

2020年6月26日  
第2回観光振興会議石巻圏域会議 論点提供

# 「ウィズコロナ、アフターコロナ時代 観光行動を促すための視点」

石巻専修大学 経営学部 庄子真岐

## 4. 魅力発信、向上



お金

時間

安全・安心



必要条件

Goto

Go to キャンペーン (8月上旬開始?)  
2020年6月16日現在

1. お金

独自

自治体等独自のキャンペーン

# 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）



## 事業イメージ

- 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。

### ①Go 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）。

### ②Go 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。

### ③Go 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）。

### ④Go 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。

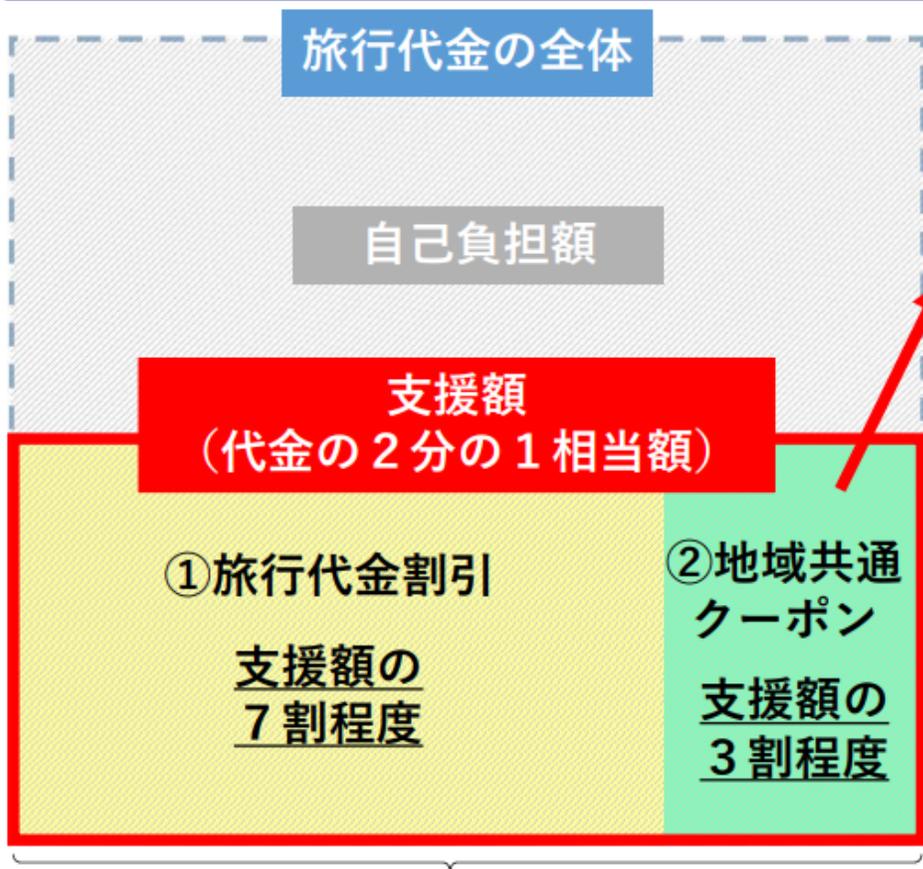
### ⑤一体的なキャンペーンの周知

- 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。

# 参考 ふっこう割

	予算規模	対象	内容
19年台風19号	24.5億円	東日本14の都県	1泊最大5千円
18年胆振東部地震	81億円	北海道	1泊最大2万円
18年西日本豪雨	31億円	被災13府県	1泊最大6千円
16年熊本地震	180億円	九州全域	最大70%オフ

- **国内旅行**を対象に宿泊・日帰り旅行代金の**1 / 2相当額**を支援。
- 一人一泊あたり**2万円が上限**（日帰り旅行については、**1万円が上限**）。
- **連泊制限**や利用回数の**制限なし**。
- 支援額の内、①**7割程度**は**旅行代金**の**割引**に、②**3割程度**は**旅行先**で使える**地域共通クーポン**として付与。
- 開始時期は**感染症の専門家の意見等も伺いつつ、検討**。



