

解約料の実態に関する研究会

第 11 回 議事録

消費者庁消費者制度課

第 11 回 「解約料の実態に関する研究会」

1. 日 時：令和 6 年 10 月 23 日（水）11:00～12:34
2. 場 所：ウェブ会議を利用したオンライン開催
3. 議 題
 - ・ 解約料の実態を踏まえた望ましいルールของ在り方について
 - ・ 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
 - （事務局）
黒木消費者法制総括官、古川消費者制度課長、ほか

○丸山座長 それでは、定刻になりましたので、第11回「解約料の実態に関する研究会」を開催いたします。

本日も委員の皆様におかれましては、御多忙のところ、御出席いただきましてありがとうございます。

最初に、事務局から資料についての確認をお願いいたします。

○古川課長 本日の資料でございますが、議事次第に記載のとおり、資料1は、西内委員の御提出資料、資料2は、前回の研究会の資料1と同じ資料でございますが、事務局説明資料となっております。

以上でございます。

○丸山座長 ありがとうございます。

本日は、前回から引き続き「解約料の実態を踏まえた望ましいルール の 在り方」について議論をしてまいります。

第1回、第2回では、経営学や心理学の視座から御知見を兼子委員、有賀委員にプレゼンテーションいただき、また、前回の研究会では、解約料に関する望ましいルール の 在り方についての経済学の視座からの御考察を新井委員にプレゼンテーションいただきました。

「解約料の実態を踏まえた望ましいルール の 在り方」を検討するに当たって、これらの議論も踏まえ、どのような解約料に関する規制の在り方が考えられるのかについても検討する必要があると思います。

そこで、本研究会の委員である西内委員から、これまでの議論も踏まえ、解約料の目的とその規制の在り方などについてプレゼンテーションをお願いしたいと思います。

それでは、西内委員からの御説明をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○西内委員 よろしくお願いいたします。資料を共有させていただきます。

では、報告を始めさせていただきます。

問題の所在ということで、スライドの2ページを見ていただければと思うのですが、これまでキャンセル料に関しては、経済学及び経営学から有効な目的を持ち得ることが確認されてきました。そして、ヒアリングを通じて、そのような目的が実際に事業者の設定するキャンセル料にもみられることが確認されてきたことは、前提になっているのだろうと私も思っております。

他方で、消費者法の目的は、消費者の厚生やあるいは消費者の自己決定、こういったものを促進することにあります。こうした観点からすると、キャンセル料の中には、高過ぎると考えられ、あるいはそれ自体は高いとは感じられないかもしれないのだけれども、正当な目的とは言い難いような形で用いられていると、そういったものもあり得るかもしれないところです。こういった場面の背景としては、本研究会の委員としても加わっていただいている心理学の観点というものも入れていく必要があるだろうと思うわけです。つまり、心理学的に見れば、不合理な形でキャンセル料が設定されていると、そういうこと

もあり得ることを意識せざるを得ないのかなと思っております。

その上で、消費者契約法9条1項1号のように平均的な損害を超えるキャンセル料の規制や、また、消費者契約法10条の一般条項によるキャンセル料の規制を、どのように使うのかが問題となります。つまり、こういった規定をキャンセル料の規制として使える法的手段だと考えた場合には、最低限キャンセル料として規制すべきものというものを、司法上確定していく必要性もあるのではないかというのが問題意識として、私には存在しております。

以上のようなことを背景に、本報告では、こういった消費者契約法9条や10条のように、一定の契約当事者が合意していたとしても、その合意の効力というものをそのままの形では認めないという強行法規が何のためにあるのかということについて、これまで出てきたキャンセル料の目的と関連する観点というものを、少しまとめてみようというのが2で述べることになります。

その上で3では、法学のこれまでの蓄積というものを参考に、法的な規制の形について少し論じる形で考えていこうと思っております。

4では、この2と3というものをまとめて、法的規制の在り方というものを試論として提示するという形で進めさせていただこうと思います。

なお、これまでの議論では、キャンセル料については機能という言葉が用いられてきたわけですが、一定の機能状態を目指して、キャンセル料が設定されていると、そういった意味で捉えるのであれば、機能は目的と言い換えられると考えています。つまり、キャンセル料はどのような機能を持つのかという問題は、キャンセル料というのは一体どういう目的を持っているのかと言い換えられるとも考えられるところになります。

そして、法学では、基本的にこのように目的という言葉を使うことが多いので、本報告では、目的という言葉で統一させていただいて報告させていただこうと思います。

その上で、4枚目のスライドですが、キャンセル料の目的と強行法規の意義というところに移らせていただきます。

前提としてキャンセル料に関しては、正常型の目的としては、次のスライドで示す損失の填補というものを除くと3つほどが、挙げがっていたかと思います。

1つ目が価格差別、2つ目が解約抑止、3つ目が売上の安定化であったかと思います。

1つ目の価格差別なのですが、消費者の好みというものが多様であることを前提に、これに合った契約内容を提示し、キャンセル料の設定の仕方というものに応じて、好みに合ったものというものを選ばせるためにキャンセル料が存在しているのだと、こういうわけです。そのための価格差別としてキャンセル料が存在しているというのが、1つの目的だろうと考えられるところになります。

こうした目的は、航空券などが典型的だと思うのですが、ホテルなどでもよく見られるところです。早期に予約すると安くなるのだけれどもキャンセルはできないと、つまりキャンセル料が高いというタイプのものと、直前までキャンセルはできるのだけれど

も、宿泊料は高いと、これらを消費者の好みに応じて分けて購入してもらうために用いられているという形になろうかと思います。

次は、2つ目の解約の抑止です。この目的については、前回の新井委員の御報告とも関係するのですが、効率的ではないような解約を抑止し、事業者の側がサービスや物品を提供するために行う必要のある一定の費用投下につき、そのような費用投下を安心して行えるようにするためにあると考えられます。このような意味で、解約の抑止というのを図る必要性があるというわけです。

しかも、この解約抑止は、次の売上安定化に関係する部分も恐らくあるのだらうと思われるようになります。

3つ目が、売上の安定化です。売上や、それに伴う物品とかサービスの提供、これらを安定化することで、投資とか費用の効率化を図るのだらうということがよく言われているところだろーうと思います。

売上の安定化は、古典的には、携帯電話などでよく言われていたかと思われることです。つまり、一定の契約者数というものが見込まれるということを前提として、基地局とかを整備する。過剰に整備すると、かえって過剰投資になりますし、かといって過小に投資してしまうとつながらなくなる。そういった意味では、どれぐらいの人々が契約して、それを存続するのかという見込みが立たないと効率的な投資ができないわけです。こうした意味で売上の安定化を図る必要性があるということなどは、キャンセル料の目的としても正当なものとして理解することができる可能性はあろーうかと思います。

この売上安定化目的は後に述べる事業者のリスク回避傾向、つまり利益や損失の振れ幅が大きい取引をしたくないことと関係しているようにも思えるところです。ただ、リスク回避傾向は、本当に正当な目的なのかということについては、後に少し述べさせていただきます。

その上で、もう一つ、損失填補目的というものも挙がっております。損害填補目的は、どちらかというと法学では、よく機能としては挙がるものではあります。

ただ、この損失填補目的もよく考えると、正当な目的といえるのかなかなか難しいところではあります。私は、どちらかというと効率性を重視して、法学上の問題を考察する法と経済学と呼ばれるような分野の人間でありまして、それと関係しないような機能というのは一体何なのかなと思いつながら損害填補目的を見えています。つまり、損失填補目的はこうした効率性とは直接に関係しません。また、法学上の議論でも損失を填補するという目的は、懲罰的損害賠償のように実損害額を超える賠償を認めないという場面で持ち出されるぐらいです。こういった意味で、損害填補目的は、どの程度の損害までを損害賠償として認めるべきなのか、履行利益なのか、前回の御報告にもあったように信頼利益なのか、機会の喪失なのか、そのような問題について決着をつけるものではありません。こういった意味で、この損害填補目的をもとに、正当なキャンセル料かどうかというのを考察するのは難しいのかなと考えております。

ただ、もちろん事業者が被った実損の部分については、最低限公平の要請として損害賠償で賠償させるべきだという、そういう要請はあり得るかなと思います。したがって、その部分についての最低限を画するのだという機能などはあり得るのかもしれないなとは思ってはいます。

以上のような目的の分類に関する議論を踏まえて、キャンセル料がなぜ規制され得るのかということについて、先ほど述べた強行法規とは何かというお話に入らせていただきます。強行法規とは、これに内容的に反した契約条項が無効になるという意味で、契約手続というよりは契約内容を規制するものになります。これに反した契約内容は無効になる、あるいは強行法規の中身で契約内容が置き換えられる形になります。

