

# JATA

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

じゃたこみ

1

2019年  
1月10日発行  
vol.143

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

## 謹賀新年

話題満載・2019年の関西ツーリズムを展望  
2025年万博(大阪・関西)へ「オール関西」で盛り上げる

「JATA経営フォーラム2019」の見どころ  
“カスタマージャーニー”から考える「価値づくり」

### 素材研究

- ・ピラン(スロヴェニア)
- ・箱根八里(静岡県・神奈川県)

2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて  
小池百合子 東京都知事 & 田川博己 JATA会長  
共同作業で未来への礎を築く



一般社団法人 日本旅行業協会

# パラリンピックに向けて

## & 田川博己 JATA会長

# 来への礎を築く

1964年以来56年ぶりとなる東京でのオリンピック・パラリンピック開催が来年に迫ってきました。「選ばれる都市」を目指している東京だけでなく、世界に対して日本をアピールする機会となる大会への期待や成功に向けて旅行業界が果たすべき役割などについて、東京都の小池百合子知事とJATAの田川博己会長に語り合っていました。

### 訪ねやすい「やさしい」都市へ

——新年おめでとございます。2020年オリンピック・パラリンピック東京大会まで1年余りという2019年の年初に当たり、大会への期待をお聞かせください。

**小池** 東京都を訪れる外国人旅行者数は、2017年は1370万人を記録して、都の人口とほぼ同じ規模まで成長しました。さらに、東京大会が開催される2020年には、2500万人という大変に野心的な目標を掲げています。オリンピック・パラ

リンピックというメガイベントをフルに活用して、その目標を達成できると期待しているところなんです。特に、私は、パラリンピックに力を入れたいと考えており、東京も日本全体も超高齢社会が視野に入ってきている中で、東京に住む人にとっても、東京へ訪れる人にとっても、そして、高齢者の方でも、障がいのある方でも、訪ねやすい、楽しみやすい、そして、住みやすい東京にしていきたいと考えています。都は「Tokyo Tokyo Old Meets New」というロゴを作成しました

が、東京にもともとある魅力をさらに磨い

て観光資源の多様化も進め、世界にどんどん発信していきたい。また、東日本大震災を乗り越えて、日本が魅づけているという点も、世界への感謝を込めながら発信したいと思っています。そのためには、旅行業界や観光業界の皆さんと連携を図っていくことが重要と考えていますので、よろしくお願ひいたします。

**田川** 知事がおっしゃられた「訪ねやすい」「楽しみやすい」という都市としての「やさしさ」は、非常に大切なことだと思います。観光の発展を振り返っても、都市に「楽しさ」と「やさしさ」が加わると、世界的な観光地になれるというのは、歴史が証明するところなんです。クーベルタン男爵は、文化とスポーツの両面からオリンピックの重要性を訴えたわけですが、旅行業界に身を置く人間として、知事がお話をされたパラリンピックと文化という部分については、かなり意図的に取り組んでいかなくてはならないだろうと考えています。今年、ラグビーワールドカップが開催されますが、オリンピック・パラリンピックの東京大会が開催される2020年も含めて、



小池百合子 東京都知事  
「暮らしぶりも都市の魅力としてアピール」

界に身を置く人間として、知事がお話をされたパラリンピックと文化という部分については、かなり意図的に取り組んでいかなくてはならないだろうと考えています。今年、ラグビーワールドカップが開催されますが、オリンピック・パラリンピックの東京大会が開催される2020年も含めて、



2020年東京大会の成功に向けて熱く語り合う田川会長（左）と小池知事

「楽しさ」に「やさしさ」が加わる東京の魅力をいかに浸透させていくか。その部分を具体的にお客様に伝えていくのは、われわれ旅行業界をはじめとするツーリズム産業の役割と考えていますので、精一杯やらせていただきたいと思います。こういう世界的なスポーツのメガイベントが続くチャンスはめったにありませんから、その部分で力を発揮させていただければと期待しています。

### 「心のバリアフリー」を目指して

——1964年東京大会では、戦後復興を成し遂げた高度成長期の日本を世界に示すという歴史的・社会的な意義も大きかったわけですが、2020年東京大会については、ツーリズムの観点も含めて、その意義をどのようにお考えになりますか。

# 謹賀新年

## 2020年東京オリンピック

### 小池百合子 東京都知事 “共同作業”で未



田川博己 JATA会長  
「2020年東京大会は“千載一遇のチャンス”」

イバースティの考え方を、ツーリズム産業や旅行業界が広めていく努力もしなければなりません。「心のパリアフリー」の発露として「やさしさ」や「楽しさ」が体現されると、東京に対する国際的な評価もさらに高まっていく。業界としてそんな風を考えられるようになれば、それらも一つの大きなレガシーと

言えると思います。

#### 業界と連携し将来への礎を

——2021年以降における持続可能なツーリズムの発展に向けて、旅行業界との期待をお聞かせいただけますか。

**小池** 先日、ロンドンとパリを訪問してきました。ロンドンは2012年大会を大成させた。パリは東京からのパトンを受け取り、2024年大会を開催する都市です。ロンドン大会の大成をもちましたのは、パリピックへの関心を高められたことです。大会が終了した2013年以降も、英国を訪れる旅行者は増え続け、同国の経済にも恩恵をもたらしています。明確なコンセプトを持ち、着実にプランとして実行し、ハードとソフトが相乗効果を生み出したロンドンから大いに学び、万一、自然災害が発生した場合にもしっかりと対応できる準備を整えて、大会を滞りなく運営できるようにしたい。大会の成功こそが、2021年以降の東京や日本全体のツーリズムの持続可能な発展につながると思っています。この滞りない大会運営こそ、旅行業界やツーリズム産業の方々に本領を発揮していただける部分ですから、皆さんとしっかり連携させていただいて、将来にわたる大きな礎となれるように共同作業を進めさせていただきたいと思います。

**田川** 2020年東京大会は、旅行業界にとってもツーリズム産業にとっても、千載一遇のチャンスです。1964年当時の新幹線や高速道路とは異なり、2020年の「楽しさ」「やさしさ」という目に見えるレガシーですが、次の時代へ繋げていくための大切な要素です。旅行業界としても、その視点はしっかりと持ちたい。国として4000万人、東京都として2500万人という大きな外国人旅行者数の目標実現に向けては、国際的なレベルで考えていかなければなりません。JATAも主催団体のひとつであるツーリズムEXPOジャパンは今年、大阪関西で開催されることになりましたが、こういうイベントも日本を世界に発信していく上では非常に大切で、東京に戻ってくる2021年以降に向けて今年を節目の年にしたいと思っていますので、ご期待いただければと思います。

**小池** 前回大会では、一般的に、新幹線や高速道路など社会インフラの整備がレガシーとして残され、それらは現在も、文字通りのレガシーとして社会を支えています。2020年東京大会では、ハード面でバリアフリーを徹底することを残すべきレガシーのひとつと考えています。同時に「心のバリアフリー」でも、多様な人々を受け入れる懐の深さ、いわゆるダイバーシティへの意識を高めることも、2020年のレガシーとしていきたい。また、渋谷のスクランブル交差点が外国人旅行者の観光スポットとなっているように、私たちに日常生活での当たり前行動も東京の魅力に数えられる時代です。町中ほとんどゴミ箱がなくても通りが美しく保たれているのも、都民の皆さんの心がけによるものですが、プラスチックの

作用で日本ファンや東京ファンを増やしているのではないかと思います。そうした暮らしづくりを都市の魅力としてアピールすることもレガシーになりうると思っています。田川 知事がおっしゃられた日本人の持つ清潔感、我々自身あまり魅力として気付いていない部分かもしれませんし、今までは外に向けてアピールすることなど考えられていません。昔は町内で打ち水をしたり、江戸時代には落ちていくゴミを着物のたもとに入れていたことが当たり前に行われていました。清潔感だけに限らず、長い歴史の中で受け継がれてきた「日本の心」を魅力としてアピールする一方で、「心のバリアフリー」については、工程表に従って段階的に進めるハード面のバリアフリーのようにはいきませんから、多様性を受け入れるダ



お客様の渡航先の  
“今”をしっかりと  
キャッチしておくことも、  
大切なサービスの1つです。



多様な情報が氾濫する現在、信頼のニュースソース「CNN」だから、  
旅行会社や空港をはじめ、官公庁や企業のオフィスにて  
海外情報収集や危機管理などにご利用頂いております。

・ 導入実績 ・

官公庁:43件 運輸:24件 金融:73件 商社:11件 マスコミ:35件 ホテル:525件 など

- 予測できない災害・事件・事故を現地から。
- 日本語同時通訳付きで毎日放送中。
- テレビはもちろんパソコンやタブレットでも視聴可能。



○番組・ご契約に関するお問い合わせは下記へ

TEL **03-3568-8225** FAXの方はこちら 03-3568-8306

E-MAIL **houjin@jctv.co.jp**

チャンネルホームページ <https://www2.jctv.co.jp/cnnj/> 〒106-0032 東京都港区六本木1-1-1 株式会社日本ケーブルテレビジョン(JCTV)

TM & © 2018 Turner Broadcasting System, Inc. A WarnerMedia Company. All Rights Reserved.



