

# GoToトラベルキャンペーンの行方

## Ⅲ. 次の段階としての官民を挙げた経済活動の回復

### 1. 観光・運輸業、飲食業、イベント等に対する支援【1兆6,794億円】

- 甚大な影響を受けた地域産業において、将来の収益回復の見通しを持っていただくためにも、新型コロナウイルス感染症の流行の収束状況を見極めつつ、国内における人の流れと街のにぎわいを創り出し、地域を再活性化するため、官民一体型の需要喚起キャンペーンを実施する。

#### Go To キャンペーン事業（仮称）【1兆6,794億円】

- 今回の感染症の影響により、売上等に甚大な打撃を被った観光・運輸業、飲食業、イベント・エンターテインメント事業等を対象に、感染症流行の収束状況を見極めつつ、一定期間に限定して、官民一体型の需要喚起キャンペーンを実施する。

##### ①観光キャンペーン（Go To Travel キャンペーン（仮称））

- 旅行者等経路で、期間中の旅行商品を購入した消費者に対し、代金の1/2相当分のクーポン等を付与（最大1人あたり2万円分/泊）。

##### ②飲食キャンペーン（Go To Eat キャンペーン（仮称））

- オンライン飲食予約サイト経路で期間中に飲食店を予約・来店した消費者に対し、飲食店で使えるポイント等を付与（最大1人あたり1,000円分）。
- 登録飲食店で使えるプレミアム付食事券（2割相当分の割引等）を発行。

##### ③イベント・エンターテインメントキャンペーン

（Go To Event キャンペーン（仮称））

- チケット会社経路で、イベント・エンターテインメントのチケットを購入した消費者に対し、割引・クーポン等を付与（2割相当分）。

##### ④商店街キャンペーン（Go To 商店街 キャンペーン（仮称））

- 商店街等によるキャンペーン期間中のイベント開催、プロモーション、観光商品開発等の実施。

出典：経済産業省 令和2年度第1次補正予算等（経済産業省関連）の概要

旅行需要喚起策「Go Toトラベル」事業は東京都だけを外してスタートすることになりました。旅行ツアーでは早くもキャンセルが相次ぎ、混乱が広がっています。

政策立案当初は、新型コロナウイルス感染拡大の状況を受けて、逼迫した医療体制を改善する「感染拡大防止策と医療提供体制の整備及び治療薬の開発」や、緊急事態宣言によって休業を余儀なくされた方々への「雇用の維持と事業の継続」と並んで、「次の段階として」との位置づけで決まった政策です。

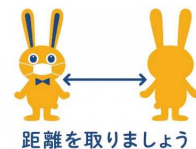
重症患者が4月当時より少ないとはいえ、感染拡大が明確で、とは言え、経済も回していかなければならない中で、「Travel」「Eat」「Event」「商店街」の4つのアイテムの中でも、地域的な広がりを持つ「Travel」が、「なんで優先されたのだろうか？」と、疑問を感じている方も多いのではないかと思います。

せっかくの政策キャンペーン、「申請数が計画通りあがり、業界支援となりうるのか？」今後の動向に注目が集まります。

さて、皆さんはこの政策、決定プロセスも含めてどのように感じているのでしょうか？



家にいましょう



距離を取りましょう

## 参考資料



経済産業省 令和2年度第1次補正予算等（経済産業省関連）の概要  
[https://www.meti.go.jp/main/yosan/yosan\\_fy2020/hosei/](https://www.meti.go.jp/main/yosan/yosan_fy2020/hosei/)



日本経済新聞 進むも地獄、退くも地獄 「Go Toトラベル」大混乱  
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO61827530S0A720C2000000/>



毎日新聞 GoToキャンセル殺到 業者悲鳴「なぜ東京だけ」  
「致命的」 秋以降も影響  
<https://mainichi.jp/articles/20200717/k00/00m/040/254000c>



マスク・消毒をしましょう



手を洗いましょう