

JATA

じゃたこみ

8

2019年
8月10日発行
vol.150

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

Communication

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 全日通商が関ビル3階
<http://www.jata-net.or.jp/>



ツアーセーフティネット始動 観光庁、安心・安全確保へ活用呼びかけ

観光パワーを世界へ発信 「ツーリズムEXPOジャパン2019 大阪・関西」開催概要

美味しいヨーロッパ100選発表 今度は「食」で旅の企画を もっとおもしろく



新連載「ツアーグランプリ2019」に学ぶ 商品企画のヒント コンテンツ系の商品開発に特化

今号から誌面デザインを変更、文字も大きくなりました



「ツアーセーフティネット」始動 観光庁、安心・安全確保へ活用呼びかけ

観光庁は7月1日から、旅行会社によるツアー参加者への海外安全情報の提供や事件・事故が発生した際のツアー参加者の安否確認を行える「ツアーセーフティネット」の運用を開始しました。外国へ出かけることへの不安から海外旅行に消極的な潜在需要を顕在化させると同時に、旅行会社のツアーに参加することで海外旅行時の安心安全も担保されるものとして、観光庁では、アウトバウンド活性化を促進することも期待されるツアーセーフティネットをより多くの旅行会社が積極的に活用するよう呼びかけています。

安心して海外旅行ができる環境を

観光庁が運用を開始したツアーセーフティネットは、アウトバウンド活性化も視野に入れた新たな取り組みとして、海外旅行に安心して出かけられるようにツアー参加者に対して海外安全情報の提供や有事の際に安否確認を行う「海外安全情報共有プラットフォームフォーム」として機能するものです。

観光庁としては、リアルタイム



ツアーセーフティネットの利用促進を呼びかけるポスター

での海外安全情報の提供や安否確認を行えるプラットフォームとしてツアーセーフティネットの運用を開始し、旅行業界全体で安心して海外旅行ができる環境を整えていきたい考えです。

今年4月1日付で旅行振興担当参事官に着任した奈良和美氏は、ツアーセーフティネットについて「若年層を中心にアウトバウンドを増やしていくための検討を続けてきている中で、経済的な理由や時間的な制約で海外旅行ができないという事情だけな

く、治安面などで不安を感じている実状もあり、自分がいつも利用しているSNSなどを通じて安全情報が入手でき、何かあった時に直ぐ連絡も取れる情報共有プラットフォームは、アウトバウンドを活性化する良い一歩になると思う」と語り、運用開始の意義を強調しています。

旅行会社にも 大きなメリット

観光庁が運用を開始したツアーセーフティネットのシステムを利用して旅行会社は、海外ツアーに申し込む参加者に対して、旅行開始前からメールアドレス宛に海外安全情報を配信します。

旅行中にも、外務省の「たびレジ」を活用して、渡航者を対象に滞在先の緊急情報や安全情報が提供されます。

海外旅行中に重大な事件や事故などの緊急事態が発生した場合には、ツアー参加者のメールアドレス、SMSやLINEなどを通じて、旅行会社による安否確認が



奈良和美 参事官

可能となっており、観光庁では今後、旅行者の携帯電話宛てにも、旅行先における病院や警察など各国の都市情報の配信や有事の際の避難経路誘導、家族との安否確認ができる機能なども追加することを予定しています。

奈良参事官は、ツアーセーフティネットが旅行会社による募集型企画旅行のツアー参加者を対象としていることから、「旅行会社にとっても顧客の安全管理という観点からシステムを利用する意義は大きい」と指摘。「7月に運用を開始したばかりで、まだ、利用している旅行会社は少ないものの、観光庁としては積極的に旅行会社への利用促進を呼びかけていきたい」と説明。「旅行者の安心・安全への関心が高まっている中

で、旅行会社がツアーセーフティネットを利用することは、そうした旅行者に伝えることにもつながるものであり、ぜひ、ビジネスチャンスの拡大にもつなげてほしい」と呼びかけています。

JATA会員企業による 利用の促進へ

JATAでは昨年9月から10月にかけて3回にわたり、観光庁によるツアーセーフティネットの整備に向けて事前検討会を開催し、実際にツアー参加者への安否情報提供や有事の際にツアー参加者の安否確認を行う立場から、その現状や課題などについて討議を行いました。

この事前検討会に参加した旅行会社の担当者からは、7月から運用が開始されたツアーセーフティネットについて、ツアー参加者の連絡先情報などが登録されることでツアー参加者数の把握が効率的に行えることや、リアルタイムでツアー参加者の安否を確認して社内関係者や官公庁と共有できること、ツアー参加者自らが

安否情報を回答することで安否確認の精度と効率が向上することなど、業務軽減のメリットを評価する声が多いようです。

7月末時点で、観光庁が運用を開始したツアーセーフティネットを自社のシステムに接続することで利用している旅行会社は日本旅行とJTBの2社だけですが、既に技術的な課題やコスト的な要件をクリアするための社内調整が最終段階に入っている会員企業も多く、今後、JATA会員企業による利用拡大も進んでいく見通しです。

新聞の広告特集で JATAもアピール

JATAは今年6月30日付『朝日新聞』朝刊紙面の広告特集『ポータルシエに、「海外パッケージツアーの安全と安心を再認識！」というタイトルで広告出稿し、JATAが定めた「旅の安全の日」(7月1日)をアピールするの日に、旅行会社の企画する募集型企画旅行(パッケージツアー)と同時に、「旅の安全と安心」を「何より




ツアーセーフティネットでは出発前から安全情報を配信
(写真提供:関西エアポート株式会社)

も前提としている」ことを強く訴えました。

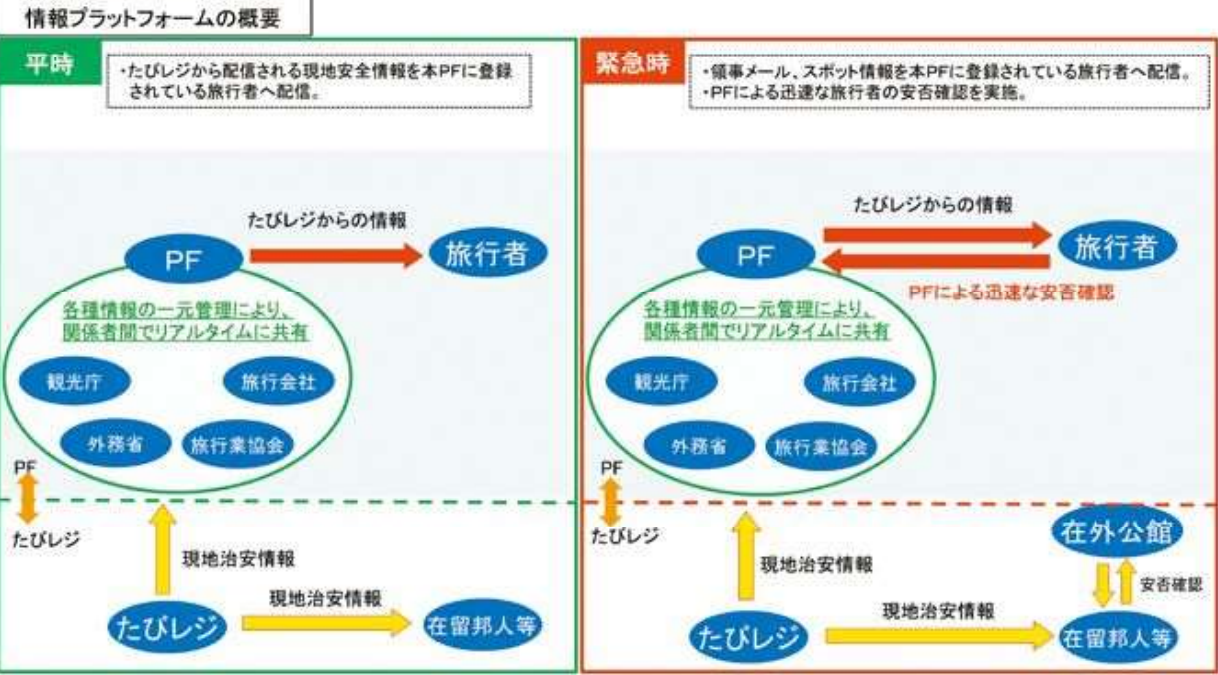
さらに、7月1日から運用が開始されたツアーセーフティネットについても、「海外旅行の安心・安全情報」を観光庁と旅行会社が届けるものとして説明。「出発前も、旅行中も、旅先の安全情報を送信!」「緊急時に、あなたと同行者の安否を確認!」「登録はツアーセーフティネットに参加の旅行会社で実施。登録は旅行後に自動解除!」という3つのポイントを前面に打ち出して、そのメリットをアピールしました。

