



「新型コロナウイルス感染症による観光業関連事業所の 影響に関する調査」報告書

1. 調査概要

2020年から始まった新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、観光業は前例のない打撃を受けている。本研究室では、コロナ禍における観光業の経済的影響の実態と、経済支援策の実施効果および政策上の課題を把握することを目的とし、愛知県西三河地域を対象に観光関連事業所を対象とするアンケート調査を実施した。本稿ではその一部の結果を報告する。

1) 調査期間

2021年11月29日～2021年12月19日（左記調査期間後に返送された調査票も結果に反映している。）

2) 調査実施主体

豊橋技術科学大学，建築・都市システム学系，社会システム研究室，崔 明姫，渋澤 博幸

3) 調査対象

観光情報サイト「西三河ぐるっとナビ」に登録されている宿泊施設，飲食店，お土産店，観光関連事業所を対象に，計 824 部の調査票を配布した。なお，本調査は無料公開，無料入場の自然公園，観光施設，観光イベントなどは調査対象外とした。

4) 調査方法

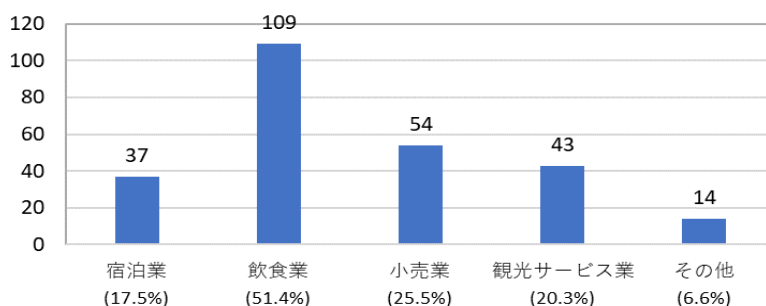
郵送による配布と回収

2. 回収状況

配布した 824 件の調査票のうち，73 件が回答不可のため返送され，実際に届いた調査票は 751 件である。回答不可で返送された 73 件には，「閉業」または「食ベログ上掲載保留¹」のお店が 53 件，「住所不明」が 11 件，「住所間違い・移転」が 1 件，「夏のみ営業の事業所」1 件があった。

業種別の回収件数を図 1 に示す。飲食業の事業を持つ事業所は 109 件でもっとも多く，その次は小売業 54 件，観光サービス業 43 件，宿泊業 37 件，その他業種が 14 件であった。なお，ここで観光サービス業とは，遊園地，観光農園，キャンプ場，潮干狩，美術館，文化交流施設などを指す。その他業種は主に工芸品やお土産などを製造販売している事業所であり，回収件数は少ないが，不動産とレンタカー関連の事業所も含まれている。

¹ 「食ベログ上掲載保留」とは，食ベログサイト上で，休業期間が未確定，移転・閉店など，店舗の運営状況の確認が出来ないため，掲載保留としているお店です。



※ () のパーセンテージは総回収件数に占める割合を示す。

図1 業種別の回収状況 (複数回答, n=212)

3. 調査結果

1) 感染拡大防止対策の実施状況について

図2に事業所の感染拡大防止対策の実施状況を業種別に示す。パーセンテージは当該感染防止対策を実施する事業所の割合を示す。業種や営業活動の形態によって実施される対策は異なるが、「アルコール消毒液の設置」、「施設内の定期的な換気」、「お客様へのマスク着用のお願い」などの基本的な対策はすべての事業所で一般的に実施されていることが分かる。その以外の感染防止対策について業種別にみると、接客を中心とする飲食業、宿泊業、観光サービス業においては「お客様へのソーシャルディスタンスのお願い」、「施設内定期的な消毒」などの対策が多く実施されていた。また、飲食業では「テイクアウトサービスの導入」が半分近くの事業所で行われ、コロナ禍を乗り切るため、サービス提供方法の変更などの取り組みが行われていることが考えられる。

