

JATA 2017年事業方針決定 「需要喚起」+「取扱い拡大」目指す

観光庁に提言書を提出
訪日旅行の拡大と質向上へ

アウトバウンド促進協議会通信 VOL.1

素材研究

・山形県・出羽三山

日中45周年プロジェクト

・黒龍江省



動き出したアウトバウンド促進協議会
菊間JATA副会長に設立の意義を聞く
マーケットを創り出すのがプロ



マーケットを創り出すのがプロ B to Bの力で世界の期待に応える

JATAが今年2月に設立したアウトバウンド促進協議会は、新年度を迎えていよいよ本格的に始動することになります。

「海外旅行者数の2000万人達成」に向けて、内外の関係者が結集すると同時に、プロとしての旅行会社によるスキルアップを通じた需要創造や市場開発を目指す同協議会について、菊間潤吾JATA副会長に語っていただきました。

海外旅行活性化へ内外の関係者が結集

——アウトバウンド促進協議会を設立した背景や目的をお聞かせください。

菊間 田川会長は「海外旅行の復活」を最大のテーマとして掲げ、企画力・添乗力・幹旋力を旅行業界の存在意義を高めていくキーワードとして挙げ、同時にツーリズムEXPOジャパンにおけるB to B機能強化の方向性を明確に打ち出しています。また、国際旅行市場でのソースマーケットとしての中国や韓国の台頭によって、アジア地域で日本を最重要視する見方が変化していることも考えると、JATAとして何らかのアクションを起こして日本マーケットへの期待感をしっかりと持つてもらえるような形を作ることが非常に重要になってきていると思います。

各国の政府観光局や大使館の皆さんから「日本の旅行業界が良く見えていない」という声も聞こえてきており、日本市場でプロモーションを行う際にどのようなアプローチをすべきなのか苦労されている現実もあるわけです。さらに、オ

菊間潤吾 JATA 副会長 「BtoBの重要性をアピールしたい」



ンライン・トラベル・エージェント(OTA)の流れが出てきて、旅行会社の在り方も問われるようになってきている。日本マーケットの場は、やはり、B to Bの重要性が極めて大きく、旅行会社と組まなければならないということをしつかりアピールすることがJATAに求められていると思います。

その一方で、インバウンド二辺倒ともいべき施策が進められる中で、アウトバウンドを促進させる動きも必要になってきているから、旅行業界だけにとどまらず、日本からの海外旅行者が増加することを期待している各国の行政関係者やサプライヤーなどの皆さんも一緒になった組織体を発足させるべきだろうと考えて、アウトバウンド促進協議会を設立しました。

——海外旅行市場の活性化を目指す勢力を結集する組織として、協議会が発足したということでしょうか。

菊間 そうです。協議会に参画している各国の政府観光局や大使館、サプライヤーの皆さんは、協議会を通じて日本の旅行業界におけるキーパーソンの人たちとのネットワークをつくったり、密接なコミュニケーションを行っていくことで、それぞれの国をアピールしていきたいと考えているでしょう。

同時に、協議会を設立した狙いとして、旅行会社の存在意義を明確にしていくなめには、われわれ旅行業界がもっとプロとしての能力やスキルを高めていく必要があります。それができなければ、OTAという時代の流れに負けてしまうことになりかねません。田川会長が繰り返し指摘している企画力や添乗力、幹旋力のレベルアップを図っていくためには、協議会を設立することが不可欠だと考えています。

情報収集という側面からは、各国の観光関係者と日本の旅行業界におけるキーパーソンの人たちとのネットワークを構築するだけでなく、もつと生の声に触れて現状をより深く理解する環境も用意する必要があります。協議会はそのための場として機能していくことになると思います。つまり、協議会の存在がプロのプランナーとしてのスキルアップに通じるものになっていくというわけです。また、協議会で各国の観光関係者の皆さんと話し合いを重ねていく中で、日本マーケットを活性化させるには、B to Cをやれば良いということではなく、言葉の問題や安全性を必要以上に問う国民性などからもB to Bの必要性が高いと認識していただけるようになればと考えています。







日本は各国のニーズに応える成熟市場

——日本マーケットにおけるB to Bの重要

動き出したアウトバウンド促進協議会 菊間JATA副会長に設立の意義を聞く

チーム部会長・副部会長の皆さん

(顔写真は各チーム部会長の方々です)

欧 州		部 会 長	古木 康太郎	(株)グローバルユースビューロー	代表取締役会長
		副部会長	フレデリック マゼンク	フランス観光開発機構	日本代表
		副部会長	檀原 徹典	(株)ミキツアーリスト	代表取締役社長
中 近 東 アフリカ		部 会 長	西山 徹	(株)日本橋トラベラーズクラブ	代表取締役社長
		副部会長	馬場 由彦	(株)エヌオーイー	取締役 東京営業本部長
北中南米		部 会 長	生田 亨	(株)JTBワールドバケーションズ	代表取締役社長
		副部会長	マージョリー デューイ	CWW	日本代表
		副部会長	ギジェルモ エギアルテ	メキシコ観光局	局長
ア ジ ア		部 会 長	松田 誠司	(株)阪急交通社	代表取締役社長
		副部会長	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
オセアニア 大洋州		部 会 長	稲田 正彦	KNT-CTホールディングス(株)	執行役員 海外旅行部長
		副部会長	飯島 伸二	(株)ジャルパック	執行役員 海外企画商品事業本部長
東アジア		部 会 長	藤田 克己	(株)ジャルパック	代表取締役社長
		副部会長	高橋 正浩	(株)日本旅行	執行役員 海外旅行事業部長

性を理解してもらったための具体的な事例などがあれば、お聞かせいただけますか。

菊間 例えば、各国が求めているのは、人気の観光地に多くの旅行者に来てもらうことだけでなく、日本でも訪日旅行需要の地方分散などが地域創生といった観点から強調されるようになってきているように、観光を通じた活性化を図るために地方にも旅行者に来てほしいということがあります。しかし、そうした地方では、旅行者を誘致するにはどういったプロモーションをすればいいのか分かっていなかったり、B to Cでアプローチしても行きづらい場所だったりするので、旅行者はあまり行かないわけです。

日本マーケットでは、まだ、パッケージツアーで海外旅行へ行く人が多いため、旅行会社がそういうエリアを積極的に商品化することでツアー客も動き出すし、FITの人たちもそういう場所へ足を運んでみようということになります。そういう日本マーケットの特性を理解していただければ、B to Bの必要性についても認識を深めていただけるのではないのでしょうか。

分かります。事例としては、JATAのチームヨーロッパによる「美しい村30選」という取り組みがあります。これは、われわれ旅行業界がトレンドを作っているというふうなもので、日本ではほとんど知られていないような場所ばかりを選定しました。例えば、英国・ウェールズのコンウィの場合、「美し

い村30選」に入ったことで、コンウィを訪れる日本人旅行者数が700倍にもなっています。英国内の他地域でも、関係者が新聞報道などを通じてその事実を知り、観光による地方の活性化に取り組みむ時に、日本は大切なマーケットだと認識してもらえようになりました。こうした事例を積み重ねたり、各国の関係者に事例を知っていただいたりすることで、日本マーケットが各国のニーズにマッチする成熟市場であると認知していただくことにつながっていくと考えています。

—— 各国の観光局やサプライヤーの皆さんと日本の旅行業界との関係も新しい段階に入っていくことでしょうか。

菊間 海外旅行市場が拡大する過程でも、海外の関係者と旅行業界とが協力してDESTINATIONを開発する努力は行われてきました。航空会社が日本路線を積極的に開設し、輸送力を増強すると同時に、現地でも新しいホテルが次々に建設されてリゾート開発なども行われ、日本の旅行会社はそうした動きを受けて、言わば「受け皿」的なパッケージツアーを作れば、旅行商品が売れて実績も伸びていく時代もあったわけですね。

しかし、現在は「受け皿」的な旅行商品の造成や販売にとどまっていると、旅行業界の地盤沈下がどんどん進んでいくことになりそうです。なぜなら、そういう「受け皿」の機能はOTAが十分に果たしている時代に

動き出したアウトバウンド促進協議会 菊間JATA副会長に設立の意義を聞く



3月15日に開催されたアウトバウンド促進協議会の第1回部会長・副部会長会議

なっているからです。今は、われわれ旅行業界がマーケットを作っていないかなくてはならない段階に入っており、その中で、旅行会社はどうするかということを問われているのだらうと思います。さきほど言及したチームヨーロッパによる取り組みは、まさに、そういう問いに対する一つの回答だったと言えるのではないのでしょうか。

われわれがトレンドを生み出し、マーケットを動かすこと、それが狙いだったわけです。「受け皿」とどまることから脱却して、旅行業界とサプライヤーの関係をアクティブに動いていくネットワークとして機能させ、マーケットを創出していくという考

え方を具現化したものがアウトバウンド促進協議会であるとも言えます。

双方向交流を推進し「観光先進国」へ

——各国の観光関係者がJATAという組織に期待しているのも、まさに、そうした役割ということなのでしょう。

菊間 そうだと思います。アウトバウンド促進協議会の設立総会に駆けつけた観光庁の田村明比古長官も、業界団体としてのJATAによる積極的な動きに対し、行政としても側面支援していく考えを示しておられました。例えば、安倍晋三首相が各国を訪問されると、多くの国で「日本からの旅行者をもっと増やしてほしい」という要請を受けているわけです。安倍首相によるトップセールスに対して、相手国としては多くの日本人旅行者に自国を訪問して消費してもらいたいということ、国土交通省をはじめとする政府関係者の間でも「海外旅行は外交だ」との認識も広がってきているようです。「明日の日本を支える観光ビジョン」でも、「若者割引などのサービス開発を通じた海外旅行の推進」への言及があり、アウトバウンドを活性化

