

アフターコロナの持続可能な観光振興策

— コロナ収束後の持続可能な地域観光振興策のあり方を中心に —

新井直樹

目次

はじめに

I. コロナ禍前後のわが国の観光需要・旅行消費の動向と変化

1. コロナ禍前後の観光需要・旅行消費の動向
2. 2022年の観光需要回復に向けた動き

II. 国内観光需要の回復と新たな観光需要への対応の必要性

1. 国内観光需要の回復に向けて
2. コロナ禍で顕在化した新たな観光需要への対応の必要性

III. アフターコロナの持続可能な日本人国内観光振興策

1. コロナ収束後の日本人国内観光需要・旅行消費額の展望
2. アフターコロナの持続可能な地域観光振興策

IV. アフターコロナの持続可能なインバウンド観光振興策

1. アフターコロナのインバウンド観光振興策のあり方
2. アフターコロナの持続可能な地域のインバウンド観光振興策

おわりに

【注】

【主要参考文献・資料】

はじめに

2020年からの新型コロナウイルス（以下、コロナ）のパンデミック（世界的な感染症の流行）によって、世界の人々の社会生活や経済活動は、大きな影響を受け、変化を余儀なくされた。特に、コロナは人から人へと感染を広めるため人の移動が前提となる観光活動は、感染拡大防止の対策として、国内のみならず、国際的な渡航などの行動規制が行われた結果、停止状態に陥り、全世界で観光需要が大幅に急減したため、観光産業や観光地の経済に未曾有の危機的な事態をもたらした。

UNWTO（国連世界観光機関）によると、2019年に過去最高の14億7千万人に達した世界の国際観光客数は、2020年には対前年比で10億7千万人（-73%）減の4億人まで急減し、国際観光市場の損失額は1.3兆米ドルに達するなど、世界の観光は史上最悪の年を迎えたとされる⁽¹⁾。2021年においても、コロナの変異株の流行により、世界の国際観光客数は4億1,500万人と微増するにとどまり、依然として観光危機の状況が続いた⁽²⁾。

しかし、2022年1月～3月の世界の国際観光客数は、対前年同期比で約3倍の1億1,700万人へと急増し、地域別では欧州が約4倍、米州（南北アメリカ）が約2倍、アジア・太平洋が64%の増加となるなど、欧米諸国を中心に国際観光需要が急速に回復する動きがみられている⁽³⁾。

このような動きは、少なからぬ数のコロナ感染者の発生が続いているにも関わらず、欧米諸国を中心に、2022年に入った頃から出入国を含めた国内外の移動などの行動規制を解除する措置がとられたことから生じている。この背景、要因としては、長期化する感染対策による国民の疲れや経済の停滞が問題となる中、ワクチン接種率の上昇とコロナの変異により重症化率、死亡率が低下したことが挙げられるが、コロナの根絶は困難なものの収束に近づいており、今後、特殊な病気から社会に存在する一般的な病気の一つという認識に変わっていくことが、コロナの収束であり、アフターコロナの段階になるとの指摘もなされている⁽⁴⁾。

これら動向から、UNWTOは世界の国際観光需要は2020年、2021年の未曾有の低迷の後、2022年からは欧米諸国を中心に世界各国・地域において

渡航制限の緩和、解除を続ける限り、ロシアのウクライナ侵攻などによる不確実性はあるものの、堅調に回復する見込みと予測している⁽³⁾。

こうした中、わが国においても2010年代のインバウンド急増から一転し、2020年からはコロナ禍による観光危機の状況が続いたが、重症化率、死亡率が低下したことを受けて、2022年3月からは全都道府県で行動制限が解除されたため、日本人国内観光需要が回復する動きがみられている。

また、2020年4月以来の世界各国からのわが国への観光目的の入国停止措置によって、2年余り、インバウンド鎖国状態が続き、訪日外国人旅行者がほぼ消滅した状況が続いていたが、2022年6月から、ビザの取得や入国者数の制限があるものの、98カ国・地域から団体観光客の受け入れが開始されるなど、インバウンド再開の動きもみられている。

この様に、コロナ禍、3年目を迎えた2022年6月現在のわが国においては、コロナ収束までの状況には至らず、今後の感染状況を予測するのは、未だ困難だが、再び、大規模な行動制限などの措置がとられず、コロナ以外の①平和(戦争、紛争、テロ等)、②安全(疫病、災害等)、③経済等に関する新たな外部要因の重大リスクも生じない限りにおいては、日本人国内観光需要・旅行消費は、今後、実施予定の政府の全国的な観光需要喚起事業の後押しも受けて、コロナ前の正常な水準に向けて回復していくことが予測される。

こうした中、今後、予測される観光需要の回復を受けて、コロナ禍前と同様に、従来からの観光客数の拡大を最優先させる観光振興策を再び継続すると言った安易な考え方では無く、コロナ禍前後の需要の急増減による観光公害からインバウンド消滅、観光危機に至る過程において明らかになった課題や経験、教訓をふまえた上で、中長期的な視点から需要の変化や動向を展望し、アフターコロナを見据えた、わが国の観光振興策を再構築することが必要だと筆者は考えている。

そこで、本稿では、まず、コロナ禍前後のわが国の観光需要・旅行消費の動向や変化について確認した上で、直近の2022年からの観光需要回復に向けた動きについて述べる。さらに、日本人国内観光需要・旅行消費の回復の意義や課題について指摘するとともに、今後、実施予定の政府の全国的な

論文

国内観光需要喚起事業による短期的な需要回復の視点にとどまらず、コロナ禍で顕在化した新たな観光需要への対応の必要性について言及する。その上で、コロナ収束後の中長期的な視点から、わが国の観光需要・旅行消費の展望について指摘した上で、アフターコロナの持続可能な観光振興策のあり方について、日本人国内観光、及び、インバウンド観光の振興の視点から、今後の地域観光振興策のあり方を中心に論じる。

なお、本稿は「ナント経済月報」2022年2月号に寄稿した、拙稿（2022b）には紙幅の限りがあったので、その後の観光需要の回復に向けた動きなどもまじえて、大幅に加筆したものである。また、本稿で示す、日本人国内旅行者延べ人数・同旅行消費額は、観光庁「旅行観光消費動向調査」から、訪日外国人旅行者数・同消費額は、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」や観光庁「訪日外国人消費動向調査」から取得した数値を使用している。

I. コロナ禍前後のわが国の観光需要・旅行消費の動向と変化

1. コロナ禍前後の観光需要・旅行消費の動向

まず、コロナ禍前後のわが国の観光需要・旅行消費の動向と変化について、旅行消費額の推移から見ていきたい。図表1は、2010年とコロナ禍前の2019年、コロナ禍後の2020年、2021年のわが国の国内旅行消費額とその内訳の推移を示したものである。

