

旅行業の質の維持・向上

令和5年3月

国土交通省

(評価書の要旨)

テーマ名	旅行業の質の維持・向上	担当課 (担当課長 名)	観光庁参事官(旅行 振興) (高橋泰史)
評価の目的、 必要性	<p>今後の旅行業における質を向上させるための政策に反映させるべく、まずはこれまでの観光庁による旅行業の「質」に関する政策の精査を行う。</p> <p>旅行業の「質」にはいろいろあるが、例えば「安全」「安心」「適正価格」「商品の多様性・提案力」「旅行者と旅行商品のマッチング」などが挙げられる。</p> <p>その中で旅行の安全安心、取引の公正確保や地域の魅力を活かした旅行商品の企画・販売の活性化については法改正を行っているため、それらをケーススタディとして取り上げ、評価・分析を行う。</p> <p>さらに、コロナ禍を経て旅行業を取り巻く環境や、旅行者が旅行業に求めるものも変化していることから、それに対応する政策についても具体例を挙げ、今後の政策につなげていく。</p>		
評価対象	<p>旅行業の質を維持・向上させるための政策として行った、以下の旅行業法の改正の成果について</p> <ul style="list-style-type: none">・ ランドオペレーター(旅行サービス手配業者)に対する規制・ 地域限定旅行業に対する規制緩和		
政策の目的	<p>旅行者に提供される旅行商品について、安全・安心かつ適正価格であり、また旅行商品に多様性があり、旅行者のニーズにマッチしたものである必要があることから、これらが担保されるよう政策を実施している。</p>		
評価の視点	<p>旅行業の「質」向上のための政策について、旅行の安全・取引の公正確保や地域の魅力を活かした旅行商品の企画・販売に寄与しているかを分析する。</p>		
評価手法	<p>①観光庁によるこれまでの旅行業の「質」についての政策の整理 ②旅行サービス手配業者及び地域限定旅行業者を対象とするアンケート調査 上記①・②によって対象政策による効果の分析を行う。</p>		

評価結果	<p>対象の政策における、評価材料が不足している部分については調査を実施しその結果も踏まえて検討する。</p> <p>平成 29 年 3 月の法改正以後、新型コロナウイルスの影響により旅行需要が減少し、資格が十分に活かされていない状況となっているため、今後需要が回復した際には実施状況等の把握に努め、必要な対策を検討する必要がある。</p>
政策への反映の方向	本政策レビューの評価結果を、今後の旅行業政策の立案に反映させる。
第三者の知見の活用	国土交通省政策評価会のほか関係機関等への意見聴取、「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」でのご意見を活用する。
実施時期	令和 4 年度
改善方策の実施状況の把握予定	令和 8 年度

目 次

序章

第1章 評価の概要

1. 評価の目的、必要性
2. 対象政策
3. 評価の視点
4. 評価手法
5. 第三者の知見の活用

第2章 旅行業とは

1. 旅行業の定義
2. 旅行業法の成立及び主な改正の経緯
3. 旅行業法の特徴
4. 旅行業の分類
 - (1) これまでの旅行業の分類
 - 1) 第1種旅行業
 - 2) 第2種旅行業
 - 3) 第3種旅行業
 - (2) 新たな旅行業の分類
 - 1) 地域限定旅行業
 - 2) ランドオペレーター
5. 国（観光庁）と旅行業者の関係
 - (1) 消費者保護
 - (2) 産業振興

第3章 旅行業の質とは

1. 旅行業の質とは何か
 - (1) 安全 <守りの要素>
 - 1) 質の定義
 - 2) 状況
 - 3) 施策
 - i) 『旅行安全マネジメントのすすめ』
 - ii) 立入検査
 - iii) 登録制度
 - (2) 安心 <守りの要素>
 - 1) 質の定義
 - 2) 状況
 - 3) 該当する施策
 - i) ツアーセーフティネット
 - (3) 適正価格 <守りの要素>

- 1) 質の定義
 - 2) 状況
 - 3) 該当する施策
 - i) 旅行業者に対する通達の発出
 - ii) 個別認可約款の審査
 - (4) 商品の多様性・提案力 <攻めの要素>
 - 1) 質の定義
 - 2) 状況
 - 3) 該当する施策
 - i) 体験型コンテンツ等造成事業
 - ii) 通訳案内士法の改正
 - (5) 旅行者と旅行商品のマッチング <攻めの要素>
 - 1) 質の定義
 - 2) 状況
 - 3) 該当する施策
 - i) ツーリズム EXPO ジャパンの開催
2. 旅行業に求められる質の変化
- (1) 安全・適正取引の危機
 - (2) 旅行需要の偏在

第4章 ケーススタディ

1. ランドオペレーター <守りの政策>
 - (1) 課題
 - 1) 軽井沢スキーバス事故について
 - 2) 旅行の安全・取引の公正確保等について
 - (2) 旅行業法改正の概要
 - 1) 旅行業法改正の概要
 - 2) 旅行サービス手配業について
 - 3) 旅行サービス手配業創設について
 - (3) 旅行業法改正による評価
 - 1) 旅行業法改正後の死亡事故発生状況
 - 2) 旅行サービス手配業者への行政処分について
 - 3) 旅行サービス手配業者の登録件数について
 - 4) 旅行サービス手配業者へのアンケート実施について
 - 5) 貸切バスの実働日車当たり営業収入について
 - 6) 旅行サービス手配業者への経営実態に関する追加アンケートの実施について
 - (4) 検討状況
2. 地域限定旅行業 <攻めの政策>
 - (1) 課題

- 1) 訪日外国人の訪問先
- 2) 旅行者、現場からのニーズ
- (2) 旅行業法改正の概要
 - 1) 地域限定旅行業について
- (3) 旅行業法改正による評価
 - 1) 地域限定旅行業者数及び地域限定旅行業務取扱管理者数の推移
 - 2) 都道府県別地域限定旅行業務取扱管理者の登録件数の推移
 - 3) 地域限定旅行業者へのアンケート実施について
 - 4) 地域限定旅行業者への経営実態に関する追加アンケートの実施について
- (4) 検討状況

第5章 今後の旅行業の課題

1. コロナ前における旅行業界の実態
2. コロナ禍における旅行業界の実態
3. コロナ禍を経て旅行業に求める期待の変化
 - (1) 地域密着型で、OTA や旅行者自身による手配では対応困難な着地型旅行商品の普及促進
 - (2) 持続可能な観光について事業者の認証制度(※)への取り組みを促進させ、旅行地に関する情報が多く、旅行先を選びきれないという旅行者へのマッチングの一助とする
 - (3) 高齢者及び身体障がい者が気兼ねなく旅行を楽しむためのユニバーサルツーリズムの普及・促進
 - (4) 時代に応じたDX化の促進や各社の競争優位性についての意識向上に向けた施策の実施
 - (5) 消費者が信頼できる旅行業界の環境整備
4. 新領域の旅行商品の事業例
 - (1) 新たなビジネス手法の導入による宿泊業を核とした観光産業の付加価値向上支援
 - (2) サステナブルな観光コンテンツ強化
 - (3) 第2のふるさとプロジェクト
 - (4) 観光産業における人材確保・育成事業
 - (5) 観光施設における心のバリアフリー認定制度(宿泊・飲食・観光案内所)

第6章 政策への反映の方向、第三者の知見の活用

1. 政策への反映方向
2. 「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」

補足
付表
用語集

観光は我が国の成長戦略の柱であり、地方創生の切り札である。世界に類を見ない人口減少・少子高齢化に直面する我が国において、観光によって生み出される国内外からの交流人口の増大とそれに伴う旅行消費は地域の活性化と経済に大きな効果をもたらしており、今後もその効果が期待される場所である。また、こうした旅行消費は直接的な消費額だけにとどまるものではなく、地域の様々な産業に対して、年間（2019年（令和元年））で55.8兆円もの生産波及効果を生み出すとともに、456万人もの雇用誘発効果も創出している。

さらに、観光は、諸外国との双方向の交流により国際相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を強化し、国際社会における日本の地位を向上させるという役割も果たしている。また、地域が育んできた固有の伝統・文化・歴史・自然等を観光資源として活用し、外国の人々にこれらに触れてもらうことを通じて、日本国民がその価値を再認識し、自らの文化や地域に対する誇りを育てていくという効果がある。

このほか、観光には、日常生活圏とは異なる自然や文化、食などに触れる喜びや癒しにより心身の健康を増進させるとともに、体験や生きがいを供与することを通じて、旅行者の人生をより豊かなものとするという効果もある。

このようなことから、観光が果たす役割を最大限に発揮させるためのひとつとして、旅行業の質を維持・向上させることが重要である。そのため、「旅行業の質の維持・向上」というテーマについて評価・とりまとめを行っていくこととする。

我が国にとっての観光の意義

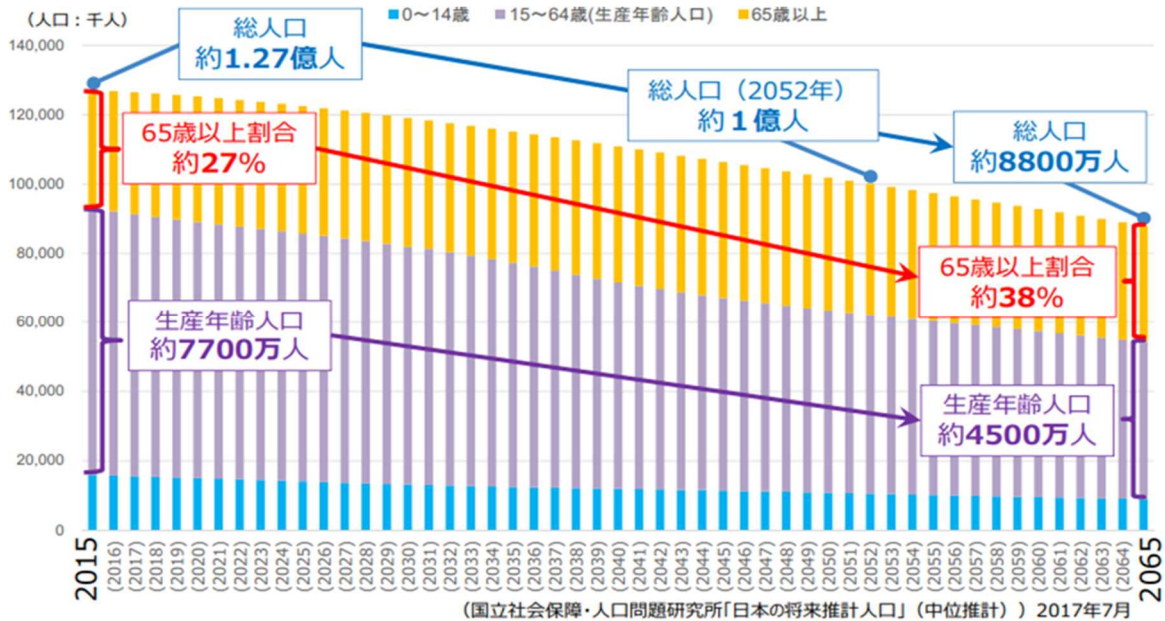
<p>成長戦略の柱</p> <p>急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の国際観光需要を取り込むことによって、日本の力強い経済を取り戻す。</p>  <p><訪日客で賑わう百貨店（銀座・三越）> <訪日客で賑わう大型商業施設（鳥取県・境港市）></p>	<p>地方創生の鍵</p> <p>人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口の拡大や旅行消費によって地域の活力を維持し、社会を発展させる。</p>  <p><中国・韓国の旅行者でにぎわう地方空港（富士山静岡空港）></p>
<p>国際社会での日本の地位向上</p> <p>諸外国との双方向の交流を通して、国際相互理解を深め、我が国に対する信頼と共感を強化する。国際社会での日本の地位を確固たるものとするために、極めて重要。</p>  <p><茶道体験をする外国人旅行者></p>	<p>自らの文化・地域への誇り</p> <p>観光で国を開き、外国の人々に日本文化や日本人の本質に触れて貰うことを通じて、日本人自らも、その価値を再認識し、自らの文化や地域を誇りに思う。</p>  <p><仙台七夕祭り></p>

人口減少・少子高齢化の推移・予測

- ・ 今後、人口減少が進み、2052年には1億人程度となり、2065年には約30%減少す

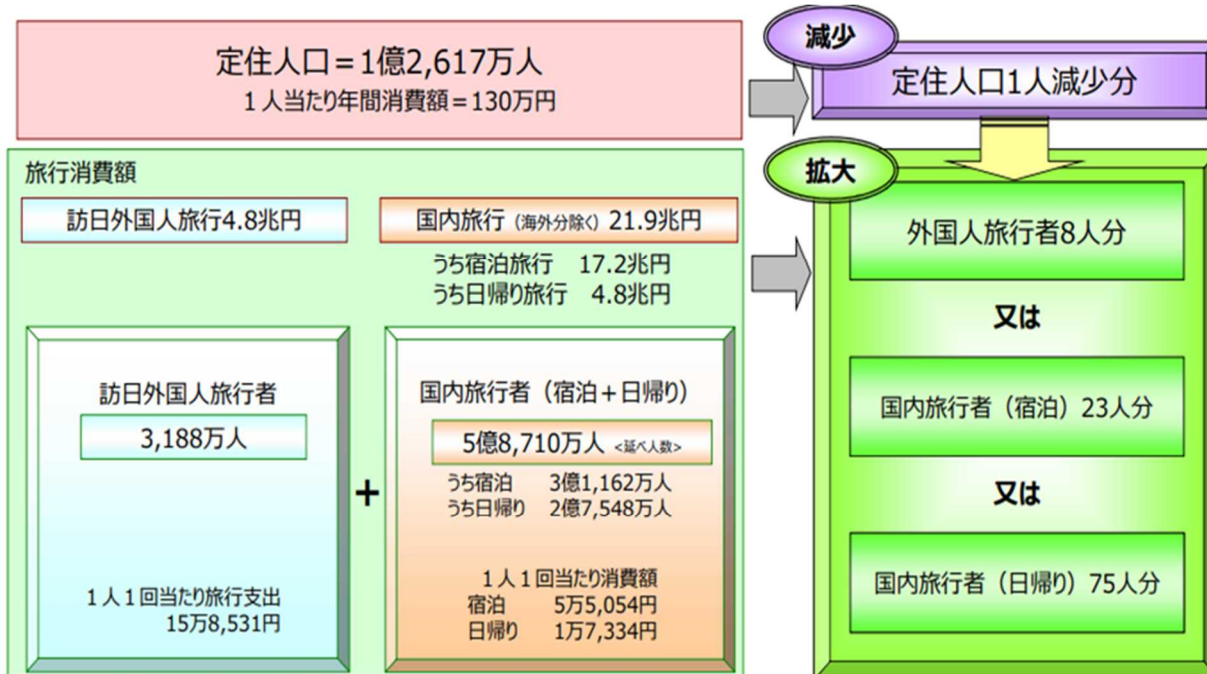
る見通し。

- ・ 少子高齢化が急速に進行しており、2065年には総人口の約38%が65歳以上になる見通し。
- ・ それにより、生産年齢人口は2065年には約40%減少する見通し



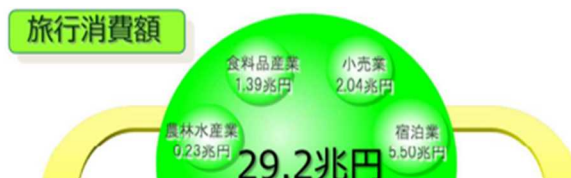
観光交流人口増大の経済効果(2019年)

- ・ 定住人口1人当たりの年間消費額(130万)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)75人分に当たる。



定住人口は2019年10月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査(総務省)による。旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2019年)より算出。国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。訪日外国人旅行者は日本政府観光局(2019年)発表数値。国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2019年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものの。(※観光庁資料)

旅行・観光消費の生産波及効果(2019年)



第1章 評価の概要

1. 評価の目的、必要性

「はじめに」で触れた観光の意義・役割を最大限に発揮させるには、旅行商品を造成・販売する立場である旅行業における質を維持・向上させることが必要不可欠となる。

そのため、本評価を旅行業における質を維持・向上させるための政策に反映させるべく、まずはこれまでの観光庁による旅行業の「質」に関する政策を精査する。

その中でとりわけ「質」に関して旅行の安全・安心、取引の公正確保や地域の魅力を活かした旅行商品の企画・販売の活性化については法改正を行っているため、それらをケーススタディとして取り上げ、評価・分析を行う。

さらに、コロナ禍を経て旅行業を取り巻く環境や、旅行者が旅行業に求めるものも変化していることから、それに対応する政策についても具体例を挙げ、今後の政策につなげていく。

2. 対象政策

これまでの観光庁による旅行業の「質」に関する政策の精査を行い、その中でとりわけ「質」に関して旅行の安全・安心、取引の公正確保や地域の魅力を活かした旅行商品の企画・販売の活性化について近年旅行業法の改正を行っている。具体的には、

①ランドオペレーターに対する規制による消費者保護

②及び地域限定旅行業に対する規制緩和による旅行振興

をケーススタディとして取り上げ、安全・安心等「質」の維持・向上にかかる評価・分析を行う。

3. 評価の視点

旅行業の「質」向上のための政策について、旅行の安全・取引の公正確保や地域の魅力を活かした旅行商品の企画・販売に寄与しているかを分析する。

4. 評価手法

①観光庁によるこれまでの旅行業の「質」についての政策の整理、②旅行サービス手配業者及び地域限定旅行業者を対象とするアンケート調査によって、対象政策による効果の分析を行う。

5. 第三者の知見の活用

国土交通省政策評価会のほか関係機関等への意見聴取、「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」でのご意見を活用する。

第2章 旅行業とは

1. 旅行業の定義

旅行業は、旅行業法第2条第1項により、報酬を得て、以下の一定の行為（旅行業務）を行う事業と定義している。

- ①基本的旅行業務（例：航空券の販売、旅館の斡旋、貸切バスを利用したツアーの販売など
- ②基本的旅行業務に付随して行われる付随的旅行業務（例：レストラン利用、観光施設入場等のサービス手配など）
- ③相談業務（例：旅行行程作成の相談など）

すなわち、旅行業とは、「旅行業者（旅行会社）が行う、旅行商品の販売に係る一連の行為による事業」を意味する。

旅行業の定義

- ・旅行業とは、①報酬を得て、②一定の行為(旅行業務)を行う③事業をいう。
(法第2条第1項)

①報酬

- (1) 企画旅行において値付けをすることによって得られる収益
- (2) 受注型企画旅行契約において旅行者から收受する「企画料」
- (3) 手配旅行において旅行者から收受する「旅行業務取扱料金」
- (4) 運送・宿泊機関等から收受する「販売手数料」
- (5) 他社のパッケージツアーを販売した場合の当該他社から收受する「販売手数料」
- (6) 渡航手続き代行契約において旅行者から收受する「渡航手続き代行料金」
- (7) 旅行相談契約において旅行者から收受する「相談料金」

②旅行業務

基本的旅行業務

- (1) 自己の計算における、運送・宿泊に関するサービス(運送等サービス)提供契約の締結行為
- (2) 運送等サービスに関する代理・媒介・取次・利用行為
＜例＞ 航空券の販売、旅館の紹介、貸切バスを利用したツアーの販売

付随的旅行業務

- (3) (1)に付随して行う、自己の計算における、運送等サービス以外のレストラン利用、観光施設入場等の旅行サービス(運送等関連サービス)提供契約の締結行為
- (4) (2)に付随して行う運送等関連サービスに関する代理・媒介・取次行為
- (5) (1)及び(2)に付随して行う渡航手続き(旅券・査証取得)の代行、添乗業務等の行為

相談業務

- (6) 旅行日程の作成、旅行費用の見積り等の旅行の相談に応じる行為
※旅行業者が法第34条の規定に基づき行う旅行サービス手配業も旅行業務に含まれる

③事業

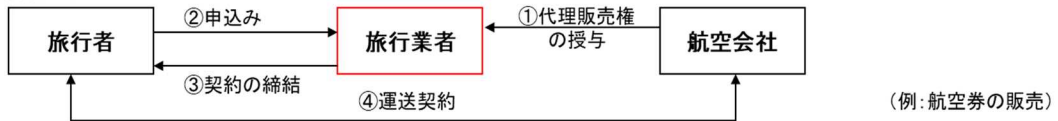
以下の例のような場合は、行為の反復継続の意思が認められる。

- (1) 旅行の手配を行う旨の宣伝、広告をしている場合
- (2) 店舗を構え、旅行業務を行う旨の看板等を掲げている場合

代理・媒介・取次等について

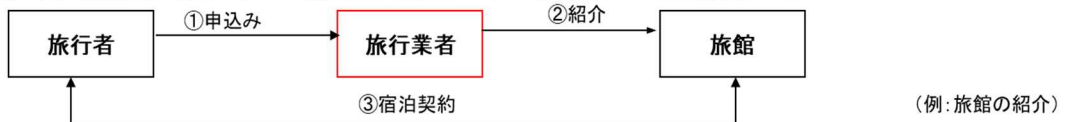
代理(根拠条文: 民法第99条以降)

航空会社から航空運送契約の締結の代理権を授与された旅行業者が旅行者からの申し込みを受け付けることにより、航空会社と旅行者の間で運送契約が成立



媒介(根拠条文: 商法第534条以降)

旅行者と旅館の間に宿泊契約が成立するように旅行業者が旅行者のために行う紹介といった事実行為のこと

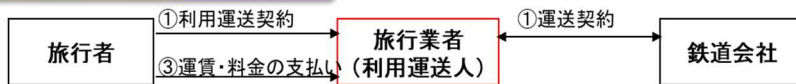


取次(根拠条文: 商法第559条以降)

旅行者から委託を受けた旅行業者が、旅行者の費用負担のもとに、バス会社との間で運送契約を締結し、もって旅行者が運送サービスの提供を受けられるようにする行為



(参考)利用(根拠条文: 民法第99条以降)

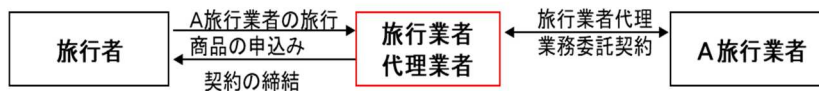


旅行業者代理業者及び旅行サービス手配業について

●旅行業者代理業とは

旅行業者代理業とは、①報酬を得て、②所属旅行業者のために、③一定の行為(法第2条第1項第1号から第8号までの行為)を④代理して契約を締結する行為を行う事業をいう。(法第2条第2項)

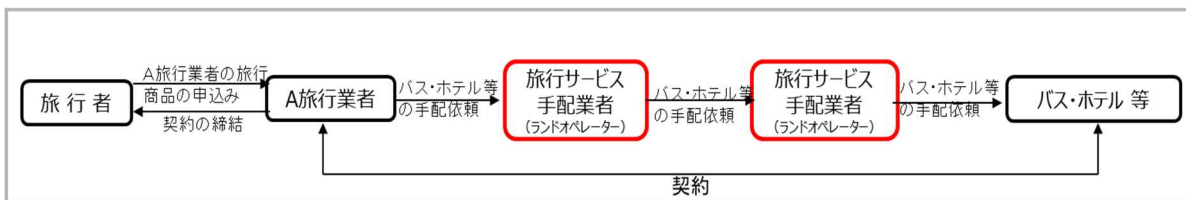
所属旅行会社とは、旅行業者代理業者と旅行業者代理業務委託契約を締結している旅行業者をいい、旅行業者代理業者は旅行業者代理業務委託契約に基づき所属旅行業者(1者に限られる)を代理して、旅行業務を取り扱うことができる。



※法第2条第1項第9号の相談業務は、旅行業者代理業者は扱うことができない。

●旅行サービス手配業とは

旅行サービス手配業とは、①報酬を得て、②旅行業を営むため、③旅行者に対する運送等サービス又は運送等サービスの提供について、④これらのサービスを提供する者との間で、代理して契約を締結し、媒介をし、又は取次ぎする行為を行う事業をいう。(法第2条第6項)



●旅行業法に該当しないもの

- ・専ら運送サービスを提供する者のため、旅行者に対する運送サービスの提供について、代理して契約を締結する行為
例) 航空運送代理店、バスの回数券の販売所等
- ・運送、宿泊以外のサービスのみを手配するものや運送事業者・宿泊事業者自らが行う運送等サービスの提供等
例) 観劇・イベント・スポーツ観戦等の入場券のみを販売するプレイガイド、バス会社が自ら行う日帰りツアー、旅館が自ら行うゴルフパック
- ・旅行者と直接取引をしないもの
例) 添乗員派遣会社

企画旅行及び手配旅行について

●企画旅行とは

企画旅行とは、旅行業者が①旅行に関する計画を作成し、②自己の計算において運送等サービス等の提供に係る契約を締結する旅行である(法第2条第4項)。

①旅行に関する計画

旅行の目的地、日程、旅行者が提供を受けることができる運送等関連サービスのサービス内容、旅行者が支払うべき対価等をいう。

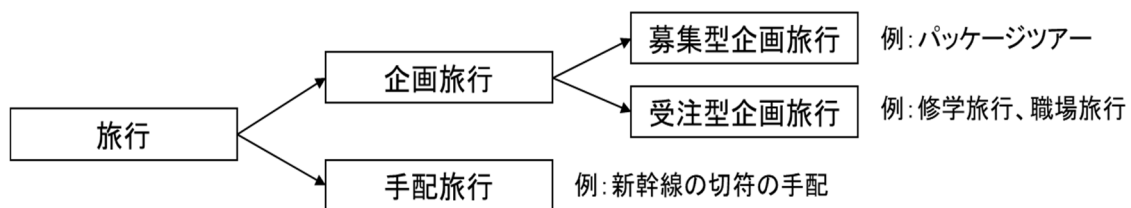
②自己の計算において

旅行業者が運送事業者、宿泊事業者等の旅行サービス提供機関との間で、数量、価格その他の取引条件について自由に交渉を行い、合意の内容に沿って旅行サービスを仕入れ、その結果として、当該旅行サービスで構成される旅行商品の販売価格についても自己のリスクにおいて任意に設定できることをいう。したがって、その取引から生じた経済的損益は旅行業者に帰属し、また、旅行業者は仕入れ取引の条件について、旅行者に対して開示することを要しない。

●手配旅行とは

- ・手配旅行とは、旅行業者が、旅行者からの委託に基づき、旅行者のために代理、媒介、取次を行うこと等により旅行者が運送等サービスなどの旅行サービスの提供を受けられるように手配することをいう。(法第2条第5項)
- ・手配旅行契約は、旅行業者が旅行者からの依頼により、「自己の計算において」ではなく「他人の計算において」旅行サービスを手配する契約であるため、旅行者に対しては、運賃・料金、宿泊料その他の運送事業者、宿泊事業者等のサービス提供機関が旅行者に対して支払いを求めているサービスの対価及び旅行業者が手配の対価として収受することができる旅行業務取扱料金の合計額のみを旅行代金として請求することができる。

取引条件説明書面及び契約書面には、サービス提供事業者が定めた対価の額及び旅行業務取扱料金の額の明示が必要。



2. 旅行業法の成立及び主な改正の経緯

戦後、連合軍最高司令官総司令部（GHQ）将校の家族が箱根や日光、京都などへ旅行をするようになっただけでなく、その後朝鮮戦争特需によって日本人の国内旅行も増加し、取引の公平性や安全確保に課題が生じたことから、旅行ビジネスを取り締まることが社会的要請として高まり、1952年（昭和27年）に前身である「旅行あつ旋業法」が制定された。

同法は、（現行法と同様に）登録制度や営業保証金の供託、料金の明示などを内容としたもので、産業振興よりも取り締まりの趣旨が強いものであった。また同法は、昭和30年代に入ってから3次にわたる改正を経て、東海道新幹線が開業し東京オリンピックが開催された1964年（昭和39年）には第4次の改正が行われ、一般旅行あつ旋業と法人あつせん業に区分されることになった。

それまでの「旅行あつ旋」は、国内旅行しか想定されていなかったが、観光目的の渡航が自由化され、海外旅行を取り扱う一般旅行業者の営業保証金を大幅に引き上げる必要が生じていた。

そして、大阪で万国博覧会が開催された翌年の1971年（昭和46年）には、「旅行あつ旋業法」を全面改正した「旅行業法」が施行された。同法では、一般旅行業、国内旅行業、旅行業代理店業の区分が設けられ、運輸大臣の指定する旅行業協会が苦情処理や従業員の研修・弁済業務を担う形となり、旅行者の保護を図る弁済業務は、1972年（昭和47年）8月からスタートした。また、旅行業務取扱主任者制度も新設され、一定の資格を持つ主任者を営業所ごとに選任することで、旅行取引の公正が確保されるようになった。

また1970年代は、大阪万博直後に日本国有鉄道が展開した「ディスカバージャパン」キャンペーンの後を受けて、国内旅行の分野でも海外旅行に続きパッケージツアーが旅行の主流を占めるようになると同時に、旅行業者による責任の所在をめぐるトラブルも発生するようになってきた。

1983年（昭和58年）に施行された改正旅行業法では、そのような市場動向も反映して、主催旅行と手配旅行を区分して、主催旅行に「特別補償」制度を導入し、「旅程管理」も義務付けられる形となっている。また、旅行業者や添乗員による売春等を伴う不健全ツアーへの関わり方が社会的問題となったことから、「法令違反行為への関与」も禁止された。

主催旅行に関わる責任の明確化は、1996年（平成8年）に施行された改正旅行業法でも、主催旅行に「旅程保証」制度が導入されたことで、さらに前進した。主催旅行の責任については、「身体・財産的損害」を特別補償制度で、「重要な旅程の変更」を旅程保証制度で、それぞれ対応することにより、旅行業者が「一定の責任を負う」こととなった。また、同改正により、旅行業区分も従来の形から第1種、第2種、第3種という現在の形となり、旅行業者を海外・国内といった取扱分野よりも、主催、手配といった取扱形態で区分する考え方に改められた。

さらに、1996年（平成8年）施行の改正旅行業法で手配旅行契約の中に「企画手配旅行」が創設されたことに続き、2005年（平成17年）施行の改正旅行業法

ではこれを「募集型企画旅行」として位置づけるなど、旅行業者の積極的、主体的な関わりが推進されている。

2007年（平成19年）には、観光による地域振興を進めるためには、地域の観光資源を熟知した地元の中小旅行業者による旅行商品の創出を促進することが必要であり、中小旅行業者が企画旅行の造成・募集を行いやすくするための規制緩和を実施するということから、第3種旅行業者に「催行区域の限定」などの制限を付けて国内募集型企画旅行を実施することが認められた。

さらに、2013年（平成25年）には、地域における観光資源の活用や地域密着型（着地型）旅行の更なる促進を図るため営業保証金の供託額及び基準資産額を大幅に引き下げるなどによる旅行業への参入の容易化を図る「地域限定旅行業」も創設されるなど、旅行業の質を高めるため、時代の要請に応じて、「消費者保護の強化及び産業振興の側面からの内容の拡充」といった「守りの法律」から「攻めも兼ね備えた法律」への変遷を経て、現行の制度に至っている。

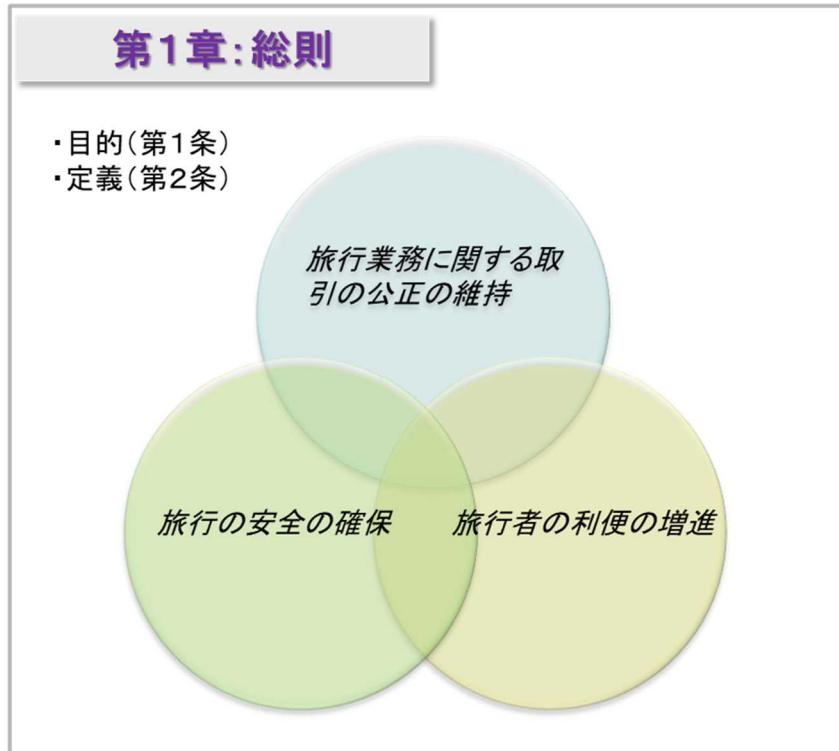
旅行業法の成立及び主な改正の経緯

実施年	内容
1952年	○「旅行あつ旋業法」を制定
1964年	○一般旅行あつ旋業と法人あつ旋業に区分
1971年	○「旅行あつ旋業法」を全面改正し、「旅行業法」を施行 ・一般旅行業、国内旅行業、旅行業代理店業の区分を設定 ・旅行業務取扱主任者制度を新設
1983年	○主催旅行と手配旅行を区分 ○主催旅行に「特別補償」制度を導入、「旅程管理」を義務付け
1996年	○第1種、第2種、第3種の旅行業の区分を設定
2005年	○手配旅行契約の中の「企画手配旅行」を「募集型企画旅行」として位置づけ
2007年	○制限付きで第3種旅行業者による国内募集型企画旅行の実施を可能に
2013年	○「地域限定旅行業」を創設

●旅行業法の概要

旅行業法は、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図るため、旅行業等を営む者についての登録制度や個別取引の行為規制、旅行業協会の業務等について規定している。

旅行業法概要（第1章総則）



旅行業法概要（第2章旅行業等）

<p>第2章:旅行業等</p> <p>■旅行業者等の登録</p> <ul style="list-style-type: none"> ・登録(第3条) ・登録の申請(第4条) ・登録の実施(第5条) ・登録の拒否(第6条) ・登録の有効期間(第6条の2) ・有効期間の更新の登録(第6条の3) ・変更登録等(第6条の4) 等 <p>■営業保証金</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業保証金の供託(第7条) ・営業保証金の額等(第9条) 等 <p>■旅行業務取扱管理者</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行業務取扱管理者の選任等(第11条の2) ・旅行業務取扱管理者試験(第11条の3) 等 	<p>観光庁長官登録 都道府県知事登録</p> <p>第1種旅行業者:すべての旅行業務 第2種旅行業者:海外募集型企画旅行以外の旅行業務 第3種旅行業者:募集型企画旅行(一定のものを除く。)以外の旅行業務 地域限定旅行業者:地域限定旅行業務 旅行業者代理業者:所属旅行業者から委託された業務 旅行サービス手配業者:事業者間取引の業務</p> <p>■個別取引の行為規制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・料金の揭示(第12条) ・旅行業約款(第12条の2) ※ ・標準旅行業約款(第12条の3) ※ ・取引条件の説明(第12条の4) ※ ・書面の交付(法第12条の5) ※ ・企画旅行の広告(第12条の7) ※ ・誇大広告の禁止(第12条の8) ※ ・標識の揭示(第12条の9) ・企画旅行の円滑な実施のための措置(第12条の10) ・旅程管理業務を行う者(第12条の11) ・禁止行為(第13条) 等
---	---

