

# Covid-19 がおよぼすイタリア観光産業への影響

## 五 艘 みどり

### 1. はじめに

#### (1) 本論の背景と目的

イタリアは、観光産業がGDPの13.2%を占め、労働人口全体の14.9%が観光産業に従事するという<sup>1)</sup>、観光大国である。2019年には、国際観光客数が6,451.3万人、国際観光収入が世界7位の49,596百万ドルとなった<sup>2)</sup>。ところが、2020年1月30日にイタリアで初めてCovid-19感染者が発見されると、早いスピードで感染が国内に拡大し、感染防止のため国民に行動制限が課せられるようになり、観光活動はおろか日常生活までもが通常通りには行うことができない状況となった。2022年1月4日時点のイタリアのCovid-19累計感染者数は6,396,110人、死亡者数は137,786人となり<sup>3)</sup>、欧州ではイギリス、フランス、ドイツ、スペインに次いで5番目に多い感染者数となっている。観光が重要産業であるイタリアにとって、Covid-19がおよぼす産業への影響は甚大には違いないが、実際にどの程度のものであったのか。対して政府はどのような政策を講じ、観光事業者はどのような工夫で苦境を乗り越えようとしたのか。そして、行動制限が一時的に緩和され旅行が許された時期には、観光客はどのように行動したのか。さらに、2020年から2年以上に亘る行動制限は、観光産業や観光客の行動にどのような変化を与えるのだろうか。こうした疑問に基づいて本論は作成されている。

本論は、イタリアにおける政府公開資料および観光事業者へのインタビューを通して、Covid-19がおよぼすイタリア観光産業への影響

と課題を明らかにすることを目的としている。イタリア観光産業への影響においては、ここ2年で変化した観光客の行動変化と、それを受けて観光事業者が実施した工夫に注目したい。

#### (2) 調査の方法

本論の調査は、Covid-19の世界的拡大を受けて現地調査ができない状況であったため、オンラインで入手可能なイタリア政府公開資料を使用するとともに、現地観光事業者へオンライン・インタビューを実施した。インタビューは、2020年9月1日～10月6日と2021年9月6日～27日の2回において行い、観光事業者はイタリアに拠点を置き日伊間の海外旅行商品の企画・販売などに関わる8社を選定した(表-1)。

表-1 インタビュー対象事業者

	職種	活動拠点
A	ランドオペレーター	ローマ
B	ランドオペレーター	アルベロベッロ
C	ランドオペレーター	ナポリ
D	公認ガイド	ローマ
E	公認ガイド	ローマ
F	公認ガイド	フィレンツェ
G	中規模ホテル(2020年のみ)	ローマ
H	小規模ホテル(2020年のみ)	ローマ
I	大規模ホテル(2021年のみ)	ローマ
J	アグリツーリズム(2021年のみ)	シチリア

注：Jのアグリツーリズムとは、農家が経営する観光施設であり、Jはワイナリーと兼業している農家である。

インタビューは、イタリア旅行を主力商品とする日本の旅行会社(株式会社パーパスジャパン)

の協力を得て、オンラインで実施した。観光事業者の内訳は、2020年には旅行業3社、宿泊業2社、ガイド業3社であったが、このうち宿泊業は利用者の急減で2社とも休業したため、2021年には別の事業者へのインタビューを実施した。インタビュー内容は、2回とも Covid-19 により起きた観光事業者への影響や観光客の行動変化、政府からの補助や制度の利用状況としたが、Covid-19の拡大でデジタル化が進むと予想したため、2020年ではイタリア観光客の Covid-19 以前の IT 機器利用の状況、2021年は観光産業で起きたデジタル化の動きについてもインタビューを実施している。

### (3) 先行研究

イタリアにおける Covid-19 と観光の関係を扱う研究は、2020年から2021年にかけて、すでにいくつか見られる。Provenzano and Volo<sup>4)</sup> は Covid-19 の影響を最も深刻に受けたロンバルディア州を対象に観光地の復興モデルを提示し、Rech and Migliorati<sup>5)</sup> は Covid-19 下で文化観光を行う観光客の意識を分析した。それ以外にも、Uğuz et al.<sup>6)</sup> は人口集中地における観光行動の分析、Neuburger and Egger<sup>7)</sup> は Covid-19 下での危機意識と観光行動、Kreiner and Ram<sup>8)</sup> は UNWTO の指針に対する政策展開の状況といった研究を出している。だが、これらの多くは地域や政策を扱う研究であり、本論はイタリア国外からの視点で、産業としての観光を扱うもので、既存研究とは一線を画すものである。本論は、2022年以降に日本が国際観光の再稼働する際にいくらかの示唆を与えるのみでなく、Covid-19の問題終息後の日本の観光産業の方向性を考える意味でも高い資料的価値があると考えている。

なお、本論は、著者が2020年に行われた日本観光研究学会の新型コロナ・特別プロジェクトのメンバーとして活動した報告<sup>9) 10)</sup> をもとに、調査を追加して作成している。