する必要性についての認識が示されています。

そうした変化なども踏まえて、「双方向交流の拡大」という大きな文脈の中で考えれば、各国の多くの関係者がアウトバウン

ド促進協議会の趣旨に賛同して参画し、協議会が政府に様々な施策などを要望する際に、場合によっては、各国の関係者の意見も反映されるようになるということは、非常に大きな意味を持つのではないかと考えています。各国の行政がインバウンドの振興を中心に政策を展開している中で、政府がツーウェイリズムのスキームに基づいて動いていけば、「観光先進国」を目指す姿勢を内外へ明確に示すことにもなると思います。

——新年度から本格的に活動を開始することになるアウトバウンド促進協議会と方面別部会による活動の方向性などについてお聞かせください。

菊間 担当する方面の事情によって、各部会の活動次元も異なるものになると思いますし、それぞれが掲げるテーマも多岐に及ぶでしょうから、部会毎にいろいろと考えていただいて良いと思っています。ただ、協議会の会長として、基本的なテーマや方向性について話はさせていただきますし、協議会として部会を横断的に跨ぐような企画や事業も展開していくことになる見通しです。

例えば、アウトバウンド促進協議会のトータルな動きとして、プロフェッショナルセミナー的な事業を定期的を実施する場合、内容的には6つの部会がカバーするテーマは必ず入っていて、各方面をバランスよく配分するような展開にしたいと考え

ています。また、ツーリズムEXPOジャパンに向けて、団体旅行のキーパーソン、教育旅行のキーパーソン、MICEのキーパーソンというような形で、旅行需要の分野別に作成したキーパーソンリストを皆さんにお渡しして、相互にコミュニケーションを図るためのベース作りをするとか、双方が交流する懇親会を企画するとか、協議会組織全体を活性化させるような取り組みを進めていきたいと思っています。

——アウトバウンド促進協議会の会長として、全国のJATA支部やJATA会員の皆さんにメッセージをお願いします。

菊間 全国のJATA支部が取り組んでいる地域での海外旅行活性化の取り組みを、協議会の活動と有機的に連動させるような展開を検討していますし、会員各社の皆さんには協議会への積極的な参画をお願いしたい。すでにお話をさせていただいたように、時代の流れに負けないプロとしての旅行業の在り方を模索する協議会でもありますから、会員各社の業態に関わらず、是非、協議会に参加していただき、トレンドを作っていくための知恵を出し合う仲間を増やしていければと考えています。また、日本人海外旅行者の旅行先となる各国の皆さんにも、より多くの方に加わっていただいて、新しいデザインオープン開発なども進められればと思っていますので、関係者の皆さんの積極的な参画をお待ちしています。

動き出したアウトバウンド促進協議会
菊間JATA副会長に設立の意義を聞く
マーケットを創り出すのがプロ
BtoBの力で世界の期待に応える 1~3

JATA 2017年度事業方針
旅行業の真価を発揮し市場捉える
「需要喚起」+「取扱い拡大」目指す 5~6

<本部支活動報告>
JATA、観光庁に提言書を提出
訪日市場の拡大と質向上を目指す 7
田川会長とタレブ事務局長がトップ会談
UNWTOとの包括的パートナーシップの発展を確認 8

アウトバウンド促進協議会通信VOL.1
第一弾は「韓国復活緊急フォーラム」 9

ツーリズムEXPOジャパン
優秀賞に輝いたクラブツーリズムの取組み 10
公式サイトが3月31日にオープン 「ツーリズムEXPOジャパン2017」 10

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] 株式会社武蔵境自動車教習所(東京都武蔵野市)
女性社員の柔軟な発想でサービス業化 11

支部活動 8

出入国者数(速報値) 2月の出国者数は11.8%増 15

●読み物&マーケティング
・シリーズ:『挑戦』を支えるもの~事故対応事例に学ぶ旅行保険①~ 12
・ハイにちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑤
今回のテーマ:羽田空港から成田空港までの移動にかかったタクシー代は旅行会社が負担すべきだ! 13
・法務の窓口 第51回 施行一年を迎えた「障害者差別解消法」 14

●素材研究
(国内)山形県・羽羽三山 自分の足で辿る「生まれかわりの旅」 17

●日中45周年プロジェクト 黒龍江省 18

●事務局だより 15

表紙写真

「海外旅行の復活」を最大のテーマに掲げるJATAが今年2月に設立したアウトバウンド促進協議会が、本格的な活動を開始しました。同協議会の会長を務める菊間潤吾JATA副会長は、「時代の流れに負けないプロとしての旅行業」がスキルを高め、需要創造や市場開発を行っていくベースとしての意義を強調しています。

「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/>



電話器とパソコンが一体化!

受話器を取ると、お電話を頂いたお客様の顧客情報・予約情報が画面表示されます!

symphony Atwo

シンフォニー アトゥー

旅行業基幹業務支援システム






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

旅行業の真価を発揮し市場捉える 「需要喚起」+「取扱い拡大」目指す

JATAは3月24日に開催した理事会で、2017年度事業方針を決定しました。海外旅行推進業務では、今年2月に設立されたアウトバウンド促進協議会の活動を軸に、海外旅行の促進と旅行会社における「強み」の確立を目指し、国内旅行推進業務では、国内旅行需要の拡大に向けた着実な取り組みを進める一方、「貸切バスツアー適正取引」に向けた対応などを図ります。訪日旅行事業では、訪日外国人旅行者の需要拡大に取り組みと同時に、ツアーオペレーター品質認証制度の推進や新たに制定されるランドオペレーター登録制度の定着にも取り組んでいきます。

相互交流を担う役割果たす

昨年は、訪日外国人旅行者が2400万人を突破する一方、日本人海外旅行者も1700万人に達して微増を記録しました。しかし、旅行会社による取り扱いは必ずしも増加しているわけではなく、事業方針では、旅行会社が本来持っている企画・提案力・斡旋力・添乗力といった真価を発揮し、マーケットをしっかりと捉えていくことを今年度のテーマとして掲げています。

アウトバウンド促進協議会が発足し、各方面別に需要創出や市場開発の取り組みも具体的な形で進められることとなりますが、インバウンドについても、JATAが要望してきたランドオペレーター登録制度もようやく実現されることになり、国内旅行・海外旅行・訪日旅行のあらゆる面で旅行会社がリーダーシップをとっていくことに挑戦する年となります。

ます。

相互交流を担える唯一の団体として、

「観光立国」から「観光先進国」を目指す動きの中で、交流大国の実現という目標を掲げつつ、「双方向交流」も大切だという認識が政府をはじめ各方面で出てきていることも踏まえ、JATAの役割を果たしていかなければなりません。相互交流による地方の魅力再発見や被災地復興、経営の健全化推進や業界の社会的地位向上を目指す2017年度の事業骨子を紹介します。

海外旅行復活へ需要を喚起

海外旅行者数2000万人の達成に向けて、需要喚起を図る施策を推進すると同時に、旅行会社による取り扱いの拡大を目指します。

新たに発足したアウトバウンド促進協議会では、6つの方面別に部会が設けられ、各方面ごとに旅行会社と各国の関係

者が緊密に連携し、需要創出や市場開発に取り組めます。

また、近隣アジア諸国間における交流拡大に向けて、中国からの旅行者が減少している韓国や台湾で、日本からの送客増を望む声も強まっており、こうした期待にも応えられるように努めていきます。

中国については、今年が国交正常化45周年、来年が友好条約締結40周年となることから、今年と来年の2年間を視野に入れて日本人旅行者の増加に資する取り組みを進めていきます。また、テロの影響を受けてきたフランスなどについても、需要回復を目指して取り組んできた1年間の成果がようやく表れてきており、着実に数字を戻すことを目指します。

さらに、送客の拡大へ覚書を締結しているタイ・マレーシア・オーストラリア・ハワイ・米国・ウズベキスタン・フランスの7カ国・地域でも、覚書の主旨にそって実績を上げていく方針です。

国内旅行の活性化を着実に

今年、新幹線の開業やグローバルイベントの開催といった大きな動きがない

ことから、プレミアムフライデーで旅行業界が率先して盛り上げ役を果たすなど、旅行市場の活性化に向けて着実な取り組みを継続します。

文化庁による「日本遺産」の認定や環境省による「国立公園満喫プロジェクト」といった動きを受け、観光庁も新たな観光資源の活用や地域観光振興のアプローチとして側面支援を行っており、旅行業界としても旅行商品企画などを通じて協力していきます。

また、東日本大震災と熊本地震の影響が残る被災地に対して観光振興を通じた支援活動が続けるほか、2020年の東京オリンピック・パラリンピックを契機に20万件的文化プログラムを展開する「Beyond 2020」への取り組みを強化し、旅行業界としても多彩なプログラムの実現を目指します。

