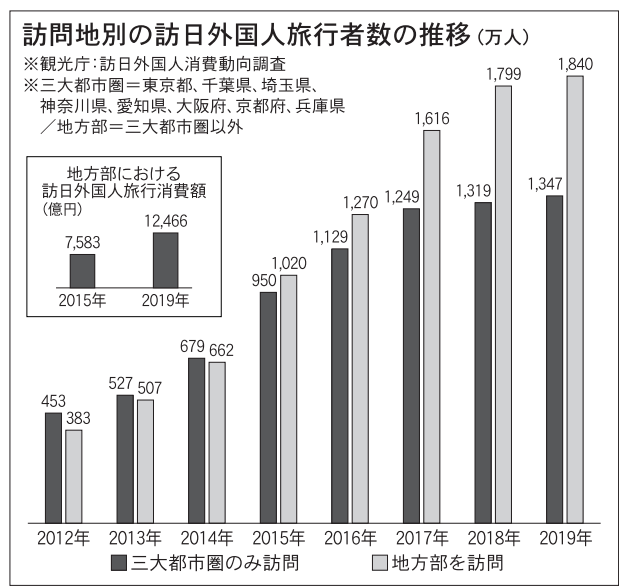


# ニュース解説

# インバウンド本格再開 観光立国復活へ



新型コロナウイルス対策の水際措置が緩和され、インバウンド回復への道筋が見えてきた。政府は、円安のメリットを最大限に引き出すと、インバウンドのV字回復に期待を込めて、訪日外国人旅行者数の急回復が期待される。一方で、地方における消費の促進、サステナブル・ツーリズムへの対応など、地域の持続可能な発展につながるインバウンドの在り方が課題になっている。インバウンドの現状や課題、政策的な対応状況について解説する。

【向野 浩】

2003年のヒット・シヤン(訪日旅行促進)事業のスタート、08年の観光庁の設置、査証(ビザ)の要件緩和、免税制度の拡充などを経て、訪日外国人旅行者数は7年連続で過去最高を更新し、19年に3188万人に到達した。20年は、東京オリンピック・パラリンピックの開催が予定され、政府の目標として掲げられていた4千万人を視野に入っていたが、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大で大幅な減少を記録した。

20年2月以降、新型コロナへの水際対策が強化され、訪日外国人旅行者は事実ゼロとなった。20年の年間値は前年比87・1%減の412万人にとどまった。21年も新型コロナの感染は収束せず、東京オリンピック・パラリンピックが1年の延期を経て開催されたが、原則、無観客で大会関係者やメディア以外の外国人は訪日できなかった。水際対策も継続され、21年の年間値は前年比94・0%減の25万人に落ち込んだ。

22年に入ると、日本でも感染防止対策と社会経済活動の両立が重視されるようになり、5月には、岸田文雄首相が他のG7(主要7カ国)諸国並みに水際措置を緩和し、円滑な入国を可能にする考えを表明した。これを受けて訪日観光も再開に動き出し、観光庁は5月下旬に査証事業として小規模なパッケージツアーの受け入れを実施した。

観光庁は、旅行・宿泊事業者向けに訪日観光の受け入れに関するガイドラインを策定した上で、6月10日から派

員付きパッケージツアーの訪日入国を可能にした。さらに9月7日には、旅行会社などを受け入れ責任者に添乗員なしのバックパッカーも認めた。入国者・帰国者数の1日当たりの上限も6月に2万人に引き上げ、さらに9月には5万人に引き上げられた。

6月以降、観光目的の入国が再開されたが、個人旅行の停止措置、ビザの取得難などから訪日の障壁となり、観光目的の入国は6月が252人、7月が7903人、8月が1万826人ととどま

