

# JATA Communication

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

じゃたこみ

10

2012年  
10月10日発行  
vol.68

発行 一般社団法人 日本旅行業協会  
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通費が関ビル3階  
TEL:03-3592-1271 (代表) TEL:03-3592-1244 (広報)  
FAX:03-3592-1268



大盛況の3日間を  
フォトレポート

素材研究 (国内) 三陸鉄道  
(海外) ウユニ塩湖



受賞11作品が決定

Travel Industry Monthly Report  
(今月の旅行業界)

## 特集

動き出した東北復興支援プロジェクト  
東北6県へ会員社員など1000人を派遣

### INTERVIEW

田川博己政策検討特別委員会委員長に聞く  
協会内外の環境変化に対応し事業展開



# JATA旅博フォトレポート

## 過去最高の12万5989人が来場 出展団体も156カ国・地域から 計708企業・団体に

一般社団法人日本旅行業協会（JATA）は、2012年9月21日～23日の3日間、東京有明の東京ビッグサイトで「JATA旅博2012」を開催しまし

た。第23回目を迎える今年は、海外旅行、訪日旅行、国内旅行の三位一体の総合的なイベントとなり、旅行業関係者や海外旅行ファンの一般消費者が多数来場しました。

出展団体数は過去最高の156カ国・地域から計708企業・団体。また、来場者数は業界日3万9043人（11年比1万1865人増）、一般日初日が4万7120人（同1932人増）、2日目が3万9826人（同5044人減）となり、合計では12万5989人（同8753人増）と、こちらも過去最高を記録しました。

会場には、世界各地の観光情報を集めたり、工芸品や音楽、グルメを堪能する人々の笑顔があふれた。メインステージでは、各国の伝統舞踊や音楽、旅先で楽しむ水着やネイルショー、お笑いやダンスパフォーマンスを展開。国内ステージでは、東北の伝統芸能からメイドカフェのパフォーマンスまで、日本の多彩な魅力が披露されました。



### ●羽田国土交通大臣も 旅博を視察

一般公開日の初日のお昼頃には旅博事務局では入場制限が検討されるほど。会場はどこも大勢の来場者でにぎわいました。また23日の日曜日には、羽田雄一郎国土交通大臣と井手憲文観光庁長官が連れ立ってJATA旅博の視察に来場され、約4時間にわたって、出展ブースを視察されたり、イベントを楽しまれました。



ブースを視察される羽田国土交通大臣

### ●商談会も大盛況でした

アウトバウンド、インバウンド商談会、さらにはメディア・ミーティングも開催され、その会場も熱気に包まれました。

メディア・ミーティングも活発に



井手長官（左）とともにミスハワイと一枚



JATA国際商談会も熱気に包まれました。

# JATA国際観光フォーラム2012を開催 シンポジウムでは登壇者らが熱い議論

旅博と並行して、9月21日には、「JATA国際観光フォーラム2012」が開催されました。

開会式で挨拶したJATAの菊間潤吾会長は、「昨年の7月から日本人渡航者数が連続14カ月にわたり前年同月を上回るなど、日本の海外旅行市場は勢いを取り戻している」と指摘、成熟市場としての日本のマーケットの魅力を強調しました。開会式には国土交通省の奥田健副大臣も来賓として出席し、「観光は今後の世界経済や社会の発展を牽引する極めて重要な産業だ」と語り、「観光立国の実

現と国際観光の促進に向けて努力しなければならぬ」と訴えました。

また、開会式では、世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)の会長を務めるTUI AGのマイケル・フレンツェル会長が基調講演を行ったほか、「JATA ツーリズム大賞」の表彰式も開催されました。

同日午後からは、インバウンドとアウトバウンドをテーマにシンポジウムも開催され、それぞれの市場開発に向けて、登壇者らが熱い議論を交わしました。

国際ツーリズム産業は着実に成長を続けており、世界経済への影響も今までになかったほど大きくなっています。

成長を続ける旅行市場で、お客様のニーズも変化と多様化のスピードを早めていますから、私たちは顧客ニーズを正確に捉えなければなりません。成熟市場であろうと、新たな市場であろうと、顧客ニーズの正確な把握によって差別化を図ることができます。

また、私たちは現在、デジタルなエコシステムの中にいます。フェースブックやツイッターの活用により、お客様からの迅速なフィードバックを得ることもできるようになりました。ソーシャルメディアを通じて、いつでもどこでもお客様との対話が可能となりましたから、あ



マイケル・フレンツェル  
WTTC会長

らゆる場所で顧客との接点をできる限りつくることが重要です。

そして、「お客様第一」ということを忘れてはなりません。パーソナル化された扱いを求めているお客様は、社会的ステータスをテラーメイドな経験で満たすことを求めています。それは、リテラーであろうと、ホテルであろうと、エアラインであろうと、同じです。皆さんと一緒に、旅行というものを特別な経験にしていきたいでしょう。



菊間潤吾JATA会長



来賓の奥田建国土交通省副大臣



ツーリズム大賞

海外旅行需要喚起を目指して制定されたツーリズム大賞では、台湾観光局とメルコスール観光局、フィンエアー、日本テレビが各部門で表彰されました



インバウンドシンポジウム

訪日旅行市場の拡大に向けて、インバウンドのビジネスモデルなどが議論されたシンポジウムでは、ホテルやランドオペレーターの商品品質保証にも焦点が当てられました



アウトバウンドシンポジウム

「新たなマーケットの可能性と旅行会社の役割」がテーマのシンポジウムでは、独自の取り組みで成果を収めている旅行会社による報告を踏まえ議論が展開されました



# 写真で見る

# ツアーグランプリ2012 (Tour Grand Prix 2012) 栄えある受賞には、はじける笑顔、喜びの声



旅行業における企画力やマーケティング力の向上などを目的に、優秀なツアーを選出するツアーグランプリ2012 (Tour Grand Prix 2012) の表彰式が、一般公開日の9月22日(土)、旅博会場にて開催されました。過去18回にわた

って実施されてきたツアーオブザイヤーから名称変更するとともに、今回は、旅行業の企画力を広く一般に知っていただきたいと、発表の場をこれまでの業界日から一般公開日に改めて行われました。

ツアーグランプリは海外、国内・訪日旅行で最も優れた企画旅行(募集型・受注型)に対して表彰を行うものです。今回は全応募148作品の中から11作品が選出され、栄えある国土交通大臣賞に輝いたのはワールド航空サービスの「新提案2011ワールドサマービレッジ アルプスの古都 イン スブルック長期滞在の旅」(海外パッケージ旅行部門グランプリ)、また観光庁長官賞には海外部門がJT Bワールドバケーションズ西日本販売本部の「JT Bお買得旅 「B級グルメを楽しむ



井手観光庁長官から表彰されるワールド航空サービスの乗田憲一さん。「インスブルック観光局をはじめ関係者の方々の協力があったこと」と喜びの声。



「現地のオペレーターをはじめ関係者の方々に感謝したい」とJT Bワールドバケーションズ西日本販売本部の山本琢磨さん。



添乗中に松島で震災にあったクラブツーリズムの旭岡智子さん。「現地の人いろいろなと助けていただき、恩返しツアーを作ると心に誓っていました」と喜びを爆発させていました。

※受賞ツアー、受賞者一覧は13ページに掲載しています。

表彰式では栄えある受賞に笑顔がはじけ、喜びの声が爆発していました。



ムスリム団体を沖縄に誘客するというかわつてない企画にチャレンジした沖縄ツアーリストのデニストルナーさんと宮部樹海さん。



後援者を代表してあいさつするJATA理事、グローバルユースビューローの古木康太郎会長。



審査委員長を務めた日本旅行作家協会名誉会長の兼高かおるさん。



最終審査を担当した早稲田大学名誉教授の吉村作治さん。

主催… ツアーグランプリ2012実行委員会  
後援… 国土交通省、観光庁、一般社団法人日本旅行業協会、日本旅行作家協会  
運営… ツアーグランプリ2012運営事務局

## 「じゃたこみ」刷新にあたって

今月号から「じゃたこみ」を誌面刷新します。周知の通り、インターネット直販、LCCの参入などに象徴されるように、旅行産業を取り巻く環境は激変し、JATA会員各社の経営もかつてないほどの厳しい局面を迎えています。

こうした中で、旅行会社が広く社会から必要とされる産業となること、つまり旅行会社の社会的有用性をこれまで以上に高めることが、何はさておいても求められている、といっても過言ではありません。

その意味で、今こそ旅行産業としてのプレゼンスを示す時であり、そのためには業界団体であるJATAの情報発信力を一段と強化する必要があります。「新・じゃたこみ」では、JATAの政策決定や諸課題に対する取り組みを、会員の皆様に積極的にご報告し、風通しの良いJATAとして皆様とともに前進していきたいと考えております。

(JATA会長・菊間潤吾)

## 特集 動き出した東北復興支援プロジェクト 東北6県へ会員社員など1000人を派遣 .....5

## 政策検討特別委員会報告／田川博己委員長にインタビュー 協会内外の環境変化に対応し事業展開 ..... 11

●JATA旅博フォトレポート 過去最高の12万5989人が来場、出展団体も156カ国・地域から計708企業・団体に..... 1	●委員会、支部・地区会報告 旅行業法制度研究会が発足(法制委員会)..... 9 関東支部に「LADY JATA委員会」が発足..... 9 支部・地区会報告..... 10
●JATA国際観光フォーラム2012を開催 シンポジウムでは登壇者らが熱い議論..... 2	
●写真で見る ツアータグランプリ2012(Tour Grand Prix 2012) 栄えある受賞に、はじける笑顔、喜びの声..... 3	
●ツアータグランプリ2012 応募148作品の中から受賞11作品を選出 国土交通大臣賞は「インスブルック長期滞在の旅」が受賞..... 13	
●読み物&マーケティング ハイコシラ消費者相談室 苦情事例に学ぶ① 今回のテーマ「取消料」..... 7 法務の窓口 第1回 予約と契約..... 8 連載・マーケットデータ深読み「注目若年男性の旅行動向」..... 14	
●要人往来 in 旅博2012..... 15	
●Interview(インタビュー) Dr.Michael Frenzel Chairman of the World Travel & Tourism Council(WTTC) TUI AG Chairman of the Executive Board..... 16	
●Travel Industry Monthly Report(今月の旅行業界) Main Topics JATA launches Tohoku Reconstruction Support Project..... 17	
●素材研究 (海外)ウユニ塩湖(ボリビア) 神秘に満ちた「天空の鏡」..... 20 (国内)三陸鉄道 地域のシンボルとして活性化に貢献..... 21	
●事務局だより..... 19	

### 今月の表紙 ウズベキスタン

絵・大槻 綾子(おおつき あやこ)  
跡見学園卒業後、誠和染色教室で靑緞染を学び、以降50年日本・世界各地を巡り、その風景を数多く作品にする。  
●大槻綾子展 2012年11月27日~12月2日 於:埼玉県立近代美術館にて

