

新型コロナウイルスの影響長期化を踏まえた、観光および流通・サービス業の 事業継続に向けた緊急要望

2020年5月8日
東京商工会議所
観光委員会
流通・サービス委員会

新型コロナウイルスの感染拡大により、我が国経済は未曾有の打撃を受けており、業種や規模を問わず事業継続と雇用維持が非常に厳しい状況にある。政府の緊急事態宣言の発令に伴い東京都をはじめとする各地方自治体において休業要請が出されたことにより、営業活動が全くできない状況にある企業が多くあるが、今般、緊急事態宣言延長が決定したことを受け、地域の経済社会活動への自粛が継続されることとなり、国民および事業者への影響は更に厳しさを増している。

今後どのように感染拡大を抑えつつ、正常な経済活動への復帰を実現していくのか、そのために必要な条件や期間を含めた道筋を早期に国民・事業者に提示し、目標に向かって一致協力して対応していくことが求められる。各事業者の予見可能性を高めるため、宣言解除の目安や自粛緩和の具体的かつ定量的な基準の明示が望まれる。

これまで、国や各地方自治体においては、資金繰り等様々な支援策が講じられているが、大企業に比べ経営資源に余力のない中小・小規模企業では、いまだ不十分との声が強い。緊急事態宣言が延長されたことにともない、まずは、今回の補正予算で措置された持続化給付金を含む各種支援施策がいち早く事業者などのもとに届くようにすることが緊要である。また、現行の融資制度や給付金、協力金、雇用調整助成金の特例制度など各種制度については、長期化を前提とする以前の内容であることに加え、現行の各種制度を利用している企業からは、条件の緩和や金額面の不足を訴える声が、申請中及び検討している企業からは、窓口対応の遅さ、申請書類の煩雑さに対する不満の声が多い。非常時の対応としての迅速性や手続きの簡素化等、更に柔軟かつ抜本的な運用改善が求められる。

とりわけ、観光関連、飲食・宿泊、流通・サービス業については、今回の延長による経営環境の更なる悪化を踏まえた集中的支援を、迅速かつ的確に行うことが不可欠である。観光はわが国の基幹産業であり地方創生の切り札として重要な産業分野である。飲食・宿泊・交通をはじめ関連産業の裾野が広く、雇用創出、地域活性化に多いに寄与する。また、流通・サービス業はわが国経済、国民の生活基盤を支える重要な産業であり、国民の生活を豊かにするのみならず、増加する外国人旅行者の快適な訪日滞在にも貢献している。しかしながら、これらの産業は他業種に比べて規模の小さい企業の割合が高く、労働集約型で利益率が低い等の特徴がある。商品・サービスを、人を介して提供する、人の往来・交流を前提に成り立つ産業であるため、感染拡大による外出自粛や「3密」を回避することへの対応が特性上難しい。

こうした状況を受け、東京商工会議所では関連部会・委員会の声をもとに、下記の意見を取りまとめた。もとより中小・小規模事業者の資金繰り支援は重要であるが、観光および流通・サービス産業の特性を踏まえ、事業継続に向けて特に強化すべき支援や今後の需要回復に向けた支援について、下記のとおり重点的に要望する。

1. 休業要請・自粛協力要請の長期化に伴う更なる政策対応に関する要望

新型コロナウイルスの感染拡大にともない、観光・流通サービス産業の経営環境は急激に悪化している。とりわけ、政府の緊急事態宣言が出された後、特に顕著な影響を受けた業種においては今後廃業も視野に入れざるを得ないなど、悲痛な声が多数あがっている。公的支援については、多くの企業が既に利用している、あるいは今後利用を検討しており、満足しているとの声がある一方、実際に利用した企業からは、手続きの煩雑さや申請から支給までに時間を要するなどの苦情もあがっており、改善を求める声も多い。今般、緊急事態宣言の延長が正式に決定したことにとともに、現在の各種支援策については、期間延長や条件の更なる緩和を早急に検討することが求められる。以下の事項を緊急かつ重点的に取り組むべき事項として要望する。

(1) 雇用調整助成金の円滑な申請・支給

① 申請要件の更なる緩和・撤廃

緊急対応期間においては、申請要件（生産指標要件：売上高等の生産指標が前年同期に比べ5%以上低下、労使協定に係る要件等）の撤廃や添付書類の更なる削減を図ることで、円滑な申請・支給を図られたい。

