JATA定時総会

会長、副会長らを再選

髙橋会長、観光庁に2点を要望

日本旅行業協会（JATA、約1100会員）は6月22日、東京・大手町の経団連会館で第66回定時総会を開いた。任期満了に伴う役員改選では、髙橋広行会長（JTB会長）以下、3副会長と理事長、事務局長をいずれも再選する一方、新たに理事に2氏、運営委員に13氏が就いた。この日、旅行業再生戦略会議（議長・髙橋会長）の提言が報告され、三つの基本方針と五つの提言に基づき、JATAとしての新たな取り組みを示した。

冒頭あいさつした髙橋会長は、コンプライアンスの重要性について触れ「（企業活動の）全てに優先することを全員で強く認識すべきだ。不正行為で開かれる未来はない」と指摘した上で、役員全員にコンプライアンス順守の誓約書を提出させる考えを示した。

また、「本日、観光庁の和田（浩一）長官にご臨席いただいているので、観光産業復活に向けて力添えを賜りたいことをあえて2点申し上げる」と切り出した。

一つは全国旅行支援策で、「早く決定をしていただきたい。そして分かりやすく、実効が上がる形で実施してほしい。観光業の頼みの綱であり、何としても成功を。われわれも全力を尽くす」と強調。

もう一つは水際対策のさらなる緩和。「入国者の2万人制限や、出国前検査の義務付けなど依然として手続きが煩雑であり、分かりにくいしばりがある。アウト・インバウンドの促進を図る上で大きな障壁となっている」と指摘した。

また、今総会を反転攻勢の再出発と位置付け、会員に奮起と結束を求めた。

役員改選で再選された（右から）酒井淳副会長・阪急交通社社長、小谷野悦光副会長・日本旅行社長、髙橋会長、原優二副会長・風の旅行社代表取締役

コロナ禍で経営環境が悪化していることから会費減額に踏み切った。普通会員は年額35万円を10万円減額。特別会員は常勤役員＋旅行業従事社員が30人以下の場合は全額免除とし、31人以上は所定の人数に半額300円を乗じた額にした。

22年度事業については、持続可能な旅行業ビジネスモデルを追求する年度と捉え、①コンプライアンスの徹底②国内旅行需要喚起策③国際往来再開に向けた活動―など八つの事業骨子に基づいて事業計画を策定。団体旅行需要拡大部会における団体旅行の需要喚起と新たな需要開拓に向けた検討、旅行業流通プラットフォーム構築に向けた検証―などに取り組む。

なお、役員改選に伴う新任役員は次の通り（敬称略）。

【理事】西尾忠男（ジャルパック会長）▽百木田康二（東武トップツアーズ社長執行役員）

【運営役員】石山知直（日新航空サービス社長）▽清原康仁（南海国際旅行社長）▽清宮学（日本橋夢屋社長）▽島宗真太郎（トッパントラベルサービス社長）▽城友美（イオンコンパス社長）▽芦澤健一（アルパインツアーサービス社長）▽戸井川裕美子（ピコ社長）▽松浦賢太郎（クルーズのゆたか倶楽部代表取締役）▽萬年良子（ベルトラ最高執務責任者）▽水澤史（フェロートラベル代表取締役）▽谷田部暢仁（郵船トラベル執行役員）▽柳田正弘（かもめ代表取締役）▽若林慶太郎（ANA X取締役）

SDGs表彰制度設立へ

戦略会議報告　災害発生時対応を強化

6月22日開かれたJATA定時総会で、髙橋会長は「旅行業再生戦略会議」の提言を報告した。

報告書は、①旅行業の存在意義の確立と周知②「旅行ビジネスを極める」「新たなビジネス領域への進出」両面での進化の追求③前例にとらわれることのない協調と共創の実践―を基本方針に掲げた。

それを踏まえて、「業界のブランディング／広報の強化」「協調／共創」「デジタル原則」「人財確保／人財育成／人財活用」「レジリエンス」を提言。

ブランディングと広報の強化では、①旅行業の存在意義を社会に周知②旅づくりを極める③旅行業の強みを生かした事業展開―などを挙げ、新たな対応として、会員を対象にしたSDGs表彰制度を設立するとした。

