

消費者契約に関する検討会

第15回 議事録

消費者庁消費者制度課

第15回 消費者契約に関する検討会

1. 日 時：令和3年3月26日（金）13:00～15:34

2. 場 所：オンライン開催

3. 議 題

「平均的な損害の額」について

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、
後藤委員、高橋委員、坪田委員、遠山委員、西田委員、平尾委員、山下委員、
山本龍彦委員、渡辺委員

（事務局）

坂田審議官、黒木消費者制度課長、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 】

○山本座長

それでは、第 15 回消費者契約に関する検討会を開催いたします。本日も、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。

本日の議題は、「平均的な損害の額について」です。なお、本日は、山本和彦委員が御欠席、垣内委員、楠委員、山本龍彦委員が途中で退席とのご連絡をいただいております。

まず、事務局から、接続と資料の確認をお願いします。

○黒木消費者制度課長

※接続確認を行う。

続きまして、資料の確認をさせていただきます。本日の資料は、「議事次第」に記載のとおりでございます。資料 1 が「平均的な損害の額」についての事務局資料、資料 2 が河村委員ご提出資料、それから参考資料として、平尾委員から御提出した資料がございます。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。本日の議題につきましては、今回と次回前半の 2 回に分けて検討したいと思います。本日は事務局資料における論点Ⅰ及び論点Ⅱについて、まず事務局から資料を説明していただき、その後委員の間での意見交換を行いたいと思います。

まず、事務局より、事務局資料のうち論点Ⅰ及び論点Ⅱについて、説明をお願いいたします。

【 2. 事務局から「平均的な損害の額」について資料説明 】

○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。まず、4 ページにまいりまして、こちらは第 6 回検討会で使用した資料でして、消費者契約法第 9 条第 1 号の規律を改めてご紹介させていただいているものです。

続いて、5 ページにまいりまして、「平均的な損害」に関する課題を改めて整理いたしました。課題となっている点は、下の方に書きましたけれども、「損害額の立証困難」のところでした、その解決策を考えることが必要ではないかと考えています。また、第 1 回検討会におきまして「平均的な損害」が何であるか、この共通認識が重要であるとのご指摘を頂いておりましたので、従来の立証負担の軽減のための特

則のほか、「平均的な損害」の意義の観点も含めて2つ観点から課題にアプローチすることを今回ご提案させていただいております。

6 ページにまいりまして、現行法では「平均的な損害」とのみ規定されておりますので、事業者が解約料を定めるに当たってもどのように判断すべきなのか困っているような場合もあるのではないかと、実務も混乱した状況であるのではないかと推察しております。そこで、このような状況を整理しまして、その内容を事業者と消費者との間の情報交換に役立てればトラブルも減るのではないかと思います。今回は、①「平均的な損害の額」の意義を検討していただいた上で、②事業者が開示する情報を検討するという形の進め方を御提案しているところです。

それでは、各論に入らせていただきまして、8 ページにまいります。「平均的な損害」に関する現状ですが、逐条解説は四角で書いてあるとおりでございまして、あまり具体的な踏み込んだ記載までなされないところもありまして、矢印の下ですけど、消費者契約法第9条第1号が十分に機能していない原因ではないかと分析しています。消費者側の視点に立ちますと「平均的な損害」という形で書いており、何を主張・立証すべきなのかというところが分からずに訴訟活動が十分にできないのではないかと、事業者側もどのような基準・判断で説明すれば良いのかというところが分からず、どこまで証拠を提出すれば良いのか分からず慎重な姿勢となっているのではないかと、そのため訴訟が進まなかったり、そもそも訴訟が起きにくいというような形になっているのではないかと思います。このような状況を反映して、裁判例も類似の事案であっても逸失利益等につきまして様々な判断がなされているように思われ、ここで一度整理するという考えを今回検討しています。

9 ページにまいりまして、今回はシンプルにショートケーキのキャンセルで考えてみようと思っております。完全に架空の事例ですが、仮に700円でケーキが売られていたとしまして、それを会計の視点で分析してみますと、700円の構成要素としては、ケーキを作るために支出した小麦粉代等の直接費、緑の部分ですけれども、店舗の建設費などをケーキの代金に負担させて投資の回収を図るというもので、そういった費用を減価償却費という形で記載しております。その上で200円という利益を乗せて販売されているだろうと考え、それぞれ3色で表現しております。その上で、どこまでが「平均的な損害」といえるかを改めて考えてみますと、下の赤のところを囲っておりますが、契約のために通常支出する費用については、発生する可能性が高ければ「平均的な損害」の範囲内に含まれるという解釈になるのではないかとこのところを四角囲みの第一段落でご紹介しております。他方で、いわゆる逸失利益と言われている部分が緑と青のグラデーション部分ではないかと思われまして、間接費も逸失利益に含めて検討されているように思われましたので、グラデーションで表記をしているということです。そのため、逸失利益につきましては、第2段落のところですが、契約や場面によって様々な考え方があり得るのではないかと、

逸失利益と言われるものの範囲がどうなっているのかについても整理する必要があるのではないかということを本ページで紹介しているところです。

次のページ、2つ裁判例記載しておりますが、逸失利益の肯定例を紹介しております。一部紹介しますと下段のほうですけれども、結婚式場のキャンセル料などにつきましては、逸失利益を含めて「平均的な損害」の認定がなされているということを紹介しております。

11 ページにまいりまして、こちら否定例をご紹介してまいりまして、第1段目の方ですが、ドレスのレンタルの事例でして、契約して翌日キャンセルのような事例におきましてはこの1日の期間中に他の顧客を募集できなかったことにより利益を喪失するとはいえないという形として逸失利益を含めることを否定されたというものをご紹介しております。

それらを踏まえまして、12 ページにまいりますが、逸失利益の判断基準を改めて考えてみますと、いくつかの裁判例で言及されておりました「契約の代替可能性」がメルクマールとして機能しているのではないかとこの考えを記載しております。

「契約の代替可能性」、先ほどのケーキの例で申し上げますと、消費者がケーキの購入をキャンセルした結果、事業者の方が他の消費者に販売することができないようであれば「契約の代替性」が低く、逸失利益が「平均的な損害」に含まれると、こういう解釈ができるのではないかとこの考え方を示しております。

13 ページにまいりまして、「平均的な損害」を考えるにあたって「契約の代替可能性」以外にも様々な要素があると考えておりまして、1例として「解除の時期」と「契約の性質」といったものが裁判例で言及されておりましたので紹介しております。「解除の時期」でいえば、先ほどのケーキの事例を用いますと、例えば閉店直前の解約で他の消費者に販売することができなかったという場合には「平均的な損害」に逸失利益が含まれると整理数することもできるのではないかとこの考えを記載しております。このように、「平均的な損害」を考慮する要素は複数存在すると思われるので、その点について整理することを方向性として今回御提案しています。

14 ページに移りまして、こちら第10回、第11回に行いました「不測の事態における消費者契約のキャンセル」における専門家からのご指摘をご紹介しております。ただ、安田先生のご見解につきましては「不測の事態」という特殊な状況下を想定した検討内容でしたので、今回のような平常時には異なる考え方になる可能性があるかと思っております。そこで、この点につきましては後ほど、河村委員から資料2を用いましてご見解をいただこうと考えております。

以上を踏まえまして、15 ページまいります。今回の御提案ですけれども、「平均的な損害」に逸失利益が含まれる場合、含まれない場合の判断基準に関して委員の皆様からご意見を頂ければと考えております。また、2個目の黒丸のところですが「平均的な損害」の考慮要素につきましても様々なものが考えられると思

ますので、委員の皆様からご意見を頂戴したいと考えております。

駆け足で恐縮ですが、論点Ⅱについて説明させていただきます。こちら 17 ページにまいりまして、従来は努力義務という形で第 6 回・第 9 回でご提案してきた内容でして、そちらに関するご意見をまとめております。

事務局への賛成意見がある一方、事業者としてどの程度の内容を説明しなければならないのか、人件費等の具体的な数字まで出さなければならないのか、それとも項目くらいで良いのかと、このあたりが不明確であり検討の必要性をご指摘頂いていたと思っております。

この点を踏まえまして、18 ページでございまして、上段の方ですけれども、どのような説明が必要かというご指摘に対しましては、今回「平均的な損害」の意義を検討する過程で説明に必要となる情報が具体化・明確化できるのではないかと考え方を示させていただいております。その上で、下段にまいりますが、「考慮要素」と「算定方法の概要」及び「逸失利益が含まれる場合はその理由」の 3 点に限定すれば、細かな数字にまで触れることなく情報を開示することができるため、営業秘密にも配慮しつつ事業者が情報を開示することができるように思われましたので、今回は説明義務という形のご提案をさせて頂いているところでございます。

これらを踏まえまして、19 ページ今回の提案のほうにまいります。事業者が消費者に対して違約金条項に基づき支払い等を求める場合等において、当該消費者から「平均的な損害の額」の算定根拠等について説明を求められた際には、事業者は「平均的な損害の額」における考慮要素、算定根拠の概要及び逸失利益が含まれる場合はその理由を開示しなければならないという点について、委員の皆様からご意見を頂ければということを考えております。

駆け足になりましたが、事務局からの説明は以上となります。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、本日は、河村委員から資料 2 をご提出いただいておりますので、資料 2 について河村委員から御説明をいただき、同時に論点Ⅰに関するご意見もいただきたいと思います。およその目安ですけども 10 分程度でお願いできればと思います。それでは、河村委員、お願いいたします。

○河村委員

はい、ありがとうございます。スクリーンに資料をお映し頂けるでしょうか。

今回貴重なお時間を頂戴しまして、経済学、とりわけその中でも法と経済学の分野において、消費者契約におけるキャンセル料についてどのように整理が可能かというのをご紹介したいと思います。

経済学におけるキャンセル料の設定には二つ論点がございます。一つはキャンセ

ル料がキャンセルするか否かの消費者の意思決定にどのように影響を与えるか。二つ目はキャンセル料が、キャンセルが生じるような事態を予防するため、避けるための、事業者による投資や消費者による努力にどのような影響を与えるかという点です。今回の検討会の趣旨からしますと、第一点目、すなわちキャンセル料と消費者の意思決定との関係の方が本質的であると考えられますので、この点に絞ってお話しさせていただきます。

そして、資料2の最初の太字にありますように、キャンセル料により事業者の逸失利益を補填することが消費者による効率的なキャンセルを促すということをご紹介できればと思います。

まず、ここで効率性とは何かという点について、明確にしたいと思います。経済学において商取引の効率性概念で最も重要なのは、1年ほど前に提出させていただいた資料でご紹介させていただいたのですが、売り手も買い手も得をするということとあります。しかし、契約のキャンセルが生じるのは契約の履行によって、売り手も買い手も得をするということは不可能であるという状況です。その場合は売り手の利益と消費者の便益、効用といってもいいのですが、それを足したものを最大化するというのが、経済学で用いられるもう一つの効率性概念です。今日はキャンセル料のお話ですので、売り手の利益と消費者の便益の和を最大化するためにはキャンセル料をどのように設定すべきか、という観点からお話します。数式を使わざるを得ない部分がありまして心苦しいのですが、お付き合い願えればと思います。

まず今回出てきます5つの変数を次のように定義します。

x_p というのは契約をキャンセルしない場合の消費者効用の金銭価値です。ここで p は、契約の履行、英語でパフォーマンスを指します。

x_c というのは契約をキャンセルする場合の消費者効用の金銭価値です。ここは消費者が支払うキャンセル料は含みません。なお c はキャンセルの c を指します。

y_p というのが契約がキャンセルされない場合の事業者の利益です。 y_c が契約がキャンセルされた場合の事業者の利益です。 y_c というのは代替取引が可能なら代替取引における利益、代替取引がない場合にはこれはゼロかマイナスの値をとって事業者が被る損失を指します。なお、 y_c はキャンセルの際の事業者が受け取るキャンセル料は含みません。大文字の C はキャンセルが生じる場合に消費者が支払うキャンセル料です。

ここでキャンセルが起こる、つまり契約が履行されないことが経済的に効率的であるための条件が最初の不等式にございます。すなわち左辺の「キャンセル時の消費者効用と事業者利益の和」が $x_c + y_c$ となっておりますが、これが右辺に表しております「キャンセルしない場合の消費者効用と事業者利益の和」、つまり $x_p + y_p$ より大きいという場合になります。この場合にキャンセルが社会的に好ましいということになります。

