

**新型コロナ感染症収束後の
観光関連事業再生に関する基礎調査
報告書**

2020年12月

**せとうち観光専門職短期大学
協力：公益社団法人 香川県観光協会**

目次

I. 調査摘要	2
II. 調査結果の概要	3
III. 調査結果	5
1. コロナ禍における観光と観光関連事業者の現状	5
1-1. コロナ禍による影響の程度	5
1-2. コロナ禍収束後の見通し	6
1-3. 観光再生に向けた事業所の士気	7
1-4. 影響、見通し、士気のレベル化	8
1-5. 業種別にみた影響度、見通し度、士気度	9
1-6. 事業者規模別にみた影響度、見通し度、士気度	11
2. コロナ禍の観光事業がもとめる公的支援	13
3. コロナ「収束前」観光事業再生の戦略・方策の重要度	14
4. コロナ「収束後」観光事業再生の戦略・方策の重要度	16
5. 自由記述回答の整理	18
5-1. 厳しい現状と今後見通しについての不安	18
5-2. ネットワークの強化・構築	19
5-3. 観光再生に向けた経営・対応策〔期待・士気〕	20
5-4. 公的支援にたいする要望・期待	21
5-5. コロナ禍収束についての提言・要望	23
IV. 所見／提言	25
1. コロナ禍の推移に伴う観光関連事業の概況	25
2. コロナ禍の香川県観光事業再生についての若干の考察	27
2-1. 香川県の観光支援キャンペーンと「マイクロツーリズム」の提唱	27
2-2. コロナ禍における地域観光戦略の基礎	28
調査票	31

はじめに

本調査は、新型コロナウイルス感染症 [covid-19] 禍（以下、コロナ禍）の影響下にある香川県内の観光関連事業の現状を把握しながら、早期の回復に向けた戦略・方策の開発に活用できる基礎データを、体系的に収集・分析する研究の一環として実施されました。

本年 2020 年 3 月に WHO（世界保健機構）がパンデミックを宣言したコロナ禍の拡大は、世界的にみると、短期の小康状態から第 2 波へと、今なお世界中の観光事業に最悪の厄難をもたらしています。その弊害が様々な形で日本や香川県の観光事業でも同様であることは、いうまでもありません。しかも、観光事業の再生は、コロナ感染の収束がみえないなかで全く見通しがたちません。米欧に比べると感染者の少ない日本でも、11 月半ばから第 3 波が訪れ、12 月半ばの現時点にも感染者数は急増して高止まりの状況です。

観光にとってのこのような最大級の危機にたいして、個々の観光関係者の努力には限界があります。如上のとおり、観光は世界中に広がり、国内外の観光客が地域を訪れます。地域の観光関係者は結集し、＜世界にまなざしを向け、地に足を着けて＞地域の観光再生を実践することが、今後は不可避となりそうです。

そうした地域観光関係者の議論において、本調査の結果が少しでも手がかりとなりたいと考えています。

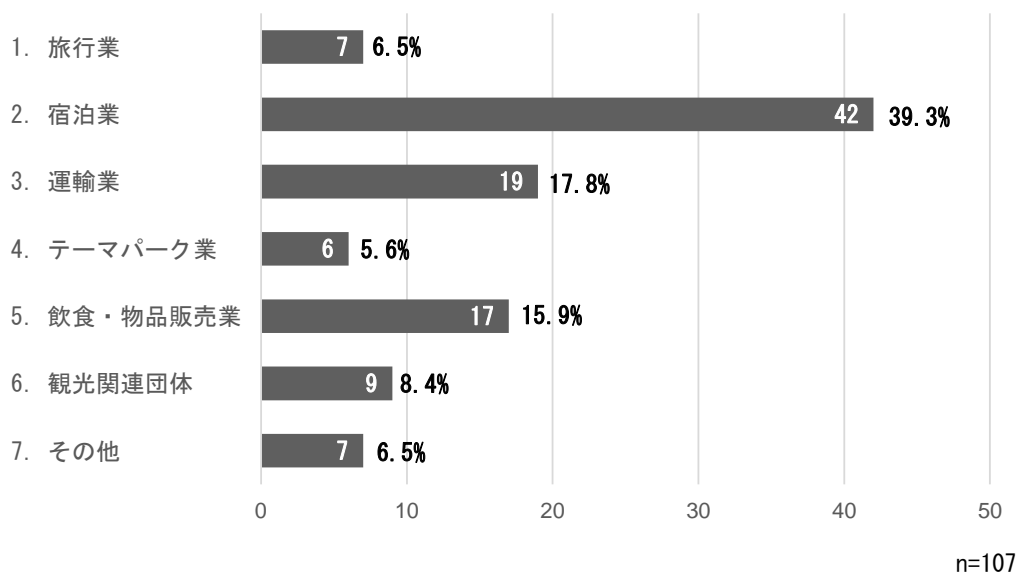
今回の調査は、当初、2020 年 6 月 25 日から 7 月 31 日までの期間で実施される予定でした。しかし、その回答者数が、194 社中 56 社（回収率 28.9%）と少なく終わりました。この期間は、6 月下旬からコロナ感染者数の第 2 波が始まり、7 月末にかけてピークを迎えた、観光関連事業者にとってはコロナ禍の深刻な影響を受けた時期であったので、おそらく調査に回答するどころではなかったと思われます。

そこで、本調査の調査期間は、9 月初めから 11 月半ばまで延長され、5 ヶ月に及ぶ長期間に実施されました。その間に、コロナ感染者数の変化、Go To トラベルなどの支援策の実施、それに伴う社会動向の変化などがみられ、それに応じて、コロナ禍における各地の観光関連事業者の状況は大きく変容しました。そのために、調査期間中の状況の変化が、回答のなされた時々で調査結果に様々な影響を及ぼしたと考えられます。

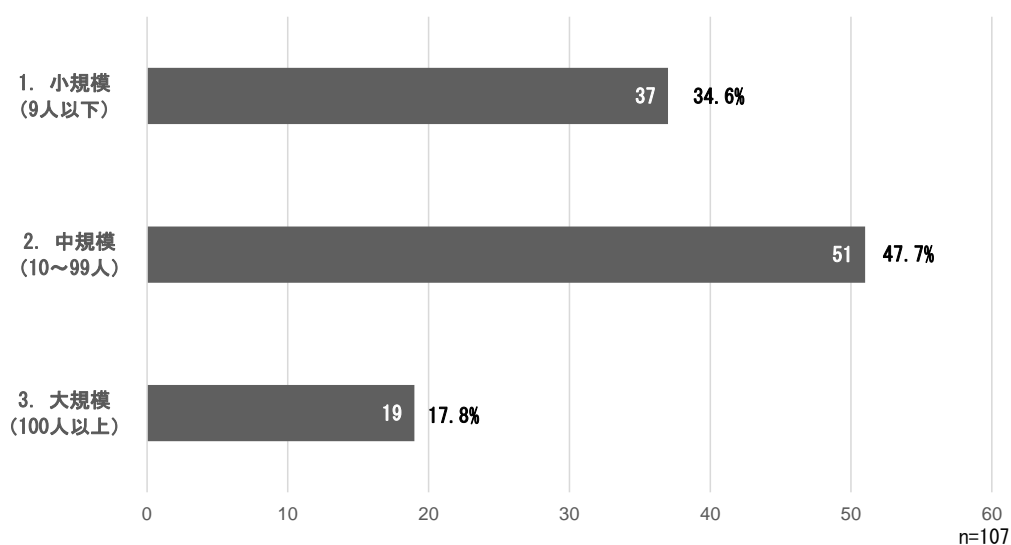
したがって、本調査の目的である、コロナ禍における観光関連事業の現状と、コロナ禍収束後の観光再生についての観光事業者の回答は、調査期間中の変化に応じた形で本調査の結果に映しだされている点にご留意ください。とはいえ、本調査の結果には、コロナ禍にたいする香川県の観光関連事業者の全体的な思いや姿勢が読み取られます。調査結果が観光事業再生に何かしら有益となる点があれば幸いです。

I. 調査摘要

1. 目的 本調査は、香川県下の観光関連事業がコロナ禍の深刻な事態から早期の回復をめざすため、当該観光関連事業の現状をとらえ、回復に向けた戦略・方策を考えるさいの基礎データを収集・分析する。
2. 調査対象 公益社団法人香川県観光協会会員（観光業関連会員）194社
3. 調査方法 オンライン入力による質問紙調査
4. 調査時期 2020年6月25日～11月15日
5. 回答者数 107社 回収率 55.2%
6. 回答事業者の業種



7. 回答事業者の規模（従業員数）



II. 調査結果の概要

1. 新型コロナ禍における観光と観光関連事業者の現状

1-1. コロナによる影響度

全国の観光関連事業者の経営状況は、現在のコロナ禍において、周知のとおり低迷している。香川県下においても状況は同様である。香川県内における観光関連事業の低迷の深刻さは、本調査においてもあらためて浮き彫りとなった。新型コロナによる影響が「きわめて深刻」とする回答が6割以上を占め、「かなり影響」とする回答3割以上と合わせ、9割強の事業所がコロナ禍の悪影響を受けている。

1-2. コロナ収束後の見通し

コロナ禍の収束はほぼ見通すことができず、観光と観光関連事業が復興する見通しも立たないため、多くの事業者には当然のことながら観光と観光関連事業の再生に悲観的な傾向がみられる。本調査では、「とても悲観的」と「やや悲観的」の回答をあわせて6割弱であり、「なんとも言えない」の回答が3割となっている。

1-3. 観光再生に向けた事業所の士気

新型コロナ禍の収束が見通せず、今後の展開に悲観的であるなかでも、香川県内の観光関連事業者において、観光再生への意欲や士気（モラル、morale）は決して低くない。本調査において、「どちらともいえない」という回答が4割弱あるが、「観光再生への士気」について「とても高い」と「やや高い」という回答をあわせて5割を超えた。

1-4. 影響、見通し、士気のレベル化

1-1. から 1-3. でみた、「影響」、「見通し」、「士気（モラル）」を、それぞれにレベル化して5段階で表わすと、次のように数値化される。まず、コロナ禍による事業の「影響度」は<4.5>であり、「かなり影響」を受けている。今後の事業の「見通し度」は<2.1>であり、「やや悲観的」である。そして、コロナ禍後の事業再生への「士気度」は<3.6>であり、「どちらかといえば高い」。

2. コロナ禍の観光事業がもつめる公的支援

コロナ禍の公的支援として、財政支援を要望する観光事業者が多い。新型コロナウイルスの感染蔓延による観光需要の悪化のため、経営収支の悪化や雇用維持の困難といった財政難を抱える観光関連事業者が多いと考えられる。調査結果をみると、「現状で受けたい支援」として、全回答者（107社）のうち5割以上が回答したのは、「7. 売上不振の補填」68件（64%）、「3. 従業員の休業補償」59件（55%）、「4. 雇用維持」56件（52%）、「6. 税負担の軽減・免除」56件（52%）などである。

3. コロナ禍収束前後の観光と観光議場の再生への取組み

コロナ禍収束前後の「観光事業再生の戦略・方策」を、①情報の収集・分析、②ネットワークの構築、③新方策の開発、④公的支援の活用、という4つのカテゴリーに分けてみると、すべての戦略や方策に積極的に取り組もうとする観光事業者の姿勢がうかがえる。

カテゴリー別にみると、新型コロナウイルス関係や観光動向についての「①情報の収集・分析」を、他の2つのカテゴリーに比べてより重視する傾向がみられる。

「②ネットワークの構築」については、＜観光関連事業者間のネットワーク＞をより重視し、＜地域住民や異業種間とのネットワーク＞をやや軽視する傾向がある。

「③新方策の開発」にも重視する傾向がみられ、とくに＜地元の観光資源の見直し・再発見＞や＜新商品・新サービスの開発＞を重視する姿勢がみられる。

「④公的支援の活用」については、＜観光需要を刺激する観光キャンペーン＞を期待する傾向が高いが、＜行政によるその他の支援＞や＜研究機関との連携＞などについては、他の項目に比べて重要度がやや低い。

