

ポストコロナに向けての地方観光 の在り方

2021年11月

要旨

2020年、新型コロナウイルス感染症の流行により世界中の観光産業は深刻なダメージを受けた。特にインバウンド観光客への取り組みを強化してきた日本の観光産業は大打撃を受けた。しかし地方に位置する数都道府県の観光者数の減少幅は都会と比べて小さいという統計も存在するため、現状では人口が集中している感染リスクが高い都市部への観光から感染リスクの低い地方観光に目が向けられている可能性があるともいえるだろう。

そういった背景から本稿では「地方観光にシフトした観光需要をコロナ禍の状況にとどまらず今後のポストコロナでも維持していくためにはどうすればいいか」という仮説を立て、研究を進めた。そこで第1章の現状分析・問題意識においては新型コロナウイルス感染拡大以前後の観光客数の統計から世界全体で観光産業にどれだけの影響があったのか、さらに日本国内ではどのような影響があったのかを地方レベルの統計から考察した。

第2章の先行研究および本稿の位置づけでは「地方観光」、「近場観光」、「新型コロナウイルス感染症」というキーワードを中心に先行研究を調査した。そこで本稿では、先行研究において触れられていなかった都道府県別観光需要喚起策が観光客数にどのような影響を与えたかを統計学的に分析し、それとともにポストコロナにおける観光客の旅行意識をアンケート調査を用いて行った。

第3章の理論・分析では、宿泊旅行者数のパネルデータ分析とアンケート調査とそれに基づくコンジョイント分析を行った。その結果、パネルデータ分析では、新型コロナウイルス流行下で行われた都道府県で行われた宿泊補助政策は宿泊旅行者数に正に有意であったため近場観光の宿泊旅行者を増加させることがわかった。さらにアンケート調査でも新型コロナウイルス流行下では近場観光の観光需要が比較的高いことが示された。そこで本稿では近場観光に着目し、コンジョイント分析を用いて理想的な近場観光についての調査を行った。その結果からポストコロナの近場観光においては混雑緩和、宿泊補助、訪問経験はない所への訪問が望ましいことがわかった。

第4章では前章の分析結果をふまえ、ポストコロナにおける近場観光を見据えた各都道府県単位で行うデジタルスタンプラリーを政策として提言した。デジタルスタンプラリーは複数の観光地を訪れるきっかけとなり、デジタルツールを用いて混雑緩和が期待でき、景品による宿泊補助により利用者の参加意欲を高めると同時に、訪問経験のない場所にも訪れるきっかけを与えるものとなっている。

2020年の観光産業の落ち込みは深刻であり、今もなお先行きが怪しい状況にある。しかし、この状況を悲観的に捉えるのではなく、現状にふさわしい政策を展開することで地方観光を発展させる必要である。これからの地方観光のあり方や旅行者意識を客観的に分析し、ポストコロナ時代における新たな観光の在り方を模索することが重要であると考え

目次

図表目次	5
第1章 現状分析・問題意識	6
第1節 新型コロナウイルスの世界への影響	6
第2節 新型コロナウイルスの日本への影響	6
第3節 国内の新型コロナウイルス感染状況	7
第4節 地方別観光客減少数	8
第5節 問題意識	9
第2章 先行研究及び本稿の位置づけ	10
第1節 日本における旅行意識	10
第2節 コロナ禍における観光政策の課題	10
第3節 コロナ禍における地方の観光政策	11
第4節 コロナ禍での観光行動	11
第5節 観光客の訪問経験に関する意識	12
第6節 本稿の位置づけ	12
第3章 理論・分析	14
第1節 分析の方向性	14
第2節 パネルデータ分析の概要	14
第1項 分析の枠組みと推定モデル	14
第2項 パネルデータ分析推定結果	19
第3節 アンケート調査	21
第1項 調査の方向性	21
第2項 コンジョイント分析の説明	21
第3項 プロファイルにおける属性と水準の設定	23
第4項 プロファイルの設定	25
第4節 アンケート調査結果	26
第1項 アンケート集計内容	26
第2項 個人の属性集計結果	26
第3項 アンケート分析結果まとめ	34
第4項 コンジョイント分析推定結果	35
第5節 分析結果の考察	37
第4章 政策提言	38
第1節 政策提言の方向性	38
第2節 スタンプラリーについて	39
第1項 事例紹介	39
第2項 本稿におけるスタンプラリーの概要	40
第3節 DMOと財源の流れ	43
第1項 DMOの運営	43
第2項 宿泊税	43
第4節 政策提言のまとめ	44
おわりに	45

図表目次

図の目次

図 1	各地域の前年度との観光客数比較	6
図 2	訪日観光客数	7
図 3	国内のコロナ感染者数	7
図 4	地方別観光客減少数	8
図 5	混雑のイメージ図	23
図 6	男女比	26
図 7	年齢構成	27
図 8	居住地	27
図 9	職業	28
図 10	新型コロナウイルスの流行下で旅行に行ったか。	28
図 11	旅行した理由	29
図 12	旅行先	29
図 13	新型コロナウイルス流行下での旅行回数	30
図 14	新型コロナウイルス流行下において観光の是非	30
図 15	新型コロナウイルス流行下において観光したい地域	31
図 16	新型コロナウイルス流行下において観光したい場所	31
図 17	観光に行かない理由	32
図 18	新型コロナウイルス収束後の観光の是非	32
図 19	新型コロナウイルス収束後で一度で訪れたい観光地点数	33
図 20	新型コロナウイルス収束後の観光目的地	33
図 21	新型コロナウイルス収束後の望ましい観光地	34
図 22	本稿における財源の循環とスタンプラリーのイメージ図	41

表の目次

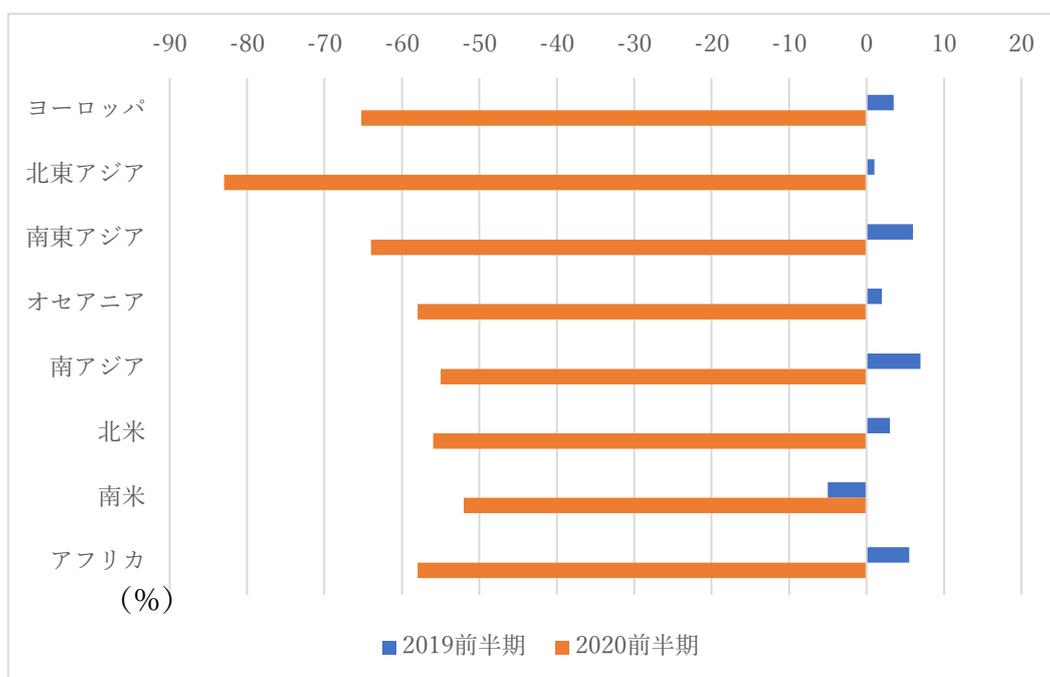
表 1	基本統計量(2019年1月～2019年12月)	18
表 2	基本統計量(2020年1月～2021年7月)	18
表 3	2019年(コロナウイルス流行前) 推定結果	19
表 4	2020～2021(ウィズコロナ期) 推定結果	20
表 5	各属性の水準	23
表 6	プロファイル表の一例	25
表 7	アンケート調査 バージョンごとの個人属性	26
表 8	コンジョイント分析 推定結果	36
表 9	スタンプラリー事例	39

第1章 現状分析・問題意識

第1節 新型コロナウイルスの世界への影響

2020年初頭、新型コロナウイルス感染症の拡大により様々な業界で大きな変化が見られた。特に観光業界への影響は甚大であり、図1が示す世界の各地域の観光客数比較によるとどの地域においても観光客数が前年度の-60%前後を記録していたことが分かった。

図1 各地域の前年度との観光客数比較

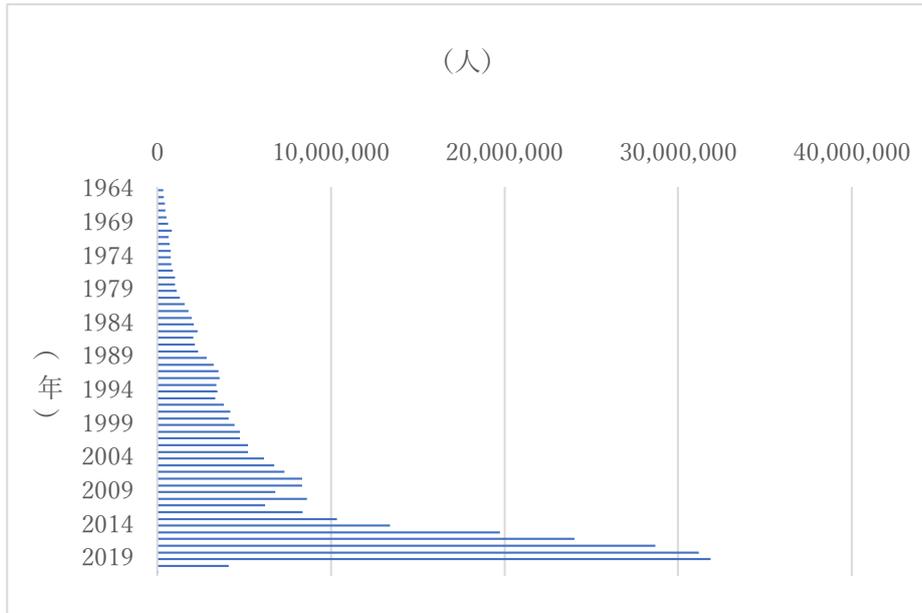


出典：UNWTO「World Tourism barometer」より著者作成

第2節 新型コロナウイルスの日本への影響

日本国内においても全体で大幅な観光客数の減少が見られ、訪日観光客数、国内観光客数ともに激減した。図2からも日本国内の観光客数の減少は明らかであり、インバウンド需要が伸びていた日本観光にとっては大打撃となった。

図 2 訪日観光客数

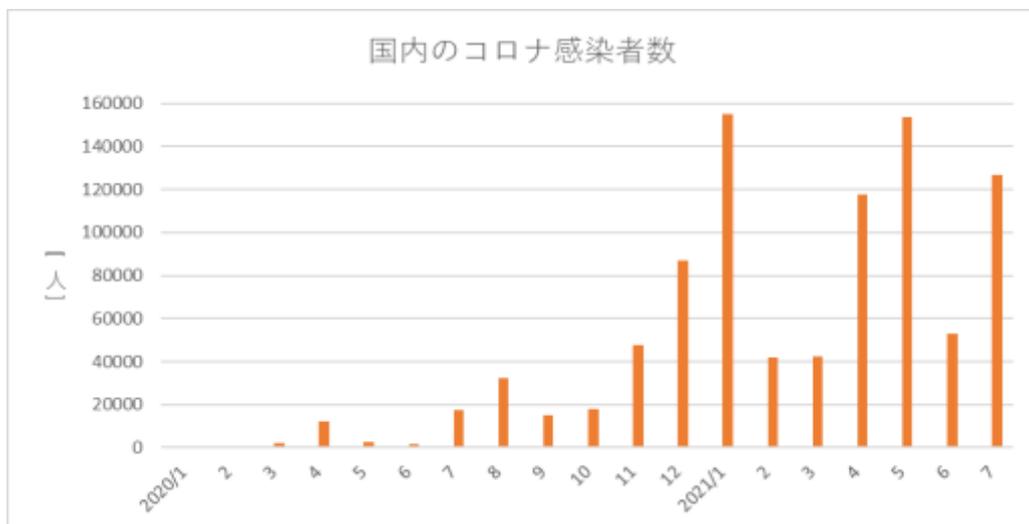


出典：JNTO HP 「日本の観光統計データ訪日外客数の推移統計」より著者が制作制作

第3節 国内の新型コロナウイルス感染状況

新型コロナウイルス感染症は2020年1月に日本国内で初めての感染者が確認され、以降感染者数は2021年7月までに累計で92万人を超えた。図3の月別国内新型コロナウイルス感染者数の推移を見ると、感染者数は一定の周期で増減を繰り返している。

図 3 国内のコロナ感染者数

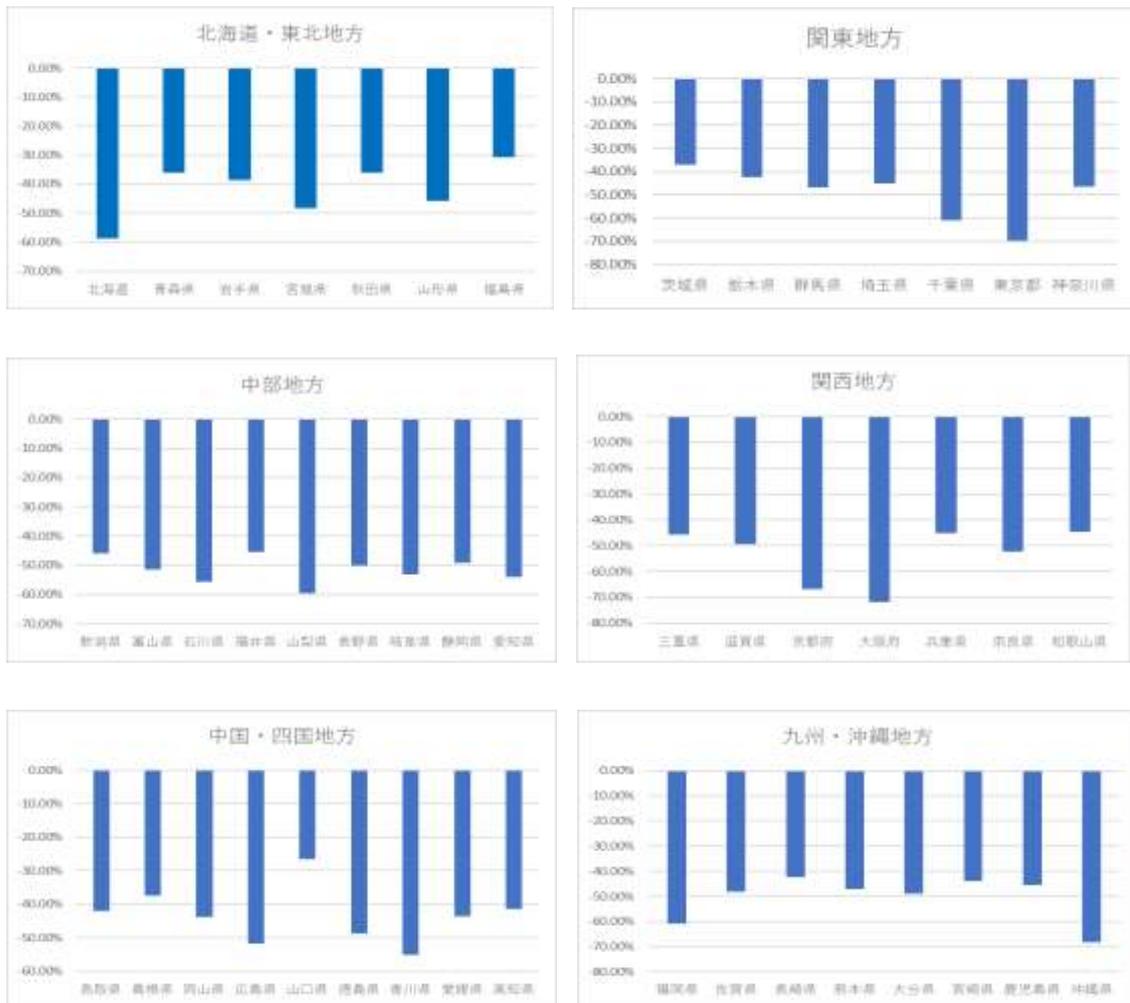


出典：NHK「日本国内の感染者数（NHKまとめ）」より著者作成

第4節 地方別観光客減少数

図4は、新型コロナウイルス発生前と発生後の地方・都道府県別の宿泊観光客数を比較した減少率である¹。図4から分かることは、新型コロナウイルスの影響により全国的に宿泊者数が減少しているということである。一方で図4では減少率が少ない都道府県上位10県（青森県、岩手県、秋田県、福島県、茨城県、鳥取県、島根県、山口県、高知県、長崎県）は地方に集中していることがわかる。