(注) ※は、消費者庁との共管規定



旅行業法概要（第3章旅行業協会）

第3章：旅行業協会

■旅行業協会の適正な活動の促進

- ・旅行業協会の指定(第41条)
 - ・旅行業協会の業務(第42条)
 - ・苦情の解決(第45条)
 - ・旅行業務の研修(第46条)
 - ・弁済業務保証金の供託(第47条)
 - ・事業計画等(第57条)
 - ・役員を選任及び解任(第58条)
 - ・監督命令(第59条)
- 等



旅行業法概要（第4章雑則、第5章罰則）

第4章：雑則

- ・都道府県が処理する事務(第67条)
- ・報告徴収及び立入検査(第70条) ※ 等

第5章：罰則

(注) ※は、消費者庁との共管規定

(参考) 旅行業法に基づく主な法令

- ・旅行業法施行令（昭和46年政令第338号）
- ・旅行業法施行規則（昭和46年運輸省令第61号）
- ・旅行者等が旅行者と締結する契約等に関する規則（平成21年内閣府・国土交通省令第1号）
- ・旅行者営業保証金規則（平成8年法務省・運輸省令第1号）
- ・旅行業協会弁済業務保証金規則（平成8年法務省・運輸省令第2号）

3. 旅行業法の特徴

旅行業法（昭和27年法律第239号）においては、第1条で「この法律は、旅行業等を営む者について登録制度を実施し、あわせて旅行業等を営む者の業務の適正な運営を確保するとともに、その組織する団体の適正な活動を促進することにより、旅行業務に関する取引の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の俚言の増進を図ることを目的とする。」と規定されており、消費者保護法規としての性格を有していると評価される。

そうした中で、国土交通省、観光庁では、2007年（平成19年）以降、地域の活性化に大きく貢献する着地型観光を振興するという観点から第3種旅行者の業務範囲の拡大を図ってきた。

そして、新たな旅行者の категорияとして地域限定旅行者を創設し、登録拒否要件の緩和等を内容とする旅行業法施行規則の一部改正を交付した。

このように、旅行業法は、スタート時こそ取り締まりを目的としたものであったが、現在では、旅行業務に関する

- ・取引の公正の維持
- ・旅行の安全の確保
- ・旅行者の利便の増進

を図る、すなわち「消費者保護及び産業振興」を目的としている。

また、海外と比較して珍しい特徴としては、旅行者（消費者）の保護を図る弁済業務があることであり、消費者保護の特徴が色濃いものとなっている。

4. 旅行業の分類

(1) 平成 29 年の旅行業法改正以前の旅行業の分類

1) 第 1 種旅行業

業務範囲が、海外の募集型企画旅行までを含み、取り扱うことのできる旅行商品の幅が最大であることから経済や雇用に与える影響が大きい。

個人・団体向けの国内・海外旅行の企画・販売等を手広く取り扱っている、いわゆる総合旅行会社などが挙げられ、主に日本旅行業協会（JATA）会員の事業者が該当する。

また、総合旅行会社以外にも、特定の国や特定のアクティビティに特化した海外旅行などを強みとする中規模な旅行業者も見受けられる。

さらに、インターネットの普及により 2000 年代から台頭しはじめたオンライン旅行取引事業者(Online Travel Agent 略称：OTA) も登録している。

2) 第 2 種旅行業

業務範囲としては、海外の募集型企画旅行以外を取り扱うことができる。主に地方部において、企業の出張や教育旅行、ツアーの代理販売等を行っているケースが多い。また、全国旅行業協会（ANTA）会員の事業者が主に該当しており、特徴的な高付加価値型旅行商品を取り扱う事業者も目立つ。

3) 第 3 種旅行業

業務範囲としては、募集型企画旅行は隣接市町村等に限り取り扱うことができる。家族的経営が多く、地元の町内会やサークルの旅行等を取り扱うことが多い。全国旅行業協会（ANTA）会員の事業者が主に該当しており、居住している家に事務所を設置している事例も少なくない。

(2) 平成 29 年の旅行業法改正以後の旅行業の分類

1) 地域限定旅行業

業務範囲が第 3 種よりも狭く、受注型企画旅行及び手配旅行の取り扱いも隣接市町村等に限られる。

一方、基準資産及び営業保証金の基準が低く、当該旅行業務取扱管理者試験も第一種に必要な総合、第 2・3 種に必要な国内の試験に比べて試験範囲が狭く、比較的旅行業の登録を行いやすい。そのため、地域の魅力を活かした旅行商品の企画・販売を促進する役割が期待される。

近年、地域に根差した地域のステークホルダー（宿泊施設、観光施設、飲食店等）と連携した旅行商品造成を行う事業者も見られる。

2) ランドオペレーター

旅行業者（第1～3種、地域限定）の依頼を受け、旅行先の宿泊施設や飲食店、土産物屋、ガイドや交通（鉄道、バス等）の手配・予約をBtoBで専門に行う事業者。

平成29年の登録制度の創設以前は、特定の資格を有していなくても、誰でもランドオペレーター業に従事することができた。

登録制度の創設により、悪質な業者を淘汰し、旅行者の安心・安全を高めることが期待される。

広域にわたる交通の手配や特定の地域内における各種手配など、それぞれの強みを有する事業者の特性も見られる。

5. 国（観光庁）と旅行業者の関係

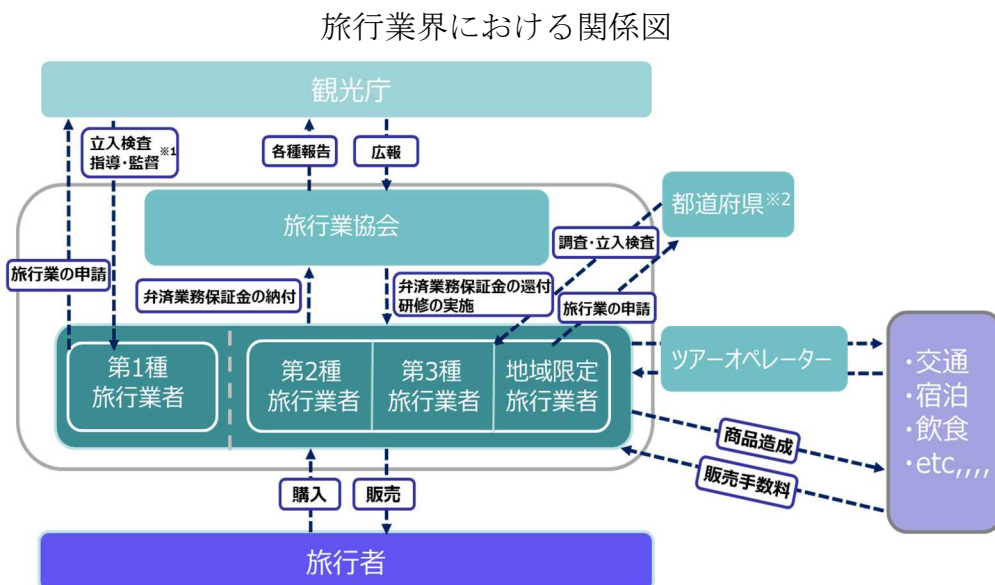
(1) 消費者保護

旅行業者には、旅行業務取扱管理者試験に合格した有資格者の在籍が求められており、旅行業を営むためには、登録行政庁（第1種旅行業は観光庁、第2種旅行業・第3種旅行業・地域限定旅行業は都道府県）に申請書を提出しなければならないなど、登録制度が設けられている。

また、旅行業法に基づいた広告表示、キャンセル料の支払い等の消費者保護を目的とする規制や、立入検査による現場視察、監督、指導などによって消費者保護を図っている。

(2) 産業振興

旅行業の付加価値向上に向けて、今後の旅行業のあり方についての検討会の開催、ツーリズム EXPO ジャパンなど大型の周知イベントの開催、GoTo トラベル事業をはじめとする需要喚起策、教育旅行促進事業等を行っている。



※1 第1種旅行業は観光庁が所管しており、指導・監督を行っている。

※2 都道府県では第2種、第3種、地域限定の旅行業者を所管しており、指導・

監督を行っている。

第3章 旅行業の質とは

1. 旅行業の質とはなにか

旅行業の質を構成する要素は、消費者保護に重点を置いた「守りの要素」と産業振興に重点を置いた「攻めの要素」の大きく2種類に分類される。

(1)安全 <守りの要素>

1)質の定義

- ・旅行者が旅行先で事故（犯罪・テロ、交通事故等）に遭遇しないこと。
- ・また、不慮の事故に遭遇した際の旅行業者による対応が迅速かつ適切であること。
- ・旅行者が旅行先で事故（犯罪（強盗、窃盗、詐欺等）・テロ、交通事故、自然災害等）に遭遇しないこと。
- ・また、不慮の事故等に遭遇した際の安否確認や家族等への報告などといった旅行業者による対応が迅速かつ適切であること。

2)状況

- ・ツアーに伴う事故等は多くは発生していないが、発生した場合には人命に関わり取返しのつかないことになる上、旅行業に対する消費者からの信用を損ない、旅行需要の低減につながりかねない。

※安全が損なわれた事例：軽井沢スキーバス転落事故（2016年1月）

（上記事故については後述）

3)施策

i)『旅行安全マネジメントのすすめ』（2015年）

旅行業者による企画旅行の安全性についてマニュアル化した冊子を1万部作成し、旅行業協会を通じて各旅行業者に配布を行った。

旅行会社が企画実施するツアーにおいては、重大事故が発生する可能性があり、旅行者が事件や災害に巻き込まれる可能性もある。そのため、旅行会社には安全に対する意識の向上や安全に関する具体的な取り組みが求められており、観光庁においては旅行業界全体に安全マネジメントの導入が促進されるよう、「観光危機管理体制における組織的マネジメントのあり方」を紹介するべく作成されたものである。

企画旅行契約における旅行会社の責任、観光危機管理に果たす旅行会社の役割、旅行安全マネジメントの具体的な取組体制（PDCAサイクル）、危機管理体制強化のための官民協力について示されている。

（内容）

- ・企画旅行契約とお客様への対応
 - 旅行者自身で手配を行う手配旅行に比べて、企画旅行は旅行会社が手配を行うため、旅行会社の責任が多いことから、旅行安全マネジメントは

企画旅行契約を対象としており、手配・販売等の企画旅行契約の各行程で旅行会社が講ずべき措置が示されている。

・観光危機管理に果たす旅行会社の役割

-危機管理に果たす役割

ア) リスクマネジメント：

旅行における事故等を未然に防ぐための各種ガイドラインの整備、旅行先で事故や災害が発生した際における事故対応マニュアルの整備等

イ) リカバリーマーケティング：

観光地での復興支援にかかる取り組み

ウ) 消費者啓発：

旅行会社と運送・宿泊機関をはじめとする旅行サービス提供機関との責任区分の周知、安全安心への取り組みについてのパンフレットでの表示の明確化、旅行保険への加入の促進、外務省の「たびレジ」の利用促進

・旅行安全マネジメントの具体的取組体制（PDCA サイクル）

-Plan（計画策定）：安全管理責任者の任命から、安全基本方針、具体的施策の計画を策定し、旅行会社の安全マネジメントの根幹を構築する。また緊急対応時に向けた定期的な模擬訓練や内部チェック、見直しの時期を定めた安全安心に関わる年間計画を策定する。

-Do（実行）：旅行の企画実施にあたり確認が必要な事項について提示

ア) 旅行地の安全情報や無理なツアー行程となっていないかの確認等企画段階における安全確保

イ) 旅行地の安全情報及び手配したサービス提供機関の安全情報の入手及び依頼するサービス内容の適切性の確認等手配段階における安全確保

ウ) 外務省の海外危険情報、気象庁の噴火予報や気象情報等を旅行者への確に提供されているかの確認等販売段階における危険・リスク情報の提供

エ) 現地の気象情報や危険情報の入手に努め、ツアーオペレーター・ガイド・添乗員・訪問個所との連携により、場合によっては旅程を見直すなど、旅行者の安全確保にかかる体制がとられているか等旅行実施段階時における安全確保

オ) 有事の対応のための緊急連絡体制が構築されているか、事故発生時にスムーズに対応できるようツアーオペレーター側の対応責任者と旅行会社側の担当者及び責任者で対応の役割が明確化されているか等緊急時の対応

-Check（内部チェック）

ア) 『旅行安全マネジメント』の自主点検チェックの実施（各社における安全安心に関わる体制整備・PDCA サイクルの実施状況について）

4) 模擬訓練の実施（各社における安全安心への意識の高揚と、緊急連絡体制の確認と訓練のため「模擬訓練の実施」を推奨）

-Act（改善）：安全管理体制を確認し、PDCA サイクル推進のため改善策を反映した計画策定や見直しを行う。

※巻末に付表1として『旅行安全マネジメントのすすめ』を抜粋

ii) 立入検査（第1種旅行者）

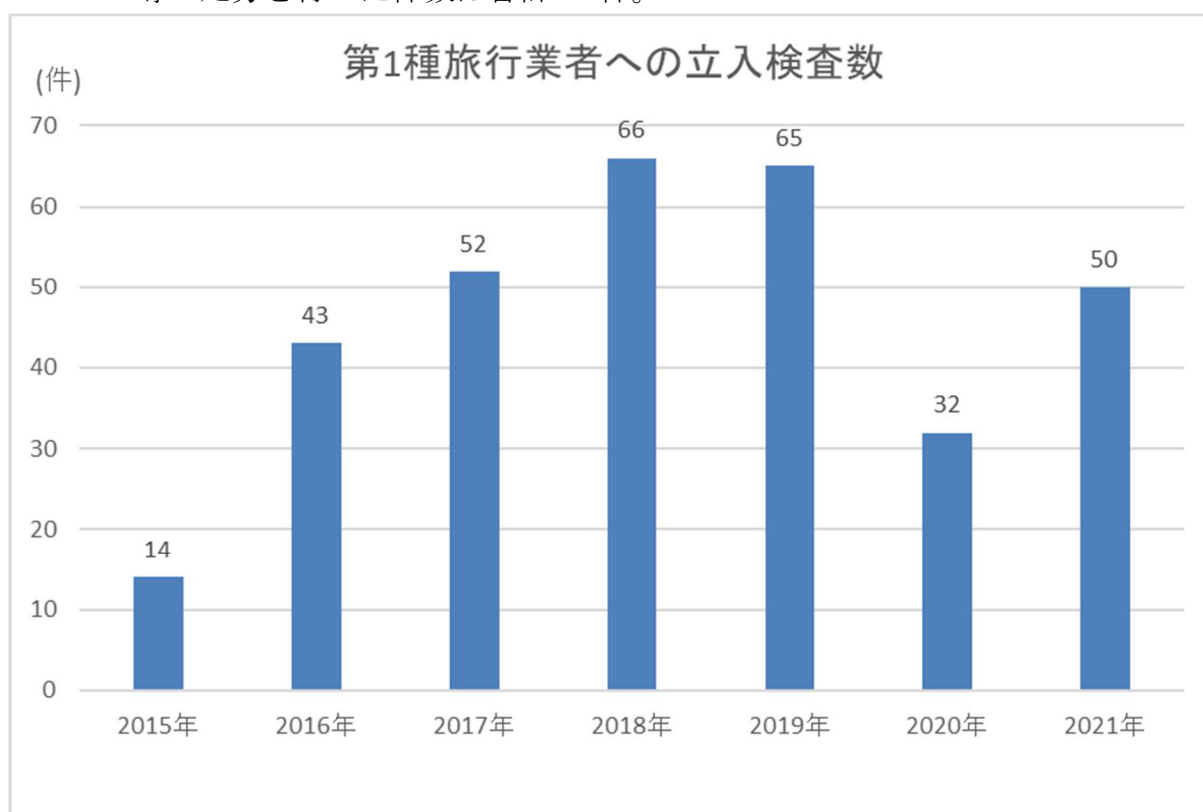
旅行者に対する立入検査を実施し、

- ・登録の標識、料金表等の掲示義務がある書類が適切に掲示されているか
- ・商品の仕入れに関して適切な取引を行っているか（例えば、貸切バスの下限運賃の遵守）
- ・販売商品の行程が適切か（例えば、土産物店への過度な連れ回し、高額なキックバックを受けていないか）
- ・参加者を募集する広告の表示方法・表示事項が遵守されているか
- ・貸切バスの契約において、営業区域外の運行等の他法令に違反する行為に
関与していないか

等を確認の上、不適切な事案が確認された場合は指導・処分を行うなどして旅行の安全の確保を図っており、第1種旅行者への立入検査については、観光庁職員及び地方運輸局職員が行っている。

（第2種旅行者、第3種旅行者、地域限定旅行者に対する立入検査については登録行政庁である都道府県にて実施）

なお、2015年～2021年の間に、第1種旅行者への立入検査に伴って指導・処分を行った件数は合計26件。



※立入検査に加え、旅行業者自らが旅行業法の遵守状況及び旅行業の安全確保状況について自己点検を実施した。

iii) 登録制度（第1種旅行業者）

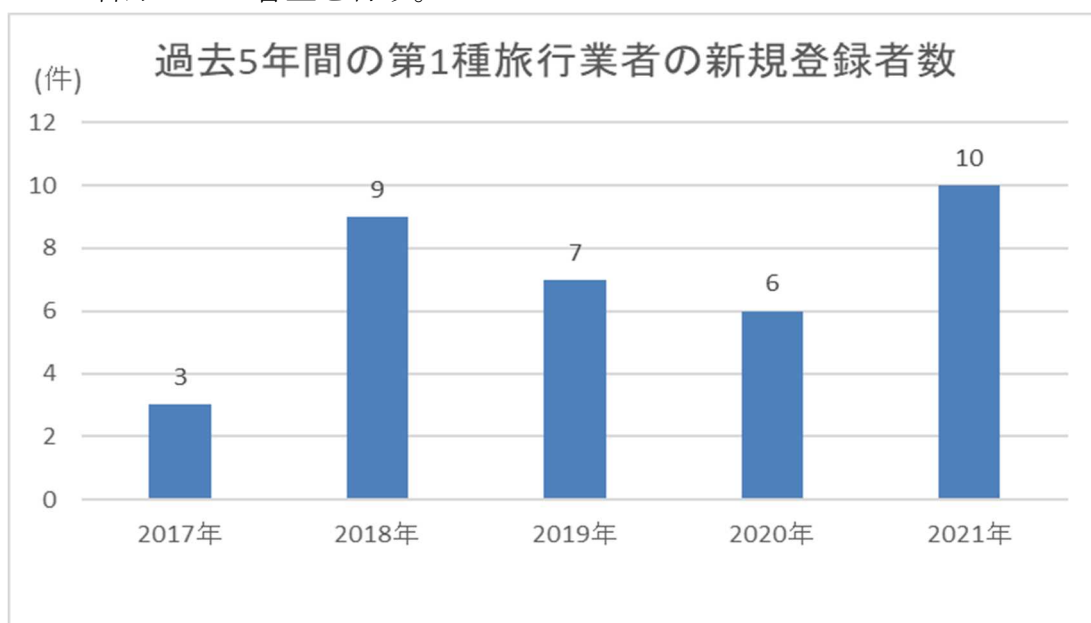
新規登録（旅行業法第3条）：

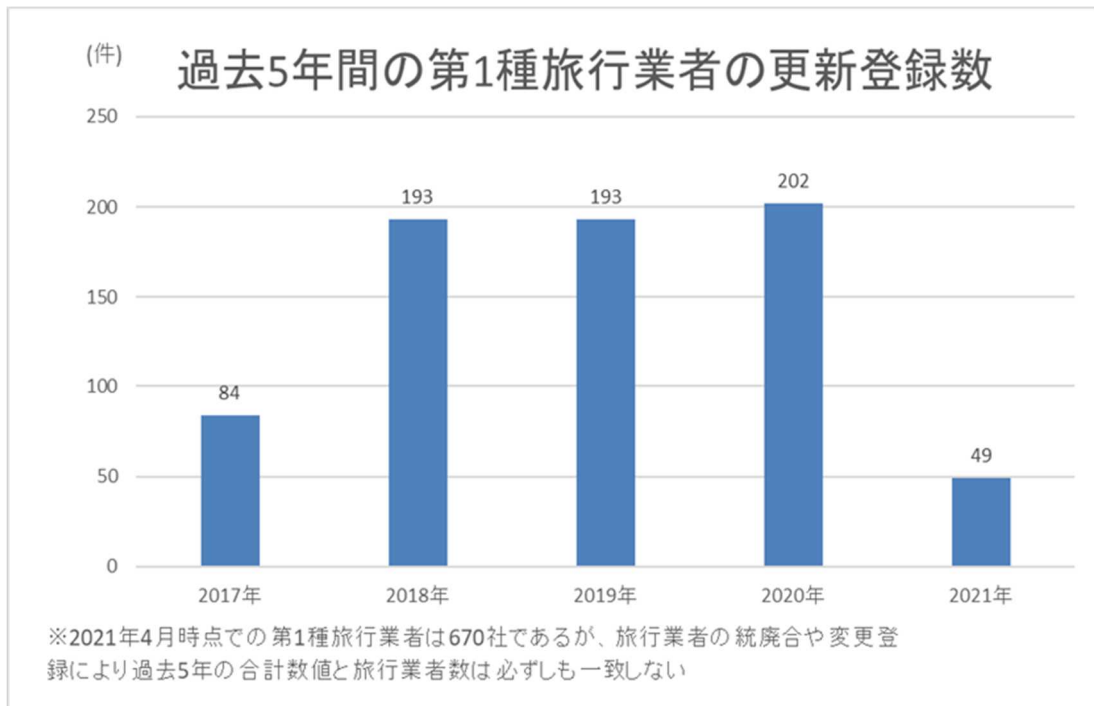
第1種旅行業を新たに開始したい事業者は、観光庁への新規登録の申請が必要であり、観光庁では当該事業者における旅行業務取扱管理者の適切な配置、基準資産額、事故発生時の対応などについて審査を行っている。

更新登録（旅行業法第6条）：

第1種旅行業者の登録の有効期間は、5年間とされていることから、継続して旅行業を行う際には、観光庁への更新登録の申請が必要であり、観光庁では新規登録時と同じく旅行業務取扱管理者の適切な配置などについて審査を行っている。

※第1種以外の旅行業登録、更新は主たる営業所が所在する都道府県が所管官庁として審査を行う。





→これらの施策により登録事業者ごとに対応マニュアルを整備、軽井沢スキーバス転落事故以後、募集型企画旅行催行時における死亡事故は発生していない。

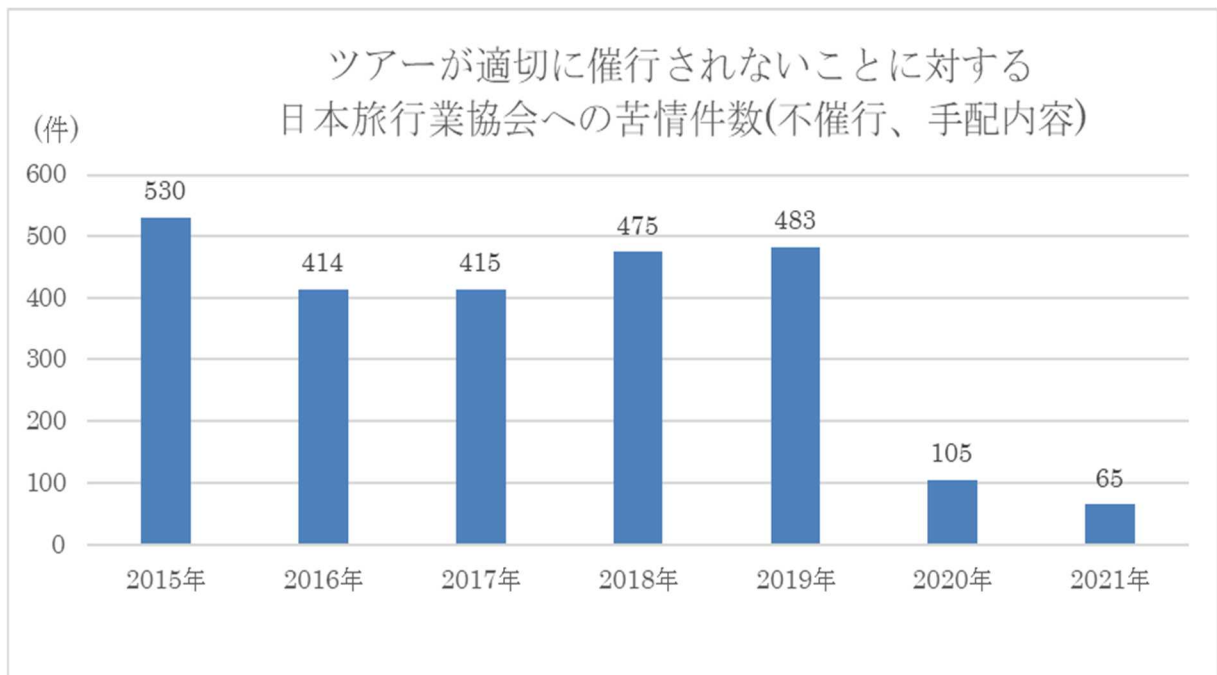
(2) 安心 <守りの要素>

1) 質の定義

- ・旅行者が申し込むツアーが適切に催行されること（宿の予約ができていない、旅程に合った目的地に行けないなどといったことのないこと）。
- ・旅行者が申し込むツアーが適切に催行されていること（宿の予約ができていない、旅程に合った目的地に行けない、タイムスケジュールが大幅にずれ込むなどといったことのないこと）。
- ・旅行者にとって、旅行先の時事情報（地域独自のイベント等による著しい混雑の発生、交通機関等のストライキ等旅行行程に影響する情報）等を入手可能であることが求められる。

2) 状況

- ・旅行者から観光庁に対しては、旅程に合った目的地に行けないなどといった苦情申告は見受けられないが、旅行業協会等には散見され、ひいては旅行業に対する消費者からの信用を損ない、旅行需要の低減につながりかねない。



※苦情の具体例

- ・パッケージツアーを予約したものの、ホテル内の施設が営業を取り止めており、旅行会社への申込時点では何も案内がなかった
- ・旅行商品に付随するアクティビティについて、現地へ行ったところ既往症等についての参加条件を満たしていないと言われ、参加することができなかった。それについて、申し込みの際に旅行会社から案内はなかった。

3) 施策

i) ツアーセーフティネット (2019年から開始)

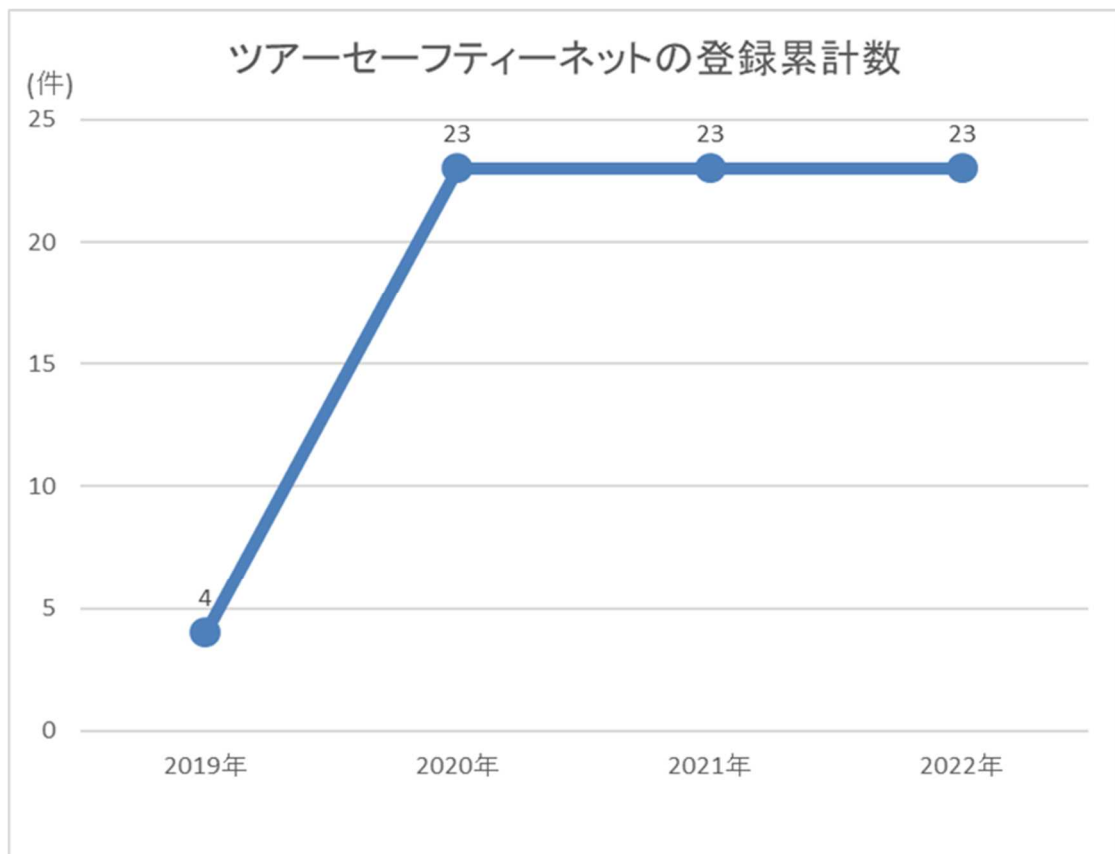
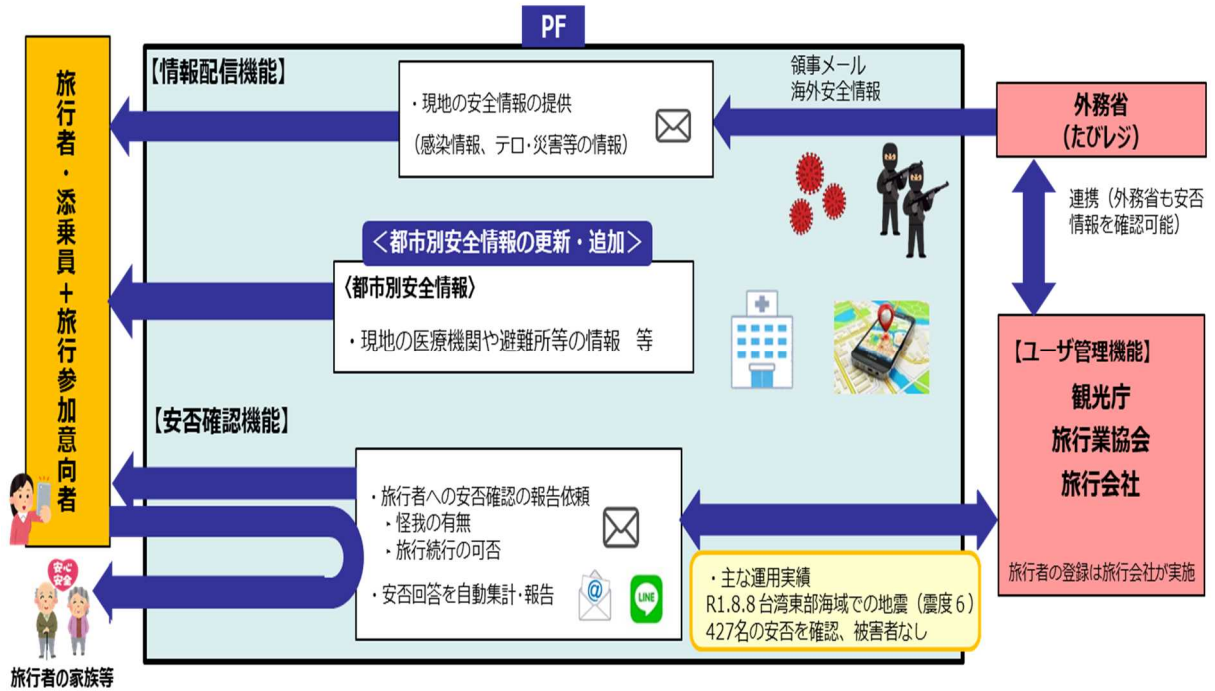
海外旅行者向けに都市別安全情報(感染症対策、医療機関等)を発信するシステムを整備。

令和4年11月末現在までに、旅行業者23社がシステムに登録している。

※運用実績

2019年(令和元年)8月8日、台湾東部海域で震度6の地震が発生した際、本システムを活用し早期に安否確認(旅行者427名に被害なしの実態を確認)の実施等があるが、その後(システム整備後)まもなくコロナ禍となったため、以後の運用実績はほぼない状況。

「ツアーセーフティネット」概要



ii) 登録制度 (第1種旅行者)

※(1)安全での説明に同じ

(3) 適正価格 <守りの要素>

1) 質の定義

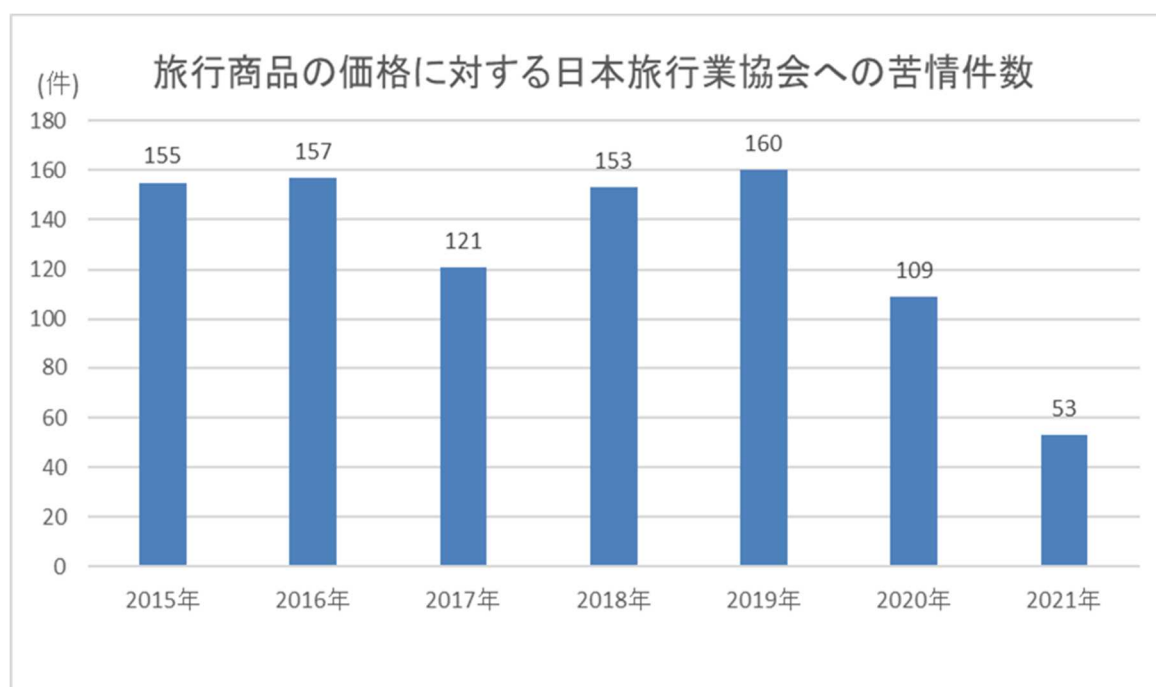
- ・旅行者によるツアーを通じての体験が支払った料金に見合っていること（相応の満足度が得られること）が求められる。これには、標準的な料金に比して著しく安価な場合も含まれる。
- ・ただし、標準的な料金と比較して著しく安価な旅行商品は、旅行商品の造成過程において、交通、宿泊、体験コンテンツ等の仕入れにおいて、無理のある値下げ交渉がなされているおそれもあり、その分サービスの低下などが懸念されることもあるため、安価であることをもって適正価格とは言い切れない。

2) 状況

- ・旅行者から観光庁に対しては、旅行商品の価格に対する苦情申告はほぼ見られないが、旅行業協会等には散見され、旅行業に対する消費者からの信用毀損及び旅行そのものに対する満足度の低下、そしてひいては旅行需要の低減につながりかねない。

