

資料1

「上質なインバウンド観光サービス創出に 向けて」報告書（令和3年6月） の概要及びその後の主な国の取組状況

富裕旅行者の訪日促進に向けて取り組むべき課題

上質な宿泊施設の開発促進

- ・地方部に魅力あるコンテンツがあっても、宿泊施設がなく、海外エージェントが送客できない
- ・クレジットカード決済データの分析でも、地方部での宿泊施設の利用が少ない

富裕旅行者の関心に沿う観光コンテンツの造成

- ・コンテンツの背後にある歴史や哲学、美学も含めて本質を理解できるような体験型観光コンテンツが不足

シームレスで快適な移動

- ・プライベートジェットやスーパーヨットの利用や入国手続き、ヘリコプターによる移動、ハイヤーの手配等に課題

サービスの多様性、柔軟性

- ・宿泊施設、レストラン、交通などで、優先予約や貸切対応、プライベートのサービスなどを求められた際の柔軟性の不足

人材育成と富裕旅行産業エコシステムの形成

- ・宿泊施設の人材確保
- ・富裕旅行業界のプロ人材の育成
- ・富裕旅行者向けガイドの育成
- ・国内での富裕旅行産業ネットワークの形成

積極的な富裕旅行誘致

- ・ガストロノミー、アート、建築等のブランディングと、よりハイエンドに訴求する情報発信の強化が必要



今後の取組の方向性

上質な宿泊施設の 開発促進

- ・自治体とホテル開発関係者のマッチング
- ・人材育成支援 等

観光コンテンツの 高付加価値化

- ・城泊・寺泊等の磨き上げ
- ・スノーリゾート形成 等

一気通貫で柔軟性の高い 旅行サービスの提供

- ・ビジネスジェット、スーパーヨット利用環境改善
- ・ストレスフリー旅行 等

人材育成及び富裕旅行産業 エコシステムの形成

- ・リカレントプログラム
- ・富裕層ガイド育成
- ・エコシステム形成 等

戦略的プロモーションの 実施

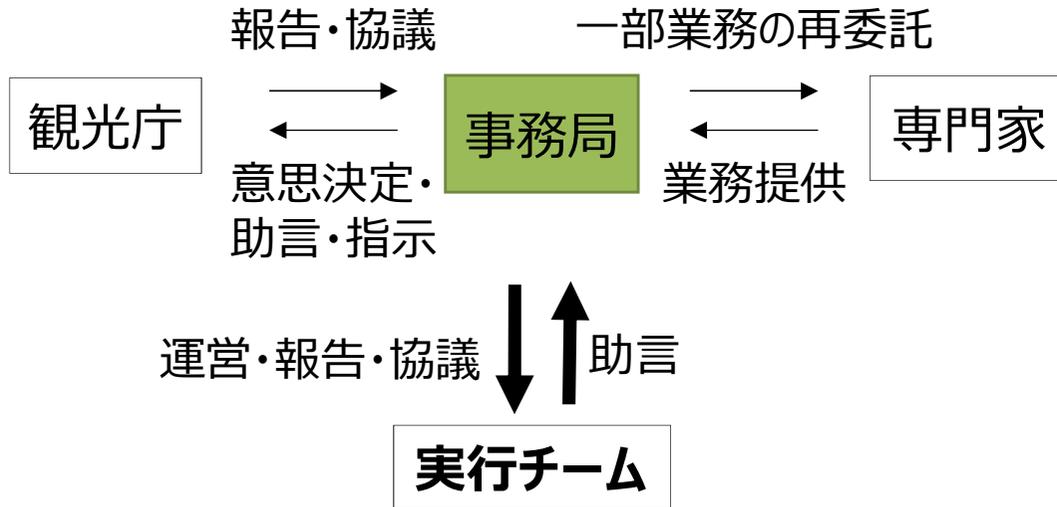
- ・デジタルマーケティング
- ・富裕旅行商談会
- ・市場調査 等

1. 地方部の上質宿泊施設の整備
 2. 地域観光コンテンツの高付加価値化支援の例
 3. 関連する人材育成事業
 4. シームレスな移動のための環境整備等
 5. 訪日プロモーション
- (参考) 高付加価値旅行の実態

地方部における上質な宿泊施設の開発促進

- 特に地方部において、高付加価値旅行層が求めるサービスと施設を備えた宿泊施設が質・量ともに不十分。
- 事例調査として、誘致に意欲的な**自治体等**や**宿泊施設運営会社**や**ディベロッパー等**民間関係者との協議等のマッチング事業を実施。宿泊施設の整備に向けた協議、課題や対応策を整理。

事業スキーム



令和2年度「上質なインバウンド観光サービス創出に向けた観光戦略検討委員会」に下の「上質な観光地整備実行チーム」を踏襲して開催。

※ 対象地域において上質なサービスを求める観光客への対応能力強化に向けた地域研修を併せて実施

2地域（3か所）を調査対象に決定

- ・ 和歌山県那智勝浦町
- ・ 奈良県ビクターズビューロー



浦神半島

画像提供：
和歌山県那智勝浦町

候補地から海を一望できる眺望があり、世界遺産熊野古道、那智の滝等、周辺の観光資源が豊富。



粉白

画像提供：
和歌山県那智勝浦町

山に抱かれながらも海を臨んでおり、立地として海への眺望が特に強調される。近隣には静かで白砂の美しいビーチがある。



吉野山

画像提供：
奈良県ビクターズビューロー

吉野山から望む景色からは、日本の四季折々の風景を楽しむことができ、特に桜の眺めは絶景。

対象地域を追加予定

1. 地方部の上質宿泊施設の整備
 2. 地域観光コンテンツの高付加価値化支援の例
 3. 関連する人材育成事業
 4. シームレスな移動のための環境整備等
 5. 訪日プロモーション
- (参考) 高付加価値旅行の実態

アドベンチャーツーリズム

- 自然のなかでのアクティビティや異文化体験を通じて、地域の人々と双方向で触れ合い、楽しみながらその土地の自然と文化をより深く知ることによって自分の内面が変わっていくような旅行形態。
- 日本の本質を深く体験・体感する、Withコロナ時代における新たなインバウンド層への訴求力が高い体験型観光コンテンツ等を造成。

