

新しい日常の 新しい観光 (3)

新型コロナウイルス禍で2020年の訪日外国人客数が前年の10分の1強程度に激減し、これまで好調だった日本のインバウンド（訪日外国人）観光市場は一転して危機的な状況に陥っている。一方でコロナが沈静化した一部の国・地域ではリベンジ消費が見られた。例えば中国では20年10月の国慶節の大型連休の国内観光収入が前年同期比69.9%まで回復した。

海外でコロナワクチンの接種が始まったことを受け、生活が正常に戻ることに期待が高まっている。そうした中、英医療調査会社エアフィニティーの推計によれば、日本が集団免疫を獲得するのは22年4月になる見込みである。つまり日本は少なくとも1年以上は新型コロナウイルス感染症を警戒し続ける必要がある。

では、日本のインバウンド観光市場でリベンジ消費のような現象が起こるのか。筆者は、一定の要件を満たせば、22年第1四半期に日本のインバウンド観光市場で本格的なリベンジ消費が起こりうると考えている。

まず免疫獲得者が他人にコロナをうつすリスクは極めて低い。ワ

クチンの効果の持続期間が明らかになれば、景気回復のためにワクチン接種者の往来への制限は日本の集団免疫の獲得を待たずに緩和や解除されることも考えられる。

ただしワクチンの確保に係る国際格差や、ワクチン接種歴の相互承認に係る国際交渉に時間を要することなどから、21年における訪日外国人客の本格的な受け入れ再開は一部のビジット・ジャパン重点市場に限られると思われる。

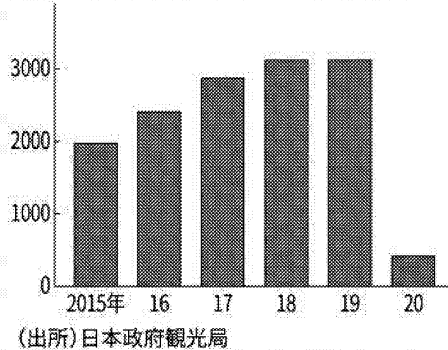
次にコロナが温度と湿度の低い状況で広まりやすいという研究結果もある中、少なくとも年内は新たな変異種への警戒が続くだろう。新たな感染リスクに現在のワクチンで対処できることが確認されて初めて日本のインバウンド観光市場は安定的な回復軌道に乗ることになる。

さらにコロナで世界的な不況が起きている。これは旅行意欲の減退につながる。目下では中国を除く世界主要国は軒並みマイナス成長となっていることと、中華圏に大きく依存する日本のインバウンド観光市場の収益構造を念頭に置くと、中華圏からの観光客の全面的な受け入れ再開がインバウンド観光の復興の鍵を握ると言える。

上記を総合的に考えると、インバウンドのリベンジ消費が起こる時期は早くとも22年の春節連休になるだろう。

訪日客回復22年初め以降

万人 訪日外国人客数が激減した



ヤン・イェン
日本の国立大学で博士号を取得後、入社。主に観光振興やまちづくり分野の調査研究・コンサルティング業務に従事。中国の出身で、中国語、日本語、英語の3カ国語を操る。日本だけでなく海外企業の戦略立案も支援。