

海外・訪日・国内旅行の政策提言を発表

HOT NEWS

UNWTO合同委員会で越智事務局長がJATAの役割説明
JATAとブランドUSA合同会議

「JATANAVI」が変わりました!
分かりやすいデザインにリニューアル

素材研究 (国内) 福島県南相馬市 (海外) シチリア島

第59回定時総会を開催
「価値創造産業」へ進化を図る
観光立国推進へ三位一体の役割が重要に



「価値創造産業」へ進化を図る 観光立国推進へ三位一体の役割が重要に

JATAは6月24日、東京・大手町の経団連会館で第59回定時総会を開催。2014年度事業報告と収支決算報告、役員補充選任が承認されたほか、2015年度事業計画と海外・国内・訪日旅行の政策提言について報告が行われました。

総会で挨拶に立った田川博己JATA会長は、時代が大きく変化する中で、(1)価値創造産業への進化、(2)新しい需要の創造、(3)観光立国の推進をJATAのミッションとして掲げ、そのための取り組みを進めていることを説明しました。

田川会長は就任からのこの1年間で、会員各社の経営基盤を強化するために行った提言の実現を図ってきたことを強調。「旅行業法制度の改正」や「取消料規定」「燃油サーチャージ」などの政策課題について、JATAとして政策決定のプロセス



田川会長「JATAも政策決定プロセスへの関与を」

にも関わり、業界の意見を反映させて会員各社の経営基盤の強化に資するともに、価値創造産業への進化を図る環境づくりを目指す重要性を指摘しています。

「旅行業法制度」の改正では、観光庁に設置された検討会での審議を通じて、オンライントラベルエージェンツ(OTA)が一方的に有利になることのないような方向で取りまとめを実現し、「取消料規定」については、その改善に向けて観光庁との協議が進められました。「燃油サーチャ



久保長官「ツーリズム EXPO ジャパンを世界最大級に」

ジ」では、運賃との一本化を求めて航空局との定期協議を行うと同時に、会長自らが航空局長に直接要望を行い、適用についてルールの透明化を実現したものの、業界の要請に対する十分な回答が得られていないことから、この問題に引き続き取り進む意向を示しています。

田川会長は、来年4月に施行される「障害者差別解消法」についても、経営に大きな影響を与えると思われるため、特別委員会を設置するなどして的確な対応に向けて準備を進めていることを明らかにしました。さらに、「人材」の獲得や育成では、合同インターンシップやガイダンスを定着化させ、セミナーや研修制度も一層拡充を図っています。

また、需要の創造に向けて最も大きな影響を持つ中国と韓国との関係改善に率先して取り組んできたことに言及し、特に、田川会長自らが実行委員長として訪中した「日中観光文化交流団」では、人民大会堂での交流会に中国の習近平国家主席が出席して民間交流の重要性を強調したこと、潮目を大きく変えるもの」という見方を示しました。さらに、田川会長は「観光立国」の推進

について、インバウンドが「地域創生の切り札」と位置づけられる中、国内旅行と訪日旅行を一体で考え、双方向交流も見据えた三位一体の機能を持つ旅行業界の役割が極めて大きいと指摘。オールジャパンによる観光推進のエンジン役として、三位一体のプラットフォームを実現した「ツーリズムEXPOジャパン」を世界最高のイベントにする考えを強調しています。

来賓として登壇した観光庁の久保成人長官も、今年9月に開催される第2回ツーリズムEXPOジャパンについて、「日本人の海外旅行需要を喚起しツーウェイツーリズムを促進する世界最大級のイベントとして、昨年以上の盛り上がりを期待している」と語ると同時に、「双方向交流の拡大に向けて日本人の海外旅行需要を喚起するような旅行商品の造成をお願いしたい」と呼びかけました。

新たな副会長に 戸川和良氏を選任

総会と併行して開催された臨時理事会では、退任した吉川勝久副会長に代わって、KNT-CTホールディングスの戸川和良代表取締役を選任するとともに、運営役員としてジャルパックの藤田克己代表取締役社長(海外旅行推進委員会副委員長)と、農協観光の藤本隆明代表取締役社長(弁済業務委員会副委員長)を選びました。

「4000万人相互交流時代」に向けて政策提言 海外・国内・訪日の各委員長が総会で趣旨説明

JATAは今年4月、2020年に達成が想定されている「4000万人相互交流時代」を見据えて、海外旅行・国内旅行・訪日旅行の政策提言を観光庁に提出しました。総会では、政策提言を取りまとめた各委員会の委員長が、旅行業界が取り組むべき需要創造や省庁横断・官民連携によるオールジャパンでの課題克服に向けた考え方を説明しています。

海外旅行推進委員会

「交流大国」実現へ アクションプラン

海外旅行推進委員会委員長の菊間潤吾
JATA副会長は、「海外旅行を取り巻く環境は非常に厳しく、国際的なテロの脅威や感染症への懸念などから、安心して海外



第59回JATA定時総会には111社が出席。委任状提出の690社と合わせ、6月24日現在の正会員1127社中801社の出席により、総会が成立しました

旅行をできる地域が狭まり、我々の営業で
きる分野も縮小してきている」と現状を指
摘。「観光庁だけにとどまらず、文部科学
省や外務省など、海外旅行に関わる政策を
担当している関係省庁に対しても働きか
けを行う必要がある」という考え方に基づい
て、観光庁に政策提言を提出した」と説明
しています。

海外旅行政策提言には、ツーウェイツーリ
ズムとグローバルツーリズム(三国間交流に
よる「交流大国」の実現に向けて、休暇制度
の普及や若者の国際化支援、国際化による



菊間副会長「関係省庁にも働きかけを」

地方創生など10のアクションプランが盛り
込まれています。

特に休暇制度の普及について、菊間副会
長は、「市場を開拓していく上で、可処分時
間の問題は小さくなく、ハッピーマンデーの
三連休で経済効果があったように、可処
分時間を増やすことが大きな要素となる」
と指摘。また、「これからの交流大国を担う
若者に対して、満18歳までの旅券の無料化
や留学支援制度の拡大などを提案した」
と説明しています。さらに、「地方空港発の
海外旅行需要を開拓して、国際線の誘致や
維持・発展を下支えできれば、『国際化によ
る地方創生』の貢献にもつながるはずだ」
と強調しました。



熱心に聞き入る総会出席者の皆さん

JATA会長表彰に11人の皆さん
2015年度JATA会長表彰が6月24
日、東京・大手町の経団連会館で行われま
した。今回、左記のとおり「功績表彰」3人
「永年勤続表彰」8人の方が受賞されました。

※凡例〓氏名／所属会社名／就任中の役
職・委員名(6月24日現在)

〈支部役員〉
林賢一(北海道支部)／名鉄観光サービス

〈本部委員会委員〉
鶴田雄次郎／JTBコーポレートセールス／
海外旅行推進委員会

総谷企史／名鉄観光サービス／海外旅行推
進委員会

〈永年勤続表彰者〉
※凡例〓氏名／所属会社名／職名(6月24日現在)

門田展明／ANAセールス／執行役員(参
与) 佐藤昌雄／ANAセールス／主席部員

山本達彦／沖繩ソリスト／執行役員 企
画部長 渡部正利／共立観光 鈴木政雄

／ジャパングレイトライン／再雇用契約社員
松田吉雄／日本旅行 山田智恵子／PTS

／MEGAドン・キホーテ蓮田店店长 谷澤
嘉治／名鉄観光サービス／経営企画部お客
様相談室長



国内旅行推進委員会

重要な観光プラットフォームの実現を

国内旅行推進委員会の委員長を務めた吉川勝久JATA副会長は、「地域経済活性化に向けて」と題した国内旅行政策提言について、「国の地方創生政策を踏まえ、観光による交流人口の拡大が、地域経済の活性化にとって重要であるという観点に基づいてまとめた」と説明しました。

吉川副会長は、各地の自治体を受け入れ側の立場から観光資源の開発や観光プロモーションの強化などに取り組んでいる中で、「発地側の視点から旅行者を送り出し、旅行者のニーズを熟知している旅行会社が自治体と連携することで、魅力ある商品の開発や効果的なプロモーションを展開することが可能になる」と指摘。政策提言では、その実現に向けて、それぞれの課題への対策



吉川副会長「自治体と旅行会社の連携を」

について方向性が示されています。

主な課題については、「旅行需要の地域への分散」や「発地側のニーズと連携する地域毎のプラットフォームの必要性」「観光産業に関わる人材の不足」など13のテーマに整理。その上で、「地域における長期的な観光基本計画の策定促進」「観光基本計画を推進する『観光プラットフォームの実現』などについて、提言しています。吉川副会長は、「観光プラットフォーム」について、「6月に閣議決定された観光立国実現へのアクションプログラムでも、日本版DMO（観光地づくり推進法人）として取り上げた」と語り、その重要性を強調しました。

訪日旅行推進委員会

リピーター需要の开拓を体系的戦略で

訪日旅行政策提言をまとめた訪日旅行促進委員会の委員長を務める丸尾和明JATA副会長は、2020年までの2000万人達成が現実的となったことから、「今後のインバウンド戦略は『質の向上』と『地域分散』が重要だ」と強調しました。

丸尾副会長は、「質の向上」と「地域分散」を強く結びつけるのが「リピーター」であると指摘し、「訪日旅行のクオリティを引上げるのが日本への再訪に結び付き、リピーターの増加が需要の地域分散を後押しすることになる」と説明しています。



丸尾副会長「地域分散へリピーターの増加を」

訪日旅行政策提言では、リピーター需要の开拓を体系的戦略として提案し、2020年に向けた時間軸の中で、迅速に取り組むべき「喫緊の課題」と時間をかけて取り組む「2000万人達成に向け

た課題」に整理。受け入れ体制などを中心とする「喫緊の課題」としては、(1)貸切バス、(2)通訳案内士、(3)宿泊施設、(4)インフラ整備、という4項目が掲げられ、急速な需要の成長に対応しうる実効性ある柔軟な施策の検討、実践的スキル向上のための支援措置の充実、大都市部などでのホテル不足の解消、主要ターミナル駅などでのバス駐車場の確保、などの対応を求めています。「2000万人達成に向けた課題」については、(1)地域分散 (2)訪日旅行者の体験の質の向上、(3)訪日教育旅行、(4)リピーター拡大、(5)訪日旅行者の安心・安全の確保、(6)インバウンド啓発の必要性、(7)人材育成、という7項目が盛り込まれました。

業界関係者ら500人以上が参加 総会に続いて意見交換会を開催

第59回定時総会に続いて経団連会館で開催された意見交換会には、JATA会員各社や業界関係団体、運輸業界や宿泊業界、各国の大使館や政府観光局の関係者など500人以上が参加し、華やかな懇談風景が繰り広げられました。



乾杯の音頭をとる見並陽一・日観振理事長



意見交換会には二階俊博ANTA会長も駆けつけました



来賓として挨拶する鈴木馨祐・国土交通大臣政務官



参加者らと談笑する西村明宏・国土交通副大臣

第59回定時総会を開催

「価値創造産業」へ進化を図る
観光立国推進へ三位一体の役割が重要に 1
「4000万人相互交流時代」に向けて政策提言
海外・国内・訪日の各委員長が総会で趣旨説明 2~3