## 2. イタリアにおける Covid-19 の感染拡大と政府の対応

### (1) Covid-19 の感染拡大と政府の対応

2020年1月30日にイタリアで始めて Covid-19 感染者が確認されると、政府は翌日に非常事態宣言を発令した。その後、イタリアでは、ロンバルディア州を始めとする北部から感染が拡大し、政府は全土の国民を対象に厳しい行動制限と制限緩和を繰り返してきた。図-1はイタリアの Covid-19 の週間感染者数と死者数の推移を示している。図-1によると、新規感染者は、2020年3月・11月と2021年2月・3月・12月に拡大がみられる。2020年は、初夏に Covid-19 の感染が一時的に減少したことで国民に楽観論が広がり、夏に国内の観光活動が行われた結果、秋から冬にかけて著しく感染が拡大したと考えられている。2021年3月以降は、Covid-19 のワクチン接種が開始されたことで、感染者数・死者数は前年に比較して減少した。2021年の12月には、過去のピークを越える勢いで感染の再拡大が起きているが、現時点では時期的にこの状況を分析することはできない。



図-1 イタリアの Covid-19 の週間感染者数と死者数の推移

(Johns Hopkins University CSSE・Covid-19 Content Portal より著者作成)<sup>3)</sup>

表-2 は Covid-19 の感染拡大の状況と政府の対応をまとめたものである<sup>(1)</sup>。

これらは大まかに4段階に分けることができる。第1段階は2020年1月から9月であり、当初の感染拡大と縮小の時期である。イタリアは当初、欧州でCovid-19が最も拡大し、世界から感染防止の劣等国のようなイメージを持たれていた。政府は、2月に北部ロンバルディア州、3月にイタリア全土へ厳しい行動制限を発令し、一部の都市で都市封鎖（ロックダウン）を行い、移動には自己宣誓書を義務化、教育機関や博物館を閉鎖、飲食店の営業時間に制限（6:00-18:00）を課した。地域性が強く国民のまとまりが無いと言われるイタリアだが、行動制限時は、首相のトップダウンに応える形で国民がストイックな自粛生活を送り、5月4日には欧州各国に先駆けて制限緩和を可能とした。そして、国民の多くが7月から8月に近場で短期のバカンスを過ごすことに成功した。

第2段階は、2020年10月から2021年1月の感染の再拡大期である。2020年の夏の国内の人の出は、Covid-19の再拡大を招き、政府は11月6日に再び行動制限を全国に発令した。これはクリスマス・シーズンを見据えての措置だったが、冬になっても感染者数は減少せず、年始まで行動制限を解除することができなかった。この間政府は、ゾーン別措置として、各州を感染度や医療体制でリスクの高い順に赤・オレンジ・黄・白に色分けして規制をかける運用を開始した<sup>(11)(12)</sup>。ゾーンの指定<sup>(2)</sup>をもとに、州知事が地域内の詳細な規制を設けることで、トップダウンとボトムアップの両輪で感染防止対策が行われた。

第3段階は、ワクチン接種が開始した2021年2月から6月の間である。EUでは2020年12月にワクチン接種が始まったが、イタリアは海外からのワクチン供給の関係で2月に開始した。ワクチン接種率は4月には18歳以上の約10%<sup>(13)</sup>が第1回接種を終了したこともあり、政

