

JATA

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

じゃたこみ

3

2017年
3月13日発行
vol.121

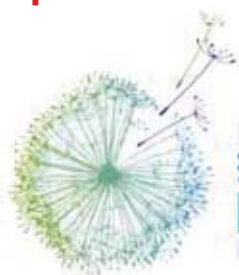
発行 一般社団法人日本旅行業協会広報室
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通費が関ビル3階
TEL:03-3592-1271(代表) TEL:03-3592-1244(広報)
FAX:03-3592-1268

業界初の画期的取組み
アウトバウンド促進協議会がスタート
旅行業の魅力発信!!
JATA合同インターンシップを実施

「TEJ2017」出典申込み受付中

素材研究
・阿蘇市

日中45周年プロジェクト
・西安&シルクロード



持続可能な観光
国際年2017

JATA経営フォーラム2017
旅行会社がマーケットを動かす
構造変化に強い経営力の実現を



一般社団法人 日本旅行業協会

旅行会社がマーケットを動かす 構造変化に強い経営力の実現を

JATAは2月28日、東京・六本木の六本木アカデミーヒルズ49で「JATA経営フォーラム2017」を開催しました。「構造変化に強い旅行業経営へ向けて」をメインテーマに掲げ、今年で25回目を迎えたフォーラムには、会員企業の関係者など300人以上が参加。基調講演や特別講演に加えて、旅行業経営力を強くする企画提案力、旅行業とLCC、観光地域づくりにおける旅行会社の役割などをテーマに開催された4つの分科会では、パネリストらによる議論に参加者が熱心に耳を傾けました。

「往來の自由」に反する動きを注視

経営フォーラムの冒頭で挨拶した田川博己JATA会長は、今年1月に発足した米国のトランプ新政権や欧州連合(EU)における主要国での選挙の行方に言及し、「往來の自由」を拡大することで交流の輪を広げていくというツーリズムの理想に反する動きに対しては、これを注視して必要な時には声をあげていかなければならない」と



JATAの田川博己会長

語り、ツーリズムの大前提である「往來の自由」を維持することの重要性を訴えました。

また、旅行市場の動向については、昨年の海外渡航者数が3年ぶりに前年比でプラスを記録するとともに、訪日外国人旅行者数も初めて2000万人を突破したことを指摘。「ますます観光産業に対する関心や期待が高まってきている中で、海外旅行も訪日旅行も需要の伸びに比べて旅行会社の取り扱いが伸びていない」実情を踏まえ、



観光庁の黒須卓参事官

「今年は旅行会社自らがマーケットを動かすために仕掛ける年にしたい」と語り、「旅行会社の真価の発揮」を今年の事業テーマに掲げ、1年を通じて取り組みを進める考えを示しています。

JATAはすでに今年2月、海外旅行市場の復活を目指して、旅行会社と各国の政府観光局や大使館によって構成される「アウトバウンド促進協議会」を立ち上げており、田川会長は「日本全国からの海外旅行を促進するため、送り手と受け手が積極的に情報を共有して意見交換を行い、フォーラムやセミナーなどの開催を通じて、商品に直結するような企画担当者や現地とのコミュニケーションを強化する」方針を明らかにしました。

田川会長は同協議会について、「民間の総力を結集した活動として業界内外から大きな期待を集めている」と説明。「これを大きなうねりとして、海外旅行の需要喚起とともに、お客様に旅行会社を使ってもらえるよう仕掛けていく」と意欲をみせています。

旅の総合イベントとして新たな段階へ

統合から4年目を迎えるツーリズムEXPOジャパンについて、田川会長は「過



300人以上の関係者が参加した「JATA経営フォーラム2017」

去3年で基本形が完成し、主催者に日本政府観光局(JNTO)が加わる今年、観光国々日本を象徴する旅の総合イベントとして新しいステージに挑戦する」と決意を表明。

田川会長は、日本の観光産業を代表するイベントに成長したツーリズムEXPOジャパンを「旅行業界とパートナーの方々との商談やネットワークづくりの場」として機能を強化していく考えを示し、海外旅行商談会の拡充やアウトバウンド交流会の新設、インバウンドでもランドオペレーター商談会の新設などを計画していることを明らかにしました。

さらに、田川会長は、「貸切バスの安全や情報セキュリティへの対応、東北や熊本での復興支援なども企業の責任、業界団体の使命」と強調。「安全安心とコンプライアンス

の徹底や地方創生に向けた活動の推進なども、旅行会社の真価発揮にとつて重要」と指摘しています。

観光先進国を目指す日本のリーダー

来賓として登壇した観光庁の黒須卓参事官は、田村明比古長官による挨拶を代読。田村長官はその中で、2016年における観光産業について、「訪日外国人旅行者数が暦年で初めて2000万人を超えて2404万人となり、訪日外国人旅行消費額は3兆7476億円まで拡大した。他産業の製品別出荷額と比較すると自動車、化学製品に次ぐ3番目の規模に達している」と振り返りました。その上で、田村長官は2017年を「明日の日本を支える観光ビジョン」が示す『観光資源の魅力を高め、地方創生の礎に』『観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に』『すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に』という3つの視点に立ち、政府一丸となってビジョンを形にしていく1年となる」と位置付けています。

また、田村長官は、観光立国推進における旅行業界の役割にも言及し、「これまで海外旅行市場は旅行業界が常にリーダーとしての役割を果たすことで成長してきた」と指摘する一方、「観光産業を取り巻く環境は変化したもの、現在においても旅行業界が果たすべき役割は大きい」と強調。「改めるべき商習慣は見直し、新たな筋肉質の経営体制を整え、観光先進国を目指す

す日本のリーダーであることを強く意識し、その役割を果たして行つてほしい」と呼びかけ、旅行業界への大きな期待を表明しました。

旅行会社の存在価値や役割を考える

今回の経営フォーラムでは、「構造変化に強い旅行業経営へ向けて」というメインテーマの通り、経営環境そのものが大きく変わる中で、その構造変化に対応する「旅行業経営」を真正面から取り上げるプログラムが用意されました。

4つの分科会では、「旅行業経営を強くする企画提案力を考える!」「旅行業と航空会社(LCC)を再検証する」「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!」「経営者のリスクマネジメント



分科会 A では企画提案力を巡って議論が繰り広げられました

「危機管理広報を考える!」というサブテーマが掲げられ、旅行会社の存在価値や

基調講演

古田 貴之

千葉工業大学未来ロボット技術研究センター所長

AIとロボット技術が変える2020年の産業と生活

旅行業界とロボットは敵対関係にあると考えている方が多いかもしれません。しかし、実際には、お互い味方同士です。旅行業界をレストランのシェフとするなら、我々のロボットは料理のネタになる食材。シエラと食材の関係と言えます。

現在のロボット技術は相当に進んでいます。数年前、蹴飛ばされても転ばない米国の軍用4足歩行ロボット「BigDog」の動画に驚いた方も多いと思いますが、今ではこの程度のロボットは造作なく作れます。段差があつたり滑つたりする坂道や雪道も平気で歩く2足歩行のロボットも登場して、もうすぐヒト型ロボットの貸し出しサービスも始まります。

東京スカイツリーのソラマチ8階に、千葉工業大学の東京スカイツリータウンキャンパスがあります。ここでは、ロボット技術を身近に感じてもらうために体験型アトラクションを用意していますが、オープン3年間で60万人が訪れました。実感として、最先端技術と観光のコラボは相性がいい。ロボット技術によって、アミューズメント施設も大きく変化していくでしょう。

セグウェイのような1人乗りのパーソナルモビリティの公道走行も、近いうちに認め

役割を改めて考える一方、危機管理としての広報対応も取り上げています。

られるはずですが、東京五輪の2020年までには、少なくとも自動車メーカー4社がパーソナルモビリティを発売します。通信業者と連携して、自動運転を取り入れたパーソナルモビリティによる人の移動や荷物運搬の各種サービスも産み出されます。ただし、重要なのは、ロボット技術や最先端技術は、使いこなすコンテンツがあつて初めて生きるということ。我々がよく言うのは、「モノ作りよりモノゴト作り」です。どんなに素晴らしい自動車があつても、行きたい場所がなければ人は自動車に乗らない。「技術は使いよう」といふことなんです。

自動運転などに欠かせない技術が、AI(人工知能)です。AIは、サービスの大衆化



千葉工業大学未来ロボット技術研究センターの古田貴之所長

を促します。たとえば、運転手付きの自動車はお金持ちだけのものですが、自動運転が実現すれば、専属運転手付きと同じです。しかも、AIが行動を先読みして、好みの場所へ連れて行ってくれるようになるでしょう。ロボット同様に、AIも生活を大きく変えていきます。

