

2020年9月14日 全5頁

Go To トラベルキャンペーン東京都除外解除の影響

除外解除は東京都、地方圏双方にプラスの効果

経済調査部 エコノミスト 鈴木雄大郎

[要約]

- Go To トラベルキャンペーンが開始されて、間もなく2ヶ月が経過する。当初、感染が拡大していた東京都が制度から除外されたが、国土交通省は10月1日から東京都を対象に追加する方針を示した。これによる主な経済効果は、都民がキャンペーンを利用することによる地方圏などの観光客数の増加や、都内を訪れる観光客数の回復に整理される。
- 全国の人口の1割以上を占める東京都民が地方圏を訪れることは地方の宿泊施設や観光関連産業にとってプラスとなろう。また、東京都にある旅行者なども業績の回復が見込まれる。さらには東京都がキャンペーンの対象となることで、観光需要回復への期待からGo To トラベル事業に参加する事業者が増加することも想定される。他方、東京都内の宿泊施設の利用状況も10月以降は緩やかにボトムアウトすることが見込まれる。

10月1日に東京都はGo To トラベルキャンペーンから除外解除の方針

Go To トラベルキャンペーン¹が開始されて、間もなく2ヶ月が経過する。7月22日に開始された本キャンペーンだが、開始前から東京都で新型コロナウイルスの新規感染者数が急増したことを受けて、東京発着（都外の人が東京都に宿泊する、あるいは都民が利用する）は当面の間、制度の対象外とされた。

足元では東京都の新規感染者数は減少傾向にあり、都は9月10日に新型コロナウイルスの感染状況の警戒レベルを引き下げた。またこれを受け、国土交通省は10月1日から東京都を対象に追加する方針を示した²。そこで本稿では東京都のキャンペーン除外解除が与える影響について考察する。

東京除外解除は東京都、地方圏双方にプラスの影響

東京都がキャンペーンから除外解除されることによる主な経済効果は、①都民がキャンペーンを利用することで地方圏などの観光客数が増加、②都内を訪れる観光客数の回復、に整理される。

都民も含め、全国の観光需要の増加に期待

このうち①については、全国の人口の1割以上を占める東京都民が地方圏を訪れることは地方の観光関連産業にとってプラスとなろう。都民は平均県民所得が全国で最も高く、旅行関連消費額も大きい。10月1日からは、旅行代金の15%分の「地域共通クーポン³」の発行も開始される。都民がキャンペーンを利用することで、より多くの観光消費が喚起されることが期待できよう。

さらには、東京都が感染状況の判断を引き下げたことや新型コロナウイルス感染症対策分科会が「感染対策を社会全体が徹底すれば、社会経済の制限を徐々に緩めることは可能」という見解を示し、「小規模分散型」の旅行の定着期待を提言したことを受け、消費者の旅行に対するマインドが改善し、東京都外でもキャンペーンの利用が広がる可能性がある。公益財団法人日本交通公社が実施したアンケート調査⁴によると、「この先3ヶ月に旅行を実施予定または旅行に行きたい」と回答した人の割合は、5月時点で44.4%だったが7月には54.3%に増加している。また、同アンケート調査では「新型コロナ収束後に旅行へ行きたい」との回答者に対して、「新型コロナ収束後、どのような条件が満たされれば旅行を実施したいか」という質問項目を設け

¹ Go To トラベルキャンペーンの詳細は鈴木雄太郎・和田恵「[Go To キャンペーンは観光業の起爆剤となるか？ 『ふっこう割』から読み解く政策効果と今後の展望](#)」（2020年6月25日、大和総研レポート）を参照。