従いまして経済学的な観点からは、社会的にはこのような条件を満たした場合にキャンセルが望ましいということになります。消費者契約においてはキャンセルは消費者によって行われることがほとんどだと思います。

では合理的な消費者がどのような場合にキャンセルを行うかと申しますと、2番目の不等式、すなわち左辺にあります「キャンセルした場合のキャンセル料の支払いを含めた効用」が、右辺にあります「キャンセルしない場合の効用」より高い場合になります。

従いまして、経済学的な観点からは、消費者によるキャンセルの条件である2番目の不等式と、最初の不等式で示した効率性の条件を一致させるような大文字の C が最適なキャンセル料ということになります。ここで少し数式を操作しますと、最初の2つの条件は、 C が y_p から y_c を引いたもの $C = y_p - y_c$ の時に完全に一致することが分かります。この $y_p - y_c$ はキャンセルにおける事業者の逸失利益と解釈するのが自然だと考えられます。

つまりここでの分析は、キャンセル料が逸失利益を補填する場合に、消費者によるキャンセルするか否かの意思決定が効率的となる、ということを示しています。 y_c というのは「キャンセル時の事業者利益」ですから、キャンセルの際に事業者にどのような代替契約が可能か、つまり、契約の代替可能性によって変化します。代替可能性はキャンセルが契約の履行予定の直前になるほど低くなると考えられますから、ここでの y_c はキャンセルが履行予定の直前になるほど低くなると考えております。次のページにみてください。

すなわち、最適なキャンセル料は、キャンセルが早いほど低くなり、履行予定の直前になれば高くなると考えられます。ここまでの議論はやや抽象的ですのでいくつか具体的な例を見ていきたいと思います。

まず、キャンセルが発生しても、全く同じ利益を生む代替取引が直ちに可能な場合は、 y_p と y_c が等しくなるイコールになりますから、最適なキャンセル料は y_p から y_c を引いたものすなわちゼロとなります。もう一つのケースとして代替契約が可能であるが、代替契約における価格はキャンセルされる元の契約より低いとなりますと $y_p - y_c$ は「元の契約と代替契約の価格の差」になります。これらのように費用が同じないしは近いと考えられる代替契約が可能なケースでは、代替契約の価格が分かれば良く、費用の計算というのは実は必要ありません。

最後に代替契約が全く不可能場合については若干数式の展開が必要なのですがこの節の最後の方程式にありますとおり、最適なキャンセル料は、元の契約の価格からキャンセルまでに事業者が支出していない費用を引いたものになります。ここまでの経済学におけるキャンセル料の基本的な考え方ということになります。

今までのお話で、事務局資料でも触れられていたような、第10回検討会における安田洋祐先生の御意見とだいぶ違うじゃないか、と感じられた方が多いと思います。

す。資料を進んでいただけますでしょうか。実は今日の私のお話は、消費者にキャンセルする、しないという選択肢があるということを前提に、その選択を経済効率性とすり合わせるための手段として、キャンセル料を考えております。消費者によるキャンセルやキャンセル料全般を考えますと、今日ご紹介させていただいた分析はより一般的かと思います。しかしながら、第 10 回検討会は、感染症や自然災害によるキャンセルが主な対象となっておりました。こうした状況では消費者は状況的にキャンセルせざるを得ない、つまり消費者には事実上、選択の余地がないと考えられます。そのような状況については、これまでご紹介した分析は対象としておりません。消費者に事実上選択の余地がないとなりますと、経済学的な効率性についての主眼は消費者がキャンセルするか否かの意思決定ではなく、消費者と事業者のリスク分担という別の論点になりまして、そうしますと事業者の方が消費者よりリスク負担が高い場合には、事業者がより高い負担を受け入れる。すなわち、キャンセル料は低く設定されるべきであるという安田先生がおっしゃられた点が、経済学的な分析の結果になると思います。

長くなりましたが以上です。これを以って第Ⅰの論点に対するご意見とさせていただきます。

【3. 意見交換】

○山本座長

どうもありがとうございました。それでは、本日の議題について意見交換を行いたいと思います。まず、途中退席される垣内委員及び楠委員から、論点Ⅰだけでなく論点Ⅱについても、ご意見をいただきたいと思います。

まず、垣内委員、よろしくお願いいたします。

○垣内委員

どうもありがとうございます。まず始めに今の河村先生のご報告に対して質問させていただいた後で私の意見をまとめて申し上げたいと思います。

河村先生のご報告は、大変私のような素人にも分かりやすく分析をして頂いてありがとうございます。大筋は理解できたように感じていますが、お伺いしたい点は最後の留意点のところとも関係するかと思うのですが、一番最後のところですね。C あるいは y_p とか y_c の数値が実際に、個別の事案でどのようなものになっているのかが分かれば、これをそのまま適用できるということになるのではないかと思います。実際にはそれが困難ではないかと指摘をされていて、それはそのとおりではないかと思われるんですけども、この算定をどこまで正確にするのかはともかくとして、一定程度しようとするとその算定のためのコストが問題となって

くるのかなと思います。効率的なキャンセル料を設定するためにそうした計算あるいは評価を行うためのコストというものを仮にこのモデルに更に追加したとすると、そのコストに関してどういう形でそれがキャンセル料の水準等に反映することになるかということが少し気になりまして、もしその辺りについて何か教えて頂けることがあればということが一点です。

それから、もしかするとその点とも関係するかもしれないのですが、今日の議題になっている「平均的損害」という消費者契約法9条でそのような文言が使われているわけですが、そこでは個別の損害あるいは個別の効率的なキャンセル料というよりは、平均的なものというのが問題とされているということですが、例えば個別事案においては算定は困難だけれども、総体としてある程度算定ができることがあるのかなのか、これは河村先生にお聞きするのは適当か分かりませんが、そういう問題があるとともに平均という、個々の事案がどうかということに加えて、典型的にたくさんものを集めた時にその平均を出すという考え方が、9条の文言に関係していると思うのですが、そうした平均という観点を入れることがこのモデルとの関係ではどういう意味を持ちうるのかということについて、もし教えていただける点があればありがたいと考えております。これが河村先生に対するご質問です。

それからの意見に関してですが、本日、論点Ⅰで事務局からご説明頂いたとおり、そもそも「平均的損害」がどのように算出されるべきものかということについて混乱をしているということであると、その先への検討を進めることは難しいということですので、法令等の整理は必要な作業であり、有意義なことと考えています。本日具体的にご示唆がありました代替可能性であるとか、解除時期等の要素はご指摘のとおり重要な点ではないかと感じたところです。そうした考慮要素の検討を引き続きする必要があるのではないかと思いますけれども、それと合わせまして例えば代替可能性があるとかいった具体的な考慮要素の基礎となるような考え方というんでしょうか、どうしてそもそも消費者契約法9条が「平均的な損害」ということを問題にしているのか、それは一体どのあたりに合理性があるのかで、これは経済分析的なこととも関係するのかもしれませんが、基礎となる考え方についての整理あるいは確認ということが同時に重要なのではないかという感じもいたします。これは私が実体法の素人なのでそう感じるだけなのかもしれませんが、その関係で私自身が一つ気になっている点としまして、9条では「平均的な損害」といっているわけですが、本来、「損害」の概念は一般損害賠償法の文脈では、賠償が認められる最大限度を画する機能を持っているのだらうと思います。

一般的にはそれに加えて過失相殺であるとか、損益相殺であるとかいった形で、場合によって減額がされることもあり、その結果、実際に請求できる金額が決まるということに通常はなるのだらうと思われましますが、その9条で「平均的損害」

と言っているときに、そういう意味での「損害」を指しているということで、その平均を問題にしているということなのか、過失相殺あるいはなんらかの減額事由等を考慮した上で、実際に消費者に請求できるべき、請求を認めるべき金額というのは損害額が必ずしも一致しない場合というのがあるのではないかと思います。すけれども、その請求が認められる額の平均というものを問題にしているのか、その辺り私自身ちょっと素人でよくわからないなと感じるところもありまして、民法の先生には常識的なことなのかもしれませんけれども、整理していただけると私にとってはありがたいなと思っております。

あとは細かい点になりますけれども、今日お示し頂いた9ページの設例でおいしいようなショートケーキの例ですけれども、ここで逸失利益と通常支出する費用という切り分けをされて、特に逸失利益の点について、契約の代替可能性の観点から場合によって異なる話なのではないかという分析をされているかと思います。それはそういう面もあるのかなとも感じますが、ショートケーキの例ですと、例えば一般的にはこの時点でキャンセルしたのであれば、そのケーキをそのまま他の顧客に売ることができることが通常だという事案を想定いたしますと、その場合には9ページの実務の状況、緑のところ逸失利益というところだけでなく、直接費とされているところに対応する通常支出する費用についても回収できるという状況になりそうでありますので、ここで示されている逸失利益のみならず損害そのものが発生しないという話なのではないかと思われまします。そういったしますと検討の際に逸失利益という概念で問題を抽出するということが常に適切なのかどうかということも、少し分からないような感じもいたしますので、その辺りについても可能であればさらに整備ができるといいのかなと思っております。

それから今日は正面からは出ていない話ではないかと思いますが、「平均的な損害」という場合にどの範囲で平均するのかという点では、同種かどうかの問題となりますが、その同種の範囲をどう設定するのかという問題が、実際にはいろいろな場面で問題とされる点かなという感じもいたします。今日の分析との関係ですと、特に解除時期の話と関連しまして、時期によって区別をするという時に、どの程度細かく時期を分けていくのかというような問題が出てくるように思いますので、そういった点も検討が必要なのかなという感じがいたしました。

それから論点Ⅱについてですけれども、努力義務ということではなく説明義務という形でということで、そうなりますとより制裁等や効果はどうなるかと思われましますけれども、内容的には義務ということで、単に努めるということではないということであれば、更に明確化が必要ということにはなってくるのかなと思われるところで、本日のご提案ですと、その考慮要素、算定根拠の概要、逸失利益が含まれる場合はその理由といったようなところで、更に詳細な逸失利益がいくらであってとか、費用がいくらであってとか、そのようなところまでは必ずしも説明しなくてもいい

という含みなのかなというふうに伺いましたけれども、そうであればそうした点を義務の内容として誤解のないよう明確に表現していくことが必要なのかなという感じがいたしました。

すいません、長くなりましたが、以上にさせていただきます。

○山本座長

ありがとうございます。それでは、河村委員への質問に対しては、今、河村委員からお答えをいただいてよろしいでしょうか。

○河村委員

はい、どうもありがとうございます。資料の方もう一回お示しいただけますでしょうか。

大変あの重要な指摘を二点いただきました。最初が費用等の算定コストです。資料最初のページにいつていただけますか。

算定コストというのはキャンセルが起こった場合の社会的なコストになりますので、左辺から算定コストを引くということが効率性の条件になります。つまり、 $x_c + y_c$ - 算定コスト が $x_p + y_p$ より大きいというのが効率性の条件となりまして、これを使って展開しますと最適なキャンセル料というのは $c = y_p - y_c$ に算定のためのコストを足したものになります。つまり算定コストがあると最適なキャンセルは若干高くなるということになります。そもそもキャンセル自体に社会的なコストがかかりますから、キャンセルするときにハードルを若干上げてあげるというのが直感ということになります。

そして2点目のご質問の平均的なコストをここでどう考えるかということですが、私としましては平均的なコストというのはこういった分析の質的な部分を取り入れることかな、というふうに感じています。正確にこういう数式でどうというよりは、例えば、この分析によれば十分にキャンセルが履行予定の1年前になされた場合に、そのままキャンセル料がその支払い予定価格というのは、恐らくおかしいだろう。なぜかという y_c というのは、おそらくキャンセルから履行予定の期間が長ければ長いほど高く考えられるので、というような形で、これをあまりにおかしなキャンセル料かどうかの判断に使うべきだと思っていまして、正確にどういうキャンセル料がいくらであるというのは、ご指摘がなりましたようにそもそも算定にコストがかかりますので、あまり直接的に、最適なキャンセル料を用いるということは考えておりません。その最適なキャンセル料がどのような場合にどうなるか、大きくなるのか小さくなるのかということここから導きだせれば良いなというふうに考えております。以上です。

