

海外主催旅行における添乗員の役割に関する研究

橋 本 佳 恵

I 研究の背景と目的

1. 研究の背景

今日、年間約 1600 万人の日本人が海外旅行を行い、その内の 8 割は観光を目的とする旅行者である。株式会社各社によって企画・募集・催行されるいわゆる‘パッケージツアー’は、旅の安心感と低料金のメリットをアピールすることにより多くの人びとを海外旅行へと向かわせ、わが国の国際観光の大衆化に一定の役割を果たしてきた。しかし、その発展経緯のなかで、新たな訪問地・コースの開発や販売ネットワークの拡大などによる大量仕入・大量販売を軸とした市場拡大追求の先行により、旅行という‘商品’の質的向上への取り組みは従前の位置におかれがちであった。近年登場している低価格そのものを最大の特徴とする旅行商品の企画・販売も、旅行の質よりも販売しやすさを優先した結果であると考えられる。

一方で、パッケージツアーに同行する‘添乗員’には、対人的個別サービスを含む幅広い業務が期待されてきた。しかし、ツアー参加者の添乗員に対する評価は、その役割の不明確さに加えてそれぞれの旅行者の‘イメージ’や‘気分’などの影響を受け曖昧さを多く含むものとなっている。

「旅程管理者」という用語は、「主催旅行」において旅行者と旅行者との間に結ばれる契約である「旅程」を管理する役割を担う者として、1982年の『旅行業法』改正時に登場し、それと同時に「旅程管理者」の資格制度が整備され基準も明文化された。さらに1995年の同法改正によって「旅程管理者」の業務範囲は徐々に明確化されつつある。しかし、標準化が困難な業務の特性から、その役割の範囲や機能については未だ不確定な側面も多い。

2. 研究の目的ならびに概要

本研究は、‘海外旅行（＝アウトバウンド型¹⁾の国際観光’、とくに「主催旅行商品」を対象として、添乗員の機能と役割に関し以下の2側面から明らかにするこ

とを目的としている。

①「旅程管理者」の位置づけと役割が曖昧のままおかれてきたことの背景

②「旅程管理者」に対するイメージと期待

①については、旅行斡旋形態の発生から海外渡航自由化以降のわが国の国際観光という歴史的背景のなかで、パッケージツアーが果たしてきた役割とその特徴を法制面および文献資料から検討する。②については、主催旅行の参加経験者を対象として実施した意見調査の結果から、添乗員に対するイメージと期待事項について分析・考察する。

旅行業法上では、必ずしも添乗員に「旅程管理業務」が課せられているわけではなく、‘添乗員すなわち旅程管理者とはいえない²⁾’のであるが、本研究が対象とする「(添乗員同行の)主催旅行」では現実的に添乗員に旅程管理業務が期待されることが一般的であり、本論においては特別に言及しない限りは「添乗員」と「旅程管理者」は同一であるものとしておく。

II わが国の国際観光をめぐる概況

1. 「旅程管理」の概念と「旅程管理者」登場までの経緯

わが国において一般募集形式での団体旅行の企画・斡旋が最初に行われたのは1905（明治38）年であったとされており、その3年後（1908年）には国内初の旅行者業者が誕生している。日本の国際観光は、‘インバウンド型³⁾の国際観光の環境整備から開始され、1930年代には最初の積極的な取り組みが行われたが、戦時体制に入るとともに急速に衰退していった。その後、第二次世界大戦後の混乱期を過ぎた時期から、交通機関・宿泊施設などの旅行基盤が整備されるようになり、国内観光の大衆化が始まった。

観光目的での海外渡航自由化以前は、「わが国における国際観光は外国からの訪問客を誘致すること」であり、その目的は外貨獲得にあり、最初の旅行関連法といってもよい『旅行あつ旋業法』（1952年）誕生の経緯も、悪徳旅行者の排除と外客の接遇向上が目的であった。この時期、海外渡航は業務目的のみに制限されてお

り、いわゆる‘添乗員’は通訳や案内、その他雑多な業務を遂行していた。‘添乗員’という呼称は、元来は修学旅行など団体旅行の付き添いを意味する旧国鉄の用語であったが、これが海外旅行にも転用された⁴⁾。

1950年代に入ると、旅行需要の継続的増加に伴って、国内を対象とする旅行業者が相次いで誕生した。1964年の海外渡航自由化以降は、まず航空会社次いで大手旅行会社によって海外旅行が企画・販売され、やがて外国への旅行を商品とした「主催旅行」が登場し、日本の国際観光に‘アウトバウンド’が本格的に加わることになる。このような背景のなかで、海外旅行に同行する専門家として一般に求められる機能的業務に加えて、旅行参加者からのよろず相談窓口の業務を受け持っていたのが‘添乗員’であったといえよう。しかしこの時期には、「主催旅行」の考え方は法規的には未確定であり「旅程管理（者）」の概念は成立しておらず、その資格制度についても未整備であり、各社はそれぞれ独自の研修体制によって知識・技術の向上を図っていた。

海外旅行の大衆化が継続的に進む中で、旅行に関連して発生する諸問題に対処することを目的として、『旅行あつ旋業法』の改正が繰り返され、1971年の第6次改正をもって『旅行業法』と名称が改められた。1970年代半ばになると、パッケージツアー隆盛による海外旅行者の急増に対応して、‘添乗業務’を担当する専門企業組織が誕生するようになる。現在、業務についている添乗員の多くは、この時期以降に登場したものである。しかしながら、ツアーにおける添乗員の位置づけは依然として不明確なままであり、その資格基準等も未整備で、一部には不適当な業務を行う者がいることも指摘されていた。

