

JATA

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

じゃたこみ

1

2015年
1月10日発行
vol.95

発行 一般社団法人 日本旅行業協会
〒100-0013 東京都千代田区豊が関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

謹賀新年

2015年 年頭所感

久保成人 観光庁長官

新年のご挨拶 田川博己 JATA会長
「次の50年」に向かう“節目”の年に

観光庁と連携しCITMへ訪中団
日中韓観光大臣会合も早期開催へ調整

委員長・支部長が語る2015年の抱負

2月18日にJATA旅行業経営セミナー

旅の交流で
未来を拓く

50
日韓国交正常化50周年

動かそう！白韓新時代の観光交流
メガファム1000人が韓国の魅力を視察



動かそう！日韓新時代の観光交流 メガファム1000人が韓国の魅力を視察

訪韓日本人旅行者数の低迷が続く中、JATAは先月、韓国の各地を回る1000人規模のメガファムツアーを実施しました。商品開発や旅行需要の活性化を目指すJATAによる大掛かりな取り組みは、2012年12月の東北復興支援プロジェクト「行こうよ！東北」以来となるもので、日韓国交正常化50周年を機に訪韓旅行需要の反転上昇が期待されます。

韓国観光史上初の大規模ファムツアー

JATAは12月8日から12日の5日間にわたり、会員旅行会社の社員など約1000人を韓国へ派遣するメガファムツアーを実施しました。

札幌、仙台、東京、新潟、名古屋、大阪、岡山、広島、福岡、那覇の全国10都市から韓国へ向かったのは、松田誠司JATA海外旅行推進委員長を団長とする第1班（12月8日～10日）の515人と二宮秀生同副委員長を団長とする第2班（12月10日～12日）の490人で、ソウル・釜山・濟州島を起点とする10のコースに分かれて韓国の各地を視察しています。



下秋錫 KTO 社長



松田誠司 JATA 海外旅行推進委員会副委員長

今回のメガファムツアーは、昨年8月にソウルで開催された日韓観光交流拡大シンポジウムで田川博己JATA会長が提案したものでした。田川会長は、日韓の二国間における観光交流が低迷している状況について、「大変に厳しい心の問題」が障壁になっているという認識を示し、

「まず旅行会社の社員から心理的な障壁を払拭しなければならない」と指摘。1000人規模のファムツアーを通じて、韓国への旅行需要の本格回復を目指す考えを明らかにしていました。

韓国メガファム 視察コース一覧

- (1)ソウル
 - A. 春川・DMZ中心の江原地域の韓流・安保観光コース
 - B. 平昌・江陵中心の江原地域の冬季オリンピック連携観光コース
 - C. 江華島中心の仁川地域の歴史・文化探訪コース
 - D. 南漢山城・水原華城中心の世界文化遺産コース
 - E. 扶余・公州中心の忠南地域の百済文化園歴史探訪コース
 - F. 丹陽八景・忠州湖中心の忠北地域のヒーリングツアーコース
- (2)釜山
 - G. 大邱地域中心の韓流・韓方観光コース
 - H. 安東地域中心の儒教精神文化探訪コース
 - I. 慶州地域中心の世界文化遺産・歴史文化遺跡コース
- (3)濟州島
 - J. 濟州地域の世界自然遺産コース

韓国観光公社(KTO)によると、2013年に前年比23%減まで落ち込んだ訪韓日本人旅行者数は、昨年1月から9月までの3四半期でも前年同期比17%減にとどまっており、2014年は通年で、2012年の水準を40%前後下回



仁川国際空港では韓国側関係者との交換風景も見られました

る見通しとなっています。KTOの下秋錫(ビョン・チュソク)社長は、今回のメガファムツアーについて「韓国観光史上でも初めてとなる1000人規模でのメガファムツアーを受け入れることを光栄に思う」と歓迎。昨年8月のソウルに続いて、昨年12月に東京でも開催された日韓観光交流拡大シンポジウムについても「日韓の双方向交流700万人時代の早期達成をはじめ、両国の地方間交流の拡大に向けても、政府間の協力に加えて、自治体や民間の交流と協力を進めていくことの重要性を啓蒙していくために有意義な場だった」と評価しました。

下社長は、今回のメガファムツアーでソウルや釜山から日帰り可能なコースを紹介したことについて、「参加された皆さんに自身で直接、韓国」

これに対して、団長として第1班を率いた松田副委員長は、下社長が就任後初めての訪問先として日本を選んだことや、ツアーリズムEXPOジャパン2014にKTOとして過去最大の出展を行ったことに謝意を表明。松田副委員長は、JATAによるメガファムツアーへの支援にも感謝の言葉を述べた上で、「今回のような機会を通じて、会員旅行会社の韓国販売機運が高まり、韓国への送客が復活するよう取り組んでいく」と強調し、

地方の魅力を体験していただきたい」と説明するとともに、「帰国しからの旅行商品造成においても、ぜひ力を貸していただきたい」と期待を表明しています。

2015年のテーマは「地方観光活性化」

さらに、下社長は、日韓国交正常化から50周年を迎える2015年のKTOによるプロモーション展開について、「『地方観光活性化』をキャッチフレーズとして、両国間の交流が『層拡大される記念すべき年にしたい』と語り、「日韓の観光交流が低迷期から脱して、新たな段階へと飛躍するリスタートの年であり、KTOとしても全力を尽くしたい」と決意を示しました。



2018年冬季五輪の開催地・平昌にあるスキージャンプ会場

JATAが日韓外交正常化50周年に向けてプロジェクトチームを立ち上げ、イベントの提案や事業の推進を通じて需要を盛り上げる考えを伝えています。

「地方観光活性化」を2015年のキーワードに掲げるKTOの意向を反映して、今回のメガファミツアーは、ソウルから7コース、釜山から3コース、済州島で1コースの地域を巡る研修ツアーが設定されました。2018年に冬季五輪が開催される平昌や江陵などを含む江原道方面に向かったソウルからのBコースでは、郷土料理を提供する茅葺の古民家を活用した韓式レストランの昼食やビビンバ作りにも挑戦できる

韓国伝統料理文化体験館での夕食など、これまでのツアー商品などでは組み込まれることの少なかった地域色の豊かな素材を盛り込む工夫が凝らされていました。

日本市場にはコンテンツ開発でも期待

今回のメガファミツアーでは、日本の10都市から韓国へ入る形となり、改めて、日本各地からの韓国への航空路線の充実ぶりが確認されていますが、KTOの林用默（イムヨンムク）日本チーム長は、日本から韓国への乗り入れ地点が、ソウル・釜山・済州島の3カ所だけにとどまっていることを踏まえ、「韓国の南西部や北東部などについては、地方空港へのチャーター便も活用して、国内各地への旅行需要開発も進めてほしい」と語っています。

また、林チーム長は12月10日に開催された日本からのプレス関係者との意見交換会で、KTOとして昨年初めて、ソウルから1人1万円の



林用默 KTO 日本チーム長

地方観光シャトルバスを試験的に運行するなど、2015年のテーマでもある「地方観光活性化」に先行して取り組んできていることも紹介。KTOとして、訪韓日本人旅行者数の回復とともに、地方への旅行需要の掘り起こしにも力を入れていく考えを示しました。

日韓間では現在、双方方向の観光交流人口を700万人とすることを目指しており、林チーム長は、「訪韓日本人旅行者数が352万人だった2012年の水準を回復すれば、2年以内に700万人の達成は可能だ」と指摘。また、これまで韓国からのアウトバウンド拡大にはあまり積極的ではなかったKTOや韓国旅行業協会（KATA）としても、訪日韓国人旅行者の拡大に向けて力を入れていく方針で、「地方間交流の活性化をテーマに、100人以上の規模で韓国の自治体や旅行



ソウル市内から各視察コースに向けてバスに乗り込むメガファミツアー参加者ら

業関係者による『東北応援ツアー』の実施も検討している」ことも明らかにしています。

林チーム長は、訪韓日本人旅行者数が2012年の水準に比べて40%減も落ち込んでいる事態により、「日本人旅行者を扱う韓国のインバウンド旅行会社が壊滅状態に陥っている」現状への懸念を改めて示し、「これだけ近い隣国なのに観光交流が先細りになるようでは、両国関係も覚束なくなる」と強調。「今後継続的な発展にとっても、日本との関係は極めて重要であり、特に、

地方間交流の定着を進めることで盤石な礎を築きたい」と説明しました。

さらに、林チーム長は日本市場の重要性について、「訪韓旅行者数の回復だけにとどまらず、韓国の地域観光振興におけるコンテンツ開発という面でも寄与してもらえるのは、日本市場しかないと思う」と語り、成熟マーケットである日本を対象に新たな観光素材を掘り起こすことで、韓国のインバウンド全体の底上げを目指すという方向性も示唆しています。



写真は、地元の農産物を中心にした郷土料理を楽しむサージ草家の庭（江原道）【左上】、かつての上流階級の家屋が保存されている江陵船橋荘（江原道）【右上】、ビビンバ作りも体験できる韓国伝統食べ物文化体験館（江原道）【中央】、DMZの鉄原平和展望台から見える北朝鮮の風景【左下】、韓国最大規模の歴史テーマパーク・百濟文化団地【右下】

2015年 年頭所感

久保成人 観光庁長官



2015年という新しい年を迎え、謹んで新年の御挨拶を申し上げます。

一昨年、2013年は、訪日外国人旅行者数1000万人を達成するとともに、同年9月には「オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催が決定するなど、観光行政を取り巻く環境に大きな「変化」があった年でありました。

そして、昨年、2014年は、この「変化」を、観光立国の実現に向けた力強い推進力とするため、新たな「歩」を踏み出した年だったと考えております。6月には、「観光立国推進閣僚会議」を開催し、「オリンピック・パラリンピック東京大会」が開催される2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指すための施策をとりまとめた「観光立国実現に向けたアクションプログラム2014」を決定しました。

