

JATA

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

じゃたこみ

8

2014年
8月10日発行
vol.90

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

“ツーリズムEXPOジャパン 2014” 部会長が語る世界最大級イベントの魅力

海外渡航自由化50年特別企画
「海外旅行の歩みとこれから」
第8回 夢を紡いだ外国航空会社

連載・答えは現場にあり
第2回 旅行業は宿泊とともにある
JATA会長 田川 博己

素材研究 (国内)北近畿タンゴ鉄道 (海外)パラオ

Special Talk

兼高かおるさんが語る 海外旅行50年の歩みとこれから
地球は知識・興味の宝の山
日本を飛び出し世界をもっと知ろう！



日本人の海外渡航が自由化される5年前の1959年から約30年にわたって放送された超長寿番組「兼高かおる世界の旅」。庶民にとっては海外旅行が「夢のまた夢」だった昭和30年代から、年間渡航者数が1000万人を突破した平成の時代にいたるまで、一貫して世界各国の人々の暮らしや文化を丁寧伝えてきた兼高さんは、半世紀以上にわたって日本人の海外旅行をリードしてきているカリスマ伝道師とも言える存在です。渡航自由化から50年を迎えた今、兼高さんに海外旅行への思いや旅行業界への期待などを語っていただきました。

地球は知識・興味の宝の山 日本を飛び出し世界をもっと知ろう！

プロペラ機による最速の世界一周記録は今でも破られていません

私が初めて外国へ行ったのは、米国への留学でした。羽田空港がまだまぼこ屋根の建物だった1954年に、ウェーク島とハワイを経由して辿り着いたのがロサンゼルスです。こんなにも英単語があるのかというくらい辞書を引きながら勉強し、身体をこわして、帰国しました。

米国留学から日本に帰ってきて外国人記者クラブに誘われ、メンバーの活気ある広いテーマの雑談に世界の広さ、自分の未熟さを知りました。そこで、SAS(スカンジナビア航空)が南回りでコペンハーゲンに飛び、コペンハーゲンから北極/アラスカ経由で羽田に戻る世界一周路線ができることを知りまし

た。百年前の小説では世界一周を八十日間目指しており、航空時代なら八十時間で行けると、それまでに何人かトライしていました

が、成功しなかったのです。そこで、私が挑戦することになって、スポーツカーは新潮社に決まり、話はとんとん拍子に進みました。

東京から南回りでマニラ、バンコク、カラチ、ローマ、チューリヒ、デュッセルドルフを経てコペンハーゲンへ向かい、アンカレジ経由で東京へ戻るというルートで、機内では寝る間も惜しんで紀行文を書き続けました。世界一周の所要時間は73時間9分35秒で、新記録を樹立し、このプロペラ機による最速の世界一周記録は、今でも破られていません。

この世界一周を機に、ラジオ東京からインタビュ番組の仕事が入ってきました。ゲストは、フランスに長く住んだ岡本太郎さん、大使として外国に住まれた方、アフリカ旅行をした作家の藤島泰介さんといった皆さんです。私が最も影響を受けたのは、日本が統治していた南洋の島に住んで、島の歴史や文化を掘り起こし、日本の彫刻技術を教えた土方久功さんの話です。

「世界一周の旅」では、その土地の人々が主役で、自然や埋もれていた古代の遺跡、文化、風土などを通じて、それぞれの国の人々の生活を紹介することに重点を置きました。そこで異なる気候風土でそれぞれの価値観、宗教、文化が生まれることを見せようという思いで、インドでは食物を自分の指でつ

知ってほしかった、外国は欧米だけではないということ

そしてさらにエスカレートして、ラジオ東京はテレビで海外取材番組を製作することになったのです。当時、ラジオ東京の社長は日本商工会議所の会頭も務められていた足立正さんで、「日本の発

展は世界との交流にある」といわれていた方でしたから、番組製作は直ぐに決まり、ラジオ東京も「TBS」と変わりました。日本最初のテレビによる海外取材が始まることになったのです。海外取材では、当時世界一の航空会社だったパンアメリカン航空がコ・スポンサーとして大きな役割を果たしてくださいました。

1959年12月に「世界とびある記」としてオンエアされた番組は、1960年9月から局とスポンサーの要請で「兼高かおる世界の旅」という名称に変わりました。番組は30分間でしたが、実際に放送される内容の3倍から4倍は撮影していましたので、使用されなかったもったいないシーンが沢山ありました。何しろ、スタッフはランチ抜きで、1日中働きましたから。



兼高 (かねたか) かおるさん 1928年生まれ。1959年から1990年までTBS系列の「兼高かおる世界の旅」をプロデューサー兼ディレクター、ナレーターとして製作。取材国は約150カ国、移動距離は地球180周分に及んだ。1991年、紫綬褒章受章。日本旅行作家協会名誉会長として「ツアー・グランプリ」審査委員長も務めている

兼高かおるさんが語る 海外旅行50年の歩みとこれから

まんで食べます。非衛生的などといつてはいけません。自分の習慣と異なるだけのことなのです。それを認識するのが大切なのです。インド人女性にいわれたのは、「日本人は見ず知らずの男が素手でにぎったご飯の上に、再び指先で生魚をのせて食べるなんて、びっくりしたわ」。

その寿司も、現在は外国で大流行中なのです。

このように気候や風土の違いによって価値観や考え方は異なり、しかも時代によって変化するということを、放送を通じて皆さんに理解してもらえればと思っていました。

かつて、私がマレーシアで会ったイギリス人に「私の国に行ったことはあるか」と尋ねられて「ある」と答えると、「どこだ」と再び訊かれたので「ロンドンです」と応じたら、「あれはイングリランドで、私の国はスコットランドだ」と言い返されました。

また、南太平洋の機内では、殺人罪に問われたある部族の男性と一緒にになったことがあります。彼の部族の価値観では親の仇を討ちとったあつばれな息子なのですが、島の統治国にとっては人を殺した犯罪者です。

気候風土や宗教の違い、異文化の統治国と部族の関係、日本より面積や人口が少ない国でも、異なることが数多く存在しています。

「世界の旅」の主目的は、外国とは欧米だけではないという認識を広めることです。

放送がスタートしたのは海外渡航が自由化される5年も前のことでしたけれども、5年後の1964年に東京でオリンピックが開催されることに決まりました。世界中から多くの外国人が東京にやってくる前に、外国人イコール欧米人だけではないことも知っていた良かったのです。

取材の対象は現地の日常生活や文化ですが、新興国の場合、全く予備知識なしから始まりました。現地で一般の人たちに近づくには、市場や食物屋などで話しかけ、お家に招いていただくのです。彼らは言葉が通じなくても、私達外国人の表情を見て判断しているようでした。私達が日本から来たといっても、日本なんて聞いたこともないから、意味がありません。この人は、いい人なのか、悪い人なのか、などと思いつくしながら、私達たちを見ていたのかもしれません。

放送が終了した1990年代初

めには、日本人の年間渡航者数が1000万人を超えるまでになり、世界中の国々の人々の暮らしもどんどん変わっていききました。住み方や考え方も変わって行くので、常に旅をして見ていなければなりません。

世界に知人を増やすことが平和につながると思いますか

私は長年にわたってツアーグラブリの審査にも関わらせてきていただき、旅行会社によるツアー開発の努力もつぶさに拝見してきています。

インターネットが普及して、誰でも飛行機の座席やホテルの客室を予約できるようになり、座席・客室の手配やツアー商品の企画・販売などを行っている旅行会社にとっては、難しい時代を迎えていると言われていますけれども、旅行会社が果たすべき役割は、まだまだ、沢山あります。

最近では、若い人たちが海外旅行へ行かなくなり、留学をする学生も少なくなってきたと言われます。欧米の優秀校、特にニューヨークなどは中国の学生がどんどん増えています。大切なことは勉強だけでなく、その階級の友人を世界

中に持つことです。ハングリー精神

がなくなってきたようにも思えますし、国家としての価値は、国民のレベルですから、日本の中だけで考えを完結させるのではなく、世界をもっと知る必要があると思つています。

私が今でも勧めているのは、修学旅行でぜひ海外に行つていただきたいということ。それも、近隣の国々だけではなく、30カ国以上の国が狭いエリアに集中しているヨーロッパに行くべきだと思つています。どうやって隣り合う小さい国々が平和的に共存し、歴史と個性に溢れた都市が点在して、自分たちの文化をしっかりと守つてきているのか。それを見るためには、隣の国に歩いて入国できるような国境のあるヨーロッパがふさわしいと思つています。

世界の国々は、実際に行つてみると新しいイメージが湧いてきますが、現地での「素晴らしい」という感じ方も個々に違うはず。自分の目で発見して、自分の言葉でどう語るかということ、どうか考えていただきたいと思つています。若い時に見聞を広げると、吸収力も強い時期ですから、海外への修学旅行を通じて、世界は広くバラエティに富んでいるということを実感で

きるはず。 「世界の旅」を始めた頃、世界の国連加盟国の数は90くらいでしたが、今は200に近い国々が存在しています。世界を知ろうとすれば、人間としての深みが出てきて、考える力もつき、想像力も湧いてきます。

もう一つは、小中高の先生方には、夏休みの何十日か世界一周をして、自分の目で世界の風土と人を見てもらいたいです。そういうことができるように、旅行会社が協力してくださるとありがたいと思つています。それは、日本のため、世界のためでもあるのです。

旅行会社の皆さんには、日本人旅行者の「水先案内人」として、新しい知識を得られる場所や素材を探し出していただきたいと思つています。すでに日本人が沢山行つている国でもさまざまな側面があり、街の変化のみならず人々の変わり様、新しい魅力などを探してくれば、日本の皆さんに紹介できる部分は必ずあるはず。何回も海外へ行つて人にまた行つてもらおうにはどうしたらいいか、あるいは、初めて海外へ行く人にどうすれば興味を持ってもらえるか。世界に知人を増やすことは、平和につながると思いませんか。

平和につながると思いませんか。



災害発生を想定して模擬訓練 「旅の安全の日」に90社が実施

JATAが今年から「旅の安全の日」に制定した7月1日に合わせて、全国各地で会員企業90社が実際の災害発生を想定して模擬訓練を実施しました。

今回の模擬訓練では、安全管理者の責務や緊急連絡網の確認、ツアーの催行状況やツアー参加者の安否の確認

などが行われています。

また、一般消費者者に対しても、旅行業界による安全への取り組みをアピールすると同時に、旅行保険の加入促進やシートベルト着用・非常口確認などの実践も呼びかけました。

JATAの越智良典事務局長は、今回の模擬訓練について、「観光庁や外務省など関係省庁からの協力や認知を得る一方

で、一般消費者への啓蒙も実現できた」と指摘。「初めて模擬訓練を行った会社も含め100社近い会員企業の取り組みを通じ、『手間やコストが会社を守り価値を作る』ことへの認識も醸成された」と、その意義を強調しています。



緊急災害の発生を知らせる一報が入り、オフィスの雰囲気も一変、社員の間に緊張が走ります(びゅうトラベルサービス)



JATA九州支部では7月1日、福岡空港で一般旅行者らにウェットティッシュを配布し、「旅の安全の日」をアピールしました



各部署は、本番さながらに現地の状況確認に追われました(びゅうトラベルサービス)



Travel

夏の旅行はもっと安心&安全&楽しくなる!

[成吉思軒] BON MARCHÉ

3ヶ月の保険に 入ってねえか?