② 対象労働者一人一日当たりの上限額の引上げ

対象労働者一人一日当たりの上限額については、東京など大都市圏の企業から不足を訴える声が多い。今般の緊急事態宣言延長という状況を踏まえ、現行の上限額8,330円の引上げを早急に実施されたい。なお、引き上げ後は遡及して支給すると共に、引上げ分の財源は、事業主が負担する雇用保険二事業に基づく財源ではなく、国庫で負担すべきである。

③ 助成金の前払いの実施

事業主や従業員が安心して休業や営業時間の短縮に対応できるよう、雇用調整助成金の前払い（見込み払い）、または支給までのつなぎ資金を即日で融資できる公的支援制度を創設するなど、前例のない大胆な措置を講じられたい。

④ 申請手続きに不慣れな中小企業に対する相談体制の強化、分かりやすい周知

今般の「コロナショック」により、雇用調整助成金を初めて利用する中小企業は相当数に上ると思われることから、厚生労働省は都道府県労働局やハローワークの窓口、更にはコールセンター等において、中小企業からの問合せや相談にきめ細かく丁寧に対応されたい。また、商工会議所等の地域経済団体、業界団体や地方公共団体等が都道府県労働局やハローワークに対して、窓口相談のために社会保険労務士等の専門家の派遣を依頼した場合には、速やかに調整し派遣するなどして、申請手続きに不慣れな中小企業に対する相談体制をより一層強化されたい。あわせて、数次にわたる特例措置に関する丁寧な周知を図られたい。

⑤ 申請段階、審査段階での「目詰まり」の解消

申請や審査を担う職員のマンパワーの強化、申請手続きのオンライン化を早急に実現すべきである。また、都道府県労働局が支援担当者として委嘱した社会保険労務士等専門家が商工会議所等の地域経済団体、業界団体や地方公共団体等からの要請に基づき、窓口において本助成金の申請受付を担うことができるよう、措置を講じるべきである。あわせて、緊急対応期間（４月１日～６月３０日）についても延長を検討されたい。

《企業の主な声》

- 最低賃金額に法定労働時間の限度である８時間を掛けた金額でしかなく、この上限額ではとても足りない。（各業種で意見多数）
- 申請要件が複雑で分かりづらい。初めての申請で、申請書の作成方法がよく分からない。（各業種で意見多数）
- 社労士に相談しているが内容の変更が相次いでいるため、遡及申請を勧められている。（旅行関連業）
- 金額がわずかなので申請していない。申請が煩雑で、度重なる手続き変更により担当者が翻弄されている。（飲食業）
- 申請が煩雑であり、顧問の社労士に申請の指導を受けているが難しい。補償上限の日額８,３３０円では従業員の生活を到底維持できない。（娯楽業）
- 給与支払いを前提とする条件を手元資金がショートする中小零細企業に配慮してほしい。（専門店）
- 公的支援策は、現在は性悪説で要件や手続き等も分かりにくくなっているが、このような時は性善説で考えてほしい。（卸売業）

（２）商業施設所有者及びテナント等の事業継続に向けた負担軽減措置の拡充

休業要請や外出自粛要請等の影響による「売上蒸発」により、飲食店をはじめ商業施設に入居するテナント事業者においては賃料支払いが困難となるケースが急増している。とりわけ東京都をはじめ家賃の高い都市部の中小・小規模事業者においては、一刻も早い家賃支援が求められる。

現在、こうしたテナント事業者から商業施設所有者に対して、賃料引き下げの要請が相次いでいる。現状は、売上比率に応じた減免、支払い猶予など、商業施設所有者とテナント事業者が個別に協議し対応しているが、影響が長期化すれば共倒れとなりかねない。テナント事業者に対する直接的な支援を講じるとともに、テナント事業者の相談に応じる商業施設所有者に対する支援の拡充が必要である。

