

## 新任の坂巻伸昭JATA副会長に聞く 「業界の皆さんが笑顔になるように」

ツーリズムEXPOジャパン 2017—いよいよ来月開幕!!

海外旅行復活へ着実な足取り  
上半期の日本人出国者数は6%増



写真提供:関西エアポート株

**特集** チャータービジネスの時代、本格到来へ  
さらなる規制緩和を大いに歓迎  
志村JATA理事長にインタビュー



民営化から1年が経過した仙台空港。ゲートウェイ機能の強化へチャーター便の活用も重要な施策です



極東ロシアへのプログラムチャーターも就航している新潟空港



東北エリアの交流人口拡大を担う仙台空港



台湾や済州島などへのチャーター便で賑わう松山空港

## チャーター活性化の環境整備を

JATAが国土交通省に要望してきたチャーター規制緩和は、個札販売や卸売り販売の段階的自由化という形で実を結んでいます。二層のチャーター活性化に向けて、さらなる規制緩和への期待も高まっています。

JATAはこれまで、海外旅行市場

# さらなる規制緩和を大いに歓迎 高付加価値ビジネスの可能性に期待の声

の活性化に向けて、包括旅行チャーター（ITC）における利用航空会社の多様化の拡大や、チャーター販売をより容易にする環境整備、買取りリスクを軽減する要件緩和などを、国土交通省観光庁と航空局に要望し、その実現に向けて働きかけを行ってきました。

近年では、ITC座席の卸販売に関わる規制緩和や第三国航空会社のチャーター便における地方空港での個札販売の規制緩和などが実現されており、JATA海外旅行推進部の吉田利直副部長によると「さらなるチャーター規制緩和の進展」も織り込まれていると語ります。

JATA海外旅行推進委員会の航空空港問題検討部会で副部長を務めるKNITCホールディングスの河野淳海外旅行部長は、「もともとチャーターの制度や安心安全などをめぐりJATAとして議論を始め、近年は旅行会社や旅行者が利用しやすい形を当局にお願いしている中で、段階的に要望が実現されてきていることを感謝している」と語り、「地方マーケットも含めたチャーターの促進と層の活性化につながる環境整備を進めていただきたい」と期待を示しています。

チャーター形態については、現在、オウンユース、アフィニティー、ITCが認められています。こうしたチャーター形態の規定が撤廃されて、チャーターを実施するための柔軟性が高まっていけば、より広範な旅行形態へのチャーターの活用もできるようになります。

JTBワールドバケーションズ販売企画部ルック航空任人チームの川原政彦チームマネージャーは、「チャーター形態が撤廃されると、入口が二つになってシンプルで分かりやすくなり、社内やお客様にも明快に説明でき、チャータービジネスの取扱拡大も見込める」と説明。「旅行業界全体としてチャーターに関わる度合いが高まっていくことも予想され、事業的な広がりをもたらす可能性もある」と指摘しています。

## 要件緩和の進展で派生的展開も

チャーター形態の撤廃によって、ITCの主な要件である「全旅程の半分以上の日程を含む宿泊手配要件」などもなくなることで、より広範な旅行形態に対応してチャーターを実施することができるようになります。KNITCホールディングスの河野海外旅行部長は、「現行の標準旅行業約款に

は包括旅行という規定がなく、旅行の形態は基本的に、募集型企画旅行と受注型企画旅行、手配旅行という3種類なので、その要件を満たすことでチャーターが実施できるようなれば、旅行会社としても整理しやすい」と語っています。

エイチ・アイ・エス 関東業務事業部 関東航空管理戦略グループの福島慶輔サブグループリーダーは、「これまでも徐々にチャーター規制緩和が実現される中で、チャーターに取り組みやすくなったことは確かであり、今までは出来なかつたけれども、この条件なら取り組んでみよう」と後押しされた形になってきている。さらに要件緩和が進めば、新たに派生的な展開も出て来るはず」と語り、チャーター規制緩和の意義を強調しています。

チャーター規制緩和の進展をめぐり、注目されているのが個札販売要件の緩和とチャーター座席の卸売りに関わる規制緩和です。

昨年4月に実施された個札販売の規制緩和では、当事国チャーター会社は原則的に無制限、第三国チャーター会社は供給座席の50%まで、それぞれ地方空港のみを対象に認められました。羽田・成田・関西の3



空港では認められなかった個札販売の規制緩和の対象に閑空が加わることも期待されています。

エイチ・アイ・エスの福島サブグループリーダーは、「羽田・成田という首都圏空港が個札販売の規制緩和対象となることは難しいかもしれないが、閑空における個札販売要件の緩和が実現すれば、将来へのステップになるのではないかと語り、大きな意義を持つという見方を示しています。

## 地方における市場開発に期待

また、チャーター座席の卸売り規制緩和については、用機者が第3種旅行会社に対して座席の卸すことが認められていますが、卸売りの対象を全座席に広げられれば、旅行会社の買取りリスクはさらに軽減されることとなります。

JTBワールドパッケージシヨンスの川原チームマネージャーは、同社が用機者となった場



KNT-CT ホールディングスの河野淳海外旅行部長

合、「JTBグループ各社が募集型や受注型でチャーター座席を利用する時に、航空仕入本部が当該チャーター機の全座席をグループ各社に販売する可能性もある」と説明。「プログラムチャーターの場合なども、1社が代表して契約し、出発日によって別々の旅行会社に全席を卸すこともできるようになり、契約上もやりやすくなると同時に、実際の販売面でもリスクを回避できる」とメリットを強調しています。

チャーター規制緩和の進展で、個札販売や卸売り販売の自由度が増すことにより、特に、地方空港での需要創出や市場開発も期待されることです。

KNT-CTホールディングスの河野海外旅行部長も、「かつて地方空港が相次いで開港し、国際線も花盛りだったころには、空港がある県からの出国者に占める地元空港の利用率は半数近くに及んだ時期もあったが、撤退や、路線の偏りが進んだことで、地



JTB ワールドパッケージシヨンスの川原政彦チームマネージャー

元から出る割合は2割前後というところもある」と地方空港の現状を指摘。「地方空港の市場は規模が小さく、例えばヨーロッパ向けにダイレクトに飛べる250席くらいの大規模だと、1社でフルパッケージ商品だけではどうしても売切れない場合がある。卸売による複数社での商品展開や、1泊だけホテルが付いた自由度の高い商品の設定、航空会社の個札を旅行会社が受託販売するなど、多様に取り組めれば、席を埋め切る可能性も高まる」と説明しています。

## 高付加価値のチャーター実現へ

河野海外旅行部長は、「特に新たな需要を掘り起こすためのチャーターは、旅行が上手くいった、満足していただけたということに加え、旅行会社にも利益が残らないと、次の機会が生まれない」と語り、「チャーターだから実現できる」高付加価値商品への取り組みが最重要。その指標



エイチ・アイ・エスの福島慶輔サブグループリーダー

として、オフラインダイレクトピークという3つのポイントがあり、通常は行けないデスティネーションへ、一番良い時期に、地元から直接行けるツアー、つまり、世の中に存在しない価値を提供し、バリエーションを取り納得していただくことがチャーターに取り組み意義」と強調。「過去の反省も踏まえ、旅行業として収益性を確保し、継続的に取り組める体制を整えていけるよう、高付加価値の商品への取り組みと座席を売りきる色々な取り組みのバランスが大切だ」と話しています。

エイチ・アイ・エスの福島サブグループリーダーは、「フルパッケージの高付加価値の商品を造成すると同時に、航空券プラスホテルというお客様が求めているトレンドの商品も提供しなければならぬが、従来のITCの考え方だけでなく、個札としての購入を希望するお客様のニーズに合わせる必要もある」と指摘。「航空券プラスホテルや個札販売については、OTAがやる部分という見方もあるだろうが、そういうお客様でも現地でのアクティビティや食事、部屋の眺望などにこだわり、高度にカスタマイズされたサービスを伴う需要もある。OTAでは対応できない旅行会社ならではの高い付加価値となりうる」と語り、「そうしたニーズに応えるものとしてチャーターを捉え、フルパッケージだけでなく、航空券プラスホテルや個札販売でも、高付加価値のチャータービジネスを目指したい」と意欲を示しています。

# 志村 JATA 理事長に聞く 需要拡大へチャーター規制緩和に期待

2013年から段階的に進められてきてきているチャーター規制緩和の更なる実施が8月上旬に予定されています。旅行業界にとつての意義やチャーター便の活用による海外旅行需要拡大への展望などについて、JATAの志村格理事長にお話を伺いました。

## チャーターの特性活かし需要促進

——近年におけるチャーター規制緩和の背景をどのようにご覧になっていますか。

**志村** まず、規制緩和の進展については、旅行業界として大いに歓迎するものです。チャーターをめぐる状況の変化を説明させていただくと、定期便の小型化などによってI-T(包括旅行)用の座席が減少する一方で、急増する訪日インバウンド需要に対応するため、アウトバウンド需要の団体向け



志村格理事長「チャーター規制緩和は旅行会社にとって大きなチャンス」

座席が不足してきており、旅行業界にとつては、チャーター便やLCCの利用促進の必要性が高まっています。また、地方空港における定期路線が減少してきていることから、各地の海外旅行市場を活性化させるために、チャーター便の特性を活かしてアウトバウンド需要の促進を図ることが求められるようになってきていると思います。

——これまでのチャーター規制緩和の経緯について、お聞かせください。

**志村** 従来における規制緩和は、定期便を優先するという考えの下で、航空会社がチャーター便を運航しやすくするための施策でした。一方、旅行業界としても、チャーター便を企画して販売するという立場から、これまでもチャーター規制緩和について関係当局に要請してきています。その結果、2013年5月にI-TC(包括旅行チャーター)の卸し販売について規制緩和が実施され、2016年4月には地方空港における個札販売の規制緩和も実現されています。

