

JATA

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

じゃたこみ

4

2014年
4月10日発行
vol.86

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

世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXPOジャパン」
オールジャパンで“観光立国ニッポン”をアピール

名実ともに観光立国のリーダーに
JATA新年度事業基本方針

JATA経営フォーラム2014 分科会報告

海外渡航自由化50年特別企画

「海外旅行の歩みとこれから」 第4回 大衆化と女性添乗員

素材研究 (国内) 屋久島 (海外) ハリファックス&ルーネンバーグ

観光立国推進とこれからの航空政策
田村明比古国土交通省航空局長にインタビュー



東京五輪に向け増大する航空需要 成田・羽田のネットワークをさらに充実

羽田空港の昼間時間帯における国際線発着枠が3万回から6万回へ増加したの続き、成田空港でも来年度中の30万回化が予定されるなど、首都圏空港の容量拡大が着々と進んでいます。国土交通省航空局の田村明比古局長に、東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けた航空行政についてお話を聞かせていただきました。

首都圏への路線誘致が 全国に恩恵をもたらす

——3月末に羽田空港の昼間時間帯における発着枠が3万回から6万回に増加しました。進行中の成田空港における容量拡大とも併せ、首都圏空港の現状と今後の見通しについてお聞かせください。

田村 羽田と成田で最近進めてきている容量拡大は、様々な航空政策を行ううえでのベースになっています。できるだけ多くの路線を首都圏に誘致して、外国からも来ていただき、日本からも外国へ出かけていくために、ネットワークの充実は非常に重要です。キャパシティが確保されなければ、ネットワークの充実は図ることができませんし、最近出てきた業態のLCCに成長してもらうためにも、容量の拡大は必要となります。羽田につい

ては、予定されていた約45万回化が3月30日から実現して、需要の大きい国際線のネットワークが拡充され、ビジネス旅客にとっては使い勝手の良い路線が増えました。もともと羽田が持っている濃密な国内線のネットワークが結びつくことで、羽田における発着枠の増加は、首都圏だけでなくどまらず、全国にその恩恵が行き渡りやすくなるという意味でも、今後の展開が非常に期待される場所です。

——羽田空港と成田空港との役割分担については、どうお考えですか。

田村 さきほども少し言及したように、羽田は高需要のビジネス路線が中心になっていくと思いますけれども、成田には非常にバランス良く欧米やアジアなど全世界へ広がる路線網がありますから、これを十分に生かして、日本発着の需要

だけにとどまらず、乗り継ぎ需要なども取り込んで、成田空港としての発展を続けていけると思っています。さらに、最近、LCCによる就航も相次いでおり、国内線の充実ぶりも著しく進んできました。今後も、LCCの乗り入れ効果が様々な形で期待され、成田でも国際線と国内線の乗り継ぎの機能が高まっていくこととなります。何れにしても、首都圏の航空需要については、成田も羽田もフルに使っていかないと捌けないという事情もあるわけですから、この2つの空港が良い意味で競い合いながら、ネットワークを充実させていく形になっていければと考えています。

チャーター便活用し海外旅行需要拡大

——2020年に向けて首都圏の空港容量が再び逼迫する状況も予想されますが、今後の首都圏における空港容量の拡大についての方針をお聞かせください。

田村 現在、首都圏空港のさらなる機能



国土交通省

強化について、交通政策審議会の航空分科会で検討を進めています。あらゆる選択肢をテーブルの上に並べ、どういう対応が可能かを見極めたいと考えています。その中には、ハード面での整備もありますし、ソフト的に対応するものも含まれています。間もなく、リストアップされた項目を明らかにすることができると思いますが、次の段階では、洗い出された項目について、関係者も交えて実現の可能性を詰めていくこととなります。

もともとわれわれの需要予測は、東京でのオリンピック・パラリンピックの開催が決まる以前に行われたもので、その条件設定には、2020年という要素が含まれていなかったわけです。かなり控えめな経済成長を前提にした場合でも、2020年代の半ばくらいには、首都圏の空港容量が逼迫してくるという見通し

観光立国推進とこれからの航空政策



田村明比古 (たむら・あきひこ) 国土交通省航空局長

1955年生まれ、東京都出身。東京大学法学部卒業、米国コーネル大学経営学大学院修了。1980年4月運輸省入省、1993年9月運輸政策局国際企画課補佐官、1995年5月在米国日本大使館参事官、1998年7月大臣官房企画官、2000年6月運輸政策局観光部旅行振興課長、2004年7月海事局港運課長、2006年7月航空局監理部総務課長、2008年7月大臣官房審議官、2011年8月鉄道局長などを経て、2012年9月から現職。

でしたから、少しでも空港容量を増やせる手段を探していくことになるのかと思います。時間がかかる選択肢と、比較的早めに行える選択肢と、両方が出てくるでしょうから、2020年までにできるものは何なのか、また、そこから先も見据えてやるべきものは何なのか、いろいろな可能性について検討してみたいと考えています。

——チャーター規則については昨年、包括旅行用座席の卸し販売についての規制緩和が実現しました。チャーター便の活用を通じて地方空港の活性化など、今後に向けた考え方をお聞かせください。

田村 旅行業界からの要望も踏まえて、チャーター規則について規制緩和が実施されたわけですから、どれだけチャーターを活用していただけるかということ

だろうと思います。以前から指摘されている大都市圏に比べて地方での出国率が低いという現状についても、魅力的なチャーター便が運航されれば、改善が進んでいくでしょうし、逆に、現在の需要が小さいということは、開拓の余地があるということでもあり、旅行業界の皆さんには、ぜひ、海外旅行の需要拡大に向けて頑張っていたいただきたいと考えています。

意見交換で「観光立国」の方向性共有

——「観光立国」を目指す観光庁と航空局との連携についてお聞かせください。

田村 観光庁が最も力を入れているインバウンドの施策については、航空政策も主要な部分を占めることになると思いますし、一つの路線なり便なりが増えれば、そこで一気に訪日旅行者が増加するという現象も起きるわけですから、できるだけ路線ネットワークを充実させ、航空サービスが利用しやすくなるように努めてきています。また、空港における空間の使い勝手の良さとか居心地の良さとか、そういう部分も含めて改善を進めることで、いわゆる「観光立国」の推進に貢献していくのがわれわれの使命だろうと考えています。また、最近では、外国航空会社の間でも、地域と連携して日本へのインバウンド旅行者を増やそうという

取り組みも広がってきていますから、外国航空会社が乗り入れやすい環境を地方と一緒に作っていくことも重要になってくると考えています。

——航空局と航空会社に観光庁とJATAも加えた協議会もスタートしましたが、旅行業界への期待は。

田村 広範なテーマで協議を行い、航空局として協力させてもらえるところ、あるいは、旅行会社側からの要望で改善できるところは改善していくというような意思疎通がうまく機能するように期待しています。「観光立国」実現への方向性を共有するという意味合いからも、日常的に意見交換を重ねていくことは重要だと思います。

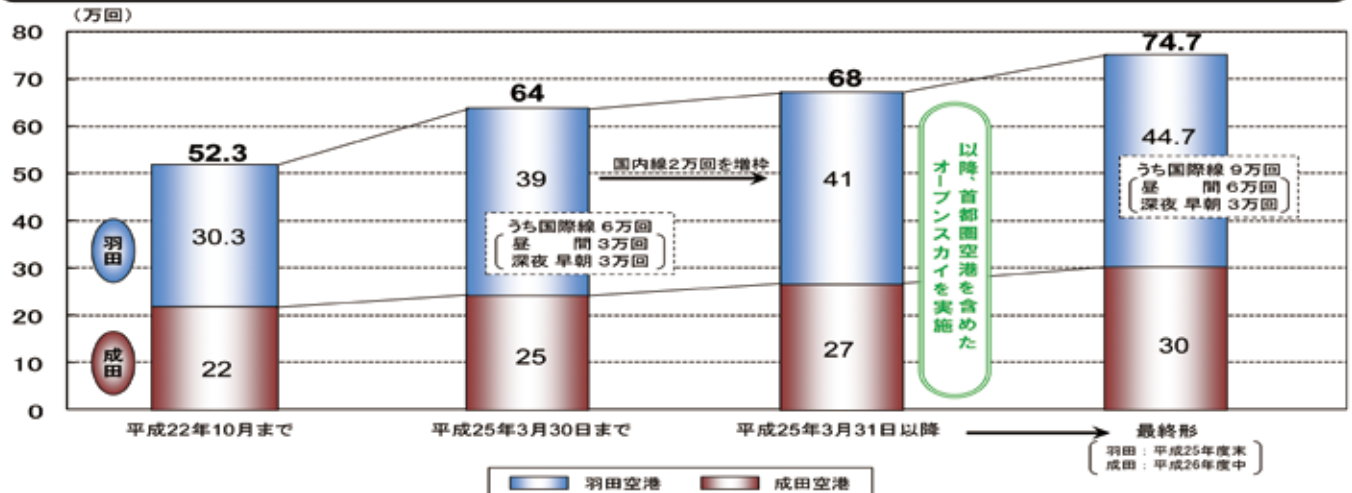
——最後に、旅行会社へのメッセージを。

田村 旅行業界あるいは旅行会社に求められる役割も変わってきていると思います。自由度の高い個人旅行と専門性に裏打ちされた付加価値の高いツアーとに二分化していく流れが続いていく中で、個人旅行者には専門性の高いアドバイスが求められ、高付加価値の旅行商品を提案していくノウハウも必要となるはずだと思います。どんどん高度なビジネスになっていくわけですから、その方向性で推し進めていくことが旅行業界の繁栄につながっていくでしょうし、旅行者にとっても良いことだと思いますので、大いに期待させていただいています。

観光立国推進とこれからの航空政策

首都圏空港(羽田・成田)の年間発着枠の増加について

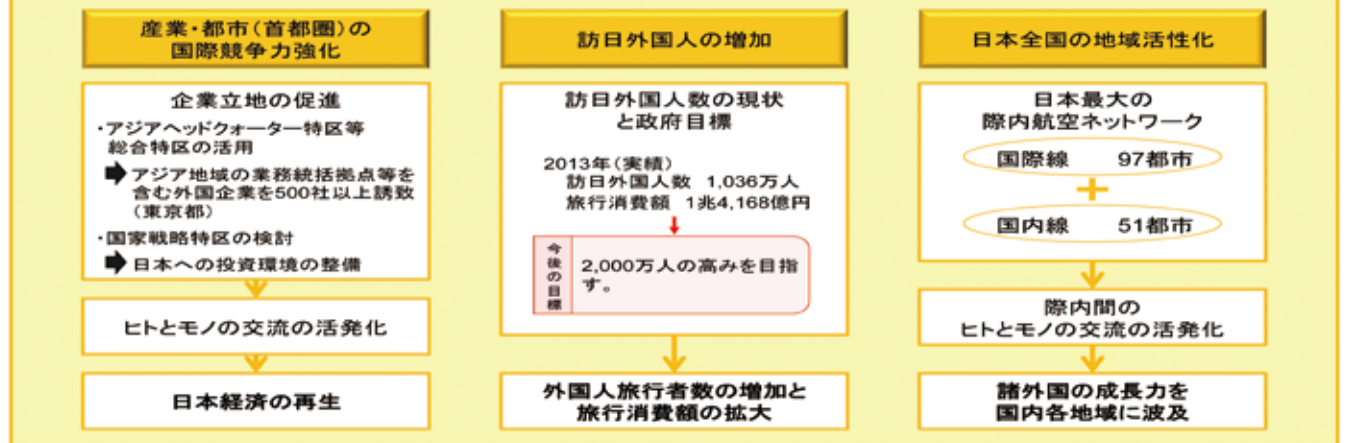
首都圏におけるビジネス・観光両面の都市間競争力を大幅に強化するため、羽田・成田の両空港における発着容量の拡大等、抜本的な機能強化を実施する。(発着回数は52.3万回(H22)→74.7万回(H26)と1.5倍に増加)



