



報道関係者各位

2022年6月2日  
Mastercard

**【Mastercard Economics Institute】**  
旅行制限の緩和と需要の高まりにより  
**2022年のアジア太平洋地域における旅行が活性化**  
訪日観光客への大きなメリットとなる円安ドル高の影響も

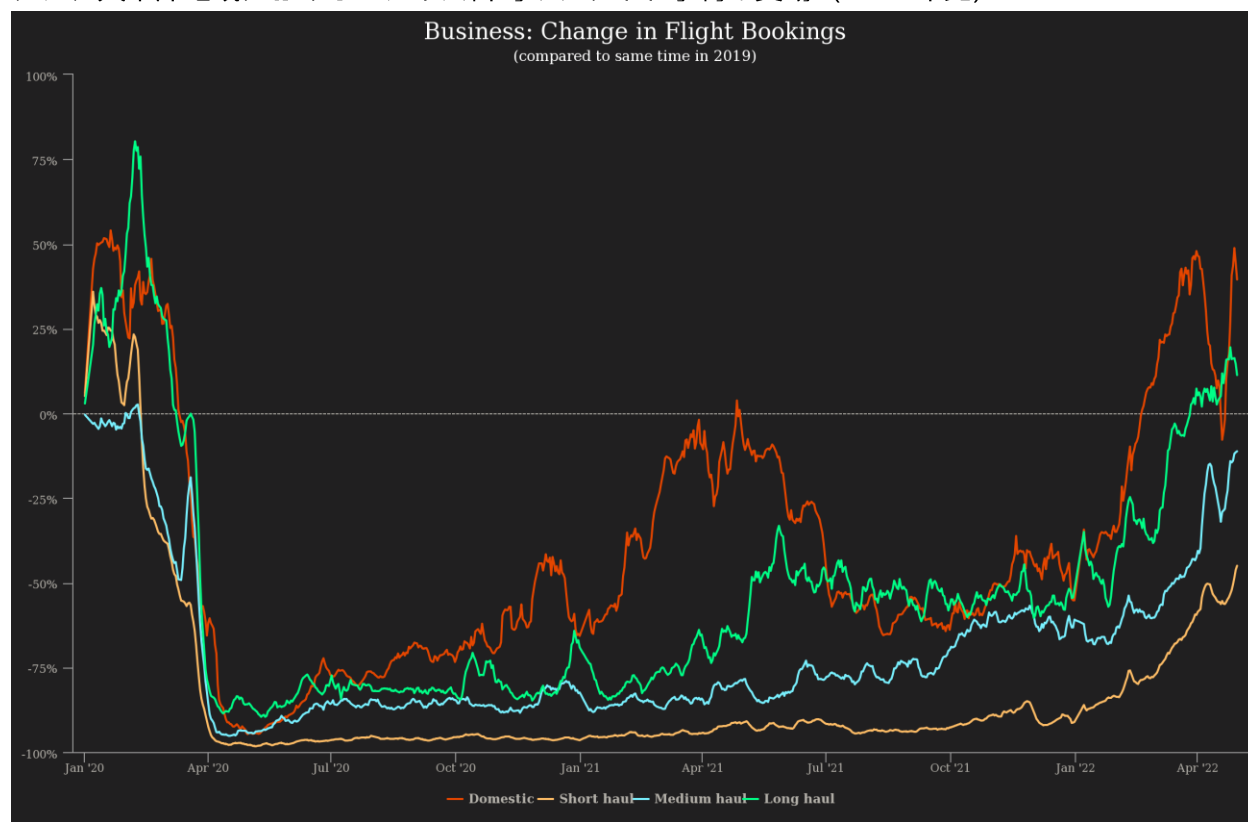
本書は、2022年5月18日に Mastercard がシンガポールで発表したプレスリリースの日本市場版です。

Mastercard Economics Institute が発表した旅行に関する最新の調査「[Travel 2022: Trends and Transitions](#)」によると、新型コロナウイルス感染症(Covid-19)の感染拡大の影響による波乱の二年を経て初めて、世界のレジャーおよびビジネス目的のフライト予約が Covid-19 パンデミック前の水準を超え、クルーズ、バス、鉄道への支出は今年に入り大幅に改善し、世界の旅需要の回復が重要な節目に到達したことが明らかになりました<sup>1</sup>。アジア太平洋地域の9つの市場を含む世界37カ国を対象にした本調査は、ワクチン接種後に制限が緩和された Covid-19 パンデミック時代における世界の旅行事情に関する重要な洞察を提供しています。