図表1. 2010年とコロナ禍前後のわが国の旅行消費額の推移

旅行消費額	2010年	2019年	2020年	2021年
日本人国内	20.5兆円	21.9兆円	10兆円	9.2兆円
訪日外国人	1.1兆円	4.8兆円	0.7兆円	0.1兆円
日本人海外・国内分	1.1兆円	1.2兆円	0.3兆円	0.1兆円
国内旅行消費額・合計	22.7兆円	27.9兆円	11兆円	9.4兆円

観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成

図表1の通り、コロナ禍前の2010年代の国内旅行消費額・合計は、2010年の22.7兆円から、2019年には27.9兆円と、約20%ほど増加している。こ

れは、日本人国内旅行延べ人数(日本人国内宿泊+国内日帰り旅行延べ人数)が年毎の増減はあるものの、2010年代には延べ6億人前後と、ほぼ横這いだったことから、日本人国内旅行消費額(日本人国内宿泊+日帰り旅行消費額)においても、2010年代は20兆円前後ではほぼ横這いで推移したのに対して、訪日外国人旅行者数が、2010年の861万人から、2019年には過去最高の3,188万人と、ほぼ右肩上がりで急増したことから、同消費額においても同様に、2010年の1.1兆円から、2019年には4.8兆円と、4倍以上、増加したことが寄与している。

しかし、2020年に入るとコロナのパンデミックによって感染拡大防止のためのイベント中止等の要請が行われたのに加え、同年4月の政府の緊急事態宣言の発出に伴う外出自粛や休業の要請、行動制限による旅行控えによって、同年の日本人国内旅行延べ人数は、2億9千万人と、対前年比で-50%ほど減少し、国内観光需要・消費額は、2010年代の半分の水準となった。一方で、政府は2020年1月末から国内感染拡大予防のための入国規制を開始したが、同年4月からは世界各国からの観光目的の入国の停止措置がとられたことによって、同年の訪日外国人旅行者数は、317万人と対前年比で、-84%と過去最大の下げ幅となった。

こうした中、図表1の通り、2020年の日本人国内旅行消費額は10兆円(対前年比-54%)へと急減するのみならず、同年の訪日外国人旅行消費額は0.7兆円(対前年比-85%)、日本人海外旅行消費額の国内分も0.3兆円(対前年比-75%)と急減し、同年の国内旅行消費額・合計においても、11兆円(対前年比-61%)とコロナ禍前の2019年の同消費額の4割ほどの低い水準となるなど、観光需要・旅行消費は急速に減少し、わが国の観光産業や観光地の経済に未曾有の危機的な状況をもたらすこととなった。

2021年においては、コロナ感染状況に応じて行動規制と、その緩和が繰り返されたが、日本人国内旅行延べ人数は、2億7千万人と対前年比で-11.8%、2019年比で-54.5%減少し、日本人国内旅行消費額においても9.2兆円(対前年比-8%・2019年比-68%)と、さらに減少した。一方で、2021年においても観光目的の入国停止措置が継続され、インバウンド鎖国

論文

の状態が続いたことによって、同年の訪日外国人旅行者は51万人と対前年比で-83.8%、2019年比で-97.5%減少し、同消費額においても0.1兆円(対前年比-86%・2019年比-98%)、日本人海外旅行消費額の国内分も0.1兆円(対前年比-67%・2019年比-92%)へと急減するなど、インバウンドもアウトバウンドも、ほぼ消滅した状況となった。

こうした中、2021年の国内旅行消費額・合計においても、9.4兆円(対前年比-15%・2019年比-66%)と、コロナ禍前の2019年の同消費額と比べて、三分の一ほどの低い水準に減少するなど、コロナ禍は2年間にも及び、依然として、わが国の観光産業や観光地の経済の苦境が続いた。

2. 2022年の観光需要回復に向けた動き

次に、直近の2022年の国内観光需要の回復に向けた動きについて述べたい。コロナ禍、3年目となった2022年の1-3月期においては、日本人国内旅行延べ人数が、対前年同期比+22%の6,141万人と増加しており、同国内旅行消費額においても、対前年同期比の+35%の2.2兆円へと増加したが、同消費額の2020年同期比では-34%の減少、2019年同期比では-48%の減少と、コロナ禍前の消費水準の半分ほどにとどまっている。また、2022年1-3月期の訪日外国人旅行消費額は、352億円と、2020年3月以降の観光目的の入国停止措置の継続によって、2020年同期比で-95%と極めて低い水準にとどまっている。

直近の2022年4-6月期の動向は、本稿執筆時の同年6月現在では公表されていないため、詳細は明らかではないものの、コロナの重症化率、死亡率が減少傾向となったことから、同年3月21日から全都道府県でまん延防止等重点措置が終了し、全国で行動制限が解除されことによって、日本人国内観光需要・旅行消費が回復する動きが見られている。

2022年のゴールデン・ウィーク期間においては、行動制限のない3年ぶりの大型連休になったことから、全国の主要な観光地、駅の人出は、対前年比や2020年度比に比べて大幅に増加し、コロナ禍前の2019年の水準まで回復したところも目立ったほか、新幹線、航空、高速道路の利用者数や土産品

などの売り上げも前年を大きく上回るなど、国内観光需要が回復する動きが見られており、2022年4-6月期の日本人国内旅行消費額においても、大幅な回復が予測される⁽⁵⁾。

一方、訪日外国人旅行者においては、2020年4月以来、世界各国からの観光目的のわが国への入国停止措置がとられ、インバウンド鎖国状態が続いていたが、2022年5月から米国、豪州、タイ、シンガポールの4カ国からの少人数のツアー観光客の受け入れの実証実験が開始された。さらに、同年6月からは、上述した4カ国のみならず、中国、韓国、台湾、欧米諸国など98カ国・地域からビザを取得した上での添乗員付き団体旅行の受け入れと、入国時の検査、待機等の入国規制を緩和し、入国者数の上限を1日2万人まで引き上げ、今後は感染状況を見ながら、段階的に平時同様の受け入れの拡大を目指す方針が示され、アフターコロナに向けたインバウンド観光の再開の動きも見られる⁽⁶⁾。

