

JATA

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

じゃたこみ



2018年
9月10日発行
vol.139

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 全日通商が関ビル3階
TEL:03-3592-1271(代表) TEL:03-3592-1244(広報)
FAX:03-3592-1268

主催団体トップ3氏のメッセージ 田川JATA会長、久保日観振理事長、清野JNTO理事長

開幕直前特集

注目のツーリズム・プロフェッショナル・セミナー

テーマ別シンポジウム&
アジア・ツーリズム・ビジネス・リーダーズ・フォーラム

第4回ジャパン・ツーリズム・アワード

素材研究

・百年の安堵(和歌山県)

テーマ別ゾーンで「見える化」図る

9月20日開幕

ツーリズムEXPOジャパン2018



一般社団法人 日本旅行業協会

「ツーリズムの新しいカタチ」 テーマ別ゾーンで見える化を図る

公益社団法人日本観光振興協会（日観振）とJATA、日本政府観光局（JNTO）は9月20日から23日までの4日間にわたり、第5回「ツーリズムEXPOジャパン（TEJ 2018）」を東京ビッグサイトで開催します。

世界最大級の旅の祭典TEJは、来年は大阪、再来年は沖縄で開催。東京での区切りとなる今年は、海外・国内・訪日旅行の「三位一体」型イベントとして、テーマ別観光に照準を合わせた特設エリアが展開されるほか、海外・国内・訪日に分かれていた商談会が「展示商談会」として一本化されます。

「展示商談会」 多様なマッチングで 商談内容も拡充

昨年まで商談専用会場で実施されていた商談会は、今年からバイヤーとセラーが各出展ブースで商談を行う展示商談会に一本化されると同時に、商談会出席者のプロ



出展ブースで商談を行う本格的な「メッセ型」展示会に

フィールと商談相手の希望をより詳細に登録できるようになり、アポイントメントマッチングの精度も高まります。また、「出展者とバイヤー」だけでなく、「出展者と出展者」や「インバウンド観光ビジネス総合展」出展者とのマッチングも可能となり、商談内容は大幅に拡充。B to B機能のさらなる強化を図ります。

「国内展示」 地域の観光資源を繋ぐ 酒蔵に注目

国内部門の展示では、全国各地で広がる「新しいツーリズムのカタチ」にスポットを当てる特設エリアの一つとして、「テーマ別観光による地方誘客事業」における注目分野となっている「酒蔵ツーリズム」が展開されます。

日本酒蔵ツーリズム推進協議会の事務局が設置されている日観振・営業推進本部の杉野正弘・地域ブランド創造担当部長兼国際交流推進室担当部長は、「国内の旅行者だけでなく、インバウンド旅行者の間でも

日本酒の関心度と満足度が高く、日本食やショッピング、自然・景勝地観光との親和性も高い酒蔵ツーリズムは大きな可能性を持つ」と指摘。「酒蔵は、地域のグルメや観光資源を有機的に結びつけるものでもあり、ツーリズムの需要を創出できる存在だ」と強調しています。

酒蔵ツーリズムのテーマゾーンに出展する群馬県観光物産国際協会の上村基・観光物産部観光地域づくりDMOマネージャーは、「5年前に7つの酒蔵が集まって『利根沼田酒蔵ツーリズム協議会』が設立され、パンフレットの作成やモニターツアーの実施、店頭掲示用看板の製作、沼田まつりへの出展、さき酒会の実施などにより、地域における気運醸成も含めて一定の成果を挙げている」と説明。日本酒だけでなく地ビールメーカーや地元のワイナリーも参画していることから、今回の出展を通じて、「一般来場者による認知度向上を図ると同時に、旅行会社にも群馬県の新たな目玉として訴求していきたい」と考えます。

また、はりま酒文化ツーリズムを推進している兵庫県の播磨エリアは、「酒米の王様」山田錦発祥の地であり、奈良時代に編纂された『播磨国風土記』に最も古い日本酒造りの記述も残されていることから、「日本酒のふるさと」を合言葉に取り組みを行っています。はりま酒文化ツーリズム協議会の事務局のある姫路市市



地域の風土も色濃く反映している酒蔵



「家族の絆」も再確認できるリゾートウェディング
（写真提供：JTB ウェディングプラザ）

「海外展示」 ともに結婚式を創る 充実感

海外部門ではデスクインーシヨンを中心とする従来からの展示に加え、「アドベンチャーツーリズム」などとともに「リゾートウェディング」のテーマゾーンが設定されます。

海外旅行需要の伸び悩みが続いていた時期にも、海外旅行におけるハネムーンやリゾートウェディングの市場は底堅い需要によって支えられてきました。

そして近年、「家族の絆」「家族への感謝」を重視する傾向が強まる中、家族が揃って過ごす時間が見直されてきていることなどを背景に、新郎新婦や家族・友人など参加者全員が楽しめるリゾートウェディングが改

ツーリズムEXPOジャパン2018 開幕直前特集

めて注目されています。

このテーマゾーンに出展するITBブライダル部営業管理課の高野正代営業企画担当課長は、「単なる結婚式だけでなく、参列する人たちもリゾート地で旅行気分を満喫しながら時間をとることができる貴重な機会として、リゾートウェディングの意義は大きい」と指摘。「国内での挙式よりも密度の濃い人たちが集まり、新郎新婦と一緒に結婚式を創り上げていく充実感はりゾートウェディングならではの」と語り、その魅力を強調しています。

テーマゾーンでは、模擬結婚式やファッションショー、リゾートウェディングの魅力を語るトークショーなども検討されており、通常の観光では味わえない「ステイネーション」の魅力も体感できる「新しい旅のカタチ」を来場者に訴求することになります。

「スポーツツーリズム」ラグビーワールドカップで新たな旅行文化創造も

2019年のラグビーワールドカップ(RWC)、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年のワールドマスターズゲームズと、国際的なメガスポーツイベントの日本での開催を控え、スポーツツーリズムの盛り上がりにも期待が高まっています。

そのスポーツツーリズムのテーマゾーンには、ラグビーワールドカップ2019組織委員会が出展し、RWCが日本で開催されることの意義やラグビーの魅力などをアピールします。

— 同組織委員会チケッティングマーケティング

グ局の森重紹一マーケティング部長は、「2019年9月20日から1カ月半近くにわたり全国12会場で試合が行われ、その間世界各国から多くのサポーターや観戦客が日本を訪れ、日本各地を旅行する機会にもなる」と説明。国際的なスポーツイベントとしてだけでなく、訪日インバウンド需要の拡充にも一定の成果が見込まれることを強調しています。

また試合が開催される都市だけでなく、出場国が事前キャンプを行う都市などでも、各国の代表チームなどとの交流も深められ、「ラグビーを通じた地域ベースでの国際交流の活性化に貢献することも期待される」(森重部長)。スポーツツーリズムを通じた新たな旅行文化の創造も、RWC日本大会の「レガシー」として期待されています。



「国際交流」の真髄を体現する「ノーサイド精神」

主催団体トップ3氏からのメッセージ

※観光経済新聞社が企画した座談会を、本誌が独自に構成(写真提供:観光経済新聞社)



「三位一体」型イベントとして高まる存在意義

清野 智

日本政府観光局(JNTO)理事長

国は2030年における訪日外国人旅行者6000万人と消費額15兆円という目標を掲げています。インバウンドの旗振り役であるJNTOが主催団体の一つであるTEJにも、目標実現へ大きな役割を果たすことが期待されています。インバウンドの拡大にはアウトバウンドの発展も必須であり、国内旅行の振興も含めた「三位一体」型イベントとして、TEJの存在意義は高まるばかりです。TEJ2018には47都道府県のすべてが出展していますから、旅行会社の皆さんにも自治体とのネットワーク強化も図っていただき、インバウンドビジネスの取り組みに資する機会となることを期待します。



「新しいツーリズムのカタチ」の発見を

久保 成人

日本観光振興協会 理事長

今回のTEJ2018では、旅行のテーマ別にゾーンを設定し、テーマに即したマーケティングや事業を展開している国や地域、企業などに展覧していただいています。「みつけよう。旅の『新しいカタチ』」をテーマに掲げているように、展示会場での展覧形式や展覧方法も新たな挑戦を試みなければなりません。一般来場者の皆さんに「新しい旅のカタチ」を見つけていただき、旅行会社や観光事業者の皆さんには「新しいツーリズムのカタチ」をTEJ2018の様々な場面で感じ取っていただき、今後の事業展開やビジネスチャンスの拡大に資する機会としていただきたいと思ひます。



自分自身を高める場として活用を

田川 博己

日本旅行業協会(JATA)会長

今、アウトバウンドもインバウンドも国内旅行も、世界の潮流を知らなければ、これからの方向性を間違えかねないということを強く感じています。TEJの会場に来ていただき、その世界の潮流を少しでも知っていただきたい。自らのオリジナリティを高めるためにも、世界各国や日本各地でどういった取り組みが進められているかを知っていただくことが必要です。座学の間もたくさん用意されていますから、ぜひ、セミナーなどにも出席して勉強もしてください。単にTEJというイベントに参加するだけでなく、自分自身を高める場として最大限に活用していただければと思います。



栄光は 繰り返す 価値がある

ナイル渓谷

エジプト政府観光局 東京商談会出展情報
9月20日(木)～9月21日(金)
@ 東ホール ブースF001

ブースに商談スペースもご用意し、皆様をお待ちしております。エジプトからサプライヤーの方にご参加頂き、有益な最新情報を提供させていただきます。

Egypt

THISISEGYPT.COM
エジプトすべてはここから

「ツーリズムの新しいカタチ」
テーマ別ゾーンで“見える化”図る 1~2

主催団体トップ3氏のメッセージ
田川JATA会長、久保日観振理事長、清野JNTO理事長 2

9月20日と21日の2日間にわたり開催
注目のツーリズム・プロフェッショナル・セミナー 5~6

テーマ別シンポジウム&アジア・ツーリズム・ビジネス・リーダーズ・フォーラム 7

第4回ジャパン・ツーリズム・アワード
地域連携DMO・雪国観光圏が大賞 8

アウトバウンド促進協議会通信VOL.15
JOTC航空会社インタビュー／ハワイアン航空 9

〈本部・支部活動報告〉

- ・JOTCのマイクロネシア・サブ部会 10
- ・UNTWTOアジア太平洋合同会議出席 10
- ・「海フェスタにいがた」へツアー実施 10

連載 価値創造産業への新潮流
一働き出したダイバーシティの取組み—
取材協力: JTBグローバルマーケティング&トラベル
「ブランド向上委員会」による取組み 11

