

〈研究ノート〉

Go To トラベル事業の直接・間接効果に関する研究

寺原 譲治

【要旨】

本研究は、COVID-19禍のもとの日本政府の「Go To トラベル事業」の直接・間接的経済効果を定量的に検証したものである。観光庁宿泊旅行統計調査等のデータを用い、全国および都道府県別に宿泊者数、落込率、回復率を推計し、クラスター分析によって地域特性を分類した。その結果、事業は宿泊需要を顕著に回復させ、観光産業に対して高い有効性と費用効率性をもつことが示された。さらに、価格弾力性を考慮した分析では、需要増加が理論値を大きく上回ることがわかった。

キーワード：COVID-19、Go To トラベル事業、観光庁、宿泊旅行統計調査、経済効果

1. はじめに

1.1 COVID-19と観光セクター

COVID-19 (Coronavirus Disease 2019, 新型コロナウイルス感染症) は、2020年1月のSARS-CoV-2としての特定、同年2月のWHO (世界保健機構) による疾患名「COVID-19」の公式発表、同年3月の同じくWHOによるパンデミック宣言 (世界的大流行) を経て、世界的な大規模災害となった。日本でも、多くの人命が失われ、健康被害が出る中、経済面でも大きな損害・損失が発生した。それらに対応する政府主導の多くの対策が行われた中、損害・損失対策の初期の大型事業として、「Go To キャンペーン」が企画され、その4事業 (トラベル、イーフト、イベント、商店街) の一つとして、観光セクターではGo To トラベル事業が実施された。

1.2 旅行商品補助の歴史

Go To トラベル事業は、政府による旅行商品の割引である。旅行商品 (宿泊・交通付き旅行・日帰り旅行など) を直接割引・補助する制度 (国または地方公共団体主導の観光振興策) (以下「割引・補助制度」) の歴史は比較的新しく、表1のような制度が確認される。

表1 既往の旅行商品補助制度

名称	実施年	対象	実施主体
九州ふっこう割	2016	九州の7県	観光庁
Go To トラベル	2020	全国	観光庁
県民割支援	2021-2022	県内／地域ブロック内	都道府県
全国旅行支援	2022-2023	全国	都道府県
北陸応援割	2024	新潟県、富山県、石川県、福井県	観光庁

出所：観光庁HP及び会計検査院（2021）より筆者作成

これらの制度を可能にしたのは、旅行商品のオンライン化であり、OTA（Online Travel Agent）の発展である。また、事業の中途より、紙クーポンに代わるQRコードなどによる電子クーポンが主流となるなど、利用者側に要求される要件も高まった。これら「割引・補助制度」の対象の共通点は、何らかの外的な要因によって旅行需要が落ち込んだ点、加えて、旅行供給自体も減少している場合に時限の措置として臨時的に適用されている点などである。

逆に言うと、災害等のない平時の状態の国内地域において、これら制度が適用されたことはない。

これら「割引・補助制度」は、外的な要因による旅行需要の落込みや、災害復興段階における風評被害等の打消し、認知度向上を目的とし、期間や対象を限定したものとして、今後も断続的に実施されていくものと考えられる。

一方で、これら制度の実施基盤は脆弱であり、以下のような課題が考えられる。

- 上位政策や法的な根拠との整合性
- 予算措置と費用
- 決定レベル
- 実施体制と受入側能力や体制の問題

具体的には、以下の点を考える必要があるだろう。

これまでの対象は、地震などの災害やパンデミックであり、公共性の観点から市場への介入として旅行商品補助が認められている。つまり、対症療法的であり、問題となる事象が起きてから、制度設計がはじまっている。

そして、受入側の対応能力の把握が必須である。地震などの被災地において、災害復旧の程度を勘案しながら、観光の供給能力を勘案して、行われている。

また、観光産業外のステークホルダーの理解が必要であり、被災地の住民へのストレスや、パンデミックの際の医療関係者の意向などを把握しておく必要がある。

そのほか、制度の運営費用やその妥当性についても、検討が加えられている。

1.3 Go To トラベル事業の概要

上記の旅行商品補助事業の中でもGo To トラベル事業は、規模や期間の面でも大きく、インパクトのあるものであった。Go To トラベル事業の成立の経緯については、真子（2022）に詳しく、問題と論点についても整理されている。真子（2022）及び国の資料より、表2にその割引内容と実績の概要を示す。