※苦情の具体例

- ・団体旅行商品の企画料が高く納得がいかない。
- ・旅行商品の内容が同じにもかかわらず、料金が異なっている。
- ・旅行会社が請求した旅行代金に不足があり、後から不足分の支払いを求められた。

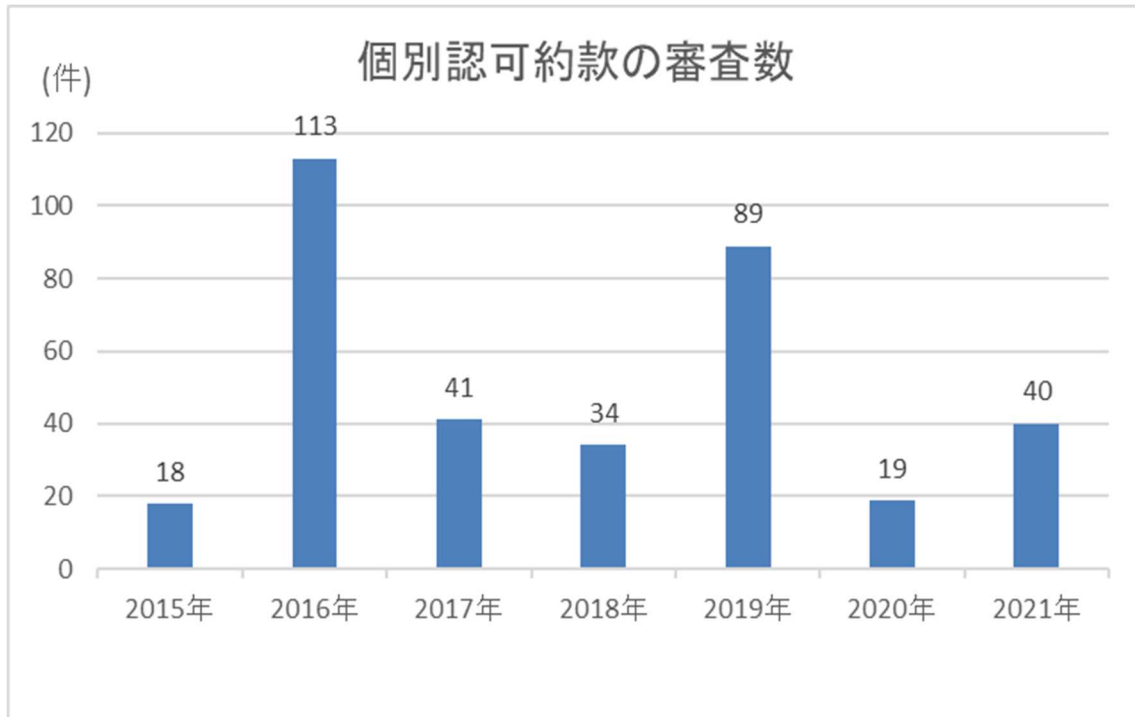


3) 施策

i) 旅行者に対する通達の発出

「海外募集型企画旅行を実施する第1種旅行業者の経営ガバナンスの強化について」の制定（2017年12月）

ii) 個別認可約款の審査



→軽井沢スキーバス転落事故の発生以降、下限割れ運賃による手配への処分（業務停止）は1件（2020年6月）

(4) 商品の多様性・提案力 <攻めの要素>

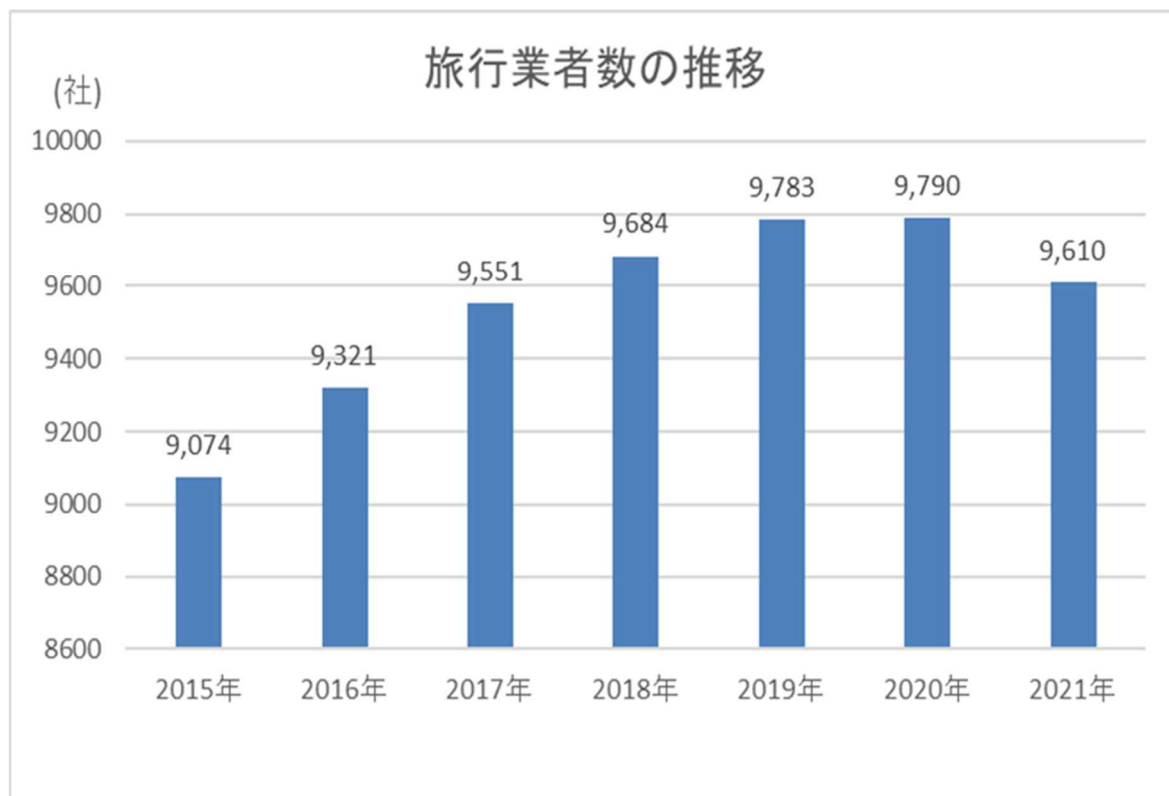
1) 質の定義

- ・有名観光地への送客だけでなく、消費者のニッチな趣味・嗜好、多様なニーズにまで対応可能な旅行商品のバリエーションが豊富であること。
- ・高齢化に伴う心身の衰えや、身体障がい者、未就学児童連れの家族等が気兼ねなく参加可能な旅行商品も充実していること。

2) 状況

- ・コロナ禍以前までは旅行業（第1～3種及び地域限定）者数は増加傾向にあり、旅行業者数の増加に伴い、市場に提供される旅行商品数は増加し、国策であるコンテンツ造成事業によりこれまでにない旅行体験プランが生成された。

全旅行業者数の推移



3) 施策

i) 体験型コンテンツ等造成事業

各地での観光資源の掘り起こし、磨き上げにより多種多様な旅行商品化を促進。

※「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」事業
(2020年度：541件)

「歴史的資源を活用した観光まちづくり」事業(補助金)
(2021年度補正：13件) など

● 誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成

訪日外国人観光客6千万人時代を見据え、反転攻勢に転じるため、集客力の高い観光イベント、地域の観光資源の磨き上げにより多様な魅力ある滞在コンテンツを造成すること等により、観光地等の高付加価値化や誘客の多角化を促進する。

・ 観光イベント・観光資源の磨き上げ等

地域の観光イベント・観光資源を外部専門家との連携等により磨き上げる取組等を支援することで、観光地等の高付加価値化・誘客の多角化を促進する。

地域の観光イベントの磨き上げの例



地域の観光資源の磨き上げの例



● 歴史的資源を活用した観光まちづくり事業

歴史的資源を活用した観光まちづくりは2020年までに200の取組展開を達成したが、更なる高付加価値化及び経済・社会波及効果拡大に向けたモデル事例を創出するとともに、城泊・寺泊・古民家泊の受入環境整備等の支援を行う。

高付加価値化及び経済・社会波及効果拡大に向けたモデル創出（上限2,000万円×8地域程度）

【対象者】 DMO、地域協議会、民間事業者等

【対象経費】

- ① 初動・伴走に関する経費
（地域の計画策定・組織組成支援等・建築物の調査等）
- ② 高付加価値な観光コンテンツ造成に関する経費
（コンテンツの磨き上げ、複数のコンテンツを活かしたモデルツアーの造成等）
- ③ ブランディングに関する経費
（マーケティング、販路形成、プロモーション、PR等）
- ④ 経済的な付加価値や他産業への波及効果の最大化、まちの文化・歴史的価値の向上等のための工夫に要する経費（計画立案、効果測定等）

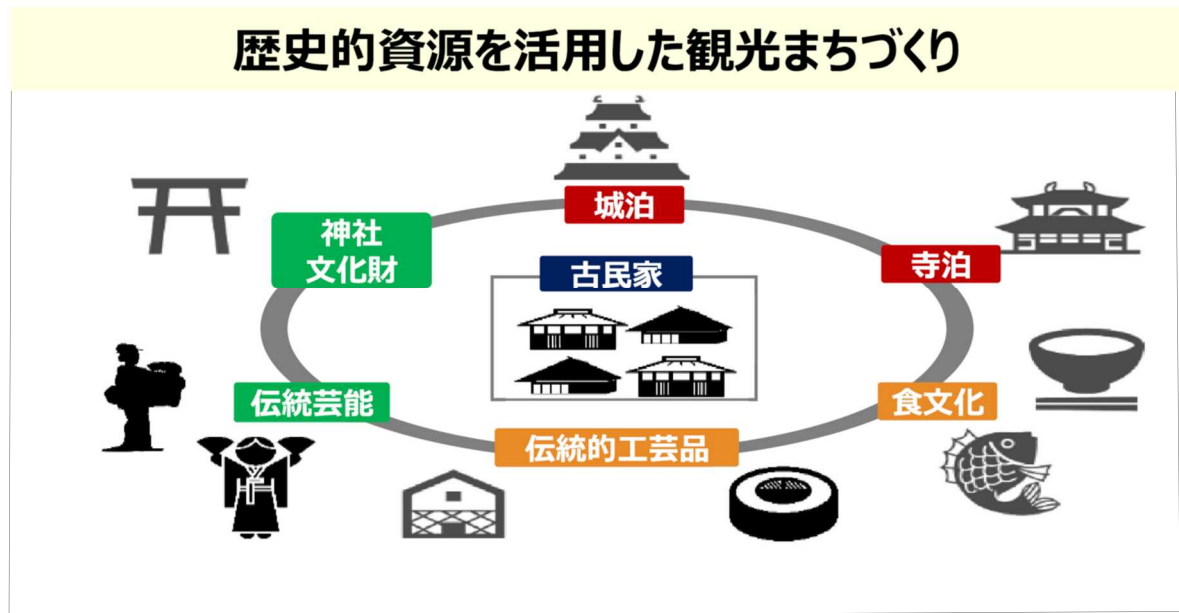
城泊・寺泊・古民家泊 補助事業（上限1,000万円×10地域程度・1/2補助）

【対象者】 城泊・寺泊・古民家泊実施地域のDMO、地域協議会、民間事業者等
※ 城泊は、未実施であるが計画中有る地域を含む。

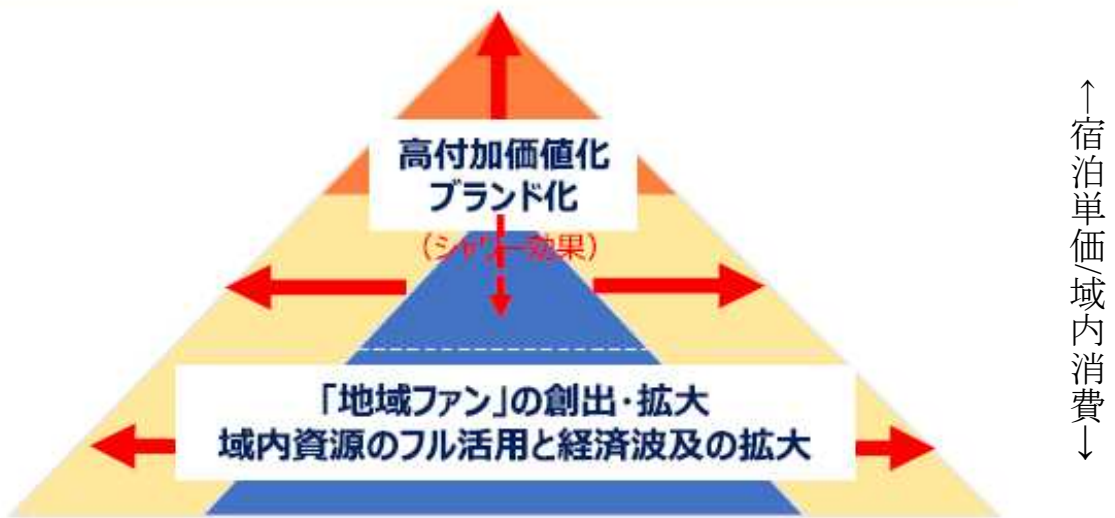
【補助対象経費】

- ① インバウンドの受入環境整備に関する経費
（客室改修、寝具・家具・感染症対策設備の購入、予約システム整備等）
- ② 体験型・滞在型コンテンツの充実及び魅力向上に関する経費
（滞在コンテンツの充実、コンシェルジュの多言語対応等）

調査事業（3件）		
波及効果・付加価値	城泊	寺泊
・経済的な付加価値・他産業への波及効果等の評価方法等	・保存・活用ガイドラインの策定 ・城泊推進専門家派遣等	・高質化のためのナレッジ集作成等



戦略的地域経営による域内生産額の向上

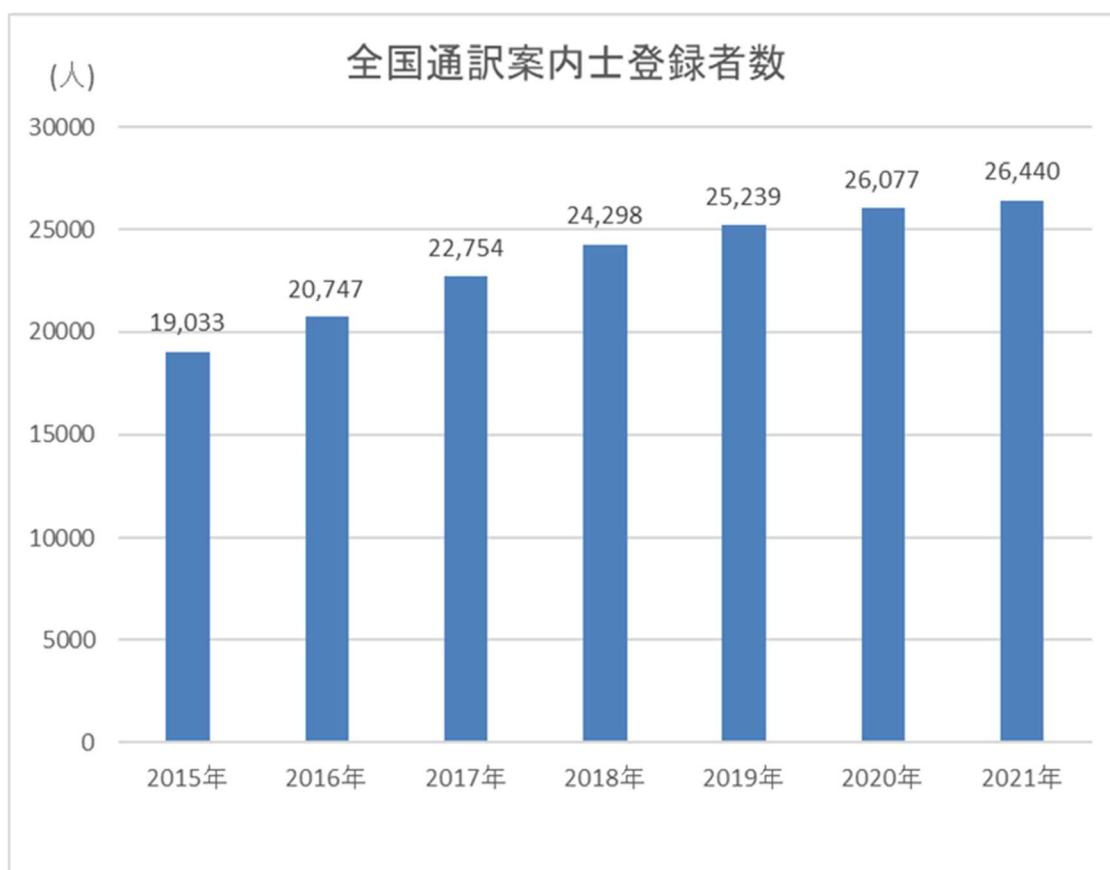


←入込客数/滞在日数/来訪頻度（関係人口数）→

ii) 通訳案内士法の改正（2017年）

業務独占制から名称独占制へ移行し希少/特殊言語のガイド、ボランティア

ガイド等、多様な主体のガイド活用を可能とした。



(5) 旅行者と旅行商品のマッチング <攻めの要素>

1) 質の定義

- ・高付加価値な旅行商品から最低限の内容の旅行商品まで、旅行商品のニーズは多種多様であり、旅行者の収入や家族構成等に適した商品を提供すること。
- ・旅行業者が多種多様な旅行商品から、消費者の趣味・嗜好、地域貢献度の高いもの、環境に配慮したものなど、希望に添う旅行商品を適切に提案できること。

2) 状況

- ・OTA (Online Travel Agent) の台頭などにより、人気観光地を中心に多くの旅行商品は価格競争の対象とされ、低価格帯の旅行商品は多く市場に提供されている。
- ・一方、ニッチな地域 (交通の便の悪い田舎等) や体験 (アドベンチャー、サブカルチャー等) に特化した付加価値の高い旅行商品を取り扱う事業者も見られる。

3) 施策

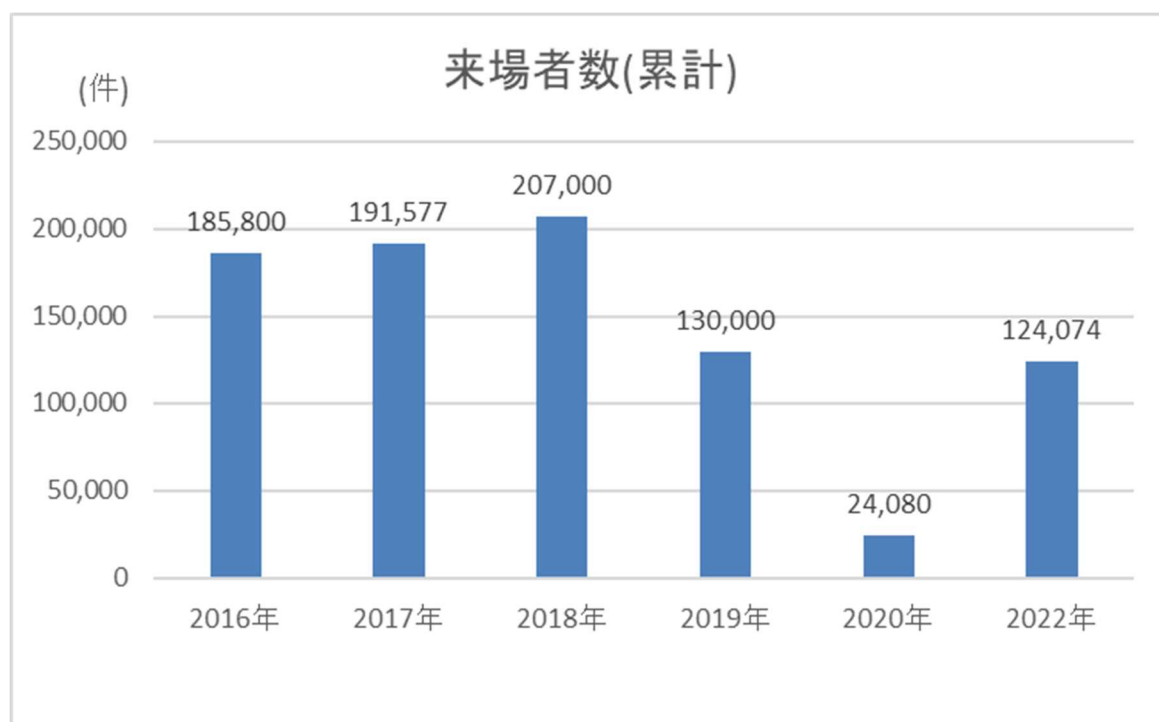
i) ツーリズム EXPO ジャパンの開催

「世界のツーリズムをリードする」観光総合イベントとして、観光業界はもとより、日本全国、世界各国のビジネスパーソンが「観光」を軸に集結し、

国内・海外・訪日の観光需要喚起、持続可能な地域の発展を目指すとともに、参画する事業者各々が社会的価値を高めていくために、知見共有や議論をする機会、ビジネスの場としての展示商談会、一般消費者向けのプロモーション、ダイレクトマーケティングの機会を提供するべく開催（ツーリズム EXPO ジャパン 2022 開催概要より）。

2022 年は、東京ビッグサイトにおいて 9 月 22 日から 9 月 25 日にかけて開催された。

ツーリズム EXPO ジャパン 2022 来場者数



※2021 年は開催を見送り

ツーリズム EXPO ジャパン 2022 告知ポスター



ツーリズム EXPO ジャパン出展ブースの例



様々な民間企業、地方公共団体等が観光地への誘客・送客を図るため各種ブースを出展し情報発信を行っている。

また、以下に抜粋するように、それらにつながる各種講演等のイベントも実施しており、旅行者と旅行商品のマッチングを図っている。

特別ステージでのイベントスケジュール①（一部抜粋）

22日(木)	タイトル	出演者名/団体名
特別コーナー東1ステージ		
10:40-11:10	若者目線の観光によるまちづくり2つの提案(北陸の強みを再発見、アドベンチャーリズムをつかった沖縄北部の活性化)	東洋大学国際観光学部(宮崎ゼミ、森下ゼミ)
11:30-12:00	未来を示す羅針盤「Z世代の海外旅行緊急意識調査」記者会見	東洋大学、(一社)日本旅行業協会、パリーズ株式会社
13:00-13:30	埼玉女子短期大学三ツ木専門ゼミナール2022年度産学官連携プロジェクトについて ～埼玉県西部地域と「ちちぶアンバサダー」としての秩父地域の魅力発信およびSAIJOハニースイートポテトプロデュースを中心に～	片桐 舞 菅原 穂亜
13:50-14:20	持続可能な観光評価システム STARS	加藤 久美
14:30-15:00	備前の里山、里海を世界ブランドへ	司会 日本観光振興協会 杉野 正弘 出演者 備前観光協会事務局長 船橋 美可
特別コーナー東4ステージ		
16:10-16:40	広島の人気アクティビティと、アドベンチャーリズムの現状について	sokoiko! 代表 石飛聡司、湯来アドベンチャーズ 代表 佐藤亮太

特別ステージでのイベントスケジュール②（一部抜粋）

23日(金)	タイトル	出演者名/団体名
特別コーナー東1ステージ		
10:30-11:00	国際基準やCO ₂ 計算ツールを活用したカーボンニュートラルな旅行商品の造成について+旅行会社による実践者サステナビリティトーク	一般社団法人JARTA代表理事 高山傑 他
14:30-15:00	観光地のゴミ問題を解決!観光や食べ歩きで出たゴミを家まで持って帰って頂くための画期的な専用バッグ「MOTTE KAERU KAMIBUKURO」 「MOTTE KAERU TRASH BAG」誕生!	田郷岡 聡
15:20-15:50	淑徳大学「志賀高原で学生がホテルを運営 -実践的インターンシップによる観光マネジメント人材の育成-	淑徳大学 経営学部 観光経営学科

【その他】

⑥旅行者の快適性

消費者によるツアー申し込みが簡便であることやツアー行程が煩雑でないことなど

⑦情報収集

各観光地のあらゆる情報を把握していること

⑧柔軟性

旅行前に不測の事態が発生（台風による催行中止など）した際の対応力
etc..

2. 旅行業に求められる質の変化

「第2章2. 旅行業法の成立及び主な改正の経緯」でも述べてきたとおり、我が国では、旅行業法の制定後、旅行業法の施行、幾度の改正を経る中で、旅行業務取扱主任者制度の創設や旅程管理の義務付けなどによる、安全、安心、適正価格の実現といった旅行業の質の向上に取り組んできた。

また、同じく旅行業法の改正を経て、旅行業の区分を第1種から第3種まで細分化し、地元の中小旅行業者による旅行商品の創出を促進させるなど、商品の多様性・提案力、旅行者と旅行商品のマッチングといった旅行業の質の向上にも取り組んできた。

一方、近年、これまで規制の対象外であったランドオペレーターが関与する事故の発生や不適切なツアー催行が問題となり、旅行者の安全、安心、適正価格にかかる質が脅かされることとなり、新たな課題への対応が求められるようになった。

また、急激な増加を見せるインバウンドの旅行需要は都市部と地方部で偏在化していることから、商品の多様性・提案力、旅行者と旅行商品のマッチングにかかる質をさらに高めていく必要が生じた。

(1) 安全・適正取引の危機

2016年1月には軽井沢スキーバス転落事故が発生し、乗員乗客15名が死亡した。

事故発生の背景として、適正価格を逸脱した著しく安価な料金設定により、疲弊した現場で事故が発生した。

こういった経緯から①安全、②安心、③適正価格が問題視され、ランドオペレーターの制度化に至った。

事故車両の損傷状況



事故直前のバスの運行経路



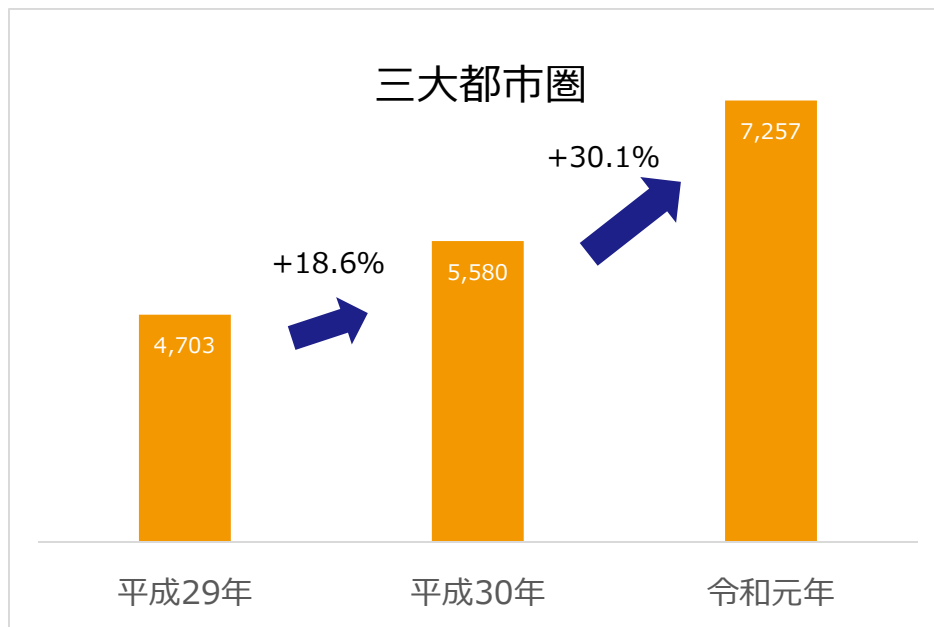
(2) 旅行需要の偏在

■訪日外国人延べ宿泊者数比較（三大都市圏及び地方部）（単位：万人泊）

訪日外国人延べ宿泊者数の比較データから、インバウンド旅行者数は順調に伸びてはいるものの、都市と地方では絶対数及び伸び率の双方に乖離が見られる。

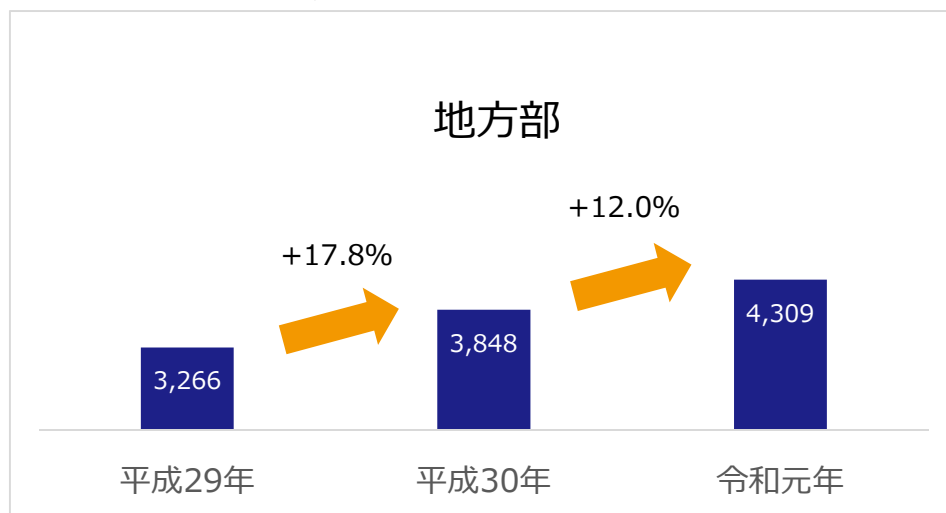
そのため、④商品の多様性・提案力、⑤旅行者と旅行商品のマッチングを問題視しており地域限定旅行業の創設に至った。

訪日外国人延べ宿泊者数（三大都市圏）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成（令和2年6月）

訪日外国人延べ宿泊者数（地方部）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成（令和2年6月）

第4章 ケーススタディ

「第3章2. 旅行業に求められる質の変化」で述べた新たな問題に対応し、旅行業の質を維持・向上させるための政策として、「ランドオペレーター（旅行サービス手配業者）」に対する規制及び「地域限定旅行業」に対する規制緩和にかかる旅行業法の改正を行ったことから、これらについてケーススタディとして述べていくこととする。

1. ランドオペレーターに対する規制による消費者保護 <守りの政策>

(1) 課題

1) 軽井沢スキーバス事故について

平成28年1月15日（金）午前1時55分頃、長野県軽井沢町の国道18号線碓氷バイパス入山峠付近において、貸切バス（乗員乗客41名）がガードレールを突き破り、道路右側に転落、乗員乗客15名（乗客13名・乗員2名）が死亡し、乗客26名が重軽傷（骨折等の重傷17名・軽傷9名）を負う重大な事故が発生。バスはスキー客を乗せて東京を出発し、長野県の斑尾高原に向かっていた。

当該事故は、旅行会社がツアーを企画し、バスの運行を委託されたバス会社が引き起こしたものであり、バス会社は下限割れ運賃でツアーを引き受けていた。当時バス業界においては規制緩和の流れの中、参入業者の急増に伴い価格競争が激化しており、下限割れ運賃で旅行会社と契約するケースが見られた。

また、旅行会社からの依頼を受けてバスの手配を行ったランドオペレーターは、当該バス会社の運行安全に係る取組状況を十分に確認しておらず、下限割れ運賃での不適法な契約のあっせんを行っていたことから、安全、安心にかかる質の低下を招く事態につながった。

なお、バス会社は運転者の健康状態の把握が不適切、点呼の実施及び実施結果の記録が不適切、運転者に対しての適性診断を受けさせていなかった等の違反事実により、関東運輸局から 20 日間の車両の停止処分を受けており、貸切バスの運転手は大型バスでの山岳路走行等について運転経験及び運転技能が十分でなかった可能性もあるなどの問題点があった。

●事故車両の損傷状況



●事故直前の運行経路



軽井沢スキーバス事故におけるランドオペレーターの手配構図

ランドオペレーター概要

- 事業者名:(株)トラベルスタンドジャパン
(東京都千代田区神田三崎町)

判明した主な問題点

- ✓ 貸切バス事業者の運行安全に係る取組状況を十分に確認していなかった
- ✓ 下限割れ運賃による貸切バスの手配

手配

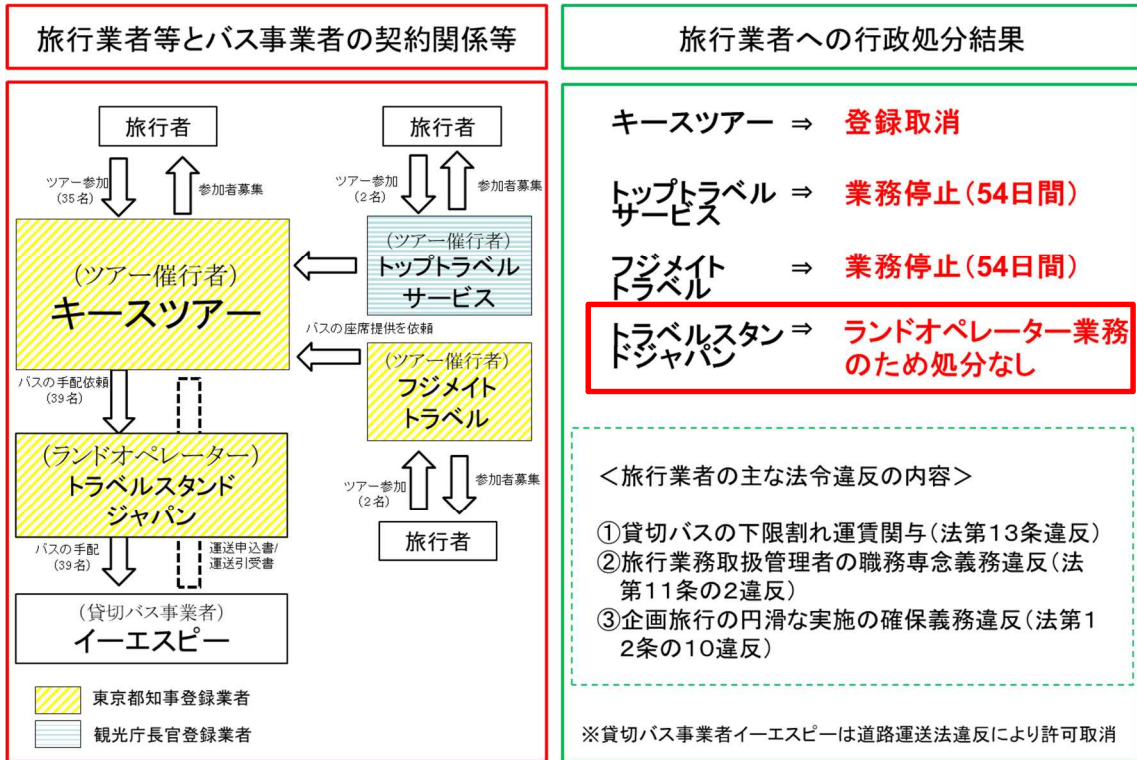
バス事業者概要

- 事業者名:(株)イーエスピー
(東京都羽村市富士見平)
- 許可年月日:平成26年4月18日
- 保有車両数:12台
- 事故車両:三菱製大型バス
初度登録年度:平成14年10月

特別監査で判明した主な違反

- ✓ 始業点呼の未実施
- ✓ 運行指示書の未作成
- ✓ 運転者の健康診断の未受診
- ✓ 運賃の下限割れ 等

軽井沢スキーバス事故を受けた旅行者等への対応



※トップトラベルサービス及びフジメイトトラベルについては、それぞれ自社の募集型企画旅行として参加者を募集し、キースツアーよりバス座席の提供を受けていた（代理販売ではない）。