1982年の『旅行業法』改正は、「主催旅行」の契約をめぐる旅行者の権利と旅行会社の義務を明確にすることを主たる目的としたものであった。ここで主催旅行の考え方が初めて法律に取り入れられ、さらに主催旅行の定義とともに「旅程管理者」の位置づけと機能が法に盛り込まれ、資格制度も規定されることとなった。1980年代半ば以後には、旅程管理者を養成し主催旅行業者の依頼に応じて派遣する、いわゆる‘添乗員派遣業’が増加し、女性の旅程管理者が急増した。

2. 旅行商品の特徴と旅程管理者のかかわり

(1) 旅行商品の特徴

商品としての旅行の特徴をまとめると以下のようになる。

- ①無形であること：効用は観光者の心理的評価にゆだねられており、販売者側はカタログ・パンフレット

によってイメージや期待をアピールするが、購買者側には期待と現実のギャップが生じやすい。個々の機関や施設のサービスと観光者自身の相互作用によって効用や評価が決まることになり、商品の質は不安定なものとなりやすい。

- ②付加価値をつけにくいこと：商品を構成する交通機関や宿泊施設などは単品として独自で商品を構成している。
- ③特許が無いこと：旅行内容・集客方法・費用の支払い方法などについて模倣が容易であり、独自性を発揮しにくい。
- ④ストックできないこと：旅行は在庫不能の商品であり、旅行後の返品や変更はきかない。販売に弾力性がなく、満員などの理由により予約不成立の場合は、旅行者は購入することはできない。
- ⑤季節性があること：需要の特徴として季節性の強い商品であり、受給双方の事情から季節別料金制度の導入が余儀なくされている。

「主催旅行」は旅行業者が旅行者に相談することなくあらかじめ旅行計画を作成するが、具体的に定めるべき項目として、①旅行目的地、②日程、③旅行者が提供を受けることができる運送または宿泊のサービスの内容、④旅行者が旅行業者に支払うべき対価に関する事項、が法的に求められている。また、計画された旅行の参加者は、不特定多数に向けて募集される。この「計画性」および「募集性」は、主催旅行の特徴である⁵⁾。

『旅行業法』（1982年改正）では「主催旅行」は、以下のように規定されている。

「この法律で「主催旅行」とは、旅行業を営む者が、あらかじめ、旅行の目的地および日程、旅行者が提供を受けることができる運送または宿泊のサービスの内容ならびに旅行者が旅行業を営む者に支払うべき対価に関する事項を定めた旅行に関する計画を作成し、これに参加する旅行者を広告その他の方法により募集して実施する旅行をいう。」（『旅行業法』第2条4項）

(2) 「主催旅行」の概況

財団法人日本交通公社が実施している『海外旅行実態調査』によれば、1995年のパッケージツアーへの参加率は64%であった。ここでの「パッケージツアー」とは、添乗員もしくは現地係員が同行して食事・観光がセットされたパッケージツアー（＝「フルパッケージ」）と自由行動の多いフリータイム型（＝「フリーパッケージ」）とを合計したものである。同年における海外旅行者総数が1530万人弱であったことから算定すると、主催旅行参加者の総数は1000万人に上ることとなる。同

調査では「主催旅行利用者数は減少傾向にあり、利用率は数年前の80%台から徐々に低下し、1995年には64%にまで落ち込んだ」としている。しかし、パッケージツアーの利用は依然として日本人の海外旅行形態の最大のものであり、例えば、観光目的での利用率は79%、新婚旅行では80%が利用していることが示されている。

一方、「リピーター」と呼ばれる旅行経験者や若年層旅行者では個人手配旅行が増加傾向にあり、その割合は全海外旅行者中の20%程度と推定されるが、増加傾向にある高年齢層旅行者および毎年新たに参画する海外旅行初心者主催旅行を選択する割合が一貫して高いことから、主催旅行は今後も一定以上の割合を維持していくものと推測される。

主催旅行の利用者を性・年齢階層別にみると、利用率が高いのは「若年層」「OL層」「高年齢層」でいずれも海外旅行者の70%以上を占め、次いで「主婦層」が65%となっている。とくに「高年齢層」においては「フルパッケージ」利用率が圧倒的多数を占めている。これに対して、利用率が低いのは「学生層」「未婚・既婚男性層」であり、それぞれ海外旅行者の50%を下回っている。一般に、安全性・安心感の高さが主催旅行のメリットとしてあげられるが、年齢層が高くなるのと比例して、また男性に比較して女性の比率が高いことは、安全性・安心感重視の度合いが反映しているものと考えられる。

主催旅行が占める割合の多い旅行先は、「カナダ」(73%)、「中南米」(67%)、「中近東・アフリカ他」(65%)、「中国」(61%)、「ヨーロッパ・ロシア」(58%)となっており、旅行目的地域の社会体制や移動の困難さが関係している。興味深いことは、同調査において主催旅行の利用率が最も高い旅行先は、「グアム・サイパン」(99%)、「ハワイ」(78%)であるという事実である。しかし、例えば「カナダ」が「フルパッケージ」中心であるのに対して、「グアム・サイパン」「ハワイ」の場合は「フリータイム型パッケージ」の利用率が大部分を占めており、後者のタイプにおいては「旅程管理者」との直接のかかわりは一般に希薄である。

