は、特許法の解釈としてはそうだと思いますが、特許法や不正競争防止法が前提とする状況と消費者契約法第9条が前提とする状況が異なること、また、「説明」と原資料となる「文書や記録の提出」では事業経営への影響が異なること等から、これだけで、特許法第105条や不正競争防止法第7条と同じ規定を、同じ解釈で消費者契約法に導入することはできないと考えます。

特許法第105条や不正競争防止法第7条の「損害の計算をするため必要な書類」については、特許権侵害や不正競争に係る侵害による損害が、権利者の利益の減少だけでなく、被疑侵害者の利益の増加としても現れること、また、侵害が続く限り損害が拡大することなどから、認められているものと考えられる一方、損害が販売価格を上回らず、また、拡大するものではない「平均的な損害の額」では、必要となる具体的な書類やその必要性の程度には大きな違いがあると考えます。また、被疑侵害者の主張が認められるような事案では、特許侵害や不正競争に係る侵害の有無が争われることで、結果的に、「損害の計算をするため必要な書類」を提出せずに済むことも考えられますが、「平均的な損害の額」が争われる場合には、「損害の計算」だけが争点となることから、実効的な営業秘密の保護策が取られなければ、結果として事業者の主張が認められた場合の事業経営への影響は、非常に大きなものがあります。

従って、資料20頁24頁のご提案の具体的内容が今一つ明らかではありませんが、特許法第105条第1項第2項や不正競争防止法第7条第1項第2項と同じ、「裁判所のみが文書の内容を確認し、要件の該当性について判断を行う」というインカメラ手続を設けつつ、同第3項第4項と同じ、「相手方や専門委員への開示」の規定は設けず、また、当該文書を提出することとなっても、資料の内容は訴訟手続中、裁判所のみが知り得るものとし、また、民事訴訟法第92条第1項の特則として、当該文書については、相手方を含めて非公開とすることが行われたい限り、文書命令の特則を置くこと自体について反対いたします。この点、適格消費者団体に一定の体制整備義務等が課されるとしても、訴訟終了後も事業者の営業秘密を適格消費者団体が保有、閲覧する理由はないことから、適格消費者団体に利用主体を限定するとしても、同様に反対いたします。特に、事業者の主張が認められたケースにおいては、当該事業者の営業秘密を知るべ

き理由は結果としてなかったということであり、そのような場合にまで、営業秘密が当該事業者の外に置かれるということは、事業者には管理できない大きなリスク以外の何物でもないと考えています。長くなりましたが、以上です。

○山本座長

どうもありがとうございました。それでは、西田委員、お願いいたします。

○西田委員

すぐ後で大変言いにくいなと思ってしまいましたけれども、私はやっぱり素人という立場で一般の消費者っていう立場から話をさせてもらおうと、その資料を見せてもらったとしてもですね、やっぱり分からない場合が多いと思う。つまり専門的な知識として、会計学だとか、法律についてのことだとか、そういったことを全く分からない人はいっぱいいるわけでありまして、じゃあ、そういう人は、泣き寝入りか、というとおかしな話なわけなんですね。そうすると、結局は代理人に頼るしかないだろうと、そこで弁護士さんであるとか、その適格消費者団体であるとか、そういった第三者に見てもらって、妥当なものなのかどうかと言ったことを、アドバイスしてもらわなければ、おそらく、当事者に全部やれと言われたら、ものすごい努力と、それをやっても、「勝てない可能性が高いんじゃないか」という、つまり情報格差がありますからね。そういうところからすると、今のこの状況では、何かこういった消費者のための手続として、インカメラでもいいし、何かこの提案できるものを作ってもらう方向に動いてもらわないと、かなり一般の消費者にとっては厳しい状況のままではないかと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、ここまでのところで事務局からお答えすることはありますでしょうか。

○加納消費者制度課長

はい、ありがとうございました。まず、山本和彦先生ほか、何人かの方からご指摘いただきましたインカメラ手続につきましては、ご指摘踏まえて検討させていただきたいと思います。

遠山委員から多岐にわたるご指摘を頂戴いたしまして、全て私ども正確に理解できたかは、また後日議事録等でもしっかり確認したいと思いますが、まず積極否認の特則につきましては、「相当の理由」というのが、どういうものかということ、もう少ししっかりと詰めるという必要性はあるという前提で、検

討の余地があるのかなとお聞きしました。この「相当の理由」とはなんぞやかです、その辺も、もう一度整理した上で、検討させていただければと思います。文書提出命令の特則につきましては、結論としては、反対であるというふうなご意見とお聞きしました。適格消費者団体を主体とするとしても難点があるということでしたので、どうするはさらに検討したいと思いますが、秘密保持命令の書き方によりましては、遠山委員のご懸念でありました、必要以上の人に対する情報共有を制限するとかです、そういったことをどこまでできるのかというのは、実際運用がどうなっているとか、そういうことも踏まえて、一度確認をしてみたいと思います。インカメラ手続は、当然、裁判所のみが見るということを前提としたご意見だと思いますが、そこから先も証拠とすることにつきましても、裁判所のみが見ることができるという制度につきましても民事訴訟制度全体との兼ね合いも検討しなければならないかという気がいたしますので、慎重に検討させていただきたいと思います。以上です。

○山本座長

どうもありがとうございました。それでは、第3グループで、平尾委員、山下委員、山本龍彦委員、渡辺委員の順でお願いいたします。

まず、平尾委員からお願いいたします。

○平尾委員

はい、どうでしょうか。事務局が提案された技術的な訴訟上の意見ということ、それからどうしても背後にある損害の定義の問題とは切っても切り離せないと思っています。損害の定義を若干だけお話させてもらっていいですかね。

