



コロナ禍における諸外国の観光動向と観光への意識変化

2019年に発生した新型コロナウイルス感染症の影響により、世界で「観光」に対する考え方が大きく変化しました。今回の特集では、こうした状況の中で、諸外国がどのような観光政策を実施しているのか、海外旅行に対してどのような意識を持っているのか、感染拡大防止対策等も含めその動向について、クリア海外事務所を通して現地からの情報を紹介する。
〔(一財)自治体国際化協会交流支援部経済交流課〕

1

コロナ禍におけるオーストラリアの観光動向

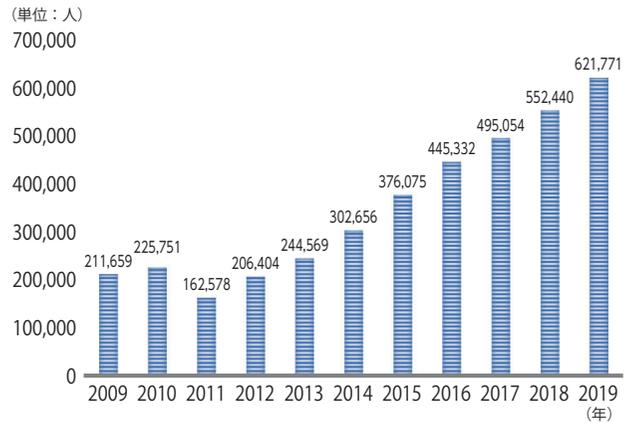
(一財)自治体国際化協会シドニー事務所 所長補佐 根木 勇也 (福岡県派遣)

オーストラリアは訪日外国人の旅行支出額世界一

オーストラリアからの海外旅行者数は、近年、順調に増加しており、オーストラリア統計局のデータによると、2018年7月から2019年6月までの1年間で約1,123万人となり、過去最高を更新した。このデータによれば、旅行期間の中央値は15日間であり、オーストラリアでは長期休暇を取って海外旅行に出かける人が多いことがうかがえる。旅行先としては日本は第7位であり、オーストラリアの人々にとって人気の高い旅行先といえる。

オーストラリアからの訪日観光客数については、日本政府観光局(JNTO)の国籍/目的別訪日外客数データによると、東日本大震災が発生した2011年には減少したものの、それ以降は2019年まで年々順調に増加してきた。また、日本とオーストラリアの間では、近年、2017年12月に関西・シドニー間、2019年9月に成田・パース間、2019年12月に新千歳・シドニー間(季節便)と、直行便の新設が相次いできたところである。

さらに観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、2019年の国籍・地域別の訪日外国人1人あたりの旅行支出額では、オーストラリアは24万7,868円と世界第



オーストラリアからの訪日外客数
(日本政府観光局(JNTO)の国籍/目的別訪日外客数データを基に筆者作成)

1位であり、また、日本政府観光局(JNTO)の2019年訪日外客数(総数)データによると、オーストラリアからの訪日客数は世界第7位となっており、日本のインバウンド産業にとってきわめて重要な国であるといえる。

スノーリゾートと観桜に対する需要

2019年の観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、オーストラリアからの訪日客の約6%が「スポーツ・スポーツ観戦」を主な訪日目的としており、全世界からの訪日客では約1%にとどまっていることと比べると、ス

スポーツ要素を比較的重視していることがわかる。また、日本政府観光局（JNTO）の2019年訪日外客数（総数）データによると、オーストラリアからの月別の訪日外客数は12月と1月が多くなっているが、これはこの時期が南半球に位置するオーストラリアの夏季休暇の時期にあたり、スキー等を目的とする訪日客が多いためである。オーストラリアの人々は、日本のスノーリゾートの雪質をパウダースノーとして高く評価しており、現に、クレアシドニー事務所では、毎年、シドニーやメルボルンで開催されている Snow Travel Expo において、日本の自治体が誇るスノーリゾートへの誘客に向けてのPR活動をサポートしているが、オーストラリアのウィンタースポーツ愛好家からそのような声を聞く。また、オーストラリアの人々にとって日本は、時差が小さく、物価が安く、英語が使えるスノーリゾート施設が多いという点からも評価が高いといわれている。



Snow Travel Expoの様子。日本の自治体もスノーリゾート等のPRを実施している

また、日本政府観光局（JNTO）の2019年訪日外客数（総数）データによると、オーストラリアからの月別の訪日外客数は4月も12月と1月と同様に多くなっているが、これは日本での観桜需要が大きいことによるものであると考えられる。クレアシドニー事務所では、毎年、Sydney Cherry Blossom Festival に出展し、日本の自治体が作製した観桜プロモーションパンフレット等を用いてPRを実施しており、オーストラリアでは桜を見るために日本への旅行を考えている方が多く、観桜への需要が高いことをPRに際して実感している。

コロナ禍における観光動向

近年、海外への旅行者数が増加してきたオーストラリアだが、2020年に新型コロナウイルス感染拡大の影響により国外への旅行が困難になって以来、観光の在り方に変化が生まれている。

2020年3月以降、オーストラリア連邦政府は、オーストラリア国民等の出国を厳しく制限してきており、また、州・特別地域（州等）政府も国内の感染状況を踏まえ、他の州等からの入境を制限してきたことから、オー

ストラリアの人々は、他国はおろか、他の州等にも観光に行けない状況が断続的に続いている。こうした中、自分が住む州等の中で観光を楽しむ傾向が生まれている。

例えば9月下旬から10月上旬にかけての学校の春休み期間の国内線利用者数ランキングにおいて、コロナ禍前の2019年には第11位から第20位にとどまっていた3つの同一州内路線が、コロナ禍の2020年には上位第1位から第3位にランクインしたと報じられた。また、同年9月、オーストラリアの最大手航空会社であるカンタス航空が、州等の入境規制を踏まえ、シドニー発着で国内主要観光地上空を7時間かけてめぐる遊覧飛行サービスを販売したところ、予約受付からわずか10時間で約150席分のチケットが完売したと報じられた。

