

消費者契約に関する検討会
第10回 議事録

消費者庁消費者制度課

第10回 消費者契約に関する検討会

1. 日 時：令和2年11月11日（水）10:00～12:00

2. 場 所：オンライン開催

3. 議 題

不測の事態における消費者契約のキャンセルについて等

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、山本和彦委員、山本龍彦委員、渡辺委員

(参考人)

大阪大学大学院経済学研究科 安田洋祐准教授

(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、定刻になりましたので、第10回消費者契約に関する検討会を開催いたします。本日も、皆様にはご多忙のところご出席賜りましてありがとうございます。

また、本日の検討会におきましては、消費者契約に関する検討会運営要領第6項に基づきまして、参考人として大阪大学大学院経済学研究科安田洋祐准教授をお招きし、安田先生もオンラインでお繋ぎしています。安田先生よろしくお願ひいたします。

○安田准教授

よろしくお願いします。

○山本座長

本日の議題は、「不測の事態における消費者契約のキャンセルについて」です。まず、事務局から接続と資料の確認をお願いいたします。

○黒木消費者制度課長

9月に加納の後任でまいりました黒木と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

※接続確認を行う。

続いて資料の確認をさせて頂きます。議事次第に記載のとおり、資料1から4までとなっております。資料1が不測の事態における消費者契約のキャンセルについて、資料2-1から3が事業者アンケートの関係資料、資料3-1と2が消費者モニター調査関係の資料、資料4が安田先生ご提出の資料となっております。また、国民生活センター報道発表資料であります「新型コロナウィルス関連の消費生活相談の概要（2020年8月まで）」を参考資料としておつけしています。資料につきましては、以上でございます。

○山本座長

議事に入ります前に、オブザーバーとして参画いただいている独立行政法人国民生活センターの理事長に交代がありましたので、皆様にご紹介をさせていただきます。これまで理事長を務められていました松本様に代わりまして、10月1日付で山田昭典様が理事長に就任されました。山田理事長、マイクをオンにして一言ご挨拶をお願いいたします。

○独立行政法人国民生活センター 山田理事長

今ご紹介いただきました山田でございます。私自身は途中からの参加でございますけど、センターとして引き続きオブザーバーとして議論に参加させて頂きますのでどうぞよろしくお願ひいたします。

【2. 事務局資料の説明(不測の事態における消費者契約のキャンセルについて等)】

○山本座長

それでは、議事に入りたいと思います。本日は、事務局から資料の説明を行った後、安田先生のご見解をお伺いいたします。その上で、まず、安田先生から委員の皆さまからのご質問にお答えいただきます。その後、資料について委員の皆さまから事務局に対してご質問をいただく時間を設け、ご質問が終わりましたら、委員の間での意見交換を行いと思います。

それでは、まず、事務局から説明をお願いいたします。

○玉置専門官

それでは、事務局から資料の説明をさせていただきます。まず資料1から説明させていただきます。

今回は今までと少し違うテーマとして「不測の事態における消費者契約のキャンセル」を議題として取り上げております。

2頁にまいりまして、「不測の事態における消費者契約のキャンセルについて」を議題として取り上げさせていただいた背景のご説明となります。新型コロナウイルスに関連した解約や解約料の相談が多くみられたことが国民生活センターから報告されていること、及び消費者委員会よりご指摘をいただいた点を踏まえまして議題として取り上げさせていただいた次第です。

3頁にまいりまして、「不測の事態における消費者契約のキャンセル」をご議論いただく際の実態等を把握するために、調査等を行った内容を記載しております。その方法として事業者側に対してはアンケートとヒアリング、消費者側に対しては新型コロナウイルスによるキャンセルに関してインターネットのモニター調査を行っております。今回はこの結果をご報告させていただき、次回研究者等のヒアリングを予定しております。

4頁にまいりまして、事業者アンケート・ヒアリングの概要についてご説明いたします。今回はP I O - N E Tで「新型コロナウイルス関連」かつ「解約料」の条件で検索した結果の相談件数と、公表されております資料を用いまして2020年3月から6月までの売上金額と前年の同期間の売上金額を比較しまして

売上減少率の大きさを参考としまして本ページに記載しております旅行等の業界に協力をお願いいたしました。その上で、いくつかの業界につきましては、業界団体からアンケートを実施していただきました。あわせて、業界団体及び業界団体からご紹介いただいた事業者に直接お話を伺うヒアリングも行っております。

5頁にまいりまして、こちら消費者モニター調査の概要を記載しております。20歳以上で令和2年2月1日から6月30日までの間に旅行等についてキャンセル経験のある消費者1,000人を対象としましてモニター調査を行っております。調査した期間は令和2年10月19日から10月21日までの期間です。また今回、割り付けの基準としましては、感染率を採用しております、感染率の高い地域から多くの回答をいただいたという形になっております。続いて資料2-1のご説明をさせていただければと思います。

こちら全てをご説明することは、時間的に厳しいこともございますので、大枠のみのご説明とさせていただければと思います。こちら事業者アンケートの結果をまとめたものとなっておりまして、今回のアンケート調査につきましては、資料2-3事業者アンケートを各事業者団体におかれまして、業界実態を踏まえた内容に変更して実施いただいております。適宜2-3の資料もご参照いただければと思います。

では、1頁目にまいりまして、まず、最初の大きい枠といたしまして、今回のアンケートは、最初に、台風、地震等の不測の事態により消費者が事業者の商品やサービスを利用することが困難となり、消費者が契約をキャンセルした場合に対応した規定、以下「不測の事態にかかるキャンセル規定」と申し上げますが、この規定の有無についてご質問をしております。その結果がこの1頁目の表記でございます。なお、この質問におきましては、旅行業界では多種多様な商品扱われているということもありましたので、パッケージツアーを取り扱っている事業者を対象とする限定をして質問されているようです。また、旅行標準約款では天災等について定めた規定が既に存在しておりますので、旅行標準約款に加えて独自の規約や内規を定めている場合に「①定めている」という回答をして、そうでない場合は「②定めていない」と回答する形になっております。そのため旅行業界については、「②定めていない」については、緑色での表示に変えさせていただいております。

次に、3頁に移りまして3頁から14頁につきましては「不測の事態にかかるキャンセル規定」を定めていると回答いただいた事業者を対象として行なった質問を掲載しております。まず3頁で「不測の事態にかかるキャンセル規定」としてどのような内容を定めているのかお聞きした上で、その後、新型コロナウィルスへの対応と、その対応を行った理由、その後、台風地震等の不測

の事態における時の対応の内容と、その対応を行った理由というような構造となっております。

4 頁目にまいりまして、こちらは「不測の事態にかかるキャンセル規定」のどの規定をどの時期にどの地域で適用したのかについて質問した内容となっております。こちらの内容を整理したものが別表でございまして、内容が少し複雑でございますので少し詳しくご説明させていただければと思います。少々文字が細かくて恐縮でございます。こちらですけれども、横軸が期間となっておりまして、まず1行目を見ていただきますと、航空、契約の一部を返金する、国際線と書いておりまして3月29日から5月31日まで黄色の配色をしております。こちらにつきましては、3月29日から5月31日まで国際線において契約代金の一部を返金するという対応された事業者が1社いらっしゃったということを示しております。一つ下の選択肢の契約代金全額を返金するというところでございますけれども、こちらは2月28日から6月30日まで緑色で塗りつぶしております、それが4行存在している状況でございます。これは4社の事業者が、同じような形の回答を頂いた、つまり2月28から6月30日まで、全国において契約代金全額を返金するという対応を行った事業者が4社いたということを示しております、つまり行の数が事業者の数を表しているという形になっております。色の配色につきましては、この別表の冒頭に記載しておりますのでご参考いただければと思います。

では、資料2-1の説明に戻らせていただきまして、5頁から8頁につきましては、新型コロナウイルスを理由として消費者が契約をキャンセルした際の対応の理由をお聞きした内容となっております。

次に、頁が飛んで恐縮ですが、9頁にまいりまして、ここから14頁までは場面が変わっておりまして、台風や地震等の新型コロナウイルス以外の不測の事態に関して、「不測の事態にかかるキャンセル規定」を定めている事業者の方に対して、どのような事例にどのような対応を行ったのか、また、その対応を行った理由についてお聞きした内容となっております。10頁で具体的な内容をお聞きして、その後で、その理由を聞いているという構造となっております。

続いて、15頁にまいりまして、こちらからは、冒頭の質問におきまして、「不測の事態にかかるキャンセル規定」を定めていないと回答した事業者を対象とした結果を以下に記載しております、まず本頁におきまして、「不測の事態にかかるキャンセル規定」を定められなかった理由を、お聞きした結果を表記しております。16頁に移りまして、ここから先につきましては、先ほどと構造が一緒でございまして、16から18頁は新型コロナウイルスにおける対応と当該対応を行った理由を、19頁から22頁は台風、地震等の不測の事態が

発生した際の対応と、その対応を行った理由をお聞きするような構造となっております。

最後に23頁以降は、業界が独自で質問を変更されて実施した回答を表示しております。一部省略いたしましたが、資料2-1の説明は以上とさせていただきまして、続いて資料2-2のご説明に移らせていただければと思います。

こちらの資料は、業界団体や業界団体からご紹介いただきました事業者に対して、新型コロナウイルスのほか台風、地震等不測の事態が発生した場合の対応について、直接お話を伺わせていただいた内容を整理したものを記載しております。1頁目にまいりまして、こちら旅行とホテルについて書いておりまして、旅行業界では無償での旅行の変更を行われたり、ホテル業界では会員制の宿泊施設については有効期間を延長するなどの対応を行わっていたようです。

2頁目にまいりまして、航空業界では約款に規定されている手数料を免除して払戻しに応じる、結婚式業界では一度の延期であれば延期料なしで対応する、フィットネス業界では会員資格を維持できるように、休会制度を新たに導入する等の対応が行われておりました。

3頁目にまいりまして、遊園地・テーマパークの業界では前売券の有効期間を延長して休園後も利用できる形の配慮が行われていたり、コンサート業界では、チケット代金の返金等について、業界団体でガイドラインを作成されておりました。また、リフォーム業界では、新型コロナウイルスの影響により中国から部材が届かなかつたようなケースでは、事業者都合という形で無償での工期延長などの対応をされていたとの話をお聞きしております。資料2-2の説明は以上でございまして、最後に資料3-1のご説明をさせていただければと思ひます。

こちらは消費者モニター調査の結果をまとめておりまして、1頁目にまいりまして、冒頭申しましたが令和2年2月1日から6月30日まで期間中に旅行、コンサート・イベント、遊園地・テーマパーク、スポーツクラブ・文化教室、結婚式、飲食店についてキャンセルした経験の有無をお聞きした結果が記載しております。なお、質問した内容の詳細につきましては、資料3-2で別途お付けしておりますので適宜ご参照いただければと思います。その上で2頁目以降は、緊急事態宣言前、緊急事態宣言中、緊急事態宣言後に分けて質問しております、ここでは、緊急事態宣言前・中・後に分けてキャンセルにした件数をお聞きしております。

なお、緊急事態宣言については、都道府県において独自のものを出されていたものがありまして、今回の調査では東京都が出た東京アラート、北海道の出した緊急事態宣言は、緊急事態宣言中に含める形で質問を行っております。また、北海道につきましては、3月20日から4月15日まで緊急事態宣言の一

