

新型コロナウイルスが与える旅行者の行動変容とマネジメントの対応 —2020年GoToトラベル事業期間を対象として—

村瀬慶紀

本研究は、新型コロナウイルスが世界的に感染拡大したことにより、2020年に政府が取り組んだGoToキャンペーンをはじめとする需要喚起策を対象に、消費者は旅行消費をどのように認識し、変容しているのかを定量的に把握し、観光産業のマネジメントに与える示唆を考察することが目的であった。

はじめに、先行研究や現時点で公表されている当時の既存データを参照し、観光産業の代表例としてあげられる旅行代理店、航空業界、宿泊・飲食業界は、売上高、利益率が軒並み減少し、店舗閉鎖、人員削減、出向などの雇用調整が求められていた状況を整理した。

次に、上述の研究目的を達成するために、Web上でアンケート調査を実施したところ、約9割弱の回答者が今後の国内旅行に対して、何かしらの関心を有していたことが明らかになった。また、新型コロナウイルスをきっかけに旅行先の関心に変化がみられたとは、必ずしもいえなかった。さらにGoToトラベルの割引率を重視する回答者は、「出来るだけハイグレードな施設及びサービスである」、「口コミを参考にする」、「温泉の質」の重要度に影響を与えていること、そして特に関東に居住している回答者がこれらの変数に影響していることが明らかになった。

keywords : 新型コロナウイルス、GoToトラベル、観光者行動、観光産業、需要喚起策

目 次

1. はじめに
2. 観光産業の経営状況に関する既存データの整理
3. アンケート調査の概要・結果
4. 結論

1. はじめに

2020年初頭に新型コロナウイルスが世界的に感染拡大したことにより、特に観光・サービス産業の経営環境は大きな影響を受けている。2020年東京オリンピック・パラリンピックは1年延期され、全国で緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等の社会的な行動制限が約2年超にわたって続いた。

しかしながら、2022年のゴールデンウィークやお盆休み等の連休では、3年ぶりに行動制限が解除され、新型コロナウイルスの感染拡大抑制と社会経済活動の両立を図りながら、観光分野における需要喚起策が期待されている。当初は、各県、自治体で進めている地域を限定した、いわゆる県民割から再開し、以前のGoToトラベルのような全国的な需要喚起策は、第7波による新規感染者数が高止まりしている状況を受けて実施の延期が続いたが、2022年10月に全国旅行支援として再開した。

政府は、それ以前にも2020年7月22日(東京都発着は2020年10月1日)から同年12月末まで、新規感染者の拡大抑制と社会経済活動の両立を図るために、4つのGoToキャンペーンをはじめとする取り組みを行った⁽¹⁾。観光庁のデータでは、7月22日から12月28日におけるGoToトラベルの利用者は、少なくとも約8,781万人泊(延べ人数)⁽²⁾であり、2020年7-12月期の日本人国内宿泊旅行者全体の約18,251万人⁽³⁾と比較

すると、単純計算ではあるが、旅行者の半数近くがGoToトラベルを活用したといえる。また、政府は観光産業の倒産や廃業を抑制し、雇用の維持を図るために、持続化給付金や雇用調整助成金による財政的支援を行ったり、政府系及び民間の金融機関による融資や資本増強に取り組んだ⁽⁴⁾。日本旅行業協会のヒアリング調査では、約85%の事業者が国の資金繰り制度を活用し、そのなかでも雇用調整助成金は約7割が申請を行ったことが明らかにされている⁽⁵⁾。

2022年3月にまん延防止等重点措置が解除されて以降、全国で行動制限がなくなり、社会経済活動との両立が本格的に模索された。一方で、第7派による新規コロナウイルス感染者が増加してきたことにより、全国的な旅行支援は、延期が続いた。このような経営環境下で国内の宿泊旅行者数は、コロナ禍前の2019年4-6月期の14,793万人〔概算〕⁽⁶⁾に比べ、2022年4-6月期は10,310万人〔速報値〕と約7割程度の需要回復になっている⁽⁷⁾。他方、観光産業側の対応としては、全国的に行動制限が行われていた2年間は、持続化給付金、雇用調整助成金、在籍型出向、他事業への参入等で、従業員の雇用や経営状態を保ってきたが、行動制限の解除以降は、持続化給付金は受付を終了し、雇用調整助成金の特例措置も2022年9月に終了し、感染者の増大と抑制、及び不安定な需要回復との狭間で観光産業の自律的な経営が求められている。そのなかで、全国旅行支援は需要喚起策として重要である。

そこで本研究は、GoToキャンペーンのような需要喚起策で生じる消費者の認識、あるいは旅行に対する意識行動の変容について、2020年に実施したGoToトラベル事業期間を対象として、定量的に把握することを目的とする。加えて、観光産業のマネジメントに与える今後の需要予測やマーケティング活動に与える示唆について考察する。

