

# JATA

http://www.jata-net.or.jp/ **Communication**

じゃたこみ

11

2012年  
11月10日発行  
vol.69

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

2000万人時代に向けて——VW事業報告  
VW事業推進特別委が第1回会合を開催  
2016年までに訪米日本人旅行者数を375万人に ほか

## INTERVIEW

「東北1000人プロジェクト」25コース出そろそろ  
吉川勝久国内旅行推進委員会委員長



## 現地対談 北海道の観光振興を語る

村木一行氏 (北海道建設部空港港湾局長)  
落合周次氏 (JATA北海道支部長)

素材研究 (海外) ラリベラ  
(国内) 南三陸町

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

巻頭インタビュー  
これからの海外旅行市場と旅行会社の役割

生井一郎海外旅行推進委員会委員長



# 創意工夫で多様化するニーズへの対応を 旅行需要の開拓により市場の拡大も可能に

生井一郎・JATA海外旅行推進委員会委員長

(阪急交通社・代表取締役社長)

海外旅行市場の健全な発展は、旅行会社各社の共通の願いであり、その実現に向けた取り組みは、JATAの事業活動における重要な柱の一つと位置づけられています。とりわけ、様々な外部要因に左右されがちな需要動向への対応は、いつの時代も、業界にとつての大きなテーマです。堅調な推移を続ける海外旅行市場の現状と今後のJATAとしての取り組みについて、海外旅行推進委員会の生井一郎委員長にお話をうかがいました。

## JATA会員各社が独自の企画力を

**Q** 海外旅行市場における現在の需要動向について、どのように見えていますか？

**A** 出国日本人数の統計によると、東日本大震災が発生した昨年3月以降、6月まで前年同月比でマイナスが続きましたが、7月からはプラスを回復し、その後も、一昨年10月に実現した羽田空港の再国際化や円高が追い風となって、今年8月まで14カ月連続でプラスを維持するなど、非常に好調な推移を示してきました。今年9月は、領土問題などの影響で15カ月ぶりに前年同月比でマイナスを記録しましたが、それでも、1月から9月までの累計では前年同期比13・3%増と

2桁台の伸びを維持しています。

日本の海外旅行市場は、2000年代に入ってから米国同時多発テロやSARSなど、常に海外での様々な事象が阻害要因となつて、一時的な需要の縮小を余儀なくされる局面を繰り返してきています。その都度、市場は強靱な回復を示し、長期的に見れば緩やかな増加傾向を辿ってきています。そういう意味で日本の海外旅行市場は非常に底堅く、旅行業界にとつて本場にありがたいことだと考えています。

**Q** 海外旅行推進委員会の委員長という立場で、そうした市場に対して旅行業界はどのようにアプローチすべきと考えますか？

**A** その底堅い海外旅行市場の旺盛な旅行意欲を維持するためのキーワードは、「多様化」だろうと思っています。直近の状況で言えば、中国・韓国方面が減少する一方で、アジア地域のその他の国やハワイ・北米といった方面が健闘する形となっています。ドステイネーションの多様化もそうですけれども、旅行会社は一層の創意工夫により、ニーズの多様化にも応えられる提案を行っていかねばなりません。あらゆる世代が求める旅行を提案すれば、旅行需要をさらに開拓し、海外旅行市場の拡大も可能となるはずです。

同時に、一定の数値目標を達成すること以上に、日本の社会が人口減少に向かう中で、リピーター市場や若年層の活性化などが重要になってくるだろうと考えられています。「十人十色」ではありませんが、旅行会社各社が「十社十色」というような姿勢を打ち出していく必要があります。JATA正会員1126社が高齢層向けにゆとりのある旅行商品を企画し

たり、若年層を動かすようなツアーを開発したり、各社の持つ企画力を十二分に発揮していくことが求められていると思います。

## 米国と欧州でJATA主導の取り組み

**Q** Visit World事業では今年度下期から来年度にかけて、米国の観光促進機関であるブランドUSAとの連携による「日本アメリカ観光交流年」と、ヨーロッパ旅行取扱関係会社・団体間との連携による「Team Europe」を両輪とする展開が進められることになっています。まず、「日本アメリカ観光交流年」について、ご説明ください。

**A** 「日本アメリカ観光交流年」は、海外市場から米国への観光需要の活性化を目的に、2010年3月に制定された観光業促進法に基づいてブランドUSAが発足したのを受けて、アメリカ本土への旅の



2012年の海外旅行市場は1～9月累計で13.3%の増加。さらなる維持・伸長のためには「多様化」がキーワードと生井委員長。(写真提供：成田国際空港株式会社)

「海外旅行の需要喚起

～これからの海外旅行市場と旅行会社の役割」



生井一郎・JATA海外旅行推進委員会委員長

魅力を日本の消費者に伝え、潜在需要の喚起も目指そうというものです。相互に重要な訪問先であり続けるように日本からアメリカへの訪問交流を促進し、JATAとブランドUSAとの協働により日本人旅行者数の増加と滞在日数の伸長を図ります。また、JATAとブランドUSAが必要に応じて政府を含む他の団体との協働や支援を行うとともに、JATA旅博とPowWowの相互交流も深めることになっていきます。

**Q** 「Team Europe」については、如何ですか？

**A** 欧州については、2010年度にETC (European Travel Commission) の日本での拠点が撤退

し、欧州方面への観光旅行促進の活動で核となる団体がなくなりました。同時期に、欧州各国の財政が危機的な状況に陥り、各国で観光プロモーション予算の削減が余儀なくされ、残った少ない予算も需要が急伸している新興国向けの活動に振り向けられていると聞いています。

デステイネーション競争が激化する中で、欧州旅行を取り扱う日本の海外旅行業界が丸となってB2B2Cのマーケティング活動の強化・活性化を図り、欧州旅行の持続可能な発展を目指そうというのが「Team Europe」の狙いです。

関係会社や団体間の情報交換を密にして、デステイネーションとしての欧州への旅行需要喚起を図るため、マーケティング展開を実践すると同時に、業界全体の情報収集力・企画力の向上を目指して研修・セミナー活動なども積極的に実施します。

**Q** 「日本アメリカ観光交流年」や「Team Europe」について、旅行会社はどのように捉えるべきでしょうか？

**A** これらの展開は、旅行会社にとってビジネスチャンスを広げるものであり、商材として有効に活

用できる局面も出てくると思います。旅行会社各社には、そのビジネスチャンスや商材を活かし、独自の取り組みを行う知恵が求められることとなります。また、JATAとしても、民間交流を通じて需要喚起を促す今回のような事業は、今後も積極的に進めていかなければなりません。

**LCＣもワイン・ウインのモデル構築へ**

**Q** 地方における海外旅行需要の喚起については、どのように考えますか？

**A** 現在、地方空港から海外へのチャーター便が大幅に増加しており、海外旅行市場の堅調な推移を支える一つの要因になっていると思います。その多くは、自治体と地方空港、地元旅行会社との協力によって実施されているもので、地方における海外旅行需要喚起策としては、非常に有効な施策であり、その効果が最大限に発揮されていると考えています。例えば、北海道での「海外国際直行便就航キャンペーン」や「バスポート取得応援キャンペーン」、また、中京圏における「ワールドリポートコンテスト」など、地域からの海外旅行需要を促進する行政や関係団体による取り組みも、大切な後押しとなっています。

同時に、やはり、地方においても、旅行会社による創意工夫の努力こそが、地域における海外旅行市場の活性化をもたらすことも忘れてはなりません。海外旅行に行きたいと思っても買えない商品や海外旅行に行きやすいツアーをつくれれば、自ずとバスポートの取得も加速することになるわけです。

**Q** いよいよ日本でも動きが本格化してきたLCＣについては、どんな期待をされていますか？

**A** 日本路線におけるLCＣの就航拡大が、海外旅行市場の需要喚起に貢献することは間違いありません。ただ、既存の大手航空会社とは異なるビジネスモデルに基づいて運航を行っているため、機材の大きさや流通政策の違いによる航空座席の確保や手数料の問題などLCＣに固有のテーマもあり、その関係調整は必要になってくると思います。

一方、10月29日から成田空港に就航したシンガポール航空グループの中距離路線LCＣであるスクートのように、当初から旅行会社の流通網に大きく依存する方針を示すような動きも出てきています。また、すでに路線ごとや旅行会社ごとに、LCＣとの付き合い方に多様な広がりも見られるようになってきました。

これらの動きの中から、旅行会社とLCＣが相互にウイン・ウインの関係となるようなモデルも生まれてくるでしょうから、そういう新しいモデルを応援するスキームをJATAが用意することも必要になってくるのではないかと考えています。

## 現地対談

# 北海道の観光振興を語る

# 道や経済団体との協働で市場も活性化

タイ国際航空とハワイアン航空が相次いで新千歳空港からの新規路線を開設した北海道。今年は出国率も6%を超える見通しで、JATA北海道支部でも、道庁をはじめ関係各方面との協力を通じ、アウトバウンド活性化に向けて、パスポート取得応援キャンペーンなど様々な取り組みを進めています。

## バンコク、ホノルルへの新路線に期待

**落合支部長** 北海道からの出国率は一昨  
年が5・5%でしたが、今年は6%を超  
える見通しです。2000年に過去最高  
の40万人超を記録しており、そこまで戻  
りたいと考えています。

**村木局長** 10月末からタイ国際航空のパ  
ンコク線とハワイアン航空のホノルル線  
が開設されました。路線維持という観点  
からはアウトバウンドも非常に大切に  
す。

**落合支部長** 北海道の人口が減っている  
状況の中で、海外も含めた交流人口の拡  
大は重要なテーマです。若年層も海外に  
出かけられるような取り組みや仕掛けを  
工夫しなければなりません。

**村木局長** 札幌国際大学が語学研修制度  
によって学生を海外に送り出す取り組み  
を始めることの意味は大きいと思いま  
す。同大は来年度から、ハワイでの短期

留学を開始します。現地ではインターン  
シップを通じたグローバルな人材育成に  
も努め、道ではこうした学生と連携し、  
他大学の学生や道民の海外渡航を促す事  
業を展開していく方針です。

