

2020年10月15日 全7頁

# 緊急事態宣言解除後の地域別観光動向/ Go To トラベルキャンペーンのインパクト試算

ローカルツーリズムが回復に寄与するも、依然厳しい状況が続く

経済調査部 エコノミスト 鈴木雄大郎

## [要約]

- コロナショックは宿泊業をはじめ、観光関連産業に大打撃を与えた。緊急事態宣言の発出や県をまたぐ移動の自粛などによって、5月の宿泊者数は2019年対比で▲84.1%と大幅に減少した。6月から前月比で増加傾向にあるものの、戻りは緩やかである。
- 6月以降の宿泊者数の回復要因を宿泊者の居住地別に分析すると、福島や栃木など一部の県では、居住者が自県内に宿泊する、いわゆるローカルツーリズムの需要増加が寄与した。多くの自治体では、政府のGo To トラベルキャンペーンに対して前倒しする形で独自の需要喚起策を打ち出している。自県内の宿泊需要が喚起されたのはキャンペーンに加えて、こうした独自施策の効果もあったと考えられる。
- Go To トラベルキャンペーンの経済効果を試算すると、直接効果で3.0兆円、間接効果で1.9兆円と見込まれる。また、経常利益を3.4兆円押し上げ、46万人の就業誘発効果があるという結果が得られた。
- 今後の観光需要を考える上では、宿泊者の大宗を占める県外からの観光客の需要回復がカギを握ることになろう。また感染収束後を見据え、特に地方部で遅れている外国人観光客の受け入れ環境の整備を加速させるべきだ。

## 足元までの宿泊業の動向

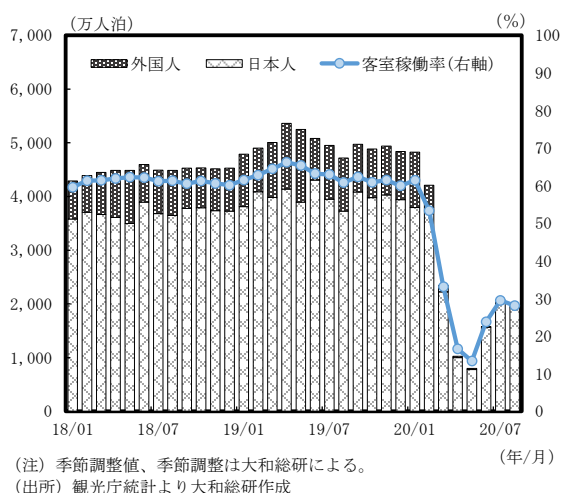
### 5月を底に回復に転じるも厳しい状況が続く

コロナショックは宿泊業をはじめ、観光関連産業に大打撃を与えた。緊急事態宣言の発出や県をまたぐ移動の自粛などにより、4月の延べ宿泊者数は2019年対比で▲79.6%、5月も同▲84.1%と大幅に減少した（大和総研による季節調整値、**図表1**）。6月に前月比で増加に転じたものの戻りは緩やかで、8月は回復が一服した。また、客室稼働率も2013年から2019年の平均である60%から、4月、5月は10%台に急低下した。緊急事態宣言の全面解除を受けて6月にボトムアウトしたものの、8月時点でも28.1%と依然厳しい状況が続いている。

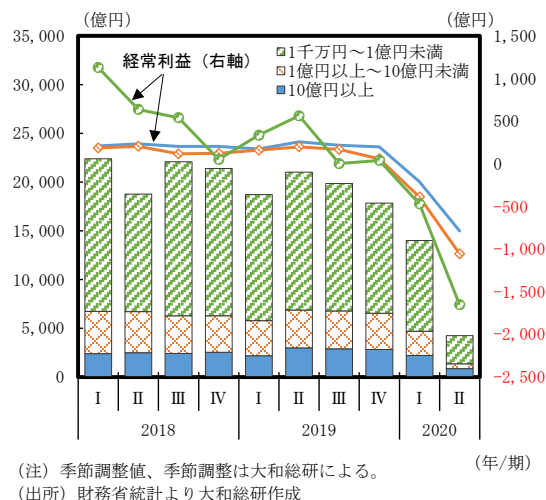
宿泊業の企業業績を見ると、2020年1-3月期の売上高は前期比▲22.0%、4-6月期は同▲68.6%と大幅に減少し、経常利益も1-3月期は▲0.1兆円、4-6月期は▲0.3兆円と2四半期連続の赤字となった（大和総研による季節調整値）。売上高を企業規模別に見ると、減少率が大きいのは資本金が1千万から1億円未満、1億円以上から10億円未満の中小・中堅の事業者が目立つ（**図表2**）。2016年以降、小規模事業者の売上高は増加傾向にあったが、これは訪日外国人観光客向けの小規模な簡易宿所（ゲストハウス等）の増加が要因として考えられる。コロナショックによって、日本人と外国人、両方の観光客もゼロに近い水準まで減少したことが小規模事業者の売上を直撃した。経常利益を見ても、小規模事業者の赤字幅が相対的に大きい。