## 形態撤廃で活用の柔軟性を高める

——過去2回のチャーター規制緩和を受けて、次の段階では、どのようなことが期待されるでしょうか。

**志村** 現在、チャーターの形態として認められているのは、オンユースとアフィニティー、I-TCですが、そのチャーター形態が撤廃されれば、旅行会社がチャーター便を活用するための柔軟性がより高まると思います。認められている3つのチャーター形態については、それぞれに様々な要件が設けられているわけですが、それを原則的に撤廃して必要な制限だけを規定する形にすれば、旅行会社がチャーター便を活用する際に頭を悩ませていた形態についての問題からは解放されることになります。例えば、I-TCの主要要件となっている宿泊手配要件(つまり、全旅程の半分以上の日程で宿泊手配を行うという要件がなくなれば、より様々な旅行形態でチャーター便を活用することができるといえます。

——チャーター便における個札販売について、さらなる緩和への期待も高まっています。

**志村** 昨年4月に実施された当事国チャーター会社による個札販売や第三国チャーター会社による個札販売の要件緩和が認められたのは地方空港だけで、羽田・成田・関空については認められていません。例えば、関空を地方空港と位置付けて、個札販売が認め

られるようになれば、チャーター規制緩和の対象空港として関空におけるチャーターの活性化が期待できると思います。関空の後背市場における海外旅行の潜在需要は小さくありませんから、旅行業界にとつての意味合いは大きいものになるのではないのでしょうか。

## 卸売り販売の対象を全座席へ拡大

——卸売り販売については、いかがでしょうか。

**志村** 現在、用機者は第二種旅行会社に対して座席の一部を卸すことが認められていますが、全座席の卸しが認められるようになれば、買取りリスクが減って旅行会社にとつての自由度が高まりますから、旅行会社はより積極的にチャーター便を利用した旅行商品の造成や販売に注力することができて、海外旅行需要の拡大が期待されると思います。特に、定期路線が少ない地方空港では、定期便の就航していないデスティネーションに直接行けるようになるので、地方での海外旅行商品の造成や販売には大きな追い風となるものと見込まれます。また、地方の場合、大都市圏と異なり、チャーター便の座席を埋めるのに苦労するという状況があるわけですが、全座席の卸しが認められれば、空席を減らすことにもつながっていくはずです。チャーター規制緩和がさらに進めば、色々なデスティネーションで様々な旅行商品を開発できるようになり、旅行会社にとつては大きなチャンスになるだろうと期待しています。



## 特集 チャータービジネスの時代、本格到来へ

さらなる規制緩和を大いに歓迎

高付加価値ビジネスの可能性に期待の声 ..... 1~2

志村JATA理事長に聞く

需要拡大へチャーター規制緩和に期待 ..... 3

JATA副会長に就任した坂巻伸昭 東武トップツアーズ代表取締役社長

「業界の皆さんが笑顔になるように」 ..... 5

### 〈本部活動報告〉

- ・「旅の安全の日」で約140社が模擬訓練  
時差想定の深夜実施やSNS活用の事例も ..... 6
- ・旅行業界の現状と役割など説明  
一般紙・誌の論説委員や編集委員に ..... 7
- ・テオ フィリピン観光長官を表敬 ..... 7

### アウトバウンド促進協議会通信VOL.5

東アジアチーム 藤田克己部会長に聞く

しっかりと商品を作り供給し続ける ..... 8

### ツーリズムEXPOジャパン

「TEJ観光大臣会合」を開催 ..... 9

### 連載 価値創造産業への新潮流

—動き出したダイバーシティの取組み—

[取材協力]株式会社カルビー(東京都千代田区)

2020年には女性管理職比率を30%に ..... 10

支部活動 ..... 7

日本人出入国者数(速報値) 上半期の日本人出国者数は6%増 ..... 15

#### ●読み物&マーケティング

- ・OAGデータに見る航空業界の現状と変化 アジア地域で著しい成長を続けるLCC ..... 11
- ・シリーズ:『挑戦』を支えるもの~旅行安全マネジメントは「平時」のリスクマネジメントがポイント~ ..... 12
- ・ハイにちろ消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑤⑥
- ・今回のテーマ:自然災害は天災地変ではないのか?台風直撃なのに取消料をとるとはなににごとだ ..... 13
- ・法務の窓口 第55回 パンフレットと旅行条件書 ..... 14

#### ●素材研究

- ・(国内)横須賀市(鎮守府) 海軍文化も育んだ独自の都市発展ストーリー ..... 16
- ・(海外)ベルンカステル・コース(ドイツ) モーゼル河畔の「かわいい絶景」 ..... 17
- ・日中45周年プロジェクト 黒龍江省 “地方間交流”の拡大で旅行需要を牽引 ..... 18
- 事務局だより ..... 15

#### 表紙写真

JATAが長年にわたり取り組んでいるチャーター規制緩和を求める動きは、個札販売や卸売販売の段階的自由化につながっていますが、さらなる規制緩和によって、チャーター形態の撤廃やチャーター便の全席卸販売などとともに、近畿圏の海外旅行市場活性化に向け関西空港における個札販売への期待も高まっています。

#### 「日中国交正常化45周年」ロゴの使用について

2017年は日中国交正常化45周年という記念すべき年となります。当協会では、中国国家観光局などのご協力をいただきながら、「再発見!中国」をテーマに日中両国の観光交流を推進してまいります。中国旅行の需要喚起、拡大に向けた施策を推進するためにロゴマークを作成しました。下記サイトからダウンロードの上、会員各社のパンフレット等に是非掲載いただきますようお願いいたします。

<https://qooker.jp/Q/auto/ja/kaigai2017/171231/>



発行 一般社団法人 日本旅行業協会広報室

〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3

全日通霞が関ビル3階

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

FAX:03-3592-1268

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

旅行歴

趣味

アンケート

年齢層

## 顧客情報、最大活用できます。

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

顧客情報を、あらゆる角度で分析・抽出! DM、メルマガ戦略に活用!  
貴社のマーケティング戦略立案を支援します!

株式会社 ウィ・キャン

本社: 東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂J3エビル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副会長に就任した 坂巻伸昭 東武トップツアーズ代表取締役社長

## 「業界の皆さんが笑顔になるように」 価値創造産業への転換に本気で取り組む

今年6月に、東武トップツアーズの坂巻伸昭代表取締役社長がJATA副会長として選任されました。JATA国内旅行推進委員会の委員長も務める坂巻副会長に、その抱負や考え方を話していただきました。

### 「原点回帰」がキーワードに

副会長に就任されての抱負をお聞かせください。

坂巻 一般的には旅行業界が良い状態にあるように言われていますが、実際には転換期に来ているのではないかと思っています。それは一つには、急増する訪日インバウンド需要にどう対応できるのか、もう一つは、国策として「観光立国」を目指す中で旅行



「JATA会員の声に耳を傾けたい」と語る坂巻副会長

業界の位置づけはどうなるのか。そうした課題への対応を図る方で、OTAの台頭によって、インターネットを使ったFIT旅行者も増加してきており、色々な意味で旅行業界として転換を求められていると考えています。

特に、オンラインによるエア&ホテル販売の拡大に対応するという意味での転換が大きなテーマであり、リアル・エージェントとしてどういう形を作っていくかということに業界全体で正対していかなければなりません。一体となり取り組んでいきたいと考えています。田川会長が繰り返し強調されているように、かつて旅行業界が全力を傾けて繁栄の時代を築いた原点に立ち返ることが重要であり、「原点回帰」は重要なキーワードだろうと思います。

企画力・提案力・斡旋力・添乗力といった旅行会社の真価を發揮して「旅の力」を示さなければなりません。

坂巻 そうです。昨今の状況を見ていると、旅行の価値が金額だけで捉えられがちなのですが、旅行の価値というのは金額だけではありません。旅先で何ができるかというところが重要であり、それをしっかりと伝えられるようにしていかなければ、OTAの台頭によるエア&ホテル販売の拡

大に押されるばかりという事態になりかねない。旅行業界として価値創造産業への転換に本気で取り組んでいかなければなりません。

### 持続可能な地域観光振興を

国内旅行推進委員会の委員長としては、どのような方向性や活動をお考えになつていきますか。

坂巻 私は30数年間にわたって鉄道人生を歩んできましたが、鉄道事業では如何に沿線の価値を高めて定住人口を増やすかということに傾注してきました。鉄道は創業以来、沿線の価値を高めるために、百貨店やレジャー施設をつくらしたり、駅前や住宅の開発などをやってきました。しかし、定住人口を増やすことに限界が出て来たり、人口減少の時代に移ってきている中で、これからは交流人口の拡大も考えていかなければなりません。

東武グループの場合、スカイツリー事業が交流人口の拡大に本格的に取り組むスタートとなりました。求心力の大きい東京スカイツリーを軸に、日光・鬼怒川や両毛地区などの沿線への旅行流動を創出していくことを目指しています。そこで注力しているのが、地域の財産である観光資源をもっとプ

ラッシュアップすることです。東武グループの「聖地」とも言うべき日光では、東武グループとしてバックアップしつつ、東武トップツアーズがDMO事務局として積極的に取り組んでいます。地域に「自立」と「自律」をもたらすのが観光振興であり、そのエンジンとなるのがDMOです。JATA国内旅行推進委員会の委員長としても、いわゆる持続可能な地域観光振興に資する活動を展開できるようにしていきたいと考えています。

