

論文

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）と共存する観光振興モデル

小幡 千春

はじめに

2020 年に入り、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が世界中で猛威を振るった。2021 年 9 月時点の COVID-19 の感染者数は、全世界で約 2200 万人、国内で約 150 万人に上る。同時点の死者数は全世界で約 450 万人、国内で約 1 万 6000 人となった¹。

2020 年 4 月に国内で最初の緊急事態措置が要請されて以降、感染拡大防止のため、海外旅行のみならず国内旅行も控えられるようになった。加えて、日本の観光産業において、重要な役割を果たす「2020 年東京オリンピック・パラリンピック」は 2021 年に延期の後、開催された。これらの決定は 2020 年以後の旅行業・宿泊業などの観光関連産業に大打撃を与えた。

観光産業が COVID-19 を乗り越えさらに発展していくためには、流行以前の課題を克服しなければならない。そこで第 1 節では、日本の観光産業の歩みから課題と解決策を考察する。続いて、第 2 節では実施された COVID-19 抑制措置の効果を考察する。第 3 節では、観光産業の低迷期の状況を考察する。最後に第 4 節では、アフターコロナの観光政策としてふさわしい事業を考察する。

観光産業が復興するためには限られた地域の観光から始め、国内、海外へと段階的に観光客を受け入れていかなければならない。迅速な復興のためには、大規模な感染拡大を二度と起こさないことが重要である。

第 1 節 日本の観光産業の歩み

1.1 COVID-19 流行以前の観光産業の課題

日本では、第 3 次産業への労働者のシフトが進んできた。実際、第 3 次産業の就業者数割合は 1995 年では 62.7%であったが、2015 年には 71.0%まで増加した²。これに伴い、観光事業は拡大を続けてきた。特定の観光地では、可能な限り多くの観光客を誘致することで収益を増大させようとする構造が出来上がり始めた。

ここで問題となったのがオーバーツーリズムである。人数規制を施さず、観光客誘致を行ってきた有名観光地では、過剰に観光客が集まることによる景観の破壊や住民生活への悪影響が指摘され始めた。このようなオーバーツーリズム問題の原因と考えられるのは、外国人観光客の急激な増加と有名観光地への観光客の一極集中である。

¹ 時事通信社（2021）。

² 総務省（2017）。

一方、地方の観光地では集客に苦戦する地域も見られた。つまり、国内の観光地間で格差が生じている。都市圏と比較して地方には自然を利用した観光地が多くあるが、交通の不便さなどを理由に回避されることがある。

これらの状況に至るまでに、日本ではどのような観光事業が試行されてきたのだろうか。

1.2 訪日外国人観光客増加の背景

まず、訪日外国人観光客急増の背景について考察する。

2002 年 12 月、国土交通大臣によって「グローバル観光戦略」いわゆる「観光立国」構想が発表され、日本の観光政策は国際化に向かって大きく転換した。「観光立国」とは観光客が消費するお金を国の経済を支える基盤の一つとする国のことであり、日本全体で観光産業に重点を置くという方向性を示した。2003 年には当時の小泉首相が、具体的な数値目標として、2010 年までに訪日外国人観光客を倍増させ、年間 1000 万人にするという到達目標を表明した。これはビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）と呼ばれる。さらに 2006 年には「観光基本法」が改定され、「観光立国推進基本法」が制定された。同法では「我が国を来訪する外国人観光客数の状況は、国際社会において我が国の占める経済的地位にふさわしいものとはなっていない」として、更なる外国人観光客の受け入れの増大が大きな政策課題とされてきた³。「経済的地位にふさわしい」に関してだが、2006 年の国際旅行収入は世界 23 位であったのに対し、同年の国際旅行支出は世界 5 位であったことから、不均衡な状態に陥っていたことが分かる⁴。

これらの政策の成果を考察する。VJC の目標であった「2010 年訪日外国人観光客年間 1000 万人」は達成できなかった。しかし、COVID-19 流行直前である 2019 年の訪日外国人観光客数は 3188 万人とされており⁵、VJC が開始された 2003 年の約 6 倍にまで成長した。一方、日本人国内旅行消費額は、20 兆円前後で横ばい傾向が続いていた⁶。これらの傾向から、COVID-19 が発生しなければ、政府は国内旅行者の消費額を増加させ観光関連産業を発展させる観光政策以上に、インバウンド客誘致の政策に力を入れ続けたと考えられる。

1.3 有名観光地の集客効果

外国人観光客の急増と共にオーバーツーリズムの原因となっているのが、有名観光地への観光客の集中である。ここでは、観光客の集中の例として沖縄県と千葉県を取り上げる。

島嶼部の集客効果（沖縄県）

日本全国の島嶼部では主に第 1 次産業が主力となり経済が循環されてきた。漁業や農業の振

³ 鈴木・奥村（2007）p. 10.

⁴ 観光庁（2008）p. 13.

⁵ 観光庁（2019b）.

⁶ 観光庁（2019c）.

興度合いが島の活力を左右してきたのである⁷。一方で、沖縄県の島嶼部では観光収入が重要な収入源となってきた。本土では見られない青く澄んだ海など沖縄特有の自然を生かした観光が盛んで、日常生活から離れた体験ができることに需要がある。実際、沖縄県の就業者数割合では第3次産業が84%を占めていた（2015年）⁸。この数値は全国の71%（2015年）を大幅に上回っており、観光業をはじめとする第3次産業が盛んな様子うかがえる。

しかし、沖縄県の宮古島では観光地化が急速に進み、家賃高騰など住民生活に影響が出ている。2018年度には観光入込者数114万人を達成したものの、宮古島市は最大200万人受け入れ可能として、更なる成長を見込んできた。同時に、賃貸アパートの家賃は上昇を続け、ワンルーム4、5万円であった家賃は、約10万円にまで高騰した。主な理由としては宿泊施設の建設作業員などが大量に流入したことが挙げられる⁹。

テーマパークによる集客効果（千葉県）

千葉県では東京ディズニーランドが1983年に開園し、人の流入が盛んになった。観光入込者数は開園以前から増加傾向にあったが、さらに増加ペースを上げ、右肩上がりとなった¹⁰。2001年にディズニーシーが開園すると東京ディズニーリゾート全体で来園ゲストが2000万人/年を超え、2018年には過去最多約3200万人を記録した。関東圏外からの来園者は3～4割程度を推移しており、2018年は約1200万人であった。海外からの来園者も少なくなく、2018年は約300万人に達した¹¹。つまり、ディズニーリゾートの存在がインバウンドを促進している可能性が考えられる。このような遠方からの来園者は交通産業や宿泊産業といった観光関連産業の促進効果を与える。2018年の宿泊者数は全国5位であり、外国人宿泊者数は全国6位と高水準である¹²。

一方、テーマパークは必ずしも大きな経済効果をもたらすわけではなく、失敗例も多い。東京ディズニーランドの成功によって1980年代後半以降はテーマパークの開業が相次いだ、バブル崩壊の時期と重なり険しい道のりとなった。追い打ちをかけるように、2001年には東京ディズニーシーとユニバーサルスタジオジャパンが開園した。国内の2大テーマパークの地位が確立されるにつれ、他のテーマパークはさらに来園者確保が困難になった¹³。2000年代には耐えきれなくなったテーマパークの閉園が相次いだ。大規模テーマパークの集客効果には太刀打ちできなかったのである。

つまり、有名観光地の確立は類似の観光地の衰退を引き起こしかねないといえる。

⁷ 黒沼（2021）pp. 63-64.

⁸ 沖縄県（2019）.

⁹ 圓田（2020）p. 34.

¹⁰ 千葉県商工労働部観光企画課（2019）.

¹¹ 株式会社オリエンタルランド（2021）.

¹² 観光庁（2019a）pp. 13-16.

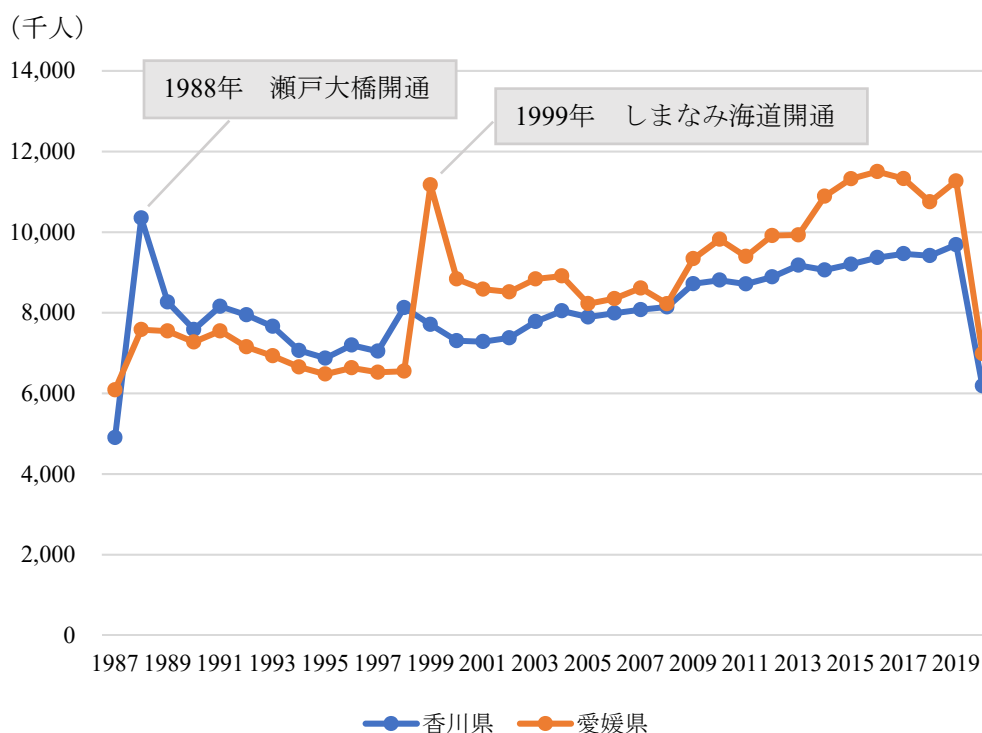
¹³ 中島（2014）p. 76.