そして、民法では、他方で契約自由が原則として妥当とするわけです。強行法規は、契約自由に対する例外という形で考えられることになります。

そうだとすると、このような例外的なルールは、一体なぜ存在するのかということになるわけです。これを解明するのは強行法規の意義であり、この意義を明らかにすることによって強行法規というのは、一体どのような場面で働くべきなのかということを明らかにすることができるのではないかと考えられるところになります。

そして、強行法規の中身については、細かく見れば2種類あります。1種類目は個別の法規という形で規制される場合があります。

典型例は、利息制限法などです。一定の利息を超えるような貸金については、上限を超える分については無効にするという形で、あらかじめ国会制定法あるいは行政規則のような形でルールを定めて、それに反した内容というものは無効になるわけです。

ただ、個別法規だけだと非効率が生じる場合があります。規律されるべき事案が必ずしも多くないものについて、事前に詳細な個別規定を設けることは、かえって高コストである、立法の費用が高いとも考えられます。そうだとすると、裁判所は、事後的に裁判時までに入れた情報によって、しかも事案の特性に照らした形で解決を図るという、そういうほうが効率的であるという、そういう可能性があります。

こういった後者のタイプの強行法規が一般条項と呼ばれるもので、2種類目になります。先に挙げた消費者契約法9条1項1号は、平均的な損害という形で裁判所が解釈しなければならないという部分を含んでいるという意味で、また、それよりもさらに一般的な条項であるところの消費者契約法10条のような規律は、一般条項として捉えることができるのだらうと思われるわけです。

こういった規定で一体どのような場面を規制するのが次の問題です。

強行法規の第1の意義として考えられるのは、冒頭の「はじめに」でも少し示したところでありすけれども、心理的バイアスへの対処ということが考えられるのだらうと思われれます。つまり当事者の合理性に不十分なところがあり、そのままでは非効率な契約を締結する見込みがあるという場合、この場合について強行法規が役に立つ可能性があると考えられています。

定型的に心理的バイアスを持つ人をスクリーニングするような形で、つまり心理的バイアスを持つ人だけが引っかかりそうな、そういう契約条項などを置いているような場合が規制の典型例として考えられます。つまり、そのような条項の内容を持つような契約に入るような人たちは、もともと心理的に弱いとか、心理的バイアスに弱い人たちがスクリーニングされる、選別されるという形になりますので、そういった条項については、悪性が高いものとして規制するということが考えられます。

このように、定型的に規制すべき状況が分かる1つの表れが、利息制限法です。詳細は省略しますが、利息には様々な心理的なバイアスの影響というものが存在し得るのではないかと考えられるところになります。

この心理的バイアスゆえに非効率な契約を結ぶ可能性がある場合が事前に定型的に分かれば、利息制限法のように個別ルールで規制することもできるのです。けれども、そうではないような場合に備えて、一般条項というものが存在するわけです。消費者契約法より一般的な規定である民法の規定では、暴利行為規制、つまり、一方当事者の不利益で他方当事者が過剰な利益を得ると、そういう場合が規制の対象となっています。

過剰な利益を得るという場合などは、多様な場面がありますので、一律の規制になじまないところでありまして、民法90条という一般条項を使って、こういった場面は規制されています。

ではなぜ、このような暴利が規制されているのかということの1つの説明としては、心理的バイアスへの対処ということが考えられるわけです。つまり、内容的に大きな不利益があるという部分については、心理的バイアスが関わっていることの推定材料として働くのだと見ることができます。

また、暴利行為の規制では、先に見た客観的な大きな利益と大きな不利益のほかに、消費者側の無知とか、無経験とか、急迫・困窮している状況、こういったものを利用していることが要求されます。この点も心理的なバイアスと関わっている可能性というものがあ

ります。

例えば、急迫と関係して、困窮により時間的、心理的余裕を失っているのであれば、これによって考える余裕がないということで、認知リソースが侵食されている状態になっています。この点で、心理的バイアスの悪影響を受けやすいという、そういう定型的な状況になっている可能性があります。

また、多要素の考慮の慣れというものもあり得るところです。つまり、無経験と関係してですが、事業者間の取引であったとすれば、いろいろな要素を考慮した上で取引をするということ、これに慣れているという可能性はあるわけです。けれども、通常の消費者取引だと、例えば、車を買う場合などに、後にも述べますが、燃費など分かりやすい指標だけに注目して契約をすることがしばしば消費行動として見られるところです。このように経験が足りないと、複雑な契約の全ての要素というものについて、バランスよく考慮するということなどができないという意味で、心理的なバイアスの影響を受けやすいと

考えられるところになります。

その上で、キャンセル料に照らした強行法規の意義を考えると、心理的バイアスへの対処については、キャンセル料が将来の支払いであることから、近視眼的な影響を考えることができます。つまり現在の利益とかを重視してしまって、将来の不利益を過小評価するという要素が考えられるところです。また、考慮要素の数的限界、先ほど述べたように、車の購入時に燃費などの分かりやすい要素だけに注目してしまうと、そういったことなどに基づいて、キャンセル料については、将来大きな費用がかかってくる可能性があるにもかかわらず、それを契約時にコストや価格に関係してくる要素として取り込まずに契約に入ってしまうことが考えられることになろうかと思います。

また、現在契約に入るところを安く見せかけて、いざキャンセルを行う段階になったらキャンセルができないということになるとすると、他の事業者へ乗り換えができないという意味では、ロックインによる競争減殺が考えられることになります。つまり、ほかの事業者に乗り換えることができないということによって、競争が少なくなってしまうという、そういう悪影響も考えられますので、そのような観点から規制し得るとは考えられることになります。

また、将来の支払いでないとしても、例えばまとめていろいろなものなどを購入した上で、その上でキャンセルするというものなどについては、大量のものを購入したことはいいものの、その使用見込みについての楽観主義が関わっていると考えることもできます。したがって、こうした意味でキャンセルはできないということについては、心理的バイアスの悪影響というものを指摘することができる可能性があるかと思うかと思います。

このような意味で、過剰な解約抑止や過剰な売上安定化が心理的バイアスによって生じてしまう可能性があるのではないかと考えることができるのかなと思います。

この心理的バイアスと関係する強行法規のもう一つの意義としては、レントシーキングの防止があります。

これは一体何なのかと、要するに利益誘導です。前提として、消費者であるかどうかは関わりなく、契約の1つの目的は、効率性を増進することにあります。つまりは、契約の両当事者にとっての利益を増大させるということにあるわけなのです。しかし、契約の情報によっては、一方から他方に利益を移転させることだけを目的としている、場面によっては、利益の全体が減るにもかかわらず、一方から他方へ大量の利益が流れ込むということによって、一方当事者だけが得をすると、そういうことだけを目的とした条項というのが入られる可能性があります。こういうものをレントシーキングというわけでして、つまりは、利益の移転とでも言える場面が防止されている、と考えられるところになります。

こういった行動については、より広い文脈などだと、例えば、公務員や国会議員に対する賄賂も同じような形で規制されていると考えることができます。つまり、一定の人が利益誘導のために、何かしらの国会制定法あるいは規制の発動を要求するということになると、それは全体の利益を増大させるというよりは、個別の人の利益を増大させるた

めだけに、一定の費用がかけられている形になります。利益を増大させないような行動について、様々な費用をかけられるのは無駄ですので、そういった意味から賄賂が規制されているのかなと考えることはできます。

もちろんレントシーキング自体は、日常的な様々な行動でされているわけです。これだけで規制の対象になるのかというと、それは文脈次第というところになります。だからこそ、先ほどの強行法規の意義の1番目、心理的バイアスの影響と補完的な役割を果たす形で、規制の対象となり得るのかなと考えられるところになります。

しかも、先ほど例として出しましたような暴利行為の例などでは、無知、無思慮、無経験、窮迫、こういった状況を事業者側は利用するということが、基本的には問題となってくるわけなのですけれども、こういった状況を利用してレントシーキングをするために、事業者側が、こういった状況を探索するとするならば、無駄に費用がかけられることになります。例えば困窮状態に陥っている人などを選別するために、一定のデータを集めるとか、個別にいろいろと取引などを持ちかけて反応を見とか、そういった行動のために費用をかけるのは、この利益の移転のためだけに費用をかけるだけのことになりますので、そういった意味で無駄であって規制をするべきだと考えられることになろうかと思います。

