



1. 特集：インバウンドの段階的復活に向けて

新型コロナウイルスによる感染症の拡大は国内の観光産業へ深刻な影響を与え、観光庁では、観光地・観光産業の存続、雇用の維持を極めて重要な課題とし、金融支援や雇用調整助成金等の支援策等を実施、加えて、アフターコロナを見据えた取組の推進が行われ、今後の感染状況や観光需要の動向等を踏まえた支援施策、予算編成が検討されています。

本稿では、その中でも、インバウンドにおける訪日外客の段階的な復活に関する政府機関等の取組みを中心に、観光産業に携わる企業が、アフターコロナに向けてどのような点を課題として、準備、環境整備を行っていくのかというテーマを取り上げています。

(1) 訪日外客数の推移

新型コロナウイルスによる感染症拡大への対策として世界各国が移動規制等を行った影響から、2020年の訪日外客数は約411万人と2019年の約3,188万人から激減し、政府が目標としていた4,000万人から大きく乖離しました。

日本政府観光局(JNTO)の発表によると、2021年7月の訪日外客数は、推計値で51,100人(6月は9,251人)と、東京2020オリンピックが開催されたことで一時的に増加したものの、比較対象とすべき2019年の2,991,189人から98.3%減でした。8月の推計値も25,900人(2019年同月比99.0%減)と、訪日外客数は依然として低位推移しており、インバウンド需要も依然として低い深刻な状況が続いています。

(2) 観光需要回復のための政策プラン案

2020年12月に政府が開催した観光戦略実行推進会議では、インバウンドに関しては、「感染拡大防止策の徹底を大前提に、当面の観光需要の回復を担う日本人国内旅行の需要を強力に喚起しつつ、本格的なインバウンド回復に備えた取組を進める。」とされ、段階的にインバウンドを復活させていく項目を含めた政策案(以下5項目)を発表しています。

- ① 感染拡大防止策の徹底とGo Toトラベル事業の延長等
- ② 国の支援によるホテル、旅館、観光街等の再生
- ③ 国内外の観光客を惹きつける滞在コンテンツ造成
- ④ 観光地等の受入環境整備
- ⑤ 国内外の感染状況等を見極めた上でのインバウンドの段階的復活

1点目のGo Toトラベル事業の延長では、業種別ガイドラインによって定められた感染拡大防止策を徹底の上、旅行連絡会との協力のもと、旅行者向けの「新しい旅のエチケット」を公表、安全で安心な旅のスタイルを普及・定着させるとしています。(本レポート執筆時点では、全国を対象に一時停止が継続中。)

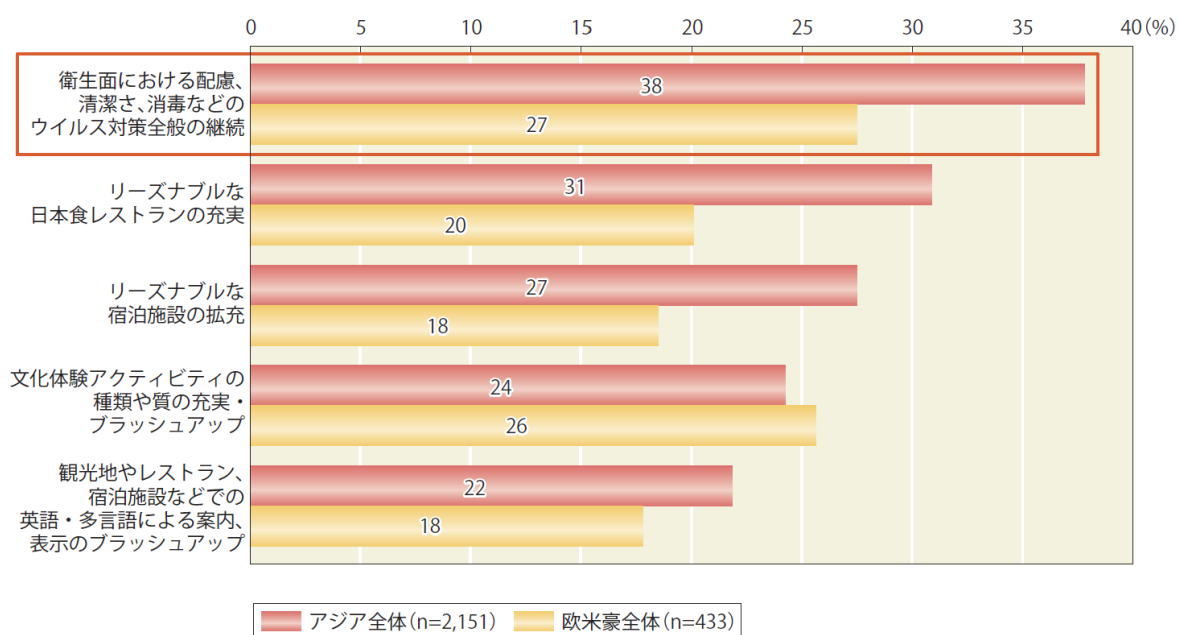
2点目は、新たな補助制度を創設することや融資制度を拡充することで、観光施設全体の再生を実現するような施設改修、廃屋の撤去等を支援し、宿泊事業者間の連携や協業を通じた宿泊施設の収益性改善等への取組み強化です。地方公共団体等が保有する観光施設等への民間ノウハウ導入を促進、例えば公共施設へのカフェ等の併設など、民間活力を導入する場合の施設改修も支援対象です。

