

## 田川会長年頭会見 活性化へアウトバウンド促進協議会設立

### シドニーで日豪観光セミナー開催 安倍首相が特別来賓として出席

**2016年出国者数は5.6%増1711万6200人に**

#### 素材研究

- ・熊本市
- ・コトル(モンテネグロ)



#### 巻頭特集

早期退職を防ぐ各社懸命の取組み

旅行業の原点は「人」なり  
観光立国担う「中核産業」の魅力発信を

# 旅行業の原点は「人」なり 観光立国担う中核産業の魅力発信を

旅行業界では、就職人気ランキングに大手旅行会社が名前を連ねる一方、若年社員  
の早期離職や中堅社員の退職などによる人材流出が他業界に比べて顕著です。「観  
光立国」や「観光先進国」の実現を担う旅行業界にとって、人材流出の防止と人材育  
成の強化が、焦眉の急々となっています。喫緊の課題解決に向けて、業界のキーパーソ  
ンにお話をお聞かせいただきました。

## 新人研修からの社員教育強化を

厚生労働省が2014年9月にまとめ  
た「若年者雇用実態調査」によると、若年  
労働者の割合を産業別にみた場合、正社員  
では「情報通信業」が31.5%と最も高く、

次いで「金融業、保険業」が26.6%となっ  
ているのに対し、正社員以外の労働者では、

「宿泊業、飲食サービス業」が33.4%で第



就職戦線を突破し希望を胸に旅行業界人として歩み出す新入社員は  
業界の財産です (写真は JR 東海ツアーズの内定式)

1位、旅行業を含む「生活関連サービス業、  
娯楽業」が22.5%で2位となりました。

一方、正社員に占める若年労働者の割合  
では、「生活関連サービス業、娯楽業」は11  
位にとどまっています。

JATA研修試験委員会の委員長を  
務めるアサヒトラベルインターナショナルの  
福田叙久代表取締役会長は、「若年労働者  
の採用が積極的に進められているものの、そ  
の実態としては、正社員ではなく派遣社員  
やアルバイトなどが中心となっているものと  
思われる」と分析しています。

また、同じ調査では、1998年から  
の大卒社員の入社3年以内における退  
職率が5年ごとに明らかにされており、  
「生活関連サービス業、娯楽業」をみる  
と、1998年が32.9%、2003年が  
35.8%、2008年が30.0%と推移、  
2012年は32.3%を示しました。また、  
2010年から5年間の統計では、入社1  
年目での退職率が12%、2年目で10%、3

年目で8%強といった数字も明らかにされ  
ています。

福田委員長は、「平均して入社した人の  
3分の1が辞めているわけで、かなり高い比  
率と言わざるをえず、過去20年ほどの期間  
で見ると、際立った改善も進んでいないこと  
になる」と指摘。また、入社3年以内に退  
職した社員の割合が、各年ごとに大体1割  
程度となっている事実に着目し、「入社後の  
社員教育が必ずしも十二分に行われていな  
いことを示唆するものとも言える」と説明  
しています。

厚生労働省の調査結果を踏まえ、福田  
委員長は旅行業界の早期退職をめぐる課  
題として、(1)入社時における旅行会社の  
業務内容についての理解、(2)新人研修か  
ら3年目研修までの社員教育、(3)仕事と  
私生活あるいは労働と収入のバランス、とい  
う3つのポイントへの対応の重要性を指摘  
しています。

## メンタルヘルスの対応にも注力

入社3年以内の退職率が3.1%、5年  
以内で7.2%と早期退職率が平均を大き  
く下回っている阪急交通社の場合、退職の  
理由は「留学やワーキングホリデー、大学院

進学や諦めたことへの再挑戦など、自身の  
夢を追求するケースが多い」といいます。

同社総務人事部人事課の菅沼孝陽副課  
長は、「逆に言えば、就活時点でのミスマッチ  
が比較的少ないのではないかと説明。同社  
では、早期退職による人材流出への対策と  
いう意味合いも含めて、同期の絆を深め  
る取り組みを積極的に進めており、「新入  
社員合宿研修から始まって、全国各地への  
配属後も新入社員フォロー研修、3年目と  
5年目の節目で同期が集まる研修の実施  
などを通じ、お互いに励まし合ったり、心情  
を共有することで、改めて頑張ってみよう  
と思える機会にもなっている」ようです。

さらに、同社では、悩みや不安への対処と  
して定期的な若手社員アンケートや面談な  
ども実施。本部ごとに若手社員を集めて、  
普段は接する機会が少ない本部長や部長  
との交流会も年に1回実施して、直属の上  
司には相談できないような話を聞く機会  
も設けています。

菅沼副課長によると、メンタルヘルスへの対  
応にも力を入れており、予防の対策や教育  
をはじめ、問題が発生した場合には、人事  
課と職場で連携し十分な休養と治療を経  
て職場への復帰を目指すプログラムを用意  
しています。その結果、「以前のようにその  
まま退職してしまうのではなく、職場への  
復帰率も高くなってきており、人材流出と  
いう観点からも一定の成果が得られている」  
といいます。

# 早期退職を防ぐ各社懸命の取組み



JATA 研修・試験委員会の福田叙久委員長

名鉄観光サービスでは、早期退職による人材流出を防ぐため、入社前の取り組みとして選考時のWebテストで、いわゆるストレス耐性などの傾向を分析し、採用の際の判断材料として活用しています。同社総務部の吉田雅子課長は、「現在、より細分化されたデータの蓄積を行っているほか、面接時においてもできるだけ一人当たりの接触時間を増やすよう地域の担当者にも徹底している」と説明。同社では、新たな試みとして、内定後から入社までの期間に専用マイページをつくり、情報交換を行える場も設けています。

## 今年度からメンター社員制度も

2万人を超える社員を抱えるJTBグループでは、入社から4年目までを「能力開発期間」と定め、様々な研修・教育プログラムを実施しており、グループ本社人事部長の鈴木良照事務局長は、「若年層の離職率が比較的低く、定着してきている」と説明している。



JTB ユニバーシティ運営事務局の鈴木良照事務局長

鈴木事務局長によると、2011年から国内社員約2万2000人を対象に「働き方に関する意識調査」を年一回実施。ダイバーシティの考え方が職場で定着しているか、ワークライフバランスは進んでいるか、キャリアに関する志向はどうか、働きやすい職場と感しているか、特に女性に絞って、女性の能力を活用できているか、などの質問を通じて、社員の意識を把握する取り組みを進めています。



阪急交通社総務人事部人事課の菅沼孝陽副課長

す。



JR 東海ツアーズの吉田修代表取締役社長

施策を打つ前に、各職場の現状はどうか、社員は日々どんな意識でいるのか、いわば社員のニーズを把握することが大事」と指摘。今年度からは「マネジメント意識調査」も「働き方に関する意識調査」と同時に実施し、マネジメントの実態などについてマネジメント側と一般社員側の双方から聞き取りを行っており、マネジメント層の約2400人を含む約1万7000人の社員から回答を得ました。

また、グループ全体として重層的に様々な施策を展開している同社では、特に、モチベーションを下げない仕組みとして、今年度から「メンター社員制度」を採用しています。これは、各職場での新入社員に対する指導社員とは別に、精神面での側面支援を行うもので、業務指導が中心でプライベートの相談などがしにくい指導社員制度を補おうというものです。

鈴木事務局長によると、JTB関東で実施している「社兄・社姉」制度をグループ全社に拡大したもので、「JTB関東では



名鉄観光サービス総務部の吉田雅子課長

2011年4月の制度開始以降、退職率が劇的に改善された」といいます。さらに、「これまで入社6年目の社員を対象としてきたキャリアデザインセミナーについても、今年度からは35歳、45歳、55歳の社員も必修となりました。

JTBグループでは、入社直後の新入社員研修から始まり、実務、ビジネススキル、マネジメント系を中心とした階層別のグループ本社主催による集合研修は年間約100種類、約1100本が実施されており、年間受講者数は1万1000人を超えています。同時に、約300種類におよぶ通信教育の受講支援も行っており、年間受講者は約1万3000人を数えます。

## 管理職などへのコーチング研修

JATA研修・試験委員会の副委員長を務めるJR東海ツアーズの吉田修代表取締役社長は、若年社員による早期退職を防止する上でも、上長や管理職による「コ

# 早期退職を防ぐ各社懸命の取り組み

チング」が果たす役割の重要性を強調しています。

「コーチというと、野球のコーチのように自分の持っている知識や技術を教えたり、誤りを指摘して修正することをイメージしがちですが、これは、コーチングではなく、ティーチングです。『今年は何をやりたいのか』『日本一の投手になるために何をやるのか』と言葉のキャッチボールを繰り返すことで本人の気付きを引き出し、フォローして目標達成に導くことがコーチング活動」(吉田社長)

吉田社長によると、コーチングに適するテーマ領域は「重要だが緊急ではない事柄」で、例えば、「自分は将来どんな社員になりたいか」といった問いかけなどが有効となります。

JR東海ツアーズでは、部長・支店長など約100人が認定コーチ資格を持つっており、本社・支店間クロスコーチングなども行っています。

吉田社長は、「何を取り上げるかは自由だが、例えば、『この会社に勤めていて、成長が感じられ、将来の自分の姿がイメージできる』というテーマについて、コーチ役の上司が若年社員にコーチングを行った結果、多くの気付きが得られて、将来のイメージが明確になり、働く意欲が湧いてきたというようなケースもあります」と説明。

