

OPINION

添乗員の「仕事の価値」を高める

本年3月よりTCSA副会長をお引き受けすることになりました吉岡です。なにぶんにも経験が浅く未熟者でございますので会員皆様のお力添えを仰ぎながら、微力ではございますが協会発展のため、添乗員の遣り甲斐づくりのために一生懸命努めさせていただきます。今回は添乗という「仕事の価値」をどのようにして高めていくことができるかお客様と派遣先旅行会社の視点で考えてみました。

お客様の視点 「価値ある情報」「気づく力」「対応力」

添乗という仕事は旅行産業の成長期に旅行会社から分離され、1983年の旅行業法改正と1986年の労働者派遣法施行により制度的に独立した経緯があります。背景には旅行会社の社員だけでは多品種大量販売に対応できなくなったことがあります。派遣添乗員の活躍はお客様のニーズに応えることでもありました。当時の添乗員はお客様の知れない情報や希少な経験を持っていることにより、お客様から心頼りにされ、時には憧れの眼を向けられていたように思います。

その後、お客様自身の持つ情報量と旅行経験が増え、旅に対する趣向や目的が多様化してきたことにより、添乗員に求められることはより専門的、個別的になってきましたが、基本的には価値ある情報を提供することができるかどうか、またお客様の機微に気づき、対応する力があるかどうかで添乗評価が決まることになりました。それは、従前からの旅行形態に限らずこれから益々需要の高まる訪日旅行、テーマ性の高いツアー、高齢者や障がい者のバリアフリー旅行においても同様です。これらのニーズに応えるべく、添乗員は専門的な知識と対応力を身につけ、お客様から高い評価を維持し続けることが「仕事の価値」を高めることに繋がります。

派遣先旅行会社の視点 添乗員の知識と経験に期待されること

前述の理由により添乗業務は旅行会社から分離されましたが、本来添乗業務は顧客との関係づくりの場であり、営業の現場であり、商品企画のステップでもありました。それは今も同じはずです。そうであるならば添乗員の役割が添乗業務の枠を越えて広がっていくことは至極当然ではないでしょうか。添乗員の持つ知識と経験がセールス、カウンター、商品企画等様々な場面で必要とされています。働き手不足の現状においては尚更です。これは時代の逆行と映るかもしれませんが、添乗員の「仕事の価値」を高める絶好の機会です。インハウス系と独立系の派遣会社では環境が異なりますが、お客様の求めるサービスを一緒につくりあげ、顧客づくりまで踏み込んでいくことを派遣先旅行会社へ提案してはいかがでしょうか。真のパートナーシップの構築です。勿論、業務に対する適正な報酬の設定が必要なことは言わずもがなです。

訪日外国人旅行者数4000万人の時代へ向け、また超高齢化社会を迎えるにあたり、「旅」のもつ可能性に期待が高まっています。その社会で生き活きと活躍する添乗員の姿をしっかりと描き、その実現に向けて添乗員の果たすべき役割を見直し、価値の高い仕事を遂行できるよう環境や制度を整備しなければなりません。お客様、派遣先旅行会社、添乗員にとって「三方よし」の関係へ向けて。

TCSA副会長
(株)ツーリストエキスパート
代表取締役社長

吉岡 敬泰 氏



CONTENTS

OPINION ————— 1
添乗員の「仕事の価値」を高める
TCSA副会長
(株)ツーリストエキスパート 代表取締役社長
吉岡 敬泰 氏

特集 ————— 2
JATA「アウトバウンド促進協議会」
欧州グループにTCSA 参画

TOP INTERVIEW ————— 4
株式会社日本旅行 代表取締役社長
堀坂 明弘氏をお訪ねして

TCSA REPORT ————— 6
インバウンド技能検定(仮称)について

TCSA REPORT ————— 7
添乗あれこれ～添乗の現場から～第14回
2000日添乗員のゴツゴツ奮闘記58

TCSA だより ————— 8
「添乗員のための海外安全対策セミナー」
国土交通大臣表彰
会員動向 編集後記

特集!