日本経済に資する 重要な海外旅行

国内旅行や海外旅行の活性化

旅行安全情報等に関する情報プラットフォーム(ツア-セーフティ-ネット) 

○旅行者が安心して海外旅行ができるよう、旅行先の安全・安心情報をリアルタイムで提供する。
○万一、現地でテロや災害等が発生した場合には、旅行者の安否確認を迅速に行い、旅行者が安全に滞在・帰国できるよう避難等の情報を提供する。



だけでなく、休暇改革なども含めて旅行業界全体の活性化施策を全般的に担当している奈良参事官は、日本人による海外旅行について、「旅行振興担当参事官に着任する前から、インバウンド振興が喧伝されてきている中で、双方の交流があつてこそ、インバウンドも伸びるしアウトバウンドも活性化されていくと考えていたのだ、日本人海外旅行者の数を増やしていく必要性を痛感していた」と語り、アウトバウンド拡大の重要性を強調しています。

また、海外旅行のもたらす経済効果についても、「国内旅行による消費額の大きさに隠れがちではあるものの、日本人による海外旅行も、日本の旅行会社や航空会社を使って海外に行く場合、日本国内のマーケットにおける消費額としてはかなりの割合を占めることになり、日本全体としての経済や消費という側面からは大切な部分だろうと思う」と、その意義を指摘しています。

さらに、観光先進国実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図る

ための恒久的な財源を確保する目的で、今年1月に国際観光旅客税が導入されたことを踏まえ、「日本から外国へ出かける海外旅行者の皆さんにも国際観光旅客税を負担していただいております、7月から運用を開始したツア-セーフティ-ネットも、アウトバウンドに裨益する形になっている」と説明。「JATA会員企業の旅行会社には、改めて、積極的にツア-セーフティ-ネットを利用していただきたい」と期待を示しています。

奈良参事官は、「外国人出国手続きに先立って、日本国内の主要空港で日本人の出国・帰国審査で活用されている顔認証ゲートも、スムーズな出国・帰国の手続きを可能とすることで、日本人の海外旅行者にも利便性の向上をもたらす形となっているが、今後も、海外旅行における安心・安全の担保や快適な移動など、アウトバウンドの活性化や拡大に資するような施策の実現を目指す」と考えも明らかにしています。

特集1 ツアーセーフティーネット始動

1 観光庁、安心・安全確保へ活用呼びかけ

特集2 「ツーリズムEXPOジャパン2019 大阪・関西」概要発表 5 「観光パワー」を世界へ発信

〈本部・支部活動報告〉

- 7 ●80社超の会員が模擬訓練実施 7月1日「旅の安全の日」を中心に活動
- 7 ●松本市で「JATAインバウンド商談会」
- 8 ●JATAインバウンドセミナー開催 関東支部と東京都が一体で観光盛り上げ
- 8 ●支部活動報告

アウトバウンド促進協議会 (JOTC)

- 9 ●ハワイ・サブ部会がハワイ島で持出会議を開催
- 9 ●JOTC航空会社インタビュー 第9回 全日本空輸株式会社

10 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—

JATA会長表彰「ダイバーシティ推進部門」大賞
JTB企画開発プロデュースセンター

講演抄録 国内旅行マーケットにおける新たな役割研究会

- 11 ●フォーカスライトJAPANの牛場日本代表が講演

「ツアーグランプリ2019」に学ぶ 商品企画のヒント

- 12 ●国土交通大臣賞を受賞したKNT関東
「BANANA FISHオフィシャルツアー in NY」

●読み物&マーケティング

- 13 ・ハイ!こちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑦⑧
企画旅行の目的地・入場観光地が、想定外の事態で観光できない!
- 14 ・法務の窓口 第75回 旅行業約款は定型約款です

●美味しいヨーロッパ100選発表

- 17 今度は「食」で旅の企画をもっとおもしろく

●素材研究

- 16 海女(Ama)に出逢えるまち 鳥羽・志摩(三重県)

- 15 ●事務局だより

表紙写真

東京を離れて大阪・関西で初めて開催される「ツーリズムEXPOジャパン」。10月の開催に向けて大阪府立国際会議場で行われた概要発表では、世界の耳目を集める国際的なビッグイベントが相次ぐ大阪・関西で、一連の動きに弾みをつける起爆剤として大きな期待が示されました(5~6ページに関連記事)。

「旅行業登録票」はJATAホームページより作成およびデータのダウンロードができるようになりました。

ダウンロードができる旅行業登録票は、下記のとおりです。

1. 旅行業登録票 (業務範囲: 海外旅行・国内旅行)
 2. 受託取扱企画旅行 別掲 (業務範囲: 海外旅行・国内旅行)
 3. 旅行業登録票 (業務範囲: 国内旅行)
 4. 受託取扱企画旅行 別掲 (業務範囲: 国内旅行)
- ※ご希望の方は、JATAホームページより「会員・旅行業のみなさまへ」をご参照ください。

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
全日通設が関ビル3階
<http://www.jata-net.or.jp/>

貴社の販売力は、まだまだ向上します!

旅行業基幹業務支援システム **symphony Atwo**
シンフォニー アトウ

顧客データの入手と整備

資料請求・電話・来店・Web
同一人物チェック
不要データ消去

顧客データの分析

旅行歴、資料請求/電話履歴
年齢、職業、居住地
趣味嗜好、アンケート結果 等

戦略的なDM発送

DM宛名書き
メールマガジン発信
(テキスト/画像付)



株式会社 ウィ・キャン
<http://www.w-e-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

「観光パワー」を世界へ発信 ビッグイベント相次ぐ大阪・関西で初開催

JATAと日本観光振興協会（JTTA）、日本政府観光局（JNTO）は7月9日、大阪市北区の大阪府立国際会議場（グランキューブ大阪）で、ツーリズムEXPOジャパン（TEJ）2019 大阪・関西開催概要発表会を行いました。

関西圏へ旅行者呼び込む起爆剤に

TEJ実行委員会の委員長を務めるJATAの田川博己会長は、TEJ2019 大阪・関



JATAの田川博己会長

大阪・関西をめぐる動き

- G20大阪サミット(2019年)
- 百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録(2019年)
- ラグビーワールドカップ(2019年)
- ワールドマスターズゲームズ(2021年)
- 大阪・関西万博(2025年)