時解除中という形で集計を行なっているところなんですが、こちら数として回答数が少なかったため今回の資料3-1からは省略しております。

3項目の以降ご説明でございますが、キャンセル経験のあるサービスごとにその中で、最も金額が高かった1件に絞って質問をしております。3頁から5頁は、それぞれ緊急事態宣言前・中・後に分けてキャンセルした際のキャンセル料等の支払いの有無についてお聞きした結果を表示しております。

続いて、6頁に飛びまして、ここからはキャンセル料又は代金の全部又は一部を支払われた方を対象とした質問となっておりまして、キャンセル料等の支払いについて納得して支払われたのか、納得できないが支払われたのか二者択一形式で選択していただいた結果を表示しております。なお、ここでも契約金額が一番高かったものに関して、納得できたか、できなかつたかという聞き方をしております。

7頁にまいりまして、7頁から9頁は緊急事態宣言前・中・後に分けまして、納得できたと回答した消費者に対しまして、納得できた理由の回答を記載しております。続いて、10頁から12頁は納得できないと回答いただいた消費者に対しまして、こちらも緊急事態宣言前・中・後に分けまして、納得できなかつた理由をお聞きした内容を表示しています。

駆け足の説明で大変恐縮でございましたが、今回の資料についての説明は以上でございます。

○山本座長

ありがとうございました。

【3. 参考人安田洋祐准教授ヒアリング】

○山本座長

それでは、続きまして、安田先生からご説明をお願いいたします。

○安田准教授

改めまして、大阪大学の安田です。本日はこのような機会を与えて頂いて、どうもありがとうございます。

タイトル「キャンセルポリシーのミクロ経済理論分析」と、かつていいのをつけてしまったんですけども、今日何をお話しするかと言うと、このキャンセル料のあり方について、何か今後皆さん議論をされる上での土台と言うか視点を少し経済学の方から提供できればということでお話しさせていただきたいと思います。次のページにいってください。

まず、最初に、何かしらの最初太い幹があった方が全体像が理解しやすいかなと思って、やや強引ではあるんですけども、この経済学、特に法と経済学という分野でよく使われるコースの定理というのを引用しました。このリーダーシップのロナルドコースという方は、1991年にノーベル経済学賞受賞している高名な経済学者で、彼が1960年にThe Problem of Social Costという比較的短いエッセイのような論文の中で書いている内容が、今日コースの定理と名前をつけられ、いろんな使われていると、ざっくり言うとコースの定理は次のようなものですね。

取引費用が十分小さければ、権利をどのように配分しようとも交渉ないし、再交渉によって効率的な取引を実現すると、これが属にコースの定理と言われるものの中身なんですけれども、文字通り読んでしまうと、なんかあんまり権利配分ってどうでもいいかなって気がしてしまうんですけども、コース自身の真意は全くそうではなくて、むしろ彼が強調しているのは、この取引費用なるものが非常に大きくなることがしばしばある、権利をどう配分しておくかによって、その取引費用の額が変わってくる。できるだけ取引費用が小さくなるような、権利配分というものを仕組みとして作っておくことは重要だということをコース自身は言っています。

いったい取引費用が何ぞやってことは、次のスライドで紹介するんですが、取引費用が何かによって、この定理の含蓄というのが随分変わってきて、例えばなんですけれども、これ効率的な取引を実現するための費用を取引費用だって定義するとトートロジーなんですよね。法律的な取引を実現するためのコストが小さければ、それは実現するだろうと単なるトートロジーになってしまって、取引費用が一体何だっていうのは、実はとても重要な問題です。それについては、次のスライドで扱うんですが、このコースの定理を、今日のテーマであるキャンセルポリシーに応用する、適用すると何が言えそうかと言うと、取引費用が小さい時というのは、キャンセルポリシーが何であっても、この後でご紹介するような取引から発生する効率性に注目すると、あまり結果は変わらない。ただ、取引費用なるものが大きい時というのは、キャンセルポリシーの設定次第ですね、取引費用の大小ってのが大きく左右されるかもしれない。その点に注意しましょうということになっていきます。次のスライドお願ひします。

取引費用とは何かと。英語でコース自身は、トランザクションコストと呼んでいるんですけども、大きく分けると、僕なりの分類の仕方なので、法と経済学の専門家の先生とかちょっと違った異論があるかもしれないんですけども、今回のプレゼンテーションをよりすっきり見通すために、取引費用を2種類に分類します。一個目が、費用コストの視点。もう一個が、効率性エージェンシ

一の視点ですね。少し硬い表現なってしまったので、この費用視点というのは、もしも取引結果が変わらない場合だとすると、以下のような項目が取引費用とふうに考えられます。ぱっと、トランザクションコストって聞くと、イメージするのはこの事務手続きの手間ですよね。何かしら売買契約を結ぶ時に、契約書を用意したりとか、万が一規約違反があった時にそれをきちんと司法手続きでもって契約を履行させるとか、いろんなものが事務手続きの手間として発生します。

こういう、ぱっとイメージしやすい、いかにも The 取引費用みたいなものもあれば、そうじやなくて何かしらですね、取引に付随してリスクが発生する今日のトピックと言うか、テーマである新型コロナが発生してしまったことによって予想していなかったマイナスのイベントが起きると。これは、不確実なイベント、起きてほしくないイベントが起きてしまった。これはリスクだって風に考えることができます。このリスク負担であるとか、あるいはですね、心理的に取引手続きで、本来従うべき取引に自分は従わないとなんか心理的な葛藤を起こすみたいなものが生まれる。これも取引費用に含めることはできます。

他にも情報が、必要な取引を行う上での情報取得するために、探索費用かかるかもしれない。あるいは望ましい結果を実現するために、望ましい行動を取って欲しいんですけども、その取って欲しい相手が、なんらかの形でその人しか知らない情報とか、見えない行動が取れる時には、従わせるために一定の報酬を支払わなきゃいけない。これをエージェンシーコストと呼んだりします。いろんなものが、費用視点で見た時に、取引費用としては上がってくると、括弧付きでそれぞれの費用コストを分析している経済学の分野ってのを紹介しているのですけれども、この後、強調したいのがリスク負担になります。これが費用視点ですね。取引結果が変わらない、今日の文脈で言うと、キャンセルをするとコロナが発生してしまったらキャンセルをする結論は変わらない。キャンセルは起こるべくして起こる時に、こういった取引費用、ここで並べている費用項目が少ないような、あらかじめキャンセルポリシーを取つておくのが合理的じゃないかって発想になってきます。

次、効率性視点というのは、もしもこのあらかじめ決めていた権利配分であるとか、今日のテーマで言うと、キャンセルポリシ一次第で取引結果自体が変わりうると、キャンセルするかもしれない、新型コロナでもキャンセルしないかもしれない。その辺の結果が変わるうる時に、取引費用は何かっていうと、本来はこの取引が行われた方が望ましいと、何らかの社会的な余剰を生み出すという場合に望ましい取引を行われなかつたりとか、あるいは取引を行われてしまうと、ものすごい損害が発生するんだけども、そういうたった望ましくない取引を行われてしまう。これも直接の費用というイメージはないかもしれない

んですけども、結果として社会全体のパイを小さくしてしまう。機会便益を実現できなかつたりとか、機会損失が発生してしまうって意味ではやはり広い意味での取引費用だという風に考えることができると思います。なので、この費用視点と効率性視点でそれぞれ取引費用を小さくするってことが、別個に一応議論ができるかなということで、この後の話も、費用視点で見るとこんなことが言える、効率性視点で見るとこんなことが言えるんじゃないかと分けて議論していきたいと思います。次のスライドお願ひします。

費用視点で今日の僕のプレゼンで強調したいのが、このリスク負担の軽減というところで、何かって言うと新型コロナのように、起きて欲しくないこれは売り手にとっても買い手にとっても望ましくないようなショックが発生してしまったと、誰にも責任はないわけです。これが起きてしまった時に、基本原則としては、もしもこういった取引が行われないようなマイナスのショックが生じてしまった場合には、リスクに対して強い主体が損害を負担する。で、リスクに対して弱い主体が損害を補填してもらうというのが、基本的な発想になります。これは、どういうことかと、リスクに対して強いっていうのは、ちょっと専門用語なってしまいますけれども、リスク回避度が低い。あるいは、そもそも持ってる資産額が多い、あるいはこういったリスクキーなイベントがたくさん発生している人という風に考えることができます。

それぞれ説明すると、例えばこの後でご紹介するんですけども、ホテルに宿泊しようと思っていたんだけれども、新型コロナが感染拡大してしまったと、キャンセルをしたい時の状況考える時に、仮に利用者、消費者側がホテル代金を負担することになると、いろんな方がいらっしゃるといいますが、年収数百万円の家庭だとすると、数百万円の資産、資産というか所得がある方が、1回例えれば家族で泊まって全部で20万円ぐらいのホテル代金だとすると、数万円から数十万円の負担をするっていうのは、そのご家庭、利用者の方にとってみると結構やっぱりリスクは高いイベントなってきます。一方でホテル側から考えると、お客様がたくさん来ると、どれくらいの規模のホテルかによりますけども、数千万円から数億円の売上が期待できるようなホテルからすると、特定のお客さんが数万円から数十万円のキャンセルを行うってことは、全体としての売上規模であるとか、企業側の資産からすると微々たるものだということで、一回こつきりのこういうキャンセルに関しては、リスクに対して強い主体はやっぱり会社企業サイド、弱い主体は消費者だという風に通常は考えます。ちょっと微妙なのは、新型コロナの場合はキャンセルするって言っても、一人二人じゃなくて、大量にキャンセルが発生してしまうと、もともと資産額が多い、あるいは売上高が大きめの事業者さんであっても、リスクが同時期に重なってきてしまうので、これはトータルで見ると決してリスクに対して強い

と言えないかもしないので、この辺は時間があれば後で議論したい。ここで言えるのは、通常、新型コロナと関係なく、たとえば病気だったから泊まりたくても泊まれないとか、突然身内に不幸があってキャンセルしたいですみたいな、特定の消費者にランダムに起きるような、突発的なマイナスのショックの場合に、消費者側が負担するんじゃなくて、リスクに対してより強い企業側、売り手側が損害を負担する方が合理的だろうということです。なので、ちょっと強引なんですけれども先ほどのコースの定理の取引費用、費用面から見た時に、ここで注目しているリスク負担を考えるのであれば、企業側が負担で、個人が補填されるというのが、望ましい一つの視点だろうということですね。次のスライド行っていただきます。

ここからが、今日のお話のメイントピックなんですけど。効率性視点というのは、ちょっと抽象的で分かりにくい部分もあると思いますので、簡単な例ですね、ホテル宿泊を考えているお客さんと特定のホテルを仮想的な例ですけれども、数値例を使いながら説明していきたいと思います。