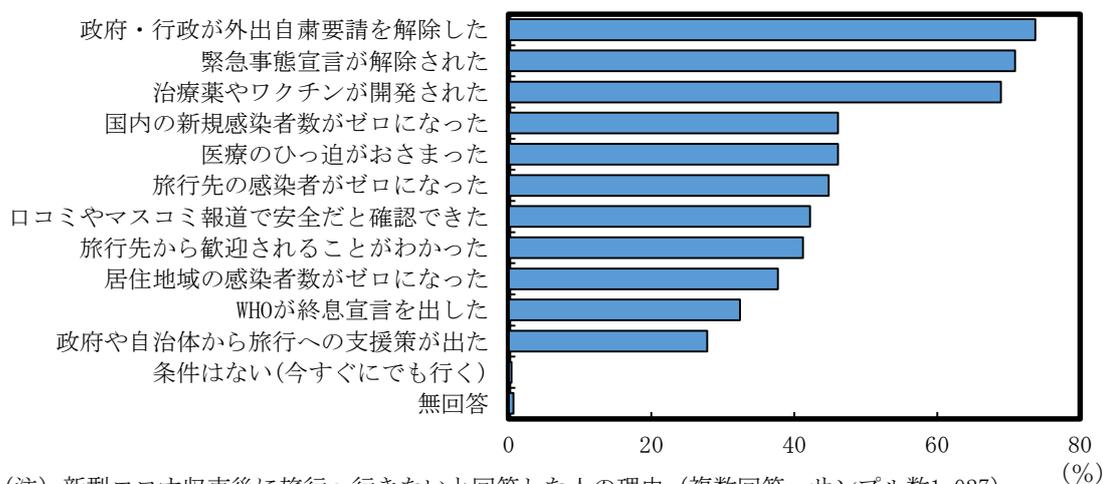
² 9月11日に実施された新型コロナウイルス感染症対策分科会の第9回会合においては、最終的な判断は9月末ということになった。

³ 地域共通クーポンは旅行代金の15%分（1人1泊あたり6,000円（日帰り旅行は3,000円）が上限）が旅行者に配布され、宿泊日とその翌日（日帰りの場合は当日）に宿泊地（目的地）の都道府県とその隣接都道府県で利用できる。

⁴ 公益財団法人日本交通公社「[新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向](#)」

ている（**図表 1**）。結果を見ると、自粛要請や緊急事態宣言の解除、治療薬などの確立、医療のひっ迫収束に次いで、新規感染者数がゼロになることや報道等で安全だと確認できること、旅行先から歓迎されることなどを挙げた人も一定数見られる。とりわけ地方圏においては、新規感染者数がゼロで推移する地域も散見され、東京都や政府分科会の感染状況に対する判断が引き下げられたことで、「旅行に行っても大丈夫」という機運が高まり、東京都民以外も観光需要が喚起されることも考えられる。

図表 1：旅行再開の条件（国内旅行）



(注) 新型コロナ収束後に旅行へ行きたいと回答した人の理由（複数回答、サンプル数1,027）。（出所）公益財団法人日本交通公社資料より大和総研作成

また、都民がキャンペーンを利用することで、東京都にある旅行業者なども業績の回復が見込まれる。観光庁の「各都道府県の旅行業者・旅行業者代理業者・旅行サービス手配業者数一覧表（令和2年4月1日現在）」によると、全国に占める東京都の旅行業者・旅行業者代理業者・旅行サービス手配業者の割合は23.8%と全国で最も高い。主要旅行業者の旅行取扱状況速報（出所：観光庁）によると、7月の総取扱額は前年同月比▲87.4%と壊滅的な状況にある。国内の旅行関連業者の約4分の1を占める東京都がキャンペーンの対象となることのマクロで見た時の旅行業への経済支援効果は大きい。