訪日旅行の質向上へ支援策

訪日外国人旅行者数は昨年、2400万人を突破して順調に拡大を続けているものの、リピーターを増やしていくために、制度面も含めた訪日旅行の質を担保する環境の整備が求められています。JATAのツアーオペレーター品質認証制度を推進する一方、新たに導入されるランドオペレーター登録制度の定着と適正な運用に向けて、JATAとして協力していきます。

2017年度事業方針

また、インバウンド3000万人時代も見据えて、JATAとして観光庁に訪日旅行の提言を行っており、特に国内旅行の活性化にも資する地方におけるDMOの取り組みには、積極的に支援する活動を行っていきます。

経営健全化へ働き方を改革

旅行業界の経営健全化へ向けて、最大のテーマとも言えるのが働き方改革です。時間外労働を減らしていくために、働き方と同時に休み方も真正面から捉えていかなければなりません。人口が減少し労働力不足の深刻化も予想される中、旅行業界の働く環境を改善していかなければ、必要な人材を確保することも難しくなります。JATAとしても、労務法制の遵守や有休取得率の向上、女性の活躍事例の共有などを通じて、ダイバーシティやワークライフバランスの推進にも積極的に取り組み、業界全体の経営健全化を図ります。

情報の保守と安全安心の旅

サイバーテロによる企業の情報漏洩は社会問題としても深刻化してきており、旅行業界においても各社の社員による心構えも含め、慎重な対応が求められています。東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けて、情報セキュリティを強化するため、

JATAでは観光庁とも連携して万全の備えを整えていきます。テロをはじめとするリスクへの対応も重要性が高まり、経営面でも非常に大切なテーマに位置づけられることから、「旅の安全の日」の定着や旅行安全マネジメントの普及などに取り組んでいきます。

TEJのBtoB機能を更に強化

3年間にわたる開催実績を通じて、国内旅行と海外旅行を楽しんでいただく総合イベントとして定着したツアーリズムEXPOジャパン（TEJ）は、今年から日本政府観光局（JNTO）も主催団体として加わり、新たなステージでBtoB機能の更なる強化を図ります。商談機会の充実やネットワークの構築のため教育旅行担当者やインセンティブ担当者などを対象にしたセミナーを開催して、その上で商談会に参加してもらうようにすると同時に、地方からの旅行会社の参加も促します。

2018年度までの目標 -相互交流5000万人へ向けて-

- 2020年東京オリンピック・パラリンピックを機会に観光大国実現に向けた政策目標
 - A. 日本のツーリズムの国内・国際における地位向上、確立
 - B. ツーリズムEXPOジャパンがITB.WTMと並ぶ世界三大ツーリズムイベントの地位確立
 - C. 有給休暇取得向上等の休暇制度・働き方改革の推進
- 交流大国実現に向けた業界目標
 - D. 渡航者人数2000万人達成へ向けた需要喚起・拡大、日本の海外旅行市場のプレゼンスアップと旅行会社の取扱い旅行者数の拡大に向け、旅行会社の価値向上を目指す
 - E. 国内旅行の宿泊拡大、地域分散化による需要拡大を目指した施策の実行
 - F. 訪日旅行者3000万人に向けた業界の課題解決施策の実行

2017年度事業骨子 -旅行会社の真価の発揮-

事業領域活動(相互交流による地方の魅力再発見、被災地復興)

1. 海外旅行復活(渡航者人数2000万人)に向けた需要喚起施策推進と旅行会社の取扱拡大
 - ・制度面:「アウトバウンド促進協議会の新設」(主要地とのMOU活動)
 - ・運動面:日中・日韓等やMOU締結国へのプロモーション、美しい村30選、海外修学旅行促進、プレミアムフライデー旅行推進、TEJ出展者促進
2. 国内旅行市場の活性化に向けた制度改革等(安心安全の旅、観光による地方創生)
 - ・制度面:貸切バスツアー適正取引の通報制度、業法改正(着地型ツアーによる地方創生)
 - ・運動面:宿泊旅行拡大活動、被災地支援活動、プレミアムフライデー旅行推進、JATAの道活動、東京オリパの文化プログラム(Beyond 2020プログラム)への取組強化
3. 訪日旅行者3000万人への制度改革、施策推進(地方分散、質の向上、オリパラ効果)
 - ・制度面:ツアーオペレーター品質認証制度、旅行会社の関わるDMOモデル構築、民泊などシェアリングエコノミーの対応
 - ・運動面:ツアーオペレーター品質認証制度の推進

経営環境整備活動(経営の健全化推進・社会的地位向上)

1. 経営の健全化(働き方改革、ダイバーシティ推進、情報セキュリティ対応強化)
 - ・制度面:働き方改革、女性の活躍推進法、情報セキュリティガイドライン(策定中)
 - ・運動面:労務法制遵守、有休取得率推進、女性の活躍推進事例の共有、情報セキュリティ周知活動
2. 優秀な人材獲得・人材育成(産官学連携、JATA資格制度推進、従事者向け研修)
 - ・制度面:経産省「経営人材育成事業」、エアスペシャリスト制度、管理者ブラッシュアップ研修
 - ・運動面:インターンシップ・学生向けセミナー、経営フォーラム、マネジメント向けセミナー、苦情予防セミナー
3. 旅行業法制度改正、安全安心の旅の実現、コンプライアンス
 - ・制度面:業法・約款改正、旅行安全マネジメント、関係法令改正対応
 - ・運動面:改正検討、「旅の安全の日」の参加率向上、法制度関係の資料作成・セミナー実施

業界団体活動(旅行会社、ツーリズムおよび日本市場プレゼンスアップ)

1. ツーリズムEXPOジャパン(ステージ2/官民連携「新」三位一体への挑戦)
 - ・三位一体(JNTO共催)、B2B強化、旅行会社の参画推進、三庁(観光庁・文化庁・スポーツ庁)連携、国際的イベントへの地位向上、トラベルマンズのブランド化、地方開催準備、顕彰事業推進
2. 2017年持続可能な観光国際年(Int'l Year of Sustainable Tourism for Development)における国際的な課題への挑戦
 - ・国際観光機関・団体との連携強化、障害者差別解消法やユニバーサルツーリズム推進
 - ・JATAブランドの更なる向上のための広報・パブリシティ
3. 組織・事務局強化(本部支部連携強化、職員の課題解決・実践力とチーム力強化)

旅行業界のキーパーソンリストを作成し、量と質の両面から商談会を強化していきます。インバウンドについても、JATAのツアーオペレーター品質認証制度の認証旅行会社や日本海外ツアーオペレーター協会(OTOA)の会員企業と国内セラーとの商談時間の拡大なども図ります。

国際観光組織と密接に連携

今年に国連の2017年「持続可能な観光国際年」であり、会員企業のホーム

ページなどで日本語ロゴを掲載しているほか、「ツーリズムEXPOジャパン2017」の会議や展示会でもアピールして、日本国内での盛り上げに協力します。JATAでは、国連世界観光機関(UNWTO)や世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)といった国際観光機関・団体との密接な連携を通じて、国際旅行市場における日本のプレゼンス強化にも努めていきます。変化に対応し、旅行業界の真価を発揮できるように会員の皆様と共に行動してまいります。

JATA、観光庁に提言書を提出 訪日市場の拡大と質向上を目指す

JATA訪日旅行推進委員会の丸尾和明委員長は3月23日、観光庁の瓦林康人審議官に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2017」に向けた提言書を提出しました。JATAでは、訪日インバウンドの拡大と訪日旅行の質向上に向けて、(1)市場の成熟化(目的志向・体験志向)に応じた提供コンテンツの拡充、(2)強化すべきターゲットに対するプロモーション戦略の推進、(3)安心・安全・信頼と品質向上の更なる進化、(4)2019年のラグビーW杯と2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けたロードマップの明確化、の4点を提言しています。



観光庁の瓦林審議官(左)とJATA訪日旅行推進委員会の座間副委員長(中央)、同委員会提言書部会の吉村座長(右)

「グローバルキャンペーン」に協力

提言書は、マーケットの進化・深化が加速度的に進展しており、日本のような成長期にあるデステイネーションにはマーケットの変化を鋭敏に捉えて対応していくことが極めて重要と指摘。リピーターやFITの増加によりさらなる変化が進むとみられるため、

(1)リピーターやハイエンド層(進富裕層)をターゲットとしたジャパンコンテンツの拡充、(2)欧米豪やアジア市場等の今後の状況を踏まえたマーケティングの高度化、(3)ランドオペレーター登録制度や緊急時対応など安心・安全と信頼性に関わる品質の向上、(4)ITや新たなテクノロジーを活用したビジネスの受け皿となる法的・制度面での整備を、現状での課題という認識を示しています。さらに、中長期的な訪日インバウンドの拡大に向けた取り組みとして、(1)市場の成熟化と多様化への対応、(2)インフラ整備拡充と需要分散化というハイブリッド施策の継続的推進、(3)訪日プロモーションにおけるビッグイベントの誘致と徹底活用、の必要性を指摘しています。

同委員会の丸尾委員長、座間久徳副委員長、同委員会提言書部会の吉村久夫座長らから提言項目のポイントなどについて

説明を受けた瓦林審議官は、提供コンテンツの拡充などで内外の具体的な取り組みが紹介されている今回の提言書について「成功事例なども入れ込んでいただき、ありがたい」と応じる一方、2019年と2020年に向けたロードマップについては、英国が2012年のロンドン五輪開催時に実施したグレートキャンペーンに匹敵する規模の「グローバルキャンペーン」を現在、計画していることも明らかにしました。

