

# 旅行業法と旅行業及び 旅行業務取扱主任者試験に関する諸問題

吉 川 道 雄

はじめに

最近、多発している旅行業の倒産による消費者の被害額は驚異的な数字を示している。一方では旅行業法にもとづく旅行業務取扱主任者の資格取得希望者は年々増加の一途をたどり、平成4年度では一般旅行業務取扱主任者試験の出願者数は前年比16%増の2万500人と過去最高を記録している。

1971年（昭和46年）JATAによる搭乗員特別研修会を初めて開催され、1972年 第一回「一般旅行業務取扱主任者試験」を行って以来、旅行業者は旅行業法に基づき旅行業の発展・向上を目指 改革・改善に努力を行ってきた。しかし1987年の「海外旅行倍増計画」（テン・ミリオン計画）に代表される最近の海外旅行ブームによる旅行者の急激な増加による旅行者の多様化された希望・要求には適切に且つ十分な対応が不足しているようにみえる。

現在、とかく苦情の多い旅行業界の体質の問題点をさぐるとともに旅行業法と旅行業及び一般・国内取扱主任者試験（以下主任者試験と略す）との矛盾・現状についての諸問題について考察する。

1. 旅行業法第1条 「この法律は、旅行業を営む者について登録制度を実施し、あわせて旅行業を営む者の業務の適正な運営の確保とともに、その組織する団体の適正な活動を促進することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図ることを目的

とする。」とある。

これによると、旅行業法の目的は、1. 旅行業務に関する取引の公正の維持、2. 旅行の安全の確保、3. 旅行者の利便の増進、という旅行者の保護が目的であり旅行者が安心して旅行業者と取引ができるように又旅行業者に対しては健全な旅行業とするための指導と業界の育成を図る行政法のひとつである。

- A 現在、海外主催旅行ブランド商品は450種を超え、旅行者にとって商品の選択の幅が広がってきているが、しかし現実には、主なホール・セラーでは同一旅行2異料金制度のバック旅行、即ち高級ブランド商品と低廉ブランド商品を販売している。ここで言う「同一旅行」とは、旅行日程が出発日も含めて同じであるということであり、無論 旅行内容（ホテル、レストランのグレード、食事、観光等）が同一であることではない。普通オフ・シーズンでは、この2異価格バック旅行は利用者即ち旅行者にとって選択の自由があることで＜利便の増進＞を図る、となっているのだが、逆にオン・シーズンに問題があるように思われる。

問題点としては、

- (1) 主催旅行契約の締結の順位、予約の順位が不透明であること。

標準旅行業約款第六条 ＜電話による予約＞

第2項—前項の定めるところにより申込書と申込金の提出があったときは、主催旅行契約の締結の順位は、当該予約の受付の順位によることとなります。

①オンシーズンの中でも5月のゴールデン・ウィーク、8月の盆休み、年末年始には旅行者が集中する。当然、旅行者は前もって旅行業者へ予約をするのだが、予約の順位を旅行者から知らされることはない。旅行業者は旅行商品の予約販売を先行させることにより仕入商品である航空座席販売を行うのであるが、予約の日時は高級ブランドのそれより早いにもかかわらず低廉ブランド商品予約には航空座席販売を後回しにしているかのよう

にみえる。この結果、旅行者は契約の締結が出発間じかになって出来ず、結局は旅行業者の勧めにより旅行ができなくなる不安感から低廉から高級ブランドへと変更して旅にでることになる。とすれば、この「順位の不透明」は <利便の増進> である法の本質として矛盾してくる。つまり順位の不透明は消費者の旅行商品への選択幅を小さくさせ、旅行業者への不信感を増幅させることになる。