### 会員各社の声に耳を傾ける

JATA副会長として、会員会社の皆さんへのメッセージをお願いします。

坂巻 もともと鉄道出身の人間から見ると、旅行業は大変ですけれども、その一方で非常に楽しい仕事です。そのことを実感できるようにして、旅行業界の皆さんを笑顔にできればと考えています。「観光立国」を目指す国の施策に協力するため、JATAは旅行業界全体を牽引するという機能を發揮すると同時に、1000社を超える会員会社の皆さんにJATA会員であることのメリットを感じていただける役割も果たさなければなりません。会員会社が今、何に悩み、どんなサポートを必要としているのか。そうした皆さんの声に耳を傾けることを仕事とする副会長がいてもいいのではないかと考えています。その意味も含めて、JATAの各支部が日常的な活動を強化するための声を聴いていく重要性も増してくるだろうと思つていきます。



# 「旅の安全の日」で約140社が模擬訓練 時差想定深夜実施やSNS活用事例も

JATAでは、7月3日の「旅の安全の日」を中心に会員各社が模擬訓練を実施しました。

個別実施なども含めて今年の参加会員企業数は合計で約140社と見込まれており、「旅の安全の日」を期して模擬訓練に参加した会員企業は94社を数えています。

今年も、海外旅行ではテロ、国内旅行では大地震を想定した訓練が中心でしたが、事故対策本部を設置して広報対応を確認したり、JATAへの事故発生報告を訓練として実施する会社もありました。

さらに、事前通知無しでの訓練実施や、時差を想定して訓練を深夜に実施したケースなども報告されています。

また、SNSを活用した事例も多く、会社全体での情報の共有や、有事対応のスピードアップを目的に、日常的な連絡ツールとしてLINEやメッセージアプリ、スカイプチャットなどが利用されています。

各社からの訓練報告を通じて見えてきた課題としては、(1)安否確認のために情報を抽出する体制と仕組みの構築(日程名簿・保険有無など)、(2)顧客の緊急連絡先情報(海外・国内)の未登録や未記入、(3)緊急時の情報配信に関わる簡潔明瞭な指示、(4)緊急連絡網のアップデート、(5)システムで掌

握しきれないツアーへの留意、などがありました。

訓練全体を通じて、(1)営業時間外や休日における対応、(2)緊急事態への対処と同時並行で、翌日以降の催行判断や取消料対応、(3)事故対策本部の設置とともに顧客に対応する店舗窓口への連絡の迅速化、

(4)様々な旅行形態(インバウンド手配・インターネット)を通じた申し込みなど)における緊急連絡体制、(5)安全管理責任者が不在の場合の対応(代行者のバックアップ・複数担当者への第二報の配信など)、(6)マニュアルの更新(事象・この判断基準の策定やサブマニュアルの作成など)といった意見も出てきています。

## 「安心・安全」をテーマに外務省との共催でセミナー開催

「旅の安全の日」と前後して、「安全」をテーマにしたセミナーも開催されました。

東京・霞が関の外務省中央庁舎では6月22日、同省と日本添乗サービス協会(TCSA)、JATAの共催により「添乗員のための海外安全対策セミナー」が開かれています。

144人が集まった同セミナーでは、外



セミナーで講演する外務省能化領事局長

務省の担当者から「安全対策のプロ」を目指すポイントとして、「連絡先の登録」「海外安全ホームページからの情報収集」「具体的な安全対策の理解」が添乗員に対して示されました。「高いコミュニケーション能力」や「リーダーシップの発揮」などについても、重要性が指摘されています。

7月6日には東京・霞が関の全日通霞が関ビルに1000人を集めて、外務省とJATAが「旅行会社のための海外安全対策セミナー」を開催。近年におけるテロ事件の傾向や外務省による取り組み、旅行の際にリスクを小さくする具体策などが説明されました。外務省からは旅行業界に対して、海外安全情報を踏まえた上で、(1)商品企画への反映、(2)旅の安全性の向上、(3)旅行者への注意喚起、などの要望が伝えられています。

## 九州支部では9社が模擬訓練に参加

JATA九州支部では、西鉄旅行、JTB九州、KNT九州、JR九州、アイダプリュエィツアー、オフィスパル、共進トラベル、九電旅行サービス、Orientalの会員会社9社が模擬訓練に参加。

また、福岡空港国際線ターミナルビル3階の出発ロケット、JTB九州天神支店、HIS福岡バルコ店の大型スクリーンで「旅の安全の日」のビデオが放映されたほか、福岡空港の旅行会社4社のカウンターで海外へ出発する旅行者に「旅の安全の日」PRティッシュが配布されました。PRティッシュは、JATA九州支部の総務委員会と海外旅行委員会のメンバー企業や福岡市内の会員会社、九州の各地区委員長会社の61社でも社員や顧客に配布されています。



福岡空港の旅行会社カウンターでは海外旅行者に「旅の安全の日」のPRティッシュを配布し注意を喚起しています



# 旅行業界の現状と役割など説明 一般紙・誌の論説委員や編集委員に

JATAは7月5日、東京・霞が関の東海大学校友会館で一般紙・経済誌の論説委員・編集委員などを対象に記者懇談会を開催しました。

懇談会には、田川博己会長、菊間潤吾副会長、丸尾和明副会長、坂巻伸昭副会長、志村格理事長やJATA広報委員会メンバーが出席。懇談会に参加した30人の記者らに旅行業界の現状を説明すると同時に、質疑応答も行っています。

記者らからは、「北海道新幹線の開業から1年余りが経過した道南地域の見方」「北海道7空港の一括民営化に対する考え方」「訪日外国人の4000万人、6000万人達成に向けて必要になる施策」「地方都市におけるインバウンド対応」「日本人海外旅行者を増やすために有効な施策や旅行業界・行政・自治体・関連産業の役割」「旅行業界における働き方改革」などについて質問を受けました。

旅行業界をめぐる環境は、宿泊施設やキャリアによる直接販売の増加をはじめ、市



フィリピン観光省のテオ長官(中央右)とベネントC.ベンゾンJr.次官(中央左)を表敬した越智事務局長(右端)と権田海外旅行推進部長(左端)

場構造の変化などによるパラダイムシフトが進む一方で、旅行業界は急増するインバウンド旅行者への対応や地域創生の取り組みなどで大きな役割を果たしています。

JATAとしては、今後の旅行業界の取り組みや考え方について、メディア関係者による理解を深めてもらい、メディアを通じて旅行業界の現状や役割を広くアピールし、旅行業界の社会的ステータスの向上を図るといった観点から、メディアとの重要な接点となる記者懇談会などの機会を活用していく方針です。

## テオフィリピン観光長官を表敬 越智事務局長、活発な双方向交流を歓迎

JATAの越智良典事務局長と権田昌一海外旅行推進部長は6月29日、来日したフィリピン観光省のワンタ・コラソンT:テオ長官をパレスホテル東京に表敬訪問しました。日本とフィリピンの間では、今年1月から3月までの間にフィリピンを訪問した日本人旅行者数が前年同月比15.8%増の16万6000人を記録する一方、今年上半年における訪日フィリピン日本人旅行者数も前年比23.9%増の22万4600人に達するなど、活発な双方向交流が続いています。

越智事務局長はテオ長官に日本市場でのプロモーション活動への感謝を伝えると同時に、JATAの組織や活動について説明しました。

一方、テオ長官もフィリピンへの日本人旅行者増を図るための日本側の活動に謝意を表明し、「日本は観光促進事業の重要なパートナーであり、今後も関係を強化したい」と語っています。

### 北海道支部

- 7月5日 教育旅行委員会。
- 7月19日 海外旅行委員会。
- 7月27日 地域の魅力再発見「食と農」現地研修。

### 東北支部

- 7月12日 第3回幹事会。

### 関東支部

- 7月10日 総務委員会。
- 7月12日 インバウンドセミナー。
- 7月19日 国内旅行委員会。
- 7月28日 海外旅行委員会。
- 7月31日 LADY JATA委員会。

### 中部支部

- 7月11日 三浦ゼミクレーム対応講座①。
- 7月19日 総務委員会・消費相談委員会。
- 7月24日 三浦ゼミクレーム対応講座②。
- 7月28日 空港委員会。
- 8月2日 海外旅行委員会。
- 8月2日 国内旅行・地域振興委員会。

### 関西支部

- 7月6日 津木ゼミ旅行実務講座①。
- 7月12日、13日 国内旅行委員会研修旅行。
- 7月20日 消費者相談委員会。
- 7月29日 JATA(海フェスタ神戸・シサイドツアー)。
- 8月3日 海外旅行委員会、国内旅行委員会、インバウンド・ツーリズム委員会の合同委員会。
- 8月10日 津木ゼミ旅行実務講座②。

### 中四国支部

- 7月14日 台湾アップデートセミナー2017(岡山)。
- 7月26日 ニュージーランドセミナー&夕べ。
- 7月27日 海外旅行委員会および広島地区委員会、広島県空港振興課の合同会議。
- 8月3日 ヨーロッパセミナー。

### 九州支部

- 7月3日 スカイチームセミナー。
- 7月5日 国内旅行委員会。
- 7月11日 Baltic Roadshow 2017(福岡)。
- 7月12日 北欧セミナー(宮崎)。
- 7月12日 台湾MICC産業説明会(福岡)。
- 7月13日 北欧セミナー(鹿児島および熊本)。
- 7月13日 国際旅行委員会。
- 7月19日 北欧セミナー(佐賀および長崎)。
- 7月20日 第1回貸切バス適正化事業諮問委員会。
- 7月25日 実務委員会。
- 7月27日 海外旅行委員会。
- 7月27日 ニュージーランドセミナー(福岡)。
- 7月29日 JATA九州支部福岡チーム。
- 九州北部豪雨災害ボランティア活動(福岡)。
- 8月2日 北欧セミナー(大分)。
- 8月5日 JATA九州支部熊本県チーム・九州北部豪雨災害ボランティア活動(福岡)。
- 8月6日 JATA九州支部大分県チーム・九州北部豪雨災害ボランティア活動(大分)。