JATA「アウトバウンド促進協議会」 欧州グループにTCSA参画

海外旅行者数 2000 万人達成に向けて

日本人海外旅行者数が 2012 年の 1849 万人をピークに伸び悩みが続き、2016 年度は 1711 万人にとどまりました（対前年 105%）。このような状況を受け、JATA が今年 2 月に「アウトバウンド促進協議会」を設立し、新年度を迎えていよいよ始動しました。

「海外旅行者数 2000 万人達成」に向けて、内外の関係者が結集すると同時に、プロとして目指す旅行会社によるスキルアップを通じた需要創造や市場開発を目指す同協議会について期待が高まっています。

同協議会は、JATA 会員旅行会社、各国政府観光局、大使館、サプライヤー、JATA 賛助会員などから構成され、全世界を 5 つのゾーン（欧州、中近東・アフリカ、アジア、北中南米、オセアニア・大洋州）と特別枠である中国・韓国・台湾を対象に「東アジア」の 6 つの組織で活動を進めています。

こうした動きの中で、3 月 22 日開催の TCSA 通常総会後の会員懇談会において、日本旅行業協会（JATA）海外旅行推進部長・権田昌一氏に、本年 2 月に発足した「アウトバウンド促進協議会」の活動概要について講演をお願いしました。

アウトバウンド促進協議会設立の背景

日本人海外旅行者数の伸び悩みは、旅券発行数をみても明らかです。1996 年に 627 万冊をピークに、2015 年の発行は 327 万冊にとどまっています。このような日本のアウトバウンド市場の停滞傾向の影響と原因については、更につぎのような点が指摘されています。

1. 日本人アウトバウンド市場の地位低下
2. 外国政府観光局の撤退や縮小
3. WEB や直販との不毛な価格競争
4. 企画・造成担当者の業務知識不足

2017年は仕掛けの年

2017 年 2 月、JATA は具体的なアクションとして「アウトバウンド促進協議会」を設立し、次のような活動の指針を立てました。

1. B to B による、しっかりとした連携と仕掛け
2. 「JATA はアウトバウンド」強化
3. お客様を旅行会社に取り戻す（→ 会員会社メリットの追求）

TCSA は JATA 賛助会員として、同協議会のチームヨーロッパに加わり、特に Escorted Tour のメリットをアピールしてまいります。



JATA 海外旅行推進部 権田部長

JATAの意気込み（じゃたこみ 2017年4月号から）

権田部長は、講演の中で、アウトバウンド促進協議会会長のお話を次のように紹介されました。

—— 分かりやすい事例として、JATAのチームヨーロッパによる『美しい村30選』という取り組みがあり、われわれ旅行業界がトレンドを作っていこうというもので、日本ではほとんど知られていなかったような村ばかりを選定しました。例えば北ウェールズのコンウィの場合、『美しい村30選』に入ったことで、コンウィを訪れる日本人旅行者数が700倍にもなっています。英国内の他地域でも、関係者が新聞報道などを通じてその事実を知り、観光による地方の活性化に取り組む時に日本は大切なマーケットだと認識してもらえるようになりました。こうした事例を積み重ねたり各国の関係者に事例を知っていただいたりして、日本マーケットが各国のニーズにマッチする成熟市場であると認知していただくことにつながっていくと考えます。

（中略）

—— アウトバウンド促進協議会に駆け付けた観光庁の田村明比古長官も、業界団体としてのJATAによる積極的な動きに対し、行政としても側面支援していく考えを示しておられましたが、国土交通省をはじめとする政府関係者の間でも「海外旅行は外交だ」との認識も広がってきているようです。そのような変化なども踏まえて、「双方向交流の拡大」という大きな文脈の中で考えれば、各国の多くの関係者がアウトバウンド促進協議会の趣旨に賛同して参画し、協議会が様々な施策などを要望する際に、場合によっては、各国の関係者の意見も反映されるようになるということは、非常に大きな意味を持つのではないかと考えています。各国の行政がインバウンドの振興を中心に政策を展開している中で、日本政府が“ツーウェイツーリズム”のスキームに基づいて動いていけば、「観光先進国」を目指す姿勢を内外へ明確に示すことになると思います。

今後の活動の活動指針について

アウトバウンド促進協議会では、これらの状況を踏まえ、今後実りある成果を目指すうえで、次のような活動指針を立てています。

- * 現地最新情報の共有と旅行会社社員への啓蒙・研修
マーケットインテリジェンスセミナー、講演等の定期的な実施
- * マーケティング
地域ごとに展開、既存の部会、WG、PRJとの連携による情報発掘、研修旅行、セミナー、イベント構築、若者海外渡航拡大施策（マーケティング専門委員会）の実施
- * 専門HPを開設し、チームごとに協議会会員及びJATA会員への「有益な」情報を迅速に共有
- * JATA各支部の連携をもとに、全国規模のネットワーク強化、巡回セミナー、講演会等の展開
- * 国際広報
JATA国際センターから、協議会活動の成果等、定期的な情報発信
- * 従来活動してきたJATA本部の部会・WG、PRJなどとの協調、連携を図ることによる相乗効果の生み出し