図4 地方別観光客減少数



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より著者作成

¹ 新型コロナウイルス発生前 2019年3月から2020年2月まで、発生後2020年3月から2021年3月としている。

第5節 問題意識

上記で紹介したとおり、コロナ禍における観光では地方に有意性があると言える。これは新型コロナウイルスの影響により観光客が人込みを避けるという傾向によるところが部分が大いと考えられ、新型コロナウイルスが収束すると、今までと同じように観光客は大都市や人気観光地に流れていくことが懸念される。この観光客のリバウンドが起こってしまえば、新型コロナウイルス蔓延下において行った政策は一時的な効果を発揮するにとどまり、ポストコロナにおいて従来の観光形態に戻ることが予想される。

また、本稿では新型コロナウイルスによって減少する観光客数を回復させ、地方創生にとっても重要な役割を担う観光産業を支援する有効な政策を研究する。さらに、この新型コロナウイルス流行を観光客が地方観光に着目するきっかけであるととらえ、地方観光のウィズコロナだけでなくポストコロナにおいて中長期的な観点で地方観光の需要を増加させるためにどのような政策が有効であるかを検証する。その際に、コロナ禍においてどのような要因が観光需要に影響を与えているか、コロナ禍に打ち出された従来の政策はどのように効果を発揮したかについて分析を行う。

第2章 先行研究及び本稿の位置づけ

ここでは、コロナ渦における観光に対しての消費者の動向について分析している研究を中心に紹介する。

第1節 日本における旅行意識

日本交通公社(2020)によると、新型コロナウイルスの流行が収束したあと国内の観光レクリエーション旅行へ「行きたい」と考えている割合は 69.8%であり、意欲的である。海外の観光レクリエーション旅行に「収束しても行きたくない」と考えている割合が 6.2%、「新型コロナウイルスの流行に関係なく、旅行には行きたくない」と考えている割合が 23.9%であり、意欲的でない。ジェイ・ディー・パワー・ジャパン(2020)によると、「全国での移動自粛要請や渡航制限が解除されたら、どのような旅行に行ってみたいと思いますか」という質問に対して「車で遠くへの旅行」と回答した人が 34%であるのに対して「車で近場の旅行」は 50%となっており、新型コロナウイルス後に向けて、国内で且つ近場での旅行の需要の高まりが分かる。

第2節 コロナ渦における観光政策の課題

蓮沼（2020）は、今後の日本のコロナ渦における観光政策について Go To トラベルキャンペーンの成果や政府の発言をもとに提言している。また、Go To トラベル事業は「高級な宿泊施設や旅行先に人気が集まり、中小の事業者が恩恵を受けにくいとの不満の声も見受けられる」といった指摘がある。

また、「事業終了以降半年は反動により需要が冷え込む」と懸念する声もあることから、「宿泊事業者にとっては、旅行者にリピーターとなってもらうことが重要となってくる」と主張している。さらに蓮沼（2020）は「観光需要の回復は、「地元－近距離－中距離－訪日外客等の遠距離」の順で進行するとされる」としており、今後、「一旦失われた観光需要の回復に向けて、中長期的な視点に立った観光戦略づくりを地域全体で進めることが重要」と主張している。

第3節 コロナ禍における地方の観光政策

中村(2020)は、ウィズコロナ時代における岐阜県の観光戦略について、県内でのマイクロツーリズム推進を提言している。岐阜県では2020年7月に宿泊者数が前年同月比59%減と新型コロナの影響を大きく受けた一方で、県内客は33%増加した。また岐阜県の宿泊客の観光消費額は2018年の観光入込客統計調査では平均で岐阜県全体日帰り客の7倍以上であった。

しかし岐阜県内客が宿泊した割合は14.6%に留まった(2019年宿泊旅行統計調査)。そのため岐阜県の観光戦略ではコロナ禍で県外観光客誘致やインバウンドの誘客が見込めない中、どのように県民需要を開拓するか、また県内宿泊客を増やすかが課題となる。

中村(2020)は県内観光客の需要を高めるマイクロツーリズム戦略として、Go To トラベル事業をはじめとした自治体などが県民や近隣県などの在住者限定での宿泊代金の割引や、サービス面の向上による「お得感」・「特別感」の演出、県民の県内旅行に宿泊を織り込んだ滞在型のツアーやプログラムを提供し、収益性の高い宿泊客の増加を目指すことなどを挙げ、最後に「中長期的な視点で県内観光を守り、育てていくためにも、当面は県民にふるさとの良さや愛着を再認識してもらい、県民を挙げて地域経済を回していくような観光戦略がされる」と述べた。

第4節 コロナ禍での観光行動

森ら(2021)はグラビティモデルでコロナのリスク、感染予防策、観光推進策が観光需要に及ぼす影響を調査した。森ら(2021)は2020年1月～9月と過去3年間の都道府県間の移動パターンを比較し、県外移動の減少と緊急事態宣言解除後の移動増加傾向が見られたことから、都道府県におけるコロナのリスクが都道府県間に移動に有意な影響を及ぼしているのではないかと仮説を立て、2020年1月～9月の月次データと都道府県間の移動データを用いたパネルデータで実証分析を行った。

分析では、着地の要請者数変数、距離変数、緊急事態宣言発出を表すダミー変数がマイナスに有意に推定されたことから、感染拡大被害が移動に負の影響を与えたといえる。また、Go To トラベル政策の施行を表すダミー変数がプラスに推定されたことから Go To トラベル政策は人々の観光移動を促進させたといえる。加えて、域内観光を表すダミー変数

がGo To トラベル施行前はマイナスに、施行後はプラスに有意に推定されたことから、Go To トラベル政策は県外への移動需要を高める影響を与えたといえる。分析結果から、感染リスクが観光に負の影響を与えたとまとめられた一方で、Go To トラベル事業が感染拡大に影響を及ぼしてしまった可能性もあるとの指摘もしている。

第5節 観光客の訪問経験に関する意識

益田ら(2012)では新規の観光客を開拓するよりもリピーターをいかに獲得するかということが観光客増加を達成するうえで大事だと述べられている。そこで観光客が再び観光地を訪れる理由として①その観光地に満足した、②前回見逃した観光スポットがあったなどという心残りがある、③前回とは異なる同行者と来たかったという3つの要因を挙げ、その中でも②における心残りを「未完了感」というキーワードとして詳しい旅行者意識調査を行った。

調査内容は協力者7名に京都府東山をモバイル端末画面に示された決められたルートで散策してもらうもので、画面上に表示される観光スポット情報としてわざと異なった季節にとられた写真やルート外の観光スポットも提示することで実験者に未完了感を感じさせられるかを目的とした。実験の結果、「違う季節に来ることができたらよかった」、「1か月前にイベントがあったことを知って心残りがある」という声が多く寄せられたことから、未完了感を抱いた参加者の中では、異なった場所に対する未完了感よりも時期に対する未完了感を感じた人が多かったという結果が得られた。

第6節 本稿の位置づけ

既存の新型コロナウイルスの影響による宿泊観光に関する研究は、新型コロナウイルスが宿泊業をはじめとした観光業に与えた影響の分析や、Go To トラベルキャンペーンなどのコロナ禍に打ち出された観光政策に対しての分析、新型コロナウイルスの影響下における消費者の旅行に対する消費動向調査がほとんどであり、コロナ禍に実際に打ち出された地方の観光政策についてデータ分析を用いて、その政策と観光客数の増加との因果関係を統計学的に分析した研究はまだ十分には行われていない。

日本交通公社(2020)とジェイ・ディー・パワー・ジャパン(2020)のアンケート結果によると、新型コロナウイルス後に向けて国内で且つ近場での旅行の需要が高まっていることが分かる。また、コロナ禍における宿泊観光に関する研究では、蓮沼(2020)のように地方全体で中長期的な視点で観光政策を打ち出さなければならないとあるが、その具体的な政策内容は提言されていない。

森ら(2021)は、コロナのリスク、感染予防、観光推進策が観光需要に及ぼす影響について調査しているが、2020年1月から9月までの9カ月のデータしか使用されていない。

中村(2020)では県内観光客の需要を高めるマイクロツーリズム戦略として在住者限定での宿泊代金の割引や、サービス面の向上が重要であると述べられている。また、益田ら(2012)で行われたアンケート調査は協力者数が7名とサンプルが少なく、実験結果の信頼性に疑問を感じる部分が存在する。

したがって本稿では、コロナ禍において実際に打ち出された政策が地方の観光客の増加につながったのかという因果関係をパネルデータ分析により明確にし、それぞれの自治体が観光政策を打ち出す上で注視すべき要素はどういったものなのかについて明らかにしていく。その際に本稿では、森ら(2021)2よりものデータを伸長して分析を行い、感染拡大前との観光の影響を調べている。また、着地だけでなく発地における変数やプレミアム宿泊券による割引政策を示す変数も加えることでより詳しい分析を行う。

また、本稿で行う研究はコロナ禍において一時的に高まっている地方への観光需要に着目する。そこで、十分なサンプル数によるアンケート調査によってコロナ禍での旅行意識調査とコンジョイント分析でポストコロナの観光需要を調査したのち、コロナ禍で獲得した地方の観光需要をポストコロナでも可能な限り維持できるような政策について考察していく。

第3章 理論・分析

第1節 分析の方向性

本稿においては、ウィズコロナ期における観光の決定要因を分析することによって新型コロナウイルス蔓延化における観光の動向をパネルデータ分析によって明らかにし、新型コロナウイルス感染が収束した後の近場観光において重要視されるものについて、アンケート調査に基づいたコンジョイント分析の分析結果をもとに、ポストコロナを見据えた地方観光のあり方について考察していく。

第2節 パネルデータ分析の概要

本稿はウィズコロナ期に地方へ流入した観光客数を、アフターコロナ後にも持続させていくための政策提言に向け、リサーチクエスチョンを「ウィズコロナ期における、地方の観光客数の決定要因と、アフターコロナ期における、地方への観光客がリピーターとして定着する要因は何か」と定める。本稿では公表されているデータによる回帰分析を実施し、これらの要因を明らかにする。

ウィズコロナ期における、地方の観光客数の決定要因の分析としては、新型コロナウイルスの感染者数、各都道府県独自の政策、緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の日数、発着地の距離などが影響していると推測する。その中でも特に関係性が深いと思われるものが、旅行支援等の各都道府県独自の政策である。以上より、本稿の仮説は次のとおりである。

・仮説

「経済的な補助、コロナ禍の地域別の観光需要喚起策が宿泊観光客の創出に作用する」

第1項 分析の枠組みと推定モデル

本稿では、ウィズコロナ期における、観光客数の決定要因は何かを推定するため、新型コロナウイルス流行前(2019年1月～2019年12月)とウィズコロナ期(2020年1月～2021年7月)の二つの期間でパネルデータ分析を行う。推定式及び変数を以下に示す。

推定式

$$\begin{aligned} \log y_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \log \chi_{1it} + \beta_2 \log \chi_{2it} + \beta_3 \log \chi_{3it} + \beta_4 \log \chi_{4it} \\ & + \beta_5 \log \chi_{5i} + \beta_6 \chi_{6i} + \beta_7 \log \chi_{7i} + \beta_8 \log \chi_{8i} + \beta_9 \log \chi_{9i} + \beta_{10} \log \chi_{10i} + \beta_{11} \chi_{11it} + \mu_i + \epsilon_{it} \end{aligned}$$

また、 i は都道府県の発着地別 OD ペアを表す横断面のサフィックス、 t は各月を表す時系列のサフィックス、 μ_i は各 OD ペアの個別効果である。

被説明変数

観光客数の決定要因を明らかにするため、宿泊旅行統計調査におけるウィズコロナ期（2020年1月～2021年7月）の各都道府県の発着地別宿泊者数を被説明変数とする。また、新型コロナウイルス流行前は、同調査の2019年1月～2019年12月の宿泊者数を被説明変数とする。

被説明変数を発着地別に設定する意義は、都道府県が実施する観光需要喚起の多くは対象者の発地制限を設けるため²、それぞれを各都道府県の宿泊者数は発地別に分析する必要があるためである。

説明変数

新型コロナウイルスの感染者数、各都道府県独自の観光需要喚起策実施日数、Go To トラベル実施日数、発着地の距離、域内観光、人口密度、県内総生産、月平均気温等を説明変数とする。

人口密度と県内総生産については分析対象期間に対応したデータが入手できないため、2018年のデータを一貫して利用した、そのためこれらのデータは t に関して変動しない。また対数値を取るために、宿泊者数、都道府県庁間の距離、Go To トラベル実施日数、新型コロナウイルス感染者数、各都道府県独自の観光需要喚起策実施日数は0のデータを1に変換する処理をしている。

新型コロナウイルス流行前の分析では、新型コロナウイルスの感染者数、各都道府県独自の観光需要喚起策実施日数、Go To トラベル実施日数はデータが存在しないため変数に含まない。以下、使用する変数の詳細を示す。

² 例えば山口県の宿泊旅行の対象者出身地域は中国地方、四国地方、沖縄以外の九州地方に制限されている。

y_{it} …宿泊者数

各都道府県、月毎に集計された宿泊者数（2019年1月～2019年12月、2020年1月～2021年7月）³。

x_{1it} …発地の新型コロナウイルス感染者数

発地の各都道府県、月毎に集計された新型コロナウイルスの感染者数。ウィズコロナ期のみ使用⁴。

x_{2it} …着地の新型コロナウイルス感染者数

着地の各都道府県、月毎に集計された新型コロナウイルスの感染者数。ウィズコロナ期のみ使用⁵。

x_{3it} …各都道府県独自の観光需要喚起策実施日数

ウィズコロナ期に発行された宿泊割引券等の都道府県別観光需要喚起策が実施された日数を、各都道府県、月毎に集計した変数⁶。

x_{4it} …Go To トラベル実施日数

ウィズコロナ期に行われた国による Go To トラベル事業の実施日数を各都道府県、月毎に集計した変数⁷。

x_{5i} : 発地着地間の都道府県庁間の距離

発地と着地の都道府県それぞれが設置する都道府県庁間の最短距離⁸。

x_{6i} : 城内観光ダミー

発地と着地の都道府県が一致している場合、城内観光であるとして1、それ以外を0として処理するダミー変数。

³ 出典：国土交通省「宿泊統計調査」

⁴ 出典：NHK「日本国内の感染者数（NHKまとめ）」

⁵ 出典：NHK「日本国内の感染者数（NHKまとめ）」

⁶ 巻末付表1参照

⁷ 出典：GoTo トラベル事業HP

⁸ 出典：国土地理院「都道府県庁間の距離」

X_{7i} : 発地人口密度

発地の都道府県の人口を、本稿がその面積で割った変数。すべての期間で一貫して2018年のデータを使用⁹。

X_{8i} : 着地人口密度

着地の各都道府県の人口を、本稿がその面積で割った変数。発地・着地別。すべての期間で一貫して2018年のデータを使用¹⁰。

X_{9i} : 発地県内総生産

発地の各都道府県の実質県内総生産(連鎖方式)。すべての期間で一貫して2018年のデータを使用¹¹。

X_{10i} : 着地県内総生産

着地の各都道府県の実質県内総生産(連鎖方式)。すべての期間で一貫して2018年のデータを使用¹²。

X_{11it} : 月平均気温(着地)