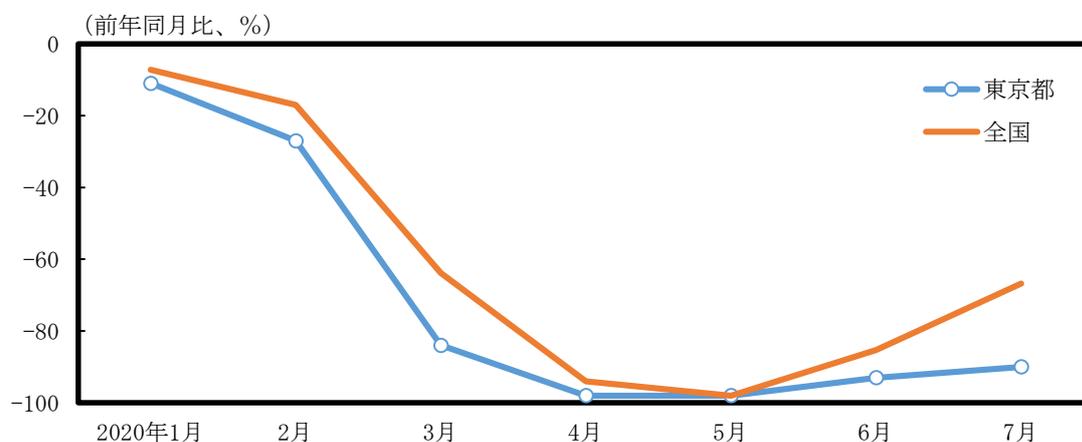
加えて、8月25日の赤羽国土交通大臣の記者会見によると、8月24日時点で宿泊事業者の約63%が、旅行業者の64%がGo To トラベル事業に参加登録申請した。東京都がキャンペーンの対象となることで、需要増加への期待から事業に参加登録する事業者が増加することも想定される。より多くの事業者が参加することは、利用者にとっても選択肢が広がるなどのプラスの効果も期待される。

東京都の宿泊業も底打ちへ

次に②について、東京都の宿泊者数の状況を見ると、緊急事態宣言解除後も前年同月比で9割減の状況が続いている（**図表 2**）。7月の全国平均は同▲56%と厳しい状況が続いているものの、

5月の同▲85%と比べるとボトムアウトしたとみられる。東京都に所在する宿泊施設を利用する旅行もキャンペーンの対象となることで、10月以降は緩やかにボトムアウトするだろう。

図表2：東京都の宿泊者数の推移

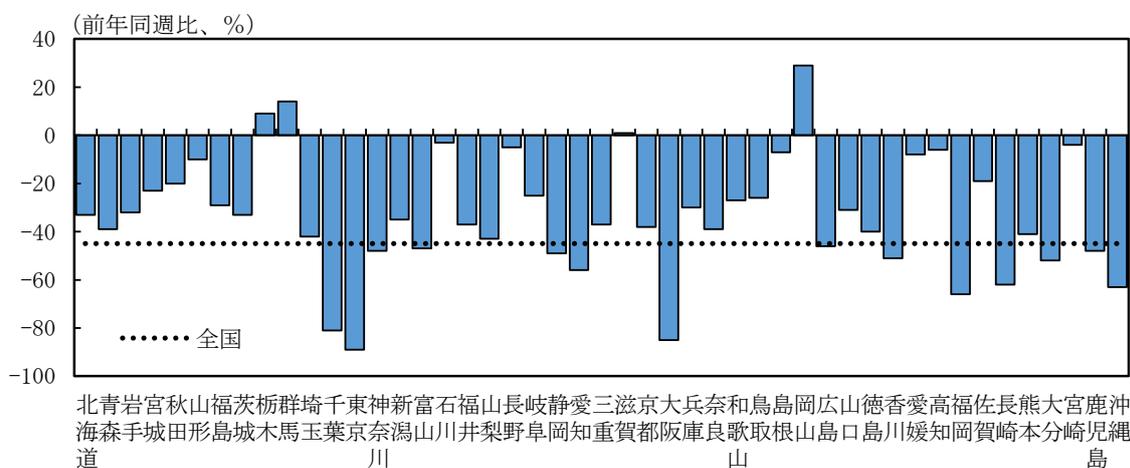


(注) 全国は週次データの単純平均値。

(出所) V-RESASより大和総研作成

また、**図表3**はGo To トラベルキャンペーンが開始された7月第4週の宿泊者数（前年同週比）を都道府県別に見たものである。地域ごとに回復状況が異なるものの、多くの地域ではGo To トラベルキャンペーンや自治体独自の旅行喚起策の効果もあり、前年同週比のマイナス幅が5月（同▲94～▲99%）から縮小している（出所：V-RESAS）。また栃木県や群馬県、滋賀県、岡山県では伸び率がプラスに転じた。一方、キャンペーンから除外された東京都や、その近隣の千葉県、7月に入り感染者数が再度増加した大阪府などは依然8割減の状況が続いている。都内の感染再拡大が落ち着くことが前提ではあるが、東京都の宿泊施設もキャンペーンの対象となれば、東京都や周辺地域の宿泊者数も回復に転じる公算が大きい。