地域の観光資源を活用したアドベンチャー ツーリズムのモデルツアーの造成等（事例）

クルーザーやヨットで島々を巡り、瀬戸内の自然や文化を体験する
富裕層向け長期滞在型モデルツアー造成事業

□ 実施地域 岡山県・広島県・山口県

□ 事業概要

一年を通し温暖な気候、日本最多の島がある海域、そこに根付く歴史・文化と人々の営み、海の幸、150以上の定期航路、クルーザーやヨット、マリナクティビティ等の地域資源を有機的に連携・活用した富裕層向け長期滞在型アドベンチャーツーリズムのモデルツアーを造成。



アドベンチャーツーリズム等の充実に資する 潜在的な観光コンテンツの発掘・磨き上げ（事例）

日本独自のハードアクティビティ『沢登り』の磨き上げ・魅力発信事業

□ 実施地域 福井県 若狭町

□ 事業概要

登攀の難しい滝や沢を遡行し、通常見ることができない景観を楽しみつつ、山頂付近の観音参拝や重伝建保存地区での古民家における地域の食等を通し、地域独自の自然環境と人々の暮らしを希少性の高い本物の体験として提供。



非動力アドベンチャートラベルモデルルート設定事業

□ 実施地域 北海道 道東地域

□ 事業概要

トレッキング・サイクリング・カヌー等の「非動力によるアクティビティ」を組み合わせることにより、環境への負荷を最低限に抑え、長期滞在を促すための「非動力ATモデルルート」を造成。環境省釧路自然環境事務所阿寒摩周国立公園管理事務所と連携して取り組む。



高質な磯・海岸遊びを探求する隠岐ジオツーリズム事業

□ 実施地域 島根県 隠岐の島町等

□ 事業概要

車両ではアクセスが困難な沖磯や海岸におけるカヤック、シュノーケリングや釣り等のアクティビティ、漂着ゴミの回収等を組み入れたジオツーリズムの商品化。



城泊・寺泊による歴史的資源の活用

- 城や社寺を、日本ならではの文化が体験できる宿泊施設として活用促進。
- インバウンドの長期滞在や観光消費額の増加が期待できる城や社寺の活用促進を行い、更なる地方誘客、観光消費額増の促進を図る。
- インバウンド・知的好奇心の高い層向け滞在環境整備、体験コンテンツの造成・多言語化、コンシェルジュ対応の充実を図る。

事業概要

① 城・社寺活用専門家派遣



福山城



岸和田城

② 城泊・寺泊の滞在環境・体験コンテンツ整備

城泊：既に取り組を実施中又は具体的に計画をしている城泊の磨き上げ

寺泊：既に日本人向けに運営がされている寺泊の磨き上げ



方広寺

【補助対象事業】

1 城泊・寺泊のインバウンド化・感染症対策

インバウンド・知的好奇心の高い層向け滞在環境整備・感染症対策環境整備。

2 体験コンテンツの造成・インバウンド化

体験コンテンツの造成、多言語化、モニターツアー実施

例) 城泊：城主体験、櫓での宿泊等 寺泊：写経、座禅、茶礼等

③ インバウンド向け広報・誘客促進事業

JNTOグローバルサイトの運営・コンテンツの拡充

JNTOのグローバルサイト以外でのプロモーションの実施



国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業

スノーリゾートは地方での長期滞在や消費拡大に向けての有力なコンテンツ。スノーリゾートへのインバウンド需要をタイムリーかつ的確に取り込むため、インバウンド需要を取り込む意欲・ポテンシャルの高い地域における国際競争力の高いスノーリゾート形成のための取組を促進する。

事業内容

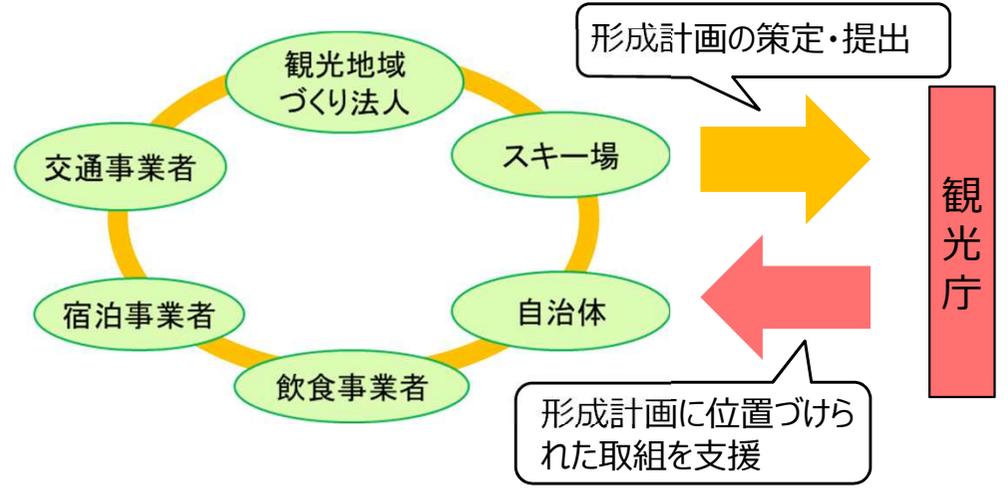
・補助対象事業：

地域の関係者が一体となって策定した「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」に位置づけられた以下の取組

- アフタースキーのコンテンツ造成
- グリーンシーズンのコンテンツ造成
- 受入環境の整備
(多言語対応、Wi-F整備、キャッシュレス対応、公衆トイレの洋式化等)
- 外国人対応可能なインストラクターの確保
- 二次交通の確保 (スキー場間の周遊等のためのバス運行の実証実験)
- 情報発信 (プロモーション資材の作成等)
- スキー場インフラの整備
(索道施設 (ゴンドラ・リフト) の撤去、搬器の更新 (機能向上分)、高機能な降雪機の導入、ICゲートシステムの導入)
※訪日外国人旅行者の誘客に地域一丸となって取り組む地域に絞って支援

・補助対象者：

観光地域づくり法人 (DMO)、民間事業者等
※インバウンド需要を取り込む意欲・ポテンシャルが高い地域の「国際競争力の高いスノーリゾート形成計画」に位置づけられた事業の実施主体に限る。