「私自身も、エグゼクティブコーチに『どういう会社にしたのか』という一般的な質問

だけでなく、思いもよらないような質問も繰り返し受け、何度も聞かれ、何度も考え続けることで自分の考えが整理でき、取り組むべきことが明確になった」(吉田社長)

## 独自のインターンシップを実施

JATAでは、新入社員基礎研修の一環として、2016年から東京地区でビジネス接遇マナーの研修を開始しました。従来は、法令約款の基礎研修だけでしたが、なかなか社会人としての基礎を学ぶ機会がないまま即戦力として働かなくてはならない新入社員にも、旅行業界人としての基本を身に付けてもらえるようにしています。

また、旅行会社への就職を希望する学生と優秀な人材を求める旅行業界とのミスマッチを防ぐ上でも、学生が仕事の現場を体験できる「インターンシップ」の重要性もこれまで以上に高まってきました。

阪急交通社では、講義やグループワークを通じて仕事の内容を知ってもらう独自のインターンシッププログラムを今年度から開始。夏季に2日間のプログラムを東京・大阪で1回ずつ、秋季に1日のプログラムを東京・大阪で各4回ずつ、冬季にも1日のプログラムを東京で5回、大阪で4回実施しています。同社の菅沼副課長は、「入社後に配属の可能性が高い募集型企画旅行部門の業務を『ツアー企画体験』として募集したところ、予想を大きく上回る応募があり、マーケティング、旅程作成、仕入手配、原

価計算と売値設定、プロモーションと広告制作といった2連の流れを体験してもらった」と説明。東京でも反響の大きかったこのインターンシッププログラムは、関西では一定のブランド力を持つ「阪急交通社」の知名度が必ずしも十分ではない首都圏で同社の認知向上を図るといった副次的な効果も期待できそう。同社では、来年度以降もこのプログラムを継続する方針です。

8月と2月の年2回、全国7都市でインターンシップを実施しているJTBグループでは、5日間のプログラムに約500人が参加。鈴木事務局長は、「実際の事業をテーマとする参加型のプログラムを通じて、より実践に近い体験してもらっており、大学生・大学院生の全学年を対象としているが、実際の参加者は夏冬とも大学3年生が多い」と説明しています。

## 業界一丸で経験・知識の留保を

若年社員による早期離職や中堅以上の社員による退職など、スキルノウハウの流出防止や人材育成の強化といった喫緊の課題が突きつけられている旅行業界にとって、インターンシップは単に個別旅行会社の現場を知ってもらうだけでなく、「観光立国」や「観光先進国」が国是として掲げられ、その担い手としての役割が期待されている旅行業界の社会的な存在意義などへの理解を深めてもらうためにも、非常に重要な機会となるものです。

JTBグループの鈴木事務局長は、「観光先進国の実現や地方創生の展開における取り組みなど、旅行業界としての貢献度は極めて高いにも関わらず、そういった貢献に対する社会的認知度が相対的に低いのではないかと指摘。『業界全体として社会的価値の高さやフィールドの大きさといった魅力を広範かつ強力に発信し、仕事のやりがいを感じてもらうことが必要だ』と訴えています。

JATA研修試験委員会の福田委員長も、「若年社員のみならず、中堅社員などが退職にもなると他業界や他業種へ転出し、貴重な経験や知識が失われてしまうという事態を繰り返すことは避けなければならず、早期離職や退職をする場合でも、自ら培ってきたスキルやノウハウが同じ旅行業界の中で再び活かされるように、業界一丸となって底上げを図っていかなければならない」と強調しています。

### ツーリズムEXPOジャパンでセミナーを開催

JATA研修・試験委員会は昨年9月、「ツーリズムEXPOジャパン2016」でプロフェッショナル・セミナー「入社後の早期退職にどう向き合うか、ベテラン人事担当者が本音を語る」を開催し、業界関係者40人以上が参加しました。

同セミナーでは、玉川大学観光学部長を務める香取幸一教授による基調講演「大卒正社員の3年以内の早期退職の実態とその対応策」に続き、ジェイアール東海ツアーズの吉田社長をモデレーターに、JTBの鈴木事務局長、阪急交通社の菅沼副課長、名鉄観光サービスの吉田課長がパネリストとして登壇し、「本音トーク」を繰り広げました。

## 巻頭特集 早期退職を防ぐ各社懸命の取組み

旅行業の原点は「人」なり

観光立国担う“中核産業”の魅力発信を…………… 1～3

## 田川会長年頭会見

旅行会社の「真価」を発揮する年

活性化へアウトバウンド促進協議会設立…………… 5

シドニーで日豪観光セミナー開催

訪豪中の安倍首相が特別来賓として出席…………… 6

2017年は“持続可能な観光国際年”…………… 6

## <本部支部活動報告>

金沢市でインバウンド商談会

会員14社から担当者40人以上が参加…………… 7

「今年からが本当の復興の始まり」

九州支部賀詞交換会で支部長が強調…………… 8

「広島空旅2017」に1万2000人来場…………… 8

国内・訪日旅行推進部 各国旅行市場報告

**タイ編** ASEAN最大の訪日市場に…………… 9

## 連載 価値創造産業への挑戦

—動き出したダイバーシティの取組み—

[取材協力] 株式会社ジーベックテクノロジー

中小は「必然性」の見極めが重要…………… 10

支部活動…………… 8

出入国者数(速報値) 2016年出国者数は5.6%増1711万6200万人…………… 15

### ●読み物&マーケティング

・シリーズ:『挑戦』を支えるもの～旅行会社がリスクマネジメントに取り組む意義～…………… 11

・連載 マーケットデータ深読み 2017年の市場を展望する…………… 12

・ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑨ 今回のテーマ:「パスポートの有効期限」は申込書に書いた!…………… 13

・法務の窓口 第49回 お客様が来ない!…………… 14

### ●素材研究

(国内)熊本市 2019年に天守閣の早期復旧を目指す…………… 16

(海外)コトル(モンテネグロ) 自然と歴史がもたらした独特の魅力…………… 17

(海外特別編)日中45周年プロジェクト蘇州・無錫…………… 18

●事務局だより…………… 15

### 表紙写真

「観光立国」から「観光先進国」へ。次代を担う業界の若手にかかる社会からの期待も年を追って膨らむばかりです。業界や各企業、先輩社員にも、新人社員の夢や希望を支える相応の覚悟と力量が求められる時代になりました(写真は、日本旅行の2015年度入社式)

### 「日中国交正常化45周年」ロゴの使用について

2017年は日中国交正常化45周年という記念すべき年となります。当協会では、中国国家観光局などのご協力をいただきながら、「再発見!中国」をテーマに日中両国の観光交流を推進してまいります。中国旅行の需要喚起、拡大に向けた施策を推進するためにロゴマークを作成しました。下記サイトからダウンロードの上、会員各社のパンフレット等には是非掲載いただきますようお願いいたします。

<https://qooker.jp/Q/auto/ja/kaigai2017/171231/>



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

カード決済も!

コンビニ決済も!

旅行業基幹業務支援システム

**symphony Atwo**  
シンフォニー アトウ



営業から経理まで、全ての業務をひとつのシステムで完結します!



株式会社 ウィ・キャン  
<http://www.we-can.co.jp/>

本社:東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂レジテビル6F /03-3423-2161  
大阪:大阪市淀川区西中島5-11-10 第三中島ビル4F /06-6390-3321

## 旅行会社の「真価」を発揮する年 活性化へアウトバウンド促進協議会設立

田川博己 JATA 会長は1月6日の年頭会見で、旅行会社の企画力や提案力、幹旋力や添乗力といった「人間力」を発揮してマーケットの信頼を勝ち取り、2017年を「旅行会社の真価を発揮する年」にしたいと抱負を語りました。昨年に続いて「海外旅行の復活」を目指し、アウトバウンド促進協議会を設立することも明らかにして、旅行会社をはじめ、航空会社やホテル、鉄道、メディアなど幅広い関係者の参画を通じ、海外旅行市場の活性化を図る方針も示しています。

域が牽引役となつて、12億人に達しようとしています。

昨年から WTTC の副会長としてアジア太平洋地域の担当となりましたが、WTTC による最新の発表でも、昨年の旅行観光産業の成長率は3.1%を記録して、世界経済の成長率である2.3%を上回りました。旅行・観光産業が世界の GDP に占める比率は9.8%、雇用でも9.5%となっており、11人に1人という割合は、他の産業セクターよりも高い数字となっています。

### 双方向交流5000万人を実現

昨年はテロ事件や自然災害、難民問題など、様々な難しい出来事が起きたにも関わらず、世界の旅行人口は、アジア・太平洋地域

日本政府は昨年、「明日の日本を支える観光ビジョン」を発表し、こうした世界の潮流を取り組むことで日本経済の成長を実現するため、訪日外国人旅行者数について、2020年に4000万人、2030年に6000万人という目標を設定し、踏み込んだ政策を発表しました。

JATA としても、官民連携の一翼を担う決意であり、まず、2018年までにインバウンド3000万人、アウトバウンド2000万人、合わせて5000万人という双方向交流の実現を目指し、グローバルな視点で様々な課題に取り組みしていきたいと考えています。

