

観光産業の現状に関して

4月の訪日外客数が、前年同月比▲99.9%となるなど、新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」）により、観光業は、大きな打撃を受けています。

こうした状況を踏まえ、観光の現状に関するデータとともに、新型コロナの影響に向き合う当地の方々の声をまとめました。

本レポートが、中部圏の観光産業の復活に向けた取組の一助となることを願います。

<目 次>

1 「観光産業」の現状	2
（1）1月以降の訪日外客数の推移	2
（2）1月以降の延べ国内宿泊者数の推移	3
（3）旅行者数の減少に伴う他の影響	4
① 1月以降の航空旅客数の推移	4
② 中部圏における新型コロナの影響による宿泊施設の倒産・廃業事例	5
【トピックス①】蒸発する怖れのある中部圏の「旅行消費額」の規模など	6
【トピックス②】国の施策「Go To キャンペーン事業」について	7
2 新型コロナの影響に立ち向かう、中部圏の方々の声	8
3 おわりに	12

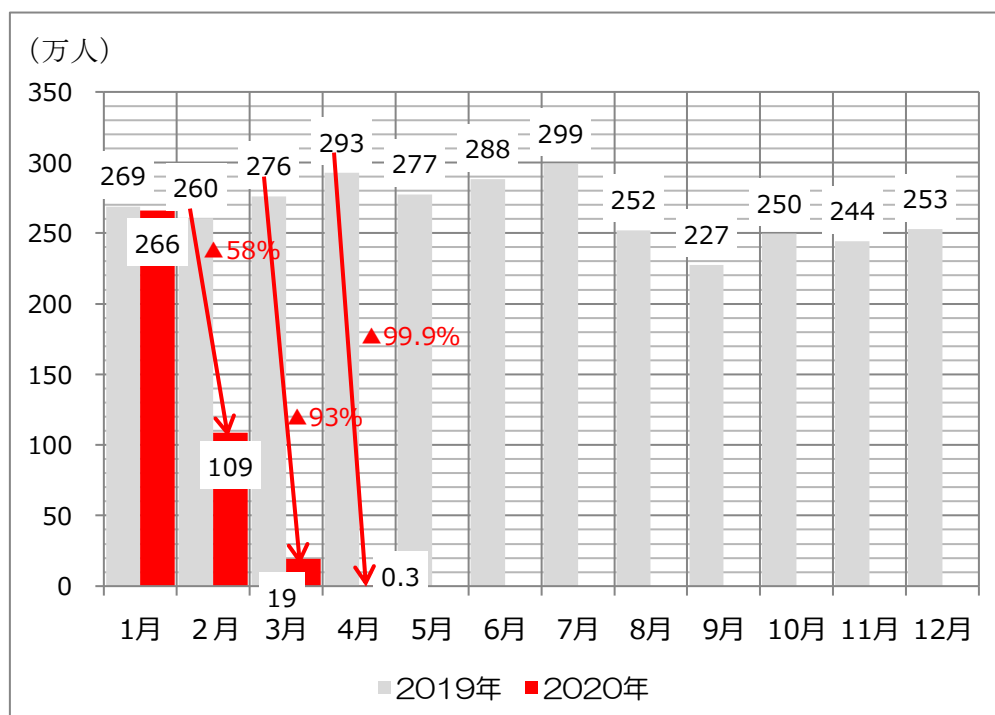
1 「観光産業」の現状

(1) 1月以降の訪日外客数の推移 ※日本政府観光局「訪日外客統計」

1月	昨年2月だった春節が今年は1月後半となり、中国・台湾は2桁台の伸び。重点20市場の内、韓国・ドイツ・豪州を除く17市場（中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、米国、カナダ、英国、フランス、イタリア、ロシア、スペイン）で1月の過去最高を記録。一方、全体では、昨年から続く韓国旅行者の減少（前年同月比▲59.4%、▲約46万人）もあり、 前年並の266万人 。
2月	中国国内での1月末からの団体ツアー等の発売禁止、定期便の一時運休や減便の影響で中国が▲89.7%。韓国、台湾、香港も、航空座席供給量が減少し、中国を含む東アジア4地域合計で▲71.9%となる等、新型コロナウイルスの影響が顕在化し、全体では、前年同月比▲58%の109万人 。ただ、2月は、ロシア、フィリピン、豪州等前年同月を上回り、欧米豪も▲20%台の減少に留まる。
3月	多くの国で、海外渡航制限や外出禁止措置が取られ、訪日外客数（推計値）は、前年同月比▲93%（▲256万人）の19万4千人 （訪日客数が20万人を切ったのは1989年2月以来）。
4月	日本における検疫強化、査証の無効化、当該地域に過去14日以内に滞在歴のある外国人の入国拒否等の措置の対象国拡大もあり、訪日外客数（推計値）は、前年同月比▲99.9%の2,900人 となり、JNTOで統計を取り始めた1964年以降、過去最少を記録。一方、3月の出国日本人数は3,900人。 （注）現在、日本政府が、原則、入国を拒否する対象は111ヶ国・地域。その他の全ての国・地域からの入国者には、14日間の行動制限を求める。なお、往来再開を望む企業等の声を受け、まずは、ビジネス客の往来から再開される見通しだが、その時期は定かではない。