○山本座長

はい。可能なら休憩を取った後、平尾委員のご意見を伺って、意見交換をしようかと考えていましたが、時間もだいぶ押してきましたので、今のご発言の中に含める形でご発言いただければと思います。

○平尾委員

ちょっと議論がはっきりしてないなという先ほど言ったとおりでございまして。事務局が事例として出しているものがちょっと良くないなという気もして、直前キャンセルでその分の料金が違約金になるのは、これはこれで異論のないことなのかなと思っています。そのときにホテル代が7万円というのが一体どういう根拠なのかと、これは料金の話であって、その料金設定について、根拠を厳しく出さないという話では無いと思っています。問題とな

るのは、例えば再販率が問題になるような、機会の利益を逸失のようなパターンで、これも料金が正しいかどうかという話ではなく、本当に1年前のキャンセルで再販ができないのかというところも問題です。それが損害の根拠となるのかもしれないのか、再販が本当にできないと言えるのかというところ、そこに何かしら営業の話が出るとしても、私はそれを根拠としたのであれば、訴訟上説明がされるべきで、資料も出すべきだと考えております。

それから、私が訴訟を経験したケースで、例えば、あまり逸失利益では問題にならなくて、経費がどうなのかというのが問題になったケースがありました。事例でも挙がっている冠婚葬祭、葬儀会社の事例だったんですけども、その場合は、事業者側の主張としては、設備投資にどれだけお金がかかりましたという主張。それが当該契約一人一人に帰責できるものなのかというのが争点になっていました。これは、一審の段階では、そういったデータを出してきております。会計帳簿、申告資料とか、バランスシートも出てきましたし。それは当然会計帳簿として、株主には開示されているものですので、そもそも営業秘密ではないというふうに理解しておりますが、そういった資料に基づいて、果たして事業者側が主張するような、個別人一人一人に関連付けられる損害なのか、消費者側が主張する、それらは事業すること自体から生じる一般経費に過ぎないのかという、そこから先は法的判断の話になりました。ただ、そういった資料が訴訟手続きにおいてきちんと出てきたので、裁判所としても、こうした事実資料に基づき判断ができました。最終、裁判所は、それが他の顧客との間にも生じる一般的な事業経費であり、平均的な損害の定義には入らないと判断しております。

こうした資料やデータに基づいて、経費が損害と言えるかどうかという論点に対して、それで真実発見というか、具体的に判断がされていったというケースがあります。具体的な判断のためには、こういった資料やデータを訴訟において出すべきだと私は考えます。そこで問題となったのは、価格設定の根拠をすべて示せという議論ではないと思います。そこを営業秘密10万円と設定した根拠をとということで議論すると、どうも錯綜していくのかなと思っております。私が経験した冠婚葬祭事業、葬儀会社の事例とか、そういったものの解約料というのは、実際裁判にはなりましたが、営業の秘密といったことはなく、損害の判断はされております。

もっとセンシティブな営業秘密を根拠として解約料を設定している契約条項のケースが実際にあるのかどうか、私はあまり見たことありません。仮に、具体的な解約料設定の契約条項において、その根拠を示すときに営業秘密がどうしても出てくるといふ具体的な契約条項の事例があるなら示していただきたいなというふうに思っております。

その上で、そうしたものについては、営業秘密を守る制度設定が必要だと思います。代金設定資料については営業秘密が含まれる可能性があるのであれば、その保護を考えていくとしても、まずは、争点となっている損害の根拠における損害論の定義をはっきりさせた上で制度設計をする。そういった視点で考えるべきだと思います。

今回、事務局が提案していただいた制度設定は概ね方向性としては正しいと思っています。ただ、営業秘密はなんぞやというところでどうもかみ合っていないところがございますので、それは別途どこかで議論した方がいいのではないかとこのように考えております。

もう一点だけなんですけれども、私の意見は、こういった制度、積極否認で説明し、更に資料を出すというのはセットの制度と考えておりますので、これは両方とも一般訴訟に使えるようにしていかないと意味がない制度になってしまうと懸念しています。消費者団体だけに限るという制度にしますと、これは集合訴訟と差止訴訟だけになってしまいます。そのように訴訟類型が限定されてしまった上での制度設計というのは、本筋から外れるものであり、そういった点は賛成できません。訴訟の利用主体を消費者団体に限るというところは、その点では私は反対をいたします。それは一般訴訟に使われるべきと考えております。以上です。

○山本座長

ありがとうございます。それでは、山下委員、お願いいたします。

○山下委員

営業秘密の保護を十分にした上で、積極否認の特則や文書提出命令の特則を導入するということには、基本的に賛成いたします。ただ、事務局のご説明の中で、技術情報などを比べるところの粗利や再販率等の情報というのは、保護の必要性が低いのではないかとこのニュアンスのご発言があったかに思えたのですが、やはり営業秘密を保護の対象として扱われている以上は、保護の必要があるという前提で考えるべきだと思います。しかも、今回のケースは、消費者であれば誰でも原告になる可能性があるという理由から、濫訴については、かなり慎重に判断する必要があると思っています。懸念しますのは、例えば新規参入を目的に、単に営業の粗利益や再販率などの情報を知りたいという目的でこの制度を利用するといった利用方法ではないと思いますので、事務局の説明にもあったように、情報の閲覧できる主体というのを制限していくという方向というのは、十分検討に値するのではないかとこのように考えております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、山本龍彦委員、お願いいたします。