○山本座長

どうもありがとうございました。よろしいでしょうか。

○垣内委員

どうも、ありがとうございました。

○山本座長

それでは、続いて、楠木委員から、論点Ⅰ及び論点Ⅱについて御意見をいただければと思います。

○楠委員

はい、楠です。実際にはなかなか最適なキャンセル費用というのを、きちんと個別に算定するというのは取引費用が多すぎるのではないかというふうに懸念をしております。どの範囲で平均をとるかという論点がありましたが、これ非常に重要だと思ひまして、例えばショートケーキの例をなされておりましたけれども、例えばこれは冷凍のショートケーキなのか、生のショートケーキなのかで、opportunity cost とか、それを後々他の人に売れる可能性というのは全く変わってくるわけです。そういった中で、本来であれば裁判なりでもって個別に鑑定をしていくということが考えられるのですけれども、現実にはそうすると結婚式のキャンセルとか相当金額の大きい場合にしか利用ができなく、例えば2万円程度の取引におけるキャンセル料をどのように予測可能で効率的に求めていくかというところにおいて、物差しとなるような典型的な算定方法を提示することによって、予測可能性を高めていくとか、あるいはADRみたいな仕組みを作りつつ、個別の紛争解決でもできるだけ件数を減らしていきながら、過去の調停のデータを表に出していくことによって、こういったところに誘導を図るなり、何かしらどう取引費用を小さくしていきながら、個別のキャンセル料を最適にしていくかというところの制度設計をきちんと考えていく必要があると思います。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、ここからは、論点Ⅰについて、委員の皆様からご意見やご質問をいただきたいと思います。また、先ほどの河村委員のご意見に対して、委員の皆様からご意見やご質問も合わせていただきたいと思います。

私からアイウエオ順で指名させていただき、一通りご発言いただいた後に、改めて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。

グループ分けは、第一グループが、沖野委員、小浦委員、後藤委員、高橋委員、第二グループが、坪田委員、遠山委員、西田委員、平尾委員、第三グループが、山下委員、山本龍彦委員、渡辺委員とさせていただきます。

それでは、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。平均的損害の概念をある程度明らかにするということの重要性はもちろん賛成します。そのうえで今回事務局のご提案の中に逸失利益や代替取引の可能性を一つの大きな考慮要素として考えていくべきではないか提示されている点につきまして、逸失利益をどう扱うかや代替取引の可能性が非常に重要であるということは私もそうだと思います。ただ逸失利益の概念というのが、また様々に捉えられている可能性もありますので、それを明確にする必要もあるのではないかと考えております。

一般的に解除に伴う損害賠償額の予定として、契約条項であらかじめ賠償額の予定を一律に決めるという場合に、どこまでがそれを超え、無効になるのかを判断するための基準だと理解しております。場面としましては、消費者が契約を解除するという場合ですので、いわば解除権の行使の対価としてのキャンセル料といった意味合いになってくるのかと思います。逸失利益の概念なのですが、会計等の対応は事務局が提示してくださったところではありますが、民法の問題としましては契約の損害賠償について履行利益、これに対して信頼利益ということが言われますけれども、逸失利益というのは何れもあり得ると思われまます。つまり他と契約する機会を失ったという意味での逸失利益は、むしろ信頼利益のほうに入るという整理もされますので、履行利益か信頼利益かということと必然的に逸失利益というのは結びつかないということに注意をしたほうがいいのではないかと考えます。逸失利益の概念は、原状回復に対比して、原状回復というのがもう既に支出がされてしまっかつ回収の可能性がない、その意味で無駄になってしまう支出でありそれを回復するものと捉えたときには、その原状回復を超える部分をいわば逸失利益と考えてもいいのかなと思っているところです。

河村先生のご説明は今回いろんなことを非常にクリアにさせていただいたと思っております。最初の履行利益と完全に一致させるというところは、むしろ履行利益の概念は置いておいて逸失利益ということ考えたほうがいいのではないかなというふうに思いました。あるいは経済学でいう履行利益というご説明だったのかと思いました。

また、河村先生のご説明で非常に示唆的であると思いましたが、まず代替取引の可能性がある場面では、垣内委員もご指摘になったところですが、結局い

むしろ直接費でさえ取りすぎということになる場合がある、ケーキが他に売ればそれ全面回復できるわけですから、その部分は原材料費等の支出があったとしても、それは回収できる費用なので無駄になる費用ではない、回収可能性を十分ある費用だということになります。算定コストの問題はあるとはいえ、代替取引ができるならば基本的なキャンセル料はゼロでいいはずで、ただ契約締結の費用と解除に伴う事務処理費用は、多分別途かかってくるので、最低限かかるのはここではないかと思います。契約締結費用と解除に伴う事務処理費用と、この部分は最低限常にかかるので、そこはどのような同種の契約でも最低限になるのかと、あと算定コストの問題もあるかもしれません。

一方で代替取引ができないという場合には、結局その契約価額、契約で取れるはずだった対価、金銭的対価が一般的だと思いますけれども、そこから節約できた費用を差し引いた額になるのではないかと思います。経済的な用語とは違ってきますけれども、川村先生のご説明からも、契約から得られた契約価格マイナス節約できた費用分というのが、今度は代替取引ができないときの最大値になってくるといふものとうかがいました。もちろんまたここに算定コストの問題が出てくるかと思えますけれども。

これを最大値として、その間でどこに対応させるか、あるいはその間を決めるときには、代替取引の可能性があったかどうか、あるいはできたどうかによって変わってまいりますので、その代替取引ができたか、その可能性があったか、かつ平均的になりますので蓋然性がどうかということを考えることになり、そうすると、やはり解除の時期が大事になってくるのではないかと思います。

それからもう一つは、代替取引ということがそもそも考えられるのかどうかというは契約の性質ですとか、対象、あるいは目的と言ってもいいかと思います。目的というのはパーパスでなくオブジェクトの方で債権の目的とか言われる方ですが、それがケーキであるのかどうかといったことだと思いますけど、そういう事柄によって変わってくるだろうと思われます。さらには解除の事由や事情ということもある程度あるかと思います。垣内委員がおっしゃった減額事由をどう考えるかということがありますけれども、損益相殺的なものは本来は二重取りになりますので、それは本来取れないということだし、この条項からも類型的に分かっているものは、やはり二重取りになるものは本来取れないはずだと思いますけれども、過失相殺的なものは非常に個別性も高いということがありますので、なかなか考慮はできにくいかと思います。かといって非常に債権者側、事業者側に非常に帰責性が高いような場合の解除のような場合にまで、同じように取れていいのかは疑問ですので、例えば解除の事由とか原因とかも考慮した上で額が決められているというようなことも考慮要素になってくるのではないかと考えているところです。まとまりがなくて恐縮ですが、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、ありがとうございます。私も今回の「平均的な損害の額」という平均的な損害の中に、9 ページで消費者庁さんが示していただいたように通常支出する費用が含まれるというところが、消費者として納得できる場所だと思っております。

逸失利益のことが、含まれるか、含まれないかというところなんですけれども、これは時期の問題もあると思っております。ケーキのお話もありましたが、事例でレンタルのドレスは申し込んだ翌日にキャンセルした場合という、この場合はもう全然事業者には損失は発生していませんし、この先まだまだ違う人にレンタルをして、そういうところで利益を得ていけばいいのではないかなと思っておりますので、逸失利益の考え方っていうのは、含む、含まないというものは、時期のことですとかそれから役務の種類にもよるのではないかなと思っております。河村委員のお話にもありましたように、やはりキャンセルが時期によって、事業者の方へ被る損失っていうのも大きい小さいが出てくると思われますので、やはりそのところは全てではなく時期を考慮することを入れていただきたいと思います。

それから、契約の代替可能性というところなんですけれども、別の人と契約をして損失がでなかったとか、いろいろなケースがあると思いますが、代替可能性についても垣内委員がおっしゃっていましたが、しっかりこのところ考えていきませんか、事業者によってもそれぞれで、どれだけの努力をして次の契約がとれたですとか、この程度の努力だったんだけど、最大限に努力をしたけれどもとれなかった、と主張する事業者があると思います。いろんなケースが考えられると思いますので、代替可能性についてももう少し定義づけといいますか、きちんとした議論が必要かと思っています。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、後藤委員、お願いいたします。

○後藤委員

ありがとうございます。事業者としての立場から申し上げますと、平均的な損害を、一件一件厳密に算定するというのはかなり難しいと思っております。これができるのであれば一番いいのかもしれませんが、現実的には、解約料を決定する要素は多岐にわたるので難しい。例えば事業者側では営業戦略上、コストを切り詰めることで、解約料を安価に設定し顧客を獲得する手段や、またキャンセルが効かない形に

することで商品の料金を大幅に下げる等、企業ごとに考え方も経営方針もまるで違っている。そういった中で、代替可能性も含めて分野ごとに検討を進めていく必要があると思っています。先ほどのケーキの話がありましたけれども、ケーキ一つをとっても、実際には1点ものの発注や、色々個別作ったりするものもあるので、各々で状況もまるで違うことを考えますと、なかなかその算定をするということは難しい。

一般的に業界である程度の基準が策定されているものについては、それを尊重すれば特に問題はないと思っています。ですが、そうではないもの特に高額であるものの商品について、代替可能性があるのか、個別の案件ですと代替できるか、できないかは一つ一つ確認する方法はあるかもしれませんが、大量の契約をしているときにその都度代替できるか、できないかを確認するのは、通常の商取引においてはコストがかかりすぎて難しいと思っています。平均的な損害をそもそも標準的な形で本当に規定できるのか、そこが問題になろうかと思っています。

従って、まずは業界である程度出来上がっているキャンセル料等の基準については算定基準を確認しながら、実務ベースで議論を積み上げていくという以外にはないかと思っています。

特に事業者の業種、業態、解約に至った理由、商品・サービスの性質、解約の時期、それから契約からの経過日数、金額、数量の多寡、いま申し上げた代替可能性など複雑な要素が非常に絡み合っているということです。簡単に平均的な損害の額を算定するというのは極めて難しいに思っております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、高橋委員、お願いいたします。

○高橋委員

私も今頂いた各委員のご意見とそこまで変わりはないのですけれども、一つこのお話を聞いてああそうかと思った点がございます。それは、解約料の設定の枠組みとして、上限額としての平均的な損害額というのが存在して、解約料の作り方とは別に平均的な損害額というのを考えるということなのかなと、今更ながらですが思い当たった次第です。つまり、今回の資料の9ページにもありますように、解約料の中に何が含まれるかということを見た場合に、通常支出される費用の他に逸失利益と書いてあったわけですが、解約料を考える時には損害ベースで考えるだけでは多分足りなくて、先ほど後藤委員もおっしゃったかもしれませんが、何か経営戦略的なことを含めて、事業者が何らかの裁量を発揮しなければならない場面ではないかと思っています。ただその解約料に枠を定めるために、損害の話を持ってくるということになりますと費用プラス逸失利益という話になってくるのかなと

いうふうに読みました。逸失利益というものの構成する内容については今、沖野委員がおっしゃったとおりかなと思っておりまして、いわゆる損害論でいうところの何にあたるかなというところが難しい、なかなか算定するのが難しいですねそもそも逸失利益の概念として皆さんにコンセンサスがあるかしらというところは若干心配したところであります。代替可能性についても、段々と価格が低減していく、代替して得られる利益がどんどん低減していくといった場合は、これは代替できると見ているのか、それはできないっていうふうにみるのか、グレーゾーンみたいなものがありそうな話になってきますので、なかなかこの代替可能性だけで説明するのも難しそうだなというふうにも思っていた次第です。

ちょっと取り留めがありませんけれども、私からは以上です。

○山本座長

どうもありがとうございます。それでは、ここまでのところで、つまり先ほどの垣内委員および楠委員のご意見も踏まえて、ここまでのところで事務局からお答えすることがあればお願いしたいと思います。