西々について、(1)世界各国・地域から観光行政のトップが参加する第3回観光大臣会合、(2)海外プランナーや国内プランナーなど



大阪観光局の福島伸一会長（左）と大阪商工会議所の中野亮一理事・地域振興部長

が参加する展示商談会、(3)シンポジウムやセミナーが実施されるフォーラムやジャパンツーリズムアワードなどのプログラムを通じて旅をカタチにするプロセスといった意義を強調しています。

TEJがスタートした2014年以来、初めて東京以外の開催地となる大阪・関西では、今年6月に20カ国・地域首脳会議（G20大阪サミット）が開催されたのに続き、今年秋にラグビーワールドカップ（RWC）、2021年にワールドマスターズゲームズ2021関西、さらに、2025年日本国際博覧会「大阪・関西万博」の開催も予定されています。今年10月24日から27日までの4日間にわたって大阪市住之江区のインテックス大阪、ハイアットリージェンシー大阪で開催されるTEJ2019 大阪・関

西は、相次ぐビッグイベントによって世界から注目を集める大阪をゲートウェイとして、関西圏に旅行者を呼び込む起爆剤となる総合観光イベントへの期待が高まっています。

田川会長は、「G20大阪サミットで採択された『大阪宣言』でも、観光産業が世界のGDPの相当の割合を占め、引き続き世界経済の成長にとって重要な牽引役となることが見込まれる」という文言が盛り込まれた」と指摘。「G20大阪サミットと同じ会場で開催されるTEJ2019 大阪・関西を通じて、その観光の持つパワーを感じてもらえると思う」と、今年のイベントへの意気込みを示しました。

心強い地元財界や自治体の協力

TEJがスタートした2014年は、アウトバウンドとインバウンドを合わせた双方方向の交流人口は3031万人でしたが、昨年は、双方方向の交流人口は5014万人を数えるまでにな

2020年は沖縄県宜野湾市で開催 10月29日～11月1日までの4日間

来年の“ツーリズムEXPOジャパン 2020 沖縄”は、10月29日～11月1日までの4日間にわたり、沖縄県宜野湾市の沖縄コンベンションセンターと周辺施設で開催されます。

沖縄観光コンベンションビューローの下地芳郎会長(写真・右から2人目)は、「東西1000キロ、南北400キロの海域の島々に、145万人が暮らす沖縄こそ、海洋ツーリズムを考える絶好の地」と強調しています。



主催3団体のトップと沖縄側の代表がガッツリ握手

りました。
田川会長は、「その成長ぶり
は世界が目にするものとなっ
ている」と紹介すると同時に、
「TEJも順調に成長し、国
連世界観光機関(UNWTO)が
世界の3大観光イベントとして認
めるほどになった」と強調。

6年目を迎えたTEJが初めて東京を離れて、大阪・関西で開催されることについて、田川会長は『天の時』『地の利』『人の和』が揃っている」と説明。「G20大阪サミットに続くRWC、ワールドマスターズゲームズ、大阪・関西万博を世界にPRするには絶好のタイミングであり、大阪・関西は西日本にアクセスできるゲートウェイとしての役割を持つ」と指摘した田川会長は、「何よりも、地元鉄道会社や財界、自治体の協力が手厚くて心強い」と語り、「この3つが揃った状態で順調に準備が進められている」と言明しました。

新たなビジネスチャンス発見を

TEJ2019 大阪・関西では、昨年が続いてTEJとUNWTOの共催による第3回観光大臣会合の開催が予定されており、今年は大阪・関西から「ツーリズムの今」が世界に向けて発信されることとなります。
田川会長は、世界中から観光のキーパーソンが集まるイベントとしてのTEJを象徴する観光大臣会合について、「今年はTEJ2019 大阪・関西開幕直後の10月25日に、北海道で日本政府の主催によるG20観光大臣会合も開催されることから、世界13カ国の観光大臣と国際期間の代表が参加した昨年を上回る数の各国観光行政トップが参加するものと見込まれる」と期待を示しました。
また、展示商談会には、インバウンド関連で世界32カ国374の旅行会社とメディアが参加するほか、国内旅行と海外旅行についても全国の旅行会社からプランナー350人が参加する予定です。
田川会長は、「今年は例年のインバウンド観光ビジネス総合展に加えIRゲーミングEXPOも開催され、より多くの新しいビジネスチャンスの発見につながれる」と積極的な参加を呼びかけました。

大阪・関西の魅力をも面的に訴求

大阪観光局の福島伸二会長は、「大阪・関西での初めての開催と

なるTEJへの新たな出展者数は80件に及んでいる」ことを紹介し、「観光産業の裾野の広さを再認識すると同時に、TEJに対する期待の高さをひしひしと感じている」と強調。大阪・関西らしさをアピールするため、「スポーツ」「食」「ウェルネス」「笑い」とエンターテインメントの4つのコンセプトを掲げて、大阪・関西の魅力をも面的にアピールする考えを明らかにしています。
また、JR西日本、大阪メトロ、阪急・阪神、近鉄、京阪、南海の私鉄による「関西共同鉄道コーナー」や関西の大学を中心とした「アカデミーエリア」などの展開も計画されています。
大阪商工会議所の中野亮二理事・地域振興部長は、「経済団体として会員企業に出展してもらい、観光産業への新規参入や販路拡大の機会を広げたい」とTEJ2019 大阪・関西への期待を表明。中野理事によると、各種メーカーや運送会社など幅広い業種から18の会員企業が出展する予定です。

80社超の会員が模擬訓練実施 7月1日「旅の安全の日」を中心に活動

JATAは7月1日を「旅の安全の日」と定めており、毎年この時期に会員企業が模擬訓練を行っています。

7月1日に行われた今年の模擬訓練には61社が参加し、国内旅行で延べ41社、訪日旅行で延べ8社、海外旅行で延べ40社が模擬訓練を実施。さらに、別の時期に実施する企業や個別に実施する企業なども含めると、模擬訓練への参加会員は86社となる見通しです。また、初めて参加した会員企業は14社を数えました。

今年の模擬訓練については、毎年のJATA主導による訓練や自社の実施による年間複数回の自主訓練の積み重ねなどで、「以前よりも安否確認などの集約時間が短くなった」「年々社員の危機管理に対する意識が高まっている」といった感想も寄せられています。

九州支部は福岡市中心部と空港でアピール

JATA九州支部は7月1日、福岡市の天神地区と博多駅前地区で、同支部の3専門委員会と1地区委員会が合同で「旅の安全の日」のPR活動を実施しました。

同支部特製の「旅の安全の日」ティッシュペーパーと外務省が作成した「たびレジ」のリーフレットを4000部配布し、一般への周知を図っています。

また、福岡国際空港では、国際線出発ロビーの大型ビジョンで「旅の安全の日」のPR映像が流さ



れ、旅行会社のカウンターでティッシュペーパーも配られました(写真)。

松本市で「JATAインバウンド商談会」

JATAは7月4日、長野県松本市で「JATAインバウンド商談会 in NAGANO」を(一社)長野県観光機構との共催で開催し、長野県内の自治体や観光協会、観光事業者とJATA会員などの関係者ら約130人が参加しました。

今回で9回目となった「JATAインバウンド商談会」は、訪日外国人旅行者の増加に伴う大都市圏やゴールデンルートへの「極集中化」の解決を図り、地方誘客を促進すると同時に、JATA会員各社による各地での最新情報収集とネットワーク作りなども目指しています。