旅行業登録を受けているキースツアー等3社については、旅行業法第19条に基づき登録取消や業務停止の処分を行ったが、一方でトラベルスタンドジャパンについては、当時ランドオペレーターが登録制となっていなかったため、当時の法制度によって処分を行うことができなかった。

軽井沢スキーバス事故対策検討委員会
安全・安心な貸切バスの運行を実現するための総合的な対策(平成28年6月3日) 概要

平成28年1月15日に発生した軽井沢スキーバス事故を踏まえ、再発防止について徹底的に検討し、総合的な対策をとりまとめを行った。

基本思想

今回のような悲惨な事故を二度と起こさないという決意のもとに、

- 国は貸切バスの安全運行に関する遵守事項を強化し、その徹底を図ること。
- 国は貸切バス事業者のルール違反を早期に是正させるとともに、不適格者を排除すること。
- バス事業者、旅行業者は安全確保を最優先に据え、両業界等は協力・連携してルール遵守の環境整備を推進すること。

総合的な対策

(1)貸切バス事業者、運行管理者等の遵守事項の強化

- ①運転者の技量チェックの強化
- ②運行管理の強化
- ③車両用設備の強化
- ④事業用設備の強化
- ⑤その他、貸切バス事業の適正化のための各種負担の強化

(2)法令違反の早期是正、不適格者の排除等

- ①違反事項の是正行為と処分の厳格化等
- ②許可更新制の導入等による不適格者の排除
- ③不適格者の安易な再参入の防止

(3)監査等の実効性の向上

- ①国の監査・審査業務の見直し
- ②事業者団体の自浄作用強化
- ③民間指定機関による適正化事業の活用

(4)旅行業者、利用者等との関係強化

- ①実質的な下限割れ運賃防止等の取引環境の適正化
- ②利用者に対する安全情報の「見える化」
- ③ランドオペレーター等に対する規制の在り方の検討

(5)ハード面の安全対策による事故防止の促進

- ①ガイドラインの策定
- ②導入促進に向けた支援等

※本委員会での取りまとめも踏まえて、ランドオペレーターの登録制度についての検討が進むこととなった。

2)旅行の安全・安心、取引の公正確保等について

訪日旅行の一部について、キックバックを前提とした土産物屋への連れ回し、高額な商品購入の勧誘等の問題が発生しており、観光庁へもクレームが寄せられるなど旅行者の満足度が低下する事態が生じていた。

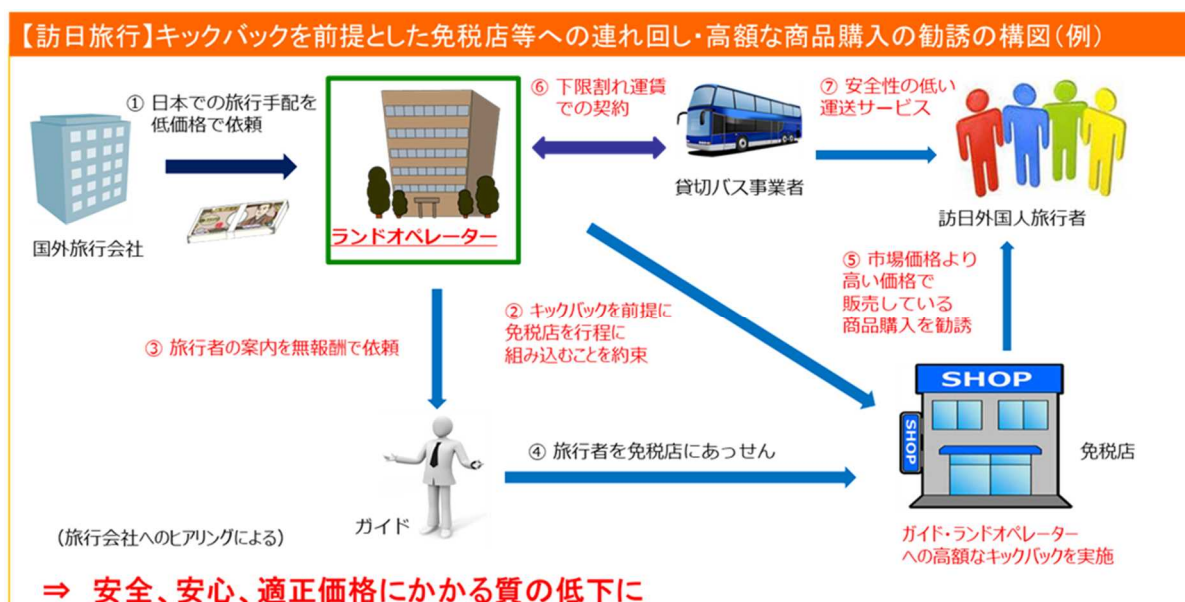
旅行会社へのヒアリングによると、ランドオペレーターがキックバックを前提として土産物屋を行程に組み込むことを約束し、ガイドにも土産物屋からの

キックバックを前提として「無報酬で」案内を依頼していることが判明した。

このことにより、旅行者からすれば行きたいと望んでもいない土産物屋に強制的に連れて行かれ、場合によっては買いたくもない商品を購入することとなり、限られた旅行の時間を無駄に過ごす羽目になるなど、旅行全体の満足度の低下にもつながりかねない。インバウンド旅行者の立場からすると、我が国へのツアーそのものへの満足度の低下ということになれば、インバウンドのリピーターの喪失に止まらず、各国での我が国への観光についての口コミによって評価にも悪影響を与えかねない。

また、ランドオペレーターが国内運送業者に対する手配を行う際に貸切バスを下限割れ運賃で契約するなどの行為が見られ、旅行の安全性等の観点からも問題が生じている。

ランドオペレーターによる問題行為の構図



以上より、ランドオペレーターの運用に関して登録制度の導入などによる規制をかけなければ、旅行者の安全・安心を阻害するのみではなく、我が国国際観光事業の将来に暗影を投じ、国際親善、友好関係にも悪影響を及ぼす懸念があることから、ランドオペレーターの行為に対して、行政が一定の関与ができるよう、登録制等により実態の把握を行うことが必要である。

(2) 旅行業法改正の概要

1) 旅行業法改正の概要

- ①旅行サービス手配業者の登録制を創設（第23条）
- ②旅行業務取扱管理者又は旅行サービス手配業務取扱管理者（※）の選任を義務づけ（第28条第1項）
- ③管理者に対して定期的な研修受講の義務付け（第28条第6項）

- ④書面交付を義務付け（第 30 条）
- ⑤違法な営業を行っている土産物店への連れ回し等禁止事項を明示（第 31 条、第 32 条）→（施行規則第 52 条）
- ⑥業務改善命令、登録取消等の処分・罰則を整備（第 36 条、第 37 条、第 74 条等）

※旅行サービス手配業務取扱管理者資格を取得するためには、観光庁長官登録研修機関の実施する研修を受講し、一定の成績を修めることが求められる。（第 28 条第 5 条）

研修については、旅行業務に関する法令、旅行業約款に関する知識及び旅行サービス手配業務に関し、必要な知識の取得並びに能力の向上を図る内容となっている。

なお、既に旅行業登録を行っている場合については、重複して旅行サービス手配業の登録を受ける必要はない。

【参照条文】

旅行業法

（登録）

第二十三条 旅行サービス手配業を営もうとする者は、観光庁長官の行う登録を受けなければならない。

（旅行サービス手配業務取扱管理者の選任）

第二十八条 旅行サービス手配業者は、営業所ごとに、一人以上の第五項の規定に適合する旅行サービス手配業務取扱管理者を選任して、当該営業所における旅行サービス手配業務に関し、その取引に係る取引条件の明確性、旅行に関するサービスの提供の確実性その他取引の公正、旅行の安全及び旅行者の利便を確保するため必要な国土交通省令で定める事項についての管理及び監督に関する事務を行わせなければならない。

2～4 （略）

5 旅行サービス手配業務取扱管理者は、第六条第一項第一号から第四号まで並びに第二十六条第一項第二号及び第三号のいずれにも該当しない者で、次条において準用する第十二条の十二から第十二条の十四までの規定により観光庁長官の登録を受けた者（以下この節において「登録研修機関」という。）が実施する旅行サービス手配業務に関する研修（以下「旅行サービス手配業務取扱管理者研修」という。）の課程を修了したもの又は次に掲げるものでなければならない。

一 本邦内の旅行のみについて旅行サービス手配業務を取り扱う営業所にあつては、第十一条の三の規定による総合旅行業務取扱管理者試験又は国内旅行業務取扱管理者試験に合格した者

二 前号の営業所以外の営業所にあつては、第十一条の三の規定による総合旅行業務取扱管理者試験に合格した者

6 旅行サービス手配業者は、旅行サービス手配業務取扱管理者について、三年以

上五年以内において国土交通省令で定める期間ごとに、旅行サービス手配業務に関する法令、旅程管理その他の旅行サービス手配業務取扱管理者の職務に関し必要な知識及び能力の向上を図るため、登録研修機関が実施する研修を受けさせなければならない。

7～9 (略)

(書面の交付)

第三十条 旅行サービス手配業者は、旅行サービス手配業務に関し取引をする者と旅行サービス手配業務に関し契約を締結したときは、国土交通省令で定める場合を除き、遅滞なく、当該取引をする者に対し、旅行者に提供すべき旅行に関するサービスの内容その他の国土交通省令で定める事項を記載した書面を交付しなければならない。

2 旅行サービス手配業者は、前項の規定により書面を交付する措置に代えて、政令で定めるところにより、旅行サービス手配業務に関し取引をする者の承諾を得て、同項の国土交通省令で定める事項を通知する措置であつて国土交通省令で定めるものを電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法であつて国土交通省令で定めるものにより講ずることができる。この場合において、当該旅行サービス手配業者は、当該書面を交付したものとみなす。

(禁止行為)

第三十一条 旅行サービス手配業者は、旅行サービス手配業務に関し取引をする者に対し、その取引に関する重要な事項について、故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為をしてはならない。

- 2 旅行サービス手配業者は、旅行サービス手配業務に関し取引をした者に対し、その取引によつて生じた債務の履行を不当に遅延する行為をしてはならない。
- 3 旅行サービス手配業者又はその代理人、使用人その他の従業者は、その取り扱う旅行サービス手配業務に関連して、旅行サービス手配業の信用を失墜させるものとして国土交通省令で定める行為を行つてはならない。

(名義利用等の禁止)

第三十二条 旅行サービス手配業者は、その名義を他人に旅行サービス手配業のため利用させてはならない。

2 旅行サービス手配業者は、営業の貸渡しその他いかなる方法をもつてするかを問わず、旅行サービス手配業を他人にその名において経営させてはならない。

(業務改善命令)

第三十六条 観光庁長官は、旅行サービス手配業者の業務の運営に関し、取引の公正、旅行の安全又は旅行者の利便を害する事実があると認めるときは、当該旅行サービス手配業者に対し、次に掲げる措置をとるべきことを命ずることができる。

- 一 旅行サービス手配業務取扱管理者を解任すること。

二 前号に掲げるもののほか、業務の運営の改善に必要な措置をとること。

(登録の取消し等)

第三十七条 観光庁長官は、旅行サービス手配業者が次の各号のいずれかに該当するときは、六月以内の期間を定めて業務の全部若しくは一部の停止を命じ、又は登録を取り消すことができる。

一 この法律若しくはこの法律に基づく命令又はこれらに基づく処分に違反したとき。

二 第六条第一項第二号、第三号若しくは第八号若しくは第二十六条第一項第二号から第四号までのいずれかに掲げる者に該当することとなつたとき、又は登録当時同項各号のいずれかに掲げる者に該当していたことが判明したとき。

三 不正の手段により第二十三条の登録を受けたとき。

2 観光庁長官は、旅行サービス手配業者が登録を受けてから一年以内に事業を開始せず、又は引き続き一年以上事業を行っていないと認めるときは、登録を取り消すことができる。

3 第二十六条第二項の規定は、前二項の規定による処分について準用する。

第七十四条 次の各号のいずれかに該当する者は、一年以下の懲役若しくは百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

一 第三条の規定に違反して旅行業を営んだ者

二 不正の手段により第三条の登録、第六条の三第一項の有効期間の更新の登録又は第六条の四第一項の変更登録を受けた者

三 第六条の四第一項の規定に違反して第四条第一項第三号の業務の範囲について変更をした者

四 第十四条の規定に違反してその名義を他人に利用させ、又は旅行業若しくは旅行業者代理業を他人に経営させた者

五 第十四条の三第一項の規定に違反して所属旅行業者以外の旅行業者のために旅行業務を取り扱った者

六 第二十三条の規定に違反して旅行サービス手配業を営んだ者

七 不正の手段により第二十三条の登録を受けた者

八 第三十二条の規定に違反してその名義を他人に利用させ、又は旅行サービス手配業を他人に経営させた者

旅行業法施行規則

(禁止行為)

第五十二条 法第三十一条第三項の国土交通省令で定める行為は、次に掲げるものとする。

一 旅行サービス手配業務に関し取引をする者に対し、法令に違反する行為を行うことをあつせんし、又はその行為を行うことに関し便宜を供与する行為

- 二 運送サービス（専ら企画旅行の実施のために提供されるものに限る。）を提供する者に対し、輸送の安全の確保を不当に阻害する行為
- 三 旅行サービス手配業務に関し取引をする者に対し、旅行者が特定のサービスの提供を受けること又は特定の物品を購入することを強要する行為を行うことをあつせんし、又はその行為を行うことに関し便宜を供与する行為

旅行サービス手配業務取扱管理者研修の登録研修機関一覧

令和4年5月26日現在

	登録年月日	登録番号	登録研修機関名
1	平成30年2月15日	第1号	(一社)日本旅行業協会
2	平成30年3月9日	第2号	(有)インターナショナルツアーアシスタンス
3	平成30年3月27日	第3号	(一社)日本海外ツアーオペレーター協会
4	平成30年7月2日	第4号	ジェイエコツアー株式会社
5	平成31年1月18日	第5号	(一社)全国農協観光協会
6	令和元年6月17日	第6号	JCIT株式会社
7	令和3年4月13日	第7号	一般財団法人日本旅行業振興協会

旅行サービス手配業務取扱管理者

- **営業所ごとに、一人以上の管理者の選任**が必要
- 取引条件の明確性、旅行に関するサービスの提供の 確実性その他取引の公正、旅行の安全及び旅行者の利便を確保するために必要な事項についての管理・監督を行う
- 定期的な研修受講(5年ごと)

書面交付義務

- 契約内容について取引の当事者が正確に理解し、**旅行の安全を制度的に担保するため、旅行者・サービス提供者双方への書面交付を義務づけ**

<書面記載事項>

「旅行者に提供すべき旅行に関するサービスの内容」等国土交通省令で定める事項を記載

(例) 旅行に関するサービスの内容

旅行サービス手配業務取扱管理者の氏名 等

2) 旅行サービス手配業について

旅行サービス手配業者とは、報酬を得て、旅行者の依頼を受けて、旅行者に対する運送等サービス又は運送等関連サービスの提供について、これらのサービスを提供する者との間で、代理契約・媒介・取次を行う者である（詳細は以下資料に示すとおり）。

3) 旅行サービス手配業創設について

- 旅行サービス手配業者とは、報酬を得て、旅行者（外国旅行者を含む）の依頼を受けて、旅行者に対する運送等サービス又は運送等関連サービスの提供について、これらのサービスを提供する者との間で、代理契約・媒介・取次（取引の公正、旅行の安全及び旅行者の利便の確保に支障を及ぼすおそれがないものとして国土交通省令で定めるものを除く）を行う者。

「運送等サービス」「運送等関連サービス」について

- 「運送等サービス」：運送又は宿泊のサービス
- 「運送等関連サービス」：通訳ガイド・免税店等の運送及び宿泊のサービス以外の旅行に関するサービス

「代理契約・媒介・取次」について

- 「代理契約」：旅行者を代理して、サービス提供者と契約する行為
- 「媒介」：旅行者とサービス提供者間の契約成立に向けて尽力する行為
- 「取次」：旅行者のために自己名義でサービスを提供

規制対象から省令で除く行為について

- 海外旅行の手配行為
- チケットやレストラン等の手配のみを単発・独立的に行う行為
（運送等サービスに付随して行われない運送等関連サービスの手配行為のうち、旅行の安全及び旅行者の利便の確保等に支障を及ぼすおそれがないものとして国土交通省令で定めるもの） 等

- ・ 旅行業法改正に伴う旅行サービス手配業（ランドオペレーター）の登録制度化について、旅行業協会のみならず、都道府県等のウェブサイトにも以下のチラシを掲載するなどして周知を図った。
- ・ 併せて、後述の地域限定旅行業務取扱管理者も含め、旅行業法改正についての説明会を全国 10 か所で開催した。



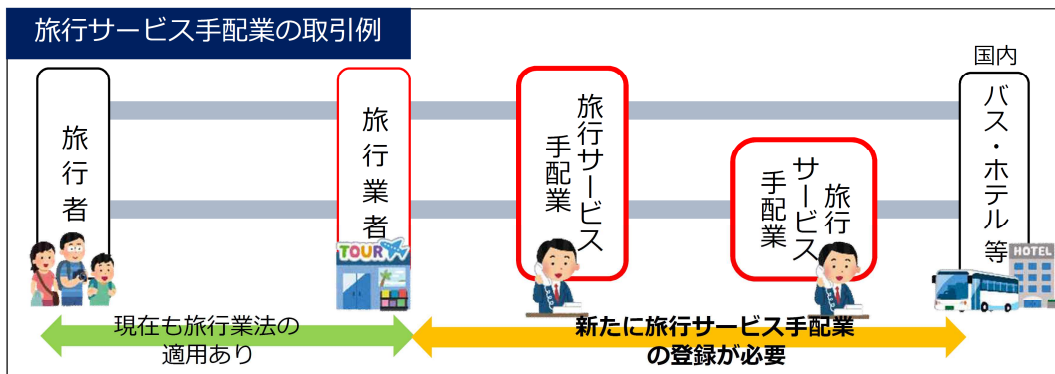
旅行サービス手配業（ランドオペレーター） の登録制度が始まります

旅行業法の改正により、平成30年1月4日以降に日本国内においてランドオペレーター業務（※）を行うには、**都道府県知事の「旅行サービス手配業」の登録が必要になります。**

※「ランドオペレーター業務」とは、報酬を得て、旅行者（外国の旅行者を含む）の依頼を受けて行う、以下のような行為です。

- ・ 運送（鉄道、バス等）又は宿泊（ホテル、旅館等）の手配
- ・ 全国通訳案内士及び地域通訳案内士以外の有償によるガイドの手配
- ・ 免税店における物品販売の手配

※既に旅行業登録のある方は、重複して旅行サービス手配業の登録を受ける必要はありません。



旅行サービス手配業者の義務

- ・ 営業所ごとに旅行サービス手配業務取扱管理者の選任
- ・ 契約締結時の書面の交付 など



旅行サービス手配業者の禁止行為

- ・ 不実告知、債務履行の遅延、他の法令に違反する行為のあっせん等
例) 道路運送法に基づく下限割れ運賃による運送の提供に関与すること
旅行者に土産品等物品の購入を強要すること



注意 無登録業者に対する罰則

- ・ 登録を受けずに旅行サービス手配業を営んだ者には、
1年以下の懲役若しくは100万円以下の罰金又はその両方が科されます。



旅行サービス手配業の登録手続きについては、各都道府県庁へお問い合わせ下さい。

平成29年9月27日

観光庁

改正旅行業法施行に向けた説明会を開催します

～地域を巡る旅行の促進、旅行サービス手配業の登録制度が開始～

本年6月に成立した「通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律」が平成30年1月4日に施行されます。これにより、体験・交流型旅行商品の企画・販売の促進のため、旅行業務取扱管理者に係る制度等が一部緩和されます。

また、平成30年1月4日以降は、いわゆるランドオペレーター（旅行サービス手配業）の業務を行うためには、各都道府県での登録を受けていることが必要となります。

改正旅行業法の施行に先立ち、観光庁では全国10か所で説明会を開催します。

1. 改正旅行業法の主なポイント

(1) 地域の観光資源・魅力を生かした体験・交流型旅行商品の企画・販売の促進

- ・営業所ごとに選任が必要な「旅行業務取扱管理者」について、特定地域の旅行商品のみを取り扱う営業所に対応した「地域限定旅行業務取扱管理者」資格の創設
- ・「旅行業務取扱管理者」の1営業所1名の選任基準を緩和

(2) 旅行サービス手配業者の業務の適正化

旅行サービス手配業（いわゆるランドオペレーター）の登録制度を創設し、管理者の選任、書面の交付等を義務付け

※今回の改正法の詳細については参考資料1、ランドオペレーターの実態調査の結果については参考資料2をご参照ください。

2. 説明会の開催について

説明会への参加を希望される方は、別添1をご参照のうえ、別添2の「参加申込書」によりFAXにてお申し込みください。

※説明会は公開で行います。また、報道関係者の方による撮影も可能です。

取材を希望される報道関係者の方は、別添3の「取材申請書」に必要事項を記入のうえ、各地域の運輸局観光部観光企画課及び沖縄総合事務局運輸部企画室へ、開催日の2日前（土日を除く）までにFAXにてお申し込みください。

問い合わせ先：観光庁観光産業課 近藤、荒井、河合
代表：03-5253-8111（内線 27-322、27-328、27-318）
直通：03-5253-8329 FAX：03-5253-1585

〔説明会の開催について〕

(1) 説明会日程及び会場一覧

開催都市 (担当運輸局等)	開催日時	会場
香川県高松市 (四国運輸局)	10月11日(水) 14:00~16:00	高松市松島町1-17-33 四国運輸局(高松第2地方合同庁舎) 5階特別会議室
東京都港区 (関東運輸局)	10月13日(金) 14:00~16:00	港区三田2-1-8 三田共用会議所 講堂
沖縄県那覇市 (沖縄総合事務局)	10月16日(月) 14:00~16:00	那覇市おもろまち2-1-1 沖縄総合事務局(那覇第二地方合同庁舎2号館) 2階災害対策室B・C
宮城県仙台市 (東北運輸局)	10月17日(火) 14:00~16:00	仙台市宮城野区鉄砲町1番地 東北運輸局(仙台第4合同庁舎) 2階共用大会議室
新潟県糸魚川市 (北陸信越運輸局)	10月18日(水) 14:00~16:00	糸魚川市寺町2-8-16 糸魚川商工会議所
広島県広島市 (中国運輸局)	10月24日(火) 14:00~16:00	広島市中区上八丁堀6番30号 中国運輸局(広島合同庁舎4号館) 13階9号会議室
福岡県福岡市 (九州運輸局)	10月25日(水) 14:00~16:00	福岡市博多区博多東2丁目11-1 九州運輸局(福岡合同庁舎新館) 7階海技試験場
東京都港区 (関東運輸局)	10月27日(金) 14:00~16:00	港区三田2-1-8 三田共用会議所 講堂
大阪府大阪市 (近畿運輸局)	10月30日(月) 14:00~16:00	大阪市中央区大手前4-1-76 近畿運輸局(大阪合同庁舎第4号館) 10階海技試験室
愛知県名古屋市 (中部運輸局)	10月31日(火) 14:00~16:00	名古屋市中区三の丸2-2-1 中部運輸局(名古屋合同庁舎第1号館) 11階共用大会議室
北海道札幌市 (北海道運輸局)	11月2日(木) 14:00~16:00	札幌市中央区大通西10丁目 北海道運輸局(札幌第2合同庁舎) 9階講堂

・会場の都合上、定員になり次第締め切りとしますので、あらかじめご了承下さい。

(3) 旅行業法改正による評価

1) 旅行業法改正後の死亡事故発生状況

平成 29 年の旅行業法改正以降、旅行者が交通事故により死亡する事故は、令和 4 年 10 月に静岡県小山町で走行中の観光バスが横転事故を起こし乗客の 1 人が死亡した事故が 1 件発生しているが、軽井沢スキーバス事故のように旅行サービス手配業者による手配が要因で発生しているものはない。

2) 旅行サービス手配業者への行政処分について

法改正により、ランドオペレーターが旅行サービス手配業として登録制となって以降は、3 件の処分が発生している（いずれも業務停止）。

	処分日	処分内容	根拠法令	違反行為の内容
A社	R2.11.2	業務停止 (R2.11.3-R2.11.11)	旅行業法第31 条第3項	発着地いずれも <u>営業区域外に存する貸切バスを手配し</u> 、道路運送法第20条に違反するサービスの提供を受けることをあつせんした
B社	R2.10.14	業務停止 (R2.10.15-R2.10.23)	旅行業法第31 条第3項	発着地いずれも <u>営業区域外に存する貸切バスを手配し</u> 、道路運送法第20条に違反するサービスの提供を受けることをあつせんした
C社	R2.6.24	業務停止 (R2.6.26-R2.7.4)	旅行業法第31 条第3項	貸切バスの手配について、バス事業者の <u>届出運賃の下限を下回る運賃・料金で手配</u> を行い、道路運送法第9条の2第1項に違反するサービスの提供を受けることをあつせんした

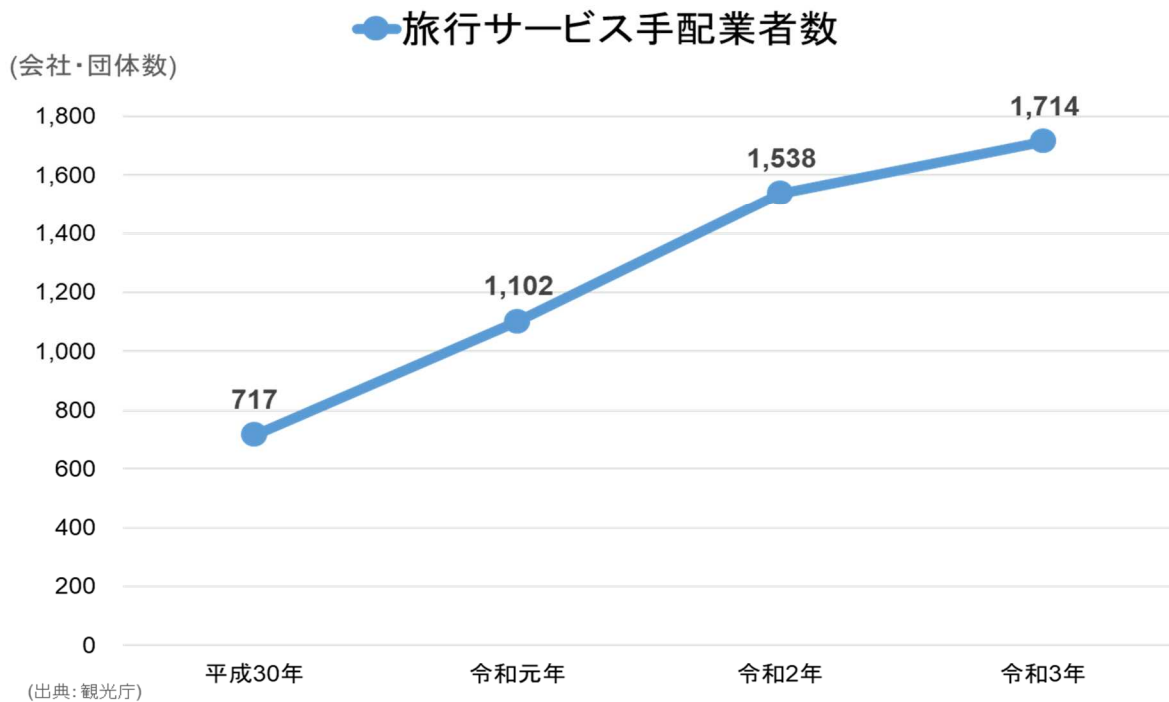
出典：観光庁 HP「旅行業者等に対する行政処分情報」

※登録制創設以降の処分を抜粋

3) 旅行サービス手配業者の登録件数について

旅行サービス手配業の登録制が創設された平成 30 年には約 700 社だったが、コロナ禍にあっても堅調に増加し、令和 3 年現在では約 1,700 社が登録しており、業界での本法改正における必要性の高まりと評価できる。

旅行サービス手配業者数の推移



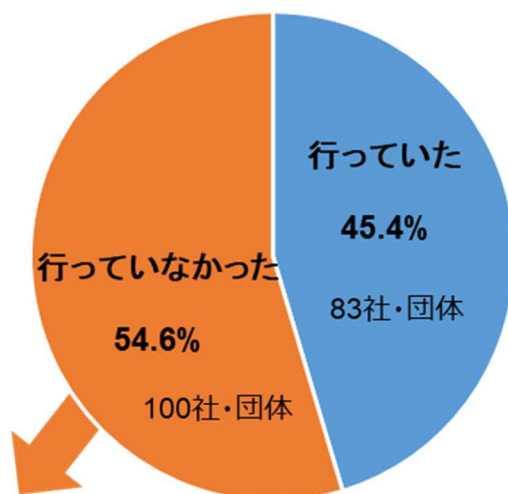
4) 旅行サービス手配業者へのアンケート実施について

今回の政策評価にあたり、平成29年の法改正により旅行サービス手配業の登録制が創設されたところ、令和3年度時点で1,714社が登録されているが、法令遵守状況や制度面での課題等について、その実態を把握するべく旅行サービス手配業者へアンケートを実施した。

- ・ 調査対象：旅行サービス手配業者 235 社
- ・ 調査期間：令和4年2月15日～令和4年3月10日
- ・ 調査方法：インターネットを利用した質問紙法による調査

問1) 貴社・貴団体は、旅行サービス手配業が登録制となる前からオペレーター業務を行っていましたか。

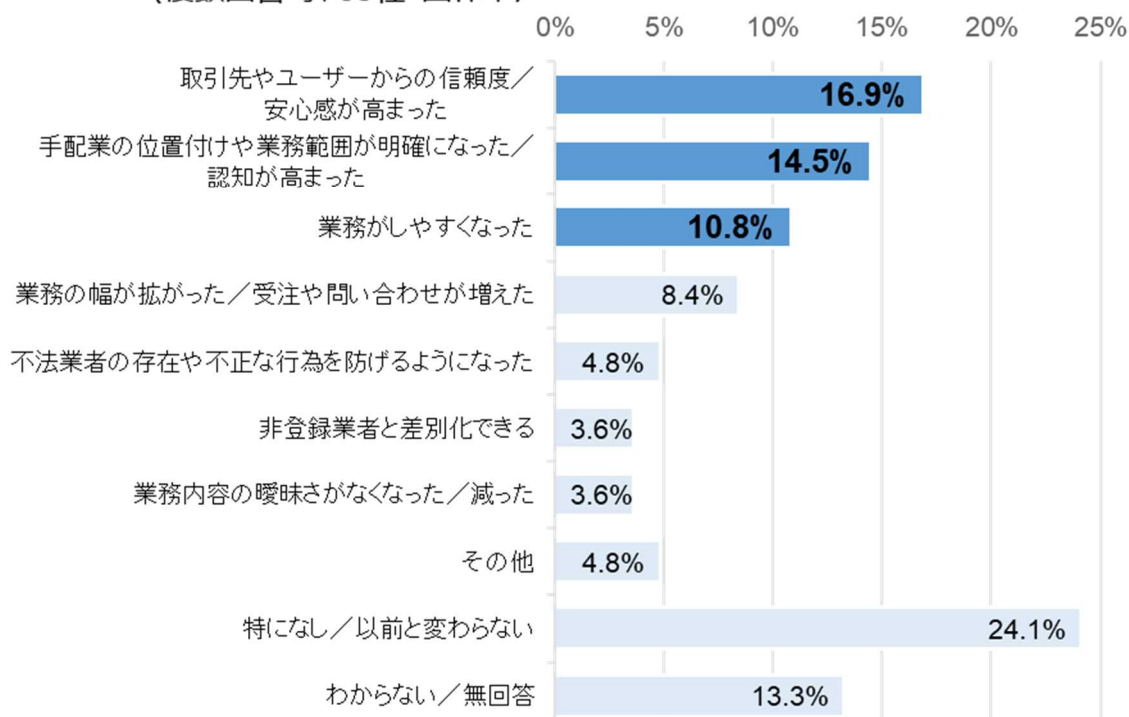
旅行サービス手配業者へのアンケート結果①



新規参入した(創設後にオペレーター業務を開始した)会社・団体数は54.6%

旅行の安全、旅行者の利便等の確保に向けた方向性を支持し、新たに参入

「行っていた」と解答した者のうち、登録制になってから良かったと思う点
(複数回答可、83社・団体中)

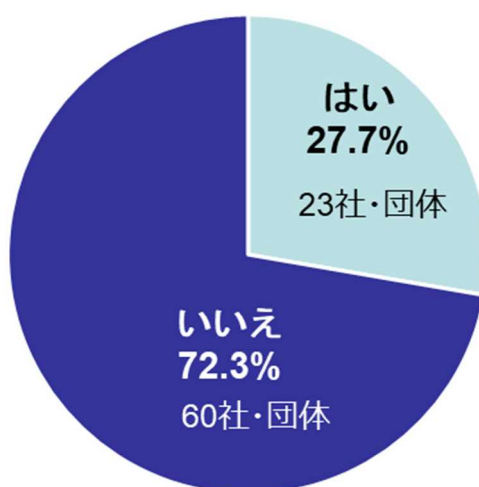


平成 30 年の旅行サービス手配業登録制の創設前からオペレーター業務を行っていた会社・団体が 45.4%、創設後にオペレーター業務を開始したのが 54.6%だった。

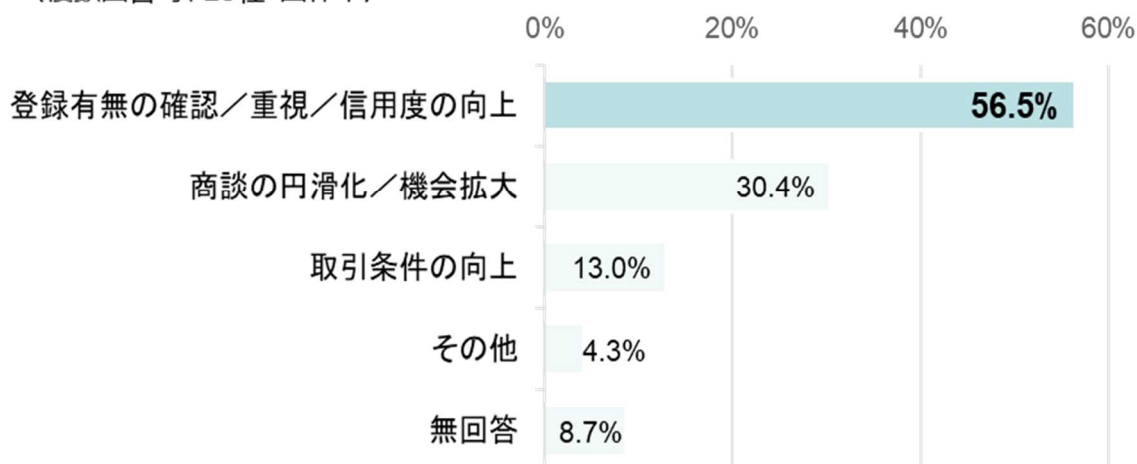
「良くなったと思う点」として「取引先等からの信頼度／安心感が高まった」「手配業の位置付けや業務範囲が明確になった／認知が高まった」「業務がしやすくなった」などが挙げられている。

問 2) 登録制度が導入されたことにより、観光関係施設、土産物店などの手配先との関係性や、取引内容に変化はありましたか。

旅行サービス手配業者へのアンケート



「はい」と解答した者のうち、観光関係施設、土産物店などの関係性や取引内容における変化の内容（複数回答可、23社・団体中）



旅行サービス手配業登録制度導入によって観光関係施設、土産物店などとの関わりに変化があったのは、回答者全体の 12.6%であり、10%以上もの取引を改善させた。

変化の内容としては、特に登録制度によって信用度が向上し、登録の有無が重視されるようになったこと、次いでビジネスチャンスの拡大、取引条件の向上が挙げられている。

登録制度スタート以前からオペレーター業務を行っていた会社・団体では、登録制度創設により「立場が明確になったことで信頼度が増した」「契約がスムーズに進むことが増えた」など、登録制度が事業者の信頼を担保することに繋がっていることが伺える。