〔取組例〕



アフタースキーを楽しむ環境を整備し、外国人観光客の長期滞在を促進



グリーンシーズンも楽しめる環境を整備し、通年での誘客を促進



索道の再編や搬器の大型化・高速化により、混雑を改善し、快適性・満足度を向上



高機能な降雪機の導入により、営業期間を最大化・明確化

- 観光庁が選定したトラベルデザイナーを全国20地域に派遣し(令和3年3月)、現地のDMO・DMC等から提案された富裕旅行者向け行程案や体験コンテンツ案を基に、現地視察を実施。
- トラベルデザイナーは、富裕旅行者の受入れに精通した知見から、行程の改良やコンテンツ磨き上げ、創出について助言。
- 派遣事業の成果として、その後受入れ地域において、ツアー商品化の検討、コンテンツに関わる地元事業者との連携強化、ガイド育成事業等の取組継続に繋がった。派遣を契機にトラベルデザイナーと連携継続し魅力強化に取り組む地域もみられる。

トラベルデザイナー派遣地域(20カ所)



現地視察を行った体験コンテンツ(例)

(高付加価値旅行者への「希少で特別な体験」へ磨き上げを期待)



雪国の四季の食材収穫と料理体験
(新潟県湯沢町)



世界遺産の寺社
特別拝観と座禅体験
(奈良県・元興寺)



老舗和菓子店での
創作体験(奈良県)



アドベンチャー・プレミアムツアー(阿寒・湖北の森)等

トラベルデザイナー地域派遣事業の成果(例) - 地域コンテンツの高付加価値化へのアドバイスや継続的取組

派遣地域 (受入担当)	高付加価値なインバウンド観光のテーマ	希少で特別な体験要素(例)	事業成果 ○高付加価値化への助言 →継続的取組
阿寒・摩周 (弟子屈町役場)	北海道の大自然の中で承継されてきたアイヌ文化を感じる、スピリチュアルな体験	○湖北の森アドベンチャープレミアムツアー ・ 地元財団が管理する原始性豊かな森と川を、認定ガイドとともにトレッキング ・ 人の手が加えられていない自然を体験	○ 観光化されていないアイヌ文化を活かし、「authenticity」(本物)の価値を体験できるストーリー性を持った特別なツアー(通常行けないところなど)の造成を期待。 ○ アイヌガイドの英語力や知識は豊富だが、他言語のガイド人材育成が課題。
新潟県 (新潟県観光協会)	山里の景色に受け込む現代アートや、食材を収穫料理する特別な体験を楽しみ、雪国の知恵が詰まった四季の暮らしを体験	○地元野菜の収穫と料理 ・ 専門ガイドの案内で野菜収穫後、宿泊施設にてシェフと料理 ○妻有アートサイトツアー ・ 大地の芸術祭期間以外も主催者と提携し特別見学可	○ 地元の方に教わり郷土料理を調理するような、交流の工夫があると有効。 ○ 職人工房見学は、画一的な見学案内でなく、富裕層がさらに興味を持ちそうな製品の発掘と受入体制のシームレス化が課題。
山梨県北斗市 (ハヶ岳ツーリズムマネジメント)	日本有数の山岳の自然が育む名水・白州の水で醸した酒など、高原の自然と食を満喫する旅	○天空の草原でのランチ ・ 富士山と南アルプスを眺望する草原でのオープンダイニングの特別な演出 ○山梨銘醸VIPツアー ・ 300年の歴史ある醸造所の特別案内と、文化財建築内での酒と食	○ 白州の水を体現する酒の本質的な価値の伝達ができるよう、案内スタッフだけではなく、酒造りに関わる職人(杜氏)やオーナー自らが案内する見せ方が有効。
金沢市 (金沢市)	武家文化の豪華さや繊細さを併せ持つ独自の伝統工芸を中心に、歴史と文化、現代アートを組み合わせた特別な体験	○伝統と革新に取り組む工房の特別案内と工芸体験 ・ 通常非公開の伝統工房や、最新テクノロジーを導入した革新的な工房の特別見学 ・ 海外のクリエイターや企業経営者の関心	○ 非常にクオリティの高い工芸工房であり、価値を伝えられる言語対応や、見学観光としてのタイムスケジュール調整が有効。 → 令和3年度に、トラベルデザイナーを講師としたホスピタリティ研修やSuper Guide研修を実施中。
奈良県 (奈良県ビクターズビューロー)	日本を代表する歴史文化都市での特別な寺社案内を通じて、歴史や宗教への深い知的満足を得る。	○世界遺産・元興寺での僧侶の特別な案内と座禅体験 ・ 世界遺産で修行する僧侶が特別に案内し、欧米豪のゲストが関心を持つ宗教や歴史を深く解説。	→ トラベルデザイナーとDMOが継続連携し、高度な知識を持つレベルの高いガイド育成等の地元研修や、商品化へ取組中。

文化資源の高付加価値化の促進

趣旨

ポストコロナに向け、富裕層など上質な観光サービスを求め、これに相応の対価を支払う旅行者の滞在・消費の促進が急務となっていることを踏まえ、こうした旅行者の長期滞在・消費拡大に向け、文化施設や文化資源の高付加価値化を促進し、「文化振興・観光振興・地域活性化」の好循環を創出する。

事業内容

博物館等の文化施設における夜間の特別解説ツアーの実施、社寺等の文化資源をユニークベニューとして活用した音楽祭や芸術祭の実施といった、上質な文化観光コンテンツの造成等を支援し、文化施設や文化資源の高付加価値化を促進するとともに、本事業で得られる成果を横展開することで、民間事業者等による更なる取組の促進を図る。

<文化施設の高付加価値化の事例>

- 21st Century Premium MUSEUM Experience～至高のアート×食×工芸を体感～（（公財）金沢芸術創造財団）
- 臥龍山荘文化体験事業（（一社）キタ・マネジメント）



