

## コロナ禍からの回復を目指す インバウンド市場の展望

丸山 健太

三菱UFJリサーチ&コンサルティング調査部

の丸山です。よろしくお願いたします。

本日のテーマは「コロナ禍からの回復を目指す  
インバウンド市場の展望」ですが、私はふだん日  
本や中国のマクロ経済の動向をウオッチしていま  
すので、主にマクロ経済の観点からインバウンド  
について御説明させていただきます。

### 一、日本経済における

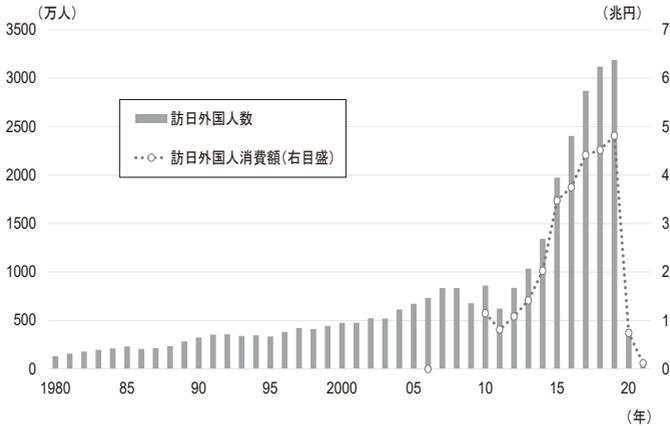
#### インバウンド

ここでは、コロナ禍前までのインバウンドの状  
況を説明した後、日本の経済・社会にとってイン  
バウンドがいかに重要かを確認した上で、足元の  
状況を見ていきたいと思います。

このグラフは、訪日外国人数と消費額の推移で  
す（図表1）。いずれも二〇一〇年から順調に増  
加していました。二〇一六年、当時の安倍内閣が

図表 1

訪日外国人数と消費額の推移(年)



〔出所〕 日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数・出国日本人数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

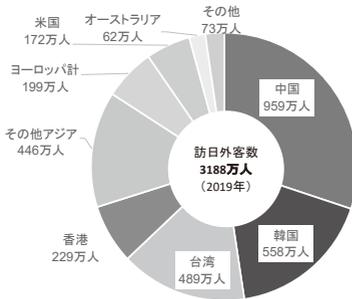
策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」において、二〇二〇年に四〇〇〇万人、二〇三〇年に六〇〇〇万人の訪日客を迎えるという目標が立てられ、二〇二〇年に東京オリンピック・パラリンピックを控える中、その達成が現実味を帯びていたというのがコロナ禍前までの状況でした。しかし、二〇二〇年に国内外で新型コロナウイルスが流行し、国境をまたいだヒトの移動が規制される中で、二〇二〇年、二〇二一年、そして今年二〇二二年と、インバウンド需要はいわば「蒸発」したような形となりました。

コロナ前（二〇一九年）のインバウンドの詳細を見たのが、この二つのグラフです（図表2）。

左は、国籍・地域別訪日外客数です。三二八八万人のうち、中国が九五九万人と最も多く、次いで韓国、台湾、香港と続きます。東南アジア等その他アジアを含めると、全体の八四％をアジアか

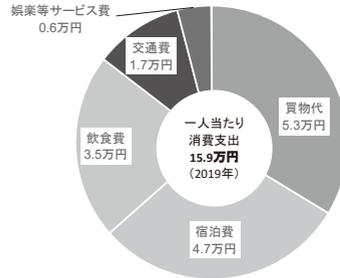
図表2

国籍・地域別訪日外客数(2019年)



〔出所〕 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数・出国日本人数」

一人当たり消費支出(費目別、2019年)



〔出所〕 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

らの訪日客が占めていました。

右は、費目別の一人当たり消費支出です。一五・九万円の支出のうち、その三分の一に当たる五・三万円を買物代が占める一方で、日本ならではの体験をする、いわゆるコト消費(娯楽等サービス費)は六〇〇円程度にとどまっています。

続いて、なぜインバウンドに着目する必要があるのか、なぜインバウンドはかくも重要なのかという点を確認していきたいと思えます。

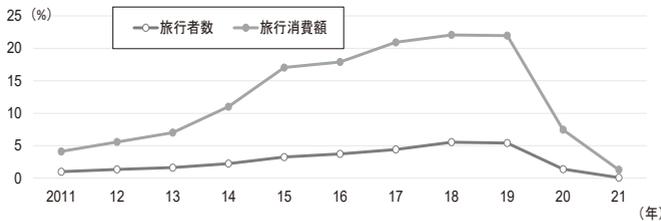
この表は、日本人国内旅行とインバウンドとの比較です(図表3)。二〇一九年の日本人の国内旅行者数は約五・九億人、消費額は二一・九兆円、それに対してインバウンドは三二八八万人、消費額は四・八兆円と、いずれも日本人国内旅行のほうが圧倒的に大きいです。しかし一方、インバウンドの消費単価は一五・一万円、平均泊数は三・六泊と、いずれも日本人国内旅行の四倍を超

図表3  
日本人国内旅行とインバウンドとの比較(2019年)

	日本人国内旅行 (a)	インバウンド (b)	インバウンド比率 (b/a)
旅行者数	5億8710万人	3188万人	5.4%
旅行消費額	21.9兆円	4.8兆円	21.9%
消費単価	3.7万円	15.1万円	4.0倍
平均泊数	0.8泊	3.6泊	4.4倍

〔出所〕 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」、  
日本政府観光局 (JNTO)「訪日外客数・出国日本人数」

旅行者数・消費額のインバウンド比率



〔出所〕 日本政府観光局 (JNTO)「訪日外客数・出国日本人数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

える規模となっています。

さらに、下のグラフで旅行者数・消費額のインバウンド比率（インバウンドを日本人国内旅行で割った数字）を見てみると、旅行者数では五・四％、消費額では二一・九％です。いずれも二〇一一年以降、上昇傾向にあり、とりわけ消費額は勢いよく伸びていることがわかります。

では、インバウンドの旅行消費額四・八兆円とはどの程度の規模なのか。二〇一九年の財の輸出に関して、金額が大きい上位一〇品目を順に並べてみると、自動車の一二・〇兆円には及ばないものの、インバウンドはそれに次いで大きく、半導体等電子部品の四・〇兆円を上回っていますので、日本の主要な輸出品目の一つと言ってよいかと思えます。