ただ、二つ誤解があります。よく「AIが人間の仕事を奪う」と言われますが、これは間違い。たとえば、20年後にロボットが人間の仕事の多くを奪っているなどということは、500%あり得ません。そういう詐欺まがいの言説に惑わされないでください。「人工心臓」は人が作った心臓のことを指しますが、「人工知能」は人が作った脳のことでないのです。

AIの中で、感情は生まれません。「嫌だ」とされることに対して、嫌がる動作で反応させることはできて、AIが喜怒哀楽を持つわけではないのです。AIが囲碁で人間に勝てるのは、何千万回もの対局を通じてデータを蓄積しているからで、つまり、AIは過去のデータから学習するのが得意なだけで、最終的に人間には敵いません。専門家として、そう申し上げておきます。

ロボットやAIはサービスをサポートしたり、物を効率的に運んだり、必要な情報を素早く的確に提供したりできます。しかし、人に接してサービスできるのは、やはり人です。心と心のつながりが持てる人間同士だからこそ、サービスされた側が満足感を得られるわけで、ロボットやAIに関して、そのことは忘れないでいただきたいと思えます。

特別講演 岩崎 夏海

株式会社岩崎書店 代表取締役社長

なぜドラッカーは「イノベーション」を重視したのか？

イノベーションの第一歩は、何かを始めることではありません。

例えば、ベッドが古くなって新しいベッドを買う時は、その前に古い方を捨てます。そうしなければ、部屋に入らないからです。

ところが、働くことについては、そうじゃない。

日本人は大体が勤勉で、1日の中で制限ぎりぎりまで働いています。何か新しいことに取り組む時に、通常業務の上に働こうとしますから、身動きが取れなくなってパンクしてしまいます。

ですから、イノベーションの第一歩は、何かを止めることです。何を止められるかを検証することから始めなければなりません。

例えば、日本のフィルムメーカーの場合、フィルムが売れなくて、これまで多くのリストラを繰り返してきました。販売店の方か

ら商品置きを置かせてくれと言ってきた「神商品」と言われた大ヒット商品の製造販売が止められず、赤字を垂れ流しながらも緩やかに縮小することを選択したのです。

携帯音楽プレーヤーの代名詞だった「ウォークマン」の日本メーカーは、1990年代にはハードディスク付きのウォークマンを検討していましたが、カセットテープやミニディスクの媒体事業部が猛反対し、結局、製品の販売にはいたりませんでした。

しかし、米国の企業はドラステックです。デジタル携帯音楽プレーヤーを発売して、あつという間に「ウォークマン」を死語にしてしまった米国のメーカーは、デジタル携帯音楽プレーヤーが売れなくなることを承知で、音楽機能付きのスマートホンの販売に踏み切りました。その後の成功は、皆さんもご存じの通りで、この米国メーカーは、時

価総額ナンバーワンになっています。捨てるということが如何にイノベーションを起すか。使えなくなったビジネスモデルを捨てる、あるいは、残業を止めたら、業績は伸びるんです。

ドラッカーの経営学で話題になるのは、「権限の委譲」です。人間の一番の好物は「責任」ですから、権限を委譲すれば、仕事

ができなかつた部下も仕事ができるようになります。ところが、多くの人は、部下に権限の委譲ができません。信用できないから

です。

捨てるということが日本人の風土や慣習に馴染まないのか、経営改革や経営健全化のネックになっています。

逆に、だからこそ、捨てるのが大きなチャンスになるわけです。

近年における日本の大企業による地盤沈下は、問題の先送りや帳尻合わせで、長期的なビジョンを失ってしまっていることによるケースが多いと思います。

昨年、日米通算4000安打を達成したイチローは、記者会見で「8000回の凡打」の重要性を強調しました。失敗に学べる、つまり、失敗が上手いんです。

沈没していく企業は、失敗が下手です。倒産した米国のフィルムメーカーは、1960年代にデジタルカメラを開発していましたが、フィルムを売るという目先の利益を優先して、結局、デジタルカメラの販売には至らず、2010年に倒産しました。40年近くは利益を出せましたが、結局、会社の命脈は尽きたのです。

今という時代は、日本人そのものが問われています。

歴史的には、明治維新と戦後の復興という2度にわたって、日本は旧来のシステムを捨てて、大きく成功しました。21世紀に入って、3回目のイノベーションの時期を迎えています。今回は血を流さずに成功させることができるかどうか。

日本の未来も、会社の未来も、皆さんの双肩にかかっているのです。



岩崎書店の岩崎夏海代表取締役社長

JATA経営フォーラム2017

旅行会社がマーケットを動かす

“構造変化に強い経営力”の実現を…………… 1~3

業界初の画期的取組み

アウトバウンド促進協議会がスタート…………… 5~6

<本部支活動報告>

合同インターンシップに17大学45人が参加

9日間のプログラムで受入れ会員企業は25社に……………7

韓国観光公社とアジアナ航空を表敬訪問 東北支部……………8

岩見沢市で除雪ボランティア活動 北海道支部……………8

ツーリズムEXPOジャパン

「TEJ2017」の出展申込み受付……………9

「ジャパン・ツーリズム・アワード」募集中……………9

連載 価値創造産業への挑戦

—動き出したダイバーシティの取組み—

[取材協力] 株式会社ジャルパック(東京都品川区)

「真に女性が活躍する企業」を目指して…………… 10

支部活動…………… 8

出入国者数(速報値) 1月も増加、8か月連続でプラス成長…………… 15

●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.87 うつ病の気分転換のために旅行?…………… 12

・ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑤⑥

今回のテーマ:空港で乗り遅れた!旅行会社が締め切り時間を案内しなかったせいだ…………… 13

・法務の窓口 第50回 助成金が支払われる旅行の旅行代金…………… 14

●素材研究

(国内)阿蘇市 磨き上げ進む体験型素材の活用を…………… 16

●日中45周年プロジェクト 西安・シルクロード…………… 17~18

●事務局だより…………… 15

表紙写真

「JATA経営フォーラム2017」では、千葉工業大学未来ロボット技術研究センターの古田貴之所長が「AIとロボット技術」をテーマに基調講演を行い、「旅行業界とロボットは味方同士」と指摘して「最先端技術と観光のコラボは相性がいい」と強調しました。

「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は是非掲載いただきますようお願いいたします。

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



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

1. 予約手配
2. 顧客管理
3. 財務会計

旅行の仕事が、
ひとつのシステムで
完結します!

旅行業基幹業務支援システム

symphony Atwo
シンフォニー アトウ



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 赤坂コミュニティビル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

業界初の画期的取組み アウトバウンド促進協議会がスタート

JATAは2月13日、JATA本部でアウトバウンド促進協議会(JOTC)の第1回全体会議を開催しました。JOTC会長を務める菊間潤吾JATA副会長は、「海外旅行の復活」が2017年度におけるJATA活動の最重要課題の一つであること、各国の観光局や大使館、航空会社やホテルなどとの緊密な連携を通じた年間海外旅行者数の2000万人突破へ決意を表明し、JATA会員各社による積極的な参加を呼びかけています。

双方向交流へ具体的なアクション

菊間副会長は、海外旅行の復活に向けて関係者が一丸となり具体的な行動を目指すJOTCの設立について、「業界はこれまで以上の画期的な取り組み」と説明し、「会の設立に当たり、旅行業への強い使命感を持つ多くのキーパーソンからの賛同を得た」ことの意義を指摘しています。

JOTCを通じて、日本人海外旅行者の拡大に力を注いできている業界関係者が



観光庁の田村明比古長官



JATAの菊間潤吾副会長

共に考えて行動を起こすことで、海外旅行の明るい未来も切り開いていけるという考えを表明した菊間副会長は、「各国の観光局や大使館で観光行政に携わっている皆さんや現地で手配を行っている海外ツアーオペレーター協会(OTOA)の皆さん、ホテルや観光関係の皆さんが、堂に会して意見交換や情報交換を行い、キーパーソン同士がしっかりと日本からの海外旅行者の増加を実現するため、活動をおこなっていくことが、何よりも重要な」と訴えました。

日本を訪れる外国人旅行者数は昨年2400万人に達して、訪日インバウンドが観光をめぐる議論の中心となり、特に、国内経済の活性化におけるイン

バウンド観光の重要性が繰り返し指摘されてきています。

同時に、インバウンド需要の誘致を進める一方、アウトバウンド需要の増加を目指すことで、ツーウェイツーリズムの拡大を図る重要性にも言及されるようになってきていますが、現状では、具体的なアクションに乏しいのも実情です。

菊間副会長は、日本経済の発展をもたらした大きな要因として、日本がアジア諸国の中でいち早く海外旅行の自由化に踏み切り、海外旅行を通じて日本人の国際化が進んだことの意義も強調して、「アウトバウンド市場を活性化させる施策の重要性を指摘しています。」

