

2020年5月27日

2020年 ゴールデンウィーク集客・休業動向

コロナ禍でほとんどが休業・中止 求められる行政サポート

静岡経済研究所（理事長 一杉逸朗）では、新型コロナウイルスの影響により、かつてない事態となった「ゴールデンウィーク集客・休業動向」調査の結果をとりまとめましたので、その概要をご案内します。

調査結果の概要

1. 今年のゴールデンウィークは、新型コロナウイルスの感染拡大により不要不急な外出の自粛が求められ、ほとんどの施設・イベントが休業・中止となる異例の事態となった。
2. 休業期間中、県内の観光施設や商業施設の事業者は、半数超が「施設・設備の点検・補修」を実施するとともに、4割近くの事業者が「SNSによる情報発信」を実施。非対面で顧客とつながることができるインターネットを活用する動きが目立った。
3. 施設の営業再開・正常化の予定時期については、「未定」とする回答者も多いが、感染終息後の集客回復に向けて、感染対策や情報発信の強化、集客に向けた新しい取り組みなどを計画している事業者も多い。
4. ほとんど人の動きがなかったGWであったが、今後、観光産業を回復させていくためには、まずは“Withコロナ”の時期を乗り越えていくための対策とともに、“アフターコロナ”に向けた展望が必要となろう。また、事業継続の観点から考えれば、コロナ禍をきっかけに取組みが本格化しているネットを活用した非対面型事業の収益化を検討していくことも重要だろう。

※本件のお問い合わせ先 担当（大石 彰男、中澤 郁弥）

2020年ゴールデンウィーク集客・休業動向

～コロナ禍でほとんどが休業・中止、求められる行政サポート～

- 今年のゴールデンウィークは、新型コロナウイルスの感染拡大により不要不急な外出の自粛が求められ、ほとんどの施設・イベントが休業・中止となる異例の事態となった。
- 休業期間中、県内の観光施設や商業施設の事業者は、半数超が「施設・設備の点検・補修」を実施するとともに、4割近くの事業者が「SNSによる情報発信」を実施。非対面で顧客とつながることができるインターネットを活用する動きが目立った。
- 施設の営業再開・正常化の予定時期については、「未定」とする回答者も多いが、感染終息後の集客回復に向けて、感染対策や情報発信の強化、集客に向けた新しい取組みなどを計画している事業者も多い。
- ほとんど人の動きがなかった今年のGWであったが、今後、観光産業を回復させていくためには、まずは“Withコロナ”の時期を乗り越えていくための対策とともに、“アフターコロナ”に向けた展望が必要となろう。また、事業継続の観点から考えれば、コロナ禍をきっかけに取組みが本格化しているネットを活用した非対面型事業の収益化を検討していくことも重要だろう。

新型コロナウイルスの影響で 異例の事態となった今年のGW

改元に伴う10連休により、多くの行楽客で賑わった昨年のゴールデンウィーク（以下、GW）から一転、今年のGWは、新型コロナウイルス感染拡大防止のために“不要不急の外出自粛^{*1}”が求められる中、ほとんどの施設が休業、イベントも中止に見舞われるなど、かつてない異例の事態となった。

こうした中、各交通機関の利用状況も記録的な落ち込みとなった。JR東海によると、4月24日から5月6日までの同社管内における東海道新幹線の利用者数は29.2万人で、前年同期比△94.0%と大幅に落ち込んだ。同社静岡支社管内の在来線の利用者数も19.4万人で、同△87.0%

とこちらも大きく減少した。また、国土交通省によると、県内の東名高速道路（静岡IC～焼津IC間）および新東名高速道路（新静岡IC～静岡SAスマートIC間）の1日当たりの平均交通量（4月25日～5月6日）は、それぞれ前年同期比△63.0%、同△67.0%と大幅に減少。さらに富士山静岡空港においても、GW期間内は国際線、国内線ともに全便が欠航、駿河湾フェリーも同じく全便欠航となった。

当所では、例年、「GW集客動向調査」として、県内の観光施設や商業施設、イベント主催者に対して、GW期間内にどの程度の集客があったのかを調査・集計してきたが、今年は、休業の実態や休業中に事業者がどのような対応をとってきたかを中心にまとめてみた。