各都道府県別、着地の月平均気温¹³。

⁹ 出典：国土地理院「全国都道府県市町村別面積調査」

¹⁰ 出典：国土地理院「全国都道府県市町村別面積調査」

¹¹ 出典：内閣府「県民経済計算」

¹² 出典：内閣府「県民経済計算」

¹³ 出典：気象庁「過去の気象データ・ダウンロード」

これらの変数のコロナ前の基本統計量は表1で、コロナ後の基本統計量は表2で示されている。

表 1 基本統計量(2019年1月～2019年12月)

変数	平均値	最大値	最小値	標準偏差	サンプル数
宿泊者数(人)	2310.168	294181	1	9186.722	26508
都道府県庁間の距離(km)	507.977	2019.400	1.000	356.612	26508
発着地の人口密度(千人/km ²)	0.656	6.345	0.063	1.202	26508
発着地の県内総生産(兆円)	11.692	105.846	1.868	16.569	26508
着地の月平均気温(°C)	16.169	29.300	-3.000	8.021	26508

表 2 基本統計量(2020年1月～2021年7月)¹⁴

変数	平均値	最大値	最小値	標準偏差	サンプル数
宿泊者数(人)	1838.609	294181	1	8140.466	41971
発着地の感染者数(人)	1022.045	44034	1	3189.073	41971
観光需要喚起策 実施日数(日)	1.369	31	1	3.232	41971
GoTo トラベル 実施日数(日)	8.955	31	1	12.593	41971
都道府県庁間の距離(km)	507.977	2019.400	1.000	356.610	41971
発着地の人口密度(千人/km ²)	0.656	6.345	0.063	1.202	41971
発着地の県内総生産(兆円)	11.692	105.846	1.868	16.569	41971
着地の月平均気温(°C)	15.773	30.700	-4.400	7.959	41971

¹⁴ 域内観光についてはダミー変数のため記載していない

第2項 パネルデータ分析推定結果

表3と表4に推定結果を示している。推定モデル1はOLS推定、推定モデル2は変量効果モデル、推定モデル3は固定効果モデルである。

表3 2019年(コロナウイルス流行前) 推定結果

	モデル1 OLS	モデル2 変量効果	モデル3 固定効果 ¹⁵
都道府県庁間の距離(対数値)	-0.744*** (-76.240)	-0.743*** (-24.946)	—
域内観光ダミー	-0.909*** (-11.546)	-0.901*** (-3.751)	—
発地の人口密度(対数値)	0.109*** (-9.183)	0.109** (3.014)	—
着地の人口密度(対数値)	0.172*** (-14.157)	0.192*** (5.270)	—
発地の県内総生産(対数値)	1.122*** (78.577)	1.122*** (25.751)	—
着地の県内総生産(対数値)	0.766*** (-53.095)	0.748*** (17.159)	—
着地の月平均気温	0.015*** (-16.153)	0.007*** (16.499)	0.006*** (16.116)
R ²	0.621	0.156	0.010

*** : p 値<0.01,** : p 値<0.05,* : p 値<0.10,カッコ内は t 値(RE は z 値)を示す

¹⁵ 固定効果モデルでは、分析対象期間中に不変である変数のパラメータは推定されない

表 4 2020～2021（ウィズコロナ期） 推定結果

	モデル 1 OLS	モデル 2 変量効果	モデル 3 固定効果 ¹⁶
発地の感染者数(対数値)	-0.147*** (-29.426)	-0.111*** (-35.098)	-0.110*** (-34.709)
着地の感染者数(対数値)	-0.045*** (-8.994)	-0.106*** (-33.618)	-0.109*** (-34.503)
観光需要喚起策 実施日数(対数値)	0.188*** (10.607)	0.058*** (5.037)	0.052*** (4.547)
Go To トラベル 実施日数(対数値)	0.248*** (54.606)	0.269*** (104.861)	0.269*** (105.95)
都道府県庁間の距離(対数値)	-0.830*** (-98.220)	-0.831*** (-30.296)	—
域内観光ダミー	-1.144*** (-16.762)	-1.079*** (-4.874)	—
発地の人口密度(対数値)	0.212*** (20.361)	0.200*** (5.966)	—
着地の人口密度(対数値)	0.125*** (11.788)	0.163*** (4.878)	—
発地の県内総生産(対数値)	1.32*** (96.289)	1.277*** (31.656)	—
着地の県内総生産(対数値)	0.886*** (63.970)	0.946*** (23.451)	—
着地の月平均気温	0.019*** (22.746)	0.011*** (22.286)	0.010*** (21.859)
R ²	0.634	0.442	0.410

*** : p 値<0.01,** : p 値<0.05,* : p 値<0.10,カッコ内は t 値(RE は z 値)を示す

表 3 と表 4、すなわち新型コロナウイルス流行前とウィズコロナ期に共通する変数のうち、都道府県庁間の距離、域内観光はどちらも OLS 推定、変量効果モデルで、表 3 と表 4 とともに宿泊者数に負の影響を与えることが、統計的に有意に推定された。よって都道府県間の距離が遠いほど宿泊者が減少する傾向があると推測できる。

またその他の共通する変数、発地と着地の人口密度、発地と着地の県内総生産はどちらも OLS 推定、変量効果モデルでコロナ前とうい表 4 とともに正に有意、着地の月平均気温は OLS 推定、変量効果、固定効果モデル全て新型コロナウイルス流行前とウィズコロナ期ともに正に有意な結果が得られた。よって人口密度・県内総生産が高い県、平均気温が高い季節や県に宿泊者が集中する傾向がある。

¹⁶ 固定効果モデルでは、分析対象期間中に不変である変数のパラメータは推定されない

以上より、新型コロナウイルス流行前とウィズコロナ期に共通する変数は全て同様の推定結果が得られ、推定値も大きな差は確認できないため、これらの変数の宿泊者数への影響が新型コロナウイルス流行前と比較してウィズコロナ期で変化したとは言い難い。

続いて表4、ウィズコロナ期についてはGo To トラベル実施日数と都道府県別観光需要喚起策実施日数のどちらもOLS推定、変量効果、固定効果モデル全て正に有意な結果が得られ、発地と着地の感染者数はOLS推定、変量効果、固定効果モデル全て負に有意な結果が得られた。

よってウィズコロナ期において、Go To トラベルと観光需要喚起策は宿泊者数を増加させ、また感染者数が多い県ほど宿泊者数は減少する傾向がある。これらの推定結果から、ウィズコロナ期において発地着地ともに新型コロナウイルス感染者数の増加は宿泊者数を抑制し、Go To トラベルと観光需要喚起策の経済的支援策は宿泊者数を増加させることが期待できる。

第3節 アンケート調査

第1項 調査の方向性

本稿では、新型コロナウイルス蔓延下において誘致した域内観光客は、新型コロナウイルスの収束後に遠方の観光地への流失することが予見される。

そのため、パネルデータでは観測することのできない新型コロナウイルス収束後の観光の動向に関してアンケート調査を行うことによってポストコロナの観光への意識を調査する。また、本稿では地方観光の促進にとっては近場観光が重要であるという仮説を設定し、ポストコロナにおける望ましい近場観光についてコンジョイント分析を行うことで明らかにしていく。

第2項 コンジョイント分析の説明

コンジョイント分析とは、アンケート調査において複数の属性を用いて作成した複数の選択肢を提示し、回答者にその中から最も望ましい選択肢を選択してもらうことで、回答者の評価を観察し個々の属性の重要性を明らかにすることが出来るものである。

コンジョイント分析はランダム効用モデルに基づいており、ランダム効用モデルは、栗山・庄子（2005）の記述によると、次のように説明される。

このモデルにおいては、選択肢集合 $C = \{1, 2, \dots, j\}$ から回答者 n が最も望ましいと思われるプロフィール i を選択する率を P_{ni} とする。その際に回答者 n が得られる効用 U_{ni} が、そのほかのプロフィール j ($j \neq i$) を選択したときの効用水準 U_{nj} よりも高くなる確率であるから、選択確率 P_{ni} は次のように表される。

$$\begin{aligned} P_{ni} &= \Pr[U_{ni} > U_{nj}, \forall j \in C, j \neq i] \\ &= \Pr[V_{ni} - V_{nj} > \varepsilon_{nj} - \varepsilon_{ni}, \forall j \in C, j \neq i] \end{aligned}$$

$U_{ni} = V_{ni} + \varepsilon_{ni}$ とすると V_{ni} は効用関数の観察可能な確定項、 ε_{ni} は観察不可能な誤差項である。誤差項 ε_{nj} と ε_{ni} が第一種極地分布に従うと仮定すると、回答者 n がプロフィール i を選択する確率 P_{ni} は次式で表すことができる。

$$P_{ni} = \frac{\exp(V_{ni})}{\sum_{j \in C} \exp(V_{nj})}$$

この式をもとに効用関数のパラメータを推定するモデルのことを条件付きロジットとデルいう。このモデルは次式で示される対数尤度関数 $\log L$ を最大化することによってパラメータベクトル β を推定することができる。

$$\log L = \sum_{n=1}^N \sum_{j \in C} \delta_n^j \log(P_{nj})$$

ただし、 δ_n^i は回答者 n がプロフィール i を選択したときに 1、それ以外の時は 0 となるダミー変数である。

第3項 プロファイルにおける属性と水準の設定

コンジョイント分析のプロファイルの設定を行う際、本稿では「宿泊補助」、「混雑」、「予算」、「観光地への訪問の有無」の4つの属性を用いた。「コロナ収束後の近場観光（県内、隣接県程度）」というものを条件とし、アンケート調査時は属性の説明をしたうえで回答してもらった。

表5 各属性の水準

属性名	水準1	水準2	水準3	水準4
予算（円）	5000円	8000円	12000円	15000円
混雑	10%	40%	70%	100%
宿泊補助	あり	なし		
訪問経験	あり	なし		

ここからは「宿泊補助」、「混雑」、「予算」、「観光地への訪問の有無」の4つのそれぞれの属性について詳しく説明していく。

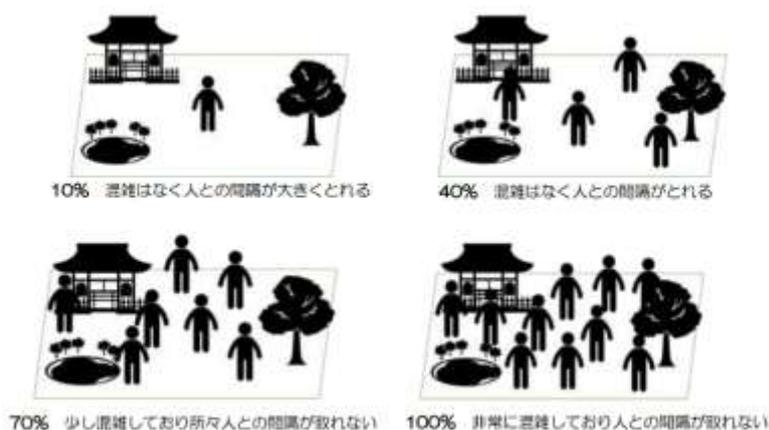
①「予算」

一度の近場観光（県内、隣接県程度）で費やす費用（ガソリン代、食費、宿泊代、お土産代など）のことで、本アンケートでは、5000円、8000円、12000円、15000円を設定し、近場観光においてどのくらい払ってもいいかという支払い意欲を聞いた。

②「混雑」

一つの観光地が収容できる人数に対して訪れている人数の割合を漠然的なイメージを用いて独自に設定したものであり、10%、40%、70%、100%の4段階で表し、以下の図のようなイメージを示し回答していただいた。（以下の図は一つの観光地の収容人数を10人としたもの）

図5 混雑のイメージ図



③「補助」

宿泊を伴う観光について、宿泊代金に対して 20%の割引を行うものである。ここではダミー変数を用い、宿泊補助を行う場合は 1、そうではないときは 0 と設定しており、アンケート上では宿泊補助を適用する場合は「あり」、適用しない場合は「なし」と明示し、宿泊補助を実施することの是非を回答していただいた。

④「訪問経験」

本アンケートを実施する時点において、以前に訪れたことのある観光地と訪れたことのない観光地のどちらが、どのぐらい今後の近場観光に対してどのように影響を及ぼしているかを調査するものである。ここではダミー変数を用い、訪問経験がある場所に関しては 1、そうではないときは 0 と設定し、アンケート上では訪問経験がある場所は「あり」、ない場所は「なし」と明示し回答していただいた。

⑤「ASC」

本稿では「どれもえらばない」というプロフィールを選択した場合にのみ **Alternative Specific Constant(ASC)**が付くと仮定する。この ASC は他の近場観光を実施する場合とどこにも行かなかった場合の効用の差を表している。

第4項 プロファイルの設定

実験方法としては、選択型実験を用いて各属性の水準の組み合わせた4つの代替案と、「どれも選ばない」というプロファイルを加えた5つの代替案の中から、最も望ましい組み合わせのプロファイルを選択してもらう。

また、回答者に対して提示するプロファイルを設計する際には、任意の2列の水準のすべての組み合わせが同じ回数ずつ登場する性質の直行配列を用いた。上記の属性と水準を用いた場合 $4 \times 4 \times 2 \times 2 = 64$ 組のプロファイルが作成できるが、本稿では直行配列法にしたがって設計したため、16組のプロファイルを抽出し、1人の回答者に対して4つずつ回答してもらった。また、回答者に提示するプロファイルの設計には栗山ら（2012）の「Excelでできるコンジョイント分析」を利用した。

アンケートを実施する際には Google フォームを用いて作成し、1つのアンケートに対して4つの異なるプロファイル表を提示するように設計し、4つのバージョンを用意することでデータを集計した。以下は回答者に対して提示したプロファイルの一例である。

表6 プロファイル表の一例

選択肢	A	B	C	D	E
宿泊補助	あり	あり	なし	なし	
混雑	70% 	100% 	100% 	10% 	どれも 選ばない
予算	15000円	8000円	5000円	15000円	
訪問経験	なし	あり	なし	なし	

第4節 アンケート調査結果

第1項 アンケート集計内容

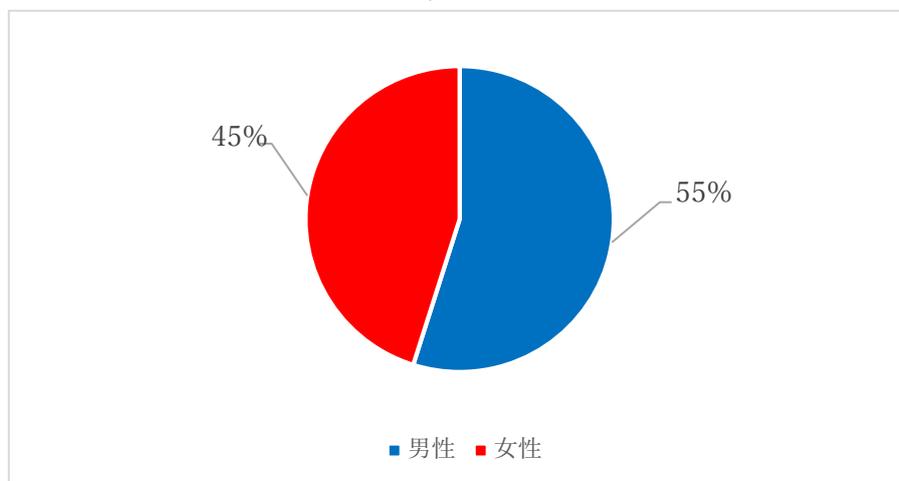
アンケートは全 246 人の方にご協力をいただき、回答を得られることができた。また、その中でコンジョイント分析に用いることが可能な有効な回答は、245 人分であった。一人につき 4 つの組み合わせを選んでもらい、無効解答 9 つを除いた合計 975 のサンプルを得ることができた。

表 7 アンケート調査 バージョンごとの個人属性

アンケート個人属性	総計	男性	女性
Ver:1	55	36	19
Ver:2	89	37	52
Ver:3	54	37	17
Ver:4	48	25	23
計	246	135	111