※イメージ写真

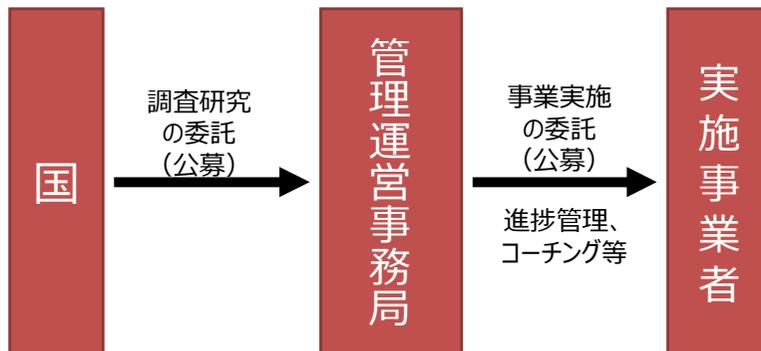
<文化資源の高付加価値化の事例>

- 文化財×食文化×伝統文化（大田原町・那珂川町）
- 高千穂夜神楽及び神社を中心としたプレミアム文化体験事業（高千穂町）



※イメージ写真

スキーム



事業者

文化施設・文化資源の設置者・管理者、観光地域づくり法人（DMO）、自治体、民間事業者等
（採択事業者数：56事業者）

国立公園満喫プロジェクト等推進事業

事業目的

- 日本の国立公園のブランド力を高め、国内外の誘客を促進。利用者数だけでなく、滞在時間を延ばし、自然を満喫できる上質なツーリズムを実現。
- 地域の様々な主体が協働し、地域の経済社会を活性化させ、自然環境の保全へ再投資される好循環を生み出す。

事業内容

2016年に政府がとりまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」の柱の一つとして国立公園が位置づけられ、国立公園訪日外国人利用者数は2019年に約667万人まで増加。しかし、**2020年に新型コロナウイルス感染症の影響により国内外の観光客が大幅に減少**し、国立公園の観光地では大きな打撃が生じている。これを踏まえ、**国内外の利用者の復活に向け、受入環境整備やワーケーション等の新たな利用推進を図る**。あわせて、国民公園の魅力向上を図る。

- **国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進****：ツアー等の企画・実施、Wi-Fi等の環境整備支援、国内外向けプロモーション等
- **滞在環境の上質化／多言語化***：廃屋撤去等の景観改善、多言語解説の整備・充実等
- **滞在型コンテンツの創出***：グランピング等のコンテンツの造成・提供体制整備等
- **基盤的な利用施設の整備／長寿命化**：ビジターセンター・登山道の再整備、デジタル展示*等
- **受入環境・体制の向上／山小屋支援**：自治体・民間団体等の連携促進、利用者負担による保全の仕組みづくり、旅行博等への出展等／山小屋施設改修支援等
- **新宿御苑や京都御苑の魅力向上***：ワーキングスペース設置、国立公園等環境施策のPR等

事業イメージ



廃屋撤去跡地の新たな民間事業導入、無電柱化等の景観改善、ワーケーション向けの改修・機能転換

ツアー等の造成支援



グランピングやナイトタイム、野生動物観光等のコンテンツ造成、コンテンツ提供に向けた計画づくりや受入体制の整備



Uni-voiceコードによる多言語解説



ビジターセンター・展望台等の利用施設の整備やデジタル展示の導入



新宿御苑の既存休憩施設の改修後（イメージ）

*：国際観光旅客税を活用した事業 **：R2年度3次補正事業

1. 地方部の上質宿泊施設の整備
 2. 地域観光コンテンツの高付加価値化支援の例
 - 3. 関連する人材育成事業**
 4. シームレスな移動のための環境整備等
 5. 訪日プロモーション
- (参考) 富裕旅行の各種データ

高付加価値旅行を支える人材の育成

上質なインバウンド観光サービスを提供するガイド育成

令和2年度
観光庁事業

課題と目的

高付加価値な観光体験を実現するため、コンテンツを魅力的に語るガイドの存在が求められている。

事業概要

1. 研修プログラムの実施・運営
2. 上質な観光体験を提供するためにガイドに求められる知識や教養についての調査及び、これに基づくカリキュラムモデルの作成
3. 上質な観光体験を提供するガイドが活躍できる環境づくり

実施内容

- オンライン研修（延べ1,777名）
 - ・ 「外国人目線のストーリーテリング」「コロナ感染症対策」「富裕層・ナイトタイムエコノミー対応」「LGBTQ対応」「観光庁の戦略」の5テーマ
- 3日間研修及び実地研修（応募者234名から53名を選出）
 - ・ ワークショップ・ロールプレイング研修で、アート・食・伝統工芸・禅など富裕層が求める上質な日本文化を学び、求められる質のレベル・空気感を体験する3日間
 - ・ トラベルデザイナーをゲストと見立てた実地研修

今後の取組

開発されたカリキュラムモデルに基づき、研修を継続

上質な観光サービスを提供する人材の育成に向けた留学支援

令和3年度
観光庁事業

課題と目的

高付加価値な観光サービスを求める旅行者の訪日、滞在の促進を図るための環境整備にあたる、高付加価値な観光サービスを検討する人材の育成が求められている。

事業概要

1. 上質な観光サービスを提供する人材の育成に向けた留学手配
2. 海外ホスピタリティ系大学のラグジュアリー系講座のカリキュラム調査

留学先大学

- セントラルフロリダ大学
 - ・ 「2020年観光ホスピタリティ経営分野学部ランキング」米国内1位
- 特色（大学パンフレットより）
 - ・ 業界のリーダーや著名な学者である教員から学び、最新の知識、貴重な業務体験と業界での繋がりを身に付ける
 - ・ ホスピタリティマネジメント教育の為にこれまで作られた施設の中で、最大かつ近代的なキャンパス

実施内容

- ・ 現地派遣8名、オンライン受講3名（継続中）



出典：Courtesy UCF Marketing

1. 高付加価値旅行の実態
2. 地方部の上質宿泊施設の整備
3. 地域観光コンテンツの高付加価値化支援の例
4. 関連する人材育成事業
5. シームレスな移動のための環境整備等
(参考) 高付加価値旅行の実態

ビジネスジェット (BJ) の概要

- ビジネスジェットとは、企業・団体又は個人が商用目的で利用する航空運送のことであり、欧米を中心としてグローバルな企業活動の重要なビジネスツールとなっている。
- 我が国におけるビジネスジェットの普及により、国際的な企業活動のアクセスが向上し、アジアにおける企業活動の拠点や新たな投資先としての魅力が向上し、また、企業の経営者にとっても時間が有効活用され、我が国の国際競争力強化に資する。

ビジネスジェットとは

◇ 企業・団体又は個人が商用目的で利用する航空運送

運航形態

- ① **自家用運航**
社用機や個人所有機による運航
- ② **オウンユースチャーター(※)**
航空会社等の事業用機による運航
※用機者が自己都合のために航空機をチャーターする形態

機種例：ガルフストリームG650

- 定員：最大19名
- 最大航続距離：12,964km
(東京-ニューヨーク間 約10,900km航行可能)