1 ウキウキ 海外旅行の前に

2 海外でも 国内の観光でも

JATAでは、全国紙に全面広告を掲載し、安全に裏打ちされた夏旅の楽しさについて啓蒙活動を実施しました



緊急対策本部で幹部らに指示を出す東日観光の米村道章社長(右)



JATA本部事務局に設置された緊急対策本部では、会員企業各社から寄せられるツアー催行状況や旅行者の安否確認情報などの集約が行われました



東日観光の本社に設置された緊急対策本部では、幹部社員らが事態の確認と状況に即した対応について協議しました

Special Talk

兼高かおるさんが語る 海外旅行50年の歩みとこれから
地球は知識・興味の“宝の山”

日本を飛び出し世界をもっと知ろう!..... 1~2

災害発生を想定して模擬訓練

「旅の安全の日」に90社が実施.....3

“ツーリズムEXPOジャパン 2014”

部会長が語る世界最大級イベントの魅力

◎池端 孝治 会議・式典部会長 ◎高橋 敦司 営業・展示部会長5

◎細野 彰宏 商談部会長 ◎瀧本 勝一 広報部会長.....6

連載・答えは現場にあり

第2回 旅行業は宿泊とともにある

JATA会長 田川博己.....7

海外渡航自由化50年特別企画

「海外旅行の歩みとこれから」

第8回 夢を紡いだ外国航空会社8

<委員会報告>

・「業界の底上げと地位向上目指す」

田川JATA新会長が就任会見で抱負9

・埼玉県長瀬町の宝登山で下草刈り.....9

●支部活動報告.....10

●読み物&マーケティング

シリーズ「チーム・エキスパートの解決力」 ②熱中症への対応11

連載・マーケットデータ深読み ロンドン五輪と訪英旅行市場12

ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ③ 今回のテーマ:添乗員の保護措置について13

法務の窓口 第23回 暴力団員等の反社会的勢力のお客様との旅行契約は?14

●Travel Industry Monthly Report

Aiming to Raise the Industry's Standards and Status

JATA Chairman Tagawa Expresses Aspirations in Inaugural Interview16

JATA Tourism Expo Japan 2014

Sub-committee Chairpersons Talk about Attractions

at One of the World's Largest Travel Events18

Disaster Simulation Training

Implemented by 88 Companies on “Travel Safety Day”.....17

●要人往来15

●素材研究

(国内)北近畿タンゴ鉄道 デザイン列車を地域観光活性化の目玉に.....20

(海外)パラオ これから注目の世界複合遺産の島21

●事務局だより.....19

表紙写真

「旅行会社の皆さんには、日本人旅行者の「水先案内人」として、新しい知識を得られる場所や素材を探し出してきていただきたい」と語る兼高かおるさん

出会い・発見・感動世界へ



海外渡航自由化50周年
キャンペーンロゴのダウンロードは下記へ
JATAでは海外渡航自由化50周年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/topics/2013/131024_kgtk50th.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/>

カード決済も、



symphony
シンフォニー
アットゥー
Atwo

コンビニ決済も、



なら 簡単・円滑 です。



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 赤坂ミュージックビル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

ツーリズムEXPOジャパン2014 部会長が語る世界最大級イベントの魅力

いよいよ1カ月後に開幕が迫った、ツーリズムEXPOジャパン2014。海外・国内・訪日という3つの旅行分野が一体となって、世界最大級の規模で開催される第1回のイベントに、内外から期待が高まってきています。イベントの成功に向けて周到な準備を進めてきた4部会長の皆さんに、その魅力を語っていただきました。

「旅の力」と「地域」をテーマに議論

◎会議・式典部会 池畑孝治部会長

(KNT-CTホールディングス執行役員 海外旅行部長)

国連世界観光機関(UNWTO)のタレブリファイ事務局長による基調講演が「旅の力で地域を元気にする」というテーマであることに象徴されるように、今回のツーリズムEXPOジャパンでは、「旅の力」と「地域」を大きなテーマに掲げて、海外旅行国内旅行訪日旅行の各分野で議論が進められていくこととなります。

観光庁がツーウェイツーリズムを推進する方針を打ち出しており、国の観光政策としても双方方向交流の重要性が認識されているわけですが、旅行業界としても、現状で生業の中心となっている海外旅行と国内旅行に加えて、ノビシロの大きい分野だから訪日旅行に取り組みむというだけでなく、旅行需要全体の底上げを図るためにどうしたらいいのかという観点で訪日旅行を考えていかなければなり

ません。

国内各地で訪日旅行者を誘致するための取り組みが進められていますが、自分の地域に来てもらうためには、海外旅行も拡大していき、それぞれの地域の魅力を海外で発信するようなことも進めていく必要があります。日本政府観光局(JNTO)や日本観光振興協会と協力してツーリズムEXPOジャパンが開催されるわけですから、旅行業界だけでなく自治体や地域の観光関係団体なども含めた幅広い皆さんと一緒に日本を観光で元気にするというテーマを掘り下げる形でのシンポジウムの準備が整ったと自負



しています。

PATAの協力によるパネルディスカッションでは、「成長するASEAN市場」をテーマに、アウトバウンドにおけるDestinyネーションとしてだけでなく、インバウンドにおける送り手としてASEANに注目して、地域を元気に

国の観光戦略を最もアピールできる場に

◎営業・展示部会 高橋敦司部会長

(東日本旅客鉄道 鉄道事業本部 営業部次長)

昨年まで別々のイベントだった「JATA旅博」と「旅フェア」が一緒になると同時に、「Visit Japanトラベルマート」もインバウンドのイベントとして加わり、旅行者にとってもより有用なイベントになったのではないかと思います。国内だけ旅行している人はあまりいないでしょうし、海外旅行にしか行かないという人はもともと少ないはずで、そういう意味では、本格的な旅の総合イベントが実現したことになります。

また、出展者にとっても、国内各地から参加される皆さんには、海外のサプライヤーによるさまざまな趣向を凝らしたブースやイベントなどをご覧いただいて、今後、国外の旅行見本市などに出席する際の参考にしていただけないかと思っています。また、ツーリズムEXPOジャパンに出展する海外のサプライヤーにとっても、日本の国内各地の様々な観光素材や観光資源につい

する双方向交流というものを世界各国から参加する旅行業界関係者の方に考えていただきたいと思っています。

JATA会員企業の皆さんには、自治体や観光業界にかかわる地域の皆さんにもお声掛けをして、ぜひ、積極的に参加していただけるようお願いいたします。

て理解を深めてもらうことができるかと考えています。

これまでのVisit Japanトラベルマート



では、ブース出展だけにとどまる形となっていたわけですが、今回は、商談が終わった後やトラベルマート終了後に、展示ブースに来ていただいたり、ブースでのイベントを楽しんでいたたりすることもできますから、セラーの提案内容を具体的に見てもらったり、体験してもらったりすることが可能になるわけです。そういう意味で、特に、インバウンドの商談の広がりというものが、国内の展示が伴うことで、今までとは全く違うものになるだろうと考えています。

また、国内旅行の先にあるインバウン

ドという考え方も踏まえると、例えば、自治体と地域の事業者が共同でブース展開をして、より強力にアピールすることもできるわけですから、今回のツーリズムEXPOジャパンを実際に体感していただいで、来年以降の積極的な展開にも

期待したいと思っています。旅を中核とする日本の国家としての観光戦略にとつても、最もアピールできる場であるということを実現できるように、着実に一歩一歩積み重ねていきたいと考えています。

「三位一体」を具体的な成果に結実

◎商談部会 細野 顕宏 部会長
 (ジェイティイービーグループ本社取締役旅行事業本部長)

「JATA旅博」と「旅フェア」に「Visit JAPANトラベルマート」も加わって、三位一体の世界的にも知名度の高いイベントを目指そうという中で、商談会は柱のひとつに位置づけられるのです。

これまで商談部会の中で、質の高い商談会を実現するために課題を抽出し、課題への対応を図ることで実りの多い商談会とする準備が整ったと自負しています。

「旅フェア」に参加されていた国内のサプライヤーの皆さんは、昨年までは展示を通じてプロモーションを行うことが中心だったわけですが、今年は、商談会を通じて、ビジネストークを行うと同時にネットワーキングもできるということで、47都道府県のすべてから参加いただく形となりました。

全国展開する大手の旅行会社にも、各地域の自治体とも連携しながらツーリズムEXPOジャパンへの参加を促していたいただき、商談会への登録にもつながったものと考え

えています。

また、海外から新たなディスプレイネーションの出席参加も増え、そうした海外の新たなサプライヤーとの商談ができるということも大きな魅力となりました。

さらに、インバウンド商談会が終わった後に、海外のバイヤー350社を国内の展示会にご案内して、国内のセラード商談をしていただくことにもなっていますから、まさしく、三位一体が具体的な形で成果を発揮することになるといえます。

メディアアミューティンングについても、従来は広告担当の方が参加されるケースも少なくありませんでしたが、今年は、大手広告代理店と協力して編集担当者宛て



の案内を強化していますので、パブリシティ活動の場として、大いに活用したいと考えています。

◎広報部会 瀧本 勝一 部会長

(日本旅行 常務取締役 執行役員)

広報部会としては、海外、国内、訪日という3つの分野でのイベントがドッキングして、規模感としても世界最大級となり、その第1回のイベントを広報という立場からどうやって成功に導くかということに腐心してきました。

新しいチャレンジとしてスタートする背景には、政府が進める「観光立国」の動きや2020年の東京五輪に向けた全国的な盛り上がり、連日のように日本経済への貢献がニュースとして報道されているインバウンドの拡大といった時代の大きなうねりが存在しています。

ツーリズムEXPOジャパンの組織委員会には、ホテル協会や百貨店協会など、関連する産業分野の団体も参画しており、世界最大級のイベントに相応しい動員を実現することも、部会として担っている重責のひとつです。組織委員会の下に実行委員会があり、その個別部会のひとつである広報部会としては、組織委員会の参画団体にも、いろいろな意味で関与していただきたいと思っています。そういうフォーメーションが機能するこ

ただきたいと考えています。

とで、本当の意味での観光立国の実現につながっていかんと考えているからです。

これまでもさまざまな機会に指摘してはいますが、観光産業には、海外・国内・訪日という三本の矢があり、組織委員会に力を発揮していただくことで、三本の矢の威力も増して、航空・旅行・宿泊などの業界も相乗効果を生み出しながら、日本の観光が一体となった運動に高めていかなければなりません。

そのためには、旅行業界がまず足元を固め、旅行会社各社が社員に対する告知や認識の強化を図り、さまざまなお客様にもご案内を進めるといった最低限のことに取り組んでいただく必要があるわけ

です。JATAの会員企業の皆様には、ぜひともご協力をいただきたく、お願い申し上げます。



連載・答えは現場にあり

第2回

旅行業は宿泊とともにある

JATA会長 田川博己



大分での勤務を終えて東京に戻った私は、国内旅行部に配属され、宿泊クーポンの開発に取り組むことになりました。着地型や地域密着の大切さに思いを至らせてくれた経験を踏まえて、地域コンテンツの活用による「旅行業の価値創造」を目指したいと考えています。

会議はチケット販売の話ばかり

1973年6月、2年余にわたった大分県での勤務を終えて東京に戻ってきた私は、国内旅行部に配属されました。

東京駅北口の国鉄ビルに隣接した丸の内1丁目6番地。JTB本社ビルの6階にあった国内旅行部門は130人くらいのスタッフを抱えていて、社内でも最も大所帯だったと記憶しています。前年の1972年に沖縄が本土復帰を果たし、