表-2 Covid-19の感染拡大の状況と政府の対応および観光産業の動き

年月日	内容
1月30日	□イタリアで初めての感染者（中国人観光客2名）
1月31日	■政府が非常事態宣言、中国便の停止
2月23日	■北部ロンバルディア州（州都ミラノ）に指令（イベント中止、保育・教育機関閉鎖、博物館・映画館閉鎖、飲食店営業6時から18時）
3月9日	■イタリア全土に首相令（行動制限、移動に自己宣誓書義務、教育機関・博物館等の閉鎖、飲食店の営業制限と1m間隔確保、違反への罰金）
3月23日	■政府の支援措置「ケアラ・イタリア（イタリアの治癒）」実施（①健康保険や医療の強化、②就労・所得補償、③企業・家計の資金繰り支援、④納税保留）
5月4日	■第1段の制限緩和（親族訪問の移動可、一部の経済活動を可能に※ただし観光産業は対象外、マスクの着用義務）
5月18日	■第2段の制限緩和（州内移動制限の撤廃、自己宣誓書は不要に、飲食店・運動施設、劇場等再開）
6月3日	■Covid-19の接触追跡アプリ「インムニ」運用開始 ◎EU諸国から自主隔離無しで入国再開
6月9日	◎ローマ、ベネチア等で観光ガイドがデモ
7月	感染者数が減少し国民に楽観論「反マスクグループ」が急拡大
8月4日	■政府が250億ユーロの経済対策「8月令」（給付補助、社会保険料免除、飲食業へイタリア産品購入の補助）
9月	□夏の休暇シーズンを経て感染が再び拡大傾向に
10月9日	■政府はマスクの着用義務範囲を拡大・携帯義務も
10月13日	□感染者数が3月下旬のピーク時の水準になる ◎飲食業に再び営業制限
10月22日	■ロンバルディア州で再び夜間の行動制限
10月23日	■ラツィオ州（州都ローマ）で再び夜間の行動制限
10月26日	■イタリア全土に新たな感染防止の首相令（移動の自粛、運動施設の閉鎖、公演の中止、飲食業は日中のみ営業可だが宿泊施設内は除外）
10月29日	■政府が経済対策に54億ユーロ「回復令」（給付金の拡大）
11月6日	■イタリア全土に夜間外出制限、公共交通乗車率50%以下 ■全州を4レベルに分け、リスクと制限が厳しい順に赤・オレンジ・イエロー・白と色分けし、規制する手法が開始
12月24日	■イタリア全土に年末年始の移動制限（12/24-1/6は12/28-30・1/4を除き行動制限、食料品や生活必需品を扱う小売店以外営業停止）
1月16日	□感染者数が縮小せず ■イタリア全土に行動制限（1/6-2/15）
1月18日	■政府は復興基金として3,120億ユーロ「再興・回復のための国家計画（PNRR）」発表（①デジタル化、②グリーン革命、③持続的なモビリティ、④教育と研究、⑤包括と結束、⑥健康、を柱とする）
2月6日	□初めてのワクチン供給（英アストラゼナカ製）
2月16日	■ドラギ新内閣発足 ◎観光業界インシアティブ調整担当が新内閣に設置
4月1日	□医療関係者、高齢者施設従事者にワクチン接種義務化 □国民の10%がワクチン1回目接種を終了
4月5日	■政府は320億ユーロの経済対策「支援令」（これまで対象外だった売上500万ユーロを超える事業者も補助金対象）
4月8日	□首相、ワクチン接種において高齢者優先を訴え
4月16日	◎入国制限措置を変更、事前検査を義務付けし、自主隔離期間を短縮
4月26日	■政府「再開令」で行動制限緩和、 □「グリーン証明書」発行（デジタルで発行・認証、ワクチン接種と治癒者は6ヶ月・陰性証明は48時間）
5月7日	□ワクチン接種2回完了12.4%、1回完了28.8%
5月19日	◎日本からの入国制限緩和（目的を問わずに入国可能）
5月21日	■感染度が低レベルのイエローゾーン（感染度が低い方から2番目）の地域で夜間外出制限を廃止
6月8日	□ワクチン接種2回完了24.5%、1回完了47.7%
6月22日	◎日本からの入国はワクチン接種・治癒証明・陰性証明で自主隔離不要で入国可 ■イタリア全土がほぼホワイトゾーン（規制措置無）の地域になる
7月7日	□ワクチン接種2回完了36.9%、1回完了67.4%
7月27日	□「グリーン証明書」の利用拡大（飲食店での屋内席利用、イベントや美術館等への入場、展示会・会議への参加に義務付け）
8月6日	□ワクチン接種2回完了61.9%、1回完了74.6%
8月10日	□「グリーン証明書」の利用拡大（船・高速鉄道・州をまたぐ定期バス利用に義務付け）
8月6日	□ワクチン接種2回完了71.4%、1回完了81.2%
9月20日	□ワクチン3回目接種が開始 □「グリーン証明書」の利用拡大（職場へのアクセスに義務、雇主に義務）
10月7日	□ワクチン接種2回完了77.0%、1回完了85.0%
11月10日	□ワクチン接種2回完了81.1%、1回完了87.8%
11月	□感染者数が再び拡大傾向を示す
11月26日	■新たな変異株のオミクロン株を受けアフリカ8ヶ国から入国停止
12月20日	■EU域内を含む海外からの入国に「グリーン証明書」と同レベルの証明書提示で自主隔離5日間を免除

注：□感染の状況 ■政府の動き ◎観光産業の動き  
（ジェットロ・ビジネス短信等より著作作成）

府は4月16日に「再開令」を発令し行動規制緩和を行うと同時に、「グリーン証明書」の運用を開始した。「グリーン証明書」は、ワクチン接種証明・Covid-19 治癒証明・陰性証明のいずれかを差し、デジタルで発行と認証ができるものであった。この時期には、日本からの入国においても目的を問わずに入国できるようになり、「グリーン証明書」に類する書類の提示で自主隔離期間を不要とする措置も講じられた。国内および海外の移動が緩和されることで観光活動が活発化することとなった。

第4段階は、「グリーン証明書」の利用拡大でワクチン接種率が高まっていた2021年7月から12月である。政府は「グリーン証明書」の利用を、飲食店での屋内席利用、イベントや美術館への入場、展示会・会議への参加といったものから、船・高速鉄道・遠距離定期バスといった公共交通に拡大し、職場へのアクセスにも義務化し、雇用主に責務を負わせた。このように、社会生活で「グリーン証明書」が不可欠になることで、ワクチン接種率が増加し、11月10日のワクチン接種率は2回完了81.1%・1回完了87.8%<sup>14)</sup>と世界的にも高い水準まで上昇した。

## (2) Covid-19 を受けた観光政策

政府はCovid-19により苦境に陥った各種産業の経済支援を行うため、2020年からの2年間で4回の経済政策を展開している。表-3は、インタビュー調査をもとに、2020年10月時点で観光産業が対象となる経済支援内容をまとめたものである。それによると、政府は全事業者に対して、所得補償、特別給付金の支給、社会保険料の免除、ローン支払いの期日延長などを実施し、事業主の大部分でテレワークを義務化している。

また、観光事業者へは、これらに加えて特別な対策を行っている。まず、全観光事業者の賃料について、売上50%以上減の場合は賃料60%

表-3 全業種および観光産業への政府支援策  
(2020年10月6日時点)

