

# JATA

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

じゃたこみ

2

2015年  
2月10日発行  
vol.96

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

## 東委員長にみどころを聞く セミナー軸に刷新された 「JATA経営フォーラム2015」

50 旅の交流で  
未来を拓く  
日韓国交正常化50周年

田川会長年頭会見  
2015年の市場環境を展望

ツーリズムEXPOジャパン  
「観光立国ニッポン」へ全産業や地域の力を結集

素材研究 (国内)五島市 (海外)ニューカレドニア

田川JATA会長&二階ANTA会長対談  
「地方創生」で重要性増す旅行業界の役割  
インとアウトの相乗効果で双方向交流を推進



# 「地方創生」で重要性増す旅行業界の役割 インとアウトの相乗効果で双方向交流を推進

2003年に当時の小泉内閣が「観光立国」を打ち出してから10年余。観光立国推進基本法や観光庁の創設を経て、2013年には観光立国推進閣僚会議も設置され、昨年は訪日外国人旅行者が1300万人を超えるまでになりました。「地方創生」への取り組みも本格化する中で、地域観光振興を担う旅行業界の役割も重要性を増してきています。その旅行業界にとって、2015年をどのように展望するか、JATAの田川博己会長とANTAの二階俊博会長に語り合っていました。

## 北陸新幹線の延伸開業 で新たな周遊ルートも

——まず、2015年の話題として、国内観光については、どのようなことが挙げられるでしょうか。

**田川会長** 昨年からの不安を追い風



田川会長「北陸新幹線の延伸開業で新たな周遊ルートに期待」

に訪日旅行が好調に推移する中で、国内も堅調な動きが続いていると思います。外国人旅行者が全国各地を訪れる様子は、毎日のようにテレビなどで報道され、国内旅行を後押しする効果ももたらしているようです。また、国内観光の活性化に向けて、東北の復興が

必要不可欠ですけれども、インバ

ウンドの流れが地方にも及ぶ中で、故郷を見直そうという気運も盛り上がり、新しい流れが生まれるつつあると思っています。平城遷都1300年や伊勢神宮と出雲大社の遷宮なども話題になりました

が、高野山にも女性旅行者が沢山訪れるなど、国内旅行も様変わりしてきました。3月には北陸新幹線の延伸開業が予定されていますから、日本の中央部に東海道新幹線と組み合わせた周遊ルートが出る契機となり、新たな動線が広がることも期待しています。姫路城天守閣の修復完了や高野山の開創1200年など世界遺産にも改めて注目が集まり、様々な日本の魅力が再発見されていけば、国内旅行は力強さを増してくると思います。

**二階会長** 北陸新幹線の延伸開業

によって、東京から金沢への所要時間が1時間以上も短縮されることになり、首都圏からの新たな旅行需要の喚起をはじめ、ANTA

会員企業各社の発展にもつながるよう、JATAの先進的な役割にも期待しています。高野山の開創1200年でも、4月から5月にかけて50日間にわたり御本尊の特別開帳など沢山の行事が予定されていますから、この機会に、私の地元でもある和歌山県へ多くの旅行者に訪れていただくことを期待しています。また、高野山や仏教、弘法大使という文化的な要素を観光にどう取り込んでいくかも問われることになると思います。

2015年は、東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けて準備が始まる年でもあり、地方においてもスポーツ観光が盛んになっていくことも予想されます。かつてのよう

な物見遊山の観光から、様々な要素が複雑に絡んだ新しい観光が登場する時代となり、ANTAも

JATAも知恵を絞って需要をリードしていく責任を果たすことが求められるようになってきました。地域の側も、そうした時代の変化に備えていかなければなりません。そういう新しい考え方に基

づいて行動を起こしていく元年にしたいと思っています。

**田川会長** ソチ五輪の閉会式で次の冬季五輪の開催地である韓国・平昌への引き継ぎが行われたように、来年のリオデジャネイロでも閉会式で「TOKYO」がコールされることになりました。リオデジャネイロ五輪の翌月に開催されるのがツーリズムEXPOジャパンですから、五輪の前年である今年、オールジャパンによるデモンストレーションへ向けた準備を進める必要があると考えています。日本の「おもてなし」については、ソフト面だけにとどまらず、2020年に向けてバリアフリーや優しい町づくりにも広がっていくというハード面なども含め、明確な意識を持って動いていく必要があります。

**二階会長** インバウンド市場が拡大を続ける中で、日本を訪れる外国人旅行者の安全安心をどう確保することも重要なテーマです。私が取り組んでいる国土強靱化でも、災害時における外国人の安全確保について、あらゆる角度から検討し、対策が実施されています。そのことを海外へアピールしていくことも「おもてなし」のひとつだろうと考えています。

# 田川JATA会長 & 二階ANTA会長対談



二階会長「国土強靱化計画でも災害時における外国人の安全に配慮」

## 災害に備えた安全安心の確保で信頼度向上を

**田川会長** JATAでも訪日旅行の質を高めるため、民間サイドの取り組みとして品質認証制度をスタートさせていますけれども、天変地異が起きた時に旅行者の安全を確保することも、大事な品質の一つです。東日本大震災の時に、多くの外国人が日本人に助けられたことを海外のメディアは報道していますが、日本ではあまり知られていないので、全国のすみずみに伝えていく必要があると思います。

**二階会長** 来たるべき災害への備えをどうするかは、子どもたちに

も伝えていかなければならない重要なテーマですが、何よりも大切なのが日頃からの訓練だと考えています。旅行業界団体としてのJATAとANTAが、そうした訓練も含めて災害への備えを万全にしていけることができれば、業界への信頼度も高まってくるはずだと思います。

——「海の日」の固定化に向けた動きも出ているハッピーマンデー（祝日三連休）制度について、ご意見をお聞かせください。

**田川会長** 旅行業界としては、三連休の経済効果も大きく、固定化するよりも、「海の日」三連休というより、「海の日」三連休というより、ハッピーマンデー制度で

実現された三連休はしっかりと維持していきたいと考えています。

**二階会長** せっかく定着しようとしているハッピーマンデーは、単に実現できたわけではありません。その経過や意義も振り返りながら、一つ一つを大事にしていかなければならないと考えています。その推進も容易ではないかもしれませんが、せっかく実現できたハッピーマンデーを簡単に潰してしまってはなりません。

——さきほど、二階会長から御指摘のあった新しい観光の掘り起こしという点について、お聞かせください。

**田川会長** 観光の裾野は広く、ショッピングやスポーツなどの新しい観光のテーマも出てきていますが、まだまだ、掘り起こしきれないのが実状です。地域観光振興の取り組みも進んでいるものの、地域の観光資源が磨ききれないという現実もあります。地域の宝をもう一度見つめ直すことも必要です。地産地消の動きに加えて、全国各地の工芸品などについても、旅行者にもっと知ってもらえるように、地域産品を一堂に集めて周知を図るような取り組みも行うべきです。

——安倍内閣が掲げる「地方創生」における地域観光振興については、どのようにお考えになりますか。

**二階会長** 「観光立国」の取り組みが本格的に進められるようになって10年余が経過し、観光のことを言わない首長や議員はいないほどになりました。しかし、具体的にどういうことをやって「観光立国」を推し進めていくのか、次のステップへの道筋が描き切れていないのが実状ですから、地方創生と組み合わせることが大事だと思います。観光庁が中心になって、国内各地での観光振興の取り組みへ旗振り役を務めてきて、その歩み自体はスタートを切っており、かつてと比べたら素晴らしい展開になってきていますけれども、まだ、緒に就いたばかりにすぎません。ANTAとしても、地方創生に連なる観光振興にしっかりと焦点を当てて、対応していきたいと考えています。

**田川会長** 観光資源の宝は、地域に眠っています。東京の下町なども、そうした地域の一つであり、地方創生は東京でも進めなければならぬと考えています。国内旅行の活性化に向けては、日本の中にあるノウハウだけでなく、旅行業界が渡航自由化以来50年にわ

たって培ってきた海外のデザインেশョン開発の経験を活かして、地方と一緒に取り組んでいきたいと思っています。国内においても、レジャー需要だけにとどまらず、MICE需要の掘り起こしを進めていくべきだろうと思います。日本ほど地方都市の宿泊施設や交通網が充実している国はありません。ただ、特に、MICE市場の開発に当たっては、Wifi環境の確保が重要な要素となります。MICEの会場を決定する際に、Wifi環境が確保できない場所は選ばれないからです。東北では6県の全てが「観光の力」を重視していく方針を打ち出しており、ひとつの地域だけにとどまらず、広域での観光振興についても時間をかけて取り組んでいかなければなりませんから、長期的な視点も求められます。政府が進める地方創生についても、ぜひ、長期的な施策として継続していただきたいと思っています。

## 「最大の平和産業」として観光交流の拡大へ

**二階会長** 阪神淡路大震災後の20年間について話を聞いていると、東北と同様に今なお復興を果たせていません。こうした巨大な自然



# 田川JATA会長 & 二階ANTA会長対談

災害でも、被害を最小限に食い止めるために、国はどうすべきか、災害対策を突き詰めていかなければならないと考えています。

**田川会長** 実際に全国各地へ足を運んでみると、地域の住民レベルまで「地方創生」が下りていないことを実感します。「地方創生」

のような政策こそ、住民運動にして進めていかなければならないのではないのでしょうか。

**二階会長** 地域創生を進めるに当たっては、国民参加をお願いして

立派なものにしていかなければなりません。地域創生の中の災害対策という話もさせていただく

と、11月5日の「津波防災の日」は、訓練を重ねるような仕組みにしていかなければ意味がないと考えて、議員立法によって法律を作らせてもらったものです。

**田川会長** JATAも7月1日を「旅の安全の日」と定めて、インバウンドへの対応も含め大手から中小まで会員企業各社が真剣に訓練にも取り組んでいます。これからは、各企業ともBCP（事業継続計画）のプランがないと、社会的に会社として認めてもらえない時代になると思います。外国の会社からは、当たり前のようにBCPのプランを聞かれますが、



二階会長「地方創生は国民参加で立派なものに」

きちんと説明できないと、まともな会社じゃないと思われるほどです。自然災害が多い日本こそ、世界でも先頭を行かなければならないと考えています。

——中国や韓国も含めたツーウェイツーリズムの展開について、どのようにお考えになりますか。

**二階会長** 2月に韓国へ1000人規模の訪問団に行っていたのですが、その韓国にも日本とゆかりの深い地域があることは、あまり知られていません。豊臣秀吉

の時代に、朝鮮出兵で和歌山のあの地域から雑賀衆と呼ばれる鉄砲の技術に秀でた集団が半島へ渡りましたが、「この戦いに義はな

す。かつてその末裔の政治家が韓国で法務大臣に就任し、現在の朴大統領の選挙戦でも責任者を務められたと聞いています。日本と韓国は大変に近しい国ですから、言おうと思えば、お互いの悪口などいくらでも言えるかもしれませんが、でも、それは、まったく生産的ではありません。例えば、雑賀

衆のような歴史を思い起こしてみたり、現在の日韓交流の中でのお互いに心温まるような事例を語り合っていけば、素晴らしい関係を構築できるはずですよ。JATAも

ANTAも旅行業界の団体として、そうした関係の構築へ向け一

緒になって取り組んでいくべきだと考えています。今年5月には、中国への訪問団派遣も予定されて

おり、その後は、NHK交響楽団の北京公演計画も動き出しました。両国の関係が難しい時期だからこそ、観光・文化を中心とした民間の交流が、さらに強い絆を結ぶチャンスに繋がると捉えて、前進していきたいと思っています。

関係築いていく元年にしていければと思います。特に、日本と韓国の間では、国交が正常化されてから50年という節目を迎えることから、JATAでは昨年12月に1000人規模のメガファムツアーを実施して、韓国側がキ

ワードとしている「地方」へ分散して現地の視察を行いました。韓国の国内各地におけるイベントの

開催も、日韓国交正常化50年という節目の年に通年で韓国へのツアーを動かせるよう、日本の旅行市場で積極的に働きかけてい

きたいと考えています。中国では、3月にJATAの役員

会を現地で開催し、中国側の関係者とも中国方面への需要の活性化に向けて突っ込んだ議論を行い、市場の拡大に向けた一つの節目にしていくつもりです。さらに、中国の皆さんに訪日旅行をPRするようなツアー、例えば、北京や上