る。観光目的以外の入国を含む2021年8月の訪日外国人旅行者数(推計値)を見て、21年同月比55・2%増の17

万人で、水際対策の緩和で月間10万人を超えるのは4月以來、5カ月連続となった。コロナ前の19年同月比では93・3%減とインバウンド復活には程遠い水準だ。

欧米を中心とする国際的な往來の再開、国内経路からの強い要望を受け、政府はようやく水際対策の大幅緩和に踏み切った。10月11日から観光目的の個人旅行を解禁

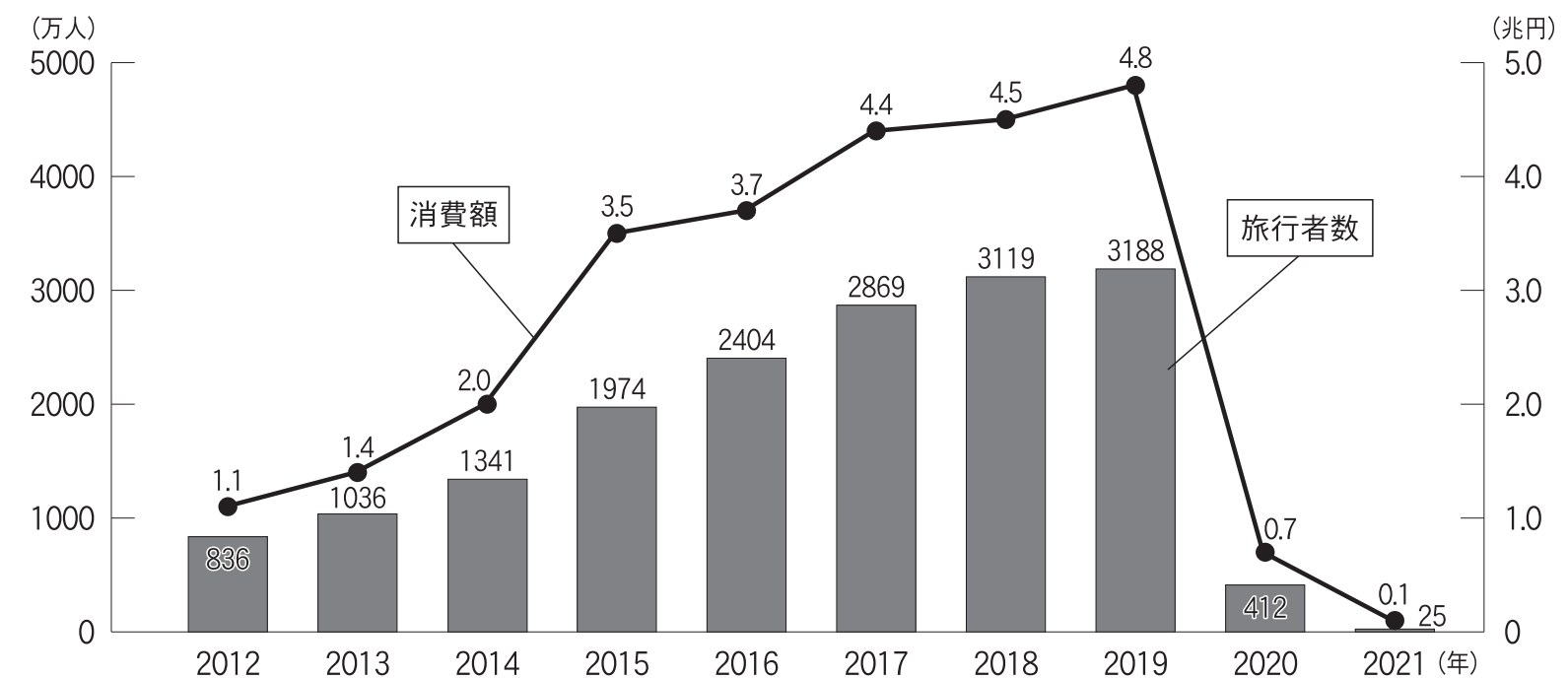
し、68カ国・地域からの短期滞在のビザ免除措置も再開した。1日当たりの入国者・帰国者数の上限も撤廃。ワクチン3回接種証明、または出国前の時間以内の検査の陰性証明の提出義務は残っているが、それらを除くと、出入国の状況は新型コロナ前の状態に近づいた。