発行 一般社団法人 日本旅行業協会  
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3  
全日通霞が関ビル3階  
TEL:03-3592-1271(代表) TEL:03-3592-1244(広報)  
FAX:03-3592-1268  
<http://www.jata-net.or.jp/>



『たびフォトサーチ』が、  
宿泊施設様、観光協会様等の  
「経費削減」「営業拡大」をお手伝い。

『たびフォトサーチ』は写真の貸出・管理を効率化し  
お客様の営業拡大につなげるフォトライブラリーです。

### 『たびフォトサーチ』5つの特徴

- 1 汎用システムなので開発費が要らず低コストで利用が可能
- 2 常に新鮮な画像情報を提供可能に
- 3 著作権管理にも万全なセキュリティを確保
- 4 チラシ、パンフレットや旅行会社様向け販促資料等もPDFでUP可能
- 5 ダウンロード履歴が保存されており、月別・利用者別での検索も可能

基本料金  
年間  
30,000円~  
(税別)  
安心低価格

画像から施設・地域情報まで、旅の素材マルチデータバンク

たびフォトサーチ  
<http://www.tabiphoto.jp>

(株)JMC JTBフォト事業部 たびフォトサーチ事務局 担当:中島・横山・魚見  
TEL:03-5358-1255 FAX:03-5351-0091  
E-mail: tabiphoto@jtb-photo.jp

株式会社 JMC

## 特集

# 東北6県へ会員社員など1000人を派遣 協会挙げてのプロジェクトで観光復興支援

東日本大震災の発生から1年半余りが経過し、東北地方では観光復興に向けて着実な歩みが続いているものの、風評被害も含め、東日本大震災と原発事故の影響は完全に払拭されるまでに至っていません。震災発生直後から独自に復興支援にかかわる活動を行ってきたJATAでは、新たな旅行商品の造成など具体的な取り組みを協会全体で進めるため、12月初めに「東北復興支援1000人プロジェクト」を実施します。

## 着地型など新たな商品造成へ

JATAは12月3日から4日の1泊2日の日程で、JATA会員旅行会社の社員や国内外の観光関連団体の関係者など合計1000人を、青森・岩手・宮城・秋田・山形・福島の前北6県に派遣します。

昨年3月に発生した東日本大震災から1年半余りが経過し、東北地方の観光も回復基調に戻っているものの、地域によつては依然として直接的な被害の影響が残っていたり、非被災地であっても風評被害の影響により回復が遅れているのが現状です。

観光庁は来年3月までの約1年間に

わたり、東北の地域全体を博覧会場と見立て6県30ゾーンを、核となるパビリオンと位置づける「東北観光博」を実施し、官民挙げて需要の回復に努めてきています。

JATAとしても、東日本大震災の発生以降、独自に東北地方の復興支援にかかわる活動を行ってまいりますが、より具体的な形で復興支援を行うために、「東北復興支援1000人プロジェクト」を実施するものです。

このプロジェクトでは、旅行業界全体で東北地方への旅行需要の拡大を図るため、JATA会員旅行会社の社員を中心に1000人を東北6県に派遣します。東京から現地への往路は、JR東



東北観光博では9月15日、気仙沼が30番目のゾーンとして新たに加わり、観光客も飛び入り参加してテープカットが行われました。

日本の協力により東北新幹線1編成をチャーターして移動し、各県との協議により設定された東北地方の新たな魅力を発見する研修コースでは、現地貸切りバスの車中で地元関係者による講義を行うほか、セミナーや意見交換会なども開催。着地型旅行商品や体験型旅行商品など新たな旅行商品の造成を図るための研修活動と同時に、ボランティア活動コースも設定する予定です。

## 具体的な形で 復興支援を

JATA 菊間潤吾会長



JATAの事業計画として「東北復興支援」を打ち出している中で、昨年以上に取り組みを強化する施策として「JATA東北復興支援1000人プロジェクト」を策定しました。

観光庁が「東北観光博」を実施して官民挙げて需要の回復に努めています。JATAとしても震災発生以降、独自に取り組んできた復興支援活動を、より具体的な形で実現したいと考えています。

国内旅行の振興や観光立国の推進による地方経済の活性化が国策として進められている中で、JATAとしても業界団体としてのプレゼンスを示さなければなりません。

フィールドワークと座学のプログラムが同時進行で展開される今回のプロジェクトを通じて、会員各社が東北地方での新たな素材発掘や観光ルート開発に取り組み、国内旅行や訪日旅行の事業拡大に向けて、一定の成果を収めることを期待しています。皆様の積極的な参加をお待ちしております。

## 全国平均下回る延べ宿泊者数

観光庁が9月に取りまとめた今年第2四半期(4月～6月)の宿泊旅行統計調査によると、延べ宿泊者数は1億0033万人泊に達し、前年同期比10・4%増を記録していますが、東北6県では、青森・秋田・山形の3県が前年比で増加を示す一方、岩手・宮城・福島は、各県別では、青森県が103万4610人泊(前年同期比0・7%増)、岩手県が142万1950人泊(同15・0%減)、宮城県が230万9070人泊(同11・3%減)、秋田県が85万6790人泊(同13・4%増)、山形県が119万5870人泊(同1・2%増)、福島県が258万6880人泊(同15・2%減)となっており、プラスを記録した3県でも、青森県と山形県は1%前後の微増にとどまって、全国平均を大きく下回りました。

また、外国人延べ宿泊数をみると、全国の延べ宿泊者数が649万3340人泊で、東日本大震災と原子力発電所の事故による影響で大きく落ち込んだ前年同期との比較では56・5%増を記録しているものの、前々年同期比では10・2%減と2桁台の落ち込みを示しています。さらに、東北6県の場合、青森県が9720人泊(前々年同期比29・9%

減)、岩手県が8950人泊(同59・6%減)、宮城県が2万0240人泊(同52・8%減)、秋田県が5750人泊(同69・4%減)、山形県が5490人泊(同44・9%減)、福島県が6050人泊(同78・7%減)で、軒並み全国平均を大きく上回るマイナス幅となりました。青森県が3割減、山形県が4割減、宮城県が5割減、岩手県が6割減、秋田県が7割減、福島県が8割減という大幅な減少率は、改めて、東日本大震災と原子力発電所の事故による影響の深刻さを浮き彫りにしています。

## 会員旅行会社全体で取り組み

JATAは平成24年度事業計画の中で、「旅の力」の訴求により旅行業の社会的有用性認知度のアップをはかるとともに、「国内旅行及び訪日旅行の需要喚起を通して、地域との連携・協働を推進する」ことを基本方針に盛り込んでいます。

また、事業計画で重点課題に掲げられた「新たな旅行需要創出」では、「地域の状況に応じた震災復興に向けての継続的取り組み」も打ち出されました。

「東北復興支援1000人プロジェクト」は、まさに、こうした基本方針や重点課題のテーマを実行するプロジェクトとして具現化されたものです。

JATAでは、全理事・役員や各県の

副知事から構成される「東北復興支援1000人プロジェクト推進委員会」委員長(菊間潤吾JATA会長)を組織し、会員旅行会社全体で取り組みを図ります。プロジェクトを通じて東北各県の新しい魅力を探り出し、具体的なツアー企画と旅行商品の販売によって、「旅の力」で地域活性化に貢献することが、会

## 観光復興への強力な追い風に

福島県 佐藤雄平知事

未曾有の震災から1年7カ月が経過しようとしています。本県を含めた東北各県は、依然として震災からの復興・復旧に向けた課題が山積しておりますが、全国の方々の心温まる御支援をいただき、二歩二歩着実に歩みを進めています。皆様の御支援に心から感謝を申し上げます。

さて、東北は各県それぞれに素晴らしい自然景観に恵まれ、各地で特色のある歴史や文化が育まれています。豊かな「食」や濃厚な人柄など全国に誇れる多くの観光資源に恵まれています。

東北の玄関口である福島県は、尾瀬や磐梯山、猪苗代湖などの美しい自然、フルーツ王国とも称されるおいしい果物、百三十を超える温泉など多彩な魅力にあふれており、そして何よりも思いやりにあふ



福島県 佐藤雄平知事

員各社に求められています。

さらに、国内のみならず海外に向けても、着実に進んでいる東北の復興状況を発信することで、落ち込んでいる東北地方への旅行需要の回復を図り、観光立国の推進による地方経済の活性化という旅行産業としての役割の実現も目指します。

れる県民性が息づいております。

しかしながら、原子力災害に伴う風評被害により、観光産業は依然として厳しい状況にあり、今なお福島というだけで敬遠されてしまう現実に向直しております。

なるべく多くの方に福島にお越しいただき、この福島の魅力にふれていただくことが県民にとって何よりのエールであり、復興に向けた大きな力になるものと思っております。

そのような中で実現の運びとなりました「JATA東北復興支援活動1000人プロジェクト」は、まさに旅行業界の皆様には成し得ない企画であり、今後多くの方々に東北に来ていただくための強力な追い風になるものと大変心強く思います。

豊富な観光資源に恵まれた東北において、観光産業は基幹産業のひとつであります。裾野の広い観光産業の需要を創造する旅行会社の皆様への期待は大きく、今回のプロジェクトに携わる関係の皆様のご尽力にあらためて敬意を表します。

今後、今回のプロジェクトを端緒として、東北各県の皆様と手を携えて、観光復興に全力で取り組んでまいりますので、皆様におかれましても、引き続きお力添えをいただきますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

## 苦情事例に学ぶ①

## 今回のテーマ…取消料

消費者心理はさ

まざまです。近年の

傾向として『安心・

安全』にかかわる物

事については、大変

敏感になってきてい

る点が顕著です。国

内・海外を問わず自分の旅行先が新聞紙面やテレビ

ニュース等に頻繁に取り上げられる状況になると、

『不安感』から旅行の取り消しを考える人も少なく

ありません。その場合、そうであるなら約款に掲げ

られているとおり、取消料を支払うことなく契約解

除ができるはずという主張をされる消費者の方が

増えてきています。今夏、実際に複数の相談があっ

た、『このような事態で取消料を収受するとは何事

だ！』という消費者の苦情事例について検証してみ

たいと思います。

## 申し出内容はこうです

「私は中国旅行をパッケージツアーで予定しておりましたが、今回の領土問題が連日報道されている中、自分自身でも現地では何かあるかわからないという不安に駆られ、もしかしたら暴動に巻き込まれるかもしれないと思い、A社にツアーの取り消しを申し出ました。約款にも旅行の安全かつ円滑な実施



が不可能となるおそれがある場合は、取消料を支払うことなく解除できると記載されていました。しかしながらA社の担当者からはこのケースはお客様の都合となり、取消料はいただくと言われてしまっており、納得ができません。では何かあった場合、A社として責任は取れるのか？とも主張しましたが、ろくな説明もありません。取消料は掛かるといいます。まったく誠意が感じられません。」