**落合支部長** 10月20日と21日に開催され  
た「海外旅行フェア2012」(※1)  
にも沢山の方々が来場し、ハワイやタイ  
への新規路線開設は追い風となっていま  
す。路線の維持・拡大に向け、旅行業界  
も協力をしたいと考えています。

**村木局長** 食との関連でも、道では生鮮  
食品をクール宅配便で香港や東南アジア  
に運ぶという実証実験を行っています。  
現地へモノを送って味わっていただき、  
実際に北海道にも来て食べてもらえれば  
と思います。

**落合支部長** インバウンドとアウトバウ  
ンドのバランスはアジア圏では75・25く

らいで、インバウンドに大きく偏ってい  
ます。需要の偏重はリスクが大きくなる  
ため、アウトバウンド需要の拡大も重要  
なポイントです。

**村木局長** 道としても、ハワイとタイへ  
の路線が開設されるタイミングを捉え、  
「国際線利用促進キャンペーン」を展開  
中です。新千歳空港発着でハワイ・タイ  
への旅行をしてもらうモニター募集、海  
外旅行情報や各種キャンペーン情報を配  
信する海外旅行モニタークラブの会員募  
集などを通じて、市場の裾野拡大や潜在  
需要の顕在化などを図っています。

**落合支部長** 「海外旅行フェア」も道の  
キャンペーンに連動するものでしたが、  
「パスポート取得応援キャンペーン」  
(※2)にも期待しています。海外旅行  
が当たる可能性があり、パスポート取得  
にも拍車がかかりそうです。

**村木局長** 出国率を上げるためには、パ  
スポート保有率を高める必要があります。  
2011年時点で、全国平均の23・  
3%に対して、北海道は14・3%にとど  
まっています。昨年からスタートしまし

ますは、パスポート取得の促進を

### <出席者>

- 村木一行氏  
(北海道建設部空港港湾局長)
- 落合周次氏  
(JATA北海道支部支部長/  
日本旅行北海道・代表取締役社長)



「路線維持の観点からはアウトバウンドも非常に大切」  
(村木氏)



「若年層も海外に出かけられる取り組みや仕掛けを」  
(落合氏)

たが、今年はJATAからの支援もいた  
だき、海外に行けるというチャンスも加  
わっています。道としては、今後も関係  
団体と連携してアウトバウンド需要の拡  
大につなげていきたいと考えています。

※1「海外旅行フェア2012」は、北海道海  
外旅行促進事業推進実行委員会が主催し、  
JATAが特別協賛しました(10ページに  
詳報)

※2「パスポート取得応援キャンペーン」は、  
北海道海外旅行促進事業実行委員会が企画  
し、道や新千歳空港国際化推進協議会が後  
援しています



## 巻頭インタビュー

「海外旅行の需要喚起～これからの海外旅行市場と旅行会社の役割」

生井一郎海外旅行推進委員会委員長 ..... 1

## 2000万人時代に向けて——VW事業報告

- VW事業推進特別委が第1回会合を開催 ..... 5
- 「日本アメリカ観光交流年」の覚書に調印 ..... 5
- 2016年に訪ハワイ日本人旅行者200万人に ..... 6
- DESTINATION・スペシャリストに期待感 ..... 6



## 東北復興支援1000人プロジェクト始動

「復興支援」から「東北振興」へ

吉川勝久国内旅行推進委員会委員長に聞く ..... 11

東北1000人プロジェクト コース一覽 ..... 12

## 現地対談 北海道の観光振興を語る 道や経済団体との協働で市場も活性化

出席者・村木一行氏(北海道建設部空港港湾局長)、  
落合周次氏(JATA北海道支部支部長) ..... 3

- 読み物&マーケティング
  - ハイこちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ② 今回のテーマ:取消料② ..... 7
  - 法務の窓口 第2回 「取引条件書面」を知る ..... 8
  - 添乗員のための旅行医学 人工透析と海外旅行 ..... 13
  - 連載・マーケットデータ深読み 足もとの海外旅行マーケット ..... 14
- 委員会、支部・地区会報告
  - 旅行業経営委員会、法制委員会、社会貢献委員会 ..... 9
  - 支部地区会報告、札幌、海外旅行フェアに9000人が来場 ..... 10
- 要人往来 ..... 15
- 環境省から、南極観光旅行に関するお知らせ ..... 15
- Interview(インタビュー)
  - “We have to step forward from Reconstruction to Promotion”  
Katsuhisa Yoshikawa  
Chair, JATA Domestic Travel Promotion Committee ..... 16
  - Travel Industry Monthly Report(今月の旅行業界)  
Main Topics  
Signing of MOU for the Japan-US Tourism Exchange Year  
—Aiming for 3.75 million Japanese Travelers to the US in 2016— ..... 17
- 素材研究
  - (海外)ラリベラ(エチオピア) 岩塊を掘り貫いた驚嘆の教会群 ..... 20
  - (国内)南三陸町(宮城) 漁業などの体験プログラムも復活へ ..... 21
- 事務局だより ..... 19

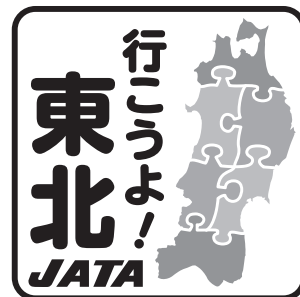
## 今月の表紙 ドプロヴニク

絵・大槻 綾子(おおつき あやこ)

跡見学園卒業後、誠和染色教室で縞縞染を学び、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

## 「行こうよ!東北」のロゴにご注目ください



JATAでは、東北復興支援プロジェクトの一環としてロゴを作成しました。それぞれに違う魅力を持つ東北6県をパズルで表現しています。

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/>

## トラベルには、トラブルの備えを

東京海上日動のネットワークであなたの旅をバックアップ。  
海外での安心のパートナーには、  
ぜひ東京海上日動をご指名ください。

### 海外旅行保険

東京海上日動火災保険株式会社

東京都千代田区丸の内1-2-1 〒100-8050

☎0120-868-100 午前9時～午後8時(平日、土日祝とも) <http://www.tokiomarine-nichido.co.jp/>



東京海上日動



## アウトバウンド2000万人 に向かって前進 VW事業推進特別委員会が第 1回会合を開催

VW事業推進特別委員会は10月11日、東海大学校友会館で第1回会合を開催しました。

同委員会の田川博己委員長は会合の冒頭で、「環境整備をしっかりとすれば、アウトバウンド市場の年間2000万人達成は可能だと確信している」と語り、「委員会での議論を通じて、2000万人に向かって前に進みたい」と決意を示しました。

また、観光庁の志村格次長は、「観光庁としてもアウトバウンドにも力を入れていきたい」と挨拶。「ブランドUSA」との『日本・アメリカ観光交流年』の制定とアクションプランの実行はその一つであり、アウトバウンド拡大を祈念する」と語りました。

第1回会合では、2012年度上期VW事業報告と2012年度下期事業計画が承認され、VW事業推進の柱となる「日本・アメリカ観光交流年」「TEAM EUROPEプロジェクト」について意見交換が行われました。会合に出席した日本航空の担当役員から「4月のポストン線に続いて、12月にはサンディエゴ線に就航する予定で、旅行

会社が売りやすいように環境整備を進めたい」と説明があり、全日空の担当役員からも「新地点の路線開設を計画している」ことが明らかにされました。

## 「日本・アメリカ観光交流年」 の覚書に調印 2016年までに訪米日本人 旅行者数を375万人に

日本旅行業協会（JATA）は9月21日、米国を訪れる日本人観光客数を拡大するため、ブランドUSAと協力して「日本・アメリカ観光交流年」を今年9月から来年8月までの1年間実施することについて、覚書を調印しました。

調印式には、日本側から観光庁の志村格次長と同庁観光産業課の寺田吉道課長、米側からアメリカ大使館のワイレガラ公使、商務省・米国観光旅行産業諮問委員会のデヴィッドソン委員長の4氏が立ち会い、JATAの田川博己副会長とブランドUSAのポールA・セルーラ事業開発担当最高責任者が覚書への調印を行っています。

「日本・アメリカ観光交流年」は、日本からのアメリカ旅行の積極的な取り組みを推進し、2016年までにアメリカへの日本人渡航者数375万人の達成を目指すと同時に、両国の相互交流の拡大を進め、ツーウェイツーリズムへの寄与

も図ります。

1年間の観光交流年では、(1)日本・アメリカ観光交流年の告知と認知向上、(2)旅行会社の啓発・教育プログラムの推進、(3)新規旅行商品開発を促進するプランやキャンペーンの立案と実施、(4)日米姉妹都市間の交流促進を通じた旅行需要の喚起、(5)新規就航都市路線を支援するプランやキャンペーンの立案と実施、(6)JATA旅博およびアメリカのPowWowへの相互参加の増加に向けた取り組み、(7)定期的な業界会議を通じた日米旅行業界間の交流促進、という7つの主要な活動に取り組みます。

詳細なアクションプランについては、「日本・アメリカ観光交流年ワーキンググループ」で策定し、随時発表していく予定です。



握手を交わす田川博己、ポールA・セルーラ両氏

## 旅行会社主体の プロモーションを

JATA 菊間潤吾会長



VW事業については、JATAとして最も重要な活動の一つと認識しています。海外旅行の需要を喚起し、会員各社に対して市場のパイを広げていくということをやつていかなければなりません。

VW事業を推進する2本の柱として、「日本・アメリカ観光交流年」と「TEAM EUROPEプロジェクト」が動き始めます。どちらも、日本の旅行会社が現地側と協力をして、出来ることを一緒にやつていきたいと思いますという新しいアプローチです。

かつては、航空会社や観光局のプロモーションをフォローする形で、旅行会社がパッケージツアーを作つて送客を担うというスタンスでしたが、これからは、まさに、われわれ旅行会社が主体となつて、デステイネーションキャンペーン的な動きを進めていかなければならない時代です。その認識がVWキャンペーンの基本コンセプトであり、今度の「日本・アメリカ観光交流年」も「TEAM EUROPEプロジェクト」も、その象徴的な形だと考えています。

今後、アメリカやヨーロッパで様々な動きが進められると思いますが、ここで成功事例をいくつも作つて、他の地域でも同様の展開を行いたいと考えています。それが、JATAとしての需要喚起策といふことだろうと思っています。

