ポストコロナに向けた観光産業の課題と対応に関する調査

報告書

令和２年１１月

一般社団法人中国経済連合会

目　次

１．調査概要 1
（１）調査目的 1
（２）調査のすすめ方 1
２．アンケート調査 3
（１）アンケート調査実施概要 3
（２）アンケート調査結果概要 4
３．ヒアリング調査 7
（１）調査対象・日時 7
（２）ヒアリング内容 7
４．コロナによる観光産業への影響と対応方策の提案 13
（１）コロナが観光産業に及ぼした影響..... 13
（２）今後の対応の方向性 13
（３）ウィズコロナ期に必要な対応方策..... 15
（４）ポストコロナ期に必要な対応方策..... 18

【参考】「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（詳細）. 20

1. 調査概要

(1)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・国内を問わず大きな打撃を受けている。観光産業は、地域経済をけん引する産業のひとつとして期待されており、観光関連分野の事業者におけるコロナショックの具体的な影響の実態や課題を把握し、今後の対応の方向性や具体的な解決策を得ることは、地域経済回復の観点から喫緊の課題となっている。

本調査は、主要観光事業者や観光関係団体に対するアンケート・ヒアリング調査を実施し、中国地域の観光事業者に対するコロナショックの影響、課題等を取りまとめ、今後の対応の方針や具体的な解決方策の一助とするものである。

(2)調査のすすめ方

令和 2 年 4 月 7 日に緊急事態宣言が発令（5 月 25 日に解除）された後、第二波を見据えつつ感染状況を見極めながら段階的に経済社会活動の再開を実施し始めた同年 7 月時点において、観光産業への影響度合いを把握するため中国地域の主要観光事業者を対象としたアンケート調査（「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」）を実施した。

その後、同年 10 月にヒアリング調査を実施し、アンケート結果の分析結果とともに、観光事業者に対するコロナショックの影響、課題を整理し、本報告書を取りまとめた。（なお、アンケート調査結果の速報値については、8 月 18 日に、プレスリリースした。当調査速報は、地元テレビ、新聞等のメディアにも大きく取り上げられ、コロナウイルスの影響に対する地域の関心の高さを改めて証明することとなった）

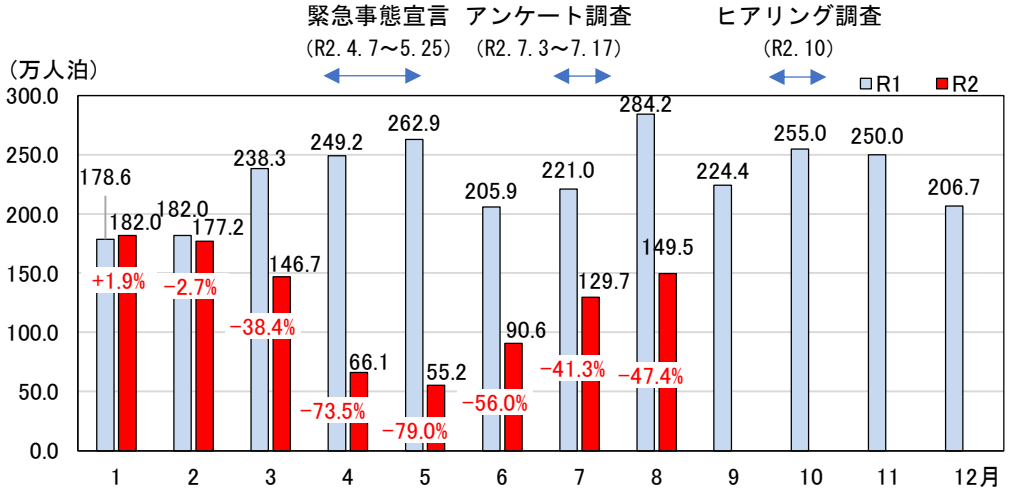
［参考：新型コロナウイルス感染拡大に関連する世界の動きと中国地域の観光客の推移］

新型コロナウイルスに関連する動きと調査時期

	新型コロナウイルスに関連する動き	調査時期
令和２年 1～3 月	【1/6】中国 武漢で原因不明の肺炎 厚労省が注意喚起 【1/31】政府 中国 湖北省に滞在歴のある外国人の入国拒否を決定 【2/3】乗客の感染が確認されたクルーズ船 横浜港に入港 【2/13】国内で初めて感染者死亡 神奈川県に住む 80 代女性 【2/27】3/2から全国の学校を臨時休校とするよう要請 【3/24】東京五輪･パラリンピック 1年程度延期に	
4～6 月	【4/1】政府「4/3 から全世界からの入国者に2週間の待機要請」決定 【4/7】7都府県に緊急事態宣言 【4/13】「緊急事態宣言」全国に拡大 【5/14】緊急事態宣言 39 県で解除 8都道府県は継続 【5/25】緊急事態の解除宣言 約1か月半ぶりに全国で解除 【6/19】都道府県またぐ移動の自粛要請 全国で緩和	
7～9 月	【7/22】「GoToトラベル」キャンペーン始まる（東京除外） 【7/23】国内の1日の感染者 981 人 過去最多 【7/28】国内の死者 1,000 人超える（クルーズ船除く）	アンケート調査 （R2. 7. 3～7. 17）
10 月	【10/1】「GoTo トラベル」キャンペーン東京追加 【10/14】フランスが 3 か月ぶりに非常事態を宣言 ヨーロッパで感染再拡大	ヒアリング調査 （R2. 10）

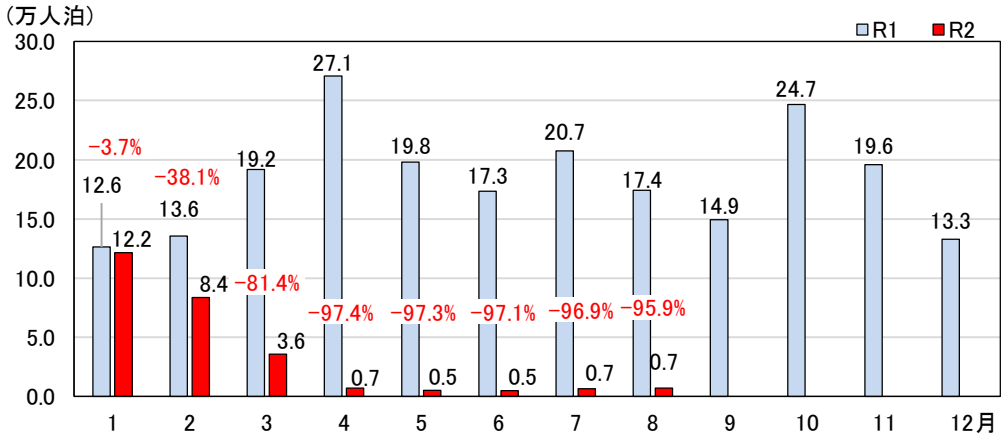
（出典）NHK ホームページ「特設サイト新型コロナウイルス」（観光関連のニュースを抽出）

中国地域の延べ宿泊者数の推移と調査時期



出典：宿泊旅行統計（観光庁） ※R2 年は 2 次速報値、外国人を含む全数

中国地域の外国人延べ宿泊者数の推移



出典：宿泊旅行統計（観光庁） ※R2 年は 2 次速報値

2. アンケート調査

(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感染拡大の中国地域の主要観光事業者への具体的影響や懸念、課題等の把握を目的として、中国地域の主要観光事業者や観光関係団体の生の声を聴取するためアンケートによる調査を実施した。

■調査時期

令和2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

（観光施設、宿泊施設、交通事業者、旅行業者等、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%		

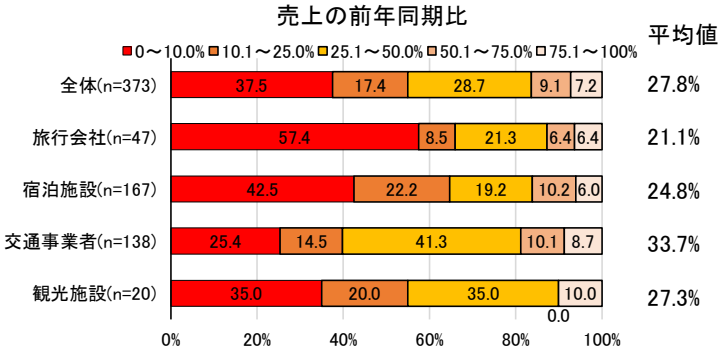
（2）アンケート調査結果概要

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、「疎」を活かした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 37.5%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。

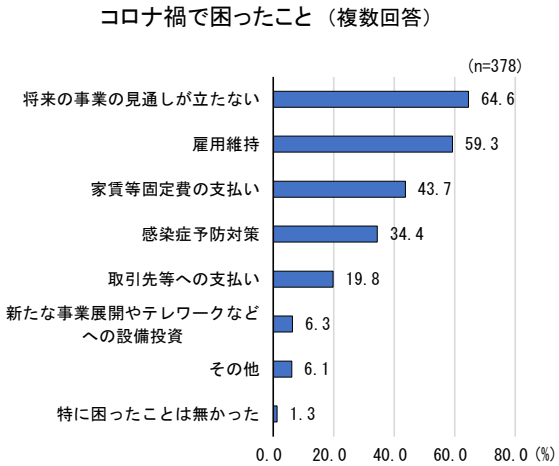
・９割以上減と回答した事業者が回答 372 社中 140 社（37.5%）あり、特に旅行会社、宿泊施設で落ち込みが顕著である。



■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。

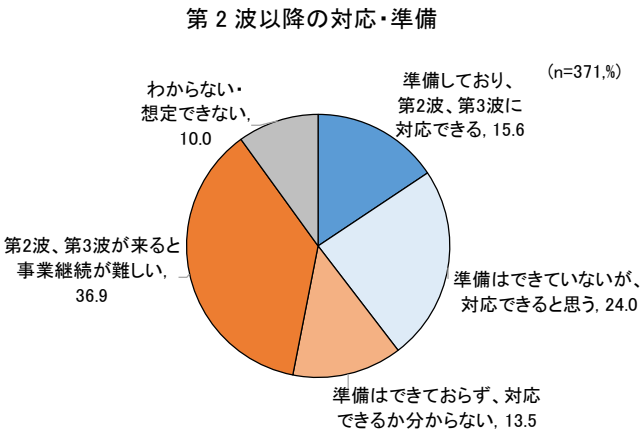
・また雇用の維持も困ったこととして挙げられているが、これまでに「持続化給付金」や「雇用調整助成金」を中心に 96%が何らかの支援制度を利用しており、実際に従業員を減らす対応をした事業者は全体の 5.6%に留まっている。



■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。

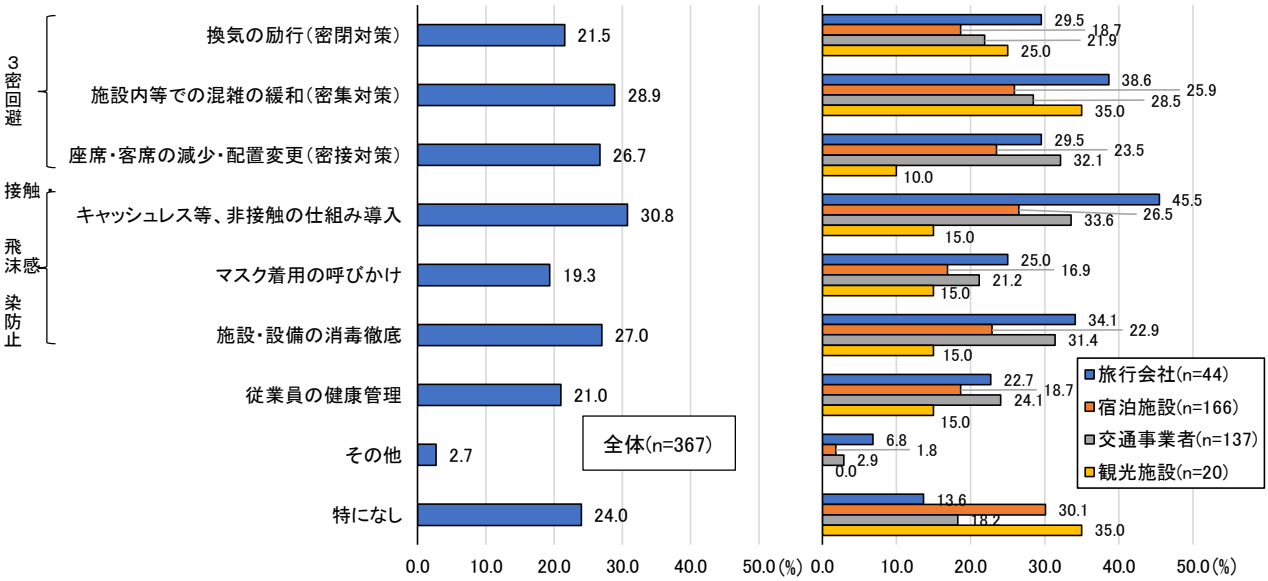


■コロナ感染拡大防止で対応が難しいのは「キャッシュレス等、非接触の仕組み導入」がトップ

・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。

・業種別にみると、全体的に旅行会社は対応が困難な事柄が多くなっているほか、観光施設では密集対策が困難であると回答している事業者が多い。

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



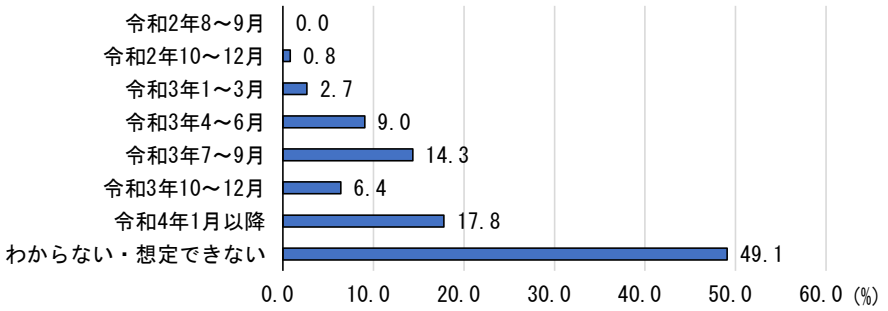
■コロナ禍でオンライン販売やテイクアウト・デリバリー需要への対応等、新たな取組も見られる

・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。

インバウンド観光市場回復時期予測 (n=377)