## 【地域共通クーポン】

- 1枚1,000円単位で発行する商品券。お釣りなし。  
(1,000円未満は四捨五入)
- 支援額3割程度を地域共通**クーポン**として**利用者に配布**。
- **地域の観光協会**や観光地域づくり法人(**DMO**)・**商工会**等を通じて、**地域の店舗の参加・登録**を呼びかけ。
- **事務局で一括発行**し、旅行代理店や宿泊施設で配布。

①旅行代金割引と②地域共通クーポンが1セット

## 最新旅行トレンド「九州ふっこう割」の舞台裏

続々完売、旅行会社も休日返上で対応

佐賀新聞LIVE

2016年07月08日



別府温泉の「山地獄」は大分県の人気観光地のひとつ（写真：TOMO / PIXTA）

夏休みの旅行予約がピークを迎える中、熊本地震からの観光復興に向け、国の補助で7～9月分の宿泊費などが最大7割引きになる「九州ふっこう割」が、その主役に躍り出ている。

1日に始まった旅行会社のインターネット予約サイトによる販売では、売り切れになる商品が続出。旅行会社も休日返上で窓口を開くなど対応に追われている。

### 高額なサービスが受けられるクーポンから続々完売

九州ふっこう割は、九州各県が旅行会社に割引商品の企画・販売を依頼する一方、旅行会社が割引額の一部を助成金として受け取る仕組み。割引率は熊本、大分で最大7割、その他の九州5県は最大5割となる。



当記事は佐賀新聞LIVEの提供記事です

ネット販売は絶好調で、予約サイト「じゃらん」では、熊本県内の旅館宿泊が2万円お得になるクーポン（先着1万セット）などが“完売”。「楽天トラベル」など他の予約サイトでも、**高額な割引サービスが受けられるクーポンから売り切れが続出している。**

店頭販売も人気で、日本旅行佐賀支店では、ふっこう割を組み込んだ大分行きの商品が6月29日の先行予約から3日で完売。西鉄旅行佐賀支店でも4日に発売した大分県行きの商品が即日完売した。担当者は「これほど反応があるとは思わなかった」と語る。

JTB九州佐賀支店は大分・福岡行きの商品の販売を5日から開始。通常火曜は定休日だが、臨時で窓口を開けて対応し、「朝から電話の問い合わせが続いている」と話す。



出所：東洋経済ONLINE「最新旅行トレンド『九州ふっこう割』の舞台裏」<https://toyokeizai.net/articles/-/126153> 2020.6.22確認

九州ふっこう割を組み込んだ商品などが人気を集めている＝佐賀市

Goto

# 最もお得な「旅」

¥28,000/泊・人

¥12,000/泊・人

旅行代金の全体

¥40,000/泊・人

5割

①旅行代金自己負担額  
¥14,000

②地域共通クーポン  
自己負担額  
¥6,000

支援額 (¥20,000)

5割

①旅行代金割引  
¥14,000

②地域共通クーポン  
¥6,000

7割

3割

# 宿泊旅行の場合

..... 割引対象範囲

## 個人旅行（家族旅行含む）



旅行代理店・  
予約サイト経由で



(中小旅行業者含む)

申し込み

宿泊施設に直接



(直販予約システム等)



### ① 宿泊+交通機関のセットプラン

宿泊+航空・鉄道・バス・旅客船・高速道路等



※宿泊と交通機関がセットになった商品の場合は、交通機関も割引対象。

### ② 宿泊のみ

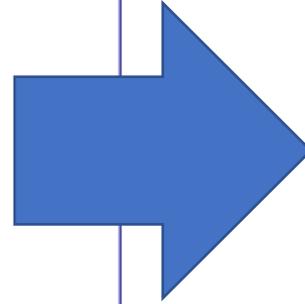
(※個人で手配する交通は割引対象外)



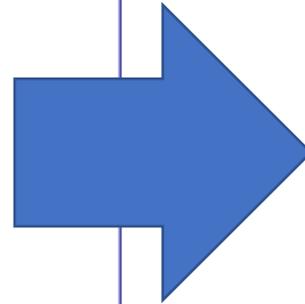
※高速道路料金のみや、交通機関のみは割引対象外。

### ③ 宿泊に準ずるもの

クルーズ・夜行フェリー・寝台列車  
※座席のみとみなされるものを除く



ターゲット  
遠方居住者



ターゲット  
近隣居住者

## 団体旅行

旅行代理店・  
予約サイト等経由で



(中小旅行業者含む)