- 読み物&マーケティング
 - ・マーケット・データ深読み 12
 - ・ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ ⑥
今回のテーマ: 同じ内容なのに旅行代金が異なる!? 13
 - ・法務の窓口 第66回 似て非なるもの 14

- 素材研究
 - 百年の安堵(和歌山県) 16
 - 中国・江蘇省連雲港市 17

- 事務局だより 15

表紙写真

「ツーリズムEXPOジャパン2018」が9月20日、いよいよ開幕します。10日後に迫った“世界最大級の旅の祭典”に向けて、主催団体トップ3氏による「じゃたこみ」読者へのメッセージ(2ページに掲載)からも期待のこもった熱い思いが伝わってきます。

「日中平和友好条約締結40周年」ロゴについて

2018年は日中平和友好条約締結40周年という記念すべき年です。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。引き続き、中国旅行の需要喚起、拡大を推進するためロゴマークを作成しましたのでご活用ください。



<https://form.qooker.jp/Q/auto/ja/kaigai2018c/hn/181231/>

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/>

ウィ・キャンは、今年も！！



**ツーリズム
EXPO ジャパン2018**

旅行業基幹業務支援システム

symphony Atwo
シンフォニー・アトウ

に出展します！！

- 日本全国300社の旅行会社様が、日々活用頂いている汎用システムです！
- 出展ブースにてシステム実機画面もご覧頂けます。ぜひお立ち寄り下さい！



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3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

参加しないと損する

9月20日と21日の2日間にわたり開催 注目のプロフェッショナル・セミナー



昨年プロフェッショナル・セミナーの様子

「ツーリズムEXPOジャパン2018」では9月20日と21日の両日、東京ビッグサイト展示棟で「ツーリズム・プロフェッショナル・セミナー」を開催します。観光産業に携わる皆さんに一流のプロフェッショナルとなつていただけるよう企画されたセミナーです。奮って、ご参加ください。

訪日旅行担当者向け

■「訪日教育旅行について」訪日教育旅行を拡大するための具体策

◎日付 9月20日(木)

◎概要 11「明日の日本を支える観光ビジョン」において国は「訪日教育旅行2020年までに4万人から5割増」の目標をたて、現在推進が図られています。また未来を担う若い世代の訪日教育旅行は将来の日本ファンにも繋がるものとしても大いに期待されています。本セミナーは日本における訪日教育旅行誘致の第一人者である長野県恵野氏に、そのノウハウを具体的に語っていただきます。旅行会社、地方自治体の訪日教育旅行担当者には必見です。

◎詳細 11登壇者：恵野良太郎氏（松本空港国際化特別顧問）／会場：セミナールーム5／時間：14：30～16：00

■JATAインバウンドシンポジウム：文化庁、環境省の挑戦！「COOLな日本の宝 日本遺産、国立公園で観光先進国を目指す」

◎日付 9月21日(金)

◎概要 12「2020年までに訪日客4000万人という目標にむけて進んでいる日本。COOL(かっこいい)素材の発掘がその成功の鍵を握っています。今回で3回目を迎えるシンポジウムでは日本の宝「日本遺産」

「国立公園」をテーマに、観光の振興と資源の保全、そのマッチングによる「観光先進国」の姿と2020年以降の持続的成長にむけての課題を外国人の視点から考えます

◎詳細 12モデレーター：佐藤博康氏、パネリスト：パナラット、キャット氏、ヴェンセンツ、ギューム氏、文化庁：環境省の担当者／会場：セミナールーム12／時間：16：30～18：30

■企業：自治体・住民・観光施設と連携した観光地プロモーションとブランディング

◎日付 9月21日(金)

◎概要 13世界の海外旅行人口は今や13億人を超え、2030年には18億人まで増え続けると予想されています。今まさにこれまでにない世界大交流時代に突入しています。そうした環境下で日本の魅力を発信し、一過性のブームにとどまらず、何度か日本に足を運んでいただくプロモーションが必要になってきます。今回のセミナーではH.I.S.における地域の魅力を伝えていくプロモーション事例をご案内します

◎詳細 13登壇者：勇川千絵氏（本社海外事業戦略本部海外事業推進室室長）、池田賢一氏（本社海外事業戦略本部）Tae担当、上村智子氏（本社海外事業戦略本部海外事業推進室）／会場：セミナールーム7／時間：16：30～18：00

国内旅行担当者向け

■「自然×文化×スポーツ」の融合による観光先進国への挑戦(仮)

◎日付 9月20日(木)

◎概要 14「自然×文化×スポーツ」を融合させた取り組みを行っている、先進的な地域の取り組みを紹介。また地域の事例をふまえた観光資源の磨き上げや旅行商品の造成手法などについて、パネルディスカッションを行います。新しいツーリズムの推進による地域の魅力向上、集客力アップに向け、他の地域の参考となるよう、先進事例や旅行商品の魅力、造成手法などを発信します。

◎詳細 14モデレーター：山下真輝（JT B観光立国推進担当マネージャー）、パネリスト：柴田さほり（信州いいやま観光局インバウンド推進室長）、合田省一郎（しまなみジャパン専務理事）、江崎貴久（伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会会長）／会場：セミナールーム12／時間：14：30～16：00

■貸切バスの運賃料金制度等についてのセミナー

◎日付 9月20日(木)

◎概要 15「軽井沢事故の再発防止を図るため、貸切バスの安全対策が強化されました。とりわけ、運賃料金の違反については、関与(契約)した旅行業者についても営業停止の行政処分を受ける場合があります。注意が

必要です。このセミナーでは旅行業者が運賃・料金に違反しないために取り組むべき点、貸切バスの運賃料金の計算の方法、契約のあり方等について、レクチャーします

◎詳細 15登壇者：山下太郎氏（観光庁観光産業課専門官）／会場：セミナールーム5／時間：16：30～18：00

海外旅行担当者向け

■双方方向の交流拡大と若者のアウトバウンド活性化(千葉×マレーシア連携事業)

◎日付 9月20日(木)

◎概要 16「明日の日本を支える観光ビジョン」に明記された、諸々のインバウンド振興策と若者のアウトバウンド活性化をどのように両立させるかという大きな課題に対するひとつのヒントとして、神田外語大学が千葉市とマレーシア政府観光局と共同で今年実施した、産学連携プロジェクトの具体的な成果と今後目指すべき方向性について報告します。学生達による提言は大変核心を突いたものとなっており、現状打開に繋がるものが強く期待されます。

◎詳細 16登壇者：マレーシア政府観光局 徳永誠一、ケティン、グマナー、ジャヤ、千葉市経済部観光プロモーション課 小亀さおり、神田外語大学 市川透、国際交流課長／会場：セミナールーム12／時間：16：30～18：00

ツーリズムEXPOジャパン2018 開幕直前特集

ほかにも見逃せないセミナーが続々

9月20日(木)

■タイトル=「国内旅行担当者向け」**「日本遺産」その魅力と活用** ~今後の事業展望を探る~(文化庁)
 ◎詳細=会場:セミナールーム5 時間:12:30~14:00

9月21日(金)

■タイトル=「国内旅行担当者向け」**新しい旅のスタイル** ~農泊のススメ~
 ◎詳細=会場:セミナールーム5 時間:10:30~12:00

■タイトル=「訪日旅行担当者向け」**インバウンドビジネスを安全に開拓していくために** ~海外企業に対する与信管理及び不払い事故の対応策~
 ◎詳細=会場:セミナールーム5 時間:12:30~14:00

■タイトル=「海外旅行担当者向け」**海外卒業旅行企画コンテスト2018** ~地域の空港出発・学生と旅行会社でつくる海外企画旅行~
 ◎詳細=会場:Bステージ 時間:12:30~14:00

■タイトル=「国内旅行担当者向け」**日本ナショナルパークを旅して体験しよう!** ~その自然には、物語がある~Stories to Experience~(環境省)
 ◎詳細=会場:セミナールーム13 時間:14:30~16:00

※セミナーへの参加登録は「ツーリズムEXPOジャパン」公式サイトで
 ※定員制ですので、満員になり次第締め切ります。

■キユーバ観光セミナー

◎日付 9月21日(金)

◎概要 2キユーバは今年もTEJに出展します。キユーバを代表する2つの旅行公社ビアヘス・ババナカンとハバナツールやホテル・ブルデーイモン

ド、駐日大使館も来日し、2019年に日本人観光客数の倍増を図っています。キユーバは多くのエアライン

が乗り入れ、治安も良い国。様々な都市や景色、世界遺産、素晴らしい食事、音楽、伝統的な舞踊、美しいカリブの海岸、世界最高級の葉巻、文化をたどる周遊ツアー、フレンドリー

な人々や社会主義の国キユーバの実際などにふれられます。

◎詳細 登壇者:ノエル・ロドリゲス氏(バナツール日本市場オペレーシ

ンスーパーバイザー)、フランキン・カバサ氏(クバナカン旅行公社市場3部

副部長) / 会場:セミナールーム4 / 時間:14:30~16:00

■ロシア・デスティネーションセミナー ~モスクワサングクトペテ

◎日付 9月21日(金)

◎概要 2カザンは、本年開催されたロシアワールドカップサッカーで日本代表のキャンプ地となった、タタルスタ

ン共和国というイスラム系の国の州都です。その観光素材は3つの世界

遺産や、イスラムとロシア文化が癒合した独特の雰囲気のある街で、観光

開発の可能性が高いエリアとして注目されています。今回は現地から観

光局長をはじめ州政府観光局関係者が来日し、現地の魅力をたっぷり

ご案内します。後半ではヨーロッパ

シアの定番、モスクワとサンクトペテ

ルグについて最新の情報とともに基本的な解説を行います。今後の商品開発が期待される新しい素材である

カザンを知る、貴重な機会です。

◎詳細 登壇者:タタルスタン州政府観光局イワノフ会長、インッ

リスト:新藤課長ほか / 会場:セミナー

ルーム12 / 時間:14:30~16:00

人事・総務担当者向け

■人事担当の本音シリーズ第3弾 旅行業界で時間外労働削減は本当にできるのか
 ~マネジメントの意識改革は実現できるのか~

◎日付 9月20日(木)