○山本龍彦委員

2点ほどあるのですが、2点とも専門的・技術的なコメントというよりも、やや雑駁な話になるかと思います。1つは、特許法との枠組みの違いというものをご意識する必要があるのではないかなど。特許法の紛争訴訟の当事者というのは、基本的にはある種専門知識を持っていることが多いでしょうし、場合によっては法人ということになるでしょう。他方で、平均的損害に関する訴訟の当事者として、まず考えられるのは消費者ということになるわけですが、やはり両者には主体としての違いがあるんじゃないかというふうに思います。もちろん特許法の枠組みを援用していくというか、参考にするというのは十分にあり得るかと思いますが、やはりその違いには注意が必要かと思えます。

消費者というのはある意味、最近ではプラットフォームを通じたデジタルな取引が増えてくると、複数の相手と契約して、ポチッと簡単にキャンセルができてしまうといったようなこともあるわけですし、キャンセルにかかる心理的負担というのが、今後より減っていくということになると、ある意味で無責任な行為をするということも有り得るわけです。他方で SNS の特性というのは無視できないわけで、得られた秘密というのをうっかり感情に任せて打ってしまうということも当然有り得る。そういった今のデジタル環境を意識して制度設計する必要があるのかなというふうにも思いました。

その点で文書提出命令の特則の利用主体であるとか、インカメラ手続の参加の資格というのを限定する、消費者団体当人が限定していくことは有り得るというふうに思います。そこで考えなければいけない2点目なんですけれども、消費者団体と消費者との間のコミュニケーション。これをどういうふうに確保していくのかということなんだろうと思います。要するに消費者は見られない。ブラックボックスになってしまうわけで、この点、ホワイトボックス化される消費者団体が、消費者に対してどういう情報をどの程度伝えるのかということが重要になってくるのかなというふうに思いました。

いま申し上げたことは、消費者契約法第3条第1項第2号との関係をどう見るのかということも関わってくるように思います。消費者の理解ということをごこの条文を根拠規定にして、この文書提出命令等にも及ぼしていくというかです。この消費者理解というのをベースとして組み立てていくとすると、最終的には消費者にある程度情報が還元される必要があると考えられます。そこを

連続して捉えるのか、ぶつ切りにして別の論理で組み立てるのかによって、消費者団体と消費者との間のコミュニケーションプロセスをどういうふうにより作り込むのかが変わってくる。そこに全く消費者契約法は関わらないと考えるのか、それとも、消費者団体と消費者とのコミュニケーションについて何かしら制度設計をするのかといったことも、一つ考えなければいけないことかなと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、渡辺委員、お願いいたします。

○渡辺委員

はい。アジアインターネット日本連盟の渡辺です。まず、営業秘密について申し上げます。今回の事務局にご用意いただいている資料の14頁目に、特許での技術情報との比較が書いてありまして、「技術情報等は外部に漏れいすると、第三者が類似製品を製造し、権利者が市場において有していた優位性が失われ競争力が低下してしまうリスクが生じうるが、粗利益等の情報は当該リスクの発生までは想定されないのではないか。」というふうに記載がございますけれども、この点に関しては、かなり重要なところで、事実認識に誤りがあると思われまますので、ちょっと申し上げたいと思います。

製造業もそうなんですけれども、特にサービス産業にとっては、特許にならないようなノウハウも含めた営業秘密というのは、企業の生命線であると思います。営業秘密の最たるものの1つは、商品やサービスの価格に占めるコストの詳細にあると思いますけれども、企業は日々コスト圧縮努力を重ね、消費者に安価で良質な商品やサービスを提供しておりますが、これがいったん訴訟の場で漏れることにより、たちまち他の企業にもノウハウを知られることになり、競業者による模倣や取引先によるコスト圧縮に対する妨害行為などにつながりかねず、ひいては安価な商品やサービスを求める消費者への利益を阻害する結果にもなりかねないというふうに考えております。

さらに営業秘密というのは、コストという面だけではなく、企業のノウハウそのものであるともいえると思います。例えばIT関係の企業であれば、どういうシステムを採用し、どういう仕様でどういう価格で購入・運用しているのかということとか、メーカーであれば、どこの原料をどれぐらいの量・価格で仕入れ先から購入しているのかということに関しては、コスト面のみならず、ノウハウにも直結するものであり、今回この営業秘密が漏洩するリスクを事業者が負うかもしれないということに関しては、価格を上回らない、解約料の争いに比べまして、全くバランスが取れない話ではないかというふうに思います。

次に積極否認の特則について申し上げます。今回全体的に事務局からご提案されているものは、立証責任を消費者から事業者に転換しているわけではない、というのが前提になっているというロジックかと思えますけれども。この積極否認の特則は第6回検討会でも申し上げましたように、立証責任を転換している典型例ではないかというふうに思いますので、この導入には反対であります。解約料の高い契約について、消費者側がなかなか立証できないから、企業側に安易に立証責任を負わせたいとする流れになりやすいのではないかというふうに思います。

解約料が高いと主張されるのであれば、主張される側は相応の理由や根拠があるはずでありまして、まずそれを消費者の側において立証するのが本筋であると思えますけれども、立証材料を収集するのが困難であるという理由で、実際に行き詰っているような具体的な事例がどれぐらいあるのかということについてはもっと伺ってみたいというふうに思います。それから実際の裁判実務において、事業者が秘密保持を理由に説明を否定するというのであれば、その秘密保持の理由について訴訟の場で釈明の申立をするなどの対抗手段では、実際に困難であるのかどうなのか伺いたいところであります。また、訴訟の場で解約料の金額を否定するだけの証明があれば、事業者もその反論をする必要があり、その過程でさらに深掘りした議論がなされる可能性があると思えますけれども、それすらも困難であるのかも伺ってみたいと思えます。