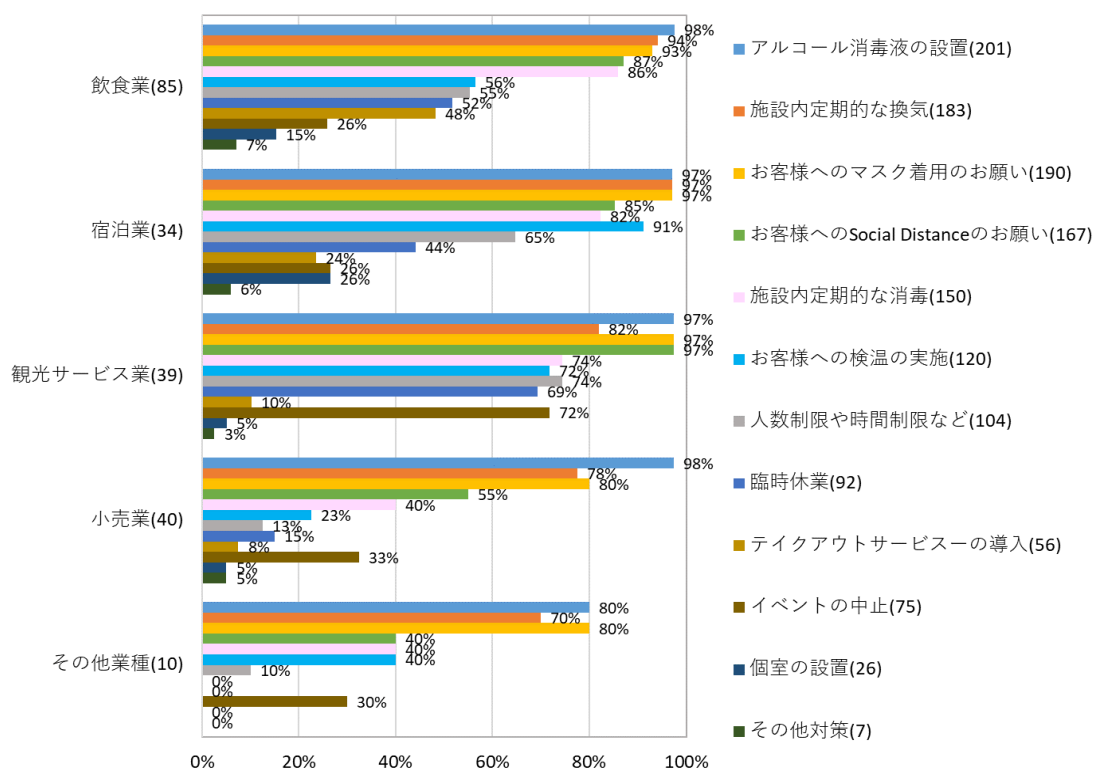


図2 業種別の感染防止対策実施状況 (n=208)

2) 事業所売上額への影響について

図3にコロナ前後の売上額の変動を示す。左側の縦軸は1社あたりの四半期別平均売上額(万円)を示す。薄い色の縦棒は2019年度(コロナ前)の平均売上額、濃い色の縦棒は2020年度と2021年度(コロナ後)の平均売上額を示す。また、右側の縦軸は2019年度の同時期と比較した場合の2020年度以降の回復率を示す。すなわち、赤い線グラフが100%まで達した場合はコロナ前の水準に回復したと言える。

業種別にみると、宿泊業の売上額の減少がもっとも大きく、第1回目の緊急事態宣言の2020年度4月～6月期はコロナ前の25%まで減少していた。その後Go Toトラベル事業の実施により回復傾向が見られるが、2021年度7月～9月期にはコロナ前の49%にとどまっている。県を跨ぐ移動自粛が呼びかけられている中で、県外の観光客が大きい割合を占める宿泊業は他の業種に比べ、深刻な影響を受けていることが考えられる。観光サービス業においては、第1回目の緊急事態宣言の2020年度4月～6月期に大きく減少したが、その後回復傾向が見られ、全業種の平均水準より高い回復率を示した。また、飲食業と小売業については、コロナ後の全時期において売上額の減少があり、感染拡大と収束の時期やGo Toトラベルの実施にともなう売上額に大きな変動は見られなかった。西三河地域において、Go Toトラベルの実施が宿泊業以外の関連産業の回復を牽引するまでの効果はなかったことを示唆する。

