

OPINION “ 価値ある添乗員 ” を創造し、添乗員の処遇改善へ

“ 添乗 ”、過去・現在・未来...

昭和51年に近畿日本ツーリスト(KNT)に入社、団体営業マンとしての私の勤務が始まりました。現在のような派遣添乗員制度も無い時代、たまたま勤務地が本社の1階にあったことから、当時の「メイド添乗員付きツアー」への応援添乗依頼が多くあり、ピークシーズンには新入社員と学生アルバイト等でまかなっていたようです。当日、急に「今夜の夜行で行ってこれ!」、「座席、部屋割りには添乗員が交渉してくれ!」等々、大変な思いをしたことを覚えています。その時の経験がその後役に立ったことは言うまでもありません。

数年後、郊外支店に転勤となり、当時急成長中の簡保団体を担当。1本あたりのバス台数7~8台、人員300人規模の大型団体です。さらに、従来は1人の添乗員が2~3台を担当していましたがバス1台毎に1人添乗となり、添乗員が逼迫して大変な苦勞をしました。シーズンにはバス10台、添乗員10人が揃ったのが前泊地で、しかも複数の派遣元で互い初対面というようなことが多々ありました。

ちょうどその頃ツーリストエキスパート(TEX)の前身が発足、添乗員派遣業務を開始し、アサインもやっと軌道に乗ってき始めたこと記憶しています。その後、大口団体旅行は激減し、簡保団体もまもなく消滅しようとする今、団体旅行の質も変化し、派遣制度も時代に合わせて議論されてきたようです。

遅々として進まぬ添乗員の処遇改善

昨年からは現職としてTCSAの会合等で久しぶりに添乗員についての議論をすることになりましたが、進めていくうちに問題点は20数年前と基本的には何も変わっていない、改善できていないのでは...というのが実感です。そして、弊社の国内添乗派遣料も25年前とさほど変わっていないのが現実です。TCSAの実態調査アンケートによると、添乗員の最も多い年収層は「200~250万円未満」で全体の25%、さらに「150万円未満」と「250~300万円未満」を合計すると79%で、なんと8割が年収300万円未満。このような状況下で添乗員の生活がやっていけるのか。また、一生の職業として成り立つのか。結婚し家族を養っていけるのか。多くの重い課題がここに存在します。添乗員の処遇改善とはまさにこのことであると思います。

今、処遇改善策のテーマとして「時間管理問題」があり、既に日帰り等では実施され、いずれ国内・海外全ての旅行に導入できるかどうか議論を重ねています。「時間管理」をすることで正確な労働実態を把握し処遇に反映することも大切ですが、「みなし労働時間」の概念も同時に併せて考える必要性を感じます。しかしながら年間の実働日数には限界があり、また派遣料の一律の値上げは派遣先の負担となり、理解を得られにくいのも事実です。



TCSA理事
(株)ツーリストエキスパート
代表取締役社長

馬場 義和氏

“ 価値ある添乗員 ” の創造が今後の課題

そこで今後は単なる添乗業務にとどまらず、そのツアーの前後、左右、上下の仕事も請け負う技=スキル=「添乗員価値(+)」を添乗員自身も磨き上げることが大切だと感じます。

前述の時代から現在は大型団体旅行の激減、添乗員無し商品と着地型企画商品の増大、イベントコンベンションの拡大、SITツアーの多様化等に見られる大きな変化が起こっており、業界としてもこれに対応すべきです。パソコンスキルを習得してEC添乗前後の長期を事務スタッフとしてこなす。外国語によるインバウンド業務への添乗。自分自身の趣味等得意分野に秀でることによるSITツアーの世界。さらに販売に貢献できる添乗員。今は携帯やメールで添乗員がお客様とのやりとりをしている例は多いと思われます。添乗員が持つ「マイ顧客」をもっと取り込んで良いのではないのでしょうか。

今後の商品告知はWeb化デジタル化されると思いますが、そのような時代だからこそアナログの部分が大切なのです。商品の差別化で最たるものは人=添乗員ではないのでしょうか。企画商品造成へのアドバイス、サジェスションはもとより、添乗員が作るツアーをもっと上手に訴えていく必要性を強く感じます。