現在、政府・与党で検討されている、融資と補助金によるテナント賃料支援等、スピーディに必要な事業者に行き渡る支援策を早急に具体化・実施されたい。また、政府の「新

型コロナウイルス感染症緊急経済対策」に盛り込まれている「新型コロナウイルスの影響による事業等に係る収入に相当の減少があった場合の固定資産税等の減免措置」については、対象事業者について企業規模にかかわらず、広く商業施設所有者すべてを対象とし、商業施設内のテナントに対し、商業施設所有者が賃料の猶予・減額等に応じやすくなるような環境整備を図られたい。

《企業の主な声》

- 家賃補助を希望、とにかく早く制度を明示していただかないと家賃交渉も進められない。（ビル管理業）
- 専門店が多くテナントとして入居する商業施設の多くは中小規模の範囲に入らない。（専門店）
- 家賃と雇用維持が最優先課題。特に中小の飲食店は元々利益率が低いため、休業・自粛が長期化すればキャッシュフローが持たなくなる。規模を問わず立て直しのための支援策が急務である。（飲食業）
- 施設運営事業者の賃料減額分の損金算入は、対象規模を問わず適用となるため評価する。一方、固定資産税の減免措置は、ショッピングセンターには非該当となるところが大半であるため、現状の対象要件ではテナント事業者への積極的な賃料減額や支払い猶予が促進できない。（ショッピングセンター）
- 支援対象を中小規模に絞らず、業種も飲食業に絞らず、対象規模・業種を拡大すべき。（専門店）
- 非食品販売など休業指定業種となっていない店舗であってもテナント料や家賃が負担となっているため、対象業種を問わず売上が一定程度減少している店舗に対する支援策がほしい。（小売業）

（３）持続化給付金等の支援措置について

持続化給付金の対象要件については、売上が前年同月比 50%以上の減少となっているが、一律でなく一定程度条件を緩和されたい。

一方、休業要請に協力した事業者に対する協力金については、特措法に基づく緊急事態宣言が全国に拡大したことを受け、東京都をはじめ各地方自治体で個別に取り組みや検討が進められているが、地域によるばらつきの無いよう、各自治体の取り組みを国としても後押しされたい。そのための地方創生臨時交付金（現行 1 兆円）について、スピーディな交付、手続き簡素化、交付金の増額を図られたい。

今般、東京都において、緊急事態宣言の延長を受け、「感染拡大防止協力金」を追加で支給する方針が示されたことは、困窮する事業者に寄り添った支援であり大変心強い。事業者への迅速な支給を実施するとともに、店舗数に応じた協力金の更なる増額を検討されたい。加えて、対象事業者については、休業等要請施設以外の事業者、具体的には、休業要

請対象外で自主的に休業する商業施設の出店者をはじめ、休業要請対象外の店舗施設を保有する衣料品店等小売業、休業要請施設と取引を有する食品卸売業等への対象拡大を求める声があることにも留意いただきたい。

《企業の主な声》

- 持続化給付金の対象要件について、売上が前年同月比 50%以上の減少となっているが、一律でなくある程度条件を緩和してほしい。（各業種で意見多数）
- 持続化給付金は 1 回でなく複数回の給付を継続してほしい。（各業種で意見多数）
- 商店街では、一斉休業した場合の近隣住民への影響を考えると対応が難しいところもある。（商店街組合）
- 東京都の協力金は複数店舗で一律 100 万円となっているが 40 店舗の休業はとても賄えない。店舗数に比例した補償をお願いしたい。（飲食業）

2. 影響長期化を見据えた感染拡大防止と事業継続の両立支援

冒頭に述べたとおり、今後どのように感染拡大を抑えつつ、正常な経済活動への復帰を実現していくのか、そのために必要な条件や期間を含めた道筋を早期に国民・事業者に提示し、目標に向かって一致協力して対応していくことが求められる。各事業者の予見可能性を高めるため、宣言解除の目安や自粛緩和の具体的かつ定量的な基準の明示が望まれる。

新型コロナウイルス感染症対策専門家会議では、新型コロナウイルスを想定した「新しい生活様式」を具体的にイメージできるよう日常生活の中で取り入れるべき実践例を提示する一方、業種ごとの感染拡大予防ガイドラインに関する留意点も提示した。今後、感染拡大の予防と社会経済活動の両立を図るため、提供するサービスの場面ごとに具体的な感染予防を検討し、実践することが必要になると指摘しており、業界団体等が主体となり感染拡大を予防するガイドラインを作成し普及することを求めている。