また、それに伴って、「観光事業における旅行会社との連携がしやすくなった」「旅行会社とのやりとりがしやすくなり、地域の体験コンテンツを商品化しやすくなった」などの実際の事業への好影響も出ている。

さらに、「書面交付が義務化されたことによって手配業務に対する旅行会社・旅行サービス手配業者双方の意識が高まり、手配ミス等を事前にチェックすることで安全・安心な状況になってきている」との意見もあり、法改正により事業者の安全・安心に対する意識が向上していることが伺える。

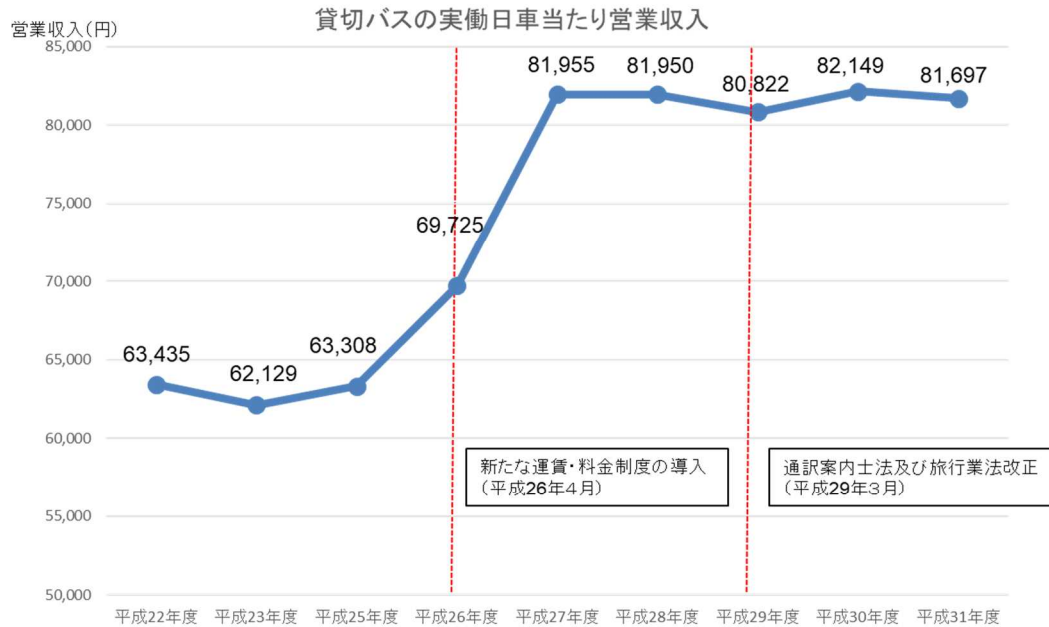
※なお、アンケートの自由記載の意見としては、以下のコメントなどが見られた。

- ・自分たちの職業が法的に認められた。
- ・業界のツアーオペレーター(DMC/旅行サービス手配業者)の存在やその役割の認識が確実に上がった。
- ・属する業種が明確になったので、旅行業界以外への説明がしやすくなった。
- ・登録しているものと、していないものと差別化が図れる。
- ・手数料の扱いが分かりやすくなった。
- ・職種を記入する書類に「旅行サービス手配業」と記載できるようになった。
- ・旅行他社との契約の際に有資格団体であることが明示できるようになった。
- ・登録させていただいたことにより、信用度が増した。
- ・都道府県知事による登録制になったことで、取引先(旅館・ホテル等)に対して中間業者の認知が上がってきた。
- ・「旅行サービス手配業」の手配付けで人格形成がされたことは良かった。
- ・地域事業者や顧客に対しての安心感が得られるようになったと感じる。
- ・旅行問い合わせ件数が増えた。
- ・名刺に記載でき、信頼性が生まれた。
- ・不正がしにくくなったと思う。
- ・旅行エージェントから登録が有りますかと、必ず問い合わせがくる。
- ・旅行業を行っている他社から違法行為を行っているかのような扱いがなくなって活動しやすくなった。

5) 貸切バスの実働日車当たり営業収入について

平成26年から現行の運賃・料金制度の導入に伴い、貸切バスの実働日車当たり営業収入は増加しており、旅行業法改正以後も高い水準を維持している。

貸切バスの実働日車当たり営業収入



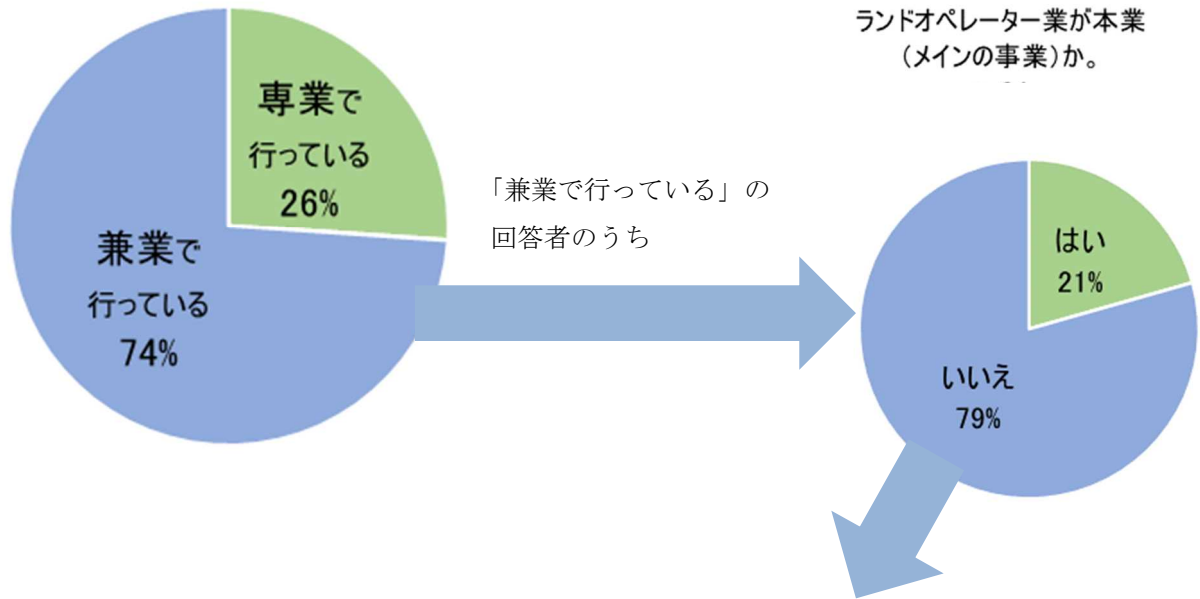
出典: 国土交通省自動車局旅客課「貸切バス事業の概要」より
※平成24年度の数値については調査対象事業者が異なるため記載されていない。

6) 旅行サービス手配業者への経営実態に関する追加アンケートの実施について

4) で実施のアンケート調査に加え、旅行サービス手配業者の経営状況等について把握するための調査を実施した。

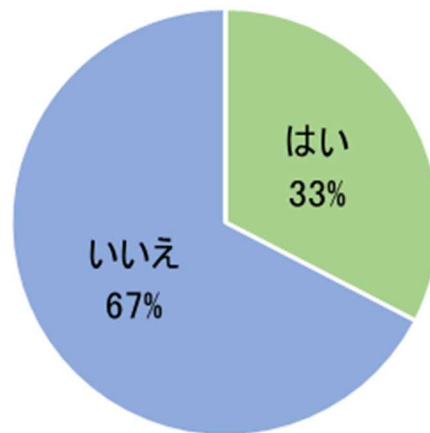
- ・ 調査対象：旅行サービス手配業者 117 社（令和4年2月実施のアンケートに回答があった事業者）
- ・ 調査期間：令和4年11月25日～令和4年12月15日
- ・ 調査方法：インターネットを利用したアンケートフォームによる調査

問1) ランドオペレーター業を専業で行っていますか。



※「いいえ」の回答者の本業については、交通事業、自治体・観光協会、宿泊事業、船舶代理店業、飲食店、コンサル業など様々。

問2) ランドオペレーター業は専業のビジネスとして成り立つとお考えですか。



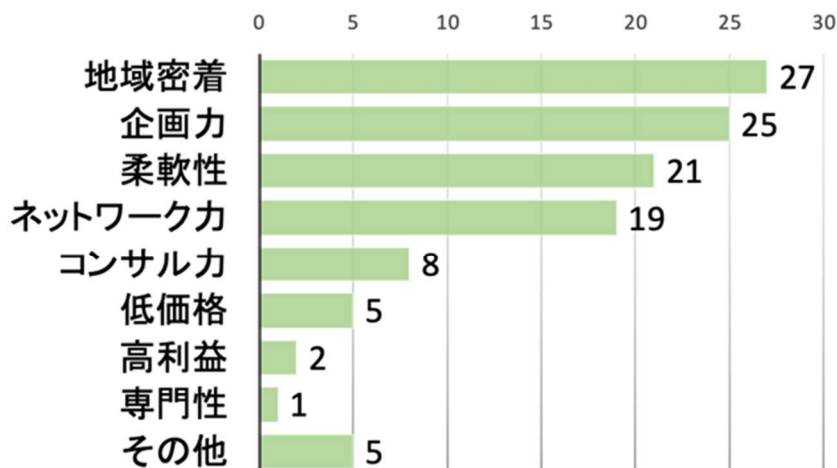
● 「はい」と回答した理由

- ・インバウンドで需要が高い
- ・海外の旅行会社の橋渡し役としての需要がある
- ・情報過多の昨今、フィルターとしての役割を果たせる
- ・旅行ニーズが多様化してきており、深いコンテンツへの需要が期待できる
- ・地域的に現地コーディネーターできる専門家が不可欠 など

● 「いいえ」と回答した理由

- ・コロナで需要がない
- ・手数料だけでは収益性が低い
- ・大手旅行会社から手数料を取りにくく、利益が確保できない など

問3) ランドオペレーターの強みは何ですか。



【その他の内訳】

地域に限った詳細な情報を把握できる/海外パートナーと長年築いてきた信頼関係/細やかな対応/地域情報発信/特殊プロデュース力

強みとして最も挙げられたのは、「地域密着」で27件、次いで「企画力」が25件、「柔軟性」が21件、「ネットワーク力」が19件となっている。

(4) 検討状況

● その他のアンケートで寄せられた声

- ・ 旅行サービス手配業の登録制度導入が周知されていない
- ・ 旅行サービス手配業が浸透しているのか疑問
- ・ 登録したことによってどのような意味があるのか良く分からない
- ・ 登録直後コロナが流行してしまい関係性が一時停滞した
- ・ コロナの影響で需要が減り仕事自体が減った
- ・ 更なる安全・安心の実現に向けては有料ガイド、質の高いガイドの育成が必要 等

● 今後の対応についての検討案

- ・ 旅行サービス手配業の登録制度についての更なる周知を通じて、制度の理解の深化を図る必要がある。
- ・ 平成29年の法改正による登録制度の導入後、新型コロナウイルスの影響により旅行需要が減少し、資格が十分に活かされていない状況となっているため、今後、需要が回復した際には、旅行サービス手配業の実施状況等の把握に努め、ビジネス展開・深化の好事例を業界に周知して業界全体の知名度や収益性の向上を図るなど、必要な対策を検討する。

2. 地域限定旅行業に対する規制緩和による旅行振興 <攻めの政策>

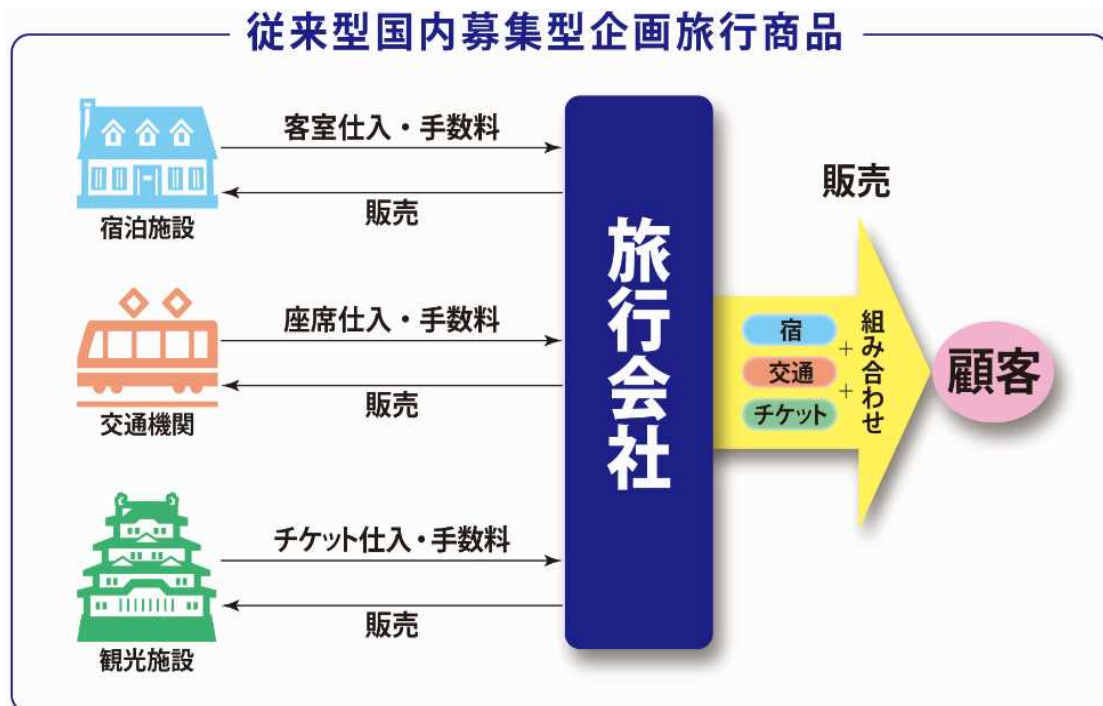
(1) 課題

宿泊施設の客室や交通機関の座席、観光施設の入場券等をサプライヤーから在庫として仕入れ、これをパッケージにすることで旅行商品を造成している。

商品内容の差別化が難しく、他社による類似商品の造成や旅行者による自己手配も可能であることから価格面での競争に陥りやすい。薄利多売構造のため大量送客が可能な人気観光地に行き先が偏重する傾向も見られる。

そのため、特に大量の観光客を受け入れることのできない規模の小さな地域では、観光による交流人口がもたらす恩恵を受けにくい状況にあることから、有名観光地以外、特に規模の小さな地域の魅力の発掘、旅行商品の薄利多売ではない高利益率化などが求められる。

従来型の国内募集型企画旅行商品の流通の流れ



1) 訪日外国人の訪問先

従来型国内旅行商品の特徴（典型例）による課題が浮き彫りとなるなど、訪日外国人旅行者の訪問先は、ゴールデンルート（※）が中心となり、地方部への訪問意向は低い。

都市部では体験できない地方ならではの魅力的な体験コンテンツなどが十分でないことから、地方部の魅力がインバウンド旅行者の目にとまる機会を損失している。

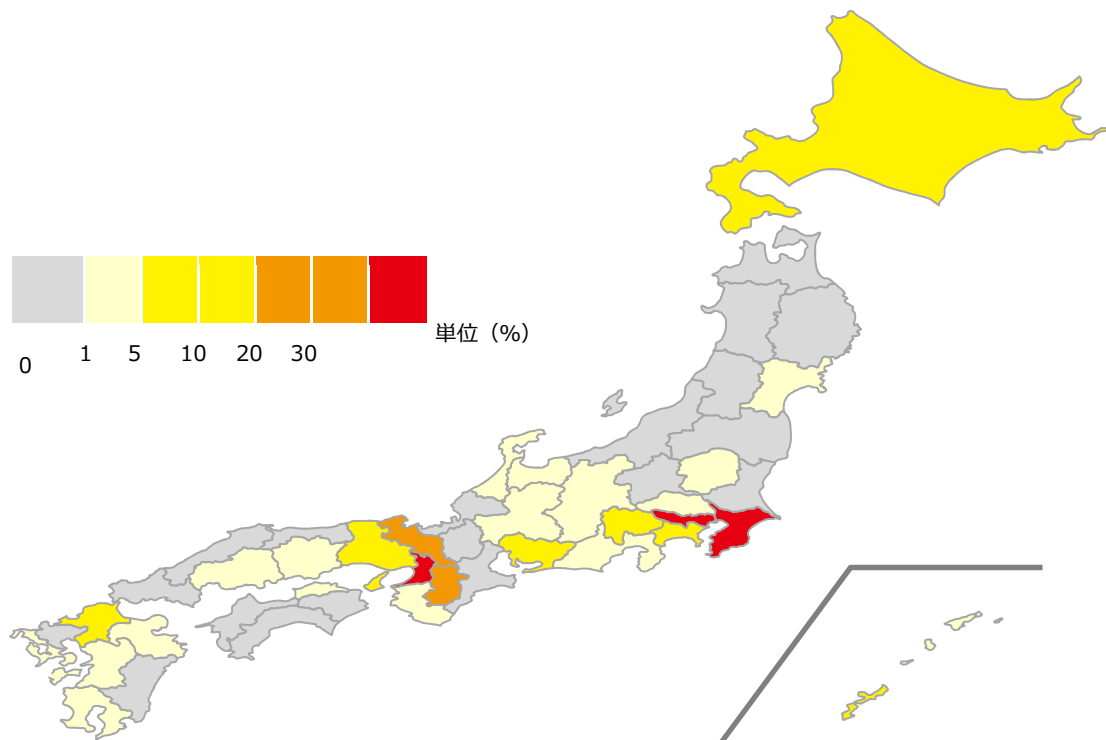
※「ゴールデンルート」とは、東京－大阪エリア間を周遊する訪日旅行の定番コース（東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪など）

2019年の訪日旅行者の都道府県別訪問ランキング

順位	都道府県	訪問率	順位	都道府県	訪問率
1	東京都	47.2%	15	広島県	3.0%
2	大阪府	38.6%	16	岐阜県	3.0%
3	千葉県	35.1%	17	長野県	2.9%
4	京都府	27.8%	18	石川県	2.0%
5	奈良県	11.7%	19	熊本県	1.9%
6	愛知県	9.0%	20	長崎県	1.5%
7	福岡県	8.7%	21	栃木県	1.3%
8	北海道	8.0%	22	富山県	1.1%
9	神奈川県	7.8%	23	和歌山県	1.1%
10	沖縄県	6.1%	24	埼玉県	1.1%
11	兵庫県	6.0%	25	鹿児島県	1.0%
12	山梨県	5.5%	26	岡山県	1.0%
13	静岡県	4.8%	27	宮城県	1.0%
14	大分県	3.3%	28	香川県	1.0%

(注) 訪問率1%未満の都道府県は省略

2019年の訪日旅行者の都道府県別訪問ランキング（分布図）



出典：日本政府観光局（JNTO）「都道府県別訪問率」を基に観光庁作成（2021年10月）

2) 旅行者、現場からのニーズ

- ・有名観光地の定番プランだけではなく、地域体験・交流型旅行商品に対する旅行者のニーズの高まり。
- ・ホテル・旅館等といった観光地で旅行業以外のビジネスをメインとしている既存の企業・施設が、自ら地域の旅行商品を企画・販売したいというニーズの高まり。

(2) 法改正の概要

地域の観光資源・魅力を活かした体験・交流型旅行商品の企画・販売の促進に向けた見直しを行った。

また、「旅行業務取扱管理者」の営業所への配置に関する規制緩和を行った。

これらにより、地域限定旅行業務の充実を図り、旅行商品の多様化、旅行者とのマッチングにかかる質の維持・向上につなげる。

①地域限定旅行業務取扱管理者の新設（第11条の2第6項、第11条の3）

地域限定旅行業務取扱管理者試験を創設し、地域限定旅行者が当該試験の合格者を管理者として選任できることとする。

旅行業務取扱管理者の別による取扱い可能な旅行の範囲

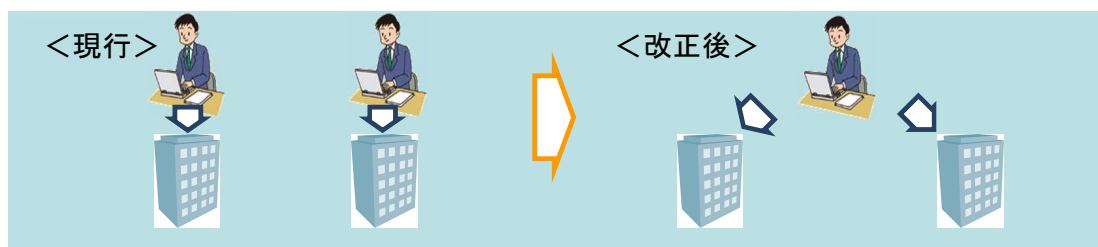
取扱い可能な旅行範囲	総合旅行業務取扱管理者	国内旅行業務取扱管理者	地域限定旅行業務取扱管理者(新設)
日本全国+海外	○	×	×
日本全国	○	○	×
地域限定	○	○	○(※)

(※) 航空運送や日本全国の地理等を試験科目から省略

② 1名の旅行業務取扱管理者による複数営業所兼務の解禁（第11条の2第5項）

※地域限定旅行者に限る

現行及び法改正後における旅行業務取扱管理者のイメージ



(複数営業所兼務の条件)

- ・ 複数営業所が近接しているとき（営業所間の距離の合計が40km以下）
- ・ 旅行業務の適切な運営が確保される場合（※）

※ 1名の管理者が担当する営業所の業務量の年間取引額の合計が一定以下（1億円以下）になる場合

【参照条文】

(旅行業務取扱管理者の選任)

第十一条の二 旅行者又は旅行者代理業者（以下「旅行者等」という。）

は、営業所ごとに、一人以上の第六項の規定に適合する旅行業務取扱管理者を選任して、当該営業所における旅行業務に関し、その取引に係る取引条件の明確性、旅行に関するサービス（運送等サービス及び運送等関連サービスをいう。以下同じ。）の提供の確実性その他取引の公正、旅行の安全及び旅行者の利便を確保するため必要な国土交通省令で定める事項についての管理及び監督に関する事務を行わせなければならない。

2～4 （略）

5 第一項の規定により旅行業務取扱管理者を選任しなければならない営業所が複数ある場合において、当該複数の営業所が近接しているときとして国土交通

省令で定めるときは、旅行業務取扱管理者は、前項の規定にかかわらず、その複数の営業所を通じて一人で足りる。ただし、当該旅行業務取扱管理者の事務負担が過重なものとなる場合その他の当該複数の営業所における旅行業務の適切な運営が確保されないおそれがある場合として国土交通省令で定める場合は、この限りでない。

6 旅行業務取扱管理者は、第六条第一項第一号から第六号までのいずれにも該当しない者で、次に掲げるものでなければならない。

一 本邦内の旅行のうち営業所の所在する市町村の区域その他の国土交通省令で定める地域内のもののみについて旅行業務を取り扱う営業所にあつては、次条の規定による総合旅行業務取扱管理者試験、国内旅行業務取扱管理者試験又は地域限定旅行業務取扱管理者試験（当該営業所の所在する地域に係るものに限る。）に合格した者

二～三 （略）

7～10 （略）

（旅行業務取扱管理者試験）

第十一条の三 旅行業務取扱管理者試験は、旅行業務取扱管理者の職務に関し必要な知識及び能力について観光庁長官が行う。

2 旅行業務取扱管理者試験は、総合旅行業務取扱管理者試験、国内旅行業務取扱管理者試験及び地域限定旅行業務取扱管理者試験の三種類とする。

3～5 （略）

1) 地域限定旅行業について

旅行業を営むには、旅行業登録が必要になり、取り扱うことのできる旅行商品の範囲や登録要件により、第1種・第2種・第3種・地域限定と4つの区分がある。

地域限定については、旅行商品の取扱いは営業所の存する隣接市町村内に限られるものの、登録時に必要となる営業保証金や基準資産の要件の面でハードルが低く設定されており、地域の魅力を活かした旅行商品の企画・販売を促進することが目的とされている。

図 旅行業の登録種別と登録要件等

旅行業等の区分		登録行政庁 (申請先)	業務範囲※				登録要件	
			企画旅行			手配旅行	営業保証金	基準資産
			募集型		受注型			
			海外	国内				
旅行者	第1種	観光庁長官	○	○	○	○	7000万 (1400万)	3000万
	第2種	主たる営業所の所在地を管轄する都道府県知事	×	○	○	○	1100万 (220万)	700万
	第3種	主たる営業所の所在地を管轄する都道府県知事	×	△ (隣接市町村等)	○	○	300万 (60万)	300万
	地域限定	主たる営業所の所在地を管轄する都道府県知事	×	△ (隣接市町村等)	△ (隣接市町村等)	△ (隣接市町村等)	15万 (3万)	100万

※業務範囲について

募集型企画旅行：旅行者が予め旅行計画を作成し、旅行者を募集するもの（例：パッケージツアー）

受注型企画旅行：旅行者が旅行者からの依頼により旅行計画を作成するもの（例：修学旅行）

手配旅行：旅行者が、旅行者からの依頼により宿泊施設や乗車券等のサービスを手配するもの

(3) 法改正による評価

地域限定旅行業務取扱管理者の受験者は、開設当時 179 人だったが、現在は 300 人以上の受験者となっている。

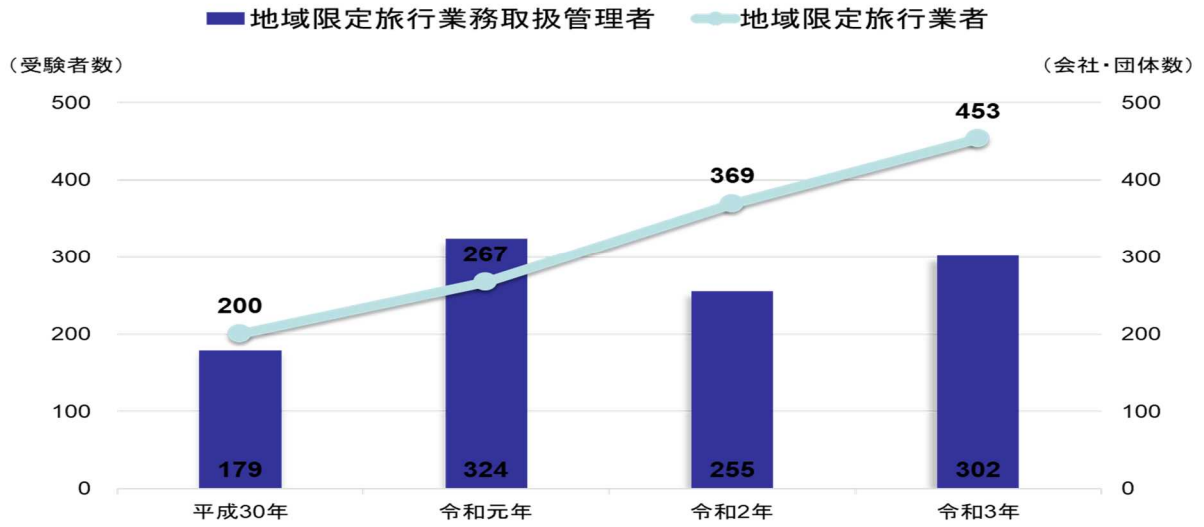
また、地域限定旅行者は平成 30 年時点で 200 団体・会社だったが、令和 3 年時点で 453 社・団体に増えており、いずれもコロナ禍においても堅調に推移していることから社会的ニーズがあるものと認められる。

※観光庁への問合せの例

コロナ禍にあっても観光庁では、「今は全く別の仕事をしているが、地元のことを好きで詳しいので、地元が元気になる、地元のために観光客を呼び込んでくる仕事をしたい。大手旅行者にはできない地元ならではの旅行商品を販売したい。しかし、基準資産などをあまり持ち合わせていないところ、それでも旅行者として参入できないか。」などといった問い合わせをしばしば受けており、地元密着型での旅行業経営についてのニーズがあることを感じている。

1) 地域限定旅行業者数及び地域限定旅行業務取扱管理者数の推移

地域限定旅行業者数及び地域限定旅行業務取扱管理者数の推移



平成 30 年の 200 団体・会社から令和 4 年 534 社・団体の増加分 334 社・団体の分布を確認すると、狙いどおり地方部での増加が見受けられ、法改正の成果が一定程度あるものと認められる。

2) 都道府県別地域限定旅行業者の登録件数の推移

都道府県別地域限定旅行業者の登録件数の推移

地域限定旅行業者

※ 黄色ハイライト：3大都市圏以外の道県で、令和4年度の登録件数が平成30年度比で400%以上

	平成30年	令和4年		平成30年	令和4年
北海道	10	14	三重	3	13
青森	7	12	滋賀	3	12
岩手	1	7	京都	12	30
宮城	4	2	大阪	5	11
福島	2	13	兵庫	2	19
秋田	1	5	奈良	2	7
山形	6	10	和歌山	5	7
新潟	8	14	鳥取	4	13
長野	14	38	島根	1	7
富山	2	5	岡山	4	4
石川	3	4	広島	2	9
茨城	0	4	山口	1	4
栃木	1	3	徳島	2	3
群馬	1	6	香川	4	5
埼玉	2	5	愛媛	4	8
千葉	7	18	高知	1	4
東京	7	32	福岡	7	15
神奈川	3	12	佐賀	1	3
山梨	3	7	長崎	10	10
福井	3	6	熊本	1	6
岐阜	3	5	大分	4	12
静岡	6	9	宮崎	1	6
愛知	3	4	鹿児島	9	16
			沖縄	15	31
			合計	200	490

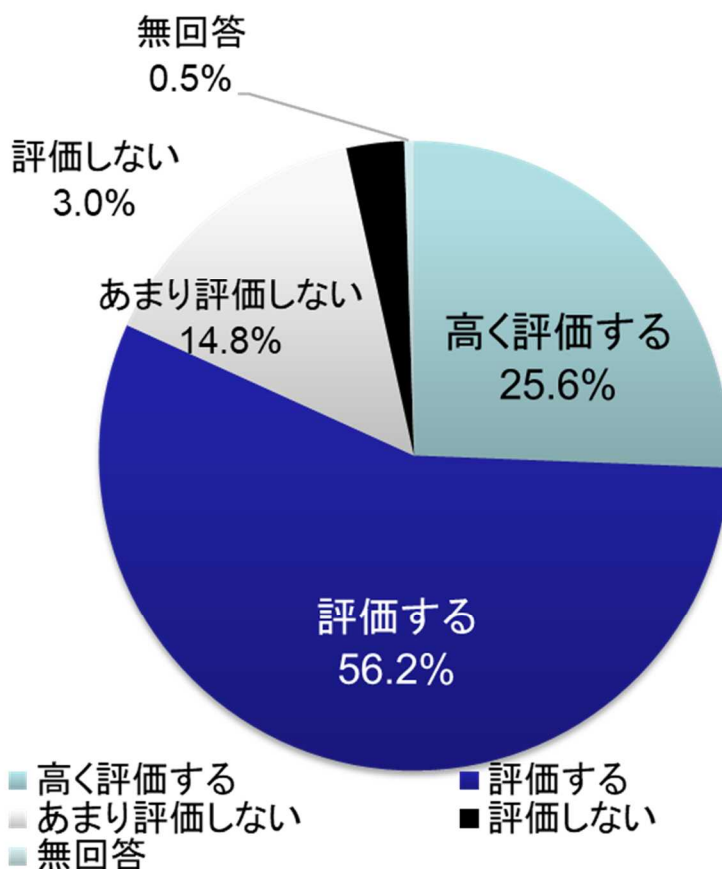
3) 地域限定旅行業者へのアンケート実施について

今回の政策評価にあたり、平成29年の法改正により地域限定旅行業務取扱管理者制度が創設されたところ、令和3年度時点で453社が登録されているが、法令遵守状況や制度面での課題等について、その実態を把握するべく地域限定旅行業者へアンケートを実施した。

- ・調査対象：地域限定旅行業者 235社
 - ・調査期間：令和4年2月15日～令和4年3月10日
 - ・調査方法：インターネットを利用した質問紙法による調査
- 以下に、アンケート結果を抜粋したものを示す。

問1) 地域限定旅行業務取扱管理者資格が創設されたことについての評価を教えてください。

地域限定旅行者へのアンケート結果



制度創設後の旅行取扱状況について評価する点

- ・旅行業への参入がしやすくなった／事業の幅が拡大した／事業の幅が拡大しやすくなった
- ・地域の魅力を活かしたツアーの造成がしやすくなった／旅行者からのツアーへの認知度が上がった
- ・旅行事業の活性化／地域事業者との連携が深まった
- ・資格取得が容易になった

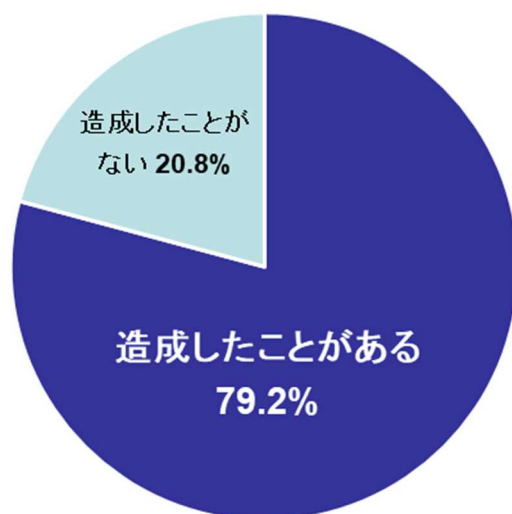
制度創設後の旅行取扱状況について評価しない点

- ・特にない
- ・まだ効果が分からない
- ・収益が少ない
- ・競合が増えた

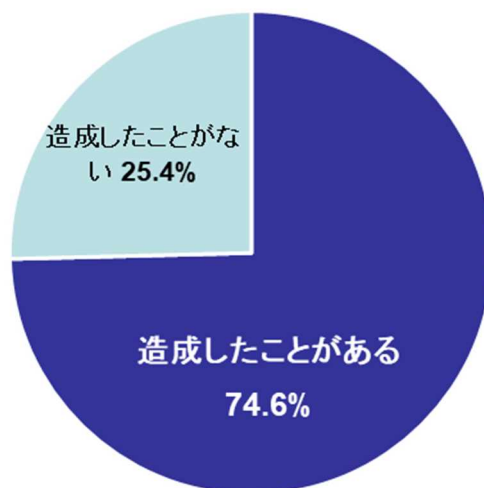
→資格創設について「高く評価する」が25.6%、「評価する」が56.2と、8割強が肯定的に評価しており、資格創設が事業の広がりや多様化、地域活性化に貢献していることがうかがえる。

問2) これまでに地域ツアーを造成しましたか。

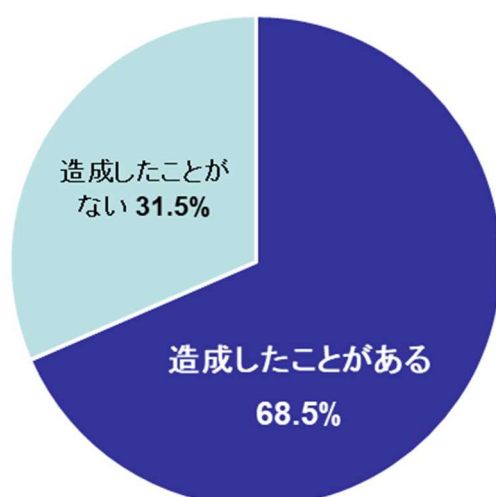
地域限定旅行業務取扱管理者



総合旅行業務取扱管理者



国内旅行業務取扱管理者



→地域限定旅行業がこれまでに地域ツアー造成したことがあるかどうかを、選任した旅行業務取扱管理者別にみると、政策の狙いどおり、地域限定旅行業務取扱管理者では総合・国内の旅行業務取扱管理者と比して「造成したことがある」が79.2%と最も多い。