図表3：都道府県別に見た7月第4週の宿泊者数動向



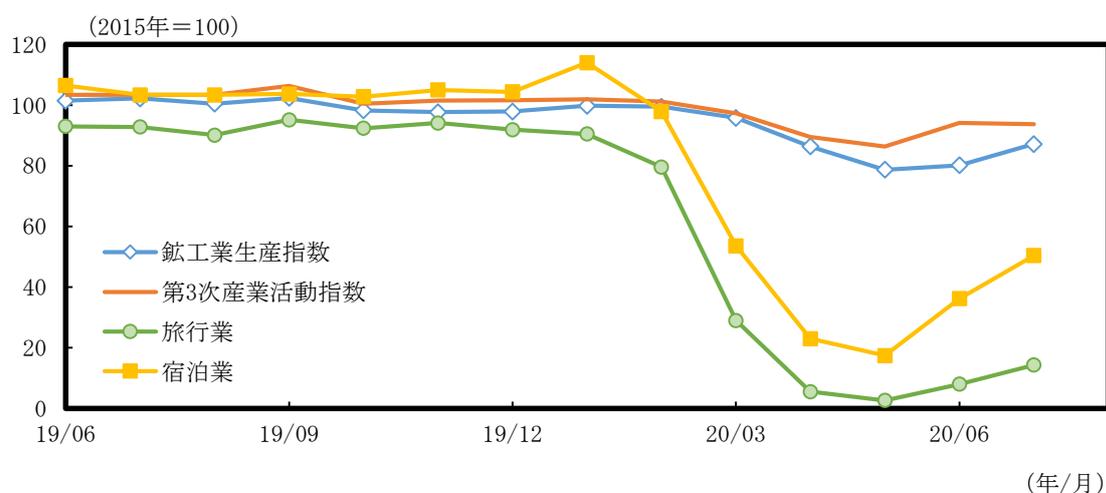
(出所) V-RESASより大和総研作成

緊急事態宣言の全面解除以降、日本経済は緩やかな回復基調にあり、鉱工業生産指数や第3次産業活動指数は持ち直している。他方、旅行業や宿泊業は6月に底打ちの兆しが見られたものの、水準は大幅に低下したままである（図表4）。

旅行業や宿泊業は移動や接触を伴うサービスである。インバウンド需要が当面期待できない中、新型コロナウイルス感染拡大が収束するまではコロナ禍前の状態に戻るのには難しいだろう。足元では感染状況が落ち着きつつあるものの、予断を許さない状況にある。宿泊業をはじめ、観光関連産業は今後も、感染拡大防止策を徹底したうえで、キャンペーンによる需要の回復との両立を図ることとなるだろう。

また、同時に宿泊業や旅行業はGo To キャンペーン終了後を見据えた取り組みも視野に入れるべきである。キャンペーンはあくまでも時限的⁵な需要回復施策であり、いずれ押し上げ効果は剥落する。上述の分科会が提言した「小規模分散型」のパッケージ旅行の企画や地域の魅力の情報発信、宿泊者の居住地によって価格設定を変えるなど、仮に他地域で感染が再拡大したとしても、継続的に需要が見込めるような取り組みも必要になるだろう。

図表4：鉱工業生産指数と第3次産業活動指数



(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

⁵ Go To トラベル事業の取扱要領によると、事業終了は、予算を使い切った場合、あるいは、2021年3月15日までとなっている（商品の販売期間は2021年1月31日までとなっているが、目安の記載であり具体的な終期は予算の執行状況を見て改めて公表される予定である）。