本調査の概要：GW期間中の主なイベントや観光・レジャー施設など、466先に調査票を送付。うち271カ所から回答を得た（回答率58.2%）。

※1 不要不急の外出自粛：4月16日、緊急事態宣言の範囲が全都道府県に拡大され、GWが終わる5月6日まで全国的に不要不急な外出の自粛が求められ、多くの業種・施設に対して自主的な休業が要請された。

5月6日までほぼすべての施設が休業、イベントもほとんどが中止に

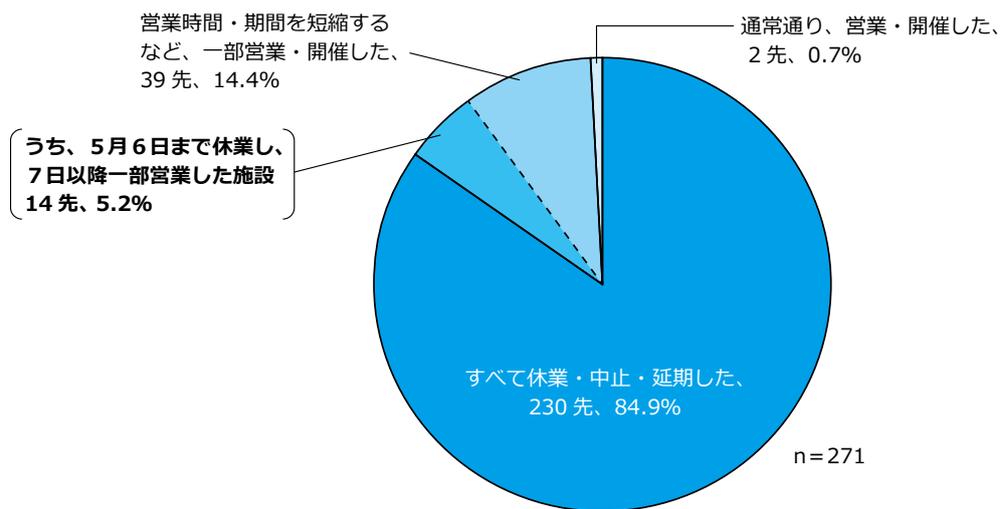
まず、GW期間内（4月29日（祝）～5月10日（日））における施設の営業およびイベントの開催状況については、期間中は「すべて休業、あるいはイベントを中止・延期した」との回答が84.9%と大多数を占めた（図表1）。「営業時間・期間を短縮するなど、一部営業・開催した」は14.4%にとどまり、「通常通り、営業・開催した」は、寺社および公園の2先だけだった。

なお、「営業時間・期間を短縮するなど、一部営業・開催した」と回答した施設のうち、5月6

日までは営業を自粛していて、5月7日以降に営業を再開した施設が14先（5.2%）あり、5月6日までの期間の休業・中止は244先で全体の90.0%にのぼる。そのほかの施設も、生活必需品を扱うスーパーなどを併設する商業施設が一部営業するケースが多かった。

この結果、県内のGW集客イベント・施設の集客数は42.5万人と、前年（928.8万人）を大きく下回った（図表2）。たとえば、神事のため開催された「浅間大社 流鏝馬祭」も、行事の一部や露店の出店を取りやめるなど規模を大幅に縮小して行われた。