今あるお客さんが、ホテルの宿泊を予約すると、この5万円は宿泊価値ってあるんですけども、いくらぐらいまでだったら支払いをして、このホテルに泊まりたいかっていう支払意欲 *willingness to pay* を5万という風にここにおいておきます。5万円より高かったら泊まりたくないけど、安かったら積極的に泊まりたいというような金額です。いわば、お客さんの宿泊の価値を金銭換算したもの。一方で、ホテル側は、このお客さんに泊まってもらうために、色々と準備したりとか、食事もそうですし、ベッドメイキングもそうですし、人を雇ったりといろんなことがあるので、かかる費用はだいたい2万円としておきましょう。宿泊代金はいくらかわからないですが、ここでは5万円と2万円のたまたま中間だってことで、3.5万円が宿泊代金だという風に仮想的に考えておきます。良くこういった取引を行われる時に、その取引から生じる利益、社会全体の便益を金銭換算して考えることが経済学で多いんですが、ここではそのお客さんの支払意欲の5万円からホテル側の費用2万円を引いた3万円分というのが、取引が生じる利益これを専門用語ですけど「総余剰」「トータルサープラス」という風に呼んでいます。細かく、お客さんとホテルそれぞれがどれぐらい金銭換算した利益は得ているかを見ると、消費者はお客さんは宿泊価値5万円から実際に払った宿泊代金3.5万円引くと1.5万円分の便益があったという風にここでは考えましょう。生産者の方は、頂いた代金が3.5万円でかかる費用2万円なので差し引き1.5万円分の余剰ないし利益が発生するということですね。新型コロナのような突発的なイベントが起きなければ、トータル3万円で消費者・生産者それぞれ1.5万円ずつ便益が発生してみんなハッピーという表現です。次のスライドお願ひします。

ここでまだちょっとコロナのような事態が起きる前に、キャンセル料としてどんなものがあるかというのをここでは、実際もしもキャンセルが起きた時にお客様がいくら負担することになるかって形で、適當なんんですけど4つほど考えられるポリシーをあげてみました。

一個目のポリシーAというのは、Xお客様の負担が0円ですね。無料でキャンセルできると、言い方を変えるとキャンセルした場合に、すでに払った3.5万円が返ってくるということですね。キャンセルBは、Xが1万円、1万円のキャンセル料がかかると、全額は返ってこないんだけれども2.5万円返金される。ポリシーCは、これは実際に確か消費者庁のアンケートの中でもあつたかもしれないですけれども、かかった費用分だけは負担してくださいということで、今の例ですとホテル側の費用というのは、だいたいで2万円ってことなんで、2万円分をお客さんに負担してもらうと、残りは返金しますよということで、1.5万円分の返金がポリシーCですね。ポリシーDは、消費者からすると厳しくて、全額負担しなさい。キャンセル出来ないと言うか、宿泊しなくともお金は返しませんという極端なポリシーですね。実際コロナ禍で、ここまで極端な消費者に全額負担させるみたいなポリシーをとっていた事業者さんは、ヒアリングの中でもなかつたと思いますが、一応あげておきます。

それぞれのポリシーのもとで、この後見ていきたいのは、コロナが発生して、もともとは宿泊価値が5万円だったんですけども、それがコロナによって下がるということは考えられるわけです。いろんな理由があると思います。感染リスクがあるので旅行に行きたくないという方もいれば、特に感染など気にしてないんだけれども、せっかくいいホテル泊まつてもそこで浮かれた様子をSNSとかにあげると、なんとなく周りから白い目で見られるので満足度は下がるとか、なんでもいいんですけども、コロナによって宿泊価値が下がると、どれくらい下がるかによって、実は起こりうる結果がこの各ポリシーのもとで変わってきますというのを見たいと思います。次のスライドお願いします。

新型コロナが発生して宿泊価値が下がってしまったと、まだ新型コロナが起きてですね、状況としてはコロナが流行る前にホテルの予約をしていたんだけれども、突然こういった予想をしなかつたようなイベントが発生してしまうと、それによって実際に泊まった時に自分が得られる宿泊価値ってものは下がりましたというような状況をイメージしてください。

最初のシナリオですね。シナリオ1という風に勝手に名前をつけてますけど、元々5万円だった宿泊価値が4万円に下がってしまう1万円分価値が下がると、この場合は元々の価格が3.5万円なので、キャンセルポリシーとは関係なく、どのポリシーの下でもキャンセルせずに宿泊を選択するはずです。な

ぜかと言うと泊まることの便益が4万円分で支払う金額3.5万円なので、5千円分まだ消費者余剰ある便益あることで、このシナリオ1の下では、特にどのポリシーをとってもキャンセルが起こらず宿泊が選ばれると、ちなみに社会的にも望ましい結果ですね。先ほどコースの定理の紹介の時に、権利の配分によって結果が変わるかもしれないと話しましたけれども、社会的に望ましい結果このシナリオ1のもとでは宿泊です。なぜかと言うと宿泊が発生することによって、消費者が4万円分の価値を持っていて、かかる費用は2万円なので、社会全体で2万円分の余剰が発生すると、プラスのパイが発生してるんで、この場合は宿泊をすることがこの双方にとって望ましいですし、実際にどのキャンセルポリシーのもとでも、この望ましい宿泊は選ばれ続けるということですね。小難しい表現をしましたけど、新型コロナ影響をほとんど受けない消費者っていうのは、キャンセルせずに泊まりに来るその程度の話です。

シナリオ2、もうちょっと宿泊価値が下がっちゃった人ですね。2万円下がっちゃいました。元々5万円だったんだけれども、コロナがあるんであまり軽々しく旅行したくないな、3万円分ぐらいしかもはや価値がないという場合に何が発生するかですね。これはキャンセルポリシーによって起こり得る結果が変わってきます。ポリシーAですね、無料でキャンセル出来る3.5万円がまるまる返ってくるっていうシナリオの場合には、宿泊を選ばなくなります。キャンセルを選ぶと、なぜかと言うとキャンセルすれば3.5万円返ってくる、一方でキャンセルせずに泊まってもそこで得られる便益は3万円なので、返金してもらった方が得なわけですよね。ということで、ポリシーAのもとではキャンセルが起ります。他の場合ですね、ポリシーBからDの場合は宿泊価値3万円に下がってるんですけど、依然として宿泊を選び続けます。なぜかと言うと、例えばBの場合だと、キャンセル料1万円かかるって場合だとキャンセルした場合、2.5万しか返ってこないですね。返ってくる2.5万円と自分たちが泊まっていれる3万円を比較すると、3万円のほうが多いのでポリシーBの場合はむしろ宿泊を選ぶ。C,Dも同様です。

ということからですね、このシナリオ2においては、キャンセル料をいくらくらい設定するか、あるいはキャンセルポリシーの違いが結果の違いを生みます。じゃあ、このシナリオ2のもとで社会にとって望ましい結果が何かってというと宿泊なんですね。なぜかと言うと消費者にとって泊まって得られる便益が3万円で、宿のコスト2万円のままなので差し引き1万円分の社会全体に余剰パイが発生してるわけですけれども、キャンセルしちゃうとこの1万円分は消えてしまうと。なので、このシナリオ2のもとでは社会的に望ましいのは宿泊なんだけれども、ポリシーAという消費者にキャンセル料を無料で全額返しますってことをやってしまうと、望ましい宿泊が阻害されるということがわかりま

す。これも後で時間があればちょっと議論したいんですけど、ここで今考えている宿泊価値というのは、あくまでもこの宿泊者本人の価値で、泊まるによってコロナ感染が拡大してしまうっていう負の外部性のようなものが生じうるかもしれないんで、そういう場合にはちょっとまた議論変わってくるんですけども、そういった感染拡大の影響とかを一旦無視すると今望ましいのは宿泊であるにもかかわらず、シナリオ2の下でポリシーAを選んでしまうと、それは選ばれない。次のスライドお願ひします。

シナリオ3を今度は3万円に宿泊価値が下がった場合ですね。5万円から2万円になってしまったと、先ほどと同様でポリシーA、そしてまた今度はポリシーBの下でもキャンセルが発生しますね。ポリシーBは2.5万円返ってくるので、泊まっても2万円の価値しかないんだったら、これキャンセルして2.5万円返してもらった方が得だということですね。一方、ポリシーC、Dのもとでは返金額というのは2万円より少ないので、これだったら泊ろうということで、2種類のポリシーのもとですね、A、Bではキャンセルが発生して、C、Dでは宿泊が起こると。この宿泊価値が2万円というのは、ちょうどですね宿泊することによって消費者が得られる便益と、宿のコストというのと同じ2万円で一致しているので、これは社会的に見ても泊まろうが泊まるまいが、変わらない。価値自体は新たに生み出されない。どっちでも結果としていいわけですけれども、ポリシーによってキャンセルか宿泊が変わってくるという、ちょうどギリギリのケースになっているというイメージですね。

シナリオ4は、今度は4万円下がってしまってもうほとんど宿泊価値がないと、もう1万円しかないですね。この場合はポリシーABCのもとではキャンセルが発生する一方で、全額この消費者が負担しなきゃいけない、キャンセルできないっていうポリシーDのもとでは宿泊を強行します。なぜかと言うと、結局お金返ってこないですよ。一銭も。なので、宿泊価値がプラスであれば1万円とか、極端な話100円でも泊まった方が良いと、どうせお金返ってこないんだったら泊まった方が良いというのがポリシーDのもとで起こる結果です。このシナリオ4の下では、お客様が泊まりに来ても、宿としては2万円分コスト掛かってる、なので2万円未満の便益しか消費者に生じないんであれば、社会としては全体としては、宿泊が起きない方が良いと、キャンセルが起きた方が望ましいにもかかわらず、ポリシーDのもとでは望ましくない宿泊という結果が起こってしまうということですね。

最後、最も極端な結果ですけれども、宿泊価値はマイナスになるとこともあるかもしれない、お金もらっても泊まりたくないみたいな状況ですね。ものすごい例ええばコロナ感染を気にされている方とかだと、こんな時期にどこかよその泊まりに行くってのは、もうこれは罰ゲームに近いと、1万円もらっても

行きたくないみたいな人がいるかもしれない。そういう場合は、宿泊価値がマイナスだっていう風に考えられるわけですけれども、当たり前ですがどのキャンセルポリシーのもとでも、お客様はキャンセルします。社会的望まし結果も当然キャンセルですと。というような形で、以上5つのシナリオをご覧いただきましたけれども、キャンセルポリシーによって起こる結果が変わってくると、これがさっきのコースの定理で費用面ではなくて、効率性面に注目すると実はこのキャンセル料の設定とか、キャンセルポリシーの立て方というのは、割と面白い違いを生み出すってことは、簡単な例ですけど、ご理解いただけんじやないかと思います。次のページお願いします。

当然ここで疑問に思うのは、では今のシナリオの下で望ましいキャンセル料というのはいくらなのか。つまり、キャンセル料をいくらかに設定すれば、社会全体として宿泊が望ましい時には、お客様が自発的に宿泊を選んで、逆に望ましくない時にキャンセル選んでくれる。そんなキャンセル料の水準ってのを計算できないかって素朴に思うわけですけれども、簡単に実は計算できます。それは、宿泊代金からホテルの費用を引くと、先ほどの数値例で言うと3.5万円からホテル側の費用2万円を引いて1.5万円という水準をキャンセル料として設定しておくと、ここ数式書いていますけど、お客様が宿泊を選ぶ条件っていうのは、自分の払った金額、価格（P）からキャンセル料（X）というのを引いたものが手元に返ってくると、この金額と泊まることによって得られる便益（V）というのが、比較したときに（V）の方が大きければ泊まるわけです。これが宿泊を選ぶ条件です。