国鉄ビルに隣接して立地していた旧・JTB本社ビル。このビルの6階にあった国内旅行部で、田川会長は宿泊プランの開発に取り組みました

1975年には沖縄国際海洋博覧会の開催が予定され、国内旅行部に海洋博の窓口がありました。

当時の国内旅行部では、国鉄券や航空券、船車券などの販売が中心で、会議でも議題はチケットの話ばかり。大分県で訪日旅行と海外旅行をやっていた私は、店頭ではパッケージも売っていましたが、「国内部門は宿泊を売らないのかな」と不思議に思ったものです。宿泊プランは「受験生の宿」と初夏と冬の「味覚クーポン」だけで、予約が入るとトリップスⅢになる前の機械で、公旅連（日本交通公社協定旅館連携）の宿泊券を出していました。

1976年からは「ポスト海洋博」として地域キャンペーンが実施され、「南九州キャンペーン」というイベントでは、宿泊プランとして南九州クーポンを作りました。この地域キャンペーンは、九州方面だけでなく、北海道や信州、南紀など全国

の各方面で毎年、展開されるようになり
ます。

グレード別の宿泊プランが完成

しかし、地域側からはキャンペーンに対して「終わった後はペンペン草しか生えなくなる」とクレームが発生してしまい、通年のクーポンを作ろうということになります。そこで、登場したのが「憩クーポン」です。しかし、ただクーポンを作ってもつまらないということで、味覚クーポンの経験を踏まえて「鶴」と「亀」という料理コースを用意しました。その時に驚いたのは、旅館の料理長から「お客に選択させるとは何事だ。俺の料理が食えないのか」と大目玉をくらったことです。

その後、「旅情」「琥珀」「憩」「旅路」といったグレード別の宿泊プランが出来上がっていくことになりました。

「宿泊を売らないのか」と思った頃は、国鉄券や航空券、船車券のプラスアルファの位置づけだったので、宿泊がようやく主体的な商品に変わってきたわけです。

刈り取るための仕掛けから育てるための仕組みづくりへ

宿泊プランを作りながら、全国で200軒を超える旅館を見て歩き、「我々の仕事は地域に密着しなければいけない。地域から離れてしまったら、いつか

は潰れる」という意識を持つようになり
ました。

自分の原点である別府や大分の経験もありますが、大分県で芽生えた思いが、この旅館回りの間に初めて確信に変わっていったと言えるかもしれません。「宿泊こそ旅の基本であり、旅行業は宿泊とともにある」という考え方が強くなったのです。

1980年代初めの創立70周年記念イベントとしてスタートした「杜の賑わい」や1990年代から取り組みを開始した「日本の旬」などは、「ペンペン草」のクレームに基づく反省を生かし、刈り取るための仕掛けではなく、育てるための仕組みとして実現したものでした。

旅館というのは、地域を一番経験できる場所です。旅館こそが、地域を表現し、地域を演出できる唯一無二のものと言ってもいいかもしれません。「国内旅行のキャンペーンなんて、もうやり尽くした」と言う人もいますが、旅館に象徴される地域のコンテンツは山のように残っています。

我々のコンテンツ開発の目線を変えて、旅行業界が行動することで、はじめて価値創造が実現できるのだらうと痛感しています。



第8回 夢を紡いだ外国航空会社

海外渡航が自由化された1964年以来、海外旅行市場の拡大と発展には、世界各国と日本を結ぶ外国航空会社も一定の役割を果たしてきました。特に、日本発航空座席の半分近くを供給してきたパンアメリカン航空やノースウエスト航空といった米国外航空会社は、渡航自由化前の時代から海外旅行への夢を育むなど、その貢献度は極めて大きかったようです。

1964年度『運輸白書』によると、1964年4月の渡航自由化から3カ月後の7月時点で、日本発着の国際航空路線で定期便を運航していた外国航空会社は18社で、日本航空と全日空も合わせた週間運航便数は160便でした。

外国航空会社18社による運航便数は122便を数えており、日本発着の国際航空路線における外国航空会社の週間運航便数の比率は約76%にも達しています。

また、外国航空会社による運航便数のうち、パンアメリカン航空が貨物便の5便も含めて26便、ノースウエスト航空が25便で、米国の航空会社2社による週間運航便数は51便に達し、外国航空会社による運航便数全体の4割以上に及んでいます。

さらに、航空会社別の運営路線を見ると、パンアメリカン航空の路線には「世界一周線」という区分があり、「サンフランシスコ〜ホノルル〜東京」線と「東京〜ロンドン〜ニューヨーク」線で、それぞれ週7便が運航されていました。

1966年8月にパンアメリカン航空に入社したガリレオジャパンの青山良信取締役総支配人は、「あの世界一周線があったからこそ、兼高かおるさんに『世界の旅』でさまざまな国に行っていたと大きく振返っているのではないのでしょうか」と振り返っています。

「兼高さんの番組作りを手伝わせていただいた『ヒョーショーショー』のデビッド・ジョーンズ極東地区広報担当支配人にとっては、パンナムを日本市場に知らしめると同時に、日本人旅行者の皆さんに海外への憧れを持つていただき、その後の飛躍的な海外旅行の発展への道筋づくりに、パンナムとして貢献させていたと大きな仕事だったと思うます」

（青山総支配人）
その後も、日本へのジャンボ機初航を太平洋線で実現するなど、さまざまな話題を提供しながら海外旅行の発展を見守ってきたパンナムは、1986年2月、太平洋部門をユナイテッド航空に売却するという航空業界を震撼させた劇的なドラマを経て、成田空港からのラストフライトを迎えることになりました。

旅行会社と共に需要創出に大きな役割

路線からの撤退は、1970年代後半から米国で進められた航空規制緩和と政策による業界再編という激動がもたらしたものでしたが、1990年代初めには、チーバガメントを目指す当時の米国政府によって、米国商務省観光局（USTTA）の廃局も決定。米国向け海外旅行需要の創出に大きな役割を果たしてきた航空会社と観光局が相次いで姿を消すことになったのです。

1992年から約16年間にわたってノースウエスト航空の副社長、日本統括社長などを務めた米国外務省駐日代表部の目代純代表は、「USTTAがなくなった後、ノースウエスト航空ではアクティブラムリカという米国への旅行を促進する活動を展開しました」と振り返っています。

「その後、米国と日本の双方の旅行業界関係者によるプロモーション組織としてビジットUSAが発足し、私が初代の会長を務めました。日本の旅行会社の皆さんに米国へ行っていたり、エアーラインとホテルが軸となり国立公園などのグステイネーション開発に積極的に取り組みました」（目代代表）

ノースウエスト航空は、関西国際空港が開港した1994年にはニューヨーク線を運休とし、ミネアポリスやデトロイト、シアトルなどのハブを中心とする路線運営に切り替えた。各ハブからの就航路線である中小都市での観光開発に力を入れていきます。「成熟化が進みつつあった日本の海外旅行市場に新しいデステイネーションを紹介することで、需要の拡大にも一定の役割を果たすことになりました」（目代代表）

日本人海外旅行者が1000万人を突破した当時、ノースウエスト航空の日本人旅客数は100万人を数えていたと言います。

目代代表は、「米国をはじめ外国の航空会社が多く座席を供給することで、レジャー需要だけでなくビジネス需要も含めて、日本の海外旅行市場の拡大に貢献してきました」と語り、その役割の大きさを強調しています。



米国オレゴン州政府駐日代表部の目代純代表



ガリレオジャパンの青山良信取締役総支配人



成田空港でのパンナム機の雄姿（写真提供=NAA）

「業界の底上げと地位向上を目指す」 田川JATA新会長が就任会見で抱負

JATAの田川博己新会長は7月2日の就任会見で、「中小規模旅行会社や地方の旅行会社の声を十分に聞きながら、激動するマーケットの変化にも迅速に対応しつつ、業界全体の底上げと地位向上に取り組んでいきたい」と抱負を述べました。

田川会長は、「業界を取り巻く環境も変化する中で、ツーリズム産業の役割と期待が非常に大きくなっている」と指摘。ツーリズム



産業のGDPに占める割合が5%にとどまっているのに対し、雇用全体に占める割合は6・2%に達していることに言及して、「世界全体の9%台に比べて日本のツーリズム産業における就業人口はまだ小さく、日本経済が成長していく過程でツーリズム産業の就業人口を増やしていきたい」と語っています。旅行業の果たすべき役割が国内だけにとどまらず世界規模でも広がっていることから、田川会長は「日本の旅行業界を代表するJATAという組織の役割は極めて大きい」という認識を示しました。また、訪日外国人旅行者数が急増していることを踏まえ、「海外・国内・訪日の3つの分野のバランスをいかにとるかが重要であり、特に、地域経済における総合力を形

成していく上で、旅行業の役割が問われる」と強調しています。

さらに、田川会長は、アジア各国で中間所得層が増加するのに伴って、域内だけにとどまらず、世界中に旅行者が拡散していく可能性が高まっていると言及。「世界規模でアジア地域が注目を集める中、日本がどういうポジションニングを取るかが非常に重要」と語り、「渡航自由化からの50年間に培ってきた仕組みやノウハウをアジア各国に伝え、拡大するアジア市場をリードする役割が求められている」と訴えました。

9月に開催が迫っているツーリズムEXPOジャパンについて、田川会長は「まさに、オールジャパン体制で開かれる第1回のイベントを、日本のツーリズム産業の先進性を象徴する場とできるよう、UNWTOなどの連携も図りながら成功に注力したい」と決意を示しています。

埼玉県長瀨町の宝登山で下草刈り 社会貢献委員会が「JATAの森」活動

JATA社会貢献委員会は6月28日、埼玉県長瀨町の宝登山で「JATAの森」の下草刈りを実施しました。

下草刈りには、JATA会員会社の社員と家族など44人が参加し、終始雨の降るあいにくの天候の中、約0・5ヘクタールを5班に分かれて活動を行いました。

現場には、雨にも関わらず長瀨町の平健司副町長も訪れて挨拶をされ、公益社団法人埼玉県農林公社の田中清則氏から草刈の方法について説明いただきました。

JATAでは、2009年から環境保全活動の一環として、長瀨町の里山であ

る宝登山を色彩豊かな森にすることを目指し、会員会社とともに植樹や下草刈りを行う森づくり活動「JATAの森」に取り組んできています。

下草刈りは、夏木番を迎える前に繁茂する草木を取り除くことにより、光や空気の流れを良くして植えた木々の成長を促進させる働きがあり、植栽木の成長には不可欠な作業の一つです。

信頼と実績のロングセラー JTBパブリッシング

JTB時刻表シリーズ

●毎月20日発売 ※発売日は変わる場合がございます

旅にデスクに
定番の一冊

JTB 時刻表

月刊●B5判●定価1,183円(税込)

携帯に便利な
コンパクト
サイズ

**JTB 小さな
時刻表**

不定期刊●B6判●定価648円(税込)

大きな数字で
読みやすい

**JTB 大きな
時刻表**

不定期刊●A4判●定価1,389円(税込)



支部活動報告

北海道支部

6月28日 環境保全活動（外来植物駆除活動）をウトナイ湖（北海道苫小牧市）で実施。29人が参加。
7月8日 海旅セミナー（帯広）開催。
7月14日 幹事会を開催。
7月24日 海外旅行委員会を開催。

東北支部

6月25日 福島県地区委員会を開催。福島県空港交流課が国際チャーター施策について説明。
7月16日 幹事会を開催。
7月16日 今年度第1回の定例会を開催。42人が参加。宮城県空港臨空地域課の今福課長が講演（演題：仙台空港の民営化について）。
7月17日 日本旅館協会東北支部連合会等の主催、当協会等の後援による「初めての外国人受入セミナー」を開催。

関東支部

6月24日 国内旅行委員会を開催。
7月4日 新潟県地区委員会を開催。
7月11日 茨城県地区委員会を開催。
7月15日 インバウンドセミナー開催。
7月17日 総務委員会を開催。