図表1 GW期間内（4月29日～5月10日）における施設の営業、イベントの開催状況



資料：当所アンケート

図表2 静岡県内のGW集客イベント、施設の集客状況の前年比較

2019年（4月27日～5月6日：10日間）				2020年（4月29日～5月10日：12日間）			
分類	順位	イベント、施設名	集客人数	分類	集客人数	前年比	
イベント	1	浜松まつり（浜松市）	209.7万人	イベント（3主体） ・「浅間大社 流鏝馬祭」など	0.2万人	△ 99.9%	
	2	藤まつり（藤枝市）	18.0万人				
	3	今川復権まつり（静岡市）	14.9万人	施設（38施設） ・食品スーパー等併設施設 25先 ・5月7日以降、一部営業した施設 14先	42.3万人	△ 92.9%	
	4	シズオカ・サンバカーニバル（静岡市）	13.5万人				
	5	浅間大社 流鏝馬祭（富士宮市）	9.0万人				
小計（37主体）			329.6万人	静岡県全体		42.5万人	△ 95.4%
施設	1	プレ葉ウォーク浜北（浜松市）	25.7万人				
	2	富士川楽座（富士市）	16.9万人				
	3	道の駅 伊東マリンタウン（伊東市）	13.4万人				
	4	道の駅 伊豆ゲートウェイ函南（函南町）	12.5万人				
	5	アクトシティ浜松（浜松市）	11.9万人				
小計（233施設）			599.2万人				
静岡県全体			928.8万人				

注）データ公表が可能なイベント、施設上位5件を掲載

資料：図表1に同じ

休業中は施設メンテナンスのほか SNS による情報発信を実施

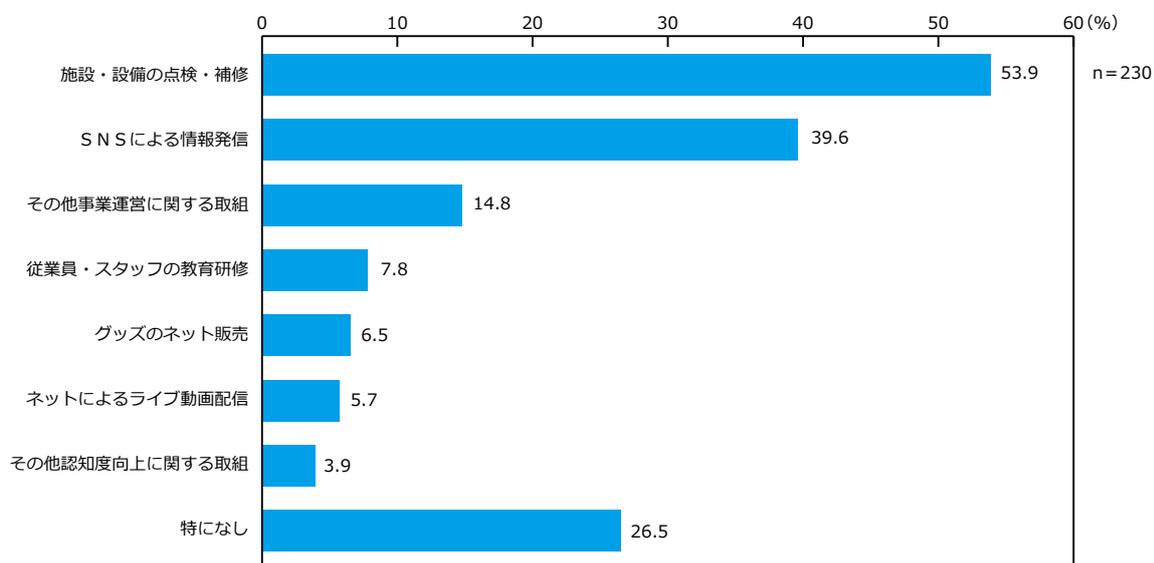
では、休業期間中、県内観光施設や商業施設の事業者は、どのようなことに取り組んでいたのか。“休業中に特別に実施したこと”を聞いたところ、「施設・設備の点検・補修」(53.9%)との回答が最も多く、半数超を占めた(図表3)。今回、休業期間が長期にわたったため、この機会に通常のメンテナンスでは取り組めない施設や設備の点検・補修などを実施した先が多かった様子がみられる。

次に、「SNSによる情報発信」(39.6%)との回答が続き、4割近くに達した。スマホなどインターネット環境が一般的となった現代において、情報発信手段としてツイッターやインスタグラムなどのSNS(ソーシャルネットワー

クサービス)の活用は効果的であり、多くの施設において、休業期間の案内や施設の現況などを発信していた。また、動・植物園などでは、園内の動物などの様子をYouTubeなどの動画配信サイトでライブ配信するなど「ネットによるライブ動画配信」(5.7%)を実施するところもみられた。こうしたネットを活用した動きは、新型コロナウイルスの感染拡大が続く中、非対面で顧客とつながる有効な手段でもあり、「在庫商品のネット販売」などに取り組んだ事業者もみられた。