さらに最近、オーストラリアでは、「ステイケーション」という言葉を目にする機会が増えた。「ステイケーション」とは、「ステイ（滞在）」と「バケーション（休暇）」を組み合わせた言葉であり、休暇を自宅や近場の施設等で過ごすことを意味し、コロナ禍において移動に制約がある中での楽しみ方として注目されている。この言葉を用いて、外国人観光客を失った観光業界は高級ホテルやレストランなどの需要を喚起している。また、自治体においても感染拡大防止と地域経済活性化の両立を図るため、ホームページ上で「ステイケーション」の名の下に地域のレジャー施設などを紹介するケースが増えている。



クイーンズランド州ブリスベン市ホームページにおけるステイケーション用施設等の紹介

おわりに

上述のとおり、従来、オーストラリアからの訪日観光客は、日本各地へのインバウンド誘客において重要な存在であり、特にスノーリゾートや観桜を観光資源とする地域にとっては、魅力的な誘客対象であった。現在、コロナ禍においてオーストラリアの観光需要は特に同一州等内での観光にシフトしている。今後、クレアシドニー事務所においては、パンデミックの状況を踏まえつつ、こうした需要の動向を注視するとともに、日本の自治体が行き届くインバウンドPR活動を支援していく。

毎年ロンドンで開催されている世界最大級の旅行見本市 World Travel Market (WTM) だが、2020 年度は 11 月 9 日から 11 日にかけて、「WTM バーチャル」として開催された。

英国、欧州を中心とした世界の観光業界のトレンドや、出展した国や地域を紹介するウェビナーが数多く開催されたほか、オンラインでの商談会も行われた。

まず、「最初に予約が集まるのはどこ？」と題したウェビナー内で解説された、英国に本社を置く調査会社 YouGov によって実施された調査の結果から、英国やその他の地域における旅行の再開に向けた動向をご紹介します。

日本は話題の旅行先の 1 つ

YouGov が 2020 年 7 月から 8 月にかけて世界 25 の国や地域で 5 万 2,000 人以上を対象に行った調査の結果をまとめた報告書“Vacation Dreams”からは、旅行への意識の世界的なトレンドが見て取れる。

この調査で、国内を含めた旅行先 120 か所の中からの場所で休暇を取りたいかを尋ねたところ、英国の回答者全体の 19.5%が英国国内を希望すると回答。2位のスペイン 14.3%を引き離して 1 位となった。英国では感染が拡大している地域からの入国には 14 日間の自己隔離が課されていた（2020 年 12 月 14 日からは 10 日間）ことも影響していると考えられる。また、10 位には 2.0%とはいえオーストラリアが入っており、英国から離れていても選択肢となる可能性があることがわかる。

英国	上昇した順位	米国	上昇した順位
プエルトリコ	9	ベトナム	13
ベトナム	8	沖縄	7
スウェーデン	7	バリ島	6
エジプト	5	グアム島	6
ロシア	5	マウイ島	6

行きたい旅行先ランキングが大きく上昇した国、地域
出典：YouGov, 2020, “Vacation Dreams” より抜粋
(筆者記)

また、7 月と 8 月時点のデータを比較すると、英国での調査では感染者数の増加が抑えられているベトナムのランキングが 1 か月で 8 ランク上昇しているほか、米国ではベトナムが 13、沖縄が 7、バリ島が 6 ランク上昇している。距離が離れていても新型コロナウイルスの感染者数が抑えられている地域への関心が高まっているようだ。

特筆すべきは、話題となっている旅行先の調査結果だ。過去 2 週間に、示された旅行先 120 か所の中でどの場所について、ニュース、広告、友人や家族との会話等でポジティブな内容の話を聞いたことがあるかについて尋ねた結果をまとめたランキングで、英国での調査結果では、日本が 4 位にランクインしている。調査時点では入国に制限があり、観光目的での入国はできない状況ではあるものの、好意的な印象を持たれていることがわかる。

英国		%
1	カナダ	11.2
2	アイスランド	8.9
3	ノルウェー	7.3
4	日本	5.9
5	デンマーク	5.8

話題の旅行先ランキング

出典：YouGov, 2020, “Vacation Dreams” (筆者記)

最初に動き始めるのはミレニアル世代か

YouGov Global Traveler Profiles で集められた 20 の国と地域の 5,297 人を対象とした 10 月から 11 月初旬のデータでは、12 か月以内に国内での旅行または出張を予定している人が 53%、海外への渡航を考えている人も 27%おり、感染者が多い中でも比較的多くの人が旅行を肯定的に考えているという結果が出ている。世代別で見ると、今後 12 か月の間に海外へ休暇に出かける予定がある人が、全体では 23%であったのに対し、25 歳から 34 歳のミレニアル世代では 26%と最も高かった。国内外への旅行、出張を含めると、25 歳から 44 歳までの年代では旅行を予定している人の割合が比

較的高く、55歳以上では低いという傾向があった。アフターコロナの初期の段階では高齢者層よりも若年層をターゲットとしたプロモーションが効果を上げやすいと考えられる。

	All	16-24	25-34	35-44	45-54	55-
国内旅行	47	43	50	50	48	44
海外旅行	23	19	26	24	23	22
国内出張	6	6	10	9	9	3
海外出張	4	5	5	6	4	2
その他	2	3	4	3	2	2
不明	13	15	13	12	14	13
行かない	27	25	20	24	26	32

12か月以内の旅行の予定（世代別・%）

緑が濃いほど平均より割合が高く、赤が濃いほど平均より低い

出典：YouGov Global Traveler Profiles に基づく WTM ウェビナー資料（筆者訳）

レスポンシブルツーリズムへの対応は不可避

例年 WTM と同時に WTM レスポンシブルツーリズムも開催されており、オンライン開催となった 2020 年度もアフターコロナのレスポンシブルツーリズムの対応や可能性について多くのウェビナーが行われた。

レスポンシブルツーリズムとは、その土地の環境や文化、住民への影響に観光に関わる各々が責任を持ち、住んでも訪れてもより良い場所づくりを目指した観光のことで、2002年に持続可能な開発世界サミットのケープタウン宣言で採択されており、既に採択から19年が経過している。

「観光をより良くすることができるか」と題したパネルディスカッションでは、5人のスピーカーがそれぞれの立場から意見交換を行った。その中では、アフターコロナの観光においては、健康、生態系、環境、そして地元住民へ配慮した形態の観光への転換が求められていることが話し合われた。さらに、量より質へ、飛行機を使った遠隔地への旅行から近場での旅行へ、より自然と親しむ旅行へと、旅行者の嗜好も変化してきている。