<委員会報告>

JATAが果たす役割の重要性を説明
越智事務局長、UNWTO合同委員会に出席 5
JATAとブランドUSAがオーランドで合同会議 5
山形県で第8回日台観光サミットを開催 6
7月7日に「JATANAVI」をリニューアル 7

連載 業法改正の歩みとともに④
信頼される旅行業務を支える取扱管理者制度 8

ツーリズムEXPOジャパン
事業の全体フレームをグランドデザイン 9

マドリッド通信 第7回 「数字の旅」 10

- 支部活動 6
- 読み物&マーケティング
 - ・シリーズ: 「挑戦」を支えるもの
 - ～②緊急重大事故シミュレーションで有事に備える 11
 - ・連載企画 IT新時代への道筋 第2回 OTAガイドライン 12
 - ・ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ苦情事例に学ぶ③ 今回のテーマ: 申込後の旅行代金の改定 13
 - ・法務の窓口 第33回 ウェブ取引における書面の交付について 14

- Interview:
 - Travel Industry Monthly Report
 - Evolving toward a "Value-Creating Industry"
 - Three Integrated Roles Important to Promote a Tourism Nation 18
 - Aiming at bringing all American states as exhibitors in 2016
 - Joint meeting by JATA and Brand USA in Orlando 17
 - Number of Outbound Japanese Fell 2.4% to 1.25 million
 - Negative growth continues to abate in May 17
 - 2016, the Milestone "STEP" year for the Tourism EXPO Japan
 - As a Year for the Grand Design of the Overall Project Frame 16

- 要人往来 15
- 素材研究
 - (国内) 福島県相馬市 21世紀の今に甦る豪華絢爛な戦国絵巻 20
 - (海外) シチリア島 世界遺産に見るシチリアの奥深い歴史 21
- 事務局だより 19

表紙写真

第59回定時総会では、副会長にKNT-CTホールディングスの戸川和良代表取締役が選任され、新役員体制がスタートしました



日韓国交正常化50周年ロゴ
キャンペーンロゴのダウンロードは下記へ
JATAでは日韓国交正常化50周年を記念して、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、ぜひご利用ください
ロゴのダウンロードは下記URLから。
http://www.jata-net.or.jp/membership/info-overseas/1412_nikkan50th.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/>

インターネット販売でも！ 電話受付でも！

カード決済、コンビニ決済と、SymphonyAtwoの予約カルテが直結します！

顧客満足向上と業務効率化を、一挙に実現します！

旅行業基幹業務支援システム
symphonyAtwo
シンフォニー・アトウ

株式会社 ウィ・キャン 本社：東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂311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

JATAが果たす役割の重要性を説明 越智事務局長、UNWTO合同委員会に出席

JATAの越智良典事務局長は6月3日と4日の両日、モルジブで開催された国連世界観光機関（UNWTO）東アジア太平洋地域・南アジア地域（CAP-CSP）合同委員会に出席し、観光立国を目指す日本で旅行業界団体としてのJATAが果たしている役割などについて説明しました。

今回の合同委員会には、観光庁の道盛大志郎政策統括官を団長とする産官学の関係者による代表団が参加し、9月にコロンビアで開催されるUNWTO総会での理事国選挙に向けて日本の存在をアピールすると同時に、2016年のCAP-CSP合同会議を日本で開催することを表明しています。

合同委員会では「観光セクターの重要性を、どのようにして高められるか？」をテーマに実施された実施された閣僚対話に、モルジブのアフメド・アディーブ観光大臣やマレーシアのナズリ観光文化大臣などとともに観光庁の道盛政策統括官が政府代表として登壇し、他の登壇者らとのパネルディスカッションに参加しました。

越智事務局長は、道盛政策統括官が観光振興を成長戦略の柱と位置付ける政策について説明したのを受けて、観光庁と

の連携による民間の取り組みを発表。

JATAが日本の海外旅行市場の7割を取り扱うパワフルでユニークな組織であることを強調し、昨年12月の韓国への1000人規模によるメガファムツアーの実施や今年5月の中国への3000人規模による日中観光文化交流団の取り組みなど、日中韓観光大臣会合と並行して、観光を通じた中国・韓国との関係改善に貢献していることを紹介しました。

また、観光庁が9月後半に設定している「ジャパントラベルウィーク」の中で、JATAが日本観光振興協会と中核イベントとなる「ツーリズムEXPOジャパン」を開催していることにも言及しています。

さらに、UNWTOアジア太平洋地域のスー・ジン地域プログラム部長はCAP-CSP合同会議で、「ジャパン・ツーリズム・アワード」がリスボンサブル・ツーリズムを進める上で着目すべき取り組みであることや「ツーリズムEXPOジャパン」がUNWTOと連携することでWTMやITBに匹敵する世界的なイベントに成長してきていることなど、

JATAによる展開について地域活動の成功例として注目される、と発言しました。

2016年には米国全州からの出展を目指す JATAとブランドUSAがオーランドで合同会議

JATAは6月1日、第47回International PowWowが開催された米国フロリダ州オーランドで、ブランドUSAとの合同会議を開催しました。

合同会議には、JATA側から田川博己会長をはじめ、日本・アメリカ旅行促進部会の古澤徹部会長ら7人、ブランドUSA側からクリス・トンブソン社長兼CEOや早瀬陽一日本事務局代表ら8人、全米旅行業協会からロジャー・タウ会長兼CEOら3人、VisitUSAコミッティージャパンから広協敬会長と佐久光俊副会長の2人、米政府関係者ら7人の26人が出席しました。2014年に開かれた前回合会後の活動状況報告や観光交流についての意見交換などが行われました。

会合では、日本市場が引き続きトップ5のひとつとして重要なマーケットであり、今後もJATAとブランドUSAとの協力によるマーケティング活動を通じて、共通のゴールを目指していくことや、JATAが2020年に日本人海外旅行者数を2000万人とする目標を立てており、2014年の実績は微減となったものの、米国については450万人としたJATAとブランドUSAとの覚

書での目標を据え置くこと、などを確認。

2016年のツーリズムEXPOジャパンでは、米国をフィーチャーカントリーとして位置づけ、米国の全州による出展に向けて、双方が最大限の努力を行うことも合意されています。

さらに、日米間での観光交流促進策について具体的なアイデアをめぐる意見交換も行われ、(1)今後の販売促進を展開する観点から、量的には航空座席の確保、質的には米国からのコンテンツの提供などが大切となること、(2)ブランドUSAとJATAによる研修旅行の実施や教育プログラムの強化を図ること、(3)ブランドUSAとJATAが相互にイベント協力を進めること、なども確認されました。

また、米国の国土安全保障省から、成田空港における米国事前入国審査の導入に向けて、具体的な調整を開始することについて説明が行われています。



JATAとブランドUSAによる合同会議の出席者ら

「双方向交流500万人時代」の実現へ 山形県で第8回日台観光サミットを開催

JATAと日本観光振興協会、台湾観光協会は5月28日から31日までの4日間にわたり、「双方向交流人口500万人時代に向けて」をテーマに山形県で「第8回日台観光サミット in 山形2015」を開催しました。

今年の日台観光サミットには、台湾側から台北在日経済文化代表處、台湾交通部觀光局、台湾觀光協会、業界関係者など62人、日本側から吉村美栄子知事をはじめとする山形県や自治体関係者、運輸・宿泊業界関係者、旅行業界関係者ら150人が参加し、日本側と台湾側のそれぞれから観光の現況に関する報告や意見交換会などが実施されたほか、山形県



台湾交通部觀光局の謝謂君局長（左）と記念品を交換する田川会長

内の視察なども行われています。

日台観光サミットがスタートした2008年に255万人だった日台間の交流人口は、2014年には446万人まで拡大しており、今年も順調に推移すれば、目標の500万人達成も確実な見通しです。

8年間で交流人口の倍増を実現した日台観光サミットは、ツーウェイツーリズムの成功事例として注目される取り組みとなりました。

JATA海外旅行推進部では、「2008年3月の台北宣言『相互交流の促進』を着実に実践してきた観光関係者に感謝するとともに、交流人口の更なる拡大を目指して、関係各団体と連携し、観光促進に努めていく」方針です。

来年の「第9回日台観光サミット」は、台湾の宜蘭県で開催されます。



日台観光サミットに参加した双方の関係者ら

北海道支部

6月27日 平成27年度環境保全活動について、「外来植物駆除」をウトナイ湖で実施

7月7日 帯広市で海外旅行セミナー

（地域セミナー・勉強会）を開催

7月8日 釧路市で海外旅行セミナー

（地域セミナー・勉強会）を開催

東北支部

6月18日 第2回幹事会を開催

6月23日 「2015ニューカレドニア・タヒチセミナー」を開催

7月16日 第3回幹事会を開催

関東支部

6月11日 海外旅行委員会を開催

6月19日 幹事会を開催

6月23日 国内旅行委員会を開催

6月25日 インバウンド委員会を開催

7月10日～11日 幹事会視察研修旅行（北海道）を実施

中部支部

6月5日 支部幹事会

6月18日 第1回三浦ゼミ・クレーム対応講座を開催

7月3日～4日 国内研修「山陰三朝温泉&出雲大社」を鳥取県と島根県において実施

関西支部

6月8日 第1回中村ゼミ・クレーム対応講座

6月11日 海外旅行委員会

6月23日 消費者相談委員会

6月25日 幹事会

7月2日 第2回中村ゼミ・クレーム対応講座

中四国支部

6月2日 広島空港CIQセミナー（38人参加）を開催

6月6日～7日 「えひめ空旅！2015」を開催

6月17日 第1回総務委員会を開催

6月26日 広島空港利用促進セミナー（松江）を開催

九州支部

6月11日 総務委員会を開催

6月11日 マイナンバー制度実務対応セミナーを開催

6月12日 消費者相談委員会を開催

6月13日 第2回寺子屋JATAを開催

沖縄支部

6月11日 総務・国内・広報合同委員会を開催

6月18日 沖縄支部年次定例会を開催

7月8日 幹事会を開催

7月7日に「JATANAVI」をリニューアル 情報の二部有償化で分かりやすいデザインに

「JATANAVI」が7月7日に、リニューアルされました。主なりリニューアルのポイントは、次の通りです。

1. 提供情報について

◎渡航手続関連情報（VISAハンドブック掲載情報など）は、従来と同様に、無料で情報が提供されます。

◎海外基本情報（海外情報）は、利用者負担により有償となりました。有償の情報範囲と利用料金については、左記URLをご覧ください。
http://www.jata-net.or.jp/jatanavi/index.html

2. トップ画面のデザイン変更

情報の一部有償化に伴い、トップ画面では「無料」「有償」が明確に分かる画面に改め、検索しやすいデザインとなりました。

3. JATANAVIとは別にJATA ウェブサイトの機能改善

「A」会員ID／パスワード、メルマガ登録の管理方法を簡素化
これまで（一部の）会員は、複数の

会員ID／パスワードを持っていました
が会員ID／パスワードは管理者用と一般用の2種類となりました。これに伴い、会員は「管理者用」としてJATA—I T管理者1人を指定して、「一般用」として、複数のID／パスワードを