事業名称：Go To トラベル事業（Go To キャンペーン事業（トラベル、イート、イベント、商店街）の一つ）

予算：「新型コロナウイルス感染症緊急経済対策」（2020年4月7日閣議決定、4月20日変更 令和2（2020）年度第一次補正予算）。トラベル、イート、イベント、商店街の4事業合わせて1兆6,794億円であり、そのうち、トラベル事業は1兆3,542億円であった。

予算支出額は8,961億円（対象時期：2020年7月22日～12月28日チェックアウト分）であった。

表2 Go To トラベル事業の割引内容

事業主体	① 旅行代金の割引	② 地域共通クーポン	最大支援額（①+②）
国	(割引率) 35% (割引上限額) 14,000円/泊 (日帰りの場合) 7,000円	(付与率) 15% (割引上限額) 6,000円/泊 (日帰りの場合) 3,000円	(割引率・付与率) 50% (割引上限額) 20,000円/泊 (日帰りの場合) 10,000円

出所：真子（2022）

表3 Go To トラベル事業の実績概要

発表機関	利用宿泊数	一人当たり割引支援額	支援額/支出済み額	一人泊あたり旅行代金
観光庁	少なくとも約8,781万人泊	約4,649円	約5,399億円（注1）	約13,282円
会計検査院			約6,213億円（給付金） 約1,978億円（委託費）	

注1 宿泊・旅行代金の割引 少なくとも4,082億円、共通クーポン利用額約1,317億円。

出所：観光庁（2021）及び会計検査院（2021）より作成

2. 本研究のアプローチ

2.1 既往の研究

Go To トラベル事業に関しては、既に多くの研究がなされており、経済効果についても試算されている。ここでは、Go To トラベル事業終了後の2021年以降の研究について、記す。

Matuura（2021）では、パンデミック期間の国内の旅行フローを分析し、様々な旅行補助が宿泊業に及ぼした有効性を検証している。加えて、Matsuura（2022）では、道府県内の重力モデルを用いて、割引戦略の有効性を検証した。

木内（2021）は、仮定の下で、中止されたGo To トラベル事業が再開した場合、「1年間の名目GDP（成長率）を0.72%押し上げる」と試算している。

Tagashira (2022) は、Go To トラベル事業の効果を、信号効果 (signal effect) と割引効果 (discount effect) に分けて、定量的に検証した。

2.2 目的

既往の研究は、2020年末の中断時点の数字に基づくものであり、本研究では宿泊統計や観光庁、会計検査院発表の最新の数値に基づき、基礎的な直接効果及び間接効果を再推計することを目的としている。

2.3 データ

2.3.1 宿泊者数

観光庁の宿泊旅行統計調査の第2表(各月)より、都道府県別に「従業者数(4区分)、宿泊目的割合(2区分)」の「延べ宿泊者数」(Excelファイル上のB欄)、「うち外国人延べ宿泊者数」(同Q欄)を抽出する。ここでは、「延べ宿泊者数」－「うち外国人延べ宿泊者数」を日本人の宿泊者数と考え、Go To トラベル事業の対象となった旅行もすべてこれにふくまれる。いずれもこれ以降、「宿泊者数」とは、宿泊旅行統計調査に基づき、「人泊」ベースとする。

2.3.2 Go To トラベル事業の実績

Go To トラベル事業の実績概数については、上記表3に示すように、観光庁(2021)と会計検査院(2021)と会計検査院(2025)の数値をベースとした。

2.4 方法

2.4.1 指標の算出

上記の目的のために、2.3のデータを用いて、まず以下の3つの数値を全国及び都道府県別に計上、推計する。

2.4.2 ①宿泊者数

まず、ベースラインとして、COVID-19がなかった場合の一日当たり宿泊者数を都道府県別に推計した。これは、「Without COVID-19」ケースであり、2017年から2019年の3年間の当該期間の平均値とした。宿泊旅行統計調査は、月ベースの宿泊者数であるため、7月と12月の値は、日数で按分した。