1.4 観光地間格差の解消にむけて

オーバートーリズムの解消や地方の観光促進において交通網の発達が重要である。そこで、本州からの交通網が段階的に発達してきた四国を事例に、解決策を考察する。

四国は固有の文化や恵まれた自然を有し、観光において高いポテンシャルを秘めているにもかかわらず、交通の不便性などから観光産業の発展が遅れていた。しかし2019年には、瀬戸内海地域として The New York Times 「訪れるべき52の場所」の第7位に日本で唯一選出されるなど、外国から注目される場所にまで成長した¹⁴。この期間、四国の観光はどのように発展してきたのだろうか。

図1 県外観光客数の推移



（出所）香川県（2021b）p. 3，愛媛県観光スポーツ文化国際観光課（2021）より筆者作成。

香川県、愛媛県における県外観光客は、瀬戸大橋（1988）やしまなみ海道（1999）が開通すると、大幅増加したことが図1から読み取れる。瀬戸大橋開通した1988年、香川県では県外観光客が前年の2倍を超え、1000万人を突破した。同様の傾向は愛媛県でも見られ、しまなみ海道の開通した1999年、愛媛県の県外観光客は前年の約1.7倍になった。加えて、これらの交通経路の開通は、互いの県に対しても県外観光客数増加という好影響を与え合った。四国の他県へも

¹⁴ The New York Times（2019）。

四国域外からの人の流入は波及していると考えられるため、1988 年や 1999 年には四国全体で域外観光客が増えたといえる。

図 1 からは、香川、愛媛両県で新たな交通経路が開通した翌年、県外観光客数が大幅に減少したことも読み取れるが、この傾向は決して失敗ではない。新たな交通経路の開通以前と比較して、開通以後は県外観光客数の水準が大幅に上昇したからである。具体的には、しまなみ海道開通以前、7000 万人程度であった愛媛県の県外観光客数は、開通以後 9000 万人程度を推移するようになった。香川県においても同様の傾向がみられると予測できる。つまり、本州からの新たな交通経路の拡大は四国の観光を盛んにする要因になったといえる。

2000 年以降、さらなる県外観光客数と県内観光客数の増加を目的に、四国地域では、様々な事業が実行されてきた。ここでは 3 つの事業を挙げる。

1 つ目は、愛媛県のしまなみ海道地域で発売された「しまなみ海道フリーパス」である¹⁵。このフリーパスは 2006 年に開始され、バス・船・レンタサイクルが乗り放題になるほか、宿泊料金の割引が特典として付与されるものであった。上記の通り、しまなみ海道の開通時は愛媛県のみならず、四国地域全体で県外観光客も増加があったように、この事業はしまなみ海道経由の域外観光客の流入が見込めるため、その効果は四国地域全体に波及したと考えられる。

2 つ目は格安航空会社（LCC）の航路拡大である。図 1 のように 2010 年代になると、四国地域の県外観光客は増加傾向となった。大きな要因は外国人観光客の増加であると考えられる。日本で 2012 年は「LCC 元年」と呼ばれ、格安航空会社であるピーチアビエーション、ジェットスター、バニラ航空 3 社が運航を始めた。以降 LCC が航空市場に広く浸透した¹⁶。四国地域でも高松空港と松山空港に LCC 国際線が就航しており、中国・韓国からの観光客を積極的に誘致してきた。

3 つ目は 2013 年、2016 年、2019 年に開催された瀬戸内国際芸術祭である。この芸術祭によって、外国人観光客に対して、瀬戸内海地域の知名度は上昇した。加えて、芸術作品が観光名所となったことで、瀬戸内海地域には芸術祭期間内に限らず、継続的に観光客が訪れるようになった。2020 年度香川県の観光しての印象に関するアンケート（香川県観光実態調査）では「ぜひ来たい」「来たいと思う」「やや来たいと思う」を合わせると約 95%で、大多数の観光客が再来訪意向を示した¹⁷。一方で、瀬戸内国際芸術祭は瀬戸内海地域に留まった観光も促した。つまり、瀬戸内海地域に居住する人々の瀬戸内海地域での観光が盛んになった。

四国における観光は、国内交通網の整備、国際航空便の整備、大型事業の実施と進展しており、地方の観光促進の一例となった。

¹⁵ 鈴木・奥村（2007）p. 48.

¹⁶ 小長谷（2017）p. 83.

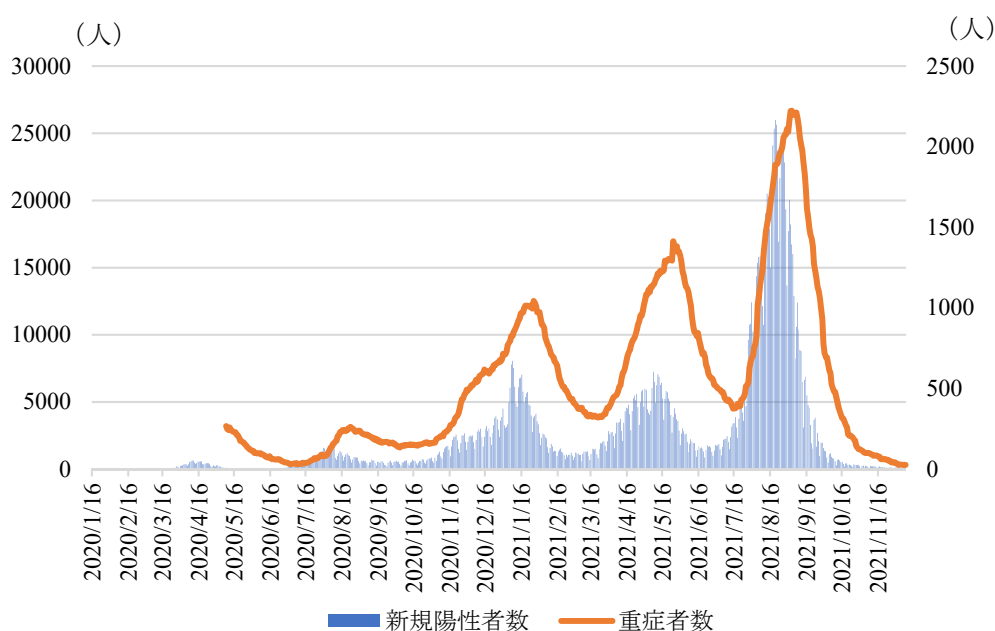
¹⁷ 香川県（2020）p. 14.

第2節 COVID-19 感染拡大と抑制

2.1 COVID-19 の感染拡大状況

2020年1月国内で初のCOVID-19感染者が確認された。図2はCOVID-19の新規陽性者数と重症者数を示している。図2から読み取れるように、2021年11月時点で大きく分けて5つの新規陽性者数の波が存在した。本稿ではこの5つの波をそれぞれ第1波～第5波と呼ぶ。

図2 日本におけるCOVID-19新規陽性者数と重症者数



（出所）厚生労働省（2021a）より筆者作成。

まず、感染拡大期の特徴を考える。第5波は他の感染拡大期と比べ、桁違いの新規陽性者数となっていることが分かる。加えて、第4波では新規感染者数に対し、重症者数の比率が高くなっている。

一方で新規陽性者数が激減した時期があるのは、国全体で行動規範を示す措置をとってきたからである。感染拡大に伴い、地域ごとに差はあるものの、多くの地域で複数回の感染抑制措置が実施されてきた。具体的にどのような対策が取られ、どの程度の効果を発揮したのだろうか。

2.2 緊急事態措置の内容と効果

日本において第1波が発生した2020年4月感染拡大抑制を目的に緊急事態措置が初めて実施

された。緊急事態措置は都道府県単位で実施されるもので、主な目安として確保病床使用率 50% がある。定められた目安を超えた場合に各事業者に対して最大で休業までの要請することが出来る¹⁸。同措置は全国で解除された場合を一区切りとすると、3 度に渡って実施されてきた。

①2020 年 4 月 7 日～5 月 25 日

2020 年 2 月クルーズ船ダイヤモンドプリンセス号内で COVID-19 は集団感染が起きた。船内での出来事と区別して考えられてきたが、北海道や大阪で集団感染が起きたことで一気に事態が深刻化し、国民の危機感が増した¹⁹。その後感染は大都市圏で拡大し、日本政府は同年 4 月 7 日、1 度目の緊急事態措置を要請した。同措置の対象範囲は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、大阪府、兵庫県、福岡県の 7 都府県で、実施期間は 1 か月間を予定していた。しかし感染状況は好転せず、同年 4 月 16 日に対象範囲を全国へと拡大した²⁰。実際に同宣言が解除されたのは、39 県が同年 5 月 14 日、京都府、大阪府、兵庫県が 5 月 21 日、北海道、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県が 5 月 25 日となった²¹。つまり、大都市圏では緊急事態措置の期間を延長しながら国民の危機感を保つことで集団感染の発生を抑制した。

この 1 度目の緊急事態措置の効果を考察する。同措置実施中、新規陽性者数は 644 件が最多であったが、同措置が全国で解除された 5 月 25 日には 22 件まで減少した。つまり、国民全体で危機意識をもって外出自粛などに取り組んでいたと考えられる。同時期には「三密」を回避した行動をするよう呼びかけられ、何をすべきか明確であったことが危機意識につながった。「三密」とは「密集」「密閉」「密接」のことであり、大人数の空間、換気されていない空間、近い距離での会話が避けられるようになった。

②2021 年 1 月 8 日～3 月 21 日

その後 2020 年 8 月ごろから陽性者数は急増し始め、2021 年 1 月 8 日に 7844 件を記録した²²。日本政府は同日、対象範囲を埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県の 4 都県とし、2 回目の緊急事態措置を要請した。加えて、1 月 13 日には対象範囲に大阪府、京都府、兵庫県、愛知県、岐阜県、福岡県、栃木県の 7 府県を追加した²³。当初は約 1 か月後の 2 月 7 日に解除の予定であったが、一回目の緊急事態措置と同様に徐々に解除される形となった。実際に予定通り 7 日に解除されたのは栃木県のみであり、続けて 2 月 28 日に大阪府、京都府、兵庫県、愛知県、岐阜県、福岡県で解除された。全地域で解除となったのは同年 3 月 21 日であり、2 か月半にも及んだ²⁴。

この 2 度目の緊急事態措置の効果を考える。対象範囲は 1 度目と異なり、大都市圏を主とする

¹⁸ 新型コロナウイルス感染症対策推進室（2021）。

¹⁹ 斎藤（2021）p. 52.