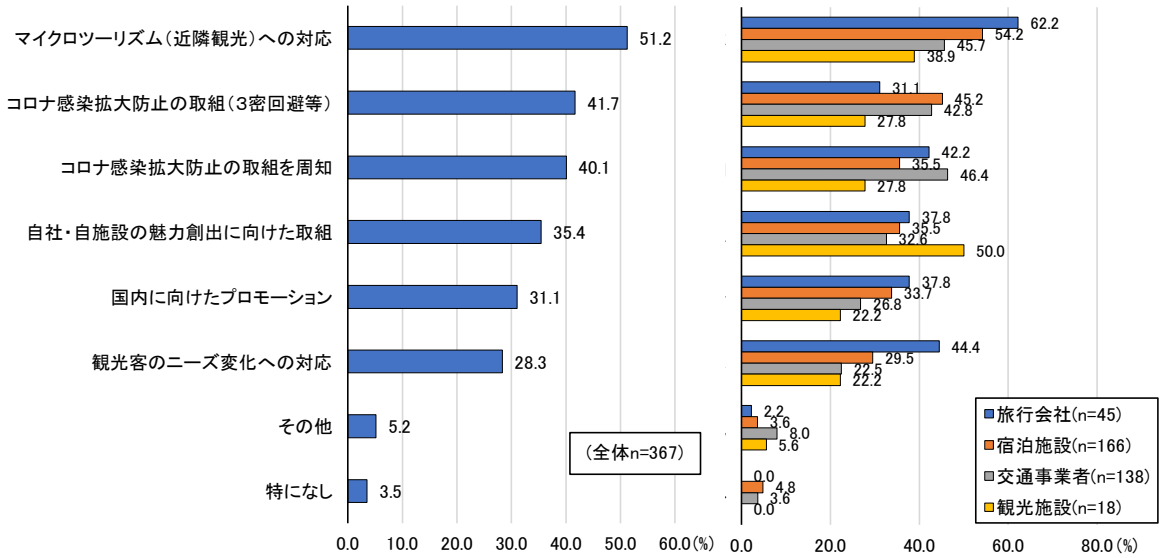


■国内観光の回復に向けて、マイクロツーリズム（近隣観光）の必要性が指摘されている

・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、特に旅行会社、宿泊施設での回答が多い。

・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。

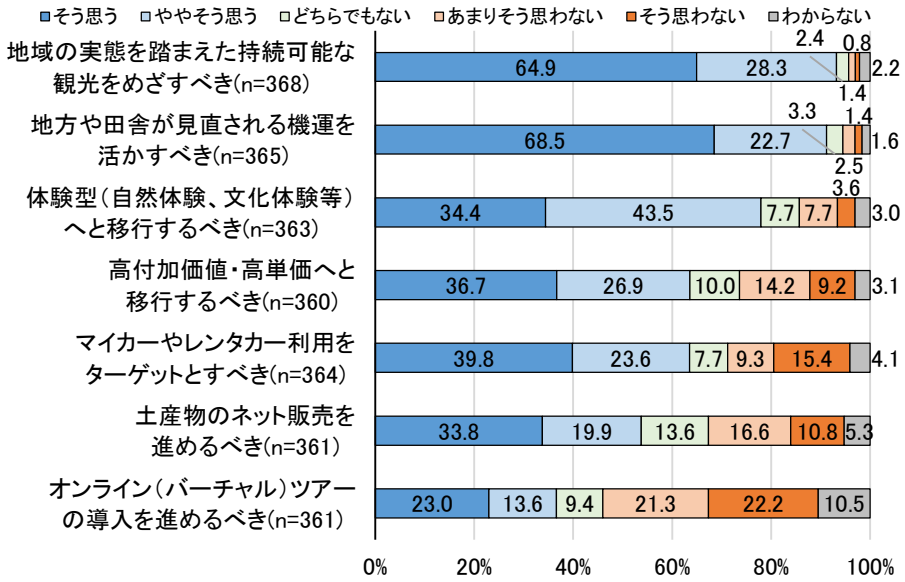
自社・自施設における国内観光回復に必要な対応



■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「疎」を魅力として誘客し、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。

中国地域で取り組むべきポストコロナにおける観光スタイル



3. ヒアリング調査

(1)調査対象・日時

・観光事業者のコロナショックの影響や今後の課題整理のため、GoTo トラベル事業が本格的に始動（東京都発着の商品も対象に追加）した令和 2 年 10～11 月時点において、観光関係団体６件を対象としたヒアリング調査を実施した。

	対象団体	実施日
1	観光推進組織 A(観光協会、観光連盟等)	令和 2 年 10 月 19 日(月)
2	観光推進組織 B(観光協会、観光連盟等)	令和 2 年 10 月 30 日(金)
3	観光推進組織 C(観光協会、観光連盟等)	令和 2 年 11 月 6 日(金)
4	旅行業関係者	令和 2 年 10 月 14 日(水)
5	交通事業関係者 A	令和 2 年 10 月 26 日(月)
6	交通事業関係者 B	令和 2 年 10 月 27 日(火)

(2)ヒアリング内容

①コロナ禍における業界の状況

各業界とも 4～5 月の緊急事態宣言下では大きく落ち込み、その後徐々に回復傾向となっている。今後、地元のことを良く知っている観光人材の育成や、平日の旅行を増やすなど時間的、地理的な分散を促すことが求められている。

(業界の状況)

○旅行業全体の今年の収益は前年比 4 割（6 割減）程度になる見込みであり、大変な状況にある。コロナでデジタル化が加速し、リアルの店舗営業スタッフを抱えているところは厳しい。

○宿泊、飲食業などの観光関連業界の全ての事業者が多大な影響を受けていると認識している。直近の宿泊実績をみると瀬戸内エリアで前年同月比マイナス 46%程度。GoTo トラベル事業がけん引し、半分程度の宿泊が戻ってきている状況である。

○コロナ禍においては、持続化給付金や雇用調整助成金等の支援策があり、事業者は助かっている。事業規模としては、中小よりも大手の方が雇用者維持のために厳しい状況にあるだろう。

○交通事業者のうち船舶事業者の輸送人員実績は 5 月が底であり、対前年で 2 割程度（観光路線 1 割、生活路線 5 割）にまで落ち込んだ。最近は持ち直しが進んでおり、9 月実績では 7 割程度（観光路線 5 割、生活路線 8 割）、10 月は観光地が各所とも賑わっているので、更に改善していると推測される。

○バス事業者は地域の公共交通としての役割を果たすため、コロナ発生以降も運行を行ってきたが、各事業者とも輸送人員、運賃収入とも大幅減となっている。ゴールデンウイークを含む 4～5 月の落ち込みが特に大きく、一般路線では輸送人員、運賃収入とも前年比 50～60%減、高速バスも同様で 80～90%減となった。今後もインバウンド需要や国内団体客が

戻ってくる見込みは考えられないため、当面 20～40%減状態が続くものと思われる。

○空路については、4 月～8 月の国内線旅客は前年比約 7 割減と低迷している。国内線は、やや回復の兆しがみえるが、国際線では、引き続き回復の兆しが見えない。

(課題・今後の見通し)

○貸切バスに対する支援・助成が少なく、また、各自治体による支援内容にアンバランスがあることが課題となっている。貸切バスはレジャー用のみならず、鉄道災害時の代行輸送や MICE、コンサート、スポーツなどのイベントにも利用されている。一般路線の赤字を貸切バスの黒字で埋めて地域交通を維持するなど重要な役割を担っているので、支援・助成をお願いしたい。

○コロナ禍でマイクロツーリズムを志向する動きがある中、地元のことを良く知っている観光人材が必要だ。ガイドの養成を含めた観光に精通した人材を地元で育てることが必要だと思っている。観光人材育成が、交流人口、関係人口の拡大に繋がるものと考えている。

○中国地域全体をみるとチャンスだと言える。コロナ以前、中国地域では、観光客が集中していたのは一部であり、他の地域は「疎」だった。この「疎」のエリアへの誘客を行うことによって、宮島や尾道などのピークのエリアが少なくなっても、中国地域全体でカバーできる。基本的には３つの分散のイメージを持っている。時間、時期、集積地の分散。昼間と夜、閑散期と繁忙期、混んでいるところとそうでないところのピークを下げて、低いところを上げる。このチャンスを逃したら、またしばらくチャンスは来ない。IT 環境が整ってきている今、企業の働き方改革も含めて、平日の旅行を増やすなど観光の平準化、旅行の楽しみ方を変えていけると思う。

②GoTo トラベル事業について

GoTo トラベル事業は 10 月から東京都が追加され、旅行することを国も認めているという安心感もあり、旅行で動く人は増えている。ただし、電子クーポンの利用が難しい点や終了後の反動減が見込まれる点等、課題もある。

(GoTo トラベル事業に対する評価)

○GoTo トラベル事業により、近距離の旅行は増えている。また、10 月から東京都も加わり、東京から地方へ行く人は増えたが、東京へ行く人は少ない。また、高級旅館、高級ホテルの利用は増えているが、全体の取り扱いの中ではボリュームは少ない。

○GoTo トラベル事業で人が動き始めた。旅行再開のきっかけという意味では GoTo はあっても良いと思うし、観光事業者が自立できるタイミングまでの延長は理解できる。

○旅客船の輸送人員が回復傾向にある背景には、利用者にとって GoTo トラベル事業により経済的メリットが生じたことが大きいが、それ以外にも心理的な効果があると思われる。旅行することについて国も認めているという安心感が利用者に生まれたのではないか。今回、自治体ではなく国として GoTo トラベル事業を実施したことに意味があると思う。

○GoTo トラベルキャンペーン等を契機に、観光面では県内を中心とした国内の個人旅行の回復を期待している。修学旅行などの団体旅行は戻っていないものの、バスの安全対策(消毒、

換気、仕切り板設置、十分な座席間隔等)をしっかりPRすることで回復につなげていきたい。

○スタート当初、東京除外であったが10月からの東京参入を受け、国内線、JRともに利用率がゆるやかに回復基調であると認識している。宿泊施設においては、皆生温泉のホテルなどで対前年の7割程度まで回復している施設もあり、キャンペーンの実施効果はあると推察する。

○GoToトラベル事業は、観光需要喚起策として効果があった。実際の旅行者が、購入時に割引されているというのは、使い勝手として良いと感じている。

(GoToトラベル事業の課題)

○今回のGoToの地域共通クーポンの電子クーポンは非常に使いづらい。旅行者にやさしいシステムになっておらず、機能しない仕組みでは、期待した通りの効果が得られないのではないか。

○事業者側からすると、割引分の収入が入ってくるのが後になるので、キャッシュフローの問題がある。

○このようなキャンペーンには反動減という話が出てくる。いつなら止めても良いのか、どのような状況になったら止めるかという設計をしておきたい。

○旅行者マインドとしては、今は安心して旅行できる状況ではない。安心できる状態を作るための取組に関しては、絶え間なく行う必要がある。安心安全の可視化が進めば、不安曲線が下がってくる。そうするとGoToが無くても動くのではないか。

○今後、GoToトラベル事業が終わったときに観光需要がどうなるかは政府が発信するメッセージ次第だと思う。予算が尽きたから終わったといえば観光需要は当然減るが、コロナのリスクが少なくなったから終わったと国民が受け取れば落ち込みは少ないと思われる。

③インバウンドの回復見通し

インバウンド回復の見通しは立っておらず、東アジアから徐々に回復していく見込みである。成田・羽田・関空から定期便が復活していくが、地方空港への定期便復活は時間がかかるためチャーター便誘致等から再開したい。

○インバウンドは、来訪手段も絶たれており、来ていない。今は見通しが立たない。

○インバウンドの回復自体は、航空便の運航再開時期による。成田、羽田、関空だけではなく、地方空港まで運航再開させないと回復しない。感染拡大予防対策をして、水際対策をしつつ、そこはできるだけ早く再開すべきである。

○地方空港を元に戻していくのは大変。最初は週2便から始めて、週7便(デイリー)に戻るまでには時間がかかる。最初はある程度チャーター便を考えた方が良い。県や市やJATAが協力して、リスク分散してチャーター便を誘致する仕組みを作っていく必要がある。

○クルーズも来るようになればインバウンド消費が増える。クルーズは何か国も立ち寄ってくるので、各国との入出国での感染予防ができるかどうか。ガイドラインが守られれば良いが、そのあたりは飛行機と一緒であり、水際対策の徹底ができない限りは再開できない

だろう。

○インバウンドについては、当面、欧米豪は難しいので、東アジアを中心に関係する航空会社とのやり取り、現地オペレーターとの連携を始めている。欧米豪については、オリンピックを見据えて半年後に回復と言いたいところだが、まだまだ1年以上かかる。アジアは春先から徐々に回復してくるかもしれない。

○今後2年間はインバウンドの回復は難しいのではないか。ただし、インバウンドが回復したときのために受け入れのための環境整備は継続する必要がある。出国税が見込めなくなる中、環境整備に要する費用を手当てするための新たな財源も必要になってくる。

○国際交通貨物協会は、2022年までに国内観光客が、2024年にインバウンドがコロナ禍以前の水準に戻るという想定をしている。

○現時点で、コロナ感染者が欧州、米国で大幅に増えてきている。北海道が増えているように、冬季に増えるとなると、見通しが更に不確定になる。

○インバウンドは2030年に向けて伸びていくと考えており、今年度は、将来に向けた準備、備えとして、海外とリレーションを作っておくという活動はしておきたい。

④安全・安心の確保のための取り組み

観光事業者の感染防止対策について、国・県・市の様々な支援策により個別の店舗や事業者の取組が進んでおり、今後は混雑状況の可視化等、地域全体で「安全・安心」な状況を作る段階となっている。

○観光事業者の感染防止対策について、従業員のマスク着用や消毒用アルコールの配備など、個別の店舗や事業者の取組が進んでいる。

○広島県においても、自主的な感染予防策の取り組みを広島県に宣言した事業者には「新型コロナウイルス感染症対策取組宣言店」の宣言書を発行している。また、県内の飲食店に対して、アクリル板、非接触体温計、サーキュレーターなどの感染予防対策を目的とする設備の購入に必要な経費を 10 万円まで補助する事業や、業界の定めるガイドライン遵守や感染者発生時の行政への積極的な協力など、一定の水準以上をクリアした店舗に対しては「広島積極ガード店」として登録、公開している。

○広島県観光連盟（HIT）では、施設や駐車場等の混雑状況の可視化や、キャッシュレス、自動チェックイン機の導入など安全・安心でストレスフリーな受入環境整備等、「密」を回避する取組を進めようとしている事業者や市町村などを対象とした「デジタル技術等を活用した観光地スマート化推進事業補助金」の公募を 10 月 19 日に開始した。予算 11 億円であり、受入環境整備事業は4/5補助、混雑状況可視化対策事業は10/10補助で、それぞれ補助上限額は2,000万円となっている。

○施設側としても、これまではたくさん観光客が来てくれれば良かったが、ウィズコロナ時代は来られすぎると困る。混雑状況を可視化し、リアルタイムで情報提供することは、観光客自身にとっても、施設にとっても良いことになる。

○安全・安心の取組については各県が行っており、瀬戸内エリアとして各県の取り組みを見せることが必要だと思う。

⑤今後要望したい事項

国内観光需要の維持・拡大に向けた当面の支援として、観光需要の回復状況を踏まえた国内需要喚起策の継続や支援・助成の拡大、旅行の「安心・安全の確保」に向けた取り組みへの支援（３密対策、非接触対策等）が求められている。

