

田川会長・年頭記者会見 海外旅行2000万人の達成に期待

年間出国日本人数は史上最多の1895万4000人に

「JATA経営フォーラム2019」の見どころ
分科会A 「女性活躍」のあり方を探る

素材研究

・鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波(富山県)

中国旅行新時代

・中華春節燈籠祭・東京燈会



特別対談 「国立公園満喫プロジェクト」を語る
正田寛 環境省自然環境局長 & 坂巻伸昭 JATA副会長
国立公園を世界の旅行者の憧れに

国立公園を世界の旅行者の憧れに 観光資源としての活用を旅行業界も後押し

正田寛 環境省自然環境局長 & 坂巻伸昭 JATA副会長

政府が策定した『明日の日本を支える観光ビジョン』の重要施策として、「ナショナルパーク」としてのブランド化が打ち出された国立公園。環境省は、「国立公園満喫プロジェクト」の推進により、日本の国立公園を世界の旅行者が長期滞在したいと憧れる旅行目的地にすることを目指しています。国立公園の観光資源としての可能性や旅行商品化に向けた考え方などについて、同省自然環境局の正田寛局長とJATA国内旅行推進委員会の委員長も務める坂巻伸昭副会長に語り合っていました。

「その自然には、物語がある」

——「国立公園満喫プロジェクト」について、ご説明いただけますか。

正田 2020年の訪日外国人旅行者4000万人を目指そうという政府全体の観光ビジョンの中で、施策の柱の一つとして国立公園が位置づけられたのを受けて、インバウンド対応の取り組みを計画的集中的



正田局長「国立公園の可能性を高めるために、幅広い連携を」

に実施しています。国立公園はそもそも、優れた景観を守ろうというところで、現在、全国で34カ所が指定されているところですが、これまで保護と利用を進めてきた国立公園が、観光振興の観点からあらためて資源として注目されるようになってきました。観光資源としての国立公園の可能性を高めていくためには、環境省だけでなく地元自治体や経済界など様々な方々と幅広い連携



坂巻副会長「『物語』こそ旅行会社が捉える『旅』の大切な要素」

を図らなければなりません。自然環境の保護と利用を両立させながら、保護してきた自然が資源になるということを多くの方に気づいていただければと思います。

また、日本の国立公園の場合、素晴らしい自然の中で、人々が生活を営んだり、地域の文化を維持してきているという特徴があります。現在、プロジェクトのスローガンとして「その自然には、物語がある。Stories to Experience — National Parks of Japan—」を掲げており、そういうコンセプトを世界にしっかりと発信していきたいと考えています。

坂巻 JATAは2014年から、環境省が東日本大震災からの復興のシンボルとして三陸復興国立公園内で整備している「みちのく潮風トレイル」で、東北復興支援活動として「JATAの道プロジェクト」を実施しています。私も昨年、岩手県での活動に参加しましたが、「その自然には、物語がある」という言葉を実感してきました。宮古市を代表する景勝地の浄土ヶ浜を歩いたり、

東日本大震災に伴う津波で大きな被害を受けた山田町では、牡蠣むきを体験させていただいたりして、雄大な自然と人々の生活、地域の長い歴史が融合し、国立公園を含むエリアが形成されているという事実を目の当たりにしてきたわけです。

そうした「物語」こそが、私も旅行会社が捉えていく「旅」の中で、非常に重要なものになってくると思います。旅には、旅マエ旅ナカ旅アトという段階があります。旅マエで国立公園や地域を理解して、旅ナカで実際に現地を体験し、旅アトで振り返っていただく。それぞれの要素を大切にすることで、旅の良さより一層味わつていただけるとは思いません。そういう意味で、環境省による国立公園の取り組みには、非常に共感を覚えていますし、是非一緒に進めていくことができたいと思っています。

「エコツーリズム」の周知を

坂巻 その一方で、阿寒摩周国立公園を訪れた際、カヌーに乗せていただいていた非常に低い視線で川を下りながら、「自然の中に自分を置く」という感覚を味わいつつ、多くの人にこの感覚を知って欲しいと思う反面、大

「国立公園満喫プロジェクト」を語る



国立公園写真パネルの前で語り合う正田局長（右）と坂巻副会長

勢の旅行者が訪れるようになる。本当の良さが伝わらなくなるのではという疑問も湧きました。「保護」と「利用」の両立が一筋縄ではいかないだろうと実感した瞬間でしたけれども、この難しさについては、どのようにお考えになられていますか。

正田 その難しさに対応するという意味でも、エコツーリズムという考え方が重要になってくると思います。一定のルールに従って、ガイドが案内するといった仕組みを整備していくような取り組みも大事かと考えています。現在、観光の分野では、オーバーツーリズムという事態が大きな課題となってきたりするように、それが決して私たちの目指すところではありません。自然と共生し



地平から昇る太陽がモチーフの「国立公園統一マーク」

ていくためにエコツーリズムという概念があり、それをしっかりと守っていくことで、自然が資源になるというところもアピールしていきたいですね。

坂巻 国立公園を軸に地域観光の活性化を進めていくには、そうしたエコツーリズムの考え方をどうやって旅行者の皆さんに周知していくか。国立公園ツーリズムと呼ぶべきムーブメントを拡大していくためには、とても重要なテーマとなりそうです。

TEJで国立公園の魅力アピール

環境省はJATAも主催団体の一つである「ツーリズムEXPOジャパン(TEJ)」にも出展されています。

正田 国立公園のブースを展開させていただいています。2017年は約2000人、2018年に

は約3000人の皆さんに立ち寄っていただきました。多くの皆さんに国立公園への関心を示していただき、十分に情報発信を行うことができました。エコツーリズムの紹介もして、理解を深めていただけたようです。興味を持つ海外からの参加者も多く、会場でのセミナーも開催して、多様な形で情報を提供することができました。また、観光庁と文化庁、スポーツ庁とも協力して、4省庁の連携によるアピールも行い、大きな効果があったのではないかと考えています。

は約3000人の皆さんに立ち寄っていただきました。多くの皆さんに国立公園への関心を示していただき、十分に情報発信を行うことができました。エコツーリズムの紹介もして、理解を深めていただけたようです。興味を持つ海外からの参加者も多く、会場でのセミナーも開催して、多様な形で情報を提供することができました。また、観光庁と文化庁、スポーツ庁とも協力して、4省庁の連携によるアピールも行い、大きな効果があったのではないかと考えています。

坂巻 TEJは、JATAとしても年に1度の大きなイベントとして重要視しており、環境省をはじめ多くの皆さんに参加していただくことが、ツーリズムを盛り上げる意味でも重要だろうと思っています。近年は、単なる「旅の祭典」ととまらず、展示商談会を通じてしっかりとしたビジネス展開もできる場として、B2Bのイベントとしても機能強化しているところです。環境省のブース展開は、様々な国立公園で体験できる具体的な活動なども紹介されていて、非常に興味深いものでした。特に、海外の皆さんには、歴史や文化遺産ばかりでなく、国立公園に象徴される自然の魅力の奥深さも知っていただけたのではないかと

と思います。

正田 東京を離れて大阪・関西で開催される今年のTEJにも、是非、出展させていただき、地域に根差した国立公園の魅力について、関係各方面と連携しながらアピールしていくことが出来ればと考えています。

非常に大きい旅行業界の役割

坂巻 日本には、素晴らしい自然をはじめ、歴史や文化など多様な魅力を持つ観光資源があり、それは一番の財産であり、強みだと思っています。各省庁や地域の皆さんと一緒に、そうした観光資源をどう磨きあげて商品化も含めた開発を進めていくか。人を動かす旅行業界は、心を動かすお手伝いも出来る仕事です。ただ国立公園に旅行者を送れば良いというものではなく、旅行会社としても国立公園の自然をどう守りながら、資源として活用していけるかという、そのような意志を持って旅行商品をつくっていくことが重要でしょう。

国立公園を軸にした地域観光開発は、旅行業が取り組むこと出来る大きな役割の一つです。訪日インバウンドが3000万人から

4000万人、6000万人へと拡大していくためには、きちんと日本の魅力を伝えていかなければなりません。また、外国人を受け入れる日本の方々にも、自分の国の良さを理解していただく必要があります。その両方をしっかりとやっていくことが、旅行業の仕事だろうと思います。

正田 環境省では、インバウンド向けの多言語表示やビジターセンターの整備、情報発信など、様々な動きを進めていますけれども、環境省だけですべてをカバーできるものはありません。環境省や地域を点とするなら、点と点を結びつけて線にし、さらには、線から面へと広がっていくような展開をしていきたいと考えています。そのエンジンになっていただけるのが旅行業界だろうと思っています。国立公園や周辺を訪れた皆さんが、その地域のファンになっていただけるような取り組みを進めていく上で、是非、お力をお借りしなければなりません。