### 会員会社の取り扱い拡大へ

2017年は、マーケットを動かすために「仕掛ける年」にして、「海外旅行の復活」

と同時に、JATA 会員会社による取り扱いの拡大を目指します。



アウトバウンド促進協議会を率いる菊間副会長

### 海外旅

行における目玉の施策として「アウトバウンド促進協議会」を設立し、JATA 海外旅行推進委員会の委員長を務める菊間潤吾 JATA 副会長に率いてもらいます。世界を5つの地区に分けてフォーラムやセミナーなどを実施し、首都圏以外でも活動を行うことでアウトバウンド市場の活性化を図っていきます。特に、JATA と覚書を締結しているマレーシアやタイ、フランス、オーストラリア、米国などの重点国を中心に、年間を通じて送客を進める方針です。

日本との国交正常化45周年を迎えた中国については、旅行会社による取り扱いも2013年並みに戻ってきています。JATA では「中国再発見」をテーマに、中国各地へ日本人旅行者を送客するためのプロジェクトも進めており、「昨年のような大型訪問団が計画された場合は、積極的に取り組む考えです。」

韓国では、昨年12月に1500人規模のファミツアーが3コースに分かれて視察を行っており、旅行会社の取り扱いも2014年の水準まで回復していることから、体験型の企画など質の向上と地方の魅力の掘り起こしを図っていきます。

### 安心安全で魅力ある企画を

昨年の訪日旅行者数が2400万人に達したインバウンドは、数とともに質の向上も問われることとなります。2020年における4000万人の達成に向けて、JATA としては2018年に3000万人という目標を掲げ、「明日の日本を支える観光ビジョン」に示された内容を「つぎつぎと進めたい」と考えています。

ツアーオペレーター品質認証制度の普及による質の向上や、地域の受け皿としてのDMOがマネージメントマーケティングともに自立する組織となるよう、旅行業界として人材の支援などを行っていきます。

国内旅行については、国立公園や日本遺産、ユニークベニエの活用などを通じて、訪日旅行とともに振興していけるように、旅行会社として手腕を示していきたい。2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて文化プログラムの登録も始まっており、JATA としても協力して大いに盛り上げていきます。また、新しい制度が始まったファミツアーでは、バス会社の協力を得て使用バス会社名の表示を実施し、契約における下限運賃の厳守も行って、安心安全で魅力ある企画を開発していきたい。

ツーリズムEXPO ジャパンは、「JATA 旅博」と日本観光振興協会の「旅フェア日本」の統合から3年間で一つの形ができていき、国連の「持続可能な国際観光年」でもある今年、日本政府観光局(JNTO)も主催に加わり、次のステップに向けB to B や三位一体の連携強化を図ります。



年頭会見で抱負を語る田川会長

# シドニーで日豪観光セミナー開催 訪豪中の安倍首相が特別来賓として出席

JATAの田川博己会長は1月14日、シドニーで開催された日豪観光セミナーに参加し、オーストラリアを訪れる日本人旅行者数の増加に向けて、JATAとオーストラリア政府観光局の間で結ばれた覚書（MOU）などを踏まえ、日豪双方の関係者による緊密な連携を図る方針を明らかにしました。

今回の日豪観光セミナーは、安倍晋三首相によるオーストラリア訪問に合わせて開催されたもので、特別来賓として同セミナーに出席した同首相は、個人的な二セコとの関わりに言及した上で、「二



オーストラリア政府観光局のオサリバン局長（中央）を囲む田川 JATA 会長（右）と松山 JNTO 理事長

セコを世界的なブランドにしたのはオーストラリアである」と指摘。「様々な日本の良さを理解してもらい、日豪間の交流をさらに深めていきたい」と語っています。

また、日本政府観光局（JNTO）の松山良一理事長は、昨年1年間に日本を訪れたオーストラリア人旅行者が約45万人に達し、記録を更新したことを紹介。「オーストラリアは、日本文化や和食、旅館滞在といった日本の良さをアピールできる市場であり、日本とは季節が反対となるため、年間を通じたプロモーションが可能だ」と強調し、2019年に日本で開催されるラグビーのワールドカップを通じて、オーストラリアから国内各



安倍首相「日豪間の交流をさらに深めたい」

地への訪日旅行需要を拡大することに意欲を示しました。

一方、オーストラリア政府観光局のジョン・オサリバン局長は、昨年1年間にオーストラリアを訪れた日本人旅行者数は40万人を超える見込みであり、「伸び率は2番目という重要なマーケットだ」と指摘。「カンタス航空グループが日豪間における輸送力を3倍に拡大したほか、全日空による羽田／オーストラリア線も訪豪需要の増加に貢献している」という見方を明らかにしています。

田川 JATA 会長も、2016年に前年比5.6%増の1711万人となった日本人渡航者数のうち、オーストラリアへの渡航者数は前年比24%増を記録して、伸び率では最大となる見通しであることに言及。「オーストラリアの魅力は自然だけでなく、都市部にも存在している。レジャー、ビジネス、MICE、教育旅行など、それぞれの分野で企画力、提案力、斡旋力、添乗力という旅行会社の真価を発揮して、MOUで設定されている2020年の訪豪日本人旅行者数70万人を達成したい」と決意を表明しました。

## 2017年は「持続可能な観光国際年」 「社会の枠組みづくり」に観光で貢献

2017年は「持続可能な観光国際年」です。2015年9月にニューヨークで開催された第70回国連総会では、2017年を「持続可能な観光国際年」と制定。1945年の国連設立以来、観光に関する国際年は、これが3回目となります。

国連総会で全加盟国が共有した「持続可能な開発課題の解決」や「持続可能な開発目標」の2030年までの達成に貢献できるよう、地球に住む人々が一緒に観光に関わる政策や商慣習、旅行者・消費者の行動を、持続可能な新しい観光モデルとその考え方にシフトしていくため取り組みを始めます。

「持続可能な観光国際年」は、次の5つの分野に重点を置いて、観光の役割を世界に発信していきます。

- ◎ 包括的・持続的な経済発展：誰もが参加可能で地域全体への経済的裨益（ひえき）が持続するようなツーリズム
- ◎ 社会的な関わり、雇用拡大や貧困の撲滅：雇用創出や貧困削減に貢献するツーリズム
- ◎ 資源の有効活用、環境保護や気候変動：環境や気候変動に配慮した資源保全・保護を踏まえたツーリズム
- ◎ 文化的価値、多様性、遺産：伝統や固有性と多様性の両立を認め合う文化価値を描くツーリズム
- ◎ 相互理解、平和、安全：平和や安全を支える相互理解に貢献するツーリズム

世界観光機関（UNWTO）では、各国政府、国連関係機関、国際機関や地域機関、JATAやPATAといった観光関連組織と緊密に連携しながら、「持続可能な社会の枠組みづくり」に向け、観光を通じて貢献できるように取り組みを進めます。（記事提供… 国連世界観光機関 シニアオフィサー熊田順一氏）

# 金沢市でインバウンド商談会 会員14社から担当者40人以上が参加

JATAは12月13日、金沢市の石川県地場産業振興センターで、北陸信越運輸局、中部運輸局、日本政府観光局(JNTO)の後援協力により、第4回「JATAインバウンド商談会」(北陸国際観光テーマ地区推進協議会共催)を開催しました。

訪日外国人旅行者が急激に増加する一方で、大都市圏などにおける宿泊施設や貸切バスの不足など、供給面での課題も浮き彫りになってきており、JATA訪日旅行推進委員会では、地域へのインバウンド需要分散の促進を目的として、旅行会社と地元観光産業関係者・自治体関係者との商談会を実施してきています。

JATAインバウンド商談会は、昨年6月に群馬県で群馬・栃木の両地区合同による第1回が開催されたのを皮切りに、一昨年12月には大阪府で滋賀・奈良・和歌山の3地区合同による第2回、昨年5月には静岡県で静岡地区による第3回が開かれました。

昨年12月に金沢市で開催された第4回インバウンド商談会では、会場となった石川県地場産業振興センター本館1階の



旅行会社や自治体・観光事業者など100人以上が参加



地域への訪日需要拡大を目指す商談会

大ホールにJATA会員会社14社からインバウンド担当者40人以上と地域の自治体や観光事業者など50団体の関係者50人以上が集まり、活発な個別商談会が実施されています。

第1部では、北陸信越運輸局の土田泰之観光部長と中部運輸局の澤田孝秋観光部長による来賓挨拶に続いて、JNTOの山崎道徳理事が「観光立国実現に向けての取り組みについて」をテーマに講演。第2部では、石川県観光戦略推進部国際観光課の大西洋彰欧米誘客戦略



JNTOの山崎道徳理事



北陸信越運輸局の土田泰之観光部長



中部運輸局の澤田孝秋観光部長

課の笠島巨弘総括主任の3氏が、それぞれ北陸3県についてのプレゼンテーションを行いました。

商談会翌日の12月14日には、北陸国際観光テーマ地区推進協議会主催による石川・富山・福井の各県での現地視察が実施され、各コースにJATA会員会社からそれぞれ10人以上が参加。石川県コースでは近江町市場・ひがし茶屋街・兼六園・金沢21世紀美術館・鈴木大拙館、富山県コースでは瑞龍寺・チューリップ四季彩館・五箇山周辺・富山県富岩運河環水公園、福井県コースでは東尋坊・永平寺・養浩館庭園・越前和紙の里・日本海さかな街などを訪れています。



