

消費者保護のための会計に関する一考察 (No. 2)

——旅行業界へのアンケートを中心に——

伊 藤 秀 俊

目 次

1. はじめに
2. 旅行業界における消費者保護のための会計の必要性和アンケートの内容
3. 旅行業界へのアンケート結果の分析
 - (1) アンケートの趣旨に賛成
 - (2) アンケートの趣旨に反対
4. 旅行業界へのアンケート結果の総括的評価
5. 「てるみくらぶ」の経営破綻の社会的影響と消費者（顧客）保護対策
6. むすびにかえて

1 はじめに

本来、社会科学は、人間が営む社会の発展に貢献することを目的としてさまざまな分野にわたってそれぞれの研究を行ってきたはずである。

ところが、私が専門的に研究する財務会計学は、金融資本主義の発展とともにデリバティブ（金融派生商品）や証券化商品、複合型金融（派生）商品といったように、商品リスクとリターンの高低が極度に大きく、しかもそれらの商品には投機的ないしギャンブル的要素が包含されているという厄介な商品を対象としなければならなくなった。財務会計学的観点からいえば、会計年度末の資産、負債の測定、評価が重要な作業になるが、これらの商品にはとてつもない高等数学の知識があっても期末評価が困難な商品や、幾千もの証券を重ね合わせて一つの証券化商品としたものなど、到底、期末評価が難しく、見積値や理論値、予測値、そして経営者の合理的判断等といった信頼性に欠ける評価がまかり通っているといわねばならない。

既述のように、これが人間の営む社会の発展

に貢献する研究なのであろうか。これらの金融商品を一般の企業や大学といった公共性の高い機関にまで販売の手を広げる、投資銀行や証券会社等はこれらの金融商品に投資をすることで、多額のリターンが入ることをうたい文句としている。もちろん、最終的にはこの種の契約を締結する顧客にもその責任はあるといえるが、ときおり、非営利法人である大学において金融商品による多額の損失がもたらされたとの情報を知るにつけ、やはりそもそものこの種の金融商品を開発し販売すること自体が、人間の営む社会に経済格差をもたらす大きな根源のひとつではないかという疑問がわいてくるのである。

彼らが開発し、研究して完成させた金融商品とは、社会に大きなひずみこそ生み出したものの、人間社会の健全な営みに貢献する生産主体として存在しているとは思えない。

財務会計学の現状が、このように社会の人間の営みに貢献する学問として、その一部にでも疑問を抱かせる内容を包含する限り、筆者は企業という生産者主体からのアプローチやその企業に投資する株主・投資家のための会計ばかり

ではなく、社会の重要な構成員であり、かつ企業の重要なステークホルダーともいえる、消費者主体の、あるいは消費者保護のための会計という、会計の新たな役割を考察することに目を向けることも重要であると考えた。消費者は、様々な業界及びそこに属する企業の無責任な行動によって、命を落したり、経済的被害を受けたり、看過できない事象の当事者として様々な企業との契約を行い、そして被害者となっている現実がある。

このような問題意識の下で、筆者は、前回の論文において「住宅建築・不動産業界」に対するアンケートを行い、企業が経営破綻したときの消費者の経済的被害を企業はどのように考えているのか、一つの考察を行った。そこからは、様々な問題と研究課題が見つかった。

本稿では、消費者保護のための会計に関する研究の一環として、前回行った住宅建築・不動産業界のアンケートに引き続き、旅行業界における消費者保護のための会計を研究するうえでの資料把握のために、旅行業界に属する旅行会社1,000社を任意に抽出しアンケート調査を行うこととした。アンケートの対象となる旅行会社の抽出にあたっては、webサイトの「社員旅行net全国」と「エキテン」上から、重複する会社を回避して抽出した。その際、前回の住宅建築・不動産業界のアンケートでは、上場企業と非上場企業及び中小企業からアンケート企業を抽出したが、今回の旅行企業の場合には、上場企業が少なくこととして消費者保護のための会計に反対姿勢の多いと予測される中小・零細企業を分析の中心に置いた方が、より現実的な資料把握になると考え、上場企業を除外して非上場企業、中小企業及び零細企業とみられる企業をアンケートの対象とすることにした。

今回の旅行会社に対するアンケートにおいて

は、上述のように任意で1,000社を抽出したのであるが、アンケートの回収に当たって先ず驚いたことは、宛先不明として返送されてきた会社が103社と1割を超えたこと、そしてその他の返送された会社においても、今年度までで廃業したという会社が10社も含まれていたことである。このことから、103社の大半は解散ないし廃業した会社であることが推測される。また、小規模な旅行会社で実際、事業の苦しさを訴えたアンケートも散見され、大手の旅行会社に仕事の大部分を取られて自分たちのような小規模な旅行会社は、何とか生き延びている状態であるとした見解もみられた。

こうした実態であることを理解した上で、あえて消費者保護と会計情報の開示をしなければならない状況下にあるのではないかと、すなわちもし経営破綻や突然の廃業という状況下にあっては消費者こそが経済的被害者になりかねないからである。上場企業の場合には、会計情報の開示が義務化されているので、消費者は契約する旅行会社の財務諸表を自分の意思で見ることができる。しかし、非上場企業や中小・零細の旅行会社の場合には、会計情報の開示義務が無いため、やはり、特定商取引法で定めているような財務諸表の閲覧制度があった方が消費者保護には多少なりとも有用ように思われるのである。

ちょうど、こうした旅行業界のアンケート結果を分析している折り、格安旅行ツアーで急成長してきた「てるみくらぶ」の経営破綻危機のニュースが飛び込んできた。今回のアンケートの後に発生した事案であるため、旅行会社に対して行ったアンケートには、直接こうした経営破綻による消費者の経済的被害の問題は触れなかった。しかし、今回の旅行会社に対するアンケートでは、主として軽井沢で発生したスキーバスの転落事故をめぐる見えてきた旅行会社とバス運行会社の非常識な関係性を問題にする

こととした。すなわち、当該事故の場合、直接的な原因は、バス会社のずさんともいえる安全管理に対する認識の低さが招いたといえるが、はたしてそれでは法令違反ともいえる法定基準の下限額をさらに下回る金額で、バス会社に押しつける一定数の旅行会社には責任が無いといえるのであろうか。何故この事故を引き起こしたバス運転手は、高速道路で本来いくべき道を下道である一般道路に変更したのであろうか。そして、何故スピードをゆるめることなく高速道路並みの時速 90km 超で走行したのであろうか。バス代金の金額が減額された上でのバスの運行により、バス会社およびバス運転手に多少なりともコスト削減のための手段として、本来の高速道路からの変更が選択されたとすれば、当該事故の社会的責任の一端として、旅行会社である「キースツアー」の側にも重大な非があると思うのである。もし、このバスが下道の一般道路に変更しないで、そのまま高速道路を走行していたならば、こんな悲惨な事故は発生しなかったかもしれないのである。

私には、この高速道路から下道に降り、しかも時速 90km 超の猛スピードで下り道を走行していた背景として、旅行会社からのバス料金の大幅な減額があったことが、大きな要因であったように思えてならない。

そこで、今回の旅行業界へのアンケートでは、経営破綻や廃業というリスクの多い中小・零細企業を主として調査の対象にするとともに、軽井沢のスキーバスの転落事故について旅行会社側はどのように考えているのか、とりわけ旅行の契約者である消費者への保護措置の必要性を認識しているかどうかを確認したいと考えている。

上述のように、任意に抽出した旅行業界の会社 1,000 社に対し、次章で記載されている内容のアンケート用紙を平成 28 年 9 月 1 日に郵送した。その結果、返送されてきたアンケート

の回収を同年の 10 月末日をもって締め切った。返送されてきた内訳は、次の通りである。

- ・本提案に「賛成」と回答した会社 27 社
- ・本提案に「反対」と回答した会社 102 社
- ・本提案に「わからない」と回答した会社 44 社

以上、有効回答会社数 173 社。

その他、無効回答の会社として、廃業した会社 10 社、無回答の会社 10 社、計 20 社。

さらに、既述のように、宛先不明としての戻り分 103 社があり、郵送会社数 (1,000 社) の 10.3% に当たる。

本提案の内容を含むアンケートの内容については次節に記載し、以下そのアンケート結果を分析していくことにする。

2 旅行業界における消費者保護のための会計の必要性とアンケートの内容

周知のように、旅行業法では、消費者保護のための方策がいくつか取られている。

この点と併せて、現在検討中の消費者保護対策の現状について、筆者の考えを観光庁に聞いてもらおうべく電話にてインタビューを行うこととした。インタビューは、2017 年 8 月 25 日に国土交通省 (代表 03-5253-8111) に電話をし、観光産業課担当の新井氏が応じてくれた。

まず、新井氏に伺ったのは、旅行業法には消費者保護の役割が盛り込まれているかという点である。氏の答えは、旅行法自体が消費者保護の目的で作られているとのことである。では、具体的にはどのような条項が消費者保護の規定に該当するのであろうか。それは、例えばつぎのような条項が該当するものと思われる。特に、第 7 条の「営業保証金の供託」や第 8 条の「営業保証金の額等」、さらには第 9 条「営業保証金の追加の供託等」、第 10 条「取引額の報告」、

第11条の2「旅行業務取扱管理者の選任」、第12条「料金の揭示」、第12条の8「誇大広告の禁止」、第12条の11「旅程管理業務を行う者」、第12条の12「登録研修期間の登録」、第12条の20「財務諸表等の備付け及び閲覧等」等であるが、「第12条の20に規定する内容は、登録研修機関が、旅程管理研修を受ける旅行業務取扱主任者等から研修料を取るの、その研修先である登録研修機関の財務実態を閲覧できることを定めたものである。この登録研修機関は、全国で30数社あり、それらは株式会社であるし、また民間企業である。」(新井氏の見解)

さらに、筆者は、観光庁の作業部会が2017年8月2日に、旅行会社「てるみくらぶ」の経営破綻を受けた消費者保護策を了承したという新聞記事(日本経済新聞、2017年8月3日付け)を取り上げ、その概要をのべて、これらを大手の旅行会社だけでなく、中小・零細の旅行会社にまで適用する予定は無いのかを尋ねた。しかし、この点についての言及は、その内容からみて、第5節「『てるみくらぶ』の経営破綻の社会的影響と消費者(顧客)保護対策」において詳述することとした方がよいであろう。

本節では主として2016年1月に軽井沢で起きたスキーバスの転落事故について、消費者保護の観点から、何かしらの予防策として寄与するものはないかという思いから、以下で記載するようなアンケートを、主に中小・零細の旅行会社へ送り、彼らの消費者保護の意識の実態を知ることが先ずは重要ではないかと考えた。

このように主に、中小・零細の旅行会社に焦点を当てたのは、今回のスキーバスの転落事故を起こしたのは、バス運行会社であり、旅行会社ではないという社会的責任の意識の希薄さのようなものが、とりわけ資本が少なく、過当競争状態にある中小・零細の旅行社には多いのではないかと感じたからである。もちろん大半の旅行会社が日々、真摯に営業を行っているもの

と信じている。しかし、中には少数かもしれないが、法令違反を日常的に犯しているような旅行会社もあるのではないか。この点を明らかにできれば、このアンケートの目的の一定部分を達成できたとみなしてもよいと考えている。

上述のように、法定基準の下限を下回る金額でバスの運行を迫る旅行会社が、このような悲惨な事故を招いた一因ではないかという思いがどうしてもぬぐいきれない。旅行会社は、顧客である消費者に対して、そのようなバス会社に法定基準で定められた金額の代金を支払った、あるいはその予定の証明書類を、直近の、財務諸表とともに顧客である消費者に安心料として閲覧させる制度を構築することが必要のように思われる。現在のところ、こうした消費者保護の一貫として、契約時に自社の財務諸表を閲覧させることを定めているのは、特定商取引法の第45条である。しかし、この特定商取引法は、その適用業種を指定しており、そこには旅行会社は含まれていない。そこで、筆者はあくまでもこの法律の条項で規定する財務諸表の閲覧の規定と、同等な内容を持つ制度の提案を旅行会社にアンケートで試みたわけである。賛成か反対か、それぞれの立場の事業者が、様々な個人的見解を寄せて頂いたので、それもほとんど全部を図表の中に記した。ただし、アンケート用紙とは別に長文の見解を寄せた方もいらしたが、それは遺憾ながら本稿には残せなかった。アンケート用紙を送付してまもなく、様々な方から電話を頂いた。しかし、残念ながらそのほとんどが、自社の保身を理由にこのような財務諸表の閲覧には賛成できないと興奮気味に話される方が多かった。中には、匿名であることから、好き勝手なことを述べて怒鳴りつけてくる人もみえた。しかし、他方で少数ではあるが、自分たちの旅行業界に関心を抱いてくれて有り難いと述べてくれる方や、業界の現状や実態を

真面目に伝えようとする方、後日膨大な資料を送ってくれた方など、多様な反応が返って来たことを記しておく。

筆者としては、あくまでも旅行業界の極めて少ない上場会社や大手旅行会社ではなく、中小・零細の旅行会社の方が、どうしても資本力が弱いために自社の財務実態を顧客である消費者に対して開示することには抵抗があると考えた。また、以前にアンケートを行った「住宅建築・不動産業界」へのアンケート結果と比較することも念頭にある。

すなわち、「住宅建築・不動産業界」の場合には、従業員数 300 人以上を「大企業」、同じく 20 人以上 300 人以下を「中企業」、そして 20 人以下を「小企業」と分類したが、同業界のアンケート結果では、「非上場企業の大、中、小のいずれの企業の場合も過半数の企業が当法律適用拡大案に賛成している（中略）大企業では、57.1%，中企業では 64.6%，小企業では 54.3% が当法律適用拡大案に賛成しているのである。しかし、賛成数が過半数を超えているとはいえ、やはり小企業の場合は、賛成数の割合が最も少なく、54.3% となっている。おそらく、当法律適用拡大案で示した財産の状況を記載した書類を、顧客に閲覧させるという制度に少なからず抵抗感があったものと推察される。」（伊藤秀俊稿、「消費者保護のための会計に関する一考察」、『名城論叢』第 16 巻第 1 号（2015 年 7 月）、116 頁）というものであった。こうした「住宅建築・不動産業界」のアンケート結果と今回行った「旅行業界」のそれとを比較してどのような異同があるのか、またその場合とりわけ異なる点が生じたときには、その原因についても考察してみることにする。