それから最後に文書提出命令の特則についてであります。事務局のご説明で適格消費者団体には一定の管理体制があるということについてご説明は理解したんですけども、改正公益通報者保護法のように、団体職員に対する守秘義務・罰則についてもつけるべきだというふうに思います。個別の職員にも義務を課して秘密保持を担保することが必要ではないかと思えます。

一方、インカメラ手続に適格消費者団体の意見を求めることにつきましては、第6回検討会でも申し上げましたけども、その時点において事業者の営業秘密を知ることができ、インカメラ手続の意味を失うことになることから、適格消費者団体は外し、裁判所のみが閲覧できるようにすべきかと思えます。裁判所の意見を求める相手は適格消費者団体ではなく、中立公正の観点と企業の機密保持の観点から民事訴訟法上の専門委員のみとすべきであり、その専門員も適格消費者団体以外の者から公正中立なものだけを選任にすれば良いのではないかと思えます。以上です。

○山本座長

ありがとうございます。ここまでのところで、事務局からお答えをお願いします。

○加納消費者制度課長

はい、ありがとうございました。渡辺委員からご指摘いただきました守秘義務規定でございますが、現在の消費者契約法上で適格消費者団体の職員も含めて、罰則付きの守秘義務規定は、既に設けられているところでございますので付言させていただきます。その他、色々ご指摘頂戴いたしまして、特に営業秘密としてどういうものを想定してどういうふうに保護するのかというのをもう少し詰める必要があるということで、積極否認の特則にしましても、文書提出命令の特則にしましても同様の課題があるというふうに受け止めさせていただきました。以上でございます。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、第1グループで、沖野委員、垣内委員、河村委員、小浦委員の順でお願いします。まず、沖野委員からお願いいたします。

○沖野委員

ありがとうございます。そもそもこの制度については、営業秘密であるという一事をもって、そこで止まってしまうということが非常に問題であり、対して適切な保護が与えられることによって、必要な情報というのが明らかにされる。そのための制度をいかに用意するかという問題だというふうに考えております。

そのため、かなり大掛かりであって、また常に営業秘密を出さなければいけないのかというような印象があるのかもしれないんですけども、そういうものではなくて、いわば最後の安全弁としてこういったものを用意するという仕組みを検討しているのではないかと考えておりますので、かなりのものがここまで行かずに解決できるということは相当あるのではないかと考えております。これがごくおおざっぱなこの制度の意義ないし役割についての把握です。

そこからさらに2点ございまして、1つは積極否認のところでは言われております、濫訴等の話です。確かにこれは非常に大事であって、言いがかりであるとか不当な目的のためにこれを使おうとするということに対して対処が必要であるというのは、一般的にはそうだというふうに考えられます。

ただ、他方で、通常はどのような形で動いていくことが想定されるのかと言いますと、この平均的損害に関する条項を用意するにあたって、これが合理的な範囲であるということで用意されているわけであり、それに対してですね、ここで濫訴の例とされている、高すぎるという話というのは、そもそもこ

の訴訟に至る前の段階で、一体どういう考え方なんですとか、高過ぎるように思えるんですが、という質問があり、それに対してレスポンスとしてこれはこういう考え方でできているんですという、ある程度抽象的なレベルでかと思いますが、そういったレスポンスがあり、手掛かりがあって、それに対して、通常であればむしろそれならばこのような形になるのではないかということ消費者の方でさらに調べたりして主張していくという話になるのではないかと考えております。

特許などとの違いというのは様々な点があると思うのですが、1つの違いとして、ここでの話というのは、その平均的損害を超えるのかどうかということの評価するにあたって、何らかの手がかりがないと、どこからこれを判断したらいいのかが分からないような話であるという点があります。ですので、その手掛かりは当然与えられるのだろうし、そうであるべきだと理解しております。

もう1つの点ですが、適格消費者団体に限るかという点につきまして、平尾委員がご指摘になりましたように、適格消費者団体に限ることによって、訴訟形態として差止め、それから集団被害回復という、これらの類型でしか使えないということが適切かという問題は、やはりあるように思われます。ただ、文書提出命令ということになりますと非常に重くなるので、そこまで行くのであれば仕方がないということはあるかもしれませんが、ここからさらにですね、積極否認の方についても、消費者団体でないと言うような話になってくると、それは利用可能性として問題ではないかと考えております。もしそういうことになってくると、およそ利用させないという話ではなくて、むしろその適格消費者団体を、差止めや集団被害回復以外のタイプの訴訟にも適切に関与できるようにしていくという形で対応すべきものではないかと考えております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、垣内委員、お願いいたします。

○垣内委員

垣内です。ありがとうございます。これまで、色々な指摘がされてきた点ですが、まず積極否認の特則に関してですが、最初に山本和彦委員の方から問題提起もあったところですが、私自身は積極否認の特則は、基本的には民事訴訟規則で定めている一般的な規定を、この場合に則した形で具体化するという性質のものであり、効果として制裁の無い、そう意味では一種の努力義務とそれほど変わらない性質である。また、今回のご提案では相当の理由

という形での限定も付されているということですので、これをあえて適格消費者団体に限定した形の規律として設けるというよりは、一般的な規律として設けるということによろしいのではというふうに今のところは考えています。

ただ、若干気になっているのは、積極否認よりも秘密保持命令の適用対象についてでありまして、本日のご提案ですと、文書提出命令、インカメラに関しては、これは適格消費者団体が当事者となって、訴訟を出していくという想定していくということだと思いますけれども。積極否認と秘密保持命令についてはそれに限らないという枠組みになっているかと思われまます。