また、金額だけでなく、経済全体への波及度まで加味して見てみました（図表4）。二〇一五年

コロナ禍からの回復を目指すインバウンド市場の展望

図表 4

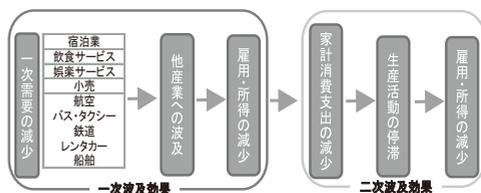
- インバウンド消費：2019年4.8兆円 → 21年0.1兆円(97.5%減)  
⇒ 試算結果(インバウンド消費が4.7兆円減少した場合)

	合計	
	一次波及効果	二次波及効果
生産減少額(兆円)	10.7	2.7
粗付加価値減少額(兆円)	5.9	1.6
労働需要減少数(万人)	107.1	20.1

(注) 小数点以下第一位を四捨五入しているため、各効果の和が合計と一致しないことがある  
〔出所〕 観光庁「訪日外国人消費動向調査」、観光局「訪日外客数・出国日本人数」、総務省「産業連関表」などを基にMURC試算

波及効果の模式図

- (仮定)
- 粗付加価値率、雇用者所得率、労働力係数等は平成27年(2015年)産業連関表による
  - 波及効果は二次波及効果までを指し、それ以上の波及効果は含めない



の産業連関表を用いて、インバウンドが減少した場合の日本経済全体への影響を試算したものです。ここでは実際に、二〇一九年の四・八兆円から二〇二一年は〇・一兆円、すなわち四・七兆円減少(九七・五%減)したことを反映しています。

波及効果の流れは、下の模式図のとおりです。

四・七兆円の減少分は一次需要の減少の部分に反映されるわけですが、宿泊業、飲食サービス、娯楽サービスなどの業種で売り上げが減る。それがほかの産業に波及し、雇用・所得が減少する。それによって家計が消費を手控えることで企業の生産活動が停滞し、さらに雇用・所得が減少するという流れです。実際にはどんどん後に続いていきますが、計算の都合上、ここでストップしています。

では、インバウンド消費が四・七兆円減少した

結果どうなるか。生産（売り上げ）減少額が一〇・七兆円、粗付加価値減少額が五・九兆円、労働需要減少額が一〇七・一万人です。二〇一九年は名目GDPが約五六〇兆円、就業者数が六八六〇万人でしたので、この数字から考えると、インバウンド消費が四・七兆円減少した場合、名目GDPを一・一％下押しし、失業率を一・六％押し上げる効果があったと考えることができます。

ただ、注意して見ていただきたいのは労働需要減少数です。これは、売り上げや生産の減少に伴って余剰となる労働者数ですが、例えば政府による雇用調整助成金の支給など下支えの策があれば、企業は雇用を維持しようとするため、実際にはここまで失業者が増えるわけではありません。したがって、こちらの数字は、大体これぐらいのインパクトがあるということで見ただけだと思います。

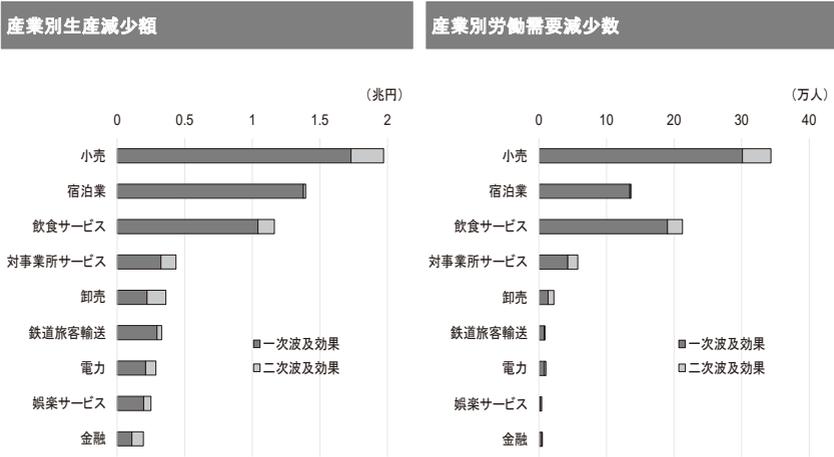
次に、この試算した波及効果がそれぞれの産業にどの程度影響を及ぼすのか、見てみたいと思います（図表5）。

左のグラフは、産業別生産減少額です。インバウンドの減少によって直接的に影響を受ける小売、宿泊業、飲食サービスのほか、対事業所サービス（広告業、労働者派遣業等）や卸売、電力などが、広く経済活動と連動するような業種への影響が大きいことが見てとれます。

右のグラフは、産業別労働需要減少数です。おむね生産減少額と連動しつつ、小売や飲食サービスといった労働集約的な業種、すなわち営業活動において労働投入を多く必要とするような業種での減少が顕著となっています。

このように、インバウンドは幅広く、多くの産業に影響するという点で、日本経済にとって重要だと言えます。

図表5



〔出所〕 総務省「産業連関表」よりMURC試算

〔出所〕 総務省「産業連関表」よりMURC試算

さらに別の観点から、インバウンドがもたらすメリットについて二つ指摘したいと思います。

一つは、訪日観光を通じた「日本ファン」の育成です。日本での観光を楽しむことを通じて日本や日本のモノを好きになって帰ってもらえれば、その国での対日感情に少なからず好影響があると考えられますし、日本に対してよりよい印象を持つ人の割合が高まれば、政治や国際関係の場でもよい影響が及ぶのではないかと思います。

また、とりわけ非耐久消費財に関して、輸出の押し上げ効果も期待できます。例えば化粧品の輸出金額の推移をみると、二〇一五年以降、振れを伴いつつも規模がどんどん拡大しています。もともと化粧品は中国人の爆買いで人気が高く、訪日消費の主力商品と言ってよいくらい売れていたのですが、日本で買った化粧品の自分で使ったり、お土産でもらったりすることを通じて、それ

を気に入った人が今度は輸入されたものを買うという行動も想像できます。

もう一つのメリットは、日本人の国内旅行の間を埋めて、需要を分散・平準化するためにインバウンドをいわば「利用」できるということだ。先ほど述べたとおり、インバウンドよりも日本人の国内旅行のほうが規模自体は大きいわけですが、休日・休前日や夏休みに需要が集中する傾向があり、それをいかに平準化するかが観光業にとって大きな課題の一つです。インバウンドは基本的に、平日か否か、日本の夏休みの時期か否かというところは関係ないため、時期の平準化を図る際にインバウンドを利用することができます。