◎概要 2谷口弁護士による解説に加え、旅行業界での効率的な業務

を推進するための取組の成功例、失敗例も交えながらパネルディスカ

ッションを展開します。旅行業界の時間外労働の削減について人事担当が

本音で語り、各社の参考にしていただきます。

◎詳細 2モデレーター:山田徹(東

武トツプアーズ執行役員)、パネリス

ト:山内浩世(JTB人事部マネ

ージャー)、鈴木健司(ジャルパツク

所) / 会場:セミナールーム12 / 時間:12:30~14:00

2020年新卒採用対策セミナー ~旅行観光業界 最新就職

採用事情

◎日付 9月21日(金)

◎概要 2空売りの売り手市場の影響により、旅行・観光業界は常に人材

の確保に悩まされています。業界を本気で志望する優秀な新卒学生を

採用するために、私たちはどのような準備をして採用活動を行えばよ

いのでしょうか。その課題と対策について考えていきたいと思います。

◎詳細 2登壇者:島川崇(東洋大学国際観光学部国際観光学教授

日本国際観光学会会長) / 会場:セミナー

ルーム1 / 時間:10:30~12:00

法務・企画担当者向け

■旅行業法制度に関するセミナー

◎日付 9月20日(木)

◎概要 21月に施行された改正旅行業法では旅行者に加えて新たに

サプライヤーなどの取引先にも「書面の交付」が義務付けられました。

また、6月には住宅宿泊事業法が施行されるなど、民泊の取扱いに関するルールも整備され、JATAでは

指針を作成して実務的な対応に関する周知に努めています。このセミナーでは最新情報を交え、これらの

指針の概要などを説明します。

◎詳細 2登壇者:JATA法務コンプライアンス室担当者 / 会場:セミナー

ルーム2 / 時間:14:30~16:00

お客様対応向け

■クレーム対応基礎講座 ~クレームは怖くない

◎日付 9月21日(金)

◎概要 2クレーム対応基礎を、事例を踏まえて解説します。「新たなびクレーム」を使用します(※テキストは有料で1000円。すでにお持ちの方はご持参ください。その際は無料になります)。

◎詳細 2登壇者:JATA消費者相談室:江本俊一郎副部長 / 会場:セミナー

ルーム1 / 時間:14:30~16:00

経理担当者向け

■消費税の軽減税率制度について

◎日付 9月21日(金)

◎概要 22019年10月1日から消費税率の引き上げと同時に軽減税率制度が実施されます。制度の概要を理解し、実施に向けた事前準備をするため、税務当局担当者が説明します

◎詳細 2会場:セミナールーム5 / 時間:16:30~18:00

国内・訪日・海外の各旅行分野と 持続可能性を討論

「ツーリズムEXPOジャパン2018」では9月21日、東京ビッグサイト会議棟でテーマ別の3つのシンポジウムと、「アジア・ツーリズム・ビジネス・リーダーズ・フォーラム」が開催されます。

テーマ別シンポジウム

※会場はいずれも東京ビッグサイト
会議棟6056006

国内・訪日旅行担当者向け

デジタルマーケティング・シンポジウム

■テーマⅡ「ICTを活用した観光地域づくりのあるべき姿を考える」



昨年のテーマ別シンポジウムの様子

◎基調講演Ⅱ「AIを活用した次世代2次交通システムの取組み」

谷直樹 N T T ドコモ執行役員 法人ビジネス本部 IoT ビジネス部長

◎パネリストⅡ「デジタル時代の観光地域づくりのあるべき姿を考える」

モデレーター：鶴本浩司・トラベルボイス代表取締役社長

◎パネリストⅡ：吉田憲司・日本政府観光局（J N T O）企画総室ディ

タルマーケティング室室長／谷口紀泰エクスぺディアホールディング地方創生推進室室長兼関西北陸地区本部長／牧野友衛 トリップアドバイザー代表取締役／瀧康洋・下呂温泉観光協会会長

◎日時Ⅱ 9月21日（金） 10：00～12：00

ラグジュアリー・トラベル・マーケット・シンポジウム

■テーマⅡ「ラグジュアリー・トラベルの訪日促進に向けて」

モデレーター：柏木隆久・日本

政府観光局（J N T O）理事

◎パネリストⅡ 高野雅臣・クリル・プリヴェ創業者&CEO／村木智裕

一般社団法人せとうち観光推進機構 外部人材アドバイザー・In theory 代表取締役／今泉愛子・グラントハ

イアット東京チーフコンシエルジュレクレドールジャパン バイオプレジデント

◎日時Ⅱ 9月21日（金） 13：00～14：30

海外旅行担当者向け

海外旅行シンポジウム

■テーマⅡ「2030年双方向交流9000万人時代に向け、日本人アウトバウンド市場の潜在力に

ついて確認panel」

◎基調講演Ⅱ「経済力から見た日本人出国者数、その阻害要因は」

（仮）稲岡研士・ANA総合研究所 取締役副社長

◎パネリストⅡ「出国率向上に向けて何ができるか」

◎モデレーターⅡ：石原義郎・航空新聞社編集長

◎パネリストⅡ：壇原徹典・ミキシー

リスト代表取締役社長／權相鎬六

ナツアール常務理事／稲岡研士・ANA総合研究所 取締役副社長

◎日時Ⅱ 9月21日（金） 15：30～17：00

アジアツーリズム・ビジネス・リーダーズフォーラム

■テーマⅡ「観光ビジネスと地域の調和に向けたツーリズムのマネジメント」

◎総合モデレーターⅡ 高松正人・J T B 総合研究所 上席研究理事

◎基調講演Ⅱ「サステナブル・ツーリズムの世界的な最新動向と課題」

（仮）グレアム・ミラー教授（和歌山大学 特別主幹教授 国際観光学研究所 センター副センター長、英国サリ

大学文学部 人文学部学部長）

◎日時Ⅱ 9月21日（金） 10：00～12：30

◎会場Ⅱ 東京ビッグサイト 会議棟 6076008

【セッション1】

◎テーマⅡ「持続可能性に向けたツーリズムのマネジメント」

の過密を管理し、持続可能な観光のメリットを最大化するには？」

◎モデレーターⅡ マリオ・ハーディ

アジア太平洋観光協会（P A T A C）

◎パネリストⅡ 門川大作・京都市長／安田堅太郎・西日本鉄道自動車事業本部 営業企画部長／シヤール・シナイ・滴滴出行（ディディチューシ

ン） 戦略的アライアンス 事業開発部門 旅行・交通担当部長

◎時間Ⅱ 10：20～11：10

【セッション2】

◎テーマⅡ「ツーリズムビジネスと地域社会の暮らしやすさ」

ムビジネスが地域社会の持続的な成長を支える」

◎モデレーターⅡ グレアム・ミラー教授

◎パネリストⅡ ダトゥラシディ・ハス

ブラ マレーシア 観光文化省 事務次官／パラスルーン・バグロバル・ヒマ

ヤエクスぺディア シン創設者兼 CEO

／菅原昭彦・気仙沼商工会議所 会頭

◎時間Ⅱ 11：10～12：00

【総括セッション】

◎テーマⅡ「持続可能なツーリズム・ビジネスの未来」

◎総合モデレーターⅡ 高松正人 上 席研究理事

◎パネリストⅡ マリオ・ハーディ

◎時間Ⅱ 12：00～12：30

第4回ジャパン・ツーリズム・アワード

地域連携DMO・雪国観光圏が大賞

JATAと公益社団法人日本観光振興協会、日本政府観光局(JNTO)は「ツーリズムEXPOジャパン(TJE)2018」の開催に先立ち、「第4回ジャパン・ツーリズム・アワード」審査委員長 本保芳明 国連世界観光機関(UNWTO)駐日事務所代表)の各賞受賞者を発表しました。

大賞は、一般社団法人雪国観光圏の「地域連携DMOによる新たなブランドづくり『真白き世界に隠された知恵に出会う』」が受賞。「日本版DMOの先駆的な存在として、雪国の新たなブランドストーリーを三県七市町村が連携して構築するなど、持続可能な地域経営の取り組みで、成果をあげている」ことに加え、「地域

に根付いた暮らしや文化など新たな価値を創造し、マーケティングにより明確な顧客ター



「雪国文化」を育んできた「人が住む豪雪地」

ゲットを設定、顧客ニーズにマッチした商品開発、品質管理などを徹底していることも評価されています。大賞を受賞した雪国観光圏の井口智裕代表理事は、「10年間に及ぶ取り組みを評価していただいたこと、『雪国文化』が本場に商品になるのか、という疑心暗鬼も残る地域の皆さんに、雪国観光圏の可能性への理解を深め、地元が大きく変わる契機となるよう期待したい」とコメント。「真の意味でのDMO化の実現に向け、これまで構築してきたコンセプトと戦略をベースに、人材の育成と自主財源の確保に力を注いでいきたい」と今後の展開に意欲を示しています。

「第4回ジャパン・ツーリズム・アワード」各賞の表彰式は9月20日、「TJE2018」の会場、東京ビッグサイトにて実施されます。

受賞企業・団体

◎大賞

一般社団法人雪国観光圏(国内・訪日領域 地域部門) 地域連携DMOによる新たなブランドづくり「真白き世界に隠された知恵に

出会う」

◎優秀賞

株式会社旅籠屋 国内訪日領域ビジネス部門 日本初唯一のMOTELチェーン「ファミリーロジック旅籠屋」の全国展開による車社会のインフラ整備と新しい旅行スタイルの提案/株式会社JTB個人事業本部 海外仕入商品事業部(海外領域ビジネス部門) 本保芳明「株式会社陣屋コネクト(国内訪日領域 ビジネス部門) 陣屋コネクトの活用による旅館改革への挑戦」◎エクセレント・パートナー賞 タイ国政府観光庁(海外領域 地域部門) 12の秘宝(12 Hidden Gems) ◎DMO推進特別賞 一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社(国内・訪日領域 地域部門) 日本版地域連携DMO/一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメント(国内・訪日領域 地域部門) 日本版DMOの先に見える観光地域づくり

◎ICT活用特別賞

日本航空株式会社(国内・訪日領域 ビジネス部門) 「どこかにメール」/Fuji-sankei Communications Group(国内・訪日領域 メディア部

門) = GainPot Travel/京浜急行電鉄株式会社(国内・訪日領域 ビジネス部門) 多機能翻訳アプリ「駅コンシェル」による外国人のお客さまへのおもてなし強化