インドネシア向けのビザ免除をはじめと

するビザ要件の戦略的な緩和やCIQ体制の拡充など、既に「アクションプログラム2014」に盛り込まれた施策を着実に実行しているところであります。

10月1日からは、消費税免税制度を拡充し、消費税免税の対象物品を全品目に拡大しました。都心の百貨店などを中心に外国人旅行者による買い物盛況であり、個人消費の支えをするまでとなっております。

こうした施策を強力に推進してきた結果、アジアを中心とした経済成長による海外旅行者数の増加や円安傾向の継続などの効果も相俟って、2014年の訪日外国人旅行者数は、前年の1000万人を大きく上回り、1300万人を超える非常に多くの外国人の方々に日本を訪問していただきました。また、外国人旅行者による旅行消費額についても大幅に拡大しております。

これらを踏まえ、2015年を更なる「前進」の年とするため、本年は、次の三点について重点的に取り組んで参りたいと考えております。

まず、「観光振興による地方創生」についてであります。

観光は、日本経済の活性化にますます大きく寄与していくものと考えております。今後、更に国内外の交流人口を拡大して、全国津々浦々、各地域に内外の旅行者を呼び込み、地域の経済や社会を活性化していくことが大変重要であります。

このため、複数の県が広域的に連携し、地域を「点」から「線」へと結んで、「太い動線」として広域観光周遊ルートの形成を図り、これを海外へ積極的に発信して、訪日外国

人旅行者の増加を図って参ります。併せて、無料公衆無線LAN環境の整備や決済環境の充実など地域の受入環境の整備を促進します。

さらに、地域の観光産業の基盤となるホテル・旅館等の宿泊施設について、今後更なる伸びが期待されるFIT層をターゲットに、宿泊施設に関する情報を分かりやすく発信するとともに、日本の大きな魅力である「旅館ブランド」を磨き上げるため、旅館経営者の人材育成等に取り組んで参ります。

また、国内における旅行消費の大半を占めているのは、日本人による国内旅行であり、地域の観光産業を支える重要な役割を担っております。

このためには、国内、国外の旅行者のいずれにとつても魅力的な観光地づくりを推進するべく、引き続き、観光圏の取組を着実に実施していくとともに、地域の幅広い関係者が連携し、地域の観光資源を徹底的に磨き上げる取組を進めて参ります。併せて、日本人がより旅行しやすい環境を整備するため、休暇の取得促進を更に強力に推進して参りたいと考えております。

次に、「インバウンドの飛躍的な拡大」についてであります。

今後は、これまでの訪日プロモーションを更に強化するとともに、「春の観桜ツアー」や「秋の紅葉ツアー」などにより、春や秋のシーズンを新たな訪日旅行時期として定着させることが必要です。旅行需要の平準化を意識したプロモーションを行い、年間を通して、外国人旅行者に日本各地を訪問してもらうための取組を進めて参ります。

また、本年は、日本政府観光局

(JNTO)が訪日プロモーション事業を直接執行する最初の年でありますので、JNTOの体制整備を測り、現地における、より効率的効果的な訪日プロモーションを実施して参ります。

MICEの分野では、昨年、参加者数6000名規模の神戸での国際会議をはじめとする大型国際会議の誘致や、外国企業における2000名規模の大型インセンティブ旅行の誘致などが立て続けに成功するなど、近年成果が出てきております。今後とも、MICEの誘致開催への取組を一層進めて参ります。

最後に、「観光による国際相互交流」についてであります。

諸外国との国際相互理解を深め、国際社会での日本の地位を確固たるものとする観点から、双方向交流である「ツーウェイ・ツーリズム」の更なる拡大が大変重要です。訪日外国人旅行者数は順調に拡大しているところですが、日本人の海外旅行者数については、2012年に過去最高の1850万人を記録して以降、日中韓の二国間関係や為替の円安方向への動き等の影響もあり、2013年は1700万人台半ばまで低下しております。

このため、中国、韓国をはじめ、各国との双方向の観光交流を層活性化すべく、旅行業関係の皆様による訪問団の派遣や海外での交流イベント、二国間の相互協力などに取り組んで参ります。

本年も、関係機関の皆様との連携をますます高め、オールジャパンの体制を強化して、観光立国の推進に取り組んで参りますので、より一層の御理解と御協力を賜りますよう、お願い申し上げます。

新年のご挨拶

田川博己 JATA会長

「次の50年」に向かう「節目」の年に



れが加速しており、2015年は海外旅行にとつてもフォロワーの風が強まることは間違いありません。

ブラジルで五輪が開かれる来年は、リオデジャネイロで「東京」が次の開催地としてコールされることとなります。その前年となる2015年は、2020年に向けたブランドデザインを固めなければならぬ年もあり、旅行業だけに限らず、あらゆる産業分野で節目を迎えることとなりますが、どういった節目にするかが重要だと考えています。

あけましておめでとございます。21世紀に入つて14年が経過して、9・11やSARS、リーマンショックなど世界を震撼させた出来事もようやく一段落し、新しい世紀を実感できる状況となりました。そういう中で迎えた2015年は、本格的な新世紀の幕開けとして節目の年にしなければいけないと考えています。

総選挙も与党の勝利に終わり、アベノミクスの経済政策が継続されつつ、増税に向けた道筋が固められていく中で、日本経済へのインパクトを増してきているツーリズムは一定の地位を確保することになるだろうと思います。

経済環境も春先からの好転が期待され、日本と中国、韓国の関係も改善に向けた流

必要があります。

そうしたアジア全体の動きも踏まえて、旅行業界としても、アジアにおける日本、世界の中での日本という位置づけを考えることが求められており、JATAの国際的な存在感を高めるのも、2015年における大きなテーマです。

2020年を待たずに訪日インバウンドの2000万人が実現する可能性も高まっていますが、インバウンドは日本のツーリズムの国際化ということでもあります。渡航自由化から50年にわたる日本人の海外旅行の拡大という形で国際化を推進してきたJATAとしては、その経緯と実績を踏まえて、日本のツーリズムの国際化やグローバル化の「翼を担わなければなりません。組織としてツーリズムの国際化を推進できる団体は、JATAをおいて他にないだろうと思っています。

世界経済においては、米国、欧州、日本に続いて、中国が第4極、ASEANが第5極として台頭してきている中で、日本の地位が相対的に低下することも想定されています。日本の物づくりでは「高い技術に基づく製品なら必ず売れる」という思いによって、世界市場で新興国の後塵を拝するという局面も生じてきました。ツーリズムの国際化を進めるに当たっても、「日本のサービスを世界に示す」だけでなく、「それぞれの国のニーズに合わせてサービスを提案す

る」ということが重要になってくるのではないかと考えています。

国が「地方創生」を掲げる中で、JATAとして本部・支部・地区会の連携を有機的に強化することにより、もつと積極的に地域活性化を進める必要があります。12月の韓国へのメガファミツアーでは、北海道から沖縄まで各支部も参加したわけですが、本部の方針に沿って支部の皆さんも世界へ出ていくような展開にできればと思います。今後、中国やASEANでも韓国に続く取り組みを目指すことなどで、各支部も今年を「節目」にしていけるなら、本部だけではできないJATAの仕掛ける力も増していくはずですよ。

日本では、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの前に、2019年にはラグビーのワールドカップも開催されます。そうした国際的なメガイベントにおいても、旅行業が主導的な役割を果たしていけることを示していく必要があります。

ツーリズムEXPOジャパンは、BtoBとBtoCの両面で旅行業界の持つ力と可能性を知らしめる貴重な機会であり、その意味合いと重要性を再確認したいと思えます。

海外渡航自由化から50年を経て迎えた2015年は、次の50年に向けて再スタートを切ると同時に、2016年以降を見据えた礎を築く重要な「節目」の年にしなければなりません。

謹賀新年

旅行産業の発展に全力で取り組んでまいります
本年もよろしくお願い申し上げます



あけましておめでとうございます。観光立国の推進が国の大きな柱に位置づけられるとともに、5年後の2020年には東京オリンピック・パラリンピックというメガイベントの開催も控えており、海外・国内・訪日旅行にわたるツーリズムの役割や、それを担う旅行産業に対する社会の関心、注目がかつてないほどに高まってきています。こうした状況の中で、JATAの諸政策の舵取りを担う委員長各氏は、迎えた2015年という年をどのように捉え、旅行産業の発展に向けての諸課題にいかに取り組んでいこうとしているのか。新年にのぞむにあたり、委員長各氏に1年の抱負や意気込みを語っていただきました。(順不同)

海外旅行2000万人達成に向け
副委員長3氏を軸に運営体制強化
海外旅行推進委員会
菊間潤吾 委員長



昨年の海外渡航自由化50周年を終え、今年

は新たな50年に向けた元年となります。

2015年は、海外旅行を取り巻く様々な障壁、課題に対して実効的な組織にするべく、新たに3つの部会を設けました。3人の副委員長が政策提言部会、需要喚起部会、需要創造部会をそれぞれ担当し、委員会の運営体制を強化し、4000万人相互交流時代における海外旅行2000万人達成に向けた年とします。



井上聡 副委員長



二宮秀生 副委員長



松田誠司 副委員長

政策提言部会では、海外旅行2000万人達成に向けて新たな提言をまとめてまいります。需要喚起部会では、昨年12月に実施した韓国1000名メガファミツアを契機に本年の日韓国交正常化50周年への取り組みをします。また昨年の11月の日中首脳会談を受けて、中国への需要回復を図るムードづくりも本年の重要な課題です。需要創造部会では、新たなDESTINEーションの取り組みで渡航者数の拡大を図り、リピーター時代に向けて海外旅行の奥行きを深めてまいります。

反転上昇の好機を生かし
宿泊旅行の拡大を目指す

国内旅行推進委員会

吉川勝久 委員長



国内旅行は一昨年からのアベノミクス効果もあり、減少傾向に歯止めがかかって、反転上昇の傾向が続いています。

国内旅行推進委員会では、国内旅行活性化の最大の課題である宿

泊旅行拡大に向け、昨年スタートした「ニッポンを、遊びつくせ！」キャンペーンを継続実施するとともに、着地型旅行の促進

による国内宿泊旅行の拡大を目指してまいります。また、「JATAの道」をはじめ、東北復興支援事業も続けていきます。国内旅行の需要喚起は、訪日旅行と併せて、国の観光立国推進のベースでもあり、今後も国や関係団体とも連携して、旅行業界団体としての役割をしっかりと果たしていきたいと思っております。