②このことはエアーオンについての問題（後述する）も含まれてくる。航空機が特別の乗り物でなくなっている今日、他の交通機関と同様（例えばバス、鉄道等）に公共的交通機関であるとすれば、上記の短期集中旅行期間における限られた数の航空座席がホール・セラーによってそのほとんどが買い占められていることは問題である。例えば 日本人に人気があるハワイ主催旅行の日程は6日間が主流だが、旅行業者、航空会社は往復に空席をださない為に往復6日サイクルの旅行日程優先となり、イレギュラーな例えば9泊11日のようなスケジュールの予約をまるで排除したいかのように見える。事実このような日程では座席の確保が大変に困難である。中・長期間のリゾート型旅行の必要性が求められ、また価値の多様化が定着しつつある現在において、旅行業界主導の主催旅行というものの座席占有度があまりにも大きく、残された過少の座席数の確保さえも [順位の不透明] により [予約の不透明] となっている。航空機が公共的交通機関としての性格を持つとすれば、このような [予約の不透明] は <取引の公正の維持> にも反していると考えられる。

- B. MTP が廃止され FIT へと移行している現在、旅行業者はエアーオン・格安航空券問題をどうクリアしようとしているのか不安である。従来の日本の航空運賃体系にない自由競争価格運賃（法的根拠のない）をベースにした IT による顧客拡大戦略の方向性は多くの矛盾が見れる。FIT は IT (Inclusive Tour) の名のごとく、航空、ホテル、観光等、地上手配を行うのだが、主催旅行とは異なり実際には手配旅行により近い旅行形態となっ

ている。そのため FIT では、サービスの基準、旅行業者の責任制限の明示がなく、トラブルが生じた際の旅行業者の責任の範囲が不明瞭であるので旅行業者は航空券に種々の旅行素材を付け加えた自由滞在型ツアーとの認識で手配旅行約款に旅程管理特約を設け手配旅行保険、各種条件等を明示し対応している。

運輸省は、「標準旅行業約款に、旅行者に有利な特別規定を加えるのは問題ない」としているのだが、最もベーシックな航空運賃の適法性については触れていない。つまり GIT の割引運賃とみなすことで、このエアーオン・格安航空券については頬かむりをしているようにみえる。法的に認知されていない航空券としての格安航空券（各種割引き航空券ではない）を取り込み IT を発売することは問題にならないのであろうか、不思議である。問題を整理すると (1). FIT は主催旅行なのか手配旅行なのか明確でない。(2). 手配旅行であるとすれば、団体手配ではない個人（1～2名）手配にも格安航空券または、各種割引き航空券の利用ができるのか。(3). 利用できるとすれば（現実には、すでに流通利用されているのであるが）その法的根拠はどこにあるのかが明確でない。

格安航空券は、今まで少なくとも意識として裏街道での密売の臭いがつきまとった商品であったものが、その需要の増大にともない FIT という衣をつけ大手旅行業者によって販売され表舞台に登場してきた。この背景には、国際航空運賃（IATA 運賃）と格安運賃との差額があまりにも大きく（ハワイ・ホテル付・8 万円～、正式航空運賃・ハワイ往復 261,000 円）、いかに格安航空券に種々の制約があるといえども、消費者にとって納得ではる差額の範囲ではありえない。格安航空券によるトラブルも発生そして増加している現状において FIT を機に旅行業法・IATA 運賃にまで踏み込んだ論議が官・界・民においてなされるべきであろう。

〈参〉GIT 団体包括旅行

MTP 最低販売価格

2. 旅行業法第十一条の4第1項 <旅行業務取扱主任者試験>

主任者試験は、旅行業務取扱主任者（以下、取扱主任者と略）の職務に関し必要な知識および能力について、運輸大臣が行う。

規則第十条（省令） <旅行業務取扱主任者の職務>

旅行者が選任した旅行業務取扱主任者に行わせなければならない事務は、次に掲げる業務についての管理及び監督に関する事務とする。

- (1). 旅行に関する計画その他旅行の日程を適正に作成すること。
- (2). 料金を旅行者に見やすいよう掲示すること。
- (3). 旅行業約款を旅行者に見やすいように掲示し、又は旅行者が閲覧することができるように備え置くこと。
- (4). 旅行者に対し取引条件の説明をすること。
- (5). 旅行者に対し書面を交付すること。
- (6). 適切に広告すること。
- (7). 旅行に関するサービスのとほいを確実に行うこと。
- (8). 旅行に関する苦情の処理を的確に行うこと。
- (9). 契約締結の年月日、契約の相手方その他の契約の内容に係る重要な事項についての明確な記録又は関係書類を保管すること。