申し込み



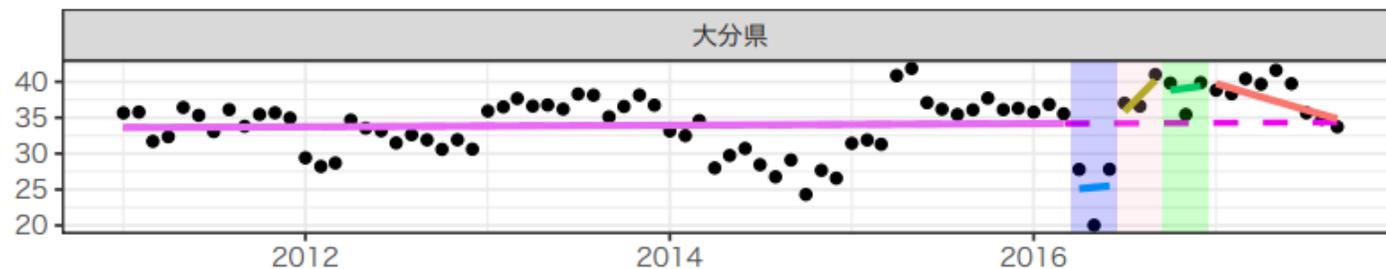
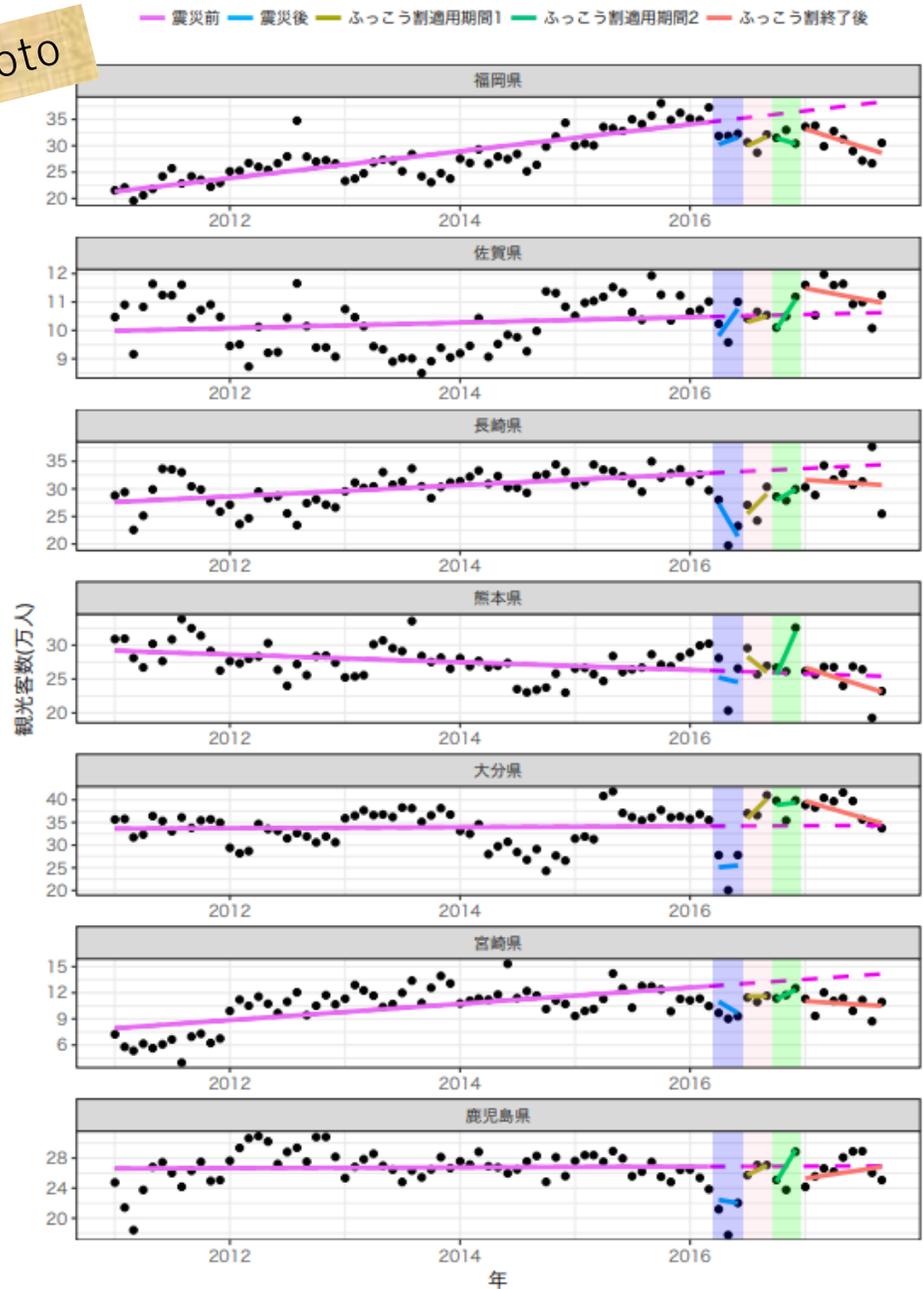
### 例① 修学旅行