田川会長「ANTAとJATAの協力で双方向交流を拡大」

海などで日本の地方をアピールするような形も検討して、日中間におけるツーウェイツーリズムの拡大を意識した日本人旅行者の送り出し方も検討していきたいと考えています。ANTAとJATAで協力して、アウトバウンドとインバウンドの相乗効果により、双方向交流のパイプを太いものにしていかなければなりません。

**二階会長** 旅行産業は「最大の平和産業」です。平和でなければ、観光交流は止まってしまいますし、平和を進めるためにも、観光交流は極めて重要です。「観光立

国」を喧伝してきた以上、私達には責任があります。「予算が必要

だ」という声も聞こえてきますけれども、予算が全てではありません。予算だけでなく、やはり、何よりも熱意が必要だと思います

し、皆が立ち上がらなければならぬ。元年にもしていきたい。機会のあるたびに、繰り返し、呼びかけていこうと考えています。

※この記事は、観光経済新聞社が企画した座談会を、本誌が独自に構成したものです（写真提供…観光経済新聞社）



## JATA&ANTA会長対談

「地方創生」で重要性増す旅行業界の役割  
インとアウトの相乗効果で双方向交流を推進 ..... 1~3

## 東委員長にインタビュー

旅行業が輝く未来へ~これからの旅行業経営を考える  
セミナー軸に刷新された「JATA経営フォーラム2015」..... 5~6  
「JATA経営フォーラム2015」概要 ..... 6

### ●委員会報告

田川会長年頭会見  
「2015年をターニングポイントに本格的に海外旅行需要を創る」.....7  
「海外実地研修」を12月に韓国で実施 .....8

## ツーリズムEXPOジャパン

旅の総合イベントとしてさらにパワーアップ  
「観光立国ニッポン」へ全産業や地域の力を結集 ..... 9

## マドリード通信 第2回

野生ウォッチングツアーが秘める可能性 ..... 10

### ●読み物&マーケティング

・添乗員のための旅行医学VOL76. 起こりがちな症状へのファーストエイド ..... 11  
・連載・マーケットデータ深読み 宿泊需要減速の要因を探る ..... 12  
・ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑧ 今回のテーマ:置き忘れた荷物の取り扱いについて ..... 13  
・法務の窓口 第28回 その募集、旅行業では? ..... 14

### ●Travel Industry Monthly Report

“Leaders' Discussion/JATA×ANTA”  
The Increasing Importance of the Travel Industry's Role  
in “Regional Revitalization” ..... 18  
2015 to Be a Turning Point  
Toward the Age of Earnest Overseas Travel Demand Creation ..... 17  
Outbound Japanese Travelers Down 3.3% in 2014, to 16.9 Million  
Exchange Population Including Inbound Travelers Reaches 30 Million ..... 17  
An Even More Powered-up Comprehensive Travel Event  
JATA Tourism Expo Japan Continues from Last Year ..... 16

### ●要人往来

..... 15

### ●素材研究

(国内) 五島市(長崎県) 来年の世界遺産登録を見据え新機軸も ..... 20  
(海外) ニュージーランド 研修・MICEでも注目高まるニュージーランド ..... 21

### ●事務局だより

..... 19

### 表紙写真

対談を終えがっつりと握手を交わす田川博己JATA会長と二階俊博ANTA会長



日韓国交正常化50周年

日韓国交正常化50周年ロゴ  
キャンペーンロゴのダウンロードは下記へ  
JATAでは日韓国交正常化50周年を記念して、キャンペーンロゴとキャッチフレーズを作成しました。パンフレットへの掲載等、ぜひご活用ください  
ロゴのダウンロードは下記URLから。  
[http://www.jata-net.or.jp/membership/info-overseas/1412\\_nikkan50th.html](http://www.jata-net.or.jp/membership/info-overseas/1412_nikkan50th.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/>

コンビニ決済も、



カード決済も、

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

にお任せ下さい!

来店はもちろん、電話でも、インターネットでも決済できます!



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

# 旅行業が輝く未来へくこれからの旅行業経営を考える

## セミナー軸に刷新された「JATA経営フォーラム2015」

「JATA経営フォーラム2015」が2月18日、東京六本木の六本木アカデミーヒルズ49で開催されます。今年の「JATA経営フォーラム」は、従来のパネルディスカッション方式からセミナー方式に改め、参加者が経営施策を考える上で示唆を得られるようなプログラムとなっています。その狙いや旅行業の経営課題についての認識などを、旅行業経営委員会の東良和委員長に聞きました。

フォーラムから内容が大きく刷新される形となった今年の「JATA経営フォーラム2015」について、ご説明いただけますか。

**東委員長** 今回は、昨年までのパネルディスカッションによる分科会方式から、各分野の専門家が講師を務めるセミナー方式に装いを改め、経営者や管理職、そして幹部候補生の皆さんにしっかりと勉強してもらう方向に舵を切りました。昨年までのようなパネルディスカッション方式も、様々な分野の専門家と同時に、それぞれの立場や見識に基づき特定のテーマについて一言を述べていらつしやる業界人にも登場いただき、独自の見解や意見を聞かせていただくことができ、大変に興味深いものだったと思います。ただ、旅行業を取り巻く内外の環境が大きく変化する中で、様々な分野にわたって経営課題が山積しており、問題提起型の議論では消化不良に終わっていた部分があったことも否めません。ま

た、昨年から「JATA旅博」と日本観光振興協会の「旅フェア日本」が二本化されてスタートしたツーリズムEXPOジャパンでは、世界中から素晴らしい登壇者が集まってパネルディスカッションを行う国際観光フォーラムも開催され、国内外の旅行業やツーリズム産業をめぐる動きを視野に入れた奥の深い議論が繰り返り広げられています。今回の経営フォーラムにおける内容の刷新には、その国際観光フォーラムとの棲み分けという考え方もありました。旅行業経営委員会での一致した意見として、あくまでも旅行業の経営に資するフォーラムにしようという結論にいたつたわけです。

副座長を務めることになりました。旅行業経営委員会のレポートラインに、この経営研究会が位置する形で。経営研究会では、旅行業経営委員会からのレポートも踏まえて、経営課題全般の整理や方向性を検討していきます。旅行業団体としてのJATAが出来ることとして、官公庁・関係団体に向けた制度改革の発信と機関誌やセミナーの開催などを通じて情報提供がありますが、旅行業経営委員会では、既存の部会や研究会など3つの部会で、施策やアクションプランの策定と執行などを担うことになりました。

3つの部会と研究会について、ご説明いただけますか。

**東委員長** 財務・税務に関わる事柄全般の調査研究や意見具申を行う財務・税務部会、女性活用に向けたアクションプランの策定と執行を担うダイバーシティ推進部会、ネットビジネスや航空券・宿泊などの流通における課題の抽出や整理を行うネットビジネス研究会、の3つとなります。これまでの人材部会とグローバルビジネス研究会は廃止して、人

材部会が取り組んできた内容は今後、事務局中心で進める一方、グローバルビジネス研究会の取り組みは、マネジメントセミナーなどで対応していくこととなります。

### 喫緊の課題として重要な「人材確保」

旅行業経営委員会の委員長の立場から、現状における旅行業の経営課題として、特に意識されているテーマは何でしょうか。

**東委員長** さきほども申し上げたように、旅行業には様々な分野にわたつて経営課題が山積しているわけですが、特に、喫緊の課題として取り組まなければならないテーマに、「人材確保」ということがあるかと思えます。少子高齢化に伴う若年人口の減少による人材確保難が一般化してきており、特に、営業職については、応募が少なく企業で奪い合いをしているのが実状です。また、人材確保について、旅行業固有の課題としては、(1)圧倒的に女子学生の応募が多く、優秀な男子学生の応募が少ない、(2)旅行業を志望する学生と採用側企業のニーズとのミスマッチ、(3)業界の将来性についての不安などがあります。こうした課題については、観光庁や文部科学省、大学当局なども交えてカリキュラム・シラ

## 旅行業の経営に資するセミナー形式で

—— 昨年までのJATA経営



東良和委員長

た、昨年から「JATA旅博」と日本観光振興協会の「旅フェア日本」が二本化されてスタートしたツーリズムEXPOジャパンでは、世界中から素晴らしい登壇者が集まってパネルディスカッションを行う国際観光フォーラムも開催され、国内外の旅行業やツーリズム産業をめぐる動きを視野に入れた奥の深い議論が繰り返り広げられています。今回の経営フォーラムにおける内容の刷新には、その国際観光フォーラムとの棲み分けという考え方もありました。旅行業経営委員会での一致した意見として、あくまでも旅行業の経営に資するフォーラムにしようという結論にいたつたわけです。

### 旅行業経営委員会も新たな組織体制に

旅行業経営委員会自体も、新しいスキームによる運営方式に変わったと聞かれています。

**東委員長** 旅行業における経営課題の検討・解決に向けた組織体制として、田川博己JATA会長を座長とする経営研究会があり、私が

副座長を務めることになりました。旅行業経営委員会のレポートラインに、この経営研究会が位置する形で。経営研究会では、旅行業経営委員会からのレポートも踏まえて、経営課題全般の整理や方向性を検討していきます。旅行業団体としてのJATAが出来ることとして、官公庁・関係団体に向けた制度改革の発信と機関誌やセミナーの開催などを通じて情報提供がありますが、旅行業経営委員会では、既存の部会や研究会など3つの部会で、施策やアクションプランの策定と執行などを担うことになりました。

3つの部会と研究会について、ご説明いただけますか。

材部会が取り組んできた内容は今後、事務局中心で進める一方、グローバルビジネス研究会の取り組みは、マネジメントセミナーなどで対応していくこととなります。

# 経営フォーラムの見どころを 東委員長にインタビュー

「JATA 経営フォーラム 2015」での新たな試みなどがあるれば、お聞かせください。

**東委員長** 経営セミナーA「女性の活躍推進が日本経済を救う？」で講師をお願いする日本経済新聞社の阿部奈美編集委員は、記者として旅行業界を担当し、その後、日経「女性」面編集者として数々の「企業における女性の活用」について人事担当役員や女性社員なども取材されており、旅行業界における女

性の抜本的見直しなどを議論していく必要があるのではないかと考えています。また、旅行業各社による一定のスキルを持った外国人労働者の雇用促進を働きかけると同時に、その実現へ向けた業界内環境の整備なども課題になってくると思います。さらに、私自身も地元で沖縄県観光教育研究会の会長をやらせてもらっていますが、「旅行」運動の推進も将来に向けて重要な取り組みです。小学校高学年あるいは中学生の時期に「旅の力」を理解し、ツーリズム産業に従事することを目指してもらえそうな啓発活動を、修学旅行実施校などを中心に業界として展開していかなければなりません。

## 全て学べる貴重な機会に 奮って参加を

性の活躍について独自の視点から講演していただけるものと期待しています。今回の「JATA 経営フォーラム」では、ダイバーシティ、人材、グローバルマーケティングなど、いわゆるセミナー形式に馴染みやすいテーマを中心にプログラムを組む形になっていますが、それらだけにとどまらず、労務管理の厳格化などに対応した労務戦略の見直しや、クラウド・ビッグデータ・モバイルなど情報システムへの対応なども重要な課題ですが、こうしたテーマについては、専門知識も習得できる実務研修などを積極的に開催していきたいと考えています。「JATA 経営フォーラム 2015」では、経営セミナーを軸に、経済同友会の長谷川閑史代表幹事による基調講演や宇宙飛行士の山崎直子さんによる特別講演も予定されており、「ナレッジ」「ノウハウ」「夢」の全てを学べる貴重な機会となりますから、JATA 会員各社の皆様には、奮ってご参加いただきますようお願いいたします。