（支援・助成の拡大）

○バス事業者が大幅な赤字経営に陥っていることから、引き続き、地方創生臨時交付金、 雇用調整助成金、持続化給付金、感染防止対策などの支援・助成を拡大してほしい。公共交通としてのバス運行を維持するため、軽油取引税などの税率低減なども含め、燃料費軽減に向けた支援方策を検討してほしい。

○受入地域の感染防止対策のレベルアップを目的に、非接触型電子決済、非接触型の音声ガイダンスなどのコミュニケーションツールの設置を行うための事業者補助の施策をお願いしたい。

○これからの観光では、地元の旅行会社が地元を知ることが大事である。大久野島や大和ミュージアムに行ったことない旅行業者が多い。自己研鑽で勉強するが、実際に現地に行ってない人は多い。国や県への要望として、観光人材育成の取組に予算を付けていただき、継続して人材育成ができれば良いと思っている。

○ 交通事業者４団体（バス・旅客船・鉄軌道・タクシー）共同で、除染対策、事業継続、港湾使用料の減免などについて要望活動を実施したところ。

○持続化給付金を支給していただいているが、今回のコロナによる輸送客減は旅客船事業者を直撃しており、今後経営難に陥る事業者が出てくる可能性もある。今後の資金繰りに影響しないよう融資を劣後ローンに切り替え自己資本比率を維持する等、丁寧な支援が必要である。

○GoTo キャンペーンは国内流動の需要喚起策であり、インバウンドの誘客回復に直接的な効果はない。今後、当該国の無査証協定などが回復をした地域から、インバウンドの回復となるような海外版の GoTo キャンペーンの施策の投入を希望する。

○要望として、観光推進組織の財政支援はお願いしたい。

（支援・助成の期間延長）

○今後、短期間のうちにバス需要がコロナ発生以前の状態に回復することは考えられず、前年比 20～40%減状態が続くと想定されることから、各種の支援・助成の期間延長（少なくとも年度末まで、本意はコロナ終息まで）をしてほしい。

○今年度の補助金は臨時交付金を使っているが、「密」回避の取組は来年度以降も大事であり、継続的に取り組んでほしいという事業者からの要望もあるため、来年度以降も臨時交付金等つけてもらえると良い。

○GoTo トラベル事業の今後の見通しとしては、1 月までは回復傾向あるものの、終了後の 2 月以降の予約は入って来ていない。2 月以降は反動減となる恐れがあり、GoTo トラベル事業の延長を要望したい。

○コロナウイルスのワクチン接種の開始など根本的なコロナ対策が実施され、旅客に感染の

不安が消えない限り、GoTo キャンペーン終了と同時に今の回復基調が一転し、需要が下降することが推察される。よって、GoTo キャンペーンは、現在の 1 月末終了ではなく、ワクチン開発、接種となるまでは、継続的な実施を希望する。

○GoTo キャンペーンは、国内対策としては非常に有用であるため、できれば継続してほしい。

○2 月は厳冬期であるため観光需要が落ち込む時期であり、GoTo トラベル事業を 1 月末で事業を終えるのはタイミングが悪い。可能であれば継続してほしい。

○緊急医療の体制やワクチンが整備されるまではコロナの影響が続くと思われるので、その間観光需要を維持するためには GoTo トラベル事業のような需要喚起策は必要である。

(利用者に対する安心感の周知)

○バス事業者は、新型コロナウイルス感染症対策ガイドラインに則り、安全対策(消毒、換気、仕切り板設置、十分な座席間隔等)を丁寧に講じている。また、利用者の安心感醸成に向けバス事業者を対象に、実際のバス内で煙を使用し空気が 5 分で入れ替わることを実証するセミナーを開催する。GoTo トラベルキャンペーン等を通じて、国や地方公共団体は利用者の安心感改善に向けた周知、広報活動に率先して取り組んでほしい。

○「安全」の確保のためには「技術」で対応できるが、「安心」の確保のためには心理的な対応が必要である。

(地域からの要望)

○公共交通は、今回のコロナ禍で厳しい環境に置かれている。公共交通を今後も維持するため、中国経済連合会を含め、各経済団体からの政府要望の中で我々の意見も反映させていただけないかと考えていたところ。業界団体として要望しても利益誘導ととらえられるリスクがあり、中国経済連合会や商工会議所による地域要望とする必要があると感じている。

４. コロナによる観光産業への影響と対応方策の提案

（1）コロナが観光産業に及ぼした影響

新型コロナウイルス感染症の拡大による観光産業への影響として、直接的には国内外の観光客の減少による収益悪化が挙げられるが、急激に経営が悪化した飲食、宿泊、交通等の観光産業に対して、行政による経営支援策や需要喚起策等により、国内観光客は徐々に回復傾向を示している。また、観光事業者においては、感染拡大防止の観点から従業員と観光客の接触を避ける目的で、自動チェックイン機の導入やキャッシュレス等の非接触技術の利用増加等、デジタル化が急速に進展している。

観光客側のニーズも変化しており、観光施設や飲食店での個室化や座席の間隔を空けた対応等、ソーシャルディスタンスを求めたり、アウトドアやアクティビティなど自然の中のコンテンツや在住地周辺地域への訪問（マイクロツーリズム）等、「密」を避ける観光行動が増加している。

また、テレワーク等はIT産業を中心にコロナ禍以前にも進んでいたが、コロナ禍における感染拡大防止に向けて外出自粛、通勤時の混雑回避が求められ、様々な産業においてテレワーク活用が行われ始めた。場所にとらわれない働き方が可能になり、日本人のライフスタイルの変化が起こっている。

一方、コロナ禍以前に急増したインバウンド（訪日外国人観光客）市場は、一部の近隣国との間でビジネス交流が復活しつつあるものの、欧米における感染の再拡大もあり、今後の見通しは立っていない状況となっている。

（2）今後の対応の方向性

コロナウイルスが収束するまでの当面の期間（ウィズコロナ期）への対応とコロナウイルスが制圧されたコロナ後（ポストコロナ期）を見据えた対応の２つのフェーズで考えることが有効である。

ウィズコロナ期においては、観光産業の維持・存続とコロナ感染の拡大防止の両立を図るため、行政による支援・助成と安心・安全の推進に重点を置いた対応がもっとも肝要である。具体的には、GoToトラベル事業等の需要喚起策をはじめ、経営継続や雇用維持のための観光産業への支援策を状況変化に対応しながら継続的に実施することが求められる。

また、キャッシュレス等非接触技術の導入や混雑状況の可視化等、観光産業のデジタル化の推進とともに、需要喚起策の効果をあげるためにも各観光関連産業による感染拡大防止策や混雑する時間を回避できるような情報提供等、安心・安全な地域であることを広くＰＲすることが求められる。

加えて、国では休暇の分散やワーケーションの推進に向けた方針が検討されており、新たな生活様式（New Normal）における観光産業のあり方の一つとしてテレワーク環境の整備が考えられる。

コロナウイルスの収束後（ポストコロナ期）は、ウィズコロナ期での対応を継続するとともに観光客のニーズに対応するため更なる進化が必要である。まず、デジタル技術の活用促進による観光事業の深化が求められる。団体中心から個人や少人数単位での観光というスタ

イルの変化を見据えたデジタルマーケティングの活用や各フェーズ（旅マエ、旅ナカ、旅アト）でのオンライン化の推進が一層重視される。

また、コロナ禍により喚起された自然・野外・体験など個人の嗜好や関心へも的確に対応できる観光地づくりも進める必要があり、観光コンテンツの高付加価値化や MaaS 等の交通機関の利便性向上に向けた取り組み等、観光地が一体となって観光客の利便性向上に取り組むことが重要となる。

さらに、ポストコロナ期においては、インバウンド需要は回復するとの見方が有力であり、現在議論が進められている働き方改革と連動した平日・閑散期の観光需要の創出により繁忙期の偏りを平準化させることが期待される。そのような動きに迅速に対応するためにも、ウィズコロナ期における新たなコンテンツ開発やプロモーション活動に向けた的確な準備が必要となる。

【コロナ禍による観光産業への影響・今後の対応の方向性（提案）】

	コロナの影響	ウィズコロナ期に必要な対応	ポストコロナ期に必要な対応
観光関連産業の経営	・昨年比大幅減収 （各種補助金、GoTo トラベル事業等で徐々に回復）	① 観光産業への支援策の継続 ・GoTo トラベル事業等 ・持続化給付金 ・雇用調整助成金	①デジタル技術を活用した観光事業の深化 ・旅マエプロモーション、旅ナカ情報提供手、、旅アト顧客管理手法 ・All in one 観光のシステム化 ②新たな生活様式（個人対応の重点化）に対応した観光地域づくり ・観光コンテンツの高付加価値化 ・地域内経済循環・消費増 ・MaaS 等、交通機関の利便性向上 ③インバウンド回復時の観光需要平準化 ・インバウンドの復活（新たなコンテンツ開発、プロモーションによる誘客） ・働き方改革と連動した平日・閑散期需要の創出
観光産業におけるデジタル化の進展	・デジタル化（IoT/AI の活用）の進展スピードが加速	②観光産業のデジタル化推進 ・キャッシュレス等非接触技術の導入 ・混雑状況の可視化 ・オンラインツアー 等	
観光客ニーズの変化	・混雑回避 ・個別化・個室化 ・アクティビティ需要増 ・マイクロツーリズム増	③安心・安全な観光地づくりとPR ・安全・安心のPR ・自然・体験型ニーズへの対応 ・「適疎」観光地の発掘	
働き方・暮らし方	・テレワーク、ワーケーションの進展 （進展スピードが加速） ・休日の取り方の変化	④新しい生活様式における新たな観光の検討 ・平日、閑散期需要の拡大 ・地方におけるテレワーク環境整備	
外国人観光客（インバウンド）	・訪日客数大幅減 （回復の見通し立たず）	⑤インバウンド回復に備えた取組推進 ・在住外国人への PR による地域への誘客 ・近隣国から徐々に交流再開（入国時の水際対策の徹底）	

（3）ウィズコロナ期に必要な対応方策

①観光産業への支援策の継続

令和２年７月から開始され、10 月からは東京を含めた形となった GoTo トラベル事業については、感染拡大の懸念はあったものの、国内観光需要の喚起に大きく貢献しており、各地の宿泊客数等は回復傾向にある。トラベル事業だけでなく、飲食店支援の GoTo イート事業、商店街支援の GoTo 商店街事業等も開始され、コロナの影響により落ち込んだ観光関連産業の助けとなっている。

現時点（令和２年 11 月）において不安視されていることとしては、１月末までの事業期間であり、その後の反動減により観光関連産業に新たな打撃となる可能性である。ワクチン開発等、感染拡大が収束する時期までの事業延長が望まれる。支援の延長においては、延長決定時点の状況にもよるが、補助率の低減や平日限定等の工夫をしながら、できるだけ事業者に必要な支援を行き渡らせることが求められる。

②観光産業のデジタル化推進

○非接触の拡大・混雑の可視化

コロナ禍において、観光客ニーズは安心して楽しめる観光地、「密」を避ける観光を求める方向に変化しており、IT を活用した感染拡大防止の取組（非接触技術の活用等）や、「密」を避ける取組（混雑状況の可視化等）の推進が求められる。広島県観光連盟では、IT 技術を活用した「密」を避ける取組への支援策として補助制度（全体予算 11 億円）を設け、県内各地において安心・安全な観光地づくりを進めようとしている（参考資料１）。

○バーチャルツアーの開発、リアルタイムの情報発信の拡大

新たな観光スタイルとして WEB 上で双方向コミュニケーションを取りながら旅行先をバーチャルで巡る体験を提供するオンラインツアーも盛り上がりを見せており、ツアー収益だけでなく、EC サイトと組み合わせた商品販売や観光地のリアルタイム情報発信、コロナ禍収束後の来訪を期待する将来の顧客獲得を目的とした展開等、今後も各地で必要な取組と言える（参考資料２）。

（参考資料1）デジタル技術等を活用した観光地スマート化推進事業補助金：広島県観光連盟

一般社団法人広島県観光連盟（HIT）では、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う移動自粛が緩和される中、国内観光客はもとより将来のインバウンド需要の回復も見据えながら、誰もがストレスなく安全・安心に周遊観光を楽しめるよう、観光地や観光施設等を対象に、デジタル技術も活用した観光インフラ整備を実施する経費に対し予算の範囲内で補助金を交付する。（令和 2 年 10 月 19 日公示）

＜補助金概要＞

事業メニュー	予算配分（予定）	導入事例
「デジタル技術活用受入環境整備事業」 観光施設等におけるデジタル技術の活用や新しい生活様式に対応する等，安全・安心でストレスフリーな受入環境整備事業	10 億円	・MaaS を活用した海上交通の整備 ・IT を活用し収益率 UP を目指したビジネスモデルの整備 ・DX を活用した混雑予測システムの導入 ・ダイナミックプライシングの導入 ・事前予約システムやチケットレスシステム等の導入 ・二次元コードを活用した観光案内板の整備 ・VR 機器や AI チャット Bot の導入 ・自動チェックインシステムの導入 ・室内換気効果シミュレーション
「基本的な受入環境整備事業」 観光施設等における基本的な受入環境整備事業		・ユニバーサルデザイン化に必要な施設改修 ・無料公衆無線 LAN の整備 ・観光案内板の多言語整備 ・サーモグラフィ導入や飛沫防止対策など新型コロナウイルス感染症対策に係る環境整備
「混雑状況可視化対策事業」 観光施設等における混雑状況の可視化対策事業	1 億円	・ 観光施設等の混雑可視化システムの導入

（出典）広島県観光連盟ホームページ

（参考資料2）オンラインツアーの実施（sokoiko!：株式会社 mint）

株式会社 mint（本社広島市）では、インバウンドをターゲットとしたサイクリングツアーsokoiko!を展開しており、地元の人が案内し、ストーリー性を持たせた内容を特徴として掲げ、コロナ以前は年間 1000 人が利用、令和元年にはトリップアドバイザーのエクセレンス認証、令和 2 年にはトリップアドバイザートラベラーズチョイスの認定も受ける事業に成長した。しかし、コロナ禍において外国人観光客利用が無くなり、日本人マーケットの開拓の一環でオンラインツアーを開始し、徐々に成果を上げている。オンラインツアーの目的は、収益だけでなく、双方向で会話ができるオンライン広告事業として捉えることもできると考えている。

（出典）Sokoiko!ホームページ、TABICA 紹介ページ、やまとごころセミナー内容紹介ページ

③地域資源を活用した安心・安全な観光地づくり推進とＰＲ

コロナ禍においては、前述の非接触技術の導入等に加えて、個人旅行の増加、マイカーやレンタカー利用の増加、野外アクティビティの需要増加等、個別・屋外ニーズの変化への対応についても観光地に求められている。