【図1】 本年1月以降の訪日外客数の推移

出所：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」を基に、中経連で作成

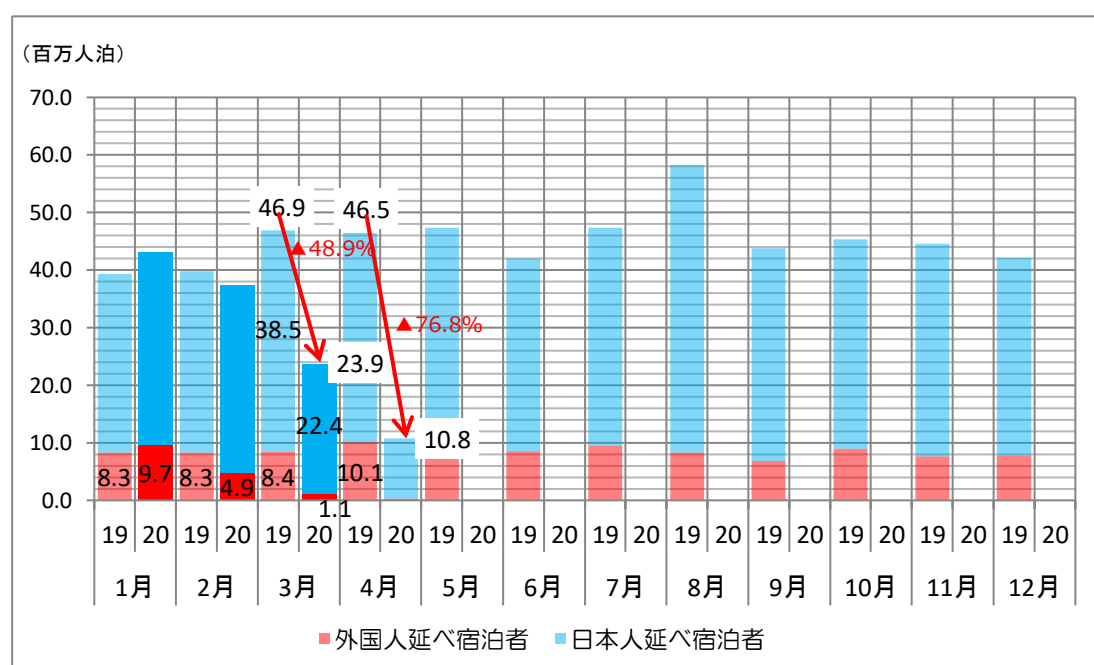


(2) 1月以降の延べ国内宿泊者数の推移 ※観光庁「宿泊旅行統計調査」

1月	日本人・外国人宿泊者のいずれも前年を上回り、 <u>全体では、前年同月比＋9.6%の4,316万人泊</u> を記録。
2月	新型コロナの影響から、 <u>外国人宿泊者が前年同月比▲41.3%</u> 。一方、日本人宿泊者は＋3.3%となり、 <u>全体では、▲6.0%の3,743万人泊</u> 。
3月	訪日外客数の大幅な減少を受け、 <u>外国人宿泊者は前年同月比▲85.9%の大幅減</u> 。 <u>日本人宿泊者は▲41.8%</u> 。 <u>全体で▲49.6%の2,361万人泊</u> 。
4月	<u>外国人宿泊者は前年同月比▲97.4%の26万人泊</u> 。 <u>日本人宿泊者も大幅に減少し▲71.1%</u> 。 <u>全体で▲76.8%の1,080万人泊</u> （一次速報値）。

【図2】延べ国内宿泊者数の推移

出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に、中経連で作成



【図3】中部圏の国内宿泊者数（日本人＋外国人）の推移

出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に、中経連で作成

単位 万人泊	1月			2月			3月		
	2019	2020	増減率	2019	2020	増減率	2019	2020	増減率
長野県	148.9	153.1	2.8%	144.6	143.1	-1.0%	126.9	76.2	-40.0%
岐阜県	51.9	57.7	11.2%	54.3	45.1	-16.8%	57.4	32.1	-44.0%
静岡県	156.4	161.7	3.4%	158.7	148.4	-6.5%	209.3	117.1	-44.1%
愛知県	122.3	165.3	35.1%	135.6	136.8	0.9%	154.9	72.5	-53.2%
三重県	60.1	56.1	-6.7%	59.5	51.3	-13.8%	83.9	40.4	-51.9%