## 謹賀新年

2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて

小池百合子 東京都知事 & 田川博己 JATA会長

“共同作業”で未来への礎を築く ..... 1~2

話題満載・2019年の関西ツーリズムを展望

2025年万博(大阪・関西)へ「オール関西」で盛り上げる ..... 5~6

### 〈本部・支部活動報告〉

・日露双方向交流40万人目指す

官民連携による「日露相互交流拡大WG」の設置 ..... 7

・「平成30年度訪日外国人旅行者周遊事業 ランドオペレーターとのインバウンド商談会」を開催 ..... 7

・2月21日にJATA経営フォーラム開催

総合テーマは「旅行業革新への挑戦(トライ)」 ..... 8

・支部活動報告 ..... 8

### アウトバウンド促進協議会

・EUの業界向けワークショップを後援

18カ国の大使館・観光局が自国の魅力をPR ..... 9

・JOTC航空会社インタビュー／アエロフロート・ロシア航空 ..... 9

「JATA経営フォーラム2019」の見どころ

分科会D “カスタマージャーニー”から考える「価値づくり」 ..... 10

### 連載 価値創造産業への新潮流

一動き出したダイバーシティの取組み—

沖縄ツーリスト株式会社

「多文化適応力向上研修」を通じて意識改革 ..... 11

#### ●読み物&マーケティング

・シリーズ:「挑戦」を支えるもの~「健康経営」企業の成長は社員の健康から~ ..... 12

・ハイにちら消費者相談室苦情事例に学ぶ⑧

今回のテーマ:台風で帰りの飛行機が欠航! どうしたらよいの? ..... 13

・法務の窓口 第69回 企画旅行における「入場」観光の重み ..... 14

#### ●素材研究

(国内)箱根八里(静岡県・神奈川県)“江戸時代の旅”が追体験できる場所 ..... 16

(海外)ピラン(スロヴェニア)宿泊して浸りたい町 ..... 17

#### ●中国旅行の新素材

港珠澳大橋とグレーターベイエリア ..... 18

#### ●事務局だより

..... 15

#### 表紙写真

オリンピック・パラリンピック東京大会が開催される2020年を挟んで、2021年以降の持続的な成長に基づく「観光先進国」への道筋を確かなものとするために、2019年は確かな一歩を踏み出す年にしなければなりません。その年初に当たり、小池百合子都知事と田川博己JATA会長が東京大会への期待と意気込みを語り合いました。

「VISA HANDBOOK 2019」および「渡航手続マニュアル 2019」販売開始について  
(申込締切:2019年3月8日(金)午後5時まで)

2018年度から予約販売・通常販売の申込方法が変更になりました。ご希望の方は、JATAホームページより「会員・旅行業のみなさまへ」をご参照ください。

[http://www.jata-net.or.jp/membership/topics/2018/2019\\_manualguide.html](http://www.jata-net.or.jp/membership/topics/2018/2019_manualguide.html)



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/>

旅行業基幹業務システム

**symphony Atwo**  
シンフォニー アトウ

が、貴社の健全な経営を支えます!

1 予約カルテ・顧客管理・経理業務が完全連動!

2 いつでも最新の数字を確認することが出来ます!

3 営業~経理業務を完全連動させることで、業務の合理化を実現します!



株式会社 ウィ・キャン  
<http://www.we-can.co.jp/>

本社:東京都港区元赤坂1-1-8 赤坂J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

# 2025年万博(大阪・関西)へ 「オール関西」で盛り上げる

“ツーリズムEXPOジャパン2019”にも大きな期待

公益財団法人 大阪観光局

福島伸一会長 (大阪国際会議場代表取締役社長)



福島会長「地域の活性化に貢献することが最大のミッション」

1970年以来55年ぶりとなる「2025年万博」の開催が決定し、大きな盛り上がりの中で新年を迎えた大阪・関西。今春からの夏ダイヤでは関西国際空港の就航便数が過去最高となる見通しで、アウトバウンド需要の拡大も期待されています。「ゴールデンスポーツイヤーズ」やIRの開業に向けて弾みをつけた「万博」へのキックオフ・イヤーズとなる2019年の展望を、大阪観光局の福島伸一会長とJATA関西支部の宇田川雄彦支部長に語っていただきました。

## 「ゴールデンスポーツイヤーズ」に弾み

—大阪観光局にとっての2019年を展望していただけですか。

福島 まず、昨年11月に2025年国際博覧会(万博)が大阪市で開催されることが決まり、本当に嬉しく思っています。日本政府と経済界、大阪府・市のリーダーなどオールジャパンで勝ち取ったものです。「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに掲げた万博は、未来社会の「共創」を目指して日本の叡智とアイデアを集めて、世界中の人々がワクワクするようなイベントに出来たらと考えています。

—2019年は2025年に向けてのキックオフ・イヤーズという位置づけも加わったということでしょうか。

福島 その通りです。今年のラグビーワールドカップから始まり、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年のワールドマスタースゲームズin関西と世界的なスポーツのメガ・イベントが続く「ゴールデンスポーツイヤーズ」の後には、2024年の統合型リゾート(IR)開業を目指す動きもあり、2025年万博の大阪開催が決まったことで、そうした流れを一気に加速させる大きな弾みがついたと感じています。また、今年6月には大阪国際見本市会場(インテックス大阪)でG20サミットも開催され、世界中から約3万人が集まると言われています。そうした皆さんを大阪のホスピタリティによるおもてなしでお迎えし、大阪だけな

く、関西さらには日本をアピールする絶好の機会として活用しなければなりません。

## 観光をさらなる

## 「成長産業・基幹産業」に

—設立から7年目を迎える大阪観光局の会長として、果たすべき役割をどのように考えていらっしゃいますか。

福島 観光をさらに「成長産業・基幹産業」へと突き進めることが、大きな役割と考えています。大阪の魅力を高めて、経済効果の極大化を図り、地域の活性化に貢献することが最大のミッションです。昨年は、地震と台風で関西国際空港が一時的に閉鎖される事態もありましたが、官民を挙げて早期の復旧を実現し、逆に、全世界に向けて日本の安全安心を発信できました。その関空でのCIQの迅速化など、旅行者目線に基づく受入環境の一層の整備を進めなければなりませんし、関西全体での受入環境の拡充やオール関西での連携による強化も必要です。関西や西日本のハブとして旗振り役も担っていきたく考えています。

—実際に取り組んできている施策などについて、お聞かせください。

福島 具体的には、(1)訪日外国人旅行者の消費額を増やすこと、(2)訪日外国人旅行者の活動時間を延ばすこと、(3)誘客の対象として富裕層に重点を置くこと、の3つがあります。消費額の拡大については、「食の都」「食い倒れ」と形容される大阪の「食」を前面に打ち出し、外国人旅行者による消費額の1割強にとどまっている「食」の比率を高めていきたい。活動時間では、東京は24時まで外国人旅行者が動いているのに、大阪は22時で終わっているため、お勧め店のパンフレット作成などを通じ、ナイトライフを楽しんでもいただき、ナイトエコノミーの拡大につなげていきたい。富裕層へのアプローチについては、ラグビーワールドカップも大きな契機になると思いますが、東京ほどには外資系企業が進出していない大阪では、大きな国際会議や展示会の誘致によってビジネス客を増やしたいと考えています。

## 大阪を世界有数の「MICE戦略都市」に

—いわゆるMICEへの取り組みが求められるということでしょうか。

# 話題満載・2019年の関西ツーリズムを展望

**福島** これまで以上にMICEを強化する必要があると考えています。2024年の開業を目指すIRも、MICE機能を拡充する一環と言えるものです。大阪観光局の役割を端的に表現するならば、国際水準のDMOとしてイニシアチブを發揮し、大阪を世界有数の「高付加価値経済MICE戦略都市」に強化していくということだと思います。昔は経験と勘と度胸(KKD)で仕事をしたものですが、現在は経験と勘に加えてデータ&デジタルとマーケティング(KKDM)を大切にして顧客満足度を高めていかなければなりません。鉄道網が発達している関西では、3年前から訪日外国人専用の「KANSAI ONE PASS」というサービスを開始して、昨年は20万枚以上を販売しました。訪日外国人の動きを捕捉できるようになり、まさに、デジタルを活用したマーケティングのためのデータとして、広域観光の受入環境整備などにも威力を發揮しそうです。