- * 1. いずれも年間当たりの回数である。
- * 2. 回数のカウントは、1離陸で1回、1着陸で1回のため、1離着陸で2回とのカウントである。
- * 3. 羽田空港の発着枠数の中には、深夜早朝の国際チャーター便等の運航に使われる枠数も含まれる。

首都圏空港の更なる機能強化の必要性

成長著しいアジア等世界の成長力取り込み(日本再興戦略等)



首都圏空港の更なる機能強化が必要

注: 就航都市数は、2013年8月時点で、定期便の直行便が就航している都市数

(出典: 国土交通省)

国際線ターミナルを拡張

羽田空港では、発着枠の増加に伴って国際線旅客ターミナルも拡張されました。出発コンコースは全方向から光の差し込む開放的な空間となり、国内最大級の36面マルチディスプレイが設置されたほか、ショップやレストランの拡充も実現しています。(資料提供: TIAAT)



2014年9月末の完了を目前に整備が進む羽田空港国際線ターミナル



就航都市の世界遺産を紹介する36面マルチディスプレイ

観光立国推進とこれからの航空政策

田村明比古 国土交通省航空局長にインタビュー

東京五輪に向け増大する航空需要

成田・羽田のネットワークをさらに充実 1~3

世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXPOジャパン」

オールジャパンで“観光立国ニッポン”をアピール 10

名実ともに観光立国のリーダーに

価値創造産業への挑戦通じ実現

——JATA新年度事業基本方針—— 7

JATA経営フォーラム2014 分科会報告

「新しい価値創造への挑戦」を議論 5~6

海外渡航自由化50年特別企画

「海外旅行の歩みとこれから」

第4回 大衆化と女性添乗員 11

<委員会報告>

・「旅行業から現状打破の流れを」

吉川副会長が“働く女性”テーマに講演 8

・日台間の双方向交流促進に協力

台湾観光局が同名駅観光プロモーション 8

・初めての合同就職説明会を開催

旅行会社14社と60校284人の学生が参加 8

●支部活動報告 9

●読み物&マーケティング

連載・マーケットデータ深読み 海旅の4月以降の市場動向に注目 12

ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑨ 今回のテーマ:自由行動 13

法務の窓口 第19回 旅行業務って何? 14

●Travel Industry Monthly Report

Newly Integrated - World Leading Travel Event in Asia

"JATA Tourism EXPO Japan" to be held in September 25-28, 2014 16

Perspective of the "Attempt to Create Value" in the Upcoming Half Century;

The Role of Travel Agencies in the Development of a Mature Outbound Travel Market 17

Network Enhancement by Increasing Arrival/Departure Slots at Haneda and Narita

Boosting Airport Capacity for 2020 and Beyond 18

●要人往来 15

●素材研究

(海外)ハリファックス&ルーネンバーグ(カナダ) 港に刻まれたタイタニックと大英帝国の記憶 20

(国内)屋久島 「里めぐり」で多様な文化を語り部ガイドが案内 21

●事務局だより 19

表紙写真

田村明比古 国土交通省航空局長。国会議事堂を背景に記念撮影に応じていただきました(国土交通省7階にある航空局長室にて)。

出会い・発見・感動世界へ



海外渡航自由化50周年
キャンペーンロゴのダウンロードは下記へ
JATAでは海外渡航自由化50周年キャンペーンロゴとキャッチフレーズを作成しました。パンフレットへの掲載等、ぜひご活用ください
ロゴのダウンロードは下記URLから。
http://www.jata-net.or.jp/membership/topics/2013/131024_kgtk50th.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/>

6000名 の方々が、

symphony Atwo は、

シンフォニー アトウ

毎日、旅行実務で活用しています！

毎日、厳しく育てて頂いています！

毎日、着実に進化し続けています！

株式会社 ウィ・キャン 本社：東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂コミュニティビル6F /03-3423-2161
<http://www.we-can.co.jp/> 大阪：大阪市淀川区西中島5-11-10 第三中島ビル4F/06-6390-3321

「新しい価値創造への挑戦」を議論 海外・国内・訪日に加え、女性・若者もテーマに

2月26日に東京・日本橋勸業町のロイヤルパークホテルで開催された「JATA経営フォーラム2014」では、「今後50年の旅行業ビジネス」「環境変化に伴う国内旅行商品の提案」「訪日旅行の取り扱い拡大」といった海外・国内・インバウンドの各分野における課題や「女子力」「若手社員」の活用など5つの分科会で、フォーラムのテーマである「新しい価値創造への挑戦」に向けて、熱い議論が繰り広げられました（※分科会の詳細レポートは、JATAホームページ「<http://www.jata-net.or.jp/about/topics/2014/forum/01.html>」をご覧ください。）。

分科会A

今後50年の海外旅行における旅行業ビジネスを考える

〈モデレーター〉(株)エヌオーイー

代表取締役会長 林田建夫氏

〈パネリスト〉(株)航空経営研究所

取締役副所長 牛場春夫氏／グー

グル(株)広告営業本部統括部長 陳

内裕樹氏／ワールドトラベルシス

テム(株)専務取締役営業本部統括

神田貴宏氏／(株)ミキ・ツーリスト

代表取締役社長 檀原徹典氏／ク

ラブツーリズム(株)営業本部海外旅

行部長 手塚秀一氏

モデレーター 林田氏は、渡航

自由化からの50年間について「ハ

ワイ9日間」の商品価格が36万円

から18万円へ半値に下落したこと

を象徴的に指摘し、海外旅行大衆

化の歴史を振り返りました。神田

氏は、50年間で海外航空券の仕入

れや手配の業務自体が大きな利益

をもたらすことはなくなったもの

の、海外渡航者2000万人時代

のキラコンテンツであることに

変わりはなく、「知識は力な

り」を実践することで大手と伍し

て戦える重要な旅行素材だ」と強

調しています。檀原氏は、ホテル

などの素材が「売ってあげる」

から「売らせてもらう」に変化

したことを指摘。「大量予約と大

量キャンセルを繰り返し、旅程保

証まである日本は優先順位が低下

しており、こうした仕入現場を放

置すれば、売れるものがなくなる」

と警鐘を鳴らしました。牛場氏

は、2050年には全路線の供給

力の50%がLCCになると試算。

すでに法人需要や北大西洋線など

フルサービスキャリア(FSC)

の牙城に挑むLCCが登場して

いる現状を踏まえ、「LCCと

FSCの区別は無意味になる」と

見通しています。手塚氏は、50年

後には人々の関心が海外旅行から

宇宙旅行へ向かうと予測。同時に

「未知の場所を訪れるワクワク

感」や「事前の期待を上回る感

動」は変わらないと指摘し、旅行

会社には「新しい価値の創造」が

求められると訴えました。陳内氏

は、世界の人々がスマートフォン

経由で旅行を検索している事実を

踏まえ、「まずはデジタルマーケ

ティング部を作り、スマートフォン

・モバイル担当の役員を置くこ

とからだ」とアドバイスしていま

分科会B

環境変化に伴う、これから
の国内旅行商品を提案する

〈モデレーター〉クラブツーリス

ム(株)取締役地域交流部長 梶田隆

弘氏

〈パネリスト〉ジェットスター・

ジャパン(株)取締役常務執行役

員 藤岡秀多氏／東日本旅客鉄道

(株)営業部長 高橋敦司氏／(株)

ジェイティービー 国内商品事

業本部副本部長 平野利晃氏／

WILLER EXPRESS

JAPAN(株)代表取締役社長 村

瀬茂高氏

梶田氏はモデレーターとして、

旅行業者の国内旅行取扱額が

2013年までの15年間で約6兆

円に3割以上も激減したことを指

摘。かつて売り上げの4割を占め

た宿泊や船車券等の代売が、サブ

ライヤーによるインターネット直

販に置き変わったことに起因する

と強調しました。平野氏は、(1)顧

客の旅の動機を汲み上げて提案す

ること、(2)それを実現する仕組

作り、の2つを重視。「販売面

では専門特化し、仕入れ面では逆

に一元化を図っている」と説明して

います。高橋氏は、J.R.東日本に

よるランドオペレーター機能の強

化について、「定住人口の減少を

交流人口の増加で補い地域活性化

を図るといふ国家全体の成長戦略

にも沿ったもの」と語り、創

客への強い意志を表明しまし

た。村瀬氏は、「需要のある場所

に路線を引くのではなく、乗客の

ニーズを追求することで新規需要

を創造してきた」と説明。「高速

路線バス利用のパッケージ商品化

などにも取り組んでいきたい」と

観光需要にもアプローチする方針

を明らかにしています。藤岡氏

は、LCCとして新規需要を創出

できているという認識を示した上

で、「地元や観光関連事業者とタ

イアップし共に成長していく」と

いう哲学を披露。旅行会社との連

携に前向きな姿勢をアピールしま

した。梶田氏が「旅行会社は仕入

れを根本的に見直していく必要が

ある」と変革への努力を求める一

方、高橋氏は「ランドオペレー



分科会Dでは、「女子力で新たな価値創造を」と熱い議論

シ「<http://www.jata-net.or.jp/about/topics/2014/forum/01>」

分科会C

JATA会員会社の訪日旅行取扱いを増やすためにどうすべきか！

〈モデレーター〉松本大学 教授 佐藤博康氏

〈パネリスト〉国土交通省 観光庁 参事官（日本ブランド発信・外客誘致担当）飯嶋康弘氏／トラベルイノベーション ションジャパン（株）代表取締役 木地本健太郎氏／（株）日本旅行 執行役員 国際旅行事業本部長 喜田康之氏／（株）JTBグループ バルマーケティング&トラベル 取締役マーケティング部長 吉村久夫氏

パネリストとして登壇した吉村氏によると、日本の旅行会社によるインバウンド取扱額は1兆861億円のうち、データのあたる29社の取り扱いは663億円で全体の6%、インバウンドを取り扱うJATA加盟の41社を合計しても9%程度にすぎません。インバウンド市場をめぐる課題も多く、「民族系のオペレーターや日

本を含むアジアを幅広くカバーするDMC、宿泊単品を扱うオンライン旅行会社など、多くの競合相手が存在している」（吉村氏）という状況もあります。しかし、喜田氏は、需要拡大に伴いゴールデングルートを中心に、仕入れ環境の厳しさが増しつつあることを指摘し、仕入れ単価の上昇傾向が、市場を価格志向から品質志向へと動かす圧力になる可能性があるとの見方を示しました。また、市場が品質志向へシフトすることで、JATAの「ツアーオペレーター品質保証制度」の存在意義も高まると見通しています。さらに、対象市場を絞り込んで成功を収めている木地本氏は、取り扱いの97%が訪日タイ人旅行者という事業内容を紹介し、民族系オペレーターの収益率が2〜3%と言われる中で、同社の場合、「多い時で25%、少ない時でも10%」いう高い収益率を確保していることを明らかにしました。飯嶋参事官は、旅行目的地の地方分散化を含めたインバウンドの多様化を促す必要性を説き、「市場の多様化に対応するのではなく、多様化に向かう動き自体を、JATAや旅行業界が中心になって創り出してほしい」と期待を示しています。