【新JATANAVIのイメージ】

海外情報は国・都市・空港・ホテルに変更（点線で囲ったコーナー）、閲覧は有償オプションとなります。渡航関連情報はこれまでどおり、ご覧いただけます。



作成・管理することで、パスワード変更やJATAからのメールマガジン登録等が一元的に簡単にできます。

「B」会員Myページ（新規）から各種手続きが可能に

「JATA—I T管理者」による会社基本情報の管理が可能となり、いつでも会社情報を更新することができます。また、全社員が一度にログインできる「一

般用」からのJATA頒布物の購入がオンライン注文となるほか、JATAの各種ロゴもダウンロード者情報を入力することなくスピーディーにダウンロードできるようになりました。

※JATANAVIのリニューアルに関する問い合わせ先：総務部長 長田・木村 (03-3592-1271)

連載 業法改正の歩みとともに④

信頼される旅行業務を支える取扱管理者制度

1971年に導入された旅行業務取扱主任者制度は、2004年に旅行業務取扱管理者制度に改められ、40年以上にわたって、信頼される旅行業務の遂行を支えています。

「取扱主任者」から「取扱管理者」へ

現在の旅行業務取扱管理者制度は、2004年に実施された旅行業法の一部改正により、それまで旅行商品の販売や苦情対応を行っていた旅行業務取扱主任者について、その知識・能力を活用して旅行に関する計画の作成から旅程管理に至るまで、総合的に旅行業務の取り扱いに関して管理及び監督を行うよう業務を拡大し、名称も「旅行業務取扱主任者」から「旅行業務取扱管理者」に変更したものです。

1971年に導入された旅行業務取扱主任者制度は、1964年の海外旅行自由化から6年余りを経て、旅行業務の内容が高度な知識や経験を必要とされる専門性を強めてきたことを踏まえ、旅行従事者の質的な向上を図り、旅行者の保護と旅行サービスの水準向上を目指して制定されました。



ブラッシュアップ研修では、グループ討議などで知識の再確認と再習得を行います

旅行業務取扱主任者は、その取り扱う旅行に応じて一般旅行業務取扱主任者試験か国内旅行業務取扱主任者試験に合格するか、それと同等以上の知識と能力を持つと運輸大臣(当時)が認定した者から選任されることになったのです。

旅行者または旅行業者代理業者は、旅行業法の定めにより、営業所ごとに1人以上の旅行業務取扱主任者を選任することが義務づけられました。

1982年の旅行業法改正では、制定時点で明確ではなかった旅行業務取扱主任者の職務内容について、運輸省(当時)令で管理及び監督に関わる事務として9項目が定められました。また、旅行業務取扱主任者として選任されるのは、国家試験合格者かそれと同等以上の知識と能力を持つと認定された者だったのが、国家試験合格者のみに改められています。

業務範囲は旅行ビジネスの全プロセス

旅行業務取扱主任者について、旅行業務に関する取引の責任者と位置づけることにより、その職務の重点化と明確化が図られたのが、1995年の旅行業法改正でした。

この改正によって、9項目が定められていた旅行業務取扱主任者の業務は、旅行契約の締結をしようとする旅行者への取引条件説明、旅行契約を締結した際の旅行者への書面交付、広告の実施、苦情の処理について管理及び監督する事務、という4項目に絞られています。

これにともなって、旅行業務取扱主任者試験も、それまでの一般的で常識的な知識や語学という観

点よりも、契約そのものに関わる法令や約款、それらに関わる知識などへシフトするよう見直しも行われました。

さらに、1990年代から2000年代にかけて、旅行需要の多様化に拍車がかかり、旅行会社と旅行者の間における苦情や紛争も広範に生じる状況が現出するようになったことから、旅行者の保護の充実や旅行者利便の増進も視野に行われた2004年の業法改正では、企画旅行の導入と旅行者の責任の拡大、営業補償金制度の見直しなどとともに、旅行業務取扱主任者制度から旅行業務取扱管理者制度への名称変更も実施されたのでした。

旅行業務取扱管理者の業務範囲は、取引に関わる条件の明確性、旅行に関わるサービスの提供の確実性と取引の公正、旅行の安全や旅行者の利便、などを確保するために、旅行計画の作成から企画旅行の円滑な実施、苦情の処理や取引記録の保管など、旅行ビジネスに関わる全プロセスに及ぶことになりました。

ブラッシュアップ研修で能力の向上を

旅行業務取扱管理者には多くの

責任が付与されていますが、更新制度はないため、試験の合格後も旅行業法・旅行業約款などの改正があると、自らその改正部分を十分に把握、理解する必要があります。

JATAでは、旅行業務取扱管理者が契約責任者として日々の業務をより円滑に実施し、より信頼される旅行業務が遂行できるように「旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修」を実施しています。旅行業法令や旅行業約款に関する解釈上の疑問や苦情などに関わる最新情報や事例の解説、グループ討議などにより、知識の再確認と再習得をするためのブラッシュアップ研修の受講を通じて、旅行業務取扱管理者の職務に関する知識や能力の向上を図ることは、旅行業法で旅行者(経営者)にも求められている事項です。

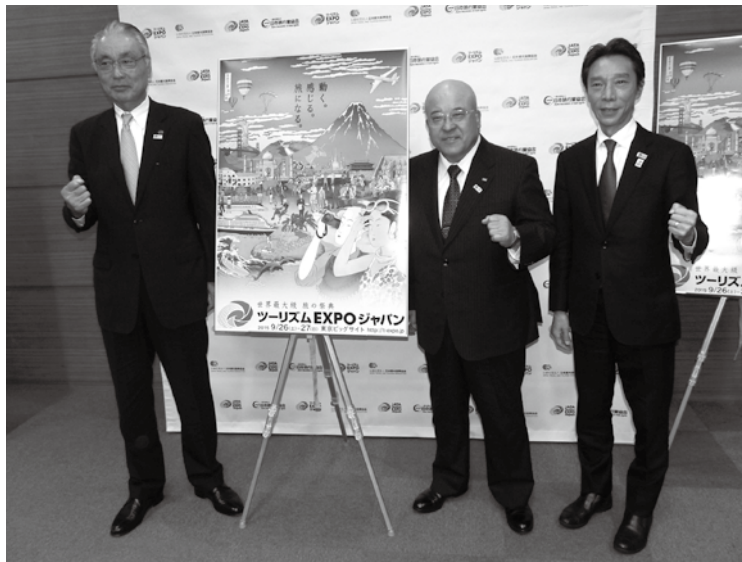
1999年度から実施しているブラッシュアップ研修は、これまで延べ8500人余りが受講してきました。昨年度における「旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修」の研修実施報告は、左記URLでご覧いただけます。

http://www.jata-net.or.jp/seminar/training/brush-up/h26brush_report.html

節目の2016年に向け「ステップの年」に 事業の全体フレームをグランドデザイン

ツーリズムEXPOジャパン推進室は5月28日、東京・霞が関の全日通霞が関ビルで「ツーリズムEXPOジャパン2015」の概要発表記者会見を開催しました。ツーリズムEXPOジャパン実行委員会の委員長を務める田川博己JATA会長は、観光総合イベントとして2回目を迎える今年について、「『ステップの年』だった2014年に続く『ステップの年』と位置づけ、2020年の東京五輪に向けて節目の年となる2016年を「『ジャンプの年』とすべく決意を表明しています。

昨年の「ツーリズムEXPOジャパン (JNTO) が主催する「VISIT JAPAN」は、「JATA旅博」と日 JAPAN トラベルマーケット」と本観光振興協会の「旅フェア日本」を 「VISIT JAPAN MARKET」を統合した観光総合イベントとしてスタートも同時開催されました。海外旅行とトを切り、観光庁と日本政府観光局 国内旅行、訪日旅行の振興に向けて、旅



「ツーリズムEXPOジャパン2015」のキービジュアルポスターを囲む見並理事長、田川会長、ツーリズムEXPOジャパン推進室の池田信之室長(左から)

業界界や観光産業だけでなく、旅 どもならず、他産業や地域の 力なども結集して、国際社 会における「観光立国ニッポン」を国内外に発信する 形を実現しています。会期 中の来場者数も15万人以上 を記録し、アジアをリード する世界最大級の観光産業 イベントとして、内外から 高い評価を受けました。

田川会長は、今年の 「ツーリズムEXPOジャ パン2015」では、東京 五輪が開催される2020 年も視野に入れつつ、新し いプログラムや取り組みに 積極的 に チャレンジ し、事業の 全体フレー ムのグラン ドデザイン に取り組ん でいること を紹介。 2020年 への中間地点となる節目の2016年 は、リオデジャネイロで「東京」が次回 の五輪開催地としてコールされ、全世界 の耳目が日本に集まることから、「ツー リズムEXPOジャパン」を大きく飛躍 させ、観光産業を取り巻く関係者にとつ て欠かすことのできない観光総合イベン トとして確立することを目指す考えを強 調しています。



田川会長「観光総合イベントとしての確立を目指す」

また、ツーリズムEXPOジャパン実 行委員会の副委員長を務める日本観光振 興協会の見並陽一理事長は、「今年5月 に3000人規模の日中観光文化交流団 が訪中するなど、アジアにおける観光交 流が大きくなっている中で、『ツー リズムEXPOジャパン』に対する各方 面からの期待も高まっている」と指摘。 「国際観光フォーラム・シンポジウム、 アウトバウンド・国内商談会とメディア ミーティング、展示会、顕彰事業、ジャ パンナイトという5つの事業の柱を太く

して、『観光立国日本』をしっかりと 発信していきたい」と意欲を示しまし た。

田川会長は、2015年の国際観光 フォーラムが、国連世界観光機関(U N W T O)との連携を図る「Tourism and Culture」旅と文化」をテーマと し、文化遺産の保全と地域の振興に寄与 するツーリズム産業の発展について議論 を深めることに加え、今年から「ジャパ ン・ツーリズム・アワード」と名称を変 更し、様々な分野で観光産業の発展・拡 大に寄与する団体・組織・企業・個人を 表彰する顕彰事業で、U N W T O部門賞 も設定して国際機関との連携を通じたグ ローバルな展開を図ることも言及。

2013年に締結された包括的パート ナーシップ協定に基づいて、JATAと U N W T Oとの協力関係が着実に深まっ ていることも指摘しています。

さらに、ツーリズムEXPOジャパン 事業を通じた新たな地域連携プログラム として、今年からプレミアム・デステイ ネーション・パートナー協賛カテゴリー も新設されており、海外や国内各地域に よるプロモーション施策などと連動し、 「ツーリズムEXPOジャパン」の集客 牽引力を活用することで、パートナーと なる国・地域や取り組みへのプロモー ション効果を最大化するプログラムとし て展開される予定です。



マドリッド通信

第7回 「数字の旅」

私たちが日々忙しく、業務に追われながらも築いてきた「観光」という業界。

UNWTOの統計マーケティング部門はこの業界の規模や役割を地球全体の観点から数字で表現し、その重要性を世界に向けて発信し続けている。観光業に携わる上で、知っておいていただきたい数字(統計マーケティングデータ)をいくつか紹介したい。