また、「自治体がかつと積極的に destinations マネジメントに関わるべき」という発言もあった。観光は旅行者のためだけのものではなく、住んでいる人たちにとっても良いものとしなければならないという前提のもとに、その地域の状況を一番知っている自治体が、地

元の観光産業、地元住民を包括的にマネジメントすることの重要性が強調された。

また、パンデミックが落ち着いた後も前の状況に戻るのではなく、この機会をきっかけに気候変動対策や生態系の保全を取り入れた経済復興を成し遂げようという、グリーンリカバリーという考え方も重要視されている。レスポンシブルツーリズムもその一環として存在感を増しており、アフターコロナの観光が、旅行者にとっても環境や住民にとってもより良いものとなることが期待されている。

日本からの WTM 参加団体の感触

毎年 WTM に出展している（公財）東京観光財団によると、英国では夏に相手国の感染状況で急に入国後 14 日間の自己隔離が課されるようになることがあったため、海外旅行の計画に慎重になっているようだ。一部の旅行会社は、生き残りをかけて、旅行が再開できる見通しが立っている訳ではない中でも旅行の募集をかけているという厳しい状況を感じたという。

（一財）沖縄観光コンベンションビューローの担当者は、今回の WTM がオンライン開催となったことで、例年のイベントでは話すことのできない海外の方と意見交換をしたり、プレゼンテーションやビデオを通じて情報提供を行ったりと、2021 年に向けた話し合いができたことが有意義だったという。

また、徳島県三好市は、香川県と共同で出展を行った。三好市の担当者は、英国在住のブロガーやメディア関係者から、アフターコロナの旅行形態として少人数での人混みを避けた自然の多い場所への旅行ニーズが高まるとの予測を持っており、大歩危・相谷は今後の旅行スタイルに合った地域だとしてコロナ後に取材をしたいとの連絡を受けたという。また、日本に対しては感染者が比較的少なく安全な国という印象を持たれていると感じたそうだ。

インバウンドがコロナ前の状況に戻るのには早くも 2022 年だというシミュレーション結果も出ている（Euromonitor International Travel Forecast Model）。再び海外からの観光客が訪れることができるその時を見据えて、2021 年は今までの観光について今一度見直し、アフターコロナに向けた PR を行っていく年となるかもしれない。

(一財)自治体国際化協会ソウル事務所 所長補佐 志水 優太 (鹿児島県派遣)

2019年には年間延べ2,870万人を超える韓国人が海外を旅行していたが、新型コロナウイルスが世界的に流行して以来、海外への旅行が困難になった。また、国内においても感染拡大防止のため、不要不急の移動が制限されるなど、観光を取り巻く状況は非常に厳しくなっている。

このような状況を受け、韓国の自治体が行っている観光施策と、クリアソウル事務所が実施した、韓国国民の意識調査の結果から、韓国の現状を紹介したい。

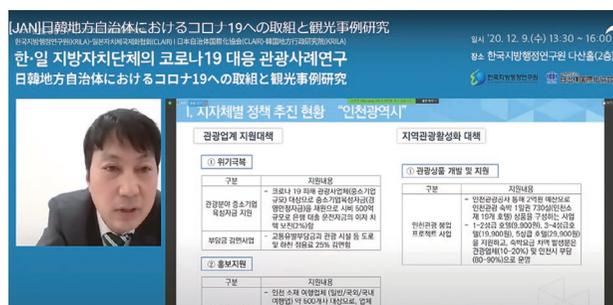
韓国における新しい時代の観光施策

韓国内外への旅行が厳しくなったことで苦境に立たされている旅行関係業者や、営業時間や入店者数の制限を受けた飲食店業等に対し、韓国の市道（日本の都道府県に相当）は、金銭的な緊急支援を行うことで各事業者の負担軽減を図るとともに、地域観光活性化対策を行っている。

2020年12月9日、KRILA（韓国地方行政研究院）とクリアソウル事務所が「日韓地方自治体におけるコロナ19への取組と観光事例研究」をテーマに共同開催した日韓共同研究会において、江原道の鄭日燮文化観光体育局長は、道独自のスマートフォンアプリ「クリーン江原パスポート」を紹介した。このアプリにより、道内の観光地や飲食店、宿泊施設等に設置されている Echoss Stamp^(注) をスマートフォンに認証させることで、訪問者のスマートフォンと、位置、利用時間、体温などの情報を紐づけることが可能となり、感染者の発生時、道に

よる接触者追跡が容易となる。また、訪問者側がこのサービスを利用するインセンティブとして、獲得したスタンプ数に応じて、大手コーヒーチェーンのコーヒー引換券や、コンビニの商品券（700円相当）などの特典を支給しており、サービス開始から5か月ほどでサービスの利用者は25万人に上り、311か所の公共施設を始め、飲食店や病院、カラオケなど江原道内の6,800か所の施設に設置されている。

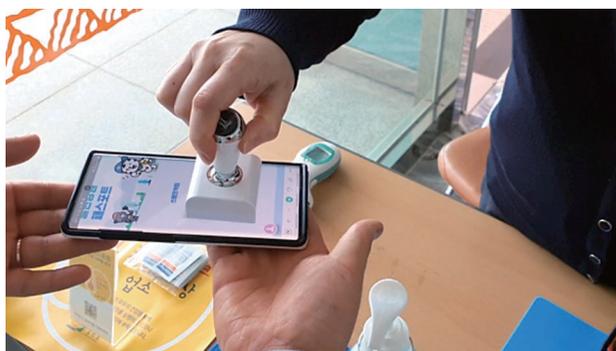
また、韓国文化観光研究院の呉訓誠副研究委員は、地域観光の新しいパラダイムとして、「新型コロナウイルスの影響により地域観光の需要が非対面、フレックス、価値消費、デジタル中心にシフトした」、また以前に比べ「観光地までの時間と交通の利便性をより重視するようにシフトした」と分析し、このシフトに対応した地域観光政策としては、①地域観光資源の磨き上げと、非対面を追求する観光客の情報とニーズを満たす「スマート観光」の積極的導入、②公共データと地域観光政策を組み合わせる地域観光を分析し、地域観光資源を掘り起こす人材の育成、③地域観光の構造変化を改善の機会と見なし、新しい環境の中で中長期的な地域観光政策を樹立していくこと、の3点が重要であると提言された。