## 「JATA 経営フォーラム2015」概要

- ◎**総合テーマ**＝旅行業が輝く未来へ-これからの旅行業経営を考える-
- ◎**期日**＝2015年2月18日(水)
- ◎**場所**＝六本木アカデミーヒルズ49(六本木ヒルズ森タワー49階)東京都港区六本木6-10-1
- ◎**参加対象**＝旅行業者または旅行業関連団体等の役員及び経営に携わる方、または管理職の方
- ◎**スケジュール**
  - 12:30-13:00 参加者受付
  - 13:00-13:20 主催者挨拶、来賓挨拶
  - 13:20-14:20 基調講演「持続的経済成長に向けた日本の課題」  
経済同友会代表幹事 長谷川 閑史 氏  
(武田薬品工業 代表取締役取締役会長)
  - 14:40-16:20 経営セミナー  
(個別経営課題セミナー)
- セミナーA**＝「女性の活躍推進が日本経済を救う？」日本経済新聞社 編集委員・前「女性」面編集長 阿部 奈美 氏
- セミナーB**＝「なぜあの企業は採用に成功しているのか？採れる企業の法則とは？」人材コンサルタント 常見陽平氏
- セミナーC**＝「無印の海外戦略について(仮題)」良品計画 専務取締役(兼)執行役員 海外事業部長 松崎曉氏
- セミナーD**「-未定-」ユー・エス・ジェイ CMO・執行役員・本部長 森岡毅氏

- セミナーE**＝「イノベーションを生み出す組織作り(仮題)」グロービス グロービス・コーポレート・エデュケーション マネジング・ディレクター 井上陽介氏  
16:20-17:00  
コーヒーブレイク  
17:00-18:00



長谷川 閑史 氏

- 特別講演「宇宙、人、夢をつなぐ」  
宇宙飛行士 山崎直子氏
- ◎**参加費**(おひとり・税込)＝JATA正会員5000円/JATA協力会員・国内賛助会員6000円/会員外7000円



阿部 奈美 氏

- ※お申し込み完了後、ご登録いただいたメールアドレス宛に参加証をお送りいたします。参加費のお支払いは、参加証に記載の銀行口座へのお振り込みとなります
- ◎**参加申込**＝下記URLからお申し込みください  
<https://qooker.jp/Q/ja/20150218/forum2015/>
- ※満員になり次第、締め切らせていただくことがございますので、お申込みはお早めをお願いいたします
- ◎**参加申し込み後の取り消しについて**＝お振り込みいただいた参加費のご返金はいたしません。代理の方のご参加でも結構ですので、その旨ご連絡をお願い申し上げます。
- ◎**本件についてのご照会**＝一般社団法人日本旅行業協会 総務部(担当 木村、長田)TEL:03-3592-1271 / E-mail:kikaku@jata-net.or.jp



# 「2015年をターニングポイントに 本格的に海外旅行需要を創る」



田川博己会長

迷が続く一方、イスラム国やエボラ出血熱など世界的な不安定要因も加わり、海外旅行にとっては必ずしも好材料ばかりではありませんでしたが、取り扱ひ額では一定の結果を出すことができました。

インバウンドは12月後半に訪日旅行者数が1300万人を突破し、市場規模が2年間で500万人も増加する勢いを示しており、ビザ緩和の効果が大きいことを改めて実感しています。

国内旅行に目を転じると、訪日旅行と同様に順調な動きを見せており、東日本大震災から4年を経て、日本人の旅行に対する考え方が変化すると同時に、旅行がライフスタイルにしっかりと定着してきました。

## 大規模な「双方向交流時代」が本格化

昨年暮れの総選挙で与党側が圧勝したことを受けて、2015年は日本経済も活性化が加速し、旅行市場においてもアウトバウンドとインバウンドを合わせて3000万人を超える大規模な双方向交流の時代が本格化すると思えます。

海外旅行は、厳しい状況が続く中国と韓国について、問題をつづつ解決していく必要はあるものの、事態の改善に向けて明るい兆しも見えてきており、年間旅行者数

2000万人へ安定的な推移も期待される状況となりました。旅行業界としても、改めて、海外旅行市場にしっかりと光を当てていかなければなりません。

JATAとしては、本部と支部・地区との連携を強化しながら、それぞれの役割をしっかりと果たし、本格的に海外旅行の需要を創っていく時代に向けて、重要なターニングポイントの年にしたいと思います。

また、需要喚起と併せて、政策提言もしっかりとやっていきたいと思います。海外旅行2000万人に向けて、政策提言ができるのはJATAしかないという自負もありますので、海外へ旅行することの意味などもアピールして、ツーリズムの促進を図りつつ、海外旅行需要の拡大も実現していきたいと考えています。

国内旅行では、今春に実現する北陸新幹線の延伸開業により、東海道新幹線と組み合わせた周遊パターンも可能となり、旅行ルートの開発にとっては非常に大きな効果が見込めそうです。日本経済全体としても、3兆円規模の補正予算が決まり、政府による「地方創生」に向けた様々な取り組みが進められることから、国内旅行の追い風が強まるだろうと期待しています。

## 高まるツーリズムEXPOジャパンの重要性

海外旅行市場の活性化に向けて、昨年12月に実施したメガファムツアーも踏まえ、ソウルを中心とする韓国ツアーに新た

な局面を開いていくとともに、日韓国交正常化50周年における取り組みについても、施策の具体化を急がなければなりません。中国市場では、昨年のCITMで中国側とも様々な検討を重ねてきており、日中首脳会談の実現も受けて、民間から関係改善の機運も高まっています。今年3月には、JATAの役員会を中国で開き、さらに具体的な意見交換を行っていくつもりです。

順調に拡大を続ける訪日旅行市場でも、質の問題は大きなテーマとして残されており、JATAによる品質認証制度を世界に向けてきちんと発信し、訪日旅行のクオリティ向上に向けて着実に取り組みを進めていかなければなりません。

国内旅行については、東北の復興が実現されなければ、その再生もできないと考えており、ツーリズム産業としてどう取り組んでいくべきかについて、継続して議論を積み重ねていこうと思えます。

グローバル化が進む中で、JATAの役割も重要性を増してきており、UNWTOやWTCなどの国際的な組織とも連携を強化して、世界における日本のプレゼンスを示さなければなりません。それを具現化するのが「ツーリズムEXPOジャパン」です。経済界でも、観光立国から観光大国へという流れが共通認識となり、全産業の総力を結集する場として「ツーリズムEXPOジャパン」の開催意義を高めていく必要があると考えています。

## 逆風の2014年も一定の結果

2014年は、円安傾向と中国・韓国という2つの大きなデステイネーションでの低

JATAの田川博己会長は1月8日、今年の年頭会見で海外旅行市場を巡る環境が厳しさを増した2014年について「一定の結果を出すことができた」と振り返ると同時に、2015年については海外旅行需要を創出する時代に向けて「重要なターニングポイントの年となる」という認識を示し、政策提言なども行っていく考えを表明しました。また、グローバル化が進む中でのJATAの役割として、ツーリズムEXPOジャパンの開催意義を高める必要性を強調しています。

## 北海道支部

1月7日 札幌エアラインズ・アソシエーション、日本ホテル協会北海道支部、全国旅行業協会北海道支部、旅行業8協定旅館ホテル連絡会、北海道観光振興機構と「観光業界新年交礼会」を合同開催。JATA関係者88人など422人が参加。北海道運輸局の渡邊良局長や札幌観光協会の星野尚文会長らが来賓として挨拶。

1月7日 第4回幹事会を開催。

## 東北支部

1月8日 第7回東北支部幹事会を開催。

1月8日 JATA 2015新春交賀会を開催。227人が参加。東北運輸局の永松健次局長、東北観光推進機構の高橋宏明会長などが来賓として挨拶。

1月15日 第2回総務委員会を開催。

2月9日 JATA会員が仙台空港利用促進協議会の主催による「ソラ旅ガールズフェスタ」(ホテルメトロポリタン仙台)に4ブースを出展。



東北支部の新春交賀会での鏡開き

## 関東支部

1月14日 埼玉県地区委員会賀詞交歓会を開催。

1月14日 千葉県地区委員会賀詞交歓会を開催し、79人が参加。千葉県の森田健作知事、国土交通省関東運輸局企画観光部の鈴木史郎部長などが来賓として挨拶。

1月23日 神奈川県地区委員会賀詞交歓会を開催。



神奈川県地区委員会賀詞交歓会で挨拶する黒岩祐治知事

## 中部支部

1月7日 福井地区賀詞交歓会を開催。163人が参加。福井県の西川一誠知事らが来賓として挨拶。

1月9日 石川地区賀詞交歓会を開催。230人が参加。石川県の谷本正憲知事などが来賓として挨拶。

1月14日 静岡地区賀詞交歓会を開催。161人が参加。静岡県の難波喬司副知事などが来賓として挨拶。

1月15日 愛知・岐阜・三重地区合同賀詞交歓会を開催。450人が参加。国土交通省中部運輸局の野俣光孝局長、中部経済連合会の三田敏雄会長などが来賓として挨拶。

1月15日 富山地区賀詞交歓会を開催。216人が参加。富山県の石井隆一知事などが来賓として挨拶。

1月23日 空港委員会を開催。

## 関西支部

1月6日 関西支部年賀会を開催。418人が参加。近畿運輸局の土屋知省局長、新関西国際空港の福島伸一代表取締役会長などが来賓として挨拶。

1月7日 兵庫地区委員会新年互礼会を開催。158人が参加。神戸市の岡口憲義副市長などが来賓として挨拶。

1月9日 京都・滋賀地区委員会新春年賀交歓会を開催。131人が参加。

## 中四国支部

1月14日 山口地区賀詞交歓会を開催。

1月16日 第3回JATA中四国支部幹事会を開催。

1月16日 JATA中四国支部賀詞交歓会を開催。146人が参加。

1月16日 「広島空旅! 2015」のワークショップ(商談会)にJATA中四国支部会員66人が参加。

1月17日、18日 「広島空旅!

2015」に25社が出展。2日間での来場者数は約1万2000人。

1月19日 愛媛地区賀詞交歓会を開催。

1月21日 岡山地区新春親睦会を開催。

1月21日 第1回国内旅行委員会を開催。

## 九州支部

1月7日 JATA九州支部新年賀詞交歓会を開催。484人が参加。九州運輸局の竹田浩三局長などが来賓として挨拶。

1月7日 国内旅行委員会を開催。

## 沖縄支部

1月20日 幹事会を開催。

1月20日 JATA沖縄支部/ANTTA沖縄県支部合同新年会を開催。JATA会員29人とANTTA会員41人の合計70人が参加。

## 「海外実地研修」を12月に韓国で実施

JATA研修・試験部は12月12日から3泊4日の日程で、2014年度総合旅程管理「海外実地研修」を韓国で実施。東京・大阪・福岡発の3コースで行われた研修には、総合旅程管理研修を修了した受講者と受講予定者14人が参加し、添乗実務を経験しています。参加者からは、「高速列車(KTC)で列車移動時の注意点を勉強できた」「プロの添乗員による実体験が参考になった」などの感想が寄せられました。



## 旅の総合イベントとしてさらにパワーアップ

# 「観光立国ニッポン」へ全産業や地域の力を結集

昨年に続いて今年も、「ツーリズム EXPO ジャパン」は9月24日から27日までの4日間にわたり、東京ビッグサイトで開催されます。統合して初めて開かれた「ツーリズムEXPOジャパン」には15万人7589人が来場し、文字通り、世界最大級の旅の祭典として大きな成功を収めました。BitobとBitocの両面で旅行業界の持つ力と可能性を示した「ツーリズムEXPOジャパン」は、国内外に「観光立国ニッポン」をアピールすると同時に、観光産業のみならず全産業や地域の力を結集し、さらにパワーアップした旅の総合イベントとして進化を遂げます。



15万人を超える来場者で賑わった「ツーリズム EXPO ジャパン 2014」の会場

### バイヤー・セラーとも手応えに満足

「ツーリズムEXPOジャパン2014」は、JATAと日本観光振興協会のイベントが一本化されただけでなく、観光庁と日本政府観光局(JNTO)の主催による「VISIT JAPAN Travel Mart (VJTM) 2014」と「VISIT JAPAN MICEMart (VJMM) 2014」も同時開催され、国内旅行・海外旅行・訪日旅行の商談会を一堂に集めて、本格的な三位一体の展開も実現しました。