全業種	①社会保険料：新規雇用や営業再開で社会保険料免除（雇用期間条件有り）
	②所得補償：80%の所得補償（税控除され、額面は50-60%程度）
	③特別支給金：個人事業主、季節労働者は€600×2ヶ月と€1,000が支給
	④ローン支払：期日の延長 ※上記の条件にテレワーク規制
観光事業者	①賃料：売上50%以上減の場合、賃料60%を税金で相殺するTax Credit（宿泊業・旅行業・温泉業）
	②固定資産税：宿泊施設、海水浴場等の2020年度固定資産税免除
	③設備投資：アグリツーリズムやキャンプ場含む宿泊施設の設備投資に65%を税金で相殺するTax Credit
	④宿泊税基金設置：宿泊税が減少した市町村へ€3億の予算で設立
	⑤観光バス：買い替えへの助成金（1mの距離を保つため大型化）
	⑥飲食施設：屋外にテーブルを置く際に係る市町村税の免除
	⑦タクシー、ハイヤー業：観光客の多い都市の歴史地区で援助金
	⑧ガイド業：€10,000の融資制度
	⑨ボーナスパカンス（キャンペーンの実施） ・国内宿泊において、世帯収入が€40,000に満たない世帯に対し、最大€500を支給（80%は現地で使用、20%は税金で相殺）

(インタビュー調査より著作作成)

に当たる額を税金で減額し、さらに固定資産税の免除を実施している。宿泊業へは、キャンプ場を含む施設の設備投資の65%を税金と相殺し、宿泊税が減少したコムーネ<sup>(3)</sup>へ3億ユーロの予算で宿泊税基金を設置している。運輸業へは、1mの社会的距離が義務化したため、バスやタクシーで大型車へ買い替えが必要となったのでその助成金を設置し、観光光客の歴史地区などのタクシー・ハイヤー業へは、上乗せの給付金を支給した。飲食業へは、屋外にテーブルを置く際に課される市町村税を免除した。こ

のような観光産業への経済支援が実施されたものの、個人事業主が多くを占めるガイド業からは、補償の不足を訴える声が続出し、2020年6月に各地でデモが起きた。これによりガイドなど個人事業主に対しては、一人当たり1万ユーロを限度とする特別融資制度を設定した。一方、観光キャンペーンとして「ボーナス・バカンス」を行い、収入が4万ユーロ未満の世帯に対し、宿泊費を最大500ユーロ支給することとした。しかしながらこのキャンペーンは、税金の減額で行われ、仕組みが複雑で宿泊施設がすぐに現金を受け取ることもできない仕組みであるため、活用しない宿泊施設も多い結果となった。

これまで見てきたように、イタリアの政府支援策の多くが税金の減額という形式を取ることに特徴がある。これはTax Creditと呼ばれる。イタリアは近年まで大手金融機関の破たんがささやかれるほど財政難に陥っており、すべての支援策を現金支給でまかなえないという事情があったため、苦肉の策として採用されたと考えられる。

なお、ここで示した政府支援策は2020年10月時点のものであり、その後の感染状況などに応じて支援策は随時変更が加わっている。

## 2. Covid-19 下での観光産業と観光行動

### (1) 観光産業の状況

Covid-19のもとでのイタリアにおける観光客数は、2020年は国内観光客が約1,650万人、海外からの国際観光客が約391万人だった(図-2)。前年度比で、国内観光客が約59%、国際観光客が約25%まで減少している。これに伴い、観光産業のGDPは2019年から2020年にかけて2,360億ユーロから1,160億ユーロと半減し、雇用者数は350万人から316万人と9%が流出し<sup>15)</sup>、イタリアで特に大きな影響を被った産業であると言える。観光産業GDPで最も割合の多い宿泊業と飲食業は、最大の悪影響を受けて

いると言えよう<sup>(4)</sup>。

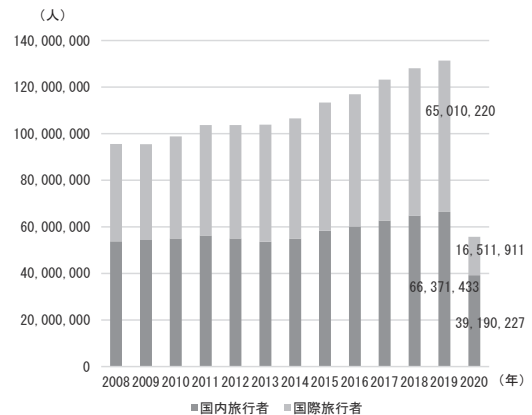


図-2 イタリアにおける国内旅行者・海外旅行者数の推移 (ISTAT<sup>16)</sup>より著者作成)

こうした厳しい環境下で観光産業はどのような対策を取ったのか。2020年度に実施した第1回のインタビューをもとに、感染防止策、顧客獲得の取組み、電子化対応の3点でセクター別に整理したのが表-4である。感染防止策においては、宿泊業で、ホテルの宿泊施設利用者への対応を部屋付けのタブレットで行う、アパートメントに入る暗証番号をSNSで伝えるなど、既存サービスを非接触化する動きが目立った。顧客獲得の取組みとしては、政府が主導する宿泊業のキャンペーンである「ボーナス・バカンス」のほか、旅行業では地方やアパートメントなど密を避けることが可能な旅行商品を拡大した。また、美術館でオンラインのビジュアル・ツアーが実施された。ガイド業においては、インターネットでYouTube動画を配信した個人的な売込みが拡大し、一躍人気を得るガイドも登場した。タクシー業でこれまで進んでいなかったオンライン予約が進み、オンライン化がある程度進んでいた宿泊業や旅行業でもより実際の予約が可能となった。観光施設ではかつて集客規模の大きい施設では電子チケットを導入していたものが、小規模施設にも導入が拡大し、