### 例② 職場旅行



Goto



反動には注意。  
魅力を伝えることができれば、  
従来のトレンドは維持できる。

出所：松下哲明「熊本地震における復興支援策『ふっこう割』が観光客の回復過程に及ぼした影響」, 土木学会論文集D3, Vol.75, No.1, pp1-10, 2019

図-7 観光客数の推移とトレンド、レベルの変化。2016年4月以降のピンク色の破線は、震災前のトレンド水準が継続した場合のラインを示す

## 参考 東北6県における独自の観光促進策より

- ✓市町村レベルでの動きが活発なのは、岩手県内。
- ✓宮城県だけが、宿泊施設を広く対象とした観光促進策を打ち出していない。
- ✓対象は、県内、市町村内などの限定が多い。  
ただし、前売りタイプでは、対象の限定がない。
- ✓対象の拡大を検討する自治体も有。
- ✓県のキャンペーンに上乗せしたキャンペーンを実施する自治体も出てきている（キャンペーン合戦？）

## 1. お金

✓ 各自治体が実施するキャンペーンの対象が県内、東北圏域内に拡大される可能性は十分に考えられる。

✓ Go To キャンペーン実施後も、併用する形でのキャンペーンを実施してくる自治体もあるのではないかと。競争激化の恐れ。

(割引キャンペーン合戦は消耗戦になるので避けたいところ。)

(地域内の資源の利活用で魅力をアピールしたい。)

✓ Go To キャンペーンを最大限に生かす方法を検討すべき。

商品の価格帯

対象：宿泊+交通、宿泊のみ、

宿泊+地域飲食

休日

休日の確保

2. 時間

空白

空白時間の活用

交通

移動時間を見直す

1 休暇改革

2018年（平成30年）の年次有給休暇取得率は52.4%であるが、2020年（令和2年）までに年次有給休暇取得率を70%に向上させることを目指し、以下の取組を実施する。

(1) 年次有給休暇の取得推進

労働者が年間で少なくとも5日間の年次有給休暇を取得できるよう使用者に義務付けること等を内容とし、2019年（平成31年）4月より順次施行されている「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律（平成30年法律第71号）」について、周知と履行確保を図る。

また、10月の年次有給休暇取得促進期間に加え、夏季、年末年始及びゴールデンウィークの連続休暇を取得しやすい時季に、ポスター・リーフレットの作成、駅貼り広告、インターネット広告等、年次有給休暇取得の集中的な周知広報を行う。

さらに、地域において、関係労使、地方公共団体等が協議会を設置し、お祭り等地域の特性を踏まえ、年次有給休暇を取得しやすい時季を捉えて、企業、住民等に休暇の取得促進のための働きかけを行うなどにより、地域の休暇取得促進の機運を醸成する。

(2) 休暇取得の分散化等による観光需要の平準化

地域ごとの個別の事情を踏まえつつ、可能な地域においては、地域ごとに「キッズウィーク」を設定し、学校の夏休み等の長期休業日の一部を学期中の平日に移すなどして学校休業日の分散化を検討するとともに、学校休業日に合わせた年次有給休暇取得の促進及び休日における多様な活動機会の確保を図る。また、これらの取組を官民一体となって推進するため、「キッズウィーク」関連ロゴマークを使用した、大人と子どもが一緒に楽しめる旅行宿泊商品造成を観光業界に対して促すほか、取組事例の周知や普及啓発等の取組を進める。