中部支部

7月7日～8日 国内研修旅行（唐津平戸・佐世保）実施。17人参加。長崎教会群の世界遺産登録候補地の現場を視察。
7月16日 総務消費者相談委員会開催。
7月25日 空港委員会を開催。

関西支部

6月26日 幹事会を開催。
7月10日 海外旅行委員会を開催。
7月17日 国内旅行委員会を開催。
7月19日 「海フェスタ京都」開会式（京都府舞鶴市にて8月3日迄開催）。会期中ブースを出展。
7月23日 インバウンド・ツーリズム委員会を開催。
7月24日 消費相談委員会を開催。

中四国支部

6月25日 幹事会を開催。
6月29日 環境保全活動（海水浴場の清掃活動）を、広島県竹原市の場海水浴場にて実施。41名が参加。
7月3日 愛媛地区委員会を開催。また、同委員会の企画による愛媛県内会員の意見交換会を実施。80名が参加。
7月23日 総務委員会を開催。

九州支部

6月5日 幹事会を開催。
6月7日・8日の両日 寺子屋JATA開催。各22名、18名受講。
6月11日 宮崎県地区委員会を開催。
6月17日 総務委員会を開催。
6月19日 海外旅行委員会を開催。
6月19日 福岡地区委員会を開催。
6月24日 佐賀県地区委員会を開催。
6月26日 国内旅行委員会を開催。

沖縄支部

7月22日 幹事会を開催。

● 沖縄離島の魅力を体験

ポロジノ娘
（南大東島）ライブ
時間：10:00～10:30

離島の伝統工芸
「ミンサー織り」に
挑戦！



※イベントプログラムは変更になる可能性があります。予めご了承ください。

- 他にも内容盛りだくさん！
各出展団体による、セミナー／パネルディスカッション／物産セミナー 等々
- 豪華賞品が当たる抽選会！
- 沖縄ならではの
ドリンクやフードもご用意！

OKINAWA 離島

コンテンツフェア in 東京 2014
離島博覧会「リトハク」大商談会 離島の魅力 蔵出しします

現地の方が“今”の魅力をお届け！

沖縄離島の観光コンテンツが大集合！

平成26年 9月9日(火) 10:00～18:00

会場 東京国際フォーラム地下2階 展示ホール

70もの離島の観光・物産事業社が出展する大商談会を開催！

八重山諸島、宮古諸島、久米島、本島周辺の15離島など沖縄離島が集結！
魅力ある離島から、新しいビジネスチャンスを！



入場無料

まずはサイトへアクセス&お申し込みを！
<http://okinawaritou-contentsfair.info/>

※参加人数超過の場合、ご来場やご商談時間の確保ができない場合もございます。お早めにお申し込みをお願いします。

主催



沖縄県



一部事務法人
沖縄観光コンベンションビューロー

後援：(一社)日本旅行業協会・(一社)全国旅行業協会・沖縄県商工会連合会

シリーズ『チーム・エキスパートの解決力』

～ ② 熱中症への対策 ～

(東京海上日動火災保険株式会社 旅行業営業部・東京海上日動メディカルサービス株式会社)

いよいよ夏の行楽シーズンの到来です。今年もたくさんのお客様が国内外の旅行に出かけることが見込まれています。

第2回の今号では、この時期の旅行中に数多く起こる「熱中症」について「事前の対策」と「事後の対応」の観点から旅行会社さんと保険会社の連携について考えます

■「熱中症」は保険金の支払い対象?

答えは、国内旅行総合保険の場合は「NO」で、海外旅行保険の場合は「YES」です(注1)。

「熱中症」は傷害ではなく疾病であるため、傷害に関する補償項目のみを有する「国内旅行総合保険」ではお支払いの対象にはなりません。「傷害保険金」のお支払いに際する基本的な要件である「急激・偶然・外来の傷害であるか」という観点に照らした場合、急激性を認めることが難しいからです。

一方「海外旅行保険」では傷害と併せて疾病に関する補償項目を有しているため疾病治療・疾病死亡の補償を付保していた場合は「熱中症」はお支払いの対象となります。

このように保険の種類・補償内容の種類に応じて対応が異なります。(注1) いずれも東京海上日動火災保険(株)の商品の場合、海外旅行保険の場合は疾病補償が付帯されているタイプの場合、実際のお支払いはケースごとに異なります。

■「事前の対策」と旅行会社さんの役割

「熱中症」には「事前の対策」と

「事後の対応」が極めて重要だと言われています。

何よりもまず「熱中症」に罹らないように配慮する必要がありますが、そのためには旅程を心配する中で、考慮すべき観点として次の点が挙げられます。

- ・ スケジュールの策定時に、こまめに涼しい場所での休息時間を予定しておく。
- ・ 参加者に帽子・日傘や涼しい服装の持参を事前連絡しておく。
- ・ こまめに水分・塩分を補給できるよう飲料等を手配しておく。

また高齢者や子どもなど体力面で特に配慮が必要な参加者に対してはさらに無理のない旅程とすることが重要と考えられます。

国内においては、環境省が熱中症予防情報として地域ごとの暑さ指数「WBGT(湿球黒球温度)」の2日後までの予測を公表しています。WBGTの急激な上昇が予想される場合には屋内の涼しい場所での休息時間を増やすなど臨機応変な対応を検討する参考にされてはいかがでしょうか。

■「事後の対応」における旅行会社さんと保険会社の連携

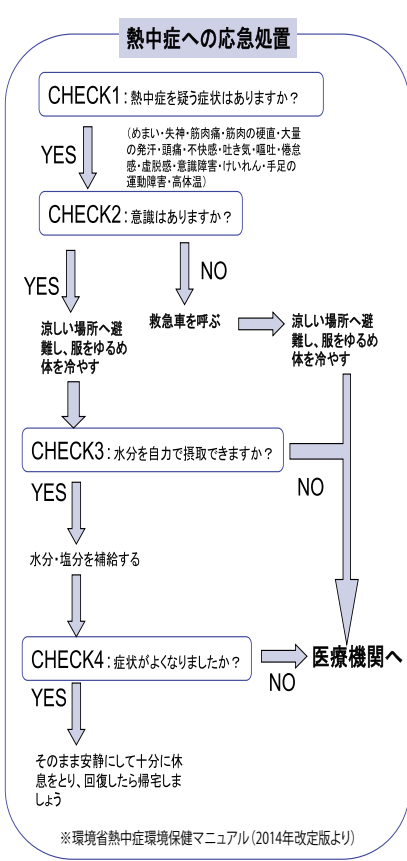
しかしどんなに安全サイドに立った旅程としても「熱中症」に罹ってしまうことはあり得ます。左図の環境省のマニュアルを参考に迅速な応急処置に備えておくことは極めて有効なことといえます。

海外旅行保険・国内旅行総合保険の付帯サービスでは、お客様の中に「熱中症」の症状が発生した場合にもお電話にて医療スタッフがご相談に対応させていただきます(注2)。

このように「事前」と「事後」の局面で旅行会社さんと保険会社が連携することで、「熱中症」の発生抑制と重症化の防止に貢献することが可能となります。

(注2) いずれも東京海上日動火災保険(株)の商品の場合、東京海上日動メディカルサービス(株)と連携した左記のサービスが自動付帯されています。

海外旅行保険・緊急医療相談サービス
国内旅行総合保険・デイリーサポート



企業の皆様へ 旅行者の持病の悪化、体調不良、思いがけないケガなどの **緊急医療相談** は

東京海上日動メディカルサービスの **メディカルコールセンター**にお任せください!

いつでもどこでも年中無休で医療相談をご利用いただけます。知識と経験豊富な医療のスペシャリストがお電話でアドバイスいたします。

現役の救急科専門医が常駐 ■緊急医療相談サービス

経験豊富な看護師が対応 ■一般健康相談サービス

医療機関への道順もご案内 ■医療機関案内サービス

24時間 365日 対応

お問い合わせはコチラ
東京海上日動メディカルサービス株式会社 営業開発部 ☎03-5299-3104 ✉tmsinfo@tokio-mednet.co.jp



ロンドン五輪と訪英旅行市場

イギリスを訪れる旅行者の伸びが好調です。2012年に開催されたロンドンオリンピックが奏功したといわれていますが、その背後には見事な成功の構図が存在しています。

VISIT BRITAINの資料によれば、今年(2014年)1~5月にイギリスを訪れた旅行者数は前年同期比7%増で2013年に引き続き好調に伸びている。終了後にビジター数をこれだけ伸ばしたという意味で2012年のロンドンオリンピックは、ツーリズムの側面で大きな成功を収めたといえるだろう。2020年を控える日本としても関心をそそられるところである。

五輪前のイギリスのインバウンドは決して順風満帆ではなかった(図1)。特に90年代の後半は停滞期であった。2000年を過ぎたあたりから訪問客数が急増しているが、これは主にLCCが貢献した結果で、ビジター数は伸びたものの単価は伸び悩んできた。そして五輪直前の2007年~2010年にかけては金融危機の影響でビジター数は落ち込んでいる。興味深いことに、この時期、低単価の客層が減少したために単価は上昇している。

ロンドン五輪はこの局面を大きく変えたといえるだろう。何より注目されるのは中東やアジアなど、欧州以外の旅行者が大きく伸び始めたことである。図2はトータル消費額に対する発地域別の寄与度を示したものが、2011年までは欧州からの旅行者の力で伸びていたのが、五輪の開催された2012年以降は欧州外の旅行者の消費がトータルの消費額を大きく押し上げていることが分かる。五輪は全世界に対し英国をPRする絶好の機会であり、VISIT BRITAINは、メディアを通じてロンドン、そしてイギリスの魅力を繰り返し発信した。一部の競技会場がシティの中心部やグリニッジなど観光的魅力の高いスポットに設けられたのも、TV中継を通じて美しい風景が流れることを計算に入れたことと推察される。五輪はPRのツールではなく、五輪後を念頭において五輪をPRに利用するという戦略が成功を収めたといえるのではないだろうか。

ロンドン五輪にはツーリズムの観点からみてもうひとつ見事な成功の構図が隠されている。それはポリウムの大きい欧州からの旅行者が五輪の後に一段と伸びたことである(図3)。これは推測だが、五輪期間中に全英を巻き込んで展開されたカルチュラ

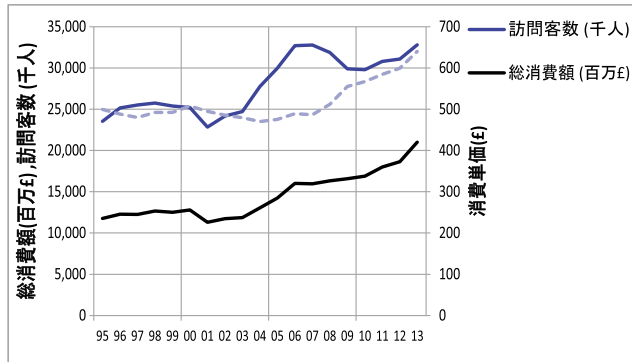
ロンドン五輪はこの局面を大きく変えたといえるだろう。何より注目されるのは中東やアジアなど、欧州以外の旅行者が大きく伸び始めたことである。図2はトータル消費額に対する発地域別の寄与度を示したものが、2011年までは欧州からの旅行者の力で伸びていたのが、五輪の開催された2012年以降は欧州外の旅行者の消費がトータルの消費額を大きく押し上げていることが分かる。五輪は全世界に対し英国をPRする絶好の機会であり、VISIT BRITAINは、メディアを通じてロンドン、そしてイギリスの魅力を繰り返し発信した。一部の競技会場がシティの中心部やグリニッジなど観光的魅力の高いスポットに設けられたのも、TV中継を通じて美しい風景が流れることを計算に入れたことと推察される。五輪はPRのツールではなく、五輪後を念頭において五輪をPRに利用するという戦略が成功を収めたといえるのではないだろうか。