上記9項目の業務が明示されている。

主任者試験の実体については日本観光学会の小松公映氏が度々発表しているように現行の試験制度は「見直す時期」にあると考える。なぜなら旅行の急速な数量の増加、世界的社会的環境の変化が著しい現在において試験内容そのものが現実と遊離していることが多いと感じられるからである。具体的な試験科目の諸問題については小松氏に譲り、ここでは試験合格者が上記1～9項目の業務について管理及び監督できる目的を持つ試験であるかどうかを考察する。

上記の規則第十条 取扱主任者の職務によれば、旅行者にとって取扱主任者は国家試験の合格者であり旅行について豊富な知識を持つと共に取引に

においては公正で、信用があり、又、旅行者の＜利便の増進を図る＞ことが出来る人であると言える。

しかし取扱主任者は上記9項目のうちで、(1). (6). (7). (8). の項目が試験に出題されにくいファジーな要素をもつ問題であるが為に業務上、最も必要とされているにもかかわらずそのノウ・ハウの習得及び訓練がなされてないまま有資格者になることとなる。

(1). (7). (8). に共通していることは、旅行者についていえば、年齢、性別、教養、社会的地位、職業等、多種多様でこれらの旅行者にたいして適正に、確実に、処理を的確に行うには全人格的な教育、教養が必要不可欠であると考えられる。(6). については公正取引委員会からの指導がJ.T.B. にあり昨年(1991)11月21日J.T.B. はこの審決を受け入れたことにより旅行業において自主規制を始めているが、この件については後に詳しく論じる。

前記の項目(1)、(6)、(7)、(8)について考察する。

(1) 旅行の日程を適正に作成すること

ABC, OAG, その他の時刻表が読めたとして、果たして十分なのであろうか。旅行業にとって基本的な業務でありながら且つ最も重要なことに、計画・日程の作成業務がある。作成のための基本要因に1. 交通機関、2. 時間(日数)、3. 訪問先、4. 宿泊施設、5. 食事、がある。これに加える変動要因としてa. 人数、b. 老若男女、c. 趣味嗜好、d. 旅行目的、e. 貧富があるが、基本要因と変動要因を合わせ合計10要因の組合せにより適正な計画、日程が作成されると基本的に考えられる。しかるに主任者試験において要因の組合せによる作成の問題が過去においてなされたことがない。このことは旅行業界による適正な日程の作成業務の軽視として様々なトラブルを引き起こす遠因となっていると考えられる。例えば公正取引委員会が1990年6月8日にJTB、日本旅行、東急観光、日本通運、近畿日本ツーリスト、名鉄観光サービスに対して行った排除命令の問題点は日程表についてであるし、またJATAに寄せられる苦情においても日程の

変更についてが最も多い。このことから今後、取扱主任者の資格取得条件としての適正な日程の作成能力については、大いに議論、研究されるべきだと考えられる。

(6) 広告については、「費用時と現実に相違があった場合、消費者が実質的に看過できない不利益を被るような表示」はイメージ表現とはいえない。との基準が公正取引委員会にとって明確となった。しかし、旅行業法の目的を尊重し、目的遂行の為の手段としての取扱主任者の選任であるとするならば、広告については深く反省すべき点があると考えられる。例えば、日程に記入されている日時には日曜日休館のため入館できない。このような広告は景表法違反であると公正取引委員会がしたのに対して旅行業者は、出発前に日曜日を月又は土曜日に変更すればよいとの「旅行技術論」として反論している。また、白夜を見に行こう問題は白夜ではないが白夜の雰囲気は味わえるので、夢を売る旅行業としては不当ではないとの「夢旅行論」を展開している。消費者（旅行者）不在の論議は旅行業界にとって何の意味もない。