アジア太平洋地域におけるレジャー目的のフライト予約の変動（2019年比）



## アジア太平洋地域におけるビジネス目的のフライト予約の変動（2019 年比）



本調査は、世界の旅行の現状を、パンデミック前の 2019 年の水準と、入国制限が緩和され始め、ほとんどの地域で海外旅行が再開された時期の 2 つの変曲点と比較しています。

また本調査では、公開されている旅行データ<sup>2</sup>、および Mastercard ネットワークにおける販売活動の集計と匿名化という独自の分析<sup>3</sup>に基づいて、旅行者の旅の主要な要素を掘り下げています。これらの要素から、旅行の回復を後押しする追い風、旅行関連の購入を決定する際の消費者の考慮事項、旅行の回復に影響を与える可能性のあるインフレ、ハイブリッドワーク、医療リスク、地政学的混乱などのマクロ経済動向について解説しています。

アジア太平洋地域の 2022 年 4 月までの主な調査結果は、以下のとおりです。

- 入国制限が解除されたことにより、アジア諸国が旅先の候補として復活：  
フライト予約の傾向が現在のペースで推移した場合、アジア太平洋地域のフライト利用者は昨年と比べて 4 億 3 千万人増加すると推定されます。北アジアや中国本土の市場がまだ入国制限を緩和していないにもかかわらず、この地域の旅行見通しは楽観的であり、この傾向は地域全体のみならず世界中でみられるものと思われます。
- 需要の高まりが旅行産業の回復を促進すると予想：  
アジア太平洋地域の渡航と入国制限の緩和により、インバウンドとアウトバウンドの両方で旅行への需要が急増し始めています。これは地域全体の傾向として、消費者が自粛中に貯めたとされる余剰貯蓄を旅行資金にあてていることによるものであると示されています。

例えば、2022年にオーストラリアで国境が開かれ、急に旅行ができるようになった結果、オーストラリアからインドネシアへのフライト予約は2022年に約200%急増し、米国へのフライトは2倍以上になりました。

