

JATA

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

じゃたこみ

8

2018年
8月10日発行
vol.138

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

業界への就職意欲高まるJATAインターンシップ

堀坂明弘新副会長インタビュー

アウトバウンド促進協議会通信 VOL.14

JOTC航空会社インタビュー／ターキッシュエアラインズ

ツーリズムEXPOジャパン インバウンド・ビジネス総合展2018

素材研究

- ・北前船(野辺地町)
- ・ショプロン(ハンガリー)

世界的な普及に拍車がかかるNDC
注目される航空券流通の新たな仕組み



写真提供:成田国際空港株式会社



一般社団法人 日本旅行業協会

世界的な普及に拍車がかかるNDC

注目される航空券流通の新たな仕組み

国際航空運送協会（IATA）が世界的に普及促進を図っている航空券流通の新しい仕組みである「New Distribution Capability（NDC）」を巡って、国内でもインフィニットラベルインフォメーションがNDCに対応した新しい機能の提供を開始するなど、具体的な取り組みが動き出しています。旅行業界にも様々な影響を及ぼすことが予想されるNDCについて、これまでの経緯と現状を紹介します。

航空旅行の効率化 利便性も向上

NDCは、航空券流通の近代化を目指すIATAが取り組んでいる重要プロジェクトのひとつで、2014年8月の米国運輸省による承認を経て、2015年9月には初版のNDC規格が制定されました。

NDCでは、従来の「旅客からの申し込みによる予約発券」から、「航空会社が顧客の要望に応じたオフアーマネジメント、オーダーマネジメント」が可能になります。まず最初に航空会社がNDCで手掛けたのは付帯（アンシラリー）サービスの販売でした。従来の座席を販売することに加え、機内サービスやグラフィックと共に情報提供し、旅客への訴求を高めました。旅行会社もNDCの規格に準拠したシステムを使うことで、グラフィックスや動画など多様なコンテンツを通じた旅行者へのサービス提供や商品販売を行えるようになります。

また、不特定多数への画一的なお知らせではなく、個人の嗜好に応じたカスタマイズ

した形でオフアーすることも可能です。（オフアーマネジメント）

さらに、NDCの技術情報が公開されていることから、数多くのIT企業が新たな商品情報の発信や新規マーケットへの参入をサポートするためのテクノロジーを開発しており、様々なビジネスチャンスの創出に対する期待も高まっています。

IATAのアレクサンデルドゥジュニエック事務総長は今年6月、シドニーで開催されたIATA年次総会における報告の中で、「貿易競争の機運が高まっている」状況に懸念を示して保護主義の拡大を警戒すると同時に、「グローバル化の重要性を強調。その一方で、最小限の政府規制の中で様々な「グローバルスタンダード」を展開する重要性に言及しました。ジュニアック事務総長は、10年前にグローバルスタンダードとしてEチケット100%化を実現した経緯を参照し、IATAが世界的な展開を目指すNDCの普及拡大によって航空旅行の効率化や利便性がさらに向上することの意義も訴えています。

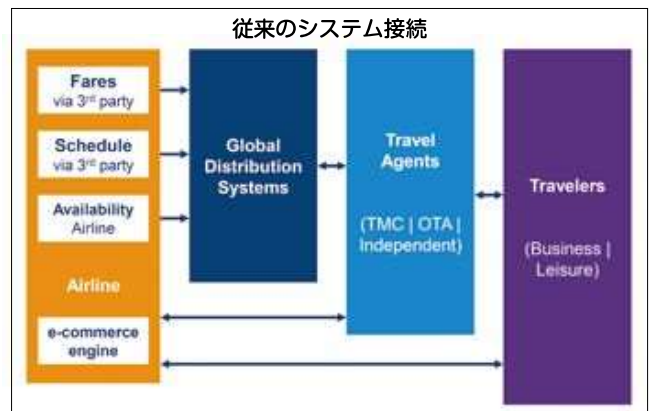
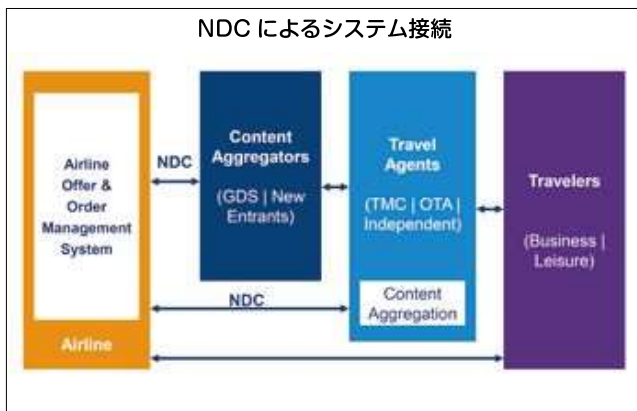
XMLを利用 NDC利用が本格化の兆し

その開発と普及の歴史が1960年代まで遡る航空券のコンピュータ予約システム（CRS）は、「世界で最も古いEコマース」と言われるほど長い歴史を持つものです。航空券だけに限らず広く旅行に関わるサービスや商品なども取り扱うようになったCRSの発展形であるグローバルディストリビューションシステム（GDS）も、文字で発券情報がやり取りされていた時代の航空ビジネスの流れを汲むCRSと同様に、それぞれのシステムは「文字」で情報を表現することを前提として、個別のシステムが固有のプログラム言語によって作動する仕組みになっています。

一方、NDCの場合、XMLという自由度の高い世界共通のプログラム言語の規格であることから、情報も「文字」だけでなく「画像」や「動画」など様々な形式によって表現され、XMLベースの様々なシステム間での情報交換に優れ、ユーザーインターフェースも全ての利用者にやさしいといった利点を備えていると言われます。

すでに海外では、航空会社がNDCに準拠した「ダイレクトコネクト」と呼ばれる自社の航空券販売に特化したツールを旅行会社に提供しているケースも広がってきているようです。

ただ、旅行会社にとっては、航空会社「こと」にダイレクトコネクトを利用する場合、航



出典：IATAホームページより



インフイニトラベルインフォメーションの植村公夫代表取締役社長（左）と平林良章常務取締役

空運賃やサービスなどの比較検討ができない上に、ホテルをはじめ航空券以外の旅行に関わる素材が取り扱えず、その利便性には問題が生じることとなります。この問題を解決するため、複数の航空会社によるNDC接続をまとめて、横断的な検索ができるようにする「アグリゲーター」と呼ばれる企業も登場してきました。トラベルフュージョンやエアゲートウェイ、エアラインテクノロジなどが、アグリゲーターの代表的な会社として知られています。

これまでGDS接続とLCC接続のサービスを提供してきたインフイニトラベルインフォメーションでは、今年4月よりNDC接続への取り組みを開始し、国内でもNDC規格のシステム利用が本格化する形となりました。

キャリア直売に 負けないツールに

インフイニトラベルインフォメーションの平林良章常務取締役によると、同社が提供しているLCC接続の機能は、世界的なLCCのアグリゲーター的存在であるトラベルフュージョンのシステムを利用したもので、3年ほど前からプリティッシュエアウェイズのNDCを始めたトラベルフュージョンとの話し合いなどを通じて「日本でもNDCの時代が早晩やってくる」という判断にいたり、今年4月からNDC接続の取り組みに踏み切ったといいます。

インフイニトラベルインフォメーションの植村公夫代表取締役社長も、「想定している『アンシラリー』をNDCを用いて売れるようにしようという方向性は、トラベルフュージョンのシステムを利用しているLCCと変わらず、2000年代からトラベルフュージョンがやってきた機内サービスを有料販売するLCCの手法をサポートする考え方にも重なるものだろう」と指摘。同社によるNDC



アメリカン航空ディストリビューション・ストラテジーの渡辺雄次マネージャー

C接続によって、インフイニを利用する旅行会社も、自社サイトでの直売を強化しようとしている航空会社と同様の航空券や「アンシラリー」の販売が可能となることから、「航空会社よりも旅行に関連した幅広い情報を持つ旅行会社が、そうした付加価値を伴う形で販売力を強化していけば、航空会社の直売に負けないビジネスを展開することもできると思う」という見方を示しています。

平林常務取締役も、「GDS接続とLCC接続、NDC接続の機能を並行して利用できるインフイニをベースに、カウンターでの人的なサービスを通じて顧客満足度を高め、店舗での賑わいを作り出していくことで、航空券販売を拡大していくという旅行会社ならではの新たな展開もできるのではないかと旅行業界への期待を語っています。

海外旅行2000万人へ NDCの活用を

IATAのNDCリーダーボード航空会社のメンバーに名前を連ねるアメリカン航空も、NDCに早くから取り組んできた航空会社の一つです。



代理店の画面からログイン後のNDC画面イメージ

ディストリビューション・ストラテジーの渡辺雄次マネージャーは、日本でのNDCを巡る現状について、「これまで航空会社からの情報提供先はGDSが中心だったが、NDCの登場によって旅行会社やITプロバイダーなど、より多くの皆さんにより簡単に多くの情報を提供できるようになった。現在は、NDCを活用したシステム構築に向けて、旅行会社やITプロバイダーなど、一緒に走っていくパートナーを探している段階にある」と説明。「航空会社としては、システムを最終的に構築することになる旅行会社やITプロバイダーなどが、将来的にどういった予約・発券システムを実現し、どのような形で競争力を高めようとしているのか、具体的なアイデアを持つている方々と話し合い、積極的にサポートしていきたい」との考えを明らかにしています。