このような自然体験型ニーズは、これまで２次交通が課題となり観光客が少なかった地域や、山・川・海等の自然資源に恵まれている地域においては機会と捉えることができる。中国地域においてこのような取り組みを積極的に進めることにより、多様な地域での観光振興の取組や、平日や閑散期の需要の喚起等、観光事業の地理的、時間的平準化に繋がるものと考えられる。

コロナ禍における観光ニーズの変化に対応する適度に「疎」である「適疎」地域として、安心・安全な観光地づくりと発掘を進めるとともに、中国地域全体が安心・安全な観光地であることを地域が一体となってＰＲすることで、ウィズコロナ期における観光客数の増加が図られると考えられる。

④新しい生活様式（テレワークやワーケーション）を踏まえた新たな観光の検討

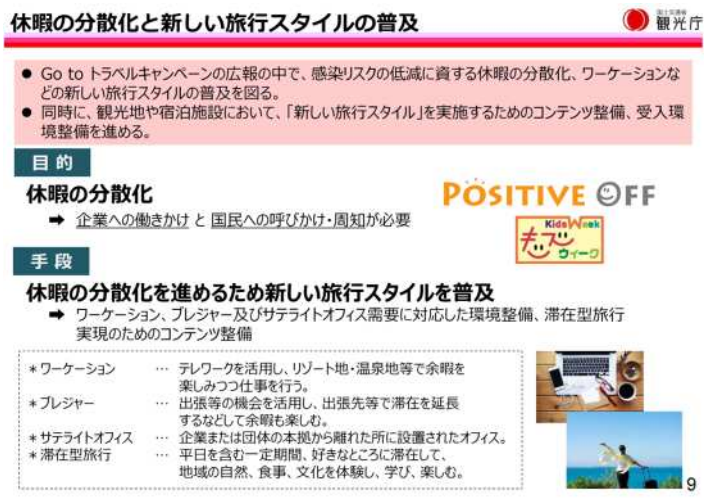
コロナ禍でテレワークの動きが加速し、国においてもワーケーションによる平日需要喚起方策が提起される中、ポストコロナ期に向けて、暮らし方、働き方の変化に対応した観光振興方策を検討する必要がある。

密を避ける観点からも休暇の分散化が求められ、平日需要拡大キャンペーンを行う等、平日・閑散期需要の底上げを図る施策を展開する必要がある。

また、デジタル技術の進展を取り込むことでテレワーク環境を整備した観光地づくりが考えられる（参考資料３）。

（参考資料3）休暇の分散化と新しい旅行スタイルの普及（観光庁）

観光庁資料によると、旅行消費の増加に向けた取り組みとして、休暇の分散、ワーケーションの推進に向けた方針が検討されている。ワーケーションは「テレワークを活用し、リゾート地・温泉地等で余暇を楽しみつつ仕事を行う」もので、休暇の分散化を進めるための新しい旅行スタイルの1つとして提案されており、その他、ブレジャー、サテライトオフィス、滞在型旅行が提示されている。



（出典）第 38 回観光戦略実行推進会議（令和２年７月 27 日開催）資料１：観光庁資料

⑤インバウンド回復に備えた取組推進

○日本在住外国人への働きかけ

コロナ禍以前まで急激に拡大したインバウンドについては、コロナ禍における入国制限により訪日外国人客数はほぼ０となり､延べ宿泊者数も前年比マイナス97%程度が続いている。このため、GoToキャンペーンや安全・安心ＰＲ等により、日本在住外国人に中国地域への来訪を積極的に働きかける必要がある。

○従来の取引関係を活用したデジタルによる情報提供

日本の観光地の現状をデジタルの活用により海外へ情報発信するとともに、従来から関係を構築している海外の観光事業者へ情報提供等を定期的に行うなど関係を維持することが必要である。

○観光コンテンツや受入環境の計画的な整備

今後、東アジア等の近隣国から、入国時の水際対策を徹底しつつ、徐々に交流が再開すると見込まれており、交流を再開した国へのデジタルマーケティングやプロモーション、リモートによる商談会等に順次取り組むとともに、ポストコロナ期に向けた新たなインバウンド向けコンテンツ整備や受入環境整備を準備しておく必要がある。

(4)ポストコロナ期に必要な対応方策

①デジタル技術を活用した観光事業の深化

○観光データのより一層の収集と活用

ポストコロナ期では、コロナ禍において加速したデジタル化の流れを受け、観光のあらゆる側面でデジタル化を進める必要がある。国内外に向けた旅マエのプロモーションをはじめとして、観光地でのスマートフォンによる情報収集ニーズに対応した旅ナカでの情報提供、SNS 等を活用した旅アトの観光客からの情報発信、観光客の口コミデータの収集によるマーケティング等、デジタルを活用して観光事業を深化させていくことが求められる。

○観光の“All in one”化の推進

観光客が各地の観光コンテンツに集中でき、純粋に旅を楽しめることが観光の理想の姿と思われる。このため、旅先での過ごし方や交通手段、宿泊施設などを容易に検索、予約、決済できるAll in oneシステムの構築と普及が必要である。

②新たな生活様式に対応した個人を重視する観光地域づくり

ウィズコロナ期において必須であった安心・安全な観光地づくりはポストコロナ期においても求められ、個人化・個室化に対応したコンテンツの整備が必要となる。団体旅行の受入による収益確保を前提とした既存観光地のビジネスモデルは、個人旅行対応でも収益の上がるビジネスモデルへの転換が求められ、また既存観光地以外の地域においては地域資源を活用した個人旅行対応を前提とした商品開発が必要となる。

個人対応として体験型などオーダーメイドの高付加価値商品の造成や、ガイドの養成、プライベートガイド付ツアーの造成等、高付加価値、高単価のコンテンツ開発を進めるとともに、地域内経済循環を高めるためにも地域一体で取り組むことが重要である。

また、観光客ニーズへの対応として、非接触で利用可能であり、シームレスな公共交通利

用ができるMaaS（Mobility as a Service）について、二次交通の利便性向上方策の１つとして各地域において導入することが求められる。

③インバウンド回復時の観光需要平準化

コロナ禍において失われたインバウンド需要については、ポストコロナ期において回復するというのが大方の見方である。大阪万博など今後開催される国際的なイベントを効果的に活用しながら、インバウンド需要の回復を加速させる必要がある。

当面は、中国、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポール等、近隣のアジア諸国から中国地域への直行便の復活に合わせた誘客促進策が必要であり、アジア諸国から日本の地方への訪問ニーズを創出し、誘客に繋げたい。また、欧米諸国ではコロナウイルス感染の収束の見通しが立っておらず、インバウンドの回復はアジア諸国より遅れる可能性があるものの、ポストコロナ期においては回復していくものと想定される。

インバウンドの復活は平日の観光関連需要創出に資するものであり、現在、議論が行われている日本人の働き方改革と連動した平日・閑散期の需要創出等も合わせ、我が国の観光産業の長年の課題であった祝祭日などに集中する繁忙期の偏りの平準化に向け官民をあげて取り組むことが必要である。

以　　上

【参考】「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（詳細）

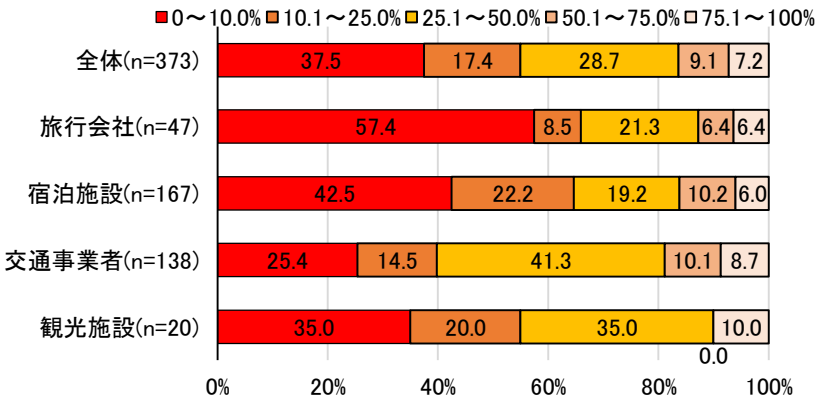
１．売上の比較

昨年同時期（４～６月又は３～５月、もしくはいずれか１か月）と比較して、売上はどの程度変化しましたか？数字は概数で構いません。

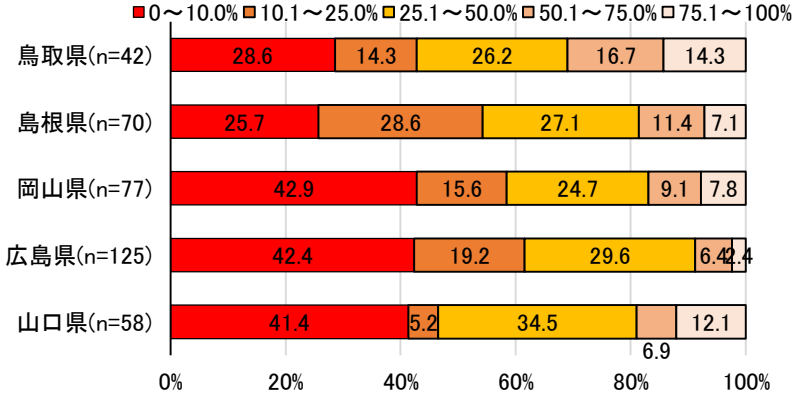
・昨年同時期と比較して、全体の８割超が売上半減以下となっており、25%以下に落ち込んだという回答が過半数（54.9%）となっている。
・業種別にみると、旅行業者、宿泊施設の落ち込み幅が大きい。また、県別では広島県での落ち込み幅が大きい。

図１　売上の前年同期比

（全体、業種別）



（県別）



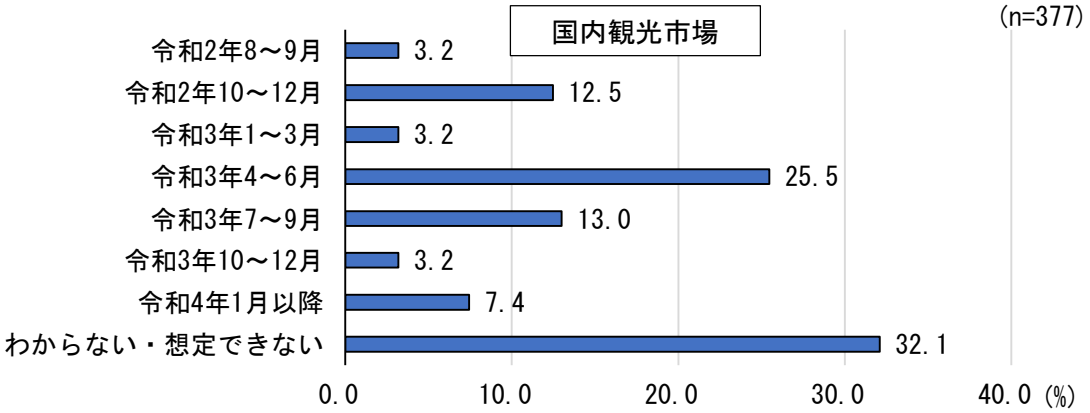
※上記及び以降のアンケート結果の数値は項目ごとに四捨五入している数字を表記しており、単一回答の項目合計が 100.0%とならない場合がある。

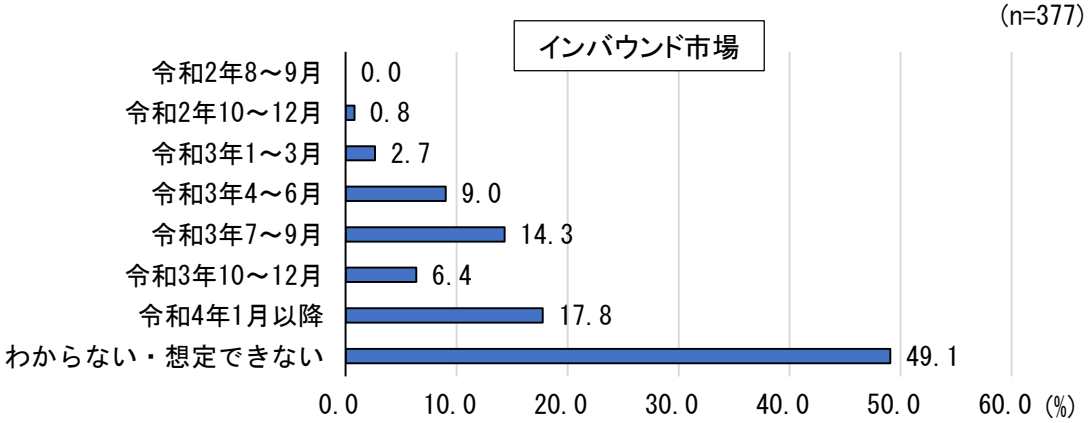
２．観光市場の回復見込み

国内の観光市場が回復してくるのは、いつ頃だと想定していますか？ インバウンド市場が回復してくるのは、いつ頃だと想定していますか？

・国内観光市場、インバウンド市場ともに、「わからない・想定できない」という回答が最も多く、国内は３割超、インバウンドは５割近くに上った。
・国内市場において、時期を想定した回答の中では、令和３年の春（４～６月）を挙げる人が全体の 25.5%と多く、次いで令和３年夏（７～９月）、令和２年秋（10～12 月）となり、今後１年以内の回復を想定した回答が多くなっている。
・インバウンド市場は、想定できないという声が多く、また、時期を想定した回答の中でも令和４年１月以降が多い等、当面は回復が見込めない状況となっている。

図２　観光市場回復時期予測



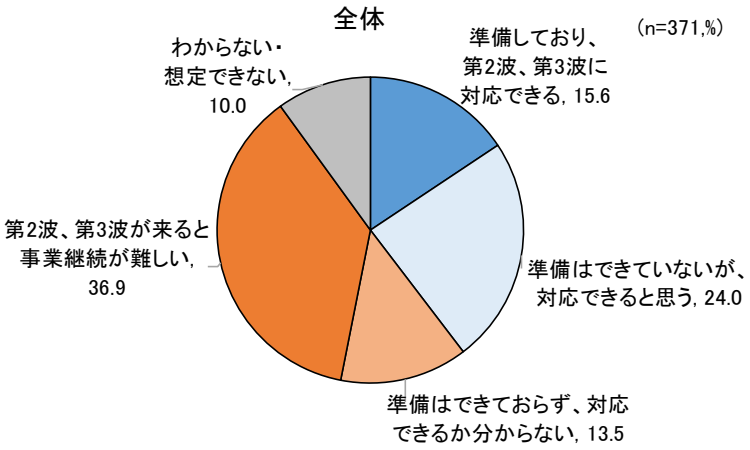


３．第２波以降の対応について

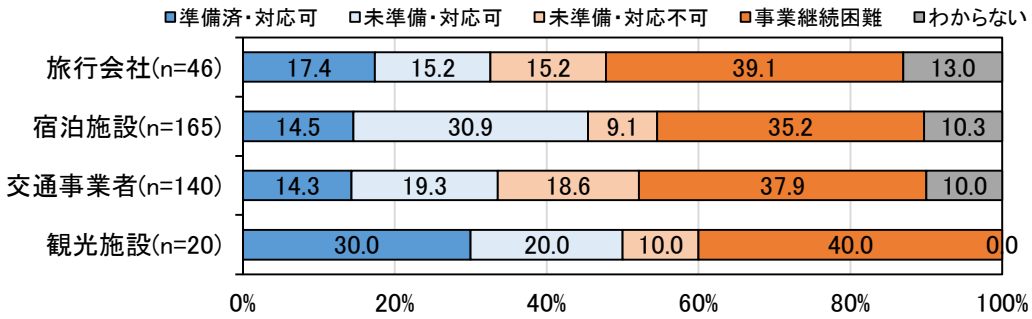
新型コロナウイルスの第２波、第３波が懸念されています。再度、外出自粛要請や休業要請（概ね１か月程度）が出された場合、対応できるよう準備されていますか？