水際対策の大幅緩和を受け、アジアを中心に、旅行先としての日本への注目度が一気に高まった。地方空港を含めて国際線の路線、便数も戻り始めている。新型コロナ前に訪日客の約3割を占めていた中国は「ゼロコロナ政策」を維持しており、当面、訪日客数の回復は見込めそうにないが、円安が追い風となっており、多くの市場で訪日インバウンドは急回復の局面に入っていくとみられる。

## 地域活性化の「切り札」



訪日外国人旅行者数と消費額の推移  
統計：日本政府観光局(JNTO)、観光庁

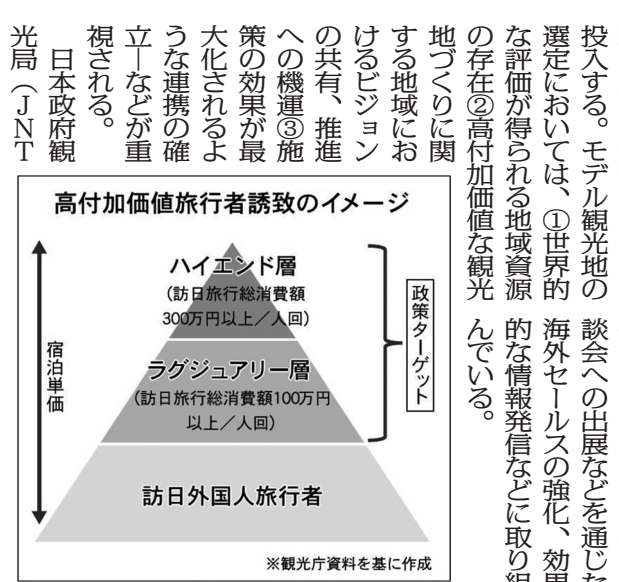


コロナ後のインバウンドの回復は、外貨獲得という観点から、地方自治体にとって重要な切り札となっている。政府は「観光立国」の波及が期待される。コロナ前の2019年のデータによると、訪日外国人旅行者の消費額は1300億円で、19年の訪日外国人旅行者の消費額は1300億円の輸出額と比較すると、それぞれ訪日客の取り組みが実効性のある消費拡大を通じて、地方の経済を活性化させる。インバウンドの消費拡大を通じて、地方の経済を活性化させる。インバウンドの消費拡大を通じて、地方の経済を活性化させる。

課題① 持続可能な観光  
コロナ後のインバウンドにおける最大の課題は、サステナブル・ツーリズム(持続可能な観光)への取り組みであること。気候変動問題やSDG5などへの関心が高い旅行者層への対応は、訪日インバウンドの対心となる。観光庁は、観光地経営に高い関心を持つ観光客の増加を背景に、持続可能な観光の推進を推進している。

課題② 高付加価値旅行  
消費は全体の約1・5%を占めている。消費先は高付加価値旅行の推進、大都市圏での買い物が多くなる。高付加価値旅行の推進、大都市圏での買い物が多くなる。高付加価値旅行の推進、大都市圏での買い物が多くなる。

## 富裕層をおもてなし



観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。

観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。

訪日消費 まずは5兆円へ  
インバウンドを復活させる上で重要な切り札となっているのが、「消費」の波及が期待される。コロナ前の2019年のデータによると、訪日外国人旅行者の消費額は1300億円で、19年の訪日外国人旅行者の消費額は1300億円の輸出額と比較すると、それぞれ訪日客の取り組みが実効性のある消費拡大を通じて、地方の経済を活性化させる。インバウンドの消費拡大を通じて、地方の経済を活性化させる。

## 地方への誘客拡大

基本計画 中期目標を議論  
19年には1840万人に増加し、消費額も1・2兆円に増える成果を上げた。地方部でのインバウンド消費は増加したが、全国平均水準を遥かに下回っている。地方部でのインバウンド消費は増加したが、全国平均水準を遥かに下回っている。地方部でのインバウンド消費は増加したが、全国平均水準を遥かに下回っている。

観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。観光立国推進基本計画は、観光立国推進基本計画を策定すること。