日韓共同研究会（オンラインで開催）における呉訓誠副研究委員の発表の様子

韓国国民の意識調査結果について

クリアソウル事務所では、2020年10月に韓国国民1,000人に対して旅行に対する意識調査を実施したので、ここではその結果について紹介したい。まず、「新型コロナウイルスが落ち着いた場合、日本旅行に行きたいと思いませんか？」という問いに対しては、「とても行



Echoss Stamp 押印の様子
出典：江原道庁

きたい、どちらかといえば行きたい」という肯定的な回答は30.9%にとどまり、一方「あまり行きたくない、全く行きたくない」という否定的な回答は50.7%に上った(図1)。

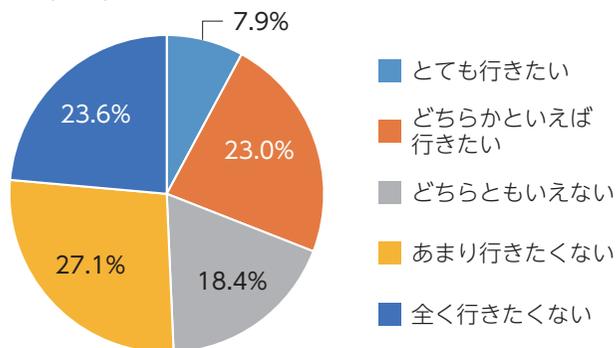


図1：新型コロナウイルスが落ち着いた場合、日本旅行に行きたいと思いますか？

行きたくない理由を最大3つまで選択してもらったところ、「旅行するのに安全ではないから」が49.9%と一番多く、およそ2人に1人が安全性を理由の1つとして日本旅行に否定的であった。また、「周囲の人の目が気になるから」が37.5%となる一方で、「すでに旅行した地域が多く、他の国を旅行したいから」32.7%、「旅行費用が高いから」15.8%がこれに続き、まだ知られていない地域の魅力の磨き上げと発信、新たなコンテンツの開発がさらに必要であることをうかがわせた。

次に、「日本旅行の際、不安なことは何ですか？」との問いに対しては、多い順から「飲食物の放射性物質による汚染」、「新型コロナウイルス感染」、「大気の放射性物質による汚染」となった。東日本大震災以来、韓国では放射性物質汚染への関心が高まっており、現在でも新型コロナウイルス同様、韓国国民に不安視されていることが改めて浮き彫りとなった(図2)。

また、「新型コロナウイルスが今後も継続していく場合、どのような状況になれば日本旅行への不安が解消さ

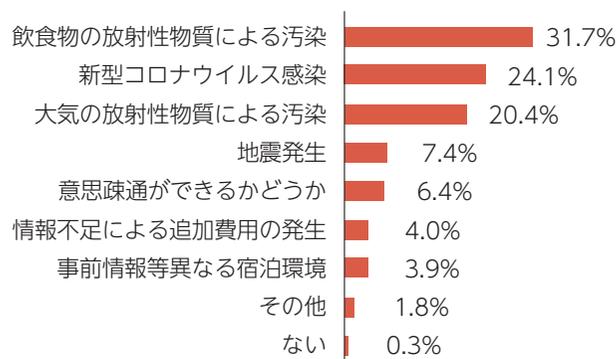


図2：日本旅行の際、不安なことは何ですか？

れるか」と質問したところ、「日韓両国の感染者が完全にいなくなったら」26.9%、「日本の感染者が完全にいなくなったら」15.7%、「日本の1日の新規感染者数0が続いたら」15.1%、「韓国政府が発表している旅行警報が解除されたら」11.0%などの順になった。

「新型コロナウイルスの影響が続く場合、日本のオンラインツアーに参加したいと思いますか？」という質問に対しては、「とても参加したい、どちらかといえば参加したい」という肯定的な回答は13.6%にとどまり、一方「あまり参加したくない、全く参加したくない」という否定的な回答は69.1%と半数以上となった(図3)。

日本のオンラインツアーに否定的なのか、オンラインツアーそのものに否定的な方が多いのかは調査結果からは判断できないが、少なくとも、各地域で創意工夫を凝らした旅行商品の開発にさらに力を入れる必要がありそうである。そしてソウル事務所においても、そういった地域の魅力を発信するとともに、韓国国民の性向についてもお伝えしていきたい。

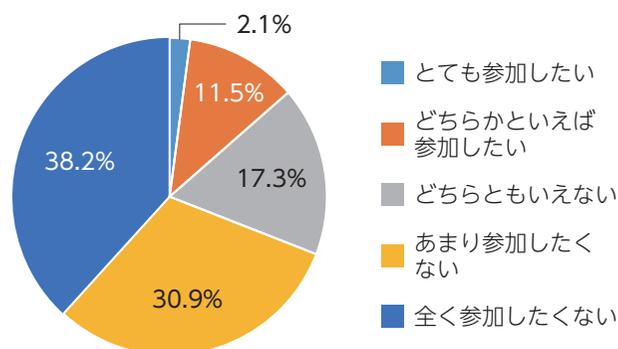


図3：新型コロナウイルスの影響が続く場合、日本のオンラインツアーに参加したいと思いますか？

おわりに

韓国では、国民が国内での旅行に目を向け、自治体が積極的に観光施策を打ち出した結果、江原道では、ペンションやグランピング施設などの、小規模宿泊施設が中心であるものの、宿泊業の事業者数が、2019年秋に比べ2020年秋には約22.9%増加したという報道もあった。単純にこの地域の観光業が活況であるということはできないが、今後どのように推移していくのか、動向に注目していきたい。

(注) 12CM 株式会社が提供するサービスで、静電気を利用したマルチタッチ技術による認証システムを活用することで、スマートフォン上に擬似スタンプを押すことができるサービス。

(一財)自治体国際化協会シンガポール事務所 所長補佐 今井 秀敏 (北海道池田町派遣)
所長補佐 白井 万智子 (広島県派遣)