分科会D

「女子力」で新たな価値創造を！

〈モデレーター〉ANAセールス（株）常務取締役 伊豆芳人氏

〈パネリスト〉スターツ出版（株） 代表取締役社長 菊地修一氏／（株）白坂企画（「銀座なでしこ会」代表）白坂亜紀氏／楽天ANAトラベルオンライン（株）代表取締役社長 種家純氏／（株）日本旅行 営業企画部 海外旅行事業部 マーケティングチームマネージャー 七海聡子氏

モデレーターを務めた伊豆氏は、「旅行業界の価値創造には、「新たな視点・感性・リーダーシップが必要であり、男女の別なく多様な人材がその主役にならねばならない」と指摘し、これまで十分に活用されてこなかった女子力の必要性を訴えました。女性向けの旅行商品「週末トラベラー」をヒットさせた七海氏は、成功した理由として「ターゲット層と同年代の女性でチームを組み、等身大の感覚を商品づくりに生かされたこと」だったと説明しています。自らも銀座のクラブを経営する白坂氏は、「女性の気づきの力や優し

さ、思いやりは、これこそ世界に胸を張れる「おもてなし」にも通じる力だ」と女子力を評しました。社内試験で総合職に転じ、楽天トラベルとのジョイントベンチャーのトップとなった種家氏は、「チャレンジと専門性」をキーワードに挙げ、「専門分野を持つことは強みであり、特に女性にとっては自信を持てることにもつながる」と強調しています。

分科会E

若手社員対象！ビジネスのヒントは、お客様に有り！

「体験参加型」セミナー、デザイン思考でまだ見ぬ世界を作り出す、フアンリテーター…一般社団法人デザイン思考研究所代表理事 所長 柏野尊徳氏

分科会Eでは、若手社員を対象とした「体験参加型」のセミナーが実施されました。

JATAの政策検討特別委員会（委員長・田川博己JATA副会長）では、若手業界人の育成を長期的な取り組み課題の一つとして位置づけ、会員各社から選抜された30代の若手業界人31人による「若者トラベル研究会」が昨年発足しています。

今回の分科会には、旅行会社

200万人以上の首都圏OLが登録する情報サイト「オズモール」を運営する菊地氏は、「すぐに経営者や幹部になれる人材が女性の中で数多く育っているわけではない」という認識に立った上で、「今は若い女性のチームリーダーをたくさん作り、将来的に本場のリーダーになれる人材を育てられるはず」という考え方を示しました。

「若者トラベル研究会」への参加者を募集

JATAは2014年度も「若者トラベル研究会」活動への参加者を募集しています。参加ご希望・お問い合わせは左記へ。

※JATA総務部 担当：長田、木村、杉原

（電話：03-3592-1271、kikaku@jata-net.or.jp）

名実ともに観光立国のリーダーに 価値創造産業への挑戦通じ実現

— JATA 新年度事業基本方針 —

JATAの2014年度事業方針が決まりました。

業界の基盤をしっかりとつくり、観光立国をリードできるように、①価値創造産業への進化、②新しい需要の喚起、③観光立国の推進、をミッションに掲げました。(JATA理事・事務局長 越智良典)

価値創造産業への進化

今年度の事業計画は、2016年度までの中期的な目標を設定した上で、その達成に向けた2014年度における基本方針に基づいて策定しています。

まず、「経営基盤強化に向けた環境整備の取り組み」では端緒についた旅行業法改正、約款改正、オイルサーチャージ等航空諸問題など、経営の根幹にあたる課題を優先的に取り上げます。また、貸切バス問題、派遣添乗員問題など直近の課題にも業界を代表して取り組みます。さらに、「ネット流通やグローバル化推進に対応する施策検討」は、これからの価値創造にあたる施策を検討します。「安心安全の旅の提供と危機管理」では、安全管理責任者の任命や自主点検

チェックリストの導入、模擬訓練参加率を指標にして旅行安全マネジメントを普及し、安全を付加価値とした国際競争力の向上を目指します。

「優秀な人材獲得と人材育成」では合同インターンシップ、業界ガイダンスのようなPR活動、合同就職相談会などを強化し、若手社員向けには、オンデマンド研修を本格的に導入して、いつでもどこでも研修ができる体制を整備します。

「CSV(共通価値の創造)の活動」として、2020年までの長期プロジェクト「JATAの道々みちのく潮風トレイル」を東北地区で開始します。

なお、法定業務である国家試験や研修、消費者保護のための消費者相談や弁済業務も、これまで通り実施します。

新しい需要喚起

「ツーウェイツーリズム促進による需要創出」では、まず海外旅行の需要拡大で、「海外渡航自由化50周年」のメデイア露出でムードを醸成し、二国間協定で

成果が発揮されているアメリカ、マレーシア等の継続発展、ポリウムが大きな中韓のこのいれ、チームヨーロッパの強

化を行います。

訪日旅行は、「ツアーオペレーター品質認証制度」の普及啓蒙で旅行会社の取扱い拡大を図ります。また、2000万人の高みを目指すための提言を行い、国のアクションプログラムに反映させます。

これまで受け地であったアジアをはじめ各国が、海外旅行の発地の力を持つてきています。二国間の交流やUNWTO(国連世界観光機関)やJATAと提携を強化する際も、常に双方向交流を意識した情報交換をします。

「旅行による地域経済活性化推進」は国内旅行において、5年間の宿泊拡大キャンペーンが一定の成果を得たことを踏まえ、須藤元氣さん率いるWORLD ORDERをキヤラクターとする「ニッポンを、遊びつくせ!」キャンペーンによって若者層の需要拡大を狙います。

観光立国の推進

観光立国や業界発展の政策目標として、「有給休暇取得向上等の休暇制度改革」をとりあげます。折しも経済界から休暇分散化が再提起されており、休暇が拡大し、旅行の機会が創出される案をとりまとめて提言します。

最後に、「オールジャパンでツーリズムEXPOジャパン2014年を企画・推進」することです。日本観光振興協会と共催となり、組織委員会には幅広い産

業、官庁が加わり、観光庁主催のインバウンド商談会「VISIT JAPANトラベルマート」も同時開催されることで、国内、海外の注目度は格段に上がりました。このイベントを成功させ、名実ともにITB、WTMと並ぶ世界3大旅行博の一角を占めることで、観光立国のリーダー役を獲得したいと考えます。以上、次年度の基本方針を紹介しました。会員の皆様のお役に立てるようにスピード感をもって、実行してまいります。

2014年度の基本方針 — 価値創造産業への挑戦 —

1. 業界の健全な発展のために休暇制度の改革提言等の旅行機会創出や経営基盤強化に向けた環境整備の取組み…旅行業法制度等の改善
2. ネット流通やグローバル化推進に対応する施策検討
3. ツーウェイツーリズム促進による旅行会社の取扱い拡大・旅行需要創出…海外渡航自由化50周年、ツアーオペレーター品質認証制度等
4. 安心安全の旅の提供と危機管理をセットにしたリスクマネジメント、コンプライアンス徹底への取組み
5. 「旅の力」を活用し、地域とともに旅行による地域経済活性化推進…「ニッポンを遊びつくせ!」キャンペーン、着地型旅行の推進等
6. 優秀な人材獲得と人材育成による産業競争力の向上
7. オールジャパンでツーリズムEXPOジャパン2014を企画・推進
8. 旅行業の社会的公共性、地位確立に向けたCSV(共通価値の創造)活動への取組み…観光による東北復興活動

「旅行業から現状打破の流れを」 吉川副会長が「働く女性」テーマに講演

JATAの吉

川勝久副会長

(写真) は3月

6日、東京・霞

が関の全日通霞

が関ビルのJATA研修室で開かれた

JATAとJWTC(日本旅行業女性の

会)による共催セミナーで、「旅行業に

おける女性の進出・活躍について」と題

して講演を行いました。

吉川副会長は、国内における女性の管

理職登用率が低い現状をデータで示すと



同時に、旅行業界でも女性の管理職が少

ないことに言及したうえで、「男女の思

考や価値観の違いを踏まえると、旅行業

は女性の持つ強みが活かされやすい業種

だ」と指摘。企業を取り巻く事業環境変

化というパラダイムシフトが進む時代を

迎えていることから、「能力の高い女性

は昇進の機会に恵まれ、女性管理職の割

合は増えていくだろう」と語りました。

さらに、「業界全体で女性の活躍が広

がれば、新たな旅行需要を創出・拡大で

きる」と強調し、「世界に後れをとって

日台間の双方向交流促進に協力 台湾観光局が同名駅観光プロモーション

台湾観光局は3月10日、台湾鉄路管理

局との共催により、東京・内幸町の帝国

ホテルで日台間の双方向交流促進を図る

「台日同名駅観光プロモーション」の発

表会を開催しました。

このプロモーションは、台湾と日本に

存在する同名の32駅と同じ名前(姓また

は名)の人を募集し、抽選により各駅で

1人ずつ駅長体験ができる台湾旅行に招

待するものです。

JATAと日本観光振興協会も、台湾

観光協会とともに、プロモーションに協

力しており、発表会では、JATAの中

村達朗理事長が挨拶に立ち、「日台間の

交流人口400万人の達成に向けて尽力

する」と決意を示しました。

中村理事長は、東日本大震災で台湾か

ら支援を受けたことや震災から3年目の

節目でキャンペーンを開始する台湾の配

慮に対して謝意を表明。そのうえで、

「台湾観光局はこれまでもユニークなプ

ロモーションを行ってきた。今回も台湾

る日本の現状を打破する流れを旅行業
から作ってもらいたい」と訴えています。

すい職場環境を目指してセミナーを実施
しており、第1回は菊間潤吾会長、第2
回は田川博己副会長が講師を務めてお
り、今回が3回目の開催となりました。

初めての合同就職説明会を開催 旅行会社14社と60校284人の学生が参加

JATAは2月19日、東京・霞が関の
全日通霞が関ビルで、JATAとしては
初めての合同就職説明会を開催しまし
た。

は、終了後のアンケートで「就活サイト
では知る事のできなかった企業に出会え
て良かった」「14社も集まる機会はない
ので、有意義だった」「旅行業でも様々
な事業内容がある事に気づいた」などと

旅行会社14社が参加し、来場した学生
は60校284人で、約8割が女性、大半
は大学3年生でした。

回答する一方、「もっと多くの企業を回
りたかった」「もう少し広い会場の方が
良かった」という感想もありました。

時間内に複数の会社を訪問した学生ら

参加各社からは、「業界志望の学生な

らしい心温まるプロモーションで、地名
を通じて

ので、態度が真剣だった」「説明する方
もやりがいがあった」「盛況で学生たち
にいいアピールができた」「来年もお願
いしたい」といった感想のほか、「会場
が狭かった」などの意見も出ています。

地方間の
交流を行
う契機と
なること
も期待さ
れ、業界
としても
協力して
いく」と
語ってい
ます。

参加した旅
行会社のう
ち、1社から
「来場した4
年生をこの春
に採用する事
が決まった」
という報告も
ありました。



ユニークな同名駅観光プロモーションを発表する日台の関係者



JATA 初の合同就職説明会

北海道支部

3月12日 チャーター実務担当者意見交換会を開催。
 3月19日 幹事会を開催。各委員会から重点課題を説明。
 3月20日 「第2回普通救命講習会」を開催。

東北支部

3月13日 総務委員会を開催。
 3月18日 チャーター実務担当者意見交換会を開催。16名参加。
 3月20日 幹事会を開催。支部賛助会員の入会等について審議。

関東支部

2月18日 インバウンド委員会を開催。
 千葉県との意見交換および千葉県内視察を実施。
 2月21日～23日 幹事会メンバーによる台湾視察研修旅行を実施。台北では交通部観光局および台湾観光協会等と意見交換会を実施。