以上のような「価値ある添乗員」を創造し、業界内外にその価値を高く売り込むことが我々派遣会社に課せられた任務であると思います。

CONTENTS

OPINION ————— 1 “ 価値ある添乗員 ” を創造し、添乗員の処遇改善へ (株)ツーリストエキスパート 代表取締役社長 TCSA理事 馬場 義和氏	TOP INTERVIEW ————— 4 株式会社ジェイティービー 代表取締役社長 田川 博己氏をお訪ねして	TCSAだより ————— 8 平成21年度「添乗員能力資格認定試験」 12月1日(火)に実施決定
特集 ————— 2 お客様アンケートの改善及び有効活用に向けて - 雇用高度化事業調査結果から -	TCSA REPORT ————— 6 添乗員能力資格認定試験3級を新設	日通旅行ビジネスサービス(株)が6月30日付で会社清算の手続 JTB首都圏メディア販売事業部が会社化へ
	TCSA REPORT ————— 7 TC必須の「基本、忘るべからず集」を作成・配布しました 2000日添乗員のゴソゴソ奮闘記 ③	新刊紹介 会員動向 編集後記

特集!

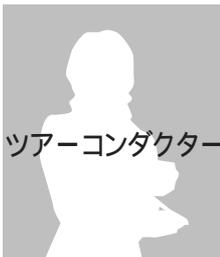
お客様アンケートの改善及び有効活用に向けて - 雇用高度化事業調査結果から -

お客様アンケートでのツアーコンダクター評価は本当に必要か？ 事前調査で浮かび上がった課題と改善点

旅行会社にとってツアーの満足度を図ることを目的に参加客に実施している「お客様アンケート」。アンケートの中にはツアーコンダクターに対する評価項目もあります。その設計及び運用に関してツアーコンダクターから改善の要望が多いことを受け、TCSAでは一昨年、昨年と2年事業で受託した「添乗サービス業雇用高度化推進事業」において、「お客様アンケート」のあるべき姿について調査を実施しました。

ツアーコンダクターへのアンケート調査を実施するに当たり、まず、ツアーコンダクター、派遣元(添乗員派遣会社)、派遣先(旅行会社)それぞれについて、お客様アンケートに関する現状の認識及び問題点等についてヒアリング調査を実施しました。

事前のヒアリング調査(要旨)



ツアーコンダクター

添乗員自身のモチベーションを下げる要因となっている

ツアーコンダクターの方々へのヒアリング調査では、以下のように総じてネガティブな印象を持っていることが分かりました。

- ・お客様の価値観や記入する場面によって、評価の尺度が変わる
- ・自分では左右できないこと(ホテル、食事、座席の位置等)で評価される
- ・旅行会社や派遣元は、良い評価やコメントを見ようとしていない
- ・旅行会社がアンケート結果を活用しているとは思えない
- ・不満の原因が分からないことと、無記名のため無責任な記述が見られる



添乗員派遣会社

お客様アンケートの重要性は理解しつつも...

ツアーコンダクターが所属する派遣元(添乗員派遣会社)の方々からはアンケート実施の重要性は認識しつつも、内容の不明確さについての意見が多く出ました。

- ・アンケートでお客様の意見を聞くことは重要ではあるが、設問にいろいろな要素が入りすぎていて、「添乗員に不満」となっているにもかかわらず何が不満なのかが分かる設問になっていない。
- ・旅行会社によってはアンケート結果がツアーコンダクターの「日当」を規定しているところもある。アンケートはもう少し具体的な聞き方が良い。例えば「旅程管理業務」や「案内業務」がきちんと出来ていたか、「マナー」や「公平性」はどうであったか等
- ・お客様に対してツアーコンダクターの何を評価してもらおうべきかを明確にすべき