(3) 旅行者数の減少に伴う他の影響

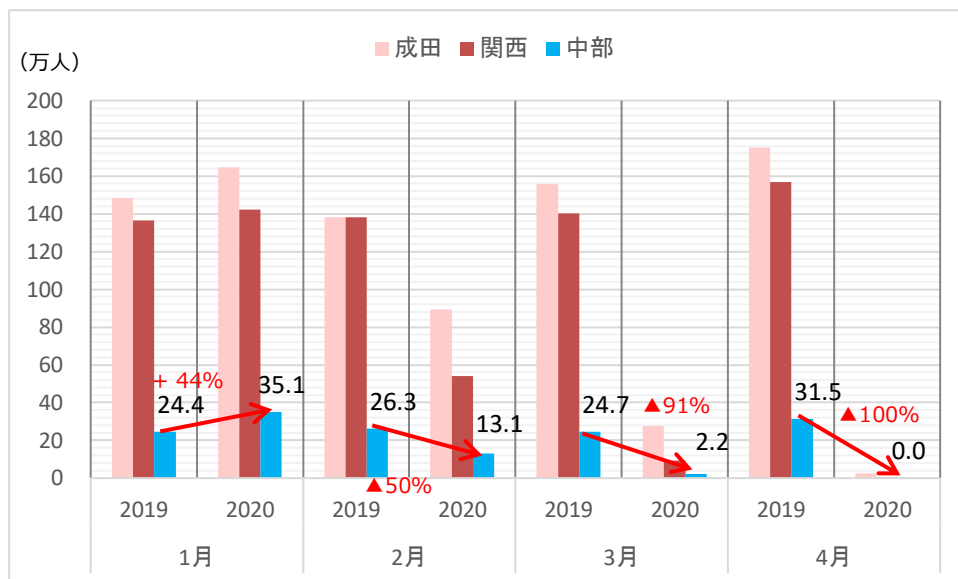
① 1月以降の航空旅客数の推移

中部国際空港の国際線・外国人旅客数は、1月は前年同月比+44%となったが、2月が同▲50%、3月が同▲91%で推移し、4月は“0”となった【図4】。

国内線旅客数も、3月から減少し、4月は前年同月比▲87%【図5】。

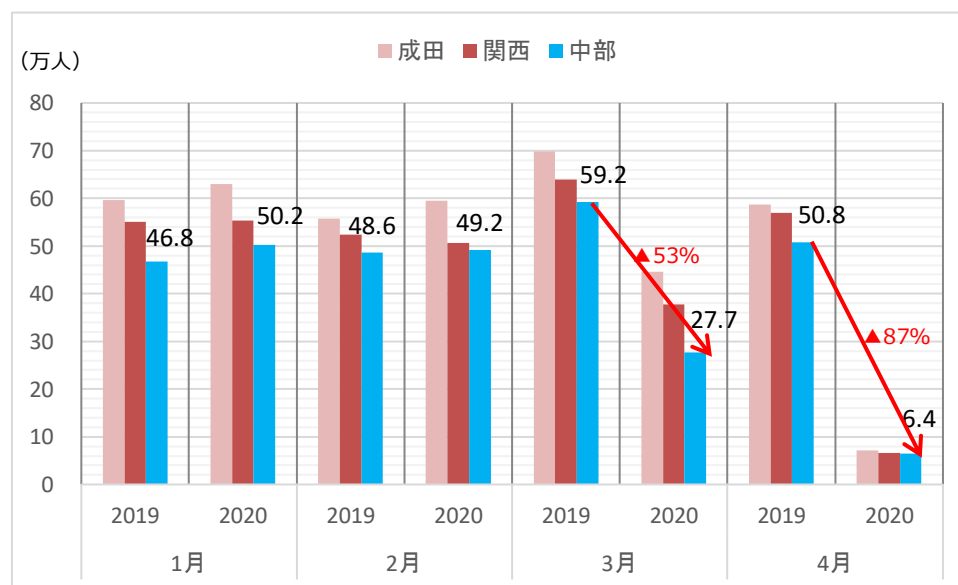
【図4】 空港別（成田・関西・中部）・国際線 外国人旅客数

出所：各社（各空港）公表の「空港利用実績」を基に、中経連で作成



【図5】 空港別（成田・関西・中部）・国内線旅客数

出所：各社（各空港）公表の「空港利用実績」を基に、中経連で作成



＜参考＞ 中部圏の空の玄関口であるセントレアの2019年度利用実績および新型コロナウイルス感染拡大後の低迷状況については、「中部国際空港セントレアの利用状況（6/1日発行）」に詳しくまとめています。是非、併せて、ご参照ください。

<https://www.chukeiren.or.jp/news/p9410/>

② 中部圏における新型コロナの影響による宿泊施設の倒産・廃業事例

	所在	運営会社	施設名	事業停止・閉館
①	愛知県 蒲郡市	㈱富士見荘	西浦温泉 富士見荘	2/14日
	2005年12月期売上高は約5.5億円も、2013年に決済不履行を起こす等資金繰りの厳しさが表面化。近年、中国人ツアーの受入に注力も、新型コロナの影響で団体旅行のキャンセルが相次ぎ、事業継続が困難となり事業を停止。			
②	長野県 木曽町	合同会社おやど	ホテル 木曽温泉	3/19日
	2013年3月期には売上高約7100万円を計上も、2014年の御嶽山の噴火で落込み。入山規制緩和で回復が期待されたが、新型コロナで利用客の減少が加速。事態の収束が見えず、事業継続を断念。			
③	三重県 志摩市	星たる観光	星たる	3/26日
	敷地1500坪、全室露天風呂付の旅館（10室）。2月頃から新型コロナの影響から宿泊予約キャンセルが相次ぎ、4月、5月の予約も低迷。旅館を買収した際の借入負担が重荷となる中、先行きの見通しがたらず、事業継続を断念。			
④	岐阜県 高山市	㈱奥飛騨薬師のゆ本陣	奥飛騨薬師のゆ本陣	3/30日
	訪日外国人客の増加もあり近年の業績は伸長傾向にあったが、2020年2月に新型コロナ感染者の高山市内での宿泊が判明すると予約キャンセルが激増。3月30日から一時休館して夏場の再開を模索も見通しが立たず、今回の措置に至った。			
⑤	静岡県 伊豆の国市		伊豆長岡温泉華の湯	3/31日
	（施設関係者によると）普段は中国人観光客の団体を連日受け入れていたが、1月末に中国政府が海外への団体旅行を停止する措置を発動して以降、4月末までの予約が全てキャンセルとなり、閉館。			
⑥	長野県 千曲市	稲荷山温泉(株)	稲荷山温泉 ホテル杏泉閣	4/11日
	「ホテル杏泉閣（客室44室）」は当初第三セクター方式で運営。完全民営化後の2002年3月期に約3.8億円の売上を計上も、2019年3月期は約1.7億円に低下。新型コロナの影響で顧客数が激減し、事業継続を断念。			
⑦	静岡県 沼津市	山三ビューホテル	山三ビューホテル	4/30日
	沼津市南部の内浦湾に面したホテル（客室数31室）2014年3月期の収入高は約5千万円に落ち込み、近年、中国人団体客に絞り込んだ運営に転換し、19年3月期は約9,300万円まで回復も、新型コロナで中国人団体客のキャンセルが相次ぎ、経営が悪化。			
⑧	長野県 佐久市	ホテル一萬里(株)	佐久一萬里温泉 ホテルゴールデン センチュリー	5/4日
	佐久一萬里温泉（地上11階・地下1階・客室151室）。1996年5月期に約18億円の売上を計上も、2019年5月期に約7.6億円まで減少。過去の設備投資負担が重く厳しい経営が続ぎ、新型コロナの影響で顧客数が減少。資金繰りのめどが立たず、事業継続を断念。			
⑨	長野県 上田市	別所観光ホテル	別所温泉 かわせみの宿	5/27日
	別所観光ホテルは1957年に創業。2014年4月期に売上高約2億4千万円を計上。近年集客が伸び悩み、17年屋号を「かわせみの宿」に変更し、立て直しを図ったが、19年2月期の売上高は約1.9億円に留まり、新型コロナの影響で、事業継続を断念。			