瓦林審議官によると、このキャンペーンは、米国カナダ・英国・フランス・ドイツ・オーストラリアの日本ファン以外の旅行者を主たるターゲットに、「趣味」「アクティビティ」「レジャー」をコンセプトとして今年10月の発表を目指し、対象国の「日本を意識していない」人たちにインタビューを実施。キャンペーンでは、日本をデステイネーションとして欧州におけるタイと同等レベルの存在感にまで高める方針とされています。同審議官は、今回の提言書における「ジャパンコンテンツ」の方向性がキャンペーンと重なるという認識を示し、「JATAにも是非協力をお願いしたい」と語っています。

さらに、瓦林審議官は、提言書に盛り込まれたウォーターツーリズムやツーリストポリスについても「新しい考え方であり、今後検討したい」考えも明らかにしました。

訪日市場はリピーターがリード

JATAは提言書で、訪日外国人旅行者

者の動きについて、ビザ緩和などを背景とした需要の急成長期から持続的な成長フェーズへ転換しつつあることに言及すると同時に、訪日旅行者に占めるリピーターの割合が全体の約60%に当たる1400万人に達していることを踏まえ、今後の訪日インバウンドはリピーターがさらにリードする市場となり、訪日旅行者の期待が多様化するとともに、そのレベルも上がっていくことになると指摘。

こうした訪日旅行市場の変化は、「モノ」消費から「コト」消費へという関心のシフトを既に引き起こしており、政策面においても旅行者数などの「量」的側面だけでなく、消費額や滞在期間など「質」的側面の重視に立った施策を求めるとなっています。既に、こうした変化を踏まえて、観光庁はいちはやく広域観光ルート形成促進事業や観光圏の整備を通じた「魅力ある観光地域」づくり、さらには、日本版DMOの形成・確立に向けた事業などを進めてきており、環境省による「国立公園満喫プロジェクト」の推進や文化庁による「日本遺産」の認定など、訪日旅行者が求める価値の「多様化」や「コト」消費へのシフトに呼応した動きも出てきました。

提言書は、次のフェーズへと変化し始めたマーケットを見据えつつ、「明日の日本を支える観光ビジョン」で示された「観光先進国」への道筋を切り開いていく必要性を訴えています。

田川会長とタレブ事務局長がトップ会談 UNWTOとの包括的パートナーシップの発展を確認

国連世界観光機関（UNWTO）のタレブ・リファイ事務局長は3月15日、UNWTOと「包括的パートナーシップ協定に関する覚書」を締結しているJATAを訪れ、田川博己会長とトップ会談を行いました。

リファイ事務局長は、「さらなる観光

の発展、特に、デステイネーション開発や人材育成、安全安心の旅などの分野で、日本だけにとどまらず、国際舞台においてもJATAのリーダーシップに期



JATAを訪れたリファイ事務局長（左から5人目）と田川会長（左から3人目）を囲む関係者ら

待している」と語り、JATAが果たすべき役割の重要性に言及。田川会長は、「ここ数年、諸外国との交流活動の取り組みを加速させており、各国と相互理解を深め、共通課題の解決に向けて緊密な連携を実現することがグローバル観光の発展に必要な」と説明しました。

JATAとUNWTOは、今回の田川会長とリファイ事務局長によるトップ会談を通じて、両者による包括的パートナーシップをさらに発展させ、観光促進活動の実践を通じてツーリズム分野の役割を高めていくことを確認しています。

リファイ事務局長は3月13日、外務省大臣級招聘事業の一環として来日し、15日午前に安倍晋三首相を表敬訪問。午後には東京・青山の国連大学で記念講演を行いました。政府機関や観光産業、大学の関係者など約360人が集まった講演で、リファイ事務局長は2017年が国連の「持続可能な観光国際年」であることを踏まえ、持続可能な観光の実現に向けた世界的な共通の課題として、(1)安全安心の旅の実現、(2)技術の活用、(3)持続例の実現、という3つを指摘。課題解決に向けて、具体的な取り組みが早急に求められる、と訴えました。

2017年は「持続可能な観光国際年」 「社会の枠組みづくり」に観光で貢献

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

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

「持続可能な観光国際年」は、(1)包括的・持続的な経済発展、(2)社会的な関わり、雇用拡大や貧困の撲滅、(3)資源の有効活用、環境保護や気候変動、(4)文化的価値、多様性、遺産、(5)相互理解、平和、安全、という5つの分野に重点を置いて、観光の役割を世界に発信していきます。

北海道支部

3月7日 幹事会。

東北支部

3月9日 総務委員会。
3月15日 幹事会。
4月10日 幹事会。

関東支部

3月9日 Lady JATA委員会。
3月17日 幹事会。
4月6日 海外旅行委員会。
4月7日 総務委員会。

中部支部

3月8日 中部支部賛助会員連絡会議。
3月15日 あいち学生観光まちづくりフォーラム。
3月16日 南極セミナー。
3月18日～19日 旅まつり名古屋2017。
3月27日 名古屋税関モニター会議。

関西支部

3月3日 総務委員会。
3月8日 幹事会。
3月14日 国内旅行委員会。
3月16日 消費者相談委員会。

中四国支部

3月10日 「JATA中四国支部 海外旅行復活特別プロジェクトチーム企画『朝鮮通信使ゆかりの地と世界遺産を巡る韓国の旅 5日間』販売開始」リリース配信。

九州支部

3月3日 消費者相談委員会。
3月14日 南極セミナー。
3月15日 国内旅行委員会。
3月17日 宮崎県地区委員会・貸切バス適正取引推進講習会。
3月21日 海外旅行委員会。
3月22日 実務委員会。
3月26日～28日 九州支部役員会・海外旅行委員会グアム視察研修旅行。

沖縄支部

3月22日 支部幹事会。

第二弾は「韓国復活緊急フォーラム」

JATAは今年2月、「海外旅行者数の2000万人達成」を目指してアウトバウンド促進協議会を設立しました。プロとしての旅行会社のスキルアップによる需要創造や市場開発を目指す同協議会は、年間を通じて様々な活動を展開する計画です。本誌では協議会の活動を誌面で紹介していきますが、今号は3月に東京・芝公園のザ・プリンスパークタワー東京で開催された「韓国旅行復活緊急フォーラム」韓国再発見「ブランド・アイズ」の概要を報告します。

プロとしての商品づくり

JATA海外旅行推進委員会委員長でJATAアウトバウンド促進協議会の会長を務める菊間潤吾JATA副会



韓国旅行の復活に向けて、日韓双方の関係者が集まりました

長は緊急フォーラムの冒頭で、日本からの海外旅行需要が様々な環境変化によりアップダウンを繰り返してきたことと言及し、「旅行会社として、市場環境の良し悪しに左右されるのではなく、どんな市場環境でもプランナーの知恵と工夫でマーケットを動かしていくことが大事だ」と強調。旅行会社離れやFIT化が時代の流れではあるものの、「旅行会社が単なる受け皿的な商品をつくるだけにとどまっていたら、旅行会社離れがさらに進んでしまう」と警告し、「魅力を感じてもらえる商品をつくり続けていくからこそ、旅行会社の存在意義を支える一番のベース」と訴えています。

協議会による最初の事業となった今回



アウトバウンド促進協議会による最初の事業となった緊急フォーラム

の緊急フォーラムは、旅行会社のプランナーがプロとしての商品づくりを実現していく上で、各国関係者らと密接な関係を維持するための場づくりを目指す協議会の役割を具現化するものとなりました。

2000万人達成の鍵は韓国の回復

菊間副会長がモデレーターを務めた今回の緊急フォーラムには、韓国観光公社(KTO)東京支社の申相龍支社長、日本旅行の高橋正浩執行役員、エヌオーイー東京支店の松浦真課長の3氏がパネリストとして登壇しました。

菊間副会長は、JATAの大きな目標である「海外旅行2000万人の達成」に向けて、「訪韓日本人旅行者数を増やしていくことが一番の近道であり大切だと認識している」と語り、海外旅行市場におけるデスティネーションとしての韓国の重要性を強調しています。

日本からの海外旅行者数は2012年に1850万人まで達しており、菊間副会長は「韓国と中国への旅行者数を当時の規模に戻せれば、2000万人に限りなく近づく数字となる」と指摘。「2000万人達成のためには、まず、韓国への旅行者数を回復させなければならぬ」と呼びかけた菊間副会長は、緊急フォーラムを契機に「韓国の魅力を再発見して数多くの新しいツアーを創り出し、日本からの旅行需要を喚起していきたい」と決意を示しました。

観光政策も「質」へシフト

KTOの申支社長は、「日本からはり

ピーターが非常に多くなり、FITマーケットに変化すると同時に、ソウルへの「極集中が進んできている」と説明。韓国の観光政策も質的な充実へのシフトを強めてきており、申支社長は、今年からソウル・釜山など大都市の深掘りをはじめ、地方への需要拡大や新素材の発掘などを進める方針を明らかにしました。今年が「全羅北道訪問の年」と設定されるなど、韓国の各地域で様々な取り組みも展開されており、申支社長は、「地方には潜在的な魅力を持つ観光地が沢山あり、日本の旅行業界の皆さんには是非関心を持っていただきたい」と呼びかけています。