旅行会社

添乗員評価項目の重要度合いは低い

一方、アンケートを設計・実施している旅行会社はどのように考えているのかをヒアリングした結果、添乗員評価項目については重要度が低いことが分かりました。

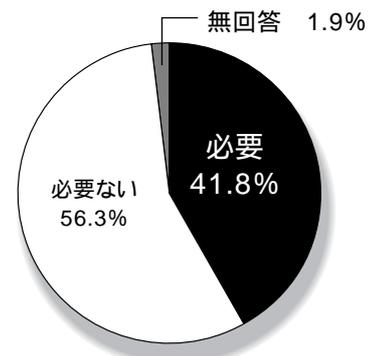
- ・品質管理の観点から、お客様アンケートはととても重要視している。まずはツアー全体、次にホテル、食事の順で満足度に注目している。添乗員の評価項目は優先順位からすると低い。
- ・商品の良し悪しを測る上でアンケートは重要である。お客様の添乗員に対する評価はまったく気にしていない。

左ページのヒアリング調査結果を受け、さらに分析すべく、ツアーコンダクターの方々に対してアンケート調査(配布: 8,151票、回収:1,820票)を実施しました。

ツアーコンダクター全体の結果は右記の通りでしたが、添乗経験年数別に見た場合、比較的経験の浅い(5年未満)の方々は概ね50%前後の方が「必要」と回答している一方、経験年数が高まるにつれて「不必要」と回答する方が多くなる傾向が見られました。

また、お客様アンケートの問題点についても聞きました。

お客様アンケートにおける添乗員評価項目の必要性



お客様アンケートに関する問題点(上位回答) 複数回答

- 1.行程やホテルがイマイチなことで自分の評価も下がってしまうこと(56.6%)
- 2.旅行会社が良い評価には目を向けず悪い評価だけに着目していること(52.8%)
- 3.ツアーで疲れているお客様に対してその場で配布して回収すること(42.1%)
- 4.難しいツアーでも比較的簡単なツアーでも、評価の仕方が一律であること(40.8%)
- 5.お客様が個別の提案や意見を記入しても、旅行会社が何のフィードバックもしないこと(40.2%)

アンケート改善のポイントは、運用面と目的

今までのヒアリング結果及び上記の回答から、改善のポイントは大きく二つあります。まず一つは「**運用面のまずさ**」が考えられます。ヒアリング及びアンケート結果にもあるように、「良い評価やコメントを見ようとしない」、「アンケートを活用していると思えない」という意見からも、アンケートによって評価されることは認識しているものの、悪い評価だけに着目して良い評価には目を向けないといった「ツアーコンダクターの心情」を旅行会社がどこまで理解しているのかという点です。

アンケートの運用に関しては、減点志向ではなく、悪い評価があったとすれば、それがツアーコンダクターの対応等に起因するものかどうかをきちんと分析した上で評価する必要があると思われます。もしツアーコンダクターに起因しているものではないことが確認できれば、それはツアーコンダクターの評価に反映しない等の対応が必要であると考えます。

二つ目は「**目的の不明確さ**」です。旅行会社のヒアリング調査では、「添乗員の評価項目は優先順位からすると低い」や、「添乗員評価項目は気にしていない」といった声が聞かれましたが、これはそもそも「なぜ添乗員評価項目を設けるか」という目的が明確になっていないことが考えられます。ツアーコンダクターからは「不満の原因が分からない」といった意見が多くあることを踏まえ、「記名式にする」、「ツアーコンダクターの何を評価するかを分かりやすく質問する」、「不満の理由を書いてもらう」といったことも考慮すべきです。ツアーコンダクターはツアーの内容に左右されることなく、常にお客様の側で旅程を管理し、ツアー全体の満足度を高めるために一生懸命業務していることを十分理解してもらった上で、適切な評価ができるような設問を再設計していただきたいと思います。

お客様アンケートの改善及び有効活用に向けて

ツアーコンダクターはお客様の反応を一番敏感に感じ取ることができ、かつ、ツアーの最後の締めくくりとしてお客様の満足度を高めることができる重要な経営資源です。

今回のアンケート調査結果で浮き彫りになった問題点は「ツアーコンダクターの本音」です。このことを踏まえて各旅行会社は、お客様アンケートの運用及び内容について再度見直しをしていただきたいと切願します。