2 観光産業の経営状況に関する既存データの整理

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、特に観光産業の経営は、売上高、利益率、新規採用、従業員への一時金等に大きな影響を与えている。

旅行業界に関しては、最大手の株式会社JTBが、コロナ禍初期は、2020年3月期通期連結決算の営業利益(2019年4月～2020年3月)が対前年比78.0%減となり、冬の一時金の支給を見送り、5年間で2割の店舗や人員削減を計画した⁽⁸⁾。その後、2022年3月期通期連結決算の営業利益は、本業の旅行関連以外の事業として、ワクチン接種会場の予約管理、運営、療養者の宿泊手配、オンライン型のMICEへの支援等が約8割を占めており、売上高は対前年比156%増となり、本社ビルや株式の売却益等で純利益は黒字に転換した⁽⁹⁾。また、近畿日本ツーリストなどを傘下に置くKNT-CTホールディングス株式会社では、コロナ禍初期は、売上高(2020年4月～6月)が連結で対前年比97.0%減とし、冬の一時金の支給を大幅に削減し、2022年3月までに3分の2の店舗を削減し、2025年3月までに従業員数を3分の1に削減することを計画した⁽¹⁰⁾。その後、2022年3月期通期連結決算の売上高は、株式会社JTBと同様、いわゆる行政向けのBPO(Business Process Outsourcing)サービスが寄与し、対前年比で59.2%増となり、営業損失、経常損失、及び純損失は約4分の1以下に圧縮した⁽¹¹⁾。今後は旅行業界にとって、手数料収入や店舗での接客サービスを通じた商品販売からの脱却が本格的に求められる。

航空業界に関しては、日本航空株式会社では2021、及び2022年度における新卒採用を停止し、雇用維持を図るためにキャビンアテンダントやグランドスタッフの一部を地方自治体や物流センターに在籍型出向させる方針を決定した⁽¹²⁾。また、新株発行などによる公募増資を最大1.826億円することを決定した⁽¹³⁾。ANAホールディングスにおいても2021、及び2022年度における新卒採用を停止し、雇用維持を図るためにキャビンアテンダントやグランドスタッフの一部を大手家電量販店や小売業界、ホテルなどのコールセンターに出向させる方針を決定した⁽¹⁴⁾。また、新株発行などによる公募増資を最大3.321億円することを決定した⁽¹⁵⁾。航空業界にとって取戻後の状況も見据えて、キャビンアテンダントやグラン

ドスタッフの雇用を維持しながら、一時的な副業や地方移住も含めた柔軟な働き方も検討してきた。

2023年度においては、日本航空株式会社ではキャビンアテンダントの新卒採用を20～21年度に大学などを卒業した人も募集対象としたうえで、3年ぶりに再開すると発表した。併せて地上職や技術職、自社養成パイロットなどの採用も行う⁽¹⁶⁾。ANAホールディングスでは2023年度入社の新卒採用に関して、キャビンアテンダントの採用再開は見送るが、地上業務や本社勤務、整備などの職種で3年ぶりに再開すると発表した⁽¹⁷⁾。訪日外国人観光客の扱いについては、2022年6月10日より、商用、留学、技能実習等に加えて98の国と地域に限定して、観光用ビザの取得と陰性証明があれば、パッケージ・ツアーによる団体旅行での来日を可とし、訪日入国者数の上限を1日あたり2万人に引き上げたが、各種手続きに時間を要し、個人旅行が制限されていることから、2022年7月時点では上限を満たしていない⁽¹⁸⁾。

宿泊・飲食業界に関しては、観光・サービス産業の中で最も経営に対する影響が大きいといえる。株式会社帝国データバンクの調査では、新型コロナウイルスの関連倒産は2022年8月時点で3906件を越えており、業種別では「飲食店」(592件)が最多となり、次いで「ホテル・旅館」(157件)の順番であった⁽¹⁹⁾。また総務省の「労働力調査」では、2021年度の宿泊・飲食業等における産業別就業者数が22万人減の369万人であり、年々減少している⁽²⁰⁾。この期間中に倒産、転職、解雇、そして内定取り消し等が増加したことも要因として挙げられる。また、臨時休業、客数の制限や営業時間の短縮も実施された。

特に宿泊業に関しては、医療機関に提供される病床確保料や飲食業に提供される時短協力金といった給付型の支援は一時金のみであり、無担保融資や返済猶予の延長で負債額が他産業に比べて大きい。