○玉置専門官

ありがとうございます。事務局からは特にございません。

○山本座長

よろしいでしょうか。また後で、まとめてお願いいできればと思います。それでは、続きまして、第二グループに移ります。坪田委員からお願いいたします。

○坪田委員

はい、坪田です。ご説明ありがとうございます。私も「平均的な損害」の定義について共通の認識を持つことは必要だと思います。事務局資料9ページですが、直接費は分かりますが、緑色の間接費、青の利益について、右の実務の状況では緑から青のグラデーションになっています。例えば最新の設備投資をした工場で生産をしているとか、国内でも最高レベルの職人が生産をしている、多くの宣伝費を投入していると言われ、この商品は原価が他の類似商品とは異なる、実損を被っている、という主張をされますと、消費者としては素人ですのでそのキャンセル料に高い、納得がいけないという思いはあっても、高品質であればそうなのかと思ってしまい、あきらめてしまうこともあるのではないかと考えております。赤の部分とグラデーションで示してある逸失利益との線引きが難しいこともあるかと思います。明確にできれば良いと思いました。大変難しいところでして、私自身が明確な考えを出すことはできないですが、このような感想を持ちました。

それから事務局資料の 12 ページですが、代替可能性は一つのメルクマールになると思っております。オーダーメイドの場合や、例えばネームを入れてしまった商品、裾上げをした製品について、また一般に一旦人の手に渡った衛生用品を解約することはできないということは、それなりの理解は得られていると思います。代替可能性、つまり再販売の可能性がないので逸失利益があるというのは、理解しやすいと思います。ところが結婚式場で開栓してない一般的なワインについてであると、それは納得できません。消費者の心理としてはごく自然に「なんで」と思うわけです。

もちろん一旦契約したので、キャンセルすることは事業者が快く思わないことは理解できます。消費者は 1 円もキャンセル料を払いたくないというわけではなく、この場合の問題というのは、なぜそれほど高額なキャンセル料なのかということ、請求された時に発生する問題だと考えております。代替可能性については様々な要因があると思いますが、客観的に評価できる基準として解約の時期は一つの基準になると思います。ドタキャンをしたペナルティーではなく、ドタキャンをされて被った実損です。この契約がとれたことを喜び、準備をしていたのに水の泡になってしまった、売り損なったという心情を填補するものではないわけです。ところが消費者にはペナルティー的な額に感じ取れてしまうような高額な場合があります。ここで不満、不納得となります。つまり、なぜサービスを提供されていないのに、これだけの額を払わなければならないのかという思いになります。どのレベルであれば名実ともに損害として納得できるのかという点を明確にすることが必要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、遠山委員、お願いいたします。

○遠山委員

はい、ありがとうございます。少し長くなりますが、ご容赦頂ければと思います。

総論として、消費者庁資料 6 ページでは、「平均的な損害の額」の課題として、「平均的な損害の額」の意義が明らかでないということが挙げられています。これまでも申し上げてきたとおり、条文が抽象的だと事業者のどのような行為や契約条項が要件に該当するのかが明らかでないため、要件は明確に規定すべきと考えています。この点、消費者契約法 9 条 1 号にはそれなりの数の裁判例が積み重ねられており、今回の論点 I において、それらをもとに「平均的な損害の額」の意義を整理することには、一定の意味があると考えます。

しかし、第 6 回や第 9 回でも申し上げたとおり、商品・サービスの価格設定は多様化しており、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

わけて消費者に多様な価格の選択肢を提供するケースでは、これらの条件のすべてが価格設定の要素となっており、解約手数料の水準も、必ずしも損害の発生を前提にあらかじめ定めているものではなく、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利益を見込まず収支ギリギリの価格設定としているものなど、商品・サービスの内容に応じた様々なものとなっています。

一方、キャンセル料が損害の発生を前提に算出される場合でも、例えば、消費者庁資料9ページではケーキの例が挙げられていますが、解約が小麦粉やイチゴを仕入れる前か後か、仕入れたとして商品を作る前か後か、また、作ったケーキの質や量、曜日や季節、競争環境などでも、人件費などを含めた実際の費用や実際の契約の代替可能性などは、同じ商品・サービスでも変わってきますし、また、不測の事態におけるキャンセルに関して第11回でも申し上げたとおり、ホテル・旅館、遊園地、結婚式場、スポーツクラブなど、商品・サービスの提供において施設・設備の利用が目的とされるなど施設・設備が重要な要素となる契約では、施設・設備の維持費などにより固定費が非常に大きくなることから、キャンセルに当たって契約のために通常支出する費用をキャンセル料とするだけでは、多くの契約がキャンセルされると事業が成り立たなくなりますし、そうでなくても、そのようなキャンセル料を前提としなければならないとすれば、第11回で安田先生がおっしゃっていたように、「もともとの価格水準をあらかじめそういった費用を加味しても利益が上がる水準にする」、すなわち、値上げをして、商品・サービスを利用した消費者の負担とせざるを得なくなります。

加えて、旅館・ホテル、航空券、飲食店など、また、大学もそうかもしれませんが、施設・設備の利用が目的とされる契約では、商品・サービスの提供数に限りがあるものが多く見られますが、そのような契約では、キャンセル時の契約の代替可能性が売上に大きく影響します。

事業者は、キャンセル料が損害の発生を前提に算出される場合でも、このようなことを前提に、商品・サービスの内容に合わせて、解約料に関する契約条項を作成しますが、その際、解約に関する様々な可能性を平均化・モデル化して条項を作成しています。そして、この場合、原材料費等の変化、解約される時期や場面、解約される契約の割合などを想定して平均化・モデル化しますが、その際、それぞれの要素をどのように想定し、どのように平均化・モデル化するかは、商品・サービスや事業者によって変わり、そのため、解約料に関する条項の構造や考え方も、商品・サービスや事業者によって様々となります。この点は、例えば、携帯電話の二年縛りの解約料に関する訴訟において、携帯電話会社3社の説明が必ずしも同じではなかったことにも表れています。

これに対し、消費者庁資料9ページにもあるとおり、逸失利益は場面や契約によって異なると考えられますが、そもそも、仕入原価や商品・サービスの利益水準は、

商品・サービスの品質・性能といった技術的な情報や、薄利多売とするのか、付加価値やブランドを高めて厚利寡売というのでしょうか、とするのかといった販売方法などの営業上の情報と密接と繋がっており、事業者ごとに異なっています。すなわち、第9回でも申し上げたとおり、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繋がっており、仕入れ原価や商品・サービスの利益水準は、通常、営業秘密とされています。

なお、第9回でも申し上げたとおり、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、授業料、実験実習費、施設設備費、教育充実費などの「授業料等」および学生自治会費、同窓会費、父母会費、傷害保険料などの「諸会費等」について、「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えることができる。」としています。この点、退学後の期間に相当する授業料や施設設備費などの中には、消費者庁資料9ページでいう逸失利益にあたる部分があると考えられ、少なくとも傷害保険料については、確定精算によって退学後の当該学生分に相当する金額が精算される可能性があります。が、判決では、とりたてて逸失利益を区別して判断していることはなさそうです。

また、消費者契約の対象となる商品・サービスは非常に多種多様であり、さらに、IT社会の進展とともに、価格設定のあり方を含め、新たな商品・サービスが生まれる中、裁判例となった事案における商品・サービスだけを前提に「平均的な損害の額」の意義、特に、民法415条の「損賠賠償の範囲」を離れて、商品・サービスの対価から「逸失利益」を区別して議論し、「平均的な損害の額」に逸失利益を含めることの是非や当該利益の開示などについて議論することは、商品・サービスの設計を含めた事業者の経営の在り方や、また、先ほど申し上げたように価格に転嫁せざるを得なくなった場合には、結果として、一般消費者の生活にも、影響を与える恐れがあります。

さらに、これも第6回・第9回で申し上げたことですが、「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」が低くなり、事業者のコスト削減の意欲が削がれることとなって、事業者間の競争が阻害され、結果として良質安価な商品・サービスを一般消費者が受ける機会を失わせることになりかねません。

したがって、論点I「平均的な損害の額」の意義に関する消費者庁資料15ペー

ジのご提案については、二つ目の黒丸の「平均的な損害」を検討する際の考慮要素を整理すること」は理解でき、具体的には、今申し上げたものも含めてさまざまなものがあると考えていますが、一つ目の黒丸の「平均的な損害」に逸失利益が含まれる場合、含まれない場合の判断」については、事案に応じた個別の裁判に委ねるしかないと考えます。

なお、先ほどの平成 18 年 11 月 27 日のいわゆる学納金訴訟の最高裁判決の原審である大阪高裁平成 17 年 4 月 22 日判決では、「平均的損害とは、同一事業者が締結する多数の同種契約事案について類型的に考察した場合に算定される平均的な損害の額をいい、解除の事由、時期、当該契約の性質及び特殊性、逸失利益、準備費用、利益率、契約の代替可能性、変更ないし転用可能性等の諸事情に照らし、判断するのが相当と考えられる。」としています。長くなりましたが、以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、西田委員、お願いいたします。

○西田委員

私は事務局の言うように判断基準の検討やその際の考慮要素の整理ということですが、これには賛成いたします。

消費者の立場からいたしますと逸失利益というのは、企業の儲けはできればゼロ、あるいは限りなくゼロに近いということを願っているというのにはたぶん異論がないだろうと思うのです。しかし、そちらは分かりやすいんですけど、事業者側の主張というのは非常に分かり難い。この判断基準というのが例えばこの会議におきましてもいろいろな専門家のご意見が違いますね。法の専門の方、経済の専門の方、いろんな方がおっしゃっていますけど、その判断基準は一致しているように見えないうし、いろいろと議論があるんだなということが素人の私には伝わってきました。とするとそこは一つ大きな理由になるかなと思っています。

もう一つは本日の論点から少しずれるかもしれませんが、平均という表現ですけども、先程どなたかの委員がおっしゃっていましたかね、同種の事業者というのをどこどこをイメージするかによって、平均の金額っていうのは当然変わってくるわけなんですけど、事業者が同業者として平均値の計算のために用いた業者というのが、消費者がイメージする業者と一致しているかどうかということによってズレが生じる。つまり、それが妥当ならば、一緒に、一致していれば問題ないんですけども、例えば悪質な業者ならば、あえて外れの値をとるような、つまり高額な値段をつけるような事業者を選定して平均値を操作するっていうことも不可能ではないだろうと思います。そんなことを考えますと、それはキリがないかもしれませんが、いずれにしても消費者にはこの算定根拠が大変分かり難いものだということが、

免れないだろうと思うんですね事実として。そこでその説明が大事なんじゃないかと、つまり消費者が納得できるように丁寧に、妥当かつ分かり易く、事業者は判断基準に考慮した要素っていったものを十分になされないと、この問題はクリアになっていかないだろうと、そのためには事務局が言っているような検討や整理というのが大事なのではないかと思っています。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、平尾委員、お願いいたします。

○平尾委員

はい、平尾です。まず平均的な損害の額の定義が必要な背景なんですけれども、消費者契約法9条1号というのは、元々立法段階は消費者の債務不履行、すなわち消費者の責に帰すべき事由があつて事業者が解除権を行使する場合を想定しておりました。この場合に一定の金額を超えるような損害賠償を請求することができないとの趣旨で規定されていたものと理解しております。

ただ、実務では、最高裁の学納金判決を見ても分かりますとおり、消費者の責に帰すべき債務不履行解除以外の場面でも消費者契約法9条1号が適用されるようになっております。準委任契約の中途解除でも適用があることが明確にされております。そうすると、消費者の責に帰すべき事由がある場合の損害の意義とは、異なる場面での規律を、あらためて整理することが必要になってきていると考えております。

すなわち、民法415条や416条の損害賠償の定義、範囲とは異なるものが含まれています。そこをきちんと整理する必要がございます。例えば民法の委任契約、あるいは先ほどもでた準委任契約では、民法651条によって解約する場合の損害賠償はできないとされています。できないのが法文上原則とされています。ただ、損害賠償が認められるのは相手方に不利な時期の解約、そういった場合に限定されますが、認められる場合であっても、報酬などの得べかりし利益を損害として賠償することはできないとされています。これが通説判例の理解でございます。こうしたことも頭に入れながら民法416条とは異なる損害の意義、範囲というものを規律していく必要があります。