アンケートの改善については添乗派遣業界だけではなく、旅行業界全体の問題として考えていく必要があることから、TCSAでは今後、旅行会社に改善の依頼をしていくとともに業界団体と連携をとりながら、アンケートの改善に向けた活動を行っていきたいと考えています。

株式会社ジェイティービー

代表取締役社長 田川 博己氏

協会設立当初より、現行派遣基本契約書策定のため添乗業務を明確にするワーキンググループのメンバーとして参画していただいたり、TCSAの活動に多々ご支援をいただいた田川博己社長を天王洲の本社にお訪ねしました。



“日本国民”の真の国際化に 大きく貢献した海外旅行

三橋専務理事(以下 三橋) 社長ご就任から1年になりますが、入社なさった当時を振り返られ、旅行業界の現状をどうお考えでいらっしゃいますか。

田川社長(以下 田川) 大阪で万博が開催された翌年、昭和46年に入社しました。渡航自由化8年目で、渡航者数がまだ100万人にも満たない程度で、JTBでも海外旅行の取り扱いが1割ほどしかありませんでした。欧米諸国からのインバウンド全盛の流れが、昭和39年東京オリンピック開催と同時の渡航自由化や大阪万博を経て、アウトバウンドに流れが変

わり始めた時代でした。ソニーやトヨタ等が世界に誇る日本の製品を広めたことにより「日本製品の国際化」は進みましたが、日本人の国際化に海外旅行が大きな役割を果たした点は評価されてしかるべきだと思います。

渡航自由化当初はパブリックスペースをステテコ姿で歩く日本人に注意を促したり、洋式トイレやバスタブの使い方まで旅行会社の社員が説明会で教えたりしました。「国民の国際化」の促進に海外旅行は最も貢献したと言っても過言ではないでしょう。それを支えてきた航空会社の路線拡大も大いに功を奏したと言えますし、さらにはツアーコンダクターも大きな役割を果たしたと言えるでしょう。

三橋 確かに初期段階ではツアーコンダクターに教育的役割も委ねられていましたね。ところで、景気低迷も相まってここ数年伸び悩んでいる海外旅行マーケットですが...

田川 海外渡航者1,600万人前後の横這い状態はマーケットの成熟もあると思いますが、どうやってマーケットを生み出していかかが重要なのではないのでしょうか。オープンスカイ政策やアジアゲートウェイ構想など航空業界の規制緩和が進むことによって、チャーター便活用も可能となり、未成熟のマーケットも取り込むことができます。稲を刈り取ることばかりに力を注いでいるのはいかがなものでしょうか。田植えをしないと稲は出てきません。まずは田植えにつとめるべきでしょう。もっと言えば、田んぼをつくること自体も大切です。

海外旅行が未成熟の時代は「ロンドン・パリ・ローマ」周遊コースやハワイ4泊6日コースなどを一斉に旅行会社主導で商品化し、それが新たなマーケットを創り出しました。これからはお客様から積極的に注文を細かく出していただき、新たなマーケットを創り、新しい旅の形を創る時でしょう。そういう意味でもお客様と日頃近くで仕事をしているツアーコンダクターの方々の役割は、益々重要になります。

地域交流ビジネスと深く関わる ツアーコンダクター

三橋 2012年に100周年を迎えられるJTBが、地域交流ビジネスを中期経営計画の柱の1つと



して掲げておられますね。

田川 マーケットを拓げていく上で、地元と組んで旅行を企画する「受け営業」ができるビジネス・スキームをつくり、市場創造で世界3位を目指しています。そのためひとつとして日本の観光地の国際化を図ることが重要です。本当の意味での国際化となれば、日本からの海外渡航者数と同程度の訪日旅行客がいてもおかしくないわけで、そうすれば日本の観光地もドイツのバーデンバーデンやアメリカのヨセミテ国立公園のようになれるのではないのでしょうか。