エヌオーイーの松浦課長は、MERS(中東呼吸器症候群)の影響が深刻だった2015年から、韓国での地方商品の開発に力を入れてきたことを紹介。実際にトライすることの意義を指摘した松浦課長は、江原道と京畿道を組み合わせた最近の事例を挙げ、「ロケ地を巡るといって韓流部分も加えることで、韓流の宝庫と知っている層が反応した」と語り、地方展開で工夫を重ねてきた成果を強調しました。

また、日本旅行の高橋執行役員は、かつては韓国の3分の1程度の取り扱っていた台湾が韓国に匹敵するまでの規模に拡大してきている状況に言及し、単価や宿泊数で台湾を下回っている韓国は「大都市集中の度合いが大きい」と指摘。「都市の深掘りと同時に、地方も含めた周遊型の比率を高めていくことも重要だ」という認識を示しました。

受賞契機に事業の拡大・発展目指す 優秀賞に輝いたクラブツーリズムの取り組み

「ツーリズムEXPOジャパン」とのシナジー効果によって、国内・海外の団体・組織・企業による優れた取り組みを表彰し、ツーリズム業界の発展・拡大に寄与することを旨とする「ジャパン・ツーリズム・アワード」。昨年の各賞受賞者を対象に実施したアンケートでは、受賞により「内部および関係者のモチベーションが上がった」という声が大きかったほか、評価された取り組みを広く市場や業界に知ってもらうことで、事業の拡大や発展を目指しているケースもありました。

ユニバーサルツーリズムが人材育成に

視覚障がい者の自動車運転体験ツアーで国内・訪日領域ツーリズム部門の優秀賞を受賞したクラブツーリズムの湖山知弘ユニバーサルデザイン旅行センター課長は、「今回の受賞により社内グループ内でユニバーサルツーリズムへの取り組みが再認識された」と強調。グループ会社



昨年度の「ジャパン・ツーリズム・アワード」国内・訪日旅行部門で優秀賞を受賞したクラブツーリズムの小山佳延社長（中央）と発案者の望月さん（中央右）

の近畿日本ツーリストでは、2015年から全国の社員を対象にしたバリアフリー旅行研修を実施しており、このツアーでも多くの社員が集合から解散までの2日間、参加者の手を引くサポートを行っています。この研修を通じて、障がい者に対する理解が深まると同時に、改めて旅行の可能性を感じている社員も多いといえます。

ホンダの協力で、夢をカタチに

2016年度の第2回「ジャパン・ツーリズム・アワード」の国内・訪日領域ツーリズム部門で優秀賞を受賞したクラブツーリズムによる「世界初！視覚障がい者の自動車運転体験ツアーの実現」は、2005年に全員のツアー参加者の望月さんが語った「度でいいから車の運転をしてみたい」という言葉に込めて、商品の開発に着手。車がぶつかる障害物が少ない広い場所と、最終危険回避の手段として助手席にブレーキがある教習車のような車、協力してもらええる施設を探した結果、「夢をカタチに」を掲げるホンダのツインリンクもてぎとの協業が実現。車のハンドルを時計に例え（クロックポジション）、左手の9時を基準に「10時、11時、12時」と右カーブを曲がるといった工夫を重ねて、世界で初めて視覚障がい者が本物の車を運転する体験のプログラム化を実現したものです。

満足ではなく「大変満足」目指して

優秀賞の選考に際しては、「視覚障がい者の『自動車を運転してみたい』という夢を叶えた取り組み。ユニバーサルツー



3月15～16日に実施された自動車運転体験ツアーの参加者と研修で参加した近畿日本ツーリスト社員、ホンダのインストラクターら

リズムの発展に大きな一歩を記し、さらなる拡大が期待される」と、高く評価されました。

湖山課長は毎回、ツアーの参加者に「夢を見ることは楽しい。実現するのはもっと楽しい」という本田宗一郎氏の言葉を紹介。車に乗るホンダ側のインストラクターも「夢の体験をサポートできる喜びと責任を感じています」と語り、「私たちが目指す（お客様の）満足度は、満足ではなく、大変満足です」と説明しています。

5月31日まで応募を受け付け 2017年度第3回「ジャパン・ツーリズム・アワード」

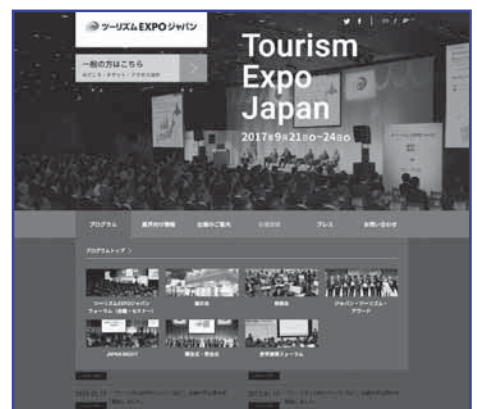
ジャパン・ツーリズム・アワードは、「国内・訪日」「海外」の2つの領域およびUNWTO部門賞について、募集を行っています。

応募の詳細については、ホームページ（<http://www.t-expo.jp/biz/jta/index.html>）をご覧ください。

公式サイトが3月31日にオープン 「ツーリズムEXPOジャパン2017」

今年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される「ツーリズムEXPOジャパン2017」の公式サイトが3月31日、オープンしました。公式サイトは、<http://www.t-expo.jp/> です。

イベントの概要やスケジュール、出展のご案内をはじめ、関連情報や最新ニュースなども発信していますので、是非、ご覧いただき、ご活用ください。



— 動き出したダイバーシティの取組み —

「取材協力」株式会社武蔵境自動車教習所（東京都武蔵野市） 女性社員の柔軟な発想でサービス業化

1960年に創立された武蔵境自動車教習所では、現会長が社長に就任した1989年以降、幅広い顧客ニーズに対応するため、戦略的に女性の採用や高齢者の再雇用を進めてきました。

同社の稲益健二執行役員・新規事業部長は、「男性中心で保守的だった自動車教習業界にあつて、特に、女性社員の採用には先駆的に取り組んできており、約50%という女性社員比率も業界では抜きん出て高い水準となっている」と説明。「経営理念の『一番の柱である『社員満足の向上』を図るため、年齢・性別に関係なく、出る釘は伸ばす』をモットーに、やる気がある社員にはチャンスを与えてきた」と強調しています。

1989年に202万人だった



「IT-VIPプラン」利用者専用ラウンジの受付カウンター



地域の子ども向け「キッズセーフティパーク」

日本の16歳人口は2015年には118万人までほぼ半減しており、東京都内における自動車教習所の数も60から50に減少するなど、自動車教習業界を取り巻く環境が厳しさを増してきている中で、武蔵境自動車教習所は1997年に年間入所者数が5000人を突破。2011年以降は6000人台を維持し、2015年には過去最高の7157人を数えています。

「現会長が社長に就任した後、いち早く『教育業』から『サービス業』への転換を打ち出し、「共尊共栄」という理念に基づいて、社員満足・顧客満足・地域社会貢献を3つの柱に据えて取り組んできた経営改革が、逆境の中で実績

を伸ばす結果をもたらした」（稲益執行役員）



稲益健二執行役員

プランディング再構築により売上増も

マナー研修の導入や資格取得手当の支給といった人材育成策の二環として、女性社員5人が「ホスピタリティコーディネーター」の資格を取得し、地域に開かれたサービス拠点として季節ごとのイベントをはじめとする様々な企画の立案や実施に取り組んでいます。

地域社会貢献事業である教習所敷地内での花火大会や地域の子どもたちを対象とする交通安全教室「キッズセーフティパーク」、教習所の施設を利用したミニコンサートなど、女性社員の柔軟な発想によって自動車教習所のイメージを改めるイベントが実現されてきました。

特に、サービス業化の象徴とも言える武蔵境自動車教習所の高額商品「IT-VIPプラン」については、女性社員らが売り上げを伸ばすために教習プラン案内のパンフレット改訂をはじめとするプランディングの再構築を



教習所の施設を利用したミニコンサート

提案。顧客のニーズを聞き出すためのロールプレイ研修の実施や説明方法の改善などの工夫を重ねた結果、成約率の向上を実現しました。通常の運転免許取得のベーシックプランは約25万円ですが、優先予約やインストラクター指名など様々な特典がある「IT-VIP」プランは30万円台から50万円台という高額設定となっており、その販売件数の拡大は売り上げの増加に大きく貢献しています。

稲益執行役員によると、こうした取り組みは、事業の拡大に貢献するだけにとどまらず、2012年度「おもてなし経営企業」50社や2013年度「がんばる中小企業・小規模事業者」300社における選定を通じて「企業イメージの向上」にもつながっており、様々なメディアで紹介されているほか、武蔵境自動車教習所の視察に訪れる企業数は、異業種を中心に延べ50社を超えるまでになっています。

シリーズ：『挑戦』を支えるもの

～事故対応事例に学ぶ旅行保険①～

旅行会社が安心安全で魅力ある商品をお客様にご提供することで競争力を高めていくうえで、「旅行保険」は旅の安心を支えるとても重要な武器になります。

今月は、旅行会社が旅行商品と一緒に旅行保険を販売することの意義について、事例を通じて再確認したいと思います。

旅行保険は旅行会社以外にも、インターネットや空港、その他の保険代理店、インターネットなど様々な加入方法があります。では、旅行会社でお客様に旅行保険に加入頂くことにはどういう意味があるのでしょうか。