他方、国土交通省が実施した関係業界へのアンケート調査<sup>1</sup>によると、2020年9月30日時点で既に8割程度の施設が資金繰り支援策または雇用調整助成金を給付済みもしくは申請済みであり、こうした政策対応の効果などによって、倒産件数の急増などの兆候は本稿執筆時点では確認されない。また帝国データバンクによると、「ホテル・旅館」の新型コロナウイルス関連の倒産件数は10月14日時点で59件であった。

図表1：延べ宿泊者数と稼働率



図表2：資本金別宿泊業の売上高と経常利益



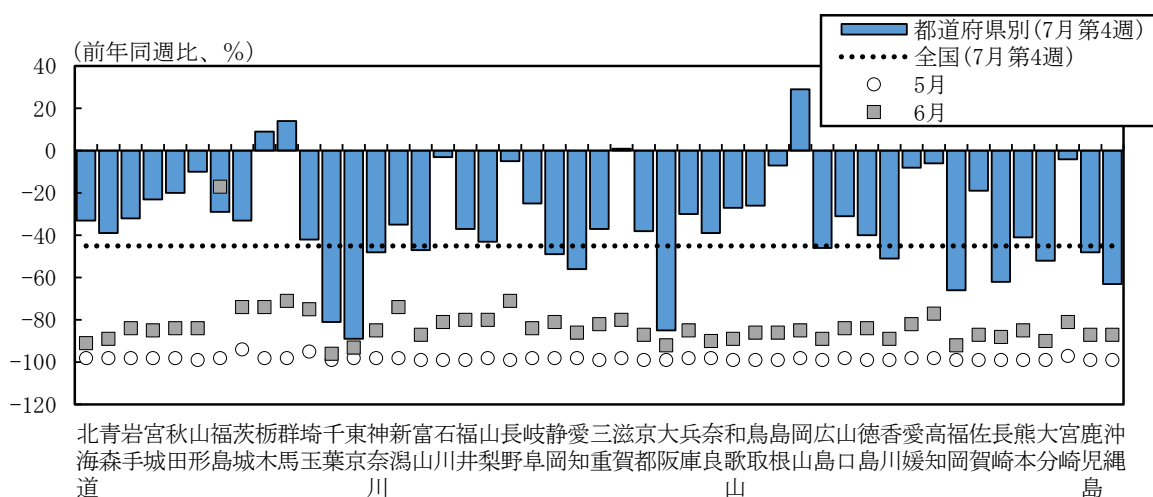
<sup>1</sup> 国土交通省「新型コロナウイルス感染症による関係業界への影響について」（令和2年9月30日時点まとめ）

## Go To トラベルキャンペーンは順調な滑り出し

次に宿泊者数を都道府県別に見ていこう。図表3はGo To トラベルキャンペーン<sup>2</sup>が開始された（東京都発着を除く）2020年7月第4週の宿泊者数の動向（前年同週比）を見たものである。全国平均は前年同週比▲45%と厳しい状況が続いているものの、ボトムである5月に比べると観光需要が回復している様子が見える。地域別に見ると、キャンペーンの効果に加えて後述する自治体独自の旅行喚起策も需要回復に寄与したとみられる。栃木や群馬、滋賀、岡山では宿泊者数が前年同週比でプラスに転じた。例えば岡山では7月3日より「おかやま自慢！再発見キャンペーン」として、県民を対象に1人1回限定で県内の宿泊施設の1人当たり利用料金が5,000円引きとなるクーポンを配布している。