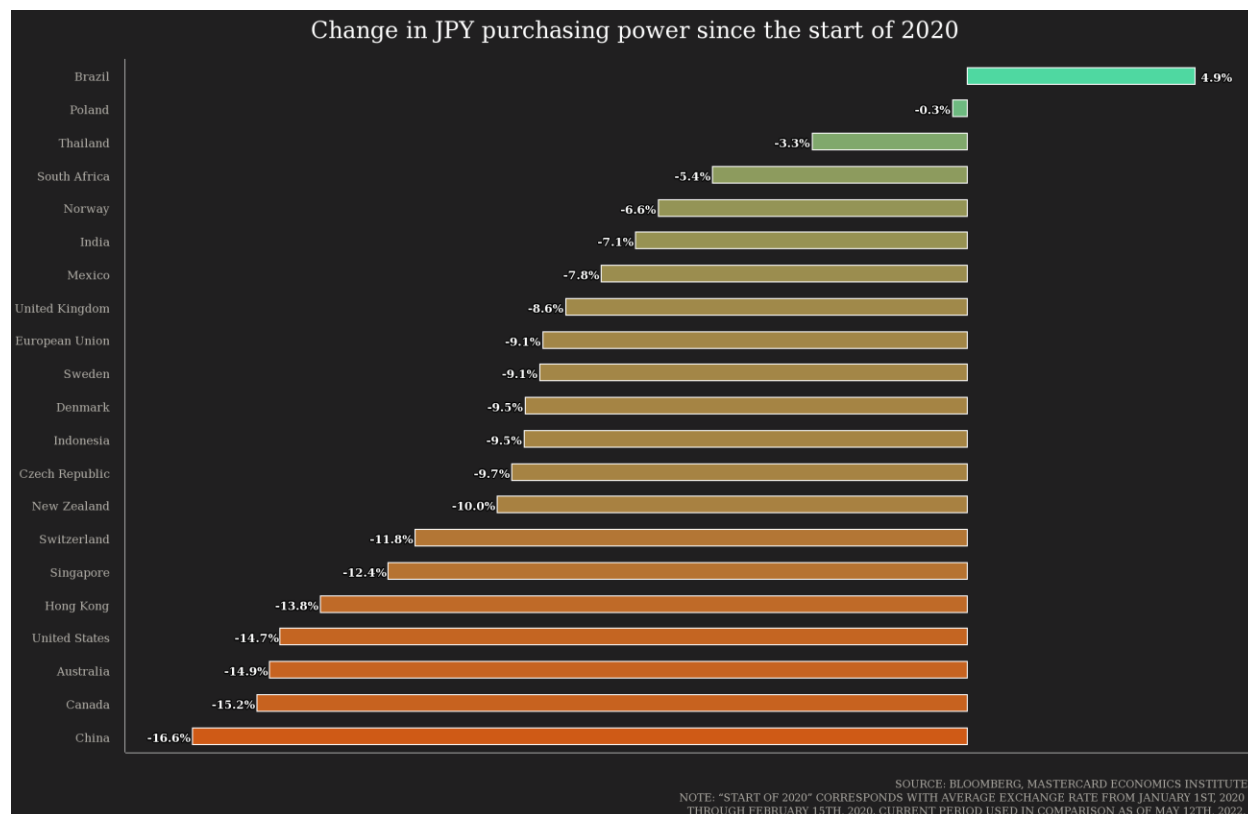
● 旅行消費はモノより体験<sup>4</sup>に回帰：

世界的に、1年の大半で海外旅行者は旅行先でモノよりも体験にお金を使うことが多くなっていますが、この傾向はアジアでも見られ、特にシンガポールでは、外国人観光客は体験への支出が世界的にも高く、2022年3月までにパンデミック前の水準から60%増加しました。一方で、その他のアジアの地域では、2022年4月に国境が開通したインドネシアや韓国においてもインバウンド観光客の数が少なく、異なった状況が混在していることが明らかになりました。

さらに、モノから体験への移行に加え、旅行者の訪問先の選定に影響を与える可能性がある新たな要素としてインフレが影響していることが明らかになりました。例えば日米間では、米国連邦準備制度理事会（FRB）が利上げに踏み切る一方、日本銀行は利上げを見送り、円安ドル高が進行しました。その結果、パンデミック前の100ドルの購買力は、2022年には日本で約17ドル上昇し、外国人観光客にとって大きなメリットとなる可能性がでてきました。

今後、アジア太平洋地域での渡航制限が徐々に解除され、観光客が旅先で消費をするようになることで、今後の動向が重要な注目点となっています。

2020年初頭と現在の日本円の購買力の比較



- 旅先の選択は、移動制限に影響される：

パンデミック発生以降、煩雑な入国・検疫要件、渡航制限、検査手続きなどが生じ、入国が簡便な渡航先が好まれる傾向が明らかになりました。そのため、アジア太平洋地域の旅行者の間では、米国が依然として最も人気があり、オーストラリア、シンガポール、英国、カナダがそれに続いています。しかし、今後制限が緩和され、国内旅行が再び盛んになるにつれて、アジア太平洋地域内の旅行の人気が増すと推測されます。



- サプライチェーンの混乱と運航コストの上昇により、地域全体で旅行費用は高止まり：

パンデミックに端を発した旅行需要の減少は、航空会社や運輸業界全般の運営コストを拡大させ、その結果、アジア太平洋地域の旅行者が支払う運賃は世界的に見ても高騰しています。アジア太平洋地域の平均航空運賃は、オーストラリアではおよそ 11%、シンガポールではおよそ 27% 上回るなど、依然として高い水準ですが、これは航空輸送の人材不足など、地域全体における企業の雇用がパンデミック前の水準を下回っていることが原因です。

- 国内消費は、大きな打撃を受けた運輸業を中心に勢いを取り戻す：

パンデミック時に移動手段として国内交通機関、特に自動車に頼る人が増え、レンタカーや通行料への支出は過去 2 年間を通じて一貫して 2019 年の水準を上回りました。ドライブ旅が人気の多くのアジア太平洋地域で、国内旅行に対して旺盛な需要が見られました。

アドバイザーズクライアント サービス、日本&韓国地区 シニア プリンシパルのブバー ベノワ氏は次のように述べています。「日本政府は、2022年6月10日から、海外からのガイド付きパッケージツアー旅行者の入国を認める計画を、2年ぶりに発表しました。今後、『セルフガイド』でのレジャー体験を求め休暇に訪れる海外からの旅行者を受け入れる計画を進めるにあたり、日本は他の市場から学ぶことができる理想的な立場にあります。また、アジア太平洋地域の旅行者が旅行への回帰を強く望んでいることが明らかになっており、国際航空会社は今夏からの日本へのフライト数の増便を発表、さらに、日本円が訪日者にとって有利に推移しているなど、複数の要因が日本のインバウンド観光を後押ししています。アウトバウンドについても、ゴールデンウィークに日本からハワイへの運航便が限定数であったものの、全便が満席となり、旅行回帰の動きが強まっていることが表れています。世界やアジア太平洋地域の観光地と競争し、インバウンドおよびアウトバウンドの旅行者を増加するためには、旅行者の入国制限の緩和が引き続き重要な鍵となります。」