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。

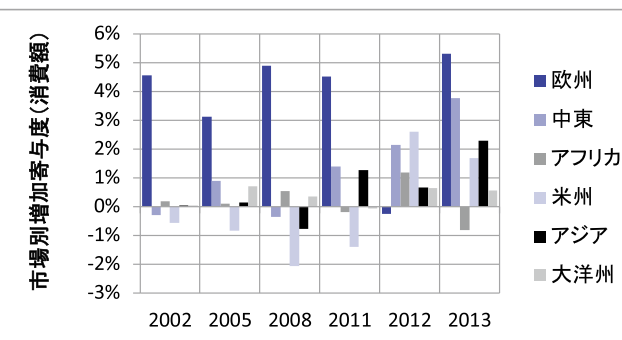
オリンピックと呼ばれる文化イベントが、英国のDESTINATION SHINYイメージの柱をなす、アートやコンサート、クリエイティブティなどといった文化的魅力を一段と高めた結果ではないか。距離的に近い欧州の旅行者は一般的な観光めぐりではなく、こうした魅力に動かされ、繰り返しやってくる。ロンドン五輪は欧州外のマーケットと欧州内のマーケットのツボの違いを見切り、そこに見事にはまるPR効果を発揮したといえようである。

図1 イギリスへの訪問客数、総消費額、単価の推移



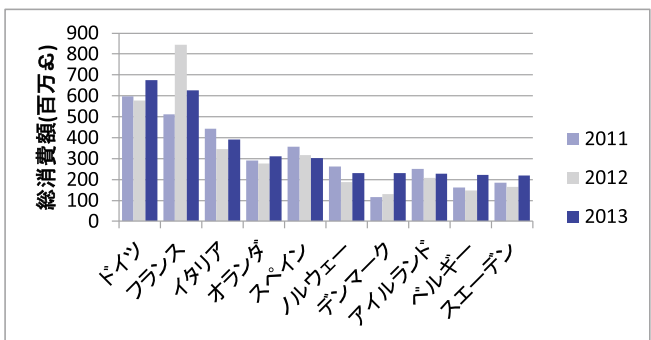
資料: Visit Britain 統計資料

図2 発地域別にみた旅行者の総消費額に対する増加寄与度



資料: Visit Britain 統計資料

図3 欧州の国別にみた旅行者の総消費額



資料: Visit Britain 統計資料

苦情事例に学ぶ²³

今回のテーマ

添乗員の保護措置について

各地で例年にならない豪雨などを記録しましたが、8月に入り、いよいよ夏本番となりました。これから夏の旅行のピークを迎えてくることでしょう。

今回は、募集型企画旅行の旅行中に生じた事故における添乗員の保護措置について、検証したいと思います。

申し出内容はこうです

ある旅行会社でパンフレットを見ていて、前々から行ってみたかった添乗員付きのモロッコツアーがあったので、早速、店頭で申し込んだ。

旅行に出発して2日目の観光の際に、モロッコの観光地にいる野生の猿に手を噛まれてしまった。幸い大きな怪我ではなく、添乗員から「大丈夫ですか？病院に行きますか？」と聞かれたが、そのときには特に傷もひどくはなく、問題もなかった。「大丈夫です」と答え、そのまま観光を継続した。帰国後に空港の検疫所でそのことを話したところ、検疫の係員に「何故、現地ですぐに病院に行かなかったのか？狂犬病になっていたかもしれないではないか」と厳しく叱られ、その場で紹介状を渡され、空港近くの病院に直ぐに行ったが、その病院でも医師から現地で何故直ぐに病院に行かなかったのかと強く叱られてしまった。

結果的に感染症治療として8日間も通院することになった。添乗員が現地でもっと強く病院に行くように勧めてくれればこのような事態にはならなかったはずであり、添乗員を派遣した旅行会社に責任がある。旅行代金の全額と病院の治療費を負担して欲しい。

解決に向けての指針

添乗員は旅行者が猿に手を噛まれたことを旅行者が

らの申し出により知り、旅行者に対し、大丈夫であるかと尋ねており、病院に行く必要があるかどうかを確認しております。添乗員には必ずしも医学的な専門知識は求められておらず、保護措置の必要性の判断については、一般的な知識での判断となります。

今回の場合は、旅行者が「大丈夫です」と回答しており、大きな傷があるわけでもないので、添乗員は病院に連れて行くなどの保護措置は必要ないと判断したものです。旅行者は自らの判断で旅行継続を申し出ており、添乗員にはそれを覆すほどの強制力も専門的な知識もないものと思われまます。通院治療することになったことは添乗員や旅行会社の過失ではないので、旅行代金の全額はもとより、治療費についても負担する必要はないものと考えます。

しかし今回の場合、通院が8日間に及んでおり、特別補償の対象となるため、特別補償規程に基づき通院見舞金の支払が発生します。

●補足

添乗員の業務は旅程管理が主たるものです。旅程管理ではツアー全体が滞りなく実施できるようにしなければなりません。そのため事故に遭われた旅行者に個別に対応できる範囲にも限られてしまいます。一方で標準旅行業約款第26条には、旅行会社に対し保護措置について、「旅行中の旅行者が、疾病、傷害等により保護を要する状態にあると認めるときは、必要な措置を講ずることがあります。」と規定しており、旅行会社つまり、その場にいる添乗員が、保護を必要と認めた場合は必要な措置をすることになります。

旅行者の心情としては楽しみであった旅行を続けたいでしょう。そのような状況では、添乗員が旅行者の意思に反して、ツアーを離団させ病院に向かわせる等の措置に対して、旅行者が難色を示すことも予想されます。とはいうものの、場合によって添乗員は、お客様の安全のために強制的にツアーを離団させ、病院に向かわせることも必要な保護措置であり、そのような場合には、慎重に対応する必要があります。

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。**

【販売価格】正会員:515円 協力・賛助会員:1,030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」からお申し込みいただけます★



海外のみならず旅行中の事故等は予期せず発生いたします。旅行者自らの安全は、自らの責任において守っていただく必要があります。一方旅行会社は、突発的に発生した事故に対して適切かつ迅速に対応できるように添乗員を教育するなどして、サービスを向上させ、より安心して旅行に参加していただけるような環境を整えていくことも課題となるでしょう。

第23回 暴力団員等の反社会的勢力のお客様との旅行契約は？

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 畑 敬)

一般の約款改正では、お客様が暴力団員等反社会的勢力であると認められるとき又はお客様が反社会的勢力でなくても暴力的な要求行為を行ったときは、旅行契約の締結の拒否や旅行会社側からの契約解除ができるようになります。今回はこのことに関しその背景とともに述べてみたいと思います。

必ず契約解除をしなければいけないのですか？

7月1日施行の改正標準旅行業約款では「・・・契約の締結に応じないことがあります。」または「・・・旅行者に説明をして・・・契約を解除することがあります。」とあり、契約締結の拒否や契約の解除をしてもしなくても約款上の違反はありません。

ところで、平成25年末で約2万5千人の構成員からなる暴力団は、今でも組織実態を隠へいしながら合法的な企業活動を仮装したり密接な関係を持つ事業者・企業を利用するなどして資金獲得活動を多様化・活発化しながら、私たちの生活や社会経済活動を脅かし続けています(警察庁調べ)。

このような中で平成3年に施行された「暴力団対策

法」等による警察の取締力に加えて、旅行会社を含む事業者や一般市民がお互いに協力し、官民一体となって「暴力団排除のための施策」を推進するために、まず、平成19年には、政府指針(企業が反社会的勢力による被害を防止するための指針)を发出し、全ての企業が企業倫理として、暴力団を始めとする反社会的勢力との取引を含めた一切の関係遮断を強く求めました。そしてその後、平成23年10月に全国の全ての都道府県でも「暴力団排除条例」が施行されることになりました。

では、その政府指針や条例では何と規定されているのですか？

政府指針や各都道府県の「暴力団排除条例」では主に以下のことが定められています。(政府指針(概要)①反社会的勢力とは一切の関係をもちたくない。②契約書や約款に暴力団排除条項を導入すること(この政府指針を受けて、モデル宿泊約款は平成23年に導入され、また旅行業約款についても一般の改正で導入されることとなりました)。③反社会的勢力への資金提供は絶対に行わないこと。④各都道府県暴力団排除条例(概要)④事業者は、その行う事業に係る取引が暴力団の活動を助長し、又はその運営に資することとなる疑いがあると認めるときは、契約の相手方が暴力団員等でないことを確認するよう努めるものとする(東京都・静岡県・長野県等の条例)。⑤事業者は、その行う事業に関し、暴力団の活動を助長し又は暴力団の運営に資することとなることを情を知って暴力団等に対して利益供与をしてはならない。ただし、正当な理由がある場合(たとえば法令

上の義務の履行等)はこの限りでない(全国の条例)。

旅行に参加させることは利益供与になるため解除すべきですか？

旅行会社は、お客様が暴力団員等であることを知ったうえで、正式に旅行代金を收受して旅行に参加させるということが、条例上の利益供与にあたるか否かについては概には言えません。警察や全国の暴力団追放運動推進センターに問い合わせるなりご相談されることをお勧めします。

ただ、公安委員会(警察)から利益供与にあたる判断されれば、旅行会社は、公安委員会(警察)から勧告を受けたり会社名を公表されることにも繋がりがかねません。そしてこうなれば、今の時代、社会からも旅行会社が大きき非難を浴び旅行会社にとっては、致命的な不利益が生じるおそれがあります。

このことからしても、今回の約款改正を機に、今後は、お客様が暴力団員等であると確認できた時点で即、旅行契約の拒否や旅行契約を解除することが望ましいと考えます。最後に、他の業界の例ですが、実際に以下のような取引が利益供与にあたるかと判断された事例を一部紹介いたしますので参考にしていただきたいと思います。(1)ゴルフ場が暴力団主催であると知ってコンペ等を有料で開催させた。(2)駐車場が正規の駐車料金をもらって駐車場賃貸借契約を結んだ。(3)ガソリンスタンドが暴力団員に駐車場を無料で使わせた。(4)レストランが暴力団の会議の場所としてレストランを有料で提供した。(5)印刷業者が暴力団員の名刺や挨拶状の印刷依頼を有料で受けた(以上、警視庁、各道府県警察本部のホームページより)。(服部)

要人往来

初めてとなる「ツーリズムEXPOジャパン」開催までもう1カ月ほど。海外・国内・訪日旅行の三位一体の統合イベントとして海外の関心も非常に高くなっています。これから各国要人のJATA訪問もますます活発になってきそうです



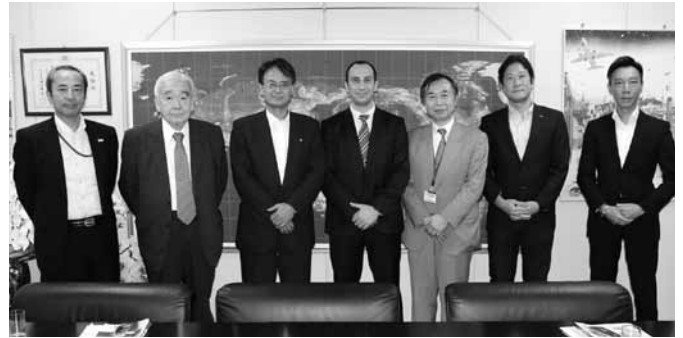
ダンカン・ビュロー エア・カナダ グローバルセールス取締役副社長



中村理事長に記念品を手渡すレ・ヴァン・タイン ベトナム・クアンナム省副知事



ファルフ・リザエフ ウズベキスタン観光大臣(中央)