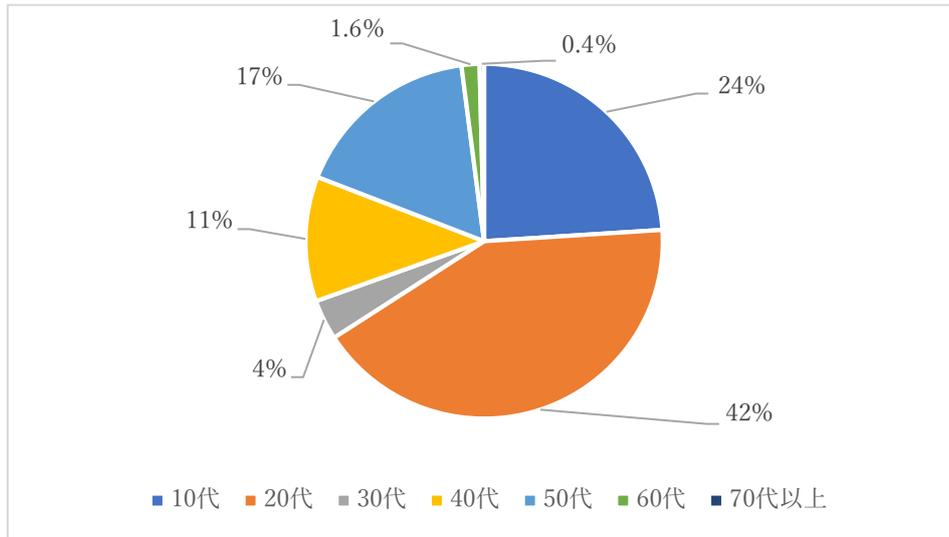
第2項 個人の属性集計結果

図 6 男女比



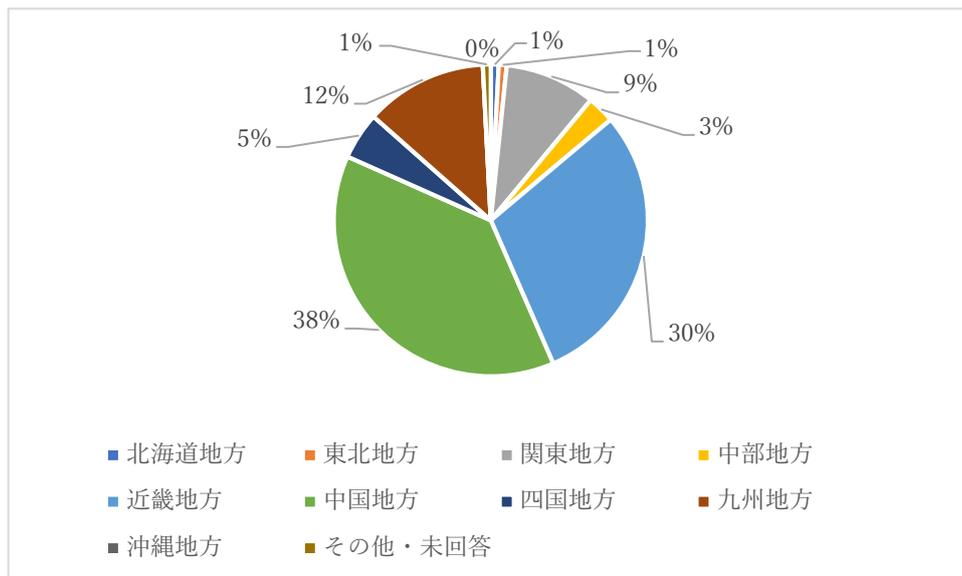
男性 55%、女性 45%からの回答が得られた。

図7 年齢構成



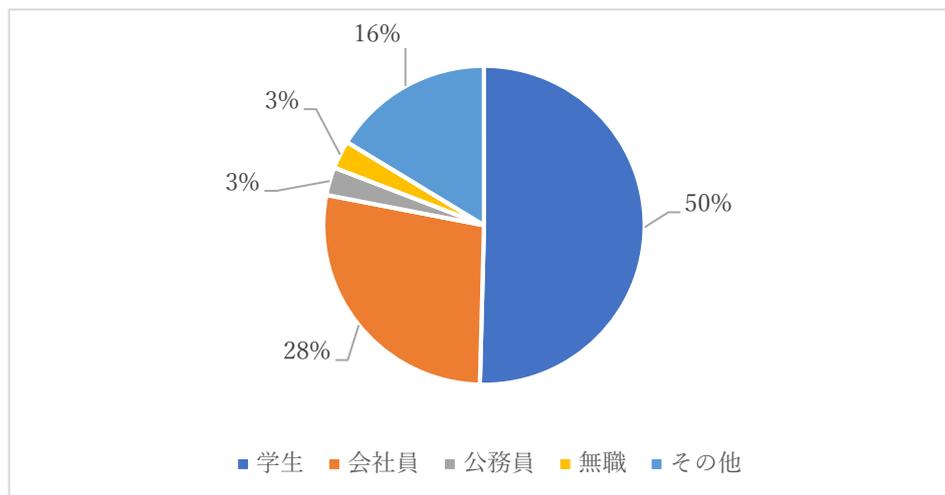
10代と20代の回答者が多数を占めているが、30～70代以上の方からの回答も得られたため、様々な年代の方の意識調査をすることができた。

図8 居住地



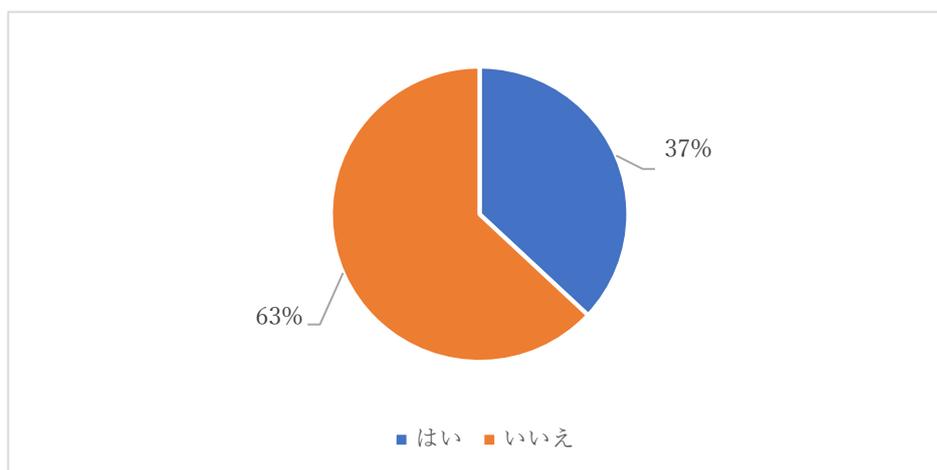
回答者の居住地が、近畿地方と中国地方に偏っているものの、沖縄地方を除く、8つの地方の方から回答を得ることができた。

図 9 職業



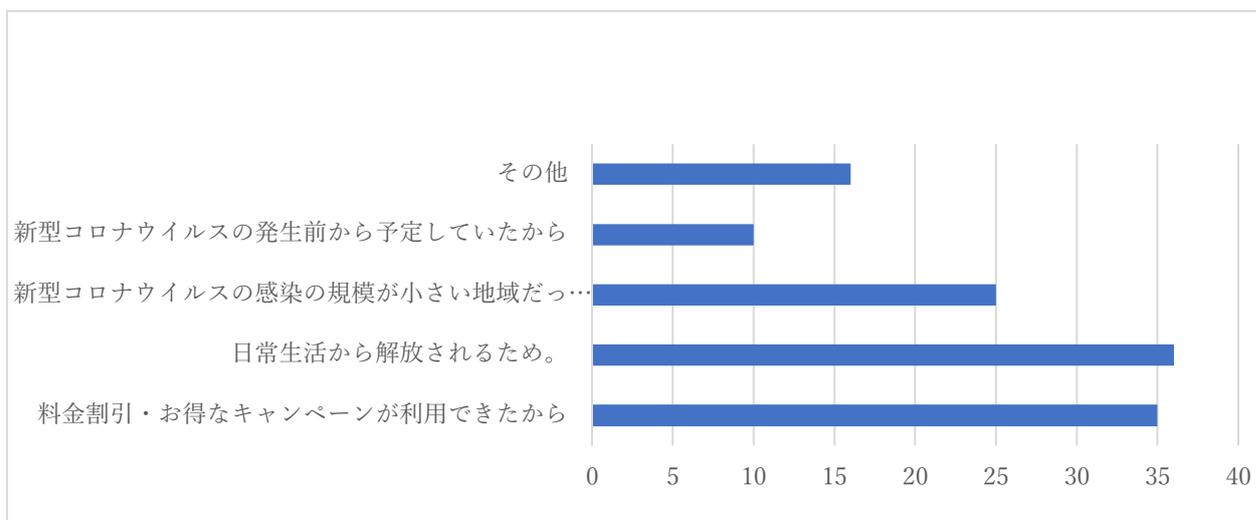
学生 50%、それ以外 50%と様々な職業の方からの回答を得ることができた。

図 10 新型コロナウイルスの流行下で旅行に行ったか。



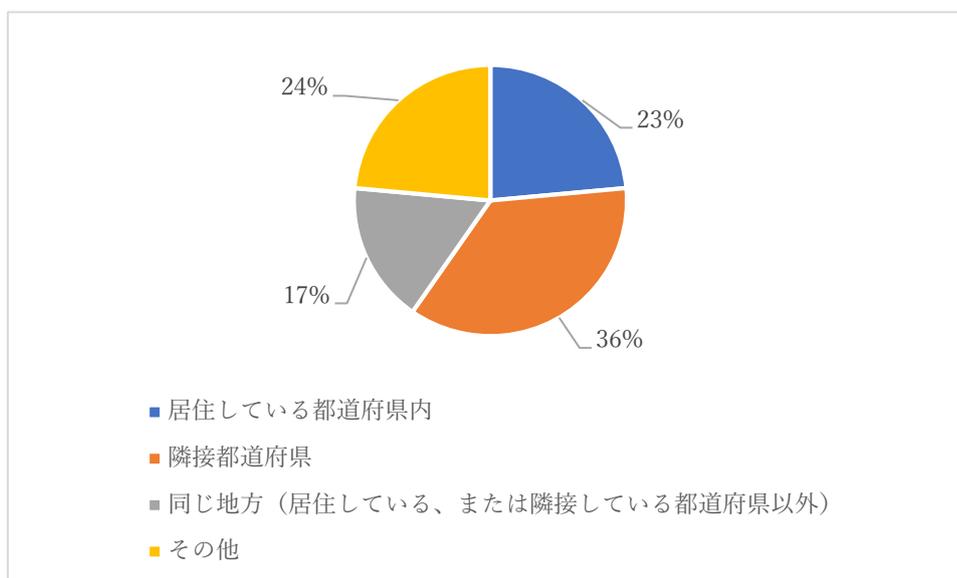
新型コロナウイルスの流行下（2020年1月以降）において、約4割の方が旅行に行き、約6割の方が、旅行に行かなかったことがわかった。新型コロナウイルス流行下においては、観光に行かない人の方が多いことがわかる。

図 11 旅行した理由



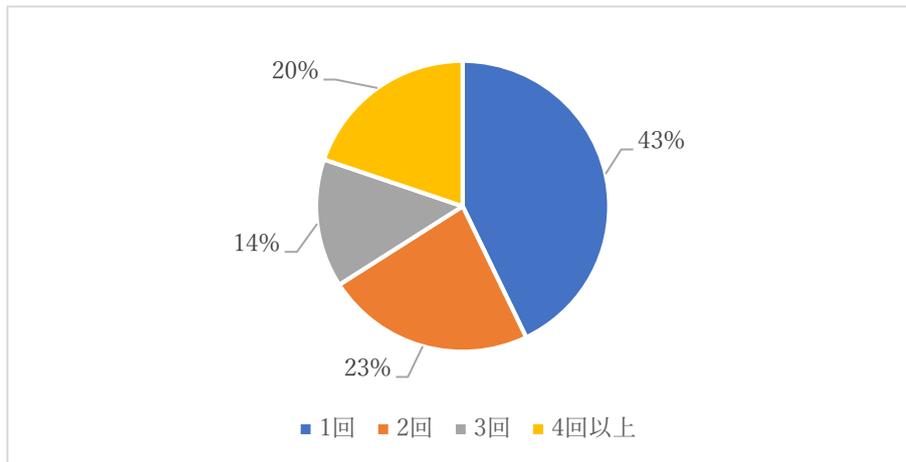
旅行をした理由として、図 11 のように日常生活から解放されるため、料金割引・お得なキャンペーンが利用できたからといった回答が多く得られた。

図 12 旅行先



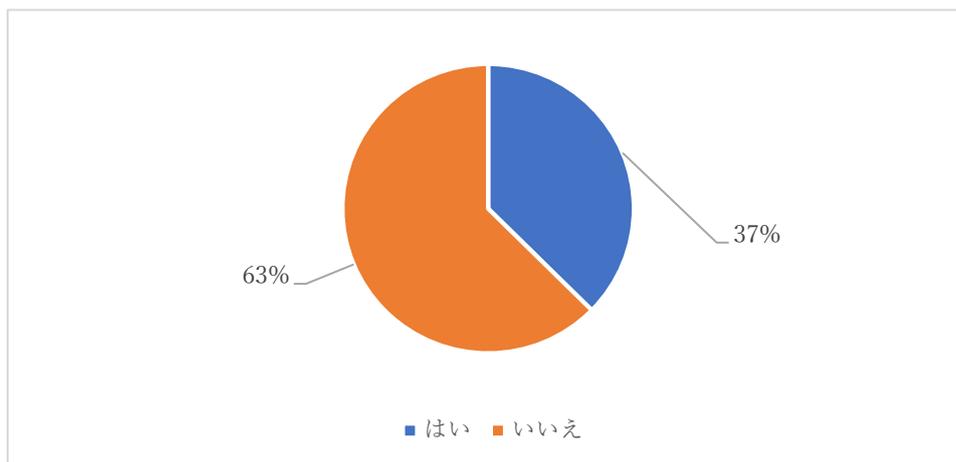
旅行先としては、居住している都道府県内、隣接都道府県が過半数を占め、新型コロナウイルス流行化では、近場観光に需要があるということがわかった。

図 13 新型コロナウイルス流行下での旅行回数



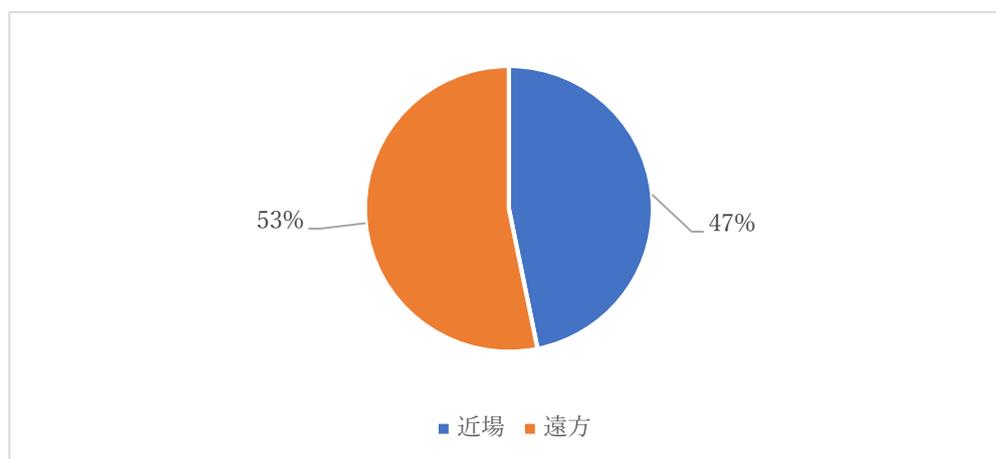
新型コロナウイルス流行下において、約4割の方が、旅行を1回行っており、2回以上旅行をした方はそれぞれ約2割程度であることがわかった。