²⁰ 首相官邸（2020a）。

²¹ 首相官邸（2020b）。

²² 厚生労働省（2021b）。

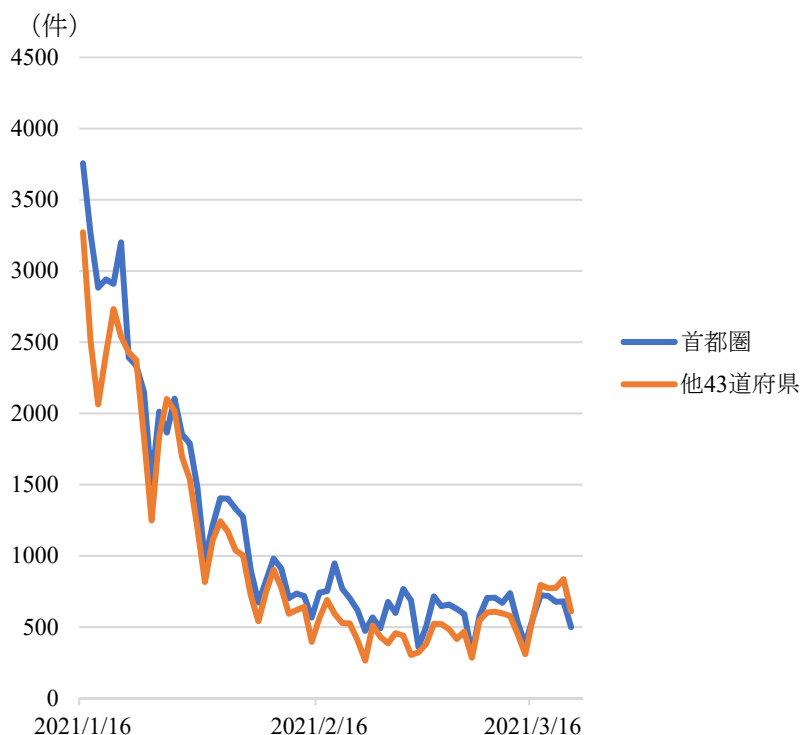
²³ 首相官邸（2021a）。

²⁴ NHK NEWS WEB（2021a）。

地域に限られていたにも関わらず、ピーク時から陽性者を大幅に減少させることに成功していることが図2から読み取れる。しかし、2月に入り、陽性者数は下げ止まり傾向になったことが分かる。

この期間の様子を詳しく考察する。図3は同措置が最長の期間で要請されていた首都圏4都県（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）とそれ以外の道府県の新規陽性者数を示している。2月に入り、特に首都圏で感染者数が下がりきらず、週平均で500件/日を切らなかった様子が読み取れる。緊急事態措置の度重なる延長により、我慢の限界を超えた国民が出たことが予想される。一方で、他43道府県では、大阪府などで同措置が解除された2月28日直後から陽性者数が増加傾向に転じていることが読み取れる。この傾向から、陽性者を限りなく0に近づけることは不可能であり、感染爆発を起こさせない方向にシフトしていったと考えられる。

図3 首都圏と他43道府県の新規陽性者数の比較



（出所）厚生労働省（2021a）より筆者作成。

③2021年4月25日～9月30日

同期間内は同一の都道府県で緊急事態措置が要請され続けることはなく、緊急度に応じて要請と解除を繰り返してきた。しかし、日本全国いずれかの都道府県で要請が出されている状況が継続していた。

図2では同期間に大きく分けて2つの新規陽性者数増加の波があったことが読み取れる。特

に第5波と呼ばれる2つ目の波はこれまでの比にならない感染爆発となった。2つの波における新規陽性者数増加にはそれぞれ変異株が深く関わっていた。

図2における第4波で、始めに変異株の影響を受けたのは大阪府であった。2021年4月から継続して東京都の新規陽性者数を上回り、全国最多となる日が続いた。大阪府で感染が拡大したのはイギリスで初めに発見された変異株（アルファ株）で、感染力は従来株の最大1.7倍とされている²⁵。これまで流行してきた従来株は若年層が感染しにくいと言われていたが、アルファ株は世代を問わず感染力が高いため、関西圏で急激に感染を拡大させた。感染拡大の波は東京都にもすぐさま到達した。アルファ株は感染後の重症化率が高く、同期間の重症者数の劇的な増加も変異株が要因だとされる。アルファ株は大都市圏に留まらず全国的な広がりを見せた。

第5波では首都圏の数値が急増した。同期間はインドで初めて確認された変異株（デルタ株）が拡大し、首都圏がその影響を最も受けたとされる。同年5月18日～24日のデルタ株事例数は全国で21件であったのに対し²⁶、8月24日～30日は3799件まで増加した²⁷。デルタ株の感染力はアルファ株の1.5倍高い可能性がある²⁸とされ、第5波で約25000件/日以上に新規陽性者数増大させた一つの要因となった。

感染力の強い変異株は感染爆発による医療崩壊を引き起こす恐れがあり、緊急事態措置を長期化させた。さらに、重症化率が高い株が多く、症状が明確になるまで時間を要するため、慎重な対応が求められた。

③の期間で最も長く緊急事態措置が継続したのは沖縄県であった²⁸。図4は、2021年4～9月の沖縄県と全国の人口10万人当たり新規陽性者数を比較しているが、沖縄県では、人口当たりの新規陽性者数が感染拡大期に全国の値を大きく上回る傾向にあった。特に第5波の期間（2021年7月～9月頃）では、全国の2倍以上の数値となる日が多くあった。第4波の期間（2021年3～6月頃）では、沖縄県の人口10万人当たり新規陽性者数の増減時期に全国とずれがみられた。具体的には、全国的に第4波のピークであった同年5月初旬、沖縄県は比較的落ち着いており、その前後で全国の値を大きく上回っている。沖縄県は多数の島々でできており、各島で外からの人の流入によって感染の危険性が増すが、本土での感染状況が改善した時期に人の流入が増加したため、感染拡大時期に本土とのずれが生じたとみられる。感染拡大ペースが本土とずれたことにより、沖縄県は③の期間内で最も長く継続した緊急事態措置が取られた。観光産業が大きな経済基盤となっている沖縄県は、緊急事態宣言措置が長期化すればするほど、他の都道府県と比べ大きなダメージを負うと予測できる。

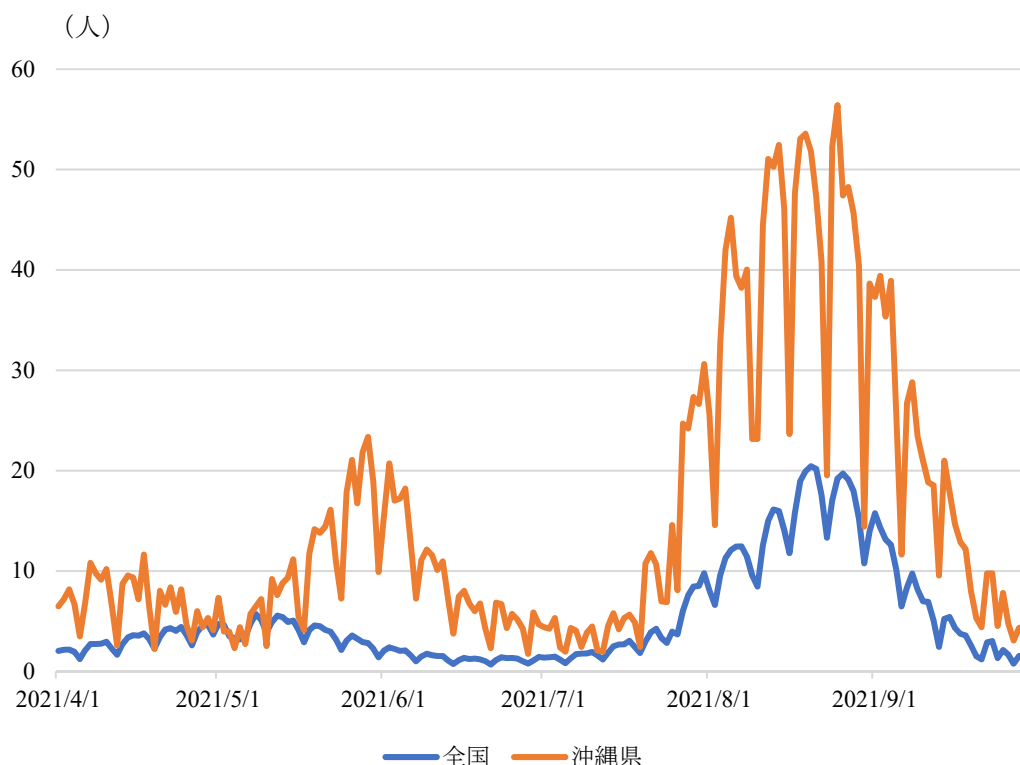
²⁵ NHK NEWS WEB（2021b）。

²⁶ 観光庁（2021b）。

²⁷ 観光庁（2021a）。

²⁸ 新型コロナウイルス感染症対策推進室（2021）。

図4 全国と沖縄県の人口10万人当たり新規陽性者数の比較



（出所）厚生労働省（2021a）より筆者作成。

2.3 海外の措置との比較

日本では終戦以後、国民の権利が最重視され、COVID-19 に対して罰則を用いた強制的な外出禁止の措置をとることはできなかった。緊急事態措置であっても国民に対し外出自粛を要請する、事業者に対し営業自粛や営業時間短縮を要請するにとどまった。

一方で、国外では強制的な都市封鎖によって感染拡大を抑えてきた地域がある。具体的な方針に関して、ヨーロッパとアメリカでの措置を考察する。

ヨーロッパの都市封鎖（イタリア・スペイン）

ヨーロッパでは 2020 年 2 月後半から感染が拡大し始め、イタリア・スペインに顕著な広がりが見られた。同年 3 月初頭からイタリア、スペインの順で 1 日の新規陽性者数が 1000 人を超え、罰則規定を有する移動制限を開始した。

イタリアでは 2020 年「緊急法律命令」を発出し、強制的な移動制限を可能にした。外出禁止違反者には罰金が設けられる移動制限は全土で約 2 か月間続いた。スペインではスペイン憲法 116 条（緊急事態条項）に基づき移動制限が取られた。外出禁止違反者には罰金のほか逮捕に至るケースもあった。移動制限は強化と軟化を繰り返しながら約 2 か月続いた。終盤の軟化期は子

どもの移動制限緩和（1日1時間以内）から始まった²⁹。同年4月には新規陽性者数は両国とも減少傾向に入り、移動制限の効果はあったとされる。

日本との相違点はまず、流行初期からの感染爆発である。図2から日本では第2波とされる2020年7月ごろに初めて1日で1000人を超える新規陽性者が確認されるが、イタリアやスペインでは療養体制の確立が不十分な3月時点で感染が拡大し、危機感が強かったことが予想される。次にスペインでは、憲法に基づいて緊急事態時の強制措置が取れる体制にあった点が日本と異なっていた。