海外旅行経験回数別では、海外旅行が初めての場合はおよそ73%が主催旅行を利用しているのに対し、海外旅行経験が10回以上のいわゆるリピーター層では50%の利用にとどまっており、海外旅行経験が増加するにしたがって主催旅行利用率が下がる傾向がみられる。

主催旅行利用者に含まれているものの中には、個人旅行に近い主催旅行、つまりホテルや航空機のみが含まれ、観光や食事などは含まれない「フリータイム型パッ

ッケージ」の占める割合も少なくない。しかし、以下の要因を考慮すると、一定数の主催旅行は今後も存在し得ると考えられる。

- ①一般に高年齢層の旅行志向は強く、それらの層には安心感の高いフルパッケージが希求されていること。
- ②毎年登場してくる、海外旅行経験がなく知識も少ない「新たな旅行者」(new comers)では、主催旅行への参加希望者が多いこと。
- ③団体のメリットを活かせる旅行先が、はやりの旅行目的地となる可能性が高いこと(とくに移動の手段が制限される地方や秘境あるいは政治体制の異なる国などの場合)。
- ④個人で旅行企画を立てる時間的余裕の無い層が恒常的に存在すること。
- ⑤リピーターと呼ばれる人達の間にも新しい仲間づくりを主催旅行の中に模索する層が存在し、新たな人間関係を余暇活動に求める社会的な傾向があること。
- ⑥旅行情報が豊富になり、旅行の選択肢も広がっているが、主催旅行(=団体旅行)に参加することによる料金的メリットは依然として大きく魅力があること。

(3)「旅程管理者」の位置づけとはたらき

『旅行業法』によれば、「旅程管理者」は「旅程管理業務を行う者の資格要件」の項で次のように位置づけされている。「主催旅行に参加する旅行者に同行して、前条の運輸省令で定める措置を講ずるために必要な業務(以下「旅程管理業務」という)を行う……」(『旅行業法』第12条の11)。『旅行業法』では「主催旅行契約」は「手配旅行契約」に比較してより重い責任が旅行者側に課せられている。それは、主催旅行が持つ特質から「購入者である旅行者の利益の保護がより強くはかれるよう旅行が円滑に実施できるように尽力する義務、すなわち旅程管理義務が主催旅行者側に課せられているため」である。そして、それらの機能を具体的に担っているのは、旅行に同行している「旅程管理者」であり一般にいう「添乗員」なのである。

また、『現代観光用語事典』では、「ツアー・コンダクター」の項で次のように説明されている。

「……主催旅行その他の団体の旅行者に同行し、計画された旅行の円滑な運営を図るとともに、旅行者に適切なアドバイスを与えることにより、その旅行をより味わい深いものとし、旅行者がより多くのものを得られるようにする

表1 「旅程管理者」に期待される業務内容

(A) 「旅程管理業務」と考えられるもの	(B) 「主催旅行に付随する業務」と考えられるもの
予約確認, 旅行の品質管理, スト・天災などの緊急時の対応, 旅客の統率, 予算管理, 観光内容の最終決定と時間配分, その他	搭乗手続きの代行, ホテルのチェックイン・アウトの代行, 通訳案内, 荷物の管理, オプションツアーの販売・同行, 旅行者の健康管理, 盗難・事故等の処理, 病気や事故の応急措置, 食事メニューの調整, 自由行動に関する情報提供, 苦情への対応, 団員間の融和と旅の演出, 関係協力機関への協力要請, その他

……」

『標準旅行業約款』によれば、「旅程管理者」の業務は「旅程管理業務」ならびに「その他当該主催旅行に付随して必要と認める業務」（＜主催旅行契約の部＞第22条）と規定されているが、ここで添乗員について記述されている文献資料類⁶⁾から、その業務内容であると考えられる項目を具体的に列挙してみると（表1）のようになる。

(B) の項目中、とくに「自由行動に関する情報提供」「苦情への対応」「団員間の融和と旅の演出」などは、業務として実施されることの必要性に加え、「提供のされ方」「行われ方」が重要であり、その効果には担当者の人間性の部分が大きくかかわってくる。

さらに、旅行者から期待されることは、的確な判断力、安心感を与える第一印象の良さ、豊かな人間性、明るさ・雰囲気作り・細かな心配り・あたりの柔らかさなどの人柄の良さ、思いやり、探求心、日本人としての基礎知識、一般教養、業務知識、一般常識、対人常識、行動力、責任感の強さ、社会経験の豊かさ、添乗経験の豊富さ、健康・体力、話術、旅をともに楽しむ態度、など様々であり、(A) (B) の業務遂行に加え、個人的資質のカテゴリーに属するものと考えられるものも問われるのである。

III 旅行参加者による「旅程管理者」に対するイメージと期待

1. 調査の概要

旅程管理者のイメージならびに評価の実態を把握し、主催旅行における旅程管理者の機能および期待される役割について考察することを目的として、以下の調査を実施した。

(1) 調査の対象と方法

本調査は、海外旅行経験に基づいた具体的な「旅程管理者」イメージと評価を把握することを意図して、実際に「旅程管理者同行の主催旅行」に参加した経験のある旅行者を対象として選定した。調査は、1996年9月に

