

コロナ渦の奈良における観光業への影響の調査とその対策を考える



11班
吉井・岡田・村上

目的：奈良の観光業への影響を調べ、今後の観光業を考える

導入

11班は、奈良の観光業がコロナウイルスの感染拡大による人流抑制を受けて、どのような影響を受け、また更にこれから奈良の観光業のためにはどのような策をとることができるのかを調べました。

仮説

①観光客数について
奈良の観光客数は近畿地方で緊急事態宣言が発令されていた時期に急減した。



②飲食店の対応
ほとんどの飲食店は国の時短営業要請に応じて給付金を受け取り、要請が解除されると通常営業を再開した。



③飲食店の利用客数
Go To キャンペーンにより飲食店の利用客は増えた。



④これからの観光業
これから再び奈良の観光が栄えるためには、市や県からのGo Toトラベルをはじめとしたキャンペーンが最も効果的である。

調査方法

方法①
観光センターなどに電話をする
(奈良市観光戦略課など)



方法②
観光地に実際に行ってみる
(ならまちなど)



方法③
お店などに直接インタビュー
(奈良市奈良三条店様など)



調査結果①……奈良市観光戦略課より

観光案内所利用者数

右の図より観光案内所の利用客数において、日本人より外国人のほうが大きく減少していることが分かった。また、このことから外国人観光客の集客は、日本人観光客の集客よりも困難であると考えられる。

→日本(主に近畿圏など)の人向けの方策が必要



月	合計	奈良市総合観光案内所			近畿奈良駅観光案内所				
		日本人	外国人	外国人	日本人	外国人	外国人		
1	19,705	10,205	9,500	9,748	4,984	4,764	9,957	5,221	4,736
2	11,923	7,077	4,846	5,849	2,948	2,901	6,074	4,129	1,945
3	8,192	5,748	2,444	4,333	2,699	1,634	3,859	3,049	810
4	1,254	1,129	125	593	529	64	661	600	61
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	3,240	3,177	63	1,128	1,088	40	2,112	2,089	23
7	4,080	3,946	134	1,382	1,317	65	2,698	2,629	69
8	5,110	4,945	165	1,607	1,530	77	3,503	3,415	88
9	6,521	6,334	187	2,162	2,064	98	4,359	4,270	89
10	9,093	8,954	139	3,063	2,990	73	6,030	5,964	66
11	12,388	12,127	261	4,642	4,501	141	7,748	7,626	120
12	5,052	4,882	170	2,033	1,952	81	3,019	2,930	89
計	86,558	86,524	18,034	36,540	26,602	9,938	50,018	41,922	8,096

出典：奈良市観光入込客数調査(奈良市)

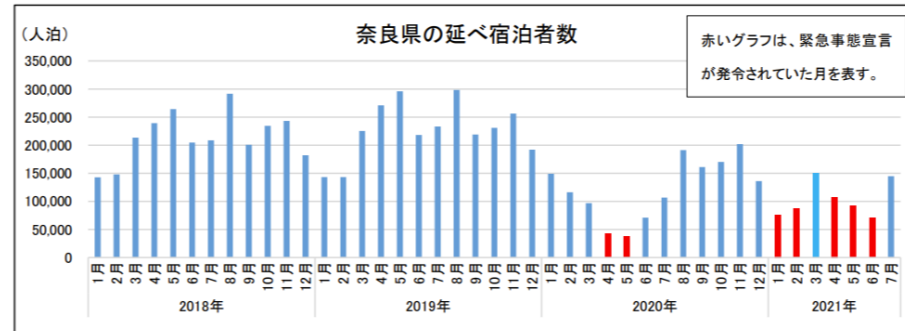
調査結果②……奈良市観光戦略課より

宿泊者数の変化

宿泊客数については感染状況に応じて、**アップダウンが激しいことが分かった**。全体の数は減っているが、特に緊急事態宣言が発令されていた月は大きく減少しているため、**緊急事態宣言には一定の効果がある**こともわかった。



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2018年	142,880	147,770	213,430	239,010	264,090	204,720	208,680	291,370	200,730	234,900	242,990	182,000
2019年	143,250	143,220	225,210	270,870	295,820	218,230	233,290	298,450	218,760	230,770	258,320	192,130
2020年	149,290	116,010	98,630	42,470	37,250	70,990	106,820	190,880	161,130	170,220	201,880	136,150
2021年	76,250	86,770	149,960	107,660	92,340	70,250	144,640					