「9%」:全世界の国内総生産(GDP)の9%をツーリズム産業が担っている。つまり、地球上の経済活動に占める約1割を「旅」が担っていることになる。

「11億3300万人」:2014年に世界各国へ到着した外国人旅行者数だ。ヨーロッパが5億8200万人、アジア太平洋が2億6300万人、米州が1億8100万人、アフリカが5600万人、中東が5100万人。各地域の市場規模やこれから可能性のある地域など、数字に対するアプローチでビジョンも変わってくる。

倫理面でいえば、旅行先の観光地で約11億人がどう行動するか。素敵な観光地であり続けられるよう、旅行業界で働く私たちが、お客様へ適切な情報を提供していく責任が生じるだけの規模になっているとも言える。

「11人に1人」:ホテル、レストラン、エン

ターテインメント、移動手段、エージェンなど。世界で働く11人に1人はツーリズム関連に従事している。世界で働いている約1割の人々がツーリズムと関連しているという事実は、雇用創出の観点からもツーリズム産業が、各国の経済や社会において重要な役割を担っていることを改めて教えにくれる。

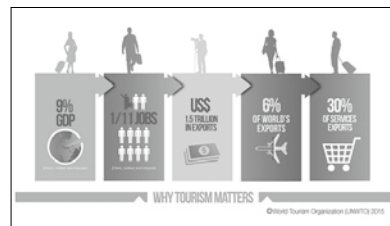
「世界の輸出分野の6%第4位」:ツーリズムの輸出額は1兆5000億ドル(約184兆円)で、日本の国家予算である97兆円の約2倍に及ぶ。世界の輸出額ランキングでは、燃料、化学製品、食糧に次ぐ第4位に位置しており、第5位の自動車関連産業を凌ぐ規模となっている。

「仏↓米↓西↓中↓伊」:この順位は、最近馴染みの国際到着旅行者数の2014年におけるランキングだ。フランスの8400万人、アメリカの7500万人、スペインの6500万人、中国の5600万人、イタリアの4900万人がベスト5で、トルコ、ドイツ、英国、ロシア、メキシコが続く。中国からロシアへの越境交流が、ロシアの順位を押し上げる形となっている。まだまだ、未知の交流が地球には沢山あり、その源泉のつが我々に身近なショッピングであったりもする。

「米↓西↓中↓仏↓澳」:2014年における国際旅行収入の順番である。米国が

国連世界観光機関(UNWTO) 本部アジア・太平洋部門「ヨラボレーター」
熊田 順一

1770億ドル、スペインが650億ドル、中国が570億ドル、フランスが550億ドル、マカオが510億ドル。昨年は、欧州で初めてスペインがフランスを抜いて収入で第1位に躍り出た。この歴史的な快挙には、日本も学ぶところがあるはずだ。



「中↓米↓独↓英↓露」:2014年における海外旅行総消費額の順位。中国が1650億ドル、米国が1120億ドル、ドイツが920億ドル、英国が580億ドル、ロシアが500億ドル。6位以下は、フランス、カナダ、イタリア、オーストラリア、ブラジルと続く。訪日インバウンド市場で、旅行消費を伸ばすヒントにしたい順位だ。

数字は時にシビアだが、読み取る努力を着実に積み重ねていけば、見えていかなかった大きな山の存在を気付かせてもくれる。日本でも、サービス業という分野でツーリズム産業の輪郭を明確にしていくなかにも、世界でどのような数字が語られ、分析され、順位付けられているのか、日本のツーリズム産業に関わる皆さんと共有していければと思う。

JTBパブリッシング

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♪

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♪

シリーズ：『挑戦』を支えるもの

～②緊急重大事故シミュレーションで有事に備える～

(東京海上日動火災保険株式会社 旅行業営業部)

『旅の安全の日』を迎えて

7月1日(水)は2回目の『旅の安全の日』でした。旅行会社の皆さまはどのような1日を過ごされたのでしょうか。そもそも7月1日は『国民安全の日』として産業災害等の防止の啓発を目的に1960年に内閣府により定められたものですが、昨年のJATAによる『旅の安全の日』制定により、旅行業界全体での『旅の安全』の啓発活動がますます活発化しています。

今年も7月1日(もしくはその周辺日程)に約100社の旅行会社が実際の災害や事故発生を想定して模擬訓練を実施されました。模擬訓練において、緊急連絡網の確認・安全管理責任者の役割確認・国内・海外・訪日のツアー催行状況の確認・お客様の安否確認などを実施される中で各旅行会社様ごとに様々な課題を感じられたのではないのでしょうか。

■年に1度は緊急重大事故シミュレーションを

実際の事故・災害の際には予想を超えるかを超える混乱が生じ、確定・不確定の情報が入り乱れます。緊急重大事故や巨大災害が起こった際には、旅行会社社長と安全管理責任者は、旅

行者の安全を最優先としながら、状況把握・原因調査・責任関係の整理・

家族対応・情報管理・マスコミ対応・株主対応・その他の会社業務の通常遂行・事業継続など、二度に多種多様な物事へスピード感と正確性を伴った対応をすることが求められています。

いざという時に備えて緊急連絡網を常にリニューアルし、対応マニュアルを整備することはもちろん大切ですが、実際の事故や災害の発生時にそれらが機能しなければ意味がありません。自社にて作成したマニュアル類に沿って有事を想定したロールプレイング形式の「緊急重大事故シミュレーション」を年に1回程度実施することをお勧めします。各社ごとに取り扱うツアーの実態やお客層層、デスクインナーシミュレーションに備えるべき内容は違う点が多々あり、本番さながらのシミュレーションを実施することで実際にはうまく回らない点、欠けている点などが必ず浮き彫りになります。

■外部の視点を入れることで備えに厚みを持たせる

各種マニュアルの策定や緊急重大事故シミュレーションの実施にあたっては、自社だけで完結せず第三者の視点からのアドバイスを取り入れる

ことが重要です。自社のみでは想定できなかった事態・観点を踏まえた厚みのある実践的な準備が可能となります。

損害保険会社は、旅行保険における長年の事故対応・災害対応の経験・ノウハウに基づいて有事の際の具体的対応についてアドバイスさせていただきます。また旅行保険の観点だけでなく、賠償責任事案・巨大災害対応・事業継続対応・情報管理・ステークホルダー対応など様々な事象に対応するノウハウを蓄積していますので、旅の安全の「トータル・リスクアドバイザー」として多角的な観点から各種マニュアルの策定や緊急重大事故シミュレーション実施のお手伝いが可能です。是非お気軽にお声かけいただければ幸いです。

AFTI 東京海上日動
産学官連携
旅行安全マネジメントセミナー
～実際の国際情報における持続的発展に向けた付加価値の創造～

- ◆開催日：2015年7月8日(水)
- ◆時間：14:00～16:00(13:30受付開始)
- ◆会場：東京海上日動船座ビル8F大会議室

【共催】日本国際観光学会、東京海上日動火災保険株式会社
【後援】一般社団法人日本旅行業協会、株式会社ジャパ
【協賛】株式会社トラベルジャーナル

【参加費】無料

- 第1部 14:05～14:20 『安心安全マネジメントのすすめ』
観光庁観光政策課長 丸山一夫氏
- 第2部 14:20～16:20 『旅に備える顧客対応とグローバルリスク』(英語講演)
東京シンクタンク代表取締役 藤原隆雄氏 国際観光研究センター長
【講師】東京大学大学院人文科学研究科 金子裕史氏
【講師】東京大学大学院人文科学研究科 金子裕史氏、東京大学大学院
工学部システム工学系 金子裕史氏、東京大学大学院 工学部システム工学系
金子裕史氏、東京大学大学院 工学部システム工学系 金子裕史氏
- 第3部 16:20～16:50 『旅行会社におけるリスクマネジメント』
東京海上日動(リスクコンサルティング) 代表取締役 小林 雅博
【講師】東京大学大学院工学部システム工学系 金子裕史氏、東京大学大学院
工学部システム工学系 金子裕史氏、東京大学大学院 工学部システム工学系
金子裕史氏、東京大学大学院 工学部システム工学系 金子裕史氏

お問い合わせ先 東京海上日動火災保険株式会社旅行業営業部 関係グループ

東京海上日動では、旅行安全マネジメントをテーマに不定期でセミナー等を実施しています。7月8日には産学官連携セミナーを開催しました。

挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company
東京海上日動



第2回 OTAガイドライン

観光庁は6月12日、「オンライン旅行取引の表示等に関するガイドライン（OTAガイドライン）」を発表しました。

インターネットの普及・進展に伴って、旅行取引においても近年オンライン取引の規模が拡大してきていることを受け、観光庁では今年1月にOTAガイドライン策定検討委員会を設置し、OTAなどのウェブサイトにおける適切な表示のあり方について検討を行い、同委員会の検討結果をもとにガイドラインを策定したものです。

オンライン旅行取引については、契約条件について口頭での説明が行われず、また、国内のオンライン旅行事業者（OTA）による旅行予約サイトだけでなく、海外のOTAによる旅行予約サイトや他社の旅行商品を比較・紹介するだけのメタサーチ、場貸しサイトなど様々なサイトが存在しています。しかし、利用するサイトによって不明だったり、契約の形態や条件、契約当事者が異なることから、契約をめぐるトラブルの発生も懸念される状況となっているのが実情です。2013年度に開催された旅行産業研究会でも、消費者とのトラブル防止を図る必要があることから、旅行取引

サイトの表示に関するガイドライン策定の必要性が指摘されてきました。

国内で旅行業を営む場合、旅行業法に基づく登録を受けて、同法に定められた義務を順守する必要があります。オンライン旅行取引を行う場合にも、同法のほかに、国土交通省の通達「インターネット取引を利用する旅行業業務に関する取扱について」と同通達に基づくJATAなどが定めたガイドラインに基づいて、旅行業の登録に関する事項や取引条件説明に関する事項などを、自社が運営するサイトで適切に表示することが求められています。

しかし、海外OTAについては、日本での旅行業登録を行っておらず、メタサーチや場貸しサイトも運営者は契約当事者とはならず、旅行業の登録は不要です。

今回策定されたガイドラインは、こうした現状を踏まえ、(1)OTAなどに関する基本情報、(2)問い合わせ先に関する事項、(3)契約事項に関する事項、(4)契約内容確認画面、という4つのポイントについて、OTAなどのサイトで表示することが求められる内容を明文化したものです。

基本情報については、「名称」「住所」「代表者等の氏名」「旅行業登録の有無」の4項目が、申し込み完了前の段

階から旅行者が容易に認識できる方法と場所が表示することが求められています。また、問い合わせ先では、「連絡先」「受付可能時間」「受付可能言語」の3項目が、同様に表示されなければなりません。ガイドラインでは、カスタマーサポートの品質確保という観点から、受付体制の整備を図ることが望ましいとしています。

また、契約条件に関する事項としては、「契約当事者及び契約形態」「運送等サービスの内容」「旅行代金額と支払方法」「キャンセル条件」「その他の契約条項(約款)」「最終確認画面」「契約成立時期」の7項目について言及されています。特に、海外OTAの

場合、外国法を準拠法とする条項や外国裁判所のみを専属的合意管轄裁判所とする条項、OTAの損害賠償の責任を限定または免除する条項、などを約款上に規定するケースもあり、ガイドラインでは、こうした条項が旅行者にとって不利となるものもあることから、他の項目よりも容易に認識できるように表示することを求めています。

観光庁では一般消費者向けに、OTAなどの旅行予約サイトを利用する場合の確認事項を整理した啓発チラシを作成しており、今後ホームページなどでPRしていく方針です。

(取材・文 鈴木清美)

旅行予約サイトご利用の際は、よくご確認を！

① サイト運営事業者の基本情報を確認！！

<チェックポイント>

- 事業者の名称 事業者の住所
 事業者の代表者・責任者の氏名 旅行業登録の有無

Point!

