総合

## GoToトラベル 12月22日までの申請分

# 事業者への給付金振り込み 年内に98%完了

観光庁は12月24日、GoToトラベル事業について、事業者に対する給付金の精算手続きの処理状況などを発表した。12月22日までに受け付けた事業者の給付金申請、旅行業者経由の事後還付申請のうち、申請件数ベースで全体の78・4%で振り込みを完了。以降も順次手続きを進め、12月28日までには98・0%で完了する見通し。

地域共通クーポンを除く旅行・宿泊代金の割引に関する旅行事業者や宿泊事業者の給付金申請と、事業開始当初の事後還付のうち旅行業者経由分の申請は、合計で2万9793件。書類の不備などで対応中の申請分を除き、全体の99・0%に当たる2万9508件の審査を完了。このうち給付金、還付金は2万3355件で振り込み済み。12月28日までには累計2万9202件で振り込みが完了する予定。

この他に、旅行者が直接、事業事務局に手続きを行う事後還付の申請件数は、140万7507件。振り込み済みは45・5%に当たる64万673件。12月29日までには、94・6%に当たる133万2021件で振り込みを完了する予定。

GoToトラベル事業の参加事業者に対する給付金の支払いでは、当初、精算手続きの遅れが指摘されたが、審査の迅速化やシステム改修により、原則、申請から3週間以内の支払いを目指す方向で態勢を改善していた。観光庁や事務局では、年内に多くの給付金を振り込めるよう手続きを進めていた。【向野悟】

## 2020年 訪日1～11月で406万人

### 外国人旅行者数 コロナ禍で86%減に

2020年1～11月累計の訪日外国人旅行者数は、世界的なコロナ禍の影響を受け、前年同期比86・2%減の405万7千人となった。日本政府観光局（JNTO）が12月16日に発表した推計値。20年の年間値は、統計の集計上では残り1カ月あるが、400万人台前半にとどまるとすると、1990年代終わりごろと同水準の旅行者数となる。

年間の訪日外国人旅行者数は2019年に過去最高の3188万2千人に達したが、新型コロナウイルスの世界的な流行、各国の渡航制限の実施、日本による入国制限などで大幅に減少。年間400万人台前半となると、1997年421万8千人、98年410万6千人、99年443万8千人にさかのぼる水準だ。

20年は、新型コロナ流行の初期段階だった1～3月の累計が前年同期比51・1%減の394万人だったが、4月以降は、ビジット・ジャパン（訪日旅行促進）重点市場22市場のほとんどが前年同月比で99%を超える減少。在留資格を持つ外国人の再入国や条件付きのビジネス目的の入国、留学生や技能実習生などの入国が中心で、観光目的の入国は再開されていない。

20年1～11月累計の訪日外国人旅行者数を国・地域別に見ると、中国88・2%減の105万1千人▽台湾84・7%減の69万4千人▽韓国90・9%減の48万5千人▽香港83・1%減の34万6千人▽タイ81・0%減の21万9千人▽米国86・2%減の21万8千人―などが上位だった。

JNTOが同日発表した20年11月の訪日外国人旅行者数（推計値）は、前年同月比97・7%減の5万6700人だった。コロナ禍で大幅な減少だが、20年10月の2万7400人からは倍増した。

国・地域別の11月の訪日旅行者数は、ベトナム64・9%減の1万4700人▽中国97・6%減の1万8100人▽インドネシア90・9%減の3400人▽韓国98・6%減の2800人▽フィリピン97・4%減の1700人▽台湾99・7%減の1200人▽米国99・3%減の1100人―など。

