

JATA

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

じゃたこみ

5

2013年
5月10日発行
vol.75

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

チャーター座談会

ルール緩和で卸販売解禁に
需要拡大や観光振興の強化へ期待

JATA旅博2013 「旅で示そう 日本の元気」

JATA旅博 国際商談会

6月12日 登録開始予定!



好評連載・法務の窓口

今回のテーマは「地域限定旅行業について」

素材研究 (海外) ソウル
(国内) 鹿島市

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

巻頭特集

チームヨーロッパ部会長 4氏座談会
欧州市場活性化戦略
会社の垣根を越えて取り組む

Team
EUROPE



チームヨーロッパ
部会長4氏座談会

欧州市場活性化戦略 会社の垣根を越えて取り組む

日本旅行業協会（JATA）では、政府観光局や航空会社をはじめ、ツアーオペレーター、鉄道、ホテルなどの協働によるヨーロッパ市場の活性化を図るため、チームヨーロッパ（JATAヨーロッパ観光促進協議会）によるさまざまな活動を開始しました。チームヨーロッパに設置された4つの部会で、陣頭指揮を執る部会長4氏に抱負や期待を語り合っていました。（10ページに関連記事）

さまざまなテーマ・切り口で魅力を深掘り

―部会の目的と内容、構成メンバーについてご説明ください。

青木部会長 デスティネーション開発部会では、各国の都市の魅力を開発部会では、滞在型の提案を行うことを目指しています。ヨーロッパ方面への旅行商品というのは、大都市周遊型から始まって、いろいろな売れ筋商品も生まれてきていますが、そうした旅行商品もある程度成熟してきています。海外旅行の自由化から50年近くが経過し、ステレオタイプの旅行だけでは、お客様の満足を得られなくなっているというのが現状です。同時に、団塊世代が65歳を迎えて、これまでは成立しえなかったような添乗員付きのツアーなど

のチャンスが広がってきているといった変化も生じています。団塊世代の最大の特徴は市場規模が大きいということであり、旅行業界が継続してさまざまな提案を行わなければならない、需要も増えていきます。成熟市場への対応と団塊世代への提案という観点を踏まえつつ、従来以上に深掘りしたデスティネーション開発を進めていきたいと考えています。

その目的を達成するため、現状では、チームヨーロッパの9カ国について、各国の中で特徴的な滞在を楽しめる都市で、その魅力を深掘りする作業を重ねており、すでに、ホームページでは、スイスのバーゼルとエストニアのタリンを紹介していますが、今後、さまざまな都市をアップしていきたいと思っています。メンバーは、当

初9つだった観光局が13になり、航空会社、ツアーオペレーター、ホテルチェーン、レールヨーロッパ、旅行会社が構成員となって、JATA事務局のお手伝いをいただきながら、取り組んでいるところです。

手塚部会長 チームヨーロッパの大きな目的としては旅行業界全体で、各会社の垣根を越えて、約1125社が参加しているJATA会員に向けて、さまざまな切り口で企画を提案することです。ヨーロッパ方面への送客に寄与することを目指しているわけですが、オフ対策テーマ開発部会では、ヨーロッパのオフと言われる期間に、どのようなテーマで各都市へ送客できるかということを真剣に取り組んでいます。定期的に、11月くらいから4月中旬くら

いまで、オフ期間のテーマをどのくらい見つけれられるかを中心に議論を重ねてきています。内容的にも、いろいろな切り口でメンバーが話し合い、いくつかのテーマを洗い出して、深掘りする内容として何が考えられるか、一つ一つ議論しながら精査したという形です。

すでに、ホームページで公開したテーマを具体的に挙げると、お祭り・列車から見る冬景色・一生に一度は見たい絶景・島・美術館という5つのテーマについて、多いケースだとひとつのテーマで20コース前後の企画案を出し合い、その中からJATA会員の各社に選んでいただけるような充実した

内容のものを3つから5つくらいずつに絞り込みました。ですから、全部で20くらいの企画をサイトにアップしてありますが、さらに、スポーツやB級グルメも含めた料理、温泉、音楽、ショッピングなどの新しいテーマや学生マーケットに向けた取り組みなども含めて、議論を深めていきたいと考えています。メンバーとしては、旅行会社が5社、ツアーオペレーターが3社、政府観光局が5局、航空会社が5社の20名近くのご協賛いただいている団体も含め、選ばれたメンバーで構成されています。

〈対談出席者〉

◎デスティネーション開発部会
青木 哲朗 部会長
(株)JTBワールドパッケージズ 執行役員欧米部長

◎セミナー部会
ダミアン・ドーム 部会長
(ベルギー観光局ワロン・ブリュッセル日本支局 局長)

◎オフ対策テーマ開発部会
手塚 秀一 部会長
(クラブツーリズム(株) 営業本部 海外旅行部長)

◎メディア・デイ部会
エドワード・トゥリプコヴィチ・片山 部会長
(クロアチア政府観光局 日本代表)

チームヨーロッパが本格始動

セミナー通じ欧州各国への理解深める

片山部会長 メディア・デイ部会では、テレビ・ラジオや新聞・雑誌、インターネットなどのメディアで放送された番組や掲載された記事の中から、優れた内容の番組

や記事に賞を贈り、相互のモチベーションを高めることを目指しています。メディア・デイは、以前あったETCという団体が始めたイベントで、ETCとして3回ほど開催されていますが、チームヨーロッパが主催するのは、今回が初めてとなります。

内容としては、昨年の9月1日から今年の8月31日までの期間に放送された番組や掲載された記事を対象に、チームヨーロッパのメンバーが、テレビ・ラジオ、新聞・雑誌、インターネット、その他という4つの部門で一つずつ候補を推薦し、旅行業界関係者やメ

ディア関係者などで構成される審査委員会で最終的に選定していただく形にしたいと考えています。賞の贈呈セレモニーも含めたメディア・デイのイベントは11月に開催する予定で、例年だと400人くらいが集まっています。メディア・デイ部会のメンバーは、8つの観光局とツアーオペレーターが1社、ホテルが1社という構成です。

は実施されてきており、毎年参加している観光局も少なくありません。ただ、今年は、チームヨーロッパという形で地方巡回セミナーが実施され、各ステイネーションが単なるライバル同士というだけでなく、ヨーロッパが一つのまとまりとして動いていることも、旅行会社の社員の皆さんとふれ合いながら見せられたのは、大きな成果だったと思います。

ドーム部会長

例えば、ハンガリーのワインとチェコのビールの話を同時に聴くことで、その組み合わせでの商品企画を発想してもらおうような可能性も出てくるかもしれません。5月末からは、東京を中心にテーマ別セミナーの開催も予定しています。テーマについては、オフ対策



ダミアン・ドーム 部会長



エドワード・トゥリブコヴィチ・片山 部会長



青木 哲朗 部会長



手塚 秀一 部会長

7都市で実施されました。セミナーには、チームヨーロッパを構成している観光局だけでなく、ツアーオペレーターや保険会社、アウトレットなども含め、1都市当たり8〜10くらいのメンバーが参加して、プレゼンテーションを行っています。各都市でのセミナーの参加人数は、平均すると30人くらいでした。チームヨーロッパがスタートする以前の昨年までも、JATAによる地方セミナー

テーマ開発部会との連動なども視野に入れながら、検討を進めたいと考えています。セミナーの具体的な内容としては、専門家の先生にメインの講演をしていただき、チームヨーロッパのメンバーの観光局や旅行会社の担当者、テーマに関連して自分の国や自社の商品をアピールするような形も想定しています。ヨーロッパという多様な魅力を持つステイネーションで、いろいろな楽しいテーマで

旅行を作ることができるといふことへの理解を深めていただければと考えています。

成果高めるため不可欠な部会間の連携

―部会間の連携なども図られることになるのでしょうか。

ドーム部会長 チームヨーロッパとして成果を高めていくには、部会間の連携は不可欠だろうと考えています。ヨーロッパを盛り上げようというチームなので、部会としてスタートは別々でも、同一のコンセプトで考えた方がいいと思います。

片山部会長 現在、すでに、部会ごとにメンバーの重複はありますが、けれども、部会同士がコミュニケーションを図る場を設定して、連携を図るようにする方が面白い展開になるのではないのでしょうか。

手塚部会長 オフ対策テーマ開発部会の場合、基本的には、ヨーロッパの冬というテーマでの深掘りをしていきますが、そうした中で、例えば、ヨーロッパの中でも夏に気温の高い都市、ハンガリーやマドリッド等の場合、7月〜8月がオフという考え方もあります。

す。そういう風に切り口をいろいろと変えていくと、だんだん、こちらのテーマがドステイネーション開発のエリアにも広がっていくことになるわけです。オフ部会で深掘りできた冬のヨーロッパや夏の都市型周辺での新たな発見などを、ドステイネーション開発部会とも擦り合わせをして、連携した取り組みを進めるといふような形も出てくるのではないかと考えています。また、セミナー部会によるテーマ別セミナーで、オフのテーマがあれば、オフ・シーズン対策部会の担当者がプレゼンをするということもあってよいと考えます。

青木部会長 デステイネーション開発部会のワーキンググループ・メンバーが、他の部会の政府観光局などと連携しているケースもありますから、必ずしも、各部会が全くバラバラに動いているというわけではありません。

協働作業で付加価値ある商品の開発を

―部会長としての抱負やチームヨーロッパへの期待をお聞かせください。

青木部会長 さきほど言ったよ

うに、お客様の成熟度に応じて、いろいろな提案をしていきたいと考えています。同時に、訪れた国との関わりを深くしたいという思いもあります。新興国需要が急速に拡大する中で、新興国の旅行者とは違う次元における都市での滞在スタイルなどを実現できればと思っています。日本人旅行者は「グッドトラベラー」として、現地の人やホテル関係者などからも一定の評価を得ているわけですが、各国の田舎の深い文化にふれたいというようなかかわり方を進める中で、「相互に交流したい」とか「もつといろいろなものを見て欲しい」と言われるような深い意味での交流文化ツーリズムも目指していきたいと考えています。これからは、一方通行ではなく、お互いのことを考えながら、提案していくことが求められると思います。

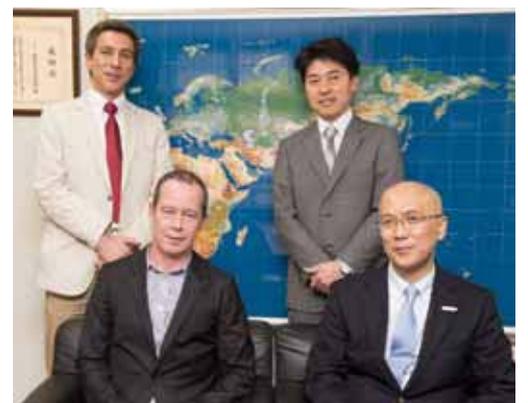
手塚部会長 やはり、付加価値をさらに高めるような旅行を、どんな提供していかなければなりません。中高年の方を中心に時間もお金も持っている層が広がっている割には、旅行期間も短いものが多い、現地にしっかりと滞在して、付加価値の伴う体験をしていただけないのが現状ではな