表－4 Covid-19 への観光事業者の取組み

	宿泊業	交通業	旅行業・ガイド	観光施設	飲食業
感染防止策	マスク着用、除菌剤設置、定期的な清掃、1mの距離確保				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ホテル</li> <li>●食事の部屋提供</li> <li>●同食は部屋のタブレットで対応</li> <li>●アパートメント</li> <li>●暗証番号をLINEやWhatsapp等のSNSで伝え、会わずに鍵を渡す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●空港</li> <li>●入国時PCR検査(抜き打ち有)</li> <li>●自己宣言書</li> <li>●入国後2週間隔離</li> <li>●鉄道</li> <li>●特急列車でマスク/手袋/消毒液/ヘッドカバー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●顧客とオンラインでのやり取り</li> <li>●※国内旅行中心のため、この時期顧客との直接的な接点は殆ど無い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●距離の徹底</li> <li>●1mの距離を守らないとブザーで警告等(フィレンツェの大聖堂等)</li> <li>●人数制限</li> <li>●入場者数制限</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●施設内</li> <li>●テーブル間隔を都度変更</li> <li>●入場者数制限</li> <li>●感染者追跡</li> <li>●利用者リストを作成し感染者追跡を可能に</li> </ul>
顧客獲得の取組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>●キャンペーン</li> <li>●ボースパカンス(収入が€40,000に満たない世帯)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●予約</li> <li>●オンラインタクシー&amp;ハイヤーの拡大(料金の明確化が拡大)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品</li> <li>●地方、アパートメントを核とした商品の拡大</li> <li>●宣伝</li> <li>●観光目的の継続的な宣伝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●オンライン・ツアー</li> <li>●美術館がデジタル・ツアー(全国的にオンライン・ツアー人気なし)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●テイクアウト拡大</li> <li>●※積極的に実施できない雰囲気</li> </ul>
電子化対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>●予約</li> <li>●直前予約の対応(移動中予約に対応)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>●予約</li> <li>●直前予約の対応</li> <li>●販売</li> <li>●オンラインセミナー拡大。旅行会社向けプラットフォーム販売状況</li> <li>●ガイド個人でYouTube等で売込み拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●予約</li> <li>●オンラインでの事前予約化</li> <li>●電子チケット</li> <li>●入場券の電子チケット化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●メニュー</li> <li>●QRコードによるメニュー提供(対応不可能な層へはメニューを口頭で説明)</li> </ul>

(観光事業者インタビューより著者作成)

事前予約制となった。飲食業では、紙のメニューがQRコードによる電子メニューへ置き換わった。このように観光産業の各産業において、サービスの電子化が急速に進んだ。一方、電子化に対応しきれない高齢者などの一定層があるものの、飲食店では従業員がメニューを口頭で説明するなど個別に対応しているとのことであった。

## (2) 観光行動の特徴

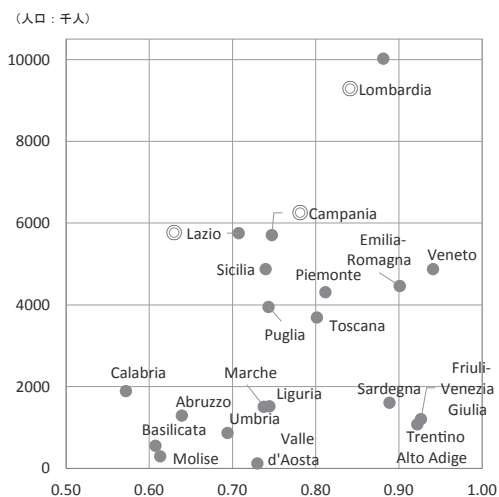
イタリアでCovid-19の感染が落ち着いた2020年の夏と2021年の春から夏は、国内旅行が急増した。この間の観光客の行動の特徴をインタビュー調査結果に基づき資料を照らし合わせながら整理する。

インタビュー調査によると、2020年の夏には、3日から7日程度の週末を入れた短期の国内観光が行われる傾向にあった。なお、2020年は、6月3日にEU諸国からの入国が認められたものの国境を越えて来訪する国際観光客は少なかった。移動手段は公共交通よりも自動車、人数は4人程度の小規模グループ、予約は旅行実

施の数日前という間際予約が目立った。

Covid-19下でも集客した観光地域は、インタビューによると農村、キャンプ場、ビーチリゾートなどの他人との接触を避けることのできる地域を選択する傾向にあったとのことである。これはイタリア政府の統計資料を分析することでもわかる。図－3は、2020年6-8月の夏場の地域別の観光客の集客状況を州の人口規模と宿泊施設利用者前年比で示したものである。前年比が0.80を超えている州は比較的減少が少なかったと言える。これらの州は、人口が5,000人を下回る中規模以下の州で、トレンティーノ＝アルト＝アディジェ州のような山岳観光地、サルデーニャ州のような離島観光地、トスカナ州のような農村観光地を含む州が含まれていた<sup>(5)</sup>。

観光客の宿泊施設の選択傾向は、インタビュー調査によると、施設はホテルのような大規模集合型施設よりも小規模独立型のレンタル・アパートメントやファームハウスが選ばれる状況にあったということである。この傾向をイタリア政府の統計資料からより細かく見たも



図－3 2020年州別宿泊施設利用者前年比

注：◎…人口5,000人超、無印…人口5,000人未満 (ISTAT<sup>17)</sup>より著者作成)