## 解決に向けての指針

今夏は日本と韓国・中国の間にある領土問題がクローズアップされ、消費者や会員の皆様から複数の相談がありました。ツアー催行判断のひとつの指針となる外務省海外危険情報においては、中国全土を対象としての最近の日中関係の動きにかかわる注意喚起ということで、渡航情報（スポット情報）が出ているのみで、勧告対象としての渡航情報は一切出ていませんでした。とはいえ、この問題が大きく報道されていることもあり、消費者の不安心理はそれに比例してしまう傾向があります。標準旅行業約款には、募集型企画旅行契約の部、第16条第2項3号で、旅行者が取消料を支払うことなく、旅行開始前に契約を解除できる事由の一つに、『旅行の安全かつ円滑な実施が不可能となり、又は不可能となるおそれが極めて大きいとき』と定めており、これをもって取消料は掛からないはずでしょう、と申し出される方もいらっしゃいます。

現状ではこういった事態において、募集型企画旅行をそのまま催行するか、契約解除し催行中止とするかは企画実施会社の判断に拠るところとなっております。

りますが、当件において、当時の状況では、目的地が旅行に支障をきたす状況下ではなく、また旅行の安全かつ円滑な実施が不可能となり、又は不可能となるおそれが極めて大きいとき、とは判断できませんでした。よって第16条2項3号の旅行者の解除権は発生せず、取り消しの場合はお客様の都合となり、所定の取消料収受は旅行会社にとって当然の権利であり、この度のA社の対応も全く問題ないものです。どうしても不服の消費者の方には、司法の判断に委ねる選択肢もあるでしょう。

後は、このような案件を申し出る旅行者は、『では渡航するとして、安全を保証してくれるのですね』と主張されることがありますが、これに関しては、必要な危険回避の措置をとるなど安全確保に努めなければなりません。旅行会社は安全を保証するものではない、ということの説明し理解していただくことが重要です。





お客様の信頼確保にコンプライアンスは必須。  
10月から12回、旅行取引に関わる基本的な法務知識のうち、  
誤解しやすいテーマを取り上げて分かりやすい文章で解説します。

## 法務の窓口

# 第1回 予約と契約

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

標準旅行業約款では、募集型企画旅行について「電話等による予約」の規定を設けています。ところが、この「予約」という言葉が日常用語として使われる場合、必ずしも、標準旅行業約款で使われているような「法律用語としての意味合い」で使われていないことが多いようです。そして、このことが、営業現場のトラブルの原因となっている様子が見受けられますので、今回はこの言葉に着目してみました。

## 「予約」は「お取り置き」

デパートに電話を掛けて店頭にお目当ての品があるかどうか問い合わせることがあります。デパートは「一つだけありますのでお取り置きしましょうか。今日の〇時までにおいでください。」と快く応じてくれます。客が指定された時間までに取りに行けば、そこで売買契約が成立し品物が引き渡されますが、行かなければ品物は売り場の棚に戻されます。この場合の「お取り置き」が法的には「予約」と評価されるものです。「予約」とは、このように、将来において特定の契約（「予約」に対する意味で「本契約」ともいいます。）を成立させることを約束する契約です。そして、取引の当事者の一方が、相手方に対して契約を成立させること

の意思表示（この例では指定された時刻までに売場に行くこと。）をした時に本契約が成立します。これに対して、ファンクラブ等が一般販売に先駆けて申し込みを受けるコンサート入場券の「先行予約」は、予約という言葉は使っていても、申し込み時に代金を振り込んでいることなどから本契約であると考えられます。

では、旅行業界に関連の深い宿泊の事例を考えてみましょう。ホテル・旅館でも予約という言葉がよく使われますが、もともと、観光庁で公示しているモデル宿泊約款には「予約」という考え方がなく、宿泊客が宿泊施設に宿泊の申し込みをし、宿泊施設がこれに応じたときに宿泊契約が成立します（モデル宿泊約款第3条第1項）。つまり、ホテルや旅館で使われる予約とは本契約そのものです。このように、日常用語として使われる予約という言葉は、往々にして法律用語と違った意味で使われています。

## 旅行業約款で使われている

### 「予約」

標準旅行業約款では、電話等の通信手段による予約の規定があり、お客様が電話で予約したときは、旅行者が指定する期間内に申込金・申込書を提出し、これを以て予約を本契約にする（旅行契約が成立する。）としています（募集型企画旅行契約の部第6条）。この場合の予約は、法律用語と通りの意味合いで使われています。また、店頭の取引の場合でも、「仮予約」、

「仮押さえ」などと呼んで、電話等による予約と同様の取り扱いをしているケースも少なくないようです。この場合、お客様が「旅行者の指定した期間」に取り消した場合には、旅行契約は成立していないので取消料を取ることはできません。

他方で、「予約申込書」や「予約確認書」という言葉が、店頭でやり取りされている書類やウェブサイトで見られますが、実際は本契約の申込書であったり、契約成立の確認をするものであることが多いようです。旅行者が送付した書類が「予約確認書」となっていたことを利用して、申込金を支払って旅行契約が成立しているにもかかわらず、「予約が成立しただけで、旅行代金の残金を支払っていないので契約は成立していない。」と独自の理論を展開して取消料の支払いに応じない（申込金の全額返金を請求する）お客様がいました。

たとえ広く日常用語として使われている言葉であっても、お客様との契約の基本となる旅行業約款で法律用語と同じ意味で使われているのであれば、お客様とやり取りする他の書類でも、同じ意味合いで使うべきでしょう。一度、手元の書類を見直してみても如何でしょうか。（平石）



# 旅行業法制度研究部会が発足

## (法制委員会)

### (1) 経緯

平成24年度第6回法制委員会(平成24年3月28日開催)において、旅行業法制度研究部会(以下「研究部会」という)の設置について承認され、9月から活動を開始しました。

### (2) 研究部会設置の背景

近年、旅行業を取り巻く環境は大きく変化しています。インターネット取引きの普及により旅行商品の流通構造が変化しました。ダイナミックパッケージなどが普及し、また日本の消費者が海外の旅行事業者に直接アクセスしてホテルを手配する等の取引きがごく当たり前に行われています。一方で、航空会社は直販を前提とするP E X 運賃を拡充しており、また日本にもL C C が本格的に就航する等、旅行商品の企画を巡る環境も変化しています。消費者やサプライヤーが旅行者に求める社会的役割が大きく変化してきているのです。

このような変化を踏まえ、法制委員会

では、現行の旅行業法を中心とした法令や標準旅行業約款が果している役割や問題点を洗い出すとともに、将来に向けて中長期的視点からこれらの法制度のあり方について根本から検討し、議論していくことが大変重要であると考えます。

そこで、9月12日(水)に第1回研究部会を開催しました。部会員には、海外旅行、国内旅行及び訪日旅行等に携わる経験豊かな方々を選任したほか、(社)全国旅行業協会(A N T A)や学識者もメンバーとして参画し、今後、活発な議論をしてまいります。また、この研究部会の議論の概要は、次回以降の「じゃたこみ」等を通じて会員の皆様に発信するとともに、アンケート等を通じて皆様の意見も反映した幅広い議論の場を目指していきます。

### (3) 今後の見通し

今後は、月1回から2回のペースで議論を重ね、来年夏頃には「中間報告」という形で議論を整理していく予定です。

# 女性の視点から収益改善を協議

## JATA関東支部に

## 「LADY JATA委員会」が発足

JATA関東支部では、6月22日に開催された第2回幹事会で「LADY JATA委員会」の設立が承認され、同日の夕方、同委員会の第1回会合が開催されました。同委員会は「女性の視点から業界の問題を協議、検討を通じて改善することを目指しています。同委員会の設立に中心的な役割を果たした同支部の村山とよ子副支部長(村山ツリストビュロー代表取締役社長)に、お話を伺いました。

「9月に開いた第2回会合でも、第1回と同じ『店頭販売現場から収益改善策を考える』をテーマに話し合いました。ネット販売や店頭販売における課題と旅行業の収益悪化を招く問題の解決策や収益向上策を中心に協議を重ね、意見を交換しています」

### 前向きで建設的な議論を

「収益改善については、各社が個別に企業努力で行う部分と業界全体で行わなければならない部分と、大きく2つのテーマがあります。個別の企業努力は各社がそれぞれに進めていくべきですが、

パンフレットの多重投資や燃油サーチャージの手数料、取消料の問題など、業界全体として取り組むべき課題について、女性の視点から解決に向けた道筋を探っていかねばなりません」

「例えば、取消料の場合、1カ月前までは発生しない仕組みになっていますけれども、それがダブルブッキングの根本的な原因となり、収益の悪化にも直結してしまいます」

「コーポレート・ガバナンスやコンプライアンスが取り沙汰される時代ですが、そうした課題は、適正な収益が確保されてこそ話ではないでしょうか。旅行業界を『衣食足りて礼節を知る』という状況へ変えていけるように、前向きで建設的な議論を重ねていくことができればと考えています」



JATA関東支部副支部長の村山とよ子さん

●支部活動報告

北海道支部

- ・9月5日から7日の2泊3日、つぼん丸クルーズ研修（国内旅行委員会）
- 網走港出港 知床半島接航後、礼文島から小樽港へ。
- ・9月1日からバスポート取得応援キャンペーン（翌年1月31日まで）

主催：北海道海外旅行促進事業実行委員会、JATA協力

- ・支部会員リストの英語版作成（予定）
- タイ国際航空、ハワイアン航空の新規就航によるインバウンド、アウトバウンド拡大にむけ、英語版リストを作成予定。

東北支部

- ・8月1日 タイ・香港ジョイントセミナー
- ・8月3日 第1回海外旅行委員会
- ・10月13日・14日開催予定の「ソラ行け、旅フェスタ」（仙台空港国際化利用促進協議会主催）の協力内容について検討を行い、会員のマーケティング活動の参考データとなるよう、来場者に向けスタンプラリーナどを使った調査を行うこととした。

関東支部

- ・7月17日 若手を含む実務者向けインバウンドセミナー

関東支部インバウンド委員会と東京都との共催により、JATA本部協力企画として開催。東京都産業労働部観光部の井口シテイセールズ担当課長から都のインバウンド施策などについて、また、観光庁国際交流推進課の亀山課長から海外プロモーション施策などについて、説明をいただいた。また、通訳案内士のジョー岡田氏が、通訳案内士とサムライ日本について講演を行った。

