

第16回 「赤本や解説書に

書いてない！」

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

前回は、「旅行広告・取引条件説明書面ガイドライン」(通称「赤本」と旅公協の「景品規約・表示規約解説書」(通称「解説書」)について考えました。今回は、これらの赤本や解説書に説明がないケースへの対応を考えてみたいと思います。

赤本と解説書とは、基本的に異なった目的の下に作られています。赤本は、「旅行契約の内容を明確にすること」を主な目的の下に作られているのに対して、解説書は「不当な顧客の誘引を防止し、一般旅行者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保する」という募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約の目的の下に作られています。

取引条件説明書面には「約束すること」を記載する。

取引条件説明書面の記載事項については、契約規則で旅行契約の種類に応じて、取引条件説明書面に記載すべきことが定められています。ところが、この契約規則に基づいて発出された通達である「企画旅行に関する広告の表示基準等について」には、企画旅行についてはそれぞれの記載事項について具体的などのような項目まで記載しなければならないかなどの記載の要領が定められていますが、一部の例外を除いて、企画旅行以外の旅行契約(手

配、渡航手続代行、相談)については具体的な記載の要領についての定めがありません。これらの、通達等で具体的な定めがない旅行契約に使う取引条件説明書面は、「お客様との間の契約内容を明確にする」という視点から、それぞれの会社がどのように記載したら良いかを工夫して作成しなければなりません。また、企画旅行であつても、通達に具体的な記載の要領が書かれていないものについては、同じ視点から、どのように記載するのかわかりず判断しなければなりません。例えばレンタカーを募集型企画旅行に組み入れた場合には、契約内容を明確にするという視点で考えれば、車種はもとより、免責補償料などの付帯料金がどの範囲まで含まれているのか、含まれないのかなど、自ずと取引条件説明書面に記載すべき項目と内容が頭に浮かぶと思います。

消費者が優良誤認・有利誤認するものでないこと

旅行業法では、広告と取引条件説明書面とを別の概念で捉えています。取引条件説明書面は旅行の申込みの前に交付されるものであることから、取引を誘引する効果もあります。そのことから、そこに記載されたものは、景表法では広告表示と同様に扱われます。

特に、取引条件説明書面の役割のほかに広告としての要素を強くもつ募集型企画旅行のパンフレットでは、広告上のインパクトを求めて、主観的な表現や情緒的な表現を使いやすくなります。そこでは、その内容が契約内容を正しく表しているのかとの視点の他に、それが不当な表示にならないかとのチェックが必要になります。例えば、海外旅行で使用するホテルについて記載するのであれば、旅行者との契約内容としては、

「〇〇ホテルを手配する」というものですが、ついホテルの名前の前にインパクトのある言葉を付け足したくなる場合があります。ところが解説本もすべてのケースを網羅しているわけではありませんので、必ずしもそのインパクトのある言葉を使った場合にいわゆる不当表示になるのかどうか判断できない場合があります。このような「指針が示されていないもの」については、法律の趣旨に立ち戻り、「実際のもの又は他の事業者のものよりも商品の内容が著しく優良であったり、あるいは取引条件について著しく有利であると一般消費者に誤認される表示(景表法第4条の趣旨)」にあたるものでないのかどうかを自分で考えて判断しなければなりません。

不当表示ではないけれど……

「不当表示にならないか」という質問の中に、表示しようとする内容自体が旅行業約款に照らして不適切な扱いである場合があります。例えば「〇〇〇の場合には当社は一切の責任を持ちません」、「このような場合の費用はおお客様の負担になります。」というようなものです。これらの内容が、もともと旅行業約款で旅行者が責任を負わないものや旅行者が負担すべきものについて、旅行者に注意を促す意味で具体的な例などを挙げて説明するものでしたら違法とはなりません。旅行業約款で決められた旅行者の責任や負担を免れる目的で記載するとすれば違法となります。外見적으로는同じようなものでも、その内容によつては決して「旅行者がパンフレットに書いてあったのを承知で申し込んだのだから良いじゃないか」ということにはなりません。(平石)