- ① サイト名だけでなく企業名・事業者名・住所（国内/海外）もご確認ください。
- ② 日本の旅行業登録の有無については、ウェブサイト上に記載された登録番号（観光庁長官登録旅行業第〇〇〇号、東京都知事登録旅行業第〇〇〇号等）により確認ができます。また、登録行政庁（観光庁又は都道府県）に確認することも可能です。
- ③ 日本の旅行業登録を受けた事業者には、旅行業務取扱管理者の選任義務や営業保証金の供託義務等の消費者保護のための義務が課されていますが、海外の登録等のみを受けている事業者については、この限りではありません。

② サイト運営事業者の問合せ受付体制を確認！！

<チェックポイント>

- 問合せ連絡先 問合せ受付時間 問合せ対応言語

Point!

ウェブサイトによっては、日本語での対応が十分に為されない可能性もあります。トラブルが起きた際の問合せの受付体制について、予め確認しておきましょう。

③ 旅行の契約条件を確認！！

<チェックポイント>

- 契約当事者 支払代金額・内訳（運送・宿泊代金/手数料金/消費税等）
 支払方法（先払い/現地払い） キャンセル条件 利用規約・約款

Point!

- ① 旅行予約サイトには、他の旅行会社の旅行プランの比較・紹介のみを行うものもあります。このようなサイトの運営者は、契約当事者とはなりませんので、ご注意ください。
- ② 「利用規約・約款」は、その内容が、そのまま事業者との間の契約の内容となりますので非常に重要です。通常の場合、予約する際のページからハイパーリンク等により確認できるようにしておりますので、申込みの際には、「利用規約・約款」の中に不都合な条項が入っていないかどうか必ずご確認ください。

苦情事例に学ぶ ③③

今回のテーマ… 申込後の旅行代金の改定

夏休みも近づき、そろそろ旅行の準備などをされているのではないのでしょうか。昨今は休暇取得の分散化などにより、極端な混雑などは避けられているようですが、それでもお盆などは、旅行者が集中するため、旅行代金も高額になっております。一方、混雑時期を外れた期間で思うように集客できなかった旅行会社は、旅行代金を改定する等して、更なる募集を試みることもあります。

今回は、既に申し込んだ募集型企画旅行とほぼ同じような内容の旅行商品が、後で安価で発売されていることを知ったお客様がご不満に感じていることについて検証したいと思います。

申し出内容はこうです

今年、早くから夏休みの家族旅行を計画し、3月に希望のツアーがあったので申し込んだ。しかし、ゴールデンウィークを過ぎた頃に、同じ旅行会社の前を通りかかったときに、自分が申し込んだ旅行と殆ど同じ内容のツアーがその旅行代金より安く発売されていることに気が付いた。せっかくなので早くに予定を立て、家族全員の予定を調整してまで旅行を申し込んだにも関わらず、より安いツアーが発売されるとは納得がいかない。出発前からケチがついてしまい、旅行の楽しみも半減してしまった。せめて、現在発売されている安価な旅行代金にして欲しい。

解決に向けての指針

今回の事例は、お客様が早期に旅行に申し込まれた後に、営業的な施策や、旅行会社が航空会社やホテルと再交渉し、安価な条件で、仕入をすることができた結果、旅行代金を値下げした別の募集型企画旅行商品を設定したことによるクレームです。

さて、募集型企画旅行契約における標準旅行業約款では、お客様側からの旅行契約内容の変更に関する定めはありません。したがって、今回のお客様の旅行代金を安価な旅行代金に変更して欲しいとのご要望については、同第16条の規定に従い、一旦、お客様から、既にお申し込みのツアーを解除(取消料が発生する時期においては取消料を支払う)していただき、新たな設定した別のツアーにお申し込みいただくこととなります。この場合、このツアーでの航空券やホテルを手配できないのであれば、ご要望に沿うことはできないこととなります。

また、そもそもそのような旅行代金の改定自体が認められているのかとご質問もあろうかと思いますが、ツアータイトルやツアーコード等を異なるものにするパンフレット等を作成すれば、別の旅行商品と解されますので、ルールとしては問題ないでしょう。しかし、旅行者のご主張にも情情的には、理解できませんので、値下げした旅行商品を設定するには、少し条件を変える等の慎重な対応が必要でしょう。

●補足

今回のケースでは、現在申し込まれているツアーと新たなツアーはそれぞれが別の旅行商品であるので、該当はしませんが、募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約第12条では、不当な二重格表示の禁止が規定されており、一般価格、通常販売価格、一般標準価格、市価その他の価格と比較した二重価格を表示することを禁止しております。一方、例外も規定されてお

り、「最近相当期間」にわたって実際に販売されていた旅行代金との比較は除外されております。「最近相当期間」とは、同規約施行規則第34条に比較対照価格で販売されていた期間が、(1)当該商品が販売されていた期間の過半を占め、かつ二週間以上であること。(2)、比較対象価格で販売されていた最後の日から二週間以上経過していないこと。と定められております。

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。**

10部以上ご購入の方には、本誌内容を網羅したPOWER POINTデータをサービスいたします。社内研修・説明会等に是非ご活用ください。

【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」からお申し込みいただけます★



第33回 ウェブ取引における 書面の交付について

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

旅行契約を締結しようとするときはお客様に「取引条件説明書面」を交付しなければなりません。では、ウェブ上で取引をする際に「取引条件説明書面」の交付はどうしているのでしょうか。

「取引条件説明書面」とは？

旅行業法では、旅行者等が旅行者と旅行契約を締結しようとするときは、取引条件について旅行者に説明をし、その内容が記載された書面を交付しなければなりませんとされています（同法第12条の4第1項、第2項）。この書面が「取引条件説明書面」です。

では、対面販売では、どのように交付するのでしょうか。募集型企画旅行を例にとれば、「取引条件説明書面」は一般的に複数の書面によって構成されています。日程、旅行代金などツアー毎の固有事項を担う「パンフレット」、ツアー全般に共通する契約の変更に関する規定、旅程保証や特別補償等の取引条件をまとめた「旅行条件書」です。つまり実務上は、「パンフレット」と「旅行条件書」の両方を交付して初めて、旅行業法で義務付けられた「取引条件説明書面」を交付したことになります。

ウェブ取引における書面交付は？

対面販売で「パンフレット」と「旅行条件書」の二つを渡すことにより行われている取引条件説明書面の交付。ウェブ取引では、どのように行われているのでしょうか。

ウェブ取引において、旅行業法は「書面の交付に代えて、旅行者の承諾を得て、書面に記載すべき事項を、情報通信の技術を利用して提供した場合は書面の交付をしたものとみなす」としています（同法第12条の4第3項）。「電子データの提供」によることを認めたものです。この「電子データの提供」の仕方については、その具体的方法や手順が政令や省令、通達に定められています（旅行業法施行令第1条、旅行者等が旅行者と締結する契約等に関する規則第6条及び第7条、通達「インターネット取引を利用する旅行業務に関する取扱について」4（1））。

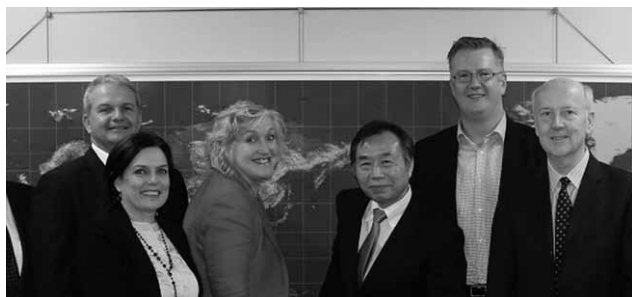
ウェブ取引の一般的な手順としては、まず、電子データにより書面記載事項を交付することについて承諾を得ます。具体的にはウェブページ上に「取引条件説明書面を電磁的方法で交付することを承諾します。」としてチェックボックスを設ける等して、承諾の意思表示を受け取ります。

次に書面記載項目の電子データの提供ですが、一般的には旅行者がダウンロードし、パソコンに保存又は印刷し、さらに「取引条件説明書面を表示し保存しました。」等のチェックボックスにより、お客様がパソコンに保存したことを旅行者が確認する方法がと

られています（標準旅行業約款募集型企画旅行契約の部第11条第1項）。時折、取引条件説明書面の記載内容を保存させることなく、ウェブサイトへ掲示したことのみをもって交付したこととする旨を記載しているサイトがありますが、これでは旅行業法に定める書面の交付を行ったことにはなりません。

また、保存確認をとる書面の種類についても注意が必要です。先に申し上げた通り、実務上は複数の書面によって取引条件説明書面が交付されることが多くなっている影響か、ウェブ取引における取引条件の説明も、パンフレットに記載される日程表、旅行代金他、そのコースの重要な注意事項を表示したページ（JATA、ANTTAの発行する「旅行のウェブ取引に関するガイドライン」では「取引条件説明書面（重要事項）」と記述）と旅行条件書（取引条件説明書面（共通事項）」と記述）の二つによって構成されているケースが多くなっていますので、この両ページを保存してもらわなければ取引条件説明書面を保存したことになります。それにも関わらずウェブページ上では「旅行条件書を保存しました。」と、取引条件説明書面（共通事項）だけを保存確認している場合が少なくありません。これでは、取引条件説明書面（重要事項）の記載内容が交付されていないことになり、裁判などで争いになれば、この部分は旅行契約内容を構成しないと主張されかねない状態ですので、ウェブサイトの改修を急いだ方が良いでしょう。

(杉原)



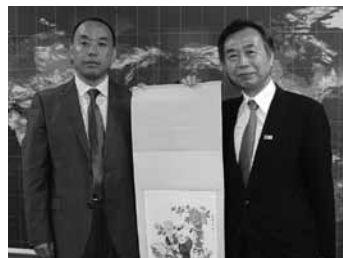
クイーンズランド州観光局のコディントンCEO(中央左)と中村理事長(中央右)



チュニジアのクリフ大使(左から3人目)と田川会長(中央)

要人往来

JATAが行った大手ホールセーラー5社を対象とする夏休みの販売動向調査では、日並びの良いシルバーウィークのある9月は海外旅行が前年同月比で3割増と好調な動きを示しており、日本市場に熱い眼差しを注ぐ各国の期待に応える明るい兆しも見えてきました。



天津市旅游局の馬副局長(左)と中村理事長



モルディブのカリール大使



フィリピン観光省東京支局のバトーン東日本代表(中央)と中村理事長(右から2人目)

2020年には日本人旅行者を80万人に フィリピン 5月25日

グェンドリンS.バトーン フィリピン観光省東京支局東日本代表
就任挨拶で中村理事長を訪れ、「2015年のフィリピン観光年に続いて2016年を2カ国間の交流年とし、日本からの旅行者数を現在の年間50万人から2016年に60万人、2020年には80万人まで増やしたい」と語り、「人的交流を拡大するため、留学生交流や地方間交流、人材育成などでJATAの協力をいただきたい」と要請。中村理事長は、「JATAとしても今後の活動に協力していきたい」と応じました。