## 2016年には日本人旅行者 200万人に 日本ハワイ観光協議会で覚書 に調印

第6回日本ハワイ観光協議会が10月18日、ホノルルのハワイ・コンベンションセンターで開催され、日本旅行業協会（JATA）とハワイ・ツーリズム・オーソリティ（HTA）は、2016年までにハワイを訪れる日本人旅行者数を200万人に増加させることで合意し、覚書（MOU）に調印しました。

覚書には、JATAとHTAが今後4年間にわたり、(1)200万人の実現に向けた具体的なアクションプランを伴う達成計画を策定・実行すること、(2)日本市場におけるハワイのプレゼンス向上のために協力すること、(3)日本からのハワイ向け旅行商品の質的向上を図ること、(4)ハワイの経済成長に貢献するため日本人旅行者の平均滞在日数の拡大を目指すこと、(5)ハワイ旅行の阻害要因削減と航空輸送力増加のために必要な施策を講じること、などが盛り込まれています。

HTAのマイク・マッカートニー会長は、「MOUという歴史的な絆により、ハワイと日本の信頼関係がますます強まることになる」と語りました。同会長は、市場拡大のために州政府や市当局から割り当てられた予算を日本向けに活用

する考えも示しています。

また、MOUに調印したJATA海外旅行推進委員会の林田健夫副委員長は、ハワイを訪れる日本人旅行者数がかつては220万人を超えていたことも踏まえ、「今年は140万人と見込まれているが、200万人は十分に可能な数字。2016年の年間海外旅行者数2000万人の実現に向けても、200万人を達成できるよう協力を進めていきたい」と語りました。

第6回日本ハワイ観光協議会では、JATAの長谷川和芳事務局長が日本の海外旅行市場について説明し、「2000年以降の訪ハワイ日本人旅行者の減少について要因を探ることが重要」と指摘。「JATA会員各社によるハワイ旅行の拡大を図るとともに、団体・MICEなどについても議論を深めていきたい」と意向を示しています。

「ファーストタイマー」、「地方都市プロモーションとネイバーランド」、「MICE」をテーマに開かれた3つの分科会では、双方の関係者が活発な議論を行いました。



マッカートニー会長（右）と林田副委員長（右から2人目）の両氏。

## DESTINEESHION・スベ シヤリストに期待感 「旅博2012」にブース出 展し来場者アンケート実施

日本旅行業協会（JATA）研修・試験部は9月21日から23日まで、東京ビッグサイトで開催された「旅博2012」にブース出展し、来場者に「DESTINEESHION・スベシヤリスト（DS）事業」を紹介しました。

JATA研修・試験部では、2005年度からコンサルティング・スキルの向上と人材育成を主な目的とする資格認定制度として「トラベル・カウンセラー制度」を運営しており、同制度を構成する3種類の資格制度のうち中核を成すのがDS制度です。海外旅行を計画しているお客様に、より明確な提案や助言、ニーズにマッチした海外旅行商品の企画開発などが行えるよう、各国の政府観光局などの協力により運用されています。資格取得のために受講・学習するDS養成講座のラインナップは、発足当初の12講座から22講座（33カ国・地域）まで拡充、受講者数も1万人を超えて資格認定者は6500人以上となりました。

今回の「旅博2012」でのブース出展は、業界関係者や学生だけでなく、一般のお客様にもDS事業を理解していただくことを目指したものです。紹介パネ

ルを展示したブースへ来場者を誘導するため、キャリーケースをプレゼントするクイズキャンペーンを実施、ブース前では紹介フライヤーも配布しました。

また、会場のアンケート調査では1624人からの回答を得ており、DS資格認定制度を知らない人が85・8%と認知度は低いものの、DSが企画した旅行商品に興味を感じるという回答が85・2%、DSに旅行相談をしてみたいという回答も59・5%で過半数を占め、DSに対するお客様の期待が高いことも判明しています。

JATA研修・試験部としては、DS養成講座の内容と資格認定試験の質をこれまで以上に高め、DS資格の価値向上を目指す方針です。



「旅博2012」でDS事業を紹介しました。

## 苦情事例に学ぶ②

## 今回のテーマ…取消料②

取消料に関する相談は、毎年、当相談室に入る申出区分の中でも最も多い項目です。なかでも、

『こんな場合でも取消料が発生するの



か?』という申し出として頻度が高い一例に、消費者が申し込み営業所の営業時間外に取り消しの連絡をメールやFAXで行なった場合に関する相談があります。昨今、インターネット上でオンラインでの申し込みが増えておりますが、営業所で申し込みされた場合の相談も相変わらず多く寄せられておりますので、今回はこの相談頻度が高い、「キャンセルの連絡が日中できず、営業時間が過ぎていたためメールで連絡したが、取消料を請求されてしまった」という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

営業時間を過ぎての連絡は取消料の対象か?

「グアムのツアーに参加の予定だったが、仕事の都合でキャンセルしようと思っていたものの、忙しくてなかなか申し込みの営業所に電話ができなかった。それでも、キャンセル料がかからない最終期限の日に、折をみてその営業所に電話を何度かかけたが、話し中のようにつながらず、結局、営業時間が過ぎてしまっ

た。

その後、営業所になんとか伝える方法を考え、その日のうちにキャンセルの旨をメールで打診し、翌日改めて返金方法を聞くため電話を試みた。今度はなんとか早々に電話がつながって、昨日付けのメールでキャンセルしている件を伝えて返金を依頼してみたが、営業所の担当者より、メール送信の時間は、すでに営業時間が終了していたため本日扱いとなり、そのため取消料20%がかかり、それを差し引いた分が返金になると言われてしまった。

こちらとしては、キャンセル料がかからないその日の24時より前の期限内に、メールを発信しているにもかかわらず、チャージが発生してしまうというのはどうしても納得できない!」

## 解決に向けての指針

このようなトラブルを避けるためには、営業時間とそこに添える注意書き等に関する表記方法がポイントになります。まず標準旅行業約款には営業時間や休業日に関する規定はないため、「約款に定めのない事項については、法令又は一般に確立された慣習によります(募集型企画旅行契約の部、第1条1項)」とあり、商法の規定により解釈することになります。商法520条(取引時間)には、「法令または慣習により商人の取引時間の定めがあるときは、その取引時間内に限り、債務の履行をし、または、その履行の請求をすることができ」とあり、従って、取引する時間(≪営業時間≫)が決まっている場合には、それを過ぎからの取り消しの申し出は、その日に受付けしなくてもよいこととなります。

ポイント

営業時間と注意書きの表記は明確に

左記のようなポイントをクリアしていない場合は取消料を徴収できない可能性がありますので留意すべきです。

・メールアドレスやFAX番号等の表示をするときには、そのメールアドレスやFAX番号等と同一の視野に入るように、営業時間及び営業時間を過ぎて着いた連絡は、翌営業日に着いたものとして取り扱う旨の注意書きを添える。または、旅行の取り消しの申し出は当該メールやFAXでは受付けない旨、及び取り消しの申し出は営業時間内に電話で行うべき旨の注意書きを添えるなどの対応がなされていれば、結果、取消料を20%請求することに問題は問題ありません。

休業日が絡む場合は要注意

また、取消料の発生期日に関して、取消料不要の期間の最終日が「休業日」だった場合はどうなるのかという相談もあります。これは民法142条(期間満了の特例)で「期間の末日が日曜日、国民の休日に関する法律に規定する休日、その他の休日に当たるときは、その日に取引しない慣習がある場合に限り、期間は、その翌日に満了する」とあるので、翌営業日が取消料不要の期間の最終日となります。

従って今件のようなメールやFAX等による発信連絡の有無にかかわらず、翌営業日までに取り消しの連絡があったものについては取消料を收受することはできません。この休業日が絡む件に関しては誤った案内をされるケースが散見されますのでご注意ください。





## 第2回 「取引条件説明書面」を知る

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

募集型企画旅行契約を締結しようとするときはお客様に「取引条件説明書面」を交付しなければなりません。「そんな長つたらしい名前の書面なんて聞いたことないぞ」「パンフレットとは違うのか」「旅行条件書なら知っているけど」…と思っただ方はいらつしやいませんか？

### 「取引条件説明書面」とは？

旅行業法によると、旅行者又は旅行者代理業者は、旅行者と募集型企画旅行契約を締結しようとするときは、取引条件について旅行者に説明をし、その内容が記載された書面を交付しなければなりません（同法第12条の4第1項、第2項）。この書面を「取引条件説明書面」と呼びます。そして、「取引条件説明書面」を交付して契約を締結したときは、今度は、遅滞なく、「契約書面」を交付しなければなりません（同法第12条の5第1項）。ただし「契約書面」に記載する事項は「取引条件説明書面」とほとんど同じ内容ですので、実務においては新たに「契約書面」を作成することはせず、「取引条件説明書面」を流用するのが通常です。具体的には「取引条件説明書面」には記載されてい

ない事項のうち、①「契約の締結年月日」については申込金領収書に記入された領収日の記載で補い、②「企画旅行者との連絡方法」については確定書面（最終日程表）に電話番号等を記載して補います。これら①と②の書面を旅行者に交付することによって「契約書面」として必要な事項を満たしていることになるので（通達により、取引条件を説明した書面の記載内容に従った契約がなされたときは、その記載事項については契約書面の交付がなされたものとして取り扱い、さらに「契約書面」は数種の書面によって要件を満たすことが認められています）。

### いわゆる「パンフレット」とは？

ところで、旅行業法・標準旅行業約款のどこを探しても「パンフレット」という単語は見あたりません。実は広告と「取引条件説明書面」の両方の機能を備えた冊子を業界では一般的に「パンフレット」（あるいは一枚ペラ紙だと「ちらし」）等と呼び習わしているだけなのです。

それならば「パンフレット」を交付しておけば、漏れなく「取引条件説明書面」を交付したことにもなるのか？という点、ちょっと違った実態があるようです。

### それでは「旅行条件書」とは？

「取引条件説明書面」として記載が必要な事項は盛り沢山ですが、パンフレットを制作している担当者としては無味乾燥な事項を細々、長々と載せるより、

「広告」としての機能を優先させて購買意欲をそそる綺麗な写真を沢山載せたり、ひとつでも多くのツアーを紹介したいと思うのが本音でしょう。できればこの「取引条件説明書面」を簡略化してしまう訳にはいかないものかと考えたとしても無理はありません。もちろん「取引条件説明書面」の記載事項は法令で定められていますので勝手に削除したり、割愛してはいけません、その代わりに「そうだ、何も律儀にパンフレットに取引条件の全文を載せる必要はないよな！」と考えた人がいました。