旅行業は旅行を組み立てる素材となる宿泊施設や運輸機関は有形なものだが旅行全体は無形のもので、つまり無形の商品をサービスすることで報酬を得るのである。無形なるがゆえにより有形に近い（具体的な）サービスを消費者に提供する必要があると同時に、夢はあくまでも夢であってはならない、消費者の夢を現実にする努力が、そしてその姿勢が求められている。サービス業である旅行業は、法に触れさえしなければよいと言うことではない。旅行業法はその出発点において、旅行業界のためにではなく旅行者の保護のために立法されたことを忘れてはならない。

(7) サービスの手配を確実に行うこと

物を提供することがサービスであるとすれば、手配を確実に行うことは比較的容易であるに違いない。旅行が人の空間的移動とするならばそのサービスの手配には人それぞれ体が持っている上記の変動要因が含まれた手配でなくてはならない。つまり「サービスの手配」の内容、範囲が明らかでな

いために、その手配は旅行業各社各様であり、また担当者各人各様である。確かなことは「予約の手配さえ確実にしておけば、ことたりる」ことではない、ということであろう。取扱主任者の資質の1つに、サービスの手配のための詳細な情報収集能力及びその分析能力が要求されることはいうまでもない。変動要因を含む空間的移動での状況判断についての問題処理能力が取扱主任者試験において評価の対象となっているのであろうか。

事実、「手配」に関する苦情が多い。

(8). 人にとって旅行という行動は、如何なる意義をもつのであろうか。この意義について深く理解しえなければ、苦情の処理を的確に行うとは困難であろう。人は多種多様の価値観を持ち多種多様の苦情を持つ。この多種多様の価値観に裏付けされた苦情に的確に対応できる人として取扱主任者が求められている。消費者の旅行業者に対する苦情を分類すると a・旅行出発前の苦情、b・旅行中の苦情、c・旅行後（帰着後）の苦情があり、それぞれは①契約的苦情、②人格的苦情に分類できる。①契約的苦情は比較的目にみえやすい、つまり旅行業者の不完全な手配や手配ミスによって起こる苦情、即ち「旅行条件の変更」によるものやハードの部分で取扱主任者が大きく関連する要因である。

②人格的苦情はガイド、ツアーコンダクター、カウンターセールス、セールスマン等の資質に関するものや、接客態度に関するもので目に見えにくい、ソフトの部分での苦情である。

JATA のレポートによれば、①契約的苦情 105件 ②人的苦情 36件（1992年1月～6月）計 141件と多く、1月33件、3月26件となっており年末年始やオンシーズン後での苦情、旅行帰着後の苦情が多い。消費者は苦情を申し出る場合に、まず取扱旅行会社に対してするのが普通であるとすれば、JATA 本部が受けた苦情件数 141件の数十倍や数百倍の苦情が実数としては存在することが容易に推察される。近年、主任者試験の受験者数は増加しつづけ、その資格取得者の増加に比例するかのように苦情が増大している現状は皮肉である。



旅行業界は旅行者の真の利便の増進について努力しているのであろうか。  
旅行業法や約款を盾に取り利用し、営んでいるかのように見える。

### 3 旅行商品の広告について

不当景品類及び不当表示防止法（景表法）

第一条（目的）

この法律は、商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘因を防止し、公正な競争を確保し、もって一般消費者の利益を保護することを目的とする。

第四条（不当な表示の禁止） 3 項

商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であって、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認めて公正取引委員会が指定するもの。

公正取引委員会は1990年6月、(株)日本交通公社（JTB）他5社にたいして海外主催旅行の募集広告にかかわる広告物の表示内容が景表法に違反するとして、排除命令を行った。JTBはこれを不服としたために審判の手続きが開始され7回の審判が行われ1991年5月に結審、同年8月に審決案がJTBに送付された。

JTBは、異議申立て及び直接陳述の申し出を行い、直接陳述聴取の結果、公正取引委員会は同年11月に審決案を一部修正の上、景表法違反行為の排除を命ずる審決をJTBに行い、幕は降りた。

上記の件は、「白夜論争」（イメージ論争）として新聞その他で報道されているのでその詳細は省くが、この論争によって旅行業者と消費者（旅行者）と「旅行すること」そのものの認識が大きく異なっていることが感じられる。