さらに、国家公務員について、学校休業日に合わせた年次休暇取得を促進する。

(3) 働き方・休み方改革の推進

滞在型の旅行を促進するため、「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律（平成30年法律第71号）」に基づく最低5日の年次休暇取得義務化に合わせ、関係省庁や関係業界と連携し、官民一体となった旅行休暇取得、キッズウィーク等の推進や、ワーケーション、プレジャー等のビジネスと観光が融合した新しい旅行スタイルの普及を実施する。

(4) 「海の日」等の国民の祝日を活用した観光需要拡大

『「休み方改革」推進チーム』において、各府省庁で実施している取組の情報共有を行うとともに相互連携について検討する。また、「海の日」等の祝日三連休制度の活用や休暇取得の分散化による観光需要の拡大を図るため、祝日の意義について国民の理解を深めるべく周知強化を図る。

✓ファミリー層（小中高校生）

キッズウィークの検討

家族「旅」休暇の検討

学びの旅で学びを代替

✓ファミリー層以外 有給休暇取得の促進、インセンティブ付与

事業者向けの支援、福利厚生として

Go To キャンペーンなどの

促進策を提供

✓分散 修学旅行

✓分散 修学旅行

空白

# ナイトタイムのアクティビティの充実

## 割引対象となる旅行商品

### 日帰り旅行の場合

 ..... 割引対象範囲

○ 往復の乗車券等の移動+旅行先での消費となる食事や観光体験等とのセットプランが対象。

### 個人旅行（家族旅行含む） ・ 団体旅行



#### 例：往復交通+a

往復乗車券 + 日帰り温泉券

 +  Coupon

往復乗船券 + 旅行先でのランチ

 + 

高速道路周遊バス + 体験型アクティビティ

 + 

高速バス往復 + いちご狩り

 + 

往復航空券 + 体験型アクティビティ

 + 

地域周遊きっぷ + うどん店めぐり券

 +  Coupon

移動時間が楽しくなる仕掛けも必要

お花を買ってトラムに乗って、うさぎジャンプ!

500円以上の花を購入すれば無料

お花を買って、電車に乗る  
とやま花Tramキャンペーン2017  
2017.4.1(土) → 2018.3.31(土)

花で潤う街「フローラルとやま」創出事業  
主催：フローラルとやま実行委員会 お問い合わせ先：富山市農業水産課 076-443-2083

## 電車でFight! フラワー長井線でプロレス

走行中の列車内や駅のホームでレスラーたちが闘う「ローカル線プロレス2019」が22日、山形鉄道（長井市）のフラワー長井線で行われ、全国から集まったファンが、迫力あり笑いありの熱戦を楽しんだ。

イベントは赤湯（南陽市）－長井（長井市）のAブロックと長井－荒砥（あらと）（山形県白鷹町）のBブロックでレスラー、乗客がともに入れ替わる2ブロック制。

Aブロックは2駅目の南陽市役所で8選手、Bブロックは長井駅で7選手がそれぞれ乗り込み、ファンが座席をぎっしり埋め尽くした狭い通路で熱いバトルを繰り広げた。女性ファンも多く、お目当ての選手が登場すると歓声上がり、レスラーたちはショーマンシップを発揮して笑いを誘ったり、ダイナミックな技を披露したりした。

列車内の戦いの後には白鷹町文化交流センターの中庭に設置された野外特設リングで観戦無料のプロレスもあり、大勢の町民が駆け付けてエールを送った。



狭い列車内の通路で迫力ある熱戦が展開された

写真特集へ



出所：河北新報ONLINEニュース「電車でFight! フラワー長井線でプロレス」

[https://www.kahoku.co.jp/tohokunews/201909/20190924\\_53026.html](https://www.kahoku.co.jp/tohokunews/201909/20190924_53026.html) 2020.6.22確認



11月中の土曜日に実証実験  
**JR和歌山線でサイクルトレイン運行開始 遠方サイクリングが便利に**

2017/11/07 11:30

JR和歌山線「きのかわサイクルトレイン」。大勢のサイクリストたちが乗車し、遠方までの移動に利用した（小笠原僚也）

出所：産経WEST「サイクルトレイン運行開始 JR和歌山線 電車に乗ってサイクリング」を  
<https://www.sankei.com/west/news/171105/wst1711050026-n1.html> 2020.6.22確認