### 沖縄支部

- 7月14日 新入社員研修。



## 東アジアチーム 藤田克己部会長に聞く しっかりと商品を作り供給し続ける

アウトバウンド市場の2000万人達成に向け、中国と韓国という2大デステイネーションの原状回復は、「海外旅行の復活」を掲げるJATAにとって最重要課題の一つです。今号では、その2カ国に台湾を加えたエリアを対象とする東アジアチームの部会長を務める株式会社ジャルパックの藤田克己代表取締役社長に、同方面の活性化にかける思いを語っていただきました。

### 中韓市場の活性化が不可欠

——東アジア方面の動向は、海外旅行市場の今後にも大きく影響することになりそうです。

藤田 これまでもJATAとして各国・地域毎に個別の取り組みを進めてお



株式会社ジャルパック 藤田克己 代表取締役社長

り、その活動をアウトバウンド促進協議会の中で東アジア部会として位置づけた形となっていますが、とりわけ、中国と韓国への需要をピーク時の水準にまで戻すことができないければ、「海外旅行の復活」は成し得ないと考えています。今年3月にアウトバウンド促進協議会による活動の第1弾として、韓国観光公社（KTO）の協力により「韓国旅行復活緊急フォーラム」を開催し、FIT化やLCC拡大といった事態の進展も踏まえ、企画力や商品開発力の強化、プランナーの意識改革が急務であるという共通認識の醸成などを図りました。協議会全体の取り組みとしても、それぞれの方面毎に色々なデステイネーションをピックアップし、定期的・継続的なセミナー開催などを通じて市場開発や需要創造につなげるという展開を進めてもよいのではないかと思っています。

——東アジア市場における課題認識と対策について、お聞かせください。

藤田 旅行会社側における商品造成マインドの高揚とマーケットにおける消費マインドの改善が2つの大きな課題だろうと考えています。冷え切ってしまった消費マインドを元の状態に戻すためには、市場環境の悪化を受けて旅行会社が消極的になるのではなく、パンフレットや設

定コースを減らさずしっかりと商品をつくって、マーケットに供給していくことが重要です。東アジア部会に参加している旅行会社を中心に、業界全体で商品造成が積極的に進められるようにしていきたいと思っています。大手旅行会社の店頭などで商品パンフレットによるデステイネーションの露出が減少してしまったり、売れるものも売れなくなってしまう。

### 商品造成に合わせた情報発信を要請

——造成した商品を買ってもらえない雰囲気マーケットがあるとすれば、その払拭のためにどのような施策をお考えですか。

藤田 地道な努力を重ねるしかないと思いますが、韓国の場合は、来年2月の平昌五輪を一つの盛り上げのきっかけにしなければなりません。韓国側も「多くの日本人旅行者に来て欲しい」と言っているわけですから、五輪で韓国が注目される機会を通じ、KTOと一体となり東アジア部会として韓国全体を売っていきける素地をつくっていききたい。「日本人旅行者を歓迎します」という韓国側の強いメッセージがマーケットに伝わるように、業界全体としての活動を目指します。

——中国についてはどのような取り組みを進めていきますか。

藤田 中国は今年5月の大連アカシア祭りなどで、昨年10月にスタートした「日中国交正常化45周年プロジェクト」

の参加各社による送客数が大きく伸びてきています。2018年には日中平和友好条約40周年も迎えますから、中国観光局や地方の観光局による最新情報の発信を継続していただき、商品造成を拡大して送客増を図りたい。その際、韓国もそうですが、商品造成サイクルに合わせた情報発信や予算執行を要請し、新しい素材などが商品化できるようにしなければなりません。韓国と中国の両市場に共通する課題として、団体旅行と教育旅行の復活も重要です。両国の場合、政治的・外交的に難しい問題を抱えています。ツーリズムはそうした困難を乗り越えられると信じており、観光交流の発展を通じて政治的な安定や関係強化にも貢献していければと思います。

——堅調に推移している台湾については、どうでしょうか。

藤田 日台観光推進協議会や日台観光交流拡大協議の活動などにより、台湾への日本人旅行者数は2011年の129万人から189万人へ着実に増加してきています。ただ、台湾から日本を訪れるインバウンド需要が500万人に達し、アウトとインの格差が広がってきているため、双方向交流という観点からもアウトバウンドの更なる強化が課題です。鉄道や温泉、食やスポーツなどのテーマに加え、地方への誘客や若年層へのアプローチなど、様々な切り口で商品造成を図らなければなりません。

## 「T E J 観光大臣会合」を開催 国連の「持続可能な観光国際年」テーマに議論

**5大陸10カ国以上から観光大臣が出席**

9月21日から23日までの3日間に行われる、東京・有明の東京ビッグサイトに会議棟と東展示棟で「輝き続ける日本、そして世界へインバウンド4000万人時代の交流大国を目指して」をテーマに開催される「ツリズム EXPO ジャパン(T E J)フォーラム」。初日の21日に会議棟7階の国際会議場で開会式と「T E J 観光大臣会合」として実施されるグローバル観光フォーラムでは、国連世界観光機関(UNWTO)や世界旅行ツリズム協議会(WTTC)といった国際的な観光組織の代表らも加わり、各国から出席する観光大臣などと、国連が制定した2017年の「持続可能な観光国際年」をテーマに議論を交わします。

「T E J 観光大臣会合」は、国連の「持続可能な観光国際年」をテーマに議論を交わします。



「T E J 観光大臣会合」ではツリズムの発展を阻害する影響に対処するための施策が話し合われます(写真は2015年に開催された「アジア・ツリズム・リーダーズ・フォーラム」)

### 国・地域に不可欠なツリズムの発展

2016年に国境を超える旅行をした国際旅行者数は前年比3.9%増の12億3500万人に達して、7年連続のプラス成長を維持しており、UNWTOでは、こうした国際旅行者数の増加傾向が今後も続くものとみています。世界全体の輸出に占めるツリズム部門の

シェアは7%に及び、世界のGDPに占めるシェアは10%で、世界の就労人口の11人に1人がツリズム関連産業に従事していますが、ツリズム産業による貢献は経済だけにとどまらず、社会や環境、文化、安全保障などの各分野で様々な影響を及ぼしています。

国全体や地域社会にとつて、ツリズム部門の持続可能な発展は不可欠なものとなっており、観光大臣会合では、より持続可能なツリズムの発展のために産業界全体で取り組むべき施策について話し合われます。

### 各商談会の機能を大幅に強化 アポイント制拡大し、キーパーソンリストも

「ツリズム EXPO ジャパン(T E J)2017」では9月21日から23日までの3日間に行われる「アウトバウンド商談会」「国内旅行商談会」「訪日ランドオペレーター商談会」などが開催されます。

21日と22日の「アウトバウンド商談会」と「国内旅行商談会」は、21日が東展示棟・第6ホールの商談専用会場で、22日が東展示棟・東1〜5ホー

て実施される観光大臣会合は、UNWTO事務局長のスペシャル・アドバイザーを務めるアンタ・メンディラッタ女史がモデレーターを務め、冒頭で出席する各大臣がサステイナブルツリズムに関わる考え方や自らの体験などを語り、ディスカッションの口火を切るようになります。

### 関係者の英知と議論でさらに前進

観光大臣会合のディスカッションでは、持続可能な観光開発の推進に向けて、①優先されるべき分野、②実際に行われている政策や事業展開、③各国での取り組みにおける課題、④課題に対する施

### 各商談会の機能を大幅に強化 アポイント制拡大し、キーパーソンリストも

「ツリズム EXPO ジャパン(T E J)2017」では9月21日から23日までの3日間に行われる「アウトバウンド商談会」「国内旅行商談会」「訪日ランドオペレーター商談会」などが開催されます。

21日と22日の「アウトバウンド商談会」と「国内旅行商談会」は、21日が東展示棟・第6ホールの商談専用会場で、22日が東展示棟・東1〜5ホー

策、⑤経済・環境・社会の発展においてツリズムの役割を高めていくために求められる国・地域などのレベルでの取り組み、などの論点が想定されています。

国連が「持続可能な観光国際年」に制定した2017年もすでに半ばを過ぎ、その成果や今後の展開も問われる時期に入ってきました。

より良い世界の実現を目指すツリズム産業による様々な取り組みが、今回のT E J 観光大臣会合に集結する関係者の英知と議論を通じ、困難を乗り越えてさらに前進していくことが期待されています。

出展者とバイヤーの双方がコンタクトを取り合うための情報をインターネットによりデータで提供するキーパーソンリストを活用すれば、事前連絡や事後連絡により商談会の効率アップや商談継続も可能となります。

さらに、ネットワーキングプログラムも開催されるため、アポイントメント・セッション以外にも多くの商談相手とのコミュニケーションを図ることもできます。



## — 動き出したダイバーシティの取組み —

「取材協力」株式会社カルビー（東京都千代田区）

### 2020年には女性管理職比率を30%に

ダイバーシティへの果敢な取り組み

「かっぱえびせん」で知られるカルビーは、1949年に設立された菓子や食品を製造・販売する会社です。

創業から間もなく70年を迎える同社で「女性の活躍なしにカルビーの成長はない」という方針に基づき、ダイバーシティへの取り組みが始まったのは2010年のことでした。

同社人事総務本部ダイバーシティ委員会の新谷英子委員長によると、2009年に就任したカルビーの現会長兼CEOが、外資企業の日本法人社長としての経験を踏まえて「女性の活躍」という方針を打ち出し、翌年4月に社員15人で構成されるダイバーシティ委員会が発足。委員会設立当初は、ダイバーシティの内容や推進目的、意義などについて社員に理解してもら