アウトバウンド活性化へ政府も対応

JOTC第1回全体会議には、観光庁の田村明比古長官も出席し、「ツーウェイツーリズムにおけるアウトバウンド促進についての観光庁の方針」と題して講演を行いました。

田村長官はその中で、ツーウェイツーリズムの拡大について、「日本人の国際感覚の向上、国民の国際相互理解の増進、インバウンド拡大への貢献」などの効果が期待され、「観光先進国を目指す日本にとって非常



JOTC 第1回全体会議には多くの関係者が参加し、熱心に耳を傾けていました

に重要であることを再確認しなければならぬ」と語っています。

ツーウェイツーリズムの拡大を図るためにも、ツーリズムEXPOジャパンへの協力を強化する方針を示した田村長官は、「日本からのアウトバウンドの活性化に向けて政府としても体制を作りたいと考えている」ことを明らかにし、航空会社や観光局・大使館の関係者なども参加しているJOTCとの連携も視野に入れていく考えも表明しました。

また、田村長官は、日本人の出国率が13%という低い水準にとどまっていることも言及し、二人で海外へ複数回にわたって出かけるケースも多く、実質的な出国率は8%程度という見方も示しています。

特に、この出国率の向上に向けて、「明日

の日本を支える観光「ビジョン」でも、若年層における海外旅行を拡大する必要性が盛り込まれていることを踏まえ、田村長官は、「政府としても観光庁を中心に外務省や文部科学省、厚生労働省なども協調して、教育面での配慮や連続休暇の仕組み、パスポートの取得率向上などに取り組み」方針を表明。「民間との協力を通じたリーズナブルなツアーの造成などについても、JOTTCと連携して取り組んでいきたい」考えを明らかにしました。

旅行会社の存在意義を高める必要性

菊間副会長は、JOTTC設立の背景として、海外旅行市場をめぐる内外の環境変化などにより、旅行会社の存在意義を改めて高める必要性も指摘しています。

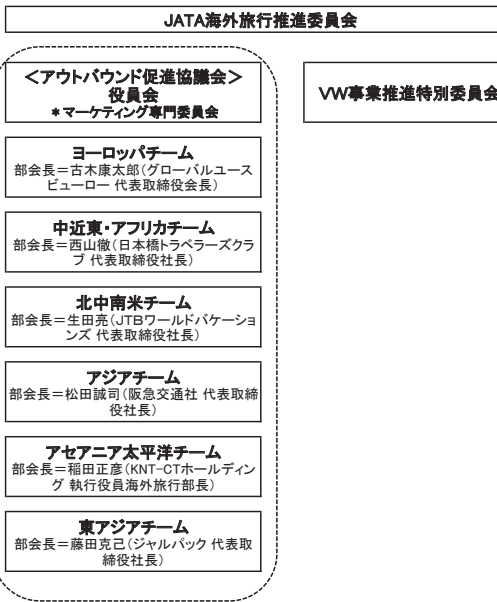
日本では1964年に海外渡航が自由化されて以来、旅行会社のツアーによって海外旅行者数が増加し、旅行会社によるプロモーションなどを通じて様々なデスクイネーションで市場開発を行い、海外旅行マーケットの拡大が実現されてきました。

現在は、インターネットの普及などにより、サプライヤーによる直販が進む一方、旅行者が自分自身で旅行を手配するケースも増えてきており、旅行会社を利用する機会も減少する傾向にあります。菊間副会長は、「ひとつの時代の流れであると認識しているものの、情報の少ない地域への旅行や日本語が通じない地域への旅行が減少す

るという側面もある」と指摘。日本市場で提供される航空座席についても、かつては日本を発着する国際定期便で70%の座席を日本人旅行者が利用していましたが、現在は、その比率も50%まで減少し、将来的にはさらに減っていくものと見られています。こうした座席供給の変化に加えて、オンラインでの航空座席予約も増えてきていることから、旅行会社がツアー商品で利用できるIT運賃が適用される航空座席の減少も進んでいるのが実状です。

菊間副会長は、「こうした環境の中で、「デスクイネーション側の詳細な現地情報を持つ観光局や大使館などの関係者と、旅行会社でツアー商品を企画するプランナーとの間におけるダイレクトな情報交換の重要性が以前にも増して高まってきている」と強調。「旅行会社のプロフェッショナルな知識に

アウトバウンド促進協議会組織図



裏付けられた価値の高い旅行、安心安全な旅、訪問国を正しく理解していただける交流の拡大が大切だ」と訴えました。

会員各社の力を結集して活動を展開

JOTTCは方面別に、ヨーロッパ、中近東・アフリカ、北中南米、アジア、オセアニア、大洋州、東アジアという6つのチームがあり、各方面チームの部長・副部長によるリーダーシップのもとで、それぞれの方針や活動内容が検討されることとなります。

JOTTCの発足時点では、会員会社1社について1人ずつが登録されていますが、各チームに会員会社から専任の商品造成担当者なども加わっていくことになっていきます。

3月中旬には、各方

JATAアウトバウンド促進協議会役員

役職	氏名	所属
会長	菊間 潤吾	JATA海外旅行推進委員会 委員長 (株式会社ワールド航空サービス 代表取締役会長)
副会長	松田 誠司	JATA海外旅行推進委員会 副委員長 (株式会社阪急交通社 代表取締役社長)
副会長	生田 亨	JATA海外旅行推進委員会 副委員長 (株式会社JTBワールドパッケージング 代表取締役社長)
副会長	キジルモ エキョアルテ	メキシコ観光局 局長
委員	澤田 秀雄	株式会社エイチ・アイ・エス 代表取締役会長兼社長
委員	藤田 克己	JATA海外旅行推進委員会 副委員長 (株式会社ジャルパック 代表取締役社長)
委員	フレデリック マゼンク	フランス観光開発機構 日本代表
委員	檀原 徹典	株式会社ミツリスト 代表取締役社長
委員	榊原 史博	中華人民共和国マカオ特別行政区観光局 日本代表
委員	マージョリー デューイ	CWW 日本代表
委員	石原 義郎	株式会社航空新聞社 取締役編集長
委員	大畑 貴彦	一般社団法人日本海外ツアーオペレーター協会 会長
委員	志村 格	一般社団法人日本旅行業協会 理事長

面チームの部会名簿が観光局や大使館の関係者に送付され、4月からは具体的な活動が開始される予定です。

菊間副会長は、「海外旅行推進委員会が本部だけでなくJATA各支部にもあり、横断的な連携なども図りながら、JOTTCの活動を本部だけにとどめることなく、全ての会員会社が参画できる組織体として活動していきたい」と説明。「海外旅行の復活」を目指すJOTTCの組織と活動は、JATA会員の皆さんの力を結集して実現していくものであり、積極的な参加をお願いしたい」と呼びかけています。

合同インターンシップに17大学45人が参加 9日間のプログラムで受入会員企業は25社に

JATAは2月13日から23日までの9日間にわたって、JATA会員企業の協力により、2016年度JATA合同インターンシップを実施しました。旅行業界への就職を第1志望とする大学3年生を対象に、インターンシップを通じて旅行業界の最新事情や魅力を知ってもらうために実施するもので、今年で4年目となります。

規模の異なる2社で旅行会社での現場の最前線を横断的に就業学習するという9日間完結型の学習プログラムです。就業学習では、旅行業の実情や課題を体得してもらい、大学でそれらの課題などについて再び学んで、旅行業界への就職に備えてもらうようにしています。

JATA合同インターンシップは、就業体験型インターンシップだけにとどまらず、業界概要講義やビジネスマナー研修などJATAによる事前学習を行った後、業態

2016年度のJATA合同インターンシップには、桜美林大学、跡見学園女子大学、川村学園女子大学、早稲田大学、筑波学院大学、帝京平成大学、東京国際大学、東洋大学、明海大学、明治大学、立教大学、亜細亜大学、横浜商科大学、玉川大学、東海大学、独協大学、帝京大学の17校から45人の学生が参加。また、ANAセールス、エヌオーイー、沖縄ツアーリスト、小田急トラベル、近畿日本ツーリスト、近畿日本ツーリスト個人旅行、KNT | CTH | ホールディングス、ティー・ゲート、JTB関



沖縄ツアーリストでのインターンシップの様子

東、JTBグローバルマーケティング&トラベル、JTBワールドバケーションズ、JTB国内旅行企画、ジェイアール東海ツアーズ、ジャック、西武トラベル、東日観光、東武トップアーツ、日本旅行、農協観光、阪急交通社、ピーエス観光、びゅうトラベルサービス、ミキツアーリスト、名鉄観光サービス、ユナイテッドツアーズの25社がJATA合同インターンシップに参加した学生らを受け入れています。