つまり「取引条件説明書面」に必要な記載事項のうち、例えば旅行代金や日程等のように個々のツアーごとに異なる「取引条件」については「パンフレット」に「広告」を兼ねて記載し、一方でツアー全般に共通する、例えば旅程保証や特別補償等の「取引条件」については、その部分だけを別紙にまとめて、後で交付すれば良いだろう！と考えたワケです。この別紙がいわゆる「旅行条件書」です。

### 「旅行条件書」の交付を忘れずに

かくして、「取引条件説明書面」は華やかな「パンフレット」掲載組と、地味な別紙の「旅行条件書」組とに泣き別れになったのですが、ツアー全般に共通する「取引条件」であっても、トラブルが生じかねない取消料等の重要事項については、「パンフレット」にも（要約）としてその一部を記載するのが一般的です。なお、その場合であっても、肝心の「旅行条件書」の交付を忘れると法令違反となりますので、くれぐれも注意が必要です。（中島）

旅行業経営委員会

民主党ヒアリングで税制改正要望事項を説明

日本旅行業協会（JATA）の中村達朗理事長は8月23日、衆議院第2議員会館で開催された「平成25年度税制改正等要望」民主党ヒアリングに出席し、JATAからの要望事項について説明しました。

ヒアリングには、民主党の辻元清美議員、藤本祐司議員、川内博史議員、阿久津幸彦議員など6人と秘書が出席し、中村理事長は、(1)休暇取得促進、(2)招待旅行等の旅行支出を必要経費扱いにするこ  
と、(3)事業所税の廃止、(4)職場旅行の日数制限の緩和、(5)東日本大震災被災地への社員旅行の社員参加割合制限の緩和という5つの要望事項について説明し、(5)については、被災地へのボランティア活動に利用される可能性に言及しています。

質疑では、川内議員が「社員旅行の社員参加者割合制限の根拠は何か。また、50%以上というのは、10人の事業所の場合、5人以上ということか」と質問し、中村理事長が「根拠は国税庁長官の（所得税基本通達36―30）であり、人数の割合は質問の通り」と回答しました。

さらに、川内議員が「職場旅行の日数制限の緩和は、継続して要望しているのか」と質したのに対し、中村理事長は「平成5年に非課税枠が3泊4日から4泊5日に拡大され、ハワイ・アメリカ西海岸への旅行が可能となった」経緯を指摘。「5泊6日の利用者が多いとは思わないが、旅行先を南米などに拡大されることになり、これまで継続して要望している」と説明しました。

また、ヒアリングの最後には、旅行会社が被災地へのボランティアツアーに協力したことに対して、辻元議員が謝意を述べています。

法制委員会

旅行業法制度研究部会の第2回会合を開催

法制委員会（法務・コンプライアンス室）は10月3日、旅行業法制度研究部会の第2回会合を開催しました。

事前に各部会員から問題点を提起してもらったところ、数多くの問題点の指摘があり、旅行業法関連では、対面販売を前提とした法規制のあり方や取引条件説明と書面交付のあり方など、標準旅行業約款では、取消料規定や旅程保証制度などについて、それぞれ提案が行われまし

た。また、インバウンドオペレーターに対する法規制の是非についても、提案がありました。

事務局（法務・コンプライアンス室）でこれらの提案を整理して、具体的な検討事項や進め方を部会に提案し、活発な議論を行う予定です。

社会貢献委員会

富士山麓で外来植物の駆除活動

社会貢献委員会・環境対策部会は10月19日、富士山麓で外来植物の駆除活動を行いました。

同部会では、観光と環境の両立に向けて、環境保全活動を実施しており、世界文化遺産登録の期待が高まる富士山でバイオトイレの設置や清掃活動を行ってきています。

今年度は新たな試みとして外来植物の駆除活動に取り組み、当日は、NPO法人富士山クラブの関係者から約1時間のオリエンテーションを受け、日本固有の生物多様性や生態系に侵略的な影響を与える外来種生物と駆除の必要性について説明を聞きました。

オリエンテーションの後、鮮やかな黄色の花をつけるキク科のオオキンケイギ

クにターゲットを絞り、群生している西湖の湖畔で1時間30分にわたって、竹べらで根から丁寧に抜き取り、16袋（45リットル）約1万1000本を駆除しました「写真」。オオキンケイギクは、あまりの強靱さに一度定着すると野草を駆逐し、辺りの景観を一変させてしまう性質をもっているため、特定外来生物に指定されています。

参加者からは、「今回の活動は富士山の自然環境保全に取り組むうえで大変に意義があり、今後も活動を継続し広げていきたい」という声をいただきました。



## ●支部活動報告

### 北海道支部

●10月19日 北海道海外旅行促進事業実行委員会主催「海外旅行セミナー」開催、北海道支部協力

●10月20日・21日 北海道海外旅行促進事業実行委員会主催「海外旅行フェア2012」開催、北海道支部協力

### 東北支部

●10月18日 幹事会

●10月15日 総務委員会

### 関東支部

●9月21日 関東支部セミナー「広域観光、地域活性化セミナー・勉強会」を開催。国、自治体、旅行会社は何をしなければならぬのか、業界の目指すビジョン等について、取り組み事例の説明および意見交換を実施。

●9月21日 第2回 L A D Y J A T A 委員会を開催。第1回の「店頭販売現場から収益改善策を考える」を引き続きのテーマとして、「1、ネット販売（商品）と店頭販売（商品）の利点、問題点または収益悪化を招く問題、改善策等」、「2、女性の

視点からみた、旅行業の収益悪化を招く問題、収益改善策」について意見交換。

●9月21日 幹事会を開催

### 中部支部

●10月17日 総務委員会を開催

●10月18日 幹事会を開催

◇「ワールドリポートコンテスト」に協力

愛知・岐阜・三重の3県と名古屋市、名古屋商工会議所、中部経済連合会、中部国際空港などで構成する中部国際空港利用促進協議会は、若年層の海外旅行促進を目指し、18〜29歳を対象に「海外旅行での印象的な体験」を写真とコメントで募集。応募条件は、(1)2012年12月1日〜2013年3月31日の期間に、セントレア発着（出発か到着の何れか）の国際線を利用して海外に出かける方、(2)18〜29歳の方、(3)愛知・岐阜・三重・静岡・福井・石川・富山の何れかの県に住んでいる方、(4)旅行会社経由で海外旅行を申し込んだ方（国際航空券のみでも可）。

ユーザー登録した方から抽選で50人に協賛各社からの記念品がプレゼントされるほか、投稿された写真とコメントの中から優秀作品に選ばれた

方には、旅行券10万円分などがプレゼントされます。



### 関西支部

●9月7日 「現場のための旅行契約の基礎知識講座」を開催。会員各社から60名が参加。具体的な事例を基に旅行契約の基礎知識を説明・解説しました。

### 九州支部

●10月17日 実務委員会を開催

●10月19日 海外旅行委員会を開催

●10月19日 教育研修委員会

●10月29日・30日 本部、支部連携で「熊本県／大分県現地調査団派遣事業」を実施。両県と観光関係者からの誘客の期待に応えるべく、国内の商品企画担当者対象に実施。

### 沖縄支部

●10月25日 インバウンド委員会を開催

## 札幌、海外旅行フェアに9000人が来場

北海道海外旅行促進事業実行委員会は10月20日（土）と21日（日）の2日間、札幌駅前通地下歩行空間の北3条交差点広場で「海外旅行フェア2012」を開催。JATA北海道支部が協力。海外旅行に興味はあるもののまだ行つたことのない人や小さな子どもがいる家族などが、海外旅行を身近に感じ、一歩踏み出せる機会になることを目指すものです。

今年は、新千歳／ホノルル線の再開や新千歳／バンコク線の開設をはじめ北海道からの海外旅行が一層便利になり、道民の旅行意欲の増進が期待されています。

同フェアには、グアム政府観光局、ハワイ州観光局、マレーシア政府観光局、台湾観光協会、タイ国政府観光庁、ブランドUSA、大韓航空、キャセイパシフィック航空、ハワイアン航空、JR北海道、JTB北海道、日本旅行北海道、近畿日本ツーリスト北海道、HIS、ツアーエーブなどがブース出展。地元FM局による公開生放送やムエタイパフォーマンス、ちびっこフラダンスショーなどのイベントも。また、グアム政府観光局のブースでは、ミス・グアムの3人が来場者らにパンフレットなどを配ったり、求めに応じて記念撮影なども行いました。2日間の来場者数は9000人以上に達し、成功裡に幕を閉じています。





# 「復興支援」から「東北振興」へ 業界一丸となった取り組みが重要

吉川勝久・JATA国内旅行推進委員会委員長

(近畿日本ツーリスト・代表取締役社長)

日本旅行業協会(JATA)は12月3日と4日の両日、会員各社の社員など約1000人を東北6県へ派遣する「東北復興支援1000人プロジェクト」を実施します。すでに、各県4コースを基本とする行程も固まり、現地での意見交換や実地踏査の詳細について、関係者と詰めの作業が行われている段階です。プロジェクトの実施に向けて中心的な役割を果たしてきたJATA国内旅行推進委員会の吉川勝久委員長に、改めて、その考え方や実施後の展開などについて語っていただきました。

## 東北観光の本格復興へ支援 継続

「東日本大震災の発生以降、JATAとしても様々な形で東北復興支援を積極的に行ってきました。義援金の募集やボランティアツアーなどの貢献活動をはじめ、被災地の子どもたちを東京デイズ・リゾートや上野公園などに招待したり、昨年だけでなく今年に入ってから復興支援チャリティーオークションを実施するなど、人道的な復興支援にも取り組んできています。また、復興支援住宅エコポイントへの参画を通じて、被災

地への経済的な復興支援事業も進めており、特に、復興支援住宅エコポイントは、JATAが一般社団法人化してから初めて行った会員に対する公益事業です。今年に入ってから受付を開始して、10月28日まででポイントの交換申請が9700件を超え、その金額も5億1000万円以上に達しています」

