
この1年をふりかえって

パンデミックと共に

本『旅行年報』は、1981年より日本の観光について記録を行ってきたが、本号が記録する2021年は、1年を通じて「パンデミック」に見舞われた初めての年となった。

2020年の開催が計画されていた東京2020オリンピック・パラリンピックは、エンデミックの期待をかけて2021年に延期されたものの、東京都では1月から9月までに、新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言が3回、まん延防止等重点措置が2回出され、さらに、初夏より感染力の高いデルタ株がまん延したことによって、一般の観客を排除した厳戒態勢での開催となった。

観光関係者にとって、東京2020オリパラは、パンデミックからの脱却と、日本観光を飛躍させる契機となることが期待されたイベントであったが、観光とオリパラをリンクさせた展開は、ほぼ何もできない状況となり、むしろ、パンデミック下にあるという現実を際立たせる結果ともなった。

その後、2021年10月頃からは、感染は下火になったものの「なぜ、減少したのか」という理由は社会的に共有されず、行動制限の全面解除には至らなかった。そのため、2020年12月に運用停止されたGo Toトラベルは、その後、再開されることなく2021年末を迎えた。一方で、一部地域では、Go Toトラベルの原資を流用する形で、県民割が展開され、県内もしくは近傍地域からの旅行について、一定の促進策が展開されるようになった。

パンデミック2年目となった2021年は、観光と社会との関係性について再考される年になったとも言える。初年の2020年は、Go Toトラベルの開始もあり、パンデミック下での観光（人流）のあり方について試行錯誤的な取り組みが行われたものの、2021年になると、感染拡大の「波」が複数回押し寄せたことで、そうしたチャレンジも減少し、ひっそりと観光を動かすというスタイルが定着することになった。

国内旅行

第I編に示しているように、秋頃の感染の落ちつきと旅行需要拡大といった要素はあったものの、全体を通じてみれば、パンデミック初年の2020年に比して、国内の宿泊旅行は-11.8%、宿泊観光・レクリエーション旅行は-13.3%と、更に縮小することとなった。2020年は2月頃まで通常に近い形で推移していたことに加え、Go Toト

ラベルの運用もあり8月後半から観光需要が一時的に回復したのに対し、2021年は観光需要の一時的な回復タイミングが一月ほど遅れたこともあるだろう。

それでも、国内宿泊旅行は2019年比で見れば45%を維持している。都道府県別にみても、47都道府県のうち、2020年比で宿泊者数が減少したのは24道府県に留まり残る23都道府県はプラスで推移した。プラスとなった都府県は、千葉県や神奈川県、東京都、奈良県、和歌山県、大阪府など大都市圏およびその周辺が多く、中でも山梨県は16.2%増と大きく良化している。これは、コロナ禍でも、自家用車などで移動できる近傍への旅行（いわゆるマイクロ・ツーリズム）が底堅かったことに加え、感染症対策の「見える化」も影響したものと考えられる。

実際、旅行先までの交通手段では自家用車の利用が2019年比で20%近く増大し、2020年比でも4%近く増大する一方で、鉄道や飛行機は大きく減少している。パンデミックの中でも、人々は自身にできる観光活動を選択し行動してきたことがわかる。

パンデミック下における国民の意識と行動については、第I編-5にて整理を行っているので、参照されたい。

国際的な観光動向

第II編では、訪日客および国際的な観光動向をまとめている。

日本はパンデミックに伴う入国制限によって、留学生や一部のビジネス客しか入国できない状態が続き、日本人も帰国時に事前検査や隔離措置などが義務付けられていたため、訪日客数も出向者数も2020年を下回る水準で推移することになった。一方で、国際観光客数で見ると2020年から微増となっている。これは、アジア太平洋地域は引き続き大きく減少（65%減）であったのに対し、欧州（20%増）、アメリカ（18%増）と到着数が増大したためである。欧米各国は、当初、日本を上回るロックダウン措置を実施していたが、ワクチンの普及に合わせ社会をもとに戻す方向に舵を切り、制限付きではあるが、人の往来も許容し始めていった。パンデミック下において、観光を含む「往来」への考え方の違いが現れたと言えるだろう。

実質的に、観光目的での往来が遮断された状態が年をまたいで続くこととなったが、幸いなことに、日本への来訪意向は高水準で維持されており、エンデミックとなった場合の来訪先として各地で上位（トップ）となっている。これは、日本観光がこれまでに積み重ねてきた蓄積、ブランド力だと言えるが、東京2020オリパラを開催しながら、その潜在的な需要の取り込みができなかったことは残念であった。

事業者の取り組み

第Ⅱ編の後半、および、第Ⅲ編で示したように、インバウンドを喪失し、かつ、国内需要も半減以下となった状況は、ほぼ全ての関連事業者に多大な影響を及ぼすこととなった。過去にも市場規模が急減することはあったが、今回のパンデミックは、ゴールデンウィークや夏休み、クリスマスなど観光需要の拡大、再開が期待されるタイミングに合わせるように押し寄せてきた。それによって、国内の行動制限および、入国制限が再強化されることとなり、増大して明るい希望となっていた予約が一転、キャンセルの嵐となることが繰り返された。これは、各事業者にとって、財政面だけでなく、心理面でも厳しい負担となったことは想像に難くない。

これに対し、政府は雇用調整助成金の特例措置や、多くを政府が連帯保証となるゼロゼロ融資(実質無利子・無担保)などを展開し事業を支える措置を展開してきたが、長引くパンデミックの中で、出口が見えにくくなっていった。

