総合

生ごみ処理機
宿泊施設のCO₂削減に
JTB商事

シンクピアシリーズ

JTB商事は、SINKPIA・JAPAN（シンクピア・ジャパン、神奈川県横浜市）と共同で、宿泊施設のCO₂削減に向けた新たなソリューションとして、SINKPIA社の生ごみ処理機「シンクピア」シリーズの導入を提案している。

まさに今が地球全体の将来を占う時として環境問題が注目される中、宿泊施設のSDGs推進は大きな課題となっている。宿泊施設特有の課題として、ごみの削減、特に大量の燃料を消費する生ごみの処理がある。

シンクピアは、比較的容易でコストパフォーマンスが高いソリューションだ。特徴は①脱臭機や排気ダクトが不要②コンパクトなサイズで室内置きが可能③残存物の取り出しが不要④経済的な省電力設計⑤誰でもできる簡単操作⑥全国対応のメンテナンス⑦高いCO₂削減効果―の七つ。

数種類の微生物の力によりおよそ24時間で生ごみを液状にする。あとは排水するだけ。高度なバイオ技術により、生ごみ特有のにおいのもとを抑えて素早く処理する。

操作が簡単で誰にでも使いやすい。厨房内への設置を可能にしたコンパクト設計。重く、においが気になる生ごみを移動させる必要がなく、従業員の業務の軽減にもつながる。まさに宿泊施設に最適な商品だ。

また、生ごみを運ばず、燃やさず、その場で処理することで、運搬時や焼却時に排出されるCO₂削減にも大きく貢献する。

コンパクトタイプから大容量タイプまで、豊富なラインアップをそろえている。

問い合わせは、JTB商事各営業所まで。

月別取扱額　10月
JTB
旅行取扱額は14%減

JTBが2021年12月20日に発表したグループ会社9社計の10月の旅行取扱額は前年比14・4%減（前々年比69・8%減）となる478億4900万円だった。うち国内旅行は同17・1%減（同48・2%減）の453億2500万円となった。

国内旅行の内訳を見ると団体旅行は同102・8%増（26・7%減）。一般団体は同145・2%増（34・6%減）、教育団体は同63・4%増（11・6%減）だった。企画商品は同43・1%減（66・7%減）で、うちブランド「エースJTB」とダイナミックパッケージ「MYSTYLE」の合計は同62・0%減（64・0%減）。同取扱人員では同62・5%減（64・8%減）となった。

海外旅行は同55・7%増（97・4%減）の14億4300万円。団体旅行が同5・9%増（98・6%減）、企画商品は同ゼロ%（ゼロ%）だった。

国際旅行は同236・9%増（93・1%減）の10億8100万円となった。

2021年度4～10月累計の旅行取扱額は同37・2%増（76・3%減）の2468億2300万円。国内旅行は同16・8%増（66・6%減）の2012億4500万円、海外旅行は同87・9%増（97・7%減）の856億7500万円、国際旅行は同1145・0%増（46・4%減）の370億200万円となっている。

KNT-CT
国内旅行は23%減

KNT―CTホールディングスの2021年10月の総取扱額（グループ5社計）は、前年同月比14・7%減（前々年比71・5%減）の131億8134万円だった。国内旅行が同23・4%減（同58・7%減）の111億2634万円、海外旅行が同23・7%増（同99・1%減）の3513万円。

外国人旅行が7521万円（昨年度は146万円の赤字、前々年比96・3%減）となった。

国内旅行の内訳は、一般団体が同5・2%減（4億9047万円）、学生団体が同52・6%増（55億2802万円）。一般団体は減少するも学生団体が増加し、合計で同45・4%増（60億1849万円）となった。国内自社企画は同82・9%減の6億1974万円、クラブツーリズム国内は同30・2%減の34億2058万円、合計で同52・6%減の40億5620万円。国内個人旅行は同42・5%減の10億5163万円だった。

海外旅行の内訳は、一般団体は同51・4%増、学生団体は同62・5%減で、合計が同11・8%増の3513万円となった。海外個人旅行は同31・1%増の1億1424万円だった。

区分別に見ると、国内一般団体は、大人数での移動を避ける傾向が続き前年を下回った。学生団体は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発出の影響を受け、前年を上回るも前々年を下回った。