——今年9月に大阪で開催される「ツーリズムEXPOジャパン2019」への期待をお聞かせください。

**福島** ツーリズムEXPOジャパンは以前から大阪へ誘致したいと考えていたイベントで、私自身も「オール大阪での実現を」と声高に言ってきただけに、大いに期待していますし、是非、成功させなければと考えています。初めて東京を離れて大阪で開催されるわけですから、大阪あるいは関西らしいテイストを打ち出していければとも思っています。個人的には、「食」や「笑い」「伝統芸能」「ウェルネス」など、大阪・関西らしさを表現できるような工夫を凝らしたいと楽しみにしています。関西広域連合という行政レベルをはじめ、関西経済連合会や関西経済同友会、大阪商工会議所だけでなく近畿圏の旅行会社や観光関連団体・事業者など、文字通りの「オール関西」で盛り上げるため、動き始めているところだと思います。個人としての希望ですけれども、ツーリズムEXPOジャパン2019を何としても大成功させ、東京に戻る2021年以降も3〜4年に一度は大阪あるいは関西で開催できたらと思っていますし、2025年万博に向けたキックオフ・イヤーとなる2019年はその意味でも大きなチャンスと捉えています。

## 過去最大となる就航便数でアウトバウンド拡大へ 関西連の「ABCプラットフォーム」にも全面的に協力

JATA関西支部  
宇田川雄彦支部長 (JTB常務執行役員・関西広域代表)

アウトバウンド市場の活性化に向けては、いわゆるツーウェイツーリズムの双方向という観点で捉えることによって、新しい局面も開けてくると考えています。

関西マーケットの場合、中国というインバウンド一辺倒と見られがちですが、実は、アウトバウンドも2016年と2017年が対前年102%程度で堅実に推移した後、2018年は10月までの累計で対前年122%という高い伸びを示しています。需要の内訳は業務出張や視察などが中心で、男性

が7割を占め、ほとんどが中高年です。その中国方面では、11月30日に四川航空が西安から週4便で関西国際空港への新規路線を開設しており、女性層も含めたレジャー需要の掘り起こしを進められると期待しています。

また、今春の夏ダイヤから開空発の長距離路線として、プリティッシュ・エアウェイズ(BA)がロンドン線を10年ぶりに復活する予定です。日本航空とのコードシェア便で週4往復を運航しますので、英国のみならず欧州方面への旅行商品造成を強化できます。さらに欧州方面では、フィンエアが2018年冬ダイヤからヘルシンキ線を週5便からデイリー便化したのに続き、2019年夏ダイヤではさらに週3往復の深夜便を追加するほか、エールフランス、KLMオランダ航空、ルフトハンザ・ドイツ航空も2018年冬ダイヤから1便ずつ増便しました。

今年の夏ダイヤでは、関西の就航便数が過去最大となる見通しで、関西マーケットにとっては大きなプラス要素であり、何としても、アウトバウンドの需要拡大につなげていきたい。

さらに、JATA関西支部としては、関西経済連合会が昨年12月から取り組みを開始した「アジア・ビジネス創出 (Asia Business Creation) プラットフォーム」にも全面的に協力していく方針です。この「ABCプラットフォーム」は、アジア各国の機関と連携して企業間でのビジネス創出を加速させようというもので、観光も柱の一つに位置づけられています。



宇田川支部長「双方向」の観点でアウトバウンドを活性化」

このプラットフォームにおけるアウトバウンドの取り組みでは、重要事項として新デスティネーションの開発を打ち出しており、特に、メンバーに着目していきたいと考えています。メンバーには昨年5月現在で376社の日系企業が進出しているほか、日本人渡航者数も2016年の約3万5000人から2017年には3倍近い約9万5000人に増加しており、日本人旅行者は現在も必要ないまま、伸びしろが大きいと考えています。「ABCプラットフォーム」に全面的に協力することで、人とモノの交流による経済効果の最大化や大阪を関西広域周遊のゲートウェイにするなど、アウトバウンドとインバウンドの両面で貢献していく方針です。



## 日露双方向交流40万人目指す 官民連携による「日露相互交流拡大WG」の設置

JATAは11月21日に開催された官民連携による「日露相互交流拡大ワーキンググループ」に参加し、双方向交流40万人の推進に向けて、積極的に取り組むことになりました。

同ワーキンググループは、自民党観光立国調査会によるロシア訪問などを契機に、日本へのインバウンド20万人とロシアへのアウトバウンド20万人の相互交流40万人を官民協力で具体化することになったのを踏まえ、その受け皿として機能するものです。

ワーキンググループは、観光庁、JNTOをはじめ海外旅行推進委員会の委員長を務める菊間潤吾JATA副会長及び大手旅行会社やランドオペレーター、航空会社などのメンバー7〜8人で組織。実施計画では、特に、欧州ロシアの地方都市や極東エリアをメインのドステイネーションとして取り組みを進めることになっていきます。具体的には、欧州ロシア、極東、イルクーツクと地域を決めて目標を設定



極東ロシアのプロモーション用ロゴマーク

定し、2019年にそれぞれ、11万人、2万7000人、40000人の実現をめざし、最終的に2023年には14万3000人、5万人、70000人の合計20万人へ増やすことを目指します。

欧州ロシアでは特に地方都市の目標を2023年に1万人と設定しています。ロシアとの相互交流拡大をめぐるワーキンググループの立ち上げなど極東プロジェクトの活動が始まり、JNTOがモスクワ事務所を開設した2017年2月には日露定期協議に参加、同年4月にロシア・ワーキンググループが発足しました。2018年4月に自民党の二階俊博幹事長を団長とするミッションがロシアを訪れる際には、モスクワとサンクトペテルブルクに日本航空がチャーター便を運航しました。

さらに、二階幹事長ミッションを受けて、同年10月には、自民党観光立国調査会代表団のモスクワ視察時に菊間副会長が同行し、ロシア政府や議会の関係者、観光業界代表などとの会談を通じて、双方向で40万人規模を具体化するためにワーキンググループにおいて検討を重ねていくことになりました。

## 「平成30年度訪日外国人旅行者周遊事業 ランドオペレーターとのインバウンド商談会」を開催

JATAは12月11日、香川県高松市のサンポート高松で四国ツーリズム創造機構との共催により「平成30年度訪日外国人旅行者周遊事業 ランドオペレーターとのインバウンド商談会」を開催しました。この商談会はJATAとしては「第8回JATAインバウンド商談会」という位置づけです。

同商談会は、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、既に訪日旅行者を受け入れている観光事業者や今後受け入れる予定の観光事業者とJATA会員のインバウンド事業者との間で、より強固なネットワークを構築し、地域への訪日旅行者数の拡大を図り、当該地域の振興に資することを目指しています。

今回の商談会には、セラー67社・団体の94人とバイヤー14社の41人が参加しました。

第1部では、香川県の浜田恵造知事による歓迎の挨拶の後、需要拡大部会、喜田座長より「拡大するインバウンド需要を四国でいかに取り込むか」をテーマに掲げた講演で、四国4県における訪日外国人旅行者の現状を分析したほか、訪日リピーターへのアプローチやリピーター

獲得の重要性、四国全体として訪日旅行者に知名度の高い大阪や広島の「近郊」であることをアピールする必要性などが指摘されました。

各地域の組織団体によるプレゼンテーションが行われた第2部では、徳島・香川・愛媛・高知4県とJR四国の担当者が登壇し、それぞれの立場から地域の魅力を紹介。

第3部の商談会では、5枠のアポイント商談と3枠のフリー商談が実施され、熱のこもった情報交換が行われました。



総勢135人が参加した第3部・商談会でのセッション

# 2月21日にJATA経営フォーラム開催 総合テーマは「旅行業革新への挑戦(トライ)」

JATAは2月21日、東京・六本木の六本木アカデミーヒルズで「JATA経営フォーラム2019」を開催します。

今年度で27回目を迎える同フォーラムの総合テーマは、「旅行業革新への挑戦(トライ)」。

基調講演、分科会、特別講演の三部構成で、他業界の企業の代表や有識者、専門家なども迎えて、旅行業界を取り巻く環境変化などを踏まえながら、業界が直面する課題などについて議論を深めます。

## 《JATA経営フォーラム2019》概要》

### ◎スケジュール

13:00～13:10 開会挨拶 田川博己 JATA会長

13:10～13:20 来賓挨拶 観光庁・田端浩長官

13:20～14:20 基調講演 新井紀子氏(国立情報学研究所社会共有知研究センターセンター長・教授/一般社団法人教育のための科学研究所 所長・代表理事) 〓

テーマ「人工知能がもたらす人と社会の未来」

14:30～16:10 分科会



基調講演で登壇する新井紀子氏

○分科会(A)「優秀な女性人材を逃すな!」女性が長期的に能力発揮可能な職場環境とは?」(仮題)