図 14 新型コロナウイルス流行下において観光の是非



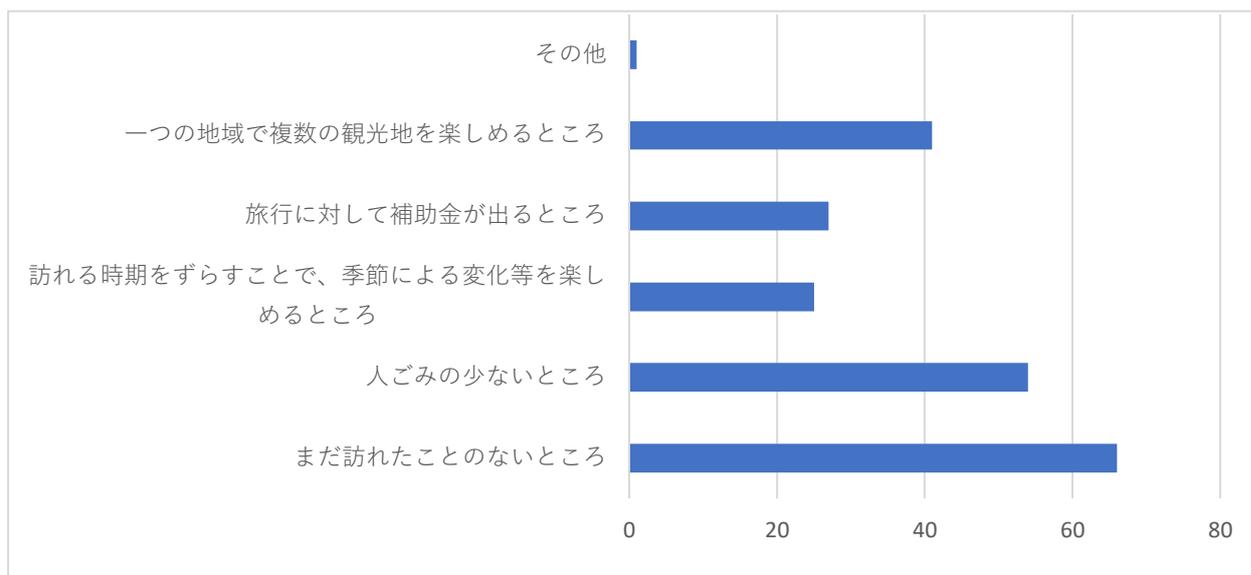
新型コロナウイルス流行化において観光を行いたくないと回答した人の割合が約6割を占め観光に行きたいと回答した人の割合が約3割いることから観光の重要は失われていないことがわかる。

図 15 新型コロナウイルス流行下において観光したい地域



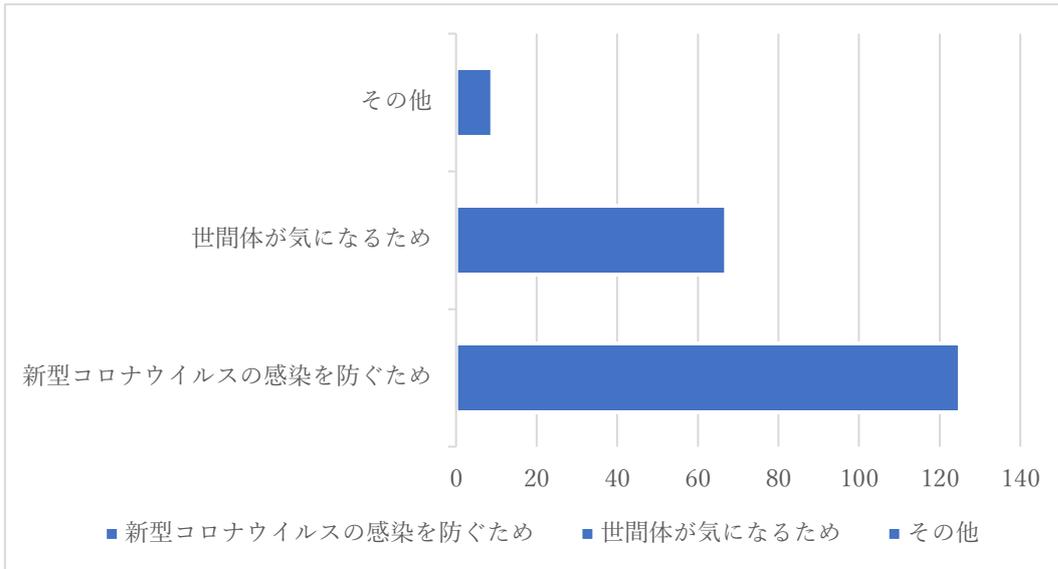
新型コロナウイルスの流行下において、観光したい地域は近場、遠方ともに同程度の割合であることがわかる。

図 16 新型コロナウイルス流行下において観光したい場所



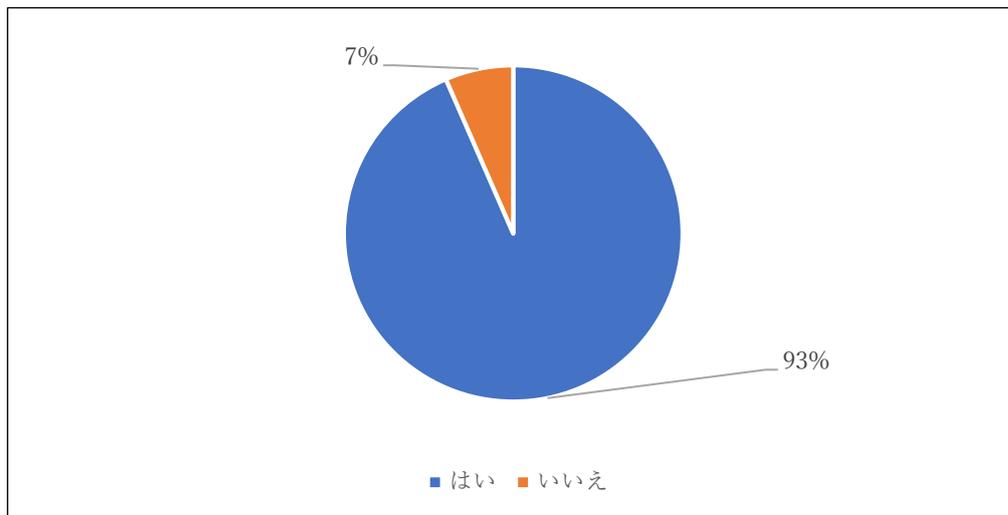
新型コロナウイルス流行下において観光したい場所は、まだ訪れたことのないところ、人ごみの少ないところ、一つの地域で複数の観光地を楽しめるところが人気であることがわかった。

図 17 観光に行かない理由



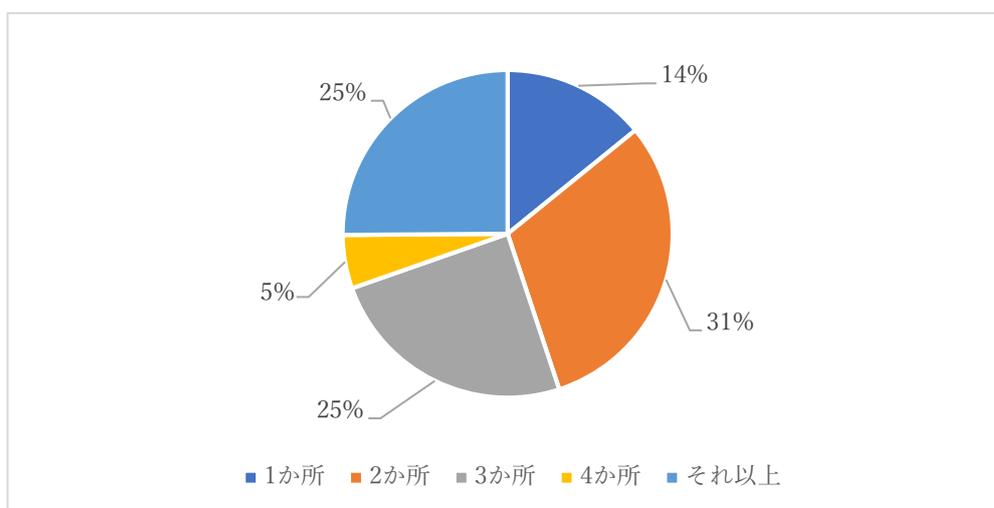
観光に行かない理由として、大多数の回答者が新型コロナウイルスの感染を防ぐためと回答した。他の回答としては、新型コロナウイルス流行下に旅行をするのかといったような世間体を気にするといった回答がみられた。

図 18 新型コロナウイルス収束後の観光の是非



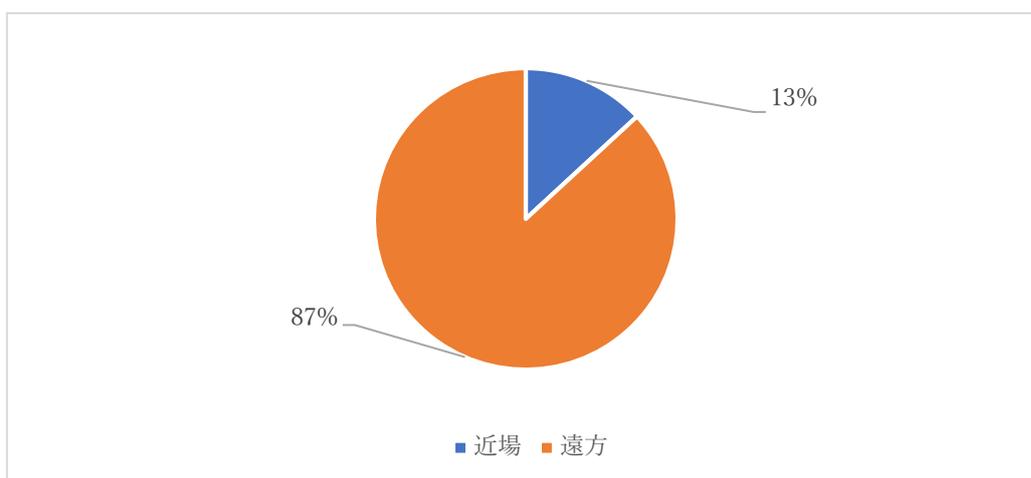
約9割の回答者が新型コロナウイルスの流行が収束した後に観光をしたいと回答した。このことから、新型コロナウイルスの流行が収束した後は観光の需要がおおきいということがわかる。

図 19 新型コロナウイルス収束後で一度で訪れたい観光地点数



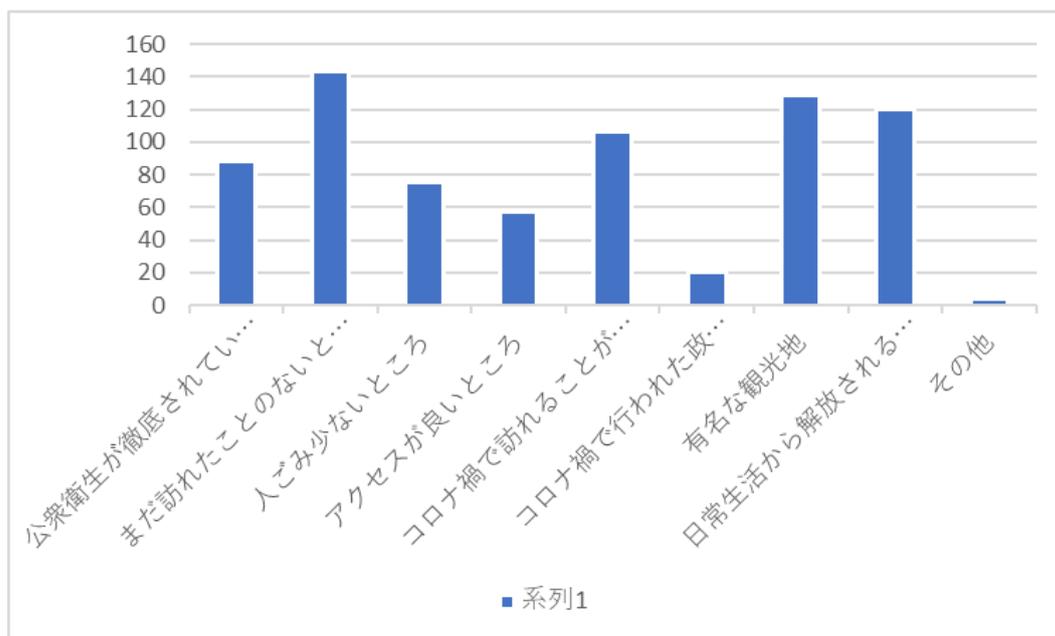
新型コロナウイルスの流行が収束した後に、一度の観光で訪れたい観光地の数は2～3か所が過半数を占め、この程度の観光地の数を望んでいることがわかった。

図 20 新型コロナウイルス収束後の観光目的地



新型コロナウイルスが収束した後9割近い回答者が遠方の観光地を訪れたいと思っていることがわかった。新型コロナウイルスの収束後にはやはり近場より遠方の観光地の需要がより高いことがわかる。

図 21 新型コロナウイルス収束後の望ましい観光地



「新型コロナウイルスが収束した後に、どのような観光地に訪れたいですか。」という質問に対しては、まだ訪れたことのない所、コロナ禍において訪れることのできなかったところといった、訪問経験のない所についての回答が得られた。

第3項 アンケート分析結果まとめ

新型コロナウイルス流行下に旅行した理由として、料金割引・お得なキャンペーンが利用できたからといった回答が多く、新型コロナウイルスの流行下において、料金割引・お得なキャンペーンが旅行する上での決定要因の一つになることがわかった。さらに新型コロナウイルスの流行下では、居住している都道府県内や隣接都道府県といった近場を回答者の約6割の方が旅行していることから、新型コロナウイルスの流行下においては近場の観光を行っていることがわかる。また、新型コロナウイルスの流行下において観光したい地域について約半分の回答者が近場と答えたのに対して、新型コロナウイルス収束後において観光したい地域では近場と回答した割合が約1割の回答に留まっていることから、やはり新型コロナウイルスの流行下においては近場の観光に焦点が当たっていると言える。

また、ポストコロナにおける理想的な観光として、一度の観光で訪れたい観光地の数は複数か所であること、まだ訪れたことのないところを観光したいといったことを望んでいる回答者が多くいることがわかった。

第4項 コンジョイント分析推定結果

本稿では、推定に前述の「Excel できるコンジョイント分析」栗山ら（2013）を利用した。ここからはコンジョイント分析の結果の表を用いて示していく。

本稿のコンジョイント分析のモデル式は以下のとおりである。

$$U_{ni} = \beta_1 x_{1ni} + \beta_2 x_{2ni} + \beta_3 x_{3ni} + \beta_4 x_{4ni} + \beta_5 x_{5ni} + \varepsilon_{ni}$$

変数名 x_{1ni} : 予算（円）
 x_{2ni} : 混雑
 x_{3ni} : 宿泊補助
 x_{4ni} : 訪問経験
 x_{5ni} : ASC
 ε_{ni} : 誤差項

また、本稿ではアンケートを実施する際に各属性を組み合わせた4つのプロフィールに加えて、「どれも選ばない」という選択肢を含めた5つのプロフィールからなる選択セットを作成した。

本稿で実施したコンジョイント分析の効用関数はパラメータベクトル β と属性ベクトル x からなる確定項を $\beta'x$ と定数項 α を用いると以下のような形となる。

$$\begin{aligned} U_1 &= \beta'x + \varepsilon_1 \\ U_2 &= \beta'x + \varepsilon_2 \\ U_3 &= \beta'x + \varepsilon_3 \\ U_4 &= \beta'x + \varepsilon_4 \\ U_0 &= \alpha_0 + \varepsilon_0 \end{aligned}$$

上記の α は「どれも選ばない」を選択した場合に特定の定数項であり、これは ASC (alternative-specific-constant) である。

これより全サンプル 246 人のか、コンジョイント分析で有効回答となる 245 人の 975 の回答を用いて推定した結果を見ていく。

表 8 コンジョイント分析 推定結果

	係数	t 値	p 値
予算 (円)	-0.0956	-8.763	0.000 ***
混雑	-1.1904	-8.914	0.000 ***
宿泊補助	0.8468	10.189	0.000 ***
訪問経験	-0.6101	-7.392	0.000 ***
ASC	-2.0068	-11.193	0.000 ***
n	975		
対数尤度	-1319.5973		

