

居酒屋における「お通し」を考える  
—消費者の「知らされる権利」の視点から—

2014年1月22日

立教大学 法学部 細川幸一（消費者法）ゼミ

## 1. 緒言

大学生である私たちは、最も身近な消費者問題として、**居酒屋における「お通し」**に着目しました。一般に金銭的余裕があまりないと思われる学生にとって、300円から500円程度のお通しが注文しなくても提供される商習慣には、日頃より不満の多いところでは。その額は、私たちが30分のアルバイトをして得られる報酬にも相当し、普段の昼食にも安価を求める者にとっては、非常に理不尽であるとも感じられます。

そこで、この度、『居酒屋における「お通し」を考える』といったテーマで、アンケートによる消費者の意識調査、また、実際に店舗へ足を運んでの実態調査を実施することにより、「お通し」の現状を知り、多角的な考察を加えることとしました。

以下では、一連の調査結果を踏まえて、改めてその法的性格を検討し、私たちの意見を述べさせていただきたいと思います。

## 2. 消費者の意識調査

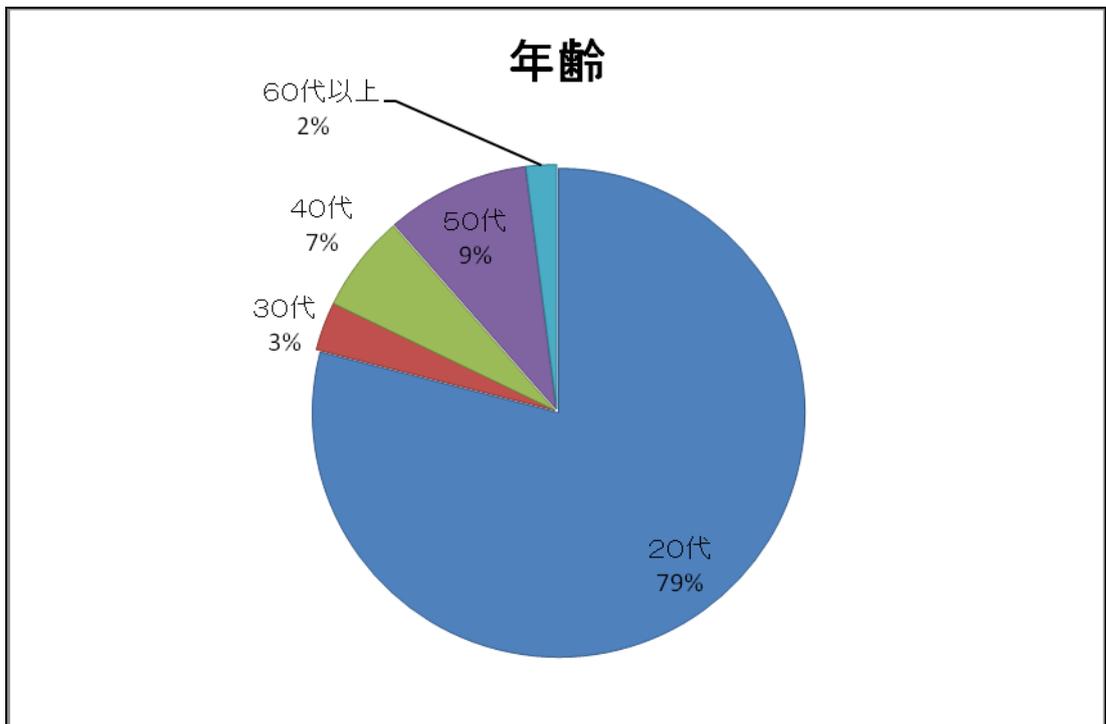
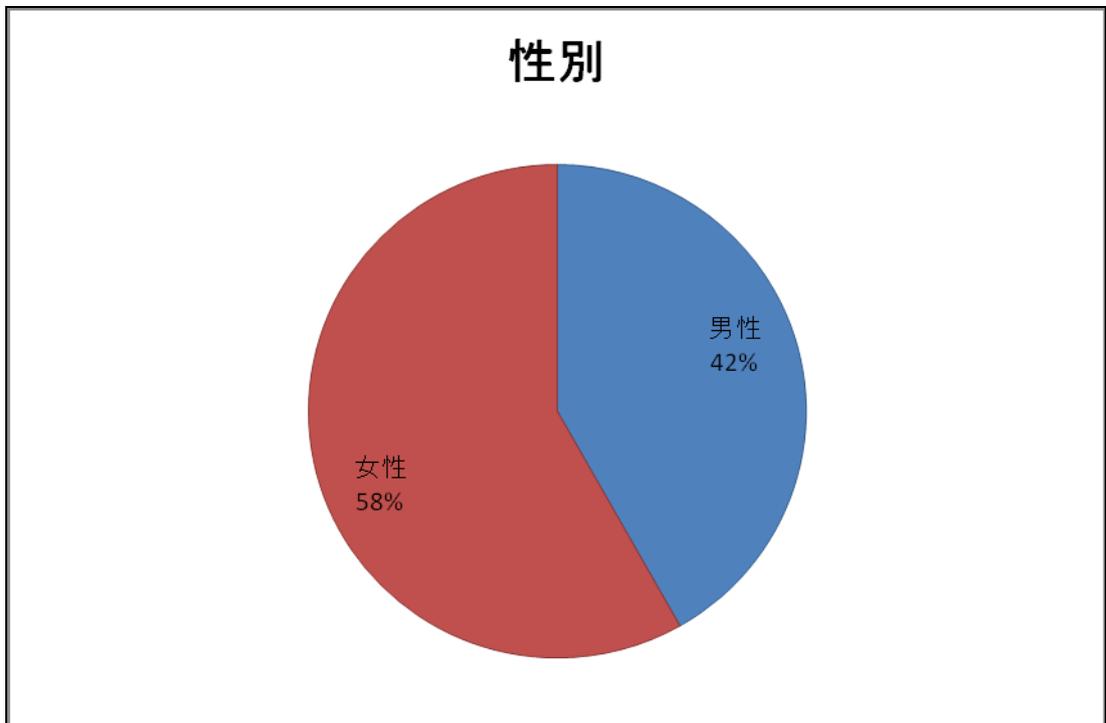
### 『居酒屋における消費者の意識調査』