いかと思います。そうしたお客様の新しいニーズに、業界全体で対応していくのが理想ではないかと考えており、その意味で、チームヨーロッパの取り組みは、会社の垣根を超えてヨーロッパへの送客にどう寄与するかという思いを共有できる素晴らしいものだと考えています。

片山部会長 今、手塚さん

が言われたことは、政府観光局の人間として、本当に嬉しく思います。これまで、クロアチアだけでなく、ヨーロッパの各国で現地のツアーオペレーターがいろいろな提案をしても、今までは、日本ではほとんど受け入れてもらえませんでした。売れるツアーや集客パターンなどの成功事例があると、似たようなものばかりになってしまいう傾向が強かったと思います。チームヨーロッパでは、いろいろなメンバーと一緒にチームとして動きながら、さまざまなテーマや切り口で多様な可能性を探り出すうと思っていますから、大いに期待したいと思います。

ドーム部会長 日本の旅行業界も厳しい状況が長引き、ヨーロッパの現地側でもユーロ圏の経済危機



チームヨーロッパの成功を誓う4氏

もあって、日本市場向けの予算が削減されるなど、マイナスイスパイラルが続いてきました。マーケットも大きく変わってきて、かつてのような40人乗りの大型バスが減り、20人の中型バスとかFITが増えてきています。しかし、同じような旅行商品が多い中で、政府観光局や旅行会社が提案している場所にも少しずつ日本人旅行者が来てくれる時代になっているのです。チームヨーロッパとして、さまざまな情報を共有したり、市場の実態を把握することも必要になってきていると思います。政府観光局としてチームヨーロッパには惜しみない協力をしたいと思っていますので、マーケットが求める商品を一緒に作っていきましょう。

巻頭特集 チームヨーロッパ部会長4氏座談会 欧州市場活性化戦略 会社の垣根を越えて取り組む



- ◎ デスティネーション開発部会：青木 哲朗 部会長 (株)JTワールドバケーションズ 執行役員欧米部長
- ◎ セミナー部会：ダミアン・ドーム 部会長 ベルギー観光局ワロン・ブリュッセル日本支局局長
- ◎ オフ対策テーマ開発部会：手塚 秀一 部会長 クラブツーリズム(株) 営業本部海外旅行部長
- ◎ メディア・デイ部会：エドワード・トゥリップコヴィチ・片山 部会長 クロアチア政府観光局日本代表……………1
- チームヨーロッパ概要……………10

チャーター座談会

ルール緩和で卸販売解禁に
需要拡大や観光振興の強化へ期待
<出席者・チャーターワーキンググループ>

- ◎ 河野 淳 グループ長 (株)近畿日本ツーリスト 営業支援本部海外旅行部課長
- ◎ 川原 政彦 副グループ長 (株)ジェイティービー 旅行事業本部航空政策担当マネージャー
- ◎ 永迫 昌代 メンバー (株)阪急交通社 営業統括本部営業企画部課長……………5

<委員会報告>

- ・長谷川事務局長がUNWTOの会合に出席…………… 9
- ・一般紙論説委員らに業界の現状を説明…………… 9
- ・仙台・東京・福岡で新入社員研修…………… 9
- 支部活動報告……………11
- JATA旅博2013 「旅で示そう日本の元気」
JATA旅博 国際商談会 6月12日登録開始予定!……………12
- 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⑧ 今回のテーマ:客室の種類…………… 7
法務の窓口 第8回 地域限定旅行業について…………… 8
添乗員のための旅行医学 VOL.66 海外旅行の子供用ワクチン……………13
連載・マーケットデータ深読み 足下の旅行市場は震災前を上回る実力……………14
- 要人往来……………15
- Travel Industry Monthly Report (今月の旅行業界)
Round-table Talks / Team Europe
Expansion of Trips to Europe by Creating Demand through Strengthening Added Value…16
Round-table Talks / Revision of Charter Rules
Removal of Ban on Wholesale Sales through Easing of Charter Rules……………17
Topics
Number of Outbound Travelers in March Declines 4.9% to 1.652 million
—Down 4.3% for First Quarter Overall
Aiming to Be the Top, Most Advanced Tourism Industry in the World……………18
- 素材研究
(国内)鹿島市(佐賀県)めざすは散策して楽しい「酒の町」……………20
(海外)ソウル(韓国)世界遺産・水原華城へは日帰り……………21
- 事務局だより……………19

今月の表紙 パナマ運河

絵・大槻 綾子(おおつき あやこ)
跡見学園卒業後、誠和染色教室で顔染を学び、以降50年日本・世界各地を巡り、その風景を作品にする。数多くの個展を開催。旅行記や画集を発刊している。



東北ロゴのダウンロードは下記へ
各社の東北復興支援に関わる企画商品を表すロゴとして、各社の旅行商品のパンフレット等に記載していくロゴです。ダウンロードは下記にて。
http://www.jata-net.or.jp/about/release/2012/121120_tokogoinfor.html

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/>

旅行業基幹業務支援システム
symphony Atwo 《マイページ》活用で、顧客満足向上!

シンフォニー アトウ

お客様

旅行予約/申込み
予約内容/日程確認
カード・コンビニ決済
メッセージボード

旅行会社

株式会社 ウィ・キャン 本社 : 東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂コミュニティビル6F /03-3423-2161
<http://www.we-can.co.jp/> 大阪支社 : 大阪市淀川区西中島5-11-10 第三中島ビル4F /06-6390-3321

ルール緩和で卸販売解禁に 需要拡大や観光振興の強化へ期待

国土交通省は、「本邦を発着する国際チャーター便の運航について」の一部を改正する予定です。これにより、包括旅行チャーター（ITC）における包括旅行商品用座席の卸販売が解禁されることとなります。国交省への要望書を取りまとめたJATA海外旅行推進委員会チャーターワーキンググループのメンバーに、チャータールールの改正の意義や今後への期待などを語り合っていました。（チャータールールの改正については、パブリックコメントが4月10日に終了しています。今後、通達が出る予定です。本座談会は4月16日に行いました。4月25日現在、改定の通達は出ていません）

期待される地方市場での需要開発

——国土交通省への要望書提出にいたった経緯と要望内容についてお聞かせください。

河野 チャータールールについては長年にわたって旅行業界としても改訂（改正）要望をおこなっており、これまでも何度か大きな改正がありました。前回は、第三国企業便のチャーターや個札販売が認められるなどの改正が行われましたが、実際に買い取り手である旅行会社側にとっては、必ずしも取り組みやすくなったわけではなく、いくつか難しい問題も残りました。地方のお客様をはじめとする消費者の皆様にも、多様で多くの機会を提供するという視点に立った時に、大きなリスクを背負う旅

行会社が少しでも取り組みやすい形にしなければ、チャーター市場の拡大は難しいというのが、議論の発端でした。

ワーキンググループには在京7社と地域3社が参加しています。今回は業界全体を考慮して要望事項をまとめようということで、契約関連・運航関連・総代理店関連などのカテゴリごとに全部で14項目にまとめました。それらをJATAの要望書として昨年3月、観光庁並びに航空局に提出したという経緯です。

——要望も踏まえた改正のポイントは何でしょうか。

河野 いくつかの大きなテーマがありました。最大のポイントは、ITCにおける包括旅行商品用の座席について、ユニット用の

座席も含めて卸販売が認められたことです。ご理解、ご尽力いただいた航空局、観光庁に感謝申し上げます。これで、用機者だけでなく用機者と直接契約している第1種旅行業者も包括旅行商品の販売が可能となりました。従来は、用機者となっても在庫リスクを負担できないため、旅行会社によってITCに取り組めず、結果的に旅行需要を満たすことができないという事態も生じていました。

今回、座席卸販売によるITC活用の促進を通じて、旅行需要の拡大や観光振興の強化が図られることも期待されます。特に、市場規模が限定され、需要が特定時期に集中しがちな特性を持つ地方マーケットで、チャーターの活性化による観光の促進が図られることになると思います。

——旅行会社の担当者という立場から、今回の改正をどのようにご覧になりますか。

川原 まず、チャータールールの改正について、観光庁並びに航空局の方々に、業界の事情を大いに考慮いただいたこと、緩和を実現していただいたことに感謝申し上げます。ルールの緩和の効果としては、出発地や実施時期、方面、使用する航空会社によって、異なってくると思われるのですが、今回の改正が意図するよう、主に地方発のチャーター拡大につながるのではないかと考えられます。旅行会社としても、その部分に取り組みたいと考えています。また、1社だけで取り組む話

<出席者・チャーターワーキンググループ>

河野 淳 グループ長

近畿日本ツーリスト(株)
営業支援本部海外旅行部課長

川原 政彦 副グループ長

(株)ジェイティービー
旅行事業本部航空政策担当マネージャー

永迫 昌代 メンバー

(株)阪急交通社
営業統括本部営業企画部課長

業界全体にルール緩和の趣旨周知を

——旅行会社の担当者という立場から、今回の改正をどのようにご覧になりますか。

今後、さまざまな面での緩和を検討していただき、諸外国と同様に、旅行会社自身が主体的にリスクを負担し、マーケットの活性を図っていく時代になっていくことを期待しています。同時に、会員各社には、旅行会社としての責任も重く問われることとなりますから、JATAとして、チャーターを実施する際にチェックすべき項目を整理した確認書を作成しましたので、これを活用して、トラブルなく、新しいビジネスに取り組んでほしいと思います。

活性化への第二步 今回の緩和を歓迎

JATA 菊間潤吾会長



JATAの要望も踏まえて、国土交通省の航空局と観光庁に、規制を見直してチャータールールの一部緩和を実現していただき、第1歩を踏み出すことができたと感じています。ヨーロッパなど諸外国ではチャーター便の利用が主流になっており、日本でもオープンスカイが進んでいる中で、ITCの見直しもつと進めば、地方の活性化にもつながっていくだろうと考えています。旅行会社が1社でチャーターとして契約し、1社だけで座席を全部埋めるといったことが、特に地方で難しい実状を踏まえ、今回の緩和は大いに歓迎すべきことだと思います。



河野 淳 グループ長



川原 政彦 副グループ長



永迫 昌代 メンバー

ではなく、まずは旅行業界全体に趣旨の周知を図り、航空会社も混じえて、どのような形でチャーターを活性化できるか、連携しながら取り組みを進めていければと思います。

永迫 ルール緩和により、チャーターへの扉が開かれ、取り組み環境の整備が進んでおりますこと非常にありがたい、感謝しております。需要に即した旅行商品の提供機会が増えることで、市場の活性化に大きく貢献すると考えております。チャーター需要は高く、今後必要不可欠であるとの共通認識はありながらも今なお容易には取り組めないハードルの高い旅行形態です。市場を拡大するために、会社のリスクも拡大する必要があり、一企業に与える負荷が大きいのが現状です。私自身、地方で海