さらなる飛躍の年へ2020年
2000万人の高みに向けて

訪日旅行推進委員会

丸尾和明 委員長

2013年に1036万人と、初めて1000万人を突破した訪日旅行者数は、2014年度も円安基調の定着、ビザ緩和等を背景に大きな伸びを示し、年間1300万



吉金嘉洋 副委員長



平野利晃 副委員長



内山尚志 副委員長

謹賀新年

委員長が語る2015年の抱負

人を突破する見込みです。国においても、昨年6月には新たなアクションプランが示されるなど、2020年における2000万人の高みに向け、官民一体となった取り組みが強化されていますが、一方、さまざまな課題も顕在化してきています。

訪日旅行推進委員会としては、需要拡大のための取り組みに加え、昨年「2000万人対応部会」を設け、アクションプラン改訂にむけた課題を抽出するとともに、観光庁に意見書を提出し、その多くを新たなアクションプランに取り入れていただきました。今年もJATA自らの海外プロモーション等により、需要拡大を



白水政治
副委員長



小川 巨
副委員長



座間久徳
副委員長

図るとともに、地方への訪日旅行者の分散や、通訳案内士の確保など、さまざまな課題に対し、業界の実態にもとづいた提言を行ってまいります。

また、業界の自主規制として制度化した品質認証会社のメリットの拡大にも引き続き取り組んでまいります。

観光立国の最大の柱でもあるインバウンドの拡大に向けて、JATAの位置づけはますます重要なものとなっています。会員の皆様の力を結集し、2015年がさらなる飛躍の年となるよう、全力をあげて取り組んでまいります。

業法・約款改正の議論を深め 積極的な情報発信に取り組む 法制委員会

原 優一 委員長



はあるものの、実額精算による取消料の設定が可能となりました。

まずは「岩盤に穴を開ける」という意味では一定の成果を挙げることができましたが、まだ第一歩に過ぎません。

募集型企画旅行の取消料規定、旅程保証制度の見直し等についても粘り強く消費者庁と議論を継続しています。石の上にも3年どころか4年目で道半ばですが、腰を据えて取り組みたいと思います。

また、景表法の改正など私たちが取り巻く環境もめまぐるしく変化していますので、有用な最新情報を皆様に積極的に発信してまいります。

適正な審査による消費者保護と 業界への信頼向上を図る 弁済業務委員会

田辺 豊 委員長



檀原徹典
副委員長



石田 心
副委員長

残念ながら約300件の事案が発生しました。が、スピーディな事務処理と厳正な認証審査に努めました。

本年も引き続き、JATAホームページに「認証申出会社の一覧」等を掲示して消費者に対して正確な情報提供に努めるとともに、旅行業界の信頼向上に向けて弁済制度やボンド保証制度についても一般消費者への周知を図ってまいりますので、よろしくお願ひいたします。

会員の業務改善と 消費者への啓発に取り組む 業務改善委員会

神應 昭 委員長



門野真一郎
副委員長



坂巻伸昭
副委員長

新たに名古屋、大阪を追加し、5回に分けて基礎から判例までを弁護士をお招きして勉強会を実施しました。

また、苦情セミナー初級者編のテキストとして利用した「クレーム対応マニュアルたびクレ!!」は社内での勉強会にて活用いただけるよう新たに説明会用画像データを作成しました。

一方、消費者向けの啓発活動として、新たにHP上に「旅行申込時に必要な知識」を、テーマ毎に音声付のスライドで説明したものをアップさせていただきました。その他、消費者、消費相談員、行政の要請による出講についても取り組んでおり、本年も各事業につきまして、委員会メンバーの力を結集してまい進していきたいと考えております。



村山とよ子
副委員長



米村道章
副委員長

**業界の地位向上と交流増大を
国内のみならず世界に向け発信**

広報委員会

林田建夫 委員長



昨年、日本人の海外渡航自由化から50年の節目の年ということ
で、当時のエピソード
や旅行会社が果たしてきた役割などを、積極的に発信しました。昨今は訪日旅行が話題にのぼることが多いのですが、ツーリズムの持つ経済や雇用における効果を広く認識していただくいい機会でもあります。海外旅行、国内旅行、訪日旅行における日本の旅行業の取り組みを国内のみならず世界に向けて発信し、業界の地位向上や交流の増加に貢献していきたいと思



小柳 淳
副委員長



江崎 丈長
副委員長

会報誌「じゃたこみ」について

も、会員の皆様のご意見を反映させ、皆様にとって有意義な情報を発信していきたいと思しますのでよろしくお願いいたします。

**「スピード感」をもって
経営強化に向けた施策を推進**

旅行業経営委員会

東 良和 委員長



阿部 英寿
副委員長



木島 樂子
副委員長

昨年、円安に伴う原材料価格の上昇や為替差損、労働需給逼迫による人件費増や人材確保難などに加え、近隣諸国との関係や感染症の脅威など、厳しい経営のかじ取りが続きました。今年も予断を許さない状況であることは間違いありません。

旅行業経営委員会は、2013年の政策検討特別委員会の間答申や事業計画骨子に従い、現状の旅行業経営に関する課題解決に向

け、女性活躍の推進などを担当するダイバーシティ部会、大学生向け業界紹介活動や従業員向けの教育を検討する人材部会などを立ち上げました。今年は、具体的なアクションプランの検討とともに、できる施策はすぐに実行に移し「スピード感」をもって推進してまいります。

また、本年2月18日開催予定の「JATA経営フォーラム2015」は、新たに「経営」に特化した内容とし、人気の高い経営者や有識者の講演、個別経営課題のセミナーを中心とした構成としました。今以上に会員企業の経営基盤強化に向けた施策を実施してまいります。

**エリア・スペシャリストが始動
会員各社の人材育成に貢献**

研修・試験委員会

福田叙久 委員長



昨年は海外渡航自由化50周年という節目の年でしたが、本年は旅行業の新たな50年、Next

50へ向けての船出の年です。そしてその礎となるのは、もちろん人材でありま



吉田 修
副委員長



品川 誠
副委員長

今年は懸案でありました、新たに世界を8つの地域に分けたエリア・スペシャリスト(A.S.)制度がスタートいたします。そのスムーズな運営を通し、JATA会員各社の人材育成に貢献してまいります。

もちろん、その他旅程管理研修、添乗員研修、新入社員研修につきましても、各員の皆様の声をお聞きしつつ、研修・試験委員、事務局担当ともどもその質の向上に努めてまいります。

**社会的課題解決にも対応し
旅行業の地位向上に努める**

社会貢献委員会

平林 朗 委員長



昨年はツーリズムEXPOジャパン2014での東北復興支援チャリティー・オークションや、100円募金など社会貢献活動にご協力をいただき誠にありがとうございました。訪日旅行市場の拡大や5年後の東京オリンピック・パラリンピック開催など、観光・旅行業への関心が高まる中、旅行業界もまた、従来の「社会的責任を果たす」活動から、より積極的に社会課題解決に向けた活動(CSV・共通価値の創造)への役割発揮が求められるようになってきております。社会貢献委員会としても、昨年署名いたしました国連世界観光機関(UNWTO)の世界観光倫理憲章を踏まえつつ、関係団体・企業と協力・連携の上、パンフレットのリサイクル活動からユニバーサルツーリズム推進と障害者差別解消法に向けた対応に加え、JATAの道プロジェクト(東北復興支援活動)の実施など、旅行業の社会的地位向上に努めてまいります。

2014年の東北復興支援チャリティー・



外ノ池 倫平
副委員長

2014年の東北復興支援チャリティー・



黒川 恵
副委員長

支部長より新年のご挨拶

あけましておめでとうございます
需要喚起、地域の盛り上げに積極的に
取り組みます



北海道支部

古田 和吉 支部長



北海道は、2016年3月の北海道新幹線開業「2026冬季オリンピック」へ札幌市正式立候補など、明るい話題が続いています。日韓国交正常化50周年プロジェクト、国内旅行の需要喚起、訪日旅行取扱拡大等、本部と連携を取りながら会員相互の連携強化により、地域貢献・人材育成・課題解決などの活動を推進し、業界の発展と地位向上に向け、北海道観光を盛り上げてまいります。

東北支部

石垣 隆久 支部長



昨年は貸し切りバスの新運賃・料金制度改革を受け関係機関との意見交換会、海外旅行促進ポスターの作製やインバウンドセ

ミナーの開催等を実施。また、本部主

はかります。

中部支部

佐竹 晃 支部長



催の「JATAの道プロジェクト」では東北地域の復興対策事業が開始し、支部での社会貢献活動にも多くの地域会員会社の方々に参加いただきました。震災から4年、今年も福島DCをはじめ東北は復興を乗り越え飛躍へとシフトしてまいります。

今年北陸

関東支部

大澤 裕一 支部長



昨年、「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録、新潟DCなどの明るい話題もありましたが、一方で2月の大雪、御嶽山の噴火、長野県北部の地震など観光に影響を与える災害も発生しました。このような時こそ現場感覚に立脚した活動が大切です。関東支部は今年も消費者の信頼に応え得る現場作りやコンプライアンスの促進、官公庁との連携の強化を使命として地方、現場から観光業界の発展を

関西支部

光山 清秀 支部長



昨年、「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録、新

中四国支部

青木 尚一 支部長



チャーターを実施し、成功を収めることができました。本年も関空旅博を始めブレ関空旅博・BtoB ネットワーキングイベント、海外教育旅行・英語研修ワークショップ&セミナー等の実施を予定、関係団体・機関と協力しながら需要喚起や人材育成、会員に対するサービスの充実を図ります。そして、会員の皆様とともに支部活動を推進していきたいと考えております。