概要:「女性の活躍」にテーマを絞り、同業異業種の施策、取組事例の紹介を通じて、旅行業界が取り組むべき女性活躍のあり方を議論します

モデレーター:吉金嘉洋氏(株式会社日本旅行 取締役兼常務執行役員)

パネリスト:鬼島絵里氏(株式会社エイチ・アイ・エス 本社人事本部 人事企画グループ 人事企画チーム チームリーダー) / 高崎邦子氏(株式会社JTB 執行役員) / 本多田紀氏(株式会社資生堂 社会価値創造本部 Diversity&Inclusion Section Director)

○分科会(B)「テクノロジーが変える経営とツーリズムマーケット」

概要:AIに代表されるテクノロジーの進化が今後の旅行者の体験や旅行市場に与える影響を考察し、これからの経営の姿を探っていきます

モデレーター:三島健氏(株式会社JTB Web販売部戦略統括部長)

パネリスト:伊藤かつら氏(日本マイクロソフト株式会社 執行役員 常務 デジタルトランスフォーメーション事業本部長) / 菊池新氏(株式会社ナビタイムジャパン 取締役 副社長兼CTO) / 鶴本浩司氏(トラベルボイス株式会社 代表取締役社長)

○分科会(C)「中堅旅行会社トップ対談『これからの旅行業経営』」(仮題)

概要:中堅旅行会社のトップに、各社それぞれの経営戦略や背景を語っていただき、これからの旅行業経営を考えます

モデレーター:東良和氏(沖縄ツーリスト株式会社 代表取締役会長)

パネリスト:石川邦大氏(TOUR LIFE ホテルディングス株式会社 代表取締役社長) / 近藤康生氏(WBFホテルディングス株式会社 代表取締役) / 他1人(※調整中)

○分科会(D)「カスタマージャーニー(タビマエナカアト)から考える新たな価値づくり」

概要:旅の情報収集・申込・決済手段が大きくWebに遷移する中で、カスタマージャーニーの概念に基づき旅行会社に求められる新たな役割とビジネスモデルを検証します

モデレーター:山下真輝氏(株式会社JTB総合研究所 コンサルティング事業部 コンサルティング第五部長 主席研究員)

パネリスト:大西希氏(鶴雅リゾート株式会社 常務取締役) / 沢登次彦氏(株式会社リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター センター長) / 牧野友衛氏(トリップアドバイザー株式会社 代表取締役)

16:25～17:25 特別講演 木村大作氏(映画監督・撮影技師) / 田中まこ氏(特定非営利活動法人ジャパンフィルムコミッション 理事長) 〓テーマ「映画と観光」※対談形式

17:25～17:30 閉会挨拶

シオン(理事長) 〓テーマ「映画と観光」※対談形式

17:25～17:30 閉会挨拶

北海道支部

12月21日 訪日旅行委員会

1月8日 観光業界新年交礼会

東北支部

1月7日 幹事会

1月7日 新春交賀会

関東支部

1月9日 千葉県地区委員会賀詞交歓会

関西支部

1月7日 幹事会

1月7日 関西支部年賀会

1月9日 兵庫地区新年互礼会

中部支部

1月10日 愛知岐阜三重地区合同新年賀詞交歓会

九州支部

1月8日 総務委員会

1月9日 新年賀詞交換会

1月9日 総務委員会

1月9日 実務委員会

1月9日 海外旅行委員会

1月9日 訪日旅行委員会

沖縄支部

1月7日 沖縄観光新春の集い



挨拶にたった古木康太郎JOTC欧州部会長



熱心な商談会が繰り広げられました  
©GNTB / Emilia Haar

## EUの業界向けワークショップを後援 18カ国の大使館・観光局が自国の魅力をPR

2018年12月4日、JOTC 欧州部会では、EUツーリズムイベント実行委員会が主催する旅行業界関係者向けのセミナーとワークショップを、昨年に続き駐日欧州連合(EU)代表部とともに後援。今回はEU加盟の18カ国の大使館・観光局の出展のもと、午前は旅行会社向け、午後は業界および一般メディアを対象として、参加国が観光素材や魅力をPRしました。

旅行会社向けセミナーには100名を超える旅行会社関係者らが参加し、冒頭ではJOTC 欧州部会の古木康太郎部会長(グローバルユースビュロー会長)が、「今回のセミナー・ワークショップを通じて入手した情報をもとに、知恵を絞って各社独自の付加価値のある旅行商品を作成していただきたい」と強く呼びかけました。

また今年12月の開催となったことから、JOTC 欧州部会副部長の阿部かずみが、クリスマススをテーマにした18カ国のプレゼンテーションを行いました。その後の商談会では、それぞれのブースで熱のこもった会談が繰り広げられていました。

参加国(アルファベット順)・・・ベルギー、クロアチア、チェコ、エストニア、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、ハンガリー、アイランド、イタリア、リトアニア、ルクセンブルク、オランダ、スロバキア、スペイン、スウェーデン、英国

## JOTC・航空会社インタビュー 第5回

### モスクワ、サンクトペテルブルク以外の地域や文化的ツアーの造成を

2018年に会社創立95周年を迎えたアエロフロート・ロシア航空(SU)。近年良好な日露関係を背景としたなか、機材やサービスなど世界的な評価の高まるSUの、今後の展開について伺いました。

—いま日本市場の需要拡大に向けて重点的に取り組んでいることは。

**スシュコ** 日本の旅行会社と旅行商品の造成を通じ需要拡大に取り組んでいるほか、JATAのツーリズムEXPO ジャパンにも毎年参加し、業界・消費者双方に訴求を図っています。2018年のサッカーW杯もロシアの認知度向上に効果があったと思います。

—SUのアピールポイントについて教えてください。

**スシュコ** 成田／モスクワ間をデイリー運航しているのは当社のみです。現在当社の保有機材は252機で、100機以上保有している世界の航空会社の中で、当社の平均機齢4.2歳というのは世界でもトップクラスという統計が出ています。ネットワークは55カ国152都市で、昨年は3280万人の利用者がありました。ロシアの航空会社として唯一、スカイトラックスから4スター認定を受け、同社のプレミアムエコノミークラス機内食ランキングでは第一位を獲得、またアメリカの航空業界団体APEXからも5つ星認定を受けるなど、世界的な評価が高まっています。2013年からは英国のプレミアリーグ「マンチェスターユナイテッド」のオフィシャルエア

## アエロフロート・ロシア航空

日本・オーストラリア支社長 アレクセイ.A.スシュコ



ラインにもなっています。

—SUの最新情報を教えてください。

**スシュコ** 2019年2月中旬から東京／モスクワ間にボーイング777を導入予定です。座席構成はビジネス30席、日本路線初のコンフォートクラス(プレミアムエコノミー)48席、エコノミー324席の計402席と現在より100席増加し、ビジネスクラスは全てフルフラットです。

—旅行会社に向けてのメッセージをお願いします。

**スシュコ** 観光地としてのロシアはまだ知られていないところも多く、ポテンシャルを秘めています。ソチやカザン、エカテリンブルクといった地へのツアーや、モスクワやサンクトペテルブルグでも女性向けのツアーやバレエ鑑賞、劇場や美術館巡りなど文化的ツアーなども造成していただきたいと思っています。

## アエロフロート・ロシア航空

TEL 03-5532-8781

※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



## 分科会D

### 「カスタマージャーニー」から考える「価値づくり」 旅行会社の新たな役割とビジネスモデルを検証

JATAは2月21日、東京・六本木の六本木アカデミーヒルズ49で「旅行業革新への挑戦（トライ）」を総合テーマに掲げ、27回目を迎える「JATA経営フォーラム2019」を開催します。「カスタマージャーニー（タビマエ・ナカ・アト）」から考える新たな価値づくり」をテーマとする分科会Dでは、顧客が商品やサービスを知り、最終的に購買するまでの「カスタマージャーニー」に基づき、

旅行会社の新たな役割とビジネスモデルを検証します。

#### デフレスパイラルからの脱却へ

分科会Dは、データマーケティングから読み取るインバウンドの潮流や受け入れる地域の現状と旅行業界の役割、宿泊事業者による顧客との関係構築の事例などをヒントにしなから、カスタマージャーニーの概念に基づいて顧客が旅行会社に求める機能・役割、旅行業界が目指すべき新たなビジネスモデルの可能性などをめぐり、登壇者による議論を深めながら新たな価値づくりに向けた道筋を探ります。



山下 首席研究員「ユーザー目線に基づく組織のあり方も重要に」

分科会Dでモデレーターを務めるJTB総合研究所コンサルティング事業部コンサルティング第五部長の山下真輝 首席研究員は、「国内旅行者数が国内の景気低迷による影響などから2000年代前半から減少傾向が続いており、2006年に30兆1000億円だった国内旅行消費額も、2016年までの10年間で4兆3000億円の減少を示している」と説明。山下 首席研究員は、旅