一方、キャンペーンから除外された東京や、7月に入り新規感染者数が再度増加した大阪などは依然として前年同週比8割減の状況が続いている。このように、宿泊業の需要回復には地域ごとに濃淡が見られる。

図表3：都道府県別に見るGo To トラベルキャンペーン開始直後（7月第4週）の宿泊者数



(出所) V-RESASより大和総研作成

## 宿泊者の居住地別の分析：ローカルツーリズムが全体を押し上げ

都道府県別の宿泊者数の動向をより細かく見ていこう。図表4は都道府県別・宿泊者の居住地別に寄与度分解したものである。前述のように5月は全都道府県で9割を超える減少率を記録したが、どの地域も県内、県外在住いずれも寄与度がマイナスになっていた。6月以降は多くの地域で減少率が縮小傾向にあり、7月にはマイナス幅が一桁、あるいはプラス転換した地域も見られるようになった。

とりわけ6月以降、福島や栃木、石川、岡山など一部の県では、居住者が自県内に宿泊する、いわゆるローカルツーリズムが宿泊者数の回復に寄与したことが分かる。岡山では7月の県内

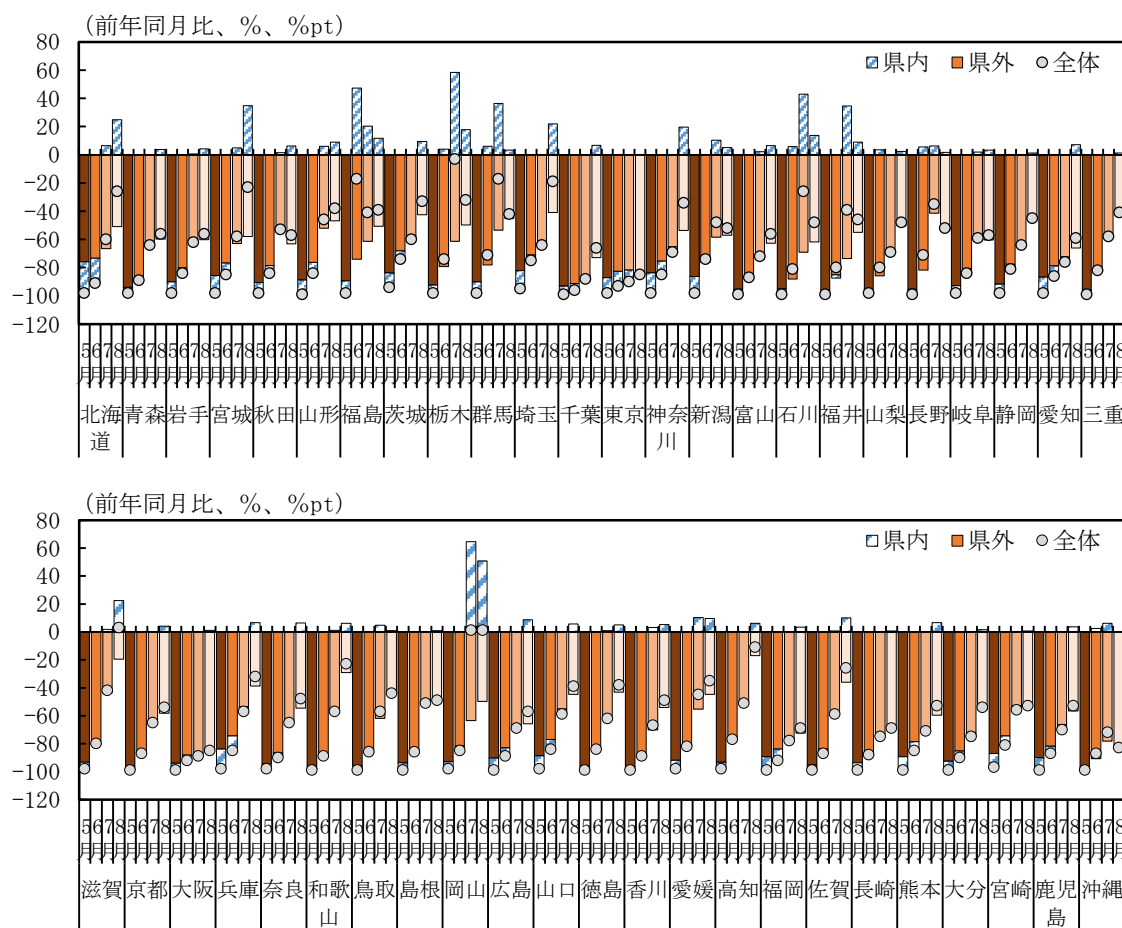
<sup>2</sup> Go To トラベルキャンペーンの詳細は鈴木雄太郎・和田恵「[Go To キャンペーンは観光業の起爆剤となるか？](#)」（2020年6月25日、大和総研レポート）を参照。