国内外のサプライヤーと日本の旅行会社による「アウトバウンド商談会」と「国内商談会」には、268社403人のアウトバウンドセラーと146社186人のアウトバウンドバイヤー、87社135人の国内旅行セラーと42社67人の国内旅行バイヤーが参加しています。

参加者アンケートでは、「多くの見込みある商談ができた」「ポテンシャルあるバイヤーと出会えた」「アウトバウンドセラー」、「好感触を得られ、これからの方向性がつかめた」「日頃のPR不足を実感できた」「国内旅行セラー」、「年に1回だからこそ、業界と触れ合う機会是非常に良い」「全くの新規デステイネーションから、情報収集

という貴重な機会を得た」「アウトバウンドバイヤー」、「商品造成をする上で参考になり、視野が広がった」「現地の旬な情報が手に入った」「国内旅行バイヤー」など、それぞれの手応えに満足する声が寄せられました。

### 来場者の目的は3割以上が情報収集

また、業界来場者へのアンケートによると、来場目的では、「海外の一般的な旅行情報を収集するため」(38.9%)と「個人型旅行情報を収集するため」(35.7%)という回答が3割を超えたほか、「将来に向けた販売ネットワークの構築」(11.9%)、「海外旅行商品造成の企画案を収集するため」(11.1%)、「自社PR活動の二環」(11.1%)も1割以上を占めています。来場して良かった点としては、「知見が広がった」(55.6%)が半数以上に達し、「欲しかった情報が入手できた」(38.9%)、「新しいビジネスモデルのヒントが得られた」(12.7%)、などが続きました。

旅行業界関係者からは、「業界日の遅い時間でもイベントがあり、時間に余裕をもつて見られた」「グルメなどで観光都市の紹介を行っているところもあり、その地域の文化に触れることができ

参考になった」といった感想が聞かれたほか、「各ブースともフェイストゥフェイスでの売り込みで親近感が持ててよかった」「自治体・地域団体関係者」「インバウンドに対する熱気が感じられた」「マーケティング関係者」といった評価の声も寄せられています。

旅行に精通した業界のプロフェッショナルが一堂に会する場で販路拡大を図ると同時に、最新情報の収集やネットワーク作りなどに向け、奮ってご出展ください。



参加者らが熱心に情報交換などを行った商談会

## 「ツーリズムEXPOジャパン2015」開催概要

- ◎名称：ツーリズムEXPOジャパン2015  
JATA Tourism EXPO Japan 2015
  - ◎会期：2015年9月24日(木)～9月27日(日)
  - ◎主なプログラム：国際観光フォーラム／展示会／商談会／顕彰事業／公式行事
  - ◎場所：東京ビッグサイト(東展示棟・会議棟) 都内ユニークベニユー
  - ◎主催者：公益社団法人 日本観光振興協会  
一般社団法人 日本旅行業協会
- ※2月27日(金)までに出展をお申し込みの場合、早期割引8%が適用されます。申し込み・問い合わせは、ツーリズムEXPOジャパン推進室(TEL:03-5510-2004/FAX:03-5510-2012/E-mail:event@t-expo.jp)へ。





# マドリッド通信

## 第2回 野生ウォッチングツアーが秘める可能性

世界のツーリズム分野では、今、何が課題になっているのでしょうか。アジアについては、身近に感じることもできますけれども、他地域の課題は、必ずしも、皮膚感覚として理解できるものではなく、日本人の私にとって、非常に興味深いものです。

特に、日本からの距離が離れているアフリカ地区は、地中海を挟んでアフリカに接するスペインに住むようになった私にとって、遠くで身近な地域の二つになりつつあると感じ始めています。

現在、アフリカ地域で取り組みが進められている課題は、3つあります。

1つ目は、昨年から世界を揺るがしているエボラ熱の影響を、最小限かつ限定的に囲い込んでいくこと。2つ目は、彼らの、いや、地球に住む我々の貴重な財産である野生動物の密猟に関連した様々な問題への対処です。3つ目は、アフリカ地域の持続的発展に向けたツーリズムへの取り組みです。

スペインの首都マドリッドでは、毎年1月末から2月上旬にかけて、スペイン最大で欧州の3大旅行博の二つに数えられる国際観光見本市「FITUR (Feria Internacional de Turismo)」が開催されます。アフリカに近しいスペインだけに、この「FITUR」では、アフリカ地域でのツーリズム分野における

投資を促す商談会、INVESTURも開かれるようになっており、今年で2年目を迎えました。ツーリズム分野において、どのような形でアフリカ地域の生活水準向上に日本が貢献できるのかについても、考えていきたいと感じているところです。

また、アフリカの外貨を獲得する大きな柱である「Wildlife Watching Tourism」(野生動物ウォッチングツアー)のリサーチも、非常に興味深いテーマです。

野生動物の密猟や違法な捕獲、そして売買なども横行している実態に対抗すべく、国際団体との連携を通じて反対キャンペーンを進めながら、その土地で暮らす野生動物などの自然の姿を撮影したり、負荷のない範囲で触れ合ったりする事例を収集。今後、UNWTOに加盟するメンバー国などとも共有していく予定です。

ここで想起されるのが、世界には、私たちが日本人が「旅行」として括っていない分野もまだまだ沢山あり、既に大きな問題を引き起こしているケースもあるということですね。日本では現在、「Snow Monkey」の呼称で有名になったニホンザルや、ラムサール条約の舞台となった銅路の丹頂鶴など、冬の「Wildlife」が人気を集め、旅行ニーズも高まっています。

国連世界観光機関(UNWTO) 本部アジア・太平洋部門コラボレーター

## 熊田 順一



アフリカ地域委員会 エルシア・ブランドコート部長と

改めて、留意しなければならないと思うのが、日本の各地では、動物たちと共存しながら、動物たちに負荷をかけずに、きちんとツーリズムを維持するための取り組みが考えられているかどうかということですね。

また、ニホンザルや丹頂鶴だけでなく、さまざまな「Wildlife Watching Tourism」の対象となる多くの動物たちが、日本各地に存在しているのではないかとも思えます。世界に誇ると同時に、世界へ紹介できる自然や動物、魚たちのサンクチュアリー(聖域)が、もつと他にもあるのではないのでしょうか。

1日かけて自然の中で動物たちを見学すれば、身体も疲れます。ツアーの後には、温泉に浸かり、美味しい和食に舌鼓を打つこともできるのです。世界の時流を捉えながら、日本の魅力をこれからも発見発信していかなければならないと考えています。

※アフリカ地域委員会の詳細は <http://africa.unwto.org/>

JTBパブリッシング

国内&海外の  
素敵なお土産を  
揃えました!!

333の旅行通販サイト

# るるぶショッピング

9月にリニューアルオープンした「るるぶショッピング」。国内・海外の定番&おすすめのお土産が気軽に買えます! ご当地ならではのアイテムや開発ストーリーなどもご紹介!! 見て、そして買って楽しめる通販サイトへぜひお越しください♪

お買い物はこちら <http://shop.rurubu.com/>

ここが楽しい①

**日本中の名産品が買える!**

思い出のお場所の特産品が取り寄せOK!

ここが楽しい②

**海外の人気アイテムが買える!**

旅行前にお土産を手配すれば観光の時間が増やせます

ここが楽しい③

**スマートフォンでもショッピング!**

お店で並ばなくても旅先でさっとスマホでお買い物♪



# 起こりがちな症状へのファーストエイド

お客様が急に異常を訴えた時、焦らないように事前の知識を入れておくことが肝心です。旅先で起こりがちな症状の応急処置について、渡航医学センター西新橋クリニックの大越裕文院長にお伺いしました。

## ●意識がおかしい

意識状態がおかしい人を見たら、まず声をかけて状態を確認します。3つのケースがあります。

- \*意識混濁…質問にはつきりと答えられない。刺激への反応が鈍い。
- \*意識昏睡…よびかけや痛みにも反応しない。

\*失神…一時的に意識がおかしくなっても、間もなく問いかげや刺激に反応できるようになる。

## 【対応】

\*混濁や昏睡

すぐに救急車を手配し、床に寝かせて衣服を緩め、気道を確認。口や鼻に分泌液が多かったら、顔を横にして指に布を巻いて掻き出す。呼吸に異常がなければ横向きに寝かせて、吐物が喉に詰まるのを防ぐ。心肺蘇生とAEDを準備し安静、保温する。

\*失神

倒れそうなら、ゆっくり寝かせて足を高くする。あるいは、両膝を折って頭を地につけて座らせる。回復したらゆっくり起き上がらせる。

(注)糖尿病の人の意識障害は、低血糖を疑う。本人がブドウ糖を持参していれば服用する。なければジュースやチヨレートなど甘いものを取る。

## ●けいれん

多くの場合3分以内で治まるので、慌てず安全を確保して様子を見ます。

## 【対応】

怪我をしないように、周囲の危険物を片してスペースを作る。衣服を緩めて気道を確認。毛布や枕で体を保護する。けいれんの時間、間隔、回数を記録。発作後に怪我がないか確認する。初めてのけいれん、発作が3分以上続く、繰り返すなどの場合は、病院へ。

(注)けいれん発作中に押さえ込まない。口の中に物を入れない。昔は布を入れて舌を噛ませないようにしたが、喉を詰まらせ窒息する危険があるので、何も入れないこと。

## ●めまい

めまいは大きく分けて2種類あります。一つは、ぐるぐると目が回るタイプで耳鼻科疾患が原因です。もう一つは、ふわーとした感じのめまいで、脳の障害などが原因です。

## 【対応】

本人の一番楽な体位を取らせ、衣服を緩めて安静。吐く恐れのある時は顔を横に向ける。吐き気や激しい頭痛を伴う場合は、すぐに病院へ。めまいが続く場合は精密検査を。

## ●鼻血

ほとんどは軽症で、乾燥した空気や、怪我、鼻をかむと起きます。

## 【対応】

真つすぐ座り、頭を少し前に倒す。静かに鼻をかむ。小鼻を親指と人差し指でつまんで10分待つ。止血したか確認し、まだなら再度10分つまむ。止まったら12時間は鼻をかまない。鼻をつまんで30分以上経過しても止まらない時や、血液が喉の奥に流れてくる時は病院へ。

(注)後頭部を叩かない。頭を後ろに倒さない。

## ●吐き気、嘔吐

食中毒などの感染症、薬、妊娠、頭部外傷などで起こります。

## 【対応】

症状が落ち着くまで、ベッドに横になる。感染症が疑われる場合は、吐物を処理した後、手洗いをしっかり行い、他の人の症状を確認する。頭痛や腹痛など、ほかの症状を確認する。水分補給は、最後の嘔吐から1時間経過した後、少量ずつ与える。嘔吐の回数や量が多い場合は、経口補水塩を与える。

## ●発熱・頭痛・その他

胸痛や胸の圧迫、脱水症状、吐血、頭部外傷後の嘔吐、激しい頭痛、意識障害、腹痛を伴う場合は病院へ。

発熱、頭痛も旅行者によく見られる症状です。頭痛は、脳出血や脳腫瘍など危険な病気の兆候から、軽い慢性的なものまでいろいろあります。突然の我慢できない痛み、発熱や嘔吐、脱力、意識障害を伴う場合は救急車を呼びましょう。

発熱は高温が続く時は、首の回り、脇の下やソケイ部など太い血管がある場所を冷やします。脱水にならないように経口補水塩を摂取し、38.5℃以上の発熱が続く、頭痛、嘔吐、呼吸困難などを伴う時は病院へ。