◎UNWTO倫理特別賞

佐賀嬉野バリアフリーツアーセンター(国内・訪日領域 地域部門) 高齢者障がい者外国人などを含むすべての人をおもてなしするバリアフリー観光の取組み(2年連続受賞)/合同会社ルート&ワルト「富士山ネイチャーーツアーズ」(国内・訪日領域 ビジネス部門) 富士山の「富士下山」/株式会社JTB熊本支店(国内・訪日領域 ビジネス部門) 伝える 学びのプログラム(熊本版)/クラブツーリズム株式会社(国内・訪日領域 ビジネス部門) トラベルサポート制度/株式会社エイチ・アイ・エスユニバーサルツーリズムデスク(海外領域 ビジネス部門) 車椅子杖で行く旅/みんなでチャレンジ!バリアフリー・ホテルマラソン&10Kラン&ウォーク6日間/ピッキオ(国内・訪日領域 地域部門) 軽井沢の自然を未来に残すエコツーリズムの実践(2年連続受賞)

◎第4回ジャパン・ツーリズム・アワード表彰内容の詳細は、ホームページ(http://www.t-expo.jp/biz/program/award.html)をご覧ください。

※「第4回ジャパン・ツーリズム・アワード」表彰内容の詳細は、ホームページ(http://www.t-expo.jp/biz/program/award.html)をご覧ください。

◎入賞(国内・訪日領域 ビジネス部門) ハウステンボス株式会社/株式会社SeaBird/株式会社いただきますカンパニー/富士山登山学校(こうりき)/アートのミックスジャパン実行委員会/株式会社ワックシヤン/くまの体験企画/沖繩リゾート株式会社/有限会社吉屋 海女小屋はちまんかま/秋田内陸縦貫鉄道株式会社/ゆつくりずむ北海道/株式会社はとバス/株式会社一ノ湯/株式会社日本旅行/株式会社トラベリス/東日本旅客鉄道株式会社/株式会社梅守本店

◎入賞(国内・訪日領域 地域部門)

浜松フィルムコミッション/御坊日高博覧会実行委員会/特定非営利活動法人NAGOMI VISIT/おたのびファンタクトリー実行委員会/湖西夢ふるさとワイワイ倶楽部/一般社団法人東北観光推進機構/一般社団法人ONSENガストロミーツ/ツーリズム推進機構/海島遊民くらぶ(有限会社オズ)/公益財団法人福島県観光物産交流協会/一般財団法人沖縄観光公社(ONJPN/OCVB)/ましまい京都市実行委員会/南三陸町地域観光復興協議会/スタービレッジ阿智誘客促進協議会/琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会/Katun Resort Fuchaku CONDO-HOTEL/一般社団法人相模海女文化運営協議会/株式会社JTB総合研究所

◎入賞(国内・訪日領域 メディア部門)

LIVE JAPAN事務局/全日本空輸株式会社/株式会社JTBパブリッシング/読売新聞社/株式会社TBSビジョン

◎入賞(海外領域 ビジネス部門)

株式会社ツアーウェブ/株式会社JTB個人事業本部 海外仕入商品事業部/株式会社エイチ・アイ・エス/株式会社ミキーツーリストP.T.企画開発部

◎入賞(海外領域 地域部門)

ブランドUSA/スウェーデン大使館/インドネシア共和国観光省

◎入賞(海外領域 メディア部門)

日本放送協会



菊間副会長は「アウト・イン双方向で『観光先進国』のモデルケースとなりうる」藤沢市の可能性を指摘。ツヴェトコビッチ駐日大使がマケドニアの教会などの世界遺産を中心に同国の魅力をアピールする一方、エギアルテ局長は遺跡群やビーチなどメキシコの多様性を強調しました。

また、8月23日にはブレイベントとしてメディアおよび旅行業関連団体を対象に、「東京オリンピック・パラリンピックと相互交流」をテーマに掲げた対談も実施され、マケドニアのアンドリヤナ・ツヴェトコビッチ駐日大使（写真上左）とメキシコ観光局のジェルモ・エギアルテ局長（写真上右）が、JOTC会長を務める菊間潤吾JATA副会長とともに登壇。菊間副会長は、「東京オリンピック・パラリンピックでセーリング競技の開催地に決定している湘南エリアでは、国際交流のさらなる活性化も見込まれる」と語り、藤沢市で「海外旅フェスタ」が開催されることの意義を強調しました。

東京オリンピック・パラリンピックでは、藤沢市も競技関係者などの受け入れで重要な役割を担う予定で、湘南エリア全体でオリンピックを機会に国際交流と国際理解の機運が高まることも期待されています。

なおJOTCでは、10月13日にも多摩大学湘南キャンパスで、学生や一般の来場者を対象とした「海外教養講座」の実施を予定するなど、若年層の海外渡航需要喚起も図っていく方針です。

相互交流活性化へ
業界関係者を対象にブレイベントも実施

JATAアウトバウンド促進協議会（JOTC）は8月30日、神奈川県藤沢市で「海外旅フェスタin藤沢」を開催しました。

藤沢市民会館で開かれた同フェスタには、海外旅行需要の喚起を目指して、17カ国の外国政府観光局や大使館と旅行会社5社が出展し、会場には約2000人の市民らが来場し大盛況でした。同フェスタでは、俳優の辰巳琢郎さんのトークショーとミニライブなども行われ、カリブ海やアルプスの民族音楽、ベルギーのフォルクローレダンスなども

披露されました。

また、8月23日にはブレイベントとしてメディアおよび旅行業関連団体を対象に、「東京オリンピック・パラリンピックと相互交流」をテーマに掲げた対談も実施され、マケドニアのアンドリヤナ・ツヴェトコビッチ駐日大使（写真上左）とメキシコ観光局のジェルモ・エギアルテ局長（写真上右）が、JOTC会長を務める菊間潤吾JATA副会長とともに登壇。菊間副会長は、「東京オリンピック・パラリンピックでセーリング競技の開催地に決定している湘南エリアでは、国際交流のさらなる活性化も見込まれる」と語り、藤沢市で「海外旅フェスタ」が開催されることの意義を強調しました。

JOTC・航空会社インタビュー 第2回

ハワイアン航空／宍戸隆哉日本支社長

日本航空・ハワイ州観光局と共同キャンペーンを展開

2019年に創業90周年を迎える、ハワイで最も長い歴史を持つハワイアン航空は日本国内の4空港に就航しています。今回は宍戸隆哉日本支社長にお話をうかがいました。

—日本市場での需要拡大に向けた取り組みについて、お聞かせください。

宍戸 北海道での需要喚起策の一環として、新千歳／ホルル線でのA330型機の導入を機に、パスポート新規取得キャンペーンを実施し、2018年3月末までの期間中に、先着100人にAmazonギフト券をプレゼントしました。また近年、若者の海外旅行離れが指摘されています。当社ではハワイ全体への旅行需要拡大を目指す若年層の海外旅行促進という観点も含め、修学旅行を中心とした教育旅行の取り組みを強化していく方針です。さらに、オアフ島以外の離島開発も積極的に推進していこうと考えています。

—現在、ハワイアン航空などが展開しているキャンペーンについて、説明してください。

宍戸 7月からハワイ島に直行便を運航している当社と日本航空にハワイ州観光局も加わった3社共同による、ハワイ島キャンペーン「今こそハワイ島に、行こう。」を実施しています。3社共同の取り組みとしては、初の試みです。今年9月まで展開するキャンペーンでは、5月から続いているキラ

ウエア火山の噴火について、現在の状況や噴火の影響に関する正しい情報を発信し、ハワイ島への渡航意欲を喚起することが目的です。

—キラウエア火山の現状は。

宍戸 流出した溶岩などで影響を受けているのは島全体の1%にも満たない範囲です。噴火地点からカイルア・コナ地域までは100キロ以上も離れており、ほとんどの観光地では観光施設や店舗などが通常通りの営業を続けています。ハワイアン航空はハワイ島のヒロとコナに毎日多くのフライトを運航していますが、火山の噴火の影響で欠航となったケースは全くありません。今回のキャンペーンを通じて、日本の旅行者やメディアに正しい情報やハワイ島の魅力を発信し、日本からの渡航需要の増加につなげていく方針です。

ハワイアン航空コールセンター
0570-018-011（平日9:15～17:30）

※インタビューの全文はJOTCのホームページ（<http://www.jata-net.or.jp/outbound/>）でお読みいただけます

観光局との連携強化し プロモーション展開

JOTCのミクロネシア・サブ部会

JATAアウトバウンド促進協議会(JOTC)北中南米部会のミクロネシア・サブ部会は7月10日、グアム政府観光局本局との会議を実施し、日本からの旅行者増加に向けて意見交換を行いました。

部会活動の一環として実施された会議には、北中南米部会の生田亨部会長、ミクロネシア・サブ部会の梶原友幸部会長、グアム政府観光局理事会兼日本マーケティング委員会のウイリアム・ソルト会長、グアム政府観光局ジョン・ネイサン・テナイト局長などが出席。グアムを訪れる日本人旅行者が減少している現状を踏まえ、グアム政府観光局と旅行会社の連携を強化し、若者ファミリー層を軸にしつつ、スポーツやウエディングといったセグメントにも訴求を



JOTCミクロネシア・サブ部会とグアム政府観光局による会議の出席者ら

図る各種プロモーションを展開するほか、グアム政府観光局とJOTCの間で年間日本人旅行者数の数値目標を設定することなどについて協議を行いました。

グアムでは、昨年の北朝鮮によるミサイル発射問題などのダメージが大きかったものの、朝鮮半島情勢に安定化の兆しが見られることや、日本/グアム路線における機材の大型化や就航便数の維持、新規就航やチャーター便の増加など、市場を取り巻く環境も改善されてきていることから、2019年以降における日本からの旅行需要も回復に向かうものと期待されています。

UNWTOアジア太平洋合同会議出席 三カ年の主要取り組みテーマを発表

国連世界観光機関(UNWTO)は6月19・20日、フィジーで「UNWTOアジア太平洋・南アジア地域合同会議」を開催しました。

会議では、議長国のインドネシアや各国代表から過去12カ月間の事業活動報告が行われたほか、UNWTOのブラブ・ポロリカシユヴィ

リ事務局長は、2018年から2020年までの3年間にUNWTOが取り組む主要なテーマである「Accessible Tourism」



UNWTOアジア太平洋・南アジア地域合同会議の様子

Technology」「TSA (Transportation Security Administration)」が中心となります。

JATAからは澤邊宏国際センター長が会議に出席し、持続可能な観光の発展が政策立案の時代から具体的な取り組みを検証する時代に入っており、各国の持続可能な観光開発政策を官民連携による活動につなげていくことができるか、具体的な事例に基づいて検証することが求められている、と提言しました。

