

JATA

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

じゃたこみ

1

2017年
1月10日発行
vol.119

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

謹賀新年

本年もよろしくお願ひ申し上げます

JATA経営フォーラム2017
モデレーターが語る分科会のポイント

「韓国復活研修旅行」を実施

素材研究

- ・大分県(国東半島)
- ・日中45周年プロジェクト 大連・南京



新春座談会

トップ4氏が語る2017年

官民一体で観光を国民運動に
2020年に向け「覚悟」をもって進む年

官民一体で観光を国民運動に 2020年に向け「覚悟」をもって進む年

2020年とその先に向かって、

新たなスタートを切る2017年
が明けました。世界的に政治経済・
社会情勢の混迷も続く中、内向き
志向を強める世界の潮流を変える
パワーとして、ツーリズムが果たす
役割への期待も高まっています。「明
日の日本を支える観光ビジョン」も
踏まえて、ツーリズム産業界の重鎮
4氏に2017年の展望と意気込
みを語り合っていました。

訪日旅行者が暦年で 2000万人台に

——2016年を振り返って、どの
ような印象をお持ちですか。

田村 まず、訪日外国人旅行者
数が初めて暦年で2000万人
を超える形となりました。10月末
時点で大台を突破して、通年では
2400万人前後に達する見通し
です。前年比でも20%を超える伸
び率ですから、比較的堅調に推移し
たと言えると思います。また、消費
の面では、2015年の流行語大賞
にもなった「爆買い」というような現

象は落ちてきて、その内容が
なり変化してきました。中国に限
てみても、例えば、ショッピングの支出
の割合が減って飲食の支出が増える
など、モノ消費からコト消費へとシフ
トしてきています。中国以外の国か
らの旅行者も、日本での色々な体験
を楽しまれる方が増えてきており、
コト消費への変化が見られるよう
なってきたというのが、インバウンド
全体の印象です。

比べて市場規模の大きい中国や韓国
などで回復の兆しが現れて、全体と
してプラスになっていることは、歓迎
すべき傾向だったと思います。

それから、日本は常に災害のリス
クにさらされていますが、昨年は4
月に熊本地震が発生し、8月には台
風が何度か北海道に来て、10月にも
鳥取で地震が起きるなど、観光に大
きな影響を及ぼす災害も続きまし
た。東日本大震災で得られた教訓
から、熊本地震の後には比較的早め
に総合支援プログラムが策定され、
応急措置としての施設の復旧の補
助金や短期的な対応としての「ふっ
こう割」などの措置が講じられ、被
害は甚大ではありましたが、年の後
半になって、入り込み客数も前年並
みに戻るところまで来ています。一
方、アウトバウンドも2015年に

松山 2016年は、観光がよう
やく市民権を勝ち得た年ではな
かったかなと考えています。「明日の
日本を支える観光ビジョン」が策定
され、2020年に訪日外国人旅
行者数4000万人と訪日外国
人旅行消費額8兆円を達成する
という新たな目標が打ち出されまし
た。この「観光ビジョン」においても観
光を基幹産業に育てる方針が明確
に示され、政府としても観光を産業
として強く認識していただく年
になったわけです。

また、日本はこれまで「ソースマ
ケット」として世界的に見られてい
ましたが、ようやく「デステイネー
ションマーケット」としても改めて認
知されるようになりました。米国の
旅行専門誌で東京と京都が人
気の高い都市の1位と2位に選ば
れるなど、新しいデステイネーション
としての日本への関心が高まった年
だったと言えます。また、観光産業

はこれまでも二所懸命にやってきた
ものの、どうしてもバラバラという印
象が強かったのですが、「ツーリズム
EXPO JAPAN」を通じて二つにま
とまり観光産業全体で盛り上げて
いこうというオールジャンルの具体的
な形がより明確になってきました。
リオデジャネイロ五輪が終わって、東
京での次期開催に向けてスタートを
切った非常に画期的な年であったと
も言えます。

「双方向の基盤づくり」 ができた年

山口 まず、1つ目は、観光立国に
向けた動きを国民運動的なものに
することが業界全体に求められてい
ると思いますが、観光立国推進協
会を立ち上げて、観光に携わる方
組織の全てに参加していただき、昨
年と昨年、観光庁に観光全体に対
する提言を行いました。もう一つ、国

民運動という観点から、災害時にお
ける復興の手立てとして観光に大
きな意味があることも広く認知さ
れるようになり、オールジャパンや国
民運動という言葉が単なる謳い文
句としてだけでなく、具体論として
昨年は積み上げることができた
と思います。

2つ目には、観光分野では人材が
非常に大事であるにも関わらず、観
光人材があまり育っていません。日
観振では、これまで個別に取り組ん
できた人材育成のプログラムを体系
的に進めるため、観光振興のアカデ
ミーを設立して、人材育成の体制づ
くりができました。3つ目として、
観光は、それぞれの観光資源を持っ
ている地域が独自の活動に取り組
む地域づくりが非常に大事になっ
てきますが、「観光地経営」の視点に
立った観光地域づくりの舵取り役で
ある欧米発のDMO (Destination
Marketing/Management
Organization)とどう考え方につ
いて、日本でも本気で取り組もうとい
うことで準備が進んだ年でもあり
ました。4つ目としては、双方向交
流の重要性を改めて指摘したいと思
います。海外からお客様がいらっし
やるだけでなく、こちらからも行く双
方向の交流ができるということが大
切です。国際機関である国連世界

◎観光庁
田村明比古 長官
◎日本政府観光局
松山良一 理事長
◎日本観光振興協会
山口範雄 会長
◎日本旅行業協会
田川博己 会長

《座談会出席者》



観光庁 田村明比古長官

観光機関(UNWTO)や世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)との連携も具体化して、双方向交流の基盤づくりができた年だったと考えています。

田川 2016年は、「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定され、2030年までの目標ができました。まだ、具体的な中身や工程表は十分ではないかもしれませんが、そういう軸が示されたことで、「観光立国」から「観光先進国」への道筋を描き出す大きな節目の年だったと言えます。我々としてはツーリズム産業の現状や取り組みの「見える化」ということでツーリズムEXPOジャパンを開催してきて、3年目を迎えたジャンプの年にUNWTOやWTTCの幹部に参加していただき、世界の潮流を知ってもらった

味でも非常に大きなイベントとなりました。

また、観光を通じて災害からの復興を図るという点では、東北での5年間に及ぶ取り組みの実績を踏まえて、熊本地震の直後に「ふこう割」が実現できたのは、観光産業の働きが評価されたことでもあり、災害大国である日本におけるツーリズムの未来に向けて、大きな意味があったと考えています。

一方、われわれ旅行業界として一番関心の高い海外旅行ですが、昨年は「復活」を目指してやってきましたが、結果的に、渡航者数は5%程度の伸びを示したものの、業界における取り扱いの伸び率にはバラツキがあるのが実情です。旅行業界としては、企画力とか提案力、添乗力といったものを改めて見直すことが求めら



日本政府観光局 松山良一理事長

れた2016年だったと思います。

国内観光については、様々な地域にDMO的な活動が広がり、地域側の意欲を感じる一方で、その意欲を現実的な収益につなげていくため、いよいよ地方にツーリズムマネジメントを伝える努力が求められるようになってきました。

DMOの成功事例で水
平展開を目指す

——地域観光の活性化に向けて、DMOに対する期待も大きいと思いますが、観光庁としては、DMOをどのように動かしていく考えですか。

田村 日本では成功事例がないと、新しい取り組みにはなかなか動いてもらえませんから、110ほど登録されたDMO候補法人の中から、成功事例を早く作る必要があります。



日本観光振興協会 山口範雄会長

す。ただ、インバウンドについても、関係者はずっと前から重要性を言ってきましたが、花開くまでに20年近くかかったのですから、DMOも候補法人の全てが一気にグローバルスタンダードになれるわけではありません。専門人材を抱えて、データに基づいてマーケティングをやることや広域連携を図ること、従来の観光関連事業者だけでなく幅広い産業から参画してもらうことなど、やるべきことはすでに明らかになっていると、思いますので、それらをきっちりやるということが成功するでしょうし、国としてもしっかりと支援していきたい。

山口 DMOのMのところに、マネジメントとマーケティングが重なっているわけですが、ここがつのポイントではないでしょうか。他の産業分野では、マネジメントなりマーケティング



日本旅行業協会 田川博己会長

グというのは昔からやっているわけですが、もともとと家業からスタートしたような宿泊業などが原点になっているため、なかなか根付かなかったのだろうと思います。そういうことを念頭に置いた人材が育ち、問題意識を持って課題の解決に取り組めば、110法人の中からも成功例が出てくるのではと考えています。