注：*** : p 値<0.01,** : p 値<0.05,* p 値<0.10

表 8 は有効回答 245 人のすべてのサンプルでの推定結果であるため、1 人に対して 4 つの代替案を提示する本稿においてのプロファイル数は、 $4 \times 245 = 984$ であるが、そのうち無効回答 9 つを除いた 975 のサンプルで推定を行った結果である。

この表を見ていくと、予算、混雑、宿泊補助、訪問経験、ASC いずれについても有意に推定された。また各属性について見ていくと、予算については負で有意に推定されており近場観光の予算に関しては低いほど旅行者の効用が下がることが分かった。次に混雑では負に推定されるため観光地が混雑するほど観光客の効用が下がることが分かる。宿泊補助に関して見てみると、正に有意に推定されているため、宿泊補助は近場観光に有効であると言える。最後に訪問経験について述べていく。本アンケートでは回答者に対して訪れたことがある場所を「あり」、ないところを「なし」と提示し、ダミー変数において「あり」を 1、「なし」を 0 と置き、負に有意に推定されたため、近場観光において既に訪れたことのある場所に訪れることは、旅行者の効用水準を低下させることが分かった。また、ASC も負に有意に推定されたため、近場観光をしないという選択は、回答者の効用を下げるということが分かった。

第5節 分析結果の考察

ここまで、パネルデータ分析とコンジョイント分析について述べてきたが、それぞれの分析結果からこれからの地方観光について考察していく。

まずは、パネルデータ分析に関して有意に推定された変数の一部を用いて考察していく。パネルデータ分析では Go To トラベルキャンペーンや観光需要喚起策が正に、都道府県間の距離、着地の感染者数が負に有意に推定された。これらから新型コロナウイルス蔓延下に行われた政府主体の Go To トラベルキャンペーンや各地方自治体が行った観光需要喚起策が宿泊観光客の増加に一役買ったと言える。また、都道府県間の距離が負に推定されたことから宿泊観光では遠方になるほど宿泊観光客は減少する傾向にある。

しかし、この傾向については今回行ったパネルデータ分析から新型コロナウイルス流行前でも、見受けられたため、新型コロナウイルスの影響だけとは一概に言えないが、パネルデータ分析と並行して行った、アンケート調査において、「新型コロナウイルス流行下において観光したい地域はどのようなところですか。」という質問に対して近場が 47%、遠方が 53%であり、一方で「新型コロナウイルスが収束した後に、どのような観光地に訪れたいですか。」という質問に関しては近場が 13%、遠方が 87%となっていることから、新型コロナウイルスが遠方への観光を敬遠させる要因となり、相対的に近場観光に焦点が当たっていると考えられる。

本稿では Go To トラベルキャンペーンのように全国的な政策は効果的であるが、ある程度地方自治体は受身になってしまう点、一部の宿泊施設に効果が偏るという懸念から、近場観光に焦点が当たっているという考察と地方自治体が行った観光需要喚起策が正に有意であったことを根拠に、新型コロナウイルス蔓延化では都道府県などの地方自治体単位で行う観光需要喚起策が望ましいと考察する。

その観光需要喚起策の具体的な内容としては、コンジョイント分析にて明らかになった新型コロナウイルス収束後の旅行者の動向をもとに混雑緩和、宿泊補助、未訪問の観光地への旅行者の誘導が効果的であることが分かったため、次の政策提言では分析結果をと考察をもとに述べていく。

第4章 政策提言

本章では、現状分析と先行研究と本稿の位置づけで挙げた新型コロナウイルス蔓延化における観光業の救済措置として政府がとるべき政策を、ウィズコロナ期における観光客誘致という視点を中心としつつも、ポストコロナに向けて持続的な効果を見込めるものを提言していく。また、本稿における政策提言は、新型コロナウイルス蔓延下における宿泊観光客の動向をもとに効果的であった政策や、観光客増加につながった要因の分析をパネルデータ分析、ポストコロナに向けた観光客の近場観光について重要視している要素についてコンジョイント分析を用い分析したため、これらを用いて政策提言をしていく。

第1節 政策提言の方向性

本稿では、先述の通りパネルデータ分析とコンジョイント分析の結果を用いて、ポストコロナに向けた地方観光についての政策提言を行っていく。

まずパネルデータ分析の結果をもとに述べていくと、新型コロナウイルス蔓延下で行われた Go To トラベルキャンペーンや、各都道府県で行われた宿泊補助などの政策はプラスに有意であったと分析できた。またコンジョイント分析では予算、混雑、宿泊補助、訪問経験いずれも上記のように有意に推定されたこと、アンケート結果では一度に訪れる観光地点数が複数箇所の方が望まれている傾向にあること、新型コロナウイルス蔓延下と収束後での希望観光場所として近場と遠方の割合が大きく異なっていることから、新型コロナウイルス蔓延下で近場観光を促進させ、その効果をポストコロナにおいても持続的なものとしなければならない。

それらを踏まえて本稿では、複数の観光地を訪れるきっかけとなり、デジタルツールを用いて、混雑緩和が期待でき、景品による宿泊補助により利用者の参加意欲を高めると同時に、訪問経験のない場所に関する情報発信のできる、各都道府県単位で行うデジタルスタンプラリーを政策として提言する。

また、本稿では政策を提案するにあたり、政策の財源として都道府県が景品としてスタンプラリー利用者に提供する宿泊券の対象となる宿泊施設に協力を要請する宿泊税を主体とし、政策を実際に行う団体である各都道府県の DMO がスタンプラリーの参加する観光地に対する設置費用の2つを合わせて財源とする。

第2節 スタンプラリーについて

第1項 事例紹介

表 9 スタンプラリー事例

主催	名称	実施期間	方法	補助金以外の財源
熱海市	「熱海よくばり QR de ラリー」	2020年4月1日～2020年6月30日	QR読み取り	なし
青森県	「スマホでかんたん！縄文おでかけスタンプラリー」	2021年6月1日～2021年10月31日	GPS	なし
山口県観光連盟	「公共交通機関で巡る ヒミツのスタンプラリー」	2021年7月7日～2022年1月31日	QR読み取り、GPS	なし
箱根八里街道観光推進協議会	「鉄道&バス・カーシェアで東海道をめぐる」	2017年10月28日～2017年11月26日	用紙	なし
石川県飲食業生活衛生同業組合	「いしかわ飲食スタンプラリー」	2021年10月1日～11月30日	用紙	あり（参加飲食店からの協力金）
沖縄県うるま市	「うるま市7コミュニティーズスタンプラリー」	2021年11月22日～2022年1月24日	用紙	あり（スタンプラリー参加店からの参加料）

表9のようにスタンプラリーは新型コロナウイルス感染拡大以前から各地で多彩に実施されている。

スタンプラリーの実施することで、訪れたことのなかった場所にも足を運ぶ動機づけになる、新たな地域資源の発掘や既存の観光資源の認知度向上、周辺自治体が共同してより広域を観光活用できるなどが期待できる。加えて、ラリーポイントの設定を通じて来訪客の関心を把握でき、今後の観光モデルコース設定や観光商品作りへの反映も期待できるなど地域活性化として有効性の高い政策であるといえる。

スタンプラリーの媒体として紙とデジタルとの違いは、参加者があらかじめ設けられたチェックポイントを巡り、スタンプを集めると景品抽選に応募できるという流れには違いはほぼ見られない。しかし、環境への配慮や人員の削減などにより、最近ではスタンプを記録する媒体が紙よりもスマートフォンやタブレットといったデバイスが主流になってきている。特に表9のつくば市における事例では、使用媒体をデジタル化したことにより緊急事態宣言延長による開催期間の変更といった緊急措置にも対応できていた。よって QR

コードや GPS 機能を活用していくことで、感染拡大にも配慮ができるスタンプラリーになるのではないかと考える。

このような背景から、本稿では第3章で得た分析結果をもとにした独自性のあるスタンプラリーデザインを考えていく。

第2項 本稿におけるスタンプラリーの概要

本稿において提言する政策において参考にしたスタンプラリーの内容は、Platinumaps×日本スタンプラリー協会が合同で提供している、「プラチナラリー」である。これは各自治体や、観光関連の事業者に向けた、デジタルスタンプラリーシステムである。

このシステムの特徴は2つあり、1つ目はデジタル化による非接触と分散の促進ができることである。企画内容によって、人気の観光地以外への観光客の誘導や、滞在時間を調節できるため、観光客を分散することができる。さらに、スタンプラリーの参加者はスマートフォンを利用するため、不特定多数の方がスタンプを触る紙媒体のスタンプラリーよりも安全である¹⁷。

2つ目は、集中状況と周遊データを可視化することにより、3密を改善できることである。プラチナラリーは年代や性別等の属性、参加者ごとの行動記録、参加者の時間帯別分布等のデータを可視化でき、密閉度合いの高い観光施設に観光客が集中している場合、そのスポットから遠いエリアにスタンプラリーを設置するなど、人が分散した安全な観光を推進することができる。

これらの特徴を踏まえ、本稿におけるスタンプラリーは図 22 のようなシステムを用いたスタンプラリーを提案する。

¹⁷ Platinumaps HP参照

図 22 本稿における財源の循環とスタンプラリーのイメージ図

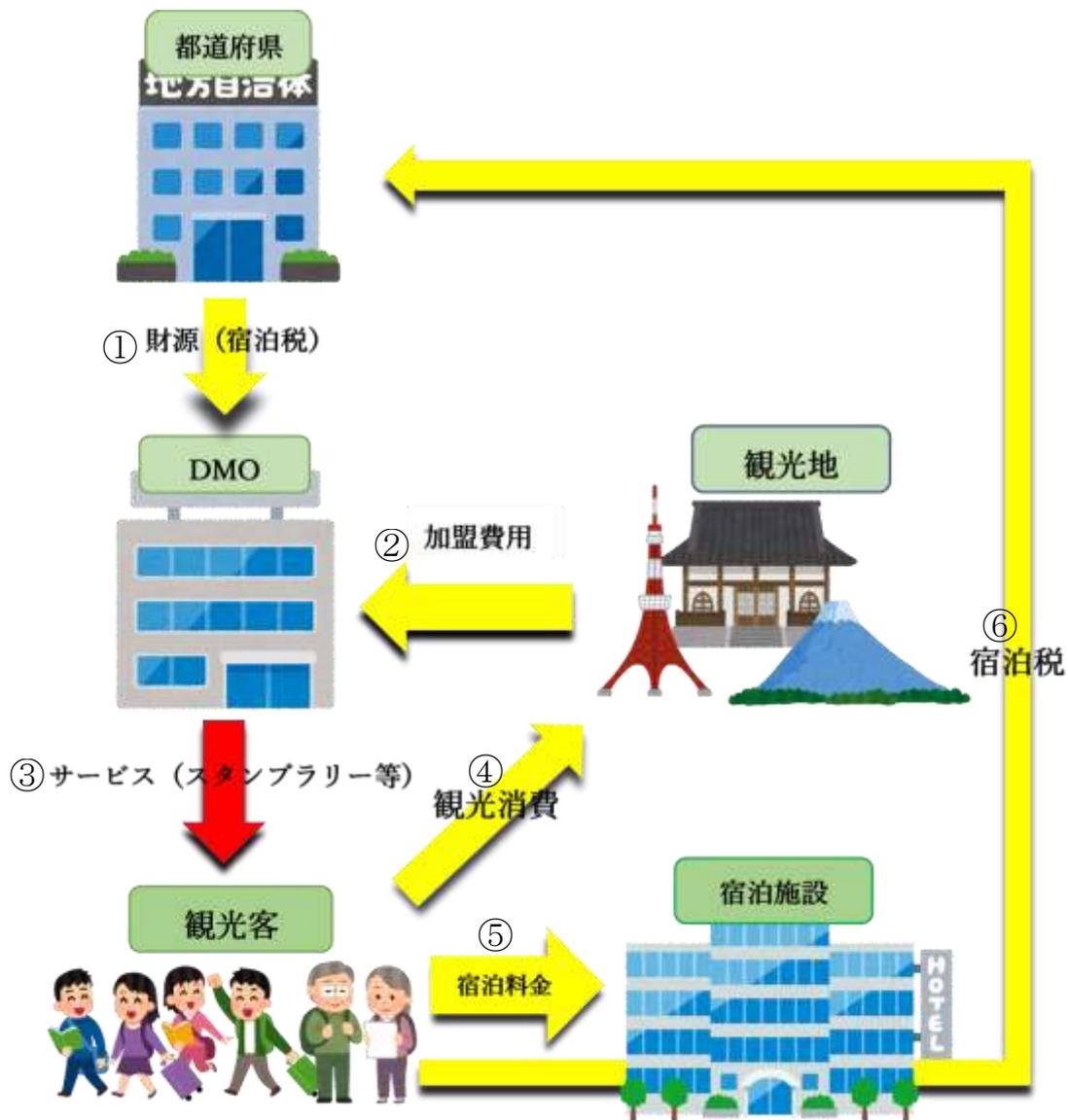


図 22 は、本稿が政策として提言するスタンプラリーのイメージ図である。この図を基に本稿におけるスタンプラリーについて詳しく述べていきたいと思う。このスタンプラリーは宿泊客が負担する宿泊税を主体とし、政策を実際に行う団体である各都道府県の DMO がスタンプラリーの参加する観光地に対する加盟費 2 つを合わせて財源とする。以下は、各主体についてまとめたものである。

・各都道府県の自治体について

宿泊客が収めた宿泊税の一部を、DMO に対して財源という形で補助する（図 22①）。

・スタンプラリーの景品（宿泊券）について

本稿ではスタンプラリーの景品として、宿泊券を挙げている。（図 22③）これは、近場観光を行う際、宿泊補助が正に有意で推定されたためである。本稿ではスタンプラリーの参加者に対して、既定のスタンプ数を集めた参加者は宿泊券等の景品というインセンティブを与えるものとし、宿泊券の配布方法と割引率は各自治体に委ねるものとする。これは各地方自治体によって、この政策に充てられる財源に違いがあるためである。

・DMO について

財源として、各都道府県の自治体からの補助金と、スタンプラリーに参加する観光地からの加盟費を財源とする（図 22②）。その財源を基に観光客に対してスタンプラリーを行い、宿泊券を景品として提供する。この財源は他に、スタンプラリーで用いるアプリを提供したり、運営したりする企業に対して、それらのサービスの使用料として用いる（図 22③）。

・観光客について

スタンプラリーに加盟している観光地に対して、観光消費としてお金を支払う（図 22④）。宿泊客については、宿泊施設に対して宿泊料金と宿泊税を支払う（図 22⑤、⑥）。その対価として宿泊券を受け取る。

・スタンプラリーに加盟している観光地について

スタンプラリーに参加するために DMO に対して加盟費を支払う（図 22②）。観光する際にお金を支払わなければならないところ（例 入場料など）を有料観光施設、それ以外を無料観光施設として位置づける。有料観光施設は加盟費を実費で支払い、無料観光施設に関しては、加盟費を徴収しないものとする。有料観光地はスタンプラリーに参加するために加盟費を実費で支払う必要があるが、結果として観光地に観光客を誘致でき、さらなる観光消費を促すことができる。

・宿泊施設について

宿泊客から宿泊料金と宿泊税を受け取り、宿泊税を各都道府県の自治体に収める。（図⑥）宿泊税を設けることによって、観光客が宿泊することをためらう可能性も払拭できないが、観光客はスタンプラリーに参加することで、宿泊券を得ることができ、結果的に宿泊客は割引料金で宿泊できるようになる。

第3節 DMO と財源の流れ

第1項 DMO の運営

本稿では先述の通り、スタンプラリーは都道府県別で行うとしつつも、その政策を実行するのは DMO である。そもそも DMO とは高橋（2017）によると、「地方自治体と民間企業による観光ビジネスの共同体で、観光地経営を担うための機能と高い専門性を有し、観光行政との役割分担による権限と責任を明確にしたプロフェッショナルな組織」のことである。