また下痢(VOL27)、乗り物酔い(VOL45)、飛行中の耳鼻(VOL26)も覚えておきたい症状です。

\*ウェブサイトでバックナンバーを参照ください。

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



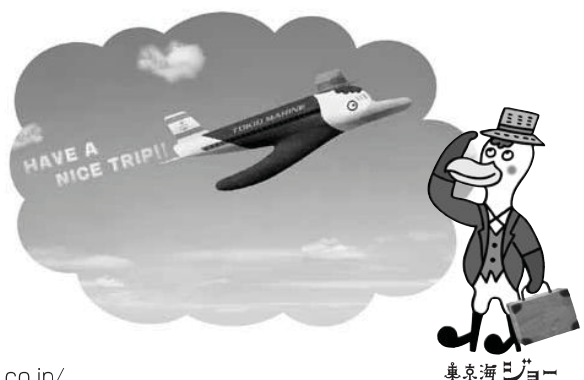
# 東京海上日動

## 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:03-5537-3490  
東京都中央区銀座5-3-16 〒104-0061 <http://www.tokiomarine-nichido.co.jp/>



東京海ニョー





# 宿泊需要減速の要因を探る

観光庁の宿泊旅行統計によれば2014年7～9月期における旅館、ホテルなどの延宿泊者数は前年比で0.3%減となり減速感が強まっています。消費増税による消費の落ち込みなどだけでなく、インバウンド旅行者などの需要増による宿泊料金の上昇が影響している可能性が疑われます。

宿泊需要の減速が鮮明になってきています。インバウンド旅行者増で外国人の宿泊需要は堅調ですが、約10倍のボリュームがある日本人の需要（以下、国内需要）の伸びが止まってきているためです。図表1は観光庁の宿泊旅行統計をもとに旅館とホテル（シティホテル、ビジネスホテル、リゾートホテルを合計したもの）の延宿泊数の推移を比較したのですが、このデータによると、2014年半ばにおける宿泊需要の減速はホテル需要の鈍化に起因するものであることが分かります。インバウンド需要は引き続き好調ですが、国内需要、特に観光性の個人需要がスローダウンしたことが要因と推測されます。国内需要の中でもビジネス性はプラスを維持しているとみられるので14年における観光性の宿

泊需要は前年を割り込んでいると考えるべきでしょう。問題はこの減速が一過性のものかどうかという点です。90年代の半ば前後から長期にわたって縮小を続けてきた国内の宿泊旅行需要は2010年前後を境に底を打ち、2011年～13年にかけては緩やかに増加したと推定されています。14年は消費増税があったという意味においてすでに「平常年」ではなく、夏季に相次いだ自然災害なども旅行マインドに影響した可能性があります。こうした特殊要因の影響度が支配的であったとすれば宿泊需要への影響は一時的なものに終わる可能性が高いのではないかと思います。

その一方で、インバウンド旅行者の急増や国内のビジネス需要の伸びによって大都市を中心に宿泊施設の稼働率が高まっており、その需要増を背景に宿泊料の上昇が起きていることも見逃せないポイントです。図表2は総務省の小売物価統計が調査している宿泊料金の推移を消費者物価指数（同じく総務省）の推移と比較したものです。小売物価統計はあくまで定点観測として特定のホテル・旅館の宿泊料金を追っているだけなので、こ

の指標を全宿泊施設の平均としてみることはできませんが、料金の上昇や下落、あるいはその勢いの強まり、弱まりといったトレンドについては、ある程度の参考になると考えられます。図表2は宿泊料金が需要急伸を背景に消費者物価の水準をかなり上回って上昇していることを示しており、このデータが都市部などを中心とする宿泊価格の上昇を正確に映し出しているとする、需要に対しても相当の影響力があるのではないかと推測されます。特に宿泊需要の伸びが鈍った14年の状況に注目すると、前年に比較して価格の上昇が急激になっており、足元の需要減速の主因はこちらではないかと疑わせるデータです。

図表2をみると2008年から12年の始めにかけて宿泊料金は下落の傾向をたどっていたことが分かりますが、この時期がまさに国内宿泊需要が底を打って反転した時期に相当している点気がかりです。仮に国内需要の反転が宿泊の価格下落をひとつのきっかけとして起きたものだとすると、宿泊価格の上昇が今後の国内需要を抑制するおそれがあると考えられるからです。

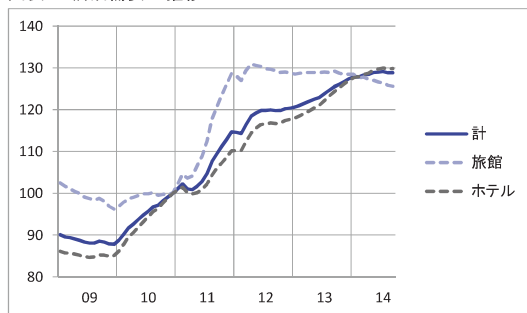
黒須宏志

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。(株)JTB総研 主席研究員。1964年生まれ。

あるいはその勢いの強まり、弱まりと

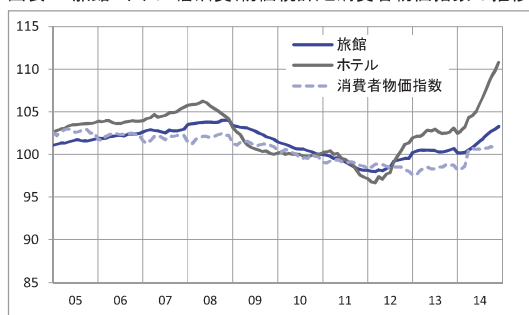
図表1 宿泊需要の推移

図表1 宿泊需要の推移



(注)12か月間の延宿泊者数の移動平均を2010年の値を100とする指数で表現したものと(注)ホテルにはシティホテル、ビジネスホテル、リゾートホテルが含まれる資料：観光庁「宿泊旅行統計」もとに筆者が作成

図表2 旅館・ホテル宿泊費(物価統計)と消費者物価指数の推移



(注)旅館、ホテルは平日の価格推移、消費者物価指数は酒類以外の食糧とエネルギーを除く総合指数(通称コアコア) (注)旅館、ホテル宿泊費は12か月移動平均値を2010年の値を100として指数化したもの資料：総務省「小売物価統計」「消費者物価指数」もとに筆者が作成



## 苦情事例に学ぶ ⑳

### 今回のテーマ…置き忘れた荷物の取り扱いについて

各地でインフルエンザが流行しており、体調の管理には十分気をつけたいものです。

今回は、募集型企画旅行において、滞在したホテルに旅行者が置き忘れた荷物を取り寄せる際に、誤った情報を案内した旅行会社との間に生じたトラブルについて検証したいと思います。

#### 申し出内容はこうです

ドイツ周遊のツアーを楽しんで、3日目の滞在先であるフランクフルトに到着した時に、前日まで滞在していたミュンヘンのホテルにお土産を入れておいたキャリーバッグを忘れてきたことに気がついた。急いで添乗員に確認してもらおうと、ミュンヘンのホテルに残されていることが確認できた。2日後には帰国することもあり、バッグを取り寄せることができるかどうか確認してもらったところ、帰国日までにドイツ国内に配送する場合は20万円程度、帰国後に日本まで配送する場合は、30万円必要だと言うことであった。いずれにしてもあまりにも高額であったので、配送料と、バッグの中に入っているお土産物の総額とを考え、キャリーバッグを放棄することとした。

しかし、日本に帰国してから自分自身で調べると、宅配業者の着払いで、3万円程度で配送できることが判明した。旅行会社にその旨を申し出ると、現地で限られた条件で調べた情報であり、実際に損害を与えて

いないので、なら補償することはできない、またホテルに確認し、キャリーバッグはまだホテルで保管しているのだから、取り寄せることも可能であるのではないかと説明であった。

しかし誰が中身を触ったかもしれない荷物を取り寄せることには抵抗がある。旅行会社から旅行申込時にももらった旅行条件書には特別補償として、携行品なら最高で15万円まで設定のある補償金を支払う旨、規定があるので、キャリーバッグと中にあるお土産代の補償をして欲しい。

#### 解決に向けての指針

今回のトラブルは、旅行者のホテルへのキャリーバッグの置き忘れが原因です。標準旅行業約款の特別補償規程では、第17条第1項第11号に補償対象品の置き忘れ又は紛失は、損害補償金を支払わないと規定されており、そのため特別補償による損害補償金の支払いはありません。

次に、旅行会社の過失による損害賠償が考えられますが、現時点では旅行者に損害を与えているものではないので、こちらも対象とはならないと考えて良いでしょう。現に旅行者が置き忘れたキャリーバッグはまだミュンヘンのホテルにあることが確認されており、旅行者の選択によりバッグを日本に取り寄せる選択肢が残されているのですから、旅行者が費用を負担してバッグを取り寄せるか、そのまま放棄するかを選択することとなるでしょう。

しかし、ドイツ国内で配送する方がさらに安価である選択肢があったことが判明した場合には、旅行者からその機会を奪ってしまった損害と、日本へ配送する

配送費との差額が損害であると主張される可能性もあり、その場合はある程度の補償を求められる場合もありますので、案内には細心の注意が必要です。

## クレーム対応マニュアル「たびクレ!!」のオススメ

JATA会員各社で旅行業務に従事している方々を対象に、クレーム対応の研修ツールとしても活用していただける、**クレーム対応マニュアル「たびクレ!!」**発売中です!!

- ・クレーム対応に必要な基礎、威圧的なクレームの対応策等をイラスト入りで解説!
  - ・旅行会社やお客様からよくある66の質問【Q&A】を項目別に掲載! クレーム客をリピーターに変えて販売を拡大するツールとしても活用できるマニュアルで、旅行業界の方々必携の1冊となっております!!
- クレーム対応の研修ツールに、各部署毎に一冊いかがでしょうか。**

**10部以上ご購入の方には、本誌内容を網羅したPOWER POINTデータをサービスいたします。社内研修・説明会等に是非活用ください。**

【販売価格】正会員:515円 協力・賛助会員:1,029円

★JATAホームページ > 会員・旅行業のみなさまへ > 右上「資料購入」からお申しいただけます★





## 第28回 その募集、

# 旅行業では？

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

当協会では、旅行業登録に係る申請書類や旅行業登録申請書の記入方を説明するマニュアルを販売していますが、その折、旅行者の募集について、「組織内募集」なら旅行業登録は要らないのではないか、という質問を受けることがあります。

## 旅行業とはなにかを確認してみる。

そもそも「旅行業」とはなにか。旅行業法第2条(定義)第1項で「旅行業」とは、①報酬を得て、②次に掲げる行為を、③行う事業をいう、と定義付け、以下各号でどのような行為が旅行業になるのかを規定しています。また、第3項で「旅行業務」とは、旅行者による②の行為(募集型企画旅行の受託販売を含む)または旅行者代理業者による②の代理行為(相談を除く)と定義付けています。つまり、①から③の3つの要素が全て揃えば旅行業になるという訳です。

この質問者は、百貨店等によくある「友の会」の事務局で働く方で、友の会会員特典として会報誌のお届け、割引価格で商品が購入できる優待券の提供、ホテル・旅館優待利用券の配布などを行っているが、さらに、店舗で販売している衣料・食料品のルーツを訊ね

るツアーを企画し、実施しようとして問い合わせをしてきました。

さらに、質問者は、旅行の募集を偶然に行うわけではなく、年間数回の旅行募集を考えており、旅行代金も包括料金として収受する。運送機関の利用や宿泊を含むものであり、この手配を旅行者、あるいは、直接に宿泊施設などに対して依頼することを考えています。

ここまで聞けば、報酬、手配行為、事業の3要素の全てが揃っており、旅行業の登録が必要であると結論付けられそうです。なお、「報酬」に関しては、「友の会」が旅行者等へ支払う実費しか会員から収受せず、かつ、旅行者等から当該企画旅行の手配に対する手数料も収受していないとしても、旅行代金を包括料金として収受する以上は、報酬を得ているものとみなされます(通達「旅行業法施行要領」第一、1、1、(2))。すると、質問者はさらに、「われわれは、店舗の重要顧客を組織化したもので、会則も作り事務局も置き、定期的に会報も出している」と、あくまで「組織内の募集」であることを強調してきます。

## オーガナイザーによる募集について

団体旅行の際に、いわゆるオーガナイザーが契約責任者として契約の当事者になる場合がありますが、このオーガナイザーが団体の構成員に対して参加の取りまとめをし、代金を預かることがあります。こうした行為は旅行の「募集」を行っていると同様に、オーガナイザー自身が無登録営業を行っていると同様に、募集をして差し支えないとされて

