

「第436回 判例・事例研究会」

テーマ：USJ チケット購入時の利用規約中にあるキャンセル制限条項とチケット転売禁止条項は消費者契約法 10 条に反して無効となるか？

日 時	令和 7 年 1 0 月 1 4 日
場 所	湊総合法律事務所 第 1 会議室
報 告 者	弁護士 湊 信 明

【判例】

事件の表示	事 件 名 消費者契約法による差止請求控訴事件 事 件 番 号 令 5 （ネ） 1 8 1 2 号 決 定 控訴棄却（大阪高裁）
事件の概要	1. 事件の概要 適格消費者団体（控訴人）が、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）を運営する被控訴人に対し、 チケット購入契約に関する利用規約中の ① キャンセル不可条項 「チケットの種別、理由の如何に関わらず、購入後のキャンセルは一切できません。但し、法令上の解除または無効事由等がお客様に認められる場合はこの限りではありません。」 ② 転売禁止条項「お客様が、第三者にチケットを転売したり、転売のために第三者に提供することは、営利目的の有無にかかわらず、すべて禁止します。」が、消費者契約法に違反するとして、差止め・規約破棄・従業員への書面配布を求めた事案。 第一審（大阪地裁）は原告の請求を棄却。控訴人が控訴。 2. 関連法条（引用） 【消費者契約法 10 条】 （消費者の利益を一方的に害する条項の無効）

民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比して、消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する条項であって、
民法第1条第2項に規定する基本原則（信義誠実）に反し、消費者の利益を一方的に害するものは、無効とする。

3. 第一審（大阪地裁）の判断

（1）キャンセル不可条項

① 法的性質と任意規定の適用（10条前段）

地裁は、チケット購入契約を「売買契約的要素を持ちながらも、実質的には役務提供契約に近い無名契約」と位置付けた。

すなわち、これは民法上の委任・準委任契約とは異質であり、人的信頼関係を基礎とする委任関係には立たないとした。

よって、民法 655 条・651 条 1 項に基づく委任者の任意解除権の規定は適用されず、キャンセル不可条項は任意規定を変更する性質のものではないとして、法 10 条前段該当性を否定した。

② 信義則・衡平（10条後段）

一方で、キャンセル不可条項が消費者に一定の不利益を及ぼす点を認めつつも、次の理由により信義則に反するものではないとした。

- ・ チケットの高額化防止という目的には合理性がある。
- ・ 高額化防止により、顧客と事業者の双方が利益を得て不利益を免れている。
- ・ 転売とキャンセルを組み合わせた高額転売の監視措置を取っているが、実際に高額取引例が発生しており、条項維持の必要性がある。
- ・ 購入時に条項内容が繰り返し表示され、顧客も十分に認識している。
- ・ 一部を除き 90 日間の入場日変更が可能であり、不利益緩和措置が講じられている。

よって、「信義則に反する程度に当事者間の衡平を害するものとはいえない」とした。

（2）転売禁止条項

① 法 10 条前段該当性

第一審は、転売には債権譲渡的要素のみならず、入場時に遵守すべき各種義務（手荷物検査等）という契約上の義務の移転要素も含むとし、単なる債権譲渡には還元できないとした。

よって、転売は契約上の地位の移転であり、民法 539 条の 2 により相手方の承諾を要するとした。

また、チケットの所有権を制限するものではなく、他のテーマパークでも転売禁止が一般的であることから、転売権が習慣法上認められているとはいえない。
→ 以上より、法 10 条前段該当性を否定。

② 法 10 条後段該当性

キャンセル禁止条項と同様の理由から、転売禁止条項も信義則に反しないと判

	断。 控訴人の「公式リセールサービス開設で十分防止できる」との主張に対しては、事業者コストや転売防止の困難性を指摘して退けた。
	4. 控訴審（大阪高裁）の判断 (1) 総論 第一審を概ね維持しつつ、条文の適用構造をより明確に整理。 特に、チケット転売行為の法的性質を「契約上の地位移転」ではなく「債権譲渡」と明確にし、10条前段・後段の区別を明示的に構造化。
	(2) 転売禁止条項（本件条項2） 法的性質 • チケットの転売は「役務提供を受ける権利の譲渡」＝債権譲渡。 • 園内ルールの遵守義務は「一般的管理規範の受容」に過ぎず、契約上の地位移転（承諾要）とは異なる。 • よって、チケット転売は原則自由であり、その制限は任意規定（民法466条）の適用による場合に比べ消費者の権利を制限するもの。 → 法10条前段該当性あり しかし（後段該当性） • 高額転売防止・定価販売による安定供給という目的は消費者の利益にも資する。 • 全面禁止が「適合性・必要性・均衡性」を欠くとはいえない。 • 転売目的購入者の買い占めを防ぎ、一般消費者に低廉な価格で入場機会を保障する効果がある。 → 法10条後段該当性なし。したがって無効ではない。 リセールサイトの有無 • 専用リセールサイトは法的義務ではない。 • 誤購入救済には一定効果があるが、転売目的層と競合するなど限界もある。 • 被控訴人が設けていないことのみをもって「消費者利益を一方的に害する」とまでは言えない。
	(3) キャンセル不可条項（本件条項1） 契約類型の評価 • USJは個々の顧客に特定の役務を個別に提供するものではなく、回転供給型（非対応型）。 • 顧客事情で来園不能でも、事業者は施設運営を継続せざるを得ない。 → 委任契約の類推（民法651条）による任意解除権の付与は相当でない。 法10条後段該当性