■旅行会社が保険を取り扱う強みとは

事例① 添乗員がおお客様の氏名、保険の契約内容や証券番号等を把握して保険会社に第一報する

添乗員や旅行会社の社員が、お客様のお名前や生年月日等の情報とともに保険契約の内容も把握して保険会社に第一報することで、保険会社は契約情報をすぐに確認でき、素早い対応が可能となります。複数のお客様が同時に事故に遭われるようなケースでは特に、お客様情報を良く把握した添乗員や旅行会社の情報が、より迅速で正確な初動対応を可能にします。

旅行会社以外の保険代理店で旅

行保険に入った場合、その代理店はそのお客様の情報は把握しています。が、同時に事故の影響を受けている他のお客様のことは分かりません。

事例② お客様ご自身で事故の状況を説明できない場合に添乗員がお客様の状況を説明する

事故の内容によっては、お客様本人が保険会社に事故の状況や自分の状況を説明できないこともありま

す。例えば、お客様が旅行中に急に意識を失われたケースで、添乗員が保険会社への第一報時に「心臓の病気をもちで今回の旅でも毎日薬を飲んでしたが、今朝急に発作が起きたようだ。」「同行のご家族は、初めての症状だと言っている」といったお客様に関する情報を伝えることで、現地病院での治療手配や通訳派遣などについて迅速に的確な指示が可能となることもあります。このほか、ツアー中にお客様が疲れを口にしていたことや、食事や飲酒の状況などの情報も、旅行中に発病して病院で治療を受ける場合に役に立つことがあります。

事例③ 添乗員や旅行会社が同行者の情報や宿泊先の情報を把握している

同行者が何人いて、事故に遭われたお客様がどのように行程離脱する

のか、コンタクトパーソンが誰か等の情報を添乗員や旅行会社から保険会社が把握できれば、その後の対応がスムーズになります

■旅行会社で保険に加入することの意味

これらの事例は、いずれも、お客様に旅行会社で保険にご加入いただいたことにより迅速な対応が可能となったケースです。旅行の行程・同行者情報・宿泊情報はもちろんで、トラブルに見舞われた際の詳細な状況やその時のお客様の症状などは、基本的にはその場にいたお客様本人や同行者からお聞きするしかありません。しかし、トラブルの種類や症状によっては直接伺うことが困難なケースもあります。そのような場合に、添乗員や旅行会社と保険会社が緊密に情報共有・連携することで迅速で最適な対応が可能となります。

「もしも」の際の迅速で的確な事故対応は、お客様に安心安全に旅行を楽しんでいただくための重要な付加価値となり、旅行会社の競争力につながると思います。

(注)本ページに記載の事例は、いずれも東京海上日動の商品の場合です。東京海上日動では、グループ会社のインターナショナルアシスタンス社と連携した対応を行っています。

(東京海上日動火災保険株式会社 旅行業営業部)

挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動



苦情事例に学ぶ⑤

監修 弁護士 三浦雅生

今回のテーマ

羽田空港から成田空港までの移動にかかったタクシー代は旅行会社が負担すべきだ！

4月になりました。皆さまの職場にフレッシュな新入社員は配属されましたか。華やかそうに見えて実際は地道な作業の積み重ね、そしてお客様からの苦情を避けて通れないのが旅行業の世界。新入社員のやる気を持続させるためにも苦情はできる限り減らしたいものです。

さて今回は海外旅行において日本国内で異なる空港を乗り継ぐ際に起きた事例を紹介します。

申し出内容はこうです

成田空港発着の海外旅行（募集型企画旅行）に参加しました。

地元の空港からは成田空港行の便がないので、羽田空港行の国内線と羽田空港から成田空港までのバスの手配も旅行会社にお願いしました。

出発日が近くなって届いた日程表には国内線は羽田空港14時30分着、成田空港16時30分集合、目的地への国際線は18時30分発となっていました。またバス乗車券には羽田空港14時50分発、成田空港16時15分着と記載されていました。

さて出発日当日、国内線は定刻に出発したのですが羽田空港の滑走路混雑で到着が遅れ、また預けていたトラクタを受け取るのに時間がかかり、バス乗り場に着的いた

のは15時過ぎでした。次のバスは15時20分発、成田空港16時45分着なので集合時刻に間に合いません。

慌ててタクシーに飛び乗り事なきを得ましたが、移動の手配も旅行会社に依頼したのだからタクシー代（約3万円）は旅行会社が負担すべきというものです。

解決に向けての指針

前提としてお客様の地元空港から羽田空港までの国内線は追加プランとして募集型企画旅行契約の一部、羽田空港から成田空港までのバスは手配旅行契約とします。

募集型企画旅行契約はお客様の地元空港から開始されますから、旅行会社には旅程管理責任が発生します。羽田空港から成田空港までのバスが手配旅行契約でも募集型企画旅行参加中であることに変わりなく、旅行会社は旅程管理責任を免れません。

とはいえ旅行会社はお客様からの連絡がない限り状況を知り得ませんから旅程管理を行なうことができません。もし連絡があれば旅行会社は成田空港の係員にお客様の到着が遅れることを伝え、15時20分発のバスに乗るよう案内できたかもしれません。

旅行業約款・募集型企画旅行契約の部第30条2項には「旅行者は、募集型企画旅行契約を締結するに際しては、当社から提供された情報を活用し、旅行者の権利義務その他の募集型企画旅行契約の内容について理解するよう努めなければなりません。」とあります。

今回のような「緊急時」においては日程表に記載された緊急連絡先に連絡して旅行会社の指示を仰ぐことが約款に定められたお客様の義務といえます。

一方で旅行会社のバス手配に問題はなかったでしょうか。旅行業約款・手配旅行契約の部第3条には「当社が善良な管理者の注意をもって旅行サービスの手配をしたときは、手配旅行契約に基づく当社の債務の履行は終了します。（後略）」とあります。

「善良な管理者の注意をもって」（一般に善管注意義務といえます）とは民法における概念で、「プロとして通常期待される注意義務」とされています。少し乱暴な比喻ですが、旅行会社の社員1千人を無作為に抽出して優秀な順に並べたときに500番目にいる人、その人が「善良な管理者」の基準です。

今回旅行会社が手配したバスは国内線到着予定時刻の20分後の発車でした。旅行のプロとしての平均的な能力があれば、羽田空港で滑走路混雑による遅れが少なからず発生すること、国内線で荷物を預ければ受け取りに時間がかかることは容易に想像できたはずですが、広い羽田空港で乗継時間が20分しかない手配をしたことを「善良な管理者の注意をもって」したと主張するのは難しいかもしれません。

旅行のプロならば①乗継時間が短いため予約したバスに乗れない可能性があり、その場合はタクシー移動になることを事前に説明する、②担当部署に集合時刻より少し遅れても大丈夫かを確認したうえで15時20分発のバスを手配する、③羽田空港までの国内線を1便早めるといった注意義務を期待されていたと考えるのが妥当でしょう。

今回の事例では先述の通りお客様にも責任がありますのでタクシー代を旅行会社が全額負担する必要はないとしても、話し合いによりその一部を負担せざるを得なくなるかもしれません。

（安東）

第51回 施行一年を迎えた

「障害者差別解消法」

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

「障害者差別解消法」が昨年四月二日の施行から二年を迎えました。この二年間に寄せられた相談からは、現場での対応に苦慮している様子がうかがえます。

同法の主旨に沿って私たちはできる限りの努力を払わなくてははいけません。一方で申込にあたって伝えるべきことを曖昧にしたり後回しにすると、障害を持つお客様にとっても不本意な結果となりかねません。今回は旅行者として明確に伝えるべき四項目について確認してゆきましょう。

旅行業の特性

一つ目は旅行業の特性と旅行者の責任範囲についてです。旅行業者の債務は旅行サービスを手配することであり、「国土交通省所管事業における障害を理由とする差別の解消の推進に関する対応指針(別紙)【旅行業関連】」(以下「別紙」)の1(対象事業)において旅行業を「ツアーの企画、運送等サービスの手配を行う事業であり、自ら運送等サービスを提供する事業ではない。」と説明しています。例えばある旅館の手配にあたり、必要とする設備がないことを理由に宿泊を拒否された場合、旅行業者はその理由を説明したうえで「ツアーへの申込みを断る場合でも、障害者が安全、安心に参加できる旅行につい

て相談する」(別紙2②①)という合理的配慮の提供に努めることが大切です。

事前申告

次に申込時の障害の状況の申告です。標準旅行業約款(募集型企画旅行契約の部)では、特別な配慮が必要な旅行者に申込時の申出を求めています(第5条第4項)。また「別紙」でも「旅行申込み時に申告がなく、事前に、運送機関等における対応の可否、旅程への影響の有無、又は、他の参加者への影響の有無を確認することができず、当該障害への適切な対応を確保できない場合に、ツアーの参加を拒否する」ことは不当な差別的取扱いにあたらないとしています(別紙2①②)。このような事態を避けるため、特にウェブ予約や電話予約など旅行者の顔が見えない申込対応では事前申告を受けるとの仕組みを設けておくことが必要になります。