#### 旅行者・観光部門への包括的なサポート

Mastercard は、あらゆる規模の企業と消費者が旅の再開に適応できるよう、安心感、利便性、価値をお届けしています。旅の目的地が近いか遠いかにかかわらず、消費者、コーポレート、T&E カード会員様は、豊富なプログラム、プラットフォーム、パートナーシップをご利用いただけます。

[Mastercard Travel & Lifestyle Services](#) は、旅行の計画、提案、予約、保証、24時間365日のコンシェルジュサポートを提供します。旅行先では、一生に一度の priceless な体験や優待サービスが受けられるイベントやキャンペーンへのご参加、さらにキャッシュバック等の特典を提供する [Mastercard Travel Rewards](#) のご利用がいただけます。また、中小企業のお客様には、出張手配や経費管理などのビジネスソリューションを提供する [Mastercard® ビジネス・アシスト](#)、高級レストランや国際的なホテル、空港などで割引や優待サービスを提供する [Mastercard T&E Savings](#) をご利用いただけます。

また、Mastercard は、変化する消費者動向を把握するための市場分析や高頻度データの分析から、ブランド・ロイヤルティを高め、予約を最大化するためのマーケティング・ソリューションや消費者エンゲージメント戦略まで、さまざまな [サービス](#) を通じて世界の観光産業の回復と旅行者の受け入れに貢献しています。

レポート各種およびインフォグラフィックは、下記よりご覧いただけます。

- [Travel 2022: Trends and Transition レポート](#) および [インフォグラフィック](#)
- [Mastercard Economics Institute その他のレポート](#)

###

<sup>1</sup> Mastercard ネットワーク内の匿名化された取引情報に基づいています。

<sup>2</sup> Google Community Mobility Reports、IATA 旅客データ、各国の統計報告機関によるマクロ経済指標。

<sup>3</sup> Mastercard のスイッチング・トランザクション

4 「体験」には、レストラン、アミューズメント・レジャー、カジノ、ナイトクラブ、バー、その他のイベントでの旅行者の支出が含まれ、「モノ」には、コンビニエンスストアチェーン、アパレル、化粧品、スポーツ用品、宝石、靴、書店、電気製品、おもちゃ、デパートが含まれます。交通費・宿泊費は除く)

**\*免責事項**

本プレゼンテーションおよびコンテンツは、情報提供を目的としたリサーチツールとしてのみ提供されるものであり、特定の行動や投資に対する投資アドバイスや推奨を目的としたものではなく、意思決定や投資目的のため、その全部または一部を依拠されるべきではありません。本プレゼンテーションおよびコンテンツは、その正確性が保証されているものではなく、許可されたユーザーに対して「現状のまま」提供されるものであり、ユーザーは自らの責任において本情報を検討し使用するものとします。Mastercard Economics Institute による推定経済予測、シミュレーション、シナリオを含むこのプレゼンテーションとコンテンツは、Mastercard の事業または財務実績に対する期待（または実際の実績）を決して反映するものではありません。

**Mastercard Economics Institute について**

2020 年に設立された Mastercard Economics Institute は、独自の高頻度かつ実用的な経済指標をもとに、ビジネスや政府のリーダーがより良い結果につながる思慮深い意思決定を行うために定期的なレポートを提供しています。

**Mastercard (NYSE: MA) [www.mastercard.co.jp](http://www.mastercard.co.jp)**

Mastercard は、決済業界のグローバルテクノロジーカンパニーです。私たちの使命は、決済を安全で、シンプル、スマートかつ、アクセス可能なものにするので、すべての人にあらゆる場所で利益をもたらす包括的なデジタルエコノミーを実現し、強化することです。安全なデータとネットワーク、パートナーシップを活用し、消費者や金融機関、政府、企業の可能性を最大化するためのイノベーションとソリューションを提供します。そして、Mastercard が持つ DQ (decency quotient : 良識指数) が企業文化を醸成し、社内外で行うすべての行動の原動力となっています。世界 210 を超える国と地域とのつながりを通じて、Mastercard はすべての人々にとって特別で新しい可能性を解き放つ、持続可能な世界を構築していきます。