・第２波が来た場合に「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。業種別、県別にみると、いずれの業種、県においても３～５割の事業者が「事業継続が難しい」と回答している。

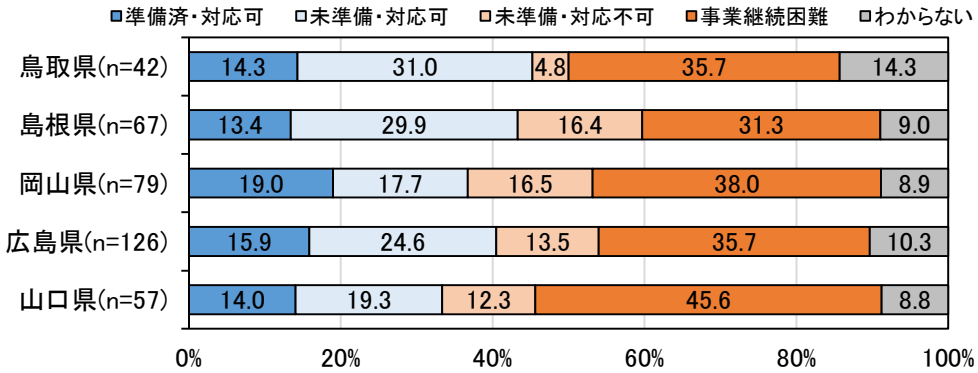
図３ 第２波以降の対応・準備



（業種別）



（県別）

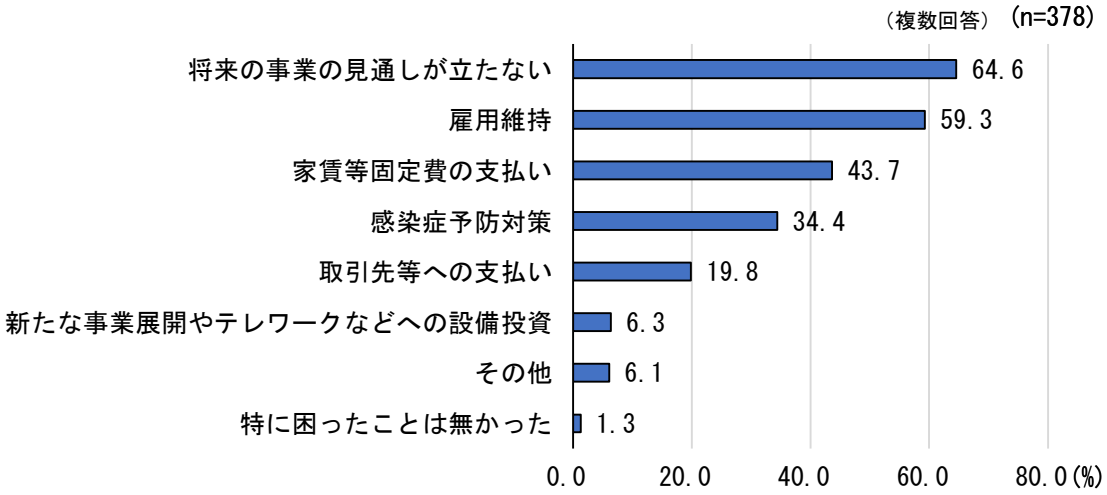


４．コロナ禍における経営面への影響について

コロナ禍で経営面において困ったことは何ですか？（該当するもの３つまで）

・困ったことを３つまで挙げて頂いたところ「将来の事業の見通しが立たない」と回答した事業者が全体の 64.6%と最も多く、次いで「雇用維持」が 59.3%となった。

図 4 コロナ禍で困ったこと



（その他の自由記述内容）

	その他の記述内容
支払・資金繰り (12)	消費税負担の重さ
	固定資産税の支払い
	人件費、光熱費等経費の支払い
	給与の支払
	借入返済
	事業資金無金利無担保
	金融関連
	資金繰り
	車両維持
	車両のリース料
	政策金融公庫等の追加融資が可能か不安
	設備投資したが回収出来ない
収益減 (6)	売上が無い(3)
	売上の回復の見込みが立たない
	売り上げ低下
	事業収入の確保
	固定の契約がほとんどだが、単発の貸切バス予約分の収入は減った
その他 (5)	家族に肺病の者がおり、不安
	客対応、3 密回避できない
	雨漏り対策
	従業員の「やる気」がなくなる
	経営者をはじめ従業員の高齢化があり事業継続のモチベーション確保がむずかしかった

５．支援制度の活用状況

コロナ禍での各種支援制度を利用されましたか？

・全体の 96%がなんらかの支援制度を利用しており、利用した人のうち 7 割以上が国の「持続化給付金」「雇用調整助成金」を利用している。

図 5　支援制度の利用有無

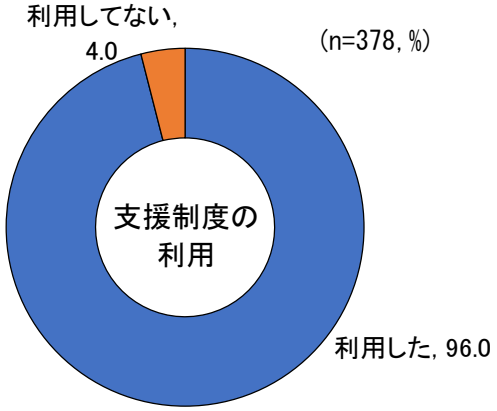
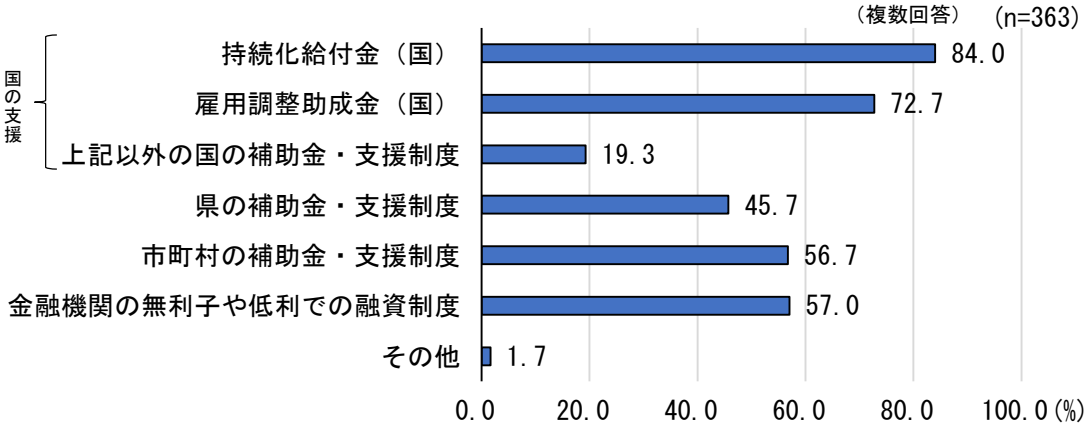


図 6　利用した支援制度



その他の記載内容

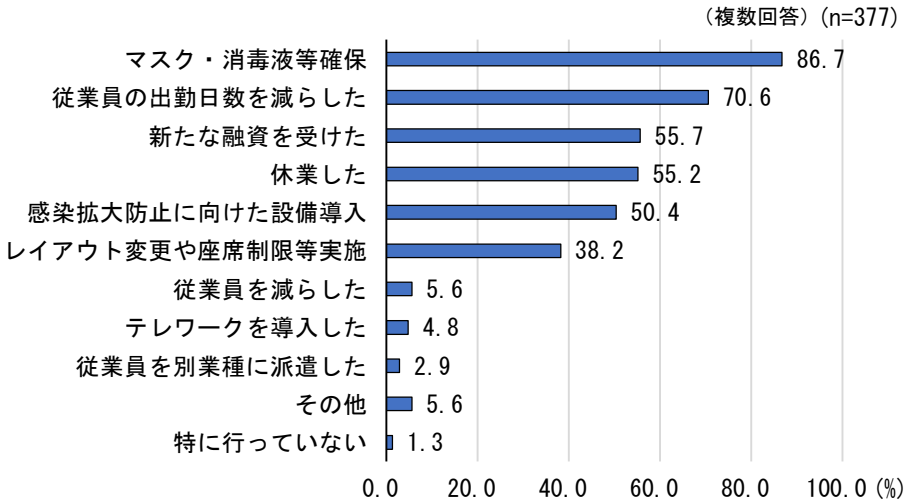
・文化芸術振興費補助金 ・納税等猶予制度 ・申請、審査中 ・旅館組合の対策

６．コロナ禍における対応

コロナ禍で、経営面や感染拡大防止のための対応として、実際にどのようなことを行いましたか？（該当するもの全て） コロナ禍で、観光事業として新たに取り組まれたことがあればお書きください。

・全体の 86.7%が「マスク・消毒液の確保」を行っているほか、「従業員の出勤人数を減らした（70.6%）」、「新たな融資を受けた（55.7%）」、「休業した（55.2%）」等の対応が多かった。
・従業員を減らした（雇用が維持できなかった）事業者は 5.6%、テレワークを導入した事業者は 4.8%と少ない。
・新たに取り組まれたこととしては、オンラインでの商品販売やテイクアウト・デリバリーへの展開、マイクロツーリズム対応、クラウドファンディング等、コロナ禍におけるニーズを捉えた新規展開を行っている事業者が多い。

図７　コロナ禍における対応



（その他の具体的な記述）

＜感染拡大防止の取組＞	＜雇用面の取組＞
・館内数か所に手指消毒剤を設置 ・車内抗菌コーティング加工(ラフェート加工) ・空間除菌ジアイーノ導入 ・送迎車に空気清浄機を取り付けた ・非接触体温計を導入 ・オゾン消毒薫蒸器の導入 ・来園者へマスク、消毒の実行、ソーシャルディスタンスを呼びかけ実行していただいた ・体温計購入、対策ビデオ作成、情報発信用インスタ、ツイッターなど ・対応マニュアルの整備 ・ソーシャルディスタンスを取ったテーブル配置 ・光触媒を車両に施した ・除菌器具の客室への導入 ・相部屋を停止して、個室として販売	・勤務時間の短縮(2) ・出勤を減らした分は 100%休業補償した ・従業員への休業補償 ・助成金で対応。給料は支払いした ＜経営・事業での取組＞ ・新規予約受付停止 ・予約が入らなかったので仕事が出来なかった ・テイクアウト商品へのシフト ・銀行の融資支払いを１年延ばしてもらった

（新たに取り組まれたこと（自由記述））

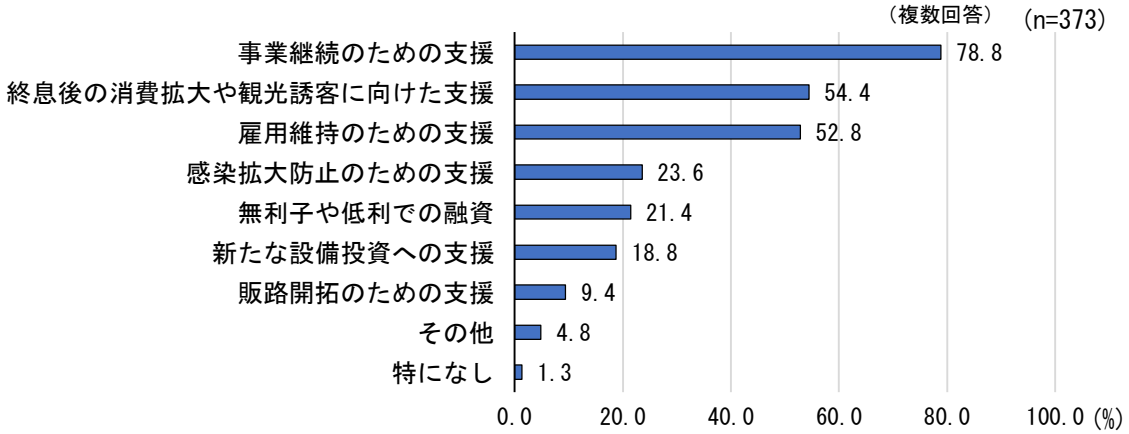
○オンラインでの商品販売やPR【17 件】	・オンライン（EC サイト）販売【12 件】 ・オンラインでの宴会婚礼プランの販売 ・Youtube、SNS 等利用し案内、市内の観光地を PR【3 件】 ・インスタグラムの活用
○クラウドファンディングの実施【15 件】	・クラウドファンディング実施【10 件】 ・旅館組合としてクラウドファンディング実施【2 件】 ・市の観光連盟が主催するクラウドファンディングに参加した ・鳥取県クラウドファンディングに応募、実施 ・新事業へのクラウドファンディング計画
○テイクアウト・デリバリーへの展開【14 件】	・テイクアウト・弁当事業【11 件】 ・レストランのテイクアウト、デリバリーを始めた ・ランチのデリバリー ・デリバリー
○新規事業・プランの創設【14 件】	・お買い物代行サービス（救援事業・有償貨物輸送）【2 件】 ・飲食店等の物販事業への展開【2 件】 ・イールドマネージメントの価格帯を今まで設定した事のないレベルの低価格帯のシーズナリティを作成した ・グループでのアクティビティの提案 ・個人、家族、アウトドアに特化したプランの企画立案 ・開館 7/1 より、お客様の安心安全を心がけ特別プランを作る ・地域関係機関との送客キャンペーン ・観光業以外の運行業務の実施 ・自治体事業業務受託 ・新事業への設備投資 ・With コロナへの新規需要構築 ・新メニューの開発
○地元・近隣客向けの対応（マイクロツーリズム）【10 件】	・マイクロツーリズムに対応した商品の販売【2 件】 ・市民特別プラン実施、市民宿泊キャンペーンの実施【2 件】 ・団体旅行は当分見込めないので、近場に行くマイカープランなどのファミリープランを実施 ・島内事業者事業者による、島民利用のミニツアー ・市内、県内ツアーコースの作成、販売 ・地域限定プラン（中国5県） ・地元をマーケットとした商品の創成、販売　折込チラシの作成、広告 ・着地型ツアー
○テレワークへの対応 【6 件】	・テレワーク用プランの販売【4 件】 ・ビジネス応援のための格安プランの販売 ・マンスリーの強化、デイユースの取込み
○支援制度の活用	・未来チケット販売 ・種プロジェクト（宿泊券の前売り）
○感染対策	・感染予防対策の案内 ・オゾン発生器による全車両の除菌
○その他の取組	・各地の名産品のお取り寄せ ・一人当たりの出勤時間を削減した ・客とのつながりの維持 ・直営業の強化
○その他コメント	・そんなことをする余裕もない ・対外的には特にありません ・該当する観光事業者ではないので、わかりません ・新しい事業に取り組みたいが資金がない ・人の動きがないと観光は成り立たない ・今あわてても仕方ありません。じっと好機になるのを待つというのが宿泊業と思ってます。チャレンジするには冒険がいりますので