まず、逸失利益というのか消極損害というのか、得べかりし利益というのか、言い方はいろいろありますが、得べかりし利益と定義しているものを整理しますと、これは仕入れコストなどを控除した売上総利益を意味するのか、あるいは販売管理費を控除して営業利益のことを意味するのか、そこはちょっと整理が必要かもしれませんが、そういった問題がまずあるかなと思います。

それから次に重要になるのが問題となる場面は、履行前の解約とそれから継続的

契約などで履行が途中までいってるときに解約する場合があります。それぞれ場面は少し違うのかなと思います。履行前の解約としては、事例にも挙がっている結婚式や葬儀、冠婚葬祭のサービスあるいは宿泊やホテルのようなサービス、そういったものが履行前の解約事例になります。他方継続的契約などで履行途中の解約としては携帯電話の2年縛り契約で途中解約するような場合、これらは少し違うのかなと思っています。履行前の契約の場合ですが、裁判例でもう少し紹介しておきたいのは、例えば結婚式場の予約キャンセル、これは東京地裁の平成17年9月9日判例があります。公刊物も出ているはずです。それから自動車売買キャンセルですね、大阪地裁平成14年7月19日というのがあります。これらは何も履行前の事例で、得べかりし利益というのは原則として損害には含まれないという判断がされております。

例外的に含まれる場面として、今回事務局の整理でもあるような手順ですね、他の予約客を断ったか否かという事情、あるいは他の顧客に転売できないような特注品であったか否か、そういった事情を考慮するというふうに整理されております。それから他の事例を紹介しておきたいのですが、冠婚葬祭互助会のケースで大阪高裁の平成25年1月25日、これは平成27年1月20日最高裁で上告不受理決定で確定しております。この裁判例がどのようにいっているかといいますと、これも役務提供前の解約の場合ですが、損害賠償の範囲については原状回復を内容とするものに限定されるべきであり、具体的には契約の締結及び履行のために通常要する平均的な費用、これが損害だと限定されるというような判断がされております。これはあとで紹介しますが、例えば森田宏樹教授の学説では、「消費者契約法9条1号は、従来、割賦販売法や特定商取引法において採られていた消費者契約の履行前の段階においては契約解除に伴う損害賠償額は原状回復に限定されるという原則を、全ての消費者契約に妥当する法理として一般化した規定である」とそのような見解が示されております。やはり、得べかりし利益、逸失利益といいために、原則として損害からは除外されるべきと考えております。今回資料として再掲載させていただきましたが、こういった整理も踏まえまして内閣府の消費者委員会の調査作業チームでは改正提案しております。ご紹介しますと、「解除に伴う損害は信頼利益に限定し、履行利益を含まないことを明文化することが考えられる。明文化に際しては、給付していない目的物、役務の対価、将来の逸失利益は原則損害に含めないこととし、ただし解約の時期的区分、「契約の目的」、この「契約の目的」は当該消費者向けに限定された給付内容なのか否かが重要になりますが、これらに照らして他の顧客を獲得する等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には損害に含める。」こういったことを明文化することが望ましいことが報告されております。以上が契約履行の前の契約の場合の話でございます。

これとは違う場面として契約がスタートした後の契約履行中の解約、携帯電話の

事例です。こちらはちょっと注意しないといけないのは、代替可能性ではうまく判断が付きにくいものとなっております。契約内容そのものに属人性があまりなく、抽象的な大量取引を予定していますので、こういった抽象度の高いサービスであればあるほど契約が締結されることによって他の契約を締結する機会を喪失するとか、正直そういう関係は成り立たない。代替可能性で携帯電話のような事例を考えていくのはちょっと難しいので、別の考え方を取り入れる必要がございます。ここは第 11 回の検討会で丸山教授が紹介しておられたような考え方を基礎にすべきかと思います。消費者契約では履行される役務は、不特定多数の者を対象とした画一性・大量性という特徴があります。携帯電話サービスなどはその典型例ですが、こうした場合消費者側の事情であってもある程度定型的に一定の確率で発生する事情に対し、取引全体で発生するリスクを計算し商品・価格を設定できるのは、これは事業者だけなんです。消費者は自分の側の事情で生じた解約であっても、リスク回避は基本的にはできません。そういった契約の特殊性というのはやはり考慮して考える必要があるかと思います。もちろん既履行の部分既にサービスされている部分の対価が除外されるのは当然なんですけども、未履行部分まだ役務提供がされてない未履行部分の対価というのは損害とすべきではないという方向で整理する必要があるかと思います。

ここまでが得べかりし利益の話なんですけど、これとはちょっとまた違う性質のもとして実損害・積極的損害などがありますが、前述した冠婚葬祭互助会の裁判例ではこの点がかなり論点になりました。具体的には契約の締結及び履行のために通常要する平均的な費用というのがこの積極損害と言われるものですが、これ具体的に何が該当するのかが問題になり、先ほど紹介した裁判一つだけではなく複数の高裁判決で、同じような判断がされています。これらの判断内容は、人件費とか設備費用は企業活動をする以上当然発生するものであって、実損害や積極損害に含めるべきではないとされており、実はこれらの裁判例を契機として平成 25 年には経済産業省で冠婚葬祭互助会の解約手数料のあり方等に係る研究会というのが開催されて、報告書も公表されています。そこでも施行準備費用というか、施設費用は個々の消費者契約との関係において関連性を認められない。すなわち損害として認めるべきものではないという整理がされています。なお、こういった実損害や積極損害というのは、履行前か後かで区別せずに、両方とも跨って発生するものなのかなと思っており、ただ一つの考慮要素としては、契約直後の解約の場合、履行前になるとは思いますが、そういった場合は履行のために通常要する費用というのもそもそも発生しないのではないかと、解除に係る費用等はあるにしても実損害はかなり限定されていくだろうと考えます。

それから先ほどの材料費の話、転用が可能な物は実損害でもやはりございまして、そういった部分が転用可能かどうか代替可能性というのは積極損害の方でも重

要なファクターになるのかなと考えています。

その上で、代替可能性を考えるに当たっては1点だけ注意が必要だと思っていて、先程他の委員からも指摘があったかと思いますが、例えば代替に向けて努力する事業者と努力しない事業者で差がでるのはおかしいのではないか、努力しない方が得することになってしまうのではないかという懸念があります。それはまさにそのとおりですが、ただここで考慮すべきなのは当該事業者が努力をしたかどうかではなくて、当該契約の性質あるいは目的物の性質から、代替できるものかできないものかというのを考えていくのが重要かなと思います。

それから、最後長くなって恐縮ですが、最後に一点だけ営業秘密との関係なのですが、そもそも得べかりし利益というのは原則としては損害から除外されるものと考えます。そうすると利益構造が問題となるケースというのは、実は解約金が問題となる全体像の中では極めて例外的な場面になろうかと思っています。例外的とはいえ算定が必要といった場合であっても、例えば先程言った粗利や売上総利益であったり営業利益で、そういったものをベースにしながら平均的な損害額を考えていくということであれば、損益計算書を見ればわかる話ですね。どこまで突っ込んで詳細にやっていくかどうかで営業秘密に関係するのかもしれませんが、あくまで平均値で大体の金額を定めるということであればそれほどセンシティブな営業秘密にはなり得ないと考えています。

それから実損害・積極損害の方も契約の締結及び履行のために通常要する費用というふうに考えていけば、それがそれほど営業秘密に関連するのかなと、私はそんなに関連しないんじゃないのかなと思っています。少なくとも冠婚葬祭の裁判例は普通に事業者側もそういった損害について、自己情報を開示しておりまして、特にそれについて閲覧制限をかけるという話もありませんでしたし、いずれにせよ平均的な損害ということを考えていくのであれば、それほど営業秘密に立ち入らなくても算定資料の提出は可能であると私は考えています。すみません。長くなりましたが、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からお答えいただくことはありますでしょうか。

○玉置専門官

貴重なご意見ありがとうございました。現段階で事務局から、特段コメントすることはございません。

○山本座長

分かりました。最後にまとめてまたお願いをいたします。

では、第3グループに移ります。まず、山下委員からお願いいたします。

○山下委員

はい、山下です。私は平均的損害の定義について、もう一度考え直すという事務局のご提案と、その要素として解除の時期や契約の性質、あるいは取引代替可能性といったものが重要であろうという点については積極的に賛成をしたいと思っております。

二点、併せて事務局にその際にお願いしたいという点ですが、代替取引の可能性というものとその解除の時期の関係の整理というものが重要ではないかというふうに考えております。今までの委員の中で複数引用されておりました学納金の返還訴訟というのは、代替取引可能性だけでは説明がつかない部分というのがあるかと思います。つまり、入学者を大学が決定した後について、補欠合格等で代替取引をする可能性というものがなくなった後であっても、一定数の入学辞退者が出てくるということは大学が織り込み済みであることを一つの理由付けとして、直前のキャンセルであってもキャンセル料がとれないという判断をしているということになりますので、キャンセルの見込みというものをある程度考慮した上で、行っている取引についてどのように考えていくのか、その場合には代替取引可能性とは別の考慮要素があるのではないかという点です。

もう1つは先ほど事務局の方で挙げていただいたイチゴのショートケーキのケースでございますが、イチゴの材料仕入れた後に代わりに売れるかどうかというのは一つのキャンセル料を取れるか取れないかの目安になるかと思いますが、おそらくもっと前だとそもそも材料を注文しないという可能性というのもあるかと思います。つまり代替取引とは別に、そもそもそこに費用をかけないで損害を回避することが可能な場合もあるかと思ひまして、これは代替取引可能性とはまた別の考慮要素になる部分ではないかと思ひます。いずれも解除の時期に関連するかと思ひますが、解除の時期と代替取引可能性というのはかなり密接に関連しているように思ひますが、別の考慮要素であるということで、解除の時期がどのような形でキャンセル料に影響していくかということを、消費者庁として整理して公表することが一つ重要ではないか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、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。平均的な損害とは何かということについて、一定の方向が見ら

れる中で、その考慮要素の一つとして契約の代替性ということを掲げることについては賛成したいと思っております。

ただ結局、この代替性の判断については、業種ごとですとか、事業者ごとに異なってくることになると思いますので、これを掲げることによっての一つの目安と申しますか平均的な損害の意義について一定の考え方を示すという意味があると思いますが、判断の混乱性というのは完全に消去、解消されるわけではないんだろうなと、そういう意味では指針やガイドラインによって、更に明確化していくことが重要だと思います。私自身は各企業が、事前にキャンセルポリシー等で、これは2つ目の論点に係りますけれども、どういう要素を考慮してキャンセル料を算定するのかというのを、分かりやすく示していくということも、連動して非常に重要なのではないかなと思っていますところなんです。すみません、短いですが、以上です。

○山本座長

ありがとうございました。最後に、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ございます。条文化された当時に平均的な損害の額としか規定されていなかったにもかかわらず、今日のように新たな商品・サービスが生み出されている状況下で、逸失利益が含まれているかどうかの判断基準を定める、あるいは平均的な損害を検討する際の考慮要素を整理することについては非常に難しい側面があると考えております。これまでの検討会でも指摘されてきましたように、商品・サービスの価格や解約手数料につきましては、各社はさまざまな考えのもとで設定しています。各社の経営戦略と強く結びついている場合もありますし、インターネット取引の中には例示で示されているようなショートケーキの製造のように直接費＋間接費＋逸失利益と積み上げ方式で価格が決まっているのではなく、ベンチマークをしている他の事業者の価格などを踏まえて決定しているような場合もございます。

「平均的な損害」に関する考慮要素につきましては、少し考えただけでも時期あるいは地域の特徴、割引率、解約の可否などなど非常に様々なものが思い浮かびます。今後も消費者のニーズに合わせて、これまでになかった新たな商品・サービスが生まれてくると思われます。その場合に価格や解約手数料の考え方、「平均的な損害」を検討する際の考慮要素についても、さらに様々なものが出てくる可能性はあれど、何らかのパターンに収斂していくというのは考えにくいと思っております。こうした状況を踏まえた時に、「平均的な損害」を検討する際に考慮する要素だったり、逸失利益を含めて良いかだったりを画一的に決めてしまいますと、より良い商品・サービスをお客様に届けようとする企業の努力にネガティブなインパクトを及ぼす