協調と共創では、旅行業界における会社間マッチング（事業連携、基盤連携、人的連携）を推進する体制整備に乗り出す。また、レジリエンス（大災害発生からの復元力）については、大災害発生時における国内宿泊施設の情報を一元的に集約する体制整備を挙げ、今年度中に検討を実施するとした。

髙橋会長は、「会員会社はそれぞれの提言内容を自社の立場に置き換え、検討、実行いただくことこそが重要。そうした取り組みの総和が必ずや旅行業再生につながると確信している」と強調した。

【内井高弘】

人事

◎JR東日本びゅうツーリズム&セールス（6月24日付）

取締役（非常勤）（JR東日本）高岡崇▽同（同）（同）渡辺厚▽常務執行役員社長補佐（全般）インバウンド戦略本部長（同）高木茂▽執行役員ツーリズム推進本部長（同）雨森佳代▽執行役員トランスイート四季島本部長（同）吉岡栄太郎▽監査役（非常勤）（同）藤原岳浩

月別取扱額　4月

JTB　国内、19年比50%減

JTBが6月24日に発表したグループ会社7社計の4月の旅行取扱額は前年比80・9%増（2019年度68・9%減）となる449億1500万円だった。うち国内旅行は同75・2%増（同49・5%減）の403億9千万円となった。

国内旅行の内訳を見ると団体旅行は同96・7%増（30・8%減）。一般団体は同61・1%増（44・9%減）、教育団体は同159・9%増（0・4%増）だった。

企画商品は同127・6%増（60・6%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121・3%増（56・7%減）。同取扱人員では同112・2%増（58・4%減）となった。

海外旅行は同182・5%増（92・3%減）の4166億6600万円。団体旅行が同985・7%増（93・2%減）、企画商品は同ゼロ%（ゼロ%）だった。

国際旅行は同20・8%増（96・5%減）の3億5900万円となった。

KNT―CTHD　総取扱額160%増

KNT―CTホールディングスの2022年4月の総取扱額（グループ5社計）は、前年同月比160・0%増（前々年比68・4%減）の1191億1538万円だった。国内旅行が同147・2%増（同60・6%減）の91億9543万円、海外旅行が同285・9%増（同95・6%減）の4億9805万円。外国人旅行が同5・6%減（同96・9%減）の6846万円となった。

国内旅行の内訳は、一般団体が同10・0%減（5億3493万円）、学生団体が同139・8%増（28億7069万円）。一般団体は減少するも学生団体が増加し、合計で同90・1%増（34億5563万円）。国内自社企画は同74・4%増の8億2685万円、クラブツーリズム国内は同299・6%増の38億1339万円、合計で同223・0%増の46億5767万円。国内個人旅行は同132・6%増の11億3213万円。

海外旅行の内訳は、一般団体は同403・0%増、学生団体は同496・3%増で、合計が同414・8%増の2億38万円となった。海外個人旅行は同231・3%増の2億9767万円だった。

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、19年同月比74・6%減となった。学生団体は修学旅行の実施などで前年同月から増加も、19年同月比は18・7%減と下回った。国内企画旅行は、行動制限が解除されたことから前月から良化したが、19年同月比66・5%減と低調だった。

海外団体は、コロナ禍の影響が続き19年を下回った。海外企画旅行は催行中止の状態が続いた。

外国人旅行は、入国制限措置などの影響を受け、19年を下回った。

付帯事業は39億6911万円と、前年同月（1089万円）を大きく上回った。

1月からの累計は、総取扱額が前年同期比93・5%増の553億7698万円。国内が29・1%増の357億5009万円。海外が199・1%増の30億1495万円。国際は6376万円、付帯事業は165億4817万円と、それぞれ前年を大きく上回った。

東武トップ　総取扱額201%増

東武トップツアーズが6月21日に発表した4月の販売実績は、総取扱額が前年同月比200・6%増の63億2893万円となった。国内旅行は169・7%増の36億2196万円と前年を大きく上回った。