中部支部

2月25日 愛知地区委員会の主催による「女性交流会」を実施。苦情対応など中心としたセミナーに、14社から20名が参加。
 3月5日 支部賛助会員報告会を開催。

支部賛助会員12社中、8社が参加。

3月15日～16日 「第26回旅まつり名古屋」に参加（写真）。中部支部で「旅のよろず相談コーナー」のブースを開設。
 3月17日～21日 マレーシア研修を実施。11名参加。



関西支部

3月11日 奈良地区委員会を開催。
 3月12日 海外旅行委員会を開催。
 3月13日 総務委員会を開催。
 3月18日 消費者相談委員会を開催。
 3月19日 「旅行に役立つアロマテラピーセミナー」（於：グランフロント大阪）実施。12名参加。
 3月19日 滋賀地区委員会を開催。
 3月24日 幹事会を開催。

中四国支部

3月2日～6日 セブ・マニラ E S L 研修旅行を実施。マニラ Enderun Collegesなどを視察（写真）。
 3月3日 「海外



「デザインセミナー」を実施（於：広島）

3月12日 岡山地区委員会を開催。
 3月18日 愛媛地区委員会を開催。

九州支部

2月3日 チャーター実務担当者意見交換会を開催。14名参加。
 2月4日 実務委員会を開催。
 2月5日 国際旅行委員会を開催。
 2月6日 総務委員会を開催。
 2月6日 日観協と合同で「ツーリズムEXPOジャパン2014説明会」を開催。
 2月7日 教育研修委員会を開催。
 2月12日 福岡地区委員会を開催。
 2月13日 博多座研修を、国内旅行委員会メンバーを中心とした39名の参加により実施。普段は入り切れないので、リハーサル室で、博多座職員の方の身振り手振りの説明に、参加者は熱心に聴講していました（写真）。



2月14日 海外旅行委員会を開催
 2月20日 消費者相談委員会を開催。

沖縄支部

3月14日 幹事会を開催。

「美しき日本 ～旅の風光～ Excellent Japan -A Scenic Portfolio-」発行のご案内
 国内商品企画・インバウンドご担当者様必携の一冊！



中間イメージ

- ・公益財団法人日本交通公社の「観光資源評価委員会」の答申に基づき、日本の観光資源約 8,000 件からランク分けした特 A 級、A 級の約 450 箇所を選定
- ・日本語 / 英語併記による質の高い文章と写真で構成された日本唯一の観光格付け本

- 本体価格 3,000 円（税別）
- A4 判、平綴じ、オールカラー 288 ページ
- 5 月 23 日発行予定

《ご注文は》株式会社 JTB パブリッシング 出版事業本部営業部直販課
 〒162-8446 東京都新宿区弘方町 25-5 TEL:03-6888-7894
 担当：金藤（かねとう）、佐々木

株式会社 JTBパブリッシング
 〒162-8446 東京都新宿区弘方町25-5

世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXPOジャパン」 オールジャパンで「観光立国ニッポン」をアピール

日本観光振興協会(日観振)とJATAは9月25日(木)から28日(日)まで、東京ビッグサイトで世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXPOジャパン」を開催します。

「旅フェア日本」と 「JATA旅博」を統合

このイベントは、日観振が主催する「旅フェア日本」とJATAが主催する「JATA旅博」を統合し、観光立国のシンボルとして開催する旅の総合イベントとして、2014年度から新しくスタートするものです。

さらに、観光庁と日本政府観光局(JNTO)がビジット・ジャパン事業の一環として実施する「VISIT JAPANトラベルマート」も同時開催されます。

オールジャパン体制で開催される「ツーリズムEXPOジャパン」は、海外旅行と訪日旅行、国内旅行の振興のために、観光産業だけにとどまらず、全産業や地域の力を結集して、国際社会における「観光立国ニッポン」をアピールしていきます。

また、地域にとっても、その魅力を発信する最大の場として、また、観光関係者には、情報交換と商談の最大の機会を

提供するとともに、消費者にも「旅の力」を啓発し、様々な切り口でのトラベルライフの提案やムーブメントの創造を目指します。

ショルターコピーは、規模感を伝えると同時に、新しい旅のイベントであることと消費者と関係者に訴求するため、「世界最大級 旅の祭典」とし、キャッチフレーズは、消費者向けにアピールす

るために、「新しい旅が始まる。」としました。

リファイUNWTO事務局長 が基調講演

「国際観光フォーラム2014」では、国連世界観光機関(UNWTO)の2014年「World Tourism Day」と同じ「Tourism and Community Development」(旅の力で地域を元気にする)をテーマに、UNWTOのタレ

ブ・リファイ事務局長が、アジア旅行市場の分析と今後の市場の可能性について基調講演を行います。

基調講演に続く基調シンポジウムでは、英国政府観光庁のクリストファー・ロドリゲス会長を招き、ロンドンオリンピックなどの成功事例をもとにオリンピックを日本全国の観光振興にどのように役立てるかを討議します。

シンポジウムは、国内旅行・訪日旅行・海外旅行と、昨年から始めたアジア旅行市場分析の4つを予定しており、アジア旅行市場分析では、モデレーターに太平洋アジア観光協会(PATA)アジア地区本部のアイビー・チー総括ディレクターを招聘しています。

「ツーリズムEXPOジャパン2014」 開催概要

- 名称
 ツーリズムEXPOジャパン2014(英文:JATA Tourism EXPO Japan 2014)
 - 会期
 2014年9月25日(木)～28日(日)
 (業界・プレス日:25日・26日、一般日:27日・28日)
 - 会場
 東京ビッグサイト 東展示棟・会議棟(〒135-0063 東京都江東区有明3-11-1)
 - 主催
 公益社団法人 日本観光振興協会
 一般社団法人 日本旅行業協会
 - 後援(予定)
 国土交通省、国土交通省観光庁、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、環境省、東京都、日本政府観光局(JNTO)、独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)
 - プログラム(予定)
 - 【9月25日(木)】
 - 〈商談会〉9:00～18:00
 - 〈前夜祭「JAPAN NIGHT」〉18:30～21:00
 - 【9月26日(金)】
 - 〈開会式/ツーリズムアワード・ポスターコンクール表彰式〉09:30～10:30
 - 〈商談会〉11:00～18:00
 - 〈国際観光フォーラム〉10:30～12:30基調講演/基調シンポジウム
 - 14:00～17:45シンポジウム
 - 〈展示会〉11:00～20:00
 - 【9月27日(土)】
 - 〈展示会〉10:00～18:00
 - 【9月28日(日)】
 - 〈展示会〉10:00～17:00
 - 〈ランドフィナーレ〉16:30～17:00
- ※世界から150を超える国・地域や日本全国から関係者が出展する「展示会」、最新の旅行動向について討議する「国際観光フォーラム」、国内外のサプライヤーと旅行会社による「商談会」、旅行需要の喚起に貢献した企業・団体・個人や優れた旅行商品を表彰する「顕彰事業」の4つのプログラムを実施します。

公式サイトを公開いたしました!
 9月の開催へ向け、適時情報を発信してまいります。ご期待ください!

<http://t-expo.jp/>



第4回 大衆化と女性添乗員

海外旅行が成長期に入った1970年代の初め、それまで男性が中心だった添乗員業務に女性も進出するようになりました。女性旅行者の増加に呼応する女性添乗員の活躍は、幅広い世代での海外旅行大衆化に大きく貢献してきています。

一般募集で増加した女性ツアー客に対応

1972年2月から販売が開始された近畿日本ツーリストの「ホリデイ」には、契約社員として採用された「ホリデイガール」と呼ばれる女性添乗員が同行し、注目を集めました。

当時、外国部の販売課長として「ホリデイ」を担当した加藤直日子氏によると、不特定多数を対象とするパッケージツアーで、従来の団体旅行よりも比率が高くなってきた女性参加者への対応が、

女性添乗員起用の大きな理由でした。

「団体旅行の時代には、男性セールスマンが営業したグループに自分で添乗するという形でしたから、添乗員は男性ばかりでしたが、渡航自由化から7年以上が経過して、一般募集のツアーには女性のお客様も大勢参加するようになり、女性の添乗員が求められる状況に対応したわけです」（加藤氏）

それでも、ホールセラー他社の担当者らからは「女性添乗員に任せられるの？」という反応も少なくなかったとい



1977年12月30日、メキシコのチチェン・イツァ遺跡での一コマ。当時、添乗員はカメラ携行が禁じられていたため、写真はお客様からいただいていた。左端・サングラス姿の女性が山野井さん



同日、チチェン・イツァ遺跡の日陰で涼をとるツアー参加者らと

います。

1972年12月に第3期として採用され、1990年代までホリデイガールとして活躍した山野井道子さんも、「初めの頃は、実際に空港でツアー参加者の皆さんと顔を合わせると、『女で大丈夫か？』と心配する声も聞こえてきました」と振り返っています。

法務省の出入国統計によると、渡航自由化が実現した1964年には5万人に満たなかった女性の出国者数は、1972年には30万人を超えるまでになり、8年間で6倍以上の伸びを記録するなど、市場の様変わりも進みました。

添乗員が力を発揮できる仕組みの再考も

「女性のお客様が旅行中に困った時に、男性の添乗員では相談できないと考えました。一般募集のパッケージツアーが実現していなければ、男性中心の添乗業務は変わらなかったかもしれません」（加藤氏）

1964年に71対29だった出国者の男女比率は、2012年には54対46に拮抗するまでになっています。

「熟年層の女性も若年層の女性に迫る勢いで海外へ出かけている今の状況は、1970年代の初めに登場した女性添乗員の活躍がその礎を築いたと言えるのではないのでしょうか。モノデステイネー



“ホリデイガール”として活躍を始めた頃の山野井さんのパスポート。顔写真からも当時の緊張感が伝わってくるようです

ションのツアーが主流になって添乗員の同行しないツアーも増えましたが、欧州方面などでは女性中心の添乗員が果たす役割は依然として大きく、海外旅行の大衆化に貢献してきたことを実感させられます」（加藤氏）

一方、業界や市場を取り巻く環境も変化する中で、ツアーに占める添乗員の位置づけや機能にも新たな局面が生じてきています。

「かつては行程変更も含めて添乗員の裁量範囲が広く、臨機応変な対応でお客様に喜んでいただけましたが、様々なルールに制約される現在は、そうした対応もできなくなりました」（山野井さん）

「旅行業は感動産業」が持論の山野井さんは、「添乗員が力を発揮できるような仕組みを旅行会社に改めて考えてもらえたら」と将来に期待も寄せています。



海旅の4月以降の市場動向に注目!