「震災発生から1年半以上が経過し、復興支援についても応急的な内容から、東北地方が本来の経済活動に戻ることにできる本格的な内容が求められており、旅行業界としても継続的な取り組みを行っていかねばなりません。従来の

支援からもう一歩踏み込んで何ができるかと考えた時に、旅行業の本分である旅行商品の造成や販売を通じて、復興支援にとどまらない将来的な地域振興にもつながる取り組みが重要だろうという思いにいたりしました。国内旅行推進委員会の会合を福島県で開催するなど、現地との意見交換も通じて、何よりも東北を旅行していただくことの大切さも痛感しています。もちろん、地域によっては、インフラの再構築や宿泊・飲食施設の復旧も必要ですが、観光庁や地元自治体をはじめ、東北観光推進機構や現地の旅行業界の皆さん、そして、JRや航空会社などの関係機関・団体とも協調しながら、新しい東北観光の確立に向けた支援を継続していきたいと考えています」

## 旅行商品企画コンテストも 予定

「旅行商品の企画・造成・販売を通じ

た復興支援では、これまでも会員各社に自主的な対応をお願いしてきました。これからは、業界が一つになって復興支援から東北振興へとつながるような取り組みを進めていかなければなりません。個人的にも、過去の経験に照らしてみると、とりわけ、負の事態に対処する時にこそ、総花的な『分散』ではなく、ベクトルの方向を合わせた『集中』が求められることになると考えています。同時に、旅行会社の持つ発地のニーズと現地にある着地のニーズをどう融合させるかというテーマについても、改めて、旅行業界の力量が問われる局面を迎えていると思います。今回のプロジェクトは、まさに、そうした課題に取り組み契機としても重要なものとなるはずです」

「東北地方の復興に旅行業界が大きく貢献している姿を、社会にアピールすることも大切です。会員会社の社員が実際に現地を訪問し、東北各県の新たな観光資源を発掘して魅力ある旅行商品の開発につなげ、東北地方への旅行需要の拡大を実現したいと思います。また、在日大使館や海外の航空会社・観光局にも参加してもらおう予定で、現地で見た東北の本当の姿を本国関係者へ伝えていただき、訪日旅行の振興を図ることができればと考えています」

「実施されたプロジェクトの効果をより高めるために、東北地方への旅行企画

# 東北復興支援1000人プロジェクト



JATA国内旅行推進委員会・吉川勝久委員長（近畿日本ツーリスト・代表取締役社長）

コンテストも予定しています。今回の目的は、新しい旅行商品の企画・造成・販売を通じて需要拡大にあるわけですから、例えば、業界で共通のキャッチコピーやロゴなどを掲出して、お客様と一緒に東北復興に貢献していくという業界の姿勢を示したいと思います」

「年末の忙しい時期にもかかわらず、プロジェクトに参加して東北を訪れていただく会員各社の皆様には、改めて感謝を申し上げます。東北地方の真の復興に向けて会員会社の力を合わせ、『日本を元気に、旅で笑顔に』の思いで頑張りましょう」

## 回復の足取りをより確かなものに 東北地方にも旅行市場改善の兆し

昨年3月以降に需要の落ち込みを示した旅行市場も、1年半余の間に順調な回復が続けてきています。震災が発生する前の「昨年」との比較では、訪日旅行が依然として低迷しているものの、海外旅行は「昨年を上回るペースを維持、国内旅行もほぼ同水準まで戻しています」。

しかし、全体的な旅行需要が震災前の水準を回復する一方で、東北地方の場合、風評被害の影響などもあり、他の地域に比べると回復の動きは鈍いのが実情です。観光庁の宿泊旅行統計調査報告やJATAの旅行市場動向調査などでは、東北地方でもようやく改善に向けた兆しが出てきていますが、回復の足取りをより確かなものとするためには、旅行業界を挙げての支援が求められる状況となっています。

### ◎宿泊旅行統計調査報告（観光庁）

【2012年4月～6月】

都道府県別延べ宿泊者数の前年同月比増減率

全国平均	4月	+23.6%	5月	+6.2%	6月	+3.5%
青森	4月	-0.9%	5月	+4.2%	6月	-1.5%
岩手	4月	-19.7%	5月	-14.6%	6月	-11.2%
宮城	4月	-2.2%	5月	-18.6%	6月	-11.4%
秋田	4月	+36.1%	5月	+11.9%	6月	+2.0%
山形	4月	+3.7%	5月	-2.4%	6月	+2.8%
福島	4月	-2.8%	5月	-23.7%	6月	-15.6%

## 東北復興支援1000人プロジェクトコース一覧

NO.	コース	区分	ツアータイトル	宿泊地
1	青森	(新)	冬の十和田湖と八甲田ロープウェイ・青森市内をめぐる旅	薦温泉
2	青森	(新)	じっくり八戸・みろく横丁散策と南部の歴史 魅力再発見	古牧温泉
3	青森	(新)	本州さいはて大間崎 下北半島をめぐり薬研温泉へ	薬研温泉
4	青森	(新)	歴史・文化・味覚を満喫 五所川原・弘前 豊かなる津軽へ	弘前市内
5	青森	(新)	冬の十和田湖と歴史の弘前へ	八甲田
6	秋田	(新)	大館曲げわっぱ作りと歴史の小坂・康楽館芝居観劇	大湯温泉
7	秋田	(新)	なまはげの男鹿半島めぐりと大瀧村の歴史探訪	男鹿温泉郷
8	秋田	(新)	名湯乳頭温泉入浴と静寂の田沢湖・小京都角館・増田の蔵めぐり	田沢湖高原温泉
9	秋田	(新)	風光明媚な鳥海山 由利高原鉄道と羽後本荘の隠れた名所へ	猿倉温泉
10	岩手	(新)	世界遺産の平泉と遠野 語り部ガイドとめぐる釜石	花巻温泉郷
11	岩手	(新)	復興応援・陸前高田と大船渡 世界遺産の平泉へ	花巻温泉郷
12	岩手	(新)	語り部ガイド同行・三陸鉄道と宮古・浄土ヶ浜・龍泉洞と岩泉	浄土ヶ浜
13	岩手	(新)	龍泉洞と北山崎・久慈・天台寺 営業を再開した田野畑へ	田野畑
14	山形	(新)	高島・櫛下宿と歴史の山寺・若松寺 山形郷土料理を満喫	かみのやま温泉
15	山形	(新)	歴史の慈恩寺・若松寺と霞城公園 紅花の里と美肌の天童温泉	天童温泉
16	山形	(新)	上杉の米沢と高島 山寺・若松寺と白濁の名湯蔵王温泉	蔵王温泉
17	山形	(新)	舞妓演舞を楽しむ相馬楼と羽黒山 酒田鶴岡と湯野浜温泉	湯野浜温泉
18	宮城	(新)	気仙沼市内でボランティア参加 みやぎの明治村と南三陸温泉	南三陸温泉
19	宮城	(新)	ガイドの説明でめぐる石巻・女川と名湯鳴子温泉まち歩き	鳴子温泉
20	宮城	(新)	塩釜食べ歩きと日本三景の松島 仙台でボランティアも	松島
21	宮城	(新)	【日帰り】日本三景松島と名取閣上の視察とサッポロビール園	-
22	福島	(新)	土湯温泉遊びと喜多方 会津鶴ヶ城と大内宿 八重の軌跡をめぐる	東山温泉
23	福島	(新)	【日帰り】飯坂温泉ぶらり散策とリンゴ狩り	-
24	福島	(ハ)	【日帰り】名物白河そばと戊辰戦争の史跡をめぐる旅	-
25	福島	(ハ)	【日帰り】浜通り・いわき 白水阿弥陀堂と塩屋崎	-
26	岩手	(新)	気仙誘致コース	大船渡
27	福島	(新)	会津若松市誘致コース	東山温泉
28	福島	(新)	福島県誘致コース	東山温泉

※区分欄の(新)は新幹線利用コース、(ハ)は貸し切りバス利用コース  
※コース26～28は地域招聘コース



## 人工透析と海外旅行

一般的に、週2~3回の透析を必要とする患者さんが海外旅行をするのは難しいと考えがちですが、大切なポイントさえ押さえれば、国を限定せず、海外旅行が可能です。詳しい注意点などを京都きづ川病院消化器内科部長の前田利郎先生に伺いました。

### 〈人工透析とは〉

人間は腎臓という臓器で尿を作ること、体内の水分バランスを保ち、老廃物を体外に出しています。腎臓の働きが悪くなった状態を腎不全といい、慢性化すると老廃物や余分な水分が体にたまり、むくみや高血圧が出現し、悪化すれば「尿毒症」という体のバランスが重度に崩れた状態になります。

この事態を回避するために人工透析を行います。弱った腎臓が濾過できない老廃物を、人工的に除去します。人工透析には主に血液透析と腹膜透析がありますが、一般的に行われるのは前者です。体内から血液を人工濾過装置へ導き、血液浄化後再度体内へ戻します。1回4~5時間を週2~3回程度通院して行います。

### 〈透析が必要でも海外旅行〉

人工透析を行っている人も海外旅行が可能です。透析設備がある国ならどこへでも行けます。ヨーロッパの都市部は特に、受け入れてもらいやすい傾向があります。

### 〈海外旅行へのステップ〉

実際に海外旅行をするには、まず安定した透析生活を送れていることが必要です。具体的には体重や血圧のコントロールが良好で、重篤な貧血がなく、電解質異常もないこ

となどです。できれば透析のない日に短期間の旅行から始めてみるとよいでしょう。次に移動先で透析を受ける旅行を実行できれば、その後海外での透析にチャレンジするとよいでしょう。

### 〈旅行先での透析計画〉

現地での透析施設を選定するポイント、こちらの問い合わせにきちんと答えてくれて、なおかつ日本人の透析患者受け入れ実績があればよりよいです。

計画を立てる際は、透析の間隔を2日以上空けないために旅程を考慮し、十分に余裕のある日程を組むことが大切です。透析を慣れない施設で受けることで、日本と同じペースではなく連日透析が必要になる、あるいは1回の透析時間が延長されるケースもあるからです。