もう一つ、第3の、今までとは少し毛色が違う強行法規の意義としては、過剰シグナリングへの対処というものが考えられるところになります。

これは何かということなのですけれども、あまり専門的な用語を使わずに述べると、先ほどの価格差別と関係するようなところですね。つまり、一定の契約の条項とか価格の体系などは、ある契約当事者と別の契約の当事者などを分離するために存在しているわけですね。差別をするために存在しているわけなのですけれども、しばしば、この目的とした分離という機能が働かずに、むしろ分離のために用いられた契約条項が不利益をもたらすことによって、分離という機能が果たされないまま、この契約条項の不利益だけが際立ってしまう。そういう状況が生じてしまう場面に対処するのが、過剰シグナリングへの対処というところになります。

これとの関係で民法上規制され得るものとしては、担保の場面などが典型的に議論されるところでありまして、とりわけ保証契約で議論されています。保証契約では、保証人が主債務者と親族関係や肉親の関係にあることを背景として、必ずしも経済的には合理的な理由ではないような理由で保証人になってしまう場面があり得ます。そういう形で保証人に過剰な不利益が生じてしまうということなどは、しばしば生じてしまいますので、その観点から規制されているのだと見ることができると考えられるところになります。

その上で、売上安定化目的の合理性に対する疑いを、少し述べさせていただこうかと思っています。先に売上安定化目的を事業者側が主張する場合には、しばしばその動機としては、例えば、事業者が企業保険という形で保険をかけるように、一定のリスクに対処するため、つまり、急な損失というものは生じないようにするためにしているのではないかと考えられるのだという考え方を述べさせていただいたところになります。

事業者に関して、このように企業保険が存在していることからすると、売上の安定化というのは、このような事業者側のリスク回避傾向というものを反映していると見る事ができると見る余地もあります。

ただ、このリスク回避傾向がなぜ事業者に生まれるのかということについては、議論があるところです。また、そもそも事業者のリスク回避傾向はよいものであるのかどうかということについても議論があるところになっています。

事業者がリスク回避的であったとすると、お金を貸している人とか、事業者に対して一定の契約関係に立つような人、その人たちは利益を受けるわけです。例えば銀行や、あるいは事業者に対して、労働契約上の債権、賃金債権を有しているところの、労働者などは利益を受けるわけです。そういった人たちの保護には、事業者のリスク回避傾向は役に立つことにはなりません。

その意味で、事業者のリスク回避傾向に一定の意味はあるのです。けれども、かといってそれだけを重視してよいのかというところは議論があるところなのです。この辺りは、株式会社というものが、どのようなステークホルダーのためにあるのか、例えば株主のためだけにあるのか、それとも多様なステークホルダー、銀行とか、従業員のためにもあるのかとか、その辺りも含めて議論せざるを得ないところがあるのかなと考えているところになります。

次に売上安定化目的の合理性への疑いのもう一つというところで、従業員のリスク回避傾向というところを見ます。先ほどの事業者のリスク回避傾向とも少し関係するのですが、けれども、キャンセルがされると、一定の売上というものが減少するわけです。この結果、その売上に関わった従業員が、具体的な不利益を受けるということ、これを避けるためにキャンセル料が設定されているのではないかと考えることができるのではないかと。そういう事例もあり得るのではないかとと思われるところになります。

もちろん、この研究会のヒアリングに応じていただいたような事業者の方々からは、そういった従業員のリスク回避傾向に対応して過剰にキャンセルを回避させる傾向は、あったとしても改善傾向にあるという形でお話を伺ったと思うのです。けれども、理論的には、これも考えられるところです。しかも悪質な事業者だとすれば、こういった従業員のリスク回避も目的として、つまりは個別の従業員の保護というものを目的としてキャンセル料を設定することもあり得ると考えられるところです。

以上のように事業者のリスク回避傾向や従業員のリスク回避と関連する形で、売上安定化目的を直ちに正当な目的として設定していいのかということについては、少し疑問が残るということを私の意見としては述べさせていただきたいと思います。

その上で、法的規制との接続というところに移ります。法的規制に関しては、冒頭で述べたように、使える条項としては2つぐらい条項があります。消費者契約法9条1項1号、これがキャンセル料に関する直接的な規制でして、10条が受皿として、9条では規制できないような条項についても一般的に規制するという条項になります。

このうち9条1項1号は、最高裁の判例としてはかなり珍しい事件についてしか存在しないところでありまして、なかなか使われにくい条文になっています。

このように9条1項1号が利用されない状態を機能との関係で考えてみると、まず、平均的な損害を超えるか超えないかという基準だけでは、心理的バイアスに弱い人をスクリーニングしているなどの機能は少し認めづらいところかなと思うところです。また、過剰なレントシーキングなのかと言われると、平均的な損害というものについての捉え方次第では、特に過剰とも言い難いとも思えます。とりわけ履行利益賠償は、正当な目的だと認められる余地はありますので、そのような意味でも過剰なレントシーキングとも言いづらいのかなというところになります。さらに、このように過剰な一括均衡が生じているという状態を平均的な損害という文言で表しているのかというと、そういうわけでもないだろうというところです。このように考えると、なかなかキャンセル料が使われる目的と、規制の実態というものが合っていないのかなと考えられるところになります。

その上で、消費者契約法10条について、何かしらキャンセル料を規制していく上で考えられる視点がないかと考えてみようかなというのが次になります。スライドで示したものの以外にも方策があることを否定するわけではないのですが、消費者契約法10条に関する議論を参考に、次の2つの方向性というものを考えることができようかなと思います。

1つは、キャンセル料が対価的な意味を持ち得ることを想定した上で、対価的な意味を持ち得る別の場面で用いられた判例法理、これを手がかりにキャンセル料の規制を考えていくというのがあり得る方向性かと思います。

もう1つは、本研究会で得られたキャンセル料が持つ目的とか手段に関する経験的知見の蓄積に照らして、目的や手段についての審査を行うという形が考えられるかと思います。

以下、これらを順に見ていくことになります。まず、最初の判例法理です。使えるものを考えると、住宅の賃貸借に関して最高裁で様々な裁判例があるところ、このうちの代表的なものの1つに、更新料に関する条項の有効性が争われた事件があります。例えば、2年契約や1年契約で住んでいて、更新する際に賃料の1か月分や2か月分を更新料として支払うという条項が、消費者契約法10条に照らして無効なのではないか、更新料を取ってはいらないのではないかという形で争われた裁判例があるわけです。最高裁は、更新料は賃料の補充など、対価などの趣旨を含む複合的な性質であるとして、経済的合理性があるのだとしています。

その上で、具体的に無効になるような基準としては、賃貸借契約書に一義的かつ具体的に記載された更新料条項は、更新料の額が賃料の額、賃貸借契約を更新される期間などに照らして、高額に過ぎるなどの特段の事情がない限りは、消費者契約法10条後段違反にはならないとしています。

ここで、更新料でも対価という文言が現れているのがポイントです。そして、キャンセル料も更新料と同様に、対価の意味を持つという可能性というのは、これまでも指摘されてきたところだろうと思います。前回の新井委員の御報告もこのようなキャンセル料の対

価値とかかわってきます。また、価格差別としての意味を持つキャンセル料についても直接的に関わってくるところだろうと思います。しかも更新料は、年単位契約者ほど、月当たりの負担が軽くなるという意味で、こうした消費者を優遇するところ、年単位契約の見込みという、消費者側が持つ情報と、事業者側が提示する価格メカニズムを利用することによる価格差別の一種であると見ることもできようかと思います。

もちろん賃貸借の場合、同じ事業者が更新料ありの可能性と更新料なしの可能性、両方提示しているというのは少ないのですが、賃貸借の物件というのは多数存在していて、更新料がない物件と、更新料があるという物件などが、両方市場に投入されているという形になります。こういった状況に照らして各消費者に自分の状況に合った契約というものを選ばせるために更新料というのが存在しているのだとすると、価格差別のような目的を持っていると見ることもできるのかなと思います。

その上で、キャンセル料の有効性を考える上でどこに注目すべきか、問題となります。判決文では、賃貸借契約書に一義的かつ具体的に記載された更新料条項と示されており、これについては、手続的な部分、つまり更新料についてちゃんと認識できるのか、低い費用で消費者が認識できるのかという認知コストに関しての部分に関係してきようかと思います。あるいは別の手続的部分として、先ほどから示しているような、要素の多様性がある場合に消費者契約においては、一定の要素だけに注目してしまう可能性があることに注目することもできようかと思います。住宅の賃貸借だと、部屋のよさとか、日当たりのよさとか、そういった要素にだけ注目してしまって、あるいは賃料という毎月払うところに注目してしまって、キャンセル料と同様の機能を果たすかもしれない更新料については、なかなか目がいかないという可能性があるので、そういった意味で一義的かつ具体的という形で、ちゃんとリマインドすることが必要なのだと考えることができようかと思います。