2020年訪日外国人旅行者数・出国日本人数（JNTO統計）

| | 訪日外国人旅行者数 | | 出国日本人数 | |
|---|---|---|---|---|
| | （人） | 前年比（%） | （人） | 前年比（%） |
| 1月 | 2,661,022 | −1.1 | 1,380,762 | −4.9 |
| 2月 | 1,085,147 | −58.3 | 1,316,820 | −14.2 |
| 3月 | 193,658 | −93.0 | 272,697 | −85.9 |
| 4月 | 2,917 | −99.9 | 3,915 | −99.8 |
| 5月 | 1,663 | −99.9 | 5,539 | −99.6 |
| 6月 | 2,565 | −99.9 | 10,663 | −99.3 |
| 7月 | 3,782 | −99.9 | 20,295 | −98.8 |
| 8月 | 8,658 | −99.7 | 37,137 | −98.2 |
| 9月 | 13,684 | −99.4 | 31,606 | −98.2 |
| 10月 | 27,400 | −98.9 | 31,049 | −98.1 |
| 11月 | 56,700 | −97.7 | 30,700 | −98.1 |
| 1～11月 | 4,057,200 | −86.2 | 3,141,200 | −82.9 |

※10月、11月は推計値、他は暫定値

## 出国日本人は314万人

### 1～11月累計 前年同期比83%減

日本政府観光局（JNTO）が12月16日に発表した2020年1～11月累計の出国日本人数（推計値）は、前年同期比82・9%減の314万1千人となった。年間値として300万人台前半だとすると、出国日本人数としては1977年、78年ごろの水準になる。

2020年11月の出国日本人数の推計値は、前年同月比98・1%減の3万700人だった。

19年の年間値は過去最高の2008万1千人を記録したが、20年はコロナ禍を受けて大幅に減少した。出国日本人数が年間で300万人台前半だったのは、1977年の315万1千人、78年の352万5千人にさかのぼる。

## 逆境をチャンスに ―旅館の再生プラン〈549〉

青木　康弘

前回に引き続き、アフターコロナ下でも収益力の高い施設になるための取り組みポイントを紹介しよう。

2020年は新型コロナに翻弄された年だった。秋口から本格化したGo Toトラベル事業により観光客回復の道筋が立ったかと思いきや、第3波により先行きが不透明になってしまった。21年中盤までには訪日外国人受け入れ再開やワクチンの普及、オリンピック開催決定などにより正常化を期待したい。

**3、宿泊単価、稼働率、スタッフ数の最適なバランスを見極める**

21年の収支計画は昨年や一昨年の実績を踏襲して策定することは困難だ。これまでは昨年実績を参考に、売り上げを数%～10%程度引き上げたものを営業目標として掲げて取り組んできたと思う。

今年は計画の根拠となる昨年実績がなく、新型コロナの影響が続いていることから一昨年の実績も利用することができない。このような場合は、収支計画を複数パターン策定し、環境変化に迅速に対応できるようにしておくことをお勧めする。基準となる指標は、宿泊単価、稼働率、スタッフ数（人件費）である。

宿泊単価は、Go Toトラベル適用期、需要低迷期、需要回復期に分けて料金幅を決めておくと良い。その時の状況によって最適な宿泊料金は異なる。価格変更を柔軟に行うことが望ましいが、低迷する旅行需要に合わせすぎると安売りしすぎてしまうリスクがある。あらかじめ料金幅を決めておくことで過度な価格競争に巻き込まれることを避けることができるだろう。

稼働率は、現状のスタッフで宿泊客の対応が可能な上限と休館を決断する下限の目安を決めておくと良い。Go Toトラベルによる書き入れ時だからといって、スタッフを増員すると閑散期に固定的な人件費で苦しむことになる。満室を目標とせず、繁忙期でも稼働率の上限が70～80%となるよう宿泊単価を値上げして現状スタッフでこなせる工夫した方が利益率は高いだろう。稼働率が一定以下になった場合には、休館日を増やすなど柔軟な対応をしたい。メリハリをつけないと赤字が膨らむ要因となる。

スタッフ数は、宿泊単価と稼働率について、強気、中立、弱気の3パターンで必要スタッフ数を見積もり、収支予想を作ることをお勧めする。衛生面に配慮しながら宿泊客に対応するためには多くのスタッフを必要とする。高稼働が必ずしも高収益につながらないことが分かるはずだ。売り上げよりも利益、キャッシュフローを意識した運営を心がけよう。