- ・無記名自記式のネット調査（2013年12月19日～2014年1月19日の期間で実施）
- ・有効回答数 521（20歳代が79%で若者を中心とした意識が反映されています）

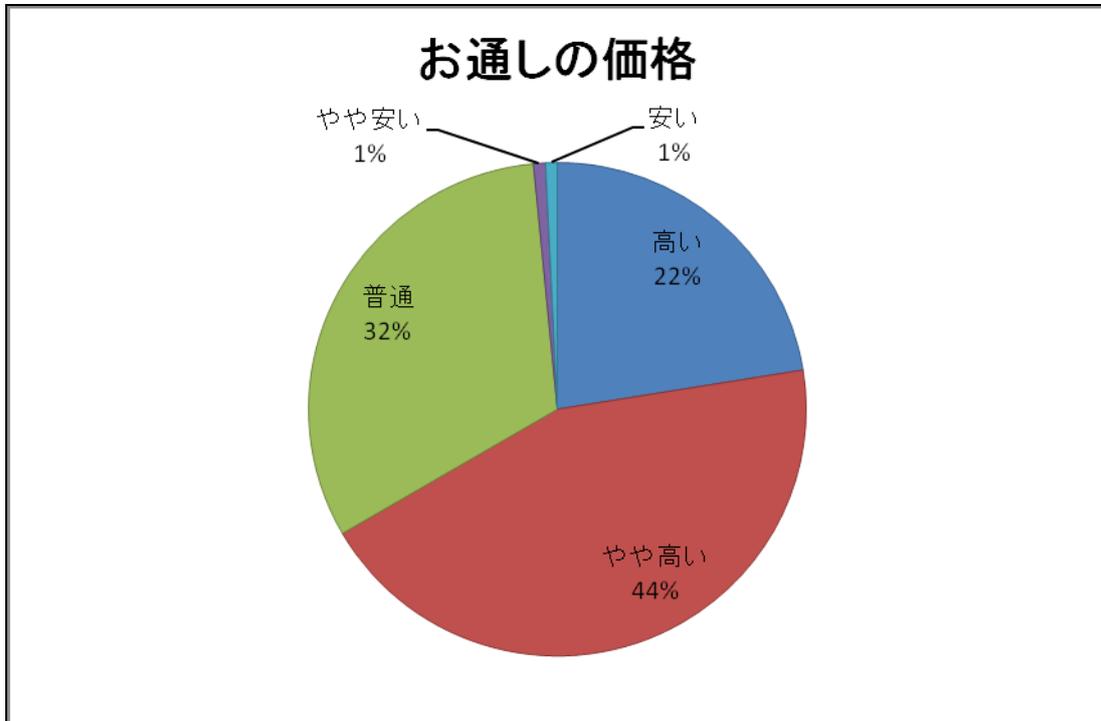
### アンケート項目

- ・性別、年代、職業【必須】
- ・居酒屋で「お通し」が頼まれなくても提供されることについてどう思うか【必須】
  - 良いことだと思う。  商習慣であり、特に不満はない。
  - 商習慣であり、基本的には仕方ないが、不満に思うこともある。
  - 納得いかない。
    - \* 「商習慣であり、基本的には仕方ないが、不満に思うこともある」と答えた人に対して、どのような場面で不満に思ったか