2.4.3 ②落込率

ここでは、Go To トラベル事業期間中(2020年7月22日～12月28日チェックアウト分)のCOVID-19禍による宿泊者数の落込率を以下のように定義する。

落込率(%) = 2020年4月から6月の宿泊者数 / 2017年から2019年各年の4月から6月まで

の宿泊者数の平均

2020年の4月から6月までは、Go To トラベル事業が実施されておらず、前3年の同時期と比較することによって、どの程度の宿泊者数の落ち込みがあったか、推計できる。Go To トラベル事業期間は、7月～12月であり、旅行需要のピークがずれる場合には、推計の誤差が大きくなることも想定される。これは、「With COVID-19」かつ、「Without Go To トラベル事業」ケースである。

2.4.4 ③回復率

ここでは、COVID-19禍の下で、Go To トラベル事業を実施し、ベースラインの宿泊者数に対して、どの程度の宿泊者数となったかを回復率として、以下のように定める。

回復率 (%) = Go To トラベル事業期間の宿泊者数 / ベースラインの宿泊者数

宿泊者数と同様に7月と12月の月次宿泊者数は、日数で按分した。これは、「With COVID-19」かつ、「With Go To トラベル事業」ケースである。

3. 主な結果と知見

3.1 宿泊者数、落込率、回復率

3.1.1 全国

前述の方法に基づき、全国の数値として以下を得た。期間按分などがあるので、有効数字は概ね2桁程度である。

宿泊者数（一日当たり人泊ベース）：	1,319,057
落込率：	67%
回復率：	77%

これらの関係を図化すると、図1のようになる。

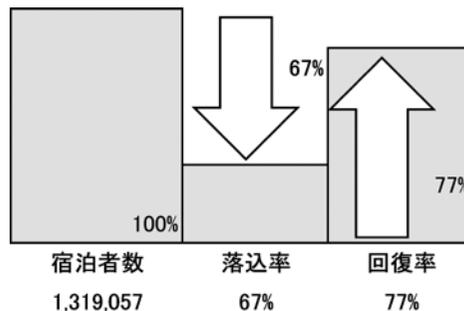


図1 指標間の関係と全国の数値

出所：筆者作成

全国の数値からは、以下のようなことがわかる。

- COVID-19禍のもとにあっても、一定の宿泊需要は存在し、それは33%（=1－落込率）であった。
- Go To トラベル事業によって、宿泊者数は増加し、それは平時の44%（=回復率－33%）であり、宿泊者数では、581,758に相当する。これは一日当たりの宿泊者数であり、Go To トラベル事業の期間中（160日）では、9,308万人泊に相当する。この値を表3中の利用宿泊数（少なくとも8,781万人泊）と比較すると、同期間中の宿泊者数の増加分のほとんどは、Go To トラベル事業による補助を受けているものと推計される（追加は後述）。

3.1.2 都道府県別指標

同様の方法によって、都道府県別に上記3指標を求めたものが表4である。

表4 都道府県別の指標

都道府県	宿泊数	落込率	回復率	都道府県	宿泊数	落込率	回復率
北海道	81,027	68%	83%	滋賀	13,501	73%	68%
青森	13,280	63%	83%	京都	44,380	75%	97%
岩手	17,126	62%	82%	大阪	73,739	68%	64%
宮城	29,150	67%	72%	兵庫	36,322	68%	81%
秋田	10,271	73%	84%	奈良	6,423	76%	85%
山形	15,378	73%	75%	和歌山	13,333	72%	92%
福島	33,252	47%	87%	鳥取	9,140	68%	79%
茨城	16,321	47%	79%	島根	9,487	64%	87%
栃木	28,435	73%	82%	岡山	15,311	62%	77%
群馬	24,672	73%	74%	広島	26,701	65%	81%
埼玉	13,500	53%	77%	山口	11,791	64%	90%
千葉	64,388	75%	66%	徳島	6,606	74%	74%
東京	125,715	59%	77%	香川	10,674	71%	78%
神奈川	57,701	60%	81%	愛媛	12,366	69%	78%
新潟	29,003	64%	73%	高知	8,230	72%	81%
富山	10,977	72%	67%	福岡	41,742	73%	72%
石川	24,076	79%	72%	佐賀	6,905	70%	86%
福井	12,108	61%	69%	長崎	19,828	72%	77%
山梨	21,499	78%	69%	熊本	20,160	71%	75%
長野	50,740	76%	70%	大分	18,385	67%	84%
岐阜	16,093	61%	87%	宮崎	11,292	58%	86%
静岡	59,221	67%	79%	鹿児島	21,668	70%	76%
愛知	42,159	62%	76%	沖縄	60,852	78%	64%
三重	24,123	75%	72%	総数	1,319,057	67%	77%