また、高額に過ぎるという要素なども述べています。高額に過ぎるか賃貸借契約につき認定できるかどうかを見るということです。そしてキャンセル料についていうと、この研究会でもいろいろな団体のヒアリングなどを通じて見てきましたように、様々な団体で標準的なキャンセル料について考えていくというそういう流れも存在しておりました。したがって、業界団体の協力なども得つつ、継続的に標準的なキャンセル料についてのベースラインを設定して、高額に過ぎるかどうかの認定を行う可能性はあるのかなと思います。

ただ、賃貸借における更新料とここで問題としているキャンセル料につきは、先ほどは同じように語ったのですが、違いもあるところです。たとえば、更新料や、同じく問題になった敷引き、つまり敷金のうちの一定額を返さないという契約については、事前の支払いでありまして、つまり契約の開始時点で基本的には支払うというものです。そうである以上、キャンセル料に比べると、将来の支払いではないので、近視眼の影響などは受けづらいかなと考えられるところです。また、最初に支払うものである以上、最初に考慮せざるを得ない要素であるという意味では、考慮要素の数的限界による影響は受けづらい可能性はあろうかと思います。

また、賃貸借では、どのぐらいの期間借りるのか、年単位で借りるのか、それとも1、2か月で出ていく可能性があるのかということを、消費者側が知り得るかということ、それは通常は割と容易に知り得ると考えられます。つまり、例えば学生になって一人暮らしを始めるとか、あるいはある会社に入って転居するとか、そういう場合については、通常は年単位で契約とかの見込みが立つわけですし、どのぐらいの期間を使うのかについての情報は、消費者側が手に入りやすいと考えられるのだと思われるわけです。これに対し、こうした見込みの容易性がキャンセル料に妥当するのかということ、必ずしもそうではないのかなとなろうかと思います。

そうである以上、連続した観点を使うとしても、キャンセル料のほうが定型的に厳しく規制されてよいという可能性はあります。そうである以上、10条の枠組みを参考にしつつも、10条よりは少し厳しくキャンセル料を規制してもよいという、そういう可能性は出てくるのかなと考えられるところになります。

もう一つの可能性として、目的手段審査というものを挙げさせていただいています。法学では、憲法違反の判断や行政が行う様々な行政的な裁量行為の適切性など様々な場面で、これらが違憲なのかとか違法なのかという審査を行うために、目的手段審査というものが使われています。

この内容としては、目的が合理的なのか、及び、目的と手段との間に合理的な関連性があるのかという2段階の審査を得るわけです。1段階目が目的の合理性、2段階目が手段との合理的な関連性という、そういう審査を経るわけですし、この手法が裁判所では、割とよく使われていることになります。

消費者契約法10条でも、明示的にこういった判断枠組みを使うべきなのだという主張はあり得るところです。こういった点を考慮すると、消費者契約法の中でも10条の問題として、目的の合理性というものと、目的と手段が合理的な関連があるのか、これを審査していくということが考えられることになります。

ここでキャンセル料について問題を置き換えると、キャンセル料によって設定された目的が合理的なものであるかどうかという観点、並びに、こういった目的を果たさせるために、果たしてキャンセル料というものが必要であるのか、また、キャンセル料というものが有効であるのかという観点、こういう2段階で審査を行って判断していくことになるのかなと思うところになります。

もちろん、目的手段審査も、もちろん万能ではありません。たとえば、憲法上の判断というのは皆さんもよく御存じのようにニュースでも違憲判断は日本ではほとんど下されませんので、目的手段審査だけで全ての問題が解決するのかということ、これはこれでなかなか使いづらいところはあります。

ただ、明らかに不合理な場면을規制する上では有効に働く余地があるというのも、違憲判断などがされることから容易に分かるところ可と思います。とりわけ目的の不合理さというものも推定するのはなかなか難しいのですが、設定された目的との関係で、使われた

手段が合理的なのか、その合理的関連性の部分は、疑わしい事例があるのではないかと考えられるところもあります。

例えばではありますけれども、契約直後にキャンセルしたいという場面について、これについて100%など相当な額のキャンセル料を課すというのは、損害の填補とか、価格差別とか、キャンセルの抑止とか、あと、効率的な投資の促進といった目的との関係で、過剰と感じられるような部分があるのではないかと考えるところもできるところです。そういったところについては、規制の手がかりにすることもできるのかもしれないと考えられるところになります。

その上で、まとめみたいな部分に入らせていただきますが、法的規制への試論というところです。これは、どうやってキャンセル料を規制していったらいいのかということになります。まず前提として、消費者契約法の構造を考えると、契約内容に注目して、一定の不合理的な契約内容を規制するというタイプの条項が8条、9条、10条辺りに置かれています。それに対して事業者が一定の不当な行動を取ったことに対して、契約の効力を否定していく、そういうタイプの規制が消費者契約法4条に置かれています。こうした意味で、手続に関する規制と内容に関する規制が一応分かれています。

もちろん、10条でも手続に関する規制、事業者が不当な行動を取っているということについての規制はできなくはありません。ただどちらかというと、10条では内容規制がメインという形になっています。また、9条は10条と比較しても内容規制寄りという形になっています。基本的には、平均的な損害を超えるかどうかという内容面だけを見ているので、ですので、手続的な面は入ってこないと考えられるところになります。

他方、消費者契約法上の内容規制として一般条項の意味を持つ10条の規制内容に関しては、内容に関する任意規定からの逸脱の大きさから手続的な瑕疵、典型的には消費者の心理的バイアスやこの悪影響を推察させるものとして理解する余地があるのではないかと、私は考えているところになります。

そのような意味で、伝統的には手続的な規制の一環として考えられてきた、消費者側の意思決定の不当な影響、心理的バイアスへ悪影響に注目すると、これについての規制は10条のような内容に関する規制でも一定程度入りこんでいるのではないかというのが、私の見方になります。

そうであるとする、内容規制というものも手続規制に関する4条と連続的に捉えていいのではないのかなと、私は捉えているところであります。こうした観点から、手続規制、内容規制というものを連続させた形で、9条をはじめとしたキャンセル料に関しての規制というものを、これまでの議論と私が述べてきたことに照らして、組み替える可能性があるのかなと思うところになります。

つまり、9条においては、先ほどの更新料とか敷引きなどに関しての考察から得られる過度に高過ぎる場面から手続面での瑕疵というものを推定させるという問題に並んで、手続面を問題にする規律というものを並行的に入れていくところは考えられていいのではな

いかと考えることができようかと思えます。

具体的に、第2回の会議にも出ておりましたように、契約で書面の契約を行う場合には、契約書での説明や他の選択肢の対比、違約金等に関する消費者の説明に関する納得感を大きくすることを考慮した規律を入れ、この要素が充足されていない場合には、違約金等の合理性を厳しく判断すると、そういった規律が考えられるかもしれないというところになります。

その上で、伝統的な9条のような内容だけで規制すると、こういった規律も残していいかもしれないと考えています。つまり、手続的な規制に関しての考慮というものは全くせずに、内容に関しての不合理さだけで規制していくということなどは考えられていいのかなと思います。

具体的に手続というものを連続させて、キャンセル料規制を行っていくとどうなるのかという問題に移ります。

例えばということになるわけなのですが、消費者契約法10条の可能性1の箇所で示させていただいたように、更新料に関しては、価格として分かりやすく提示するということが意識されています。こうした価格としてのわかりやすさを重視した提示という点は、価格差別としてのキャンセル料が機能する上で重要な条件であると考えこともできます。また、キャンセル料に関しての解約抑止の機能についても、キャンセル料の発動条件について契約時にきちんと説明することは、契約時に存在するキャンセル可能性を意識させるとともに、実際にキャンセルする際の手続費用を引き下げる点で意味があります。つまり、どうやったらキャンセルできるのかというのを一々調べて、しかも事業者側とトラブルになることなくキャンセルについてスムーズに進めることができる、こういった意味で重要であると考えことができます。

そして、これらのように価格としてのわかりやすい提示が欠ける場合は、先に見た目的手段審査から見て、手段の合理性が欠けると理解することができようかと思えます。つまり、価格差別とか、解約抑止という形で、キャンセル料というものを設定するのであったとするならば、ある程度明確な説明というものが手段として要求されるのではないかと思います。目的との関係での手段としての合理性が、説明の少なさというところから認定されるということによって、規制ができるという形で考えることができるのかなと思います。