行者ニーズの変化や観光市場を取り巻く環境の変化などによって「観光産業のデフレスパイラル」とも言うべき事態が進行していると指摘しています。

山下 首席研究員は、旅行業界が「新たな価値づくり」を実現していくためには、①消費者のライフスタイルの変化による旅行ニーズの変化への対応、②インターネットの普及やデバイスの進化による購買行動の変化への対応、③カスタマージャーニーという顧客との関係性に対応したプロダクト（商品）のあり方、という3つのポイントを挑戦すべき課題と位置づけ、分科会では、その課題をクリアするための議論を深めていくこととなります。

#### ユーザー軸の組織体制が重要に

パネリストとして、トリップアドバイザーの牧野友衛代表取締役、リクルートライフスタイル・じゅらんリサーチセンターの沢登次彦センター長、鶴雅リゾートの大西希常務取締役が登壇します。

牧野代表取締役は、トリップアドバイザーのホームページにおけるユーザー体験向上や顧客マネジメントの取り組みを紹介し、①同社サイトの「旅マエ・旅ナカ・旅アト」での利用のされ方、②世界各国のユーザーにとって利用しやすいサイトにするため

の工夫、③ユーザーに繰り返しサイトを利用してもらうための手法、などを解説する予定です。

また、沢登センター長は、旅行者ニーズや購買行動の変化を概観しつつ、①インターネットによる利便性向上を受けた旅行や購買行動の変化の分析、②じゃらんネットにおける顧客のライフタイムバリューを上げるための工夫、などを説明します。

道東やサロマ・オホーツク、道央エリアなど、北海道の国立・国定公園内の豊かな自然を背景に温泉旅館を展開している鶴雅グループの大西常務取締役は、①同グループにおける顧客管理の取り組み、②旅マエに見てもらうホームページでの工夫、③滞在中の宿泊客への観光情報の提供方法、④旅アトの宿泊客へのフォロー、などについて紹介します。

さらに、分科会でのディスカッションでは、「リアル店舗とホームページ上の顧客の違い」や「選ばれる企業になるためのカスタマージャーニー全体のデザインのあり方」「旅行会社はカスタマージャーニーのどの部分で役割を果たすべきか」などもポイントとして取り上げられ、存在意義が問われている旅行会社にとって、企業側の論理ではなくユーザーを軸とした組織体制のあり方も重要性を増していることなどを確認していきます。

## — 動き出したダイバーシティの取組み —

2018年度JATA会長表彰奨励賞を受賞  
 沖縄ツーリスト株式会社

### 「多文化適応力向上研修」を通じて意識改革

2018年度のJATA会長表彰「ダイバーシティ推進部門」で、沖縄ツーリストが奨励賞を受賞しました。同部門は、女性や高齢者を含む多様な人材の活用など、優れた取り組みを行っているJATA正会員会社を表彰して取り組み事例を周知し、旅行業界全体の改革を図ることを目指すものです。

#### 社員同士の相互理解にもアプローチ

JATAでは、「ダイバーシティ推進部門」で奨励賞を受賞した沖縄ツーリストについて、今後、グローバル化が進んでいくと予想される中で、「異文



鎌田直美専門職執行役員

化』ではなく『多文化』という表現を用い、お互いの文化の違いを理解する様々な取り組みや「G検(グローバル人材ビジネス実務検定)」という外部検定試験の導入など取り組みが具体的にシンプル」といった点を評価しています。

同社経営管理推進室の室長を務める鎌田直美専門職執行役員によると、2016年に約640人の全社員を対象に経営トップとの個人面談を行ったところ、外国人社員からは「外国人のお客様が来店した時に日本人社員は対応を外国人社員に任せすぎりにしている」ことへの不満が語られたり、日本人社員からは「外国人社員は日本のことを分かっていない」といった声も出るなど、「お互いのコミュニケーションが十分ではない」実態が判明。「単に接客対応の改善というレベルにとどまらず、社員同士の相互理解とともに意識改革や行動改革を行う必要があると判断した」と説明しています。

#### 「相違点」よりも「共通点」に着目

JATA会長表彰の対象となった「多文化適応力向上研修」では、外国人社員の多い国際部とレンタカー部を対象に、8時間に及ぶ1日研修を外国人社員向けに2回、日本人社員向けに3回行ったのに続き、外国人社員と日

本人社員による合同の1日研修も3回実施されました。

同社マーケティング戦略室の室長を務める安部潤執行役員は、「多文化適応力向上研修」について、「『異文化』ではなく『多文化』という考え方をベースに、お互いの相違点よりも共通点に着目して、相互の共通理解を深めることを重視した」と強調しています。

「私自身が約640人の社員を対象とした個人面談の全てに立ち合い、面談で明らかになった課題を踏まえて講師と事前に綿密な打ち合わせを行い、研修を設計した(安部執行役員)

昨年3月に実施した研修の後、半年後にも同じメンバーを集めて合同のフォローアップ研修が行われており、安部執行役員は、「新しい社員が入ったり、当該部署でメンバーが入れ替わったりするため、今後も研修を継続して行っ



英国サリー大学からのインターンシップ1期生

ていく」考えを示しています。

#### 英国インターンシップ生も受け入れ

「多文化適応力向上研修」を実施する一方で、外部の検定試験である「G検」についても、社員に受検を勧めています。

「接遇力」や「ビジネス基礎力」を総合的に判定する「G検」には、「日本人社員と外国人社員が同じ検定を目指して学ぶことで、社内のコミュニケーションも活性化する(鎌田専門職執行役員)派生効果もあるようです。

さらに、沖縄ツーリストでは2017年から、英国サリー大学の観光ホスピタリティマネジメント学部に在籍する学生を1年間にわたってインターンシップ生として受け入れており、初年度の2人に続いて、今年度も1人が配属されています。

同社が運営する沖縄観光の情報サイト「OkinawaHolidayHackers」もインターンシップ生が協力している。安部執行役員は「日本人にはネガティブな印象の強い「Hackers」という言葉を肯定的な意味で使うなど、積極的に外国人の目線からの情報発信を行ってくれている」と評価。「沖縄観光の実態や将来性を学んでもらう」ためのインターンシップ生ですが、「社員の英語力向上や外国人からみた沖縄観光の可能性をふまえた商品開発にもつながられる」など、同社におけるダイバーシティ推進にも貢献することが期待されています。

## シリーズ：『挑戦』を支えるもの

### ～「健康経営」企業の成長は社員の健康から～

#### ■健康経営とは

新年を迎え、新たな計画や目標に向かって気を引き締められている方も多いのではないのでしょうか。どんな目標に「挑戦」するにもまずは一年間健康で過ごすことがとても重要です。

近年、会社が社員の健康をサポートする「健康経営」が話題となっているのをご存知でしょうか。健康経営とは、従業員の健康保持・増進の取組みが将来的に会社の成長に繋がる投資であると考え、健康管理を経営的視点から戦略的に実践することを言います。経営者が従業員の健康増進に取組むことで、生産性向上や組織の活性化をもたらし、結果的に業績向上・企業としての価値向上に繋がるという考え方です。健康経営に積極的に取組む法人を経済産業省が認定する「健康経営優良法人認定制度」も数年前から始まっており、中小企業も含め多くの法人が認定を受けています。

#### ■健康経営を行うメリット

「健康経営が従業員の生産性向上、企業の業績向上につながる」とは具体的にはどういうことでしょうか。健康経営に前向きに取組む経営者の方からは次のような声を頂いています。

①「社員のロイヤリティが生まれる」

会社が自分や家族の健康を後押ししてくれることは「この会社で永く働きたい」「会社の期待に応えたい」というモチベーションに繋がります。また、営業目標や仕事の進め方など業務上の話題だけではなく、普段から「健康」について話す機会を持つことで経営層と従業員の自然な交流も生まれます。

②「社員が長く働き続けることができる」

健康的に働くことができる職場は、社員が創造的に業務に励み業績を伸ばすことを可能にし、結果として離職率を低下させる傾向にあります。そうした企業は優良法人として就職市場でも人気が高く、優秀な人材獲得に繋がります。また、社員に長く働き続けてもらえるからこそ一人一人の専門分野を伸ばす指導が可能になります。人材育成の観点からも健康経営は重要な取組みと言えるのです。

③「顧客や取引先との優良な関係性が生まれる」

健康経営への取組みを対外的にPRすることは、社会的な評価に結びつきます。心身ともに健康な社員がいきいきと働く会社は、お客様や取引先からみても安心感があると評価を受けることができる