出所：筆者作成

都道府県別に見たところ、落込率の高い地区は、当然のことながら、観光への依存度が高く、回復率も高くなる。落込率の低い地域はベースとして、出張需要などがある地域と推察される。

3.1.3 都道府県別クラスター分析

これらをさらに深掘りするために、2要素、3要素のクラスター分析を行った。上記指標のスケールが異なるため、まず標準化した¹。

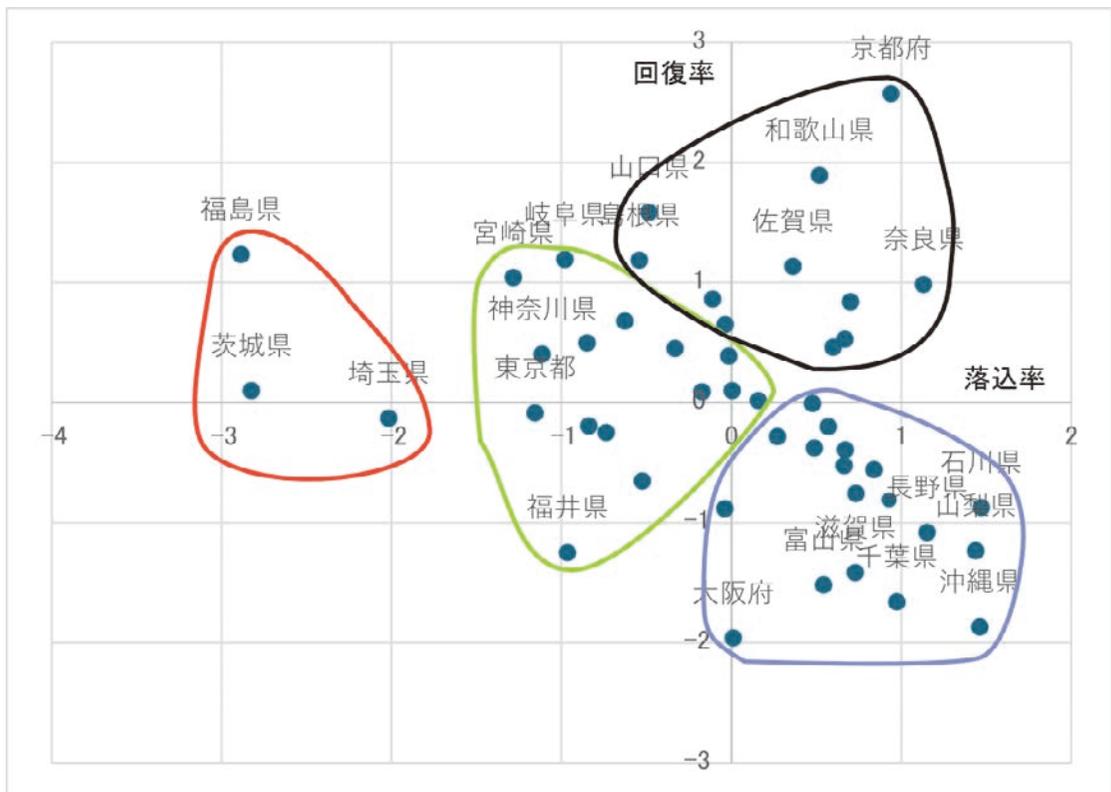


図2 都道府県別クラスター分析1 (2要素)

出所：筆者作成

横軸に落込率、縦軸に回復率（いずれも標準化した値）を取り、散布図（図2）を作成した上で、K-means法（K=4）でクラスター分析を行った。その結果、以下の4つのクラスターが確認された。