- ・8月7日 茨城県地区委員会
- 福島原発事故による放射能の風評被害について、政府・自治体とともに風評被害の払拭とあらたな観光振興施策実施要望がされた。

・8月30日 関東運輸局との意見交換  
国土交通省関東運輸局長をはじめとする関係幹部と支部幹部とで意見交換を行い、課題・情報の共有を図った。

・9月18日 総務委員会  
担当委員よりパワハラ、セクハラ、内部統制についての発表後、JATA旅博2012での関東支部主催セミナーの運営確認をした。

中部支部

- ・8月3日 『ワールドリポートコンテンツ』キックオフミーティング

中部国際空港利用促進協議会主催、JATA・ANTA協力の若年層海外旅行促進キャンペーン展開に向けての会議開催

- ・8月18日 社会貢献活動（愛知地区委員会）
- 愛知県半田市街の清掃活動に31名が参加

加  
「ワールドリポートコンテンツ」キャンペーン開始  
期間：2012年10月1日～2013年3月31日

- ・9月2日社会貢献活動（福井地区委員会）
- 福井県芦原市街の清掃活動に65名が参加

関西支部

- ・8月31日 「アジアの教育旅行・英語研修・留学セミナー」開催

アジアへの修学旅行や研修旅行、英語留学を促進するため、約50名様の関西地区各大学、高等学校、各旅行会社とアジア各国観光局と情報交換を行った。

中四国支部

- ・9月4日 2012中国地方国際観光ビジネスフォーラム

主催：中国運輸局、中国地域観光推進協議会

中国地方及び愛媛県への訪日観光客誘客のため、中国・韓国・台湾より45社の旅行社を招へいし商談会等実施。支部会員がバイヤーとして参加。

九州支部

- ・9月15～9月17日 「アジア太平洋フェスティバル福岡2012（福岡市アジアマンス実行委員会主催）」開催

JATA主催にて消費者向けに「知って得する海光局の協力を得て」実施。

- ・9月16日 「飛び出せ海外へ（福岡空港ビルディング主催）」に後援し、支部会員旅行会社の海外旅行パンフレットを会場に陳列した。

沖縄支部

- ・8月8日 那覇市観光功労者として、沖縄支部の前支部長、新垣安男氏が受賞

・8月29日 苦情処理委員会  
・9月10日 海外旅行委員会  
バスポート取得キャンペーンや双方方向チャーターの取り組みなどについて検討、今後、ツーウェイリズムを基本にした委員会活動の方向性を確認した。

- ・9月20日 インバウンド委員会

# 協会内外の環境変化に対応し事業展開 組織のダイナミズムでインフラ整備も促す

日本旅行業協会（JATA）は6月14日、協会内外の環境変化に即した事業展開を図るため、政策検討特別委員会（委員長 田川博己 JATA副会長）を設置しました。同委員会では、まず、現状認識と政策検討に向けた課題整理を行い、必要なものから2013年度の事業計画に盛り込むなど、具体的な取り組みを進めていきます。同委員会の田川委員長に話を聞きました。



田川博己 JATA副会長

## 業界団体として現状認識を示す

「海外旅行が自由化された昭和40年代前後から、空港整備の進展やジャンボ機の乗り入れ、新しい団体運賃の導入、各国での査証の廃止、旅行業法の改正などが進み、旅行業界による需要創造の努力とインフラ整備がマッチして、年間渡航者数も1000万人を超えるようになりました。ところが、最近10年くらいをみると、旅行業界の努力にも関わらず、需要整備の進捗は停滞気味で、観光立国推進基本法の成立や観光庁の設置、オープンスカイの推進など、一定の成果もあるものの、需要喚起の実現にはいたっていません」

「この時期に、もう一度、旅行業界の現状認識をきちんと整理して、課題整理と政策執行の立て直しを図らなければならず、それが、政策検討特別委員会の大きな役割だと考えています。ビットJAPANキャンペーンが始まって10年近くも経過していますが、訪日外国人の1000万人も、出国日本人の2000万人も、残念ながら、まだ達成されていません。旅行業界も色々な努力を重ねてきていますが、それとは裏腹に、環境整備が遅れているというのが実情のように思えます。業界団体としてのJATAが明確な目的意識を持って課題に取り組めば、インフラ整備や環境整備を側面から促すことにもなるはずですよ」

「そのために、まず、業界団体としての現状認識を会員各社に示すことにしました。経済的、社会的、技術的、政治・経済的要因などのマクロ環境分析、供給側、需要側、事業者間競争、新規参入などの観点などからの競争環境（業界環境）分析、さらには、JATA組織の現状についても、言及しています。この現状認識については、会員各社の固有の状況も踏まえて、自社としての現状認識を持ってもらえればと考えています」

## 「価値創造」の考え方をアピール

「課題整理の前段として、業界団体としてのJATAの目標を『国を挙げた観光立国の実現による、旅行業界の健全な発展と地位の向上』としました。国策として取り組まれている観光立国推進基本計画の目標地点は、業界としても参考にする必要があります。JATAの活動が国の政策と遊離するようなことがないようにしなければなりません。また、課題解決の実行に伴う、定期的な頻度での進捗チェックや方向性の再設定など、PDCAのサイクル論も踏まえる必要があります」

「課題整理の大きなテーマとしては「政策的課題」と「価値創造への課題」という2つを想定しました。特に、旅行業の生業としての位置づけを明確にする意味でも、『価値創造』は極めて重要だと考えています。ただ、稼ぐだけではなく、業界としての社会貢献や社会的価値を考えなければなりません。観光立国という展開の中で、業界団体としても『価値創造』の考え方を強くアピールしていきたいと思っています。政策的課題と価値創造への課題についてポジショニングを明確に示すことで、JATAとしての運動論や経営論のダイナミズムを生み出し、関係省庁や自治体などへの訴求力・説得力も増していくことになるはずですよ」

「会員の9割が海外旅行を中心に扱っている中で、大手や中小がバランスよく共存するためには、年間渡航者数を2000万人にすることは最低条件です。また、人口減少が進む中で、20年後30年後を考えれば、訪日インバウンドにも取り組まなければなりません。その訪日インバウンドは、国内旅行と同心円の延長にあり、海外旅行と国内・インバウンドという2つの大きな課題と相互に関連する課題について、どうやっていくかという話になります」

「個別の課題を短期・中期・長期のスパコンで整理し、アクションプランの実行については、例えば、年内に形を作って来年度から具体的に動くようなテクニカルテーマの場合、政策検討特別委員会か直接委託した委員会ですべて具体的にやってみようことになるため、現在、その抽出を行っています。また、政策関連や価値創造など抽象的な提案になりがちな課題は、政策検討特別委員会の下にワーキンググループを設置して叩き台を作ってもらい、政策検討特別委員会と協議を繰り返しながら、今年度中にアクションプランとスケジュールを決め、来年度から取り組みたいと考えています」

# JATA政策検討に向けた課題整理

＜未来に向けた旅行業の任務と使命＞

目標：国を挙げた観光立国の実現による、  
旅行業界の健全な発展と地位の向上

価値創造産業  
への進化

新しい需要  
の喚起

観光立国の  
推進

## ＜想定される課題＞

### ＜政策的課題＞ 観光立国を推進するための基本となる課題

- ・国民の休暇取得の促進（年休取得の法制化、休暇分散化、バカンスクーポン）
- ・国民の観光立国推進の機運醸成 エンジン役としての旅行業
- ・エコツーリズム推進基本法や支援制度による地域振興の推進
- ・魅力ある業界作り

### ＜価値創造への課題＞ 旅行業の社会的地位向上と安定した利益確保

- ・新しい旅のライフスタイル、価値観の提案
- ・サステナブルツーリズムを基本とした持続的経済発展
- ・旅や観光による友好・平和な社会の実現
- ・安心・安全の旅を提供する信頼の旅行業界
- ・SNS利用、体験・テーマ型、若年層促進等の新ビジネスモデル確立
- ・旅行会社の価値創出（店舗・カウンターの価値）

### ＜全体に共通する課題＞ 海外、国内、訪日旅行の課題解決に向け同時に検討する制度・環境面等の共通課題

- ・高齢者雇用政策の対応（人材バンク等）
- ・空港民営化政策への対応
- ・LCC本格就航への対応
- ・海外オンラインエージェントの参入への対応（業法適用外）
- ・旅行需要喚起税制への取組み強化
- ・eTBT、ボンド制度等各種制度の課題検討
- ・「安全・安心の旅」の提供に向けた対応
- ・経営者層の育成と優秀な人材の確保
- ・業界向け表彰・顕彰制度の検討
- ・JATAを含む業界全体のCSR活動活性化
- ・会員企業のコンプライアンス強化
- ・ネット時代の募集型企画旅行と手配旅行の再定義
- ・業界連携した省力、省コスト化

### ＜国内旅行の課題＞ 現在のマーケット状況に対応して、新たな需要を創出する

- ・旅行による大震災復興支援活動の展開
- ・募集型企画旅行の販売価格の柔軟化
- ・現地着地型ツアー実施の容易化（第3種旅行業登録の資格要件緩和等）
- ・時代に合わせた旅館の価値向上（泊食分離、格付け評価）
- ・ユニバーサルツーリズムへの対応
- ・国内クルーズ市場の開拓
- ・行政枠を超えた広域連携による観光の推進（ストーリー化）
- ・海外・国内旅行の共通の課題
- ・旅行実態に即した取消料規定見直し（申込日基準等）
- ・顧客のライフスタイルにあった魅力的な商品の提供
- ・節日旅行、記念日旅行など業界を挙げて旅行動機付けキャンペーンづくり
- ・観光庁等関係省庁との定期、不定期協議
- ・流通及び取引の健全化・国際標準への取組み強化
- ・国内・訪日旅行の共通の課題
- ・観光地域の魅力の創出
- ・地域ごとに独自の観光戦略を推進支援
- ・地域における滞在型コンテンツの充実
- ・地域の観光ガイド等の受入人材の育成

### ＜海外旅行の課題＞ 激変する航空環境に対応して、需要の喚起とともに、旅行事業者が適正な収益を確保できる体制を構築する

- ・航空各社の燃油サーチャージの適正化
- ・国際航空運賃の上限認可制への移行に対する航空運賃変動リスクへの対応
- ・都市と地方との海外旅行需要格差の是正（パスポート取得の促進等）
- ・児童、学生の留学や海外旅行の促進（価格優遇等）
- ・訪日旅行と連動したツーウェイツーリズム振興
- ・チャーターGSAの適正化にむけた認可制の導入
- ・ツアーコンダクター育成活性化
- ・海外旅行先における安全情報の発信体制の整備と危機管理情報共有と迅速な対応
- ・トラベルメディスン（旅行予防医学）の普及など関係医学界との連携強化
- ・在外日本語ガイド等、日本語サービス環境の維持と改善
- ・保険販売の強化 付保向上、カード保険対策等
- ・観光局との協力と観光局機能のない地域のプロモーション支援
- ・DS事業推進
- ・海外・訪日旅行の共通の課題
- ・海外・訪日旅行と連動したツーウェイツーリズム振興
- ・二国間・特定地域間協議の有効活用
- ・地方自治体、空港港湾、地方運輸局等との連携
- ・感染症（フェーズレベルが高い鳥インフル等）対策

### ＜訪日インバウンドの課題＞ インフラ・制度等の阻害要因を改善し、訪日外国人観光客の質的・量的拡大を図る

- ・震災・原発事故による負のイメージの払拭
- ・VJ重点市場への査証（VISA）緩和
- ・インバウンド事業者適正化（法整備や認証制度の導入）
- ・ゴールデンルート以外の魅力的なルート開発
- ・MICE受入環境の更なる整備と海外プロモーション強化
- ・外航クルーズの各種整備・規制緩和
- ・通訳案内士制度、両替、免税制度の改善
- ・個人旅行者の受入環境整備（ICT化、二次交通、バリアフリー等）提言、要望