このような観光産業の経営環境が悪化してきているなかで、消費者の旅行に対する意識はどのように変化をしてきたのだろうか。ここでは旅行に対する潜在需要を把握するためにアンケート調査を中心とした分析を紹介する。1つは立教大学観光学部西川亮ゼミナールが実施した「新型コロナウイルス流行による学生の旅行意識への影響に関するレポート」(2020年6月実施)、もう1つは日本観光研究学会コロナ特別プロジェクト定量チームが実施した「新型コロナウイルス感染症の旅行行動への影響に関するアンケート調査結果」(2020年7月～8月実施)である。これらの集計結果をまとめたものが図表1である。既に旅行の需要喚起策の1つであるGoToトラベルの概要の発表後であり、それに対する認知度は総じて高

図表1 新型コロナウイルス感染症の旅行行動への影響に関する先行研究の調査結果

	一般	学生
過去1年間の国内宿泊旅行回数	1.04回/年	1.49回/年
Go Toトラベルの認知(利用意向を含む)	61%	64%
*立教大学西川ゼミの調査(主に観光学部の学生を対象)では、認知が「51%」、さらにその中から利用意向が「81%」であった。		
今後1年以内の国内旅行の実施意向	64%	73%
旅行の実施予定(3ヶ月以内)	32%	35%
*立教大学西川ゼミの調査(主に観光学部の学生を対象)では、今夏に旅行に行きたい意向は「85%」であった。		
想定する旅行先への移動距離(90分以上)	84%	84%

(出所)「新型コロナウイルス感染症の旅行行動への影響に関するアンケート調査結果」日本観光研究学会コロナ特別プロジェクト定量チーム(2020年7月～8月実施)

(出所)「新型コロナウイルス流行による学生の旅行意識への影響に関するレポート」立教大学観光学部西川亮ゼミナール(2020年6月実施)

かったといえる。また、今後1年以内の国内旅行に対しては、約6～7割の回答者が積極的に実施したいと回答された。さらに、想定する旅行先の移動距離は90分以上と回答した方が8割を越えていた。したがって、消費者の潜在的な旅行に対する需要は比較的大きく、観光産業にとっても経営の改善が将来的に期待される結果といえる。一方で、これらの調査はGoToトラベル開始前の調査であり、且つ調査対象の年齢、居住地等に一定の偏りがみられる。また、旅行の時期や目的地の選択、旅行を意思決定するための条件に関する判断基準は明らかにされていない。

3 アンケート調査の概要・結果

3.1 調査方法と質問紙の概要

本研究では、全国の居住者、主に20～60代の349名を対象に、コロナ禍で旅行に対する消費者の意識がどのように変容したのかを詳細に把握するためにアンケート調査を実施した。

調査期日は、2020年9月29日から10月2日であり、GoToトラベルの東京発着が10月1日に解禁され、新型コロナウイルス感染拡大の抑制と社会経済活動の両立について議論がなされていた時期である。調査方法はマイボイスコム株式会社に業務委託をし、Webアンケートフォームを通じて回答を求めた。

最終的には、349サンプルとして有効回答票が得られた。またデモグラフィック特性として、性別に関しては男性が183人(52.4%)、女性が166人(47.6%)であり、現時点での結婚の有無に関しては「有」が176人(50.4%)、「無」が173人(49.6%)であった。また、年代については20代が77人(22.1%)、30代が67人(19.2%)、40代が70人(20.0%)、50代が66人(18.9%)、60代が69人(19.8%)であり、概ね偏りはないと考える。20代から60代に設定した理由は、一般的に所得を得て自由に旅行に行くことができる年代であると判断したためである。

次に質問紙の主な項目については次の通りである。

① デモグラフィック特性、② 過去2年間の旅行経験の有無及びその訪問先、③ 今後の国内旅行の予定(予定があると回答した方のみ④以降も回答)、④ メインの観光地もしくは都道府県、⑤ 旅行目的、⑥ 同行者、⑦ 移手段、⑧ 旅行の消費選択の位置づけ、⑨ 宿泊先の選択基準、⑩ 1人当たりの予算、⑪ コロナ禍で旅行を選択するタイミング

本研究では、調査対象を観光地における経済効果が高く、GoToトラベルの意向が調査に反映されることを狙って、「国内において一泊以上の宿泊を伴う旅行」と限定し、質問紙にもそれを前提とした上で回答を求めている。そのうえで、④における今後の国内旅行について尋ねたところ、「半年以内に行きたいと考えている」が97人(27.9%)、「1年以内に行きたいと考えている」が36人(10.3%)、「時期は決まっていないが、感染状況がある程度落ち着いたら行きたい」が88人(25.2%)、「新型コロナウイルスの感染拡大が完全に収束してから行きたい」が79人(22.6%)、「新型コロナウイルスの感染拡大が完全に収束しても、国内旅行に行くつもりはない」が49人(14.0%)であった。したがって時期や条件は異なっているが、国内旅行に対する関心は比較的高く、300名の回答者が国内旅行への意欲を示しているといえる。以下は、国内旅行に対して関心が高いこの300名を対象とした主要な調査結果を記していくことにする。統計解析にあたってはSPSS Statistics Base及びRegression Ver.27を用いて行った。