2014年3月末、ついに羽田空港国際線枠の再拡張の時がやってきました。OAGのスケジュールデータをもとに(株)JTB総合研究所で試算した

2014年4~6月の首都圏2空港の国際線航空座席数は前年同期比で5%程度の増加となっています(羽田単体で見れば同40%増)。2010年の羽田の国際線拡充の際は直後の3カ月間における提供座席数は首都圏空港合計で約9%の増加となっており、今回、拡充直後における供給増は2010年には届かないものとみられます。

図表1は2010年の羽田の国際線拡充以前の1年間における提供座席数を基準に、首都圏空港における座席供給数とアウトバウンド、インバウンド旅客需要の推移を示したものです(それぞれの増減数を提供座席数で割った値、即ち座席数に対する増加寄与度を積み重ね棒グラフで表現)。これをみると2010年は供給増をきっかけにアウトバウンドの需要が大きく伸びていたことが分かります。今回の拡充では市場はどのような反応を見せるのでしょうか。

図表1でアウトバウンドの最近の動向を追ってみると、震災後、インバウン

ドのマイナスを後目に大きく伸びた需要が、13年の半ば頃からインバウンド需要の回復に押されるかのように、勢いを失

ってきているのが分かります。(アウトバウンドの前年比は12年の秋以降、マイナス基調で推移していますが、図表1の棒グラフは2010年の拡充前の旅行者数を基準にしているためプラスで表現されています)しかし、14年に拡充される供給量はインバウンドに勢いがあるアジアなどの近場より欧州などロング方面に大きく積み重ねられているため、このところ勢いを削がれていたアウトバウンド需要も潜在成長力を発揮するチャンスといえるでしょう。

一方で今回の拡充が消費税増税のタイミングと重なったのは不運といえるべきでしょう。海外旅行自体は消費税とほぼ無関係ではあるものの、4~6月は3月までの駆け込み消費の反動で消費全体が減速すると予想されており、海外旅行もそのあたりを一定程度受けるのではないかと懸念されているためです。前回、97年の増税の際は海外旅行、国内旅行とも年間ではプラスを維持、増税があった4月単月の海外旅行者数もプラスでした。この点は前回の消費増税があった

1997年とは若干異なる展開を想定すべきではないかと考えています。

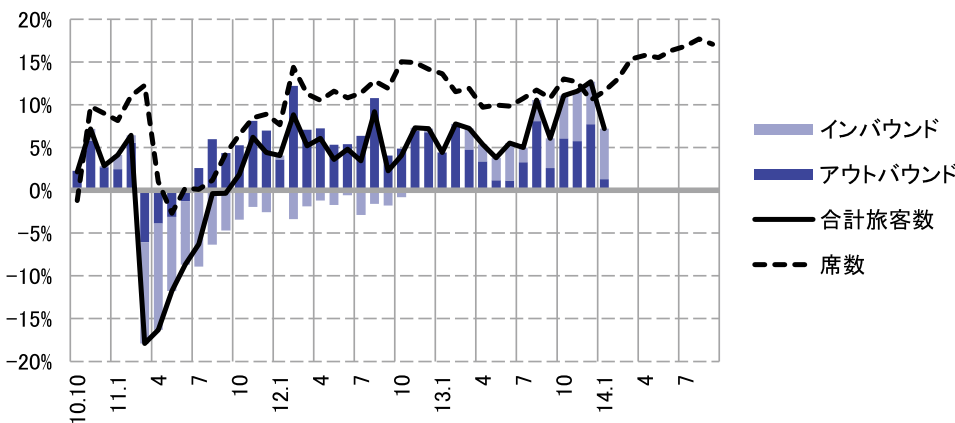
97年の増税前6か月と増税後6か月の年代別海外旅行者数の伸び率を比較すると、増税後、50代以上の幅広い層でプラスの幅が拡大しています。シニア層に関しては人口増や海旅経験値の高い世代の加齢などで構造的な増加要因が常に働いており、こうした要素が他の年代とは異なる動きをもたらしたと考えられます。シニアに関しては今回の局面でも需要を下げず、シニアに期待されているのではないかと考えています。

4月以降の海旅市場動向は現在の市場の潜在成長力を試す重要な局面となるでしょう。増税やGWの日並びの悪さ、中韓方面への需要回復の遅れといった一過性の要因に惑わされることなく、

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。(株)JTB総研 主席研究員。
1964年生まれ。

基調となるトレンドを見定め、伸び筋のセグメントにきっちり狙いを絞っていく眼力が、業界人の一人一人に求められると考えます。

図表1 首都圏2空港における国際線航空座席・旅客の需給状況



データ: OAG、法務省

注: 羽田空港の国際線拡充前の1年間における2空港の国際線座席供給数を分母に、供給座席数、及びインバウンド・アウトバウンド旅客数の増減率を算出したもの

苦情事例に学ぶ⑬

今回のテーマ…自由行動

日増しに春めいてまいりました。またゴールデンウィークで空いているツアーはあるのかといった相談が続いている頃でしょうか。今回は海外の募集型企画旅行で、予定していた自由行動の時間が制約されてしまったという件について検証していききたいと思います。

申し出内容はこうです

2日目の行程が午前…自由行動、午後…イベント参加の海外ツアーに申し込んだ。目的は午後のイベントに参加するためだが、自由行動時間である同日午前中に観光もできるものと考え、オプショナルがあるか旅行社に相談したところ、予めそういった用意はないと言われ、その部分は自分で他社に申し込み出発した。ところが到着後係員の説明は、イベント参加送迎のホテル集合時間が午前9…45だという。出発前にもらった日程表も申し込み時のパンフレットと同様に午前…自由行動、午後…イベント参加としか記されておらず、現地係員に午前中に観光してからイベントに参加できないか質問したが、参加者皆さんで会場入場の必要があり、お客様だけ別途会場入りはできないとのこと。現地緊急連絡先も同じ回答で、日本側はすでに営業時間外で連絡が繋がらなく、結局一番の目的であるイベントに参加できなくなるよりはと考え、午前中に予定していたオプショナルは当日朝に急遽取り消して100%取消料となった。

帰国後本件を旅行社に申し出ると、確かに午前中全て自由行動ではない、契約書面に8…00～12…00が午前とあり、その内9…45まで、すなわち(8…00～

9…45)が自由行動という認識で、お客様が独自でオプショナルを申し込みまれる前にイベントへの出発時間を確認すべきで、その責任はもてないと言われてしまった。しかしオプショナルについては事前に相談しており、その時に注意喚起してもらえればよかつたはずだ！しかもイベント会場に行く途中約1時間は土産店にも寄っていて、それを削れば12…00前後に出発して会場に入れるはずであり、そもそもこの企画や表示自体に問題があると思うので何かしら補償すべきだ！

解決に向けての指針

まず自由行動の表示については、移動、観光、食事等の旅行サービスを受ける以外で旅行者が自由に使用できる時間帯で、海外旅行では継続して2時間以上の場合に限り使用可という規則(募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約、同規約施行規則第4条第7号)があり、募集時に集合時間が明確だったのであれば規則に違反していません。例えば自由行動の時間を1時間と明確に併記した場合は、規則より短時間でも自由行動という表示は可能ですが、それが無い現状では、何かしらの補償の検討が必要ではないでしょうか。

また本件において午前…【出発まで】自由行動という表記をする場合は、10…00以降の午前中に集合時間を設けて自由行動の時間をもたせるか、あるいは自由行動の時間が2時間未満ならその時間を併記する必要があります。集合時間の変更が企画会社の不可抗力であれば免責の可能性もありますが、事前に集合時間が判明していて、規則どおりの記載がない場合は賠償を検討すべきではないでしょうか。

●補足

イベント会場に行く前、土産店に約1時間立ち寄り

ているとありますが、旅行者の買い物の利便を考慮するという名目で、土産店での買い物時間も含めて、その部分を自由行動と表示することに関しては、例えば買い物を強制していなくても旅行者の行動が土産店内などにと制約されており、自由行動の表示は適切ではないとされておりますので、その点を鑑みてもできる限り細かい表示が肝要です。

クレーム対応マニュアル「たびクレ!!」のオススメ

JATA会員各社で旅行業務に従事している方々を対象に、クレーム対応の研修ツールとしても活用していただける、**クレーム対応マニュアル「たびクレ!!」**発売中です!!

- ・クレーム対応に必要な基礎、威圧的なクレームの対応策等をイラストで解説!
 - ・旅行会社やお客様からよくある66の質問【Q&A】を項目別に掲載!クレーム客をリピーターに変えて販売を拡大するツールとしても活用できるマニュアルで、旅行業界の方々必携の1冊となっております!!
- クレーム対応の研修ツールに、新入社員にも一人一冊いかがでしょうか。**

【販売価格】正会員:500円 協力・賛助会員:1,000円

★JATAホームページ > 会員・旅行業のみなさまへ > 右上「資料購入」からお申し込みいただけます★



第19回 旅行業務って何？

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

「旅行業務とは何か？」なんて日常では意識せず、営業や企画に追われ、添乗で東奔西走されていると思われませんが、あらためて旅行業務について再確認しましょう。

旅行業務は4つ

旅行業法第2条(定義)は難解な条文です。第1項で「旅行業」とは、①報酬を得て、②次に掲げる行為を、③行う事業をいう、と定義付け、以下各号でどのような行為が旅行業務になるのかを規定しています。また、第3項で「旅行業務」とは、旅行者による②の行為(募集団企画旅行の受託販売を含む)又は旅行者代理業者による②の代理行為(相談を除く)と定義付けています。①から③の3つの要素が揃えば旅行業になるといえます。

①は経済的収入を得れば当然該当します。通達では、包括料金として取引されるものは、その金銭は一旦事業者の収入として計上されるので報酬があるとされ、行為と収入の間には直接的な対価関係がなくても、旅館からの割戻し、留学あっせん事業者が留学あっせんサービスの対価の見返りとして無料で運送・宿泊サービスを手配しても報酬性があるとされます(旅行業法施行要領第

1)。

③は行為の反復継続の意思があれば事業性があるとされます。

問題は②ですが、ざっくり要約すれば、i募集団・受注型企画旅行(パッケージツアーの企画・実施)、ii手配旅行(運送・宿泊機関、その他サービスの手配)、iii渡航手続き、iv旅行相談、のいずれかに該当する行為は旅行業務になります。なお、この通達によれば、旅行業務について、基本的旅行業務(運送又は宿泊についての業務)と付随的旅行業務(運送又は宿泊以外のサービスについての業務)に区分し、後者は前者に付随して行う場合に限り旅行業務となるとしています。プレイガイドや日帰りの定期観光バスを運行するバス会社は、付随的旅行業務のみを行うことから旅行業務ではないことになります。また、旅券申請の代行業務は、本来は行政書士の業務となるものの、行政書士法には「他の法律に別段の定めがある場合」(同第19条)とあることから、旅行業法に旅行業務として定めたことによつて旅行者が行うことも可能となっています。

ということ、旅行業法に基づく旅行業務とはこの4つの行為のみということになります。

業務もいろいろ

ところが実務で私たちは、旅行傷害保険、海外WiFiレンタル、お土産の販売等の旅行に関連するサービスや物品販売まで手掛けています。これらの行為が旅行業務でないことは説明するまでもありませんが、場貸しサイトや海外OTA(Online Travel Agency)等、旅行業法では想定されていない業務が急速に普及しています。

「場貸しサイト」には宿泊手配が多く、また旅行者もこれを手掛けていますが、場貸しサイトとはその文意どおり「取引の場」を貸している(提供する)に過ぎず、契約の当事者はあくまでホテル(旅館)と旅行者となりますので旅行業務とはなりません。