※また、制度創設後の旅行取扱状況について評価する点として、以下のような回答が見られた。

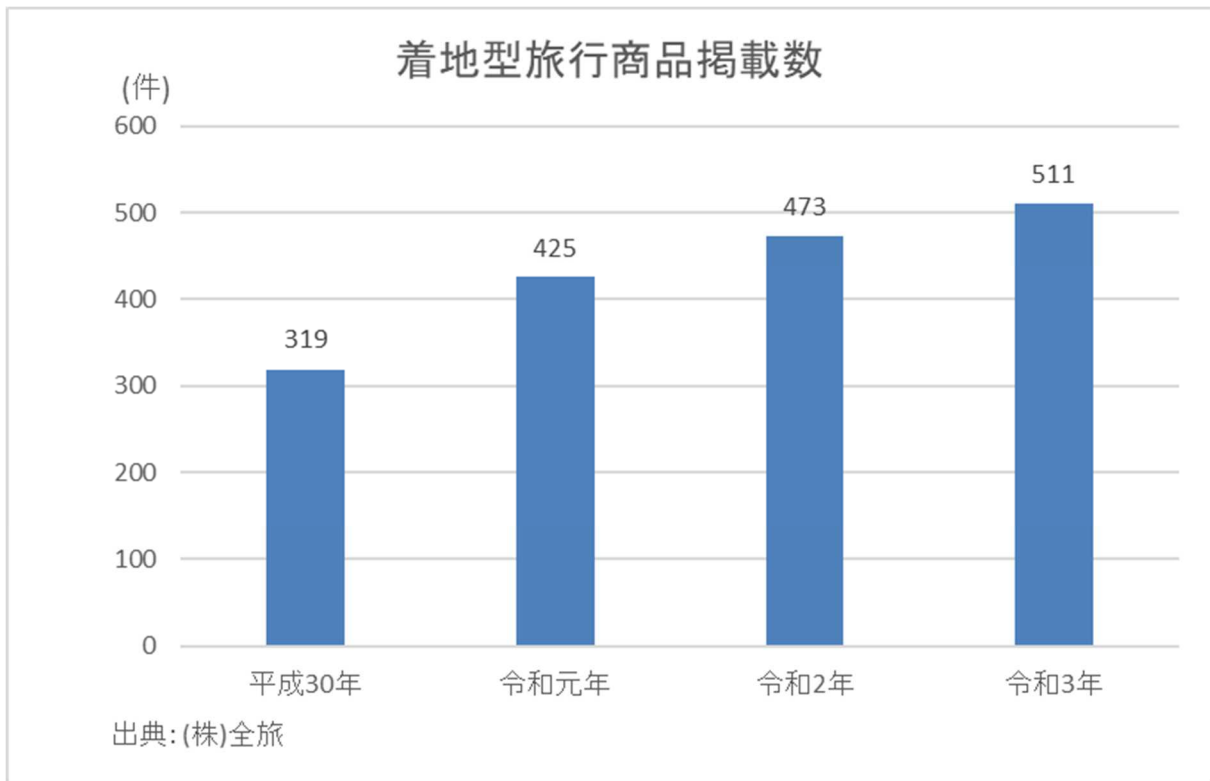
- ・地域の魅力を伝えるツアーを開催することができ、リピーターも多く獲得できている。
- ・「地域限定」で登録できたのでイニシャルコストを抑えられた。
- ・宿泊プランの幅が広がり、集客につながる（従来の宿泊施設が地域限定登録）
- ・地域の事業者との連携がとれるようになった、地域に経済効果を実感してもらえるようになった。
- ・着地型旅行を行おうと思えた。

平成30年の法改正の施行から2年後にコロナ禍へと移行した背景を鑑みると、地域限定旅行業務取扱管理者を選任した会社・団体が、旅行需要が著しく低いという好ましくない事業環境にあっても前向きな活動を展開しようと努力していることが見て取れる。

また、平成30年以降に「地旅サイト」に掲載された着地型商品掲載数の推移を見ると、順調に着地型商品数は増加しており、地域限定旅行業務取扱管理者の資格創設が増加に貢献していることが伺える。

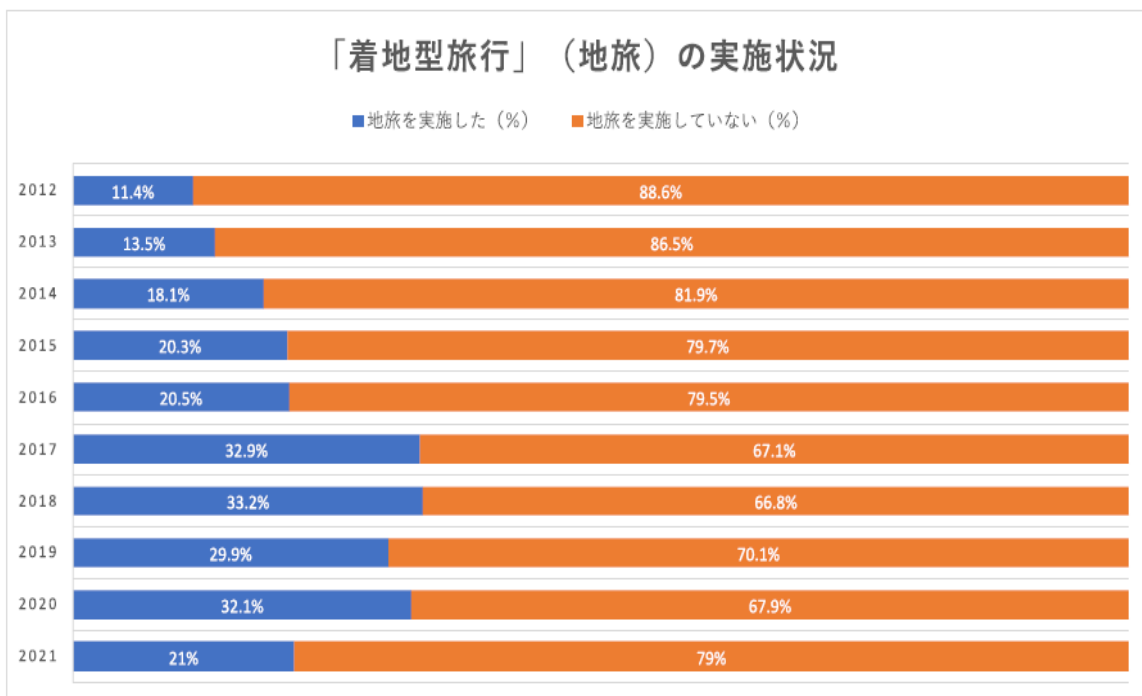
※地旅サイト：(株)全旅が運営する着地型旅行商品のみを掲載するサイト

地旅サイトへの着地型旅行商品掲載数



また、全国旅行業協会の調査によると、旅行会社のうち着地型旅行を実施する割合は、法改正のあった 2017 年以降は法改正前に比べて高くなっていることから、法改正が着地型旅行の促進に一定の効果をもたらしたと考えられる、

着地型旅行の実施状況（全国旅行業協会の調査（2012-2021 年））



出典: 全国旅行業協会

- 地域のステークホルダーと連携の上、地元ならではの体験を楽しめる着地型旅行商品の例



サイクリング&カヤックでめぐる茂庭地区

09:00 道の駅ふくしま 出発

↓バス移動

「摺上川ダム」で 《カヤック体験》

↓バス移動

「茂庭ふるさと」で 昼食

↓バス移動

西側堤体駐車場から 《▼サイクリング》 スタート!



「茂庭生活歴史観」で しなだ織り見学&体験



「摺上川ダム」で 監視廊見学と植樹



「山田きのこ園」で しいたけ狩り



「茂庭ふるさと館」の 《もにわの湯》 でリフレッシュ♪

↓ バス移動

17:15 道の駅ふくしま 到着・解散



越冬野菜掘り体験&ランチ体験

<午前9時>

旭川市内ホテルより出発（送迎）

<午前9時半～>

屋外体験（越冬野菜掘り起こし、ゆき遊びなど）

屋内体験（農家のお母さんと料理体験）

出来上がった農家料理の試食体験

<午前12時半>

農園体験を満喫したら解散（送迎）



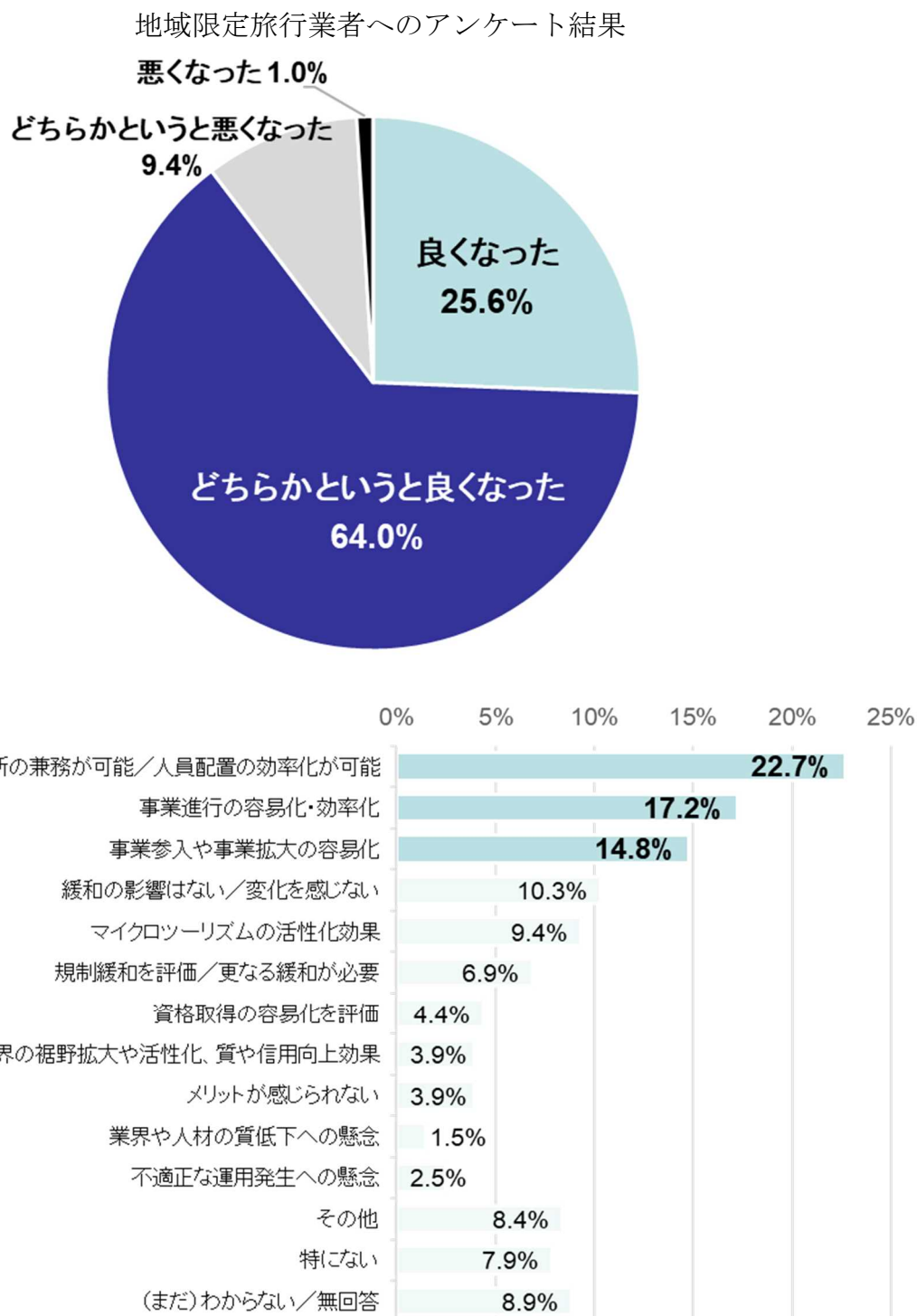
海苔の手すき体験(海苔の昼食と生海苔のお土産付)

大阪湾の海のめぐみで育った海苔をきれいに洗って、すき枠に入れ、海苔をすく。すいた海苔を天日干して板のりを完成させる体験。

昼食は、生海苔の味噌汁、生海苔の酢の物、地魚ののり巻きというメニューになっている。

問3) 旅行業法の改正では旅行業務取扱管理者の営業所への配置に関する規制が緩和されましたが制度の変更（規制緩和）についてどのように思われますか。

旅行業務取扱管理者の配置に関する規制緩和に対する評価は、「良くなった」が25.6%、「どちらかというと言くなった」が64.0%であり、ほぼ9割が良くなったと感じており、規制緩和は事業に柔軟性と拡張性をもたらしたといえる。



※また、規制緩和に対して「良くなった」と回答した理由として、以下のよう
なコメントも見られた。

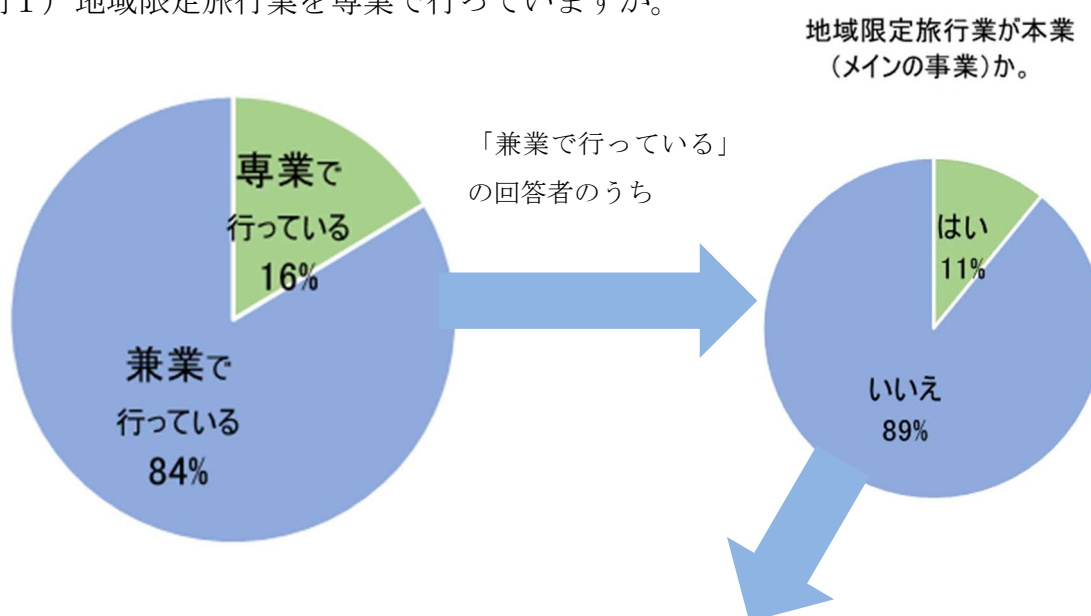
- ・営業所の負担が減り、小さい事業者にとってはありがたい。
- ・インバウンドに向けて誘致などが活発になっていく。

4) 地域限定旅行者への経営実態に関する追加アンケートの実施について

3) で実施のアンケート調査に加え、地域限定旅行者の経営状況等につ
いて把握するための調査を実施した。

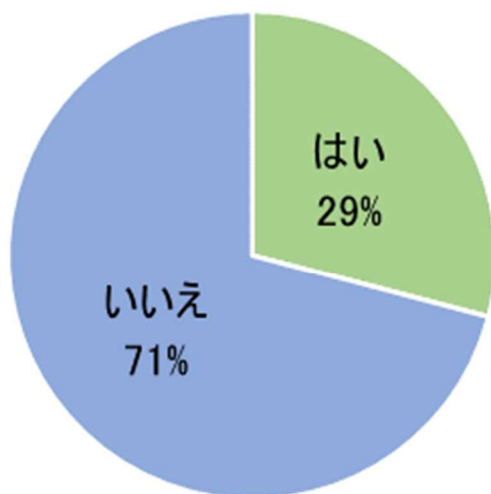
- ・調査対象：地域限定旅行者 92 社（令和 4 年 2 月実施のアンケートに
回答があった事業者）
- ・調査期間：令和 4 年 11 月 25 日～令和 4 年 12 月 15 日
- ・調査方法：インターネットを利用したアンケートフォームによる調査

問 1) 地域限定旅行業を専業で行っていますか。



※「いいえ」の回答者の本業については、宿泊事業、ガイド会社、地域 DMO、Web メデ
ィア、製造・販売業、小売業など様々。

問2) 地域限定旅行業は専門のビジネスとして成り立つとお考えですか。



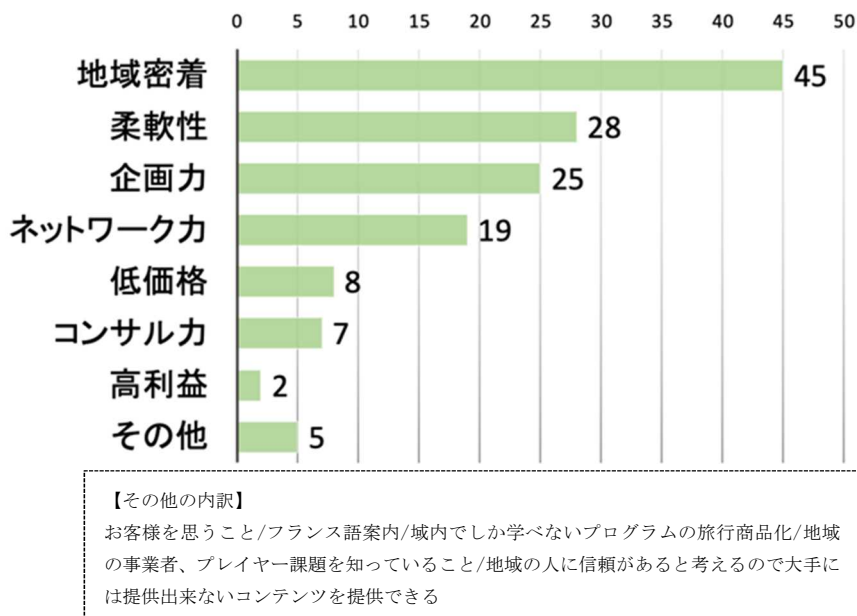
● 「はい」と回答した理由

- ・インバウンド向けには見込みがある
- ・地域に密着した独自の商品開発ができる
- ・人気のツアーにはリピーターがつく など

● 「いいえ」と回答した理由

- ・大手の価格に太刀打ちできない
- ・人材確保が難しい など

問3) 地域限定旅行業の強みは何ですか。



強みとして最も挙げられたのは、「地域密着」で45件、次いで「柔軟性」が28件、「企画力」が25件、「ネットワーク力」が19件となっている。

(4) 検討状況

●その他のアンケートで寄せられた声

- ・世間一般に旅行業の種別として地域限定で対応可能な業務範囲が理解されていないため、できないことを説明するのに手間がかかる。
- ・着地型であり、旅行者の出発地から目的地である旅行先までの長距離移動にかかる交通部分を販売商品に組み込めないことから、その部分売上は少なくなる。
- ・単に既存のコンテンツを組み合わせたパッケージのみを販売するのでは、仮にコロナ終息後に多くのお客様が訪れたとしても、価格競争の影響を受け、薄利多売な手数料ビジネスから脱却できず、旅行業として成り立たないことを実感している。
- ・地域限定旅行業を取得したものの、コロナ禍で旅行需要がなくなってしまったため、まだ収益が上がっていない。

●今後の対応についての検討案

- ・地域限定旅行業についての周知を通じて制度への理解・普及を図る。
- ・着地型商品の企画・販売を推進するのみではなく、高付加価値な旅行商品・サービスの提供ができるよう対策を検討する。
- ・平成 29 年の法改正以後、新型コロナウイルスの影響により旅行需要が減少し、資格が十分に活かされていない状況となっているため、今後、需要が回復した際には、地域限定旅行業の実施状況等の把握に努め、ビジネス転用・深化の好事例を業界に周知して業界全体の知名度や収益性の向上を図るなど、必要な対策を検討する。

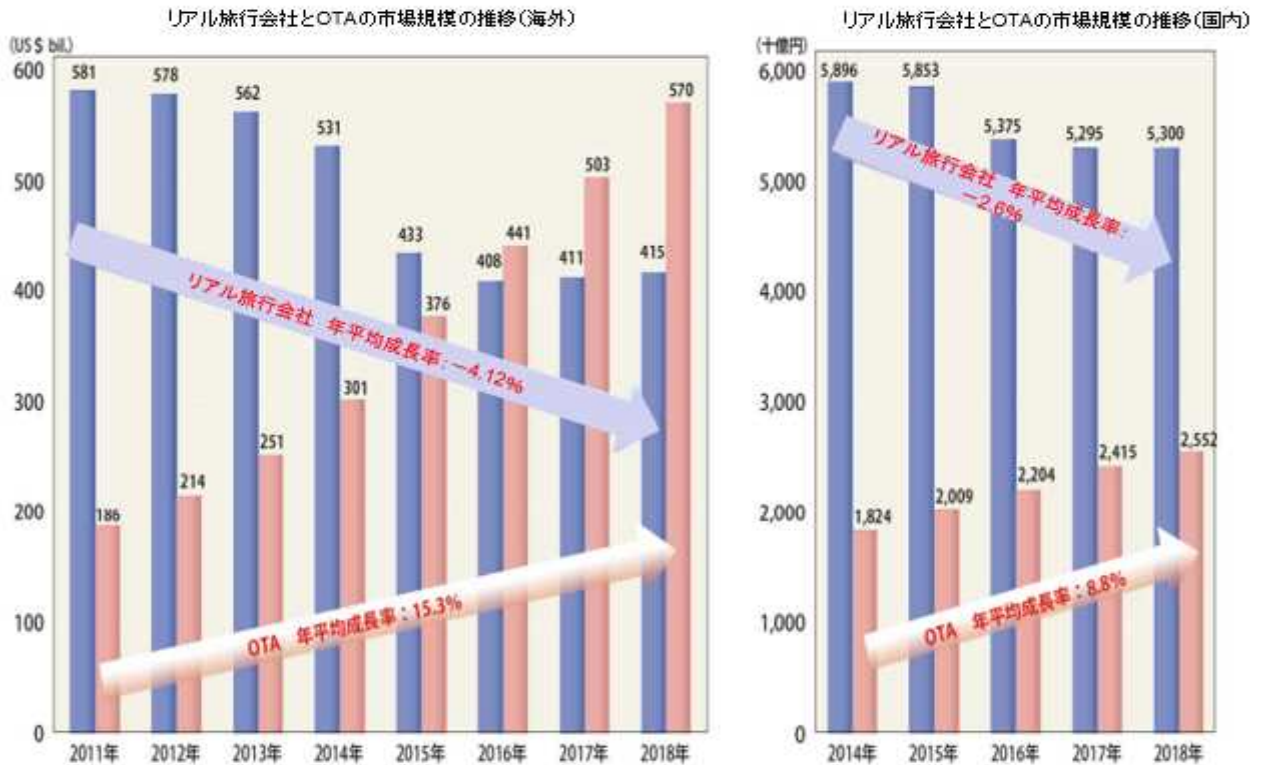
第5章 今後の旅行業の課題

第4章までに述べた内容の他、昨今ではコロナ禍による新たな課題も生じている。

1. コロナ前における旅行業界の実態

インターネット利用が一般化したことにより、世界では既に OTA の市場規模が伝統的旅行会社を上回っている。日本国内においては、伝統的旅行会社の市場規模が大きいものの、年々 OTA の市場規模が拡大している。

リアル旅行会社と OTA の世界市場規模の推移



出典：Euromonitorより、みずほ銀行産業調査部作成のものを加工

2. コロナ禍における旅行業界の実態

コロナ禍を経て、旧来型の旅行者によるパックツアーや飛行機を利用したの旅行から、旅行催行日直前に OTA で宿泊施設を予約し、マイカーを移動手段とする旅行が主流になっている。

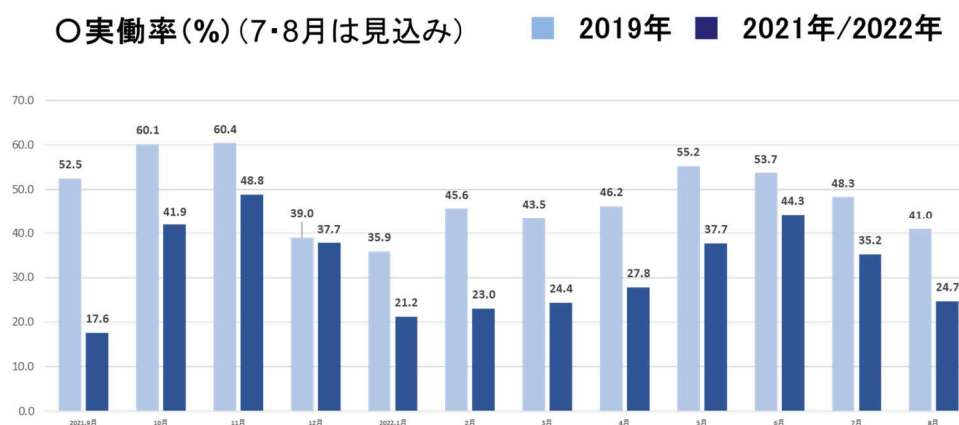
旅行者のニーズが従来型の旅行者から、OTA へとシフトしていることが見てとれる。また、それに伴い貸切バスによる旅行需要の減少が見られる。

大手リアル・大手 OTA の旅行商品の 2019 年比販売・予約実績

2022年	GW	お盆	全国旅行支援 開始直後
大手リアル旅行会社	2019年比で <u>-70%</u>	2019年比で <u>-50%</u>	2019年比で <u>+50%</u>
大手OTA	2019年比で <u>-10%</u>	2019年比で <u>+20%</u>	2019年比で <u>+300%</u>

※旅行者へのヒアリングによる

新型コロナウイルス感染症による貸切バス需要の減少



※「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響調査(貸切バス)」より
調査方法:日本バス協会加盟貸切バス事業者(79者)に対して協会よりアンケート調査を実施。

3. コロナ禍を経て旅行業に求める期待の変化

旅行業界は、従来型のビジネスだけでは質の維持・向上が図られず、立ち行かなくなってきたため、アフターコロナにおいては手数料・薄利多売型のビジネスから、新領域での旅行商品の多様化及び旅行者とのマッチングに重点を置いたビジネスへ転換して旅行業の質を高める必要がある。

そのため、そのような新領域の旅行商品に関連するトピックとしては、高付加価値型の旅行商品、SDGs 関連のツアー、第2のふるさとプロジェクト、マイクロツーリズム、ワーケーション、オンラインツアー等が挙げられるところ、観光庁としては、旅行商品の多様化及び旅行者とのマッチングにおける更なる質の維持・向上に向けて、これら新たに注目されている旅行商品の充実化が図られるよう対応する必要がある。

また、旅行者とのマッチング等に関して、旅行に関する情報について以前は、旅行者は旅行業者に頼るほかなかった部分も大きかったところ、今では誰もが比較サイト等により容易に情報収集ができるようになった点や、旅行者自身がSNSを通じて顧客体験の発信を行うようになった点等により、情報の非対称性が解消されつつある。

さらに、これまでアクティブに旅行をしていた世代が高齢化し、健康上の理由で旅行を控える傾向にあることから、いわゆるユニバーサルツーリズムへの対応も求められるため、観光庁としては以下の施策を検討する。

(1) 地域密着型で、OTA や旅行者自身による手配では対応困難な着地型旅行商品の普及促進

手数料収益を中心とする従来のビジネスモデルから、旅行業者でなければ提供できない高付加価値な旅行商品・サービスを造成し、これを適正な対価を得て消費者に販売・提供することを中心とするビジネスモデルへの転換を図る。

また、観光地と消費者の双方にとっての利益を創出し、観光による地域の経済的な持続可能性を支えるため、有名観光地への画一的な送客型旅行商品の偏重からの脱却と、地域との連携強化等による高付加価値な送客・着地型旅行商品の提供を推進する。

加えて、域外からの誘客を増進するため、旅行業者と地域の関係者とが一体となって行う、地域そのものの魅力を高めるための取組を推進する。

(2) 持続可能な観光について事業者の認証制度への取り組みを促進させ、旅行地に関する情報が多く、旅行先を選びきれないという旅行者へのマッチングの一助とする

また従来、企業は収益を上げて株主への還元を進めるという考えが当然であったが、次第に幅広いステークホルダーへの配慮が必要であるという考えに変わってきており、その対応をおろそかにする事業者は市場から淘汰されるといった傾向も見受けられるようになってきていることから、持続可能な観光の実現に向けた取組を促進させる必要がある。

○持続可能な観光

訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光（国連世界観光機関（UNWTO））である。

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり、観光客と地域住民の双方に配慮した観光を実現する上で重要な取組である。

具体的には、旅行業者をはじめ、観光に関わる各ステークホルダーが協力して、観光客に向けた観光地の受入環境整備、感染症対策や災害に備えた危機管理、地域の自然環境や文化遺産の保護、観光を地域の経済や社会の発展につなげ地域住民が観光による恩恵を実感できること、先人たちが守ってきた地域の価値を次世代に受け継いでいくこと、旅行者に高い満足度があることなどが求められる。

○持続可能な観光についての認証制度

実施者の持続可能な観光の実現に向けた取組について、第三者機関の審査によりその持続可能性が認められるもので、産業向け（for Industry）と地域向け（for Destinations）に大別される。

国内外、多数の認証制度が存在するところ、観光庁ではGSTC（Global Sustainable Tourism Councilの略、世界持続可能な観光協議会）により開発された観光分野での国際基準・制度への取組を推奨している。

○GSTC

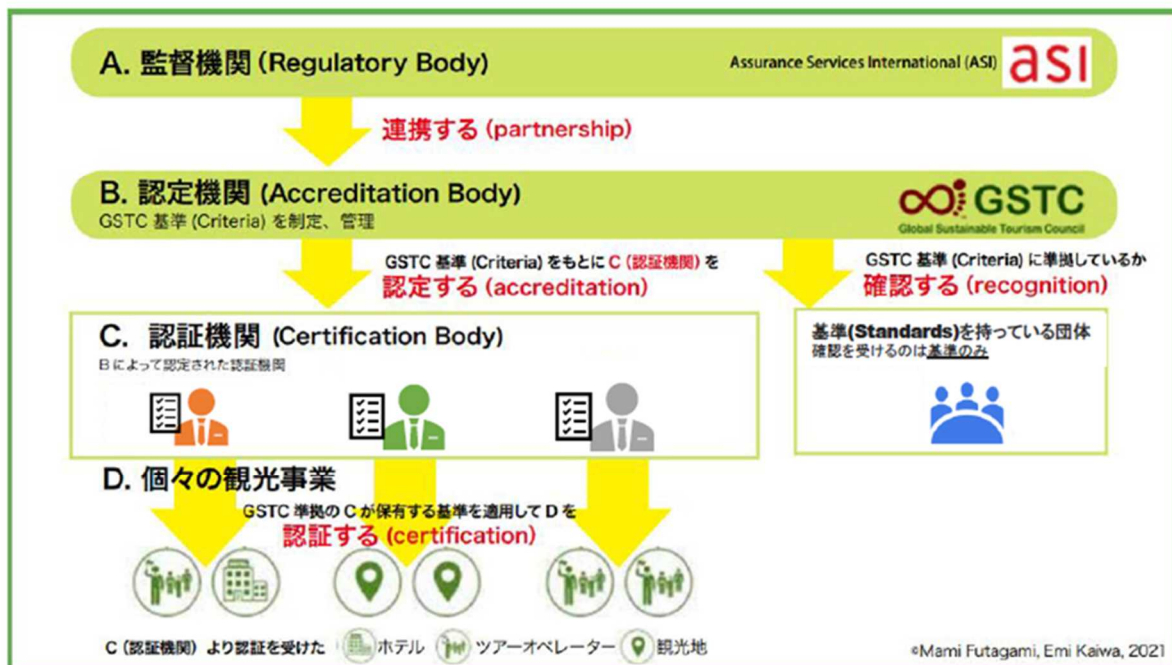
GSTCは、持続可能な観光の推進と持続可能な観光の国際基準を作ること

を目的に、2007年に発足した国際非営利団体。2008年には観光産業向けの指標（GSTC-I: Global Sustainable Tourism Criteria for Industry）、2013年には観光地向けの指標（GSTC-D: Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations）を開発し、適宜改訂を行いながら、管理・普及活動を行っている。

GSTC 発足以前から世界ではすでに、特定の地域で独自に開発されたものなど、多数の持続可能な観光指標やエコラベル等が存在していたが、GSTC は世界で唯一国連世界観光機関（UNWTO）の指示の下開発された指標であり、国際連合環境計画（UNEP）などの国連機関、民間企業、NGO など世界150以上の団体と連携し、その適切性がモニタリングされている。



GSTC の認定や認証の仕組み



●GSTC認定の認証機関リスト：<https://www.gstccouncil.org/certification/gstc-accredited-certification-bodies/>

●GSTCが確認した基準を持つ団体リスト：<https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-recognized-standards/>

○持続可能な観光についての事業者の認証制度

～GSTC に認定された認証機関による認証（産業向け）

【宿泊施設向け】

- CONTROL UNION
- BUREAU VERITAS
- Vireo
- United Certification Systems
- Green Key
- Green Globe Certification

- ・サクラクオリティ An ESG Practice 等

【旅行業者向け】

- ・CONTROL UNION
- ・BUREAU VERITAS
- ・Vireo
- ・United Certification Systems
- ・Travelife 等

観光庁では、旅行業界においてこれら認証制度の認知度向上及び取組の普及促進によりビジネスパートナーからの信頼を得ること、さらには、消費者による旅行先選択の一助（※）とすることを目的として、「持続可能な観光にかかる旅行商品の造成に向けたラベルインデックスのとりまとめ」をとりまとめ、公表している（2022年（令和4年）3月）。

https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics06_000359.html

（※）消費者による旅行先選択の一助

世界の83%の旅行者が持続可能な観光は不可欠と考えている。一方で、2人に1人は「持続可能な観光のための選択肢が十分でない」と感じている。

さらに、「旅行業者はサステナブルな選択肢をもっと提供すべき」と考える人は72%にも上るとのことであり、旅行業者は旅行者のニーズに十分応えているとは言い難い状況である。（「Sustainable Travel Report 2021」（Booking.com））

国際的にも、持続可能な観光の実現に向けての意識の高まりを見せる中、国内の旅行業者にとっても避けることのできないテーマとなっている。旅行業者が持続可能な観光にかかる旅行商品を造成するためには、持続可能性に配慮された商品素材（旅行先の地域、宿泊施設、観光施設等）が必要であり、どのような基準で持続可能な商品素材を選択すればよいのか、という課題に直面することが考えられた。

その際に、旅行商品の造成、消費者側の視点からすると旅行商品の選択の一助となるものとして「認証ラベル」がある。認証ラベルの重要性に関する大きな理由の一つは、独自の判断で自社の商品やサービス、あるいは自社そのものが持続可能であると主張するよりも、信頼できる第三者機関の審査により認められた証明を提示することで、旅行者やビジネスパートナーからの信頼を得やすい点である。