外旅行の商品造成と販売を経験し、チャーターによる需要喚起の重要性を肌で感じてきましたので、お客様の声、旅行会社や各関係の皆様の声を集約共有し、チャーター拡大と活性化に繋げていけるよう一躍を担っていきたいです。

河野 旅行会社がチャータービジネスに参画する障壁が低くなること、参画会社が増えればチャーター便のシリーズが成立しやすくなること、多様な取り組み方により、販売しやすくなること、そして、継続しやすくなること、この4点で旅行会社にメリットがあります。特に、成立しやすくなるという部分で、地方発着の長距離デスティネーションへの需要を喚起するような全国縦断型の大型シリーズの設定が進むのではないかと

と考えています。同時に、チャーター便というのは、旅行会社だけでなく、空港出店会社をはじめ地元の様々な会社など、地域経済への寄与も大きいはずなので、地方自治体や地方空港にもチャーター便の設定・利用促進について、理解、協力をしていただけ取るよう取り組みを進めなければならぬと思います。

チャーターの条件確認書を用意

——今後の課題は。

河野 JATAのワーキンググループとしても、国交省にお願いをするだけでなく、自分たちでできることをテーマにしようと、総代理店の問題に取り組む方向性を打ち出し、チャーター契約のための諸条件を標準化、共有化することを目的に「国際航空チャーター条件確認書」を作成しました。（JATAホームページで確認できます）

永迫 チャーター需要の背景には、利便性・快適性を求めているお客様が多くいらっしゃることも上げられます。観光需要の高い夏のヨーロッパなどはオンラインキャリアだけでは供給が足りず、オフラインキャリアによるチャーター便実施も必要とされています。運航実績がない日本初乗り入りの航空会社との取引に関しては、販売のリスクだけでなく、運航のリスクまで発生することになります。お客様に安心してご参加いただき、より良いチャーター商品をご提供するために弊社では「国際航空チャーター条件確認書」を用意し、ガイドラインを設けております。旅行業界として一定のルール作りも必要なのではないかと思っております。

川原 チャーター実施の際に、販売上のリスク以外に、安全上のリスクやチャーターが予定通りに運航されないという運航上のリスクがあります。運航されないリスクというのは、結果的に生じる金銭的な負担やビジネスの継続への影響もさることながら、お客様がい

苦情事例に学ぶ⑧

今回のテーマ…客室の種類

ゴールデンウィークもあけ、いよいよ

夏休みや秋連休出発等の相談・予約業務等で繁忙期を迎える頃ではないでしょうか。ピーク時期にお



いては、旅先の宿泊施設の確保も困難をきわめ、契約どおりのお部屋を提供できないことが、まれに発生することもあるかと思えます。

今回は男性3名のツアー参加で、『ホテルチェックイン時に、当然と思っていたベッド3台の客室ではなく、客室の変更をホテル側に交渉したが埒があかない。緊急連絡先に相談すると、ホテル側が請求している追加代金を負担してくれというのが納得いかず、しかたなく元々案内された部屋で過ごした。これは手配ミスであり相応の返金を要求する』という申し出から、旅行者の構成により、手配されるべき客室の種類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

われわれは、男3人で【パリオペラ地区より徒歩圏内のホテルに滞在】、というタイトルのツアーに、3名1室で申し込んだが、ホテルでチェックインし、渡された鍵で部屋を開けてみた時点で、ダブルベッドと

エキストラベッドのみの、ベッド2台の部屋をあてがわれてしまったとわかった。即ホテルスタッフに3つベッドのある部屋に変更を依頼したところ、満室と言われてしまい埒があかず、緊急連絡先に電話相談すると、ホテル側に交渉してくれたものの、ホテル側は、追加代金120ユーロ出せば、3つベッドのある部屋に変更できると言っているが、会社側はその額を負担できないという。『さつきは満室と言われたが、今度は金を出せとはどういうことだ!』と詰問しても話が何も発展しないので、しかたなくあてがわれた部屋に戻った。

帰国後、旅行会社に、『手配ミスだろう!パリの宿泊代くらいは返金しろ!』と申し出たが、旅行会社からは、確かに3名1室で承っていたが、パンフレットの注釈に「ツイン又はダブルベッドルーム」+簡易ベッド(エキストラベッド)になると記載をしております、何らかの支払いには応じられないと言われてしまった。夫婦と子供ならまだしも、男性3名のわれわれのような場合、あり得ないことだと思うが、返金してもらったことはできないのだろうか?

解決に向けての指針

【旅行広告・取引条件説明書面ガイドライン】には、トリプルルームとは、ベッドが3台、又は「ツインルーム」に簡易ベッド(エキストラベッド又はソファベッド)を入れて3名で利用する部屋とあります。ちなみに、ツインルームとは、ベッドが2台、あるいはキングサイズ又はクイーンサイズの大型ベッド1台とソファベッドの組み合わせをいいます。

以上から、本件のように、ご夫婦やハネムーンカッ

プル以外の場合は、旅行会社側が弁明している、「ツイン又はダブルベッドルーム」+簡易ベッド(エキストラベッド)、というパンフレットの表示自体が、ガイドラインから逸脱していることになり、本来はベッド3台、又は「ツインルーム」+簡易ベッド(エキストラベッド又はソファベッド)を手配するべきでした。従って本件は、会社の不当表示が認められる上、手配債務不履行ともなり、何らかの賠償責任が生じると考えられます。

●補足と提案

海外のホテルでは、一般的にツインよりダブルルームの方が多という事情があり、ご夫婦やハネムーンカップルの場合は、ホテル側からダブルベッドを提供されることが少なくありません。

そこで【旅行広告・取引条件説明書面ガイドライン】では、ダブルベッドが予想される場合、「ご夫婦又はハネムーンカップルの場合は、ダブルベッドの部屋になることがあります」というパンフレット等への記載例を示しています。その場合のみ、客室の種類が変わることがあり得るとして、旅程保証による変更補償金の支払いも免除されています。

しかしながら本件は男性3名でのツアー参加のため、解決指針に示した内容で手配すべきでしたが、これをせず、現地連絡先へのご相談時やご帰国後に不備を指摘された際にも適切な対応がなされていません。お申し出の男性3名に対し、相応のお詫び金等を検討されるとともに、今後のためにも現地手配代行者との間でガイドラインに沿った客室手配の確認をしておくべきでしょう。

長谷川事務局長がUNWTOの会合に出席 ハイデラバードでサステーナブル・ツーリズム開発会議

日本旅行業協会（JATA）の長谷川和芳事務局長は4月12日と13日の両日、インドのハイデラバードで開催された国連世界観光機関（UNWTO）のサステーナブル・ツーリズム開発会議に出席しました。

同会議にはアジア太平洋地域から約20カ国・地域の180人が出席し、旅行者数が2020年まで年間平均3・8%増と予測されるなど、高い成長率が見込まれているアジア太平洋地域で、域内全域と各国が取り組むサステーナブル・ツーリズム開発について、その共通課題を明確にした上で議論が繰り広げられました。

会議初日には、JATAの長谷川事務局長が「Japan's Sustainable Tourism Development」をテーマに英語で講演



UNWTO本部のラファイ事務局長と長谷川事務局長

を行い、特に、外国では見られないJATAの機能と東北震災復興の取り組みにおけるベストプラクティスを報告し、講演の最後には「JATA旅博2013」についても紹介しました。

また、日本からの参加者とUNWTO本部との個別会議も開催され、4月12日の午後にはパークハイアット・ハイデラバードで行われた会合では、UNWTO本部の幹部4人と日本側からの参加者7人が、UNWTOとJATAとの包括的協力関係をどのように構築し、具体的なアクションプランをどう講じるかなどについて議論を行いました。

会合では、UNWTOのタレブ・ラファイ事務局長から、(1)JATA・UNWTO本部・UNWTO日本事務所の三者による協力で、JATAと観光関係者が取り組んだ東北震災復興活動を、観光産業界における復興策のベスト・プラクティスとして印刷物にまとめ発行する、(2)UNWTO本部とJATAの間で包括的パートナーシップ協定を締結する、という2点について提案がありました。



インドのハイデラバードで開催された国連世界観光機関（UNWTO）のサステーナブル・ツーリズム開発会議

一般紙論説委員らに業界の現状を説明 広報委員会、JATAの取り組みなどに理解求める

日本旅行業協会（JATA）広報委員会は4月15日、東京・霞ヶ関の尚友会館で、一般紙の論説委員や編集委員、記者などを対象に「記者レク・懇談会」を開催し、一般紙11紙とNHK25人が集まりました。

同委員会の高橋敦司委員長（写真中）が、びゅうトラベルサービス代表取締役社長が「旅行業界の現状と課題及び旅行業界の役割とJATAの取り組み」をテーマに日本の旅行業を取り巻く状況やグローバルな旅行市場の動き、日本の国

際競争力などを多面的に語り、「旅行」の経済的・文化的価値やJATAによる政策提言など新しい取り組みを紹介しました。



業界の現状を説明する高橋委員長（中央）

仙台・東京・福岡で新入社員研修 旅行業法と旅行業約款を正しく理解

日本旅行業協会（JATA）研修・試験委員会は4月16日から26日まで、仙台・東京・福岡で平成25年度新入社員基礎（旅行業法・旅行業約款）研修を4回にわたって実施しました。

新入社員の研修は、旅行会社各社でOJT（職場内教育）や集合研修などの形で実施されていますが、旅行者との旅行契約の基本となる旅行業約款や旅行者が遵守すべき旅行業法については、十分な研修を行えないまま現場に配属せざるをえないという声も少なくありません。

JATAでは、こうした実態も踏まえて、入社3年未満の社員を対象に、旅行業法の基本と旅行者との契約の基本となる旅行業約款を正しく理解してもらうための研修を実施しています。

委員会報告 チームヨーロッパ概要

目標 活動の主体 活動期間

目標

ヨーロッパ旅行商品企画の付加価値強化による需要創造と日本人ヨーロッパ渡航者数拡大

活動の主体

Team EUROPE (JATAヨーロッパ観光促進協議会)

1. ヨーロッパの観光産業発展に係る政府観光局、ツアーオペレーター、航空会社、鉄道会社、損保会社とJATA会員が、同じ課題認識を持ち、Team EUROPEの活動の主体となって現状を打破し、ヨーロッパ旅行市場を活性化させる。