これらの内容については、「第 4 節 旅行業界へのアンケート結果の総括的評価」のところで、検討していくことにする。

旅行業界を対象としたアンケートの内容を以下に掲載する。

『旅行業界アンケート調査協力のお願ひ』

名城大学 経営学部

教授 伊藤秀俊

ご多忙のところ恐れ入りますが、一読して頂き、ご回答していただけますことを切にお願い申し上げます。

2016 年 1 月 15 日未明に、軽井沢で起きたスキーバスの転落事故は、15 人が死亡し 26 人が負傷した大惨事であり、乗務員を除く全員が学生という若者であったことで、社会の脚光をあまねく浴びた大事故となりました。しかし、このような大事故が起こる前兆は、すでに最近の主要なバス事故（2007 年 2 月に大阪府吹田市で起きたスキーバス事故や 2012 年 4 月に群馬県藤岡市の関越道で起きたスキーバス事故等）を想起すれば、またこうした事故が繰り返される予感には常にあったといえます。

今回バスを運行していた「イーエスピー」のずさんともいえる内容には呆れ返って驚きを禁じ得ませんが、同様にバス会社に「ランドオペレーター」と呼ばれる仲介業者を通して運行を依頼した旅行会社「キースツアー」も道路運送法に違反する法定基準の下限（約 26 万 4 千円）を下回る約 19 万円で契約したといわれます。（日本経済新聞、2016 年 1 月 18 日付）

こうした旅行会社側によるバス運行会社に対しての低料金での受注は、結果として旅行会社側の利益確保が第一義となり、そのしわ寄せが下請けともいえるバス会社側に過酷な競争条件や労働条件を強いることにつながってはいないか、所轄当局によるさらなる十全な対策が求められているといえます。

そこで、私は、消費者である顧客を重視した

施策あるいは、消費者保護のための施策の一つとして消費者が旅行会社にサービスを依頼する契約を交わす際に、旅行会社の現時点ないし直近の財務状態を閲覧する制度を適用することも現代の消費者保護の流れから必要と考えます。

例えばですが、消費者法、とりわけ特定商取引法のなかの特定継続的役務提供等契約と同等の内容とする会計情報開示（閲覧）制度を旅行会社に適用すべきではないかと考えます。すなわち、当法律では、契約を締結し「前払取引を行うときは、主務省令で定めるところにより、その業務及び財産の状況を記載した書類を、特定継続的役務提供等契約に関する業務を行う事務所に備え置かなければならない。」（特定商取引に関する法律第45条）また、同条第2項では、「特定継続的役務提供等契約に係る前払取引の相手方は、前項に規定する書類の閲覧を求め、又は前項の役務提供事業者若しくは販売業者の定める費用を支払ってその謄本若しくは抄本の交付を求めることができる。」（同条第2項）と定めております。

「旅行会社業界にも、上述の特定商取引に関する法律第45条と同等の内容を適用拡大するという提案」に関して御社に質問させていただきます。何卒御協力の程、宜しくお願い申し上げます。

なお、当該アンケートの内容および結果に関する個人情報につきましては慎重に取り扱うこととし、絶対に公開することはありませんのでここに申し添えさせていただきます。

問1 御社は、上述の提案に賛成しますか。それとも反対ですか。該当する番号を○で囲んで下さい。

- 1 賛成する。
- 2 反対する。
- 3 わからない。

問2 問1で1の賛成を選択した会社へののみ回

答願います。（複数回答可）

賛成した理由を、つぎの選択肢のなかで該当すると思われる項目について○で番号を囲んで下さい。

- 1 消費者の被害の減少が期待される。
 - 2 旅行会社業界のイメージ改善に貢献する。
 - 3 消費者保護の積極的手段となる。
 - 4 CSR（企業の社会的責任）会計のうち消費者のための会計の発展につながる。
 - 5 その他
-

問3 問1で2の反対を選択した会社へののみ回答願います。（複数回答可）

反対した理由を、つぎの選択肢のなかで該当すると思われる項目について○で番号を囲んで下さい。

- 1 前払取引を行っても、会社の業務及び財産の状況を顧客に示すことに抵抗がある。
 - 2 株主ではない消費者に、会社の財務状況を知られたくない。
 - 3 会社の財務状況が良くないと、消費者に逃げられてしまう。
 - 4 CSR（企業の社会的責任）会計のうち消費者のための会計の発展にはつながらない。
 - 5 その他
-

問4 御社は、元請けの旅行会社と下請けのバス会社という両者間の関係には、どうしても元請けの旅行会社の要望が下請けのバス会社に出てしまうとお考えですか。その場合の原因としてはどのような要因が考えられますか。該当する番号を○で囲んで下さい。

- 1 旅行社自体の利益が少ないため、バス会社に対してつい法令違反の要望（金銭面も含めて）をお願いしてしまうことがある。
- 2 旅行社自体の利益はたとえ少額であっても、

バス会社には法令違反となるような仕事の依頼（金銭面も含めて）は絶対に行わない。

3 その他

問5 「ランドオペレーター」と呼ばれる旅行会社とバス会社との仲介業者についてお尋ねします。該当する番号を○で囲んで下さい。

- 1 旅行会社とバス会社を仲介する「ランドオペレーター」と呼ばれる業者の存在は、どちらかというと旅行会社の要望に沿った手配をすることが多いという実態がある。
- 2 旅行会社とバス会社を仲介する「ランドオペレーター」と呼ばれる業者の存在は、旅行業法を適用するよう法規制すべきである。
- 3 その他

問6 今回の事故は、率直なところ主にどのような要因が事故につながったとお考えですか。あえてこの要因が最も重大であると思う番号を○で囲んで下さい。

- 1 元とはいえば、旅行会社の「キースツアー」がバス会社の「イーエスピー」に本来支払うべきバス代金を減額したことで、「イーエスピー」の交通安全の意識が薄れたことにある。
- 2 バス会社「イーエスピー」の交通安全管理体制がしっかりとなされていなかったことにあり、その安全体制には事故をおこしたバス運転手の研修等の不足や不適格さも含め、直接的には「イーエスピー」の犯した事故といえる。
- 3 元請けの旅行会社「キースツアー」が下請け化した「イーエスピー」に金銭面の減額の要求や交通安全管理体制の指示等を怠ったことが事故の主因といえる。

4 その他

問7 今回のような事故の因果関係を考えると、御社の場合でも、いつ発生してもおかしくないケースであったと思いますか。該当する番号を○で囲んで下さい。

- 1 そのように考える。
- 2 そのようには考えない。
- 3 わからない。
- 4 その他

以上でアンケートは終わりです。最後に、回答下さった御社の会社名、従業員数（概数）、職位のご記入をお願いします。ご多忙のところ、誠に有難うございました。

会社名

従業員数（概数）

職位

* 誠に恐縮ですが、この用紙を四つ折りにして同封した折り返し用封筒に入れ、返送願います。何卒、本アンケートにご協力をお願い申し上げます。

3 旅行業界へのアンケート結果の分析

(1) アンケートの趣旨に賛成

このアンケートを実施したのは、2016年の秋季の期間であり、その後2017年3月27日に「てるみくらぶ」の経営破綻が発生した。したがって、本アンケート実施の段階では「てるみくらぶ」の経営破綻は念頭にはなかったというのが事実である。しかし、その前にも旅行会社

の経営破綻の事件として社会的に注目を浴びたものとしては、1998年に倒産した中堅旅行会社の「ジェットツアー」を想起することができよう。

しかし、いずれにしても今回の旅行業界を対象としたアンケートにおいては、上述のような会社の経営破綻を前提としたものではなく、スキーバスの転落事故を事例とし、旅行会社が消費者である顧客と契約を交わすに当たって、旅行を企画する上での社会的責任を例えば自社の財務状況の実態を開示するなどの方法で果たしていくという提案に賛同するか否かを、先ず質問することとした。

図表1は、アンケートの問1として、本提案をのべたものである。すなわち、「旅行契約時に消費者に対して契約会社の財務諸表を閲覧させる提案に賛成しますか。それとも反対ですか。」という問への回答数（割合）を集計したものである。本提案に対しては、「反対する」と回答した会社が最も多く、有効回答数173社

図表1（問1） 旅行契約時に消費者に対して契約会社の財務諸表を閲覧させる提案に賛成しますか。それとも反対ですか。

賛成する	27 社	15.61%
反対する	102 社	58.96%
わからない	44 社	25.43%
有効回答数	173 社	100.00%

（小数点第3位を四捨五入、以下%表示は全て同じ）

中102社、割合にすると約60%（58.96%）にものぼった。これに対し、本提案に「賛成する」と回答した会社は173社中27社にすぎず、割合にすると15.61%とかなり低いものであった。

さらに、「わからない」と回答する会社が44社（25.43%）と約4分の1に当たり、本提案の趣旨、とりわけ消費者法の中の特定商取引法に定める消費者保護を目的とした、契約企業の財務状況の閲覧制度と同等の制度の提案の内容をわからないとしている。これは、旅行業法で定められているように、業務登録の5年毎の更新時に財務状況のチェックを受けていることをもって、あえて消費者に契約時に閲覧させることが必要なかどうか迷っている企業の回答が反映しているものと考えられる。しかし、本提案に対して「賛成する」とした会社数は、前回アンケートを行った「住宅建築・不動産業界」に比較すると極めて少なく、これら両業界におけるこうした相違の原因は何かを後章の中で検討してみることにする。

「賛成する」と回答した企業は27社と母数自体が少ないために、どのような理由で賛成なのかあまり確証となるかどうかは不明であるが、一応集計結果を見ておくことにする。

図表2は、アンケートの問2「問1で賛成した理由を、次の選択肢から選んで下さい。（複数回答可）」として、1から5までの選択肢を容易した。これらの選択肢の中で最も多かった賛成理由は、「2 旅行会社業界のイメージ改善に貢

図表2（問2） 問1で賛成した理由を、次の選択肢から選んで下さい。（複数回答可）

1 消費者の被害の減少が期待される。	10 社	23.81%
2 旅行会社業界のイメージ改善に貢献する。	13 社	30.95%
3 消費者保護の積極的手段となる。	10 社	23.81%
4 CSR（企業の社会的責任）会計のうち消費者のための会計の発展につながる。	4 社	9.52%
5 その他	5 社	11.90%
計	42 社	100.00%

*図表2の数字は、賛成と回答した27社の各選択肢を選んだ会社数とその割合を示す。

献する」であり、複数回答社数計 42 社中 13 社で 30.95%となっている。それに続く選択肢としては、「1 消費者の被害の減少が期待される。」の回答が 10 社 (23.81%), 「5 その他」5 社 (11.90%), そして「4 CSR (企業の社会的責任) 会計のうち消費者のための会計の発展につながる」が 4 社 (9.52%) という結果であった。この図表 2 (問 2) の回答結果は「住宅建築・不動産業界」のそれと比べると次の様な点で異なっている。まず、「住宅建築・不動産業界」の場合には、最も多かった選択肢が、「3 消費者保護の積極的手段となる」であり、次いで「1 消費者の被害の減少が期待される。」、そして「2 住宅建築業界のイメージ改善に貢献する。」の順であり、「4 CSR (企業の社会的責任) 会計のうち消費者のための会計の発展につながる。」、「5 その他」と続いた。

両業界のアンケート結果の大きな違いは、おそらく悲惨な軽井沢スキーバス事故の問題があったことを受けて、旅行業界のイメージ改善に貢献することを第一に選択したものと推察される。いずれにしても、CSR 会計の認知度はまだまだ低い現状であることが、両業界のアンケート結果から明らかになったといえる。

その他の項目として主だったものを、列挙すると以下のようである。

図表 2 の「その他」

- ・ 特定継続的役務提供にはあてはまらないと思われる。むしろ旅行業法の改正により対応すべき。開示情報が正当なものかどうか、何らかの認証が必要。
- ・ 消費者が不安なく手配を依頼できるため。
- ・ 私は、今回この一連のバスの問題は、元々は国の大幅規制緩和が原因だと思います。

大勢の旅客を乗せて運行する貸切バス会社には、航空会社並みの規制があってしか

るべきだと思いますが、簡単に小手の貸切バス会社を登録、起業できる体制に緩和したことが最大の原因だと思います。

- ・ 旅行業者は登録制であり、また更新時に基準資産額のクリアーも不可欠であり、営業保証金も預けているため、すでに厳しく財務状況を監視されているため。

この図表 2 の「その他」では、本提案に賛成した旅行事業主の自由な見解が収められている。まず、旅行会社は、特定継続的役務提供にあてはまらなとし、旅行業法の改正により対応し、顧客 (消費者) への自社の財務状況を閲覧させる必要はないという意見が見られる。また、開示情報が粉飾されているかどうか検証が必要というものである。

筆者は、特定商取引法の規定と同等の規定の設定を本提案で求めたものである。この点を大分誤解した見解を見ることができが、あくまでも、上述の顧客 (消費者) の保護を目的とした閲覧制度が必要かどうかを尋ねたのである。

また、旅行業者は登録制であり、更新時に基準資産額のチェックや営業保証金も預けているので、すでに厳しく財務状況を監視されているという見解もある。しかし、筆者がのべたいのは、契約時に旅行業者が顧客 (消費者) 保護を本当に考えるならば、自社の財務状況の実態 (もちろん、粉飾会計をさせない会計監査を含めて) を情報提供することこそ制度化する意義が有るのではないであろうかということである。

図表 3 の「その他」の主だったものを、列挙すると以下のようである。

- ・ バス会社及び旅行社自体の利益を確保するような法改正が必要である。
- ・ 元請けという話は、大手、準大手の旅行会社に該当する。決め事は、大手、準大手で

ほとんど決まる。バス会社の儲けになっているのみ。今、バス会社が自身（自分の所）で旅行会社を作って業務（旅行）を行っている会社が増えてきています。料金も自由になるみたいです。

- ・ 運送業者、旅行業者に対する許可条件の不足。（知的資産不足）
- ・ 旅行会社は売上価格が下がり、利益の出ない状態にあり、利益を増やすためバス代のダンピングを行う。バス会社は、自社で仕事の発注を受ける体制が整っていないため、旅行会社の無理な要望に応える。
- ・ 当社は、バス会社が経営する旅行業者のためあてはまらない。
- ・ 大手バス会社は、法令違反となるような契約を引き受けない。当社は大手バス会社としか取引しない。
- ・ バス会社は、旅行会社の下請けではありません。
- ・ 基本的に旅行会社が利益を上げることのみを追求し、バス会社、旅館などに要望するのみで、法令違反か否かは関係ない。

◎ 1に○が付されているものの、つぎのような意見がのべられているので、記しておく。「要因としては1が全て。特に中国系インバウンド会社は、ダンピング合戦。

問題は、仕事ほしさに違法運賃で対応してしまうバス会社が後をたたないこと。どんなに元請けからいわれても遵守していれば相場は変動してくる。

解決策：インバウンド会社に監査を実施、バス会社、旅行会社を含め取り締まり強化、これだけで料金の問題は、8割クリアになるはず。

図表3（問4）は、複数回答ではなく、単数回答であったが、結果をみると複数で回答した会社があり、集計的には、複数回答とすることにした。

上記問4の設問を、本提案に「賛成する」と回答した旅行会社に尋ねたところ、過半数の旅行会社が「2 旅行社自体の利益はたとえ少額であっても、バス会社には法令違反となるような仕事の依頼（金銭面も含めて）は絶対に行わない。」との選択肢を選んでいる。この選択肢を選んだ会社数は、全30社（複数回答したため）中16社で、53.33%であった。これに対して、「1