旅先での介助

三番目は添乗員等による旅先での介助行為です。「別紙」では「ツアー中に、添乗員等において対応可能な医学的、専門的知識を要しない軽微な措置を超える介助、補助その他の支援措置が必要となるにもかかわらず、障害者が、介助者の同行を拒絶する場合には、ツアーへの参加を拒否する」ことは不当な差別的取扱いにあたらないとしています(別紙2①②)。お客様の中には、旅先での添乗員等による介助は旅行者として当然の配慮であると誤解されている方がいることも事実です。添乗員の業務は旅程管理であり、お客様の介助は旅行者の本来の業務に付随するものではないことを丁寧に説明

して理解を得るようにして下さい。

費用の負担

最後に費用の負担についてです。標準旅行業約款では特別な措置に要する費用を旅行者の負担としています(第5条第5項)、費用の範囲については注意が必要です。バリアフリールームの追加料金などサービス機関に支払う費用はお客様に負担していただけますが、旅程中の観光地や施設のバリアフリー状況や受入れ状況の確認など通信費や人件費などの社内経費に該当する費用(報酬)は、もともとの旅行代金に含まれる基本的なコストと考えて下さい。

最後に

ここまで、旅行者の視点による四つの確認事項について述べましたが、何よりも私たち旅行業者は、障害を持つ方のご要望に真摯に向き合うことが大前提であることは言うまでもありません。

対応指針では正当な理由と過重な負担については「具体的場面や状況に応じて総合的・客観的に判断すること」、また正当な理由があつてサービスの提供を拒否する場合や、過重な負担によつて合理的な配慮を提供できない場合には「その理由を説明するものとし、理解を得るよう努めること」を求めています(一 1(2)、及び二 2(3))。

旅行業者と障害を持つ方がそれぞれの立場から自分たちの主張だけを繰返せば、双方にとって不幸な結果を招き、同法が目的とする共生社会の実現にとつて大きな障壁となることを忘れてはいけません。(内山)

事務局 便り

2月の出国日本人数は11.8%増に 3カ月ぶりに2ケタ台の伸び率を記録

日本政府観光局(JNTO)が3月15日に発表した速報値によると、今年2月における出国日本人数は前年同月比11.8%増の148万8000人を記録しました。

今年1月における出国日本人数の伸び率は同1.5%増にとどまりましたが、2月は同10.5%増を記録した昨年11月以来、3カ月ぶりに2ケタ台の伸びを示し、1月と2月の合計でも前年同期比6.7%増の278万3100人に達しています。昨年1年間の出国日本人数は前年比5.6%増だったことから、2月までの累計では昨年の年間伸び率を上回る形となりました。

一方、今年2月における訪日外客数は前年同月比7.6%増の203万5800人となり、伸び率では今年1月における同24.0%増を大きく下回っています。これは、昨年は2月だった旧正月休暇が1月末に始まったのに加え、うるう年だった昨年に比べて2月の日数が1日少なかったことなどによるものです。

それでも、今年2月の訪日外客数は昨年2月の189万1000

人から14万人以上増加して、2月としては過去最高となっており、JNTOでは、航空路線の新規就航・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の効果などが訪日需要の増加に寄与したと分析しています。

市場別では、韓国、中国、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、ドイツ、イタリア、スペインの13市場が2月として過去最高を記録。特に、インドネシアは50%近い伸びを示し、好調な動きを維持しました。

日本政府観光局(JNTO) 平成29年1月18日 (単位:人)

月	訪日外客数			出国日本人数		
	平成28年	平成29年	伸率(%)	平成28年	平成29年	伸率(%)
1	1,851,895	*2,246,700	*24.0	1,216,211	1,295,057	1.5
2	1,891,375	*2,035,800	*7.6	1,330,772	1,488,000	*11.8
1~2 Jan.-Feb.	3,743,270	*4,331,500	*15.7	2,607,269	*2,783,100	*6.7

◆注1: 出典:日本政府観光局(JNTO)
 ◆注2: 平成28年(2016年)は確定値、平成29年(2017年)1月~2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、国籍に基づき法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。
 なお、上記の訪日外客数には乗員上陸客は含まれない。

●JATA業務予定表 4月10日(月)~5月31日(水)

※予定表は変わることがあります。

本部・支部の委員会(予定)

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13日	国際旅行委員会/九州支部
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19日	総務委員会/九州支部
4月19日	幹事会/沖縄支部
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27日	消費者相談委員会/九州支部
4月28日	空港委員会/中部支部
5月9日	幹事会/北海道支部
5月10日	海外旅行委員会/中部支部
5月11日	理事会・常任役員会/本部
5月11日	国内(訪日)・地域振興委員会/中部支部
5月15日	研修委員会/中部支部
5月18日	業務改善委員会/本部
5月18日	消費者相談委員会/関西支部
5月25日	国内旅行推進委員会/本部

●JATA主催・共催の研修・セミナー等活動

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

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14日	「個人情報取扱いガイドライン」説明会(東京)/法制委員会
4月17日	「個人情報取扱いガイドライン」説明会(大阪)/法制委員会
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	国内企画旅行における貸切バス会社名の表記に関する説明会(福岡)/法制委員会
4月18日~21日	総合・国内旅程管理研修(札幌・福岡)/研修・試験委員会
4月20日	ブランドUSAセミナー&ワークショップ/中四国支部
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~28日	総合・国内旅程管理研修(東京)/研修・試験委員会
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
4月26日	普通救命講習/沖縄支部
5月9日	「個人情報取扱いガイドライン」説明会(福岡)/法制委員会
5月12日	中部国際空港CIQ研修/中部支部
5月13日	社会貢献事業・国営公園海ノ中道海浜公園内海岸漂流物除去活動/九州支部
5月15日	「個人情報取扱いガイドライン」説明会(札幌)/法制委員会
5月22日	旅券事務説明会/中部支部
5月28日	関空旅博2017プレイベント セミナー&ワークショップ/関西支部
5月31日	海外旅行地域セミナー・勉強会(函館)/北海道支部

第61回JATA定時総会の開催日程

1. 日時 2017年6月22日(木)

14時30分 定時総会開始

17時30分 懇親会開始

2. 場所 経団連会館

3. 議事(予定)

[決議事項]

◎2016年度(平成28年度)事業報告(案)及び同収支決算(案)

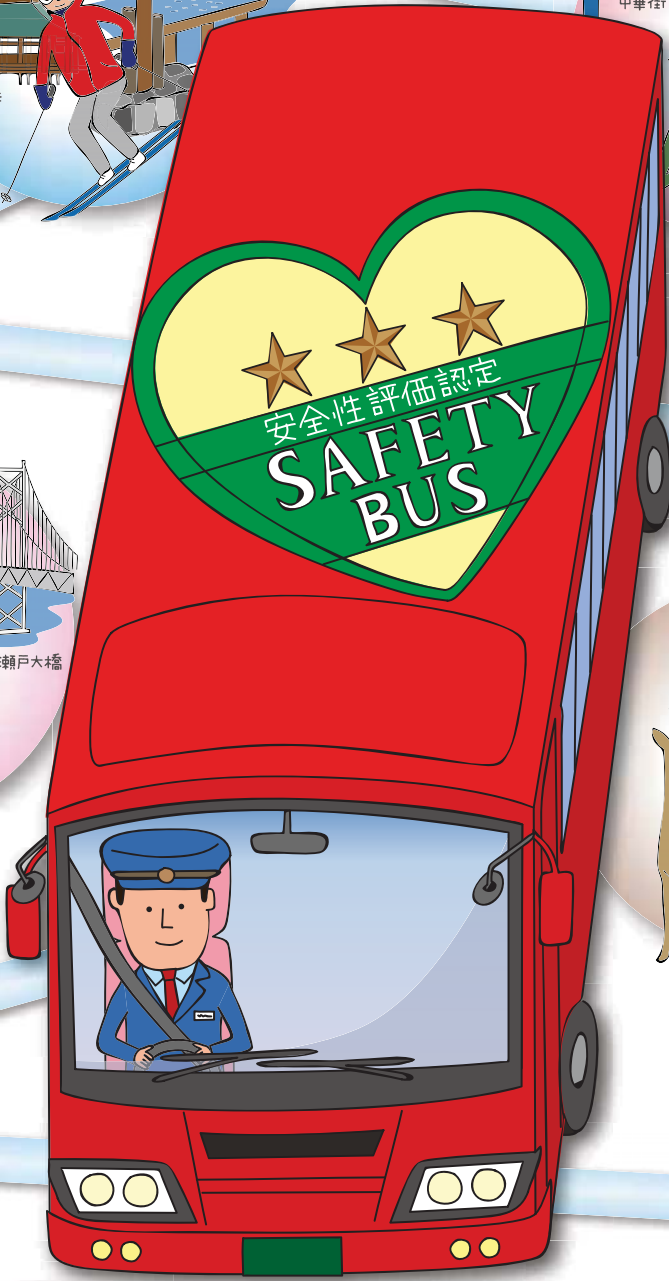
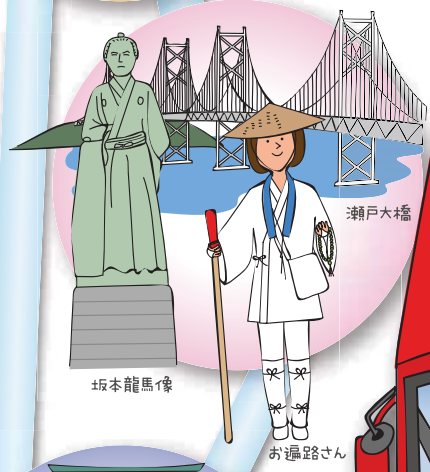
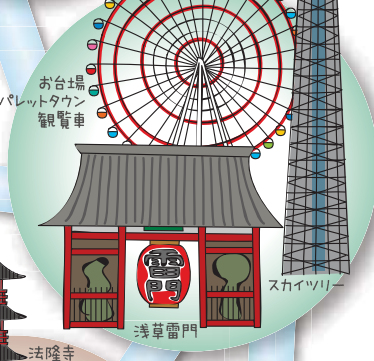
◎役員補充選任