地域交流の商品では、地元の人との「交流」、「触れ合い」がキーワードになります。お客様に実体験を通して地域の人達との交流を深められるようにコミュニケーションを図るツアーコンダクターの役割も重要です。そういう意味では「添乗員」、「旅程管理主任者」の呼称も変えた方が良いと思います。「添乗」という言葉は元々国鉄用語なのですが、添乗業務の内、旅程管理業務はミニマム・マスト。本来ツアーコンダクターは顧客の安全・安心に加えてエンターティメント性、人と人との触れ合い、コミュニケーション等、旅の重要な要素を担っている人材です。ですので、それにふさわしい呼称、例えば「ツアーコンダクター」に改めた方が良いと思います。業法改正時にも「添乗員」に代る呼称として「ツアーコンダクター」を主張したのですが、カタカナは法律用語になじまないと却下されてしまったのです。時代も変わり、今やエコ・ツーリズム、グリーン・ツーリズムなど片仮名がいくらでも使われています。言葉は非常に大事です。

三橋 おっしゃる通りですね。私も昔“旅”の添えもののイメージを払拭できる呼称を長年模索してまいりました。ところで協会の活動についてどのようにお考えでいらっしゃいますでしょうか

■ ツアーコンダクターの ■ 価値と役割を見極め広くアピールを!

田川 渡航自由化直後の海外旅行は100%近くツアーコンダクター同行型でしたが、成熟したマーケットとなった今ではあえてツアーコンダクターを同行させる意味、ツアーコンダクター



の価値についてきちんと議論し、“旅”の力の中でツアーコンダクターの価値とは何なのか”をアピールする必要が出てきているのではないですか。

その上でツアーコンダクターの役割を明確にし、募集パンフレットに「添乗員がお世話します」ではなく、ツアーコンダクターの担う役割を明記すべきと考えます。旅の力を表現するのはツアーを造成する人、販売する人、添乗する人であり、その方々が三位一体となって旅の価値を高めていただき、特にツアーコンダクターの方々にはお客様と一番近い場所で旅の総仕上げとしてその価値をお客様に伝えていただきたいと思ひます。

三橋 良いヒントをありがとうございます。“ツアーコンダクターの価値”こそTCSAがアピールしなければならないと思ひます。

最後に様々なご旅行をなさいましたでしょうか、田川社長の最も思い出に残る旅についてお聞かせいただけますか。
田川 何と言っても、JTB入社2年目に自分で企画したペルーのマチュピチュを中心とした1ヶ月の海外旅行が最も心に残っています。大分支店に配属された翌年の昭和47年にJAL便利用でメキシコ・クスコ・ジャマイカ・トリニダード・ドバゴ・ドミニカ・アメリカ・ハワイを回るツアーの添乗でした。当時で145万円の高額商品でしたが、7名のお客様とともに行く先々で大歓迎を受けました。学生時代からマヤ文明とインカ文明に特に興味があったので企画自体に思い入れもありました。仕事ではありますがその場所に行き実際にできたことに感謝し、その時は旅行会社に入って本当に良かったと思ひました。

三橋 そのご旅行に参加されたお客様もさぞかし感動されたことと存じます。本日は貴重なご指摘をいただきまことにありがとうございました。



旅行業界のリーダーとして、また添乗問題に長い間深い関心を持たれ、ご指導をいただいていた田川社長の示唆に富んだアドバイスをいただき、高揚する気持ちでJTBビルを辞去いたしました。

今年添乗デビューなされた方
全員がチャレンジできる！

添乗員能力資格認定試験3級を新設

**総合または国内旅程管理主任者証をお持ちの方ならどなたでも
ワンコインで受けられます！**

14年前にスタートした添乗員能力資格認定試験制度。1級と2級が設けられ、現在の受験資格要件では、2級は添乗歴3年、添乗日数400日に達するまでチャレンジできません。ところが実際には、研修を修了して資格取得後に行う添乗業務のほとんどが管理者のいないところで自分で判断し、業務を円滑に遂行することが求められます。

「果たして自分がしたことは正しかったのか?」、「自分の決断がベストであったのか?」、「こんな時、同僚や先輩はどうやって乗り切ったのだろうか?」。沢山の“?”を抱え、日々業務に励んでおられる方々に、自分の仕事の仕方を振り返る機会が必要なのではないかと考え、TCSAではこの度、新たに添乗員能力資格認定試験3級を設けました。受験料を500円と参加しやすい金額にしておりますので、普段の業務の再確認、知識の応用としてチャレンジしてください。