旅行社自体の利益が少ないため、バス会社に対してつい法令違反の要望（金銭面も含めて）をお願いしてしまうことがある。」との選択肢を選んだ旅行社は、全30社中3社で10.00%であった。やはり、旅行業界における法令違反の実態があることを如実に物語っているといえる。もっとも、総務省が国土交通省に勧告した内容を見ると、そこでの実態調査では、約50%近くのパス事業会社がつぎのように回答しているといわれる。すなわち、旅行会社が下限運賃より低い金額をバス事業会社に提示した。この点の詳しい考察は、第5節を参照されたい。

図表3の「その他」の中で、特に旅行会社の法令違反に関連する意見を3点程に集約して取り上げてみると、つぎのとおりである。

- 「1 旅行会社は売上価格が下がり、利益の出ない状態にあり、利益を増やすためバス代のダンピングを行う。バス会社は、自社で仕事の発注を受ける体制が整っていないため、旅行会社の無理な要望に応える。
- 2 基本的に旅行会社が利益をあげることをのみ追求し、バス会社、旅館などに要望するのみで、法令違反か否かは関係ない。
- 3 要因としては1（問4の選択肢1～引用者挿入）が全て。特に、中国系インバウンド会社は、ダンピング合戦。問題は、仕事欲しさに違法運賃で対応してしまうバス会社が後をたたないこと。（中略）解決策：インバウンド会社に監査を実施、バス会社、旅行会社を含め取り締まり強化、これだけ

で料金の問題は、8割クリアになるはず。」
これらの3つの見解は、旅行会社とバス会社との間の法令違反となる下限運賃の問題を明瞭に示しているといえよう。

図表4の「その他」の主だったものを、列挙すると以下のようなものである。

- ・ランドオペレーターとは、手配業務専門の旅行業者です。
- ・補償金制度の引き下げによる、安易な考え方もあると思います。
- ・バスを手配する「ランドオペレーター」の存在を知らない。
- ・弊社は直接手配なし。

図表4は、「(問5)『ランドオペレーター』と呼ばれる旅行会社とバス会社との仲介業者についてお尋ねします。該当する番号を○で囲んで下さい。」という問の集計結果である。この問も複数回答ではなく単数回答であったのだ

が、結果的には複数で回答した旅行社があり、計29社中、それぞれの選択肢が何社あり、そして何%の割合を示しているかについて集計した。全体数は少ないものの、最も多い選択肢は、「2 旅行会社とバス会社を仲介する『ランドオペレーター』と呼ばれる業者の存在は、旅行業法を適用するよう法規制すべきである。」という選択肢で、12社/29社で、41.38%となっている。ついで、「1 旅行会社とバス会社を仲介する『ランドオペレーター』と呼ばれる業者の存在は、どちらかという旅行会社の要望に沿った手配をすることが多いという実態がある。」の選択肢で、10社/29社、34.48%となる。「その他」を見ると、「バスを手配する『ランドオペレーター』の存在を知らない」という見解も見られるが、實際上旅行会社の意向を聞いてバスをはじめとする宿泊先や土産物店への手配を行ってその手数料で利益を得ているのが「ランドオペレーター」の業務実態のようである。(アンケートの中で、ランドオペレーターについて説明して頂いたものを参考にした。)

図表3 (問4) 旅行会社の要望(金銭面も含めて)がバス会社に出てしまうと考えるか。その場合の原因として該当するものはあるか。

1 旅行社自体の利益が少ないため、バス会社に対してつい法令違反の要望(金銭面も含めて)をお願いしてしまうことがある。	3社	10.00%
2 旅行社自体の利益はたとえ少額であっても、バス会社には法令違反となるような仕事の依頼(金銭面も含めて)は絶対に行わない。	16社	53.33%
3 その他	11社	36.67%
計	30社	100.00%

図表4 (問5) 「ランドオペレーター」と呼ばれる旅行会社とバス会社との仲介業者についてお尋ねします。該当する番号を○で囲んで下さい。

1 旅行会社とバス会社を仲介する「ランドオペレーター」と呼ばれる業者の存在は、どちらかという旅行会社の要望に沿った手配をすることが多いという実態がある。	10社	34.48%
2 旅行会社とバス会社を仲介する「ランドオペレーター」と呼ばれる業者の存在は、旅行業法を適用するよう法規制すべきである。	12社	41.38%
3 その他	7社	24.14%
計	29社	100.00%

このランドオペレーターとよばれる業者について、注目すべきは次のような動向である。すなわち、「国土交通省などは、旅行会社にバスの運行会社などを仲介する『ランドオペレーター』と呼ばれる業者に罰則を含む法規制をかける検討を始めた。事故を巡っては、(中略)キースツアーにイーエスピーを仲介したランドオペレーターを所管する法令はなく、国交省などは行政処分や指導をすることができなかった。同省は、有識者による検討委員会で法規制のあり方を議論し、今夏をめどに最終報告書をまとめる。(中略)旅行業法が定める旅行会社は都道府県や国に登録することが義務付けられており、バスなどの安全運行を怠ったり、国の基準を下回る運賃で契約したりすると、同法に基づく処分の対象になる。ただ、旅行客と直接かかわらない、ランドオペレーターには同法は適用されず、現状では事故などが発生しても法的な責任を問えない」(日本経済新聞、2016年3月26日付け)というものであり、それもあって問5のような質問を投げかけたわけである。ランドオペレーターの業務は、本来ならば旅行を企画した旅行会社が行う業務のように思えるが、その旅行会社の業務の隙間に入り込んで、本来旅行を行って業務手数料を得るべきところが得られなくなってしまい、ひいては旅行会社の過当競争をも仕向けてしまうという存在

になってはいないか。もしそのようなことがあるのであれば、やはりランドオペレーターの規制は必要不可欠のように思われる。

図表5は、「問6 今回の事故は、率直なところ主にどのような要因が事故につながったとお考えですか。あえてこの要因が最も重大であると思う番号を○で囲んで下さい。」という問へのアンケートを、本提案に「賛成する」と回答した会社にのみ選択してもらった。本提案に賛成と回答した27社が単数回答で選んだ結果を集計すると、最も多いのは15社/27社(55.55%)が選択した「2 バス会社『イーエスピー』の交通安全管理体制がしっかりとされていないことにより、その安全体制には事故を起こしたバス運転手の研修等の不足や不適格さも含め、直接的には『イーエスピー』の犯した事故といえる。」が過半数を超えている。これに対し、選択肢の1と3は、バス会社「イーエスピー」だけが事故を起こした張本人であるという2の選択肢とは異なり、旅行会社の側のバス代金の下限額を下回る要求に触れることで、バス会社だけでなく旅行会社側の罪の意識がどれだけあるかを探った内容となっている。したがって、1と3の選択肢を合計した会社数3社+5社=8社、パーセンテージで表すと11.11%+18.52%=29.63%と約30%の会社

図表5 (問6) 今回の事故は、率直なところ主にどのような要因が事故につながったとお考えですか。あえてこの要因が最も重大であると思う番号を○で囲んで下さい。

1 元とはいえば、旅行会社の「キースツアー」がバス会社の「イーエスピー」に本来支払うべきバス代金を減額したことで、「イーエスピー」の交通安全の意識が薄れたことにある。	3 社	11.11%
2 バス会社「イーエスピー」の交通安全管理体制がしっかりとされていないことにより、その安全体制には事故をおこしたバス運転手の研修等の不足や不適格さも含め、直接的には「イーエスピー」の犯した事故といえる。	15 社	55.55%
3 元請けの旅行会社「キースツアー」が下請け化した「イーエスピー」に金銭面の減額の要求や交通安全管理体制の指示等を怠ったことが事故の主因といえる。	5 社	18.52%
4 その他	4 社	14.81%
計	27 社	100.00%

が、旅行会社側によるスキーバス事故の責任を感じるという結果を示している。

しかし、繰り返すが、当該事故の主たる要因は、バス会社であるとする旅行会社が過半数(55.55%)を示しているという事実、しかも本提案に「賛成する」と回答した旅行会社の反応がこのような現状認識であることには、率直なところ驚きを禁じ得ない。

図表5の「その他」の主だったものを列挙したのを見ると、ほとんどが、バス会社に当該事故の主因があるとして具体的要因を記している。しかし、その中であって、唯一、「旅行者がとにかく安いツアーを選択したことにも少なくとも原因があると考えている。」という見解が見られる。格安ツアーには、それなりのリスクが伴うということを述べているわけである。確かに、格安ツアーを企画し、旅行会社がそれでも利益を得る仕組みがあるということは、そのような問題のある旅行会社とは一線を画している旅行会社が、消費者に対して警鐘を鳴らすべく述べたものと受け止めることができる。同時に、格安ツアーを大々的にうたう旅行会社への批判とも受け取れる内容であるといえよう。

図表5の「その他」の主だったものを、列挙すると以下のようなものである。

- ・バスの運転手不足（質の良い研修済運転手の不足）
- ・8時間労働で8時間を超える場合は運転手を2人にする。なお、バス代金が上がっても運転手の賃金が改善されていない話を聞く。
- ・旅行者がとにかく安いツアーを選択した事にも少なくとも原因があると考えている。
- ・問6の1～3の内容は当たり前。国のバス会社に対する指導が大手の会社に厳しく、小さい会社には甘い問題がある。
- ・両社ともに業務遂行するに当たり、「安全

最優先」の意識を持っていなかった。

- ・バス会社の安全運行体制の不備が主原因。

次に、図表6は、「問7 今回のような事故の因果関係を考えると、御社の場合でもいつ発生してもおかしくないケースであったと思いますか。該当する番号を○で囲んで下さい。」この問7では、普通の旅行会社が、当該事故のような悲惨ともいえる事故に巻き込まれてもおかしくない事業環境にあるかどうかを尋ねている。「2 そのようには考えない。」との選択肢が最も多く、14社/27社(51.85%)と過半数にのぼっている。しかし、「1 そのように考える。」と回答している旅行会社にも、5社/27社(18.52%)と2割近くあることから、いつこうした事故に自社が巻き込まれてもおかしくない事業環境にあるということ暗にのべていると思われるのである。こうした自社の事業環境を冷静に見極めている分だけ、この5社の旅行会社はまだ健全な自覚を有する旅行会社といえるのかもしれない。

図表6の「その他」の主だったものを、列挙すると以下のようなものである。

- ・事業者として事故に対する不安は常にあります。それ故に日夜できるだけの安全対策につとめています。
- ・絶対にありえない。

注（該当する5社のうち、3社はその他に○を付しているが、無記入である。）

(2) アンケートの趣旨に反対

図表1（問1）で旅行契約時に消費者に対して契約会社の財務諸表を閲覧させる提案に賛成しますか。それとも反対ですか。という問に対して有効回答数173社中、102社(58.96%)もの会社が「反対」を選択している。

因みに、同じ趣旨の質問を「住宅建築・不動産業界」にアンケートした結果と比較してみると、有効回答数154社中、同提案に賛成とした会社の割合は64.3% (99社)、反対とした会社の割合は22.1% (34社)であった。(伊藤秀俊稿, 「消費者保護のための会計に関する一考察」, 『名城論叢』, 第16巻第1号, 115頁)

それでは、何故、旅行会社にはこうした本提案に対する反対論が多いのであろうか。

図表7は、(問3) 問1で本提案に「反対する」と回答した会社に対し、その理由を5つの選択肢から選んでもらったものを集計している。なお、複数回答を可としたため、反対と回答した会社数合計の102社を上回る165社を母数として各選択肢の割合を算出した。最も多かった「反対」の理由を示す選択肢は、「5 その他」の49社 (29.70%)であった。これについては、「図表7 問3の「5 その他」の主だった見解」

でその内容を示しているのでそこで検討していく。ついで多かった「反対」の理由を示す選択肢は、「1 前払取引を行っても、会社の業務及び財産の状況を顧客に示すことに抵抗がある。」の43社 (26.06%)であった。これは、すでに旅行代金の一部又は全部を受け取っているにもかかわらず、その後で旅行者である消費者が旅行サービスの提供を受けるということから、そのタイムラグの間に旅行会社が経営危機などの何らかの理由で、消費者に経済的被害あるいは交通事故等の人的被害があった場合、供託金制度では賄えないケースを考えると、消費者に対して財務状態や基準運賃の支払い証明書等を閲覧させることは、監査を前提とした上で消費者保護につながる仕組みといえよう。したがって、前払金を受け取っておいて自社の財務諸表等の閲覧には抵抗があるというのは、旅行会社の保身を優先したものと断ぜざるをえない。

図表6 (問7) 今回のような事故の因果関係を考えると、御社の場合でも、いつ発生してもおかしくないケースであったと思いますか。該当する番号を○で囲んで下さい。

1 そのように考える。	5社	18.52%
2 そのようには考えない。	14社	51.85%
3 わからない。	4社	14.81%
4 その他	5社	18.52%
計	27社	100.00%

図表7 (問3) 問1で「反対」と回答した理由を、次の選択肢から選んで下さい。(複数回答可)

1 前払取引を行っても、会社の業務及び財産の状況を顧客に示すことに抵抗がある。	43社	26.06%
2 株主ではない消費者に、会社の財務状況を知られたくない。	34社	20.61%
3 会社の財務状況が良くないと、消費者に逃げられてしまう。	18社	10.91%
4 CSR (企業の社会的責任) 会計のうち消費者のための会計の発展にはつながらない。	21社	12.73%
5 その他	49社	29.70%
計	165社	100.00%

*図表7の数字は、反対と回答した102社の各選択肢を選んだ会社数とその割合を示す。

(注) 問1の設問に対して「反対」と回答した会社数は102社である。有効回答総数は173社であるので、回答総数に占める「反対」の割合は、58.96%となる。この図表では、複数回答のため、165社が母数となり、各選択肢の割合が示されている。

この1の選択肢とはほぼ同様な理由で「反対する」としているのが、2と3の選択肢であるといえる。すなわち、「2 株主ではない消費者に、会社の財務状況を知られたくない。」が34社(20.61%)、「3 会社の財務状況が良くないと、消費者に逃げられてしまう。」の18社(10.91%)というように、いずれもが消費者には自社の財務状況を見せたくないという保身からの理由が見て取れる。

つまり、1～3の選択肢の合計57.58%という約6割近い中小・零細の旅行会社は、消費者保護に資する自社の財務諸表等の開示・閲覧には否定的な回答を寄せている。中小・零細の旅行会社の立場からすれば、大手のような資本力も無く、過当競争に生き残ることに精一杯の現状からして、消費者保護よりも自社の競争力と確実な利益を得るといふ保身のための方策の方が重要なのであろう。