社会的に宿泊が望ましい条件っていうのが、この（V）が宿側のコスト（C）よりも大きい、この二つはですねちょうど一致するような水準に（X）を設定してあげればいいんですけども、ここで（X）を宿泊代金（P）から、ホテル費用（C）を引いたものに設定してあげると、この二つの条件がぴったりと一致するということが確認できます。1.5万円にこの例で言うと設定しておけば、色々と頭を悩ませることなく、自発的にお客さんが社会的に望ましい結果を選んでくれますよという話ですので、ポイントはこの望ましいキャンセル料は決して0円ではないってことね。このキャンセルポリシーAのように消費者が常に無料でキャンセルできてしまうというのは、本来宿泊した方が望ましいにも関わらずキャンセル選ぶっていうケースが増えすぎてしまうというようなバランスになっています。次のスライドお願いします。

以上の2つの分析ですね、費用面に注目したリスク分担の話と、効率性面に注目した望ましいキャンセル料というのを踏まえて何が言えそうですかと言うと、まずリスク負担を重視する場合、これはキャンセル料をゼロもしくは少額にして出来るだけリスクに対して弱い消費者を守る、これが合理的な政策に

なってくるだろう。一方で先ほどの効率性の視点ですよね、宿泊すべき時には宿泊をすることによって社会全体で余剰パイが生まれる時には宿泊が起こり、逆にパイが小さくなる時にはキャンセルが起こるような、キャンセルポリシーというのを考えると、これは一部やっぱりお客様に負担させた方がよからう、負担させる水準に関しては丁度（P）マイナス（C）なので、企業の粗利益みたいなものですね、こことキャンセル料をちょうど一致させるべしっていうことは先ほど分析から示唆される。これを金額で見ると、（P）マイナス（C）なんですけれど、割合でいうと、払った金額の掛ける利益率、（P）引く（C）を（P）で割ったようなものというのを、消費者が負担するとちょうどバランス良くなる。なので、以上言った二つの視点があるわけですけれども、リスク負担を重視するんであれば、キャンセル料は非常に低い水準にすべきだと、一方で効率性を重視するんであれば、キャンセル料はこの企業の儲けに近い水準にもっていく方が良い、実際にはこの二つどれくらい重視するかのウエイトによって変わってくると思うので、望ましいと言うか最適なキャンセル料は、このゼロと企業の儲けの間のどこかになってくるのではなかろうかという話です。次スライドお願ひします。

若干余談なんですけれども、今のフレームワークでやや強引ではあるんですが色々と物議を醸している Go To トラベルみたいな、Go To キャンペーンについても評価することはできます。ここで先程キャンセルが起きた場合の消費者の負担を（X）という風に記号を置きましたけれども、Go To トラベルで出てくる補助金ですねこれを（Y）と記号で置いてあげると、宿に泊まった時にお客さんが宿泊を選ぶ条件がなにかっていうと、価格（P）から補助金（Y）が出るので（P）引く（Y）っていうのが実際の負担ですよね。負担金額が泊まるとの価値で、宿泊価値（V）よりも負担が小さければ、宿泊を選ぶ。社会的に宿泊が望ましい余剰が増える条件というのはさっきと同じで（V）が（C）よりも大きいと、ここでこの補助金額（Y）というのは、先ほどと同じように（X）と最適な水準と同じように（P）マイナス（C）の形で設定してあげると、この宿泊が望ましい時にこの補助金を通じてですね宿泊が実際に実現する。逆に望ましくない時は、そもそも宿に泊まろうとしないという形で、少し強引ではあるんですけども、Go To 事業のような補助金っていうのも、一定のこういった分析を踏まえると、そこまで筋を悪くないかも知れないと、社会的に望ましい宿泊を促進するために、なしではないかなと感じはじめてくるわけです。ただ問題はですね現実の補助割合、実際に 35% 分割引というか補助金が出て、プラスクーポン券が出て、最大そこを割引と解釈すれば 35% から 50% ぐらいの補助割合になっているんですけど、これ先ほど言及した利益率

と比べて、一見すると大きすぎる気もするんですけども、その辺をどう評価するかってことです。

このスライドの分析における一個注意点としては、価格がある程度固定されていて、動けないとか動かせないっていうような状況じゃないと、分析が的外れになるかもしれません。先程のキャンセルの話も元々の価格というものが決まっていて、それが動かせないという時にキャンセル料の負担をどういう風にすればいいかっていう議論だったんですけども、Go To トラベルの場合はですね、これ補助金をばんと出すと、市場全体で当然需要が増えると、補助金がなかつた時と比べて補助金付けると需要が増えるので、時間が経てば、おそらく宿泊金額（P）自体が上昇するはずなんですね。短期においてはあんまりこの（P）が変わらないかもしれないということを踏まえると、このおまけの分析というのがある程度的を射るかもしれない。これは（P）が自由自在に調節されてしまうと、中長期の話でいうと、ここでの議論というのはもはや成立しなくなるかもしれないで、あくまでもちょっと短期の限定的な条件状況の下での分析だという風に解釈していただければと思います。次のスライドお願ひします。

最後のスライドなんですけれども、今日お話したのは、非常に単純化されたおもちゃみたいな状況、おもちゃのモデルのような状況だったんですけども、強調したかったのは、そもそもこのキャンセルあるいは望ましいキャンセル料を考える上での分析の視点の提供です。

リスク分担、コースの定理で言うところの取引費用の費用面に重視するんであれば、消費者を保護するというのは大原則として推薦することができると。一方で望ましい取引を実現するっていう視点ですね、効率性の視点に立つと、必ずしも消費者を手厚く保護するということが良いとは限らないということですね。この辺を整理するためにお話をしたと、最後ちょっと時間もあれなんですけども、色々と重要な論点が抜けておりまして、ぱっと思いつくだけでもこのようなものがあるんじゅうかとばーっと羅列したんですが、これはこの後で、皆様からご質問等があればそれに合わせてお答えしたいと思います。というわけで、ご清聴どうもありがとうございました。

○山本座長

大変興味深いお話をいただき、どうもありがとうございました。

それでは、委員の皆さんから安田先生へご質問をいただきたいと思います。ご質問がある方は、お名前と発言を希望する旨をチャットでご送信下さい。ただ、安田先生 11 時までのご出席と伺っておりましたが、後 5 分ぐらいしかありません。

○安田准教授

質問は続く限りはお答えします。

○山本座長

ありがとうございます。では、委員の皆様から、チャットでお手を上げていただければと思います。平尾委員、どうぞ。

○平尾委員

弁護士の平尾と申します。ちょっと1点だけ前提を確認したかったんですけども、先生が今回整理されていたホテルの事例で、これはあくまでホテルがサービスを提供できる、客観的にみて宿泊サービスが利用できますよっていう状況を前提にしておられるということですね。

○安田准教授

はい、そうです。

○平尾委員

この宿泊価値の低減というのは、客観的な価値というよりは消費者の主観の消費者側の事情による価値低減であると。

○安田准教授

そうです。

○平尾委員

分かりました。ありがとうございます。ちょっと前提だけ確認したかったので。

○安田准教授

非常に重要なポイントで、ちょっと時間が限られていたのであまり細かいところ背景を説明しなかったのですけれども、今回ターゲットにしているのは、消費者側の都合でキャンセルしたくなりうるような状況ですね。なので今日のトピックで言うと、新型コロナの感染拡大とかを念頭に置いているんですけれども、それ以外でも例えば、冒頭でご紹介したように病気になってしまうとか、何かしら他の用事が入ってしまうとか、なんでもいいんですけども、予

期していなかった消費者だけしか知らないイベントがあつて価値が下がつてしまつた場合に、何が起きるかっていう風に解釈頂いてもいいと思います。

○山本座長

ありがとうございます。では、垣内委員、お願ひします。

○垣内委員

垣内です。大変興味深いお話をありがとうございました。勉強になりました。2点ほど教えて頂きたいことがあります、1点目なんですかけれども、前提のところ理解に関するお話で、スライドですと3頁目のところになります。ここで取引費用との関係で、取引結果が変わるかどうかということに着目されて説明をいただいたんですけども、ここで言われている取引結果っていうのは、説明の中でキャンセルすることになるか、しないことになるかということを取引結果という風に言われていたのかなと思ったんですが。

○安田准教授

そうです。

○垣内委員

キャンセル料をいくらにするというのも、交渉の対象にはなりうるような感じもするんですけど

○安田准教授

はい、そうです。

○垣内委員

その点は取引結果には含まれるということなのか、含まれないということか、その点はいかがでしようかというのが1点です。

○安田准教授

はい、分かりました。

○垣内委員

それから、2点目ですかけれども、おそらく最後のスライドに出ていたサンクコストの問題に関係するのかなと思いますけれども、その分析に使って頂いたモデルでホテルでかかる費用というのが問題にされていて、これが常に2万円

であるということで分析されていたんですけども、実際に宿泊されない場合にはかかる費用であるとか、あるいは宿泊されなくともかかる費用であるとか、そういうものが現実にはあるのかなと思いますけれども、そういうものはこの分析にはどういう形で影響するのでしょうかというのが、2点目の質問です。よろしくお願いします。

○山本座長

それでは、お願ひいたします。

○安田准教授

はい、2点ともとても重要かつ鋭いご指摘で、まず1点目なんですが今日の話の中では、キャンセル料をいくらにするのか（X）の水準をどうするのかっていうのは、予め定めておく権利関係というか広い意味でのルールだという風に考えていて、結果としてはキャンセルが起きる、あるいは引き続き定められた金額3.5万円ですかあの例だと、そのもとで払って泊まるかその2種類しか結果考えていないです。

ただ垣内さんおっしゃるように、いくらで泊まるのかって再交渉の結果そこを含めて、結論が変わってくるっていうようなフレームワークで考えることも可能だと思います。ちなみになんですが、冒頭でご紹介したコースの定理、取引費用が小さい、あるいはなければ、そういうキャンセル料の水準と関係なく、常に効率的な結果が実現するっていう話が、先ほどの例とどう繋がっているかというと、例えばなんですが、価値が、宿泊価値が3万円に下がってしまったケースで、もしもスライド出せるんだったら、それ見ながらのほうが話しやすいかもしれないですが、頁で言うと、シナリオ2のケースなので、7頁ですね。7頁もし出せたらお願いしたいんですけど、出ますかね。

○玉置専門官

対応しておりますので少々お待ちください。

○安田准教授

このケースでの話を進めていくと、ポリシーAですねキャンセル料かかりませんというポリシーAの下だと、キャンセルが起るんですけど、それ以外のポリシーの場合には宿泊が起きると、社会的望まし結果は宿泊なんですが、ポリシーAキャンセルは無料だと望ましい結果起きないと、一見このコースの定理と違うこと起きてるような気がするんですけど。

コースの定理がここでどういう風に効いてくるかって言うと、再交渉できる場合にはですね、一旦キャンセルをして3.5万円返してもらう。ところが、自分にとって泊まることの価値は3万円で、お宅のコスト2万円なんだから2.5万円で泊めてくれないかみたいな再交渉が可能な世界では、先程とは違った結果が再交渉の結果まとまりうるわけですよね。

今注目していたのは3.5万円払って泊まるか、一定のポリシーのもとで返金を受けるかと、その二つに一つしか選べない世界を考えたんですけども、コースはその先を行って、いや再交渉すればいいだろうと、すれば別にポリシーAのもとでも望ましい結果実現されますよと言ってるんですけども、果たしてそれが可能かどうかですね。実際にはホテル側のコストは明示的には書かれていないですし、宿泊客の支払意欲っていうのは目に見えない値なので、現実的にこういった再交渉というのは、おそらく難しいということを考えると、あらかじめそういった再交渉なく、望ましい結果に近いものがですね実現できるような、キャンセルポリシーを取っておくことが重要になるんではなかろうかというような文脈でした。