### 〈旅行中のリスク回避〉

透析患者さんには食事制限があります。たとえばカリウムや塩分の摂取量に注意が必要です。体重コントロールも重要です。機内食は腎不全に配慮した食事をあらかじめ申し込んでおきましょう。

また機内へは常用薬を持参し、それもロストバゲージに備え多めに用意します。旅程全体に持参する薬も不慮の旅程延長に備え多めに持参します。インスリン（糖尿病性腎

症の方）などの液体は凍結の恐れがあるので機内へ持ち込みます。その際には使用薬剤であることの英文証明書を用意しておく必要があります。

### 〈添乗員の心構え〉

日本出発前にいくら打ち合わせをしても、現地では日本のやり方と違うことが多々あることを認識した上で、現地の施設と患者さんのコミュニケーションがうまくいくよう調整してあげることが大切です。





# 足もとの海外旅行マーケット

領土問題から9月の海外旅行者数は1年3カ月ぶりのマイナスとなりそうです。業界内では旅行需要そのものは引き続き底堅いという見方が主流のようですが、油断は禁物です。

## 予断許さない今後の市場動向

領土問題が旅行市場に影を落としています。旅行会社の先行予約には8月あたりから影響が見え始めており、旅券発行数も8月は前年割れとなりました。そして反日デモが激化した9月の敬老の日の連休前後からは成田の日別にみた日本人

出発旅客数にも影響が顕在化し始めています(グラフ参照)。本稿執筆時点で判明している9月分の日本人出発旅客数の速報値は、成田(前年比0・9%減)、関空(同0・8%減)、中部(同7・8%減)といずれも前年を割り込みました。2010年のD滑走路供用以来、快進撃を続けてきた羽田も、中韓方面の路線が集中していることを考えるとマイナスが避けられないものとみられます。これらのデータを総合すると9月の海外旅行者総数は、震災後の2011年6月以来、1年3カ月ぶりのマイナスを記録すると予想されます。

一方、9月半ばから前年を下回った成田

の日本人出発旅客数は10月の体育の日の連休前後までに一旦、前年並みの水準に戻りました。ただ、もれ聞く業界の先行予約の状況はやや弱含みとなっており、この先、秋から冬の市場動向からは目を離せない状況が続くと予想されます。

## リピート・チェーンを絶やすな

2011年の夏以降、旅行者数が久々に大きな伸びをみせたのは、2008年のリーマンショック以降に海外旅行を再開した層の中から、多くのリピーターがマーケットに定着しつつあるためだと筆者は分析しています。こうした流れに円高や近場の韓国、台湾などのDestinyネーションが大きく寄与してきたことは言うまでもありません。短期的にはマイナスの影響となった震災も、回復局面以降の推移をみる限り、過去10年以上にわたって低迷してきた旅行意欲を活性化しただいってよいでしょう。

だが、所詮、旅行とは気分のものではないでしょうか。休みの予定と一緒に行

黒須宏志  
旅行市場動向のリサーチチャーとして講演・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。

く仲間、そして懐具合といった条件が揃いやすい北東アジアは、その意味で重要なDestinyネーションであり、その中核的な国々への旅行がおしなべて敬遠されるような状況が続けば、気分が萎え、上り調子の市場の流れが失われてしまう恐れがあります。

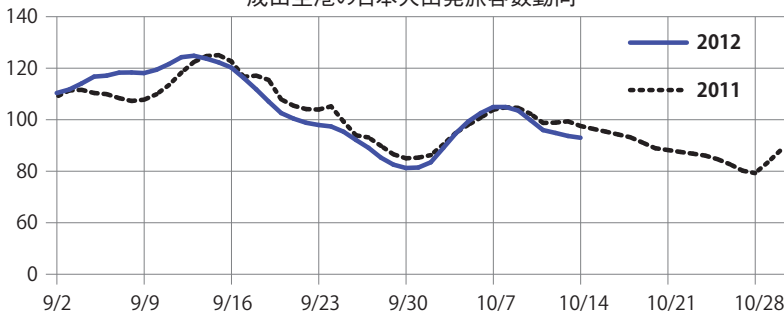
この意味で、今後、ウォッチしていく必要性が最も高いのは20代など若年女性の動向だと考えています。無論、再加熱された旅行意欲はこの層だけのものではありませんが、この層は今後の動向を敏感に映し出す鏡になると予想されるからです。この年代の海外旅行ピーク月がいわゆる「レイトサマー」、9月であることは読者のみなさんもご存じだと思います。そしてレジャー目的の海外旅行頻度はせいぜい年1回〜2回程度です。領土問題はそその一番のスポットにピンポイントでインパクトを与えたのです。

私たち旅行業界に働く者にとって、中国、韓国との間で繰り返される政治問題は頭痛の種です。しかし「どうすることもできない」と諦めるのは早すぎます。大事なことは旅行市場のポジティブな流れを守ることに、言い換えれば、領土問題

で夏の旅行を諦めた人に、間違いなく、次の旅行に行ってもらうことです。代替する方面は海外に限らず国内でも良いのではないのでしょうか。逆説的ではありませんが、「また旅行したい」という気持ちを強めてもらうには、繰り返し旅行に行ってもらおう、そのリピートのチェーンを絶やさないことが最高の方策と考えられるからです。

業界が連帯した対応、海旅畑と国内畑とが連携した対策が求められていると思います。

成田空港の日本人出発旅客数動向



※震災前の1年間、2010年3月〜2011年2月の一日あたり日本人出国旅客数を100とした指数  
※週移動平均値、2011年のデータについては2012年と同じ曜日並びとなるよう調整してある。  
※横軸の日付は日曜のみを表示している。  
※データは(公財)日本交通公社が関係筋から独自に収集したもの

# 要人往来

今月も多くのJATAへのご挨拶をいただきました。とくに、旅行業界とのパートナーシップ強化の声が目立っていました。



サエプラハマン氏(右)



ルストー・ララン氏夫妻を囲んで



アシュリー・ハーヴィー氏

## 12月に就航する羽田発着便に期待

インドネシア 10月10日(水)

ガルダインドネシア航空 日本・韓国・中国アメリカ地区総代表 リスナンディ・サエプラハマン氏

同航空が12月から就航するバリへの羽田発着便について、「今後、日本・インドネシア間の観光交流を拡大するため、サイクリングツアーをはじめ、さまざまな活動を行っていききたい」と同氏。「ハネムーンデスティネーションとしてだけでなく、今後は新しいイメージ戦略のなかでインドネシアの多様な魅力を日本市場に見せていただきたい」と中村理事長。

## 旅行業界と力を合わせて

イギリス 10月16日(火)

英国政府観光庁(Visit Britain)日本代表アシュリー・ハーヴィー氏

就任あいさつのためJATA本部を訪問。「英国は日本人にとって旅行したい国の第6位ですが、実際には日本人が最も訪れている10カ国には入っていないことから、日本に対する観光促進策の方向の転換が必要とされています。日本の旅行業界と力を合わせ、Beyond Londonなどといったテーマで英国への観光を促進していきたい」とハーヴィー氏。

## 日本語ホームページの立ち上げも

セーシェル 10月15日(月)

セーシェル共和国外務省外務次官モリス・ルストー・ララン氏

同氏はセーシェルへの観光客増加について、日本語でのホームページの立ち上げや日本の旅行会社との関係を強化、さらには中東の航空会社の利用による日本からの飛行時間の短縮によって、今後、両国間の交流が増えれば、セーシェル航空の日本への直行便も就航させたい、と意欲的に話されました。

## A.G.ヴィリリ氏の後任に氏家氏が就任

10月25日(木)

ソラーレ ホテルズ アンド リゾーツ(株)代表取締役A.G.ヴィリリ氏と取締役氏家氏

A.G.ヴィリリ氏が同社退任の挨拶と、11月1日に後任に就任する取締役氏家氏と連れ立ってJATA本部事務局を訪問。中村理事長らと懇談されました。

## ●環境省からのお知らせ

### 南極観光旅行に参加する旅行者の届出手続等について

このたび、環境省より、南極観光旅行に関する届出手続等についての説明がありました。以下、その概要を紹介しますので、南極観光を含む旅行を実施する場合は事前に環境省に照会するなどして、手続の漏れがないようにしてください。

#### 【手続の概要】

##### (1)日本の旅行者が南極観光を含む旅行を主宰する場合

イ.旅行者は、環境大臣宛に南極地域に与える影響に係る基準を満たしている旨の確認(事実上の許可)を受けなければなりません。

ロ.上記イの確認を受けた旅行者は、旅行参加者の決定後、「行為者証」の交付申請を行い、旅行参加者は環境省から交付を受けた行為者証を南極地域で携帯しなければなりません。

##### (2)外国の事業者が実施する南極観光旅行を日程の一部に組み込んで実施する場合

イ.募集型企画旅行の日程の一部に、外国の事業者が実施する南極観光旅行を組み込んで実施する場合は、日本の旅行者は、外国の事業者が外国の政府から南極観光旅行を実施することの許可(上記「(1)イ」の確認に相当するもの)を受けていること及び許可をした国や機関等を確かめてください。

ロ.旅行者は、参加者から上述の許可機関等を記載した届出書(参加者の住所・氏名・捺印が必要)を取りまとめて、環境省の窓口へ提出してください。

#### 【環境省からの書面は下記で確認を】

JATAホームページ、会員・旅行業の皆様へのTOPICS

2012年10月29日 南極観光旅行に参加する旅行者の届出手続等について をご確認ください。



## *We have to Step Up from Reconstruction to Promotion; “1,000 Project” Implemented in 6 Tohoku Prefectures on Dec 3-4*



Katsuhisa Yoshikawa, Chair,  
JATA Domestic Travel Promotion  
Committee and  
Chief Executive Officer (CEO),  
Kinki Nippon Tourist Co., Ltd.

On December 3 and 4, the Japan Association of Travel Agents (JATA) will conduct its “Tohoku(Northeastern region of Japan) Reconstruction Support 1,000 Project” in which it will send around 1,000 associates, including staff from member agencies, to six prefectures in northeastern Japan. Already, the routes which will be based on four itineraries in the prefectures have been

selected, and JATA staff members are finishing up talks with related parties on the details of the discussions and practical surveys to be conducted during the project. We talked again recently with Katsuhisa Yoshikawa, chair of the JATA Domestic Travel Promotion Committee, who is playing a pivotal role in the implementation of this project, concerning his thoughts on the direction of the project and the developments expected to follow the project.