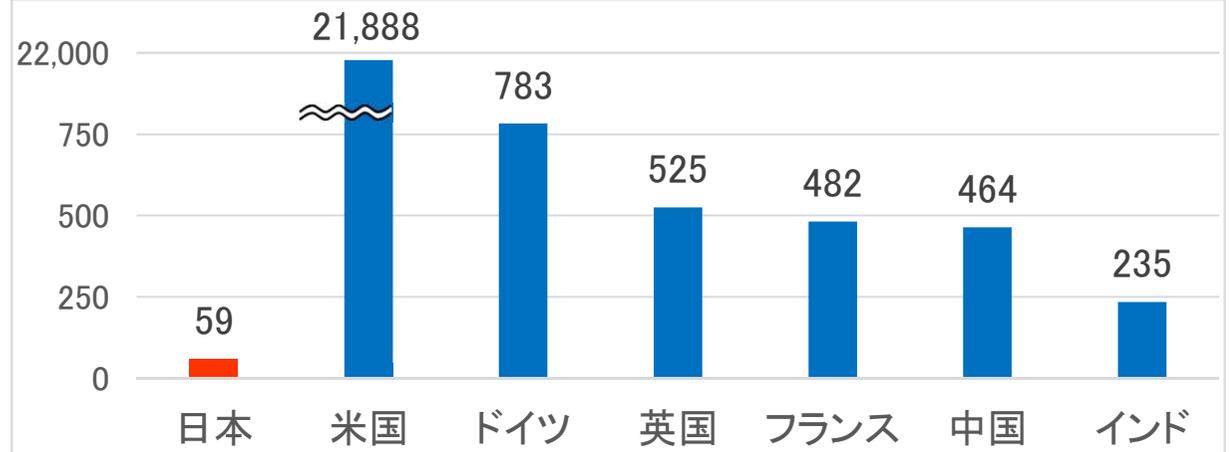
ビジネスジェットの利点

- ① 利用者のスケジュールに応じた時間設定
- ② 定期便がない場所への移動(移動時間の短縮)
- ③ 機内での会議・商談

他国のビジネス機保有機数

ビジネスジェット機の保有機数を各国で比較した場合、我が国では59機の登録にとどまっているのに対し、最も多いアメリカにおいては約22,000機が登録

■ビジネス機の国別保有機数



(出所) 日本:航空局調べ(2020年12月31日現在。公用機及び軍用機を含まない。)

その他:BUSINESS AVIATION TIMELINE 2019 EXCLUSIVE FLEET REPORTより作成(公用機及び軍用機を含まない。)

ビジネスジェットの利用環境改善に向けたこれまでの取組

○ 利用環境改善の観点から官民協力して、以下の取組を実施

空港の 利用環境 整備	専用動線	<ul style="list-style-type: none"> 専用施設の供用【成田・羽田・中部・関西・鹿児島】 専用動線の供用【県営名古屋・静岡・神戸・松本・那覇】
	駐機場	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスジェット専用駐機場の供用【成田、羽田、神戸、中部、静岡等】 専用駐機場の増設【成田（10 ⇒ 18／大型1 ⇒ 3）、羽田（15 ⇒ 17）】 国際線旅客ターミナル前におけるビジネスジェット優先駐機場の供用【羽田】 駐機可能日数の延長【成田（7日間⇒30日間）】
	格納庫	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスジェット専用格納庫の供用【成田・中部・静岡・神戸】
	発着枠	<ul style="list-style-type: none"> 発着枠の拡大【羽田（8/日 ⇒ 16/日）】
	その他	<ul style="list-style-type: none"> 小型航空機の発着制限撤廃・緩和【成田・羽田】 ビジネスジェット専用ターミナルと専用スポット間の新たなアクセス道路の供用【成田】 申請閲覧ページの開設【成田】
諸手続きの緩和		<ul style="list-style-type: none"> 外国籍ビジネスチャーター機の乗入れに関する手続期間の短縮（商用、医療／10日前→3日前） 成田・羽田空港間の外国籍機の移動に関する手続期間の短縮（3日前→24時間前）
CIQ		<ul style="list-style-type: none"> 事前連絡期間の短縮とその対象空港の設定【2週間前⇒原則3日前／対象空港 9】 対象空港の拡大【対象空港 9 ⇒ 11】 対象空港外における事前連絡期間の短縮【2週間前⇒原則1週間前】

主要空港におけるビジネスジェット受入れ環境①

東京国際空港

- 2021年7月に新たに出発・到着動線が分離されたビジネスジェット専用動線を供用開始。
- ビジネスジェット優先スポット数を2スポットに増加したことで、動線を効率的に使用することが可能。
- C I Q施設等も備えた24時間運営の専用動線でプライバシーを確保しながら短時間での出入国が可能。

【専用動線の概要】

- 供用開始：2021年7月
- 運用時間：24時間
- 設備概要：出発・到着分離動線、保安検査場、CIQ施設、入国検疫検査待機スペース専用待合室(5室)、出発・到着車寄せ



待合ラウンジ



CIQ施設

成田国際空港

- 2012年3月にビジネスジェット専用動線を供用開始。
- 専用動線からビジネスジェット用駐機スポットまで車にて送迎。新ルートを2014年9月に整備し、空港内の移動時間が約16分から約8分に短縮。
- プライバシーとセキュリティを確保し、短時間かつストレスフリーな出入国が可能。
- 空港内に駐機可能な格納庫が存在。

【専用動線の概要】

- 供用開始：2012年3月
- 運用時間：5:00～23:00
- 設備概要：専用出入口、保安検査場、CIQ施設、ラウンジ



ラウンジ



CIQ施設

主要空港におけるビジネスジェット受入れ環境②

中部国際空港

- 2008年12月より、プライバシーが確保された専用動線により、迅速な出入国手続きが可能。
- 空港内にはビジネスジェット専用の格納庫を備え、滞在中の駐機や、機体整備にも対応可能。（専用格納庫は2009年9月から供用開始。）

【専用動線の概要】

- 供用開始：2008年12月
- 運用時間：24時間
- 設備概要：保安検査場、C I Q施設、VIPラウンジ（ターミナル併設）

関西国際空港

- 2018年6月には、第2ターミナルビルの一部にビジネスジェット専用動線がオープン。これにより、スムーズな出入国手続きとプライバシー性の高いサービスが提供可能。