出所：東京商工リサーチ・帝国データバンクのHP及び、新聞・テレビ等で、新型コロナ
関連の倒産・廃業として報道された事例を基に、中経連で作成

【トピックス①】 蒸発する怖れのある中部圏の「旅行消費額」の規模など

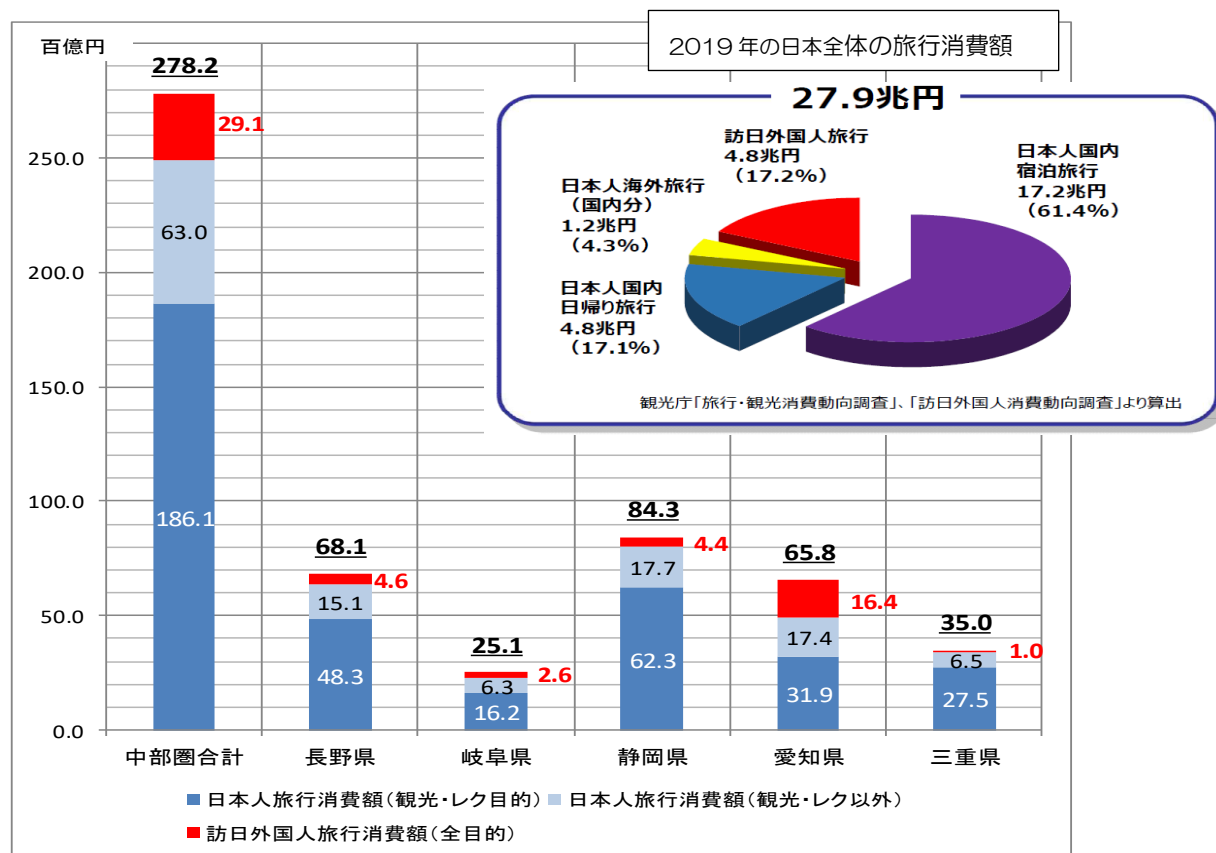
観光庁の「旅行・観光消費動向調査」で報告されている 2019 年の中部 5 県（長野・岐阜・静岡・愛知・三重の合計、都道府県間交通費を除く）の旅行消費額は、約 2.8 兆円（内訪日外国人の旅行消費額は、約 0.3 兆円）。

県別では、静岡が約 84 百億円で最も多く、以下、長野の約 68 百億円、愛知の約 66 百億円、三重の約 35 百億円、岐阜の約 25 百億円【図 6】。

費目別の消費額は、宿泊費が約 68 百億円、交通費が約 59 百億円、買い物代約 57 百億円、飲食費約 44 百億円と続く【図 7】。

【図6】 2019年の中部圏の旅行消費額（都道府県間交通費除く）

出所：観光庁「旅行・観光消費動向調査」「訪日外国人消費動向調査」を基に中経連で作成



【図7】 中部圏の費目費別旅行消費額（2019年 単位：億円）

出所：観光庁「旅行・観光消費動向調査」「訪日外国人消費動向調査」を基に中経連で作成

	旅行消費額	団体・パッケージツアー料金	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽・サービス費	買い物代	その他
旅行消費額合計（都道府県間交通費除く）								
中部圏合計	27,823 100%	2,730 10%	6,830 25%	4,360 16%	5,885 21%	2,114 8%	5,682 20%	223 1%
長野県	6,808 100%	739 11%	1,511 22%	1,014 15%	1,597 23%	494 7%	1,427 21%	25 0%
岐阜県	2,511 100%	398 16%	600 24%	336 13%	480 19%	152 6%	476 19%	69 3%
静岡県	8,432 100%	552 7%	2,601 31%	1,320 16%	1,907 23%	558 7%	1,453 17%	41 0%
愛知県	6,575 100%	622 9%	1,349 21%	1,158 18%	1,054 16%	623 9%	1,719 26%	50 1%
三重県	3,496 100%	418 12%	769 22%	533 15%	847 24%	286 8%	607 17%	37 1%