（アルファコンサルティング代表取締役）

## 2021年に取り組みたいこと ③

## JNTO 訪日インセンティブ旅行で表彰 大賞はドイツ発ツアー

日本政府観光局（JNTO）は12月17日、訪日インセンティブ旅行（海外の企業などが日本で実施する報奨・研修旅行）の優良事例を表彰する「ジャパン・ベスト・インセンティブ・トラベル・アワード2020」の受賞者を決定した。過去最多となる16カ国・地域83件の応募の中から、大賞には、日本の小売り文化やホスピタリティを学ぶことをテーマに催行されたドイツからのツアーを選んだ。

アワードの開催は今回で5年目。対象は2019年度に実施された延べ宿泊者数が100人泊以上のツアー。旅行会社やミーティングプランナーなど、訪日インセンティブ旅行を取り扱う会社などからツアーを募集。外部有識者で構成する審査委員会を経て各賞を選出した。

大賞は、家具の販売成績優秀者を対象にした「VME リテール サファリ アンド ザ ビューティー オブ ジャパン」と題されたドイツ発のツアー。旅行の取り扱いは、teamtravel international（ドイツ）。東京、神奈川、京都、沖縄などを巡る10日間の日程で参加者は18人。有名デパートなどで日本のホスピタリティを学ぶ研修、プライベートアイランドを貸し切ったバーベキューなど、特別感のある研修や体験の提供などが評価された。

企画賞は、小売会社の成績トップ社員を対象にしたインセンティブツアー。旅行の取り扱いは、H.I.S International Travel（シンガポール）。シンガポール、台湾、香港、上海から121人が参加し、4日間の日程で沖縄に滞在した。ハーリー船のレース大会を実施するなど、日本らしいチームビルディングのプログラムを実施した。

貢献賞は、日系工具メーカーのトップ社員を対象にしたハンガリー発のインセンティブ旅行。取り扱いはJTB Germany（ドイツ）。50人が参加し、9日間の日程で東京、静岡、愛知、広島、京都を巡った。食への関心が高い参加者に対し、地方の商店街を通じて手配したオーダーメイドの昼食やスイーツを提供した。

特別賞には、ラグビーワールドカップ日本大会の開催に合わせて催行されたニュージーランドからのツアーを選んだ。取り扱いはFortis Events（ニュージーランド）。参加者数は86人、日程は13日間。大型スポーツイベントを契機に日本各地を訪問したツアーの好事例として選出した。

## IR区域整備計画

# 認定申請は10月開始

### 政府　基本方針、政令を決定

IR推進本部の会合（12月18日、画像＝首相官邸ホームページから）

カジノを含む統合型リゾート（IR）の整備に関して政府は12月18日、IR推進本部の会合を開催してIR整備法に基づく基本方針を決定するとともに、区域整備計画の申請期間を定めた政令を閣議決定した。IR誘致を目指す都道府県などが国に提出する区域整備計画の申請期間は2021年10月1日から22年4月28日までとすることが正式に決まった。

区域整備計画の申請期間は当初、21年1月4日～7月30日の予定だったが、新型コロナウイルスの流行などを受けて期間を変更する方針を示していた。基本方針も案を公表していたが、正式に決定した。基本方針には、都道府県などから提出された区域整備計画を審査する際の評価基準などが定められている。

国は今後、都道府県などが提出する区域整備計画を審査し、最大3カ所のIR区域を認定するが、20年代半ば以降と見込まれているIR施設の開業時期にもコロナ禍が影響しそうだ。

また、IR整備における公正性、透明性を確保するため、政府のIR推進本部、国土交通省の両方で事業者などとの接触に関するルールを定めた。面談の対応人数や同席者、面談記録の作成や保存などに規定を設けた。

IR推進本部の本部長を務める菅義偉首相は「IRの整備は今後、わが国を観光先進国としていくための重要な取り組みだ。接触ルールが決定されたことも踏まえ、公正性、透明性を確保し、国民の理解をいただきながらIRの整備に当たり必要な準備を今後も着実に進めてほしい」と述べた。