図表7 問3の「5 その他」の主だった見解

- ・今回の事故と財務状況を関連づけるのには、無理があります。
- ・特定継続的役務提供等契約における前払いの場合の財務書類の公開は、サービスの継続的提供を保証するために行われるものであり、旅行業法に定める財務状態のチェックは現行の行政が行うもので十分であると考える。
- ・旅行会社は、旅行業更新の手続きの際に会計報告を県に届け出をしており、チェックされている。
- ・バス事故の件と財務状況は、直接の関わりがない。
- ・大手旅行会社は良いと思うが、中小企業は反対だと思う。
- ・(旅行者の)財務内容よりも、取引先バス会社の情報を開示すべき。

- ・旅行者に会社の財務状況が明らかになったところで、事故が未然に防げるということとはあり得ない。本件スキーバス事故については、運行管理上の問題が大きく、バスの運送料金が26万4千円のところ19万円にて請け負った、そのことだけで起きた事故ではない。当然法定基準の下限を下回る料金の設定は許せないが、たとえ原価割れの料金で請け負った旅客運送でも、しっかりとしたモラルを持ち、安全運行の為の運行管理(運転者の経験や資質、安全のための技能や知識の習得を含む)を適正に行い、無理のない旅程管理をしていれば起きることのなかった事故といえる。
- ・会社の財務状況の善し悪しで契約を判断することが、一般的に通用するでしょうか。
- ・旅行業の登録、更新登録の際、財務状況も提出して、基準額以上なければ登録できない。これ以上何が必要か。旅行業協会に入っていると、売り上げにおうじて弁済業務保証金を納めている。
- ・安全、質の良い旅行は、財務面では図れません。その会社の取り組み姿勢であり、大小に関わらないと思います。
- ・適法取引を行っている旅行社まで悪者扱いされることは大変心外だ。根本的な問題は他にあり、バス会社はもちろん国交省の規制緩和、今回の全国一律料金体系など再検討を要する。
- ・消費者も国交省も、人の労働力を何だと思っているのか。旅行会社とて、企画提案から、手配、実施まで含めて相当な経費と時間がかかる。それに見合うだけの収益が確保できない構造上の原因に目をふさぎ、場当たりの法的規制にのみ走る事には賛成できない。
- ・今回の事故の原因は、8割以上は「受注したバス会社にある」と思います。(中略)

また、「利用する消費者側にも問題がある」と思います。近年、インターネット等を利用し、少しでも『安いツアー』を探し予約する傾向があります。

- ・ワーキンググループの名大某教授（実名が記されていたが筆者の判断で伏せている）も含め、学術的見解が先行し、現場からの意見が反映しないでルールが決まっていく危機感を強く持っている。契約やバス利用は会議室の中で行われている訳ではない。
- ・皆様方の提案に対し、反対の意志表示を致しましたが、旅行業界と同等に一般旅客運送の貸切バス業者に対する提案も実施してほしい。小泉内閣以降、すべての規制が緩和され、簡単に貸切バス事業の認可がおりる様になり、バス協会にも加盟していない会社が多々出てきております。私どもは、バス会社の内容を検討し手配させていただいております。
- ・御存知とは思いますが、旅行業界は許認可制になっていて、毎年都庁に決算に応じた報告が義務づけられています。更新時には決算書提出が必要です。財務内容が悪いと更新はできません。
- ・登録更新の際の基準資産残高で足りていると考える。
- ・全く必要ないと考えます。
- ・登録事業で基準資産額が決められ、営業保証金を供託している制度の意味がなくなる恐れがあり、業界全体が制度として働かなくなる。
- ・旅行業法により、供託金を預託してあります。また、5年ごとに旅行業の更新登録が義務付けられており、財務内容が悪ければ、更新できないことはご存じかと思います。旅行業は、時間と空間を売るもので、目に見える商品ではないことです。スピードが求められるので事務処理の煩雑化は避けた

い。

- ・旅行業登録されている業者は、財産等の状況について、主務機関より既に承認を受けている。業者の善し悪しは、企業モラルの問題である。
- ・旅行業を営む為には、5年毎の登録更新制度を受け健全な財務状況でなければ、国や県からの登録更新の許可がありません。旅行業を長年経営している＝財務状況が安定している会社とみなせられる。
- ・旅行会社の会計情報を開示したとしても、バス会社の安全管理は全く別であり、それによって事故が減るとは考えられないため。
- ・財務を公開することと、他業者の締め付けは関係ない部分があると思う。儲からなくても正直にやっているところと儲かっているのがめつuitところはある。逆にがめつuitくないと儲からない。（財務が良くならない。）
- ・そもそも旅行会社の財務状況とバス会社の事故との因果関係を結びつける論調に合理性がない。旅行会社には5年に1回財務状況の確認を必要とする登録更新制度がある。
- ・そもそも旅行会社を選ぶのはHP等でお客様がされる事であり、ご来店後に再度品定めは如何なものか？
- ・偏った発想かと存じます。多くの旅行業者は、売掛、買掛のバランス、クーポン払い、カードによる仕入等、完全なる財務状況を開示させるのは困難かと。また、ただしいものを皆が提示するのも甚だ疑問です。（弊社は非常に健全なのですが）
- ・利益がうすく、どの会社も大変な経営努力をしています。大手の旅行会社のダンピングが全ての始まりです。大手から手を挙げ、金額を上げていく努力をすべきです。ほとんどが我々の様な小さな旅行会社ばかりです。しかし、小さな会社はツアーなどは行わ

- ず、客との信頼からなる営業をしています。
- ・そもそも旅行会社の財務内容と交通の安全は無関係。既に旅行社には保証金の納付が義務付けられており、これ以上の拘束は不要。
 - ・何百万円にもなる契約ならいざ知らず、非現実的です。
 - ・旅行業登録そのものが、健全財務でなければ認可されません。
 - ・インターネット等による旅行会社離れが進む中、財務状況の良い企業への偏りが起こり、業界全体の縮小につながる可能性がある。
 - ・旅行業の小企業の経営内情は厳しく、赤字会社は旅行業を営む事はいけないのですか。
 - ・極一握りの業者のための締めつけになり、大方の零細業者にこれ以上の負担的なことは好まない。
 - ・消費者（顧客）は開示を望んでいるのだろうか？ バス受注に対しての不安などを説明して解決するのが先決なのでは。
 - ・安心安全は、経営という問題ではないと思います。
 - ・財務の問題でなく、言葉の響きのいい自由競争や消費者の過大な欲求の方が問題であり、良識ある消費者を作る努力の方が先のような気がします。安ければ安いもののワケがあり、当然お客様はそのリスクも理解すべきです。
 - ・認可制のため、それなりの消費者保護のための負担を各社は負っている。

図表7は、問1で「反対」と回答した会社である。複数回答であることから「その他」に言いたい事を記載した会社も多い。図表7の「5 その他」は、その全てを掲げたものではないが、9割以上の見解は載せている。なかには、「黒の太マジックで『先生は無知』である。」とか。「新聞記事から引用した『事故の記載部分』について我々旅行業界の現場の事を全く知らない

内容だ。」といった感情的な見解もかなり見ることができた。また、電話で「中小企業の保身が第一であり、格安ツアーに集まる消費者が悪い、我々に死ねというのか。」という事を興奮した声でがってくる人もいた。

前回に行った「住宅建築・不動産業界」へのアンケートの回答に比べると、ずいぶんと異なった状況であることは間違いない。以下では、何故こうした反対論が多く、しかも「アンケート」という口外しない手段を約束したにも関わらず、感情的な見解が多く見られたのであろうか。多少なりとも、その原因を探ってみることにしたい。

住宅建築・不動産業界の場合には、(株)アーバンエステートや富士ハウス(株)のように経営破綻しているにも関わらず、消費者(顧客)に契約を取り付け、前払金を要求したことが、消費者保護の観点から問題とされた。この商法は、その前に英会話教室NOVAの事案で、すでに社会の大きな問題を巻き起こしていた。つまり、前払金を顧客が契約会社からサービスを提供される前に支払うという仕組みに対して、消費者(顧客)の保護が何らかの形でできないものか。このような視点で、消費者取引法のなかの特定商取引法に「語学教室」が盛り込まれたものと理解している。

私が旅行業界に提案したのは、特殊な事案とはいえ、旅行会社がバス会社に対して法令で定めたバス料金の下限の額よりも低い金額で契約したという事実があったことである。旅行業界は、大手の旅行会社に比べて、中小、零細会社の経営は非常に厳しい状態であると聞く。また過当競争状態に有るとも聞く。したがって、上述のような住宅建築・不動産業界や、語学教室の事案のように会社の経営破綻が突然生じるとは、いくら5年毎に所轄官庁に財務状況を提出して旅行業更新の手続きをしても、資金

繰り返しができずに経営破綻することはありうることである。また、売り上げの一部を供託金として積みたてているという見解にしても、契約した消費者（顧客）の数が多数になれば、いざ経営破綻した場合には十分な保証額を顧客に返済できないことは大いに想定されることである。

だからこそ、契約時に消費者（顧客）に安心感を与える意味でも、当該会社の財務の状況を閲覧したいとの要望があれば閲覧に供する制度が、多少なりとも両者の信頼関係を築くことができるのではないだろうか考えるのである。もちろん、旅行会社側の提示する財務諸表等が粉飾されていれば、元も子もないのは明らかである。

アンケートでは触れられなかったが、やはり財務諸表の信頼性を担保するような仕組みを構築することが最も喫緊の課題であり、重要なことであろう。

上場会社に適用される独立会計監査は、物理的に不可能であろう。この点も含めて、本稿が終わるまでに、多少なりとも検討することにしよう。

図表7 問3の「5 その他」に寄せられた主だった見解をみると、最も目に入ってくる意見が、旅行業法により、自分たち旅行会社は財産や財務状況について、主務機関（国土交通省や都道府県等）により承認を受け、5年に1回その確認を必要とする登録更新の許可を受けている。また、同じく旅行業法により供託金を預託しているの、これ以上の消費者保護は不要

であるという内容のものである。

さらには、格安ツアーを利用する消費者にもその消費行動に問題があるとの指摘が見られる。確かに、上述のような見解には、旅行会社の立場に立てば理解できる部分もある。しかし、繰り返されるバス事故を受けて総務省が行った調査結果では、バス会社に対する旅行会社の長時間労働の要望の実態や法令で定められたバスの下限運賃より安い金額を旅行業者から提示されたという実態が、本稿の第5節でのべられているが、こうした実態調査の事実がいかに深刻な結果を物語っているか認識すべきなのではないか。旅行業界で経営を営む事業者数が多すぎることも一因と考えられ、中小・零細の事業主の営利業務優先思考がはびこる事により、現在の旅行業法を守っているからそれで万全であるかのような見解が多く見られるのであろう。今一度、消費者側の立場に立ってあるべき制度を冷静に考える余裕が必要である。

図表8は、「問4 旅行会社の要望（金銭面も含めて）がバス会社に出てしまうと考えるか。その場合の原因として該当するものはあるか。」という問に対して3つの選択肢から選んで回答して頂いた。この問でも本提案に「反対する」と回答した102社を上回る会社が回答しているので、複数回答、すなわち1と3もしくは2と3という組み合わせで回答した会社が一定数あるという結果になっている。3つの選択肢の合計回答数は、120社であり、本提案には

図表8（問4） 旅行会社の要望（金銭面も含めて）がバス会社に出てしまうと考えるか。その場合の原因として該当するものはあるか。

1 旅行社自体の利益が少ないため、バス会社に対してつい法令違反の要望（金銭面も含めて）をお願いしてしまうことがある。	6 社	5.00%
2 旅行社自体の利益はたとえ少額であっても、バス会社には法令違反となるような仕事の依頼（金銭面も含めて）は絶対に行わない。	69 社	57.50%
3 その他	45 社	37.50%
計	120 社	100.00%

「反対する」旅行会社である。最も多い選択肢は、「2 旅行社自体の利益は少額であっても、バス会社には法令違反となるような仕事の依頼（金銭面も含めて）は絶対に行わない。」の69社/120社（57.50%）と約6割に近いパーセンテージとなった。

これに対し、1の選択肢「旅行社自体の利益が少ないため、バス会社に対してつい法令違反の要望（金銭面も含めて）お願いしてしまうことがある。」を選んだ会社数は、わずか6社/120社（5.00%）にすぎないという結果となった。この結果と後述する総務省の調査結果（第5節で詳述）との乖離はどのように考えればよいのであろうか。この乖離について考えられる大きな要因としては、総務省が調査したのはバス会社に対するものであり、しかも本稿のような中小・零細の旅行会社に絞り込んだものかどうかは不明という点である。本稿のように、中小・零細の旅行会社の場合は、図表8の「その他」に数多く列挙されているように、旅行会社が元請けで、バス会社が下請けという関係を築いておらず、両者の関係は対等と見る方が自然であること。しかし、中には旅行会社、ランドオペレーター、バス会社に太く特別な関係を築いているものもあると考えられ、そこでは上述のような対等な関係性が維持されているかどうかは不明であり、「その他」の中でのべられているように、とりわけ大手の旅行会社にはこうした元請けと下請け（バス会社）という関係を築いているケースがあると思われる。したがって、1の選択肢を選んだ会社数（割合）が6社（5%）しかないのは、旅行会社自体の力関係が、バス会社に対して強い立場とはいえない中小・零細の旅行会社であるということが大きく起因しているように考えられる。

図表8の「その他」の主だったものを、列挙すると以下のようである。

- ・法令そのものが、役所的で時間料金の規制は、消費者のためになっているとは思えない。
- ・お客様に適正な料金を説明する事の方が大切であり、一部マスコミの安さ絶対の風潮を改めない限り、この様なことはいつも起こりうると思います。
- ・旅行会社（元請け）、バス会社（下請け）という関係自体当社には存在しません。
- ・対等で互恵関係である基本を見失うな。
- ・当社では下請けバス会社との考えはありません。
- ・現状は事故以来、コース作成→バス会社の見積もりをもらう→お客様に提示のようにすべてバス会社に運賃、料金の決定権がある。また、大手を除けば下請け、元請けが、一般企業との関係とは違う。
- ・どの業種でも要望の交渉は、当然だと思うが、法令違反をする企業自体に問題がある。バス会社との取引の少ない旅行会社または小さな旅行会社では、バス会社に要望、料金交渉などまったく聞いてもらえない。旅行会社、ランドオペレーター、バス会社に太く特別な関係があるからではないでしょうか。
- ・本来、下限運賃以下で手配ができない。そのようなバス会社とは取引していません。
- ・当社では、消費者に法令の料金を守って下さるようお願いしてその料金を提示しています。
- ・我が社は、旅行会社と共にバス事業を営んでいる。自社から他社に運行依頼する上では、法令運賃は遵守する。他の旅行社からの運行依頼がある場合、法令違反の場合もありうる。数万円のために、15～20万円の仕事を失うのはもったいないのが現実。
- ・それ程全てのバス旅行が薄利ではない。バスに関しては、一切値切りません。ただし、値切って安値販売する業者やバス会社が直販するケースもしばしば聞くので、バス旅