アメリカ合衆国（ニューヨーク州）の都市封鎖

アメリカでは世界最大規模の感染が確認され続けた。より柔軟な対応となるよう、感染抑止の取り組みは各州に任せられ、国は財政面で支援した。

特にニューヨーク州では2020年3月上旬から感染爆発が起き対応が求められた。同月9日には緊急事態を宣言し、公立学校の閉鎖や全労働者の在宅待機と移動制限を課した。ヨーロッパ同様約2か月、強化と緩和をしながら継続された。一方連邦政府の入国規制は緩やかであった。感染拡大地域であった国からの入国は規制したものの、全面規制はせず様子を見た。州内での封じ込めに重点が置かれたが、ニューヨーク州の新規陽性者数は規制期間であっても明確な減少を見せなかった。

日本との相違点は、国ではなく各州の取り組みが最優先される点である。連邦政府や他州との連携が不可欠で、規制について見解の共有が必要であったが、各州と感染状況に応じた対応が迅速にとれた。

2.4 効率的な対応を可能にするまん延防止等重点措置

まん延防止等重点措置は2021年4月より開始された。目的は緊急事態措置に到達するまでに段階を持たせることで、より効果的な感染抑止効果を生むことである。加えて、同措置は区画や市町村単位で要請され、確保病床利用率20%が目安となる。

各都道府県で感染状況に合わせ、緊急事態措置とまん延防止重点措置の実施が繰り返されてきた。緊急事態措置が要請された場合、同一都道府県内では全地域で同じ対応を取らなければならなかった。一方で、まん延防止等重点措置では市町村単位で要請されるため、より狭い地域で効率的に対応できる。第5波が収束傾向をみせ始めた2021年9月13日～30日は全国で感染状況に差があったため、まん延防止重点措置は柔軟に活用された。同期間で緊急事態措置をとっていたのは19都道府県である一方、まん延防止重点措置をとったのは、宮城、福島、石川、岡山、香川、熊本、宮崎、鹿児島、の8県である³⁰。各県で主要市町村を中心に対象地域が設定された。対象市町村と非対象市町村では規制度合いの異なる要請が取られる場合が多い。つまり、緊急事

²⁹ 大津山・斎藤・小松崎・石井・松本・竹中・廣井（2020）pp. 1352-1353.

³⁰ NHK 特設サイト（2021）。

態措置と比較して、経済活動の制限が最小限に留まること、地方自治体からの協力金などの給付金総額が抑えられることから、効率的だと考えられる。

前述のように、アメリカでは各州独自の COVID-19 対策が行われてきた。日本でも、まん延防止等重点措置を組み込むことで、対象地域がより細分化され、感染状況にあった迅速な対応が可能となった。さらに、緊急事態措置に至らない地域での危機意識を高めることに成功したと考えられる。

第3節 観光産業の低迷期と回復に向けて

3.1 訪日外国人観光客の減少と入国規制

2020年2月ごろから COVID-19 の感染拡大に伴い、海外渡航規制や外出禁止等の措置を設ける国が増加した。日本でも空港での検疫強化や査証の無効化等の措置が取られた。規制強化が進む中、同年3月の訪日外国人旅行客数は前年同月比93.0%減の19万4千人まで落ち込んだ³¹。4月には外国人旅行者数は3千人となり、日本政府観光局が1964年に統計を開始して以降最少となった³²。2020年の年間値は87.1%減の411万6千人となり³³、国際観光産業は打つ手がない状況に陥った。

外国人の新規入国に関しては、2021年1月14日午前0時以降、原則停止された。特段の事情を有する事例については、事例ごとに判断する形となった。この方針に変更があったのは、同年11月であり、この入国停止は約10か月に及んだ。外務省は規制緩和に際して、「日本国内の受入責任者から業所管省庁へ提出した誓約書及び活動計画書を含む申請書式が事前に業所管省庁の審査を受けたことを条件に、商用・就労目的の短期間（3月以下）の滞在者及び長期の滞在者の新規入国を原則として認める³⁴」とした。つまり、いまだ観光目的の入国は解禁されなかったことが分かる。

3.2 観光関連産業への影響と新事業の展開

訪日外国人観光客減少の影響を最も受けた業界として、航空業と宿泊・飲食業を取り上げ、COVID-19 流行下での様子を考察する。

フルサービス航空会社（FSC）と格安航空会社（LCC）が受けた影響

COVID-19 の影響を最も受けた業種の一つが航空産業である。なぜなら観光に限らず、出張などのビジネス目的や帰省目的での国内線利用も減少したためである。ここではフルサービス航

³¹ 日本政府観光局（2020a）。

³² 日本政府観光局（2020b）。

³³ 日本政府観光局（2021）。

³⁴ 外務省（2021）。

空会社（FSC）と格安航空会社（LCC）に分けて影響を考察する。

まず、JAL や ANA などの FSC は航路縮小や運航便数削減を余儀なくされた。JAL では 2019 年 4 月は国際線 4386 便、国内線 2 万 5444 便が運航されたのに対し、2020 年 4 月には国際線 525 便、国内線 1 万 3109 便にまで減少した³⁵。つまり前年同月比で国内線は約 48% の減便、国際線に至っては約 88% の減便となった。その後は、2021 年 7 月時点で国内線、国際線合計で 2 万便弱と回復しつつある。ビジネス目的の利用回復や出入国規制の緩和が要因であると考えられる。加えて、オリンピック・パラリンピックによって、多数の選手、スタッフの移動が旅客機によって行われた。これに伴う、便数の増加であったと予想できる。

このように大幅減便を行った JAL だが、COVID-19 によって受けた影響は ANA と比べて軽いといえる。なぜなら、JAL は 2010 年の経営破綻後、公的資金による再建が計られたため、ANA との公正競争の観点から、新規事業拡大を行わなかったからである³⁶。一方で ANA は JAL が経営破綻後の穴埋めをするように事業を拡大させていった。つまり、路線拡大の最中で減便、路線休止を強いられたのである。図 5 から読み取れるように、COVID-19 流行以前の旅客収入は JAL を上回っているが、流行後の下げ幅が大きく、2020 年度決算で両社はほぼ同等の水準となった。当期純利益の側面から考えると、両社とも 2019 年度には減少傾向に入り、2020 年度には莫大な赤字となった。赤字幅でも ANA が JAL を上回った。

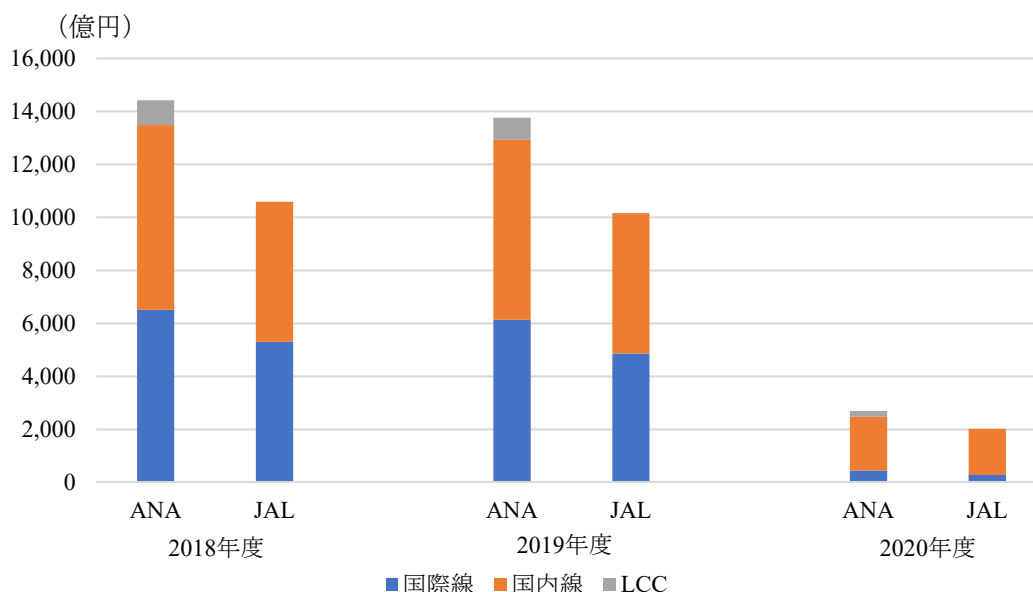
採用に関しては、JAL、ANA 両社で、2021 年度に加え 2022 年度分が一部業種を除き中止された。この動向から、現状を耐え抜こうとする姿勢がうかがえる。それでも避けられない余剰人員は、地上職へ移動を進めている。新たな企画を打ち出し、顧客との関わりを深めることで航空産業の危機を新たな発見を生み出すチャンスに変えようとしている。例えば、ANA では「あきんど魂コンテスト」と題し、社員から顧客ニーズに応える斬新なアイデアを集めた。実際に、遊覧飛行「HONU チャーター」や機内結婚式「THE WEDDING with ANA」、機内レストラン「翼のレストラン HANEDA」が実施された³⁷。目的地への移動手段ではなく、航空機自体が目的地となる新形態の事業に注目が集まっている。

³⁵ Japan Airlines (2021) .

³⁶ 戸崎 (2020) p. 128.

³⁷ ANA ホールディングス (2021b) p. 76.