海外一般団体は、国際的な新型コロナウイルス感染者拡大による旅行の中止や延期の影響が続き、前年を下回った。海外学生団体は、旅行の中止や延期の影響を受けて取り扱いが減少した。海外企画旅行は、催行中止の状況が続きほぼ実績がなかった。

外国人旅行は、外国人の入国制限措置などの影響を受け、前年を上回るも前々年を下回った。

日旅
国内旅行17%減少

日本旅行の2021年10月の販売実績は、総販売高が前年同月比14・7%増（19年同月比58・6%減）の171億7871万円だった。国内旅行が17・0%減（同49・8%減）の120億6200万円にとどまった。

国内のうち団体は45・9%増（19年同月比47・2%減）の50億8027万円。一般団体（84・0%増、16億5046万円）、教育旅行団体（32・7%増、34億2980万円）ともに前年比増加した。

国内企画は63・5%減（19年同月比64・4%減）の25億3644万円。自社企画の赤い風船（63・5%減、25億3644万円）、他社企画（53・4%減、4174万円）ともに前年から大きく減少した。

JR券、航空券、一般宿泊などの個人旅行計は9・8%増（19年同月比38・4%減）の44億3525万円。

海外旅行は75・2%増（19年同月比95・9%減）の4億6822万円。団体が191・8%増加。企画商品が53・3%減少した。企画商品以外の個人旅行は63・6%増加した。

国際旅行は82・6%減（19年同月比99・5%減）の2881万円。

付帯事業は46億1967万円と、前年同月の34万円から大きく増加した。

1月からの累計は、総販が前年同期比0・5%増の1025億9159万円。このうち国内が19・9%減の651億9507万円。海外が76・9%減の32億4712万円。国際が90・1%減の6億3760万円。

東武
総取扱額は51%増

東武トップツアーズが2021年12月17日に発表した10月の販売実績は、総取扱額が前年同月比51・4%増の86億6367万円となった。国内旅行は5・0%増の48億6370万円と前年を上回った。

国内旅行のうち団体旅行は15・2%増。種別では一般団体が28・0%減、教育旅行団体は32・1%増。個人旅行は企画商品が61・2%減で、企画商品を除く個人旅行は1・8%減となった。

海外旅行は74・0%増の1億5778万円。団体旅行は1・3%増、個人旅行の企画商品は0・0%増、その他の個人旅行は128・5%増。

訪日旅行は77・2%増の792万円。受託事業などを含むその他は277・4%増の36億3428万円。

21年4～10月の累計は、総取扱額が197・8%増の401億0670万円、国内旅行が56・0%増の165億5570万円、海外旅行が7・4%減の7億3212万円、訪日旅行が2910・7%増の10億5456万円、その他が934・6%増の217億6431万円。

阪急交通
国内旅行は61億円

阪急交通社が発表した2021年10月の旅行取扱額は60億9066万円（前年同月152億5千万円）だった。

国内旅行は60億8040万円（同151億5421万円）。緊急事態宣言の解除と行動宣言の緩和に伴い、全方面で回復傾向がみられた。また、県民割を適用した商品の広告展開を強化したことで、九州や西日本の支店を中心に顕著な集客増につながった。

「Go To事業が実施された20年やコロナ前の19年との比較では約40%と、本格的な回復には途上の段階」としている。

海外旅行は、引き続き募集型企画旅行の催行を中止しているため、1008万円（同9579万円）と低調。

国内出張が増加
阪急阪神BT

阪急阪神ビジネストラベル（BT）の10月の取扱額は7億3732万円（同3億4891万円）。国内旅行は宣言解除により企業の出張需要が増加し、1億1825万円（同8366万円）。海外は6億1908万円（同2億6525万円）。

総販は3000万円台
阪神TT

阪神トラベル・インターナショナル（TT）の10月の取扱額は3154万円（同1306万円）。国内旅行は561万円（同296万円）、海外旅行は2593万円（同1010万円）。

HIS
総販19年比93%減

エイチ・アイ・エス（HIS）の2021年10月の総取扱高（グループ6社）は、前年同月比31・0%減（前々年同月比92・5%減）の29億1569万円だった。国内旅行が同44・7%減（同55・3%減）の21億579万円、海外旅行が同177・7%増（同97・6%減）の7億6505万円。訪日旅行は同68・5%減（同97・5%減）の4484万円となった。