## コロナ禍でも微増

### 訪日外国人向け消費税免税店 9月末で全国に5万5134店

観光庁は12月21日、訪日外国人向けの消費免税店数の調査結果を発表した。2020年9月30日時点の全国の店舗数は5万5134店。前回調査の20年3月31日時点と比べ、0・9%（467店）の増加だった。コロナ禍で訪日観光がない中でも微増となった。

免税店数を都市・地方別に見ると、三大都市圏（東京、神奈川、埼玉、千葉、愛知、大阪、京都、兵庫の8都府県）が前回調査比1・0%（377店）増の3万4374店、地方部（三大都市圏以外）が同0・6%（117店）増の2万787店となった。

都道府県別に見ると、前回調査比で増加が目立つのは、神奈川県（142店増の3152店）▽東京都（120店増の17万4543店）▽埼玉県（63店増の1859店）▽静岡県（48店増の1148店）▽愛知県（38店増の2375店）―など。

半面、前回調査から15道府県で店舗数が減少した。このうち10店舗以上の減少は、北海道（34店減の2846店）▽福岡県（33店減の2694店）▽千葉県（25店減の2806店）▽兵庫県（15店減の1756店）▽鹿児島県（10店減の480店）―の5道県だった。

消費税免税店数は、12年4月1日時点では全国に4173店だったが、訪日外国人旅行者数の増加に伴って19年4月1日時点で初めて5万店を突破した。店舗数全体に占める地方部の割合も、12年4月1日の時点では27・5%だったが、20年9月30日時点では37・7%に上昇した。

## 団体バスツアー感染防止で通知

### GoToトラベル

観光庁、Go Toトラベル事務局は12月24日、貸し切りバスを利用した団体ツアーの参加者に感染の事案が増加しているとして、感染拡大防止策について次の3点の徹底を旅行業者に対して呼び掛けている。

①団体ツアー開始時（添乗員がつかない場合は契約時）における資料の配布、案内＝新型コロナウイルス感染症対策分科会において、感染リスクが高まる「5つの場面」が示されている。これも踏まえ、参加者へのお願い事項（Go Toトラベル事業ホームページに掲載）をバス車内などで配布、案内すること。

②貸し切りバスを利用する際、バス座席の固定・移動の禁止＝万が一、感染した旅行者がいた場合の感染拡大を防ぐため、バス座席を固定し、移動を遠慮してもらうこと。

③交通機関利用時、宴会や食事の際の座席表の保管＝座席表については、万が一、感染した旅行者から感染が広がった場合に感染経路の特定などに不可欠な情報であるため、ツアー終了後、1カ月間保存すること。

## 山崎まゆみの「ちょっと よろしいですか」第56回

### 本年もよろしくお願いいたします

あけましておめでとうございます。私がコーディネーターを務める「アフターコロナ・ウィズコロナ時代の観光」対談は6回目となりました。

新春号を飾っていただきましたのは建築家の隈研吾さんです。

以前、隈研吾さんに「お風呂」をテーマにしてインタビューしたことがあります。そのとき、記憶に強く残ったお言葉を記します。示唆に富んでいますので、ご参考になれば。

「私自身、お風呂の設計の仕方も歳を経るにつれ変わってきました。最初は、かっこよく作ろうとしていましたが、今では〝緊張感〟をどうほぐすかがテーマになっています。自分なら、どういう場所がリラックスできるかを突き詰めれば、それは邪魔なモノがないということ。例えば、お風呂ではよく目に入るところに垂直な壁は作らない。視覚的に威圧感があるからです。水をあしらうなら、なだらかに落ちるインフィニティーの作りにするといった具合です」

これが隈さんの根本的なお風呂への考え方です。そしてお風呂の作りに関しては、「湯船の縁をどうするかで、お風呂の印象が随分変わります。いざ湯に漬かれば、湯船の中はもうお湯が入っています。温泉旅館の表と裏」に触れると、対談の末尾にある「日本の女将を世界に輸出したい」という話になったのです。