この様に、本稿執筆時の2022年6月現在においては、コロナの収束には至らない状況であるものの、重症化率、死亡率は低い水準にとどまっており、今後の感染状況を予測するのは困難であるが、新たに強毒化した変異株の流行によって、再び行動制限などの措置がとられず、コロナ以外の平和、安全、経済などの新たな外部要因のリスクが生じない限り、日本人国内観光需要の回復に伴い、同旅行消費額においてもコロナ前の水準に向けて回復していくことが予測される。一方で、訪日外国人旅行需要・消費に関しては、インバウンド観光の再開に向けた動きが見られるもの、2022年6月現在、ビザの取得、団体旅行、入国者数の上限などの制限が課されており、中国人旅行者は帰国時に厳しい入国規制も課されているため、本格的に回復するためには、これら規制の段階的な緩和、解除を待たねばならず、相当な期間を要するものと見られる。

この様な状況の中、次章においては、まず、日本人国内観光需要・旅行消費の回復の意義や課題について述べた上で、今後、実施予定の政府の全国的な観光需要喚起事業による短期的な需要回復の視点にとどまらず、コロナ禍で顕在化した新たな観光需要への対応の必要性について指摘したい。

Ⅱ. 国内観光需要の回復と新たな観光需要への対応の必要性

1. 国内観光需要の回復に向けて

2010年代のわが国において有望な成長産業として注目、期待を集めた、インバウンド観光であるが、前述した通り、本稿執筆時の2022年6月現在においては再開に向けた動きは見られるものの、訪日外国人旅行者数が本格的に回復し、コロナ禍前の水準に戻るまでには、相当な期間を要することが予測される。

世界的な国際観光の回復時期については、UNWTO(2022)「World Tourism Barometer June」において公表されたUNWTOの専門家委員会の調査では、国際観光客数が、コロナ禍前の2019年の水準に戻る時期は、2023年が48%と最も多く、2024年以降が44%となっている。また、世界各国の渡航、出入国、移動の制限やワクチンの接種率などコロナ対策の取り組みの違いから、国際観光の回復の時期については、ばらつきがあり、欧米諸国で回復が進んでいるのに比べて、日本を含むアジア・太平洋においては、多くの国、地域で依然として入国の規制、制限が継続されており、アジア・太平洋において国際観光客数が、コロナ前の2019年の水準に戻る時期は、2023年が26%、2024年以降が69%となるなど、世界的な水準と比べて回復が遅れることが予測されている。

こうしたことから、わが国のインバウンド観光がコロナ禍前の水準までに回復するのは2020年代半ば以降と見られることから、2020年代前半においては、感染再拡大に伴い再び、行動制限などの措置がとられない限り、まず、日本人国内観光需要・同旅行消費額をコロナ禍前の正常な水準まで回復させ、コロナ禍で疲弊した観光産業や観光地の経済の再生を図ることが喫緊の課題となる。

図表2(次ページ)に示した通り、コロナ禍前の2019年の国内旅行消費額・27.9兆円の内訳においては、日本人国内旅行消費額・21.9兆円が78.5%と8割近くを占め、2010年代において訪日外国人旅行消費額は急増したものの、2019年の同額・4.8兆円は17.2%と2割弱となっている。

図表2. 旅行消費額の2019年・実績と日本人国内観光回復期の予測

旅行消費額内訳	2019年・実績	国内観光回復期の予測
日本人国内	21.9兆円(78.5%)	19.7兆円・19年比90%
訪日外国人	4.8兆円(17.2%)	0.1兆円・21年同額
日本人海外・国内分	1.2兆円(4.3%)	0.1兆円・21年同額
国内旅行消費額・合計	27.9兆円(100%)	22.8兆円・19年比82%
日本人海外・海外分	3.2兆円	2.9兆円が上記国内転換

観光庁「旅行・観光消費動向調査」などより作成

今後、2020年代前半の日本人国内観光回復期においては、図表2の通り、2019年・日本人国内旅行消費額の実績(21.9兆円)の9割(19.7兆円)まで回復すれば、出入国制限が継続し、訪日外国人消費額と日本人海外旅行の国内分消費額がほぼ消滅した2021年の同額(共に0.1兆円づつ)だったとしても、2019年の日本人海外旅行の海外分の消費額の9割の2.9兆円が国内旅行消費に回ると想定すると、合計で22.8兆円と、インバウンド消費抜きでも、コロナ前の国内旅行消費額の8割以上の水準となり、観光需要・旅行消費額が、コロナ禍前の正常に近い状態まで回復することが予測される。

また、日本人国内観光需要の喚起策においては、既に2020年7月～12月に、個人の旅行消費を政府が助成し、旅行代金の割引や旅行先で使える地域クーポンの支給を行う「Go Toトラベル」事業が実施されている。同事業においては、少なくとも8,781万人泊、支援額5,399億円の利用がなされ、2020年の10月～11月には、一時的にはコロナ禍前の水準近くまで日本人国内観光需要が回復したものの、感染再拡大によって、同事業は2020年12月から中止されている⁽⁷⁾。

こうした中、政府は、2021年4月から「Go Toトラベル」事業の予算を流用して、越県往来による感染拡大防止のために都道府県内の観光限定の「県民割」制度への財政支援を行い、その後、隣接都道府県や全国6つの地域ブロック単位内の観光にまで適用対象を広げてきたが、2022年6月現在、同制度の適用対象を全国に拡大した国内観光需要喚起事業、「全国旅行支援」をコロナの感染状況を見極めた上で、今後、実施する方針を打ち出している⁽⁸⁾。

2. コロナ禍で顕在化した新たな観光需要への対応の必要性

前述した様に、2022年6月現在、政府は、今後、全国規模の国内観光需要喚起事業を実施する方針を打ち出しており、同事業が実施されれば、2020年の「Go Toキャンペーン」事業の実施時と同様にリバウンド消費が喚起、促進され、日本人国内観光需要がコロナ前の水準を回復するのみならず、一時的には、それを上回ることも予測される。しかし、同事業の実施は、短期的に見れば観光産業や観光地の地域経済にとっては一過性の特需とはなるものの、事業期間が終了すれば、特需は失われるだろう。また、日本人海外旅行が本格的に再開、回復すれば、海外旅行消費額・海外分が増加する一方で、国内に回っていた分の旅行消費額も減少するだろう。

こうした中、短期的な国内需要喚起事業への対応にとどまらず、コロナ禍において顕在化した「マイクロツーリズム」や「ワーケーション」などの新たな需要に対応した観光振興策を推進することが求められる。