旅行会社と地域側の担当者が情報交換

グループリーダー、富山県観光・地域振興局観光課国際観光班の南茂英気主任、福井県観光営業部広域誘客



# 「今年からが本当の復興の始まり」 九州支部賀詞交換会で支部長が強調

JATA九州支部は1月6日、福岡市のソラリア西鉄ホテルに関係者など約500人を集めて、「2017年新年賀詞交換会」を開催しました。

九州支部の中

津功支部長は、「熊本・大分地震の影響をまともに受け、昨年の国内旅行は関連記企業や施設などが最悪の状況になるのではと危惧したが、九州運輸局九州観光推進機構九州各県による政府への要請の結果、『九州ふっこう割』施策が功を奏して、最悪



賀詞交換会でも「九州の元気」を体現したくまモン

の状況は回避できた」と挨拶。「『ふっこう割』が終わった今年からが本当の復興の始まり」という認識を示し、「各宿泊施設のJATA会員各社からの送客こそが重要」と強調しました。

また、来賓として挨拶した九州運輸局の佐々木良局長は、「今年4月頃に各地からいただいた熊本地震復興支援を感謝する観光プロモーションができないか検討しており、3月下旬に全体的なプランを発表したい」考えを明らかにしています。

賀詞交換会では、オープニングアクトとして熊本県営業部長のくまモンもサプライズで登場し、くまモン体操のパフォーマンスで会場を盛り上げました。

## 「広島空旅！2017」に1万2000人来場 中四国支部、チームヨーロッパの写真展も

JATA中四国支部は1月20日と21日の両日、広島市の広島紙屋町シャレオ中央広場で広島県空港振興協議会と「広島空旅！2017」を開催しました。

このイベントは、広島空港の利用促進と来場者の旅行機運を高めることなどを目指し、「広島空港からステキな旅に出かけよう！」をコンセプトに、内外の観光局や航空会社、観光施設事業者などが一堂に会するものです。

広島県内では最大級となる「旅の情報発信イベント」には、2日間約1万2000人が来場し、各PRブースでの情報収集やステージでのプレゼンテーションやパフォーマンス、クイズラリーなど



ステージに登場した各地からの出展者

を楽しみました。

今回のイベントでは初めての試みとして、メイン会場のシャレオ中央広場に隣接する通路部分でJATAのチームヨーロッパによる「美しい村 欧州文化首都・フォトコンテスト」入賞作品の写真も20点ほど掲示し、多くの人々に立ち止まって鑑賞してもらいました。また、神戸税関広島税関支署の協力により、ステージで「麻薬探知犬によるデモンストラクション」も行われ、人気を集めました。

### 北海道支部

1月6日 観光業東新年交礼会。

1月21日 雪はねツアー（除雪ボランティア活動）。

### 東北支部

1月26日 第4回総務委員会。

### 関東支部

1月11日 埼玉県地区委員会賀詞交換会。

1月12日 千葉県地区委員会賀詞交換会。

1月20日 神奈川県地区委員会賀詞交換会。

2月3日 海外旅行委員会。

2月8日 総務委員会。

### 中部支部

1月6日 新年賀詞交換会（福井地区委員会）。

1月12日 新年賀詞交換会（愛知・三重・岐阜・富山・静岡地区委員会）。

1月13日 新年賀詞交換会（石川地区委員会）。

1月18日 総務・消費相談委員会。

1月27日 空港委員会。

2月8日 海外旅行委員会。

2月9日 国内地域振興委員会。

### 関西支部

1月5日 関西支部年賀会。

1月10日 関西支部京都・滋賀地区新年賀交歓会。

1月11日 関西支部兵庫地区新年互礼会。

### 中四国支部

1月20日 平成28年度第3回幹事会（役員幹事18人）。

1月20日 中四国支部新年賀詞交換会（150人）。

1月20日 「広島空旅！2017」ワークショップ商談会（出展者14組×旅行会社20人）。

1月21日～22日 「広島空旅！2017」（紙屋町シャレオ中央広場・18ブース25社出展）。

### 九州支部

1月6日 新年賀詞交換会。

1月10日 実務委員会。

### 沖縄支部

1月4日 沖縄観光新春の集い。

1月6日 苦情対応セミナー。

1月19日 幹事会。

1月20日 JATA/ANTA合同新年会。

# タイ編 ASEAN最大の訪日市場に

ビジット・ジャパン(VJ)事業における重点20市場の一つであるタイは、2016年1月から11月までの訪日旅行者数が前年同期比14.5%増の80万5100人を記録し、東南アジア諸国連合(ASEAN)の中で最大マーケットとなっています。年間200万人を超える規模となったASEAN市場において、全体の伸びを象徴する存在のタイは、今後も好調なASEANからの訪日需要を牽引していく有力市場の一つとして期待されています。

## 2015年は逆風の中で前年比2割増

タイの人口は6866万人、国民一人当たりのGDPは5445米ドル(何れも2014年)で、2015年における訪日タイ旅行者数は79万6700人に達し、前年比21.2%増を記録しています。

日本政府観光局(JNTO)によると、2015年に日本を訪れたタイ人旅行者数は、これまでの最高だった2014年の65万7570人を上回って過去最高を更新しました。

タイでは、国際民間航空機関(ICAO)がタイにおける航空の安全性への懸念を示したこと、8月にはバンコクでの爆弾テロ事件が発生し、2015年には旅行市場における逆風も強まりました。しかし、ソングラン休暇のあった4月には観光需要が急増して、東南アジア市場で初めて訪日旅行者数が単月で10万人を超える好調ぶりを示すなど、逆風による大きな影響は回避されています。

JNTOでは、8月半ばからJAPAN STORYをテーマに、地方における観光魅力の発信を中心に多様な訪

日旅行プロモーションを展開。11月に開催されたFIT FAIRの来場者は約4万6000人を数え、販売実績でも前年比20%増の5892人と過去最高を記録し、12月の訪日旅行者数を大きく押し上げる結果となりました。

## 4年間で3倍に拡大した訪日旅行者

さらに、2016年11月までの11カ月間における訪日旅行者数も前年同期比14.5%増の80万5100人に達して、2015年における年間旅行者数を上回っています。タイ国王の崩御(10月13日)を受けて、旅行自粛や報奨旅行の延期といった傾向もみられたものの、LCCによる航空券販売や格安ツアー商品の売り上げが好調を維持して、訪日需要の増加傾向に変化は生じませんでした。

また、一時的に中止されていたオンラインによる旅行情報の発信なども徐々に再開されてきており、今後の訪日タイ人旅行者の動きに勢いが増すことも期待される状況となっています。

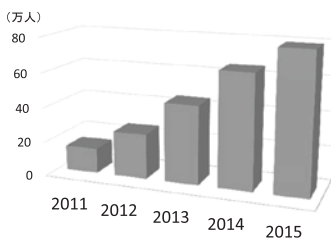
JNTOによると、アジア各国・地域へのタイ人旅行者数は、100万人を超えています。マレーシアがトップの座を維持しています

が、2010年には、中国(63万5539人)や香港(44万9812人)、シンガポール(43万0067人)、韓国(26万0718人)を下回っていた日本(21万4881人)も、2014年には65万7570人まで増加して、中国(61万3100人)・シンガポール(50万6509人)・香港(48万521人)・韓国(46万6783人)を上回るまでになっており、タイにおけるアウトバウンド市場が拡大する中で、日本の人気は着実に高まっています。



賑わいをみせた TITF での日本ブース

過去5年間の訪日客数推移(総数)



※出典: 日本政府観光局(JNTO)

タイからの過去5年間の訪日外客数(月別)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	累計
2011	11,412	13,597	11,718	8,001	8,457	7,507	12,180	8,631	13,701	19,517	11,488	18,760	144,969
2012	12,092	15,345	26,313	40,821	24,016	13,608	16,347	11,812	18,775	31,701	24,239	25,571	260,640
2013	16,101	19,890	44,848	60,212	40,263	20,502	30,189	23,849	29,278	61,306	51,185	56,019	453,642
2014	27,161	34,334	71,122	99,396	62,254	36,323	42,891	29,355	31,058	79,388	68,024	76,264	657,570
2015	44,770	44,038	92,438	117,930	81,015	43,390	51,852	31,289	34,385	86,001	76,145	93,478	796,731

※出典: 日本政府観光局(JNTO)

JNTO商談会で認証制度を紹介  
2016年2月にバンコクのクイーンシリキット・ナショナル・コンベンションセンターで開催されたタイ旅行業協会(TTAA)主催による第18回「タイ・インターナショナル・トラベルフェア(TITF)」には、日本からも自治体や旅行会社など79団体が参加しました。

日本ブース以外では旅行商品の販売が可能のため、韓国や中国、台湾をはじめ、ASEAN各国などのブースでは旅行会社が積極的に出展し、韓国は「雪」をイメージしたブース展開で2018年に開催される平昌オリンピックをアピールするなど、急成長するタイのアウトバウンドマーケットが国際旅行市場でのプレゼンスを高めていることを印象づけています。日本ブースの人氣も高く、同トラベルフェアでは平日の開催期間中も、多くのタイ人消費者が訪れました。