松山 JNTOでもインバウンドセミナーを地方で開催していますが、非常に関心は高いのに、ほとんどがどうしたらいいのかわからないという状況なので、長官がおっしゃるよう

に成功事例を作って、それを如何に水平展開していくかが重要だろうと考えています。

田川 DMOではなくても、新幹線が20年後に開通することを前提に、石川県が地道で着実な取り組みを



2017年の展望と意気込みを語り合うトップ4氏

進めた結果、新幹線の開業と同時に大きな成果を収めた事例や、ツーリズムEXPOジャパンのジャパンツーリズム・アワードで大賞を受賞した飛騨高山の長年にわたる取り組みなど、自治体にも成功事例は少なくありませんから、そうしたベストプラクティスをしっかりと伝えていくことも大切です。

問われる産業の真価

——今年をどう展望されますか。

田村 五輪に匹敵するようなビッグイベントがあるわけではありませんが、昨年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定されて、

2020年とその先に向かって国としてどのように進んでいくか覚悟が示されたのですから、2017年はその覚悟をもって前に進んでいくしかない年だと思っています。政府で言えば、全庁を挙げて、それから、国全体としては、官民一体となった形が、本当に試される年だろうと思います。今年前半の通常国会では、民泊新法、国内のバス事故やインバウンドに対応するための旅行業法や通訳案内士法の改正など、昭和20年代にできた法律の見直しが行われる見通しです。もちろん、日中国交回復45周年に伴う交流事業なども展開されますが、これだけ自治体や一般企業の観光に対する認知度が

高まる中で、ベーシックな部分での次に向けた動きが本格化する年になると思っています。

松山 長官がおっしゃった通りの状況ですが、2020年に向けて明確なターゲットが設定されているので、それを達成するための体力づくりが一番大きなテーマになる年ではないかなと思っています。これから世界全体では旅行者数が年間3〜4%程度で伸びていくとみられています。日本のインバウンドは年間15%ずつ伸ばしていく目標ですので、今後は、他のドメイン・ネーションにおける旅行者の伸びを如何に日本へ持ってくる

かといったことも考えなければなりません。そういう意味で、2017年は、非常に真価を問われる年になつてくるような気がしています。

2020年に向けて体力をしっかりと備えるためには、3つのことをやる必要があります。1つ目は、日本へ来た旅行者に満足して帰っていただくと同時に、観光に携わる事業者の収益を確保するための「質の向上」です。2つ目は、訪日旅行者の嗜好が大きく変化している中で、コスト消費や長期滞在に対応するために、今までとは全く異なるアプローチをやつていかなければなりません。3つ目は、ドメイン・ネーションとしての魅力は地方にあるわけですから、地方の魅力を如何に磨き上げて、地方に行つていただくか、そのスタートの年だと思っています。

観光の力で外向き志向に

山口 私も3つの象徴的な年ということでは、観光産業を総体として大きく重

いものだということを、国民の一人一人、あるいは、ビジネスに携わっている皆さんが感じていただいて、そこにどう加わるかという雰囲気や、強まる年になりそうですし、そうしなければならぬと考えています。2つ目は、地方創生を観光が担うこ

とです。さきほど、DMOの話が出ましたが、地方創生の大きな担い手として観光が役割を果たせるきっかけの年にしたい。我々が的確に手を打てば、そうなる可能性は十分にあると思います。3つ目は、少し大きな話になりますが、英国のEU離脱や米国大統領選挙の結果など、日本人も含めて世界の人々が心配し始めている反グローバルリズムやナショナリズムの台頭に対して、観光が地球全体の流れを変えることもできるのではないかと、このことです。双方向交流を通じてフェイストウフェイ

スの関係を深めることで、それぞれの文化や国民の素晴らしさを知りようになつて、そのことを声高に言ひ出すようになれば、少しずつ世界の潮流も変わつて来るかもしれません。少し願望も入っていますが、今年は、我々が内向き志向の傾向を外向き志向に変える時まで言える年にして、良いのではないかと考えています。

田川 昨年は、リオデジャネイロ五輪をはじめ、色々なことがありましたが、今年は、あまり大きなテーマもありませんから、今、山口会長が話された最後の部分は、我々として遠慮なく言っていくべきテーマなかも、かもしれません。また、改めて、「観光立国」から「観光先進国」を目指

すことが国家プロジェクトであることとを国民にしっかりと知らしめるためにも、国民が参加するツーリズム産業であることも伝えていくべきだろうと思います。260年間も鎖国していた日本が、150年の歴史を経て、今、観光で世界に認められておうとしているわけです。世界的に内向き志向の傾向が強まっている中で、日本にとっては、チャンスなのかもしれません。そういう意味では、UNWTOの理事国としても積極的に前に出て、様々な個別の課題についても、単なる個別の改革だけに終わらせず、観光先進国を目指す国家プロジェクトの文脈の中で課題を解決していくことで、より大きな意味を持つことになると思います。

昨年取り組みが進められた課題解決へのベースを「見える」化する場として、2017年以降における「ツーリズムEXPOジャパン」の第2ステージを提案したいと考えていますし、2019年から地方で開催される「ツーリズムEXPOジャパン」にとつても、2017年と2018年は重要な2年間になるだろうと思っています。

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

謹賀新年

本年もよろしくお祝い申し上げます。

新春座談会 トップ4氏が語る2017年

官民一体で観光を国民運動に

2020年に向け「覚悟」をもって進む年…………… 1～3

「JATA経営フォーラム2017」～モデレーターが語る分科会のポイント～

- 分科会(A)「旅行業経営力を強くする企画提案力を考える」
モデレーター=西山徹氏(日本橋トラベラーズクラブ代表取締役社長)
- 分科会(B)「旅行業と航空会社(LCC)を再検証する」
モデレーター=石原義郎氏(航空新聞社 ウイングトラベル編集長)
- 分科会(C)「DMOの観光地域づくりに旅行会社の役割とそのビジネスは(仮)」
モデレーター=福井善朗氏(山陰DMO「山陰インバウンド機構」代表理事)
- 分科会/セミナー概要…………… 5～6

<本部支部活動報告>

フランス観光開発機構と討議

JATA役員会、パリ市とルーアン市も視察…………… 7

「韓国復活研修旅行」を実施…………… 7

志村理事長が在京アフリカ外交団月例会議で講演…………… 8

国内・訪日旅行推進部 各国旅行市場報告

中国編 訪日旅行者ついに500万人を突破…………… 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] エピナ電化工業株式会社(東京都大田区)

今や“リケジョ”が活躍する企業…………… 10

支部活動…………… 8

要人往来…………… 11

●読み物&マーケティング

・添乗員のための旅行医学 VOL.86海外旅行における結核症のリスクは?…………… 12

・ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ④ 今回のテーマ:航空会社が運航停止!…………… 13

・法務の窓口 第48回 オーガナイザーによる旅行の募集と実施…………… 14

●素材研究

(国内)大分県(国東半島)神仏習合文化「六郷満山」を観光の柱に…………… 16

(海外特別編)日中45周年プロジェクト 大連・南京…………… 17～18

●事務局だより(11月の出国者数は10.6%増148万1000人に)…………… 15

表紙写真

新しい年を迎えて、田村観光庁長官、松山JNTO理事長、山口日観振会長、田川JATA会長の業界トップ4氏がツーリズム産業における課題や展望について語り合い、2020年とその先も見据えた「観光先進国」への道筋を探りました。

「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/>

営業

の仕事も、

経理

の仕事も、

旅行業基幹業務支援システム

symphony Atwo

シンフォニー アトウー

に、お任せ下さい!

