マイナスとなった。国内旅行は同39・8%減の939億2577万円。阪急交通社が同22・1%増の101億3625万円と唯一前年を上回った。海外旅行は同97・1%減の26億5313万円。全社が前年を下回り、西鉄旅行が同89・4%減と最も健闘した。

外国人旅行は同90・0%減の12億9299万円。KNT―CTホールディングスが79・6%減と最も減少率を抑えた。

	累計	6,414,982	13.5	6,076,209	15.0	26,900	0.5	4,427	0.4	307,446	42.4
読売旅行	当月	1,378,908	57.8	1,378,908	74.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	累計	6,359,434	22.4	6,828,743	27.2	27,372	0.5	0	0.0	3,319	12.4
西鉄旅行	当月	332,647	36.5	738,240	53.8	94,617	10.6	-210	-1.2	0	0.0
	累計	4,966,909	20.1	4,458,288	28.5	507,241	5.8	1,380	0.5	0	0.0
日通旅行	当月	482,859	19.2	302,052	83.1	178,082	8.6	1,223	1.8	1,502	25.4
	累計	2,480,733	8.9	1,383,358	25.8	1,062,028	5.0	22,145	2.0	12,702	16.8
阪急交通社	当月	10,147,556	45.4	10,136,245	122.1	9,652	0.1	1,459	2.0	0	0.0
	累計	53,531,235	20.5	54,188,661	48.9	-670,781	-0.5	13,355	0.4	0	0.0
ジェイアール東海ツアーズ	当月	2,948,399	38.5	2,947,548	40.3	-218	-0.1	1,069	0.5	0	0.0
	累計	24,812,750	36.5	24,805,422	33.3	-681	-0.1	8,009	0.4	0	0.0
合計	当月	103,144,028	39.0	93,925,769	60.2	2,653,127	2.9	1,292,994	10.0	5,272,138	169.5
	累計	585,819,486	21.6	554,448,803	34.3	11,433,389	1.3	4,418,993	2.7	15,518,301	102.7

※マイナスは取扱額から払戻額を差し引いている　（単位・千円、%）

成田	国際	100,086	-96.5
	計	331,990	-90.3
東京（羽田）	国内	2,625,647	-54.7
	国際	37,272	-97.6
	計	2,662,919	-63.7
新潟	国内	42,603	-56.0
	国際	0	-100.0
	計	42,603	-59.6
大島	国内	1,394	-24.6
三宅島	国内	1,715	-20.7
八丈島	国内	11,498	-28.7
新島	国内	1,946	-15.3
神津島	国内	1,456	-7.6
佐渡	国内	0	—
松本	国内	12,374	-8.7
	国際	0	—
	計	12,374	-8.7
静岡	国内	15,292	-64.1
	国際	0	-100.0
	計	15,292	-76.4
調布	国内	5,485	-21.4
百里	国内	30,690	-50.5
	国際	0	-100.0
	計	30,690	-58.2
東京航空局合計	国内	4,592,308	-52.3
	国際	137,358	-97.1
	計	4,729,666	-67.1
隠岐	計	12,178	-65.7
	国内	4,662	-29.2
出雲	国内	48,794	-47.9
	国際	0	—
	計	48,794	-48.2
石見	国内	3,193	-76.7
	国際	0	—
	計	3,193	-76.7
岡南	国内	0	—
四国地区	国内	255,648	-61.6
	国際	0	-100.0
	計	255,648	-63.5
高松	国内	54,932	-65.0
	国際	0	-100.0
	計	54,932	-70.2
松山	国内	102,507	-61.4
	国際	0	-100.0
	計	102,507	-62.4
高知	国内	64,490	-54.8
	国際	0	—
	計	64,490	-54.8
徳島	国内	33,719	-66.6
	国際	0	—
	計	33,719	-66.6
粟国	国内	40	-45.9
慶良間	国内	0	-100.0
久米島	国内	16,434	-23.2
南大東	国内	3,991	-3.5
北大東	国内	2,233	6.0
伊江島	国内	123	—
宮古	国内	109,517	-35.1
	国際	0	—
	計	109,517	-35.1
下地島	国内	16,606	—
	国際	0	—
	計	16,606	—
多良間	国内	2,749	-33.3
石垣	国内	164,401	-26.2
	国際	0	-100.0
	計	164,401	-29.6
波照間	国内	0	—
与那国	国内	6,730	-17.8
	国際	0	—
	計	6,730	-17.8
大阪航空局合計	国内	4,873,456	-50.9
	国際	18,809	-99.5
	計	4,892,265	-63.5

8割が「旅行したい」
緊急事態解除後の需要調査

日本経済社が主催するリゾートビジネス研究会は、2020年12月10―11日に行った「緊急事態宣言解除後のリゾート需要に関する調査」の結果をまとめた。「新型コロナウイルスが終息すれば国内のリゾートや旅行の再開を検討したい」と考えた人が79%で、なかでも20―30代の比率が高かったことが分かった。

同研究会の旅行意向調査は、緊急事態宣言が初めて発令された昨年4月、解除された6月に続いて3回目となる。

旅行の再開意欲について「今すぐにでも」（12・8%）、「今よりも落ち着いたら」（36・0%）、「完全に終息したら」（30・2%）など、感染状況に注視する回答が多かった。また、「行かない・行きたくない」は8・0%に留まった。

