
この1年をふりかえって

経験のない厄災

『旅行年報』は観光を巡る1年間の記録であり、1981年以來の年々歳々、旅行市場、観光産業や観光地の動き、国や地域の観光政策をとりまとめてきている。約40年の間に、バブル経済の崩壊やリーマンショックなどの経済危機、米国同時多発テロや東日本大震災などの事件・災害が旅行市場を脅かして来た。しかしながら、この2020年のコロナ禍ほどマイナスのインパクトをもたらした厄災は他に存在しない。

第Ⅰ編では国内旅行、第Ⅱ編では訪日旅行の動向をとりまとめているが、「旅行・観光消費動向調査」による2020年の国内宿泊旅行は1.6億人回で前年比48.4%減、目的別では業務出張が57.8%減と特に減少した。2019年に初の2千万人超えに沸いたばかりの海外旅行市場は317万人の84.2%減へと沈んだ。訪日外客数は412万人の87.1%減となっており、4月以降はほぼ市場が消滅した形になっている。

パンデミックを迎えたタイミングにも厳しいものがあつた。1990年代から続く国内旅行市場の長い停滞を経て、訪日市場の拡大を梃子としてようやく宿泊産業の経常利益も回復し、国や自治体の観光予算も増え、DMOなどの観光推進組織も強化されつつあつた。東京オリンピックをフックとした投資も外国資本や異業種も含めて活発となり、一部の観光地では「オーバーツーリズム」とも言われるような態勢もみられていた。

そうした環境下で発生したパンデミックによって、観光需要は下方シフトを余儀なくされ、資産回転率や経常利益が大幅に低下している。但し、資金力のある外資系を中心とする高級ホテルの開業は続いており、コロナ禍においても資産を増やしたとされる富裕層に向けて、観光施設や観光人材の重心が移っていく可能性がある。

第Ⅲ編には観光産業の動向をまとめているが、旅行業の取扱高は2020年度で前年比78.4%減と、国際旅行と国内団体旅行の縮小等によって、観光産業の中でもとりわけ厳しい状況となっている。運輸産業も、観光需要の減少と自動車利用へのシフトに加え、業務出張や家事帰省の減退もあり、新幹線旅客数は57.8%減、国内線航空旅客数は幹線で64.7%、ローカル線で68.4%減となるなど、見たことのないマイナス数値が並ぶこととなった。

宿泊産業は2020年の延べ宿泊者数が43.3%減の3.3億人泊まで縮小したが、2020年の後半はGo Toトラベルキャンペーンの効果もあって、補助金を含む宿泊単価は比較的高めに維持された。しかし2021年に入ってから、緊急事態宣言の長期化により稼働率、宿泊単価の両面で厳しい状況となっている。

テーマパーク・遊園地の入場者数は62.5%減と、やはり市場規模が縮小しており、個別にみると東京や沖縄などで緊急事態宣言の影響で減少幅が大きい。MICEについても国際会議の開催延期やオンライン化、あるいはハイブリッドでの開催などが

目立った。展示会の統計では、開催件数38.3%減に対して来場者数のマイナス幅の方が78.3%減と大きくなっている。出張旅行の減少とも重なるが、こうしたワークスタイルがある程度定着していく可能性があり、今後現地でしか得られない成果や経験価値とは何かを見定めていく必要があるだろう。また一方で、ワーケーションやプレジャーなど新たな市場の萌芽も始まっている。

第Ⅳ編では観光地の動向についてとりまとめている。2003年のSARSや2009年の新型インフルエンザでは、感染者数の発生が一部の地域に限られていたのに対し、新型コロナウイルスは全国に広がった点が特徴であり、従って観光客数も全国的に減少することになった。2020年の「宿泊旅行統計」をみると、減少率が大きい都道府県は、大阪、沖縄、京都、東京、山梨、千葉、福岡の順となっており、感染者が多かった地域や外国人客比率が高かった地域でダメージが大きい。地理的範囲の広がりだけでなく、パンデミックの発生している期間も長期にわたっており、通年型の観光地からスキー場や海浜リゾートなどのシーズンリティの高い地域まで漏れなく厳しい状況となっている。