	・ 買い占め・高額転売防止など合理的目的あり。 ・ 顧客のキャンセル自由化は費用回収不能・需要予測の混乱を招く。 ・ 適合性・必要性・均衡性を欠くとは言えない。 → 無効ではない。 但書（法令上の解除等）運用 ・ 不明確・不適切な運用があっても、条項自体の文言構成の瑕疵ではなく運用上の問題にとどまる。
	5. 実務上の示唆 この判決は、テーマパーク・イベント運営企業における利用規約の有効性判断の重要な先例であり、 企業側にとっては「合理的目的と比例原則に基づく説明責任を果たす限り、キャンセル不可・転売禁止規約は維持し得る」ことを確認した意義が大きい。 10 条審査の二段構造 ・ 前段＝「任意規定との差」→該当しやすい ・ 後段＝「信義則＋比例原則（適合性・必要性・均衡性）」→立証勝負 キャンセル不可条項の正当化 ・ 非対応型供給（テーマパーク・航空・宿泊等）は任意解除を否定できる。 ・ 買い占め・高額転売抑止などの目的をデータで裏づけ。 転売禁止条項の設計ポイント ・ 禁止の目的を「消費者利益の確保」として説明可能に。 ・ 高額転売の実例や販売体制上の制約を明示。 ・ 「承諾制」よりも「債権譲渡制限型」構造で明確化する。 但書運用の透明化 ・ 購入完了メールやFAQで、解除・無効の典型事由を明示。 ・ 誤購入・不可抗力等の救済方針を明確化し、運用記録を保持。 リセール機能 ・ 法的義務ではないが、誤購入・クレーム対策として効果的。 ・ 導入は信義則上の誠実対応として評価されやすい。
参考知識	1. 「非対応型供給（回転式）」とは何か USJのようなテーマパークでは、 ・ ある特定の客のために個別のサービスを準備するのではなく、 ・ 施設全体を毎日運営し、来た人に順番にサービス（アトラクション、ショー、レストランなど）を提供する、 という「回転式」供給の仕組みをとっている。 つまり、 「Aさんが来なくなったから、その分運営コストが減る」ということは起こら

	ない。 USJ は、天候が悪くても、誰かが急に来られなくなっても、アトラクションを動かす人員、電気代、安全管理、清掃などの固定的な運営コストを 毎日ほぼ同じように支出している。 これを法律的に「非対応型供給」と呼んでいる。
	2. 「個別キャンセルを認めると経営が不安定化」とは もし、こうした事業で「客が来られないときはいつでもキャンセルできる」とすると、 事業者側は次のようなリスクにさらされる： ・ 直前の大量キャンセルで当日の入場者数が読めず、人員配置や安全管理計画が崩れる。 ・ 混雑日を狙って買い占めた転売目的の人が、売れ残った分を直前にキャンセルする。 ・ 結果として、実際の来場者が減っても、施設は同じコストを払い続けなければならない。 つまり、経済的にも運営計画的にも非常に不安定になる。 (航空会社やコンサート運営も同じ構造。)
	3. 「買い占め・高額転売抑止の合理的目的」とは USJ のチケットは人気が高く、発売直後に転売目的で大量購入する人が現れることがある。 そうすると、 ・ 一般の消費者が正規の価格でチケットを買えない ・ 転売市場で価格が高騰する ・ 本来の「誰でも定価で行ける」という消費者利益が損なわれる という問題が生じ得る。 そこで「キャンセル不可」「転売禁止」という二つの規定をセットで設けることで、 ・ 転売業者の買い占めを防ぎ、 ・ 定価で安定的にチケットを提供できる、 という消費者全体の利益を守るための合理的な仕組みになっているのである。
	4. 「信義則に反する不当性なし」とは 法律上、消費者契約法 10 条でいう「一方的不利益」とは、社会通念上、消費者に不当に不利で、信義誠実（まじめで公平な取引）の原則に反するものを指す。 しかし USJ の場合、

	• 事業構造（固定費型運営）上、キャンセルを自由化することは困難であり、 • その規定は転売防止と価格安定という正当な経済的・社会的理由に基づいているため、 「一方的に消費者を害する」とまでは言えない ＝つまり信義則（フェアさ）に反する不当な条項ではない、 と裁判所は判断した。
	5. わかりやすくまとめると たとえるなら、 USJ は「乗り合いバス」のような運営で、 あなたが降りてもバスは走り続けるし、運転手の給料もガソリン代も変わらない。 だから「行けなくなったからお金を返して」は全員が言い出すと経営が成り立たない。 その代わり、みんなが安心して定価で席を取れるようにするためにキャンセル禁止にしている。 このような仕組みなので、「信義則に反する不当条項ではない」とされたわけである。 以上