ことにもなりかねません。イノベーションの速度が緩やかになれば、消費者が利用可能な商品・サービスも限られてきますし、あるいは平均的な損害に含まれるものが限られるとなれば、その分値上げを検討せざるを得ないというケースも出てくると思います。

今回のご提案では「平均的な損害」を検討する際の考慮要素について、それをどのような形で整理して、どのように活用するのかということについては、必ずしも理解の及ばなかったところがございますけれども、仮に何らかのものが整理できたとしてもどこまで整理できるかは不確かで、また整理できたとしても常に見直しを伴うようなものになるのではないかと思います。

従いまして、判断基準を定め、あるいは考慮要素を整理するというよりは、やはり訴訟を通じて個別具体的に検討する方が良い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、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。

○黒木消費者制度課長

様々ご指摘いただきましてありがとうございます。かなり多岐にわたるご指摘を頂いたかと思いますが、中でも多くの皆様のご意見を伺って一点感じましたことは、今回代替可能性というものを一つ大きな判断基準にすることが可能かどうかということについてご提案申し上げご議論頂いたわけですが、やはり代替可能性がすべての場面で何か判断基準になり得るとはなかなか言えないのではないかと思います。他方で「平均的な損害」を考える場合の重要な考慮要素ではあろうということについては、概ね皆様にご指摘頂いていたところかと思います。この考慮要素につきましては、おそらくこの代替可能性だけではなく、他に時期やその他様々な要素があるものであろうということ、それについてどのような形であるかともかく、どういうものが考えられるのかというものを、ある程度整理をしていく、あるいは限定的に整理すべきかどうかということは別途必要かと思いますけれども、どういうことが現実において考えられているのか、考慮されているのかということについて整理していくことには一定の意味があらうと、ご意見を伺っていて考えたところでございます。

それと今回もご指摘いただいておりますけれども、解約料を実際にどのように算定をするべきなのかという問題ということと、「平均的な損害」をどう考えるのかというのは必ずしも同じではないというか、そこはしっかり整理をして資料等を作成していかなければいけないなと考えた次第でございます。と言いますのは、消

費者契約法第9条というのは、解約料をこう決めるべしということを定めているわけではなくて、解約料というものは「平均的な損害」を超えた部分は無効になるということを定めているということです。その当たりを整理してご議論いただいていくということが今後さらに必要になってくるかなと思って、その辺も私共の整理を工夫して参りたいというふうに思います。以上でございます。

○山本座長

どうもありがとうございました。最後におっしゃった点は、私も全く同感でして高橋委員が的確にご指摘いただいていたとおりでと思います。

解約料をどう設定するかは、経営戦略の問題とも繋がっているところで千差万別かもしれませんが、それが不当条項になっていないかどうかというリガールチェックをしていただく必要があるだろうということで、その際に何を考えてこれは大丈夫と判断したか、そこが本来の問題のように思います。もちろん、そう言ったからといって、簡単になるわけでありませんが、その二つの問題を切り分けて考えてみるということが重要ではないかというのは、私もそのとおりと思います。

ここから先は、他の委員のご発言に対してご意見やご質問を希望される方は、いつもと同様、チャットを通じて送信していただければと思います。

その前に大変恐縮ですが、私から河村委員に一つ質問させていただければと思います。先程までのご議論の中でも、キャンセル料が価格の設定と結びついている場合があるということをどう受け止めるかという問題が出ていたように思います。これは、キャンセルされる可能性を価格に織り込んでいるか、あるいはキャンセルされない可能性を価格に織り込んでいるかどうか、そういったものが、キャンセルされた場合、あるいはされない場合の事業者利益に反映しているのかどうか、先程の資料2に基づいてご説明されたところと結びつけて言いますと、どう理解すればよいか、ご意見を伺えれば幸いです。いかがでしょうか。

○河村委員

キャンセル料が高いけれども価格を下げるとか言った場合ですよね。それに関してはその取引に伴うリスクを、消費者と事業者が間でどのように分担するかという話になってきまして、そう考えるともし両者がリスクについて納得した上で、つまりそのリスクを踏まえた上でこの契約というのは、そのキャンセル料を含めたリスク分担に関してもお互いの利益になるということで契約するのであれば、そこに自由度を認めて良いという考え方になります。

○山本座長

そうしますと、資料2で数式等を用いて分かり易くご説明いただいたのですけれ

ども、これとは別の問題なのでしょうか。

○河村委員

はい、別の問題になります。ここにリスク分担の話は入っておりませんので、もしリスク分担という観点があればお互いが事前に納得している限りにおいて、つまりお互いの利益になると判断した限りにおいて、そのようなキャンセル料と価格を調整するというような取引であれば、経済効率上認められるということになるかと思います。

○山本座長

どうもありがとうございました。

それでは、他の委員のご発言に対してご意見等がありましたら、チャットを通じてお出しただけだと思います。それでは、河村先生、お願いいたします。

○河村委員

沖野委員にご指摘していただいた点が非常に重要なのでコメントしたいと思います。まず初めに取引にキャンセルに伴う事務手数料をどう考えるかということですが、これは実は先程の垣内委員のご質問に答えたのと全く同じでありまして、事務手数料等はキャンセル料に転嫁するというのがこの分析に従った結論ということになります。

そしてもう一点ですね、信頼利益と履行利益との差についてのお話がありました。実はここで扱っているのは沖野委員にご指摘頂いたとおり、履行利益の損害賠償をキャンセル料とするという形で、この資料を作成しております。それをあえて逸失利益という呼び方をしておりまして、ここでは正確に言えば履行利益の損害賠償という言い方が正しいということになります。

そこで信頼利益の件ですが、信頼利益にするという可能性も、法と経済学の分野でありまして、どういう場合かと言いますと、信頼利益にしますと事業者側がその取引に関する利益がゼロになるというのが基本的な考え方だと思います。つまり損失を補填する、利益の分までは補填しないという形に経済学の考え方ではなりますので、そうするとキャンセル料は低くなります。

キャンセル料が低くなった何が起こるかという点、一点は消費者の意思決定が必ずしも効率的ではないと、キャンセルするか否かの意思決定が必ずしも効率的ではないと同時に、今までお話しした履行利益の損害賠償にしますと、損失を消費者が一方的に負うことになっておりますので、事業者側にキャンセルを避けるための投資ないしは努力を行うインセンティブは一切ないのです。一方消費者側には、事業者が損失を被りますので消費者側にはキャンセルを避けるための投資ないし努力

のインセンティブがあると、どういうことかと申しますと消費者には例えばキャンセル、その契約が旅行に行くための契約であれば体調に気をつけるであるとか、それから契約書をよく読むといったような、そのキャンセルをできるだけ避けるための施策を取るインセンティブがある。事業者側には一切ない。なぜかというところキャンセルによって事業者が全く損をしないという考え方で、履行利益の損害賠償はなされていますので、そうすると事業者側にキャンセルが必要なような事象を避けるインセンティブはない。

ただし場合によって事業者側にそういった投資する努力をすべきだというケースも考えられるでしょう。例えば、契約内容を消費者により良く理解してもらうために、事業者側が努力した方が良いケースというのはあるかもしれません。そういったケースでは、キャンセル料を実は履行利益の損害賠償にあたるものより下げることによって、事業者側にキャンセルを避けるための努力ないしは投資を促すという効果があり、それが全体としての効率性を上げるという可能性はあるということになります。ただし、契約がキャンセルされる事象を避けるための投資というのは、今回の分析には入れておりませんので、入れない限りにおいて履行利益の損害賠償をキャンセル料とするというのが効率的という結論になっております。以上です。

○山本座長

ありがとうございます。他に御意見あるいは御質問ありますでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、議論は尽きないところですが、他に検討すべき事項もありますので、この問題について今日はここまでとさせていただきます。

先程事務局からも整理していただきましたように、代替取引が可能かどうかというのは、一つの重要な考慮事由であることについてはご異論なかったように思いますが、強いて言えば、それだけではないということはもちろんですが、この代替取引が可能かどうかということは、逸失利益についてだけではなく、費用に関しても考慮事由として働いていく可能性があるというご指摘もあったように思います。その当たりも含めて整理をする必要があると思います。

さらに、契約の性質、目的、解除の時期がそれらと結びついて考えなければいけない考慮事由であるとともに、解除事由も影響してくる場合があるのではないかと、あるいはそれらの算定コストをどのように織り込むかということも含めて、たくさんのお有益なご指摘があったように思います。

もちろん、これらの考慮事由が、一律にあげられるか、それとも類型に応じてあげられるか、そういった点については難しい面があるというご指摘もあったところで、これは法制化が可能かどうか、仮に可能だとするとどのようにすれば良いか、それが仮にできないとしたとしても、ガイドラインなり逐条解説なりにどのように織り

込んでいくか、考え方が示されることによって、事業者も消費者も考えやすくなっていくという面がありますので、そこまで視野に入れてどのようにしていくのが適当か、これが今後の課題ではないかと思います。

それでは、以上について、事務局で整理して、また次回お示すするということがよろしいでしょうか。事務局の方からよろしいでしょうか。

○黒木消費者制度課長

はい、承りました。ありがとうございます。

○山本座長

本来ですと休憩を取りたかったのですが、かなり時間が押してしまっていますので、大変お疲れのところ恐縮ですが、このまま論点Ⅱ説明義務の導入についてに移りたいと思います。どうかご容赦いただければと思います。

では、論点Ⅱについて、委員の皆様からご意見やご質問をいただきたいと思います。ただ、山本龍彦委員が途中で退席されると伺っておりますので、最初に、まず山本龍彦委員にご意見をいただいて、その後、他の委員にお願いしたいと思います。よろしいでしょうか。

では、山本龍彦委員、よろしくお願いいたします。

○山本龍彦委員

はい、ありがとうございます。先程キャンセルの可能性を価格に反映するような場合というのは、リスク分担の問題になるということについて事前の納得が重要だという話が河村先生からございましたけれども、やはりそうなってくると説明というのが重要になってくるのかなと思います。特に事前の説明というのが重要になってくるのかなというふうに感じたところがございます。

今回のこのスライドの19ページ要件2をみますと、当該消費者から「平均的な損害の額」の算定根拠等について説明を求められた際には、ということが書かれております。ちょっと気になりましたのは、こういうふうに当該消費者から説明を求められた場合でないとその算定根拠等を説明しなくて良いといった印象も受けなくもないと思いました。そもそもこういったことは、これは平均的損害の額というのは先程のお話がありましたように不当な条項にあたるかどうかということなのですが、算定の根拠等については、キャンセルポリシー等で事前に分かり易く説明しておく、あるいは公表しておくということが求められるのではないかなと思っています。これはもしかすると、この条文ではなくて、既に別の条文で要請されているのかもしれませんが、この点について一点確認をしたいと思います。

もし仮にキャンセルポリシー等で算定の根拠等を公表しておくことが求められ

る場合には、その公表内容と今回の新しいご提案で求められる個別の説明内容とがどういう関係にあるのか、そういうことも整理しておく必要があるのかなと思いました。例えば事前にこういったことをキャンセルポリシーで公表していれば、ある種個別の説明は一通りのことと申しますか、「ここを見てください」みたいなことで良いのか、その逆のことも言えるわけで、逆に公表されていなければしっかりそこで説明する、個別に説明すれば公表しなくていいのかと、この両者が取引的な関係にあるのかそうでないのかということについても、整理が必要かと思います。

仮にその取引的な関係、こっちをやっていればこっちしなくて良いとか、そういうことではないとすると、結局、両者の説明内容は変わってくる。つまり公表事項と個別の説明事項というのが変わってくるように思うわけですが、その場合には、今回の新たなご提案で言われている個別の説明内容というのが一体どういう説明になってくるのか、あるいは説明の深さというものが変わってくるのか、あるいは「あなたの場合にはこうですよ」というところまで丹念に説明する必要があるのか。これらの点については、少し検討を加えておく必要があると感じました。以上です。

○山本座長

どうもありがとうございます。それでは、続きまして、先程とは逆の順番で指名させていただき、一通りご発言いただいた後、改めて先ほどと同様、他の委員のご発言に対してご意見、ご質問あればご発言いただく機会を設けたいと思います。大変恐縮ですが、円滑な進行のため、おおよその目安ですけれども2分以内でご説明いただきますようご協力の程よろしくお願いいたします。