TITFに併せて、JNTOがタイのインセンティブ市場で日本をアピールするために開催した業界セミナー「商談会」には、タイ側から47社のバイヤーと日本側から17団体のセラーが参加。セミナーでは、ツアーオペレーター品質認証制度や認証会社の紹介がタイ語で実施されています。また、タイ側バイヤー53社と日本側セラー50団体が参加した観光旅行市場向けの業界セミナー・商談会でも、ツアーオペレーター品質認証制度と認証会社を紹介するプレゼンテーションが実施されました。

## — 動き出したダイバーシティの取組み —

### 「取材協力」株式会社ジーベックテクノロジー 中小は「必然性」の見極めが重要

性別・年齢を問わず実力主義で採用

経済産業省の「平成26年度ダイバーシティ経営企業100選」で表彰されたジーベックテクノロジーは、1996年の設立という若い企業ですが、ダイバーシティ経営を通じた「顧客のニーズ

を取り込んだ新製品開発による事業拡大の実現」や「復職者の海外代理店ポータルサイト構築による業務時間削減」などが高く評価されています。

工具用研磨・切断・微細バリ取り用工具の開発、製造・販売を行っている同社では、2002年に開発部門が新素材を用いたバリ取りの自動化ツールを独自に開発し、2005年に製品化を実現しました。自動車部品や航空機部



前職での経験を有する人材を性別・年齢関係なく採用し、女性社員の活躍も顕著に

品の金属加工を行う業界では、型を抜くプロセスで縁に残る余計な部分であるバリを取り除く際、ほとんどの企業が手作業で行っていましたが、バリ取り自動化ツールの製品化で労力の軽減や精度の向上などを目指したのです。

同社の住吉毅彦代表取締役社長は、「日本の企業が国際社会で最も競争力を発揮できる『モノづくり』で、部品を組み立てて安定的に機能させるためにはバリ取りが極めて重要で、製造業の根幹である加工分野で世界トップ水準の製品を提供していかなければなりません」と説明しています。

父親である創業者の逝去により、2005年に入社した住吉社長は、海外営業からスタートして自社製品の売り込みを担当。大手商社で技術ベンチャーを開発した経験も持つ同社長は、製品の営業や事業の拡大に取り組めるメンバーの必要性を痛感し、「性別・年齢関係なし」「有能な人材は男女問わず積極的に幹部に登用する」という採用方針を打ち出しました。

#### 事業拡大や業務時間削減などを実現

「皆で世界中のバリ取りの問題を100%解決する」という同社の理念やビジネスの目標を理解し共感する人



住吉毅彦代表取締役社長

材を求め、前職での経験を有する人材を中途採用してきた結果、性別・年齢・国籍の異なる多様な人材が集まり、2005年には3人だった女性社員は8人に増加、高齢・シニア世代の採用や顧問契約も2人から6人へと増加しています。

女性社員のライフイベント集中に備え、2006年から業務プロセスの見直し・定型化を進め、文書作成のシステム化や単純作業の切り出しによる外注・派遣社員の活用なども図ってきています。女性社員1人が担当していた輸出入も含めた管理業務も再整理・細分化して、代替可能な体制も構築しました。

金属加工業界では珍しい女性営業職社員が、得意先で女性技術者による顕微鏡での加工作業を目的としたりして、新製品の開発に繋げるという事例も生まれています。

同社の取引先は、海外約30カ国、代理店約50社を数え、個別のメール電話を中心とする対応に追われていました。が、産休からの復職後に業務量が増加



多様な人材によって開発されたジーベックテクノロジーの製品

していることを実感した女性社員が短時間勤務でも対応できる効率的なシステムを構築し、作業時間を98%も短縮する劇的な改善も実現されました。

こうした業務効率の改善により、社員の有給休暇取得日数が倍増するといった成果ももたらされ、結果的に全社の生産性向上にもつながっています。

住吉社長は、「時代の流れで皆がダイバーシティをやらなければいけないような風潮になっていますが、経営の考え方や事業内容などに適しているかどうかを見極めることも重要です」と指摘。「中小企業の場合、その必然性もないのにダイバーシティだけを優先したら、生き残れなくなってしまう」と警告しています。

# シリーズ：『挑戦』を支えるもの

## ～旅行会社がリスクマネジメントに取り組む意義～

前回の、危機発生時に生じる諸費用とリスクマネジメントの概要に引き続き、今回は旅行会社の皆様がリスクマネジメントに取り組む意義に関して、ご説明致します。

### ■お客様へのアピールになる

安心安全に対する期待レベルがとも上がっている昨今の日本社会。例えば、個人情報漏えいひとつをとっても、情報管理に対する世間の考え方が、ここ数年でどんどん厳しくなっていることを皆さんも感じられているのではないのでしょうか。

これは、旅行業界においても例外ではなく、渡航中の危機管理等に関するお客様の意識、期待するレベルが、確実に上がってきていると考えられます。

このような状況において、万が一の事故や事件が起きてしまうと、法的責任の有無に関わらず、社会的に強いバッシングを受ける可能性があります。

企業にとって非常に厳しい時代であるとも言えますが、逆に、今の社会で強く期待されていることにしっかりと取り組む企業は、それだけお客様の支持を集めるということでもあります。

このような観点で、安心・安全を

サービスの売りの一つとし、他社と差別化を図る、というのも企業の戦略の一つとなります。

### ■緊急時のブランド維持・向上

万全の危機管理体制を構築していたとしても、100%危機を回避することは出来ません。

財産等への具体的な損害については、あらかじめ手配しておいた保険等で補てんすることもできますが、企業のブランドイメージは、一度毀損してしまうと回復するのが非常に難しいものです。

そして、このブランドイメージは「緊急時の対応」によって大きく左右されることがあります。

震災など、過去の大規模災害の際にも、倒産、経営難に陥ってしまう会社もあれば、逆に危機をハンドリングして乗り越えることで、売り上げを拡大し、企業のブランドイメージを伸ばした会社もあります。

危機が発生した時に適切な対応を行うことで、「何があっても安心してきる会社」と評判を維持・向上させることができます。

### ■全ての従業員が自信を持って危機対応できる様になる

緊急時、厳しい状況の中で、ひとり

ひとりの従業員が適切に行動できるよようになることは、組織全体の安心感、安定感を向上することにつながります。

非常にきめ細やかな顧客対応を求められる旅行業界においては、危機発生時の対応にも自信がある、という経営者の方も多いかと思いますが、「誰がいつ対応しても大丈夫」と言える体制、風土を構築することが出来ているのでしょうか。

組織全体に危機管理意識をしっかりと浸透させ、お客様と直に接する従業員一人一人が経営者の皆様と同様に自信をもって対応することが、お客様からの信頼につながり、リスクマネジメントは真の価値を発揮することが出来ます。

東京海上日動では、ただ「組織としてやらなければならないこと」としてのリスクマネジメントだけでなく、営業戦略上のメリットを踏まえた上での体制構築、企業ブランド向上への支援を行っております。ご不明な点、お困りのことがありましたら是非私どもにご相談ください。

(東京海上日動火災保険株式会社  
旅行業営業部)

# 挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動





# 2017年の市場を展望する

2016年の海外旅行者数は1700万人台を回復、前年比は速報値で5・6%増と徐々に好調な数値となりました。この流れは2017年も継続するのでしょうか。旅行商品の取扱人数の推移を含め2017年を展望します。

## 好調だった2016年とは様変わりする2017年

昨年末にJTBが発表した2017年の海外旅行者数の予想は前年並みの1700万人という内容でした。伸び率の見直しは±0%となっています。直近の2016年11月の旅行者数が10・5%増、12月が8・0%増と好調でしたので、2017年の旅行者数が前年並みになるということは、市場の様変わりを意味しています。

そもそも2016年の好調さはどこから来ていたのでしょうか。2016年の海外旅行者数は円レートが若干上昇したことに加え、韓国、台湾を含むアジア方面への国際線航空座席数の急増が追い風となつてプラスとなりました。(図表1) LCC比率も総座席数の20%前

後まで急上昇したと考えられ、近場を中心に20代などの若年層の需要拡大に貢献したと推測されます。また2016年の旅行者数増加にはエボラや相次ぐテロに悩まされた2015年からのリバウンド要素も貢献したと考えられます。

2017年に関しては先ずこうしたリバウンドによる需要の押し上げが弱まってくると考えられます。訪日旅行者数の伸び率も下がってきており、近場を中心に一部の方面では座席数減少の可能性が現実のものとなっています。為替レートは前年に比べると円安で推移すると想定され、春以降は燃油サーチャージの復活も想定されています。このように2017年はプラスの材料が減り、マイナスの要素が次第に強まってくるために年の後半では旅行者数がマイナスの月が出てくる可能性がある。これが冒頭の旅行者数予測の背景にある考え方です。