観光庁観光産業課の小俣係長



JATAの越智事務局長

価値創造産業として重要な分野に

2月13日に実施された業界概要講義では、観光庁観光産業課の小俣係長、JATAの越智良典理事・事務局長と矢嶋敏朗広報室長が登壇しました。

「将来の観光産業を担う若者の皆さんへ」と題して講義を行った小俣係長は、「観光立国」の意義について、急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の国際観光需要を取り込むことにより、日本の力強い成長を取り戻す「成長戦略の柱」であること、を指摘。人口減少や少子高齢化が進む中で、国内外からの交流人口の拡大や旅行消費によって地域の活力を維持し、社会を発展させる「地域の発展の鍵」を握るものであると同時に、各国との双方向交流を通して国際相互理解を深め、日本への信頼と共感を強化することで、ソフトパワーの向上を通じた国際社会における日本の地位を確立する上で、極めて重要であることなどを

強調しています。

また、旅行業における課題として、インターネット取引の増加や海外オンライン・トラベルエージェント(OTA)の台頭、アウトバンド中心の事業形態からの脱却やインバンド事業展開への対応の遅れ、収益性の低い旧来のビジネスモデルからの脱却などを挙げました。

小俣係長は、その上で、現場を客観的に見ることや自己実現が出来る場所の見極め、自分の知識や経験をどうしたら活かせるかを考えることの重要性などを指摘して、「皆さんの発想が旅行業と日本の観光産業を変える可能性もある」と学生らに呼びかけています。

越智事務局長は「6000万人双方向交流を牽引する旅行業」をテーマに講義し、訪日旅行者数の急速な拡大などアジアの各国・地域を中心とするアジアの観光ビッグバンが旅行業界にとって大きなチャンスであることや日本の旅行観光産業が世界第3位の40兆円規模であること、2012年の836万人から2016年には2404万人まで3倍近くまで拡大した日本のインバンド市場が世界的に注目されていることなどを説明。2020年に予定されている東京でのオリンピックパラリンピック開催が日本の観光ブランド強化の絶好のチャンスであると強調し、価値創造産業として進化する旅行業が極めて重要な分野であることを訴えました。

韓国観光公社とアジアナ航空を表敬訪問 東北支部、双方向交流の拡大などで意見交換

JATA東北支部は2月13日、野崎政治家部長をはじめとする役員ら7人による韓国観光公社とアジアナ航空への表敬訪問を実施しました。

韓国観光公社では、ミン・ミンホン国際観光略本部長ら3人と懇談し、東日本大震災以降、東北からの訪韓日本人旅行者と東北を訪れる韓国人旅行者の双方が激減していることから、JATA東北支部として「現状を打開するため、韓国への送客増に取り組み」意向を伝え、韓国からの訪日旅行者増加についても協力を求めました。



アジアナ航空を訪れた野崎支部長（左から4番目）ら役員一行

JATA東北支部では、昨年の仙台空港完全民営化を契機に、7月から9月までの3カ月間にわたり、宮城県と共同で若者のパスポート新規取得を促す海外旅行推進キャンペーンを実施。今年度も同じ取り組みを予定していることから、対象期間以外でのキャンペーンへの支援も要請しています。

ミン本部長は、「韓国から東北への旅行需要を震災前の状況に戻すには時間が必要」との認識を示しつつも、姉妹都市交流などを通じて「東北の安全」をアピールすることの重要性を指摘し、パスポート新規取得支援についても検討する考えを示しました。

また、日本路線チームを表敬したアジアナ航空では、3月末から仙台路線が週7便から週5便となることについて、「搭乗率が伸び悩んでいる」と説明を受ける一方、需要回復に向けて情報収集の強化を図る意向なども明らかにされました。

岩見沢市で除雪ボランティア活動 北海道支部、一般旅行者も含め31人が参加

JATA北海道支部は1月21日、岩見沢市の美流渡地区で「2016年度雪はねツアー（除雪ボランティア活動）」を実施しました。

今回で3年連続となった支部独自活動は、JATA会員8社の20人と事務局の1人に加えて、一般旅行者11人も混乗するツアーの形で行われ、合計31人が参加してい

ます。

ボランティア活動による広域交流イノベーション推進協議会の協力で運営されたイベントでは、7〜8人が4班に分かれて、一



「雪はねツアー」に参加した皆さん

暮らした高齢者の住宅を中心に除雪作業を行い、コミュニティセンターで昼食を兼ねた地元の人たちとの地域交流会も開催され、地元婦人会による豚汁などに舌鼓みを打ちました。

参加者からは、「地域住民に貢献している」と実感した「一般旅行者も含めて、年齢男女会社の別に関わらず交流することができ、非常に良かった」「午前午後の2回にわたる作業はきつかったが、楽しかった」などの感想が寄せられています。

JATA北海道支部では、社会貢献活動の一環となる支部独自事業として、2014年度の1月と2015年1月にも「雪はねツアー」を実施してきました。

北海道支部

- 1月21日 雪はねツアー（除雪ボランティア活動）。
- 2月15日 教育旅行小委員会。
- 2月17日 業務改善委員会。
- 2月20日 国内旅行委員会。
- 2月21日 海外旅行委員会。
- 2月22日 訪日旅行委員会。
- 3月7日 幹事会。

東北支部

- 2月13日 支部役員の韓国観光公社（本社）アジアナ航空訪問。

関東支部

- 2月14日 インバウンド委員会。
- 2月27日 苦情対応セミナー（茨城）。
- 3月6日 総務委員会。
- 3月7日 海外旅行委員会。

- 3月9日 LADY JATA委員会。
- 3月10日 国内旅行委員会。

中部支部

- 2月8日 海外旅行委員会。
- 2月9日 国内・地域振興委員会。
- 2月20日 幹事会。
- 2月21日 研修委員会。

関西支部

- 2月16日 消費者相談委員会。
- 3月3日 総務委員会。
- 3月8日 幹事会。

中四国支部

- 2月13日〜16日 海外旅行復活特別プロジェクト「朝鮮通信使」企画で韓国へ現地視察。
- 2月20日 第4回総務委員会。
- 2月23日 学生向け旅行業界研究セミナー（60人）。

九州支部

- 1月29日 JATA九州支部主催で消費者向けヨーロッパ旅行フェア。消費者300人以上が参加。
- 2月2日 教育研修委員会。
- 2月3日 総務委員会。
- 2月20日 実務委員会。
- 2月21日 国内旅行委員会。
- 2月22日 国際旅行委員会。
- 2月24日 海外旅行委員会。
- 3月3日 消費者相談委員会。

沖縄支部

- 2月16日 海外旅行委員会。
- 2月22日 幹事会。

第2ステージ迎え商談機能を拡充 「TEJ2017」の出展申込受け付け

日本観光振興協会（日観振）とJATA、日本政府観光局（JNTO）が主催するツーリズムEXPOジャパンは、9月21日から24日までの4日間にわたり東京・有明の東京ビッグサイトで開催する「ツーリズムEXPOジャパン（TEJ）2017」の出展申込を、4月28日まで受け付けています。

新たにJNTOが主催団体として加わる今年は、海外・国内・訪日旅行を「三位一体」で捉え、BtoBプログラム拡充の二環として新たに展示商談会の仕組みを導入すると同時に、情報通信技術やインバウンド支援企業・団体など新たなサプライヤーによる出展と来場の拡大も図ります。

TEJは2014年から2016年



TEJ2017では、アポイント制の商談が充実することになります（写真はTEJ2016のアウトバウンド商談会）

までの3カ年における「ホップステップジャンプ」の第1ステージから、一般向けのプロモーションに加えて商談会と展示会での商談機会を拡充する第2ステージを迎え、観光産業に関わる幅広い業種からの出展だけでなく、異業種からの積極的な参画も促して、観光産業における多種多様な連携を通じたビジネスチャンスの拡大を具現化する場へとステップアップしていきます。

TEJ2017では、9月21日の特設商談会場で出展者がバイヤーを訪問する事前アポイントメント制商談に続いて、9月22日にも展示会場内出展ブースでバイヤーが事前アポイントメントにより出展者を訪問する商談が実施される予定で、アポイントメント制の商談が充実することになります。

会期前には、商談会参加バイヤーと出展者の情報が「キーパーソンズリスト」としてバイヤーと出展者に提供されることから、事前の商談や期間中の商談アポイントで個別のアプローチが可能となるほか、TEJ2017閉幕後にも連絡先情報として活用できます。

また、主催団体であるJATAの会員を中心に国内各地の旅行会社を集めた商談コーナーの開設も計画されており、

着地型の旅行商品やエリアテーマといった特化型の旅行商品などについて情報発信も行えます。

急速に拡大する訪日インバウンドビジネスについても、JATAのツアーオペレーター品質認証制度の登録旅行会社や在日ランドオペレーターと出展者との商談会を新設。地域観光光材の新たな情報収集やインバウンド商品の開発に向けたネットワーク強化などを行うことが可能です。