添乗員の役割について

JATAの田川会長は、本年の年頭会見で、旅行業界の存在意義を高めていくキーワードとして、「企画力」「提案力」「添乗力」「あっせん力」などをあげておられます。

2020年度までにインバウンド4000万人、アウトバウンド2000万人、合わせて6000万人という双方向交流の実現を目指し、グローバルな視点で様々な課題に取り組んでいきたいとされており、この中で重要なキーワードの一つである「添乗力」については、海外にお客様を案内する添乗の現場において培われた「安全対策」など、最新情報を旅行会社の企画にどのように役立て、どのように反映していくかが、添乗員の役割分担として重要性を高めています。従来、添乗員の主たる業務は旅程管理と言われてきましたが、これだけ地球上で災害が多くなってくると、むしろ危機管理、安心安全な旅をするためのノウハウを持っているのは、旅慣れた添乗員ではないかと考え、危機管理要員としての役割が期待されます。本年は「アウトバウンド促進協議会」での活動の初年度にあたり、旅行会社の総合的な「真価」を発揮する年になることを、TCSAとしても側面支援できればと願っています。

株式会社日本旅行 代表取締役社長 堀坂 明弘氏

新緑の季節、5月下旬に、近年新橋から日本橋に移転した日本旅行本社へ堀坂代表取締役社長をお訪ねしました

三橋滋子会長（以下敬称略）

2016年社長ご就任後いち早く発表された日本旅行の経営ビジョンについてまずお聞かせいただけますか。

堀坂明弘代表取締役社長（以下敬称略）

2017年から始まる2020年までの4年間の新たな中期経営計画「VALUE UP 2020」を策定いたしました。当社の事業は、従来から取り扱う旅行の企画・手配の領域から大きく拡大し、企業等のアウトソーシングニーズへの対応や危機管理、コンサルティングなど従来の概念を超える領域まで拡大しています。これらを踏まえ、新たな企業ビジョンを「交流に関するあらゆるサポートを通じてお客様の求める価値を実現する、活力ある企業グループ」としました。また、この企業ビジョンにある「お客様の求める価値」を当社の最も重要なステークホルダーであるお客様、各地域（地域行政やサプライヤー）、社員、株主ごとに具体化するものとして、次の「4つのValue」を設定しました。

VALUE UP 2020

Value1：「お客様の価値実現」として、お客様が求める3つのS（感動と満足 Satisfaction, 課題の解決 Solution, 安心と安全 Security）を実現する

Value2：「地域の価値向上」として地域の魅力を磨き上げ、幅広く発信していく

Value3：「社員の価値実現」として自信と誇りに満ちた、夢のある企業グループを目指す

Value4：「株主価値の向上」としてJR西日本をはじめとする株主価値の向上に寄与することを目指す

インターネットの普及により、サプライヤーの直販やOTAの成長など予約の方法も多岐にわたっています。今日、旅行会社の存在意義を広くお示していくことだと考えます。

例えば、Value1にある3つのSのうち、「安心と安全（Security）」については、近年の世界的な情勢不安や自然災害の頻発により、非常に重要な要素となってきました。

います。旅行中に突発事故等が起こった際に、同行する添乗員の的確な判断で、お客様を安全な方向に軌道修正を行う役割があるかと思います。つまり、旅行会社が介在し、添乗員をはじめとする危機管理体制がしっかりと構築されているからこそ、安心と安全が担保されるのではないかと考えます。また、お客様に対する企画提案、企業や団体に対する総合的な情報提供など、旅行会社だからこそお客様にとって役に立つ情報の提供ができる事が少なからずあります。