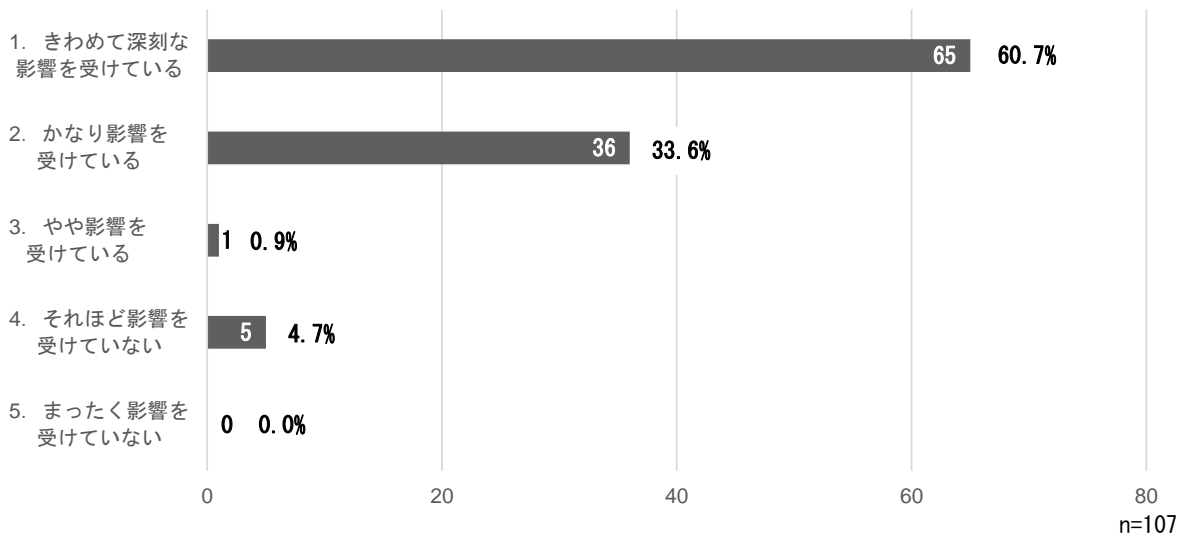
また、コロナ禍の「収束前」と「収束後」とにおいて、いかなる「観光事業再生の戦略・方策」を重視するかについては、その傾向に大きな差異はみられなかった。

Ⅲ. 調査結果

1. コロナ禍における観光と観光関連事業者の現状

1-1. コロナ禍による影響の程度

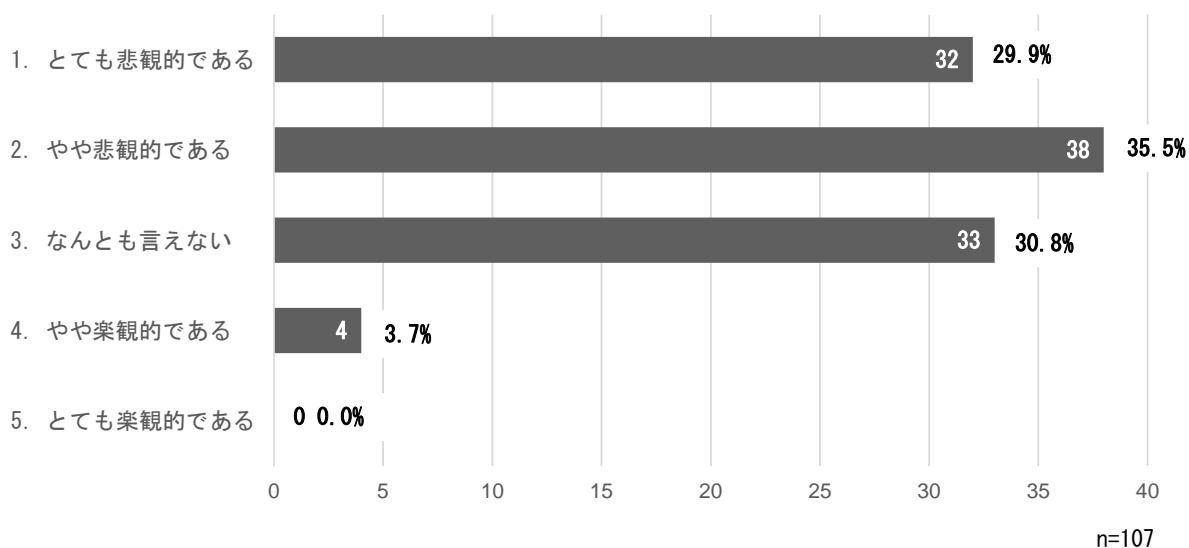
事業者は新型コロナによってどの程度の影響を受けているか？



- コロナ禍による影響が「きわめて深刻」とする回答が6割以上を占め、「かなり影響」とする回答3割以上と合わせ、全回答中の9割強の事業所がコロナ禍の「悪」影響を受けている、とみなされる。
- この結果から、コロナ禍が観光事業の経営を脅かす甚大な影響をもたらしている深刻な現実が、あらためて認識される。

1-2. 新型コロナ収束後の見通し

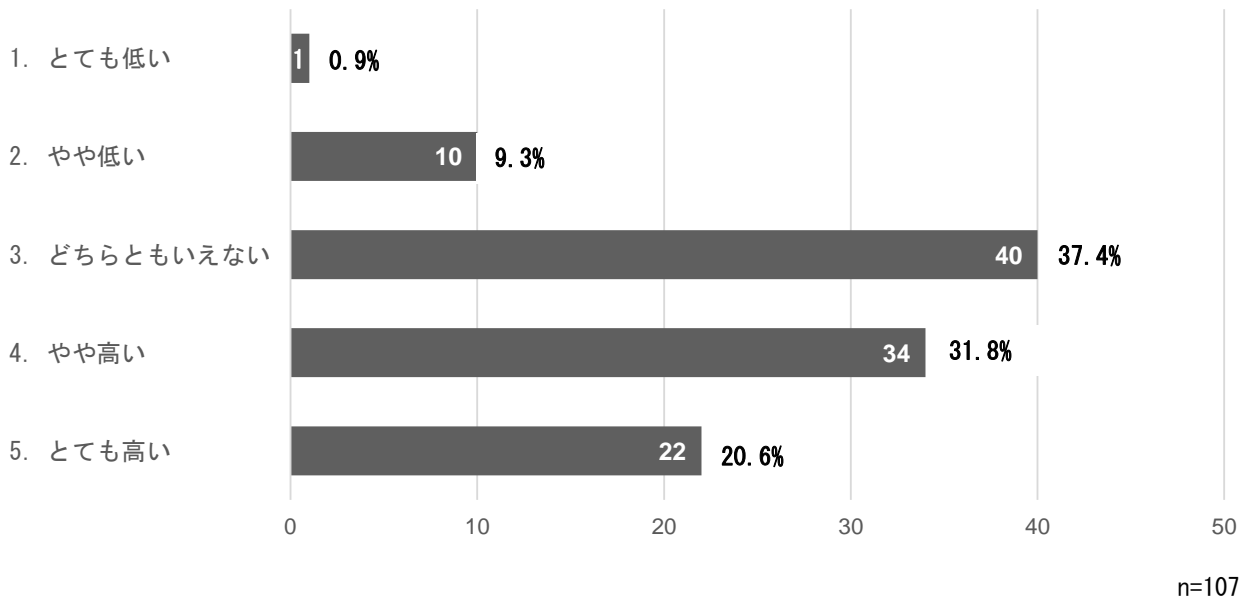
新型コロナ収束後の観光事業の全般的な動向について、どのような見通しを持っているか？



- 「とても悲観的」と「やや悲観的」を合わせた回答が7割弱であり、「なんとも言えない」の回答が3割となっている。
- ほとんどの回答事業者が、コロナ禍の事態を楽観視できず、観光事業の将来を見通せない心境が浮かびあがっている。
- コロナ禍の事態が今後どのように推移するかという「見通し」がたたず、観光の再生が予測できないなかで、観光事業にとって今後を展望できない状況がうかがえる。

1-3. 観光再生に向けた事業所の士気

コロナ禍収束後の事業再生に向けて、事業所全体の士気（モラル、morale）はどのような状況か？



- コロナ禍の今後が見通せないなかで、「観光再生への士気（モラル）」について「とても高い」と「やや高い」を合わせた回答が5割をわずかに超えている。
- 観光と観光事業の今後がコロナ禍によって見通しの立たない状況下にもかかわらず、「観光再生への士気の高い」事業所の割合が比較的高い。
- しかし、「どちらともいえない」という回答が4割弱あり、見通しの立たないコロナ禍の影響がうかがえる。