このほか、休業期間を利用して「新型コロナウイルスの感染対策」のために展示施設の変更を行ったとの回答などもあったが、一方で「特になし」(26.5%)との回答も4分の1を占めるなど、取組みに差がみられた。

図表3 休業中に特別に実施したこと(複数回答)



その他休業中に特別に実施したこと(自由回答)

- 在庫商品のネット販売(観光施設)
- 在庫が多く残った商品をネットで特売する(観光施設)
- コロナ対策、感染リスクを下げるため展示施設を変更(動・植物園)
- ツイッター等による動画配信「おうちで美術館」、SNS対話型鑑賞(美術館)
- 「楽器づくり」など4本の動画をYouTubeにアップ(博物館)
- バーチャルミュージアムの配信(博物館)

資料:図表1に同じ

施設の再開時期は未定との回答多く、イベントの代替開催も困難

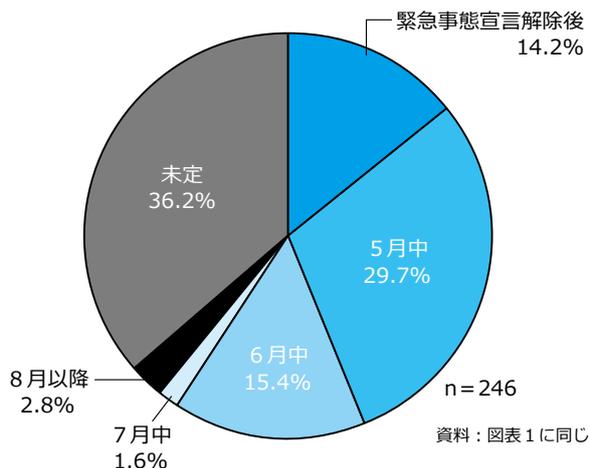
施設の営業再開・正常化の予定時期については、「5月中」(29.7%)や「6月中」(15.4%)のほか、「緊急事態宣言解除後」(14.2%)など、具体的に再開の時期を見据える事業者がいる一方、「未定」(36.2%)とする回答も多く、先の見えない中、営業再開の目途が立てづらい様子が見られる(図表4)。

一方、今般、中止となったイベントの代替開催については、「代替開催する予定」との回答はわずか3.5%にとどまり、「代替開催しない・できない」(61.0%)との回答が6割を超えた(図表5)。

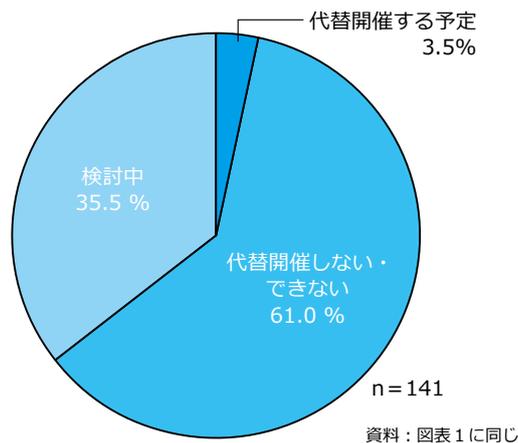
「検討中」とする回答も35.5%あったものの、延期しても当面は人を集めたイベントの開催はなかなか難しい現状が浮かび上がる。

こうした中、感染終息後に向けて、集客回復のために計画していることを尋ねると、「3密防止策の徹底」や「消毒や換気など感染予防対策の徹底」など“感染対策の強化”を挙げる声が多く聞かれたほか、「SNSのさらなる活用」による“情報発信の強化”や「イベントの開催」など“集客に向けた新しい取組み”といった前向きな回答も目立った(図表6)。

