

## 令和2年度国土交通省関係補正予算の概要

### 基本的考え方

- 新型コロナウイルス感染症緊急経済対策において、取り組む施策として掲げられた
    - I. 感染拡大防止策と医療提供体制の整備及び治療薬の開発
    - II. 雇用の維持と事業の継続
    - III. 次の段階としての官民を挙げた経済活動の回復
    - IV. 強靱な経済構造の構築
    - V. 今後への備え
- のうち、Ⅲ及びⅣの二つの柱について、各項目の実施に必要な経費を計上した。

補正予算国費総額 43,211 百万円

- ※ この他、「国内に向けた観光需要喚起策」として経済産業省に計上の上、国土交通省において執行する経費がある

### 1 次の段階としての官民を挙げた経済活動の回復

#### (1) 国内に向けた観光需要喚起策

感染の収束を見極めつつ、かつてない規模の旅行商品の割引による観光需要喚起を行い、観光地全体の消費を促進。

- ・ 甚大な被害を受けている観光業について、飲食業、イベント・エンターテインメント業などを支援する取組に併せて、官民一体型の需要喚起キャンペーンを実施
- ・ 宿泊・日帰り旅行商品の割引や、観光地周辺の土産物店・飲食店・観光施設・交通機関等で幅広く使用できるクーポンの発行に対して支援を行い、地場の消費を喚起

※ 経済産業省に計上、国費 1兆6,794 億円の内数

#### (2) 反転攻勢に備えた観光基盤の整備

国費 15,810 百万円

全国的に落ち込む観光需要の回復に向けた反転攻勢に備え、地域の観光資源・観光イベントの磨き上げ、宿泊施設への専門家派遣や公共交通機関における受入環境整備等の取組を支援。

- ・ 地域の観光資源・観光イベントを集客力の高い滞在コンテンツに磨き上げる取組等を支援
- ・ 公共交通機関における多言語表記、キャッシュレス決済対応等を支援

- (3) 海外に向けた大規模プロモーション 国 費 9,624 百万円  
世界各地の感染収束を十分見極めつつ、日本政府観光局（JNTO）において、訪日旅行者の回復を図るため、運休航空路線の再開を後押しする大規模な共同広告等を実施。

## 2 強靱な経済構造の構築

- インフラ・物流分野等における DX（デジタルトランスフォーメーション）を通じた抜本的な生産性の向上 国 費 17,777 百万円  
新型コロナウイルス感染症対策を契機に、これまでの取組を超えて、BIM/CIM<sup>注</sup>を活用し、公共事業について、設計・施工から維持管理に至る一連のプロセスやストック活用をデジタルで処理可能とするとともに、熟練技能のデジタル化を進めること等により抜本的な生産性向上を図る。また、非接触・リモート型に転換する。

### (1) 建設生産プロセス等の全面的なデジタル化

- ・令和5年度までに小規模なものを除く全ての公共工事について、BIM/CIM 活用へ転換
- ・BIM/CIM 活用で収集されたビッグデータを集約・管理し、先端技術の現場実証や技術開発、リアルデータ処理・活用人材の育成等の中核拠点を導入
- ・本省内に DX 推進本部を設置し、IT 企業等との連携・協働によるオープン・イノベーションを推進する環境を構築
- ・「地域の守り手」である熟練技能をビッグデータ化し、これを活用した省人化・高度化技術の開発や人材育成を推進
- ・世界水準の「3D デジタルマップ」等を活用した都市インフラ開発・まちづくりの推進

### (2) 非接触・リモート型への転換

- ・港湾へのライブカメラの設置による検疫時等の情報収集能力の向上
- ・ICT を活用した自動車運行管理等の非接触化・リモート化

等

(注) BIM (Building Information Modeling) /CIM (Construction Information Modeling) は、測量・調査、設計段階から3次元モデルを導入することにより、その後の施工、維持管理・更新の各段階においても3次元モデルを連携・発展させて事業全体にわたる関係者間の情報共有を容易にし、一連の建設生産・管理システムの効率化・高度化を図るもの。

# Go To キャンペーン事業

令和2年度補正予算案額 1兆6,794億円

経済産業省  
商務・サービスグループ  
キャッシュレス推進室 03-3501-1252  
クールジャパン政策課 03-3501-1750  
中小企業庁 商業課 03-3501-1929

国土交通省観光庁  
総務課 03-5253-8321  
農林水産省  
外食産業室 03-6744-7177

## 事業の内容

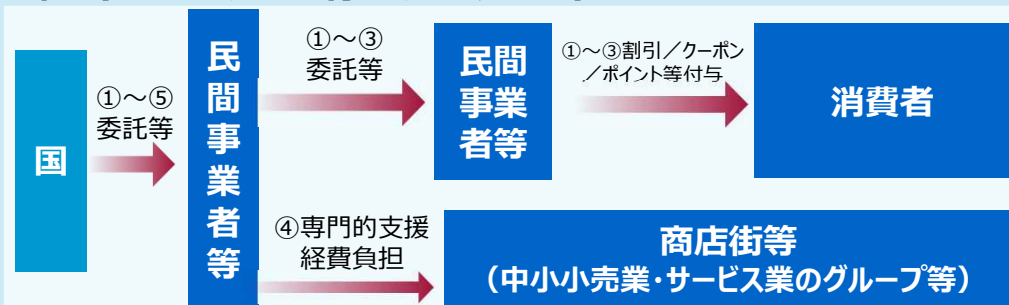
### 事業目的・概要

- 新型コロナウイルスの感染拡大は、観光需要の低迷や、外出の自粛等の影響により、地域の多様な産業に対し甚大な被害を与えている。
- このため、新型コロナウイルス感染症の流行収束後には、日本国内における人の流れと街のにぎわいを創り出し、地域を再活性化するための需要喚起が必要。
- （まずは、感染防止を徹底し、雇用の維持と事業の継続を最優先に取り組むとともに、）今回の感染症の流行収束後において、甚大な影響を受けている観光・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、期間を限定した官民一体型の需要喚起キャンペーンを講じる。

### 成果目標

- 新型コロナウイルスの影響を受けた地域における需要喚起と地域の再活性化を目指す。

### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



## 事業イメージ

- 新型コロナウイルス感染症の流行収束後の一定期間に限定して、官民一体型の消費喚起キャンペーン「Go To キャンペーン」を実施。

### ①Go To Travel キャンペーン

- 旅行業者等経由で、期間中の旅行商品を購入した消費者に対し、代金の1/2相当分のクーポン等（宿泊割引・クーポン等に加え、地域産品・飲食・施設などの利用クーポン等を含む）を付与（最大一人あたり2万円分/泊）。

### ②Go To Eat キャンペーン

- オンライン飲食予約サイト経由で、期間中に飲食店を予約・来店した消費者に対し、飲食店で使えるポイント等を付与（最大一人あたり1000円分）。
- 登録飲食店で使えるプレミアム付食事券（2割相当分の割引等）を発行。

### ③Go To Event キャンペーン

- チケット会社経由で、期間中のイベント・エンターテインメントのチケットを購入した消費者に対し、割引・クーポン等を付与（2割相当分）。

### ④Go To 商店街 キャンペーン

- 商店街等によるキャンペーン期間中のイベント開催、プロモーション、観光商品開発等の実施。

### ⑤一体的なキャンペーンの周知

- キャンペーンを一体的に、わかりやすく周知するための広報を実施。