居住の宿泊者数が前年同月の13倍に増加し、栃木、石川、福井などでも10倍以上に増えた。緊急事態宣言解除後、多くの道府県ではローカルツーリズムを後押しする需要喚起策が打ち出されている。これは2020年度第1次、第2次補正予算に組み込まれた「新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金」などが活用されている。

ただし寄与度を見ると、県内在住宿泊者が宿泊者数に占める割合は低く、全体を大きく押し上げた地域は上述の10倍を超えた地域に限られる。他の地域でも前年比二桁の伸び率を記録しているものの、宿泊者全体に占める割合は非常に低く、宿泊者全体を押し上げるほどのインパクトはない。

8月に入り、多くの都道府県では宿泊者数の前年同月比のマイナス幅がさらに縮小している。また自県内宿泊者が押し上げた地域数も増加している。一方、6、7月に県内居住者の宿泊者数が大幅に増加した地域では、8月に入り、その伸びが鈍化している。また、東京や沖縄などは8月時点でも前年同月比▲80%超の減少が続いており、宿泊業への逆風が吹き続けている。

図表4：都道府県別・宿泊者の居住地別の宿泊者数の動向



(注) 5、6月の寄与度は大和総研による推計値。

(出所) V-RESASより大和総研作成

## Go To トラベルキャンペーンのマクロインパクト

### 直接効果で 3.0 兆円、間接効果も加えると 4.9 兆円

観光庁によると、7月22日から9月15日までのGo To トラベルキャンペーンの利用実績は少なくとも約1,689万人泊、割引支援額は少なくとも約735億円であったという。2019年の国内旅行者の平均消費額を前提に、費目別にGo To トラベルキャンペーンの政策効果を試算すると3.0兆円（ツアーなどの参加費として0.4兆円、交通費で0.7兆円、宿泊費で0.8兆円、飲食費、買い物代でそれぞれ0.4兆円、娯楽等サービス費で0.2兆円）の直接効果が見込まれ、これに間接効果（波及効果）を加えると4.9兆円となる。

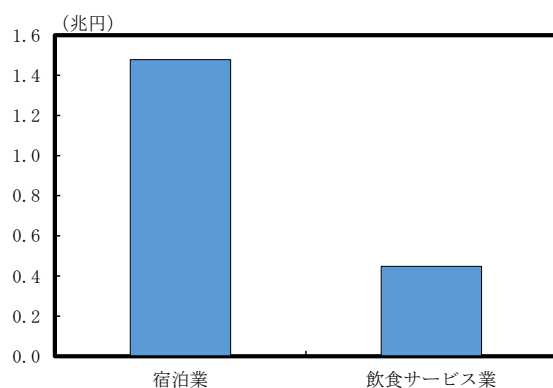
ただし、ここで示した試算結果は1.4兆円の予算額に対して、どの程度の経済効果がもたらされるのかを示したものであり、本キャンペーンがなくても行われていたであろう旅行支出の代替が含まれている。キャンペーンの利用条件は過去の旅行需要喚起策と比べても厳しくなく、こうした代替が発生しやすい。そのため実際の個人消費の純粋な押し上げ効果は試算結果よりも小さくなる可能性がある点には留意が必要である。なお、この試算結果は予算が全額執行された場合のものであるが、上述の通り9月中旬までの利用実績を踏まえると、事業期間内（2021年3月15日まで）に全額執行されると想定することは可能だろう。