JATAも謳ってきている付加価値創造産業を目指す旅行業界としては、世界的に航空会社が路線マネジメントを強化してきている中で、日本での航空座席販売の収益性を高め、日本発路線におけるパリエーションやサービスの強化、輸送力の拡大につながるべく、航空会社やITプロバイダーと一緒に知恵を出し合いながら、新しい航空券流通規格であるNDCを活用できるように工夫を重ねます。多様化する旅行者ニーズに的確に対応することが、海外旅行2000万人時代の実現に向けても求められているようです。



訪日旅行委員長を務める堀坂明弘副会長

様々な会員の声を聞き施策に反映 旅行業界と消費者の発展・成長を目指す

今年6月に開催された第62回JATA定時総会で、日本旅行の堀坂明弘代表取締役社長が新たにJATA副会長として選任されました。退任した丸尾和明前副会長の後任としてJATA訪日旅行推進委員会の委員長も務める堀坂副会長に、副会長・訪日旅行推進委員長としての抱負や考え方などについて語っていただきました。

旅行業界の持続的な発展に貢献

——新副会長と新委員長就任にあたっての抱負をお聞かせください。

堀坂 鉄道事業者として長い間、外から旅行業界を見て来た後、2年前に日本旅行の

社長となり、旅行業界に携わっているわけですが、ITの進展やシェアリングエコノミーの

拡大、市場環境の変化といった難しい状況を

迎えている中で、旅行業界以外で培ったモノ

の見方や経験も活かしながら、旅行業界の

持続的な発展に貢献していきたいと考えて

います。観光立国や地方創生といった国の

施策が進められる中で、観光の重要な

性に対する認識の高まりもあり、

業界にとつてはビジネスチャンスも

広がってきているはずですが、大手旅

行会社から中小規模の旅行会社に

いたるまで多様な会員を持つJATAとして、業界全体の共通課題や各企業の個別課題など、様々な声を聞かせていただき議論したうえで、それらを施策に反映していきたいと思

います。旅行業界と消費者がともに発展・成長していくためにも、阻害要因にはしっかりと対応していかなければなりません。副会長に就任した今、改めて気持ちを引き締めています。

訪日旅行の向上へ 取り組み継続

——ランドオペレーターの登録制度や通訳案内士法の一部改正など、JATAが長年にわたって必要性を訴えて来た要望が実現したことについて、どのようにお考えになりますか。

堀坂 訪日旅行の制度面でJATAの要望がしっかりと反映されたことは、大きな意義があると思います。JATAとしても会員会社に対して取引のあるランドオペレーターの登録徹底を周知してきており、7月

6日現在でランドオペレーターの登録社数は809社になったと聞いています。また、

ツアーオペレーター品質認証制度を通じて

訪日旅行の品質の向上に取り組んでいます

が、より認知度を高め、活用を促していくことが必要だと感じています。通訳案内士に

ついでには業務独占から名称独占へ規制が見直されました。外国人旅行者に直接

する通訳案内サービスは、訪日旅行の印象

を左右する重要な役割を果たします。今後、通訳案内サービスの質を高め、維持して

いく仕組みも求められていくと思いますから、行政と我々民間が一体となつて質の向上を実現していければと考えます。

課題解決へ

業界全体での行動を

——JATAによる観光庁への提言書で

も、安心・安全の向上や地方誘客の促進などが盛り込まれています。こうした課題にはどのように対処されていきますか。

堀坂 JATAはこれまでも観光庁や日本政府観光局(JNTO)との連携強化などに取り組んでおり、提言書等を通じて様々な課題の提言や解決に向けた要望を伝えてきました。同時に、我々としても、会員各社のご賛同やご協力をいただきながら、課題解決のために必要な行動を旅行業界全体で行っていかなければなりません。

JATAは2015年から、訪日旅行の

地域分散化や季節分散化に向け、全国各地で会員会社と地域の関係者とのインバウ

ンド商談会を開催してきました。昨年の

データをみると、三大都市圏と地方部との

比較で、地方部での外国人延べ宿泊者数が

約3200万人泊でシェアが初めて40%を

上回りました。しかし、2020年目標・地方部での延べ宿泊者数7000万人泊シ

ェア50%には隔たりがあることから、今後も

引き続き地域分散化を進めると同時に、訪

日旅行の安心・安全を担保しながら、地域

観光振興におけるインバウンドの存在感を高めていくことも、全国規模の会員組織で支部活動も積極的にを行っているJATAの役割であると考えています。

会員の皆様にも、JATA本部支部の活動への積極的な参加をお願いいたします。

世界的な普及に拍車がかかるNDC
注目される航空券流通の新たな仕組み 1~2

堀坂明弘新副会長インタビュー 3

業界への就職意欲高まるJATAインターンシップ
産学連携型の取り組みに学生・企業から高い評価 5~6

〈本部・支部活動報告〉

- ・「旅の安全の日」で約120社が模擬訓練
テロや自然災害想定し社内体制を検証 7
- ・「JATA・神奈川県インバウンド商談会」開催
セラー43社・団体とJATA会員14社が参加 8
- ・本部・支部活動報告 8

アウトバウンド促進協議会通信VOL.14

JOTC航空会社インタビュー／ターキッシュエアラインズ 9

ツーリズムEXPOジャパン

事前告知／インバウンド・ビジネス総合展2018 10

連載 価値創造産業への新潮流 一働き出したダイバーシティの取組み—

取材協力：日本旅行ソリューション営業本部
「PJ☆SOL」の取組み(後編) 11

- 読み物&マーケティング
 - ・シリーズ:「挑戦を支えるもの」..... 12
 - ・ハイ!こちら消費者相談室 苦情事例に学ぶ⑤
今回のテーマ:ツアー出発地である空港が「陸の孤島」となり、たどりつけない..... 13
 - ・法務の窓口 第65回 災害発生時のツアー案内..... 14
- 素材研究
 - 北前船(野辺地町) 16
 - ショブロン(ハンガリー)..... 17
- 日中40周年プロジェクト
 - 中国四川省樂山市 18
- 事務局だより 15

表紙写真

国際航空運送協会(IATA)が普及促進を図っている航空券の新たな流通規格であるNDCは、航空旅行の「効率化や利便性」向上をもたらすものとも言われています。日本でもNDCの利用が進むことで海外旅行市場のさらなる活性化も期待されます。

「日中平和友好条約締結40周年」ロゴについて

2018年は日中平和友好条約締結40周年という記念すべき年です。当協会では、中国国家観光局などのご協力をいただきながら、「再発見!中国」をテーマに日中両国の観光交流を推進してまいります。引き続き、中国旅行の需要喚起、拡大を推進するためロゴマークを作成しましたのでご活用ください。



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

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

カード決済も、コンビニ決済も、基幹システム *symphony* Atwo と完全連動!



入金



SymphonyAtwo
予約カルテ画面へ
完全連動!



入金






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 赤坂ミューテ化ビル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

業界への就職意欲高まるインターンシップ 産学連携型の取り組みに学生・企業も評価

JATA広報室では、会員企業と合同で「JATAインターンシップ」を実施しています。今年2月に行われたJATAインターンシップでは、9日間にわたって実施されたプログラムに19大学から44人が参加し、25社が就業体験の学生を受け入れました。終了後、4月から5月にかけて行われた受講者アンケートによると、インターンシップ前に比べて旅行業に就職したい意欲が高まったほか、産学連携型インターンシップを必要と認識する比率が80%を超えるなど、高い評価を受けています。参加学生と受入企業の担当者、大学の指導教員に聞いた生の声を通じて、JATAインターンシップの成果や今後への期待などを紹介します。

「社会人基礎力」の重要性に 気付く機会

今回のJATAインターンシップに学生を送り出した獨協大学外国語学部交流文化



2017年度インターンシップ参加の学生たち。中央は矢嶋広報室長

学科の鈴木涼太郎准教授は、学生自身が業界への適正について考える貴重な機会であると同時に、実際に希望する業界の仕事にふれることを通じて日常の学習活動に対して目的意識を高める動機付けとなる「意義のある取り組み」と指摘。大学3年生の2月というタイミングで実施されているJATAインターンシップは「就職活動への意識を高める意味でも重要な機会になっている」という見方を示しています。

大学という教育の現場で、学生と日常的に接している鈴木准教授は、「学生自身が興味を持つ業界の仕事にふれることで、普段の大学生活で自分が何をしなければならぬのか、また、社会に出ていくうえで自分に何が足りないのかを気付いてほしい」とも語っています。小手先の就活テクニックや資格取得のための勉強、業界知識といった狭義の実務的な学びだけにとどまることなく、社会で必要とされるより総合的な力を大学での学習・研究活動でいかに磨いていく

のかということに「意識的になつてもらいたい」という鈴木准教授の期待は、教育的な見地からもJATAインターンシップが「社会人基礎力」を身につけることの重要性への気づきの場として貴重なものであることを浮き彫りにしているようです。実際に、JATAインターンシップの実施時期が就活直前で、ほぼ単位を取り終わった段階となるため、インターンシップ参加後に大学での学習活動に関わる機会は少なくなるものの、鈴木准教授に「大学での学びの重要性に改めて気づかされた」と感想を伝えてくる学生もいるほどだったといえます。