表－5 2019年度・2020年度におけるイタリアの宿泊施設の種別別利用者数と利用割合

宿泊施設の種別		宿泊施設利用者数（人）			利用割合			
		2019年	2020年	2019年度比	2019年	2020年	2019年度比	
類似の宿泊施設 ホテルおよび ホテル類似施設	ホテル	5 stars-5 stars deluxe and 4 stars hotels	135,955,979	51,123,996	37.6%	19%	15%	↘
		3 stars hotels and hotel-tourism residences	126,264,913	62,692,786	49.7%	18%	19%	↘
		2 stars and 1 star hotels	18,717,005	9,449,362	50.5%	3%	3%	→
	ホテル	5 stars-5 stars deluxe hotels	11,658,381	4,058,174	34.8%	2%	1%	↘
		4 stars hotels	124,297,598	47,065,822	37.9%	17%	14%	↘
		3 stars hotels	106,886,019	50,889,191	47.6%	15%	15%	→
		2 stars hotels	14,590,883	7,377,074	50.6%	2%	2%	→
		1 star hotels	4,126,122	2,072,288	50.2%	1%	1%	→
		hotel-tourism residences	19,378,894	11,803,595	60.9%	3%	4%	↗
		tourist camp-sites and holiday villages	66,844,384	37,516,650	56.1%	9%	11%	↗
宿泊施設 その他の		holiday dwellings (rented)	51,415,529	28,006,362	54.5%	7%	8%	↗
		farmhouses	14,057,535	9,224,929	65.6%	2%	3%	↗
		bed and breakfast	6,509,723	3,448,398	53.0%	1%	1%	→
		other collective accommodation	16,974,203	6,984,602	41.1%	2%	2%	→

(ISTAT<sup>18)</sup> より著者作成)

注1：farmhouses はアグリツーリズム (agritourismo) に該当する

注2：ホテルとホテル類似施設の区分は州別の基準に基づく

のが表－5である。表－5によれば、宿泊施設利用者数は5starや4starの高価格帯で前年度比が30%台まで落ち込んだが、自炊機能を持つhotel-tourism residencesや農産漁村に立地するfarmhousesでは60%台でこらえた。宿泊施設の利用割合では、ホテルが軒並み減少した一方、hotel-tourism residencesやfarmhousesに加え、tourist camp-sites and holiday villagesやholiday dwellings (rented)が増加した。

観光客が安全を求めて他者と接触を避ける行動を起こしたことで、集客においては地域や宿泊形態で大きな差が出たことがわかる。

#### 4. Covid-19がおよぼすイタリア観光産業への影響

これまでCovid-19下での観光政策、観光産業の対応、観光行動の変化などを見てきたが、こうしたCovid-19下での経験は、今後のイタリア観光産業へどのような影響を与えるのだろうか。ここでは、観光産業の構造、観光目的地の選択、観光客の志向という側面から考察する。

##### (1) デジタル化による観光産業の構造変化

Covid-19下での観光は、人との接触を極力避

けることが必要なため、観光産業の多くの場面で接触到に必要なサービスをデジタル化する動きが見られた。デジタル化したサービスには、宿泊施設のフロント業務、観光施設の電子チケット化や展示案内のオンライン配信、タクシーやガイドのオンライン予約、飲食業の電子メニューなど多岐に亘る。これらのサービスの多くは、Covid-19の終息後も継続的に提供されると考えられる。それは、観光客の利便性の向上という面に加えて、政策的な方針が背景にある。イタリア政府は2021年1月18日に経済支援策「再興・回復のための国家計画」を発表し、Covid-19下で行った経済支援のうち最大規模の3,120億ユーロを計上した。これは過去に行った4回の経済支援のうち突出して規模が多きいものである。その計画の柱は、①デジタル化、②グリーン革命、③持続的なモビリティ、④教育と研究、⑤包括と結束、⑥健康、とされる。つまり、政府はCovid-19からの回復を契機として、巨額の支援金を活用し、これまで課題となっていた国内のデジタル化や環境問題対策を加速させようとしているのである。これは3,120億ユーロという巨額の予算のおよそ8割をEUからの支援に頼っていることから、政府の指針にEUの方針がある程度反映されていることも

ある。実際、Covid-19までのイタリアは、個人においては現金主義が強い傾向で、EU諸国の中でもデジタル化に遅れがあった。クレジットカードの利用においても、情報漏洩問題が頻発していることから、国民が不信感を持っていたとされる。Covid-19問題は、デジタル化を強制的に進めることとなり、国民のデジタル・サービス利用への心理的障壁を低くしたと考える。また財政基盤が弱い現在のイタリア政府では、デジタル化に対して政府のみで大きな予算を計上するのが難しいため、Covid-19を契機にデジタル化を加速させたいという思惑がある。

一方で、デジタル化の加速は観光産業の構造を変化させる原因になると考えられる。宿泊施設でのフロント業務のデジタル化は、宿泊施設従事者の削減につながる。また、宿泊施設や交通手段のオンライン予約がより便利になったことで、観光客は旅行業がこれまで販売していたパッケージツアーを予約せずに個人手配することが可能になり、旅行業の存在意義が薄れることになる。また、ガイド業はこれまで旅行業が手配する、いわば紐づきの関係であったが、Covid-19下でガイドがオンラインで自らを宣伝し直接予約ができるように活動したことで、旅行業の存在意義はますます難しい立場になると考えられる。インターネットの存在が旅行業の存在を危うくするという議論はこれまでのイタリアでもあったが、Covid-19下のデジタル化で危機感が一層高まったと言えよう。一方で、タクシーがオンライン予約できるようになったことは、タクシー料金を公開することにつながり、これまで南イタリアなどに多かった不当に料金を請求する「ぼったくり」タクシーを無くすことに繋がるという利点もある。