【トピックス②】 国の施策「Go To キャンペーン事業」について

Go To キャンペーン事業

令和2年度補正予算案額 1兆6,794億円

経済産業省
商務・サービスグループ
キャッシュレス推進室 03-3501-1252
クールジャパン政策課 03-3501-1750
中小企業庁 商業課 03-3501-1929

国土交通省観光庁
総務課 03-5253-8321
農林水産省
外食産業室 03-6744-7177

事業の内容	事業イメージ
事業目的・概要 ● 新型コロナウイルスの感染拡大は、観光需要の低迷や、外出の自粛等の影響により、地域の多様な産業に対し甚大な被害を与えている。 ● このため、新型コロナウイルス感染症の流行収束後には、日本国内における人の流れと街のにぎわいを創り出し、地域を再活性化するための需要喚起が必要。 ● （まずは、感染防止を徹底し、雇用の維持と事業の継続を最優先に取り組むとともに、）今回の感染症の流行収束後において、甚大な影響を受けている観光・運輸業、飲食業、イベント・エンターテインメント業などを対象とし、期間を限定した官民一体型の需要喚起キャンペーンを講じる。 成果目標 ● 新型コロナウイルスの影響を受けた地域における需要喚起と地域の再活性化を目指す。 条件（対象者、対象行為、補助率等）	● 新型コロナウイルス感染症の流行収束後の一定期間に限定して、官民一体型の消費喚起キャンペーン「Go To キャンペーン」を実施。 ① Go To Travel キャンペーン ● 旅行業者等経由で、期間中の旅行商品を購入した消費者に対し、代金の1/2相当分のクーポン等（宿泊割引・クーポン等に加え、地域産品・飲食・施設などの利用クーポン等を含む）を付与（最大一人あたり2万円分/泊）。 ② Go To Eat キャンペーン ● オンライン飲食予約サイト経由で、期間中に飲食店を予約・来店した消費者に対し、飲食店で使えるポイント等を付与（最大一人あたり1000円分）。 ● 登録飲食店で使えるプレミアム付食事券（2割相当分の割引等）を発行。 ③ Go To Event キャンペーン ● チケット会社経由で、期間中のイベント・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、割引・クーポン等を付与（2割相当分）。 ④ Go To 商店街 キャンペーン ● 商店街等によるキャンペーン期間中のイベント開催、プロモーション、観光商品開発等の実施。 ⑤ 一体的なキャンペーンの周知 ● キャンペーンを一体的に、わかりやすく周知するための広報を実施。

（注）6月9日現在、委託先選定方法などについて、政府において再検討中の模様。

<補 足> 「Go To Travel キャンペーン」事業について

- ・ 経済産業省が「Go To キャンペーン事業」全体の運営事務の委託先を決め、運営事務局の機能が整った後、観光庁によって、本事業への旅行業者等の事業参加の募集が開始される見込み。
- ・ 本事業の施策の一つの「Go To Travel キャンペーン」は、旅行業者等経由で、期間中の旅行商品を購入した消費者に対し、旅行代金の2分の1相当分のクーポン等（宿泊割引・クーポン等に加え、地域産品・飲食・施設などの利用クーポン等）を付与するもの。
- ・ 感染防止のための「業種別ガイドライン」の遵守が事業開始の前提となる。

2 新型コロナの影響に向き合う、中部圏の方々の声

今回のレポートの作成にあたり、本会のこれまでの取組等にご協力いただいた方々や各県の観光協会の方々に、現状と今後の取組・展望などをお聞きした。

本ヒアリングの中では、新型コロナの影響の大きさや先行きに対する不安の声をお聞きするだけでなく、インターネットを活用した新たな市場へのアプローチを始め、前向きな取組を検討・実施される状況を知ることが出来た。

また、国の「Go Toキャンペーン」や各県の取組への期待の声も大きく、すでに、多くの事業者の方が本キャンペーンを活かすための施策・打ち手を検討している。ただ、具体的な実施時期や取組内容が示されておらず、手探りで進めざるを得ない状況にある。