「海フェスタにいがた」へツアー実施 「海の日」の意義などを考える機会に

JATAは7月28日、会員企業の社員と家族・友人などを対象に「海フェスタにいがた」ツアーを実施しました。

日本最大級の海の祭典「海フェスタ」は今年、新潟開港150周年を迎える新潟市などで7月14日から29日までの15日間にわたって開催されており、ツアーでは新潟市歴史博物館(みなとぴあ)や「水と土の芸術祭」メイン会場、マリニピア日本海、新潟ふるさと村などを訪れています。

猛暑の中、新潟港の150年に及ぶ歴史・文化にふれるツアーに参加した114人にとっては、「海の日」の本来の意義や「地域の魅力」について考える機会となり、有意義な夏の1日を過ごしました。

北海道支部

8月24日〜26日 北海道海外旅行フェア
2018 in アカプラ

8月27日 幹事会

東北支部

8月22日 幹事会

9月5日 海外教育旅行セミナー in 盛岡

関東支部

8月30日 海外旅フェスタ in 藤沢

中部支部

8月21日 研修委員会

8月23日 幹事会

関西支部

8月22日 現場担当者のための「受注型

企画旅行」実務講座

8月23〜24日 幹事会

9月10〜12日 国内旅行委員会および

研修旅行

九州支部

8月23日 アウトバウンド学生提案コンテ

スト二次審査会

8月24日 インバウンド学生提案コンテ

スト二次審査会

9月7日 九州インバウンド未来へのトラ

イ国際シンポジウム

9月8日 「飛び出せ海外へ」(福岡空

港)

9月10日 クイーンズランドワークショップ

沖縄支部

8月17日 環境保全活動

— 動き出したダイバーシティの取組み —

ダイバーシティの全社的活動がJATA会長表彰「大賞」 JTBグローバルマーケティング&トラベル 「ブランド向上委員会」による取組み

2018年度JATA会長表彰内の「働き方・休み方改革、ダイバーシティ推進」に関する取り組みの「ダイバーシティ推進部門」で、JTBグローバルマーケティング&トラベル（JTBGMT）による2017年度の活動が大賞を受賞しました。今号では、「JTB GMTのDiversityはNext Stageへ… First Stage『人財の多様化』から、Second Stage『多様な人財のパフォーマンス最大化』へ」を指して、全社一体となって推進されている同社の活動を紹介します。



毎月1回のペースで開催されている「ブランド向上委員会」

時間単位休暇制度も提言により実現

JTBGMTによるダイバーシティ活動の中心となっているのは、毎月開催されている「ブランド向上委員会」です。それまでのコミュニケーション委員会に代わって2016年に発足したブランド向上委員会には、社内各部署から代表が2人ずつ参加。それぞれの代表は、ダイバーシティ部会と働き方改革部会という2つの部会で情報共有や意見交換も行っており、ブランド向上委員会と各部会の内容を各部署にフィードバックしています。

2017年からは部署を越えたダイバーシティネットワークである「パパママ社員ネットワーク」「外国籍社員ネットワーク」「キャリア入社社員ネットワーク」もスタート。社員同士が共通の悩みや課題などを話し合い、働きやすい職場環境の実現に資するコミュニケーションも図られています。

JTBGMT総務部総務チームの大森真美子総務担当マネージャーによると、パパママ社員ネットワークによって提言された「1時間単位での有給休暇取得」は社内制度として採用され、多様な働き方推進に向けた各種制度の導入にも貢献する結果となりました。「全社員の9人に1人は外国籍でキャリア入社も4割近く、JTBグループの中でもとりわけ多様なバックグラ

ウンドを持つのがJTBGMTです。女性社員比率は61%、女性管理職比率も34%に達しており、産休・育休から復帰し、子育てをしながら働く社員も多く、それぞれのニーズや価値観、生き方などを受け入れ、可能な限り尊重する組織づくりが不可欠となっています」（大森マネージャー）

家族も含めた交流で信頼関係を強化

JTBGMTに在籍する外国人社員の国籍も、中国・ロシア・ポーランド・イタリア・インドネシアなど17カ国に及んでおり、昨年12月の「Year End Party」では、外国籍社員が自国の年末年始の過ごし方などを発表。様々な国籍の社員が飲食をともにしながら異文化を学びつつ、社員同士が部署を超えてコミュニケーションを深める機会となりました。

また、社員同士だけでなくとどまらず、家族も含めた会社での同僚との交流は、お互いの多様なライフスタイルの尊重や信頼

関係にもつながることから、「GMT夏休み子ども参観日」や「GMTファミリーデー」なども実施されています。



JTBGMTの座間久徳代表取締役社長（左）と大森真美子マネージャー

さらに、より効率的な働き方の推進やワークライフバランスの向上、社員の健康保持などを視野に「夏のワークスタイル変革」に向けた取り組みも展開。朝型勤務への意識向上を図ることを目指し、7～8月の水曜日に早番シフト利用者に対して、就業前にコミュニケーションルームで朝食が提供されました。

社員からは、「早番シフト活用のきっかけになった」「早番シフトで仕事がかどった」「早く終わらせられることから優先的に取り組めた」など朝型勤務の効用を指摘する声に加えて、「会社が変わっていることが分かりやすく社員に伝わったと思う」といった感想も寄せられています。

大森マネージャーは、「JTBGMTが目指すのはダイバーシティ&インクルージョン（受容）です。個々の多様な能力を最大限に活用して、組織の成果につなげていけるように、次のステージに向けて活動を推進していきたい」と説明しています。



今年7月の「夏休み子ども参観日」では「打ち水」のイベントも実施されました



日本人海外旅行者の世代交代は、世代と価値観による見直しが必要

日本人の海外旅行が堅調です。今年7月末現在の出国者数は、過去2番目に多かった前年からさらに4.4%増で推移しています。しかし旅行会社が主要顧客としてきた団塊世代は、ここ数年伸び悩み、世代交代が見えてきました。10年後の65歳は今の65歳と違うはず。世代と価値観で旅行者を考えます。

伸びない団塊世代の海外旅行

法務省の出入国管理統計で年代別出国率の推移を見ると、近年最も海外旅行が落ち込んだ15年から回復に至る17年までの間、20代男性は2.7ポイント増、女性は6.4ポイント増と大きく伸びた一方で、60代・70代以上のシニアにあまり変化は見られません。このシニアの中核になるのは団塊世代(2018年現在68歳〜72歳)で、人口構成比が高く、65歳の完全退職を迎えた数年前に消費のけん引役として大きく期待された世代です。今年のJTB総合研究所の海外旅行調査では、海外旅行経験のある団塊世代の約半数が海外旅行を卒業もしくは回数を減らすと回答しています。

では次世代シニアの海外旅行は、団塊世代とどんな違いがあるのでしょうか。当社はこれまでに加齢やライフステージだけでは変わりにくい、生まれ育った時代や環境から生じる世代像や個人の価値観が消費行動に与える影響について研究を行ってきました。この点から次世代シニアの旅行を考えてみます。

団塊世代とはまるで違う次世代シニアの旅行

次のシニア層を私たちは、「ポスト団塊世代(同59歳〜67歳)」と名付け、「右肩あがりの経済を担った世代。シラケ世代」と言われ、上の世代ほど会社一辺倒ではない。初期のデザインナーズブランドブーム、テニスやスキーを楽しんだ」と特徴付けています。そのすぐ下の世代は「バブル世代(同48歳〜58歳)」で、「バブル期に消費を謳歌した世代。男女雇用均等法で男性並みに働く女性も増加した。様々なモノやコトの経験が豊富で、価値を認めたものには支出を惜しまない」としています。

では彼らは今、どんな旅行商品を買っているのか、直近の海外旅行の購入商品(旅行形態)について聞きました。ポスト団塊は団塊世代に比べて個人旅行(FIT)の割合が27.1%から38.8%まで増え、一方で団塊世代では51.4%あったガイド付きあるいは添乗員付きのツアー型の割合が32.8%まで減少しています。バブル世代はFITが55.0%と半数を越え、ツアー型は15.2%です(図1)。

直近の旅行商品の購入を決めた理由は全体では「価格」ですが、団塊、ポスト団塊は、「長年利用している会社・商品ブランド

だから」の方が高く、また「効率よく観光できる」はFITが多くなるポスト団塊世代から大きく減少しました(図2)。

図表はありませんが、商品を購入した会社は、ポスト団塊世代とバブル世代に大きな隔たりがあり、例えばバブル世代はエイチアイエスの利用が大幅に高く、若い頃、創業したばかりの同社を利用し、一緒に年齢を重ねていったことが分かります。一方シニアを得意とする会社はバブル

波瀾郁代 JTB総合研究所執行役員企画調査部長
88年入社。支店長、広報室長を経て12年JTB総合研究所へ。同社の自主研究、マーケティング、コミュニケーション戦略を担当JTB旅行行動の分析推計に08年から現在まで関わる

図1 世代別 直近に購入した旅行商品(旅行形態)

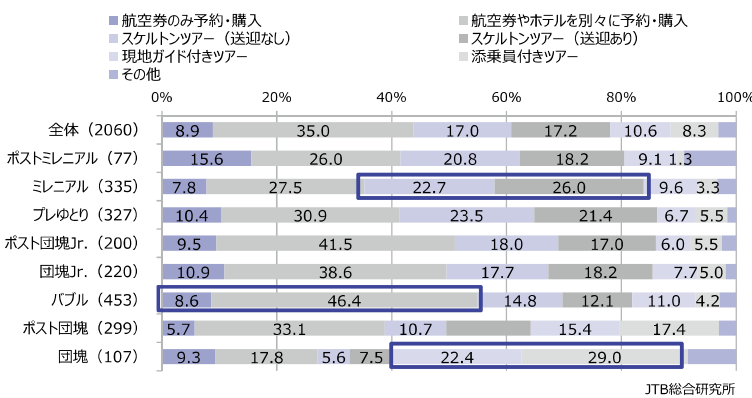
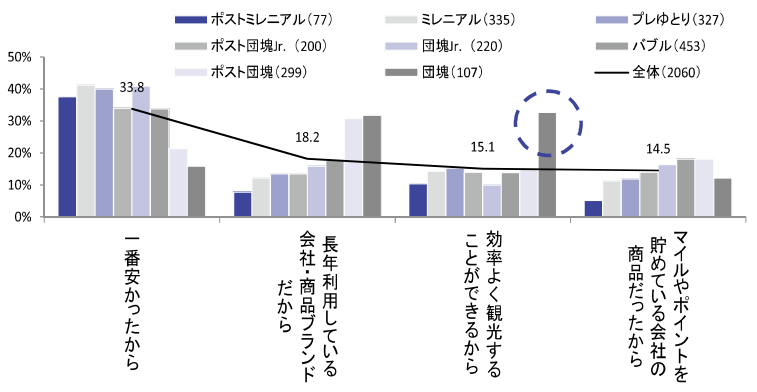