1-4. 影響、見通し、士気のレベル化

コロナ禍による事業の「影響」、今後の事業の「見通し」、コロナ禍後の事業再生への「士気(モラル)」について、それぞれのレベルを次のように5段階で数値化した。

「影響」度→「1 まったく影響を受けていない」～「5 きわめて深刻な影響を受けている」

「見通し」度→「1 とても悲観的である」～「5 とても楽観的である」

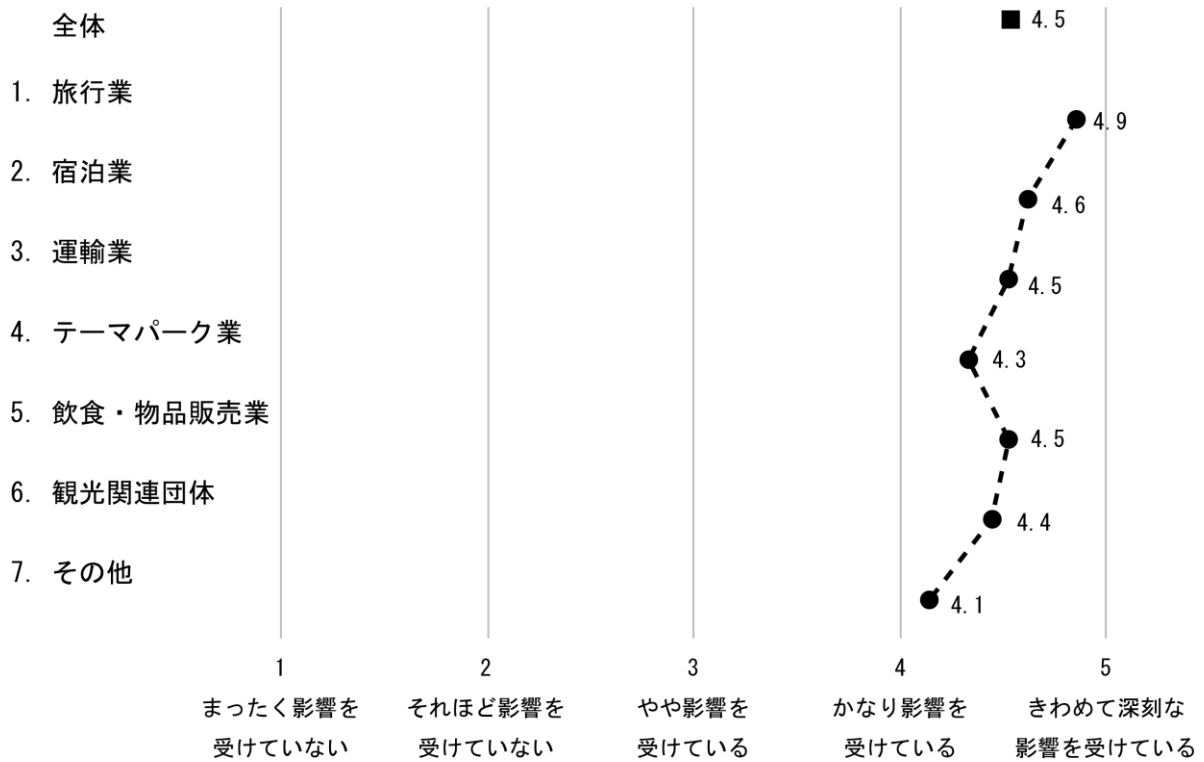
「士気」度→「1 とても低い」～「5 とても高い」

このように数値化した観光事業者「全体」の「影響度」「見通し度」「士気度」の平均値とその判定は、それぞれに次の通りである。

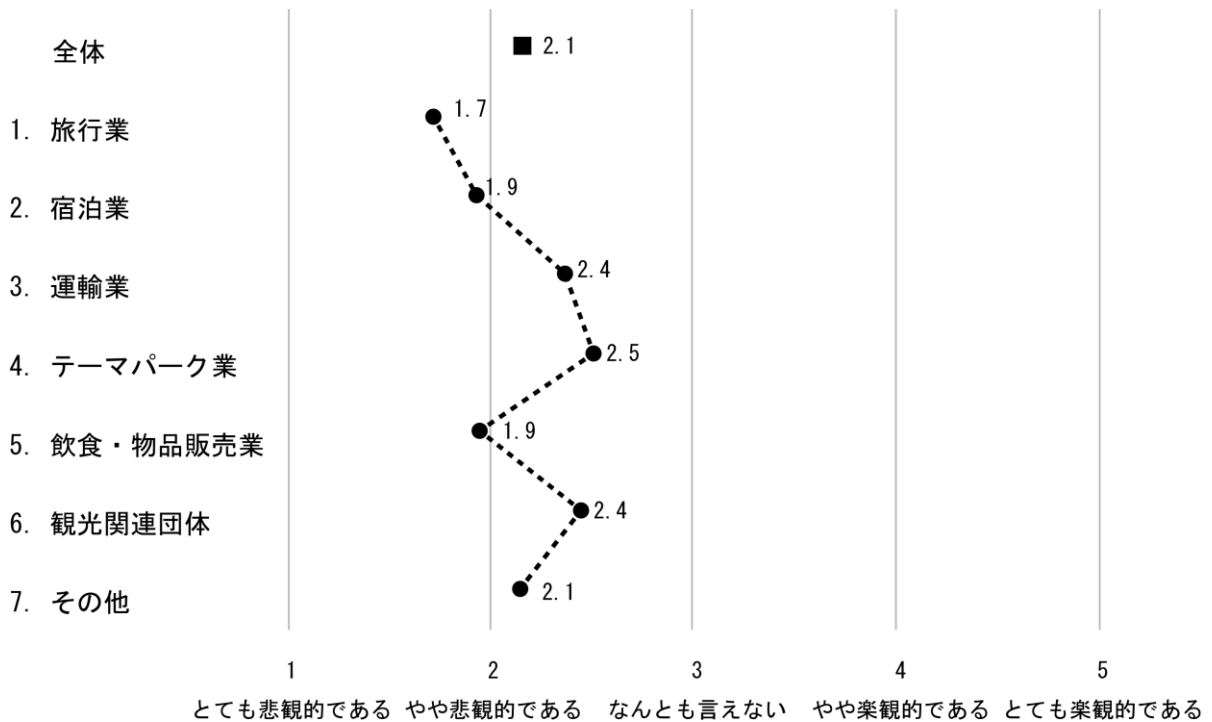
- 「影響度」は4.5であり、「かなり影響」を受けている。
- 「見通し度」は2.1であり、「やや悲観的」である。
- 「士気度」は3.6であり、「どちらかといえば高い」。

1-5. 業種別にみた影響度、見通し度、士気度

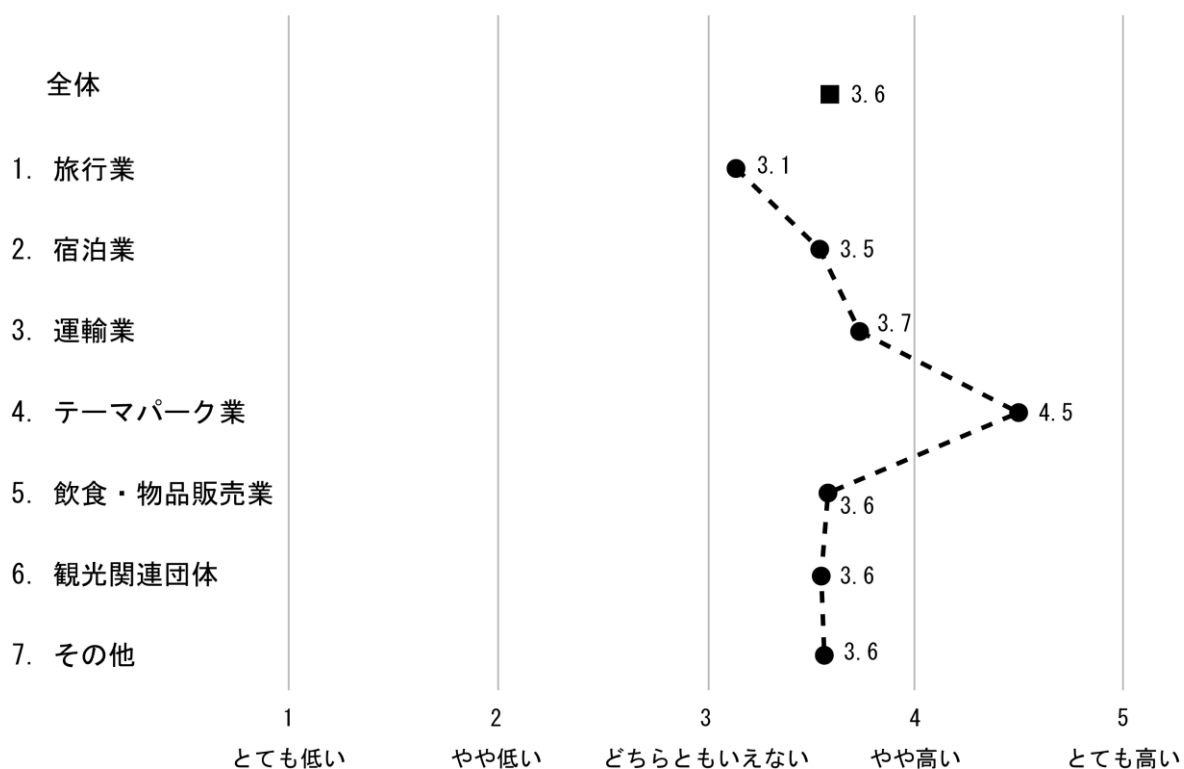
■ 業種別の影響度



■ 業種別の見通し度



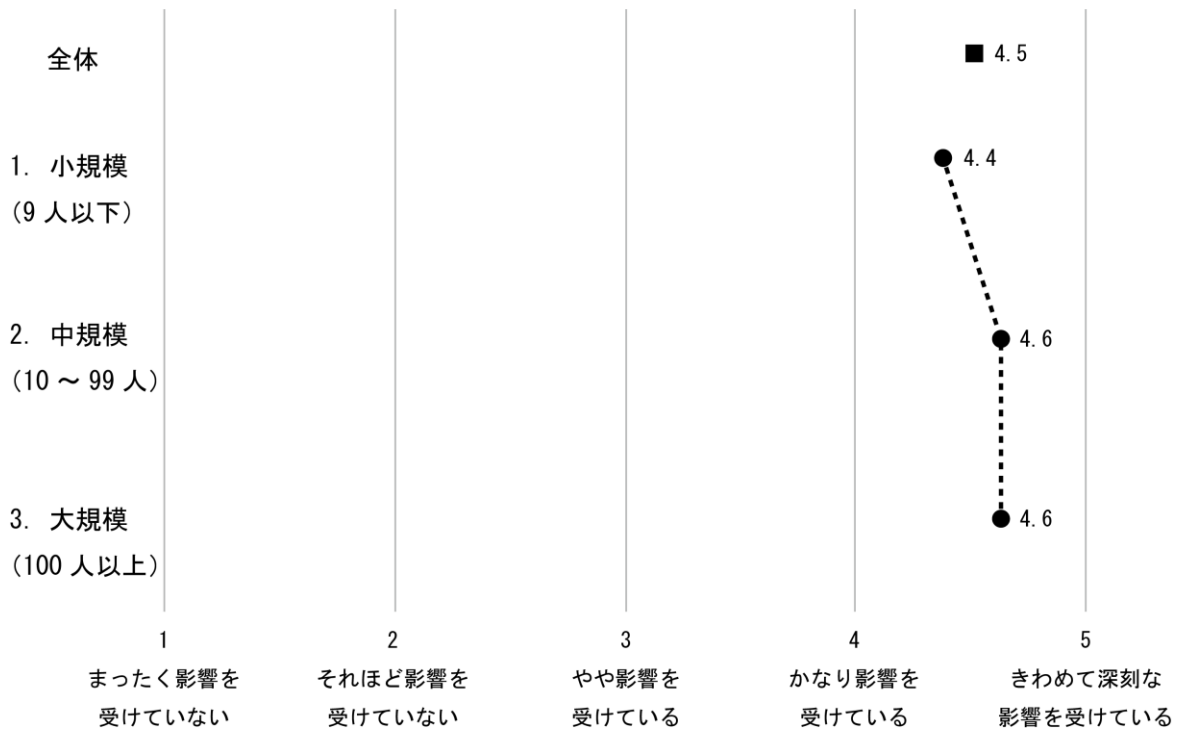
■ 業種別の士気度



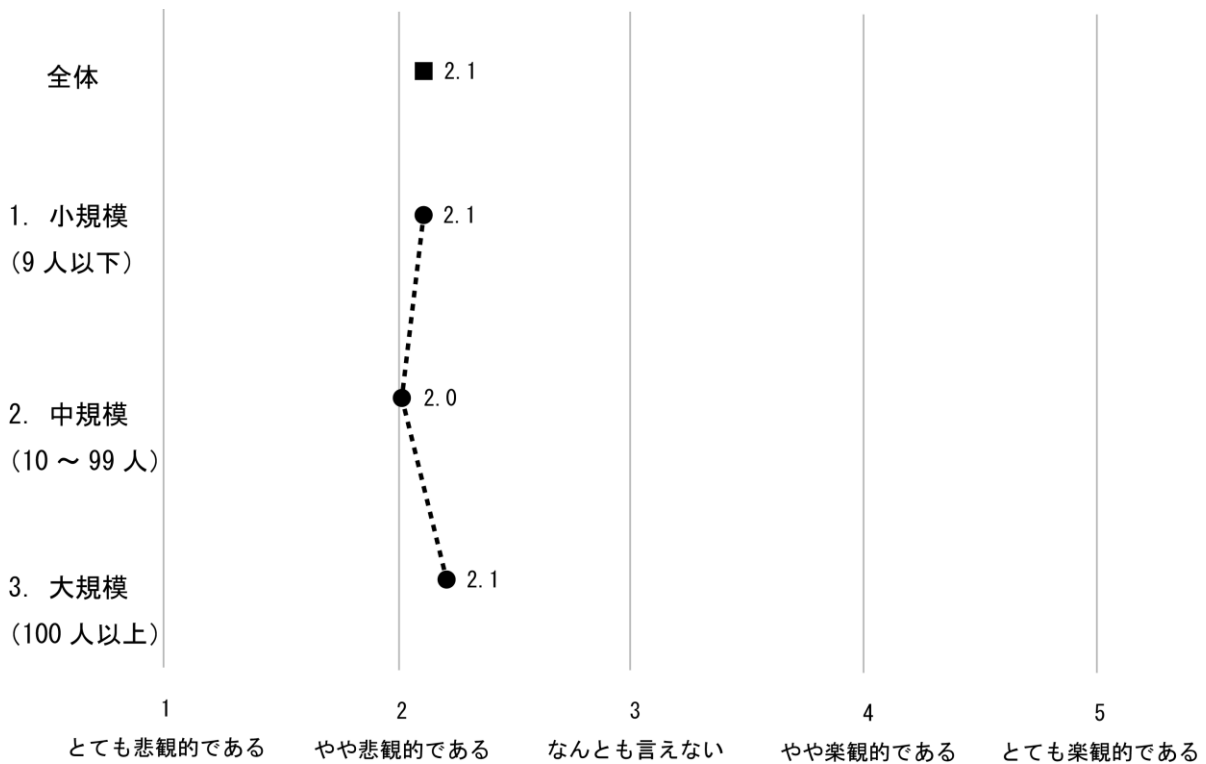
- コロナ禍が及ぼす「業種別の影響度」は、全体に 5 点満点中 4 点を超えて、影響の大きさは深刻である。その影響度は「1. 旅行業」4.9 が最も高く、つづいて「2. 宿泊業」4.6、「3. 運輸業」4.5、「5. 飲食・物品販売業」4.5 などとなっている。
- コロナ禍後の観光事業について「業種別の見通し度」は、全般的に低く、かなり悲観的である。「見通し度」を最も低く回答したのは、「1. 旅行業」1.7 であり、つづいて「2. 宿泊業」1.9、「5. 飲食・物品販売業」1.9 などの「見通し度」が低い。
- 観光再生に向けた「事業別の士気（モラル）度」は、コロナ禍の深刻な影響や悲観的な見通しにもかかわらず、比較的高い。「4. テーマパーク業」4.5 が最も高く、「1. 旅行業」3.1 が最も低い。旅行業の「士気度」は、高くも低くもない、「どちらともいえない」状況とみなされる。