このような認定により、手続だけで規制されるという可能性もあります。また、こういった手続面での問題があることにより目的と手段との合理的な関連性が断ち切られたということを前提にして事業者側に改めて、目的と手段についての合理的な関連性について立証させる規律も考えられます。この立証ができない場合については、消費者側の言い分のとおり、キャンセル料を無効にすると、そういうタイプの規制が考えられるのではないかなと思われるところになります。

あとは内容型のキャンセル規制になります。内容型については、これも消費者契約法10

条の可能性1で示されたように、著しく高い額が設定されている場面については、更新料については、たとえ説明が十分されたとしても無効になる可能性というのは認められていますので、キャンセル料についても、相場感に照らして、やはり高過ぎるのではないかというものについては、それだけで内容規制の対象とすることが考えられるところになるのかと思います。

その根拠としては、高過ぎるようなキャンセル料を定めているような場合については、何かしらの心理的なバイアスというものの悪影響というものを利用しているのではないかと、そのような推定を働かせることが考えられます。その上で、目的の合理性、手段の合理性というものについては、改めて事業者側に立証させるという形での規制が考えられるところになるのかと思います。

また、そのほかに消費者契約法10条の可能性2について直接示しましたように、目的、手段の合理性について、消費者側から直接に争わせるということなども規制の在り方としては考えられてよいのかなと考えるところになります。

すみません、少し時間をオーバーしてしまいましたが、以上です。早口で申し訳ありませんでした。

○丸山座長 西内委員、ありがとうございました。

それでは、ただいまの西内委員からのプレゼンテーションを踏まえて、前回に引き続き「解約料の実態を踏まえた望ましいルール of の在り方」について議論していきたいと思います。

まず、西内委員のプレゼンにつきまして、集中的に質疑をいたしまして、次に資料2についても再度配付されていると思いますので、それについても後ほど議論をさせていただければと思います。

それでは、まず、西内委員のプレゼンテーションにつきまして、御質問や御意見のある委員の先生は、挙手をお願いできればと思います。

それでは、有賀委員、よろしくお願いいたします。

○有賀委員 ありがとうございます。

どなたもいらっしゃらないので、場つなぎ的に少し質問をさせていただきます。ありがとうございました。

こういう話を聞く機会があまりなかったので、とても勉強になったというのが、最初の感想と、もう一つは、私は心理学をやっていて、心理学的な側面が、こういった法律で考慮され得るのだなというのに気づくことができたという意味では、私にとってはとても大きくて、私はもっと法律とか法的な考え方というのはドライなものだと思っていたので、心理的なバイアスとかそういった側面も考えとして組み入れることができるという点は、うれしいというか、そうあったらいいなと思っていたので、とても勉強になりました。

やはり、西内委員の話を聞いて、法律の目的は分かるのですけれども、やはり前提としては、それが消費者に伝わっているというのが前提になっているので、結局は、消費者に

契約をよく見ましようとか、理解しましようというメッセージにしかならざるを得ないのかなと、最初は思っていたのです。

でも、最後のほうに西内委員が手続的なところで、例えば、消費者が認識しやすいように、具体的に説明をするという話をされていたので、そこはまさに賛同するところかなと思いました。

特に、最後のほうにキャンセルの可能性を意識させるという文言があったと思うのですが、けれども、やはりそれは大事だと思っていて、事業者の側が消費者に対してキャンセルの可能性、消費者の人は今考えていないけれども、キャンセルする可能性があるというのを積極的に認識させるように取り組むというのは大事かなと思いましたし、それが不満を下げる1つの要因になるのかなと思いました。

ただ、意識させるメリットがある場合と、多分ない場合がありますね、事業者の側に、例えばレストランとか結婚式場であれば、キャンセルする可能性がありますよと認識をさせたほうが、メリットがあると思うのですが、先ほど携帯の話とかが出てきましたけれども、売上安定化が目的だとすれば、それほどメリットがないのかなと思ったので、業界によってキャンセルの可能性を意識させるメリットがある業界と、ない業界が恐らくあるのかなと思いましたので、その辺りは、規制することによって解決できるのかなという感想を持ちました。

すみません、質問というよりは感想です。ありがとうございました。

○丸山座長 ありがとうございました。

西内委員、何かコメントはありますか。

○西内委員 どうもありがとうございます。

大変拙い報告だったのと、何かいろいろなもの盛り込み過ぎてしまって、早口になってしまって申し訳ありませんでした。

事業者の自主的な試みだけに任せるという形で、つまり事業者にとってメリットがある場合にだけ説明させるというわけではありません。むしろ、事業者にとってメリットがないような場面についても、説明しなかったことについて、キャンセル料を取れないという形でサンクションを課すことによって、事業者側に説明に関してのインセンティブを与えようというのもこの規制の目的になります。そういった事業者側からキャンセル料の内容、あるいはキャンセルするという可能性自体を消費者に意識させるということについて、事業者側から伝えるメリットがない業界についても、伝えるインセンティブを与える規制について、わたしの専門である民事法に照らしてキャンセル料に関しての民事ルールを足掛かりにしてお話ししたところになります。ただ、民事ルールだけではなくて、例えば行政的なルールであったり、刑事的なルールであったり、別個の形で何かしらキャンセル料の内容に関して、あるいはキャンセルされるという可能性について、消費者に様々な形で啓発を図らせる必要性はあるのではないのかなということを前提として、お話しさせていただいたところです。

ちなみにですけれども、アメリカなどは、キャンセル料それ自体と関わるのかという問題はありますけれども、例えば様々な手数料について、ばらばらな形で提示すると、どれぐらいの負担額になるのか分かりづらいという価格体系を取られていることがあります。この場面は消費者の認識可能性という点では問題があると考えられているところです。そこで、総額表示のような形、たとえば、こういった場合などについてはこのぐらいの額がかかる可能性がありますというところなどを、ある程度分かりやすく提示させることが、規制の在り方として議論されているところではあります。キャンセル料に関しても、想定シナリオごとにこういった場合などについては、結局総額ではこれぐらいかかりますし、キャンセルした場合にも手に入れられるものはこれぐらいという点などは、きちんと最初にリマインドできるのであれば、やってもいいところはあるのかなと思ったという次第です。

ただ、もちろん契約で様々なことを細かに全て説明していくと、それだけで時間とか費用もかかります。したがって、取捨選択して、重要な要素について分かりやすく、そして、必要ないものについては、ある程度簡略化した形で表示とか説明をする必要があろうかと思えます。こういう形で何とかできるような枠組みは考えていけないのかなと思うところです。

○有賀委員 ありがとうございます。

私が思い描いていたことを、100倍も分かりやすく説明していただいたという感じがして、問題が共有できた感じがして、うれしかったです。ありがとうございます。

○丸山座長 それでは、ほかの委員で御質問がある委員の方、いらっしゃいますか。

では、兼子委員、御質問をお願いいたします。

○兼子委員 御報告ありがとうございます。

最後の結論という部分になると思うのですが、最後の2枚の部分ですね、手続連続型キャンセル料規制と内容型キャンセル料規制というのが、2つの方向性として考えられますでしょうという内容でしたけれども、この手続連続型キャンセル料規制のほうというのは、すみません、こちらは、キャンセル額というのは、ある程度踏まえた上での話になるのですかね。キャンセル料が過剰に高い、かつ、いわゆるこの辺の手続がなされていないという、2つの条件というのが入っていると考えてよろしいでしょうか。

○丸山座長 西内委員からコメントがあれば、よろしくお願いします。

○西内委員 どうもありがとうございます。

もともと念頭に置いていた、途中で出した暴利行為規制などは、内容と手続と両方で見たと規制していくという形でしたので、その内容を見た上で手続の不合理性などについても、連続させて考えていくというのはあり得るところです。ただ一応消費者契約法の途中で示したように、10条に関しての規制枠組みのうち更新料に関する部分では、そもそも明確に価格システムの一部として提示されていないような場面については、中身のいかに問わずにある程度厳しく規制してよいような、そういう言いぶりされています。した

がって、手続が不十分であったとすると、まずは、キャンセル料の高さというものを見るよりは、その提示の仕方のような手続きだけである程度は規制されてよいような領域というものをつくることも考えられていいのではないかなとは思います。

その上で、おっしゃっておられるように、その手続と中身、両方見るようなものなども入れ込んできた感がありまして、そういうところです。

○兼子委員 分かりました。ありがとうございます。

完全に分かれているという感じなのですね、手続連続型と内容型というのは、これは、それぞれの規制の方式で、何かメリット、デメリットというのは、それぞれあるのでしょうか。

○西内委員 手続だけに注目する場合には、外形的なというか、高額性というものについて、あまり注目する必要性がないような規制の類型を考えることは、できなくはありません。その意味では、規制しやすくなるような気もします。また、手続さえちゃんと守っていれば、ある程度高いキャンセル料を取れる可能性があるので、そのような意味では、事業者側にとっての受入れ可能性はあるのではないのかなと考えられるところにはなります。

