

# JATA

http://www.jata-net.or.jp/ **Communication**

じゃたこみ

3

2013年  
3月10日発行  
vol.73

発行 一般社団法人 日本旅行業協会  
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通費が関ビル3階  
TEL:03-3592-1271 (代表) TEL:03-3592-1244 (広報)  
FAX:03-3592-1268

「人財」育成のこれからを語る  
社員スキルアップ研修検討会が始動

東 良和 研修・試験委員会委員長、福田 叙久 社員スキルアップ研修検討会座長

第21回経営フォーラム・レポート

大塚 陸毅 JR東日本相談役／経団連副会長・観光委員長が特別講演

素材研究 (海外) 三峽

(国内) 大間町



海外旅行推進委員会安心安全部会  
海外でのツアー登山運行ガイドラインを発表

武藤 修一 海外旅行推進委員会安心安全部会長

黒川 恵 国内旅行推進委員会ツアー登山部会長

「JATA会員であること」が1つのブランドに

対談

安心と安全のために

# 「JATA会員であること」が一つのブランドに 安心安全への取り組みを強化して社会へ発信



ツアーの安心安全を語る、武藤 修一氏（右）と黒川 恵氏

日本旅行業協会（JATA）海外旅行推進委員会安心安全部会は、高速バスツアーの事故や海外での遭難事故などを受けて、JATAとしてのガイドラインを策定しました。海外でのツアー登山運行ガイドラインについては、国内旅行推進委員会ツアー登山部会も全面的に協力しています。安心安全部会の武藤修一部会長とツアー登山部会の黒川恵部会長に、ガイドライン策定の経緯や旅行業界として安心安全をどう考えるべきかなどについて、お話をうかがいました。

## 海外ツアー登山運行 ガイドラインを策定

**Q** 海外旅行推進委員会の安心安全部会として、最近の取り組みをお聞かせください。

**武藤** 安心安全部会は、定期的に開催しており、外務省のトラベルエージェンシー連絡会のメンバー会社を中心に、10社で構成されています。昨年はロンドン五輪直後の会議となり、各社のロンドン五輪での安全対策や昨年4月に発生した高速ツアーバス事故の問題、8月から深刻化した尖閣問題などについて、情報共有も含め、各社がそれぞれの取り組みを説明しました。

**Q** 高速ツアーバス事故を受けて、海外でのバス会社選定ガイド

ラインについては、どのように取り組みが進められたのでしょうか。

**武藤** 以前からJATAの会員各社の間では、海外のバスの選定に際して、安全確保の観点から何らかの指針を作つて欲しいと声が出ていました。8月の会議では、バスのガイドラインを策定しているメンバー会社から、それぞれのガイドラインを提出してもらい、持ち寄ったものをベースにガイドラインを策定していくことを決めました。

**Q** ツアー登山運行ガイドライン策定については、どういった議論だったのでしょうか。

**武藤** 昨年11月に万里の長城付近で遭難事故が発生し、その後の臨時会合でツアー登山運行ガイドラ

●対談出席者

国内旅行推進委員会ツアー登山部会  
**黒川 恵** 部会長  
(アルパイン・ツアー・サービス株式会社  
代表取締役会長)

海外旅行推進委員会安心安全部会  
**武藤 修一** 部会長  
(株式会社ジェイティービー  
旅行事業本部業界対応危機管理担当部長)

インの海外版を作成することになりました。その策定に向けては、もともと、国内のガイドラインがありますから、それをベースに海外の要素を加えて策定しようということを確認しました。国内旅行推進委員会のツアー登山部会で部長を務めておられる黒川さんを中心にご尽力をいただき、各国のいろいろな登山に関わる情報などを集約し、策定に取り組んでいただきました。

## マスとは一線を画すツアー登山

**Q** ツアー登山部会は、どのような経緯で設立されたのでしょうか。

**黒川** 1999年9月に北海道の

羊蹄山で、ツアー登山者2人が死亡する事故がありました。その後、2004年3月に、刑事事件として添乗員に有罪判決が出たことから、報道機関なども注目するようになりました。

2003年6月に旅行業ツアー登山協議会が設立され、健全なツアー登山の運営を目指していたわけですが、この判決の影響もあり、このままではいけないという思いから、2004年の6月に現行のツアー登山運行ガイドラインをまとめました。ツアー登山部会の前身ともなった、この協議会は、日本旅行業協会（JATA）と全国旅行業協会（ANTA）の会員企業60社以上で構成されています。

このガイドラインがまとまった数年後から、ツアー登山を扱っていた会社の取扱人数は概ね減少しましたが、ツアー登山の事故は激減しました。ツアービジネスは、パッケージツアー誕生の経緯を考えると、マス（大人数）を対象とする考え方が根底にあったと思います。そこがツアー登山のようなニッチマーケットとの相違ではないでしょうか。

**Q** ツアー登山は、マス・ツーリズムとは一線を画するものという

ことででしょうか。

**黒川** 登山の世界では常識と言えるかと思いますが、登山という行為はマスで行うものではありません。その部分は、ガイドラインの一番重要なポイントでもあると考えています。ガイド・レシオという引率者比率の問題もクローズアップされる形となりました。引率者増員の観点から地元ガイドが同行するようになって、山中の動植物の説明などさまざまな自然解説も組み込まれ、添乗員だけではできなかった、付加価値としての知識も提供されるようになりました。

の海外版は、どのように策定されたのでしょうか。

**黒川** 万里の長城での遭難事故は、2009年7月に8人が死亡した、トムラウシ事件と同じ旅行会社のツアーだったため、マスコミ各社が、当該企画旅行会社は運行ガイドラインを守っていたのかという点に注目しました。このガイドラインは国内版ですが、JATAのホームページでも紹介されていて、海外におけるツアー登山についても、これを参考に適切な運行をするように、と書いてあります。山へ行くことは、国内であっても海外であっても、行為自体に変わりはありません。

**引率者の判断能力が問われる直接的案内行為**

**Q** ツアー登山運行ガイドライン

JATAとしても、ツアー登山運行ガイドラインの海外版を作る必要性があると判断したわけですが、海外の場合、それぞれの国・



武藤 修一氏

地域の事情により、条件がさまざまに異なり、国・地域ごとに作ることは極めて困難です。そこで、現行のツアー登山運行ガイドラインの中に、海外特有の事例を挿入し、



黒川 恵氏

せただけで「ツアー登山企画を作りました」ということにはなりません。ツアー登山では、企画旅行会社が直接的に案内行為というサービスを提供することになり、引率

書き足していくという段取りを進めることになりました。今後、このガイドラインの存在と内容が観光庁からも発信され、業界内外に浸透されれば大きな成果につながるだろうと思っています。

**Q** ツアー登山の特質とは、具体的にどういったことを意味するのでしょうか。

**黒川** つまり、旅行商品というのは、航空機や鉄道、バスなどの輸送機関や宿泊施設、レストランなど、いわゆる旅行素材を組み合わせることで造成されているわけですが、登山という行為は、素材ではありません。山は自然の中の舞台であって、人が人を山へ案内するということ行為は、素材をパーツとして組み合わせることとはまったく別の話です。登山をおこなう山そのものをパーツとして組み合わせ

者の判断能力が問われることになるわけです。トムラウシも万里の長城もまさにその判断力が問われた事件ではないでしょうか。

**Q** 旅行会社の責任については、どのように考えるべきなのでしょう。

**黒川** もちろん、旅行会社がすべてのツアー登山者に対して、あらゆる責任を負えるわけではありません。登山というものは、基本的に、登山者自身が自分の足で歩き、自分の心身で楽しむものです。本人の気力と体力と技術と知識とを総動員して、登山者自身が山を歩かなければ、ツアー登山は成立しないわけです。ですから、登山者自身に起因する問題にまで、旅行会社は責任をとれないというところは、明確にしなければなりません。今後、発表される安心

安全を盛り込んだガイドラインをぜひ、一読していただいで、事故のない安心して山登りを楽しめる旅行商品を、消費者に提供していただきたいと考えています。

## 業界人の本能はホスピタリティ

**Q** 海外のバス会社やツアー登山のガイドライン作りに関わられてきた中で、それぞれのお立場から旅行業界として、安心安全の問題をどのように捉えるべきとお考えになりますか。

**武藤** 旅行会社によっては、ランドオペレーターに依存する部分も多く、お任せする部分も少なからずあったと思います。しかし、今後、旅行商品の質をさらに高めていくためには、お客様が安心して旅行にお出かけいただけるように、旅行会社自らが、さらに主体的に安全確保の意識を高めて取り組んでいかなければなりません。そうした動きを、JATAが中心となって進めていき、JATAの会員であることが一つの安全のブランドになるような方向を目指していきたいと考えています。

**黒川** 旅行先で予測不能の事態が発生し、顧客が不慮の事故に遭え

ば、飛んでいって手助けをしようと思うのが、旅行業界人の本能ではないかと思えます。ツアー登山の分野にしても、本来は自己責任が原則でしょうが、何かあった時に「自己責任ですよ」と突き放すのではなく、手を差し伸べることができるかどうか、プロとして問われることだと思います。安心安全の旅という観点から言えば、個人旅行ではなく、旅行会社のツアーだからできることを、旅行会社自身もつと自覚していいのではないのでしょうか。ホスピタリティの発露というものは、各社の方針や個性でもあり、業界団体としてのJATAが徹底を図るようなテーマではないと思いますが、ホスピタリティが旅行業界人の本能だということは、業界として共有されていいと思います。その本能がなければ、旅行業界やツアービジネスは、ここまで発展できなかったはずですよ。

**武藤** 「旅行会社のツアーだからできること」の中で、「旅行会社のツアーだから安心安全！」と言われるように、安心安全の取り組みを強化し、社会に発信していかねければなりません。

(この対談は、2月14日に行われました)

# 海外でのツアー登山運行ガイドラインを発売 国内向けガイドラインに海外特有の事例挿入

## 海外旅行推進委員会安心安全部会

日本旅行業協会（JATA）

は2月27日、「ツアー登山運行ガイドライン 海外企画関連・増補版」を発表しました。このガイドラインは、既存の国内向けツアー登山運行ガイドラインに、海外特有の事例を挿入し、増補する形で策定されました。また、海外向けの増補以外に、既存のガイドラインにも修正を加え、より安全なツアー登山運行に資することを目指しています。