長期にわたり感染防止策を継続させるためには、データと科学的根拠に基づく取り組みと、利用者・消費者の理解が何よりも重要である。現在一部で、感染防止に努めながら営業を継続している店舗等への中傷や批判が行われていることも憂慮されており、業種団体によるガイドライン策定や各事業者による安全・安心を担保する取組みに対してきめ細かく支援し、事業の存続を図らねたい。

（１）店舗の衛生管理・混雑緩和に関する支援の拡充

小売や物流など、国民の生活を支える産業については、店舗における衛生管理を強化する観点から、衛生用品の安定的な供給を確保されたい。また、店内の混雑緩和についても、事業者による自助努力では限界があることから、来店抑制に関する働きかけをより厳格化されたい。あわせて、感染拡大防止のための「新しい生活様式」の具体例に示される、業種毎のガイドラインに基づき事業活動を再開する企業に対して、その対策に関わる設備投資への助成を検討されたい。

《企業の主な声》

- ワクチンができない状況では「3密」の負担は重くのしかかる。お客様同士の間隔を空けると売上が厳しくなり、空気清浄機等設備投資の支援をお願いしたい。(旅客運送業)
- 今後の事業は「with コロナ」で企画する。「3密」を避け、ソーシャルディスタンスを保ちながら入場制限、行列を管理したイベントの開催を検討している。(観光協会)
- 来館人数の制御、事前チケット制、入退館人数を把握するシステム等の IT・デジタル化に関する設備投資に対する助成をお願いしたい。(不動産業)

(2) 従業員の安全・安心に関する支援の拡充

食料品や医薬品等、生活必需品を扱う業種については、従業員の安全・安心の確保が喫緊の課題となっている。従業員用のマスク・消毒液等衛生用品の安定的な供給はもとより、来店抑制や混雑緩和、迷惑行為の軽減等対応に疲弊する従業員の負担軽減のため、店舗の警備や周知の強化に対する支援を検討されたい。

《企業の主な声》

- 一番の課題は従業員の疲弊。更に長期化した場合には輪番での店舗休業日を設定することを検討せざるを得ない。(スーパー)
- 繁忙期が続き、顧客からのクレーム対応などで従業員が疲弊しているため、人材確保や働き方の観点からも早急な対策が必要な状況。(スーパー)
- 家庭を持つ女性従業員が多い。現時点では皆子供を預かってもらう先がある状況だが、長期化するようであれば預け先の受け皿を絶やさないようにしてほしい。(食品製造業)

(3) キャッシュレス決済の更なる推進

キャッシュレス決済は、これまでの利便性やインバウンド対策といった面だけでなく、衛生管理の面でも注目されており、政府の感染症対策専門家会議においても買い物に電子決済を利用することが推奨されている。今般のコロナウイルス感染拡大防止ならびに収束後の個人消費喚起の観点から、キャッシュレス決済の更なる推進を図られたい。

《企業の主な声》

- キャッシュレス決済は中小企業だけでなく小売全体に広げるべき。一方、今後の経済再生のためには住宅や自動車など大きなものを動かすような政策が必要。(百貨店)
- キャッシュレス・ポイント還元事業について、今までは消費税引上げ対策として実施されていたが、今回は今後の消費拡大を目的として今後も継続してほしい。(飲食業)
- 外国人のお客様が多いためキャッシュレス対応は進めていたが、商店街では手数料と手間の関係であまり進んでいないのが現状。(小売業)
- 高齢のお客様に対してのキャッシュレス決済のPRがもっとあれば良い。(百貨店)

3. 社会変化を見据え緊急かつ重点的に取り組むべき事項

観光・流通サービス産業の多くの企業においては、今回の感染拡大をきっかけに、経営を取り巻く環境変化が当面継続・常態化するとの認識を持っている。企業等において感染症対策を盛り込んだBCP策定が進むことや、オフィスワークにおいてテレワーク・時差通勤の普及・定着、衛生管理が徹底されるなど、職場環境の向上に資する前向きな変化と捉えられるものがある。一方で、ソーシャルディスタンス（社会的な距離を置くこと）の公衆マナー化が進むことにより、接客・サービスに変化（接触を避ける、距離を置く等）が生じる、非接触型のビジネス、業態（テイクアウト、デリバリー、ネット販売など）のニーズが高まるなど、企業においてはこうした社会通念上の新たな「スタンダード」への対応を迫られるとの声もある。については、こうした状況に対処する企業への支援策として、以下の事項を緊急かつ重点的に取り組むべき事項として要望する。