では、第三グループからお願いいたします。渡辺委員から山下委員、平尾委員、西田委員までお願いします。まず、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。今回の事務局資料 18 ページ目に解約料について事業者が情報開示する範囲を限定すれば、事業者は営業秘密に配慮しつつ「平均的な損害の額」に関する情報を開示することができるのではないかというふうに記載がございますけれども、ここについてはそうではないというふうに考えております。逸失利益が含まれているかどうかを明らかにすること自体、例えば逸失利益が含まれていない場合には、逸失利益以外の契約のために通常支出する費用がいくらであるのかを知ることができることになりますので、企業にとっては営業秘密を開示することと同じかと思っております。前回の検討の際も申し上げましたとおり、商品やサービスの価格などに占めるコストというのは企業にとっての生命線であり、企業は日々努力を重ねてコストを削減し、それによって消費者に安価で良質な商品・サービスを提供しようとしておりますけれども、逸失利益が含

まれているか否かを明確にすることは、企業にとって非常に重要な情報を開示することになっているかというふうに考えております。

やはり、この「平均的な損害の額」について不服がある場合には、その旨を訴訟において主張した上でさらなる説明を求め、考慮要素やその理由の開示の是非については裁判所の訴訟指揮に委ねる方が良いと考えます。

また今回のご提案は努力義務ではなく、説明義務ということでありますけれども、消費者契約は多数の方と契約をするケースが多い分、その具体的な開示方法によっては企業側にとっては追加のコストが発生し、その分場合によっては価格に上乗せせざるをえない場合も出てくるかもしれません。また少額の契約においても説明義務が課せられるとなれば、消費者にとってのメリットと企業が失うかもしれないデメリットの均衡が全く取れないようにも思います。

また、今回のご提案で説明義務に違反した場合どのような効果が生じるのか、そこを含めどのように考えておられるかについて、必ずしも明らかにされていないように思います。新たな義務の導入についての議論ということでありますので、出来ることならばそうした全体像も含めて今後説明をご検討頂ければと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、山下委員、お願いいたします。

○山下委員

今回ご提案頂いた内容というのは、第1の論点である平均的な損害額についての考慮要素等について整理ができたという前提のもとで、事業者が消費者が算定根拠について説明を求めたというケースを想定されているのだと理解しておりまして、そのような場合に、算定にあたりそうした考慮要素をどのように組み合わせて現在のキャンセル料が決まったのかということを説明する義務というものを想定されているというのが、私の理解ですが、私の理解であっていけば私はこのようなご提案で良いのではないかというふうに考えております。

平均的な損害の額について、事業者が一定の一貫した説明を全ての消費者に対して行なっていれば、ここで言う説明義務というものは果たされるということになって、それほど個別具体的な内容に踏み込むものではないのではないのか、そうであれば事業者にとって営業の秘密を開示する等の負担は生じませんし、一貫した説明であるということを前提にすれば、一つの説明資料を作っておけば提示ができるということになりますので、それほどコストもかからないだろうというふうに考えました。逆に言いますとその程度の一貫した説明ができないということは、やはりその事業者として問題があると思いますので、そのような説明義務を課すというご提案

であれば賛成したいと思っております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。平尾委員、お願いいたします。

○平尾委員

私も事務局提案に賛成いたします。今回の提案が単なる努力義務ではなくて、法的義務としての説明義務を提案されているものと理解しておりまして、そういったものを作るべきと私も考えております。

公的義務である以上は、やはり一定のサンクションが必要であろうと思います。それをどういう形で規定するかは今後の検討だと思いますけれども、例えば民事的効果に結びつくような形であることが私は望ましいと考えております。

それから、この説明義務というのは契約する消費者だけではなくて、消費者団体少なくとも適格消費者団体から説明を求められて、差止訴訟前提での場面だと思いますけれども、説明を求められた時にも機能するようにすべきです。それを含んでいるということであれば、当然積極的に賛成いたします。もし万が一含まれていないということであれば、それは必要なことだと考えます。そういった意見となります。以上でございます。

○山本座長

ありがとうございました。西田委員、お願いいたします。

○西田委員

説明義務を新たに設ける、義務付けることに関しまして、先程私はもうすでに意見を述べた気がしているのですが、賛成です。

基本的に消費者がクレームをつけるというのは、その時はとにかく相手の事業者の複雑な算定根拠が分からないからが一番大きいだろうと思いますので、とにかくなるべく事前の契約の段階が望ましいのではないかと思いますけれども、その段階で説明さえしておけば、かなりトラブルは減るんじゃないかなと思います。いろいろその複雑な算定根拠というのを今まで議論してきたように、難しいわけですから恐らく消費者の方はもっと難しく感じると予測されまして、そうすると事業者への不信感さえできるかもしれないので、やはりここは業者にとってもいきなり訴訟とかではなく、そうなる前に説明をしておいて納得してもらいやすくするということが大事じゃないかなというふうに思います。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いただくことはありますでしょうか。

○黒木消費者制度課長

すみません、とりあえず続けて頂いて、またまとめてお答えしたいと思います。

○山本座長

分かりました。それでは、続いて、第二グループは、遠山委員、坪田委員、高橋委員、後藤委員です。遠山委員からお願いいたします。

○遠山委員

ありがとうございます。

先ほど申し上げたとおり、商品・サービスの価格設定は多様化しており、解約料の水準も、必ずしも損害の発生を前提にあらかじめ定めているものではなく、また、キャンセル料が損害の発生を前提に算出される場合でも、キャンセル料に関する条項は、個別の解約時に実際にかかる費用や実際の契約の代替可能性などを平均化・モデル化したものであり、必ずしも逸失利益のみを取り出して算出されるものではありません。このことは、キャンセル料が「商品・サービスの利用日から遡って、何日前であれば対価の何パーセント」という形で定められることが多いことからもご理解いただけるものと思います。

また、これも先ほど申し上げたとおり、計算書類上の営業利益などとは異なり、契約の種類などに応じた仕入れ原価や商品・サービスの利益水準は、商品・サービスの品質・性能といった技術的な情報や販売方法などの営業上の情報と密接に繋がっており、営業秘密とされることが多いことから、逸失利益のみを取り出して説明することは、営業秘密を開示するに等しいこととなります。例えばセールなどで原価で商品・サービスを提供しているケースでは、逸失利益がないことを説明することは、すなわち、その金額が原価であることを説明することに他ならないとご理解いただけるものと思います。

その他、逸失利益を区別して価格設定のあり方や損害賠償の範囲を議論したり、商品・サービスの内容ごとに画一的に逸失利益を含めないとすることで生じると考えられる問題点は、先ほど申し上げたとおりです。

そのため、第9回でも申し上げたとおり、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えて全体の約何パーセントです。結果として、当該消費者の場合は、キャンセル料はいくらになります。」といった説明になると考えています。

キャンセル料に関する条項の構造や考え方は商品・サービスの内容や事業者によ

って様々であることも、先ほど申し上げたとおりですが、そのため、解約料に関する説明をする場合にも、その説明内容は、商品・サービスの内容や事業者によって様々なものとなります。

また、解約料が低く設定されている商品・サービスでは、事業者間の競争が激しくなり、事業者の乗り換えが頻繁に行われることが考えられますが、それによって個別に解約料を説明することが必要となるケースが増えれば、そのためのコストが上がり、それを商品・サービスの対価に反映させざるを得ず、却って消費者の負担を増加させることも懸念されます。

従って、先程、解約料の算定根拠と「平均的な損害」の算定根拠は異なるというお話もありましたが、論点Ⅱ「説明義務の導入」に関する消費者庁資料 19 ページの今回のご提案については、少なくとも、説明の対象を「平均的な損害の額」の算定根拠ではなく、「解約料」の算定根拠とするとともに、「逸失利益が含まれる場合にはその理由」については開示すべき対象から除き、かつ、これを努力義務とすることで、事業者の創意工夫を認める必要があると考えます。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

説明義務を設けることには賛成です。個々の契約の特性を考えることは重要だと考えておりますが、消費者契約法の趣旨を考えますと、やはり一つの取引のルールということで考えていくことも必要かと考えております。

消費者契約法3条でも分かり易い説明を努力義務としていましたが、分かり易い説明がしっかりとされているかと言うと、そうではない場面もまだ多々あります。そういった状況を考えてみますと、やはりここで説明義務という規律を設けることはやむを得ないと考えております。キャンセル料を求めるのであれば、当然その根拠があるからこそ求めるのですから、問題はないと考えています。またここでは算定根拠等となっていますが、この等は具体的には何を指すのかを教えて頂きたいと思います。ここでは根拠を説明するのですから、具体的な数字までは必要としないかと理解しております。よって抽象的な内容ですから、営業秘密に触れることもないかと考えています。この抽象的な内容を具体的に、どこの事業者から、いつどの時期に、どのくらいを、どのような条件で交渉して、いくらで仕入れる、ということまで見込みますと、これは営業秘密となるかもしれませんが、今回のご提案ではそこまでのものではないと考えております。

今検討していることは、裁判所の法廷の場面ではなく、消費者生活センターや平場の交渉に置いて消費者が消費者契約法を使って、この法律があることでトラブル

の回避、円滑な取引をするためのものだと考えております。消費者は細かな営業秘密を知りたいのではなく、何故サービスを受けていないのに、これほど高い額を払わなくてはならないのかという素朴な疑問からきた不満を持つわけですから、それに対応していただくことが大事だと考えています。ここできちんと説明責任を果たしていただけると、納得度が高まると思います。ところが現在多くは、すべてが営業秘密の一言で説明がない。したがって消費者としても不信が募るといえます。このようなことから、ここで説明を義務化していただくことが、これまで消費者契約法でずっと問題になっていましたこの問題を解決していくための一つの前進になると思って、期待しております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、高橋委員、お願いいたします。

○高橋委員

私も今回ご提案頂いた説明義務の内容については大筋賛成ということにしたいと思います。というのも前提としまして、山下委員がおっしゃったように第1の論点について、その説明義務が発生するのが、「平均的な損害の額」の議論が前提になっているのかなという問題を感じております。、これがなかなかの難問なのでなかなか難しいところはあるかと思うのですが、仮に必要とされるコスト以上のものと考えているような解約料を設定していることが前提になっているのかなと考えていました。ですので、消費者側からすると一見して、解約料がどういう理由で定められているか良く分からないというようなケースを想定して、しかも今回その算定をする際に根拠となる数字を出さないで大枠だけ説明すれば良いというような形になってますので、そのような形であれば、さほどの負担を強いることなく説明を求めることができるのかなというふうにも思いました。

また消費者契約にあっては、解約料を設定するのであればある程度の根拠は持っていて欲しいですし、その内容を説明できるということが必要かなと思っていますので、これを義務化するというのは良いのかなと思っています。

ただ、やはり気になりますが、その先でして義務にしたところに違反になりますとどうなるかという効果の話ですね、これは慎重に作らないと説明義務が尽くしたか尽くしてなかったというところが、紛争の主たる争点になってしまいかねなくて、そこが問題ではなかったのかもしれないというのに、説明義務の履行というところで契約の効力の有無を問うところまでいってしまうのかというような問題があり得るかと思います。ですので、ちょっとその効力については、ちょっとペンディングということにさせていただいて、もう少し考えてみたいなというふうに思っております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。では、後藤委員、お願いいたします。

○後藤委員

説明責任導入については、キャンセル料の設定が当然問題になるわけですが、先ほど申し上げましたように事業者から見ますとその事業者の業種業態、それからサービスの性質など商品・サービスの要素、また解約の時期、契約からの経過日数、金額の多寡、その他いろんな条件など契約内容の要素絡んでいる。そういうものを全て算定基礎に入れながら、細かく説明していくというのは、やはりなかなか難しいと思っております。特に今回の場合は、どの程度の説明を求められるのかというところがよく分からないのですが、我々事業者側からすると、他の事業者の代表の委員の方からも出ていましたように、営業秘密を含んだ内容を説明せざるを得ないということについては、かなり抵抗感がある。問題となっているようなどちらかというと悪質であるとか、高額な商品・サービスを取り扱う事業者のキャンセル料、請求トラブルというのはごくごく一部だと認識しているのですが、そういった事案を解消するために一律に大きな説明義務を課していくのは、我々小さな企業にとっては少し過重な負担になってしまうかと思っておりますので、仮に説明義務を設けるとしても、できるだけ簡便なものにしていきたいと考えています。