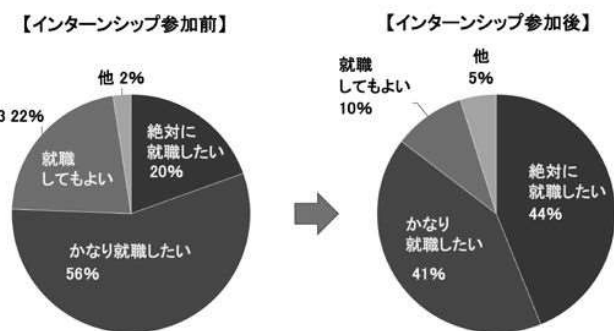
多様な業態が 存在することへの理解も

昨年2月に跡見学園女子大学マネジメント学部観光マネジメント学科(当時)の3年生としてJATAインターンシップに参加した経験を持ち、今年4月にJTBに入社して海外仕入商品事業部FIT商品第一課に配属された町田美奈子さんは、「ゼミで指導していただいた教授の授業に1年生の時から出席して、旅行業界への就職を早い段階から意識していた」と語り、「旅行業界に就職したいという強い気持ちを持ってインターンシップに参加し、規模の違う旅行会社2社で3日間ずつ実務に近い経験をさせてもらったのは非常に意味のあることだった」と振り返っています。コールセンターで電

という、店舗カウンターでの接客というイメージが強かったものの、顔が見えない状態でお客様にふれる現場があることを知り、一言で旅行会社と言っても、本当に多種多様な仕事の集合体として成り立っている現実を目の当たりにして、非常に興味深かった」と述懐しています。

また、インターンシップ学生を受け入れているエヌオーイー管理本部人事総務部の三井伸介課長は、「旅行業界の中にも様々な業態の会社があることを学生に知ってもらう」という意味では、旅行業界への強い関心

■旅行業界への就職意識(2017年度インターンシップ生)



2017年度JATAインターンシップ開催



受け入れ企業の研修に参加した学生たち

を持つ学生だけが参加してくるJATAインターンシップの存在は貴重だ」と指摘。同社の場合、ホールセール事業や団体事業だけにとどまらず、業務渡航という特色のある事業が柱となっている中で、「業務渡航にはほとんど知識のない状態の学生を受け入れることにより、インターンシップ体験を通じて学生の旅行業界に対する視野が広がって、より広く深く旅行業界に興味を持ってもらえるようになれば」と期待を示しています。「一般的には、カウンターや商品企画といったイメージが強い中で、インターンシップに参加する学生の思い込みを覆し、業務渡航など全く知らない世界を知ってもらい、そうした生身の情報を参加学生が周囲の学生にも話したりすることによって、知名度もブランド力も低い会社の特徴的な業務や事業への理解が広がっていくのは、業界全

体にとっても重要な部分と考えている」(三井課長)

旅行業界目指す学生の連帯感も醸成

井課長)

獨協大学の鈴木准教授によると、就職活動直前という時期に行われるJATAインターンシップには大学側で意欲の高い学生を選抜して参加させており、鈴木准教授は「何よりも旅行業界への就職という結果が一番の成果と考えている」と説明。同大学の場合、このインターンシップに参加した学生全員が旅行業界へ進んでおり、「半数の学生が第一志望の企業から内定をもたらしている」と言います。学生たちはインターンシップでの経験が役立つことを異口同音に鈴木准教授に伝えており、就業体験だけでなく、同じように旅行業界を志望する他大学の学生と一緒に行うプログラムを通じて、良い緊張感を伴ってインターンシップを体験していることを評価する学生も少なくないようです。

JTBの町田さんも、「就職の第一志望として旅行会社を目指す学生の仲間と濃密な一週間の過ごし方は、ライバルの存在を知ったという意味でも大きな刺激になった」と振り返り、「JTBの同期にもJATAインターンシップに参加した仲間がいるなど、自分と同じように観光を学んできた人たちと親しい関係を構築できたことも、インターンシップに参加して良かったと感じて



事前学習2日、事後学習1日は座学で実施

いる重要な部分」と指摘しています。

町田さんは同時に、JATAインターンシップに参加した学生がそれぞれ2社で就業体験を行っていることから、「自分が現場を経験した2社以外の会社で、どのようなプログラムが行われ、仲間たちがどんな感想や成果を持ち帰ったかについても、もっと情報共有を深めたかった」とも語っています。

大学と企業を結び付ける無二の役割

JATAインターンシップを受け入れ企業として参画する前から、大学や専門学校による要請を受けて個別に学生の就業体験を行ってきた沖縄ツーリスト経営管理推進室の鎌田直美室長は、「JATAインターンシップの場合、参加する学生が優秀で意欲も高く、就業体験の3日間を一緒に過

す中で、沖縄ツーリストにも興味を持っていたが、実際に入社試験を受けていただくケースもあり、非常に良いマッチングの機会にもなっている」と説明。また、「沖縄ツーリストの社名が沖縄以外の首都圏や他の地域では、必ずしも十分な知名度を得るまでにはいたっていない中で、沖縄の旅行会社として、ニュージラントにレンタカーの事業所を開設したり、銚子電鉄の駅でネーミングライツの展開を行ったり、北海道でも旅行会社を展開したり、様々な取り組みを行っている事実を知ってもらい、地方の旅行会社や中小の旅行会社が地域経済に貢献しつつグローバルな展開も行っていることへの理解を深めてもらうという意味でも、JATAインターンシップは重要だと思う」と話しています。

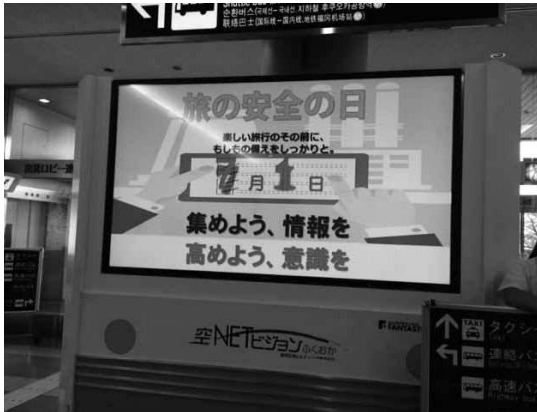
獨協大学の鈴木准教授は、より多くの業態や規模の旅行会社が学生を受け入れてくれることへの期待を示す一方、「旅行業の特性により就業体験の学生に任せられる業務が限定的なのは理解できるが、工夫次第で学生にとって有意義なプログラムを組むことは可能ではないかと思う」と指摘。「旅行業界の将来を担う優秀な学生を育成し、旅行業界に就職してもらおうという意味では、JATAインターンシップは意義のある取り組みであり、業界団体であるJATAによるインターンシップは、大学と企業を結び付けるという面で、他にはない役割を果たしているのではないか」と大きな期待を示しています。

「旅の安全の日」で約120社が模擬訓練 テロや自然災害想定し社内体制を検証

JATAでは7月1日を「旅の安全の日」と定めており、毎年、会員企業が模擬訓練を実施。今年も、7月2日に模擬訓練が行われました。

今年の模擬訓練には77社が参加し、国内旅行で延べ52社、訪日旅行で延べ20社、海外旅行で延べ50社が模擬訓練を実施。さらに、別の時期に実施する企業や個別に実施する企業なども含めると、模擬訓練への参加会員は約120社を数える見通しです。

海外旅行の模擬訓練では大都市におけるテロ事件の発生、訪日・国内旅行の模擬訓練では大規模地震の発生などを想定



福岡空港のビジョンなどで「旅の安全の日」をアピール

し、本社からの緊急事態発生通知に基づいて、顧客の安全確認を集約するという形で多くの実施報告がありました。

また事故対策本部を設置して、マスクミ対応（記者会見の会場手配・通知、被災者用のホテル案内など）や、バスマニユアル等の見直しなどを含む総合訓練を実施したケースも報告されています。

特に今年は、国内における地震や台風などが頻発していることから、国内で大規模災害が発生し、通信環境が確保できないことを前提にしたシミュレーションも数多く報告されました。さらに南海トラフの初動マニュアル（旅行者・従業員家族・事業継続）と関連させて、今回の模擬訓練を実施した会員企業もありました。海外ツアーの訓練でも、国内で大地震が発生したことを想定し、発生当日に出发・到着する顧客へのフォロー体制や、翌日以降の案内など、日本側での確認を中心に訓練を実施した事例も報告されています。

連絡体制にSNS活用も

事故発生時の連絡体制としてLINEやチャット、SNSツールを活用し、模擬訓練を実施した報告が多かったのも今

年の特徴です。一斉発信や返信スピード、電話不通時の対策などの観点から、SNSツールの活用が、実際の場面でも根付いてきています。

西日本を中心とした昨今の地震や台風、集中豪雨などによる水害も踏まえ、旅行業界でも緊急時における連絡の迅速化や正確な情報提供による安全確保、社内体制の整備・強化などへの希求度が増している状況です。会員各社には、今回の模擬訓練を通じた検証を踏まえて、マニュアルの改訂など安全への取り組み強化が求められています。

訓練通し緊急時の課題も浮かぶ

模擬訓練の報告からは、①緊急連絡先の情報更新、②緊急時の連絡方法の見直し、③ツアー情報（日程・名簿・関係者連絡先・保険の有無など）

抽出体制の構築、④顧客の個人情報管理の徹底、⑤緊急時における情報発信の体制整備とルール徹底、などが重要な対応課題として浮かび上がってきました。また、システムで拾いきれないツアーへの対応や関連情報の管理、通信手段が使えない場合の連絡体制、国内の大規模な自然災害時の安

