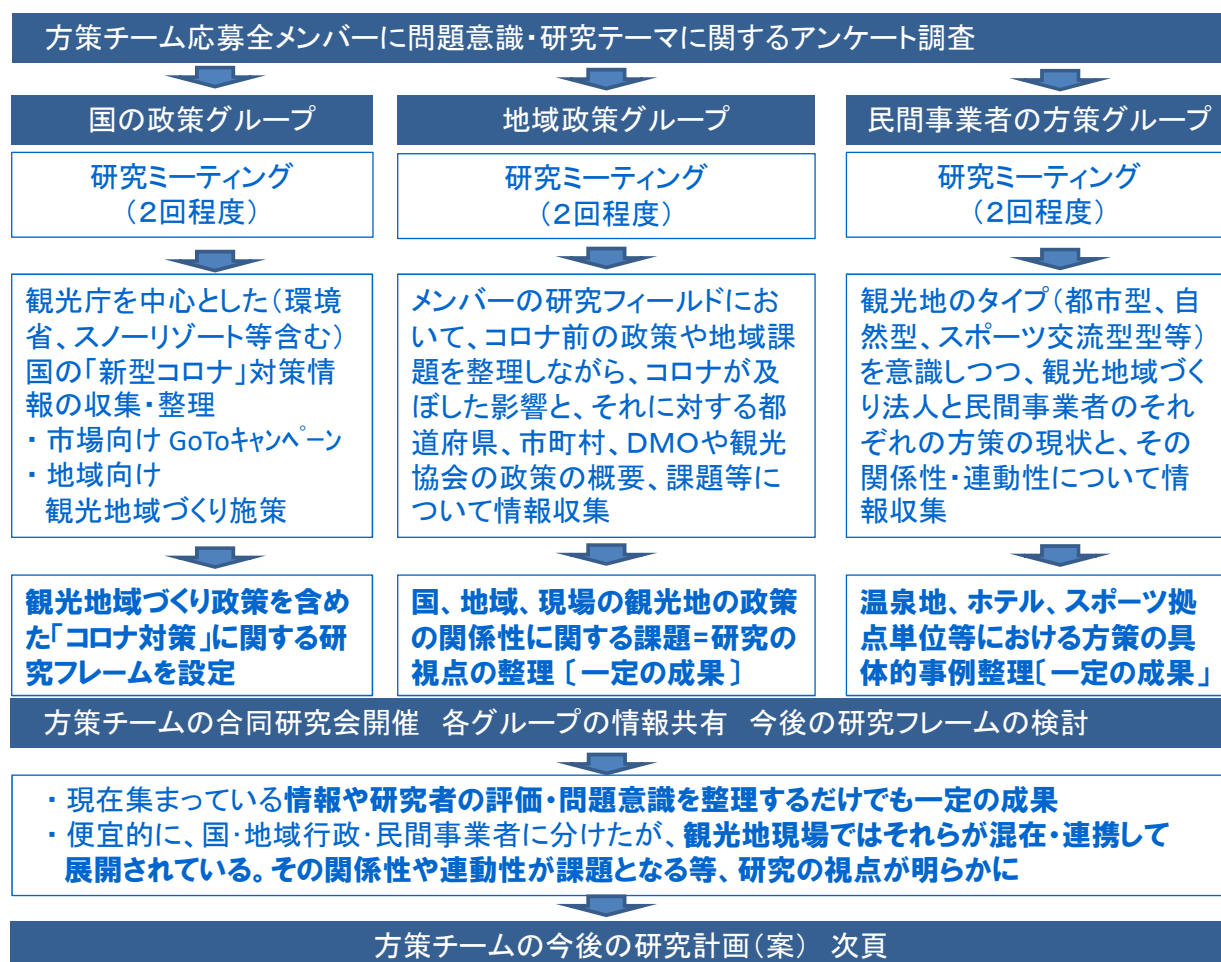


方策チームの調査研究の進捗状況 および今後の進め方

2020年 9月 12日

梅川・大西・熊谷



① 方策の実態、効果、課題の定量検証

(国)、都道府県・主要市町村、DMO等の方策の実態、効果、課題を定量的に検証する調査
一体的に捉え、その関係性を重視

調査イメージ JITRの看板だからできる悉皆、一定規模の調査
○全都道府県・主要市町村観光部局へのアンケート調査
来年度の政策・予算／今年度の政策の効果／課題
○全国の主要なDMOを対象としたアンケート調査
コロナ禍における観光地域づくり方策／効果／課題