性別では女性が81・4%、男性が76・2%で、年代別では20代（85・0%）と30代（86・5%）がほかの世代に比べ、再開意向が高かった。

再開後に行きたい国内旅行先では「北海道」（43・4%）や「沖縄本島」（32・2%）、「沖縄離島」（23・2%）がとくに人気を集めた。

最初の緊急事態宣言解除後（昨年6―11月）には、回答者の41・7%がリゾートや旅行に行ったと答えた。

目的地は「箱根」（13・4%）や「都内」（12・0%）、「伊豆」（10・8%）と、首都圏やその近郊に集中した。

昨年10月以降に旅行をした人のうち、83・7%がGoToトラベルを利用したと回答した。

また、新しい働き方であるワーケーションなどについて、認知や導入・導入意向率を聞いたところ、前回の調査から「ワーケーション」が24・6%から61・7%へ、「リゾートテレワーク」が37・7%から68・4%へと上昇し、昨年6月に比べて浸透してきたことが分かった。

海外のリゾートや旅行の再開には、国内以上に慎重な姿勢が見られた。

しかし、再開に意欲を示した回答者は55%にのぼった。

年代別で見ると、60代の再開意欲が他の年代に比べて低く、意欲があると回答したのは43・0%に留まった。

目的地では、30代の男女を中心に人気を集める「ハワイ」（54・0%）をはじめ、「グアム」（18・0%）、「台湾」（17・1%）と、比較的近場のエリアを選ぶ傾向が見られた。

調査は昨年12月10―11日、1都3県の20―69歳の男女1千人を対象に、インターネットで行った。

人事 機構改革

日本トランスオーシャン航空（2月1日）価値創造推進部企業価値推進グループ兼価値創造推進部広報・地域貢献グループ兼人財部付日本航空出向（地域事業本部）支援推進部（沖縄地区担当）マネージャー（価値創造推進部広報・地域貢献グループマネージャー）玉城純志

益子舘から生配信
3月に無料Webセミナー
ヒューマニック

宿泊施設の感染症防止策を紹介するホームページ「さんみる」を運営するヒューマニックは、3月16日に無料セミナーをオンラインで開く。第3弾となる今回は、栃木県「益子舘 里山リゾートホテル」から、2部構成でライブ配信する。

第1部は同館女将の高橋美江氏が登壇。①ダイヤモンドプリンセス号の除染作業を行った会社社長をホテルに招き、アドバイスを受けた感染症対策の具体例②コロナ禍でも従業員を守り、向上させたもてなし③設備投資で活用した助成金――などの事例を紹介する。

第2部は中小企業診断士でウェルネット社長の山根裕基氏が、中小企業に対しても2021年度から適用される「同一労働同一賃金」をテーマに講演する。

受講対象は宿泊施設・観光業界の担当者など。日時は3月16日、午後1時30分―4時まで。申し込みは専用ホームページから。

問い合わせ＝ヒューマニックさんみる事務局☎03（4564）2582。

セミナー申込HP

観光ルネサンスの現場から
～時代を先駆ける観光地づくり～ ⑲③

東洋大学大学院国際観光学部客員教授 丁野 朗

第4世代の「産業観光」
福井県鯖江市

福井県鯖江市といえば、多くの方はメガネ（眼鏡）をイメージされるだろう。国産フレームの全国シェア96%、事業所数530社、人口の6人に1人がメガネ産業従事者という、まさにメガネ大国である。

しかし、この地域は昔から、越前漆器、越前和紙をはじめ、陶器、打刃物、繊維、筆笥などの優れた伝統産業が有名だ。わずか10"四方圏の狭い地域に集積する有数のものづくり産地である。

残念ながらそれぞれの産地は孤立し、出荷額、従業員数ともに減少。零細事業所の多くは、高齢化と後継者難という悪循環に陥っていた。このようなことは、全国の産地の共通の悩みでもある。

このようななか、長い歴史をもつ越前漆器の産地、河和田地区を中心に、2015年から「RENEW（リニュー）」というオープンファクトリーのイベントが始まった。各業種産地の工房・企業を一斉開放し、見学・ワークショップを通じて、作り手の想いや背景を伝え、技術を体験しながら商品購入などを楽しんでもらうイベントである。

このイベントでは、全国各地のローカルプレーヤーが集うマーケット（まち／ひと／しごと）や、先輩移住者たちが語る「福井移住EXPO」などを通じて、この地域への若者たちの移住を促し、新しい産地づくりの原動力につなげようという狙いである。

仕掛け人の1人、新山直広さん本人も移住者の1人だった。大阪生まれで、行政職を経験し、2009年に移住した。15年から「TSUGI」というデザイン事務所を開設。TSUGIは、グラフィックデザインを武器に、産地を横断する新しい商品開発と販路開拓を一貫して行っている。

TSUGIの名称は、"次"の時代に土地の文化や技術を"継ぎ"、新たな関係性を"接ぐ"という思いが込められているという。現在8人いる職員の大半は移住者である。

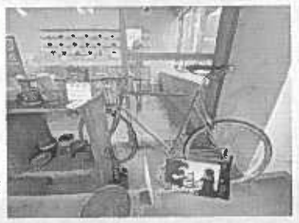
この試みは、ある意味、産業観光の先進的なモデルの1つとも言える。

産業観光は、1960年代の工場開放（第1世代）、1980年代以降の大衆観光化（第2世代）を経てきた。2000年前後からは、企業広報やCSRを超えて事業自体が収益を得るという第3世代とも言うべき段階に入っている。

さらに近年では、こうした個々の企業の収益・採算はもとより、地域全体の企業やホテル・飲食などのサービス業が参画して地域再生をはかる、「第4世代」とも言うべき新手の取り組みも始まった。

新潟県・燕三条の「工場の祭典」や、東京都大田区の「おおたオープンファクトリー」などは既に定着しているが、TSUGIのような移住者たちが参画する産地横断型マネージメント組織の展開は、第4世代の産業観光の新たなモデルの1つとして大いに期待したい。

新作ショップを兼ねた「TSUGI」のオフィス



「漆琳堂」内田さんの工房・ショップには漆塗自転車も