三橋 地域の価値向上ですが、今朝、徳島県の古民家にフランスからの訪日客が5日間ほど滞在され、大変喜ばれたというトピックがテレビで紹介されていました。

堀坂 日本的な文化体験に興味を持つ海外の方にとって、古民家での宿泊は非常に魅力的なコンテンツなのだと思います。地域の魅力を磨き上げていくという観点で見ると、この古民家や、農業体験なども地域の価値向上の一つかもしれません。これに加え、全国各地域の当社の協定している宿泊施設からも良質な客室を提供いただき、内容の良い添乗員同行商品として提供できればと願っています。訪日客にとっても価値のある高品質の商品の提供が可能でチャンスはあると思っており、「VALUE UP 2020」の4つの柱のうち2番目に掲げている理由も、このような考え方によります。

また、最近の訪日客の訪問地も以前に比べ、都市部から地方に多くの方が訪問されています。2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催に向け、その傾向は今後ますます大きくなっていくものと思われますので、旅行会社として、地方の魅力を発信する上で有効な情報を持ち、タイムリーに発信してゆきたいと考えています。オリンピック・パラリンピックを主な目的として来日されるお客様に、競技観戦後、地方にもお出かけ戴きたいと思っています。

日本旅行は、1905年創業の日本で最も歴史のある旅行会社で、創業時、臨時列車による善光寺参りを企画実施し、大きな話題を提供しました。創業者のマーケットインの遺伝子を引き継ぎ、社員の価値実現を目指し、自信と誇りに満ちた、夢のある企業グループをめざします。

三橋 JRの駅というのは、日常的に人の往来が多く、その中に営業店舗を構えられるというのは大きなアドバンテー

ジでございます。そのへんはいかがですか。

堀坂 おっしゃる通りだと思います。ただ、以前、私もTiS大阪支店長の経験がありますが、その当時と比べて、人の往来はあまり変わらないものの、来店客は減少しています。先ほども申し上げましたが、旅行の予約の方法は多様化してきており、その中で当社の店頭で足を運んでいただくための動機づけをしっかりと行う必要があります。お客様の得べき満足を、どのような方法で提供するかということについて、引き続き重要課題と認識し検証をしていきます。



安心・安全な添乗員同行旅行の推進

三橋 ESCORTED TOUR についてはどのようにお考えでいらっしゃいますか。

堀坂 海外旅行を催行する上では、添乗員の存在が、安心・安全を担保する上で非常に大きなウェイトを占めています。あつてはならない突発的なテロ事件に遭遇した場合や、天候の異変などによって、予定していた航空機に搭乗できないなど、当初のスケジュールの遂行が困難になった場合などを想定すると、添乗員の的確な判断によるところが非常に大きいと思います。添乗員からの現地情報、お客様の状況、事態解決に向けた対処状況などの報告によって、旅行会社は迅速な対応が可能となります。

三橋 多分野にわたる ESCORTED TOUR を引き続き企画していただきたいと願っております。

堀坂 海外旅行については、添乗員同行のツアーを引き続き発展させていきたいと考えています。国内旅行の分野においても、地域の魅力をより深く掘り下げ販売商品に盛り込み、お客様に味わっていただくためには、添乗員の存在は小さからざるものがあると思います。例えば、当社ではJR西日本が運営する50歳以上の方を対象とする会員組織である「おとなび」の会員向けに上質な旅行商品を提供しています。企画する旅行の内容には、添乗員付きのツアーもあり、こちらの取り扱いも伸ばしていきたいと考えています。最近は豪華寝台列車での旅も大きな話題となっています。親会社であるJR西日本でも、「トワイライトエクスプレス瑞風（みずかぜ）」という豪華列

車の運行を6月17日より開始いたします。高額であっても内容が伴っていれば購入されるお客さまも数多くいらっしゃいますので、これらを活用した内容充実の商品を造成し、展開していきたいと思っています。

価値創造に向けた提案

三橋 日本人にとっては、あまり価値がないと思われるものが、訪日客にとっては、見る価値、体験する価値が隠れているということもありますね。地方にお住まいの方々が、ご自分の住んでおられる周辺の魅力について十分に認識をされていないような印象があります。

堀坂 そう思います。旅程の中に「終日フリータイム」となっても、そのフリータイムを埋めるための内容のある提案を積極的に行っていないと、旅行会社としての専門性はアピールできないでしょうね。この時期に、ここに行けばこそ見られるという情報も多くあると思いますので、その情報を積極的に提供して、旅行に出かけていただくのがいいと思います。必要な席や宿泊先などを確保し、添乗員がそのお客様へのご案内をしっかりと行う、というのが価値創造のイメージです。

