



GO TO キャンペーン の不明

柴生田 晴四
(経済倶楽部理事長)

▼政府は8月上旬からの実施を予定していた観光需要喚起策Go To キャンペーンを7

月22日から開始することを決定しました。これに対して7月に入ってから新型コロナウイルスの新規感染者が増加して過去最高を超えている東京、大阪の知事などから実施の延期を求める声が上がっています。政府は都市圏の感染者確認の増加がいわゆる「夜の街」関連の集中的な検査の実施に伴うものであるこ

と、医療機関が状況に緊急事態宣言時にくらべて十分に余裕のあることなどを理由に、方針を変えない構えでした。が、18日になって東京都を除外しての実施に転換しました。1200万人の都民を置き去りにした事業では、全国民を対象とするはずの国の政策としての公平性が問われるだけでなく、政策の効果も大幅に減殺されることになるでしょう。

▼個人の旅行代金を政府が助成するこの事業はコロナ禍に直撃された経済を立て直す経済対策として2020年度第一次補正予算に盛り込まれた事業の一つです。事業規模1兆6794億円に対して事務委託費が3095億円と巨額に上ることが判明して国会で追及されたいわくつきの案件です。所管の経済産業

省は持続化給付金事業でも委託先であるサービステイイン推進協議会から電通への再委託が身内への丸投げとして批判されました。

▼Go To キャンペーン事業について所管の梶山弘志経済産業大臣は参院予算委員会で「新型コロナウイルス感染症拡大収束後の消費喚起」を狙う事業だと答弁しています。緊急事態宣言解除後の政府は設定したスケジュールに沿って経済活動への制限を順次緩和してきましたが、7月に入ってから東京を始めとした大都市圏で再び感染の拡大が続いています。7月中旬からは全国レベルでも感染の増加が目立ち始めています。こうした状況下で、知事が文句をつけた東京都だけを除外すれば済むと言う判断はあまりにも安易です。感染

状況は心配いらぬという明確な説明がなければ、観光需要は喚起できないでしょう。しかも事業の所管がいつのまにか国土交通省に変わり、準備は遅れに遅れました。

▼そもそも消費は消費者が自らの判断で自由に行うものです。限られた余暇をどのように使うかは消費者個人に与えられた自由なので、それを観光に誘導するのは、広告会社の仕事であっても、国民全体に奉仕しなければならぬ国家公務員の仕事ではありません。好きな時に好きな場所に出かけるために自分のカネを使うのがまっとうな消費者の姿です。国民の払った税金で国民の行動を誘導するようなことを役人が考えるのは不遜であり、国民を愚弄するものです。