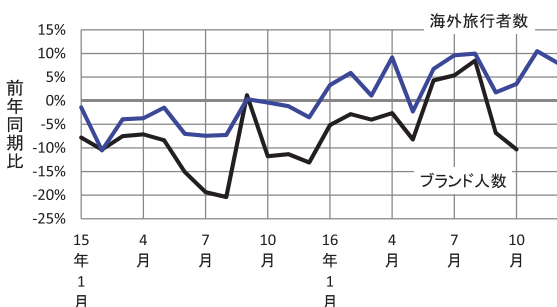
## 旅行会社の取扱は団塊世代のりカバリーがカギ握る

2016年は20代や40代などの旅行者層が好調であった一方、60代後

半以上のシニア層は動きが鈍かったようです。観光庁の統計によれば旅行商品ブランド(募集型企画旅行)の取扱人数は年の6月〜8月はプラスに戻したものの、その後は再びマイナスとなっており、最後まで旅行需要のリバウンドに乗り切れなかったという印象です(図表2)。

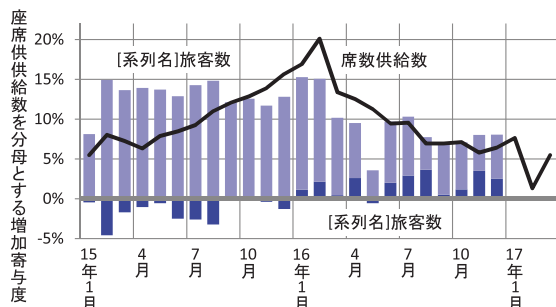
2017年は旅行者数自体が前年並みと予想されるため市場環境は前年ほど良くありません。その一方で停滞が続くシニアの需要が回復すれば、旅行者総数が伸びない中で、募集型企画旅行の取扱人数がプラスに戻すという局面もありうるでしょう。60代後半以上の層とは「団塊世代」とほぼ同義です。この世代の旅行意欲自体が弱体化したわけではなく、海外が選択されにくくなっている、というのが現状であろうと思います。団塊世代をもう一度海外旅行に引き戻すための働きかけが期待されるどころであり、そのためには業界の連帯した取り組みが必要ではないかと思えます。

海外旅行者数、及び旅行商品ブランド取扱人数の伸び率



データ: 観光庁、法務省

国際線座席供給数とアウトバウンド、インバウンドの推移



データ: 法務省、OAG

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 執行役員・主席研究員。1964年生まれ。

## 苦情事例に学ぶ④

監修 弁護士 三浦雅生

## 今回のテーマ...

「パスポートの有効期限」は  
申込書に書いた!

海外旅行に出発当日。期待に胸を膨ら

ませて空港に出かけ、航空会社のカウンターにeチケットとパスポートを提出しました。ところが



が、「パスポートの有効期限が旅行先の国が定められたのを満たしていない」と、その場で搭乗を拒否され、海外旅行に行くことが出来ませんでした。

このような相談がJATAにも頻繁に寄せられます。そこで、今回はこのことについて整理してみたいと思います。

## 申し出内容はこうです

「旅行のプロとして確認する義務はあるはず!」

友達と4人でバリ島に行くツアーに申込みました。

旅行当日、空港の航空会社のカウンターにeチケットとパスポートを提出して、機内預けのスーツケースを渡そうとした時、「このパスポートでは飛行機にお乗りいただくことが出来ません」と言われました。最初はなにを言われているのか解らず、その理由を尋ねたところ、「インドネシアに行くにはパスポートの有効

期限が6カ月以上ないといけないんです」と。私は旅行会社からそんなことは聞いていないし、旅行会社に提出した「申込書」にパスポートの有効期限を記入もしています。旅行会社が私に、その「有効期限が足りないこと」を教えないのは確認義務違反であり、旅行に参加できなかったことへの損害を賠償してほしい、というものです。

## 解決に向けての指針

「申込書に書いた事項の重要性!」

物事には表も裏もあるように、一つの事象においても異なる時空でパラレルワールドは存在します。しかしながら、「旅行条件書に存在するパラレル」はイノセントワールドになんの問題もなく移行出来るかという点、そう簡単には運ぶものではありません。

ある旅行会社の旅行条件書には、次のようなことが書かれています。

「お客様のパスポートが今回のご旅行に必要な残存期間を満たしているかどうかをご確認ください。これは、「旅行者自身で、旅行先に滞在するために必要なパスポートの残存期間を確認してください。確認する義務はお客様にあります。旅行会社はその責を負いません」ということを言うこととなります。

ところが、契約の申込み時に旅行会社がお客様に提出を義務付けた「申込書」用紙(標準旅行業約款募集型企画旅行契約第5条1項)の中にパスポートの有効期限という欄があり、そこにお客様の有効期限が記されていた場合は、旅行会社に確認義務が全くないと言えるでしょうか? お客様としては、申込書にパス

ポートの有効期限を記載した以上、渡航先入国のための残存期間が足りない場合に、それを見た旅行会社担当者が当然のこととして、一言注意してくれるだろうと思うでしょう。こうしたお客様の信頼、期待に応えるべきというのが、いわゆる「信義誠実の原則」と言われるものです。

本例の場合も、お客様自身がパスポートの残存期間を調べなかったことに落ち度があるかも知れませんが、申込書に有効期限の記載を求めている以上は、当該旅行にあたってのインドネシアに入国できるためのパスポートの残存期間に注意を払う信義則上の注意義務が旅行会社にあると判断される場合が多いと考えられます。その場合には、旅行会社が債務不履行責任を問われる可能性が高く、この結果旅行会社はお客様が被った損害の一部を賠償しなければならないことになりかねません(同第27条)。

なお、こうした解説を読むと、申込書にパスポートの有効期限欄を設けるのは止めようと考ええる旅行会社があるかも知れません。そうした対応は、クレームへの対応には便宜かも知れませんが、お客様が旅行に行けない不幸な結果を増やすだけでなく、旅行会社スタッフの能力の低下とお客様ファーストのモチベーションの減退をもたらすことになるでしょう。

※「渡航手続代行契約」を結んだ場合には、パスポートの残存期間の確認義務は契約上のものになりますから、その確認義務違反は旅行会社が全責任を負うことになります。(曾田)

# 第49回 お客様が来ない!

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

当協会には様々な相談が持ち込まれます。

① 外国籍のお客様が日本でビザを取得せずに海外旅行に参加する例が多い。ホノルル空港でビザを取得するため到着ロビーにお客様が来たのは2時間後。他のお客様をお待たせする訳にもいかず、ホテルまでの送迎バスを出発させてしまったのは契約違反となるのか。

② 出発空港にお客様が現れたのは搭乗手続が終了した後。お客様は、空港に来るための電車の遅延が原因であり、旅行には行きたいので何とかしてくれ。いずれも困ったなあ...という問題ですが、こんなお客様には理論武装しておこうというのが今回のテーマです。

まずは①のケースでは、現地係員にとっては到着ロビーに出てこない理由を知る術はなく、とはいえ送迎バスを待たせているもの「お客様が来ない」という状況、②のケースもお客様の搭乗手続きが出来るのにもかかわらず「お客様が来ない」という状況です。

## 民法が旅行業約款を補充

このように、旅行者としては、お客様が運送サービスを受けられるように、準備万端整えているのに肝心の「お客様が来ない」のでは仕事になりません。また、標準旅行業約款には「集合」といった規定はありません。標準約款には「お客様が来ない」という事態に関しては

「無連絡不参加の場合には取消料は100%」として「旅行開始後の解除」に準じて取り扱うという取消料の取り決めがあるだけです。

ではどうするか。この「約款の穴」は私人間のルールである民法によって補充することができます。旅行者は日程表等で送迎バス・搭乗予定便を利用するように通知して催促しており(口頭の提供)、一方でお客様はその受領ができない(受領遅滞)のであるから、旅行者と旅行サービス提供機関の債務不履行責任は全部なくなると規定されています(民法第493条但し書き、第413条)。その結果、送迎バスに乗車できなかった不利益や搭乗便に搭乗できなかった不利益はお客様の「自己責任」となりますので、①は契約違反とはならず、②も搭乗し損なったことによる損害はお客様が負担することになると考えられます。至極まっとうな結論です。

ただし、旅行契約は継続していますので、旅行者には、今後のお客様の旅程を考えて(旅程自体に変更はないので、旅程管理義務の履行ではありませんが)、例えば①はタクシーでホテルへ行つてもらう、②は次の便や代替交通手段の案内をする等が考えられます(交通費はお客様が負担)。

## 「受領遅滞」と「無連絡不参加」の共通点

ところで、①②のケースや「無連絡不参加」の共通点は、「旅行に行かない」というお客様からの「契約解除の意思表示」が無いことです。この場合に、旅行者は手配した旅行サービスの「取消し処理」をしても良いものでしょうか。②のケースで搭乗予定便が発発してしまっ

た場合に、その日に泊まるホテルの部屋は確保したまま、食べる人が居なくても食事は準備するというのが考え方の出発点です。なぜなら解除の意思表示がなされていないからです。しかしながら、旅行する生身のお客様がその場に居ない限り旅行サービスの受領はできません。

結局のところ、お客様が旅行サービスの受領をするところが物理的に不可能であることが明らかになった時点で初めて「取消し処理」が可能になると考えられます。忽然とホテルに現れた」という例もありますので、「無連絡不参加だからお客様へ返金も無く手配したものは取消処理をしよう」と機械的に処理できるものでもありません。そう考えると、「無連絡不参加」という意味合いは契約の解除ではなく、「お客様が来ないので、やむを得ず契約を解除したものである」として当社は取扱います。」という内容の契約をしたものであると考えられます。そして、標準約款に規定はありませんが「取消し処理」によつて若干でもお客様に返金等の配慮ができればピーター化に繋がるでしょう。え?そんなりピーターは困る?そう言われては私も困ります。(堀江)