- | | | | |
|------|---------------|----------------------------|-------------------------|
| (委員) | 委員長 菊岡 潤吾 | (一社) 日本旅行業協会会長 | 株ワールド航空サービス 代表取締役会長 |
| | 副委員長 田川 博己 | (一社) 日本旅行業協会副会長 | 株ジェイティービー 代表取締役社長 |
| | 副委員長 生井 一郎 | (一社) 日本旅行業協会 海外旅行推進委員会委員長 | 株阪急交通社 代表取締役社長 |
| | 副委員長 ダミアン ドーム | 在日外国観光局協議会会長 | ベルギー観光局ワロン・ブリュッセル 日本支局長 |
| | 委員 林田 建夫 | (一社) 日本旅行業協会 海外旅行推進委員会副委員長 | 株エヌオーイー 代表取締役会長 |
| | 委員 古木 康太郎 | (一社) 日本旅行業協会理事 | 株グローバルユースビュロー 代表取締役会長 |
| | 委員 榎原 徹典 | (一社) 日本旅行業協会運営役員 | 株ミニッツリスト 代表取締役社長 |

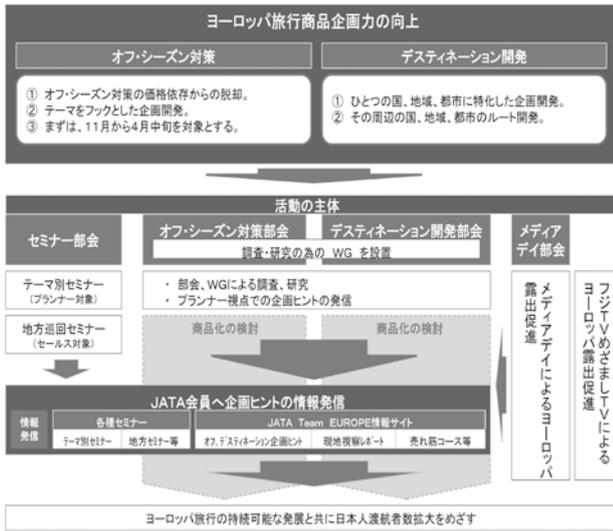
(事務局) JATA海外旅行推進部内に「Team EUROPE事務局」を設置する。

2. Team EUROPEの活動対象地域 ヨーロッパ全域

活動期間

2013年1月 ~ 2014年3月を第1ピリオドとし、2013年10月に以後の計画を検討する。

需要創造戦略概観 ~ 戦略構成図 ~



需要創造戦略概観 ~ 基本方針 ~

(1) ヨーロッパ旅行商品企画力の向上をめざす

- ① オフ・シーズン対策の研究、調査による低価格に限らない価値ある商品企画。
- ② デスティネーション開発によるクローチア、モンサンミッシェルに次ぐ、新規トレンド開発。
- ③ 専門家によるプランナー対象のテーマ別セミナーの実施。
- ④ プランナー対象の現地視察機会の提供。

(2) JATA会員への情報発信

- ① プランナー視点で研究、調査したオフ・シーズン対策や新規デスティネーション開発の企画ヒントを JATA Team EUROPE情報サイトを通じ、情報発信する。
- ② プランナー視点で現地視察したレポートの発信。
- ③ 売れ筋デスティネーションや政府観光局主催のワークショップ、セミナーの取材レポートの発信。
- ④ JATA旅博 展示会でのEUROPE SQUARE設置による魅力アピールと国際商談会でのアウトバウンド商談への参画促進。
- ⑤ 地方巡回セミナーによる売れ筋デスティネーションの情報発信。

(3) 一般消費者への露出拡大

- ① メディアデイによる各種マスメディアでの露出拡大。
- ② フジTV「めざましTV」でのヨーロッパ露出のシリーズ化。
- ③ JATA旅博 展示会でのEUROPE SQUARE設置による魅力アピール。

需要創造戦略概観 ~ アクションプラン構成図 ~

全体を俯瞰し、アクションを検討する。効果的にコンテンツをプロモーションするため、媒体やイベントを有効活用する。

| | 媒体・メディア | | | | イベント | | | |
|-------------|----------------------|---------|--------|---------|---------------------|--------|--------|-----------|
| | ツール | JATAサイト | じゃたこみ | めざましTV等 | セミナー | 視察旅行 | メディアデイ | 旅博 |
| ターゲット | JATA会員 | JATA会員 | JATA会員 | 一般消費者 | JATA会員 | JATA会員 | 一般消費者 | 会員 消費者 |
| オフ・シーズン | 企画ヒント・情報発信 活動状況発信 | | | | テーマ別セミナー 11-2月実施 | | | |
| デスティネーション開発 | 企画ヒント・情報発信 活動状況発信 | | | | テーマ別セミナー 7-9月実施 | | | |
| 売れ筋ランキング | 売れ筋レポート発信 最新情報発信 | | | | | | | |
| トレンド情報 | | | | | | | | |
| その他 | | | | | | | | |

“Team Europe情報サイト”を開設(ぜひ、サイトにアクセス・サイトをブックマークください)

日本旅行業協会(JATA)は4月2日、JATAヨーロッパ観光促進協議会(通称: Team Europe)による情報発信の場として、“Team Europe専用サイト”(http://www.jata-net.or.jp/team-europe/)を開設しま

した。オフ・シーズン対策の企画ヒントやデスティネーション開発の商品企画情報、政府観光局主催の現地視察やセミナー・レセプションなどで収集した企画情報などのレポートを随時掲載しています。



旅行業の未来を広げる旅の企画大賞 「ツアーグランプリ2013」 応募受付スタート!

旅行業における企画力およびマーケティング力の向上、「観光立国」の施策に寄与することを目的に、海外、国内・訪日旅行で最も優れた企画旅行(募集型・受注型)に対して表彰を行ってきた「ツアーグランプリ」を今年も開催します。また、日本・アメリカ観光交流年を記念し、「日本・アメリカ観光交流年特別賞」も特設しました。是非、皆様からの魅力あふれる企画旅行のご応募をお待ちしております!

応募締め切りは7月5日(金)必着。

主催: ツアーグランプリ2013実行委員会
後援: 国土交通省、国土交通省観光庁、
(予定) 一般社団法人日本旅行業協会(JATA)、日本旅行作家協会

お問合せ

ツアーグランプリ2013運営事務局
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通商ビル4F
TEL:03-6858-3615 FAX:03-5510-2012 Email:tatg@jata-net.or.jp

応募方法など詳細はこちら↓

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

●支部活動報告

北海道支部

●3月7日 幹事会を開催。第4四半期の活動報告と平成25年度事業計画について協議。

●4月19日 毎年開催している「新入社員研修会2013」をJATA・ANTA共催で札幌市中央区の道特会館で開催（写真）。午前中に北海道支部の遠藤和伸事務局長による特別講義の後、「接遇」と「旅行業法」をテーマに講義を実施。

午後からは、添乗員が経験談を紹介したのに続き、「約款」「国内実務」「海外実務」をテーマに講義を実施しました。



東北支部

●3月27日 幹事会を開催。次年度の支部役員候補者の選出、本部社会貢献委員会企画の外来種駆除活動について、東北支部管内での具体的な実施内容を協議。

●4月9日 総務委員会を開催。

関東支部

●3月26日 群馬県地区委員会を開催。

幹事会の報告、県内観光情報等について報告。

●4月3日 第1回インバウンド委員会を開催。このたび創設されたツアーオペレーター品質認証制度（4月から認証受け付けを開始）についての報告と平成25年度事業計画具体策について協議。

●4月4日 第1回海外旅行委員会を開催。平成25年度事業計画具体策について協議。

●4月10日 第1回総務委員会を開催。平成25年度事業計画具体策について協議。

●4月12日 第1回国内旅行委員会を開催。平成25年度事業計画具体策について協議。

中部支部

●4月12日 空港委員会を開催。

関西支部

●3月2日 海外旅行委員会を開催。

●3月19日 インバウンド・ツーリズム委員会を開催。

●3月21日 消費者相談委員会、国内旅行委員会を開催。

●3月29日 総務委員会を開催。

●4月8日 地区委員長会議を開催。

●4月11日 「現場のための旅行契約の基礎知識講座」を開催。45人参加。

中四国支部

●4月26日 幹事会を開催。

九州支部

●3月6日 鹿児島県地区委員会が苦情対応セミナー開催。17人参加。

●3月7日 熊本県地区委員会による苦情対応セミナーを開催。14人参加。

●3月15日 福岡地区委員会を開催。

●3月19日 教育研修委員会を開催。25年度実施事業「寺子屋JATA」について具体的展開を協議。

●3月21日 実務委員会を開催。

●3月25日 国内旅行委員会を開催。25年度事業として「九州域内宿泊キャンペーン」の実施を決定。

●3月27日 海外旅行委員会を開催。アジアンパーティ参画事業として、航空会社とタイアップしての「JATAウォーキング・スタンプラリー」の実施について協議。

●3月28日 消費者相談委員会を開催。

沖縄支部

●3月13日 総務委員会を開催。社会貢献活動の具体的な活動内容について協議。

●3月22日 国内旅行委員会主催にて「那覇空港LCCターミナル視察研修」を実施。

信頼と実績のロングセラー

JTBパブリッシング

JTB時刻表シリーズ



●毎月20日発売 ※発売日は変わる場合がございます

旅にデスクに
定番の一冊
JTB 時刻表

月刊●B5判●定価1,150円(税込)

携帯に便利な
コンパクト
サイズ
JTB 小さな 時刻表

不定期刊●B6判●定価630円(税込)

大きな数字で
読みやすい
JTB 大きな 時刻表

不定期刊●A4判●定価1,350円(税込)

JATA旅博 国際商談会
6月12日 登録開始予定!

JATA国際商談会2013
2013年9月12日(木)・13日(金)
東京ビッグサイト展示棟東6ホール

JATA会員の皆様は参加登録無料

「アウトバウンド」「インバウンド」「メディア」商談会を開催。JATA会員は登録無料で、さらにスケールアップした国際商談会にご参加いただけます。

6月12日より登録受付開始予定!