アンドレ・スピテリ駐日マルタ共和国大使(中央)を囲んで



JATA幹部のみなさんと記念写真。前列中央がピョン・チュソク 韓国観光公社社長

世界遺産都市に加えて仏教遺跡の発掘も ウズベキスタン 6月19日(木)

ファルフ・リザエフ観光大臣(ウズベクツーリズム会長)

タシケントを訪れたJATA視察団に「サマルカンド、ブハラ、ヒワなどの世界遺産都市に加え、南部のテルメズでは仏教遺跡の発掘が進んでいます。魅力の大きい素材があり、多くの送客を期待しています」と語りました。JATA側からは、「DESTINATIONや素晴らしい観光素材をPRするパートナーを早急に日本に設置していただきたい」と要請しました。

2017年の建国150周年に向けプロモーション カナダ 7月4日(金)

ダンカン・ビュロー エア・カナダ グローバルセールス取締役副社長

本部を訪れ、「7月からの羽田/トロント線で直行便の運航を開始しており、2017年のカナダ建国150周年に向けてカナダ観光局とも協力して今秋からプロモーションを開始する予定」と説明。越智事務局長は、「留学先や修学旅行で人気の高いカナダですが、視察旅行の実施などを通じて季節ごとの魅力も伝えてください」と要請しました。

ツーリズムEXPOジャパンに最大級の出展 韓国 7月14日(月)

ピョン・チュソク 韓国観光公社社長

田川会長を訪れ、韓国への300万人送客を目指す共同キャンペーンへの謝意を表明。「ツーリズムEXPOジャパンへの最大級の出展などを通じ、2012年下半年から落ち込んでいる訪韓日本人旅行者の回復を目指します」と意欲を示しました。田川会長は、「首都圏だけでなく、日韓全体や地域間での観光需要開発も大切です」と応じ、JATAとしても韓国への需要喚起を図る考えを伝えています。

直行便就航で日本人旅行者の増加を期待 ベトナム 6月27日(金)

レ・ヴァン・タイン ベトナム・クアンナム省副知事

中村理事長を訪問し、「クアンナム省には年間約300万人の外国人観光客が訪れますが、日本人は2万人程度にとどまっているのが現状。ベトナム航空が成田/ダナン線に直行便を就航し、今後の日本人旅行者の増加に期待しています」と語りました。中村理事長は、「新設された日本のベトナム観光協会と積極的に活動してください。JATAも協力していきます」と応じました。

視察旅行などで知名度の向上を目指す マルタ 7月11日(金)

アンドレ・スピテリ駐日マルタ共和国大使

中村理事長と懇談し、「ヨーロッパでは観光地として有名なマルタですが、日本人旅行者は全体の1%にも満たない状況です。最近では語学留学や修学旅行も増えていますが、今後は視察旅行などを通じて、知名度を上げていきたい」とプロモーションの強化に意欲を表明。中村理事長は、「世界遺産の街並みなどマルタの魅力を伝え、日本市場の開発に取り組んでください」と応えました。

Aiming to Raise the Industry's Standards and Status

JATA Chairman Tagawa Expresses Aspirations in Inaugural Interview

JATA Chairman Hiromi Tagawa gave his inaugural interview at Zennittsu-kasumigaseki Building in Kasumigaseki, Tokyo, on July 2, where he said, "I would like to work on raising the standards and improving the status of the travel industry overall, and at the same time, respond swiftly to the tumultuous changes in the market while also listening fully to the voices of small and medium travel agencies and regional travel agencies."

Speaking from his experience over the past two years as JATA vice chairman when he worked on travel business issues in the Special Committee for Policy Study and the Special Committee on the Travel Agency Act, he pointed out, "Given the changes in the environment surrounding the travel business, the expectations of the role of the tourism industry have become very large." Referring to the fact that the tourism industry accounts for 6.2% of employment in



JATA Chairman Hiromi Tagawa

Japan while it represents only 5% of the GDP, he said, "Few people are employed in Japan's tourism industry compared to the global average of 9%, and so as the Japanese economy grows, it is my hope that the number of people employed in the tourism industry in Japan will increase." Chairman Tagawa emphasized,

"There are many supporting businesses involved in the

tourism industry, and collaboration is occurring not just in tourism itself but among all types of related businesses. New value and services are being created." In light of this, because the role filled by the travel business is not limited to Japan but extends to the global scale, he noted, "The role of JATA, as an organization that represents Japan's travel industry, is extremely large."

Given that the number of inbound foreign travelers exceeded the 10 million mark for the first time in 2013, he explained, "We are now beginning to see the trinity of the travel industry market, composed of outbound, domestic, and inbound travel, take shape." He stressed, "The balance of the three areas is important. The role of the travel industry will be vital particularly in regional economies to realize the collective strength of the three areas."

As middle income earners in Asian countries increase in number, Chairman Tagawa mentioned the growing possibility that more travelers from Asia will travel not only within Asia but will also spread out around the world. According to UNWTO, international visitors globally are expected to increase 45% between 2010 and 2020, and in Asia, an increase of 74% is expected. Chairman Tagawa noted, "With the Asian region attracting attention on a global scale, how Japan positions itself is becoming very important." Now, 50 years after deregulation of overseas

travel, Japan's travel industry has its eye on achieving 20 million outbound travelers annually. "We need to fill a role as a leader in the expanding Asian market and communicate the know-how and mechanisms we have developed over the past 50 years to other Asian countries," he proclaimed.

Chairman Tagawa listed the following as priority issues for JATA: (1) cope with the Internet age, (2) attract human resources, (3) stimulate travel demand, (4) make policy proposals, (5) promote a community-based approach, and (6) make JATA Tourism Expo Japan a success. He spoke further about these as follows.

(1) Cope with the Internet age...With the Internet rapidly spreading and the need to win in international competition via the Web, I would like to make efforts to promote environmental improvements, including a review of the systems that are acting as obstructions.

(2) Attract human resources...People are the deciding factor in business. I want to support the securing and training of outstanding human resources to win the competition among industries for human resources. With the cooperation of our members, I want to offer internships in the travel industry to over 100 students this summer. For local revitalization, it is also necessary to increase the number of people working in the tourism industry, such as in local governments, etc., as well as in the travel industry overall.

(3) Stimulate travel demand...One of the roles that JATA has long filled is arrangement of promotional activities such as campaigns. Not stopping with only outbound travel and domestic travel, I also want to undertake initiatives to reach the goal of 20 million inbound foreign visitors set by the Japan Tourism Agency.

(4) Make policy proposals...I want to actively make policy proposals that will lead to the development of the travel market and the creation of travel demand, including the issue of the vacation system and other domestic systems and practices. To boost the status of the travel industry, I would like for the tourism industry as a whole to make proposals.

(5) Promote a community-based approach...From the aspect of regional economic revitalization, I want to promote collaboration among JATA chapters across Japan, from Hokkaido to Okinawa. There are over 90 airports in Japan, and while working to resolve CIQ (customs, immigration, and quarantine) issues, we must expand overseas travel demand with regional arrivals and departures. To transform from a tourism-oriented country into a true major tourism nation, promotion of two-way tourism is indispensable. In regional areas, I want to take a community-based approach toward promotion of outbound travel and expansion of inbound travel.

(6) Make JATA Tourism Expo Japan a success...Soon, in September, this year's JATA Tourism Expo Japan will be held. This first annual event is orchestrated with a framework representing all of Japan, and I would like to create a successful event in collaboration with UNWTO and PATA that symbolically expresses innovative spirit of Japan's tourism industry.

The business talks are positioned as one of the pillars in aiming to produce an event that is highly recognizable globally for featuring the outbound, domestic, and inbound trinity of travel by combining the Japan Travel and Tourism Association's Tabi Fair, JATA Tabihaku, and Visit Japan Travel Mart.

In the Business Meeting Subcommittee up to now, we have identified and dealt with issues to enable the holding of high-quality business talks, and I am confident that preparations are now in place for very productive business talks.

The domestic suppliers who participated in the Tabi Fair were focused mainly on promotion through their exhibits up to last year. This year, they can build their networks simultaneously while engaging in business talks, and we have participants from all 47 prefectures.

Suppliers were encouraged to participate in JATA Tourism Expo Japan by large travel agencies with nationwide networks in collaboration with local governments, and I think this led to their registration for the business talks.

Among overseas exhibitors, Palestine and Iraq, among others, will participate for the first time this year, and the fact that it will be possible to hold business talks with such newly-participating suppliers from overseas is a great attraction.

Following the conclusion of inbound business talks, 350 overseas buyers will be guided to the domestic exhibits and will have business talks with domestic sellers, and so I think that the unification of the trinity of outbound, domestic, and inbound in one venue truly will produce concrete results.

Previously at the media meeting, there were more than a few cases of participation by advertising staff. This year, however, we are strengthening the presence of editorial staff, in cooperation with major advertising agencies. So, participants should be able to make great use of the media meeting as a place for publicity activities.

Toward a Movement to Unify Japanese Tourism

◎Public Relations Subcommittee

Masakazu Takimoto, subcommittee chairperson (managing director and executive officer, Nippon Travel Agency)

The Public Relations Subcommittee has struggled with how to make a public relations success of this first annual event which combines events from the three areas of outbound, domestic, and inbound and which is one of the world's largest in scale.

Behind the undertaking of this new challenge lies a huge groundswell of the era, including the trend toward a tourism-oriented country promoted by the government and the national enthusiasm over the 2020 Tokyo Olympics as well as the expansion of inbound tourism which the news is reporting on almost daily as contributing to the Japanese economy.

One of the important responsibilities of the subcommittee is to ensure attendance that is fitting for one of the largest travel events in the world. Members of the Organizing Committee of JATA Tourism Expo Japan include persons from bodies in related industries, such as hotel associations and department store associations. Under the Organizing

Committee is the Executive Committee, and the Public Relations Subcommittee, which is one of its subcommittees, welcomes involvement in various forms by the bodies participating in the Organizing Committee. The formation of links through such involvement will lead to the realization of a tourism-oriented country in the true sense.

I have mentioned this at various opportunities up to now, but the tourism industry has the three arrows of outbound, domestic, and inbound. While increasing the force of the three arrows and creating synergistic effects among industries such as airlines, travel, and lodging through the Organizing Committee's influence, we must boost the campaign to unify tourism in Japan.

For this, the travel industry must first forge a solid footing, each travel agency must strengthen notifications to and the awareness of its staff, and we must promote the provision of travel information to a variety of customers. These are the minimum necessary things that we must work on.

I ask everyone at JATA member companies to please work together on this.

Disaster Simulation Training Implemented by 88 Companies on "Travel Safety Day"

Starting this year, JATA established July 1 as "Travel Safety Day," and 88 member companies across Japan conducted disaster simulation training on the day.

At the simulation training this year, the companies carried out confirmation of the safety managers' responsibilities and the emergency contact network as well as confirmation of the condition of tours in progress and the safety of tour participants.

Together with advertising the travel industry's safety measure to ordinary consumers, the event was also an opportunity to promote the purchase of travel insurance and to encourage proper usage of seatbelts, emergency exits, and so forth.

Yoshinori Ochi, secretary-general of JATA, pointed out, "We have the cooperation and recognition of government bodies such as the Japan Tourism Agency and the Ministry of Foreign Affairs, and we were able to educate the general public." He stressed the significance of the simulation training, saying, "Through the efforts of nearly 100 member companies including some that conducted simulation training for the first time, the event fostered awareness that 'the time and cost protect the company and create value.'"



