

東洋大学国際観光学部では、新しい観光の考え方・取り組みを連載で紹介する「新しい観光のパラダイム」を、2021年度から公開しています。コロナ禍が落ち着き、観光の復活が本格的に進められているこの時期に、観光産業・教育における新しい潮流を解説するコンテンツを、連載していきます。2024年度のテーマは「日本の鉄道経営と今後のイノベーション」「再始動したインバウンド観光とその展望」「ポストコロナにおける宿泊産業の潮流」「対面サービスのコミュニケーション、その価値の再構築」の4つです。東洋大学ではこれからも、変化に対応し、時代を切り拓ける人材を育成していきます。

## イントロダクション

コロナ禍を経て日本のインバウンド観光需要は消失し、そして元に戻りました。数だけを追えば話はそれですが、この5年の間でその中身は変わったように思います。新しい観光のパラダイムを示すにあたって、インバウンド観光をテーマにいくつかの視点をお届けします。

## コロナ禍の前後でインバウンド観光の何がどう変わったか？

インバウンド観光旅行者の意識と行動に着目して、その変化を考えます。はじめに、旅行者意識の変化をみてみましょう。訪日中国人旅行者数は、2024年7月にコロナ禍後はじめて国別の訪日客数でトップ（24%）を記録しましたが、コロナ禍前は一貫して首位だった（例えば2019年は30%）ことを思い返すと、中国からの旅行需要回復には長い時間がかかりました。コロナ禍を経て、いまどのような人が日本を訪れるのでしょうか。

私はコロナ禍前から、中国との共同研究で中国居住者の訪日意向を観測していました。2024年4月の最新データによれば、いまでも日本への旅行に慎重な人は、20代、30代の若者、年取の高い人という傾向が示されています。富裕層と若者はどちらも、将来的に日本のインバウンド観光を支えてくれる大事なマーケットですが、もしかしたら彼らは日本ではなく、ヨーロッパ等、他の観光地に関心が向いているのかもしれない。数が戻ったからと安心ばかりはしていただけないようです。



多くの外国人観光客でにぎわう大石公園（富士河口湖町）2024年7月撮影

次に、旅行行動の変化に着目します。私は2015年から富士河口湖町の観光統計調査整備に携わっていて、夏季と秋季の年に二回学生とともに観光客へのアンケート調査をおこなっています。もうすぐ10年が経過しますが、そこでずっと観察していると、コロナ禍前後での旅行行動の変化にいくつか気が付きます。2つ紹介します。

1つ目は、レンタカー・レンタサイクル利用の増加です。これまでは二次交通という、河口湖駅にアクセスしてからの町内の移動手段が限られていましたが、最近はレンタカーで自由に移動する外国人旅行者が多いです。自由に移動されてしまいますので、彼らの細かなニーズにより多様な場で応える必要がでてくるでしょう。

2つ目は、観光消費機会の増加です。10年間で消費単価を比べると、全体で2倍、中でも飲食費は2.8倍となりました。コロナ禍前から飲食施設の不足が町の課題でしたが、最近ではカフェや居酒屋を含め、飲食施設が増え、消費単価の上昇につながったと考えられます。

## 長期的な視点で質の高い観光地域を形成しよう

近年オーバーツーリズムの問題が顕在しています。短期的な対策はもちろん大事ですが、上記のようなインバウンド観光の変化を捉えながら、長期的な視点で質の高い観光地域の形成が求められるでしょう。



混雑対策のため階段への座り込みが禁止されたスペイン広場（ローマ）2024年7月撮影



栗原 剛

東洋大学国際観光学部 教授

専門分野：観光地域計画

研究キーワード：観光政策、インバウンド観光、観光消費と経済効果

### 取材お申し込み

東洋大学総務部広報課 MAIL : mlkoho@toyo.jp  
取材お申し込みフォーム <https://www.toyo.ac.jp/press>