旅行商品を購入する消費者にとって「旅行する」ということは、いかなる意味があるのか。また「旅行商品」に何を期待しているのか。

消費者にとって「旅行する」ということは、自分の裁量で自由時間を満喫する為に日常生活から離れた場所に移動し、生活の変化を求める人間の基本的欲求を異なった自然や文化等の環境の中で充足させる行動であろうと考えられる。このために消費者にとっての旅行の目的は、この満喫する為であり旅行商品はその手段であることがわかる。しかし旅行業者にとっては旅行商品の販売が企業目的であり「旅行する」ことは契約事項の実施ということになる。基本的なこの認識の甘さが、消費者との様々なトラブルの要因となっているように思われる。

消費者は旅行業者による多種多様な旅行商品の中から目的にあった旅行商品を選び旅行する。問題は「満喫する為」の旅行商品であるかどうか、またその旅行商品に「満喫する為」の条件が情報として盛り込まれているかどうかである。

いずれにしても、公正取引委員会が旅行業界に対し、本格的な規制をした初の事例となったが、今回の論争で旅行商品の広告に対しての規制の判断基準が示されたことは旅行業界が消費者に対する姿勢の再考を促した点において評価できる。

しかし審決後の旅行業者の対応には共感できないことも多い。例えば、広告面において「〇〇クラス」との表示が増加していると思われることである。旅行業者は旅行日程を広告し、募集する前にホテル・航空機を含む各種交通機関レストラン等の予約を済ませないままに広告しセールス活動を行うのであろうか。もしそうだとしたら無責任の極みであるといわれても仕方あるまい。

しかし、そうでないのが普通だとすれば（筆者はそう信じているのだが）広告記載の「〇〇ホテルと同等クラス」の表示は理解できない。なぜなら旅行の最も基本的の要件である、乗る、見る、泊まる、食べる、時間を過ごす、の「4る1す」についての認識が軽んじられている。つまり旅行業者は自らの手で、その生命線でもある「4る1す」を軽薄なものに陥れているのではないだろうか。

云うまでもないが、観光地におけるホテルは一般的には（ビジネスホテルを除けば）各々差別化された個性があり、それはファーストクラスまたグランドクラスホテルであれば在るほど個性が強く、差別化がその営業性策からも強く打ち出されているために「文化的」にはホテルにおいて「同等」というものは考えられない。

旅のプロである旅行業者は十分にその重要性を認識していながら、そのことを忘れ去ったかのように見えるのは何故であろうか。

消費者にとって一生に一度かもしれない貴重な体験である旅行において上記の「4る1す」つまり〇〇ホテル、〇〇航空会社、〇〇レストラン、〇〇美術館また、どのように時間を過ごすかが貴重な文化的経験及び体験なのであって、いかに支払い料金が同じであり、またそれ以上であったとしても歴史、年齢層、雰囲気等文化の異なる「4る1す」では困るのであり、そのことの理解を深めて欲しいと考える。

このことは旅行業者が旅行業者たるサービスの原点であり、旅行業の原点ともいえる。

#### 4 企業破綻と取扱主任者の責任について

旅行業界における最近の倒産は大型化しており今年（1992年）3月「ミヤビワールドツアーズ」、4月「総武トラベル」、（9月）のエスプリツアーズその他49件と昨年（1991年）の20件12億1000万円と比較してその被害者総数被害総額は驚異的な伸びを示した。

エスプリツアーズ	被害者数	2,725 人
	被害総額	2 億 6100 万円
	その他 取引業者	1 億円（8 件）
	△弁済保証金	3840 万円
ミヤビワールド	被害者数	9,000 人
	被害総額	10 億円

今年度（1992年）の被害総額は合計 133 億 2500 万円に上る。

(トラベルジャーナル 1472号)