行が売上比率の多くを占める業者にとっては死活なのかと考えます。何においても、企業努力次第かと存じます。

- ・旅券販売のみ行っているの、その点はわかりません。
- ・考えていない。バス会社と旅行会社の関係は対等である。
- ・バス会社も法令違反をしてまで受けなければ良い。→受けることを許すバス会社の資質。法令違反を知っていて委託する旅行者→コンプライアンスができていないダメな会社。今回の事故は、受ける側も頼む側も両方がダメな会社であった末路。頼む側がしっかりしていればそもそも頼まないし、頼まれる側も法令を破ってまで受けてしまったが、断っていれば事故はなかった。当然の結果。
- ・法令を遵守した範囲内で料金交渉は行いが、法令違反をしてまで料金を下げて仕事を請け負うようなバス会社とは取引をしない。
- ・旅行会社とバス会社は、製造業や建設業などのように、元請けと下請けという思考ではなく、あくまでも、顧客の希望や満足感をいかに叶えていくか、共に考えるパートナーとして捉えているので、ある程度の利潤があればよしと考えている。また、顧客の方へも、このくらいのバス代は必要ですと理解をしてもらっている。
- ・お客様の要望に100%応えられないことも多々ある。
- ・一昨年のバス代改正以後、下限を下回る契約は無く、故にバス代の高騰に苦しんでいる。事業者のコンプライアンスの問題であり、規制緩和でバス事業者の乱立も起因している。
- ・白バス営業を先に取り締まる方が先、レンタカーの運転手、派遣についても取り締まりを強化すべき。

- ・元請けの旅行社、下請けのバス会社という関係は成り立たないと思います。あくまで消費者重視の立場で仕事をしております。
- ・募集物（主催）と請負（代売）によって条件は異なるが、年々、旅行会社の収益は、構造的に下落が止まらない。末端価格（表示価格）を押さえなければ、競合に勝てない。さらなる法の規制をかけたところで、法の目をかいくぐる動きは必ず出てくる。イタチごっこというところ。
- ・安さを求める消費者に問題が有り。こういう流れを作ってしまった結果です。安い→悪い何かある？と考えるべき。
- ・今回の案件は、主にツアー会社に多いと思います。旧態依然としたいわゆる「タタキ」が行われているところもあるようです。当社は、「募集型ツアー」会社ではないので、バス会社の提示する料金を基に交渉しております。（*上下幅が有るため）
- ・大手旅行社とは異なり、元請け、下請けの意識は全くもっておりません。
- ・平成27年4月1日に施行実施のバス協によるバス運賃体系はすでに立場が逆転しており、元請けの旅行社（お客様と直接対峙する者）よりバス会社自体の方が強い立場です。（シーズン、オフシーズン、ショルダーシーズンを問わず、バス自体の台数が足りていません。ドライバーも不足しております。昨今の海外旅行社（外国の方）の訪日も増え、ますます不足しております。すでに完全に旅行社よりバス会社の方が立場は上です。）したがって、この辺りに落とし穴があると思います。要するに、仕事を受けてくれるバス会社をリサーチするうちに、「イーエスピー」のような影のバス会社に依頼せざるを得ない時が発生する事になります。ただし、当社は、バス代は値切ったりしません。バス協の目が光ってい

ますし、陸運局も目を光らせているので。

- ・交渉はしても、バス会社の言い値で決まる。
- ・そもそも該当するようなバス会社と取引をした事がない。
- ・旅行社とバス会社共に win, win の関係を維持、そのため消費者（お客様）に納得してもらっている。
- ・資本主義、自由競争だから当たり前。

また、図表8の「その他」では、非常に多く
の見解が示されているが、今回の軽井沢スキー
バス事故の問題についていえば、つぎの見解は、
この事故の本質を良く捉えているように思われ
るので、ここに再掲示しておく。「バス会社も
法令違反をしてまで受けなければ良い。→受け
ることを許すバス会社の資質。法令違反を知っ
ていて委託する旅行者→コンプライアンスが
できていないダメな会社。今回の事故は、受け
る側も頼む側も両方がダメな会社であった末
路。頼む側がしっかりしていればそもそも頼ま
ないし、頼まれる側も法令を破ってまで受けて
しまったが、断っていれば事故はなかった。当
然の結果。」このように、旅行会社もバス会社
もコンプライアンスに対する認識が希薄な会社
が、まだまだ存在することを示唆する見解とし
て、今後の消費者保護をさらに強化していく上
で重要な現状認識の見解といえよう。

図表9の「その他」の主だったものを、列挙
すると以下のものである。

- ・存在を知りませんでした。
- ・当社は、直手配のみなのでわからない。
- ・バスの依頼はランドオペレーターを通して
いない。
- ・オペレーターを使用しても下限額を下回る
バス手配はしていない。
- ・当社は、「ランドオペレーター」は使って

おりません。

- ・バス会社に直、手配する。
- ・そのようなオペレーターを使った事があり
ませんので分かりません。
- ・バス会社に直接手配しており、ランドオペ
レーターは利用していない。
- ・ランドオペレーターの仲介会社は、通常利
用しておりません。
- ・ランドオペレーターを利用した事がないの
でわからない。
- ・バス会社の提示する料金（ランドオペレ
ーター）で手配依頼。
- ・日本より海外旅行を企画する場合は、必ず
ランドオペレーター（相手国）を利用します。
- ・利用したことがない。
- ・当社は三種旅行社のため、オペレーター利
用なしのため特段の意識はなし。
- ・昔からシーズンになるとバスが無くなり台
車屋（ランドオペレーター）をお願いする
ことがありましたが、現在はバスの台数も
増え続け余り必要が無くなったが今回のバ
ス事故の件は、一般の旅行会社とは違い年
間でバスを使うから安くしてもらっていた
はず。今回はキースツアー自体が問題であ
る。（安く値切って台車をお願いしている
一般の旅行会社が同じにされると困る。）
- ・ランドオペレーターは、時と場合により、
旅行者寄りとバス会社寄りとを分けてい
るように思う。（閑散期、繁忙期）
- ・我が社は、20年以上会社がありますが、
今まで低価格でバスを頼んではいないし、
バス会社も受けてはくれません。
- ・既存の取引先と国の指導通り最低運賃を下
回らないよう、しっかり意志が通じており
ます。
- ・利用したことがないので不明です。通常、
海外旅行の手配にランドオペレーターを利
用しているが。

- ・私共の会社は、ランドオペレーターとの関わりがありません。
- ・ランドオペレーターとは、旅行会社の依頼を受け旅行先のホテル、食事場所、ガイド、交通機関などの手配予約を専門に行う会社です。海外に支店などがある大手旅行会社以外は、現地に詳しいランドオペレーターに手配予約を委託している。(中略) 当書面にあるランドオペレーターとは、本来の意味が異なると思いますが、この書面で述べられているランドオペレーターとは、単なるバス会社と旅行会社の間に入る中間業者です。一般消費者との接点は無く B TO B です。また、この中間業者は、旅行業資格を有しているものと、無資格のまま、ブローカーとして事業をしている業者もいます。ですので、こういった業者にも旅行業の登録をさせて法規制をかけるべきだと思います。
- ・通常は、ランドオペレーターを介さず、バス会社と直接交渉を行っている。
- ・双方の利益のためには良いこともあるが、ある程度規制した方が良いかもしれない。
- ・旅行会社自体が旅行業法という仲介業者であり、さらに仲介する業者が存在することを取り締まるべきと考えます。
- ・旅行業、1種、2種、3種においてのランドオペレーターの意味合いが変わります。ランドオペレーターはそもそも旅行業者が企画した行程に沿い金額を出し、受ける業務です。そのうえで、バス手配、ホテル、食事、観光が組み込まれているのでは？
- ・規模の小さい旅行社は、バスの手配が困難となる。ランドオペレーターが間に入り、相方の橋渡し役をしている。
- ・ランドオペレーターの内部迄はわからない。
- ・ランドオペレーターはあくまでも仲介バス会社の紹介であり、実際に運行するバス会

社が安全かどうかは、旅行会社にも管理責任がある。

- ・ランドオペレーターは、消費者に直接販売する事はできない(旅行業法違反)ので、旅行業者を介する業務として成り立つ。但し、旅行業者はオペレーターによっては業務に精通しているものが多く、頼ることもある。
- ・ランドオペレーターの間搾取の金額が大きい(15～27%)。貸切バス法定料金で見積もって搾取されたら、バス会社は利益が出ない。ランドオペレーターに関して、旅行業法上、規制がないことが問題です。
- ・弊社は、ランドオペレーターは不要と考えます。
- ・利用したことがないので、分かりません。

図表9は、「(問5)『ランドオペレーター』と呼ばれる旅行会社とバス会社との仲介業者についてお尋ねします。該当する番号を○で囲んで下さい。」という問の選択肢3つから選んで頂いた。しかし、ここでも複数の選択肢に回答した会社が3社程あったため、合計105社を母数としてパーセンテージを算出している。

最も多かった選択肢は、「2 旅行会社とバス会社を仲介する『ランドオペレーター』と呼ばれる業者の存在は、旅行業法を適用するよう法規制すべきである。」という選択肢であり、48社/105社(45.71%)であった。しかし、この選択肢にほぼ匹敵する選択肢は、「3 その他」の42社/105社(40.00%)であり、何故この「3

その他」が多くの回答となったのか、その理由は「その他」の内容を見ると明らかとなる。すなわち、中小・零細の旅行会社の場合には、ランドオペレーターを通さない、あるいは利用しないという見解が多いのである。もちろん、ランドオペレーターと呼ばれる仲介業者を利用している旅行会社もあるが、「ランドオペレー

図表 9 (問 5) 「ランドオペレーター」と呼ばれる旅行会社とバス会社との仲介業者についてお尋ねします。
該当する番号を○で囲んで下さい。

1 旅行会社とバス会社を仲介する「ランドオペレーター」と呼ばれる業者の存在は、どちらかという旅行会社の要望に沿った手配をすることが多いという実態がある。	15 社	14.29 社
2 旅行会社とバス会社を仲介する「ランドオペレーター」と呼ばれる業者の存在は、旅行業法を適用するよう法規制すべきである。	48 社	45.71%
3 その他	42 社	40.00%
計	105 社	100.00%

ターの中間搾取の金額が大きい (15 ~ 27%)。貸切バス法定料金で見積もって搾取されたら、バス会社は利益が出ない。ランドオペレーターに関して、旅行業法上、規制がないことが問題です。」という実態をのべ、中間搾取を行うランドオペレーターの存在に何らかの規制をすべきという意見も一定数見られる。

反復するが、日本経済新聞、2016 年 3 月 26 日付けの記事では、「国土交通省などは、旅行会社などを仲介する『ランドオペレーター』と呼ばれる業者に罰則を含む法規制をかける検討を始めた。(中略) キースツアー、イーエスピーを仲介したランドオペレーターを所管する法令はなく、国交省などは行政処分や指導をすることができなかった。同省は、有識者による検討委員会で法規制のあり方を議論し、今夏をめどに最終報告書をまとめる。

外国からの観光客が利用するツアーでは、ランドオペレーターがバスの手配から宿泊先確保

まで、旅行会社と同様に企画に携わるケースが増えている。このため、事故以前から法規制を求める意見が上がっていた。旅行業法が定める旅行会社は、都道府県や国に登録することが義務付けられており、バスなどの安全運行を怠ったり、国の基準を下回る運賃で契約したりすると、同法に基づく処分の対象になる。

ただ、旅行者と直接かわからない、ランドオペレーターには同法は適用されず、現状では事故などが発生しても法的な責任を問えない。」のが現状であり、一刻も早く国土交通省による検討委員会の最終報告書が待たれるところである。

図表 10 は、「問 6 今回の事故は、率直なところ主にどのような要因が事故につながったとお考えですか。あえてこの要因が最も重大であると思う番号を○で囲んで下さい。」という設問に対し、4つの選択肢から選んで頂いた。ここでも複数回答を行った会社があるため、合計

図表 10 (問 6) 今回の事故は、率直なところ主にどのような要因が事故につながったとお考えですか。
あえてこの要因が最も重大であると思う番号を○で囲んで下さい。

1 元とはいえば、旅行会社の「キースツアー」がバス会社の「イーエスピー」に本来支払うべきバス代金を減額したことで、「イーエスピー」の交通安全の意識が薄れたことにある。	1 社	0.79%
2 バス会社「イーエスピー」の交通安全管理体制がしっかりとなされていなかったことにあり、その安全体制には事故をおこしたバス運転手の研修等の不足や不適格さも含め、直接的には「イーエスピー」の犯した事故といえる。	72 社	57.14%
3 元請けの旅行会社「キースツアー」が下請け化した「イーエスピー」に金銭面の減額の要求や交通安全管理体制の指示等を怠ったことが事故の主因といえる。	15 社	11.90%
4 その他	38 社	30.16%
計	126 社	100.00%

の会社数は126社となった。選択肢として最も多かったのは、「2 バス会社『イーエスピー』の交通安全管理体制がしっかりととなされていないことにあり、その安全体制には事故をおこしたバス運転手の研修等の不足や不適格さも含め、直接的には『イーエスピー』の犯した事故といえる。」を選んだ会社で、72社/126社(57.14%)にのぼった。1と3の選択肢は、多少のニュアンスと異なるものの、いずれも旅行会社「キースツアー」の方に事故の主因(「金銭面の減額の要求」は1と3で共通、3ではさらに「交通安全管理体制の指示等を怠った」が含まれている)があると回答しており、1と3を合わせると16社/126社(12.70%)の会社が旅行会社の「キースツアー」側に主因があると考えている。これは、バス事故を直接的な主因と考える旅行会社が過半数を超えているものの、ではそのバス会社はどうしてバス事故につながるような高速道路からの下道(一般道)への変更や、不慣れなバス運転手に運転を任せたのかという原因の究明をしていくと、そもそもの旅行会社「キースツアー」の側に重大な法令違反があったからではないかと考えて選択したに違いない。

12.70%と低い回答率ではあるが、事故を直接的に起こしたバス会社の責任も重大であるが、こうした事故を招ききっかけを作ったのは旅行会社の「キースツアー」という会社であるとする見方を、同じ旅行業界の方々が選択し、回答している点でその意義は高く評価されよう。

図表10の「その他」の主だったものをみると、その見解は、次の4項目にほぼ整理することができる。

第一は、旅行会社「キースツアー」とバス会社「イーエスピー」の双方とも悪いとする見解。

第二は、バス会社に特に問題があるとする見解。

第三は、国のバス会社に対する規制緩和政策や国土交通省の責任を問う見解。

そして、第四は、値段の安さだけを追求する

消費者(顧客)の意識に問題があるとする見解。
これらの4つの見解にほぼ収斂できるが、一つ気になる点は、消費者が値段の安さだけを追求することを問題としている見解があることである。確かに消費者心理・行動というのは、経済的負担が軽ければ、そちらの値段の安い方を選択する傾向があろう。しかし、値段が安いことと、自分の命や安全が損なわれるというのであれば、それはまた別次元の要素が加わることを意味し、それを前提とすれば値段の安さを果たして選択するであろうか。