また、情報発信や旅行商品などにとどまらず、逆に、国立公園の活用についてアイデアをいただいたり、改善点などについても助言をいただくなど、旅行業界の役割は非常に大きいと考えていますので、是非、ご協力をいただければと思います。

また、情報発信や旅行商品などにとどまらず、逆に、国立公園の活用についてアイデアをいただいたり、改善点などについても助言をいただくなど、旅行業界の役割は非常に大きいと考えていますので、是非、ご協力をいただければと思います。



栄光は 繰り返す 価値がある

ナイル渓谷

「2月にJATAとエジプト政府観光局との連携により、JATAエジプト視察旅行が実施されます。エジプトへの更なる需要喚起に向けて、今後も日本の旅行業界との協力を進めてまいります！」

Egypt

THISISEGYPT.COM
エジプトすべてはここから

特別対談 「国立公園満喫プロジェクト」を語る

正田寛 環境省自然環境局長 & 坂巻伸昭 JATA副会長

国立公園を世界の旅行者の憧れに 1~2

田川会長年頭記者会見

2019年は「チャレンジ&トライ」

海外旅行2000万人の達成に期待 5

JATA経営フォーラム2019の見どころ

分科会A 多様な視点から「女性活躍」のあり方を探る 6

〈本部・支部活動報告〉

・ヨーロッパのセミナーと旅行フェアを開催

JATA九州支部が業界と消費者の双方にアピール 7

・「旅博トラベラーズフェスinFUKUOKA2019」実施 7

・「海外旅行2000万人」達成へ決意

支部・地区委員会で賀詞交換会開催 8

・支部活動報告 8

アウトバウンド促進協議会

・ウズベキスタンをテーマに海外教養講座

中四国支部と連携して開催 9

・JOTC航空会社インタビュー第5回／ベトナム航空 9

●要人往来 10

●読み物&マーケティング

・添乗員のための旅行医学 VOL.97 増える喘息患者だが、備えさえあればどこへでも 11

・連載 マーケット・データ深読み 旅行動向見通して伝えたい、旅行、観光の本質的な動きとは 12

・ハイ!こちら消費者相談室苦情事例に学ぶ⑩

ホテルのストライキによるサービス低下は明らかなのに、情報提供が遅すぎる。 13

・法務の窓口 第70回 民泊に関する指針 14

●素材研究

(国内) 鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波(富山県) 16

●中国旅行新時代 中華春節燈籠祭・東京燈会 17~18

●事務局だより 15

表紙写真

国内旅行・訪日旅行ともに内容の拡充や旅行者の満足度向上が求められる中、有力コンテンツの一つとして注目を集める国立公園。「保護」から「活用」という時代の要請を踏まえ、環境省の正田寛自然環境局長と坂巻伸昭JATA副会長が対談を通じて、その可能性を探りました。

「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



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 は、コンビニ決済も万全!

☑ 対面販売でも、WEB販売でも活用できます!

☑ お客様がコンビニで入金されたデータが即時かつ二度手間なく反映!

☑ バーコード払込票印刷もペーパーレスWEB決済形式にも対応します!



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



田川会長「双方向交流拡大へJATAがキープレイヤーに」

2019年は「チャレンジ&トライ」 海外旅行2000万人の達成に期待

JATAの田川博己会長は1月8日に行われた新春記者会見で、2019年を「チャレンジ&トライ」の年と位置づけ、海外旅行については、官民連携により双方向交流拡大に取り組み、2000万人達成を目指す一方、国内・訪日旅行では、国立公園や日本遺産を活用して「新しい旅のカタチ」を提案していく考えを表明しました。また、東京以外で初めて開催される大阪・関西でのツーリズムEXPOジャパン（TEJ）2019について、大阪・関西万博2025まで続く盛り上がりを作り出せるように「是非とも成功させたい」と決意を示しています。

2019年のキーワードは「挑」

2018年の年初に「変革の時代の幕開け」に備えるため、年間のキーワードとして「備」という漢字一文字を掲げましたが、日本でラグビーワールドカップ

が開催される2019年は「挑」の一文字として、「チャレンジ&トライ」を指したいと思います。

1月から導入された「国際観光旅客税」の使途について、JATAは「交流大国こそ観光先進国」という観点から、海外旅行の促進や次世代の観光立国を実現するための政策提言を行ってきました。

観光庁の予算には「旅行安全等に関する情報プラットフォームの構築」が盛り込まれ、旅行会社を通じた安心安全の取り組みも、制度運用の開始に向けて準備が進められています。

ロシアや中国、韓国、インドネシア、ベトナム、インドなどの双方向交流拡大に向けて、JATAが重要プレイヤーとして参画するようになってきているのに加えて、若者の海外旅行を増やすための官民連携や省庁横断の組織作りにも尽力をいただいています。

休み方改革へさらなる議論を

働き方・休み方に関連して、祝日3連休の維持を働きかけるとともに、有給休暇取得率70%という政府による数値目標を受けて旅行業界としても取り組みを進めているほか、模範的な事例については会長表彰を開始しました。

また、10連休について、長期連休を懸念する意見も出ていることから、実際にやってみたらどうなったか、冷静に成果と反省の分析を行うことが重要です。

市況が堅調とはいえ、市場の成熟化や販売チャネルの多様化が進むなど、環境も変化の中で、海外旅行については、3年目を迎えるアウトバウンド促進協議会の活動をさらに進めていきたい。国内旅行では、地方自治体やDMOとの連携を一層強化し、観光資源の磨き上げや受け入れ態勢への参画など、旅行会社ならではの価値づくりに取り組む必要があると考えています。

訪日旅行については、ランドオペレーター登録制度や通訳案内士の制度改定についても、インバウンドビジネスを質・量の両面で充実させる取り組みであることから、引き続き、その定着に向けて全面的に協力していきます。

内外の環境変化も進んでいく今後を見通すと、かつてない一番の群雄割拠の時代に入ってきており、各社が自らの強み

を見極めて、捨てるべきは捨てる覚悟を持ち、それぞれのオリジナリティを發揮していくことが重要と考えます。

TEJ2019で「大阪と関西」を発信

2018年9月に開催されたTEJ2018は20万人を超える来場者を迎え、世界規模の展示商談会、観光産業博覧会として、ツーリズム産業だけにとどまらず、幅広い産業の方々から認知されたと感じています。

大阪・関西で開催されるTEJ2019については、第一に「大阪と関西の魅力の発信」をしっかりと行いたい。統合型リゾート（IR）やヘルスツーリズムといった新しいテーマもある中で、「笑い」や「食」といった関西ならではの味付けをどうするか、開催地の連絡協議会の皆さんと知恵を出し合っているところです。

第二に、観光産業博覧会としてテーマの一つである「ツーリズムの新しいカタチ」をさらに進化させたいと思います。

第三には、「国際交流の基点となる」ことを目指します。UNWTOと共催する観光大臣会合は10月24日に大阪で開催する予定で、その翌日から北海道でG20の観光大臣会合（T20）が北海道で開催されることから、両イベントを連携する形で日本のプレゼンスを示したいと考えています。

「JATA経営フォーラム2019」の見どころ

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するために〜」

多様な視点から「女性活躍」のあり方を探る

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。

「優秀な女性人材を逃すな！〜女性が長期的に能力発揮するために〜」をテーマとする分科会Aでは、「女性の活躍」に議題を絞り、同業・異業種における施策、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。



分科会Aのモデレーターを務める日本旅行の吉金嘉洋取締役兼常務執行役員

少子高齢化・人口減少により就労人口の減少も進む中で、女性社員の活躍なしでは企業経営が成り立たない時代です。ライフステージの変化の時期と職場での活躍の時期が重なり、優秀な女性が退職してしまうケースも少なくありません。

日本旅行の吉金嘉洋取締役兼常務執行

《「JATA経営フォーラム2019」の主なプログラム》

◎**基調講演**:「人口知能がもたらす人と社会の未来」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)



基調講演で登壇する新井紀子氏

◎分科会

○分科会A ※記事本文参照

○**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」:モデレーター=三島健氏(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(ナビタイムジャパン取締役副社長兼CTO)、鶴本浩司氏(トラベルボイス代表取締役社長)

○**分科会C**「中堅旅行会社トップ座談会『これからの旅行業経営』」:モデレーター=東良和氏(沖縄観光代表取締役会長)/パネリスト=石川邦大氏(T-LIFEホールディングス代表取締役社長)、近藤康生氏(WBFホールディングス代表取締役)、今野淳子氏(ミキ・ツーリスト取締役執行役員)