また、特定の地域に集中する需要の分散・平準化に関しては、例えば鳥取県は、日本のほかの地域からアクセスするのに若干不便なところですが、一方で、空港があるため海外からのアクセス

はよく、さらに「名探偵コナン」や「ゲゲゲの鬼太郎」といった有名なアニメの聖地として打ち出したことで、コロナ前まではインバウンドの集客に成功していました。このように、日本人にあまり人気がなくても、インバウンドでその需要を埋めることは可能です。

ここまで触れてきたように、日本経済・社会にとって重要なインバウンドですが、コロナ禍での需要は「蒸発」しました。

二〇一九年一二月に中国の武漢で新型コロナウイルスが初めて発見された当初は、パンデミックに発展するというよりも、地域の風土病にとどまるのではないかという観測が支配的で、二〇二〇年一月までは多くの外国人が日本を訪れていました。とりわけ二〇二〇年は春節が一月二五日だったこともあり、中国からも大勢の観光客が来ていたわけです。しかし、二月に入ると雲行きが怪し

くなります。日本でも、ダイヤモンド・プリンセス号の中で感染が広がり、コロナは他人事ではないという雰囲気が出てきました。この月から外国人の入国が制限され、その後、段階的に対象を拡大した結果、四月以降、訪日客はほぼゼロとなり、インバウンドはいわば「蒸発」しました。

今年三月に観光目的以外での外国人の入国が再開され、観光目的でも六月一〇日から受け入れが再開されましたが、それでもまだ回復の動きは鈍く、直近七月の訪日客数は一四・五万人と、底ばいが続く厳しい状況です。

## 二、短期的なインバウンドの見通し

短期的には、受け入れ側である日本の態勢と送り出し国・地域の状況がインバウンドの動向を左

右すると考えます。そこで、日本の訪日客受け入れ態勢としては、水際対策の現状、国内の感染状況と人々の感染症への姿勢、送り出し国・地域の状況としては、主要送り出し国・地域（中国、韓国、台湾、香港）の経済状況、感染状況を見ていきたいと思えます。

そして、最近、物価を押し上げたり企業収益を圧迫したりで何かと悪者扱いされる足元の急激な円安ですが、インバウンドにとっては逆にプラスになるということについて指摘したいと思えます。

まず、日本の水際対策の現状です。

先ほど述べたとおり、六月一〇日に観光目的の訪日客の受け入れを制限付きで再開しました。受け入れの対象は、一〇二の国・地域で、アメリカや中国、ヨーロッパの主要国などです。また、本日九月七日から入国者数の上限が一日当たり五万

人に引き上げられました。このように日本の水際対策は、段階的に訪日客を受け入れていこうという方針は見えますが、依然として条件は厳しいと言えます。入国者数の上限については、日本人の帰国者も含んでいますし、仮に外国人だけを考えた場合でも、コロナ前は一日当たり九万人来ていたことを考えると、五万人ではまだまだ少ない。

さらに本日から、三回目のワクチン接種済みの場合、陰性証明は不要となりましたが、観光ビザの取得は必須ですし、添乗員付きパッケージツアーの「添乗員付き」は消えたものの、まだパッケージツアーだけに限定されています。すなわち、航空券と宿泊場所が最初から定まっただけで、観光の内容も自由に決められないということですから。やはり旅行というのは、日常から離れて自由に行動するのが一つの醍醐味ですので、こういう規制が残っていることでやや魅力が減じるので

はないかと思えます。

ちなみに、二〇一九年の訪日客のうち、パッケージツアーを使わず個別手配で日本に来た人の割合は七六・六%です。先進国ほどこの割合は高いので、パッケージツアーに限定されていることと観光ビザの取得が必須、ここはインバウンドの回復の妨げになると思います。

この水際対策を左右する一つの要因として、国内の新型コロナウイルス感染状況と日本人の感染症に対する態度があります。

新規感染者数と死者数の推移を見ると、足元では、七月中旬以降、感染第七波が続いています。今回は感染者数が非常に多いのですが、死者数は第六波と同程度の水準で死亡率が低いいため、政府は第七波において緊急事態宣言やまん延防止等重点措置といった行動制限を課していません。行動制限がないこと、死亡率が低いこと、またコ

コロナ禍が二年半を超えて慣れが出てきたといったことを背景に、日本人国内延べ宿泊者数は、コロナ前の二〇一九年同月比でも、足元順調に回復しています。「感染症が怖いから外に出たくない」から「平常の経済活動を回復させよう」という方向に人々の意識や実際の行動がシフトしてきていると考えられます。

したがって、今後政府が水際対策のさらなる緩和を打ち出しても、またその後の訪日客誘致の動きに対しても、恐らく人々の間でそれほど異論が出ることはなく、訪日客の歓迎ムードが思いのほか早く出てくるという期待もまだわずかにあるのではないかと思えます。ただ、今はまだ水際対策が厳しいので、そうしたことはもう少し時間が経過しないとわかりません。

仮に日本の水際対策が世論の摩擦なくどんどん緩和できたとしても、一方で、送り出し国・地域

の人々が訪日できなければインバウンドは回復しません。そこで、コロナ前に訪日客の七割を占めていた中国、韓国、台湾、香港の経済状況と感染状況を確認してみます。

中国と香港は、強力なゼロコロナ政策により行動制限が非常に強いいため、経済活動は足元で弱い動きとなっています。香港では、二〇二〇年に国家安全維持法が施行されたことや、今年七月、中国に近いとされる李家超（ジョン・リー）氏が行政府のトップに就任したこともあり、さまざまな政策において中国と歩調を合わせる傾向にあります。これは感染対策に関しても同様です。

中国では、今秋一〇月一六日に共産党大会が予定されていますが、そうした重要な政治日程を控える中、このタイミングでの政策変更は難しいほか、来年六〜七月にかけて中国で開催予定だったサッカーの国際大会（AFCアジアカップ）の開

催権を既に返上しています。したがって、少なくとも来年の夏場までは行動制限が続くのではないかと思います。また、もっと長いところで言うと、習近平氏に近いと言われる北京市トップの蔡奇氏が先日、「ゼロコロナ政策をあと五年は堅持する」と発言し、後でこの発言は削除されましたが、来年と言わずもつと長くゼロコロナ政策が続く懸念がありますので、中国と香港では当面厳しい経済状況が続く可能性があります。