でしょう。さらに、長く存続する会社として取引先や金融機関からの信頼にも繋がると考えられます。

#### ■健康経営の具体的な取組み

「健康に関する取組みの社内外への発信」「健康増進・過重労働防止に向けた具体的目標(計画)の設定」等を体系立てて実施することが健康経営です。

このような体系作りのためにまずは「健康経営優良法人」の認定基準等を参考にしながら、自社の取組みを見直してみたいかがでしょうか。例えば「健康宣言の社内外への発信(経営理念)」「健康づくり担当者を設置する(組織体制整備)」等が認定のための必須項目になっています。基準を参考にしながら自社の事情に合わせ「新たな取組みの導入」「既に進めている取組みの周知」等に一つずつ取組んでいくことが大切です。

東京海上日動では、健康経営の取組みの検討、健康経営優良法人認定制度に向けた計画等のご支援をさせていただきます。ぜひ当社営業社員にお声掛けください。

(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** ⑥ 監修 弁護士 三浦雅生

## 台風で帰りの飛行機が欠航！ どうしたらよいの？

昨年は予期せぬ自然災害が多発した年でした。改元となる新しい年を迎え、穏やかな心より折りたいと思います。昨年相談室に入った自然災害に起因する旅行トラブルの多くは個人旅行のお客様からでした。話を聞くと、改めて旅行業界では当たり前のことが一般消費者には知られていないことを痛感した次第です。



これからの時期、同じような傾向で大雪によるトラブルの増加が懸念されます。そこで今回は旅行出発後にトラブルに遭遇した事例について、紹介します。

### 申し出内容はこうです

北海道行き航空券とホテルがセットになったツアーを息子に旅行会社のサイトから申し込んでもらい、夫と出かけました。しかし大型台風の影響で搭乗予定の帰りの航空便が欠航になってしまいました。旅行会社に電話をかけたのですが、お話中で、ようやく繋がったと思ったら「直接航空会社へ話してほしい」というだけで何もしてくれませんでした。航空会社のカウンターでは他社の便に振り替えることはできないと言われ、結局自分たちで経路を変更し、航空券も買いなおして帰宅しましたが大変な思いを

しました。何かあった時にも安心だと思いい旅行会社に申し込んだのに裏切られた思いです。自分たちで購入した航空券代を旅行会社に払ってもらい、さらに大変な思いをしたことに対する慰謝料も請求したいです。

### 解決に向けての指針

＜旅程管理をしなくてもよい募集型企画旅行＞  
消費者からは旅行会社に申し込んだものではなく、「ツアー」だと言って相談が入ります。そこでまず契約内容を確認したところ、手配旅行契約ではなく募集型企画旅行契約だとわかりました。手配旅行契約であれば、旅行会社には欠航時に対応する責任はありません。

しかし募集型企画旅行の場合は、旅行会社に旅程管理責任があります。ではこの場合どうしてお客様自身で航空会社と話をしてほしいと旅行会社は回答したのでしょうか。

実は国内旅行では例外として旅程管理をしない募集型企画旅行があります。

【施行規則第32条（旅程管理のための措置）2と3の括弧書き】

旅程管理義務は「本邦内の旅行であつて、契約の締結前に旅行者にこれらの措置を講じない旨を説明し、かつ、当該旅行に関する計画に定めるサービスの提供を受ける権利を表示した書面を交付した場合を除く。」とあります。

右記の条文を具体的に説明すると、募集型企画旅行であっても国内旅行であればパンフレットなど旅行条件説明書面に当該旅行は旅程管理をしない旨が記載され、その

旨の説明がされていて、J・R券、航空券などの権利書面を全て交付した場合には旅行会社が旅程管理をしなくてもよいという意味です。これは国内旅行では言葉の問題がないので切符やバウチャーがあれば運送機関や宿泊機関で問題なくサービスの提供が受けられるからであるという考え方によります。

しかし非常事態に遭遇することは稀であることから、緊急時の対応をどのようにしたらよいか前もって理解し、出発する消費者はごく少数だと思われれます。

また、問い合わせを受けた旅行会社側もきちんとお客様の契約内容を把握しないで案内ミスをしていたという事例も別件でありました。

今年の冬は暖冬傾向とはいえ、自然災害は予測できません。

旅程管理をしない国内旅行に参加されるお客様に対しては、緊急時の対処法はどこに案内があるのかをひとこと口頭でも伝えてクーポン類をお渡しする、また通信販売であれば、サイト内や確認メールにひと目でわかる表記があれば、不幸にも今回のようなトラブルに遭遇した場合でもあわてずにはずむと思われれます。

今回は緊急時にもかかわらず電話が繋がらなかったということも苦情を大きくしました。会社によっては、急遽自社のトップページにサイト内のどこを見ればよいか案内を表示し便宜を図っていた会社もあったようです。

今回の件については、消費者に改めて約款を説明し、自己負担した航空券代を旅行会社に請求することはできないことを納得していただきましたが、いくら国内とはいえ、最近ではLCCを利用したツアーも多いことから、万が一の時の安心感が旅行会社のプロとしての腕のみせどころであることを強く感じました。

（高林）



## 第69回 企画旅行における

# 「入場」観光の重み

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

訪日旅行が盛況です。京都など人気の観光地の混雑がニュースになっていますが、それは日本だけではないようです。

今回は、募集型企画旅行における「入場」観光地の重みを確認してみたいと思います。

### 「入場」と表示するには覚悟が必要

そもそも旅行には、その距離に関わらず「目的地」があり、出発地から目的地に行って帰着地（通常は出発地と同じ場所）に帰って来るのが普通です。隣町にある●●湖展望台に日帰りで行くのも、世界一周旅行もこの説明は共通です。この旅行を旅行業者が企画旅行として商品化して旅行パンフレットなどの取引条件説明書面に表示するとすれば、「少なくとも入場する観光地又は観光施設の名称及び入場する旨を明示」

「企画旅行に関する広告の表示基準等について」3. (4)、①、ア)し、「当該目的地が入場する観光地、観光施設を含まない場合は、経由地、乗継地、休憩地等と明確に記載」（同イ）する必要があります。また、この通達に基づいて作成した「旅行広告・取引条件説明書面ガイドライン」（通称「赤本」）では、「入場しない観光地又は観光施設については・・・下車観光、

## 法務の窓口

車窓観光の別を、その旨又は記号等を用いて明確に記載してください」(57ページ、(4)、①、ロ)と規定し、「入場」「下車」「車窓」と分けて表示することを企画旅行者者に義務付けています。

更に、企画旅行者は、表示した「入場」観光地に確実に入場できるように手配をし、旅程を管理する義務を負います（募集型約款第3条）。前述の●●湖の例では、湖の眺望自体は旅行サービスではないので、旅行者は、その展望台に立ち寄って眺望を楽しむ時間を確保出来るように旅程管理債務を負うことになり

ます。また、もしもその展望台に「入場」して眺望を楽しむ日程であれば、旅行者は、展望台に確実に入場するための手配債務を負うことになります。旅行パンフレットを手にした消費者は「入場」するからこそ目的地として行く魅力（参加への誘引効果が高い）を見出すでしょう。この例のように「入場」と表示するには企画旅行者はこれらの債務を負う覚悟が必要となります。

ところが、●●湖の例では、その理屈は理解していても、世界的に有名なヨーロッパの△△宮殿や□□教会など（敢えて伏字ですが）となると、流石にその手配の困難さが関係者にも知れ渡っていることから、△△宮殿へ入場します。ただし、現地の手配事情によつては見学できないことがあります。」と記載した旅行パンフレットを作成してしまうことがあったよう

です。△△宮殿や□□教会に入場できないのであれば行く意味が無いほど誘引力がある一方で、精一杯手配努力しても出発直前になつても、確保出来ない時の経験で、「エイヤ！」と「入場予定だが場合によつ

ては入場しない」と矛盾した打ち消し表示をしてしまうのでしょうか。

一方、この表示を見た消費者は、パンフレットに明確に記載している以上は何とか入場できるだろうと期待する筈です。結果的に、このツアーでは入場が出来ないことになれば、消費者の落胆、不満は大きく、この表示自体が著しく事実と相違する表示をしたとして誇大広告に該当する恐れが生ずることになります（旅行業法第12条の8、契約規則第14条1号）。

### 「入場」できない時も覚悟が必要

ではどうするか。皆様が既に実施しているように、観光順序を入れ替えて複数の入場機会が組めるように日程を工夫する、時間外の貸切入場を交渉するなどしかないでしょう。そこまでやっても旅行開始前に「入場できない」事態となった際には、直ちにお客様に連絡し、正直に状況を伝え、合わせて重要な変更を理由として取消料を支払うことなく旅行契約を解除出来ることを説明し、その行使の機会を提供しないと（約款16条2項1号）、手配債務の不履行に加えて、契約解除の機会を奪ったとして、別の債務不履行責任を負う場合があります（間違つても嫌ならキャンセル頂いて構いませんというニュアンスで伝わらないよう注意が必要）。