既往調査との関係

全都道府県のコロナ対策政策に関わる既存調査 観光経済新聞等
主要観光協会、DMOの コロナ方策に関わる既存調査 日本観光振興協会等

対象地のタイプや特性に基づく分析

効果検証にはアンケート調査のタイミング重要

② 観光地域づくりリーダーのみる方策と効果の評価、課題の定性検証

観光地現場で、観光行政リーダーや、DMOや観光地域づくりに関わるNPOリーダーの考え、評価を定性的に把握する調査

調査イメージ JITRの看板だからできる
○全国の観光地域づくりリーダーへのヒアリング調査
国や地域行政の政策の評価、効果把握、課題
○ポストコロナに必要な視座や具体的な方策
イメージとして10ヶ所程度



各メンバーから情報を収集しながら、②で傾倒的なヒアリング調査に

各メンバーの研究フィールド、研究スタンスによる情報共有(研究会継続)

メンバーの研究フィールド、研究スタンスを尊重しながら、方策の実態、効果、課題に関する研究を継続し、定期的な研究会を継続。⇒ 観光地タイプや地域特性、エリア特性に応じた考察

方策チームの今後の研究計画を進めるにあたっての検討事項

- 全国規模のアンケート調査等の実施に関わる費用や体制の確保
⇒ 他の調査主体(日本観光振興協会)等との連携
⇒ あるいは、学会独自の予算を確保
⇒ もちろんできるだけGoogleフォーム等のオンライン調査を活用
- 本特別研究プロジェクトの期間の確保
⇒ with コロナの政策の効果検証をするとすれば、一定の期間必要
⇒ post コロナの政策の実態把握のためにも時間が必要
- コロナ禍も当初想定よりも長期化？
イメージとして、2021年夏～冬頃までか？

地域政策グループの中間報告

	国	都道府県	市町村	観光地・DMO
南東北		福島県	郡山市	初澤
	国	山形県	山田	井上
		新潟県	佐渡	大蔵村 肘折温泉
		グリーンツーリズム推進協議会	バロリ	住宅都市 ⇒ 観光レク
大都市近郊		埼玉県	川越市	一番街商業組合
		山梨県 長野県	栃木県那須塩原町	南信州観光公社等DMO
長野	高橋	長野県	南木曾町	妻籠(愛する会)
	石山	長野県	上田、軽井沢、須坂	別所温泉、峰の原PV
温泉地	熊谷	三重県	鳥羽市	商工会議所・諸組織
	西川	京都・奈良	京都	奈良ホテル
		若林	湯布院温泉、小国町等	中島

2回の研究会を終えて メンバーの共有する留意点

- 自治体の政策と、民間事業者の政策、DMOの政策は切り離せないので、一体で捉えるべき
- 国 ⇄ 地域 ⇄ ステークホルダー(住民含む)の関係性への視点
- 都道府県の新たな役割(行動規制、ルール等は都道府県に依っている)
国と市町村の間で都道府県の政策がクローズアップ
- 都道府県の観光行政の新たなあり方
- 長期的な方策と、短期的な方策
- 時間軸 オーバーツーリズムが問題になっていた所が一挙にゼロになった
- マクロな視点 国内のあらゆる地域で同時多発的な影響が生じ、対策が急がれている。国内をマクロにみる視点(相互比較的な視点)が重要
- 新しい旅行形態の可能性について
- 旅行全体のエコシステム
- マイクロツーリズムが展開されているが、新たな地元観光の意義や可能性
- 観光関連産業(1次産業等)と観光との関係

2回の研究会を終えて 何となくのまとめ・熊谷が気になった点

(1) 都道府県の政策・取組

- 全ての都道府県で似たような政策・取組
- 全国の政策内容を調べても興味深い結果はあまり出なさそう
(観光経済新聞社等の既往調査もある)
- 一部の都道府県ではユニークな取組も(長野県、東京都等)
⇒ 政策が決まる過程でどのような課題や協議があったか