    - \* 「納得いかない」と答えた人に対して、何が納得いかなかったのか
- ・「お通し」の価格について、どういった印象を持っているか【必須】
  - 高い  やや高い  普通  やや安い  安い
- ・「お通し」の質（内容）について、どういった印象を持っているか【必須】
  - 満足  やや満足  普通  やや不満  不満
- ・「お通し」を断った経験があるか【必須】
  - \* あると答えた人に対して、断ることができたか
- ・今までで一番高かった「お通し」はいくらか、またそれはどんなものだったか
- ・その他お通しについて自由回答

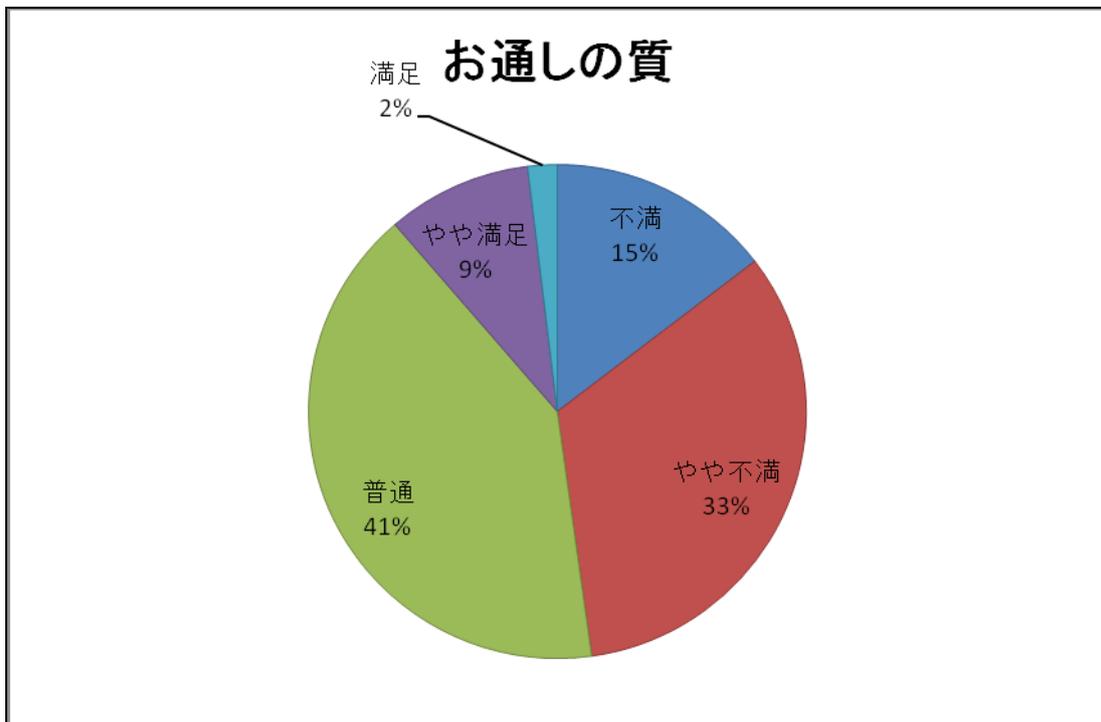
[回答者の属性]