JATAと共同観光プロモーションを モルディブ 6月3日

アハメド・カリール 駐日モルディブ大使
中村理事長を訪問し、モルディブ政府が2016年を「モルディブ観光年」とすることを説明し、「2016年に向けてJATAとの共同観光プロモーションも検討しており、ツーリズムEXPOジャパンへのスポンサーシップを通じて、アジア最大の観光総合イベントを支援したい」と表明。中村理事長は、「今年からツーリズムEXPOジャパンのスポンサーシップの仕組みが新しくなるので、相談しながらオプションを決めていきたい」と応えました。

新たな観光ルートも開発 中国 6月15日

馬慶余 天津市旅游局副局長
中村理事長を訪問し、「近代の歴史や社会開発のシンボルとなる観光地を含む新しい観光ルートを作っている」と語り、9月に天津で開催される中国旅遊産業博覧会に日本の旅行業界関係者を招聘。「天津と大阪・名古屋間で直行便就航が予定されており、相互交流の拡大を図りたい」と説明しました。中村理事長は、「中国旅遊産業博覧会での情報発信だけでなく、観光需要開発のために重要な研修ツアーも中国側と協力して実施していけば、観光交流の拡大を図ることができます」と応えました。

直行便デイリー化で需要拡大に期待 オーストラリア 6月10日

リアン・コディントン クイーンズランド州観光局CEO
中村理事長を訪れ、8月からの成田／ブリスベン線での直行便デイリー化に向け、クイーンズランド州のDESTINATIONなどを紹介。「ブリスベン空港はオーストラリアで3番目に大きい空港だが、今後、特に国内線への乗り継ぎ利便性の向上を図るため、改装を予定している」と語り、「ブリスベン市は自然観光素材も豊富で、レジャーやビジネス、学生などのマーケットに力を入れて、需要を拡大したい」と説明。中村理事長は、「オーストラリアを訪れる日本人旅行者を以前の水準まで回復することは可能だと思いますが、まず、DESTINATIONとしての関心を取り戻すことが重要です」と応じました。

主要観光地で安全強化策を実施 チュニジア 6月17日

ファリド・クリフ 駐日チュニジア大使
田川会長を訪れ、「3月に発生したテロ事件後、首都のチュニスや外国人旅行者が訪れる主要観光地で安全強化策を実施している」と語り、「欧州からの旅行者は戻ってきているが、秋・冬がピークシーズンとなる日本市場での需要回復に向けて、JATAの協力をお願いしたい」と要請。田川会長は、「地中海のDESTINATIONとしてロマンチックなイメージがあり、クルーズの寄港地としても人気が高いので、需要回復への協力を図りたい。渡航情報の危険レベル引き下げに向けて、国レベルでの働きかけを続けると同時に、日本のメディアを通じて安全強化が図られているのを伝えることも重要です」とアドバイスしました。

2016, the Milestone “STEP” year for the Tourism EXPO Japan As a Year for the Grand Design of the Overall Project Frame



Chairman Tagawa



President Minami

The Tourism EXPO Japan Promotion Office outlined the Tourism EXPO Japan 2015 at a news conference held in Zen-Nitsu Kasumigaseki Bldg, Kasumigaseki Tokyo on May 28th. JATA Chairman Mr. Hiromi Tagawa, who also serves as Chairman of the Tourism EXPO Japan Steering Committee, talked about the “EXPO” which will be held as a comprehensive travel event for a second consecutive year. The “hop” 2015 year follows the 2014, which was the “hop” year, and precedes the “jump” year of 2016, which the Steering Committee are determined to make a milestone year in the preparation for the 2020 Tokyo Olympics.

Last year’s Tourism EXPO Japan 2014, marked the integration of the JATA “TABIHAKU” and the organized by the Japan Travel and Tourism Association “TABI Fair Japan.” Tourism EXPO Japan 2014 was held simultaneously with VISIT JAPAN Travel Mart and VISIT JAPAN MICE Mart, both organized by the Japan Tourism Agency and the Japan National Tourism Organization(JNTO). In order to promote overseas, domestic and inbound tourism and appeal to the world the image of Japan as a “tourism nation”, the event mobilized the travel and tourism industry and invited other industries in addition to local areas and regional authorities. The event, which was visited by more than 150,000 people, received high recognition both domestically and overseas as Asia’s leading travel trade event.

Mr. Tagawa revealed intentions to introduce a new program and approach to the event and with a sight set on the 2020 Tokyo Olympics create an integral grand design frame for the travel and tourism industry.

In 2016, the mid-term point of the preparations, Tokyo will be introduced as the next Olympic host at the Rio de Janeiro Olympics. Mr. Tagawa emphasized that, as the world’s attention will focus on Japan, the best efforts will be made to ensure that Tourism EXPO Japan is a great leap forward and therefore a must-visit event for everybody from the travel and tourism industry.

Mr. Yoichi Minami, President of the Japan Travel and Tourism Association, said “Including the 3,000-strong Japanese mission to China in May this year, travel in Asia has surged and the expectations towards Tourism EXPO Japan have grown.” “We will strengthen the presentation of the five main elements of the program – the International Tourism Forum and Symposium, outbound and domestic business meeting, the exhibition, commendation events and Japan Night – and deliver the message “Japan has become a tourism power,” Mr. Minami added, expressing determination for success.

Mr. Tagawa said that the International Tourism Forum this year will be themed “Tourism and Culture” as JATA is working to better interact with UNWTO. The forum will

focus on the development of a tourism industry which will be able to contribute to both preservation of cultural heritage and regional development. Furthermore, this year for the first time, a renewed commendation ceremony named “Japan Tourism Awards” will appraise the achievements of organizations, businesses, and individuals in different fields. Mr. Tagawa mentioned that a new award – “The Japan Tourism Award for Responsible Tourism” – has been established in collaboration with UNWTO, putting the awards in a global perspective. The new award is a result of the close cooperation between JATA and UNWTO based on the agreement for comprehensive partnership signed in 2013.

In addition, this year’s Tourism EXPO Japan will offer a new framework for cooperation with regions through the “Premium Destination Partner” sponsorship category. The framework allows cooperation with overseas and



Mr.Minami, Mr.Tagawa and Nobuyuki Ikeda, Chief Operating Officer of JATA Tourism EXPO Japan

home country regions and a tie-up with their promotional activities. It is also expected to be the main force in attracting more guests to the event and to help maximize the effect of the promotional activities conducted by the partner countries and regions.

JATA Tourism EXPO Japan 2015

■Date: September 24 through September 27, 2015

■Venue: Tokyo Big Sight and Marunouchi Area, Tokyo

■Program:

International Tourism Forum

Venue: Big Sight Conference Tower, Marunouchi JP Tower

Outbound and Domestic Business Meetings, Media Meeting

Venue: Tokyo Big Sight East Exhibition Hall

Travel Showcase

Venue: Tokyo Big Sight East Exhibition Hall 1-5

Award Project "Japan Tourism Award"(New!)

Venue: JP Tower Hall and Conference

JAPAN NIGHT

Venue: Marunouchi area

■Organizer:

Japan Association of Travel Agents

Japan Travel and Tourism Association

■Support(tentative):

Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

Japan Tourism Agency

Ministry of International Affairs and Communications

Ministry of Foreign Affairs

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Ministry of Economy, Trade and Industry

Tokyo Metropolitan Government

Japan National Tourism Organization

Japan External Trade Organization

Aiming at bringing all American states as exhibitors in 2016

Joint meeting by JATA and Brand USA in Orlando



JATA and Brand USA held a joint meeting on June 1st, during the 47th International Pow Wow in Orlando. The meeting was attended by 27 travel industry professionals, including Mr. Hiromi Tagawa, Chairman of JATA; Mr. Yoshiharu Matsumoto of the JATA Outbound Travel Promotion Committee; Mr. Toru Furusawa, Chairman of the Japan-USA Travel Promotion Task Force and other seven representatives of the Japanese side; Mr. Chris Thompson, President & CEO of Brand USA; Mr. Yoichi Hayase, Representative of Brand U.S.A. for Japan and other eight representatives from the USA side; Mr. Roger Dow, President & CEO of the U.S. Travel Association and three other representatives; Mr. Takashi Hirowaki, Chairman of the Visit U.S.A. Committee Japan; Mr. Mitsutoshi Saku, Vice-Chairman of the Visit U.S.A. Committee Japan; seven governmental officials from the U.S.A. The attendants exchanged information and opinions on the activities which were carried out after last year's meeting.

During the meeting, it was confirmed that Japan was among the top five major source markets for the U.S. A. A joint goal was set by JATA and Brand U.S.A. which should be achieved through cooperation in marketing activities by the two organizations. JATA has set the goal of 20 million overseas travelers by 2020 and despite the slight decrease in the number of outbound travelers in 2014, the target of 4.5 million Japanese visitors to the U.S.A established in the MOU signed by JATA and Brand U.S.A. remains unchanged. As the U.S.A. has been positioned to become "featured country" at the JATA Tourism EXPO Japan 2016, both the Japanese and American sides agreed to do their best to have the largest ever number of states exhibiting in 2016.

In addition, the participants exchanged opinions over detailed ideas about the promotion of travel exchange between Japan and the U.S.A. and agreed on the following points. (1) In order to support the expansion of future sales, it is important that travel agencies be able to secure the necessary number of air seats and receive suggestions on tour contents from American players, which will help them offer quality products to their customers. (2) Brand U.S.A. and JATA should organize familiarization tours and strengthen educational programs. (3) JATA and Brand U.S.A. will continue to cooperate for events and other activities.

It was also revealed by the United States Department of Homeland Security that detailed preparations for the preclearance at Narita airport have begun.

Number of Outbound Japanese Fell 2.4% to 1.25 million

Negative growth continues to abate in May

According to the data released by the Japanese National Tourism Organization (JNTO) on June 17, 1.25 million Japanese traveled abroad in May, which is 2.4% short of the number of

the same period last year. It also is the 12th consecutive month of negative growth since June last year. The double-digit fall of 10.5% in February shrank to 3.9% in March and 3.7% in April, showing a continued improvement before the vacation season when a reversal of the negative figures is expected.

The inbound travel in May this year increased by 49.5% to 1.642 million, which is the highest ever record for May and which exceeds last year's record (1.097 million) by 545,000 visitors. Being the month between cherry blossoms and summer vacation, April showed a somewhat sluggish growth in previous years. However, there has been no slowdown in inbound travel since the beginning of this year and as a result on a month-to-month basis it was marked by 1.765 million foreign arrivals, which also made it the highest ever record for April and the second best record in the inbound travel history.

The analysis by JNTO shows that in addition to the overseas promotion of Japan, the cheap yen, the increase in air flights, visa waiver programs and eased visa requirements, increase in the consumption tax refunds, as well as the market environment and aggressive promotion of inbound travel to Japan have all contributed to the expansion of the foreign visits.