(2) 国、都道府県、市町村、DMO等の政策の整合性・連動性

- 認証制度 + キャンペーン
- 整合性が課題(国と都道府県、都道府県と現場)
- 単なるキャンペーンではなく、他の政策・取組と組み合わせ、効果をあげることが重要
- 機動力のある市町村と、そうでない市町村の格差

(3) 政策を考える上での要点

- これからのツーリズムで重要なのは「信頼」「ウェルネス」「責任」
- 市町村の中には、この時期に積極的な展開
那須塩原市では、入湯税をあげて、観光まちづくりに投資
- ポストコロナの視点
(インバウンドについても、新たな展開)
- 民間事業者や市民の試行錯誤を追跡することも重要
- スピード感が重要
(地域が抱えていた課題が加速して大きくなっている)

(4) 観光形態ごとの課題、可能性とそれに応じた政策

- グリーンツーリズム (補助金で何とか持続していたが、)
- 教育旅行(密になりやすい……………)

(5) コロナ禍だからこそ、または災禍を超えた先の希望

- 地域資源の再評価のステージ
- ワークーション ⇒ リゾート地、温泉地の新たな価値
- これまで観光が視野に入っていなかった住宅都市の観光・レクリエーション環境、観光まちづくりの展開（三鷹等）

既往調査1：観光経済新聞社による調査

調査分析主体：観光経済新聞社

調査方法：アンケート調査

調査対象：47都道府県の観光担当部課

調査内容：

- 2020年度当初予算の観光予算の金額と内容
- 新型コロナウイルス感染症への対策に関する観光関連の補正予算

発表：観光経済新聞

kankokeizai.com

新型コロナウイルス感染症対策として、補正予算などに計上した 観光振興、観光産業に係る事業(1)

【北海道・東北】

- ▽北海道＝観光誘客促進道民割引事業(宿泊施設等を利用する道内客を対象とした旅行商品の割引に対して支援)
- ▽青森県＝国内旅行需要回復緊急対策事業(観光需要の喚起に向けて「リモート観光」や県内宿泊モニターキャンペーンなどを実施)
- ▽岩手県＝観光宿泊施設緊急対策事業費(宿泊施設の経営継続のための支援金を支給するほか、感染症対策等に要する経費や県民の宿泊料を支援)
- ▽宮城県＝観光・宿泊・飲食事業者クラウドファンディング活用促進事業(クラウドファンディング事業について手数料等を補助)、観光宿泊プラン造成支援事業(旅行商品への割引補助)、小規模宿泊事業者支援事業(GoToキャンペーンと連動した小規模宿泊事業者に向けた補助)
- ▽秋田県＝観光による消費拡大緊急対策事業(県内宿泊施設で使用できるクーポンの販売、団体向けの県内旅行商品の造成支援)
- ▽山形県＝県民泊まって元気キャンペーン事業(観光需要のさらなる喚起に向け、県民が県内の旅館・ホテルで利用できる割引クーポンを発行)
- ▽福島県＝福島県観光周遊宿泊支援対策事業(観光需要の早期回復に向け、宿泊旅行の料金割引などを実施)

【関東】

- ▽茨城県＝県内宿泊促進事業(6月補正／県内宿泊事業者を対象とした宿泊料金の割引相当額の支援により観光需要を喚起)
- ▽栃木県＝県民一家族一旅行推進事業費(6月<1>補正／県民の県内宿泊旅行の料金割引を実施)
- ▽群馬県＝愛郷ぐんまプロジェクト(6月補正／県民の県内宿泊旅行の料金割引などを実施)
- ▽千葉県＝「ディスカバー千葉」宿泊者優待キャンペーン事業(6月補正／県内宿泊施設に宿泊した場合、抽選で1人当たり5千円分の割引、もしくはキャッシュバックが受けられるキャンペーンを実施)
- ▽東京都＝**宿泊施設非接触型サービス等導入支援事業**(6月補正／都内宿泊施設の感染防止に向けた取り組みを支援するため、専門家の派遣や施設整備などにかかる経費を助成)
- ▽神奈川県＝「地元かながわ再発見」推進事業(6月補正／県民限定で県内旅行の費用を支援)
- ▽山梨県＝県内観光産業反転攻勢支援事業費(6月補正／GoToトラベルと連携し、付加価値の高い滞在型旅行商品の販売を通じて誘客を促進)