3.2 旅行と宿泊施設の選択基準に関する重要度

旅行の実施及び宿泊施設の選択基準(⑧⑨⑪)の質問項目を重要度として5点尺度(Likert scale)で評価してもらい、平均値が3以上且つ標準偏差が1以上の項目を抽出した。その結果が図表2である。

旅行の実施の選択基準として、「GoToトラベルの割引対象」を考慮するかという項目については、国内旅行に関心が高い層でも重要度に差異があることが明らかとなった($M=3.46$, $SD=1.10$)。これは「新

図表2 旅行もしくは宿泊施設の利用基準に関する平均値と標準偏差（主なもの）

項目	度数	平均値 (M)	標準偏差 (SD)
家族・友人からの誘い	300	3.09	1.05
GoTo トラベルの割引対象	300	3.46	1.10
温泉の質を重視する	300	3.79	1.03
ワクチンや治療薬の開発・普及	300	3.72	1.04
旅行前に PCR 検査や抗体検査を受けたい	300	3.39	1.08

型コロナウイルスの感染拡大が完全に収束してから行きたい」と回答している方の意向が反映されているからとも考えられる。また、「温泉の質を重視する」($M=3.79, SD=1.03$)や「ワクチンや治療薬の開発・普及」($M=3.72, SD=1.04$)についても平均値及び標準偏差が比較的高いことが明らかになった。

3.3 過去2年間とコロナ禍における今後の国内宿泊旅行に関する意識の変容

過去2年間における旅行の有無とその訪問先について尋ね(②の質問項目)、それらの回答と今後の国内旅行に対する意向の有無とその訪問予定先(興味・関心も含む)の回答(③の質問項目)の両者について、クロス集計を通じて、比較した(図表3)。まず、回答者の居住地域を9つに分類し(北海道、東北、関東、北陸、中部、近畿、中国、四国、九州・沖縄)に分類し、そのうえで過去2年間において「居住地域内を目的地とした」、「居住地域に隣接するところを目的地とした」、「居住地域内と隣接するところの両方を目的地とした」を「相対的近距离旅行者」とし、「居住地域に隣接していないところを目的地とした」を「相対的遠距離旅行者」とし、最後に「居住地域に隣接するところもしていないところも目的地とした」、「居住地域内、及び地域に隣接していないところを目的地とした」、「居住地域内、隣接の有無に関わらず、目的地とした」を「旅行距離無関係」の3つに分類し縦軸に設定した。

図表3 過去2年間と今後の国内宿泊旅行における旅行目的地の変容（クロス集計） N=226

今後の国内旅行における意向

		居住地域を目的地としたい(近距离)	居住地域に隣接するところを目的地としたい(近距离)	居住地域に隣接していないところを目的地としたい(遠距離)	合計
		過去2年間における国内宿泊旅行	相対的 近距离旅行者	居住地域内を目的地とした	
	相対的 遠距離旅行者	居住地域に隣接していないところを目的地とした			
	旅行距離無関係	居住地域に隣接するところもしていないところも目的地とした	居住地域内、及び地域に隣接していないところを目的地とした	居住地域内、隣接の有無に関わらず、目的地とした	
	合計				

一方で、今後の国内旅行における意向については、「居住地域を目的地としたい」、「居住地域に隣接するところを目的地としたい」の2つを「近距離旅行者」、「居住地域に隣接していないところを目的地としたい」を「遠距離旅行者」に分類し、横軸に設定した。その結果、各項目において比較的回答者が多い15人以上を色づけしてみたところ、新型コロナウイルスの感染拡大前と後で旅行目的地の選択について、比較的意識の変化がないことが明らかになった。したがって、新型コロナウイルスの感染拡大が旅行目的地の選択に影響を及ぼす可能性は必ずしも大きくはないといえる。

次に、今後国内旅行に行きたいと回答した方は、具体的にどのような環境や要件、動機づけを重視するかを把握するために、主成分分析を通じて抽出されたセグメントによってそれぞれの特性を考察した。