図2 直近の海外旅行商品の購入を決めた理由(世代別)



世代以降利用者が急減。この動きから思うに、「シニアになったらシニア向けの商品を買うだろう」、「いつかはクラウン」は幻想かもしれません。顧客の持続的な確保のためには、生活者(旅行者)の価値観や行動の変化を見極め、あらゆるチャネルを通じて情報接点を考える、時代感覚に即した戦略的な対応が常に必要です。

※参考…JTB総合研究所「海外旅行の現状2018」

苦情事例に学ぶ ⑥⑥ 監修 弁護士 三浦雅生

今回のテーマ…同じ内容なのに 旅行代金が異なる!?

旅行のインターネット販売が拡大したことにより、紙のパンフレットを印刷しなくてもウェブサイトで多くの商品を販売できるようになったことは旅行会社にとって大きなメリットでしょう。ところが最近、次のような苦情が消費者相談室に寄せられることが少なくありません。



申し出内容はこうです

①添乗員が同行するヨーロッパ周遊ツアーに参加してきました。旅行自体は楽しかったのですが、仲良くなった参加者とお喋りしていると、なんとその方の旅行代金は私より3万円も安いことが分かりました。しかもその方は出発直前に申し込んだとのこと。私は出発の半年前に申し込んで同時に旅行代金全額を支払ったのに、納得できません!

②旅行会社のウェブサイトで温泉旅館の宿泊と往復のJR券がセットになったフリープランを申し込み、支払いを済ませました。ところが改めてウェブサイトをみると、同じ旅館利用で3000円安いプランがありました。旅行会社に問い合わせると旅館の部屋、食事

などはまったく同一だと言うのでそのプランへの変更をお願いしたのですが、出発まで20日を切っているのが取消料として旅行代金の20%が必要とのこと。同じ旅行会社の同じ内容のプランに変更するのに、納得できません!

解決に向けての指針

①について旅行会社に確認したところ、催行決定した出発日だったにもかかわらず集客が芳しくなかったため、ウェブサイトからの申し込みに限り旅行代金を値下げしたことが分かりました。

②については、最初にお客様が申し込んだのは設定が半年間の通常プラン、あとから見つけられたのは販売促進のために1か月間限定で設定された特別プランということが分かりました。

かつて旅行の広告媒体がパンフレットしかなかった時代、旅行代金を変更するためには新たにパンフレットを印刷し、古いパンフレットを回収しなければならず、多くの手間と費用がかかりました。したがって旅行代金に変更されることは稀であり、そのような背景からいまでも「旅行代金は変わらないもの」という認識を持つお客様が少なくないようです。

ところがいまは旅行代金を変更することも新たな商品を設定することも、ウェブサイト上で簡単に行なうことができます。適切な広告表示と取引条件説明を行えば、極端な話、同じツアーに参加する100人の旅行代金がすべて異なっても問題ありません。

①のケースも②のケースも、あくまで契約上の問題はないのです。

とはいえ契約上の問題と苦情対応は別に考える必要があります。①のケースのような添乗員同行のコースでは参加者同士が情報交換することも多いため、旅行代金を値下げした場合には営業的な判断で申込済のお客様へ差額を返金している旅行会社もあるようです。そうした対応をしないのであれば、お客様からの問い合わせに対し添乗員や販売担当者が契約上の問題がないことをきちんと説明できるスキルを身に付けておくことが不可欠でしょう。

②のケースのようなウェブ販売においては、商品検索時に容易に類似コースを比較できるシステムを構築することが苦情の予防に繋がると考えられます。なお、お客様は「変更」という言葉をよく使いますが、募集型企画旅行契約においては旅行者（お客様）から契約内容を変更する規定はなく、形式的には一度契約を解除したうえで新たな契約を締結するという基本を理解しておく必要があります。

なおウェブ販売ではお客様の自己責任が成り立ちますが、もし店頭にいらしたお客様から「〇〇旅館とJR券がセットになったプランを手配してください」と依頼されたような場合に高いプランを案内してしまうと、信義則上の責任を問われる可能性がありますから注意が必要です。
(安東)

信義則とは…取引の目的を実現するためには相互に不明点を確認し合うなどして相手の信頼に沿うようにしなければならぬというわが国における民法の原則で、このケースに当てはめると「プロなのだから安いプランを手配してくれるだろう」というお客様の期待に旅行会社が応えることを言います。



第66回 似て非なるもの

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

近年、飛行機の座席クラスはビジネスクラス（Cクラス）の他にも上級エコノミークラス（PYクラス）が設定されるなどバリエーションが増えたことから、旅行先では同じバスに乗り同じ行程ではあるものの飛行機のクラスだけが異なるツアーが増えています。最近では、上級クラスに搭乗したお客様から次のような苦情が増えてきました。

ア ツアータイトルには「Cクラス利用」となっていたのに参加したのに、他のお客様の多くはYクラスだった。Yクラスの旅行者とは一緒に歩きたいと思っただのに詐欺ではないか。

イ 空港では、Cクラスの私は降機も早く預けた荷物もすぐ出てくるのに、Yクラスのお客様の降機と荷物が遅く待たされて不快だった。

ウ 父との旅行で父はCクラス、私は安いYクラスで参加したがパンフレットにはCクラスのコースしか掲載されていないのでやむなく参加した。参加してみるとYクラスのお客様もたくさんいた。なぜ、Yクラスのコースがパンフレットにはなかったのか。今回はこんな苦情について考えます。

似て非なるものはわかりづらい

企画旅行業者は、飛行機はCクラスを利用し、旅行

先のホテルや食事などもより上級な素材を組み合わせた。贅を極めたコースから標準的な旅行に航空機のみはCクラスを組み合わせたコースまで、まさに知恵比べのように企画しているのが現実です。ツアータイトルには同じように「Cクラス利用」を謳っていても、前者の「贅を極めたコース」には、そもそもYクラスの設定がないことから苦情が発生しません。一方、航空機のみCクラスのコースでは、前者の旅行であると誤認した旅行者が旅行に行ってみたら実は後者のツアーだったと判り、アやイの苦情になったものかもしれません。また、販促のため、ヨーロッパ、ハワイなどの方面で設定している既存のコースのうちCクラス利用のコースをピックアップして「Cクラスの旅」などのタイトルを付けたパンフレットを作成することがあります。そうすると、「Cクラスの旅」のパンフレットにはYクラスを利用するコース（記述）は削除することになり、一見、Yクラスのコースの設定がないように見えることから、ウの苦情が発生することになります。

しかしながら、個々のお客様と企画旅行業者との契約関係のみに着目すれば、旅行業者は、航空機のみCクラスであっても旅行サービスの手配債務はきちんと履行されていることから、こんな苦情を言われても困るといって構図になっています。単純化すれば、贅を極めたコースと航空機のみCクラスのコースは、似て非なるものであるにも関わらず、無形の商品である旅行では、パンフレットでの区別がつきにくいことが原因でしよう。たとえ債務不履行がなくても、旅行者の不満が発生する構造が、そこにあります。

判りやすくする工夫が必要

ではどうすればいいのか。企画担当者は、お客様の心

理や心情を想像してツアーを造るといって心構えが必要ではないでしょうか。アの苦情は、贅を極めたサービスを受けるだけが目的ではなく、余裕がある私と同じような方々と一緒に歩きたいのではないかと期待されていたのかもしれません（Yクラスのお客様は余裕がないという意味では決してありません）。このようなお客様の心情を想像すれば、航空機のみCクラスのコースではYクラスのコースをメインとして、「Cクラス利用の追加代金」を表示し、飛行機のクラスを選択できるようにすれば、旅行先ではYクラスのお客様と一緒にバスになることがあらかじめ想定できますので、これらの苦情は発生しないでしょう。旅行会社としては、これまでのそうした表示ではインパクトが弱いと考え、「Cクラス利用」をツアータイトルに謳うことを発明したのですが、ツアータイトルとなると訴求力が格段と強くなるので、不当表示への危険な道に入ること覚悟すべきでしょう。

また、消費者は、Cクラスを利用するコースではホテル、食事などもより上級であるとのイメージを持ちやすいものです。Cクラスを利用することだけをもって、安易に「ワンランク上」などの表現をすると誤認が生じやすくなりますので、その懸念があれば「飛行機の座席クラス以外には差がない」という注意書も明示しておくといいたく（一種の打ち消し表示ですから、「ワンランク上」の記載のそばに同じ大きさの活字で表示する必要があります）。

海外旅行も、かつての「夢のハワイ」ではありません。同じお客様でも、今回の旅行はYクラスで、でも次回の旅行では思いっきり贅沢しようなど消費行動は様々ではありません。商品選択のミスマッチをしないように、過剰な期待をさせないことが、結局は、お客様の満足に繋がることも多いのではないのでしょうか。

(斉藤)

事務局 便り

7月の出入国者数(速報値) 7月の出国日本人数は前年比5.2%増の155万8000人

日本政府観光局(JNTO)が8月15日に発表した速報値によると、今年7月の出国日本人数は前年同月比5.2%増の155万8000人となりました。今年1月から7月までの累計では、前年同期比4.4%増の1034万1500人となっています。

出国日本人数は今年に入ってから、1月が前年同月比9.9%増、2月が同6.9%減、3月が同3.5%増、4月が同9.9%増、5月が同5.0%増、6月が同6.4%増と推移しており、2月を除いて前年比でプラスを記録。昨年8月から12月までの5カ月間の出国日本人数が798万5872人だったことから、8月以降も増加基調を維持すれば、年間の累計では2012年以来6年ぶりに1800万人台を回復する見通しです。