逆に、内容型だけを重視して、こういった場面についてキャンセル料は取れませんよという形で一律の額などを定めてしまうと、これまでも見えてきたように、合理的な目的で設定されているキャンセル料もあるので、それをどのように例外で逃がすのかというところが問題になってくるころではあります。

あと、中身に関しては、途中で省略したといいますか、前提としてしゃべっているのですけれども、消費者契約法9条に関わらないようなキャンセル料でも一応10条でも規制はできるのですね。とはいえ、10条で正面から規制の対象になってきたのかというと、10条は、基本的には内容規制なのですけれども、内容規制はあまりなかなか発動されてこなかったというのが消費者契約法に関しては実情です。消費者契約法10条違反だという形で言われた裁判例に関しては、最高裁ではなかなか、最近に至るまでそんなに存在しないという状況なのですね。

ですので、中身だけに注目して規制するというのは、なかなかそれだけでは限界があるように思います。実際の消費者に関するトラブルの解決や消費者の満足感の向上、あるいは効率的な市場をつくり上げることを目的として考えると、契約の手続というものも踏まえつつ規制していかざるを得ないというか、規制していったほうが、まだ、規制の実効性も上がるし、よりよい市場もつくれるのではないのかなと考えられるところです。このような意味で、内容型に関しては一応議論には出してはいますし、今までの議論との連続性も非常に高いのですけれども、とはいえ、それだけでいいのかなとも思うところが大きいです。手続のところを強調させていただいているような、そういうスライドをつくっているところです。

○兼子委員 ありがとうございます。

では、西内委員としては、この手続連続型キャンセル規制にある程度寄せていったほう

がいいだろうという理解で。

○西内委員 そうですね、そのように思っただけだと申し上げていいのか分かりませんが、とりあえず、私個人の意見としては、それでもいいのではないかなと思っているところですね。

○兼子委員 どうもありがとうございました。

○丸山座長 それでは、ほかの委員の方から御発言を、では、新井委員、よろしくお願いします。

○新井委員 よろしく申し上げます。御報告ありがとうございました。

12枚目のスライドですが、実際にシグナリングが過剰になって、企業が利益を上回る場合というのは、発生し得るのでしょうか。その費用を超えていたら、やめてしまうのではないかなという気がするのですけれども。

○西内委員 そうですね、ですので、純粋な意味でそれが働いているのかというのは、分からないところではあるのですけれども、というか費用を超えはしないのですけれども、規制したほうがよくなるという、そういう状況ですね。規制しなかったとしたら、何というか、一括均衡になった人の利益は残るのだけれども、でも、規制してしまって、そもそもたとえば保証をさせないようにしたほうが、そもそも余計な費用もかからなくていいのではないかと、そういう場面で議論をされていたはずですよ。

つまり、保証に関して、例えば、本来であれば、返済能力が低い主債務者に関して、そういう状況などを分離するために、返済能力が高い主債務者に関しては保証人がついて、返済能力が低い主債務者については保証人はつかないと、そういう分離均衡を期待していたのに、先に述べたように、何かしら主債務者との一定の親族関係、あまり経済的には合理的ではないかもしれない、そういう関係に基づいて、情にほだされて保証人をしてしまうと、そういう関係などがあるというのは、民法などではよく指摘されることです。そうであったとすると、保証することによるメリットは、確かに残るのだけれども、そもそも保証させることの意味としてのシグナリングの意味というものは、ほとんどなくなってしまいます。そうであったとすれば、最初から保証させないほうがよく、保証を最初からある程度規制してしまうというのが、ここでの趣旨というところですよ。

○新井委員 なるほど、過剰シグナリングになっているのは、きっと何か、それをやっている側にすごくベネフィットがあるからだ、と、経済学者は考えるわけですが、それを規制するというのが、本当に正しいかどうかというのは、実はよく分からないところがありますね。

○西内委員 ここを言われるものの、私などは、むしろ、理由のほうを探って行って、その理由のほうなどで、①番として出した心理的バイアスのほうが関わっていると説明したほうがいいのではないかなと思っています。

○新井委員 なるほど。後は、兼子委員同様、規制の話についてです。手続連続型にしよ、内容型にしよ、もし、実行しようとする、各領域というか、各産業まで言うと、大きい

と思うのですけれども、各分野における手続とか内容に関する審査を行っていくという状況を想定するのでしょうか。

○西内委員　そうですね、裁判所が事後的に行うので、一応各分野についての審査を行っても構わないかなという形で考えることができます。しかも、こうした事後的な各分野審査で規制することも仕方ないとも考えることもできようかと。ただ、手続に関しては、もしかしたら、ある程度統一はできるのかもしれないのではありません。もっとも、キャンセル料とか契約に用いられるシステムがどのように関係しているのかも、業界ごとによって違うかもしれないので、どのように提示していったらよいのかということについては、事前に一律に決めることはできないのかもしれないですね。

○新井委員　個人での売買みたいなものが、増えてきているので、こういったガイドラインを、あらかじめ明示しておくべきなのか。各個人が新しく自分で商売を始めようとしたときに、自分がやろうとしている領域のキャンセル料に関する情報なり、慣習なりをアクセスできるようにしておくのかという差は、重要な気がします。開業して、ガイドライン等を知らずにやってしまったのか、知らずにやってしまった体を装っているのかという話は、ありそうな気がします。もし、これをやるのであれば、どういう形で実行していくのかなというのは、個人的に興味があるところだったのでお聞きしたのですけれども。

○西内委員　望ましいのは、ある程度業界単位であったり、あるいはガイドラインであったりという形で、事前にこういった形での表示がよいのかということについては抽象的にでも、指針を示しておくべきなのだろうとは思いますが。けれども、最後のほうで有賀委員の質問に少しお答えするような形で私は民法の人間なので、民法で規制するのだったら、こうなのかなという形でまとめてみたというところなののですけれども、行政的な規制を使うことも考えられてもよいかと。つまり、民事ルールとしてキャンセル料が無効になるとか、そこまではしないのだけれども、行政的なルールとして何かしらの軽いサンクションを課す、あるいは、これに従うべきだという行政ルールとして定めてあるのだけれども法定のサンクションはないというところで、望ましい方向などの誘導などを行政ルールとして考えていくということはある程度可能なのかもしれないと思っています。

ただ、法というものに関しては、一定程度蓄積していくということなども念頭には置かれてはいるわけです。最初にルールをつくった時点では、抽象的なというか、ぼんやりしたものしかなかったとしても、運用の中で、こういう相場感なのかなというものなどは、生まれてくる可能性は存在しているところです。その辺りを学者がまとめるのか、あるいは何かしら行政庁なりで、ガイドラインとか、そういう形でまとめるのか、そういう問題はありますけれども、あるいは業界団体でまとめるのかと、そういう問題はありますけれども、そういったところでまとめることによって、ある程度明確化する可能性はあります。漸次的にですけれども、明確化するというのはあり得るところです。

○新井委員　ありがとうございます。

○丸山座長　ありがとうございます。

すみません、私のほうからも少し教えていただきたい点や明確化したい点がありますので、質問をさせていただければと思います。4点ほどあるのですが、質問だけ先にまず述べさせていただこうと思います。

まず、プレゼンテーションの8ページ、10ページに関わるところでございますけれども、貸金の例というのを出示していただいて、このような場合については、定型的な規制というのが妥当し得る場面だろうということで挙げていただきました。今回、様々なヒアリングなどでも出てきておりました、サブスクリプションや継続的なサービス契約のような場面なのではございますけれども、そういう場面も将来の不確実性や消費者の過大評価の問題というのが伴いやすいのではないかと思います。そういったサブスクリプションや継続的なサービス契約の場合も、例えば、キャンセルのときに解約規制を定型的に入れていくということは、正当化されやすいのであろうかというのが、第1の質問になります。

第2の質問としましては、プレゼンテーションのパワーポイントの9ページに関わることでございます。

今回は、キャンセル料という条項の規制の問題でございましたので、内容面から手続面の問題というのが見えてくるのではないかと思います、そういうプレゼンテーションをいただいたと思うのですが、ここに挙げられている希少性の強調や、バイアスの利用という、こういう局面というのは、今回のプレゼンテーションの対象からは外れるのかもしれないではございますけれども、むしろ手続面にのみ着目して対応を考えていく余地というのは、今後は、高いと考えてよいのか、例えば、オンライン取引などで、60分だけ限定で安くみたいな提示がされているときに、急いで契約してしまったけれども、キャンセルしようとしたらキャンセル料がかかるといった場面では、むしろ、その手続面にフォーカスした上で、高くなくても、例えば24時間解約を認めてあげるみたいな、そういった対応というのは考えられるだろうかというのが、第2の質問になります。

