

第57回 規制緩和で契約の重要性が増す

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

規制緩和の流れはブームです。規制を強化すべしと言おうものなら、いろんなところから反論(いや、「反撃」といったほうが良いかもしれません)が飛んでくるでしょう。今回は、規制の緩和の是非を話題にするのではなく、「旅行業法の規制が緩和されたら」という仮定の下で、私たちの仕事がどのように変わるかを、契約の視点から考えてみたいと思います。

パンフレットの内容が旅行業者の責任を決めることに

現在の旅行業約款は、旅行業法に基づいて公示された標準旅行業約款が基本となっています。また、旅行業法に基づき旅行者の説明すべき取引条件の項目が定められています。こうして、旅行業約款と取引条件説明書面との両方を併せて契約内容の全体が構成されるようになっていきます。このように旅行業者の法的立場(役割)が旅行業法や標準旅行業約款の規定から導き出されることで、旅行業者がどのような法的責任を負うのかというリスクの予測が可能になっています。

もし、説明すべき取引条件の説明項目も自由化されたとすれば、各社が思うように取引条件を設定し、これを好きな様式で書面(パンフレット)に落とし込ん

で契約することになります。この場合、裁判所は、旅行者と旅行業者との間での遣り取りの内容(その際に交付された書面等)から、旅行業者がどのようなことを旅行者に約束したかを分析して、その立場と責任の範囲を判断することになるでしょう。このことは、パンフレットの書きぶり次第では、今では全く予期しない責任を負わなければならない事態がでてくることを意味します。

消費者の自己責任を旅行業者が肩代わり

旅行業の規制が緩和された場合に旅行者との取引がどのように変わるかを想定して書き進めてきましたが、規制緩和は旅行サービスの提供業者にも及ぶことを考えなければなりません。取引の相手方が厳しい行政規制の下で営業をやっているのであれば、必要な営業の許可等を取っていることさえ確認しておけば、適正な取引がされるだろうと期待できました。しかし、規制が緩和されれば、その判断基準が使えなくなりま

す。その分、そのサービスを買う側(一般的には消費者)が自分の責任で取引の相手方が適切なものであるかを見極めなければなりません。すなわち「自己責任」がより強く求められることになります。ところが、旅行業者のように、消費者とサービス提供業者の間に立って仕事をする事業者には、この見極めを消費者に代わって行うよう求められます。いうなれば、消費者の「自己責任」の部分を肩代わりさせられることになります。

ますます重要度を増す事業者間契約

このため、旅行業者としては、サービス提供業者の選定をより慎重にすることはもちろんのこと、「それを知っていたら申し込まなかった」と言われないように、旅行者が旅行を選定するかどうかを判断するのに有用な事業者に関する情報を、今までより十分に提供することが求められるようになるでしょう。国内募集型企画旅行の日程に組み込んだ貸切バス会社名の表示は、この具体的な事例のひとつとも言えるでしょう。

また、旅行業者がサービス提供業者と契約を締結する際には、それらが提供するサービス及び取引条件が適法・適正であることを表明し保証させるとともに、万一その表明に事実と異なることがあれば、それによつて旅行業者に生じた損失・損害を填補することを約束させる契約をすることなどが必要となります。このようにして、適切なサービスを提供できる業者を選んできたかというポイントと同時に、適切な情報を消費者に提供するための措置を講じていたかが、旅行業者の責任として問われることになるでしょう。

問題提起への入り口として、敢えて仮定の旅行業の規制緩和から話を進めましたが、規制のない事業者間の契約については、既に、契約内容をどう組み立てるかが経営を左右する事態になっていると考えます。規制緩和が進むほど、契約面での社内法務の強化、弁護士との密接な協働が重要になっていると言えるでしょう。

(平石)