「マイクロツーリズム」は、コロナ禍の中、感染のリスクや拡大を避けるために広まった身近な近隣地域の観光であり、インバウンドとは対照的な観光需要だが、今回のコロナのパンデミックの様な外部要因による影響に左右され難い。コロナ禍の中、「マイクロツーリズム」に積極的に取り組む地域の観光事業者においては、身近な地域資源を見直し、地域内の消費、域内調達率（地域内からの原材料や雇用者を調達する比率）の向上や雇用維持への協力など業種間を超えた新たな連携も見られており、この様な地域産業を相互協力し支え合う取り組みは、今後の観光振興策としても有効な手段であろう。

「マイクロツーリズム」は、前述した2021年3月からの県民割引の利用等によって後押しされている側面もあるが、同制度が終了し、コロナが収束しても、今後の疫病、災害などの安全に関わるリスクのみならず、外交関係、戦争、テロなどの平和、国際経済や為替の変動などの経済など、外部要因の変化による観光需要の急減などのリスクに備え、観光地としてのレジリエンス（強靱性）を高めるのみならず、閑散期対策として需要の平準化を図るためにも有効な手段と思われる。

さらに、コロナ禍のテレワークの普及によってワーク（仕事）とバケーショ

ン(休暇)の融合が可能となった「ワーケーション」は、オンライン環境が整えば、どの地域においても試みる事が可能で人口減少が著しい地域においても新たな交流人口のみならず、関係人口を獲得する機会にもつながることから、遊休施設の活用など地域の受入態勢の整備のみならず、働き方改革や東京一極集中の是正と合わせた支援策が期待される。

この様に、政府が実施する予定の国内観光需要喚起事業への対応と言った短期的な視点みならず、コロナ禍において顕在化した新たな観光需要に対応した取り組みが求められるが、筆者がアフターコロナを見据えた観光振興策として最も重要なポイントは、持続可能な観光振興策への転換の視点である。

次に第Ⅲ章では、アフターコロナの観光振興策について、まず、持続可能な日本人国内観光振興策の視点、あり方から述べたい。

Ⅲ. アフターコロナの持続可能な日本人国内観光振興策のあり方

1. コロナ収束後の日本人国内観光需要・旅行消費額の展望

まず、コロナ収束後、アフターコロナの中長期的な日本人国内観光需要・旅行消費の展望について指摘したい。

図表3は、コロナ禍前に実施された予測調査であるが、じゃらんリサーチセンター(2018)「2030年観光の未来予測研究」において、わが国の少子高齢化、人口減少の影響が、コロナ禍前は国内旅行消費額の6割、日本人国内旅行消費額の8割ほどを占めた日本人国内宿泊需要において、どの程度の影響を及ぼすかについて示したものである。

図表3. 2030年度の日本人国内宿泊旅行延べ宿泊数の予測

	2016年度実績	2030年度予測	減少率
ベース推計	2億5308万泊	2億1689万泊	-14.3%
低位推計	2億5308万泊	1億8803万泊	-25.7%

じゃらんリサーチセンター(2018)「2030年観光の未来予測研究」より作成

論文

図表3の通り、2030年度の日本人の国内宿泊旅行延べ宿泊数の予測においては、2016年度と比べて、宿泊旅行実施率を2016年度と同率、平均旅行回数、宿泊数を過去平均と同じと想定したベース推計の場合でも、少子高齢化、人口減少の影響によって、-14.3%の減少、宿泊旅行実施率の微減トレンドを加味した低位推計の場合では、-25.7%の減少と、さらに落ち込む可能性があるとしている。さらに、同調査において予測された減少率に基づき、2016年の日本人国内宿泊旅行消費額の16兆円から、2030年の同消費額を想定すると、ベース推計の場合では2.1兆円減少し13.9兆円に、低位推計の場合では、4.1兆円減少し11.9兆円まで落ち込むことが予測されている。

周知の通り、今後、中長期的に進展する、わが国の少子高齢化に伴う人口減少、特に生産年齢(15歳～64歳)人口の急速な減少は、個人消費の下押し、縮小につながることから⁽⁹⁾、2030年以降においても、日本人国内観光需要・旅行消費額が減少の基調となることは避けられないものと見られる。

2. アフターコロナの持続可能な地域観光振興策

このような状況において、前述した政府の国内観光需要喚起事業が後押しする、一過性の観光特需期が過ぎれば、従来通りに日本人国内観光客入込数を継続的、持続的に増加させる数値目標を掲げ、その実現を図ることは、ごく一部の大型観光施設等の新たな民間観光投資が行われる大都市圏やリゾート地などを除けば、ほとんどの地方、地域において財政的な制約等からも大型観光施設等を新設することが困難なことから、イベント開催やキャンペーン、メディアなどの影響を受ける例外的な期間や地域を除いて、困難になると思われる。

こうした中、当然ながら、2010年代の地方創生の取り組みの柱として策定された全国の地方自治体の地方版総合戦略の数値目標などに示された、日本人国内観光客入込数の増加目標に代表される量的な拡大を継続的に図ることが、現実的ではなく持続可能ではないことから、1人当たり観光消費額の増加といった質的な向上を図るための数値目標へと転換することが求められる。

図表4の通り、地域の観光消費額は、1人当たりの観光消費額に、観光客数を乗することで算出される。今後、多くの地方において、継続的、持続的に観光客数の拡大が見込めず、財政的な制約から施設やハードの整備が困難であることを考えると、既存の地域資源を活かした「コト消費」や住民参加型の「体験・交流型」観光と言った観光メニューなどのソフトを充実させることによって、消費単価を高め宿泊を含めた滞在時間の延長を図るとともに、宿泊、飲食や土産物などの高付加価値化によって、1人当たりの観光消費額を高めるなど、既に成熟化した日本人国内観光市場に対応した持続可能な地域観光振興策が求められる。

図表4. 地域の観光消費額



さらに、図表5の通り、観光消費による地域の経済効果は、地域の観光消費額とともに、観光消費の内容を示す、域内調達率、例えば、飲食、土産物などの原材料となる農林水産物などを含めて、生産、加工、流通などの過程における地域事業者からの調達率に大きく左右される。こうした中、日本人国内観光客数の持続的な増加が見込めない多くの地方、地域において、経済効果をより高めるためには、1人当たり観光消費額の増加とともに、域内調達率を向上させる取り組みが必要である。