図5 フルサービス航空会社（FSC）の旅客収入



（出所）ANA ホールディングス（2020），（2021a），JAL グループ（2020），（2021）より筆者作成。

一方、LCC では、感染対策の観点から座席間隔の確保が求められ、搭乗可能人数が減少するなど、格安料金に基づく収益では採算が取れなくなった。その結果、FSC と比べ大幅な収益悪化や経営破綻が起きた。日本では、エアアジア・ジャパンが破産申請を行い、負債総額は約 217 億円にのぼった。加えて、2020 年 11 月時点で 2 万 3 千人以上へのチケット返金のめどが立っておらず、金額では 5 億円強になる見通しであった³⁸。その後、エアアジア本社は COVID-19 によって影響を受けた便に関しての対応を正式に発表した。具体的な方法は、①予約の金額相当分をエアアジアのフライトのみに利用できるクレジットとして返還する、②同じルートの別便に変更にする³⁹、の 2 択であった。つまり現金での返金めどはいまだ立っていない。加えて、エアアジア・ジャパンの倒産に伴って廃止となった国内線であれば②の方法は選択できないことになり、①の方法であっても返還されたクレジットを有効活用できないリスクが残る。

宿泊・飲食業の落ち込み

宿泊業界は観光客の減少によって甚大な被害を受けた。2020 年平均月間売上高は前年の約 40%減となった⁴⁰。2021 年に入り、平均月間売上高はさらに落ち込みがみられた。図 6 から読み取れるように、COVID-19 流行以前の 2019 年は月間売上高が約 5,000 億円であり、2021 年にはその半分程度の約 2,500 億円に落ち込んだ。ただ、2021 年の月間売上高は振れ幅が小さくなって

³⁸ 日本経済新聞（2021）。

³⁹ Air Asia（2021）。

⁴⁰ 総務省統計局（2021）。

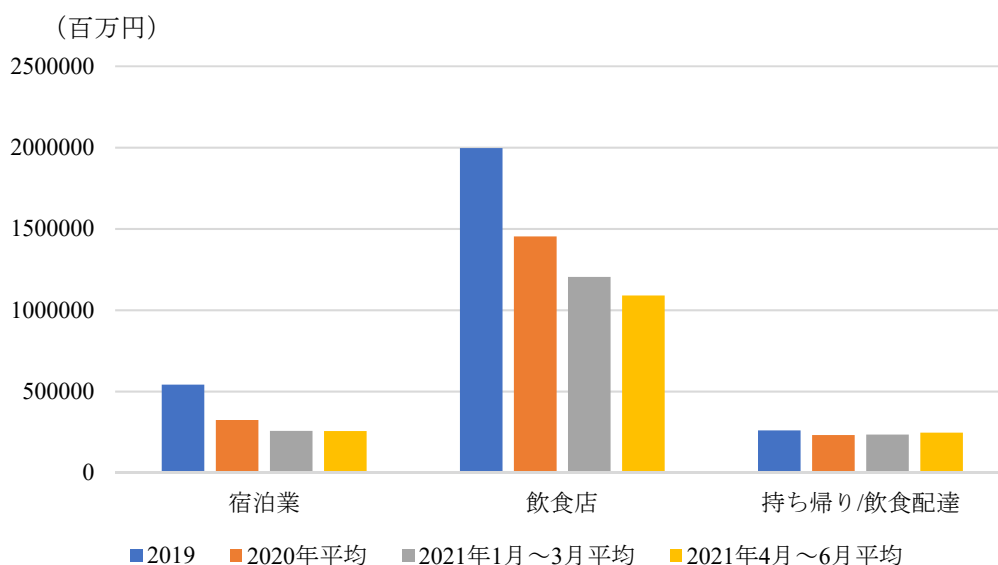
おり、安定性を取り戻していることが分かる。

空室の増えた宿泊施設を有効活用するため、客室は COVID-19 発症者の療養施設や海外からの入国者の隔離施設として利用されてきた。APA HOTEL&RESORTS では社会貢献活動と位置づけ、2021 年 9 月時点で全国各地の 46 棟を一棟貸し出ししている⁴¹。

飲食業界は、緊急事態措置、まん延防止等重点措置の影響を受けて休業や時間短縮営業を余儀なくされてきた。そのため、月間売上高は措置が要請された月に落ち込みがみられ、安定性に欠ける。宿泊業と異なり、飲食店の月間売上高は 2021 年に入っても減少が続けていることが図 6 から読み取れる。

持ち帰り・配達飲食では外出自粛で一定の需要が見込まれたため、落ち込み幅は小さく済み、2021 年 4 月～6 月期には 2019 年の月間売上高と同水準となった。しかし、拡大が見込まれるサービスであっただけに COVID-19 が停滞をもたらしたことは痛手である。

図 6 宿泊・飲食業の月間売上高



（出所）総務省統計局（2021）より筆者作成。

3.3 Go To キャンペーン事業

3.2 で見たように、観光関連産業では国が定めた措置に影響を受け、観光客や人出の減少で収益減少を避けられなかった。そのため、国には損失補償が求められた。国が行った代表的な経済回復事業である Go To キャンペーン事業について取り上げ、その効果を考察する。

日本経済、観光産業の段階的な回復策として Go To キャンペーン事業が展開された。同事業は

⁴¹ APA HOTEL&RESORTS（2021）。

①Go To Travel キャンペーン②Go To Eat キャンペーン③Go To Event キャンペーン④Go To 商店街 キャンペーンの4つに区分される。最初に施行されたのは①Go To Travel キャンペーンで、2020年7月22日出発分より東京都を除き開始された。同キャンペーンは国内旅行代金の1/2相当額を割引とクーポン等で付与するものである。②Go To Eat キャンペーンは同年10月1日より開始され、オンライン飲食予約サイト経由で、予約・来店した消費者に対し、飲食店で使えるポイント等を最大1000円分付与するものであった。また、登録飲食店で使えるプレミアム付食事券も発行され、1万2500円分の券を1万円で購入する仕組みが取られた。③Go To Event キャンペーンは同年10月29日より開始され、チケット会社経由でイベント・エンターテインメントのチケットを購入した消費者に対し、2割の割引やクーポンを付与するものであった。④Go To 商店街 キャンペーンは同年10月19日に第1次事業が開始された。内容としては、商店街等によるイベントの開催、プロモーション、観光商品開発等の実施である。事業者には300万円を上限に支援金が支給される仕組みであった⁴²。

2020年7月から順次開始されていたGo To キャンペーン事業であったが、2回目の緊急事態宣言が発出され、同時期に一時停止が相次いだ。特に、Go To Travel キャンペーンは2020年12月28日より全国で一時的に停止された。2021年1月11日再開予定だったものの、再開の延期を重ねている⁴³（2021年9月時点）。

Go To Travel キャンペーンがもたらした日本の観光への効果を考える。Go To Travel キャンペーンにおいては、2020年7月22日から12月28日の期間内で、利用宿泊数が約8781万人泊（宿泊人数×宿泊数）となった。この数字から、国民全体に認知され、利用されたキャンペーンであったことが分かる。加えて、国からの支援額は約5399億円と算出されており、多額の予算を用いた事業となったことが理解できる⁴⁴。

一方で、Go To Travel キャンペーンはCOVID-19を拡大させたといえる。京都大学の西浦博教授らのグループが発表した論文によると、旅行に関連した感染者の発生率はGo To Travel キャンペーンが開始された2020年7月22日からの5日間で前の週の5日間の1.44倍になっていたという。さらに、旅行の目的を観光に限定すると発生率は前の週の5日間の2.62倍になっていた⁴⁵。同論文では同年5月から8月にかけてCOVID-19陽性者全体の20%は旅行関連であったの述べられているため、同キャンペーン開始以降で考えると、20%以上の旅行関連者割合になったということである。その20%以上の人が旅行をやめていれば、その後の感染拡大スピードは緩やかなものであったと考えられる。具体的には、第1節の図2における第2波はGo To Travel キャンペーンが大き化したといえる。

次に、Go To Eat キャンペーンについて考察する。同キャンペーン開始以降、緊急事態措置やまん延防止等重点措置の要請に伴い、地方自治体ごとに停止と再開を繰り返してきた。キャンペーン対象事業者に求められる条件は感染対策ガイドラインの遵守と取り組み内容の店頭掲示で

⁴² 国土交通省（2020）p. 3.

⁴³ Go To トラベル旅行者向け公式サイト（2021）.

⁴⁴ 観光庁（2021c）.

⁴⁵ NHK NEWS WEB（2021c）.

ある。加えて、農林水産省が行う事前通告なしの訪問調査に応じる必要があるとされる⁴⁶。

Go To Eat キャンペーンは開始直後、飲食店内の混雑をもたらした。飲食を行う席の間隔を取り、パーテーションで区切るなどガイドラインを遵守していた飲食店でも、満席時の待機時間の発生確率が高まり、店内の密度が上昇した。このような問題点から、Go To Travel キャンペーン同様、COVID-19 第2波の拡大要因となったと考えられる。改善策は各都道府県に委託されており、2021年8月時点では感染拡大地域を中心に20都道府県で、利用者に対し特別要請が行われた。その要請の内容は19都道府県で同一であり、「同居家族を除いて1グループ4人以下」という人数制限である。愛媛県に限り、独自に「普段から顔を合わせる人4人以下と2時間以内」という時間制限を含めた強い要請となっている。地方自治体に任された要請であるため、迅速な対応が可能であり、感染状況が悪化すれば、更なる要請強化も考えられた。

Go To Eat キャンペーンは客足を取り戻す事業であり、COVID-19 感染拡大期には十分な効果が見られなかった。休業や時短営業を行ってきた飲食店にとって、その時期の損失を取り戻すには不十分であったといえる。

3.4 地方自治体の補償

各地方自治体は、Go To キャンペーン事業でも救いきれない飲食店への補償を求められた。可能な限り多くの飲食店を維持することが今後の地域振興につながるからである。ここでは、緊急事態措置要請中の東京都とまん延防止重点措置要請中の各自治体の協力金給付形態を取り上げる。

東京都は緊急事態措置要請中の2021年9月1日～12日における営業時間短縮協力金について、飲食店の場合1店舗当たり48～240万円とした。各企業への協力金額は例年の売上高や売上高の減少率から算出される。飲食店の協力金受け取り条件は、酒類、カラオケ設備の提供禁止である。東京都の飲食店に対する協力金は、支給が完了している2021年7月11日分までで、総額4000億円を超えた⁴⁷。加えて、飲食店以外的大型施設で入場人数制限や時間短縮営業を実施する企業も協力金支給の対象である。つまり協力金総額はさらに増加する。

まん延防止重点措置対象地域では飲食店等の時短営業に対しての協力金として国からの基準が示されている。具体的には、中小企業が売上高に応じて1日3～10万円（2021年4月22日以降）、大企業が売上高減少額に応じて1日最大20万円である⁴⁸。この基準を参考に各自治体が協力金を給付してきた。1日当たりの給付額で考えると、緊急事態措置中の東京都と同程度であることが分かる。

協力金の在り方はCOVID-19 流行が長引く中で変化してきた。例えば、協力金の早期支給が行われるようになった。早期支給とは、営業時間短縮要請期間前に本来は期間終了後に支給される

⁴⁶ 農林水産省（2021）。

⁴⁷ 東京都産業労働局（2021）pp. 1-8.