## ＜参考＞

### 観光立国推進基本計画（2016年までに実現すること）

1. 国内における旅行消費額：30兆円
2. 訪日外国人旅行者数：1800万人
3. 訪日外国人の満足度：大変満足45%程度、必ず再訪したい60%程度
4. 国際会議の開催件数：5割以上増
5. 日本人の海外旅行者数：2000万人
6. 国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数：2.5泊
7. 国内観光地域の旅行者満足度：大変満足・必ず再訪したい25%程度



# ツアーグランプリ2012 (Tour Grand Prix 2012)

応募148作品の中から受賞11作品を選出  
国土交通大臣賞は  
「インスブルック長期滞在の旅」



ツアーグランプリ2012(Tour Grand Prix 2012)の各賞が下記の通り決定しました。全応募148作品のなかから受賞11作品を選出。ツアーグランプリ審査委員長を務める日本旅行作家協会の兼高かおる名誉会長は、「今年は新しい感性や取り組みを感じる作品が目立った。世界の国々を実際に肌で感じることができる旅行は、次世代の教育や、異

文化間の相互理解につながる」と総評。また井手憲文観光庁長官は「優れた内容を持ち、同時に人々を楽しませることができる旅行商品は、観光立国を目指す我が国にとって何より重要。受賞された皆様に感謝したい」と挨拶しました。国土交通大臣賞、観光庁長官賞、各部門グランプリ受賞各者に喜びの声をお聞きました。

## 国土交通大臣賞／パッケージ部門グランプリ

新提案 2011ワールドサマービレッジ

アルプスの古都 インスブルック長期滞在の旅 8日間、10日間、16日間、30日間

(株)ワールド航空サービス 商品造成室 乗田憲一さん

ツアー造成のコンセプトは「一つの街を、故郷のように感じてもらう」というもの。7日間の滞在ではなく、16日間、30日間という期間を設定するなど、初めての試みも多く、心配は尽きませんでしたが、2度目の添乗で現地を訪れた際、30日間のプランで滞在しているお客様から「お帰りなさい」と言われた時に、すべての心配を忘れるほどのうれしさを感じました。多大な協力をいただいたインスブルック観光局をはじめ、関係者の方々にお礼したいと思います。



## 観光庁長官賞(海外)

JTBお買得旅「B級グルメを楽しむ アジア」

(株)JTBワールドパッケージング 西日本販売本部営業第2部アジア・中国チーム企画担当マネージャー 山本琢磨さん

このような賞をいただけて、苦勞して商品を作った甲斐がありました。関西の人たちは特に食への関心が高く、しかし地元の人が行く人気の店は意外と交通が不便で、言葉も通じない。だからこそ、このツアーを作る意義があると思いました。店はソウルやバンコクなど6方面、何百というなかから味や衛生面の点から厳選しました。協力していただいた現地のオペレーターはじめ関係者の方々にも、感謝したいです。



## 観光庁長官賞(国内)

【がんばろう三陸復興支援ツアー】

港町に鳴り響く…鉄道の音、船の汽笛、朝の喧騒

「絆」でつなぐ三陸路2日間

クラブツーリズム(株) 第2国内旅行センター・北東北担当リーダー 旭岡智子さん

昨年3月11日、私自身が添乗中の松島で震災に遭いました。地元の方は自分たちが大変なのにも関わらず、観光客のために食料を分けてくれたりと、いろいろ助けてくださった。恩返しツアーを作ることは義務だ、と固く誓っていただけに、今回の受賞は本当に嬉しいです。あの震災を風化させないよう、継続して被災地を訪れるツアーをつくり、旅行会社としての「支援」をしていきたいと思います。



## 国内・訪日旅行部門グランプリ

8D jalan JEPUN~TAIWAN Bersama DJ Warna

94.2fm (ムスリム沖縄4泊5日ツアー)

沖縄ツーリスト(株) 国際事業本部国際部主任 デニス・トルトーナさん、宮部樹海さん

イスラム圏のお客様の受け入れは、当社としては初めての試みでしたが「実は、難しい」というのが率直な感想です。今回のツアーを機に、マレーシアやインドネシアからの団体受け入れも決まっています。これを機に、日本全国にイスラム圏団体受け入れの取り組みが広がればと思います。



## 海外旅行部門・市場拡大貢献部門グランプリ

日本航空ビジネスクラス利用 南米世界遺産紀行12日間

(株)阪急交通社 メディア営業三部海外営業二課二係 森山太一さん

南米を売るためには、ツアー参加者の体力的な負担の軽減が必要だと考えました。移動も米国で途中、1泊するほうが、一見無駄なようで、体には楽。羽田発深夜の便を利用するなど、魅力的な価格も実現できました。審査でも、内容に対する値ごろ感と、送客実績のインパクトが評価された、と思います。



## デスティネーション開発部門グランプリ

雨季のウユニ塩湖を訪ねて

(株)西遊旅行 営業課課長 奥井雅一さん

「ボリビアは、高校時代に交換留学生として暮らした第二の故郷。自信作でしたが、やはり受賞は非常に嬉しい。雨季の塩湖は、夜は足元が悪い。満点の星空も当たり前の風景で、現地側に企画の意図を理解してもらうのに苦勞しました。人気のウユニ塩湖を取り上げた企画は他にもあったが、塩湖に3連泊するなど、その魅力を丁寧に掘り下げた内容が評価されたと思います。



## SIT部門グランプリ

家族で海外旅行 標本作り又は蛭鑑賞ツアーが選べるボルネオ島5・6日間

(株)エイチ・アイ・エス 関東ツアー事業部東南アジアチーム・マレーシア担当 荒閑ひとみさん

家族旅行パンフレットの企画だったので、子供たちが行きたいと思う内容作りに腐心しました。夏休みに家族で海外へ行くのは貴重な体験。日本に持ち帰れずずっと思い出になるもの、さらに宿題の自由研究にもなる素材を探して、昆虫の標本作りや蛭鑑賞を提案したのが評価されたのだと思います。



## 審査員特別賞 4作品

●国内・訪日旅行部門

1 瀬戸内アートラベル クラブツーリズム(株)

2 心の翼トラベルヘルパー養成講座実習ツアー

(①旅行者②家族③ヘルパー同時募集) (株)昭和観光社

●海外旅行部門

1 「地球の詩」神々の棲むネパール (株)JTBワールドパッケージング

2 アルバニアとマケドニア、バルカン半島探訪 8日間 (株)ユーラシア旅行社



# 注目！若年男性の旅行動向

黒須宏志  
旅行市場動向のリサーチャーとして講演・寄稿  
などで活躍中。公益財団法人日本交通公社の  
主任研究員。1964年生まれ。

リーマンショックの後、若年層の旅行や消費動向がポジティブな方向に変化してきています。これまで女性が常に先行してきた若年層ですが、この夏の旅行データからは、もっとも男性の動きに注目すべきというサインが読み取れます。

## ついに動き始めた20代男性

2008年の金融危機（いわゆるリーマンショック）、そして2011年の東日本大震災という二つのクライシスを境として、90年代半ば以降、15年近くにわたって減少傾向が続いた若年層の旅行市場に大きな変化が起きています。金融危機後の変化は長らく続いた円安基調が円高基調に転換したことをきっかけとしたもので、市場の反応は若年女性の近場の海外旅行を中心としたやや局地的なものでした。ところが東日本大震災の後、この流れは一段と大きくなって20代男性を巻き込んだだけでなく、国内旅行でも若年層の反転を示唆するデータが報告され始めています。今年7月末に発表された「じゃらん宿泊旅行調査2012」などがその一例です。これまで、とすると、消費意欲が低く全般的に非活発、といったか

たちで問題視されてきた若年層ですが、もはやそのような十把一絡げな若者観では先々のビジネスチャンスを見逃すこと請け合い、といつてよいでしょう。グラフは9月上旬の本原稿執筆時点でこの夏の市場動向を性年代別に見ることができるとは数少ない手がかりである旅券発給数です。旅券発給数はパスポートホルダーの割合が低い若年層では旅行者数と大変よくシンクロした動きをします。この旅券発給数でみて7月までの今年前半において20代では男性が女性を上回る勢いを示していることにご注目いただきたいと思えます。旅券発給数より1カ月遅れて発表される性年代別旅行者数では男女差はみられません。そもそも若年層の消費では女性が男性をリードするというのが定番であったわけですが、ここへきて、若年男性の間に、特に「旅」ということに関して、今までと若干異なるマインドが動き始めているように思われます。

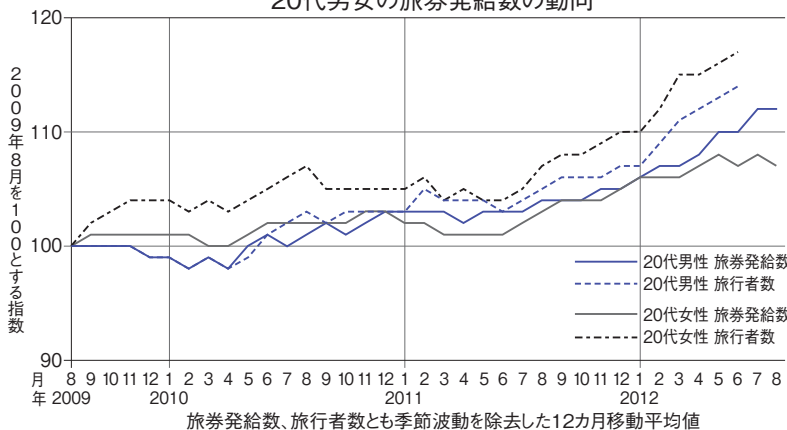
## 自己投資が旅のきっかけ？

男性のグラフを丁寧に見て観察していただくと、夏休み直前の7月の旅券発給数がひととき大きく伸びていることが分かります。これはパスポートを持つていなかった20代男性の間で夏休み絡みの海外旅行に盛り上がりがあったことを意味しています。これは学生でしょうか、それとも会社員？彼女に誘われたのでしょうか、それとも親と一緒に家族旅行、それとも「ひとり旅」？残念ですがこれらの問いに答えるデータは筆者もまだ持ち合わせておりません。ただ、現在、仮説として温めているのは、この盛り上がりはさまざまなタイプの「自己投資」的な動機づけで計画された旅行の伸びを示唆しているのではないかと、いうものです。今年4月上旬には日経MJが34歳以下の男性単身世帯の家計支出が大きく伸びているというニュースを報じており、これは健康や趣味、交際といった幅広いジャンルの「自己投資」に彼らが動き出したため、と分析されています。

す。また、漏れ聞いた話ですが、東京のある語学学校では、一年で最も忙しいはずの夏休みの需要が例年になく弱かった、ということでした。

震災を経て若年男子が動き始めたのは彼らこそが、時代の変化に最も敏感な層だからと、筆者は考えています。私たち旅行業界はそんな彼らに意味ある旅行体験を伝えることができるでしょうか。これは旅行業界にとって今までになく深く本質的な試練なのではないか、そう思えてなりません。