コロナ対策を優先するシンガポール

(1) シンガポールの観光産業の現状

シンガポールの観光は2019年の国際旅行客が1,910万人、観光消費額が277億シンガポールドル(約2兆2,160億円)に達し、非常に重要な産業であるが、新型コロナウイルスの蔓延を防ぐため、外国人の入国に関して政府は流行当初より厳格な対応を取っている。結果、2020年4月～10月の国際旅行客数は4万2,447人と前年同時期の1,117万人に比べて99.9%減となっている。

(2) 依然厳しい国際旅行客受入れ

ただ、政府は国境を閉じ続けることはできないとも認識しており、香港との間で、渡航目的に関わらず相互に往来する住民の隔離措置を免除するトラベルバブルを11月22日より実施する予定であったが、香港での感染急増を受け、年内の開始を見送った。また、オーストラリア、ブルネイ、中国、ニュージーランド、台湾、ベトナム(2021年1月時点)からの短期滞在者を受け入れるエアトラベルパスも用意しているが利用者は少ない。

なお、日本との関係では、公務や業務等重要な目的の入国者には、さまざまな条件が課されるものの14日間の隔離措置が無いグリーンレーン/ファーストレーンの利用が認められている。また、出張者を専用施設に滞在させて外出を許さず、密閉ガラス越しに面会を行うコネクト・アット・シンガポールにより、今後世界中の出張者を受け入れる予定である。上記以外の日本からの入国者は、日本での新型コロナウイルスの感染拡大を受け、11月23日以降は政府指定施設に自費での14日間待機を求められている。

(3) 国内観光振興に注力

深刻な影響を受けている観光産業を支援するため、シンガポール政府観光局はSingapoRediscovered(シンガポール再発見)事業を実施している。狭い国土のため普段国民は国内観光をしないが、18歳以上の国民1人当たり100シンガポールドル(約8,000円)相当の商

品券を交付することで、ホテルや観光施設等の利用を促している。

特に、地元のホテルで休暇を過ごすステイケーションは人気で、週末の予約が埋まっていることもある。また、スマートフォンゲームのポケモンGOと提携して、観光スポットへの集客を図る施策等も実施している。

(4) 日本旅行に行けない寂しさを紛らわす

2019年のシンガポール人訪日旅行客の約75%がリピーターであったことから、日本へ旅行ができない現在でも日本への関心は引き続き高い。有名ハンバーガーチェーンがA Little Escape to Hokkaidoというキャッチフレーズで北海道サーモンバーガーを販売するなど、日本に旅行に行けない寂しさを食によって紛らわしている様子が見受けられる。一方、訪日関連情報が減少傾向にあることから、日本政府観光局はFacebook上で地域や観光施設をライブ等で紹介するFun From Home事業を実施し、訪日意欲の維持に努めている。



北海道サーモンバーガーの駅構内広告

観光立国タイの回復を目指して

(1) タイにおける観光の重要性

タイ観光・スポーツ省によると、2019年にタイを訪れた国際観光客数は3,992万人、国際観光収入は1兆9,119億バーツ(約6兆5,000億円)といずれも過去最高を記録した。国連世界観光機関によると、タイの2018年の国際観光客数は世界第9位、国際観光収入は第4位と、世界でもトップレベルの観光目的地である。

さらに、世界旅行ツーリズム協議会によると、2019年のタイの旅行・観光業のGDP貢献率は19.7%に上り、日本の7%や世界全体の10.3%と比較してその規模の大きさが目立つ。「観光立国」タイにとって、コロナ禍は大きな打撃であり、落ち込んだ経済を活性化させるべく、政府は観光業の回復に向けて取り組んでいる。

(2) 約7か月ぶりの国際観光客受入れ

タイでは2020年3月26日に非常事態宣言が発令され、原則外国人の入国が禁止されるとともに、4月4日より国際線旅客機の乗り入れが禁止された。7月よりビジネス目的などの入国制限が一部緩和され、緩和対象者を乗せた旅客機に限り国際線の飛行許可が与えられたが、観光目的の入国は依然として制限されていた。

政府は早い段階から、感染抑制に成功している国・地域間で観光客の入国規制を緩和する「トラベルバブル」や、まずは特定エリアで受け入れる「プーケットモデル」などを検討していたが、第2波への警戒や地元の反対によりいずれも延期された。

ようやく、10月より感染リスクの低い国・地域からの長期滞在者向けの特別観光ビザ（Special Tourist Visa：STV）^(注) 保有者による入国許可証の申請が可能になり、10月20日に約7か月ぶりに観光客の受入れが実現した。

こうして、2020年4月～9月の6か月連続でゼロを記録したタイの国際観光客数は、10月には規制緩和により約1,200人となったが、2019年4月～10月の2,179万人と比べ99.9%の減となっている。

(3) 国内旅行振興施策「We Travel Together」

海外からの観光客受入れが制限される中、まずは国内旅行の活発化による観光業の回復を目指し、タイ政府は2020年7月に200億バーツ（約680億円）相当の予算を承認し、タイ版「Go To トラベルキャンペーン」とも言われる「We Travel Together」を開始した。同施

策では、タイ国民を対象に、下表のとおり旅行に対する補助が行われている。

導入当初は対象が県外旅行に限定されていたが、途中で県内も含まれるよう変更されたほか、泊数や金額の上限が順次拡充され、さらには2020年10月末までだった期限が2021年4月末まで延長されるなど、政府が国内旅行活性化を後押しする姿勢がみられる。

(4) アメージングタイランド健康安全基準（SHA）

さらに、タイでは、コロナ収束後に行きたい国として選ばれるよう、国を挙げてアメージングタイランド健康安全基準（Amazing Thailand Safety and Health Administration：SHA）プロジェクトに取り組んでいる。

SHAは、タイ国政府観光庁（TAT）主導のもと、観光・スポーツ省、保健省、貿易委員会およびタイ国内の観光事業所などが連携し、厳しい衛生基準と認証制度を設けることによって、国内外の観光客らの信頼を高め、旅の安心感を提供するものである。