九州支部

山田 浩 支部長



昨年は「瀬戸内しまのわ2014」や、「四国霊場開創1200年」、出雲大社遷宮事業等は大きな契機となりました。2015年も山口が舞台の大河ドラマ「花燃ゆ」、中国横断自動車尾道松江線全線開通など話題豊富。この好環境を受け、海外旅行促進、JATAのPRなどを目的に、「広島空旅」や「えひめ空旅」などのイベントを開催します。インバウンドでは会員会社と行政政府観光局航空会社との連携強化を図り、双方向チャーターの促進など、特に東南アジアからの誘客に積極的に取り組みます。

沖縄支部

東 良和 支部長



昨年、「瀬戸内しまのわ2014」や、「四国霊場開創1200年」、出雲大社遷宮事業等は大きな契機となりました。2015年も山口が舞台の大河ドラマ「花燃ゆ」、中国横断自動車尾道松江線全線開通など話題豊富。この好環境を受け、海外旅行促進、JATAのPRなどを目的に、「広島空旅」や「えひめ空旅」などのイベントを開催します。インバウンドでは会員会社と行政政府観光局航空会社との連携強化を図り、双方向チャーターの促進など、特に東南アジアからの誘客に積極的に取り組みます。

沖縄県では特に航空路線の拡充とクルーズ船寄港回数増加に伴い、外国人観光客は昨年10月の時点で前年度を上回る実績を残しました。今後はインフラ整備をさらに充実させ、閑散期対策や地域の活性化についても沖縄支部として積極的に取り組む所存です。国家戦略特区としての沖縄の優位性を活かし、業界の牽引役となるべく会員の皆様とともに今年も邁進してまいります。

観光庁と連携しCIITMに訪中団を派遣 日本からの旅行需要復活に大きな期待

JATAは11月13日から16日までの4日間にわたり、中国の上海で開催された中国国際旅遊交易会（CIITM）に、観光庁と連携して訪中団を派遣しました。

これは、今年9月に開催されたツアーリズムEXPOジャパンで中国代表団の表敬を受けたことに応えたもので、田川博己JATA会長を団長とする訪中団は、JATA役員と海外旅行推進委員会、訪日旅行推進委員会、中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会（中連協）役員ら38人で構成。11月15日にはJATAの主催による日中観光交流パーティーを開催したほか、16日に実施された太田昭宏国土交通大臣と中国国家旅遊局の李金早局長との会談には、菊間潤吾JATA副会長と中村達朗理事長が陪席しました。

田川会長はパーティーの席上、「この2年間、日中間の観光交流は非常に困難な時を過ごしたが、アジア太平洋経済協力（APEC）会合で首脳会談が実現し、好転の兆しがみえてきた」と語り、「今回の意見交換を日中観光交流復活への第一歩としたい」意向を表明。上海市旅遊業協会の朱承蓉常務副会長も、「中国から日本を訪れる旅行者は好調に推移してい

るが、日本から中国を訪れる旅行者の動きは不調が続いており、日本からの中国旅行の復活に期待しています」と挨拶しました。また、小原雅博在上海総領事は、「日本と中国は一衣帯水の隣国で、和すれば利するが、争えば傷つく関係であり、相互理解と国民感情の改善を様々な分野で進めることが必要」と強調。小原総領事は、在上海総領事館では、今年の日本行きビザの発給件数が80万件を突破し、2012年の倍以上になっていることを明らかにして、「観光交流を進めることで両国の和解が進むよう総領事館も努めたい」と考えを示しています。



今回の訪中団派遣で訪中旅行復活の重要性が改めて確認されました

旅遊局の邵琪偉・前局長との会談で、日中観光交流の道筋がつけられたという認識を示し、「相互交流の強化に向けて頑張りたい」と決意を表明しました。

日中韓観光大臣会合も 早期開催へ調整

16日に実施された太田国交相と中国国家旅遊局の李局長との会談でも、双方向交流の拡大が重要であることを確認。両国の観光当局による事務レベルの連絡協力体制を構築し、2015～2016年の2年間に双方向交流の拡大に向けた取り組みを具体化することや、日本からの訪中観光の回復に向けて、国家旅遊局が日本で行う交流イベントなどに日本側も官民一体となって協力すること、などで一致しています。

また、日中韓観光大臣会合についても、3カ国の交流拡大のために重要であり、早期開催を目指して引き続き事務レベルで調整し、準備を進めていくことでも合意しました。



会談する太田昭宏 国土交通大臣と李金早 中国国家旅遊局局長

営業

の仕事も！

旅行業基幹業務支援システム

symphony Atwo

シンフォニーアトゥー

経理

の仕事も！

に、お任せ下さい！

見積書から決算書まで、ひとつのシステムで完全連動します！

株式会社 ウィ・キャン

本社：東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂ミュージックビル6F /03-3423-2161

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

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



UNWTO通信

第1回 国際舞台で「日本」を発信

皆様、はじめまして。

観光庁とJATAのご支援をいただき、訪日インバウンド事業の専門会社「JTBグローバルマーケティング&トラベル」から、国連世界観光機関（UNWTO）へ派遣されている熊田順一と申します。

昨年7月からの2年間に及ぶ任期中、UNWTOと加盟各国の政府関係者や観光産業に従事する皆さんとのネットワーク構築の強化を通じて、日本の取り組みを国際舞台で発信し、国際観光の振興に寄与していきたいと考えています。

これから「じゃたこみ」誌面をお借りして、UNWTOの取り組みや事業展望分祈などについて紹介していきたいと思っております。

第1回はUNWTOの組織と成り立ちについて紹介します。

UNWTOは1975年1月2日、1970年秋に採択されたUNWTO憲章に基づいて設立され、2003年12月に国際連合の専門機関となりました。

観光分野における世界最大の国際機関であり、スペインの首都

ミレニアム開発目標 (MDGs)



マドリッドに本部が置かれています。

UNWTO憲章は、国際間の理解と平和、繁栄に寄与すると同時に、性言語宗教による差別なく、すべての人にとって人権と基本的自由を普遍的に尊重し遵守することが実現されるよう、観光を振興し発展させることを基本目的としています。

観光開発支援や調査統計活動も

2014年12月現在、加盟国は156カ国と6地域で、JATA、JNTO、財団法人日本交通公社を含む400以上の賛助加盟員による積極的な活動が行われています。UNWTOによる主な活動としては、(1)国際会議やセミナー等の開催、(2)観光開発支援、(3)観光の持続的発展、(4)市場調査と観光統計、などがあります。

観光振興を図るために国際会議などを行い、情報交換の機会を提供したり、開発途上国に対する観光事業従事者の育成支援や観光分野の技術協力のほか、観光と環境の共生・世界遺産や自然保護区の管理など、観光の持続的発展とマネジメントの促進を図る活動なども実施しています。また、観光市場の動向を世界的規模で統計調査する唯一の機関でもあり、観光統計の国際的な比較可能性の促進なども、UNWTOによる重要な活動です。

熊田 順一

国連世界観光機関 (UNWTO) 本部アジア・太平洋部門「コラボレーター」



の達成を目指すUNWTOには、アフリカ、アジア・太平洋、アメリカ、欧州、中東の5つの地域委員会と、広報、統計、マーケティング、産学官連携、技術支援、サステイナブルツーリズム・危機管理、倫理、デスクティネーションマネジメント、国際機関、シルクロードなど11の機能特化部門を合わせた16の実務部門と管理部門を、150人の要員（100人の職員と50人のインターンシップ要員）で運営が行われています。

日本では、奈良に地域事務所が設置されており、アジア太平洋地域における加盟国への窓口機能を担っています。

当方の所属するアジア太平洋部の管轄は、東アジア地域では、オーストラリア、ブルネイ、カンボジア、中国、北朝鮮、フィジー、インドネシア、日本、ラオス、マレーシア、モンゴル、パプアニューギニア、フィリピン、韓国、タイ、東チモール、バヌアツ、ベトナム、ミャンマー、サモア、香港、マカオの20カ国2地域です。南アジア地域では、アフガニスタン、バングラデシュ、ブータン、インド、イラン、モルジブ、ネパール、パキスタン、スリランカの9カ国があり、合わせて29カ国と2地域を担当する形となります。

これから各国の観光分野の担当者との国の課題について議論を進めながら、日本で得てきた経験をアジア太平洋部メンバーとの意見交換などを通じて磨き、国連ミレニアム目標の達成に向けて企画提案を行っていききたいと考えています。

ミレニアム目標達成へ企画提案

国際的な観光の振興を通じてMDGs

シリーズ『チーム・エキスパートの解決力』

～ ④ 旅行保険募集の最新事情 ～

近年のインターネットの普及に伴い、旅行予約も従来の店舗や電話等での予約スタイルから、webでの予約が右肩上がりが増加しています。旅行保険の募集においても、インターネットでの募集システムは10年以上前から存在しておりますが、従来のホームページにバナーを貼る方法だけでは保険の加入率が非常に低くなっております。

東京海上日動では、保険業界の先駆けとして『紙』と『web』を融合した新しい旅行保険募集のビジネスモデルを推進しております。

このモデルは、従来の紙や対面の募集のメリットを活かしつつ、それで捕捉できなかったお客様との接点をwebでカバーする「ハイブリッド」なビジネスプロセスです。

『旅行を予約した旅行会社様で旅行保険にご加入いただくこと』が、お客様にとって最も安心・安全につながります。東京海上日動のご提案する新しいビジネスプロセスで、お客様にさらなる旅の安心・安全をお届けしていきます。

『紙』だけ、『web』だけ、の旅行保険募集はもう古い！！

【お客様との接点創設・強化】

web・郵送・店舗などあらゆるシーンでお客様へ保険のご案内ができます

- ・従来のバナーでの保険募集に比べて高い加入率が見込めます
- ・今まで保険募集を諦めていた出発間際のお客様への保険加入促進ができます

『紙』と『web』を融合した旅行保険は新たなステージへ！

【代理店業務のロード・コスト削減】

お客様へのパンフレット送付や契約証発券、申込書保管などが削減できます

- ・紙プロセスに伴う入力・送付・保管ロードが削減されます
- ・郵送費など保険事務にかかるコストが削減されます

【リスクの抑制】

保険募集にかかるコンプライアンスリスクの抑制や、保険おすすり漏れ削減が企業防衛となります

- ・保険おすすり漏れが減り、企業防衛につながります
- ・紙の申込書を取り扱うことによる個人情報の管理リスクを抑制できます

弊社では、お客様へのさらなる付加価値向上と旅行会社様のさらなる収益向上にむけて、旅行保険販売のビジネスプロセスのコンサルティングを行っております。お気軽にご相談ください。