全管理体制強化なども重要性を増している課題です。

さらに、訓練全体を通じての意見として、「事故発生の際の速やかな社内情報共有体制」「事前通知なしの訓練実施」「緊急事態への対処と同時に、翌日以降の催行や取消料の判断などの対応」などの必要性も指摘されました。

消費者に「旅の安全の日」アピール 九州支部がPR活動

JATA九州支部および九州各県の地区委員会は6月28日、福岡空港で消費者向けに「旅の安全の日」をアピールする活動を実施しました。

同空港国際線ターミナルビル3階のJTB、阪急交通社、エイチ・アイ・エス、旅行総研の旅行会社4社のカウンターでPR用ティッシュなどを配布したほか、出発ゲート付近に設置されている「福岡空港空ネットビジョン」で6月27日から1週間にわたり、JATAが作成したPR用スライドも放映されています。



九州支部メンバーがPR活動



新聞広告でも消費者に向けてPR

「JATA・神奈川県インバウンド商談会」開催 セラー43社・団体とJATA会員14社が参加

JATAと神奈川県は7月12日、横浜市で「JATA・神奈川県インバウンド商談会」を開催しました。

インバウンド商談会は、「開催地域で訪日外国人旅行者の受け入れを推進している組織・団体や、すでに受け入れられている、あるいは今後受け入れる予定のある観光事業者」と「JATA会員である良質な国内のインバウンド事業者」の間で、より強固なネットワークを形成し、地域におけるさらなる訪日外国人旅行者数の拡大を図るものです。



神奈川県から訪日旅行の取り組みや観光素材が紹介されました

訪日旅行

の需要促進を通じた神奈川県観光振興に資することを目的とした今回の商談会には、神奈川県側の



神奈川県側のセラーとJATA会員の間で熱心な商談が行われました

セラー43社・団体の77人やJATA会員の14社34人が参加し、速報ベースで288社の商談が行われました。

JATA・神奈川県インバウンド商談会は、神奈川県観光魅力創造協議会が年3回実施しているインバウンド商談会とJATAのインバウンド商談会の開催趣旨が合致し、セラーとバイヤーの関係構築を進められることから、神奈川県とJATAの共催により実現しました。商談会に先立って地域側からのプレゼンテーションが行われ、神奈川県から自治体・観光協会・民間事業者に向けて訪日旅行の取り組みと具体的な観光素材が紹介されたほか、ツアーオペレーターであるJATA会員からも観光素材についての質問がありました。

インバウンド商談会に参加した会員からは、「ふだん聞けない話を聞くことができて良かった」「地域担当者の生の声は参考になる」「各地域の強みが分かった」「欧米豪の顧客に勧められる素材としてよかった」「知らない施設をたくさん知る機会となった」といった声が寄せられています。

北海道支部

- 7月12日 教育旅行委員会
- 7月23日 国内旅行委員会

東北支部

- 7月10日 韓国観光セミナー
- 7月11日 幹事会
- 7月11日 定例会
- 7月20日 アメリカセミナー

関東支部

- 7月17日 インバウンドセミナー
- 7月27日 海外旅行委員会
- 7月28日 海フェスタにいがた

中部支部

- 7月18日 総務・消費相談委員会
- 7月27日 空港委員会
- 8月8日 海外旅行委員会
- 8月9日 国内（訪日）旅行・地域振興委員会

関西支部

- 7月19日 消費者相談委員会
- 8月8日 合同委員会（海外旅行・国内旅行・インバウンドツーリズム）

中四国支部

- 7月18日 海外旅行セミナー

九州支部

- 7月10日 訪日旅行委員会
- 7月10日 エアーズロック&ハミルトンセミナー
- 7月10日 海外旅行委員会
- 7月12日 消費者相談委員会
- 7月13日 海外旅行委員会（チームヨーロッパ 第1回委員会）
- 7月18日 国内旅行委員会
- 7月23日 幹事会
- 7月23日 トルコ経済・観光セミナー
- 8月1日 福岡海外教育旅行セミナー
- 8月1日 海外旅行委員会
- 8月9日 久留米市消費生活センター市民講座

沖縄支部

- 7月10日 新入社員研修
- 7月18日 幹事会
- 7月21日 環境保全活動
- 7月24日 インバウンド委員会

大学生と教育旅行市場への取り組み強化

JOTC・2018年度第1回全体会に120人

JATAアウトバウンド促進協議会（JOTC）は6月25日、2018年度第1回全体会を開催しました。

JOTC役員と6部会に所属する会員など120人が参加した全体会の冒頭で、JOTC会長を務めるワールド航空サービスの菊間潤吾会長は、2017年の日本人出国者数が1789万人に達し、今年に入ってから出国者数が堅調に推移していることから、「今年は通年で1850万人〜1900万人の達成も可能と考えている」と説明。同時に、「出国率が依然として低い水準にとどまっていることを指摘し、「特に若年層のパスポート取得率向上を図ることが、2020年の2000万人達成に向けて重要となる」と強調しました。

また、来賓として登壇した観光庁の瓦林康人審議官は、順調に増加している訪日外国人旅行者数と伸び悩みが



2018年度のJOTC第1回全体会で挨拶する菊間潤吾会長



全体会には役員と6部会に所属する企業・組織などの120人が参加しました

続く日本人出国者数の不均衡について、その是正が必要という見解を表明。「各国との関係構築を進めていくためにもアウトバウンドの振興が必要となる」と語り、昨年発足した「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」で報告書を取りまとめ発表することを明らかにしました。同審議官は、観光庁としても「諸外国と比べても遜色のないアウトバウンドのマーケティングも考えている」と語っています。

JOTCでは、2018年度の活動として、若年層における海外旅行者数の拡大を目指して大学生と海外教育旅行市場への取り組み強化を打ち出しています。

大学生の需要掘り起こしに向けては、昨年試験的に実施した学園祭でのワークショップセミナーを積極的に開催し、外国を身近に感じてもらえるよ

うな体験の場を増やしていく方針です。また中高生の海外体験が国の発展にとつても非常に重要であるという観点から、文部科学省の支援により専門家を招き、東京と大阪で学校の先生を対象としたセミナーも開催します。

JOTC・航空会社インタビュー 第1回

ターキッシュエアラインズ / メフメット・アカイ日本支社長

東京ダブルデイリー化と関空路線復活を計画

JOTCではJATA会員と航空会社との連携を強化し、日本人海外旅行者数の増加に必須である航空座席の拡充を図っています。そこで今月からJOTC会員の航空会社代表にお話を伺い、旅行業界との連携強化に向けた考え方などをお聞かせいただきます。



—日本市場での需要拡大に向けての重点的な取り組みは。

アカイ 二つあります。一つ目は機材の大型化と増便です。5月から成田路線にボーイング777型機が就航し、座席数が1便当たり60席増えました。また、羽田空港も含めて東京からのダブルデイリー化と関西国際空港からの路線復活を計画しています。二つ目は日本人向け座席供給の拡大です。昨年は日本国内で販売した座席数は全体の55%でしたが、今年は65%に拡大することを目指しています。今年に入ってから搭乗率が90%以上を維持しているため、増便計画は「待たなし」となっています。

—イスタンブール新空港が今年10月に供用開始と聞きました。

アカイ 工事は順調で滑走路はすでに完成し、建物も90%以上ができています。開業初年度の利用者数は9000万人と見込まれていますが、将来的には年間2億人の利用者数を目指しています。新空港の開業により、世界の各方面に大幅な増便が予定されていることから、空

港の利便性も大幅に拡充されることとなります。当社としては、トルコが非常に親日的な国であることから、新空港の開業を機に、日本航空と全日空の両社にイスタンブールへの路線開設を強く希望しており、両社の就航が実現すれば、両国間の人的交流はさらに拡大すると期待しています。

—日本の旅行会社への最新情報などをお聞かせください。

アカイ 新たに「イスタンブール・ストップオーバー・プロジェクト」を計画しています。これは、エコノミークラスの場合は4つ星ホテルに1泊、ビジネスクラスの場合は5つ星ホテルに2泊、いずれもイスタンブール市内で滞在していただき、イスタンブールを大いに楽しんでもらうというものです。

ターキッシュエアラインズ

<https://www.turkishairlines.com/ja-jp/>
連絡先：ターキッシュエアラインズ東京支社営業部
Email: TOKYOSALESMG@THY.COM

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

最新ソリューションが拓く新たな可能性 内容を大幅に拡充し、会場規模も1.5倍に

「ツーリズム EXPO ジャパン(T E J)2018」開催期間中の今年9月20日と21日の両日、東京・有明の東京ビッグサイト東展示棟で、T E Jと日本経済新聞社の共催により「インバウンド・観光ビジネス総合展2018」が開催されます。

昨年のT E J2017におけるフェアinフェアのB to B展示会として初めて開催された同総合展には、訪日観光ビジネスを支援するマーケティング、多言語・ICTソリューション、映像・ウェブコンテンツ、関連機器インフラ支援、空間設計インテリア、人材支援、物販体験企画などを手



展示ブースでも来場者と活発な商談が行われました

がける約80の企業や団体が出展。旅行業・観光産業以外の異業種の企業団体による出展も多く、特に、多言語・ICTソリューション関連企業のブースでは、最新のVR(バーチャルリアリティ)を活用したプログラムや最先端の翻訳機器によるデモンストレーションも行われ、多くの来場者が足を止めて実際に体験するなど賑わいを示し、ビジネス機能の強化を進めるT E Jの新たな展開として注目を集めました。