⁴⁸ 内閣官房（2021）。

協力金の一部を支給するものである。早期支給開始の経緯は、事業者側から、要請への協力期間や協力金支給までの事務処理期間の営業が困難であるという声が挙げたことであつた。実際、協力事業者数増加と比例して事務処理期間は伸びる傾向にあつた。その問題を解決するため、東京都では希望事業者に、「4万円×協力要請日数の半分」の金額を早期支給している⁴⁹。早期支給により、一刻も早い給付を望む事業者をより救済できる体系になったといえる。

第4節 アフターコロナの観光政策

4.1 COVID-19と共存できる新たな観光形態

COVID-19感染拡大は「三密」回避に対する解釈の一致が不十分であつたため、観光による感染拡大が引き起こされてきたといえる。例えば、ウィズコロナの観光ではアウトドア観光需要が高くなる傾向があつた。キャンプ場は例年以上の賑わいをみせ、結果的に人が密集する事態が起きた⁵⁰。加えて、バーベキューなどの飲食を大人数でするため感染拡大の要因となった事例もある。ラフティングやスキューバダイビング、サイクリングといったアウトドアスポーツ観光の需要もあつたが、激しい運動のためのマスクの非着用や宿泊施設での接触による感染リスクが残つた。

2020年以降、観光業界全体としては耐えなければならない状況が続く中、新たな観光の形が模索されてきた。COVID-19で苦戦を強いられた業界の大手企業は、新事業を打ち出すことで収益の確保を試みてきた。そこで感染リスクゼロの「オンライン」が注目された。

旅行会社の場合、オンライン観光事業に注力し始めた。多くの大手旅行会社がオンラインツアーのプランを発表している。例えば、HISでは3000円程度でオンライン海外旅行ツアーを販売した。国内旅行であれば500円から参加できるツアーもあり、誰もが手の届く価格帯が存在する。一方で5000円以上の高価格帯では、ツアー後にお土産としてその土地の特産物などが届くものがある⁵¹。人の動きが制限される中で観光産業を維持していくために、オンラインの概念を用いて事業を展開していることが分かる。

このようなオンライン観光事業の顧客満足度はどれほどなのだろうか。オンライン観光にはCOVID-19の拡大を防ぐ以外にもメリットが存在する。例えば、本来なら予算的に行けない地への旅行が可能となる。加えて、足が不自由な人や高齢者、小さな子どもを持つ親など、実際に旅行することに対してハードルが高い人々のハードルを下げる役割を果たす。つまり、不可能であつた旅行が可能になる人にとっては有意義なものとなる。しかし、本来直接訪れることができていた場所をオンラインで観光するとなると魅力の低下は避けられない。感染拡大が落ち着き、直接訪れられる観光地の選択肢が広がったとき、オンライン観光需要はさらに低下することが予

⁴⁹ 東京都産業労働局（2021）pp. 1-8.

⁵⁰ 大澤（2021）p. 51.

⁵¹ HIS（2021）.

想できる。

オンライン観光は苦境を耐え抜くための策と考えることができるが、アフターコロナであってもオンライン観光が生き続けるためには、ウィズコロナ時代に出来る限り多くの人に利用してもらい、魅力に気づかせる必要がある。観光はリピーターに支えられる側面があり、オンライン観光においても需要がある層をリピーターに取り込むことが重要である。加えて、バーチャルリアリティー（VR）観光という進化も見せている。VR 機器専用映像を作成することでより臨場感のある観光が可能となり、魅力向上を図っている。

オンライン化が進んだのは旅行会社だけではない。宿泊業者でもオンライン宿泊の概念が生まれ出された。オンライン宿泊は小規模事業者が実施している場合が多い。そのため、案内人（事業者）自身やともに参加する人同士の出会いに魅力がある。つまり、観光地を訪れた際の宿泊とは異なる需要を生んだのである。

これからの観光は COVID-19 との共存で成り立っていくことが予測される。したがって、三密を避けるといった新たな生活様式を遵守したうえでの観光が続いていくことになる。さらに、観光需要回復のためには、観光関連企業側から安全を証明することや、旅行者に観光地として魅力に気づいてもらう働きかけを行うことが重要である。

4.2 ワクチン接種の拡大

安全性証明の手段の一つにワクチンの活用考えられる。日本では 2021 年 2 月 21 日より医療従事者への先行接種が開始された。その後は 65 歳に達する高齢者へと対象範囲が拡大された。次に基礎疾患を有する人や高齢者施設等に従事する人からそれ以外の人へと順次拡大された。しかし、この拡大速度は地方自治体によって異なるものとなった。接種費用は全額公費となり、無料で接種することができる。加えて、接種後に副反応が起きた場合の救済制度も明示されている。同年 2 月 14 日に承認されたファイザー社のワクチンでは 2 回の接種が必要となり、3 週間間隔で 2 度接種を受けなければならない⁵²。

一方アメリカでは、2020 年 12 月 14 日よりワクチンの接種が順次開始されており、2021 年 2 月 27 日には 1 回の接種で済むジョンソン・エンド・ジョンソンが開発したワクチンを承認した⁵³。このアメリカの事例のように、日本に先立ってワクチン接種を解禁している国は数多くある。

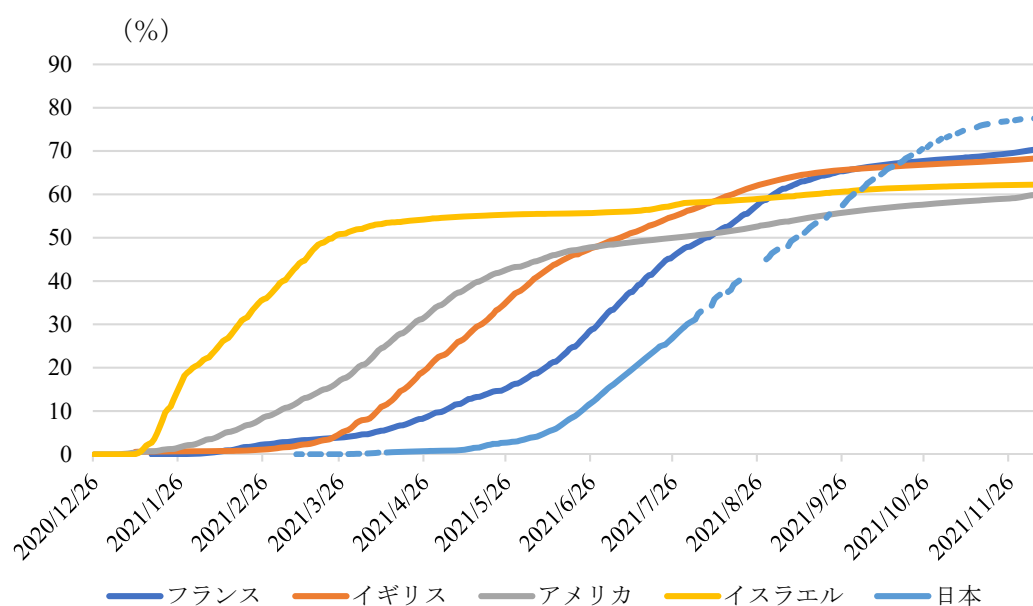
接種拡大速度でも各国に差がみられる。図 7 は主要各国のワクチン接種完了者率を表している（ファイザー社、武田/モデルナ社製であれば 2 回）。イスラエル、アメリカ、イギリスではグラフが山なりになっていることから、迅速に接種が拡大していった様子がうかがえる。一方フランスや日本ではグラフが下に凸になっており、拡大スピードが他の 3 か国と比べ緩やかであったことが分かる。接種拡大スピードが緩やかである原因として、日本ではワクチン接種開始初期

⁵² 厚生労働省（2021b）。

⁵³ BBC NEWS（2021）。

に十分な在庫確保に苦労したことがある。接種率を上昇させるためには安全性の証明も重要であった。医療従事者への先行接種には感染リスクの高い人を守ることに加え、ワクチンに副作用などの不安を抱える人へ向けて安全性を示す役割を果たした。接種開始時期や拡大スピードが遅かった日本であるが、2021年10月には接種拡大スピードの速かった各国に追いつき、接種完了者率は75%に達した。

図7 COVID-19 ワクチン接種完了者率



（出所）Our World in Data（2021）より筆者作成。

一方で、アメリカでは接種率の停滞が見られるようになった。それを打開しようと、各州で様々な取り組みが行われた。ニューヨーク州では接種者に対し、100ドルのプリペイドデビットカードやスポーツ観戦チケットなどの希望のギフトを贈与する制度が施行された⁵⁴。

加えて世界的に、ワクチン接種完了者に対しては規制緩和の動きある。例えば、プロスポーツ業界においてである。プロスポーツの試合会場では、入場人数制限が取られてきたが、ワクチン接種率の向上も相まって、2021年シーズン人気プロスポーツ団体は制限を緩和した。しかし日本の場合、緊急事態措置が要請された都道府県の会場は入場制限の強化や無観客開催の対応を取る場合があり、一概に緩和し続けているとはいえない。この状況ではチケット販売に際して、要請期間の予測は困難であり、払い戻しの必要性や入場制限が厳守できない事態の発生という問題が生じる。解決策の一例として、アメリカのメジャーリーグ・ベースボール（MLB）のチケット販売法を挙げる。カリフォルニア州のチームであるロサンゼルス・ドジャースはワクチン接

⁵⁴ City of New York（2021）。

種完了者に限定した観戦エリアを設け、チケット販売を開始した⁵⁵。このチケットは割引価格で販売されており、ニューヨーク州と同様にワクチン接種を促す目的があるが、日本で導入すれば、観客の安全性の確保とチケット収入の安定化につながると予測できる。

ワクチン接種希望者は、居住地域で流行している変異株への有効性や副作用を各社比較考慮し、選択する必要がある。

各社のワクチンは変異株に対しどれほど効果があるのかの検証が進められており、ファイザー社のワクチンではアルファ株、ベータ株、デルタ株への一定程度の有効性が報告されている。武田/モデルナ社のワクチンはベータ株、ガンマ株に対して有効率が少し低下する可能性が報告されているが、十分な有効性といえる。一方、アストロゼネカ社のワクチンはベータ株に対し有効率が 10.4%まで低下することが確認されている⁵⁶。

ワクチンは感染防止や重症化抑制に効果があることに加え、ワクチン接種者に限った集客を行えば、観光地の安全性の証明にもつながる。ただ、副作用などの理由からワクチンを未接種である人々を排除することになるため、ワクチン接種者を優遇することには問題が残る。