いるのは、同一職場内で幹事が募集する場合や、修学旅行に代表されるような学校等により生徒を対象として募集する場合のように「オーガナイザーが当該団体の構成員」であって「相互に日常的な接触のある団体内部」に限られるとされています(同第一、2、3、(3))。

この「相互に日常的な接触のある団体内部」が、いつしか相互に日常的に接触の無い団体にまで拡大解釈された結果が、先の「組織内の募集であればOK」という誤解を生んだものと思われれます。

この「友の会」事務局が、その会員を対象に旅行の募集をすることは、到底、「相互に日常的な接触のある団体内部」における募集とは言い難く、無登録営業の可能性が高いので、その事務局から受注型企画旅行契約などで手配を引き受ける旅行者は、無登録営業に關与したとされる危険性があります。

やはり、募集型企画旅行として、旅行者が会員から旅行の申し込みを受けることが必要となります。旅行パンフレット(旅行広告・取引条件説明書面)には、「旅行企画・実施」として旅行者の名称を記載するとともに、「企画協力」と併記して「友の会」事務局の名称を明記し、旅行日程への企画協力の他、会員へのパンフレットの配送や旅行以外の問い合わせに必ず等、事実として「企画協力」を行うことにより、「友の会」事務局の会員に対するアピールも可能となります。なお、この場合の「友の会」の文字は、旅行者のそれと同等以下の大きさの活字とする必要があることに注意してください(通達「企画旅行に関する広告の表示基準等について」1、(1)、(2)、ウ)。(杉原)



## 需要回復へ観光商品の多様化図る

スイス 1月16日(金)

サイモン・ボスハルト スイス政府観光局  
アジア太平洋地域統括担当

スイス政府観光局のファビアン・クレール日本支局長と菊間副会長を訪問し、「減少したスイスを訪れる日本人旅行者数を回復させるため、観光商品の多様化に取り組んでいます」と説明。菊間副会長は、「日本市場にとって重要なデスティネーションであるスイスの新しい観光素材を提供し、市場のニーズに合った新しいツアーを創り出す必要があります」と応じ、「スイスを代表する新鮮なイメージを打ち出したり、地元の料理や祭りなど様々な素材を活用してください」とアドバイスしました。

## 潜在力のあるデスティネーション

ルーマニア 12月11日(木)

アレクサンドル・セルバン ルーマニア政府観光局局长

中村理事長を訪れ、「ルーマニアには世界文化遺産が多く、日本人旅行者も以前から訪れており、潜在力のあるデスティネーションですが、直行便もないことなどから伸び悩んでいます」とルーマニア観光の現状を説明したのに対し、中村理事長は、「円安の影響もあって長距離デスティネーションでは日本人旅行者が少なくなっており、東欧の国々は日本での露出も多くありません」と指摘。「ツーリズムEXPOジャパンへの出展によるBtoBとBtoCの観光促進や旅行業界を対象とするセミナー開催で需要を掘り起こし、ソーシャルメディアを通じた一般への認知度向上なども有効です」と応じました。

# 要人往来

昨年1年間の日本人出国者数は残念ながら約3%減らして1700万人を下回る結果となりましたが、今年は業界一丸となって反転上昇に転じたいものです。



サイモン・ボスハルト スイス政府観光局アジア太平洋地域統括担当(中央、菊間副会長の右隣り)



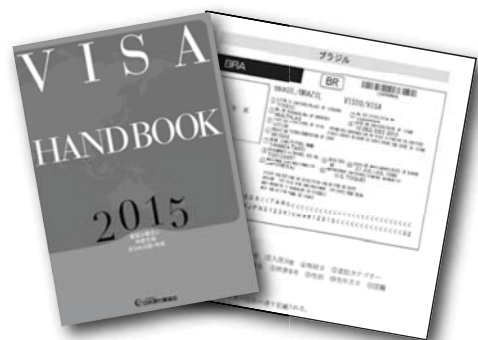
アレクサンドル・セルバン ルーマニア政府観光局局长

# 2015年版 海外旅行業務マニュアル 予約開始!

2015年度版 VISA HANDBOOK、渡航手続マニュアルの予約申込をJATAホームページにて**2015年3月13日(金)午後5時まで**受付しております。

期間中にご予約いただいた場合、各書籍とも**予約価格**でのご提供となります。

ぜひ、この機会にお求めいただき、業務の効率化にお役立てください。



※「VISA HANDBOOK2015」表紙・掲載サンプル

### 価格表 (予約価格)

(表示価格は消費税を含みます。単位:円)

商品名	JATA正会員	JATA協力会員・国内賛助会員	会員外
VISA HANDBOOK 2015	5,800	6,600	8,700
渡航手続マニュアル 2015	7,300	8,300	9,700



各書籍の内容詳細・予約申込は  
JATAホームページから

[http://www.jata-net.or.jp/membership/topics/2015/2015\\_manualguide.html](http://www.jata-net.or.jp/membership/topics/2015/2015_manualguide.html)



# An Even More Powered-up Comprehensive Travel Event JATA Tourism EXPO Japan Continues from Last Year



In continuation from last year, the JATA Tourism EXPO Japan will be held for four days, during September 24 to 27, at Tokyo Big Sight. The first Tourism EXPO Japan held

last year was a great success with 157,589 visitors in attendance, making it one of the largest travel events in the world. The EXPO displayed the power and potential of the travel industry in both B to B and B to C transactions. In its second year this year, while calling the attention of everyone in Japan and abroad to the fact that “Japan = Travel Destination,” it will bring together not only the power of the travel industry but also the power of all industries and regions as it evolves into an even more powered-up, comprehensive travel event.

## Buyers and Sellers Both Satisfied with Response

In creating the JATA Tourism EXPO Japan 2014, not only did we merge the Japan Travel and Tourism Association’s Tabi Fair and JATA Tabihaku, but at the same time, we also held the VISIT JAPAN Travel Mart (VJTM) 2014 organized by the Japan Tourism Agency and the Japan National Tourism Organization (JNTO) as well as the VISIT JAPAN MICE Mart (VJMM) 2014. This brought together, at a single venue, business meetings on domestic travel, outbound travel, and inbound travel, creating a genuine three-in-one event.

At the Outbound Business Meetings and Domestic Business Meetings held by Japanese travel agencies and suppliers from Japan and around the world, the participants included 403 outbound sellers from 268 companies, 186 outbound buyers from 146 companies, 135 domestic sellers from 87 companies, and 67 domestic buyers from 42 companies.

In the participant questionnaire, both buyers and sellers commented on their satisfaction with the responses they received, such as outbound sellers who said, “all companies made diligent efforts at the appointments,” “we had many business meetings with promising potential,” and “we met potential buyers,” domestic trip sellers who said, “we received positive responses and were able to determine our future direction,” and “we realized that our regular PR is inadequate,” outbound buyers who said, “because it is only once a year, it is a very good opportunity to have contact with the industry,” and “it was a very valuable opportunity to collect information on completely new destinations,” and domestic trip buyers who said, “it broadened our vision and will be useful for creating products” and “we acquired fresh information directly from destinations.”

## Over 30% of Attendees Have Information Collection as a Goal

In the questionnaire for attendees in the industry, regarding their purpose in visiting the EXPO, over 30% responded with answers such as “to collect broad information on overseas travel” (38.9%) and “to collect information on individual-type trips” (35.7%). Over 10% responded with answers such as “to build a sales network for the future” (11.9%), “to gather proposals for creating overseas travel products” (11.1%), and “as part of our company’s PR activities” (11.1%). In response to the question on the benefits of attending, more than half commented, “our knowledge was extended” (55.6%), and others said, “we acquired information we wanted” (38.9%), “we got hints for a new business model” (12.7%), and “we broadened our network in the industry” (11.1%).

Attendees in the travel industry mentioned the following impressions: “There are events even late in the day on trade day, so we were able to take our time looking around” and “some booths included gourmet food, etc., in their presentation of tourist cities, and it was helpful to be able to experience the culture of the region.” Others offered their assessments, saying, “It was good to be able to feel affinity with the sellers through face-to-face conversations at each booth” (local municipal organization personnel) and “I felt the enthusiasm for inbound travel” (marketing personnel).

Please bring your positive energy to your exhibit so that everyone can collect the latest information and create networks, together with working to expand sales channels at this event where knowledgeable travel industry professionals gather together in one location.

### Event Outline of JATA Tourism EXPO Japan 2015

**Name:** JATA Tourism EXPO Japan 2015

**Dates:** September 24 (Thursday) through September 27 (Sunday), 2015

**Main Program:** International Tourism Forum, Travel showcase, Business Meetings, Awards, and Official Events

**Venue:** Tokyo Big Sight (East Hall, Conference Tower), a unique venue in Tokyo

**Organizers:** Japan Travel and Tourism Association, Japan Association of Travel Agents

### ---Early-Bird Exhibitor Discount---

Exhibitors who apply by February 27 (Friday) will receive an 8% discount on the fee. Please direct applications and inquiries to the JATA Tourism EXPO Japan Promotion Office (Tel: 03-5510-2004; Fax: 03-5510-2012; email: [event@t-expo.jp](mailto:event@t-expo.jp)).

## 2015 to Be a Turning Point Toward the Age of Earnest Overseas Travel Demand Creation



**Hiromi Tagawa**  
JATA Chairman

At the New Year's meeting on January 8, JATA Chairman Hiromi Tagawa said that 2015 "will be an important turning point" in working toward the age of creation of overseas travel demand, and he stated ideas for conducting policy recommendations. Furthermore, given the increasing globalization, he emphasized the need for JATA to take a role in boosting the significance of JATA Tourism Expo Japan.

In response to the overwhelming victory of Japan's ruling party in the general election at the end of last year, and amidst ongoing moves to stimulate the Japanese economy, 2015 will be a year in the travel market when large-scale two-way exchanges of over 30 million travelers with outbound and inbound combined begins in earnest.

In outbound travel, the tough situation in China and South Korea continues, and the problems need to be resolved one by one. However, there are some positive signs promising improvement in the situation, such that we can expect a stable transition toward 20 million travelers annually. To expand overall demand, we in the travel industry must focus a light firmly on the outbound travel market once again.

At JATA, I want the headquarters, branches, and districts each to fulfill their roles steadfastly while strengthening collaboration and to make this year a turning point in working toward the age of creation of overseas travel demand in earnest.

In conjunction with stimulating demand, I also want to make policy recommendations steadily. I am proud to say that JATA is the only organization that can make policy recommendations for achieving 20 million outbound travelers, and so while raising awareness of the significance of overseas travel and working to promote two-way tourism, I want to expand overseas travel demand.

To stimulate the overseas travel market, together with launching a new phase in tours to South Korea centered around Seoul and based on the Mega Fam tour held last December, we must expedite specific measures for initiatives for the 50th anniversary of normalization of diplomatic relations between Japan and South Korea. In the Chinese market, we conducted repeated studies with the Chinese at CITM last year, and in response to the Japan-China Summit Meeting, there is increasing momentum to improve relations in the private sector. In March this year, JATA will hold its Board of Directors' meeting in China and intends to hold a detailed exchange of opinions with the Chinese.

In the Japan inbound travel market which is steadily expanding, quality issues remain as a major theme. JATA must let the world know clearly about the quality assurance system for tour operators and steadily promote initiatives to boost the quality of travel to Japan.

As globalization progresses, JATA's role increases in importance. While we are proud that the overseas travel market has greatly expanded in the 50 years since deregulation, we must strengthen our collaboration with international bodies such as the UNWTO, and WTTC, and we must demonstrate Japan's presence to the world. The embodiment of Japan's presence is JATA Tourism Expo Japan, and the significance of this year's event is extremely large as its true value will be scrutinized in 2016. In Japan's economic circles overall, a share awareness has developed of Japan's flow from a tourism-oriented nation to a major tourism powerhouse. So, I think there is a need to steadily

boost the significance of holding JATA Tourism Expo Japan as an event that concentrates the concerted efforts of all industries.