（１）小売業のネット販売への取り組み支援

政府において不要不急な商品については通販・ECでの買い物を推奨していることもあり、店舗販売による売上が見込めない小売業においては、新たにネット販売を検討する事業者も多い。現在、小規模事業持続化補助金（コロナ特別対応型）等の制度により、小売業のネット販売等の資金的支援が行われているが、今回の期間延長を踏まえ、制度の一層の周知に努めると共に、申請から支給までの手続きのより一層の迅速化を図りたい。

《企業の主な声》

- ネット販売は今後増えるだろう。これまで「賑やかし」で集客していた手法が封じられ、リアル店舗は今後どう生きていくのが課題。（卸売業）
- 小売のネット販売は有効であるが、小規模店舗ではどこに頼めばよいか分からないところも多い。（小売業）
- ECサイトを運営しているが今回を機に改善を図り全国に展開していきたい。（飲食業）
- ECサイトを運営しているが、今後は消費者ニーズの変化や海外需要を見越したECの加速化は避けられない。（飲料製造業）

（２）飲食店のテイクアウト・デリバリーへの取り組み支援

新型コロナウイルス感染症の流行に伴う外出自粛要請等に伴い、大きく売上が落ち込む飲食店では、新たなサービスとして「テイクアウト」「宅配」「移動販売」を希望する事業者が増加しているが、資金やノウハウがなく取り組みに着手できないとの声が多い。また開始したものの、思う通りの売り上げにつながらず苦慮する事業者も多い。現在、東京都をはじめ各地方自治体において、テイクアウト・デリバリーを新規に取り組む際の経費の一部助成が行われているが制度を知らない事業者も多く、東京商工会議所としてもこうした施策の普及に努めるが、各地方自治体は制度の事業者への一層の周知に努めると共に、地域により支援内容にばらつきの無いよう、国としても各地方自治体の支援策を後押しさ

りたい。あわせて、E C販売の際の「そうざい製造業」への転換に係る許認可手続き、およびテイクアウト商品の店頭販売時の道路使用許可について緩和されたい。

《企業の主な声》

- テイクアウトやデリバリーへの対応は、ノウハウや業容拡大に割く余裕がなく取組みが難しい。(商店街組合)
- 当初予定していた観光振興事業が実施できない代わりに、協会の自己資金で飲食店支援(ウェブサイトによる弁当配達等)を行っている。主に医療者への配達を行っていききたい。(観光協会)
- 出前では非接触デリバリーを開始し、独自にウェブサイトも立ち上げた。コロナの前から民間の配達代行サービスを利用しているが、売上の半分以上が差し引かれてしまう。他の区では費用の一部助成が受けられるため不公平さを感じる。(飲食業)

(3) 物流の停滞防止に関する支援

通信販売やテイクアウト、デリバリー等の需要増加に伴い、ライフラインとしての物流業界の重要性がこれまで以上に増している。とりわけ感染リスクを常に抱える配達スタッフの人手不足は物流の停滞に直結することから、衛生用品の優先調達のもとより保健所の優先対応、配達負荷軽減に向けた駐車スペースの確保、不要不急な買い物を控える国民への情報発信を強化されたい。

《企業の主な声》

- 物流業界の崩壊を防ぐために国としても物流の重要性を発信してほしい。衛生用品(消毒液、マスク)の優先調達を可能にするなど働く側が危険を感じないようにお願いしたい。あわせて物流業界に対する保健所の優先的対応を希望する。(物流業)
- 配達スタッフの減少が物流の停滞に直結する。医療現場への配達時などには感染防止のための装備を優先的に調達できるように。配達効率を上げるために交通規制の緩和(駐車スペースの確保など)や、通販やC to C取引が増加しているため不要不急な買い物を控えるよう発信してほしい。(物流業)