国内旅行のうち団体旅行は203・0%増となった。種別では一般団体が152・7%増、教育旅行団体は247・3%増。個人旅行は企画商品が160・9%増、企画商品を除く個人旅行は74・7%増となった。

海外旅行は379・5%増の2億4486万円となった。団体旅行は596・8%増、個人旅行の企画商品は0・0%、その他の個人旅行は314・1%増だった。

訪日旅行は490・3%増の1801万円。受託事業などを含むその他は244・8%増の24億4410万円。

日旅　3部門全て前年超え

日本旅行の今年4月の営業速報によると、同月の総取扱額は前年同月比89・6%増の162億2098万円だった。国内旅行が28・8%増の105億7138万円、海外旅行が417・8%増の16億4942万円、国際旅行が117・5%増の3097万円と、3部門全て前年を上回った。コロナ禍前の2019年同月比は、総取扱額が59・1%減、国内旅行が56・5%減、海外旅行が80・9%減、国際旅行が99・5%減。

国内旅行の内訳を見ると、団体が前年同月比16・5%減（19年同月比38・0%減）の32億3980万円。一般団体が13・2%減（同58・0%減）、教育旅行団体が18・4%減（同11・6%減）。

国内企画は113・9%増（同55・2%減）の33億5549万円。前年比およそ倍増も、コロナ禍前比は約半減だった。このうち自社企画の赤い風船が115・3%増（同53・1%減）の33億5549万円。他社企画が14・2%減（同96・1%減）の1433万円。

JR券、航空券、一般宿泊などの個人旅行計は43・8%増（同65・7%減）の39億6175万円。

海外旅行は、団体が335・8%増（同93・3%減）の7338万円。企画商品が56・5%減（同100・0%減）の20万円。企画商品以外の個人旅行が445・5%増（同68・5%減）の15億2271万円。

阪急交通　国内旅行は77億円

阪急交通社が10日発表した4月の旅行取扱額は76億8775万円（前年同月16億1506万円）だった。

国内は行動制限解除以降、回復が進み、76億5388万円（同16億5633万円）となった。県民割がブロック割へと移行したことを受け、全国で募集広告を展開、近距離旅行の回復が進んだ。

一方、航空機を利用した遠距離商品の伸びが限定的であったため、コロナ前の19年4月との比較では50・8%となった。

HIS　国内旅行36%増

エイチ・アイ・エス（HIS）の今年4月の総取扱高（グループ6社）は、前年同月比89・4%増（2019年同月比91・3%減）の41億1513万円だった。国内旅行が同36・0%増（同52・0%減）の24億8383万円、海外旅行が同378・0%増（同95・8%減）の16億2551万円。訪日旅行は同13・4%減（同99・8%減）の579万円。

国内旅行は、「沖縄LeaLeaキャンペーン」による、沖縄へ送客が単月での送客シェア4割を占めるなど、取扱高をけん引した。

海外旅行は、海外渡航の緩和の動きがあるも、募集型企画旅行を不催行とし、19年同月比では、回復に至らなかった。

訪日旅行は、渡航制限が続き取り扱いが増えなかった。

需要が緩やかな増加傾向を示し、1億2448万円（同9763万円）に。

海外は、ロシアによるウクライナ侵攻や中国・上海のロックダウンなど国際情勢の影響もあって、ビジネス渡航の回復には至らず、12億2775万円（同2億9878万円）だった。

総販は約8千万円

阪神T―

阪神トラベル・インターナショナル（TI）の4月の取扱額は7788万円（同2070万円）。国内は121万円（同217万円）、海外は7667万円（同1854万円）。

総販は約14億円

阪急阪神BT

阪急阪神ビジネストラベル（BT）の4月の取扱額は13億5223万円（同3億9642万円）。うち国内は、同重点措置の解除に伴い企業の出張

旅行業・運輸

鳥海高太朗の交通トレンド分析 ―152―

夏休みの沖縄、まずレンタカーの予約を

夏休みの沖縄のレンタカーが本当に深刻な状況になっている。6月の週末の時点ですでにレンタカー不足に陥っており、7月と8月はレンタカーが全く足りない状況になっている。