【専用動線の概要】

- 供用開始：2018年6月
- 運用時間：24時間
- 設備概要：保安検査場、C I Q施設、受付カウンター、専用の乗降場所・駐車場、待合ラウンジ、会議室



VIPラウンジ



専用格納庫



エントランス



待合ラウンジ

鹿児島空港

- 2021年10月に供用を開始。九州初となるビジネスジェット専用施設。
- 完全貸し切り制の保安検査場とCIQ施設を完備。
- 一般旅客用ターミナルとは完全に独立しており、プライバシーを確保しながら短時間での出入国が可能。(国内線での利用も可能)

【専用動線の概要】

- 供用開始：2021年10月
- 運用時間：7:00-22:00
- 設備概要：保安検査場、CIQ施設、専用の乗降場所
駐車場、待合ラウンジ



待合ラウンジ



CIQ施設



大型プレジャーボート（メガヨット）について

- 2019年には11隻の大型プレジャーボート*が寄港。
- 寄港地は20港、寄港回数は延べ62回であった。
(港湾管理者へのヒアリングによる。)

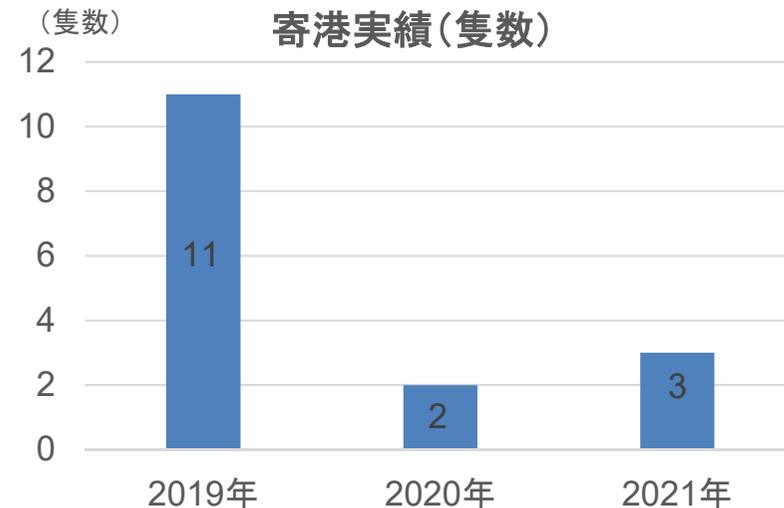
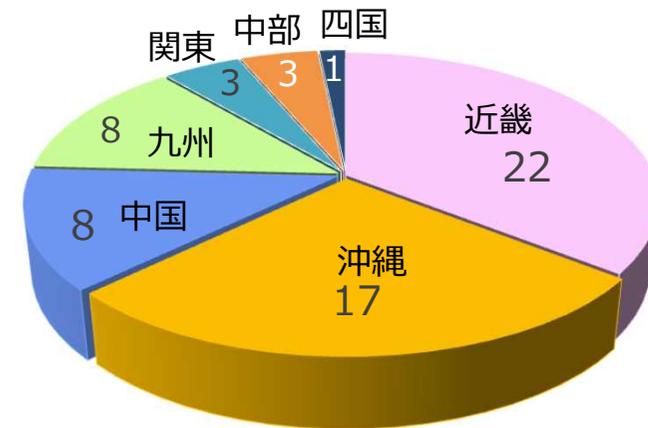
* 個人が所有する全長80フィート以上(24m以上)のもの



「写真:Motor Yacht A H30.4 内浦湾沖(沼津)」

「提供:静岡県交通基盤部港湾局港湾企画課」

2019年 寄港実績 (入港回数)



2021年は1月～7月末までの寄港実績

1. 地方部の上質宿泊施設の整備
 2. 地域観光コンテンツの高付加価値化支援の例
 3. 関連する人材育成事業
 4. シームレスな移動のための環境整備等
 5. 訪日プロモーション
- (参考) 高付加価値旅行の実態

高付加価値旅行商談会等への出展及び国内高付加価値旅行商談会の実施

- 主要商談会やコンソーシアムイベントへの出展
- コンソーシアムと連携したウェビナーの共同開催
- コンソーシアムと連携した情報発信（ニュースレター、SNS）
- ➔高付加価値層を顧客に持つ旅行会社や業界関係者とのネットワークを強化



Virtuoso年次総会

■ 2021年度出展・主催事業（予定含む）

高付加価値旅行商談会への出展

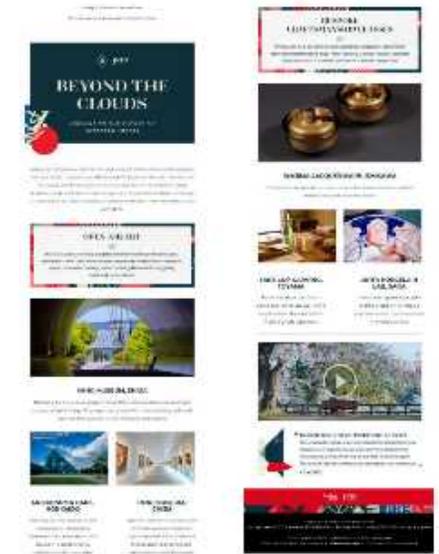
- Luxury Travel Mart Moscow Spring（4月・ロシア）
- Arabian Travel Mart（5月・ドバイ）
- ILTM Asia Pacific Virtual（7月）
- Virtuoso年次総会（8月・米国）およびVirtuoso主催ウェビナー参加
- Luxury Travel Mart Autumn（9月・ロシア）
- ILTM North America（9月・メキシコ）
- ILTM Cannes（12月・フランス）
- Further East 2022（2022年3月➔11月に延期・インドネシア）
- The Essence of Luxury Travel（2022年3月・スペイン）
- LOOP LEISURE SPRING（2022年3月・ドイツ）

JNTO主催商談会の開催

- 英国におけるラグジュアリー商談会（7月）
- Japan Luxury Showcase（10月）

■ 商談会の効果

- ▼「ILTM Cannes 2019」
 - ・これまでで最多となる自治体・旅行会社・ホテル等観光業界から合計29団体が参加
 - ・商談枠はほぼ埋まり、1,000件を超える商談が行われた
- ▼「Virtuoso2021年次総会」
 - ・JNTOにて120件の商談を実施
 - ・新たなコンテンツに関する質問が数多く寄せられ、訪日旅行への関心の高さがうかがえた