この状況下において、事業者は、様々な取り組みを展開するようになった。ワーケーションの展開や、ホテルルームの長期貸出などが好例だが、独自の感染症対策を講じることで、行動制限がかかっている状況でも営業するテーマパーク(例:東京ディズニーリゾート、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン)や、イベント(例:フジロックフェスティバル)なども出てきた。旅行会社では、そのロジスティクス能力を活かしワクチン接種会場や検査場の運用に乗り出したり、越境ECや仮想空間活用など関連領域へ展開したりする事例も増加した。それぞれの企業が、2年目となったパンデミック環境に対応を行ってきたことがうかがえる。

また、観光庁が展開した「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」などの採択を受け、中長期的な視点で事業の再構築に乗り出す地域／事業者も出てきた。一部ではあるが、安定した資金力を持つ事業者は、エンデミックを展望し新規投資を行う動きも出てきた。

市場の縮小が続き、かつ、その出口も見えない状況ではあったが、その環境に対応するように事業の組み換え、新規展開が生まれてきた1年でもあった。

各地の取り組み

第Ⅳ編では、2年目を迎えたパンデミック下における、それぞれの地域でのそれぞれの動きを整理している。地域が展開した大きな施策としては、国が停止したGo Toトラベルの原資等を利用した県民割がある。これは、基本的に県内住民を対象としたものであるが、各都道府県の判断で導入可能となっていた。そのため、これをどのように動かすのか、感染拡大リスクと観光産業の維持という命題に各地が向き合うことになった。この「命題」は、都道府県や市町村が多くを支出している各種の

イベントにも及び、その開催可否についても合わせて判断が求められる1年ともなった。観光と感染拡大との関係については、定量的な検証はなされていないものの、我が国では、地方部において顕著に高齢化が進んでいるため、地方部ほどパンデミックの驚異も高まることになる。そのため、観光については、地方部を中心に、抑制的な対応を取る自治体が多くなる傾向となった。ただ、中には大規模な花火大会は中止としつつ、医療関係者に対する感謝の気持として、小規模な花火打ち上げを複数箇所で開催することで、花火の製造流通ラインの維持に取り組むといった展開も見られた。行政、地域と観光関連産業の相互理解、連携力が試される1年であったと言えよう。

国や地域の観光政策

第V編では、国や地域の観光政策についてとりまとめている。2021年は、自治体によって、観光関連予算を削減し、それに合わせて人員も異動させる動きも出た1年であった。2020年は、既に予算編成済みのタイミングでパンデミックとなったが、2021年は、予めパンデミックであることを前提とした1年となったからである。これは、行財政の見地からは当然のことではあったが、予算および人員の削減は、ようやく形が作られ始めていたインバウンド・マーケティング分野で顕著に生じたため、観光振興に関わる暗黙知、人的ネットワークの再構成に時間がかかる可能性も想定しておく必要があるだろう。

また、当初、東京2020が2020年開催で計画されており、かつ、国の観光立国推進基本計画も2020年を終了年としていたこともあり、秋田県や茨城県、東京都、福井県、沖縄県など新しい観光計画を策定、または、始動させた地域も多い。ただ、パンデミックはいつ終わるのか。国内外の需要はどのように回復するのか(しないのか)。数年の寸断後、再開される観光はどのような特徴をもったものになるのかなど不確定要素が多く、国の新しい観光立国推進基本計画も策定が先送りになっていることもあり、具体的な計画、戦略の提示は難しい状況にある。

展望が見えず、判断材料も乏しい中で、観光をどのように行っていくのか、特に観光産業の集積の多い地域(行政)においては、とても悩ましい1年であったと言える。

各地では、並行して、新しい施設の開業や改変、MaaSなどの仕組みの導入が展開されている。こうした取り組みは、民間事業と同様に、中長期的な視点からエンデミックを展望したものも多く、今後の方向性を作り上げていくことを期待したい。

今後の展望

COVID-19によるパンデミックは、かつてのスペイン風邪になぞらえられることもあるが、観光にとっては、有史以来、最凶の事態であり、かつ、経験のない世界である。原稿執筆時点(2022年9月)では、欧米を中心にエンデミックへと移行しつつあるが、COVID-19そのものは消えてはいない。いずれ、社会的に「風邪の一種」となっていくであろうが、過去がそうであったように、誰も未来を的確に見通すことはできない。

ただ、不幸ばかりが続くことはないし、明けない夜はない。夜明け前が一番暗いとも言われる。これらの格言は、八方塞がりとなった状態でも希望を持つために先人が用意したものであろう。この精神に則り、来年の『旅行年報』では、「エンデミックを迎えて」といったタイトルで本稿を展開したいと切に願っている。

ただ、エンデミックとなれば、全てハッピーというわけでもない。

複数年にわたる断絶は、例えば、異なる手法でパンデミックに対応してきた各国との交流再開に伴うハレーションや、パンデミックで傷んだ事業者の財政対策、資源高に伴うインフレーションなど、多くの課題を生み出しているからだ。我々は、エンデミックな世界において、これらの課題に対応していく必要がある。しかしながら、人は辛かったこと、厳しかったことを忘却してしまいがちである。パンデミック前に生じていたオーバーツーリズムや、パンデミックで現実のリスクとなった国際交流の遮断は、エンデミックな社会においてもつきまとうリスクであることを考えれば、我々はパンデミック下での経験を将来に活かしていくことも必要となる。

冒頭で述べたように『旅行年報』は、各年の観光の動向を切り出して記録している。間違いなく2021年は、観光にとって厳しい年であったが、後年においても、この1年を振り返ることで、よりよい観光振興、観光文化の創造の材料としていただければ幸いである。

(山田雄一 執筆者を代表して)