東京海上日動火災保険株式会社 旅行業営業部

〒104-0061 東京都中央区銀座5-3-16 tel:03-5537-3490



2014年の国内旅行市場回顧

2014年の国内旅行市場では個人性の宿泊旅行需要に明瞭な減速感が広がる一方で、航空旅客数や主要旅行会社の取扱額などはプラス基調で推移したとみられます。ビジネス需要がリードしていることはもちろんですが、個人性の市場でもこれまでない動きがあるようです。

読者各位は2014年の旅行市場をどのように回顧されているところでしょうか？無論、海外旅行は散々という状況でしたが、国内旅行に関しては利益を下支えしてくれた、という感触をお持ちの方も少なくないのではないかと思います。では全体としてみた14年の国内旅行市場は好調だったのか？現在入手可能なデータから振り返ってみたいと思います。

まずJATAホームページにも掲載されている主要旅行会社の国内旅行取扱額をみると、2014年に関しては4月と8月が前年割れとなった他はプラスを維持しており、1月～9月累計で3・0%のプラスとなっています。ところが観光庁の宿泊旅行統計（宿泊施設から回答を求める産業統計）と旅行消費動

向調査（消費者へのアンケート調査に基づく需要推計調査）によれば、2014年上半年期の宿泊旅行者数は2・9%減、宿泊施設の延宿泊者数は0・4%減（日本人の宿泊需要）と推計されており、家計消費状況調査でみた旅行関連消費も消費税が上がった4月以降、3%～4%のマイナス続きで、減速感が顕著となっています。

では旅行・レジャー関係の他の指標はどうかというと、遊園地・テーマパーク入場者数は3・7%増（1月～10月期、経産省「特定サービス産業動態調査」）、国内航空旅客数は4・6%増（1月～9月期、国土交通省）、新幹線旅客数は3・3%増（1月～8月期）などとなっております。ゴルフの指標が少なくありません。ゴルフ場利用者数やJR・私鉄の定期外旅客数も増加しています。ビジネス性や日帰り需要などを含む総合的な人の動きは悪くなかったが、消費税増税の関係で個人性の宿泊旅行需要は減速感が強かった、という状況とみられます。

さて、この市場状況の中で我々の業界の取扱額の伸びはどこからやって

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。

きたのでしょうか。まずもって、ビジネス性、法人系の業績が貢献した可能性は大きいわけですが、それに加え、個人性の需要も一様にマイナスというわけではなかったのではないかと推測しています。以前にも市場全体の数字は余り良くないが旅行会社の取扱額はシニア層の需要にリードされてプラス、という時期がありました。しかし2014年についてはこうした特定の年代層が貢献した、という構図ではなく、敢えていえば、旅行会社を利用するような暮らしにやや余裕のある層の需要が底堅く下支えした、といった状況であったのではないのでしょうか。

アベノミクスの下、収入が伸びた層と伸びなかった層、ヤル気の高まった層と相変わらずの層といったように、これまでのようにデモグラフィックな分類では可視化できないまだら模様の市場が出現しつつあるように思います。我々の業界を利用されるお客様を改めて丹念に観察することで生き残りのヒントが掴めるかもしれない。直近のデータからそんなメッセージが聞こえるように感じています。

JTBパブリッシング

るるぶの旅行通販サイト

9月にリニューアルオープンした「るるぶショッピング」。国内・海外の定番&おすすめのお土産が気軽に買えます！ご当地ならではのアイテムのヒミツや開発ストーリーなどもご紹介！見て、そして買って楽しめる通販サイトへぜひお越しください！

国内&海外の
素敵なお土産を
揃えました!!

るるぶショッピング

お買い物はこちら

<http://shop.rurubu.com/>

ここが楽しい①

日本中の
名産品が買える!

思い出のあの場所の特産品が取り寄せOK!

ここが楽しい②

海外の人気
アイテムが買える!

旅行前にお土産を手配すれば観光の時間が増やせます

ここが楽しい③

スマートフォンでも
ショッピング!

お店で並ばなくても旅先でさっとスマホでお買い物!



苦情事例に学ぶ②⑦

今回のテーマ…「通信契約」の定義と、契約成立時期について

本年もよろしくお願いたします。これからも、日頃皆様より申し出いただく案件の中から参考になる事例を元にご紹介し、皆様の業務にお役に立てるよう努めてまいります。

今回は、インターネットで申し込んだ募集型企画旅行を取り消す際に、生じやすい誤認識について検証したいと思います。

申し出内容はこうです

インターネットを見ながら春の旅行の計画をしていたところ、2月27日に、以前から行きたいと思っていたアルゼンチンのイグアスの滝がベストシーズンと知り、とても良いツアーがあったので、早速4月2日発のツアーに申し込んだ。旅行代金の支払いを銀行振り込みにするかを選択し、3月4日までに支払うことを指定された申込金の支払いも同様に銀行振り込みを選択した。インターネットでの申し込み完了後直ちに、旅行会社から旅行の申し込みを受け付けた旨のメールが申し込みをした際に登録したメールアドレスに届いた。

ところが、申込金の支払い期限である前日の3月3日に、旅行日程と重なる日に予定が入ってしまった、旅行を断念せざるを得ない状況となってしまった。

すぐに旅行会社に連絡し、旅行の取り消しを申し出たところ、すでに取消料が発生する時期（旅行開始日の前日から起算してさかのぼって30日目に当たる日以降）であり、取消料を支払うよう言われた。しかし申

込金も支払っていないので、契約は成立していないのではないかと、尋ねたが、旅行会社は、今回はインターネットでの申し込みであり、旅行会社が旅行者に対してメールで発信する電子承諾通知が旅行者に届いているので、旅行契約は成立しており、取消料が発生するとの説明であった。

解決に向けての指針

旅行会社は、「通信契約」について誤認識しているものと思われます。「通信契約」とは標準旅行業約款第2条第3項に定義されており、旅行者が旅行代金をクレジットカードで決済する方法により支払うことを内容とする契約であり、インターネット予約すなわち「通信契約」ではありません。

「電子承諾通知」を発信し、旅行者がそれを受信した時を契約成立とするのは、約款第8条第2項に規定されているとおり、「通信契約」の場合に適用されます。

今回の事例では、旅行者は申込金および旅行代金の支払いについては、銀行振り込みを選択しており、同項の規定は適用されません。約款第8条第1項に規定されているとおり、申込金の受領が契約成立の条件となります。そのため旅行契約自体が成立しておらず、旅行会社は取消料の収受はできません。また申込金の支払期限が取消料の発生時期より後に設定してしまったことも一因となっていました。

●補足

今回のケースは、主に旅行会社の誤認識によるものでしたが、このような旅行者からの相談は今でも散見されます。約款第2条の（用語の定義）に規定されている内容を改めて確認いただくとともに、取消料が発生する以前に申込金の収受を行う期日設定や、申込金受領の後追いをすることにより、このようなトラブル

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入りで解説!
 - ・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、各部署毎に一冊いかがでしょうか。**

【販売価格】正会員:515円 協力・賛助会員:1,029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」からお申し込いただけます★



を防ぐことができるのではないのでしょうか。インターネットの普及で時を選ばずにより多くの旅行者からの申し込みを受けることができるようになってきた反面、旅行会社と旅行者との意思疎通が図りにくく、課題もあります。インターネット販売の場合、その注意事項を分かりやすく表記する工夫が必要なことと、対面販売では、より細やかな説明が求められます。

第27回 旅行代金を間違つて表示した!

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

もう10年以上前の事件です。ある通信販売会社がパソコンの価格をウェブ・サイト上に一桁間違えて表示した事件がありました。当時はネット販売が普及し始めた時期であり、この頃のパソコンを使う人の「常識」からすれば、当然に「これは間違いだらう」と気付くレベルのものでした。結果的に、この会社は間違つて表示したままの価格でパソコンを販売したのですが、法律関係者が「申し込んだ人も価格が間違いと気付くようなケースであり、会社側からキャンセルできるものだ。間違つた価格のまま販売したことで、後に悪い影響を残さなければ良いが」という趣旨のコメントを新聞に寄せていた記憶があります。今回はこの事例を参考に旅行代金の誤表示について考えてみます。

パンフレットへの誤表示なら、申し込みを受ける前に訂正できる。

募集型企画旅行のパンフレットへ誤つた旅行代金を表示してしまった場合に、お客様からも「表示した代金で申し込みを受ける。それが会社の責任だ」と主張されることがあります。この場合は、お客様にパンフレットの旅行代金は誤つて表示されていたものである

ことを説明し、正しい旅行代金で申し込んでいただくことができます。パンフレットは、一般的には「申し込みの誘引」と言われているように、旅行で言えば、お客様に旅行を申し込んでいただくよう誘うものであり、お客様から申し込みをしてもらい(＝申込書と申込金を提出)、旅行業者がそれを承諾して(＝申込金を受理)初めて契約が成立します。パンフレットに旅行代金を表示しただけで、その旅行代金で契約する義務が生じるわけではありません。とは言うものの、パンフレットに誤つた旅行代金を記載したことはお客様にお詫びしなければなりませんし、対応次第では「おとり広告だ!」と非難されることもあります。

ウェブ取引では、

より慎重な代金のチェックが必要!