二つ目のこの費用2万円ですね、これも重要で今費用として考えるべきなのは、よくあの経済学だと限界費用とか固定費用とかいう概念を使うんですけども、重要なのはですね、今宿泊が起こることによって、追加的に発生する費用を本来ここでの費用という風にカウントすべきなんですね。例えばホテルですと当然と土地代がかかりますよね、それをお客さん来ようが来まいが家賃支払いは変わらないので、そういった固定費はここから取り除くべきです。ただ、一方で宿泊することによって、ご飯の用意をしたりとか、ベッドメイクする為に雇っている従業員の人の労働時間がちょっと長くなるとか、諸々のお客さんを泊めるために発生する費用についてはここでもカウントすべきだと。細かいことを言うと、このキャンセルが直前になった場合には、どこまでの費用が取り返せるかというのは変わってくるかもしれないですね。例えば雇っているスタッフのシフトもう決めちゃったと、突然キャンセルあっても別にその人たちの労働時間を減らすこともできないので、もうコストかかっちゃいますってことになってくると、ここでの2万円からですね、すでに払ってしまったこれ埋没費用とかサンクコストとかって言いますけど、それを取り除いたものが真の限界費用なってくるので、2万円というのはあくまでも最大限かかるような費用みたいなイメージで、このキャンセルと直前になればなるほど2万円よりも小さい値になってくるのは現実に起こりうる話です。ただ今日はちょっと複雑になるので、2万円というこの水準は特に変化なしっていう形で説明してしまいましたけれども、本当はその辺、細く考えなければならぬと思います。

はい、どうもありがとうございました

○垣内委員

どうもありがとうございました。

○山本座長

ありがとうございました。では、遠山委員、お願いいいたします。

○遠山委員

遠山です。安田先生ありがとうございます。基本が分かっていないため、的外れな質問であれば、ご容赦頂ければと思います。

今、垣内委員がご質問された費用の関係ですが、先ほど、例えば土地のお話について、「取り除くべき」という表現をされました。端的にいって、キャンセル料に含めて良いのか、良くないのかがよく分からなかつたので、教えて頂ければと思います。と申しますのも、ホテル、結婚式場や遊園地、また、スポーツクラブもそうだと思いますが、このような業種は施設自体を売りにしているところがあり、費用としては、キャンセルまでの準備費用だけではなく、施設を維持するための費用がかかることがあります。それが回収できないとなると、コスト倒れになるのではないかと考えるのですが、資料9頁を見ると、ホテルの費用（C）を「引く」となっているので、キャンセルの際は、費用は発生しない前提で考えるのかと思ったのですが、そのような理解でいいのか、そうであれば、実際にコロナ関連倒産が発生していることについては、どのように考えたら良いのか、教えて頂ければと思います。

○安田准教授

固定費の部分に関しては、キャンセル料に含めるべきではないという結論です。なので今おっしゃった通りで、一見すると企業側からすればですね、土地の話もそうですし、何かしらお客様を迎えるにあたっての先行投資とかしてると、その分費用なわけですけれども、ただポイントになってくるのは特定のお客さんがキャンセルする、しないに関係なく、その費用の額って払ってるもので、変わんないんですよね。なのでこれから宿泊した方が望ましいのか、あるいはキャンセルして宿泊を阻んだ方がいいのかという意思決定には直接関係しないというところがポイントです。

それは言っても、高い地代であるとか準備投資して、それが回収できないと、当然廃業倒産となってしまうんですけど、じゃあ、どうすればいいかっていうのは、元々の価格水準をあらかじめそういうふうに費用を加味してもですね、

利益が上がる水準にしておくと。こういった突発的なキャンセルが生じるような時のコスト換算に、先ほどですね、固定費用の部分は入れてはいけないという話ですね。二つは切り分けて考えるべきだと思います。

○山本座長

ありがとうございました。他にご質問はありますでしょうか。よろしいでしょ
うか。

これは、安田先生への確認ですけれども、今日のお話しで大変興味深かったのは、宿泊価値が新型コロナでどう変わるかによって、前提が変わってくるということです。これは、法律家にはあまりみられなかつた視点でして、興味深く思いました。その上で、望ましいキャンセルポリシーで挙げられているのは、そのように宿泊価値がどう変わろうとも、少なくともこうしておけば望ましいというご趣旨でしょうか。それとも、そこは更に何か考えるべき問題があるのか。これはいかがでしょうか。

○安田准教授

先ほどの例はあくまでも本当に簡単な例になつていて、企業側の費用ですよね、限界費用の（C）ってものが見えると言うか、分かるっていう想定になつてゐるんですけども、実際に個別のそいつた取引ごとに、果たして限界費用はいくらくらいに計つたら見えるものでもないので、ざっくりとした計算にはなつてしまつて限界があります。

ただ、先程の最適なキャンセル料を求める際に、一番重要だと思うのは個々の消費者の価値がどれくらい変化するか、見えないんですよね。見えないんですけども、望ましいキャンセルのような水準（X）というのは個々の消費者の価値（V）には全く依存しないとこですね。もともと決めた価格と直接見えないんですけど、ある程度概算できるかもしれない限界費用（C）の差分を使えばいい、これは消費者に依存せずに設定できる。そこに設定しておけば消費者が自ら社会的望ましい取引を選ぶように、誘導できるというところが売りというか面白い点じゃないかとは思います。

○山本座長

ありがとうございます。ただ、最後の Go To トラベルの話ともおそらく関係してゐるのだろうと思いますけれども、価格が変動しうるということが入つてくると、先ほど Go To トラベルの話では、短期的にはこれで問題は少ないと
いう話でしたが、キャンセル料に関しては同じような問題は出てこないので
しょうか。

○安田准教授

難しいのは、新型コロナのようにキャンセルが集中的に起きると、要は一人二人ってレベルじゃなくて大量に起きると、同じような市場全体を通じて価格に与えるプレッシャーみたいなものは発生するかもしれないんですけど。ただ大きい違いは、このキャンセルに関してはもともと先程の例で言うと3.5万円の価格を払っている、あるいは払うことをもう契約しちゃってるんですね。Go To トラベルの場合はああいった補助金をつけることによって、補助金前の価格と補助金政策の後の価格というのが、市場全体で恐らく変わって、ちょっと価格が上がってるはずなんですが、その変化っていうのはキャンセルではもう原理的には生じないんですけど、Go To トラベルみたいなことをやると生じると、その部分の違いがあるので、キャンセル料の議論に関しては、Go To トラベルで生じるような化学変化の影響を考慮しなくても大丈夫だと思います。

○山本座長

ありがとうございました。今この場面でキャンセル料をどうするかという問題に関してはなるほどと思いましたが、消費者契約法等で規制を考えるとなりますと、あらかじめ約款のような形で一般的にキャンセル料条項を設定する場合に、その当否が問題になりますので、少し考えないといけない問題が広がってくるのではないかとも思いました。

○安田准教授

はい、そうですね。

○山本座長

ありがとうございました。他に、沖野委員、ご質問をどうぞ。

○沖野委員

すいません、ありがとうございます。私も理解していないことを恐れているのですが、直感的に教えて頂きたい点があります。一般的なキャンセル料の定め方の時には、キャンセルの時点と実際のサービス提供の時点の時間的間隔などによって、段階的な形で定めることもわりと見られ、それについて直感的にそういうことも合理性がありうるという感じがしております。

それは、特定の顧客がキャンセルしても、他方で、十分他のもので埋められる余地があるというそういう状態を想定しているのかと思います。従って、キ

キャンセルと実際の履行の時期との間隔などを入れてくるという議論がやはりあると思うのですが、この点は本日の分析の中に組み込まれるのか、あるいはそれは無関係な事情と考えるべきなのかということです。

もう一つは、それが他の取引で埋められるのではないかという話をしますと、結局キャンセルの事由がどういうものであるかも関わってくるように思います。つまり、特定の消費者にとってはすべてが不測の事態であるかもしれません、しかし、抽象的にはありうるかもしれない、たとえば病気になるなどもあるかもしれないとは考えているけれども、自分が具体的にその時に病気になるととても思っていなかつたからこそ契約するわけなので、契約時にはそんなことはないだろうと普通は思う、せいぜいあるかもしれないけれどもぐらいのことは考えるかもしれません。そういう個別の事由による場合に対し、他の人にも同等に妥当するような事情によるものだと状況が変わってくるよう思います。他の人にも同等に妥当するといつてもごく短期的に回復するようなものか、一定の期間続くようなものかとか、それによっても変わってくるかもしれません。そういうキャンセルの事由といいますか、それを取り巻く状況といいますか、そういうものによっても変わってくるような直感があるんですけども、どうでしょうか。

○安田准教授

はい、おっしゃる通りですね。

○沖野委員

気にする必要があるのか、気にするとすると、どういう形で入ってくるのだろうかということを教えて頂きたいと思います。

○安田准教授

まずその期間の問題に関しては、今日の本当におもちゃみたいな数理モデルをご紹介したんですけども、期間を長くしていく、その今日、明日、明後日みたいな形で時間軸を設定していくというのは、そんなに我々というか分析をする人間の立場からすると難しくないです。

どういった要素は変わってくるかって言うと、先ほど垣内先生の議論の際にもあがったんですけども、企業から見た費用ですね、これが時間が通じて変わってくると、もちろん消費者側も、どのタイミングでショック起きるかという、契約を予約をして次の日は何もショック起きなかつたんだけど、その次の日に何か予期してなかつた病気にかかっちゃうとかって起きる。時間を通じてそういうショックが発生する。そして企業側も時間を通じてコストは変わっ

てくる、典型的には徐々に徐々にコストが下がって来るっていう調整が行われます。なので、どのタイミングでキャンセルをする宿泊をするかっていうのが、そういった時間軸を入れてくると特定のキャンセルポリシー、ルールの下でも変わってきうる。もちろん時間を入れることによってポリシールール自体も様々なものが分析することができます。時点1でのキャンセルだったらキャンセル料かからないけれども、次の時点2になるとキャンセル料が例えば50%になるとか、現実にも取られているようなキャンセルポリシーも時間軸をやることによって分析が可能になるということですね。なので、結論から言うとそういう複雑な状況を考慮して、もうちょっと長ったらしい論文を書いたりすることは十分に出来るんですけど、それは今日ちょっと時間もないって言うのと、やればやるほどですね複雑になって何が本質的分からなくなってくるので、今日は捨象しましたということですね。

それ以上に、それとも関係してるんですが、重要なポイントとしてキャンセルが起きた時に代わりの消費者が見つかる可能性をどう考慮するのか、それも実はですね、このコストの大小に分析上は入れ込むことができるんですが、ただそれは抽象的すぎるんで、例えばですけれども、元々非常に人気が集中しているようなサービスを提供している企業ないし売り手がいて、要は超過需要が発生してると、なので一人キャンセルしても確実にお客さんが他に来るっていうような状況で、そういう状況だったらもうちょっと値段あげたらどうかと経済学者的には思うんですけども、そういった割と恵まれたお店の場合には1人キャンセルしても実質コストかかんないんですよね。次のを入れればいいだけなんで、同じ価格で新たな消費者が来てくれる3.5万円払って泊まってくれる人が確実にいるんであれば、実質的にその企業から見たある特定のAさんというお客様キャンセルする際に生じるコストは0です。なのでその場合は先程コスト2万円とふうに考えましたけれども、コストの部分を考えずに、先程の分析を提供してしまえばいいようなイメージですね。