(4) 業種間の連携に関する取り組み支援

外出抑制が続く中、ネット通信販売が好調であるが、宅配事業者が疲弊している一方でバス会社のドライバーは仕事がない等、業種間の需給格差も見られる。こうした業界間の提携・マッチングしていくことは有効であり、国は地方自治体と共に取り組みを後押しされたい。

《企業の主な声》

- 観光需要が減少する一方、物流現場はひっ迫している。バス運転手と、物流トラック運転手のマッチング支援を検討されたい。(食品卸売業)
- 商店街の活性化策として事業承継のマッチングの推進を望む。(設備工事業)

(5) テレワークの取り組みに関する支援

テレワークは感染症予防等の安全対策はもとより、風水害に伴う計画運休時など災害時の事業継続にも有効である。東京商工会議所が本年3月に実施した調査では、都内企業のテレワーク導入率は26.0%であり、実施検討中の企業は19.5%となっていた。実施検討中の企業については、従業員規模別では50人以上300人未満、業種別では商業・サービス業の割合が高い傾向にある。こうした企業の取り組みに対しては、助成金制度の拡充をはじめ、企業規模や業種に応じた導入モデルの紹介、専門家による導入支援、業種の特性上導入が難しい企業への支援など、企業の実態に即した施策の展開を図ることが必要である。東京商工会議所としてもテレワークに取り組む企業の導入・活用支援に努めているが、国においては、新たな働き方のモデルを定着させるべく、引き続き企業のテレワーク環境整備を強力に推進されたい。

《企業の主な声》

- 現状はテレワークの仕組みがなく、この状況でシステムに投資する余裕はないが、今後は管理部門を地方に分散し東京一極集中を解決できるようにしていきたい。テレワークの普及推進に対する支援があれば良い。(飲食業)
- テレワークを進める上で、テレワーク時の労務管理に関する法整備が必要。(運送業)
- テレワークはデータの秘匿性を守る、有事の際の一斉アクセスに耐えられるシステム構築が課題。政府にはインフラ整備のための資金支援を検討してほしい。(物流業)

(6) 企業間取引のデジタル化への支援

新型コロナウイルス感染拡大防止策としてテレワークや在宅勤務に取り組む企業が増加する中、企業間で行う様々な取引のデジタル化が重要性を増してきている。中小・小規模事業者が顧客管理や受発注管理、売上・会計、決済等、企業間取引を一気通貫で管理できる共通基盤（中小企業共通EDI等）の導入支援を図られたい。東京商工会議所としても「はじめてIT活用1万社プロジェクト」等によりITツールの導入支援に努めているが、国においても中小・小規模事業者のクラウドソーシング等、IT導入・活用促進の一層の充実を図られたい。

《企業の主な声》

- 受発注のEDI化をこれを機に推進してほしい。電話、FAXによる受発注は出社が前提であり、テレワークの妨げになる。EDI化により卸だけでなく小売でもテレワークが可能になる。小規模、中小企業のEDI化推進のための支援をお願いしたい。(食品卸売業)

4. 今後の消費喚起に向けた政策的対応として重点的に取り組むべき事項

現在、政府は、新型コロナウイルスの流行収束後、観光・運輸業、飲食業、イベント・エンターテインメント業などを対象とした、官民一体での消費喚起キャンペーン「Go To キャンペーン」について、令和2年度補正予算案に1兆6,794億円を計上している。また、東京都をはじめ各地方自治体等においても、消費喚起に向けた各種プロモーション、キャンペーンが予定されている。

しかしながら、こうした施策の対象となる企業からは、段階的な自粛解除から移動解禁までに至る、今後の期間を明示した対コロナ政策をしっかりと立て共通目標とすること、あとどのくらい我慢すればいいかの指標が必要との声が多くあがっている。また、安全・安心を担保した旅行等についてのガイドラインの発信、効果的なキャンペーンの実施を政府に求める声が強い。

したがって、今後の消費喚起に向けた政策的対応に向けては、足元で感染防止対策を十分に講じた上で、あるいは緊急事態宣言が解除され段階的に緩和される見通しがある程度はつきりした段階で、スケジュール・行動指針を具体的に明示していくことが大前提である。また、これらの施策については、国土交通省・観光庁だけでなく、衛生に関しては厚生労働省、一部遊戯施設は経済産業省など、関係省庁が連携して取り組むことが不可欠である。