○**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」:モデレーター=山下真輝氏(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(鶴雅リゾート常務取締役)、沢登次彦氏(リクルートライフスタイル ジャ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代表取締役)

◎**特別講演**:「映画と観光」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)

役員がモデレーターを務める分科会Aでは、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の鬼島絵里チームリーダー、JTBの高崎邦子執行役員、資生堂社会価値創造本部の本多由紀ダイバーシティ&インクルージョン・パートナーメント・ディレクターの3氏がパネリストとして登壇し、女性の活躍を支援するようなロールモデルやキャリアパス、様々な制度や支援を通じた多様な働き方などを取り上げ、そこから見えてくる問題や社員の意識の変化などについて議論を深めます。

副業の容認・時短社員へのフレックス

制度勤務拡大・在宅勤務トライアルの開始・再雇用制度の導入という「多様性を生み出す4つの働き方」を導入したエイチ・アイ・エス、『日経WOMAN』の2018年版「女性が活躍する会社BEST100」で女性管理職比率1位となったJTB、いわゆる「資生堂ショック」として知られる時短勤務中の子育て社員にも選番や土日勤務などに取り組んでもらう制度改革を行った資生堂。3社における事例の報告などを踏まえて、様々な課題にスポットを当てていきます。

ヨーロッパのセミナーと旅行フェアを開催 JATA九州支部が業界と消費者の双方にアピール

JATA九州支部は1月25日と26日の両日、業界向けのヨーロッパパセセミナーと消費者向けのヨーロッパ旅行フェアをJOTCアウトバウンド促進協議会の協賛のもと開催しました。

25日に福岡市・天神の天神クリスタルビルで開催された「業界向けヨーロッパB to Bセミナー」は、JATA九州支部・海外旅行委員会によるアウトバウンド促進の取り組みとして今年で4回目となります。

セミナーでは、昨年好評だった政府観光局によるプレゼンテーションとブースでの商談会を今年も実施。参加した業界



挨拶する JATA九州支部の長岡俊和事務局長

関係者約110人が、フィンランド政府観光局、スペイン政府観光局、オーストリア政府観光局、ドイツ観光局、フィンエア、ルフトハンザ ドイツ航空、キューナードラインの7団体との商談を行いました。

セミナーの開催に先立って挨拶したJATA九州支部の長岡俊和事務局長は、「九州から唯一の直行便を運航しているフィンエアが路線を継続できるように、福岡空港利活用推進協議会と共に官民を挙げて支援していく」と語る一方、「昨年から参加しているルフトハンザドイツ航空に続いて、今年は欧州のクルーズ会社であるキューナードラインも参加して、九州からヨーロッパへの旅行需要拡大を目指したい」と意欲を示しています。

26日には福岡市・天神のアクロス福岡で「消費者向けヨーロッパ旅行フェア」が開催され、約300人が来場。業界向けセミナーに参加した7団体がプレゼンテーションやブースで最新情報を提供したほか、ヨーロッパのお菓子の試食、旅行商品の即売会なども実施しました。主催者として挨拶に立ったJATA九州支部海外旅行委員会の田中敏男副委員

長が「ヨーロッパ旅行を検討されるに当たり、お気に入りの国や地域を見つけることと、旅行をする季節を見極めること

「旅博トラベラーズフェス in FUKUOKA 2019」実施 JATA九州支部、毎日新聞社とRKB毎日放送との共催で

JATA九州支部は1月12日と13日の両日、福岡市・天神のアクロス福岡で毎日新聞社とRKB毎日放送との共催で「旅博トラベラーズフェス in FUKUOKA 2019」を実施しました。

2日間で7000人を超える来場者を数えた同イベントは、ツーウェイツアーの振興を目的とするものですが、JATA九州支部では、特に、海外旅行の魅力を直接、来場者に訴求する機会として活用しています。

ステージでは、日本旅行、阪急交通社、近畿日本ツーリスト九州、東武トックブツアーズの社員が海外旅行の様々な知識を披露し、来場者からは「とても良い話を聞くことができた」など評価の声が聞かれました。

JATAのブースでは、各社の海外旅行パンフレットを配布する一方、1月26日に開催したJATA九州支部主催による消費者向けヨーロッパ旅行説明会の案内チラシ2000枚を配布。来場者一人

の2点をポイントに、お気に入りのヨーロッパを見つけてください」と呼びかけています。

一人と対話しながらの誘致活動の効果もあり、説明会の事前申し込みにも大きく寄与しました。

JATA九州支部海外旅行委員会は、今後もアウトバウンドの需要促進に向けて、様々な活動に取り組んでいく方針です。



賑わいをみせた JATA九州支部のブース

「海外旅行2000万人」達成へ決意 支部・地区委員会で賀詞交換会開催

年が改まった先月初め、全国各地のJATA支部や地区委員会で賀詞交換会や年賀会が開催され、新年の抱負や決意などが示されました。

今年は、ゴールデンウィークの10連休や年末年始の9連休があるほか、ゴールデンウィークを除いた週末3連休も2018年と同数の8回となっており、旅行機会は確実に増えるものと期待されています。地方統一選や参院選などが予定される一方、ラグビーワールドカップ日本大会やG20などの大型イベントも目白押しで、国内旅行需要を下支えするものとみられています。

1月9日に千葉市で開催されたJATA千葉県地区委員会の賀詞交換会では、JATA関東支部の脇坂克也支部長が「宿泊旅行の拡大や貸切バスツアーの適性な取り引きの浸透に取り組みとともに、新たに貸切バスツアーの需要拡大にも取り組んでいきたい」とメッセージを寄せています。

1月7日には大阪市



千葉県地区委員会の賀詞交換会には森田健作知事も駆けつけました

でJATA関西支部年賀会が開催され、宇田川雄彦支部長が「海外旅行2000万人を実現するための需要喚起策の推進」や「環境省が推進する『国立公園満喫プロジェクト』公式パートナー団体として観光による地方創生を実現し、国内市場の宿泊拡大への貢献」2020年度までのインバウンド4000万人の目標達成に向けた制度改革や施策の充実」などの方針を示しました。



多数の関係者が出席して大いに賑わった関西支部の年賀会

また、1月9日に福岡市で開催されたJATA九州支部の新年賀詞交換会では、後藤雅彦支部長が「成熟した国内旅行市場、急速に発展する国際観光市場の中で、海外旅行については、旅行会社に



西南学院大学チアリーダーが花を添えた九州支部の賀詞交換会

よる独自の安全情報プラットフォームを提供することで、旅行者の安全安心に資するほか、若者の海外体験を促すプロジェクトを実施します」と挨拶。国内旅行については、「テーマ型旅行商品の開発や長期滞在型企画の実施など、新しい旅のカタチを提案する考えを明らかにしています。

北海道支部

1月19日 雪はねツアー(除雪ボランティア活動)

東北支部

1月29日 総務委員会

関東支部

1月15日 埼玉県地区委員会賀詞交換会
1月29日 神奈川県地区委員会賀詞交換会

中部支部

1月10日 愛知・岐阜・三重3地区合同新年賀詞交換会
1月10日 富山地区新年賀詞交換会
1月10日 静岡地区新年賀詞交換会
1月11日 石川地区新年賀詞交換会
1月16日 総務消費者相談合同委員会
1月25日 空港委員会
2月6日 アメリカ大陸企画・販売セミナー

関西支部

1月15日 京都・滋賀地区新春年賀交換会

中四国支部

1月18日 幹事会
1月18日 賀詞交換会
1月18日 広島空旅!2019 B to B ワークショップ商談会
1月19日 広島空旅!2019
1月19日 海旅クルーズセミナー&JATA A 海外教養講座
1月24日 「がんばらちよるけー!」周防大島「応援研修ツアー」

九州支部

1月12日~13日 旅博・トラベラーズフェス in FUKUOKA 2019
1月17日 沖縄ナイトイン福岡
1月23日~24日 観光マッチング2019 観光で九州

沖縄支部

1月25日 チームヨーロッパ to Bセミナー
1月26日 消費者向けヨーロッパ旅行説明会
1月30日 福岡クルーズ会議
1月17日 幹事会
1月18日 JATA/ANTA合同新年会

ウズベキスタンをテーマに海外教養講座 中四国支部と連携して開催

JATA A中四国支部では、1月19日・20日に開催された「広島空旅! 2019」に合わせ、19日にANAクラウンプラザホテル広島にて、「JATA海外教養講座」を開催しました。これはJATAアウトバウンド促進協議会(JOTC)と地方支部の連携事業として行われたもので、広島県民や市民に、近場のアジア以外の海外旅行先について知ってもらうことを目的としたものです。