一方、韓国と台湾は、コロナ禍にあっても落ち込みが小さく、その後も比較的早く回復しました。その背景には、これらの国が半導体を主要な輸出産業として抱えていることがあります。世界的にPCやスマートフォン、タブレットといったデジタル機器への需要が高まる中、半導体の輸出が堅調に推移したことで経済状況はかなり良好でした。

このように、韓国と台湾に関しては、中国や欧米の外需が下支えしてきたと言えますが、今後、中国ではゼロコロナ政策が、欧米では、高インフレと、それに対応するための利上げが景気を冷やす懸念があり、これらによって世界経済が減速するようなことがあれば、韓国や台湾の景気も下振れる可能性があります。当然、経済状況が悪くなれば国民の所得もそれと連動して落ち込みますので、海外旅行のための原資が減少し、訪日の意欲も減退するという一方で、日本のインバウンドの回復にとっても悪影響があると言えます。

中国、韓国、台湾、香港の感染状況については、今年三〜六月にかけてオミクロン株の流行で感染が拡大し、その後ピークは超えたものの、足元で再び感染が拡大するような気配もありますし、BA・五型オミクロン株への警戒感が依然強いいため、これら四つの国・地域においては、行動

制限や水際対策を続けているところが多いというのが現状です。

そうなると当然日本としても、国内の感染対策とのバランスの中で、水際対策の緩和やインバウンドの振興に本腰を入れるのは難しくなります。また、送り出し国・地域の側で水際対策が続くと、日本で観光を終えて本国に帰国する際にもPCR検査や隔離が求められ、仮に陽性になった場合は日本にとどめ置かれます。それによってスケジュールに狂いが生じたり、宿泊日数が延びたりすることで宿泊代もかさむといったリスクがあるため、日本をはじめ海外に行くハードルが上がってしまいます。したがって、これらの国・地域で感染状況や感染症を取り巻く社会状況がある程度落ち着くことが訪日需要回復の必要条件になると思います。

以上、主な送り出し国・地域の経済状況、感染

状況を見てきましたが、こちらを鑑みると、すぐにインバウンド需要が回復するのは難しいのではないかと考えております。

短期的なインバウンドの見通しについては悲観的なことを述べましたが、逆に、足元で急速に進行する円安がインバウンド回復の追い風になるという点についてお話しします。

例えば一元＝一六円の時期に日本へ来た場合、一万元の予算を持っている人は日本で一六万円使うことができます。しかし、足元では二〇円を超える水準まで円安が進んでいますので、今日日本に来れば、同じ一万元の予算でも二〇万円使えることになります。

皆さんもそうだと思いますが、海外旅行の計画を立てるときには基本的に、現地の通貨ではなく自国の通貨で予算を組みます。こうした単純な価格の効果に加えて、円安になれば海外の人にとつ

て日本への旅行は割安に感じられますので、人数に関しても円安による押し上げ効果が期待できます。現在、訪日旅行はいわば価格競争力がある状況です。したがって、仮にコロナ禍での国際的なヒトの移動の制限がなければ、あるいは海外旅行に行こうという人々の意欲さえ低下しなければ、インバウンド需要は、円安による押し上げ効果がかなり期待できる素地がある状態ではないかと思えます。

ビッグマックは、世界各地で同じものがほぼ同じ品質で売られていることから、通貨の価値を国際比較するときにはしばしば参照され、「ビッグマック指数」と呼ばれることもあります。先ほどお話しした円安に加えて、各国では日本よりも速いペースで物価が上昇している現状もあります。が、ビッグマックの価格を比較してみると、特にアメリカ（七一〇円）やユーロ圏（六五七円）よ

りも日本（三九〇円）のビッグマックの価格は低く、さらに言えば、日本より一人当たりGDPが低い中国（四九〇円）、韓国（四八三元）、タイ（四八二元）よりも低い水準です。このことから、円安が続く中で訪日旅行は割安だということがわかります。

ここまで、短期的なインバウンドの見通しについて見てきました。円安や、日本人がコロナ禍にある程度慣れてきたことはプラス要因であると考えられますが、一方で、日本の水際対策がまだ厳格であること、日本国内で感染拡大（第七波）が続いていること、主な送り出し国・地域である東アジアでの感染状況が芳しくなく、経済面でも先行きがやや悪いといったことから、当面、日本のインバウンド市場は急速な回復が見込める状況ではないと考えております。

### 三、長期的なインバウンドの展望

長期的なインバウンドについてはやや楽観的に考えておきまして、インバウンド需要は、中長期的に見て順調な増加が期待できるのではないかと思います。その順調に増加する需要をうまく取り込むためのキーワードが「分散」と「単価向上」です。ただし、明るい面だけでなくリスクにも注意が必要です。一つは、順調に増加する需要を取りこぼしてしまう「供給制約」。もう一つは、需要自体が急減少してしまう「下振れリスク」です。これら二つのリスクも含め、長期的な展望について順を追って説明したいと思います。

まず、インバウンドの順調な増加が期待される背景に、潜在的な送り出し国・地域において、経済的にも人口面でも成長が予想されるということ

があります。

IMFによる各国・地域の経済成長率予想（二〇二二～二七年）によると、世界平均が三・四％であるのに対し、コロナ前までトップ送り出し国だった中国は四・九％、地理的に比較的近く、今後訪日客の増加が期待されるASEAN15（インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム）は五・四％と、世界平均を上回る成長が予想されています。

また、一人当たり名目GDPの対米比率（二〇一九年）を見てみると、中国は経済成長が著しく、アメリカの覇権を脅かす存在であるとよく言われますが、人口が多いこともあり、一人当たりで見るとアメリカの二割にも満たないレベルです。成長率予想では世界平均よりも低い韓国、台湾、香港も四～八割程度、ASEAN15に至っては一～二割程度です。しかし、先頭を走るアメ

リカとの経済力の差が大きいということは、技術面などでキャッチアップする余地があるということですので、これらの国・地域はそれだけ成長余地があると言えます。現時点では、アメリカと比べて購買力が不足していると捉えることもできませんが、ここでは長期的に見て成長余地があるという面に注目したいと思います。