そのうえで、感染収束後の観光需要・個人消費の回復策として、以下を重点的に取り組むべき事項として要望する。

(1) 観光・レジャー産業、展示会・イベント産業に対する支援

旅行業などの観光・レジャー産業など、感染拡大により需要が大幅に減退した産業や、感染拡大防止を目的に中止・延期を余儀なくされた展示会・イベント産業など、多くの産業で事業活動に甚大な影響が出ている。こうした産業に対しては、資金繰り等の経営支援に万全を期すことはもとより、新型コロナウイルスの影響が収束した後に需要を喚起するための取組や風評被害を防止するための対策を講じるなど、集中的かつ重点的な支援を実施されたい。

《企業の主な声》

- 消費マインドの向上には解除の仕方の工夫が重要。「ここまでは大丈夫」という例示を細かく示していくことが必要。(卸売業)
- 演劇、TV制作、興行業については補助がないので要望してほしい。(映像・演劇)
- 美術館コンテンツのバーチャル、オンライン提供に関する助成を要望(不動産業)

（２）旅行や飲食、イベント等の需要喚起、国内の人的交流の活発化

広く旅行や宿泊、飲食、イベント、レジャー等で活用可能なクーポン券の発行など、国民の幅広い消費意欲を喚起する大胆な支援策を講じられたい。これらの直接的な消費喚起策とあわせて、商店街などが地域の賑わい創出のために実施するキャンペーンなどに係る地域商品券の発行等の費用を補助されたい。また、国や地方自治体が所有し、運営する観光施設の入場・利用料金の無料化、および地方自治体が無料化措置を行う場合については、国による補填を行われたい。

観光地での消費を喚起させるなど、国内観光を活発化させるため、交通費の負担を軽減して人々の移動を促進すべく、高速道路料金の無料化など軽減措置や、鉄道・バス・内航フェリーなど公共交通機関利用料金割引に対する補助を講じられたい。あわせて、空港利用料、航空燃油税、貸切バスの軽油引取税の減免等により、関係運送事業者のコスト軽減と利用料金引き下げを図られたい。

《企業の主な声》

- インバウンドの前に国内需要の立て直し。日本人に日本の魅力を確認と伝え、消費回復の基盤を固めていく必要がある。（ウェブ企画制作）
- 旅行は、交通・飲食・宿泊が一体となった商品であるため、各業界の感染拡大防止への取組をとりまとめ、安全・安心な旅行を消費者にアピールしていきたい。（旅行関連業）
- 回復期の段階でプレミアムフライデーのような大規模なイベントを行えば、各業界も呼応する。官民一体となって全国規模の回復策を行うことが重要。（衣料品製造業）
- 消費喚起策について、業界に還元できる商品券の配布が望ましい。（小売業）
- 金のばらまきではなく、観光・飲食等目的を限定して利用できる施策を期待。（飲食業）

（３）地元の消費喚起につながる地域団体への支援

消費喚起に向けたプロモーションやキャンペーンの施策は、一つの行政エリアが単独で実施するのではなく、広域で連携していくことが不可欠である。地元の消費喚起につながる地域団体の取り組みについては、国としてもサポートしていくことが重要である。

《企業の主な声》

- Go To キャンペーンについて、エリア（区単位）に対しての補助金（数百万円規模）があれば、各エリアの実情に合わせて地域を盛り上げられる。各区の観光センター等もその役割を担い、各商店のPRができる。区内で買ったものに関して区民への補助金制度があれば、地元への消費喚起につながる。（観光協会）
- 政府の「Go To Travel」の対象となる旅行取扱事業者には大手旅行会社やOTA（オンライントラベルエージェント）だけでなく、地域限定旅行商品を開発・販売している各地の観光協会・DMO等も対象に広げていただきたい。（旅行関連業）

- 通販・ネットでの購入は活況を呈しているが、それよりも地元の店舗、例えば商店街等地域の活性に目を向ける必要がある。商店街が活性化すれば街自体も活性化する。収束後には、便利さよりも地元の経済を良くするような施策を期待したい。（建設業）

以 上

2 0 2 0 年 度 第 4 号
2 0 2 0 年 6 月 1 1 日
第 7 2 7 回 常 議 員 会 決 議