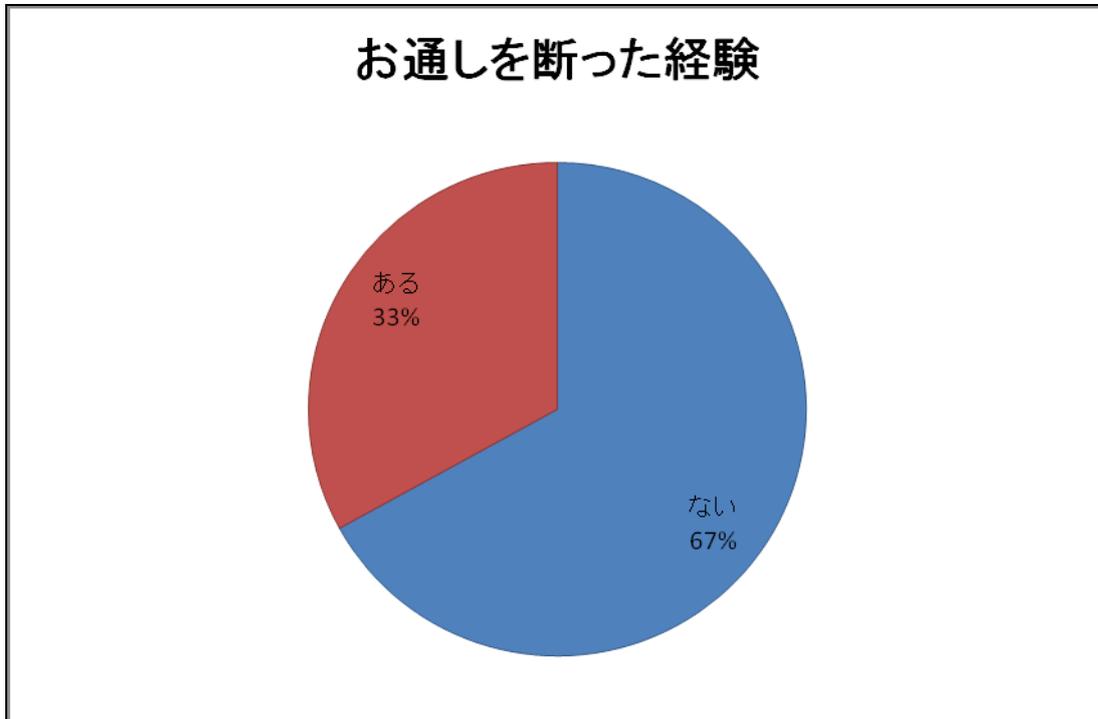
[価格の印象]



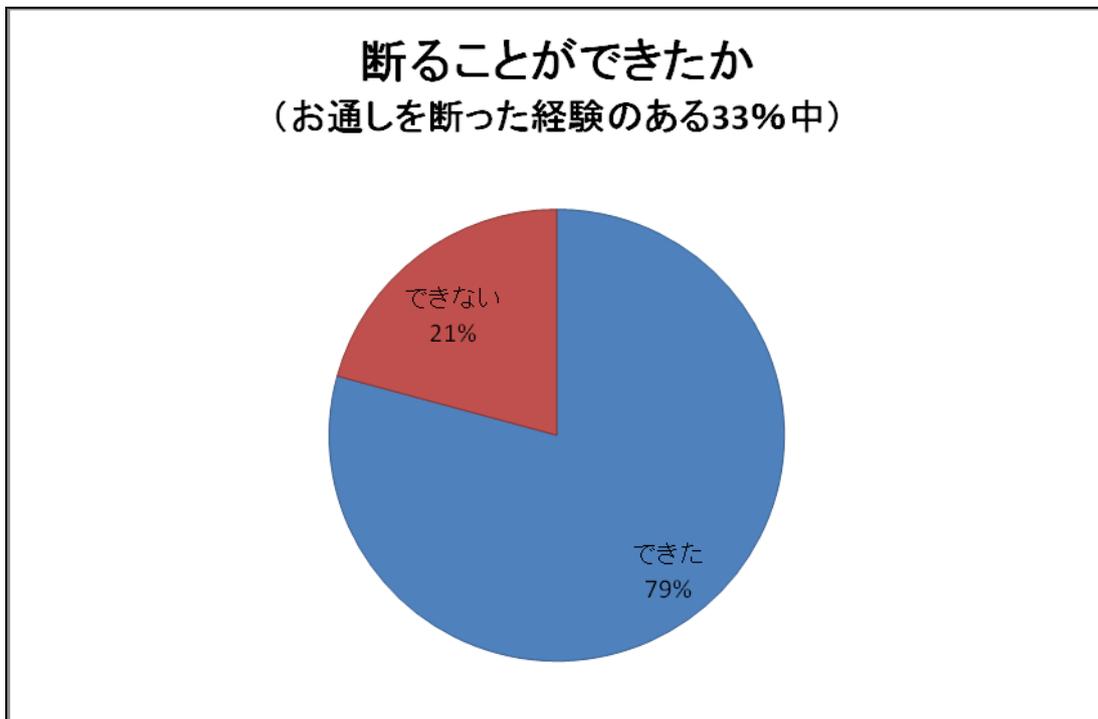
[質（内容）の印象]