1-6. 事業者規模別にみた影響度、見通し度、士気度

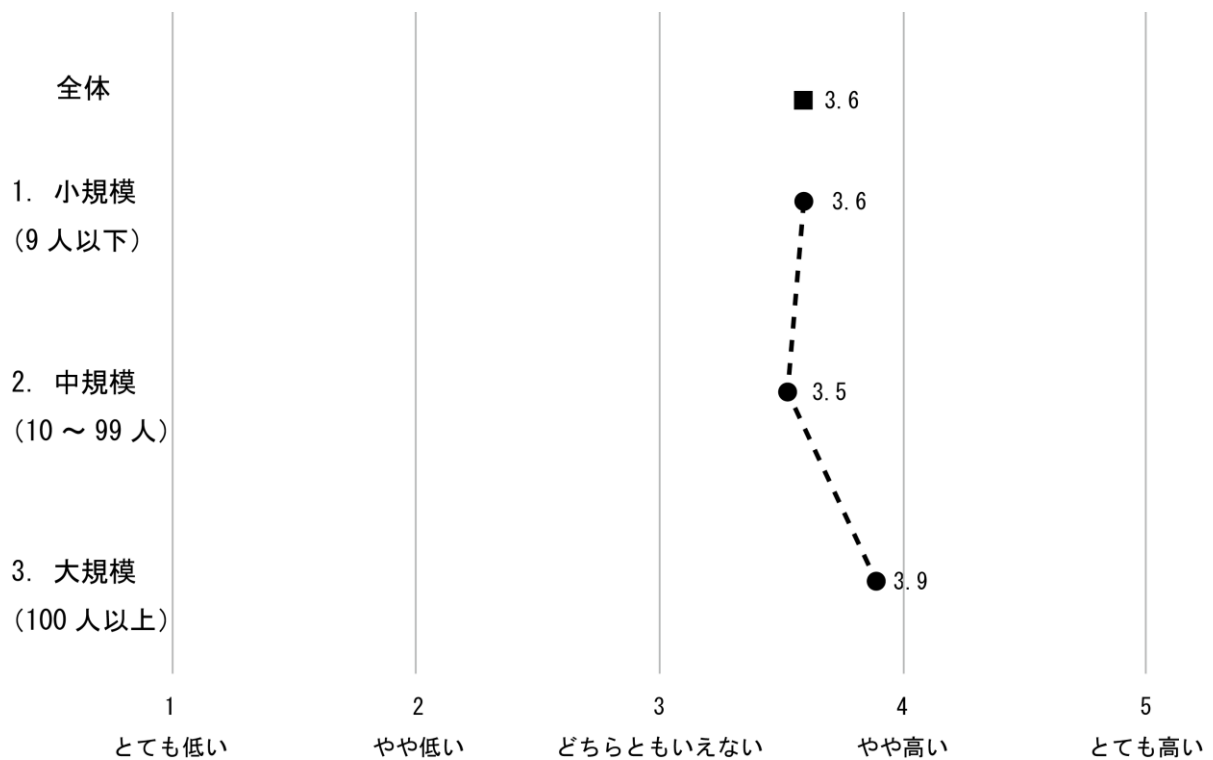
■ 規模別の影響度



■ 規模別の見通し度

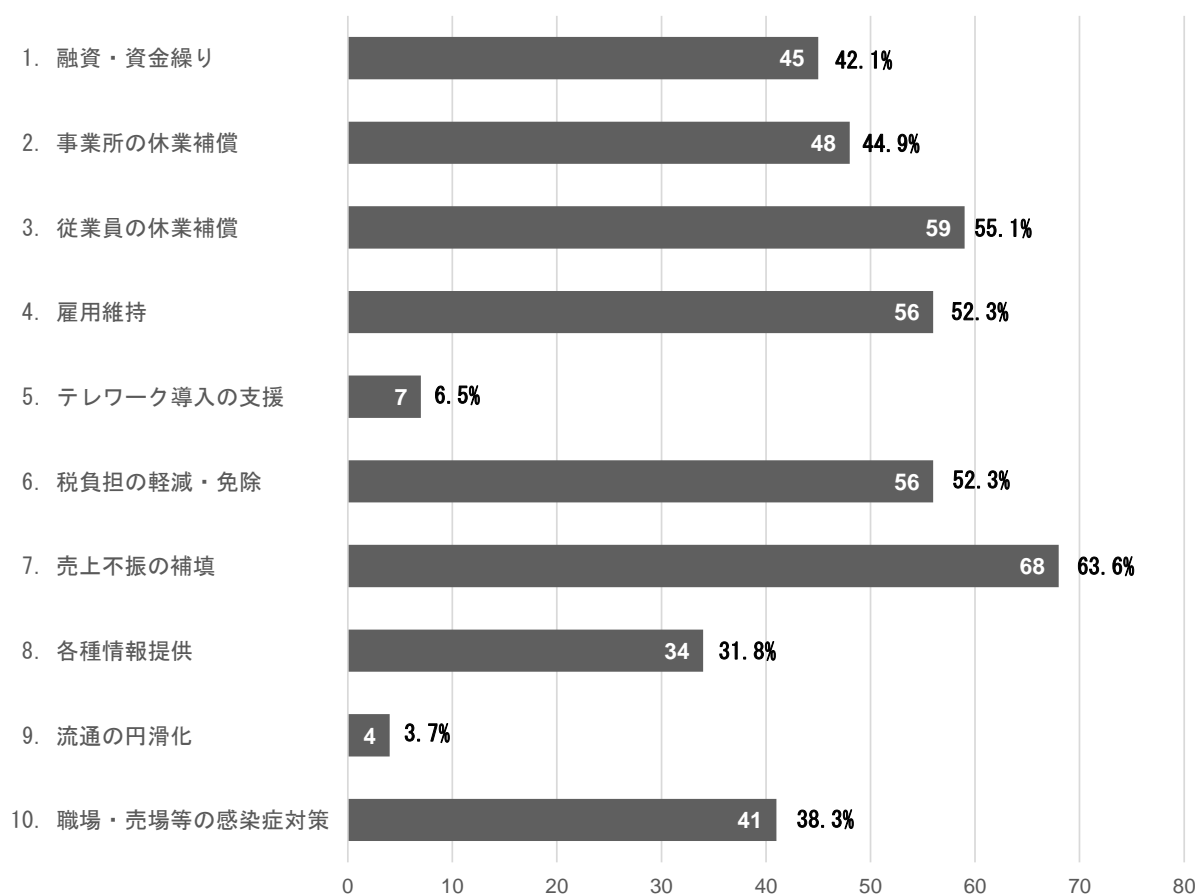


■ 規模別の士気度



- 小（9人以下）・中（10～99人）・大（100人以上）の事業者「規模別」にみると、「影響度」「見通し度」「士気度」は、それぞれ、規模別の間に有意な差異は確認されない。
- すでにみたとおり、規模にかかわらず、事業者の「影響度」は<かなり影響>を受けており、「見通し度」は<やや悲観的>であり、「士気度」は<どちらかといえば高い>。

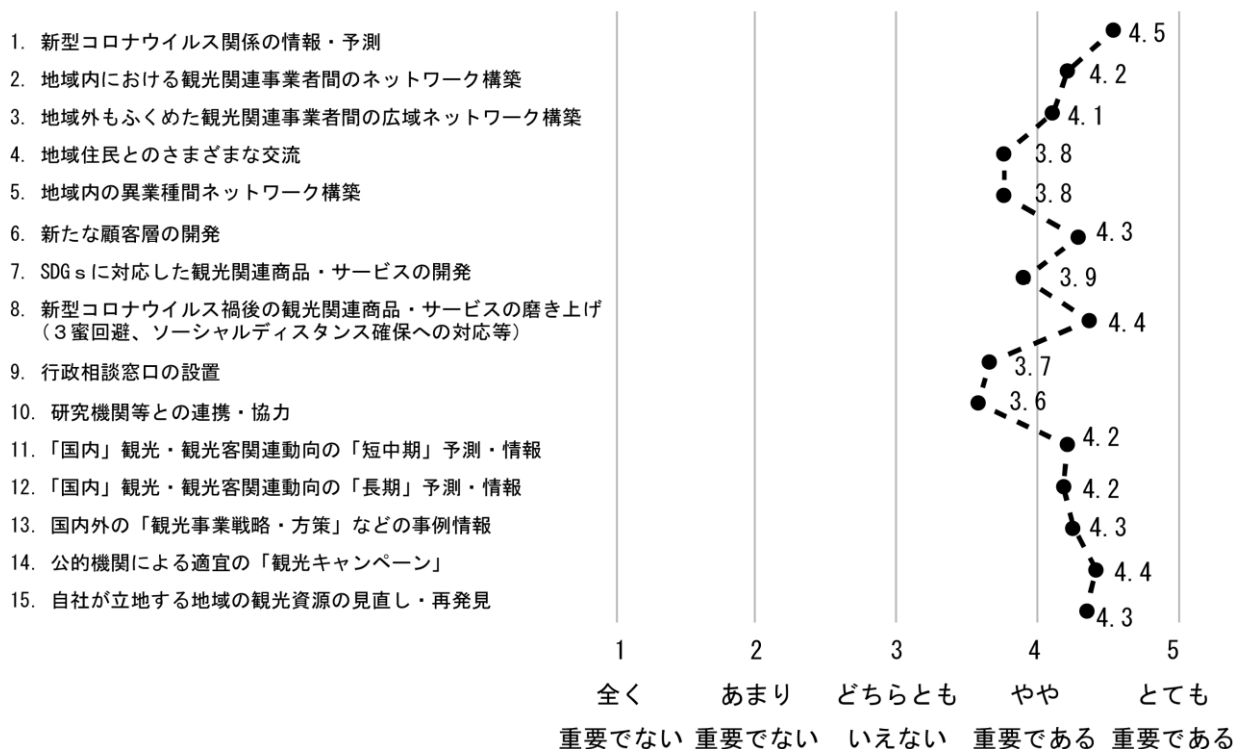
2. コロナ禍の観光事業がもとめる公的支援 現状で必要とする支援はどれか？（複数回答）



- 全回答者（107社）のうち、「現状で受けたい支援」として5割以上の事業者が回答したのは、回答数の多い順に、「7. 売上不振の補填」68件（64%）、「3. 従業員の休業補償」59件（55%）、「4. 雇用維持」56件（52%）、「6. 税負担の軽減・免除」56件（52%）である。
- 新型コロナの感染蔓延による観光需要の悪化のため、経営収支の悪化や雇用維持の困難といった財政難が反映し、財政支援の要望が高い。