観光行政に携わる方々には、本状況をご理解いただき、キャンペーンの実施に向けた準備を進めていただけるよう、お願いしたい。

(1) 本会のこれまでの取組等にご協力いただいた方々（調査時期：5/18～6/10）

ヒアリング先	昨年との状況等の変化	対策・取組等	展望・メッセージ等
山ノ内町観光連盟 【長野県山ノ内町】 ・町内に志賀高原、湯田中温泉郷、北志賀高原あり。ウィンタースポーツのほか、「スノーマンキー」が人気。 https://www.info-yamanouchi.net/	・町内の観光関連事業者に対し、5/6日まで受入自粛を要請。 ・地獄谷野猿公苑（スノーマンキー）も、4/18～5/15日まで休苑。 ・竜王スキーパークが4/11～5/6で営業休止（春スキーヤーの受入を中止）。	・会員に向け、助成金などの有益な情報を発信。 ・終息後、迅速に実施できるような誘客施策を検討。 ・会員からのアンケートをまとめ、町長あてに支援の要望書を提出した。	・町内は観光客の受入れを再開し始めているので、自粛疲れの方に心身ともに癒しに来ていただきたい。
（一社）長野伊那谷観光局 【長野県】 ・地域連携 DMO（伊那市、駒ヶ根市、辰野町、箕輪町、飯島町、南箕輪町、中川村、宮田村） https://www.inadani-kankou.jp/	・観光局自身が、直接イベント運営は実施していないが、管内各市町村のイベントは壊滅状態。 ・NEXCO 中日本と提携をした「伊那谷ドライブクーポン付きドライブプラン」も、現在は販売中止中。	・管内の休業状況等を取りまとめ、各市町村と情報共有を実施。 ・今後は、営業再開情報の発信に努める。 ・国の Go To キャンペーンに先立ち、県からコロナ対策支援事業の公募が発表されたため、施策を検討。	・当地は、愛知・名古屋の需要は重要。 ・県外からの観光誘客がオープンとなった時には、中京圏への PR をお願いしたい。
（一社）信州いいやま観光局 【長野県飯山市】 ・飯山市の観光事業 PR 及び DMO 機能（旅行業）、施設運営 http://www.iiyama-ouendan.net/	・国、長野県の指示に従い、観光局施設（道の駅等）休業、その後、段階的に営業開始。 エリア内の宿泊施設もほぼ休業、一部、長野県の指示に従い営業開始。 観光事業の売り上げはほぼゼロ。	・テイクアウト、オンラインでの商品販売強化 ・観光局会員への、県の補助金等の案内、指導	・Go To キャンペーンは、大手旅行会社、OTA メインとなると聞いているが、旅行業を有する DMO も販売できるようにして欲しい。 ・地域の観光事業者が安心して誘客ができるように、国・県は具体的な感染症対策の実施と、観光振興を推進して欲しい。

ヒアリング先	昨年との状況等の変化	対策・取組等	展望・メッセージ等
白馬観光開発㈱ 【長野県白馬村】 ● ウインターシーズン ・3 スキー場の索道・料飲施設の営業。(入込数約 80 万人、内インバウンド約 37 万人) ● グリーンシーズン (GW～11 月) ・アウトドアアクティビティ等の観光施設を運営。 https://www.nsd-hakuba.jp/index.php	● ウインターシーズン ・2 つのスキー場が約 1 か月前倒して営業終了。 ・2 月頃からアジアのインバウンド来場が減少。 ・国内の各スキー関連大会が全て中止。 ● グリーンシーズン ・GW の営業を見送り。 ・5 月のイベントを秋季に延期、6 月末までの団体旅行が白紙に。 ・例年 5～6 月に予定の修学旅行が秋季に延期、または中止。	・基本方針を策定し、感染予防を講じてグリーンシーズンの営業を開始。 ・経費削減、雇用調整金を申請。 ・GW に白馬岩岳で「絶景無観客 LIVE」を実施し、SNS を通じてライブ配信。	・Go To キャンペーンや自治体の補助金等を有効活用し、弊社エリアへの誘客を図る。 ・冬季に向けてインバウンドの動向を注視する。 ・感染対策を実施しつつ、動きのあるエリアへの誘客施策を実施する。
飛騨市役所観光課 【岐阜県飛騨市】 http://www.city.hida.gifu.jp/site/corona/kenminplan.html	・4 月の観光入込客数は前年比 ▲83% (担当者としてはもっと減少しているという実感)。 ・古川祭が中止 (昨年 6.1 万人が来場)	・店舗運営感染対策チェックシート作成、店舗のコロナ対策に係る費用補助、県内の宿泊者を対象とした補助等を 6/1 より開始。	
渡辺酒造店 【岐阜県飛騨市】 ・インバウンド向けにも酒蔵体験を実施。(昨年の受入実績：約 1 千人) https://www.watana-beshuzouten.com/	・酒蔵見学は 2 月末から受入中止。 ・緊急事態宣言後は、飲食や宿泊施設の落ち込みが大きく、売上 7～8 割減、飛騨地域以外の卸業者や業務店の動きも鈍化。	・各国の現地代理店と協力したオンラインイベントの企画や越境 EC の整備。 ・オンライン飲み会という新しい文化に合わせ、ネット販売、SNS などを活用した販売方式にシフト。	・国内の自粛ムード解消以上に、インバウンドの受入には時間が必要。 ・できることをしっかりと取組んでいく。
清水弥生堂 【岐阜県高山市】 ・業務用食品卸売業。 ・2014 年 6 月に、「飛騨高山ムスリムフレンドリープロジェクト」という組織を立ち上げ、国内外のムスリム観光客を受け入れる為の、主に「食」の対応を推進。 https://yayoido.com/	・ホテル・旅館・飲食店が休業となり、観光関連の売上が完全にストップ。外食部門に限れば、3 月～5 月の売上は 7～8 割減。 ・スーパーで一時期、ホットケーキミックスが売れた。ホテル向けの在庫品が捌けた。 ・インバウンドが無くなった為、ムスリム関連サービスも完全にストップ。 ・知り合い伝手でハラル飛騨牛を 1 回だけ販売。	・外出自粛期間中、デリバリー代行サービスを開始。 顧客である飲食店と提携し、飲食店のテイクアウトメニューのデリバリーを展開。 ・ムスリム対応については、SNS 配信を完全には止めない様にしておく。 ・しばらく「鎖国状態」となるのであれば、在住外国人への発信を意識する。	・自社としては、「観光に左右されない事業」の開拓の必要性を実感。 ネット販売や農業など、色々と模索している。 ・地域としては、国内観光客が楽しめる街づくりが必要になる。 ・国内在住ムスリムに来てもらえる様に、アピールしていく。
船坂酒造店 【岐阜県高山市】 https://www.funasaka-shuzo.co.jp/	・2 月上旬から売上減、4 月は前年比 ▲95% となり、同月から小売部と飲食部は完全休業 (6 月から時短での営業を検討)。 ・LINE を活用し、社長から定期的な情報発信を実施。	【卸部】 出勤調整、リモートワークの推進。 【小売部】 販促費の見直し、雇調金および休業補償の申請。 【飲食部】 感染対策用営業マニュアルの作成、アクリル板の設置。補助金を活用した機械化の検討。クラウドファンディングの活用。	【卸部】 輸出の強化。高品質の商品開発、既存体制の見直しを追求し、体質強化を図る。 【小売・飲食部】 Go To キャンペーンの動向をキャッチし、宿泊施設とのコラボや、PR 販促を検討。 ・過度な感染対策によるサービス低下、店内の雰囲気悪化に留意し、感染対策を実施。