さらに、経済規模の拡大のほか、人口の増加が期待されることも潜在的な訪日需要の拡大につながるかと考えております。

中国では今年二〇二二年をピークに徐々に減少が見込まれる一方で、インドネシアやフィリピンを中心にASEAN15諸国は増加が続きます。韓国、台湾、香港を加えた九つの国・地域の人口を合計すると、二〇三〇年代半ばまでは緩やかな増加が見込まれます。

また、人口減少が予想される中国ですが、二〇

二〇年段階の都市人口比率は六三・九%で、日本と比べるとこの水準は、高度成長期真っただ中、すなわち一九六〇年代並みの低さです。したがって、今後中国で都市化が進んで中間層に厚みが増せば、仮に人口が減少したとしても、インバウンドの潜在需要に関しては増加が期待できるのではないかと思います。

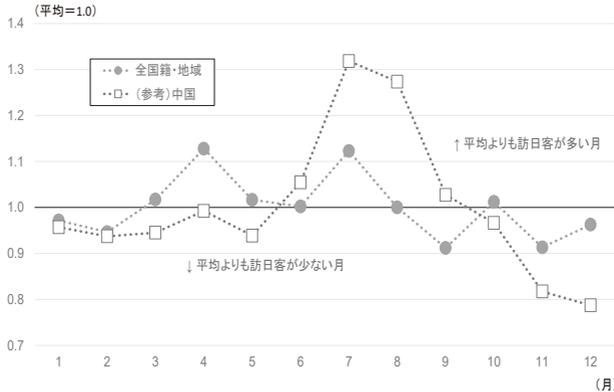
このように、インバウンド需要は、送り出し国・地域の経済規模や人口規模の拡大を背景に成長していくことが見込まれるわけですが、日本側がそれを取り込んでいくためにポイントとなるのが「分散」と「単価向上」です。

まずは「分散」から見ていきたいと思いたすが、一つ目は、時期の「分散」です。

このグラフは、訪日客が多いか少ないかを月ごとに見たもので、一を超えると平均よりも多く、一を下回ると平均よりも少ないことを示しています。

図表6

訪日客数が多い月／少ない月(月ごとの季節指数)



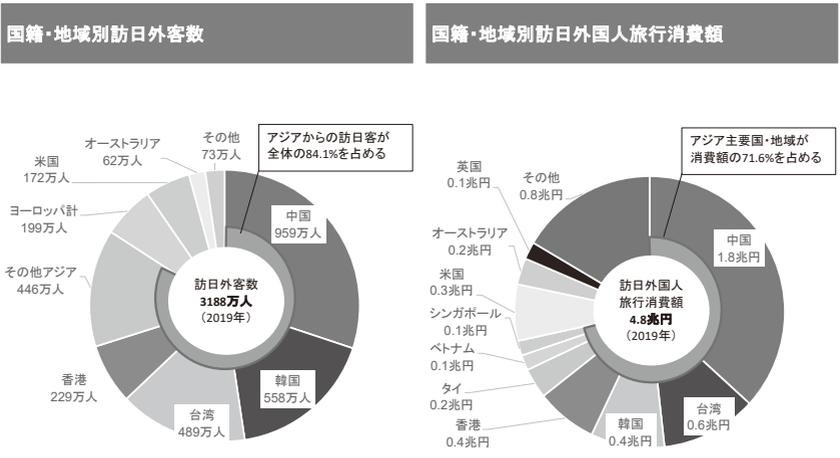
(注) 2012年1月～19年12月までを対象に試算した季節指数について、各月2015～19年の平均

〔出所〕 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数・出国日本人数」より作成

す(図表6)。全国籍・地域では、四月、七月に訪日客が多い一方、九月、十一月、十二月は少ない傾向にあります。また、中国に関しては、六月、七月にかけて多い一方で、冬場の十一月、十二月はやはり少ない傾向にあります。この背景に何があるのかについては、あまりいいアイデアがなく、今後の課題として考えているところですが、サービス業を主体とする観光関連業種において、こうした月ごとの変動を極力小さくし、平準化することは必要かつ重要なことだと思います。

基本的に、観光業をはじめとしたサービス業では、需要される時期と供給する時期が一致しますが、逆に製造業では、必ずしもそれが一致する必要はありません。例えば皆さんお持ちのスマートフォンは「できたてホヤホヤ」である必要はなく、需要と供給の時期がずれたとしても、そこは在庫で調整できます。しかしサービス業には、一

図表7



〔出所〕 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数・出国日本人数」 (出所) 観光庁 「訪日外国人消費動向調査」

般的に即時性と言われる特性があるため、需要は平準化したほうが稼働率が上がり、生み出した付加価値を労働投入で割って得られる生産性も、計算上、上昇するわけです。したがって、このグラフで見られるような月ごとの需要のばらつきはできるだけ平準化するほうが、今後増加が見込まれるインバウンド需要を効率よく取り込んでいくことができると考えられます。

二つ目は、送り出し国・地域の「分散」です。こちらは、先ほどとはやや色合いが異なり、需要をうまく取り込むためというよりも、リスクを分散させてインバウンド市場を健全に成長させていくために必要だと言えます。

このグラフはいずれもコロナ前 (二〇一九年) のもので、左が国籍・地域別訪日外客数、右が国籍・地域別訪日外国人旅行消費額です (図表7)。

訪日客では八四・一%、消費額では七一・六%を

アジアが占め、現状においてインバウンド需要はアジアに偏っていると云えます。地理的に近く訪日しやすいため、当然ではありますが、ここまで偏っていると、アジア地域で生じるリスクに対して非常に脆弱になってしまします。今回の新型コロナウイルスは全世界的なものでしたので、アジアに偏っているか否かで影響はそんなに変わらなかったかと思いますが、同じ感染症でも、例えばSARSのようにアジアを中心に広がるものと、今のアジア偏重の日本のインバウンドはかなり大きなダメージを受けることとなります。したがって、この場合、ほかの地域からの訪日需要を高めること、すなわち国・地域の「分散」を高めることでリスクを軽減し、安定的なインバウンド市場の拡大につなげていくことが重要です。

また、後ほど詳しく述べますが、欧米からの訪日客のほうが一番当たり消費額が多い傾向にあり

ますので、国・地域の「分散」を高めることは、間接的にはありますが、インバウンド消費の規模を拡大させることにもつながります。

三つ目は、国内／インバウンドの「分散」です。こちらも、市場を拡大させるためというよりは、リスクを低減させるという色合いが強いものです。

都道府県別外国人観光客比率（二〇一九年）について見てみると、全国平均は一九・四%ですが、とりわけ京都、大阪、東京、北海道、沖縄はインバウンド比率が高い一方で、福島、福井、島根、山口など、かなり低いところもあります。しかし、一概に高いからいいというわけではありません。当然、低過ぎるとインバウンドの恩恵を受けられないわけですが、逆に高過ぎると、インバウンドがもたらすリスクに大きくさらされることになるため、バランスが大事です。したがって、