７．今後期待する行政支援

今後（７月以降）、観光事業者として国や県・市等へ期待する支援制度はどのようなものですか？
（該当するもの３つまで）

・事業継続、雇用維持のための支援とともに、収束後の消費拡大や観光誘客に向けた支援を求める事業者が多かった。

図 8 行政に期待する支援



（その他の具体的な記述）

○資金面の支援
・旅行代理店むけの助成金等
・借入ではなく助成金
・返済不要の支援
・債務免除
・低利での借款（設備費）も地銀で認めてほしい
・耐震補強工事の補助金を大幅アップ

○減税・免税等
・消費税の停止
・減税、社会保険料免除
・納税免除
・△80％とか△90％の施設に対して消費税、固定資産税等を減免する等検討して頂きたい
・基準資産の見直し特例

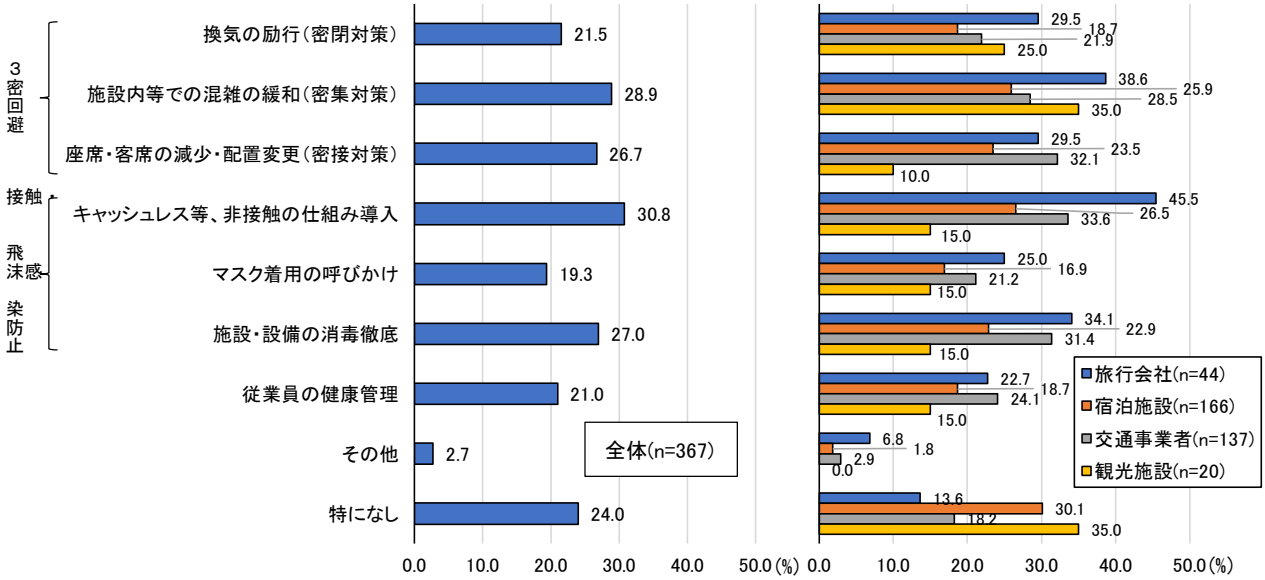
○その他
・早期のワクチン開発
・宿泊業に対しての特例措置が必要
・GoTo キャンペーンの早い実施
・街のリノベーションへの補助支援をお願いしたい

８．ガイドラインへの対応

コロナ感染拡大防止対策として以下のようなガイドライン等が示されていますが、自社・自施設で対応が難しいことはありますか？（該当するもの全て）

・感染拡大防止対策が難しい点について、非接触の仕組み導入や３密対策、消毒の徹底等、３割程度が難しいと回答している一方、「特になし」という回答が 24.0%あった。

図 9 ガイドライン対応が困難な事柄



（その他の具体的な記述）

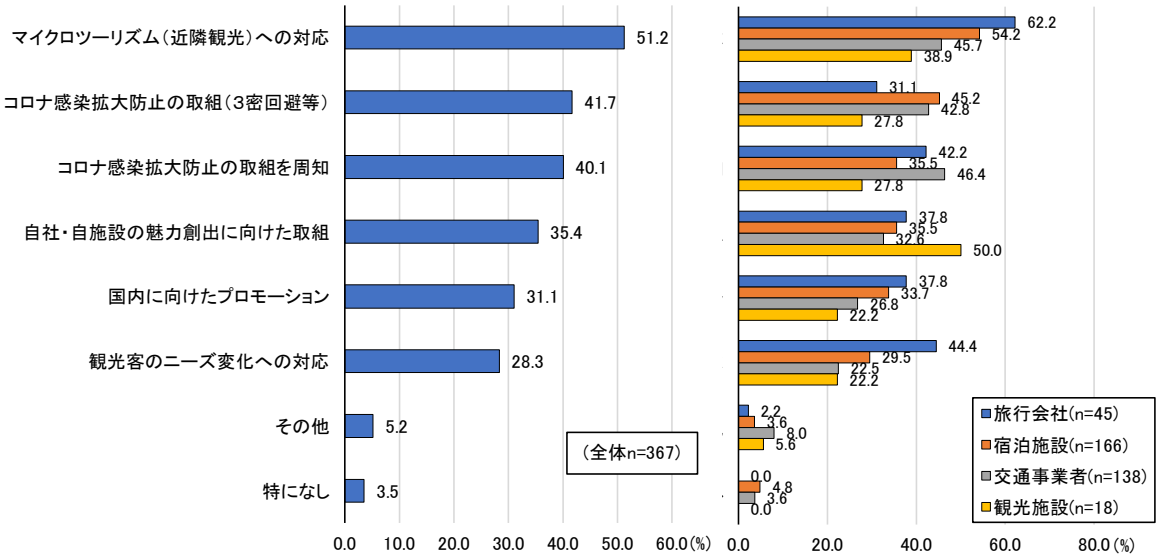
・テレワーク
・幼稚園等のスクールバスでは全席を利用されるので、換気や消毒、運転席との仕切りやマスクで対応するしかない
・大浴場が狭く、密集になりがちである
・感染者への対応、部屋等の確保、消毒対応
・座席間アクリル板取付
・マニュアルの作成・衛生教育
・集客の問題、町から離れている為
・感染拡大している地域からの利用者がいるかどうかの確認が難しい
・ソーシャルディスタンスによる座席減少で売上減少→雇用↓→事業↓

９．今後の自社・自施設における観光事業

自社・自施設における国内観光事業が回復に向かうための対応策として必要なことはどのようなことですか？（該当するもの３つまで）

・国内観光回復に向けて、マイクロツーリズム（近隣観光）への対応が必要という事業者が半数以上で最も多かった。次いでコロナ感染拡大防止の取組や周知が約４割となっている。

図 10 自社・自施設における国内観光回復に必要な対応



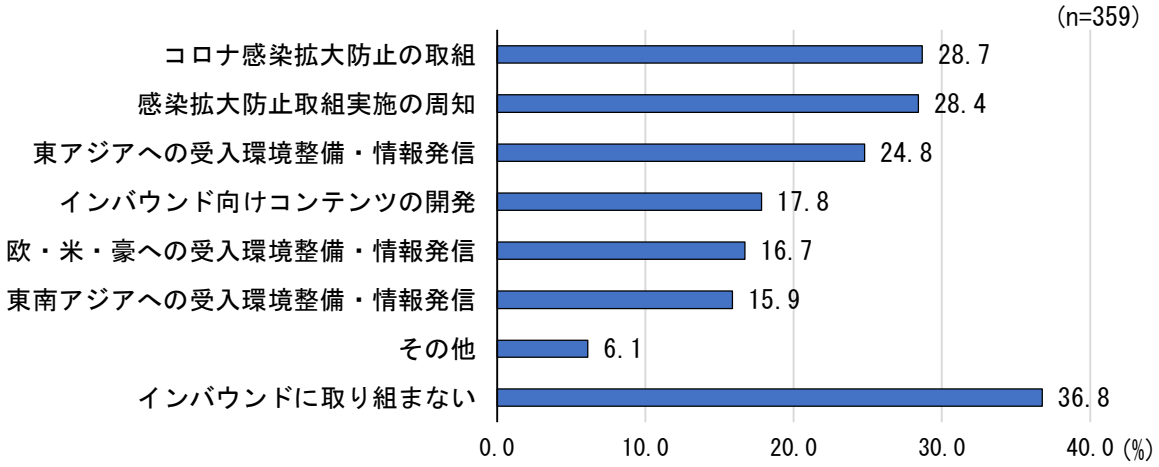
（その他の具体的な記述）

・コロナのワクチンが必要(2)
・コロナの特効薬がないとダメ
・コロナ治療薬の開発を待つしかない
・しばらく海外は制限してほしい(ワクチンができるまで)
・我慢比べ、ワクチン投薬開始までは無理
・安心して旅行や出張に出れる環境
・宿泊料無料（期間限定）
・地域・行政との連携
・テレワーク設定のPR
・発展型観光

自社・自施設におけるインバウンド観光事業が回復に向かうための対応策として必要なことはどのようなことですか？（該当するもの３つまで）

・インバウンドには取り組まないという事業者が 36.8%と最も多かった。次いでコロナ感染拡大防止の取組や周知が３割弱となった。インバウンドに対応した受入環境整備・情報発信、コンテンツ開発は東アジア対応が 24.8%あったものの、他は 15～18%と少なかった。

図 11 自社・自施設におけるインバウンド観光回復に必要な対応



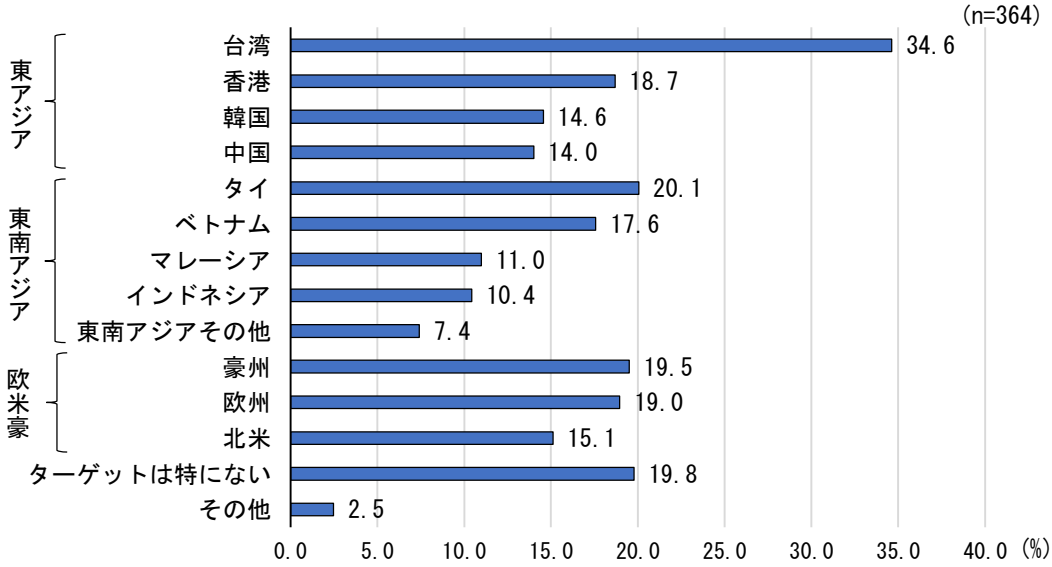
（その他の具体的な記述）

・インバウンド限定にやっていない
・インバウンド取込みは目指すべきでない
・ワクチン、特効薬ができないとダメ
・コロナのワクチンが必要
・我慢比べ、ワクチン投薬開始までは無理
・治療薬がない限り、どちらも（お客様も受け入れ側も）かなりリスクがあるのできびしいと思う
・観光中のコロナ系医療費無料
・翻訳機等の導入
・中国にきっちりと責任を負わせること
・各国状況を確認して受入れを判断する
・お客様自身も感染予防の取組に賛同して実施していただく
・国内インバウンドの地方旅行プロモーションの呼びかけ
・国内旅行優先で、インバウンド観光復活を待つ
・自社独自の魅力を更にみがくこと
・海外のコロナ感染対策
・当面、取り組まない
・わからない
・今はおもいつかない

自社・自施設におけるインバウンド観光事業において、今後ターゲットとしたい国や地域を教えてください。（該当するもの全て）

・インバウンドターゲットとしては「台湾」を挙げる事業者が全体の 34.6%と最も多かった。その他は、タイ、豪州、欧州、香港、ベトナム等となっている。

図 12 自社・自施設における今後のインバウンドターゲット



（その他の具体的な記述）

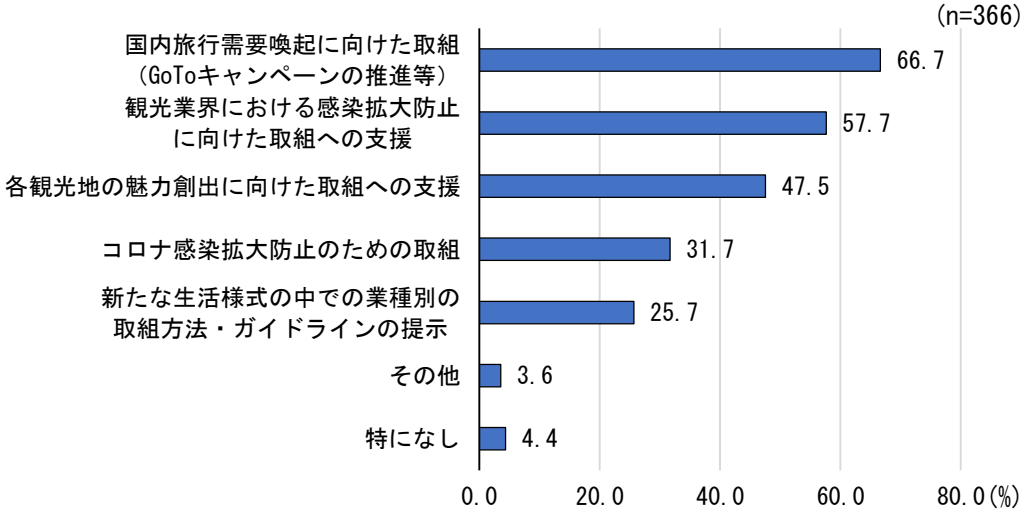
・長期休暇時期をターゲット
・ロシア
・各国状況を確認して受入れを判断する
・国内旅行優先で、インバウンド観光復活を待つ

