

## 「海外旅行に関する提言書」のポイント 海外旅行推進委員会 生田亨 副委員長に聞く 変革の時代にしっかり取り組む

ツーリズムEXPOジャパン2018  
テーマは「観光で地域創生を！」

### 素材研究

- ・レフカラ(キプロス)
- ・旧閑谷学校(岡山県)

### 日中40周年プロジェクト

消費者がつくった四川フェス



JATA研修・試験委員会 委員長対談  
福田叙久委員長&リードポテンシャル大嶋博子代表取締役  
人材育成こそが将来への礎



# 人材育成こそが将来への礎

## JATAの研修活動に積極的な参画を

今春も多くの若者が旅行会社の新入社員として、旅行業界でのキャリアをスタートさせました。「観光先進国」の実現に向けて、ツーリズム産業はそれぞれの業界で発展を続けていますが、旅行業界にとっても、新人研修から始まる社員の育成・強化こそ将来の展望を切り開いていく礎となるものです。JATA研修・試験委員会では、法定研修等と固有研修を通じて、業界団体としての人材育成に取り組んでいます。今回は、同委員会の委員長を務めるアサヒトラベルインターナショナルの福田叙久代表取締役会長とJATA新入社員基礎研修で講師（「ビジネス及び接遇マナー」担当）を務めるリードポテンシャルの大嶋博子代表取締役に、「固有研修」を中心にその意義と重要性を語り合っていました。

——JATAが実施している研修は、既存の(1)総合旅行業務取扱管理者研修、(2)旅程管理研修に加え、今年から新たにスタートする(3)総合旅行業務取扱管理者定期研修(5年に1回)と(4)旅行サービス手配業務取扱管理者研修の「法定研修」ならびに「その他法律業務」、そして(1)新入社員基礎研修、(2)添乗業務レベルアップ研修(日本

添乗サービス協会との共催事業)、(3)トラベルカウンセラー制度(エリアスペシャリスト等)の「固有研修」があります。法定研修も固有研修も旅行業界の人材育成にとつてなくてはならないものですが、今回は、JATAが自ら進める固有研修に



JATA 研修・試験委員会の福田叙久委員長



大嶋博子講師

旅行会社で教育旅行市場の女性営業職第一期生として、営業・添乗の最前線で活躍。2012年、株式会社リードポテンシャル設立。2013年5月に「女性部下のやる気と本気を引き出す「上司のルール」」を上梓。

ついで、お一人のお考えやご意見をお聞かせいただければと思います。

### 「人材育成は生き残るための最重要テーマ」

福田叙久委員長

——新入社員基礎研修について

福田 それぞれの会社がOJTや集合研修といった形で新入社員の教育を実施していますが、旅行者との旅行契約の基本となる旅行業務約款や旅行者が守るべき旅行業法については十分な研修ができないまま、現場に配属せざるをえないこともあるため、法令・約款の基礎とビジネス接遇を学ぶ新入社員基礎研修をJATAが実施しています。

渡航自由化を、第1のスタート、1980年代における旅行業法改正を、第2のスタートとするなら、旅行業界は今、生き残りをかけた、第3のスタートとも言えるべき時期を迎えているのではないのでしょうか。今春の入社式で旅行会社各社の社長が行った訓示では、「人材育成」が共通する言葉となりましたが、この難しい時代に旅行会社が生き残っていくためのキーワードが「人材育成」であり、業界全体としての最重要テーマと言っても過言ではありません。OJTや社内研修が十分にできない中小の旅行会社には、業法・約款に加えて、会社員としてのマナーを勉強してもらうことも非

常に大事であり、新入社員基礎研修を大いに活用していただきたいと考えています。

大嶋 社会人として仕事を始める最初の数年間は、とても大切な時期だと思います。人が足りないという時代状況を踏まえれば、何も教えてもらわずに見よう見まねで不要な失敗を繰り返すのではなく、旅行業界を志してきた若者が「入社して良かった」と感じながら前に進める環境を整えることは極めて重要です。思いはあっても実現することが難しい中小の旅行会社にとつて、JATAの新入社員基礎研修は非常に貴重な機会ですし、自社の新人をJATAに預けるのは業界団体としての組織への信頼が高いことを示すものであり、双方の理解が実現されているのは素晴らしいと思います。

マナーは決して形だけにとどまらず、自らの思いや有様を相手に分かってもらうためのものです。「何のために」「誰のために」という仕事の本質を表現し、仕事に対するプライドを示すのがマナーであり、それがなければ、この業界で頑張りきれないと考えています。

### 「添乗員自身も商品である」ことを肝に銘じる

大嶋博子氏

——もう一つの固有研修である添乗業務レベルアップ研修は、今年の場合、東京と大阪

# JATA研修・試験委員会 委員長対談 福田叙久委員長&リードポテンシャル 大嶋博子代表取締役



JATAで実施された今年度の新入社員基礎研修。法令・約款の基礎とビジネス・接客を学ぶ貴重な機会となっています

で合わせて218人(このうち旅行会社からは115人)が参加しています。

**福田** JATAに加盟している旅行会社の社員数を考えると、残念ながら、115人という人数は、あまりにも少ないと言わざるを得ません。大手の旅行会社では、自社で行っているケースもあるかもしれませんが、圧倒的に少ない規模であることは確かだろうと思います。私は1974年に入社してからの海外出張は600回以上で、そのうち450回程度が添乗業務でした。旅行会社の社員にとって、添乗経験は様々な業務のベースとなるものです。現地でお客様をご案内しながら一緒に旅行して、問題点や改善点を学んで、その後の仕事に生かす。その繰り返しですが、社員の経験や知識を豊富なものにして、着実にスキルアップをもたらしめます。インターネットを通じて情報を集め、ツアーを組み立てることもできますが、それでは、魂が入りません。

現在は、大手旅行会社の場合、添乗業務に行かなくなっており、そこに大きな問題点があるのではないのでしょうか。経営者の方々には、「お金をかけなければ、人は育たない」ということを訴えたい。経験が人をつくり、添乗が企画に結び付き、その積み重ねこそが、冒頭で申し上げた、第3のスタートの礎になるのです。添乗業務レベルアップ研修は、新入社員基礎研修と同じように極めて大切だと思います。ところが、実際に研修に参加する人数は、残念ながら、非常に少ない。その少ないということの意味をもっと真剣に考えなければなりません。そのことを、この場を借りて、発信させていただきたい。

**大嶋** 私自身も旅行会社の出身ですが、今のお話を聞いて、京都・奈良への修学旅行に添乗した時のことを思い出しました。当時、京都市内や奈良市内は飽和状態で、宇治や琵琶湖周辺などに宿泊していたかなければなりませんでしたが、支店長の配慮で営業全員が実際に宿泊する施設を視察に回り、そのおかげで、それなりの販売成績を残すことができました。視察した社員が、京都や奈良の市内ではないところに宿泊する魅力を、それぞれ、自分の言葉で語ることができたからです。

インターネットが普及した今、お客さまは情報の入手も容易にでき、さらには旅行の手配までほとんどが自分でできてしまいます。そんな中、旅行会社の存在価値とは

何なのか、がより厳しく問われています。ネットレベルではない経験に根差したより深い情報、さらにはその旅行の良さや特徴をしっかりとお客様にお届けするための仕上げとして添乗があります。形のない商品だからこそ、その価値をどのようにお届けできるかが大切であり、その点においては添乗員自身も大切な商品であるということとをぜひ再確認していただきたいと思えます。これにより、本人のモチベーション向上にもつながります。

**福田** 特に、募集型企画旅行商品の価値を高めるには、全部とは言いませんが、1%でも2%でも社員添乗を行い、現地の情報やお客様への対応をリードバックしていかないと、組織としての商品づくりが機能しないし、品質のアップも望めません。添乗業務を再認識してほしいということを、改めて訴えておきたいと思えます。国際的な商談会にも社員を積極的に派遣していただきたいし、添乗や商談が無理なのであれば、せめて、研修旅行には出していただきたい。

**大嶋** 現地を知ること、お客様からのクレームを防ぐ上でも重要です。お客様に予めどのようなイメージをもっていたかか、によって、実際に現地を見た時の感じ方が変わるのです。例えば、雨季のバンコクを訪れる際に、雨季を知らないで行ってしまうと暑い南国のイメージだったのでびっくりした、と方々様をお伝えするだけで、印象が変わ

ります。経験を積むことが、お客様に価値をお届けするという結果につながるのです。

## 「エリアスペシャリストをもっと評価して欲しい」

福田叙久委員長

——海外旅行で人気の高い国や地域を8つのエリアに編成し、観光・地理・文化・歴史・自然など、販売に欠かせない知識をエリア単位で習得する「エリアスペシャリスト」講座の受講生は、昨年の1.5倍に増加しています。

**福田** 添乗業務の重要性を強調しましたが、もちろん、実学が全てではなく、知識の裏付けも必要です。豊富な知識は、経験やノウハウをさらに素晴らしいものにしていきますから、その重要性を忘れてはいけません。そのために実施しているエリアスペシャリストは以前、国・地域単位だったのを8つのエリアに分けました。幅広い知識を少ない回数で習得していただくためです。エリアスペシャリストの資格を持つことを積極的に開示して、それを会社と共有してほしいと思いますし、会社側にはエリアスペシャリストを評価していただきたい。待遇に反映するだけでなく、名刺での明記など、他の社員との差別化も図るべきではないかと思えます。