先程どなたかが言われていましたが、業界ごとで特にホテル、旅館が何日前だと30%、2日前だと50%です、当日のキャンセルは100%です等、キャンセルポリシーが一般的に定着しています。

ただ一方で、先ほど申し上げましたように企業によっては、キャンセル料を取らない代わりに価格帯を少し上げておくまたは、逆にキャンセルをした場合は、高額とは言わないが、それなりのキャンセル料を請求する等、それぞれが企業の経営戦略にかかってくることなので、このあたりをすべての消費者が納得いくように説明することは、なかなか難しいと考えています。ですから、そのキャンセルポリシーのようなものを契約する前段階で、消費者は確実にその中身を把握すること、事業者側はキャンセルポリシーを明確にするということを徹底することが必要だと考えます。消費者側が確実に把握することで、事業者と契約を締結するかどうかという裁量が出てくると思います。それを実行していくことで、現実的な対応になるんじゃないかなというふうに思っております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、引き続きまして、第一グループの委員のご意見も伺いたいと思います。小浦委員、河村委員、沖野委員の順番です。まず、小

浦委員からお願いいたします。

○小浦委員

はい、小浦です。私も 19 ページに書いてありますように今回の提案には賛成をしたいと思っております。やはりやむを得ずキャンセルをした場合、違約金を払うにしても納得をして支払いたい。半ば諦めの境地ではなくて、やっぱり納得をして払っていけばまた事業者とのいい関係も続くとも思いますし、事業者の信頼も損なわないのではないかなと思っております。

今、後藤委員がご指摘されたように消費者のほうもはじめにきちんと契約前のいろんな説明を確認することはもちろん必要なことですし、当然それを行ったうえで契約をして、もし万が一キャンセルをしなければいけない状況になった時には、やはり説明をしていただくという、これが消費者から求められていることだと思っております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、河村委員、お願いいたします。

○河村委員

はい、基本的に事務局のご提案に賛成いたします。私が今日ご報告させていただいた内容は、こうした根拠がちゃんと出ていると、計算ができるということ、算出ができるということが前提となっておりますので、義務として課すのは基本的に妥当であるというふうに考えます。ただ一点、サンクションのところですがそれに関しては、むしろサンクションをきつくしすぎると、例えば事業者が本当に価値ある営業秘密も出さなきゃいけないというような場合は、もしかしたら避けなければいけないケースもあると考えます。つまり、本当に価値のある営秘機密については出さないという決定、ないし算出があまりに企業にとって負担であれば、やらないということの選択肢を事業者に与えるということも可能性として大事だと思っていて、そうするとサンクションをあまりに重くせず価値ある営業秘密は守り、そしてそれほどのものではないことは、コストがかかっても開示していくような形にするのがよろしいかと思います。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。沖野委員、お願いいたします。

○沖野委員

私も、基本的にこの考え方は、第一を受けた上で出されているものであり、他方

でこの第三等でより具体的な形を伴った情報開示が控える中、その前段階の段階として説明を求め、それに対応しなければならないということを示すものですので、基本的にこのような考え方で良いのではないかと考えています。

そもそも、「平均的な損害の額」を超えないように設定するということが求められているわけですが、それ自体が極めてブラックボックス化しやすいというところで、設定する事業者としてはこれを超えないように合理的に設定する義務があり、それについて説明できるように根拠をしっかりと考えてもらいたいということがあるのだと思います。他方で今回は数字まで示すものではなくて、ここに書かれたようなこういうことを考慮している程度の説明であるということですので、考え方などの説明に留まっているということではないかと考えておりますし、これに対応できるように合理的に定める必要があるということだと思われまます。またあらかじめ全て示すということではなくて、具体的に支払いを求めそれに対し説明を求められた場合にはこういう考え方だということが示せるように、逆に準備をしなければならないということをお求めしているものと解されます。

問題はその効果ですけれども、努力義務ではなく開示しなければならないという義務となっておりますけれども、結局それに違反したときにどうなるかということとは、これによって直ちに損害が発生するということでもありませんので、違反の効果は不透明ではありますけれども、しかし考え方としてはこれらを全部説明できるように設定しなければならないのであって、それを求めているということであり、さらにより具体化していくためにはそれはむしろ次の段階、訴訟ですとか、あるいは論点Ⅲで問題になるような段階の方へ行くための、いわば前提というか、過渡的という言い方がちょっと良くないかもしれませんが、そのかなりの前段階のところで求められる程度の義務を設定するものだと考えております。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、以上につきまして、事務局からお答えをお願いできればと思います。

○黒木消費者制度課長

座長、その前にすいません。楠委員がお戻りのようでございますので、ご発言をお願いいたします。

○山本座長

そうですか、分かりました。それでは、楠委員、お願いいたします。

○楠委員

よろしくお願いします。論点Ⅱについてですが、本当に実際のキャンセル料というのは、必ずしもその「平均的な損害の額」だけに基づいて、設定されているわけではなくて、キャンセル料をどのように設定するかによって消費者の行動が変わるですとか、あるいはこういったことも価格に織り込んだ形で決まっている場合も多いですね。私自身がイメージしたのが例えば飛行機のチケットみたいなもの考えた場合に、例えばエコノミーでもいつでも日程を変えられるものであれば相当高い値段ですし、例えばディスカウントチケットの場合というのは、キャンセルした場合でもディスカウントも、そっかキャンセルしても戻ってくるのか。

ちょっとケースバイケースだと思うんですけども、ある種の旅行の契約によっては、キャンセルしても返ってこないようなパターンというのもあり、それは恐らく彼らが方針でウリで買ってきているところの、彼ら自身が被る可能性とかいろんなこともあって決まっているということの中で、恐らく確かに今日出てきているモデルというのは経済学として非常に整合的な論理的なモデルであると思うのですが、おそらく実際の市場における取引の中でのキャンセル料というのは、もっと多様なものがある中で、どういうどこまで義務を出せばきちっと合理的なのか、特にどういった悪質な取引に対してよりきちっと規律をかけていきたいのかというところを、もうちょっと絞り込んでいくと合理的なキャンセルポリシーに収斂させていくための落としどころみたいなものが見えてくるような気がしております、ある程度取引自由の原則というものをきちっと尊重をし、マーケットの中で多様なそのキャンセルポリシー等に基づく価格設定を認めた上で、なおかつきちっと業界の中で相場感が醸成されていくようなルールになるのであれば、問題ないというふうに思います。

そういった意味で、説明義務を設けること自体については賛成ですし、それによって様々な業界のキャンセルポリシーが、ある程度透明性が担保されることには意義があると思うのですが、その前提としてどれぐらい厳しくここまで下取ってはいけないというところを、各業態の多様性に配慮した形で作っていいのかみたいなところは、よくよくの議論が必要ですし、特にトラブルになりやすい業種でこういうところを是正していきたいんだというところを、ある程度想定しながら考えていった方が、よりその事業側も消費者法の観点とも落としどころが作っていただけるんじゃないかなというふうに思いました。以上です。

○山本座長

どうもありがとうございます。それでは、事務局の方からよろしいでしょうか。

○黒木消費者制度課長

はい、様々ご指摘ありがとうございます。まずキャンセル料、解約料というもの

をどのように設定し定めているのか、いわゆるキャンセルポリシーをどのように説明されるかということと、今回ご提案しております平均的損害の額についての説明義務というものと、必ずしも対象が一致していないという先程の第一の論点でも申し上げたとおりかと思っております。

他方で、その現行の消費者契約法9条を踏まえて、キャンセル料・解約料を設定しておられるという事業者におかれましては、当然その無効の部分がない、少なくとも平均的損害以下であるということは想定がされているということかと思えます。その部分について具体的にその平均的損害の額をいくらと考えたのかということ自体を説明するというのではなく、今回のご提案では、どういう考慮要素なり、概要なりということで、平均的損害というものを捉えているのかというところについて、何らかご説明という場面が設けられないかということを考えていることとでございます。

また他方でそのようなことで考えていく場合に、遠山委員あるいは渡辺委員からのご指摘があったかと思いますが、逸失利益を含むのか含まないのかということをはっきりとすることは、その内のコストがいくらかをはっきりとすることと繋がり得るので、それは営業秘密をはっきりとすることと極めて近いことになり得るとのご指摘もあったかと思えます。そのあたりも含めて今後考えていければというふうに思っております。

それから、仮に説明義務というものを考えた場合に、その効果は何を考えているのかというご指摘も複数頂いたかと思えます。罰則のようなことはあり得るのかというご指摘については、消費者契約法の性質上あまり罰則というものは考えにくいと思います。ただ民事上の効果としても、たとえば契約の効力に影響を及ぼすようなものというのは、なかなかちょっと行き過ぎではないかというか、そういうものであっていいのかどうかについては、よく考えるべきだというご指摘を高橋委員からも頂きました。沖野委員からもこの説明がされなかったからといって、何か損害が発生するというわけではないのではないかというようなこともよく考えるべしとのご指摘を頂いたかと思えます。

そのあたりも含めて、次回以降しっかり整理して参りたいと思います。以上でございます。

○山本座長

どうもありがとうございました。それでは、以上で委員の皆さんから一通りご意見を伺いできたかと思えます。他の委員のご発言に対してご意見やご質問を希望される方は、先程と同じようにチャットでお知らせいただければと思いますが、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

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。先ほど確認をし忘れた点がございましたので、念のため確認をさせていただきたいと思います。

今回のスライドの 19 ページで、当該消費者から「平均的な損害の額」の算定根拠等について説明を求められた際に、その平均的な損害額における考慮要素等々を開示しなければならないということになっているのですけれども、一つはそれがいくらであるというような数字まではここでは求めていないという理解に立っており、何人かの委員の方もそのようなお考えを示されたかと思います。数値を出すのは非常にあのセンシティブなことにもなりますので、こういうことで考えられているという旨を示すことが、ここでの主旨ではないかと考えましたけれど、そういう理解でよろしいか再確認させていただければと思います。

そしてもう一つ先ほど言い忘れまして、要件 2 や効果の話かもしれません。「平均的な損害の額」の算定根拠なのか、平均的な損害の額を超えないことについての説明なのか、同じなのかどうなのか、少し違うようにも思われるのです。ここではこれが平均的な損害は超えない額として設定しているのだというその説明という理解でよろしいかどうかを確認させていただければと思います。以上です。

○**山本座長**

ありがとうございました。それでは、事務局からお願いいたします。

○**黒木消費者制度課長**

沖野委員ご指摘の一点目は具体的に平均的損害はいくらいくらであるということの説明するという趣旨ではないということについては、ご指摘のとおりでございます。

それからここで言っていることが「平均的損害の額」の考え方自体を説明するのか、あるいは「平均的な損害の額」を超えないことについて説明するべきなのかということについては、「平均的な損害の額」を超えないことを説明するに当たっては、その「平均的な損害の額」というのをどういうふうに考えたのかということについて、説明することが必要なのかなというふうには考えているのですが、また少し整理したいと思っております。

○**山本座長**

よろしいでしょうか。

○**沖野委員**

はい、結構です。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。他にはよろしいでしょうか。

それでは、議論も尽きないところだと思いますけれども、本日はこの論点につきましてもここまでとさせていただき、いただきましたご意見については事務局で整理し、次回改めてお示しするというところでよろしいでしょうか。

【4. 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。

○黒木消費者制度課長

本日も貴重なご意見を頂きありがとうございました。次回は4月2日の朝9時からを予定しております。議題は本日ご議論頂きました「平均的な損害の額」の三つ目の論点と、それから「消費者契約の条項の開示」「情報提供の努力義務における考慮要素」についてご議論頂くことを予定しておりますが、具体的には追ってご連絡をさせていただきます。以上でございます。

○山本座長

ありがとうございました。なお、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、公表することを考えています。

それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。少し時間が延びてしまいましたが、ご容赦ください。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す。また近いうちに次の会議となりまして恐縮ですが、引き続きよろしくをお願いしたいと思います。

それでは、これで第15回検討会を終了いたします。どうもありがとうございました。

以上