ガイドラインの増補箇所は、次の通りです。

### 第I章 安全対策

(1) 企画立案段階におけるコース内容の把握（実地調査、事前調査等）

(2) 引率者の技量及び経験度合いの確認と管理監督

(3) 募集段階における適切な情報提供及び危険の告知並びに表記方法

(4) 危急時対応（登山届提出、連絡方法の確保、セルフレスキュー等）

(5) 適切な保険への加入

(6) 適切な外部委託の実施

(7) 参加者の健康状態把握

### 第二章 人的対策

(1) 引率者の適正配置（ガイド・レシオ）及び現場対応

### 第四章 顧客対策

(1) ツアー内容の適切な案内

### 第六章 事故対策

(1) 事故発生時の対策と注意点及び事故原因究明活動の徹底

増補した主な内容（一部抜粋）は、次の通りです。

a. 自社として目的地についての知識は当然有していなければならないが、現地ランドオペレーターの選定にあたっても当該コースに関して、より詳しく、深い知識があることを確認すべきである。〔第I章(1)〕

b. 実地踏査は、季節的環境の差異を考慮し、旅行実施時期に対応しておこなうべきであり、現地ランドオペレーターのスタッフ等が実地踏査を行う場合であっても、自社で実地踏査の方法やその結果について十分に把握しなければならない。〔第I章(1)〕

c. 国内において無免許で使用できる通信機材であっても、当該国では違法行為の場合がある。通信機材の使用可否については厳密な確認が必要となる。最終的な方法は人による伝令である。〔第I章(1)〕

d. 引率における主任の者を補佐する主任以外の引率者が日

持ち込み自体に留意すること。危急時における緊急連絡態勢は、関係者間において常に維持できる状態に置かれていることが望ましい。〔第I章(4)〕

e. 海外の特定地域では、無線通信機及び衛星電話の使用が制限されている場合があるから

また、既存のガイドラインに加えられた主な修正のうち、「第VI章 事故対策」の「(2) 法的対応」は、法的対応を考える前に行うべき「努力義務」に言及されています。

a. 計画性に基づき、企画立案段階から自社における確認作業及び手配状況の記録を社内にとどめ、次の対策と成果につなげることである。

※「ツアー登山運行ガイドライン 海外企画関連・増補版」および「海外バス会社の選定および運行に関する基本ガイドライン」は、ホームページで全文をご覧いただけます。

## 対談 安心と安全のために

「JATA会員であること」が一つのブランドに  
安心安全への取り組みを強化して社会へ発信



黒川 恵 国内旅行推進委員会ツアー登山部会部会長(アルパイン・ツアー・サービス(株) 代表取締役会長)

武藤 修一 海外旅行推進委員会安心安全部会部会長(株)ジェイティービー 旅行事業本部業界対応危機管理担当部長) .....1

海外旅行推進委員会安心安全部会

海外でのツアー登山運行ガイドラインを発表 .....3

## 「人財」育成のこれからを語る

社員スキルアップ研修検討会が始動

時代に即した制度実現へ議論深める

東 良和 研修・試験委員会委員長(沖縄ツーリスト(株) 代表取締役社長)

福田 叙久 社員スキルアップ研修検討会座長(株)アサヒトラベルインターナショナル 代表取締役社長) .....5

## 第21回JATA経営フォーラム・レポート

全国から310人が参加、諸課題めぐり熱い議論 ..... 11

大塚 陸毅 JR東日本相談役／経団連副会長・観光委員長が特別講演 ..... 12

### <委員会報告>

●4月から認証申請の受け付けを開始

JATA「ツアーオペレーター品質認証制度」 ..... 9

●「日本・トルコ観光振興WG」を設置

相互協力でプロモーション活動推進 ..... 9

●支部活動報告 ..... 10

### ●読み物&マーケティング

ハイこちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑥ 今回のテーマ:契約～未成年者～ ..... 7

法務の窓口 第6回 受注型企画旅行の引き受け方 ..... 8

添乗員のための旅行医学 VOL65 菌痛と海外旅行 ..... 13

連載・マーケットデータ深読み 景気浮揚で旅行マーケットはどう変わる? ..... 14

●要人往来 ..... 15

### ●Travel Industry Monthly Report(今月の旅行業界)

#### Special Report

“Growing Stronger with a Global Vision! Creating New Value”

The 21st “JATA Management Forum” Attracts 310 Attendees from all over Japan ..... 16

#### Main Topics

Guidelines Released for Overseas Mountain Climbing Tour Services;

Prepared following Mishap in China Last November ..... 17,18

### ●素材研究

(海外)三峽(台湾) 赤レンガの街路がノスタルジックな旧市街 ..... 20

(国内)大間町(青森県) 「マグロの大間」を全国区にした住民パワー ..... 21

●事務局だより ..... 19

### 今月の表紙 ソウルの街並み(韓国)

絵・大槻 綾子(おおつき あやこ)

跡見学園卒業後、誠和染色教室で腸顔染を学び、以降50年日本・世界各地を巡り、その風景を作品にする。数多くの個展を開催。旅行記や画集を発売している。

今号の素材研究(21ページ)では「大間のまぐろ」で知られる青森県・大間町を取り上げています。本州最北端のこの小さな町を全国区にした住民パワーの活躍は注目に値します。



東北ロゴのダウンロードは下記へ

各社の東北復興支援に関わる企画商品を表すロゴとして、各社の旅行商品のパンフレット等に記載していくロゴです。ダウンロードは下記にて。

[http://www.jata-net.or.jp/about/release/2012/121120\\_toklogoinfor.html](http://www.jata-net.or.jp/about/release/2012/121120_toklogoinfor.html)

発行 一般社団法人 日本旅行業協会

〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3

全日通霞が関ビル3階

TEL:03-3592-1271(代表) TEL:03-3592-1244(広報)

FAX:03-3592-1268

<http://www.jata-net.or.jp/>

## 旅行業基幹業務支援システム

**symphony Atwo** が、貴社のインターネット販売を  
実現します!! 強化します!!

((( 貴社のホームページと基幹システムが、完全にリンクします!! )))  
カード決済・コンビニ決済に、完全対応しています!!



株式会社 ウィ・キャン

<http://www.we-can.co.jp/>

本社 : 東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂11ビル6F /03-3423-2161

大阪支社 : 大阪市淀川区西中島5-11-10 第三中島ビル4F /06-6390-3321

# 社員スキルアップ研修検討会が始動 時代に即した制度実現へ議論深める

日本旅行業協会（JATA）研修・試験委員会のもとに今年1月、社員スキルアップ研修検討会が設置されました。旅行業界の「人財」育成を図るシステム構築を目指す同検討会について、同委員会の東良和委員長と同検討会の福田叙久座長に語り合っていました。

## 旅行会社に最も重要な「人財」育成

**Q** 今年1月、研修・試験委員会に設置された社員スキルアップ研修検討会について、ご説明ください。

**東委員長** 菊間潤吾会長の新体制になって、すべての委員会を見直すという取り組みが行われています。研修・試験委員会



研修・試験委員会／東良和 委員長

でも、何が必要かということ議論する中で、自社での研修制度が充実している大手

旅行会社だけでなく、中小の旅行会社にも求められるような研修制度、あるいは、それを越えたような仕組みも作ることができないかということで、時代に即した研修のあり方を探る場として社員スキルアップ研修検討会が設置されました。



社員スキルアップ研修検討会／福田叙久 座長

〈対談出席者〉  
**研修・試験委員会**  
**東良和 委員長**  
 (沖縄ツーリスト(株)代表取締役社長)  
**社員スキルアップ研修検討会**  
**福田叙久 座長**  
 ((株)アサヒトラベルインターナショナル代表取締役社長)

**福田座長** この検討会については、6月くらいに中間答申を出して、9月に最終答申をまとめられるような目論見で動いています。菊間会長が「今年は、旅行業の価値創造元年」ということをおっしゃっているが、社員のスキルアップ研修というのは、その本質的な部分なんだろうと理解しています。旅行の付加価値を高めるには、それを作る旅行会社の社員教育が最も重要です。「人が財産」という意味で、人財をどう育てるか、その問題は会社の大小にかかわらず重要ですが、悩みがより大きいのは中小の旅行会社だと思います。

米国同時多発テロ事件が発生した2001年から12年になりますが、その暦が一回りする間に、中小は人財育成という部分で少し立ち遅れた部分が散見できると思います。JATAの大部分を占める中小での人財育成に、改めて目を向けてもらえようようなプログラムが大手旅行会社にもご

会員がいつでも利用できる  
 仕組みを構築

JATA 菊間潤吾会長



業界全体のスキルアップを考えた場合、キャリアのいろいろな段階で系統だった人材研修やマネジメント研修を行うことが重要なテーマになってきます。特に、中小の場合、新入社員研修や自社商品についての研修などはあっても、管理職研修などの本来的な意味でのスキルアップのための研修システムを構築するのは難しいのが実情です。その部分については、研修・試験委員会が正式な部会を設けて、きちんと組み立てる作業を進めています。

また、インターネットの普及などで消費者がいろいろな知識を持つようになり、本場の意味でのプロの知識をどうやって身につけるか、あるいは、プロとして知識をどう活用するかということも、もう一つの大きなテーマです。

そうしたプロの知識を体系的に学んだり、活用のノウハウを習得することは、個人ベースではなかなかできません。JATAのシステムを活用して、パンフレット作成から保険や通関にいたるまで業務知識を学べる場を用意し、会員企業の社員であれば、いつでも利用できるような仕組みも構築する予定です。

# 「人財」育成のこれからを語る

協力いただける形で組めないかと考えて、座長をお引き受けしました。

## 研修制度を体系的な方向で検討

**Q:** こういった方向性で人財育成を目指すことになるのでしょうか。

**東委員長** インターネットでの素材販売やダイナミック・パッケージ等、ホテルやエアラインの直販に加えて、Web上での旅行商品販売が進み、一般消費者のデスクティナーションに対する知識も深まる中で、旅行会社にとっては、どうやってカウンターや営業マンを介して旅行を販売していくか、ということが大きなテーマとなっています。情報化社会においては、人を介したからこそ付加価値が高まるという形を実現できなければ、インターネットを利用した方が便利だということになります。

健全な社会人としての基本動作や心構え・正義感はもちろん、JATAも含めた業界や国家資格などの知識を習得し、さらに、体系的な教養を身につけてもらうことが理想の姿です。特に、業務に関する知識については、消費者が断片的に持っている知識レベルを超えて、プロとして深く持っているなければなりません。それは、確かに大変なことです。逆に言えば、消費者がインターネットなどを通じて賢くなればなるほど、逆に、本物のプロを見極める目も肥えてきていると思います。しっかりと勉強してプロになっている人を、消費者がき

ちんと評価してくれる社会になってきているわけです。

**福田座長**

JATAもこれまで、さまざまな形式に研修会というものはやってきましたが、もう少し体系的なものにできないかという方向で検討を進めています。最終的には、どういう方法で、何を勉強すればいいのかわ、誰にターゲットを絞り込むかということになるわけですが、入社3年後くらいは、社員を対象にしたスキルアップというのは、一つの選択肢として浮上してきています。人財育成は、非常に幅が広く、奥も深いので、大手の場合は、1年生、3年生、5年生、管理職、役員と、各段階でプログラムを用意しているところもあるほどです。

中小にとって、一番困っているのは、入社3年後くらいはのブラッシュアップではないかと思えます。そのタイミングで、業界でさらにステップアップしていけるという意識づけができるような研修や、特殊な技能をさらに高めていくような研修を検討する必要があります。離職率という面からも、旅行業界だけでなく、どこかの業界でも課題となっている「3年問題」の解決に資するような体系だった人財育成の第一歩を踏み出せば、それ以降の段階についても、自ずと見えてくるのではないかと考えています。