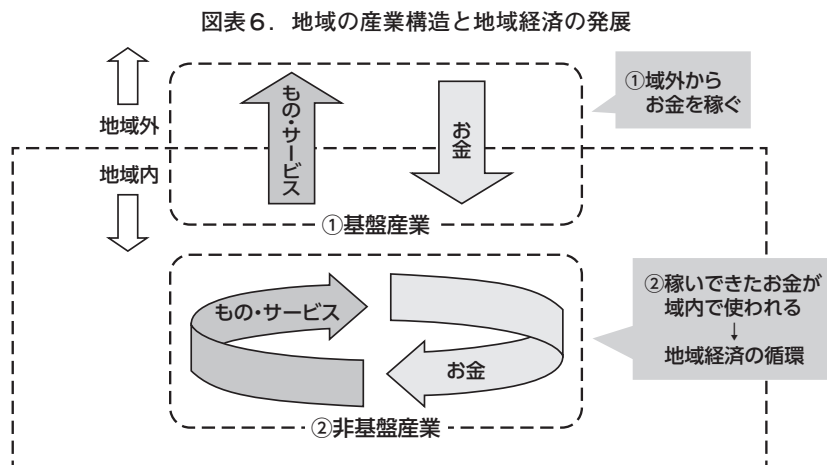
図表5. 観光消費による地域の経済効果



論文

観光客に提供する商品、サービスの原材料や調達先のほとんどが、地域外からによるものならば、観光消費の地域への経済効果は、商業マージンなど、わずかな額にとどまるのみだが、域内調達率を向上させれば、様々な地域産業に効果が波及し、経済効果は高くなる。また、観光客にとっては、訪問する地域ならではの日常的、個性的な飲食、伝統食や生活の営みを体験することが、非日常体験として貴重な観光資源となることから、飲食や土産物の原材料において域内調達を高めることは付加価値や観光客の満足度の向上にもつながる。

さらに、図表6は、地域の産業構造と地域経済の発展に関する基礎理論として知られる経済基盤説をもとに、域外を市場とする①基盤産業と、域内を市場とする②非基盤産業に分けた上で、両産業が連携することによって、地域経済が循環、発展することを示したものである⁽¹⁰⁾。



中村良平(2016)の図表を一部加筆修正

図表6の通り、地域の経済産業構造における①基盤産業は、地域外の需要に対応して、もの・サービスを提供し、お金を稼ぐ地域経済を支える産業であり、②非基盤産業は、地域内の需要に対応して、もの・サービスを提供す

る産業である。

観光業は、域外需要、地域外から来訪する観光客に対して、土産物などの買い物や、宿泊、飲食、交通、娯楽サービスなどの、もの・サービスを提供することによって、お金を稼ぎ、収入を得る地域の経済成長に不可欠な基盤産業である。

図表6の通り、飲食、買い物などの観光消費において域内調達率が高ければ、地域外から稼いだお金が域内で使われ地域経済が循環し、持続可能な地域の観光や産業経済の振興に大きく寄与するが、調達率が低ければ、稼いだお金が地域外に漏出してしまい、地域経済振興への寄与は少ない。

また、前述した様に、観光客に対する飲食、土産などの原材料の域内調達率を高めることは、付加価値や観光客の満足度を高めるため、観光業においては、同じ基盤型産業である製造業の工業製品の様に、同じ製品を製造するにあたって原材料が安いことを理由に域外調達率を高め、製品やサービスを少しでも安くすれば、観光客の評価や満足度を高められるものではない。

この様に、域内調達率を高めることは、その地域内の第1次、第2次産業の生産者、事業者にも、域外から得たお金が循環し、原材料となる農林水産物の生産者や製品の生産、加工業者のみならず、域内調達率の高い商品販売や飲食などのサービスを事業者が提供することによって、客単価などの付加価値や観光客の評価、満足度を高め、売り上げ、利益を伸ばすことが出来れば、3次産業まで経済効果が循環、波及するなど、生産、加工、流通、販売の全ての段階や、雇用に至るまで、地域の産業経済に良い影響を及ぼし、持続可能な地域の観光、産業経済の振興に大きく寄与する。

コロナ収束後も少子高齢化、人口減少が急速に進展する、今後のわが国の時代社会における日本人国内観光振興策においては、従来からの観光客入込数の拡大に代表される量的拡大を追求する姿勢を改め、1人当たり観光消費の増加などを目標とした高付加価値化や、域内調達率の向上によって地域経済の循環を高めるなどの持続可能な地域観光振興策へと転換することが求められている。次に、第IV章では、アフターコロナの観光振興策について、持続可能なインバウンド観光振興策の視点、あり方から述べたい。

Ⅳ. アフターコロナを見据えた持続可能なインバウンド観光振興策

1. アフターコロナを見据えたインバウンド観光振興策のあり方

コロナのパンデミックによって、2年あまりインバウンド観光鎖国状態が続いたが、今後はインバウンド重視の観光立国政策を改め、日本人国内観光中心の観光振興策に転換するべきとの指摘もみられる⁽¹¹⁾。

しかし、一部の地域や事業者に見られたインバウンド需要に依存した姿勢を改める必要性はあるものの、前述した様に、コロナ収束後も変わらずに急速に進展するわが国の少子高齢化、人口減少に伴う個人消費の縮小は、日本人国内観光需要・旅行消費額の減少のみならず、地域の消費や産業経済の縮小につながる。

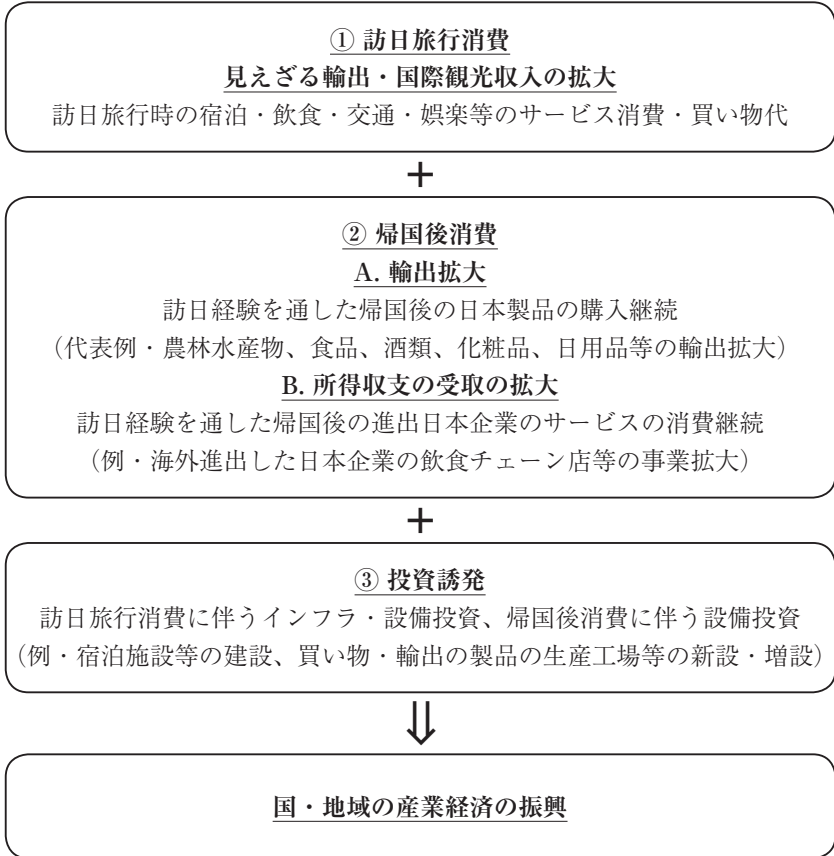
こうした中、拙稿（2019）において指摘したが、インバウンド観光の経済効果は、図表7（次ページ）の通り、訪日外国人の旅行時の、①訪日旅行消費による見えざる輸出と言われる国際観光収入の拡大以外にも、様々な調査結果から訪日経験を通じた、②帰国後消費による、A. 輸出拡大、B. 所得収支の受取拡大や、訪日時や帰国後の消費を通じた、③投資誘発など、観光産業のみならず、様々な段階を経て、多様な産業分野に波及し、国や地域の産業経済の振興に大きく寄与することが明らかとなっている⁽¹²⁾。