第1部では、国土交通省北陸信越運輸局観光部の富永真二次長と長野県観光部国際観光推進室の小林洋室長による来賓挨拶に続いて、松本大学の佐藤博康名

誉教授が「長野県のインバウンド推進のための課題 テーマ別観光について」をテーマに講演を行いました。

第2部で長野県の自治体や観光協会など約40の団体がそれぞれのPRを行った後、第3部では、JATA会員企業と長野県内のセラーによる商談会が実施されています。

また、翌日には(一社)長野県観光機構主催によるファミトリップが2コースに分かれて実施されました。参加したJATA会員からは、「新しい観光素材を知ることができた」「長野県側によるPRは、セラーのポイントが凝縮されていて良かった」「インバウンドに特化している商談なので、的確な内容で話げできた」といった声が寄せられました。



JATA会員企業と長野県側セラーによる商談会

JATAインバウンドセミナー開催 関東支部と東京都が一体で観光盛り上げ

JATA関東支部は7月4日、東京都産業労働局観光部の協力により、東京都庁第二本庁舎で「JATAインバウンドセミナー」を開催しました。

今年で8回目を迎えたJATA関東支部によるインバウンドセミナーは、有益な情報の入手や人脈づくりに活用してもらうことを目指しています。

訪日旅行は 大きなビジネスチャンス

セミナーの冒頭で挨拶したJATA関東支部の松本博支部長は、「世界規模で見れば、国際旅行者数は約14億人という規模に達しており、8400万人を受け入れているフランスとの差は大きく、アジア圏でも2〜3億人と言われる潜在的な旅行人口に対する伸びしろも十分にある」と指摘。「拡大する訪日旅行市場は大きなビジネスチャンスであると思われるものの、現時点で旅行会社が介在している事業領域は限定的であり、今後、どのように自社の事業に取り込むかがカギになる」という考え方を示しました。



JATA 関東支部の
松本博支部長



東京都産業労働局観光部の
松本明子部長



東京都庁第二本庁舎で開催された「JATAインバウンドセミナー」

また、来賓として登壇した東京都産業労働局観光部の松本明子部長は、「日本で開催されるラグビーワールドカップが2か月後に迫り、来年には東京でオリンピック・パラリンピックも開催され、世界中から東京と日本に注目が集まることから、東京や日本の観光を飛躍させる絶好の機会となる」と指摘し、「JATAインバウンドセミナーの開催は時宜を得たもの」と強調。松本部長は「JATA会員企業と行政とが一体となって観光を盛り上げていきたい」と意欲を示しています。

セミナーでは、東京都産業労働局観光部の佐藤祐樹シテイセールス担当課長、国土交通省関東運輸局観光部国際観光課の飯塚正芳課長、ジャパンショッピングツアーズム協会の吉川廣司事務局次長、(株)ブレインの前田俊秀代表取締役が、それぞれの専門分野をテーマに講演しました。

交換会)

7月26日 海外旅行委員会

中部支部

7月26日 空港委員会

7月27日 「海フェスタ

inしずおか」ツアー

8月7日 海外旅行委員会

8月8日 国内(訪日)・地域振興委員会

関西支部

7月18日 消費者相談委員会

九州支部

7月13日～17日 海外旅行委員会

7月29日 北九州空港需要促進協議会総会

7月30日 消費者相談委員会

8月1日 福岡海外教育旅行セミナー

沖縄支部

7月12日 業務改善委員会

7月16日 沖縄県観光危機管理図上訓練

7月17日 幹事会

関東支部

7月19日 国内旅行委員会

(東京バスとの意見

北海道支部

7月11日 教育旅行委員会

ハワイ・サブ部会がハワイ島で 持出会議を開催

JOTCハワイ・サブ部会はハワイ州観光局主催のハワイ島サミットに合わせて、7月18日に現地ハワイ島で会議を開催し、19日にはハワイ島を視察しました。

このトレードショーは例年10月にホノルルで開催されているもので、今年は火山噴火による影響から需要が回復しつつあるハワイ島のさらなる需要喚起につながる目的で開催されました。トレードショーにはバイヤーとして日本



活発な商談が行われました

から旅行会社及び航空会社が24社60名、ハワイから旅行会社が20名参加し、午前はハワイ島パートナー26社46名と、午後はハワイ島以外全島のパートナー41社70名との商談を実施しました。商談会ではハワイ島のサプライヤーから日本市場の回復と、将来の送客に期待する声が多く聞かれました。

今後の展望考える良い機会に

視察では噴火が沈静化したキラウエア火山など、現地の素材の様子を確認しました。今回のハワイ島訪問は噴火影響を含めた現状を把握するとともに、ハワイ・サブ部会で検討している旅行会社合同によるコナ／ヒロおよびヒロ市内巡回バスの運行や星空観測、またハワイ全体の離島プロモーションなど、今後の展望を考える機会となりました。

JOTC・航空会社インタビュー 第9回

日本キャリア初の成田／パース線を就航

2019年9月1日、全日空(NH)はオーストラリア西部の主要都市パースへ、日本の航空会社として初めてとなる成田／パース線を就航し、オセアニア西部への新規市場開発が期待されています。新路線に対する意気込みと今後の展望について伺いました。



全日本空輸株式会社

マーケティング室 観光アクション部 部長 藤崎 良一氏

——成田／パース線就航の狙いを教えてください。

藤崎 成田／パース線はシドニーに次ぐ2番目、世界では45番目の就航都市(貨物便含む)となります。当グループの中期経営戦略にもとづき、未就航エリアへ路線拡大の一環として、パースへの就航に至りました。

パースは「世界一住みやすい都市」のランキングで上位に選ばれており、街は洗練され治安が良く、固有種の動物が暮らすロットネスト島、ワイルドフラワー観光の拠点など自然も豊かで、近年脚光を浴びています。また日本とパースは季節が逆になるため、日豪双方にとって冬場のビーチリゾート、夏場のウィンターリゾートとして、安定したレジャー需要が期待できるでしょう。これまではシンガポールや香港などを経由していましたが、直行便の就航は利便性の向上につながると思います。

——今後の日本市場をどのように捉えられますか。

藤崎 航空業界ではLCCの参入をはじめ、路線数も増えてい

ます。2019年ラグビーW杯開催、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催を控え、2020年以降も羽田空港の発着枠が拡大し、成田空港の滑走路が増えることを考えると、必然的に国際線が増便され、イン／アウトの双方向交流が一層期待できると考えます。

——旅行会社へのメッセージを。

藤崎 当社では航空需要の拡大を見越し、国際線を中心に未就航地の新規路線開設を積極的に進めています。2019年10月27日からはデリー、ムンバイに次ぎインドでは3つ目の就航都市となる成田／チェンナイ線を就航します。旅行会社様にはぜひ、新たな就航路線を使った旅行商品とともに、2019年5月から成田／ホノルル線に投入している世界最大の旅客機エアバスA380型機利用の商品造成もぜひお願いします。

※インタビューの全文はJOTCのホームページ
(<http://www.jata-net.or.jp/outbound/>)でお読みいただけます

JATA会長表彰 「ダイバーシティ推進部門」大賞 JTB企画開発プロデューズセンター

音声の文字化アプリでコミュニケーションを円滑化

6月24日に開催されたJATA第63回定時総会で「JATA会長表彰」の受賞式も行われ、2018年度「ダイバーシティ推進部門」で8社、「働き方・休み方改革部門」で10社が、それぞれ表彰されました。本誌では、表彰された各社の事例を順次、取り上げていきます。今号は、「ダイバーシティ推進部門」で大賞を受賞したJTBによる取り組みを紹介します。



村野一朗氏(右)、菊地純子氏

聴覚障がいのある多くの社員が活躍しているJTBグループでは2016年から、スマートフォンやタブレット端末を利用して声をリアルタイムに文字化して読み取ることができるアプリUDトークを導入しています。JTBグループは、社員が最大限の能力を発揮できる働きやす