インバウンドを積極的に取り込んでいく中でも、日本人の国内旅行も同時にしっかり受け入れていくことが観光関連事業者にとって重要だと考えます。

次に、「単価向上」です。

冒頭申し上げたとおり、コロナ前までの日本では、二〇一六年の「明日の日本を支える観光ビジョン」において、二〇二〇年までに訪日客四〇〇万人、消費額八兆円という目標を掲げていましたが、どうしても訪日客四〇〇万人のほうに注目が集まりがちだったように思います。しかし、日本経済にとって本当に重要なのは実際に使われるおカネです。この消費額を増やすには、訪日客数を増やすだけでなく、一人当たりの消費額、すなわち単価を高める方向性もあるのではないかと思います。

需要に関しては、今後順調に増加していくこと

が予想される一方で、後ほど詳しくお話しますが、供給側には限界が来るという懸念があり、どこまでも訪日客が増えていくことを求めるのはあまり現実的ではありません。したがって、訪日客の誘致と同時に単価を高める、すなわち、量だけでなく質も追求していく必要があります。

「単価向上」のためには、大きく三つ、目指すべき方向性があると思います。

一つ目は、体験型の「コト消費」の拡大です。二〇一九年の訪日外国人一人当たり消費支出平均一五・九万円の支出のうち、コト消費に当たる支出は六〇〇〇円程度しかありませんが、ここに拡大余地があると考えています。例えば、購入率は高いけれども単価が低いテーマパークや美術館などは付加価値を高めて単価を引き上げる。逆に、単価は高いけれども購入率の低いゴルフ場、スキー場、舞台・音楽鑑賞などは集客を強化する。

こういったことを通じて娯楽等サービスの幅をどんどん増やしていくことにより、全体の消費額を増やすということが考えられます。

二つ目は、医療ツーリズムやワーケーションなど、付加価値の高いパッケージを含む訪日旅行の推進です。

三つ目は、先ほど触れたように、もともと単価が高い欧米からの訪日客の誘致強化です。国籍・地域別一人当たり消費支出平均一五・九万円に對し、欧米先進国は軒並みそれよりも高くなっています。これらの国は地理的に遠く、一回来たらく滞在するので消費額も多い。また、そもそも所得水準が高いから単価が高いというのがその要因かと思いますが、こうした先進国は体験型消費への関心が高いという特徴もあります。単価が高い訪日客の割合が高まれば、一つ目に挙げた体験型消費も盛り上がりますし、ひいては全体の平均も

引き上がるのが期待できるのではないかと思います。

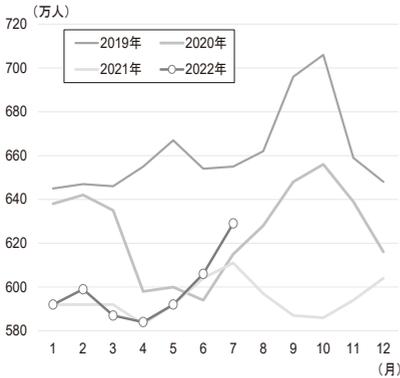
ここまで、順調な増加が見込まれるインバウンドをうまく取り込み、リスクを軽減しつつ、健全にインバウンド市場を拡大していくための日本の取り組みとして、「分散」と「単価向上」についてお話ししてきましたが、最後に、インバウンド需要の増加を阻む「供給制約」と、需要の腰折れを招く「下振れリスク」について見ていきたいと思えます。

まず、「供給制約」の一つ目は、人手不足です。この人手不足には二種類あると考えておりまして、こちらはいわば相対的な人手不足です（図表8）。

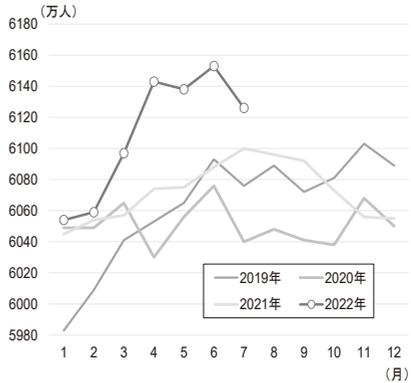
左のグラフでは、宿泊業、飲食サービス業と生活関連サービス業、娯楽業を含む対面型サービス業の就業者の月ごとの動き、右のグラフでは、そ

図表 8

## 就業者(対面型サービス業)



## 就業者(対面型サービス業以外)



(注) 対面型サービス業は、「宿泊業、飲食サービス業」と「生活関連サービス業、娯楽業」の合計〔出所〕 総務省「労働力調査」

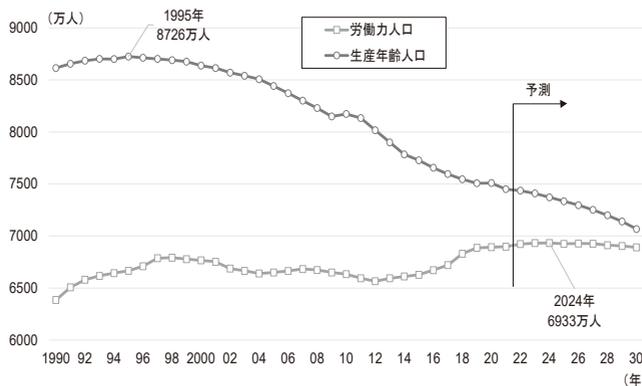
れ以外の業種の就業者の月ごとの動きを示しています。

対面型サービス業においては、二〇二〇年四月に落ち込んで以降、今年に入ってからもずっと低迷し、コロナ前の二〇一九年に遠く届かない状況が続いています。単にインバウンドの「蒸発」だけでなく、コロナ禍における行動制限で最も打撃が大きかったわけですが、一方、それ以外の業種の就業者数は、今年に入ってから以降、過去三年と比べてもかなり就業者数が多いことがわかります。三月後半にまん延防止等重点措置が全国で全面的に解除された後、政府による行動制限が全くなかったという点で、経済活動全体が回復してきていることを反映した形で推移しています。