一方、今年7月における訪日外客数は前年同月比5.6%増の283万2000人を記録したものの、前年比伸び率では今年1月以来6カ月ぶりに1ケタ台にとどまりました。JNTOによると、今年7月の訪日外客数は、昨年7月の268万2000人から15万人以上増加して、7月として過去最高を記録しています。JNTOでは、航空路線の新規就航や増便による航空座席供給量の増加に加え、継続的に展開

している訪日旅行プロモーションの効果も相まって、前年同月を上回ったと分析。同時に、6月18日に発生した大阪府北部の地震や「平成30年7月豪雨」の影響により、これまで訪日旅行者数の伸びを牽引してきた東アジア市場の一部で、訪日需要の動きが抑えられる結果となり、全体の伸びの鈍化に影響したとみえています。

日本政府観光局(JNTO) 平成30年8月15日 (単位:人)

| 月 | 訪日外客数 | | | 出国日本人数 | | |
|-----------------|------------|-------------|-------|-----------|-------------|-------|
| | 平成29年 | 平成30年 | 伸率(%) | 平成29年 | 平成30年 | 伸率(%) |
| 1 Jan. | 2,295,668 | 2,501,409 | 9.0 | 1,295,059 | 1,423,727 | 9.9 |
| 2 Feb. | 2,035,771 | 2,509,297 | 23.3 | 1,493,399 | 1,390,518 | -6.9 |
| 3 Mar. | 2,205,664 | 2,607,956 | 18.2 | 1,745,412 | 1,807,063 | 3.5 |
| 4 Apr. | 2,578,970 | 2,900,718 | 12.5 | 1,234,921 | 1,356,679 | 9.9 |
| 5 May | 2,294,717 | 2,675,052 | 16.6 | 1,317,742 | 1,383,847 | 5.0 |
| 6 Jun. | 2,346,442 | *2,704,500 | *15.3 | 1,336,169 | 1,421,648 | 6.4 |
| 7 Jul. | 2,681,518 | *2,832,000 | *5.6 | 1,480,718 | *1,558,000 | *5.2 |
| 1~7 Jan-Jul. | 16,438,750 | *18,730,900 | *13.9 | 9,903,420 | *10,341,500 | *4.4 |

◆注1: 出典:日本政府観光局(JNTO)
◆注2: 平成29年(2017年)は確定値、平成30年(2018年)1~7月は暫定値、*部分は推計値
◆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: 訪日外客数は、国籍に基づき法務省集計による外国人入国者及び、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これ以外に外国人として上陸等を果たし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、上記の訪日外客数は乗員上陸数は含まれない。

●JATA業務予定表 9月11日(火)~10月31日(水)

*予定表は変わることがあります。

本部・支部の委員会(予定)

| | | |
|------------|------------------------------|-------|
| 9月11日 | 業務改善委員会 | 北海道支部 |
| 9月12日 | 海外旅行推進委員会 | 本部 |
| 9月14日 | 総務委員会 | 関東支部 |
| 9月19日 | 実務委員会 | 九州支部 |
| 9月20日 | 消費者相談委員会 | 関西支部 |
| 9月20日 | 幹事会 | 中四国支部 |
| 9月21日 | 幹事会 | 関東支部 |
| 9月21日 | 合同委員会(海外旅行・国内旅行・インバウンドツーリズム) | 関西支部 |
| 9月21日 | LADY JATA委員会 | 関東支部 |
| 9月26日 | インバウンド委員会 | 沖縄支部 |
| 9月26日 | 訪日旅行推進委員会 | 本部 |
| 9月26日 | 幹事会 | 沖縄支部 |
| 10月4日~5日 | 消費者相談委員会 | 九州支部 |
| 10月10日 | 幹事会 | 東北支部 |
| 10月11日 | 法制委員会 | 本部 |
| 10月13日~16日 | 海外旅行委員会及び台湾研修旅行 | 関東支部 |
| 10月17日 | 総務・消費相談委員会 | 中部支部 |
| 10月17日 | 総務委員会 | 九州支部 |
| 10月18日 | 幹事会 | 中部支部 |
| 10月24日 | 国内旅行委員会 | 九州支部 |
| 10月26日 | 空港委員会 | 中部支部 |
| 10月21日~22日 | 国内旅行委員会及び沖縄研修旅行 | 関東支部 |
| 10月26~27日 | 消費者相談委員会 | 関西支部 |

●JATA主催・共催の研修・セミナー等の活動

※「総合旅行業務取扱管理者研修」、「旅行サービス手配業務取扱管理者研修」、「JOTC(アウトバウンド促進協議会)プランナーのためのセミナー」の詳細は、JATAホームページの「JATAが主催・共催するセミナー・研修9月および10月」をご参照ください。なお、JATA正・協力会員限定セミナー、または申込受付を終了したものもあります。ご了承ください。

| | | |
|------------|-------------------------------|-------|
| 9月11日 | ベトナム観光セミナー | 九州支部 |
| 9月12日 | 海外教育旅行セミナー in 山形 | 東北支部 |
| 9月13日 | 貸切バス運賃セミナー in 名古屋 | 本部 |
| 9月14日 | GDPR対応セミナー | 本部 |
| 9月17日 | JOTCプランナーのためのセミナー「スイス・チューリッヒ」 | 本部 |
| 9月20日~23日 | ツーリズムEXPOジャパン2018 | 本部 |
| 9月26日 | 海外教育旅行セミナー in 福島 | 東北支部 |
| 9月29日 | 2018年度第3回寺子屋JATA | 九州支部 |
| 10月2日 | 津木ゼミ旅行実務講座(大阪) | 本部 |
| 10月4日 | 九州観光推進機構説明会 | 九州支部 |
| 10月4日 | 秋季公正競争規約説明会 | 東北支部 |
| 10月13日 | 環境保全活動 | 中四国支部 |
| 10月14日 | 総合旅行業務取扱管理者試験 | 本部 |
| 10月18日 | 平成30年度第4回旅行サービス手配業務取扱管理者研修 | 本部 |
| 10月18日 | 秋季公正競争規約説明会 | 北海道支部 |
| 10月19日 | 苦情対応セミナー(福岡) | 本部 |
| 10月20日 | 環境保全活動 | 関西支部 |
| 10月23日 | JOTCプランナーのためのセミナー「タイ王国」 | 本部 |
| 10月24日 | JOTCプランナーのためのセミナー「レイルヨーロッパ1」 | 本部 |
| 10月24日 | 苦情対応セミナー(東京) | 本部 |
| 10月25日 | JOTCプランナーのためのセミナー「レイルヨーロッパ2」 | 本部 |
| 10月25日 | 八相会 | 中部支部 |
| 10月27日 | 学生によるアウト&インバウンド企画提案コンテスト最終審査会 | 九州支部 |
| 10月30日 | クルーズ販売セミナー in 松山 | 本部 |
| 10月30日 | 広報危機管理セミナー | 本部 |
| 10月26日~27日 | JATAの道プロジェクト | 本部 |

「じゃたこみ」送付先の変更・削除について

◆JATA会員

JATAホームページの会員マイページ(ユーザーID及びパスワード必要)より「会報誌送付部数の変更について」の項目から変更をお願いいたします。

◆JATA会員外

表題を「『じゃたこみ』送付住所変更または担当者変更」として変更内容を記載のうえ、メール(press@jata-net.or.jp)またはFAX(03-3592-1268)で、広報室宛てにご連絡ください。

外国コイン募金にご協力を 「TEJ2018」会場に募金箱設置

JATAは、9月20日から23日まで東京・有明の東京ビッグサイトで開催される「ツーリズムEXPOジャパン(TEJ)2018」の会場に、日本ユニセフ協会の外国コイン募金箱を設置します。会員各社の社内に残っている各国・地域のコイン(紙幣も可)を集めていただいたうえで、「TEJ2018」にご来場いただき、ぜひ募金のご協力をお願いいたします。

詳細は、JATAホームページの「JATAについて→社会貢献活動」をご参照ください。

津波関連遺構の歴史と意義 観光資源の可能性秘める構成文化財

文化庁は今年5月、和歌山県広川町が申請していた『百世の安堵(あんど)』(津波と復興の記憶が生きたる広川の防災遺産)を日本遺産に認定しました。津波関連遺構が評価されたのは、2015年度に日本遺産が創設されてから初めて。構成文化財を活用したまちづくりとともに、観光資源としての可能性も注目されています。



津波で町に漁船が流れ込まずに濱口梧陵によって植えられた広村堤防の松



11月5日の「津波祭」では、地元の子どもたちが「土盛り」で堤防を補修。11月5日は2015年に「世界津波の日」に制定



安政の津波襲来時に危機を知らせた法蔵寺鐘楼。寺には避難民に貯蔵米を供出した蔵も



安政の津波襲来時に危機を知らせた法蔵寺鐘楼。寺には避難民に貯蔵米を供出した蔵も

防災文化の原点は「稲むらの火」

江戸時代末期の1854年(安政元年)11月5日、広川町を襲った「安政の南海地震」は、やがて暗闇の町に津波をもたらし、津波を察知した実業家・濱口梧陵は、水田に残された稲むら(脱穀後の藁の山)に火を放ち、高台の寺社に逃げる人々の明かりとし、多くの命を救いました。その顛末は、『稲むらの火』として小学校の教科書などにも掲載されてきています。

津波で被災した人々は、行く末を案じて町を離れようとしていましたが、濱口梧陵は、抜本的な津波対策として、新たな堤防の築造を計画。「築堤の工を起して住民百世の安堵を図る」と語り、復興の象徴として築堤に力を注ぎました。4年の歳月をかけて山から土を運び、突き固めた堤防の高さは5メートル、長さは600メートルに及びます。堤防は津波の衝撃を和らげるために湾曲し、港から町への避難を容易にするため斜面を緩やかに築きました。堤防の前には、津波で町に漁船が流れ込まないように松を植樹し、堤防の補修費用を賄うため、蝋燭の材料となる蠟も植えられています。

