

解約料の実態に関する研究会

第5回 議事概要

消費者庁消費者制度課

第5回 「解約料の実態に関する研究会」

1. 日 時：令和6年4月24日（水）11:00～12:50

2. 場 所：ウェブ会議を利用したオンライン開催

3. 議 題

- ・ 株式会社ソラシドエア及び公益社団法人日本ブライダル文化振興協会からのヒアリング
- ・ 意見交換

4. 出席者

（委員）

丸山絵美子座長、新井泰弘委員、有賀敦紀委員、
兼子良久委員、西内康人委員

（ヒアリング対象）

株式会社ソラシドエア

公益社団法人日本ブライダル文化振興協会

（事務局）

黒木消費者法制総括官、古川消費者制度課長、ほか

5. 議事概要

(1) 開会

(2) 議事の公開・非公開について

- 第3回の当研究会における決定に基づき、今回の当研究会においても同様に、議事は非公開で実施し、研究会終了後、ヒアリングを行った事業者団体等と調整の上、公表可能な資料および議事概要を公表する。

(3) 事業者団体等からのヒアリング

事業者団体等からの主な発言内容はそれぞれ次のとおり。

① 株式会社ソラシドエアからのヒアリング

- ・ 株式会社ソラシドエア提出資料に基づき説明（内容は資料参照。）
- ・ 主な取扱運賃と取消手数料は株式会社ソラシドエア提出資料9頁の一覧のとおり。変更可の運賃種別と変更不可の運賃種別があり、変更不可の運賃種別において予約の変更を希望する場合、一度予約を取り消した上で、新たに予約をする必要がある。
予約をしてから発券（決済）した後にその予約を取り消した場合に発生する手数料として、取消手数料と払戻手数料の2つがある。いずれも予約後であっても発券前の予約の取消しであれば、手数料はかからない。払戻手数料については、発券後の取消しによる払戻しに際して、取消手数料とは別に、航空券1枚（1区間）につき一律の手数料を収受するものである。
- ・ 発券（決済）後に予約を取り消すお客様の割合はそこまで多くなく、NO-SHOW（搭乗予定便の出発時刻までに予約取消しの申出なく搭乗しないケース）になるお客様はさらに少ない。
- ・ 発券と同時に運賃が事前決済されるため、予約が取り消されたり、NO-SHOWとなったりした場合でも、事前決済されている運賃から取消手数料と払戻手数料を差し引いた金額を払い戻すことになるので、各手数料を回収できている。
- ・ 運賃メニューに関して、運賃額、変更の可否、取消手数料の有無・多寡等にバリエーションを設けている目的は、お客様それぞれのニーズに合った運賃メニューを提供するためである。かつて普通運賃しかないというところから始まっているが、予約を確定させるのでより手軽な価格で購入したいというニーズのお客様もいらっしゃることを踏まえ、一定の時期までに購入したらこれだけ安価に提供できるという形で、そのようなお客様のニーズに合った運賃が設定されたことにより、現在の運賃メニューに至っている。

- ・ 取消手数料の金額設定に関しては、マーケットの状況（他の運賃メニューとのバランス、競合他社の状況等）を考慮しながら設定している。なお、取消手数料自体、全体の収入に占める割合は少なく、取消手数料自体で利益を上げることは意図していない。
- ・ 払戻手数料は、かつて旅行代理店や自社カウンター、予約センターを通じた航空券の購入や払い戻しが非常に多かったことを背景として、それぞれの係員が対応する手数料の趣旨で設定されたものと推測される。
- ・ 変更可の運賃種別と変更不可の運賃種別だと、変更不可の運賃種別を選択するお客様の方が多い。その理由として、運賃が安いことが考えられる。安価な変更不可の運賃種別を購入できる時点において変更可の運賃種別を選択するお客様はそれほど多くない。
- ・ 台風や機材事由による欠航によって払戻しをする場合など、特例的に取消手数料や払戻手数料を請求しない場合もある。
- ・ 発券期限が設けられている（予約時と運賃の支払時期が分かれている）理由として、かなり昔になるが発券期限がなかった時代から徐々に発券期限を設けていったという背景がある。そのため、過去になぜ予約をとってすぐ発券（決済）まで行わない仕組みにしていたのか分かりかねるが、航空券の予約では氏名・連絡先等の搭乗者の情報を正確に入力する必要がある、その確認や訂正をする猶予期間みたいなものを設ける目的もあったのではないだろうか。
- ・ 当日キャンセル待ちのお客様はいらっしゃるものの、当社は観光や友人・親戚の訪問目的で利用するお客様が比較的多く、急な出張等で利用するお客様が比較적少ないため、他社と比べてその割合は少ないと思われる。
- ・ 取消手数料が生じる代わりに安価な運賃を提供する料金体系について、お客様から思いがけずに取消手数料が生じたことを不満とした苦情相談は比較적少ない。その理由として、航空業界において、取消手数料が生じる代わりに安価な運賃を提供する料金体系がスタンダードになってきており、比較적マーケットに浸透してお客様の理解も一定程度得られてきているのではないかとと思われる。
- ・ 取消手数料に関する説明については、WEB予約動線上の複数箇所（空席照会時に表示される運賃名称をクリックした先の画面や、予約内容の確認画面上に表示される運賃名称をクリックした先の画面）で確認できるほか、予約時にメール送付を希望したお客様に送付される予約案内メール上でも手数料に関するURLが確認できる。
- ・ 運賃と取消手数料がトレードオフになっている料金体系は、航空業界におけるスタンダードになっていると思われる。