したがって、就業者に関しては、対面型サービス業以外の業種が先に吸収し、かつ、足元の失業率は二%台半ばで過去と比べてもかなり低い

図表9

労働力人口と生産年齢人口の推移



(注) 2022年以降が予測。当社「中期予測」について、2020、21年の実績を更  
新したうえで、各年の変化率を固定して再試算したもの

(出所) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング調査部「日本経済の中期見通し  
(2021～2030年度)」より

で、仮にインバウンド需要が戻り、対面型サービス業への需要が一気に回復しても、就業者をかき集めるのはなかなか難しい。そのため、一時的に人手不足に陥って、その需要をうまく取り込めない状況が生じる懸念があります。ただ、もう少し長い目で見ると、需要が回復すれば、労働力もそれに応じて戻ってくるのが考えられますので、こちらの人手不足は短期的な供給制約と言えます。

次に挙げる人手不足は、より中長期的にインバウンド需要の成長を阻むものです。

このグラフは、労働力人口（就業の意思のある人）と生産年齢人口（一五～六四歳）の推移で、いずれも二〇二二年以降は当社による推計値です（図表9）。生産年齢人口は、少子化が進む中、一九九五年の八七二六万人をピークに減少が続いており、今後この傾向は変わらないだろうと思

ます。労働力人口については、ここ一〇年ほど、女性の社会参加や、定年延長などで高齢者が労働市場に残る場合が増えていくことから、一時的に増加していることが見てとれます。しかし、労働力人口の基盤となる生産年齢人口がどんどん減っているため、労働力人口も向こう二〜三年で減少に転じることが予想されます。当社の予測では、二〇二四年がピークだと考えております。

このように長期的に労働力が減少する中では、宿泊業や飲食業といったインバウンド関連の業種でも、人手不足でインバウンド需要を取りこぼす可能性ががあります。

もう一つ、別の供給制約として、ホテル不足についても触れたいと思います。

ホテルの客室稼働率は、コロナ前（二〇一九年）までは、小幅ではあるものの、「シティホテル」「ビジネスホテル」「リゾートホテル」のい

れも増加傾向にありました。すなわち、宿泊者数が増加する中で客室数の増加が間に合っていないかということですね。

しかし、東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けたホテル建設ラッシュで、一時的にホテルの供給過剰が指摘される状況もありました。そして足元でも、今年三月時点の客室数は一七四万室と、二〇二〇年三月から五・七%増加しています。したがって、ホテル不足に関しては、すぐに供給制約として出てくるわけではないと思いますが、長期的には、インバウンド需要が順調に増加する中で供給制約になる可能性もあるため、注意して見ていく必要があります。

インバウンド需要は増加するものの、それを吸収し切れないのが「供給制約」ですが、ここからは、インバウンド需要そのものが一気に縮小する「下振れリスク」について見ていきたいと思いま

す。

一つ目は、感染症リスクです。世界的な流行だけでなく地域的な流行、特に訪日客の多いアジアでの流行が日本のインバウンドを下押しすること懸念されます。

感染症が流行することで二つのリスクが考えられます。一つは、訪日客が途絶するリスクです。入国規制や水際対策で外国人が日本に入ってからなくなるといふことで、こちらは想像しやすいかと思えます。もう一つは、潜在的な訪日客の旅行意欲がそがれるリスクです。目には見えないもののジワジワ効いてくるリスクで、具体的に三つの経路があります。

一つ目は、政策面です。当然のことながら感染症の流行はコントロールできない面があるため、入国規制や水際対策といった防疫措置は、感染状況にに応じて、その都度急に変更したり強化したり

することが必要となる領域です。こういった不透明性や不確実性、すなわち、予定していたのに急な規制強化等によって行けなくなる場合を考慮して、そもそも訪日旅行を企画しなくなる人も出てくる可能性があります。

二つ目は、送り出し国・地域の景気後退です。皆さんも実感されていることだと思いますが、感染症の拡大によって経済活動が停滞し、景気が後退すると、不透明な先行きに備えて貯蓄を厚くすることで消費性向が低下し、娯楽への支出も減少する。また、失業による可処分所得の減少で日本への旅行を控えるといった動きが出る懸念もあります。

三つ目は、評判リスクです。今回のコロナ禍において、日本では、欧米諸国や中国のように強制的な行動制限措置はとられず、ある意味、「空気を読む」ことや自粛主体の感染対策が行われまし

た。それ自体のよしあしは別としても、実際に日本の死者数が他国と比べてかなり少ないことを考えると、私自身は評価する立場にもありませんし、知識も不足していますが、どちらかというところ及第点が与えられるものだったのではないかと思います。

しかし一方で、このような社会に通底する「暗黙の了解」を共有していない外国人にとっては、日本の「空気を読む」「自粛」という考え方はわかりにくいですし、少し言い過ぎかもしれませんが、不気味ですらあったと思います。これにより、「日本人は外国人に厳しい」「外国人には適応できない」といった風評が広がり、訪日を避けようとする動きが出る可能性もなくなはないというところでです。

下振れリスクの二つ目は、観光版「エコノミック・ステイトクラフト」です。この動きにも注意

が必要だと思えます。

最近よく聞かれるようになりましたが、「エコノミック・ステイトクラフト」とは、政治的目的を達成するため、経済的手段を用いて他国に影響を行使することです。例えば、経済制裁、中国による対日レアアース禁輸（二〇一〇年）、米国による中国企業の5G開発排除などが代表的なものです。

これが観光領域で用いられた場合、インバウンド需要は急縮小してしまうリスクがあるわけですが、過去、実際に中国が発動しています。二〇一七年、韓国によるTHAAD（終末高高度防衛ミサイル）配備への対抗手段として韓国への団体旅行を禁止しましたし、二〇一九年には、翌年の台湾総統選を控え、蔡英文総統（民進党）の再選を阻止するため、台湾への個人旅行を禁止しました。

このような渡航禁止措置を中国や他の国が日本に対して用いた場合、日本のインバウンド需要も急縮小してしまうわけですが、観光全体に占めるインバウンドの割合、インバウンドに占める一つの国・地域の割合が高ければ、それだけ影響は大きくなりますから、これらの割合を極力高めないことがリスク回避につながります。したがって、観光版「エコノミック・ステイトクラフト」への対処としては、国内／インバウンドの「分散」や国・地域の「分散」が有効と言えます。