重要なのは、日本人国内旅行消費は、内需の国内地域間の移動であり、全体が縮小すれば、経済効果には自ずと限界があるが、インバウンド観光は訪日旅行消費のみならず、訪日経験を通じた帰国後消費によって、さらに新たな外需を獲得するほか、様々な投資誘発効果を生むことから、その経済効果が極めて高いことである。近年は人口減少による内需の低迷のみならず、貿易収支の大幅な黒字幅の減少や赤字化が進展する中、輸出や所得収支の受取の拡大によって新たな外需を獲得するインバウンド観光は、中長期的な視点からも、わが国全体の経済の振興にとって極めて有望な分野、市場である。

こうした中、コロナ禍のインバウンド鎖国状態においても、アジア諸国のみならず、世界各国で潜在的な訪日旅行需要は衰えておらず、むしろ拡大していることから⁽¹³⁾、コロナの収束とともに、各国との出入国制限が段階的に緩和、解除されれば、訪日外国人旅行者数は、コロナ禍前の水準に向けて

回復することが予測される。

図表7. インバウンド観光の経済効果



筆者作成

既に、政府の観光戦略推進会議においては、コロナ禍の中、2020年12月に開催された会議において、今後、インバウンドが段階的に回復することから、コロナ禍前の同会議で示した数値目標通り、2030年には、2019年の倍の水準である訪日外国人旅行者、6千万人を目指すとして、短期間でインバ

論文

ウンドの倍増、量的拡大を図る政策、取り組みを継続するとしている。

しかし、アフターコロナの観光振興策においては、2010年代同様に、インバウンド観光客数の量的な拡大を追求した取り組みを継続するのではなく、コロナ禍前後の観光需要の急増減による観光公害からインバウンド消滅に至った経験、教訓をふまえて、日本人国内観光振興策と同様に、質的な向上を追求する持続可能なインバウンド観光振興策へと転換させる必要があると、筆者は考えている。

そもそも国際観光需要は、今回の安全に関わるパンデミックや災害のみならず、平和に関わる戦争、テロ、諸外国との関係や、景気、為替、金融などの各国、国際経済情勢などの外部要因に大きく左右され、短期間で急増減するなどの特性やリスクを有している。コロナ禍前後の経験からも、このような国際観光の特性、リスクやぜい弱性を、十分、考慮した上で、交通、宿泊などのインフラなどの整備状況や環境への配慮など、キャパシティに応じた適正な訪日外国人旅行者数を受け入れていくことを、総合的に検討した上で、アフターコロナを見据えたインバウンド観光振興策を再構築していく必要があるだろう。

また、今回のコロナ禍前後に見られた需要の過剰によるオーバーツーリズムと、インバウンド消滅といった需要の急減、過少は正反対の状況ではあるものの、国際観光需要が外部要因に大きく左右されることに起因する表裏一体の問題であり、共通して持続可能な観光のあり方が問われていることに留意すべきであろう。

コロナ収束後の本格的なインバウンド回復期においても、訪日外国人旅行者数をコロナ禍前の水準から短期間で倍増させ、そこから生じる問題は現場の地域、地方任せとする、2010年代同様の政策や姿勢のままでは、コロナ禍前に同旅行者数が3千万人の水準でも大きな問題となった、インバウンドの東京、大阪、京都など特定地域への集中、過密がもたらす観光公害、オーバーツーリズムの問題が、より深刻化するとともに、多くの地方においては人口同様に訪日外国人旅行者の過疎によるインバウンドの経済効果の地域格差の問題が、より拡大することが懸念される⁽¹⁴⁾。

2. アフターコロナの持続可能な地域のインバウンド観光振興策

こうした中、アフターコロナを見据えた地域インバウンド観光振興策においても、自地域の交通、宿泊施設のキャパシティやコミュニティ、環境などへの影響も考慮し、適正な外国人旅行者宿泊者数などを設定した上で、日本人国内観光振興策と同様に、1人当たり観光消費額や域内調達率を高めるなど、高付加価値化による質的向上や地域経済の循環を重視した持続可能な観光振興策へと転換させることが求められる。

特に、コロナ禍前に、観光公害、オーバーツーリズムに悩んだ地域においては、コロナ収束後の短期的な観光需要の回復への対応に終始するのではなく、中長期的な視点から、地域の受け入れ能力を超えた過剰な観光需要と、それに対応した観光開発等を抑制するための独自の規制導入など、住んでよし、訪れてよしの持続可能な観光まちづくりに取り組むことが課題となる。

また、コロナ禍前後にアジア諸国の外国人が訪日旅行時に体験したいことを尋ねた調査を比較すると、コロナ禍後の調査結果では都市の繁華街の街歩きの回答率が低下し、自然や風景の見物、アウトドア活動等の地方での「コト消費」の回答率が上昇している。さらに、これら地方における「コト消費」を体験した訪日外国人旅行者の1人当たり旅行消費額が増加することから⁽¹⁵⁾、アフターコロナの地域観光振興策においては、インバウンド需要に対応した「コト消費」観光の振興によって訪日外国人旅行者の地方分散とともに1人当たり観光消費額の拡大を図ることによって、インバウンドの経済効果が多くの地方、地域に波及していくことが期待される。