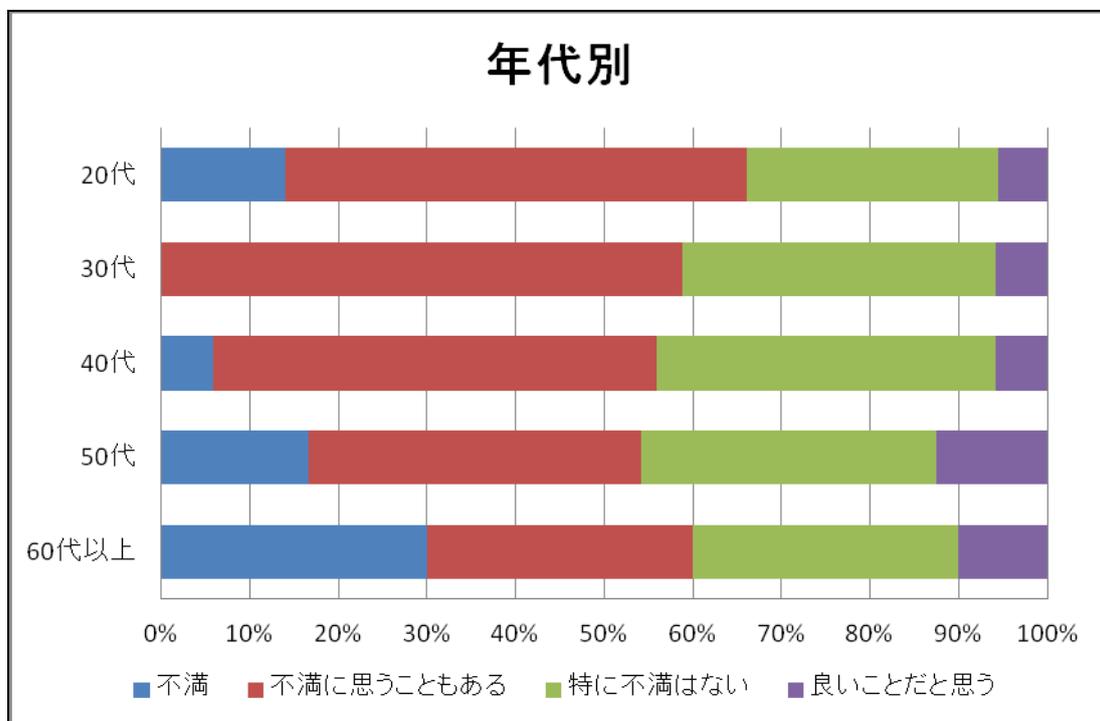
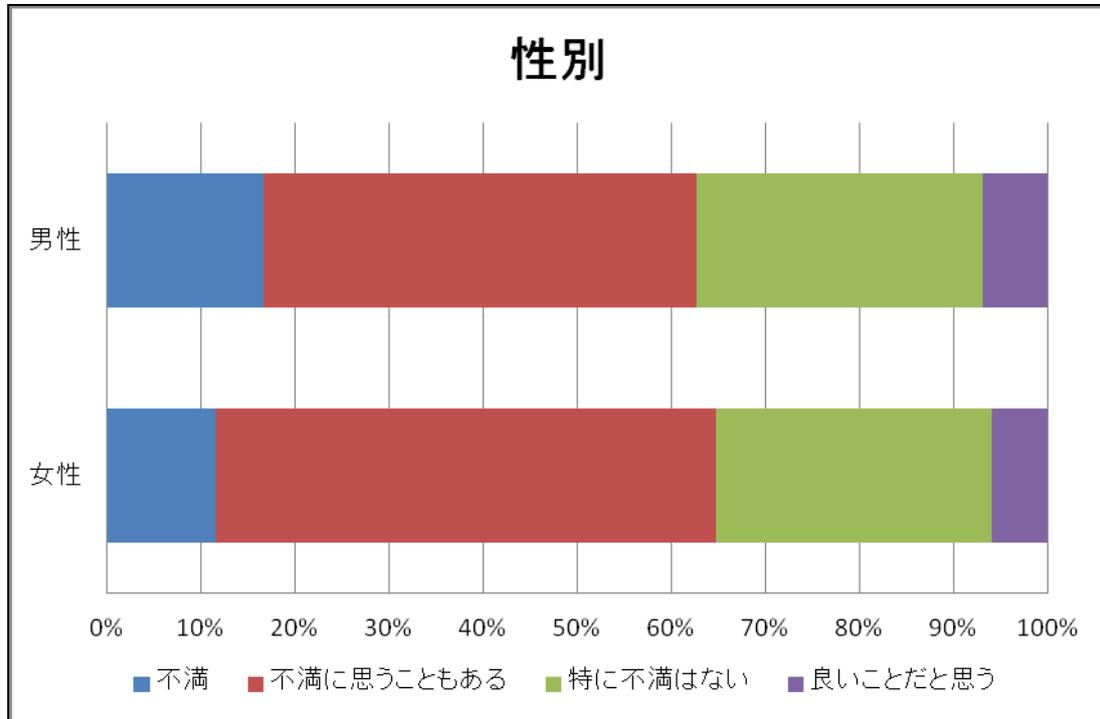
[お通しを断った経験の有無]