万が一「入場できない」事態が発覚した場合には、お客様には、代替案、手配債務不履行の損害賠償の対応、解除権、合わせてご説明し、適切な対応とお詫びをする覚悟が必要です。

(斉藤)



# 事務局 便り

## 11月の出入国者数(速報値) 年間日本人出国数、1800万人台回復へ

日本政府観光局(JNTO)が12月19日に発表した速報値によると、昨年11月における出国日本人数は前年同月比8.2%増の167万3500人を記録しました。昨年初めての2ケタ台を記録した10月には及ばなかったものの、昨年下半年としては2番目に高い伸び率となっています。

昨年1月から11月までの累計では、出国日本人数は前年同期比5.5%増の1732万4700人に達し、2012年以来6年ぶりに年間1800万人台を回復することがほぼ確実な見通しとなりました

### 訪日外客は史上初年間3000万人突破

一方、昨年11月における訪日外客数は前年同月比3.1%増の245万800人を記録して、前年同月比でマイナスにとどまった昨年9月からプラスに転じた10月に続き、増加基調を維持しています。1月から11月までの累計では、前年同期比9.1%増の2856万100人に達し、12月18日には年間ではわが国初の3000万人を超えました。

日本政府観光局(JNTO) 平成30年12月19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	2,675,052	16.6	1,317,742	1,383,847	5.0
6 Jun.	2,346,442	2,704,631	15.3	1,336,169	1,421,649	6.4
7 Jul.	2,681,518	2,832,040	5.6	1,480,718	1,557,980	5.2
8 Aug.	2,477,428	2,578,021	4.1	1,888,071	2,033,435	7.7
9 Sep.	2,280,406	2,159,595	-5.3	1,622,694	1,630,088	0.5
10 Oct.	2,595,148	*2,640,600	*1.8	1,459,083	1,646,232	12.8
11 Nov.	2,378,079	*2,450,800	*3.1	1,546,985	*1,673,500	*8.2
1~11 Jan-Nov.	26,169,811	*28,560,100	*9.1	16,420,253	*17,324,700	*5.5

◆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)1~11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者等を加えた入国外国人旅行者の総数である。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。

## ●JATA業務予定表1月10日(木)~2月28日(木)

\*予定表は変わることがあります。

### 本部・支部の委員会(予定)

1月12日~13日	海外旅行推進委員会	九州支部
1月15日	埼玉興地区委員会賀詞交歓会	関東支部
1月15日	京都・滋賀地区新春年賀交歓会	関西支部
1月16日	幹事会	沖縄支部
1月16日	総務・消費者相談合同委員会	中部支部
1月18日	幹事会	中四国支部
1月18日	賀詞交歓会	中四国支部
1月18日	JATA/ANTA合同新年会	沖縄支部
1月21日	社会貢献委員会	本部
1月22日	国内旅行推進委員会	本部
1月22日	旅行業高齢者雇用推進委員会	本部
1月23日	海外旅行推進委員会	本部
1月25日	空港委員会	中部支部
1月25日~26日	海外旅行委員会	九州支部
1月28日	TEJ実行委員会	本部
1月29日	神奈川原地区委員会賀詞交歓会	関東支部
1月29日	総務委員会	東北支部
1月30日	訪日旅行推進委員会	本部
1月30日~31日	旅行業経営委員会(北海道)	本部
2月4日	業務改善委員会	本部
2月5日	総務委員会	九州支部
2月12日	JATA役員会(岡山)	本部
2月13日	海外旅行委員会	中部支部
2月14日	国内(訪日)旅行・地域振興委員会	中部支部
2月19日	研修委員会	中部支部
2月20日	幹事会	沖縄支部
2月21日	幹事会	中部支部
2月27日	弁済業務委員会	本部
2月28日	八相会	中部支部

## ●JATA主催・共催の研修・セミナー等の活動

\*「旅行業務取扱管理者定期研修」、「総合・国内旅程管理研修」、「旅行業務に関する説明会」、「JOTC(アウトラウンド促進協議会)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のもありますので、ご了承ください。

1月11日	苦情対応セミナー(沖縄)	本部
1月12日~13日	RKB毎日放送主催旅行フェア	九州支部
1月15日~24日	総合・国内旅程管理研修 (※HP参照)	本部
1月18日	広島空旅!2019 BtoBセミナー商談会	中四国支部
1月19日	雪はねツアー(除雪ボランティア活動)	北海道支部
1月19日~20日	広島空旅!2019	中四国支部
1月24日	JOTCプランナーのためのセミナー:台湾	本部
1月25日~26日	JATA会員向けBtoB&BtoCヨーロッパセミナー	九州支部
1月25日~2月19日	旅行業務に関する説明会 (※HP参照)	本部
1月25日	ユニバーサルツーリズム推進セミナー(大阪)	本部
1月25日	苦情対応セミナー(大阪)	本部
1月29日	苦情対応セミナー(東京)	本部
2月5日~28日	旅行業務取扱管理者定期研修 (※HP参照)	本部
2月19日	貸切バスセミナー(札幌)	本部
2月20日	旅行業界研究セミナー	関西支部
2月20日~21日	旅行サービス手配業務取扱管理者研修 (※HP参照)	本部
2月21日	学生向け旅行業界研究セミナー	中四国支部
2月21日	経営フォーラム2019	本部
2月22日	海外旅フェスタ in 立川	本部
2月27日	ユニバーサルツーリズム推進セミナー(沖縄)	本部
2月22日	海外旅フェスタ in 立川	本部

# 東京新名所

# TOKYO MEGA ILLUMINATION

## 1月12日フルオープン

2019年3月31日(日)まで開催中  
(東京モノレール「大井競馬場前」駅下車、徒歩2分)

日本のイルミネーションが変わる。

関東最大級  
800万球  
規模

メガイルミ

検索







# 箱根八里(静岡県・神奈川県)

## 素材研究 (国内)

### 江戸時代の旅が追体験できる場所 街道の新たな魅力を発見

毎年正月になると駅伝の舞台としてドラマが繰り広げられる箱根の山。「天下の険」としても歌われる「箱根八里」が、2018年5月に「旅人たちの足跡残る悠久の石畳道」―箱根八里で辿る遙かな江戸の旅路―として日本遺産に認定されました。それぞれの観光地を線をつなぐことで、新たな魅力が見えてきます。



芦ノ湖に映る逆さ富士



江戸の守りであった箱根の関所



三島大社。三島宿は街道の門前町



小田原城

### 様々なドラマと作品を生んだ 江戸時代の主要幹線

このほど日本遺産に認定された「箱根八里」を含む東海道は、江戸時代に整備された五街道(東海道、中山道、日光街道、奥州街道、甲州街道)の中でも屈指の交通量を誇る主要幹線で、現在の国道1号線もほぼこの旧東海道を踏襲しています。参勤交代の西国大名やオランダ商館長、朝鮮通信使、伊勢参りの庶民などがこの街道を通って日本を行き交い、街道上には「東海道五十三次」として宿場町や茶屋も整備されます。この道を舞台に『東海道中膝栗毛』の読み物が記され、歌川広重の浮世絵も描かれるなど、様々な名作も生まれました。

日本遺産「箱根八里」は、静岡県三島市、函南町、神奈川県箱根町、小田原市の2県4市町にまたがる、東海道の小田原宿から箱根宿までの四里(東坂)と、箱根宿から三島宿までの四里(西坂)を合わせた約32キロの部分です。標高846メートルの箱根峠を含む山道は東海道随一の難所であり、芦ノ湖畔には江戸の守りの要として関所が置かれ、通行する人や物資を厳しく監視していました。

### 線で繋ぐことで見えてくる 新たな切り口に期待

「箱根八里」上には静岡県側には三島大

社が、神奈川県側は外国人にも人気の「箱根」や小田原城などがあり、個々に知名度の高い観光地として成立しています。そこを改めて線でつなぐと、城下町や宿場町、江戸時代に整備された石畳や杉並木、茶屋、関所のすべてが日本で唯一残る、当時の旅が追体験できる場所となり、ここに「箱根八里」日本遺産認定の物語と意図が浮かんでくるのです。

4市町村では今後は「箱根八里街道観光推進協議会」を中心に広域観光の方策を練っていくとしており「海外向けのファミトリップでPRを図るほか、個人の旅行者が静岡と神奈川県両サイドを一通貫できる、例えば電動自転車レンタルの仕組みなども考えていきたい」と、三島市観光商工課係長早川大紀氏。また箱根町観光課係長の武藤淳一郎氏が「個々の地域で活躍しているガイドが、箱根八里のスルーガイドとしても活躍できるよう、協議会で勉強会を進めていると聞く。繋げてみたらおもしろい」という切り口で、この地域の新たな魅力発見につながれば」と話すように、既存の観光地への新風が期待されています。



