

概説

コロナ禍における 観光地の現況

観光経済研究部

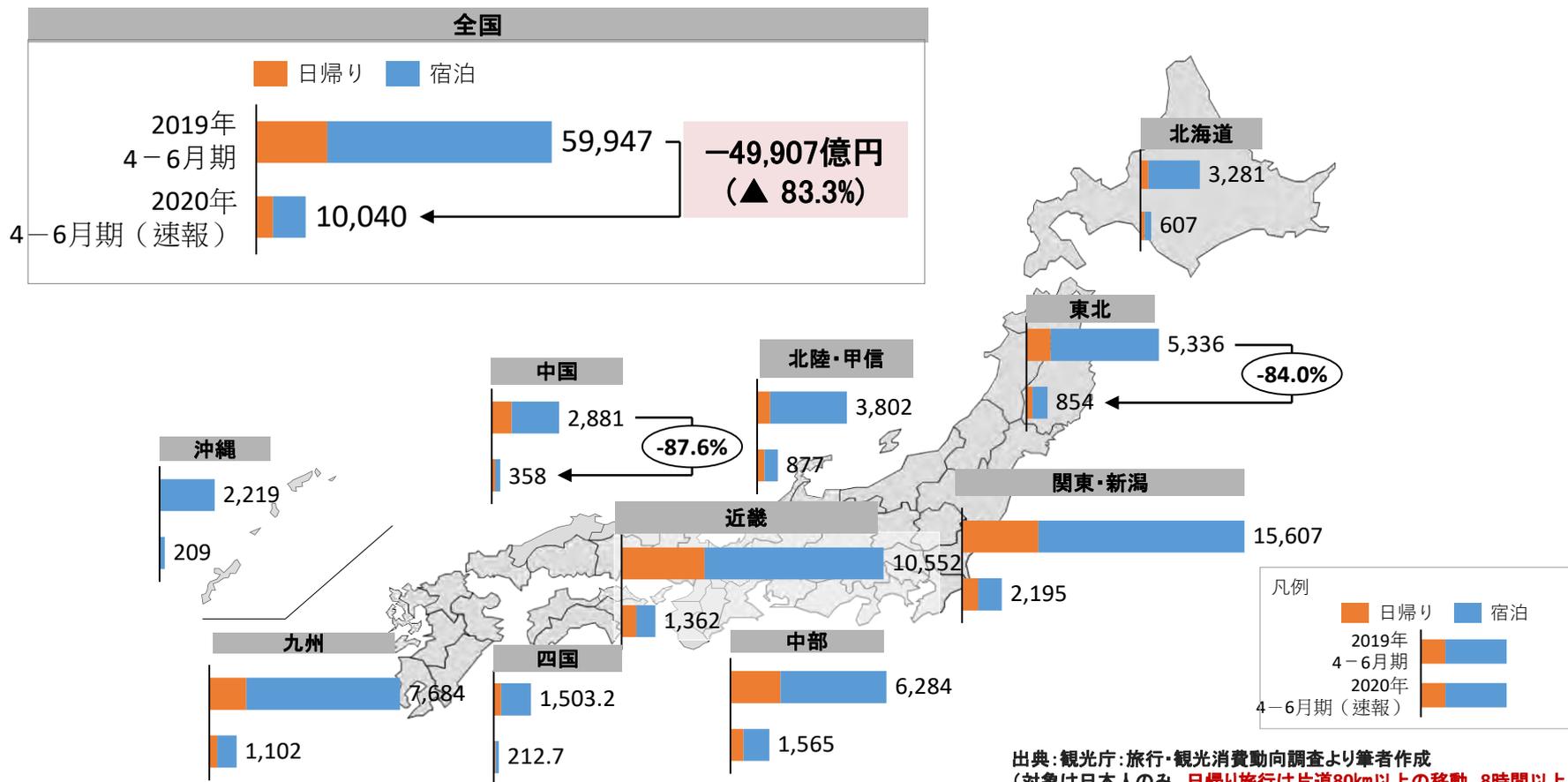
上席主任研究員／地域活性化室長

中野文彦

新型コロナウイルスによる観光地への影響

●4-6月期の観光消費額は約5兆円のマイナス

図：全国・主目的別 4-6月期の観光消費額（単位：億円）

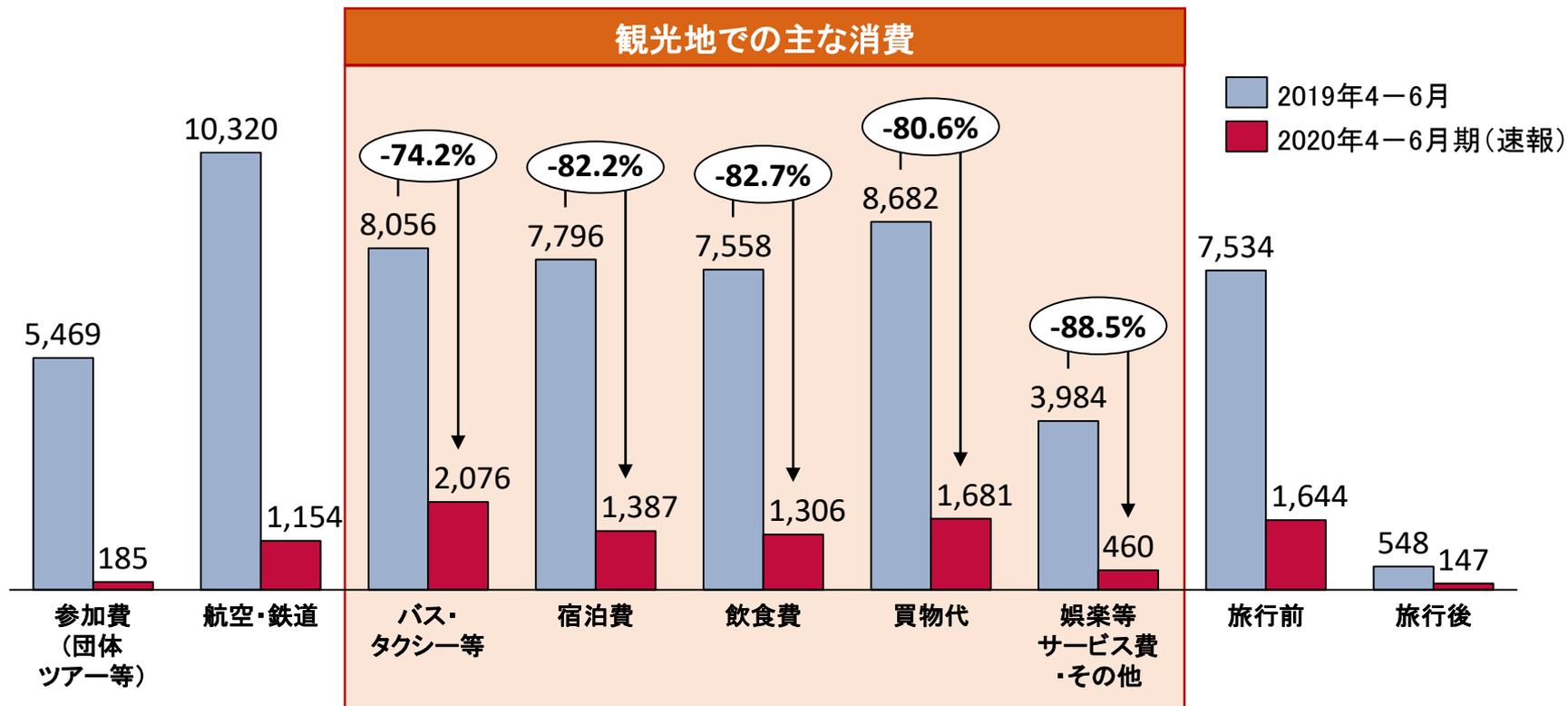


出典：観光庁：旅行・観光消費動向調査より筆者作成
 (対象は日本人のみ。日帰り旅行は片道80km以上の移動、8時間以上滞在。旅行種類は観光・レクリエーション、ビジネス、帰省)

新型コロナウイルスによる観光地への影響

●観光消費額の減少は観光産業以外にも大きく影響

図：消費費目別 4-6月期の観光消費額（単位：億円）



出典：観光庁・旅行・観光消費動向調査より筆者作成

新型コロナウイルスを乗り越えるために

●観光地は、補助制度などの活用のみならず、自ら何ができるかを模索

事業の維持

雇用

雇用調整助成金

資金繰り

持続化給付金、資金繰り支援

総需要喚起

衛生対策

コロナ対策ガイドライン、安全対策徹底
観光施設の地域認証（佐渡市、長崎市等）

キャンペーン

GOTOキャンペーン、住民割引、無料動画配信

個別市場
対応

維持・回復

教育市場、MICE、インバウンド、地域ファン

開拓

近隣住民（マイクロツーリズム）、ワーケーション

本セッション
テーマ

観光サービス
強化・開発

コロナ対応

三密回避（人数制限、貸切、屋外アクティビティ）

新サービス

新しいライフスタイル支援（滞在、ワーケーション）