[お通しカットの成否]



[お通しに対する不満意識]



## [自由回答欄にみられる具体的な意見]

### 価格面

- ・お会計の時、思っていたより値段が高い
- ・予算が限られている場合、お通し代が圧迫となる
- ・キャッチの店員に提示された値段に加えて、お通し代が徴収される  
(今まで提供を受けたお通しの価格については 200 円～400 円程度が多いが、800 円、1000 円以上のことがあったとの回答もあった)

### 質面

- ・質、量の割に値段が高い
- ・嫌いなもの、アレルギーがあるものなど出されることがある
- ・一括で出されて人数に量が割に合わないときがある

### システム面

- ・お金を出すなら好きなものを食べたい
- ・お通し料金を取られるか取られないのか店に入るまでわからない
- ・断れるようにしてほしい
- ・二次会で来店した場合など、お腹が満たされているときはいらない
- ・頼んでいないのに出てくる、強制的に出される
- ・提供されるお通しの内容について、店員が正確に把握していない
- ・1杯だけ飲むつもりだったのに、お通し代もついて結局高くなった
- ・お客様のためというより、売り上げのためだけのような気がする

### その他

- ・席料として徴収されているので良いのではないか
- ・全体的に価格が安い店では利益の確保のために仕方がない、他

注：本調査の回答者は 20 歳代が 79%で若者を中心とした意識が反映されています。  
また、店舗の形態やお通しの価格と質・量との関係は調査されていません。

### 3. お通しの通念

#### 「お通し」の定義

- ・ 広辞苑によれば、「最初の注文が入ってから客に出すまでの時間をつなぐためとされるもの」と定義されている。また、その歴史は古く、元来、「調理場に注文を間違いなく通した」「お客様を席にお通しする」という意味から使われた言葉のようである。

#### お通しを提供する居酒屋側のメリット

- ・ 食材のロスを抑えることが出来ること
- ・ 利益率が高いため、客を選ばず確実な利益が見込めること  
(ビール1杯で長居するようなお客など)
- ・ 「席料」としての側面  
→ 一般に飲食店の利益率は10~20%であるなか、店側は、1人当たり200円から500円程度の売上を自動的に計上することが可能。

#### お通しの法的性格

- ・ 居酒屋で注文して、飲食物の提供を受ける契約は、**飲食物提供契約**であり民法上に明文規定のない**無名契約**である。この場合、契約が成立するにあたっては、一方が契約を申し込み、他方が申込みを承諾する必要がある。
- ・ 客としては、入店する際に「とりあえずお通しを出して」のような形で注文してはいないから、店側は、お通しを「債務(約束を守るための行為)」として提供している訳ではないと考えられる。つまり、居酒屋と客との間に契約関係は認められないのである。

#### お通しを無料のサービスと信じて食べてしまった場合について

お客がお通しを無料のサービスと思い違い食べてしまった場合は、民法95条の錯誤による無効が主張できる可能性があるが、不当利得返還義務が生じる。しかし、お通しを食べてしまっているため、不当利得としてのお通しを返還することはできなくなる。

#### お通しの通念・総括

- ① 仮に、「席料」としての意味合いでお通しを提供するならば、座ることで費用が発生することを客が座る前に伝える取引上の義務があると考えられる。「消費者重視」の流れからいえば、お通しは有料なのか、また、断れるのかどうかを、メニュー等に明示する義務、ないし、口頭での事前説明を義務付けるべきであるといえる。

- ② お通しの提供を拒否できず、それにかかる対価を支払わなければならないとすれば、そこには法的な根拠が必要なはずである。しかしながら、「商慣習」といった言葉は、お通し代を請求するにあたっての法的根拠にはなりえない。
- また、たとえお通しの提供が「商慣習」であると解しても、**消費者の間でその解釈について一致があるのかは疑問**であることは前記アンケート結果からも分かる。

よって、①、②いずれの観点からも、お通しの強制を可能とする法的根拠は認められないと考える。

## 4. 居酒屋の実態調査

- ・平成 25 年 12 月 11 日～平成 26 年 1 月 19 日の期間において、大手居酒屋チェーンの代表的なブランド店を 5 店選び、それぞれ 2 店舗、計 10 店舗を調査した。

「お通し」実態調査項目

[目的]

- ・お通し実際にカット可能かどうか確認する
- ・アレルギー等を理由とする変更が可能かどうか確認する
- ・どのようなお通しが出るかを確認する

[チェック項目]