秘密保持命令をどちらに引きつけて考えるのかということが少し悩ましいなと感じているところがありまして、一般消費者も含めて秘密保持命令をかける場合があるというときに、それで実効性があるのかどうかというような点はすでにご指摘のあったところですし、仮にそこで問題となる規律というのが積極否認の特則だけであるということでもありますと、相当保護に値するような営業秘密があつて、これ以上は詳細に説明できないというようなことであれば、それで説明がなくても特段サンクションがあるということでもないということで、そこでさらに秘密保持命令の申し立てを認めて、詳細な説明をすることを可能にするというところまでの必要性がどの程度あるのか、というのは少し慎重に考える必要があるのかなと思っております。

文書提出命令の特則まで設ける場合については、これは正当な理由がない限りは、営業の秘密が含まれているという場合でもその秘密の要保護性の程度や証拠の必要性の程度によっては、提出が命じられることも有り得るということですので、これは秘密保持命令をセットで導入する必要性が極めて高いと考えられますけれども、積極否認の場合にそこまで言えるかどうかというところが少し検討の余地があるかなという気がしております。

また、これも山本和彦委員からもご指摘ありましたけれども、インカメラ手続については、本日の資料の説明の方向も前回と比較して、そういう方向になっていっていると受取りましたけれども、一般民事訴訟の場合と異なる規律をこの場面で設ける必要がどの程度あるのかというと、特許の場合とはかなり前提が異なるところがあるだろうと思われまますので、基本的には一般民事訴訟並びのインカメラということで良いのかなというふうに現時点では考えております。

文書提出命令の特則との関係で、これまで何人かの先生方からご指摘があつた点に関して、少しコメントさせていただきたいと思ひますけれども、適格消費者団体を対象とするということと考えますと、条項の使用差止め等の場面で、主として使われるということになる訳で、この種の場合には、特許等の関係で、損害が拡大し続けるということがあるのに対して、こちらはそうではないのじ

やないかというようなご指摘もあったかと思うのですが、当該条項が使用され続けるということになると、それが不当であるとすれば、被害を受ける消費者というものがこれから発生していくという場面で、まさにこれを認めるということですから、そういう意味では必要性も高いという事が言えるのではないかと思います。

また、「正当な理由」の判断に際しては、証拠調べが具体的な事案、手続、条件についてどの程度必要かということも裁判所がチェックしてスクリーニングするということですので、それを調べなくても理由が無いことが明らかであるというような場合にみだりに文書提出命令が発令されるということは想定されないのではないかなというように思います。

これらの規律は全体として、立証責任そのものは消費者の側にあるということとを前提にして、想定されている規律ですし、立証責任の所在そのもの、これは平均的損害を超えるのかという点について、証拠調べを尽くしても真偽不明であるという時に、条項を無効と判断するのか有効と判断するのかという点にかかっている訳ですから、その点について何ら規律を変更するものではありません。したがって、本日提案されている各規律は立証責任の転換であるという評価は、私は賛成できないというふうに考えております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、河村委員、お願いいたします。

○河村委員

営業秘密の問題というのは、経済学で言う、情報の非対称性、つまり、営業秘密とその価値が事業者には分かれないという問題であります。平均的損害額についての営業秘密に関して、判断基準があるとか、保護、文書提出命令と多岐に渡る論点がございましたが、経済学的に考えますと、この問題は、損害額の算定根拠を出さないのであれば、裁判所は事業者に不利な判断をするということによって大部分が解決するというふうに考えます。なぜかと申しますと、このようにしますと、価値の高い営業秘密は出さない、価値の低い営業秘密は出すという、事業者側に自ら情報の非対称性を緩和するインセンティブがあるからです。つまり、端的に申しますと、損害額の算定根拠を出さないのであれば、裁判所は事業者に不利な判断をするという原則があれば、判断基準、保護、文書提出命令はむしろ必要無い、というふうに考えておりました。

しかしながら、民事訴訟法であるとか、現実の裁判所の判断などを考慮しますと、損害額の算定根拠を出さないのであれば、裁判所は事業者に不利な判断をする、ということを実原則として運用することは不可能であり、また、今回議

論している消費者契約法の範囲から外れるということでした。そこです、現行法制の下で営業秘密の漏えいとか、クレーマーのような消費者による訴訟、濫訴ということに配慮しつつ、先ほど申し上げた損害額の算定根拠を出さないのであれば、裁判所が事業者に不利な判断をするということの運用に少しでも近づける善後策として、今回事務局にご提案いただいた営業秘密の判断基準保護、文書提出命令に対して賛成いたします。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、小浦委員、お願いいたします。

○小浦委員

わたしも事務局から提案されたものに賛成をする立場なんですけれども、まず営業秘密の方ですけれども、営業秘密保持命令を作ることによって事業者側が積極否認の特則、文書提出をしやすくなるのであれば、これは入れていただきたいなというふうに思っております。

それから、この文書の利用主体なんですけれども、最後のページですけれども、1つ、適格消費者団体に限定するというふうにあります。これには反対の立場を取らせていただきます。やはり、これまでも色々な委員の方からもご発言がありましたけれども、一般の裁判にも想定をすると、やはり消費者にもぜひ活用できるようにしていただきたいと思っています。やはりあの3条のところでも、事業者側は、消費者にきちんと説明をするという責任もありますので、ここは是非、消費者も見られるというふうにしたいと思っています。インカメラ手続の方は、このご提案のところに賛成をいたします。以上です。