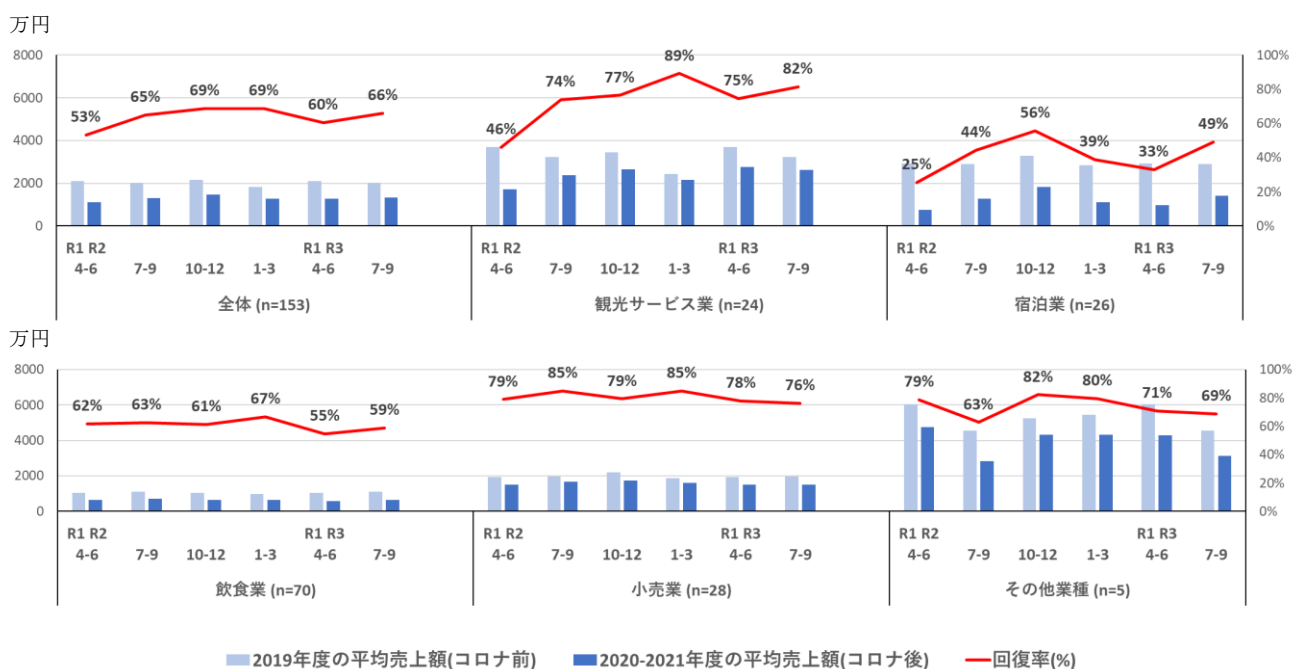


図3 業種別の売上額への影響 (n=153)

3) 事業継続のための支援策の実施効果について

国、県、市町で実施された経済支援策の効果を調べるために、各事業所が利用した政策を対象に「とても効果的だった(5点)」、「ある程度効果があった(4点)」、「どちらともいえない(3点)」、「あまり効果がなかった(2点)」、「全く効果がなかった(1点)」の5段階に分けて設問した。その回答結果を項目別に平均点を求め、図4に示す。平均点が4点以上の比較的に評価が高い支援策は、国の「持続化給付金」、「休業支援給付金」、「雇用調整助成金」および市町で実施された「感染予防のための環境整備、設備投資等の補助金」であった。