中四国では珍しい旅先、ウズベキスタンを紹介

海外教養講座はJOTCが推進している日本/ウズベキスタン線の往復チャーター便の紹介や、ウズベキスタンについてのPRも含め、元駐ウズベキスタン日本大使の加藤文彦氏(現・全国石油商業組合連合会副会長・専務理事)が「世界遺産 青の都サマルカンドとシルクロード」と題した講演を行いました。事前応募で集まった約120名の参加者は、ウズベキスタンという、まだ中四国地域では目新しいdestinationについて、真剣な表情で聴き入っていました。

この講座とともに、広島県客船誘致・おもてなし委員会が3回目となる「クルーズセミナー」も開催。講師にクルーズライターの上田寿美子氏を招き、「クルーズへの招待状」として船旅の魅力や近年のクルーズ人気、世界の客船についてお話しいただきました。こちらもほぼ満席に近い参加者が訪れ、興味深げに耳を傾けていました。

なお「広島空旅!」はJATAが広島県空港振興協議会と共同で開催する中四国で最大級の旅の情報発信イベントで、8回目となる今年は両日で約1万0500人の来場者がありました。

JOTC・航空会社インタビュー 第5回

ベトナム航空 / ヴー・グエン・クォイ 日本地区総支配人

日本各地から充実の航空網 旅行会社との連携強化を推進

ベトナム航空(VN)は、2018年冬期から日本各地とベトナムを結ぶフライトが週80便に増加。2019年は関空/ホーチミン線も就航25周年を迎えます。今後の取り組みについて、ヴェー・グエン・クォイ日本地区総支配人にお話を聞きました。



—日本市場の需要拡大に向けての重点的な取り組みを教えてください。

クォイ 一つは座席供給です。当社では、昨年秋に関西/ダナン線を新規就航したほか、福岡/ハノイ線をデイリーとし、日本各地とベトナムのホーチミン、ハノイ、ダナンを結ぶ主要3都市へのアクセスがより拡充しました。機材も一部B787-9を導入して大型化し、需要に応じていきたいと思っています。

またVNは長中期にわたり「ベトナム7リゾート」としてダナン、ホイアン、ランコー、ニャチャン、クイニオン、フーコック、コンダオの総合的な開発とPRを行っており、今後も日本の旅行会社とも協力しながら需要喚起と販売拡大を図っていきます。

—VNならではの強みを教えてください。

クォイ 当社のネットワークです。ベトナム国内はもちろん近隣のインドシナ方面へのフライトが充実しており、利便性の高い接続スケジュールが組んでいます。今後はビヨンド拡大にも注力していきます。

—VNの最新情報を教えてください。

クォイ 2019年は関空/ホーチミン線の就航25周年となることから、キャンペーンを企画しています。また昨年末にハロン湾近くのバンドン国際空港が開港し、VNのホーチミン/バンドン線がデイリー運航となりました。ハロン湾を組み込んだ効率的な周遊旅行の造成をお願いします。

—旅行会社へのメッセージをお願いします。

クォイ 今後も日本の旅行会社との提携を密にし、ツーウェイツーリズムの取り組みも強化したいと思います。両国の交流が深まれば、渡航者の増加と航空網の充実につながります。チャーター便も有効な手段として考えられますので、機材繰り次第とはなりますが、要望があればぜひご一報ください。

ベトナム航空
TEL 03-5157-7401

※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



日本で効果的なプロモーションを

トルコ 11月26日(月)
メフメット・ヌリ・エルソイ
トルコ文化観光大臣

菊間副会長が表敬訪問し、「トルコへのツアーを増やすため、新しい観光素材を提供していただきたい」と要請。エルソイ大臣は「日本で効果的なプロモーションを行いたいので、企画提案をお願いします」と応えました。



投資活動には税制上の優遇制度

インドネシア 11月27日(火)
バスリ・プルナマ
モロタイ島経済特区開発会社
(CEZ Developer) 取締役

JATA本部を訪問し、「経済特区として開発が進むモロタイ島では、投資活動に対する税制上の優遇制度があります」と説明。越智事務局長は「旅行メディアと連携して島の魅力を旅行会社に紹介してください」とアドバイスしました。



ラグビーW杯でキャンペーン

アイルランド 12月3日(月)
ポール・ガヴァナ
駐日アイルランド大使(写真右)
アッシュリン・マクダーモット

アイルランド政府観光局中東・アジア局マーケティング・マネージャー(写真左)

JATA本部を訪問し、「ラグビーワールドカップ日本大会に向けて、BtoBとBtoCのキャンペーンを展開する」と説明。権田海外旅行推進部長は「美しい村30選のキルケニーを含めたファムツアーに協力していただきたい」と要請しました。



旅行会社に最新情報の提供を

ドバイ 12月11日(火)
イッサム・カズィム ドバイ政府観光局CEO(写真田川会長の左)

田川会長を訪れ、「宿泊施設やアトラクションの多様化を進めており、日本人旅行者を増やすキャンペーンを展開する」と表明。田川会長は「旅行会社に最新情報を提供し、BtoCプロモーションも実施してください」とアドバイスしました。



日本人クルーズ旅行者の増加を

ロイヤルカリビアンクルーズ社
12月12日(水)
アダム・ゴールドシュタイン
副会長(写真左)

ウッコ・メツォラ 副社長(写真右)

田川会長を訪問して、「日本人のクルーズ旅行者を増やしたい」と意欲を示したのに対し、田川会長は「クルーズの楽しみ方やツアーの多様性などをアピールすれば、クルーズ旅行者も増えるでしょう」と応じました。

要人往来

日本でラグビーワールドカップが開催される2019年を迎え、スポーツをテーマにした双向交流への期待も高まる中、日本からの海外旅行需要にも熱い視線が集まります。



直行便就航へ 日本の航空会社と交渉

米国 10月17日(水)
フランク・クルッペンバッハー
グレーターオーランド空港公団会長

志村理事長を訪れ、「直行便の就航について日本の航空会社と交渉を行っている」と説明。志村理事長は「入国手続きがよりスムーズになれば、オーランド空港の利用者が増えるでしょう」と応じました。



日本からの渡航者数も増やしたい

モンテネグロ 11月1日(木)
スルジャン・ダルマノビッチ
モンテネグロ外務大臣

志村理事長を訪問し、「外国人観光客が毎年増加しており、日本からの渡航者数も増やしたい」と表明。志村理事長は「旅行業界や旅行者へのプロモーションを継続し、モンテネグロの認知度を高めてください」と応えました。



ラグビーW杯を機に観光交流の拡大を

南アフリカ 11月7日(水)
ハネリ・スラバー 南アフリカ観光局
リージョナル・ジェネラルマネージャー
(アジア/オーストラレーシア/中近東)

田川会長を訪れ、「ラグビーワールドカップ日本大会を機に、両国間の観光交流を拡大したい」と説明。田川会長は「南アフリカのイメージ向上へW杯は最高のチャンスですから、是非、活用してください」とアドバイスしました。



ダイビング以外にも 様々な素材を提供

フランス領ポリネシア 11月16日(金)
ニコール・ブト
フランス領ポリネシア観光大臣

志村理事長を訪問し、「ダイビングだけでなく、ホエールウォッチングや世界遺産、地元のライフスタイルなど様々な素材を提供したい」と表明。志村理事長は「旅行会社と協力して商品の多様化を進めてください」とアドバイス。



増える喘息患者だが、備えさえあればどこへでも

喘息の患者数は、世界的に見ても年々増加傾向にあると言われています。ひどい発作が起きれば、死に至る危険性もあると言われている病気で、海外旅行には、制限がかかるものではないでしょうか？ 旅先ではどんな注意が必要でしょうか？ 実はご本人も同じ病気だという、東京女子医科大学八千代医療センター呼吸器外科の黄英哲先生に話を伺いました。

●喘息って、どういう病気？

アレルギー反応や細菌、ウイルス感染などが発端となつて、気管支に炎症が起きるのが気管支炎ですが、これが慢性化することで気道が過敏に反応するようになり、ぜんそくに至るケースと、もともとその素因を持っている人が、季節の変わり目や環境の変化によつて喘息を誘発するケースがあります。