ほとんどのウェブ取引では、ウェブ・サイト上の広告や取引条件を見て申し込みと直ちに旅行契約が成立する仕組みになっています。一般的に「錯誤によってなされた契約は無効」と言われています。このことから、この契約は無効だと主張できそうな気がしますが、しかし、この根拠となる民法の条文には「ただし、表意者に重大な過失があったときは、表意者は自らその無効を主張することができない(民法第95条ただし書き)」とあります。このことから、お客様からは「そもそも事業者が販売価格のようなものを間違つて表示したこと自体が「重大な過失」ではないか」と主張されるでしょう。また、経済産業省が平成25年に発行した「電子商取引及び情報取材取引等に関する準則」でも

価格の誤表示について「一般論としては、売主が事業者の場合には、個人の場合よりも、重過失を否定するのがより困難であると言える。」と説明されています。このように、旅行代金の誤表示については、旅行業者側から「錯誤による無効」を主張するのは困難な情勢になっています。

他方で、先のパソコンの価格誤表示のように、お客様から見ても明らかな誤表示だと分かるような場合は、「間違つた旅行代金であることを知って申し込んだもので契約が成立しない」と主張することができません。例えば「98,000円」のものを「89,000円」と表示してもお客様は間違つたものとは気付かないでしょうが、「9,800円」であれば特別価格と言った趣旨の表示のない限りは「いくら何でも間違いと分かるでしょう」ということです。このような場合には丁寧に「お詫びし、改めて正しい旅行代金で申し込んでいただくか、あるいは営業的な判断から幾ばくかの値引き代金で申し込んでいただくかなどの対応をとることになるでしょう。

かつては、パンフレットの作成の行程の中で、何人もの人が代金をチェックする機会があったのですが、最近、ウェブ販売により作業行程が短縮されたのでしょうか、旅行代金の誤表示の話聞く機会が多くなったように感じます。

(平石)





田川会長(右から4人目)らJATA役員と懇談したクロアチアのロレンツィン観光大臣(左から3人目)

要人往来

あけましておめでとうございます。「2015年は海外旅行の年」となるように、要人の方々の声をしっかりとお伝えしてまいります。本年もよろしくお祈りいたします。



ラジフ マレーシア旅行業協会会長(右)



アイリーン・ヒラノ・イノウエ 日米カウンシル会長(右)



李 ロッテ免税店東京事務所所長

国内最大の免税店がオープン

韓国 11月4日(火)

李炯国(イ・ヒョングク) ロッテ免税店東京事務所所長
越智事務局長を訪問し、新たにオープンしたロッテ免税店のワールドタワー店を紹介。「国内免税店の中で最大の面積で、アジアでは2番目、世界では第3位の規模を誇り、ショッピングエリアに加えて、ホテルや水族館・アドベンチャーランドなどのアトラクション、韓流スターを活用したインタラクティブ体験空間もあります」と説明。越智事務局長は、「ツーリズムEXPOジャパンに単独ブースで参加して、旅行会社に対して働きかけをすれば良いと思います」などと応じました。



田川会長(中央・右)らと意見交換したバルコム英国政府観光庁CEO(中央・左)

チャーター便活用と新素材紹介を

クロアチア 11月11日(火)

ダルコ・ロレンツィン クロアチア観光大臣

田川会長を訪ね、クロアチアの観光促進についてアドバイスを求めました。田川会長は「興味深い場所がたくさんあるクロアチアへは2~3年前に多くのチャーター便が運航され、クロアチア観光がブームを迎えた」ことを振り返り、「定期便をツアーに利用すると同時に、チャーター便の増加も働きかけながら、新しい観光素材を紹介していけば、大きな効果も期待できると思います」と助言しました。

アジア系米国人にも日本文化理解を

米国 11月12日(水)

アイリーン・ヒラノ・イノウエ 日米カウンシル会長

田川会長を訪れ、日米カウンシルの活動について「アメリカと日本の交流深化に努めており、両国間で人と人とのネットワークを広げることを目指しています」と説明。「今後は、日系の米国人だけでなく、韓国や中国などアジア系の米国人にも来日してもらって日本の文化などへの理解を深めてもらう」と語りました。田川会長は、「JATAもブランドUSAと連携して双方向交流の拡大に貢献したいと考えており、来日ツアーの詳細が決まれば、JATAとして何が出来るかを検討したい」と応えました。

ストーリーの中で観光地の紹介を

英国 11月18日(火)

サリー・バルコム 英国政府観光庁CEO

田川会長を訪問し、「ヴァージン・アトランティック航空のロンドン線撤退によって、英国への航空座席供給が20%減少するため、その対策を強化したい」と語るとともに、日本人旅行者の滞在期間を延ばす方策についてアドバイスを要請。田川会長は、「ロンドンに滞在する旅行者に日帰りツアーができる観光地を、ストーリーの中で紹介していけば良いと思います」と語り、「ツーリズムEXPOジャパンに出展すれば、BtoBとBtoCへのプロモーションを行えます」と説明しました。

ムスリム旅行者の受け入れ体制整備を

マレーシア 12月4日(木)

ダト・サイドモド・ラジフ・ビン・アルヤーヤ

マレーシア旅行業協会会長

JATA本部を訪れ、ムスリム旅行者の日本向けツアー開発について「東南アジアのムスリム人口は2億人を数えており、受け入れ体制を整えば、送客を行いたい」と語り、JATA会員との情報交換を進める意向を表明。マレーシアで長期滞在中東の旅行者も、日本ツアーの対象としていく考えも示しました。越智事務局長らは、「日本ではムスリム旅行者の受け入れ体制が遅れているため、JATA会員会社に必要なノウハウを提供してほしい」と要請しました。

A “Milestone” Year to Launch Us into the “Next 50 Years”



Hiromi Tagawa
JATA Chairman

Happy New Year.

Fourteen years have passed since the beginning of the 21st century. We experienced events that shook the world such as 9-11, SARS, and the Lehman shock, and then we had a brief respite where we could take stock of the new century. Celebrating 2015 in the midst of this, I think that we must make it a milestone year when this new century will come into full swing.

Japan’s recent general election ended in a victory for the ruling party, promising the continuation of the economic policies called Abenomics and making the path toward a tax increase more certain. Thus, I think that tourism will secure its position as something that is having an increasing impact on the Japanese economy.

There is no doubt that the tailwind supporting outbound travel will grow stronger in 2015 because the economic environment is expected to change for the better starting in early spring and there is an accelerating trend toward improvement in Japan’s relations with China and South Korea.

Next year when the Olympics open in Brazil, “Tokyo” will be mentioned in Rio de Janeiro as the next Olympic venue. So in preparation, we must solidify our grand design for 2020 in 2015, the year before the Rio Olympics. Not only the travel industry but every industrial field will approach a milestone, and I think what we make of this milestone is important.

During FY2015, JATA must set certain criteria for the operations that it has underway so that it can prepare a new plan to begin in FY2016 and step up its level in view of the results heretofore.

Globally, international tourists have surpassed one billion and continue to grow. What has changed since several years ago when it became certain that we would surpass one billion is that the momentum from Asia is rapidly increasing. We had assumed that the main expansion in exchanges would be in Japan, China, and South Korea in northeastern Asia, but now we must change our way of thinking to include the growing trends in ASEAN.

Given such developments in Asia overall, the travel industry must think about Japan’s position in Asia and Japan’s position in the world. So, a major theme for 2015 is boosting the international presence of JATA.

There is an increasing likelihood that we can achieve 20 million inbound travelers visiting Japan before the year 2020. Inbound travel also means that tourism inside Japan will be internationalized. In the 50 years since Japan’s deregulation of overseas travel, JATA has promoted internationalization by expanding outbound travel by Japanese people. Using our experience and our record, we in JATA must support the internationalization and globalization of tourism within Japan as well. Without JATA, there is no organization that can systematically promote the internationalization of tourism.

In the global economy, China ranks fourth and ASEAN fifth, following the US, EU, and Japan, and so it is conceivable that Japan’s relative position may sink. Because the Japanese manufacturing industry was liable to think that “products built with high technology will always sell,” a situation is developing in which Japanese manufacturing is playing second fiddle to manufacturing industries in emerging countries.

When promoting the internationalization of tourism, I think it will be important to “offer services suited to the needs of each country” rather than to “display Japan’s services to the world.”

Prior to the Tokyo Olympics and Paralympics in 2020, the Rugby World Cup will be held in Japan in 2019. The travel industry must show that it can play a leading role in these types of international mega-events.

JATA Tourism Expo Japan is a valuable opportunity to make known the travel industry’s power and potential in both B to B and B to C business, and I would like to reaffirm the Expo’s significance and importance.

In order to continue increasing the presence of the travel industry in 2016 and beyond, we must promote trends that will appeal to the world in 2015. In December 2014, we organized a MEGA FAM Tour to South Korea for 1,000 employees of JATA member agencies. We may consider similar tours, for instance to China or ASEAN.

Due to political problems between Japan and China and between Japan and South Korea, two-way exchanges between these countries have tapered off, and the number of Japanese travelers who visited China and South Korea has dropped especially sharply. In view of this, I think it is perhaps essential for the travel industry itself to show the world what it has done to overcome this situation.

Following 2014, which marked 50 years since Japan’s deregulation of overseas travel, we cut a new start for the next 50 years, and we should make this year an important “milestone” year during which we build a foundation with our eyes on 2016 and beyond.



The ski jumping stadium in Pyeongchang County

FAM tour, expressed his appreciation for the fact that Byun had chosen Japan as his first country to visit after becoming president of KTO and the fact that he had staged KTO's largest exhibit ever at JATA Tourism Expo

Japan 2014. Matsuda expressed his gratitude for Byun's support of JATA's MEGA FAM tour and then emphasized, "Through opportunities such as these, the chances for JATA member travel agencies to sell trips to South Korea will increase, and we will work to revitalize the sending of travelers to South Korea." JATA created a project team for the 50th anniversary of normalization of relations between Japan and South Korea and is emphasizing ideas to stimulate demand through proposals for events and promotion of projects.

In reflection of KTO's intention expressed in its 2015 catchphrase to "revitalize regional tourism," this MEGA FAM tour offered familiarization tours covering seven courses in Seoul, three courses in Busan, and one course on Jeju Island. The B course departed from Seoul and headed toward Gangwon Province where Pyeongchang County and Gangneung City are located, which is where the 2018 Winter Olympics will be held. The course was arranged to incorporate many elements abounding with local color that have rarely been included in tour products until now, such as lunch at a restaurant that serves local country-style dishes in old-style Korean house with a thatched roof and dinner at the Korea Traditional Cultural Experience Center where visitors can attempt to make bibimbap.