変更不可の運賃種別として、お客様に予約を固めていていただきたい思いから、

早期購入には安価な運賃を設定している。他方で、搭乗日が近づくにつれて、運賃を早期購入よりも高く設定しながら取消手数料を安価に設定している。キャンセルの不安の程度等のお客様の事情に合わせて、運賃と取消手数料のバランスを見ながら選べるように運賃を設定している。

② 公益社団法人日本ブライダル文化振興協会からのヒアリング

- ・ 公益社団法人日本ブライダル文化振興協会提出資料に基づき説明（内容は資料参照。）
- ・ 「挙式・披露宴会場における改訂モデル約款」¹（以下「改訂モデル約款」という。）の策定等の経緯に関して、当協会が設立された平成7年に約款の有無を含めたブライダル業界の全国実態調査を実施したところ、3割ほどは約款がなく、また約款がある場合も同一の約款が共用されていることもある状況であった。その後、徐々に解約に関する問題の相談が出てきたことも踏まえて、ブライダル業界の共通約款の在り方に係る調査研究を実施し、平成10年に結婚式・披露宴会場共通約款が策定された。その後、平成19年に消費者契約法の施行等を踏まえた約款の見直しに関する調査研究を、令和2年に新型コロナウイルス感染症拡大や自然災害等が発生したことを踏まえ、自然災害及び感染症拡大に対する対応に係る約款の見直し等に関する調査研究をそれぞれ実施した。
- ・ 結婚式は、申込みから結婚式当日まで半年から1年程度の長期間の準備期間が必要である一方、実際に当日結婚式が終了するまでは商品が形にできない高額商品であるという特徴を有することから、延期や解約に伴うトラブルが発生しやすい特性を有する。
- ・ 解約料を設定する目的について、解約によって生じる損失を明確にする目的がある。結婚式は、結婚式場の自社商品のみならず、衣装・美容着付・写真・装花・演出・司会等の多くの提携企業によって成り立っており、解約によって生じる損失にも、機会損失があった場合に伴う逸失利益から、特注品等といった事前手配が必要なもの、提携企業が行う事前打合せ等といった既に役務を提供しているものに関する解約料等もあるため、その内容を明確にする必要がある。また、高額商品であるため、安易な契約や解約を抑制する目的も含まれる。
- ・ 解約料の金額設定の考え方については、改訂モデル約款において、「平均的な損害額＝逸失利益（利益の機会損失）＋実費（C）」の方法で算出し、このうち「逸失利益（利益の機会損失）」は、「逸失利益＝挙式・披露宴が実施された場合に想

¹ <https://www.bia.or.jp/wp-content/uploads/2021/10/4ebb7af5f8ddb745a62203070a25c362.pdf>

定される利益（Ａ）×非再販率（Ｂ）」で算出している。その詳細は、公益社団法人日本ブライダル文化振興協会提出資料「（３）解約料の金額設定の考え方」（２～３頁）に記載のとおり。結婚式場については、様々な業態（ホテル、専門式場、ゲストハウス、レストラン等）があり、運営形態（直営、業務委託等）や直営の範囲、提携内容等も異なるため、改訂モデル約款に定められている「■解約料に係る平均的な損害額」記載の算出方法や「ＢＩＡモデル約款における解約期日別解約料金（例）」等を参考に、各事業者の実態に即した解約料（平均的な損害額の算出根拠）を定めることとしている。