ヒューヒューと笛がなるような呼吸の音がするのが特徴で、夜中や明け方に咳き込むことがあります。発作時にはこれらの症状が特に激しく現れ、死に至ることもあります。

●なぜ海外旅行中は注意が必要なのか

確かに環境が変わる海外旅行先では、気温の変化などにうまく対応できないことがあるため注意は必要です。しかし昔と違い、ぜんそくはコントロールしやすくなりました。喘息の患者数は増えていても、発作による死亡者数の減少がそれを如実に表しています。吸入ステロイド薬が普及したおかげです。携帯を忘れなければ、海外旅行をしても大きな問題はあり

ません。

念のために英文診断書を持参していけば、さらに安心です。服用薬の英語名をわかりつけの病院で教えてもらいましょう。現地でも病院にかかる際、医師に見せればすぐに理解してくれます。よほど重症なケース以外は、喘息を理由に行きたい海外旅行を我慢する必要はないのです。

●機内での対策

機内で心配なのは、温度の変化と乾燥です。航空会社によってはフライト中の機内が、とても寒くなることがあるため、これに備えてすぐに着脱できる防寒対策をしておきましょう。また乾燥対策として、一つは水分補給を欠かさないことです。フライトアテンダントが持つてくる水や、搭乗前にペットボトルを用意するなどして、こまめに水分を取るようになります。

またマスクを着用するのも、乾燥対策につながるでしょう。旅行中もそうですが、飲酒は禁物です。

念のため、機内に吸入薬を持ち込みましょう。透明なビニールパウチに入れる必要性など、持ち込み方法については各航空会社への確認が必要です。ロストバゲージの可能性を考慮しても、吸入薬はスーツケースに入れない機内の持ち込み手荷物にしておくのが無難です。

●ホテルでの対策

機内と同様に、温度の変化や乾燥に注意しましょう。夏場は冷房が強すぎて、外気との温度差に体がついていけず、発作を起こしてしまうことがあります。また除湿機のない室内では、バスタブに湯をはって湿度を保つ

のも一つの方法です。

ツアーの場合は、衛生面の保たれたところを使用しているため心配もありませんが、ダニやハウスダストは大敵です。喫煙のにおいが残るような部屋も、ぜんそく患者なら避けたいです。

●旅行先選びは気候への配慮も？

日本と季節が真逆の場所でも、旅行に問題はありませぬ。南極のように極端に寒い、あるいは南国リゾートのようにひたすら暑い地域でも問題はなく、心配なのは急激な温度の変化です。このため渡航を避けたい国や地域はありませんが、渡航前には現地の気温をチェックし、夏場でも朝夕に急激に冷え込むような地域であれば、衣類を用意しておくといった対策が必要です。

強いて挙げるなら、中国のPM2.5は心配です。粒子が細かいため、気管に付着して疾患を悪化させてしまっています。ただし中国全土で大量発生しているわけではありません。北京などで一部、注意が必要です。排気ガスの多いラッシュの時間帯を避け、マスクの着用、こまめなうがいと手洗いなどを行うといいでしょう。

●その他の注意事項

旅行をプランする際は、現地の気候に慣れてから本格的に行動できるように、一日目はゆったり過ごすのがいいでしょう。十分な睡眠と栄養を取って体調を整えることは、発作予防には重要です。吸入薬はゆるりとした効果が長時間続くものと、発作が起きた際に使用する二種類を用意しておきましょう。

挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動





旅行動向見通しで伝えたい、旅行、観光の本質的な動きとは

2019年のJTBの旅行動向見通しによると、日本人の旅行意欲は堅調です。18年の海外旅行は過去最高を記録し、19年もそれを上回ると予測しています。大きな経済成長が見込めない社会で、旅行動向から何を読み取るべきか考えます。

海外旅行市場の成長への期待

先日日本政府観光局が2018年の訪日外国人旅行者数および日本人の海外旅行者数の速報値を発表しました。訪日外国人旅行者数は3千119万人(前年比8.7%増)、日本人海外旅行者数が1千895万人(前年比6.0%増)といずれも過去最高でした。特に海外旅行については、日本の人口が2010年のピークから既に200万人近く減少しながらの過去最高です。地域の努力により、国内旅行の魅力が増し、また旅行を含むシニア消費のけん引者である団塊世代が海外旅行から卒業し始めているものの、若い世代がけん引し、成長している海外旅行をどうチャンスにするかは自らの知恵次第です(図1)。

海外旅行者数は2012年の当時過去最高から減少し、15年に底を打った後、回復に転じました。内閣府は12年12月から長い景気回復期間が続いていると

発表しています。15年は1ドル120円台と円安が進み、輸出業を中心に企業業績が好調。また訪日インバウンドが急増し、初めて海外旅行者数と逆転し、もはや海外旅行市場は成長が見込まれないのかと考えるほどでした。16年以降は1ドル110円台で推移し、燃油サーチャージも以前ほど高額ではなく、インバウンドも順調に伸び、LCCを中心に路線が増えました。16年の春は学生の内定率が高く、この頃から若い世代が海外旅行をけん引し始めたといえます。

景気回復といっても、昔の右肩あがりの時代と違い、成長幅は小さいですが、長く、安定して続いたことが、生活者に徐々にゆとりと安心を生みだし、使い方は堅実ながらも旅行への意欲上昇につながったと考えられます(図2)。

JTB旅行動向で旅行業界の人に本当に伝えたいこと

先日、ネットでこんな記事を読みました。鹿児島市の「西郷どん 大河ドラマ館」が2008年の「篤姫」に来場者数で負けた、という内容です。篤姫はテレビドラマの視聴率が高い最後の時代。その後社会全体が急速にデジタル化が進み、様々な商品やサービスが誕生し、個人人の価値観が多様化した結果、ドラマの影響は以前より限定的になっています。

波瀾郁代(JTB総合研究所執行役員企画調査部長) 88年入社。支店長、広報室長を経て12年JTB総合研究所へ。同社の自主研究「マーケティング・コミュニケーション戦略を担当JTB旅行動向の分析推計に08年から現在まで関わる

40年以上続くJTB旅行動向の過去の内容を読むと、昔はイベントやドラマなども一定程度影響が見込まれ、掲載に力が入っていたように感じます。しかし最近では広報効果を期待して掲載はするもの、もともと本質的な旅行のあり方の変化を理解してほしいと考えています。地域の観光系セミナーなどでは、旅行・観光に影響を及ぼす4つのキーワード、「デジタル」、「LCC」、「多様な宿泊施設」、「生活文化の魅力」を説明しています。が、今年の旅行動向ではこれらに基づき、

「AI(人工知能)やVR(仮想現実)などを利用した商品やサービス、旅行予約相談ツールの登場」、また、旅先で事業者が提供する体験だけでなく、「マッチングサイトを通じた地元の人とのフラットな関係による体験プランの広がり」をあげています。現代の旅行動向は、短期の景況感やイベントだけではなく、本質は語れません。思考停止にならないためにも、社会や生活者を俯瞰的に見るのが大切

図1 延べ海外旅行者数と日本人人口の推移

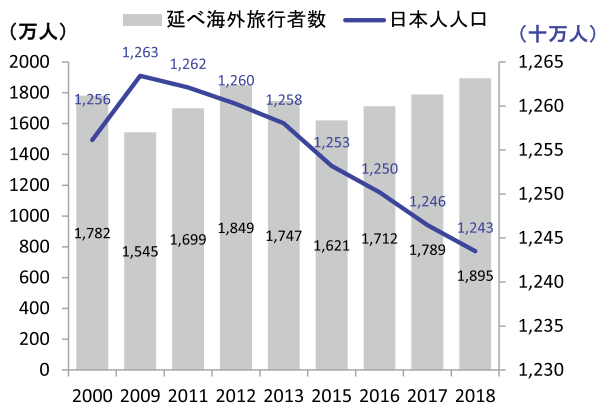
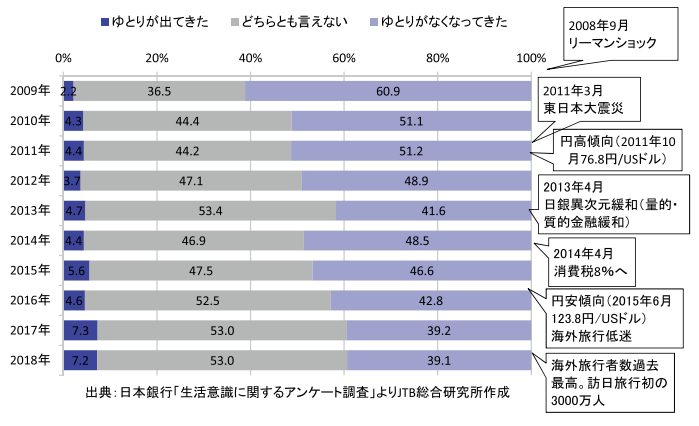