エリアスペシャリスト講座は、eラーニング

## 《JATA研修・試験委員会が実施している固有研修》

### (1)新入社員基礎研修

旅行者との旅行契約の基本となる旅行業約款や旅行業者が守るべき旅行業法について学ぶ。東京会場では「ビジネス・接客マナー」研修も実施している。

#### 〈新入社員基礎研修の概要〉

法令・約款の基礎=旅行業者が守るべき法律/旅行者との旅行契約の基本となる旅行業約款

ビジネス及び接客マナー=旅行業界における一般常識等のビジネス及び接客マナーを順序だてて研修

### (2)添乗業務レベルアップ研修(TCSAとの共催事業)

添乗員として求められる知識と技能向上を図り、お客様の要望により高いレベルで対応出来るよう、(一社)日本添乗サービス協会との共同開催で東京・大阪の2会場で実施。

※講義内容については毎回時宜に応じたものになるよう変更される。

#### 〈講義内容〉(平成29年度開催分)

##### ◎1日目=『添乗業務の再確認とトラブル対応』

日本出発から帰国までの海外添乗業務を分析し、添乗業務の再確認と添乗業務中に発生した苦情やトラブル事例を旅行業約款等の解釈を含め、どのように対応すべきかについて講師とともに掘り下げ、参加者全員のレベルアップを図る。

##### ◎2日目午前=『添乗員に必要な約款の正しい運用とクレーム対応』

添乗員として必要不可欠な旅行業法・約款の知識について、具体的な事例を基にしたクイズを交えながら学習。クレーム対応については、実際にあった事例をもとに、添乗員として行わなければならないこと、クレームをもらわないためにはどのように対応するべきかといったことについて分かりやすく解説する。

##### ◎2日目午後=『添乗員のための世界三大宗教と建築・美術の知識』

海外に添乗する際、宗教に関する知識を有していることは非常に重要なことである。「世界三大宗教」をテーマにそれぞれの宗教の基本的知識や特徴、文化の違いから建築・美術にいたるまで、添乗経験豊富な現役のベテラン添乗員が“添乗員目線”で解説する。これから海外添乗をされる方からベテラン添乗員にとってもすぐに業務に活用できる内容となっている。

### (3)エリアスペシャリスト

海外旅行で人気の国や地域を8つのエリアに編成し、観光・地理、文化・歴史、自然、飲食・ショッピング、ビジネス・トラベルなど、海外旅行販売に欠かせない知識をエリア単位で習得する。旅行会社が「お客様に自信をもってご案内できる得意なエリア」「特定のデステーションにとどまらず、その周辺観光資源をエリア単位で広く学ぶ」ことで、旅行会社ならではのパワーを養成する。学習や資格取得に必要な修了試験はすべてWebサイト上で実施するため、パソコンとインターネットに接続できる環境があれば、時と場所を選ばず受講・受験が可能。

によつて進められますから、受講生は自分の時間を削つて勉強しているわけです。その事実を評価すべきだと思いますし、受講生が昨年よりも増えているということ、は、その大切さへの理解が広がってきているのではないかと思います。旅行会社の社員として、知識は当然習得する必要がありますが、同時に、エリアスペシャリスト講座自体も、いろいろな可能性を秘めていることを強調しておきたい。

**大嶋** eラーニングという手法は、若年層にとつてハードルが低くて、良いのではないのでしょうか。今の若い人たちは、他者との

関わりは希薄になっていきますが、情報に対する感覚は高くなっています。ネットで自分のペースに応じて学習できますし、本人の意欲を刺激する契機としても可能性を感じさせます。お客様からの評価が高くなれば、本人のモチベーションはさらに上がっていきます。本来は学びは対面の研修のほうが効果が期待できますが、学びの入口にすることで、他のスキルアップに対する意欲が高まるのは望ましいことです。

**福田** 若い人たちは、自分が現在やっていることが良く見えず、自分が旅行商品や旅行サービスのどこを担っているかも良く分かつ

ていません。大手旅行会社の場合、日常業務の中でお客様との接触がないケースも珍しくないようです。自分のやっている仕事はどういう意味があるのだろう、自分は何をしているのだろう、といった疑問が生じることもありません。

しかし、エリアスペシャリスト講座のような学習の機会に接することで、資格や収入などの面でメリットが生じるのを経験したり見聞したりすると、「学べば、明るい将来がある」という認識が生まれます。旅行業界の場合、入社してから3年間ほどは、あまり仕事も面白くありませんから、「将来

がある」と知覚してもらつたことで、せつかく旅行業界に入ってきた人材を逃がさない一助になればとも考えています。

**大嶋** 進化する喜びを知ること、とても大切です。自分が頑張つた先には、お客様に喜んでもらえる満足があり、自分自身の強みを育てることで社内の立場も変わってくるはずですから、自らの可能性が広がる実感も得られると思います。

**福田** 試験・研修委員会としては、法定研修にも肅々と取り組んでいきますが、同時に、これからは固有研修への期待度が高くなつていくと思います。JATA独自の固有研修に力を注いでいかなければなりません。

また、生涯学習的な考え方に沿つた研修も立ち上げていきたいと思っています。旅行会社を取り巻く環境は、これからさらに厳しくなつていくでしょうが、その一方で、旅行がなくなることはないはず。単に、OTAに対する差別化というような議論ではなく、海外・国内・訪日という全ての分野で産業として飛躍していけるように、高度な人材の育成を目指していく必要があります。その部分にJATAとして深く関わっていききたい。JATA会員の皆様には、そうした研修事業への理解を深めていただきたいと思ひますし、研修事業についてご意見をお持ちの方がいらつしやたら、是非、その声を聴かせてほしい。JATAの活動に興味を持っていただき、会員の皆様とともに、人材育成の高みを目指していきたいと考えています。

## JATA研修・試験委員会 委員長対談

福田叙久委員長&リードポテンシャル 大嶋博子代表取締役

人材育成こそが将来への礎 ..... 1~3

## 「海外旅行に関する提言書」のポイント

海外旅行推進委員会 生田亨 副委員長に聞く

「アウトバウンドを成長軌道に戻す」..... 5~6

## 〈本部支部活動報告〉

- ・田川会長に国土交通大臣表彰 ..... 8
- ・7月2日に「旅の安全の日」模擬訓練 ..... 8
- ・旅行・観光業界就職セミナーを開催 ..... 8
- ・支部活動報告 ..... 8

## アウトバウンド促進協議会通信VOL.12

- ・首都圏の旅行需要を掘り起こせ ..... 7
- ・ハワイ島で旅行7社がバスを共同運行 ..... 7

## ツーリズムEXPOジャパン

テーマは「観光で地域創生を!」 ..... 9

### ●読み物&マーケティング

- ・連載 マーケット・データ深読み 多様化する旅行商品の検索手段はどのような位置付けかを考える ..... 11
- ・シリーズ:『挑戦』を支えるもの~旅行会社に求められるガバナンスとは~ ..... 12
- ・ハイにちら消費者相談室事情事例に学ぶ⑥ 今回のテーマ:二重予約に注意! ..... 13
- ・法務の窓口 第63回 天候はままならない ..... 14

### ●要人往来 ..... 10

### ●素材研究

- (国内)旧閑谷学校(岡山県)日本遺産ダブル認定の旧閑谷学校 ..... 16
- (海外)レフカラ(キプロス)レフカラ村のレースづくりは無形文化遺産 ..... 17

### ●日中40周年プロジェクト

- 消費者がつくった四川フェス ..... 18

### ●事務局だより ..... 15

### 表紙写真

新人研修から始まる旅行業界人のキャリアアップへの道筋。観光産業を牽引する旅行業界の将来を担う人材育成も、JATAにとっての大きなテーマです。研修・試験委員会の福田叙久委員長がJATA新入社員基礎研修の大嶋博子講師と、「研修」の意義や重要性について語り合いました。

### 「日中平和友好条約締結40周年」ロゴについて

2018年は日中平和友好条約締結40周年という記念すべき年です。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。引き続き、中国旅行の需要喚起、拡大を推進するためロゴマークを作成しましたのでご活用ください。



<https://form.qooker.jp/Q/auto/ja/kaigai2018c/hn/181231/>

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/>

◆◇ 営業から経理まで完全連動! だからこそ万全です! ◇◆

# 資金繰りの掌握も、

旅行業基幹業務支援システム

# symphony Atwo

シンフォニー アトウ

にお任せください!

毎日の現預金残高も、月末の入金/支払予定も、リアルタイムに見える! 分かる!



株式会社 ウィ・キャン

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

本社: 東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂コミュニティビル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

# 「アウトバウンドを成長軌道に戻す」

## 〘双方向交流9000万人〙へ税制や予算も要望

JATAは今年3月、「ツーウェイリズムによる交流大国の実現に向けて」双方向交流9000万人時代を見据えて」と銘打った「海外旅行に関する提言書」を観光庁に提出しました。JATAとして大きな目標を打ち出し、その実現に向けて税制や予算の要望も行った提言書について、JATA海外旅行推進委員会の副委員長を務めるJTBの生田亨 常務執行役員 海外仕入商品事業部長にお話を聞かさせていただきました。

### 目標の達成に向けて「行程表」を示す

——今年3月というタイミングで「海外旅行に関する提言書」を提出された理由について、説明いただけますか。

**生田** 2015年4月に海外・国内訪日旅行の提言書を提出してから3年が経過して、海外旅行をめぐる環境も大きく変わりました。提言書の標題にもある通り、



生田亨 副委員長

2030年に海外旅行3000万人と訪日旅行6000万人という9000万人の双方向交流を実現すべく、目標達成に向けて「行程表」を示すという意味合いがあります。また、2019年1月から国際観光旅客税が導入されることになり、税収が観光振興に使われる画期的な新税について、インバウンドとアウトバウンドの双方に関わる旅行業界団体として提言を行うことも大きな理由のひとつです。