郵送法によって行い、回答の不備などの不適切なものを除いた302件（有効回答率65.7%）を分析対象とした。

(2) 調査上の表記

質問紙での「旅程管理者相当者」に対する表記は、旅行者と旅行者の契約締結に際して、その条件を記載した契約書面において用いられる割合が高く、旅行者に最も認知されていると考えられる「添乗員」の呼称に統一した。

2. 調査結果

(1) 回答者の属性

有効回答の内訳は、男性107名、女性195名であり、調査時点での年齢層は20才代から70才代である。海外旅行経験については、「2回から4回」および「5回から10回」が、男女ともにそれぞれ全体の約3分の1強を占め、「1回」および「11回から20回」がそれぞれ12~13%、「21回以上」の者が2%であった。

(2) 結果の要点

1) パッケージツアー選定時に重視する条件

主催旅行の決定に際して＜かなり重視＞または＜やや重視＞された条件としては、「目的地」「全般的スケジュール」「旅行日数」の各項目が上位を占め、「出発日」「旅行代金」「利用ホテル」がこれらに続いている。「目的地」「スケジュール」「日数」の3項目は旅行を構成する基本的要素であり、選択に際して重視度が高いことは十分に予想されるが、項目中で比較的選択の自由度が高い「添乗員同行の有無」を約7割が選択しているということは、調査対象が主催旅行参加経験者であることを考慮したとしても、「添乗員同行」の有無が主催旅行の一選択条件となっていることを示している。とくに男女とも高齢層で「添乗員」に対する重視の割合が高くなっている。（表2-1, 2-2）

2) 海外旅行出発時における不安事項

海外旅行を行うに際して、「治安」「水」「言葉」「気候・天気」の4項目について、半数以上が＜かなり不安＞または＜やや不安＞と回答している。これらの項目のうち「治安」「水」「気候・天気」は、不安要因の解消

表 2-1 主催旅行選定時に重視する条件

項目	重視度 (%)				
	かなり重視	やや重視	どちらともいえない	あまり重視しない	全く重視しない
目的地	95.7	4.0	—	—	0.3
全般的スケジュール	67.9	26.8	4.6	0.7	—
旅行日数	60.6	31.5	7.3	0.3	0.3
出発日	58.3	28.1	11.3	1.7	0.7
旅行代金	50.3	30.8	14.9	2.6	1.3
利用ホテル	41.4	35.1	15.2	6.6	1.7
添乗員同行の有無	44.7	27.2	21.5	4.0	2.6
目的地の気候	33.4	35.8	23.2	7.0	0.7
食事条件	32.5	33.8	23.2	7.0	3.6
利用航空会社	23.8	41.4	23.2	7.6	4.0
主催旅行社名	18.9	39.7	26.5	9.9	5.0
グループの人数	23.2	34.4	26.5	8.3	7.6
ツアーブランド	8.9	24.8	35.4	15.2	15.6
家族・友人のすすめ	7.0	22.2	38.7	16.6	15.6
旅行会社のすすめ	4.0	17.9	43.4	16.9	17.9

表 2-2 主催旅行決定時の添乗員重視の度合い

性別	年代	重視度 (%)				
		かなり重視	やや重視	どちらともいえない	あまり重視しない	全く重視しない
男性	計	44.9	32.7	14.0	5.6	2.8
	20才～	20.0	70.0	—	10.0	—
	30才～	18.2	40.9	18.2	18.2	4.5
	40才～	9.1	63.6	18.2	—	9.1
	50才～	45.5	22.7	31.8	—	—
	60才～	71.9	15.6	6.3	3.1	3.1
	70才～	80.0	20.0	—	—	—
女性	計	44.6	24.1	25.6	3.1	2.6
	20才～	22.2	30.6	33.3	11.1	2.8
	30才～	30.2	20.9	39.5	2.3	7.0
	40才～	34.6	30.8	26.9	3.8	3.8
	50才～	61.7	21.3	17.0	—	—
	60才～	64.3	21.4	14.3	—	—
	70才～	100.0	—	—	—	—

を目的とした人為的コントロールを加えにくい条件であり、海外旅行においては誰もが有る程度共通して不安を感じる事柄である。一方、「言葉」「体調・体力」「食事内容」「フリータイムの過ごし方」などは、好ましい「主催旅行」を選択することにより不安感が軽減され得ると判断される項目群であり、これらの項目が海外旅行に際しての大きな不安要因と感じられる場合には、添乗員同行の主催旅行が選択されやすい。(表 3)

3) 「添乗員」に対するイメージ

用意された 28 項目に対してそれぞれ 5 段階評価を求めた結果として、回答が最も集中したのが「不慣れな場所に対する安心感がある」ことへの<賛成>であり(88.4%)、これに<やや賛成>を加えると全体の 97.7% に達する。これに次いで「事故防止」「トラブル対応」

表 3 海外旅行出発時の不安事項

項目	不安の度合い (%)				
	かなり不安	やや不安	どちらでもない	あまり不安でない	全く不安でない
治安	43.0	37.7	14.9	4.3	—
水	26.2	27.5	25.2	12.9	8.3
言葉	21.5	32.1	28.1	12.9	5.3
気候・天気	16.6	44.4	28.8	7.0	3.3
体調・体力	12.3	22.5	30.8	18.9	15.6
食事内容	11.3	15.9	33.8	25.8	13.2
観光	8.6	19.2	31.8	20.5	19.9
フリータイム	8.3	24.8	37.1	19.2	10.6
出入国等事務手続き	7.0	15.9	35.4	22.8	18.9
習慣・文化	5.6	20.5	43.4	19.9	10.6