2020年5月に開始され、飲食店、宿泊施設などの観光に関連する10分野への衛生・感染予防基準を設定するとともに、厳格な審査に合格した事業者にはSHA認定



を授与している。SHAウェブサイト | SHA認定ロゴ
に掲載された認定事業者数は、2021年1月20日時点で約8,000以上となっている。

観光が国を支える基幹産業であるタイにとって、コロナの影響は甚大であるが、世界有数の観光目的地として今後どのように回復していくか、目が離せない。

(注) 観光を目的とした、最大270日間の滞在が可能となるビザ。入国後は14日間の検疫隔離が義務付けられる。なお、12月には低リスク国制限が解除され、対象が全世界に拡大された。

補助対象	割合	補助上限等
宿泊費	40%	上限日数：15泊（当初の5泊から拡充） 1泊あたりの限度額：3,000バーツ
訪問先での食事や入場料など	40%	1日あたりの限度額：月～木曜日は900バーツ、金～日曜日は600バーツ（平日の旅行を推奨するため、月～木曜日は当初の600バーツから引き上げ）
航空運賃	40%	限度額2,000バーツ（一部の県への旅行は3,000バーツ）（当初の1,000バーツから拡充）

「We Travel Together」の内容

旅行業界最前線にいる JET プログラム経験者に聞く！ ～アメリカ人旅行客の日本への関心の行方～

InsideJapan ジョン・マクミレン

聞き手：(一財)自治体国際化協会ニューヨーク事務所 所長補佐 藤原 智子 (長野県派遣)

JET プログラムを経験した後、日本の魅力を広く伝えることを仕事にしている人は数多くいる。その1人であるジョン・マクミレン氏は、旅行代理店や個人旅行客向けに日本の旅行ツアーをつくる会社 InsideJapan (アメリカ支店：コロラド州ボルダー) でマネージャーをしている。



InsideJapan
ジョン・マクミレン氏

日本に来てくれるだろうポテンシャルのあるアメリカ人旅行客に最も近い存在である彼に Zoom で話を伺った。

—JET プログラムに参加していたころの話を教えてください。

2006年から2007年にかけて福井県丸岡町(現坂井市)の中学校と養護学校でALTとして働いていました。2年目は県内のブロックリーダーとして1年目のALTをサポートする役割を担っていました。

—帰国後はどのようなキャリアをたどったのでしょうか。

2008年に地元であるコロラドに戻ってきてから5年間は地域のNPOでディレクターとして勤務していました。その後、2013年にInsideJapanに転職し、JETAA ロッキーマウンテン支部の代表も5年間勤めていました。

—InsideJapan ではどのような仕事をしているのでしょうか。

InsideJapan は、ここボルダーだけでなく、イギリス本社のほか、日本とオーストラリアにも拠点があり、JET プログラム経験者も複数人働いています。私は2013年～2016年はシニアトラベルコンサルタントとしてクライアントの日本への旅行の要望をヒアリングしながらサポートする業務を、2016年～2018年はエージェントビジネスコーディネーターとして、そして2019年

からはビジネスディベロップメントマネージャーとしてマーケティングやB to Bの事業を担当しています。また、旅行代理店向けに地方の魅力をレクチャーするといった教育的業務も担っています。

—新型コロナウイルスの感染拡大でどのような影響を受けているのでしょうか。

3月～5月はクライアントから返金を求める声も数多く上がり、対応に追われていましたが、すでに日本の宿泊施設やパートナーに支払っていて、彼らに返金を求めることができない状況でした。ツアーをつくるうえで、日本側のパートナーも非常に大事な存在なので無下にできません。そのため、クライアントへは、返金できないけれど、翌年に延期できるという対応をしました。その結果、70%のクライアントは翌年に延期したいと言ってくれているのはとてもありがたいです。

—アメリカ人旅行客の日本への関心や日本への旅行に対するモチベーションをどのようにして保っているのですか。

一番大事なのは、クライアントが自信をもって決断できるようにすることです。日本にいる社員が日本のリアルな様子や旅行規制のアップデートを、米国をはじめ世界各地のクライアントや当社に関心のある方にお知らせすることでフォローアップしています。

また、少しでも気持ちを前向きに保ってもらえるよう“we still here”(私たちがついているよ)というポジティブなメッセージを意識しています。会社のウェブサイトでもコロナ特設ページを開設して、そこでも情報発信をしています。さらに“Stay Inside Japan”というキャンペーンを実施し、日本ならではの“ラジオ体操”やビジネスにおけるハンコ文化、そして“Kodawari”(こだわり)という日本語の意味など、幅広い視点で日本文化についての写真やビデオを発信するメールマガジンを定期的に発信しています。反響はとても良いです。



Convenience Store Woman



Rajjo Taiso Group Exercises

メールマガジン“Stay Inside Japan”（一部抜粋）Image by InsideJapan Tours

—いつ頃、日本への観光客が戻ると予想しますか。

過去に当社や InsideAsia（他のアジア地域への旅行を提案する姉妹ブランド）を利用したことがある人や問い合わせをしたことがある人に向けて実施した調査結果（7月）によると「今後数年の間に休暇を使って行く可能性のある国」について、日本に行く「可能性がとて高いあるいは可能性がある」と回答した人は82%と最も高い結果でした。元々アジアに関心の高い人が対象ではありますが、コロナ禍でも引き続き日本への旅行意欲は高いことがうかがえます。また、10月の同様の調査によると、次の長期海外旅行について「より長く滞在するあるいは例年通り」と回答した人が94%、「予算を増やすあるいは例年通り」と回答した人が97%でした。これらの結果と、国ごとに旅行規制が異なるためコロナ禍の旅行では1つの国に長期で滞在する可能性が高いことを合わせて考えると、旅行したいと思っている人に最初の目的地として選んでもらうことができれば、その国、地域にとって大きなチャンスになると言えます。

—海外旅行に行きたくてうずうずしている人はどんな人たちののでしょうか。

比較的若い世代ですね。60代以上はワクチンの普及が優先と感じている人が多いようです。一方で、7月の調査結果では、年齢にかかわらずアメリカ人旅行者の20%は海外旅行に前向きでした。

目的地	以下の目的地に今後数年の間に行く「可能性がとて高いあるいは可能性がある」と回答した人の割合
日本	82%
ヨーロッパ	74%
シンガポール	28%
韓国	27%
タイ	26%
南米	26%
アフリカ	21%
中国	10%