値段が安くても、旅行会社やバス会社の安全管理を信じて契約しようとするのが、一般的な消費者(顧客)の心理・行動ではないであろうか。旅行の値段が安いことが、まさか自分達の命のリスクや安全管理のずさんさにつながるとまでは考えてまい。つまり、消費者(顧客)は、旅行という商品を企画し、運営する旅行会社やバス運行会社の経営実態を知る術がないが故に、あくまでも旅行業者を信頼し、その身を預ける以外に方法はないのである。

値段の安さだけを追求する消費者(顧客)の意識に問題があると考えている旅行会社は、おそらく潜在的にも顕在的にも案外多いのではないであろうか。その認識に旅行会社と消費者との間にずれがあるように感じる。旅行会社に従事する人も、所変われば消費者として行動してしよう。はたして、すべからく「安さだけを追求」して行動しているのであろうか。単に経済的負担は軽い方がよいとの心理で、行動してはいまいか。まして、自分の生命のリスクが関わっているという安全管理体制の実態を知る由もない立場にあれば、単純に経済的負担の低い方を選択するのが消費者心理というものではなかろうか。

したがって、格安ツアーを企画して消費者を集めようとする旅行会社は、バス会社の安全管理体制を第一義に考えた上で旅行の企画や旅行代金を決めるべきなのであり、バス会社に対し

て基準運賃の下限をさらに下回る料金を要求するなど決してあってはならないことなのである。そのような一定の旅行会社のバス会社に対する不当な要求が、バス会社の安全管理体制の不備に悪影響を与える結果となっているとすれば、そうした実態にはさらなる制度上の改革が求められよう。それは、例えばであるが消費者と契約する旅行会社は、バス会社に支払うバス代金と基準運賃の説明責任や、直近の財務状況や経營業績の状況を消費者から求められた時には閲覧等のかたちで開示することが必要であると思われる。もちろん、そうした財務状況の内容が粉飾されているは何の意味も無いものになってしまうので、徹底した会計監査制度が前提となることはいうまでもないであろう。

「キースツアー」や「イーエスピー」だけが特殊な会社で、他の旅行会社の大部分はそのような法令違反とは無縁であるとしても、消費者(顧客)からすれば、旅行会社の窓口やインターネットのホームページで、旅行企画に関する情報と、その旅行代金に関する情報しかほぼ知る術は無いのである。

まさか、旅行会社とバス会社との間で法令違反を犯すような行為が行われているとは全く知らされない。そのような知らされない情報こそ、本来消費者が知るべき情報なのである。消費者は、信頼できる旅行会社と信じて旅行契約を交わす。その信頼性をもっと確固なものとするためにも、上述のような閲覧の制度は消費者保護の核心になると思うのである。

図表 10 の「その他」の主だったものを、列挙すると以下のようである。

- ・イーエスピーの法令に対する認識のなさが主な原因
- ・夜行バスという問題が大きいと思います。
- ・「キースツアー」のバス代金減額、「イーエ

スピー」の安全管理体制の甘さの両方が原因。

- ・ 一分の旅行者・バス業者のモラルの低下とずさんな安全管理が原因と考える。
- ・ どちらが悪いというなすりつけ合いではない。両方悪い。
- ・ ツアーに問題があり。
- ・ 関越での事故後、貸切バス代の見直しが国土交通省主体で行われたが、運転手さんの優遇策に変わる会社、変わらない会社が存在している様で、要は、安全管理体制の整った会社を利用していくより方法はないと思う。
- ・ バス会社が法令を遵守していない。特に地方にあるバス会社は、自らお客様に下げて仕事をしているため。
- ・ 規制緩和によるバス会社の乱立。事業者のコンプライアンス意識の欠如。
- ・ 何が最も重大であるかという以前に、バス会社の規制緩和を行った政府の経済向上の政策によるところが大きいと思います。
- ・ バス会社の認可だけどんどん行い、監査、取り締まりをほとんどしなかった。国交省の責任は、バス会社の次に重い。査察を事故後に世論に押されてかなりやったが、以前からやっていたらイーエスピーは認可取り消しになるか、行政指導のもと法令を守った会社になっていた可能性がある。法律を作っても見張り役が機能しなければ何にもならない。
- ・ 安心・安全の意識の欠落であり、顧客の意識も問題あり。
- ・ バスドライバーの労働条件の低さが原因。よって、ドライバーは複数の会社を渡り歩く。年をとっても仕事を続けざるをえないので、事故を招く率が高くなる。
- ・ バス運転手の能力不足。
- ・ 消費者の低価格志向。
- ・ 大型バスの運転の自信のない人を面接で採用するという、そもそもの基本がおかしい。

普通，不採用である。

- ・ ネット社会でお客様と企業の顧客化が薄れ，お客様（消費者）が単に値段の安さだけを追求していく傾向にある。
- ・ バス会社として基本的な事が実施されていない所に問題があると思う。（格安で受注してそれが原因では。バス会社として問題がある。）

図表 11 は，「（問 7）今回のような事故の因果関係を考えて，御社の場合でもいつ発生してもおかしくないケースであったと思いますか。該当する番号を○で囲んで下さい。」という設問に対する回答を集計したものである。回答合計 118 社の中で最も多かった選択肢は，「2 そのようには考えない。」の 49 社 / 118 社（41.53%）であり，「1 そのように考える。」26 社 / 118 社（22.03%）のほぼ 2 倍近い回答率となっている。しかし，回答会社総数からみれば，半分にも満たない 41.53%という割合の会社だけが，こうした「キースツアー」と「イーエスピー」のようなケースには当てはまらないと回答しているのであって，そのように考えると過半数の旅行会社は，自分たちもこのようなケースに出会う可能性があることを潜在的にせよ示しているといえよう。

図表 11 の「その他」の主だったものを，列挙すると以下のようである。

- ・ 添乗業務を行う際，ドライバーが眠くならないように注意をしている。
- ・ 使い方で変わる。消費者保護は会社の保護にもつながる。
- ・ 事故はバス乗務員（本人）の責任です。
- ・ 法令を遵守しても事故は起きる。持病のない運転手が，運転中に発作を起こす事もある。航空機事故だってそのような事，ヒュー

マンエラーの重なった時にあるように。

- ・ 労務管理のありようを考えれば当然ありうる事だが，消費者の費用対効果に対する考え方も問題と思われる。
- ・ 当社もバス会社の選別を厳格実施しているが，増益したバス会社でもドライバーの給与に反映しない現状から，募集すれどもドライバー確保困難でバイトに頼らざるを得ず，車輛も更新できないバス会社は淘汰も時間の問題。
- ・ そのようには考えますが，信頼おけるバス会社を選定しております。
- ・ また同じ様な事故が起こると思う。
- ・ バス代を上げても安全・事故防止に関係ない。日雇いドライバーが次の仕事まで，3 日間の休日があっても，その休み 3 日間を長距離トラックのドライバーのアルバイトをしていたりする。そこまでわかっていない国交省がバス代を上げても，中小のバス会社は儲かって仕方ないから，新車を購入したり，事務所を建てたりしているではないか。
- ・ 事故の原因とは別に，バス業界の労働条件，高齢化が深刻になってくる。
- ・ 信頼のおけるバス会社の利用しかない。
- ・ バス会社とは別会社であるため，他社の事には色々口出しが難しい。旅行会社としては，当然安全管理体制をしっかりとやっているものと考えている。

図表 11（問 7）の「その他」の主だった見解についてコメントしたい。

ここで述べられている見解は，これまでに述べられてきたものと重複するものもあるが，あえていうならば，過当競争下にあって苦しい経営状況にある中小・零細の旅行会社自身の法令違反の行為について述べている見解はほとんど見られない。むしろ，バス会社やバス業界のことに関心があるようで，バス業界における人手

図表 11 (問 7) 今回のような事故の因果関係を考えると、御社の場合でも、いつ発生してもおかしくないケースであったと思いますか。該当する番号を○で囲んで下さい。

1 そのように考える。	26 社	22.03%
2 そのようには考えない。	49 社	41.53%
3 わからない。	11 社	9.32%
4 その他	32 社	27.12%
計	118 社	100.00%

不足や高齢化の問題を取り上げたり、中小のバス会社が儲かっている状況の説明、ひいては法令を遵守しても事故は起きる（運転中の発作と
いった理由で）といった見解も見られる。だから、法令遵守しても意味がないとでもいいたいのであろうか。はたして、これまで数多くのバスの重大事故が起きているが、そのうち何件が法令遵守をしていたにもかかわらず、運転手の発作が原因で起きた事故なのか責任をもって説明
できるのであろうか。あまりにも、法令の遵守を甘く、軽く見てはいないかと思える見解であるといえよう。

4 旅行業界へのアンケート結果の総括的評価

これまでは、旅行業界、とりわけその旅行業の経営が比較的苦しいとされる中小、零細の旅行会社に対して行ったアンケートの結果を基に、消費者保護の一環として自らの会社の業績および財産の状況を、契約時に閲覧させるという提案に、「賛成」、「反対」、「わからない」という選択肢を設け、また種々の角度からの設問に回答頂いた結果を図表化してそれぞれの状況を考察してきた。

このように、消費者に対して契約会社の財務諸表を閲覧させるという提案に対する回答は、「住宅建築・不動産業界」と「旅行業界」とではまったく正反対の回答結果となっている。どうしてこうした結果になったのかについて明確

な理由はわからないが、次のようなことは言うことができよう。

「住宅建築・不動産業界」の場合は、消費者に対して問題となることは主に前払金のようなお金の問題であり、人命に直接関わるようなことは無い。したがって、顧客である消費者保護の観点から自社の財務状況を閲覧させることは、顧客の不安を払拭させた方が業界のイメージや業界の発展につながるとみなすこともできよう。事実、先にアンケートを行った「住宅建築・不動産業界」では、上述のような財務状況の閲覧について、「賛成」と回答した会社 99 社 (154 社中) は 64.3%であったが、賛成とした理由の選択肢として多い順に示すと、上場企業では 22 社中 12 社 (54.6%) が「消費者保護の積極的手段となる」を選択し、次いで「消費者の被害の減少が期待される」で 50.0% (22 社中 11 社)、そして「住宅建築業界のイメージ改善に貢献する」で 36.4% (22 社中 8 社) を占めていたのである。こうした賛成理由は、非上場会社の場合にも順位こそ違うが、選択肢の 3 つは同じである。すなわち、非上場企業の回答数合計 132 社のうち、当該提案について「賛成する」とした回答数の割合は、60.6% (132 社中 80 社) であり、5 つの選択理由のうち最も高い割合を示したのは「消費者の被害の減少が期待される」で、61.3% (80 社中 49 社) がこの理由を選択している。次いで高い割合を示しているのが「消費者保護の積極的手段となる」で、56.3% (80 社中 45 社)、次いで「住宅建築業界のイメージ

改善に貢献する」の53.8%, 88社中43社)となっており(伊藤秀俊稿「消費者保護のための会計に関する一考察」117頁), これら3つの選択肢が主として消費者に対する自社の財務状況の閲覧に賛成する理由であることが理解できたのである。これに対して, 「旅行業界」の場合は自社で集客した消費者がバスや飛行機等で旅行することから, 単にお金だけの問題ではなく事故, とりわけ人命事故が起きた時にはバス会社や航空会社だけではなく, 旅行を企画した旅行会社にも旅行の企画に事故につながるような原因がなかったかという責任が問われる場合がある。したがって, 「住宅建築・不動産業界」の場合とは異なり, 人命事故が起こりうるという重大な社会的責任を負う場合もあることを前提にしてこの「旅行業界」を見ていく必要があるように思われる。

ここで, 本提案に対する賛否の状況を従業員数の規模別に区分して見ていくことにしよう。図表12「従業員数の区分別賛否の割合」が, それである。

図表12は, 本アンケートに回答した有効回答の旅行会社を従業員数の区分別⁽²⁾に, 「賛成」の会社数と割合, および「反対」の会社数とその割合を示したものである。

この図表から明らかになったことは, 従業員数1名から10名までの零細会社ともいえる会社の場合, 本提案に「賛成する」と回答した会社数とその割合は, 17社/27社(62.96%)と6割を超えていること。それとは対照的に, 従業員数11名から31名以上の零細というよりは比較的に零細よりも一回り規模の大きな会社では, 本提案に「賛成する」と回答した会社数とその割合は5社/27社(18.52%)と, 2割にも満たないということである。

同様に, 本提案に「反対する」と回答した会社数と割合は, 従業員数1名から10名以下の零細会社では, 64社/102社(62.75%)とほぼ「賛成する」と回答した会社の割合と同水準の結果となっている。同じく, 本提案に「反対する」と回答した11名から31名以上の従業員数の会社数とその割合は, 19社/102社(18.63%)と, これもまた「賛成する」と回答した結果とほぼ同水準のパーセンテージとなっているのである。

このように, 本提案に「賛成する」とした会社27社と「反対する」とした会社102社の間には, 圧倒的に反対の数が多いにもかかわらず, 従業員の規模別でみると, 従業員数が10名までのいわば零細規模の旅行会社が, 賛成の割合と反対の割合においてほぼ同じ割合の6割強を示す結果となっている。したがって, 本提案に

図表12 「従業員数の区分別賛否の割合」

	従業員数 1名	従業員数 2～5名	従業員数 6～10名	従業員数 11～20名	従業員数 21～30名	従業員数 31名以上	従業員数 無記入
賛成	3社/27社 (11.1%)	11社/27社 (40.7%)	3社/27社 (11.1%)	2社/27社 (7.4%)	2社/27社 (7.4%)	1社/27社 (3.7%)	5社/27社 (18.5%)
反対	5/102 (4.9%)	46/102 (45.1%)	13/102 (12.7%)	8/102 (7.8%)	2/102 (2.0%)	9/102 (8.8%)	19/102 (18.6%)
わからない	4/44 (9.1%)	15/44 (34.1%)	6/44 (13.6%)	4/44 (9.1%)	3/44 (6.8%)	7/44 (15.9%)	5/44 (11.4%)
計	12/173	72/173	22/173	14/173	7/173	17/173	29/173
100%	6.94%	41.61%	12.72%	8.09%	4.05%	9.83%	16.76%