## 研修はモチベーション向上の場

**Q:** 旅行業界でプロとしてキャリアを積み

重ねていけるような研修制度ということでしょうか。

**東委員長**

旅行業界は労働集約型だと言われますが、実は知識集約型の側面の方が強いと思います。宿泊施設や交通機関だけでなく、旅先や各国法令の知識など、関連する情報をすべて掌握した上で安全で快適な旅行商品を作るわけです。Webも含めて情報が氾濫する中で、お客さんの方が情報「量」で勝っている場合でも、本当に必要な「質」の高い情報をどうやって持っているかというスキルをプロとして持つていなければなりません。JATAが行う研修を、そのようなナレッジとノウハウを身に付ける場にしていければと考えています。

**福田座長**

企業単位で言えば、会社として存続するためには、事業を継承できる人財を育成しなければならぬわけですが、人の観点から言うと、モチベーションの高い人間が出てこないとな事業の継承もままなりません。そのモチベーションを育むためにはどうしたらいいかということも、社員スキルアップ研修検討会での議論や検討のベースになるテーマと考えています。このモチベーションアップは、大手の旅行会社も関心が強い部分だと思えます。

**東委員長**

これから検討をさらに進めていきますので、旅行会社はもちろん、宿泊施設やホテル、政府観光局などの声も聴かせていただきながら、議論を深めることができればと考えています。

## 平成25年度の主な研修スケジュール

### 1. 法定研修

- ・ 総合旅行業務取扱管理者研修
  - ・ 研修日：5月～6月(予定)
  - ・ 開催地：札幌、仙台、さいたま、東京、横浜、金沢、名古屋、大阪、広島、高松、福岡、那覇の12都市31会場で開催(予定)
  - ・ 修了テスト実施日：6月23日(日)(予定)

### (2) 旅程管理研修

- ・ 研修内容：総合旅程管理研修と国内旅程管理研修の2種
- ・ 開催地：札幌、盛岡、仙台、郡山又は福島、さいたま、東京、横浜、新潟、名古屋、京都又は神戸、大阪、広島、松山又は高松、福岡、那覇(予定)
- ・ 研修日：東京会場は5月、2月を除く各月開催(予定)。その他の会場は支部事務局と連携のうえ決定

### (3) 総合旅程管理業務海外実地研修

- ・ 研修日：2月～3月(予定)
- ・ 研修先：アジア地域または米州(予定)

### 2. 法定研修を補完する研修等

- (1) 新人社員基礎(旅行業約款・旅行業法)研修
  - ・ 開催地：仙台、東京、福岡(予定)
  - ・ 開催日：4月～6月(予定)
- (2) 旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修
  - ・ 開催地：札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、広島、福岡、那覇の8都市(予定)
  - ・ 研修日：1月～2月(予定)
- (3) 添乗業務レベルアップ研修
  - ・ 開催地：東京、大阪で各1回開催
  - ・ 研修日：2月～3月(予定)

## 苦情事例に学ぶ⑥

## 今回のテーマ・契約と未成年者

学生旅行シーズン

も終盤ですが、このイベントをよき思い出づくりとしたい学生から、多種多様な問い合わせがあり、その対応に追われていることと思います。中には社会経験を積んでいない学生がゆえに、常識外の行動を取られる方もいるようです。



今回はそんな学生のお父様から、「娘が男友達と海外ツアーへ行く予定だったことがわかった。未成年（19歳）の娘がツアーに参加することを同意したつもりはなく、契約を取り消したい。その際、取消料は未成年契約の場合、支払義務が生じないはずで、全額返金を要求する」という申し出から、未成年の法律行為について検証してみたいと思います。

## 申し出内容はこうです

ある日、娘に海外旅行の予定があるとわかった。誰と行くのかという問題もあるが、妻もそのことを知らされておらず、すぐにキャンセルしなさいと言った。しぶしぶ娘が旅行会社に連絡をしたところ、キャンセルチャージが20%かかると言われているという。

今度は父親の自分から、旅行会社に連絡し、「うち

の娘が、一週間後に出発という海外ツアーをおたくで申し込んでいるらしいが、うちの娘はまだ19歳の未成年だ！親としては、このことを知ったばかりで、行かせることを同意していない！未成年者と勝手に契約しているのか？娘がおたくにキャンセルしようとしたら、チャージがかかるといわれたらしいが、未成年者が払う必要ないだろう！改めて責任者から連絡してこい！」とクレームをつけた。

ところが旅行会社側からは、娘から申込金・申込書と親権者からの同意書をもらっているので契約は成立しており、もしキャンセルする場合は、規定どおり取消料を支払ってくれと言われてしまった。娘に聞くと、同意書は自分が書いたかもしれないと曖昧な返事だったが、この場合、実質未成年者の契約であっても、取消料の支払いは致し方ないことなのか？

## 解決に向けての指針

未成年者が契約行為をする場合は、法定代理人、多くは親権者の同意が必要とされ、同意のない契約はいつでも取り消すことができます。未成年者（制限行為能力者）は、成年者と比べて取引の知識や経験が不足し、判断能力が未成熟ゆえ、不利益を被らないように、法律で保護されているためです。民法第5条（未成年の法律行為）、第1項で法定代理人の同意が必要との定めがあり、第2項には前項に反する法律行為は取り消すことができる」とあり、その範囲で前述の取消料は不要となります。

しかしながら今件は、未成年のお嬢様が親の承諾無しに同意書を代筆した経緯があるようで、つまり旅行会社を騙した行為となり、制限行為能力者の詐術にあ

たり、未成年者を理由に取り消すことはできません。これは民法第21条（制限行為能力者の詐術）にあたります。したがって今回予定だった海外旅行を取り消す場合は、規定の取消料を払った上でのこととなります。

## ●提案

未成年者との旅行契約にあたっては、「親が同意している！」との口頭での確認だけでは双方に証が無く、詐術にあたらぬという解釈も有り得ますので、やはり企画旅行契約のみならず、手配旅行契約であっても、親権者の同意書をもらっておくことが重要です。同意書を得る際には、父母両名の署名捺印があれば、問題はないでしょう。父母一方のみ単独の同意では、同意が覆される場合が有り得ますので、諸事情がある場合は、どちらか一方を親権者代表として署名捺印をもらう方法で同意書を手入れされた方がよいでしょう。

他にも、未成年者の渡航に対し配慮不足では？との主張があった案件で、未成年者だけでは宿泊することができないホテル等があり、特にアメリカ方面では21歳未満の方のみでは宿泊できないとするホテルが多数あります。申し込み当初に年令を聞いていれば防げたものが、すでに取消料が発生する時期になって、問題発覚となれば、解決に時間を要することになります。他にも、ある一定の年令に達しない方が、無査証で海外渡航をする場合、親権者の同意書が必要等、さまざまな条件をつけている国があります。中には両親または、同行しない親からの同意書が必要とまでしている国もありますので、より注意が必要です。詳しくはJATA NAVI等をご参照ください。





## 第6回 受注型企画旅行の

# 引き受け方

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

## 受注型企画旅行？それとも手配旅行？

「職場旅行を受注したいのですが、これは受注型企画旅行ですか、それとも手配旅行ですか？」という質問を受けて返答に困ることがあります。どのような旅行契約を結ぶかは、旅行者とお客様との当事者同士が決める問題だからです。修学旅行なので受注型、個人で行くから手配旅行、というように決まってしまう訳ではありません。

## 受注型企画旅行とは

手配旅行契約と比べた場合、受注型企画旅行契約を特徴づける大きな要素は、①値づけ性と②特別補償、そして③旅程管理の有無だと言えます。旅行者が、予め設定した「旅行業務取扱料金」ではなく、いわゆる「儲け」も含めた包括料金を提示したい場合（①に該当）は、受注型企画旅行契約として契約することになります。②と③の責任も漏れなくついできますので、相応のコスト負担が発生することになります。

国内旅行の場合は旅程管理をしない特約を結ぶこともできますが、修学旅行や職場旅行などの団体旅行で

あれば細心の旅程管理が必要になるでしょう。お客様に安心して旅行に参加していただくためにも、積極的に旅程管理や特別補償の意義を説明して、さらにその「安心」を企画商品の付加価値としてアピールしていくべきでしょう。もちろん手配旅行契約として契約することも可能ですが、お客様が契約内容を超えた過度な期待をしないように、企画旅行とは違うということをきちんと説明することが必要です。

## 契約の締結と企画料金

お客様から受注型企画旅行の見積もりの依頼があったら、ご希望に基づいて旅行日程やサービス内容、旅行代金等を記載した「企画書面」を作成し交付します。契約を締結する際には、募集型企画旅行契約と同様に取引条件の説明と書面の交付もしなければなりません。が、実務上はこの「企画書面」が取引条件説明書の一部として使われます。説明するべき内容に不足があれば、いわゆる「旅行条件書」などで補ってください（11月号第2回の解説も併せてご覧ください）。

また、「企画書面」には「企画料金」を明示することができます。合わせて契約書面にも明示した場合にはお客様が契約を解除した際に、国内旅行は旅行開始日の前日から起算してさかのぼって20日目（日帰り旅行は10日目）、海外旅行はピークを除き30日目より前であっても「企画料金」に相当する金額の取消料を受取ることができる（標準旅行業約款受注型企画旅行契約の部第5条第2項、第9条2項、第16条第1項別表第1）。実際のところはお客様からは、なかなか

「企画料金」だなんて堂々と謳って收受しづらい・・・という声も耳にしますが、「企画書面」にきちんと明示しておかないと、せっかく苦労して企画を立てても取消料は收受できませんので注意してください。なお、残念ながら受注できなかった場合は、契約も成立していませんので企画料金も取れません。

## オーガナイザーによる募集について

当室に寄せられる質問でも多いのが、オーガナイザーが募集することができる範囲<sup>①</sup>についてです。団体旅行の場合、いわゆるオーガナイザーが契約責任者として契約の当事者になる場合がありますが、このオーガナイザーが団体の構成員に対して「募集」をしてしまうと無登録営業となる恐れがあります。募集行為が認められているのは、同一職場内での幹事による募集や修学旅行における学校による生徒への募集のように「オーガナイザーが当該団体の構成員」であって「相互に日常的な接触のある団体内部」に対してのみです（旅行業法施行要領第1.2.3.③）。巷では、募集する対象が例えば「登録会員」や「特定地域の居住者」等の、いわゆる「クローズドマーケット」の中であれば、オーガナイザーが募集しても構わないとする都市伝説（？）があるようですが、このような団体は「相互に日常的な接触のある団体」とはいえませんが、オーガナイザーの行為は無登録営業になるでしょう。そもそも「クローズドマーケット」という用語は旅行業法では規定されていませんので、拡大解釈しないようにご注意ください。（中島）

