

コラム

II-4

海外からの富裕層の来訪・滞在促進に向けた取組

海外の富裕層の誘客に向けた取組が行われている。

海外に向けたプロモーションについては、日本政府観光局が2019年（令和元年）6月に富裕旅行²³を取り扱う欧米豪市場の旅行会社を計53社招請し、国内セラー（高級宿泊施設、富裕旅行向けのコンテンツホルダー等）と結びつける国内商談会「Japan Luxury Showcase」を開催した。これと併せて、招請した旅行会社向けのファムトリップや国内の出展企業に向けたセミナーも実施した。また、同年5月から2020年（令和2年）3月にかけて海外各地で開催された富裕旅行向けの商談会にも出展し、日本の富裕旅行向けコンテンツ等について情報発信を行った。年間を通じて、富裕旅行向けウェブサイト等を活用した情報発信も実施した。

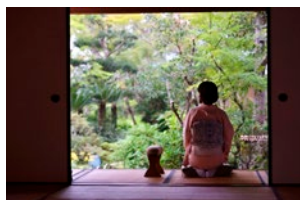


海外の富裕旅行商談会に出展した際のジャパンプースの外観

日本文化に興味を持つ富裕層に対する観光コンテンツも造成されている。愛媛県大洲市の大洲城では、木造復元の天守閣に滞在する城主体験宿泊が2020年（令和2年）内開業に向けて準備が進められており、1泊100万円（2名利用時）から提供する。世界遺産認定の仁和寺では、境内の歴史的建築物に滞在し、原則非公開の文化財の鑑賞や、特別な文化体験と宿泊滞在が楽しめるプログラムを、1組1泊100万円（1組5名定員）で2018年（平成30年）4月から提供している。



大洲城と臥龍山荘(重要文化財)の城主体験イメージ



松林庵(仁和寺)の滞在と文化体験



観光庁では、消費単価が高いと考えられる富裕層の来訪・滞在の一層の促進を図るため、庁内で検討を進めている。この検討の蓄積によれば、海外からの富裕層の来訪・滞在促進のためには、大きく、①プロモーションに関する課題、②宿泊施設とその他の観光資源の磨き上げに関する課題、③富裕層に対応する人材に関する課題が存在する。

課題の具体的な内容は、プロモーションでは、「富裕層」の実態のさらなる把握、ターゲット設定の多様化、対象市場の拡大等がある。宿泊施設では、富裕層対応人材の確保・育成や施設の整備・改修等に関する資金調達等、観光資源では、富裕層向けのコンテンツ不足や収益モデル・販売経路の確立等がある。人材では、地方部を中心に、富裕層に対応するための知識・サービス水準などが知られておらず、対応する人材を育成するためのノウハウも不足していることがあげられる。

今後、海外の富裕層の地方部も含めた我が国への来訪・滞在促進を加速化させるためには、これらの課題に対応した取組を、官・民・地域が一体となって、積極的に進めていく必要がある。そのため、我が国に50箇所程度の世界レベルの宿泊施設の整備を目指すほか、宿泊施設全体のサービス力の向上を図るとともに、地域の観光施設・観光資源等のコンテンツの磨き上げを促進していくことが重要である。

23 1人1回あたりの着地消費額が100万円以上の旅行