予約～顧客～経理業務まで、
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 赤坂ミュージカルビル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

～モデレーターが語る分科会のポイント～

JATAは2月28日、東京・六本木の六本木アカデミーヒルズで「構造変化に強い旅行業経営に向けて」をテーマに「JATA経営フォーラム2017」を開

分科会A 「旅行業経営力を強くする企画提案力を考える」
モデレーター 西山徹氏（日本橋トラベラーズクラブ代表取締役社長）

新しい旅の提案・訴求こそ果たすべき役割

インターネットの普及やIT技術の進化といった時代の変化は、航空会社やホテルなどサブライヤーによる直販の進展やオンライン・トラベルエージェント（OTA）の台頭など、旅行業界を取り巻く環境に大きな変化をもたらしてきています。これまで旅行会社にとって主な収益源となっていたコミッションビジネスも様変わりや余儀なくされてきており、旅行会社には、新しい旅を創り出してマーケットに提案訴求するといふ本来の役割をさらに強めていくことが求められる時代となりました。

世の中が大きく動いている中で、旅行マ

催します。同フォーラムで実施される3つの分科会について、モデレーターを務める3氏にそれぞれのポイントなどを語っていただきます。

「分科会A」

ネットの変化も加速していますから、AIやロボット技術が進歩していくと、旅行会社での様々な業務においても人間が行う必要がなくなるかもしれません。それでも、募集団企画旅行だけは人間が行う業務として残っていく最も分かりやすい分野だろうと考えています。

分科会（A）では、募集団企画旅行の分野において他の追随を許さないエキスパートとして活躍されている皆さんに登壇していただき、それぞれ異なるビジネスモデルで業務を行っている中から、JATA A会員各社の今後の事業展開にヒントとなるようなお話を聞かせたいなこうと思っています。



西山徹氏・日本橋トラベラーズクラブ代表取締役社長

国際旅行市場におけるソースマーケットとして、日本はかつてのようにアジア地域で最大規模の旅行者送り出し国ではなくなりましたが、ツアーやツアーリストのクオリティでは各ステイネーションから高い評価を受けるようになりました。その日本のステータスをさらに高めるハイクオリティのツアーで海外旅行市場を牽引していくことが、今後旅行会社の役割として求められるはずで

す。

変革期を迎え、多くの旅行会社が舵取りに苦労している時代ですが、魅力ある旅行商品を創り上げて提案する旅行会社の

分科会B 「旅行業と航空会社（LCC）を再検証する」
モデレーター 石原義郎氏（航空新聞社ウイングトラベル編集長）

LCCの積極的な活用で商品開発を

分科会（B）では、今後さらに伸びていくであろうLCCを、旅行会社がどう活用して旅行商品化を進めていけばいいのか、その方法論をパネリストの皆さんにお話していただくと思っています。

その前段として、国土交通省航空局の航空事業課長に、羽田・成田の空港問題や座席供給におけるLCCのシェア拡大など、日本の航空政策について講演していただきます。LCCの座席が増えることについて、旅行業界はどう考えればいいのか。日本の海外旅行市場で取り扱い規模の大きい旅行業界について、航空行政や航空業界はど

原点に立ち返り、将来的に市場規模がリンクしていく中でも、変わらないものや変えてはならないものを見つめ直す契機にしたいだけだと思います。

う考えているのか。インバンドとアウトバンドの双方に関係する航空政策について、旅行業界はもと理解を深める必要があると考えています。

海外旅行者数が増えても、必ずしも旅行会社の取り扱いは連動していないのが今の状況です。航空会社の直販やOTAに需要が流れていっているわけですから、旅行会社が海外旅行ビジネスで生きていくためには、LCCを活用して商品化を進めなければならぬということについて、議論を深めたいと思っています。

日本マーケットでは、旅行会社の取り扱い規模が外国マーケットよりも大きいことを踏まえて、LCC側にも日本ではグローバルビジネスとは違う付き合い方をしていこうという考え方もありますから、その辺りにについてもお話をさせていただくつもりです。

旅行会社側には、レガシーキャリアからの座席供給を前提にこれからの商品開発を考えた意図がかなり残っているように思われますが、実際には、座席買取のリスクを背負うことも含めて、LCCの活用を



石原義郎氏・航空新聞社 ウイングトラベル編集長

本気で考えなければいけない時代に入っています。

日本の航空戦略の中でLCCがどのような位置づけられていて、旅行会社が海外旅行商品をつくることについて航空会社はど

分科会C モデレーター 福井善朗氏 (山陰DMO「山陰インバウンド機構」代表理事)

旅行会社の機能を活用して果たす役割

分科会(C)では、観光地域づくりでパートナーの違うビジネスを展開しているお三方に登壇していただき、それぞれの立場から新たな業態へのチャレンジや思いを語っていただきます。

DMO的な展開ということでは、まだまだ、様々な課題が山積している状況ですけれども、JATA会員の旅行会社にとっては非常に新しい取り組みでしょうから、分科会に参加していただく皆さんに、参考となるようなお話を引き出すことができたいと思います。

う考えているのか。旅行会社はLCCとどのように付き合っていけばいいのか。そうした課題への認識を明確に持っていただけのような議論ができればと考えています。

旅行会社の場合、これまでは基本的に消費者あるいはマーケットの視点から、消費者にできるだけ近いところで発地目線でのビジネスを展開してきましたが、観光が非常に多様化してきている今は、着地目線が強く求められています。消費者を発地からどう送り出すかではなく、消費者をどう地域側と呼び込むかということが課題となるわけです。

旅行会社には全く異なるアプローチが必要になってきますが、実は、地域にある支店にとってはチャンスも生まれることになりま

す。旅行会社は以前から旅館や観光事業者など地域側とは深い結びつきを持っていますから、そうしたアドバンテージをもっと積極的に活用して、着地目線でどういうビジネスが可能になるかを考えるべきだと思います。

登壇していただくお三方には、地域目線ですというビジネスをやっていくべきかということについて、これまでの事業展開をベースにお話をさせていただきますので、

JATA会員の旅行会社各社の状況に置き換えた場合、どう考えるべきかというヒントを持ち帰っていただくこともできるはず

「JATA経営フォーラム2017」 分科会/セミナー概要

(A) 旅行業経営力を強くする企画提案力を考える！

◎モデレーター

西山徹氏 (株式会社日本橋トラベラーズクラブ 代表取締役社長)

◎パネリスト

江澤伸二氏 (株式会社はとバス 観光バス事業本部企画旅行部部長)

鹿野真澄氏 (株式会社朝日旅行 海外企画販売部 企画販売チームシニアディレクター)

前澤 弘基氏 (株式会社旅工房 執行役員)

(B) 旅行業と航空会社 (LCC) を再検証する

◎講演

大沼俊之氏 (国土交通省航空局航空ネットワーク部 航空事業課長)

◎モデレーター

石原義郎氏 (株式会社航空新聞社 ウイングトラベル編集長)

◎パネリスト

大沼勝也氏 (パミラ・エア株式会社 代表取締役社長)

坪川 成樹氏 (スクート日本・韓国支社長) 王焯氏 (春秋グループ日本代表)

(C) DMOの観光地域づくりに旅行会社の役割とそのビジネスは (仮)

◎モデレーター

福井善朗氏 (山陰DMO「山陰インバウン

ですが、旅行会社が長年にわたって培ってきたスキルやノウハウ、人材とそのキャリアといった機能をもっとうまく活用することで、期待されている役割を果たせると考えますから、分科会での議論を通じて、今後の展望を見出していただければと考えています。

ド機構」代表理事)

◎パネリスト

青山敦士氏 (株式会社島ファクトリー 代表取締役)

菅原礼司氏 (株式会社観光販売システムズ 観光マーケティング事業部 行政・観光企画課課長)

高橋 敦司氏 (東日本旅客鉄道株式会社 鉄道事業本部 営業部 担当部長)

(D) 経営者のリスクマネジメント「危機管理広報を考える！」 (仮)

◎ネガティブ案件における広報対応をグループ討議

◎講師

三隅説夫氏 (NPO法人広報駆け込み寺 代表)

関内 靖氏 (株式会社サン・クリエティブ・パブリシティ 取締役 コミュニケーション局長 兼危機管理広報担当)

観光産業へ注目が集まる中、その中核を担う旅行会社への関心、社会的責任は高まるばかりである。

従業員による業務外の犯罪、労務問題から旅行中の事故、情報漏えい事故対応など、事件・事故が発生すれば、経営者・幹部はリスク対応をしなければならず、日頃のリスクマネジメント体制・姿勢が試される。参加人数を30名に限定し、グループ討議を通じて危機管理広報を考える参加型セミナー。

(1) 講義「危機発生時の広報対応の基本と広報対応ミスによる二次災害を防ぐ」

(2) グループ討議

(3) 講師によるまとめ

※パネリスト氏名50音順



福井善朗氏・山陰DMO「山陰インバウンド機構」代表理事

フランス観光開発機構と討議

JATA役員会、パリ市とルーアン市も視察

JATA役員会は12月3日から8日までフランスを訪れ、パリ市とルーアン市を視察したほか、フランス観光開発機構との討議などを行いました。

7日にパリ市内のホテルで開催された同機構とのミーティングには、日本側からJATA役員と観光庁の瓦林康人審議官、日本航空と全日空のパリ支店長、JNTOパリ事務所長、在パリのツアオペレーターなどが出席。フランス側からは同機構のクリスチャン・マンティ総裁やフレデリック・マゼンタ在日代表をはじめ、パリ観光局、エールフランス、パリ空港公団などの関係者が参加しています。

ミーティングでは、フランス側からフランス観光開発機構との信頼関係に基づくJATAによる1年間の取り組みへの謝意



JATA 役員会とフランス観光開発機構によるミーティング

が表明されるとともに、訪仏外国人旅行者全体ではほぼ半年並みに回復する一方、日本人旅行者の回復が遅れていることなどが説明されました。

パリ市観光局によると、今年1月から9月までの日本人旅行者数は前年同期比46%減にとどまっているものの、同観光局としては、日本が非常に重要な市場であることから、需要回復に向けた努力を継続して