社内で開催されているダイバーシティへの理解を深めるためのワークショップ

うことから始め、全国各地の事業所で説明会を重ねるなどの活動を展開していきました。

活動初年度には、カルビーグループで初めてとなる全社横断型で有志参加の「ダイバーシティフォーラム」も開催。社員を対象とするアンケート調査の実施や両立支援制度のハンドブック作成など、周知・啓発活動にも着手しました。

「2年目からは活動をさらに浸透させるため、本社だけでなく製造工場も巻き込む仕掛けとして工場部会や女性キャリア支援のための部会を発足させたほか、社員同士の理解・共感を促す目的でコミュニケーション部会も設立。3年目以降は、1・2年目の取り組みを人事制度に反映することも視野に入れ、人事の責任者がダイバーシティ



昨年11月の「ダイバーシティフォーラム」では参加者全員による紙飛行機飛ばしも実施



ダイバーシティ委員会の新谷英子委員長

委員会の委員長となっています（新谷委員長）

### 企業常識打ち破るカルビーの挑戦

新谷委員長によると、2009年に就任した現会長兼CEOに「1世紀遅れている」と指摘されたカルビーの管理職に占める女性比率も、当時の約5%から今年4月には24.3%まで上昇しているものの、同社では2020年までにこの比率をさらに30%まで高めることを目指しています。

その管理職以上の人材登用についても、多様性が必要という経営幹部の意向が具現化される形となっており、育休中に課長試験に合格した後も時短勤務制度の適用による「育児勤務」のまま部長職に昇格し、本部長職への登用に当たっても、会長自らが「会社は時間を求めている。育児勤務であっても成果を上げてくれるのであれば全く構わない」と後押しして、毎日16時に帰宅する本部長も誕生するという日本の企業常識では考えられないような事例も生まれました。

カルビーグループでは、ダイバーシティを「理解」→「納得」→「行動」の3ステップで進めています。これは、「理

解」→「納得」のプロセスを経なければ人間が行動に移れないという考え方に基づくものです。

女性管理職比率を2020年までに30%に高めるという目標も、ダイバーシティ経営の重要性を理解し納得してもらったため、その結果が数値として可視化されることを重視するものにほかなりません。

### ダイバーシティで売り上げ10倍の商品も

カルビーにおけるダイバーシティの取り組みを象徴する商品として、1991年に発売されたシリアル食品「フルツグラノール」があります。

2010年頃までは年間30億円前後の売上で推移していましたが、商品名を「フルグラ」に変更し、カルビーとして朝食市場に打って出るため会長自らが2012年に立ち上げたプロジェクト「フルグラ100」では、性別や年功序列といった考えを捨てて意見を出し合った結果、それまでのカルビーでは考えられなかった様々なアイデアが生まれ、2016年度には年間売上が292億円に達しました。

当時、貴重だったコメの代わりに小麦を使って1955年に発売された「かっぱあられ」がカルビーの原点と言われ、1964年に小エビを使うことで栄養価も向上させた画期的な商品が今も人気を維持している「かっぱえびせん」です。

こうしたカルビーにおけるイノベーションのDNAが、ダイバーシティというアプローチによって活かされた商品が「フルグラ」と言えるかもしれません。



# OAGデータに見る 航空業界の現状と変化

OAGは1858年創業の航空スケジュールデータビジネスのバイオニア。信頼性の高い航空スケジュールデータ、運行状況データ、航空座席の需要・供給データを提供しており、世界中の多くの航空会社、空港、大手旅行会社から支持されている  
https://www.oag.com/jp

## アジア地域で著しい成長を続けるLCC FSCを急追、インドとインドネシアで逆転も

アジア地域でLCCによる座席供給シェアが急激に拡大しています。日本への乗り入れも活発化しているLCCの動向は、旅行業界の今後にも大きな影響を及ぼすことになりそうです。今号から随時、激動する航空業界の現状をOAGによるデータ分析で紹介していきます。

### 南アジアと東南アジアでは均衡状態に

OAGのスケジュール・アナライザーによると、2016年度におけるアジア地域でのLCC（ローコストキャリア）とフルサービスキャリア（FSC）の供給座席数は、LCCが4億1025万4681席で全体に占めるシェアは25%、FSCが12億5138万5786席で75%となっています。

近年、アジア地域におけるLCCの発展は、南アジアと東南アジアを中心に目覚ましい動きを見せており、南アジアと東南アジアでのLCCのシェアはそれぞれ46%と45%で、FSCとほぼ均衡するまでになりました。

さらに、LCCアライアンスの発足や、FSCによるLCCの設立、中長距離路線の増加といった事態も生じてきているため、数年後には、LCCのシェアがFSCのシェアを凌駕するまでになることも十分に予想される状況です。

一方、北東アジアでは、LCCのシェアが12%にとどまっているのに対し、FSCのシェアは88%に達して9割近い水準を維持しています。また、近年、中国を中心に航空座席総数が大きく伸びてきているものの、LCCの主戦場とも言える国内線と短距離国際線でも、既存のFSCによるオペレーション

ンが中心となっているケースが多く、LCCが本格的に台頭するまでには時間がかかりそうな見通しです。アジア全域で見ると、世界全体におけるLCCとFSCによる供給座席比率が、LCCの27%に対してFSCは73%となっていることから、アジア全域における25%対75%という状況は、

2016年度 エリア別座席数 (国際線のみ) (出典:OAGスケジュール・アナライザー)

エリア	LCC	FSC	合計	LCCシェア	FSCシェア
南アジア	91,841,168	106,214,404	198,055,572	46%	54%
東南アジア	199,462,827	245,697,019	445,159,846	45%	55%
北東アジア	118,135,640	883,447,710	1,001,583,350	12%	88%
中央アジア	815,046	16,026,653	16,841,699	5%	95%
アジア合計	410,254,681	1,251,385,786	1,661,640,467	25%	75%
グローバル合計	1,360,053,669	3,587,267,672	4,947,321,341	27%	73%

2016年度 国別座席数 (国際線のみ) (出典:OAGスケジュール・アナライザー)

国	LCC	FSC	合計	LCCシェア	FSCシェア
<b>南アジア&amp;東南アジア</b>					
インド	88,058,164	72,537,865	160,596,029	54.80%	45.20%
インドネシア	72,814,653	72,145,806	144,960,459	50.20%	49.80%
マレーシア	28,843,861	31,991,430	60,835,291	47.40%	52.60%
タイ	41,282,640	48,397,150	89,679,790	46.00%	54.00%
<b>南アジア&amp;東南アジア</b>					
韓国	21,045,350	50,776,343	71,821,693	29.30%	70.70%
日本	31,101,923	164,172,156	195,274,079	15.90%	84.10%
台湾	4,457,755	34,365,210	38,822,965	11.50%	88.50%
香港	4,380,057	39,022,605	43,402,662	10.10%	89.90%
中国	55,380,053	574,751,570	630,131,623	8.80%	91.20%

グローバルな傾向とほぼ連動する状況になってきていると言えそうです。

### マレーシアなどで長距離路線にも進出

アジア域内におけるLCCの供給座席数を国別にみると、特に、インド、インドネシア、マレーシア、タイの4カ国でLCCの成長が目覚ましく、クアラルンプール/大阪/ホルルなどの長距離路線への進出も始まっています。

2016年度における4カ国でのLCCの供給座席シェアは、インドが54.8%、インドネシアが50.2%で、すでにFSCのシェアを上回っているほか、マレーシアが47.4%、タイが46%で、過半に迫る勢いを示しています。

北東アジアでは、韓国と日本でLCCが台頭し始めており、急速な成長は見込まれていないものの、今後着実に成長していく可能性が高いとみられます。

2016年度における韓国と日本でのLCCの座席供給シェアは、韓国が29.3%、日本が15.9%となっており、韓国はアジア地域全体のLCCシェアを上回るまでに拡大していますが、日本は10ポイント近く下回ったままとなっています。

中国では、LCCのシェアが8.8%で1割未満にとどまっております。ただ、FSCが中心となっており、まだまだ、大都市を中心として、すでに一部のLCCが韓国や台湾路線で便数の拡大を始めていることから、今後、国内における航空需要のさらなる増加に伴い、急成長が確実です。



# シリーズ：『挑戦』を支えるもの

～旅行安全マネジメントは「平時」のリスクマネジメントがポイント～

## ■被害に遭うリスクを軽減することは可能

最近の国際テロの傾向として、欧米・アジアへの地域的広がりとともに、対象が旅行者や一般市民などソフトターゲット化してきています。旅行会社の努力でテロ行為を防ぐことは出来ませんが、「狙われやすい人（服装や行動など）、場所、日時」をあらかじめ把握し危険回避に努めることで、催行するツアーにおけるリスクを下げることは可能です。

事件・事故・災害はいつ発生するかわかりません。有事の際に適切な対応ができること（事後のリスクマネジメント）はもちろんのこと、平時においてリスクを回避し軽減すること（事前のリスクマネジメント）の重要性がより一層増してきています。この事前と事後のリスクマネジメントこそが、観光庁やJATAが推進している「旅行安全マネジメント」の全体像です。

## ■平時のリスクマネジメントの具体的なアクションとは

具体的には、ツアーの企画・造成時の委託先選定・情報収集や催行判断・催行時の安全確保などにおいて、各種チェック項目を設けリスクを整

理する必要があります。

例えば「①企画段階における安全確保」においては、経験値の高い複数の社員と共にツアーオペレーターやガイドも参加してリスクの洗い出しをすることが有効です。洗い出したリスクは、自然災害や社会情勢など外的要因によって発生する外部リスクと、参加者自身（年齢・体力面の考慮など）や旅行会社側のミス等によって発生する内部リスクに大別して「催行判断基準」を作成します。