国内旅行は、全都道府県のまん延防止等重点措置と緊急事態宣言が解除となったことを受け、週末を中心に広告宣伝を強化したことに加え、秋冬旅を対象とした「GoToにっぽんの旅セール」を実施したことで新規予約数が増加した。

海外旅行は、日本国内における水際対策に基づいた帰国後の待期期間が一部緩和されたものの、新型コロナウイルス感染症拡大による世界各国での入国制限の継続や、日本での海外渡航制限の影響を受け、全方面で企画旅行の催行を中止した。コロナ前の前々年と比較すると回復には至っていない。

訪日旅行は、日本入国時の制限措置の影響に伴い、引き続き新規入国者に対する制限措置が継続されたことで減少している。

竹内美樹の口福（こうふく）のおすそわけ 396

お赤飯って、ナゼ赤いの？

新年号となる今号。去年の今頃、次に新年を迎えるまでコロナ禍が続くとは思ってもみなかった。つくづく、人間って無力だと感じる。医療関係従事者の皆さまや、新薬開発など人類を救うために奮闘されている方々は別として、われわれ一般人は神頼みしかない。

少なくとも筆者はそうだ。

妖怪「アマビエ」が一躍脚光を浴びたのも、人々のそうした心理の影響だろう。同様に江戸時代、天然痘が流行した際、人気を博したのが「疱瘡絵（ほうそうえ）」、通称「赤絵」である。その名の通り赤一色で摺（す）られた版画が、護符代わりとして出回ったそうだ。

疱瘡とは天然痘のこと。多くの人が命を落としたり、失明したりしたが、治療法は確立されておらず、なすすべもなかった。

発病するのは、疫病神に取りつかれたからと信じられていたので、疱瘡をやっつける守り神と崇められていた鎮西八郎こと源為朝や、いかにも疫病神を追い払ってくれそうな金太郎や桃太郎などが描かれた赤絵を、家に貼ったり枕元に置いたりしたという。でも、ナゼ赤なのか？

前置きが長くなったが、コレってお赤飯が赤いのと同じ理由だ。赤色は古くから邪気を払うとされ、疫病・災難除けに効果があると信じられてきたのだ。古代、そんな赤色の「赤米」を蒸して神に供える習慣があったという。その後、赤米の生産量が減ったため、もち米に小豆やササゲを混ぜて赤く染まったお赤飯を、赤米の代用としておそ供え物にしたと考えられている。そのお下がりを食すことで、人間も邪気を払う力をいただくという「神人共食」思想があった。

武家社会の関東では、皮が破れやすく切腹を連想させる小豆でなく、皮が強く割れ難いササゲを使うが、こうしたこだわりも、お赤飯が特殊なパワーを持つ神聖な食べ物だからだ。

赤色に着目すると、江戸時代の人々が、疫病除けに用いた赤い物は、他にもある。一つは「赤べこ」。牛の形の赤い張り子で、会津地方の郷土玩具である。起源については、平安時代にまん延した疫病を払った赤い牛の伝説、江戸時代に起きた会津地震で壊れたお堂の再建のために活躍した赤い牛の伝説などがある。

赤べこの胴体に描かれた黒い点は、疱瘡を表すといわれる。厄除けの赤に塗った牛を玩具として子供に与え、身代わりになってもらおうと考えたようだ。

達磨大師の座禅姿を模した赤い「だるま」も、江戸時代には縁起物というより疱瘡除けとしての需要が高かったそうで、赤絵のモチーフにもなっている。ちなみに、祈願の際、左に黒目を入れ、成就すると右にも黒目を入れる風習は江戸時代に始まったとされる。「目無しだるま」を買って目を入れることで、疱瘡による失明を避けられると信じられていたらしい。