三橋 その魅力の再認識について、旅行会社が掘り起こす手助けをなさるということでしょうか。

堀坂 そうなります。そこには人々との交流があります。あらゆる分野のサポートも我々は意識しております。交流を生むために、その地域に何回もお出かけいただくということが重要ですね。

三橋 色々お話をおうかがいして、日本旅行さんは、クラシカルな旅行企画を中心になさっておられる印象を持っておりましたが、新しいことに挑戦されていらっしゃるのがよく分かりました。

堀坂 私もJR西日本で旅行部門に所属した経験もあり、今でも店頭でお迎えするお客様に向かって「いらっしゃいませ」というお声がけはできますよ。

三橋 それは素晴らしいことだと思います。添乗員のお客様に対する基本的な心がけも実践なさいましたのですね。本日は楽しいひとときを有難うございました。



インバウンド技能検定（仮称）について

増加の一途をたどるインバウンド旅行者をサポートするスタッフ育成のための国家検定を目指す事業は、その準備作業としての厚労省受託事業を本年 3 月に終了し、今後、約 1 年をかけて、技能検定としての認可の取得をめざしてゆきます。現在、国家検定の認可を目指し、下記スケジュールをもとに手続き作業を行っております。

技能検定作業日程概要（2017 年 5 月～2018 年 6 月）

	2017年					2018年									
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
申請書提出手続（TCSA）	←→														
省令改正手続き等（厚労省）						←→									
認可後の公示・周知											←→				
検定試験実施可能時期 学科試験実施場所：全国 8 か所程度														→	
実技試験：学科試験合格者を対象															

検定で問う 3 階級（1 級・2 級・3 級）の人材像については次の通り。

【各級の人材像】

各級のレベル		人材イメージ
3級	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド業務について、上位者の指示・アドバイスのもと、訪日客の旅の安心・安全と顧客満足の実現に資する現地業務の補助が行えるレベルの知識・技能があるレベル 	インバウンド業務の全体的な知識を有し、現地における業務は上位者の指示・アドバイスのもと、「補助」が行える者
2級	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド業務について、訪日客の旅の安心・安全と顧客満足を実現できるレベルの知識と技能がある者で、単独で全ての業務を行える者 3 級以下（未取得者を含む）のインバウンドスタッフへの指示・アドバイスができるレベル 	単独で業務が行える、いわゆる“一人前”のレベル 3 級の「上位者」として業務の指示・アドバイスができるチームリーダー
1級	<ul style="list-style-type: none"> 訪日客の多様な旅のニーズを正確に把握し、現地業務における適宜のコーディネート等、安心・安全と高い顧客満足が実現できるインバウンド業務の知識・技能を有するプロフェッショナルレベル 2 級以下のインバウンドスタッフのチームマネジメントの他、サービス向上に資する提案・折衝・交渉を関係先（派遣元、派遣先等）に対して行うことができるレベル 	インバウンド業務の専門家として内外ともに信頼される知識と技能を持ち合わせたハイパーフォーマー

現場の添乗員が、添乗現場で最近感じることやエピソードを自由に寄稿いただくコーナーです。

～添乗の現場から～ 第14回

「一期一会の湯! 温泉地の輝く魅力を今後の世代へ!」



添乗

あれこれ

日本全国には 3000 を超える温泉地があり、温泉宿や日帰り温泉施設は 2 万件以上あります。一方、20 年で約 2500 軒の温泉宿が廃業しているという厳しい現実もあります。

温泉文化は日本だけでなく、世界に誇れる文化でもあります。利便性に目を向けるあまり、長い間変化しなかったことも事実です。

どんな温泉宿にも素晴らしい魅力が秘められており、その魅力を輝かせることができれば、顧客満足は向上し、多くの人々が訪れる温泉宿に生まれ変わることができます。

「温泉大好き」な私はそんなことを思いながら、温泉ツアーを中心に添乗をしています。

温泉の適応症、健康的な入浴法、宿の伝統、料理と地酒、この宿ならではの過ごし方まで、多くの素材をお客様へお伝えしています。

温泉の成分は日々微量ながら変化しており、その時の成分と全く同じ成分には出会えないことを考えると一生に一度の湯であり一湯に込める思いも熱くなってきます。

今後も添乗員として、一生懸命商品造成した企画担当者さんの気持ちを受け継ぎながらツアー価値の向上に努め、お客様のお供をさせていただきながら日本の温泉宿をより元気にしていきます!