コンソーシアム会員向けニュースレター

テーマ別プロモーションに向けたコンテンツ収集およびツール制作・拡充

高付加価値旅行向けコンテンツを複数の有識者で評価・選定

多言語での冊子制作

多言語でのウェブサイト制作

プロモーション用映像制作

➔商談会や事務所でのセールス活動に活用

■主なテーマ

6つのテーマでコンテンツの分類や映像制作を行う

Natural Wonders	Gastronomic Experiences	Tradition & Heritage
Arts & Culture	Traveling in Style	Luxury Accommodation

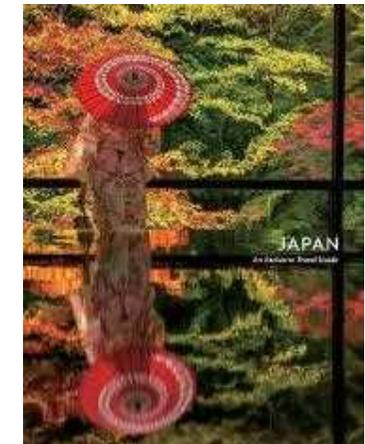


■冊子

Premium Japan、Japanに続き、第3弾となる冊子を制作



「Premium Japan」



「Japan」

デジタルマーケティング技術を活用した広告の実施

高付加価値旅行者にターゲティングしたウェブ広告の実施

高付加価値層を顧客にもつ連携先のチャネルを活用したダイレクトな情報発信

➔高付加価値旅行者への効果的なデジタルのアプローチを検証

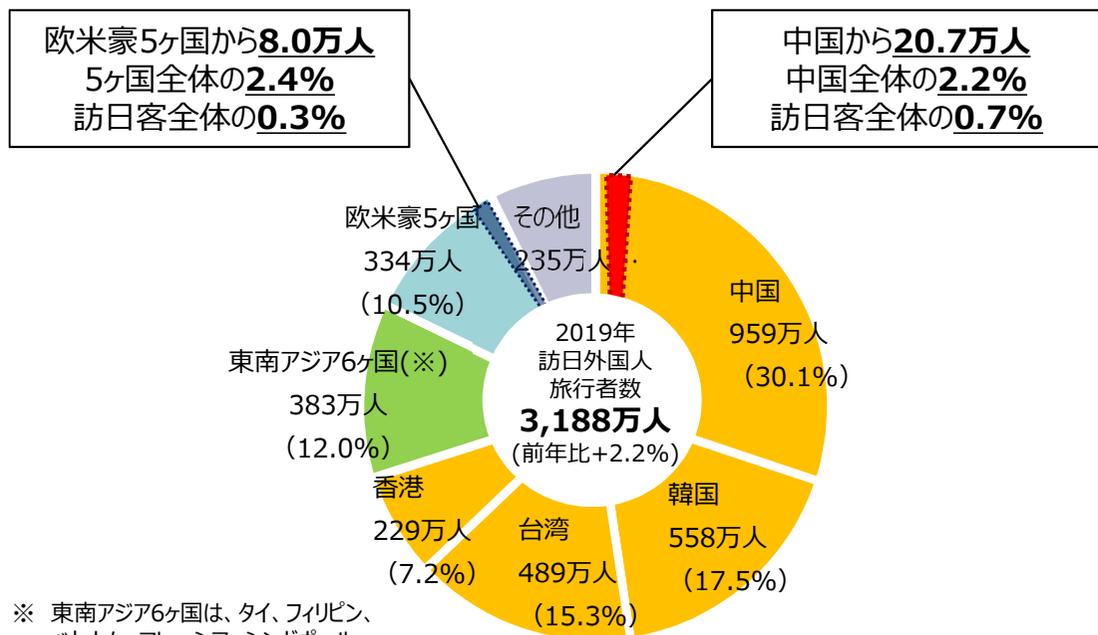
1. 地方部の上質宿泊施設の整備
2. 地域観光コンテンツの高付加価値化支援の例
3. 関連する人材育成事業
4. シームレスな移動のための環境整備等
5. 訪日プロモーション

(参考) 高付加価値旅行の実態

高付加価値旅行者の人数と消費額の割合

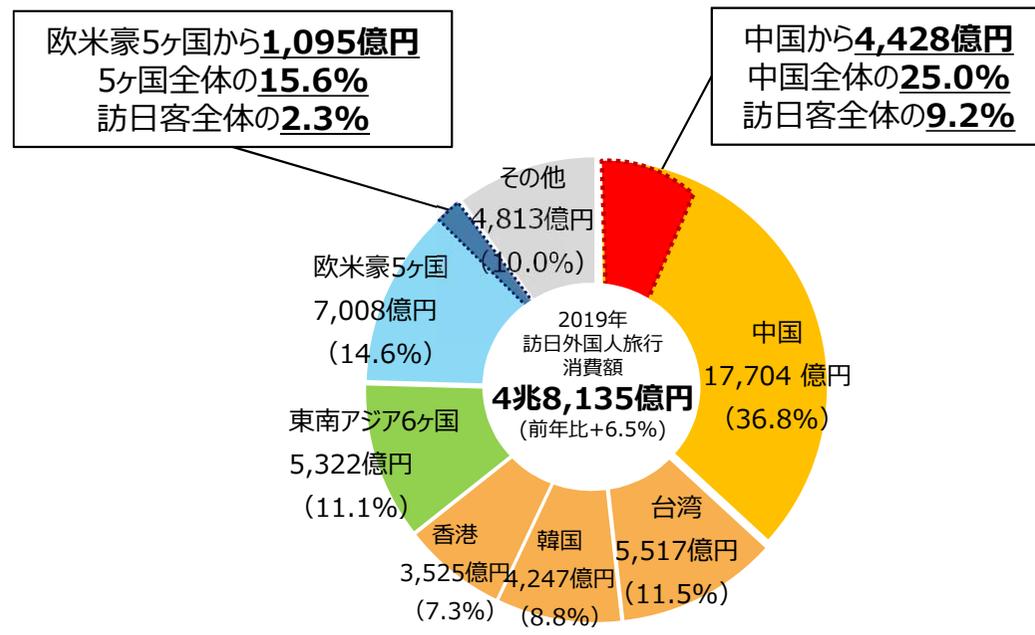
着地消費額100万円／人以上の旅行者は、欧米豪5ヶ国と中国だけでも、全体の1.0%の旅行者で消費額全体の11.5%を占める。しかし、世界の高付加価値旅行者の旅行先において、日本の順位は高くない。(11位～36位)