## 【民法】

(受領遅滞)

第413条 債権者が債務の履行を受けることを拒み、又は受けられないときは、その債権者は、履行の提供があった時から遅滞の責任を負う。

(弁済の提供の方法)

第493条 弁済の提供は、債務の本旨に従つて現実に行なわなければならない。ただし、債権者があらかじめその受領を拒み、又は債務の履行について債権者の行為を要するときは、弁済の準備をしたことを通知してその受領の催告をすれば足りる。

# 事務局 便り

## 12月の出入国者数(速報値)

年間総数は5.6%増1711万6200人  
「海外旅行復活」へ期待膨らむ

日本政府観光局(JNTO)が1月17日に発表した速報値によると、昨年12月における出国日本人数は前年同月比7.9%増の145万5300人を記録し、7カ月連続で前年比伸び率のプラスを維持しました。

昨年1月から12月までの1年間では前年比5.6%増の1711万6200人となり、1747万3000人だった2013年以来3年ぶりに1700万人台を回復しています。

また、昨年7月から12月までの下半期では920万4400人となり、前年同期比7.2%増を記録して、昨年上半期における同6.7%増から伸び率を拡大。アウトバウンド需要の勢いが増していることを示唆しており、「海外旅行復活」への期待も膨らむ結果となっています。

一方、昨年12月における訪日外客数は前年同月比15.6%増の205万600人に達し、年間では前年比21.8%増の2403万9000人を記録しました。

訪日外客数はJNTOが統計を取り始めた1964年以降、最多の数字となり、JNTOでは、クルーズ船寄港数の増加や航空路線の拡大、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションに加え、ビザの緩和や消費税免税制度の拡充などを、主な増加要因として分析しています。

日本政府観光局(JNTO) 平成29年1月17日 (単位:人)

月	訪日外客数			出国日本人数		
	平成27年	平成28年	伸率(%)	平成27年	平成28年	伸率(%)
1	1,218,393	1,851,895	52.0	1,235,612	1,276,297	3.3
2	1,386,982	1,891,375	36.4	1,257,154	1,330,972	5.9
3	1,525,879	2,009,549	31.7	1,534,026	1,550,637	1.1
4	1,764,691	2,081,697	18.0	1,144,833	1,249,586	9.2
5	1,641,734	1,893,574	15.3	1,262,103	1,233,169	-2.3
6	1,602,198	1,985,722	23.9	1,190,806	1,271,146	6.7
7	1,918,356	2,296,451	19.7	1,309,957	1,435,758	9.6
8	1,817,079	2,048,587	12.7	1,653,622	1,818,332	10.0
9	1,612,208	1,918,246	19.0	1,525,777	1,552,705	1.8
10	1,829,265	2,135,905	16.8	1,412,468	1,462,741	3.6
11	1,647,550	*1,875,400	*13.8	1,339,248	*1,479,592	*10.5
12	1,773,130	*2,050,600	*15.6	1,348,183	*1,455,300	*7.9
1~12	17,737,409	*24,039,000	*21.8	16,213,789	*17,116,200	*5.6

◆注1: 出典: 日本政府観光局(JNTO)

◆注2: 平成27年(2015年)は確定値、平成28年(2016年)1月~10月は暫定値、\*部分は推計値である。

◆注3: 訪日外客数及び\*印の出国日本人数は法務省資料を基にJNTOが算出し、それ以外の出国日本人数は法務省資料を転記した数値である。

◆注4: 訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。

なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。

### ●JATA業務予定表 2月10日(金)~3月31日(金)

※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12日~14日	移動幹事会in韓国/東北支部
2月13日	アウトバウンド促進協議会/本部
2月13日	幹事会/東北支部
2月14日	インバウンド委員会/関東支部
2月16日	業務改善委員会/本部
2月16日	消費者相談委員会/関西支部
2月20日	幹事会/中部支部
2月20日	実務委員会/九州支部
2月21日	国内旅行委員会/関東支部
2月21日	研修委員会/中部支部
2月21日	国内旅行委員会/九州支部
2月22日	理事会・常任役員会/本部
2月22日	国際旅行委員会/九州支部
3月3日	総務委員会/関西支部
3月7日	幹事会/北海道支部
3月8日	幹事会/関西支部
3月9日	総務委員会/東北支部
3月9日	LADY JATA委員会/関東支部
3月15日	幹事会/東北支部
3月16日	幹事会/関東支部
3月16日	消費者相談委員会/関西支部
3月23日	国内旅行推進委員会/本部
3月31日	法制委員会/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。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。

2月13日~2月14日	JATAインターンシップ/旅行業経営委員会
2月13日~2月14日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(札幌)/研修・試験委員会
2月14日~2月15日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(広島)/研修・試験委員会
2月15日~2月16日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(東京E)/研修・試験委員会
2月15日	沖縄観光セミナー&商談会/九州支部
2月17日	苦情対応セミナーE/業務改善委員会
2月20日~2月24日	アメリカ深堀セミナー&ワークショップ/海外旅行推進委員会
2月20日~2月21日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(仙台、大阪B)/研修・試験委員会
2月20日~2月21日	添乗業務レベルアップ研修(東京)/研修・試験委員会
2月23日	学生向け旅行業界研究セミナー(広島)/中四国支部
2月28日	JATA経営フォーラム2017/旅行業経営委員会
2月28日	日本遺産旅行説明会・相談会/国内旅行推進委員会
3月1日	苦情対応セミナーE/業務改善委員会
3月8日	日本遺産旅行説明会・相談会/国内旅行推進委員会
3月8日~9日	添乗業務レベルアップ研修(大阪)/研修・試験委員会
3月16日	JATA-JOPA共催 クルーズ販売セミナー(神戸)/海外旅行推進委員会
3月17日	苦情対応セミナーE/業務改善委員会
3月23日	中高年者の登山中の発病や負傷の対処法と予防策/国内旅行推進委員会



## 『VISA HANDBOOK 2017』を予約価格販売 JATAホームページで3月10日(金)17時まで

『VISA HANDBOOK 2017』と『渡航手続マニュアル2017』の予約申し込みをJATAホームページで受け付けています。2017年3月10日(金)17時までに予約いただいた場合は、予約価格での販売となります。A5版・約480ページ・1色刷りの『VISA HANDBOOK 2017』は、海外渡航に必要な旅券の残存期間、査証要否、申請書類などの情報を国ごとに分かりやすく解説。大使館ホームページなどで情報を得ることが難しい日本に在住する外国籍の方の渡航・申請条件についても、約110カ国・地域が掲載されています。A4版・約180ページ・本文1色刷りの『渡航手続マニュアル2017』は、海外渡航に関する各種手続きを網羅しており、渡航手続き初心者の方のテキストに、各種手続きの確認に、必携の1冊です。



# 熊本市

素材研究  
(国内)



二の丸広場から間近に臨める傷ついた熊本城



熊本城おもてなし武将隊も各地で「復興」を訴えてきています



内外へ「熊本の元氣」を発信し続けているくまモン



熊本城のもとで地域の魅力を紹介する「桜の馬場 城彩苑」



## 2019年に天守閣の早期復旧を目指す 安全を確保し復旧過程も段階的に公開

昨年10月の市民祭り「みすあかり」では、復興への祈りを込めて熊本城周辺に5万本を超える蠟燭が灯されました

熊本市は昨年12月26日、「熊本城復旧基本方針」を策定しました。熊本城の復旧に向けた考え方や取り組むべき施策の方向性が定められた基本方針は、将来の礎づくりとしての熊本城復旧に継続して取り組んでいくためのもので、旅行業界にも一定の役割を果たすことが期待されています。

### 来年度上期からの積極的な商品化を

熊本城復旧基本方針では、「天守閣の早期復旧が震災からの復興のシンボル」と捉えられているのに加え、2019年には熊本市でラグビーW杯の試合や女子ハンドボール世界選手権が開催されるため、3年後の天守閣復旧を目指すことが謳われています。また、熊本城が年間を通じて内外から170万人超の来場者を数える重要な観光拠点であり、観光業や宿泊業をはじめとする関連産業などの地域経済にも密接に関わる観光資源であることから、万全な安全確保を前提に公開可能なエリアから復旧作業を含めて段階的な公開を行う考え方も打ち出されました。

熊本市経済観光局観光交流部観光政策課の古川嘉朗課長補佐は、「熊本観光そのものと言っても良い熊本城の観光資源としての重要性を考えると、来年度に作ら

れる復旧復興工事の行程表の中で、どの部分をどの期間に見ていただくかという情報を早めに開示していく必要がある」と指摘。「旅行業界の皆さんには、来年度早い時期からの商品化を進めていただけるようにしたい」考えです。

### 新たな旅行需要や旅行文化の創造へ

2011年の東日本大震災の後、被災した自治体などでは被災体験や防災・減災をテーマに「復興ツーリズム」とも言うべき新たな取り組みも進められました。

昨年4月の地震で大きな被害を受けた熊本城でも、多くの部分で立ち入り制限が行われている中、震災直後から二の丸広場や加藤神社、その周辺などから天守閣や櫓を見ることができている見学コースなどを設定。「被災した今でなければ見ることができない熊本城」を前面に打ち出して、戦争や公害、災害など、悲しみの記憶をたどる「ダークツーリズム」にも連なるコンセプトとして注目を集めてきています。