「韓国復活研修旅行」を実施 交流人口1000万人の早期達成を目指す

JATAは12月13日から15日までの3日間にわたって、韓国観光公社(KTO)と大韓航空の協力により「韓国復活研修旅行」を実施し、「釜山、蔚山、慶州コース」「平昌冬季オリンピックコース」「百済歴史コース」の3コース

に約150人が参加しました。

13日には、9月に発生した地震による風評被害の影響を受けている慶



「日韓観光交流の夕べ」で壇上に揃った日韓両国の関係者

おり、今年3月に開催されるランデブーフランスで日本からのバイヤー向けにルーアンでのワークショップも計画しています。

日本側からは、越智良典JATA事務局長がフランスへの旅行需要回復に向けたJATAの取り組みを説明し、第4四半期には前年対比で80%まで戻っていることを指摘。10月以降は、シア向けパッケージが好調に推移しており、2017年には教育マーケットも回復が期待されるという見通しを示しました。

また、田川博己JATA会長が日本市

場向けのアプローチとして「ネットでの情報収集は簡単だが、物語が作れるような情報が必要」と強調。「今こそ、新しい海外旅行をつくるチャンスであり、フランスは観光素材の宝庫であることから、商品造成担当の現場社員とコミュニケーションを重ねて欲しい」と要請しています。

これに対して、パリ市観光局のピエール・シヤピラ総裁は、「日本人の旅行スタイルが変化してきており、建築やライフスタイル、コスモポリタン、職人の街などをテーマにした素材を提供したい」と応じました。

を年間2000万人にするには、韓国への旅行者数も230万人から300万人、400万人へと増やしていかなければならない」と指摘し、「来年は『韓国旅行復活の年』にしたい」と決意を示しています。

一方、韓国文化体育観光部の趙長官は、2018年に韓国・平昌で冬季五輪、2020年には東京でオリンピックパリリンピックが開催されることに言及し、「両国のプレゼンスを高める良い機会であり、両国が協力して共同プロモーションを展開し、それぞれの観光発展に資する取り組みを進めるべきだ」と訴えました。



「日韓観光交流の夕べ」で挨拶する田川JATA会長

志村理事長が旅行市場の現状を説明 在京アフリカ外交団月例会議で講演

JATAの志村格理事長は12月1日、東京・代沢のアンゴラ大使館で開かれた在京アフリカ外交団(ADC)の月例会議で、日本からアフリカへの旅行マーケットの現状についてプレゼンテーションを行いました。

ADCは、アフリカ54カ国中、日本に大使館を置いている34カ国の大使館関係者で構成されており、1カ月に1回の頻度で会議を開き、5つの委員会の報告や外部関係者による講演などを含むプログラムが実施されています。

志村理事長はプレゼンテーションで、日本人旅行者の特徴や日本での各国によるPR活動の成功事例などについて説明し、出席した大使館関係者に対してそれぞれの国を訪れる日本人旅行者数の増加に向けた取り組みを強化するよう要請しました。

会議に参加したADCのメンバー各国関係者も積極的に発言し、若年層の旅行者者層にいかにかアフリカのデスクティネーションへ呼び込むかといった課題や外務省による危険情報への対応方針などについて質問がありました。

また、ルワンダのウェネティア・アセブタンディ



アンゴラ大使館で開かれたADCの月例会議

大使は、「ADCメンバーを中心にアフリカ全体が共同でデスクティネーションのPRを展開し、ツーリズムEXPOジャパンにも参加して旅行業界や一般旅行者にアピールしていく」という前向きな提案を行っています。

アフリカからはエジプトやチュニジア、ボツワナなどがツーリズムEXPOジャパンへの常連出展国となっているほか、南部アフリカ地域観光機構(RETOSA)がアフリカ南部地域の15カ国による共同出展を行うなど、様々な形で出展の工夫が凝らされている一方で、業界にとつて未開発の国々も多く、今後ADCの参加が大いに期待されます。

2015年前後に感染が拡大したエボラ出血熱や一部地域でのイスラム国(ISIS)による活動の影響などから、旅行需要の減少を余儀なくされたアフリカ地域も、2016年から復活の兆しをみせており、今後、ADCと旅行業界との連携による様々な取り組みが進むことも期待されると思います。

北海道支部

1月6日 観光業界新年交礼会。

東北支部

12月13日 幹事会・定例会。

関東支部

12月2日 インバウンド委員会。

12月6日 LADY JATA委員会。
12月8日 海外旅行委員会。

中部支部

12月15日~17日 国内販促研修「石垣島クラブメッドカピラ&八重山諸島」。
1月6日 福井地区委員会「新年賀詞交歓会」。

関西支部

1月5日 幹事会。
1月5日 年賀会。

中四国支部

12月5日 第2回海外旅行復活特別プロジェクト会議。
12月6日 第2回役員会。
12月13日~15日 JATA韓国研修「4人」。

12月15日 初心者向け苦情対応セミナー「岡山」[17人]。
12月15日 弁護士による苦情対応セミナー「岡山」[30人]。

12月21日 鳥取県地震支援セミナー「現地視察会(鳥取)」。

九州支部

1月6日 賀詞交換会。

沖縄支部

12月6日 ダムツーリズム体験会。
12月15日 幹事会、支部意見交換会。
12月16日 保険セミナー。

JTBパブリッシング ★

るるぶの旅行通販サイト

国内&海外の
素敵なお土産を
揃えました!!

ここが楽しい①
日本中の
名産品が買える!

思い出のあの場所の特産品が取り寄せOK!

るるぶショッピング

お買い物はこちら <http://shop.rurubu.com/>

ここが楽しい②
海外の人気
アイテムが買える!

旅行前にお土産を手配すれば観光の時間が増やせます

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

ここが楽しい③
スマートフォンでも
ショッピング!

お店で並ばなくても旅先でさっとスマホでお買い物!

中国編

訪日旅行者ついに500万人を突破

訪日外国人旅行者数は、昨年10月末時点で2000万人を突破しましたが、その4分の1以上を占める551万2700人もの訪日旅行者を数える中国市場は、文字通り、インバウンドを牽引する最重要マーケットです。同時に、今後の訪日旅行におけるクオリティ面においても力ギを握るとみられる中国市場では、日中双方の関係者による「質の向上」に向けた取り組みも進められています。

インバウンドの最重要市場に

中国の人口は13億6782万人、国民一人当たりのGDPは7589米ドル(何れも2014年)で、日本政府観光局(JNTO)によると、2015年における訪日中国人旅行者は499万3800人を数えています。

これまでの最高だった2014年における240万9200人に比べて107.3%増と倍以上の伸びを記録し、300万人台をスキップし初めて400万人台に達すると同時に、一気に500万人に迫る数字となりました。

JNTOでは、比較的安定していた日中関係や消費税免税制度の拡充、円安、中国経済の成長に伴う海外旅行者数の増加が、中国国内における訪日需要を一気に拡大することになったと分析。航空路線での新規就航や既存路線の増便が相次いだほか、クルーズ船寄港も大幅に増加するなど、日中間の輸送力の拡充も旺盛な需要をしっかりと支える形となっています。

特に、北京・上海・広州の三大市場だけにとどまらず、瀋陽や青島、南京、成都などの地方都市でも、JNTOが重点デステイネーションに設定した九州への誘客促

進策をはじめ、市場特性に合わせた訪日旅行促進事業を数多く実施したことを通じて、中国市場における訪日需要の底上げが実現されました。

さらに、2015年10月からは、JNTOのホームページや中国国内のSNSに4コマ漫画を連載して、中国人旅行者に日本文化やマナーへの理解を深めてもらう取り組みも進められています。

「質の向上」を友好の施策に

訪日観光旅行を取り扱う日本側指定旅行会社で構成される中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会(中連協)は2016年11月、訪日観光旅行における旅行商品の「質の向上」を中国国家観光局と中国各地の旅行会社にPRすると同時に、上海で開催された中国国際旅游交易会(CITM)を視察するため、中連協役員訪中団を中国に派遣しました。

11月7日に中国国家観光局で行われた訪中団の面談では、中連協の吉村久夫会長が日本側における旅行会社と旅行商品の「質の向上」に向けた取り組みを説明。中国からの訪日旅行者の増大