図表4 営業再開・正常化の予定時期



図表5 イベントの代替開催について



図表6 新型コロナの感染終息後に向けて、集客回復のために計画していること

分類	自由回答(抜粋)
感染対策の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・3密防止策の徹底(娯楽施設) ・3密とならないよう自然を生かした屋外でのプログラムの計画(参加・体験型施設) ・コロナ対策を考えたイベント実施方法の変更(参加・体験型施設) ・より快適に過ごせるように場内整備を行う(参加・体験型施設) ・消毒や換気など感染予防対策の徹底、休憩スペースの座席間隔の確保など、安心・安全な施設づくり(日帰り温浴施設) ・来館者が安心して利用できるよう、予防対策を講じる(日帰り温浴施設)
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSのさらなる活用(参加・体験型施設) ・地域と連携し、地元の温泉や食材等の観光資材をPR(参加・体験型施設) ・HP等での情報発信を積極的に行う(参加・体験型施設) ・SNS等による情報発信の強化(自然スポット) ・HP、SNSによる情報発信(自然スポット) ・動画とSNSの連携によるPR(博物館・美術館)
集客に向けた新しい取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・施設無料開放の検討(交流拠点) ・大型イベントというより、少しずつ回復できる(来場者が増加する)様な小規模イベントの取組を検討中(自然スポット) ・イベントの開催(動・植物園) ・会員、優待券等の延長対応(日帰り温浴施設) ・食堂で新規メニューを検討(商業施設) ・地域資源を活用したプログラムの強化(参加・体験型施設) ・カフェメニュー開発、イベント計画(夏以降～)(参加・体験型施設)

資料：図表1に同じ

今後の集客に強い不安 期待される行政サポート

このように、ほとんど人の動きがなかった今年のGWであったが、今後、観光産業を回復させていくためには、まずは“Withコロナ”の時期を乗り越えていくための対策とともに、“アフターコロナ”に向けた展望が必要となろう。そこで、行政に対して期待する支援策を尋ねると、「自粛ムード緩和に向けた正確な情報発信」(42.4%)との回答が最も多く4割を超えたほか、「助成金や低利・無利子の融資制度などの資金支援」(36.2%)や「全国一律ではなく、地域の実情を踏まえた適切な自粛要請」(34.7%)など、Withコロナ対策への回答が多く挙がった(図表7)。一方、アフターコロナ対策としては、「終息後、県内観光キャンペーンの実施」(36.5%)を期待する声が多い。

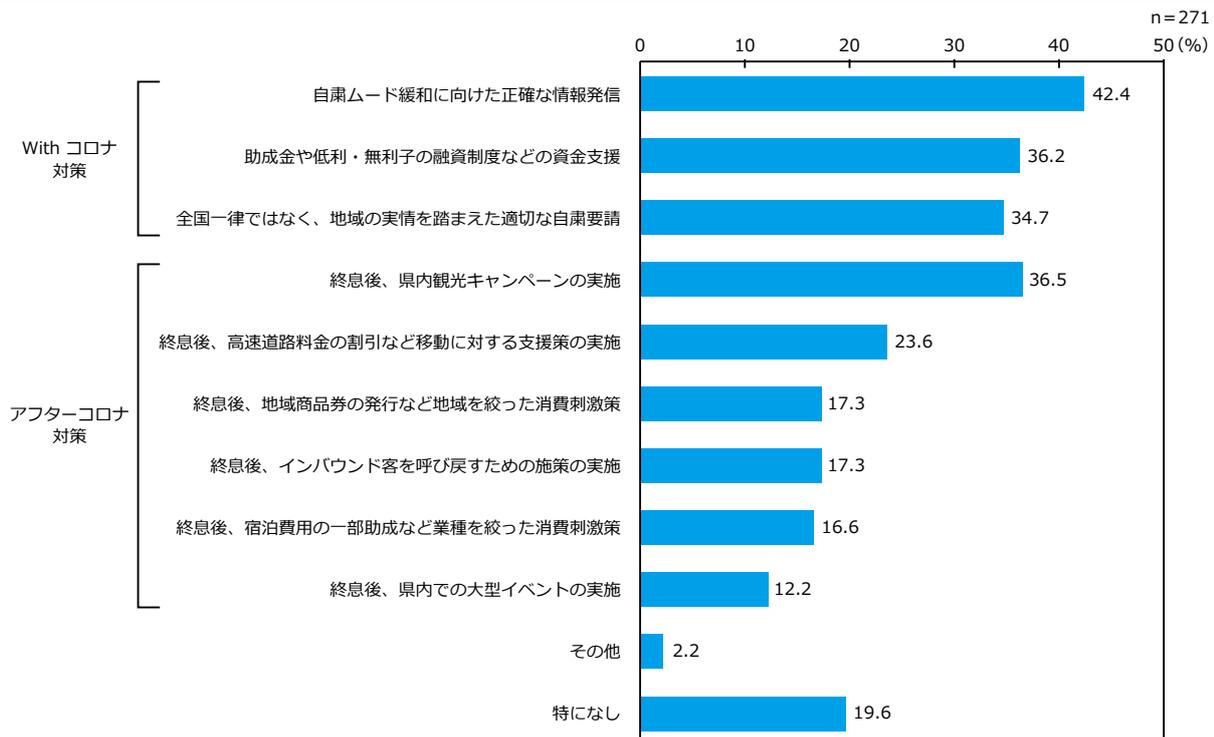
また、自由回答の意見をまとめると、倒産や廃業の不安も含めて現状の厳しさを訴える声が多く挙がり、特に施設の事業を継続するための公的サポートなど、行政等に対する数多くの要望が聞かれた(図表8)。