Disaster simulation training at Tonichi Travel Service

“JATA Tourism EXPO Japan 2014” Sub-committee Chairpersons Talk about Attractions at One of the World’s Largest Travel Events



Many people enjoyed various events last year

In only one month, the curtain will be raised on JATA Tourism Expo Japan 2014. Anticipation is growing in Japan and abroad for this event, one of the largest travel events in the world where the three travel areas of outbound, domestic, and inbound will be united. We talked with four sub-committee

chairpersons who have been making thorough preparations for the success of the event about the attractions we have to look forward to.

Discussion on the Themes of “The Power of Travel” and “Regions”

◎Conference and Ceremony Subcommittee

Koji Ikehata, subcommittee chairperson (executive officer and general manager of Overseas Travel Division, KNT-CT Holdings Co., Ltd.)

As Taleb Rifai, Secretary-General of UNWTO, will highlight in his keynote address on the theme of how “the power of travel invigorates local regions,” the major themes of this year’s JATA Tourism Expo Japan will be “the power of travel” and “regions,” and in relation to this, discussions will be held on the fields of outbound travel, domestic travel, and inbound travel.

The Japan Tourism Agency has come out with a policy to promote two-way tourism, and so the importance of two-way tourism is recognized in the national tourism policy. In the travel industry, in addition to outbound travel and domestic travel which are currently the industry’s bread and butter, we are working on inbound travel not only because it still has large growth potential but also because we must consider inbound travel when thinking about how to raise the level of overall travel demand.

Initiatives are underway across Japan to attract inbound travelers, and it is also necessary to expand outbound travel to convey the attractions of each region in Japan to people overseas so that they will come to visit the regions they have heard about from Japanese travelers. Because JATA Tourism Expo Japan will be held with the cooperation of the Japan National Tourist Organization (JNTO) and the Japan Travel and Tourism Association and will enjoy the participation of local governments and local tourism-related bodies as well as the travel industry, I am confident that we will have a symposium where the participants will probe the theme of invigorating Japan through tourism.

In the panel discussion held with the cooperation of the Pacific Asia Travel Association (PATA) on the theme of “the growing ASEAN market,” we will focus on ASEAN not only as a destination for outbound travel but also as a sender of inbound tourists, and we would like for the travel industry personnel participating from around the world to think about two-way tourism that can invigorate local regions.

I ask that staff at JATA member companies talk to the people in their local areas involved in tourism and local government and encourage them to actively participate in this event.

A Venue That Can Raise the Profile of Japan’s Tourism Strategy

◎Operations and Exhibits Subcommittee

Atsushi Takahashi, subcommittee chairperson (deputy director, Marketing Department, Railway Operations Headquarters, East Japan Railway Company)

Given the merging the Japan Travel and Tourism Association’s Tabi Fair and JATA Tabihaku which were held separately until last year to create JATA Tourism Expo Japan, and at the same time, the addition of the Visit Japan Travel Mart as an inbound event, I think that this year’s event will be much more valuable for travelers. There are probably few people who only travel domestically and even fewer who only take outbound trips, and so from that perspective, we are creating a true comprehensive travel event for travelers.

From the exhibitors’ standpoint, domestic exhibitors from around Japan will be able to see a variety of ideas and styles in the booths and events of foreign suppliers, which should serve them well when they exhibit at trade fairs in other countries. Moreover, foreign suppliers who exhibit at JATA Tourism Expo Japan will be able to deepen their understanding of tourism materials and tourism resources in the various regions of Japan.

The Visit Japan Travel Mart was limited to booth exhibits up to now, but this time, participants can visit the booths after the conclusion of the business meetings and the Travel Mart to enjoy events at the booths, and there they will be able to actually see and interact with, in concrete form, what they discussed at the business meetings. So, particularly because the expansion of the inbound travel business talks will be accompanied by domestic exhibits, I think participants will be able to have a completely different experience this time compared to past events.

Moreover, attracting inbound travel is the natural next step when one is already attracting domestic travel, and so for example, local governments and local business people could stage joint booth exhibits to further strengthen their appeal. Therefore, I look forward to many people coming to actually experience JATA Tourism Expo Japan this year and then actively expanding their participation even further in future years.

I intend to make steady efforts step by step to create a venue where we can raise the profile of Japan’s national tourism strategy which has travel as the centerpiece.

“Trinity” Bears Concrete Results

◎Business Meeting Subcommittee

Akihiro Hosono, subcommittee chairperson (director and general manager of Travel Marketing and Strategy Department, JTB Group Headquarters)

事務局 便り

昭和39年の渡航自由化の年よりも5年も前に放送が始まり、その後、30年以上にもわたって続いた「兼高かおる世界の旅」。兼高さんと名物アナウンサーだった故芥川隆行さんの名調子の掛け合いとともに、異国情緒を感じる世界の街角や人々の暮らしぶり、圧巻の遺跡や驚異の大自然など、当時の私たちがまだ見たことのないような映像が次から次へと流れ、毎週日曜日の朝が来るたびに海外への憧れを掻き立てられた方も多かった

のではないのでしょうか。「世界の旅」が我が国の海外旅行の発展に果たしてきた役割の大きさはゴールドメダルに匹敵すると思います。

その兼高かおるさんに先ごろ菊間潤吾副会長がインタビューされました。半世紀以上にわたって兼高さんだけが見た、感じた世界や旅の面白さが語られていて、旅行業界の方にもたいへん読みごたえのある内容となっています。ぜひご一読ください。

●JATA業務予定表 8月10日(日)～9月30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)

8月22日～23日	訪日旅行推進委員会(ホーチミン) / 本部
8月22日	幹事会、山形地区委員会合同会議 / 東北支部
8月26日	若者よ、もっと!海外へコンテスト第1回審査会 / 九州支部
9月1日	法制委員会 / 本部
9月2日	ツーリズムEXPOジャパン実行委員会 / 本部
9月2日	旅行業経営委員会 / 本部
9月4日	ツーリズムEXPOジャパン組織委員会 / 本部
9月5日	業務改善委員会 / 本部
9月8日	社会貢献委員会 / 本部
9月9日	実務委員会 / 九州支部
9月10日	海外旅行推進委員会 / 本部
9月10日	国内旅行委員会 / 九州支部
9月11日～12日	国内旅行推進委員会(沖縄) / 本部
9月18日	消費相談委員会 / 関西支部

●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。

8月18日～28日	JATA合同インターンシップ / 旅行業経営委員会
8月19日～22日	旅程管理研修(東京) / 研修・試験委員会
8月26日～31日	ミャンマー現地視察 / 海外旅行推進委員会
8月26日	ベトナム観光総局共催ベトナム中部リゾートセミナー(東京) / 海外旅行推進委員会
8月26日	関西からの海外教育旅行・英語研修ワークショップ&セミナー / 関西支部
8月27日	第2回マネジメントセミナー / 北海道支部
8月28日	日韓観光交流拡大シンポジウム / 海外旅行推進委員会
8月28日	ベトナム観光総局共催ベトナム中部リゾートセミナー(福岡) / 海外旅行推進委員会
8月29日	ベトナム観光総局共催ベトナム中部リゾートセミナー(札幌) / 海外旅行推進委員会
9月1日	気仙沼セミナー / 国内旅行推進委員会
9月4日	業務改善勉強会(大阪) / 業務改善委員会
9月5日	現場のための旅行契約の基礎知識講座 / 関西支部
9月8日	業務改善勉強会(東京) / 業務改善委員会
9月10日～12日	利尻・礼文ファームツアー / 国内旅行推進委員会
9月18日	業務改善勉強会(名古屋) / 業務改善委員会
9月25日～28日	ツーリズムEXPOジャパン
9月30日～10月4日	プーケット現地視察研修旅行 / 海外旅行推進委員会

JATAとJWTCがセミナー開催 カーニバル・ジャパンの木島榮子氏が講演

JATAとJWTC(日本旅行業女性の会)による共催セミナーが7月3日、JATA研修室で開催されました。このセミナーは旅行産業の未来や女性のさらなる登用・働きやすい職場環境づくりを目指して継続的に実施しているもので、第4回の今回はJATAの運営役員で㈱カーニバル・ジャパン代表取締役の木島榮子氏から「女性リーダーの育成が旅行業を変える」をテーマにお話をいただきました。

木島氏は1980年に創設された日本旅行業女性の会の第5代会長を務められ、女性の社会進出が欧米諸国と比べると遅れていた当時の日本で、女性の活躍の場を広げるべく活動を続けてこられました。

講演では、ご自身のさまざまな経験や日本市場にクルーズを浸透・拡大したいという懸命の想いが今につながっていると熱く話されました。そして、「旅行業界は、6割を女性社員が占める職場。異業種に比べ、女性の活躍の場がもっと広がると信じています。社内で活躍するだけでなく、もっと対外的に活躍する場を会社が女性に与えてほしい。また、そのような場を与えられたら、女性もしっかりと受け止めてほしいと思います」と強調されました。参加した72名は体験を踏まえた木島氏の貴重な話に熱心に聞き入っていました。

▶これまでの講演内容は下記でご覧いただけます。(役職名は平成26年3月現在)

第1回(講師:JATA菊間潤吾 会長) http://www.jata-net.or.jp/about/jata/proposal/130702_jataseminar.html

第2回(講師:JATA田川博己 副会長) http://www.jata-net.or.jp/about/jata/proposal/140203_jataseminar.html

第3回(講師:JATA吉川 勝久 副会長) http://www.jata-net.or.jp/about/jata/proposal/140306_jataseminar.html



観光立国推進フォーラム開催のお知らせ

日本観光協会主催、観光立国推進フォーラム～観光で日本を元気に～「おもてなし」で生きる地域の魅力を9月20日(土)に東商ホールで開催します。詳細は日本観光振興協会のホームページでご確認ください。

北近畿タンゴ鉄道

素材研究
(国内)



今年8月から10月まで、天橋立と舟屋群で有名な伊根を結ぶ「伊根航路」が31年ぶりに復活するほか、7月から11月まで丹後半島をバスで周遊できる企画切符も販売されている



週末に運行される「くろまつ」の定期コースでは、地元の菓子店や旅館、酒蔵、料亭の協力などで季節毎の特別メニューを提供。SAKEソムリエによるお酒と料理の楽しみ方講座も開催されている



宮津線岩滝口駅では地区婦人会による「ふれあいほっとさろん」が開催されている



名前の通りこげ茶のボディに金色の細かいラインを施し、えんじ色のアンダーラインが全体を引き締めるクラシックな外観の「くろまつ」

「くろまつ」の車内は、天然木の使用によりシックで落ち着いた雰囲気に

デザイン列車を地域観光活性化の目玉に
「海の京都」構想を支える新素材としても注目

京都府北部の丹後地域と兵庫県北東部の但馬地域を走る第3セクターの北近畿タンゴ鉄道(KTR)は、生活路線として地域住民に愛される鉄道を目指すと同時に、沿線エリアにおける地域観光活性化のベースとしてもその重要性を増してきています。

スイーツ・ランチ・地酒の3つのプログラムで運行

KTRは今年5月、開業当初から活躍してきた普通車両を全面リニューアルした「丹後くろまつ号」の運行を開始しました。こげ茶の車体と落ち着いた雰囲気の内装が特徴の「くろまつ」は、車内にキッチンを設置。週末を中心に運行されている定期コースでは「スイーツ」「ランチ」「地酒」という3つのプログラムが用意され、平日は団体による貸切予約も受け付けています。