に伴い、中国と日本の両国において共同で「質の向上」への取り組みを継続的に実施していきたい意向を伝えています。

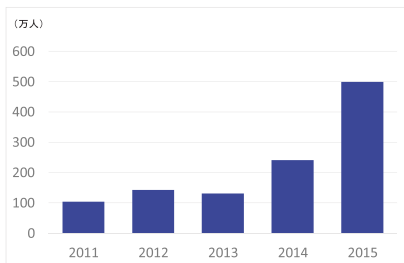
中国国家観光局側からは、「質の向上」に向けた取り組みが有意義なものであり、その方向性を支持する考えが表明されました。また、いわゆる赤字ツアーや悪質な業者に対しては、管理を強化する方針が示されるとともに、風俗や習慣、文化の違いに起因するマナーなどの課題については、「文明旅遊」をキーワードに日中双方の理解が深められるよう引き続き努力する意向も明らかにされています。

一方、中国国内における「質の向上」を



中連協役員訪中団と中国国家観光局との面談

過去5年間の訪日旅行客推移(総数)



出典: 日本政府観光局(JNTO)

中国 訪日外客数(総数)

年	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	99,131	105,362	62,450	76,164	58,608	61,419	86,963	102,640	112,493	106,174	92,154	79,688	1,043,246
2012	136,665	81,966	129,302	148,793	112,152	125,983	204,270	190,254	121,673	69,713	51,993	52,336	1,425,100
2013	72,301	80,903	102,265	100,160	81,571	98,996	139,905	162,288	156,201	121,335	101,940	96,572	1,314,437
2014	155,605	138,236	184,064	190,558	165,784	173,046	281,309	253,802	246,105	223,214	207,462	189,973	2,409,158
2015	226,214	359,060	338,121	405,731	387,170	462,248	576,868	591,510	491,201	445,562	362,950	347,034	4,993,689

出典: 日本政府観光局(JNTO)

図る取り組みの実例として、観光スポットのみならず、都市全体あるいは河川流域といった広い範囲で「安全安心」を目指したインフラ整備が実施されていることも紹介されました。

さらに、中国国家観光局側から、2017年が「中日友好45周年」に当たる年であることも踏まえ、「質の向上」についても共通の課題として認識していることから、中日友好の施策として尽力する考えも強調されています。

これに対して、吉村会長は「将来にわたって双方交流の拡大に努める」意向を伝え、中国側による継続的な支援を改めて要請しました。

JNTOが品質向上へ支援事業

JNTOは、ビジットジャパン事業訪日観光プロモーション方針で中国からの訪日ツアーの質向上を掲げ、JATAとも連携してツアーオペレーター品質認証制度紹介の冊子制作などを行っています。

同制度の冊子については、既存の英語版をもとに簡体字版1万部を作成し、中国全土において、123の現地旅行会社及びJNTO各事務所へ6000部、また日本国内の認証会社などへ4000部を配布し、プロモーションを展開。

ウェブサイト掲載では現地旅行会社が参照しやすいデザイン機能で認証会社紹介コンテンツを簡体字にて制作し、JNTOサイト簡体字版及びJATAのホームページにコンテンツを公開しています。

さらに、2016年11月7日、8日、10日に北京・広州・上海で品質認証向上制度の認知度を向上するためのセミナー・商談会を実施しました。

— 動き出したダイバーシティの取組み —

「取材協力」エビナ電化工業株式会社(東京都大田区) 今や「リケジョ」が活躍する企業

終戦後間もない1946年に、焦土の中で創業されたエビナ電化工業は、各種素材の電気めっきや無電解めっき加工の分野で、先進的な独自技術により高い評価を受けてきている少数精鋭企業です。

1960年代から1970年代にかけての高度成長期には、国内大手メーカーにめっき加工した部品を納入する事業が中心となっていました。国内メーカーによる海外への生産拠点の移転が本格化し始めた1990年代からは、自社の生き残りをかけて技術志向を加速する展開となりました。

同社の海老名功祐取締役総務部長は、「『めっきは3Kの職場』というイ



女性比率が高い研究開発部門の現場



海老名功祐取締役総務部長

メージを払拭して、研究開発型企業への脱皮を図るため、2000年頃からCI(コーポレート・アイデンティティ)活動を本格的に開始する一方、伝統的な技術開発を可能にする優秀な研究人材を集めるため、工場やトイレなどの建屋も近代的な施設に大幅改装して働きやすい環境の整備に取り組みました」と振り返っています。

2009年には、先代の急逝により現社長が3代目として就任し、それまでのカリスマ的な統率力を発揮する経営スタイルから、社員一人ひとりが主体的、自律的に行動できる経営スタイルに転換。現社長は分権化を推進し、経営方針から業務の進め方、評価まで制度化して、透明性を担保する仕組みを導入しました。

多様な人材を活用し、付加価値の高い技術サービスを提供していくため、従来の働き方を刷新しようと働き方改

革も推進していますが、そのきっかけとなったのは、「2000年代に入ってから採用を進めてきた優秀な女性社員らが一斉に産休に入るというライフイベントに対応するための取り組みだった」(海老名部長)といえます。

技術者対象に在宅勤務も検討中

同社では、「開発部」で17人中10人が女性で占められるなど、特に、研究開発の分野で女性社員の比率が高く、経験を積んだ女性社員に育児期間を経て復帰してもらうために必要な制度の導入を、当事者にも聞き取りをしながら、働き方改革のための整備とともに進めてきました。その中で新たに採り入れられたのが、短時間正社員制度で、子どもが小学校に入学するまでの期間、週5日4時間勤務を行うことが可能となっています。さらに、2014年からは保育料補助や早期復帰時金制度、再雇用制度も新設し、職場復帰を果たしてもらったための支援策が講じられるようになりました。

海老名部長によると、現在、技術者を対象とした在宅勤務の可能性についても検討中で、「より創造的な仕事ができるように、限られた時間でメリハリのある働き方に改める」取り組みが進められています。

「時間を気にせずに受注した仕事をひたすらこなす昭和の時代の働き方では淘汰されてしまいます。頭を



「リケジョ」の活躍で企業ブランドも向上

使った付加価値の高いモノを作り、差別化できる製品やサービスを生み出し続けるためには、会社以外の生活を充実させ、インプットを増やす必要があると考えています」(海老名部長)

働き方改革や仕事と育児の両立支援策の拡充などを通じて、社員のモチベーションも向上してきており、現在では、就業時間中に業務を終わらせる段取りが浸透し、一部の部署を除いてほぼ定時で退社するという「ワーク・ライフ・バランス」も実現されるようになりました。

こうした成果によって、大学・大学院卒の優秀な人材が集まると同時に、「リケジョ(理系女子)」の活躍する企業としてメディアにも取り上げられるようになり、企業ブランドの向上にもつながっています。

要人往来

2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、本格的な準備が動き出す2017年が明けました。訪日外国人旅行者数の目標値として新たに4000万人という数字も打ち出され、日本人海外旅行者数の増加も伴う双方向交流の拡大も大きなテーマとなり、各国が日本市場に向ける視線も熱を帯びてきています。



李景平
中国大連市旅遊局長
(11月9日・志村理事長を訪問)



リタD.マクレニー
米国・バージニア州観光局代表取締役兼CEO
(11月14日・田川会長を訪問)



コリン・フォックス
英国湖水地方ジャパン・フォーラム会長
(10月6日・志村理事長を訪問)



レオン・マラゾーグ
駐日コソボ大使
(8月16日・志村理事長を訪問)



ゲルト・ブルジョワ／ベルギー・フランダース政府首相(右)&ペーター・デ・ウィルデ／フランダース政府観光局CEO兼ヨーロッパ観光委員会会長
(10月13日・田川会長らを訪問)



シン・サンヨン
韓国観光公社東京支社長
(11月24日・田川会長を訪問)



ムフタル・ババイエフ
アゼルバイジャンー日本友好議員連盟会長
(10月18日・志村理事長を訪問)



王煒
中国・春秋グループ日本代表
11月25日・志村理事長を訪問)

タヒル・バリー
ブルキナファソ文化芸術観光大臣
(10月19日・JATA本部を訪問)



アン・バリントン
駐日アイルランド大使
(12月1日・志村理事長を訪問)



アンコ・ヴァン・デル・ヴェルフ
メキシコ航空チーフ・レベニュー・オフィサー
(10月20日・JATA本部を訪問)



マルコム・スミス／米国・IPWジェネラル・マネージャー(左)&エリオット・ファーガソン／デスティネーションD.C.プレジデント&CEO
(12月2日・田川会長を訪問)



ワンダ・コラゾン・トゥルフォ・テオ
フィリピン観光大臣
(10月26日・田川会長を訪問)





海外旅行における結核症のリスクは？

半年ほど前に千葉県で集団感染した結核のニュースを聞いて、結核は、過去の病気ではないのかと疑問に思った人もいるでしょう。現実には、今でも日本で1日に50人の患者が発生し、5人が死亡している感染症です。海外へ行くときは新たなリスクは発生するのでしょうか？結核予防会結核研究所対策支援部長の太田正樹医学博士に話を伺いました。