# 4月から認証申請の受け付けを開始

## JATA「ツアーオペレーター品質認証制度」

日本旅行業界（JATA）は2月15日に開催した役員会で、「ツアーオペレーター品質認証制度」を承認しました。3月1日には、同制度のホームページも開設され、その概要と認証フローなどを紹介しています。4月からは、認証制度の詳細や申請方法も掲載する予定で、ホームページからダウンロードできる申請書面による申請の受け付けも開始されます。

JATAでは、日本の魅力を活かした訪日旅行を海外にアピールすることを通じたブランドイメージの強化に加え、ツアーオペレーター業界や旅行商品のクオリティ向上により、訪日旅行者の拡大を図ることが急務の課題であると認識。これを受けツアーオペレーター業界の自発的取り組みとして、①企業の法令遵守、②品質管理・サービス水準、③CSR（企業の社会的責任）という3つの側面から品質を評価し、所定の基準を満たしている優れた事業者を認証することになりました。

これにより、訪日旅行者が安全・安心で良質な旅行を楽しめるようになり、認証された事業者は顧客からも一定の評価

を得られることとなります。また、ツアーオペレーター業界としては、認証される事業者が増加することにより、業界全体のクオリティや社会的プレゼンスが向上し、訪日旅行者の増加とリピーター化が進むことも期待されます。

●ツアーオペレーター品質認証制度のスケジュール

3月1日 事業者向け告知開始（ホームページによる告知）  
4月1日 第1期申請開始（申請関係情報掲載）  
6月1日 第1期認証会社の紹介  
7月上旬 第2期申請受付

### 「日本・トルコ観光振興WG」を設置 相互協力でプロモーション活動推進

日本旅行業協会（JATA）海外旅行推進委員会は今月、トルコ観光の振興に向けた具体的な方策とプロモーション活動を推進する母体として「日本・トルコ観光振興ワーキング部会（WG）」を設置しました。

JATAでは、トルコをビジットワールド（VW）事業の重点デスティネーションとして、同国の観光振興に取り組んできており、VW事業活動に深い理解を示しているトルコ大使館・文化広報参事官室やトルコ航空日本支社との連携も併せて、日本市場の開発を強力に推進してきています。

WGでは今月から1年間にわたり、①

されました（写真）。

トルコを訪れる旅行者数は、2011年に前年比9・86%増の3145万6076人を記録したの続き、2012年も同1・04%増の3178万2832人とプラス成長を維持しています。2012年は、欧州各国で発生した経済危機や天候不順、アラブ諸国や地中海沿岸諸国での政変など、ツーリズムにとってはさまざまなマイナス要因があつたにもかかわらず、プラス成長を維持したことは、トルコの経済やツーリズム産業の底堅さを示すものとも言えます。

トルコを訪れる日本人旅行者数も増加傾向にあり、2012年は前年比8・11%増の20万3592人を記録しました。

トルコ共和国大使館文化広報参事官室との連携強化、②取り組むべき課題の抽出と対策の検討、③トルコへの日本人観光客誘致のための具体的なプロモーション活動の推進などを中心に、トルコ大使館・トルコ航空の協力により、日本市場開発の取り組みをさらに強化する方針です。

2010年に「トルコにおける日本年」で数多くの文化交流イベントが実施されたトルコでは、トルコ大使館・文化広報参事官室の協力によって、昨年10月30日にJATA海外役員会を開催すると同時に、トルコ文化観光省やトルコ旅行業協会の関係者らとの意見交換会も実施



「10年後の2023年に建国100周年を迎えることから、これに向けて5000万人の受入観光客数と500億ドルの観光収入を実現し、世界トップ5の観光国となることを目指したい」と説明しています。

## ●支部活動報告

### 北海道支部

- 1月17日 第2回海外旅行委員会を開催。パスポート取得キャンペーンの実績と今後の取り組みについて議論。

### 東北支部

- 2月21日 第6回幹事会を開催。

### 関東支部

- 1月10日 栃木県地区委員会が、訪日旅行推進委員会主催の「訪日外国人受入促進地域フォーラム(栃木)」に運営協力。

- 2月7日 第6回海外旅行委員会を開催。次年度の事業計画案を協議。

- 2月14日 第5回総務委員会を開催。次年度の事業計画案を協議。

- 2月19日 第6回インバウンド委員会を開催。

- 2月26日 第6回国内旅行委員会を開催。次年度の事業計画案を協議。

- 2月27日 第5回幹事会を開催。次年度の事業計画案の確認、ならびに各委員会活動の報告を実施。

### 中部支部

- 1月18日 空港委員会を開催。
- 2月13日 海外旅行委員会を開催。

- 2月14日 国内・地域振興委員会を開催。

### 関西支部

- 1月21日 海外旅行委員会を開催。
- 2月24日 第4回幹事会を開催。

### 中四国支部

- 1月13日 広島県空港振興協議会とJATA中四国支部が「広島空旅！2013年」を開催(写真)。

「広島空港から世界の旅に出かけよう」をコンセプトに、イオンモール広島府中で実施されたイベントには、各国の観光局や航空会社、旅行会社など15団体以上が出展。昨年のほぼ2倍となる1万9000人の来場者らに、旅の楽しさを感じてもらった。



### 九州支部

- 1月23日 教育研修委員会を開催。平成25年度事業計画の確認と新企画「寺子屋JATA」に関して具体的検討を行った。
- 1月16日 福岡地区委員会開催。次年度活動を確認。

### 沖縄支部

1月8日 沖縄東海岸地区の基地跡地利用計画の視察と新たな観光素材の発掘をテーマに「かなたタラソ沖縄とギンバル訓練場跡地視察」を実施(写真)。東海岸地区のギンバル訓練場跡地には、すでに野球場が完成しており、さらにヘルスケアセンター、地域医療施設、フィットネスセンター、海洋療法児童リハビリセンター、ヴィラ、フットボールセンター、ホテルなどの建設も予定されている。ホテルは16ヘクタールを5分割して、約15年をかけて段階的に開発される計画。完成した施設には、地元・金武町の町民が優先的に雇用される。その人数は同町全人口の10%に当たる1000人に及ぶ見通しで、同町を活性化する上で最大のメリットとなる。

ギンバル訓練場跡地では当初、工場誘致や商業地などの提案もあったが、豊かな森の緑と海を活かした「いやしの里」としてウェルネス、医療観光が採択された。スポーツ施設と医療、リハビリ施設、ホテルが一体となった施設の規模としては日本最大となり、再来年には、沖縄東海岸地区の医療観光施設として国内外から大きな注目を集めることが予想される。



順番受付システム  
**アイリスト発券機システム**

2013年、順番待ち発券機は変わります。

お客様に「お待ちいただく」から  
「携帯電話へ呼び出し」へ！

自動音声  
まもなくご案内できます。  
店舗へお戻りください。

自動電話発信・音声自動応答

アイリストを導入すれば  
電話呼出でき、満足度向上!!

待ち方が選べる「店内で待つ」or「携帯で呼出」

ウェイティング業務が改善!!

番号案内でお客様も従業員も解り易く、ご案内が円滑に

機会損失が減少し、売上UP!!

混雑時、電話呼出して貰えるのでお客様に待って頂けます

【資料請求・デモ・お問い合わせ先】  
(株)JMC 担当:営業部 大本  
TEL : 03-5371-3164  
email : omoto@jmc-inc.jp

日本旅行業協会（JATA）は2月26日、東京・日本橋蛸

殻町のロイヤルパークホテルで「JATA経営フォーラム2013」を開催しました。21回

目を迎えた今年の総合テーマは、

「グローバル視点で強くなる！」

新たな価値創造に向けて」と。東

日本大震災から2年近くが経過す

る一方、社会情勢は目まぐるしい

変化を続け、消費者の価値観も多

様化が進んでいます。そうした中

で、旅行業界が優先的に取り組む

べき課題を整理し、会員企業の経

営に寄与することを目指して、全

# 全国から310人が参加、諸課題巡り熱い議論 大塚陸毅 JR東日本相談役／経団連副会長・観光委員長が特別講演

国から310人が参加した今年の

経営フォーラムでは、例年の特別

講演とテーマ別分科会に加え、

2007年以来6年ぶりに旅行業

経営分析もプログラムとして復活

しました。

## 日本の国家的課題解決への鍵は「観光」

「観光は物見遊山か」をテーマ

に特別講演を行った日本経済団体連

合会の副会長で、

経団連の観光委員長

も務める東日本旅客

鉄道の大塚陸毅相談

役は、まず、今の観

光業界に不足してい

るものとして、産官

学のそれぞれの課題

を列挙。業界につい

ては、収益性の低さ

や経営力の弱さ、高

い離職率、旧来型の

ビジネスモデルが続

いていることなどを

指摘するとともに、

「観光業界には産業としての誇りが足りない」と訴えました。

また、アカデミズムにおいて

は、観光人材の育成が急務であ

り、行政においても、ビジョン・

戦略を明確にし、政治のリーダー

シップの発揮が不可欠であると指

摘し、「観光業界がいまだに『物

見遊山』として見られてしまうの

は、産学官の努力が十分ではない

ため」という認識を示して、「産

官学が連携し、観光の持つポテン

シャルを最大限に発揮する必要性

がある」と強調しました。

大塚相談役は、東日本大震災か

ら4カ月後の2011年7月に

開催された「経団連夏季フォー

ラム」で講演した米国のシンク

タンク・戦略国際問題研究所

（CSIS）のマイケル・グリー

ン氏が、「復興の第一の鍵は観光

だ」と指摘したことを紹介。「震

災からの復旧・復興をはじめ、少

子高齢化や地域間格差、産業の空

洞化といった日本が抱える課題へ

の解決の鍵は「観光」だ」と語

り、観光の意義を改めて訴えてい

ます。

さらに、大塚相談役は、「経済

波及効果」「雇用創出力」「外需

の内需化」といった観光が持つ意

義の経済的側面について言及する

と同時に、「交流によるソフトパ

ワーや人材力強化」「平和へのソ

フトインフラ」「交流による実体

験の価値」「地域力の強化や国民

の暮らしの質の向上」といったソ

フト面での貢献も大きいことを指

摘しました。

## 旅行業界は中枢産業としての「自覚」と「誇り」を

大塚相談役は、JR東日本の社

長として経営改革に取り組んだ経

験や総合商社における変革の事例

なども紹介した上で、旅行会社に

今、必要なこととして（1）意識

改革、（2）新しい価値・需要の

創造、（3）人材の育成、という

3つのポイントを示しています。

意識改革については、観光が国

家戦略であることの「自覚」と

「誇り」を持ち、「他の産業や業

種に観光の重要性を理解してもら

う努力をしなければならぬ」と

呼びかけました。大塚相談役は、

「観光の重要性について説得しな

ければならない側が自分の仕事に

誇りを持っていないならば、周りに

理解してもらえないはずがない。具

体的な行動も必要だが、まず、関



主催者を代表してあいさつする菊間 潤吾 JATA 会長



ご来賓の井手 憲文 観光庁長官からごあいさつをいただきました



大塚 陸毅 JR東日本相談役／経団連副会長・観光委員長

# 第21回JATA経営フォーラム・レポート

## 「グローバル視点で強くなる!～新たな価値創造に向けて～」



今年の経営フォーラムには全国から310人が参加しました

係者自身が観光の重要性を認識し、観光業界全体としても外向きになっていくことが重要だ」と語っています。

大塚相談役が冒頭でもふれたように、日本が抱える課題解決の鍵は「観光」であり、日本の経済成長やソフトパワー強化の切り札として注目されています。「『物見遊山』の需要を取り組むことだけに安住する業界であっては、絶対に生き残ることはできない」というのが、大塚相談役の主張です。