3. コロナ「収束前」 観光事業再生の戦略・方策の重要度

■ 15項目の観光事業再生「コロナ禍収束前」戦略・方策の重要度



1. 新型コロナウイルス関係の情報・予測	4.5
2. 地域内における観光関連事業者間のネットワーク構築	4.2
3. 地域外もふくめた観光関連事業者間のネットワーク構築	4.1
4. 地域住民とのさまざまな交流	3.8
5. 地域内の異業種間ネットワーク構築	3.8
6. 新たな顧客層の開拓	4.3
7. SDGsに対応した新たな観光関連商品・サービスの開発	3.9
8. コロナ後の観光関連商品・サービスの洗練	4.4
9. 行政相談窓口の設置	3.7
10. 研究機関等との連携・協力	3.6
11. 国内観光・観光客関連動向の短中期予測・情報	4.2
12. 国内観光・観光客関連動向の長期予測・情報	4.2
13. 国内外の観光事業戦略・方策などの事例情報	4.3
14. 公的機関による適宜の観光キャンペーン	4.4
15. 自社が立地する地域の観光資源の見直し・再発見	4.3

■ コロナ禍「収束前」 観光事業再生の「カテゴリー別」戦略・方策の重要度

15 項目の観光事業再生「収束前」戦略・方策の重要度を、①情報、②ネットワーク、③新方策、④公的支援という 4 つのカテゴリー別にみる分析

①情報の収集・分析

1. 新型コロナウイルス関係の情報・予測	4.5
11. 国内観光・観光客関連動向の短中期予測・情報	4.2
12. 国内観光・観光客関連動向の長期予測・情報	4.2
13. 国内外の観光事業戦略・方策などの事例情報	4.3

②ネットワークの構築

2. 地域内における観光関連事業者間のネットワーク構築	4.2
3. 地域外もふくめた観光関連事業者間のネットワーク構築	4.1
4. 地域住民とのさまざまな交流	3.8
5. 地域内の異業種間ネットワーク構築	3.8
10. 研究機関等との連携・協力	3.6

③新方策の開発

6. 新たな顧客層の開拓	4.3
7. SDGs に対応した新たな観光関連商品・サービスの開発	3.9
8. コロナ後の観光関連商品・サービスの洗練	4.4
15. 自社が立地する地域の観光資源の見直し・再発見	4.3

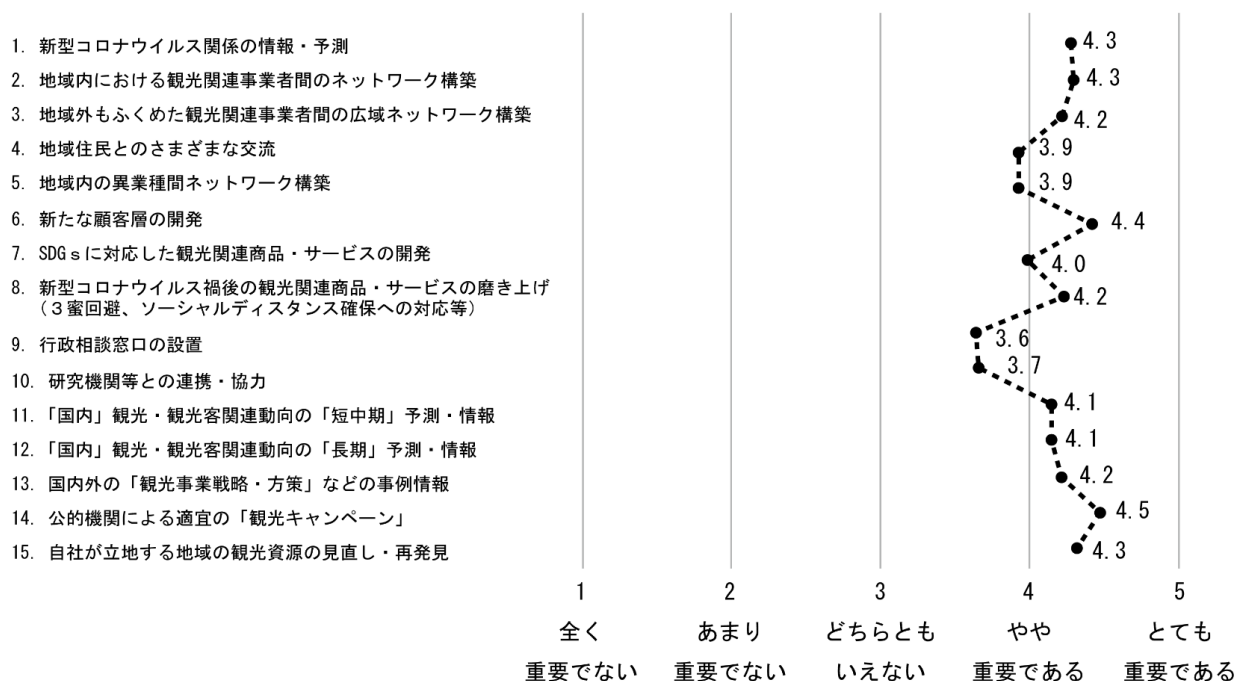
④公的支援の活用

9. 行政相談窓口の設置	3.7
14. 公的機関による適宜の観光キャンペーン	4.4

- 全ての「観光事業再生」項目について、全体的に「重要」とする傾向がある。
- カテゴリー別にみると、新型コロナ関係や観光動向についての「①情報」をより重視する傾向がみられる。
- 「②ネットワーク」については、地域内内外の＜観光関連事業者間のネットワーク＞をより重視し、＜地域住民や異業種間とのネットワーク＞をやや軽視する傾向がみられる。
- 「③新方策」にも全体に重視する傾向がみられ、とくに＜地元の観光資源の見直し・再発見＞や＜新商品・新サービスの開発＞を重視する姿勢がみられる。
- 「④公的支援」については、＜観光需要を刺激する観光キャンペーン＞を期待する傾向が高いとみられるが、＜行政によるその他の支援＞や＜研究機関との連携＞などについては、他の項目に比べて重要度がやや低い。

4. コロナ禍「収束後」 観光事業再生の戦略・方策の重要度

■ 15 項目の観光事業再生「コロナ禍収束後」戦略・方策の重要度



	収束前	収束後
1. 新型コロナウイルス関係の情報・予測	4.5	4.3
2. 地域内における観光関連事業者間のネットワーク構築	4.2	4.3
3. 地域外もふくめた観光関連事業者間のネットワーク構築	4.1	4.2
4. 地域住民とのさまざまな交流	3.8	3.9
5. 地域内の異業種間ネットワーク構築	3.8	3.9
6. 新たな顧客層の開拓	4.3	4.4
7. SDGsに対応した新たな観光関連商品・サービスの開発	3.9	4.0
8. コロナ後の観光関連商品・サービスの洗練	4.4	4.2
9. 行政相談窓口の設置	3.7	3.6
10. 研究機関等との連携・協力	3.6	3.7
11. 国内観光・観光客関連動向の短中期予測・情報	4.2	4.1
12. 国内観光・観光客関連動向の長期予測・情報	4.2	4.1
13. 国内外の観光事業戦略・方策などの事例情報	4.3	4.2
14. 公的機関による適宜の観光キャンペーン	4.4	4.5
15. 自社が立地する地域の観光資源の見直し・再発見	4.3	4.3

■ コロナ禍「収束後」 観光事業再生の「カテゴリー別」戦略・方策の重要度

15項目の観光事業再生「収束後」戦略・方策の重要度を、①情報、②ネットワーク、③新方策、④公的支援という4つのカテゴリー別にみる分析

	収束前	収束後
①情報の収集・分析		
1. 新型コロナウイルス関係の情報・予測	4.5	4.3
11. 国内観光・観光客関連動向の短中期予測・情報	4.2	4.1
12. 国内観光・観光客関連動向の長期予測・情報	4.2	4.1
13. 国内外の観光事業戦略・方策などの事例情報	4.3	4.2
②ネットワークの構築		
2. 地域内における観光関連事業者間のネットワーク構築	4.2	4.3
3. 地域外もふくめた観光関連事業者間のネットワーク構築	4.1	4.2
4. 地域住民とのさまざまな交流	3.8	3.9
5. 地域内の異業種間ネットワーク構築	3.8	3.9
10. 研究機関等との連携・協力	3.6	3.7
③新方策の開発		
6. 新たな顧客層の開拓	4.3	4.4
7. SDGsに対応した新たな観光関連商品・サービスの開発	3.9	4.0
8. コロナ後の観光関連商品・サービスの洗練	4.4	4.2
15. 自社が立地する地域の観光資源の見直し・再発見	4.3	4.3
④公的支援の活用		
9. 行政相談窓口の設置	3.7	3.6
14. 公的機関による適宜の観光キャンペーン	4.5	4.5

- コロナ禍「収束前」と「収束後」の間において、「観光関連事業再生の戦略や方策の重要度」にかんする回答結果の有意な差異はみられない。
- いずれの戦略・方策についても、コロナ禍収束前後の短中長期的に「重要」とみなされている。
- すべての戦略・方策が重視されるなかで、やや「重要度」が低いのは、「②ネットワーク」の「4. 地域住民とのさまざまな交流」「5. 地域内の異業種間ネットワーク構築」、公的支援の「9. 行政相談窓口の設置」「10. 研究機関等との連携・協力」である。

5. 自由記述回答の整理

「自由記述」には、46件の回答が寄せられた。46件の回答に1)から46)の番号を付して記述の内容別に整理した。そのうち1件[46)]は、「回答方法」を説明するものである。回答の並べ方は順不同であり、回答の記述は原文の<ママ>としている。

5-1. 厳しい現状と今後の見通しについての不安

それぞれの回答から、コロナ禍がもたらす、観光と観光事業の深刻な事態、先行きの全く見通せない状況、観光事業者も観光客も混乱し疲弊する様相などを憂える切実な思いが、感じられる。

経営努力や感染対策などによってなんとか持ちこたえながらも、コロナ禍の収束がみえない観光業界の状況が浮かびあがる。<今は何ともいえない>[3)]や<尋常ではない>[13)]という回答は、現状への焦燥感を映す率直な感想であろう。

- 1) 先行きや収束が見えないのが不安（宿泊業）
- 2) いつまでこのような事態が続くのかとても不安です。（宿泊業）
- 3) 今は何とも言えません。（飲食・物品販売業）
- 4) 第2波がくると雇用の維持や固定費などの資金繰りが不可能。融資を受けられても返済しなければならないのでいつまでも辛抱できない。終息して後に海外から観光客が来られても、少なからずコロナの影響で差別が発生するかもしれない。（宿泊業）
- 5) タイミングにもよるが雇用調整助成金の延長が無くなれば解雇せざるを得ない可能性が高い。（飲食・物品販売業）
- 6-1) 前例のないことなので、世界中が大変な時ではありますが、その都度臨機応変に対応しながら経済活動を再開すべきだと思います。ただし、至近距離での会話が起こりうる事業態（夜の接客業、ライブハウス等）については、金銭的な補償をしっかりと行い、休業要請すべきと考えます。（テーマパーク業）
- 7) 各企業で対策を講じてはいるが中期的と考えている。長期的となると現場も疲弊し、日常からの解放という本来の観光とは異なってくる。（宿泊業）
- 8) 観光業においては収束後も3密を避ける新生活様式が必要となるかもしれないが、今回の件で観光が感染拡大の懸念されるイメージが定着し、観光を望む人が激減するのではないかと、不安である。（飲食・物品販売業）
- 9) 終わりがみえない今の状況に不安しかない。資金に余裕がない。（運輸業）

