

「コロナ感染症に関する中国地域観光事業者へのアンケート調査」 の結果（速報）について

一般社団法人中国経済連合会（会長 荻田知英）は、この度、中国地域の主な観光事業者を対象にコロナ感染症の事業への影響や今後の課題などについてアンケート調査を実施しましたので、その結果を速報としてお知らせします。なお、このアンケートは、現在当連合会が取り組んでいる調査「ポストコロナにおける観光産業の課題と解決の方向性」の一環として、中国運輸局の協力を得て実施したものです。

1. 調査目的とアンケートの位置づけ

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、中国地域の観光産業はインバウンド・国内ともに、かつてない深刻な打撃を被っている。わが国では、現在、旅行需要喚起に向けた Go To トラベルキャンペーンを始め、経済社会活動の制限見直しに官民をあげて取り組んでいるところであるが、至近の傾向ではコロナ感染が再び拡大の兆しを見せており、経済社会活動の全面的な回復が見通せない状況となっている。

本調査（「ポストコロナにおける観光産業の課題と解決の方向性」）は、中国地域の主要観光事業者へのコロナ感染症拡大による具体的な影響の実態を把握し課題を整理するとともに、今後の解決の方向性を提言することを目的としており、その一環として、中国地域の主要観光事業者や観光関係団体に対し、事業の現状や課題認識等に関するアンケート調査を実施したものである。

2. アンケートの概要

a. 実施要領

- ・2020年7月3日～7月17日の間、中国地域の主な観光事業者1,215社にアンケートを依頼し378社が回答（回収率31.1%）

b. 結果概要

① コロナ感染症拡大の具体的影響

- ・観光事業者の売上（前年同期比）は平均7割減。9割以上減の事業者は37.6%
- ・第2波（再度の緊急事態宣言）の際に事業継続が危ぶまれる事業者は36.9%

② 今後の課題

- ・コロナ禍における事業運営で最大の悩みは「将来の事業の見通しが立たない」こと
- ・政府が策定した「新型コロナウイルス感染拡大防止ガイドライン」のうち、対応が難しいのは「キャッシュレス等非接触の仕組導入」(30.8%)で、設備投資等への負担感あり
- ・収入減への対応として、クラウドファンディング、オンライン販売やテイクアウト・デリバリー需要対応など新たな動きも

※ (参考)「コロナ禍における新たな取り組み」の具体例

③ 将来の見通し

- ・インバウンドの回復期に対する見通しについては約半数の事業者が「分からない」と回答
- ・当面の主たる収入源となる国内観光の回復に向けて、マイクロツーリズム(近隣観光)の活性化が必要
- ・ポストコロナに向けて中国地域全体として、「地方・田舎」を見直し、持続可能な観光をめざすことが必要

3. アンケート結果の具体的活用方法

アンケート調査をもとに、今後、業界団体等へのヒアリングを実施し、コロナショックの具体的影響の実態や課題について深掘りするとともに、今後の解決の方向性を考察し、「ポストコロナにおける観光産業の課題と解決の方向性調査」報告書として取りまとめます。

今後の調査結果については、国・地方の行政機関や観光関連団体への提言等に反映するとともに、当連合会の事業活動に活用してまいります。なお、この調査は、当会が公益財団法人中国地域創造研究センター(会長 瀧本夏彦)へ委託して進めています。

※ (参考)「コロナ禍における新たな取り組み」の具体例

○READYFOR、CAMPFIREなどのクラウドファンディングを活用した行政による観光支援プロジェクトへの参画

- ・みんなで応援「とっとり券」プロジェクト
- ・HITひろしま観光応援プロジェクト
- ・きんさい!きんさい!岡山県湯原温泉♨️本物温泉で癒しを♨️みらい宿泊券付応援企画

○山口銀行出資のクラウドファンディング KAIKA を活用した行政による観光支援プロジェクトへの参画

- ・下関の美味しいを守ろうプロジェクト
- 山口フィナンシャルグループが運営するグルメサイト「やまぐち delico」を活用した
弁当事業の立ち上げ
- WEB 会議システム「ZOOM」を使った挙式・披露宴をリアルタイムで配信できるプランの
開発
- 施設内の複数会場をオンラインツールでつなげる宴会プランを開発
- YouTube を利用した観光コンテンツ（オンラインツアー等）の開発と配信

- ・本アンケート調査結果は、当連合会ホームページに掲載しています。
URL：<http://www.chugokukeiren.jp>
中国経済連合会トップ－提言・要望・報告
- ・調査内容に関するご質問等がございましたら、下記までご連絡ください。
中国経済連合会（担当：元岡）
(TEL：082-242-4511 FAX：082-245-8305)