新しい価値・需要の創造については、1971年に日本人出国者数と訪日外国人旅行者数が逆転して以来、その格差は進む一方で、現在は約1000万人までその差が開いていることから、大塚相談役は、「アウトバウンドへの傾注から脱却して、ツーウェイツアー



熱い議論に開場は熱気に包まれました

グムの推進を図るべきだ」と指摘しました。

また、カウンターなどを通じて顧客のニーズを肌で感じることが、大塚相談役は、「そうした強みを生かして、旅行会社こそ、広がりのあるコーディネーター役を目指すべきだ」とも語っています。日本の各地で誘客に向けた取り組みが進む中で、地域にある資源の価値を発掘し、多くの人に感動を与える新しい旅行形態を開発するため、大塚相談役は、「地域の人たちと連携して、求められる旅行を創り上げていくのが旅行会社の役割だ」と呼びかけました。

さらに、「人が唯一・最大の資源」である旅行会社は、社員だけでなく地域リーダーや地域のおもてなしの担い手なども含めた人を



黒須 宏志氏

育む企業へと転換していくことも求められており、大塚相談役は、「観光の力を発揮するためにも、人材育成の取り組みが必要だ」と訴えています。そのための教育や研修を継続できる態勢を日本観光振興協会と連携して整えることなども、旅行業界の大きな役割として期待される時代を迎えているようです。

大塚相談役は、これからの旅行業界にとって重要なテーマとして、(1) 経営者が「夢」や「ビジョン」を持つこと、(2) 「貿易立国」、「科学技術立国」に続くのが「観光立国」であると認識すること、(3) 観光による震災復興や日本経済活性化を目指すこと、という3つのポイントを提示した上で、「日本や海外の将来にとって重要な業界であるというこ

とを信じ、その重要性をいろいろな機会に訴え、知恵を出して行動してほしい」と重ねて要請。「これからの日本を担う中核産業として、私も皆さんと一緒に頑張っていきたい」と決意を示しました。

### 6年ぶりに旅行業経営分析が復活



女性が主役の分科会でも活発な議論が交わされました

大塚相談役による特別講演に続いて、2007年以来6年ぶりに復活した「旅行業経営分析2013」では、公益財団法人日本交通公社の黒須宏志主任研究員が、2009年と2010年、2011年の3カ年にわたるアンケート調査の結果に基づき、営業所数や人員の変化、売上高と粗利益率



注目を集めたLCCをテーマにした分科会

の変化、取扱高の増減と販売チャネルの関係、利益率の動向などについて解説しました。

黒須主任研究員は、海外旅行に牽引されて2011年の業況が好転し、営業所拡充など積極的な動きもみられた一方で、売上高に比して利益率の伸びが伴っていないこと、取扱高を伸ばすと同時に利益率を高めることの重要性、利益率の中でも死活を分ける営業利益率に改めて注意する必要があること、などを指摘しています。

今年の経営フォーラムでは、「旅行業のグローバル化に伴う法規制のあり方について」、「東南アジアからのインバウンド誘客を図るには」、「LCC元年を経て旅行会社共存共栄の道は見えただか」、「女性・外国人の能力を活かせ!」というテーマで4つの分科会も開催され、それぞれのテーマについて登壇者らが活発な議論を交わしました。



## 歯痛と海外旅行

むし歯や歯ぐきの化膿が、歯の中および周囲にある神経を刺激し、痛みとして感じるのが歯痛です。旅行先で歯痛にならないように普段から治療しておくのがおすすめですが、もし痛くなってしまった場合の対処法を岩崎歯科クリニックの岩崎茂則先生にうかがいました。

### 〈機内で起こる歯痛〉

機内の環境は、コントロールされてはいますが、地上に比べると気圧が低い状態です。気圧が低いと、たとえば持ち込んだ菓子袋が体積を増して膨らむように、歯もむし歯や治療途中の歯、治療が不完全な歯で中に空洞があつたりすると、膨張してその圧で神経を刺激し痛みとなります。

機内で痛みや腫れが出た場合は、痛み止めの薬を飲み安静にします。冷やしたり温めたりは悪化する場合があります。そのため注意が必要です。機内にも常備薬はありますが痛み止め程度の薬は、すぐ飲めるように手さげカバンに入れて携帯するといいでしょう。

### 〈海外旅行中の歯科トラブル〉

圧倒的に多いのは、詰め物やかぶせた物が取れるケースです。また、日本では感じていなかった歯痛を感じる人も多く、原因はいくつかあります。

一つは気温や気圧など、環境の変化です。熱かったり寒かったりの温度変化は歯痛の原因になります。また、高地や山岳地帯、スキューバダイビングによる気圧の変化。出発前の準備や長時間のフライト、時差など

による疲労、睡眠不足も歯や歯ぐきが痛んだり腫れたりする大きな原因となります。

中でも親知らず歯はこのような疲労や気候等の変化の影響を受けやすく、時には激しい痛みや大きな腫れを伴います。

### 〈現地での歯科治療〉

海外の医療機関での受診は、語学によるトラブル、高額な費用、技術および衛生面の問題などが指摘されています。詰め物が取れた、かぶせ物が取れた、入れ歯がこわれたなど、痛みや腫れを伴わない場合は、支障がなければ帰国後に治療をするのが得策です。

痛みや腫れがある場合も薬だけもらいましょう。いきなり抜かれることがあるかも知れません。

### 〈いざという時のために〉

長期滞在の場合はかかりつけ医と電話やメール、FAXでコンタクトが取れるようにしておけば、即座に対応が図れるメリットがあり安心感につながります。

海外では重大な飛行機事故やテロ事件に巻き込まれる危険性もあり、カルテによる治療記録やレントゲンは不幸にも身元確認の重要な資

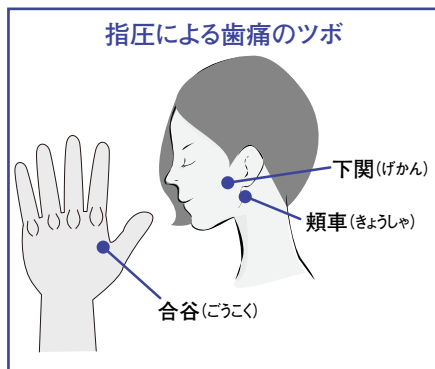
料となります。

### 〈海外旅行傷害保険は適用される？〉

海外での歯科治療は、特に先進国ではかなり高額な治療費を請求されます。親知らず歯を抜いて60万円かかった話も聞きます。

今までは海外留学生生保以外の海外旅行傷害保険やクレジットカードの付帯保険はむし歯などの一般的な歯の治療は対象外でしたが、一部の保険会社で歯科特約ができたと聞いています。実際にあったケースですが、フランスパンや固い牛肉のスジを食べて歯が折れた時には保険が適用されました。転んで歯が折れた場合の外傷は傷害(ケガ)に該当し保険適用になります。

日本の国民健康保険や社会保険に加入していれば、海外療養費として帰国後必要な書類を提出することで、ある程度戻ってきます。



## トラベルには、トラブルの備えを

東京海上日動のネットワークであなたの旅をバックアップ。  
海外での安心のパートナーには、  
ぜひ東京海上日動をご指名ください。

### 海外旅行保険

東京海上日動火災保険株式会社

東京都千代田区丸の内1-2-1 〒100-8050

☎0120-868-100 午前9時～午後8時(平日、土日祝とも) <http://www.tokiomarine-nichido.co.jp/>



東京海上日動





# 景気浮揚で旅行マーケットはどう変わる？

今後の景気の浮揚が徐々に現実味を帯びつつあります。われわれは今後、景気のような側面に注目すべきなのか、また、景気浮揚は業界にどのような変化をもたらさしめるか、考えます。

## 景気浮揚とよりシンクロするのは国内旅行

2012年12月の政権交代以降、金融市場の流れが大きく変わり、目下の関心は、こうした変化を生み出した、いわゆる「アベノミクス」が实体经济の流れを変えるところまで行き着くかというところに移りつつあるといえるでしょう。そこで今回の「深読み」では今後の景気浮揚に対する期待感が徐々に高まっていることを踏まえ、それが今後の旅行需要にどのような影響を与えうるかというテーマについて書きたいと思います。

まずは下のグラフをご覧ください。国内、海外の旅行者数とGDPなど景気関連指標を四半世紀分にわたってまとめたものです。合計4系列のデータはいずれも1996年時点の値を1とする指数で示してあります。景気関連の2系列(GDPと雇用者報酬)はいずれも物価の下落分を考慮していない名目ベースです。雇用者報酬というのを読んで字のごとく、雇われ人の給与として家計に入ったお金の総額に相当

するものです。

このグラフでまず注目いただきたいのが国内旅行(正確には観光性の宿泊旅行をした人の延数)とGDPの関係です。ひとこと言くと、この四半世紀の間に国内旅行はGDPに先行して伸び、落ちる時もGDPより先に落ちていった、という動きをしています。ここで雇用者報酬に目を転じていただくと90年代後半以降の動きについてはGDPより雇用者報酬の方が国内旅行とよくシンクロしていることが分かります。この時期、GDPが横這いを維持できなかったのは主に輸出など外需の伸びがあったからで、雇用者報酬については非正規雇用の拡大などのもと下落が進んでいました。こうしてみると国内旅行の需要がGDPとではなく雇用者報酬とより良くシンクロするのは自然なことと言えるでしょう。

一方、海外旅行はとみると、90年代半ば以降の展開については他のどの系列とも異なるものになっています。国内旅行のように雇用者所得とシンクロした動きはなぜ出てこないのでしょうか。この問いに答えるには海