図2 暮らし向きの変化(前年と比べて) ※各年9月調査での比較



苦情事例に学ぶ⑦⑩ 監修 弁護士 三浦雅生

ホテルのストライキによるサービス低下は
明らかなのに、情報提供が遅すぎる。

海外ツアー中に空港や運送機関のストライキが発生し、担当や添乗員として行程管理に苦労した経験がある方も多いのでは。ストは通常長くても数日のものですが、昨年、10月8日に起きたハワイのホテル組合による従業員ストライキは、結果的に約50日間にも及びました。(11月29日に労使交渉成立により収束)。該当のホテルはいずれもDXクラス。ストの影響は、チェックインの大幅遅れ、客室清掃は実施されず、タオルシーツの交換はセルフサービス、朝食をとるはずのレストランは営業中止、敷地内で深夜早朝問わずシブプレヒコールの騒音で眠れないなど、豪華ホテルでの優雅な滞在を期待していたハネムーンの方からは恨み節の聲が上がリ、各社の募集型企画旅行に参加されたお客様からの苦情申出が数十件殺到しました。実際に当室にあつた申し出2件の内容はこうです。

〈ストの発生を知らせないのは意図的と思えない!〉

①10月11日日本発の参加者。現地にてストを知った。現地自社係員からは「ストを知らないできたのか。日本にはスト初日に情報知らせてある」と言われた。10月8日にストの連絡もらっていたら、20%の取消料を払って取消できたはず。

②11月4日日本発の参加者。出発の3日前に初めてストの情報をもらったが、3日前では、ホテル変更も日程変更もできなかった。ストは10月上旬から始まっているのに、申し込んだ10月中旬には「言も無く、意図的に直前まで知らせなかった」とか思えない。「重要事項の不告知」にあたるのではないかと。

解決に向けての指針

〈ストの影響によるサービスの品質低下は、解除権の対象になるのか?〉

今回の件では、①のように、旅行会社の情報伝達の遅さへの苦情が目立ちました。特に②のように、ストが始まって相当期間経過しているのに、実質的に変更・取消できない直前の連絡であつたことで、取消を防ぐための「故意」ではないかと不信感を抱いた相談が相次ぎました。

そもそもストライキの情報、逐次、申込者に知らせるべきなのでしょう。また、解除権は発生するのでしょうか。募集型企画旅行の予定どおりの実施を管理する責任は旅行会社にありますので、旅行会社がストライキは事前に収束し、旅程に影響を与えないと判断した場合には、知らせる必要はないでしょう。しかし、この判断には責任が伴います。実際にはストライキが収束せず影響を与えたということになれば、旅行会社に判断ミス(過失)がなかったかが問われることとなります。今回でいえば、ストライキ発生初期の参加者には、従来のストライキ事情からすれば、ストライキは数日中に収束するという判断は正しかったのかも知れませんが、それが1週間以上も続いた段階では、今回のストライキが従前のものとは違うことが明白になったことから、現地事情を詳細に調査し、場台によっては旅程変更の影響を勘案して、参加者に情報を提供して契約解除の機会を与えるべきであったのかも知れません。

消費者からも、「標準旅行業約款第16条(旅行者の解除)(3)運送・宿泊機関等の旅行サービスの提供の中止」に該当するのではとの問合せがありました。今回、サービス低下は事実だとしても、宿泊機関のサービス提供中止にまでは至っていません。また、「別表第2:変更補償金8:契約書面に記載した宿泊機関の客室の種類・設備・景観その他の客室の条件の変更」にあたるのでは、という議論もあり

ました。法律専門家(弁護士)の見解が分かれましたが、当該事由に該当するのは容易に判断できる客観的な条件の変更の場合のみで、サービスの品質が落ちるなど、旅行会社の「実質的判断」を要する場合は含まれないという見解に落ち着きました。よって、お客様に解除権を認めるかどうかはストライキの旅程への影響の度合いとお客様に情報提供すべきであったと思われる時期を総合的に考慮しての各社の営業判断になります。

実際、企画実施した旅行会社の対応も分かれ、営業判断により解除権を与える会社や連絡遅れの過失を認めて一部返金した会社もありました。ある程度の営業判断を考えるにしても、情報収集が手探りで十分な情報を届けられないままに現地にお客様が到着された初期段階、苦情の聲が複数届き、スト影響の全容が見えてきた段階、時間も経過し今後の申込者に情報周知を徹底出来るようになった段階など、同一の会社においても段階の推移に応じて情報提供時期や出発日ごとに分けて、お客様への対応方針を変えていくことも理にかなっていると思います。

②の申出は、消費者契約法第4条1項1号の「重要事項の不実告知」又は同条2項の「不利益事実の不告知」を指摘されたと思われまます。これは、事業者が重要事項につき正直に説明をしなかった、又は事業者が不利益な事実を知っていたにも関わらず、その事実を消費者に対して故意に説明しなかった場合に、消費者がそうした重要事項を知っていたならば、契約は結ばなかったといえるときは、消費者はその契約を取消せるといえるのです。このようになことを疑われること自体、良心的な営業をしていないと見られても仕方ありません。

営業優先でなく、トラブル防止の観点から、対応を考えることが必要です。(鈴木)

第70回 民泊に関する指針

法務・コンプライアンス室

(監修 弁護士 三浦雅生)

JATA・ANTAでは「旅行業(旅行サービス手配業)における民泊取り扱いに関する指針」(<https://www.jata-net.or.jp/member/compliance/>)を公表し、会員の皆様がいわゆる民泊を取り扱う際の留意点をまとめています。

旅行業者等による民泊の手配は旅行業務

住宅宿泊事業法では、「旅行業者以外の者」が、報酬を得て、宿泊者と住宅宿泊事業者との間の宿泊契約の代理・媒介・取次ぎなどの「手配」をする事業を「住宅宿泊仲介業」と定義付けしています(同法第2条第9項)。「旅行業者そのもの」であれば当然に「旅行業務として」この手配を行うことができ、旅行者との旅行契約は旅行業務に基づき取引と整理されました。実際に住宅宿泊仲介業者の登録を希望するのは宅建業者などが多いようです。

また、旅行業者Aは、住宅宿泊仲介業者Bのほか、旅行業者C(又は旅行サービス手配業者D)にその手配の代行を委託することができます。手配の代行を行うC/D社は、同業のE/F社に更に手配を再委託することも可能ですが、一方で旅行業法第33条ではその再委託先は「他の旅行サービス手配業者又は旅行業者に委託しなければならぬ」と規定していますので、C/D社はB社のような住宅宿泊仲介業者にその手配を再委託するこ

とは出来ません。

旅行業者等が行うべきことは4つ

さて、旅行業者又はその代理業者(以下「旅行業者等」)が民泊を取り扱う際の注意点が4つあります。

1つ目は、旅行業者等が住宅宿泊事業者(オーナーさん)と取引を行う際には、届出番号を確認することです。これは、違法民泊ではないことを確認する主旨で、届出番号は民泊の「M」と番号9ケタで構成されます(例「M140000001」)。なお、この確認を怠る行為は禁止行為に該当します(旅行業法施行規則第37条の9第3号)。

2つ目は、「民泊仲介サイト」を運営する場合、そのサイトに届出番号を表示するなど物件の適法性に関する情報を表示しなければなりません(通達「観産第607号平成29年12月26日」)。

3つ目は、旅行業務取扱料金の揭示です。旅行業者等は、事業の開始前に、住宅宿泊事業者から收受する旅行業務取扱料金(企画旅行に係るものを除く)を定めて旅行者・住宅宿泊事業者に見やすいように揭示する義務を負っています(旅行業法第12条、住宅宿泊事業法第67条)。旅行業者は、旅館から收受するコミッションの額をお客様に開示することは通常ありませんが、住宅宿泊事業者はいわば「半分素人」の宿泊事業者であることから、届出住宅に限りこの金額も明確に示すべしとしたものです。そこで、本来は旅行者に示すための「旅行業務取扱料金表」に、雛形として、金額欄を入れてしまえば揭示し忘れることもなからうと考えて、指針では「参考表示例」として記載しました(勿論、別紙やペー

ジで作成しても差し支えありません)。

最後に、住宅宿泊事業者が旅行者を宿泊させた日数が180日(泊)を超過していないかの裏付けを観光庁が確認するため、所定の様式で毎年2回、「届出住宅仲介実績報告書」を観光庁に提出しなければなりません(同通達)。先の例では、旅行業者Aがその手配を住宅宿泊仲介業者Bや旅行業者Cに委託した場合にはB/C社が報告を行います。旅行サービス手配業者Dに委託した場合には、手配を委託したA社が報告することとされました(指針6ページ4.※)。