4.3 オリンピック・パラリンピック遺産の活用

観光客にその土地独自の魅力に気付いてもらう方法としては、オリンピック・パラリンピック遺産の活用が考えられる。

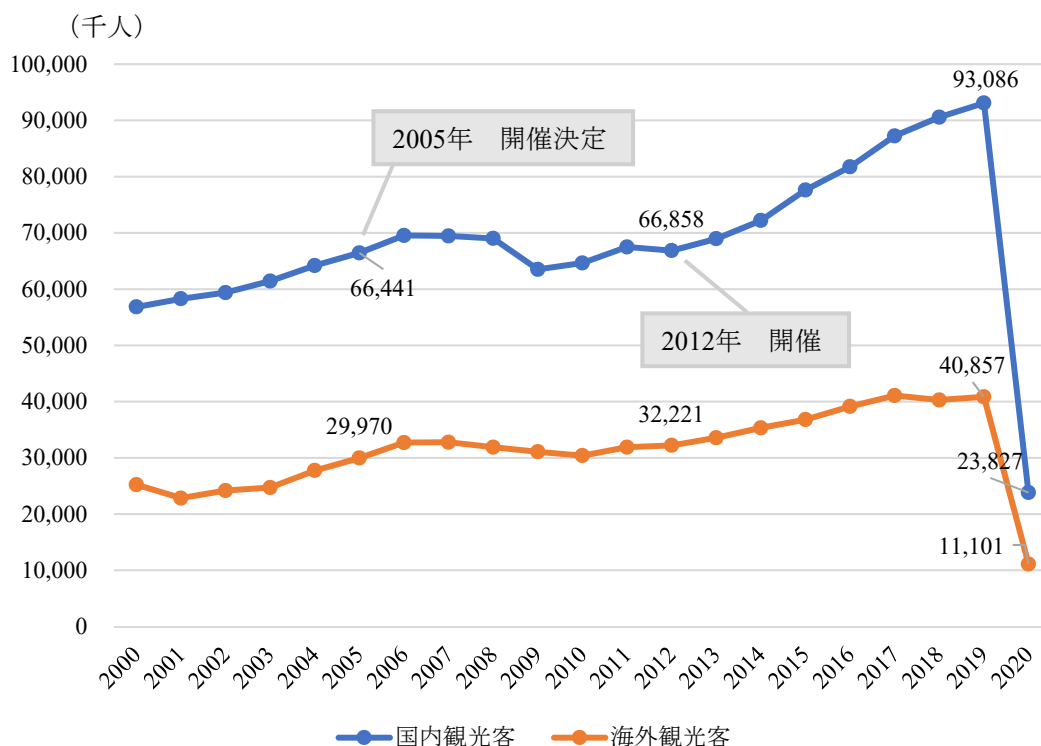
「2020 年東京オリンピック・パラリンピック」は開催が 1 年延期され、2021 年 7、8 月に開催されたが、COVID-19 の感染状況は改善しないままの開催となった。首都圏の会場を中心に大多数の会場で無観客での試合が行われた。有観客が認められた会場でも、海外観客の受け入れは断念され、国内観客は収容人数の 50%以内で 1 万人を上限とされた。これに伴い、チケットの再抽選が行われ、払い戻しが生じた。加えて、観客には直行直帰の要請がされた。つまり、開催決定当初期待されていたインバウンド観光客を含む経済効果はもたらされなかった。

一方、注目したいのはオリンピック・パラリンピック開催後の観光地としてのトレンド化である。オリンピック・パラリンピックに関する傾向として、開催決定後、開催国の観光需要が長期的に喚起されることがある。例えば、イギリスでは図 8 のように観光客数が推移した。特に 2012 年の開催後は右肩上がり観光客数を伸ばした。COVID-19 は特異な事例であり、将来予測が困難であるが、オリンピック・パラリンピックの観客として入国できなかった外国人観光客にとって、2021 年以降の観光地選択で日本が上位に上がる可能性は高い。

⁵⁵ Los Angeles Dodgers (2021) .

⁵⁶ 厚生労働省 (2021c) .

図8 イギリスの観光客数



（出所）Office for National Statistics（2021）より筆者作成。

アフターコロナのインバウンド需要をより高めるためには、オリンピック・パラリンピック後の残された遺産の有効活用が重要である。東京オリンピック・パラリンピックは持続可能性をテーマに誘致された。例えば、「都市鉱山からつくる！みんなのメダルプロジェクト」と題し、使用済み電化製品から回収した金属で全メダルを作成するなど、SDGsを意識した運営方法が取られた⁵⁷。同様に、新設する会場がオリンピック・パラリンピックだけのものとならないよう、誰もがアクセスしやすく、利用しやすいバリアフリーを意識し整備された。本番では観客が利用することはなかったが、交通アクセスの良さは観光にとって優位に働くため、オリンピック・パラリンピック会場でのイベント企画や大型スポーツ大会の誘致は大きな集客となると考えられる。

4.4 段階を踏んだ観光産業の復興と発展

感染拡大状況は地域によって異なるため、広範囲往来を伴う観光が再開されるには時間を要すると考えられる。つまり、感染爆発リスクを最小限にするには、観光関連産業の復興を段階的に行う必要がある。

⁵⁷ 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（2020）。

限定地域内の観光

第一段階として、地域内に留まった観光需要を促す必要がある。外部からの人の流入を抑えられるため、観光促進の第一歩として有効である。

前述のように、瀬戸内海地域では本州からの交通網の拡大と瀬戸内国際芸術祭のアート作品といった新たな観光資源が組み合わさって、観光産業が成長してきた。その成果は訪日外国人観光客数の伸び率から分かる。特に香川県では、2012年からCOVID-19流行直前の2019年にかけて訪日外国人観光客数が約16倍となり、全国で最大の伸び率となった⁵⁸。香川県の観光産業にとって、順調な成長をみせている中でのCOVID-19による打撃は深刻であったが、そこから回復するため、どのような事業を展開したのだろうか。

香川県では「うどん県泊まっpegがわ割」と題し、県民限定の観光割引が企画、施行された。期間は2021年7月～12月で、緊急事態措置、まん延防止等重点措置下では停止される。内容は日帰り旅行商品または宿泊代金の50%割引（上限5000円/人泊）である。同様の企画は複数の都道府県で施行されてきたが、停止期間が長期に及んだものもある。都道府県単位の観光促進企画の課題は、まん延防止等重点措置が一つの市町村に対して要請された場合であっても、都道府県全体で企画を停止せざるを得ず、本来期待された効果が得られないことである。

そこで、さらに細分化した市町村単位の観光促進企画の登場が期待される。市町村単位のまん延防止等重点措置が存在するため、措置と観光企画の単位を合わせることで対応の柔軟性が増すと考えられる。そのため、市町村単位の観光でも観光関連経済を回復させる手段となり得る。しかし、同一都道府県内の住民であるにもかかわらず、受けられるサービスに差があるという不公平感が生じる問題がある。実行に移すためには、観光割引企画全体でサービス水準を統一するといった地方自治体同士の連携が不可欠となる。

国内観光の復興

第二段階では国内観光促進政策を打ち出す必要がある。最も短時間で実行でき、有効であるのはGo Toキャンペーン事業の全面的な再開である。Go To Travelキャンペーンの再開においては、有名観光地には観光客が集中することが予想される。同キャンペーン開始時に感染拡大の第2波を助長したことを教訓にして、再開時は観光客の分散が行われるべきである。ここで重要なのは、観光客が「三密」を避けた行動も含めた感染リスクを知ることである。先述のキャンプ場の例では観光客が「密閉」空間避けた結果、人々の「密集」が起きた。

同種のリスクを回避するために、集客力に基づいて割引サービス額に差をつける方法があるが、公平性とのバランスについては議論の余地が残されている。観光地内で密集を分散するという点で事業者ができる対策は予約の分散化である。オンライン観光やオンライン宿泊の事業ではネット予約、支払いのキャッシュレス化が進んだ。この進歩を活かすべきである。ネット予約では予約の変更や事業者側の予約数確認が容易になる。キャッシュレス化ではキャンセル時やプラン変更時の払い戻しが容易になる。これらの技術を駆使できれば、予約数を効率的に分散で

⁵⁸ 観光庁（2020）。

きる。

観光客が全国各地に分散すれば、オーバーツーリズム状態に逆戻りすることがないうえ、地域振興が進む。

海外旅行、インバウンドの復興

最終段階となる海外観光は COVID-19 感染の影響が最小限になってから再開されるべきである。加えて、世界各国で収束時期やワクチン接種率には差が出るため、出入国可能な地域の選定は慎重に行われるべきである。アウトバウンドは、度重なる規制で抑制されてきた反動があるため、急速に復活すると予測される。一方でインバウンド旅行者を呼び込むための情報発信は積極的に行う必要がある。タイミングを見極め、旅行先の選択肢に入らなければ観光業の復興が滞るからである。発信内容はオリンピック関連ツアーなど日本にしかない魅力をアピールすることが挙げられる。

金銭的な支援では交通産業を支える必要がある。特に航空会社への支援金は、増便や休止航路の復活を促し、インバウンド旅行者の更なる呼び込みにつながる。さらに、Go To Travel キャンペーンや地域独自の観光促進企画で宿泊代金の割引を行ってきたように、国内旅行者に対して切符や航空券の割引を行えば、利用者数の増加が見込め、交通産業は迅速に回復する。

おわりに

2020 年、COVID-19 によって人間の生活様式に大きな変化があった。2021 年現在、変異株による感染再拡大での規制強化と規制緩和が繰り返され、いまだ元の生活を取り戻すことはできていない。観光産業では緊急事態化での基盤の脆弱さが露呈した。

本稿では、過去の観光産業の課題をもとに、アフターコロナの観光産業が目指すべき姿を模索してきた。ウィズコロナでは Go To キャンペーン事業や協力金の支給を中心に観光産業を維持しようという試みがみられた。しかし、感染拡大期には一斉に事業が停止し、思うような効果を発揮できていない。加えて、ワクチン接種が進んだことやオリンピック・パラリンピックの開催が観光にもたらす影響について考察した。

再び COVID-19 の感染急拡大によって、観光産業が停止しないためには、長期的な視点に立って復興策を考えなければならない。つまり、狭い地域内の観光から広い地域の観光へと段階を踏んで観光事業を形成する必要がある。この先人類が COVID-19 限らず、未知のウイルスに遭遇したとき、同様のパンデミックを起こさないために、2022 年以降、諸産業がどのような復興過程をたどるのか注視していく必要がある。観光関連産業をはじめとする諸産業に甚大な被害が出ないよう、一人一人が正確な情報の取得方法と実体験に基づく適切な行動パターンを身につけ、対処できるようにならないといけない。