難しい判断を迫られる事業者 非対面型事業の収益化も重要に

今回、調査対象となった観光施設や商業施設、そしてイベントの開催などでは、“人を集める”ことが前提となる以上、新型コロナウイルスに対しては感染予防策を徹底することが何よりも重要となる。イベントの開催などにおいては、どうしても人が密集してしまう状況が生まれてしまうため、ワクチンなどが開発されるまでは、しばらく中断を継続せざるを得ないなど、非常に厳しい判断を迫られることになる。今後の事業継続を考えれば、コロナ禍をきっかけに取組みが本格化しているネットを活用した非対面型事業の収益化を考えていくことも重要だろう。

GWにおける過去3年間の人出は平均790万人で、その経済波及効果※2は約880億円と試算される。これを取り戻すことは容易ではないが、静岡県の観光事業者やイベント主催者が、このコロナ禍を乗り越え、しっかり復活できるよう、行政をはじめ、地域を挙げたあらゆる方面からの支援が望まれる。

図表7 行政に対して期待する支援策（複数回答）



図表 8 現状の課題や行政等に対する要望、今後の方策など自由意見（抜粋）

分類	自由意見（抜粋）
現状の課題等	<ul style="list-style-type: none"> ・自粛ムードが長引く可能性がある中、営業再開がマイナスに働くことに不安な面もある。（商業施設・道の駅） ・集客をするためのPRの仕掛け方（タイミング）が難しく、不安をかかえたままである。（商業施設・道の駅） ・インバウンドの団体を中心に営業展開してきただけにかなりきびしいのが現状。（商業施設・道の駅） ・座席間隔をあける、真正面は避ける等、飲食店の例示はあるが、店舗の広さに制限があり、現実的には難しい。（商業施設・道の駅） ・客数が少なく、赤字経営になる。（商業施設・道の駅） ・今年度はコロナの影響が大きすぎて、これから先の客足がどう戻ってくるのか非常に不安です。（参加・体験型施設） ・終息後も、ワクチンや治療薬がない限り、密になる施設は厳しい。今回のGWと夏がコケるとかなり倒産や廃業が多くなる。（動植物園・水族館） ・入園者数の見通しが立たないため、新規スタッフの採用ができない（人手不足なのに）。（動植物園・水族館） ・終息後、今までのようにお客様が来るか心配だ。（動植物園・水族館） ・GWの売上が消滅したことは、大きなダメージ。予想をはるかに超えた不況下に入りこんだ気がします。（動植物園・水族館） ・再開後は会社としては集客をしたいところだが、園内が密になる状態になる状態を招くことになるのが難しい。（動植物園・水族館） ・休館となったため来館者ゼロとなり、今年度の入館者数に大きな影響を与える結果となった。（博物館・美術館） ・3月1日のみ営業後、全館臨時休業し、4月再開するも10日間でまたもや臨時休業。そして5月いっぱいも臨時休業となり、建て直しは厳しく不安です。強力な下支えがないと倒産もあり得る。（日帰り温浴施設） ・休業が長期間に渡り、営業再開時の客足の回復動向が読めない。（日帰り温浴施設） ・コロナ前より入浴者が減少しており、終息しても一気に人が増える見込みはありません。（日帰り温浴施設）