手配旅行契約における契約書面の記載事項

さて、手配旅行契約にあたって取引条件説明書面及び契約書面には、通常説明する事項に加えて、①住宅宿泊事業者の名称、②届出番号、③住所、④届出住宅までの道順を示した経路、届出住宅の位置を把握できる情報、⑤その他安全・衛生情報があればその旨を、更に契約書面には、⑥苦情対応等のための旅行者との連絡先、⑦コンビなどで宿泊手続を行う際の情報を記載してください。

企画旅行の旅行広告・取引条件説明書面

一方、旅行パンフレットなどの募集広告や取引条件説明書面の段階では、種類は「届出住宅」などの表示に留めて名称の表示は不要ですが、敢えて名称を表示する場合には①から⑤までの記載が必要です。旅館などと異なり、住宅に辿り着けないミステリーツアー」とならない配慮が必要となるからです。

まだ指針なんて見ていないという皆様、是非二読ください。(堀江)

12月の出入国者数(速報値) 年間出国数は史上最多の1895万4000人に

日本政府観光局(JNTO)が1月16日に発表した速報値によると、昨年12月における出国日本人数は前年同月比10.9%増の162万9300人を記録しました。

2018年の通年では、前年比6.0%増の1895万4000人と1900万人に迫る水準に達し、これまでの最多だった2012年の1849万657人を上回り、史上最高の数値となっています。

昨年は、2月こそ前年同月比6.9%減とマイナスを示したものの、それ以外はすべて前年同月比でプラスを維持し、特に、10月には同12.8%増と2ケタ台の伸びを記録するなど、年間を通じて出国日本人数は堅調に推移しました。

今年も年間の伸び率が昨年並みの6.0%増前後を維持すると、出国日本人数は2009万人程度に達して、旅行業界にとっては宿願とも言える「2000万人の大台突破」を実現することになり、期待が膨らんでいます。

訪日外客数は3000万人の大台突破

一方、昨年12月における訪日外客数は前年同月比4.4%増の263万1800人を記録して、2018年の通年では前年比8.7%増の3119万1900人となり、こちらも過去最高の水準に達しました。

JNTOでは、2018年の訪日外客動向について、東アジア市場を中心に自然災害による旅行控えが見られたものの、年末までに東

アジア市場すべてで前年同月を上回るまでに回復したことを指摘。さらに、東南アジア市場では、各市場における訪日旅行プロモーションが訪日需要を創出し、欧米豪市場については、好調なクルーズ船需要やグローバルキャンペーンの実施により、年間を通じて好調な伸びを示した、と説明しています。

日本政府観光局(JNTO) 平成31年1月16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	2,640,610	1.8	1,459,083	1,646,230	12.8
11 Nov.	2,378,079	*2,450,800	*3.1	1,546,985	*1,673,473	8.2
12 Dec.	2,521,262	*2,631,800	*4.4	1,469,039	*1,629,300	*10.9
1~12 Jan.-Dec.	28,691,073	*31,191,900	*8.7	17,889,292	*18,954,000	*6.0

◆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)1~12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客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。

●JATA業務予定表2月10日(日)~3月31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)

2月12日	JATA役員会(岡山)	本部
2月12日	業務改善委員会	北海道支部
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15日	教育旅行委員会	北海道支部
2月18日	総務委員会	北海道支部
2月18日	訪日旅行委員会	北海道支部
2月19日	研修委員会	中部支部
2月21日	幹事会	中部支部
2月22日	全国事務局長会議	北海道支部
2月25日	幹事会	沖縄支部
2月26日	国内旅行委員会	北海道支部
2月26日~3月2日	幹事会視察旅行	関西支部
2月28日	八相会	中部支部
3月1日	海外旅行委員会	関東支部
3月5日	総務委員会	東北支部
3月5日	総務委員会	関東支部
3月5日	幹事会	北海道支部
3月7日	LADY JATA委員会	関東支部
3月8日	インバウンド委員会	関東支部
3月12日	国内旅行委員会	関東支部
3月12日	総務委員会	関西支部
3月13日	国内旅行委員会	関西支部
3月14日~15日	幹事会	関西支部
3月15日	幹事会	関東支部
3月15日	幹事会	東北支部
3月19日	インバウンド・ツーリズム委員会	関西支部
3月20日	幹事会	沖縄支部
3月20日	訪日旅行推進委員会	本部
3月25日	TEJ実行委員会	本部
3月26日	国内旅行推進委員会	本部
3月29日	海外ツアー適正取引推進委員会	本部
3月29日	法制委員会	本部

●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、「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」等の詳細は、JATAホームページより「JATAが主催・共催するセミナー」研修2月および3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。

2月12日	苦情対応セミナー(甲府)	本部
2月12日~28日	旅行業務取扱管理者定期研修(※HP参照)	本部
2月13日	「プランナーのためのセミナー」バルト三国	本部
2月14日	旅行業務に関する説明会(東京)	本部
2月18日~28日	JATAインターシップ	本部
2月19日	旅行業務に関する説明会(福岡)	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~22日	「入社7年目~10年目の中堅社員のための研修」	本部
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25日~26日	「添乗業務レベルアップ研修」(東京)	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27日	「プランナーのためのセミナー」ヨーロッパ鉄道セミナー 3回(3/6,3/14)	本部
3月4日	クルーズ販売セミナー(名古屋)	本部
3月5日	「プランナーのためのセミナー」オランダ・ベルギー	本部
3月5日	広報危機管理セミナー	本部
3月12日~15日	総合・国内旅程管理研修(※HP参照)	本部
3月12日~13日	「添乗業務レベルアップ研修」(大阪)	本部
3月19日	苦情対応セミナー(長野)	本部
3月21日	クルーズ販売セミナー(神戸)	本部

ツアーズ EXPO ジャパン 2019 大阪・関西

3月1日(金)まで早期割引出展の申し込みを受け付け

会期: 2019年10月24日(木)~10月27日(日)

会場: インテックス大阪

併催: インバウンド・観光ビジネス総合展

合同開催: VISIT JAPANトラベル&MICEマート(VJTM)2019

主催団体: 日本観光振興協会(JTTA)、日本旅行業協会(JATA)、日本政府観光局(JNTO)

問い合わせ先: ツアーズ EXPO ジャパン 推進室

Email: event@t-expo.jp

TEL: 03-5510-2004

ホームページ: t-expo.jp



鑿一丁から生まれた 木彫刻美術館・井波(富山県)

素材研究 (国内)

250年の歴史を伝える木彫刻技術 日本の伝統を背負う井波彫刻師の職人技

富山県の南西部に位置する南砺市井波は京都東本願寺の別院・瑞泉寺を中心とした木彫刻の町。寺を飾る木彫刻はいつしか人々の生活に溶け込み、井波の町そのものが「木彫刻美術館」と呼ばれるようになり、2018年に日本遺産に認定されました。



瑞泉寺山門の「雲水一疋龍」



人気の木彫刻体験



職人の技が受け継がれています



八日町通りと瑞泉寺。参道沿いには様々な木彫刻が見られます

瑞泉寺の再建が職人を生む その技術は全国にも

井波の八日町通りは江戸時代の面影を残す瑞泉寺の表参道。通りの建物の軒先や看板には木彫刻の龍や七福神、鳳凰などが見られます。なかには年月を感じさせる風合いもある白木の木彫刻は、木の温もりが心を和ませる一方、龍の鱗や鳥の羽、表情など、時には300種の鑿を使っ てつくり上げるといふ、精緻な彫りに驚かされます。

井波の木彫刻誕生は、1762年の大火で焼失した瑞泉寺の再建がきっかけでした。このとき京都の本願寺から派遣された彫刻師の技が、井波の職人に引き継がれていったのです。彼等の技術は神社のほか家屋の欄間や軒の飾り、商家の看板など、次第に人々の生活へと溶け込み、綿々と受け継がれていきました。例えば井波では男の子が生まれると天神様の木彫刻をつくって飾る習慣があり、今でも何体もの天神様が並ぶ家があるそうです。

現在井波には100軒以上の木彫刻工房があり、全国から集まった職人約200人が技を磨いています。注目すべきはこの技術、実は井波ばかりではなく、例えば現在再建中の名古屋城の本丸御殿の欄間や、関西地方のだんじり祭りの山車、法隆寺の釈迦三尊像の台座複製など、日本の様々な場所で用いられていることです。「井