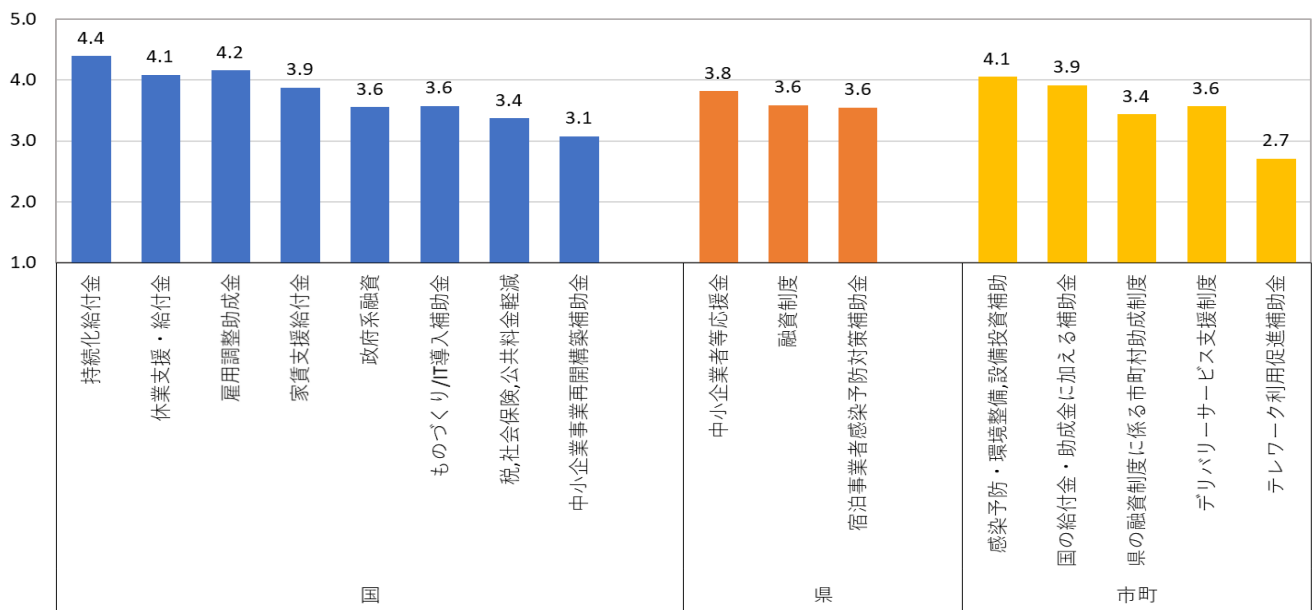


図4 公的支援策に対する評価 (n=149)

4) 商品割引制度の実施効果について

商品割引、クーポンの発行などの政策について実施効果を調べた(図5)。上記の給付金、助成金、補助金などの支援策に比べ、平均点4点以上の政策はなく、全体的に低い評価となった。平均点3点以上の政策をみると、「Go To トラベル」は宿泊業のみで、「地域共通クーポン」は宿泊業と飲食業で、市町の「商品券・食事券の発行」は飲食業と小売業で効果があると回答された。県が実施した「LOVE あいちキャンペーン」と「あいち旅eマネーキャンペーン」については知名度が低く、割引制度があることを知らなかったとの回答が多くみられた。

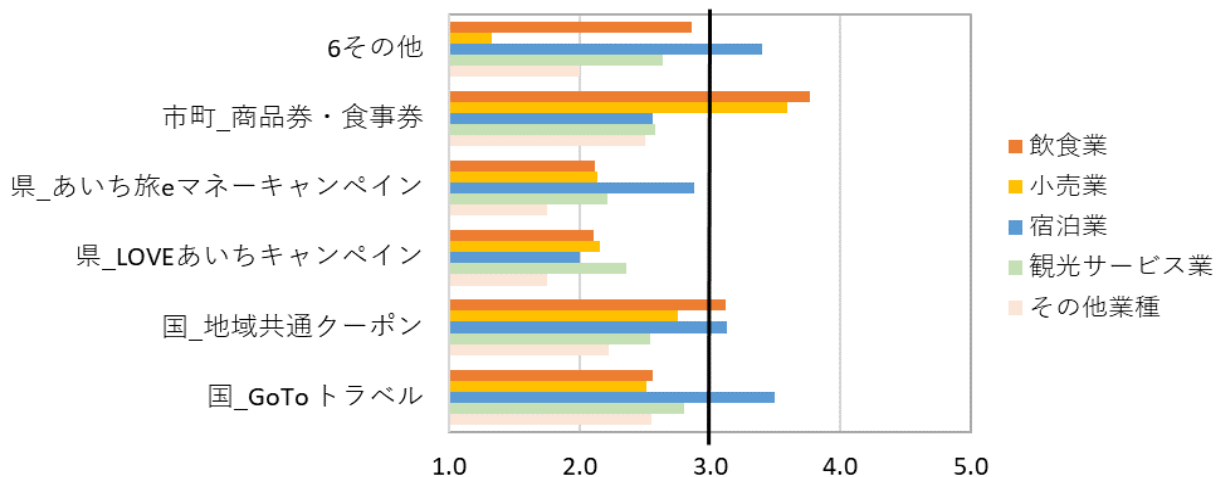


図5 商品割引制度の実施効果 (n=175)

