
この一年をふりかえって

パンデミックからの回復

観光視点から2023年という年をひと言で言えば「パンデミックからの回復」ということになるだろう。

『旅行年報』2021、2022で示したように、COVID-19によるパンデミックによって、2020年から2021年にかけて観光市場は大きく落ち込んだ。具体的には、国内旅行（観光・レクリエーション／以下同）は0.9億人回（2020年）、0.8億人回（2021年）、海外旅行者数は317万人（2020年）、51万人（2021年）、訪日外客数は412万人（2020年）、25万人（2021年）という数値となった。これに対し、2023年は国内旅行1.6億人回、海外旅行者数962万人、訪日外客数2,500万人と力強い回復を見せた。これらの数値を2019年比で見ると、国内旅行については、ほぼ復活。訪日外客数も、それに準じる水準（勢い）を有している一方で、海外旅行者数については2019年の半分以下にとどまっている状況にある。当財団の機関誌『観光文化』の257号では、「ポスト・コロナで再起動する海外旅行」という特集を組んでいるが、海外旅行の回復が鈍い原因として、円安傾向による高価格化だけでなく、団塊世代が牽引してきた海外旅行市場が、パンデミックによって消失した可能性を指摘している。また、人数的には大きく戻ってきている訪日外客数についても、その内訳を見ると韓国、シンガポール、アメリカの伸び率が高い一方で、中国の戻りは鈍い。それも影響して消費科目にも変化が生じており、宿泊費や飲食費の伸び率が高くなっている。

こうした回復期に京都市を対象にまとめられた『観光文化』259号「ポスト・コロナの観光地マネジメント～京都市～」では「改変された時間軸」という表現がされているように、規模的にはパンデミック前の状況に戻りつつあっても、その中身は従前とは異なったものである。その意味では、戻ったというよりも、新しい環境が始まったと捉えるほうが適切なのかもしれない。

国内旅行

国内旅行の規模は2019年に近い水準にまで戻ってきている。しかしながら、年代別では20代、30代、50代は2019年比でプラスとなっている一方で、60代以上は大きく減少している。また、出発月は4月、5月、8月が2019年比で減少している一方で、3月や10～12月が増加し、月別に見た繁閑の差が減少している。着地も、2019年比で北海道や東京都、関西圏、沖縄県が増加したのに対し、東北地方や甲信越、中四国は減少するという変化が起きている。

これらの変化が、どういった市場構造の変化につながっていくのか、現時点で断定的に述べることはできないが、パンデミックによる高齢者の旅行市場からの退出、物価上昇による景気の不透明感より旅行実施者が限定されてきている可能性が指摘できる。一方で、若年層での実施者が増えていることは、今後の市場成長に期待できる部分でもあるだろう。

なお、パンデミックを経ても「実施したい旅行」の内容（海外旅行を含む）については、大きな差は確認できない。旅行実施の阻害要因は「家計の制約」と「時間がとれない」が1、2位を占めるが、この傾向も過去の調査と大きな違いはない。

観光旅行に対する基本的な意識は変化していないものの、顕在化する行動、需要については変化が起きてきていることがうかがえる。

海外旅行

3つの観光市場の中で、最も回復が鈍いのが、この海外旅行である。

国際路線は続々と再開されているものの、日本人の海外旅行の回復は遅く、性・年代別に見ても、全セグメントにおいて2019年の45～55%程度にとどまっている。その原因は、世界的な物価上昇の中での円安、ウクライナやイスラエル、ガザ地区等での社会不安、順調な訪日外客市場による航空座席減少、国内高齢者の市場からの退出等さまざまに指摘されている。いずれにしても、複合的な原因が絡み合っていることはほぼ確実であり、市場が回復するのか、するとすれば、それはいつ頃になるのかも、現時点では見通すことはできない。

本誌『旅行年報』は1981年以来、毎年、観光をめぐる一年間の情報を記録している。バックナンバーも含めてご参照いただくことで、現在起きている変化が、過去からの連続的なものではないことが確認できるだろう。

