

2009年（平成21年）3月18日

株式会社ジャルツアーズに対する不当条項の使用差止請求について

適格消費者団体 特定非営利活動法人

ひょうご消費者ネット

- 1 株式会社日本航空インターナショナル発行にかかる「マイル」や「JAL利用クーポン」は、その子会社たる旅行業者である株式会社ジャルツアーズにおいて、パックツアー代金の支払のために利用することができます。ただ、株式会社ジャルツアーズにおいては、消費者において都合が悪くなるなどして旅行を出発前にキャンセルした場合には、一旦受け取った「マイル」や「JAL利用クーポン」を一切返還しないという取扱いを、ホームページにその旨の契約条項（「JMB特典での決済は、決済後の取り消し、コースおよび日程変更の場合、取消料の有無にかかわらず、払い戻しできません。」）を表示した上で、行っています。
- 2 このような「マイル」等の没収条項が適用される結果、たとえば、旅行開始の前日に消費者が解除したと想定すると、現金支払の場合ならキャンセル料は旅行代金の40%が上限とされており60%は消費者に返還されます。このような取扱いは、標準旅行業約款で保障されているのです。
ところが、「マイル」や「JAL利用クーポン」による支払の場合には、100%没収されてしまい、消費者は旅行に出かけていないにもかかわらず、旅行の対価を支払ったのと同様の結果になってしまうのです。
- 3 当NPO法人は、平成19年6月に寄せられた消費者からの被害情報

に基づき、この件について調査研究を開始し、平成20年5月28日に株式会社ジャルツアーズに対して、上記の不当な取扱いを是正してほしい旨の申入れを行いました。結局、同社はこの取扱いを改めようとはしませんでした。株式会社ジャルツアーズの言い分は、「マイル」や「JAL利用クーポン」は株式会社日本航空インターナショナルが発行するものであって、株式会社ジャルツアーズは関与しておらず、また、発行時に消費者は「マイル」や「JAL利用クーポン」の没収についても承しているし、没収の契約条項自体も株式会社日本航空インターナショナルが作成したものであるといったものです。

4 しかしながら、このような、旅行キャンセルの場合に一旦受け取った「JAL利用クーポン」を一切返還しない取扱い（契約条項）は、①キャンセルの場合のキャンセル料の上限を定める標準旅行業約款及びその規律の基盤に存する消費者契約法10条・9条に違反しているとともに、②マイレージないしは「JAL利用クーポン」は、「無償のおまけ」にすぎず、企業側の都合でどのようにでも処分できるという誤った考え方に導かれたものであると考えられるため、当NPO法人としては、今般、株式会社ジャルツアーズに対し、適格消費者団体として上記のような不当な契約条項の差止めを求めて提訴したものです。

5 当NPO法人としては、株式会社ジャルツアーズを被告として訴訟を提起したのですが、それは、旅行代金の一部として「マイル」等を受けとっておきながら解除の場合に返還しないという取扱いをしているのは、あくまで旅行契約の当事者である株式会社ジャルツアーズであること、本件の不当な契約条項は株式会社ジャルツアーズのホームページ上に掲載されており同社が当該契約条項の使用者であること、標準旅行業約款に抵触する行為であり旅行者としての順法精神が欠けており反規範性が高いことを考慮したものです。

6 当NPO法人が、株式会社ジャルツアーズの使用する「マイル」等の没収条項を消費者契約法違反であると主張するのは、以下の理由によります。

消費者契約法10条の関係では、解除の場合には、契約当事者は相互に受け取ったものを返還すべき義務があり、事業者だけが返還義務をまぬかれるという契約条項は、消費者に不当に不利益であるという点が指摘できます。

また、消費者契約法9条1号の関係では、標準旅行業約款で定められている解約時期に応じたキャンセル料の上限額を無視して、解約の時期がいつであったとしてもいったん使用された「マイル」等は全額没収するという契約条項は、「平均的損害」を超える違約金の定めと評価できるという点が指摘できます。

7 今回の訴訟提起については、以下のような注目すべき点があると考えます。

この訴訟は、「マイル」に代表される「企業ポイント」を、消費者保護の観点から問題とする、はじめての裁判です。

「企業ポイント」は、この訴訟においては、「企業が取引に付随して直接の対価なしに消費者に対して交付する財貨又は権利であって、契約関係に基づき、それを移転することによって、一定範囲の金銭債務の弁済の効力を有するもの」と定義していますが、消費者に対し企業が無償提供するポイントであること、ポイント利用によって各種の割引やサービス代金の支払に当てることができることといった特徴があります。

「企業ポイント」に関しては、平成21年1月に「企業ポイントの法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会」（商務流通審議官の私的研究会・座長は池田真朗慶應義塾大学大学院法務研究科教授）による「企業ポイントの法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会報告書」が

公表され、その法的規律が端緒についたばかりです。

消費者の視点から見れば、企業ポイントが付与されることを理由として商品選択を行ったものであり、既に獲得された企業ポイントは財産性を有しており企業側の一方的都合で剥奪されない権利性を帯びていると言えます。また、企業ポイントは無償であると言われてますが、それとでも、直接に金銭が授受されていないだけであり、終局的には商品・サービスに転嫁されて全体としての消費者が負担しているものです。

このように、獲得された「企業ポイント」は、消費者の財産ないし権利であるという点を明らかにする意味が、この裁判には込められています。

また、この訴訟は、全国規模で営業しているいわゆる大企業を相手方とする消費者団体訴訟としては初めてのものと言ってもよく、従前、不当条項の問題といっても、実際上は、いわゆる学納金の問題や建物賃貸借における敷金の問題に偏って問題とされていた傾向のある消費者契約法を、旅行契約という新たな分野にも適用するものです。もちろん、神戸地方裁判所への消費者団体訴訟の提訴ははじめてのことです。

以 上