オンラインサービス（物販、体験、交流、旅行）

他産業連携

地域のお産業支援（人手不足解消、物販支援）
在宅者・住民向けサービス（デリバリー、買物代行）

コロナ禍に地域を支える観光地の取組みを考える

- ① コロナ禍において、観光地は何ができるか？
- ② コロナ後を見据え、観光地は何ができるか？

観光地がコロナ禍を乗り越えるために、またコロナ後を睨んだ時に、どのような取組みが求められるのでしょうか。

本セッションでは、コロナ禍以前から株式会社を立ち上げ、地域活性化に取り組んでいただける方々にご登壇いただきます。

行政・一般事業者とは異なる「**地域活性化に取り組む民間企業**」という視点を基に、皆様とともに考えたいと思います。

本セッションのまとめ

組織 (チーム) の存在

- 「地域を支え続ける」組織、志を共有するチーム
- 地域との連携、ネットワーク（信頼関係）
- リーダーシップ、自立的意思決定
- スピード感、企画力、実行力

コロナ禍 の取組み

- 住民・観光客・従事者の不安解消に取り組んだ
- 観光の可能性を追求した（攻める姿勢）
- 地域・観光客が動ける事業を生み出した
- 地域と観光客のつながりが維持できた

取組みの 効果・可能性

- オンラインも含めた地域内消費の機会が生まれた
- 旅行前後のコミュニケーション機会が生まれた
- 観光客（ファン）との関係性を積極的に継続できる可能性が生まれた

第30回旅行動向シンポジウム 資料（主催：公益財団法人日本交通公社）

本資料の引用や転載をご希望の場合は、下記までご連絡ください

公益財団法人日本交通公社 観光文化情報センター 企画室 (zaidan_info@jtb.or.jp)