出典：宿泊旅行統計調査(観光庁)

調査結果③……日本市奈良三条店様より

お店の人の声



Go To キャンペーンのクーポンを使っていた来店客の割合は大体**6割～7割**ほどだった。また、周りの店でも多くの店が(飲食店を含む)Go To キャンペーンに参加していた。

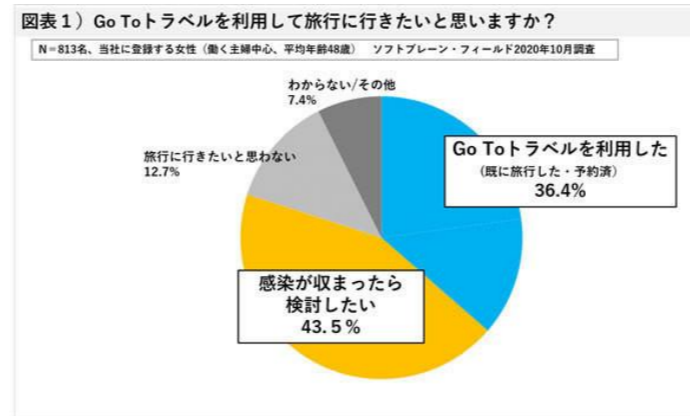


※日本市奈良三条店の店内

調査結果④……Go To トラベル意識調査 | ソフトブレン・フィールド株式会社より

さらに詳しく調べてみると①

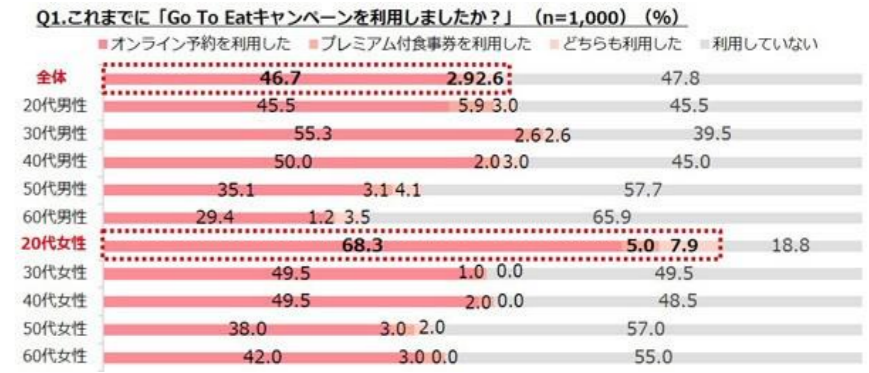
右の図より、今回のGo Toトラベルにはおよそ**四割**の人が実際に利用したことがわかる。また、今後の感染拡大が収まる頃に利用する見込みがある人を合わせると、**約八割**の人がGo Toトラベルを利用すると回答している。よって、奈良でも同じような処置をとると仮定した場合に、十分な利益が上がると思われる。



参照：Go To トラベル、働く女性の利用率は？ | マイナビニュース (mynavi.jp)

さらに詳しく調べてみると②

右のグラフでは年代別のGo To Eat キャンペーンの利用状況が示されている。全体図を見てみると、Go To Eat キャンペーンの利用に**肯定的な人が半数以上の割合**を占めている。また外食の頻度が高い二十代、食にこだわる人が増える五十代は利用の割合が大きい一方、働き盛りの三十代、四十代の人は比較的利用の割合が小さく思われる。



参照：Go To Eat 利用率1位は「20代女性」81.2%、「行きたいと思った当日に利用」：MONEYzine: 資産運用とお金のこと、もっと身近に

改善策

その①
30代、50代に向けたキャンペーンの利用広告(SNSやメディアなど)



その②
誰にでもわかりやすい登録方法のガイド(すべての年代の人に利用してもらうため)



その③
分かりやすく、使いやすいポイント還元方法(ポイント分の即時値引きなど)



まとめ

本当に奈良の観光業の再興を目指すには、これからはGo To Eatをはじめとするキャンペーンを人々が利用しやすいように工夫を施し、より多くの観光客や飲食店利用者の増加を促進することが求められる。また、最も効果的なのは飲食店の利用客数を増やすことだと考えられる。そして、そのためには年代に合わせた広告が必要であり、より多くの観光客にキャンペーンを知ってもらい利用してもらうことが、これからの奈良の観光業には必要であると考えられる。