——2030年に双方向交流9000万人という大胆とも言える目標を打ち出した思いをお聞かせください。

**生田** 人口が減少する時代を迎えて、ドンキホーテのように聞こえるかもしれませんが、大きな目標へ向かつて動いていかなければ、現状を打破することはできないだろうと考えています。

——目標達成の重要なポイントは。

**生田** 2020年の海外旅行者数が2000万人へ増加したとしても、2021年以降に再び2000万人前後

のまま停滞するようでは、JATAに加盟する会員企業の成長を見込むことはできません。1800万人から3000万人まで増やしていくんだという今回の提言書で示した決意を会員企業の皆さんにも共有していただき、海外旅行市場の拡大へ一丸となつて努力していかねばなりません。もう一度アウトバウンドを成長軌道に戻そうという思いが、提言書には込められています。

——具体的に優先される取り組みは。

**生田** 海外旅行需要を拡大していくために、(1)リピーター化の推進、(2)地方からの出国者の増加、(3)若年需要の掘り起こし等の取り組みとともに、あわせて販売のWEB化デジタル化の更なる推進、そしてIOTやAIなどの新しいテクノロジーによる生産性やサービスの向上も必須です。また、9000万人の双方向交流時代に向けて、座席供給という観点からは、LCCも含めた輸送力の拡大と運賃の低廉化が見込まれ、航空機もさらに利用しやすくなるでしょうから、大きな追い風になると期待しています。

### アウトバウンド振興も新税導入の大きなテーマ

——2019年から導入される国際観光

旅客税については、どのような提言をされたのでしょうか。

**生田** 新税の用途については、「ストレスフリーな旅行環境の整備」や「日本の魅力に関する情報入手の容易化」地域での体験滞在の満足度向上」といった3つの分野に規定されていますが、日本人出国者も徴収の対象となりますから、「双方向交流の促進」「旅行安全情報等に関する情報プラットフォームの構築」「旅行産業の生産性向上、価値向上」「旅行産業高度化のための人材育成」という4つを柱とする予算要望を行いました。税収を観光振興に使うことが大きな目的であり、双方向交流の拡大がインバウンドに資するという意味合いも含めて、アウトバウンドの振興も大切なテーマだろうと考えています。アウトバウンドの唯一の代弁者であるという自負と責任に基づいて、提言を行ったつもりです。

——最後にJATA会員の皆さんには、今回の提言書を踏まえて、どう考え、どのように行動してほしいと考えていらっしゃるでしょうか。

**生田** 提言書の柱に位置付けた「双方向交流の促進」や「安心・安全」を主導することは間違いなく会員企業の利益を下さえるものであると考えてほしいと思います。2030年の双方向交流9000万人という大きな目標に向け、会員企業の皆さんと「一緒に」旅行産業の価値向上・生産性向上に取り組んでいきたいと考えています。

# 「海外旅行に関する提言書」 (要旨)

## 【「提言」の構成】

### テーマ1: 政府推進課題の解決へ向けての提言

#### 1 働き方・休み方改革に向けて

- (1) 年次有給休暇取得向上と計画的長期休暇取得の普及[提言]
- (2) ハッピーマンデー制度の継続拡大[提言]
- (3) 従業員レクリエーション旅行(社員旅行)に係る要件の見直し[税制要望]

#### 2 ユニバーサルツーリズムの推進・人生100年構想への貢献

- (1) ユニバーサルツーリズムの推進[提言]
- (2) 人生100年構想への貢献[提言]

### テーマ2: 双方向交流の促進

#### 3 MOU締結国や外交重点国を中心とした双方向交流の促進

- (1) 青少年を中心とした相互理解を促進するモデル交流事業の実施[予算要望]
- (2) 政策上の重点国に対する観光市場創出のための商品企画化の基本調査[予算要望]
- (3) 査証の相互免除の推進[提言]
- (4) 国際観光会議、観光大臣会議の開催[予算要望]
- (5) 現地日本語ガイドの育成[予算要望]
- (6) 観光交流の比重が高い小国の政府観光局のプロモーション代行支援[実行推進]

#### 4 双方向交流促進による地方創生

- (1) 地方を中心とした交流機運を醸成する地域イベントの開催[予算

要望]

- (2) 地方からの出国率向上のための環境整備[提言]
- (3) 地方の港におけるクルーズ施設の整備・改善[提言]

#### 5 輸送手段の拡大

- (1) 航空座席供給確保・拡大[提言]
- (2) 東アジア周遊クルーズルートの開発・拡大[提言]

### テーマ3: 安心・安全

#### 6 安心・安全・ストレスフリーな旅の提供

- (1) 旅行安全情報等に関する情報プラットフォームの構築[予算要望]
- (2) セキュリティーガイドの育成[予算要望]

### テーマ4: 旅行産業の価値向上・生産性向上

#### 7 商環境の整備

- (1) イコールフットイングの整備[提言]
- (2) 旅程保証に対する制度変更[提言]

#### 8 観光マーケティング機能の充実[予算要望]

#### 9 旅行産業の生産性の向上、価値向上

- (1) 新しいテクノロジーの導入による生産性やサービスの向上[提言]
- (2) 付加価値のある旅行企画づくり[予算要望]
- (3) 旅行産業高度化のための人材育成[予算要望]

### テーマ5: 若者の国際化支援

#### 10 グローバル人材の育成[予算要望]

→若者の旅券申請費用サポートキャンペーン

## 【「提言」の本文(抜粋)】

### 3 MOU締結国や外交重点国を中心とした双方向交流の促進

- (1) 青少年を中心とした相互理解を促進するモデル交流事業の実施  
ロシアや中国、インドといった観光分野の相互協力に関するMOU締結国や外交重点国を中心とした双方向交流に寄与するセミナー開催やモデル事業の選定、交流プログラムの企画・開発に関する予算化を要望する。
- (2) 政策上の重点国に対する観光市場創出のための商品企画化の基本調査

旅行者やメディア等のインフルエンサーに対するFAMツアーの実施や旅行パンフレット作成のサポート、現地紹介のセミナー等を実施する。

#### (4) 国際観光会議、観光大臣会議の開催

観光庁の主催による国際観光会議の開催と「世界国際観光DAY」の招致を提言する。観光大臣会議を国の主催とすることで、観光庁の国際観光政策に沿ったMOU締結国やUNWTO理事国などの国々を招へいできる。

「世界国際観光DAY」を東京オリンピック・パラリンピックの翌年である2021年または2022年に日本に誘致することで国際的な発信を行い、訪日外国人の積極的な増加を図ることを提言する。

#### (5) 現地日本語ガイドの育成

世界各地で日本語ガイドが不足している。特にMOU締結国や外交重点国においてその不足が顕著である。日本語学校や大学の日本語学科生徒などを対象に歴史・文化に精通した日本語ガイドによるガイド養成セミナーを実施することで、日本との双方向交流の担い手となる人材の育成を提言する。

### 4 双方向交流促進による地方創生

#### (1) 地方を中心とした交流機運を醸成する地域イベントの開催

地方発海外旅行の促進が日本人海外旅行者数2000万人(2020年)、3000万人(2030年)達成の鍵となる。地域と海外を直接結び付けるセミナーやシンポジウムなどの海外旅行イベントの開催等を通じて、地方における一般市民を対象とした国際理解の促進と交流機運の醸成を行なう。地方大学における海外教養講座や旅行促進イベントの開催などを行うことを要望する。

### 8 観光マーケティング機能の充実

双方向交流の拡大には、アウトバウンド・インバウンド共に新たな顧客クラスターの開発が不可欠であり、顧客分析を中心としたマーケティング機能の強化が喫緊の課題である。2001年に日本人に対する出入国カードが廃止されて以降、日本人海外旅行の国別訪問数は相手国の発表によって把握しているのが現状である。

2014年に出入国カード復活の提言をしたものの実現できなかったが、今般の観光新税の導入に合わせて出入国カードに限らず、それに代わる集計方法を含めて統計の実施を要望する。

外務省の「旅レジ」の普及を通じて連動する仕組みや税関申告書のフォーマット変更・活用、航空会社提供データの活用など人流に関するビックデータの整備を要望する。

### 9 旅行産業の生産性の向上、価値向上

#### (2) 付加価値のある旅行企画づくり

長期滞在交流型企画部門や若者向け旅行企画部門、ユニバーサルツーリズム部門、独創的な旅部門などで構成する新旅行企画コンテストの実施に対する助成を提言する。

#### (3) 旅行産業高度化のための人材育成

合同インターンシップの日本全国への拡大による就職案マッチングの解消や観光系大学や専門学校生の海外インターンシップの拡大、中小旅行会社向けに中核人材育成のための実践的なプログラムの開発、教育の実践を提言する。

### 10 グローバル人材の育成

若年時の海外旅行経験は、その後の海外旅行頻度やグローバル感に大きな影響を与えることが立証されている。インバウンドで6000万人を受け入れるには、海外諸国を自らの5感で国際比較をした上で、日本の強み・良さをアピールできる人材(観光グローバル人材)が観光インフラ、草の根レベルの受入において幅広く必要となる。これからの国際交流の担い手となる若者の海外旅行を促進し、政府が成長戦略の一つと位置付けた「グローバル人材の育成」の裾野を拡げるための施策を提言する。

※「海外旅行に関する提言書」の全文は、JATAホームページでご覧いただけます。

[https://www.jata-net.or.jp/membership/info-overseas/pdf/180316\\_outsuggestion.pdf](https://www.jata-net.or.jp/membership/info-overseas/pdf/180316_outsuggestion.pdf)

## 首都圏の旅行需要を掘り起こせ JOTCが羽田空港の海外旅行イベントに企画協力

JATAアウトバウンド促進協議会（JOTC）は、3月30日から4月1日までの3日間にわたって羽田空港国際線ターミナルビルで開催された海外旅行イベント「もっと海外へ 2018」羽田から世界への企画協力を通じ、需要喚起活動を実施しました。