A look at individual source markets, reveals that Taiwan, Hong Kong, and India recorded the best ever figures this term and 18 of the 20 major source markets (Britain and Russia being the exceptions) also scored the best results ever. East Asia in particular marked a 61.5% growth by South Korea, 133.6% by China, and 70.3% by Hong Kong, a significant expansion of inbound travel. With the addition of Taiwan, the 4 markets sent 1.163 million visitors, which is more than 70% of all foreign arrivals in May.

As many source markets will enter the vacation season in June, foreign visitor arrivals are expected to expand further. However, with the increase of MERS cases in South Korea, JNTO warns that market movements should be observed with caution.

2015 Visitor Arrivals & Japanese Overseas Travelers (Unit: Persons)

Month	Visitor Arrivals			Japanese Overseas Travelers		
	2014	2015	Change %	2014	2015	Change %
1 Jan.	944,009 (730,519)	1,218,393	29.1 (33.9)	1,253,404	1,235,612	-1.4
2 Feb.	880,020 (688,902)	1,386,982	57.6 (75.2)	1,404,873	1,257,154	-10.5
3 Mar.	1,050,559 (802,434)	1,525,879	45.2 (54.1)	1,596,751	1,534,026	-3.9
4 Apr.	1,231,471 (1,020,474)	*1,764,700	*43.3	1,189,132	1,144,833	-3.7
5 May.	1,097,211 (892,577)	*1,641,800	*49.6	1,280,765	*1,250,000	*-2.4
6 Jun.	1,055,273 (866,883)			1,289,029		
1~6 Jan.-Jun.	6,258,543 (5,001,789)			8,013,954		
7 Jul.	1,270,048 (1,080,552)			1,414,912		
8 Aug.	1,109,569 (903,919)			1,783,127		
9 Sep.	1,099,102 (846,241)			1,520,863		
10 Oct.	1,271,705 (1,029,922)			1,417,766		
11 Nov.	1,168,427			1,355,246		
12 Dec.	1,236,073			1,397,520		
1~5 Jan.-May.	5,203,270 (4,134,906)	*7,537,800	*44.9	6,724,925	*6,421,600	*-4.5
1~12 Jan.-Dec.	13,413,467 (10,880,604)			16,903,388		

◆Note 1. The figures for Jan.-Nov.2014 are provisional, while * stands for the preliminary figures estimated by JNTO.

◆Note 2. Provisional and definitive figures for Visitor Arrivals are compiled by JNTO (source: Ministry of Justice), and provisional and definitive figures for Japanese Overseas Travelers are provided by the Ministry of Justice.

◆Note 3. The figures in () represent the number of tourists among the total.

Evolving toward a “Value-Creating Industry” Three Integrated Roles Important to Promote a Tourism Nation



JATA held its 59th Regular General Assembly and a Board of Directors meeting at Keidanren Hall in Otemachi, Tokyo, on June 24. At the general assembly, the FY2014 business report, financial reports, and the appointment of new directors were approved. The FY2015 business plan and policy recommendations on overseas, domestic, and inbound travel were also reported.

Active Initiatives for Policy Issues

At the general assembly, Mr. Hiromi Tagawa, chairman of JATA, cited in his speech JATA's three missions in this drastically changing era: (1) Evolving toward a value-creating industry, (2) stimulating new demand, and (3) promoting a tourism nation. He explained that JATA is promoting initiatives for these missions.

Reviewing the year since his appointment as JATA chairman, Mr. Tagawa emphasized that he has tried to achieve the recommendation that he made to strengthen the operating bases of member companies in June 2012 when he served as the chairman of the JATA Special Committee for Policy Study. He pointed out the importance to JATA of (1) being involved in the policymaking process for such issues as the revision of the Travel Agency Act and relevant systems, cancellation fee rules, fuel surcharge, and the Act on the Elimination of Discrimination against Persons with Disabilities to be enforced from April next year, (2) reflecting the opinions of the travel industry to strengthen the operating bases of member companies, and (3) aiming to create an environment which enables the travel industry to evolve into a value-creating industry.

JATA's recommendations for the revision of the Travel Agency Act and relevant systems were consolidated through deliberations by a study group set up in the Japan Tourism Agency so that online travel agents (OTA) would not be the only ones to enjoy advantages. With regard to the rules on cancellation fees, JATA discussed how to improve the rules with the Japan Tourism Agency. JATA also held a regular meeting with the Japan Civil Aviation Bureau concerning the integration of the fuel surcharge into airfare. At the same time, the JATA Chairman submitted requests directly to the head of the bureau to make the rules transparent. However, the bureau has not provided a sufficient response to the industry's requests. Therefore, JATA intends to continue to work on this issue.

Chairman Tagawa revealed that JATA is preparing appropriately for the Act on the Elimination of Discrimination against Persons with Disabilities, which is expected to have a great impact on the business of member companies, by such means as setting up a special committee. For the recruitment and development of human resources, the largest managerial resource of travel companies, JATA plans to establish a joint internship and guidance scheme and to further improve seminars and training systems.

JATA Serving as an Engine for All-Japan Efforts

Chairman Tagawa also referred to the initiatives taken to improve the relationship with China and South Korea, the largest markets for Japan's travel industry, to create new demand. In particular, as part of the Japan-China Tourism &

Cultural Exchange Project through which Mr. Tagawa visited China as the executive committee chairman, Chinese President Xi Jinping attended the exchange meeting held at the Great Hall of the People and emphasized the importance of private-sector exchanges. According to Mr. Tagawa, President Xi's stance will “change the tide significantly.”

Regarding the promotion of a tourism nation, Chairman Tagawa pointed out that the travel industry plays a very important role because inbound travel is positioned as a “vehicle for local creation” and the travel industry integrates domestic travel, inbound travel, and bilateral exchange. The chairman emphasized that JATA aims to develop the JATA Tourism EXPO Japan, which is a platform for the three integrated functions and an engine for all-Japan efforts to promote tourism, into the world's best event.

Mr. Shigeto Kubo, commissioner of the Japan Tourism Agency, also mentioned the 2nd JATA Tourism EXPO Japan to be held in September this year. In his guest speech, Mr. Kubo said, “I expect that the EXPO will be more successful than last year as one of the world's biggest tourism events that stimulates demand for overseas travel among Japanese people and provides an opportunity to promote two-way tourism.” At the same time, the commissioner requested the travel industry to develop tour products which stimulate overseas travel demand among Japanese people for the expansion of bilateral exchange.

Policy Recommendations for the Era of 40 Million People Mutual Exchange

JATA submitted policy recommendations on overseas, domestic, and inbound travel to the Japan Tourism Agency in April this year for the “era of mutual exchange among 40 million people” which is expected to be achieved in 2020. At the JATA general assembly, committee chairpersons who consolidated the policy recommendations explained the demand creation to be achieved by the travel industry and the approach to overcome issues by all-Japan efforts through cross-ministry/agency efforts and public-private partnership.

Mr. Jungo Kikuma, vice chairman of JATA and chairman of the Outbound Travel Executive Committee which consolidated an overseas travel policy recommendation entitled “To Achieve 20 Million Overseas Travelers in the Era of Mutual Exchange among 40 Million - Realization of an exchange-oriented country through two-way tourism,” pointed out the current situation, saying, “The environment surrounding overseas travel is very tough. Safe areas for overseas travel are decreasing, and our business areas are shrinking due to the global threat of terrorism, concerns over infections, etc.” According to Mr. Kikuma, travel companies' product planning and other creative efforts are not enough to expand the overseas travel market in such a tough business environment and to increase the number of travelers to 20 million in 2020.

The Outbound Travel Executive Committee set up three task forces to overcome these issues. In particular, the Policy Recommendation Task Force has repeatedly held discussions to prepare a recommendation that requests the government to revise the overseas travel framework to achieve 20 million travelers. Vice Chairman Kikuma explained, “The task force submitted a policy recommendation to the Japan Tourism Agency based on the idea that we need to appeal not only to the Japan Tourism Agency but also to Japan's ministries and agencies in charge of policy measures related to overseas travel, such as the Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology and the Ministry of Foreign Affairs.”

Vice Chairman Kikuma explained the policy recommendation on overseas travel, saying, “The recommendation was consolidated from a long-term perspective, considering the large framework surrounding overseas travel and trying to stimulate the government through the Japan Tourism Agency while involving other ministries and agencies.” Seeking understanding, he said, “We do not expect an immediate effect in the next year or the year after that. The recommendation is based on a long-term perspective and aims at a large impact so that the significance of overseas travel will increase in the future.”

事務局 便り

●JATA業務予定表 7月10日(金)～8月31日(月)

※予定表は変わることがあります。

本部・支部の委員会(予定)

7月10日	理事会・常任役員会／本部
7月10日～11日	幹事会視察研修(北海道)／関東支部
7月10日	実務委員会／九州支部
7月13日	広報委員会／本部
7月14日	国内旅行委員会／九州支部
7月15日	ツーリズムEXPOジャパン2015実行委員会
7月16日	幹事会／北海道支部
7月16日	幹事会・定例会／東北支部
7月16日	総務委員会／関東支部
7月17日	消費者相談委員会／九州支部
7月21日	国内旅行委員会／関東支部
7月22日	訪日旅行推進委員会／本部
7月22日	ANTA北海道支部(三役)との意見交換/北海道支部
7月22日	消費者相談委員会／関西支部
7月23日	国内旅行推進委員会／本部
7月29日	海外旅行委員会／関東支部
7月29日	海外旅行委員会／関西支部
7月31日	研修・試験委員会／本部
8月上旬(予定)	海外旅行委員会／北海道支部
8月26日	幹事会／北海道支部
8月26日	海外旅行委員会／九州支部
8月28日～29日	福岡地区委員会(雲仙)／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。

7月12日	JATA環境保全活動 海岸清掃活動(三原市)／中四国支部
7月14日	JICA観光振興セミナー／海外旅行推進委員会
7月14日	若手を含む実務者向けインバウンドセミナー(都庁)／関東支部
7月14日～21日	旅程管理研修(福島・東京A・東京B・名古屋・大阪・那覇)／研修・試験委員会
7月20日	環境保全活動／沖縄支部
7月24日～27日	北京研修／中四国支部
7月30日～31日	富士山実地研修／訪日旅行推進委員会
8月26日	海外旅行セミナー(苫小牧市)／北海道支部
8月27日	関西からの海外教育旅行と語学研修セミナー&ワークショップ／関西支部

「世界観光倫理憲章」の趣旨に沿う取り組みを募集 ジャパン・ツーリズム・アワード UNWTO部門賞

ツーリズムEXPOジャパンでは今年度から、国内外の団体などによる持続可能で優れた観光振興における事業を顕彰することで、「観光立国＝ニッポン」の実現を目指す取り組みを国内外に周知・啓発していくことを目的に、「ジャパン・ツーリズム・アワード」を実施することになりました。

その部門賞として「ジャパン・ツーリズム・アワード UNWTO部門賞(The Japan Tourism Award for Responsible Tourism in collaboration with UNWTO)」を創設し、「世界観光倫理憲章」の趣旨に沿って優れた取り組みを実践している企業・団体に対して顕彰を行います。

日本でも昨年9月に、JATAをはじめ観光関係団体や旅行会社などが署名した「世界観光倫理憲章」は、世界の環境・文化遺産・社会に与える潜在的な悪影響を最小限にとどめながら、観光産業の発展を最大限に引き出すことを目的として、国連世界観光機関(UNWTO)が策定し、1999年のUNWTO総会で採択された規範です。