また「②手配段階における安全確保」としては、旅行サービス提供機関の緊急時の対応体制や安全確保のためのマニュアルの有無など、確認すべき項目をあらかじめ定め選定に活用することや、ツアーオペレーターと事前に緊急時の対応要領を共有した上で事故対策協定書を締結することなどが挙げられます。併せて手配段階における進捗状況の社内報告と記録を徹底することも安全確保の観点から重要なポイントとなります。

次に「③販売段階における危険リスク情報の提供・旅行実施段階における安全確保」として、自然災害や感染症・暴動など人的・物的被害の発生が想定される場合と、ストなど

催行自体に影響を及ぼすことが想定される場合に大別して、細かなリスクを確認し情報収集しておくことも重要です。外務省の海外安全ホームページには「危険・スポット・広域情報」や「安全対策基礎データ」が掲載されています。これらを活用し常にアンテナを高く張って情報収集とリスク判断を行うことが必要です。

## ■一人ひとりの基本行動に組み込み浸透させる

平時のリスクマネジメントを実践するには、経営者や安全管理責任者自らの理解と積極的関与が不可欠ですが、実際にリスクマネジメントを機能させるためには、社員ひとり一人への浸透・定着が重要です。具体的には、リスクの把握や情報確認等の基本行動を、いかに各部門の日常業務の中に組み込み根付かせるかがポイントとなります。

東京海上日動では「旅行安全マネジメント」の構築に向けたコンサルティングや各種社内マニュアル作成支援などを行っております。是非お気軽に営業担当社員までご相談ください。

（東京海上日動火災保険株式会社  
旅行業営業部）

# 挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動



## 苦情事例に学ぶ<sup>55</sup> 監修 弁護士 三浦雅生

### 今回のテーマ…自然災害は天災地変ではないのか？台風直撃なのに取消料をとるとはなにごとだ。

7月の九州北部の水害について、被災者、関係者にお見舞い申しあげます。自然災害の報道に接するたび、防災減災に加え、旅行に関わる立場としては安全管理、風評被害、復興観光等、時間の経過とともに変化する課題を考えを及ぼすのではないのでしょうか。これからの時期、台風接近を心配されるお客様からの苦情に頭を悩ます季節になってきました。毎年のことではありませんが、先取りして復習しておきたいと思えます。

### 昨秋に実際に当室にあった募集型企画旅行での申し出2件の内容はこうです

①「台風など自然災害は、旅行契約の解除を認めるべきだ！」  
②「ニュースで、現地での台風直撃は明らかでバスも横転するような勢力なのに、会社は出発便が飛ばなかったら中止にするが、まだ欠航になっていない。前日に取消したら40%の取消料という。現地で何かあったらどう責任とるのか。」

②羽田発着のレンタカー乗り捨て付きフリープランで、現地の道路が通行止めになっているのに、航空便と空港と宿泊ホテルは通常営業なので、取消料をとるとは何事だ。「天災地変」による旅行者の解除権を認めるのが当然だ。旅行実施段階における安全確保義務の履行の側面から、催行・中止の判断はどう考えたらよいのでしょうか。

### 解決に向けての指針

「台風は、旅行の安全な実施ができない事由にあたるのか？」  
まず大前提として、お客様はいつでも旅行の取消をする

ことができず。ただし、「取消料を払って」という但書きですが、(標準旅行業約款募集型企画旅行契約の部第16条)

もちろん、お客様は取消料なしで、取消を主張されるでしょう。その際の典型的な論理展開は、約款16条第2項(旅行者の解除)の取消料を支払うことなく解除できる場合として掲げられている「天災地変、戦乱、暴動、運送・宿泊機関等のサービスの提供の中止、官公署の命令その他の事由が生じた場合において、旅行の安全かつ円滑な実施が不可能となり、又不可能となるおそれが極めて大きいとき。」に当たるとの主張です。天災地変とは、辞書では「自然界に起こる異変や災害」との定義ですが、ここでのポイントは、旅行の安全かつ円滑な実施が不可能となるおそれが極めて大きいかどうかは客観的に判断するもので、旅行会社とお客様の判断が分かれたときは、最終的には裁判所が判断することになります。

その前提は、「天災地変がすでに生じたこと」、「旅程に含まれた旅行サービスの提供の中止がすでに生じたこと」または、「外出禁止、避難勧告等の警察や自治体等、官公署からの命令が発出されたこと」などの条件が整っている場合になります。この条件を満たしていない場合は、お客様都合による解除ということになり、旅行会社はお客様に取消料の支払いを求めることになります。

出発帰着のみならず現地での移動交通機関の運行、道路状況、観光地・宿泊ホテルの営業等が通常どおりか、今後の予測も含め、現地状況の確認を基に実施の可否を判断することになります。登山や自然の中での活動を目的とする旅行はなおのこと、「安全最優先」での慎重な判断が必要です。行程上安全な旅行を保障できない、危険と判断したら、お客様に速やかにその旨通知して、旅行会社側からの解除を検討すべきです。(募集約款第17条第1項第7号)。旅行会社から「解除」した場合は、もちろん、「取消料」は収受できません。決定と連絡が遅れると、苦情がさらに拡大しがちです。また、実施した結果、帰路便

欠航があれば別途かかった代替交通手段費用は、未使用部分を精算した上でお客様負担となります。行程に「重要な変更」に該当する変更が生じたり、万が一にもお客様の生命身体の安全を脅かしたりすると、「無理して出発させた」と責任を問われ、催行判断が誤っていたと言われかねませんので、判断は慎重にも慎重にすべきでしょう。(鈴木)

**NOW ON SALE!**

旅行会社のためのクレーム対応マニュアル「たびクレ」が新しくなりました。

## 「新たびクレ」にバージョンUP。

このマニュアルで、クレーマーをリピーターに変える！  
社員研修にこの一冊！

### ◆CONTENTS ダイジェスト◆

- ◎「特集 旅行トラブルのワースト5を防ぐ方法！」
- ◎「Q&Aセレクト 37」でトラブル対応のポイント解説
- ◎レター作成多数「詫び状」「弁明状」「反論状」
- ◎「障害者差別解消法」事例も充実
- ◎「こんな時どう答えればいいのか？」

【販売価格】正会員：1,000円 協力・賛助会員：1,300円

★JATAホームページ>会員・旅行業のみなさまへ>「消費者からの質問・苦情・相談」からお申込みいただけます★







## 第55回 パンフレットと

# 旅行条件書

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

多くの募集型企画旅行(以下「ツアー」)では、いわゆるパンフレットとは別に「旅行条件書」を用意してお客様にお渡ししています。今回は、パンフレットと旅行条件書についておさらいします。

### 旅行条件の2つの要素

そもそも旅行条件とは何でしょうか。旅行条件とは、大きく分けて①旅行の目的地・日程、旅行サービスの内容と旅行代金などの具体的な旅行の計画(旅行計画)そのものと、②どの旅行計画にも共通する契約事項とに分けられます。①は、例えば○月○日発のハワイツアー5日間ではA航空でBホテルに宿泊(朝食3回付き)、日程はフリータイムで旅行代金15万円という具体的な旅行計画であり、②は、旅行計画の実施を内容とする契約であることから、契約内容の変更や解除、旅行業約款に基づく旅程保証や特別補償の内容の他、個人情報利用目的などいずれの旅行計画にも共通して記載すべき事項です。

### 取引条件説明書面は契約書面へ変身する

ご存知のとおり、旅行業法ではツアーの広告の表示事項を定めるとともに(第12条の7)、旅行契約の締結前には取引条件書面を交付して取引条件の説明をす

ること(第12条の4)、契約を締結したときは遅滞なく契約書面を交付することを求めています(第12条の5)。

「取引条件」とは旅行条件に他なりませんので、実務では、まずはパンフレットを手にとってもらえるように広告を兼ねたパンフレットを作成します。この段階ではパンフレットは広告書面として機能します(表示事項は契約規則第13条に規定)。次にパンフレットを手にとったお客様は、店頭でスタッフから旅行条件の説明を受けますので、この段階でパンフレットは取引条件説明書面として機能します。その後、お客様が旅行を申し込めば、パンフレットが今度は契約書面の一部に変身します。パンフレットの記載内容とおりの契約がなされた場合、取引条件説明書面は契約書面の一部が交付されたものとして取扱われます。なお「一部」となるのは、契約書面として変身するには2つの記載事項が足りていないためです。1つは契約締結の年月日です。パンフレットにはお客様との契約締結年月日は記載されませんので、申込金を受理した日(契約成立日)の領収書を契約書面の一部として取扱います。もう一つは添乗員などが同行しない場合の旅行先における企画旅行業者との連絡方法です。これは確定書面(最終日程表)に記載し、この書面も契約書面の一部として取扱います。このようにパンフレットは広告書面から契約書面までを通して活用できるように作成されています。

ウェブ取引においても同様です。JATA・ANT Aの「旅行のウェブ取引に関するガイドライン(改訂版)」においても、①の旅行計画を「重要事項」と、②のどの旅行計画にも共通する事項を「共通事項」と

して説明しています。

### 旅行条件書は共通事項

かつて、多くのツアーは店頭でパンフレットを並べて販売されるのが主流でした。店頭には小冊子のような分厚いパンフレットも沢山ありました。そのパンフレットの後ろのページに「ご旅行条件」の見出しをつけて②についてぎっしりと記載されていたものです。