“Since the Great East Japan Earthquake, JATA has actively provided support in various forms for reconstruction of the Tohoku region. We have been engaged in humanitarian support activities for reconstruction, ranging from donation solicitation and volunteer tours to inviting children from the disaster area to Tokyo Disney Resort and Ueno Park, and holding charity auctions for reconstruction support not just last year but this year as well. Moreover, through taking part in Housing Eco-Points for Reconstruction Support, we are advancing economic reconstruction support projects in the disaster area. Housing Eco-Points for Reconstruction Support is the first public-service project in which JATA members have been involved since JATA became a general incorporated association. We began accepting applications this year. By October 28, we had received 9,700 applications to cash in points, and the cash value exceeds 510 million yen.”

“Now that over one year has passed since the disaster occurred, the focus is shifting from emergency measures for reconstruction support to more full-scale measures which will enable the Tohoku region to restart its regular economic activities. So, the travel industry must also continue to be engaged in this. When we were considering

whether we could do something that goes a step farther than conventional types of support, we realized that it is probably important not to be limited to reconstruction support but to be engaged in ways that lead to ongoing regional promotion through creation and sales of travel products, which is the real job of the travel industry. When we held a meeting of the Domestic Travel Promotion Committee in Fukushima Prefecture and talked to local people, we became seriously aware of how important getting people to travel to the Tohoku region is. Of course, in some areas, it is necessary first to rebuild the infrastructure and to reopen accommodation facilities. JATA wants to continue to provide support to relaunch Tohoku tourism, in cooperation with Japan Tourism Agency, local towns, Tohoku Tourism Promotion Organization and everyone in the local Tohoku travel industry as well as related bodies and organizations such as Japan Railways and airline companies.”

“Until now, in our reconstruction support carried out through planning, creation, and sales of travel products, we have requested that each of our member travel agencies act of their own accord. From here forward, the industry must work together as one on initiatives that will lead from reconstruction support to promotion of the Tohoku region. ”

“It is important to let people see how much the travel industry is contributing to the reconstruction of the Tohoku region. We look forward to our staff from our member agencies actually visiting the area, discovering new tourism resources in each prefecture in Tohoku, using those resources to develop attractive travel products, and expanding demand for trips to the Tohoku region. We also plan to invite staff from foreign embassies in Japan, foreign airline companies, and the foreign government tourism offices to participate in the project. We hope that they will tell the associated parties in their countries about what they observed and what Tohoku is actually like, which will further promote the inbound tourism to Japan.”

“To boost the effects of this project even more, we intend to hold a contest involving the planning of a trip to the Tohoku region. Since our goal this time is to expand demand through planning, creating, and selling new travel products, we want to do things such as, for example, having the whole industry use the same slogan or logo to represent the industry’s stance toward contributing to reconstruction of the Tohoku region together with our customers.”

## Outbound Travel from Japan Declined 0.7% in September —First Contraction since June last year—

According to the estimate of the Japan National Tourism Organization (JNTO) released on October 19, the number of Japanese travelling overseas in September was 1,625,000 persons, a decline of 0.7% year on year. This is the first decline in 15 months, since June last year. The decrease amounted to approximately 12,000 persons from the September 2011 figure of 1,637,158 persons.

Even so, the cumulative total for January through September this year was 14,153,000 persons, a 13.1% increase in annual terms and a 13.3% rise compared to September 2010, and outbound travel has been maintaining double-digit growth.

The decline in outbound travel from Japan in September is attributed to a reduction in trips to China. This was in reaction to the anti-Japanese sentiments expressed in the anti-Japanese demonstrations that spread across China in the wake of the acquisition of Senkaku Islands by the Japanese government on September 11.

Looking at travel by Chinese to Japan, a 74.3% increase year on year was posted during January through August this year. However, travel by Chinese to Japan was also heavily impacted by the changing sentiments toward Japan due to the Senkaku Islands dispute. In September, growth plummeted to 9.8% in annual terms, new reservations grew sluggish, and cancellations of trips to Japan, particularly group tours, occurred.

Nevertheless, according to JNTO's estimates of inbound travel by foreign visitors coming to Japan, growth has remained high, with overall figures for foreign visitors

increasing in September by 22.6% year on year, to 660,500 persons, and the cumulative figure for January through September growing 41.3% in annual terms, to 1,849,000. However, compared to 2010, the September figure was down 8.0% and the January through September figure was down 4.1%. The decrease in both figures indicates that travel has not yet recovered to the level prior to the Great East Japan Earthquake.

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	9.1
8 Aug.	1,786,412	1,965,000	10.0
9 Sep.	1,637,158	1,625,000	-0.7
1~9 Jan.-Sep.	12,517,546	14,153,000	13.1
1~12 Jan.-Dec.	16,994,200		

JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION

## The Entire Industry Should Tackle the Challenging Circumstances —The Best Policy is to Maintain the “Repeat Chain”—



Hiroshi Kurosu

The fact that the September figure for outbound Japanese travelers was negative YOY for the first time in 15 years is a troublesome concern for the travel industry. However, in challenging circumstances such as these, **Hiroshi Kurosu**, senior researcher at the Japan Travel Bureau Foundation, points out the renewed importance of the “repeat chain” in which the same travelers go on trips repeatedly.

“According to my analysis, the cause of the first large increase in a long while in travelers that occurred in the summer of 2011 is that many repeaters who began traveling overseas following the 2008 Lehman shock are returning to the market.”

“However, a trip might really be a feeling after all. In that sense, northeastern Asia is an important destination because it is easy to coordinate vacation schedules, traveling companions, and the capacity to pay for this destination.”

“From here forward, I think trends among young women in their twenties are what we should watch the most. This is

because it is anticipated that this group will most sensitively reflect the upcoming trends.”

“I think all of our readers are aware that the peak month for travel by this age group is September, or what we call late summer. Moreover, the frequency of their overseas trips for leisure purposes is once or twice a year at most. The territorial dispute is having a pinpoint impact on the most popular spot.”

“For those of us who work in the travel industry, the recurring political problems with China and South Korea are a real headache. However, it is too soon to give up and say, ‘There is nothing that can be done.’ The important thing is to maintain the positive flow in the travel market, or in other words, to make sure that the people who cancelled their summer travel plans due to the territorial dispute do go on their next trip.”

“It is paradoxical, but I think that to strengthen people’s feeling that they ‘still want to travel,’ the best policy is to get them to go on trips recurrently so as to keep the ‘repeat chain’ going. I think the industry needs to respond in solidarity and to take measures to cooperate in the overseas market and the domestic market.”

### Signing of MOU for the Japan-US Tourism Exchange Year —Aiming for 3.75 million Japanese Travelers to the US in 2016—



Hiromi Tagawa shakes hands with Paul A. Cerula after signing the MOU

On September 21, the Japan Association of Travel Agents (JATA) signed a Memorandum of Understanding (MOU) with Brand USA for the implementation of the Japan-US Tourism Exchange Year, which runs from September 2012 to August 2013. The aim is to boost the number of Japanese tourists traveling to the US.

In attendance at the signing ceremony were four government officials: Tadashi Shimura, Vice-Commissioner of the Japan Tourism Agency, Yoshimichi Terada, Director of the Tourism Industry Division at the same agency, Andrew Wylegala, Minister-Counselor for Commercial Affairs at the American Embassy Tokyo, and Todd Davidson, Chair of the United States Travel and Tourism

Advisory Board. The signing of the MOU was performed by Hiromi Tagawa, Vice Chairman of JATA, and Paul A. Cerula, Chief Business Development Officer of Brand USA.

The Japan-US Tourism Exchange Year will promote expansion of exchanges between the two countries and contribute to two-way tourism. It will also advance positive initiatives that promote travel from Japan to the US in order to attain the goal of 3.75 million Japanese travelers visiting the US by 2016.

During the Tourism Exchange Year, there will be seven major activities going on: (1) announcement of, and boosting name recognition of, the Japan-US Tourism Exchange Year, (2) promotion of educational and training programs for travel agents, (3) preparation and implementation of plans and campaigns to foster development of new travel products, (4) sparking of demand for travel by fostering exchanges between Japan-US sister cities, (5) preparation and implementation of plans and campaigns to support flight service to new cities, (6) initiatives for increasing mutual participation in the JATA Tourism Forum and Travel Showcase in Japan and International Pow Wow in the US, and (7) fostering of exchanges between the Japanese and US travel industries through regular industry conferences.

The Japan-US Tourism Exchange Year Working Group is scheduled to draw up concrete action plans which will be released as soon as it is ready.

### Slot Allocation at Haneda to Be Decided within the Year —MLIT Studies Expansion Plan for Next Summer Schedule—



Allocation of the slots at Haneda Airport will be expanded next summer

On October 29, the Civil Aviation Bureau of the Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT) held the fourth meeting of the Haneda Slot Allocation Standards Study Subcommittee (Chairperson: Kenzo Takeuchi [Director of Commerce], Professor, Department of Economics, Division of Global Social Sciences, School of Arts and Sciences, Tokyo Woman's Christian University).

In conformity with MLIT's growth strategy, the subcommittee plans to expand the slots on domestic flights arriving at Haneda Airport from the current 25 flights per day (or approximately 20,000 flights annually),

starting with the summer 2013 timetable (from March 31, 2013).

In preparation for allocating the new slots to airlines, the subcommittee was set up under the Aviation Working Subcommittee of the Council for Transport to study the issues involved from specialized and technological perspectives. The subcommittee held its first three meetings this year in July and August, and on October 1.

At the second meeting in August, hearings were held with six domestic airlines, including Sky Net Asia Airways, Starflyer, Japan Airlines, Skymark Airlines, All Nippon Airways, and Air Do. Each company clarified its basic stance and requests concerning the slot allocation.

The subcommittee is pursuing its task with consideration for whether allocation should actively weigh the motivation of regions in view of the possibility for local revitalization that includes tourism and with consideration for what measures may be necessary to further maintain and enhance the regional aviation network, given that the domestic aviation network is shrinking.

The ministry indicated that it would like to allocate the new slots for the summer 2013 timetable within the year, once the subcommittee concludes its work.