以 上

コロナ感染症に関する中国地域観光事業者へのアンケート調査 結果(速報)

1. アンケート調査実施概要

■調査目的

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、中国地域の観光産業はインバウンド・国内ともに、かつてない深刻な打撃を被っている。わが国では、現在、旅行需要喚起に向けたGo To トラベルキャンペーンを始め、経済社会活動の制限見直しに官民をあげて取り組んでいるところであるが、至近の傾向ではコロナ感染が再び拡大の兆しを見せており、経済社会活動の全面的な回復が見通せない状況となっている。

本調査（「ポストコロナにおける観光産業の課題と解決の方向性」）は、中国地域の主要観光事業者へのコロナ感染症拡大による具体的な影響の実態を把握し課題を整理するとともに、今後の解決の方向性を提言することを目的としており、その一環として、中国地域の主要観光事業者や観光関係団体に対し、事業の現状や課題認識等に関するアンケート調査を実施したものである。

■調査時期

2020年7月3日（金）～7月17日（金）

■調査対象

中国地域の主な観光事業者 1,215 社

（旅行業者、宿泊施設、交通事業者、観光施設等、企業データベースより抜粋）

■送付・回収状況

回収数 378 件（回収率 31.1%）

県別・産業分類別

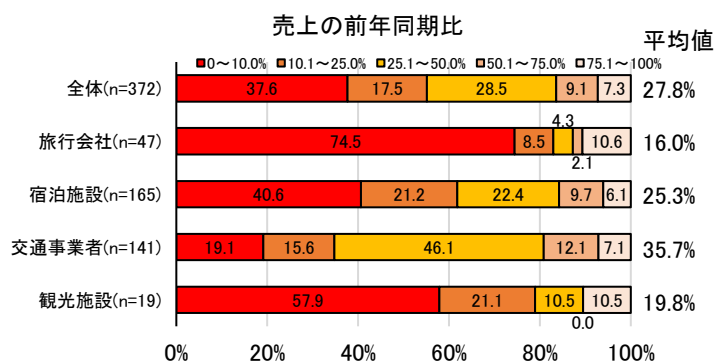
	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	計	送付数 (回収率)
旅行会社	2	7	10	25	3	47	107 (43.9%)
宿泊施設	29	32	35	48	25	169	614 (27.5%)
交通事業者	9	26	29	50	28	142	434 (32.7%)
観光施設等	2	5	5	5	3	20	60 (33.3%)
合計	42	70	79	128	59	378	1,215 (31.1%)
送付数 (回収率)	145 (29.0%)	229 (30.6%)	242 (32.6%)	412 (31.1%)	187 (31.6%)		

2. アンケート調査結果概要

コロナ禍において、中国地域の観光事業者も大きな影響を受けており、今後の見通しが立たない状況となっている。まずは国内・近距離から、マイクロツーリズムによる観光振興が求められている。

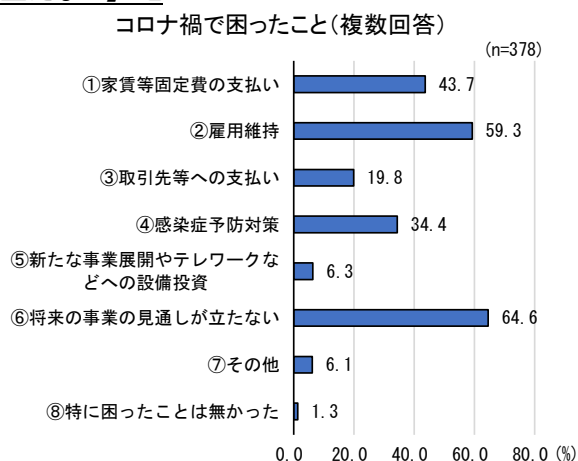
■観光事業者の売上(前年同期比)は平均7割減。9割以上減の事業者が37.6%に達する

- 観光事業者の昨年同期比を聞いたところ、平均値は27.8%（約7割減）となった。
- 9割以上減と回答した事業者が回答372社中140社（37.6%）あり、特に旅行会社、観光施設で落ち込みが顕著である。