■「JATA国際商談会2013」の特徴

会場を更に拡大

今年は規模拡大と利便性を考慮し、会場を展示棟東6ホールに集結。
これにより会場内で移動時間が大幅に短縮。

商談アポイント数を

2日間で最大28セッションに
多くの商談数で実ビジネスに結びつけていただくために昨年の24セッションから28セッションへ商談件数を拡大。

アウトバウンド商談会2日目も充実

商談会参加の皆様のご要望により、商談会2日目は、終日オープン・セッションの設計とし、マッチングにとらわれず、目当ての出展者との商談が可能に。

インバウンド招聘バイヤー数を拡充

今年は欧米豪・アジア各国から100社を招

聘予定。

実益に繋がる厳選した海外バイヤーを招聘し、2日間同一会場での開催。

メディアミューティングの充実

国内外のメディア(TV・新聞・雑誌・WEB)を同一会場に招き、メディア各社との情報交換、商談を実現。

バイヤー・セラリストと

商談会ガイドブック配布

商談会ガイドブックとバイヤー・セラリストの内容を更に充実し、参加者の皆様に配布。

会期後も取引を希望する連絡先をすぐに検索可能に。

■実施スケジュール予定

日程 2013年9月12日(木)・13日(金)
[DAY1] 9月12日(木) 09:00～17:40
[DAY2] 9月13日(金) 09:00～17:40

■今後のスケジュール予定

6月12日 セラー、バイヤー向けオンライン登録受付開始予定
7月中旬 商談会アポイントメント・リクエストのオンライン受付開始
8月上旬 商談会アポイントメント・リクエスト締切
8月下旬 セラー、バイヤーにマッチングリストを送付
9月12日～13日 国際商談会開催

【お問合せ先】

JATA国際商談会事務局
TEL:03-5510-2008

【国際商談会構成】



2012年商談会参加者アンケートより

- ◆商談結果に満足した 95%
- ◆具体的な商品造成に役に立った 85%
- ◆2013年の商談会に参加したい 78%

【JATA会員アウトバウンドバイヤー登録の特典】

◆首都圏を除く地方登録バイヤーには宿泊2泊分を提供

JATA 旅博
TABIHAKU

**JATA会員向け
出展申込継続中!!**

JATA旅博2013
JATA "TABIHAKU" 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)

出展カテゴリー 詳細は下記推進室までお問い合わせください。

- 通常出展[3m×3m]
 - ・基礎小間 ¥472,500(税込)
 - ・スペース ¥409,500(税込)
- 旅のストリート出展
 - ・Aタイプ[3m×1.5m] ¥210,000(税込)
 - ・Bタイプ[1.5m×1.5m] ¥105,000(税込)
- NEW! 旅行商品が販売可能!!
- NEW! ■トラベルバザール出展 [3m×3m] ¥472,500(税込) ※9月14日(土)～15日(土)の2日間開催

出展のお申し込み・お問い合わせ先
JATA旅博推進室
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通商が関ビル4F
TEL:03-5510-2004 FAX:03-5510-2012
[受付時間:平日9:30～18:00] Email:event@jata-net.or.jp [HP] http://www.tabihaku.jp/2013/



海外旅行の子供用ワクチン

海外旅行の際、子供に必要な感染予防ワクチンは渡航地域、活動内容、滞在形態、滞在期間によって異なり、大人以上に繊細な判断が必要なため、専門の医療機関で相談することが大切です。詳しくお話を日比谷クリニックの奥田丈二院長にうかがいました。

〈定期ワクチンと任意ワクチン〉

海外渡航する子供たちに必要なワクチンは大きく2つあります。一つは国で定めた小児の定期ワクチン、もう一つは渡航に際し必要に応じて接種する任意ワクチンです。

海外へ旅行や在住で渡航する場合、日本で定期接種として定められているワクチンは済ましておく必要があります。海外渡航者の任意ワクチンは専門性が高いため、病院の渡航外来や専門のトラベルクリニックで接種します。

〈渡航の際、必要なワクチンは？〉

同じ感染症でも子供と大人ではリスクの程度が異なり、子供は年齢的に接種できないワクチンもあります。また同じ渡航先でも活動内容、滞在期間、滞在形態、年齢、基礎疾患などに応じて必要なワクチンは違うため、医師はこれらの情報をもとに接種すべきワクチンの優先順位を決定します。小児に必要な代表的ワクチンをいくつか説明しましょう。

◎B型肝炎ワクチン

B型肝炎は血液、体液より感染し、極めて感染力の強いウイルス疾患です。幼少期に感染すると慢性肝炎のキャリアになってしまいう確率が高

いため、子供にとっても大切なワクチンです。

先進国の多くで子供の定期ワクチンに組み込まれていますが、日本ではまだ定期ワクチンとして導入されておらず、状況に応じて任意で接種する必要があります。中長期の滞在、怪我をしやすい、現地の子供たちと密接に接する機会が多い場合は予防的な接種が勧められます。

◎腸チフスワクチン

子供は胃酸が少ない、地面に近いなどの理由から成人に比べて腸チフスにかかりやすく、重症化とキャリア化のリスクもあります。2歳から接種できますが、防御率は7割程度であり、接種しても食事に対する注意は必要です。

◎狂犬病ワクチン

動物に噛まれた直後にワクチンを接種しても防御できませんが、子供の場合、犬が好きの子は、自分からちよつかいを出して複数箇所を噛まれやすい、背が低いために脳に近い所を噛まれやすい、潜伏期間が大人より短い、噛まれたことを親に報告しない、などの理由から、成人に比べて狂犬病のリスクが高くなります。

◎髄膜炎菌ワクチン

髄膜炎菌性髄膜炎はくしゃみやな

どで飛沫感染し、脳神経障害を起こす恐ろしい病気です。子供は重症化しやすく、リスクが高い地域を渡航する際には接種の検討が必要です。米国では学生寮に入る際に接種を要求されます。

◎A型肝炎ワクチン

A型肝炎は食べ物から感染するウイルス疾患です。子供は感染しても症状は出ないか、比較的軽度で済むことが多いのですが、感染頻度が比較的高いためワクチン接種が勧められます。日本製のワクチンは16歳からの適応が定められており、日本以外で扱われているワクチンは1歳から接種可能です。

〈年齢ごとに違う摂取可能ワクチン〉

接種できる年齢はワクチンごとに異なります。一定の年齢以下で接種できない理由の大部分は危険性がらではなく、子供は大人と免疫応答が異なるために、接種しても十分な免疫が得られないからです。接種できない場合は、食べ物に気を付ける、蚊よけを徹底する、犬に噛まれた際の対処等々、ワクチン以外にできる最大の防御に徹することが大切です。



東京海上日動

安心をいつも あなたのそばに

海外旅行保険

国内旅行総合保険

東京海上日動火災保険株式会社 旅行業営業部 TEL:03-5299-3525
東京都千代田区大手町2-6-2 日本ビル12階 〒100-0004 <http://www.tokiomarine-nichido.co.jp/>



東京海上日動



足下の旅行市場は震災前を上回る実力

観光・レジャー関連統計の2012年1年間の数値が出そろいつつあります。これらのデータは改めて旅行市場の力強さを裏付けられるものとなっています。この中で、今後、景気浮揚による効果がどのように顕在化してくるか、注目のポイントを探ります。

観光性需要がリード

今号の「深読み」は二歩引いて2012年から現在へとつながる流れについて、特に国内旅行関連の数値に注目してレビューをしておきたいと思います。

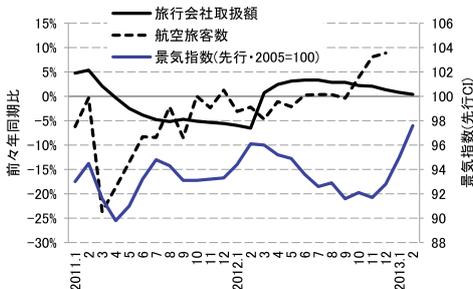
図表1は主な統計の2012年計数値を前年、及び前々年の数値と対比したものです。重要なことは、いずれの統計ともトータルでは前々年、つまり震災前の2010年対比でプラスになっているという点です。図表2はこれらの数値のうち、旅行業者取扱額と航空旅客数の推移を景気指数(CI)の動きと比較したのですが、この図を見ても、景況感が急速に改善しはじめたのは2012年12月以降であり、旅行・レジャーは景気に対し明瞭に先行してきていることがわかります。

これに加えて重要な点は、頭数が伸びているというだけでなく、観光性需要のリードがはつきりしていることです。4月18日に日経新聞で2012年度のJR東海の新幹線旅客数が前年度比6.0%増と報じられ、要因のひとつとして年間を通じて観光利用が伸びたことが挙げられていました。図表1を改めてみていただくと、新幹

| | 2010対比 | 2011対比 |
|----------------|--------|--------|
| 旅行会社取扱額 | 5.2% | 5.0% |
| 国内旅行 | 1.8% | 4.0% |
| 海外旅行 | 11.8% | 6.7% |
| 外国人旅行 | -5.3% | 5.2% |
| 国内航空旅客数 | 0.6% | 9.4% |
| 幹線 | 2.2% | 10.2% |
| ローカル | -0.5% | 8.9% |
| 同、座席数 | | |
| 幹線 | 1.1% | 6.9% |
| ローカル | 3.4% | 7.3% |
| ローカル | -0.5% | 6.6% |
| JR旅客数(定期外) | 1.7% | 4.5% |
| 新幹線旅客数 | 8.4% | 7.1% |
| 民鉄旅客数(定期外) | 1.5% | 4.4% |
| ゴルフ場利用者数 | 2.8% | 4.5% |
| 遊園地・テーマパーク利用者数 | 2.8% | 12.6% |

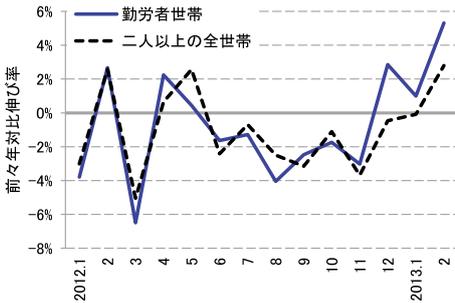
資料：旅行会社取扱額は観光庁の「主要旅行業者の旅行取扱状況」、航空旅客数、座席数は国交省「航空輸送統計」、JR及び民鉄旅客数は国交省「鉄道輸送統計」、ゴルフ場利用者数、遊園地・テーマパーク利用者数は経産省の「特定サービス産業動態統計」

図表2 景気指数と旅行市場の指標の動向



資料：景気指数は内閣府。その他については図表1に同じ。

図表3 家計支出の動向



資料：総務省「家計消費調査」二人以上の世帯に関する集計結果をもとに作成。

線旅客数だけでなく、JRの定期外旅客数(定期券で利用する旅客をのぞいた旅客数)全体が伸びており、また大手私鉄など民鉄の定期外旅客数も堅調であることがわかります。新幹線については九州などの延伸効果も大きかったと推測されるわけですが、定期外旅客全体の伸びは、近場を含めた人の動き全般が活発になってきていることを示唆しているといえるでしょう。

図表1をもう少し詳しくご覧いただくと、国内航空については都市間を結ぶ幹線の座席数が伸びたことがプラスの主な要因で、ローカル線は座席減によりマイナスとなっていることがわかります。また図表には記載していませんが、ゴルフ場利用者数については平日利用が際だった伸びを示しており、遊園地・テーマパーク利用者数では個人客が伸びた反面で団体の利用が減っている、といった興味深い特徴がみられます。成熟化の果てに迎えた新たな需要拡大局面で、将来のマーケットの姿を指し示すかのよう