●結核はどんな病気？

結核は結核菌という細菌によって起る感染症です。多くの場合、肺結核の患者が咳をした時に発生する結核菌を含む飛沫核を吸い込むことにより感染します。しかし全員が発病するわけではありません。感染者の5～15%が結核症を発病すると考えられています。

●日本における実態

昨今、日本の結核患者数は減少し、2015年に診断された結核患者数は1万8280人、人口10万人当たり14.4人と、欧米先進国とかなり近い程度まで制御されつつあります。このため、日本では新たに結核に感染するリスクは高くありません。しかし患者数から見ると、日本で最大の感染症です。70～80歳以上の高齢者や結核高蔓延国出身の外国人、東京、大阪、名古屋の一部の都市部ではまだ結核患者が多く診断されています。

ちなみに、80歳以上の高齢者に感染

者の割合が高いのは、第二次大戦中及び戦後の日本では結核患者が多かったこと、また徴兵や疎開、復員などで、大規模な人口移動が起こったために、感染が拡大したと考えられています。

●海外旅行と結核

世界では、人口の3分の1が感染し、死亡原因となる感染症の第1位です。しかし、短期の海外旅行による結核感染リスクは、さほど高いとは考えられません。渡航地域、期間、あるいは現地の人たちとの接触の度合いにもよるので、一概には言えませんが、基本、観光地などを訪問する1週間～1ヵ月程度の海外旅行であれば、旅行中に食事を取らなくて低栄養にならないことがない限り（ありそうもないですが）、発病のリスクが高くなるとは考えられません。

●予防するためには

他の感染症のように予防接種や予防薬を準備する必要はありません。また感染そのものを防ぐこと自体、極めて難しいです。しかし注意しなければいけないのは、結核高蔓延国への海外赴任などで長期（半年以上）に滞在し、現地の人々と生活する（同居、職場で毎日顔を会わせるなど）と、それなりにリスクは高くなります。このため、帰国後に胸部X線検査など、健康診断をお勧めします。小中学生で半年以上結核高蔓延国に滞在した場合、学校安全保健法により帰国後に精密検査を受けることが定められて

います。

●添乗員の肺結核発病も

昨今、添乗員が肺結核を発病し、その添乗員が同行したツアー客の健康診断を行った事例も複数報告されています。海外に出る機会が多い職業なので、1年に2回は、定期健康診断を受けることをお勧めします。

肺結核を発病した添乗員と旅を供にしたツアー客が健康診断を受けるのは、感染した危険性が高いと判断されるためです。感染と判断された場合、予防薬を6～9ヵ月服用することで、発病のリスクをかなり低減することができます。

結核症のほとんどは肺結核として発病します。肺結核を発病すると、概ね2～3週間以上継続して咳をするようになります。また痰に血が混じる場合もあります。このような時は必ず受診して症状を説明しましょう。

●結核高蔓延国

日本は、結核中蔓延国とされている国ですが、高蔓延国の定義は、患者数の多い上から20カ国と、患者割合が高い10カ国の計30カ国を選んでいきます。アジアとアフリカの国々が多く、日本人旅行者が多い国としては、中国、フィリピン、インドネシア、ベトナム、ネパールなどでしょう。詳しくは以下を参照してください。

<http://www.stoptb.org/countries/tbdata.asp>

挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動



苦情事例に学ぶ④

監修 弁護士 三浦雅生

今回のテーマ…
航空会社が運航停止！

あけましておめで
とうございます。今
年一年が旅行業界に
とって明るい年にな
ることをお祈り申し
上げます。



さて昨年11月、日本に乗り入れていた外国の航空会社が経営難のため急遽運航を停止し、消費者相談室にはこの件での相談・苦情が数多く寄せられました。今回はその一部を紹介いたします。

申し出内容はこうです

- ①募集型企画旅行契約を締結している出発前のお客様から
- (1) 旅行会社から航空会社を変更するので旅行代金を変更(値上げ) するとの連絡があった
 - (2) 旅行会社から旅行を中止するとの連絡があった
- ②募集型企画旅行参加中に運航停止が発表になったお客様から
- (1) 旅行会社が手配した復路代替便で帰国したが、現地で高額な航空券代を支払った
 - (2) 旅行会社が復路代替便を手配してくれない

解決に向けての指針

旅行会社は①の申し出に対しては旅行業約款・募

集型企画旅行契約の部第13条「契約の変更」、同第14条「旅行代金の額の変更」、同17条「当社の解除権等」「旅行開始前の解除」に則って対応することになり、②の申し出に対しては同第23条に定められた「旅程管理」責任を負うこととなります。

まず①について考察してみましよう。航空会社の運航停止は「運送機関の旅行サービス提供の中止」であり「当社の関与し得ない事由」に該当しますので、契約内容を変更することができます(同第13条)。そして「当該契約内容の変更の際にその範囲内において旅行代金の額を変更すること」ができます(同第14条5号)。

では運航停止になった航空会社を利用する予定だったすべての旅行契約で旅行代金を変更できるかというと、そうではありません。旅行代金を変更できるのは「イ. 当該航空会社指定のコース」、「ロ. 航空会社を複数列記したコースで、当該航空会社を利用する旨を記載した確定書面(いわゆる最終日程表)をお客様に交付している場合」に限ります。「ハ. 航空会社を複数列記したコースで、確定書面をお客様に交付していない場合」は旅行代金の変更はできず、他の航空会社を手配しなければなりません。なぜなら「ハ」の場合、同9条2項に「当社が募集型企画旅行契約により手配し旅程を管理する義務を負う旅行サービスの範囲は、前項の契約書面(注:通常はパンフレットやウェブサイト上の募集広告)に記載するところによります」とあることから、旅行会社は複数列記された航空会社の中からいずれかを手配する義務があるからです。

なお「イ」、「ロ」では旅行代金の変更(値上げ)は可能ですが、同第16条2項2号「第14条第1項の規定に基づいて旅行代金が増額されたとき」に当たるため、お客様は取消料を支払うことなく契約を解除

(キャンセル) できます。

次に代替便が確保できない等の理由で旅行会社から契約を解除(旅行を中止) する場合はどうでしょうか。まず「イ」、「ロ」は同第17条1項7号の「運送機関の旅行サービス提供の中止」という「当社の関与し得ない事由」ですので旅行を中止できます。もちろんその場合、お客様に取消料を請求することはできません。

ところが「ハ」の場合には前述の通り複数列記された航空会社の中からいずれかを手配する義務があり、旅行代金を変更できないのと同様に旅行を中止することもできません。もし代替便の手配ができず旅行を実施できない場合、債務不履行責任を問われる可能性もあります。

②についてはどうでしょうか。このような場合、旅行会社は「契約内容を変更せざるを得ないときは、代替サービスの手配を行う」ことが定められています(同第23条2項)。これを「旅程管理責任」と呼びます。旅程管理は「契約内容の変更を最小限にとどめるよう努力すること」とされています(同) から、追加費用は出来る限り抑えなければなりません。どうしても高額な運賃でしか代替便を手配できないときは、トラブル防止のために現地でお客様に丁寧な説明をしておくことが必要でしょう。

なお旅程管理責任は努力義務とされています。したがって代替便を手配できなくても直ちに責任を問われるものではありませんが、約款の主旨に照らして最大限の努力をすることが求められます。(安東)

第48回 オーガナイザーによる 旅行の募集と実施

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

「オーガナイザー（旅行業登録のない一般の企業や団体など）が参加者を募集し、その手配を頼まれているが引受けて問題はないか？」という質問が多く寄せられます。今回はオーガナイザーによる旅行者の募集とその旅行の取扱いについてお話しします。

オーガナイザーは募集できない？

そもそも旅行者の募集とは何を指すのでしょうか？旅行業法施行要領（以下「通達」といいます）では「旅行契約の申込みを旅行者に対して誘引すること」（通達第1.2.3）(1)として、オーガナイザーによる募集行為を原則として禁止しています。なぜなら、その募集がオーガナイザーによるものか旅行者によるものかが類似しているため旅行者に混乱を与える恐れが大きいためです（同(3)イ）。

こんな場合なら募集OK

では、どんな場合でもオーガナイザーによる募集はできないのでしょうか？通達では、「相互に日常的な接触のある団体」内で募集され、オーガナイザーがその団体の一員であれば、その募集は企画旅行の直接的な募集とはな

らず、旅行者はその団体からの依頼に対し受注型企画旅行又は手配旅行として引受けることができる、としています。

「相互に日常的な接触のある団体」の具体例として通達では①同一の職場内で幹事が募集する場合②学校等が生徒に対して募集する場合の二つを例示しています。いずれもメンバー同士がよく知った仲で構成され、団体内部で十分に自治が効き統制が図れる性格を備えているため、その団体内での募集は旅行者による募集に類似していないことが明らかなので、オーガナイザーが直接旅行に誘っても構わない、という常識的な考え方を規定に反映させているわけです（同(3)ロ）。