訪日した富裕旅行者数



※ 東南アジア6ヶ国は、タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア、シンガポール、インドネシア

富裕旅行者の消費額

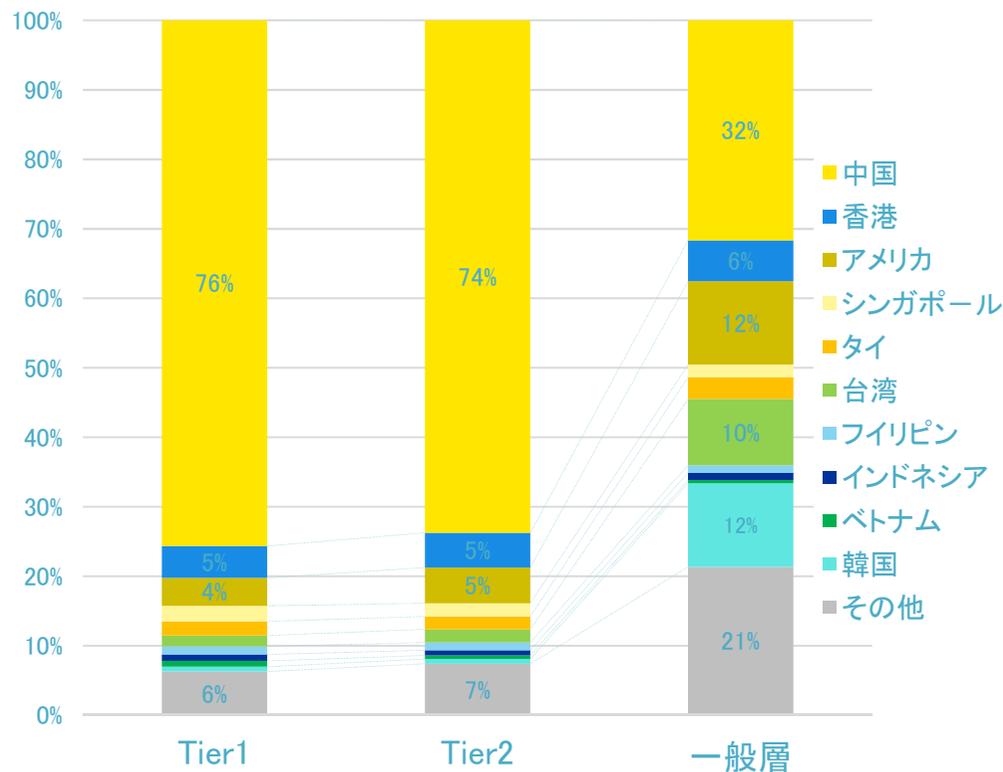


	米	英	独	仏	豪
欧米豪5ヶ国の富裕旅行者の海外旅行消費額に占める日本の順位	13位	36位	23位	23位	11位

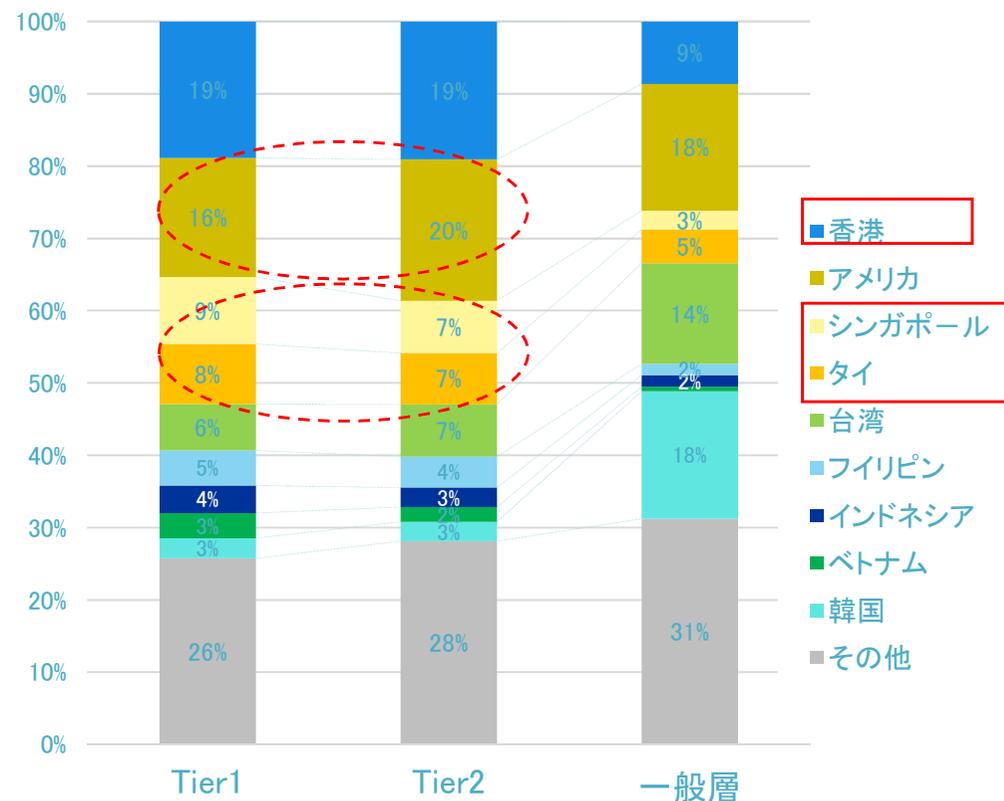
(出典)JNTO富裕旅行市場調査より作成。クレジットカード利用額データを活用し、訪問先国での旅行消費額、世界での順位を分析。

クレジットカード決済額分析により、国・地域別で消費総額の分布を見ると、中国が最多。中国を除いて内訳を見ると、香港、シンガポール、タイは、一般層と比較して、Tier1（着地消費300万円以上）、Tier2（着地消費100万円以上）が多く訪日。

2019年 国・地域別構成比（人数）



2019年 国・地域別構成比（人数） ※中国を除く



カード決済データの内訳
(利用人数)

Tier1	6,033
Tier2	42,768
全体	約13,000,000

出典：観光庁「上質なインバウンド観光サービス創出に向けた観光戦略検討委員会」報告書(令和3年6月)