また、TEJ2017では、インバウンド需要の増加を背景に広がる観光インフラ整備を行う企業や観光支援を行う事業者などとインフラ整備に取り組み自治体や観光事業者との展示商談会も実施することになっており、訪日インバウンドビジネスをサポートするTEJの機能も全面的にレベルアップします。



TEJ2016の国内旅行商談会

「ジャパン・ツーリズム・アワード」募集中

ツーリズム業界の発展・拡大に貢献し、「ツーリズムEXPOジャパン」とのシナジー効果に寄与する取り組みや、国内・海外の団体組織・企業の持続可能で優れた取り組みを表彰する「ジャパン・ツーリズム・アワード」は5月31日まで、応募を受け付けています。

「国内・訪日」「海外」の2つの領域とUNWTO部門賞で募集しており、「国内・訪日」と「海外」の2つの領域には「ビジネス部門」「地域部門」「メディア部門」の3部門があります。

2017年度のテーマは、「持続可能な観光による社会の発展の実現」です。特に、国内・訪日では「DMOを含む広域観光による社会の活性化」、海外領域では「新たな需要創造と促進活動」に重点を置きます。

「ビジネス部門」では、国内外における交流人口の拡大やツーリズム業界の価値向上に大きく貢献した取り組みなど、「地域部門」では、国・地域の観光関連団体が一体となった魅力ある観光地域づくりや国・地域の観光資源を活かした総合的な地域活性化に向けた取り組みなど、「メディア部門」では、国内外への旅行需要喚起・促進や地域の価値向上に大きく貢献した広報媒体・プロモーションなどを表彰します。

UNWTO部門賞や応募資格・応募方法などについては、公式ページ（<http://www.t-expo.jp/biz/jta/index.html>）をご覧ください。

— 動き出したダイバーシティの取組み —

「取材協力」株式会社ジャルパック(東京都品川区) 「真に女性が活躍する企業」を目指して

JALグループでは昨年9月に、女性をはじめとする多様な「人財」の活躍をグループ全体として推進するため、「JALなでしこラボ」を設置し、ダイバーシティを実現するための第一歩として、「真に女性が活躍する企業」を目指す活動を展開してきています。

ジャルパックでも設置当初から同ラボに社員が参画し、同社におけるダイバーシティの取り組みにもフィードバックされる形となってきました。

同社人事総務部の鈴木健司・人事



JALグループ「なでしこラボ」二期生の皆さん

総務グループ長によると、JALグループでは、2014年3月に日本航空の植木義晴社長が女性社員の人事登用や人財育成、両立支援、風土改革の推進などについてメッセージを発信。経済産業省と東京証券取引所が共同で女性の活躍推進に優れた上場企業を選定する「なでしこ銘柄」にも選出され、2015年度にも2年連続で選ばれています。

ジャルパックでは、「女性の採用・就業継続はできているものの、組織管理職に占める女性の割合が低い」(鈴木グループ長)という課題があることから、環境整備や意識改革、人財育成などの取り組みを強化。2018年度末までの3カ年計画では、①組織管理職に占める女性割合を12.9%以上とする、②組織管理職の有給休暇取得率を20%以上上昇させる、③組織活性化調査項目の「仕事のやりがい」を0.2ポイント向上させる、といった目標を設定しました。

具体的な取り組みとしては、昨年4月から「勤務時間帯選択制度拡大、1時間単位の有給休暇制度導入」「多様な職務経験ができるよう性差によらない職種配置の推進」などが実施されているほか、昨年10月にも、「介護休業拡大、不妊治療休業導入、配偶者転勤同行休業導入」を実施。さらに、昨年11月からは2017年度からの導入に向けて「在宅勤務トライアル」がスター



鈴木健司グループ長

トしています。

ワークスタイル変革で付加価値も向上

昨年4月から導入された「勤務時間帯選択制度拡大」では、2015年度までは9時～18時と9時30分～18時30分という2つの時間帯から選択可能だったのが、7時～16時から15分刻みで10時～19時までの13の時間帯に、10時30分～19時30分と11時～20時を加えた15の時間帯に選択肢が拡大され、1日単位での選択も可能となっています。

また、有給休暇についても、1年間に5日(40時間)を上限として1時間単位での取得が可能となりました。さらに、配偶者転勤同行休業制度では、小学校未就学児を持つ社員が配偶者の転勤に同行する場合、小学校就学までの間に最大2年間の休職が認められています。

鈴木グループ長は、「ライフイベントや家庭の事情などによる退社で優秀な社員を失うことは、会社としても大きなマイナス。働き方を変えたり、様々な制度を活用して、キャリアアップを目指してもらえれば、戦力の低下を回避できる」と説明し、両立支援の意義を強

8B	8:15	17:15
8G	8:30	17:30
8J	8:45	17:45
システム	出社	退社
II	9:00	18:00
VII	9:15	18:15
III	9:30	18:30

部署によっては出退勤の時刻表も掲示されています

調しています。

ジャルパックでは、40歳以上の社員が約7割を占めており、介護も避けて通れない課題となっていることから、女性社員の登用や活躍だけにとどまらず、全社員が高い生産性を維持してやりがいをもつ働き、会社を成長させることが大きなテーマとなっています。社員による付加価値の高い仕事を実現するワークスタイルの変革は、極めて重要な意味を持つのです。

ジャルパックでは、「会議は17時30分まで、メール・電話は18時30分まで、遅くとも20時00分退社」という全社ルールや「ノートPC化や固定電話からスマートフォンへの切り替え」「オフィスレイアウト刷新」など、ワークスタイルの変革へ幅広い取り組みを進めています。



プレクリアランスの拡大へ 政府と交渉

米国 12月21日(水)

ハリス・チャン

マリオット インターナショナル・ハワイ
地域バイスプレジデント

田川会長を訪問し、ハワイの観光戦略について「プレクリアランスが導入されたホノルル空港に続き、他の島の空港に就航するフライトにもプレクリアランスを拡大すべく、政府と交渉中です」と説明。田川会長らは「日本の海外旅行需要が変化してきており、新たなニーズに合わせて新商品の開発が必要です。今後、パシフィック・アイランドの雰囲気はどう表現するかも一つのテーマになると思います」と応じ、「MICEやイベントをテーマにした商品開発も進めていけば、ハワイへの渡航者数の維持につながるでしょう」とアドバイスしました。



成田経由のロサンゼルス 線で就航を予定

インドネシア 2月7日(火)

フィクダネル・タウフィック

ガルダ・インドネシア航空 日本・
韓国・アメリカ地区総代表

志村理事長を訪問し、「成田経由
のロサンゼルス線で就航を予定し

ており、インドネシアの島々で新しいリゾートの開業が相次いでいることから、バリ以遠への日本からの需要拡大を期待しています」と説明。志村理事長らは、「新しく開発されたリゾートや観光地への送客を拡大するために、乗継のフライトを拡充するだけでなく、ツアープランナーが利用できるように詳細な情報の提供も強化してほしい」と要望し、「今後、さらにビジネス関係の強化を進めていきたい」と伝えました。

要人往来

JATAは「海外旅行の復活」を2017年度における最重要課題と位置付け、2月にはアウトバウンド促進協議会の第1回全体会議を開催しましたが、各デスティネーションも改めて日本市場に熱い目を向け、新たなアプローチなどの工夫を凝らしています。



今後2年間で日本人 旅行者を2万人に

イスラエル 1月13日(金)

アミール・ハレヴィ

イスラエル観光省 事務次官

菊間副会長を訪れ、「今後2年間で日本からの旅行者数を2万人に拡大することを目指しており、JATAの活動への協力や参加を積極的に進

めていきたい。イスラエル大使館内に観光担当者を置くことも検討している」と表明。菊間副会長は、「イスラエル観光の特徴は、FITではなくパッケージツアーの旅行者にはほぼ限定されており、イスラエルへの旅行商品を造成する旅行会社を増やす必要がある」と説明し、「航空インフラは改善されているものの、観光局が日本から撤退した後のプロモーションも課題となっています」と指摘しました。

ビジネストラベル向け 海外渡航情報提供ウェブサービス

渡航サポートナビ

24時間、PCからもスマートフォンからも。主要50カ国以上の渡航に必要な最新情報を、出張社員様からダイレクトにご確認いただけます。



査証情報



査証申請書記入例



出入国カード・
税関申請書記入例



空港情報

詳細はお問い合わせください ▶ JTBパブリッシング 法人情報事業部(渡航サポートナビ事務局)

〒162-8446 東京都新宿区払方町 25-5 TEL 03-6888-7835 FAX 03-6888-7859 MAIL toko_adm@rurubu.ne.jp

◎ 渡航サポートナビとは…

出張社員向けサイトにリンクを設置、もしくは出張手配時にリンク先をメールで送付することで、面倒な個別案内業務を効率化することを目的としたwebサービスです。海外出張に必須となる渡航情報を常に開示することで、顧客サービスの拡充にもつながります。

Point 1 信頼できる情報

VISA HANDBOOK 制作実績によるネットワークを活用し、信頼できる情報をご提供します。

Point 2 最新情報の閲覧が可能

大使館や関係機関からの情報を元に、随時情報をアップデート。



うつ病の気分転換のために旅行?