## 2. 時間

- ✓ 旅行するためには時間の確保が大事。
- ✓ 地域独自の休日取得推進、休日の分散化等、検討する必要がある。
- ✓ 空白時間を活用するためにも、ナイトタイムのアクティビティの充実を図りたい。日帰り観光としてGoToキャンペーンの対象となれば、利用を促しやすい。
- ✓ 移動時間をどうするかは検討する必要がある。  
利便性を向上させるのも大事だが、  
移動自体を楽しくさせることも検討してみては。

### 3. 安全・安心

見える化

予防と事後対応

Q：宿泊を伴う出張や旅行時にどのような条件で ホテル・旅館を選ぼうとお考えですか？

- ①衛生管理が行き届いていることがわかる
- ②新型コロナウイルス感染症対策をしている、安心安全
- ③人が密集しない、広々とした空間がある

調査結果を受け、宿泊施設ページにおいて、  
新型コロナウイルス感染症への対策をお知らせする機能を追加しました。  
みなさまの安心なホテル・宿探しのために、ぜひご利用ください。  
(対応施設数：14,873軒 (2020年6月19日(金)現在))



[新型コロナウイルス対策項目の一覧を見る >](#)

## アソビュー、「新型コロナウイルス感染対策（三密対策）実施済み」表示機能をリリース

2020年6月19日 **NEW!** [シェア](#) [ツイート](#) [LINEで送る](#) [コメント](#)



アソビューは10日、「新型コロナウイルス感染対策（三密対策）実施済み」表示機能をリリースしたと発表した。

アソビュー株式会社（代表取締役CEO：山野 智久、本社：東京都渋谷区、以下「アソビュー」）は、感染症対策の専門家、関係省庁と連携し、新型コロナウイルス感染拡大予防を目的とした独自のガイドラインを作成、また休日の便利でお得な遊び予約サイト「アソビュー！」にて「新型コロナウイルス感染対策（三密対策）実施済み」表示機能をリリースしました。

### ・本取り組みの背景

5月14日の安倍総理会見にて、39県の緊急事態宣言解除と、81の業界団体による感染予防ガイドラインを遵守した上での経済活動の再開が表明されました。また、5月25日にはすべての都道府県が緊急事態宣言を解除され、6月19日には県をまたぐ全国への移動も容認される予定です。

経済活動の再開に向けて様々な業界でガイドラインができていなか、アソビュー！に掲載されているレジャー・観光・文化施設ではガイドラインが未整備、あるいはガイドラインはあっても施設運営に実用していく部分に課題がありました。

出所：楽天トラベルHP「安全安心な旅を楽しもう」  
<https://travel.rakuten.co.jp/special/secure-travel/2020.6.22確認>

出所：観光経済新聞「アソビュー、『新型コロナウイルス感染対策（三密対策）実施済み』表示機能をリリース」  
<https://www.kankokeizai.com/> 2020. 6.23確認

### 3. 安全・安心

- ✓ 個々の取り組みでは伝わりにくいことも。
- ✓ 地域で連携しながら取り組み、情報「量」を束ねて発信すべきでは。
- ✓ 事後対応についても検討の余地あり。

## 4. 魅力発信、向上

観光地  
A

観光地  
B

観光地  
C

オンライン体験  
ツアー

1. お金

2. 時間

3. 安全・安心



必要条件

< PREV

## WhyKumanoの「オンライン宿泊」を体験しました | 和歌山



出所：ゲストハウス総合マガジン <https://www.footprints-note.com/topics/5838/>  
2020.6.22確認

飲んで食べて島根を応援する全5回シリーズ開催!



ご縁も、  
美肌も、  
しまねから。

# 島根県 × M あうたび

## 共同企画 オンラインツアー

島根県観光キャラクター「しまねっぴ」  
島根産特産品第6233号

飲んで食べて地域を応援する島根オンラインツアーです。

事前に送られてくる特産品を楽しみながら、

各地の酒蔵や生産者を訪ね交流する本格的なツアーとなっております

毎回、島根県各地の生産者や地元の皆さんに登場していただく予定

家に居ながら、島根を満喫していただけるオンラインツアーです。

- ◎開催日：2020年7月12日（日）
- ◎集合時間：15時30分（19時30分終了）入退出自由
- ◎集合場所：パソコン・スマホの画面前
- ◎ツアー参加費：無料（1アカウント1地域応援セットの購入をお願い致します）
- ◎江津市応援セット（税・送料込み）