会場規模が昨年の約1.5倍に拡大される今年の同総合展には、昨年を上回る数の出展者と内容の拡充も見込まれており、ソリューションを提供する企業団体と訪日・国内・海外の各旅行分野における担当者一堂に会する日本での唯一のイベントとして、期待が高まっています。

日本経済新聞社文化事業局イベント事業部の長谷川研二プロデューサーは、「今年の総合展に向けて、昨年の出展者による反応は良く、新たな開

合わせも増えている」と説明。「従来は多くの自治体で汎用的に利用されるようなサイネージや多言語機能などの商品やサービスが中心だったが、よりピンポイントに特定の自治体や地域、あるいは、訪日インバウンド市場での特定マーケットに向けて、目新しい技術で突出するというよりも、既存の商品やサービスをカスタマイズして組み合わせるような傾向が加速している」と指摘し、そのアプローチが積極的かつ具体的なものになってきていることを強調しています。



多くの来場者で賑わった昨年の会場

特に、訪日インバウンド市場の拡大と同時に成熟化も進む中で、ソリューションを提供する様々な事業者が、観光に特化した商品やサービスに限らず、ゴールデンルート以外の地域にも数多く訪れるようになったインバウンド旅行者が、滞在中に利用できるライフスタイルをサポートするような商品やサービスを提供する事業者からの問い合わせが圧倒的に増えているといえます。長谷川プロデューサーは、「幅広く経済情報を扱っている日経の事業部門が、新たな観光ビジネスの絵図を描くお手伝いをさせていただき、広く経済の活性化やより多様な事業者が観光ビジネスに参入することを促すような役割も担うことができれば」と意欲を示しています。



立ち見も出るほどの盛況だったセミナー

また、日本旅行業協会(JATA)ツーリズムEXPOジャパン推進室の早坂学室長は、昨年の開催実績も踏まえて、「ソリューションを提供する事業者や、団体とソリューションを求める自治体と旅行会社の間におけるニーズとシーズの『出会いの

場』として、T E Jに新たな機能を加えることができた」と強調。共催する日本経済新聞社との連携強化も進んでいることから、「昨年を大きく上回る成果が期待される」と見通しています。特に今年、T E J2018における商談会のマッチングシステムを活用して、同総合展における商談アポイントメントを設定できるため、「より精度の高い効率的な商談を行ってもらえる」と指摘。「出展企業のバリエーションも豊富で技術レベルも高く、単に商品やサービスを利用するだけでなく、新たな事業領域の開拓やビジネスモデルの構築も視野に、旅行業界の皆さんには、インバウンド・アウトバウンドの両分野におけるビジネスチャンスを見出せる総合展へ、積極的に参加していただきたい」と呼びかけています。

同総合展では、昨年に続いて、出展者による多彩なプレゼンテーションやセミナーの実施も予定されており、インバウンド・ソリューションをめぐる最近のトレンドや最新情報などを知る貴重な機会となることが期待されます。

※「インバウンド・観光ビジネス総合展2018」の詳細・来場登録は、<http://www.texpo.jp/biz/program/inbound.html>。

— 動き出したダイバーシティの取組み —



ミーティングはランチを取りながら和気藹々と

日本旅行ソリユーション営業本部「PJ☆SO L」 柔軟な発想や姿勢が活動成功のカギに 若手とベテランによる融合で派生効果も

前号に続き、「2018年働き方・休み方改革、ダイバーシティ推進に関するJATA会長表彰」の「働き方・休み方改革部門」で「大賞」を受賞した日本旅行ソリユーション営業本部の女子社員チーム「PJ☆SO L（ピージェイソール）」による働き方改革の取り組みを紹介します。

「業務改善」テーマに課題を整理
日本旅行ソリユーション営業本部の女性社員有志が参加して、子育てによる

時短勤務を行っている社員の実情や、若手女性営業社員の将来におけるライフワークバランス、経験を積んできたベテラン社員なりの悩みなどをざっくばらんに語り合い、それぞれの女性社員が抱えている問題や疑問などを共有する場として、2015年からスタートしたPJ☆SO L。テーマを決めて話し合いを行っているPJ☆SO Lの具体的な活動について、「業務改善」をテーマに進められたプロセスを紹介します。

まず、最初に身の回りの小さなことなどを洗い出して、2016年から4回にわたり、「無駄な仕事」「無駄な時間」「時間がかかる業務」を抽出。さらに、2017年には、改善が可能と思われるものを絞り込み、その方法などについて仕分け作業を行ったうえで、各部署に持ち帰って話し合いを行いました。その結果、様々な部署で、改革の試みが行われるようになっていきます。

課題を仕分ける際には、①重要だが時間がかかる、②重要だが時間がかからない、③重要でないが時間がかかる、④重要でなく時間もかからない、という4つのマトリックスの中に抽出した課題を落とし込みました。

さらに、仕分けられた課題に対して改善を進めて解決を図る当事者として、①自分自身（自分自身で学ぶ、スキルアップ、コミュニケーションなど）、②自

分の所属するチーム（部・課・セクション・1000人委員会）、③箇所全体（箇所における人材活用や採用、箇所内のコミュニケーション、ルールづくり）、④営業本部（営業本部での人材活用や採用）、⑤本社、の5つに仕分けると同時に、⑥解決できない問題も抽出される結果となっています。

社内外で高まる活動への認知度

PJ☆SO Lの活動の成果として、現場で取り組みが行われた新たな試みとしては、「ペアセールスの促進」「業務外注化の促進」「セールスアシスタントの新設」「コーディネーター業務標準モデルの策定」などのほか、PJ☆SO Lで出た現場の生の声が事業計画に反映されたり、議事録を読んでいる男性管理職から議題についてヒアリングが行われ、改善のためのマニュアルが作



ホワイトボードのマトリックスで課題を仕分け

成されるケースもあったといいます。

またPJ☆SO Lの場で「営業が辛い」と営業3年目の女性社員が泣き出してしまったこともありましたが、内勤と営業の先輩女性社員に励ましの言葉をもらって頑張り続けることができ、翌年には本社表彰の若手営業MVPに輝いたといいます。普段は接点のない若手社員とベテラン社員による貴重なコミュニケーションによって「ココロのスイッチ」切り替えに成功した事例で、PJ☆SO Lそのものの存在意義も裏付けられたエピソードと言えます。

さらに、ビジネス書でPJ☆SO Lによる活動が取り上げられ、会社のイメージアップにつながる一方、セールストークでも活用できるなど、「日本旅行の強み」を象徴する活動として社内での認知が広がり、社員からは「自信を持って働くことができる」といった声も出ています。

このビジネス書での掲載をきっかけに、PJ☆SO Lの活動に興味を持った企業との意見交換も昨年12月に実施されており、社外でもPJ☆SO Lへの認知度は着実に上がってきました。

PJ☆SO Lを主宰する日本旅行の矢田部修一執行役員ソリユーション営業本部長は、活動を継続する心得として「参加を強制しないこと」「自らの話したい・参加したい気持ちを大事にすること」を挙げているほか、「業務改善」のテーマで仕分けした課題であっても、「現状で対処が難しいものでも据え置きや先送りを躊躇しなかった」とも。この柔軟な発想や姿勢が成果をあげてきたカギとなっているようです。

シリーズ：『挑戦』を支えるもの

～大阪北部地震と豪雨に学ぶ旅行安全マネジメントとBCP～

6月の大阪北部地震および7月の西日本を中心に発生した豪雨により被災された皆様には、心よりお見舞い申し上げます。

■旅行先での災害から旅行者を守る「情報」

今回の地震は、日本第2の都市であり有数の観光地でもある大阪を震源とする大規模地震でした。また、豪雨では広範囲な土砂災害や川の氾濫により交通網の寸断や大幅な乱れ等が相次ぎました。これにより、被災した地域にお住いの方々だけではなく観光客や観光事業者にも少なからず影響がみられました。特に、訪日外国人観光客が災害情報をうまく入手できず戸惑うケースも多く、各省庁や自治体、交通機関等が配信する災害情報や避難情報を外国人観光客にどう伝達するかという課題が浮き彫りになりました。

慣れない旅行先での災害発生時に旅行者をどうサポートするのか。外国人観光客に限らず、日本人が海外へ行った場合にも同じことが課題になります。添乗員やガイドが付いていないツアーや手配旅行では旅行者を直接サポートすることができません。そんな時に必要になるのが「タイムリーで信頼できる情報」です。

日本から海外への渡航者には

「たびレジ」が配信する海外安全情報や在外公館が公表する現地情報、国内旅行者や訪日客には自治体ホームページの情報配信や「Lアラート」「Safety tips」などの災害時情報提供がそれにあたります。

ポイントはそれら災害時の情報の入手方法を「旅前」段階で旅行者に伝え、災害発生時にすぐ活用できるようにしておくことです。旅行者に「たびレジ」の登録をすすめる、国内では自治体ホームページから災害情報が入手できることを伝えておくなど、事前の対応が重要です。