- クラスター1（青線内）三重、大阪、福岡など 落込率が高いが、回復率が低い。
- クラスター2（黒線内）北海道、京都など 両値は中ほどで、回復率が高い。
- クラスター3（緑線内）東京、愛知、広島 落込率は半ばで、回復率が低い。
- クラスター4（赤線内）茨城、埼玉、福島 落込率が非常に低い。

以上の4類型から推測できることを以下に述べる。落込率が中ほどで、回復率の高かったクラスター2は、Go To トラベル事業を、全体に比して十分に活用することのできた地域であると考えられる。このクラスターには北海道、秋田、栃木、京都、奈良、和歌山、島根、山口、高知、佐賀、大分が含まれる。西日本に多く、いずれも観光地域として、十分な集積がある地域である。クラスター1, 3, 4は、前述のクラスター2に比して、回復率は高くなく、クラスター1, 3, 4の順で落込率が下がっている。ここで、クラスター4は落込率が最も低く(47%~53%)、COVID-19の悪影響が相対に出にくかった地域であり、茨城、埼玉、福島のみで、1つのクラスターとなっている。このクラスターは、クラスター2の特徴とは、対照的に、出張などの宿泊需要が底堅いものと推測される。

さらに宿泊者数(ベースライン)を加えた3要素のクラスター分析を行った。2次元とは異なり、散布図では表現できないが、図3、表5のように地図上でクラスターを表現した。

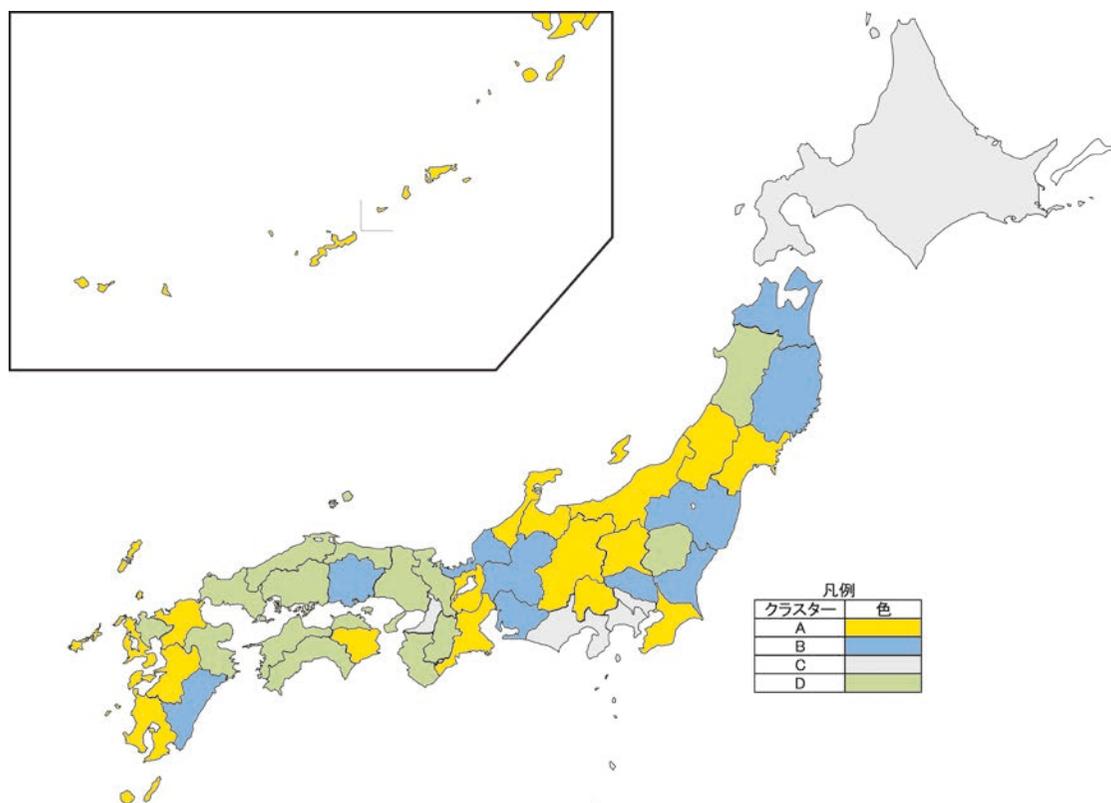


図3 都道府県別クラスター分析2 (3要素)