「旅に出る」という全ての人が心の億に持ち続けている「夢」が無残にも打ち砕かれつつある現在、その詐欺的行為は旅行業者の業としての品格を失墜させた。

消費者保護を真剣に考え、行おうとするのであれば簡単で、そして直ぐにできることが多くあることを忘れてはならない。消費者保護の本来の意味が金銭的被害からの保護の面を強くもつものであれば、つまり乱暴にいえば、貧乏くじを誰が引くのか、との意味であるとすれば旅行業者はその業が本来の性格としてもち続けている代理店業務について再考すべきであろう。消費者は手配旅行の場合にはその支払いと同時に航空券、各種切符、旅館券等を受領する。つまり消費者は航空会社、鉄道会社、旅館、ホテル等の保証付金券を確保することになるが、主催旅行の場合にはこの保証付(リファンドができる)金券を確保することがない。

一般流通業におけるリテーラー(通信販売も含まれる)では商品の現物を確認した後消費者は対価を支払うことが普通である為に(クリーン・オフ制度などもある)被害にあうことが少ないしまた、万一被害にあったとしても、少なくとも現物は手元に残る。主催旅行の商品が一般流通商品ともっともその性質が異なることがこの点であることに注目すべきである。消費者保護の観点から問題点を整理する。

- a. 主催旅行商品は予約制であり予約金が必要であること。
- b. 旅行出発日前の旅行書面に記載する期日までに旅行代金を支払わなければならない(標準旅行業約款第10条)、つまり消費者はそうとうの日前に全額を支払う全額前払い制であること。
- c. 旅行書面の交付により主催旅行は締結される。(標準旅行業約款第9条)  
つまり、消費者は多額の金額を前払いし旅行業者は旅行書面を交付するが、この旅行書面に書かれている旅行会社の消費者に対する債権的責任は、結局は弁済保証金により支払われること。また、それ以外には普通は旅行会社において資産がないことが多い。

このことからエスプリツアーに代表される如き、会社の破綻、倒産に至った場合には消費者にとって悲惨な結果となる。消費者の手元に残るのは旅行書面という決して履行されることがない契約書、つまり一枚の紙切れと弁済保証金ということになる。

エスプリツアーの弁済保証金は、主たる営業所 3750万円＋営業所 30万円×3・計 3840万円に対して消費者の被害総額 26100万円、取引業者 10000万円となり消費者に返済される金額は 0.106%、10万円払込の人は 1万円の返金となる。通常の商業では消費者が商店の経営リスクを負うことは考えられない。

一般的には流通業において、商店の経営リスクは日常の取引関係にある卸業者（ホールセラー）、メーカー（航空会社、ホテル等）、銀行等が負うのが普通である。

旅行業法第二条（定義）によれば、その基本的業務としての代理業が中心に位置づけられている。とすれば、消費者と運送又は宿泊のサービスを提供する者との契約の関係つまり、代理の関係を主催旅行においても明確にする必要があると考えられる。

消費者保護については運輸省は「弁済還付手続きの簡素化」「消費者優先原則の徹底の原則」及び「旅行業各社の指導管理体制の強化」について JATA と全旅協に要請（10月23日）し、これを受け JATA、全旅協では具体的な検討を始めているが上記いずれの点においても検討の内容は現行の業法、制度、規定についての根本的な問題についての論議ではなく、場当たりの対策でしかなく、これにより消費者の金銭的損害をカバーすることは不可能であることだけは明確になった。

d. 旅行業法第二条における主催旅行の性格が明確でない。

旅行業者が主催旅行を催す場合に、運送又は宿泊サービスの提供をする者のための代理業務が含まれていることが明示されていない。代理業務が含まれているとすれば運送（航空会社）、宿泊（ホテル）は当然の結果として消費者に対して航空券、宿泊券を責任もって提供すべき