今日は人々のメンタルヘルスが懸念される時代です。とりわけうつ病は患者数が年々増加し、2014年の統計では全国に110万人の患者がいるとされています。うつ病の人にとって、旅行は症状改善のための気分転換になるものでしょうか? 精神科医で放送大学教授の石丸昌彦先生に話を伺いました。

●うつ病のきっかけと症状

もともとは原因やきっかけが見当たらないにもかかわらず気分が沈むものを「うつ病」と呼びました。理由がないからこそ「病氣」と考えたのです。最近では理由の有無を問わず、気分が病的に沈んで心身が不調に陥った状態を「うつ病」と呼びます。理由が何であれ、治療が必要なほど進行した状態では、脳の働きの変動が起きていくものと考えられます。

気持ちが病的に沈むこと以外にも物事に興味や関心がもてなくなる、集中力が落ちて頭が働かなくなる、生きているのがつらくなって死を考えるとといった症状は、うつ病によく見られるものです。

●治療には休養が大事

苦しい病気ですが、薬を使いながら休養することで回復するケースがほとんどです。このように聞くと「旅に出て気分転換すれば治るのではないか」と思われそうです。

ストレスフルな日常を忘れて新鮮な風景に触れ、空気が気候の良い土地で

健康回復をはかる転地療法はそのような旅の効果に注目したものです。高原のサナトリウムで結核の療養をしたり、寒い国の人々が南国で元気を取り戻す場面は、文学にもしばしば描かれてきました。しかし、うつ病の場合はそうはいきません。元気がなくなつた状態では、旅に出ても楽しむことができませぬ。疲れを深めて病気が悪化する危険すらあります。もともと旅好きの人なら、旅を楽しむことさえできない自分を責めることにもなるでしょう。

●「休養」の意味が違う

うつ病患者さんに必要な休養とは「疲れたと思つたらいさぎよく休む。無理はしない。できることからやる。新しいことには、自分の気持ちが向いたら行うようにする。自分のペースをつかむ」というような内容です。

一方、自分のペースで動くのは難しく、むしろ新しい環境に自分を順応させて、経験のない場所・人・刺激を楽しむのが旅行なので、無理の連続が旅行ともいえます。つまり旅行＝休養という短絡的な発想による気分転換は危険です。

患者さんの家族や知人が、善意から温泉などに連れ出すことがありますが逆効果です。海外ともなればなおさらエネルギーを要して疲れることでしょう。旅先で調子を崩したときに簡単に受診できないことや、日本で認可されている薬が国によっては違法になることも、うつ病を抱えて海外旅行することのリスクを高めます。

●うつかどうかの見極め

精神疾患の診断には、アメリカ精神医学会の編集による「DSM」が世界中で用いられています。いくつかのチェックポイントがありますが、特に「どうにも気分が沈んでしまう」「暗いことばかり考えてしまう」「食べ物、趣味、テレビ番組など何につけても、もともと好きなのはものぐさ」「食べ物、趣味、テレビ番組など何につけても、もともと好きなのはものぐさ」「二つの症状を自覚するときは、迷わず心療内科/精神科を受診することが望まれます。

●予防には最適

うつ病にかかつてからの旅はNGでも、予防のために「旅」はとても効果的です。そもそも今日のうつ病は、ストレス管理の失敗から心身のバランスを失うパターンがたいへん多いのです。日頃のストレス発散の二助として、旅は大いに推奨されます。そのために、仕事を計画的に片づけて健康管理も心がければ、それもうつ病への良い対策になることでしょう。

行き先は、予防の観点からはゆったり時間の流れる南の国々がお勧めかもしれません。昔、「沖繩にはうつ病がない」と言われました。事実とは異なりますが、焦らずゆっくり休めるような、包容力に富んだ沖繩の人々の暮らしぶりがそんな俗説を生んだのでしよう。

運悪くうつ病にかかっても、休むにつれて「旅に出たい」という気もちが無理なく出てくればしめたもの、回復はもう目の前です。

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⑤

監修 弁護士 三浦雅生

今回のテーマ…
空港で乗り遅れた！旅行会社が締め切り
時間を案内しなかったせいだ



前号では「パスポートの有効期限」が渡航先の国が定められたのを満たしていないため、出発できなかったという相談でしたが、今回も、空港から海外旅行に出かけられなかったというトラブル。原因は乗り遅れなのですが、お客様は空港での手続き締め切り時間の案内をしなかったからだ、旅行会社の責任を追及されています。旅行会社のスタッフには常識のことが、特に旅行に不慣れなお客様にとっては、そうでないということはありません。そこで、今回はこのことについて改めて考えてみたいと思います。

申し出内容はこうです

〈旅行会社は説明する義務はあるはず！〉

年末年始、海外航空券と現地のホテルを2名で申込みました。旅行当日、成田空港に到着し、出発の1時間少し前に航空会社のカウンターで搭乗手続きしようとしたところ、既に搭乗手続きは締め切られていて、出発することができなかつた。自分たちは海外旅行に不慣れなので、何時までに手続きをしないといけない

かを知らない。その案内をするのは旅行会社の責任だというものです。

旅行のプロとしてどこまで詳細にわたる案内をする義務があるのでしょうか。

解決に向けての指針

〈どの契約に基づく契約なのか？〉

まず、今回の取引はどの契約に基づくのか、それを確認すること（それと、お客様に認識していただくことも）が基本のキになります。そして、各旅行契約別に、契約成立や取消料、旅行会社の責任が大きく変わってくるということも、説明の中でお客様にご理解いただく必要があります。

今回の、海外航空券と現地のホテルの手配をしたという契約は、手配旅行契約となります。

手配旅行は、企画旅行と異なり、勝手に値付けできない（してはいけない）反面、旅行会社の責任は限定的です。お客様の希望する航空券とホテルを間違いない手配すれば、すなわち善良な管理者の注意を持って手配していれば、手配を完成（成功）させなければならぬ義務もなく（標準旅行業約款手配旅行契約第3条）、旅行会社としては希望する航空券を獲得できなくとも、それで「終了」です。よって、それ以上の義務は生じません。

しかしながら、海外旅行が初めてで、不慣れであることを、対応したスタッフがそのお客様との会話の中で知っていた場合、さらに募集型企画旅行だった場合はどうでしょうか？前号の解説、覚えていきますか？契約の解釈において「信義誠実の原則（信義則）」と呼

ばれる考え方がありましたね。契約書類に記載されていないなくても、取引の目的実現のため、必要な事項は「お互い不盲点は確認しあうなどして相手の信頼に沿うようにしなければならぬ」というものです。この場合、お客様の様子を見ながら、必要と思われる情報をお知らせしておくことが必要となってきます。今回の例では、航空会社のチェックインは、正確には航空会社によって異なるが、国内の場合より締切が早いこと、そのため、十分に時間に余裕をもって空港に向かわないといけないこと。チェックイン後も、セキュリティチェックや出入国審査など、混雑時は並ぶこともあり、最終的に決められた搭乗口に、指定された時間までに行かないといけないことも説明する必要がありますでしょう。

前号の「パスポートの有効期限」掲載の後日、同じバリ島に家族旅行に出かけたタレントさんとご家族が、やはり残存有効期間が足りなくて空港で出発取りやめとなったとの記事を見つけました。

そのタレントさんは、「今回の旅行は旅行会社を通じて個人でチケットを手配したために起きたと分析」しているとの内容でした。航空券手配でも、旅行会社経由ならチェックしてもらえらると思っている様子が窺えます。

渡航手続代行契約を結んでいない限り、自己責任の範疇であるにもかかわらず、旅行会社は気がついてあたりまえというのが、結局のところ、消費者全般の一般的な考え方であると認識するしかないでしょう。まずはトラブル発生を防止するため、お客様と対応するスタッフは、リスク回避に向けて五感を使い、できる限りの想像力を駆使することが望まれます。（鈴木）

第50回 助成金が支払われる 旅行の旅行代金

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

観光・旅行にまつわる助成事業が全国各地の自治体等で行われています。震災により落ち込んだ旅行需要の早期回復を目的とした「九州ふっこう割」や「とっとりで待つとりますキャンペーン」はじめ、空港利用促進のための助成や健保組合による旅行費補助など。こうした助成制度を利用する旅行で、「旅行代金の表示はどの金額になるのか。」とか「取消料の基準となる金額は。」などの質問が寄せられます。