出所：筆者作成

表5 各クラスターの概要

クラスター	宿泊者数 (ベースライン)	落込率	回復率
A	中～高	高	低
B	中～低	低	高
C	非常に高い	低	中
D	中	中～高	高

出所：筆者作成

ここでは、クラスターごとに、以下の特徴が見受けられた。

クラスターA：落込率が高かったものの、Go To トラベル事業では、十分な回復が見られなかった。

クラスターB：落込率は低かったが、回復率が高く、クラスターAとは反対の事象が見られる。Go To トラベル事業による多くのプラスの影響があった。

クラスターC：平時において宿泊者数が多く、ゴールデンルートに乗っている。宿泊者数の落込みは低い。いずれも大都市圏で、ビジネス宿泊などの安定的な需要があり、着地というよりは、発地となっているものと考えられる。

クラスターD：平時においての宿泊者数は中程度で、回復率が高く、Go To トラベル事業によって、旅行先として大いに選ばれたものと考えられる。一部には、リゾート地域もあり、自動車でのアクセスが良い地域である。

3.1.4 本節での結論

COVID-19禍の下での宿泊者数が下がり、Go To トラベル事業がなかった場合には、宿泊者数（ベースライン）と落込率より、宿泊者数は429,072（＝宿泊者数（ベースライン）×（1－落込率））となっていたはずのところ、Go To トラベル事業によって宿泊者数は、1,010,830となっており、その差は491,647である。観光庁の数値（表3）では、利用人数が少なくとも約8,781万人泊となっており、一日当たり、552,264人泊である。つまり、増加量全数約49万人泊に加えて、約3万人泊がGo To トラベル事業より補助を受けたことになる。これを直接的な効果と考える。

COVID-19禍の下で、残存していたビジネス宿泊などの宿泊者数（平時の33%）においても、約3万人泊/日がGo To トラベル事業を使ったものと推計できる。

加えて、各都道府県の観光需要構造により、上記3指標はばらつきを見せた。初期的なクラスター分析の結果は、上述の通りであり、さらに発地などの情報を加えれば、都道府県別のGo To トラベル事業需要特性を、深掘りすることが可能になる。

3.2 経済特性の追加

次にここまでで得られたデータおよび価格弾力性の設定を加味して、Go To トラベル事業の経済的な間接効果を推計する。

前節においては、直接的効果として宿泊者数の増加量（約49万人泊／日）を挙げたが、ここでは、間接的な効果として旅行商品の価格弾力性を考慮して、費用（政府予算支出）に対して、どれだけ間接的な効果があったのか推計する。さらにこの間接的な効果が、どのように影響したかは派生効果であると考えが、その点については、データの制約から推計はしない。

3.2.1 旅行商品の価格弾力性

まず、旅行需要の価格弾力性については、モード、対象商品、目的地別などで、さまざまな値が検討されてきている。Go To トラベル事業が対象としてきた「日本人の宿泊料金」については、非弾力的で、-1.0以上とされ、さらに-0.5~-0.8程度とされることが多い。例えば、名古屋大学柳原ゼミ（2020）では-0.5717、戒能（2019）はサービス消費全体の値として-0.833としている。ここでは、その間の-0.6と設定する。つまり、価格が1%下がれば需要は0.6%増加し、価格が1%増加すれば需要は0.6%減少する。

3.2.2 Go To トラベル事業の場合

Go To トラベル事業は価格上限の設定があり、総価格の35%を補助しており、加えて旅行代金の15%相当の地域共通クーポンがついていた。同クーポンの換金性の高さを考慮すると、需要側から見て購入時には50%の割引と考えてもよいが、ここでは、宿泊費用を中心に考え、また、表3より、Go To トラベル事業期間全体で、35%の割引と設定する。