名称	平成21年度 添乗員能力資格認定試験 3級
実施日	12月1日(火) 全国各地にて
目的	添乗デビューを果たした人たちが自分の仕事の仕方を振り返り、自己研鑽のきっかけとする 能力資格認定制度の意義を認知する 1級、2級へと上昇志向を醸成する
受験対象者	総合または国内旅程管理主任者証保持者
受験料	500円
試験科目	業務知識(業法・約款、国内観光地理、一般教養)、国内添乗実務等
出題方式	×、選択、穴埋め式を主とし、一部記述式も出題
出題範囲	主に国内添乗の出題(旅程管理主任者資格取得後は、一般的に国内添乗中心のため)
出題の意図	添乗員として知っておくべき基本的事項(旅程管理研修修了テストレベルのワンランク上)の確認を問う 添乗経験1年程度の添乗員が経験する可能性が高い事例を中心に 添乗員養成の観点から、業務知識に限定せず、実務の基礎的事項に関しても出題範囲に含める
試験時間	1時間程度

添乗業務は基本の励行が最重要！ TC必読の「基本、忘るべからず集」を作成・配布しました

TCSAでは、全国のツアーコンダクターの方々に向け、「基本の重要性」を再認識していただくことを目的に「基本、忘るべからず集」を作成いたしました。

添乗経験を重ねていくにつれて、「うっかり」や「油断」等でトラブルやクレームを引き起こしてしまうことも少なくありません。この「基本、忘るべからず集」ではこうしたトラブルやクレームについて実際にあった事例が集約されています。

日頃、現場で頑張っているツアーコンダクターの皆様に、時間のある時にぜひお読みいただき、「明日はわが身」として基本の大事さを認識の上、日頃の業務に活かしていただきたいと思います。

なお、このべからず集は所属会社に配布しておりますが、TCSAホームページからもダウンロードできますので、是非ご活用ください。



<http://www.tcsa.or.jp/geneki/bekarazu/index.html>

2000日添乗員の「コツ」奮闘記

連載 ③7

旅の感動が人を動かし、人との出会いが人間、 社会を変えていくことを信じて



(株)ウィル・インターナショナル

吉田 邦道さん

(平成20年TCSA永年勤続表彰受賞)

企画、営業、宣伝、募集、手配、催行(添乗)と続く一連の旅行業務の最終の華の部分を担当させてもらっています。

「あせらず、あわてず、あてにせず、

あきらめない」。この4行を唱えながら積み重ねた2000日の添乗でした。

私自身、性格的には決してプラス思考とは言えないのですが、いつの間にかの訓練でしょうか。「今はこうだけど、きっとこういうふうになる。悪いこともあれば良いこともある」と、ウルウルのお客様を味方につける快感も身に付いてきました。また、自分が変われば相手も変わるし、困難な状況さえ変わってくることもあると実感しました。

出発日まで一面識もないお客様、ガイド、ドライバーとの毎日が一期一会の緊張の連続です。当初は知識とテクニックの習得に懸命の日々でしたが、あるツアーで気づかされました。お客様はもとより、添乗員も憧れのスペインのパラドールに泊まった時のことです。テラスでの夕食の間、茜色に空を染めた太陽が西の山の端に沈むと、

東の空に金色の満月が昇り、眼下には灯りともし頃のトレドの街がだんだんとシルエットになり、いつの間にか頭上には満天の星が輝いていました。ふと、気が付くと隣のお客様が涙を流しておられました。一緒に来られなかった亡きご主人様に見せたかったとお話を伺って、その方の想いを強く感じました。

気晴らしの旅もあるでしょうが、心揺さぶられる何かに出会う旅、癒しの旅、生き甲斐づくりの旅、こんな旅のお供ができれば良いなと思いました。感動が人を動かし、出会いが人間を、そして社会を変えていくことを信じています。