同ターミナルビル3～5階の施設などを活用したイベントは、「羽田空港で世界を感じて」もらい、同空港からの国際線を利用する海外旅行需要の拡大を目指したもので、航空会社11社と5カ国の大使館、22の観光局が出展したほか、出展者らによるセミナーやステージパフォーマンスなどによって、それぞれのデステイネーションの魅力アピールしています。

会期中の3日間を通じて実施されたセミナーでは、10社2カ国による21のプログラムに約500人が参加しました。同ターミナルビルによると、首都圏の空港

では初めて開催された今回の海外旅行イベントには、3日間で合わせて4万1000人が来場しています。同ターミナルビルでは、次年度以降もイベントを開催する方向で検討を行っており、首都圏からの海外旅行需要を喚起する取り組みとして、今後の展開も期待されることです。

## ハワイ島で旅行7社がバスを共同運行 JOTCハワイ観光ワーキングの提案で実現

ハワイ島のコハラコーストで4月1日から、旅行会社7社による「ハワイ島イブニングシャトル」の運行が開始されました。

ANAセールズ、エイチアイ・エス、近畿日本ツーリスト、JALパック、JTB、東武トップツアー、日本旅行の7社の顧客が利用できる同シャトルは、マウナケアビーチホテルとクイーンズマーケットプレイスの間で15時から22時半までの時間帯に運行されるもので、各社のパッケージツアー商品にも組み込まれる予定です。

同シャトルの運行は、JATAアウトバウンド促進協議会（JOTC）北中南米部会のハワイ観光ワーキングで発議され、旅行会社7社が参画する形で実現。旅行会社が共同でシャトルバスを運行するのは、ハワイでは初めての取り組みで、運行については、ハワイ島観光局とコハラコースト・アソシエーションが共同で支援する形となっています。

同シャトルが運行を開始する前日の3月30日には、参画する旅行会社の関係者などがバスのルートに含まれる6つのホテルと3つのショッピングモールの各停留所で、ハワイ伝統のプレッシングを行って運行の安全を祈願しました。

また、安全祈願のレセプションパーティーには、ハワイ観光局のジョージシゲタインレジデント&CEO、ハワイ島観光局のロスバーチ局長をはじめ、各ホテルやショッピングモールのジェネラルマネジャーなど約60人の関係

者が集結し、日本市場への期待の高さをうかがわれています。

ハワイ州観光局のエリック高畑局長は、「旅行会社による共同運行という初めての試みを受けて、ハワイ島の各エリアや他の島でもシャトルバスの共同運行への期待が高まっております。今後もハワイ観光ワーキングや旅行会社などと実現に向けて取り組んでいきたい」と意欲を示しています。



首都圏の空港では初めてとなるイベントは多くの来場者で賑わいました



ステージイベントで盛り上がる来場者ら



ピーターラビットも登場して「もっと海外へ」とアピール



各停留所で安全を祈願して行われたハワイ伝統のプレッシング



「ハワイ島イブニングシャトル」の前に集結した関係者ら



## 田川会長に国土交通大臣表彰 長年にわたる旅行業への貢献と顕著な功績で

国土交通省は4月23日、東京・霞が関の同省共用大会議室で「平成30年観光関係功労者国土交通大臣表彰」の式典を行いました。

観光関係功労者国土交通大臣表彰は、長年にわたって観光関連事業に貢献し顕著な功績を残したと認められる関係者を表彰するもので、旅行業関係では、JATA会長を務めるJTBの田川博己代表取締役会長が、石井啓国土交通大臣から表彰を受けています。

今年の表彰では、旅行業関係で田川会

長をはじめとする3人（2人は添乗員）、

ホテル業関

係で9人、旅

館業関係で

8人、観光レ

ストラ業

関係で1人

の合計21人

が受賞対象

となりまし

た。



田川博己 JATA 会長ご夫妻

## 7月2日に「旅の安全の日」模擬訓練

JATAは7月2日、「旅の安全の日」の模擬訓練を実施します。

旅行業界における「安心安全」のミラムスタンダードとして、(1)安全管理責任者の任命、(2)緊急連絡体制の機能確認(模擬訓練)、(3)自主点検の実施を重点ポイントに、JATAでは2014年から「旅行安全マネジメント」の推進に取り組んでいます。

昨年の模擬訓練には126社が参加しており、模範的な取り組み事例をJATAのホームページや機関誌に掲載していますので、正会員各社の積極的な参加をお願いします。

模擬訓練へのエントリーは、ホームページ(<https://form.gooker.jp/Q/auto/ja/kaigai180702/180702/>)から行うことが可能です。

## 旅行・観光業界就職セミナーを開催

JATAと株式会社ジャタは3月20日、東京・江東橋のすみだ産業会館で、2019年に卒業を予定している学生を

対象に「JATA旅行観光業界就職セミナー」を開催しました。

5回目の今回は、23の企業と167校

785人が参加して何れも過去最高となり、参加企業からは「学生の業界知識が豊富で熱心」意欲の高い学生が多い」といった感想が寄せられています。

同セミナーは、来年も3月に開催を予定し、観光業界の採用市場拡大を目指します。

### 北海道支部

- 5月14日 幹事会
- 5月16日 総務委員会
- 5月17日 訪日旅行委員会
- 5月18日 業務改善委員会

### 東北支部

- 4月11日 幹事会

### 関東支部

- 4月13日 インバウンド委員会
- 4月15日 16日 幹事会研修旅行
- 4月17日 海外旅行委員会
- 4月20日 幹事会
- 4月26日 国内旅行委員会
- 5月17日 LADY JATA委員会

### 中部支部

- 4月18日 総務消費相談委員会
- 4月19日 幹事会
- 4月24日 25日 新人・若手社員「旅行実務研修」
- 4月26日 八相会
- 4月27日 空港委員会
- 5月9日 海外旅行委員会
- 5月10日 国内(訪日)旅行・地域振興委員会

### 関西支部

- 5月11日 中部国際空港CIQ研修
- 5月14日 旅券事務説明会
- 5月15日 研修委員会

- 4月19日 消費者相談委員会
- 4月19日 20日 旅行実務研修(基礎)
- 5月9日 海外旅行委員会
- 5月11日 総務委員会
- 5月14日 幹事会
- 5月18日 関空旅博2018プライベートセミナー&ワークショップ
- 5月19日 20日 関空旅博2018

### 中四国支部

- 4月9日 (拡大)海外旅行委員会
- 5月16日 支部役員会

### 九州支部

- 4月13日 海外旅行委員会主幹ウイナランド教育旅行セミナー
- 4月17日 訪日旅行委員会
- 4月19日 消費者相談委員会
- 4月21日 環境保全活動・国営公園園海中道海浜公園内下草刈り
- 4月26日 実務委員会
- 5月8日 海外旅行委員会
- 5月10日 総務委員会
- 5月16日 実務委員会
- 5月17日 教育研修委員会

### 沖縄支部

- 4月18日 幹事会
- 4月21日 JR研修
- 4月24日 ダムツアーリズム体験会
- 5月16日 幹事会

## 今年のフォーラム&セミナー テーマは「観光で地域創生を！」 観光大臣会合など各国のリーダーが集結

**国際ツリズムにおける  
ステージ確立へ**

今年9月20日から23日までの4日間にわたり、東京・有明の東京ビッグサイトを中心に開かれる「ツリズムEXPOジャパン(TEJ)2018」では、観光で地域創生を！(Managing Sustainable Tourism for Community Development)をテーマに「フォーラム&セミナー」が開催されます。

20日午前に行われる開会式とジャパンツリズム・アワード表彰式の後、東京ビッグサイトの西展示棟3ホールで実施される「基調講演」には、国連世界観光機関(UNWTO)のズラブ・ポロリカシユヴィリ事務局長と世界旅行ツリズム協議会(WTTC)のグロリア・ゲバラ・マンソン会長が登壇。20日午後には、東京ビッグサイトに隣



世界14カ国からトップリーダーが集結したTEJ2017の観光大臣会合

接する東京コンファレンスセンター！有明で、昨年に続いて「TEJ観光大臣会合」が開かれ、アジア・欧州・米州・セアニア・アフリカなど世界各地から主要国の観光大臣などが出席する予定です。

「持続可能な観光」をテーマに開催された昨年のTEJ観光大臣会合には世界14カ国の観光行政トップらが参加して、幅広い視点からツリズムと持続可能性という理念を結び付ける知見を示し、ツリズム産業が今後も発展していくために持続可能性という原則に基づくことの重要性が確認されています。

TEJ観光大臣会合は、各国の観光行政トップとUNWTOやWTTC、太平洋アジア観光協会(PATA)といった国際的な観光関連組織の幹部らによって持続



多くの参加者が議論に聴き入った昨年のアジア・ツリズム・リーダーズ・フォーラム

可能な観光をめぐる各国での取り組みや考え方などについて議論が深められ、国際ツリズムにおけるTEJのプレゼンテーション確立を内外に強く印象付けるものとなりました。今年の観光大臣会合では、国内の自治体からも首長による登壇も予定されており、日本におけるツリズムの深化に貢献する会議としても存在感をアピールことになりそうです。

### 地域観光振興に資するベスト プラクティスを

また、海外・国内・訪日という3つの旅行分野で実施されるテーマ別シンポジウムについては、「海外旅行シンポジウム」「デジタルマーケティングシンポジウム」「ラゲジュアリー・トラベルマーケットシンポジウム」という構成により、議論が繰り広げられます。海外・国内・訪日の各旅行市場における需要拡大や新たなマーケット開発を図る施策の実現を目指し、ホットなテーマが取り上げられる予定です。

TEJの国際会議部会で部長を務める桜美林大学の渡辺康洋教授(観光学 観光英語)は、「国連の『持続可能な観光国際年』に関連したテーマで観光大臣会合やシンポジウムが行われた昨年に続いて、今年もサステナビリティを意識しつつ、観光で地域創生を！という今年のテーマを軸に、持続可能な観光