１０．今後の中国地域の観光振興

中国地域の国内観光振興・観光事業回復のために国や県・市等へ期待する取組はどのようなものですか？（該当するもの３つまで）

・「国内旅行需要喚起に向けた取組」を期待する事業者が 66.7%と多く、次いで「観光業界における感染拡大防止に向けた取組への支援」が 57.7%となっている。

図 13 中国地域の国内旅行回復のために期待する取組



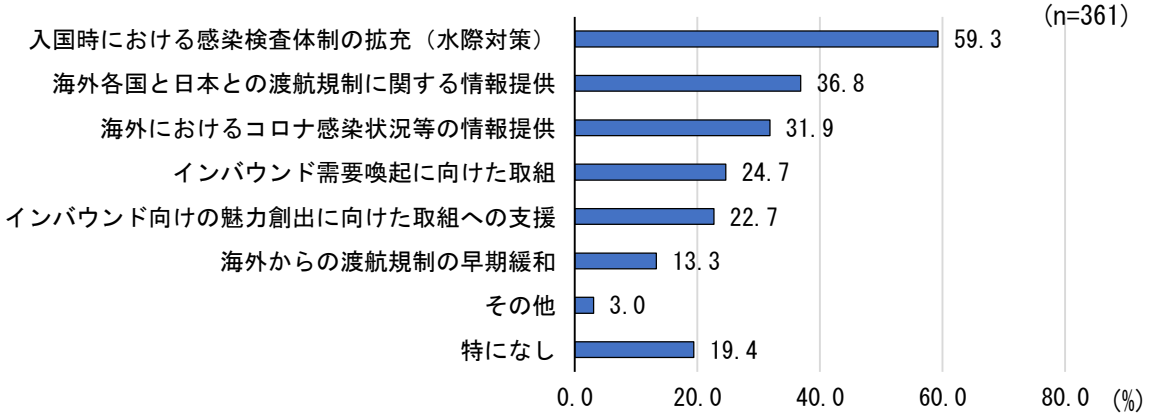
（その他の具体的な記述）

・全国民のウイルス検査、ワクチンの早期全国民のウイルス検査、ワクチン開発 ・ワクチン(2)、特効薬の開発 ・イベント事業への取組支援 ・国内需要の活性化をインバウンドに優先 ・宿泊料無料 ・中国地域間でのプラン作りへの支援 ・小規模零細企業への経済的積極支援 ・GoTo キャンペーンにタクシー料金も含んで欲しい ・GoTo キャンペーンは、現在のところ割引（支援金）に目が向いているが、今は値段ではなく、感染リスクが大きいので、旅行に行こうとする気が起きない状態にある。補助金が旅行への後押しになっていないのが現状と認識すべきである ・GoTo はやらない方がいい ・GoTo キャンペーンなど今取組むべきではない、コロナ終息を願う ・GoTo キャンペーンを本当にこの時期に行うかどうか再考

中国地域のインバウンド観光振興・観光事業回復のために国や県・市等へ期待する取組はどのようなものですか？（該当するもの３つまで）

・インバウンド観光の回復に向けて、「入国時における感染検査体制の拡充（水際対策）」を期待する事業者が 59.3%と最も多かった。インバウンド向けの魅力創出、需要喚起、渡航規制の早期緩和等を求める事業者は少ない。

図 14 中国地域のインバウンド旅行回復のために期待する取組



（その他の具体的な記述）

・世論に流されて時期尚早にならぬよう
・海外の方に感染予防の取組を実施していただけるような工夫
・カジノ、欲望産業による新たな魅力の創出
・行き当たりバッタリではなく計画的な取組み
・危険な外国人を入国させるべきではない
・入国前ではなく、出国前にも検査すべき
・当面無理
・危険度の高い国からの入国制限強化
・コロナ終息が第一と考える

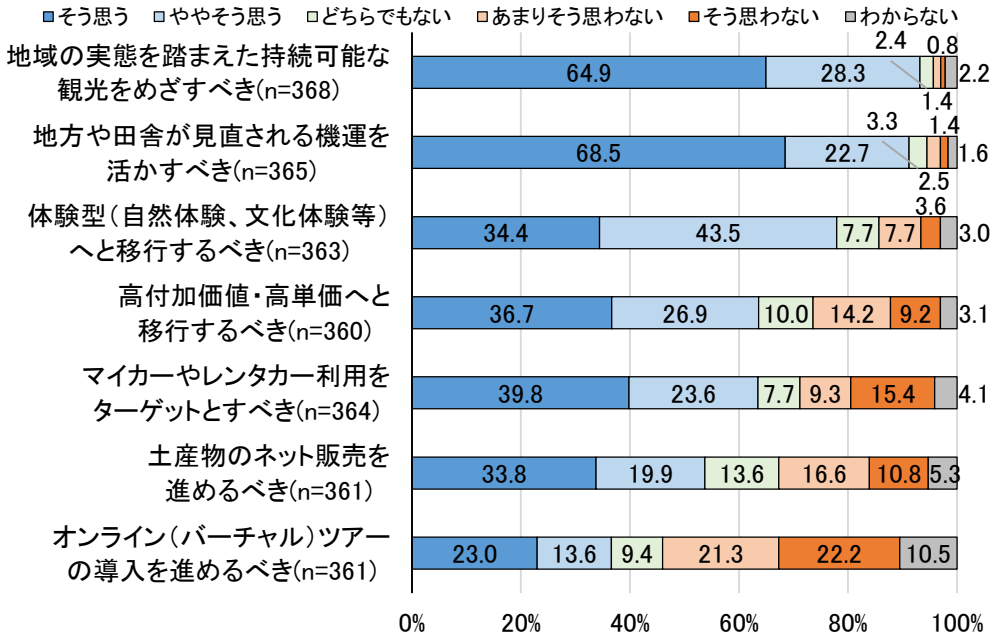
１１．ポストコロナにおける観光スタイルの変化

国内外問わず、ポストコロナにおける観光スタイルの変化に対応し、中国地域ではどのように取り組むべきでしょうか？以下に挙げた各項目について、該当する回答をお選びください。

・「地域の実態を踏まえた持続可能な観光をめざすべき」「地方や田舎が見直される機運を活かすべき」の２つは９割以上が「そう思う」「ややそう思う」と回答している。

・「オンライン（バーチャル）ツアーの導入を進めるべき」については、賛否が分かれる結果となっている。

図 15 中国地域で取り組むべきポストコロナにおける観光スタイル

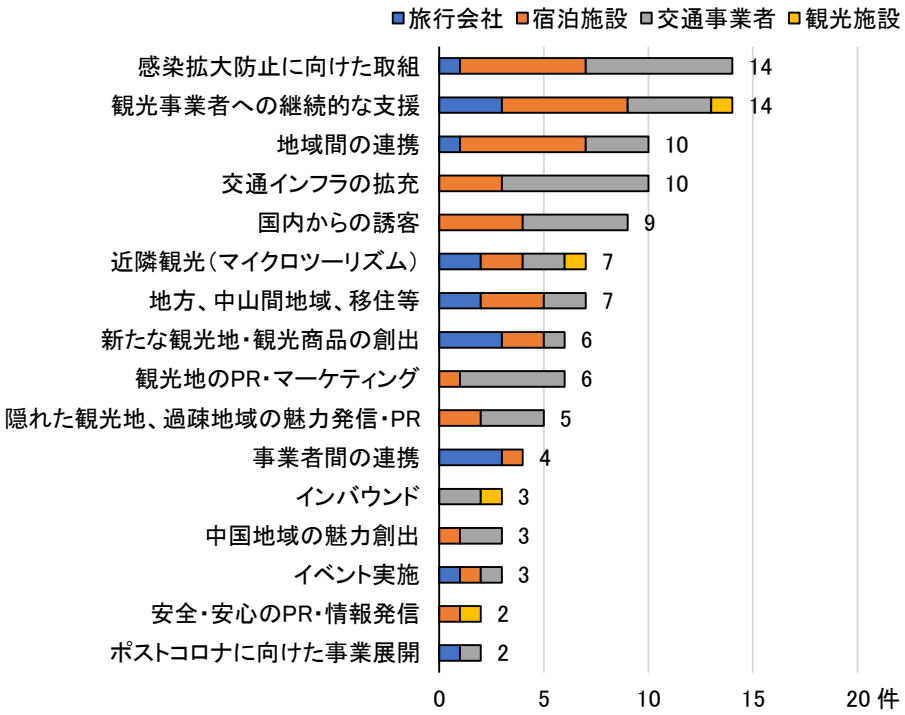


１２．中国地域の観光振興に向けた意見

上記のほか、中国地域の観光振興に向けて、ご意見があればお書きください。

・自由記述では、「感染拡大防止に向けた取組」「観光事業者への継続的な支援」を求める意見が 14 件ずつと最多となっている。次いで「地域間の連携」「交通インフラの拡充」「国内からの誘客」となっており、「インバウンド」を希望する意見は 3 件に留まっている。

中国地域の観光振興に向けた意見（自由記述の内容整理）



	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
感染拡大防止に向けた取組	0	3	2	5	4
観光事業者への継続的な支援	0	1	3	7	3
地域間の連携	1	2	3	3	1
交通インフラの拡充	2	4	2	1	1
国内からの誘客	0	0	2	4	3
近隣観光（マイクロツーリズム）	1	0	2	2	2
地方、中山間地域、移住等	2	1	3	1	0
新たな観光地・観光商品の創出	0	1	2	2	1
観光地の PR・マーケティング	1	0	2	3	0
隠れた観光地、過疎地域の魅力発信・PR	0	0	4	1	0
事業者間の連携	0	1	0	3	0
インバウンド	0	1	0	1	1
中国地域の魅力創出	0	1	1	1	0
イベント実施	0	0	0	3	0
安全・安心の PR・情報発信	1	0	0	1	0
ポストコロナに向けた事業展開	0	2	0	0	0

《感染拡大防止に向けた取組（14 件）》

旅行会社	当社は観光貸切バスを所有する会社ですが、3密を防ぐ為のバスの利用方法として、半分の定員で運行する予定ですが場合によって1台が2台となる可能性があり、お客様に過大な負担を負わせて結局はキャンセルとなっています。その分の補助金があれば、お客様の利用度が上がります。	広島県
宿泊施設	GoTo キャンペーンの活用がこの時期に本当に必要かどうか再考して頂きたい。地方は対応できる病院が少ない。また、いったん感染者がでたら、利用したお店や交通機関の来客への風評被害が都会に比べて本当にひどい。その対応とかをどのように考えているのか等お聞きしたい。	島根県
	団体のお客様の受け入れ可能な箇所が早く拡大出来る様にさらなる感染拡大防止対策をお願いしたい。	島根県
	PCR、抗原検査の徹底。	広島県
	・ワクチン等ができないと元には戻らない。 ・インバウンドにあまりとらわれない方がいいと思う。	広島県
	経済活動を活性化させるためには、一旦経済を完全に停止し、新規感染者数がクラスタ対策のみで追えるレベル（全国で 1 日 5 名とか）まで減らすべき、なぜなら安心できない環境では消費活動を再開するのは無理だし、席数半数などの中途半端な経済対策をずっと続ける方が、今後の多数の倒産を招く。2 か月程度の完全な経済停止の方が、その後の経済活動が国内需要だけで充分なレベルまで高まると思う。	山口県
	本当にまだ手さぐりの状態、社員旅行の話も出ているがコロナが広がらない事が大切です。	山口県
交通事業者	新型コロナウイルス感染症については、何よりも水際対策が最重要と考えます。	島根県
	今日は感染症が原因のため、とりあえず研究者の方々の薬の開発が（治療薬が）なくして人々のすべての移動はないと思います。たぶん5年かかるのでは？いろいろなキャンペーンを作成しても継続しても今までどおりの売上はきびしいと思います。それまでは国等による支援をどこもお願いしたいと思っているのでは。	岡山県
	中国地域といっても県によってコロナ感染状況は異なる。With コロナの中で、正確な情報（感染者数、感染防止の取り組み）を内外の人々に伝えることが肝要。全く感染しないという保証は国内外どこにもないのだから。利用客も与えられる情報を自らが判断してそこに行くかどうかの自己責任型行動が求められる。まずは感染防止を徹底して感染者数を抑えることが最低条件になるため、行政、関係機関による明確なガイドラインが早急に示され、その枠組みの中で各店、各施設ができる限りの対策を講じていくことが中国地域への安心、信頼につながる。	岡山県
	どうすれば災害やウイルスなどによる影響を最小限にでき、魅力を持続できるかが重要。	広島県
	インバウンド観光等は、コロナ前は非常に好調だったため、特別なことをせず、ムダな金を使わない。（ワクチン待ち）観光（旅行）で一番高額なのは、「宿泊」と「交通費」です。そこを「無料（割引）」にすればよい。	広島県
	どんな手を打とうが感染拡大が起こるとすべてムダとなる。メディアが根拠の無い情報を元に恐怖を煽る様な報道をしている内は観光に関する取組みを進めてもムダになる可能性が高い。交通事故に遭うのが恐いから外に出ないという人は居ません。コロナウイルスの感染確率は交通事故に遭う率よりはるかに低いそうです。観光振興を考えるなら、事業者側のみが責任を問われる様な体制では無く、万が一の場合事業者と観光客双方に責任が有る事を自覚してもらう様なキャンペーンを打つべきではないかと考えます。	山口県
	少人数旅行が良いと思います。	山口県