賛成する会社においても、逆に反対する会社においても、従業員数10名以下の旅行会社の見解が6割以上反映しているということが確認できた。

本提案は、会社の資本力や規模を問わずすべての旅行会社に対して、消費者である顧客の経済的被害を回避するために少しでも寄与する方策として考えたものである。すなわち、旅行会社の顧客が旅行代金の前払いあるいは旅行代金の全額を契約時に支払う際に、当該旅行会社の直近の財産の状況や経営業績を、顧客の求めに応じて閲覧させる（粉飾を回避するため会計監査済みの財務諸表）仕組みを消費者法の中に何らかの形で規定化してはどうかというものである。

このような内容の消費者保護の強化策は、とりわけ中小・零細の旅行会社にとっては厳しい要求であると思われる。したがって、これまでのアンケートの結果で見てきたように、本提案への反対の立場の意見が過半数を占め、「その他」の選択肢でもこうした提案について様々な主張や見解が見られた。しかし、総じてこのアンケートにおいて特に問題とした「キースツアー」と「イーエスピー」の法令違反の行為については、特殊なケースとして見ているくらいがあり、どちらかといえばバス会社の安全管理体制の不備を指摘する意見が多いように感じた。また、中小・零細の旅行会社という視点からは、大手の旅行会社では元請けと下請けのバス会社という関係が築かれ、そこに基準運賃の下限を下回る要求が旅行会社から突きつけられる現実があるとの見解も見られた。しかし、それは大手の旅行会社だけではなく、一定の中小の旅行会社にあってもそうした関係を築き、法令違反を行っているとのアンケート結果（「賛成」の会社では3社、「反対」の会社では6社）が出ていることを明らかにできた。

また、旅行業法そのものが消費者保護を目的としたものであり、旅行業法に準拠して登録更

新時に会社の財務諸表を、当該官庁に提出していること、さらに供託金制度の規定があるので、それをもって消費者保護を十分に実施しているから、これ以上の消費者保護は不要との見解が数多く見られた。しかし、次節において詳しく述べるが、「てるみくらぶ」の経営破綻によってその粉飾決算の経営実態と消費者の経済的被害の大きさが明るみになり、現在の消費者保護制度である供託金制度や会計監査のない財務諸表の提出制度では、現実的に消費者保護が不十分な制度であることを露呈する結果となった。既述のように、本アンケートの回答において、ほとんどの旅行会社は旅行業法に準拠していることをもって、消費者保護はすでに実施されていると認識しているようであった。この認識を変革しない限り、また同様な消費者被害が起きることになろう。

さらに、格安ツアーを利用する消費者行動に対しても、批判的な見解が比較的多く述べられていた。これについても、既述のように消費者は、一定の旅行会社が犯している法令違反やバス会社の法令違反について、そうした内部事情を知る立場あるいは説明を受けているならば、決して自分の命のリスクが高くなるような旅行の選択はしないであろう。あくまでも、安全管理体制が確立されたとみなした上での料金比較をしているにすぎないのではないだろうか。その意味では、旅行会社やバス会社を信頼して消費者は行動しているといえよう。料金の安い方を志向するからといって、このような大事故に巻き込まれた顧客（格安ツアー客）を批判するのは、消費者に信頼されている立場の人間が言うことではない。むしろ、こうしたずさんな安全管理体制や旅行会社（およびランドオペレーター）とバス会社との運賃交渉の実態を知らされていないことが問題なのであり、もし法令違反を犯している旅行会社とわかっていれば、いくら格安の値段であっても消費者の不信感を買うこと

になり、旅行契約自体を回避するに違いない。

5 「てるみくらぶ」の経営破綻の社会的影響と消費者（顧客）保護対策

「てるみくらぶ」が経営破綻となり、2017年3月27日に「東京地裁に自己破産を申請し、破産手続き開始の決定を受けた。負債額は約151億円。代金を支払い済みの顧客は8万～9万人とみられ、旅行代金の債務は約99億円。」（日本経済新聞、2017年3月28日付け）といわれており、その社会的責任は重いといわざるをえない。

急成長してきた知名度の高い旅行会社「てるみくらぶ」の経営破綻は、旅行者である消費者に対して甚大なる経済的被害をもたらした。またしても企業の社会的責任の欠如を、社会に知らしめた事件が発生したといえる。「てるみくらぶ」の社長は、過去数年に渡って債務超過の財政状態を隠し、ずっと赤字経営であったものを粉飾決算を行うことで、消費者を欺いてきた。こうした過去の累積が、経営破綻とせざるを得ない事態を招いたわけである。こうした非上場企業に対する会計監査の不備と財務実態の不明瞭さが、大きな経済的被害を消費者にもたらしたのであり、消費者保護の政策をこの機会に真剣に検討し、何らかの制度として機能するようになさなければならないであろう。

日本経済新聞が2017年8月3日付けで報じた消費者保護策を、以下で引用しておこう。

さらに、筆者は、上述の国土交通省、観光産業課担当新井氏へのインタビューにおいて、観光庁の作業部会が2017年8月2日に、旅行会社「てるみくらぶ」の経営破綻を受けた消費者保護策を了承したという内容を取り上げ、その概要をのべて、これらを大手の旅行会社だけでなく、中小・零細の旅行会社にまで適用する予定は無いのかを尋ねた。

残念ながら、同氏の見解は、それ以上の状況は把握していないというものであった。観光庁の作業部会がまとめた消費者保護策は、大手旅行社を対象としたものであり、「国内外の旅行を取り扱える『第1種旅行業者』が対象となる。」すなわち、こうした観光庁の作業部会がとりまとめた消費者保護の新たな対策は、国土交通省の観光産業課に尋ねて回答を受けた通り、中小や零細の旅行会社への適用を念頭に置くものではないようである。

例えば、2017年7月28日に総務省は国土交通省に対し、つぎのような勧告を行ったという新聞記事が見られる。すなわち、「総務省は28日、長野県軽井沢町のスキーバス転落事故を受けた調査で、安全運行に影響する長時間労働や低運賃での契約が多数あったとして、貸し切りバス事業の指導強化を国土交通省に勧告した。運転手の39.6%が国の基準を超える長時間労働を経験し、事業者の35.7%は国が定めた下限を下回る運賃で契約したことがあり、法令順守の徹底を強く求めた。調査は昨年9月、全ての貸し切りバス事業者と運転手千人を対象に実施。2692事業者（回収率64.9%）と運転手538人が答えた。労働時間に関する国交相告示は、1日の拘束時間が16時間まで、連続運転は4時間以内などと規定。（中略）バス事業者への調査では、労働時間規制を守れない運行を旅行者に求められたとの回答が39.1%あった。下限運賃より安い金額を提示されたことがある事業者は、契約に至らなかったケースを含め48.3%に達した。総務省の担当者は『契約先の無理な要求に応えようとすれば、長時間労働で対応することになる』と指摘した。」（日本経済新聞、2017年7月29日付け）

この記事の中で、旅行会社に注目して頂きたいのは、先ず労働時間規制を守れない運行を旅行者に求められたとして回答したバス事業者の割合が、約40%（39.1%）も存在していること、

そして下限運賃より安い金額を(旅行業者から)提示された(バス事業者)の割合は、契約に至らなかったケースも含めると約 50% (48.3%) にものぼっているという事実である。このような総務省の調査を信頼するならば、旅行代金として前払金を支払う消費者に対する保護措置の一環として、旅行の契約を交わす際に消費者から当該旅行会社の財務状況がわかるような書類(直近の P/L や B/S 等)を閲覧させること、ならびに当該旅行会社の使用するバス事業会社との間で定められた基準運賃に関する金額を証明する書類や、当該バス事業会社が担当する運転手の安全管理に関する(直近の労働時間数等)情報等を契約者である消費者の求めに応じて開示する義務を課すことが必要であるように思われる。

また、数年前から粉飾決算を行い、ついに経営破綻した「てるみくらぶ」のケースでは、多数の消費者に多大な経済的被害をもたらした。こうした事件を未然に防ぐ意味でも、旅行会社の消費者に対する契約時の財務状況の開示(閲覧)制度と会計監査制度の導入、そしてバス事業会社の安全管理の検査制度の構築が社会的に求められているといえよう。

このような画期的な消費者保護制度の構築には、まだまだ時間と労力がかかりそうな状況にあるのが現状といえるが、「観光庁は 2 日(2017 年 8 月 2 日～引用者挿入)、旅行会社『てるみくらぶ』(東京)の経営破綻を受けた消費者保護策をまとめた。同社が多くの顧客に代金を前払いさせ被害が拡大したことから、前払い金の用途明確化や早期の支払いをあおる広告の禁止などを旅行会社に求める。破綻時の弁済額を引き上げる方針も決め、今後、具体的な額を詰めていく。同庁の作業部会が 2 日、保護策を了承した。国内外の旅行を取り扱える『第 1 種旅行業者』が対象となる。(中略)日本旅行業協

会(JATA)は年内にも現在の指針を改定したり、新たに指針を作ったりして、会員の旅行会社に保護策の詳細な内容を周知する。指針に違反すれば、同庁が業務改善命令などを出すこともある。同社では内容が異なる複数の決算書が作られ、営業赤字を黒字と装っていたことも判明。実態を隠して営業活動を続けた疑いがあることを問題視し、同庁は旅行会社への経営の監視体制を強化することも決めた。これまで旅行会社は旅行業法の登録更新に合わせ 5 年に 1 度、決算書と納税証明書を観光庁に提出すればよかったが年 1 回に変更。JATA が書類を精査し、必要に応じて同庁に連絡する。更新時には公認会計士らが決算書と売上台帳を照合。経営状況を把握し、トラブル防止につなげる。旅行会社内部や外部から不正に関する通報を受け付ける第三者機関の窓口も新たに設置。内容が悪質と判断すれば、同庁が調査に乗り出す。」(日本経済新聞、2017 年 8 月 3 日付け)

以上の観光庁の旅行会社に対する消費者保護の対策は、業界の大手旅行会社である第 1 種旅行業者⁽³⁾を対象としたものであり、本稿のアンケートに回答した旅行会社のような中小、零細の旅行会社は消費者保護対策から除外されている。軽井沢スキーバス事故の問題を想起するならば、この事故に関わった旅行会社の「キースツアー」、そしてバス運行会社の「イーエスピー」は、ともに小規模といえる会社である。また、経営破綻して社会的に大きな影響を及ぼした「てるみくらぶ」の場合も非上場の会社である。したがって、経営破綻や突然の廃業といった事象によって経済的被害を受ける消費者保護という意味での財務状況の開示義務と、会計監査義務といった制度構築の観点からは、いまだすべての旅行業界に属する会社には反映されていないのが現状であり、今後の課題として早急に取り組むことが必要であるといえよう。

6 むすびにかえて

以上、旅行業界へのアンケート調査の分析を行ってきた。そこで見えてきたことを端的に言えば、消費者保護のための財務状況の閲覧には反対し、自らの会社保身を優先する姿勢の事業主が多数存在しているという実態である。交通事故を起こした当事者は、バス会社であり、自分たち旅行者は旅行の企画をしたにすぎないという論理が働いている。確かにバス会社が徹底した安全管理のための方策を二重、三重に行っていれば、今回のような悲惨な事故は未然に防げたのかもしれない。しかし、実態はどのようなであろうか。小泉純一郎内閣時代に行われた、バス事業社の規制緩和策によって今日のような過当競争と運転手の人手不足という状況が生まれた事実は、確かに交通事故多発を招く背景に存在しているといえよう。とりわけ、中小、零細のバス会社は、大手バス会社に比してこうした過当競争や運転手の人手不足という状況に、さい悩まされているという姿が見えるのである。その結果、今回のスキーバスの転落事故を引き起こした「バス運行会社の『イーエスピー』が、ツアーを企画した旅行会社『キースツアー』から道路運送法が定める貸し切りバスの基準運賃を下回る19万円でバス運行を受注していたことが、国土交通省の特別監査で分かった。」(『デジタル毎日』, 2016年1月17日, 01時40分)といわれている。すなわち、「ツアー区間は東京から長野県・斑尾高原で往復約680キロ。国の基準運賃は27万円が下限になる。」(『デジタル毎日』, 同上)にもかかわらず、旅行会社の希望で違法な運賃で受注したバス会社の罪は重いといえる。しかし、こうした基準運賃を下限額と定められているにもかかわらず、それを大幅に下回る金額でバスの運行を要求した旅行会社の罪も、交通事故を招いた間接的な要因として断罪されなければならないのではなかろうか。

回収したアンケートの回答を読んでいると、旅行会社側はあくまでもバス会社の安全管理の問題をかかせる事故の要因として決めつけ、旅行会社側には問題がないという意識が潜在的にあるように伺えるのである。かなりの旅行会社が、自分たちは旅行業法にしたがって更新手続き時に、財務状況のチェックを受けているから消費者と契約する際には、そうした情報の開示要求を受ける必要は無いとの見解であった。特に格安ツアーを掲げて消費者を呼び込む旅行会社は、格安にできる仕組みを作る過程で違法行為は無いのか、あるいは違法では無いにせよ問題といわれても仕方のない行為はないのか等、今一度旅行会社として消費者に与える影響を旅行代金の前受けをしているという観点から考える必要があろう。

とりわけ、スキーバス転落事故に間接的にせよ関与した「キースツアー」のように、バス会社に対して道路運送法が定める基準運賃の下限額を下回る金額を要求するという行為は、本来あってはならないものである。同様に旅行会社とバス会社の仲介を行った「トラベルスタンドジャパン」のようなランドオペレーターの存在も法定基準を下回ることを知っていた(2016年01月21日21:10 FUTURUS)といわれ、旅行会社やランドオペレーターから要求された運賃が、低ければ低いほどバス会社はより原価削減での運行を迫られる。その結果、バスの交通事故のリスクは高まりこそすれ、低くなることは無いであろう。事故を起こしたバスは本来の運行ルートである高速道路ではなく、下道を猛スピードで走行したことによりカーブを曲がり切れずに転落したことは明らかとされている。もしこのバスが、本来のルートである高速道路を走っていればこんな悲惨な事故が起っていないかもしれない。このように考えれば、やはり旅行会社側は直接の事故を引き起こしたわけでは無いからという理由で、事故の責任をバ

ス会社にのみ押しつけるという意識があることには問題があるといえよう。もちろん、こうした旅行会社が大半であるとは考えてはいないが、一定数の旅行会社が上述のような基準運賃を無視した行為を行っているという事実があることは明白となった。

このように、旅行業界に対するアンケートの結果を分析してきた。格安バススキー旅行ツアーにおける悲惨な死亡事故を受けて、こうした事故を少しでも事前に起こさない施策がないかという視点から研究しなければならないと考えたからである。

上述の事案とは異なるが、2017年3月27日に自己破産を申請した「てるみくらぶ」は、本研究で指摘していた特定商取引法第45条に規定する会社の経営状態を決算書（施行規則第38条では貸借対照表、損益計算書及び事業報告書）の閲覧義務の対象としていれば、消費者の被害が多少なりとも少なく済んだかもしれない。