3点目は、魅力ある滞在コンテンツの造成として、地域に根差した観光関連事業者等が連携し、観光資源を発掘、それを磨き上げる取組みに対する支援が掲げられています。例えば、アドベンチャーツーリズムにより日本の豊かな自然・文化体験を推進し海外へ売込むことや、交通と観光等の異業種間での連携により新たなツアープランを創設、さらには、デジタル技術を活用したポップカルチャーを含む文化芸術や自然等、観光資源の磨き上げも挙げられています。

4点目の観光地等の受入環境整備では、旅行者が快適に旅を楽しめるように、無料 Wi-Fi の普及や、案内標識、文化遺産等の解説文章の多言語対応等の推進強化を掲げられています。また、キャッシュレス決済の普及、バリアフリー化の推進、感染症対策の充実、非常時における多言語対応の強化等が挙げられています。

5点目の「国内外の感染状況等を見極めた上でのインバウンドの段階的復活」では、国内外の感染状況等を見極めつつ、感染状況が落ち着いている国や地域から、ビジネストラック（専用車での移動、一般客との接触回避、PCR 検査実施等）に準じた防疫措置を徹底した形での、管理された小規模分散型パッケージツアーから試行的に実施するとしています。

図表 1：新型コロナウイルス感染症終息後の訪日旅行全般に期待したいこと



資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(新型コロナ影響度特別調査(2020年6月))」

(出所国土交通省観光庁「令和3年版 観光白書」)

(3) 令和3年版「観光白書」によるインバウンドに対する具体的な環境整備施策

観光庁では、令和3年版「観光白書」において、同年度中の講じようとする施策のうち、観光立国の実現に向けた観光施策として、インバウンドに対する環境整備について次のように挙げています。

イ. 外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備

(イ) キャッシュレス環境の飛躍的改善

海外発行カード対応 ATM 設置のニーズが高い場所での優先的な設置、キャッシュレスによる店舗等運営変革、安全・安心なクレジットカード利用環境の整備を促す。

(ロ) 通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現

Wi-Fi 環境の整備による災害時の情報伝達手段の確保、共通シンボルマーク「Japan.Free Wi-Fi」を用いた無料 Wi-Fi スポットの情報発信を強化する。

(ハ) 多言語翻訳技術の高度化等の推進

観光案内所、宿泊施設、公共交通機関等に加えて、観光地の「まちあるき」の満足度向上を図るべく地域の飲食店、小売店等における多言語音声翻訳システムの活用を含めたまちなかにおける受入環境の面的整備を進める。

(ニ) 観光案内拠点の充実

訪日外客を含む旅行者が全国津々浦々を快適に旅行できるよう、日本政府観光局認定外国人観光案内所の案内機能の質の向上を目指す。

(ホ) ムスリム対応等の更なる強化

ムスリム旅行者が安心して地方部も含めて滞在・周遊するため、食や礼拝等における受入環境の整備・改善を説明会等を通じて促進するとともに、飲食店等における、店表示及びメニューの多言語化やオンライン化、ウェブサイト作成等を支援する。

(ヘ) 訪日ベジタリアン・ヴィーガンの受入環境整備

2019年度（令和元年度）に策定した「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」及び、2020年度（令和2年度）に作成した外国人のベジタリアン・ヴィーガン旅行者向けのポータルウェブサイトの飲食・宿泊事業者や地方公共団体等への周知を継続して実施し、ベジタリアン・ヴィーガンの旅行者が安心して食事ができる環境の整備を促進する。