今回は、これらの疑問を整理する上で考慮すべきポイントについて、考えをまとめてみました。

助成金は誰に対して支払われるのか。

まずは、助成事業を行う自治体等の取扱要領を見て、その助成金が誰に対するものなのかを見極めることが肝要と思います。助成対象やお金の流れにより、以下の3つが代表的な例です。

(イ)自治体等が旅行業者に対して助成するもの。旅行業者は助成金を旅行費用や広告経費に充当し、旅行代金を設定します。旅行業者は低廉な旅行代金で販売することを自治体等から期待されています。

(ロ)自治体等が旅行者に対して旅行代金の一部を助成する

もの。旅行者は旅行終了後に、自治体等に対して助成金の申請を行い、自治体等から直接、助成金を受け取ります(キャッシュバック)。

(ハ)自治体等が旅行者に対して旅行代金の一部を助成するものであるが、事務手続きの便宜上、助成金が旅行者を経由するもの。助成金の支払いと旅行代金の請求が同時に行われ、差額のみが請求されるので、実際に旅行者が助成金を手にすることはありません。

さて、(イ)は、旅行業者に対しての助成金なので「旅行代金Ⅱ(旅行費用+助成金)+収益」となる一方で、(ロ)と(ハ)はともに旅行者に対する助成金なので、「旅行代金Ⅱ(旅行費用+収益)」となり、助成金は旅行代金に反映されません。

とりわけ、(ハ)では、助成金が直接、旅行者の手に届かないため、旅行業者が助成を受けていると誤認されがちですが、自治体等が旅行者に旅行代金の一部を助成金として負担するものの、その助成金は旅行業者が旅行者に代わって自治体等から受領して旅行代金に充当しているものです。

取消料は旅行代金に対して計算します。

助成金の性格が前述のいずれに該当するかを見極めたところで、冒頭の2つの質問について考えてみます。

まず、旅行代金の表示ですが、自治体等の助成対象となる旅行を新たに企画したとします。(イ)や(ロ)の場合なら旅行代金とお客様が旅行者へ支払う実額が一致しますから「旅行代金〇〇〇円」と書けるでしょう。また、取消料の額の計算についても、取引条件説明書面に「旅行代金の〇%」と書いてあるでしょうから、お客様も誤

解しないでしよう。

問題は(ハ)の場合です。旅行業者が助成金を代理受領するとの考え方ですので、旅行代金とお客様が旅行者へ支払う実額が一致しません。例えば、旅行代金が5万円、助成額がその20%ならば、「旅行代金5万円、助成金1万円、お客様支払実額4万円」となり、広告には「旅行代金5万円、助成金1万円」(その他詳しい表記方は自治体等の取扱要領による)と記載します。

一方、取消料は旅行代金に対して計算しますから、旅行代金である5万円に対して計算することは明白なのですが、旅行者は自ら支払ったお金が4万円であることから、取消料を4万円に対して計算すると勘違いし「不当に高い取消料を請求された」と誤解することがあります。

助成金は、その趣旨から、旅行に参加した場合に助成されるもので、取消料は助成の対象ではないことがほとんどです。こうしたトラブルを避けるためにパンフレット等には、①旅行代金を明確にすること、②旅行参加者に自治体等から助成金が支給されることとその金額を明記すること、③助成金は旅行代金の一部として、直接、旅行業者に支払われること、④取り消した場合の取消料は旅行代金に対して計算すること、等を記載することが重要になります。なお、②であたかも旅行者が値引きしているような表示をすると不当表示となる恐れがありますので、ご注意ください。

助成制度を使わない手はありませんが、各自治体等の取扱要領を良く読んで、助成対象が何(誰)であるか正しく見極め、上手に活用していきたいものです。

(杉原)

1月の出国者数は1.9%増130万人に 昨年6月から8カ月連続でプラスを維持

日本政府観光局(JNTO)が2月15日に発表した速報値によると、今年1月における出国日本人数は前年同月比1.9%増の130万人を記録しました。

出国日本人数は昨年1年間で前年比5.6%増の1711万6300人に達して、2013年以来7年ぶりに1700万人台を回復しましたが、伸び率こそ昨年の年間水準を下回ったものの、JATAが「海外旅行の復活」を最重要課題に掲げる今年も、堅調な伸びを示しています。

出国日本人数の伸び率は、昨年5月に2.3%減とマイナスを記録した後、昨年6月からは8カ月連続で前年比プラスを維持する形となっています。

一方、今年1月における訪日外客数は、前年同月比24.0%増の229万5700人を記録しました。

昨年1年間における訪日外客は、前年比21.8%増の2403万9000人を数えて、初の2000万人突破で一気に2000万人台半ばまで急成長しましたが、今年1月の伸び率は、昨年1年間の伸び率を上回り、好調な動きを続けています。

JNTOでは、1月として過去最高、単月としても2016年7月の229万6451人に次ぐ2番目の規模となった今年1月の訪日外客数について、旧正月休暇が1月末から始まり、中華圏の国や地域を中心に訪日外客が増加したことや、航空路線の新規就航や増便、クルーズ船寄港数の増加、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションも、好調な動きを後押しする形になったと分析。今年2月については、多くの市場で旧正月休暇が終わった後となるため、訪日外客の伸びも勢いが緩やかになるとみているものの、ウィンタースポーツや雪遊びなどを目的とした外国人旅行者が増加していることやクルーズ需要の拡大などが、引き続き、訪日需要を下支えするものと期待しています。

●JATA業務予定表 3月10日(金)～4月30日(日)

※予定表は変わることがあります。

本部・支部の委員会(予定)

3月14日	国内旅行委員会／関西支部
3月15日	幹事会／東北支部
3月16日	消費者相談委員会／関西支部
3月17日	幹事会／関東支部
3月17日	海外旅行委員会／関西支部
3月22日	訪日旅行推進委員会／本部
3月23日	国内旅行推進委員会／本部
3月24日	理事会・常任役員会／本部
3月31日	法制委員会／本部
4月6日	海外旅行委員会／関東支部
4月7日	総務委員会／関東支部
4月10日	幹事会／東北支部
4月12日	海外旅行推進委員会／本部
4月14日	インバウンド委員会／関東支部
4月18日	消費者相談委員会／関西支部
4月19日	総務・消費相談委員会／中部支部
4月20日	国内旅行委員会／関東支部
4月20日	幹事会／中部支部
4月21日	幹事会／関東支部
4月28日	空港委員会／中部支部

●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。

3月14日～17日	総合・国内旅程管理研修(東京・大阪)／研修・試験委員会
3月14日	南極セミナー／九州支部
3月16日	JATA-JOPA共催 クルーズ販売セミナー(神戸)／海外旅行推進委員会
3月16日	南極セミナー／中部支部
3月16日	幹事会／沖縄支部
3月18日～19日	旅まつり名古屋／中部支部
3月21日～24日	総合・国内旅程管理研修(広島)／研修・試験委員会
3月23日	中高年者の登山中の発病や負傷の対処法と予防策／国内旅行推進委員会
3月26日～28日	グアム視察研修旅行／九州支部
3月27日	JATA重大事故支援システム リスクマネジメントセミナー／海外旅行推進委員会
4月2日～6日	ブノンベン商品開発調査団／海外旅行推進委員会
4月10日～11日	新入社員基礎研修(東京A)／研修・試験委員会
4月17日～18日	新入社員基礎研修(東京B)／研修・試験委員会
4月17日	新入社員基礎研修(仙台)／研修・試験委員会
4月18日～21日	旅行実務研修/九州支部
4月21日	ブランドUSAセミナー&ワークショップ/九州支部
4月22日	JR研修／沖縄支部
4月24日～25日	旅行実務研修<基礎>／関西支部
4月25日～26日	新入・若手社員研修／中部支部
4月25日	新入社員基礎研修(広島)／研修・試験委員会
4月26日	新入社員基礎研修(福岡)／研修・試験委員会

エリア・スペシャリストの受講者募集 5月から9月末までの春季講座を開講

JATAは3月31日まで、トラベル・カウンセラー制度「エリア・スペシャリスト(AS)」春季講座の受講者を募集しています。トラベル・カウンセラー制度は、それぞれの養成講座を通じて、旅行のプロフェッショナルとして幅広い知識を身につけた人材の育成を目指す業界の資格制度です。このAS講座では、海外旅行で人気の高い国・地域を8つのエリアに編成し、エリアごとに観光・地理、文化・歴史、交通・宿泊などの分野を5カ月で学びます。昨年度は年間延べ1551人に受講いただくなど、会員の皆様から特にご好評をいただいています。5月から開講する講座は、業務経歴等は問わず、誰でも受講できますが、資格認定には「旅行業務実務経験1年以上」などの要件が必要です。受講期間は9月末まで、修了試験は9月4日から13日の間に実施され、合格発表は10月初旬の予定です。