■旅行会社自身が災害に負けないBCP（事業継続計画）

今回の地震や豪雨災害では、旅行会社や観光事業者、その従業員が被災し、または業務運営に影響を受けたケースも多かったこととされています。

万一の事故や災害発生時に、既にご出発されたお客様へのフォローを行い無事にご帰国・ご帰宅いただくためには、旅行会社や観光事業者自身が災害に負けないことが重要です。

いざという時に従業員がどのように行動し事業も継続するか、日頃から社内でも話し合い、実際に行動できるように計画（BCP）

（事業継続計画）としてまとめておくことが必要です。

BCP策定に際しては、従業員一人ひとりの備えにも目を向けていただきたいと思えます。従業員が被災し「会社の仕事どころではない」となれば有事に事業が立ち行かなくなってしまう。従業員を被災時のリスクから守ることも、企業としての重要なBCPの一つです。

具体的には、従業員に対する災害対策研修等の教育・指導や、万一の備えとしての貯蓄や保険制度を会社として整備しておくことなどが挙げられます。

会社と従業員をリスクから守り、大きな災害が発生した時も事業を継続できるよう備える。それがひいてはおお客様に「旅の安心・安全」を提供することにつながります。「BCPなんて難しい」と考えず、まずはできることから一つずつ準備を始めてはいかげでしょうか。

東京海上日動では、BCP策定や従業員をリスクから守るための制度構築のご相談も承ります。ぜひお声かけください。

（東京海上日動火災保険株式会社 旅行営業部）

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 ⑥ 監修 弁護士 三浦雅生

今回のテーマ…ツアー出発地の空港が「陸の孤島」となり、たどりつけない

西日本を中心とした記録的豪雨による災害につき、被災者、関係者の皆様に心よりお見舞い申しあげます。梅雨末期の大雨は例年の自然現象ではありませんが、豪雨災害としては平成に入って最悪という今回の被害に言葉を失うばかりです。被害拡大の報道と平行して、当室にも関連する相談電話が入ってきました。旅行の行き先が被災地周辺であるという相談とともに、複数件入ってきたのは、以下のような内容でした。



申し出内容はこうです

海外ツアーの参加を楽しみにしていたのに、「公共交通機関や道路通行止めで、当日集合場所に行こうと努力したのに、ツアーの集合場所である空港に、たどりつけない(たどりつかなかった)。海外ツアーに出発できなかつた」という申し出です。立地も含め具体的に説明しましょう。広島空港は、国内空港において、都市部と空港が離れていることでも知られているところです。空港の立地は、広島市内中心部から約50キロ離れた場所であり、山陽自動車道のインターから約10分。空港リムジンバスを利用して、J-R広島駅から所要45分です。空港からバスで15分の場所にある駅がJ-Rでの最寄り駅(山陽本線)となりますが、広島駅にはこの駅までJ-Rで所要45分です。

つまりこのルートでも広島駅から1時間以上必要となります。

今回、豪雨により中国地方では高速道路が通行止め、新幹線、J-R在来線の山陽本線も運休となりました。空港リムジンバスは全面運休。一方、広島空港の滑走路は閉鎖されており、空港の機能は通常どおりで、海外LCC等、通常どおりに運航されている便もありました。

広島空港からの海外ツアーを申し込まれたお客様が、申込み時に受け取った書類には、「運送機関のサービス提供の中止により、旅行の安全な実施が不可能となり、又不可能となるおそれが大きいたまには、旅行者は取消料を支払うことなく解除することができ(旨)の記載があります(標準旅行業約款募集型企画旅行契約の部16条第2項…旅行者の解除)。自分が出発空港にたどりつかなかつたのは移動のための交通手段がなくなったためであり、取消料を取られることに納得がいかないという申し出です。

解決に向けての指針

〈取消料なしで取り消しできる事由にあたるのか?〉

今回の事例において、募集型企画旅行の集合開始は、広島空港です。集合前の、旅行契約の範囲外及び内容に含まれない運送機関(J-R、空港リムジンバス)のサービス提供中止が原因であつて、旅行契約の範囲及び内容の中で利用する運送機関のサービス提供中止が原因でお客様が旅行契約を解除したわけではありません。

取消料なしで、取り消しができるのは、旅行契約の範囲である、旅行開始地の広島空港から先の運送機関の欠航の場合となります。つまり、お客様の「自宅から旅行出発地までの区間に関しては、お客様の主張される取消料免除の適用外となります。

よつて、原則どおり、お客様に取消料を請求できる事案とはなりません。しかし、海外ツアーに参加する意思を持って「自宅を出られたお客様には本当にお気の毒かつ極めて稀な事情だけに、「通常どおり取消料をいただきます」だけで済ますのではなく、航空会社や現地手配先に特別対応を検討できないか問い合せをする、あるいはすぐ結論が出ない場合、自社で営業的判断の検討が可能か否か、決裁権者に指示を仰ぐべきでしょう。

実際、「広島空港交通機関麻痺に伴う国内線航空券の取扱について」として某航空グループの国内線航空券は対象搭乗日を明記して、変更払い戻しや有効期限の延長等の特別対応を行なう旨、後日通知しました。社会的影響の大きい災害等に際しては、企業として通常期の利益確保とは別の観点での判断を、機を逸することなく決することも求められるでしょう。

●最近多い苦情相談から

話は全く変わりますが、最近消費者から受ける苦情として、募集型企画旅行において、申込金を払っていないのに、取消料を請求されているという相談にしばしば接します。海外ツアーの出発日まで1カ月を切つてということですが、旅行会社は申込金の入金チェックを怠つたのでしょうか。キャンセル待ちがOKになり連絡したのに、申込金をいただかすに今に至つていて、お客様が今頃取り消しの意思表示をしたとの事例もありました。お客様側の対応にもトラブルの一因はありますが、いずれにしても申込金がないと契約は成立しておらず、よつて、取消料を請求できるはずがないのは、基本中の基本です。今一度ご自身の会社の業務フローと実務担当者業務の進捗をみて、申込金を正しいタイミングでお支払いいただくことができているか、遵法の観点からも「確認ください。」

(鈴木)



第65回 災害発生時の

ツアーの案内

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

近年、各地で災害が発生しています。先日の関西地方の地震の際にも直ぐに次の質問が寄せられました。

A 4日後に出発するミステリーバスツアー。旅行の目的地は地震が発生した方面ではないのか。参加の可否を判断するために目的地を知る権利は申込者にもあるはずだから目的地を教えて欲しいと言われた。その対応は。

B 本日は伊丹空港から成田へ飛び宿泊し、明日、欧州便に乗り継ぐツアー。伊丹・成田便が運航されるかは現在未定であり、お客様も交通がままならず伊丹空港に辿り着けないと連絡があった。この場合の旅程管理や取消料の取扱いはどうなるのか。
このような質問について考えます。

筋道を立てて案内する

大災害が起きると、交通機関の乱れで社員が揃わない、テレビを見たお客様からの電話が殺到するなど現場は混乱します。以下の記述もそんなことは当たり前と言われる内容ですが、緊急時に慌てないよう今一度整理しておきましょう。

質問のAとBは実際には別の会員からの質問でしたが、

仮に同じ部署で対応する体制であれば、先ずは「対応の優先順位をつける」ことが最初の仕事です。Aは「4日先の旅先の話」、Bは「本日の出発に関わる話」ですのでBを優先します。とはいえ緊急時には、優先順位を決めた端から別の案件も飛び込んで来ますので、ここは部署の業務全般を俯瞰する責任者の腕の見せ所ですし、実際に嬉々として張り切る方が多いようです。

さてBの旅程管理ですが、現在進行中の案件は筋道を立てて案内していきます。まず、航空会社には伊丹・成田便の運航の見通しを確認し、併せて欠航が決定しない現段階であつても関空・羽田便への振替ができるかどうかなどを交渉します。関空・羽田便への振替も可能である旨の回答を得られれば、例えば関空に來られるお客様には「関空発のツアー」として実施し、伊丹にしか來られないお客様には伊丹・成田便の欠航が確定した段階で重要な契約内容の変更が生ずることから取消料なく旅行契約の解除に應ずる(約款16条2項1号)とするなど企画旅行業者としての催行方針を立てられます。その上で、ご参加予定のお客様には出発地を関空に変更することを提案し、可能であれば「関空発のツアー」に契約内容を変更します(同13条)。なお、この変更自体が同時に「安全かつ円滑な旅行の実施」をするための旅程管理をしていることにもなります(同23条)。なおその際、羽田・成田のホテル間の交通機関の手配と交通費の負担はお客様、との条件でお客様にご案内をした場合には、旅行業者はその交通機関の手配をしていないことから厳密にはこの区間に限って旅程管理の義務はありませんが、ホテルから先の旅程にはこの義務を負いますので、この部分の旅程管理もすべきでしょう。

一方、取消料ですが、伊丹・成田便の運航は現在未定の状況で判断するのは拙速です。この例の催行方針によれば、欠航が確定すれば取消料の問題は発生しないからです。取消料は後日総合的に判断することとしましょう。

安易に同調をしない

次にAですが、マジックを披露してもその種までは明らかにしないように、ミステリーツアーも旅行の目的地が明示されていないことを楽しむ旅行です。また、4日後の旅行の安全で円滑な実施をするには目的地などの被害状況がまだ明らかではない現状では判断できません。

そこで、「ミステリーツアーはその性質から目的地をお知らせできません。被害状況を確認して旅行の安全で円滑な実施が不可能であることが判明すれば○日前までに連絡をいたします」など筋道を立てた案内に留め、安易に目的地は案内しません。もしこのお客様が目的地を知ったうえで、それでも旅行には参加されて目的地を暴露する姿を想像すれば、今風な表現では「添乗員が凍った! (ネタバレ注意)」となりそうです。