- ・HP、メニューにおける表示
- ・カットの可否
- ・お通しの値段と内容
- ・アレルギー等を理由とした変更の可否、他

**結果**

次ページ参照

# 居酒屋「お通し」実態調査結果

1/7(火)調査時点

## 1. 実地調査

会社名	店舗名	お通しカット	メニュー記載 ※	HP記載※1	席料	内容	変更対応(赤字は変更後)	値段	調査日時
A社	池袋	できる			なし	三種の彩り前菜	なし	367円	2013/12/13(金)21:00
	新宿	できる	あり	あり	なし	三種の彩り前菜	あり たこわさ	367円 313円	2013/12/13(金)22:30
B社	池袋	できる			あり	枝豆	あり 選択可(やみつきキャベツ)	273円 273円 ※4	2013/12/11(水)21:00
	新宿	できない	あり	なし	1人105円 ※2	枝豆	あり たこわさ or チャンジャ	273円 273円	2013/12/25(水)18:00
C社	池袋	できない			なし ※3	揚げ出し豆腐	あり 選択可(たこわさ)	399円	2014/01/04(土)18:00
	新宿	できない	あり	なし	なし ※3	ポテトサラダ	あり きゅうりの梅和え	399円	2014/01/08(火)20:00
D社	池袋	できない			なし	煮物	あり 選択可(たこわさ)	315円	2014/01/04(土)17:30
	新宿	できる	あり	あり	なし	帆立のなにか	あり 選択可(煮物)	315円	2014/01/04(土)16:30
E社	池袋	できる			なし ※3	帆立	あり ローストポーク	367円	2013/12/12(木)21:00
	新宿	できない	あり	なし	なし ※3	つみれ	あり 鶏肉のあんかけ	367円	2014/01/07(火)18:30

※1 お通しに関してなんらかの記載があるかどうか

※2 カウンター以外のテーブル席・個室は席料をとる

※3 お通し代は席料の代わり

※4 通常時は313円のメニューをお通し代(273円)で提供された

## お通しメニュー内容

### A社



池袋 三種の彩り前菜

新宿 三種の彩り前菜

### B社



池袋 枝豆

新宿 枝豆

### C社



池袋 揚げ出し豆腐

新宿 ポテトサラダ

### D社



池袋 煮物

新宿 煮物(変更後)

### E社



池袋 ホタテ

新宿 鶏肉のあんかけ

## メニュー記載(原文)

A社	「お通し」350(税込367) 当店ではお通しをご用意しております。どうぞご賞味ください。 ※お通しをご希望でない場合は遠慮なく申し付けください。
B社	お通し ¥260(税込273) 酒類のご注文のお客様に、お召し上がりいただけます。 席料 ¥100(税込105) 小上がり席・ボックス席・個室をご利用の際は、席料としてお一人様¥100(税込105)の別途料金をいただきます。
C社	当店ではお通し代として380円を頂戴しております。ご了承ください。
D社	※アルコール類をお召し上がりのお客様にはお通し300円(税別)をご提供させていただきます。
E社	お通し 350円(税込367円) 酒類をお召し上がりのお客様に頂いております。

## 5. 提言

以上で述べたように、お通しに関してその法的解釈の不明確さ、表示もしくは入店時の説明の不明瞭さが現実として存するのが現状である。

⇒消費者にとって、より明確な表示、説明義務の徹底が求められる。

・そこで、食品の品質表示に関する東京都消費生活条例第 18 条に規定されている、ユニットプライス表示のような行政法規の側面から、事業者による表示の統一化ならびに義務の遵守が必要なのではないか、と考えた。

### 【東京都消費生活条例】

#### 第 18 条 1 項

#### (単位価格及び販売価格の表示)

「知事は、消費者が商品を購入するに当たり、これを適切に選択するため必要があると認めるときは、商品ごとに質量、長さ、面積、体積等の単位当たりの価格を表示する方法及び表示に当たり使用する単位を指定することができる。」

### 【東京都消費生活条例の規定に基づく単位価格等の指定 告示第 275 号】

#### (表示方法の指定)

2 「単位価格を表示する方法は、消費者が品目を購入する際の選択の基準となるようなわかりやすく、かつ、目につきやすい方法で… (後略)

実地調査においても明らかとなったところ、お通しについての記載が誰の目にも留まるような形でメニューにあるとはいえ、その記載内容に関しても、アルコール類を頼んでいるか、飲み放題であるのか否か等による、扱いの差異について明記されていないなど、統一化されていない点が、消費者にとっては不公平と考えられるものである。

