

苦情事例に学ぶ ⑥⑥ 監修 弁護士 三浦雅生

今回のテーマ…同じ内容なのに 旅行代金が異なる!?

旅行のインターネット販売が拡大したことにより、紙のパンフレットを印刷しなくてもウェブサイトで多くの商品を販売できるようになったことは旅行会社にとって大きなメリットでしょう。ところが最近、次のような苦情が消費者相談室に寄せられることが少なくありません。



申し出内容はこうです

①添乗員が同行するヨーロッパ周遊ツアーに参加してきました。旅行自体は楽しかったのですが、仲良くなった参加者とお喋りしていると、なんとその方の旅行代金は私より3万円も安いことが分かりました。しかもその方は出発直前に申し込んだとのこと。私は出発の半年前に申し込んで同時に旅行代金全額を支払ったのに、納得できません!

②旅行会社のウェブサイトで温泉旅館の宿泊と往復のJR券がセットになったフリープランを申し込み、支払いを済ませました。ところが改めてウェブサイトをみると、同じ旅館利用で3000円安いプランがありました。旅行会社に問い合わせると旅館の部屋、食事

などはまったく同一だと言うのでそのプランへの変更をお願いしたのですが、出発まで20日を切っているのが取消料として旅行代金の20%が必要とのこと。同じ旅行会社の同じ内容のプランに変更するのに、納得できません!

解決に向けての指針

①について旅行会社に確認したところ、催行決定した出発日だったにもかかわらず集客が芳しくなかったため、ウェブサイトからの申し込みに限り旅行代金を値下げしたことが分かりました。

②については、最初にお客様が申し込んだのは設定が半年間の通常プラン、あとから見つけられたのは販売促進のために1か月間限定で設定された特別プランということが分かりました。

かつて旅行の広告媒体がパンフレットしかなかった時代、旅行代金を変更するためには新たにパンフレットを印刷し、古いパンフレットを回収しなければならず、多くの手間と費用がかかりました。したがって旅行代金の変更されることは稀であり、そのような背景からいまでも「旅行代金は変わらないもの」という認識を持つお客様が少なくないようです。

ところがいまは旅行代金を変更することも新たな商品を設定することも、ウェブサイトで簡単に行なうことができます。適切な広告表示と取引条件説明を行えば、極端な話、同じツアーに参加する100人の旅行代金がすべて異なっても問題ありません。

①のケースも②のケースも、あくまで契約上の問題はないのです。

とはいえ契約上の問題と苦情対応は別に考える必要があります。①のケースのような添乗員同行のコースでは参加者同士が情報交換することも多いため、旅行代金を値下げした場合には営業的な判断で申込済のお客様へ差額を返金している旅行会社もあるようです。そうした対応をしないのであれば、お客様からの問い合わせに対し添乗員や販売担当者が契約上の問題がないことをきちんと説明できるスキルを身に付けておくことが不可欠でしょう。

②のケースのようなウェブ販売においては、商品検索時に容易に類似コースを比較できるシステムを構築することが苦情の予防に繋がると考えられます。なお、お客様は「変更」という言葉をよく使いますが、募集型企画旅行契約においては旅行者（お客様）から契約内容を変更する規定はなく、形式的には一度契約を解除したうえで新たな契約を締結するという基本を理解しておく必要があります。

なおウェブ販売ではお客様の自己責任が成り立ちますが、もし店頭にいらしたお客様から「〇〇旅館とJR券がセットになったプランを手配してください」と依頼されたような場合に高いプランを案内してしまうと、信義則上の責任を問われる可能性がありますから注意が必要です。

(安東)

信義則とは…取引の目的を実現するためには相互に不明点を確認し合うなどして相手の信頼に沿うようにしなければならぬというわが国における民法の原則で、このケースに当てはめると「プロなのだから安いプランを手配してくれるだろう」というお客様の期待に旅行会社が応えることを言います。