「『海の京都』の走るダイナミック」というコンセプトで開発された「くろまつ」は、昨年デビューした「あかまつ」「あおまつ」に続き、九州各地で人気を集めている観光列車などを手がけた工業デザイナーがデザインを担当。京都府北部地域を京都市内に比肩する観光圏にしようという「海の京都」構想を支える存在としても、デザイン列車は注目されてきています。

7月29日に催行された「山陰海岸ジオ

パークツアー」は、6月中旬の発売から3日で完売。10月にも同じ内容でツアーが予定されるなど、京阪神などに沿線地域以外からの集客力にも期待が高まってきました。

地元の人々の協力も得て 着地型の成功モデル目指す

KTR鉄道事業再構築準備室によると、KTRはこれまでも、天橋立／西舞鶴間での巨停車や由良川橋梁での徐行運転など、車窓からの景色を観光資源として活用してきていますが、「くろまつ」の定期コースでは、地元の店舗との協働を通じて内容の充実を図り、「地域との連携による着地型の取り組みにも第2歩を踏み出した」(同準備室)形となっています。

KTRでは、天橋立がある宮津湾に近い宮津駅から京丹後市内の駅まで、地元旅館の女将らの協力により観光案内を行っているほか、宮津線岩滝口駅でも、無人駅舎を活用して地区婦人会による「ふれあいほっとさろん」を毎月第2日曜日に開催。また、宮津線栗田駅での地元海洋高校生らによるミニ水族館の設置や宮津線但馬三江駅での地元住民による駅舎を活用した蕎麦屋の営業など、駅を軸とする賑わいづくりにも取り組んできています。

KTRとしては「ツアー開発などを通じて、さらに踏み込んだ形での着地型の成功モデルも目指したい」(同準備室)考えで、デザイン列車の導入は沿線における地域観光の活性化にも貢献していくことになりそうです。

パラオ

素材研究 (海外)



親日的な人々の多いパラオ。
暮らしぶりや文化も楽しみです



潮が引いた時だけ姿を見せるロング
ビーチ



コロール島とバベルタオブ島
に架かる日本・パラオ友好の橋



これから注目の世界複合遺産の島 自然・文化・歴史・人々が織りなす独特の魅力

世界遺産に登録された「南ラグーンのロックアイランド群」は約10万ヘクタールの海に445の無人島が点在しています



平和学習の素材となるペリリュウ島の戦争博物館



海底に石灰岩の泥が沈殿している「ミルキーウェイ」で美肌パック



ドルフィンズ・パシフィックではイルカとの触れ合いも体験できます

パラオは、デルタ航空の直行便を利用すれば、4時間30分で到着する身近なデスティネーションです。ダイビングをはじめとするマリンスポーツだけでなく、エコツーリズム・平和教育旅行・国際交流などのテーマ素材にも注目が集まっています。

エコツーリズムの素材が豊富に

南西部に位置する「南ラグーンのロックアイランド群」は2012年にユネスコの世界複合遺産に登録され、自然と文化の普遍的な価値が認められました。約10万ヘクタールの海に点在する445の無人島から成り立ち、景観の美しさだけでなく、385種以上の珊瑚や多種多様な植物、鳥、ジュゴンや10種類以上のサメも生息しています。

ロックアイランドに囲まれるような形で存在している塩水湖は「マリンレイク」と呼ばれ、物音つしない静寂の世界が広がっています。

ダイバーの間で人気が高いことでも知られるパラオですが、イルカの特長能力の研究や環境教育の教材としてイルカを飼育する非営利団体であるドルフィンズ・パシフィックでは、その特殊能力を体験できる幾つかのプログラムが用意され、イルカとの触れ合いも体験できます。

また、カヤックで巡るネイチャーツアーもあり、パラオの自然を熟知したネイチャーガイドが、島の生き物や歴史などについても丁寧に説明してくれます

忘れてはならない平和教育の題材

日本とパラオには、深い歴史的な繋がりもあります。第1次大戦後、日本はドイツから南洋群島を引き継ぎ、第2次世界大戦の終わりまで統治していました。太平洋戦争の激戦地でもあったペリリュウ島やカープ島には、旧日本軍の司令部や戦車ゼロ戦などが残っており、ペリリュウ島の戦争博物館には戦時に使用していた銃・手榴弾などをはじめ、日用雑貨などさまざまな遺品が展示されています。一度と戦争を繰り返してはならない平和教育の題材として、日本からの教育旅行も増えてきているパラオは、来年で終戦から70年を迎える今もなお、忘れてはならない島です。

屈託のない笑顔で出迎えてくれる人々も、パラオの大きな魅力の一つです。歴史・経済面からも極めて親日的で、パラオ語の単語の25%が日本語に由来すると言われています。

自然・文化・歴史そして人々…。パラオは、旅行商品の造成という観点からも魅力に溢れたデスティネーションです。パラオロイヤルリゾートやパラオパシフィックリゾートといった南国リゾート感の溢れるホテルもあり、今後、水上コテージの建設なども予定されています。

KEEP CLIMBING



あのリゾートも、すぐそこです。

日常からちょっと離れてリフレッシュ。デルタ航空なら、ホノルル、グアム、サイパン、パラオからあなたのお好きなリゾートをお選びいただけます。日本からハワイ、ミクロネシアへのフライトがもっとも多いのはデルタ航空です。Keep Climbing - 私たちは、リゾートへの旅をもっと便利にしていきます。

DELTA.COM



世界最大級 旅の祭典



ツーリズム EXPO ジャパン

新しい旅が始まる。

国際観光フォーラム 開催日程：2014年9月26日(金) 会場：東京ビッグサイト 会議棟

◎基調講演



10:30~11:00 / 国際会議場

テーマ：旅の力で地域を元気にする
"Tourism and Community Development"

インバウンド、アウトバウンド双方で重要性が高まるアジアを今後のグローバルツーリズムの成長の中核と位置づけ、アジア旅行市場の分析と可能性を探る。

主催：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(JATA)
 協力：国連世界観光機関 (UNWTO)
 基調講演：タレブ・リファイ氏 (国連世界観光機関 [UNWTO] 事務局長)

◎基調シンポジウム



11:00~12:30 / 国際会議場

ご挨拶：「観光立国に向けて」久保成人氏 (観光庁 長官)
テーマ：オリンピック・パラリンピックを利用した観光振興 ~2020年以降の日本の姿とは~
"Mega Events and Tourism" - creating novel image of Japan on the global tourist market

メガイベントを通じ、国全体の観光振興に成功したロンドンオリンピック・パラリンピックなどの事例をもとに東京オリンピック・パラリンピックを日本全国の観光振興にどのように役立てるかを討議します。

主催：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 (JATA)
 協力：国連世界観光機関 (UNWTO)
 モデレーター：本保芳明氏 (首都大学東京 教授、観光庁 参与)
 パネリスト：タレブ・リファイ氏 (国連世界観光機関 [UNWTO] 事務局長)
 クリストファー・ロドリゲス氏 (英国政府観光庁 会長)
 ジョン・オサリン氏 (オーストラリア政府観光局 本局局長)
 松山良一氏 (日本政府観光局 [JNTO] 理事長)

①国内旅行シンポジウム

14:00~16:00 / 605、606会議室

—パネルディスカッション

テーマ：着地型観光による国内旅行需要創造

観光が地域活性化に果たす役割は大きく、地域と旅行会社が一体となった国内旅行需要創造を図るための着地型観光の推進策と人材育成を含めた今後の地域振興の在り方について討議します。

基調講演：丁野 朗氏 (公益社団法人日本観光振興協会 常務理事)
 モデレーター：加藤 誠氏 (一般社団法人日本旅行業協会 国内旅行推進委員会着地型WG、株式会社ジェイティービー旅行事業本部 観光戦略部長)
 パネリスト：丁野 朗氏 (公益社団法人日本観光振興協会 常務理事)
 片山健也氏 (北海道ニセコ 町長)
 長崎敏志氏 (観光庁 観光地域振興部 観光資源課長)
 江崎貴久氏 (海島遊民くらぶ 代表取締役)

②アジア旅行市場分析2014

14:00~16:00 / 国際会議場

—パネルディスカッション 協力：PATA

テーマ：成長するASEAN市場

送り手として急成長するアジア市場。ASEAN諸国で最も注目を集めるマレーシアとタイの最新情報と日本の旅行会社のアジア戦略を討議します。

基調講演：Mr. Martin Craigs (Chief Executive Officer, PATA)
 モデレーター：Ms. Ivy Chee (Regional Director East Asia, PATA)
 パネリスト：Mr. Martin Craigs (Chief Executive Officer, PATA)
 Ms. Narierut Pantong (GM & Owner, Nisco Travel)
 Dato Ngiam Foon (Mr.) (Chief Executive Officer, Asia Experience Tours Sdn Bhd and PST Travel Services Sdn Bhd)
 Ms. Alicia Seah (Marketing Communications Director, Dynasty Travel International)

③訪日旅行シンポジウム

16:15~18:00 / 605、606会議室

—パネルディスカッション

テーマ：2000万人を目指すためのオールジャパンでの取組み

地域に外国人旅行者を呼び込むために、広範な連携や地域資源の磨き上げに取り組み、大きな成果をあげている事例を通じ、多様化、高度化する外国人旅行者のニーズへの対応について討議します。

モデレーター：小堀 守氏 (日本政府観光局 [JNTO] 海外マーケティング部長)
 パネリスト：古田菜穂子氏 (岐阜県 顧問)
 米原亮三氏 (NPO日本体験文化交流塾 理事長)
 中村好明氏 (株式会社ジャパンインバウンドソリューションズ 代表取締役社長)
 吉村久夫氏 (一般社団法人日本旅行業協会 訪日旅行推進委員会 訪日旅行者2000万人受入対応部会 部長、株式会社JT8グローバルマーケティング&トラベル 取締役 グローバルマーケティング部長)

④海外旅行シンポジウム

16:15~18:00 / 国際会議場

—パネルディスカッション

テーマ：2000万人を目指すための地方需要活性化の取組み
 ~海外渡航自由化50周年~

海外旅行者数2000万人の達成には、地方の出国率を上げることが必須である。航空会社が考える地方空港マーケットの可能性や、自治体の戦略をもとに地方需要の掘り起こしと活性化について討議します。

基調講演：高橋はるみ氏 (北海道知事)
 モデレーター：河野 淳氏 (一般社団法人日本旅行業協会 海外旅行推進委員会 チャーターWG リーダー、KNT-CTホールディングス株式会社 海外旅行部 部長)
 パネリスト：高坂 幹氏 (青森県観光国際戦略局 次長)
 王 煒氏 (春秋グループ 日本代表)
 本田 実氏 (株式会社AIRDO 執行役員 営業本部長)
 江口 篤氏 (株式会社ツアー・ウェーブ 代表取締役社長)

*講演内容、登壇者、プログラムは変更となる場合があります。

国際観光フォーラム お申込み案内

◎参加登録料

国際観光フォーラムの全てのプログラム参加料と展示会入場料が含まれております。(会期中再入場可)

参加登録のお申し込みは、ツーリズムEXPOジャパンホームページにて受付をしています。

お申込みは、公式ホームページにて

<http://t-expo.jp/>

お問合せ先

ツーリズム EXPO ジャパン 推進室

電話：03-5510-2006 FAX:03-5510-2012 E-Mail:forum@t-expo.jp

【主催】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

【後援】国土交通省、国土交通省観光庁、総務省、外務省、農林水産省、経済産業省、環境省、東京都、日本政府観光局 (JNTO)、独立行政法人日本貿易振興機構 (ジェトロ)

【特別協賛】株式会社ジェーシービー・インターナショナル