などに関して添乗員の存在が高く評価されており、「業務に精通した添乗員の同行は海外旅行には有効」とする者が<賛成><やや賛成>を合わせ 90.7% となっている。以下「言葉の心配が無い」「最新の現地情報の入手が可能である」「時間の無駄無く多くをみられる」「観光の見落としが無い」などがそれぞれ 8 割程度である。「添乗員」に対する全般的イメージとしては、「専門知識が多く一般にかなり信頼できる」ことに<賛成><やや賛成>が合わせて 86.8%、「効率・安心感などの点で結局経済的に得である」ことについては同じく 73.8% となっている。一方、「添乗員同行であっても事情により旅程変更がありえる」「自分で計画をつくり現地の人と直接接するような個人旅行が重要」と考えている者も多く、それぞれ 74.9%、59.9% であった。

添乗員が同行することに対しては、安全・安心などのプラス面がある反面、「駆け足の決まりきった観光となりやすい」「個々の鑑賞時間が制限され散漫な観光となりやすい」がともに 5 割強で、団体旅行の短所である画一化問題を指摘しているものと考えられるが、全般的に「添乗員」は旅行参加者から肯定的にとらえられているといえる。(表 4)

4) 「添乗員」への期待事項

「添乗員」に対する期待については、添乗員個人に属する「性格面全般」をあげた者が最も多く、男性 43.0%、女性 32.3% となっている。次いで「十分な情報提供」「事務的でない各人への的確な対応」「トラブル処理」「リーダーシップ」「体力」「語学力」などが続いている。

性別にみると、「性格」「経験豊富さ」「国際感覚」などのやや曖昧さのある項目群で男性の割合が女性を上回り、「情報提供」「トラブル処理」「リーダーシップ」「語学力」などのより実利的な項目群で女性の割合が男性を上回っている。

「性格面」をあげた者に対して、さらにその内容を尋

表4 「添乗員」に対するイメージ

(%)

項 目	各項目の評価				
	賛成	やや賛成	どちらともいえない	やや反対	反対
不慣れな場所に対する安心感がある	88.4	9.3	2.3	—	—
事故防止に役立つ	68.5	27.2	3.6	0.7	—
トラブル対応がスムーズで旅程が守られやすい	65.9	28.8	4.6	0.7	—
業務に精通した添乗員の同行は海外旅行には有効	73.5	17.2	8.9	0.3	—
言葉の心配が無い	65.6	21.5	10.3	2.0	0.7
専門知識が多く一般にかなり信頼できる	46.0	40.7	11.6	1.7	—
最新の現地情報の入手が可能である	54.3	31.5	11.6	2.0	0.7
時間の無駄無く多くをみられる	51.3	28.5	16.2	2.3	1.7
観光の見落としが無い	48.0	31.5	17.2	2.3	1.0
効率・安心感などの点で結局経済的に得である	49.3	24.5	22.2	3.0	1.0
的確な案内により訪問地のイメージがふくらむ	26.8	39.7	27.8	4.3	1.3
適切な情報提供により買い物の失敗が少ない	21.2	24.2	40.4	7.9	6.3
感動の共有が出来る	15.9	20.5	50.0	8.9	4.6
同行者との交流がはかれる	15.6	19.9	46.4	13.6	4.6
過度の注意喚起により不安感が増大することがある	4.3	5.6	28.5	28.1	33.4
新鮮味の無い情報が提供されやすい	6.3	13.9	51.0	18.5	10.3
仕事としての応対で感動の共有はできない	6.0	16.9	49.3	16.2	11.6
添乗員の個人差が大きくあまり信頼できない	5.6	18.2	51.3	16.2	8.6
参加者個々人でなくグループ全体としての対応となりやすい	7.9	18.9	50.7	15.2	7.3
異文化に直接触れる機会が稀薄となりやすい	9.6	19.5	50.3	11.3	9.3
特定の店への買い物の誘導がある	23.5	27.5	31.3	9.6	8.3
新たな体験への緊張感が稀薄となりやすい	16.2	26.8	39.7	10.3	7.0
機械的・事務的案内になりやすい	14.6	26.8	45.4	9.3	4.0
駆け足の決まり切った観光となりやすい	22.8	31.5	33.1	9.3	3.3
個々の鑑賞時間が制限され散漫な観光となりやすい	21.9	29.5	36.1	8.6	4.0
メリットはあっても価格が高くなる	24.2	26.5	37.1	6.6	5.6
自分で計画をつくり現地の人々と直接接する個人旅行が重要	36.4	23.5	33.4	4.0	2.6
添乗員同行であっても事情により旅程変更がありえる	47.7	27.2	20.9	2.6	1.7

表5 「添乗員」への期待事項

(上位10項目) (%)

項 目	性 別	
	男性	女性
性格面全般	43.0	32.3
十分な情報提供	19.6	25.1
各人への的確な対応・事務的でないこと	14.0	14.4
適切なトラブル処理・臨機応変な柔軟性	3.7	11.8
リーダーシップ	6.5	9.2
体力	5.6	5.6
十分な語学力	1.9	7.2
経験豊富さ	4.7	3.6
プロ意識	3.7	3.6
国際感覚	2.8	2.1