東京都消費生活条例は消費者の権利として 6 つの権利をあげ、その中で、東京都消費生活条例第 1 条 2 項において「商品又はサービスを適切に選択し、適正に使用又は利用をするため、適正な表示を行わせる権利」として「知らされる権利」を明示し、その確保のための施策を講じることが東京都の責務であるとしている。

つまり、東京都は、「消費者が商品やサービスを利用するとき、その名称・品質・取扱方法などの情報が適切に表示されて始めて自らの目的にあった商品やサービスを選択できる」と、上記条例上解釈しているところである。

ホームページやメニュー等に金額および内容の表示のないお通しの提供は、明らかに「知らされる権利」の侵害であり、それを強制することは、都条例が示す消費者の権利のひとつである「消費生活において、商品又はサービスについて、不当な取引条件を強制されず、不適正な取引行為を行わせない権利」（「不当な取引条件を強制されない権利」）の侵害にもあたると考えられる。

お通しの提供自体を行政法規で禁止することは議論があると思われるが、強制できる場合の要件の設定や、せめてお通しの価格と内容の提示（表示）の義務付けは検討できるのではないかと考え、東京都による対応の検討を提案するものである。同時に消費者庁にも情報提供し、立法化等の対応を望む予定である。

#### **具体的提案事項**

#### **お通しの価格・内容等、消費者にとって重要な事項の記載ならびに説明**

- ・意図的に小さく書いてあるとも考えられるメニュー表記を、一般的に分かりやすく、目に留まりやすいものに変更する。
- ・お通しのカットの可否とその条件を明示する。
- ・ホームページ上のお通しに関する記載を徹底する。
- ・入店時において、客への説明を徹底する。

以上の考えをもとに下記の要望を東京都知事に行った。

2014年1月22日

東京都副知事  
安藤立美 殿

## 飲食店の食品提供（お通し）に関する要望書

立教大学法学部・細川幸一（消費者法）ゼミ

拝啓

時下益々ご清祥のこととお喜び申し上げます。日ごろより都民の生活向上にご尽力いただいておりますこと厚く御礼申し上げます。

さて、東京都消費生活条例は消費者の権利として6つの権利をあげ、その中で、「消費生活において、商品又はサービスを適切に選択し、適正に使用又は利用をするため、適正な表示を行わせる権利」すなわち、「知らされる権利」を明示し、その確保のための施策を講じることが東京都の責務であるとしています。

そこで、東京都は「商品やサービスを購入し利用するとき、商品の名称・品質・量目・取扱方法・取引条件などの情報が適切に表示されていてこそ、消費者は自ら目的に合った商品やサービスを正しく選択することができる」との理解のもと、「家庭用品品質表示法」や「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」（JAS法）等の法律に規制がなく、その一方で取り扱いや取引の際に注意が必要な商品やサービスについて、品質表示事項を定めております。

このたび、我々は大学生の消費生活の中で、不満が多い、飲食店とくに居酒屋における「お通し」の実態調査を行いました。ご承知のように多くの居酒屋で消費者からの注文（契約締結の申込み）もない中で、一定額の有料の「お通し」が提供され、その内容も他の通常メニューに比べかなり劣る食品が半ば強制的に提供されているケースが目立っております。ホームページ、メニューで安く提供料理を表示して消費者を誘引し、お通しで利益を上げているとの声も聞きます。店舗の中にはお通し提供の有無および価格についてホームページやメニューに記載がない場合や、小さい字で消費者の目に留まりにくい場合があります。また消費者が要らないと言った場合にも強制的に提供する店があります。

お通しは文化であり商習慣だという見解も承知しておりますが、食べたくないものを強制的に購入する義務はないと思います。また、私たちの祖父母の世代に尋ねると昔は無料だったという意見も聞きます。最近400円程度のお通しを提供する店が多く、この金額は大学生にとってはアルバイトを30分したときの賃金に近い金額ですし、平均的大学生が昼食一回に使う額です。また、アンケート調査では800円近く請求された人もおり、1000円

以上のお通しを出す店もあるようです。

ホームページやメニュー等に金額および内容の表示のないお通しの提供は明らかに「知らされる権利」の侵害でありますし、それを強制することは、都条例が示す消費者の権利のひとつである「消費生活において、商品又はサービスについて、不当な取引条件を強制されず、不適正な取引行為を行わせない権利」（「不当な取引条件を強制されない権利」）の侵害にもあたると私たちは考えます。

このため、お通しに関して行政法規で規制することは議論があることと思いますが、消費者の権利確保に向けた対応を検討することを、私たちの調査結果を添えて知事に要望するものです。

ご多用のところ恐縮ではございますが、ぜひご一読のうえご検討くださいますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

敬具