AS養成講座の詳細については、トラベル・カウンセラー制度研修センターのホームページ(<http://www.traco.jp/>)をご覧ください。

〈お詫びと訂正〉

本誌2017年2月号10ページ「価値創造産業への新潮流／中小は『必然性』の見極めが重要」で、株式会社ジーベックテクノロジーの代表取締役社長が「住吉毅彦」氏とあるのは「住吉慶彦」氏の誤りでした。お詫びして、訂正します。



噴煙を上げる火口の迫力は圧倒的です



復旧が待たれる阿蘇神社の山門(写真は被災前の様子)



阿蘇の景色を望む露天風呂は格別(内牧温泉郷)



サイクリングツーリズムも阿蘇観光の目玉に



ASO復光スタディプログラムの語り部活動

雄大な景観は阿蘇の大きな魅力の一つ

磨き上げ進む体験型素材の活用を 風評被害払拭し団体旅行需要回復へ

熊本地震の風評被害も残る阿蘇市では、団体旅行需要の回復などを目指して体験型観光の拡充に取り組んでいます。周辺自治体との連携も含め、阿蘇の魅力積極的にアピールしていく方針です。

魅力を掘り下げて内外へ発信

阿蘇市など熊本県の8市町村と別府市など大分県の5市町に広がる「阿蘇くじゅう国立公園」は昨年7月、環境省が進める「国立公園満喫プロジェクト」のモデル公園として、全国7つの国立公園とともに選定されました。

同プロジェクトは、国立公園の魅力を高めて外国人旅行者を誘致するもので、選理由としては、1000年以上も続く野焼きによる広大な草原などの観光資源の潜在的価値が高いことや災害からの復興などが挙げられています。

阿蘇市観光課の秦美保子課長は、「熊本地震の後、阿蘇を訪れる旅行需要の中心だった団体旅行が半分程度しか回復していません。特に、修学旅行と訪日旅行の対策を優先してきている中で、モデル公園に選定されたことは大きな追い風です」と強調。「主要道路は依然として寸断されただけで、厳しい状況は続くものの、需要

回復の遅れは、風評被害の影響も大きい。しっかりと目的を持って来てもらえるように、阿蘇の魅力を掘り下げて内外へ積極的に発信していきたい」と語っています。

周辺自治体との連携も視野に

阿蘇市では、特に、雄大な阿蘇の自然に触れてもらう体験型の観光素材の開発に力を入れており、トレッキングやサイクリングなどのメニューを拡充し、「景観を楽しんでもらうのに加え、阿蘇での“遊”の部分も掘り下げて、変化が進む観光の形態や新しいニーズに対応していく」(秦課長)方針です。

また、JR九州の阿蘇駅前にある「道の駅阿蘇」を運営するNPO法人ASO田園空間博物館では昨年の夏から、地域住民らが熊本地震の体験を伝える語り部活動や地震で生じた断層の亀裂をガイドと回るサイクルツアーなど「ASO復光スタディプログラム」を実施しています。ASO田園空間博物館によると、最近では、県内や九州隣県だけでなく、近畿圏の消防団が同プログラムに参加するなど、阿蘇観光における防災・減災ツーリズムの可能性も示しているようです。

秦課長は、「阿蘇くじゅう国立公園の周辺自治体との広域連携も進め、遠回りでも時間をかけて地域の資源や素材を磨き上げていけば、必ずまた阿蘇に来てもらえるようになるはず」と自信を示しています。

3年目を迎えた「シルクロード観光年」 定番素材の掘り下げや新たな資源の開発を

1980年4月にスタートした番組「NHK特集:シルクロード」(「丝绸之路」)は、視聴率が毎回20%前後という大ヒットとなり、1980年代の中国旅行ブームも引き起こしました。

日中国交回復が実現した1972年に企画された番組は、中国側との撮影交渉が難航を極め、改革開放路線に転じた後の1978年10月に来日した鄧小平副首相への直訴を通じて撮影許可が下りたという経緯は、国交回復

後における中日関係の発展も反映するものでした。

シリーズ第1集「遙かなり長安」の舞台となった西安は、日中国交回復45周年を迎えた今年、シルクロードの「起點都市」として改めて脚光を浴びています。中国国家観光局は、カザフスタン、キルギスと共同申請していたシルクロードの世界文化遺産登録が2014年に実現したのを受けて、2015年を「シルクロード観光年」と設定、今年も「昨

年と昨年に続いて展開することを決めました。

西安の街は、明の時代につくられた城壁で囲まれており、その巨大さと堅牢さに往時の繁栄がしのべれます。歴史を肌で感じられる城壁内の街歩きだけでなく、城壁の外側でも、世界文化遺産の構成資産である大雁塔、殷周時代の青銅器や唐代の壁画などが展示されている陝西省歴史博物館、郊外には楊貴妃ゆかりの場所として知られる風光明媚な華清池など、いにしへの中国との出会いも楽しめます。

2010年1月に開業した西安／鄭州間の新幹線を利用すれば、西安の兵馬俑、洛陽の龍門石窟や少林寺などを1日で回ることも可能で、高速鉄道時代を迎えた中国観光の新しい魅力を感じすることもできます。

シルクロード観光の知られざる魅力

東アジアと地中海世界を結ぶ交易路だったシルクロードは、商人だけにとどまらず、国の使節や武将、宗教家や芸術家なども往来し、仏教や美術、思想なども伝えながら、周辺地域の歴史や文化を育んできました。また、砂漠や山岳地帯などの地勢の厳しさは、苦難に満ちた道行を



1970年代に発見された兵馬俑坑には、陶俑陶馬8000点と青銅器4万点余があり、坑内に整然と並ぶ雄姿は見るものを圧倒します



西遊記の三蔵法師が持ち帰った經典を保存するため建立された大雁塔の北側にある広場からは、大雁塔を最も美しく望めます



「中国五岳」の一つである華山は、古くから道教の修行の場として知られ、西安から日帰りして急峻な山容を楽しめます



唐の高宗と則天武後の共同陵墓である乾陵には、数多くの石刻人形や石刻獸、華表(標柱)が並び、唐代の皇帝の権威が偲べれます



“七彩丹霞”とも呼ばれる「張掖彩丹丹霞」は近年、日本でもシルクロードの知られざる魅力をアピール存在となっています

旅人に強いる一方、シルクロードならではの大自然の美しさも演出してきています。

シルクロードの河西回廊に位置する甘肅省張掖の近郊に広がる「張掖丹霞地貌」は近年、日本人旅行者にも人気の高いエリアとなっています。総面積が510平方キロメートルにも及ぶカルスト状の地層が広がる大地は、中国で最も美しい「七大丹霞地貌」のついに数えられ

ているほどです。

白亜紀の赤みがかった砂岩や礫岩が隆起してできた地層が剥き出しの絶壁のような地形には、様々な鉱石が含まれているため、陽光の浴び方で色が変わり「七彩丹霞」とも呼ばれています。2008年に一般公開されるようになって以来、日本からは、その稀有な景観を



1987年に世界文化遺産として登録された敦煌莫高窟は、千年にもわたって築かれた仏教芸術の聖地であり、シルクロードのハイライトです



広大な美しい砂丘として知られる敦煌鳴沙山の月牙泉景区には、かつてのシルクロードの旅を彷彿とさせる光景が広がります



様々な料理や土産物などの露店や屋台が並び敦煌夜市の賑わいは、交通の要衝として東西交易を支えていた歴史を感じさせます

楽しむだけでなく、ハイキングやトレッキングのツアー素材としても活用が進んでおり、シルクロード観光の知られざる魅力をアピールする存在となっています。

中国西部の甘肅省にあつて、さらに、その西端に位置する敦煌は、古代から西域に対する最前線の軍事拠点として様々な民族が興亡を繰り返す一方、この地を行き交った人々もたらした多彩な文化の花が華麗に咲き誇りました。

砂漠の中にある小さなオアシスだった敦煌は、20世紀の初めに数多くの写本や仏画を収めていた藏経洞が発見され、列強各国の探検隊が写本や仏画を持ち去ったことで、皮肉にも莫高窟をはじめとする敦煌石窟が世界中に知れ渡ったのです。

「シルクロード観光年」が3年目を迎えた今年、定番の観光素材の掘り下げ



甘肅省の嘉峪関には、「万里の長城」西端の狼煙台が残されており、風雨に浸食された姿が“西域の最前線”を実感させます



甘肅省・天水市東南の麦積山石窟には7200体の泥刻像や彫像、壁画などが保存され、「東方の塑像館」と呼ばれています

や新たな観光資源の開発など、中国旅行の活性化に向けて、旅行業界の手腕も期待されるところです。

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. 観光系学部の学生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)

■ 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