- ・ 「挙式・披露宴が実施された場合に想定される利益（Ａ）」は、挙式・披露宴の個別項目（例：料理）について平均的な利益率を当該申込者の挙式・披露宴見積額に適用して算出した粗利益（売上高一売上原価）としている。当協会が事業者向けに作成している「ブライダル業界におけるモデル約款見直しに関する調査研究報告書」（令和３年９月、（ＢＩＡ）公益社団法人日本ブライダル文化振興協会）（以下「令和３年９月付け報告書」という。）において、当協会の会員企業を対象としたアンケート調査の結果に基づく個別項目ごとの平均的な数値を示している。
- ・ 「非再販率（Ｂ）」についても同様に、令和３年９月付け報告書において、当協会の会員企業を対象とした解約件数とそのうち再販ができた件数等に関するアンケート調査の結果に基づいて非再販率を算出したものを示している。
- ・ 「実費（Ｃ）」について、提携事業者との取引や事前に手配が必要な特注品等の商品・サービスの項目ごと（例：招待状、印刷物、引き出物、リハーサル、メイク、司会の打合せ）の解約料を明確に定めるように求めている。そのような定めについて、内容・判断基準が分かりづらいとの声があることから、各事業者の参考にしていただく趣旨で、令和３年９月付け報告書において、各商品・サービスの項目の解約時期ごとの解約料の考え方の一例を示している。また、衣装・美容着付・写真・装花・演出・司会等の取引事業者との解約に関する契約を明確化するように求めている。
- ・ 解約料に関する消費者からの苦情・相談等の状況や、消費者とのトラブルを減らすための取組については、公益社団法人日本ブライダル文化振興協会提出資料「（５）解約料に関する消費者からの苦情・相談等の状況、消費者とのトラブルを減らすための取組」（３～４頁）に記載のとおり。

お客様の自己都合での解約について、契約直後の早い段階での解約が圧倒的に多い印象であり、挙式直前での解約は身内の不幸や転勤等といった何らかの事情がある場合であるため、数としては少ないと思われる。

特に、契約成立直後の解約申出に対して解約料が請求された場合に、契約時に約款の内容やその時点での見積りの内容を説明されていても、解約料を支払うこと自

体に不満があるとしてトラブルになることが多い。例えば、4か月後を挙式日として契約をした翌日に解約申出をした場合、約款上では見積額の20%の解約料がかかる時期に入っている場合が多いが、昨日申し込んだばかりで見積額の20%の解約料を支払わなければいけないのは理解できないとしてトラブルになるケースが多い。このような場合に解約料を請求するののかについては、事業者によって対応が異なる。約款どおりに請求する会場もあれば、そのトラブルに費やす労力を次のお客様の獲得のために向ける形で請求しないこととする会場もある。

- ・ 解約料に関する消費者への説明方法や特に気をつけていること、工夫していることについて、事業者に対しては、事業者向けに作成している令和3年9月付け報告書に、約款の条文だけでなく、約款に関する運用の手引を明記しており、運用の手引の中で消費者への説明方法等についても示している。特に、消費者トラブルの多くは契約成立直後の解約申出によるものであるため、「契約の成立」に関する運用の手引において、トラブルを避けるための説明方法等を具体的に示している。消費者に対しては、当協会のホームページにおいて、改訂モデル約款の条文と解約料に係る平均的な損害額の算出の考え方を公開している。
- ・ ブライダル商品はクーリングオフ適用外となることを約款に記載していない事業者が多いのは、恐らくクーリングオフの適用対象となるかというお客様からの質問がそれほど多くないからではないかと思われる。
- ・ （解約料の設定を挙式までの残日数で設定していると、早期に打合せを始めたお客様が解約した場合に、実際に打合せを複数回実施していたとしても残日数での解約料がかからない事例があることについて、）招待状の発送がされる時期が挙式の3か月前ぐらいが定例であり、その時期に人数・予算等がある程度固まってくるため、結婚式に向けた準備や打合せが始まるのは、挙式の3か月前ぐらいからが通例と思われる。お客様の要望があればそれよりも早期に打合せを開始することはあるが、イレギュラーな対応であり、イレギュラーな対応に基づく人件費を解約料に乗せようという考え方がなかったためと思われる。

平均的な損害額を逸失利益として算出せず、契約後から提供するサービス（打合せ等）に費やした労力を対価として「プロデュース料」、「企画料」等として徴収することについて、議論はなされたものの、「プロデュース料」、「企画料」等の費用を解約料として徴収している事業者は現状少ないという実態であった。そのため、改訂モデル約款における平均的損害額は逸失利益＋実費として算出することとしつつ、各事業者において、逸失利益として算出せず、契約後から提供するサービス（打合せ等）に費やした労力を対価として「プロデュース料」、「企画料」等として徴収する場合には、「プロデュース料」、「企画料」等として見積書に明記し、「プロデュース料」、「企画料」等の定義を明確にしてお客様にご理解いただくよ