開発で成功している先進事例などの紹介を通じて、ローカルビジネスに関わる皆さんに今後の展開に資するようなベストプラクティスのイメージを持ち帰っていただけるようなフォーラム&セミナーを目指したい」と説明しています。

昨年までの「アジアツリズム・リーダーズ・フォーラム」から名称が変わる「アジアツリズム・ビジネス・リーダーズ・フォーラム」では、「観光ビジネスと地域の調和に向けたマネジメント」(仮)をテーマに2つのセッションを行い、「持続可能性に向けたツリズムのマネジメント」や「ツリズムビジネスと地域社会の暮らしやすさ」といった個別テーマを掘り下げるのが検討されています。また、同フォーラムでの基調講演では、昨年が続いて、英国サリー大学のグレアム・ミラー教授が登壇する予定です。

さらに、今年のフォーラム&セミナーでは、都道府県政令指定都市観光協会連盟の会長などによる会議(9月20日)や全国産業観光推進協議会シンポジウム(9月21日)、旅行業界研究講座(9月22日)などのプログラムも用意されており、「観光で地域創生を！」という全体テーマについて、観光振興に様々な形で関わる多くのエキスパートによる知見やノウハウが紹介されることとなります。



## 6月に日比谷公園で「アフリカフェア」を開催

アフリカ 2月21日(水)  
 (写真左から)ヴェネチア・セブダンディ 駐日ルワンダ大使  
 アホメド・アライタ・アリ 駐日ジブチ大使  
 ソロモン・カランジャ・マイナ 駐日ケニア大使  
 ンディオイ・ムリワナ・ムティティ 駐日ザンビア大使

志村理事長を訪れて、6月に日比谷公園で開催される「アフリカフェア(仮称)」の概要を説明し、「アフリカ諸国の認知度向上を図るため、駐日アフリカ外交団のメンバーが参画したもので、JATAにも参加をお願いしたい」と要請。志村理事長は、参加について積極的に検討する意向を伝え、「ツーリズムEXPOジャパンへの出展やデスクティネーション・セミナーの開催などとも併せ、一連のプロモーション活動としてフェアを実施すれば、認知度のさらなる向上につながる」とアドバイスしました。



## マレーシア近郊にあるスカイミラーの商品化を

マレーシア 3月23日(金)  
 ノールル・アシキン・ビンティ・モハド・ディン セランゴール州観光局局長(写真中央右)

JATA本部を訪問し、「クアラランブール近郊のスカイミラーを含めたツアーを旅行会社に商品造成してほしい。ソーシャルメディアでのPRに加え、ファムツアーなども実施して旅行業界の関心を高めたい」と説明。越智事務局長は、「新しい観光資源の紹介によって日本人旅行者の増加が期待される。研修旅行の実施やセミナーの開催に協力していきたい」と応じました。



## 日本での観光局設置を目指したい

オマーン 3月28日(水)  
 ハリッド・アルムスラヒ 駐日オマーン大使(写真中央右)

田川会長を訪れて、「オマーンは歴史や文化遺産が豊富で、観光インフラの整備も進んでいる。日本からの直行便はないが、日本での観光局開設を目指したい」と説明。田川会長は、「プロモーションや日本語ガイドの育成に取り組んでいただき、ツーリズムEXPOジャパンへの出展なども通じて、業界と消費者の双方にアプローチしてほしい。日本市場の担当者任命も効果が高い」とアドバイスしました。

# 要人往来

日本人旅行者の増加や新規需要の開発に向けて、各国が日本市場に熱い視線を向けています。旅行業界としても、その思いに応えられるよう努力と工夫を重ねていかなければなりません。



## 人気の高い北部は治安も安定

パキスタン 3月12日(月)  
 アサド・マジード・カーン 駐日パキスタン大使

志村理事長を訪問し、「イスラマバードや日本人に人気の高い北部は治安が安定している。日本人旅行者の増加に向けて、JATAの協力をいただきたい」と要請。志村理事長は、「日本からのツアー催行に向けて、危険レベルの引き下げを働きかけてください。JATAとしても視察旅行の実施やセミナーの開催に協力したい。ツーリズムEXPOジャパンへの出展も積極的にご検討ください」と応じました。



## 11月末にガストロノミー・ウィークを開催

ロシア 3月15日(木)  
 ゲリブターマン・レオニド ワイン・ガストロノミー国際センター会長(写真中央)

志村理事長を訪れ、「ロシアが重視しているガストロノミー・ツーリズムに関心の高い市場に向けて、情報を発信したい。今年11月末にはロシア・ガストロノミー・ウィークの開催を予定している」と説明。志村理事長は、「ツーリズムEXPOジャパンへの出展や日本語ホームページでの最新情報提供などで、日本人旅行者の関心も深まる」と応えました。



## 双方向交流と直行便就航に取り組む

イスラエル 4月4日(水)  
 ヤッフア・ベンアリ 駐日イスラエル大使

菊間副会長を訪問し、「2017年は日本人旅行者が前年比で50%以上増え、2018年も増加傾向が続いている。大使館として、双方向交流の拡大や直行便の就航に取り組んでいきたい」と説明。菊間副会長は、「ツウウェイ・チャーターの実施を通じて、定期便の就航も期待できる。JATAとして、会員会社のツアー造成をサポートしていく」意向を伝えました。



# 多様化する旅行商品の検索手段は どのような位置付けかを考える

旅行商品を予約購入するための検索手段は、ツアー・航空券比較サイトも充実し、ネット、リアルと多様で便利になりました。ただ売り手にとつて自社商品の情報が買い手にリーチでき、価値を伝えることは大きな課題です。旅行商品はどのように探されているのでしょうか。

## 今年の堅調な日本人旅行市場は20代、30代がけん引

この文章を書いている4月中旬、内閣府が月例経済報告を提示しましたが、国内の景気判断は「緩やかに回復している」と4カ月連続で同じ表現が使われています。個人消費については、今年にはいつ「緩やかに持ち直している」から「持ち直している」に変わり、これも4か月連続維持となっています。JTBはすでにゴールデンウィーク(GW)の日本人の総旅行人数を2443万人(前年比1%増)で過去最高になると予測しているのですが、おのずと旅行消費にもさらなる期待がかかります。

2018春闘では企業業績を反映し、ベアが前年越えの回答した企業も多かったようですが、アンケート調査で昨年より収入が増えたと回答したのは20代、30代で、50代以上は収入減になったと回答した人が多い結果となりました。おのずと旅行意欲も20代、30代が高くなりけん引しています。多くの旅行会

社にとつてシニア層は重要な顧客ですが、ここは発信力もあり、他者の影響も受けやすく、デジタル機器やサービスの利用に前向きな若い世代の動きに注目することは、業界全体の感性のブラッシュアップにも意義がありそうです。

## 旅行商品の検索手段は「お気に入り」であることに強み

JTB旅行動向の作成が進むと、自分の旅行も気になり始めます。最近疑問に感じるのが、旅行商品の予約や購入の際、人はどんな手段で候補をリストアップし絞り込むのかということです。私自身は比較サイトを検索し、相場観を把握して他のサイトを閲覧します。比較サイトに慣れてからは紙やデジタルパンフレットは見なくなりましたが、最安値商品を毎回選ぶわけでもありません。他の人はどうなのか、国内、海外旅行の商品を探す順番と場所について聞いてみました。ここでは海外旅行の結果について言及します。

最初に探す手段は単一回答では「お気に入りOTA」、「お気に入り」の旅行会社のHP「お気に入り」がほぼ同率で上位となり、次に「旅行・航空券比較サイト」が続きました。複数回答では「旅行・航空券比較サイト」が1位と価格優先向が見られました(図1)。お気に入りのOTAは男性が多く、お気に入りの旅行会社HPは女性と違いが見られました。今旅行意欲の高

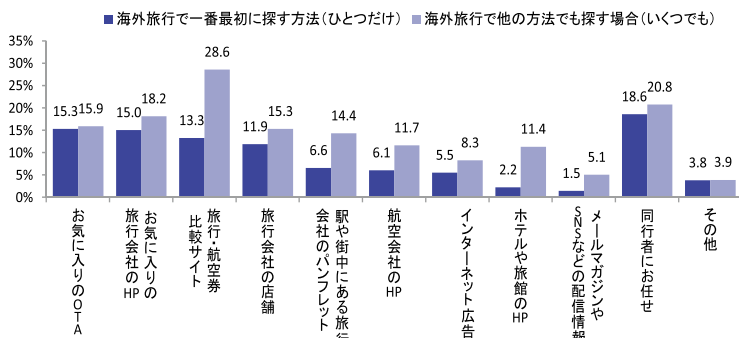
波瀾郁代(JTB総合研究所執行役員企画調査部長) 88年入社。支店長、広報室長を経て12年JTB総合研究所へ。同社の自主研究マーケティングコミュニケーション戦略を担当JTB旅行動向の分析推計に08年から現在まで関わる

い20代、30代は男女とも比較サイトの利用が多く、また店舗は女性、特に20代と50代女性に多い結果でした。「お気に入り」のサイトを使う理由を聞くと、「慣れている」、「価格などが分かり易い」、「ポイントがたまる」が上位3つでした(図2)。