At a public meeting with the Japanese press held on December 10, KTO's Japan Team Leader Yong Mook Lim introduced some of the initiatives that KTO was already undertaking to "revitalize regional tourism," the theme for 2015, such as trial operation of a regional tourism shuttle bus departing from Seoul for the equivalent of 10,000 yen/person, something that KTO tried for the first time in 2014. He said that KTO intends to put energy into uncovering demand for travel to the regions, together with returning the number of Japanese travelers visiting South Korea to its previous level.

Expectation of Contents Development by the Japanese Market

Tourism exchanges between Japan and South Korea as of 2013 amounted to 2.748 million Japanese visiting South Korea and 2.456 million South Koreans visiting Japan. In 2014, however, the number of South Koreans visiting Japan appears to have exceeded the number of Japanese visiting South Korea for the first time in six years, since 2008.

Japan and South Korea are currently aiming to make the two-way tourism exchange population between Japan and South Korea rise to 7 million persons. Lim, KTO team leader, expressed the view at the public meeting on December 10 that "if we return to the 2012 level when the number of Japanese visiting

South Korea was 3.52 million persons, then it will be possible to achieve 7 million persons within two years."

For the expansion of Korean travelers visiting Japan, he mentioned a policy of putting energy into expansion of two-way exchanges on the parts of KTO and the Korea Association of Travel Agents (KATA) which until now have not been actively engaged in promotion of outbound travel. He revealed, "We are considering implementation of a 'Tohoku Support Tour' by local governments and travel industry-related personnel in South Korea with participants numbering over 100 persons, on the theme of revitalizing regional exchanges."

Lim again expressed his concern over the current situation in which "South Korean inbound travel agencies that serve



JATA MEGA FAM tour was welcomed at Incheon International Airport

Japanese travelers are facing collapse" due to the fact that the number of Japanese travelers visiting South Korea has dropped by 40% compared to 2012. He pointed out, "If tourism exchanges taper off even between such close

neighboring countries, the relationship between the two countries is also doubtful." He explained, "Our relationship with Japan is extremely important for our continued development in the future, and we would like to build a solid foundation particularly by promoting stable exchanges between the regions."

Moreover, concerning the importance of the Japanese market, Lim said, "Not only will South Korea benefit by a recovery in the number of Japanese visiting South Korea, but Japan is also the only market that can contribute to the development of contents for regional tourism promotion in South Korea," suggesting that, by discovering new tourism materials for tourists from Japan, a mature market, the overall level of South Korea's inbound market could be raised.

Participants in this MEGA FAM tour flew to South Korea from 10 Japanese cities, reconfirming once again the easy availability of flights from all over Japan to South Korea. However, Lim noted that flights from Japan fly into only three points in South Korea, Seoul, Busan, and Jeju Island, and he expressed the hope that "development of demand for travel to all parts of South Korea will be promoted by utilizing charter flights to regional airports in the southwestern and northeastern parts of South Korea."



"Gangneung Seongyojang" in Gangneung, Gangwon-do

1,000 Person MEGA FAM Tour to Korea Completed Support for Recovery of Demand on the 50th Anniversary of Normalization of Japan - South Korea Relations



Byun greeted the Japanese delegation

In view of the fact that the number of Japanese travelers visiting South Korea continues to slump, last month JATA organized a 1,000-person MEGA FAM (short for “familiarization”) tour to visit South Korea. JATA’s aim was to invigorate product development and travel demand. This large-scale initiative was the first of its kind since “Let’s Go! Tohoku,” a project to support the reconstruction of the Tohoku region, in December 2012. JATA expects demand for trips to South Korea to turn around and begin increasing because 2015 is the 50th anniversary of normalization of relations between Japan and South Korea.



Toast for expansion of two-way tourism between Japan and South Korea

Large-scale FAM Tour is the First in the History of South Korean Tourism

JATA held a MEGA FAM tour to South Korea for approximately 1,000 employees of JATA member agencies during the five days from December 8 to 12.

Tour participants came from 10 cities around Japan, including Sapporo, Sendai, Tokyo, Niigata, Nagoya, Osaka, Okayama, Hiroshima, Fukuoka, and Naha. The first group of 515 persons (December 8 to 10), headed by Seiji Matsuda, vice chairperson of the Outbound Travel Executive Committee, and the second group of 490 persons (December 10 to 12), headed by Hideo Ninomiya, vice chairperson of the Outbound Travel Executive

Committee, split to tour 10 different courses that originated in Seoul, Busan, and Jeju Island.

This MEGA FAM tour was proposed by JATA Chairman Hiromi Tagawa at the Japan-Korea Tourism Exchange Expansion Symposium held in Seoul last August. Chairman Tagawa recognized that the barrier to resolving the slump in bilateral tourism exchanges between Japan and South Korea is “a very difficult psychological problem,” and he pointed out, “First, we must sweep away the psychological barrier in the minds of travel agency staff.” Through the 1,000-person FAM tour, JATA made clear its intention to work toward a full-scale recovery of demand for travel to South Korea.

According to Korea Tourism Organization (KTO), the number of Japanese travelers visiting South Korea dropped 23% YOY in 2013, but during the first three quarters of 2014 from January to September, the decline stopped at 17% YOY. The year 2014 as a whole is expected to be around 40% below the 2012 level.

Choo Suk Byun, president of KTO, greeted the visitors at a welcome dinner that he hosted himself on December 8, saying, “We are honored to receive the 1,000-person MEGA FAM tour, the first of its kind in South Korea.” Referring to the Japan-Korea Tourism Exchange Expansion Symposium held last August in Seoul and then last December in Tokyo, he appraised it as “a meaningful event for educating people about the importance of promoting exchanges and cooperation between local governments and individuals, in addition to the cooperation between national governments, for the expansion of exchanges between the regions in both countries and for the early achievement of two-way exchanges between the two countries of 7 million people.”

Byun explained that the daytrip courses from Seoul and Busan were introduced on this MEGA FAM tour because “we want all of you participants to experience directly for yourselves the attractions of South Korea’s regions.” He spoke of his expectations, saying, “I would like for you to work on travel product creation after you return to your country.”

2015’s Theme is “Revitalize Regional Tourism”

Furthermore, speaking about KTO’s promotional developments for 2015, the 50th anniversary of normalization of relations between Japan and South Korea, Byun said that he would like to make 2015 a year that is memorable for the further expansion of exchanges between the two countries, using “Revitalize Regional Tourism” as the catchphrase. “This is the year to break out of the slump in tourism exchange between Japan and South Korea and the year to restart our leap to the next stage. For this, KTO will exert its utmost efforts,” he said with determination.

In response, Seiji Matsuda, vice chairperson of the Outbound Travel Executive Committee and leader of Group 1 on the MEGA

旅行業が輝く未来へ～これからの旅行業経営～ 2月に六本木アカデミーヒルズでJATA経営セミナー

※2015年1月初旬に申込受付をご案内いたします。

【開催概要】

■日時:2015年2月18日(水)午後1時～午後6時

■場所:六本木アカデミーヒルズ49
(六本木ヒルズ森タワー49階)

■プログラム全体概要:

13:00～ 開会挨拶 JATA会長 田川 博己

13:10～ 来賓挨拶 観光庁長官 久保 成人氏(予定)

13:20～ 基調講演 公益社団法人経済同友会代表幹事
長谷川 閑史氏(武田薬品工業株)
代表取締役取締役役会長兼CEO)
「持続的経済成長に向けた日本の
課題(仮題)」

14:20～ 休憩

14:40～ 経営セミナー(講師名50音順)
(100分) A.「女性の活躍推進が日本経済を救う?」
日本経済新聞社
編集委員・前『女性』面編集長 阿部 奈美氏

B.「なぜあの企業は採用に成功しているのか?
採れる企業の法則とは?(仮題)」
人材コンサルタント 常見 陽平氏



長谷川 閑史氏



昨年のJATA経営フォーラム

C.「無印の海外戦略について(仮題)」
株式会社良品計画 専務取締役(兼)執行役員
海外事業部長 松崎 暁氏

D.「未定」
株式会社ユー・エス・ジェイ
CMO・執行役員・本部長 森岡 毅氏

E.「イノベーションを生み出す組織作り(仮題)」
株式会社グロービス (講師人選中)

16:20～ コーヒーブレイク

17:00～ 特別講演 宇宙飛行士 山崎 直子氏
「宇宙、人、夢をつなぐ」

18:00～ 閉会挨拶 JATA旅行業経営委員長 東 良和

■参加料金:正会員=5000円
協力会員・国内賛助会員=7000円

●JATA業務予定表 1月10日(土)～2月28日(土)

※予定表は変わることがあります。

本部・支部の委員会(予定)

1月20日	法制委員会/本部
1月21日	訪日旅行推進委員会/本部
1月21日	ツーリズムEXPOジャパン2015実行委員会/本部
1月22日	消費者相談委員会/関西支部
1月23日	空港委員会/中部支部
1月26日	国内旅行推進委員会/本部
1月28日	海外旅行推進委員会/本部
2月4日	海外旅行委員会/関東支部
2月10日	海外旅行委員会/中部支部
2月10日	国際旅行委員会/九州支部
2月12日	総務委員会/関東支部
2月17日	インバウンド委員会/関東支部
2月17日	研修委員会/中部支部
2月18日	総務・消費相談委員会/中部支部
2月18日	総務委員会/九州支部
2月19日	幹事会/東北支部
2月19日	幹事会/中部支部
2月19日	消費者相談委員会/関西支部
2月19日	教育研修委員会/九州支部
2月24日	国内旅行委員会/関東支部