Inside Travel Group 調査結果（複数回答）
※アメリカ人旅行者のみ抽出

—受け入れる自治体や地域、旅行会社が気を付けておくことはありますか。

いかにクライアントに安心して心地よく過ごしてもらおうか、だと思います。そのために重要なキーワードが“Education”と“Protect”です。科学に基づいた統計データを元にProtect（予防）すること、そして旅行者をEducate（教育）するということ。これまでも当社ではツアーに参加する前の時間を大事にしてきました。日本に旅行した際にクライアントが責任のある行動を取れるようにマナーなども丁寧に事前に伝えることで、旅行者自身も観光地側も気持ちよく過ごすことができます。それはコロナ禍での観光においても同じです。この“Education”という要素は、日本で教育に携わってきたJETプログラム経験者だからこそその強みでもあります。

—これからのトレンドについて

当社ではサステナブルツーリズムの重要性を強く意識しています。ローカルな家族経営の旅館やスモールビジネスを組み込んだり、日本国内の素晴らしい公共交通機関を使ってもらったりすることでカーボンフットプリント（二酸化炭素の排出量）を減らしています。また、日本へ旅行するクライアントに“マイ箸”を事前にギフトとして送るといった取り組みも過去にしていました。ただし、海外旅行で飛行機に乗ることは避けられません。したがって、その分を再生可能エネルギーの促進事業に対して寄付する試みも導入し始めたところです。これらの取り組みを通じて、当社全体として“ゼロカーボン”を目指しています。

国内観光の再開

新型コロナウイルス感染症が最初に発生したとされる2019年12月以降、中国ではさまざまな感染拡大防止対策がとられ、市民生活を制限せざるを得ない状況となった。その影響は経済活動にもおよび、観光業もその例外ではなく、国内外旅行の団体ツアーの禁止や感染リスクに対する市民の警戒心から旅行者の数は激減した。

2020年3月頃に新規感染者数の増加が緩やかになってくると、飲食店やショッピングモールが営業を再開し始め、その後、観光地においても感染防止のための必要な対策を講じながら営業を再開する動きが見られるようになった。5月に故宮博物院や中国国家博物院など北京市内の観光地が再開したことは日本でも報じられたが、例えば、故宮博物院の見学には、事前にオンラインでの実名予約が必要となり、入場できる人数にも上限が設けられた。加えて、入場する際は体温測定と「健康コード^(※)」の提示などが求められるようになった。

7月には、省などをまたいだ国内の団体ツアーの再開が一部認められ、団体ツアーの再開に関するニュースが伝えられた直後に、北京発航空券の検索数は前日比4倍以上に急増したという。しかし、旅行者の増加は必ずしも航空券価格の上昇につながらず、夏休みシーズンの航空券価格は例年より値下がりした路線もあったそうである。



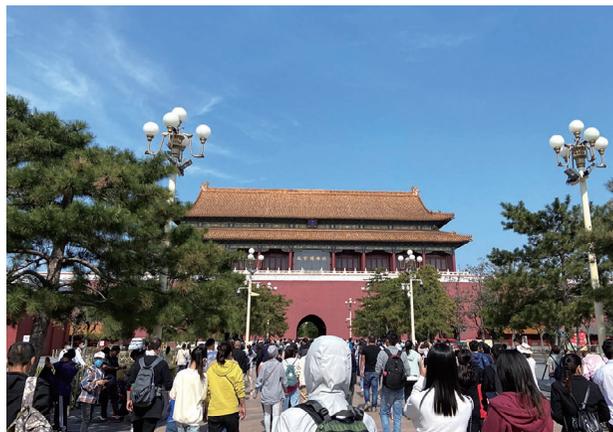
マスクを着用して列に並ぶ観光客



観光客でにぎわう万里の長城

大型連休「国慶節」の観光市場

2020年の国慶節は10月1日から8連休となり、その時点で中国における新型コロナウイルス感染症の「国内症例」の新規報告は1か月以上ゼロの状態が続いていた。万里の長城の入場券が完売するなど、観光客のにぎわいが戻ってきた北京市では、市外から訪れた旅行者数が前年の同期間と比較して約5%増となり、407万人を超えた。国外旅行の団体ツアーが依然として禁止されていたことも要因の1つで、8日間の長期休暇を利用して国内の遠方地域に赴き、ゆっくりと時間を過ごす旅を選ぶ人が増加する傾向が見られた。期間中の国内旅行者数は6億人を超え、7連休だった前年に比べて8割近くまで回復したといわれている。一方で、観光収入について



国慶節に故宮博物院を訪れる観光客

は、前年の同期間と比べて約3割の減少と報じられた。

地方政府による観光促進への取り組み

省などをまたいだ国内の団体ツアーの再開が認められると同時に、各地方政府によるさまざまな観光促進事業が見られるようになった。貴州省、広東省、浙江省などでは文化観光消費券が発行され、内モンゴル自治区は旅行会社が企画した団体ツアーに対し、観光地の入場料を無料にするなどの政策を打ち出した。

また、湖北省では「与爱同行 惠游湖北」というスローガンを掲げて観光促進キャンペーンが行われた。このスローガンは、新型コロナウイルス感染症拡大時の支援に対する恩返しとして、



湖北省内の人気の観光地「黄鹤楼」

省内の観光をお得に楽しんでもらいたいという意味であり、これにより、武漢市にある「黄鹤楼」のほか宜昌市の「三峡ダム」など省内の400近くの観光地の入場料が無料になった。全国民を対象として2020年8月7日から12月31日までの期間で実施され、キャンペーン開始から約1か月半で延べ2,000万人以上が湖北省を訪れ、国慶節の8日間だけでも4,800万人超に達したという。



観光地に入場する際の体温測定所

湖北省では、このほかにも文化・観光産業の回復に向けた総額8,000万元（約12億8,000万円）の「消費券」の支給や、新型コロナウイルス感染症の影響で団体ツアーがキャンセルとなった旅行会社に対する補助金の交付などの政策も行われた。