具体的には、図表4のとおりである。図表のタイトルである旅行意思決定基準とは、消費行動の中から旅行の実施を選択する、宿泊施設を選択する、そしてコロナ禍で旅行を実施するための要件や環境、動機づけに関する26項目の基準を用いた。なお本研究では、抽出された主成分を出来るだけ単純構造に近づけるため、バリマックス回転を採用した。なお、各主成分の累積寄与率は、それぞれ29.8%(第1主成分)、38.7%(第2主成分)、46.8%(第3主成分)であることを確認した。その結果、主成分得点が0.5以上のパラメータを確認したところ、大きく3つのセグメントを導出した。

図表4 旅行意思決定基準を基にした3つのセグメント(主成分分析)

	第1 主成分	第2 主成分	第3 主成分		第1 主成分	第2 主成分	第3 主成分
経済的余裕	.107	.096	.729	料金が安い	.107	-.013	.003
時間的余裕	.131	.102	.723	ロコミを参考にする	.166	.298	.004
旅行に対するイメージが改善されている	.296	.048	.636	食事の質	.281	.806	.150
感染者がある程度収まってきている	.696	-.067	.362	温泉の質	.163	.817	.080
家族、友人等から旅行の誘いを受ける	.104	-.145	.496	接客サービス	.366	.632	.143
直感的に旅行に行きたい気分になる	-.039	.263	.640	以前に行ったことがある	.011	-.014	-.029
交通アクセスが便利	.305	.171	.188	ワクチンや治療薬が開発・普及している	.761	.114	.077
居住地と同じ都道府県である	-.053	.013	-.090	全国の新規感染者が少なくなっている	.868	.038	.052
観光地に近い	.112	.015	.084	旅行目的地の新規感染者が少なくなっている	.859	.198	.050
GoTo トラベルの割引対象になっている	.038	.071	.051	施設の感染対策が行われている	.773	.279	.106
出来るだけハイグレードな施設及びサービスである	.116	.348	.052	コロナウイルスに関する情報公開がなされている	.816	.242	.062
感染症対策がしっかりしている	.712	.240	.031	事前にPCR検査や抗体検査の結果を把握したい	.622	.085	.121
清潔感がある	.469	.459	.134	最後は自己責任だと考えるべきである	.076	.359	.257

注)色づけの濃い部分は、主成分得点が0.5以上のパラメータを示している。

第一に「感染傾向・対策の関心が高い」グループである。例えば「感染者がある程度収まってきている」、「感染症対策がしっかりしている」、「ワクチンや治療薬が開発・普及している」、「全国の新規感染者が少なくなっている」、「旅行目的地の新規感染者が少なくなっている」、「施設の感染対策が行われている」、「コロナウイルスに関する情報公開がなされている」、「事前にPCR検査や抗体検査の結果を把握したい」などが特徴として挙げられる。このグループは、国内旅行に対する関心は高いが、一方で新型コロナウイルスの感染動向についても関心が高く、感染が収束してから実施する可能性が高い

と推察される。

第二に「宿泊施設の関心が高い」グループである。例えば、国内旅行の主目的として「食事の質」、「温泉の質」、「接客サービス」が高い宿泊施設に関心があるといえる。旅行形態として、観光地や観光施設を周遊するよりも宿泊施設に滞在する時間を重視している層が一定程度存在することが示唆されている。

第三に「旅行に対する意欲が高い」グループである。例えば、「経済的余裕がある」、「時間的余裕がある」、「旅行に対するイメージが改善されている」、「直感的に旅行に行きたい気分になる」という特徴が挙げられる。これらのグループは、新型コロナウイルスの新規感染者数や感染症対策の徹底よりも旅行に対する各人の動機づけを重視しているが、社会的な旅行に対するイメージも考慮して旅行の実施を判断する可能性もある。

3.4 旅行意思決定基準に関する変数間の関係性

次に図表4で取り上げた旅行の意思決定基準における変数間の関係性を検証した(図表5)。検証にあたっては、既述のとおりすべての調査項目においてLickertの5点尺度に基づいた重要度で尋ねていることから、Pearsonの積率相関分析を採用して2変量間の相関関係を検証し、0.4以上の相関係数及び有意水準に着目した。

一定の相関関係を示す変数については、図表5のとおり、一般的な旅行に対する動機づけである「経

図表5 旅行意思決定基準に関する変数間の関係性(Pearsonの積率相関分析)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1 経済的余裕													
2 時間的余裕	.644*												
3 旅行の社会的イメージ	.337	.371											
4 新規感染者の減少	.354	.322	.456*										
5 交通アクセス	.254	.253	.237	.301									
6 GoTo割引	.058	.037	.183	.043	.155								
7 ハイグレード	.079	.088	.188	.038	.160	.475**							
8 感染症対策	.195	.179	.276	.535*	.387	.282	.273						
9 低価格	.147	.142	.024	.118	.253	.166	-.033	.261					
10 口コミ	.06	.074	.169	.102	.212	.433**	.347	.307	.247				
11 食事の質	.221	.258	.244	.258	.251	.209	.377	.441*	.109	.352			
12 温泉の質	.195	.129	.174	.141	.186	.127	.331	.296	.069	.292	.719*		
13 接客サービス	.183	.228	.304	.282	.399	.240	.424*	.522**	.193	.404**	.598**	.534**	