な特徴変化ではないかと思えます。この層の動きを注視していくことが重要だと考えます。

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。

今後はアベノミクスによる勤労者層の需要の伸びに注目

現状は旅行市場全般にわたり、しっかりとした上昇基調にあると考えられます。従って海外旅行についても、現状は二時的な減速局面にあるものの、旅行意欲そのものは底堅く、回復の時期を待っている状態といえるでしょう。景況感改善の後押しから、今後の旅行需要は層の期待がもてる状況にあるわけですが、図表3の家計支出の動向をみると、2012年末、つまり政権交代後からの景況感改善に伴い、勤労者層の消費が年金受給者層や農家などを含む全体平均に先行して伸びており、目を引く状況となっています。今後、アベノミクス効果による需要拡大が顕在化してくる際には、この層の動きを注視していくことが重要だと考えます。

要人往来

モンゴル要人のJATA訪問が活発です。昨年10.12月号に続き今年も4.5月号と連続登場。モンゴルもかつてのような辺境デスティネーションというイメージはずいぶん薄らぎました。モンゴル底上げのカギを握る冬対策も業界との協働でしっかりと進めていただけることでしょう。



康重石韓国観光公社東京支社長



アフメト・シャラ駐日コソボ大使



ミンシドルジ・ドルジハンド
モンゴル旅行業協会日本委員会会長



クラウディア・ルイス・マシエウ
メキシコ観光大臣



アンドリス・オゾルス・ラトビア
投資開発公社長官



ヒシャム・エルゼメー駐日エジプト大使(中央、菊間会長の右)

日韓の交流人口を700万人に

韓国 3月15日(金)

康重石韓国観光公社東京支社長

菊間会長と懇談し、「両国間の観光交流拡大に取り組んでいきたい。現在ある阻害要因を乗り越えるために、具体的な企画を立て、JATAとの協力関係のもとビジネスや地方発旅行を活性化すれば、両国間の交流が700万人までに増加させることができるでしょう」と話し、菊間会長も「両国間には観光交流拡大のポテンシャルがあり、共通目的の達成のために、これからも協力していきたい」と話しました。

「冬のモンゴル」の商品開発について意見交換

モンゴル 4月2日(火)

ミンシドルジ・ドルジハンド・モンゴル旅行業協会日本委員会会長大相撲横綱の白鵬を観光大使にしてのプロモーション展開や冬のモンゴルの商品開発について中村理事長らと意見交換。「冬のモンゴル」の促進については、覚えやすいイメージを打ち出し、冬にFAMツアーの実施や最新情報を提供いただければプラスの効果に繋がるでしょう」と中村理事長。

DS参加でJATAの協力を要望

メキシコ 4月8日(月)

クラウディア・ルイス・マシエウ・メキシコ観光大臣

メキシコ政府の新しい観光開発方針について言及したほか、JATAデスティネーション・スペシャリストへの参加についてJATAの協力を要望。長谷川局長は、メキシコ政府観光局の日頃の協力に謝意を述べるとともに、日本人観光客の増加策について新たな観光地の紹介、直行便の増加、さらなる旅行業界との関係強化などが必要と話しました。

西バルカン半島5カ国を共同で観光促進

コソボ 3月18日(月)

アフメト・シャラ駐日コソボ大使

中村理事長を訪問し、コソボの観光促進について、「西バルカン半島の諸国はまだ日本人によく知られていないので、今後、コソボ、マケドニア、アルバニア、ボスニア、モンテネグロの5カ国のPRチームを結成し、共同で観光促進をしていきたい」と意欲を示しました。

安心して送客できる環境づくりを

エジプト 4月5日(金)

ヒシャム・エルゼメー駐日エジプト大使

菊間会長と意見交換。エジプトの情勢について、現在はカイロでデモがあっても、日本人が訪れる観光地は安全。それを確認するために、視察団の派遣について言及したのに対し、菊間会長は、エジプトの観光地としての安心・安全のイメージの改善・促進、広範囲のプロモーション活動の実施、観光客のための国内保険制度など、旅行会社が安心して送客できる環境づくり、などを要望しました。

チャーターフライトの取り組みを強化

ラトビア 4月11日(木)

アンドリス・オゾルス・ラトビア投資開発公社長官

日本人観光客の需要拡大について、今年は5年に一度のダンス・フェスティバルが開催される年でもあり、直行便がない現在、当面はバルト航空によるチャーターフライトの運行による取り組みを強化する意向を示したのに対し、JATA佐々木顧問はチャーターに関する情報や商品造成のためにバルト航空の幅広いネットワークについての最新情報を旅行会社に提供してほしいと応じました。

Round-table Talks / Team Europe

Expansion of Trips to Europe by Creating Demand through Strengthening Added Value

—Deployment and Expectations of Team Europe, Which Is in High Gear

Realization of sustainable growth of Europe as a destination has surfaced as a crucial issue for the expansion of the overseas travel market. To promote invigoration of the European market through collaboration with land operators, railways, and hotels including government tourism agencies and airlines, Japan Association of Travel Agents (JATA) is launching a variety of activities through Team Europe (JATA Europe Tourism Promotion Council). There are four sub-committees within Team Europe, and we talked with the chairpersons who lead the sub-committees concerning their aspirations and expectations.

—Digging Deep for Attractions in Various Themes and Dimensions

-----Please explain the goals and the content of your sub-committee.



Tetsuro Aoki

Destination development sub-committee Chairperson
Executive Officer
Division Director & General Manager
Europe, Africa, Middle East & Americas Division
East Japan Regional Headquarters
JTB World Vacations, Inc.

Aoki : In the Destination Development Sub-Committee, we aim to dig deeply for urban attractions in each country and to offer long-stay trips. From the perspective of responding to mature markets and offering trips to the baby boomer generation, we want to pursue destination development that digs deeper than before.

Tezuka : The Off-season Sub-Committee is working on discovering what sorts of themes can be used to send travelers to various cities during the off-season in Europe. Specifically, the themes we have already unveiled on our website for travel between November and

mid-March include festivals, winter scenery seen from trains, superb views that everyone wants to see once in a lifetime, islands, and art museums. For each of these five themes, we present from three to five itineraries.

—Deepening Understanding of European Countries through Seminars



**Edouard Tripkovic
Katayama**

Media Day Sub-committee Chairperson
Head of Representative Officer
Croatian National Tourist Board

Katayama : The Media Day Sub-Committee presents awards to programs and articles with outstanding content from among those that are broadcast in the media, including TV, radio, newspapers, magazines, and the Internet. The goal is to boost mutual motivation.

Dome : “Seminar” is synonymous with “education”, and the Seminars Sub-Committee aims to deepen the understanding of everyone in the travel industry. Already we have held our traveling seminar in seven cities, starting on March 25

in Naha and continuing on to Sapporo, Sendai, Nagoya, Osaka, Okayama, and Fukuoka. From the end of May, we also plan to hold seminars mainly in Tokyo, with each one covering a different theme. We hope to deepen the understanding that trips can be designed around a variety of fun themes to destinations in Europe, which features a wide diversity of charms.

—Collaboration among Sub-committees is Indispensable for Boosting Results

-----Will you also be planning collaboration among the sub-committees?



Damien Dome

Seminars sub-committee Chairperson
Director
Belgian Tourist Office
Wallonia-Brussels

Dome : To boost the results of Team Europe, I think that collaboration among the sub-committees is probably indispensable.

Katayama : Currently, some of the same members already sit on different sub-committees, but I think we might see some interesting developments if we established a venue to promote communication and collaboration among the sub-committees.

Tezuka : If the Off-season Sub-Committee got together with the

Destination Development Sub-Committee and bounced ideas off each other concerning our new discoveries for winter in Europe and urban areas in the summer, I think we may be able to promote collaborative initiatives.

—Development of Products the Market Wants through Cooperative Work

-----Please tell us about your aspirations as a sub-committee chairperson and your expectations for Team Europe.

Aoki : We would like to offer various travel ideas in keeping with the maturity of the customers. At the same time, we would like for customers to have deep interaction with the countries they visit. From now on, we need to propose travel ideas while thinking about both parties involved instead of thinking of it as one-way traffic.



Shuichi Tezuka

Off-season sub-committee Chairperson
General Manager
Overseas Travel Division
Club Tourism International Inc.

Tezuka : We really must offer more and more trips that further boost added value. Ideally, I think the industry as a whole should be responsive to customers' new needs.

Katayama : I have great expectations of Team Europe because a wide range of members are working together as a team and are attempting to find diverse potential in various themes and dimensions.

Dome : The government tourism agencies are willing to provide unstinting cooperation to Team Europe, and so I would like for us to create together the products that the market wants.

Removal of Ban on Wholesale Sales through Easing of Charter Rules —Expansion of Travel Demand and Strengthened Tourism Promotion Anticipated

Based on the request of the Japan Association of Travel Agents (JATA), etc., the Ministry of Land, Infrastructure, Transport, and Tourism (MLIT) will partially revise “Service of International Charter Flights Arriving in or Departing from Japan”. The revision will remove the ban on wholesale sales of seats as inclusive tour products in the Inclusive Tour Charter (ITC). We talked with the members of the Charter Working Group of JATA’s Overseas Tour Promotion Committee which put together the request submitted to the MLIT concerning the significance of the revision of the charter rules and their expectations of what it means for the future.

—Development of Demand in Regional Markets Anticipated

-----In light of the request that JATA made, what are the main points of the revision?



Jun Kawano
Group Leader
Manager
Overseas Travel
Department
Kinki Nippon Tourist Co.,Ltd.

Kawano : There were several large themes, but the major point is that wholesale sales of seats as inclusive tour products, including seats for units, shall be permitted in the Inclusive Tour Charter (ITC). This means that not only charterers but also Class 1 travel operators who have direct contracts with the charterers can sell inclusive tour products. Through promotion of utilization of ITC with wholesale seat sales, it is expected that expanded travel demand and strengthened tourism promotion will be facilitated.

—Gist of Rule Easing Made Known to the Entire Industry

-----From your viewpoint as travel agency staff, what do you think of this revision?



Masahiko Kawahara
Group Sub-Leader
Manager
Outbound Travel Business
International Airlines
Marketing & Strategy
JTB Corp.

Kawahara : Given the intention behind the revision, I think it will probably lead to an expansion of charter flights mainly from regional airports. As a travel agency, we would like to be engaged in that expansion. I am not talking just as a single company. I think it would be best to promote collaboration by involving airline companies to discuss what form reinvigoration of charters should take, and at the same time, make the gist of the rule easing known to the entire industry.

Nagasako : Charters are good material for travel agencies to work with, but they also carry the problem of high risk. I see this as the first step toward expanding the charter market.

Kawano : There are four benefits for travel agencies: the barrier has been lowered for travel agencies to participate in the charter business, it is easier to organize a series of charter flights, sales will also be easier, and continuing the charting business will be easier. Charter flights not only help travel agencies but also contribute greatly to regional economies, including many local companies such as airline food catering companies. So, I think we must take steps to gain the understanding of local governments and regional airports regarding this rule revision.