設定された価格弾力性-0.6は平時のものである。

表3より、13,282円の旅行商品が4,649円引き（35%割引）で8,633円になったとき、需要数は21%増加するはずである。コロナ禍の下で、宿泊者数（ベースライン）と落込率より、宿泊者数は429,072となっていたところ、21%の増加で519,183となるはずである。しかしながら、実際の宿泊者数は、1,010,830となっており、その差は491,647である。

逆算すると、21%の価格低下に対して、宿泊者数の増加は、136%（ $=1,010,830/429,072 - 1$ ）であり、価格弾力性は、-6.46となる。これは平時の-0.6と比しても大きなプレミアムとなっており、前掲のTagashira（2022）のように、信号効果と割引効果があったものと考えられることができる。

この場合における理論値と実現値の相違には、

- 価格弾力性は比較的小さな範囲の価格変化を対象としたものであり、大きすぎる。
- 国の事業としてのアナウンス効果が、弾力性を増やす方向に動かす。
- 同事業の後半においては、コロナ感染対策の不備に対して批判があった。
- コロナ禍の観光供給体制・価格の変化は考慮しない。

等を考慮する必要があるだろう。

また、会計検査院からは、最終的な給付金額として約6,213億円（表3）という値が示されており、実際の利用者数は観光庁の「少なくとも8,781万人泊」よりは、上振れする可能性がある。

3.2.3 需要変動からみた間接的効果—本節での結論

小巻（2023）は消費者物価指数より2019年4月～8月の平均宿泊単価を17,738円／泊としており、Go To トラベル事業を使っていない宿泊者の単価をそのように設定すると、上記の関係を図4のように表現できる。

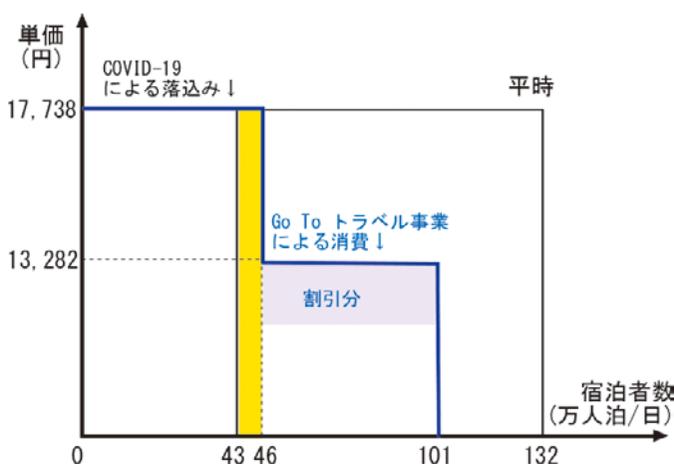


図4 宿泊単価と宿泊者数の推移

出所：筆者作成

平時においては、宿泊単価17,738円で1,319,057泊（上記3.1.1）あったものが、COVID-19禍によって、429,072泊まで下落した。Go To トラベル事業の補助による宿泊（単価13,282円）と、補助を受けていない宿泊（単価17,738円）がある（青線部分）。後者は、Go To トラベル事業により直接的ではないものの、COVID-19禍からの落込みよりは増加しており、これを直接的な効果に次ぐ、間接的な効果の部分（黄色い□部分）と考える。その額は、約832億円と推計された。

4. 終わりに

以上のことから、予算規模（表3）から考え、Go To トラベル事業は観光セクターに対して有効性の高い、効率性の認められる施策であることが分かった。しかしながら、コロナ感染を広めたという言説²もあり、様々な否定的な影響を定量的に勘案することは、現時点では困難

であった。

また、間接効果の先に波及効果を考える必要があるが、一般的な観光消費に対して、2次波及効果まで多くの研究がなされていることから、ここでは検討しなかった。

さらに、都道府県ごとの特性は初歩的なクラスター分析を行ったが、さらに都道府県ごとの詳細データを入手した上で、Go To トラベル事業の受容特性などをさらに分析できると考える。

【注】

- 1 平均値を0とし、平均値から標準偏差分上の値を1とし、平均値から標準偏差分下の値を-1とする。落込率の場合、平均値が67%であり、標準化すると0となる。標準偏差は7.3%であり、青森の落込率63%は標準化スケール上では、-0.6になる。
- 2 例として、「東京都がGoToトラベルの対象となった2週間後から、全国で新規感染者数が増加しているように見える」（東京都医師会（2020））などがある。