※巻末に付表2として持続可能な観光にかかるラベルの例を抜粋



○観光庁における今後の施策の検討

上記「持続可能な観光にかかる旅行商品の造成に向けたラベルインデックスのとりまとめ」の公表に加え、以下の取組についても検討していきたい。

- ・持続可能な観光の取組に向けた旅行業向け事例集・ノウハウ集の作成
- ・持続可能な観光にかかる旅行商品等の Award の創設
- ・持続可能な観光にかかる旅行業向け研修の実施
- ・その他、観光に特化した認証制度に限らず、観光に専属しないものでも国際的に普及している認証制度（例：B Corp—アメリカの非営利団体による国際認証制度。環境に配慮した公益性の高い企業に与えられる。）の周知、取組促進等

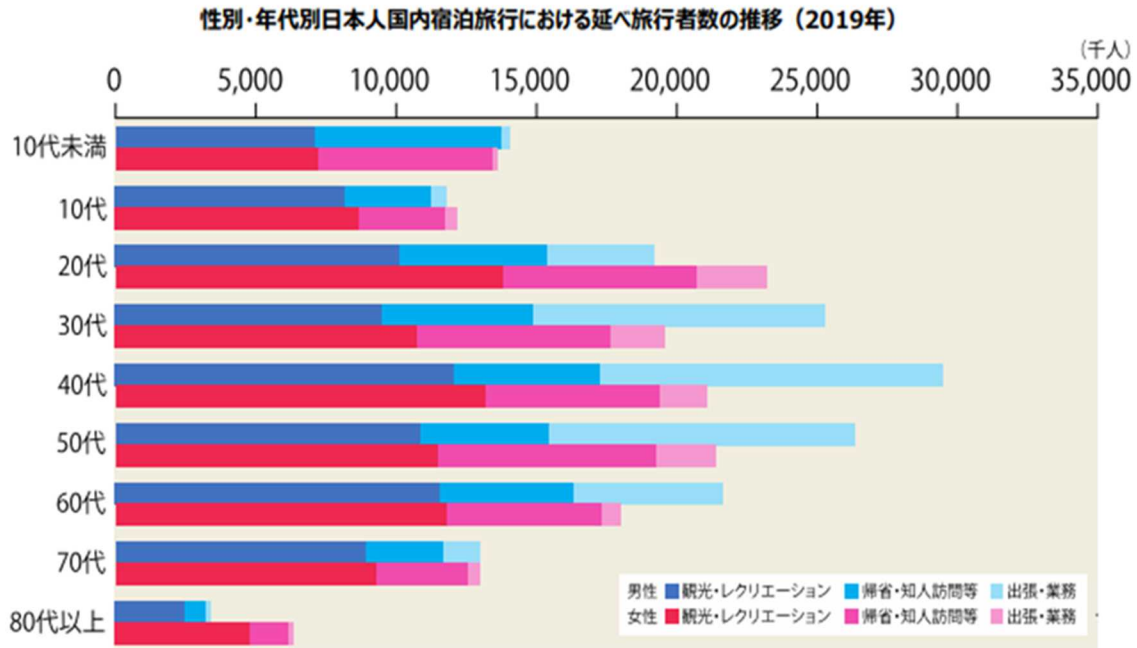
(3) 高齢者及び身体障がい者等が気兼ねなく旅行を楽しめるためのユニバーサルツーリズムの普及、促進

我が国においては、70代、80代以上の高齢者においては旅行者数が大きく減少する傾向にあり、身体障がい者についても高い旅行意向があるものの、実際に旅行に行った割合は少ない状況にある。

そのため、高齢者及び身体障がい者等が安全・安心かつ快適に旅行することができる旅行商品・サービスの提供を促進していく必要がある。

世代別旅行者数の推移

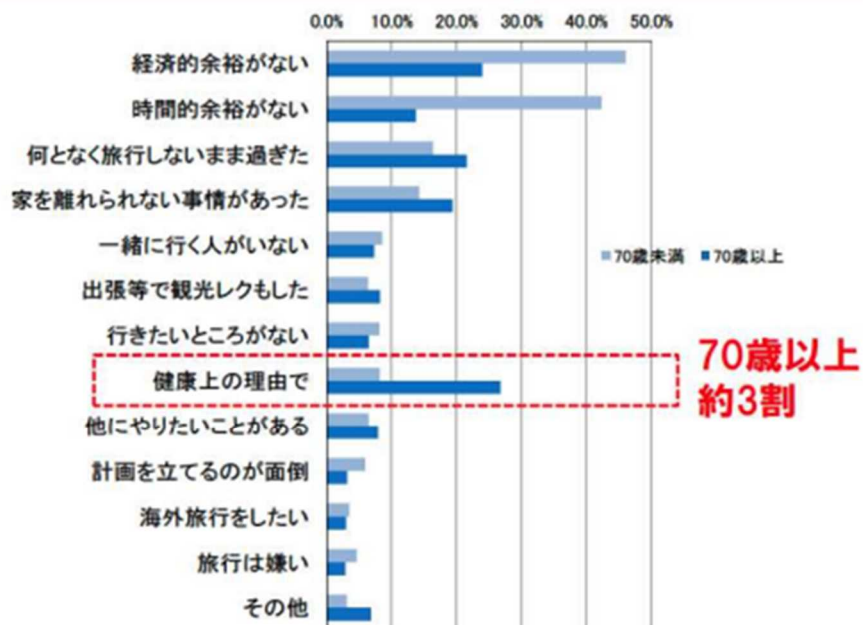
- ・70代・80代以上では旅行者数が大きく減少。



高齢世代で宿泊旅行が減少する原因

- ・70代以上の世代では「健康上の理由で」が旅行をしなかった理由のトップを占める。

旅行をしなかった理由の分析



出典：日本観光振興協会「平成26年度版 観光の実態と志向－第33回国民の観光に関する動向調査」（2015年3月）より作成

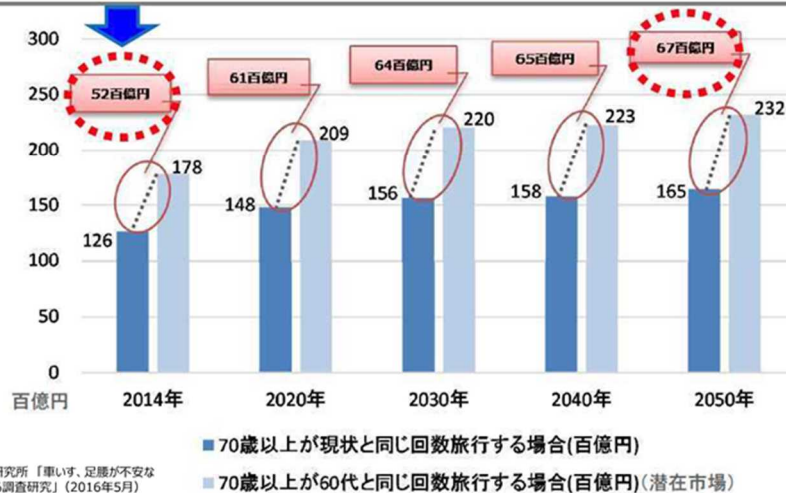
潜在市場規模の試算

- ・ 高齢者旅行市場の拡大効果は約 5,200 億円。同行者 1 人を誘発すると仮定すれば、約 1 兆 400 億円増。
- ・ 2050 年には、拡大効果は 6,700 億円、同行者 1 名の誘発で約 1 兆 3,400 増。

仮定

70歳以上の高齢者が60代と同じ回数(1.41回)旅行する場合の市場拡大効果

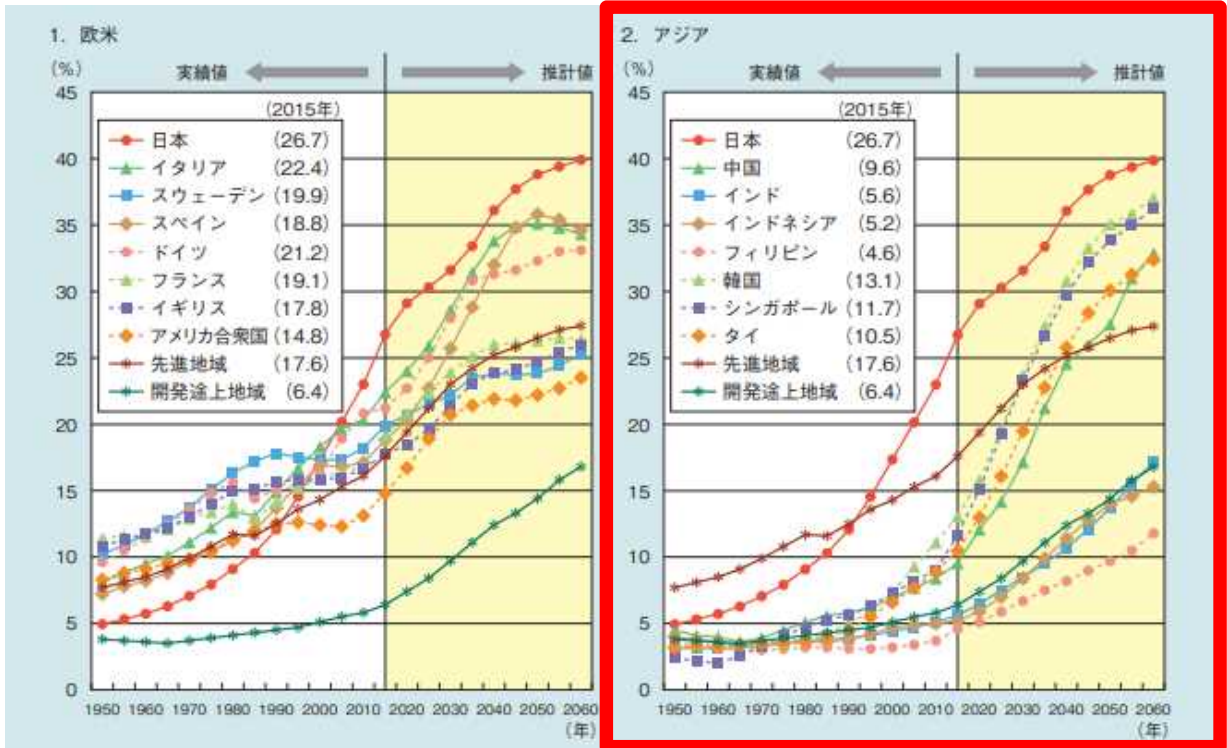
(70歳以上人口23,846千人) × (60代平均旅行回数1.41回-70代平均旅行回数1.00) ÷ 980万回
 平均旅行単価約53,000円 × 980万回 = 約5,200億円 (2014年ベース)



出典：国土交通省 国土交通政策研究所 「車いす、足腰が不安なシニア層の国内宿泊旅行拡大に関する調査研究」(2016年5月)

世界の高齢化率の推移

- ・ 2019年の訪日外国人旅行者の約8割を占めていた中国、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポールにおいても高齢化が進んでいる。
- ・ これら高齢者向けの旅行環境を整えれば、国内外のシニア層の旅行市場を拡大できる可能性も。

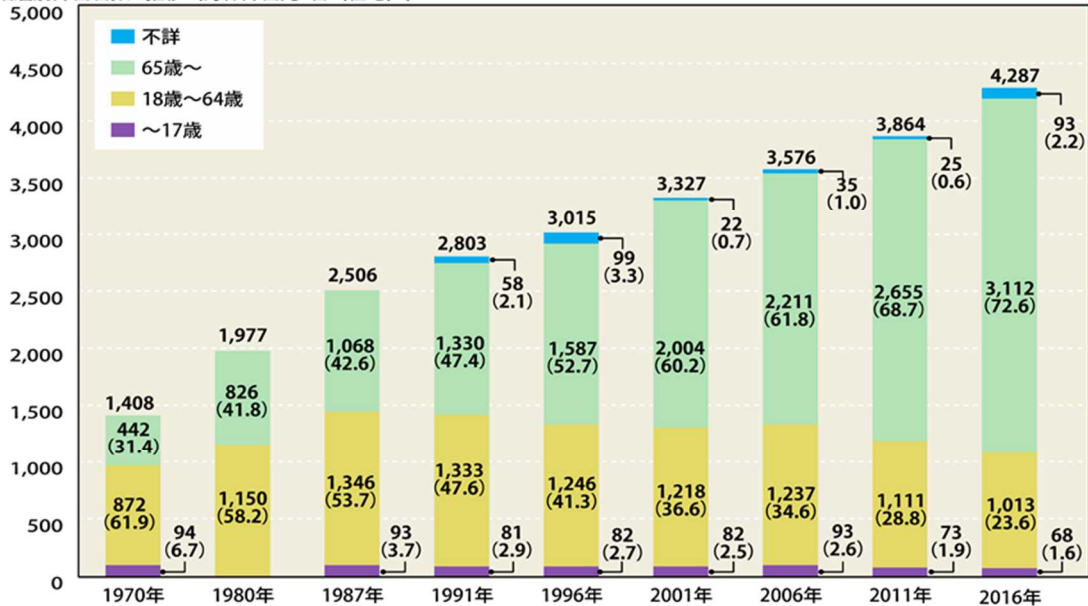


出所：内閣府「平成 28 年版高齢白書」より

身体障がい者の旅行市場

- ・全国における身体障がい者数の概数(2016年)は436万人。国民のおよそ7.6%が身体的な障がいを持っていることになる。

年齢階層別障害者数の推移 (身体障害児・者 (在宅))

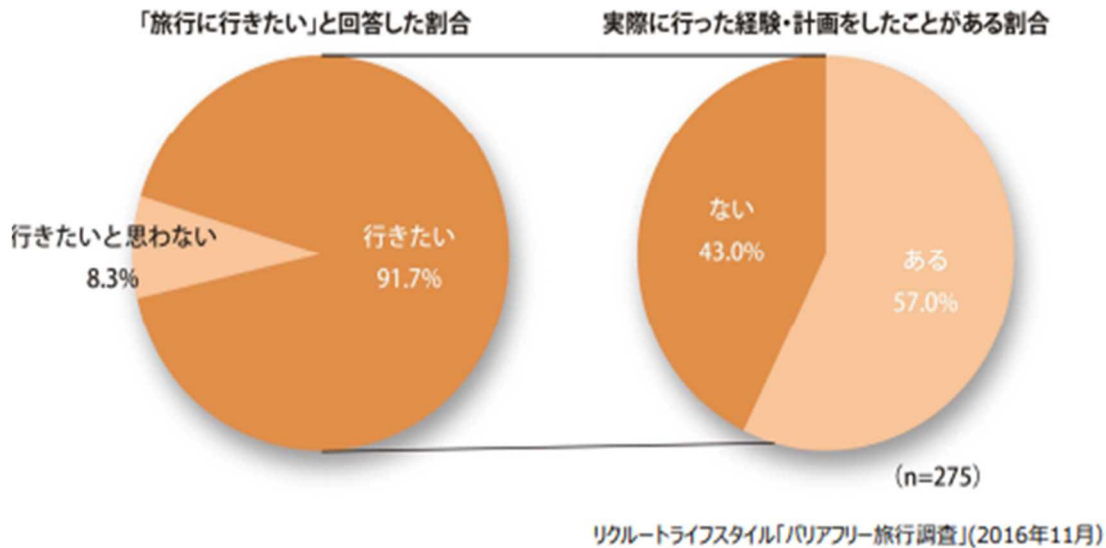


注1：1980年は身体障がい児（0～17歳）に係る調査を行っていない。
 注2：四捨五入で人数を出しているため、合計が一致しない場合がある。

資料：厚生労働省「身体障害児・者実態調査」(~2006年)、厚生労働省「生活のしづかさなどに関する調査」(2011・2016年)

身体障がい者の旅行意向

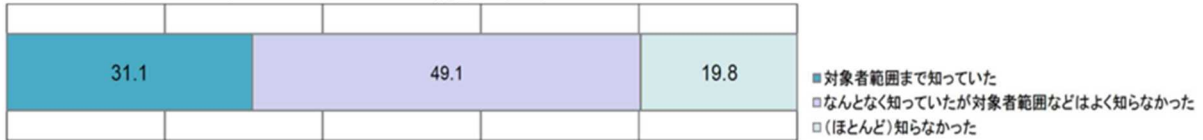
- 身体障がい者の旅行意向調査では「足腰が不自由でも旅行に行きたい」という回答が9割以上。
- 一方、実際に旅行に行った/計画した割合は半数程度にとどまる。



後期高齢者や身体障がい者等に向けた旅行サービスの提供は限定

- ユニバーサルツーリズムの認知を聞いたところ、「対象者範囲まで知っていた」3割、「ほとんど知らなかった」2割弱と、「対象者が幅広い」ということの認知が進んでいなかった。
- 各社のユニバーサルツーリズムに関する取組は4割が「全く行っていない」と回答したが、取組をしている会社では、「高齢者・障がい者など旅行困難者の方を含む旅行取扱を積極的に実施(含む個人・団体)」、「社員にユニバーサルツーリズムについての啓発ならびに社員教育を実施」が多い結果となった。

ユニバーサルツーリズムについての認知 (%)n=106



ユニバーサルツーリズムに関する取組内容 (%)n=106



(4) 時代に応じた DX の促進や各社の競争優位性についての意識向上に向けた施策の実施

業界内、特に地方部では、いまだに旅行申込の受付を FAX 対応としている、自社 HP がなくメールでの問合せを受け付けていない事業者も散見され、DX 以前の課題も存在している。そのため、DX の促進はもちろん、その前段となるデジタル化の促進についても取組を継続していく。

また、旅行者各社がいわゆる総合旅行業社である必要はなく、事業規模、地域性や強み・得意分野は異なることから、DX 化等を通じて、他社をリードできる各社の競争優位性についての意識を高めさせる施策も取組を促していく。

(5) 消費者が信頼できる旅行業界の環境整備

無登録で旅行業を行う事業者や、旅行業法に違反する事業者等に関して、一般の消費者から寄せられる情報をもとに効果的な立入検査等を実施

さらに、感染症や自然災害の発生時における旅行者による安全・安心確保に関する取組を可視化するとともに、こうした取組の消費者への発信を強化することにより、消費者の旅行に対する不安の払拭と安全・安心の確保を図る。

4. 新領域の旅行商品の事業例

(1) 新たなビジネス手法の導入による宿泊業を核とした観光産業の付加価値向上支援


地域の観光産業・旅行消費の核となる宿泊業について、既存のモデルとは異なる「新たなビジネス手法」の導入による付加価値向上策の方向性を検討する。

具体的には、2つの観点(①複数業種等の連携による新規サービスの導入、②地域に波及する生産性向上・高付加価値化)での各種の取組について調査・検証を行い、宿泊業の付加価値向上につながる「新たなビジネス手法」の展開を進める。

「新たなビジネス手法の導入による宿泊業を核とした観光産業の付加価値向上支援」概要

事業概要

単純な「宿泊」に止まらない付加価値を生み出す、「新たなビジネス手法」を調査・検証する



【具体的な「新たなビジネス手法」のイメージ】

① 複数業種等の連携による新規サービスの導入

- 宿泊事業者+旅行事業者+サブカル
特定ターゲットに対するハンドメイドな旅行サービスの提供
- 宿泊事業者+旅行事業者+体験型施設
体験価値を高める地域内の周遊、学び体験
- 宿+サービス業
他分野のサービスノウハウを宿に導入、新機軸の提示

② 地域に波及する生産性向上・高付加価値化

- 泊食分離による魅力の向上
セントラルダイニング導入等による食の魅力向上、参加する飲食店の活性化
- バックオフィス部門などのDX化などに係る技術支援
PMS※の導入による運営の効率化、得られたデータの活用による地域マーケティングの活性化

※ Property Management System: ホテル・旅館が宿泊予約や客室等の管理を行う際に利用するシステム

(2) サステナブルな観光コンテンツ強化

目下、世界的に「持続可能な観光(サステナブルツーリズム)」への関心が高まっているところ。

各地域に引き継がれた自然環境、文化・歴史、伝統産業等を観光資源としてフル活用し、同時に、経済・社会・環境の正の循環によりそれらの持続可能性や価値を更に高める仕組みを、観光サービス・地域づくりに実装する必要がある。

地域の魅力を深く味わい、かつその持続可能性に来訪者も貢献できるような工夫を織り込んだコンテンツ造成や環境整備を支援する。更に、現場から必要な知見を得て、取組を加速する上での課題を整理し、必要な方策や支援のあり方等を検討する。

※国立・国定公園に係る内容については国立公園等を所管する環境省の協力を得て実施

事業概要

対象者

持続可能な観光の取組を実施する地方公共団体・DMO・民間事業者等

支援メニュー

○サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業（調査事業）

外部有識者のコーチングの下、優良なモデル事例を試行実証。得られたノウハウや課題など整理の上、必要な方策や支援のあり方など検討。

・地域の資源やその持続可能性を支える環境・社会循環等に深く触れる体験を、ガイド等活用し、本物の希少性の高い体験として提供。併せて、得られた観光収益を保全に回す、ふるさと納税を活用するなど、幅広い受益と負担の仕組みを構築。

○サステナブルツーリズム推進のための受入環境整備（補助事業）補助率1/2

下記の施設改修・整備、設備・物品購入を支援

・サステナブルな観光コンテンツの造成等に必要となるもの

・地域の観光資源を適切に維持・活用し環境負荷を低減させるもの 等

（施設等の改修・整備に対する支援）

例：分散型・環境負荷を抑えたツアー実施のための施設整備、地域ルール案内看板の設置 等

（設備・備品の購入等に対する支援）

例：地域の魅力を深く体験するツアー造成や、利用者の動線誘導のための設備・物品

コンテンツの収益が
観光資源の保全費用に

保全することでさらに高品質
なコンテンツ開発を可能に



観光資源の持続的な保全と活用の自走化により、地域の経済・社会・環境の好循環を加速化させる仕組みにつなげる事業を目指す

○取組事例イメージ

- ・高架木道を活用した利用分散と受入環境整備（知床）
安全確保とヒグマの生息する豊かな自然環境との共存、ガイド付き地上歩道ツアーと自由に行ける高架木道の利用分散、質の高い体験を提供



(3) 第2のふるさとづくりプロジェクト

国内旅行の現状と新たな市場創出の可能性（観光レジャーの伸び悩み、出張・知人訪問に余地があるのでは）。

旅行者側の潜在需要（地域資源に触れ、地域との関係性や参画が段階的に深まることで、自発的な来訪の高頻度化や滞在の長期化等を誘発する可能性を持っている）。また、それを裏付ける先進的な取組も存在。

新型コロナウイルス感染症の影響、リモートワーク等の進展、田舎に憧れを持つ若者の増加など、他者とのリアルな繋がりを求める動きがある中で、交流・関係人口の更なる創出の可能性は急激に高まっている。

有識者や地域の関係者等から成る有識者会議を設置し、「何度も地域に通う旅、帰る旅」による交流・関係人口の更なる創出について、以下のように取りまとめている。

「第2のふるさとづくりプロジェクト」概要

個人の発意による来訪

既に旅行している層、旅行をしたい層のほかに、旅行と認識せずに移動している層や、ボランティア・プロボノ層、バーチャルネットワークで組織された層

■初来訪、再来訪を促す要素・仕組み





- ① 幅広い層の潜在的な志向に応える
- ② 来訪の間口が広く、ハードルが低い
- ③ 旅行者が自発性を発揮できる「余地・余白」や関係を徐々に深められる「隙間、奥行き」
- ④ デジタルツール（CRM:Customer Relationship Management）やコンシェルジュ活用による再来訪の動機付け

組織の意向による来訪

個人需要に加え、組織需要も取り込む。サテライトオフィス化やリモートワークの原則化、企業研修、教育旅行のほか、自治会活動などの組織層

- ① 最初の訪問のハードルが低い（他律的）
- ② 最初の訪問に、再訪を促す地域との「関係」を作る要素がある

■「何度も地域に通う旅、帰る旅」に求められる滞在・移動環境

滞在環境（ヤド・マチ）	移動環境（アシ）
<ul style="list-style-type: none"> * 地域のゲートウェイ・ハブの役割を担う、地域の起点として、また地域を取り込んだ存在としてヤドを位置づけるべき。 * 安心と居心地の良さがあり、「さりげなさ」や「緩やかさ」を帯びたヤド・マチとの触れ合いが必要 * 地域と来訪者はフラットで「相思相愛」の関係により、来訪者のみならず、地域側もメリットを感じられる繋がりであるべき <p><ヤド（宿ナカ）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪問頻度や滞在スタイルに応じた快適で柔軟なサービス・施設（ライフラインとネットワーク環境が最低限のインフラ。 ・既存宿泊施設の改修や空き家の活用 ・泊食分離による地域での食事等 <p><マチ（宿ソト）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・来訪者と地域住民の双方で共有され、緩やかに交流を生む「第3の場」があるか ・再来訪する理由、地域への関わりしろが感じられるか 	<p><滞在地域内></p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共交通が発達していない滞在地域内の移動手段を確保することが必要 ・タクシーやレンタカー、新たなモビリティなどを柔軟に活用できる旅行商品やサブスク、MaaS連携等 <p>月額5,000円でエリア内乗り放題のシェアリングモビリティサービス（京都市京丹後市）</p>  <p><都会と滞在地域との間></p> <ul style="list-style-type: none"> ・高頻度往来や長期滞在に対応した割引や旅行商品等が必要 ・ポイントの活用や非現金化など、利便性の追求が必要 <p>鉄道と宿泊施設が連携したサブスク</p> 
 <p>空き家群を面的に再生し活用（広島県尾道市）</p>  <p>スタッフや町民がくつろぐ交流の場（徳島県神山町）</p>	

- ・ 今後、これを裏付けるために、年度内に市場規模等の定量調査（①）や仮説の要素検証（②）を実施
 - ① 新型コロナウイルス感染症の影響やリモートワーク等の普及を受けた「何ども地域に通う旅、帰る旅」へのニーズの大きさ（個人・組織別）、都会の若者の田舎への憧れの潜在ニーズの大きさ 等
 - ② 個人・組織別の「何ども地域に通う旅、帰る旅」の来訪を促す要素・仕組みの検証 等
- ・ 令和4年度、モデル実証を展開し、実践を通じ更に課題を見出す。実証を踏まえ、行政、観光・交通業界、地域がそれぞれ果たすべき役割を検討

(4) 観光産業における人材確保・育成事業

観光産業においては新たなビジネス・稼ぐモデルを創出して、高付加価値化を実現できる人材が不足している。また、恒常的な人手不足、訪日旅行者に対応できる人材やDXに対応できる人材等の不足も課題である。

このため、リカレント教育等を通じて地域の観光産業をリードする人材の育成・強化を行うとともに、新たな雇用体系を取り入れた人材の確保・活用等を推進し、観光産業の収益力向上、人手不足の解消を推進する。

事業概要

> ポストコロナ時代をリードする人材の育成・強化

- 海外ホスピタリティ大学と連携した経営戦略プログラム等を開発し、観光関連産業に従事する社会人を対象に経営力強化、生産性向上に関するリカレント教育を実施する。

> ポストコロナ時代を支える人材の確保・活用


- 人手不足の背景となっている地域課題等の解決に向けて、女性や高齢者等の雇用促進による人手不足の解消の他、都市部のIT人材を活用したリモートワークによる副業・兼業等、新たな雇用体系を取り入れた人材活用を推進することにより、地域におけるDX対応やダイバーシティ推進を支援し、生産性向上にも取り組む。

> 宿泊業における外国人材受入れ環境整備事業





- 宿泊業における外国人材受入れに関する優良事例や情報等をセミナーやHPで発信するほか、特定技能外国人のキャリアパスを描くモデル事業を実施する。さらに、特定技能外国人の雇用状況等の把握や受入施設に対する情報発信に資するシステムを整備する。

> 未来の観光人材育成事業

- 産学連携のノウハウを持つ事業者等をアドバイザーとして地域に派遣し、観光教育に取り組みたい学校・教員と、地域の商工会、観光関連事業者等を巻き込み連携を強化し、観光人材育成を実施する。



宿泊分野における特定技能外国人の業務内容

フロント	企画・広報
	
接客	レストランサービス
	

(5) 観光施設における心のバリアフリー認定制度（宿泊・飲食・観光案内所）

高齢者・障がい者の方の旅行への障壁を取り除くには、ハード的な整備に加えて、①バリアフリー対応に関する情報の対外発信、②ソフト的な対応（筆談対応等）が不可欠。

そこで、上記2点に係る取組を確認した施設を認定・観光庁HPにて情報発信することで、高齢者・障がい者の方々の旅行に対する障壁を取り除くことを目指す。

認定対象

観光客が訪れる以下の施設を対象



宿泊施設



飲食店



観光案内所

認定条件

- ① ソフト的なバリアフリー対応措置の実施
(例：筆談対応、移動式スロープの備置)
- ② 年1回以上の従業員教育実施
- ③ 施設のバリアフリー情報の積極的発信



→認定した施設は**観光庁HPで情報発信**するとともに、
認定マークの使用を許可

制度の狙い

- ①バリアフリー情報の積極的な発信による、高齢者・障がい者の方への情報提供の促進
- ②ハードだけでは対応できないソフト的な「心のバリアフリー」の取組の促進
- ③観光庁HP・認定マークを活用した情報発信による、ユニバーサルツーリズムの推進



バリアフリー情報の見える化・ソフト施策の推進によるユニバーサルツーリズムの促進

第6章 政策への反映の方向、第三者の知見の活用

第4章のケーススタディに加え、第5章では新たな課題への対応について述べてきたことを踏まえ、今後の政策への反映について、以下の通り第三者の知見も引用しながら検討を進めていくこととする。

1. 政策への反映の方向

旅行業の質の維持・向上に向け、今般の旅行業法の改正により、ランドオペレーターに対する規制及び地域限定旅行業に対する規制緩和を行った。

その結果、ランドオペレーターの社会的信用性が高まるとともに安全・安心な旅行商品の展開につながり、地域密着型の旅行商品を造成する旅行業者数及び当該旅行商品の増加につながったことから、今般の旅行業法の改正による旅行業の質の維持・向上については一定程度評価できる。

そのため、引き続き旅行業法の順守を基本として、旅行業協会及び各種旅行業者に対する監督・指導等を行いながら、旅行業の質の維持・向上に努めていく。

ただし、コロナ明けに旅行業の質を評価していく際には、供給側だけでなく

顧客側の視点にも配慮することが重要となる。

また、今般の旅行業法改正後、コロナ禍となり、旅行業界をとりまく環境もさらに変遷していることから、アフターコロナを見据えた政策立案を検討していくこととする。

2. 第三者の知見の活用

●「アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会」

アフターコロナを見据え、旅行業における生産性の向上や旧来型事業モデルの転換等といった課題への対応や、観光を通じた地域活性化と観光産業の強化について、有識者による検討を行った。

当該検討会において議論されている内容を、政策レビューを行う上で活用する。

(参考) 主な議論の内容

【旅行業の役割・意義】

旅行業は、旅行者と観光地の橋渡し役として旅行需要の創出・拡大に大きな役割を担っている。具体的には、地域の観光資源を見出し、魅力ある旅行商品を提供することで旅行に対する消費者の関心・需要を喚起するとともに、消費者にとっての旅行の価値や経験値を高め、将来的な旅行需要を増大させることにも貢献している。また、時間的制約や複雑・特別な手配の必要性等により、旅行会社による旅行の計画・手配が求められるケースも少なくないなかで、多様な消費者ニーズに対応した旅行手配を行い、消費者の旅行需要の実現に向けたサポートを行っている。

こうした基本的な役割に加え、人口減少・少子高齢化の急速な進展に伴い観光を通じた地方への交流人口・関係人口の創出が今後ますます重要となるなか、旅行業には、観光地の持続可能性を支えるための誘客の増進や旅行需要の平準化といった取組を牽引することが期待される。具体的には、観光に関する消費者ニーズを熟知し、様々な観光地の実情にも通じているという強みを活かして、地域に根差した魅力的な旅行商品の造成等を行うとともに、宿泊・飲食・物産等の地域の様々な観光関係者を結び付け、観光地一体となった魅力向上や情報発信、誘客増進に中心的な役割を果たすことが期待される。

加えて、新型コロナウイルス感染症の影響からの円滑な観光需要の回復のため、安全・安心な旅行サービスの提供を通じた消費者不安の払拭を図るほか、災害時における地域住民や観光客の避難支援など観光地の安全・安心確保にも積極的な役割を果たすことが期待される。

【対応策】

○旅行業者でなければ提供できない高付加価値な旅行商品・サービスを造成し、これを適正な対価を得て消費者に販売・提供することを中心とするビジネスモデルへの転換を図るべき。

○観光地と消費者の双方にとっての利益を創出し、観光による地域の経済的

な持続可能性を支えるため、有名観光地への画一的な送客型旅行商品への偏重からの脱却と、地域との連携強化等による誘客・着地型旅行商品へのシフトを推進すべき。

- 域外からの誘客を増進するため、旅行業者と地域の関係者が一体となっ
て行う、地域そのものの魅力を高めるための取組を推進すべき。

【補足】

3章の1にて述べた旅行業の質（1）安全（2）安心（3）適正価格の実現のため、旅行業法においては、各旅行業者へ以下の取引準則を課しており、これらも旅行業の質の維持・向上を図るため作用しているものである。

●旅行業者の営業所における標識の掲示

旅行業者等は、営業所において、旅行業と旅行業代理業との別及び第11条の2第6項各号に規定する営業所の別に応じ国土交通省令で定める様式の表示を、公衆に見やすいように掲示しなければならない（旅行業法第12条の9第1項）。

第十二号様式（第三十一条関係）

27センチメートル以上 旅行業登録票 （業務範囲：海外旅行・国内旅行） Licensed by the Japan Tourism Agency in accordance with the provisions of the Travel Agency Law (Scope of Activities : Overseas Travel, Domestic Travel)		30センチメートル以上
登録番号 Number	登録旅行業 第 号	
登録年月日 Date of License	年 月 日	
有効期間 Term of Validity	年 月 日 から 年 月 日まで from to	
氏名又は名称 Name		
営業所の名称 Name of Branch		
旅行業務取扱 管理者の氏名 Name of Certified Travel Services Manager		
委託取扱 会社旅行 Trustee Contract		

- 注 1. 裏面は白色とする。
 2. 委託取扱記録簿について書留しあつては、委託取扱会社旅行業者の欄を省略することもできる。
 3. 委託取扱会社旅行業者の欄は、12号様式にある会社旅行業者の欄と同一の記載とする。

※標識を掲示しなかった者、及び旅行業者以外の者が掲示した場合は、30万円以下の罰金が科せられる。（法第79条第13号及び第14号）

旅行業者の営業所における旅行業務取扱料金表の掲示

●旅行業者は、事業の開始前に、旅行者から收受する旅行業務の取扱いの料金（企画旅行に係るものを除く。）を定め、これをその営業所において旅行者に見やすいように掲示しなければならない。これを変更するときも同様とする（法第12条第項）。