一方で、ある海外OTAのウェブサイトを(日本語ページ)を見ると、「そのまま旅行業務じゃない」と言いたいところですが、利用規約等をよく見ると、準拠法や裁判管轄がその旅行者が所在する国(州)である旨が明示されています。悲しいかな日本の行政権(旅行業法の適用)が及ばない外国の旅行者が運営しているウェブサイトにあり、その業者が所在する国の法律に基づいて営業しています。インターネットを使えば、外国の旅行者の店舗に出向くことなくとも簡単に国境を越えて日本に居ながらその旅行者と取引が出来ます。

業界の発展のために

現行の旅行業務の概念は、1971(昭和46)年の旅行あつ旋業法からの衣替えの際に出来上がったものですが、このような現状の取引実態とは乖離する場面も出てきました。

そこで、JATAでは、旅行業法や標準旅行業約款などの諸制度のあり方について、一昨年9月から旅行業法制度研究部会で議論を開始し、現在では旅行業法等検討特別委員会や法制委員会等で議論が続いています。観光立国を目指す日本において、旅行業界が重要な役割を果たすためのルールはどうあるべきか、議論が本格化しています。(堀江)



ファルフ・リザエフ観光大臣／国営旅行会社ウズベクツーリズム総裁

要人往来

4月1日、海外渡航自由化50周年を迎えました。夢の夢だった海外旅行も今では宇宙旅行が実現しようかという時代です。次の50年後には5000万人、いや1億人の日本人が海外旅行する時代が来ているかもしれませんね。

ツーリズムEXPOジャパンに3倍規模で出展

ウズベキスタン 3月4日(火)

ファルフ・リザエフ観光大臣／国営旅行会社ウズベクツーリズム総裁

JATA本部を訪れ、観光促進に向けた改善策や今後の方針などについて説明しました。リザエフ観光大臣は、昨年12月のJATA訪問後、議題にあがった問題点などを本国政府と話し合い、プログラムを作成したことを明らかにし、「日本でのBtoCの取り組みにも力を入れるため、ツーリズムEXPOジャパンには昨年の3倍の小間数で出展する」方針を示しています。また、10月にタシケントで開催される観光展示会が20周年の節目を迎えることから、JATAと日本の旅行会社による参加を要請しました。中村理事長らは、「文化遺産への興味がシニアだけでなく若年層に広がっており、シルクロードなどをアピールするプロモーション活動が効果的ではないでしょうか」と応じ、6月の実施に向けて動いているファムツアーにもJATAとして協力する意向を伝えました。



メコン5カ国(カンボジア・ラオス・ミャンマー・タイ・ベトナム)観光関係者の代表5人

JATA通じてセミナーや視察旅行を メコン5カ国代表 2月20日(木)

東京で開催された「日・メコン官民観光促進フォーラム」のため来日したメコン5カ国(カンボジア・ラオス・ミャンマー・タイ・ベトナム)観光関係者の代表5人がJATA本部を訪問し、日・メコン間の旅行者増加のための課題とその対応策などについて協議しました。JATAを訪れたのは、カンボジア観光省ASEAN・国際協力局のソマティア・チュラローン副局長、ラオス情報文化観光省観光局ラオス旅行業協会委員長代行を務めるメコン・ラオストラベル社のカムタン・ケウンパンナ社長、ミャンマーホテル観光省のティダ・アウン課長補佐、タイの日本専門旅行会社J-Plan Holidayのパッターナーニティパッターナパンヤー社長、ベトナム旅行会社協会のレー・ディン・チエン事務局長の5氏。JATA側は、観光促進に向けた問題点の解決に協力していく意向を伝えると同時に、JATAを通じてセミナーや視察旅行など様々な手法を活用して欲しいと応えました。



会議では韓国商品開発に向けて活発な議論が行われました。挨拶するKTO鄭日本チーム長

韓国で商品企画実務者研修・企画会議を開催 付加価値の高い商品造成に向け新たな一歩

JATA海外旅行推進部は3月19日から21日の3日間にわたり、韓国で商品企画実務者研修・企画会議を開催しました。

昨年大きく落ち込んだ日本から韓国への渡航者数の回復と2015年の日韓国交正常化50周年を見据え、JATAと韓国観光公社と韓国旅行業協会(KATA)、韓国の地方自治体関係者らとの相互協力を深めるため、2月初めに菊間潤吾JATA会長を団長とするミッションが韓国を訪問。その際に2014年度における訪韓日本人数の300万人達成に向けて、社歴10年程度の韓国企画担当者による視察や新たな企画商品造成を目的とした企画会議と韓国の新観光スポットを回るファムツアーの実施が確認されています。

今回のファムツアーでは、ソウルと仁川で商品化されていない歴史的・文化的なエリアや各博物館などの新施設を視察し、韓国側の自治体やサプライヤーとのビジネスミーティングなどを行いました。ファムツアーとミーティングを通じて、今が韓国商品の変革にとってチャンスであることを再認識すると同時に、韓国の関係者とのネットワークを構築できたことで、参加した各社は付加価値の高い商品造成に向けて新たな一歩を踏み出しています。



各国からの招待者と記念撮影(最前列右から3人目が菊間潤吾会長、右隣が林田建夫海外旅行推進委員会副委員長、米谷寛美参事)



オープニングセレモニーで挨拶するパク・ウォンソウル市長

菊間会長がDDPオープニング式典に出席

JATAの菊間会長は3月21日、2009年10月に誕生した東大門歴史文化公園の敷地内にオープンした東大門デザインプラザ(DDP)の記念式典に出席しました。DDPは、ソウル東部の新たなランドマークとして注目を集めており、今後のソウル観光における目玉的存在となることが期待されています。

Newly Integrated - World Leading Travel Event in Asia

"JATA Tourism EXPO Japan" to be held in September 25-28, 2014



JATA-Tabihaku2013

Major changes have been made to Tabi Fair and JATA Tabihaku and in 2014 these previously separately held events will be merged. This will bring together not only the tourism industry but also the power of other industries and regions to promote overseas travel, Japan inbound travel, and domestic travel, efforts will be taken through ALL JAPAN, and, as the name says, this will be the world class travel event and promote Japan as a major tourism country both at home and abroad.

This is the best chance for regions to showcase their attractions and provide the greatest opportunity for tourism representatives to exchange information and hold business discussions while also informing consumers about "the power of travel" and proposing many ways to enjoy a travel life to make this a comprehensive travel event that creates a movement.

This opportunity was also taken to change the name to JATA Tourism EXPO Japan. The EXPO will be held for four days September 25-28, 2014 (Thu-Sun). It will consist of the four events of an "Exhibition" attended by many representatives from over 150 countries and regions as well as from throughout Japan, an "International Tourism Forum" where experts discuss the latest travel trends, a "Business Meeting" where suppliers and travel companies from Japan and overseas will meet together under one roof (VISIT JAPAN Travel Mart [Organizer: Japan Tourism Agency, Japan National Tourism Organization (JNTO)] will be held concurrently) and an "Awards Ceremony" where companies, groups, people, and excellent travel products that have contributing to spurring demand are recognized.

JATA Tourism EXPO Japan is the focus of many industry representatives as the industry flagship event where they and general consumers will be able to exchange information while being exposed to the latest travel industry information.

<Travel Showcase>

As the ideal forum for showcasing destinations, JATA Tourism EXPO Japan will provide abundant opportunities for travel professionals to exchange travel information and conduct effective business meetings, while inspiring consumers through the power of travel. It will be an all encompassing event showcasing the many facets of travel and the creative and varied lifestyle information and trends that spring from it.

Travel professionals from over 150 countries and regions will exhibit in the event where they can directly interact with the 150,000 visitors.

<International Tourism Forum>

Recognizing an important role of Japan as a leading tourism

nation in Asia and the Pacific, International Tourism Forum will present a place to discuss, share and disseminate latest tourism trends and strategic views in the field of overseas travel, domestic travel and inbound travel for sustainable tourism growth.

<Business Meeting>

This is a comprehensive business meeting that includes business discussions for domestic travel as well as for outbound business. The 1st day for appointments and the 2nd day is for open sessions. Take your BtoB networking to the next level!

In addition, a media meeting with media companies will be held to help you expand sales channels in the future!

<Awards Ceremony>

Corporate, organization, and individual awards are presented for contribution to destination promotion development and spurring travel demand and for excellent tourism posters that contribute to attracting customers as well as the most excellent travel products for overseas and domestic travel.



<<JATA Tourism EXPO Japan>>

Purpose : JATA Tourism EXPO Japan, internationally recognized as one of the largest travel events in the world, will present Japan as a tourism nation to the world, further developing outbound, inbound and domestic travel by bringing together the combined strengths of not only the tourism industry, but all industries in Japan and its local communities.

Organizers : Japan Travel and Tourism Association(JTTA), Japan Association of Travel Agents (JATA)

Sponsors : Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT); MLIT Japan Tourism Agency; Ministry of Internal Affairs and Communication; Ministry of Foreign Affairs; Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries; Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology; Tokyo Metropolitan Government; JNTO; JETRO

Event Period : Four days September 25-28, 2014 (from Thursday to Sunday)

●25th (Thu) Trade and Press Day

Business Meeting [Day 1], JAPAN NIGHT

●26th (Fri) Trade and Press Day

International Tourism Forum, Business Meeting [Day 2]

●27th (Sat) General Public Day

Travel Showcase

●28th (Sun) General Public Day

Travel Showcase

* On September 25 (Thu) and 26 (Fri) :Admission is for industry representatives only.

* September 27 (Sat) and 28 (Sun) :Ticket sales are closed 30 min before the event ending time.

Location : Tokyo Big Sight East Hall 1, 2, 3, 6

The Official Website for JATA Tourism EXPO Japan is now Open! Event information will be updated regularly, so please check it out often! <http://t-expo.jp/en/>

Perspective of the “Attempt to Create Value” in the Upcoming Half Century; The Role of Travel Agencies in the Development of a Mature Outbound Travel Market

The JATA Management Forum was held at the Royal Park Hotel in Nihonbashi-Kakigara-cho, Tokyo, on February 26. At the subcommittee meeting on the theme of “The Travel Business in the Coming 50 Years,” a lively discussion took place that surveyed the travel business in the coming 50 years in an effort to lay the groundwork for creation of new value, which was part of the theme of the forum.

Theme: Thinking about outbound travel in the travel business in the upcoming 50 years

Moderator: Tatsuo Hayashida, Chairman, NOE Corp.

Panelist: Haruo Ushiba, Deputy Representative Director and Principle Analyst, Japan Aviation Management Research

Panelist: Hiroki Jinnai, Senior Manager, Travel Industry, Google Japan, Inc.

Panelist: Takahiro Kanda, Executive Director, World Travel System Inc.

Panelist: Tetsunori Dambara, Managing Director, Miki Tourist

Panelist: Shuichi Tezuka, General Manager, Overseas Travel Division, Club Tourism International Inc.

Transformation of the Outbound Travel Market Over 50 Years

The moderator, Tatsuo Hayashida, gave an account of the “transformation of the outbound travel market” during the 50 years since the deregulation of overseas travel. He recalled that immediately following deregulation, the price of the “9 Days in Hawaii” tour was 364,000 yen, but at the beginning of 2014, the price in absolute terms had dropped by more than half for nearly identical content, to 180,000 yen. Also, whereas the outbound market grew unidirectionally in the twentieth century, it has fluctuated annually



Tatsuo Hayashida

in the twenty-first century, starting with 9-11 in 2001. Hayashida concluded his presentation with the expectation that “although we have experienced repeated ups and downs, I feel confident that the market will grow steadily from here forward to reach 20 million persons in 2016.”