### 経常利益は 3.4 兆円押し上げ、就業誘発効果は 46.4 万人

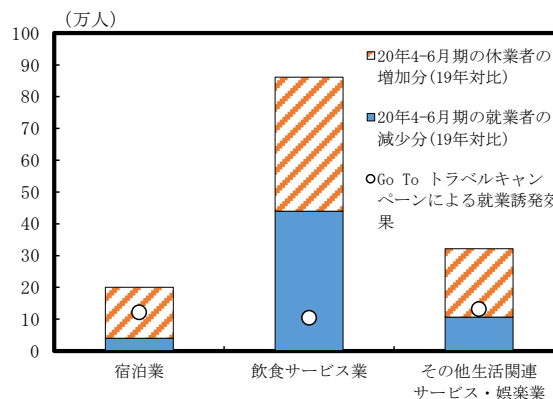
企業業績に与える影響を試算すると、キャンペーンは直接効果として全産業の経常利益を2.1兆円、間接効果を含めると3.4兆円押し上げるという結果が得られた。業種別に見ると、宿泊業の経常利益を直接・間接効果合計で1.5兆円押し上げ、飲食サービス業を直接・間接合わせて0.4兆円押し上げる（**図表5**）。宿泊業については、上述の1-3月期、4-6月期の経常赤字を埋め合わせるインパクトを持つ。

さらに就業誘発効果を試算すると、キャンペーンによって宿泊業の就業者数を12.1万人、飲食サービス業を10.4万人増加させ、他の業種も合わせると、46.4万人の就業者を増加させるという結果が得られた（**図表6**）。2019年の宿泊業、飲食サービス業の就業者数はそれぞれ、65万人、356万人であったが、2020年4-6月期にそれぞれ2019年対比で4万人、44万人減少した（大和総研による季節調整値）。8月の就業者数はそれぞれ2019年対比で6万人、24万人（同）の減少となり、飲食サービス業では6月を底に増加に転じたものの、宿泊業の就業者数は宣言解除後も減少している。調査時期は月末1週間であるため、7月からはGo To トラベルキャンペーンなどの効果が含まれているものの、就業者数の増加にさほど寄与していないようだ。ただし就業者の中身を見ると、4-6月期で18万人だった休業者数は7月に6万人、8月は5万人まで減少している。宿泊業では緊急事態宣言期間中に休業者として多くの雇用が維持されたため、キャンペーンの開始が就業者数の増加にすぐには結びつかなかったと考えられる。

図表5：経常利益に与える影響



図表6：就業者数に与える影響



(出所) 総務省、財務省、観光庁統計より大和総研作成 (出所) 総務省統計より大和総研作成

## 今後の動向—アフターコロナを見据えた準備を

### キャンペーン終了後の需要剥落懸念

今後の観光需要を考える上では、宿泊者の大宗を占める県外からの観光客の需要回復がカギを握ることになる。6、7月は上述のローカルツーリズムが宿泊者数を押し上げたものの、これは一時的なものにすぎない。というのも、多くの自治体が実施している宿泊旅行の需要喚起策は予算規模が小さい上、対象期間が短いものが多く、Go To トラベルキャンペーンが開始されるまでの、いわば「ワンポイントリリーフ」である。とりわけ地方圏では人口規模が小さいところが多く、県内宿泊のリピーターは多くないことが想定される。

他方、今後はGo To トラベルキャンペーンの効果が本格的に発現するとみられる。当初キャンペーンから除外されていた東京発着の旅行も10月1日から対象に加わったことは需要回復に追い風である。地方の宿泊業や観光業にとって業績改善が期待できることに加えて、除外対象となっていた都内の宿泊業や観光業の業績も底打ちすることが見込まれる。加えて、拙稿「[Go To トラベルキャンペーン東京都除外解除の影響](#)」(2020年9月14日、大和総研レポート)でも指摘したように、東京都や政府の新型コロナウイルス感染症対策分科会の感染状況に対する判断が引き下げられたことが旅行マインドの回復に寄与し、東京都民以外の観光需要も喚起されることが考えられる。

一方、政策効果が大きい分、制度終了後に需要が大幅に減少することが懸念される。一部では政策の延長を求める声が上がっているが、延長する際には割引率を段階的に引き下げるなどの工夫を行い、延長後の制度終了による需要の急減を回避することが求められるだろう。また、これまでの政策効果の検証を行い、浮かび上がった課題に適切に対応するための制度の見直しも行うべきである。

2020年10月の地域経済報告(さくらレポート)を見ると、「『Go To トラベル』の押し上げ効果はみられるが、他の宿泊客との接点が少ない離れ型の個室や割引額の大きい高価格帯の客室に人気は偏っており、それ以外の客室との間で二極化の傾向がみられる」(大分〔宿泊〕)や「政