- 10-1) 今回のコロナウィルス感染症で観光業は短期的にだけではなく、これから継続するためにも長期的にも大きな負を背負いました。関連産業や雇用への影響でも大きなダメージを受け、一旦つまずくと再生は非常に困難な観光業をなんとか持ちこたえられる様に協力支援を強く望みます。(宿泊業)
- 11) 先が見えない状況、売上確保が大変難しい。(宿泊業)
- 12) 当然誰も経験のない出来事ではありますが、従事者の健康について一番気にかかります。もし感染して死に至るケースの場合会社に対する補償問題等々にならないのか？感染の危険がある中での仕事（作業）に問題はないのか？医療従事者だけでなく、不特定多数の人と接触する者の保証等々は無いのか？できれば仕事を辞めたい、変わりたいという従業員は多数（ほとんど全員）いるが、雇用募集が無いので踏みとどまっている現状で、他の仕事が有れば、だれもいなくなる危機感はぬぐいされない（飲食・物品販売業）
- 13) 経営的には良いことではあるが、マスク着用をしてまでも宿泊に来られる姿を見ると、やはり異常な光景ではある。香川県の2つのキャンペーン、国のキャンペーン、各論的にはいかなものかと思えます。事務処理が増えたこと、お客様からの問い合わせ・お叱り・お怒り・怒号が増えたことが挙げられます。精神衛生上よくはありません。尋常ではありません。感想です。(宿泊業)

5-2. ネットワークの強化・構築

コロナ禍にあって、観光再生の事業間・異業種間の協力体制・ネットワークの構築の再考が求められている。観光振興はいまや地域振興と連結しているので、この厳しいコロナ禍を契機に、地域内外における産官民学の様々な連携の模索や実践があらためて見直されるであろう。

- 14) 観光・宿泊業は産官学が三位一体となって推進していかなければいけない業種と考えており、民間だけでは越えられないハードルがあると思えます。(宿泊業)
- 15) 今後のエリアマーケットニーズを構築するべく競合他社との連携強化（宿泊業）
- 16) 現在観光や観光事業と言う区分を設定して香川特産とか地元特産などの支援が前面出て個人事業で、体験教室・お土産アイテム制作をしている処は、対象外で外されている。幅広く支援をお願いしたい。個人なので人脈等が無いので販路拡大をするにしても何処に・誰にが課題なので顔合わせをするような場所を設定して貰いたい。ネットワーク作りでの支援を期待したい。(飲食・物品販売業)

5-3. 観光再生に向けた経営・対応策 [期待・士気]

多くの観光関連事業者は、三密の回避、消毒やマスクの徹底など、基礎的な新型コロナウイルス感染対策を実践している。さらに、新たな事業再生の戦略や方策を模索し実践しようとしている事業者もある。今後の見通しが立たないなかで、不安感と同時に、再生に向けた士気（モラル）のうかがえる回答もある。

- 17) 今後は、コロナ禍の間にもしっかりと準備を進めていたところとそうでないところの差が大きくなっていくと思われます。高齢の飲食店や個人事業者においてはかなり厳しい状況となる可能性があります。ただ、これを契機として、業界全体の新陳代謝を進め、新しい時代に対応できる観光業を作っていかなければならないと思います。（その他）
- 18) この状況が数年続いても事業継続可能で、コロナ環境下に順応したサービスにシフト中。（運輸業）
- 19) 旧態の旅行形態は無くなるであろう。新形態の旅行とは何かを問われている。（旅行業）
- 20) 大半の宿泊、観光施設がお客様にマスク、消毒を求めて営業している。しかし、マスク、消毒を求めず、別の方法で感染拡大を担保し、お客様にストレスなく観光を楽しんでいただける方策を考えていきたい。（宿泊業）
- 21) 公共交通機関として安心してご利用くださいますよう努力いたします。（運輸業）
- 22) 実際に、感染防止対応を取ったとしても、果たしてそれで十分なのか、ゲストの心配点はないのか、また観光動向（地域、県外、国外）がどのようになってゆくのか不透明であるが、実際に観光資源を見てもらったり、触ったりする商売をしているので、来ていただくしかなくその点において今後どのような対応、商品の開発が望まれるのか社会的な動き、要望を注視している。（テーマパーク業）
- 23) ソーシャルディスタンスを考えながらでは満室にできない。料金を上げるか、食事の提供をやめるしかない現状。バランスをとる新たな施策を考えなくてはならない。（宿泊業）
- 24) 今後国内需要のみを考えていかないといけない中で、ホテル数が飽和状態になっているなかで、破綻する旅館業が来年以降も増える可能性が高い。新たな制度を期待する。（宿泊業）
- 25) 収束後の人の移動と魅力的なキャンペーン、イベントなどの開催（宿泊業）
- 26) コロナ禍で小豆島への観光客に賛否両論あるが、来島して頂いたお客様には当然

のサービスを提供することが今は必要。企業が残らなければ、観光地として選ばれることもなくなる。今は、先の対策や方針も重要ですが、今来島してくれるお客様を大事にしたい。(運輸業)

27) 医療施設の脆弱な諸島部への訪問に関して、事業者の心遣いや配慮を心がけたい。(運輸業)

28) インバウンドはもとより、遠方への外出もままならない状況ですので、まずは自分たちの目で地域の観光資源を見直し、地域内である程度経済が回る仕組みを作る事ではないでしょうか。(テーマパーク業)

29) コロナ禍以前はインバウンド対象の事業等が多かったように思うが、今後は国内旅行者をターゲットとした事業増についても必要だと思う。海外旅行者と国内旅行者増、この2つの両立が観光事業には求められるのではないかと。

私が勤務する施設は指定管理者として委託料に頼り切った運営のため、今回のコロナで特に経費面で非常に困っている状況ではないが、引き続きこれまでと同額の指定管理料がもらえるのか心配はある。当施設はコロナ禍以前は、県外や海外からの来園者も多く県内有数の観光スポットでもあるが、観光系に全く関係ないと思われる課が主管しているため観光系に疎く、観光スポットとして来園する利用者ニーズと運営内容がマッチしていないことも多い。時代の流れとともに様々な事が変わっているので、施設趣旨や主管課、運営内容については再度検討し、施設の収益事業を拡充してもよいのではないかとと思う。時流を読む力、臨機応変に対応できる力、チャレンジ、この3つを今回のコロナで強く感じている。(観光関連団体)

30) 様々なシーンにおいてお客様・従業員ともに安心・安全を提供していくよう努力していきます。(宿泊業)

5-4. 公的支援にたいする要望・期待

コロナ禍の公的支援には、観光関連事業者の様々な問題点が指摘され、いくつかの要望が回答されている。事業の存続を支える基本的支援が多く求められるが、それ以外にも、各事業所の実状や業態の状況などに応じた支援が要望されている。行政は支援の対象にたいして公平性を保つため、一般に一律の支援や規制を行ないがちである。観光関連事業では、事業所ごとに業務や業態に多様性があり、事業所各自の要望に適したきめ細かい支援が求められている。このきめ細かい支援については、様々な観光事業所を利用する観光客側の要求にも当てはまるであろう。

6-2) 前例のないことなので、世界中が大変な時ではありますが、その都度臨機応変に対応しながら経済活動を再開すべきだと思います。ただし、至近距離での会話が起これる事業態（夜の接客業、ライブハウス等）については、金銭的な補償をしつかり行い、休業要請すべきと考えます。（テーマパーク業）

10-2) 今回のコロナウィルス感染症で観光業は短期的にだけでなく、これから継続するためにも長期的にも大きな負を背負いました。関連産業や雇用への影響でも大きなダメージを受け、一旦つまずくと再生は非常に困難な観光業をなんとか持ちこたえられる様に協力支援を強く望みます。（宿泊業）

31) 当方は自然散策も楽しめる公園的要素も強い施設で、「密」を回避でき運動不足解消や STAYHOME 疲れのリフレッシュをできると評価いただいていた中での休業要請の内容が若干曖昧だったように感じた。また、施設観光集客施設と宿泊施設の情報を取りまとめる機関（行政？民間？）が無く、お客様への正しい情報の提供ができなかった。（その他）

32) 早々に観光誘致のキャンペーンをすべき。コロナの収束を待っているのは事業者が事業継続できない。（運輸業）[「Go To トラベル」開始以前の回答]

33) 全国・世界規模での蔓延であるため、県単位での取組では発信力が小さい為、エリア・国を挙げての取組強化策が必要に思う。それには行政の協力が不可欠だ。（運輸業）

34) 民泊事業を 2020 年 5 月から開始しましたが、国の持続化給付金や実質無担保・無利息融資をはじめ、自治体の協力金などがことごとく受けられず、本当に助けてもらいたい人たちが助けられていないと感じます。

また、自治体によってセーフティネット対応がバラバラで、例えばある自治体では休業事業者に対しての協力金支給や観光キャンペーンの実施などを積極的に行っている自治体がある一方、私の商いをしている自治体ではそういったことが一切ないなど、自治体パワーが今回のコロナ禍で顕在化した感があります。（宿泊業）

35) 一般財団法人であっても民間と同様にセーフティネットの承認をして、金融機関からの貸付制度の利息等の優遇や民間と同様の家賃優遇などを実施すべきである。一般財団法人でも寄付や行政補助金で運営しておらず自前で経営しているところもあり、資金調達など経営内容で決めるべきを一括りにして判断することは経営が悪かった会社を立て直ししているような財団もあるなか、これらを切り捨てる行為

である。

また、今後 Go to Travel などの旅行活性化策を打ち出す場合、10年前のような高速道路格安や無償化利用施策のようなことをするのであれば、離島の支援も同時に打ち出すべきである。(テーマパーク業)

36) 現状は大変厳しい行政施策を長期的にして欲しい。(運輸業)

37) 大型観光バスを受け入れていた大型施設の落ち込みは未だ昨年売上比 80%から 90%down の状況。どの業界も影響を受けていることはわかるが助成金や各種支援策など落ち込み度合いを加味したものとしてほしい(昨年比 5%の落ち込み企業と昨年比 90%の落ち込み企業とが一律同じ条件で支援を受けることが逆に不平等さを感じる。例えば 70%以上 down の深い影響を受けている企業の支援策など優先的な支援策はできないものか?) (飲食・物品販売業)

38) 行政による長期の支援が必要である。(旅行業)

39) Go To トラベルにおいて、東京を外してはならない。(宿泊業)

40) 観光関連事業は人の移動によって生活や地域、社会の活性化をもたらすため、政府の Go To トラベルキャンペーンは最良の策ですが、手法が不備で業務に混乱を起きている事と、公的資金の投入なのに業界と国民に不平等で今すぐ精査する必要があります。(旅行業)

5-5. コロナ禍収束についての提言・要望

観光再生を推進するには、コロナ禍を収束させる解決策の実践が望まれるが、そのための基本的な方策として、PCR 検査やワクチン開発が指摘されている。PCR 検査は日本でも次第に普及しつつあり、その実施の有効性はある程度指摘されているが、決定的な解決策とはならないようだ。また、ワクチンは 12 月半ばからイギリスで摂取が開始され、欧米をはじめ世界中でその実施が急がれている。このワクチンがコロナ禍収束の解決策として有効性を有するかどうかの判定には、しばらく時間がかかりそうだ。

41) ちまたでも言われている通りワクチン開発が再生に向けての最低条件であると考ええる。ある政治家等の思い込みから施策が講じられるのもある部分では大事だが、科学的で誰もが理解できる論証がないと安心して旅行に出かけられないためどんな対策をしても一時しのぎでしかない。ただソーシャルディスタンスが叫ばれているが人間はそのような状態で生活していくことは非常に困難であるため、観光というファクタ

一はなくなることはないと考えています。(旅行業)

42) お客様が来なければどうにもならない観光事業一日も早いワクチンの開発が必要。
(宿泊業)

43) 安全性をいかに保証するかが重要だと思います。そのために PCR 検査を行い、陰性証明をすればいいと思います。(宿泊業)

44) 社会の「動くな！」という考えの一番の被害者が観光業ではないか。近所の居酒屋で多人数で会食するより三密リスクの少ない(対策もしている)業界であると思うが、サラリーマンも会社から「とにかく今は動くな」と言われてしまうと動きようがない。人の行動においてリスクの細分をして、観光はリスクが少ないことをアピールする必要があるのではないか。(飲食・物品販売業)