—Preparation of Charter Guidelines

-----Are there issues that require attention in order to create better charter products from here forward?

Kawano : JATA’s Working Group not only made the revision request to the MLIT but adopted the idea of doing what it can on its own as its theme. It established an orientation for dealing with the issue of exclusive agents and prepared guidelines for checking the terms and conditions for organizing charters.



Masayo Nagasako
Group Member
Manager
Sales Management
Dept., Sales Management &
Planning Division
Hankyu Travel International
Co.,Ltd.

Nagasako : We are using the International Aviation Charter Terms and Conditions Confirmation on an in-house basis because if we want to sell long-distance flights to places such as Europe, which are in demand, we must deal with off-line carriers that do not have regular flights to Japan, and travel agencies bear not only the sales risk but also the service risk. I think it would be good if we could make some sort of rules or standard practice so that we can bear the risk with peace of mind.

Kawahara : We would like to utilize the Terms and Conditions Confirmation as it is extremely useful. The service risk does not involve only monetary risk and business continuation risk. If customers are waiting and the aircraft does not fly, I think it damages the entire industry significantly.

Kawano : General sales agents are not licensed as travel businesses, so we will request that each agent register as an air transport agent. I think that we can all promote the sound development of the charter market by using the same Terms and Conditions Confirmation.

(This talk session was held on April 16.)

Number of Outbound Travelers in March Declines 4.9% to 1.652 million

—Down 4.3% for First Quarter Overall

According to the estimate of outbound travelers released on April 24 by the Japan National Tourism Organization (JNTO), the number of outbound travelers in March was 1.652 million, a decrease of 4.9% year on year. This follows on the heels of February's decline of 9.3% year on year.

The first quarter overall displayed negative results, with 4,439,639 outbound travelers during the three months from January through March representing a decline of 4.3% year on year.

In 2012, the total number of outbound travelers reached 18.49 million, an increase of 8.8% year on year, surpassing the 18 million mark for the first time ever. In January 2013 as well, the figure was positive year-on-year, breaking the negative trend that had prevailed since September 2012. A continuation of the turnaround in the number of Japanese outbound travelers was anticipated, but both February and March posted negative figures, leaving the undeniable impression that the overseas travel market is in a slowdown.

Meanwhile, the number of foreign travelers who visited Japan in March 2013 numbered 857,000, an increase of 26.3% year on year. The growth in March was lower than that in February but was still high, in the upper 20% range. February's strong growth of 33.1% year on year was due to the elevated travel demand which occurs

during Chinese New Year in Chinese-speaking countries and regions such as China, Taiwan, and Hong Kong. These countries and regions account for a major share of Japan's inbound market.

The number of foreign travelers who visited Japan during the three months of January through March 2013 continued to display a positive trend, reaching 2,255,100 an increase of 18.0% year on year.

Aiming to Be the Top, Most Advanced Tourism Industry in the World

—Japan Tourism Agency Releases Recommendations Based on Review Committee's Output

On April 3, the Japan Tourism Agency released "Aiming to Be the Top, Most Advanced Tourism Industry in the World - Recommendations of the Tourism Industry Policy Review Committee." This document covers the issues and policies that the travel industry must deal with for the establishment of branding, etc. It is based on the output of the Tourism Industry Policy Review Committee which convened four times starting in September 2012.

Since the Koizumi Administration's "Declaration to Establish Japan as a Tourism Nation" in 2003, genuine initiatives have been developed over the past 10 years to establish Japan as a tourism nation. However, the Japan Tourism Agency pointed out that the existing government tourism policies focused on promotion, and discussion on tourism industry policy was inadequate. The agency explained that, based on this awareness, the Review Committee held multiple discussions on strengthening the tourism industry, which is essential for making tourism a new force for economic growth.

The recommendations suggest that a new awards system be introduced to boost the motivation of those actually engaged in the tourism business. In addition, the recommendations advise review of the FY2013 information provision system for lodging facilities, review of current systems and the ideal condition of the travel industry, and study of construction of systematic safety management in the travel industry. In conjunction, introduction of a tour operator certification system is recommended. The recommendations also advocate promotion of strengthened initiatives for inbound travel and MICE, active development of Japanese travel agencies overseas, an increased international presence for the tourism industry, improved management and productivity in the lodging industry, support for IT, and installation of free Wi-Fi service in lodging facilities.

The Japan Tourism Agency plans to provide a venue for following up on specific initiatives and the progress of study related to the above recommendations, and it plans to promote their steady implementation.

| Month | Japanese Overseas Travelers | | (Unit: Persons) |
|-------------------|-----------------------------|-----------|-----------------|
| | 2012 | 2013 | Change (%) |
| 1 Jan. | 1,331,144 | 1,364,000 | 2.5 |
| 2 Feb. | 1,572,587 | 1,427,000 | -9.3 |
| 3 Mar. | 1,737,033 | 1,652,000 | -4.9 |
| 4 Apr. | 1,410,963 | | |
| 5 May. | 1,431,204 | | |
| 6 Jun. | 1,481,674 | | |
| 1~6 Jan.-Jun. | 8,964,605 | | |
| 7 Jul. | 1,598,016 | | |
| 8 Aug. | 1,964,041 | | |
| 9 Sep. | 1,622,996 | | |
| 10 Oct. | 1,470,289 | | |
| 11 Nov. | 1,434,503 | | |
| 12 Dec. | 1,436,172 | | |
| 1~3 Jan.-Mar. | 4,640,764 | 4,439,639 | -4.3 |
| 1~12 Jan.-Dec. | 18,490,622 | | |

JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION

事務局 便り

「目に(は)青葉 山ほととぎす 初がつお」の季節です。国内旅行はもちろんのこと、全世界的にも旅をするにはもってこいのシーズンを迎えます。ヨーロッパでは南欧に加えてアルプス周辺諸国や北欧の国々がしばし冬の装いをしまいこんで、人も自然もこれから始まる短い夏を謳歌します。巻頭特集は、いよいよ動き出した

「チームヨーロッパ」の、4人の部会長による座談会を企画しました。

旅行業界の主体的なDESTINATION開発のアクションとして大いに注目されます。また、今号から「旅博2013」開催に向けての動向を毎月定期的にレポートします。こちらにもぜひご注目ください。

●JATA業務予定表 5月10日(金)～6月25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)

| | |
|-------|----------------|
| 5月10日 | 理事会・常任役員会／本部 |
| 5月14日 | 研修試験委員会／中部支部 |
| 5月16日 | バリアフリー旅行部会／本部 |
| 5月17日 | 旅行業法制度研究部会／本部 |
| 5月20日 | 実務委員会／九州支部 |
| 5月21日 | JATA旅博運営会議／本部 |
| 5月22日 | 環境対策部会／本部 |
| 5月22日 | 国内旅行委員会／九州支部 |
| 5月24日 | 法制委員会／本部 |
| 5月24日 | 消費者相談委員会／九州支部 |
| 6月4日 | IT・e-TBT部会／本部 |
| 6月7日 | 幹事会／九州支部 |
| 6月12日 | 海外旅行委員会／関東支部 |
| 6月14日 | 旅行業法制度研究部会／本部 |
| 6月18日 | インバウンド委員会／関東支部 |
| 6月19日 | 定時総会／本部 |
| 6月21日 | 幹事会／関東支部 |
| 6月25日 | 国内旅行委員会／関東支部 |
| 6月26日 | 海外旅行推進委員会／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、すでに申し込み受付を締め切った研修・セミナーもあります。

| | |
|----------------|----------------------------------|
| 5月10日～ 6月9日 | 総合旅行業務取扱管理者研修(12都市31会場)／研修・試験委員会 |
| 5月15日 | ツアー登山運行ガイドライン説明会(名古屋)／国内旅行推進委員会 |
| 5月16日～ 20日 | タイ国自由視察研修旅行／海外旅行推進委員会 |
| 5月16日 | 新人若手社員研修(CIQ)／中部支部 |
| 5月20日 | アメリカ深堀セミナー(大阪)／海外旅行推進委員会 |
| 5月21日 | アメリカ深堀セミナー(名古屋)／海外旅行推進委員会 |
| 5月27日 | Team EUROPE「グルメ」セミナー／海外旅行推進委員会 |
| 5月30日～ 6月2日 | タイ国自由視察研修旅行／海外旅行推進委員会 |
| 6月11日 | 法務セミナー(大阪)／法制委員会 |
| 6月13日 | Team EUROPE「鉄道」セミナー／海外旅行推進委員会 |
| 6月13日～ 17日 | タイ国自由視察研修旅行／海外旅行推進委員会 |
| 6月13日 | 法務セミナー(東京)／法制委員会 |
| 6月20日 | Team EUROPE「冬景色」セミナー／海外旅行推進委員会 |
| 6月26日～ 27日 | ツアー登山実地研修(福島県檜枝岐村から尾瀬)／国内旅行推進委員会 |
| 6月27日～ 30日 | タイ国自由視察研修旅行／海外旅行推進委員会 |
| 6月29日 | JATAの森下草刈(秩父)／社会貢献委員会 |



Taiwan
THE HEART OF ASIA

Time for Taiwan

思い立ったが台湾吉日



台湾観光局
<http://jp.taiwan.net.tw/>

台湾観光協会

●東京事務所 〒106-0003 東京都港区西新橋1-5-8 川手ビル3階
TEL(03)3501-3591 FAX(03)3501-3596
●大阪事務所 〒530-0047 大阪市北区西天満4-14-3 住友生命御堂筋ビル6階
TEL(06)6316-7491 FAX(06)6316-7398

鹿島市 [佐賀県]

素材研究
(国内)