ロ. 訪日外客のストレスフリーな交通利用環境の実現

空港・港湾から訪日外客来訪が特に多い観光地等に至るまでの既存の公共交通機関等について、感染症拡大防止策を講じた上で、ニーズが特に高い多言語対応、無料 Wi-Fi サービス、トイレの洋式化、キャッシュレス決済対応等の取組を推進するほか、二次交通について、多様な移動ニーズにきめ細やかに対応する新たな交通サービスの創出等を促進し、訪日外客の移動手段の選択肢を充実させるなどにより、シームレスで一貫した世界水準の交通サービスを実現する。

(4) 2030年6,000万人の誘客目標に向けて

観光庁の「令和4年度 観光庁関係予算概算要求概要（令和3年8月）」では、日本政府観光局（JNTO）において戦略的な訪日プロモーションに取り組むことにより、政府目標で

ある 2030 年訪日外客数 6,000 万人、訪日外客消費額 15 兆円等の目標達成を目指すと掲げています。

具体的には、アジア市場に向けては、再訪日意欲を喚起するリピーター向けの大規模キャンペーンや、地方の体験型観光コンテンツの発信を強化することで訪日時の消費額の増加を促進させることを挙げています。また、コロナによる需要の変化を踏まえたプロモーションの強化、アジア市場、欧米市場向けなど、国や市場ごとの戦略に基づく施策、デジタルマーケティング強化や地域ごとの観光コンテンツ発信を強化、実施するとしています。

なお、今後のインバウンドの再開について、令和 3 年度の観光白書では、「UNWTO（国連世界観光機関）の 2021 年（令和 3 年）5 月時点の見通しでは、2021 年（令和 3 年）の国際観光客数について、2019 年（令和元年）比でそれぞれ 63%減、75%減となる 2 つのシナリオを提示している。ただしこれらのシナリオは、感染状況やワクチンの普及状況、渡航制限の緩和等、様々な要因に左右されることに留意が必要である。」と述べています。

また、「一方で、IATA（国際航空運送協会）は、世界の航空旅客輸送が、2021 年（令和 3 年）及び 2022 年（令和 4 年）には、2019 年（令和元年）比でそれぞれ 52%、88%の水準にまで回復し、2023 年（令和 5 年）には 2019 年（令和元年）の水準を 5%上回るとしている。」とも述べています。

図表 2：観光庁で公募しているインバウンド関連の補助金【令和 3 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業費補助金（概要）】

事業名	地方での消費拡大に向けたインバウンド対応支援事業
応募受付期間	4/16（金）～10/29（金）17時締切 ※原則、応募いただいた月の翌月末をメドに審査結果をお伝えします。
補助対象事業者	地方公共団体、民間事業者（観光協会を含む）、航空旅客ターミナル施設を設置し、又は管理する者、空港・港湾管理に関連する協議会等
補助メニュー	(1)外国人観光案内所の整備・改良 (2)観光拠点情報・交流施設の整備・改良 (3)観光スポットの段差の解消 (4)公衆トイレの洋式便器の整備及び清潔等機能向上 (5)非接触式キャッシュレス決済環境の整備 (6)混雑状況の「見える化」と推奨ルートの表示 (7)観光案内所における非常用電源装置及び 情報端末への電源供給機器の整備 (8)観光施設等における感染症対策機器の整備
実施要件	いずれの補助メニューも単独での整備も可能
地域要件	令和3年度指定市区町村以外の着地型整備に積極的に取り組む地域 ※(7)～(8)については、令和3年度指定市区町村も応募可
補助率	(1)～(6)は補助対象経費の 3 分の 1 以内 (7)～(8)は補助対象経費の 2 分の 1 以内

(出所国土交通省観光庁 HP https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000182.html)

(5) おわりに

今回は新型コロナウイルス感染拡大の影響で大打撃を受けるインバウンド復活に向けた政策プランをご紹介しましたが、先行きが不透明な現状においても講じるべき、来るアフターコロナへの準備・対策のご参考にさせていただければ幸いです。信金中央金庫 海外業務推進部では、貿易・投資等に係る内容等を含め、様々な海外ビジネスに関するご相談を承っております。ぜひお気軽にお近くの信用金庫までお問い合わせください。

2. 最近寄せられた相談事例

Q

加工食品を製造している取引先が、米国への輸出をするにあたりKosher認証の取得をしているかどうかヒアリングをされた。Kosher認証とは何か教えてもらいたい。

A

1. Kosher 認証について

- Kosher (コーシャ) とは、主にユダヤ人が信仰するユダヤ教の戒律に基づいた食規定のことを言います。敬虔なユダヤ教徒は、ユダヤ教の食物規定である Kosher に沿った食品・飲料しか口にしません。Kosher の主な例としては水産物で、うろことヒレがついている海魚、川魚があたり、タコ、イカ、エビ、ウナギ等は非 Kosher とされます。また「肉と乳製品を混色してはならない」と定義されているため、ハンバーガー店で供される、チーズバーガーは非 Kosher となります。

