

アナリストの眼

Go To トラベルキャンペーン ～景気回復が軌道に乗るまで継続が望まれる～

【ポイント】

1. Go To キャンペーンの中でトラベル事業の予算が圧倒的に多く、過去最大の観光消費喚起策であり、新型コロナウイルス対応の経済対策の目玉といえる。
2. 新型コロナウイルスの感染者数の急増に伴う対応が求められる事業であり、今後も一時的に対象から除外となる地域が増える可能性もある。
3. Go To トラベル事業の需要喚起の規模は、直接的なインパクトだけでも名目 GDP の約 0.5%と試算され地域経済の活性化の効果は大きい。
4. 需要が高いにもかかわらず、感染拡大で利用が自粛される状況などを考慮し、政府はキャンペーンの実施期間を延長する方向で検討している。
5. 地域経済の活性化などに効果的な施策であり、景気回復が軌道に乗るまで継続することが望まれる。

新型コロナウイルスの感染者数の急増により政府は Go To トラベル事業の見直しを決定し、札幌市など感染急増地域について期間限定で対象から除外している。感染が収束するまでは、利用の自粛の動きが避けられないものの、経済対策の目玉の一つであることは変わらないだろう。Go To トラベル事業の目的・概要や利用状況、経済効果などをまとめてみた。

1. Go To トラベル事業は過去最大の観光消費喚起策

Go To キャンペーンは、新型コロナウイルスによりダメージを受けた観光業、飲食業、イベント業などを消費者への還元を通じて支援し、地域の活性化を図る官民一体の経済対策である。このキャンペーンは、①Go To トラベル、②Go To イート、③Go To イベント、④Go To 商店街があり、今年度の補正予算で決定した総額 1 兆 6,794 億円のうち、それぞれ 1 兆 3,542 億円、2,003 億円、1,198 億円、51 億円が割り当てられている（図表 1）。Go To トラベルの予算は総額の 8 割以上と大規模なことに加え、消費者に対する還元率もイート、イベントが 2 割相当分なのに対して、トラベルは 5 割相当分（上限補助金：1 泊当たり 2 万円）と消費者への訴求効果も大きい設定となっている。トラベル事業に巨額の予算が割り当てられたのは、観光産業が多大な影響を受けたこともあるが経済波及効果が大きく、地方経済の活性化にも効果的なことが理由と考えられる。Go To トラベル事業は過去最大の観光消費の喚起策であり、新型コロナウイルス対応の経済対策の目玉の一つと位置付けられよう。

図表 1. Go To キャンペーンの概要

	予算	実施時期	内容
Go To トラベル	1兆3,542億円 (1兆1,250億円)	第1弾 7/22～9/30 第2弾 10/1～	旅行業者等経由の予約:旅行代金に対して35%を割引 旅行代金35%割引+地域共通クーポン15%配布
Go To イート	2,003億円 (1,484億円)	クーポン適用 10/1～ 食事券販売 10月上旬～	オンライン飲食予約:ディナー1000円、ランチ500円 ポイント付与 プレミアム食事券:2割相当分の割引で販売
Go To イベント	1,198億円	コロナ収束後	チケット会社経由の予約:2割相当分の割引で販売
Go To 商店街	51億円	商店街ごとに設定	商店街のイベント、プロモーション等に支援