(注) **p<0.01、*p<0.05

済的余裕」と「時間的余裕」(r=.644、p<.05)、「旅行に対する社会的イメージ」と「新規感染者の減少」(r=.456、p<.05)、「GoToキャンペーンの割引」と「ハイグレードな施設及びサービス」(r=.475、p<.01)及び「施設に対する口コミの参考」(r=.433、p<.01)、「新規感染者の減少」と「施設の感染症対策」(r=.535、p<.05)、「施設の感染症対策」と「食事の質」(r=.441、p<.05)、「食事の質」と「温泉の質」(r=.719、p<.05)、「接客サービス」には「ハイグレードな施設及びサービス」(r=.424、p<.05)、「施設の感染症対策」(r=.522、p<.01)、「施設に対する口コミの参考」(r=.404、p<.01)、「食事の質」(r=.598、p<.01)及び「温泉の質」(r=.534、p<.01)との関係性が認められた。

3.5 GoToトラベルキャンペーンが旅行や宿泊施設の選択要因に与える影響

次に政府が新規感染者の拡大防止と社会経済活動の両立を講じるための象徴的な需要喚起策として実施され、且つ国民の社会的関心が高いGoToトラベルに対する潜在認識について把握する。具体的には、国内旅行の関心が高いと回答した方を対象に、GoToトラベルの割引に対する重要度は、どの旅行意思

図表6 GoToトラベルキャンペーンが旅行や宿泊施設の選択要因に与える影響
(多項ロジスティクス回帰分析)

	非標準化 係数			非標準化 係数	
	β	標準誤差		β	標準誤差
経済的余裕がある			口コミを参考にする	2.297	.575***
時間的余裕がある	.393	.759	食事の質	-.638	.982
旅行に対するイメージが以前より良くなっている	-.135	.607	温泉の質	1.648	.798**
新型コロナウイルスの感染者がある程度収まってきている	.962	.78	接客サービス	.298	.742
家族、友人等から旅行の誘いを受ける	-.948	.406**	以前に行ったことがある	-.663	.387*
直感的に旅行に行きたい気分になる	.581	.671	ワクチンや治療薬が開発され、普及している	.81	.623
交通アクセスが便利	.448	.657	全国の新規感染者が少なくなっている	-2.633	1.223**
居住地と同じ都道府県である	-1.158	.578**	旅行目的地の新規感染者が少なくなっている	1.629	1.242
観光地に近い	-.779	.491	施設の感染対策がしっかり行われている	.432	1.174
出来るだけハイグレードな施設及びサービスである	2.396	.54***	地域もしくは施設において、新型コロナウイルスに関する情報が公開されている	.804	.948
感染症対策がしっかりしている	-1.657	.832	事前にPCR検査や抗体検査等を受けて、その結果を把握したい	-.395	.532
清潔感がある	-.25	.868	最後は自己責任だと考えるべきである	-.038	.049**
料金が安い	.161	.593			

(注) *** $p < 0.01$ 、** $p < 0.05$ 、* $p < 0.1$

また、非標準回帰係数 (β) が正の値を示しており、且つ上記のように統計的に有意な変数に色づけを行った

決定基準の変数に影響を与えるのかを検証した。検証にあたっては、量的及び質的な影響を含めて考察することが重要と考え、年齢(年齢の実数)、性別(男性「1」、女性「0」)、現在の結婚の有無(無「1」、有「0」)、居住地(関東「1」、それ以外「0」)の変数をダミー化することによって、デモグラフィック特性を考慮した仮説モデルを構築し、分析にあたっては多項ロジスティクス回帰分析を採用した。

その結果が図表6である。非標準化係数(β)及び有意水準に着目すると、「GoToトラベルの割引対象になっている」ことの重要度は、「出来るだけハイグレードな施設及びサービスである」($\beta = 2.396, p < .01$)、「口コミを参考にする」($\beta = 2.297, p < .01$)、「温泉の質」($\beta = 1.648, p < .05$)のそれぞれの変数に正の影響を与えることが明らかになった。また、「家族、友人等から旅行の誘いを受ける」($\beta = -.948, p < .05$)「居住地と同じ都道府県である」($\beta = -1.158, p < .05$)「以前に行ったことがある」($\beta = -.663, p < .1$)、「全国の新規感染者が少なくなっている」($\beta = -2.633, p < .05$)、「最後は自己責任だと考えるべきである」($\beta = -.038, p < .05$)のそれぞれの変数に負の影響を与えることが明らかになった。