ねたところ、男女とも「明朗さ」「誠実さ」「優しさ」が上位3項目となっており、「親近感」「冷静さ」「礼儀正しさ」がそれらに続く。観光は、「自由意志」に基づいた楽しみのための旅であり、旅行参加メンバーをリードする旅程管理者に明朗さや優しさ、親近感などを期待していることがうかがわれる。(表5)

5) 「主催旅行」における「添乗員」の重要性

主催旅行に添乗員が同行することを「非常に重要」と回答したのは、男性74.8%、女性66.2%と高い割合になっている。男女とも年代が上がるにつれ、<非常に重要>と回答した者の割合が高くなることが示されてお

表6 「主催旅行」における「添乗員」の重要度

(%)

性別	年代(才)	重要度				
		非常に重要	やや重要	どちらともいえない	あまり重要でない	全く重要でない
男性	計	74.8	20.6	3.7	0.9	—
	20~	70.0	30.0	—	—	—
	30~	68.2	22.7	9.1	—	—
	40~	72.7	18.2	9.1	—	—
	50~	72.7	22.7	4.5	—	—
	60~	81.3	18.8	—	—	—
	70~	80.0	10.0	—	10.0	—
女性	計	66.2	28.7	2.1	3.1	—
	20~	36.1	52.8	5.6	5.6	—
	30~	67.4	27.9	2.3	2.3	—
	40~	61.5	30.8	—	7.7	—
	50~	78.7	21.3	—	—	—
	60~	78.6	16.7	2.4	2.4	—
	70~	100.0	—	—	—	—

り、若年齢層を合わせてすべての年齢層で90%以上が「添乗員」の重要性を認めている結果となっている。(表6)

6) 旅行満足と「添乗員」のかかわり

旅行参加者個々人の旅行満足と添乗員のかかわりについては、男性の74.8%、女性の69.2%が<非常にかか

わりがある」と回答している。全体的傾向としては、年齢が高くなるにつれ「非常にかかわりがある」と回答した者の割合が上昇している。(表7)

(3) 結果の考察

本調査結果からは、添乗員に期待される事柄がきわめて幅広いものであることが認められる。『旅行業法』が規定する「旅程管理者」の役割は、既に述べている通り旅程管理業務の実施そのものであるが、調査結果に示された「期待されている業務範囲」は法制上の規定範囲内にとどまっておらず、旅程管理という機能的・制度的業務の遂行に加え、情緒的・非制度的業務に関する期待のウエイトがきわめて高くなっていることがわかる。つまり、添乗員に実際に求められる役割は、機能的サービスの提供に加え、情緒的サービス提供者としての存在である。

添乗員に対するイメージは全般的に好意的なものであり、主催旅行における添乗員の重要性についてはどの世代においても90%以上の者が認めている。同時に旅行満足に添乗員が大きくかかわっていることについても、多くの者がこれを肯定する結果となっている。

表7 旅行満足と「添乗員」のかかわり

性別	かかわりの強さ 年代(才)	(%)				
		非常に かかわ りある	ややか かわり ある	どちら ともい えない	あまり かかわ りない	全くか かわり ない
男性	計	74.8	25.2	—	—	—
	20～	50.0	50.0	—	—	—
	30～	68.2	31.8	—	—	—
	40～	72.7	27.3	—	—	—
	50～	54.5	45.5	—	—	—
	60～	96.9	3.1	—	—	—
	70～	90.0	10.0	—	—	—
女性	計	69.2	27.2	3.1	0.5	—
	20～	52.8	44.4	2.8	—	—
	30～	79.1	18.6	2.3	—	—
	40～	61.5	34.6	—	3.8	—
	50～	72.3	21.3	6.4	—	—
	60～	73.8	23.8	2.4	—	—
	70～	100.0	—	—	—	—

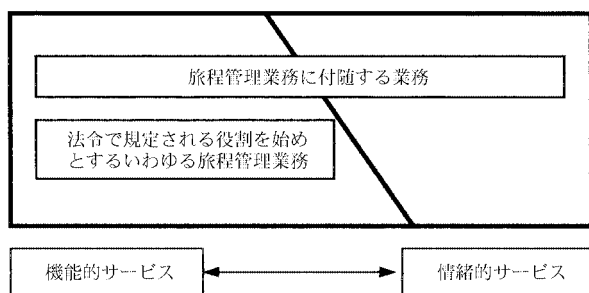


図1 「旅程管理者」に期待されるサービス

前述したように、本調査は実際に添乗員同行の主催旅行の参加経験者を対象としているためよりその傾向が強く表れていると考えられるが、主催旅行における添乗員の存在は、一定以上の価値をもつものとして旅行者に認識されていると判断することができる。

IV まとめと課題

1. まとめ

旅行にかかわるサービスは、運送業や宿泊業、その他を含む複合的要素から成り立っている。そのため「旅程管理者」に対して独立した評価を行うことにはもともと困難があった。さらに、業務範囲が幅広く非制度的かつ対人的サービスをも含むものであるため、統一された評価基準設定が難しく、それに関連して、問題解決に向けた統一的規範が無いままに「誠意をもって対応すべきである」といった精神論的議論が優先しがちであったことも否定できない。サービス提供における標準的達成水準の設定は一般に難しく、一定水準に到達した場合にはそれが当然とされ、次にはより上位の水準が期待されるなど、水準そのものが変動しやすい。旅行商品のタイプや価格帯、訴求点などによっても旅程管理者そのものの位置づけは大きく異なっており、共通する基準ならびに資格を設定するのはさらに困難である。