実際にはさすがに、キャンセルがあった時に確実に同じ金額で次の消費者が見つかるってのは、かなり稀なケースになってくるので、現実には例えば金額を下げて消費者を捕まえてくるとか、あるいは消費者が見つかるかどうかっていうのが確率的に与えられている。期間が十分長ければ変わりの消費者を見つけられる蓋然性は高まりますけれども、直前のキャンセルだったらそこ見つけられる可能性が低いと、その確率の多い少ないってのでコストがどう変わるかというのを分析することはできると思います。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、後お二人から上がってますので、それで締め切るということにさせていただきます。まず、楠委員、続いて河村委員、お願ひします。

○楠委員

よろしくお願ひします。最後のお話で実際にキャンセルされた後もすぐ次のお客様が見つかるような状況であるならば、その実質的なホテル費用はゼロに近いというお話が非常に良い例だと思ったんですけど、逆に、本来経済学的にもっと値段を上げられるところで低廉な価格でやっているが故に超過需要が発生しているようなケースを考えた場合、その損失に着目するとそのキャンセル料ゼロでもやれるじゃないという議論になる一方で、それとも交渉条件と言うか市場メカニズムの中でどうなるかと言うと、逆にそもそも超過需要が前提としたならば、むしろその強気のその全額キャンセルフィをとるというようなポリシーにしても埋まるわけだから、ホテル側の機会費用の話とは別に、仮に非常に強気なキャンセルポリシーを出したとしてもお客様は埋まってくると思うんですよね、そうではなく逆に非常にクリティカルな、なんというか逆のケースを考えてみたならば、非常に需要が限定な宿の場合は、そこで逃げられてしまうと費用がまるまるかかる可能性が高い一方で、それだけ競争力が無いわけだから、市場の中においてはキャンセルフィを取れないかも知れない。

そういう事だから、もし仮にキャンセル料についてのなにがしかの規制を入れる場合って、交渉の結果として帰着するキャンセルポリシーと市場の効率性を考えたキャンセルポリシーの間にギャップがある場合において、なにがしか政策的な介入が合理化される可能性があるのかなと思いつつ、一方で法律にはそんなに複雑な数式をたぶん書くことはできないので、それぞれ競争条件によって異なるファクターを考慮しなければならないところに、一律の条件で規制を導入することによって、逆に市場を歪めてしまう危険と両方考えていかなきや思うんですけど、そういう点についてどうお考えでしょうか。

○安田准教授

とても鋭い視点でぱっとはお答えできないんですけど、一番重要なインプリケーションとしては、いずれにしてもそのキャンセル料、先ほどの（X）の水準というのは0ではないってことなので、部分的には消費者にも負担してもらうと、どれぐらいの負担が望ましいのかっていうのは、市場の条件っていう楠さんがおっしゃった話もそうですし、費用と価格は元々のマークアップというかマージンが、業界によってだいぶ違うので、それによって左右される。そこまで細かく、いくらにすべしってことを、多分あの国や行政が言うべきではな

いと思うんですけども、ある程度のキャンセル料を消費者から取れる余地を、法律のもとでも残しておく、ルールのもとで残しておくと、おそらくはこの売り手のサイドが、ある程度合理的なキャンセルポリシーに到達する可能性が高いんじゃないかなと思います。事前に決めうちでいくらに設定しろというのを流石にやり過ぎですし、失敗することが多いと思うのでそこはやっぱり注意したほうがいいと思います。

○楠委員

ありがとうございました。

○山本座長

では、最後に、河村委員、お願ひいたします。

○河村委員

はい、これは質問というより沖野委員からあげられました事由のところなのですが、まず不測の事態等に全般にコロナ等に限らず不測の事態全般における、契約の不履行ないし解除に関しては、法と経済学分野の考え方だと予防とリスク分担という、二つの論点があります。

例えば、交通事故や工事事故ないし病気といった事由に関しては、こうした事態を避けるための予防措置、予防努力が可能であるケースも考えられると、その場合は事業者・消費者双方に法律的な予防措置を促すようなキャンセル料を設定すべきということになります。

すなわち消費者が予防措置を講じることが可能な状況では、消費者が支払うキャンセル料を高めに設定する。そのことで消費者に不測の事態を避けるための予防措置を行わせる。事業者が予防措置を講じるべき状況では、キャンセル料をむしろ低く設定、ないしはゼロにして事業者に予防措置を行うことを促すということになります。それに対して自然災害や疫病のようなタイプの不測の事態というのは、予防というものが消費者、事業者どちらにとっても不可能である、ないしは極めて困難であるという点が、予防措置が可能な不測の事態と異なる点でありまして、そのため経済学的には予防とリスク分担の中で、リスク分担を中心に考えるということになりました、ここが今日安田先生が議論くださった論点ということになります。以上です。

○山本座長

ご補足をどうもありがとうございました。

それでは、委員の皆様から活発なご質問いただきまして、お陰様で理解を深めることができました。安田先生には大変な時間超過でお答えいただきまして、本当にありがとうございました。感謝申し上げます。

○安田准教授

どうもありがとうございました。失礼します。

【4. 事務局資料への質問】

○山本座長

それでは続きまして、事務局資料に対して委員の皆様からのご質問があればお出しitただきたいと思います。ご質問がある方は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。ご質問の後、各委員からの御意見を伺う機会を設けたいと思います。

まずは、ご質問に限ってお出しit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。

【5. 意見交換】

○山本座長

それでは、時間も少し押して参りましたので、ここからは本日の議題について意見交換を行いたいと思います。

私の方から順番にご指名させていただきます。まず、第一グループとして、沖野委員、垣内委員、河村委員、楠木委員、小浦委員、第二グループで、後藤委員、高橋委員、坪田委員、遠山委員、西田委員、第三グループで、平尾委員、山下委員、山本和彦委員、山本龍彦委員、渡辺委員。この順序でお願いしたいと思います。

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けれども、2分以内ぐらいで、ご説明いただきますようご協力の程よろしくお願いいいたします。

それでは、まず、第一グループで、沖野委員からお願いいいたします。

○沖野委員

ありがとうございます。アンケート結果を受けてということで、特にこの時点で申し上げることはないのですけれども、ただ、事業者の方でもいろいろ対応をされている事情が分かりました。もっとも、具体的なヒアリングの中では

一定の対応を図られてるとまとめられているのですけれども、図られてないといふものはない理解していいのかが一つ気になっております。もう一つ、対象としまして、従前からコロナ関係でのキャンセルの問題が挙げられていたものに、飲食店関係があったと思います。これは、事業者側では取り上げられていません。業界の選別の点が気になっているところです。かといってデータがあるかという問題がありますので、ないものねだりかもしれません、今回の調査に関してはこれらの点が気になったということだけ、取り合えずは申し上げたいと思います。

○山本座長

ありがとうございました。では、垣内委員、お願いします。

○垣内委員

私も今の段階で何かこうすべきであるという具体的な意見を持っているということではありませんが、資料等を拝見しまして、幅広くいろいろ柔軟な対応がとられているようでもあり、しかし業界、同じ業界の中でも対応にばらつきがみられる部分があつたり、消費者によっては納得できなかつたと言うような受け止めをしている部分も垣間見られたということですので、あまり不測の事態であるからといって不公平感が生じるようなことがないよう形になってくことが、方向としては望ましいのかなという感想を持ちました。そのために、どういった手を、取り組み、施策が必要なのかというあたりについては、さらに実情を見るべきなのかなと思います。差し当たり以上です。

○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

事務局資料についてのコメントということになるのですが、事業者の聞き取りに関して調査期間ないしコロナ禍の間に、事業者がどの程度のサービスを提供できたか、というのが聞き取りの中に入っておりませんので、それがあると、今日安田先生がおしゃっていたようなことと、より比べやすくなると考えます。つまり消費者側の支払い価値がどうなる、それから事業者側のコストがどのようなものなのか、もちろん詳細なデータは取れないと思いますが、もう少しコロナ禍のサービスの提供の状況、提供可能なサービスの状況というのが分かると、もう少し経済学の人間からすると見通しが良くなるのかなというような印象を持ちました。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。では、楠委員、お願いいいたします。

○楠委員

非常にコメント難しいのですけれども、何を心配しているかと言うと元々キャンセル料全般をどうするかという議論が、消費者契約の議論のある中で、たまたまこの時期にコロナの問題がでていて、コロナって大分特殊な状況だと思うんですね。

緊急事態宣言であったりとか、あるいは日々の感染者数の推移というものは皆に影響があるって、なおかつ予測がそんなに容易ではないというような状況におけるキャンセルというものを、果たして一般のキャンセル料に対する規律の中で取り扱う使うべきなのか。むしろ、かなり特異な状況であること踏まえて、なんというか補助金なり、きちんとそれを公費で補填するみたいな方向でもって介入をしたほうが良いのか難しい部分があるのだと非常に感じました。

どちらかと言うと、良識というか判断に基づいて、キャンセルフィを取らないっていう対応されてこられた事業者、結構いらっしゃるんだっていうことはアンケートを見て非常に心強い印象をもった一方で、今後、危機が長期化していく中で、事業者のキャッシュフローといのうがどんどん厳しくなる中で、別に悪意があってということでなく補填をすること自体がどんどん難しくなることというのも考えられますし、今後第3波がいよいよきそうだというようなタイミングの中で、注意深く見ていく必要があるのと、この時の経験を一般のキャンセルポリシーにどこまで反映していいのか、キャンセルポリシー規制、一般的のキャンセルポリシーに反映すべきかというのは非常に慎重な議論が必要かと思います。

○山本座長

ありがとうございました。では、小浦委員、お願いいいたします。

○小浦委員

小浦です。私もアンケートの中身を見まして、興味深かったのは事業者アンケートの中で、やはり新型コロナウイルスを理由にキャンセルをした場合、契約代金全額返金したですとか、履行時期の変更とか、それなりに対応された事業者もいらっしゃったということなんですけれど、逆に国民生活センターの方へ寄せられた相談によりますと、コロナ禍でスポーツセンターに通えないのに月額費用請求されたですか、結婚式場のキャンセルが規約通りで請求された

と、片方では、そういった相談もでてくるというところで、どう考えるかのか。やはり消費者としては今こういう特殊なコロナ禍の状況の中で、状況にあわせて事業者も対応して頂けるような事があればいいのかなという風に思いました。

消費者のモニターの方でも規約にあるからという事で、違約金ですかキャンセル料を払った人の数値が多くて、模範的な回答と言いますか、すんなり払えたのかや交渉しないで、そのまま払ったのかところが不思議だったんですけども、その聞き方にもう少し工夫があっても良かったかなと思っています。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。ここまでのことろで、事務局から何か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

様々なご意見頂きましてありがとうございます。沖野先生、小浦委員からもご指摘ありましたけれども、すべての事業者が対応しているわけではないのではないかという点は、事業者側にヒアリングした場合にはこのような対応しましたという情報を得られる一方、国セン等相談情報で、なんらかの消費者の側で不満をお持ちなって相談等される場合には、違う事例が現れるというのはご指摘の通りかと思っております。