○山本座長

どうもありがとうございました。それでは、ここまでのところで、事務局からお答えがあればお願いいたします。

○加納消費者制度課長

ありがとうございます。特にございません。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、以上で委員の皆様から一通りご意見を伺いました。そこで、委員の皆様の間での意見交換を含めて、さらに意見交換を行いたいと思います。ご発言があれば、先ほどと同様、お名前と発言を希望

する旨をチャットでご送信ください。時間が少し押してまいりましたので、ご発言される際にはおおよその目安ですけれども、1分程度でご説明お願いいたします。いかがでしょうか。

それでは、坪田委員、お願いいたします。

○坪田委員

はい。ありがとうございます。色々と今伺っておりまして、1つ濫訴の心配というのがありました。後は、今後インターネット取引等で安易に契約をして、解約をするという話もありました。確かに消費者は様々でありまして、今後も拡大していくと思います。それに対する懸念というか、手当の創設だと思ふんですけれども、消費者の集団訴訟制度ができる時も、濫訴の心配というのもありましたが、現在に至っております。この消費者契約法の中で、キャンセル料がずっと問題になっておりました。今ここで議論がされているのも、結婚式場であるとか、冠婚葬祭、高額な美容医療等、あまりにもキャンセルをした時期と実際に行う時までが、時間があるにもかかわらず、これほど高額な金額を請求されるのが、いかななものかという例がほとんどでございます。

そういった、現実にある問題を解決するには、まだ足りないところもあるのではないかとということで、今回消費者契約法の改正が議論されているというふうに認識しておりますので、将来的にもしっかりした法律を作ることは重要ですけれども、今置かれている問題について、やはり考えていただくことがまず大事だと思っております。営業秘密だとか、相当な理由であるというふうに使われないように、法律の主旨を踏まえた形で逐条解説の中で丁寧にご説明いただいた上で出来れば、消費者・事業者両方ともある程度理解ができて、適切な運用ができるのではないかと考えております。以上です。

○山本座長

ありがとうございます。他にご意見あるいはご質問があればお出しただければと思います。いかがでしょうか。よろしいでしょうか。ありがとうございます。

これは、事務局の最初の方の説明にもあったことではありますけれども、現在は、消費者契約法第9条という規定があり、平均的損害を超えるものについては効力を否定するというルールが定められています。このルールを否定するというのであれば話は全く変わるのですけれども、この規定があることを前提にして、次に考えるときに、先ほど渡辺委員から、実際にこれで立証困難でどれほど本当に困っているのか、どの程度そのような事例があるのかというご指摘がありました。これに対しては、これまで消費者契約法の改正については

つと議論が行われてきていまして、この問題もこれで何度目かというぐらい検討を続けているところですが、これまで私自身が経験したヒアリングでも、実際の訴訟の現場では非常に困難に陥っているということを何度もお聞きし、目にしてきました。その意味ではやはり、問題自体はあるのだらうと思います。

となりますと、平均的損害を超えているかどうかを判断するための材料が不可欠になるわけですが、それが事業者の側から、営業秘密のみが理由かも分かりませんが、出てこないとなりますと、立証の手の打ちようがない。結果として、消費者契約法第9条第1号が実際には使われないことになってしまう。それを本当に是認してよいのか、規定を定めておいて本当にそれで良いのか、というのが出発点だったかと思えます。

それで、どのような手当があるかということについて、今日を含めてご議論いただいているところです。もし営業秘密にあたるものは様々な手立てをほどこしても出せないということであれば、どうすればよいのかという問題が残ります。事業者が営業秘密をもとに恐らくは算定しているであろう損害賠償額の予定ないし違約金の定めが、そのまま有効になってしまう。本当にそれでよいのかという問題が突きつけられていると思えます。

先ほど事務局からもありましたように、営業秘密というものが一体どのようなものなのか。特許と違い、消費者契約は一般的に行われるものですので、様々な業種・業態が関わってくる。そこで、営業秘密と言われているものも、事業者のなかでも想定されているものが少し違っているのではないかと思えます。そこをもう一度確認して、どのようなものであれば、また、どのような手当を講じるのであれば、許容可能か。そのように、制度をうまく作っていくことができなにかかという点をもっと踏み込んで考えて行く必要があるのではないかと感じた次第です。

補足的にご意見・ご質問等、もしあればいかがでしょうか。先ほどから時間押していると申し上げましたけれども、多少余裕が出てまいりましたので、御発言されたいことを自制しておられるのであれば、お出しただければと思います。

それでは、平尾委員、先ほど言い足りなかった部分について補足的にご発言をお願いできればと思います。

○平尾委員

営業秘密とはなんぞや、にどうしても関わってくる問題で、損害の定義が問題になってくると思っております。まず損害の定義をどう考えるべきかは、平成25年に内閣府の消費者委員会で取りまとめたものがありますので、簡単に説明をさせていただければと思います。

当該契約にかかった実費とかの損害を含めるということはあまり異論のないところでしたが、現にサービスをしていないもの、将来も逸失利益はどこまでカウントしているのかということがやはり問題になっておりました。

その中で一点提案されたものが、実際給付していないもの、役務、対価を損害としては、基本的には認められないというものです。ただし、今回の事例でも挙げているような、直前キャンセルのようなものについては、利益を喪失しているので、それは損害にあたるだろうということになります。これを、言葉で書き下した場合は、例外的に損害に含めるとしたら、他の顧客を獲得するなどによって、代替することが不可能となり、利益を得る機会を喪失した場合は、逸失利益というのを例外的に損害に含めてもいいのではないかとという提案がされております。それが直前キャンセルのような事例になるのかなと思います。そこで想定されていたのは更に、相当前の時期にキャンセルしていた時に、それでもキャンセル料がかかるというのは、それは根拠があるのかという話がありました。結婚式場のようなサービスが懸念されておりました。