旅行業約款にも限界がある

旅行業約款の適用にも限界があります。約款で想定されたイレギュラーを超える事態が発生すれば、実際には、企画旅行業者も「○月○日までに出発のツアーの取消料は免除」など、総合的に判断して柔軟に対応しています。大災害が発生した際には、筋道を立ててその時点での対応できる事柄を案内していくことが大切です。

(堀江)

事務局 便り

6月の出入国者数(速報値)

出国者数は4.3%増で年間1800万人に期待

日本政府観光局(JNTO)が7月18日に発表した速報値によると、今年6月における出国日本人数は前年同月比6.4%増の142万1600人を記録しました。

今年1月から6月までの上半期における累計では、前年同期比4.3%増の878万3400人となっています。昨年下半年期における出国日本人数は946万6590人だったことから、今年下半期の累計が昨年と同規模以上の水準に達すると、年間の累計では2012年以来6年ぶりに1800万人台を回復する見通しです。

訪日外客数は年間3000万人の大台へ

一方、今年6月における訪日外客数は前年同月比15.3%増の270万4500人を記録して、今年5月の同16.6%増・267万5000人に続いて10%台後半の高い伸びを維持しています。上半期の累計は前年同期比15.6%増の1589万8900人に達し、年間では3000万人の大台を突破する可能性が高まってきました。

JNTOによると、今年6月の訪日外客数は、昨年6月の234万6000人を35万人以上も上回り、上半期の累計では、重点市場と位置付

けられている20市場のすべてで過去最高を示しています。

JNTOでは、航空路線の新規就航や増便、チャーター便の就航による航空座席の増加に加えて、継続的に展開している訪日旅行プロモーションの効果も相まって、訪日インバウンド需要全体が堅調に推移した、と分析しています。

日本政府観光局(JNTO) 平成30年7月18日 (単位:人)

| 月 | 訪日外客数 | | | 出国日本人数 | | |
|------------------|------------|-------------|-------|-----------|------------|-------|
| | 平成29年 | 平成30年 | 伸率(%) | 平成29年 | 平成30年 | 伸率(%) |
| 1 Jan. | 2,295,668 | 2,501,409 | 9.0 | 1,295,059 | 1,423,727 | 9.9 |
| 2 Feb. | 2,035,771 | 2,509,297 | 23.3 | 1,493,399 | 1,390,518 | -6.9 |
| 3 Mar. | 2,205,664 | 2,607,956 | 18.2 | 1,745,412 | 1,807,063 | 3.5 |
| 4 Apr. | 2,578,970 | 2,900,718 | 12.5 | 1,234,921 | 1,356,679 | 9.9 |
| 5 May | 2,294,717 | *2,675,000 | *16.6 | 1,317,742 | 1,383,838 | 5.0 |
| 6 Jun. | 2,346,442 | *2,704,500 | *15.3 | 1,336,169 | *1,421,600 | *6.4 |
| 1~6 Jan.-Jun. | 13,757,232 | *15,898,900 | *15.6 | 8,422,702 | *8,783,400 | *4.3 |

◆注1: 出典:日本政府観光局(JNTO)
◆注2: 平成29年(2017年)は確定値、平成30年(2018年)1~5月は暫定値、*部分は推計値。
◆注3: 訪日外客数及び*印の出国日本人数は法務省資料を基にJNTOが算出し、それ以外の出国日本人数は法務省資料を転記した数値である。
◆注4: 訪日外客数は、国籍に基づく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、これに外国人一身上陸者等を加えた入国外国人旅行者のことであり、駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。なお、上記の訪日外客数は乗員上陸数は含まれない。

●JATA業務予定表 8月11日(土)~9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)

| | | |
|-----------|--------------|-------|
| 8月15日 | 幹事会 | 沖縄支部 |
| 8月21日 | 研修委員会 | 中部支部 |
| 8月21日 | 社会貢献委員会 | 本部 |
| 8月22日 | 幹事会 | 東北支部 |
| 8月23日 | 幹事会 | 中部支部 |
| 8月23日 | 海外旅行委員会 | 九州支部 |
| 8月24日 | 訪日旅行委員会 | 九州支部 |
| 8月27日 | 幹事会 | 北海道支部 |
| 8月29日~30日 | 幹事会 | 関西支部 |
| 9月7日 | 理事会・常務役員会 | 本部 |
| 9月10日~12日 | 国内旅行委員会研修旅行 | 関西支部 |
| 9月12日 | 海外旅行推進委員会 | 本部 |
| 9月14日 | 総務委員会 | 関東支部 |
| 9月19日 | 幹事会 | 沖縄支部 |
| 9月20日 | 消費者相談委員会 | 関西支部 |
| 9月20日 | 幹事会(於:東京) | 中四国支部 |
| 9月21日 | 幹事会 | 関東支部 |
| 9月21日 | LADY JATA委員会 | 関東支部 |
| 9月26日 | 訪日旅行推進委員会 | 本部 |

●JATA主催・共催の研修・セミナー等の活動

※「総合・国内旅程管理研修」、「JOTC(アウトバウンド促進協議会)プランナーのためのセミナー」の詳細は、JATAホームページより「JATAが主催・共催するセミナー・研修8月および9月」をご参照ください。なお、JATA正・協力会員限定セミナー、又は申込受付を終了したものもありますので、ご了承ください。

| | | |
|-----------|----------------------------|-------|
| 8月20日 | 改正労働者派遣法から初めての「期間制限」対応セミナー | 本部 |
| 8月21日 | 海外旅行セミナーin 釧路 | 北海道支部 |
| 8月22日 | 海外旅行セミナーin 帯広 | 北海道支部 |
| 8月23日 | 海外旅行セミナーin札幌 | 北海道支部 |
| 8月21日~24日 | 第4回旅程管理研修 | 本部 |
| 8月24日~26日 | 北海道海外旅行フェア2018inアカブラ | 北海道支部 |
| 8月28日 | 三浦ゼミクレーン対応講座 | 本部 |
| 8月30日 | 海外教養講座(藤沢市) | 本部 |
| 9月5日 | 海外教育旅行セミナーin 盛岡 | 東北支部 |
| 9月11日~14日 | 第5回総合・国内旅程管理研修 | 本部 |
| 9月12日 | 海外教育旅行セミナーin 山形 | 東北支部 |
| 9月13日 | 貸切バスセミナー | 中部支部 |
| 9月26日 | 海外教育旅行セミナーin 福島 | 東北支部 |

「じゃたこみ」送付先の変更・削除について

◆JATA会員

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

◆JATA会員外

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

オークション商品の提供をお願いします

「TEJ2018」で東北・熊本の復興支援チャリティ

JATA社会貢献委員会は今年9月に開催される「ツーリズムEXPOジャパン(TEJ)2018」で、東北と熊本の復興支援に向けたチャリティを実施します。

JATAとしては、東北と熊本への継続的な支援活動の輪を広げるため、旅行業関係各社からのオークション商品の提供をお願いします。

寄贈品申込書は、JATAホームページ(社会貢献活動/復興支援活動)でご確認ください。お問い合わせ先は、次の通りです。

JATAオークション係=TEL:03-3592-1271/Email=auktion@jata-net.or.jp

提供者名・団体名と商品名は、JATAホームページに掲載するほか、「TEJ2018」公式サイトでも紹介する予定です。

北前船(野辺地町)

素材研究 (国内)

荒波を越えて男たちの夢が紡いだ異空間 構成資産を持つ市町は38に拡大

江戸時代中期から明治30年代まで、大阪と北海道を日本海回りで商品売り買いしながら結んでいた「北前船」と呼ばれる商船群。2017年4月に日本遺産に認定された「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間」北前船寄港地・船主集落」に今年5月、27市町が追加認定され、構成資産のある全国15道府県38市町に改めて注目が集まっています。



北前船で財を成した豪商が建立した燈籠(野辺地町)



北前船によって京都からもたらされた「のへじ祇園まつり」(野辺地町)



豪商・野村治三郎の別邸[国登録有形文化財](野辺地町)



復元された北前船「みちのく丸」の雄姿(写真提供:野辺地町)

文化も運んだ「動く総合商社」

江戸時代に大阪から瀬戸内海を通じて関門海峡を抜け、山陰・北陸・東北沿岸を北上して北海道に辿り着く西回り航路は、経済の大動脈でした。大阪と江戸を結んだ定期航路だった「樽廻船」に対して、西回り航路で運航される「北国廻船」に用いられた舟才船型が「北前船」と呼ばれるようになりました。

北前船は、コメをはじめとする物資の輸送から発展し、船主自身が寄港地で仕入れた多種多様な商品を別の寄港地で販売する買い積み方式によって利益をあげたことから、「動く総合商社」などとも形容されています。

そして、生活必需品に加えて雛人形などの高級品を運んだ北前船は、各地の様々な文化を伝える役割も果たしました。天候に左右される北前船の航海は「風待ち」という知恵を生み、船乗りたちは料亭や花街で唄われる民謡などを他の土地に伝えたのです。「おけさ」や「あいや節」と呼ばれる民謡は、熊本で生まれた「ハイヤ節」が日本海沿岸まで広まり、「佐渡おけさ」などに姿を変えました。北海道から京都や大阪に運ばれた昆布からは、和食を代表する「昆布だし」という食文化も生まれています。