[報告事項]

◎2017年度(平成29年度)事業計画及び同収支予算

全国に広がる セーフティバスを ぜひ、ご利用下さい。

「貸切バス事業者安全性評価認定制度」を
どうぞ、ご利用下さい。



「SAFETY BUS」(セーフティバス)マークステッカーが貼ってあるバス車両は、運転者の安全教育・適性診断・健康管理、車両点検整備の実施など、高いレベルでの安全確保への取組状況が、優良なバス会社であることを示すものです。旅行会社の募集型企画旅行や貸切バス会社をお選びいただく際の基準としてご利用ください。

平成29年
3月7日現在の
認定事業者

認定事業者数 **1,016社**
(うち、二ツ星184社、三ツ星289社)
認定事業者の車両数 **22,759両**
※認定は事業者単位

制度と最新の認定事業者の概要は、
日本バス協会ホームページでご覧下さい。
<http://www.bus.or.jp>

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-1 新国際ビル9F
TEL.03-3216-4011 FAX.03-3216-4016



公益社団法人 日本バス協会

山形県・出羽三山

素材研究
(国内)



出羽三山神社の山伏修行「秋の峰入り」



約600年前に再建された国宝の羽黒山五重塔



滝行が行われる御滝神社の滝壺(湯殿山)



ミシュランに登録された羽黒山は外国人旅行者にも人気



出羽三山山麓で採れる旬の山菜や筍が素材の精進料理

海拔1984メートルの頂上にある月山神社。月讀命(つくよみのみこと)を祀り、約1000年前にまとめられた「延喜式神名帳」に載る名神大社です

自分の足で辿る「生まれかわりの旅」 「出羽三山」を着地型・体験型観光の軸に

「自然と信仰が息づく『生まれかわりの旅』」樹齢300年を超える杉並木にまつまれた2446段の石段から始まる出羽三山は、文化庁により2016年度の「日本遺産」に認定されました。同県では、「出羽三山」の精神文化をテーマとした、着地型・体験型による新たな山形観光の実現を目指しています。

山岳信仰の聖地「羽黒修験道」

出羽三山は、山形県の中央部に位置する羽黒山、月山、湯殿山の総称で、月山を主峰に羽黒山と湯殿山が連なる優美な稜線でも知られています。羽黒山は約1400年前、崇峻天皇の御子・蜂子皇子が開山したと言われる修験道の場であり、自然信仰と仏教や密教の混交による山岳信仰における日本有数の聖地です。

羽黒修験道では、三つの山の特徴から、羽黒山は現世の幸せを祈る山(現在)、月山は死後の安楽と往生を祈る山(過去)、湯殿山は生まれ変わりを祈る山(未来)と見立てられ、その信仰は江戸時代に庶民の間で現在・過去・未来を巡る「三関三渡の旅」として広まりました。

山形県では、訪れる人々が自身の足で三山を巡り歩くことで『生まれかわりの旅』

を体感してもらえれば」(教育庁文化財・生涯学習課)と説明しています。

山伏の営む宿坊が参拝者の宿

出羽三山へは、山形県の内陸部と海岸部を結ぶ「六十里越街道」と呼ばれる陸路や最上川の舟運が利用され、三山周辺に点在する「八方七口」と呼ばれる登拝口から向かい、江戸時代には菅笠と白装束をまとった参拝者の列が途切れることなく続きました。

街道や関所、登拝口周辺には宿坊街が形成され、地域の人々は参拝者の旅の支度を整え、もてなすことを生業としていましたが、現在も、羽黒山麓では山伏の営む宿坊が参拝者の宿となっています。

「これまでのような『見る買う』という観光ではなく、羽黒山の杉並木の中で心を静め、荘厳な雰囲気や風の音、木の香りを肌で感じていただき、江戸時代から伝わる羽黒修験道の歴史に思いを馳せながら、精進料理を味わってもらえれば」(教育庁文化財生涯学習課)

山形県では、羽黒山杉並木を白装束で歩くコースや「山伏修行体験」などを、モデルプランとして想定しています。

宿坊をはじめ、多くの民家の軒下には羽黒山の「松例祭の大松明行事」で使われた引き綱が魔除けとして掛けられるなど、信仰と深く結びついた人々の暮らしが訪れる人々を迎えます。

日中45周年プロジェクト 黒龍江省

広告

異国情緒溢れる中国最北部の町々 日本との交流も活発な黒龍江省に注目

中国の東北部に位置する黒龍江省は、中国国内では緯度が最も高い最北端の省です。同省は北海道と山形県、新潟県の3自治体と姉妹提携関係にあり、ハルビンと日本を結ぶ航空路線では、東京、大阪、名古屋、新潟の4都市に定期便が就航するなど、日本との経済交流や人的交流も活発に行われています。

東方の小巴里ハルビン

省都のハルビンは、ロシアや日本とも歴史的なつながりが深く、「東方のモスクワ」を象徴する光景です



聖ソフィア大聖堂のシルエットは「東方のモスクワ」を象徴する光景です



「中国で最初のショッピングストリート」と言われる中央大街



ハルビン郊外にあるロシア文化をテーマにした観光風景区「ボルガ荘園」

クワ、東方のモールドバリーといった異名を持つエキゾチシズムの溢れる都市で、毎年1月に開催されている「ハルビン氷雪祭り」には、中国内外から多くの旅行者が訪れています。

19世紀末にロシアによる鉄道と町の建設が始まり、それまで小さな漁村に過ぎなかったハルビンは、急激に人口が増加すると同時に、近代的な都市へと大きな変貌を遂げました。

建物と教会を巡る新たな魅力も

現在も賑わうモダンな商店街である中央大街は「中国で最初のショッピングストリート」とも言われ、15〜16世紀のルネサンス式・17世紀のパロク式・18世紀の折衷式・19世紀の新芸術式など多種多様な建築が立ち並ぶ通りは、建築芸術の博物館という異名を持つ街地であって、ハルビンの市

ひととき目を引くのがロシア正教の教会である聖ソフィア大聖堂です。ドーム屋根にレンガの外壁という建物は、2000人もの信者を収容できたという大きさで、現在はハルビン建築芸術館として開放されています。また、聖ソフィア大聖堂だけでなく、ハルビンには19世紀末から20世紀にかけて移り住んだロシア人などが建てた複数の教会も現存しており、建築時期や建築様式の異なる建物や教会を巡りながら歴史を辿って、ハルビンの新しい魅力を掘り起こすことも可能です。

黒河や牡丹江も拠点として期待

黒龍江省の北部に位置する黒河は、黒龍江(アムール川)を挟んで対岸にロシアを臨み、両国間の交易も活発なことから多くのロシア人やロシア文字が目に入ります。5月から10月までは、遊覧船に乗ってロシア側の様子を間近に見ることもできます。

黒河の中央街は歩行者天国になっており、夜になると露天や屋台が軒を連ね、中国で流行している広場舞に興じる女性たちや酒場に繰り出す若者の熱気がある。国境の町の情報も味わえます。

黒龍江省南東部の代表的な都市である牡丹江は、日本統治時代に町の基礎が



ロシア舞踊を披露する女性たち(黒河)



牡丹江の南西100キロにある鏡泊湖の吊水瀑布

造られており、日本人には馴染みの深い土地柄です。7世紀末に中国の東北方に勃興した渤海の遺跡を訪ねる際の拠点となるほか、牡丹江の南約30キロには、吊水瀑布で知られる鏡泊湖もあります。

黒龍江省の奥深い魅力を体現する北部や南東部へのツアーの拠点として、黒河や牡丹江の存在感が高まることも期待されることです。



「世界4大氷雪祭り」に数えられる「ハルビン国際氷雪祭り」

非対面用クレジットカード決済 JATAweb決済

複雑な設定不要で、かんたんに導入いただけます。

! 事務の迅速、省力化が図れます。

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

JATA会員様だけのサービスが登場!

これまで

お客様がご来店またはお振込みでなければお支払いいただけませんでした。



これから

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



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

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

「JATA web 決済」ならではの手数料を適用可能です。

(但し、導入にあたってはクレジットカード会社の審査が必要です。また、決済代行会社・システム会社との契約が必要です。)

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



特長 2 導入費用・月額利用料

無料

¥0

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

お問合せ・資料請求

株式会社ジャタ
Jata Corporation

TEL : 03-3504-1751 FAX : 03-3504-1753
E-mail : credit@yu-jata.com

株式会社ジャタは JATA の会員サポートを目的とする会社です。