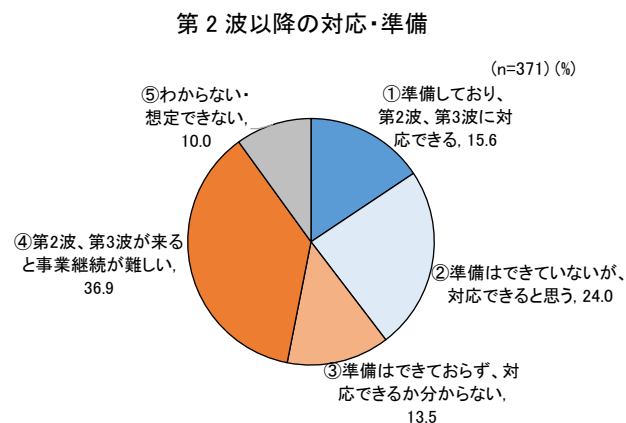
■コロナ禍で最も困っていることは「将来の事業の見通しが立たない」こと

- コロナ禍で困ったことは「将来の事業の見通しが立たない（64.6%）」ことであり、ワクチンや治療薬の開発が求められている。
- また雇用の維持も困ったこととして挙げられているが、これまでに「持続化給付金」や「雇用調整助成金」を中心に96%が何らかの支援制度を利用しており、実際に従業員を減らす対応をした事業者は全体の5.6%に留まっている。



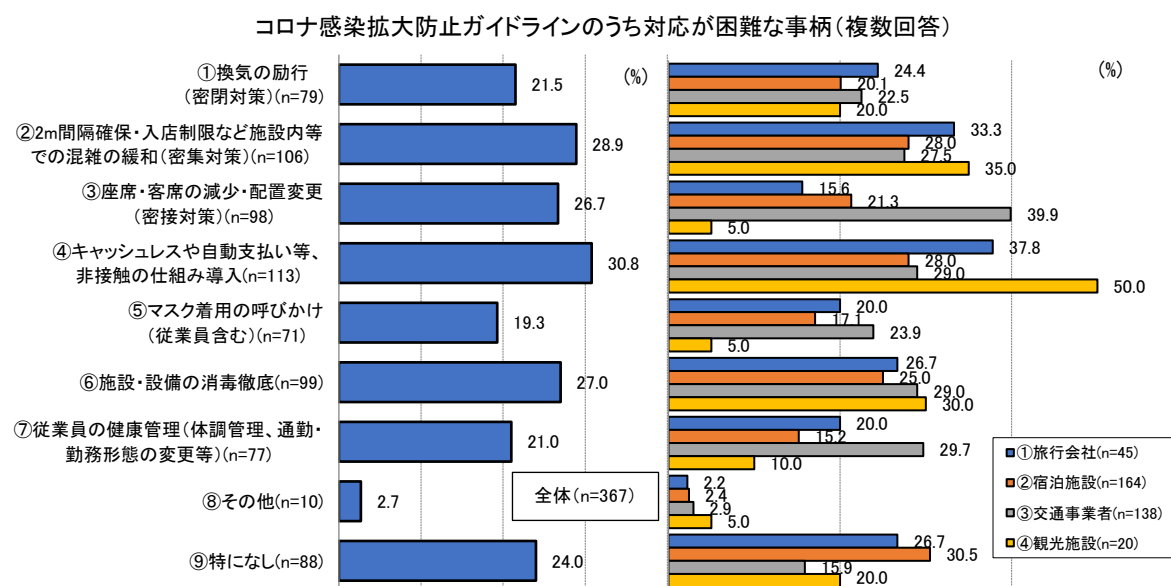
■第2波(再度の緊急事態宣言)の際に事業継続が危ぶまれる事業者は36.9%

- 新型コロナウイルスの第2波等により、再度、外出自粛要請や休業要請（概ね1か月程度）が出された場合、「事業継続が難しい」と回答した事業者は全体の36.9%に上った。「準備はできておらず、対応できるか分からない」という回答と合わせると約半数が第2波への対応が困難な状況にある。
- 今後国や県・市等へ期待する支援制度としても「事業継続のための支援」を求める回答が約8割に達し、「コロナ終息後の消費拡大や観光誘客に向けた支援への期待（54.4%）」よりも優先度が高い。



■コロナ感染拡大防止で対応が難しいのは「キャッシュレス等、非接触の仕組み導入」がトップ

- ・コロナ感染拡大防止ガイドラインのうち対応が困難な事柄を聞いたところ「キャッシュレス等、非接触の仕組み導入」が30.8%と最も多い。換気の励行やマスク着用の呼びかけ、従業員の健康管理等は比較的少なく、感染拡大防止に向けて新たな仕組みや機器を導入することへの支援が求められている。
- ・業種別にみた対応が困難な事柄は、旅行会社、観光施設ではキャッシュレスや自動支払いに関する対策、交通事業者では密接対策と回答している。