熊本城復旧基本方針は、「復旧していく熊本城の姿を学習社会教育・文化財保護啓発等の場として活用」しつつ、「観光資源としての早期再生」を図る考えも強調。従来とは異なるアプローチから新しい旅行需要や旅行文化の創造に向けて、熊本城を九州観光復興の切り札として十二分に活かせるかどうか、旅行業界もその力量が問われることになりそうです。

# コトル (モンテネグロ)

素材研究  
(海外)



高い峰々が直接海に落ち込むため、急峻な斜面にも建物が並びます



17世紀に建てられたゴシック・バロック様式の時計塔



建物の直ぐ裏に急な崖が迫っています



宗教画が並び教会の内部



コトル湾に注ぎ込む川を利用して築かれた城塞

家々のオレンジ色の屋根とエメラルドグリーンのアドリア海が描く見事なコントラスト

## 自然と歴史がもたらした独特の魅力 アドリア海で異彩を放つ世界文化遺産

アドリア海が複雑な入り江を形成して陸地に入り込んでいるモンテネグロのコトル湾。その深奥部に位置するコトルは古代ローマに起源を持ち、中世の薫りを色濃く残す世界文化遺産の町です。奇跡的とも言える地形やカトリックとギリシャ正教会の文化圏が交わる歴史は、コトルに独特の魅力をもたらし、異彩を放つ存在としています。

### 地形が醸し出す落ち着いた雰囲気

モンテネグロの沿岸部は、バルカン半島の北西から南東へ延びるディナール山脈が海岸線と並行に連なり、高い峰々が直接海に落ち込んでいます。標高2000メートル級の山々に囲まれたコトル湾は、アドリア海から遠く隔てられた入り江のため、海面は山中の湖かと思いがうほど鏡のような静寂さです。アドリア海の港湾都市に数えられないながら、コトルが他の港と異なる落ち着いた雰囲気を醸し出しているのは、こうした自然の地形による恵みにほかなりません。

古代ローマにまで歴史をさかのぼるコトルは、ビザンチン帝国やハンガリー王国に支配されつつも一定の自治を保って繁栄し、14世紀にはセルビア王国のもとで最盛期を迎えた後、ベネチアの支配を受けた約400年にわたる海運貿易の拠点として栄えました。

カトリックとギリシャ正教会の文化圏が重なり合うコトルには、12世紀に建てられたロマネスク様式の「聖トリフォン大聖堂」やロマネスク・ビザンチン様式の「聖ルカ教会」、17世紀建造のゴシック・バロック様式の「4階層造りの時計塔」などがあります。

### 地球規模でも稀有な歴史文化資源

山の麓に築かれた城壁の中にあるコトルの町は、端から端まで歩いて20分ほどの広さで、道は細く迷路のようですが、車は入ることができないため、静かで空気もきれいな中、ゆつくりと散策を楽しめます。

18世紀に建てられたバロック様式の建物を活用した海洋博物館では、航海図や船の装飾品など様々な展示を見ることができ、町を囲む城壁はベネチアの支配時代に建設されたもので、家々の屋根もオレンジ色に統一してあるため、町を見下ろすことが出来る丘の上から眺める風景は、エメラルドグリーンのアドリア海と見事なコントラストを描き出しています。

コトルの町は、奇跡的な地形的景観と中世の要塞的町並みが、地球規模でも稀有な歴史文化資源を形成しており、1979年にはいち早く世界文化遺産に登録されました。日本人が数多く訪れているドブロブニクなどアドリア海沿岸の都市から日帰りで訪れることも可能なコトルは、多くの旅行者客にぎわう都会の喧騒から逃れられるオアシスのような存在です。



# 日中45周年プロジェクト 蘇州・無錫

広告



明の万暦年間に造られたという清名橋(無錫)



夜も賑わいを見せる山塘街は明代の町並みが再現されています(蘇州)



水上観光コースも楽しめる清名橋運河景区(無錫)



蘇州・陽澄湖産が最高級とされる上海蟹



歴史文化街区として整備されている平江路沿いの小路(蘇州)

## 歴史文化街区で水郷古鎮をアピール レトロモダンな蘇州・無錫の新たな魅力

唐代の詩人張継の漢詩「楓橋夜泊」に「姑蘇城外寒山寺」と詠まれた寒山寺を持つ蘇州

「中日国交回復45周年」を迎える今年、蘇州市観光局では、平江歴史文化街区(平江路)と山塘歴史文化街区(山塘街)の2つを前面に打ち出し、改めて「水の芸術の都市」としての蘇州をアピールする方針です。

紀元前514年に呉王が江蘇城を築いて町の発展が始まったと言われる蘇州の歴史は、既に2500年以上の歳月を重ねています。運河にぐるり

と囲まれた市街には、ところどころに古びた城壁も残され、小さな運河が縦横に走り、太鼓橋の下を小船がゆったりと進む様子は、まさに「東洋のベニス」という形容がぴったりです。

外域河の内側で拙政園と千将東路を結ぶ平江路沿いの小路が歴史街区として整備されており、柳並木が川面に映る平江河沿いの南北1.5キロほどの小路には風情ある茶館やカフェ、ショップなどが点在しています。石橋の架かる平江河では手漕ぎの遊覧船なども運航されていますが、平江歴史街区はそぞろ歩くのにちょうどいい散策路です。

山塘歴史文化街区では、明代の呉国地域の特色を残す山塘の往年の姿が山塘河沿いに再現されています。運河の東側には伝統演劇舞台の古戯台や茶館、老舗レストラン、ギャラリーなどが並び、趣き深い雰囲気漂います。最近では、風情ある景観を背景に、衣装を整えてポトレート撮影してくれるスタジオなども増えています。

### レトロな雰囲気の「運河古邑」

北に長江が流れ、南に太湖を臨む無錫は、3000年以上の歴史を持つ水郷都市です。漁業とコメの収穫が豊富な土地で古くから「魚米之郷」と称される一方、錫の産地としても知られました。しかし、漢の時代に錫は採掘され尽くしてしまい、「無錫」の名で呼ばれるよう

になったという歴史を持ちます。

市内中心部の南側にある南長街一帯は古い町並みが残る老街で、清名橋古運河景区と呼ばれ、運河とともに観光スポットとして注目されるようになってきました。全長5.5キロという運河の中には、明の万暦年間に造られたという清名橋が知られており、運河沿いには白い壁と青い瓦の民家が軒を連ねます。

運河沿いに建ち並ぶ商業街は「運河古邑」と呼ばれ、世界的なチェーンのカフェもレトロなたたずまいの建物に入り、運河周辺の雰囲気を損ねない落ち着いた街並みを形成しています。



無錫にある「三国志」のテーマパーク「三国志」



落ち着いた町並みは「運河古邑」とも呼ばれます(無錫)



蘇州四大名園の一つに数えられる獅子林



「蘇州夜曲」で歌われた寒山寺は改修され境内も広くなりました

中国国家観光局 駐日本代表処

旅行・観光業界に  
関心のある新卒学生に  
効果的にアプローチできる  
チャンスです！



# JATA 旅行・観光業界 就職セミナー 2017年3月16日【木】

13:00~17:00(予定)

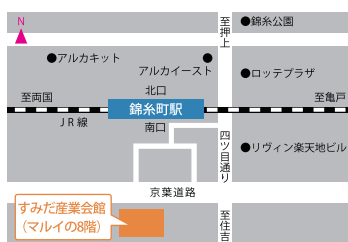
|会場| すみだ産業会館 8F ホール

申込受付中

観光系学部の学生を中心に、旅行・観光業界への就職をじっくり検討する場を提供します。  
多種多様な仕事の魅力を、直接アピールできます。

- 対象**
- 観光系学部学科に所属する学生
  - 旅行業界に興味関心がある学生  
※2018年3月卒業予定者

- 会場**
- すみだ産業会館 8Fホール  
東京都墨田区江東橋3-9-10



- 概要**
- 企業数：先着30社限定
  - 対象者：2018年3月卒業予定の学生
  - 内容：主に観光系学部学科を有する大学等の学生を対象とした旅行・観光業界就職セミナー
  - 告知方法：● 大学就職課から学生へのアナウンス  
● 就職.com登録学生へのメール配信
  - 参加費：100,000円(税別)／社



**お申込みの手続き**

- 1 参加希望の企業様は申込書をFAXにてお送りください。
- 2 申込受付後、来場学生に配布するパンフレットを制作します。(2月中)  
参加各社の企業情報や採用情報をパンフレットに掲載しますので、別途お送りする原稿用紙にご記入の上、指定された期限までにメールまたはFAXにてご返信ください。最終校正後、ご了承いただいた内容で印刷させていただきます。
- 3 2月中を目処に、開催要項(当日の詳細なご案内)をお送りします。
- 4 セミナーの当日は、開始30分前までにお越しください。

- 主催**
- 一般社団法人日本旅行業協会(JATA)  
株式会社ジャタ  
【企画運営】メディア総研株式会社