訪日旅行

日本人の海外旅行に対して、順調な回復を見せているのが訪日旅行である。2019年の人数には達していないものの、その回復の勢いは強く、その功罪がマスコミでニュースとして報じられることも多い。ただ、前述したように、その構成は必ずしもパンデミック前の状況と同じではない。特に消費額の増大は著しく、かつ、その主要な消費科目は買物費から宿泊費や飲食費等サービス科目に変化している。これは、宿泊費等のサービス価格が上昇したこともあるが、いわゆる爆買いから消費性向が変化したことを示している。

これは、発地国がパンデミック前と異なることや、世界的な物価上昇、中国の出入国事情等が複合的に作用した結果と考えられる。量的には回復しているが、その構成には変化があることは認識し、今後の推移に注目しておく必要があるだろう。

地域

パンデミックによる環境激変に見舞われた各地域であるが、さまざまな動きが出てきている。それらの動きは、①パンデミック前からの取り組みが(一時休止をはさんで)復活したもの、②パンデミック中に取り組みされていたものが顕在化したもの、③パンデミック後に新たに展開されたものと大きく3つに区分できる。パンデミック中の観光との向き合い方も地域によって異なっていたが、困難な状況の中でも観光について関係者と対話を続けパンデミックを乗り切った地域とそうでない地域の差も出てきているように感じる。例えば、③の象徴的な動きは県や市町村での宿泊税の導入検討であり、当財団でも「観光財源研究会」を主催し、動きを支援しているが、①、②があるところと、そうでないところでは、特別徴収義務者となる宿泊事業者の反応が異なることを感じている。年報は、一年の断面であるが、観光地域づくりは5～10年のストックによって形成されるため、経年でなにが起きてきているのかを把握しておくことが重要となる。

産業

各種産業も、パンデミックから回復し新しい事業環境を迎えてきている。ただ、需要構造で示したように、量的な回復はしているものの、その構成には変化があり、その変化への対応力によって収益等の差も生じている。例えば、爆買いの沈静化によってドラッグストアやデパート等が受ける恩恵は限定的となった一方で、宿泊施設では高価格設定が可能となっている。また、一部地域においては、パンデミック中にも投資が進んで供給量が増大したことで、同じ業種内でも業績には差が出るようになっている。さらに、ほぼすべての地域・業種において共通する課題は人手不足である。最低賃金の引き上げもあり、人件費は上昇傾向にあるが、人口縮小社会の中では、業種間、施設間での人の取り合いは避けられない。地域によっては、大型の製造業が進出したことで人手不足が起きている事例も出てきている。

人手不足への対応方策が、産業の持続可能性を左右していくことになるだろう。

政策

パンデミックからの回復、特に、訪日外客市場の復活は、国の観光予算の再強化にもつながっている。国は、再び安定財源となった国際観光旅客税を用いて、パンデミック後の諸課題に対応する施策を展開するようになっている。高付加価値化、人手不足解消、DX、観光地域づくり法人(DMO)強化といった施策を展開すると同時に、一部地域で過熱した状況に対応していくため、オーバーツーリズムの抑制や、環境の好循環を促す取り組みも展開してきている。

地方誘客(地方分散)も課題のひとつとなっており、国立公園、文化財、スノーリゾート等、日本がもつ各種資源(ストック)の活用も図られている。文化庁の京都市移転も、地方分散を進めていく中での象徴的な出来事だと言える。

地方自治体において、宿泊税導入の検討が進められるようになっており、国と地方自治体との関係性、連携体制も変わっていくと考えられるが、観光振興という大きな政策課題への対応力向上を期待したい。

最後に

1981年から毎年、年報として発刊してきた本誌であるが、新たな取り組みとして、本誌の情報を大学等の講義で利用できるような資料に組み換え、シラバス案とセットで提供することを計画している。

提供先及び提供形態は、まだ検討事項であるが、本誌の情報を教育現場でご活用いただけることを目的とした取り組みとしている。

詳細については、当財団のウェブサイト等に掲載予定の統報をご参照いただきたい。

(山田雄一 執筆者を代表して)