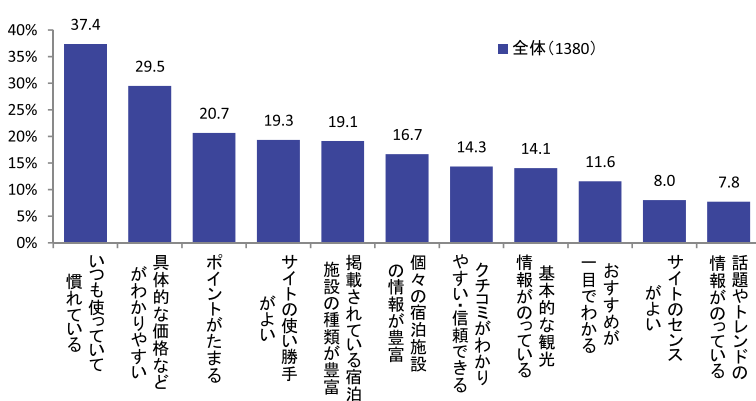
意外だと思ったことは、お気に入りのサイトである理由に、慣れや価格表示の分かり易さ、ポイントが優先され、口コミや

情報の内容や、商品の内容や量はその次だったことです。突き詰めるとこれはサイトブランドや商品ブランドのコミットメントに買う側は希薄になっている、あるいは目に留まりにくいとも受け取れないでしょうか。デジタル社会におけるユーザーの行動変化も踏まえ、これから有望顧客になりそうな世代に対し、ブランディングのあり方と伝え方を見直すことが必要ではないでしょうか。

図表1 旅行商品を探す順番と場所(海外旅行) (n=2060)



図表2 海外旅行で最もよく利用するサイトとその理由(複数回答)



グラフ出所: JTB総合研究所 調査データより(2018年)

# シリーズ：『挑戦』を支えるもの

## ～旅行会社に求められるガバナンスとは～

### ■いなぜ「旅行会社のコーポレートガバナンス」なのか？

4月から新年度を迎えた旅行会社も多いことと思います。昨年度は、依然好調の訪日外国人旅行者数に加えて日本人の海外渡航者数にも回復が見られるなど良い材料もある一方で、「昨年個人情報管理に係る事件や昨年の大型経営破綻等、業界を揺るがす出来事が起こり、その対応に追われたことも記憶に新しいところ」です。

特に、「てるみくらぶ」の経営破綻を受けた対応では観光庁を中心に「経営ガバナンス・ワーキンググループ」が立ち上がり、旅行会社のガバナンス強化策等について検討がなされ業界としていくつかの具体的取組みも始まりました。ではなぜいま、コーポレートガバナンスが問われているのでしょうか。

### ■営業戦略としてのガバナンス

前述のワーキンググループで旅行会社に求められる経営ガバナンス強化策としてとりまとめられた内容は、「経営状況の把握」「登録更新の際の内容確認の厳格化」など会社の財務面の健全化を目的とした事項に加え、「広告募集のあり方」「前受け金の用途の明記」など顧客や関係

先との取引や営業方針の信頼に係る事項もあります。旅行業を取り巻く競争や経営環境が厳しい中、財務の健全性だけでなく、顧客や関係先との取引の品質を保ち信頼され選ばれる旅行会社であり続けるために、これらのガバナンス強化に取組むことが必要であり有効なのです。

そして、これらのガバナンス強化を外部から与えられた規制や制約として捉えるのではなく、厳しい競争に打ち勝つための自らの経営戦略として考え、自立的にPDCAサイクルを回し経営の品質向上につなげて行くことが求められています。

### ■リスクマネジメントもガバナンスとしてとらえる

旅行会社が経営や営業の品質を保ち継続するには、会社を取り巻く多様なリスクにも打ち勝つていくことが必要です。旅行行程の安全を確保するための「旅行安全マネジメント」は勿論のこと、例えば、多くの顧客情報を抱える旅行会社としてのサイバーリスク対策、従業員だけでなく顧客取引先との間での各種ハラスメントの防止など、一昔前はあまり想定していなかったリスク対策がいまの旅行会社には求められています。これらのリスクに企業自らが適切

に対処することで、財務の安定性を守り、顧客や関係先からも安心して頼られる関係を築くことができます。これは正に旅行会社のコーポレートガバナンスの一環と言えます。企業リスクマネジメントが、ひとつの担当部署や特定の担当者の仕事ではなく経営者自らが判断し実行すべき経営課題であるというのはこういう事情からです。

### ■夏のトップシーズンに向けて

7月1日は「旅の安全の日」です。夏のトップシーズンに向けて、自社の事故対応マニュアルの見直しや社内への再徹底、会社の規模や事業内容に即した模擬訓練等に取組む旅行会社も多いことと思います。この機に、これら旅行安全マネジメントの取組みを経営戦略としてのコーポレートガバナンスの一環として捉え、経営者自らが陣頭指揮を取り社員に伝えることで経営品質の向上につなげていけるかがでしょうか。

東京海上日動は旅行会社のパートナーとして、ガバナンス体制の構築強化に向けた取組みも積極的に支援して参ります。

(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 ⑬

監修 弁護士 三浦雅生

### 今回のテーマ… 二重予約に注意!

同一の便を使用、異なる旅行会社の2つのツアーに重複予約をいれていたお客様の席が、航空会社から強制的に予約を取消された。という苦情がありました。



Aさんは、S社でフランス旅行の予約を取った(契約成立)にもかかわらず、同じ行程の旅行を少し安いH社にもウェイティングをかけていた。すると、出発まで1か月となったところで、S社から「航空会社より、二重予約で座席を取り消された。お客様との契約を解除する」と一方的に言ってきた。H社からのOKも出ていない、今になって契約を解除されるなんて納得できない。S社は契約通り、私を出発させる義務があるのではないかとJATAに判断を求めてきました。

国際運送約款には、次のような記載があります。  
(原文は英語)  
第8条(予約)

A(予約の要件) (1)予約は、会社の予約システムに座席が確保された時点で成立します。

E(会社が行う予約の取消) (1)会社は、1旅客に対して2つ以上の予約がされており、かつ、次のいずれかの場合には、会社の判断により、旅客の予約の全部又は一部を取り消すことができます。(a)搭乗区間及び搭乗日が同一の場合(b)搭乗区間が同一で、搭乗日が近接している場合

予約確約は、S社の1つしかないとすればおかしなことになります。

実はこの航空会社にはYにいくつかの価格帯の座席があり、H社はYの高い価格帯の席を確保したうえで、安いY席のウェイティングをかけていました。つまり、H社の高いY席とS社の安いY席が二重予約となり、安いY席(S社)が取消されてしまったのです。旅行会社(S社、H社)はそれぞれ二重予約を知らないため、責任はありません。国際運送約款を知らなかったとはいえ、責任はお客様自身にあります(S社と契約しておきながら、同じ行程の契約を申込むことは信義誠実の原則に反する行為です)結局、AさんはS社で、再度@5万円高い航空券を買うことになり、4名で20万円の出費となってしまいました。

また、国際運送約款には以下の表記もあります。

第4条D(搭乗用片の使用順序)

(1)会社は、航空券に記載された出発地からの旅程の順序に従ってのみ、搭乗用片の使用を認めます。

(2)最初の国際線の運送区間の搭乗用片が使用されておらず、旅客がその旅行をいずれかの予定寄港地から開始する場合、その航空券は無効であり、会社はその航空券の使用を認めません。

安い価格を狙ったお客様による二重予約は、旅行会社では知るべくもありませんが、少なくとも旅行会社の社員は国際運送約款の知識を持った上で、同様の失敗をしないように努めたいものです  
(江本)

「現場」で起こっている事例多数掲載!  
クレーム予防・対応の決定版

## 『新たびクレ』

おかげさまで  
2,500部突破!

### ◆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!」一部紹介
- ①取消料 「海外危険情報」や「海外感染情報」の案内の仕方!
- ②手配内容 「テロが発生した国に行きたくない」
- ③契約 「旅行内容を変更」することは可能?
- ④パスポート 「残存期間が不足し出発出来ない!」
- ⑤情報提供 旅行業界の常識活用術 など
- ◎「Q&Aセレクト 37」でトラブル対応のポイント解説
- ◎レター作成例「詫び状」「弁明状」「反論状」
- ◎「障害者差別解消法」事例も充実

【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63回

# 天候はままならない

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

今年の桜は見事でした。関東では例年よりも早く、咲き誇る桜にしばし見惚れました。とはいえ天候はままならないもの。春には「花見ツアー」が、夏には「花火鑑賞ツアー」が企画されますが、花見ツアーの担当者は花びらが散るたびに「はらはら、気を揉んでいます」。

A 桜の名所を訪ねる花見ツアーだが催行日を前に花が散りそうだ。催行中止しなければ駄目か。

B 花火大会を見るツアーだが、夕立が来れば花火大会が中止となりそうだ。現時点では大会主催者からの正式な発表は無い。「このままツアーを催行しても良いか。」

こんな質問がシーズンになると必ず当室に寄せられますので、今回はこれがテーマです。

### 催行中止は可能だが

募集型約款第17条(当社の解除権―旅行開始前の解除) 1項6号には、スキーツアーにおける一定の降雪量などの自然条件を前提として旅行を実施するかどうかを決める場合に、契約締結の際にその旨を明示しておけば、その条件が成就しないときは旅行を取りやめることが認められています。

また、第13条(契約内容の変更)では、天災地変などや官公署の命令「その他の当社の関与し得ない事由が生じた場合において、旅行の安全かつ円滑な実施を図るためにやむを得ないときは、旅行者にあらかじめ速やかに当該事由が関与し得ないものである理由及び当該事由との因果関係を説明して、旅行日程、旅行サービスの内容その他の募集型企画旅行契約の内容を変更することがあります。」と規定されています。しかしながら、この規定は旅行日程を変更することによって「旅行の安全かつ円滑な実施を図る」ことが可能になることを前提にしていますので、Aは催行日を前倒ししない限り、散った桜を見るツアー、Bは夕立を止めない限りは、花火打上げ予定地を見るツアー、となってしまうので、通常は適用の余地はないと思われます。