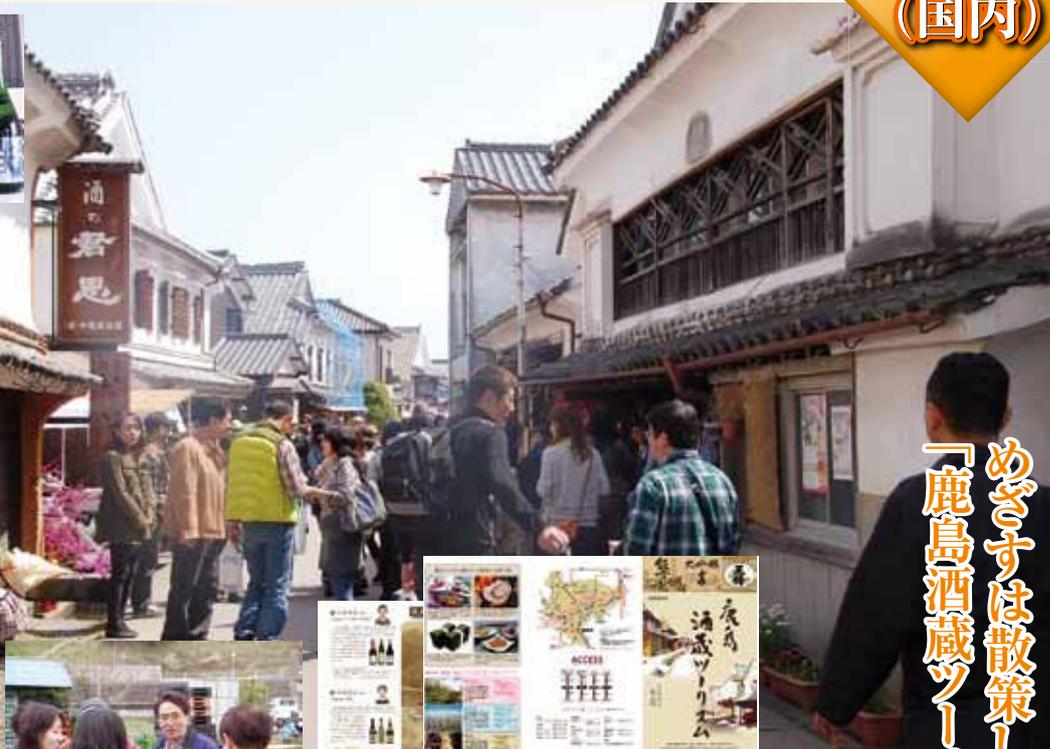
第1回「鹿島酒蔵ツーリズム」で販売された6蔵の日本酒6本セット



第2回「鹿島酒蔵ツーリズム」開会式では協議会関係者らによる鏡開きが行われた



「鹿島酒蔵ツーリズム」では6蔵各種銘柄の試飲も人気を集めた



蔵元の主人と来訪者との交流も「鹿島酒蔵ツーリズム」の大きな魅力



市内の酒蔵や地域の食・文化などを紹介するリーフレットも作成

重要伝統的建造物群保存地区に選定された鹿島市内の街並み

めざすは散策して楽しい「酒の町」 「鹿島酒蔵ツーリズム」を地域全体で推進

佐賀県鹿島市で3月30日と31日の2日間にわたり、市内の酒蔵を巡って蔵人とふれ合い、蔵人たちが造る酒を味わうと同時に、それらの酒が生まれた土地を散策しながら食文化・歴史なども楽しむイベント「鹿島酒蔵ツーリズム」が開催されました。鹿島市では2011年9月に「鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会」が設立され、市内の酒蔵を中心に地域全体で「酒・酒蔵」をテーマに地域振興の取り組みが進められています。

江戸時代に栄えた歴史感じる宿場町

鹿島市には日本三大稲荷の一つとして知られる祐徳稲荷神社があり、年間300万人近い参拝客を集めているにも関わらず、「市内の観光を楽しんだりすることもなく、そのまま帰るケースがほとんどでした」（商工観光課）といます。

豊富で美味しい多良岳山系の地下水と、地域で盛んなコメ作りによって、江戸時代から酒造りが行われてきた鹿島市は、佐賀県下でナンバーワンの酒どころであり、全国的にも類を見ない酒の町です。

2006年4月に国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された鹿島市内の「肥前浜宿」は、江戸時代に栄えた宿場町で、現在も醸造を続ける酒蔵が6戸前

(とまえ)あります。2011年9月には、世界最大規模・最高権威と評価されるワイン・コンペティションであるIWGCの日本酒部門最優秀賞である「チャンピオン・サケ」を受賞。これを契機に、「鹿島酒蔵ツーリズム」が動き始めました。

観光庁選定の再建・強化事業にも

協議会設立後は、毎月1回程度の頻度で会合を重ね、市内の酒蔵や地域の食・文化などを紹介するパンフレットの作成や6蔵による同時蔵開きなどを実現。昨年3月には、市内で別々に開催されていたイベントと協力連携して第1回「鹿島酒蔵ツーリズム」を開催して、約3万人が来訪したのに続き、2回目を迎えた今年3月にも昨年を上回る5万人を集めています。

協議会では、地域の食を絡めた仕掛けや近隣の温泉地との連携などを模索すると同時に、酒蔵ガイドの育成にも取り組んでおり、昨年9月からの講座には市外からの7人も含む20人が受講。今年3月のイベントでは、各蔵に2人ずつ配置して酒蔵ガイドを行いました。

観光庁は今年3月、「鹿島酒蔵ツーリズム」を「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業」の一つに選定しており、鹿島市としても「9月くらいにモニターツアーを実施して、通年で楽しんでもらえるような仕掛けづくりを進めたい」（商工観光課）考えです。



世界遺産・水原華城へは日帰りでも 広蔵市場もソウル観光を楽しむ好素材

世界遺産登録の水原華城。城壁が見事です



広蔵市場では伝統の民族衣装を見るのも楽しいものです(写真提供:韓国観光公社)



韓国市場の醍醐味を味わうなら広蔵市場へ(写真提供:韓国観光公社)



水原民俗村も見どころのひとつです



水原名物カルビも楽しめます

韓国の首都ソウルから電車で約1時間。世界文化遺産にも登録されている水原華城は、ウォーキングやアウトドアの愛好家にはおすすすめの日帰りコースです。李氏朝鮮王朝末期につくられた水原華城は、1796年に建てられたもので、全長5.7キロの城郭には、門や砲台、軍事指揮所、訓練所などが東西南北に整然と組み込まれています。

世界遺産登録の決め手は「工事報告書」

水原市民の憩いの場としても賑わう水原華城は1997年に世界遺産に登録された後、修理復原が進められると同時に英語表記なども整備されたことから、ハングルを読めなくても見学を楽しめます。

水原華城は世界初の計画都市と言われ、同時期に造営されたロシアのペテルブルクや米国のワシントンDCよりも、はるかに体系的で計画的に建設されています。当時としては、巨額の予算と人力が費やされ、朝鮮王朝による理論と学説、技術の結晶とも言えるべき建造物です。費用を渡して住民を移住させ、城の外郭に貯水池をつくらせて農地を造成し、完成した都市には、王室の親衛隊兵5000人が配置されました。

日本の植民地支配や朝鮮戦争でほとんどが破壊され、1979年に再建された城壁が世界文化遺産に登録されたのは異例のことです。200年ほどの歴史しか持たず、原型のまま残されているわけでもない城郭が世界遺産に登録されたのは、水原華城の工事報告書である「華城城役儀軌」が伝え継がれていたからです。これに従って土を入手し、焼いた煉瓦を積み上げて城郭を再建したのです。工事報告書に基づいて文化財が復原された事例は世界的にみても水原華城だけで、それが世界遺産登録の決め手となったのです。

韓国伝統の市場を味わうならここ

水原華城へのゲートウェイとも言えるソウル市内には、南大門市場や中部市場、京東市場などさまざまな市場があり、いつもと変わらぬ活気にあふれた日常的な光景が繰り広げられています。ソウルの市場の中でも独特の雰囲気を持つ鐘路5街に位置する広蔵市場は、まだ観光地化が進んでいない最古の在来市場として、韓国市場の醍醐味を味わえます。広蔵市場は1905年に国内初の市場として誕生、常設市場として100年以上にわたり先駆的役割を果たしてきました。

市場が休みとなる日曜日にも露天商通りが活気を見せ、食い倒れ通日も営業しています。キンパブ、スンドゥクッパ、カルグクスなど、本場の韓国料理が楽しめます。

世界の航空史に残る 感動の記録

“エアライン・オブ・ザ・イヤー”5回連続受賞

アジアナ航空は、2009年～2011年に引き続き、
2012年も“エアライン・オブ・ザ・イヤー”に選定され、
5回連続受賞の記録を世界で初めて達成致しました。
これからもすべてのお客様に、最高の安全とサービスをお約束致します。



ASIANA AIRLINES

A 5 STAR ALLIANCE MEMBER

JATA会員企業向け団体保険制度のご案内

2013年度「旅行特別補償保険」・「旅行事故対策費用保険」のご案内を5月15日より開始します

～旅行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団体保険種類 | 旅行特別補償保険 | 旅行事故対策費用保険 |
|----------------------------|--|--|
| 旅行者にみられる費用負担事例 | お客様が海外企画旅行で事故に遭遇し、2名が死亡した。 特別補償責任の規程により旅行者は5,000万円の補償金を支払う必要が生じた。 | 海外企画旅行に参加中のお客様が事故により傷害を被り、7日間の入院が必要となった。 社員を現地に派遣する等、お客様対応上数百万円単位の費用がかかった。 |
| 団体保険概要 | 旅行者が企画旅行に参加中の事故に遭われた際のケガ・携行品の損害(オプション)に対して、旅行者が旅行業約款の特別補償規程に基づいて、補償金・見舞金の支払責任を負担する場合にその損害を補償します。 | 企画旅行・手配旅行の別を問わず旅行者の旅行行程中の事故のために、旅行者が各種費用の支出を余儀なくされた場合に、その事故対応費用を補償します。 (海外用では「疾病危険等担保特約」を付帯することにより旅行行程中の病気による費用等も対象とすることができます。) 「JATA海外緊急重大事故支援システム」に加入される場合は、本保険へご加入ください。 |
| 支払われる主な保険金 (旅行参加者1名あたり) | <ul style="list-style-type: none"> ・死亡補償保険金 (海外2,500万円、国内1,500万円) ・後遺障害補償保険金 (死亡補償保険金の3%～100%) ・入院見舞費用保険金 (海外:入院日数により4万～40万) (国内:入院日数により2万～20万) ・通院見舞費用保険金 (海外:通院日数により2万～10万) (国内:通院日数により1万～5万) ・携行品損害補償保険金(オプション) (14万7,000円(免責金額(自己負担額)1事故あたり3,000円)) | <ul style="list-style-type: none"> ・事故対応費用保険金 (社員現地派遣費用・ランドオペレーター費用・通信連絡費用・緊急応対関係費用・現地捜索費用) ・救援者費用保険金 (救援者現地派遣費用・傷者・遺体移送費用・遺体処理費用) ・見舞費用保険金(弔慰金・見舞金) ・臨時費用保険金 <p>※保険金額 海外500万円・300万円・200万円、 国内150万円・100万円・50万円から選択</p> |
| 対象業務 | ・企画旅行 | <ul style="list-style-type: none"> ・企画旅行 ・手配旅行 (交通機関のみ、宿泊機関のみ等は対象外) |

*上記表は、JATA団体保険制度(旅行特別補償保険、旅行事故対策費用保険)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損害保険株式会社 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、2013年7月1日午前0時から2014年6月30日午後0時までを包括期間とするご契約の内容です。

ご加入にあたっては、必ず「重要事項説明書」をよくお読みください。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・取扱代理店 **株式会社ジャタ** TEL 03-3504-1751 E-mail mail@yu-jata.com

13-T-00589(2013年4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海外緊急重大事故支援システム

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。



<最近の対応事例>
ガム 通り魔事件

お問い合わせ **日本アイラック株式会社** TEL 03-5360-1391