JATAでは、世界における日本の観光産業のさらなる地位向上と責任ある発展のため、会員の旅行会社各社に奮って応募いただきたく、右記の通り、ご案内いたします。

「ジャパン・ツーリズム・アワード UNWTO部門賞」

主催：ツーリズムEXPOジャパン組織委員会

応募締切日：2015年7月21日(火) 必着

応募資格：世界観光倫理憲章署名会社・団体及び団体の会員会社

表彰日(予定)：2015年9月24日(木)

詳細は <http://t-expo.jp/biz/program/cms.html> でご確認ください。

(ツーリズムEXPOジャパン2015トップページ) 出展者様>関係者様>プログラム>顕彰事業)

問い合わせ先：

「ジャパン・ツーリズム・アワードUNWTO部門賞」事務局

JATA総務部内(担当：長田・齊藤)

TEL:03-3592-1271 FAX:03-3592-1268

E-mail:kikaku@jata-net.or.jp

福島県 南相馬市

素材研究
(国内)



数百の騎馬が二本の御神旗を奪い合う
神旗争奪戦



明治・大正・昭和の変遷を伝える歴史的
建造物を再生させた野馬追通り銘醸館



相馬野馬追の雰囲気を感じさせる長屋風の建物で市民と来訪者の交流の場となっている道の駅「南相馬」



「セテッテかしま」は南相馬市をはじめ相双地方の物産・観光・伝統文化など多様な地域情報を発信しています

相馬野馬追の「総大将出陣」。総大将は藩主の子孫が勤め、赤い母衣と三本扇を装着します

白鉢巻・野袴・陣羽織姿の騎馬武者達が
大坪流の手綱さばきで行う甲冑競馬は、
迫力満点です

21世紀の今に甦る豪華絢爛な戦国絵巻 平将門が起源で千年の歴史持つ相馬野馬追

福島県南相馬市では7月25日から27日までの3日間にわたり、千年を超える歴史を誇る伝統の祭り「相馬野馬追」が開催されます。甲冑に身を固めた500余の騎馬武者が腰に太刀、背に旗指物をつけて疾走する勇壮な光景は、豪華絢爛な戦国絵巻を21世紀の今に甦らせるものです。

多くの観客を集める地域イベント

現在の南相馬市は2006年1月、旧原町市、旧小高町、旧鹿島町の1市2町が合併して誕生しました。

同市小高地区は、平将門を祖とする相馬氏が中世に本拠としていた地域で、奥州藤原氏を討討する奥州合戦で功があったことから、行方郡の地頭となった後、小高城へ居を移して周辺地域に勢力を伸ばし、隣接する伊達氏と拮抗するまでになったといわれています。

相馬野馬追は、平将門が野馬を放ち軍事訓練を行ったのが始まりと言われ、国の重要無形民俗文化財にも指定されています。この地域全体を象徴するイベントとして、多くの観客を集めてきていました。

相馬野馬追執行委員会によると、2010年には3日間の観客数が21万4900人に達していましたが、東日本大震災が発生した11年には

3万7400人に激減。その後は、12年が15万9700人、13年が16万6500人、14年が19万5600人と順調に増加し、震災前の水準に迫ってきています。

相馬野馬追を軸に観光施策展開も

相馬野馬追はもとも、毎年7月23日から25日までの3日間に行われていましたが、2011年から保存伝承のため出場者が参加しやすい月末の週末を組み合わせた3日間に変更されました。また、今年4月には南相馬市が常磐自動車道の南相馬鹿島サービスエリアに隣接して整備を進めてきたサービスエリア活用拠点施設「セテッテかしま」がオープン。観光情報を紹介するコーナーも設置され、年間を通じた相馬野馬追のアピールがさらに強化されました。

同市では近年、観光ボランティアガイドによる史跡などの案内、長期滞在や移住を視野に入れた農家民宿での「田舎暮らし」体験もスタートしており、相馬野馬追を軸とする観光施策の展開も本格化してきています。

さらに、南相馬市は今年3月、福島県内の自治体としては初めて「脱原発都市宣言」を行い、東日本大震災に伴う原発事故の克服と、原子エネルギーに依存しないまちづくりを推進していくことを内外に表明。同市が目指す「脱原発のまちづくり」も、防災減災ツーリズムや産業観光などの形で実を結んでいくことが期待されるところです。

シチリア島

素材研究 (海外)



天才科学者・アルキメデスに捧げられたアルキメデー広場【©イタリア政府観光局】



アーモンドの花に囲まれたヘラ神殿



アルキメデー広場にある狩猟の女神ディアナに捧げられた噴水の像【©Fototeca ENIT】



世界遺産に見るシチリアの奥深い歴史 異民族支配による文化的多様性が魅力

ギリシャ劇場跡から臨むエトナ山の雄大な光景



現存する遺跡で最も保存状態が良いコンコルディア神殿



紀元前5世紀前半の神殿が7世紀のビザンチン時代にキリスト教教会に転用されたというドゥーモ【©Fototeca ENIT】

世界遺産が最多の50を数えるイタリアにあつて、異民族の支配による文化の多様性が魅力と言われるシチリア島には、そのうちの6つが集中。それぞれの時代の面影が色濃く残る島内各地では、短期の滞在でも多様な文化遺産にふれることができます。

シラクーサを守ったアルキメデスの発見

古代から地中海における戦略上の重要拠点だったシチリア島は、ギリシヤ、カルタゴ、ローマ帝国、ビザンチン、イスラム、ノルマン、フランス、スペインと、時代によって支配者が変わってきました。

2005年にギリシヤの植民都市シラクーサとともに世界遺産に登録されたシチリア東部のパンタリカには、石灰岩の渓谷が連なる切り立った崖壁にシチリア島先住民の墓が5000以上も残されています。紀元前13〜7世紀のものと言われるネクロポリ(古墳)で発見された鏡や食器などの日用品は、当時の生活を知る手がかりとなってきました。

そのシチリア島の先住民を滅ぼしたのが、アテネに次ぐ30万人の人口を誇った新興都市のシラクーサで、15000人収容の劇場やアポロン神殿などの遺跡が、往時の繁栄を偲ばせてくれます。天才科学者のアル

キメデスが生まれた街としても知られるシラクーサは、その科学的な発見を通じて誕生した新兵器で街が守られました。ローマ帝国に包囲されたシラクーサを救ったのは、艦隊を炎上させた「アルキメデスの鏡」という兵器だったと伝えられています。

栄華を偲ばせるギリシヤ時代の神殿群

1997年に世界遺産に登録されたシチリア島南西部のアグリジエントは、紀元前6世紀からギリシヤ植民地として築かれた古代地中海世界の重要都市のひとつです。農産物の輸出で賑わったというアグリジエントでは、郊外に築かれた壮大な神殿群が、その覇権を誇示していました。ほぼ完全な形をとどめているコンコルディア神殿をはじめ、ギリシヤ時代に建築された神殿の遺跡が直線に並ぶ「神殿の谷」は、往時の栄華を偲ばせてくれるものです。北アフリカのカルタゴとの戦いを繰り返したギリシヤが戦勝記念として建造したゼウス神殿は「神殿の谷」で最大規模を誇り、カルタゴに攻め入られた紀元前1世紀に焼き打ちにあつたというヘラ神殿には当時の炎の跡も残されました。

アグリジエントでは、毎年2月に「アーモンドの花祭り」と同時開催される国際フォークダンスフェスティバルには世界各国から多くの民族舞踊団が参加する。一方、シラクーサでは、毎年5月から6月にかけて紺碧の海を前に古代ギリシヤ劇場で古典的祭りが開催されています。



動く。
感じる。
旅になる。

富士山
凱歌
快晴



世界最大級 旅の祭典

ツーリズムEXPO ジャパン

2015 9/26(土) - 27(日) 東京ビッグサイト <http://t-expo.jp>

『旅行総合保険』 トラベル365のご案内

海外と国内を補償。業務でもプライベートでも、1年間に何度も旅行する方向けの旅行保険です。

◎保険期間中に開始した旅行期間(責任期間)で、海外旅行は1回の旅行につき出発日より31日を限度とし、国内旅行(※)は1回の旅行につき出発日より7日を限度に、**何回でも自動的に補償**します。

(※)国内旅行の補償対象となる旅行は、「旅行会社が企画・手配した宿泊を伴う旅行」、または「被保険者が宿泊施設に予約した宿泊を伴う旅行」をいいます。

◎海外主要55都市に日本語対応のJiデスクが設置され、現地でのトラブルに対応します。

◎海外300ヶ所を超えるJi提携病院でキャッシュレス治療が受けられます。

◎渡航先で、万一、重症になった場合の緊急手術や日本までの医療搬送が必要となる場合も、病院の手配からご自宅への医療搬送まで対応するので、安心です。

◎スーツケース破損時は、ご自宅まで宅配業者が引取りに伺い、修理後は宅配業者がご自宅にお届けします。

旅行総合保険 ご契約タイプ一覧表

補償の範囲		ご契約タイプ	216	223	224	225	
海外旅行中	国内旅行中						
○	○	傷害	死亡・後遺障害	1,000万円	2,000万円	4,800万円	5,953万円
○	○		治療費用	600万円	1,000万円	2,000万円	2,000万円
○	×	疾病	治療費用	600万円	1,000万円	2,000万円	2,000万円
○	×		死亡	599万円	1,000万円	1,000万円	1,000万円
○	○	保険金額(ご契約金額)	個人賠償責任 (自己負担額0円)	1億円	1億円	1億円	1億円
○	※1 ○	救 援 者 費 用 ※1	300万円	1,000万円	1,000万円	1,000万円	
○	○	携 行 品 損 害 (自己負担額0円)	30万円	30万円	100万円	100万円	
○	×	旅行事故緊急費用	5万円	5万円	5万円	5万円	
※2 ○	※2 ○	交 通 事 故 傷 害 (死亡・後遺障害) ※2	—	930万円	963万円	1,000万円	
※3	○	旅行外の個人賠償責任 (自己負担額0円)	—	1億円	1億円	1億円	
○	×	旅行中断費用 ※4	—	—	—	200万円	
年間合計保険料			20,000万円	30,000万円	50,000万円	60,000万円	

※1:国内旅行では、病気が原因となる場合はお支払の対象とはなりません。※2:旅行中・外を問わず補償。※3:旅行期間外を補償。※4:旅行中断費用は、渡航先にて地震が発生した等の理由により旅行を途中で取りやめて帰国する際の交通費などをお支払いします。出国前に旅行を取り消したときの費用などはお支払の対象となりません。

この広告は、保険商品の概要をご説明したものです。詳細につきましては、所定のパンフレットをご覧くださいか取扱代理店または引受保険会社にお問合せください。

お問合せ・取扱代理店

株式会社ジャタ <http://www.yu-jata.com>

TEL 03-3504-1751 9:30~17:30 (除く土日祝・年末年始) 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。

引受保険会社：ジェイアイ傷害火災保険株式会社

〒102-0082 東京都千代田区一番町20-5 TEL:0120-877-030 9:00~17:00 (除く土日祝・年末年始)