航空会社による「定額乗り放題」キャンペーン

新型コロナウイルス感染症の影響で旅行客が減少し搭乗率が低迷した航空業界では、需要回復に向けて各航空会社が「定額乗り放題」キャンペーンを実施した。中国国内でいち早くキャンペーンを開始した航空会社は、2020年6月、週末限定で自社の傘下の航空会社の路線も含めた国内路線をすべて定額で乗り放題とするチケットを発売した。この乗り放題チケットは初日に10万枚が購入され、7月上旬の2週間だけで15万人を超える人が乗り放題チケットを利用して搭乗した。発売前の5月と発売後の7月の旅客輸送量を比較すると、約2倍近くまで伸びたという。各航空会社の「定額乗り放題」キャンペーンには予約可能便数や利用期間の制限など使用条件があるため、使い勝手にはいくつかの課題もあったようだが、航空分野の市場活性化にはプラスの効果をもたらしたといえる。

訪日旅行の再開に向けて

中国において、新型コロナウイルス感染症の収束後に行きたい国・地域として、日本の人気は高い。現在は訪日旅行が難しい状況であるが、こうした需要に対応するための新たな動きが見られるようになってきた。中国のOTA（インターネットのみで取引を行う旅行会社のこと）は訪日旅行の再開に向けて、日本の自治体や企業とともに旅行商品の販売に力を入れ始めている。中国のOTAとの協力例としては、山梨県や横浜市が、ライブ配信で観光地を紹介しながら旅行商品をPRしているほか、熊本県もオンラインで観光疑似体験ができる企画を行っている。

旅行先を決める際に感染症対策を重視する人も増えており、今後は旅行商品をPRする際に安心して旅行ができることをより分かりやすく伝えることも重要になる。国をまたぐ移動の制限が緩和され、訪日旅行を心待ちにしている中国の人たちが日本の観光地の魅力に触れられる日が1日も早く来ることを願っている。

(※) 自己の健康状態や感染者との接触の有無のほか、中国政府や企業が保有する行動履歴等を照合・分析し、感染リスクを3段階に分けて表示するアプリ。2020年12月現在、運用される「健康コード」は省ごとに異なり、北京市では「北京健康宝 (Health Kit)」を運用している。

世界中から年間約9,000万人の来訪者を受け入れ、関連雇用は約300万人、観光消費支出がGDPの約7%を占めるフランスにとって、新型コロナウイルスによる国内経済への影響は甚大なものとなった。フランスでは、2020年3月17日正午より、厳格な外出制限措置が導入され、また欧州内も含めすべての国に対して国境が閉鎖されたことから、観光業は事実上活動停止状態となった。この状況は外出制限の段階的解除が始まった5月11日まで続いたが、政府は観光産業がフランス経済に極めて重要な産業であるとの認識のもと、5月14日には省庁間観光委員会を開催し、国民の夏の旅行を承認するとともに、総額180億ユーロ(約2兆円規模)の観光刺激策を発表した。自治体やコミューン間広域行政組織は、宿泊税および観光事業者の不動産税3分の2を減税することが可能となったほか、国の財政支援により社会保険料の雇用者負担免除、一時帰休制度の適用延長、連帯基金を通じた給付金支給の適用拡大等の措置が取られた。

内需が支えたバカンスシーズン

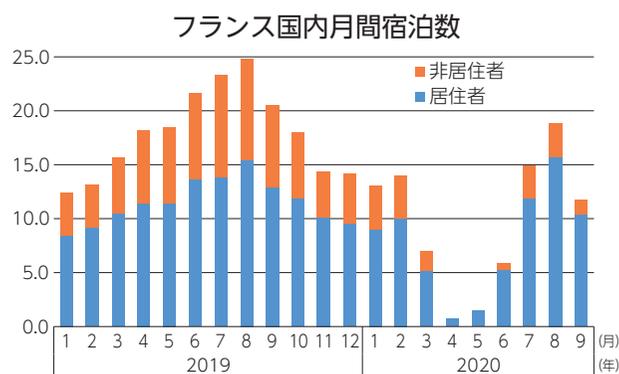
5月11日以降、商店の再開など外出制限の段階的緩和が始まり、6月2日からは地域の感染状況に応じてカフェ、レストランが再開、国内が自由に移動できるようになった上、同月15日には欧州域内では国境が開かれた。ただ、外国人観光客の受入れが当面は期待できない状況であり、加えて感染状況が悪化した場合に柔軟な対応ができる国内旅行を重視して、政府は夏のバカンス期を前に、フランス観光開発機構を通じた「この夏私が旅するフランス(#CetÉtéJeVisiteLaFrance)」キャンペーンを展開した。これは、国内の観光産業を支援するもので、旅行者および観光関連業者の衛生対策を徹底するとともに、地域を再発見する国内旅行を促進した。

2020年の夏は、直前まで見通しが立たず、移動手段や宿泊先などの旅行計画を立てられない状況であった。政府の支援を受けて、長距離移動のための公共交通機関や観光関連施設が、予約の変更・キャンセルを無料でできるようにしたことなどから、結果的に前年比8割弱と

なるフランス人の約53%が7月、8月に旅行に出かけ、そのうち実に94%が国内を目的地とした。観光需要が大きく落ち込んだスペインやイタリアに比してフランスは国内旅行が下支えし、政府の取り組みが実を結ぶ形となった。

7月からは、日本を含むEU域外14か国からの入境も可能となったが、外国人観光客は振るわず、近隣諸国のベルギー、オランダ、スイスからの来訪者は見られたものの、特に英国、イタリア、スペインからは顕著に減少し、外国人観光客数は2019年に比べ大幅に減少した。

バカンス期の観光状況全体としては、外需は落ち込んだものの、仏国民の選好を受け、国内旅行の7月・8月の宿泊数は前年に匹敵するなど内需に大きく支えられ、春時点での予測よりは良い結果をもたらした。



出典：INSEE データより作成

グリーンツーリズムが好まれた夏

2020年のフランスにおける夏の旅行は、例年と異なる特徴が見られた。外国旅行や航空機の利用が敬遠されたことから同じ県内や近隣地域を目的地とした旅行が増加したこと、人と人との十分な空間が保てる自然の多い地域が好まれたこと、また、直前の予約変更が可能な計画の柔軟性が重要視されたことなどである。旅先としては、1位：海、2位：田園(campagne)、3位：山間部と続き、海岸部は例年に同じく人気の観光地であった一方、アヴェロン県やジュラ県などの高原や湖のある山間地域には近隣居住者が国内外から多く訪れた。また、