い環境整備を進めてきており、UDトークは、聴覚障がいのある社員と顧客や他の社員などの円滑なコミュニケーションを図るものです。今回の会長表彰における大賞は、このUDトークを積極的に活用したJTB法人事業本部企画開発プロデューズセンターが受賞しました。

UDトークで業務の幅が広がった

今年3月まで同センター企画開発課に所属していた村野一朗氏は、聴覚障がいを持つ自らがUDトークを活用した体験をもとに独自のマニュアルを作成。聴覚障がいのある社員と周辺で働く社員との相互理解、聴覚障がいのある

社員のモチベーション向上、研修における学習効果の向上や参加の拡大、などの効果をもたらしました。

インセンティブ効果分析担当として内勤の仕事が中心だった村野氏は、「UDトークを利用して初めて社外へ営業に出て、業務の幅を広げることができた」と説明。当時、村野氏の上長だった同センター企画開発課の菊地純子インセンティブ効果分析担当課長も、「以前は他の社員と接する機会も少なかったが、社内のミーティングにも積極的に入ってもらい、仕事のやり方も少しずつ変わっていった」と振り返ります。

UDトークのマニュアルを作成

した村野氏は、「他部署での利用状況なども確認して、聴覚障がいのある社員だけでなく将来的には聴覚以外の障がいを持った社員のサポートにも携わることができれば」と語っています。

ダイバーシティは重要な経営戦略

障がいのある社員の比率が全体の2・3%を占めるJTBグループにとって、多様な価値観や働き方を取り入れるダイバーシティは重要な経営戦略です。

今年4月からJTB法人事業本部事業企画部事業管理チームに配属された村野氏は、「障がいのあるなしに関わらず、目の前の壁に阻まれるという状況は誰でもあると思うので、ツールの活用だけでなく様々なサポートの仕方なども含めて、ちょっとしたキッカケや行動で状況が変わることの大切さも皆さんに伝えたい」と話しています。



専用のマイク(左)と、スマホのアプリ画面

モバイルに強いスーパーアプリとの競合も フォーカスライトJAPANの牛場日本代表が講演

JATAは5月30日、東京・霞が関の尚友会館で「国内旅行マーケットにおける新たな役割研究会」を開催し、フォーカスライトJAPANの牛場春夫日本代表が「海外市場におけるOTAの現状と今後」について講演。「マーケットの成長が約束されている中で、旅行会社は矜持を保ってアクションを起こすべき」と訴えました。

日本はオンライン旅行先進国の一つ

牛場代表は、2018年に14億人だった国際旅行者数が2030年には18億人に達すると予測されているほか、2018年に5.7兆ドルだった世界旅行市場における総取扱額が2029年には8.5兆ドルまで拡大すると見込まれるなど、「これだけの成長を期待されている市場は旅行以外にはない」と強調。「今や日本のGDPすら上回る市場規模に達しているマーケットでビジネスを行っている旅行会社は、もっと自信とプライドを持たなければいけない」と呼びかけています。

また、オンライン販売比率をみると、2017年の時点で45%だった日本は米国(48%)と欧州(47%)に決して引けを取らず「日本はすでにオンライン旅行先進国の一つ」です。

さらに、牛場代表は、2018年に主要輸送機関のネット取引に占めるシェアが40%だったOTAは2021年には41%と見込まれるなど、「年間30%増というような伸び率は過去のものとなり、10%増前後の安定成長期に入っている」と指摘。「旅行会社の競合相手がOTAよりもモバイルに強いスーパーアプリとの競合に移っていく展開を視野に入れていく必要がある」と見通している

ます。

存在意義見直し早急にアクションを

牛場代表は、世界的な旅行流通トレンドとして、「パーソナルとエクスペリエンスをキーワードに、タビマエ・タビナカ・タビアトでシームレスに対応できるサービスが要請されている」と説明。特に、タビマエを中心存在していた顧客とのタッチポイントが、「ネットとモバイルによってタビナカとタビアトでも存在するようになっており、旅行者に対して一気通貫のシームレスなサービスを提供しなければならぬ」と強調しています。

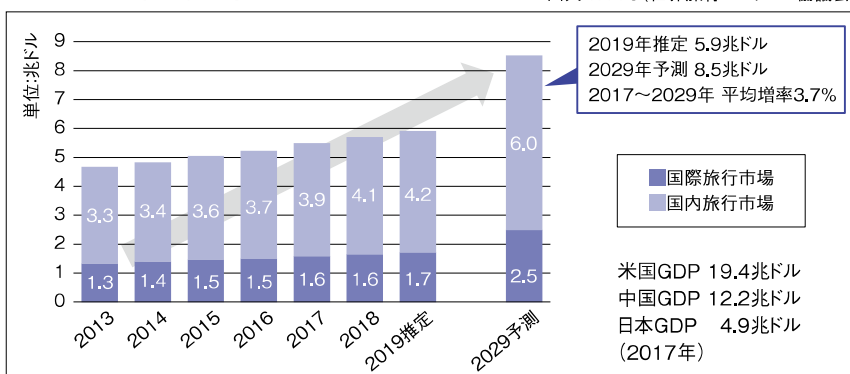
また、牛場代表は、米国では、法人ビジネスを事業の中核とする大手旅行会社に対し、顧客をしっかりと囲い込んでいるパママエージェントがレジャー需要を捉えて、「既存の旅行会社がOTAとの共存を実現している」と指摘。

牛場代表は、オンライン販売が

拡大し市場環境が激変する中で、新たな環境に対応した新しいビジネスモデルが求められていることに言及し、「激変する環境に右往左往させられるのではなく、旅行業のレーゾンデートルを見直して、早急にアクションを起こさなければならぬ」と訴えています。

■世界旅行市場総取扱高

出典:WTC(世界旅行ツーリズム協議会)



商品企画のヒント

コンテンツ系の商品開発に特化

国土交通大臣賞を受賞した
KNT関東「BANANA FISH
オフィシャルツアー in NY」

企画した近畿日本ツーリスト（KNT）関東・営業部コンテンツ開発チームの金井美咲氏によると、2017年の夏頃から本格化したコンテンツ系の商品開発に向けた動きの契機は、社内ですタートしたアニメツアーリズム会議でした。

「社員の強みを生かす企画を検討しようと、アニメやゲームに詳しい新入社員も交えた社内プロジェクトというよりも同好会のような場で、コンテンツ系の話題を議論している中で、『BANANA FISH』が浮上した」（金井氏）

ツアーは、マンハッタンを中心に点在するアニメの舞台となった場所を実際に訪問するだけでなく、ツアー参加者限定のオリジナルコラボグッズやツアー中の貸切ディナーパーティー、バス車内でのオリジナルボイスなども取り入れ、アニメの臨場感を味わえる工夫が凝らされました。

金井氏は、「30代後半から40代の漫画に親しんだ世代やアニメで作品を知った20代までツアー参加者の年代は幅広く、漫画世代とアニメ世代の母娘も参加した」と説明。「根強い人気を持つ作品をツアーの主題に据え、ファン心理をくすぐる工夫を加えたことで、ツアー参加へのモチベーションを高められた」と振り返ります。

また、2018年12月にフジテレビでの放映が終わり、『BANANA FISH』ロス

ともいうべき状態だった視聴者にとつては、余韻の冷めきらない2月にツアーが催行されたことも「ファンの背中を押してあげる」要因となったようです。

ツアー募集を同社ホームページで行うと同時に、ツイッターでもリアルタイムの情報発信を行ったことで、『BANANA FISH』ファンがSNSを通じてさらに情報を拡散するなど、同社も予想しなかった形でツアーが大きな話題となります。