ついに注意

そうすると、メンバーを限定した団体内の募集であればファンクラブ、カード会員、メーカーやパートナーの友の会、ウェブで仲間を集めるサークルなども「相互に日常的な接触のある団体」に該当する、と誤解する方を時々見受けられます。しかし、このような団体は広く社会の不特定の範囲からメンバーを募り、入退会も自由な「不特定多数の集合体」であり、「相互に日常的な接触のある団体」とは言えません。

旅行者は依頼を受ける団体が「相互に日常的な接触のある団体」にあたるのかどうかを判断し、もし不特定多数の団体であれば旅行者の募集型企画旅行として直接に旅行者から旅行代金を收受して旅行契約を締結しなければなりません。

不特定多数の団体に関するオーガナイザーと参加者間の旅行契約の締結、また旅行者が旅行契約を締結

する場合であってもオーガナイザーによる申込み受付や旅行代金の收受はいずれも、オーガナイザーの無登録営業となり、旅行者はその補助の罪に問われます。

最後に

オーガナイザーによる募集の可否判断は団体の性質を見極めることに尽きます。旅行者の募集をオーガナイザーに任せたいが故に、或いは募集型企画旅行の実施が認められない旅行業者が受注型企画旅行や手配旅行で引受けたいが故に、「相互に日常的な接触のある団体」の範囲を拡大解釈することのないよう慎重に判断し、オーガナイザーに案内するように努めてください。

【補足】オーガナイザーが旅行代金を全額負担するときは…

前記では、参加者が旅行代金の全部、または一部を負担する場合の考え方について述べました。ところが招待旅行などのように旅行代金の全額をオーガナイザーが負担する場合は、オーガナイザーには参加者から一切お金が入らない、つまり「報酬」の発生がないので、オーガナイザーの募集行為はそもそも旅行業に該当しません（旅行業法第2条第1項）。この場合旅行業者は、オーガナイザーを契約責任者として受注型企画旅行契約か手配旅行契約を締結することが実務には広く行われ、オーガナイザーは自由にその参加者を募集することが可能です。

尚、ここでの「報酬」とは利益という意味ではなく、たとえ実費の徴収だけでオーガナイザーの手に利益が一切残らない場合でも、参加者から收受した金銭は全て「且オーガナイザーの収入に計上されるので、「報酬を得ている」となる点に留意してください。（内山）

事務局 便り

明けましておめでとうございます。

新年号の巻頭を飾る「新春座談会 トップ4氏が語る2017年」で語られているように、今年は「観光立国」から「観光先進国」へと官民一体で取り組み、2020年に向けて覚悟を持って進む年です。国家プロジェクトとしての「観光先進国」

の実現を目指すトップ4氏の思いを感じていただけたのではないのでしょうか。

本年が会員の皆様にとって有意義な年となるよう、事務局一同全力を傾注していきたいと気持ちを新たにしています。今年も、よろしくお祈り申し上げます。

11月の出入国者数(速報値)

10.6%増148万1000人と2ケタ台の伸び
 暦年累計では前年同期比5.4%増に

日本政府観光局(JNTO)が12月21日に発表した速報値によると、今年11月における出国日本人数は前年同月比10.6%増の148万1000人を記録し、今年10月における同3.6%増から伸び率を拡大して6か月連続で前年比伸び率のプラスを維持すると同時に、8月に続いて2ケタ台の伸びを示しました。

今年1月から11月までの累計でも、前年同期比5.4%増の1566万2300人となり、上半期の伸び率である同3.8%増を1.6ポイント上回って、好調な動きを維持しています。

出国日本人数は、今年1月に前年同期比3.3%増を記録し、2月が同5.9%増、3月が同1.1%増、4月が同9.2%増とプラスを維持。5月にはマイナスに転じたものの、6月以降はプラスが続いていますが、7月と8月に同9.6%と同10.0%増と高い伸び率を示しました。9月は同1.8%増、10月は同3.6%増と伸び率が一ケタ前半にとどまっていたものの、11月は再び10%台の伸びを回復する結果となりました。

一方、今年11月における訪日外客数は前年同月比13.8%増の187万5,400人となり、11月までの累計では、前年同期比22.4%増の2198万8400人となり、年間で2200万人を突破することが確実となりました。

11月単月でも、11月としてこれまでの最高だった2015年11月の164万7,550人を上回り、11月として過去最高となっています。

JNTOでは、11月の訪日外客数の増加を後押しした要因として、紅葉シーズンの到来や展示会等のイベント開催に加え、東アジアにおける航空路線の新規就航・増便、クルーズ船の寄港増、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションなどを挙げています。

日本政府観光局(JNTO) 平成28年12月21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	*2,135,900	*16.8	1,412,468	1,462,737	*3.6
11	1,647,550	*1,875,400	*13.8	1,339,248	*1,481,000	*10.6
1~11	17,964,279	*21,988,400	*22.4	14,865,606	*15,662,300	*5.4

◆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~9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帰国者から、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 1月10日(火)~2月28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)

1月10日	幹事会/東北支部
1月10日	実務委員会/九州支部
1月18日	訪日旅行推進委員会/本部
1月18日	総務・消費相談委員会/中部支部
1月19日	法制委員会/本部
1月20日	研修・試験委員会/本部
1月23日	国内旅行推進委員会/本部
1月26日	総務委員会/東北支部
1月27日	空港委員会/中部支部
2月8日	海外旅行委員会/中部支部
2月9日	国内(訪日)・地域振興委員会/中部支部
2月16日	幹事会/中部支部
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	国際旅行委員会/九州支部

●JATA主催・共催の研修・セミナー等活動

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

1月10日	JATA2017新春交歓会/東北支部
1月11日	埼玉県賀詞交歓会/関東支部
1月12日	千葉県賀詞交歓会/関東支部
1月12日	愛知・三重・岐阜3地区合同 新年賀詞交歓会/中部支部

1月12日	富山地区委員会 新年賀詞交歓会/中部支部
1月12日	静岡地区委員会 新年賀詞交歓会/中部支部
1月13日	石川地区委員会 新年賀詞交歓会/中部支部
1月16日	山口地区委員会 賀詞交歓会/中四国支部
1月17日~20日	総合・国内旅程管理研修(東京)
1月20日	神奈川県賀詞交歓会/関東支部
1月20日	第3回幹事会・中四国支部賀詞交歓会/中四国支部
1月20日	JATA/ANTA合同新年会/沖縄支部
1月21日	CSR活動(雪はねボランティア第1班)/北海道支部
1月21日~22日	広島空旅!2017/中四国支部
1月23日	愛媛地区委員会 賀詞交歓会/中四国支部
1月23日~26日	総合・国内旅程管理研修(那覇)
1月29日	ヨーロッパ旅博・需要喚起プロモーション/九州支部
1月31日~2月1日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(東京A)
2月1日~2月2日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(大阪A、那覇)
2月2日~2月3日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(東京B)
2月6日~2月7日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(東京C、名古屋)
2月8日~2月9日	旅行業務取扱管理者ブラッシュアップ研修(東京D、福岡)
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)
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)
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)
2月15日	沖縄観光セミナー&商談会/九州支部
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)
2月20日~2月21日	添乗業務レベルアップ研修(東京)

大分県 (国東半島)

素材研究
(国内)



毎年旧暦正月に行われる修正鬼会(しゅしょうおにえ)。国東半島では鬼は仏の化身とされています



国東市の岩倉社で行われる起源も由来も不明な祭「ケベス祭」



昭和30年代の町並みが再現された豊後高田市「昭和の町」



日本最大級の大きさを誇る熊野磨崖仏(くまのまがいづつ) [豊後高田市]



国東半島最大の仁王像が安置されている両子寺 [国東市]

全国に約4万ある八幡社の総本宮である宇佐神宮は「神仏習合文化」発祥の地

2018年の開山1300年を観光の柱に 神仏習合文化「六郷満山」を

「仏の里」として知られる大分県国東半島では、独自の仏教文化「六郷満山」が開花してから、2018年に1300年を迎えます。山岳信仰に天台宗、八幡神への信仰が結びついた神仏習合による六郷満山は、温泉県におおいたの新たな観光の柱として期待が高まっています。

「仏の里」国東半島を広く発信

国東半島を中心に広く分布する天台宗寺院群は「六郷山寺院」と総称され、そのほとんどが718年の仁聞菩薩開基伝説を開山の時期としています。宇佐八幡神の化身とも言われる仁聞菩薩は、国東半島の6つの郷に28の寺院を開き、6万9000体もの仏像を造ったと伝えられます。