45)「観光」自体がコロナの感染拡大にはならないことを、理解してもらうことが重要。また観光事業者においては、密にならない感染拡大防止策を徹底することが必要と考える。すなわち観光客からみて、感染拡大防止策が徹底されているなど認識してもらえらること。(観光関連団体)

* (回答方法の注記)

46) 当組合はタクシー事業者で組織する団体です。今回の回答は事業者のこれまでの声を元に、個人的な意見として記入させていただきました。

IV. 所見／提言

1. コロナ禍の推移に伴う観光関連事業の概況

国内の新型コロナ感染者数は、2020年1年半ばに初の感染者が報告された後、下図のように、2つの波をへて、12年半ばの現時点で大都市とその周辺地において、第3波が急増している。第1波と第2波のピークは、それぞれに4年半ば頃と、7月末から8年半ば頃であったが、第3波のピークはいつになるのか予断を許さない。

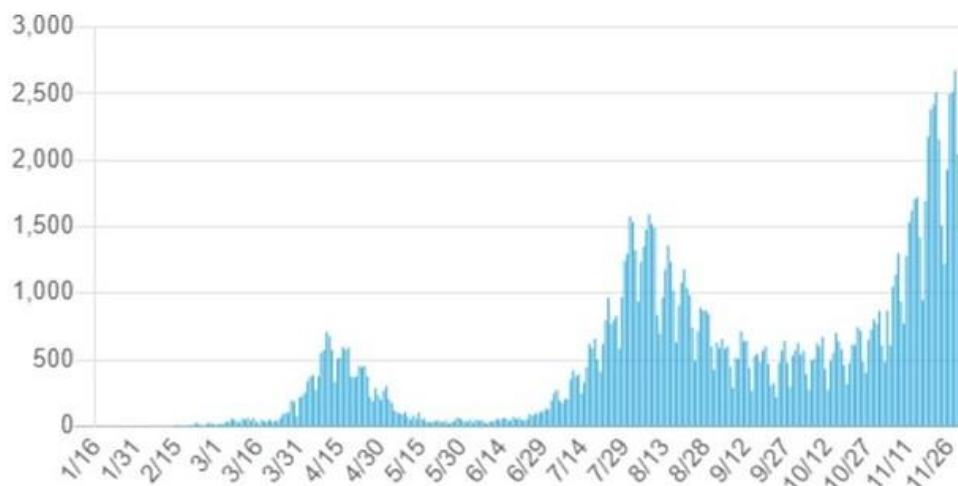


図 新型コロナウイルス感染陽性者数(厚生労働省)

国内のコロナ禍は、それが推移する過程で多くの様々な領域に悪影響をもたらしたが、なかでも観光関連事業に及ぼす影響は、壊滅的な危機といえるほどに深刻となっている。

このようなコロナ禍が惹き起こした現実には、「経済 — 安全」「国 — 地方自治体」「大都市 — 中小都市」という、特に3つの二項対立の図式でみる葛藤が絡みあう。そして、観光関連事業にかかわるコロナ禍の問題も、3つの二項対立図式によって、問題の所在が確認されるであろう。

3つの二項対立図式とは、それぞれ次の通りである。

- 「**経済 — 安全**」の二項対立は、コロナ禍で公衆衛生を重視し、コロナの感染を抑える「安全」を重視するか、あるいはコロナ禍にあっても経済活動を停滞させないように「経済」を優先するか、という両極の二律背反である。
- 「**国 — 地方自治体**」の二項対立は、コロナ禍に対処する支援や規制の決定と実施を有効に主導するのは「国」か「地方自治体」か、という両極の対抗（連携）である。
- 「**大都市 — 中小都市**」の二項対立は、コロナ禍対策の実施で問題となる、新型コロナウイルスの感染拡大が生じがちな「大都市」と、小規模や散発の感染傾向がある「中小都市」との両極の差異である。

3つの二項対立軸からみるコロナ禍の観光と観光関連事業にかかわる社会背景

- コロナ禍の発生した当初、「未知」の新型コロナウイルス感染症にたいして、徹底的な「安全」を確保する方策が社会的に支持されたため、移動を伴い感染を拡散させる可能性のある「観光」は＜不要不急の外出＞として自粛が求められた。実際に国際観光は、コロナ禍を世界中に蔓延させた張本人とみなされる。
- しかし、コロナ禍が第1波をへて一時的に小康状態となり、新型コロナウイルスの様態が以前よりも少しずつ明らかになり、人々もコロナ禍に順応しはじめると、「安全」に不安を抱きながらも、逼迫する「経済」の優先が支持されるようになる。「観光」は人々が再開を期待するレジャー活動であり、「観光関連事業」も最も再開の期待される経済活動である。
- 賛否の議論が高まるなかで、「国」はGo To トラベルキャンペーンを、予定より先行して7月22日から実施した。10月1日からは、感染者が多いために対象外であった東京発着の観光旅行にも、Go To トラベルが適用されるようになった。
- ところが、感染者がこれまでになく急増しはじめた第3波が訪れると、再び「安全」が懸念され、「経済」の優先は抑制される。12月14日、Go To トラベルキャンペーンは、感染の激増した札幌市、大阪市、名古屋市、広島市、東京都で12月27日まで対象外とされ、「国」は12月28日から翌年2021年1月11日までの全国一斉に一時停止と決定した。
- 「国」の政策は、基本的に、公平性を旨として全国一律に支援や規制などを実施するが、コロナ感染が拡大し医療体制の危機が逼迫しているのは、「大都市」であり、「中小都市」は、コロナ感染者のクラスターが発生しても、「大都市」よりも通常は集中的かつ迅速に対処できて感染の拡大は比較的小規模である。「国」は、2月に全国小中高等学校の臨時休校を要請し、4月に全都道府県に緊急事態宣言を発令したが、こうした全国一斉の要請や発令が、地域ごとの多様な状況を勘案すると、どこまで有効であったかは疑問視されることもある。ただし、こうした要請や発令は、新型コロナウイルスの性質や対処法などについて経験や情報がほとんど得られていない時期であった点は、考慮されるべきであろう。
- このように「大都市」と「中小都市」の間にコロナ禍の状況の差異があるとき、それぞれがコロナ禍から生じる諸問題にたいして、対処法の決定やその実施を主導するのは、「国」と「地方自治体」のどちらが適切であるのか、という課題が浮上するであろう。これは、コロナ禍の規制や要請において、これまでその都度といえるほどに生じる、早急に検討の迫られる現実的課題といえよう。
- コロナ禍における観光事業の支援には、地域の実情や事業所の業務や業態など

に応じて、きめ細かく適正な支援策が必要であるが、そうした支援策を迅速かつ的確に担えるのは「地方自治体」であるケースが多い。しかし、「地方自治体」の財源は、「国」よりも小さく、支援のために十分に投入できない。こうした事情から、コロナ禍を契機に、国と地域の関係が再考されるかもしれない。一時活発であった地方分権や地域主権の議論は、2012年に（旧）民主党から自民党に政権が交代して以降、ほとんど話題になっていないが、その議論が再燃する可能性も小さくはない。

以上のような現実の課題を念頭におきつつ、本調査の結果も踏まえて、コロナ禍における香川県の観光事業再生について考えてみたい。

2. コロナ禍の香川県観光事業再生についての若干の考察

香川県のコロナ禍の現状は、警戒の体勢は解けないものの、感染の拡大が抑えられている。香川県では、2020年12月18日時点の累計感染者数205人、回復者数179人、死亡者3人である。香川県以外の四国3県のコロナ禍の状況も、ときにコロナ感染のクラスターが発生しているが、適宜、迅速に対処されており、四国地方の状況はほぼ安定しているとみられる。

コロナ禍の今後はいまだ予断を許さないが、四国地方内、あるいは香川県下において、当地の住民が近距離の地域観光を、感染状況に応じて楽しむ観光支援プロジェクトが、コロナ禍においても、徹底したコロナ対策のうえで可能であると考えられる。〈不要不急の外出〉ではなく、〈日常の一部〉としての地域観光を生み出すプロジェクトが求められる。このようなプロジェクトの基本的な考え方を検討してみたい。

2-1. 香川県の観光支援キャンペーンと「マイクロツーリズム」の提唱

政府によって、全国にまたがる観光復興支援策として“Go To トラベル”キャンペーンが2020年7月22日から実施されたが、それ以前に各地方自治体では住民による域内の観光を支援するキャンペーンが実施された。たとえば、香川県では（公社）香川県観光協会によって次のようなキャンペーンが実施されている。

- うどん県泊まって癒され再発見キャンペーン（期間：6/19～7/31 対象：香川県民）
- うどん県泊まってかがわ割（期間：8/1～ 対象：中四国）
- 人も車も小豆島復路フェリー無料 Go To トラベル連動
（期間 8/27～11/10； 11/29～12/12 対象：四国→全国）
- 魅力再発見！県内宿泊・観光プラン（期間：プラン別 対象：香川県民）
- 三豊市 ゲストハウス半額キャンペーン（期間：6/1～6/30：香川県民）

● 琴平町 こんぴら温泉郷ふるさと旅行券（期間：6/19～終了 対象：全国）

このように、市中感染率が低い地域において、当該地域の住民が観光客となり、観光客と観光関連事業者が可能なかぎり感染予防策を講じた〈地域内観光〉の実践は、〈現実的〉といえよう。

こうした〈地域内観光〉は、コロナ禍が観光に悪影響をおよぼす懸念が予測された3月頃から、星野リゾート代表・星野佳路氏によって、「マイクロツーリズム」という新たな観光戦略として提案された。その提案には、①地域内観光、②地元の魅力を再発見、そして③地域の方々とのつながり、という3つのポイントが掲げられている。

（URL：<https://www.hoshinoresorts.com/sp/microtourism/>）

マイクロツーリズム戦略のポイントは、観光の〈需要〉と〈供給〉という2つの側面から特徴づけられる。一方の〈需要〉の側面とは、〈観光客の移動範囲〉であり、観光の商圈、つまり〈観光市場〉を意味する。マイクロツーリズムは、コロナ禍という特殊状況下の緊急措置として、観光事業者がインバウンド観光需要や国内観光需要による観光客誘致を諦め、市場を〈地域内観光〉に限定することを提案する。

またもう一方の〈供給〉側については、地域の観光事業者が地域の観光対象・観光資源をあらためて見直し、また観光を軸に地域内の事業者間のネットワークを築き直すことが、マイクロツーリズム戦略によって提案されている。

2-2. コロナ禍における地域観光戦略の基礎

上述のマイクロツーリズム戦略に倣い、コロナ禍における香川県内の地域観光戦略の基盤について、本調査の結果を踏まえながら素描をする。

観光客誘致の市場を地域に限定する地域内観光の基本戦略は、先述のように（公社）香川県観光協会による地域観光キャンペーンにおいて基本的に実施されている。もとより〈観光市場としての地域内観光〉は、コロナ禍に対応する〈特殊な〉観光戦略であるから、地域観光戦略の策定には、コロナ禍収束後にインバウンド観光や国内全域の観光市場の復活を見直し、収束後にも継続すべき構想がもとめられる。

その構想の主たるポイントを列挙すれば、おおよそ次のとおりとなる。

地域観光と地域社会の持続可能な振興の土台となるプラットフォームの構築

観光関連事業者にとって、コロナ禍ではもちろん、収束後の地域観光振興にも、次の4つの課題は引き続き重要となる。

- ① 観光や地域や国際情勢などにかんする関連情報の収集・分析
- ② 産官民学・事業間・住民との交流などにおけるネットワークの構築
- ③ 持続可能な振興を実践するための新方策の開発
- ④ 多様な公的支援の活用

これらの課題を各観光関連事業者が履行するには、地域観光と地域社会の振興にかかわる〈産官民学〉が協働し、だれもがアクセスできるような、開かれた「地域振興プラットフォーム」の構成が要請される。このプラットフォームにおいて、観光関連事業が〈地域住民〉といかに交流し、〈地域住民〉が地域観光振興といかにかかわるかは、今後、重大な課題となるであろう。