黒須宏志

旅行市場動向のリサーチャーとして講演・寄稿などで活躍中。公益財団法人日本交通公社の主任研究員。1964年生まれ。

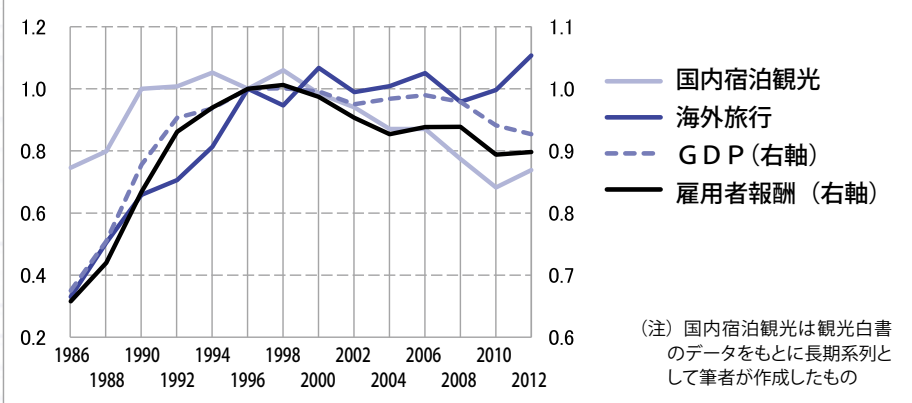
外旅行と国内旅行の市場規模が桁違いに異なることにふれなくてはなりません。年間の海外旅行者数の6割以上は人口の3〜4%前後、実数では400万人前後の比較的裕福なマーケットに由来していると推定されます。一方、年間の観光性の国内旅行者数はおよそ2億人。全人口の半数以上が参加する大変裾野の広い市場なのです。国内旅行はその市場規模の巨大さ故に景気と無縁ではあり得ませんが、海外旅行は比較的規模の小さい優良マーケットへの依存度が高く、その依存度を上昇させることで旅行者数を維持してきたことから、景気要素の直接的影響力は国内旅行に比べ小さいと言えるでしょう。

## デフレが終焉する時、何が起きるか？

このように景気の浮揚が雇用者報酬にまで行けば国内旅行には朗報となりそうですが、その一方で小職は、中期的に雇用者報酬が上昇トレンドに転じることがあるとすれば、それは不可避的にデフレの終了を意味する、ということに注意を喚起したいと思います。例えば現在の旅行需要が旅行の割安感に支えられているとしたらどうで

しょうか。製造業と違って旅行は短いサイクルで次々に新しい価値を出していくのが比較的難しい世界です。長く続いたデフレの下で消費者はものの値打ちを見抜く力に磨きをかけてきました。国内旅行のコストが上昇に転じる時、我々は目の肥えた消費者に認められる新たな値打ちを次々と打ち出していけるでしょうか。景気の浮揚は業界にとって新たなチャレンジとなる可能性も秘めていると考えます。

旅行需要とGDP、雇用者報酬の長期的推移



# 要人往来

2月のトップニュースはやはり日・韓旅行業協会の両トップが懇談されたこと。ツーウェイツーリズムの活性について両トップとも前向きに意見交換されました。両国間の人的交流がもっと大きなうねりとなることを期待します。



韓国旅行業協会(KATA)の梁武承会長(右)と菊間会長



国際機関太平洋諸島センター・小川和美所長(右)



マサチューセッツ州の観光局、サプライヤーの各氏と意見交換



マレーシア航空の季寶頤(リー・ポー・ケイト)北アジア・北米地区代表統括副社長(中央左)を囲んで

## 日・韓旅行業協会の両トップが懇談 訪日韓国人観光客のさらなる拡大で同意

韓国 2月1日(金)  
韓国旅行業協会(KATA)の梁武承会長と菊間会長

KATAの梁武承会長とJATA菊間会長が今後の観光拡大の取り組みについて懇談されました。「KATAはセミナーやフォーラムなど、ビジネス交流を拡大するために、さまざまな仕組みづくりに取り組んできたが、さらなる拡大のため、地方自治体との交流を活性化させていきたい」と梁武承会長。

菊間会長は、「韓国からの訪日観光客数が増加していますが、訪日観光客に満足していただくために、4月から新しい受け入れ規定を導入する予定です。韓国旅行業界が提供する、高品質観光商品を見習い、引き続きクオリティーの高いツアー商品や環境を提供していきたい。また、自治体や旅行業界とコミュニケーションができる機会が増えれば、よりよいビジネス環境が作り上げられます」と応えました。

## 太平洋諸島への誘致で意見交換 太平洋諸島センター 1月31日(木)

国際機関太平洋諸島センター・小川和美所長

JATA中村理事長を訪問し、太平洋諸島センターの目標や促進活動について懇談。同センターは若者を対象にしたキャンペーンに加えて、さまざまなPRイベントに積極的に参加しており、「今後とも、太平洋諸島への観光客を増加させるために、JATAのご協力をお願いしたい」と小川所長。

中村理事長は、「JATAとしては、セミナーやファミツアーについて、協力することができるほか、JATA旅博に出展いただくとステージやセミナースペースが提供できます」と応えました。

## ニューイングランド地方への研修旅行実施も ボストン・マサチューセッツ州 2月5日(火)

マサチューセッツ州の観光局、サプライヤーの各氏が訪問

同観光局やサプライヤー各氏が観光セミナーのため来日し、JATA本部を訪問。日本からの観光客を誘致するため、「ニューイングランド地方へファミツアーを実施したいのでぜひJATAの協力をいただきたい。今後、シニアマーケットに加えて、若者市場も拡大していきたい」とアピール。

「日本人にとって、アメリカの認知度は高く、成田ーボストン間の直行便が運航されてから、日本人の観光客が増えています。旅行会社と定期的に接触し、観光セミナーやファミツアーなどを実施していただければ、効果が期待できます。また、JATAとしては、日本・アメリカ交流年ということで各種セミナーを行っています。これからも協力をお願いしたい」と中村理事長。

## 両国間の航空座席の増加方針で一致

マレーシア 2月8日(金)

マレーシア航空の季寶頤(リー・ポー・ケイト)北アジア・北米地区代表統括副社長

JATA菊間会長を訪問し、日本ーマレーシア間のフライトを増加する方針について言及されました。「マレーシアは観光インフラが整っており、新しい観光スポットも開発されています。今後、成田ークアラルンプール間の定期便を増やしたい。日本からの観光客が増えています。より多くのお客様にマレーシアを訪れていただくために、羽田や関西空港からフライトを増やすように交渉しています」。菊間会長は、「日本の旅行業界からは成田ーコタキナバル路線の復活について要望が多い。また全体的に現在、供給座席が十分でなく、それが日本人観光客増加のネックになっている。2カ国の便数が多くなれば観光客も増えるでしょう」と話されました。



# “Growing Stronger with a Global Vision! Creating New Value” The 21st “JATA Management Forum” Attracts 310 Attendees from all over Japan



The Japan Association of Travel Agents (JATA) held the 21st “JATA Management Forum 2013” at Royal Park Hotel in Nihonbashi-Kakigara-cho, Tokyo, on February 26, 2013. The overall theme of the forum was “Growing Stronger with a Global Vision! Creating New Value”. Society has been changing rapidly

and consumers’ values have diversified greatly over the past two years since the Great East Japan Earthquake. With this background, 310 attendees from all over Japan participated in the management forum, which was designed to summarize the key challenges for the travel industry and to contribute to the management of member companies.

Mr. Mutsutake Otsuka, Senior Adviser of East Japan Railway Company, who also serves as the Vice Chairman of Japan Business Federation (KEIDANREN) and the Chairman of KEIDANREN’s Committee on Tourism, delivered the keynote speech on “Is Tourism just Seeing Sights?” Mr. Otsuka first listed industrial, governmental, and academic challenges facing the current tourism industry. Among the industrial challenges, Mr. Otsuka pointed out low profitability, weak management power, high employee turnover and continuation of old-fashioned business models, and claimed that “the tourism industry lacks pride as an industry.”

Mr. Otsuka cited Mr. Michael Green of the Center for Strategic and International Studies (CSIS), a U.S. think tank. In his speech at the KEIDANREN Summer Forum held in July 2011, three months after the Great East Japan Earthquake, Mr. Green pointed out that “the first key to the reconstruction is tourism.” He said that tourism is the key to resolving Japan’s challenges, including “rehabilitation and reconstruction from the earthquake disaster, low birth rate and aging population, regional disparities and deindustrialization”, and reaffirmed the significance of tourism.

Mr. Otsuka also referred to the economic significance of tourism, including “economic ripple effect”, “job-creating power” and “turning foreign demand into domestic demand”, and pointed out the industry’s major ‘soft’ contributions of “strengthening the power of software and human resources through interaction”, “soft infrastructure

for peace”, “value of actual experience through interaction” and “local power buildup and qualitative improvement of people’s lives”.

Regarding current tasks for travel agents, Mr. Otsuka indicated the following three: (1) raising awareness, (2) creating new value and demand and (3) developing human resources.

With regard to raising awareness, Mr. Otsuka encouraged everyone to be “conscious” and “proud” that tourism is a national strategy and that people in the tourism industry must “make efforts to help other industries understand the importance of tourism.”

Concerning the creation of new value and demand, Mr. Otsuka pointed out that we should “depart from outbound-focused tourism and promote two-way tourism” in view of the fact that the gap between the number of Japanese outbound tourists and the number of foreign inbound tourists has been widening since overtaking the latter in 1971, with the difference now standing at approximately 10 million.

Mr. Otsuka also encouraged the attendees, saying that “creating desired tours in cooperation with local people is the role of travel agents”, in order to explore the value of local resources and develop new types of tours that impress many people as part of nationwide efforts to attract tourists.

The “only and greatest resource is human resources” for travel agents. Travel agents must transform themselves into companies which develop human resources, including local leaders and those who support local hospitality, in addition to their own employees. Mr. Otsuka noted that travel agents “need to work on developing human resources to demonstrate the power of tourism”.

Mr. Otsuka proposed three important themes for the travel industry in the future: (1) Corporate managers should have a “dream” and “vision”, (2) We should recognize that a “tourism-oriented nation” follows after a “trading nation” and “science and technology-oriented nation”, and (3) We should aim to reconstruct from the earthquake disaster and stimulate the Japanese economy through tourism. He urged the attendees to “believe that tourism is an important industry for the future of Japan and other countries, stress the importance on various occasions, and act with ingenuity”, and showed his determination, saying, “I am keen to work with you as a member of the key industry that will support Japan in the future.”

### Guidelines Released for Overseas Mountain Climbing Tour Services; Prepared following Mishap in China Last November

On February 27, Japan Association of Travel Agents (JATA) released the Supplement for Overseas Planning: Guidelines for Mountain Climbing Tour Services.

JATA drew up service guidelines for mountain climbing tours on domestic trips in September 2009 and worked to provide safe mountain climbing tour services. However, compelled by a mishap near the Great Wall of China in November last year, JATA has prepared new guidelines to promote safe and secure mountain climbing tour services overseas as well.

The circumstances and conditions of mountain climbing vary greatly depending on the country and region, and so in reality, it is extremely difficult to prepare guidelines for different countries and regions. Therefore, to put together these mountain climbing guidelines for overseas travel, JATA proceeded to supplement the existing Guidelines for Mountain Climbing Tour Services for domestic travel by adding information particular to overseas situations.

In addition to adding supplements pertaining to overseas, we also revised the current guidelines and prepared new guidelines so as to contribute to safer mountain climbing tour services. Using these guidelines, JATA aims to plan and conduct safer, more secure mountain climbing tours.

The outline of the guidelines supplement is as follows.

(1) Tour companies themselves must naturally have knowledge of the destination, but when selecting a local land operator, they must confirm that the operator has more detailed and deep knowledge of the tour courses concerned.