それから、携帯電話サービスや光回線サービスになるんでしょうけど、元々大量の契約が予定されていて、一定の解約が見込まれているものについて、それを本当に逸失利益という損害に含めていいのか疑問が提示されておりました。そういったものは、そもそも損害として含めないという考え方が提示されておりました。先ほどの代金、価格設定がどうだという話は、大量解約が予定されているような契約にリンクしていくのかもしれない。この点に関して、損害の定義というのを、一度整理してもいいのではないかとというのが私の考えでございます。

今回、意見交換がスタートするにあたって、第1回の検討会で資料4を提案させていただいて、契約類型に応じて逸失利益を含む場合、含まない場合を考えるというパターンを提案しました。今回資料として出させていただいた消費者委員会の資料では、一律の基準で整理しており、代替可能性という観点から考えております。逸失利益を損害に含めていいのかどうかという点を整理していきますと、例えば最初に前払いとして払ったものを直後にキャンセルしたとしても1円も返しませんといった違約金条項や、1年前あるいは1年を超えるような前の時期にキャンセルした場合でも違約金が発生しますといった違約金条項の場合、これらは料金や価格の問題に入る以前の問題であって、そもそもそういったものが損害に含めていいのかという議論になります。

多くの場合、そこの仕訳で整理されていて、言うほど価格の根拠というか、センシティブ条項を含めた理論になるのかなというのが私の感覚でございます。価格の問題に入る前に、根拠がある・ないという形でスクリーニングされるという事案の方が大多数なのではないかなという理解をしております、その点

が、私が目にした違約金条項というのが、これは一体なんの根拠でこのようになっているのか、そういうふう感じております。

ただし、私が目にしていないようなところで、厳密に計算して条項を組み立てておりこれには営業秘密がかなり含まれていますという具体的な状況があれば、具体的な契約条項の事案を示していただきたい。その上で、そういったものについて営業秘密が実際訴訟で出るのか出ないのか。そういうのを出ない形の制度にする選択肢もありますし、一定程度出た上で秘密保持命令とか、あるいは利用主体を制限したりするといった制度設計の議論になるのかなと思います。いずれにせよ想定される秘密の程度というか、もうちょっと整理しないというふうに考えております。

繰り返しになりますけれども、私が経験したような、葬儀会社の訴訟では、もちろん会社の内部情報でありましたけれども、それは、それほどセンシティブな営業秘密情報というものではなかったというふうに感じております。ちょっと裏話ですけども、その訴訟は一審で、事業者側の代理人は、積極的に損害を立証するために内部資料を訴訟に提出しました。そして、二審の段階になって、事業者の上部団体、社団法人の代理人が出てきて、控訴審一審の代理人に対して、なんでこんなに資料を出したんだ、出さなかったら立証責任で訴訟に勝てたのに、と苦情を言ったとかという話を伝え聞いております。私は公平な裁判を実現するためには、一審代理人のような態度であるべきと思います。訴訟戦略として、資料を出さなかったら立証負担で勝てたのに、そういう人たちの意見はいかなものなのか、私は弁護士倫理を非常に重要視していますので、倫理違反じゃないかなというくらいに思っていますが、これが現在の9条の立証責任の問題点を示す事例であると思います。以上でございます。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、遠山委員、お願いいたします。

○遠山委員

ありがとうございます。平尾委員のご意見に関してですが、契約が締結され、それが結果的に契約期間の途中で解約される場合、少なくとも、必ず、契約締結に関するコストはかかっていると思います。そういう意味で、元々いただいた金額は販売価格であり、契約締結のコストは、先ほど申し上げましたが、宣伝にかけているのか、人件費にかけているのかということも含めて、それに対するコストの話として、「平均的な損害の額」を議論しなければならないので、「価格やコストに入る前の段階」の問題とおっしゃっている部分は、ご発言の

主旨が理解できないのですが、それ以外の、逸失利益を平均的な損害の額から除くべきではないかというご意見に対して、少し申し上げたいと思います。

繰り返しになりますが、消費者契約法第9条第1号は、消費者が任意解除した場合の解約料などに関する規律であり、通常は、商品・サービスが最後まで提供された場合の対価を超えることはありません。一方、解除が織り込み済みであろうがなかろうが、商品・サービスの対価が利益なしで設定されることは、通常、ありません。

先程、平尾委員もおっしゃっていましたが、消費者が契約を任意解除するケースには様々なものがあり、中には事業者の営業に大きな支障を生じるものもあります。例えば、新聞報道にもありますが、ホテル・旅館や飲食店では、無断キャンセル、いわゆる「No show」が問題となっています。無断キャンセルは、当該事業者の事業機会を完全に奪うものであり、偽計業務妨害で職業不詳の男が逮捕されたケースもあるようです。この点、平成30年の11月に、サービス産業の高付加価値化に向けた外部環境整備等に関する有識者勉強会の報告書「No show（飲食店における無断キャンセル）対策レポート」が出されており、「コースの予約の場合、発生した損害を別の顧客で埋め合わせる（再販する）ことが著しく難しいと考えられることから、債務不履行による損害が、その全額となることがある。」などとしています。