- であろうし、弁済保証金は旅行日程の付加価値的旅行業務に対して収受した料金の部分について、つまり旅の価値に対して保証し支払われるべきものと考えられる。この点についての論議が急がれる又この論議なくして旅行業務の業としての発展もないであろう。それに加えて、
- e. この社会的に大きな事件にもかかわらず、取扱主任者の責任についての問題が旅行業関係者の間で、いっこうに浮上してこないことである。エスプリツアーの取扱主任者の職務は果たして何だったのであろうか。旅行業法第十一条三項には、旅行業者は運輸省令で定めるところにより、取扱主任者に対してその取引に係わる旅行に関するサービスの提供の確実性、取引条件の明確性その他取引の公正を確保するために必要な管理及監督に関する事務を行わせなければならない。とあるが取扱主任者に対しての責任については僅かに「禁止行行為」としてあるだけである。エスプリツアーの場合、取扱主任者は会社が破綻に至るまでの過程の中で消費者が被るであろう被害を予知していた。いや予知しえなかったとは考えにくい。エスプリツアーは同社の大規模な搬出作業が9月7日に行われたにもかかわらず9月9日に消費者と同社社員との間で、電話での旅行の打合せが行われていた事実（トラベルジャーナル 1461号）からしても、現場において取引の公正を確保するための管理及監督者である業務取扱主任者の責任問題が論議されるべきであろう。

旅行業法によって権威付けられた運輸大臣（国）が交付する旅行業務取扱主任者の資格に対する消費者の信用は絶大なものがある。しかるにその罰則としては第13条2項があるのみである。これが国家資格・旅行業務取扱主任者の実態であるとすれば、今回の不祥事のことからして、旅行業界における取扱主任者のアクセサリー化による消費者に対する欺瞞とも考えられる。旅行業界において、早急に取扱主任者及び主任者試験についての改正が論議されるべきだと考える。また行政においては、国家資格と責任との関係についての抜本的な法改正が求

められよう。

おわりに

昨今の旅行業では普通でない言動が目立つように思われる。

例えば、「真の意味の消費者教育を」（トラベルジャーナル 1992.11.9.P.18）では“最も重要なことは消費者が自分の目で旅行会社を選べるまでには達しておらず、真の意味での消費者教育が果たされていないことだ。”“ようやく本格的な消費者啓蒙の第一歩がおこなわれようとしている。”など際たるものであり、消費者を無知な者（啓蒙）とし、旅行会社の選択ミスによる被害は消費者の責任であるとの論である。

消費者は「旅行会社を選んだ後、旅行商品を選択するのではない」ことすら理解されていないように見える。つまり消費者は旅行商品を選択する時、普通は旅行予算を設定し素材提供者（航空会社、ホテル、レストラン等）、旅行内容（グレード、日程その他を吟味し目的にあった旅行商品を選んだ後、その取扱旅行会社に参加申し込みをするのであって、決してその逆ではないのである。無論、その前提として旅行業法があり、約款、登録制度、旅行取扱主任者制度等により消費者保護制度が確立されていることを消費者は信じて疑わないことがある。この信頼の下に旅行業が成り立っていることは言うまでもない。

消費者に最も近い位置にあり接点とも言える取扱主任者の消費者への義務と責任を明確に、その地位と権威を向上させることは、なにはともあれ旅行業にたいする消費者の信頼を回復させ、引いてはサービスの向上に繋がり旅行業を発展させる一因となるに違いない。

企業理念を忘れ去ったかのように見える旅行業は今一度、原点に戻り、イージーな姿勢を脱皮し「旅行業とは何か」「利便の増進とは何か」「社会的存在理由は何か」についての哲学が求められている。

論文 參考資料

旅行業法	第一条	(目的)
	第二条	(定義)
	第十一条	(旅行業務取扱主任者の選任)
	第十二条	(誇大広告の禁止)
	第十參条	(禁止行為)
	第二十九条	(罰則)
旅行業法施行規則	第三十条	(罰則)
	第七条	(運営保証金の額)
	第十条	(旅行業務取扱主任者の選任)
標準旅行業約款	第十二条	(一般旅行業務取扱主任者試験)
	第五条	(契約の申込み)
	第六条	(電話による予約)
	第九条	(旅行書面の交付)
	第十条	(旅行代金)
	第二十一条	(当社の責任)
不当景品及び不当表示防止法		(景表法)
	第四条	(不当な表示の禁止)
	第六条	(排除命令)
JATA NEWS LETTER NO.503		
TRAVEL JOURNAL	1461号	
	1469号	
	1472号	