独自の風土と空間を生み出す

北前船によって発展した港には、廻船間

屋や商家、蔵など大規模な建造物も残されています。市街地では、小路に沿って家々が軒を連ね、ほとんどの小路は海に向かっていくという特徴的な町割りです。船乗りの癒しだった花街や日和を見た小高い山、航海の安全を祈った寺社仏閣など、北前船は港々に独自の風土と景観を生み出すことにもなりました。

北前船によって育まれた風土と景観は、地域の貴重な観光資源として脚光を浴びつつあります。北前船が繁栄をもたらした寄港地・船主集落は、時を重ねる中でロマンに彩られた異空間となり、新たな旅行流動を生み出す貴重な観光資源として期待されています。

今年5月に追加認定された青森県野辺地町では、「観光地とは縁遠かった場所にスポットライトが当たる形となった。同じように構成資産を持つ鱈ヶ沢町や深浦町とも連携しながら、広域観光による地域活性化も視野に交流人口の拡大に取り組んでいきたい(地域戦略課)」考えです。



北前船の船乗りたちが出航前に日和を見た「日和山」(小樽市)



商家・長野商店の店舗と石蔵(石狩市)



ショプロン(ハンガリー)

素材研究 (海外)



火の見やぐらを望む町並み



町の居酒屋では気軽にワインが楽しめます



町の終身である中央広場



民族と文化の交錯が生んだユニークな歴史 中世の建物がそのまま残る旧市街

中世の面影をそのままに残すショプロン



内部の装飾が見事なエステルハージ宮殿



エステルハージ宮殿。広大な庭も見どころです

JATA「ヨーロッパの美しい村30選」に名前を連ねたショプロンはハンガリー西部にあり、オーストリアと国境を接することなどから、独自の歴史を積み重ねてきました。民族と文化が交錯してきた要衝として、ショプロンのユニークで奥深い魅力が今、注目されています。

ローマ帝国時代に遡る町の起源

オーストリアとの国境にあるショプロンは、1989年にベルリンの壁崩壊への端緒となった「ヨーロッパ・ピクニック計画」の舞台として世界の耳目を集めたことでも知られています。

ショプロンの起源はローマ帝国時代にまで遡り、旧市街にある「火の見る塔」は、ローマ時代の遺跡の上に建てられています。ハンガリーは16世紀から17世紀にかけて、オスマン帝国に支配された歴史を持ちますが、ショプロンはその支配を免れたことから、ゴシック様式や初期バロック様式の建造物も往時の姿をそのままにとどめ、中世の面影が色濃く漂う旧市街の町並みが残されました。ほぼ楕円形の旧市街は、東西が約500メートル、南北は約300メートルで、かつては市街地を囲んでいた城壁も今はなくなっています。「火の見る塔」や「山

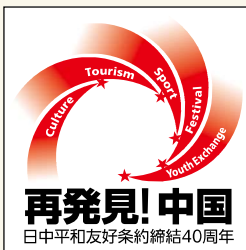
羊協会」などの観光スポットも、中央広場を中心に30分ほどの散策で見て回る事ができます。

中東欧の魅力深掘りへのヒントも

ショプロン近郊のフェルトワードには、ハンガリーの名門であるエステルハージ侯爵家の宮殿があります。18世紀半ばに建設された宮殿では、「交響楽の父」と呼ばれるフランツヨーゼフ・ハイドンもエステルハージ家の宮廷音楽家として仕えていました。現在も、エステルハージ家の当主が住む私邸でもある宮殿ですが、英語やドイツ語でのガイドツアーも行われています。

古くから交通の要衝だったショプロンは、列車で2時間足らずの距離にあるウィーンからの日帰り観光も可能ですが、地元の人々に人気の高いカウンター・バーを持つホテルなどに宿泊して、周辺と併せてじっくりと味わいたいところです。

駐日ハンガリー大使館観光室の勝田基嗣氏は、「紀元2世紀から琥珀街道の中継地点として通商も栄えたショプロンには往時を偲ぶ遺構や遺跡も多く、周囲がブドウ畑で囲まれていることから、旧市街にあるワインバーで名産ワインの飲み歩きも楽しめる」と語り、その多様な側面を強調。「ショプロンに着目することで、中東欧の魅力を深掘りするツアー開発に向けて、ヒントも見つけていただきたい」と期待を示しています。



日中40周年プロジェクト 四川省SCITEで商談会を

広告

文化観光交流通じ相互協力の新局面へ 四川省樂山市が東京でセミナーを開催

日本との友好関係を強調

中国駐東京観光代表処と四川省樂山市人民政府は7月20日、東京・西新宿の京王プラザホテルで観光セミナーを開催しました。



樂山市の張市長:樂山市の共産党委員会副書記を務める張市長

「樂山観光」のグローバルマーケットイングを推進しており、今回の観光説明会はその日本プロモーションという位置付けで開かれたものです。

説明会の冒頭で挨拶に立った樂山市の張市長は、「樂山は交通の便も良く、観光資源も豊富であると同時に、ビジネス環境にも恵まれていることから、日本との間では友好的な経済貿易交流と文化観光交流が長年にわたって続いている」と強調。同市長は、日本でも文豪として知られる郭沫若が樂山出身であることにも言及し、日本へ留学して第二高等学校予科で日本語を学んだ後、岡山の第六高等学校を経て九州帝国大学医学部を卒業した郭沫若が、樂山と日本との友好交流の礎を築いたことも紹介しました。



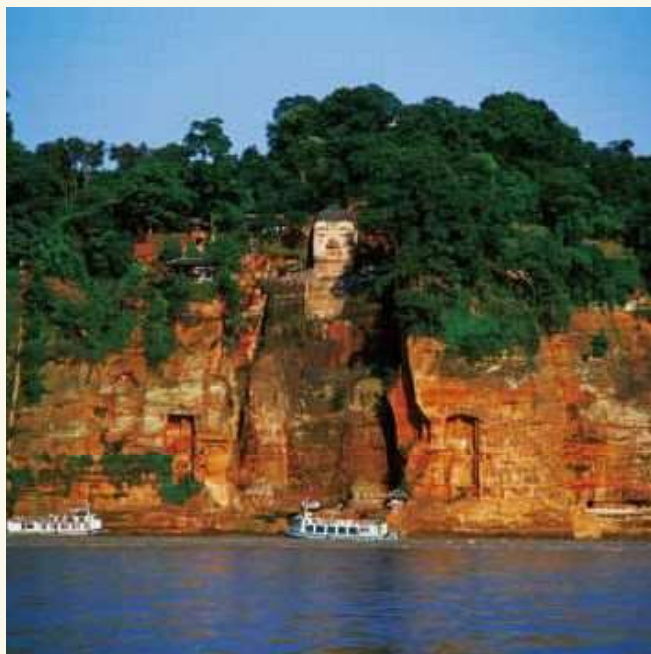
王首席代表:セミナーで説明する中国駐東京観光代表所の王偉首席代表

張市長によると、樂山は中国内外の36に及ぶ都市と友好協力提携を構築しているほか、友好往来や交易関係を維持している国の数も110カ国に達しています。同市長は、「日本の国内各地とも広い分野において、より深く交流するとともに、より高いレベルでの協力を目指し、文化観光交流をはじめ、商業や貿易などを通じて産業の分野でも相互協力の実効性をさらに高め、ウィンウィンの互惠関係に新たなページが加わっていくことを心から期待している」と語りました。

観光博覧会の出展も呼びかけ

また、張市長は今年9月7日から9日までの3日間にわたり、樂山市の峨眉山で開かれる第5回「四川国際観光取引博覧会(SCITE)」に、日本から多くの旅行業界関係者が参加するよう呼びかけています。

SCITEは、「大峨眉国際観光目的地」の建設を提唱する四川省旅遊局が2014年から開催している博覧会。大九寨環線、大成都、大峨眉、大シヤングリラといった複数のエリアに分かれている四川省の代表的なデスティネーションを



樂山大仏:四川省を代表する観光アイコンのひとつ「樂山大仏」



峨眉山茶道:セミナー会場で披露された峨眉山茶道のパフォーマンス

「大峨眉国際観光目的地」という世界的に影響力のある統一ブランドとし、プロモーションに取り組みというコンセプトがベースになっています。統一ブランドでカバーされるエリアには、世界自然遺産や世界文化遺産をはじめ、多くの有望な観光資源が存在しており、そうした域内の観光資源を統合的なプロモーションを行うことで、四川省における観光産業の発展を目指そうとしています。

今年で5回目を迎えるSCITEは、中国西部で最も影響力のある観光専門の博覧会です。地域からバイヤー・セラー合わせて3000以上の企業・団体が参加、会期中の取引額は3億元以上に及んでおり、日本の旅行業界関係者による積極的な参加が期待されています。

中国駐東京観光代表処

非対面用クレジットカード決済 JATAweb決済

！事務の迅速、省力化が図れます。

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

JATA会員様だけのサービスが登場！

これまで

お客様がご来店またはお振込みでなければお支払いいただけませんでした。



これから

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



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

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

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

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



特長 ② 導入費用・月額利用料

無料



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

特長 ③ クレジットカード情報の非保持化対応 **不要**

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

お問合せ・資料請求

株式会社ジャタ
Jata Corporation

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

株式会社ジャタはJATAの会員サポート拡大を目的として旅行業に係わる団体制度を取り扱う会社です。