また、平成18年11月27日のいわゆる学納金訴訟の最高裁判決では、「大学の予算は年度単位で策定されていて、当該年度の予算上の支出計画を変更するなどして人的物的教育設備を縮小したり、支出すべき費用を減少させたりすることは困難であること、一般に在学契約に基づく大学の学生に対する給付も1年を単位として準備されていることなどに照らすと、当該大学は、原則として、上記解除により、学生が当該年度に納付すべき授業料等及び諸会費等に相当する損害を被るものというべきであり、これが上記時期における在学契約の解除に伴い当該大学に生ずべき平均的な損害ということが出来る。」としています。

この点、退学後の期間に相当する授業料などの中に、利益にあたる部分があるとすれば、この判例は、「織り込み済みであれば、「平均的な損害の額」に逸失利益を含む」とするものと理解できます。なお、ある東京の私立大学は、新型コロナウイルス感染症への対応に関して5月に「学費に関する考え方」を公表し、その中で、「大学の学費は、4年間もしくは2年間・3～6年間の教育に対して、必要とされる総額を年数で等分して納めるもの」としておられ、4年間もしくは2年間・3～6年間について、織り込み済みと考えているようです。

「平均的な損害の額」の算定の根拠に逸失利益を含まないとした場合、例えばNo showのケースでは、クレジットカード等による事前決済を導入した上で、そのコストを価格に転換せざるを得なくなることが考えられますし、数

量・期間をまとめることなどにより商品・サービスを通常より安く購入したケースで、その数量・期間などの一部について解除した場合には、消費済みの数量・期間に対する部分について、通常の価格と割引後価格との差額が「平均的な損害の額」として認められなくなる懸念が生じ、そのような安価での販売ができなくなり、結果として消費者の利益も害することが懸念されます。また、「平均的な損害の額」の算定の根拠に逸失利益を含まないとした場合、同じ販売価格であっても、企業努力によって原価・コストを低くした結果、利益が大きくなった事業者の方が却って「平均的な損害の額」が低くなるなど、事業者にとっても不合理な結果を招くことが懸念されます。

従って、平尾委員の先ほどのご発言の主旨が、「平均的な損害の額」の算定の根拠に逸失利益を含むべきではないということを経済上などで明記すべきということであれば、これは、多様性を有する商品・サービスの内容や価格設定の在り方を含め、事案によって変わり得るものであって、一般的な損害の範囲に関する解釈に委ねればよいと考えられることから、その必要はないと考えます。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。議論が尽きないところかと思いますが、時間がそろそろ参りましたので、よろしいでしょうか。以上の議論につきまして、事務局の方から何かありますでしょうか。

○加納消費者制度課長

はい、ありがとうございました。

本日の資料は、努力義務と積極否認の特則、それから文書提出命令の特則ということで、更には営業秘密ということで資料を構成して色々のご議論いただいたところではありますが、まず、説明責任のところにつきましては、何を説明しなくてはいけないのかとか、その辺の整理をしつつ、またご議論いただければと。営業秘密の点ではございますけれども、特許法に引き付け過ぎたのかもしれないと思っておりますし、本制度でどういう営業秘密があるのか、営業上の秘密というものにも非常に重要なものがあるというご指摘はしっかり受け止めなければいけないと思っておりますし、そこでどういうものが想定されているのかというの踏まえまして、その保護を適切に図る規律を考えていく必要があるかと思いました。とりわけ遠山委員や渡辺委員から非常に重要なご指摘を頂戴したというふうに思っておりますので、更に検討させていただければと思っております。どうもありがとうございました。

○山本座長

どうもありがとうございました。それでは、いただいたご意見を踏まえまして、事務局で整理し、また次回お示しするということとさせていただければと思います。よろしいでしょうか。それでは、論点に関する意見交換はここまでとしたいと思います。

【4. 資料2の説明（検討スケジュール案について）】

○山本座長

続きまして、資料2、消費者契約に関する検討会、検討スケジュール案について事務局から説明をお願いいたします。

○加納消費者制度課長

お時間超過しているところ大変恐縮ですが、手短にご説明させていただきます。資料2をご覧いただきたいと思います。もともとこの8月に何らかの取りまとめをすることができればということでスケジュールを組んでございましたけれども、第3回から第4回の間、コロナウイルスの関係もございまして、中断させていただいたということもございまして、現時点でまだ引き続き検討すべき課題は多々残っているところと認識をしております。

そこで、来月以降も引き続き個別論点の件と、大きなところはつけ込み型勧誘、平均的損害額、更には不当条項といったあたりでありますけれども、そういうところにつきまして、委員の皆様のご了解をいただけましたらそういう形でスケジュールを組ませていただければと考えているところでございます。以上です。

○山本座長

どうもありがとうございました。このようなスケジュールで、今後も検討を続けるということの提案ですけれども、もしご意見あるいはご質問等がありましたらお出しいただければと思います。いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

もちろん、まだまとまっているわけではありませんので、これまでの議論を踏まえて、今後も引き続き検討していくということで、委員の皆さま方にはご負担を更におかけすることになりますけれども、引き続きよろしく願いたいと思います。ありがとうございました。

【5. 閉会】

○山本座長

それでは最後に、事務局から事務連絡をお願いいたします。

○加納消費者制度課長

本日も貴重なご意見を頂戴いたしましてありがとうございました。

次回以降の日程および議題の詳細につきましては、また改めて調整をさせていただいた上でご連絡をさせていただきたいと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。本日の議論につきましては、運営要領に基づき、事務局と私で議事録を作成し、委員の皆様にご確認いただいた上で公表をしたいと考えております。それでは、少し時間超過してしまいました。申し訳ございません。本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところお集まりいただきまして、どうもありがとうございました。これで終了いたします。