**Aセット：7,000円**

石見麦酒ビール330ml x 4種（石見麦酒）、はんだ牛蒡2袋（はんだ）、赤天5枚入り、  
ごうつの大黒天3枚入り（住京蒲鉾店）、桑茶2.5g x 15包（桜江町桑茶生産組合）、  
まる姫ポークソーセージ5本、生ハム50g（浅利観光）、旬の果物のコンポート1個（風のえんがわ）

**Bセット：10,000円**

石見麦酒ビール330ml x 5種（石見麦酒）、はんだ牛蒡2袋（はんだ）、赤天5枚入り、  
ごうつの大黒天3枚入り、無添加かまぼこ「聖」1本（住京蒲鉾店）、桑茶2.5g x 15包  
（桜江町桑茶生産組合）、まる姫ポークソーセージ5本、生ハム50g、プレミアムごぼ  
う味噌だれ120g、まる姫ポークの佃煮120g（浅利観光）、季節の魚の燻製1枚、旬の  
果物のコンポート1個（風のえんがわ）

※今回ツアーのために特別にご用意した応援セットとなり通常よりお買い得な内容となっております。

※お酒は20歳になってから 未成年の参加はできません。

### 【開催スケジュール】

- <満員御礼> 第1回 5月31日（日）島根県出雲市 旭日酒造+特産品
- <満員御礼> 第2回 6月14日（日）島根県松江市 米田酒造+特産品
- <満員御礼> 第3回 6月28日（日）島根県隠岐の島 地酒+特産品
- 第4回 7月12日（日）島根県江津市 石見麦酒+特産品**
- 第5回 7月26日（日）島根県大田市 一宮酒造+特産品

★各地域のお酒と特産品がお得なセットで届きます！

出所：しまね観光ナビ<https://www.kankou-shimane.com/news/24786.html>

2020.6.22確認

# 旅するおうち時間

2つの地域から2日にわけておくりものお届け!

6/8  
18:00まで  
¥14,000 (税込)

※送料込み ¥7,000×2 地域

ご購入はこちら

# 旅するおうち時間

ギュギュッとお届け! 6地域から6つのおくりもの

¥30,000 (税込)

※送料込み ¥5,000×6 地域 (5/29~31にお届け)

50 SET  
ご購入はこちら

## Aコース2日目(6/14お届け) 宮城県石巻市

5月は、春になり、海があたかくなり始め、採れる魚もちょっとずつ変わってくるころ。ここ石巻は「潮目」があるから小魚が多く集まり、その小魚を追って回遊魚が群がります。年間約200種類もの魚があがる石巻には、いろんな技をもった漁師や、特殊な機械をそろえた水産加工会社がたくさんあります。まさに魚をとるプロ、おいしく加工するプロが集う町。今回は石巻でしかそろえることができない種類の海産物を、そのまま食べてもよし、調理してもよし、という状態でお届けします。

### ■商品

- ・解凍して生でも食べられる宮城が誇る殻付き牡蠣 (1kg)
- ・超特大! 養殖日本一の宮城県銀鮭フィレ (1枚)
- ・特大! 骨なし! 厳選金華サバのフィレ (1枚)
- ・煮てもよし焼いてもよしの金目鯛 (2匹)
- ・海のパイナップル ホヤのお刺身 (1パック)
- ・歴史ある捕鯨文化 くじらの炙り焼き (1パック)