ヒアリング先	昨年との状況等の変化	対策・取組等	展望・メッセージ等
濃飛乗合自動車(株) 【岐阜県】 https://www.nouhibus.co.jp/	・2020年2月下旬より、インバウンドの入込が急激な減少傾向となり、あわせて国内需要も移動自粛のため、バス利用、ドライブイン利用の大きな落ち込み。 ・4月においては▲80%の落ち込み。	・現状は経費削減、雇用調整助成金等の利用を行い、支出減に最大限力を入れている状態。 ・4月から現在に至るまで、飛騨地域がお休み中の状態。観光客を受入れる体制となるまでは営業誘致等もできない。	・インバウンドの復活にかなりの時間が必要。今後は国内顧客（個人型）の取込みが最重要課題となる。多様な施策の対応に順応できるよう準備し、対応したい。 ・起爆剤として Go Toキャンペーンなどを積極的に利用していきたい。
(一社)犬山市観光協会 【愛知県犬山市】 https://inuyama.gr.jp	・犬山城を 2/29-5/31 の間閉鎖。 ・6/1 再開後も定員を半減するなど対応。 ・城下町の店舗も軒並み臨時休業。（3 末-5 中は、ほぼ全店となる約 80 店舗が休業） ・イベントは軒並み中止。	・おうちで犬山気分サイトを立ち上げ、通販・テイクアウト・デリバリーを支援。	・犬山城営業再開後の状況を見て判断。 ・定員を減らすなどの対策を当面の間、継続予定。 ・実店舗での売り上げがコロナ前に戻るのか不安を抱える商店主が多数。 ・オンライン販売等の活用が課題。
犬山まちづくり(株) 【愛知県犬山市】 ・犬山城下町活性化の為、町興し事業を実施。 http://www.inuyama-tmo.com/	・観光客は激減、特産品館は自粛で 4/10 から 5/31 まで休業。 ・イベントは 3 月から 7 月まで中止。 ・駐車場売上 ▲70%。	・休業協力を申請。 ・6月1日から、特産品館を再開、少しずつ人出は増加傾向であるが、第2波を警戒しつつ、手洗い・マスク着用の喚起・密集を回避などの対策を徹底。	・国内の自粛ムードの変化とインバウンドの受入には時間が必要。 ・お客様とスタッフ関係者の安全と健康を第一にしっかり取り組んでいく。
名鉄イン(株) 【愛知県内 8 店舗】 ・名古屋市内 6 か所、刈谷 1 か所、半田 1 か所でビジネスホテルを運営。 https://www.m-inn.com/	・8 店舗の宿泊収入は、4-5 月累計で対前年約 ▲80%前後。 ・1月下旬のインバウンド減少から始まり、2月中旬には団体、イベント自粛等取り消しが相次ぎ、4月に緊急事態宣言が出てからは宿泊需要が大きく減少。	・全社で経費削減に取り組むとともに、雇用調整助成金・持続化給付金等の補助金申請を順次行っている。	・Go To キャンペーンの早期具体化と長期的な観光産業への支援策の実施。 ・ホテル運営において賃料負担の影響が大きく、国レベルでの更なる賃料支援を拡充していただきたい。
(株)名鉄レストラン ・高速道路 SA・PA 運営を中心とした飲食・物販。 http://meitetsu-restaurant.com/ (株)メイフーズ ・郊外型ラーメン店を中心として飲食事業。 http://www.meifoods.jp/	・移動制限策により、客数の大幅な減少。（3 割以下） ・自治体等の要請に基づく営業時間の短縮等。 ・バイキング形式での提供を取りやめ。 ・団体予約がすべてキャンセル。	・テイクアウト商品数の増加。 ・少人数での個室宴会プランの作成。 ・休業補償手当の実施と雇用調整助成金の申請。	・高速道路事業は観光バスの需要回復が期待できず、前年回復は困難と見込む。 ・縮小した事業規模を想定した運営体制を検討。 ・Go To キャンペーンその他、高速道路通行料金の無料化（割引）施策などの景気刺激策の実施を期待。
くまの体験企画 【三重県尾鷲市】 ・熊野古道伊勢路及び熊野三山の周辺において、個人旅行者を対象とした少人数の貸切りエコツアーなどを実施。2019 年の受入人数 651 人。 http://kumanokodoinfo/	・3 月下旬以降の予約済みの全ツアーを中止。 ・4 月初旬～5 月 31 日まで休業。2 か月間の売上はゼロ。 ・6 月 1 日から営業再開予定だが、当面の間は県内の方のみ受付。また、運休中の路線バスを利用するツアーは、運行再開まで中止。	・収束までは近県の方の域内観光をターゲットとする。 ・持続化給付金、三重県来県延期協力を申請。 ・ウェブサイトのリニューアルと販促品の導入を予定していたが、コロナ影響によって資金不足となり、小規模事業者持続化補助金を申請。	・補助金に頼らない事業をモットーとしてきたが、この非常時にはそう言っていられない。 ・過疎地で医療設備が整っていない地域でツアーを行っており、住民は来訪者や県外ナンバー車に対して神経質になっており、トラブルも起きている。当方はコミュニティ・ビジネスを行う事業者であることから、行政や地域団体などと相談しながら慎重に取り組んでいく予定。