往時を偲ばせる杉並木



静岡側の西坂から見る富士山



# ピラン(スロヴェニア)

素材研究  
(海外)

## 宿泊して浸りたい町 ヴェネチアの面影漂うピラン

かつてユーゴスラヴィアを構成していたスロヴェニアは、イタリアとクロアチアに挟まれた小さな国。総面積は2万273平方キロと、四国とほぼ同じ広さです。国内にわずか45キロしかない海岸線に面したピランは、歴史風情漂う町としてJATA「ヨーロッパの美しい村30選」に名を連ねています。



イストラ半島の先端の町・ピラン



町中心のタルディーニ広場を囲む家々



ピラン出身の作曲家タルディーニの像



ピランの塩はお土産にも人気

### 古代ローマ時代の歴史や ヴェネチア共和国の影響も

ピランはアドリア海を望むイストラ半島の先端に位置し、海岸線を北に辿るとイタリアのトリエステやヴェネチアへ、南はクロアチアのスピリットやドブロヴニクに至ります。

歴史は古代ローマ帝国時代に遡り、その後ビザンチン帝国やスラブ人の支配を受け、1283年にヴェネチア共和国の傘下に入り多大な影響を受けることとなりました。ヴェネチアの面影も漂う中世をそのまま閉じ込めたような町は半日もあれば散策できる規模で、天気が良いければ海岸からイタリアン・アルプスも望めます。イタリアからはフェリーや陸路で簡単にアクセスできるため、また町のホテルも限られ、団体向けのもは少ないことから日帰りや立ち寄り訪問が多いのですが、町の雰囲気や味わいつつ、近郊の見どころを訪れるならば1泊するのが望ましいところです。その際、グループ向けのホテルは近郊の町ポルトローシュを利用することとなりますが、「ポルトローシュはピランの海岸線の延長上にあり、ケンピンスキーなど質の高いホテルをはじめ、海の泥などを用いたスパを設けているところもあるリゾート地。質も規模も多様で、滞在自体も楽しめる」とスロヴェニア大使館公使参事官のマティヤシユニンゴリチ氏は提案します。

### コンパクトで多彩な魅力 スロヴェニア一国の周遊を

ピランから20分ほどの塩田では古来の製法で塩が造られており、近郊のコペルはワインの町として知られ、ワイナリーもあります。パドナ村は樹齢300年を超えるオリーブの木があることで有名。いずれも女性や食に興味のある客層に訴求できる素材です。

またピランから首都のリュブリャナへは車で50分ほど。「1週間もあれば十分国内をひと巡りできる」とインゴリチ氏が語るように、この国は非常にコンパクト。さらに「海辺の町ピランという個性を生かし、街の魅力が凝縮しているリュブリャナ、世界遺産のシニコツイアン鍾乳洞、ブレッド湖など海、山、洞窟、街といった多様な魅力を盛り込んだスロヴェニアの旅を造成していただきたい」と話すように、短期間で多様な魅力が楽しめるのもこの国ならではの特徴でしょう。



オリーブもピラン近郊の特産品



3つの橋が絵になる首都リュブリャナ

(写真提供:Slovenian Tourist Board)



# 港珠澳大橋とグレーターベイエリア

## 珠海と香港・マカオを結ぶ「港珠澳大橋」が開通 グレーターベイエリアでの広域観光促進に期待

全人代で地域発展計画に位置付け

広東省の珠海市とマカオ、香港を結ぶ世界最長の海上橋「港珠澳大橋」が10月24日に開通しました。全長55キロに及ぶ港珠澳大橋は、マカオを経由して珠海と香港国際空港があるランタオ島とを繋ぐ巨大プロジェクトとして、1000億円以上に及ぶ予算が投じられています。

10月23日に開かれた記念式典には、中国の習近平国家主席も出席し、広州や深センを含む中国本土の広東省と香港、マカオの連携を深める「グレーターベイエリア」構想をアピールしてい



「港珠澳大橋」の開通に先立って斬新なデザインの列車が走る香港／広州間の「広深港高速鉄道」も全線開業しており、自動車産業の中心地である広州やハイテク企業が集まる深センと金融・物流センターの香港を結ぶグレーターベイエリアの交通インフラ強化は、広域観光促進も一気に加速させることになりそうです

ます。

中国駐東京観光代表処の王偉首席代表によると、陸路で約4時間かかっていた珠海と香港の所用時間は約45分に短縮され、フェリーで約1時間だったマカオ／香港の間も約30分で往来できるようにになったとのこと。

「9月には香港と広州を結ぶ『広深港高速鉄道』も全線開業したばかりで、ヒト、モノ、カネの結びつきを強める交通インフラの充実により、金融や不動産といった分野に加えて、観光の分野でも大きな恩恵がもたらされることになる」（王首席代表）

グレーターベイエリア構想は、広東省の広州や深センなど9市に香港とマ

カオを加えた11都市が対象地域となっており、2018年3月の全国人民代表大会で地域発展計画に位置付けられています。

### 「全域観光」を象徴する取り組みに

中国 国務院も

2018年3月に発表した「全域観光の発展促進に関する指導意見」の中で、観光を中心とした地域における経済社会の協調的発展を目指す考えを表明。

中国文化・観光部の李金早副部長は、「大衆観光時代の到来に伴う中国観光業発展戦略のスタート」と強調しました。

港珠澳大橋の開通から1週間後の11月1日から4日間にわたり、東京丸の内の商業施設「KITTE」で開催されたグレーターベイエリアの情報を発信するイベント「香港ウィーク2018 Greater Bay Area Showcase」は、大手旅行会社のトップなど業界関係者約150人を集めてセミナーとレセプションも実施。イベントの開幕式には、香港特別行政区のキャリーラム長官をはじめ、広東省文化観光部のツェン・インルウ副部長、マカオ観光局のマリア・ヘレナ・

デセナラエルナンデス局長も出席して、地域間の連携強化を印象づけました。王首席代表は、「全域観光に基づく観光公共サービスの改善が地域の観光業底上げと競争力強化につながる」と説明。

全域観光の要件として、「単一の観光スポット建設管理からエリア全体での観光総合サービスへの転換」という考え方が掲げられていることに言及し、「グレーターベイエリアでの地域間連携は『全域観光』を象徴する取り組み」と期待を示しています。



2010年に世界自然遺産に登録された広東丹霞山



広東料理が発展した広州は「食」の中心地



越秀公園の「五羊石像」は広州のシンボル

中国駐東京観光代表処





# JATA 旅行・観光業界 就職セミナー

旅行・観光業界に関心のある新卒学生に直接アプローチできるチャンスです！  
多種多様な旅行・観光業界の仕事の魅力を、しっかりと伝えることができます。

## 2019年3月20日【水】 13:00~17:00

【会場】東京都立産業貿易センター 台東館 7階展示室

### 対象

- 観光系学部学科に所属する学生
- 旅行・観光業界に興味関心のある学生  
※2020年3月卒業予定者

### 会場

- 東京都立産業貿易センター 台東館  
7階展示室  
東京都台東区花川戸2-6-5



● 東京メトロ銀座線(地下鉄)浅草駅【7番出口】より徒歩5分

### 主催

一般社団法人日本旅行業協会(JATA)  
株式会社ジャタ  
【企画運営】メディア総研株式会社



### 前回実績

- 開催日:2018年3月20日(火)
- 来場者数:785名 ● 出展企業数:23社

### 概要

- 企業数: 先着30社限定
- 対象者: 2020年3月卒業予定の学生
- 内容: 主に観光系学部学科を有する大学等の学生を対象とした旅行・観光業界就職セミナー
- 告知方法: ● 大学就職課から学生へのアナウンス  
● 旅行・観光業界 就職.com登録学生へのメール配信
- 参加費: 100,000円(税別)/社 ※電源工事費込み

### お申込みの手続き

- 1 参加希望の企業様は申込書をFAXにてお送りください。  
【セミナー申込締切:2019年1月15日(火)】  
期限内であっても申込企業様が30社に達した時点で締切となります。
- 2 申込受付後、来場学生に配布するパンフレットを制作します。(2月頃)  
参加各社の企業情報や採用情報をパンフレットに掲載しますので、別途お送りする原稿用紙にご記入の上、指定された期限までにメールまたはFAXにてご返印ください。最終校正後、ご了承いただいた内容で印刷させていただきます。
- 3 開催1ヶ月前に、開催要項(当日の詳細なご案内)をお送りします。
- 4 セミナーの当日は、開始30分前までにお越しください。

### お問合せ

就職セミナー事務局(メディア総研株式会社)

TEL 03-6206-3030 ✉ jata-navi@mda.ne.jp