《観光事業者への継続的な支援（14 件）》

旅行会社	大手のみの対策だけでなく、業界全体を盛り上げてほしい。	岡山県
	中小サプライヤーや旅行会社が多く裾野の広い業界の中で、幅広く支援が必要。	広島県
	県のプレミアム宿泊券などの支援策に旅行業者の取り扱いが出来ない。支援策が充分な検索が出来ていなく決定されている。	山口県
宿泊施設	ポストコロナまでを生き抜く施策がいまは重要です。	島根県
	地域の観光資源を活用するためハード面で使える観光資源用のリノベーション支援の補助金をお願いしたい。（温泉の源泉配湯設備等）	岡山県
	観光業（特に旅行会社）では一度閉めた宿への客は中々帰ってこず、飲食とは別の観点で考えていただきたい。	岡山県
	事業継続が今後左右する。	広島県
	名所以外をクローズアップする支援を導入してもらいたい。	広島県
	広島県廿日市市の支援キャンペーンは、事業所にとって有難いが、事務処理が煩雑である。広島市のように「プレミアム商品券」販売のようなシステムにして欲しかった。また、利用出来るキャンペーンが複雑である事は、利用するお客様にも、受ける我々にとっても分かりにくい。1本化して欲しかった。	広島県
交通事業者	もっと県や市の支援があればと思う（観光支援、融資支援）。観光業界の痛みは大きい。行政が絡んだ観光施設ばかり目を向け民間の施設にはあまり目が向いていない。	広島県
	観光客誘致の助成金。	広島県
	より正確な情報周知とより多額の助成や投資をして観光事業者を助けて頂きたい。 そう簡単には元通りにはならない。	山口県
	旅行会社やバス会社への事業継続支援と中国地域限定の GoTo キャンペーンのような消費者支援があればいいとおもいます。	山口県
観光施設	各地方公共団体の観光振興担当課に、所管区域内の観光施設等をよく把握し、観光振興に熱心に取り組める職員の配置を期待したい。	広島県

《地域間の連携（10 件）》

旅行会社	中国地域の体験ツアー本の発行。中国5県周遊割引。（宿泊施設・観光施設）	広島県
宿泊施設	中国地域一帯としての魅力発信やプランの策定など。（1回の旅行で全てを巡るのではなく1年目は瀬戸内、2年目は山陰など（春夏秋冬でも）、中、長期的に中国地域に訪れてもらえるような仕掛けがほしい）	島根県
	広島・山口・岡山が連携して、瀬戸内海の多島美をもっとアピールしてもよいのではないか。	岡山県
	山陽側と山陰の旅行動線の円滑化。	鳥取県
	中国域内の連携。	島根県
	中国地域共通 宿泊クーポンの発行、周遊割引等。	岡山県
	中国地区を周遊して楽しむ企画をもっとピーアールしてほしい。	岡山県
交通事業者	中国五県の観光地の周遊キャンペーン。	広島県
	各県ごとの観光戦略ではなく、中国五県としての取り組みをしてほしい。山陰・山陽の枠をこえた観光誘致を。	広島県
	点ではなく面で、中国地域一体となった企画等でアピールして、通過点となる地域が出ない事を期待します。	山口県

《交通インフラの拡充（10 件）》

宿泊施設	公共交通の充実。	鳥取県
	山陰道の早期全面開通、高速の割引。	島根県
	二次交通のインフラ整備。	山口県
交通事業者	タクシー、バスの定額運賃による観光案内。	鳥取県
	インバウンドにおける空路（直行便）の就航が最重要と考えており、自社地域での実現が鍵になる。	島根県
	岡山道及び米子道の無料化、山陽山陰との連携。（現状反目している様にさえ思える）	島根県
	伯備線では遅すぎるので飛行機の値段を下げるべき。	島根県
	マイナー地域への交通手段の確保。	岡山県
	中国運輸局は休車（無制限）や減車をみとめてほしい。	岡山県
	今このアンケートをする余裕があるならもっと公共交通を担う事業所の窮状を把握し、手を差し伸べてほしい。公共交通が崩壊しては観光も何もないのだから。	広島県

《国内からの誘客（9 件）》

宿泊施設	現在、広島県誘客促進支援事業等がありますが、広島県内を目的地（宿泊、日帰り）とする旅行割引プランであり、広島県から他県への旅行は対象になっていません。早期に他県への地域拡大をしてほしい。	岡山県
	インバウンドは水もの、もっと国内旅行に目を向けるべき、四季があり、日本ほど素晴らしい国は無い。国、行政が国内旅行を実施した企業に税負担するとか。もっと国内旅行を推進させるべき。インバウンドは戻らない。当社はコロナ対策として中四国の観光地のモデルコースをセールスの中心にしています。GoTo キャンペーンは望みをかけております。出来るだけ早く開始を。	広島県
	人口が少ない山陰地方であり、積極的に都市部から人を呼ぶべきである。	山口県
	インバウンドは時期尚早、まずは日本人向け国内旅行から。	山口県
交通事業者	インバウンドは海外からのお客様の回復は当分見込めないと思うので、広島市が取り組んだプレミアム付宿泊券、9日以後に予定されている GoTo キャンペーンなど国内向け又は日本国内に住んでいる海外の方に観光宿泊のキャンペーンを実施してほしい。まずは、近隣の観光、旅行を推進すること、それから徐々に九州・沖縄や関西エリアへと斡旋していくべき。	岡山県
	インバウンドは世界的な収束が見込めなければ難しいです。	広島県
	地域内の観光地や施設を見直す良い機会と捉え、地域内の皆さんにインフォメーションするとともに、各観光地毎にキャンペーンを行う。地元の皆さんが地元の施設に宿泊する等。	広島県
	インバウンドも重要だが、首都圏や関西圏からの誘客にも力を入れて欲しい。瀬戸内海や中国山地の農山漁村に長期滞在するような商品開発をしたい。	広島県
	コロナ禍の中、全国・インバウンドでの旅行客は、とうぶん期待できないと思う。近郊の魅力を掘り起こし、少人数旅行に特化していくのも一つの道ではないか。	山口県

《近隣観光（マイクロツーリズム）（7 件）》

旅行会社	マイクロツーリズムに力を入れる。	岡山県
	地元の良さを発掘して、紹介する。まずは県内から次に中国地域にへと、徐々に行動範囲を広げるように。	山口県
宿泊施設	先ずは近隣・隣県からの観光の拡大から始め、広い視野で動向を見極め次第に活発化させる。	鳥取県
	近場のリフレッシュを勧めて行く。	広島県
交通事業者	今は他県からの観光客を望むよりも、観光業もお客様も互いに地元周辺の魅力を改めて知る、体験する時期となり、今後の誘致に活かされていけばと思う。	広島県
	中国地域（もしくは県内）の小・中・高を対象にした修学旅行の活性化を行う。地域の魅力を学生に知ってもらい、地域に定着する人材を育成する機会とする。その金銭的支援を自治体にもしてもらう。→その地での体験メニューに結び付ける。調べ学習して（学年ごとに動くのではなく、30 人位のクラス単位での行動）自分たちで行き先を決める。	山口県
観光施設	この期に都市に集中しがちの観光を地元に消費するように向けて行って欲しい。	岡山県

《地方、中山間地域、移住等（7 件）》

旅行会社	観光ばかりに目を向けず、空家、空き地等たくさん有ります。これらを利用してテレワーク、観光等に活かすのも大切、違う目線で。空家対策は別物ととらえず、これからの働き方また観光、地域の活性化、国の省及び機関を越えて取組も必要と思います。いろいろな面で今まで価値の有るものが無価値になったり無価値なものが価値が付いたり、この先はわかりません。いろいろな工夫が大事と思います。いろいろ知恵をたし合って行こうと思います。これからのキーワードは地方と思います。	岡山県
	コロナウイルスにより、これまであまり注目されてなかった地域がより着目されることが予想される。観光だけでなく働き方を含めた移住検討など様々な事に対応していく必要性を感じる。	広島県
宿泊施設	観光目的だけでなく、ビジネスも含め総合的な対策が必要。	鳥取県
	島しょ部・中山間地のカテゴリーごとの魅力創出と支援を拡大し、都市部との差別化の中から With コロナの新たな需要構築の根ざしを目指すべき。	島根県
	移住や新たに観光資源の開発。	岡山県
交通事業者	都会の方がテレワークになると、場所関係なく仕事ができるという事で、田舎へのＩターンやＵターンの推進に期待です。地方の魅力や移住への助成などを都心の方へアピールすることを企画して頂ければと思います。	鳥取県
	宿泊しての観光に値する歴史的資産やフォトジェニックな景色や景観を持たない、田舎の（その他・大勢）観光地が営業テリトリーだと、自社の設備やサービスだけでは観光客を吸引する事は疎かリピーターは確保出来ない。だから、田舎の観光地が、宿泊を伴う体験型に昇華して頂かないとタクシー事業者単独での観光振興は有り得ない。又、地元観光協会はマイカー利用の観光客にターゲットを振っているのか協働を持ちかけても既存のメニューしか提示されない。観光振興は、従来の枠を取り去って地元の総力戦で行うべきだと思うので、そう云う多業種異業者を含む観光振興に対して助成を頂くなどの働き掛けを頂きたいと考えます。	岡山県

《新たな観光地・観光商品の創出（6 件）》

旅行会社	新しい観光地の発掘。	岡山県
	カジノなどのかなり思い切った観光事業を行いそこからの資源を作って観光地を再整備するべき。それが出来ないのは日本だけですが…もう限界です。	岡山県
	地域ごとに各旅行会社で販売可能な魅力的な旅行商品の開発・造成。	広島県
宿泊施設	コロナ禍の中、其々の地域の特色を活かした観光プランを模索し安心、安全をこれまで以上に考えて行かなければならない。	山口県
	観光地の活性化 持続的なイベントや観光スポットを設ける。	広島県
交通事業者	現時点では、団体客のツアー等の早期回復は望めない、ワクチンができるまでは、ミニツアー等の取り組みで事業するしかない。	島根県

《観光地の PR・マーケティング（6 件）》

宿泊施設	SNS の活用が鍵を握る。	広島県
交通事業者	観光客は丁寧に選んで呼び込む。	鳥取県
	中国地域の魅力をもっと発信すべき。	岡山県
	個々の体力が失われ、各自治体も体力がない。終息後宣伝PRしたくても出来ない。知って頂かないと来てもらえないので、キャンペーン等ふまえてPR活動の支援をお願いしたい。それと共に、お越しいただいた方への満足度UPの為、街の魅力向上に対しての支援もお願いいたい。	岡山県
	世界遺産などコンテンツは充実しているのでその情報発信の方法を模索。	広島県
	中国地域に観光のスポットはいっぱいある。どんどん PR・宣伝を強化して、国内からもたくさんの人が訪れることを切に願っています。	広島県

《隠れた観光地、過疎地域の魅力発信・PR（5 件）》

宿泊施設	コンテンツは十分にあるにも関わらず、過去は決まった地域(特に瀬戸内地域)のプロモーションしか出来ていない面があるので、コロナ以降、海より山が人気のエリアになっていることからも中国山地沿いの魅力発信に努めていただきたい。	岡山県
	コロナ後も、今まで行ってきたインバウンド向けの中国地域の魅力の情報を様々な手段で発信する。まだまだ知られていない魅力的な情報（景色 食べ物 イベント行事 もちろん宿泊）を発信し需要喚起を継続して行う。	広島県
交通事業者	メジャーな観光地以外のPR。	岡山県
	隠れた観光地をSNSで写真発信する。 出来るだけ細かく数多くする事。	岡山県
	過疎地域への誘客支援を望む。	岡山県

《事業者間の連携（4 件）》

旅行会社	横のつながりを大事にし、共有し、全体で力を合わせて底上げが必要だと感じております。実現は難しいかと思いますが。	島根県
	いろんな業種との連携。	広島県
	観光事業者と交通事業者が連携し、地方観光の促進・利便性・安全・衛生をより強化していく。	広島県
宿泊施設	地域一帯となって、観光業を盛り上げれるように、他業種が知恵を出していける企画を提案して貰いたい。	広島県

《インバウンド（3 件）》

交通事業者	インバウンド事業。	広島県
	インバウンド向けオンラインツアー企画・LCC チャーター便の積極的誘致・簡易検査体制の強化（コロナ入国時検査）。	山口県
観光施設	雇用の創出、経済効果のある誘客、インバウンドの取り込み。外貨が落ちなければ、雇用創出はなく、雇用創出無くば地域創生はありえない。雇用を生み移住を呼び込む地域づくりが必要。	島根県

《中国地域の魅力創出（3 件）》

宿泊施設	海（広島湾）に活路を作るための海上タクシー（従来の瀬渡し漁船）を法の規制を開いていき、世界南方エリアであるようなビーチリゾートを創出（自然のままでよい）する。水の都広島の拠点として＜吉島ボートパーク、宮島宮島ロターミナル＞。	岡山県
交通事業者	瀬戸内及び中国地域での魅力創出が益々求められるものと感じています。	島根県
	広島空港の民営化をきっかけとしたリスタートを好機ととらえ、ゴールデンルートにはない新たな観光周遊ルートを造成する。	広島県

《イベント実施（3 件）》

旅行会社	全国的にイベントの中止がおこなわれているが 3 密、その他対策を取って実施すべきである。そうしないと日本の経済が立ち行かなくなってくる。	広島県
宿泊施設	コロナの報道を止めるべき。イベントをとにかく誘致。旅行をする理由がないとお客様は来訪されないかと思われます。	広島県
交通事業者	感染防止策は常識となっている現在なので、祭りやイベントの開催を期待している。	広島県

《安全・安心の PR・情報発信（2 件）》

旅行会社	各県の取り組み状況がわかる情報サイトなどの開設。	鳥取県
交通事業者	広島は、安全なまちだと認識してもらえる PR。	広島県

《ポストコロナに向けた事業展開（2 件）》

旅行会社	一般の人達の経済が安定しない限り、良くならないと思うが今回のコロナで企業などシステムが少し変化すると思います。安定するのには 3～5 年を見ています。政策を変えるべきだと思います。	島根県
交通事業者	コロナ後の新社会に対応する事業の構想。	島根県

《その他意見・感想》

旅行会社	コロナウイルスの早期に終息する事を願い又、観光産業の回復を願います。	広島県
宿泊施設	地元の食材で価格と量において入手が困難で、事業者向けの食材の入手方法の確立が必要。冷凍食品以外で新鮮な食材が安定的に安価に入手したい。	鳥取県
	天候に左右されない観光を目指すべき。	島根県
	資金が無い中で企画をし、パンフレット等を作成する事も今は難しい状況です。	岡山県
	土曜日・特日における定価を超える急激な宿泊単価高騰の抑制。	広島県
交通事業者	縁あって大山の麓でペンションを開業して 33 年、40 代で関西から来ましたが、こんな山陰は住みやすくお客様も沢山来てもらい楽しい宿泊業を営み中国地域全体に感謝しております。このコロナで残念ですが、又復活する中国地域だと思ってます。自営業の皆様頑張って下さい。	島根県

	しまなみ海道の島々の大きな魅力は静けさと考えます。静かな島のたたずまい。県、市は静かな環境に対する認識が薄い。特にうるさいのは水上バイク。対応を強く望む。	岡山県
	現状が続けば、企業は持たない。 あらゆる支援金、又融資を受けたところでそれはあくまでも一時的な回避に過ぎず、売上がなければ融資を受けても返済ができない。アンケートにあったようなバーチャルツアー、これが実現したとして現地で感じる感動はないと思う。 観光はそこに行き初めて感じとる何かがあるのだと思います。 1 日も早く観光市場が回復することを願っています。	広島県
	コロナのキャンセルつづきの上、雨がふりつづき、またキャンセルです。どうしたらよいのかわかりません。	山口県