20代男女の旅券発給数の動向



# 要人往来

## in 旅博2012

旅博2012が開催される中、9月20日(木)、9月21日(金)、22日(土)の3日間、合わせて6カ国から表敬訪問をいただきました。



向かって左から2人目がカメルーンのペロ・ウバ・マイガリ観光大臣、中央 菊間潤吾会長、向かって左がピエー・ンゼンゲ大使閣下



左 インドネシアのマリ・エルカ・パンゲストゥ観光・経済大臣、右 菊間潤吾会長



中央がレイ・テノリオ米国グアム準州副知事、左奥の女性がティナムニャ・バーンズ観光大臣

### 業界向け研修ツアーも検討

モンゴル 9月20日(木)

ナムスライジャブ・エルデネバト モンゴル旅行業協会副会長

MIATモンゴル航空の増便、モンゴリアン・エアラインズの就航など、モンゴルへのトラフィックは増え、宿泊設備のインフラも整いつつあるところ。このたびは旅行商品の造成拡大の機会であることをアピールすべく、旅行会社5社が出展。「業界向けの研修ツアーも検討しています」と副会長。また、VW事業の重点デスティネーションの指定に向けて関係者と検討を進めていきたいと話していました。

### 直行便就航を交渉しています

ケニア 9月21日(金)

ダンソン・ムワゾ観光大臣

「今年、ケニアへの渡航者数は去年より17%増となりました。アフリカの中では人気のあるデスティネーションだと思います。現在、ナイロビと日本間の直行便を就航するために交渉しています。治安の面でも政府がいろいろ対策をとっているの、安全な旅行が楽しめるでしょう」とダンソン・ムワゾ観光大臣。日本からケニアまで中東の航空会社が飛んでいることもあって、ケニアへの日本人旅行者の増加に期待を寄せていました。

### 羽田からの直行便を要請中

グアム 9月21日(金)

レイ・テノリオ米国グアム準州副知事、ティナムニャ・バーンズ観光大臣

「観光大臣が来日して、日本のホスピタリティを視察しています。羽田からグアムへの直行便の就航を要請しているところで、一層の観光客誘致に努力しています」とレイ・テノリオ米国グアム準州副知事。従来のファミリー層に加え、若い人や女性客誘致に向けて、おしゃれなデスティネーションのイメージをいかに打ち出すか、話に花が咲きました。

### 近くなったカメルーンにぜひどうぞ

カメルーン 9月22日(土)

ペロ・ウバ・マイガリ観光大臣、ピエー・ンゼンゲ大使閣下

「中東経由のフライトで日本からの渡航が近くなりました。年間、カメルーンを訪れる日本人は1000人程度ですが、数は少しずつ増えています」とペロ・ウバ・マイガリ観光大臣。「日本人の観光客を誘致するためには、まず、カメルーンの認知を高めることが必要。例えば、大使館主催による旅行会社向けセミナーや、一般消費者向けイベントを行うことをお勧めします」と菊間会長。

### 大使館の観光セミナーにご参加を

キューバ 9月22日(土)

アンドレス・ゴンザレス・バジエステル駐日キューバ大使館代理大使、エセキエル・ディアス・ルエガ経済・通商担当参事官

「キューバは明るく元気で、フレンドリー、そしてヒーローの国、レジェンドの国として、日本人だけでなく、外国人にとっても魅力のある国。それをよりPRすれば、キューバを訪れる観光客は増えると思います」と菊間会長。「キューバは治安も良いし、安心して旅行いただける国です。観光客誘致のため、大使館では2～3か月に1度は観光セミナーを行っているの、ぜひ、会員各社もご参加ください」とアンドレス・ゴンザレス・バジエステル駐日キューバ大使館代理大使。

### いっそうの観光交流を

インドネシア 9月22日(土)

マリ・エルカ・パンゲストゥ観光・経済大臣

インドネシアブースにて、マリ・エルカ・パンゲストゥ観光・経済大臣と懇談。大臣はインドネシアの安全性を強調するとともに、バリ島以外にも多くの日本人旅行者が来てくれるようアピール。さらに、両国間のいっそうの観光交流のために協力し合うことを約束しました。



### *Focus on the customers and offer differentiate products*



Dr. Michael Frenzel  
Chairman of the World Travel & Tourism Council (WTTC)  
TUI AG Chairman of the Executive Board

#### **Q. What is your view with regard to Japanese inbound tourism?**

Dr. Frenzel: What we actually see is that after the terrible earthquake, the inbound market is recovering. It is very good and I'm delighted to see. We at WTCC is working on reports about the domestic demands and it's very clear

that the inbound market is recovering earlier than expected. Beside the existing discussion with China and so on, I strongly believe this inbound movement will continue. We are in the industry which is somehow volatile. It depends on political and environmentally impacts. But I believe we have learnt to handle this if you focus on the customer, even for the inbound tourism.

#### **Q. The outbound tourism from Japan is said to be a mature market. How do you see the Japanese market in terms of outbound?**

Dr. Frenzel: I strongly believe that the Japanese market is similar to the German market, which is a mature market. Japanese people are used to traveling clearly. Europe and Southeast Asia are interesting destinations and China is also very important for the market. For example, if you see Vietnam, there are huge number of hotels and they offer attractive offers for the Japanese market. This will stimulate the outbound demand and I believe the outbound market in Japan is also growing. Of course everything depends on the financial environment. We have Euro problem and Japan is facing the question how to grow.

#### **Q. Do you have any special advice for Japanese tourism industry?**

Dr. Frenzel: We are faced with the rising digital development. This changes is the biggest challenge, but it's also a big opportunity and we have to be positive. How I can use this for my own business is a very important part. And you have similar experiences here. I heard yesterday that people are tending to search online then purchase offline. So that there is a certain role still in the digital world for the travel agents. And more, we have some studies which show

that there is a huge loyalty between travel agent and the customers. This is very important because the travel agent has physical contact, he knows his customer. The better he knows his customers, the better he can sell and give them advice. I told this morning that the travel agent is developing simply from a salesman to somebody who as a whole takes care the customer's needs. It is very important that he has a close contact and knowledge of the customers profile, therefore the travel agent has some competitive advantage because the online is totally enormous. So I strongly believe the alternative future besides all these developments and there is a very strong role for travel agencies.

#### **Q. "Future Roll of Travel Agencies" was on the table of discussion at the JATA Tourism Forum this year. We understand that TUI owns more than 100 aircrafts and 300 hotel properties and TUI also plans and sells tour products. On the other hand, there are companies without having aircrafts and hotel properties like in Japan. They just plans and sells tour products along with airlines and hotels. Please tell us the difference between these two types of management.**

Dr. Frenzel: There are different business models, how to work on the market and how to generate customers. Our business model is what we call "integrated", so we are offering the customers from the booking all the flights to staying in the hotel, the complete travel experience. This is a big advantage for the customers. We can control the quality along the whole we call it value chain. We have our own airplane and our own hotels to control the quality. So for the customers, the situation is different if you book online hotels, or travel with low cost carriers which have no transport in the destinations. We are taking care of customers along the whole trip.

The idea of our tour operator is based on service quality. We facilitate the overall travel experience for the customer. But it is more important that we are taking care through the whole trip and there is always interactions with the customers. They can always get contact with us, we have staff and organizations and agencies in the destinations, who take care of our customers.

The world is full of commodities and products. I think it is not enough to sell customers such a commodity without having any influence on the product. We have to focus on the customers and offer differentiate products. I think this is one of the way for tourism industry to be successful in the long run. And that is our business model.

## Summary of Understanding of Current Situation and Issues for JATA Action Plans to be prepared by the Special Policy Study Committee



Hiromi Tagawa,  
Vice Chairman of JATA

In June of this year, the Japan Association of Travel Agents (JATA) established the Special Policy Study Committee (headed by Mr. Hiromi Tagawa, Vice Chairman of JATA) to expand activities in keeping with environmental changes inside and outside of JATA.

At its first and second meetings in July and August, the committee produced a summary of its understanding of current conditions and organized the issues in the tourism industry in preparation for a study of JATA policies. The aim is to achieve sound development of and higher status for the travel industry by rallying the entire country of Japan to make tourism a more important part of the economy. Subsequently, at the third

meeting on September 26, a detailed discussion was held on drawing up an action plan for JATA activities, based on the organization of issues at the earlier meetings.

Hiromi Tagawa, the committee chairman, pointed out, “Despite our efforts to create demand in the travel market, we have not seen a rise in demand, in part due to stagnation of infrastructure development. Now, together with rearticulating our understanding of the current situation and sharing that with the travel industry, we must work to get a grip on the issues and rebuild our policy implementation.” He explained, “JATA can boost its appeal and its power of persuasion with the related ministries, agencies, and local governments if it puts forward the dynamism of its activities and its management as an industry organization.”

From here, the committee plans to organize the issues into short-term, medium-term, and long-term and to decide on an implementation schedule for the action plan.

## Grand Prix Goes to Taiwan and Mercosur in the Tourism Bureau Division of the JATA Tourism Grand Prix 2012



The award winners on the stage

On September 21, the Japan Association of Travel Agents (JATA) held an awards ceremony, the JATA Tourism Grand Prix 2012, at Tokyo Big Sight in Ariake, Koto-ku, Tokyo. This first annual JATA Tourism Grand Prix aimed to further boost demand by presenting industry awards to partners in the travel industry who have contributed to the expansion and development of the overseas travel market. In the Tourism Bureau Division, contestants were judged on trends in their number of Japanese travelers over the past three years, contribution to measures and policies that JATA is pursuing, output of new enticements, and independent initiatives, etc. Two bureaus, the Taiwan Visitors Association and the Mercosur Tourism Promotion Office, took home the grand prix award.

The Taiwan Visitors Association expanded its promotional activities using the catchphrases “The Heart of Asia” and “Time for Taiwan.” The bureau

received recognition for awakening travelers’ thirst for travel and contributing significantly to stimulation of travel demand.

The Mercosur Tourism Promotion Office, which is composed of the four travel bureaus of Argentina, Brazil, Uruguay, and Paraguay, received recognition for contributing greatly to stimulation of travel demand not only in South America but also among the Japanese by energetically transmitting information in spite of the distance between South America and Japan.

In the Publicity Division which awards companies, associations, and individuals who have made a large contribution to travel promotion, the grand prix was captured by the Japanese television program “Sekai no Hate made Itte Q!” broadcast by Nippon Television Network. This program features festivals around the world and experiences of living in other countries using realistic and expressive images, all presented from fresh angles never seen before.

Awards are not limited to government tourism bureaus and publicity. The Special Award is presented to companies and associations that significantly contributed to stimulation of travel and to the holding of the JATA Travel Showcase (Tabihaku), such as airline companies. This award went to the Finnair(Finnish Airlines) for its contribution to the expansion of demand for overseas travel through active expansion of publicity broadcast in the mass media.

## JATA Launches “Tohoku Reconstruction Support Project” 1,000 Associates to Visit 6 Prefectures during December 3-4



Tohoku Tourism Promotion Organization's booth at "Tabihaku 2012"

Japan Association of Travel Agents (JATA) will send a total of 1,000 associates, including staff from JATA travel agencies and from domestic and foreign travel-related bodies, to the six prefectures of Aomori, Iwate, Miyagi, Akita, Yamagata, and Fukushima for two days on December 3 and 4.