「ツアー中も参加者がSNSで臨場感のあふれる情報を発信し、参加していないファンにもツアーの魅力や楽しさを味わってもらい、その展開は想定をはるかに超えるものだった」（金井氏）

同社では、今秋にも第2弾を予定しており、「作品に入り込んだツアー内容とすることで、第1弾との差別化を図る」方針です。

金井氏は、「一定のノウハウも蓄積されてきているので、コンテンツ系の商品をコンスタントに途切れることなく継続していきたい」と意欲を示しています。

「ツアーグランプリ2019」には124件の応募があり、11のツアー企画が各賞を受賞しました。今号から受賞したツアーを順次取り上げ、企画の背景や狙いなどを紹介していきます。



KNT関東・営業部コンテンツ開発チームの金井美咲氏

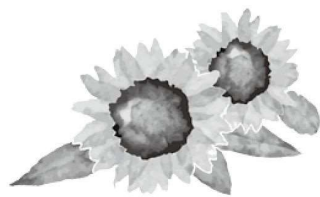


ツアー募集のホームページ
©吉田秋生・小学館 / Project BANANA FISH

苦情事例に学ぶ⁷⁵

企画旅行の目的地・入場観光地が、
想定外の事態で観光できない!

監修：弁護士 三浦雅生



企画旅行の見学場所に組み込んでいたのに、急遽行けなくなる事態が発生する。今年、「テレビ映像」でも取り上げられたニュースと、その後の対応方針について、約款の根拠とともに考えてみましょう。

〔事例1〕パリ・ノートルダム大聖堂の火災焼失

尖塔が焼け落ちる映像は、カトリック信者の方でなくとも大きなショックを受けました。直後のパリの市内観光はどういう判断になったのでしょうか。

企画旅行で組み込んでいるパリ観光の訪問箇所は、各社ツアーの目的や顧客層により、まちまちです。もともと、募集広告に、ノートルダム大聖堂見学を記載していない場合は、問題になりませんが、内部象が焼失してしまったので、見る事ができません。

標準旅行業約款・募集型企画旅行の部の第16条（旅行者の解除権）2で、「旅行者は、次に掲げる場

合において、前項の規定にかかわらず、旅行開始前に取消料を支払うことなく募集型企画旅行契約を解除することができず。（1）当社によって契約内容が変更されたとき、ただし、その変更が別表第2上欄に掲げるものその他の重要なものであるときに限り、別表第2を見るとき、「2」契約書面に記載した入場する観光地又は観光施設（レストランを含みます。）その他の旅行の目的地の変更」とあります。

この条文箇所を根拠に、入場する観光地（神聖な祈りの場所である大聖堂に「観光地」の項目を適用するのは本意ではありませんが）の変更は、旅行者が取消料なしで契約解除できる対象となります。（大聖堂の外観のみ見学予定だったツアーの場合は、「入場する観光地」ではなかったため、対象とはなりません。パリ市内にはたくさん見どころがあり、さらにフランス周遊なら、旅行全体の観光の中で占める大聖堂の見学不可の影響はわずかと考える向きもあるかもしれませんが、各観光地の期待度・重要度は人それぞれで、個別に聞き取りをして判断すべきものでない以上、約款の規定に従って、となります。

では、参加される旅行者に対して変更補償金を支払う義務は生ずるでしょうか？第29条（旅程保証）では変更補償金を支払う場合の例外に、「次の各号に掲げる変更を除きます」として「（1）イ 天災地変」を冒頭に挙げています。自然現象によってもたらされる災害である天災の中に、明らかに人災とはいえない、予測不可能な「火災」も含まれると解釈していいでしょう。

〔事例2〕豪雨による土砂災害で

一部通行止め区間発生した屋久島

豪雨により、縄文杉に向かう県道が寸断し、登山客314名が孤立したニュースがありました。滝

のように水が流れる中、警察消防・自衛隊の連携によって救助される映像と無事全員救助の報道に、胸をなでおろした方も多かったと思います。さて、その後も通行止めが続いた5月下旬から復旧までの間、屋久島企画旅行はどうなったのでしょうか？

通行止めで影響を受けた観光地には、登山目的地である縄文杉のほか、観光コースでも訪れる紀元杉・ヤクスギランドが該当しました。紀元杉は車窓から見る事ができる屋久杉で「入場」観光には当たりませんが、ヤクスギランドは有料入場施設（自然休養林）。出発前の企画旅行参加者には、代替観光地の提示と入場できない入場料の返金を書面で事前案内、参加しない場合は取消料不要との解除権を付与することが必要となりました。（出発間際は場合は、電話連絡と当日書面配布でも可）

ヤクスギランドを見学予定に含んでいなかった観光コースでは、事前案内も解除権付与も不要です。しかし、ニュースを見て心配した申込者からの問い合わせの殺到は予想されるので、可能な範囲で、最新の現地情報を提供するのが望ましいでしょう。

なお、縄文杉登山コースは、本来、登山口から往復9～10時間程度（個人差グループ差大きい）の歩行時間のところ、通行止めの影響を回避するため、プラズ1時間半の歩きが追加で必要になったようです。これは、「重要な変更」でしょうか？議論の分かれるところかもしれませんが、体力的に自信がない参加者には、これも参加判断にかかわる「重要な変更」といえるため、安全面も考慮し、トラブル防止の観点から、出発前に情報提供して、解除権の対象と考えたのは正しい判断だと思います。

観光地の状況は時々刻々変わりますので、常に情報収集を怠らないこと、会社として対応方針が決定したら正確な情報伝達とともに速やかに申込者に案内することが大事です。（鈴木）

旅行業約款は定型約款です

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

来年4月に施行される改正民法では、約款を用いた取引に関するルールが新たに定められ、「定型約款」という概念が生まれました(改正民法第548条の2)。約款と聞いて私たちがまず思い浮かべるのは旅行業約款ですが、今回は旅行業約款に照らしながらこの定型約款に関するルールについて解説したいと思います。

約款の法的拘束力について

一般に約款とは、反復又は継続的に行われる定型的な取引について事業者があらかじめ定めておく取引条項をいいます。約款を利用することによって同じ内容の大量の契約を円滑且つ迅速に処理することが出来るので、旅行契約の他にも、保険契約や水道・電気などの供給契約、電車・バスなどの運送契約などに広く利用されています。インターネットの普及等により不特定多数の当事者との取引が拡大している現代社会にあつては必要不可欠な仕組みであると言えるでしょう。

ところがこんなに便利な約款ですが、その法的根拠は民法に規定がないため不明確であると言われてきました。民法の原則によれば、契約の当事者はその内容を認識・承諾しなければ当該契約に拘束されません。しかしながら、一般消費者で約款を隅から隅

まで全部読むという人は稀でしょう。このような場合「事前にお読みください」と案内していたとしても、「普通に考えればそんな細かいところまで読んで認識している訳ないだろう」と主張された際に、直ちに約款の法的拘束力を正当化するのが難しいケースもあつたのです。

定型約款とは

今回の改正によって約款に関する取引のルールが定められました。全ての約款がこの規律の対象になるわけではなく「定型約款」に限定されます。定型約款とは「定型取引において、契約の内容とすることを目的としてその特定の者により準備された条項の総体」とであると規定されています。つまり定型約款であるには定型取引であることが前提になるのです。

定型取引とは「ある特定の者が不特定多数の者を相手方として」「内容の全部又は部が画一的であることがその双方にとって合理的」である取引を指します。旅行契約は前出の保険契約や各種運送契約等と同じくこの要件を満たす定型取引になります。ですので、旅行業約款は定型約款であると言えます。

