

世界のトップを 日本ファンに！

～今こそ、日本はハイエンドトラベル界の立ち位置を作るチャンス～

URBAN CABIN INSTITUTE

山田理絵



“ハイエンド”旅行者は一度の旅行で数千万円を消費する

▼超富裕層(ハイエンド旅行者) …… 政財界のトップ

所有資産:約32億円以上

消費額:旅行1回あたり数千万円

移動手段:プライベートジェット(自己所有)・スーパーヨット・ヘリコプター

▼富裕層(ラグジュアリー旅行者)

所有資産:約1億円以上

消費額:旅行1回あたり数百万円

移動手段:ファースト・ビジネスクラス、プライベートジェット(チャーター)

スーパーヨット客は地方を巡るため、地方創生に貢献
漁港の再開発など新たな雇用も創出

分類	投資可能資産
超富裕層	3,000万米ドル(約32.2億円)以上
富裕層	100万米ドル(約1.1億円)以上

出典:「World Wealth Report 2020 (Capgemini社)」

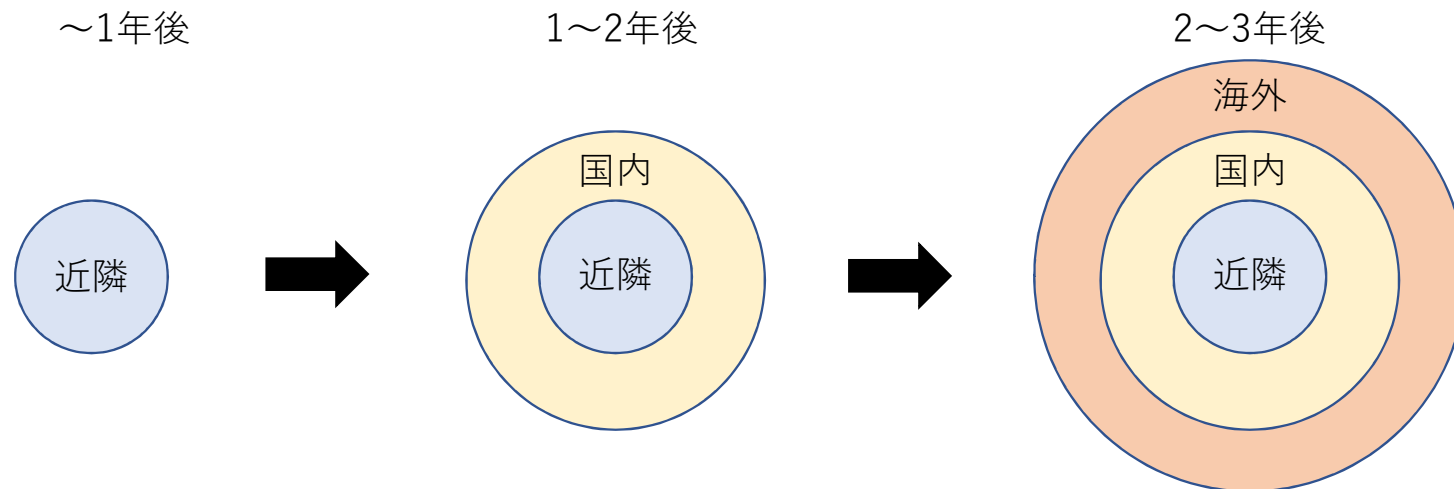


スーパーヨット

Oceanco社 「Tuhura」

コロナ時代の新たなインバウンド観光の見通し

インバウンド99.9%減からの回復シナリオ



このシナリオの中に「ハイエンド層」はいない
東アジアの富裕層は早々にアクティブに動き始める

“ハイエンド”旅行者は日本を理解し、自らを高めるために訪れる

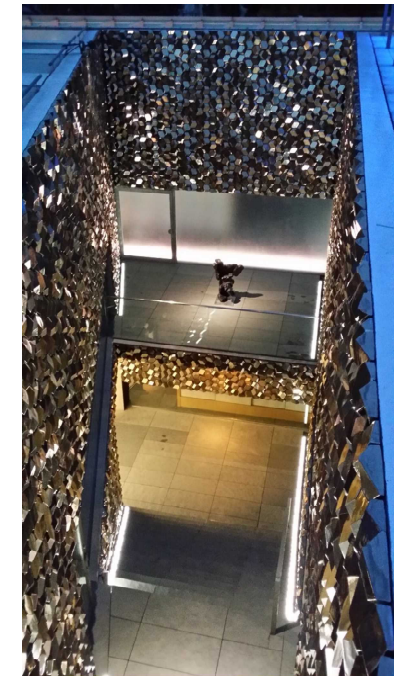
◆ハイエンド旅行者は ただの贅沢旅でなく「自分を高める特別体験」を求めている



アート



食



建築

ラグジュアリーのスタンダードである欧米の文脈を理解した上で、
日本独自のハイエンドトラベルを確立する必要がある

香港はアートを武器に富裕層の取り込みに成功



ファッションとアートが連動して世界唯一を提供



菓子職人がこの日の為に特別な小品を提供

アートは富裕層の資産形成の一部となっており、成功者ほどアートへの造詣が深い



アジア最大級の現代美術館M+を建設



ふつうでは見れない最高級腕時計の製作過程

ハイエンドトラベラー 誘客の為に

◆ アートを軸として、サービス・コンテンツを磨き上げ、情報発信を強化

Connoisseur Japan

「見て 食べて 泊まって」を線で結ぶ

<p>体験</p> <p>アート・ファッション・建築・ イノベーション・伝統文化・ スピリチュアルなどの特別体験</p>	<p>食</p> <p>料理の質が傑出し、チアアップの 演出に長けたスターシェフ レストランからラーメン屋まで</p>	<p>宿泊</p> <p>日本のオリジナリティがある 研ぎ澄まされた和が表現された ホテル・旅館・民泊</p>	+	<p>出会い</p> <p>日本の政財界のリーダー・ 芸術家・各界の第一人者との 上質な「出会い」もアレンジ</p>	
					

◆ 入出国管理や移動環境の整備、地方の宿泊施設やガイドの不足など、インフラ整備が急務

◆ アート・建築・ファッション・デザインなどを学ぶ学生へのハイエンドトラベル対応の教育と活用

⇒ 富裕層目線を理解しているプロデュースチームを立て、
政・官・民が連携して中・長期で立案、推進すべき