また、都市の宿泊施設のなかには、Covid-19の感染拡大を理由に、長期に亘り宿泊客を受入れることのできなかった地域も多い。観光産業が感染症に極めて弱く、今後もこうした事態が発生することも想定すると、観光事業者は業務

を多角化することが重要となってくる。実際、休業中の宿泊施設のなかには、その間に教育事業やケータリング事業などへ業務を多角化して経営する事業者も多く現れた。だとすれば、Covid-19問題が解消後も観光事業者の多くはリスク分散の観点から、感染症でも継続的な事業を継続できるような多角化経営のあり方を模索するであろう。

このように、長期に亘るCovid-19の問題は、観光産業の構造そのものに大きな変革をもたらすと考えられる。

## (2) 感染症へのレジリエンスから見直される観光地

Covid-19下では、他人との接触を避けるという点から農山漁村や海浜リゾートに人が集まる傾向があった。イタリア政府は、ゾーン規制で規制がかかる地域（ホワイト以外の地域）へは、常に外出そのものを控えるよう推奨してはいたが、厳しい行動制限が緩和された時期には、人々は積極的に短期の国内旅行に出かけようとし、感染症のあるなかでも何とかして旅行を試み、その行先が農山漁村や海浜リゾートだった。そして、こうした地域の宿泊施設は、他地域と比較して宿泊施設利用者の減少率が低く、感染症への耐性、つまりレジリエンスの高さがある傾向が認められた。これまで農村での滞在を選択しなかった人も、アグリツーリズムのような農家経営の宿泊施設やレンタル・アパートメントに滞在し、これまでとは異なる観光経験をしたと考えられる。こうした経験は、今後の観光地選択に少なからず影響を及ぼすと考えられる。

一方、オーバーツーリズムが長年の問題となっていたヴェネツィアでは、Covid-19で観光活動が止まっている間に、観光活動が再開された後の観光客コントロールのあり方について検討を始めた。Covid-19を観光地全体の経営を見直すための契機と捉えている19)。ヴェネツィ



アと同じ問題を抱える地域は少ないにしても、Covid-19後の観光のあり方を地域ぐるみで検討している地域があると考えられる。こうした地域側の方針転換は、Covid-19後の観光地選択に何かしら影響を与えると考えられる。

### (3) 安全な旅行を求める観光客の志向の変化

2年以上に亘るCovid-19による自粛生活は、人々の考え方に大きな影響をもたらしたと考えられる。インタビュー調査では、イタリア国民に家族が一番大切だ、という基本的な考え方に回帰する人が増加したということである。もともとイタリアでは家族や親族を大切にする傾向があるが、それがますます強くなったと言える。また2020年にCovid-19による死者数が激増した際には、感染症に対し打つ手がないような状況を見て、やりたいことは生きているうちにやっておくことが大事だ、と考える人が増えたということである。こうした思考の変化は、旅行のあり方にも影響を及ぼすのではないだろうか。Covid-19での経験から、大勢での旅行には引き続き嫌悪感を抱くのではないかと考える旅行者もいるが、親族間で懇親をより深めるような、家族単位での旅行は拡大することが考えられる。

## 5. 結論

本論では、Covid-19後のイタリア観光産業の影響を、①デジタル化による観光産業の構造変化、②感染症からのレジリエンスから見直される観光地、③安全な旅行を求める観光客の意識の変化、の側面から、ある程度明らかにできたと考えている。しかしながら、Covid-19問題がまだまだ終息せず、現地調査も実施できない現在、本論の内容は感染段階の論考の域を出ない。Covid-19後のイタリア観光産業の影響と課題は、Covid-19が終息して改めて検証することが重要であり、著者は継続的にこの検証を行う予

定である。

イタリア国民は、2年以上に亘る感染症との闘いを続けながら共存の道を模索し、それを実現しようとしている。観光産業も同様に、Covid-19に対していかにしなやかに対応していくのか、常に模索をしている。観光大国であるイタリアの経験は、今後の日本の観光産業にも大きな示唆を与えるものであると考えている。

### 謝辞：

本論は、科研費研究である「スマートツーリズムにみる観光の変容」(19H04384) および「欧州におけるルーラルツーリズムの推進組織と日本への応用可能性に関する研究」(21H03721)の補助を受けて作成された。

### 【補注】

- (1) 日本貿易振興機構がオンラインで発行するジェトロ・ビジネス短信の記事を2020年1月1日から2021年12月31日まで収集して作成した。
- (2) ゾーン指定は、感染リスクの度合いに応じて、全20州を3つのレベルに分類し、リスクが高い順からレッド・オレンジ・イエローに色分けして規定する。レッドは州内のあらゆる移動を禁止する（仕事上・健康上の理由がある場合を除く）、食料品店や一部のセクターを除き、小売店の活動を停止、飲食業の営業停止を停止する（テイクアウトを除く）とした。オレンジは、市・州をまたぐ移動を禁止する（仕事上・健康上の理由がある場合を除く）、飲食業の営業を停止する（テイクアウトを除く）とした。イエローは、健康や修学を理由とする場合と必要とされる状況を除いての移動の回避を推奨し、飲食業の営業時間を5時から18時に制限した。色の無い地域は制限なしのホワイトゾーンとした。各ゾーンの規制内容は、感染状況やワクチン接種状況

