

5-1	コロナ禍で、旅行代理店はどのように収益を上げようとしているか。	所属 中央大学附属横浜中・高 氏名 中原啓太郎
資料名	日本経済新聞（2021年8月5日） 近ツー、営業赤字半減 日本経済新聞（2021年8月12日） 旅行大手、店舗3割削減	
資料内容	<p>（8月5日）</p> <p>○ 近畿日本ツーリストを傘下に持つKNT-CTホールディングスの2021年4月～6月期の連結営業損益が70億円前後の赤字。</p> <p>2019（4-6）売上高 約1100億円 営業黒字約30億円 2020（4-6）売上高 約30億円 営業赤字142億円 2021（4-6）売上高 約150億円 営業赤字約70億円</p> <p>・2021（4-6）の旅行取扱額 73億円</p> <p>・自治体のワクチン接種会場の設営や受付などの業務を受注</p> <p>（8月12日）</p> <p>○ 旅行大手 店舗3割削減 JTB20%減、近ツー個人向け1/3に、HIS3/5に。「じゃらん」「楽天トラベル」ネット専業が取扱額2、3位に。</p>	
教科書等との関連	中学校公民的分野 企業の経済活動 高等学校公民科 企業経営（株式会社）	
キーワード	コロナ 企業 株式会社 景気変動	
ねらい	<p>◆企業は何のためにあるか。</p> <p>◆企業が収益を上げるためにどのような工夫をしているか。</p>	
活用場面 あるいは 授業プラン の概略	<p>発問</p> <p>「コロナの影響で、経営が厳しくなった業界は」（旅行、航空、鉄道、ホテル・旅館、飲食店 etc.）</p> <p>「その業界は、この状況下でどのようにして仕事を受注しているか」</p> <p>解説</p> <p>（1）株式会社の授業で活用</p> <p>（2）政府の経済活動と社会保障で活用</p> <p>・ワクチン接種の周辺業務（予約・受付・運営・事務等）</p> <p>・地元応援券が使えるお店（基本的に地元の中小企業）</p> <p>・補助金の仕組み</p> <p>（3）修学旅行の計画、LHRでの事前活動で活用</p> <p>（4）他社の事例（JTB）</p> <p>・川崎じもと応援券（プレミアム商品券）*：受託事業者 JTB川崎支店</p> <p>・他の自治体に商品券発行にも関与（横須賀、海老名、横浜（コロナ前））</p> <p>・地方の物産を他地域に紹介して販売（お土産を旅行の事前事後に購入する仕組みなど）</p>	
備考	<p>*https://www.city.kawasaki.jp/280/page/0000127846.html</p> <p>（川崎じもと応援券（第2弾）発行運營業務委託（公募型プロポーザル）受託者の特定結果について）</p>	