「温泉はこんこんと湧いていて、旅館には人が行き交い、女将がいる。読んでいて『生きている』という言葉を思い浮かべました」とは、毎日新聞大阪本社のベテラン学芸記者です。ちなみに私が敬愛する山崎豊子さんも毎日新聞大阪本社学芸部の出身。なんだかうれしさが増すものですね。

ある旅館オーナーからは、「それぞれの女将さんのお人柄や人生が伝わってきて、ずっしりした読み応えがありました。うちもそうですが、旅館業はやっぱり家業だし、地域全体を映す鏡でもあると思います。エピソードは本当にその通りで、設備はなぜか休みの日に壊れるし、台風や大雪は土日や忙しい日にやって来ます。コロナでのご苦労や旅館をたたまれるときのお話は他人事と思えません。旅館業界の現状を上手にお伝えいただいて本当に感謝しています」と励みになる感想をいただきました。

まだ爆発的に売れるまでには至りませんが、口コミで静かに広がっています。

今年も、旅館や女将文化の理解を深め、そしてファンを増やしていきたいです。

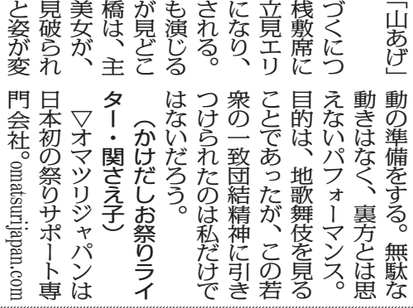
（温泉エッセイスト）

＝月2回掲載

## 祭 オマツリジャパンの毎週祭日 ㊸

# 栃木誇りの日本一の野外劇

### 山あげ祭（栃木県那須烏山市）



裏方で熱心にリードする影の主役、若衆

野外歌舞伎を見たことがあるだろうか。私が見た野外歌舞伎は、ただ野外で歌舞伎が演じられるというものではない。舞台が町中を移動するのだ。それは、日本一の野外歌舞伎といわれる「山あげ祭」。450年以上の歴史がある栃木県那須烏山市のお祭りだ。ユネスコ無形文化遺産にも登録されている。神仏への奉納として上演される地歌舞伎の一つである。

山あげ祭は7月下旬の3日間で行われる。開催する町は、宇都宮駅から電車で約50分のところにある。私は「青春18きっぷ」を使って、東京から約3時間かけて現地へ向かった。

演目は1日に5、6回場所を変えて上演される。

駅に着いた途端、若者の掛け声が聞こえた。舞台を次の場所へ移動する瞬間だったのだろう。この祭りは、「木頭」という若者を筆頭に、町全ての若衆が中心となって祭りを進行する。ゆっくり上演場所へ向かうと舞台の設置は終わり、山をあげる瞬間だった。

「山」とは、竹を組んだ木枠に、烏山和紙を貼り重ねて山水を描くもの。それを舞台の後ろにあげることから「山あげ」といわれる。

上演時間が近づくにつれ、用意された桟敷席に人が集まった。立見エリアもある。時間になり、「戻橋」が上演される。地歌舞伎は女性も演じることができるのが見どころの一つだ。戻橋は、主人公と出会った美女が、橋の上で本性を見破られたため、鬼女へと姿が変わるというもの。小中学生くらいの男女が演じていたが、大人顔負けの圧巻の演技であった。

さて、舞台の下をのぞくと、若衆たちが舞台を下から押さえている。山の転換も若衆が行う。黒子のような重要な存在だ。山あげ祭には、影として支える若衆の存在が不可欠であることは間違いない。

終演するとすぐに舞台を解体し、次の場所へ移動の準備をする。無駄な動きはなく、裏方とは思えないパフォーマンス。目的は、地歌舞伎を見ることであったが、この若衆の一致団結精神に引きつけられたのは私だけではないだろう。

（かけだしお祭りライター・関さえ子）

▽オマツリジャパンは日本初の祭りサポート専門会社。omatsurijapan.com