Next, Takahiro Kanda of World Travel System Inc. discussed the current tough situation in his presentation “Current State and Future Outlook for Flight Ticket Distribution.” He noted, “The plane seats that we can sell are only decreasing in number” due to direct sales by airlines, smaller aircraft, and fewer Y class seats, etc. However, he added, “In some cases, small and medium travel agencies are finding themselves in interesting situations.” The premise is that travel agencies will work to increase their capabilities and their ability to offer travel ideas. In the case of flight tickets to popular destinations during peak season, for example, if the agencies know that there are carrier fares that can be reserved and sold one year ahead, “seats can be secured regardless of the size of the travel agency,” as well as easier than ever before. Kanda concluded by saying, “The business of securing and arranging outbound flight tickets is no longer highly profitable, but undoubtedly this is the killer contents in the age of 20 million outbound travelers. Putting ‘knowledge is power’ into action will allow small and medium travel agencies to fight on par with major travel agencies.”

In his presentation on “The Future of Securing Hotels and Land-based Arrangements,” Tetsunori Dambara of Miki Tourist reported on changes in the power relationship between the land-based arrangers and the hotels and bus companies. Due to more active movement of people in the EU and the effects of low-

cost carriers (LLCs), utilization of hotels has risen overall. In addition, due to the rise of online travel agents and online direct sales of rooms available at the last minute, hotels no longer need the services of land-based arrangers as much as they formerly did. Dambara noted that “before, we ‘sold rooms for the hotels,’ but now, ‘the hotels let us sell rooms.’ The priority given to suppliers is declining, particularly in Japan where they repeatedly make large reservations and then cancel them and there is the bothersome travel itinerary booking guarantee.” He warned, “If we leave this situation as it is, we won’t have anything to sell even if we do have customers.”

Airline Industry and Travel Market in 50 Years

Haruo Ushiba of Japan Aviation Management Research presented on the theme “Aviation in 50 Years.” In 20 years, aviation demand is predicted to be 85 to 110 million persons on domestic routes and 110 million to 175 million on international routes. He estimates that “in 50 years, demand on international routes will swell to three or four times the current level.” However, a lack of capacity for departures and arrivals at airports in the Tokyo metropolitan area will become apparent around the year 2020, and he pointed out, “Unless we resolve the problem of departure/arrival capacity, it will be difficult to achieve the goal of 30 million inbound visitors.” Moreover, the LLCs’ share of international routes will increase to 50% of Asian routes in 20 years. Estimating that LLCs will supply 50% of all routes in 2050, he commented, “The concept of ‘LCC’ itself will disappear. Hiroki Jinnai of Google Japan Inc. spoke about “The Role of Google in Tourism Infrastructure.” Touching on the state of IT usage among consumers, he said that already one out of three people on the earth is connected to the Internet, and he presented data predicting that 5 billion people will be connected in 2025. As a fact that substantiates the rapid spread of mobile IT, he reported, “Looking at the number of times people searched the Internet using travel-related words on different devices, the number of those using smartphones surpassed those using PCs” in August 2013 in Japan.



The presenter who predicted that people’s interest will shift from outbound trips to trips into outer space in 50 years was Shuichi Tezuka of Club Tourism

International Inc. He predicted that language and cultural barriers will be swept away by advances in IT, outbound trips will become more common due to the development of hypersonic transport, and trips to remote areas and polar regions will become ordinary. Meanwhile, as examples of things that will not change in 50 years, Tezuka mentioned “the excitement of visiting unknown places” and “the impression made when travelers’ initial expectations are exceeded.” To offer this kind of excitement and impressiveness, he said that travel agencies will need to seek to “create new value.”

Following the presentations, the moderator, Tatsuo Hayashida, asked the panelists questions one by one. In response, regarding the airport capacity problem, Haruo Ushiba pointed out, “It is important to develop infrastructure and to boost air-traffic control capacity, but the major point is whether or not flights in the air space over Tokyo will be permitted.” Tetsunori Dambara, who said that the current situation of securing local reservations should not be left as it is, suggested a path to resolution, saying, “We must create value so that they will have an attitude of respect for their partners and so that we are recognized as valuable sales partners.”

Network Enhancement by Increasing Arrival/Departure Slots at Haneda and Narita Boosting Airport Capacity for 2020 and Beyond

Following the increase of international arrival/departure slots at Haneda Airport from 30,000 to 60,000 during daytime hours, Narita Airport is scheduled to increase to 300,000 slots during the next fiscal year. In this way, the expansion of airport capacity in the Tokyo metropolitan region is progressing steadily.



Akihiko Tamura

We spoke with **Akihiko Tamura, Director-General of the Civil Aviation Bureau in the Ministry of Land, Infrastructure, Transport, and Tourism**, concerning aviation administration in preparation for 2020, the year of the Tokyo Olympics and Paralympics.

Role-sharing of Narita and Haneda in Expansion of Two-way Tourism

---At the end of March, the arrival/departure slots during daytime hours at Haneda increased from 30,000 to 60,000. Please tell us about the current condition and future outlook for airports in the Tokyo metropolitan area, including the capacity expansion in progress at Narita Airport.

Tamura: The capacity expansion underway at Haneda and Narita is the basis for carrying out various aviation policies. Enhancement of the network is very important for attracting as many routes as possible to the metropolitan area, so that we have more flights both arriving from other countries and departing Japan for other countries. If we don't add capacity, we cannot ensure enhancement of the network, and capacity expansion is necessary for the growth of the new companies which have recently appeared known as LCCs. At Haneda, approximately 450,000 slots became available starting from March 30 as planned; that has expanded the international network, where there is high demand, and the number of convenient routes for business travelers has increased. The increase in arrival/departure slots at Haneda is particularly meaningful because Haneda is a hub for domestic routes, so it can offer convenient connection between international and domestic flights and the benefits will be felt not only in Tokyo but nationwide. For this reason, I strongly anticipate that the increase will lead to positive developments from here forward.

---What are your views on the role-sharing between Haneda and Narita?

Tamura: As I briefly mentioned, I think that high-demand business routes will be central at Haneda Airport. Since Narita Airport has a very well-balanced route network that extends worldwide to include Europe, the US, and Asia, etc., I think Narita Airport can continue to develop by fully utilizing its network to serve the demand not only for arrivals/departures to and from Japan but also for connecting flights. Furthermore, LCCs have been scheduling more and more flights recently,

resulting in remarkable strides in the improvement of domestic routes. In the future, positive effects can be expected from the presence of LCCs, such as the improvement of connections between international and domestic flights at Narita. In any case, as for flight demand in the metropolitan area, flights won't sell unless we fully utilize the capacities of Narita and Haneda, so I think we should continue to enhance the network and allow these two airports to compete in the positive sense.

Using Charter Flights to Expand Outbound Travel Demand

---The prediction is that the airport capacity of the Tokyo metropolitan area will again be stretched as we approach 2020. Moving forward, what is the plan for expanding airport capacity in the metropolitan area?

Tamura: We are currently studying how to further boost the functions of metropolitan airports in the aviation subcommittee of the Council of Transport Policy. I want to line up all the options on the table and then ascertain what measures are possible. Among the possible measures will be both development of infrastructure and development of know-how and services. I think we'll be able to disclose a list of the options soon. The next step will be to work out which of the pinpointed items are feasible, together with the stakeholders. Originally, our demand predictions were made prior to the decision to hold the Olympics and Paralympics in Tokyo, so that element was not included in our suppositions. Even if we assume fairly modest economic growth, the metropolitan area's airport capacity will grow tight in the mid-2020s, so we'll be looking for ways to increase the capacity even slightly. There are likely to be options that require time and options that can be implemented relatively quickly, so I want to study the various possibilities, including what we can accomplish by 2020 and what we should keep in mind to do after that.

---Turning our attention to charter regulations, last year regulations were partially relaxed as requested by JATA. Please tell us about the revitalization of regional airports through the utilization of charter flights in the future.

Tamura: Since the charter regulations were relaxed at the request of the travel industry, the revitalization of regional airports will probably depend on how much the travel industry utilizes charter flights. As has been pointed out before, the percentage of people from regional areas who travel out of the country is lower than that from the greater Tokyo metropolitan area, and so if attractive charter flights go into operation, that situation may improve. Conversely, the fact that demand is currently small means that there is room to develop demand, and so I sincerely hope that everyone in the travel industry will do their best to boost demand for outbound trips.

事務局 便り

春4月、初々しい新入社員を迎え、今月から新年度をスタートさせた会員会社も多いのでは。ゴールデン・ウィーク、夏の商戦とスタートダッシュを決めて、実り多き事業年度となりますよう祈念します。

そこで事務局より会員の皆様へひとつお願いがあります。新入社員教育の一環として、ニューフェイスの皆さんにぜひ「じゃたこみ」の閲覧をお勧めいただければと思います。毎

月掲載される最新のJATAの活動や業界動向を通じて、観光旅行市場の大きな流れやトレンドをつかむことができますし、さらに業務に直結する情報として、JATAの専任の担当者が執筆する「消費者相談室」や「法務の窓口」などのコラムも大変人気があります。今後とも編集部ではさらなる内容の充実に努めてまいりますので、何卒よろしく願い申し上げます。

●旅程管理研修

平成26年度年間スケジュールのご案内(予定)

平成26年度の旅程管理研修につきましては、概ね開催月の2カ月前の中旬までにFAX、メールなどで開催日、申込締切日などの詳細を案内いたします。また、下記URLにも掲載いたしますのでご参照ください。

<http://www.jata-net.or.jp/seminar/training/itinerary/h26calendar.htm>

	開催月	募集期間	総合・国内旅程管理研修開催地
第1回	4月	申込終了	札幌市・東京・福岡市
第2回	6月	4月中旬	東京・岡山市
第3回	7月	5月中旬	福島市・東京・名古屋市・大阪市・那覇市
第4回	8月	6月中旬	東京
第5回	9月	7月中旬	東京・大阪市
第6回	10月	8月中旬	東京・高松市
第7回	11月	9月中旬	東京・新潟市・名古屋市・大阪市・福岡市
第8回	12月	10月中旬	東京
第9回	1月	11月中旬	札幌市・東京・大阪市・那覇市
第10回	3月	1月中旬	仙台市・東京・広島市

●第58回定時総会開催について

平成26年6月18日(水)に経団連会館(東京都千代田区大手町1-3-2)にて第58回定時総会(14時30分開始予定)を開催いたします。詳細につきましては、6月上旬発送予定の開催案内をご覧ください。

●JATA業務予定表 4月10日(木)～5月31日(土)

※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)

4月11日	国内旅行委員会／関東支部
4月14日	VW推進特別委員会／本部
4月14日	国内旅行委員会／関東支部
4月14日	福岡地区委員会／九州支部
4月16日	国際旅行委員会／九州支部
4月17日	幹事会／東北支部
4月17日	消費者相談委員会／九州支部
4月21日	幹事会／関東支部
4月21日	インバウンド委員会／関東支部
4月22日	海外旅行委員会／関西支部
4月23日	海外旅行推進委員会／本部
4月24日	広報委員会／本部
4月24日	消費相談委員会／関西支部
5月8日	教育研修委員会／九州支部
5月9日	理事会・常任役員会／本部
5月15日	業務改善委員会／本部
5月15日	ツーリズムEXPOジャパン実行委員会／本部
5月21日	訪日旅行推進委員会／本部
5月22日	実務委員会／九州支部