(2) Field surveys should be conducted with consideration for seasonal environmental variations and should be conducted during the season when the tours are planned. In the event that local land operator's staff carries out a field survey, tour companies must have a full grasp of the methods and results of the field survey.

(3) In some cases, communications equipment that can be used without a license in Japan is illegal in the destination country. So, it is necessary to check rigorously whether or not communications equipment can be used. The last resort is to have messages conveyed by a human messenger.

(4) When selecting assistant guides who are not Japanese to assist the head guide, their skill as mountain climbing guides is more important than their Japanese language ability, and this should be reflected in the selection criteria.

(5) In certain regions overseas, usage of wireless communications equipment and satellite phones is restricted, and so caution must be exercised regarding carrying in such equipment to those regions. It is desirable that emergency contact capability be constantly maintained by the parties involved in case of emergency.

In addition to the supplement pertaining to overseas tours, the following revisions and additions were also made to the existing guidelines with the aim of contributing to safer mountain climbing tour services.

(1) An explanation of the derivation of the words "mountain climbing," "trekking," and "hiking" were added. Walks for short durations on courses with little change in altitude, which are called "hiking tours" in ordinary tour travel plans, are outside the scope of these guidelines.

(2) An addition was inserted stating that even in areas where cell phones and wireless communications equipment, etc., cannot be used, a system should be prepared for swift communication in case of emergency. In cases where swift communication is impossible, the necessary preparations should be made so that participants' safety can be assured until communication is possible.

(3) When managing the itinerary, the first priority is the safety of the participants. The pre-determined itinerary should not be adhered to or enforced unreasonably at the expense of safety. The leader must take the necessary measures for appropriate itinerary management, including appropriate changes to the itinerary such as cancellation of departure or turning back for the safety of the participants, with overall consideration for the mountain climbing skills of the participants (not their skills as understood before departure but their actual skills as observed after the start of the tour), physical condition of the participants on the given day, condition of equipment, and weather conditions.

(4) Records of a tour company's verification process and condition of arrangements starting from the planning stage shall be retained in the company and shall be correlated with the following measures and results. It must never be forgotten that mountain climbing consists of "planning," "implementation," "recording," "review," and "measures."

### Chairman of KATA visited JATA to meet Mr.Kikuma

Mr. Yang, Moo Seung, Chairman of KATA (Korean Association of Travel Agents), visited Mr. Jungo Kikuma, Chairman of JATA, on February 1st, Friday

During his meeting with Mr. Kikuma, Mr. Yang talked about KATA's efforts to expand Korean tourism to Japan. "We have been organizing seminars and forums and have undertaken different initiatives in order to facilitate business exchange with our Japanese partners. In order to provide even more opportunities for business communication, we are planning to work closely with authorities in local areas" said Mr. Yang.

"The number of Korean visitors to Japan has been growing. However, to increase customers' satisfaction, we are working on introducing a new system of rules and regulations for the companies that provide services to foreign tourists. We need to learn from the high quality products which the Korean travel industry offers. I believe that increasing the opportunities for business communication with local authorities will create a favorable environment for further expansion of our business" said Mr. Kikuma in reply.

## Outbound Travelers Increase 2.5% in January, to 1.364 Million; First Positive Increase in Five Months, Hope for Start of New Uptrend

According to an announcement by the Japan National Tourism Organization (JNTO) on February 19, the estimated number of outbound Japanese travelers increased in January by 2.5% year on year, to 1,364,000 persons, representing the first positive increase year on year in five months, since August 2012.

Last year, outbound travelers in the first half of the year from January through June rose by 17.5% year on year, reaching 8,964,605 persons. This high growth rate in the upper teens was in part a rebound from the temporary drop in travel demand in the first half of 2011 due to the impact of the Great East Japan Earthquake. However, looking at the second half of 2012, July and August both maintained positive growth, at 9.1% and 9.0% year on year, respectively, but subsequently, negative growth continued for four months. After switching to negative growth in September of minus 0.9% year on year, October was minus 3.1%, November was minus 3.9%, and December was minus 2.2%.

Total outbound travelers in 2012 increased by 8.8% to 18.49 million persons, breaking through the 18 million mark for the first time in history. However, because a decrease trend since September caused concern in the industry, the fact that the number of outbound Japanese travelers increased in January year on year gave the industry hope for a new uptrend in overseas travel demand.

Meanwhile, the number of foreign travelers who visited Japan in January is estimated to have decreased 2.4% year on year, to 668,700 persons. This is the first decrease in three months, since last October, which saw a 3.0% drop year on year.

According to JNTO's analysis, the factors behind the January decrease include the fact that the Chinese New Year, which affects travelers from China, is in February this year instead of January as it was last year as well as the ongoing conspicuous decline in tour groups from China. Even so, positive effects have been noted from the weakening yen, the progress of the Open Skies Agreement, an expanded supply of airline seats due to new air services such as low-cost carriers, and the decrease in airfares.

Looking by market, four countries set new records in January, as follow: Australia (up 42.6% year on year), Thailand (up 33.0% year on year), Indonesia (up 30.3% year on year), and Vietnam (up 38.1% year on year). In particular, more Australians usually visit Japan in January than in any other month, and they set a new record in January on a single month basis. Moreover, since April 2012, Thailand has been setting a new record each month for 10 months straight.

## Applications to be Accepted from April for Certification; JATA's Quality Assurance System for Tour Operators

Japan Association of Travel Agents (JATA) approved the Quality Assurance System for Tour Operators at its board meeting on February 15. On March 1, the website for the system was launched, and the website presents an outline of the system and the certification process. The plan is to add details concerning the certification system and how to apply starting next month. At that time, acceptance of applications will also begin. Application forms will be downloadable from the website.

JATA recognizes as an urgent task its efforts to boost the number of visitors to Japan by improving the quality of the tour operator industry and travel products, in addition to strengthening Japan's brand image by calling potential visitors' attention to the highlights of travel in Japan. Outstanding tour operators who meet predefined criteria will be certified. Assessment of tour operators will focus on their quality from the three perspectives of legal compliance, quality management and service levels, and corporate social responsibility (CSR), and improvement in these areas will depend on voluntary initiatives in the tour operator industry.

Through this, visitors to Japan will be able to enjoy safe, high-quality trips, and certified operators will receive consistent ratings from customers. Moreover, as the number of certified operators increases, the overall quality of the tour operator industry and its social presence will increase, which can be expected to increase the number of tourists visiting Japan and the number of repeaters.

Japanese Overseas Travelers (Unit: Persons)			
Month	2012	2013	Change (%)
1 Jan.	1,331,144	1,364,000	2.5
2 Feb.	1,572,587		
3 Mar.	1,737,033		
4 Apr.	1,410,963		
5 May.	1,431,204		
6 Jun.	1,481,674		
1~6 Jan.-Jun.	8,964,605		
7 Jul.	1,598,016		
8 Aug.	1,964,041		
9 Sep.	1,622,996		
10 Oct.	1,470,289		
11 Nov.	1,434,503		
12 Dec.	1,436,172		
7~12 Jul.-Dec.	9,526,017		
1~12 Jan.-Dec.	18,490,622		

JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION

# 事務局 便り

2月号で既報の通り、2012年の年間出国者数は1849万人となり、1964年の海外渡航自由化後、過去最高を記録しました。64年の年間出国者が12万人ほどですので、市場規模はほぼ半世紀を経て154倍に膨らんだこととなります。

しかしながら、2012年9月から12月までの直近の4か月間はマイナス成長となっており、予断を許さない状況ですが、力強い足取りを回復して、2000万人時代のいち早

い到来を期待したいと思います。

それと同時に旅行産業としては市場の数字的な伸びだけでなく、より多くの消費者の皆様へ旅行会社を今以上に利用、活用していただくことが重要です。そのためには付加価値の高い商品づくりや、さらなる安心安全への取り組みが求められます。「じゃたこみ」の基本的な編集方針もこのあたりにあります。ぜひ、毎月の「じゃたこみ」にご注目ください。

## ●JATA業務予定表3月8日(金)～6月19日(水)

※予定表は変わることがあります。詳しくはJATAホームページ(会員限定ページ)をご覧ください。

### 本部・支部の委員会(予定)

3月8日～11日	幹事会(カンボジア視察研修)／関東支部
3月11日	政策検討特別委員会／本部
3月14日	旅行業法制度研究部会／本部
3月15日	理事会・常任役員会／本部
3月19日	教育研修委員会／九州支部
3月21日	実務委員会／九州支部
3月21日	国内旅行推進委員会／本部
3月21日	消費者相談委員会／関西支部
3月22日	法制委員会／本部
3月27日	海外旅行推進委員会／本部
4月3日	インバウンド委員会／関東支部
4月10日	総務委員会／関東支部
4月12日	旅行業法制度研究部会／本部
4月23日	海外旅行推進委員会／本部
4月24日	訪日旅行推進委員会／本部
4月26日	業務改善委員会／本部
5月7日	国内旅行推進委員会／本部
6月19日	定時総会／本部

## ●JATA主催・共催の研修・セミナー等活動

※JATA正・協力会員を対象とした研修・セミナーであり、すでに申込受付締切をした研修・セミナーもあります。

3月11日～14日	旅程管理研修(東京)／研修・試験委員会
3月12日	マナー研修(TCSA共催)／九州支部
3月13日	写真セミナー／海外旅行推進委員会
3月13日	現場のための旅行契約基礎講座／九州支部
3月14日	コードプロジェクトセミナー／社会貢献委員会
3月14日～18日	タイMICE(バンコク・チェンマイ)研修旅行／海外旅行推進委員会
3月15日～17日	山岳ガイド協会 実技講習／国内旅行推進委員会
3月22日	エコツーリズムセミナー／社会貢献委員会
3月25日	鹿児島県地区委員会クルーズセミナー／九州支部
3月27日	写真セミナー／海外旅行推進委員会
4月3日	カンボジアデスティネーションセミナー／海外旅行推進委員会
4月3日～4日	平成25年度総合旅行業務取扱管理者研修 窓口受付期間(郵送の場合は4月4日までの消印があるものに限る)
4月5日	JATAデスティネーションセミナー(マリンダイビングフェア)／海外旅行推進委員会
4月9日	パラオセミナー(東京)／海外旅行推進委員会
4月10日	パラオセミナー(名古屋)／海外旅行推進委員会
4月11日	パラオセミナー(大阪)／海外旅行推進委員会



**Taiwan**  
THE HEART OF ASIA

## Time for Taiwan

思い立ったが台湾吉日



**台湾観光局**  
http://jp.taiwan.net.tw/

台湾観光協会

●東京事務所 〒1105-0003 東京都港区西新橋1-5-8 川手ビル3階

TEL(03)3501-3591 FAX(03)3501-3596

●大阪事務所 〒530-0047 大阪市北区西天満4-14-3 住友生命御堂筋ビル6階

TEL(06)6316-7491 FAX(06)6316-7398



陶器の町・鶯歌



独特の雰囲気の中での散策が楽しめる



赤レンガの街路が美しい三峡老街



清水祖師廟

## 赤レンガの街路がノスタルジックな旧市街 清代後半に栄えた町は日本統治時代の面影も

台北から鉄道で約40分。台北県と桃園県の県境に位置する三峡は、中国の黄河流域を起源とする漢民族・客家人が台湾に定住した最初の地とも言われます。清代後半に淡水河の水運を利用した物資の集散で栄えた町は、日本統治時代の面影も残り、ノスタルジックな気分にも浸らせてくれます。