### お客様に代替案を提案する

ではどうするか。旅行者の解除権(前述の第17条)により催行中止にするだけではお客様にとっては折角の旅行計画が消えてしまい、一方の旅行者も仕事になりません。

そこで、旅行開始前にお客様に連絡をとり、Aの場合には、①当初の花見ツアーを催行中止とし、(当初の花見の要素を除いた他は同一)代替ツアーへあらためて旅行契約を締結するように提案すること(「契約内容の変更」ではない)、②参加を断念するお客様には旅行代金の全額を返金すること、③代替ツアーに参加したときには旅行代金の返金はないこと、を案内したうえで催行します。Bの場合は、①大会主催者の発表前に見切り発

車をする(こちらは、夕立のなかツアーを実施することになれば安全かつ円滑な実施を図るために「契約内容の変更」は有り得る)、他の②と③はAと同様です。なお、②は旅行契約を解除することになりますが、Aは第17条に基づくものに対し、Bは催行はしますので第17条に基づくものではなく、見切り発車の判断が誤りであった場合(夕立に遭遇して花火大会が中止になった場合)に備えて、苦情などのリスク回避のために企画旅行者が任意に契約解除に応じる(合意解除)ものと理解できるとしよう。後は個別具体的に判断することになります。

### 企画の段階で代替案も旅行条件にする

実務では、このような不確定な要素が含まれる旅行では企画の段階において代替案まで考えておき、パンフレットなど取引条件説明書面には様々な注記を入れて記述しています。例えばAの場合は「桜の名所〇〇公園が駄目なら△△公園に代え、それでも駄目であれば〇日前頃に催行中止のご案内をする。」など、Bの場合でも「見切り発車をするが途中で花火大会が中止となった場合にはアウトレット□□でのショッピングに変更する。」などです。こうすれば、代替案を含めて「いわば2段階の旅行条件」となりますので、事前に連絡するにしても案内がスムーズに進みます。むしろ、プロの企画だから桜が散っても何か手当てしてくれる、とお客様の期待に応えることとなります。「そんな企画は無理!」と言われるのですが、そこを考えるのがプロたる所以でしょう。(堀江)

# 事務局 便り

## 3月の出国日本人数は3.5%増の180万7100人 訪日外客数は3月の過去最高を記録

日本政府観光局(JNTO)が4月18日に発表した速報値によると、今年3月における出国日本人数は前年同月比3.5%増の180万7100人を記録しました。

出国日本人数は今年1月に142万3727人に達して前年同月比9.9%増という高い伸びを示した後、2月は同6.9%減と大きくマイナスに転じましたが、3月は再びプラス成長を回復する形となっています。

今年1月から3月までの第1四半期全体では、出国日本人数は462万1300人となり、前年同期比では1.9%増を示しました。

一方、今年3月における訪日外客数は前年同月比18.2%増の260万7900人を記録し、今年2月に比べて伸び率は低下してい

るものの、2ケタ台のプラス成長を維持しています。また、3月としては過去最高の数字となりました。

日本政府観光局(JNTO) 平成30年4月18日 (単位:人)

月	訪日外客数			出国日本人数		
	平成29年	平成30年	伸率(%)	平成29年	平成30年	伸率(%)
1 Jan.	2,295,668	2,501,409	9.0	1,295,059	1,423,727	9.9
2 Feb.	2,035,771	*2,509,300	*23.3	1,493,399	1,390,516	-6.9
3 Mar.	2,205,664	*2,607,900	*18.2	1,745,412	*1,807,100	*3.5
1~3 Jan.-Mar.	6,537,103	*7,618,600	*16.5	4,533,870	*4,621,300	*1.9

◆注1: 出典:日本政府観光局(JNTO)  
◆注2: 平成29年(2017年)は確定値、平成30年(2018年)1月~12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え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 4月10日(火)~5月31日(木)

※予定表は変わることがあります。

#### 本部・支部の委員会(予定)

5月9日	幹事会	/東北支部
5月22日	国内旅行推進委員会	/本部
5月22日	ユニバーサルツーリズム推進部会	/本部
5月23日	国内旅行委員会	/関西支部
5月24日	国内旅行委員会	北海道支部
5月24日	消費者相談委員会	/関西支部
5月24日	消費者相談委員会	/九州支部
5月25日	海外旅行委員会	/北海道支部
5月28日~29日	日旅行推進委員会(フランス)	/本部
5月29日	旅行業高齢者雇用推進委員会	/本部
5月30日	TEJ実行委員会	/本部
6月1日	幹事会	/中四国支部
6月2日~3日	熊野古道「道普請」	/関西支部
6月7日	海外旅行委員会	/関東支部
6月12日	幹事会	/関東支部
6月12日	年次定例会	/沖縄支部
6月13日	弁済業務委員会	/本部
6月14日	消費者相談委員会	/関西支部
6月14日	幹事会	/九州支部
6月15日	幹事会	/東北支部
6月15日	旅行業校正取引協議会	/東北支部
6月19日	実務委員会	/九州支部
6月20日	国内旅行委員会	/九州支部
6月21日	支部幹事会	/中部支部
6月21日	消費者相談委員会	/九州支部
6月21日	JATA定時総会	/本部
6月24日~26日	総務委員会・国内旅行委員会 合同研修旅行(北海道)	/関東支部
6月28日	八相会	/中部支部

### ●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。

旅行サービス手配業務取扱管理者研修、総合・国内旅程管理研修、総合旅行業務取扱管理者研修、JOTC(アウトバウンド促進協議会)プランナーのためのセミナーの詳細は、JATAホームページ「JATAが主催・共催するセミナー・研修5月および6月」をご参照ください。

5月11日~6月3日	平成30年度 総合旅行業務取扱管理者研修	/本部
5月23日~24日	旅行サービス手配業務取扱管理者研修	/本部
5月31日	第1回シニアマーケティングセミナー	/本部
6月2日~3日	教育研修委員会 寺子屋JATA	/九州支部
6月5日~6月22日	平成30年度(6月)総合・国内旅程管理研修	/本部
6月6日	TEJ記者会見	/本部
6月12日	広島空港CIQセミナー	/中四国支部
6月12日	JOTCプランナーのためのセミナー(オマーン)	/本部
6月13日	JOTCプランナーのためのセミナー(欧州)	/本部
6月14日	第2回シニアマーケティングセミナー	/本部
6月17日	総合旅行業務取扱管理者研修修了テスト	/本部
6月22日	えひめ旅フェスタ2018 ワークショップ商談会&意見交換会	/中四国支部
6月23日	環境保全活動(外来植物駆除)	/北海道支部
6月23日~24日	えひめ旅フェスタ2018	/中四国支部
6月26日	三浦ゼミ クレーム対応講座	/本部
6月27日	総務・海外・国内・福岡地区委員会 合同・旅の安全の日PR活動	/九州支部
6月28日	JOTCプランナーのためのセミナー(英国・湖水地方)	/本部
6月28日	JOTCプランナーのためのセミナー(フィンランド)	/本部



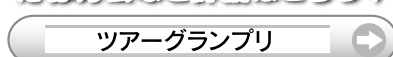
## 旅行業の未来を広げる旅の企画大賞 「ツアーグランプリ2018」 応募受付中!

ツアーグランプリは、本年度で通算25回目を迎えます。(2012年にツアーオブザイヤーから名称変更)  
旅行業における企画力およびマーケティング力の向上、「観光立国」の施策に寄与することを目的に、海外旅行・国内旅行で最も優れた企画旅行(募集型・受注型)に対して表彰を行います。併せて訪日旅行で実施された企画旅行の中から優れた企画を表彰します。

応募締め切りは7月4日(水)必着。

主催: ツアーグランプリ2018 実行委員会  
後援: 国土交通省(予定)、国土交通省観光庁(予定)、  
一般社団法人日本旅行業協会(JATA)、一般社団法人日本旅行作家協会

応募方法など詳細はこちら↓



お問い合わせ ツアーグランプリ2018 運営事務局  
TEL: 03-3831-2624 Email: tatg@jata-net.or.jp





# 旧閑谷学校(岡山県)

素材研究  
(国内)



「山水清閑」と池田光政が称賛した環境は今も変わりません



講堂の床に正座して「論語」を学ぶ姿は、旧閑谷学校の伝統です。



儒学の祖・孔子の徳を称える最も重要な施設である聖廟



秋にはライトアップされた紅葉も楽しめます



旧閑谷学校を代表する国宝「講堂」の内部。凛とした雰囲気、思わず背筋が伸びる空間です

## 日本遺産ダブル認定の旧閑谷学校 地域観光振興でもその求心力に期待

岡山県備前市にある旧閑谷学校は、2015年度に「近世日本の教育遺産群」学ぶ心・礼節の本源」として日本遺産に認定されたのに続き、2017年度に認定された「きつと恋する六古窯」日本生まれ日本育ちのやきもの産地」でも「備前焼」の構成文化財に名前を連ねました。同市では、体験型・学習型の観光へとシフトしていく上でも、旧閑谷学校を重要な観光資源と位置付けています。

### 日本で初めての「庶民のための学校」

旧閑谷学校は江戸時代前期の寛文10年(1670年)に、岡山藩主・池田光政が日本初の「庶民のための学校」として創建したものです。

この地を初めて訪れた池田光政は、「山水清閑、宜しく読書講学すべき地」と称賛し、学校の設立を決めたと伝えられています。この藩主の意を受けた家臣の津田永忠が約30年の歳月をかけて、元禄14年(1701年)に現在とほぼ同様の外観を持つ堅固で壮麗な講堂を完成させました。国宝の講堂や聖廟など主要な建物だけで約5万枚もの備前焼の瓦が使われています。