本稿は、旅行業界における主に中小企業を対象として、特定商取引法第45条の意義を消費者保護の観点から、旅行契約を交わす際に財務諸表の閲覧を消費者が求めた場合にそれを当該旅行会社が認めるか、あるいは認めないかについてアンケートのかたちで問うた結果を考察したものである。単純に賛成するか、反対するかという点でいえば、とりわけ中小企業の立場に立てば反対するという回答が多くを占める結果になることは、ある程度想定していた。しかし、前回に同様の内容についてアンケートした「住宅建築業界・不動産業界」の場合とは異なり、何故真逆の結果になったのかを検討してみたい。

同じ中小企業といっても、業界が異なれば正反対の結果になるということは、今回の旅行業界と住宅建築・不動産業界では、決定的にその業界の特質という点で異なる要素があるからと考えるべきである。住宅建築・不動産業界の場

合の商品は、とりわけ住宅建築のように建築技術に信頼性が顧客から問われることになるだろう。大多数の顧客は、一生で一度の重要な買い物と一般には考えている。従って、大手の企業でなくとも、地元の小規模な工務店であっても、その建築技術の信頼が根付いている会社は、その地元の顧客によって十分に経営していく自信があるであろうし、地元の顧客を大事にする意味でも、消費者が望めば自社の財務状況を明らかにすることは、やぶさかではないと考えても何ら不思議なことではないといえよう。こうした特質を持った業界であるからこそ、過半数の中小企業が顧客から求められた場合、自社の財務状況を閲覧できるという考え方に賛成したものと思われる。それに対して、旅行会社の場合の商品は、旅行企画という要素が主たるものであり、建築技術の差別化のようにはっきりとした形で、消費者に自社の信頼性を定着させることには困難がともなうことになる。したがって、消費者も価格の安いパッケージツアーや大手の広告宣伝の旅行企画等を店舗だけではなく、ウェブサイト上からも手軽に比較したうえで旅行商品を選択することが多いのではないであろうか。この点で中小の旅行会社は、どうしても大手の旅行会社にはかなわないことから、苦戦を強いられる結果となる。特に地元で頑張っている中小の旅行会社は、顧客のニーズを捉えるだけではなく、「旅」本来の持つ個性を大事にして消費者と向き合う事が求められよう。住宅建築・不動産業界も、旅行業界もそれぞれの業界を取り扱う法律にしたがって、所轄官庁に定期的に財務諸表を提出しなければならない。しかし、それは決して消費者（顧客）の保護を目的としたものではないために、所轄官庁に提示しているのに、何を今更、消費者（顧客）に自社の財務状況を見せなければならないのかという見解が、特に中小の旅行会社に多いように思われる。

「消費者保護のための会計」をテーマにした研究は、筆者が『名城論叢』の第16巻第1号(2015年7月)において、「住宅建築・不動産業界」のアンケート結果に基づいて、その消費者保護のための会計的側面からの提言を行いスタートした。この消費者保護という分野を会計学の視点から、真正面に取り組んだ研究は今まで存在しないようである。確かに、これまでの会計学の研究は、大きく財務会計と管理会計、および会計監査や経営分析といった領域を中心に一方では肯定的にあるいは批判的に進められてきた。

また、上記の領域とは別次元の会計として、CSR(企業の社会的責任)会計の研究も環境会計を中心に展開されてきた。消費者保護のための会計は、本来ならばCSR会計の領域で取り扱うべき問題とも考えることができるが、上述のようにこれまでの研究を検索する限り、こうした視点からの研究は見当たらないのが現状なのである。

消費者のための会計を進展させていくためには、様々な課題(消費者への財務諸表の閲覧の制度化、財務諸表の粉飾決算防止策として例えば会計監査制度の導入、消費者の財務諸表の閲覧時における経営分析能力の養成・教育等)がある。しかし、本稿を結ぶに当たって最後に強調しておきたいことは、すでにわが国では消費者保護のための財務諸表閲覧という形での会計ディスクロージャー制度が、完全とはいえないにせよ存在しているという事実を認識して頂きたいということである。

あまりにも、株主・投資家のための会計情報利用という歴史的発展の一つの側面ばかりが、会計学の核心とばかりに捉えられてきたがために、その他の会計情報利用者のための考察が不完全な形でしか存在していなかった。否、そもそも反復するが消費者保護のための会計という発想や研究対象として見なすことすらして

こなかった。これが、歴史的事実ということではないであろうか。ところが、わが国の消費者法は消費者庁の創設とともに急速な発展をしてきたといっても過言ではないであろう。その意味ではこうした消費者保護の観点から消費者六法を編纂された関係者各位、およびその研究者の方々の努力には敬意を払うとともに、その努力を決して無意味なものにしてはならない。とりわけ、我々会計学の研究者がさらなる充実した消費者保護の規定を整備していくために、そしてそれは結果として、消費者が社会的かつ経済的被害を被らない社会に前進することを目的に、先ずはすでに平成21年6月5日に改正された2つの法規定を、もっと社会全体の構成員に認識してもらうようその内容について普及していく必要がある。すでに筆者の前稿において触れているが、以下に再掲しておく。一つは、特定商取引法第45条で定めている、特定継続的役務提供等契約にかかる前払取引がある場合、財務諸表の閲覧権を消費者に認めている制度、そしてもう一つは同じく同年同日に改正された特定商品等の預託等取引契約に関する法律の第6条(書類の閲覧)の規定であり、「預託等取引業者は、内閣府令で定めるところにより、当該預託等取引業者の業務及び財産の状況を記載した書類を、預託等取引契約に関する業務を行う事業所に備え置き、預託者の求めに応じ、閲覧させなければならない。」というものである。これらの2つの法規定に関する考察については、上述の拙稿、「消費者保護のための会計に関する一考察」『名城論叢』第16巻1号の110頁から112頁において詳述しているので、一読されたい。

いずれにしても、この消費者法における財務諸表の閲覧権というかたちでの会計制度は、依然として消費者に社会的かつ経済的被害を完全に予防できるような規定ではなく、既述のような様々な課題を抱えた形での不完全なものであ

る。したがって、本稿のアンケートで見た旅行業界や前稿の住宅建築・不動産業界等のような前払金取引のある業界における、消費者保護の意識向上と消費者被害の減少を図るための制度設計を、会計ディスクロージャーの進展と会計情報の信頼性の確保という形でより完全な制度にしていく努力はこれからもしていかなければならないであろう。

そして、反復するが、すでにわが国には世界的に見ても恐らく唯一存在する消費者保護のための会計制度が、一部分の業界に適用されているという事実を、すべての会計人に認識して頂き、さらなる研究を積み重ねることによって、日本発のグローバルな消費者保護のための会計制度を構築する手掛かりとしたいものである。

（＊本稿の作成に当たっては、本学経済・経営学会の2016年度研究助成を受け、たことをここに明記する。）

注

- (1) こうした期末の時価評価の信頼性については、何も金融商品だけに限ったことではない。例えば、土地建物等の不動産の期末評価のケースにおいても、信頼できる客観的な時価評価額を算定するのは難しいようである。不動産鑑定士の牧野信人氏は、大学院の経営学修士号を取得する過程で、私が指導教授を努め、そこで交わされた議論の中で不動産の期末評価を時価で評価することはかなり困難を伴うと述べていた。近隣の類似取引などを参考にしてみ積もる方法で算定しているという状況からしても、時価評価に対する信頼性には問題が残ろう。
- (2) 今回の旅行会社の従業員数であるが、中小企業庁等の従業員数や資本金等の基準による会社の規模別カテゴリは採用していない。むしろ、従業員1名といった個人事業や零細会社、そして極小会社などをアンケートの対象としてかなり含んでいるので、本稿では21名～30名までを小規模会社、31名以上を中規模会社というように、私の独断で会社の規

模のカテゴリ付けを行った。最も多い従業員の回答会社の従業員数は230名が1社、ついで99名が1社、70名が1社、60名が1社、40名が6社であり、その他は30名台の会社となっている。

- (3) 第1種旅行業とは、国内・海外の募集型企画旅行、受注型企画旅行、手配旅行、他社募集型企画旅行代売など全ての旅行契約を取り扱える旅行業登録である。この第1種旅行業の登録先は、観光庁長官の登録となる。また、登録の条件として次の内容を満たさなければならない。「営業保証金」として7000万円、「弁済業務保証金分担金（旅行業協会加入の場合）」として1400万円、さらに「基準資産額」として3000万円である。

なお、基準資産額の求め方は以下の通り。

基準資産額＝資産総額－繰延資産（創業費等）－営業権－負債の総額－営業保証金（又は弁済業務保証金分担金）

（「旅行業登録navi」<http://n-ryokou.com/gaiyou/r5.html>）2017/08/10を参照した。

第2種旅行業とは、『海外の募集型企画旅行』以外のすべての旅行契約を取り扱える旅行業登録をいう。この登録先は、都道府県知事への登録となる。また、登録の条件は次の通りである。

「営業保証金」として1100万円、「弁済業務保証金分担金（旅行業協会加入の場合）」として220万円、さらに「基準資産額」として700万円である。

（「旅行業登録navi」<http://n-ryokou.com/gaiyou/r6.html>）2017/08/10を参照した。

さらに、第3種旅行業とは、海外、国内を問わず自社で募集型企画旅行を行うことはできない旅行業登録をいう。ただし、平成19年5月12日施行の旅行業法改正により、第3種旅行業務の範囲が変更され、一定条件のもとで国内の募集型企画旅行を行うことができるようになっている。その場合の一定条件とは、「募集型企画旅行の催行区域が、当該募集型企画旅行毎に、当該事業者の一の営業所が存する市町村（東京都の特別区を含む。以下同じ。）及びこれにより形成される区域内に設定されていること。」とされている。なお、この登録先は、都道府県知事への登録となる。

また、登録の条件は次の通りである。

「営業保証金」として300万円、「弁済業務保証金分担金（旅行業協会加入の場合）」として60万円、

さらに「基準資産額」として300万円である。
（「旅行業登録navi」<http://n-ryokou.com/gaiyou/r7.html>）2017/08/10を参照した。

参考文献

[著書]

久田友彦著、『第二版 中小企業財務の見方超入門』、平成19年12月7日、銀行研修社。
中島孝一著、『中小企業の会計要領と実務』、平成24年4月1日、税務経理協会。
浦崎直浩編著、『中小企業の会計監査制度の探求～特別目的の財務諸表に対する保証業務～』、平成29年7月31日、同文館出版。
谷本寛治著、『日本企業のCSR経営』、平成26年8月22日、千倉書房。
河崎昭行著、『最新 中小企業会計論』、平成28年10月10日、中央経済社。
斎藤憲道編著、『消費者庁～消費者目線で新時代の経営を創る』、平成21年10月30日、商事法務。
日本弁護士連合会編著、『消費者法講義（第3版）』、平成21年11月20日、日本評論社。
細川幸一著、『消費者政策学』、平成21年9月1日、成文堂。
正田彬著、『消費者の権利 新版』、平成22年2月19日、岩波書店。
甲斐道太郎、松本恒雄、木村達也編集代表、『消費者六法 2016年版』、平成28年3月7日、民事法研究会。
樋口一清、井内正敏編著、『日本の消費者問題』、平成19年9月20日、建帛社。
内閣府国民生活局消費者企画課編著、『逐条解説 消費者契約法（新版）』、平成19年12月10日、商事法務。
河野玄逸、北沢義博、北秀昭編著、『実践 コンプライアンス・ファイル』、平成15年3月18日、商事法務。
宝印刷株式会社総合ディスクロージャー研究所編著、『統合報告書による情報開示の新潮流』、平成26年6月10日、同文館出版。
斎藤雅弘、池本誠司、石戸谷豊著、『特定商取引法ハンドブック（第5版）』、平成27年8月20日、日本評論社。
消費者庁取引対策課・経済産業省商務流通保安グルー

ブ消費経済企画室編著、『平成24年版 特定商取引に関する法律の解説』、平成26年3月30日、商事法務。

櫛部幸子著、『中小企業会計基準の課題と展望』、平成28年3月15日、同文館出版。

橋本亮一著、『よくわかる旅行業界』、平成29年4月1日、日本実業出版社。

[雑誌・その他]

角瀬保雄稿、『「企業の社会的責任」(CSR)とは何か』、『経済』、平成20年9月、NO.156 新日本出版社。
青山茂樹稿、『企業の社会的責任と環境倫理』、『経済』、平成20年9月、NO.156 新日本出版社。
佐々木昭三稿、『トヨタの社会的責任』、『経済』、平成20年9月、NO.156 新日本出版社。
平澤克彦稿、『EUのCSRと労働組合』、『経済』、平成20年9月、NO.156 新日本出版社。
永山和利稿、『「企業の社会的責任」論と中小企業』、『経済』、平成20年9月、NO.156 新日本出版社。
島弘稿、『株式会社と「社会的責任」論の系譜』、『経済』、平成20年9月、NO.156 新日本出版社。
櫻庭周平稿、『2012年2月1日公表「中小企業の会計に関する基本要領」の実務インパクト』、『経理情報』、No.1307（平成24年3月1日）。
旅行業法(最終改正：平成23年6月24日法律第74号) (<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S27/S27HO239.html>) 2017/08/10
NHK NEWS WEB, 「『てるみくらぶ』破綻の波紋」、2017年（平成29年）8月2日、(<https://www3.nhk.or.jp/news/business-tokushu/2017-0410.html>) (2017・08・02)
産経ニュース (2016.1.16 10:46) (<http://www.sankei.com/affairs/print/160116/afr1601160021-c.html>) 2016/03/08
産経ニュース (2016.1.17 10:30) (<http://www.sankei.com/affairs/print/160117/afr1601170010-c.html>) 2016/03/08
日本経済新聞、2016年1月15日付け。
日本経済新聞、2016年1月16日付け。
日本経済新聞、2016年1月19日付け。
中日新聞、2016年9月7日付け。
中日新聞、2016年2月14日付け。
日経流通新聞、1998年2月5日付け。
日経産業新聞、1998年02月12日付け。

日本経済新聞, 2016 年 02 月 19 日付け。
日本経済新聞, 2016 年 03 月 10 日付け。
日本経済新聞, 2016 年 03 月 11 日付け。
日本経済新聞, 2016 年 03 月 19 日付け。
日本経済新聞, 2016 年 06 月 04 日付け。
日本経済新聞, 2017 年 01 月 14 日付け。
日本経済新聞, 2017 年 01 月 14 日付け。
日本経済新聞, 2017 年 03 月 28 日付け。

日本経済新聞, 2017 年 03 月 30 日付け。
日本経済新聞, 2017 年 03 月 31 日付け。
日本経済新聞, 2017 年 04 月 06 日付け。
日本経済新聞, 2017 年 04 月 07 日付け。
日本経済新聞, 2017 年 04 月 07 日付け夕刊。
日本経済新聞, 2017 年 05 月 15 日付け。
日本経済新聞, 2017 年 8 月 3 日付け。