

ショートコメント vol.188 (2020年11月20日)

テーマ：街角調査にみる GoTo トラベル事業の景気浮揚効果
～徐々に小売や飲食関連にも効果が波及～

●GoTo トラベル事業のスタート

新型コロナの影響による旅行需要の低迷に対応し、政府は7月下旬から GoTo トラベル事業を実施している。1泊2万円を上限として、旅行代金の35%分を割引くほか、15%分を旅行先の買物などに使える地域共通クーポンとして配布する。

すでに事業の開始から数か月が経過し、その効果については、依然として一部への偏りが指摘されているものの、トータルとしては景気の押し上げにつながっていると見えよう。

実際に内閣府の景気ウォッチャー調査、いわゆる街角景気の動向においても、GoTo トラベルの効果を確認することができる。たとえば同調査では、景気判断の定量的な判断とともに、定性的な判断として自由コメントを聴取している。

そのコメントにおいて、GoTo トラベルへの言及が増えると同時に、コメントが付された景気判断が着実に上向いている。

●街角景気への波及状況

図表1は、20年8月から10月にかけての、GoTo トラベル関連のコメント数と、コメントが付された景気判断の推移である。8月は71件であったコメントが、9月には97件、10月は138件と着実に増えている。さらに関連の景気判断についても、月を追うごとに上昇している。

これはすなわち、GoTo トラベルによる景気の押し上げ効果が拡大している状況を示したものと見えよう。

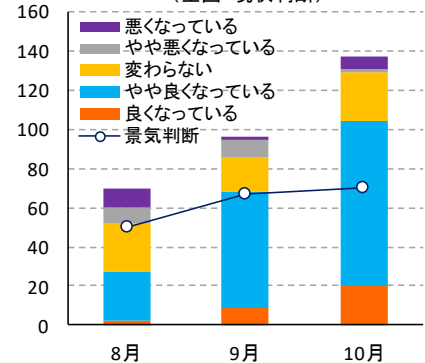
さらに、図表2はGoTo トラベルへの言及があった業種の変化をみたものである。もちろんその中心は、直接の恩恵を受けるホテル・旅館や旅行代理店であるが、徐々にその他の業種にも波及がみられる。たとえば、百貨店やコンビニといった物販関連をはじめ、飲食店などでもコメントが増えている。

これをみると、GoTo トラベルが単なる観光業界の需要喚起につながっただけでなく、人の往来を生み出したことで、消費全般を押し上げる効果につながったことが指摘できよう。

●各地域への影響

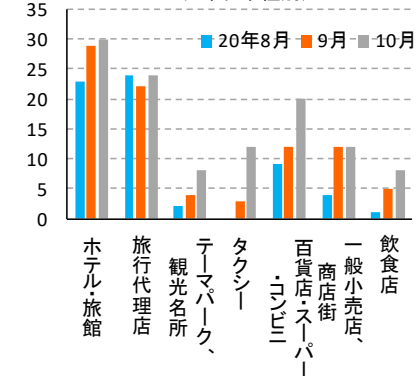
加えて、関連コメントの地域分布をみると、図表3のように関西の多さが目立つ。インバウンドの減少による打撃が大きな地域だけに、GoTo トラベル事業による需要喚起を歓迎する傾向は強いとい

【図表1】「GoToトラベル」関連コメント数の推移 (件、DI) (全国・現状判断)

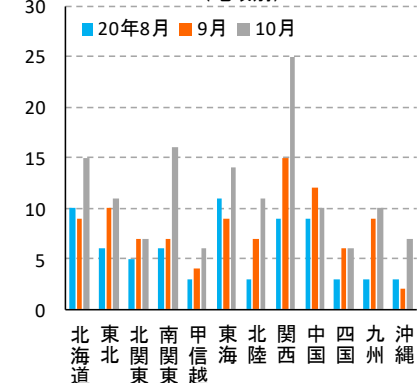


(出所)内閣府「景気ウォッチャー調査」、以下同じ

【図表2】「GoToトラベル」関連コメント数の推移 (件) (全国・業種別)



【図表3】「GoToトラベル」関連コメント数の推移 (件) (地域別)



※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

えよう。

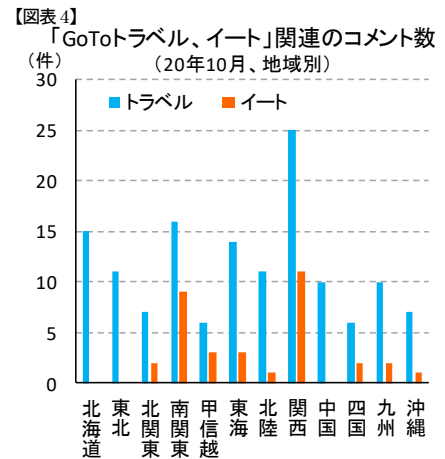
結果として、直近10月のコメント数は25件と全体の18%を占め、その比率は南関東や東海よりも高い。これは、ホテル・旅館関係からのコメントに限定するとさらに顕著で、関西の割合は全体の31%（10月）に上る。関西にとってGoToトラベル事業の存在が大きいことは間違いなく、すでにその継続を求める声も聞かれる状況である。

●GoTo イート事業との比較

なお、GoToトラベルに加え、GoToイート事業も10月から本格的にスタートしている。それに伴う動きも活発化し、街角景気のコメントでも多くの言及がみられる。

GoToトラベル事業との違いに注目すれば、コメントの地域分布ということになる。図表4のとおり、10月のコメントはほとんどが南関東と関西に集中している。調査の回答者がそもそも大都市に多いことを差し引いても、両地域への集中度は高い。

これは事業の対象店舗が大都市圏に多いことが主因といえるが、関西のコメント数が南関東を上回っている点については、やはりインバウンドによる痛手の差とみられる。関西では、外食関連でもインバウンドの減少が大きく響いている分、事業を歓迎する傾向は強いといえよう。



●今後の注目点

ここまでみてきたように、GoToトラベル、イートの各事業については、特にトラベルを中心に景気の押し上げにつながっているものの、その反面、新型コロナの感染拡大を招く一因ともなりつつある。

景気の浮揚効果が大きいということは、それだけ人の行動を促していることに他ならず、感染リスクも高めてしまう。本格的な冬を控え、感染の第3波への不安が高まる中、今後は必要に応じてキャンペーンの内容を変更することも求められよう。場合によっては、特定地域の除外といった判断も必要と考えられる。

本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL：06-6258-8805 mail：hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。