●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、すでに申し込み受付を締め切った研修・セミナーもあります。詳しくは、JATAホームページ(会員限定ページ)でご確認ください。

4月14日～17日	新入社員基礎研修／研修・試験委員会
4月15日～16日	旅行実務研修基礎／関西支部
4月16日	普通救命講習会／北海道支部
4月22日～23日	和歌山実地踏査／国内旅行推進委員会
4月24日	ユニバーサルツーリズムセミナー(名古屋)／社会貢献委員会
5月14日	ユニバーサルツーリズムセミナー(札幌)／社会貢献委員会

ハリファックス&ルーネンバーグ(カナダ)

素材研究
(海外)



ルーネンバーグ・バンブと呼ばれる独特の屋根付き窓



ハリファックスの中心地にあるパブリックガーデン



18世紀に造られた要塞であるハリファックス・シタデルの衛兵



ハリファックスの大西洋海洋博物館に展示されているタイタニック号の模型



独創的なデザインに鮮やかな色彩が施された家々が並ぶルーネンバーグ

大英帝国が建設した植民地の典型的な区画整理が残るルーネンバーグの町並み

港に刻まれたタイタニックと大英帝国の記憶 北米大陸大西洋沿岸航路を彩るカナダ北部の町

日本のクルーズ市場で、今後の本格的な開発が期待される北米大陸の北大西洋リニア。タイタニック号からの収集品で知られる大西洋海洋博物館のあるハリファックスや世界文化遺産のルーネンバーグなどは、その北米大陸大西洋沿岸航路を華やかに彩る寄港地として注目される存在です。

悲劇を最も記憶に残す町

冬でも凍結しない天然の良港を持つノバスコシア州の州都ハリファックスは、カナダ大西洋地方の中心地であり、1912年に沈没したタイタニック号との関わりも深い町です。

ハリファックスは沈没現場から最も近い大きな港だったため、救援活動の拠点となり、脱出・救助された人々の受け入れや犠牲者の葬儀なども行われました。北大西洋航路の歴史に刻まれた悲劇を最も記憶に残す場所として、その存在感が際立つ町でもあります。同時に、18世紀の半ばにカナダで初めての英語圏の入植地となったハリファックスには、カナダで最初の教会や重厚な石造りの建物なども残されており、軍事経済の中心的存在だった往時の繁栄が偲ばれる歴史の町としても興味深い存在です。

そのハリファックスから車で1時間30分ほど

どのルーネンバーグは、独創的なデザインの影響的な街並みと大英帝国が世界中に建設した植民地の典型的な区画整理が残されており、1995年に世界文化遺産に登録されました。

色濃く漂うドイツの面影

海に面した旧市街に並ぶ建物の7割以上が18世紀から19世紀にかけて建てられたルーネンバーグの街並みは、大英帝国の植民地という歴史の原点を持つ一方で、ドイツからもカナダへの移民が奨励されたため、可愛らしい外観の鮮やかな建物群からは、ドイツやスイスのような雰囲気も色濃く漂っています。実は、ルーネンバーグという地名も、ドイツのニーダーザクセン州の中心都市、リューネブルクに由来するものです。

住民の多くも最初の移住者の子孫たちで、ルーネンバーグ・バンブと呼ばれる独特の屋根付き窓や、軒先に彫られたレースのような模様など、二軒ずつ異なるデザイン建物や教会などを眺めながらの散策は、ルーネンバーグならではの楽しみと言えます。

米国のニューヨーク・ポストンからカナダの北部大西洋岸にいたるエリアは、特に、紅葉の季節を迎える秋が最も美しいことで知られています。今後のクルーズ市場を開拓する上で、日本人旅行者にとってのスキューコンテントでもある紅葉を軸にしつつ、北米大陸大西洋沿岸航路における需要喚起が期待されるようです。

屋久島（鹿児島県）

素材研究
(国内)



世界自然遺産として奥深い魅力を持つ屋久島の自然休養林



地元の水産会社などで地域の生業も垣間見ることができます



平内集落の「里めぐり」で、干潮時に姿を現す海中温泉



散策路の道端には自生する観音竹も



屋久島の海岸からは口永良部島の美しい姿も望めます



屋久島の集落における山岳信仰の対象となっている地元の山などについても興味深い説明を聞くことができます

山岳自然だけでなく屋久島の魅力「里めぐり」で多様な文化を語り部ガイドが案内

1993年に白神山地とともに日本で初めて世界自然遺産に登録された屋久島。対象となったのは島の中央部ですが、海岸沿いの平地に点在する集落では、様々な地域資源を掘り起こして地元の語り部ガイドが案内する「里めぐり」の取り組みも進められています。

環境保全と経済振興の調和を目指す

世界自然遺産の登録地は、原生自然環境保護区と国立公園の特別保護地区など島全体の約20%にあたります。一方、全面積の約9割が山岳地帯の屋久島には、海岸沿いの平地に24の集落があり、それぞれの地域で独特の歴史や文化が育まれてきました。屋久島では世界自然遺産の登録後、入込客数が急増すると同時に、縄文杉を中心とする山岳部に旅行者が集中することで、自然環境への負荷の増大が懸念される状況も続いています。2011年10月には、屋久島町と屋久島環境文化財団、町内5集落の代表者で構成される「屋久島里めぐり推進協議会」が発足し、環境保全と経済振興の調和を目指すことになりました。

現在、吉田・宮之浦・春牧・平内・中間の5集落で実施されている「屋久島里めぐり」は、屋久島を訪れる旅行者だけでなく、屋

久島町民にも屋久島の魅力を「地域の宝」として認識してもらおうという取り組みです。里地における自然や文化・歴史の保全を図り、その持続的な利用による地域の活性化につながることも期待されています。

観光メニュー多様化で需要平準化も

「里めぐり」が実施されている地域の一つである吉田集落は、島の北西部に位置し、平家の落人が最初に上陸した「屋久島最古の集落」と語り継がれています。「里めぐり」では、地域の神社や霊園、花崗岩の巨石群、水産会社などを回った後、トンボレ（瀬風呂）体験も楽しめます。

屋久島里めぐり推進協議会の事務局によると、2013年度の「里めぐり」受入実績は400人程度が見込まれています。「空港や港に近い集落に偏りがち」（事務局）で、需要の拡散も課題となっているようです。同協議会では、里地での滞留や地元住民との交流による地産地消を通じた経済波及効果や、観光メニューの多様化による年間を通じた入込客の平準化なども期待される「里めぐり」について、実施集落の拡大を目指しており、2014年度には新たな集落も加わる見通しとなりました。各集落を結ぶ道路などがなかつた屋久島は、地域毎に方言や歴史、文化なども異なり、協議会では「屋久島を訪れるリーダーの旅行者には、ぜひ「里めぐり」に参加してほしい」（事務局）と呼びかけています。

プリンセス・アカデミー 「ファースト・オフィサー」 110人が誕生!

新しく「スタッフ・キャプテン・レベル」も開講



4月1日より
各レベル新規合格者
先着500名様に
3,700円相当のカタログギフトを
プレゼント!

「外国客船で、日本をめぐる」という新しい旅のスタイルを提案し、昨年多くのお客様から好評を得たプリンセス・クルーズの日本発着クルーズ。今年は日本生まれのダイヤモンド・プリンセスも加わり、2隻体制での運航となるため、昨年以上に多くのお客様から問い合わせが寄せられるでしょう。

プリンセス・クルーズは、旅行会社向けeトレーニング・プログラム「プリンセス・アカデミー」を昨年開講しています。お客様からの問い合わせに、的確にお答えするための知識が身に付き、クルーズ販売に大いに役立ちます。

Point 1

売上アップに貢献するeトレーニング・プログラム



プリンセス・クルーズの販売に必要な知識を日本語で体系的に習得できるため、スタッフ全員のレベルアップが図れ、社内の教育システムの一部を肩代わりすることも可能ですので、売り上げアップと効率アップに貢献します。もちろん日本語マニュアルもご用意しています。

Point 2

簡単に導入でき、いつでも受講できる!

「プリンセス・アカデミー」は、簡単に導入できるプリンセス・クルーズ専用予約システム「ポラー・オンライン」を通じて、すぐに受講することが可能です。全世界で5万人以上が参加し、日本国内でも200人以上が参加、100人以上が第1レベルに合格されています。



Point 3

第2レベル「スタッフ・キャプテン」を開始

4段階のレベルアップ制度を採用した「プリンセス・アカデミー」。このほど第2段として、「船上での体験」やアラスカ、ヨーロッパのクルーズについての知識が得られる「スタッフ・キャプテン・レベル」が開講しました。ぜひ受講して、プリンセス・クルーズの販売にお役立てください。

すでに100人以上が合格! 第1レベル「ファースト・オフィサー」取得者の声

自分のペースで 取り組める点が嬉しい

三洋航空サービス
関西百貨店担当部長
遠藤 裕之 さん



長年クルーズ販売に携わってきて、私自身はクルーズコンサルタントの資格も持っているのですが、今回プリンセス・クルーズの販売知識に特化したトレーニング・プログラム「プリンセス・アカデミー」が始まったと聞いたので受講してみました。まずe-ラーニング・システムなので、勤務形態を問わず誰でも簡単に受講でき、続けやすい点が良いですね。お客様の来店が途切れたときや仕事が一段落ついたときなど、ちょっとした合間に取り組むことができるからです。また、設問は非常にわかりやすく、クルーズ販売の担当者なら最低限知っておかなければならない知識を効率よく学習できるため、まだ受講していない人にも勧めようと考えています。

このタイミングで 取り組むことが重要

IACEトラベル
クルーズ事業部
鈴木 琢磨 さん



「プリンセス・アカデミー」が始まったとの知らせを聞き、直後に受講しました。社内では、私をはじめ20人以上が「ファースト・オフィサー・レベル」を修了しています。自分のペースで受講できる点がこのプログラムの良さですが、集中して受講した方が知識が身に付くように感じます。普段からクルーズを扱っているのですが、まだまだ知らないことが多いことに気付かされ、その新しい知識を学べるため、非常に有意義でした。またプリンセス・クルーズにおける、社内の教育プログラムの一部を「プリンセス・アカデミー」でまかなえ、効率の良い業務体制が構築できます。本格的なセールス時期の前に、ぜひとも受講しておきたいプログラムですね。

世界最大級 旅の祭典



ツーリズム EXPO ジャパン

新しい旅が始まる。



2014年9月25日(木)～28日(日)
東京ビッグサイト

主催：公益社団法人 日本観光振興協会、一般社団法人 日本旅行業協会 (JATA)
後援(予定)：国土交通省、国土交通省観光庁、総務省、外務省、農林水産省、文部科学省、環境省、
東京都、日本政府観光局 (JNTO)、独立行政法人 日本貿易振興機構 (ジェトロ)

来場者数
15万人目標

※2013年度来場者数131,058人

出展申込締切り迫る!

申込期日 4/30(水)

150を超える国と地域から、約750団体・企業が出展予定。
世界最大級の観光総合イベントとして出展者のビジネスをサポートします。

- B to B to C コミュニケーションとプロモーション
- 国際会議も充実。アジアと日本の業界トレンドを集約
- 展示ブース内での商品販売も可能

最新の内容、出展のお申込はホームページまで



t-expo.jp

ツーリズムEXPOジャパン推進室 [受付時間:平日9:30～17:30]

住所 〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通霞ヶ関ビル4F

電話 03-5510-2004 FAX 03-5510-2012 E-mail event@t-expo.jp