この辺につきましては次回等でもどのような相談の状況があるかなどについてもう少しヒアリング等で補充できる余地がないか探ってみたいという風に思っております。

それから、色々不測の事態が起こっても不公平感がなるべくないようにという垣内委員のご指摘もありました、おっしゃる通りかと思います。

今回調査した中でもどの業界でしたか、ガイドラインを作つて同じような取り扱いをされたというような事例もあったかと思います。ただ一方で業界で一律に縛つてしまつと、この競争法的な問題も起つり得るかもしれないという点も考慮しなければならないのかなと、もちろん同種事業者が同じような対応であれば消費者の方も納得しやすいという事情もあるだろうという風には思います。

あとは、楠委員から一般的なキャンセルポリシーを考える場合に、今回のようなコロナのような状況、あるいは不測の事態の状況を、そのまま適用して良いのかというのをご指摘の通りだと思います。それもありまして、今回はこれまでの議論と少し離れて消費者と事業者双方にとって不測の事態が起つた場

合に、どのようなキャンセルのあり方が考えうるか、あるいは皆さんはどのような工夫をされているかということについて、状況を踏まえた上でご検証頂ければという風に考えているところであります。とりあえず私からは以上でございます。

○山本座長

どうもありがとうございました。それでは、第2グループに移りたいと思います。まず、後藤委員からお願ひいたします。

○後藤委員

今回のコロナ禍でのキャンセルについては、やはり平時の不測事態によるキャンセルの場合と分けて考えるべきだと思います。先程からご発言があるようになります。コロナ禍というのは全く予測がつかない状況という認識でいますので、消費者側にとっても事業者側にとっても、可能であればキャンセル料は取られたくないし、取りたくないという意識だと思います。

今回のように極めて特異な状況の場合、平時とは異なり、事業者の経営の持続性との関係もあります。例えば交通事故に遭遇したためキャンセルしたいと申し出れば、平時であれば不測の事態となり、キャンセル料をとらないケースが多いと思います。今回のコロナ禍の場合は、経営が非常に逼迫しており、このような場合でも経営上の理由でやむを得ず、規定通りのキャンセル料等を請求する事業者も中にはおられると思います。ごく一部にはコロナ禍に乗じて悪意をもってそのような対応をする方もいるかも知れませんが、一般的には、それぞれ企業の事情に応じてできる限りの対応をしているということです。ですから、平時における不測の事態の場合とコロナ禍の場合では考え方が異なると思います。今回のコロナ禍におけるキャンセルについては、事態が終息したのち、全体としてこういうやり方が良かったのではないかというのを終息後に検証し、キャンセルに対するポリシーみたいなものを形成していくのがいいかと考えています。ですから、現段階では基準を設けるのはなかなか難しいというのが率直な意見です。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。高橋委員、お願ひいたします。

○高橋委員

はい、私も感想以上のものが中々でてこないんですけども、事業者アンケートの結果を拝見しまして、キャンセル等ある場合、特にコロナ禍ですね、コ

コロナ禍におけるいろいろな対応の仕方を工夫されたんだなということが分かりまして、キャンセルだけではなく不測の事態に対して、どのような対応があるのかということがいろいろな選択肢が考えられるのかなという風に思った次第です。

ただ、ここで調査なさった事業者団体がどういう対象に対してアンケートしているのかがちょっと分かりづらくて、いろんな方がいらっしゃる、いろんな状況の方がいらっしゃることでしようから、このアンケートで出てきたものだけで直接何かが言えるかと言われると難しいところかなと思いました。

今、後藤委員がおっしゃったことと近いかもしれません、不測の事態でキャンセルになるといった場合も、いくつか段階があるなど改めて認識致しまして、今までしたら台風とか地震とか災害に関するキャンセル、関連するキャンセルのことが想定できたのかもしれません、今回のコロナウイルスの場合は、本当に何も分からぬし、いつ終わるのかも分からぬしというような状況下での対応というのは、また違った考慮がもしかすると必要なのかなと感じた次第です。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。坪田委員、お願ひいたします。

○坪田委員

はい、キャンセルの考え方についてですが、業種や災害の状況によって異なっていることに配慮して、今後検討していく必要があるかと考えております。アンケートの数値をみると際しても慎重な検討が必要かと思っております。不測の事態とありますが、事業者、消費者それぞれ不測の事態として想定する範囲についても、一括りには出来ないのではないかと感じました。

東日本大震災等で、消費生活相談ではこういった事案を扱ってきましたが、災害の場合は徐々に回復していきますが、今回の感染症は先行きが読めません。結婚式場の相談では、春の段階で延期をしたけれど、今なお続いているのでキャンセルしたいが、キャンセル料に納得いかないという相談が目立つてくるようになっております。予定していたことで、延期なら追加請求もほとんどないというケースであって、一旦は延期をしたがこの状態では取りやめようということです。特に結婚式、海外旅行、発表会参加等は可能な時期というのもありますから、結局はキャンセルをせざるを得ず、延期後のキャンセルという問題になっております。やはり特殊な事例として考えるべきところがあると思っております。

また、アンケートでは、規約や申込書に記載があったから納得して支払ったという方の数もそれなりに見られましたが、書いてあるなら仕がないと思って支払った方も中にはいるのではないかと感じたところです。不測の事態というシチュエーションの中で、内容を読み込んで納得できないと反論する事は、消費者にとってはかなりハードルが高いのではないかということも感じました。

相談現場でもこういった時にどうしたら良いかと本当に悩ましい状況がありましたので、個別の例を考えながら、その辺りの整理が今後できればいいかなという風に考えております。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。遠山委員、お願ひいたします。

○遠山委員

不測の事態が生じた場合の消費者および事業者の状況は、生じた事態によって様々です。事業者アンケート・ヒアリングにもありますとおり、事業者は、不測の事態にかかるキャンセル規定を定める場合においても、その規定の適用に必ずしも固執することなくケースに応じて対応する、また、そもそも個別事案ごとの対応の必要性から画一的な規約は設けていないなど、事案に応じて柔軟に対応するように努めています。

ただ、このような柔軟な対応を行うことは、事業者にとって追加のコスト負担に繋がることから、事業の特性によっては、先程もお話しましたが、現実問題として、施設の維持に費用が掛かるケースや、準備過程において既に発生したコストがある、また、準備のために他の事業者と契約をして、それがキャンセル出来ないなどの事情があるなどにより、対応内容を変えざるを得ないケースがあったり、また、事業規模などの企業体力の違いから、小規模事業では原則的な取り扱いをせざるを得ないケースがあるなど、業種や事業規模によって対応内容はまちまちとならざるを得ないと考えています。

事業者としても、それぞれの状況に応じて、お客様に寄り添い、出来る限りの柔軟な対応を模索している点については、ご理解頂きたいと思います。

簡単ですが、今回は以上です。

○山本座長

ありがとうございました。西田委員、お願ひいたします。

○西田委員

まず、資料3－1で思ったことなのですけれども、キャンセル料に納得いっていない人が半分ぐらいいたという調査結果だったと思うんですが、やはりそこにあるのは、今日の説明もありましたけれど、その中から考えたことですが、分かりにくさがあるんだろうと。つまり事業者の事情といったものは、消費者には分からないので納得いってないんじゃないかという事実があるのだろうと思うんです。今日の安田先生の発表から「コースの定理」というのをお聴きしましたところで思ったことなんですけども、結局、価値というのは心理的な問題ですので、個人差がありますね。そう考えると今回のキャンセルポリシーなんかはですね、今日でいう（V）に、最少額を想定して決めておくと、うまくいくんだろうと思うんです。そして、業者がキャンセル料として、その合理的な金額を、分かりやすく、契約などの事前に、説明しておくことが、あるべきなんじゃないかなと思いました。

「コロナ禍」と言う不測の事態は、台風や地震とは、ちょっと違うところがあるんだろうと思っているんですね。消費者の心理的にはそうだと思うんですよ。つまりそれは、自分自身の不運じゃないんですね。例えば台風や地震の場合は、そこに被災したということで、動けなくなっちゃった、とかっていうようなこと、病気になったならもっと分かりやすいですね。その場合は、自分自身の問題での不運という風に考えると思うんですが、このコロナの場合は、社会全体の不運であるので、自分自身だけじゃなくて、業者側にとっても不運であることが特徴的な所だと思うんです。

もう一つは、ウイルスが原因なので、見かけ上は、業務において特に何か支障があるように見えないわけです。つまり見えない所での対策への不安が大きな問題です。ちゃんと予防できているのか、という不安によって、客の行動に抑制が起きてしまう。それは、客観的な評価ではなくて、主観的な判断に委ねられてしまいます。特に日本の場合は、ロックダウンしなかったので、そういうことになりました。こういう理由で、責任の所在がはっきりしなくなっています。特にそういう意味で、今回の「コロナ禍」という特殊な不測の事態は、自己責任を感じにくくさせてしまうと思うのです。ですから、消費者のほうもキャンセル料の支払いは納得し難いと思いやすくて、通常よりも食い下がってしまうことが起こりやすいと思うんですね。

ということから、結論ですけれども、十分に分かりやすく、事業者のコストといったものを事前に説明を尽くすということが、これからも求められていくんじゃないかなと思いました。以上です。

○山本座長

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

○黒木消費者制度課長

特にお答えという事ではありませんが、様々な委員の方から不測の事態と言つても、いろいろ、いわゆる台風とか自然災害の場合と、コロナの場合とで、一律には扱えなくて、いろんな考慮要素があるとご指摘があつたかと思います。

また、先程の安田先生のお話も踏まえて考えますと、そはいっても一般的の場合も含めて、共通して考えられるような要素もあるのかもしれません。

最後、西田先生からもご指摘ありましたけれども、例えば、しっかりとコストを事前に説明しておくことが大変よろしいのではないかというようなことは、一般的のキャンセルも含めても通じるところがあるのかなと思ってお聴きしていた次第です。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。それでは、最後のグループに移りたいと思います。平尾委員、お願ひいたします。

○平尾委員

平尾です。既に日弁連のほうでも新型コロナウイルスの場面での消費者問題Q&Aというのを公表してまして、各契約類型において旅行とか宿泊交通機関、結婚式場、塾とか交通、こういったサービス類型ごとに、考えられる事例を想定して法的問題の解決をしているところでございます。

ここからが本題ですけれども、一応、議論の前提として場面設定を確認しておきたいなと思っておりまして、というのは、自己都合キャンセルとは、違う場面が入らないように気を付ける必要があるかなと思います。

というのが、そもそも事業者側で債務履行、サービスの履行がそもそも出来ないという場面、これはキャンセルの問題ではなくて、かつての民法で言うところの危険負担の債務者主義の問題であつて、そもそも反対給付請求権と言いますか、代金請求権が発生しない、行使できないというような場面を考えております。ただ、とはいえ、サービス履行がそもそも出来ないというのが、評価が混じるような場面が難しくなってくるのであろうかなと思います。

一応のサービスは出来るけど、それが完全な履行というのかどうか、契約の目的に適合しているのか、債務の本旨に従っているのか、こういったサービス提供と言えるのかって言うのが、今後問題になって、これまで問題になって