5) 今後重要と思われる支援策について

以下の項目のうち、今後重要と思われる観光支援策について複数回答を設け、その結果を図 6 に示す。

- | | |
|--------------------|----------------------------|
| 1 Go To キャンペーンの再開 | 7 近隣観光の推進 |
| 2 愛知県独自の観光客誘致策の再開 | 8 新しい生活様式に対応した観光サービス提供への支援 |
| 3 支援金・持続化補助金などの拡大 | 9 コロナ収束後の安全安心な観光の推進と PR |
| 4 資金繰り・融資支援の拡大 | 10 今後のインバウンド回復に向けた取り組み |
| 5 休業支援・雇用支援の拡大 | 11 将来の見通しおよび的確な情報提供 |
| 6 感染拡大防止対策への補助金の拡大 | 12 その他、具体的に_____ |

各業種における回答割合がもっとも高い5つの政策をグラフに示している。観光サービス業（公共）を除くすべての業種では「支援金・持続化補助金などの拡大」が重要であると回答された。その以外に「コロナ収束後の安全安心な観光の推進と PR」、「新しい生活様式に対応した観光サービス提供への支援」などがあげられた。また、宿泊業をはじめ、観光サービス業、小売業では「Go To キャンペーンの再開」が相応に選択された。さらに、どの業種においても「将来の見通しおよび的確な情報提供」が重要であると回答され、前例のない感染拡大が続くなかで、営業活動の展開や事業継続における不安が広がっていることが考えられる。

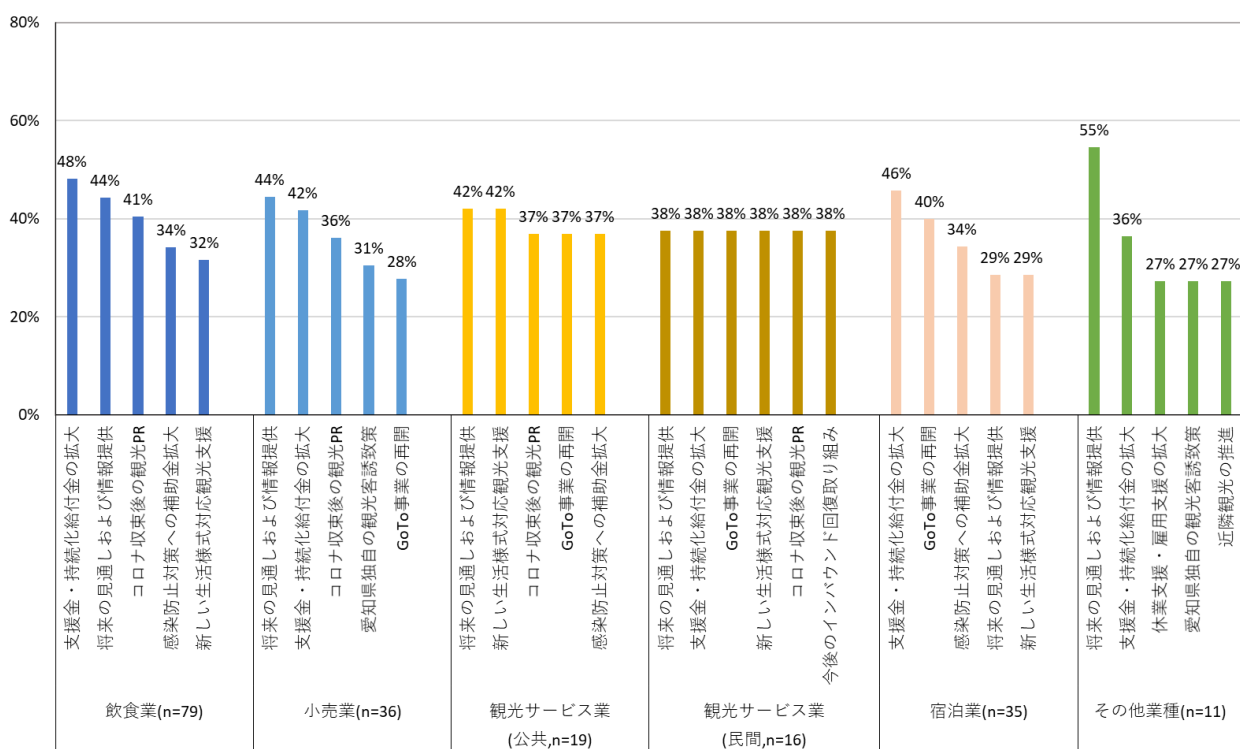


図 6 業種別の重要と思われる観光支援政策・もっとも高い比率5つ (n=196)

※観光サービス業（民間）は、もっとも選ばれた同比率の6つの項目をグラフに示している。

以上。