参考文献

- ・小長谷悠紀（2017）『新・観光を学ぶ』，八千代出版.
- ・鈴木茂・奥村武久（2007）『「観光立国」と地域観光政策』，晃洋書房.
- ・大澤正治（2021）「コロナ・パンデミックがもたらした新しいツーリズム（観光）」，『地域研究』，沖縄大学地域研究所，
https://okinawauniversity.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=59&file_id=22&file_no=1
- ・大津山堅介・斎藤悠介・小松崎暢彦・石井紗知香・松本慎一郎・竹中大貴・廣井悠（2020）「COVID-19 に対する都市封鎖の類型化と課題」，『都市計画論文集』，日本都市計画学会，
https://www.jstage.jst.go.jp/article/journalcpj/55/3/55_1350/_pdf/-char/ja
- ・黒沼善博（2021）「アフターコロナの島嶼経済モデル試論」，『地域研究』，沖縄大学地域研究所，
https://okinawauniversity.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=60&file_id=22&file_no=1
- ・斎藤正己（2021）「新型コロナ後を展望する観光と地域政策の考察」，『地域イノベーション』，法政大学地域研究センター，
https://hosei.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=24107&file_id=22&file_no=1
- ・戸崎 肇（2020）「新型コロナウイルス禍後の航空輸送産業」，『桜美林大学研究紀要社会学研究第1号』，
https://obirin.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=2396&file_id=22&file_no=1
- ・中島恵（2014）「テーマパーク産業におけるダイナミック・ケイパビリティ」，『大阪観光大学紀要第14号』，大阪観光大学，
<http://library.tourism.ac.jp/No14nakajimamegumi.PDF>
- ・圓田浩二（2020）「ビーチリゾートの発見と発展と衰退に関する観光社会学的考察ー宮古島のビーチリゾートの未来を考えるー」，『沖縄大学法経学部紀要』，沖縄大学法経学部，
https://okinawauniversity.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=14&file_id=22&file_no=1
- ・愛媛県観光スポーツ文化国際観光課（2021）「観光客数とその消費額」，
<https://www.pref.ehime.jp/opendata-catalog/dataset/dataland-266.html>
- ・沖縄県（2019）「産業の内訳」，
<https://www.pref.okinawa.jp/site/kodomo/land/sangyo/uchiwake.html>
- ・オリエンタルランド（2021）「ゲストプロフィール」，
<http://www.olc.co.jp/ja/tdr/guest/profile.html>
- ・外務省（2021）「新型コロナウイルス感染症に関する新たな水際対策措置」，
https://www.anzen.mofa.go.jp/info/pcwideareaspecificinfo_2021C137.html
- ・香川県（2019）「令和元（2019）年香川県観光客動態調査報告」，
<https://www.my-kagawa.jp/files/user/site/f3ebd117cb61fd3909506436c69ebfcde7e1a21e.pdf>
- ・香川県（2021a）「香川県営業時間短縮協力金（第6次）のご案内」，
https://www.pref.kagawa.lg.jp/documents/26452/6ji_annnai_20210830.pdf

- ・香川県（2021b）「令和2年香川県観光客動態調査報告」，
<https://www.pref.kagawa.lg.jp/documents/24575/doutaicyosa2020.pdf>
- ・観光庁（2008）「平成20年版 観光白書」，
<https://www.mlit.go.jp/npcc/hakusyo/npcc/2008/index.html>
- ・観光庁（2019a）「宿泊旅行統計調査報告（平成30年1～12月）」，
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001312884.pdf>
- ・観光庁（2019b）「訪日外国人旅行者数・出国日本人数」，
https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/in_out.html
- ・観光庁（2019c）「旅行・観光消費動向調査2019年年間値」，
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001342441.pdf>
- ・観光庁（2020）「令和2年版観光白書について（概要版）」，
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001348279.pdf>
- ・観光庁（2021a）「国立感染症研究所のゲノム解析の実施状況」，
<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000829892.pdf>
- ・観光庁（2021b）「都道府県別の懸念される変異株の国内事例数（ゲノム解析）」，
<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000784824.pdf>
- ・観光庁（2021c）「Go To トラベル事業の利用実績について」，
https://www.mlit.go.jp/kankocho/news06_000499.html
- ・厚生労働省（2021a）「オープンデータ」，
<https://www.mhlw.go.jp/stf/covid-19/open-data.html>
- ・厚生労働省（2021b）「新型コロナワクチンについて」，
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20210125/k10012831381000.html>
- ・厚生労働省（2021c）「新型コロナワクチン Q&A」，
<https://www.cov19-vaccine.mhlw.go.jp/qa/0012.html>
- ・国土交通省（2020）「令和2年度国土交通省関係補正予算の概要」，
<https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001339698.pdf>
- ・首相官邸（2020a）『新型コロナウイルス感染症対策本部（第29回）』，
https://www.kantei.go.jp/jp/98_abe/actions/202004/16corona.html
- ・首相官邸（2020b）『新型コロナウイルス感染症対策本部（第35回）』，
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/novel_coronavirus/th_siryou/sidai_r020521.pdf
- ・首相官邸（2021a）「新型コロナウイルス感染症対策本部（第52回）」，
https://www.kantei.go.jp/jp/99_suga/actions/202101/13corona.html
- ・首相官邸（2021b）「新型コロナウイルス感染症対策本部（第56回）」，
https://www.kantei.go.jp/jp/99_suga/actions/202102/26corona.html
- ・新型コロナウイルス感染症対策推進室（2021）「新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言の区域変更」，

- https://corona.go.jp/news/pdf/kinkyujitaisengen_houkoku_20210825.pdf
- ・総務省（2017）「人口の労働力状態、就業者の産業・職業」,『国勢調査』,
https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200521&tstat=000001011777&cycle=0&tclass1=000001011807&stat_infid=000001086234&tclass2val=0
 - ・総務省統計局（2021）「サービス動向調査」,
<https://www.stat.go.jp/data/mssi/kekka/pdf/m202106.pdf>
 - ・千葉県商工労働部観光企画課（2019）「令和元年 千葉県観光入込調査報告書」,
https://www.pref.chiba.lg.jp/kankou/toukeidata/kankoukyaku/documents/r1kankou_irikomi.pdf
 - ・東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（2020）「東京 2020×持続可能性」,
<https://gting.tokyo2020.org/image/upload/production/xnfwjwetfcuvybkcjfs.pdf>
 - ・東京都産業労働局（2021）「東京都感染拡大防止協力金の支給状況等について」,
https://2021.jitan.metro.tokyo.lg.jp/apr1/assets/downloads/sikyu_joukyo.pdf
 - ・内閣官房（2021）「まん延防止重点措置を踏まえた支援策」,
https://corona.go.jp/action/pdf/shiensaku_manenboushi_20210413.pdf
 - ・日本政府観光局（2020a）「訪日外客数（2020年3月推計値）」,
https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/200415_monthly.pdf
 - ・日本政府観光局（2020b）「訪日外客数（2020年4月推計値）」,
https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/200520_monthly.pdf
 - ・日本政府観光局（2021）「訪日外客数（2020年12月推計値）」,
https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/210120_monthly.pdf
 - ・日本経済新聞（2021）「エアアジア・ジャパン破産へ 2万人超に返金見通せず」,
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO66325400X11C20A1L91000/>
 - ・農林水産省（2021）「Go To Eatに参加する飲食店が守るべき感染症対策」,
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gaisyoku/attach/kansenshoutaisaku.pdf>
 - ・Air Asia（2021）「新型コロナウイルス感染症(Covid-19)によるリクエストに関してのご案内」,
<https://support.airasia.com/s/article/Covid-19-Refund-Request-Guide?language=ja>
 - ・ANA ホールディングス（2020）「2020年3月期決算について」,
<https://www.anahd.co.jp/group/pr/202004/20200428.html>
 - ・ANA ホールディングス（2021a）「2021年3月期決算について」,
<https://www.anahd.co.jp/group/pr/202104/20210430.html>
 - ・ANA ホールディングス（2021b）「統合報告書 2021」,
https://www.ana.co.jp/group/investors/irdata/annual/pdf/21/21_00.pdf
 - ・APA HOTEL&RESORTS（2021）「厚生労働省や都道府県の要請による一棟貸し出しホテルについて」,
<https://www.apahotel.com/news/detail/37578/>
 - ・BBC NEWS（2021）「接種1回のジョンソン・エンド・ジョンソン社ワクチン、米当局が承認」,

- <https://www.bbc.com/japanese/56227367>
- City of New York (2021) “COVID-19 Vaccine Incentives,”
<https://www1.nyc.gov/site/coronavirus/vaccines/vaccine-incentives.page>
 - Go To トラベル旅行者向け公式サイト (2021)「緊急事態宣言に伴う全国的な旅行に係る Go To トラベル事業の取り扱いについて」,
<https://goto.jata-net.or.jp/info/2021010701.html>
 - HIS (2021)「オンライン体験ツアー一覧」,
https://www.his-j.com/oe/search/?utm_source=yhl_onlinetour&utm_medium=cpc&utm_campaign=general&cid=yhl_pc_onlinetour_general_j&yclid=YSS.1001168689.EAIaIQobChMI7qqry6GM7wIVHMWWCh3PCgmWEAAAYASAAEgLVkfD_BwE
 - JAL グループ (2020)「JAL グループ 2021 年 3 月期 連結業績」,
<https://press.jal.co.jp/ja/release/202105/006062.html>
 - JAL グループ (2021)「JAL グループ 2021 年 3 月期 連結業績」,
<https://press.jal.co.jp/ja/release/202004/005626.html>
 - Japan Airlines (2021)「運航情報 2020 年」,
<https://www.jal.com/ja/flight/quality/information/202004/>
 - Los Angeles Dodgers (2021) “Dodgers to offer fully-vaccinated only section tickets next homestand,”
<https://www.mlb.com/dodgers/press-release/press-release-dodgers-to-offer-fully-vaccinated-only-section-tickets>
 - NHK 特設サイト「まん延防止重点措置」,
<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/preve-spreading/>
 - NHK NEWS WEB (2021a)「1 都 3 県 緊急事態宣言 きょうで解除 引き続き感染対策の徹底を」,
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20210321/k10012927001000.html>
 - NHK NEWS WEB (2021b)「大阪で広がる変異ウイルス 感染力 最大 1.7 倍 対策どうすれば？」,
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20210406/k10012959891000.html>
 - NHK NEWS WEB (2021c)『「Go To トラベル」感染者拡大に影響か 京都大学のグループ発表』,
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20210125/k10012831381000.html>
 - Office for National Statistics (2021) “Overseas travel and tourism : 2020,”
<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/articles/overseastravelandtourism2020/2021-05-24>
 - Our World in Data (2021) “Coronavirus (COVID-19) Vaccinations,”
<https://ourworldindata.org/covid-vaccinations>
 - The New York Times (2019) “52 Places to Go in 2019,”
<https://www.nytimes.com/interactive/2019/travel/places-to-visit.html>