

# 第45回 受注型B to B 約款の概要

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

個別認可約款については第42回(2016年6月号)で触れましたが、今回は「事業者を相手方とする受注型企画旅行契約約款」(通称・受注型B to B約款)の概要について記述します。

## 標準約款による旅行契約は消費者契約

2001年4月に消費者契約法が施行されました。当時は強引な販売方法や契約、解約にまつわる消費者トラブルが増加していた背景から、この法律では消費者と事業者との間には情報の質・量、交渉力の格差があることを前提として消費者と事業者との間で締結される契約(消費者契約)については次のように規定しました。即ち、事業者による不適切な行為により消費者が誤認・困惑して結んだ契約は取り消すことができることとし、また、消費者の利益を不当に害する条項はその全部又は一部を無効としたのです。とりわけ、契約の解除に伴う損害賠償の額を予定した場合、解除の事由、時期の区分に応じ、同種の消費者契約の解除に伴い生ずべき平均的な損害額を超えるものは、超える部分が無効とされました(同法第9条第1号)。「消費者契約の解除に伴う損害賠償の額の予定」とは難し

い表現ですが、旅行業では企画旅行の「取消料」がこれにあたります。とはいえ「標準旅行業約款」の取消料が無効とされては私たちも困ります。その点について内閣府は「事業者が生じる平均的損害を超えているとはいえない」としています(平成14年3月「逐条解説消費者契約法」115ページ)。

その結果、旅行者(事業者)と旅行者(消費者)との間の旅行契約(消費者契約)においては、「旅行者が生ずべき平均的損害額」は標準約款の取消料が「事実上の上限」として機能してきました。ところが、最近ではLCCの就航、海外ホテルのキャンセルポリシーも厳しくなるなど「旅行者が生ずべき平均的損害額」も「値上がり」しています。

## 受注型企画旅行の実態は団体旅行

ところで、少し古いのですが2012年に会員からヒアリングしたところ、受注型企画旅行の約9割は団体旅行で、そのうち法人関係が6割以上あるとのことでした。団体旅行は早期に受注して大量の航空座席や客室を手配するため予約金を支払う一方で、ひとたびテロでも起きれば旅行そのものが取り止めとなるなど支払いに関する旅行者のリスクも大きくなります。また、一般に事業活動によって行われる招待旅行などは実質的には企画旅行契約の相手方(オーガナイザー)は事業者であることが多く、このような取引においては、オーガナイザーと旅行者との間には、必ずしも情報の質・量、交渉力の格差は無いものと考えられます。

## 受注型B to B約款のポイント

そのような問題意識から、旅行契約者が事業者である場合には事業者間契約となり、この場合には消費者保護を図る必要はないため、事業者間の合意(特約)により取消料を定めることを可能としたのが受注型B to B約款です。例えば、○○化粧品が旅行代金(20万円)を全額負担して取引先の販売店の主人をハワイ旅行にご招待する企画を立て、その旅行を△△旅行が受注して受注型B to B約款に基づく旅行契約を締結した場合に、「○○化粧品は△△旅行に対して『30日前から10万円(旅行代金の50%)』という標準約款を超える取消料を支払う」という合意(特約)ができれば、それは有効となります。なお、この取消料は定率・定額など旅行者が工夫して設定できます。

しかし、20万円のうち10万円を○○化粧品が支出し、残りの10万円は販売店の主人が負担するといった優待旅行の場合に「もしもご主人が参加を取り止めたも○○化粧品は返金しない」と参加条件を付けたときは、旅行参加者(消費者)であるご主人が旅行代金の50%という標準約款の範囲を超える額を負担することになりますので、○○化粧品と△△旅行との「事業者間の特約」自体を無効として消費者保護とのバランスを図りました。ということは、△△旅行は事業者と旅行参加者との取引内容をよく把握する必要があります。

詳細はJATAのウェブページ(会員ページ)でご確認ください。

(堀江)