などにより随時変更がなされている。

- (3) コムーネは、イタリアにおける最小の基礎自治体である。日本における市区町村に該当するが、市区町村のような人口規模別の区分けは基本的には無い。
- (4) イタリア企業連盟の発表によれば、2019年における観光産業の産業別 GDP は、ホテル・レストラン 640 億ユーロ、輸送・交通 530 億ユーロ、美術館・映画館・劇場など 108 億ユーロ、レンタル・リース 81 億ユーロ、スポーツ・レジャー 76 億ユーロ、旅行会社・ツアーオペレーター 20 億ユーロとなっている（ジェットロ・ビジネス短信 2020 年 3 月 9 日付け記事）。
- (5) トレンティーノ＝アルト・アディジェ州は、南チロル県側にドロミテからアルプスまで、広大な山岳観光地が存在し、サルデーニャ州は地中海に浮かぶ高級リゾートで知られる島であり、トスカナ州は美しい農村景観が世界文化遺産にも登録され、アグリツーリズム数も全国で最も多い州である。

#### 【引用・参考文献】

- 1) 日本貿易振興機構：新型コロナウイルスの感染拡大を受け、イタリア政府も非常事態宣言を発表（ジェットロ・ビジネス短信 2020 年 2 月 3 日付け記事），  
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2020/02/22929c3f2cf00094.html>, 日本語, 2022 年 1 月 16 日閲覧
- 2) UNWTO (2020) : International Tourism Highlight 2020 年日本語版, pp10
- 3) Johns Hopkins University CSSE : Covid-19 Content Portal, <https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/dashboards/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>, 英語, 2022 年 1 月 4 日閲覧
- 4) Provenzano, Davide and Volo, Serena (2021): Tourism recovery amid COVID-19; the case of Lombardy, Italy, *Tourism Economics* (Special Issue ; Post Covid-19 Tourism Economics and Economic Geographers Research), pp1-21
- 5) Rech, Giovanna and Migliorati, Lorenzo (2021) : Social representations about cultural tourism in the time of COVID-19 ; a case study of Langhe, Monferrato and Roero (Italy), *Sustainability*, Vol.13, pp1-17
- 6) Uğuz, Sezrer, ... (2021) : The effect of population and tourism factors on Covid-19 cases in Italy ; Visual data analysis and forecastin approach, *Concurrency Computat Pract Exper*, Research Article, pp1-15
- 7) Neuburger, Larissa and Egger, Roman (2020) : Travel risk perception and travel behavior during the COVID-19 pandemic 2020 ; a case study of the DACH region, *Current Issues in Tourism*, Vol.24, No.7, pp1003-1016
- 8) Kreiner, Noga Collins and Ram, Yael (2021) : National tourism strategies during the Covid-19 pandemic, *Annals of Tourism Research*, Vol.89, pp1-6
- 9) 五艘みどり (2020) : 新型コロナウイルス問題下におけるイタリアの観光産業と観光政策, 日本観光研究学会第 35 回全国大会・ワークショップ, 日本観光研究学会・新型コロナウイルス・特別プロジェクト・国際チーム発表資料
- 10) 五艘みどり (2020) : スマートフォン利用による海外旅行者の行動変化－日本とイタリアの観光事業者聞き取り調査から（スマートツーリズムによる観光の変容）, 日本観光研究学会第 35 回全国大会・ワークショップ, 杜国慶研究チーム発表資料

- 11) 在イタリア日本国大使館：イタリアコロナウイルス感染関連情報, [https://www.it.emb-japan.go.jp/itpr\\_ja/covid\\_19.html#zone](https://www.it.emb-japan.go.jp/itpr_ja/covid_19.html#zone),  
日本語, 2020年11月24日閲覧
- 12) 日本貿易振興機構：全土で夜間外出制限を実施、ロンバルディア州などでは終日移動制限（ジェットロ・ビジネス短信2020年11月6日付記事）,  
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2020/11/e76de64169ea9772.html>, 日本語, 2022年1月16日閲覧
- 13) 日本放送協会：イタリア 医療従事者や高齢者施設の職員 ワクチン接種義務化(NHK News Web 2020年4月2日付記事）,  
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20210402/k10012951561000.html>, 日本語, 2022年1月17日閲覧
- 14) 日本貿易振興機構：新型コロナワクチン接種証明書提示で水際措置緩和の動き、入国条件として義務化も（ジェットロ・ビジネス短信2021年11月10日付記事）,  
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2021/11/a27cefla972fbb37.html>, 日本語, 2022年1月16日閲覧
- 15) World Travel & Tourism Council : Economic Impact Reports ; Italy, <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>, 英語, 2022年1月16日閲覧
- 16) Insutituto di Nazionale Statistica : ISTAT, <https://www.istat.it/>, 英語 / イタリア語, 2022年1月10日閲覧
- 17) トラベルボイス（株）：伊ベネチアが模索するポストコロナの観光戦略、マスツーリズムと決別し、サステナブルな未来描けるか、観光産業ニュース（2020年5月26日付記事）, <https://www.travelvoice.jp/20200526-146206>, 日本語, 2022年1月16日閲覧