(資料) 経済産業省より富国生命投資顧問作成

(備考) ()内は事務手数料を除く実質的な支援額

12月8日政府発表の追加経済対策は考慮していない

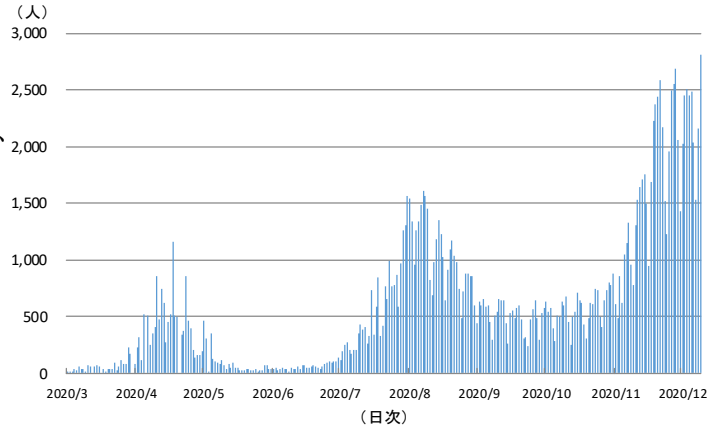
2. 新型コロナウイルス感染者数の急増に対応した運営が求められる事業

Go To トラベル事業は、もともと新型コロナウイルスの流行収束後の実施が前提となっており、状況に応じた難しい対応が求められることも特徴といえる。

Go To トラベル事業は、新型コロナウイルスの流行が収束傾向となったと判断された2020年7月22日から開始され、10月からは第2弾として感染者数の拡大から対象外となっていた東京都も加わった。消費者への還元については、宿泊代金の35%割引を受けられるという点では同じだが、第2弾はさらに15%分が地域共通クーポンとして提供されている（例えば1万円の旅館に宿泊したケースは、共に消費者は6,500円を支払うが、第2弾では宿泊先のエリアで利用できる1,500円のクーポンを受け取ることができる）。

11月下旬以降は再び感染者数が急増したことから（図表2）、感染急増地域が除外される措置が実施されている。このプロセスは、都道府県知事の判断により対象外とすべき地域を要請し、これを受けて政府が関係閣僚会議を開き一時的な除外を決定している。12月上旬時点では、札幌市と大阪市が12月15日まで除外となりこの期間での新規予約の停止に加え、既存予約もキャンセル料は免除などの対応がされたうえで割引対象から外されている。また、東京都も12月17日まで高齢者、基礎疾患がある人についての利用自粛を促すことを決定している。

図表2. 1日当たりの新規感染者数の推移



(資料) Bloombergより富国生命投資顧問作成

3. 需要喚起の規模は直接効果だけでも GDP の約 0.5%

Go To トラベル事業による需要喚起の規模を支援額に対するレバレッジから試算してみよう（一時的に対象から除外される地域があり、これに伴う需要の変動はあるが、あくまで予算の消化に対する効果から算出する）。

第1弾は支援35に対して、実際に支払われるのは宿泊費100であり支援策が需要を生み出すレバレッジは2.85倍(100÷35)である。第2弾は支援50に対して、消費されるのは宿泊費100と地域共通クーポン15であることから、支援額に対するレバレッジは2.30倍((100+15)÷50)となる。事務委託費など除く支援額は1兆1,250億円であり、このうち第1弾が約1,099億円、残りの約1兆151億円が第2弾となる。

このため、第1弾の需要喚起額は約3,132億円（レバレッジ2.85倍×支援額約1,099億円）、第2弾は約2兆3,347億円（レバレッジ2.30倍×約1兆151億円）であり、合計は約2兆6,479億円である。この需要喚起の規模は、2019年名目GDPの約0.5%に相当する。しかも、この需要喚起は直接的な消費といえ経済波及効果を考慮するとさらに大きな規模になる。観光庁は観光消費の経済波及効果は約2倍と試算（2018年）している。

4. 2020年10月末までの予算消化率は2割程度

観光庁が発表した2020年7月22日～10月31日までの支援額は、少なくとも約2,087億円（宿泊・旅行代金割引約1,886億円、クーポン付与約201億円）となっている（図表3）。事務委託費を除いた予算1兆1,250億円に対する予算消化率は約18.6%と2割未満で、予算が大規模なこともあり、余裕があるといえる。

一方で、月別の利用者数は7月200万人、8月1,306万人、9月1,012万人、10月1,458

万人で推移している（図表 4）。10 月が大きく伸びているのは、新型コロナウイルスがやや沈静化し、東京地区が対象となったことや地域共通クーポンの配布が始まったことが理由と思われる。11 月の連休については、観光地はにぎわったと報道されており Go To トラベルに対する需要は高いといえよう。