## Outbound Japanese Travelers Down 3.3% in 2014, to 16.9 Million Exchange Population Including Inbound Travelers Reaches 30 Million

According to preliminary figures released on January 20 by the Japan National Tourism Organization (JNTO), the number of outbound Japanese travelers declined 3.3% YOY to 16.903 million in 2014.

The number of outbound travelers in December 2014 dropped 5.4% YOY, to 1.397 million, marking the seventh straight month since June 2014, when the figure was down 0.8%, that the numbers have posted a decline year-on-year.

Outbound travelers in the second half of 2014 also displayed a 3.6% decline YOY, further increasing the decline following the 0.8% drop which was posted for the first half of 2014.

Looking at annual figures for outbound travel, after an 8.8% increase YOY in 2012 to 18,490,657, the figure reached only 17,472,748, a 5.5% drop YOY, in 2013. Although the amount of the decline leveled off in 2014, the result is two consecutive years of negative figures. This was the first time since 2011 that there were fewer than 17 million departing the country in a single year.

Meanwhile, the number of foreign travelers visiting Japan in 2014 increased by 29.4% YOY to reach 13,413,600, surpassing the 13 million mark for the first time. The previous year, the number of foreign inbound travelers increased by 24.0% YOY to 10,363,904, having just surpassed the 10 million mark the year before and increasing by more than 3 million in one year.

The number of inbound travelers has grown significantly, and according to JNTO's analysis, factors contributing to the expansion of inbound demand include increased demand for overseas travel accompanying economic growth in Asia as well as the spreading feeling that travel to Japan is relatively inexpensive due to the cheaper yen, in addition to the substantial relaxation of visa requirements and expansion of consumption tax exemptions.

2014 Visitor Arrivals & Japanese Overseas Travelers

(Unit: Persons)

Month	Visitor Arrivals			Japanese Overseas Travelers		
	2013	2014	Change %	2013	2014	Change %
1	668,610 (456,009)	944,009 (730,519)	41.2 (60.2)	1,360,639	1,253,404	-7.9
2	729,460 (559,949)	880,020 (688,902)	20.6 (23.0)	1,430,633	1,404,873	-1.8
3	857,024 (624,502)	1,050,559 (802,434)	22.6 (28.5)	1,652,417	1,596,751	-3.4
4	923,017 (719,277)	1,231,471 (1,020,474)	33.4 (41.9)	1,244,438	1,189,132	-4.4
5	875,408 (676,551)	1,097,211 (892,577)	25.3 (31.9)	1,265,170	1,280,765	1.2
6	901,066 (720,877)	1,055,273 (866,883)	17.1 (20.3)	1,299,286	1,289,029	-0.8
1~6	4,954,585 (3,757,165)	6,258,543 (5,001,789)	26.3 (33.1)	8,252,583	8,013,954	-2.9
7	1,003,032 (819,985)	1,270,048 (1,080,552)	26.6 (31.8)	1,454,281	1,414,912	-2.7
8	906,379 (716,059)	1,109,569 (903,919)	22.4 (26.2)	1,838,683	1,783,127	-3.0
9	866,966 (627,679)	1,099,102 (846,241)	26.8 (34.8)	1,554,254	1,520,863	-2.1
10	928,560 (702,911)	1,271,705 (1,029,922)	37.0 (48.5)	1,495,836	1,417,766	-5.2
11	839,891 (628,688)	*1,168,500	*39.7	1,400,278	*1,355,000	*-3.2
12	864,491 (710,030)	*1,236,100	*43.0	1,476,833	*1,397,000	*-5.4
7~12	5,409,319 (4,205,352)	*7,155,000	*32.3	9,220,165	*8,889,000	*-3.6
1~12	10,363,904 (7,962,517)	*13,413,600	*29.4	17,472,748	*16,903,000	*-3.3

JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION(JNTO) Note:The figures in ( ) represent the number of tourists among the total.



## The Increasing Importance of the Travel Industry's Role in "Regional Revitalization" Promoting Two-way Exchanges with the Synergy of Inbound Travel

Just over ten years have passed since the Koizumi Cabinet put forth its plan in 2003 to make Japan a tourism destination. Following the Tourism-based Country Promotion Basic Act and the creation of the Japan Tourism Agency, the Ministerial Council on the Promotion of Japan as a Tourism-Oriented Country was set up in 2013, and the number of foreign travelers visiting Japan exceeded 13 million persons in 2014. With initiatives for "Regional Revitalization" becoming well established, the role of the travel industry in regional tourism promotion is becoming more important. We talked to JATA Chairman Hiromi Tagawa and All Nippon Travel Agents Association (ANTA) Chairman Toshihiro Nikai concerning the outlook for the travel industry in 2015.

-----First of all, what are your views on domestic tourism in 2015?



**Hiromi Tagawa**  
JATA Chairman

**Tagawa** With inbound travel in a satisfactory state due to the tailwind it has received from the weakening yen since last year, domestic travel has also continued its solid trend. The almost daily reports on TV of foreign travelers visiting all over Japan seem to be having a boosting effect on domestic travel. The revival of the Tohoku region is indispensable to the stimulation of domestic tourism; I think that as inbound tourism extends to regional areas, there is a growing momentum for people to see their native towns in a fresh light, and a new trend is emerging from that.



**Toshihiro Nikai**  
ANTA Chairman

**Nikai** This year, 2015, is when preparations start for 2020 when the Tokyo Olympics and Paralympics will be held, and sports tourism is expected to flourish in regional areas. With

the inbound market continuing to grow, one important theme is how to ensure the safety and security of foreign travelers visiting Japan. In the plan to strengthen national resilience in which I am involved, the safety of foreigners in time of disaster is fully taken into consideration. We think of this as one part of our "hospitality" that will appeal to people overseas.

-----In the "Regional Revitalization" put forward by the Abe Cabinet, tourism is likely to play a major role, but what do you think about the role of regional tourism promotion in regional revitalization?

**Nikai** Just over ten years have passed since efforts began to make Japan a tourism-oriented country, and now there are no heads of local governments or Diet members who don't talk about tourism. However, the reality is that we do not have a full vision of how, specifically, to proceed down the path toward the next step in order to promote Japan as a tourism destination. I think it is important to combine our efforts with regional

revitalization. ANTA would like to continue to focus firmly on tourism promotion that leads to regional revitalization.

**Tagawa** Tourism resource treasures are sleeping in regional areas. The traditional *shitamachi* district of Tokyo is one such region. I think that regional revitalization must also be promoted even in Tokyo. To stimulate domestic travel, I want to work together with regional areas, utilizing not only the know-how inside Japan but also the experience gained in developing overseas destinations that the travel industry has accumulated over the course of 50 years, ever since overseas travel was deregulated. All six prefectures in the Tohoku region have announced a policy that focuses on the "power of tourism." Because we must spend time working on tourism promotion not just in one area but across a wide area, we need to take a longer-term perspective. By all means, I would like for the regional revitalization being advanced by the government to continue as a long-term measure.

-----Inbound foreign visitors coming to Japan are rapidly increasing, but meanwhile, circumstances are tough in outbound travel from Japan to China and South Korea, which are vital sources of inbound travel to Japan. What are your thoughts on the development of two-way tourism?

**Nikai** In February, I will lead a delegation of about 1,000 people to South Korea. It is not very well known that South Korea is a country with deep connections with Japan. Because Japan and South Korea are very close countries, there is any number of ways to speak ill of one another if one wants to, but that would be very counterproductive. If we recall the long history of exchanges between Japan and South Korea and talk about instances in current Japan-South Korea exchanges that are heartwarming to both countries, then we should be able to build a great relationship. As travel industry organizations, both JATA and ANTA should work together on building such a relationship. In May this year, a delegation is scheduled to go to China, and precisely because we are in a difficult period, I want us to seize the chance to build stronger bonds and to move forward.

**Tagawa** I think we should launch efforts this year to build good relationships with both China and South Korea on a double track, i.e., in both the public and private sectors. Last December, JATA led a Mega Fam tour with 1,000 participants to mark the occasion of the 50th anniversary since the normalization of diplomatic relations between Japan and South Korea, and we spread out in groups through the "regions," which South Korea has made a keyword, to conduct local visits. We hope to actively encourage the Japanese travel market so that there are tours to South Korea available all year during this milestone year. China is the site of JATA's board of directors meeting in March this year, and we will have detailed discussions with the Chinese concerning stimulation of demand for tours to China. We intend to make this a milestone for the expansion of the market. With the cooperation of ANTA and JATA, we must expand the channels for two-way exchanges through the synergistic effects of outbound and inbound travel.

## 2014年の出国者数が3.3%減1690万人に 訪日外客数は29.4%増で1300万人を突破

日本政府観光局(JNTO)が1月20日に発表した速報値によると、2014年における出国日本人数は、前年比3.3%減の1690万3000人とどまりました。

2014年12月の出国者数は、前年同月比5.4%減の139万7000人を記録しており、2014年6月に同0.8%減とマイナスに転じた後、12月まで7か月連続で前年の数値を下回る結果となっています。

また、2014年下半年期における出国者数も、前年同期比3.6%減を示しており、2014年上半年期における同2.9%減からマイナス幅を広げています。

年間出国者数では、2012年に前年比8.8%増の1849万0657人を記録した後、2013年には同5.5%減の1747万2748人とどまっていたことから、マイナス幅こそ縮まったものの、2年連続でマイナスに陥る結果となりました。年間の出国者数が1700万人を下回ったのは、2011年以降のことです。

一方、2014年における訪日外客数は、前年比29.4%増の1341万3600人に達して、初めて1300万人台を突破しました。訪日外客数は昨年、前年比24.0%増の1036万3904人を記録して、1000万人の大台を突破したばかりで、1年間で300万人以上も増加したことになります。

国別では、主要18カ国・地域のうち、英国とロシアを除く16カ国・地域が年間での過去最高を記録したほか、ロシアを除く17カ国・地域が前年比で2けた台の伸びを示すなど、訪日旅行の勢いが増していることを印象づけました。

JNTOでは、訪日外客数が大きな伸びを示したことについて、ビザの大幅緩和や消費税免税制度拡充に加え、アジア地域の経済成長に伴う海外旅行需要の増大、円安の進行による訪日旅行の割安感が浸透したことなどが、インバウンド需要の拡大に寄与した、と分析しています。

出国日本人数と訪日外客数の合計は3031万6000人に達して、1964年の統計開始以来初めて3000万人を突破し、文字通り、アウトバウンドとインバウンドの大交流時代の幕開けとなりました。

### ●JATA業務予定表 2月10日(火)～3月31日(火)

※予定表は変わることがあります。

#### 本部・支部の委員会(予定)

2月10日	海外旅行委員会／中部支部
2月10日	国際旅行委員会／九州支部
2月12日	総務委員会／関東支部
2月12日	国内・地域振興委員会／中部支部
2月17日	インバウンド委員会／関東支部
2月17日	研修委員会／中部支部
2月18日	総務・消費相談委員会／中部支部
2月18日	総務委員会／九州支部
2月18日	海外旅行委員会／九州支部
2月19日	幹事会／東北支部
2月19日	幹事会／中部支部
2月19日	消費者相談委員会／関西支部
2月19日	教育研修委員会／九州支部
2月20日	理事会・常任役員会／本部
2月20日	国内旅行委員会／九州支部
2月23日	業務改善委員会／本部
2月24日	国内旅行委員会／関東支部
2月27日	消費者相談委員会／九州支部
3月12日	LADY JATA委員会／関東支部
3月19日	幹事会／東北支部
3月19日	消費者相談委員会／関西支部
3月20日	幹事会／関東支部

### ●JATA主催・共催の研修・セミナー等活動

※JATA正・協力会員を対象とした研修・セミナーであり、すでに申し込み受付を締め切った研修・セミナーもあります。詳しくは、JATAホームページ(会員限定ページ)でご確認ください。