リゾートホテルや飛行機を予約してから、レンタカーを取るというのが従来は一般的であったが、現状では一番予約が大変なのがレンタカーとなっている。沖縄本島中部や北部のリゾートホテルに宿泊する場合には、レンタカーの利用が不可欠であり、実際にレンタカーの予約ができないことで、ホテルをキャンセルしているケースも出ている。

これほどまでにレンタカーが不足している要因というのは、すでに各メディアでも報じられているが、コロナ禍でレンタカーの保有台数を各レンタカー会社が減らしてしまったことにある。レンタカーの関係者に話を聞くと、コロナ前は沖縄本島で約3万台あったレンタカーが現在は約1万5千台まで減少してしまっている。

レンタカーの保有台数をこれからのタイミングで増やそうとしても、半導体不足の影響で新車が足りず、中古車市場も価格が上昇している。加えて、今後再びパンデミックが起こるリスクがあることから、一気に保有台数を増やすことは現実的に不可能となっている。

コロナ禍において、観光業界における国の支援は限定的であり、レンタカー会社にとっても会社を維持していくために保有していた車を売却せざるを得なかった。そのつけが、国内旅行が復活しつつある今、レンタカー不足に陥っている。レンタカー不足になることは当然であり、アフターコロナを見据えた戦略を国として取っていなかったことも大きい。

沖縄が最もレンタカーの予約が厳しい状況になっているが、北海道もコロナ前に比べてレンタカーの価格が高騰している。予算オーバーになる可能性もあるなかで、しばらくの間は、まずはレンタカーの予約を最優先にして、その後にホテルや飛行機を予約するのがベストになるだろう。

短時間の利用であれば、タイムズカーシェアなどのカーシェアサービスを活用する方法もある。レンタカーに比べると予約できる確率は高くなるが、それでも沖縄などでは早めの予約が必要になるだろう。まずは会員になっておくことをおすすめしたい。また、移動だけであれば、タクシーの利用も含めて考えてみてはいかがだろうか。

今年の夏については、レンタカー不足を避けることが難しいことは間違いない。沖縄の観光にも影響が出ることが必至だ。

（航空・旅行アナリスト、帝京大学非常勤講師）

観光は成長戦略の柱
地方創生の切り札
持続可能な観光に向けた取り組みを推し進めます。

観光の復興と観光立国の実現・発展

- 感染状況を見つつ、全国を対象とする「全国旅行支援」を7月前半から開始し、切れ目なく観光関連事業者を支援します。
- 観光産業がポストコロナ時代の経済復興の原動力として本格稼働できるよう「新たな GoTo トラベル事業」を含む観光需要喚起策は、観光需要が安定的に回復するまで実施します。
- 観光関連事業者における雇用維持や事業継続等に向けたさまざまな支援策を継続します。
- GoTo トラベル再開までの間も、県民割支援を適切に運用しつつ、切れ目のない観光関連事業者への支援を実施します。
- 地域の観光まちづくりと連携して、観光地の再生・高付加価値化ため、基金の設置や補助上限の引き上げ、DX 投資への支援など制度の拡充を図ります。
- 新たな国内交流需要を開拓するため、「ワーケーションの普及」や「第２のふるさとづくり」を推進し、「新しい旅のスタイル」の普及・定着を図ります。
- 諸外国や国際機関と連携強化を通じ、早期のインバウンド再開を図りつつ、さらなる消費額増加や地方誘客促進、持続可能な観光の推進等に取り組みます。
- 高付加価値な訪日観光に対応した宿泊施設整備、観光資源の発掘、ガイド等の人材育成、海外セールス強化等を集中的に支援します。
- 本格的なインバウンドの回復に向けて、税関における最先端技術の活用や計画的な体制整備を進め、非接触かつ迅速・ストレスフリーな通関の実現に取り組みます。
- 新幹線や鉄道等をはじめハード・ソフト両面からの バリアフリー化、新たな移動サービス「MaaS」の高度化等により、移動・周遊の利便性・快適性を向上させます。
- わが国におけるIR（統合型リゾート施設）については観光立国をめざす一環として適切に進めます。

参議院選挙特設サイトはこちら