行政等に対する要望	<p>Withコロナ対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業再開に向け、業種ごとのきめ細かな段階を示した資料を作成して頂きたい。（イベント） ・わかりやすい正確な情報発信をお願いしたい。未来を考えて、先に見える指針が欲しい。（イベント） ・東部地区はアクセスの良さから首都圏からの観光客が多くみられます。県境等、場所ごとに合った対策を希望します。（商業施設・道の駅） ・コロナウイルスの第2波、第3波が来た際、迅速な助成金の支援。（商業施設・道の駅） ・補償、猶予、融資、すべて簡素化した仕組みに変えなければ倒産発生必至です。（参加・体験型施設） ・正確な情報発信や行動指針など、安心して営業できる方策を考えてほしい。（参加・体験型施設） ・休業補償や休業手当などの助成金申請のさらなる簡素化。（参加・体験型施設） ・終息後の反動をある程度期待しているが出口が見えず、現状の収入が厳しいため助成金の充実をお願いしたい。（参加・体験型施設） ・今回の新型コロナによりダメージを受けたサービス業、特に飲食、観光、宿泊、バス会社などへの支援の強化を期待します。（参加・体験型施設） ・自粛要請のみではなく、今後の具体策を示してほしい。（動植物園・水族館） ・県外からの来園者が大半の施設に対しては、止むを得ず休業せざるを得ない等の事情を考え、補償を充実させてほしい。（動植物園・水族館） ・美術館等が担う社会的、将来的な役割や意義、存続していくことの重要性をご理解いただき、その役割を果たしていくための適切な補助を速やかに受けることができる体制を早急に整えていただきたい。（博物館・美術館） ・まずは、施設を安全な状態で再開するために全面的な協力を頂きたい（資金、広報等）。（博物館・美術館） ・方針は一律ではなく、地域の実情に即したデータに基づく根拠のあるものにしてほしい。また、施設の特性に応じ、休業要請した場合、必ず補償とセットにしてほしい。（博物館・美術館） ・あらゆる面での行政サポートが必須です。（日帰り温浴施設） ・6月以降の目的外使用料の免除（風呂以外の食堂、売店等の利用面積に相当の使用料を支払っている）。（日帰り温浴施設） ・休業補償等、スタッフの補償。（日帰り温浴施設）
アフターコロナ対応	<ul style="list-style-type: none"> ・静岡の中心部などで、各市町のPRや出店などの大規模イベントを実施してほしい。（イベント） ・マイクロツーリズムといわれる域内の移動を県として推奨し、県内経済の活性化を図ってほしい。（イベント） ・終息後の営業再開時にはPRや宣伝などの協力をお願いしたい。（動植物園・水族館） ・県内観光地のイメージアップにつながる情報発信、PRを希望。（動植物園・水族館） ・終息後、多くの地方で何かしらのキャンペーンがあると思いますが、全国的にみてもインパクトのある施策があれば良いと思います。（博物館・美術館）
今後の方策	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスが終息した際、来客数を取り戻すための施策を今から企画し、実行したい。（イベント） ・新型コロナウイルス感染症対策に継続して取り組んでいく。（商業施設・道の駅） ・新しい生活様式が今後の商環境にどう影響していくかを予想し、対応していかなければ、我々、商業デベロッパーとしての存在意義が低くなる恐れがある。（商業施設・道の駅） ・子どもや家族が集まる場なので今は安全を優先に考えています。（参加・体験型施設） ・お客様が安心して来店できる店づくりと同時に、スタッフの安全を考える必要がある。（参加・体験型施設） ・施設の整備、ネットコンテンツの充実など、普段できない業務に取り組むことができたので、これを今後に役立てたい。（博物館・美術館） ・職員の感染予防対策も必要。（日帰り温浴施設）

資料：図表1に同じ