●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。

1月15日	中村先生による業務改善勉強会(大阪)/業務改善委員会
1月18日	総合旅行業務取扱管理者再試験(沖縄)
1月20日～29日	第9回旅程管理研修(札幌、東京、大阪、那覇)/研修・試験委員会
1月26日	船旅活性化セミナー/国内旅行推進委員会
1月27日	苦情対応セミナー(大阪)/業務改善委員会
1月28日～ 2月25日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(8都市 13会場)/研修・試験委員会
1月30日	タイ主要 destinations セミナー/海外旅行推進委員会
2月16日～17日	添乗員レベルアップ研修(大阪)/研修・試験委員会
2月18日	JATA経営フォーラム2015

川崎市 (神奈川県)

素材研究
(国内)



産業観光ツアーでは、「音楽のまちかわさき」の新しいコンサートホールも訪れます



普段は立ち入れない工場内を解説付きで見学できるのも産業観光ツアーの魅力です



ステッカーバスも走る工場夜景ツアーは、川崎市の産業観光を象徴する存在となりました



亀山部長(左)と昨年4月にANAセールスから川崎市観光協会に出向した小磯恵利子さん(右)



2011年からは「全国工場夜景サミット」も開催されています

不夜城のようにライトアップされた工場群は、川崎市の産業観光に新たな魅力をもたらしました

工場夜景ツアーが産業観光のヒット商品に 注目を集める川崎市のユニークな取り組み

臨海部の工場群だけでなく、内陸部にも先端的な施設や研究所群が広がる川崎市は、京浜工業地帯における中核都市の一つです。その川崎市で誕生した「工場夜景ツアー」がヒット商品となり、ユニークな産業観光の取り組みが注目を集めています。

募集45人のツアーに約17倍の応募者

全国でも有数の産業都市として発展した川崎市で、産業観光ツアーがスタートしたのは今から6年前のことでした。2008年5月に実施された第1弾の「川崎産業観光モニターツアー」では、東芝科学館や味の素川崎事業所などを訪れたほか、川崎市の巡視船に乗って船上から川崎の工場景観を見学。お昼は、川崎大師の名店で江戸前の日本料理に舌鼓を打ちました。

川崎市観光協会の亀山安之観光推進部長は、「知名度の高い企業・工場が数多く集積している川崎の魅力を多くの市民の方に知ってもらうため、産業観光モニターツアーが始まりました」と振り返っています。

同年11月には、夜景評論家や夜景ブレンダーによる監修プロデュースで「ドラマチック工場夜景ツアー」も登場。普段は立ち入れない工場施設やプロが推奨するスポットを巡るダイブな内容が話題を集めました。

この企画では、募集人数の45人に対して応募者数が約17倍の767人にも達し、メディアでも大きく取り上げられた工場夜景ツアーは、川崎市における産業観光を象徴するものとなっています。

地域資源を生かし地元経済を活性化

2010年からは、ほとんどのバスやクルーズ船による「川崎工場夜景バスツアー」も催行されるようになり、現在は企業によるチャーターツアーなども実施されています。

2011年には、川崎産業観光シンポジウムの一環として、工場夜景観光に取り組んでいる室蘭市・四日市市・北九州市とともに、工場夜景観光の魅力と可能性を探る「全国工場夜景サミット」も開催。4都市のエリアを、日本四大工場夜景とする宣言を行うなど、地域間の連携による新しい観光の創造に向けても、川崎市がイニシアチブをとる形となっています。また、2007年度から全国初の産業観光検定を毎年実施しており、合格者の中から希望者を対象に「産業ガイド養成講座」も開催し、工場夜景ナビゲーターも誕生しました。

全日空(ANA)のOBでもある亀山部長は、「教育旅行の誘致活動や訪日外国人旅行者への対応などにも力を入れてきている」と説明。「地域資源を活かした各種ツアーでのコース開発や新たな仕掛けの導入などを通じて、地元経済の活性化に貢献したい」と意欲を示しています。

チェスキークルムロフ(チェコ)



秋景色のチェスキークルムロフもまた美しい



「欧州文化首都」で注目集まるチェコ 世界遺産の城塞都市も不動の人気に

中世にタイムスリップしたような古都チェスキークルムロフ



散策が楽しいチェスキークルムロフの旧市街



ビルゼンのランドマークともなっている聖バルトロミエ教会



ビルゼン・プラズドロイ醸造所は数あるチェコの醸造所の中でも国宝のような存在



モルダウ川河畔に立つ聖ヴィクト大聖堂

2015年にビルゼンが「欧州文化首都」となることから注目を集めているチェコ。首都プラハだけにとどまらず、スメタナの「わが祖国」にも謳われているボヘミア地方にある世界遺産の町、チェスキークルムロフも、日本市場での人気を不動のものにしてきています。

年間600を超えるイベントの開催

欧州文化首都は、「真のヨーロッパ統合には、お互いのアイデンティティとも言えるべき、文化の相互理解が不可欠である」というギリシャのメリナ・メルクーリ文化大臣(当時)の提唱により、1985年からスタート。1993年に欧州連合(EU)による市場統合が完成してからは、域内の文化交流だけにとどまらず、世界各国に幅広く門戸が開かれています。

日本でも同年から「首都」に選ばれた各地での文化交流事業に参加してきており、ビール醸造で名高い今回のビルゼンについても、EU・ジャパンフェスト日本委員会の基本方針に基づく日欧間の協力プログラムのはじめ、年間600を超えるイベントの開催を通じて、改めて、歴史や文化の面からも注目を集めることになりそうです。

世界的なビールのブランドである「パドワイザー」の語源となったチェスケー・ブリュエヨヴィツェと同じ南ボヘミアにあり、中世の面影を色濃く残す町として日本でも人気を不動のものとしてきているのが城塞都市のチェスキークルムロフです。

チェコ人気の定着と拡大へ期待

東西冷戦の終結後、1992年に世界文化遺産に登録されたチェスキークルムロフは、モルダウ川が蛇行する丘陵地に13世紀に建てられたクルムロフ城を中心に築かれました。

南ボヘミアの森を源流とするモルダウ川は、オーストリアとの国境付近を東南に流れた後、北へと向きを変えます。その流れが大きくS字を描く河畔で手工業と商業の町として発展したチェスキークルムロフですが、20世紀に入ってから、ナチスドイツによる占領に続き、第2次世界大戦後も共産党の独裁体制によって伝統文化が不在がしろにされ、城も荒廃する事になりました。

しかし、1990年代に入ってチェコの民主化が進み、町の職人らが城の修復に取り組んだことで、近代化から取り残された中世の街並みとも合わせて、世界中から多くの旅行者が集まる人気観光スポットとして復活。ヨーロッパでも最も美しい町の一つとして数えられるまでになっています。(画像提供…チェコ政府観光局)



世界最大級 旅の祭典

ツーリズム EXPO ジャパン

展示会：2015年9月25日(金)～27日(日)

出展者募集中!



■ 開催概要

■ 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、経済産業省、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)
■ 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
■ 開催日	2015年 9月24日(木) 商談会 9月25日(金) 商談会、国際観光フォーラム、展示会 (業界日) 9月26日(土)～27日(日) 展示会 (一般日)

■ 4つの事業



- **国際観光フォーラム**
最新のトレンドを発信、UNWTO、PATAとの強力な連携
- **商談会**
海外旅行、国内旅行それぞれ、予約制とフリーセッションを実施
- **展示会**
海外、国内、全産業への出展誘致、「新しい旅」の発展継続
- **顕彰事業**
海外、国内、訪日の各分野におけるプロモーションやディスティネーション開発への貢献を表彰

■ 出展対象者

- ・国内外の旅行・観光関連企業および団体
- ・地方自治体
- ・地域活性化や観光産業との連携に取り組み、または検討している全ての企業および団体
- ・新たなビジネスチャンスを広げたい企業家やNGO

■ 出展メリット

- ・国際観光フォーラムや商談会の充実したB to B 展開
- ・世界各国、日本全国の最新の観光トレンド情報が発信できる充実したB to C 展開
- ・多数の来場者への旅行商品や地域商品の販売
- ・旅行観光関係者が一同に集う「世界最大級の旅の祭典」でのネットワーク作り

お申し込み・お問い合わせ先： **ツーリズム EXPO ジャパン推進室**

〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通霞が関ビル4F
TEL : 03-5510-2004 / FAX : 03-5510-2012 / E-mail : event@t-expo.jp

「旅行業界就職ナビ」は、 新卒学生・経験者の採用をサポートします。

<https://www.mda.ne.jp/jata/>

旅行業界就職ナビとは？

- 一般社団法人日本旅行業協会(JATA)の協力で、株式会社ジャタが運営し、メディア総研株式会社が管理する、旅行業界・観光業界に特化した就職情報サイトです。

ここがポイント!

1. 旅行業・観光業に関心や経験のある人材の採用に最適。
 2. 新卒学生と経験者のどちらの採用にも対応。
 3. 自社にエントリーした求職者のプロフィール等をウェブ上で閲覧可能。
 4. 自社にエントリーした求職者へのメール配信。
 5. 説明会エントリー受付の設定も可能。
 6. オプション(有料)で、求職登録者全員への一斉メール配信。
- 1～6のメリット満載で、格安な利用料金(下記参照)を実現しました。

新卒学生の採用に…

- 観光系学部のある全国の大学等にポスターや登録カードを設置し、業界に関心の高い学生の登録を受け付けています。
- 地方の企業には、1ターン・Uターン希望の学生や経験者のエントリーも期待できます。
- オプション(有料)で、新卒学生採用の合同就職相談会にご参加いただけます。

経験者の採用に…

- 旅行会社や健康保険組合等を通じて、再就職を希望する定年退職者や、休職中の女性の積極的な登録をご案内します。

基本利用料金(登録月を含む1年間)

- JATA正会員・協会員様 60,000円+消費税
- JATA会員様以外 80,000円+消費税

初年度登録割引キャンペーン実施中!

2015年2月末日までにご登録頂くと、上記基本利用料金から20,000円(+消費税)の割引となります。ぜひこの機会にご登録ください。登録の流れは、<https://www.mda.ne.jp/jata/>でご確認いただけます。

お問い合わせ

株式会社ジャタ

TEL 03-3504-1751

E-mail mail@yu-jata.com

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。