【参考文献】

- Matsuura, Toshiyuki. Saito, Hisamitsu (2022) The COVID-19 pandemic and domestic travel subsidies. *Annals of Tourism Research* Volume 92, January 2022. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103326> 2025年8月10日閲覧.
- Matuura, Toshiyuki. Saito, Hisamitsu (2021) Designing a Tourism Stimulus During the COVID-19 Pandemic in Japan. *RIETI Discussion Paper Series 21-E-012*. <https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/21e012.pdf> 2025年8月10日閲覧.
- Tagashira, Takumi (2022) Signal effect of a targeted travel subsidy on consumer behavior during the coronavirus disease 2019 pandemic. *Marketing Letters* (2023) 34:483-496. DOI: 10.1007/s11002-022-09663-2. 2025年8月10日閲覧.
- 会計検査院 (2021) 令和2年度決算検査報告 第4章 国会及び内閣に対する報告並びに国会からの検査要請事項に関する報告等 第3節 特定検査対象に関する検査状況 第5 サービス産業消費喚起事業（GoToキャンペーン事業）の実施状況等について. <https://report.jbaudit.go.jp/org/r02/2020-r02-0619-0.htm> 2025年9月1日閲覧.
- 会計検査院 (2025) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた旅行需要等の喚起を図るために実施された振興策に関する会計検査の結果について. <https://report.jbaudit.go.jp/org/r06/YOUSEI1/2024-r06-Y1000-0.htm> 2025年8月1日閲覧.
- 戒能一成 (2009) 家計消費と地域小売・サービス業の長期構造変化. *RIETI Discussion Paper Series 09-014*. <https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/09j014.pdf> 2025年9月10日閲覧.
- 観光庁 (2021) Go To トラベル事業における利用実績の推計（Go To トラベル事業の利用実績等につ

- いて 別紙1). <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001386461.pdf> 2025年8月1日閲覧.
- 小巻泰之 (2023) 宿泊料金高騰の背景～旅行支援・外国人旅行者の受け入れ解禁の同時実施とポストコロナの影響～ 東京財団 研究プログラム. <https://www.tkfd.or.jp/research/detail.php?id=4358> 2025年10月10日閲覧.
- 真子和也 (2022) Go To トラベル事業の経緯と論点. 国立国会図書館 調査と情報 No. 1193. https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_12293334_po_1193.pdf 2025年8月20日閲覧.
- 東京都医師会 (2020) 緊急記者会見 (令和2年11月20日開催) Web記事. https://www.tokyo.med.or.jp/press_conference/tmapc20201120 2025年10月1日閲覧.
- 名古屋大学柳原ゼミ (2020) Go To トラベル事業の妥当性～消費減税政策との比較. https://ceis.jp/wp-content/uploads/2020/11/2020_A2.pdf 2025年9月10日閲覧.
- 木内登英 (2021) 野村総合研究所 &N 未来創発ラボ コラム「GoToトラベル再開で3.8兆円の景気浮揚効果：再開には慎重な検討も。」 <https://www.nri.com/jp/media/column/kiuchi/20211027.html> 2025年9月1日閲覧.

Study on the Direct and Indirect Economic Effects of Japan's Go To Travel Program

George Terahara

Abstract

This study quantitatively examines the direct and indirect economic effects of the Japanese government's "Go To Travel" program implemented during the COVID-19 pandemic. Using data from the Japan Tourism Agency's Accommodation Travel Statistics and other sources, the Guest Count, the Decline Rate, and the Recovery Rate were estimated at both the national and prefectural levels, and cluster analysis was conducted to classify regional characteristics. The results indicate that the program significantly restored accommodation demand and proved to be highly effective and cost-efficient for the tourism industry. Furthermore, an analysis incorporating price elasticity revealed that the increase in demand far exceeded theoretical expectations.

Keywords: COVID-19, Go To Travel Program, Japan Tourism Agency, Accommodation Travel Statistics Survey, Economic effects