たんでしょうけど、今後はこういったコロナウイルス感染症の問題で、より難しい問題がでてくるのかなと思います。

例えば、結婚式場とかイベントとか。場所は提供してますよと言いながら、感染の恐れの対策がきちんとできないような状況で、場所を提供しどうぞ来てくださいという場合、これが債務の本旨に従ったサービスの提供と言えるのかどうかとか、考えだと難しい問題があるのかなと思います。ただ、いずれにせよ債務履行が出来ないと評価できるような、不完全と言えるような場合であれば、これは代金請求をするべきではない場面といえます。仮にそういった場面でも対価を払ってくださいとか、解約できませんとか、違約金として対価を徴収するというのは消費者契約法でいうと、10条の問題でそもそも不当条項として、指摘されるものはないかなと思っております。

今回の自己都合と評価するには酷なキャンセルというのは、場面設定としては債務履行がきちんとできる、契約内容にしたがって、希望したサービスの提供が出来ますよといのような場面、だけども消費者の側からキャンセルをしたいといのような場面、これが形式的には自己都合キャンセルの場面となって、9条の問題がでてくると思います。

そこの問題に限定して考えると、今回のコロナウイルス感染症を発端に明らかになってきたというのは、今まで形式的には自己都合キャンセルと思われていたものが、今回のような場面を想定すると、実質的に見ていくと自己都合キャンセルとして言っていいのか、そう評価していいのかっていうのが問題となる場面がいろいろ出てくる。それが、今回この検討会で検討するテーマのかな、消費者委員会からの検討課題なのかと思っております。

ちょっとだけ感想ですけれども、例えば今まで旅行の契約で病気になりました、それは自己都合キャンセルですねと、たぶん今まで単純に整理されていたんだと思うんですけども、今回のような感染リスクがあるような場面とか、自主的な自粛をしないといけない場面、そういう場面を想定して考えると、人に感染させないためにキャンセルする場合を、果たしてこれまでように自己都合キャンセルと呼んでいいのかというような問題がたぶん出てくるのかなと思っております。

東京オリンピックで、これまでホテル契約してきたのが、東京オリンピック延期によって解約しなくちゃいけないというような場面は、ちょっと感染とは違いますけども、そういった場面も、自己都合キャンセルと言っていいのかどうか疑問が生じます。このようにいろんな問題が炙り出されてくるのかなと思います。

コロナの問題だけでなくとも、東日本大震災のような場面。この時も、例えば結婚式場は東京で開催できるが、被災した親族を東北から呼ぶことができな

い、交通手段も途絶して東京まで来れないという場合、こういった場面も実は自己都合キャンセルと扱っていいのかどうか、もう少し整理すべきではないかと思います。

今回のコロナウイルスを発端として、不測の事態でキャンセルが生じ得る場面を、もう一度再整理するのが有益だと考えております。

そういうことから、次回、次々回、皆さんで意見交換が出来ればいいのかなという風に思っております。

○山本座長

ありがとうございました。山下委員はご発言できますでしょうか。

○山下委員

ありがとうございます。調査結果に対する感想めいたものしかないのですが、一定の事業者は、キャンセル条項があることは前提としつつも、自主対応としてコロナによるキャンセルに特別な対応を行っているということや、一定の消費者の側は、そのキャンセル条項があることで、コロナに対するキャンセルであっても、ある程度は納得した上で、一部なり全部の代金を払っていると回答していることが、非常に興味深いと思いました。

キャンセル条項の存在を前提としつつも、特別な事態で双方が柔軟に対応することで、一定数の紛争を未然に防止しているという意味では、これはやはりキャンセル条項の存在というのが非常に大きい部分があるのでないかという気がいたします。

こうしたキャンセル条項は、ないよりはあったほうが良いし、ある場合にも事由や時期をある程度は丁寧に分けた事前に設け、消費者にとって分かりやすく、事業者の側も紛争を未然防止できるものを設ける方向になるべく事業者を誘導していく事が長期的には望ましいのではないかという気がいたします。

不測の事態が容易に想定できるような業態でもあるにも関わらず、こうした条項がないといった場合に、その条項がないことでかえって有利に扱われるような事態というのは、やはり政策的には望ましくないように思いますので、キャンセル条項の中身をどうするかとは別に、キャンセル条項を設けることが、事業者にとって有利な結果になるという法政策を全体としては考えていいくべきという気がしました。以上です。

○山本座長

ありがとうございました。山本和彦委員、お願いいいたします。

○山本和彦委員

私からは特に現段階ではありません。

○山本座長

ありがとうございました。山本龍彦委員、お願いいいたします。

○山本龍彦委員

私からも具体的な何かコメントがあるわけではないんですけども、私は、たまたま内閣官房のほうでコロナ対策の接触確認アプリとか、差別偏見のワーキンググループに入っているもので、そちらの方も見ながら考えますと、不測の事態という言葉使われているんですけども、先ほど他の委員の方もおしゃっていたように、今回の新型コロナウイルスは、他の不測の事態とはちょっと違うのかなと。

例えば、天災とか震災ということもここで挙げられたりもしてるんですけど、やはり感染症の場合は、対策がとれてしまうわけです。要するに人と接しないようになると、いろんな対策がとれるので突然にか起こるわけではない。そこに重要な違いがある。他方で、感染症として、その対策がとれながらも、今回の新型というのは未知のウイルスなので、どういった予防策があるのかが具体的に見えないという、分からなさがあったと、そういう意味でかなり特殊な不測な事態、不測な事態の中でもかなり特殊なものではないかという風に思いました。ですからやっぱり一般のキャンセルポリシーには、落とし込めない事情があって、今日の安田先生の話しの中で、いわゆる負の外部性という風におっしゃってましたけれども、やっぱり感染拡大防止ということを織り込んだ形で恐らく議論していかなきやいけなんだろうと思いました。

特に、緊急事態宣言の前後というのは、感染症防止のための、いわばキャンセルというのを促すような方向での政策がとられたわけで、消費者としてはやはりキャンセルせざるを得ないということになるでしょうし、事業者としては中長期的に続くので、キャンセルは非常に手痛いという状況があって、これどちらも非常に苦しい状況になる。これはある種、「感染症対策としてのキャンセル」と申しますか、つまり感染症対策としてキャンセルというのが事実上促されるような部分があったということを、やはり無視はできないのかなと思います。その意味では、事業者持続化給付金といった補償との連携ということですね。もうちょっと具体的にいようと、消費者行政とコロナ対策部門との間の連携が重要となるでしょうし、その連携の中で、いろいろその消費者にとって、あるいは事業者にとって有益な情報提供していくということが、消費者行政の部門でも求められたのではないのかなという風に思います。

政策として、キャンセルをある種ナッジしているとすると、キャンセル料をやっぱり取らないということが原則になると思うんですが、その部分の事業者側の損失を政府がどううまくカバーしていくのかということですね。補償金でいくのか、それとも Go To のようなキャンペーンでいくのか、そのあたり今後、きっちり事前に調整して、情報提供していくという事が何より重要なのかなと感じました。以上です。ありがとうございました。

○山本座長

ありがとうございました。それでは最後に、渡辺委員、お願ひいたします。

○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。

今回、もともと消費者委員会の方から指摘がありましたのは、自己都合と評価するのは酷なキャンセルの問題についてということでありますけれども、果たして、何がその酷と言えるのかどうなのかと言うことが、一つ議論のポイントになるのかなと思います。

と言いますのは、コロナ禍の事を考えますと各企業、施設によってコロナ対策を必ずしも十分に対策とてないところもあれば、120%の対策をとっているようなところもあるわけでありまして、そういう施設に対する消費者からのキャンセルが酷と言えるのかどうなのかということについては、細かく見ていかないと、何とも言えないのかなと思います。

事業者側のアンケートでは、かなり今回柔軟に消費者側に寄り添う形で、キャンセルに対応されたというものが結果として出ていると思うんですけども、恐らく対応されたそのキャンセルの中には、単純な自己都合と言ってもいい、評価してもいいようなものについても含まれているのではないかなと言う風に思います。

それから安田先生から今回興味深いご提言があったんですけど、安田先生の分析の中でリスク負担という観点からみれば、キャンセル料は、無いかあるいは非常に低いほうが良いというお話はあったんですけど、今回のコロナのように一度に大量のキャンセルが発生して、事業者側自身の財務にも影響を及ぼすようなことが起きれば、この前提自身を考えなきやいけないということを、安田先生もおっしゃっていたと思うんですけども、今回のコロナのような事案を考えますと、企業側の財務状況が非常に悪化しているわけでありまして、第3波がきていると言われてる中で、さらにこの状況が加速化する、長期化するかもしれないという状況があるわけでありまして、必ずしも何か現時点での我々が

目にしてる情報なり、調査結果に基づいて一律にこのキャンセルの問題に関して、何か議論が出来る程の状況ではないのではないかという風に思います。

次回もこの検討について、引き続き議論されるのかもしれませんけど、何か業界全体に対して一律のルールみたいなものを決められるような状況にはないのではないかと思います。以上です。

○山本座長

私も一言だけ追加して、コメントをさせていただければと思います。

今回のコロナは、不測の事態といつても、かなり特殊なものではないかというご指摘がたくさんありました。それは、その通りではないかと思います。その上で、今回、消費者庁でお調べいただいたデータを見ますと、コロナ禍の下で、キャンセル条項があったとしても、柔軟な対応していることがうかがわれます。これは、たしかにその通りだったのだろうと思います。

ただ、楠委員などもおしゃっていたところですけども、この状況はまだ続くわけでして、今後どうなっていくのかというのは難しい問題だろうと思います。経営体力の問題も指摘されていましたけれども、このような対応が続けられるかどうかは別問題であって、ひょっとするとこれから本当の問題が現れてくるかもしれません。そこは良く考えておく必要があるだろうと思います。

その際に、コロナ禍だけの問題としましても、既に我々半年以上の経験があるわけでして、今後どう推移するかは、分からぬにしても、少なくとも半年前に比べれば一定の知見があるということができます。

このような状況下で、旅行その他の様々な契約が、これからもきっと行われていくのだろうと思います。その価格をどう設定するかは、リスクが発現した場合にキャンセル料がどうなるかということと繋がっているのだろうと思います。しかし、キャンセル料がどうなるかがはっきりしないまま契約するというのは、要するに、価格が良く分からぬまま契約するというのと同じことになってしまいかねないところがあります。その意味では、コロナの問題だけに限っても、そういう辺りをやはり詰めていく必要があるし、企業ごとにコロナに特有の契約条項の定め方を考えるということがあっても良いかもしれません。

そういう点についても指針が見いだせれば良いのだろうと思います。この点は、次回以降でも検討できればと思っているところです。

以上の点につきまして、事務局からお答えするがあれば、お願ひいたします。

○黒木消費者制度課長

いえ、特にございません。ありがとうございます。

【6. 閉会】

○山本座長

私の不手際で、時間がきてまいりました。何度か出ていましたけれども、次回以降も、この問題を改めて取り上げるということですので、大変恐縮ですけれども、本日のところは皆さんからご意見をお伺いしたということで、次に引継ぐ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、本日いただきました意見は、事務局で整理させていただき、次の検討に繋げていきたいと思います。

最後に、事務局から事務連絡をお願いします。

○黒木消費者制度課長

はい、本日大変貴重なご意見を頂きありがとうございました。

次回は12月2日水曜日午前を予定しております。議題の詳細等につきましては改めてご連絡をさせて頂きます。

○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、委員の皆様および安田先生にご確認いただいた上で公表したいと考えております。

それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところお集りいただきましてどうもありがとうございました。次回以降も引き続きよろしくお願いいたします。

それでは、これで第10回検討会を終了いたします。