赤にまつわるさまざまな厄除けがあると分かった。いざ、お赤飯でパワーチャージだ！ コロナなんかに負けないぞ！

2022年こそコロナ禍が収束して、良い年になりますように♪

※宿泊料飲施設ジャーナリスト。数多くの取材経験を生かし、旅館・ホテル、レストランのプロデュースやメニュー開発、ホスピタリティ研修なども手掛ける。

子ども向けの講座を2年ぶりリアル開催
西武HD

西武ホールディングスは12月5日、子どもたちに体験や学びの場を提供する子ども応援プロジェクト「西武塾」を西武鉄道小手指車両基地（埼玉県所沢市）で開催した。リアルな講座は2年ぶりで、第9期生23人とその保護者が参加。講座を通じて身近な乗り物である電車が常に安全、安心を最優先に運行していることや、運行には多くの係員が携わっていることを伝えた。

今回の「鉄道のお仕事体験」では、軌陸車（軌道と道路の両方を走れる作業用車両）に乗ってトロリ線の点検を体験したり、西武鉄道の新型特急車両「Laview（ラビュー）」車内で、運転台の撮影や非常通報体験などを行った。塾生たちは、実際の車両や設備を使った講座に取り組んだ。また、Laviewの乗車体験では、乗車したまま洗車機に入るサプライズ企画が行われた。

参加した永山大成さん（小学3年生）は「めったにできないことを体験できてうれしかった。また参加したい」、竹石茉奈さん（小学4年生）は「普通に電車に乗っているけど、こんなに点検が大変だったとは知らなかった」と感想を述べた。

www.kanxashi.co.jp
謹賀新年
「かんざしシリーズ」は
全国5,000超の施設が利用する
Web管理業務効率化ツールです。
かんざしクラウド/ぜにがたクラウド
くちこみクラウド/クラウド転送シャシーン
かんざしWEDDING/クラウド商談どこでもショーバイ
株式会社かんざし　代表取締役社長　林垣 恵太
東京都千代田区神田神保町 3-2-6 丸元ビル 3F
TEL 03-6261-7447　FAX 03-6261-7448
2022年も、よろしくお願い申し上げます。

外食・宿泊・レジャー業界に向けた商談専門展
国際ホテルレストランショー HOTERES JAPAN 50回
給食・宅配サービス業界に向けた商談専門展 フード・ケータリングショー 43回
セントラルキッチンを含む総合厨房・フードサービス機器の商談専門展 厨房設備機器展 22回
2022年 令和2月15日(火)～18日(金) 10:00～17:00(最終日16:30まで)
東京ビッグサイト 東展示棟1～6ホール・8ホール
JMA 一般社団法人日本能率協会
会長 中村 正己
〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22
TEL:03-3434-1377 FAX:03-3434-8076
https://jma-hcj.com/

抗ウイルス
効果※が24時間つづく
新製品！
LION 業務用
拭き掃除用 除菌洗浄剤
メディプロ 抗ウイルスクリーナー

●拭いたところを抗ウイルスコート※
抗ウイルス24時間続く
拭いた後、24時間後の抗ウイルス効果（イメージ）
抗ウイルスクリーナー
抗ウイルスなしの洗剤
※:すべての菌・ウイルスに効果があるわけではありません。
※:拭いた後に、表面に付着するウイルスを減少させる。
●これ全部が同時にできる！
洗浄 除菌 抗菌 ウイルス除去 抗ウイルス
●使いやすい！
希釈不要！ 二度ぶき不要！
誰でもすぐ使えるよう、使用方法を動画で紹介
こちらの方におススメです！
ウイルス対策で清掃作業が増えたので、工夫して作業を軽減したい！
Yes 77%
飲食店、介護施設の経営者、従業員へのアンケート調査（21年当社調べ）
ライオンハイジーン株式会社
本社：〒130-0013 東京都墨田区錦糸1-2-1 アルカセントラル6階
☎03(5819)7770(大代表)　https://www.lionhygiene.co.jp/

謹賀新年
寅
本年も変わらぬ
ご支援、ご協力を
心からお願い申し上げます。
名誉会長 山北栄二郎
会長 大西雅之
副会長 花坂隆之
副会長 大塚雅樹
副会長 桶川昌幸
副会長 小口憲太朗
副会長 根本芳彦
副会長 小田與之彦
副会長 宮崎光彦
副会長 冨森信作
副会長 平良朝敬
専務理事 平野利晃
JTB協定旅館ホテル連盟