この地域振興プラットフォームにおいて、以下のように、コロナ禍に対応しながら、収束後の持続可能な地域観光振興を見すえた観光関連事業者の取組が考えられる。

観光客のみに依存しない観光事業経営

〈インバウンド観光客にのみ依存した観光地〉は、国内外を問わず、コロナ禍のような危機的状況に陥ると需要が途絶え、経済的損失が顕著となる。たとえば、観光客を主なターゲットとした商店街活性化では、コロナ禍における経済的なダメージが甚大となっている。観光客に依存する商店街では、全般に物価高や混雑などの状況が発生し、当商店街での買い物を住民が敬遠して、その消費が減少しがちとなる。

この点で「高松中央商店街」をみると、コロナ禍のダメージはもとよりあるはずだが、他地域の観光による商店街活性化の成功事例に比べて損失はより少ない。このことは、「高松中央商店街」が地域に根ざし、地域の交流の場・消費の場として地域住民に好感をもたれる活性化策に取り組んだ成功事例とみなされ、観光客だけに依存しない振興戦略が重要である証左といえよう。

商店街以外の観光地では、むしろ観光客だけに依存しない取組を実践するのはむしろかしい。しかし、今後は平常時から地域住民の消費や地域住民との交流を常に意識した観光経営が重要となる。地域に根ざした観光経営は、事業のより安定化につながり、危機にさいしては経済的損失をより軽減し、危機後の早期の再生をより促すと考えられる。その具体的な方策の提案は、ここで即座にできないが、「地域振興プラットフォーム」で議論される最重要課題となろう。

地域内循環の経済効果を生み出す工夫

地域内の各観光関連事業者は、他社と競合、自社の利益を追求すると同時に、地域内全域に観光客が回遊し、観光客の消費効果が地域内に循環する方策を協力して考案すべきである。

たとえば、由布院の観光まちづくりでは、地域の宿泊業者が〈泊食分離〉を実施し、域内の飲食マップなどを作成して、観光客が地域内を回遊して観光を楽しめるように工夫をした。また、伊豆などでは、各旅館の宿泊客が当館の温泉だけでなく、他の旅館の温泉をめぐる利用できるようにして、地域内における観光客の回遊を促進した。

こうした周知の事例は、＜地域内循環の経済効果創出の方策＞を考案する手がかりとなろう。そして、この課題についても「地域振興プラットフォーム」がよい議論の場となりうる。

地域内の異業種間人材交流

観光事業では、とくにシーズンによる観光需要の繁閑についての対策がもともと課題となるので、その課題も踏まえて、人材交流や技能・情報交流が平常時においても円滑になされる仕組みづくりが必要となる。コロナ禍による観光関連事業の壊滅的とさえ形容できる事態は、長期のオフシーズン状態を生みだしたため、観光関連事業者のなかには、少ないながらも＜異業種間の交流・情報交換・人材交流＞の実践がみられる。

たとえば、星野リゾートでは、その宿泊施設などに食材を提供する＜農家などとの交流・情報交換・人材交流＞を実践している。また、観光関連事業者には、とくにホスピタリティ・マネジメントについての技能・知識・経験が蓄積されているので、それらは異業種との交流を通して、様々なビジネスチャンスや商品開発を生み出すであろう。たとえば、大阪のインバウンド観光需要に対応していたあるホテルでは、外国人を接遇した従業員が、外国語学習ビジネスをホテルの施設で開業した。

地域観光にかかわる大胆な異業種間の人材交流の考案については、従業員の理解がもとめられる課題ではあるが、コロナ禍が1つのよい契機となるかもしれない。

本調査では、香川県の観光関連事業者がコロナ禍の経営において、①情報の収集・分析、②ネットワークの構築、③新方策の開発、④公的支援の活用などの課題に強い関心を抱き、また実践されていることが明らかとなった。しかし、主要なネットワーク構築には、基盤となり拠点となる「プラットフォーム」をあらためて構築することが喫緊の課題となるであろう。

きわめて重大な課題にごく限られた紙幅で所見を述べたため、誤解を恐れるが、香川県の観光関連事業が、コロナ禍を何とか乗り越え、さらに収束後を見通す地域観光戦略の要点は、おおよそ如上のとおりである。

今回の調査は、コロナ禍の観光事業再開という混乱の時期に、観光関連事業が多忙をきわめるなかで、その状況を把握し今後を展望するために取り急ぎ実施された。

ご多忙の折にご回答くださった皆さまには、あらためて感謝申し上げます。

調査票

新型コロナウイルス感染症収束後の観光関連事業再生に関する調査

せとうち観光専門職短期大学

協力：香川県観光協会

調査回答のお願い

- 本調査の目的は、観光関連事業が新型コロナ禍の深刻なダメージから早期の回復をめざす戦略や方策について、それらを考えるための基礎情報を収集・分析することにあります。
- 調査結果は客観的に分析・処理され、目的以外に使用されることはありません。
この調査結果と基礎情報については、分析後、回答を頂いた皆様に報告させていただきます。
- なお、本調査関連の聴き取り調査などに応じて頂ける場合には、調査票の最後にある「貴社名」「記入者」「記入者の所属部署・職位」「連絡先(電話・eメール)」欄にご記入ください。
- 新型コロナ禍の厳しい状況にあるなか、たいへん恐縮ではありますが、調査にご協力くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

1 貴社について、次の質問にお答えください。

[1-1] 「貴社の業種」を次のなかから選び、当てはまる番号を1つ✓してください。

1. 旅行業 2. 宿泊業 3. 運輸業 4. テーマパーク業
5. 飲食業 6. DMO 7. 物品販売業
8. その他 [具体的に：]

[1-2] 「貴社の従業員数」について、当てはまる番号を1つ✓してください。

1. 10人未満 2. 10～29人 3. 30～99人 4. 100～299人 5. 300人以上

2 現時点(2020年6月)で、貴社は新型コロナによって「どの程度の影響」を受けていますか？ 次の1.～5.のなかから最も当てはまると思われる番号を1つ✓してください。

1. きわめて深刻な影響を受けている。
2. かなり影響を受けている。
3. やや影響を受けている。
- 4.それほど影響を受けていない。
5. まったく影響を受けていない。

3 貴社は、「新型コロナ収束後の観光事業の全般的な動向」について、「どのような見通し」をお持ちですか？ 次の1.～5.のなかから最も当てはまると思われる番号を1つ✓してください。

- 1. とても悲観的である。
- 2. やや悲観的である。
- 3. なんとも言えない。
- 4. やや楽観的である。
- 5. とても楽観的である。

4 コロナ収束後の事業再生に向けて「貴社全体の士気（意気込み）」は、どのような状況ですか？ 次の1.～5.のなかから最も当てはまると思われる番号に1つ✓してください。

- 1. とても高い。
- 2. やや高い。
- 3. どちらとも言えない。
- 4. やや低い。
- 5. とても低い。

5 貴社が「現状で必要とする支援」について、当てはまる項目の番号をいくつでも✓してください。

- 1. 融資・資金繰り
- 2. 事業所の休業補償
- 3. 従業員の休業補償
- 4. 雇用維持
- 5. テレワーク導入の支援
- 6. 税負担の軽減・免除
- 7. 売上不振の補填
- 8. 各種情報提供
- 9. 流通の円滑化
- 10. 職場・売場等の感染症対策
- 11. その他 [具体的に：]

6 貴社の新型コロナウイルス感染症収束後の観光関連事業再生の戦略や方策などに係る事項について、「[6-1] 完全収束以前」と「[6-2] 完全収束後」の2つの時期を想定してうかがいます。

(なお、政府の観光復活へのロードマップ[2020年5月25日]では、6月1日以降は、北海道、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県以外の移動を可能とし、6月19日以降は全国で移動を認めるとなっています。その後の先行きは不明ですが、完全収束の時期とは、世界中で国際観光がある程度再開される状況とします)

[6-1] 新型コロナウイルスの二次感染や三次感染が懸念され、インバウンド観光は再開できない時期において、「新型コロナ禍の完全収束以前の観光事業再生」を目指すにあたり、以下の1から15の項目をそれぞれ「どの程度重要」と考えられますか？
もっとも当てはまる番号を1つ✓してください。

	1	2	3	4	5
	全く重要でない	あまり重要でない	どちらともいえない	やや重要である	とても重要である
1. 新型コロナウイルス関係の情報・予測	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 地域内における観光関連事業者間のネットワーク構築	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 地域外もふくめた観光関連事業者間の広域ネットワーク構築	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 地域住民とのさまざまな交流	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 地域内の異業種間ネットワーク構築	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 新たな顧客層の開発	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. SDGsに対応した観光関連商品サービスの開発	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 新型コロナウイルス禍後の観光関連商品サービスの磨き上げ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 行政相談窓口の設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 研究機関等との連携・協力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 「国内」観光・観光客関連動向の「短中期」予測・情報	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 「国内」観光・観光客関連動向の「長期」予測・情報	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 国内外の「観光事業戦略・方策」などの事例情報	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 公的機関による適宜の「観光キャンペーン」	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 自社が立地する地域の観光資源の見直し・再発見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. その他に重要とされる事項					

[6-2] 新型コロナウイルスの治療薬やワクチンなどが普及し、インバウンド観光が再開された時点以降「完全収束時の観光事業再生」を目指すにあたり、以下の1から15の項目を「どの程度重視」されますか？もっとも当てはまる番号に1つ✓をつけてください。

	1 全く重要でない	2 あまり重要でない	3 どちらともいえない	4 やや重要である	5 とても重要である
1. 新型コロナウイルス関係の情報・予測	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2. 地域内における観光関連事業者間のネットワーク構築	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3. 地域外もふくめた観光関連事業者間の広域ネットワーク構築	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4. 地域住民とのさまざまな交流	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5. 地域内の異業種間ネットワーク構築	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6. 新たな顧客層の開発	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
7. SDGsに対応した観光関連商品サービスの開発	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
8. 新型コロナウイルス禍後の観光関連商品サービスの磨き上げ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
9. 行政相談窓口の設置	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
10. 研究機関等との連携・協力	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11. 「国内」観光・観光客関連動向の「短中期」予測・情報	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
12. 「国内」観光・観光客関連動向の「長期」予測・情報	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
13. 国内外の「観光事業戦略・方策」などの事例情報	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
14. 公的機関による適宜の「観光キャンペーン」	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
15. 自社が立地する地域の観光資源の見直し・再発見	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
16. その他に重要とされる事項					

7 新型コロナウイルス禍の観光や観光事業について、
どのようなことでも、貴社のお考えや感想をご自由にご記入ください。

こちらからご連絡を差し上げることができる場合には、下欄にご記入ください。

貴社名		記入者ご氏名	
記入者の所属部署		記入者の職位	
記入者のご連絡先	(電話)	(Email)	

本調査についてのお問い合わせは、「せとうち観光専門職短期大学準備室」
担当 石床渉・三好徹也までご連絡ください。
住所：〒761-0113 香川県高松市屋島西町2366-1
電話：087-899-7011 FAX：087-899-7022 e-mail：tetsuya-miyoshi@anabuki.ac.jp

ご協力ありがとうございました。

調査担当員

せとうち観光専門職短期大学

せとうち観光学研究所

所 長 安村克己

研究員 多 昭彦

石床 涉

平 侑子

谷崎友紀

協力：公益社団法人香川県観光協会

事務局長 土居義昌

2020年12月15日

せとうち観光専門職短期大学

〒761-0113 香川県高松市屋島西町 2366-1

TEL: 087-899-7011; FAX: 087-899-7022

URL: <http://www.seto.ac.jp>

公益社団法人香川県観光協会

〒760-8570 香川県高松市番町 4-1-10

TEL: 087-832-3377; FAX: 087-861-4151

URL: <https://www.my-kagawa.jp/>