既に、図表8(次ページ)の通り、元々は日本人国内観光客を対象とした地域資源を活かした地域主導、住民参加型の「コト消費」「体験・交流型」の観光プログラムなどを、インバウンド需要にも対応することによって、東京と大阪を結ぶ訪日旅行のゴールデンルートや訪日旅行者に人気のある北海道や沖縄などの地域以外の地方の中小都市や中山間地域農山村、離島などの条件不利地域においても、コロナ禍前に訪日外国人旅行者の宿泊者数や旅行消費額を、大幅に増加させた地域も出現している。

アフターコロナの地域インバウンド観光振興策として、地域資源を活かし

図表8. インバウンド消費を増加させた地方の「コト消費」観光の取り組み

地域	「コト消費」観光の内容
東北	<ul style="list-style-type: none"> ・青森県・紅葉、りんご狩り、雪国等の体験 ・山形県飯豊町・雪遊び体験と農家民泊
北関東	<ul style="list-style-type: none"> ・群馬県みなかみ町・雪国体験、アウトドア、たくみの里の取組み
中部	<ul style="list-style-type: none"> ・長野県山内町・地獄谷野猿公苑と周辺温泉地の取組み ・岐阜県飛騨古川市・飛騨里山サイクリング ・石川県能登町・「春蘭の里」農家民宿、グリーンツーリズム ・新潟県燕三条市・日本のものづくり体験ツアー・オープンファクトリーの取組み
近畿	<ul style="list-style-type: none"> ・和歌山県・田辺市熊野ツーリズムビューローの熊野古道ガイド ・和歌山県・高野山の宿坊体験 ・三重県・伊賀上野市の忍者体験 ・三重県・伊勢志摩での海女小屋体験
中四国	<ul style="list-style-type: none"> ・広島県、愛媛県・瀬戸内海のしまなみ街道サイクリング ・岡山県・桃、ブドウなどの果物狩り ・四国4県・お遍路体験 ・香川県、岡山県・瀬戸内国際芸術祭 ・香川県・直島 現代アートと地域の生活文化の融合 ・香川県・伝統文化、日本庭園体験 ・徳島県三好市・農家民泊、田舎暮らし、伝統文化体験
九州	<ul style="list-style-type: none"> ・九州オルレ・九州各県での韓国人旅行者向けトレッキングコース整備の取組み ・長崎県対馬・トレッキング、エコツアー、チング音楽祭、国境マラソン・厳原港祭り(朝鮮通信使の行列再現パレード) ・宮崎県五ヶ瀬町・海外からの教育旅行誘致とグリーンツーリズム ・長崎県小値賀町・海外からの教育旅行誘致と島暮らし体験 ・ゴルフ(主に冬場に韓国人旅行者が九州各地でゴルフ)

拙稿(2019・2022b)で使用した図表を一部加筆修正

た創意工夫や住民参加に基づいた取り組みが全国各地に広がり、インバウンドの経済効果の恩恵が多く地域に分散、拡散し、人口減少が著しい地方において持続可能な地域の観光、産業経済の振興に寄与することに期待したい。

おわりに

世界的な観光危機の状況をもたらした2020年からのコロナ禍は、2022年6月現在においても未だ収束には至らないものの、2022年に入ってから、欧米諸国を中心に出入国を含めた国内外の移動などの行動規制を解除する措置が広がったことから、世界の国際観光需要の急速な回復の動きがみられている。わが国においても2022年3月から全国で行動制限が解除されたことから、日本人国内観光需要の回復や、インバウンド再開の動きがみられる様になった。

本稿においては、これらの動向をふまえた上で、観光需要の回復への対応といった短期的な視点にとどまらず、アフターコロナを見据えた、わが国の観光振興策のあり方について、中長期的な視点から考察した。

まず、コロナ禍前後において、急増、急減した、わが国の観光需要・旅行消費の動向を確認した上で、2022年3月から国内の行動制限が解除されたことによって、日本人国内観光需要・旅行消費が急速に回復に向っている動向とともに、インバウンド観光再開の動きについて述べた。

次に、UNWTOの予測に基づき、訪日旅行需要がコロナ禍前の水準に回復するのは、2020年代半ば以降の可能性が高いとの分析を示した上で、訪日外国人旅行者が2021年と同様にほぼ消滅した状況でも、日本人国内観光需要がコロナ禍前の水準近くまで回復し、日本人海外旅行消費の海外分が国内に転換されれば、国内旅行消費額がコロナ禍前の8割以上と、ほぼ正常に近い状態まで回復することを指摘した。

また、今後、実施が予定されている政府の全国的な観光需要喚起事業による一時的、短期的な観光特需による需要回復の視点にとどまらず、「マイクロツーリズム」や「ワーケーション」など、コロナ禍で顕在化した新たな観光需要に対応していく必要性について述べた。

論文

さらに、中長期的な視点から、コロナ収束後においても急速に進展する、わが国の少子高齢化、人口減少に伴い日本人国内観光需要・旅行消費が減少基調となることは避けられず、政府の観光需要喚起事業による特需が過ぎれば、例外的な期間や地域を除いて、多くの地方、地域で従来通りの国内日本人観光客数を継続的に増加させる数値目標を掲げ、量的な拡大を図る観光振興策が、現実的ではなく、持続可能でないことについて指摘した。

その上で、アフターコロナの人口減少時代の国内観光振興策においては、数値目標を1人当たり観光消費額や域内調達率などの向上に変更し、高付加価値化による質的向上や地域経済の循環を重視した、持続可能な国内観光振興策へと転換させる意義や必要性について、地域の産業構造と地域経済の発展条件に関する経済基盤説などをもとに明らかにした。

また、内需が地域間を移動する国内日本人旅行消費と比べて、訪日時の旅行消費のみならず、訪日経験を通じた帰国後消費の継続による輸出や、所得収支の受取の拡大による外需の獲得や、投資誘発など、すそ野が広く様々な分野に影響が及ぶインバウンド観光の経済効果が極めて高いことを指摘した。その上で、コロナ禍においても潜在的な訪日旅行需要が高まっていることから、コロナの収束とともに、出入国制限が段階的に解除されれば、訪日外国人旅行者数は、コロナ禍前の水準に向けて回復することが予測されることについて言及した。

次に、アフターコロナのインバウンド観光振興策においては、コロナ禍前後の観光公害からインバウンド消滅、観光危機に至った経験や教訓をふまえて、今後も外部要因によって需要が変動する国際観光の有するリスクを理解した上で、従来の訪日外国人旅行者数を短期間で倍増させるなど量的な拡大を最優先する政策を改め、インフラや環境などのキャパシティに応じた、適正な数の訪日外国人旅行者を受け入れる取り組みに転換することが重要であると指摘した。