新規需要開発へ旅行会社に期待

現在多重防衛システムが構築された海岸に加え、堤防に沿った町並みには、豪壮な木造3階建ての楼閣や、重厚な瓦屋

根に漆喰や舟板の外壁を持つ町家が軒を連ねます。これらが面する通りや小路は高台に延びており、避難を意識した町が築かれてきたことを伝えています。江戸時代の人々が津波の被害から復興させた町並みは防災遺産として世代から世代へと災害の記憶を伝え、今も暮らしの中心に「防災文化」を地域に根付かせたのでした。

広川町教育委員会の平井正展班長は、「日本遺産のストーリーと構成文化財を地域の観光資源としていくために、まずは『稲むらの火』の認知度を高めるとともに、隣接エリアとの広域連携による旅行動線づくりも視野に入れていきたい」と説明。「教育旅行や研修視察旅行などを軸に、地域への旅行需要の創出を図りつつ、一般的な旅行のテーマや素材としては地味かもしれないが、防災・減災ツーリズムなどの動きも出てきている中で、新たな旅行需要の開発に向けて旅行会社の手腕に期待したい」と語っています。



安政の津波で避難場所となった広八幡神社



重厚な本瓦屋根が連なり、漆喰や船板の外壁、窓格子が印象的な街並み

訪中旅行の需要喚起へ新たな拠点 『西遊記』テーマに魅力を訴求

中国江蘇省の連雲港市旅游局は7月23日、東京で連雲港観光促進セミナーを開催しました。「西遊東渡山海連運」をテーマに掲げたセミナーでは、連雲港市が舞台となり日本でも馴染みの深い『西遊記』を切り口に、「歴史のある文化の街」「神秘の西遊の城」「観光にも居住にも適する街」「美食の街」「神聖な街」「高速発展中の活気ある街」という6つのキーワードで、同市の主な観光資源や魅力などを紹介しています。

市内42カ所を数える 国家A級観光地

連雲港市は、上海市から北へ約450キロに位置し、改革開放政策が進められてきた中国

にあつても、特に目覚ましい経済発展を遂げてきていることで知られています。海外からの直接投資も活発に行われて、外国企業と中国企業による合弁会社も数多く設立されており、

連雲港市の港湾は「世界への窓口」として重要な役割を果たしてきました。

一方同市は、中国東部の沿岸地域では珍しく山と海に囲まれた環境に恵まれ、港と市街地の繋がるロケーションに広がるレジャーリゾート地としての側面も持っています。

連雲港市には、江蘇省最大の島である連島、雲台山国家級観光リゾート地や江蘇省唯一

の鳥類自然保護区の前三島もあり、「連雲港」の地は、まさに名山名水の幻想的な仙境として、古くから多くの文人も惹きつけてきました。宗王朝時代の文豪である蘇軾は、「海上の倉梧山は青々と茂り、仙境のように幻想的で、言い伝えでは植物はすべて珍しい仙薬と聞く、妻子と離れることになっても、この地で安住したい」と、連雲港の感想を文書に残しているほどです。

連雲港市の市内には42カ所の国家A級観光地があり、国家A4級観光地として、連島、海上雲台山、孔望山、魚湾、大伊山、二郎文化遺跡公園、東海水晶観光文化エリア、連雲港市革命記念館など10カ所が名前を連ねます。また、孔望山仏教摩崖石刻、藤花落遺跡、阿育王

塔、將軍崖の岩画(岩肌に彫刻された絵)、大伊山新石器時代の石棺陵墓区など、全国重点保護遺産も9カ所を数えています。

知名度高い『西遊記』をマーケティングの中心に

そして、その国家A級観光地の中でも、あまりにも有名と言えるのが国家5A級観光地の花果山です。

「連雲港の『花果山』が、その名を世界的に知られるようになったのは、ひとえに『西遊記』に登場する「孫悟空」によるものであることは言うまでもありません。呉承恩が連雲港の花果山を原型として著した作品と言われる神話小説の『西遊記』の舞台となった場所は、花果山で実際に数多く見出すことができます。

小説では、花果山は孫悟空が生まれた山であり、花果山の頂上にある大きな岩から孫悟空が誕生したことになっているため、連雲港市を訪れる多くの旅行者のほとんどが立ち寄り人気の高い観光スポットとなっています。

山頂には現在も多くの猿がいる花果山までは、連雲港市の中心から路線バスやタクシーで20分程度しかかからず、帰路は乗り物を使わずに徒歩で巨大な岩巡りをしながら下山する



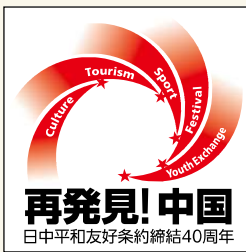
連雲港観光促進セミナーで挨拶する中国駐東京観光代表処の王偉首席代表



セミナーでは、孫悟空が登場する京劇パフォーマンスも披露されました



東京で開催されたセミナー会場の様子



まさに「仙境」の雰囲気も濃厚に漂う雲台山



「連雲港の花果山」は『西遊記』と孫悟空によって世界中に知られており、中国内外から多くの旅行者が訪れる人気の観光スポットとなっています

という楽しみ方もあります。

訪中外国人旅行者に中国全土をくまなく旅行してもらうために、中国政府が打ち出している「中国全域旅游」の実現に向けて、日本市場で「三步五眼」という新たなコンセプトを打ち出している中国駐東京観光代表処の王偉首席代表は、「『図を描く』『内容を探す』『出発する』という3つのステップを意味する『三步』のプロセスと、中国国内を各地域の特徴に基づいて『癒し』『三国志』『古文明』『西遊記』『大自然』という5つのテーマを着眼点とする『五眼』で捉えるコンセプトにおいて、漫画やアニメ、テレビドラマ、映画などで繰り返し作品化され、日本でも幅広い年齢層に根強い人気を持つ『西遊記』こそ、今後の日本市場でのテストイネーションマーケティングの大きな柱の一つとなり得る」とを、

改めて指摘しています。

「妖怪」テーマに文化交流の活性化も

また、王首席代表は、日本では、これまで人気の高かったテレビドラマや映画などの作品によって、『西遊記』の冒険活劇ストーリー的な印象が強いことに加え、「物語にそういう側面が強いことも否定はしないが、中国では、鬼やお化けなどの妖怪が沢山登場する『西遊記』は、古典神鬼小説と呼ばれているほど」と語って、西遊記の妖怪ストーリーとしての重要性を強調。

「そもそも、経典を求めて天竺へ旅を続ける三蔵法師に従う弟子の3人、つまり、孫悟空と猪八戒と沙悟浄も、元をただけば妖怪です。もちろん、三蔵法師の行く手を阻む悪い妖怪に対して、3人の弟子は三蔵法師を守る良い妖怪で、3人の助けがなければ三蔵法師は旅を続けることはできず、三蔵法師を襲う妖怪と戦うエピソードや場面の印象があまりにも強いので、冒険活劇ストーリーとして捉えられるのも無理はありません。しかし、『三步五眼』の着眼点となるテーマとしての『西遊記』では、むしろ、『妖怪ストーリー』としての特性を前面に打ち出していきたいと考えています」(王首席代表)

「徐福」の故郷としても知られる連雲港市

日本がまだ弥生時代の紀元前210年頃、秦の始皇帝による圧政を逃れるため、「不老不死の薬」を求めると欺き、3000人の未婚男女や技術者などを引き連れ、五穀の種を持って中国大陸から船出し、日本の弥生文化の成立に大きな影響を与えたと伝えられる徐福も、連雲港市の出身と言われています。

中国駐東京観光代表処の王偉首席代表は、「日本各地に『徐福伝説』が残されており、徐福をテーマに日中間の地域間交流を活発にするような取り組みも検討したい」と語っており、「『西遊記』を軸とする文化交流とともに、日中間における観光交流の拡大に向けて、連雲港市を拠点の一つとして確立できれば」と意欲を示しています。

日本では、代表作『ゲゲゲの鬼太郎』で知られる漫画家水木しげる氏の故郷である鳥取県境港市が、『鬼太郎』を軸とする妖怪を観光資源化して多くの旅行者を呼び込むことに成功しており、山陰地方の拠点空港でもある地元の米子空港が2010年から「米子鬼太郎空港」の愛称を使いはじめるとして妖怪が立派に市民権を得るほどになっています。



「美食の街」も連雲港市をアピールするキーワードです

らったり、日本の妖怪にフォーカスした訪日旅行商品を開発するなど、妖怪をテーマにアウトバウンド・インバウンドの需要創出や、日中の妖怪文化を軸に両国が協力するイベントを通じて双方方向交流の拡大など、様々な取り組みにも期待したい」と語っています。

中国駐東京観光代表処

非対面用クレジットカード決済 JATAweb決済

！事務の迅速、省力化が図れます。

お客様からインターネットでのクレジットカード決済取引のご要望が今後ますます増えていくことが予想されます。クレジットカード決済手数料の負担が軽減され、手続きも簡便ですので、この機会に貴社のコスト・未収入金を削減し、お客様の利便性向上につながる「JATA web 決済」の導入を是非ご検討ください。

JATA会員様だけのサービスが登場！

これまで

お客様がご来店またはお振込みでなければお支払いいただけませんでした。



これから

ご来店やお振込みいただかなくても、お客様にメールをお送りするだけで決済可能！
即日売上確定も可能で不履行のリスクもございません。



※ クレジットカード会社との契約により、旅行会社がおお客様のクレジットカード番号情報をお聞きして代行手続きすることは許可されていません。

特長 1 優れたクレジットカード手数料 **1.2%** (VISA、MasterCard)

「JATA web 決済」ならではの手数料を適用可能です。
(但し、導入にあたってはクレジットカード会社の審査が必要です。)

※1.2%の手数料率は日本国内で発行されたVISA、MasterCardのご利用が対象となります。



特長 2 導入費用・月額利用料

無料



導入の際の初期費用や月額のコストはかかりません。ご利用にあたっては完成したシステムをお使いいただくため、貴社での開発や複雑な設定も不要で、かんたんに導入いただけます。

特長 3 クレジットカード情報の非保持化対応 **不要**

お客様ご自身がクレジットカード情報を決済画面に入力してお支払されますので、貴社はクレジットカード情報を把握する必要はありません。また、クレジットカード情報は貴社の機器・ネットワークにおいて保存、処理、通過もされませんので、貴社における非保持化対応は不要です。もちろんPCI-DSS準拠も不要です。

お問合せ・資料請求

株式会社ジャタ
Jata Corporation

TEL : 03-3504-1751 FAX : 03-3504-1753
E-mail : credit@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り扱う会社です。