しかし、その運営には多額の費用が必要となるが、日本における DMO はその運営費の多くを自治体からの補助金や援助金が占めているのが現状である。そのため、本稿で提言する政策では、DMO の運営費となる政府からの補助金や援助金を得るため宿泊税を設けるものとしつつ、政府からの補助金や援助を運営費の大部分にしたままでは、そもそもの DMO の存在意義を揺るがしかねないため、ここでは宿泊税とは別にスタンプラリーに参加する観光地や観光施設に対し参加費を徴収することで、DMO の事業収入を確保し、DMO の行政に依存した運営を脱却することを目指していく。

第2項 宿泊税

本稿の提案する政策提言では財源の1つとして宿泊税を挙げている。高橋（2017）によると宿泊税とは、地方税法第4条第6項に基づいて、用途を特定して徴収される法的外目的税であり、本稿において宿泊税を徴収する目的は受益者である宿泊客から宿泊施設が税を徴収し、受益者である宿泊客にとってメリットである、スタンプラリーの景品である宿泊割引券への活用や、DMO の活動資金とすることで地域観光の活性化を図ることである。

また、近場観光における宿泊補助の優位性は先ほどコンジョイント分析で示したとおりであるため、宿泊税をスタンプラリーの運営に充てることと、DMOの収益とするものの理解を得られると考える。

第4節 政策提言のまとめ

本稿では、観光地から徴収するスタンプラリー参加費と宿泊税の2つを財源とし、都道府県ごとに行う宿泊補助を伴ったデジタルスタンプラリーを政策とした提言する。また、その運営は各地方自治体とDMOを連携させることによって可能となる。

本稿の政策効果としてはスタンプラリーの実施による観光客数の増加、宿泊税の一部をDMOへ財源とすることでのDMOを活用した観光業の発展と地域創生である。またこの政策効果は、ウィズコロナだけでなくポストコロナにおいても効果的な中長期的な視点を持ったものであると言える。

おわりに

本稿では、新型コロナウイルス流行下において一時的に高まった近場観光の需要を、新型コロナウイルス収束後にも維持するためにはどうすればよいのかといった課題について研究を行った。

本稿では、新型コロナウイルスの流行下において打ち出された政策が有意であったかをパネルデータ分析を用いて明らかにした。その結果、新型コロナウイルスの流行下において打ち出された政策である、Go To トラベルや、都道府県別観光需要喚起策は、OLS 推定、変量効果、固定効果モデル全てプラスで有意な結果が得られた。これにより、政府や地方自治体による観光需要喚起策は宿泊者数を増加させることが期待できる。

さらに本稿では、新型コロナウイルスの流行下と新型コロナウイルスの収束後における観光についての意識をアンケートを用いて調査。さらにそのアンケート結果を基に、ポストコロナにおける望ましい近場観光についてコンジョイント分析を実施した。その結果、ポストコロナの近場観光において、混雑の軽減、宿泊補助、訪問経験がない場所への訪問、といった結果を得ることができた。

これらの一連の分析の結果をから各都道府県単位で行うデジタルスタンプラリー政策として提言した。このデジタルスタンプラリーは、近場の複数の観光地を訪れるきっかけとなり、デジタルツールを用いて、混雑緩和が期待でき、景品として宿泊補助を用意することにより参加意欲を高めるであろう。

この政策の財源は、宿泊税と観光地の加盟費としている。しかし、コンジョイント分析の結果で、混雑を解消への観光客の支払い意思が明らかになったが、観光客に対して、どのように混雑緩和のために課税すればよいかを検討することはできなかった。この税を集めることができれば、潤沢な財源を得ることができるため、これらの税の徴収方法が今後の研究課題となるであろう。

また、本稿では、旅行者に対しての意識調査によるデジタルスタンプラリーの有効性については示したが、参加する観光施設に対する意識調査は実施できなかった。そのため、本研究で提言した政策を実現させるためには、今後、参加する観光施設に対して参加の意向調査を実施することが必要となる。

今後新型コロナウイルスの流行ができるだけ早く収束することを願いつつ、近場観光の需要がより高まることを期待して、本稿を締めくくることとする。

先行研究・参考文献

主要参考文献

- ・栗山浩一・庄子康(2005)『環境と観光の経済評価 国立公園の維持と管理』勁草書房
- ・栗山浩一・柘植隆宏・庄子康(2013)『初心者のための観光評価入門』勁草書房
- ・高橋一夫(2017)『DMO 観光地経営のイノベーション』学芸出版社
- ・中村紘子(2020)「岐阜県のマイクロツーリズム展望 :ウィズコロナ時代の需要を探る」『OKB Research Institute report 』179 3-10
- ・蓮沼奏太(2020)「新型コロナウイルス感染症が観光政策に示した課題」『立法と調査』428、41-55
- ・益田真輝、泉朋子、仲谷善雄(2012)『観光をあえて未完了に感じさせることによるリピーター創出システムの提案』「ヒューマンインタフェース学会論文誌」14 巻 3 号 p. 259-270
- ・森朋也・金承華・中村光毅・藪田雅弘(2021)「新型コロナウイルス感染症と観光—観光移動の変動パターン分析と観光政策」『新型コロナ感染の政策課題と分析—応用経済学からのアプローチ』日本評論社 p183-202

引用文献

- ・Go To トラベル事業「Go To トラベル事業とは」
<https://goto.jata-net.or.jp/about/> (閲覧 2021/11/3)
- ・Go To トラベル事業「Go To トラベル お知らせ」
<https://goto.jata-net.or.jp/info/> (閲覧 2021/11/3)
- ・青森県庁「スマホでかんたん！縄文おでかけスタンプラリー」
<https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kikaku/sekaiisan/jomonstamprally2021.html>
(閲覧 2021/11/2)
- ・秋田県庁「お知らせ サイト公開！受け付けは6/3(水)開始です。」
<https://www.akita-premium.com/news/article/?pageId=3k9qlmjtj> (閲覧 2021/11/3)
- ・秋田県庁「お知らせ 令和3年1月までに発行された秋田県プレミアム宿泊券をお持ちの方へ。」
<https://www.akita-premium.com/news/article/?pageId=gp34rvnvj0j> (閲覧 2021/11/3)
- ・秋田県庁「泊まって応援！！秋田県プレミアム商品券」
<https://www.akita-premium.com/inn/> (閲覧 2021/8/27)
- ・石川飲食業生活衛生同業組合「いしかわ飲食スタンプラリー」
<https://stamprally2021.ishikawa-inshoku.jp/> (閲覧 2021/11/2)
- ・石川県庁「泊まって応援！県民限定割について」
https://www.pref.ishikawa.lg.jp/kankou/syukuhakuwari_2020.html (閲覧 2021/11/3)
- ・石川県庁「県民向け県内宿泊応援事業(第2弾)について」
https://www.pref.ishikawa.lg.jp/kankou/syukuhakuwari_2020_3.html
(閲覧 2021/11/3)
- ・今こそ鹿児島の旅(第2弾)旅行商品事務局「今こそ鹿児島の旅2弾公式ホームページ」
<https://www.imakago.com/> (閲覧 2021/8/27)
- ・岩手県庁「いわて旅応援プロジェクト」
<https://www.iwate-tabipro.jp/news/> (閲覧 2021/8/27)
- ・「うるま市7コミュニティーズスタンプラリー」
<https://r.goope.jp/7communities> (閲覧 2021/11/2)

・愛媛県観光物産協会「県内宿泊割引キャンペーン（愛媛県民向け）10/1 より再開します！」

<https://iyonet.com/%e7%9c%8c%e5%86%85%e5%ae%bf%e6%b3%8a%e5%89%b2%e5%bc%95%e3%82%ad%e3%83%a3%e3%83%b3%e3%83%9a%e3%83%bc%e3%83%b3%ef%bc%88%e6%84%9b%e5%aa%9b%e7%9c%8c%e6%b0%91%e5%90%91%e3%81%91%ef%bc%8910-1%e3%82%88/>（閲覧 2021/11/3）

・愛媛県庁「県内割引キャンペーンについて」

<https://www.pref.ehime.jp/h14500/kankou/ehime.html>（閲覧 2021/8/27）

・おokayama旅応援割事務局「おokayama旅応援割 宿泊割引について」

<https://www.okayama-event.com/lodging.html>（閲覧 2021/11/3）

・沖縄県庁（2020）「おきなわ彩発見キャンペーン事業補助金交付要綱（案）」

<https://www.pref.okinawa.lg.jp/site/bunka-sports/kankoseisaku/kikaku/documents/youkou.pdf>（閲覧 2021/11/3）

・香川県庁「「新うどん県泊まってかがわ割」7月27日（火曜日）スタート～県内在住者限定～」

<https://www.pref.kagawa.lg.jp/kanko/event/kagawawari030712.html>（閲覧 2021/11/3）

・神奈川県「県民限定の県内旅行割引キャンペーン「地元かながわ再発見（かながわ県民割）」が始まります！」

<https://www.pref.kanagawa.jp/docs/b6m/prs/r3369659.html>（閲覧 2021/11/3）

・株式会社ジェイ・ディー・パワー・ジャパン（2020）「移動自粛解除を目前にした「旅行に関する意識調査」」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000056.000042677.html>（閲覧 2021/11/3）

・観光振興室（2020）ディスカバー富山県「「地元で泊まろう！県民割引キャンペーン」の実施について」

<https://www.pref.toyama.jp/documents/2022/01496110.pdf>（閲覧 2021/11/3）

・観光振興室（2020）ディスカバー富山県「「地元で泊まろう！県民割引キャンペーン」の再延長について」

<https://www.pref.toyama.jp/documents/2018/01496115.pdf>（閲覧 2021/11/3）

・岐阜県庁「旅して応援！“ほっと一息、ぎふの旅”県民割引キャンペーン（第1弾）スタート」

<https://www.pref.gifu.lg.jp/site/pressrelease/164399.html>（閲覧 2021/11/3）

・熊本県観光連盟（2020）「「くまもっと泊まろう」キャンペーン」宿泊施設様向けマニュアル」

<https://kumamoto.guide/kumamoto-cpn2020/document/manual.pdf>（閲覧 2021/11/3）

・群馬県庁「【6月4日】愛郷ぐんまプロジェクト「泊まって！応援キャンペーン」の実施について（観光魅力創出課）」

https://www.pref.gunma.jp/houdou/g36g_00210.html（閲覧 2020/11/3）

・群馬県庁「【3月18日】愛郷ぐんまプロジェクト第2弾「泊まって！応援キャンペーン」に関する補正予算案について（財政課）」

https://www.pref.gunma.jp/houdou/a22g_00047.html（閲覧 2021/11/3）

・「県民向けの県内旅行・宿泊代金割引及びクーポン券配布事業」事務局「兵庫五国の名湯に泊まろうキャンペーン（第2弾）」

<https://hyogo-omiyage.jp/>（閲覧 2021/8/27）

・高知県庁「事業等のお知らせ（No 00046250）」

<https://www.pref.kochi.lg.jp/press1/2021030100032/>（2021/11/3）

- ・交流文化部（2020）「ふくい de お得キャンペーン」の概要
https://www.pref.fukui.lg.jp/doc/gikai-giji/iinkai/sangyo-2020_d/fil/202009_02_sangyo_shiryō.pdf （閲覧 2021/11/3）
- ・佐賀県観光連盟「佐賀支え愛 宿泊キャンペーン 第2弾」
<https://www.asobo-saga.jp/sagasasaeai2/> （閲覧 2021/11/3）
- ・佐賀県庁（2021）「再開決定佐賀支え愛宿泊キャンペーン第3弾」
https://www.pref.saga.lg.jp/ki_ji00380769/3_80769_207110_up_8wz5s2ax.pdf （閲覧 2021/11/3）
- ・滋賀県庁「「今こそ滋賀を旅しよう！」について」
<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/shigotosangyou/kanko/317848.html>
 （閲覧 2021/11/3）
- ・静岡県庁「観光交流局トップページ」
<http://www.pref.shizuoka.jp/bunka/bk-210/kankoukonbensyon.html> （閲覧 2021/8/27）
- ・静岡県庁（2021）「知事会見要旨 0305⑫【記者配布用】」
<https://www.pref.shizuoka.jp/kinkyu/documents/210305haifusiryō.pdf>
- ・島根県庁「「#WeLove 山陰キャンペーン」について」
<https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/gaiyo/welovesanin.html>
 （閲覧 2021/11/3）
- ・「信州版 新たな旅のすゝめ」宿泊割事務局「信州の宿 県民応援前売割」
<https://tabi-susume.com/advance/> （閲覧 2021/11/3）
- ・「ディスカバー千葉」運営事務局「「ディスカバー千葉」宿泊者優待キャンペーン参画事業者募集サイト」
<https://premium-gift.jp/discover-chiba/about> （閲覧 2021/11/3）
- ・「ディスカバー千葉」運営事務局「「ディスカバー千葉」宿泊者優待キャンペーン参画事業者募集サイト 「ディスカバー千葉」宿泊者優待キャンペーン第1弾の利用期間延長について」
<https://premium-gift.jp/discover-chiba/news/detail?id=1594> （閲覧 2021/11/3）
- ・徳島県観光協会「徳島県観光協会について」
<https://www.awanavi.jp/site/association/> （閲覧 2021/8/27）
- ・徳島県観光協会「「みんなで！とくしま応援割」の実施について」
<https://www.awanavi.jp/topics/minna-ouen.html> （閲覧 2021/11/3）
- ・都内観光促進事業事務局「もっと楽しもう！Tokyo Tokyo」
<https://motto-tokyo.jp/> （閲覧 2021/11/3）
- ・鳥取県庁「【期間延長】#WeLove 山陰キャンペーン」
<https://www.pref.tottori.lg.jp/294744.htm> （閲覧 2021/11/3）
- ・富山県庁「「もっと地元で楽しもう！とやま観光キャンペーン（第2弾）」の実施について」
<https://www.pref.toyama.jp/140111/miryokukankou/zimoto0701.html> （ 閱 覧 2021/11/3）
- ・内閣官房「新型コロナウイルス感染対策」
<https://corona.go.jp/emergency/> （閲覧 2021/11/3）
- ・長崎県庁「長崎県民を対象とした宿泊料金の割引『ふるさとで“深呼吸”』キャンペーンの実施について」
<https://www.pref.nagasaki.jp/press-contents/483399/> （閲覧 2021/11/3）
- ・奈良県庁「ならの観光力向上課/観光プロモーション課/MICE 推進室」
<https://www.pref.nara.jp/item/233580.htm> （閲覧 2021/11/3）