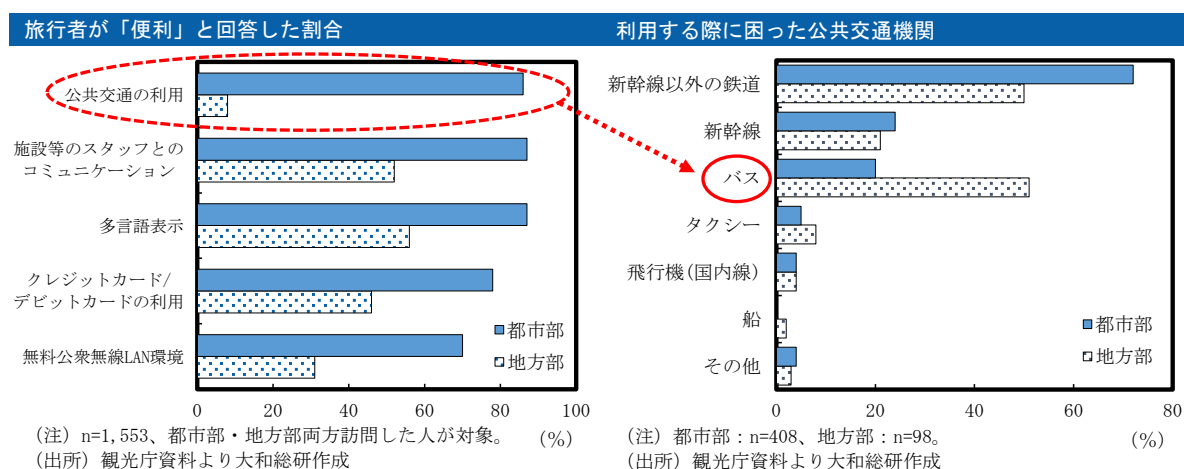
府等による旅行需要喚起策の効果はみられるが、道内客による連休やお盆休みの利用に限られており、観光最盛期にもかかわらず平日の利用が不振。このため、売上はなお前年比 6 割減と厳しい」（札幌[宿泊]）といったコメントが見受けられる。一律で 35% の値引きという形ではなく、5,000 円、10,000 円といった金額での値引きに変更したり、平日と休日で割引率を変更<sup>3</sup>したりするのも一案だろう。また、前掲脚注 2 のレポートでも指摘した通り、人気の観光地とそうでない地域で客足の回復にばらつきが出ている可能性も否定できない。場合によっては地域ごとにも割引率を変更するなどといった柔軟な対応も求められるだろう。観光需要の分散は感染リスクの低減にもつながるはずである。

### インバウンド需要回復に向けた受け入れ環境の整備を

さらに政府は 10 月 1 日からビジネス上必要な人材に加え、留学、家族滞在等など中長期の滞在者の入国を再開することを決定した。人数は 1 日当たり 1,000 人程度と非常に少ないものの、インバウンド受け入れ再開に向けた第一歩となるだろう。コロナ禍まで急速に拡大していたインバウンド需要の回復は、地方経済の活性化には必要不可欠なピースである。

観光庁は受入環境（多言語表示、通信環境、公共交通など）の現状及び課題を明らかにするため、訪日外国人旅行者に対して 2019 年 9～12 月にアンケート調査<sup>4</sup>を実施した。この結果のうち、都市部・地方部両方訪問した人が、それぞれ「便利」と回答した割合を**図表 7 左**に示したが、「公共交通の利用」や「無料公衆無線 LAN 環境」において「便利」と回答した割合は地方部でとりわけ低い傾向が見られる。また、公共交通機関については地方部で「バス」を利用する際に困ったと回答した割合が高い（**図表 7 右**）。外国人観光客の入管規制が緩和・解除された折には地方の観光地が万全の状態を受け入れられるよう、フリーWi-Fiの整備や多言語表記のガイドブックの作成、プロモーション活動の準備などを今のうちに進めるべきだろう。観光需要の回復が地域経済の活性化につながることを期待したい。

**図表 7：訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート調査の結果**



<sup>3</sup> 既に価格設定段階において、平日と休日で価格差を設けている施設もある。

<sup>4</sup> 観光庁「令和元年度『訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート』」（2020年3月19日）