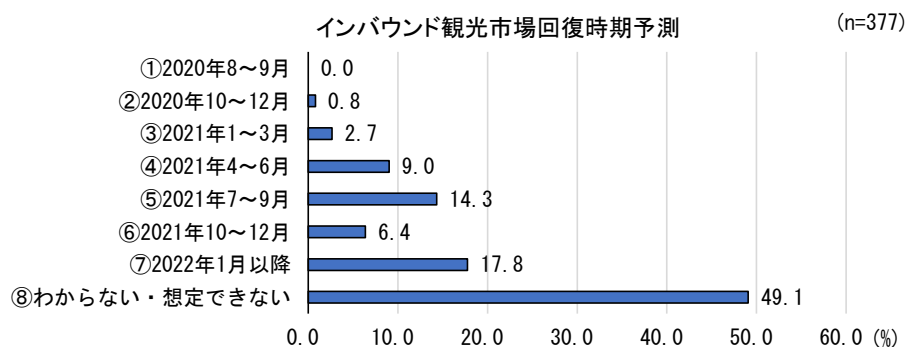


■コロナ禍でオンライン販売やテイクアウト・デリバリー需要への対応等、新たな取組も見られる

- ・コロナ禍において新たに取り組まれた観光事業を自由記述で聞いたところ、「オンライン販売」や「テイクアウト・デリバリーへの展開」が挙げられたほか、「地元・近隣客(マイクロツーリズム)への対応」や「クラウドファンディングの活用」「新規事業やプランの創設」等、困難な状況の中で活路を見出すべく、事業者が新たな取組を始めている。

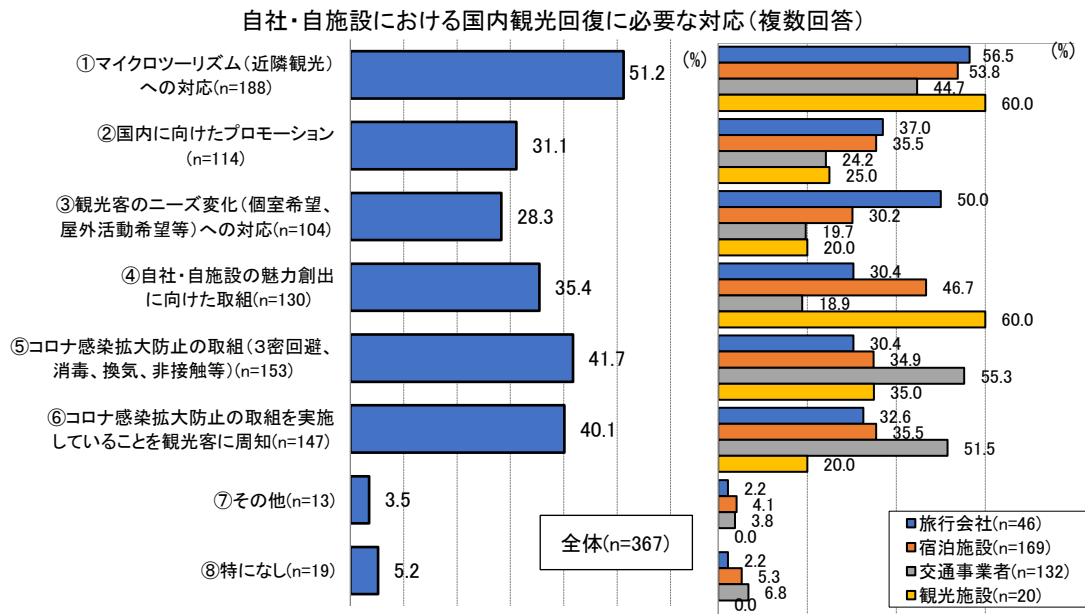
■インバウンドの回復見通しは立たず、回復に向けても水際対策の充実が必須

- ・インバウンド市場の回復時期は約半数が「わからない・想定できない」と回答し、取り組むとしても感染拡大防止の取組や水際対策を充実させつつ、台湾をターゲットとしていくイメージを持っている。



■国内観光の回復に向けて、マイクロツーリズム(近隣観光)の必要性が指摘されている

- ・ 自社・自施設における国内観光回復に必要な対応として、マイクロツーリズム(近隣観光)を挙げる事業者が半数以上となっており、なかでも観光施設、旅行会社での回答が多い。
- ・ コロナ感染拡大防止の取組、及びその周知についても必要性が指摘されている。



■ポストコロナに向けて中国地域は「地方・田舎」を見直し、持続可能な観光をめざすべき

- ・ 中国地域が取り組むべきポストコロナの観光スタイルとして、「地域の実態を踏まえた持続可能な観光をめざすべき」に肯定的な回答が93.2%、「地方や田舎が見直される機運を活かすべき」に肯定的な回答が91.2%となっており、過密を避けた地域の魅力で誘客し、地域内での消費を増やすことによる持続可能な観光振興が求められている。

