

## SEMINAR

## JNTO発

## 外客攻略のヒント

高橋歩 JNTOハノイ事務所長

vol.108

## ベトナムの感染対策と観光業界

20年は世界中の観光業にとって受難の年であった。ベトナムも例外ではなく、新型コロナウイルス感染症が広がり始めた2月以降は未曾有の打撃を受け、観光業は苦境に陥った。一方で、ベトナムの新型コロナ対策は世界的に高く評価されている。

最近発表された豪シンクタンクの新型コロナ対応力ランキングで、ベトナムの総合評価はニュージーランドに次いで世界第2位となった。政府の対策の的確さは経済にも顕著に表れており、20年のGDP成長率は前年比2.9ポイント増とプラスを維持し、21年も政府は6.5ポイント増を目標としている。

ベトナムの新型コロナ対策が成功した要因はまず、政府の即断・即決の対応と挙国一致の協力だ。ウイルスの特性がまだ明確でない段階から、正しい戦い方を実践していた。ウイルスを外敵に見立て、国民を戦士にたとえて挙国一致の防疫体制の必要性を訴え、いち早く教育機関を休校させ、入国規制を敷き、人の流れを止めた。感染拡大を防ぐため、バー、カラオケ、マッサージなど一部サービスは即時営業を停止させた。同時に集会の制約を設け、感染者が発生した場合はその地区を躊躇なく封鎖し、状況の変化に臨機応変に対策を変えた。

ベトナムはその歴史の中で数々の外敵から国を守り、撃退してきた経験があり、外敵からの国防意識が浸透している。これに加え、重症急性呼吸器症候群（SARS）の経験も忘れてはならない。実はベトナムは今から約18年前、世界中が今と同じように感染症の恐怖に怯えたSARSの封じ込めに世界で最も早く成功した国として、世界保健機関（WHO）に認定されている。この時の経験が政府の舵取りに大いに参考になったのではないだろうか。また、主要な交通手段であるバイクを運転する際、コロナ禍前からマスク着用が定着していたことも、感染拡大防止に一役買ったのではと考えている。

もう1つの要因は人々の感染への恐怖心と警戒心だ。国内での感染が広まるにつれ、人々は政府の発表とともにソーシャルメディア（SNS）上の情報に多大な関心を寄せた。ベトナムにおける濃厚接触者の定義は非常にわかりやすく、陽性者はF0と分類され、F0との接触者がF1、F1との接触者がF2、F2との接触者がF3、F3との接触者がF4となる。保健当局はこの分類を基に段階別の対策（集中隔離、自宅隔離など）を示し、感染の発生情報や行動履歴、接触者の数などを詳細にインターネットで公開した。SNS上では、個人情報を含むその関連情報が拡散され、人々は感染への恐怖に加え、プライバシーの流失リスクに警戒を抱いたため、結果的に感染拡大の防止につながったと推察する。

このほか、スマートフォン用感染者追跡アプリ「ブルーゾーン」の活用もある。市中感染が発生するたびにダウンロード数を伸ばし、2月1日時点で2700万件に上っている。また、人気歌手が自らのヒット曲を手洗い推奨曲にアレンジし、ユーチューブで公開して啓発したことなども、まさに時代の潮流を反映した効果的な予防策だったといえる。

しかしながら、1月末から市中感染が拡大しており、共産党大会で選出された政府新指導部の対応が注目されている。

## 岐路に立つ事業者

ベトナムの観光業界の現状はといえば、卓越した新型コロナ対策で経済への影響は最小限に食い止



昨年11月にハノイで開催されたベトナム国際トラベルマーケット（VITM）。旅行フェアのリアル開催は世界的に稀有

めたものの、20年の観光業界は冬眠状態となった。ベトナム観光総局によると、観光客からの収入は約6割減で190億ドル以上の損失。訪越外国人は約8割減の約370万人にとどまり、国内旅行者も3割以上減少し5600万人だった。

実情は数字以上に深刻だ。航空業界は記録的な減収で政府への支援を求め、国内ホテルの稼働率も国内旅行需要の一時的な回復の恩恵を受けた一部リゾート地を除き、全体的に低下した。旅行会社についても同様で、外国語のガイドは訪越外国人の激減によって早い段階でリストラの対象となり、アウトバウンド部門は閉鎖・縮小されているケースも多い。昨年末には、取り扱い資格を返上して供託金の返金を求める企業は前年の3倍の300社以上となった。

国内旅行需要は市中感染が収まると一時的に回復するものの、感染発生ニュースのたびにキャンセルが続出し、事業者は悲鳴を上げ続けている。各社はリストラに加え、事務所の閉鎖・移転による経費削減や輸入品販売などで糊口をしのいでいるが、中小規模では倒産も多いと聞く。11月にはハノイで東南アジアの五輪とされるスポーツ大会「SEA Games」が開催される予定で、同大会に向け、ベトナム観光業界の動向が注目される。

それでは訪日旅行市場に目を転じてみよう。今年1月中旬に日本が水際対策を強化する以前は、技能実習生を中心としたベトナム人の来日が再開しており、20年の訪日客数は他の市場に比べて減少幅が小さく、前年比69.2%減の約15万人となった。厚生労働省によると、昨年10月末現在のベトナム人労働者数は10.6%増の約44万人と、国籍別で中国を抜いて首位となった。在留ベトナム人がSNS

## ●VITM来場者アンケート結果（複数回答）

## Q.旅行する際の情報源は？

順位	18年	19年	20年
1位	旅行会社に相談	旅行会社に相談	旅行会社に相談
2位	インターネット	インターネット	旅行ブログ
3位	旅行会社のチラシ	SNS	旅行会社ウェブサイト

## Q.訪日旅行の障害は？

順位	18年	19年	20年
1位	言葉	言葉	言葉
2位	旅行費用	旅行費用	旅行費用
3位	ビザ取得	日本の物価	新型コロナ感染症

資料：JNTO

等で発信する日本の情報は本国の家族・友人の関心が高く、こうした状況を踏まえると、在留ベトナム人の受け入れ体制の充実化や情報発信の担い手として活用することが将来の旅行の検討に大きな役割を果たす可能性があるのではないだろうか。われわれ日本人が現状を正しく認識し、日本国内のコミュニティでベトナム人の受け入れ体制を強化して習慣の違いから発生する誤解を回避し、共存を促進していくことも重要と考える。

## 日本への高い関心維持

JNTOハノイ事務所は旅行会社と航空会社に20年5月と11月にウェブアンケートを行った。それによると、訪日旅行販売に対する意欲は変わらず、早期再開を望んでいるという結果となった。昨年11月にハノイで行われた旅行フェアの来場者アンケートでも、将来希望する海外旅行先として日本は変わらず首位となり、業界関係者、消費者ともに訪日旅行への高い関心が維持されていた。

観光での往来再開は、安全性が確立されたワクチンの普及、日越双方向の定期旅客便再開、観光目的の査証申請環境の回復などの条件がそろふ必要がある。しかし、旅行フェアで実施した過去3年のアンケート結果によると、消費者は旅行を考える際の情報源を「旅行会社」、訪日旅行の不安要素を「言語」と回答しており、コロナ禍前後で変化がない。

SNSを活用して消費者や旅行会社にベトナム語で定期的に情報を提供すること、また受け入れ環境整備を継続的に進めていくことが、訪日旅行の再開という夜明けに向けた必要な備えといえる。

(今回は4月19日号に掲載します)