下振れリスクの三つ目は、観光公害です。観光公害とは、観光が周辺住民や社会にもたらす弊害のことで、「観光客受け入れのための過度な開発、外部性」と「オーバーツーリズム」の二つに大きく分類されますが、ここでは、観光公害とイコールとして言われることの多い「オーバーツーリズム」に着目したいと思います。

たくさんさんの観光客が観光地に殺到することによって、ごみが放置されたり、公共交通機関が過度に混雑したりするのがオーバーツーリズムです。そうなると観光地の魅力は減じてしまうため、下振れリスクになるわけですが、これに関してもやはり「分散」が必要です。観光客が来る時期の「分散」や、京都、大阪、東京、北海道、沖縄だけでなく、海外の方にもっといろいろな観光地を魅力的に捉えてもらえるよう開発を進めることで目的地を「分散」させる。こういったことが観光公害の影響緩和に有効ではないかと思えます。

最後に、今日の内容を簡単に振り返りつつ、インバウンド関連の事業者と政府がやるべきことをまとめて終わりたいと思います。

インバウンド振興は日本にとって重要です。しかし足元において、インバウンド需要はコロナ禍

で「蒸発」しており、短期的には、いろいろな状況を勘案すると、一気に回復することは当面見込めないと思います。こうした中、事業者としては、国内需要を取り込んで何とか急場をしのぐ。政府としては、国内外の感染状況をにらみながら水際対策を段階的に緩和していく。

一方、長期的には、インバウンド需要は順調な増加が期待されます。その需要をしっかりと取り込むためには「分散」と「単価向上」を進めていく必要があるわけですが、供給制約や下振れリスクには注意が必要です。したがって、事業者としては、リスクに対して頑健な「分散」の追求と「単価向上」に取り組む。政府としては、よりマクロな視点から、下振れリスクの顕在化を未然に防止したり、影響を軽減するための取り組みを進めていく必要があると思います。

最後は駆け足になりましたが、私からは以上で

す。ありがとうございました。

○増井理事長 インバウンド市場について、将来明るい見通しもありながら、一方で非常に難しい問題を抱えているということを大変わかりやすくお話しいただきました。

若干お時間ございますので、御意見、御質問等お受けしたいと思います。いかがでしょうか。

すぐには出ないようですので、私から素人質問で恐縮ですが、どの国の観光地も、同じようなりスクを抱え、同じような悩みがあると思います。その中で、日本だけがいい目を見るといえるのはなかなか難しいかもしれませんが、何か起こってもなるべく日本に来てもらうようにするといえますか、国際的な観光地間の競争という観点から何かお話ししていただけることはあるでしょうか。

○丸山 例えば感染症リスクに関しては、多くの

観光客が来ている中国など東アジアの国々、また東南アジアの国々から見ても、日本は衛生面でかなり優位にありますので、衛生面で非常に安全・安心という点をしっかり打ち出すことが、日本にとって一つ強みになるのではないかと思います。

観光公害についても、ここではリスクとして挙げましたが、二〇一八年に観光庁が「持続可能な観光推進本部」を設置した際、国土交通政策研究所とともに実施した調査においては、オーバーツーリズムによる弊害を感じている割合は他国よりもかなり低く、まだそれほどリスクとして顕在化していないという結果でした。その背景として、日本の国土に対して三〇〇〇万人程度しか訪日客が来ていない、すなわちオーバーしていないということも考えられますが、なぜ日本では他国のようにオーバーツーリズムが問題として認識されていなかったのか。そこをもう少し突き詰めて

考えていった先に、オーバーツーリズムに対応するための方策みたいなのが見つかるのかもしれませんが、これは私がやれという話かと思えますが、今のところ、すぐに答えは出ないということです。

○増井理事長 日本の観光業は超富裕層に対するサービスがほとんどできていないという批判がありますが、それについてはどう対応したらいいとお考えでしょうか。

○丸山 そのあたりの問題意識はかなり共有されておりまして、コロナのさなかではありますが、京都などに超ラグジュアリーホテルが幾つかできたりしていますので、実際に対応は進んでいるところかと思えます。また、コロナであまり注目を集めなくなりましたが、カジノといったものも、総合的に見ていかどうかという話は別として、超富裕層を取り込むという観点では有効かと思

ます。

○増井理事長 ほかに御質問ございますでしょうか。——それでは、このあたりで本日の「資本市場を考える会」を終わりたいと思います。

今日は、インバウンドの将来ということで、お話を頂戴しました。丸山様、どうもありがとうございます。 (拍手)

(まるやま けんた・三菱UFJリサーチ&コンサルティング調査部研究員)

(本稿は、令和四年九月七日に開催した講演会での要旨を整理したものであり、文責は当研究所にある。)

丸 山 健 太 氏

略 歴

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)調査・開発本部 調査部 研究員

略歴

2016年 早稲田大学政治経済学部卒業

2018年 早稲田大学大学院経済学研究科修士課程修了

2018年 三菱UFJリサーチ&コンサルティング入社

調査部にてエコノミストとして活動。主に日本と中国のマクロ経済動向、  
経済政策、政治情勢などについて調査・研究を行う

北京大学国際関係学院法学学士（双学位、2016年）

保有資格

日本証券アナリスト協会検定会員

HSK6級

主な著書・論文

2022/3 「『まん延防止』全面解除 宿泊・飲食サービスが急回復 7月前には  
『GoTo』再開も」『週刊エコノミスト』（毎日新聞出版）

2021/10 「中国7～9月期 GDP プラス幅が大きく縮小 コロナ・資源高が響く」  
『週刊エコノミスト』（毎日新聞出版）

2021/11 「中国 需給窮迫と環境政策で石炭枯渇 電力不足慢性化で成長力低下  
も」『週刊エコノミスト』（毎日新聞出版）

2021/10 「中国7～9月期 GDP プラス幅が大きく縮小 コロナ・資源高が響く」  
『週刊エコノミスト』（毎日新聞出版）

2021/06～08 「〈連載セミナー〉中国経済の隠れたリスク（全6回）」『週刊金融財  
政事情』（金融財政事情研究会）

2021/03 「国内観光業がコロナ前の水準を取り戻すための必要条件」『週刊金融財  
政事情』（金融財政事情研究会）

毎月一回、「中国景気概況」をHPにて公表

四半期に一回、『MUFJ BK 中国月報』（三菱UFJ銀行 国際業務部）の「経済」へ  
寄稿

その他、不定期でHPにレポートを公開