一方において、わが国の国際観光環境が急激に変化したことにより、法制面⁸⁾での整備が追いつかなかったことも事実である。また、業界側の要因として、旅行業界においては市場開拓およびシェア拡大への取り組みが常に最優先されがちであったために、結果として旅程管理業務の充実を含む旅行商品の質的向上は後回しになりやすく、旅程管理者の位置づけも不明確なまま放置されてきた傾向があったことも指摘できる。

旅行商品は、旅行を構成する各パーツそれぞれのハード面での品質とともに、そこにかかわるソフト面での品質が問われるのであるが、目に見えず、試してみることができないという商品の特徴から、旅行者がその品質を事前に問うことはでき得ない。海外旅行という旅行者にとっての非日常体験に際し、最終的な旅行の場で、商品としての旅の質をコントロールする機能は、その場に立ち会う旅程管理者に期待されるものである。旅程管理業務そのものにプラスされる旅程管理者の知識や能力が旅行商品の魅力と価値を左右することについての理解がより高まるならば、旅行商品における旅程や宿泊施設などに加え、旅程管理者同行の有無が旅行商品の選択・評価における重要な要因のひとつとしてさらに旅行者に認識されるであろう。

2. 展望および課題

主催旅行が今後も存続していくと考えられるなかで、異文化仲介の役割をも担う旅程管理者は、旅行商品としての価値を高めるのみならず‘豊かな観光’⁹⁾の実現にも寄与し得るものである。よきリーダー、適切な案内者、楽しさの演出家として適切な技能と資質を持つ者が同行することによって旅行者がより深く異文化を理解する機会が広がるならば、旅行者にとっては満足度の高い豊かな異文化体験、受け入れホスト側にとっては彼らの文化のよき伝達者となるはずである。

しかし、このような高い期待がなされる反面で、その位置づけに対する認識が十分になされてこなかったことにより、おかれている立場は弱く、社会的な認知も遅れていると判断され、教育訓練や労働条件などを始めとして問題点が多い。旅程管理者の法制面での位置づけや権限がより明確化されていくこと、また、旅行者の信頼に足ると認識される旅程管理者像が社会的に確立されていくことは重要である。

「添乗員」や「旅程管理者」についての研究は著にいたばかりである。「先達」「御師」などを含む広い意味での旅行案内者という視点から改めて歴史的考察を加えるとともに、海外における‘ツアーマネージャー’との比較などを通してさらに幅広い研究を進めたい。

注

- 1) 国際観光の一形態。外国へ出かけて行く旅行を指す。
- 2) 法的には、他に旅程管理を行う者（あるいは機能）があれば、添乗員が同行していても添乗員に旅程管理業務は求められない。
- 3) 国際観光の一形態。外国人旅行者の誘致・斡旋。
- 4) 『国際観光用語集』「ツアー・コンダクター」の項より。
- 5) 三浦雅生『新・標準旅行業約款解説』
- 6) 勝岡，1996；紅山，1991；清水，1984らの資料による。
- 7) 筆者が1996年に実施した、「添乗員への期待事項」に関する調査結果による。
- 8) 一例をあげると、「旅程管理業務を行う者」（『旅行業法』第12条の11）の項で、本条前段では「旅程管理者」の定義がなされるかにみえるが、全条文からはむしろこの条項で規定されていることは「旅程管理者の定義」ではなく「旅程管理業務を実施する者の資格規定」であると考えられることなど。
- 9) 前田，1993,1996，その他。

参考文献

- 紅山雪夫『新・添乗業務』トラベルジャーナル，1991年
 Brendon, Piers, *Thomas Cook: 150 Years of Popular Touris*, Curtis Brown Group Ltd., 1991, (石井昭夫訳『トマス・クック物語』中央公論社，1995年)
 藤本 誠「旅行業法改正と海外パッケージ旅行の未来形」