- ・新潟県庁 「新型コロナウイルス感染対策観光事業者へ支援について」
<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/kankokikaku/120046254832.html> (閲 覧
2021/11/3)
- ・新潟県庁 「新潟県民を対象とした旅行商品・宿泊割引「使っ得！にいがた県民割キャン
ペーン」について（観光企画課）」
<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/kankokikaku/tukatoku-niigata.html>
(閲覧 2021/8/27)
- ・日本交通公社(2020) 「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（その
4）」
<https://www.jtb.or.jp/research/covid-19-japanese-tourists-4/> (閲 覧 2021/11/4)
- ・日本スタンプラリー協会「熱海市での事例」
<https://stamprally.org/s/20553> (閲 覧 2021/11/2)
- ・日本スタンプラリー協会「箱根八里での事例」
<https://stamprally.org/s/4155> (閲 覧 2021/11/2)
- ・函館国際観光コンベンション協会(2020) 「北海層による「観光客促進道民割引事業（ど
うみん割）支援事業について（お知らせ）」
[https://hakodate-kankou.com/wp-
content/uploads/2020/06/41bd5ffff9871e0a8b4990c8d2424f7d.pdf](https://hakodate-kankou.com/wp-content/uploads/2020/06/41bd5ffff9871e0a8b4990c8d2424f7d.pdf) (閲 覧 2021/11/3)
- ・「福岡の秘密の旅」県民向け観光キャンペーン事業事務局「「福岡の秘密の旅」県民向
け観光キャンペーン」
<https://fukuoka-himitsu-travel.jp/> (閲 覧 2021/11/3)
- 福岡県庁「「福岡避密の旅」（第2弾）県民向け観光応援事業について
<https://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents/fukuoka-himitsu-preticket01.html> (閲 覧
2021/11/3)
- ・北海道庁「「新しい旅のスタイル」の実施について」
<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/atarashiitabinostyle.html>
(閲 覧 2021/11/3)
- ・三重県庁「「みえ旅プレミアムキャンペーン第1弾」を実施します」
<https://www.pref.mie.lg.jp/TOPICS/m0032300110.htm> (閲 覧 2021/11/3)
- ・宮崎県庁 「県民県内旅行（ジモ・ミヤ・タビ）キャンペーンについて」
[https://www.pref.miyazaki.lg.jp/kanko-suishin/covid-
19/kenmin/20210421191029.html](https://www.pref.miyazaki.lg.jp/kanko-suishin/covid-19/kenmin/20210421191029.html) (閲 覧 2021/8/27)
- ・山形県庁「県民泊まって元気キャンペーン」の実施について
<https://www.pref.yamagata.jp/110011/sangyo/kanko/joho/genkicp.html>
(閲 覧 2021/11/3)
- ・山口県観光連盟「公共交通機関で巡る ヒミツのスタンプラリー」
<https://yamaguchi-magic.jp/himitsu-stamprally/> (閲 覧 2021/11/2)
- ・山口県庁「「行こうよ。やまぐちプレミアムフェリー券」の完売について」
<https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/press/202012/047756.html> (閲 覧 2020/11/3)
- ・山口県庁「「行こうよ。やまぐちプレミアム宿泊券・フェリー券（第2弾）」の後期販
売について」
<https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/press/202106/049373.html> (閲 覧 2021/11/3)
- ・わがかがわ観光推進協議会事務局(2020) 「令和2年度 香川県観光誘客キャンペーン実
施に係る広報資材制作業務に係る プロポーザル応募要領」
[https://www.my-
kagawa.jp/files/user/site/5b1d9e4b892b5506e3cdd554d61139258c347e00.pdf](https://www.my-kagawa.jp/files/user/site/5b1d9e4b892b5506e3cdd554d61139258c347e00.pdf)

(閲覧 2020/11/3)

・和歌山県庁「知事記者会見 令和2年7月7日」

<https://www.pref.wakayama.lg.jp/chiji/press/02/7/200707.html> (閲覧 2021/11/3)

・和歌山県庁「わかやまリフレッシュプラン2nd」販売者！」

<https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/062400/d00204722.html> (閲覧 2021/11/3)

データ出典

・e-Stat 政府の総合窓口「データセット一覧」

<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&query=%E4%BA%BA%E5%8F%A3%E3%80%80%E9%83%BD%E9%81%93%E5%BA%9C%E7%9C%8C&layout=dataset&toukei=00200524&tstat=000000090001&metadata=1&data=1>

(閲覧 2021/11/3)

・NHK (2021) 「都道府県ごとの感染者数 (累計・NHKまとめ)」

<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/data/> (閲覧 2021/11/3)

・NHK (2021) 「日本国内の感染者数 (NHKまとめ)」

<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/data-all/> (閲覧 2021/11/4)

・JNTO (2021) 「日本の観光統計データ訪日外客数の推移」

<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--travelers--transition>

(閲覧 2021/11/3)

・UNWTO (2020) 「World Tourism Barometer」

<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.5>

(閲覧 2021/11/4)

・JNTO (2021) 「日本の観光統計データ訪日外客数の推移」

<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--travelers--transition>

(閲覧 2021/11/3)

・国土交通省 観光庁 (2021) 「宿泊旅行統計調査」

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>

(閲覧 2021/11/3)

・国土交通省 観光庁 (2021) 「共通基準による観光入込客統計」

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/irikomi.html> (閲覧 2021/11/3)

・国土交通省 気象庁「過去の気象データ・ダウンロード」

<https://www.data.jma.go.jp/gmd/risk/obsdl/> (閲覧 2021/11/3)

・国土交通省 国土地理院 (2021) 「全国都道府県市町村別面積調」

<https://www.gsi.go.jp/KOKUJYOHO/MENCHO-title.htm> (閲覧 2021/11/3)

・内閣府「県民経済計算 (平成18年度-平成30年度) (2008SNA、平成23年基準計数)」

https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data_list/kenmin/files/contents/main_2018.html (閲覧 2021/11/3)

付表 1

【観光需要喚起策 2020 年度開始】

都道府県名	事業名	利用開始日	利用終了日	出所
北海道	どうみん割	2020年7月1日	2021年1月31日	函館国際観光コンベンション協会
秋田県	秋田県プレミアム宿泊券	2020年6月3日	2021年2月28日	秋田県庁
山形県	「県民泊まって元気キャンペーン」	2020年7月10日	2021年12月31日	山形県庁
群馬県	愛郷ぐんまプロジェクト「泊まって!応援キャンペーン」	2020年6月5日	2020年7月31日	群馬県庁
千葉県	「ディスカバー千葉」宿泊者優待キャンペーン	2020年9月15日	2021年3月1日	「ディスカバー千葉」運営事務局
東京都	都内観光促進事業「もっと楽しもう!TokyoTokyo」	2020年10月23日	2021年3月31日	都内観光促進事業事務局
神奈川県	「地元かながわ再発見(かながわ県民割)」	2020年10月8日	2021年2月28日	神奈川県庁
新潟県	県民宿泊キャンペーン(第二弾)、日帰旅行商品、着地型旅行商品の書引	2020年8月1日	2020年10月31日	新潟県庁
富山県	「地元で泊まろう!キャンペーン」	2020年6月18日	2020年9月30日	観光振興室
石川県	「泊まって応援!県民限定宿泊割」	2020年6月27日	2020年7月31日	石川県庁
福井県	「ふくいdeキャンペーン」	2020年11月1日	2020年1月31日	交流文化部
静岡県	「バイ・シズオカ〜今こそ!しずおか!!元気旅!!!」	2020年6月22日	2020年8月31日	静岡県庁

兵庫県	「兵庫五国の名湯に泊まろうキャンペーン（第2弾）」	2020年10月31日	2021年4月30日	「県民向けの県内旅行・宿泊代金券及びクーポン券配布事業」事務局
奈良県	いまなら。キャンペーン（県内宿泊等応援キャンペーン）	2020年8月26日	2021年1月31日	奈良県庁
和歌山県	「蘇りの地 わかやま」キャンペーン第1弾～「わかやまリフレッシュプラン」	2020年7月8日	2020年9月30日	和歌山県庁
山口県	「行こうよやまぐちプレミアム宿泊券」	2020年7月20日	2021年1月15日	山口県庁
徳島県	もっと！とくしま応援割	2020年6月8日	2020年7月31日	徳島県観光協会
香川県	香川県観光誘客キャンペーン	2020年10月31日	2021年3月31日	わかたけ観光推進協議会事務局
愛媛県	「県内宿泊誘引キャンペーン」	2020年10月1日	2020年12月31日	愛媛県観光物産協会
福岡県	「福岡の秘密の旅」県民向け観光キャンペーン	2020年11月5日	2022年2月15日	「福岡の秘密の旅」県民向け観光キャンペーン事業事務局
佐賀県	佐賀支え愛宿泊キャンペーン第2弾	2020年10月22日	2020年12月31日	佐賀県観光連盟
熊本県	「くまもっと泊まろう」キャンペーン	2020年7月7日	2020年8月31日	熊本県観光連盟
沖縄県	「沖縄彩発見キャンペーン事業」	2020年7月10日	2020年8月31日	沖縄県庁

【観光需要喚起策 2021年度開始】

都道府県名	事業名	利用開始日	利用終了日	出所
北海道	「新しい旅のスタイル」	2021年4月2日	2021年5月16日	北海道庁
岩手県	いわて旅行応援プロジェクト	2021年4月16日	2021年8月15日	岩手県庁
秋田県	あきた県民割キャンペーン	2021年4月3日	2021年12月31日	秋田県庁
群馬県	愛郷ぐんまプロジェクト第2弾 「泊まって！応援キャンペーン」	2021年3月26日	2021年5月31日	群馬県庁
新潟県	使っ得！こいかわた県民割キャンペーン	2021年6月28日	2021年12月31日	新潟県庁
富山県	地元で泊まろう！県民割明キャンペーン（宿泊割明）	2021年7月1日	2021年12月31日	富山県庁
石川県	県民向け県内宿泊応援事業（第2弾）	2021年3月19日	2021年4月28日	石川県庁
長野県	信州の宿 県民応援前売割	2021年6月11日	2021年12月31日	「信州版 新たな旅のすゝめ」 宿泊事務局
岐阜県	旅して応援！“ほっと一息、ぎふの旅”県民割明キャンペーン（第1弾）	2021年7月12日	2021年8月1日	岐阜県庁
静岡県	バイ・シズオカ ～今こそ！しずおか!!元気旅!!!～	2021年3月8日	2021年4月28日	静岡県庁
三重県	「みえ旅プレミアムキャンペーン第1弾」	2021年7月8日	2021年8月31日	三重県庁
滋賀県	今こそ滋賀を旅しよう！第4弾	2021年7月9日	2021年11月31日	滋賀県庁
和歌山県	わかやまリフレッシュプラン2nd	2021年6月22日	2021年12月31日	和歌山県庁
鳥取県	#WeLove 山陰キャンペーン	2021年3月1日	2021年9月1日	鳥取県庁
島根県	#WeLove 山陰キャンペーン	2021年3月1日	2021年9月1日	島根県庁

岡山県	おかやま旅応援割	2021年7月5日	2021年10月31日	おかやま旅応援割事務局
山口県	行こうよ。やまぐちプレミアム宿泊券・フェリー券（第2弾）	2021年7月15日	2022年1月13日	山口県庁
徳島県	みんなで!とくしま応援割	2021年6月12日	2021年7月31日	徳島観光協会
香川県	新うどん県泊まっかめ割	2021年7月27日	2021年12月31日	香川県庁
愛媛県	県内宿泊割引キャンペーン	2021年6月25日	2021年8月31日	愛媛県庁
高知県	高知でお泊まりキャンペーン (宿泊割引クーポン型)	2021年4月7日	2021年4月29日	高知県庁
福岡県	「福岡の避暑の旅」(第2弾) 県民向け観光応援事業	2021年7月12日	2021年12月31日	福岡県庁
佐賀県	佐賀支え愛宿泊キャンペーン第3弾	2021年6月7日	2021年12月31日	佐賀県庁
長崎県	「ふるさとで深呼吸の旅」キャンペーン	2021年3月8日	2021年4月30日	長崎県庁
宮崎県	ジモ・ミヤ・タビキャンペーン	2021年6月21日	2021年12月30日	宮崎県庁
鹿児島県	「今こそ鹿児島の旅事業(第2弾)」	2021年7月5日	2021年12月31日	鹿児島県庁

付録 2

Q1: あなたの性別をお答え下さい。

- 男性 女性 その他

Q2:あなたの年齢を次の中から1つだけお答えください。

- 10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代以上

Q3: あなたの居住地をお答え下さい。

- () 県 () 市

Q4: あなたの職業は次の中から1つだけお答えください。

- 学生 会社員 公務員 無職 その他 ()

Q5: コロナ禍(2020年2月以降)で旅行に行きましたか?

- はい → Q6 いいえ

Q6: 旅行をした理由は何ですか?

- 料金割引・お得なキャンペーンが利用できたから
日常生活から解放されるため。
コロナウイルスの感染が少ない地域だったから
コロナの発生前から予定していたから
その他

Q7: 旅行先はどこですか(複数回答可)。

- 県内
隣接県
同じ地方(県内、隣接以外)
その他 ()

Q8: コロナ禍に旅行をした回数を教えてください。

- 1回
2回
3回
4回以上

Q9: コロナ禍において観光を行いたいと思いますか。

- はい → Q10 いいえ → Q12

Q10: 「はい」とお答えした方にお聞きします。コロナ禍において観光したい

地域はどのようなところですか。

- 近場(県内または隣接県程度)
遠方(上記以外)

Q11：「はい」とお答えした方にお聞きします。コロナ禍において観光したい場所はどのようなところですか（複数回答可）。

- まだ訪れたことのないところ
- 人ごみの少ないところ
- 訪れる時期をずらすことで、季節による変化等を楽しめるところ
- 旅行に対して補助金が出る場所
- 一つの地域で複数の観光地を楽しめる場所
- その他（ ）

Q12：「いいえ」とお答えした方にお聞きします。その理由は何ですか。

- 新型コロナウイルスの感染を防ぐため。
- 世間体が気になるため
- その他（ ）

Q13：コロナの収束後に観光をしたいですか。

- はい →Q14
- いいえ

Q14：コロナ収束後に観光をするときに訪れたい観光地の数はどのくらいですか。

- 1か所
- 2か所
- 3か所
- 4か所
- それ以上

Q15：コロナ禍の収束後にどのような観光地に訪れたいですか。

- 近場（県内または隣接県程度）
- 遠方（上記以外）

Q16：コロナ禍の収束後にどのような観光地に訪れたいですか（複数回答可）。

- 公衆衛生が徹底されているところ。
- まだ訪れたことのないところ。
- 人ごみが少ないところ。
- アクセスが良いところ。
- コロナ禍で訪れることが出来なかったところ。
- コロナ禍で行われた政策（Go To トラベルなど）で訪れたところ。
- 有名な観光地。
- 日常生活から解放されることができるところ。
- その他（ ）

続きましてコロナ収束後の近場観光（県内、隣接県程度）について「補助」、「混雑」、「予算」、「観光地への訪問の有無」の4つの観点から最も魅力的に感じる旅行プランについてお聞きします。

補助について

本アンケートにおける「補助」とは、宿泊を伴う観光について、宿泊代金に対して **20%**の割引を行うものです。アンケート上では補助を行う場合は「あり」、そうではないときは「なし」と設定しています。

混雑について

「混雑」に関しては一つの観光地が収容できる人数に対して訪れている人数の割合であり、以下の図のようなイメージです。以下の図は一つの観光地の収容人数を10人としたものです



10% 混雑はなく人との間隔が大きくとれ



40% 混雑はなく人との間隔がとれる



70% 少し混雑しており所々人との間隔が取れない



100% 非常に混雑しており人との間隔が取れない

予算について

予算は一度の近場観光で費やす費用（ガソリン代、食費、宿泊代、お土産代など）のことで、本アンケートでは、5000 円、8000 円、12000 円、15000 円を設定しています。

観光地への訪問の有無について

「観光地への訪問の有無」については、本アンケートで「行ったことがない場所」という項目で設定しており、まだ訪れたことのないところを観光したい場合は「○」、そうでない場合は「×」で表す形をとっています。

以下の設問1～4は、先程説明させていただいた「補助」、「混雑」、「予算」、「観光地への訪問の有無」の組み合わせを提示しております。

その中であなたが近場観光をされる際、最も魅力的な組み合わせを一つ選び、A～Eに○をつけてください。

選択肢

A

B

C

D

E

宿泊補助	あり	あり	なし	なし	どれも 選ばない
混雑	70% 	100% 	100% 	10% 	
予算	15000円	8000円	5000円	15000円	
訪問経験	なし	あり	なし	なし	

選択肢

A

B

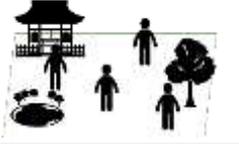
C

D

E

宿泊補助	なし	あり	なし	あり	どれも 選ばない
混雑	10% 	10% 	70% 	40% 	
予算	15000円	12000円	8000円	5000円	
訪問経験	あり	あり	あり	なし	

選択肢

	A	B	C	D	E
宿白補助	なし	あり	なし	あり	
混雑	10% 	70% 	100% 	40% 	どれも 選ばない
予算	15000 円	12000 円	5000 円	8000 円	
訪問経験	あり	なし	あり	あり	

選択肢

	A	B	C	D	E
宿白補助	あり	あり	あり	あり	
混雑	10% 	40% 	10% 	10% 	どれも 選ばない
予算	15000 円	8000 円	8000 円	12000 円	
訪問経験	あり	あり	あり	なし	

アンケートは以上で終了です。ご協力ありがとうございました。