宇佐神宮・弥勒寺に伝わった天台宗の実践の場として、九州でいち早く仏教の栄えた国東半島では、厳しい地形での修行を好む山岳宗教との融合により、独特の六郷満山文化が開花しました。

今年4月には、大分県と宇佐市、豊後高田市、杵築市、国東市、姫島村、日出町の地元自治体などで構成される「国東半島宇佐地域・六郷満山開山1300年誘客キャンペーン実行委員会」が発足。六郷

満山文化を観光資源として最大限に活用し、内外に広く発信するとともに、持続可能な観光振興の実現を目指しています。

伊勢神宮や熊野古道にも匹敵する素材

大分県観光・地域局では、「開山1300年の本番は来年だが、情報発信をはじめとする事前の展開も大切」(観光・地域振興課)と説明。昨年12月に大分市で実施した「おんせん県おおいたツーリズム商談会」では、県内エクスカーションとして「国東半島「六郷満山」と県北「学び」と体験コース」を設定しました。このコースでは、六郷満山寺院の見学や大分県立歴史博物館(宇佐市)の視察などを通して、旅行業界関係者に六郷満山文化への理解を深めてもらうと同時に、キャンペーン実施の周知も図っています。

同県の2017年度県政推進指針でも、「阿蘇を中心とした熊本県との連携」などとともに「六郷満山開山1300年プレ・本キャンペーン実施、誘客、受入態勢整備」が、国内誘客の促進策として位置づけられました。別府・湯布院以外の知名度不足が課題とされる「おおいた観光」にとって、「六郷満山開山1300年」には起爆剤としての期待も高まっており、大分県では「伊勢神宮や熊野古道にも匹敵する素材を持つ国東半島の旅行商品を造成してもらえよう」に取り組みを進めたい(観光・地域振興課)考えです。

プロジェクトの注目株は大連、南京 JATA会員各社の積極的な参画を

日本と中国が国交を回復して45周年に当たる2017年がスタートしました。中国国家観光局は今年、JATAが年間を通じて展開する「日中国交正常化45周年プロジェクト」に協力します。その機運醸成と交流拡大に向けて、5月に「アカシア祭り」が開催される大連と新たな観光スポットで脚光を浴びる南京の2都市への注目も高まっています。



27回目を迎えた昨年の「アカシア祭り」のオープニング



5月になると大連の町中に咲き誇るアカシア



ロシア風情街のエキゾチックな景観

大連「アカシア祭り」を起爆剤に大連市の「アカシア祭り」は1989年からアカシアの花が満開となる5月下旬に開催されており、同市と友好関係にある世界各都市からも多くの人々が訪れています。歴史的にも大連市と深いつながりを持つ日本からも、全国各地の自治体や観光関連団体、企業などが参加。昨年は「アカシア祭り」期間中に「中日観光大連ハイレベルフォーラム」も開催され、地域間の観光協力に関する市長円卓会議や観光振興・経済発展をテーマとする討論会なども実施されました。「45周年プロジェクト」が展開される今年、メンバー旅行会社による積極的な参画やツアー企



大連鉄道国際旅行社の車庫に展示されている旧満鉄の特急列車「あじあ号」

画を通じた送客の拡大なども見込まれています。中国東北地方の遼東半島最南端に位置する大連は、「北海の真珠」という異名も持つ港湾都市で、坂道も多い街並みには洋館が立ち並び、エキゾチックな情緒に溢れています。旧満鉄時代の建築群に加えて、日露戦争の激戦地となつた旅順や203高地なども近く、かつて多くの日本人も住んでいた大連には、現在も多くの日本企業が進出しており、日本的な雰囲気も色濃く漂っています。きれいに整備された景勝地や美しい緑、清潔感、安心感なども、近代都市大連の魅力です。

南京―新観光スポット登場で脚光

南京市と中国国家観光局駐日本代表処は昨年12月、東京で「南京市



全国初の「国家AAAA級旅行景区」に指定された大連金石滩国家旅行度假区



日本が1917年に満蒙物産館として建築した旅順博物館

観光セミナー」を開催し、南京市が近年、新しい観光スポットとしてプロモーション活動を強化している「牛首山」と「大報恩寺」などを紹介しました。江蘇省の省都である南京市では、今年10月、中山陵音楽台をメイン会場に



牛首山に建設された仏頂宮。内部は金色に輝いています

「百团万人 博愛の旅 中日観光文化交流月間」も実施される計画です。その南京市にあつて、最も歴史的文化的資源が集中した区域の一つである大報恩寺遺跡公園にある大報恩寺は、中国で2番目という歴史を持つ仏教寺院で、南朝480寺の起源とされる古刹です。

2007年から開始された再建工事と考古発掘を通じて、2008年には宋代の財宝や文物などが大量に見つかり、その中でも、特に注目を集めたの

は、二重の鉄箱に入っていた宝塔でした。表面に「仏頂真骨」などの文字があつた宝塔には、本物の仏舎利(釈迦の遺骨)が納められており、「仏頂真骨」は釈迦の本物の頭骸骨だったことから、世界を驚かす大発見となりました。



「現代建築芸術による新景観」を目指す牛首山

この歴史的な重大発掘を顕彰・保存するため、南京市の牛首山で「仏頂骨舎利」を祀る仏頂宮の建設が進められ、第1期工事が完了した2015年10月には、釈迦牟尼仏頂骨舎利の奉安式が行われています。

自然景観が美しいだけでなく、仏教の名山でもある牛首山は、旧暦1月15日の元宵節から4月8日の浴仏節まで参拝や縁日で賑わうなど、様々な民俗行事が繰り広げられる場でもあります。「世界仏教文化の新遺産と現代建



歴史的文化的資源の集中する大報恩寺遺跡公園



辛亥革命により中華民国を建国した孫文の陵墓・中山陵

築芸術による新景観」を目指す牛首山は、釈迦牟尼仏頂骨舎利の奉安式が行われた2015年10月、南京牛首山文化観光区として新たな歴史のページが開かれました。

「3つの架け橋」で交流拡大を

昨年11月に来日した中国国家観光局の李金早局長は、石井啓一国土交通大臣との会談で、「観光交流が中日両国の各分野の中で最も活発であり、両国国民に直接利益をもたらし、相互理解にも大きな役割を果たしている」と強調しました。石井大臣は「地方と青少年、文化・スポーツの3分野における交流を『3つの架け橋』として、交流拡大プロジェクトに共同で取り組みたい」と提案。李局長も「3つの架け橋」に賛同し、中国国内で代表的な観光スポットに周辺地域を加えた「全域観光」を促進する方針なども示しています。



その完成により北京と上海を鉄道で直結した南京長江大橋

中国国家観光局 駐日本代表処

旅行・観光業界に興味がある学生・経験者の採用に役立つ!



旅行・観光業界 就職.com

<https://www.mda.ne.jp/job-tourism/>

申込受付中

旅行・観光業界 就職.comとは?

- 株式会社ジャタが運営し、一般社団法人日本旅行業協会(JATA)が協力する就職情報サイトです。
- 旅行・観光業界に興味がある学生、旅行・観光業界に経験のある社会人が登録しています。

ここがポイント!

1. 旅行・観光業界に特化した就職情報サイトです。
2. 新卒学生と経験者の採用いずれにも利用できます。
3. 利用料が廉価です。
4. 企業情報の写真や文章は、自由に変更できます。
5. 観光系学部や旅行業界に興味のある学生が、毎年1,000名以上利用しております。

ご利用料金

■ 基本プラン ¥10,000(税別)

▼ 機能

- 企業PR欄(掲載記事の写真や文章は自由に変更できます)
- 企業データ(会社概要や自社サイトのURLの掲載ができます)
- 採用HPへのリンク(専用ページや外部サイトへの遷移ができます)

▼ 掲載期間

2017年1月1日~2017年12月31日(最長12ヶ月間)

▼ 早割キャンペーン特典

- 1月31日までのお申込みに限り、
- ネットDM 配信プレゼント(1回まで)
 - JATA 旅行・観光業界就職セミナー(2017年3月16日開催予定)の参加費を定価より10,000円値引き

■ オプション [ネットDM] ¥10,000(税別)
旅行・観光業界 就職.com 登録者全員に、ネットDMを1回配信(要予約)

■ オプション [バナー広告] ¥30,000(税別)
旅行・観光業界 就職.com トップページに、貴社バナー広告を1ヶ月間掲載

企業情報ページ

企業情報ページには、写真を自由に織り交ぜて企業のPRを掲載できます。



お問合せ

旅行・観光業界 就職.com 事務局 メディア総研株式会社

東京都港区芝5-29-20 E-mail : jata-navi@mda.ne.jp TEL:03-6400-0105 月曜日~金曜日(祝日除く)10:00~17:00