【北陸信越】

- ▽新潟県＝県内宿泊需要喚起緊急対策事業(6月補正／県民の県内宿泊旅行の宿泊割引を実施)▽宿泊需要促進支援事業(6月補正／「Go Toキャンペーン」後もリピーターを確保するため、次回の宿泊予約に利用できる補助券のプレゼントキャンペーンを実施)
- ▽長野県＝長野県民支えあい観光産業緊急支援事業(5月専決／本格的な県外誘客に先駆け、県民による県内旅行や観光消費の拡大を促進。県民を対象とした宿泊割引、観光体験や土産物店等で利用可能なクーポン券の割引販売を実施)
- ▽富山県＝地元で泊まろう！県民割引キャンペーン事業(4月補正／県民に県内観光地の魅力を再発見してもらうために県内宿泊施設の県民割引キャンペーンを実施する)▽富山県ゴー・トゥ&ウエルカム・ホーム促進事業(6月補正／国のGo Toトラベルキャンペーンと連携した県内宿泊者への特典付与、誘客プロモーションの実施)
- ▽石川県＝県民向け県内宿泊応援事業(専決／県民を対象に県内宿泊旅行商品を割引で販売)▽GoToキャンペーンと連動した国内誘客の推進(6月補正／宿泊旅行商品購入者に特産品をプレゼント)▽温泉資源存続緊急支援事業(4月補正／源泉のポンプなどの共同管理にかかる経費を支援)
- ▽福井県＝宿泊事業者における「新しい生活様式」準備推進事業(5月専決／ガイドラインに基づいた宿泊施設の感染症対策の確認、対策済み施設のPR)▽新型コロナウイルス感染症収束に向けた県内観光推進事業(6月補正／県民向け宿泊プランの利用者に旅行代金の半額を割引)

【東海】

- ▽岐阜県＝”安心ステイ～ほっと一息、ぎふの旅”キャンペーンの展開(6月補正／県内、東海3県、全国に向けたプロモーション、周遊企画、宿泊企画を展開)▽「新たな日常」対応宿泊施設応援推進事業費補助金(6月補正／宿泊施設の感染症対策に要する施設整備経費を支援)
- ▽静岡県＝新型コロナウイルス感染収束緊急観光誘客対策事業費(当初補正／新しい生活様式に対応する観光地域づくりを推進するとともに、県内外からの誘客を促進するため、宿泊・周遊促進などを実施)▽新しい生活様式に対応する観光地域づくり(6月補正／同)
- ▽愛知県＝観光消費喚起事業費(6月補正／県民の県内旅行を促進するため、旅行商品の割引を実施)▽観光誘客地域活動事業費(6月補正／県内各地への誘客を図るため、地元の観光協会など観光振興を担う団体による観光誘客イベントなどを実施)
- ▽三重県＝県内観光関連産業緊急支援事業費(6月補正／バスを活用し安全・安心して旅行ができる県内周遊型旅行商品の支援)▽みえ観光の産業化推進委員会負担金(当初+6月補正／県民による県内周遊や、国のGo Toトラベルキャンペーンに連動した県外からの誘客促進を図る)

【関西①】

- ▽滋賀県＝旅の土産も思い出に事業(4月補正／県内観光施設などで使用できるクーポン付きガイドブックを作成し、宿泊旅行プランとして造成、販売する。さらに連泊者にはECサイトクーポン券を付ける)▽滋賀の宿泊施設応援事業(宿泊施設が実施する感染症防止対策などにかかる経費を補助する)
- ▽京都府＝観光事業者伴走型緊急支援事業(4月補正／経済的ダメージを受けた観光関連事業者に対し、支援制度を紹介するなど伴走型でサポートするとともに、感染拡大予防や販路拡大に向けた取り組みを行った観光関連事業者を支援)／「もうひとつの京都」観光誘客事業(6月補正／「もうひとつの京都」エリアへの宿泊者に対する特典付与キャンペーン、顧客データの構築、プロモーションの実施)
- ▽大阪府＝「大阪の人・関西の人 いらっしゃい！」キャンペーン(5号補正／府内宿泊施設が提供する本キャンペーン対象プランを利用した宿泊客に対し、20万人限定に1人1泊につき2500円分のキャッシュレスポイントを還元する観光キャンペーンを実施)