JATA has provided reconstruction support on

its own to the northeastern region ever since the Great East Japan Earthquake in March 2011. This time, JATA plans to carry out the “Tohoku (Northeastern region of Japan) Reconstruction Support 1,000 Project” to provide reconstruction support in even more specific form..

This project aims to expand the demand throughout the travel industry overall for travel to northeastern Japan. Staff from JATA travel agencies and others will travel along courses that were set in consultation with each prefecture to discover new attractions in the northeastern region. Seminars and discussion as well as lectures by local travel industry representatives will be held in each city and even on buses locally-chartered for each course. Through such onsite fieldwork and lectures, JATA will strive to create new travel products that are both locally sourced and interactive. JATA also plans to send travel agent employees for volunteer activities.

Jungo Kikuma, Chairman of JATA, said, “This project will enable staff from all our agencies to uncover new material and to develop travel routes in the northeastern region. I expect it to produce some results that will expand our business both in domestic travel and in-bound travel from foreign countries.” He emphasized, “It is important for JATA to make its presence felt in the Japanese society.”

## Number of Japanese Travelling Abroad Increased 10% YOY in August; Upswing in Demand for Overseas Travel is Accelerating

According to statistics released by the Japan National Tourism Organization (JNTO) on September 21, the number of Japanese who travelled abroad in August amounted to 1.965 million persons, representing a 10% increase year-on-year and a continuation of a favorable trend from the 8.8% increase in July. The cumulative total from January through August this year amounts to 12.525 million travelers, an increase of 15.1% year-on-year and an increase of 14.4% compared to 2010.

Because the figures for March through June 2011 were negative year-on-year due to the impact of the Great East Japan Earthquake in March 2011, the rebound at the beginning of this year registered high growth of 17.5% year-on-year. In the second half of this year, the amount of positive growth shrunk compared to the upper 10% and middle 20% range attained during March through June, but even so, the 8% and 10% range attained in July and August shows the steady progress made in expanding demand for overseas travel. Particularly when this year's figures are compared to those from 2010, the acceleration of the uptrend in demand for overseas travel is obvious, given the 13.4% increase in the first half of the year, the 13.5% increase in July, and the 19.7% increase in August.

Meanwhile, according to JNTO's figures on foreign

visitors to Japan, the number of visitors in August this year was 775,900, an increase of 42% year-on-year but a decrease of 3.3% compared to 2010. Even so, the figure for this August was the second highest ever recorded, after the 802,725 persons who visited in August 2010.

The cumulative total from January through August this year was 5,666.4 thousand persons, representing a 43.8% increase YOY but a 3.7% drop compared to 2010.

Japanese Overseas Travelers (Unit: Persons)			
Month	2011	2012	Change
1 Jan.	1,282,348	1,331,144	3.8
2 Feb.	1,391,193	1,572,587	13.0
3 Mar.	1,420,584	1,737,033	22.3
4 Apr.	1,114,906	1,410,963	26.6
5 May.	1,152,339	1,431,204	24.2
6 Jun.	1,267,227	1,481,674	16.9
1~6 Jan.-Jun.	7,628,597	8,964,605	17.5
7 Jul.	1,465,379	1,595,000	8.8
8 Aug.	1,786,412	1,965,000	10.0
1~8 Jan.-Aug.	10,880,388	12,525,000	15.1
1~12 Jan.-Dec.	16,994,200		

JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION

今号より「じゃたこみ」を誌面刷新しました。これまでの隔月発行から毎月発行に変更、さらにページボリュームも12ページから倍増の24ページに増やしております。今月号の内容はいかがだったでしょうか。会員の皆様のお役にたてるよう、今後とも有益な情報の発信に事務局一同努めてまいります。

さて、JATA国際観光フォーラム、旅博も大盛況

のうちに閉幕しました。そして仕事の秋?10月から11月にかけてのJATA本部・支部の委員会やセミナー活動も以下の通り大盛況です。この「じゃたこみ」を通じて、こうした本部・支部の活動について適宜ご報告してまいります。主たる活動につきましては、特集仕立ての記事やVIPインタビューなども織り混ぜながら、積極的に情報発信してまいります。是非、ご注目ください。

## ●JATA業務予定表 10月10日(木)日～12月4日(火)

※予定表は変わることがあります。詳しくはJATAホームページ(会員限定ページ)をご覧ください。

### 本部・支部の委員会(予定)

10月11日	VW事業推進特別委員会/本部
10月11日	海外旅行委員会/関東支部
10月12日	空港委員会/中部支部
10月13日	国内旅行委員会/沖縄支部
10月15日～16日	国内旅行委員会/関東支部
10月17日	総務・消費相談委員会/中部支部
10月17日	実務委員会/九州支部
10月18日	幹事会/中部支部
10月19日	海外旅行委員会/九州支部
10月22日	教育研修委員会/九州支部
11月22日	国内旅行推進委員会/本部
11月27日	国内旅行委員会/関東支部
11月28日	総務委員会/関東支部
11月29日	幹事会/関東支部
11月30日	研修・試験委員会/本部
12月3日～4日	法制委員会/本部

## ●一般消費者向け旅行イベント

※詳細は各イベントホームページをご覧ください。

10月13日～14日	ソラ行け旅フェスタ(仙台)
10月20日～21日	海外旅行フェア(札幌)

## ●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、すでに申込受付締切をした研修・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)をご確認ください。

10月15日	高野・熊野セミナー/国内旅行推進委員会
10月16日	税務セミナー/旅行業経営委員会
10月16日～23日	NZセミナー(広島・岡山・高松・松山・札幌)/海外旅行推進委員会
10月19日	富士山麓での外来植物の駆除活動/社会貢献委員会
10月23日～26日	旅程管理研修(東京)
10月25日～26日	高野・熊野実地踏査/国内旅行推進委員会
11月3日～4日	いいやま家族収穫体験ツアー/国内旅行推進委員会
11月3日	「JATAの森」間伐の実地活動/社会貢献委員会
11月10日～11日	房総・飯山家族収穫体験ツアー/国内旅行推進委員会
11月12日	アセアンセミナー/海外旅行推進委員会
11月15日～19日	タイ・カウンター対象研修旅行(東京)/海外旅行推進委員会
12月3日～4日	JATA東北復興支援1000人プロジェクト
11月28日	総務委員会/関東支部
11月29日	幹事会/関東支部
11月30日	研修・試験委員会/本部
12月3日～4日	法制委員会/本部

# INFORMATION

## 2012年度「1ウィークバカンス」キャンペーン実施中

国内旅行活性化事業として長期連続休暇の取得促進と国内観光旅行の振興に向けた取組みを推進している(社)日本観光振興協会の活動にJATAも後援しています。

今年は開始時期を夏休みに合わせ従来より約2か月前倒して初めて7月にスタートし、全国規模で「1ウィークバカンス」キャンペーンを展開しています。

より多くの人々が最低1週間程度の休暇を取得・活用して長期の旅行＝「長旅」に出かける機運を盛り上げます。

### ■キャンペーン期間

2012年7月 から 2013年3月末

### ■ポスター掲出期間

2012年7月 から 2013年3月末

### ■キャンペーンホームページ

<http://1wv.jp>

### ■キャッチコピー

「1年1度は、長旅へ。」

長期連続休暇で、いつもと違う「長旅」に出かけよう!!

### ■実施内容

(1)「1ウィークバカンス」キャンペーンポスター制作・掲出

(2) オリジナルロゴマークの制作・PR活動

(3)「1ウィークバカンス」WEBサイトの全面リニューアル

(4)①第2回「旅行川柳コンテスト」の実施

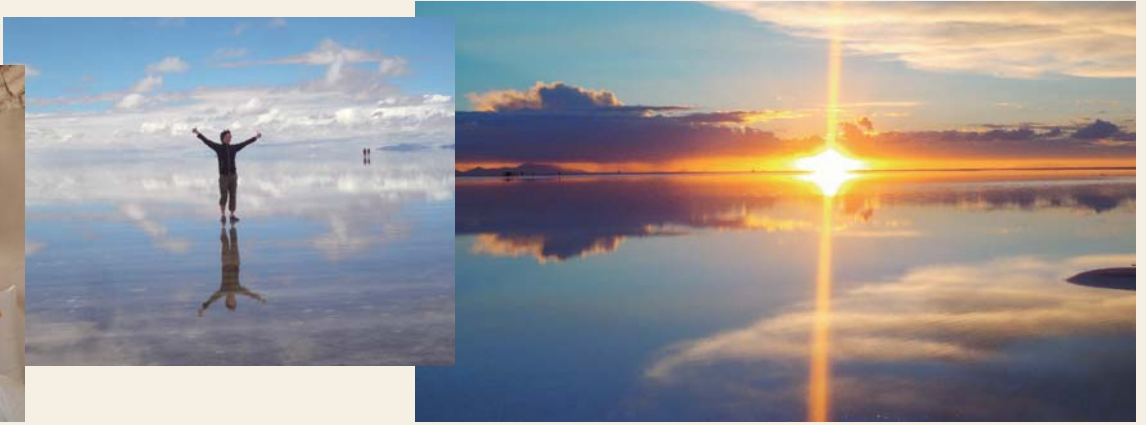
2012年8月20日 から 9月30日 17時まで

②「プレゼントアンケート」の実施

2012年10月15日 から 11月15日まで(予定)



塩でできたホテルの客室



「天空の鏡」ウユニ塩湖

## 神秘に満ちた「天空の鏡」 雨季の水面には満天の星空も

2012年ツアーグランプリのデスティネーション開発部門でグランプリを受賞した「雨季のウユニ塩湖を訪ねて」(西遊旅行)。また、旅博来場者や一般投票で選ぶ「おもしろ旅」の第1位にも「ウユニ塩湖の星空・天空の鏡」(スールトレック・ジャパン)が選ばれています。地球の神秘といわれる「ウユニ塩湖」を、ツアー素材という観点から検証してみます。

### アンデスの歴史が形成した塩原

南米大陸のほぼ中央部に位置するボリビア共和国。日本の約3倍という109万8581平方キロメートルの国土は、標高4000メートル以上の山々が連なるアンデス高地から熱帯雨林やサバンナが広がる低地まで、多彩な自然環境に恵まれています。

ペルーとの国境にまたがり、海拔約3800メートルという富士山より高い場所にあるティティカカ湖は、琵琶湖の12倍に及ぶ約8700メートルの面積と最高水深が280メートルに達する淡水湖として、日本でも良く知られた存在です。

一方、はるか昔の地殻変動によって隆起し、現在のような標高6000メートルの山々をもいただくようになったアンデス山脈は、かつて海の底にあったこと

から、長い年月をかけて独特の塩原を形成してきた歴史も持っています。一帯の土地には塩分が多く含まれており、約2万年前に気候が温暖になって氷河が溶け出した際、溶けた水が流れ出る川がなかったため、地中の塩分を含んだ水は盆地状の土地にたまり、塩原が誕生したのです。