う十分に説明することを求める形で整理している。

「プロデュース料」、「企画料」等の費用を徴収している事業者が現状少ないのは、見積りの費用項目には、提供可能でかつお客様に商品・サービスとして認めていただけるものを入れているところ、プロデュースだけを一つの商品・サービスとして費用項目に外出しをして徴収することは難しい印象があるからではないかと思われる。

- ・ 結婚式費用の支払時期について、まず契約時に申込金（５～10万円程度）をいただき、その後、会場によって異なるものの、２週間～１か月前の段階で最終的な見積金額をいただいて、結婚式終了後に残金を精算するのが一般的と思われる。費用の支払方法について、申込金の支払は現金払またはクレジットカード払が多く、最終的な見積金額の支払は銀行振込またはクレジットカード払が多い。

解約料の回収について、２週間～１か月前の段階で最終的な見積金額が支払われた後であれば解約料を差し引いた差額を返金する形で回収するが、それ以前であれば事業者から解約料を請求する必要がある。解約料を回収できない事例は存在するが、そこまで頻発する印象はなく、業界として大きな問題になるほどの件数ではない。最終的な見積金額の支払時期を２週間～１か月前の段階としているのは、その時点で支払がなかった場合に食材等の発注を停止するなどして、実損害の発生をなるべく減らす方策がとれるようにする趣旨もある。

- ・ （担当者の報酬体系について、成約獲得件数等の営業成績に基づいた優遇・手当の支給をする報酬体系が取られているような場合には、解約は個々の担当者の営業成績の減少につながるどころ、トラブルがなるべく生じないようにして会社全体の利益を最大化したい事業者と、自らの営業成績のために多少無理をしても成約獲得件数等を増加・維持させたい個々の担当者との間に認識のずれが生じるようなことはないかという質問に対して）20～30年前ぐらいは、担当者の報酬を完全歩合制とするなど営業色の強い会場もあったが、現在は、行き過ぎた営業をすると口コミ等で悪評判になり最終的な業績への悪影響に繋がりにくいという観点から、成約後に最終的に挙式を実施していただいて収益になるという観点から、成約獲得に対するインセンティブ自体はあるものの、それが行き過ぎないように、軽微であったり、チーム目標にしたりする形で現場の運用がなされているところが多いと思われる。
- ・ 非再販率について平成19年の調査結果に比べて令和３年の調査結果では非再販率が増加している。理由としては、マーケットの競争環境が激化したことと、お客様が事前に多くの情報を入手できるようになったことの２つが考えられる。一つ目の点については、当業界のマーケットは婚姻組数がベースになるところ、それが徐々に減少している一方、新型コロナウイルス感染症拡大前までは結婚式を実施できる会場が増加傾向にあったため、事業者からすると顧客獲得の難易度が上がっており、

また一度解約された場合にその再販も難しい状況にマーケットが変化してきている。二つ目の点については、以前はお客様が複数の会場を回って決めることが多かったところ、現在は事前に情報を入手して2～3会場ほどに絞ってから会場を回って決める形に変わってきており、事業者からすると見込み客1組あたりの重みが変わってきている。

- ・ 契約時期と最終的な費用の総額との相関関係について、1年以上前といった挙式の相当前に契約をするお客様と2～3か月前といった挙式に比較的近い日程で契約をするお客様とでは、挙式から相当前に契約をするお客様の方が費用の総額が高くなる傾向がある。挙式に比較的近い日程で契約をするお客様は出席人数や演出のこだわり等が少ないことが多い一方、挙式の相当前に契約をするお客様は思い入れを持って準備する期間があるため、出席人数や演出のこだわり等も増える傾向がある。
- ・ （改訂モデル約款における平均的損害額の算出方法において、逸失利益としては、当該契約から得られるはずであった利益を解約によって失ったことに対する補填をベースに考えており、一旦契約したものを解約されたために他のお客様と契約をする機会を逃してしまったことをベースには損害を考えていないという理解でよいのかという質問に対して）後者をベースとした損害についても議論になったものの、それを明確に言語化・表現できなかった事情がある。非再販率の設定についても、細かく見れば、平日・土日祝日や六曜（仏滅、大安等）で区別できるものの、そうするとかなり複雑になってしまうため、その点を区別しないで平均的損害額を考えている。平日・土日祝日や六曜の区別の点は、売値でコントロールされていると思われる。

（４）その他

- 次回は5月29日水曜日の12時から開催し、公益社団法人日本通信販売協会と一般社団法人日本フィットネス産業協会の2団体からのヒアリングを実施することを予定している。

（５）閉会

以上