### ■おくり主

- ・一般社団法人フィッシャーマンジャパン

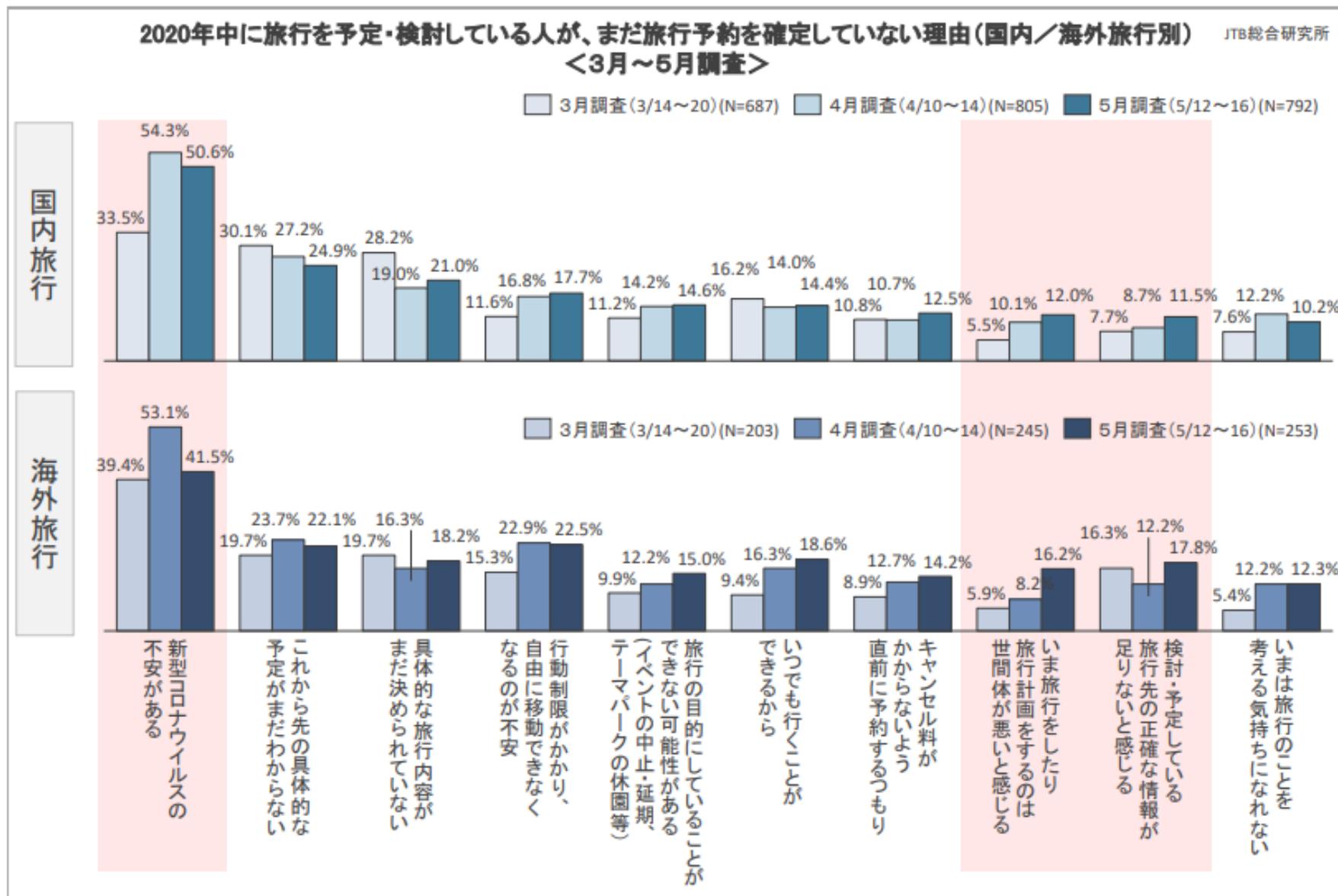
送り主とお話タイム



出所：旅するおうち時間 <https://hometime-to-travel.studio.design/>

2020.6.22確認

(図 14) 旅行意向者がまだ予約を確定していない理由 (国内/海外旅行別) (3~5月調査) (複数回答)



# オンライン体験ツアー

- ✓ オンライン体験ツアーだけでは、利益を確保するのは難しい
- ✓ プロモーションとしての位置づけ「未来のお客様」

Why KUMANO ワンドリンク付千円

- ✓ 広く、簡単にプロモーションできる
- ✓ リアル観光弱者にも提供可能
- ✓ 物販PRの「場」として機能

あえるたび合同会社 特産品を購入してもらうことが条件

- ✓ （予約者を対象に）旅前からの「交流」を提供できる可能性

「ようやくお会いできましたね。」 信頼関係の構築 リピーター

- ✓ オンライン、リアル、オンラインという体験を提供→リピーターの確保

## 4. 魅力発信、向上

- ✓ 魅力の発信について、オンラインのコンテンツを充実させることは必須と捉えている。
- ✓ オンラインとリアルコンテンツを合わせたビジネスモデルをどのように確立していけるかがポイントとなる。
- ✓ オンラインでも「モノ」はリアルに届けることができる。「モノ」を通して、地域の魅力を発信していくことができれば。
- ✓ 理想は、オンラインは「密」リアルは「適疎」になるのでは。