塩原は、7月から10月までの乾季には塩の結晶が浮き上がり幾何学模様広がる見事な光景が現れます。また、雨季に冠水すると塩原の表面に水が薄く広がり、水が蒸発するまでの間に「天空の鏡」と称される巨大な塩湖の鏡が出現し、澄み切った青空やアンデスの山々、さらには、満点の星空すら映し出す絶景を楽しむこともできます。

塩原が一般的には塩湖と呼ばれることが多いのは、その神秘に満ちた光景があまりにも印象的なためかもしれません。

### 「塩のホテル」も醍醐味の二つ

大小合わせて十数カ所に及ぶという塩湖の中でも、四国の約半分の面積を持つウユニ湖は、南北アメリカ大陸でも最大の塩湖として多くの観光客を集めています。

空路が開設される以前は、海拔約3700メートルに位置し世界で最も標

高の高い首都・ラパス(憲法上の首都はスクレ)から4WDで移動してもウユニ湖までは約7時間、10時間もかかりましたが、現在は、航空便を利用すれば片道1時間ほどにアクセスも改善されています。

ただ、南北約1000メートル・東西約250キロメートルという大地に広がるウユニ湖自体も海拔約3300メートルという標高に位置しているため、ツアーで訪れる際には、万全の高山病対策を講じなければなりません。

このため、通常は、海拔約4000メートルのサンタクルスから海拔約2800メートルに位置する世界文化遺産の古都スクレなどを経て、空路の移動や環境の変化による疲れを癒しながら、体調を整えて高度順応を図る行程が組まれます。

また、満天の星空を映し出すウユニ塩湖を楽しむには、月の光が邪魔をしない新月の夜を日程に組み込む工夫も必要です。

さらに、塩湖周辺では、塩のブロックを建材に使って家などを造ることも珍しくなく、観光客用に塩のブロックで造られたホテルも建てられており、壁もテーブルもベッドも全て塩のブロックという「塩のホテル」での滞在も、ウユニ湖ツアーの醍醐味の二つとなっています。

朝日や夕陽に照らされる絶景だけでなく、星空をも映し出すウユニ塩湖。神秘的な姿は、まさに「天空の鏡」を実感させるものです。



震災による壊滅的な打撃から  
復旧を果たした三陸鉄道・  
野田玉川～陸中野田間

## 復旧から復興へ膨らむ期待

### 地域のシンボルとして活性化に貢献

第1回ツアーグランプリの国内・訪日旅行部門で観光庁長官賞を受賞した「がんばろう三陸復興支援ツアー」（クラブツーリズム）でクローズアップされた三陸地方。今年4月から三陸鉄道の運転が一部区間で再開され、地域の公共交通機関としての役割を回復する一方で、復興を担う観光資源としてもこれまで以上に期待される存在となっています。

#### 4月からの運行再開で商品化も加速

東北地方の太平洋岸に未曾有の被害をもたらした東日本大震災は、三陸鉄道にも壊滅的な打撃を与えました。

しかし、岩手県や沿線市町村などの地元関係者をはじめ、国や鉄道事業者・企業、全国のゆかりの人々などの支援・協力により、三陸鉄道は今年4月から北リアス線の野田畑・陸中野田駅間の24.3kmで運行を再開しています。

三陸鉄道の望月正彦社長は運行再開に際し、「当社の使命は地域住民の皆様への生活の足となること、そして三陸沿岸地域の産業振興や地域の活性化に貢献すること」と強調。「被災地のシンボルとなるよう、そして、県内外から多くのお客様をお迎えして地域振興に貢献できるよう、社員一丸となって努めてま

います」と決意を示しました。

これを受けて、主要旅行会社が商品化の動きを加速させ、中小の旅行会社も商品造成やオーガナイザー団体の送客に力を注いできています。

4月末からは、JR東日本のリゾート列車「うみねこ」が北リアス線の久慈／田野畑間に乗り入れ、春・夏の観光シーズンには、三陸沿岸地域に岩手県内外から多くの旅行者が訪れました。

三陸鉄道側も今年の夏休みには、宮古／小本間と田野畑／久慈間でNHKの人気アニメ「忍たま乱太郎」のCDやDVDの広告ポスターが車両内部を埋め尽くす「車両ジャック」を実施したほか、三陸鉄道がイオン・久慈市漁業協同組合と連携して取り組んだ「骨取り味つきさんま」と「しめさんま」の発表会を久慈駅前広場で開催するなど、集客の工夫や話題作りを積極的に進めてきています。

#### 来春にはNHKのテレビ小説にも登場

地元高校生などの通学の足として、また、高齢者や通院患者など交通弱者の足としても、地域の重要な公共交通機関となっている三陸鉄道は、地域の貴重な観光資源として三陸方面への旅行商品に

は、必ず組み込まれる存在です。

しかし、震災後は地域の人口減少や駅周辺の復興の遅れなどから地元の利用が伸び悩む一方、宿泊施設も被災したため旅行者の宿泊先確保が課題となるなど、厳しい状況を強いられました。その宿泊施設も来年からは復旧に伴う営業再開が見込まれており、事態の改善が進むことも期待されています。

また、三陸鉄道の全線復旧は2年後となりますが、北リアス線は既に9割までが復旧しており、「旅行商品にも十分に対応できる状況」（旅客サービス部）となっています。久慈／田野畑間では、貸切列車も通常通りの運行が可能なままになりました。

鉄道や駅の名前は架空の設定となるものの、来年4月から放映されるNHKのテレビ小説にも三陸鉄道が登場することになっています。

さらに、時期を同じくして盛／吉浜間で運転が再開される南リアス線では、新車両の登場も予定されているため、復旧から復興へと向かう三陸観光の動きにも拍車がかかることになりそうです。

三陸鉄道では、「被災地だからと遠慮されると、復興がさらに遅れるだけなので、ぜひ、多くの皆様へ三陸へ来ていただき、三陸の現状を見て欲しい。映像や写真でみるものとは全く異なります」（旅客サービス部）と呼びかけています。



春夏秋冬 季節のリズムで旅しましょう!

# TOURISM FOR TOMORROW

## JATA 旅博2013

### JATA Travel Showcase 2013

- 2013年9月12日(木)～15日(日)
- 東京ビッグサイト 東1・2・3・6ホール

主催：一般社団法人 日本旅行業協会 (JATA)

後援(予定)：国土交通省、国土交通省観光庁、外務省、東京都

早期割引  
8%に!!  
申込期日  
2月15日



## 出展申込受付中!

- アジア最大級の旅行展示会で Face to Face のプロモーションフィールド
- 初めての4ホール利用! 業界人とのネットワーキングの機会創出
- アジアを代表する、進化する国際商談会、国際観光フォーラム、旅博、顕彰事業



※写真は JATA 国際観光フォーラム・旅博 2012 より。

### 問合わせ先

出展の申込、ご質問は推進室までご連絡ください。

**JATA国際観光フォーラム・旅博推進室**

〒100-0013 東京都千代田区霞が関 3-3-3 全日通霞が関ビル 4F

TEL:03-5510-2004 Fax:03-5510-2012 E-mail: event@jata-net.or.jp

※ 出展の申込、ご質問は旅博推進室までご連絡ください。

より詳しくは、

URL:

<http://jata-jts.jp>

※「旅博」の名称は、関西国際空港株式会社のご協力で使用しています。

# JATA会員企業向け団体保険制度のご案内

「旅行業者賠償責任保険」と「旅程保証責任保険」のご案内を10月25日より開始します。  
～旅行業者に必要とされる保険です。この機会にぜひご加入をご検討ください～

JATA保険種類	旅行業者賠償責任保険	旅程保証責任保険
旅行業者にみられる費用負担事例	旅行を中止すべき状態（悪天候等）において、不的確な指示をしたことによりお客様が事故に遭遇し重傷を負わせた。 賠償責任をめぐり裁判となり、多額の争訟費用、賠償金を支払う必要が生じた。	契約書面に明示していた景観（海側の部屋等）の客室を用意できず、別の客室（山側の部屋等）が用意された。 旅行開始後に発覚し、旅程保証責任に定められた変更補償金2%をお客様に支払う必要が生じた。
団体保険概要	旅行業者としての業務を行うにあたり、職務上相当な注意義務を尽くさなかったことにより、他人の身体に障害を与えたり、財物を損壊した場合、または財産上の損害を与えた場合に、被保険者が法律上の賠償責任を負担することによって被る損害を補償します。	契約書面に記載した旅程に企画旅行約款別表に定める重要な変更が生じた場合に、標準旅行業約款（企画旅行約款）の旅程保証の規程に基づいて旅行者に対して変更補償金を負担する場合に生じる損害を補償します。
補償の対象となる損害	法律上の損害賠償金 弁護士費用等の争訟費用 損害防止軽減費用 緊急措置費用 協力費用	標準旅行業約款（企画旅行約款）の旅程保証の規定に定められている別表の補償率に応じて、旅行業者が旅行者に支払った変更補償金の額。
対象業務	・企画旅行 ・手配旅行 ・その他の旅行契約	・企画旅行

\*上記表は、JATA団体保険制度（旅行業者賠償責任保険、旅程保証責任保険）の概要を示したものです。詳細は、パンフレットJATAホームページ・「会員向け有料サービス」または、(株)ジャタホームページ<http://www.yu-jata.com>をご覧ください。

引受幹事保険会社：東京海上日動火災保険(株)

共同引受保険会社：AIU保険会社 エース損害保険(株) ジェイアイ傷害火災保険(株) 三井住友海上火災保険(株)

\*上記保険の内容は、2011年12月1日午後4時から2012年12月1日午後4時までを保険期間とするご契約の内容です。

「補償内容等については、契約者である日本旅行業協会の事務局にお渡ししております保険約款によりますが、ご不明点がありましたら(株)ジャタまたは引受保険会社におたずねください。」

お問い合わせ 株式会社ジャタ TEL 03-3504-1751 E-mail mail@yu-jata.com

12-T-05453

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。

## JATA海外緊急重大事故支援システムのご案内

海外で万一の重大事故が発生した場合、緊急事故対応は大丈夫ですか？

1. 支援システム発動対象は海外の企画旅行（募集型・受注型）です。
2. 支援システム発動条件は「1名以上の死亡事故」等より発動になります。
3. 年会費は42,000円（うち消費税2,000円）になります。

JATA支援システムは、会員専用の「24時間緊急サポートデスク」を提供します。  
365日、24時間体制で、事故処理対応に関する相談受付・アドバイスを実施します。

安価な費用で安心のバックアップが得られる

「JATA海外緊急重大事故支援システム」へのご加入を「企業防衛」のためにぜひご検討ください。

<国内支援オプションサービス>

2010年度（第14期）より、JATA支援システム利用会員が実施する国内の企画旅行中（募集型・受注型）に、緊急事故処理が発生した場合、企画旅行会社の対応を支援するための「国内支援オプションサービス」が設けられました。



<主な対応事例>  
釜山 射撃場火災事故

お問い合わせ 日本アイラック株式会社 TEL 03-5360-1391