(2) 各県・名古屋市の観光機構、観光連盟、観光協会等

ヒアリング先	昨年との状況等の変化	対策・取組等	展望・メッセージ等
(一社)長野県観光機構 http://www.nagano-tabi.net/sc/kyokai/index.html	・県内の多くの観光施設や宿泊施設等が自粛にて営業休止。(5/16以降は通常営業ではないものの、少しずつ営業再開している) ・また大型イベントは軒並み中止、もしくは延期。	・GW は県外の観光客の流入を抑えて頂く為に「信州の観光はお休み中」キャンペーンを実施。 ・SNS を活用し「#おうちでなごの」で以前に長野県を旅行した時の写真をUP いただき、アフターコロナの需要喚起を実施。 ・安心・安全基準の策定について検討中。 ・国、県の方針に従い旅行再開時に向けてキャンペーンの準備。	・コロナで旅行自体に感染リスクがあり、それは旅行者も受け入れ側も同じことだと思われる。 ・リスクを抑えながら旅行ができるニューノーマルな旅行形態についての情報、またその情報の発信等があると助かる。
(一社)岐阜県観光連盟 https://www.kankou-gifu.jp/	・会員も甚大な影響を受けており、早急に送客の取り組みが必要な状況。	・岐阜県が Go To キャンペーンに先んじて県内観光の回復施策を計画中。当連盟へ委託事業として移管される予定。	・まずは国内市場を対象とした旅行需要の回復施策を順次打ち出、秋以降にインバウンド市場にも様々な施策を講じる予定。
(公社)静岡県観光協会 https://hellonavi.jp/index.html	・昨年度は静岡 DC の実施で宿泊客、観光交流客数とも増加したが、今年度はほとんどの企画、イベント等が中止になっている状況。	・事態収束後にいち早く誘客策を打てるよう、将来に向けた需要喚起と、本県の宿泊施設等における感染防止対策を紹介する動画配信等で本県の安全性のPR に努める。	・県との連携により、まずは県民に向けた県内観光を促進する施策を展開し、時宜を伺って近隣都県、県外・海外誘客へ施策を拡大していきたいと検討している。
(一社)愛知県観光協会 https://aichinavi.jp/associations/	・観光物産展、各種会議、県内大型イベント等の中止。国内、海外での誘客活動の一部中止。 ・収益事業での売上額の大幅な減少。	・コロナショック後の観光振興施策と実施時期を模索中。まずは県内回遊（安近短）からの開始になるか。	・過度な密は避けなければならないが、自粛ムードが行き過ぎたものになることを危惧している。
(公社)三重県観光連盟 https://www.kankoumie.or.jp/	・三重県内の観光施設、宿泊施設は軒並み休業し、深刻なダメージ。 ・三重県内の4月～7月開催予定のイベントについては軒並み中止もしくは延期。	・会員向けにオンライン研修サービスを特別プランにて提供。 ・公式サイトにネットショッピング特集を掲載し、観光物産販売を促進。 ・「#三重の思い出 SNS 投稿キャンペーン」にて、SNS 上で情報発信。 ・会員向け、助成金などの有益な情報を発信。	・感染拡大防止対策にきちんと取り組んでいる観光施設・宿泊施設をPR していく。 ・国、県の事業展開と連動した誘客キャンペーンを展開していく予定。
(公社)名古屋観光コンベンションビューロー https://www.nagoya-info.jp/ncvb/	・本年度の観光プロモーションについて、国内外でコロナ収束の時期が見通せないことから、それらの業務が全般的に停滞。	・市の観光部局や中部国際空港等の連携先と情報交換・意見交換を実施し、コロナ収束後のプロモーション方法を協議。 ・当財団の賛助会員企業に対し、入手した海外情勢の情報の提供を心がけている。	・インバウンド誘致に関し、「日本の国内でコロナが収束し訪日旅行は安全で安心である」というメッセージを、国レベルで世界に力強く発信してもらうことが、まず第一に必要なものであると考える。

3 おわりに

感染リスクが残り、出入国制限の緩和時期も定かとは言えないなか、観光が、コロナ以前の状況に戻るには、今しばらく時間がかかると想定されています。

また、新型コロナ後の変化（「新しい旅行のあり方」）を正確に予測することも、不可能です。

ただ、「旅をしたい」という、人の気持ちは決してなくなりません。自然や文化などの観光資源があり、これを磨き、発信し続ける限り、必ず観光産業は復活します。

実際、海外では、回復期にいち早く観光客を迎えるためのコンテンツ・マーケティング（旅行記事・動画）の仕込みや、回復期に旅行先として選んでもらいやすくなるための充実した継続的な情報発信を続けている観光局やDMOが少なくありません。

本会では、中央日本観光機構、各行政の観光部局、さらには、会員企業などの皆さまとともに、一刻も早い中部圏の観光の復活と、インバウンドを始めとした更なる観光振興に向け、引き続き、取組を進めていきたいと考えます。

【補 足】

本会では、6/2日に発行した年次経済報告「中部圏経済の回顧と展望 2019年度-2020年度」の中で、中部圏経済の動きについて、新型コロナが感染拡大する前（2019年4月～2020年1月）と感染拡大後（2020年2月以降）に分けて記述し、その中で浮かび上がった、中部圏及び各県の概況、主要経済指標、2020年度に向けた当地域の課題と展望、主なトピックスなどを取りまとめています。

併せて、本報告書をご参照ください。

<https://www.chukeiren.or.jp/news/p9373/>

以上