世界の様々な場所で、そこの人々がどのような暮らしをしているのか、何を大切に生きてきたのか、何を望んでいるのか、自分の経験を通じてお伝え

できればと思います。

時にはお客様から厳しい評価をいただきますが、それを素直に受け入れ、いつまでも新しい自分の可能性に挑戦したいと思っています。



南アフリカの喜望峰にて

TCSA だより

平成21年度「添乗員能力資格認定試験」 12月1日(火)に実施決定

従来の1級、2級および今年度新たに設定した3級も含め、12月1日(火)に添乗員能力資格認定試験を実施いたします。試験は、自身の添乗業務に関する能力を客観的に判断するよいチャンスですので、ぜひチャレンジしてください。詳細は後日ご連絡いたします。

日通旅行ビジネスサービス(株)が6月30日付で会社清算の手続

NBS(日通旅行ビジネスサービス)代表者 多田正博氏が6月30日付で会社清算手続を行い、右記の通り事業移管することになりました。

従来の正会員(NBS)は新移管会社(人材派遣事業)のキャリアロード(株)へ移管される予定です。

人材派遣事業:キャリアロード(株) 渋谷事業所
旅行事業:日本通運(株) 東京旅行支店
物品販売事業:日通商事(株) 東京支店航空営業部

JTB首都圏メディア販売事業部が会社化へ

業務の拡大に伴い販売事業部を会社化、4月1日に新スタートしました。

新会社名:「株式会社JTBメディアリテリング」
住所・電話・FAX 変更なし

新刊
紹介

ヨーロッパものしり紀行シリーズ



「魅惑のスペイン」

新潮文庫

紅山雪夫著
580円

TCSA創設時の副会長でもあり、旅行作家として欧州を中心として数々の著書を持つ紅山氏が、7冊のヨーロッパものしり紀行シリーズに引き続きヨーロッパを紹介する、『添乗員ヒミツの参考書 魅惑のスペイン』を著しました。同書は1997年に刊行した『スペインの古都と街道』から、ツアーではあまり行かない場所を除き、バルセロナ・バレンシア・アリョルカ島などを加筆。「添乗員ヒミツの参考書」の副題のとおり、ツアーコンダクター必読の書として推薦いたします。

会員動向

正会員

代表者変更(順不同・敬称略()内は前任者)

(株)JTBサポートプラザ

代表者 堀 道晴(藤本 桂三)

(株)JTBサポート中部

代表者 佐藤 康英(林 茂昭)

(株)JTBビジネスサポート九州

代表者 梅本 茂(久重 和夫)

住所変更

(株)旅行綜研 札幌営業所

新住所:〒060-0003 北海道札幌市中央区北3条西3丁目1番地
ヒューリックNORTH33ビル10階

電話・FAX変更なし

各委員会動向 (敬称略 < >は前任者)

運営幹事会

(株)ジャッツ 都築 英信(代表取締役社長)<倉橋市郎>

(株)阪急トラベルサポート 西尾 隆(代表取締役社長)<佐藤隆男>

研修委員会

(株)ツーリストエキスパート 田中 博雄(業務部長)<武部慎>

添乗員厚生委員会

(株)阪急トラベルサポート 川上 忠宏(係長)<渡会佳朗>

(株)フォーラムジャパン 大関 勲(管理本部長)<池島正樹>

添乗業務改善委員会

(株)フォーラムジャパン 和崎 健一(営業統括マネージャー)<川崎滋>

(((編集後記)))

前事務局長と交代して早いもので6ヶ月を経過しました。

前職は旅行会社の営業が中心で、どちらかと言えば書面作成より言葉や顔が先行する仕事でした。TCSAでは各委員会のまとめの資料作りや「TCSA NEWS」の編集と、まったく未経験分野が多く、あらためて自身の文章作成能力の無さを痛感する毎日です。協会からの発信文書を明瞭簡潔で分かりやすい内容にすべく努力する所存です。(M.B)

社団法人 日本添乗サービス協会

〒105-0011 東京都港区芝公園2-11-17 朝井ビル 4階

TEL(03)3432-6032・FAX(03)3431-8698

E-mail tcsa@tcsa.or.jp

URL <http://www.tcsa.or.jp/>