1月28日～ 2月25日	旅行業務取扱管理者研修(8都市13会場で実施)／研修・試験委員会
2月9日～ 10日	添乗業務レベルアップ研修(大阪)／研修・試験委員会
2月10日	JICAバルカン3ヶ国受入セミナー／海外旅行推進委員会
2月16日	ツアー登山セミナー(東京「安全管理」)／国内旅行推進委員会
2月18日	JATA経営フォーラム2015／旅行業経営委員会
2月23日	ツアー登山セミナー(名古屋「気象読図」)／国内旅行推進委員会
2月24日～ 25日	Team EUROP地方巡回ヨーロッパセミナー(沖縄)／海外旅行推進委員会
2月26日～ 27日	添乗業務レベルアップ研修(東京)／研修・試験委員会
2月27日～ 3月1日	日本山岳ガイド協会認定講習(実地)／国内旅行推進委員会
3月19日	バリアフリー旅行に関するセミナー



# 五島市（長崎県）

素材研究  
(国内)

## 来年の世界遺産登録を見据え新機軸も 特異なキリスト教の歴史が貴重な観光資源に



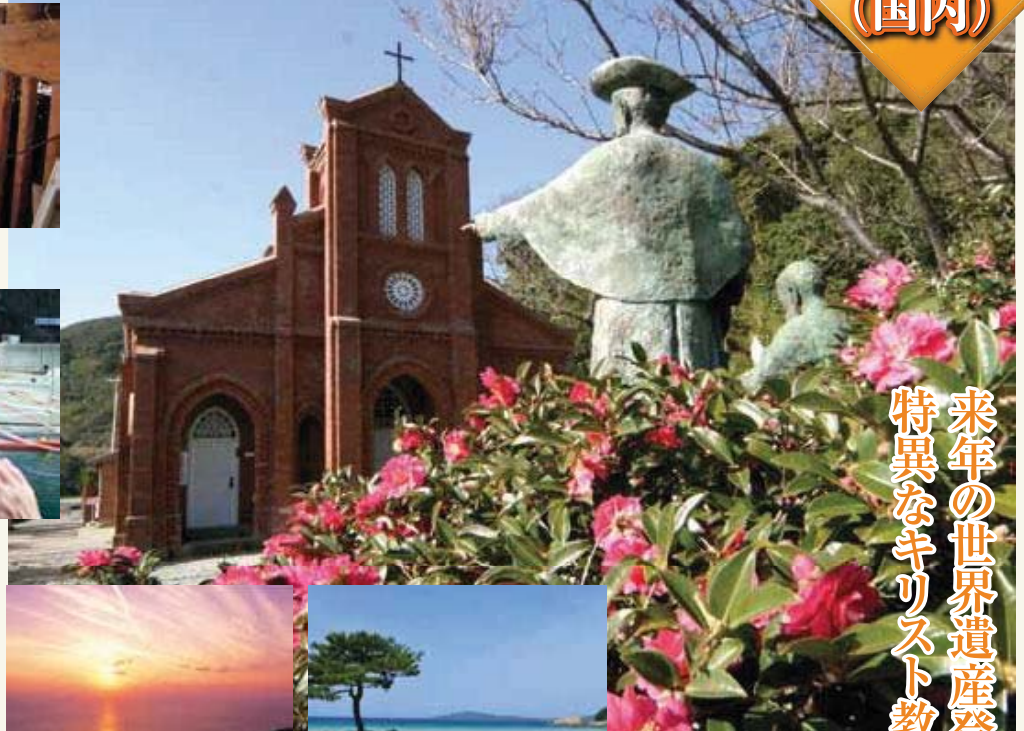
地域ブランド「五島牛」も体験観光の貴重な素材です



民泊のお見送りでは、五島のお母さんたちがテープを持ちます



五島市観光交流課の遠山重樹参事(左)と五島市観光協会の神宮司真人氏(中央)、竹下明伸氏(右)



五島宣教の拠点だった堂崎教会では、現在もミサが捧げられています



九州で「最後の夕陽」を臨む大瀬崎と灯台



「日本の渚百選」に名前を連ねる高浜ビーチ

「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の世界遺産登録に向けて注目が高まる五島列島。九州最西端に位置する島々は自然の魅力にも富んでおり、着地型・体験型のプログラム開発も進められています。

### キリシタンクルーズで機運盛り上げ

長崎県五島市と新上五島町では昨年6月、五島列島に点在するキリスト教関連遺産を巡るクルーズ運航が開始されました。定期航路では行けないキリシタン洞窟や個人では行きにくい江上天主堂旧五輪教会堂などを、地元ガイドの案内で回る五島列島キリシタンクルーズは、来年にも実現が期待されている「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の世界遺産登録に向け、機運を盛り上げる形となっています。

西洋から日本へキリスト教が伝えられた16世紀以降、日本では「伝播と普及」「禁教化の継承」「解禁後の信仰の復帰」という世界的にも類を見ない歴史を辿りました。

五島市では、長崎県と県内の6市町、熊本県、天草市と共に、関連遺産の世界遺産登録を目指しており、国が先月正式決定した推薦書に基づいて、今年9月にも専門機関の現地調査が行われる予定です。

五島市観光交流課の遠山重樹参事は、

「五島市と新上五島町の島を同時に回るクルーズの実現も、世界遺産を目指す一体感が追い風となった」と説明しています。

### 無名地域を磨き上げ集客も可能に

昨年2月にJTB九州から五島市へ派遣された遠山参事が担当する業務は、島の魅力発信やハード・ソフト両面での改善向上、福岡事務所と東京事務所の営業サポート、観光関連人材の育成など、多岐にわたります。ピーク時の24万人から20万人を割り込んだ観光客数の回復も、五島市が初めて民間企業から受け入れた遠山参事に期待されている仕事です。

「釣りやダイビングなどは知る人ぞ知る聖地となっている五島市ですが、そのディープな魅力で初級者や中級者も呼び込むと同時に、体験型・着地型の取り組みを強化して、質の充実も図りたい」（遠山参事）

昨年夏には修学旅行の誘致も視野に、島体験の要となる民泊と農業・漁業を組み合わせた「夏休み親子体験」を企画し、予定人員の倍近い応募が集まりました。五島市観光協会などが取り組んでいるボランティアアットリズムも、人口減少と高齢化で祭を維持できなくなった地域に旅行者を呼び込み、賑わいを取り戻す手法として注目を集めています。

「全くの無名地域でも、コンセプトと地元を磨き上げて、集客が可能であることを示していきたいと考えています」（遠山参事）



## 研修・MICEでも注目高まるニューカレドニア 日本から9時間で行ける「天国にいちばん近い島」



奇抜な外観のチバウ文化センター



海に浮かぶ水上レストランもニューカレドニアならではの



ラマダ・プラザホテルの最上階にある回転展望レストラン



レース以外のイベントも開催されるアンリ・ミラル競馬場



地元産の新鮮な食材もニューカレドニアの魅力です

ニューカレドニアの中心都市であるヌメアのアンズヴァタは、ビーチに沿ってホテルやショップなどが建ち並ぶ代表的なリゾートエリアです

日本では「天国にいちばん近い島」として知られるニューカレドニア。2008年に世界自然遺産に認定されたラグーンは、地球上でも類を見ない美しさと言われます。大型のリゾートホテルをはじめとする各種の施設を備え、様々なアクティビティも楽しめることから、改めて、研修旅行やMICEのデスティネーションとして注目が高まっています。

### 充実した歴史・文化施設

ニューカレドニアへは、エアカランが成田空港から週6便、関西国際空港からも週3便の直行便を運航しており、どちらもヌメア・トントゥータ国際空港まで約8時間半のフライトです。公用語はフランス語ですが、ヌメアのホテルやレストランでは日本人スタッフが常駐しているところも多く、英語が通じる場所も少なくありません。

手つかずの自然が残ると同時に、「南太平洋のプチュランス」と言われる美しい町並みと洗練された雰囲気を持つのもニューカレドニアの大きな魅力です。

ハネムーンや海外ウェディング、ダイビングなどで安定した人気を維持しているニューカレドニアには、イタリア人建築家が設計した奇抜な外観のチバウ文化センターやメラネシア

の歴史を紹介するニューカレドニア博物館、海と人の関わりを展示する海洋歴史博物館など、歴史・文化施設も充実しています。

メラネシアの先住民族であるカナツクの伝統文化を再現したチバウ文化センターは、式典や音楽イベントにも利用できるステージやケータリングによるパーティーが可能なテラスもあり、MICE施設の中核的存在です。

### 無人島を貸し切りプライベートパーティー

6月から9月まで数回のレースが開催されるアンリ・ミラル競馬場は、大きなイベントでも活用されており、毎年8月のニューカレドニア国際マラソンには、ヨーロッパやアフリカ、アジアなどからもアスリートが集まっています。

ヌメアからタクシーボートで5分という無人のカナール島は、島全体を貸し切つて200人規模のプライベートパーティーを開くことも可能です。また、ヌメアから船で45分のアメデ島では、グラスボートやリーフクルーズ、ダンスショーなどのアクティビティも用意されており、100人以上のグループの場合、船をチャーターして日帰りツアーも行えます。

2カ所のカジノで楽しめるほか、ヌメア周辺に特徴の異なるゴルフ場も3つあります。

昨年8月にオープンしたばかりのシエラトンをはじめ、メリディアンやヒルトン、ラマダなどのホテルにも宴会会議施設が充実しており、研修旅行やMICEのデスティネーションとしても、ニューカレドニアの今後が期待される場所です。



NEW CALEDONIA

# ニューカレドニア

“南太平洋の島はどこも同じだと思っていた。”

ターコイズブルーに輝くラグーン。  
どこまでも続くロマンチックなサンセットビーチ。  
世界遺産の珊瑚の海で楽しむ、マリナクティビティ。  
島の大自然からとれる特大エビと、  
フランス領ならではの海の幸を素材にした本場のフレンチ。  
この島には、あの海にあるものは全てある。  
あの海では体験できない、どきどきが待っている。



Stéphane Ducandas - DIL



nouvelle  
calédonie

パシフィックハート

ニューカレドニア観光局

<http://www.newcaledonia.jp/>

<https://www.facebook.com/NCTPSJAPAN>

[Instagram http://instagram.com/newcaledoniatourism](https://www.instagram.com/newcaledoniatourism)





誕生!

# 「旅行業界就職ナビ」 新卒学生・経験者の採用をサポートします。

<https://www.mda.ne.jp/jata/>

## 旅行業界就職ナビとは？

- 一般社団法人日本旅行業協会(JATA)の協力で、株式会社ジャタが運営し、メディア総研株式会社が管理する、旅行業界・観光業界に特化した、新しい就職情報サイトです。

## ここがポイント!

1. 旅行業・観光業に関心や経験のある人材の採用に最適。
  2. 新卒学生と経験者のどちらの採用にも対応。
  3. 自社にエントリーした求職者のプロフィール等をウェブ上で閲覧可能。
  4. 自社にエントリーした求職者へのメール配信。
  5. 説明会エントリー受付の設定も可能。
  6. オプション(有料)で、求職登録者全員への一斉メール配信。
- 1～6のメリット満載で、格安な利用料金(下記参照)を実現しました。

## 2016年春の新卒学生の採用に…

- 観光系学部のある全国の大学等で学ぶ、業界に関心の高い学生の登録を受け付けています。
- 地方の企業には、Iターン・Uターン希望の学生や経験者のエントリーも期待できます。
- オプション(有料)で、新卒学生採用の合同就職相談会にご参加いただけます。

## 経験者の採用に…

- 業界経験の豊富な、再就職を希望する定年退職者や、休職中の女性等の登録を受け付けています。

## 基本利用料金(登録月を含む1年間)

- JATA正会員・協力会員様 60,000円+消費税
  - JATA会員様以外 80,000円+消費税
- (新卒学生用、経験者用の両方をご利用いただけます)

## 初年度登録割引キャンペーン実施中!

2015年2月末日までにご登録頂くと、上記基本利用料金から20,000円(+消費税)の割引となります。ぜひこの機会にご登録ください。登録の流れは、<https://www.mda.ne.jp/jata/>でご確認いただけます。

お問い合わせ

株式会社ジャタ

TEL 03-3504-1751

E-mail [mail@yu-jata.com](mailto:mail@yu-jata.com)

株式会社ジャタはJATAの会員サポート拡大を目的として旅行業に係わる団体制度を取扱う会社です。