波の木彫刻技術は日本の伝統文化保存・修復も支えている」という井波日本遺産推進協議会会長の三谷直樹氏の言葉にも頷けます。

旅行形態の変化で個人客にアピール

井波の観光は、かつては瑞泉寺を中心とした団体旅行が主流でしたが、近年の旅行形態の個人化に伴い町の観光素材を見直し、日本遺産認定を機に「木彫刻の町」として新たな一歩を踏み出しました。

瑞泉寺の木彫刻技術を中心に、神社の火災の原因となる「井波風」といわれる強風を防ぐための壁、寺の位置を参道からずらして立てた町づくりなどを一つの物語としてアピールするほか、木彫刻体験プログラムも造成。「ベッド&クラフト」として宿泊と木彫刻体験をセットで提供する工房も出てきた」と三谷氏は話します。また首都圏のアンテナショップや物産展でPRを展開したところ、彫刻の見事さもあり雑誌やテレビの取材も増えたとか。

今後は「日本国内の認知度を高めたいうえで、訪日旅行客向けに情報の多言語化やガイドの整備などを図っていきたい」と三谷氏は語ります。



石畳もみことな八日町通り



町の中心である瑞泉寺

東京で初の本格的な春節燈会（東京燈会） 駒沢公園に巨大ランタンや各地の文化が集結

相互理解こそが友好の始まり

中華春節燈籠祭・東京燈会実行委員会は2月16日と17日の両日、東京・駒沢公園の駒沢オリンピック公園総合運動場中央広場で、駐日中国大使館、中国海外交流協会、中国駐東京観光代表処、外務省、世田谷区、世田谷区教育委員

会、東京商工会議所などの後援・協力により、「中華春節燈籠祭・東京燈会」を開催します。

中国では、日本の旧正月である春節から数えて15日目の元宵節に燈籠を灯す習慣があり、年間で最も盛大な燈会（ラントンフェスティバル）も、この時期に絡めて行われています

が、その燈会を中国国内でも最大の規模で実施しているのが四川省の自貢市と言われています。今回の「東京燈会」では、その自貢市の燈籠メーカーである海天文化が制作した燈籠が、今年の元宵節

前の週末となる2月16日と17日に東京の駒沢公園にやってきました。家族で祝う春節でも、元宵節は親族だけでなく、大切な人や友人などより広い範囲の仲間と一緒に二年の吉祥を願うものです。

駒沢公園で開催される「中華春節燈籠祭・東京燈会」は、中華春節の時期に会場全体をランタンで飾り付けるとともに、56の民族から構成される広大な中国を7つのコーナーに分けて、実際に中国を訪れたような感覚で中国文化を体験できるブースも展開されます。

中国駐東京観光代表処の王偉首席代表は、「日本では中国も自国と同じように単一民族の国と誤解している人も少なくないが、中国は多くの民族からなる国であり、それぞれの地域には多種多様な特徴や伝統文化が存在する。春節の機会に燈会の本場とも言える四川省の自貢市からホンモノの燈籠を持ち込まれ、現地と同じ雰囲気が出される中で、多くの皆さん

に様々な中国文化に触れて、本当の中国を理解していただける場になると思う」と説明。「相互理解こそが友好の始まりであり、多くの人々に今の中国を体感してほしい」と呼びかけています。

八大料理を通じて地域を知る

東京で初めて開催される本格的な春節燈会となる「中華春節燈籠祭・東京燈会」では、中国を「東北」「華北」「華東」「華中」「華南」「西北」「西南」という7つのエリアに分けて各エリア毎にゾーンを設定し、観光情報の発信をはじめ、伝統工芸製作の実演や食材・漢方薬・伝統菓子・ファッション・雑貨などを紹介するほか、エリア別のミニステージでは各エリアの風景写真を背景に様々な地域アトラク



駒沢オリンピック公園総合運動場中央広場に本場の「中華春節燈籠祭」が出現します（イメージ）



「東京燈会」の開催を告知するリーフレット



前夜祭では「四海同春歌舞団」による華麗なパフォーマンスも（イメージ）

シヨンも上演される予定です。

さらに、56もの民族から構成される「中華人民共和国」を料理によって体感してもらおうと、食文化のゾーンでは、安徽・湖南・四川・広東・山東・江蘇・浙江・福建の中国8大料理について、特徴的な屋台を設置。中国料理人の有志によって実現した食文化ゾーンの屋台では、各地域の特徴を学んだ世田谷区の小中学生と華僑華人の子どもたちが、売り子として一緒に料理を販売する時間も設定されています。

王首席代表は、「中国の料理は地域によつて様々だが、今回のイベントでは、中国の様々な地域の味付けや特徴のある料理を楽しみながら、それぞれの料理を育んだ各地域における独自の風土や歴史、文化などにも思いを馳せていただければ」と期待を示しています。



本場・四川省自贡市での「自贡燈会」の様子

日中児童交流事業イベントも

「ば」と期待を示しています。

日本と中国の間で合意された観光交流の拡大を目指す覚書では、地方間交流と青少年交流、文化・スポーツ交流を「三つの架け橋」として取り組みを強化することが確認されており、王首席代表は、「『中華春節燈籠祭・東京燈会』こそ、この『三つの架け橋』を具現化するもの」と語り、その意義を強調。特に、今回のイベントでは、「日中児童交流事業」お友達プロジェクト」として、世田谷区教育委員会と日本中華教育協会によって選ばれた学校同士によるコラボレーション企画や一般参加の子ども向けイベントも計画されており、特に、青少年交流を象徴する試みとして注目されています。

交流イベントとしては、日中の中学生



「西武園ゆうえんち」で開催されているイベント「ホワイトランタジア」にも、四川省の燈籠メーカーが制作したランタンオブジェが登場



によるチームが出展企業ブースで職業体験をする「春節祭職業体験」や日中の小学生が両国の伝統工芸づくりや伝統的な遊びを体験する「日中伝統文化体験」のほか、中国の伝統的なランタンに子供達が自由に絵を描き、完成したランタンを会場に「ランタンウォール」として飾ります。また、会場内に設定される7つのゾーンを回ってポイントを集める「スタンブラリー」なども予定されています。

世田谷区立の桜町小学校・九品仏小学校・瀬田小学校・烏山中学校・芦花中学校・上祖師谷中学校と横浜山中華学校・東京同源中文学校・東京華楽坊芸術学校・東京陸新中文学校が参加する「日中児童交流事業」は、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックに向けて東京都が推薦する「お友達プロジェクト」の一環となるイベントとしても位置付けられています。

中国を発信する画期的な試み

駒沢オリンピック公園総合運動場で「東京燈会」が開催される前日の2月15日には、東京有楽町のみよりホールで前夜祭も開催されます。前夜祭では、中国海外交流協会によ



日本に住む華僑華人の子ども達も「東京燈会」で飾られるランタンの絵付けに参加しています

て招聘される「四海同春歌舞団」が登場し、東京で初めて華僑華人によって開催される大規模な文化イベントに花を添える予定です。

同歌舞団は、中国でも人気の高い国民的な歌手やダンサーなどを中心に構成されており、伝統舞踊や地方劇、中国民謡などの演目が披露されることになっています。伝統芸術を受け継いで後世に伝えていくことをミッションの一つとしている歌舞団は、世界各国でも積極的に公演を行い、数々の受賞歴もあることから、そのレベルの高いパフォーマンスに期待が高まっています。

王首席代表は、「青少年交流の一環となる独自の交流事業など、未来の良好な日中関係を見据えた様々なイベントが実施される『東京燈会』は、春節という機会に東京で大々的に中国の文化を発信する画期的な試みであり、日本の旅行業界の皆さんにも、是非、足を運んでいただきたい」と呼びかけています。

中国駐東京観光代表処

掲載開始!!

旅行・観光業界に興味がある学生・経験者の採用に役立つ!



旅行・観光業界 就職.com

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

申込受付中

旅行・観光業界 就職.comとは?

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

ここがポイント!

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

ご利用料金

■ 基本プラン ¥10,000(税別)

▼ 機能

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

▼ 掲載期間

2019年1月1日～2019年12月31日 (最長12ヶ月間)

■ オプション [ネットDM] ¥10,000(税別)

旅行・観光業界 就職.com登録者全員に、ネットDMを1回配信 (要予約)

■ オプション [バナー広告] ¥30,000(税別)

旅行・観光業界 就職.comトップページに、貴社バナー広告を掲載 [1ヶ月間]

企業情報ページ

企業情報ページには、写真を自由に織り交ぜて企業のPRを掲載できます。



お問合せ

旅行・観光業界 就職.com 事務局 メディア総研株式会社

東京都千代田区有楽町2-10-1 E-mail:jata-navi@mda.ne.jp TEL:03-6206-3030 月曜日～金曜日(祝日除く) 9:30～18:00