旅行業務取扱料金表の例

海外旅行				国内旅行				
手配旅行に係る取扱料金				手配旅行に係る取扱料金				
区分	内 容	料 金		区分	内 容	料 金		
手 配 料 金	運送機関と宿泊機関等との手配が複合した場合	一人以上の団体手配旅行の場合 個人（上記以外の場合）	旅行費用総額の % 1件につき 円	手 配 料 金	運送機関と宿泊機関等との手配が複合した場合	一人以上の団体手配旅行の場合 個人（上記以外の場合）	旅行費用総額の % 1件につき 円	
	運送機関、宿泊機関の予約・手配	1件につき 円	宿泊券のみの場合		一人以上の団体手配旅行の場合 個人（上記以外の場合）	宿泊券面額の % 1件につき 円		
	運送機関、宿泊機関の予約・手配	1件につき 円	運送機関のみの場合		個人（上記以外の場合）	1件につき 円		
添乗サービス料金（宿泊、交通費等の旅行実費を除く。）				添乗サービス料金（宿泊、交通費等の旅行実費を除く。）				
添乗員1人1日につき 円				添乗員1人1日につき 円				
変 更 手 続 料 金	運送機関と宿泊機関等との手配が複合した場合	一人以上の団体手配旅行の場合 個人（上記以外の場合）	変更に係る部分の変更前の旅行代金の % 1件につき 円	変 更 手 続 料 金	運送機関と宿泊機関等との手配が複合した場合	一人以上の団体手配旅行の場合 個人（上記以外の場合）	変更に係る部分の変更前の旅行代金の % 1件につき 円	
	運送機関の予約・手配の変更	1件につき 円	運送機関の予約・手配の変更		個人（上記以外の場合）	1件につき 円		
	宿泊機関の予約・手配の変更	1件につき 円	運送機関のみの場合		個人（上記以外の場合）	1件につき 円		
取 消 手 続 料 金	運送機関と宿泊機関等との手配が複合した場合	一人以上の団体手配旅行の場合 個人（上記以外の場合）	取消に係る旅行代金の % 1件につき 円	取 消 手 続 料 金	運送機関と宿泊機関等との手配が複合した場合	一人以上の団体手配旅行の場合 個人（上記以外の場合）	変更に係る部分の変更前の旅行代金の % 1件につき 円	
	未使用乗車券等の清算手配	1件につき 円	運送機関の予約・手配の変更		個人（上記以外の場合）	1件につき 円		
	宿泊手配の取消し	1件につき 円	宿泊機関の予約・手配の変更		個人（上記以外の場合）	1件につき 円		
連絡通信費	お客様の依頼により緊急に現地手配等の為の連絡を行った場合（通話料、電報料は別）			連絡通信費	お客様の依頼により緊急に現地手配等の為の連絡を行った場合等（通話料、電報料は別）			
(注) 1 団体手配旅行とは、複数の旅行者が代表者を定めて同一行程により旅行される場合をいいます。 2 お客様の希望により、変更又は取消しを行う場合は、運送機関、宿泊機関等の定める取消料のほか、上記変更手数料金、取消手数料金を申し受けます。 3 同一の宿泊機関に宿泊する場合は、まとめて1件として扱います。 4 上記料金には消費税が含まれています。				(注) 1 団体手配旅行とは、複数の旅行者が代表者を定めて同一行程により旅行される場合をいいます。 2 お客様の希望により、変更又は取消しを行う場合は、運送機関、宿泊機関等の定める取消料のほか、上記変更手数料金、取消手数料金を申し受けます。 3 同一の宿泊機関に宿泊する場合は、まとめて1件として扱います。 4 上記料金には消費税が含まれています。				
渡航手続代金				渡航手続代金				
査 証 料	(1)観光査証の申請書作成代行又は作成代行と申請・受理代行	(一四)につき 円		査 証 料	(1)観光査証の申請書作成代行又は作成代行と申請・受理代行	(一四)につき 円		
	(2)雇用・査証査証の申請書作成代行又は作成代行と申請・受理代行	(一四)につき 円			(2)雇用・査証査証の申請書作成代行又は作成代行と申請・受理代行	(一四)につき 円		
	(3)移民、留学、投訴、長期滞在等特別な目的により渡航する場合	(一四)につき 円			(3)移民、留学、投訴、長期滞在等特別な目的により渡航する場合	(一四)につき 円		
	(4)査証取得手続代行者に依頼する場合の申請手続	(手続代行者への実費は別)			(4)査証取得手続代行者に依頼する場合の申請手続	(手続代行者への実費は別)		
	(5)緊急査証手続	(1)の料金に 円増			(5)緊急査証手続	(1)の料金に 円増		
	(6)査証免除の手続き等の作成	(一四)につき 円			(6)査証免除の手続き等の作成	(一四)につき 円		
検 査 料	検疫所、保健所、診療所等への同行案内又は検印の取得代行	円 (施設料、交通費は別)		検 査 料	検疫所、保健所、診療所等への同行案内又は検印の取得代行	円 (施設料、交通費は別)		
各種証明書	警察証明書、兵役証明書、検疫証明書、卒業証明書等の取得代行案内、署名認証の取得代行	円 (交通費は別)		各種証明書	警察証明書、兵役証明書、検疫証明書、卒業証明書等の取得代行案内、署名認証の取得代行	円 (交通費は別)		
再入国許可	再入国許可の申請手続	円		再入国許可	再入国許可の申請手続	円		
その他	上記に含まれないもの	実 費		その他	上記に含まれないもの	実 費		
(注) 1 上記料金は1人又は1件を対象とした料金です。 2 上記の各該当料金は合計して申し受けます。 3 上記料金には消費税が含まれています。				(注) 1 上記料金は1人又は1件を対象とした料金です。 2 上記の各該当料金は合計して申し受けます。 3 上記料金には消費税が含まれています。				

※旅行業務の取扱いの料金が契約の種類及び内容に応じて定率、定額その他の方法により定められ、旅行者にとって明確であることが求められている。（旅行業法施行規則第21条、旅行業法施行要領第9第3号様式）
 なお、登録行政庁の認可・届出は不要である。
 ※旅行業務取扱料金を掲示しなかった場合は、30万円以下の罰金が科せられる。（法第79条第6号）

旅行業約款について

●旅行業者は、旅行者と締結する旅行業務の取扱いに関する契約に関し、旅行業約款を定め、観光庁長官の認可を受けなければならない。国土交通省令・内閣府令で定める軽微な変更をしようとする場合を除き、これを変更しようとするときも、同様とする。(法第12条の2第1項)

・約款：大量で画一的な取引を迅速に処理するため、事業者が契約条件をあらかじめ定めたもの

・旅行業約款の認可基準(法第12条の2第2項)

ア. 旅行者の正当な利益を害するおそれがないものであること。

イ. 少なくとも旅行業務取扱料金、金銭收受及び払戻しに関する事項並びに旅行業者の責任に関する事項が明確に（企画旅行を実施する旅行業者にあっては、企画旅行契約と手配旅行その他の企画旅行契約以外の契約との別に応じ明確に）に定められていること。

なお、旅行業約款を変更する場合も登録行政庁の認可を受けなければならない。

※軽微な変更：保証社員である旅行業者の旅行業約款において保証社員である旅行業者にあっては、その所属旅行業協会の名称又は所在地の変更や弁済業務保証金からの弁済限度額の変更等（契約規則第2条）

●旅行業約款を、その営業所において旅行者に見やすいように掲示または旅行者が閲覧できるように備え置かなければならない（法第12条の2第3項）。

・旅行業者代理業者は、所属旅行業者の旅行業約款をその営業所において旅行者に見やすいように掲示または閲覧できるように備え置かなければならない。

・他の旅行会社の募集型企画旅行の販売を受託している場合は、当該他社の旅行業約款を掲示または閲覧できるように備え置かなければならない。

●観光庁長官と消費者庁長官が制定し公示した「標準旅行業約款」と同一の旅行業約款を定め、又は現に定めている旅行業約款を標準旅行業約款と同一のものとしたときは、その約款は観光庁長官の認可を受けたものとみなす。(法第12条の3)

※旅行業約款の認可を受けずに使用した場合は30万円以下の罰金が科せられる。(法第79条第7号)

※旅行業約款を掲示又は備え置かなかつた場合は30万円以下の罰金が科せられる。(法第79条第8号)

広告表示に係る規制

●旅行業者等は、企画旅行に参加する旅行者を募集するため広告をするときは、国土交通省令・内閣府令で定めるところにより、当該企画旅行を実施する旅行業者の氏名又は名称、旅行の目的地及び日程、旅行者が提供を受けることができる運送等サービスの内容、旅行者が旅行業者等に支払うべき対価に関する事項、第十二条の十の国土交通省令で定める措置を講ずるために必要な業務を行う者の同行の有無その他の国土交通省令・内閣府令で定める事項を表示してしなければならない。(法第12条の7)

【契約規則第13条】

法第十二条の七の国土交通省令・内閣府令で定める事項は、次のとおりとする。

- 一 企画者の氏名又は名称及び住所並びに登録番号
- 二 旅行の目的地及び日程に関する事項
- 三 旅行者が提供を受けることができる運送、宿泊又は食事のサービスの内容に関する事項
- 四 旅行者が旅行業者等に支払うべき対価に関する事項
- 五 旅程管理業務を行う者の同行の有無
- 六 企画旅行の参加者数があらかじめ企画者が定める人員数を下回った場合に当該企画旅行を実施しないこととするときは、その旨及び当該人員数
- 七 第三号に掲げるサービスに専ら企画旅行の実施のために提供される運送サービスが含まれる場合にあっては、当該運送サービスの内容を勘案して、旅行者が取得することが望ましい輸送の安全に関する情報
- 八 法第十二条の四に規定する取引条件の説明を行う旨(第三条第一号に規定する事項を表示して広告する場合を除く。)

※この規定に違反して広告をした場合は、30万円以下の罰金が科せられる。
(法第79条第10号)

○その他、広告表示に関する通達等

- ・通達：「企画旅行に関する広告の表示基準等について」平成17年2月28日付(通達：国総旅振第387号)
- ・日本旅行業協会、全国旅行業協会：「旅行広告・取引条件説明書面ガイドライン」平成17年12月
- ・旅行業公正取引協議会：「景品規約・表示規約」平成22年1月

●旅行業者等は、旅行業務について広告をするときは、広告された旅行に関するサービスの内容その他国土交通省令・内閣府令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良で有り、もしくは有利であると人を誤認させるような表示をしてはならない。(法第12条の8)

ア. 旅行に関するサービスの品質その他の内容に関する事項

例：ファーストクラス使用や添乗員の同行等単に旅行の契約内容を表すものに対して、あたかも別に付加されているかのごとく「特典」等と表示すること。

イ. 旅行地での旅行者の安全の確保に関する事項

例：外務省の危険情報が発出されているにもかかわらず、旅行者の安全に問題がないと誤認させるような表示をすること。

ウ. 感染症の発生状況その他の旅行地での衛生に関する事項

例：感染症の発生状況、旅行地における衛生状況等に関して、旅行者に問題がないと誤認させるような表示をすること。

エ. 旅行地の景観、環境その他の状況に関する事項

例：客室からわずかに海が見える部屋にもかかわらず、オーシャンフロントと著しく事実に相違する表示をすること。

オ. 旅行者が旅行業者に支払うべき対価

例：客観的根拠なく、「割引価格」や「格安」と表示すること。

カ. 旅行中の旅行者の負担に関する事項

例：旅行代金に全て含まれていますと表示しているにもかかわらず、金銭的負担を強いること。

キ. 旅行者に対する損害の補償に関する事項

例：特別補償保険を付保していることをもって、旅行中の損害に対する保険をかけていると表示すること。

ク. 旅行業者等の業務の範囲、資力又は信用に関する事項

例：旅行日程や旅行代金等を具体的に広告に記載することにより、当該旅行業者等に認められた業務の範囲上実施することができない企画旅行に参加する旅行者の募集を行えるかのような誤認を与える表示を行うこと。また、事実と反して、「既に百万人の方にご利用いただいております。」と参加人数を表示すること。

※この規定に違反して広告をした場合は、30万円以下の罰金が科せられる。(法第79条第11号)

旅行者への取引条件説明・書面交付

●旅行業者等は、旅行者と企画旅行契約、手配旅行契約その他旅行業務に関し契約を締結しようとするときは、旅行者が依頼しようとする旅行業務の内容を確認した上、国土交通省令・内閣府令で定めるところにより、その取引の条件について旅行者に説明しなければならない。(法第12条の4第1項)

○原則、書面交付による。(法第12条の4第2項)。

但し、旅行者の承認を得て、書面の交付に代えて国土交通省令・内閣府令に定める情報通信の技術を利用する方法により、書面に記載すべき事項を提供することが可能。(法第12条の4第3項)

契約規則第6条

- ・旅行業者が取引条件に必要な記載事項を旅行者の所持するパソコンのメールボックスに送信(1号イ)。
- ・旅行者が旅行業者のWeb上の取引条件説明書面をダウンロードして旅行者のパソコンに保存(1号ロ)。
- ・旅行業者が旅行業者の顧客ファイル(その旅行者専用のもの)に記録された取引条件の記載事項を閲覧可能な状態にする(1号ハ)。
- ・旅行業者が磁気ディスク、CD-ROM等に取り引条件の記載事項を記録し交付(2号)。

●旅行業者等は、旅行者と企画旅行契約、手配旅行契約その他旅行業務に関し契約を締結したときは、国土交通省令・内閣府令で定める場合を除き、遅滞なく、旅行者に対し、当該提供すべき旅行に関するサービスの内容、旅行者が旅行業者等に支払うべき対価に関する事項、旅行業務取扱管理者の氏名、全国通訳案内士若しくは地域通訳案内士の同行の有無その他の国土交通省令・内閣府令に定める事項を記載した書面又は当該旅行に関す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なければならない。(法第12条の5)

・法第2条第1項第9号に掲げる旅行業務について、旅行者と契約した場合(契約規則第8条)

※旅行に関する相談業務については、書面交付不要

・旅行者の承諾を得て、国土交通省令・内閣府令に定める情報通信の技術を利用する方法によることも可能(法第12条の5第2項)

※上記「取引の条件」の説明と同様の方法(契約規則第10条)

※上記「取引条件」の説明書面の記載内容と同一の内容の契約がなされたときは、その記載事項については書面の交付がされたものとみなした取扱いが可能。また、契約書面は1枚の書面でなくてもよい。(通達：旅行業法施行要領第11(3)、4))

企画旅行契約における表示・説明・記載項目

○企画旅行契約

項目	広告表示 法第12条の7	取引条件説明 法第12条の4	取引条件書面 法第12条の4	契約締結後の書面 法第12条の5
1)企画旅行者の氏名(名称)	○	○	○	○
2)企画旅行者の住所	○		○	○
3)企画旅行者の登録番号	○		○	○
4)加入旅行業協会(通達:平成17年国総旅振第387号)	○		○	△
5)企画旅行者以外の者が代理して契約を締結する場合はその旨及び代理人の名称、住所、登録番号並びに加入旅行業協会		○	○	○
6)旅行契約に係る業務を取扱う営業所の名称及び所在地並びに旅行業務取扱管理者の氏名			○	○
7)書面を交付する外務員の氏名並びに所属する営業所の名称及び所在地			○	○
8)旅行業務取扱管理者が旅行者の依頼に応じ最終的に説明する旨			○	○
9)参加する資格を定める場合、その旨及び当該資格		○	○	○
10)全国通訳案内士又は地域通訳案内士の同行の有無		○	○	○
11)旅行者が取得することが望ましい安全及び衛生に関する情報		○	○	○
12)契約の申し込み及び契約の成立に関する事項		○	○	○
13)旅行の目的地及び出発日その他の日程	○	○	○	○
14)旅行者が旅行者に支払うべき対価	○	○	○	○
15)旅行者が旅行者に支払うべき対価の收受方法		○	○	○
16)旅行者が旅行者に支払うべき対価によって提供を受けることができる旅行サービスの内容(旅行代金に含まれるもの)	○	○	○	○
17)旅行者が旅行者に支払うべき対価に含まれていないが、旅行に関する経費で旅行者が通常必要とするもの(旅行代金に含まれないもの)	○※	○	○	○
18)最少催行人員	○	○	○	○
19)旅程管理業務を行う者の同行の有無	○		△	△
20)旅程管理業務を行う者が同行しない場合の、旅行地における企画旅行者との連絡方法				○
21)契約の変更及び解除に関する事項		○	○	○
22)責任及び免責に関する事項		○	○	○
23)旅行中の損害補償に関する事項(旅程保証、特別補償等)		○	○	○
24)取引条件の説明を行う旨	○		○	○
25)確定書面(いわゆる、最終日程表)を交付する時期				☆
26)運賃・料金の基準日(通達:平成17年国総旅振第387号)			○	△
27)契約締結日				○

■ 広告表示については「募集型企画旅行」だけが該当する。

○印：法令に定められている表示・説明・記載項目

☆印：約款の規定上、記載しなければならない項目

△印：記載することが望ましい項目

※：燃油サーチャージを代金に含めない場合、旅行代金に近接した場合にサーチャージの額を表示しなければならない。

企画旅行契約以外の旅行契約における表示・説明・記載事項

○企画旅行契約以外の旅行契約

項目	取引条件説明 法第12条の4	取引条件書面 法第12条の4	契約締結後の書面 法第12条の5
1)旅行者の氏名(名称)	○	○	○
2)旅行者の住所		○	○
3)旅行者の登録番号		○	○
4)旅行者代理業者が代理して契約を締結する場合はその旨及び代理業者の名称、住所、登録番号	○	○	○
5)旅行契約に係る業務を取扱う営業所の名称及び所在地並びに旅行業務取扱管理者の氏名		○	○
6)書面を交付する外務員の氏名並びに所属する営業所の名称及び所在地		○	○
7)旅行業務取扱管理者が旅行者の依頼に応じ最終的に説明する旨		○	○
8)参加する資格を定める場合、その旨及び当該資格	○	○	○
9)旅行者が取得することが望ましい安全及び衛生に関する情報	○	○	○
10)契約の申し込み方法及び契約の成立に関する事項	○	○	○
11)旅行の目的地及び出発日その他の日程	○	○	○
12)旅行者が旅行者に支払うべき対価及びその收受方法	○	○	○
13)旅行者が旅行者に支払うべき対価によって提供を受けることができる旅行サービスの内容(旅行代金に含まれるもの)	○	○	○
14)旅行者が旅行者に支払うべき対価に含まれていないが、旅行に関する経費で旅行者が通常必要とするもの(旅行代金に含まれないもの)	○	○	○
15)旅行業務の取扱い料金に関する事項	○	○	○
16)契約の変更及び解除に関する事項	○	○	○
17)責任及び免責に関する事項	○	○	○
18)旅行中の損害補償に関する事項	○	○	○
19)契約締結日			○

○旅行相談契約

項目	取引条件説明 法第12条の4	取引条件書面 法第12条の4	契約締結後の書面 法第12条の5
1)旅行者が旅行者に支払うべき対価及びその收受方法	○	○	
2)旅行者が旅行者に支払うべき対価によって提供を受けることができる旅行に関するサービスの内容(相談料金に含まれるもの)	○	○	交付義務はない

※法第12条の5の規定に違反し、書面の交付をしなかった者、又は虚偽の記載若しくは表示をした者は、30万円以下の罰金が科せられる。(法第79条第9号)

外務員証の携帯

●旅行業者等は、勧誘員、販売員、外交員その他いかなる名称を有する者であるかを問わず、その役員又は使用人のうち、その営業所以外の場所でその旅行業者等のために旅行業務について取引を行う者（＝外務員）に、国土交通省令で定める様式による証明書を携帯させなければ、その者を外務員としての業務に従事させてはならない。（法第12条の6第1項）

・「外務員」が業務を行う際は、外務員証を提示しなければならない。

（法第12条の6第2項）

・「外務員」は、所属旅行業者等に代わって、旅行者との旅行業務に関する取引についての一切の裁判外の行為を行う権限を有するものとみなされている。従って、外務員が行った取引について、旅行業者がその取引（旅行契約）が無効であると主張したとしても認められない。ただし、旅行者に悪意があった場合はこの限りではない。（法第12条の6第3項）

※「裁判外の行為」とは、訴訟に係る行為以外の行為。

※「旅行者が悪意であった場合」とは、旅行者が当該外務員に対して所属の旅行業者等が旅行取引の権限を与えていないことを知っていたにもかかわらず取引を行った場合。

第十一号様式（第二十八条関係）

← 2.5センチメートル →					
(写 真)	↑	外 務 員 証			
	↓	氏 名	(年 月 日生)		
		所属営業所			
(年 月撮影)		上記の営業所に所属する外務員であることを証する。			
旅行業者又は旅行業者代理業者の氏名又は名称					
主たる営業所の所在地					
代 表 者 氏 名					

※外務員証を携帯させずに業務を行わせた者は、30万円以下の罰金が科せられる。（法第79条第9号）

禁止行為について

1. 旅行業者等に禁止されている行為(法第13条第1項及び第2項)

① 掲示した料金を超えて、料金を収受する行為

※ 掲示した旅行業務取扱料金を超えることに旅行者の同意があつたとしても禁止

② 取引に関する重要な事項について、故意に事実を告げず(※1)、又は、不実を告げる行為(※2)

(※1) 例：旅行日程に重要な変更が生じていたにもかかわらず、その事実を隠して旅行者に通知しない

(※2) 例：旅行地ではスタンダードと位置づけられているホテルを、旅行者に対してデラックスホテルと案内(都合のいい事柄にすり替える等)

③ 旅行業務に関する取引により生じた債務の履行を不当に遅延する行為

旅行者に対する旅行代金の払い戻しや、運送・宿泊機関等に対する支払いを正当な理由も無く遅らせる

2. 旅行業者等又はその代理人、使用人その他従業員に禁止されている行為

(法第13条第3項)

① 旅行者に対し、旅行地において施行されている法令に違反する行為を行うこと のあつせん、又はその行為を行うことに関する便宜を供与すること

例：旅行地で禁止されている「ブランド品のコピー商品」の仲介、その情報提供等取引の手助けになるような行為等

② 旅行者に対し、旅行地において施行されている法令に違反するサービスの提供を受けること のあつせん、又はその提供を受けることに関する便宜を供与すること

例：国内旅行のいわゆる「白バス」(道路運送法による免許を受けていないもの)利用行為、「白バス」の業者紹介行為等

③ 上記①②のあつせんや便宜の供与を行う旨の広告、又はこれに類する広告を すること、その準備行為も禁止

④ 旅行者の保護に欠け、又は旅行業の信頼を失墜させるものとして国土交通省令 に定める行為(→施行規則第37条の9)

例：無理な行程による運行を貸切バス事業者に強いる行為

旅行地において土産店と通牒し、土産店から特別なマージンを得ることを
約し旅行者に物品の購入を強要する行為

※ 上記1. ①②の行為を行った者は、30万円以下の罰金が科せられる(法第79条第14号)

※ 上記1. ③及び2. の場合、業務改善命令や業務の停止、登録の取消しの対象となる場合がある。

名義利用等の禁止、業務改善命令

●名義利用等の禁止について(法第 14 条)

- ①旅行業者等は、その名義を、他人に旅行業又は旅行業者代理業のため利用させてはならない
- ②旅行業者等は、営業の貸渡しその他の方法で、他人にその名において経営させてはならない
※営業の貸出し：土地、店舗、備品、顧客、営業ノウハウなどの他人への貸与
※上記①②の行為を行った者は、1年以下の懲役若しくは100万円以下の罰金、又はこれを併科する（法第74条第4号）

●業務改善命令について(法第 18 条の 3)

- ・観光庁長官は、旅行業者等の業務の運営に関し、取引の公正、旅行の安全又は旅行者の利便を害する事実があると認めるときは、以下の①～⑥の事項を命じることができる
- ・本条文の規定による処分を行う場合は、聴聞を行わなければならない（法第 65 条）

業務改善命令の内容

- ①旅行業務取扱管理者を解任すること。
- ②旅行業務取扱料金又は企画旅行の対価を変更すること。
- ③旅行業約款を変更すること。
- ④旅程管理のために措置を確実に実施すること。
- ⑤旅行者に生じた損害を賠償するために必要な金額を担保することができる保険契約を締結すること。（旅行特別補償保険契約の締結等）
- ⑥その他、業務の運営の改善に必要な措置をとること。

(参考)消費者庁に事前に協議しなければならない場合


法第 12 条の 2 第 3 項(旅行業約款の掲示・閲覧)、第 12 条の 4 第 1 項若しくは第 2 項(取引条件の説明)、法第 12 条の 5 第 1 項(書面の交付)、法第 12 条の 7 (企画旅行の広告)、第 12 条の 8 (誇大広告の禁止)、第 13 条第 1 項(禁止行為、但し同項第 2 号については旅行者に対する行為に係る部分に限る)規定に違反した場合に業務改善命令をする場合



付表


付表1 『旅行安全マネジメントのすすめ』




付表2 持続可能な観光にかかるラベルの例

対 象	ビーチ／マリーナ	
名 称	ブルーフラッグ	
管理団体	F E E (Foundation for Environmental Education、国際環境教育基金)	
本 部 国	デンマーク	
連絡窓口	J A R T A : https://jarta.org/contact/	
概 要	<ul style="list-style-type: none"> ・ ブルーフラッグは、世界最大規模の環境 NPO/NGO 団体である F E E が実施しているビーチやマリーナを対象とした環境認証。1987 年にプログラムが開始された。 ・ 「水質」、「環境教育と情報」、「環境マネジメント」、「安全とサービス」についての基準を達成することによって与えられる。 ・ ブルーフラッグは、世界のビーチ共通の「安心のしるし」として機能し、他のビーチとの差をつける上での重要な要素となる。 ・ 周辺地域の関係者が関与することにより、地域の経済的側面と環境的側面を両立させる持続可能な発展につながることを期待されている。 	
参考 URL	特定非営利活動法人 FEE Japan : https://www.feejapan.org/blueflag/ J A R T A ブルーフラッグ : https://jarta.org/blueflag/	

対 象	星空	 
名 称	ダークスカイプレイス・プログラム (和名: 星空保護区認定制度)	
管理団体	国際ダークスカイ協会 (I D A)	
本 部 国	アメリカ	
連絡窓口	国際ダークスカイ協会東京支部 (I D A 東京) : ochi@idatokyo.org	
概 要	<ul style="list-style-type: none"> ・ ダークスカイプレイス・プログラム (和名: 星空保護区認定制度) は、光害 (ひかりがい) の影響のない、暗い自然の夜空を保護・保存するための優れた取組を称える制度。国際ダークスカイ協会 (I D A) により 2001 年に開始された。 ・ 認定には、屋外照明に関する厳格な基準や、地域における光害に関する教育啓発活動などが求められる。 ・ 星空保護区には、ダークスカイ・コミュニティ、ダークスカイ・パーク、ダークスカイ・リザーブ、ダークスカイ・サンクチュアリ、アーバン・ナイトスカイプレイス、ダークスカイ・ディベロップメント (※1) という 6 つのカテゴリーがある。 <p>※1 ダークスカイ・ディベロップメントは 2019 年 12 月 31 日をもって申請の受付が終了し、このカテゴリーは廃止の予定。</p>	
参考 URL	国際ダークスカイ協会東京支部 (I D A 東京) https://idatokyo.org/ 星空保護区 : https://hoshizorahogoku.org/	

対 象	宿泊施設、旅行会社	
名 称	GSTC Certification	
管理団体	コントロールユニオン	
本 部 国	オランダ	
連絡窓口	(株)Control Union Japan https://certifications.controlunion.com/ja/control-us/general-enquiry	
概 要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1920年に設立した団体で、2002年に認証プログラムを開始した第三者認証機関。日本を含む世界70カ国に事務所がある。 ・ 様々な分野の認証プログラムを多く保持しており、旅行会社及び宿泊施設向けの認証プログラムは、GSTC認定のものとなっている。認証取得により、GSTCのCOCロゴの使用も可能となる(※1)。費用については、直接窓口へ確認が必要。 ・ 認証機関として長い歴史を持つ団体で、食材や資材などの持続可能な調達に関わる認証プログラムも多く運用しているため、サプライチェーン全体における認証プログラムに関する情報を得られることが特徴。 	
参考 URL	コントロールユニオン： https://certifications.controlunion.com/ja GSTC 認証プログラム： https://certifications.controlunion.com/ja/certification-programs/certification-programs/gstc その他の認証プログラム： https://certifications.controlunion.com/ja/certification-programs/certification-programs ※1 COC (Chain of Custody) 管理ナンバーのついた GSTC ロゴ： https://www.gstccouncil.org/gstc-logo-usage-guidelines/	

対 象	飲食店／レストラン	
名 称	FOOD MADE GOOD	
管理団体	サステイナブル・レストラン協会 (SRA)	
本 部 国	イギリス	
連絡窓口	日本サステイナブル・レストラン協会 (SRA-J) : info@foodmadegood.jp	
概 要	<ul style="list-style-type: none"> ・ FOOD MADE GOOD は、フードサービス業界のサステナビリティを高めることをミッションとして、2010年に英国で創設された非営利団体サステイナブル・レストラン協会 (SRA) が飲食店の食材調達や運営のサステナビリティを格付けするプログラム。日本ではSRAの日本支部である一般社団法人日本サステイナブル・レストラン協会 (SRA-J) が運営を行っている。 ・ 飲食店、レストランなどフードサービス業者が、サステナビリティに関する「レーティング」を実施することで、このフレームワークの主要な10項目の領域に対して、どの程度それぞれ対処しているかを評価し進捗状況を確認することが可能なツール。 ・ メンバーがオンラインの自己評価を完了すると、スコアが計算され、サステナビリティの基準を達成している飲食店、レストランがサステナビリティの1つ星、2つ星、3つ星というレーティング結果を受けることになる。 ・ サステナビリティの取組に関するレーティング評価について、第三者による認定が企業に提供され、顧客、スタッフ、コミュニティ、潜在的な投資家を含むその他のステークホルダーへ示すことができる。 	
参考 URL	日本サステイナブル・レストラン協会： https://foodmadegood.jp/	

用語集

用語	用語の意味
アウトバウンド	インバウンドに対して、海外を訪れる旅行のこと。日本から海外に旅行することや日本人海外旅行客を表す。
インバウンド	外国人が訪れてくる旅行のことであり、日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行という。
営業保証金制度	旅行業協会の正会員以外の旅行業者と旅行業務に関して取引をした旅行者がその取引によって生じた債権について、旅行業者が国に供託した営業保証金から一定の範囲で旅行者に弁済する制度。
OTA (Online Travel Agent)	インターネット上のみで取引を行う旅行会社のこと。
オンラインツアー	旅行先を実際に訪れて行う旅行(オフライン)とは異なり、インターネットを介して WEB 上(オンライン)で行う旅行のこと。
観光の DX 化	業務のデジタル化により効率化を図るだけでなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、旅行者に対する利便性の向上による消費機会の拡大、観光地域づくり法人 (DMO) ・地方公共団体による観光地経営の高度化、宿泊業における情報管理の高度化による観光産業の生産性向上を図るもの。
企画旅行 (募集型企画旅行、受注型企画旅行)	<p>企画旅行とは、旅行業者が旅行に関する計画を作成し、自己の計算において運送等サービスの提供に係る契約を締結する旅行 (旅行業法第 2 条第 4 項) であり、募集型企画旅行と受注型企画旅行の 2 つがある。</p> <p>募集型企画旅行：旅行業者が予め旅行計画を作成し、旅行者を募集するもの (例：パッケージツアー)。</p> <p>受注型企画旅行：旅行業者が旅行者からの依頼により旅行計画を作成するもの (例：修学旅行)。</p>

基準資産	<p>財産的基礎として、旅行業登録を受ける際に必要となる資産条件。</p> <p>資産合計から、負債や繰延資産等を差し引いて算出される。</p>
ゴールデンルート	<p>外国人観光客が頻繁に訪れる日本国内の観光ルート（東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪など）のこと。</p>
心のバリアフリー認定	<p>バリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組む姿勢のある観光施設に対して、観光庁が定める認定マークを交付する制度のこと。認定に当たっては、定められた基準を全て満たす必要がある。</p>
GSTC（グローバル・サステナブルツーリズム協議会（The Global Sustainable Tourism Council））	<p>2008年（平成20年）、世界50以上の団体が連合して、持続可能な観光の国際基準を作るために発足され、その後、国連環境計画、UNWTO等の呼びかけにより、持続可能な観光の共同理解を深めることを目的に活動する協議会となった。</p> <p>観光事業者向け（GTSC-I）、観光地域向け（GSTC-D）の基準を開発。同基準は「最低限遵守すべき項目」と位置付けられ、国連加盟国での遵守が求められている。主な役割は、持続可能な観光基準に関わる指標の管理と提供、認証団体の認定、教育やトレーニングの実施。</p>
持続可能な観光（サステナブルツーリズム）	<p>訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光のこと。</p>
第2のふるさとプロジェクト	<p>新型コロナウイルス感染症の影響等による密を避け、自然環境に触れる旅へのニーズの高まりや、都市部の若者による田舎へのあこがれを持って関わりを求める動きを踏まえて、「第2のふるさと」を作ることにより国内観光の新しい需要を掘り起こし、地域経済の活性化を図る取組み。</p>
地域限定旅行業	<p>2013年（平成25年）に創設された旅行業の種別であり、取扱うことのできる旅行業務の範囲を営業所が所在する市町村と隣接する市町村に限定することにより、従来の第1種旅行業、第2種旅行業、第3種旅行業に比べて営業保証金や基準資産等の登録要件が低く設定されている。</p>

着地型旅行	旅行者を受け入れる地域（着地）側が、地域の観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを旅行者へ提供する旅行形態のこと。
ツアーセーフティネット	日本人旅行者が「安全・安心」に海外旅行ができるよう、旅行者の安否確認や外務省と連携した「たびレジ」情報の配信を行うシステム。
全国通訳案内士	報酬を得て、通訳案内（外国人に付き添い、外国語を用いて、旅行に関する案内をすることをいう。）を業とする者。
ツーリズム EXPO ジャパン	「世界のツーリズムをリードする」観光総合イベントとして、日本全国、世界各国の関係者が観光需要喚起、持続可能な地域の発展等を図るべく各種ブースでの情報発信に加えて講演等のイベントを実施している。
DMO（観光地域づくり法人 （Destination Management/Marketing Organization））	地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。
手配旅行	旅行業者が、旅行者からの依頼により宿泊施設や乗車券等のサービスを手配するもの。
マイクロツーリズム	新型コロナウイルス感染症の流行をきっかけに広がった、近隣地域内での観光のこと。
UNWTO（The World Tourism Organization of the United Nations）	経済的発展、国際間の理解、平和及び繁栄に寄与するため、並びに人種、性、言語または宗教による差別なく、すべての者のために人権及び基本的自由を普遍的に尊重し、及び遵守することに寄与するため、観光を振興し及び発展させることを目的とする国連専門機関。
ユニバーサルツーリズム	すべての人が楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく旅行に参加できることを目指している。

ランドオペレーター	報酬を得て、旅行者（外国の旅行者を含む）の依頼を受けて、運送（鉄道、バス等）や宿泊（ホテル、旅館等）、全国通訳案内士及び地域通訳案内士以外の有償によるガイド等の手配業務を行う者のこと。
旅行あっ旋業法	戦後、旅行取引の公平性や安全確保に課題が生じたことから、旅行ビジネスを取り締まることが社会的要請として高まり、1952年（昭和27年）に旅行旅行業法の前身として制定された法律のこと。
旅行安全マネジメントのすすめ	旅行者が安全安心して旅行を楽しむことが出来るよう、旅行会社には安全に対する意識の向上と具体的な取り組みが求められていることから、旅行業界全体に安全マネジメントの導入が促進されるよう、観光庁において作成した「観光危機管理体制における組織的マネジメントのあり方」を紹介するパンフレットのこと。
旅行業	報酬を得て、一定の行為（旅行業務）を行う事業のこと（旅行業法第2条第1項）。
旅行業協会（JATA、ANTA）	日本旅行業協会（JATA）と全国旅行業協会（ANTA）の2つの協会があり、旅行者及び旅行に関するサービスを提供する者からの旅行者等の取り扱った旅行業務に対する苦情の解決、旅行業務の取扱いに従事する者に対する研修等を行っている。
旅行者代理業	報酬を得て、特定の旅行者を代理して、旅行者と旅行契約を締結する行為を行う事業のこと（旅行業法第2条第2項）。
旅行サービス手配業	2017年（平成29年）の旅行業法改正によりランドオペレーターを登録制度化したものであり、「報酬を得て、旅行業を営む者のため、旅行者に対する運送等サービスまたは運送等関連サービスの提供について、これらのサービスを提供する者との間で、代理して契約を締結し、媒介をし、または取次ぎをする行為を行う事業（旅行業法第2条第6項）」と定義している。
ワーケーション	Work（仕事）と Vacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。