【関西②】

- ▽兵庫県＝宿泊施設における感染防止対策のための設備整備助成事業(6月補正／感染拡大予防ガイドラインを踏まえた対策を講じる宿泊施設を支援)▽「Welcome to Hyogoキャンペーン」宿泊割引支援事業(7月補正案／市町観光協会が指定する県内のホテル、旅館での宿泊につき、1人1泊2千円引きを実施。関西各府県、岡山、鳥取、徳島県在住者が対象)
- ▽奈良県＝県内宿泊キャンペーン事業(6月補正／観光需要の喚起に向け、県民の県内宿泊旅行の料金割引などを実施)▽新型コロナウイルス観光振興補助金事業(6月補正／観光施設などの感染症対策に必要な設備などの購入、観光需要回復のためのプロモーション、受入環境強化などの費用に対して補助を実施)
- ▽和歌山県＝県民リフレッシュプラン販売促進事業(6月補正／県民による県内宿泊施設などの利用を促進)▽和歌山県観光客あんしん受入環境整備事業(6月追加補正／観光関連事業者が実施する感染リスクを抑えるための大規模な投資を伴う施設整備などに要する経費を支援)

【中国】

- ▽鳥取県＝観光誘客V字回復事業(県民向け誘客キャンペーン)、段階的な観光需要回復事業(受入態勢整備や旅行商品造成)
- ▽島根県＝しまねプレミアム宿泊券(観光需要の喚起に向け、券面額5千円のプレミアム宿泊券を3千円で販売)
- ▽岡山県＝岡山自慢！再発見キャンペーン事業(県民限定の県内宿泊施設で使えるクーポンを発行)
- ▽広島県＝広島県宿泊事業者支援事業(県内宿泊事業者が実施する広島県民、中国地方各県・愛媛県民を対象とする各宿泊割引プランの造成に要する経費の補助)
- ▽山口県＝やまぐち観光需要喚起緊急対策事業(観光需要の喚起に向け、県内宿泊施設で利用可能なプレミアム宿泊券の発行等)

【四国】

- ▽徳島県＝県民みんながお出かけ！徳島の魅力再発見事業(県民に徳島の魅力を再発見してもらおう「とくしま観光キャンペーン」を展開するとともに、「Gotoキャンペーン」開始後は県外からの誘客を促進する取り組みを実施)
- ▽香川県＝県内宿泊促進事業(県内宿泊の宿泊料金を助成するとともに首都圏で情報発信を行う)
- ▽愛媛県＝県内観光促進事業費、県外観光客誘客促進事業費(ともに宿泊料金の割引)
- ▽高知県＝高知県観光リカバリーキャンペーン(県内で宿泊する旅行者の誘客に向けて交通費用を助成)

【九州・沖縄】

- ▽福岡県＝九州在住者を対象とした「福岡の魅力再発見」キャンペーンの実施（6月補正／県内の宿泊施設の宿泊料金割引、県内を周遊する旅行商品の割引の支援など）
- ▽佐賀県＝新型コロナウイルス感染症観光需要緊急対策事業（6月補正／新たな観光スタイルによるイベント開催や誘客対策など）
- ▽長崎県＝“ふるさと再発見”誘客対策事業（5月補正など／県内宿泊旅行に対する助成）
- ▽熊本県＝観光拠点支援事業（6月補正／宿泊施設の感染防止対策などを支援）
- ▽大分県＝おんせん県誘客回復推進事業（6月補正／九州、中四国、関西を中心とした情報発信と、旅行業者と連携した割引商品の造成などを支援）
- ▽宮崎県＝宿泊事業者誘客準備支援事業（4月補正／宿泊事業者が行う安全・安心の確保など受け入れ環境整備への支援や、県民旅行応援キャンペーンを実施）
- ▽鹿児島県＝ディスカバー鹿児島キャンペーン（6月補正／県民に県内観光を促す宿泊助成などを行うとともに、国の経済対策に合わせた誘客を促進）
- ▽沖縄県＝おきなわ彩発見キャンペーン事業（6月補正／旅行商品代金に補助を行い、県民の県内旅行需要を喚起）