第3点目の質問としましては、プレゼンテーションの22ページと、最後の25ページのところで、目的と手段を考えて考察に入れていくという方向性は、非常に魅力的な方向性ではないかと、私自身も思いました。少し具体的に目的と手段の合理性を問うという場合についてお伺いしたいのですが、例えば、価格差別において、安い料金プランを選択したらキャンセル料がかかる、場合によっては、契約金額を全部取られてしまうという場面なのではございますけれども、価格差別をするためには、本来は、契約金額を全額取らなくても、例えば、半額とか5,000円とかでも十分に顧客の差別、分離というのができるという、そういうケースを想定した場合に、そういうキャンセル料が高過ぎる、目的のためには高過ぎるという点も、この目的手段の合理性を問うというモデルのところでは、考察の対象に加わっていくのでしょうかというのが、第3の質問になります。

最後の第4の質問としましては、これはプレゼンテーションの24ページ、26ページの内容面にフォーカスするということに関してなのですが、内容面にフォーカスするという場面について西内先生のプレゼンでは、高過ぎるというところに着目していくという方向

性を、1つ示していただいたと思います。

ただ、これまでの議論などを踏まえた場合に、例えば、事業者のほうではキャンセルがあっても、損害の回避というのが十分できると、他方では、消費者はリスクを全部見通せなかったり、あるいはリスク回避的であるという、そういう契約モデルの場合に、高過ぎるというよりは、原状回復的な損害賠償を原則としながら、機会損失が生ずるようなことを事業者が立証できるような場合には、例外を認めるなど、そういった基準は採用する余地があるのか、感触で構いませんので、意見をお伺いできたらと思います。

以上、4点になります。よろしくお願いいたします。

○西内委員 どうもありがとうございます。

最初は、サブスクリプションなどについても、キャンセル等に関して一律の規制をかける可能性があるのかということだったかと思います。それはあり得るところなのだろうとは思いますが、ただ、最初に一括購入してしまう場合に比べて、悪性が強いのかと言われると、それは、よく分からないところもあって、まだペンディングにしているというところもあります。ただ、サブスクリプションの場合などに関しては、今回の報告では、そこまで明示的にはというか、直接には取り扱わなかったのですが、契約内容から得られる利益の最大化や契約の効率性の観点だけではなくて、競争という観点もあります。つまり、競合事業者に契約を誘導することによって、競争というものを十全に働かせるという、そういう観点なども関係してくるところだろうと考えられるところです。サブスクリプションの特殊性については、こういった競争に関する議論や、外国法あるいは判例蓄積なども踏まえて考えるしかないのかなというところになるのかなとは思いますがね。

よく議論される点として、競争に悪影響を与えるロックインなどの事例などだと、例えば、プリンターとインクなどのように、最初に安く買わせて、途中から高くなるという事例などが非常によく挙げられてきたわけです。サブスクリプションのモデルなどは、それと同じようなものなのか、違うのかということも、私はまだ十分に考察できていないところです。見込みとしては、先ほど申し上げたように、一律の規制もあり得るのだろうとは思いますが、最終的な結論までは、さすがに述べられないというところかなというところがお答えになるかと思います。

2つ目の質問は、9ページ目のスライドと関係して、内容面の規制のほうから今回は報告したのですが、手続面だけというか、そちらに注目した形で規制をしていくという、別の方向性は考えられるのかということかと思いますが。とりわけ、例えば、契約をせかせるとか、セール期間などについて、あと10分だけセールとか、そんな形でせかせるような場合などにどうなのかということかと思いますが。この点もあり得るのでしょうかと思います。けれども、参考となりうるような、世界的にどの程度規制されているのかというのは、私はよく分からないところです。ほかの規制場面に比べると、時間的にというか、焦らせることだけで規制しているということだけで問題としているというのがどの程度あるのか、よく分からないところなのですね。

契約内容の提示の仕方とかのように、伝統的な詐欺などと共通性があるような、そういう問題などについては、比較的論じられているところですし、論じやすいのだろうと思います。けれども、バイアスを生じさせやすいような、そういう状況的なものだけで規制できるのかということなどに関しては、1990年代に流行したような状況の濫用などの議論などをさらに発展させる方向がありうるかもしれません。極めて法学的なお話になりますけれども、そういった議論などの展開にも照らして、可能性は考えるしかないのかなというのがお答えというところですかね。

次の3点目は、価格差別についても、高過ぎるなどの面などを見ながら、規制ができるのかということかと思います。この前提として、この研究会でも事業者や事業者団体の方々にヒアリングをさせていただいて、目的に関しては、1つのキャンセル料の中でも重複的にいろいろなものが入ってくるというものがあり得るのだというのが、よく出てきた解約料の目的の形だったと思うのですね。

例えば、価格差別などが典型であるような、そういったものに関しても、損害填補であったり、損害填補がちゃんとできることによって、ちゃんと事前というか、ある程度準備ができるようになったりとか、売上の安定化を図れるとか、そういったところの機能などが存在し得るところで、そういった意味では価格差別というものにフォーカスをある程度したとしても、ほかの観点などが含まれて来ることがあり得ます。そうした複合的な観点から、高過ぎるか、そうではないかということなどを見ざるを得なくて、価格差別の観点からすれば、これぐらいで十分だとしても、また別の目的などが出てきて、こういった目的に照らして高過ぎる、そうではないのかということを考えざるを得ないかなと思うところです。したがって、そういった意味では、この目的にとっては一定のもので十分であったとしても、やはりそれが高過ぎるかどうかということは、なお、いろいろな審査をせざるを得ないのかなというのが、目的手段審査の中身なのかなと思います。

そして、目的手段審査が行われる典型例である法律の目的に関しても、1つの法律に複数の目的が併存することがあるところで、その目的とその手段との関連性というものは、必ずしも一対一対応でクリアに明らかにならないというのが現実ですので、そういった意味で、目的手段という枠組みで直接に規制できていくということなどは、あまり多くはないのかなと思います。だからこそ、目的手段審査は、考え方の最初の筋道というか、枠組みとしてはよいのだろうと思うのですけれども、具体的にどうやっていくのかということを考える場合には、そういったものに照らして適切な法的な枠組みなどを、いろいろと具体的に考えていかざるを得ないのかなというのが、結論というところなのかなと思います。

あと、最後に第4点目として事業者側のインセンティブの問題が挙げられていたかと思っています。原状回復的な損害賠償など、低い損害賠償をすることによって、損害回避に関しての事業者側のインセンティブを引き出すことができるという、そういうタイプの議論があり得るはずで、そういったところについては考慮しないのかということであったかと思

います。それは考慮するということになるはずだろうと思います。この点は、解約料の目的などに照らして、そして、それが契約の両当事者の利益を最大化するのかどうかというところに照らして、どちらが一定の損害であったり、損失であったりというのを回避するのに適した立場なのかということは、実際考えざるを得ない場面などはたくさんあるのだろうと思います。

ただ、これをどのようにやるのかと言われると、なかなか一律に言うことは難しいところです。一律に言える一番典型的な例などは、消費者契約法9条の1項1号が問題になった学納金かと思います。入学金や授業料に関しては3月31日までは、キャンセルというか、入学を辞退することもあり得るのだと、そういうことを盛り込んで、大学は行動すべきである。逆に4月1日以降に関しては、それ以降に学生募集をするのは、なかなか難しいので、そうであったすると、事業者である大学ができることは限界がある。したがって、4月1日以降のキャンセルについては全額取れますよという形にするという、そういう分け方はあるのでしょうか。けれども、学納金の事例もかなりラフな分け方でありまして、比較的大学というキャンセルについて事業者が配慮すべき範囲について分かりやすいものです。そういう状況です。したがって、細かな観点を入れて、事業者のインセンティブを引き出すためのキャンセル料制限についてどこまで精緻化できるのかというのは、やはり今後の議論に委ねられるところが大きいのかなというところがあるだろうかと思います。

○丸山座長 ありがとうございます。

先生方から、西内委員のプレゼンテーションに追加的な質問や御確認がございます先生は、いらっしゃいますでしょうか。

では、有賀委員、よろしくお願いします。

○有賀委員 プレゼンテーション内容というよりは、先ほどの議論を聞いていて、心理的なバイアスに対応しているのが、恐らくクーリングオフの制度だと思うのですね、10分限定セールとかというような形で、ですので、そういったクーリングオフの適用範囲を広げるという方向はありなのではないかという質問です。