さらに、アフターコロナの地域インバウンド観光振興策においても、自地域のキャパシティを考慮し、適正な外国人宿泊者数等の数値目標を設定した上で、日本人国内観光振興策と同様に、1人当たり観光消費額や域内調達率

を高めるなど、高付加価値化による質的向上や地域経済の循環を重視した持続可能な観光振興策へと転換させ、住んでよし、訪れてよしの観光まちづくりを実現させることが重要であることについて論じた。

また、アフターコロナの訪日旅行需要においては、それまでの都市観光から1人当たり消費単価も増加する地方でのアウトドア活動など「コト消費」観光への変化が予測されていることから、地方におけるインバウンド向けの「コト消費」観光を振興させることによって、訪日外国人旅行者の地方分散を図り、その経済効果を多くの地方、地域に波及させる必要があることについて指摘した。

2022年5月に公表された世界経済フォーラムの2021年の国際観光競争力ランキングにおいて、わが国は、交通などの「インフラ」や観光資源の豊富さを含めた「旅行・観光の需要喚起」などの指標で上位の高い評価を得たことから、初めて世界第1位の総合評価を受けている⁽¹⁶⁾。しかし、同指標の中の「環境の持続可能性」や、オーバーツーリズムへの対応など「旅行・観光需要に対する圧力と影響」などについては、低い評価、順位にとどまっており、わが国の観光の持続可能性を高めることが課題とされている。

こうした中、アフターコロナの観光振興策においては、短期的な観光需要の回復への対応に終始するだけではなく、中長期的な視点から観光の質や地域経済の循環を高める取り組みとともに、訪日旅行目的地の地方分散化や観光公害などへの対策を十分に講じるなど、持続可能な観光振興の取り組みを着実に進めていくことが期待される。

【注】

- (1) UNWTO (2021) 「World Tourism Barometer」January を参照。
- (2) UNWTO (2022) 「World Tourism Barometer」January を参照。
- (3) UNWTO (2022) 「World Tourism Barometer」June や、日経新聞2022年6月10日付朝刊「観光客回復 欧米が先行」を参照。
- (4) 鈴木基 (2022) 「新型コロナ、パンデミックの「終わり」の始まり? 流行開始から2年余、各国で制限緩和の動き」朝日新聞論座HP (2022年5月16日) <https://webronza.asahi.com/science/articles/2022051200008.html> や、毎日新聞朝刊2022年6月18日付「そこが聞きたい新型コロナの収束 長崎大教授

論文

山本太郎氏」などを参照。

- (5) 朝日新聞朝刊2022年5月7日付「GW 人出コロナ前並み」、読売新聞朝刊2022年5月19日付「個人消費持ち直しも」を参照。
- (6) 読売新聞朝刊2022年5月18日、27日付などを参照。
- (7) 観光庁(2021)「令和3年版 観光白書」53pを参照。
- (8) 読売新聞朝刊2022年6月9日付「『県民割』旅行先 全国に」を参照。なお、「県民割」は政府が同制度を実施する都道府県に対し、旅行者1人当たり1日最大7千円を支援している。
- (9) 藤田隼平(2016)「高齢化と人口減少で縮小する個人消費」『季刊政策・経営研究』2016年11月16日、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社などを参照。
- (10) 中村良平(2016)「地方を元気にする地方創生のあり方」独立行政法人経済産業研究所HP <https://www.rieti.go.jp/jp/papers/contribution/nakamura/14.html> や松原宏編(2014)「地域経済論入門」古今書院16～18pを参照。
- (11) 磯山友幸・新型コロナ問題取材班(2020)「観光ビジネス大崩壊インバウンド神話の終わり」宝島社など。
- (12) 詳細は、拙稿(2019)「インバウンド観光の意義、効果と課題」『地域創造学研究』第30巻第1号、奈良県立大学に詳しい。
- (13) 日本政策投資銀行・日本交通公社(2021)「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査)」によると、次に海外旅行したい国、地域においては、アジア、欧米豪の各国において、日本が第1位となっており、2020年6月に実施した第1回調査より日本の回答率が高くなっており、潜在的な訪日旅行需要はさらに拡大している。なお、調査対象国は、韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、米国、英国、フランス、オーストラリアの12カ国・地域である。
- (14) 内閣府(2018)「地域の経済」によると、2017年の訪日外国人旅行消費額のうち、東京都、大阪府、京都府の合計消費額が、63.2%を占め、同消費額の下位8県のシェアは、それぞれ、0.1%未満となっている。
- (15) コロナ前後の外国人が訪日旅行時に体験したいことを尋ねた調査の比較については日本政策投資銀行・日本交通公社(2021)「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査)」を参照。地方での「コト消費」を体験した訪日外国人旅行者の1人当たり旅行消費額の増加に関しては、観光庁(2019)「令和元年版観光白書」62～63pを参照。
- (16) World Economics Forum(2022)「Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future」May 2022を参照。

【主要参考文献・資料】

- ① 新井直樹 (2005) 「地域づくり型観光政策のあり方に関する一考察」『地域政策研究』第8巻第1号, 高崎経済大学地域政策学会
- ② 新井直樹 (2017) 「インバウンド観光と地域振興」『地域政策研究』第19巻第3号, 高崎経済大学地域政策学会
- ③ 新井直樹 (2019) 「インバウンド観光の意義、効果と課題」『地域創造学研究』第30巻第1号, 奈良県立大学
- ④ 新井直樹 (2021) 「日本の国際観光政策の変遷と動向—コロナ収束後の持続可能なインバウンド観光振興に向けて—」『地域創造学研究』第32巻第1号, 奈良県立大学
- ⑤ 新井直樹 (2022a) 「日本の観光政策の変遷と展望—コロナ収束後の持続可能な観光に向けて—」『地域創造学研究』第32巻第3号, 奈良県立大学
- ⑥ 新井直樹 (2022b) 「アフターコロナを見据えた持続可能な地域観光再生戦略」『ナント経済月報』2022年2月号, 南都経済研究所
- ⑦ 観光庁 (2019・2020・2021) 「観光白書」
- ⑧ 日本交通公社編 (2018) 「インバウンドの消費促進と地域経済活性化：育て、磨き、輝かせる」ぎょうせい
- ⑨ 松原宏編 (2014) 「地域経済論入門」古今書院

【主要参考URL】

- ・観光庁 HP <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>
- ・国連世界観光機関 (UNWTO) HP <http://www.unwto.org>
- ・日本政府観光局 (JNTO) HP <https://www.jnto.go.jp/jpn/>