みなし合意のために

そして、当事者に「定型取引を行うことの合意(定型取引合意)」があつた際に、「定型約款を契約の内容とする旨の合意をした」か、又は「定型約款を準備した者が予めその定型約款を契約の内容と

する旨を相手方に表示していた」場合には、定型約款の個別の条項について合意があつたものとみなすと規定されました。これを「みなし合意」と呼びます。

旅行契約の実務においては、今でも募集型企画旅行の場合には取引条件説明書面に「この取引条件説明書面に定めのない事項は当社旅行業約款募集型企画旅行契約の部によります。」等と記載する例が多いようですが、こうしておけば、万が「こんなもの、読んで認識している訳ないだろう」と言われても、定型約款を契約の内容とする旨を表示していることで、みなし合意があつたと主張することが出来ます。事業者としては従来よりも安定的な法律関係の下に約款を運用することができるようになるわけです。

なお、当協会が発行している「旅行広告・取引条件説明書面ガイドライン」では、旅行者に対して契約に関する理解を促す目的で既に同様の記載をご案内しています(同ガイドライン110頁参照)。このガイドラインに従った取引条件説明書面であれば、新たに追記するべきことはないでしょう。

認可約款なので安心です

ただし「相手方の権利を制限」したり「相手方の義務を加重」する条項、あるいは「相手方の利益を一方的に害する」と認められる条項については、みなし合意は適用されません。いくら定型約款に記載したからといって、当事者間のバランスを欠くような都合の良すぎる条項は認められないということですが、

もともと、旅行業約款はそもそも観光庁長官の認可を受けて用いるものですし、標準旅行業約款は同長官と消費者庁長官の共同制作したものですから、みなし合意に不適切な条項の有無を心配する必要はないといえます。

(中島)

事務局便り

6月の出入国者数(速報値) 出国日本人数は7.0%増の152万1000人

日本政府観光局(JNTO)が7月17日に発表した速報値によると、6月における出国日本人数は前年同月比7.0%増の152万1000人を記録しました。

1月から6月までの上半期全体では、前年同期比8.6%増の954万2400人に達し、下半期の月間平均伸び率が前年比3%増以上であれば、年間で2000万人を突破することから、2019年における「アウトバウンド2000万人」達成の可能性が大きくなってきています。

一方、今年6月における訪日外客数は、前年同月比6.5%増の288万人を記録し、上半期全体では前年同期比4.6%増の1663万3600人となりました。

JNTOによると、今年6月の訪日外客数は昨年6月から17万人以上の増加を示し、6月として過去最高を記録しています。

月	訪日外客数			出国日本人数		
	平成30年	平成31年	伸率(%)	平成30年	平成31年	伸率(%)
1月	2,501,409	2,689,339	7.5	1,423,727	1,452,157	2.0
2月	2,509,297	2,604,322	3.8	1,390,518	1,534,792	10.4
3月	2,607,956	2,760,136	5.8	1,807,063	1,929,915	6.8
4月	2,900,718	2,926,685	0.9	1,356,679	1,666,546	22.8
5月	2,675,052	*2,773,100	*3.7	1,383,847	1,438,010	3.9
6月	2,704,631	*2,880,000	*6.5	1,421,649	*1,521,000	*7.0
1~6月	15,899,063	*16,633,600	*4.6	8,783,483	*9,542,400	*8.6

◆注1: 出典:日本政府観光局(JNTO)
 ◆注2: 平成30年(2018年)は確定値、平成31年(2019年)1~6月は暫定値、*部分は推計値。
 ◆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8月11日~9月30日

※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20日	研修委員会	中部支部
8月20日	社会貢献委員会	本部
8月21日	幹事会	沖縄支部
8月22日	幹事会	北海道支部
8月22日	幹事会	中部支部
8月22日	幹事会	東北支部
8月22日~25日	訪日旅行推進委員会(マニラ)	本部
8月31日~9月3日	海外旅行委員会 香港・マカオ研修	関東支部
9月3日~4日	国内旅行推進委員会(十和田)	本部
9月3日	海外旅行委員会	九州支部
9月4日	幹事会	関西支部
9月4日	国内旅行委員会	九州支部
9月18日	国内旅行委員会	関西支部
9月18日	国内旅行委員会	北海道支部
9月18日	幹事会	沖縄支部
9月19日	消費者相談委員会	関西支部
9月29日	総務・LADY JATA合同委員会	関東支部

●JATA主催・共催の研修・セミナー等の活動

※「総合旅行業務取扱管理者研修」、「JATAが主催・共催するセミナー・研修8月および9月」、「JOTCプランナーのためのセミナー」等の詳細はJATAホームページよりご参照ください。なお、JATA正・協力会員限定セミナー、又は申込受付を終了したものもありますので、ご了承ください。

8月21日	外国客船クルーズセミナー	中四国支部
8月19日	海外教育旅行セミナー(鹿児島)	本部
8月20日	海外教育旅行セミナー(大阪)	本部
8月22日	八相会	中部支部
8月22日	海外教育旅行セミナー(東京)	本部
8月26日	若手観光人材育成セミナー(広島)	中四国支部
8月26日	若手観光人材育成セミナー(岡山)	中四国支部
8月28日	「受注型企画旅行」実務講座PART1	関西支部
8月29日	海外旅行地域セミナーin旭川	北海道支部
8月30日	海外旅行地域セミナーin札幌	北海道支部
8/30-9/1	海外旅行フェア2019in赤れんが	北海道支部
8月下旬	旅行サービス手配業務取扱管理者研修	本部
8月下旬~9月中旬	総合・国内旅程管理研修	本部
9月4日	JOTCプランナーのためのセミナー(英国・英国湖水地方)	本部
9月13日	九州観光推進機構説明会	関西支部
9月13日	沖縄県観光危機管理セミナー	沖縄支部
9月19日	「受注型企画旅行」実務講座PART2	関西支部
9月19日	海外教育旅行セミナー(仙台)	本部
9月25日	九州観光推進機構説明会	九州支部
9月30日	海外教育旅行セミナー(広島)	本部
9月下旬	旅行業務取扱管理者定期研修	本部

「じゃたこみ」の文字が大きくなりました

日頃より、「じゃたこみ」をご愛読いただきありがとうございます。本誌では今号より誌面のデザインを一新し、文字も大きくしました。今後ともこれまで以上に読みやすく、分かりやすい誌面作りを目指してまいります。引き続きのご愛読並びに広報活動へのご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。
(JATA広報室)

「じゃたこみ」送付先の変更・削除について

■JATA会員 JATAホームページの会員マイページ(ユーザーID及びパスワード必要)より、「会報誌送付部数の変更について」の項目から変更をお願いいたします。

■JATA会員外 表題を「『じゃたこみ』送付住所変更または担当者変更」として変更内容を記載のうえ、メール(press@jata-net.or.jp)またはFAX(03-3592-1268)にて、広報室宛てにご連絡ください。

海女(Ama)に出逢えるまち 鳥羽・志摩 ～素潜り漁に生きる女性たち(鳥羽市、志摩市)

ユネスコ無形文化遺産登録も目指す 海に生きる女性たちの文化

身一つで海に潜り貝などを採る海女。鳥羽市・志摩市を含む伊勢志摩の海女漁は弥生時代から始まっていたとされ、生活文化や信仰などにも大きく関わってきました。今回は令和元年度の日本遺産にも認定された海女文化をご紹介します。