### 散策が楽しい台北近郊の小さな町

台北近郊の味わい深い町として、日本でも最近知られようになった九份とともに見逃せないのがこの三峡という町。淡水河の支流となる川によって形作られた三角州が昔からの三峡の商店街で、かつては、周辺から集積された樟脳や木材、お茶などが船で台北まで運ばれていたといえます。日本統治期には、老街(旧市街)の中央に線路が引かれ、物資を運ぶトラックが走っていたこともありました。藍染産業も盛んだった地で、その技術で染められた布も、かつて台北まで運ばれていた物資の一つでした。

三峡老街を整然と走る赤レンガの街路は、独特の風情を醸し出していますが、これらの街路が完成したのも日本統治時代で、赤レンガの多くも日本から運ばれたといえます。

たといえます。建物の外観は英国風のバロック式ですが、その構造は日本家屋を思わせるところも少なくありません。その和洋折衷ともいえるべき雰囲気、日本人には、どこか懐かしさを感じさせます。

日本統治時代に完成した街路も100年以上が経過して、数年前に大規模な修復が行われ、美しく修復されたメインストリートは、多くの旅行者を集める観光地となっています。メインストリートの両側には土産物屋が立ち並び、伝統の布を使った商品や昔ながらのお菓子、陶器などが売られています。

三峡老街のメインストリートに面している清水祖師廟は、18世紀半ばに創建されたもので、北宋の英雄・陳昭応を祀っています。台湾で最も美しい彫刻を誇るといえる廟は、常に参拝者で賑わい、三峡老街のメインストリートは、清水祖師廟の門前街といった趣です。

### ぜひ立ち寄りたい陶器の町・鶯歌

三峡からバスで10分ほどの鶯歌にも、見ごたえのある古びたレンガ造りの建物が並びます。台湾最大の陶器の町である鶯歌の陶磁器の街は、陶磁器発祥の地でもあり、歩行者専用道路の両側には約100軒の陶磁器の店が並び、陶器の茶具や皿、オカリナなども販売されています。陶磁器作りの見学ができる工房もあり、三峡を訪れるなら、ぜひ、立ち寄りたい町です。

### 「マグロの大間」を全国区にした住民パワー 北海道新幹線開業に向け広域連携も視野に



- ①フェリーに向かって「よぐ来たの〜!」「へぼの〜(またね〜)!」の大声とともに大漁旗が打ち振られる
- ②正月の大漁祈願の船玉祭で「あおぞら組」開発の「マグロのぼり」が披露されたことも
- ③「本州最北端の女・島ヤッコ」を名乗る島康子さん
- ④古い大漁旗をリサイクルした「大漁だべさバッグ」
- ⑤函館との広域連携に向けて企画された「海を越えてオーマの休日」など、ポスターには町民が登場する

現在、大間／函館間に就航しているフェリー船の名前は「ばあゆ」ですが、昭和39年7月に日本で初めての外洋フェリーとして、この航路に就航したのは「大函丸」でした。懐かしい船名の復活となります。

大間と函館を結ぶ航路は数年前に、原油高騰や運航会社のリストラ策により一度は撤退が表明されましたが、大間町が新船を建造して運航会社に無償貸与することで、ようやく存続が決まりました。地元住民の暮らしに密着した航路の維持を実現した新造船の歓迎イベントで、「大函丸」に向けて振られる100本の大漁旗には、町民らの万感の思いも込められること

本州最北端の大間と道南の函館を結ぶフェリー航路に今年4月、「大函丸」と名付けられた新造船が就航します。完成引き渡式に向け、地元では100本の大漁旗を振って新しい船を迎える行事も予定されています。歓迎イベントを企画しているのは、大間町のまちおこしゲリラ集団「あおぞら組」です。大間マグロのブランド化にも貢献してきた「あおぞら組」の活動は、観光地としても大間町を全国区に押し上げようとしています。

「何かやりたい!」の一念が実を結ぶ「あおぞら組」は、まちおこしのゲリラ集団として平成12年に発足。組長の島康子さんは大間町の出身ですが、東京の大学を卒業した後、社会人として東京仙台で生活し、平成10年、約20年ぶりにUターン。「家業を継ぐために戻ってきて、大間ならではの『濃さ』に初めて気づかされました。『何かやりたい!』という気持ちが強まり、仲間と始めたのが歓迎の気持ちを込めたフェリーへの『旗振り』だったのです」(島さん)

「あおぞら組」の活動はその後、「マグロ」筋Tシャツ、ホームページ「なまなま大間通信」、観光キャンペーン「朝やげ夕やげ横やげ」大間超マグロ祭り」などへ拡大。島さん自身も、内閣府の地域活性化伝道師に選定されるまでになりました。

「はこだて湯の川オンパク」や「函館バル街」などにも参加して、広域連携を考える勉強会「津軽海峡・観光バクダン塾」も実施しています。「津軽海峡に視点を置けば、大間町は函館と一体化できる観光圏に成り得る場所です。2年後の北海道新幹線函館駅開業に向けて、下北半島全体が海峡広域圏として捉えてもらえるよう頑張りますので、旅行業界の皆さんにも、ぜひ、ご記憶にとどめていただきたいと思います」(島さん)



むむ! 海外へ  
Visit World!



Tourism For Tomorrow.

# JATA旅博2013

## JATA Travel Showcase 2013

2013年9月12日(木)~15日(日)  
東京ビッグサイト 東1・2・3・6ホール

主催:一般社団法人 日本旅行業協会(JATA)



アジア最大級の“体感型”旅行産業イベント!

# 出展申込 受付中!

申込期日  
**4/30**  
[火]  
\*ご検討の際は一度  
ご連絡ください。

総来場者数 (2012年度)  
**125,989名を記録!!**

- アジア最大級の旅行展示会でFace to Faceのプロモーションフィールド
- 会場規模拡大! 業界人とのネットワーキングの機会創出
- アジアを代表する、国際商談会、国際観光フォーラム、旅博、顕彰事業

出展のお申し込み・お問い合わせ先  
**JATA旅博推進室**  
[受付時間:平日9:30~18:00]

〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通霞が関ビル4F [受付]  
TEL:03-5510-2004 FAX:03-5510-2012 Email:event@jata-net.or.jp  
[HP] <http://www.tabihaku.jp/2013/>

[公式Facebook]  
<http://www.facebook.com/tabihaku>

[公式Twitter]  
@tabihaku

# JATA会員企業向け団体保険制度のご案内

2012年度「旅行特別補償保険」・「旅行事故対策費用保険」現在募集中  
 ～旅行者に必要とされる保険です。この機会にぜひご加入をご検討ください～

JATA団体保険種類	旅行特別補償保険	旅行事故対策費用保険
旅行者にみられる費用負担事例	お客様が海外企画旅行で事故に遭遇し、2名が死亡した。 特別補償責任の規定により旅行者は5,000万円の補償金を支払う必要が生じた。	海外企画旅行に参加中のお客様が事故により傷害を被り、7日間の入院が必要となった。 社員が現地に派遣する等、お客様対応上数百万円単位の費用がかかった。
団体保険概要	旅行者が企画旅行に参加中に参加中の事故に遭われた際のケガ・携行品の損害(オプション)に対して、旅行者が旅行業約款の特別補償規程に基づいて、補償金・見舞金の支払責任を負担する場合にその損害を補償します。	企画旅行・手配旅行の別を問わず旅行者の旅行行程中の事故のために、旅行者が各種費用の支出を余儀なくされた場合に、その事故対応費用を補償します。 (「疾病危険等担保特約」を付帯することにより旅行行程中の病気による費用も対象とすることができます。) 「JATA海外緊急重大事故支援システム」に加入される場合は、本保険へご加入ください。
支払われる主な保険金 (旅行参加者1名あたり)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・死亡補償保険金 (海外2,500万円、国内1,500万円)</li> <li>・後遺障害補償保険金 (死亡補償保険金の3%～100%)</li> <li>・入院見舞費用保険金 (海外:入院日数により4万～40万) (国内:入院日数により2万～20万)</li> <li>・通院見舞費用保険金 (海外:通院日数により2万～10万) (国内:通院日数により1万～5万)</li> <li>・携行品損害補償保険金(オプション) (14万7,000円(免責金額(自己負担額)1事故あたり3,000円))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事故対応費用保険金 (社員現地派遣費用・ランドオペレーター費用・通信連絡費用・緊急応対関係費用・現地捜索費用)</li> <li>・救護者費用保険金 (救護者現地派遣費用・傷者・遺体移送費用・遺体処理費用)</li> <li>・見舞費用保険金(弔慰金・見舞金)</li> <li>・臨時費用保険金</li> </ul> <p>※保険金額                  海外500万円・300万円・200万円、                  国内150万円・100万円・50万円から選択</p>
対象業務	・企画旅行	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企画旅行</li> <li>・手配旅行</li> </ul> (交通機関のみ、宿泊機関のみ等は対象外)

\*上記表は、JATA団体保険制度(旅行特別補償保険、旅行事故対策費用保険)の概要を示したものです。詳細は、パンフレット・JATAホームページ・「会員向け有料サービス」または、(株)ジャタホームページ<http://www.yu-jata.com>をご覧ください。  
 引受幹事保険会社:東京海上日動火災保険(株)  
 共同引受保険会社:AIU保険会社 エース損害保険(株) ジェイアイ傷害火災保険(株) 三井住友海上火災保険(株)  
 \*上記保険の内容は、2012年7月1日午前0時から2013年6月30日午後0時までを包括期間とするご契約の内容です。補償内容等については、契約者である日本旅行業協会の事務局にお渡ししてあります保険約款によりませんが、ご不明点がありましたら(株)ジャタまたは引受保険会社におたずねください。

お問い合わせ・取扱代理店 **株式会社ジャタ** TEL 03-3504-1751 E-mail [mail@yu-jata.com](mailto:mail@yu-jata.com)

12-T-09842(2013年1月作成)

株式会社ジャタはJATAの会員サポート拡大を目的として旅行業に係わる団体制度を取扱う会社です。

## JATA従業員災害補償制度のご案内

・業務中 ・通勤途上中  
 ・地震、噴火、津波時の労働災害の備えに

《健康・医療の無料相談サービス》

■24時間電話健康相談サービス ■メンタルケアカウンセリングサービス

お問い合わせ

株式会社 ジャタ TEL 03-3504-1751

AIU保険会社 東京第六支店 営業二課 TEL 03-5637-0721



行き先が決まったら、旅行保険もお忘れなく。AIUなら、国内でも海外でもあなたの旅に大きな安心をお届けします。