第Ⅴ編では、国や地域の観光政策を取り上げ、観光産業や観光地の窮状を緩和するために実施された主な施策の状況について独自調査「観光政策に関するアンケート調査」の結果を交えて整理している。

先ず、国においては、「持続化給付金」「家賃支援給付金」「雇用調整助成金の特例措置」など、観光関連事業や雇用継続への直接的な支援が行われた。また、コロナ対策を行っている事業者を対象とした需要喚起策としてGo Toトラベルキャンペーンが実施され、大きな成果を上げている。また、コロナ収束後の旅行市場回復を睨み、滞在型コンテンツの磨き上げを企図した各種事業も実施された。城泊・寺泊による歴史資源の活用や、国立公園におけるグランピングの支援などが日本各地で進められている。

都道府県の新型コロナ対策としては、「自都道府県内居住者向け需要喚起策」が2020年度、2021年度とも9割を超えてトップとなっており、いわゆる「県民割」などの県内旅行への補助事業等が国からの「地方創生臨時交付金」などを用いて進められた。マイクロツーリズムなどとも言われるこうした動きには、県民が地元の観光資源や施設の魅力を再発見する効果もあったものと考えられる。市町村においても同様に自市町村民向けの需要喚起策が2020年度、2021年度とも最も取り組まれている施策となっている。

強い潜在需要と政策への期待

1987年の「総合保養地域整備法」に前後して各地に整備されたリゾート施設は、需要予測の見通しの甘さもあったが、バブル経済の崩壊によって当初見込んでいた高単価の観光客を獲得できなかった。その後数奇な運命をたどって今も輝きを放つ施設が多いが、関係した方々の辛苦は大変なものであったろう。宿泊産業におけるここ数年の設備投資の水準はバブル期に迫るものだったが、こうしたストックの積み重ねを無にしてはならない。また、固定資産同様に観光人材もまた短期に養成できるものではなく、こうした事業の基盤を保全していくことが今重要である。

観光消費の経済波及効果は、平年度であれば55兆円を超え(生産波及効果)、これに観光設備投資による波及効果を加えれば日本経済への影響力は基幹産業のそれであり、雇用の波及効果は456万人とさらに大きな影響力を持っている。コロナ禍によって失われているものの、旅行への潜在需要には根強いものがあり、コロナ禍が一定の収束をみれば早期に顕在化する可能性が高い。

当財団では、幾つかの独自調査を継続的に行って、国内旅行や訪日旅行の需要動向の把握に努めてきている。第Ⅱ編では、「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」の結果を抜粋しているが、主要国の海外旅行経験者のほとんどがコロナ収束後の海外旅行を望んでおり、しかも旅行先についてはアジア、欧米豪ともに日本が一位という調査結果となっている。

国内旅行も含め、コロナ収束後に急ピッチで市場が回復する可能性があるが、観光産業は大きく痛んでおり、Go Toトラベルキャンペーンの再開などにより、観光産業や観光地の体力回復を中長期的に支援していくことが望まれている。

また一方で、コロナ以前からの課題であったオーバーツーリズムが再発しないための対策や、単に誘客をするだけでなく、観光の経済効果が国や地域内で循環するような施策の方向性を前広に検討する必要があるだろう。観光分野におけるSDGsの推進も盛んに言われるようになったが、国民や地域住民への利益をもたらすという視点から取り組んでいくことがより重要と考える。そのことが、今回のような旅行市場を脅かす危機に際して、住民が観光産業に向ける眼差しを柔らかくすることにつながるだろう。

長期的にみれば、訪日富裕層の増大や、自動運転技術の進化など、旅行市場のブレークスルーにつながる要素は多い。その未来のために、今は観光産業・観光地の活力を堅持していくための国や地域の支援に期待したい。

(塩谷英生 執筆者を代表して)