海女漁は豊かで美しい海があればこそ



鳥羽市菅島のしろんご祭り



海女小屋では海の幸も楽しみ



志摩市のおご湾

神事とも結びついた海女漁

海女は『万葉集』や『枕草子』に登場するなど、古くから存在が知られていました。奈良時代に海女の採るアワビは貢ぎ物として都へ運ばれたほか、鳥羽市の国崎では今でも「熨斗鮑」を作り、伊勢神宮に奉納しています。また海女漁は素潜りという原始的な漁法だからこそ、危険と隣り合わせ。今でも海女たちは手ぬぐいなどに魔よけのしるしを付けるほか、伊勢神宮の別宮・伊雑宮や「石神さん」として知られる鳥羽市相差の神明神社は海女たちをはじめ、漁業関係者の信仰を集めています。

海女文化の認知度向上を

海女漁を直接見る機会としては7月に行われる「しろんご祭り」などがありますが、海女とふれあい、話を聞くことができ、

人気の「海女小屋体験」です。これは海女たちが体を温めつつ潮の流れや天気など情報交換を行う場所



海女の採るアワビは特産品



伊勢神宮に奉納される熨斗鮑

に因んでつくられたもので、海女たちの採った海産物を味わいながら話を聞くことができます。日本遺産となった海女文化を、「まずは地元に対し、日本遺産に認定されたという認知度を浸透させる。観光ガイドの育成や多言語化による情報発信も今後の課題だ」と両市協議会。それと並行して鳥羽市では「海の博物館など、海女関連展示の充実を」(市教育委員会社会教育係長文化財専門員の豊田祥三氏)、志摩市では「海女小屋体験+船など、二次交通をセットにしたプランを考えていきたい」(市産業振興部観光商工課主事の森本泰史氏)。さらに後継者の育成や海女の所得向上への取組のほか、観光客受け入れ態勢の整備を図り、将来的にはユネスコの無形文化遺産登録を目指していく考えです。



美味しいヨーロッパ100選発表 今度は「食」で旅の企画をもっとおもしろく

アウトバウンド促進協議会(JOTC)はこのほど「ヨーロッパの美味しい村30選」「ヨーロッパの美しい街道20選」に続き、「美味しいヨーロッパ100選」を発表。食を通じた素材の提供で、ヨーロッパ商品のさらなる販売促進を狙っています。

美しい村・街道に続く食 20年上期商品に組み込みを

「美味しいヨーロッパ100選」は、「旅を通して地元の食を楽しむ」をテーマに、前JOTC欧州部会長の古木康太郎氏主導のもと選出されました。JOTCでは2015年、同時多発テロによるヨーロッパ旅行の需要回復と販売促進を狙い「ヨーロッパの美しい村30選」を、2017年には「ヨーロッパの美しい街道20選」を発表しており、今回の「美味しいヨーロッパ100選」は、それに続く3つ目の素材となります。

発表会見に参加した古木氏によると「美しい村」、「美

しい街道」を取り上げた商品の販売実績は、2016年の1万9000人から、2018年は4万1900人と2年間でほぼ倍増しており、「日本人をほとんど見かけなかった村へ大勢の日本人客が訪れるようになった」など、現地関係者も非常に喜んでいいる。その流れをさらに強化するため、旅には欠かすことのできない「食」をテーマとした100選を選定した。村、街道、食と、ヨーロッパの文化にふれる旅づくりに生かしてほしい」と語りました。

現地の人々がすすめる 旅のプロが選んだ料理

このたびの「100選」はヨーロッパ34カ国・地域の大使館や観光局などによるエントリー計192点から、欧州部会ワーキングメンバーが協議を重ねて選出。基本的には現地の素材を現地の

方法で調理した料理が中心で、「現地の人々がすすめる、旅のプロが選んだ、ぜひ味わってほしい料理」が名を連ねています。

JATAおよびJOTCでは今後「100選」をホームページで発表し、「美しい村」「美しい街道」の素材とともに、2020年上期商品への組み込みを訴えていく考えです。



「食事の背景にある伝統や文化なども味わっていただきたい」と大使館・観光局を代表して列席したハンガリー大使館一等書記官のコロジ=キシ・エステル氏(左)。右は古木前欧州部会長

商品化に積極的参加を

JOTCヨーロッパ部会長 松田 誠司氏
(株)阪急交通社 代表取締役社長



JOTC欧州部会では「美味しいヨーロッパ100選」、「ヨーロッパの美しい村30選」、「ヨーロッパの美しい街道20選」ともども、部会各社独自のオリジナリティあふれる商品を多数造成し、ヨーロッパ市場の拡大と各社の収益向上に結びつくよう、部会として活動を強化していきます。観光局をはじめ関係諸機関にはセミナーや研修旅行などを企画いただき、旅行会社やオペレーターの皆様はこれらに対する積極的な参加をお願いいたします。

100選 チラッと見せます!

料理、デザート、飲み物や素材も 食べに行きたい欧州の味

料理は西欧や中欧、北欧、南欧など各地から幅広く選ばれました。中心は料理ですが、一部その地域ならではの素材や飲み物も含まれます。「美しい村」「街道」と上手く組み合わせ、ツアー造成に生かしてください。



イギリス

ビーフ・ウェリントン
(牛ヒレ肉パイ包み焼き)

©Parkeman & Christie from San Diego, USA [CC BY 2.0]



イギリスウェールズ

ウェルシュ・ラム
(ウェールズ特産のラム肉)

©英国ウェールズ政府観光局



イタリア

フレゴラ・コン・ポットルガ
(カラスミ味の粒状パスタ)

©Emoiphotos.ch



イタリア

プンタレッレ
(イタリアチコリのサラダ)



オーストリア

リンツァートルテ
(赤スグリジャムのケーキ)

©Österreich Werbung / Linz Tourismus



オランダ

ヒュッツポット
(牛肉蒸し煮にマッシュニンジン添え)

©オランダ政府観光局



スイス

スープ・ド・シャレー
(チーズ入りクリームスープ)

©Emoiphotos.ch



スペイン

涙豆
(ギサンテ・ラグリマ/早摘みのえんどう豆)

©Junko Yamaguchi



スペイン

ウニのリゾット
(ガリシア地方の特産品)

©MIKI TOURIST



チェコ

ウトペネツ
(ソーセージのマリネ)

©MIKI TOURIST



ドイツ

キルツシュトルテ
(黒い森サクランボケーキ)

©Hofgut Sternen



モナコ

オランジェリーリキュール
(特産品ビターオレンジを使用)

©モナコ政府観光会議局



トルコ

カバック・チチェイ・ドルマス
(ズッキーニの花の肉詰め)

©トルコ共和国大使館・文化広報参事官室



ハンガリー

マンガリツツア豚
(ハンガリーの「食べられる国宝」)

©駐日ハンガリー大使館観光局



フランス

エスカルゴ
(ブルゴーニュ地方の特産品)

©フランス観光開発機構



フランス

カスレ
(肉とインゲン豆の土鍋煮込み)

©フランス観光開発機構



ベルギー

北海の小エビのサラダとコロック
(フランダース地方の海の幸)

©Sofie Coreynen



ポルトガル

パステイス・デ・ベレン
(エッグタルト)

©ポルトガル政府観光局



リトアニア

シャルティバルシチャイ
(ビーツのスープ)

©Andrius Aleksandravicius



クロアチア

ペカ
(ダルマチア地方の鉄鍋料理)

非対面用クレジットカード決済 JATAweb決済

！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。)

※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



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。

特長 ③ クレジットカード情報の非保持化対応 **不要**

お客様ご自身がクレジットカード情報を決済画面に入力してお支払されますので、貴社はクレジットカード情報を把握する必要はありません。また、クレジットカード情報は貴社の機器・ネットワークにおいて保存、処理、通過もされませんので、貴社における非保持化対応は不要です。もちろんPCI-DSS準拠も不要です。

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

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り扱う会社です。