ところが、次第にパンフレット自体は薄くなる一方で、②の記載事項は年を追う毎に増加してきたことから、②のみを「旅行条件書」として別冊にする例が増えてきました。これが旅行条件書です。パンフレットには①の旅行計画と、「詳しい旅行条件を説明した書面をお渡しいたしますので、事前にご確認の上、お申込みください。」と必ず記載し(契約規則第13条第8号)、取引条件の説明に際して「旅行条件書」を交付することが定着しました。とはいえ、実務では②のうちトラブルが多い申込金の額や取消料などは「旅行条件(要約)」として記載してあるのが通例です。

### 旅行条件とは重要事項と共通事項

さて、①と②を分けることが定着すると、今度は、旅行条件とは②のみ、と誤解されるケースが出てきました。ウェブ取引においても、お客様が書面データを保存したことを旅行業者が確認することになっていますが(約款第11条第1項)、②の保存のみを確認すれば良いとの誤解もあります。

旅行条件とは、パンフレット、旅行条件書はじめ複数の書面で構成されていることを忘れないでください。(堀江)



# 事務局 便り

## 出入国者数(速報値) 上半期全体では6.3%増の840万6500人に

日本政府観光局(JNTO)が7月19日に発表した速報値によると、今年6月における出国日本人数は前年同月比3.8%増の132万人を記録しました。

今年1月から6月までの上半期全体では、前年同期比6.3%増の840万6500人となっています。

また、6月に発表された速報値で、同6.6%増の131万5000人だった5月の出国日本人数は、同6.9%増の131万7737人に上方修正されました。

出国日本人数の伸び率は、1月が同1.5%増にとどまった後、2月と3月が同12%台という高い水準を示したものの、4月はマイナスとなりましたが、5月と6月は再びプラス基調を回復しており、JATAが目指す「海外旅行の復活」に向けて、下期も堅調なペースを維持することが期待される状況となっています。

一方、今年6月の訪日外客数は前年同月比18.2%増の234万6500人となり、同21.2%増の229万4700人を記録した5月に比べ

て伸び率は低下したものの、実数では5月を上回りました。

上半期全体における訪日外客数は、前年同期比17.4%増の1375万7300人を記録して、インバウンド市場の好調な動きが続いていることを示しています。

日本政府観光局(JNTO) 平成29年7月19日 (単位:人)

月	訪日外客数			出国日本人数		
	平成28年	平成29年	伸率(%)	平成28年	平成29年	伸率(%)
1	1,851,895	2,295,668	24.0	1,276,297	1,295,059	1.5
2	1,891,375	2,035,771	7.6	1,330,972	1,493,399	12.2
3	2,009,550	2,205,664	9.8	1,550,637	1,745,412	12.6
4	2,081,697	2,578,970	23.9	1,249,586	1,234,913	-1.2
5	1,893,574	*2,294,700	*21.2	1,233,170	1,317,737	6.9
6	1,985,722	*2,346,500	*18.2	1,271,146	*1,320,000	*3.8
1~6 Jan.-Jun.	11,713,813	*13,757,300	*17.4	7,911,808	*8,406,500	*6.3

◆注1: 出典:日本政府観光局(JNTO)

◆注2: 平成28年(2016年)は確定値、平成29年(2017年)1月~6月は暫定値、\*部分は推計値である。

◆注3: 訪日外客数及び\*印の出国日本人数は法務省資料を基にJNTOが算出し、それ以外の出国日本人数は法務省資料を転記した数値である。

◆注4: 訪日外客とは、国籍に基づき法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸者等を加入した入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者/再入国者等は訪日外客に含まれる。  
なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。

## ●JATA業務予定表 8月10日(日)~9月30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)

8月16日	幹事会/沖縄支部
8月22日	研修委員会/中部支部
8月23日	国際旅行委員会/九州支部
8月24日	幹事会/東北支部
8月24日	定例会/東北支部
8月24日	幹事会/中部支部
8月24日	海外旅行委員会/九州支部
8月29日	消費者相談委員会/九州支部
8月31日	訪日旅行委員会/北海道支部
9月5日	教育研修委員会/九州支部
9月5日~6日	国内旅行推進委員会(阿寒)/本部
9月6日~7日	幹事会/関西支部
9月7日	国内旅行委員会/北海道支部
9月15日	総務委員会/関東支部
9月21日	消費者相談委員会/関西支部
9月22日	幹事会/関東支部
9月22日	LADY JATA委員会/関東支部
9月22日	幹事会(山口)/中四国支部

## ●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。

8月10日	津木ゼミ旅行実務講座2017②(大阪)/関西支部
8月15日~18日	第4回「総合・国内旅程管理研修」(東京)/研修試験部
8月22日	海外旅行地域セミナー(釧路地区)/北海道支部
8月23日	海外旅行地域セミナー(帯広地区)/北海道支部
8月24日	海外旅行地域セミナー(札幌地区)/北海道支部
8月25日~27日	北海道海外旅行フェア2017 in アカプラ/北海道支部
8月26日	海外教養講座(座海外旅行フェア2017にて)/北海道支部
8月31日	三浦ゼミクレーム対応講座2017③(東京)/業務改善委員会
9月7日	津木ゼミ旅行実務講座2017③(大阪)/業務改善委員会
9月8日~13日	日タイ修好130周年記念研修旅行(MICEコース)/海外旅行推進部
9月11日	三浦ゼミクレーム対応講座③(名古屋)/業務改善委員会
9月21日	三浦ゼミクレーム対応講座④(東京)/業務改善委員会
9月22日	LADY JATAシンポジウム(TEJにて)/関東支部
9月30日	第3回寺子屋JATA/九州支部

## アルパイン・ツアー・サービスの 黒川会長が受賞

### 関東運輸局の観光関係功労者表彰

関東運輸局は6月19日、横浜市開港記念会館で「陸運及び観光関係功労者表彰(関東運輸局長表彰)」を行いました。

今年度の観光部門における功労者表彰は、JATA理事を務めるアルパイン・ツアー・サービス株式会社の黒川恵取締役会長が受賞しています。

## オークション商品の提供をお願いします

### 「TEJ2017」で東北・熊本の復興支援チャリティ

JATA社会貢献委員会は今年9月に開催される「ツーリズムEXPOジャパン2017(TEJ2017)」で、東北と熊本の復興支援に向けたチャリティ・オークションを実施します。

JATAとしては、東北と熊本への継続的な支援活動の輪を広げるため、会員各社からのオークション商品の提供をお願いします。

寄贈品申込書は、JATAホームページ(社会貢献委員会/復興支援活動)でご確認ください。お問合せ先は下記のとおりです。

JATAオークション係/TEL:03-3592-1271/Email:auction@jata-net.or.jp

提供者名・団体名と商品名は、JATAホームページに掲載するほか、「TEJ2017」公式サイトでも紹介する予定です。





# 横須賀市（鎮守府）

素材研究  
(国内)



1871年(明治4年)に完成した1号ドックは日本最古にして現役のドライドック(艦船の修理施設)※見学は不可



現在は在日米海軍司令部庁舎として活用されている旧横須賀鎮守府庁舎※見学は不可



東京湾に浮かぶ唯一の自然島「猿島」にも砲台跡が残されています



カレーフェスティバルでも人気の「よこすか海軍カレー」



「YOKOSUKA軍港めぐり」も横須賀の定番観光素材です

## 海軍文化も育んだ独自の都市発展ストーリー 原点は近代造船技術の礎を築いた横須賀製鉄所

自国の独立を守るための重要な海戦で歴史的な勝利を収めたことから世界の三大記念艦の一つと言われる「三笠」

旧軍港4市が共同申請した「鎮守府横須賀呉佐世保舞鶴」日本近代化の躍動を体感できるまち」は2016年4月、日本遺産に認定されました。日本の近代化を推進し海軍文化も育んだ独自の都市発展ストーリーは、内外への積極的な情報発信により、賑わい創出や地域活性化につながるものとして注目を集めています。

### 構成資産で回遊性の向上に期待

呉・佐世保・舞鶴の3市とともにかつて「鎮守府」が置かれたまちとなった横須賀市は、神奈川県三浦半島中央部に位置しています。1865年(慶応元年)に建設された日本初の造船所である「横須賀製鉄所」は、日本近代化への第1歩となりました。

軍港の置かれた海軍の本拠地である鎮守府が横須賀に開庁したのは1884年(明治17年)のことで、1889年(明治22年)に呉と佐世保に、1901年(明治34年)には舞鶴が開庁されました。鎮守府には常に最先端の工業技術や設備が導入され、その技術力を高める姿勢は、横須賀海軍工廠の前身である横須賀製鉄所がルーツと言われます。

横須賀で培われた技術は呉へ、そして、佐世保や舞鶴へと受け継がれ、さらには民間

企業へと移転を繰り返す中で、飛躍的な発展を遂げました。

横須賀市では、日露戦争の日本海海戦で東郷平八郎司令長官も乗艦し、連合艦隊の旗艦として大活躍した「三笠」が記念艦として保存されていますが、日本遺産「鎮守府」の認定によって、多くの構成資産も新たな観光資源として回遊性を高めるものと期待されています。

### 近代化への歩みを体現する景観

横須賀市経済部観光企画課では、「よこすか海軍カレー」やスカジャン、軍港めぐりなどの既存の観光素材に加えて、日本遺産の認定を追い風に旅行流動の求心力を高めていきたい」考えで、呉・佐世保・舞鶴の3市とも連携を図りながら「鎮守府」の認知度アップを目指す方針を示しています。

近代日本の海防を担ってきた4市は平和産業港湾都市に生まれ変わり、港のドックや埠頭、林立するクレーン、建ち並ぶレンガ倉庫などの景観は、近代化遺産としての歴史を体現するものです。昨年11月には東京スカイツリーで4市が一堂に会した初めてのイベントを開催するなど、首都圏から全国に向けて日本遺産認定をアピールしました。