- 『観光文化』114号，1995年
 原 重一「旅行業の将来展望」（皆川慎吾編著『旅行業界』教育社，1991年），pp. 221-38
 島山芳雄『サービスの品質とは何か』日本能率協会マネジメントセンター，1988年
 林 清「観光産業の動向」（社）日本観光協会編『新時代の観光戦略』1995年），pp. 117-24
 林 周二『比較旅行学』中央公論社，1989年
 池辺巧一「海外旅行商品」（皆川慎吾編著『旅行業界』教育社，1991年），pp. 161-83
 李 二姝「国際観光における「サービス評価」に関する研究」（前田 勇編『現代観光学の展開』学文社，1996年）pp. 135-50
 香川 真編『現代観光研究』嵯峨野書院，1996年
 勝岡 只『旅行業入門③』中央書院，1996年
 越塚宗孝「観光に関連する諸事業」（前田勇編著『現代観光総論』学文社，1995年）pp. 168-74
 ——「観光宿泊業におけるサービス労働の現状と課題」（前田 勇編『現代観光学の展開』学文社，1996年）pp. 121-34
 小谷達男『観光事業論』学文社，1994年
 前田 勇「観光とマーケティング」（前田 勇編著『観光概論』学文社，1978年），pp. 110-8
 ——「現代観光の課題」（前田 勇編著『観光概論』学文社，1978年），pp. 139-45
 ——「サービス評価に関する「理論」」（前田 勇／作古貞義編『サービス・マネジメント』日本能率協会マネジメントセンター，1987年），pp. 15-45
 ——「サービス業における人材問題」『応用社会学研究』No. 35, 1993年，pp. 13-20
 ——「観光旅行とサービス—旅行の実態にみる日本の豊かさ—」『季刊家計経済研究』秋号，1993年，pp. 10-17
 ——『観光とサービスの心理学』学文社，1995年
 ——『サービス新時代』日本能率協会マネジメントセンター，1995年
 ——「“豊かな観光”をめぐって—観光行動研究の視点から」『観光研究』Vol. 7 No. 2, 1996年，pp. 1-10
 ——「サービス評価・分析に関する実証研究」『応用社会学研究』No. 40, 1998年，pp. 89-98
 前田 勇・橋本俊哉「観光行動を成立させるもの」（前田 勇編著『現代観光総論』学文社，1995年），pp. 114-9
 越塚宗孝「旅行業」（前田 勇編著『観光概論』学文社，1978年）pp. 90-9
 三橋滋子監修『添乗サービス入門』自由国民社，1994年
 三浦雅生『新・旅行業法解説』トラベルジャーナル，1996年
 ——『新・標準旅行業約款解説』トラベルジャーナル，1996年
 三浦雅生／梅沢功編著『旅行の苦情とその解決』（社）日本旅行業協会，1993年
 溝尾良隆『観光事業と経営』東洋経済新報社，1990年
 土橋正義『旅行業法解説』森谷トラベル・エンタプライズ，1972年
 森 亘他『東京大学公開講座49』（財）東京大学出版，1989年
 毛利好彰『旅の仕事』実務教育出版，1983年

- 村上和夫「観光の諸制度」(前田 勇編著『現代観光総論』学文社, 1995年), pp. 38-44
- 中 塾肇『時間と人間』講談社, 1976年
- 大橋健一「観光行動の対象(2)」(前田 勇編著『現代観光総論』学文社, 1995年), pp. 134-9
- 作古貞義「サービスの品質とは何か」(前田 勇/作古貞義『サービス・マネジメント』日本能率協会マネジメントセンター, 1987年), pp. 47-85
- 佐々木正人『旅行の法律学』日本評論社, 1996年
- 清水克真『データで読む旅行業界』図書出版社, 1996年
- 清水靖子『ツアー・コンダクター』実務教育出版, 1984年
- 高桑圭一「国の観光行政2」(社)日本観光協会編『新時代の観光戦略』, 1995年), pp. 95-101
- 都留重人「生き方の質を考える」『岩波ブックレット』NO. 368, 1995年
- 富塚信雄「世界の“なかよし心”を満たす」(杉岡碩夫/溝雄良隆『旅行業』東洋経済新報社, 1986年)
- Smith, Valene L., *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press., 1989, (三村浩史訳『観光・リゾート開発の人類学—ホスト&ゲスト論でみる地域文化の対応—』けい草書房, 1991年)
- Theobald, William F. ed, *Global Tourism: The Next Decade*. Butterworth-Heinemann Ltd., 1994, (玉村和彦監訳『観光の地球規模化—次世代への課題—』見洋書房, 1995年)
- Urry, John, *The Tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*, London: SAGE Publications., 1980, (加太宏邦訳『観光のまなざし—現代社会におけるレジャーと旅行—』法政大学出版会, 1995年)
- 渡辺 治『「豊かな社会」日本の構造』労働旬報社, 1990
- 安村克巳「観光と教育・福祉」(前田勇編著『現代観光総論』学文社, 1995年), pp. 142-9

資料・報告書等

- 観光行政研究会編『観光政策審議会答申「今後の観光政策の基本的な方針」』日本観光協会, 1995年
- 国際観光振興会監修『海外及び日本におけるエコツーリズムの現況』国際観光サービスセンター, 1992年
- 前田 勇編『現代観光学キーワード事典』(株)学文社, 1998年
- 毎日新聞社編『日本人と国際線の旅 第28回海外旅行者調査』毎日新聞社広告局
- 内閣総理大臣官房審議室編『国際観光の現状と当面の対策』大蔵省印刷局, 1979年
- (社)日本観光協会編『観光レクリエーション将来動向予想』——『観光の実態と志向』
- 日本国際観光学会編『国際観光用語集』, 1994年
- (財)日本交通公社編(1984):『現代観光用語辞典』——『2001年に向けての旅行環境変化に関するアンケート調査 集計結果』, 1991年
- 『観光読本』東洋経済新報社, 1994年
- 『新時代の観光戦略』, 1995年
- 『観光文化』114号, 1995年
- 『JTBレポート』'93-, 1993年—
- (社)日本旅行業協会『旅行業法関係法令集』——『約款例集』
- 『新しい旅行業法・標準旅行業約款 Q&A』, 1996年
- (社)日本添乗サービス協会「派遣添乗員の労働実態調査報告」, 1996年
- OECD, *Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries*
- 岡田信二『添乗業務教本』(社)日本旅行業協会, 1984年
- (株)生活科学情報センター編『余暇・レジャー総合統計年報』(株)食品流通情報センター
- 総理府編『観光白書』大蔵省印刷局
- トラベル新聞社編『TRAVEL DATA ANNUAL』
- WTO, *Yearbook of Tourism statistics* Madrid,
- WTO, 『観光市場動向』世界観光機関アジア太平洋事務局, 1996年
- (財)余暇開発センター編『レジャー白書』