4. 結論

本研究は新型コロナウイルスが世界的に感染拡大したことにより、政府が2020年に実施したGoToキャンペーンをはじめとする需要喚起策に取り組むなかで、消費者は旅行消費をどのように認識し、変容してきたのかを定量的に把握し、観光産業のマネジメントに与える示唆を考察することが目的であった。

先行研究や現時点で公表されている既存のデータをコロナ禍初期と現在の比較を通じて参照した。観光産業の代表例としてあげられる旅行代理店、航空業界、宿泊・飲食業界は、売上高、利益率が軒並み減少し、店舗閉鎖、人員削減、在籍型出向などの雇用調整も余儀なくされた。また、新規採用の見合わせや内定取り消しといった新卒の学生にも大きな影響を与えた。現在では不確実な経営環境下ではあるが、徐々に需要が回復し、自律的な経営が求められている。2020年後期における消費者の旅行に対する意識調査では、今後1年以内の国内旅行に対しては、約6~7割の回答者が積極的に実施したいと回答され、想定する旅行先の移動距離も90分以上と回答した方が8割を越えていた。

そこで筆者は旅行の時期や目的地の選択、旅行先や宿泊施設の選択基準に関する詳細な意向を把握するために実態調査を実施した。

その結果、まず本調査においても約9割弱の回答者が今後の国内旅行に対して何かしらの関心があることが明らかになった。そして旅行先の変容に関しては、過去2年間の旅行先と今後の関心のある旅行先について居住地を基準に差異を比較したところ、新型コロナウイルスをきっかけに旅行先の関心に変化がみられたとは必ずしもいえなかった。さらに国内旅行に関心がある回答者に対して、旅行への動機、旅行先ならびに宿泊施設の選択基準に関する重要度を用いた主成分分析を行った結果、「感染傾向・対策の関心が高い」、「宿泊施設の関心が高い」、及び「旅行に対する意欲が高い」という3つのセグメントが抽出された。最後に国内旅行においてGoToトラベルの割引率を重視する回答者は、「出来るだけハイグレードな施設及びサービスである」、「口コミを参考にする」、「温泉の質」の重要度に影響を与えていること、そして関東に居住している回答者がこれらの変数に影響していることも明らかにされた。

特にGoToトラベルの割引に関しては、関東の居住者が比較的強い関心を持ち、出来るだけハイグレードな施設やサービスと温泉の質(効能や施設の充実度等)を重視し、口コミを考慮しながら宿泊施設を選択することが考えられる。これらの結果は、今後期待される全国旅行支援の参考になると考えられる。

旅行者の受け入れ先である観光産業のマネジメントに与える示唆として、静岡新聞(2020年9月30日付)の新聞記事を参照してみると、静岡県の事例として県内1814事業者のうち、GoToトラベルに参加している宿泊業は1130事業者、すなわち約4割の事業者は参加していないと報じている⁽²¹⁾。同新聞の静岡県旅行業協会に対するインタビューにおいては、「高齢の経営者や人手不足の中小施設が参加しづらい制度」と指摘し、「割引金額が大きい高価格の宿に予約が集まる傾向が顕著である」と回答している。中小規模の事業者が参加していない理由は、希望の有無のみならず、同新聞では「自社のホームページなどを通じて、直接予約を受け入れる場合は、割引相当額を算出し、自社がその都度専用のホームページを通じて申請作業を行ったり、不正受給防止のために第三者機関に宿泊記録の提出も行わなければならない。」ことも参加できない理由として挙げている。このように手続きが複雑で情報が必ずしも周知徹底されていないことが影響しているとも考えられる。したがって、事業者にとってはキャンペーンの効果が格差が生じてきていることが今後の課題として挙げられる。それぞれ地方自治体が独自に宿泊料金に対する助成制度も開始されているが、参加を希望する事業者には、ホームページ、電話、メール等による周知のみならず、地域で直接的に情報を共有したり、手続きの支援を行う取り組みが必要になる。

また、大規模なホテルチェーンや高級宿の利用者は、割引率の高さから宿泊先を旅行の主目的にしていることも考えられる。そのため、地域全体で集客できるようなイベントや体験を企画し、経済対策で検討されている「地方創生臨時交付金」等を活用し、支援することによって、地域に滞在することを主