# 事務局 便り

10月号の特集記事でご報告した通り、東北6県へJATA会員社員など1000人を派遣する「東北復興支援プロジェクト」がいよいよ具体的に動き出します。現段階の予定では12月3日と4日の2日間、JATAが主催する新幹線利用コースと貸し切りバスコース、計25の研修旅行が設定され、さらにこれにプラスして地域が招聘する研修旅行も計画されています。

まず、「隗より始めよ」ではありませんが、復興の具体

的支援策としてJATA会員会社の皆様が東北各地へと自ら旅立ち、自分の目で見て、肌で感じた成果を、今後の旅づくりとお客様への旅のご案内に生かしていただくことこそが、旅行会社にしかできない最高の復興支援策ではないかと思えます。

10月号でご報告した「ツアーグランプリ2012年」の受賞者の喜びの声をJATAのホームページにも掲載いたしました。ぜひご覧ください。

## ●JATA業務予定表 11月10日(土)～1月17日(木)

※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)

11月12日	JATA国際観光フォーラム・旅博運営会議／本部
11月13日	訪日旅行推進委員会／本部
11月13日	関西消費者委員会／関西支部
11月14日	JATA国際観光フォーラム・旅博推進会議／本部
11月15日	日本インド観光促進委員会／本部
11月22日	国内旅行推進委員会／本部
11月22日	メコン地域観光促進委員会／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
12月4日	インバウンド委員会／関東支部
12月6日	海外旅行委員会／関東支部
12月7日	旅行業法制度研究部会／本部
12月7日	業務改善委員会／本部
12月7日	政策検討委員会／本部
12月12日～16日	幹事会／中部支部
1月17日	旅行業法制度研究部会／本部

## ●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、すでに申込受付締切をした研修・セミナーもあります。

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13日	苦情対応セミナー(小倉)／業務改善委員会
11月13日	NDSブータンセミナー／海外旅行推進委員会
11月14日	苦情対応セミナー(福岡)／業務改善委員会
11月15日	苦情対応セミナー(長崎)／業務改善委員会
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
11月19日～22日	旅程管理研修(東京・名古屋)／研修・試験委員会
11月21日	南部アフリカシンポジウム／海外旅行推進委員会
11月21日	苦情対応セミナー(金沢)／業務改善委員会
11月26日～29日	旅程管理研修(大阪)／研修・試験委員会
11月27日～30日	旅程管理研修(福岡)／研修・試験委員会
11月28日	苦情対応セミナー(仙台)／業務改善委員会
11月29日	苦情対応セミナー(盛岡)／業務改善委員会
11月29日～12月3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	東日本復興支援1000人プロジェクト／国内旅行推進委員会
12月4日	苦情対応セミナー(大阪)／業務改善委員会
12月5日	苦情対応セミナー(静岡)／業務改善委員会
12月6日	苦情対応セミナー(名古屋)／業務改善委員会
12月6日～10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10日	苦情対応セミナー(岡山)／業務改善委員会
12月11日	苦情対応セミナー(山口)／業務改善委員会
12月12日	苦情対応セミナー(広島)／業務改善委員会
12月13日	香港MICEセミナー(札幌)／海外旅行推進委員会
12月14日～18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



# 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



- アジア最大級の旅の博覧会でFace to Faceのプロモーション
- 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

## 出展申込受付中!

早期割引  
8%に!!  
申込期日  
2月15日



### 問い合わせ先

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 東京都千代田区豊が岡 3-3-3 全日通舎が岡ビル 4F  
TEL:03-5510-2004 Fax:03-5510-2012 E-mail: event@jata-net.or.jp

より詳しくは、URL: <http://jata-jts.jp>

※「旅博」の名称は、新関西国際空港株式会社のご協力で使用しています。



聖ゲオルギス教会



アツババノス教会



エチオピア正教の神父



ラリベラの教会内部の見事な壁画

## 岩塊を掘り貫いた驚嘆の教会群 アブダビ経由でフライト時間も短縮

「中東とアフリカの十字路」と呼ばれるエチオピア。その歴史と文化を象徴するような世界遺産がラリベラの岩窟教会群です。12世紀に建造された教会は「遺跡」ではなく、現在も各地から多くの信者を集めており、「生きた聖地」として人々を魅了しています。

### 光と影の建築美をじっくりと

エチオピアにおけるキリスト教の歴史は4世紀まで遡りますが、本格的な教会の建築が始まったのは12世紀からです。王国の権力争いを逃れてキリスト教の聖地・エルサレムで25年間に及ぶ亡命生活を送ったラリベラ王子が、1185年に本国へ戻って王位に就き、構築したのがラリベラの岩窟教会群です。

岩塊の上から四辺形の溝を深く掘り下げて、建物全体を浮き出させてから外部と屋根に彫刻を施すという工法は、驚嘆に値するものです。巨大な一枚岩を掘り貫いた建造物は、世界的にも類を見ず、1978年にユネスコの世界遺産に登録されました。

12の建造物が点在するラリベラの壮大な教会群は、とても1日では見尽く

せません。最低でも2日、できれば3日間ほど滞在して、刻々と過ぎる時間とともに、光と影が織りなす類を見ない建築美をじっくりと腰を据えて見学したいものです。

### 10〜11月が好適な旅行シーズン

東アフリカで唯一のキリスト教を国教としていた国でもあるエチオピアでは、1月に国中が活気にあふれるキリスト教の「ティムカット祭り」やエチオピアのクリスマス・マズデンナなどが行われます。季節的にも、雨期が明けた10月〜11月頃は、各地とも雨が降ることのない日中20度前後の快適なシーズンですから、ツアーを企画する上では、この時期がラリベラを訪問する最適の時期の一つと言えます。

これまで日本からエチオピアへは、香港バンコク経由のルートが一般的でしたが、エティハド航空が11月1日からアブダビ／アジスアベバ線でエアバスA320型機による週5便の運航を開始。同航空は、東京からの直行便と名古屋からの北京経由便を週5便ずつアブダビへ運航しており、日本からエチオピアへのフライト時間も大幅に短縮されました。

また、来年からは、東京／アブダビ線とアブダビ／アジスアベバ線が何れもデイリー運航に増便される予定で、日本からのアクセスはさらに利便性が高まることとなります。

米国の3州から南三陸町を訪れた高校生らにとって、ホタテやホヤなどの水揚げは新鮮な体験でした



浸水エリアの視察と被災体験を語る活動は、次代を担う若者などに「真実」を伝える取り組みです



「学びのプログラム」では地域のボランティアグループ・メンバーによる座学も行われます

### 漁業などの体験プログラムも復活へ 被災体験伝えるガイドツアーと両輪に

東日本大震災の発生前から、教育旅行や着地型旅行、交流事業などを実施する体制整備と事業展開の基盤づくりに取り組んできた南三陸町。震災により体験プログラムのベースとなる地域の生業も深刻な打撃を受けましたが、ようやく復活に向けた歩みが始まっています。

#### 観光まちづくりに向けた取り組み

今年7月、日本を訪れた米国の高校生ら約80人が宮城県南三陸町の養殖施設を訪れて水揚げ体験などを行いました。

南三陸町では震災前から、町内で盛んなホタテやホヤなどの養殖施設を活用した漁業体験をはじめ、農林業体験も含めた地域の生業をベースとする着地型プログラムの取り組みが積極的に進められていました。

南三陸町観光協会は2009年6月、旅行業登録を前提に法人化を実現。2008年度に実施された「仙台・宮城・ステイナブル・シンクヤンペーン」とも合わせて、観光まちづくりに向けた地域の気運が高まり、2010年度には教育旅行での児童生徒受入れ人数が倍増以上の伸びを示すなどの成果を挙げてきています。

しかし、昨年3月に発生した東日本大震

災と東北地方の太平洋側沿岸部を襲った大津波の影響により、漁業体験や農林業体験のベースとなる地域の生業も深刻な打撃を受け、各種の体験プログラムも休止に追い込まれていました。今年7月に実施された米国の高校生らによる漁業体験は、震災後の体験プログラム復活第一号となり、地元メディアでも大きく取り上げられるなど、地域にも明るい話題を提供しています。

#### 一般のツアーでも体験プログラムを

一方、南三陸町では、昨年8月から東日本大震災の被災体験を伝える「南三陸町学びのプログラム」が累計の参加者数で1万人を超えるなど、着地型体験型の新たなアプローチとして注目を集めてきました。南三陸町観光協会では、この「学びのプログラム」を継続する一方で、従来からの漁業体験や農林業体験などについても、生活基盤や生産現場の復旧復興状況に即して「できるところから再開を進めていきたい」（同観光協会・佐藤昭洋 主査）方針です。

「すでに、来年春の修学旅行を見据えて、旅行会社の担当者や学校の先生などによる視察も少しずつ出てきており、教育旅行だけでなく一般のツアーなどでも、対応可能な体験プログラムを行程に盛り込むことを旅行会社の皆さんにも視野に入れていただければと思います」（佐藤 主査）

南三陸町観光協会（電話）〇三六四七二五五〇

# JATA会員企業向け団体保険制度のご案内

2012年度「旅行業者賠償責任保険」・「旅程保証責任保険」現在募集中  
 ～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。 賠償責任をめぐる裁判となり、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、2012年12月1日午後4時から2013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あ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(2012年10月作成)

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従業員災害補償制度のご案内

・業務中 ・通勤途上中  
 ・地震、噴火、津波時の労働災害の備えに

《健康・医療の無料相談サービス》

■24時間電話健康相談サービス ■メンタルケアカウンセリングサービス

お問い合わせ

株式会社 ジャタ TEL 03-3504-1751

AIU保険会社 東京第二ICONオフィス TEL 03-5637-0721



行き先が決まったら、旅行保険もお忘れなく。AIUなら、国内でも海外でもあなたの旅に大きな安心をお届けします。



# 今、ニッポンには この夢の 力が必要だ。

オリンピック・パラリンピックは夢をくれる。夢は力をくれる。力は未来をつくる。私たちには今、この力が必要だ。ひとつになるために。強くなるために。ニッポンの強さを世界に伝えよう。それが世界の勇気になるはずだから。さあ、2020年オリンピック・パラリンピックをニッポンに。来年9月7日、いよいよ開催都市決定!



TOKYO ● 2020  
CANDIDATE CITY