ダイヤモンドシステム株式会社

添乗員: 桜井一正さん



2000日添乗員のコツコツ奮闘記

連載 58

<好奇心をもって>

(株) エコールインターナショナル 添乗員: 飯島 秀樹



初めて吉野の千本桜を見に行くツアーに添乗した時のことです。

吉野は広いので位置関係や所要時間等それなりに調べていきました。

吉野に着くと、桜は蕾でどこも咲いておらず、仕方なく後醍醐天皇や楠木正行の事についてお寺の方にお話をさせていただくことになったのですが、楠木正行をマサユキと言ったら、お客様にマサツラと教えられました。

え?マサツラ?と思いました。歴史的なお話を聞き、もっと勉強しておけばと後悔しました。

以前は、バスガイドさんからいろんなお話を聞きました。

最近はバスガイドさんが乗務することが少なくなり、代わりに現地案内人が説明する機会もありますが、耳から入る情報が少なくなっております。

情報はスマホで入手することができますが、それをお客様

に伝えるとなると自分が理解できているわけではないので、なかなか話すことができません。

その点、聞いた話だと比較的話しやすいです。

10 個聞いた話の中で、1 個でも後で話が出来ればなと思っています。

また、車窓から見えるもので疑問に思うことがありますが、私があれ?と思うことはお客様も感じていると思います。

次の下車地で尋ねるようにしていますが、地元の人には当たり前でなんとも思っておらず、解明出来ないこともあります。

添乗員はガイドではないので、詳しくは話せませんし、全て正しいことを言っているとは限らないので、一説には・・・とか聞いたところによると・・・と言ってお話しますが、「へえ～」 「ふ～ん」と言っていただけるように常に好奇心を持って添乗しています。

「添乗員のための海外安全対策セミナー」

2017年6月22日 外務省会議室にて開催

外務省内会議室において、外務省・(一社)日本添乗サービス協会・(一社)日本旅行業協会主催のセミナーの開催があり、当日は、ほぼ満席の約140名の出席者がありました。

外務省が添乗員の安全対策や能力向上に焦点を当てたセミナーを実施することは初めてであり、当日は外務省領事局長から「旅行者を守る添乗員として」、外務省領事局海外邦人安全課長から「想定されるリスクと事件・事故への対応」というテーマで講演をお聞きし、講演後の質疑応答など、貴重な機会を得ました。

今後、このようなセミナー開催が、地方においても実施が可能になればと願っています。

国土交通大臣表彰

【国土交通大臣表彰受賞者】

百合 道弘様

(株) ツーリストエキスパーツ所属

勤続年数及び添乗日数 38年 6,989日

(2016年10月現在)

平成28年度国土交通大臣表彰を(株) ツーリストエキスパーツ所属添乗員 百合道弘様が受賞され、4月に国土交通省で表彰式が開催されました。受賞おめでとうございます。



表彰式会場にて奥様と一緒に記念撮影

会員動向

正会員

●代表者変更 (敬称略 <>内は前任者)

(株) 阪急トラベルサポート
取締役社長 絹川 和伸<酒井 淳>

(株) 近畿日本ツーリスト沖縄
代表取締役社長 田中 雅彦<福岡 卓>

(株) ジャッツ
代表取締役社長 黒田 満之<石黒 祥隆>

(株) シグマ観光サービス
代表取締役社長 梶野 秀彦<松村 構三>

賛助会員

●住所変更

AIU 損害保険 (株)
新住所: 〒105-0001 東京都港区虎ノ門 4-3-20 神谷町 MTビル
新電話番号: 03-6848-8790 新FAX番号: 03-6689-2034

編集後記

当協会設立から31年となり、観光産業を取りまく環境もさまざま変わりした。海外添乗が主流であった当時は“添乗員になって世界に羽ばたきたい”といった志を持った若者が多くいた。平穩な旅行先で添乗員が夢を叶えられる時の訪れを願いたい。(S.M)

一般社団法人 日本添乗サービス協会
〒105-0014 東京都港区芝 1-10-11 コスモ金杉橋ビル6階
TEL(03)6435-1508・FAX(03)6435-1509
E-mail tcsa@tcsa.or.jp
URL <http://www.tcsa.or.jp/>