目的とした観光客が増加し、中小規模の旅館を利用する可能性が出てくるといえる。

【注】

- (1) GoToキャンペーンは、新型コロナウイルスの感染拡大の抑制と社会経済活動の両立を図るために、政府が実施した需要喚起策のひとつである。国内旅行の一部費用を補助する国土交通省（観光庁）所管の「Go To トラベル」（観光キャンペーン）、飲食需要を喚起する農林水産省所管の「Go To Eat」（飲食キャンペーン）、イベントなどのチケット代を補助する経済産業省所管の「Go To イベント」（エンターテインメントキャンペーン）や商店街振興の「Go To 商店街」（地域振興キャンペーン）で構成される。
- (2) 観光庁「Go To トラベル事業の利用実績等について」
https://www.mlit.go.jp/kankocho/news06_000499.html（2022年8月14日閲覧）
- (3) 観光庁「宿泊旅行統計調査」令和2年1月～令和2年12月分報告書（年の確定値）
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>（2022年8月17日閲覧）
- (4) 持続化給付金は、ひと月の売上が対前年同月比で50%以上減少している等の要件を満たしている事業者に対し、最大で法人200万円、個人100万円を支給する制度である。雇用調整助成金は、経済上の理由により事業活動の縮小を余儀なくされた事業主が、労働者に対して一時的に休業、教育訓練又は出向を行い、労働者の雇用の維持を図った場合に、休業手当、賃金等の一部を助成する制度である。
- (5) 観光庁「日本の観光の再生に向けた取組について」
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/kanko_kaigi_dai37/siryoul.pdf（2020年12月1日閲覧）
- (6) 観光庁「宿泊旅行統計調査」平成31年1月～令和元年12月分（年の確定値）
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>（2022年8月17日閲覧）
- (7) 観光庁「宿泊旅行統計調査」令和4年5月分（第2次速報値）
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>（2022年8月17日閲覧）
- (8) 日本経済新聞「JTB、グループ6500人削減 4～9月期最終赤字781億円」（2020年11月20日配信）
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO66494170Q0A121C2H53A00>（2020年12月14日閲覧）
- (9) 観光経済新聞「JTBグループ21年度連結決算、黒字化」（2022年6月8日配信）
<https://www.kankokeizai.com/>（2022年8月17日閲覧）
- (10) 観光経済新聞「KNT-CTホールディングス中間決算、13年の発足後で最大の赤字」（2020年11月2日配信）
<https://www.kankokeizai.com/>（2020年12月14日閲覧）
- (11) 観光経済新聞「KNT-CTホールディングス通期決算、赤字縮小 227億改善」（2022年5月26日配信）
<https://www.kankokeizai.com/>（2022年8月17日閲覧）
- (12) 日本経済新聞「JAL、出向・派遣500人規模 物流や自治体に期間限定」（2020年11月2日配信）
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO65633780Z21C20A0TJ1000>（2020年12月14日閲覧）
- (13) 日本経済新聞「JALの増資調達、最大1826億円で条件を決定」（2020年11月18日配信）
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO66384180Y0A111C2D2TA000>（2020年12月14日閲覧）
- (14) 日本経済新聞「ANAHD、グループ外企業への従業員出向検討」（2020年11月18日配信）
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO65437610V21C20A0TJC000>（2020年12月14日閲覧）
- (15) 日本経済新聞「ANAHD、公募増資で最大3321億円調達」（2020年11月27日配信）
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO66716800X21C20A1I00000>（2020年12月14日閲覧）
- (16) 日本経済新聞「JAL、CA新卒採用3年ぶり再開 23年度入社」（2022年2月18日配信）
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC185F00Y2A210C2000000/>（2022年8月18日閲覧）
- (17) 日本経済新聞「ANA、23年度の地上職など新卒採用再開 CAは見送り」（2022年12月27日配信）
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC274L20X21C21A2000000/>（2022年8月18日閲覧）

- (18)観光庁「令和4年6月10日以降の外国人観光客の受入れ開始について」
https://www.mlit.go.jp/kankocho/page03_000076.html (2022年8月18日閲覧)
- (19)帝国データバンク「新型コロナウイルス関連倒産動向調査」(2022年8月17日配信)
<https://www.tdb.co.jp/tosan/covid19/pdf/tosan.pdf> (2022年8月18日閲覧)
- (20)総務省統計局「労働力調査(基本集計) 2021年(令和3年)平均結果」2022年2月1日公表
<https://www.stat.go.jp/data/roudou/sokuhou/nen/ft/pdf/youyaku.pdf> (2022年8月18日閲覧)
- (21)静岡新聞朝刊「県内宿泊事業者『GoTo』登録6割止まり」(2020年9月30日付)

参考文献

- 日本観光研究学会コロナ特別プロジェクト定量チーム(2020)「新型コロナウイルス感染症の旅行行動への影響に関するアンケート調査結果」
- 立教大学観光学部西川亮ゼミナール(2020)「新型コロナウイルス流行による学生の旅行意識への影響に関するレポート」