同課では、「明治の近代化遺産が持つ歴史的背景などを後世に伝えていくうえで、旧軍港都市の日本遺産を教育旅行の平和学習における新たな選択肢の一つとして旅行商品の造成をお願いしたい」と呼びかけています。



素材研究  
(海外)

# ベルンカステル・クース(ドイツ)



木組みの家々が連なる小路は中世の昔に戻ったかのようなです ©ドイツ観光局



丘の上から見下ろしたベルンカステル・クースの眺望



なだらかな丘陵の上にはランツフト城の姿も見えます



河畔に広がるブドウ畑の丘陵はモーゼル地方の典型的な光景です ©ドイツ観光局



世界遺産の町・トリアーはベルンカステル・クースから車で約30分



市庁舎と木組みの家々が囲むマルクト広場は瀟洒な雰囲気も醸し出しています

## モーゼル河畔の「かわいい絶景」 中世の木組みの家々が続くワインの名産地

ドイツでクヴェトリンブルクとともに「ヨーロッパの美しい村30選」に名前を連ねるベルンカステル・クース。モーゼル川の蛇行が生み出す美しい景観のもとで、ドイツのロマンを象徴するように木組みの家並みが続く旧市街は、魅力溢れる「かわいい絶景」です。

### モーゼル河畔に漂うドイツのロマン

ドイツを代表するアイコンの一つであるライン川は多くの詩歌でその美しさを讃えられ、日本のみならず世界中でその名を知られています。最大の支流であるモーゼル川は、ライン川に辿り着くまでに大きく蛇行を繰り返して、ワインの生産地でもあるモーゼル川の流域に見事な景観を生み出してきました。

ベルンカステル・クースはモーゼル川中流に位置し、ドイツ屈指のワイン名産地として知られています。市庁舎と中世の美しい木組み建物が噴水を囲むマルクト広場は、ドイツの小さな町や村で見られる典型的な光景です。曲がりくねった小路の両側に400〜500年前前に建てられた木組みの家並みが続く旧市街はドイツのロマンそのものでもあり、ドイツ観光局も「かわいい絶景」としてその魅力をアピールしています。

右岸に位置するベルンカステルと左岸のクースが大橋でつながり、一つのコミュニティ

を形成するベルンカステル・クース。ベルンカステル側の丘の上には、選帝侯トリアー大司教の夏の離宮だったランツフト城があり、モーゼル川と旧市街、ブドウ畑を一望できる絶好の展望台となっています。

### サステーナブル・ツーリズムへの理解も

左岸のクースにはモダンなモーゼルワイン博物館やヴィノテーク(ワイン蔵)となっている聖ニコラウス治療院があり、ヴィノテークではモーゼル地方の150種類にも及ぶワインの試飲も可能。徒歩観光後には、モーゼルワインを楽しむこともできます。

ベルンカステル・クースからは、上流にある世界遺産の古都トリアーを訪ねたり、下流のエリアを観光しながら、モーゼル川とライン川が合流するコブレンツに出て、ライン川の旅を続けることもできます。

ドイツ観光局の西山晃日本支局長は「ベルンカステル・クースを囲むように蛇行したモーゼル河畔の丘陵に広がる景観が自然に形成されたものではなく、ローマ時代から続く人間の営みが生み出した『里山の風景』であることも知っていたきたい」と指摘。今年が国連世界観光機関(UNWTO)の「持続可能な国際観光年」であることも踏まえ、「そのゴールドパートナーとなっている、観光の国『ドイツ』で、サステーナブル・ツーリズムに連なる様々な取り組みが続けられてきていることも、ツアーを通じて理解していただければ」と語っています。



## 地方間交流の拡大で旅行需要を牽引 9月には友好都市・新潟で観光セミナー

今年で20年目の新潟／ハルビン路線

中国の黒龍江省旅游發展委員会と中国国家観光局駐日本代表処は今年9月、新潟市で黒龍江省観光セミナーを開催する予定です。

今回のセミナーでは、現地側関係者らが最新の観光情報を紹介し、今年で開設から20年目を迎えた新潟／ハルビンの定期航空路線を軸にした日中の観光交流拡大に向けて、中国を訪れる日本人旅行者の拡大を目指すこととなります。

新潟／ハルビン線は、日本国内の都市と黒龍江省の省都を結ぶ唯一のノンストップ路線として、1998年6月に定期便が就航して以来、首都圏に住む中国東北部出身の中国人の帰省路線として定着し、その後、中国からの訪日旅行需要が急増したことなどから、

2015年9月にはデイリー運航が実現されるまでになりました。

新潟県では、ハルビンと中国国内の近隣都市を結ぶ高速鉄道を活用した訪日旅行需要の促進を目指す一方、定期路線の安定的な維持に向けて、中国を訪れる日本人旅行者の増加を図るため、黒龍江省側にも新潟県を中心に中国への日本人旅行者の誘客促進活動を行うよう働きかけていました。

### 観光インフラも進む大自然の宝庫

日本との長い交流の歴史を持つ黒龍江省は、新潟県だけでなく、北海道山形県とも友好協定を結んでおり、ハルビンから日本への定期便乗り入れ都市も現在は、新潟・大阪・名古屋の3都市を数えています。

昨年11月に来日した中国国家観光



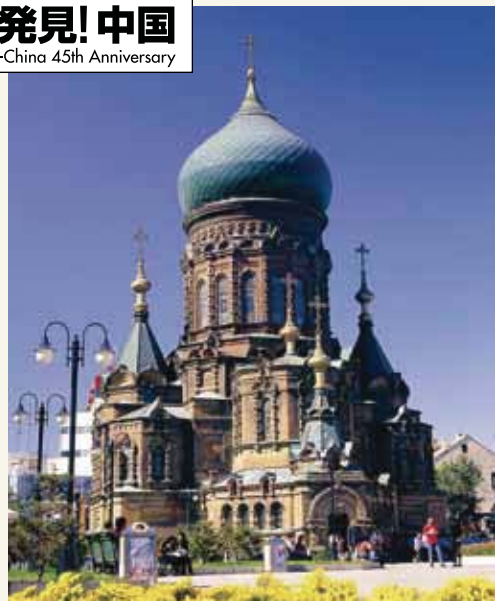
黒龍江省・チチハルのジャロン自然保護区にはタンチョウツルも生息



シラカバの樹皮工芸品をつくる少数民族・オロchon族の人たち



ハルビンからの訪日旅行者で賑わう新潟空港



ハルビンに残る欧風建築物の象徴的存在である聖ソフィア大聖堂



毎年1月から2月にかけて開催される「ハルビン冰雪まつり」



中国最北の黒龍江省・北極村に出現するオーロラ

局の李金早局長は、石井啓二国土交通大臣と双方方向の観光交流拡大などを内容とする覚書に調印しており、地方間交流は青少年交流と文化・スポーツ交流とともに、日中間の3つの架橋の一つとして役割を果たすことが期待されています。

黒龍江省と新潟県は1983年に友好協定を締結して以来、官民による積極的な交流活動を展開しており、新

潟／ハルビン路線の開設はそうした実績も踏まえたものでした。

北海道と山形県も1986年と1993年に黒龍江省と友好提携の議定書と友好県省協定に調印しており、「友好の翼」事業によるチャーター便や定期便化を視野に入れた定期チャーター便なども運航され、交流拡大に向けた取り組みが進められています。

今年9月に新潟市で開催が予定されている黒龍江省観光セミナーは、中国最北端の省として国境を接するロシア文化の影響も色濃く漂う一方で、果てしない平原と草原、山々を覆う森林、火山地形など豊かな自然の宝庫でもある同省の魅力を一瞥し、中国への旅行需要拡大を目指すものです。

高速交通網や宿泊施設の拡充など観光インフラの整備が進んだ黒龍江省の豊富で多様な観光資源を活用した商品造成を通じて、旅行会社による市場開発や需要創造が進むことも期待されています。

# 非対面用クレジットカード決済 JATAweb決済

複雑な設定不要で、かんたんに導入いただけます。

## ！事務の迅速、省力化が図れます。

お客様からインターネットでのクレジットカード決済取引のご要望が今後ますます増えていくことが予想されます。クレジットカード決済手数料の負担が軽減され、手続きも簡便ですので、この機会に貴社のコスト・未収入金を削減し、お客様の利便性向上につながる「JATA web 決済」の導入を是非ご検討ください。

## JATA会員様だけのサービスが登場！

これまで

お客様がご来店またはお振込みでなければお支払いいただけませんでした。



これから

ご来店やお振込みいただかなくても、お客様にメールをお送りするだけで決済可能！  
即日売上確定も可能で不履行のリスクもございません。



※ クレジットカード会社との契約により、旅行会社がお客様のクレジットカード番号情報をお聞きして代行手続きすることは許可されていません。

特長 ① 優れたクレジットカード手数料 **1.2%** (VISA, MasterCard)

「JATA web 決済」ならではの手数料を適用可能です。

(但し、導入にあたってはクレジットカード会社の審査が必要です。また、決済代行会社・システム会社との契約が必要です。)

※ 1.2%の手数料率は日本国内で発行されたVISA、MasterCardのご利用が対象となります。



特長 ② 導入費用・月額利用料

**無料**

¥0

導入の際の初期費用や月額のコストはかかりません。ご利用にあたっては完成したシステムをお使いいただくため、貴社での開発や複雑な設定も不要で、かんたんに導入いただけます。

お問合せ・資料請求

**株式会社ジャタ**  
Jata Corporation

TEL : 03-3504-1751 FAX : 03-3504-1753  
E-mail : [credit@yu-jata.com](mailto:credit@yu-jata.com)

株式会社ジャタは JATA の会員サポートを目的とする会社です。