そうすれば、西内委員の、すみません、資料の何ページか忘れたのですが、直後にキャンセルした場合に、全額のキャンセル料を取るというのも、そのクーリングオフが、もし適用できるようになれば、回避できるようになるのだろうし、事業者にとっては返金対応というのは、結構なコストなはずなので、それをしたくないというのが、インセンティブになって、キャンセルを意識させるような方向に行くのかなと少し思ったので、クーリングオフの範囲を広げる方向はありなのではないかというのが質問になります。

○丸山座長 よろしくをお願いします。

○西内委員 個人的には、それはありなのだろうと思います。やはり時間というものについての余裕を与える、そして、その契約をした直後に関しても、そういったところについて、ある程度猶予を与えるということによって、一番起こりやすいような弊害については、回避することができる可能性はあるのかなというのは考えられるところです。とりわけ時

間的にせかされて契約するという問題などについては解決が容易ですし、あるいは途中で出したような、キャンセル料の目的に照らしても、直後から大量のキャンセル料を取というのは、それはどこまで役に立っているのかというのが、必ずしも説明しやすくはないのではないのかなと思います。実際、業界の方々でも最初の辺りからたくさんキャンセル料を取というのは、なかなかなかったような気はします。したがって、そういったところを一律にそのキャンセル料以外の形で実効的にキャンセルを規制するというのであれば、契約直後については、クーリングオフというものを一定程度拡張していくということなどは、ありうる方策だろうと思います。とりわけ、例えばインターネット取引のように、相手方との応答関係によってその契約内容について、きちんと意識するということが難しかったり、あるいは、時間的な余裕のなさというものを定型的に生み出しやすいような形であったりする場合については、考えられると思います。つまり、昔のような、人によってセール内容を変えるというのは難しいような状況と違って、その人ごとにセール内容を変えて契約内容を提示しやすいのは、やはりインターネット環境だと思いますので、そういった場合などを一律に規制していくという方向性はあるえようかと思います。しかも、こうした規制をしても、あまり事業者にとって悪影響がないだろうということであれば、そういった方向性も十分にあり得るのではないかと、私個人は思うところではあります。

○有賀委員　ありがとうございます。

○丸山座長　ありがとうございます。

引き続き、何かありましたら挙手をいただくことにしまして、今回、もう一点、皆様に御意見を伺いたい事項がございました。

既に配付されている資料2の事務局の資料の、特に13ページのところの解約料の支払いに対する消費者の不満を減らすための方法というところ、そして、これも以前に配付してあります、有賀委員のプレゼンテーションの報告資料の最後のページになりますけれども、先生の所感としまして、調査からあぶり出された課題というのを御指摘していただいております。

事業者、事業者団体のヒアリングというのを経まして、こういった不満を減らすための方法であるとか、有賀委員が示された方向性について、何か御意見がありましたら頂戴したいということになります。

今回の西内委員のプレゼンテーションのところでも、情報提供を分かりやすくというところは、恐らく、皆さん異論なく意見として出ていたかと思うのですが、まず、有賀委員のほうから、この所感について、事業者あるいは事業者団体からのヒアリングあるいは先生方のプレゼンを経て、何か強調しておきたい点とかがございましたら、一言お願いできればと思います。

○有賀委員　すみません、私ですかね。

○丸山座長　はい。

○有賀委員　すみません、音声が途切れ途切れで、少し聞き取りづらかったので、一旦ビ

デオを停止して、もう一回伺ってもよろしいでしょうか。

○丸山座長 はい、大丈夫です。

事務局資料の13ページと有賀委員の28ページ、本調査からあぶり出された課題というところに関係して、意見交換をしたいという趣旨なのですけれども、今回の西内委員のプレゼンテーションのところでも、情報の提供というのを分かりやすくしなければいけないねというところは、割と共感が得られたのではないかと思います。事業者団体のヒアリングあるいは各委員のプレゼンテーションというのを経まして、特にここで述べられていた所感に関して、強調しておきたい点など、まず、有賀委員から何かあれば、コメントをいただき、ほかの委員からもコメントをいただければと思いました。

いかがでしょうか。

○有賀委員 ありがとうございます。すみませんでした。

キャンセル料の定義とかについては、今、これまでのヒアリングとか、西内委員の話を聞いて、私としては何となく整理ができてきたかなと思います。

やはり、いかに認識させるのかというのが、不安を減らす1つの大きな要因だと思いますので、今日の西内委員の話を聞いて、事業者側に、やはり消費者に対して認識させるように取組をするという方向性について私は賛成です。

どうすればいいのかというのは、具体的には、まだ分かりませんが、1つの方向としては、消費者に認識させるように努力をさせるという方向はありなのかなと感じていました。それが、現時点での思いです。

○丸山座長 ありがとうございます。

それでは、ほかの委員の先生からも、事務局資料の13ページであるとか、有賀委員の所感について、何か御意見やあるいは具体的な方策などについてコメントがあれば、よろしくお願ひしたいのですが、いかがでしょうか。

それでは、新井委員、よろしくお願いいたします。

○新井委員 確かに有賀委員がおっしゃるように、その事業者と購入者の間のコミュニケーションなり、分かりやすい情報提供をするように努力してもらうということは、そのとおりだと思うのですけれども、その実行がすごく難しいのは間違いないと思います。恐らく事業者側にどこまで情報を消費者に伝えるインセンティブがあるのかは、それは結構難しい議論で、情報をあまり理解しないで買ってくれたほうが、事業者の短期的なもうけは、上がる可能性があります。もちろん、社会的には、ちゃんとキャンセルの話であつたりとか、分かりやすい情報を明示するのが望ましいのだけれども、それを事業者側の自発的な何かに従ってやっていただくというのは、なかなか難しいのかなという気は、個人的にはします。

では、どうすればいいのだという話に、やはりなってしまうのですけれども、もちろん、そういった話に関して、ちゃんと考えている事業者さんもいらっしゃるって、こんなことを言わなくてもちゃんとやってくださる方がいらっしゃるの理解しているのですけれども、

一般的な話をする、多分、そうになってしまうのだろうなという気が個人的にはしていますね。すみません、感想みたいになってしまいました。

○丸山座長 いえいえ、ありがとうございます。

恐らく情報の提供を分かりやすくというところは、皆さん、御異論がないところで、西内委員のプレゼンテーションにもありましたように、手続面についてしっかりしていないと、キャンセル料条項自体が効力を否定される可能性もあるよみたいな方向に行くと、それ自体がインセンティブというか、プレッシャーになる可能性もあるのではないかと思います。そのほか、方法としましては、オンラインで目立つような形でキャンセル料やキャンセルの可能性について伝達するという場面と、対面において消費者に理解してもらうというのでは、具体的に可能な方法も、望ましいあり方も違ってくるのかもしれないという感触もございますので、この辺りは、どのようにすると効果的に消費者に伝わるのかということ、実証も含めて少し検討する必要があるのではないかと私自身は思っておりますが、何かほかに、委員の先生からコメント等はございますでしょうか。

それでは、兼子委員、よろしくお願いします。

○兼子委員 消費者に分かりやすく伝えていくということは非常に重要だと思って、やはり今日の西内委員のお話のように、きっちりその辺を規制の対象として含めるべきであるということは非常に賛成です。

以前にヒアリングのときに、ちょっと忘れましたが、いろいろな契約に関する内容であったり、キャンセル料に関する内容をいろいろ提示しなくてはいけないところがあって、結構情報のオーバーロードが生じていて、なかなか消費者はどこを見ればいいのか、逆に詳しくし過ぎて読めなくなってしまうところがありましたね。だから、ある程度、どこをきちんと見せてくださいよとか、ここを分かり易く、そこをある程度情報量とのバランスを取っていくべきなのかなとは考えています。

以上です。

○丸山座長 ありがとうございます。

非常に重要な御指摘だと思います。情報が多過ぎということにならないように、提示の仕方について工夫が必要という、そういう御指摘だと思います。

ほかに、何か委員先生からコメントはございますでしょうか。

それでは、時間も来ておりますので、皆様ありがとうございます。

それでは、この辺りで今回の議論を切り上げたいと思います。

次回は、今回までの議論を踏まえて、事務局にて議論の整理の素案を御準備いただき、議論をしてまいりたいと思います。

最後に、事務局から連絡をお願いいたします。

○古川課長 本日は、大変示唆に富む貴重な御意見をいただきまして、どうもありがとうございました。

次回の日程などの詳細につきましては、追って、御連絡をさせていただくという形にさ

せていただきたいと思います。

以上で、第11回の「解約料の実態に関する研究会」を終了とさせていただきます。

どうもありがとうございました。