公益財団法人特別史跡旧閑谷学校顕

彰保存会では、「学ぶ心・礼節を重んじた近世の教育が近代化の原動力となり、現代にも受け継がれていることが認められたもの」と日本遺産認定を評価する一方、「従来の保全・保護に加えて、地元の活性化にもつながる地域資源として積極的に活用してもらえようになりたい」方針です。

### 日帰り・通過型から体験・学習型へ

備前観光協会でも、旧閑谷学校の日本遺産認定を受けて、これまで来訪者を中心に訪ってきた案内に加え、地域外への積極的な情報発信の強化も推進。

岡山市備前市・保存会との連携を図りながら、地域の貴重な観光資源として大きな潜在力を持つ旧閑谷学校を軸に、日帰り・通過型の観光が主流となっている観光形態から、日本遺産のストーリーに基づく周遊型や体験型・学習型の観光形態の 프로모ーションを進めていく考えを明らかにしています。

旧閑谷学校では、紅葉の時期に敷地内のライトアップを開始しているほか、今年度からはクラシックコンサートなどのイベント開催も検討するなど、旅行者誘致に資する展開も進められる見通しです。

「庶民教育の殿堂」として340年以上にわたり形を変え、ことなく存在し続けてきた旧閑谷学校は、その求心力を地域観光振興でも発揮することが期待されています。

# レフカラ (キプロス)

素材研究  
(海外)



500年以上にわたって母から娘へと受け継がれてきたレフカラレース



村の穏やかな暮らしぶりを感じさせる家々に飾られた鉢植え



アフロディーテ誕生伝説の残るキプロス西部の海岸



懐かしさを感じさせる雰囲気も漂うレフカラの路地裏



古代の町・クリオンの守護神として祀られていたアポロン神殿跡

海を見下ろす斜面で瀟洒な雰囲気を出すレフカラ村

## レフカラ村のレースづくりは無形文化遺産 商品価値高いキプロスの多様な魅力に注目を

地中海に浮かぶ島として3番目に大きいキプロスの歴史は、約1万年前まで遡ります。ギリシャやローマといった地中海文明だけでなく、イスラムの影響なども受けてきたことから、その多様な文化が大きな魅力のキプロス。JATAによる「ヨーロッパの美しい村30選」に名前を連ねたレフカラは、世代から世代へと継承されてきたレフカラレースでも注目を集めています。

### 500年以上も続く村の伝統手芸

レフカラ村は、大型のリゾートホテルが立ち並ぶ海岸沿いの街から離れた標高約750メートルの中山間地域にあります。石畳の小道を挟んで石造りの家並みが続き、外壁に蔦が絡まる路地裏にはどこか懐かしさを感じる雰囲気も漂います。軒先に並ぶ鉢植えも、人々の穏やかな暮らしを感じさせるようです。母から娘へと受け継がれ、500年以上も続いてきた村の伝統手芸であるレフカラレースは、そうした日常の中で育まれてきました。

海を見下ろす斜面にあるレフカラ村は、15〜16世紀にこの地域を支配していたヴェネチアの人々が保養地として過ごした歴史を持ちます。村の女性たちがヴェネチア

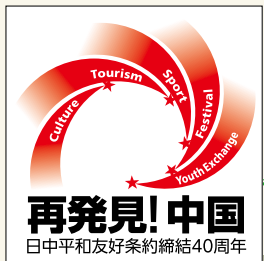
貴族の婦人たちと手芸を楽しみながら、ヴェネチアの技法やデザインを取り入れて美しく繊細なレースづくりに励んだのが、レフカラレースの起源となりました。

### 島内各所に奥深い魅力に溢れる素材

『最後の晩餐』で知られるレオナルド・ダ・ヴィンチもレフカラ村を訪れ、ミラノ大聖堂の祭壇布としてレフカラレースの大きなテーブルクロスを持ち帰り、作品にも描かれることになったと伝えられます。

古代ギリシャやビザンチンを想起させる菱形とジグザグを組み合わせた幾何学模様や十字架をはじめ、村で見られる草花や虫、川など、多様なデザインも特徴のレフカラレース。生活を彩るインテリアとしてだけでなく、地域の産業としても継承されて、村のレースづくりは国を代表する文化にまで高められ、2009年にはユネスコの無形文化遺産に登録されました。

30年以上にわたってキプロスの観光情報を発信してきたキプロス・インフォメーションサービスの志村暁子さんは、「ギリシャ神話の愛と美の女神アフロディーテが誕生した海岸などの伝説や、世界遺産の古代遺跡さらには壁画聖堂群など、キプロスには奥深い魅力に溢れる素材が島内各所に埋もれています」と説明。レフカラに象徴される地域の隠れた宝探しを通じて旅行会社による掘り起こしと商品化に期待を示しています。



**再発見! 中国**  
日中平和友好条約締結40周年



美丽中国—2018全域旅游年  
Beautiful China—Year of Integrated Tourism 2018

# 日中40周年プロジェクト 消費者がつくった四川フェス

広告

## 2日間で6万5000人、4800食完売の店舗も 四川料理をテーマに大きく広がる「共感の輪」

### 四川人気の根強さ裏付け

四川フェス実行委員会及び共催の中国駐東京観光代表処は、4月7日と8日の2日間

にわたって、東京・新宿の新宿中央公園で「四川フェス2018」を開催しました。

昨年にかけて開かれたイベントには2日間で6万5000人以上が集まり、参加した四川料理店の中には2日間で4800食を完売するケースも出るなど、改めて、四川料理

を中心とする四川人気の根強さが裏付けられる結果となりました。

中国駐東京観光代表処の

王偉首席代表は、「四川料理が大好きな一般の人たちが自分たちの好きなものを世の中の皆さんに広めるために6万人を超える規模のイベントを実行してしまふことに、消費者

の新たなパワーやムーブメントの胎動を感じる」と語り、イベントの基本的なコンセプトから運営まで消費者主導で行われた「四川フェス2018」の可能性を強調しています。



“四川フェス”実行委員会のメンバーとボランティアの皆さん



ステージで挨拶する王偉首席代表。右隣は新宿区の吉住健一区長



“四川フェス”実行委員会の中川正道委員長

四川フェス実行委員会の委員長を務める消費者グループ「麻辣連盟」の中川正道会長は「四川フェスの基本コンセプトとして、「四川料理をもっと広めよう」というミッション、5万人を集めようというビジョン、四川料理オールスターによる大人の文化祭をつくるという「バリュー」という3つのポイントを指摘。

主催者側の想定も上回る2日間で6万5000人という集客実績については、「もともと麻婆豆腐や回鍋肉といった四川料理が日本人に馴染み深い上に、本格的な料理を提供する店も増えてきて、四川料理への関心が高まっていることや、一般の消費者が主催する大型イベントとして親近感を覚えてもらっていることなどにより、来場した消費者の皆さんにイベントを「自分事」として捉えてもらえた」と説明しています。

## 心強い「日中 交流の基盤強化」

昨年初めて開催された「四川フェス」は、中川委員長をはじめ中国への留学経験を持つコアメンバーが中心となっていて活動を始める中で、中国料理店の料理人や四川料理好きな消費者などボランティアの協力メンバーが自然発生的に集まり、緩やかな組織的連携の中で実現したものです。

成都に留学していた中川委員長が「もっと美味しい四川料理を食べたい」という思いから、自分で収集した情報などを集約する形で四川料理の食べ歩きガイドを4年前に出版。「素人が書いた本なのに、プロの料理人の皆さんから評価をいただき、さらに深化したレシピ情報などを追求する中で、四川料理ネットワークもどんどん広がっていった」といいます。



“消費者パワー”を見せつけた2日間今年で2回目を迎えた“四川フェス”は、会場となった新宿中央公園を来場者が埋め尽くし(上段・右)、四川省のアイコンである「パンダ」も随所に登場(下段・右)。参加した中国料理店(上段と下段の中央)も、キッチンカーでの調理ながら本格的な四川料理(上段と下段の左)を提供して、来場者に感動を与えました

王偉首席代表は、「イベントに会場した皆さんも直ぐに中国や四川へ旅行するというわけではないだろうが、一般の人たちが「四川料理」をテーマに共感を広げていく中で、中国への理解も着実に深まって民間ベースでの日中交流の基盤が強化されるのは心強い。こうした動きを支援するのも、観光代表処の大事な役割と考えている」と語っています。

中国駐東京観光代表処

# 『JATA重大事故支援システム』 (第22期)のご案内

海外・国内の企画旅行中に重大事故が発生した場合、あなたの会社の  
緊急対応は大丈夫ですか？

重大事故発生時の「初動対応」は非常に大切です。

現在約400社のJATA会員の皆さまにご入会いただいています。

「企業防衛」のためにもぜひご加入ください。

企画旅行会社に求められる初動対応を「支援システム」がサポートします。

被災者  
救援対応

ご家族からの  
問合せ

事故情報の  
収集

殺到する  
マスコミの  
取材

責任・  
補償問題

「支援システム」の発動対象は海外・国内の企画旅行です。訪日旅行についても道義的な対応範囲  
に限定して支援し、手配旅行については道義的な側面支援についてアドバイスします。

年会費：海外および国内 64,800円(税込)

海外のみ 43,200円(税込)

国内(訪日)のみ 43,200円(税込)

◎ 保証開始日：2018年7月1日(日)より1年間

◎ 申込・年会費支払締切日：2018年6月20日(水)

支援システム運営会社 日本アイラック株式会社

## 『JATA旅行事故対策費用保険』のご案内

『JATA重大事故支援システム』(海外および国内、海外のみ)へのご加入には、「旅行事故対策  
費用保険」加入が必須条件となりますので、団体割引が適用される『JATA旅行事故対策  
費用保険』へのご加入をお勧めします。また国内・訪日旅行の場合にも、同保険やインバウン  
ドトラベル保険などへのご加入をお勧めします。

お問合せ・お申込み

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。