政府は、需要が高いにもかかわらず、感染者の急増により利用が自粛される状況などを考慮して、キャンペーンの実施期間を来年 1 月末から 6 月末まで延長する方向で検討している。

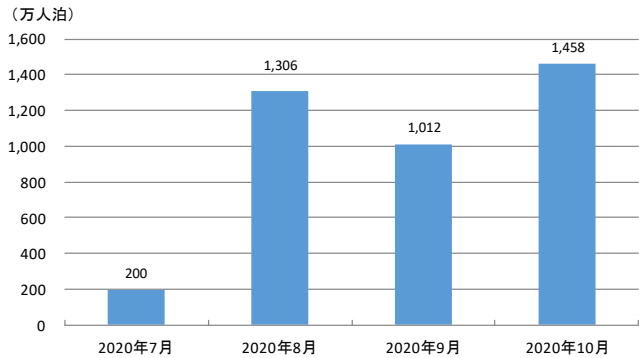
図表 3. Go To トラベル事業の利用実績
(2020 年 7 月 22 日～10 月 31 日)

利用人数	少なくとも約3,976万人泊
割引支援額	少なくとも約2,087億円
・宿泊・旅行代金割引	少なくとも約1,886億円
・地域共通クーポン付与	少なくとも約201億円

(資料)観光庁より富国生命投資顧問作成

(備考)クーポンの実績 2020年10月1日～11月9日

図表 4. Go To トラベル利用者数の推移



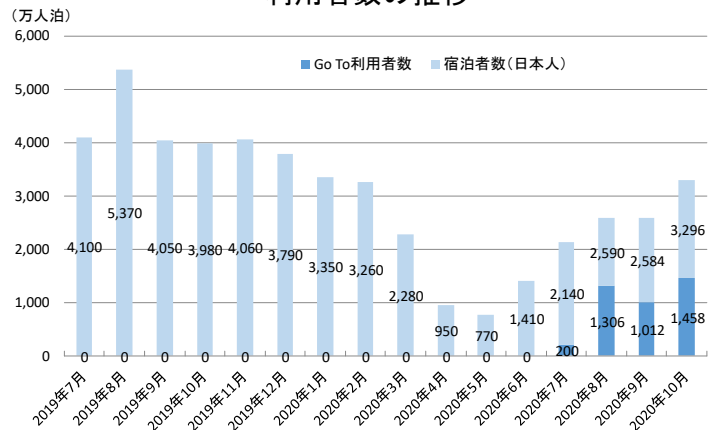
(資料)観光庁より富国生命投資顧問作成

5. 景気回復が軌道に乗るまでは継続が望まれる

新型コロナウイルスの感染拡大後の観光需要と今後の Go To トラベル事業の動向について考えてみたい。

図表 5 のとおり、国内宿泊者（日本人）は感染者数が広がった 2020 年 3 月から急減しており、前年比ベースで月ごとにみると 3 月▲45.2%、4 月▲75.9%、5 月▲81.6%、6 月▲61.2%で推移し、Go To トラベルの開始後は、7 月▲47.9%、8 月▲51.8%、9 月▲36.2%、10 月▲17.2%となっている。夏休み期間で旅行需要が増加する 8 月は Go To トラベル事業の対象となっていない東京エリアで感染拡大を防ぐために帰省を抑制する動きがあったことなどから減少率はやや拡大したと推測されるが、9 月以降は明らかに歯止めがかかるなど Go To トラベル事業の効果が見えてきている。11 月下旬以降は感染者数の急増により一部地域が対象から除外されており減少は避けられないだろうが、潜在的な需要は高く収束後に再び伸びる可能性は高いだろう。

図表 5. 宿泊者数及び Go To トラベル利用者数の推移



(資料)観光庁より富国生命投資顧問作成

新型コロナウイルスの感染者数の急増に対して難しい対応が求められる事業であるものの、地域経済の活性化には有効的な施策であり、少し長いスパンで捉え景気が本格的な回復軌道に乗るまでは、継続することが望まれる。