ユダヤ人が大半を占める国であるイスラエルにおいては、大手スーパーマーケットなどで販売される食品については、Kosher 認証の取得が必要となっています。

2. Kosher 認証製品の販売状況について

- 一方で、ユダヤ教徒の中でも世俗的な人々があり、彼らは Kosher に対しさほど厳格ではないため、非 Kosher のスーパーマーケットで、Kosher 認証のない食品を購入することもあるようです。

Kosher は、ユダヤ教徒向けということに絞ると、全世界で約 1,400 万人が対象となる大きな市場ではないものの、Kosher 認証されたものについては、健康的な食品であるというイメージが米国等においてあるため、健康趣向の消費者向けに Kosher 認証を取得するというケースもあるようです。

3. Kosher 認証の取得について

- 日本の食品加工業者が Kosher 認証を取得する場合、申請後に Kosher に沿った製造を行っているかどうか、「ラバイ」と呼ばれる判断者に確認をしてもらう必要があります。イスラエル政府に認定された専門の「ラバイ (Kosher を認定するユダヤ教の指導者)」は、製品の成分を確認し、それら各々が Kosher であること、肉類と乳製品の原料が混合されていないこと等を確認します。その後、工場において製品の製造ライン検査を行います。過去にさかのぼって、Kosher 認証対象外の食品を扱っていないか、同ラインで「肉類」と「乳製品」が混合されていないか等の確認を経てはじめて Kosher 認証が発行されます。Kosher 認証は一度発行されたら終了ではなく、1 年間が通常有効期間と言われています。そのため「ラバイ」が定期的に製造工場を視察しに来るなど、徹底した管理が行われます。

日本にもコーシャ認証団体があるようなので、必要があれば相談をするのも良いと思われます。なお、2014 年のジェット口調査によれば、一般的な取得までの相場価格としては製品にもよりますが、3,000 ドルから 1 万ドルのようです。

Q

当社はタイの子会社向けに親子ローンを検討している。子会社から返済を受ける際の留意点について教えてほしい。

A

1. ローンアグリーメント（金銭消費貸借契約書）の作成について

- 日本本社（親会社）が海外に出資設立した現地法人（子会社）に対して貸出を行うことを一般的に親子ローンといいます。親会社と子会社間の資金融通であり、現地法人の所在国によっては資金のやり取りが自由であるため契約書面を作成しないことがあります。

タイにある海外子会社に対して親子ローンを実行する場合は、必ずローンアグリーメント（以下「契約書」という。）を締結する必要があります。タイにおける外国為替管理に関するルールは、1942年の外国為替管理法とそれに付随する省令から定められています。これに基づいて、タイから日本への送金を行う際には、現地金融機関から資金の出所を証明する書類として、契約書や親会社から送金を受けた際の入金証明書の写しの提出が求められるため、契約書の作成は必須となります。また、契約書の内容によっては、税務調査等においても問題となる可能性があることから、事前に専門家と協議することをお勧めいたします。

なお、タイ投資委員会（BOI）は、BOI企業は新規設立の場合、借入総額は登録資本金の3倍以内と定めています。

2. タイの税制について

- 親子ローンの利息金支払いにあたって、実務上では、タイ子会社から親会社へ送金する際に、源泉税率の相当額をあらかじめ差し引いたうえで送金し、翌月7日までにタイ現地で税務申告および源泉税の納付を行う必要があります。税率については、受取人がタイ国外（日本）の法人である場合は15%となっています。

タイと日本は、二重課税の回避ならびに脱税および租税回避等の防止のために、日本・タイ租税条約を締結しています。そのため、上記の源泉徴収税相当額は、外国税額控除の対象となり、日本での法人税が軽減されます。

<編集・発行>

信金中央金庫 海外業務推進部 推進グループ

中央区八重洲1丁目3番7号

<http://www.shinkin-central-bank.jp/>

Tel : 03(5202)7674

Fax : 03(3278)7035

本レポートは、標記時点における情報提供を目的としています。したがって投資等についてはご自身の判断によってください。また、本レポート掲載資料は、信金中央金庫が信頼できると考える各種データにもとづき作成していますが、信金中央金庫が正確性および完全性を保証するものではありません。

なお、記述されている予測または執筆者の見解は、予告なしに変更することがありますのでご注意ください。