



URBAN CABIN

横浜市会 新たな都市活力推進特別委員会

ハイエンドトラベルがもたらすもの

2020年12月1日

一般社団法人 山田家
Urban Cabin Institute パートナー

山田 理絵



URBAN CABIN



山田 理絵

+フォロー

ラグジュアリー・コンサルタント、Urban Cabin Instituteパートナー Full Bio »

ライフスタイル 2020/11/23 10:00

ハイエンドトラベラーが旅に求める「アート」が持つ6つの意味

世界のトップにとっての旅、それは自分への投資といえるでしょう。彼らが求める旅の要素はアート・食・建築、そして自然や地元の人との交流です。中でもアートは富裕層の最大の関心事の一つで、ハイエンドトラベラーの多くがアートコレクターです。世界では当たり前なことが、残念ながら日本ではインバウンド関係者を ...



ライフスタイル 2020/10/02 08:30

美食と自然の国。日本が持つ「ハイエンドな旅先」としてのポテンシャル

旅行業界や様々な接客サービスは今、新型コロナウイルスの感染状況の変化に伴う集客の大きなアップダウンや、団体客から個人客対応へのシフト、国内マーケットの拡大など、未曾有のパラダイムシフトを迫られています。そのような中、ポストコロナに真っ先に旅を再開するとみられる世界のハイエンドトラベラーの旅先として、 ...



狙いは世界3%の富裕層 いま日本に「ハイエンドトラベル」が必要な理由

昨年の今頃、私は『グローバルエリートが目指すハイエンドトラベル』（講談社）を出版しました。その時はまさか一年後の世界がこうなってしまうとは、想像もつきませんでした。新型コロナウイルスの再流行やウイルスの変異なども懸念される一方で、長い巣籠もり生活を経て「旅に出たい」「違う世界に身を置きたい」と感じて ...





観光戦略実行推進会議 2020/7/27

Urban Cabin Blackという内面と向き合う特別体験



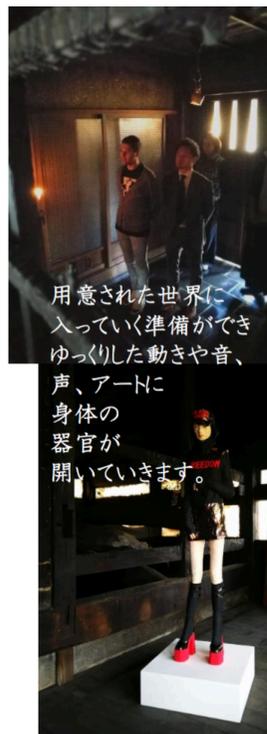
進行、振舞い方、
気持ち、知識、
考え方についての
ガイダンス



正座して深呼吸し心身と
対話し感覚を高める

富裕層向け導線

段階的に気持ちが
研ぎ澄まされ、
感覚が開いていく
感じがしました



用意された世界に
入っていく準備ができ
ゆっくりした動きや音、
声、アートに
身体の
器官が
開いていきます。

分析し、考える時、人はひたすら己の内に集
中する。解釈せずに見たことを見たままに書く。
次に何か？どう感じているか？どのような思
いが伝わってくるか、理解につとめる



自分と外と
対話する力が
高まります。



触れ合うことで
関係性が深まります



老廃物を流し、血行を良くして
脳を活性化
触れ合うことで関係性が



歩くことに集中しながら
前後の人と一体感をつくり
次の場面への期待感を高める



抱えているもの
から解放され
気づき、思いについて
語り合って学びます。

ハイエンドトラベルをすべき3つの理由



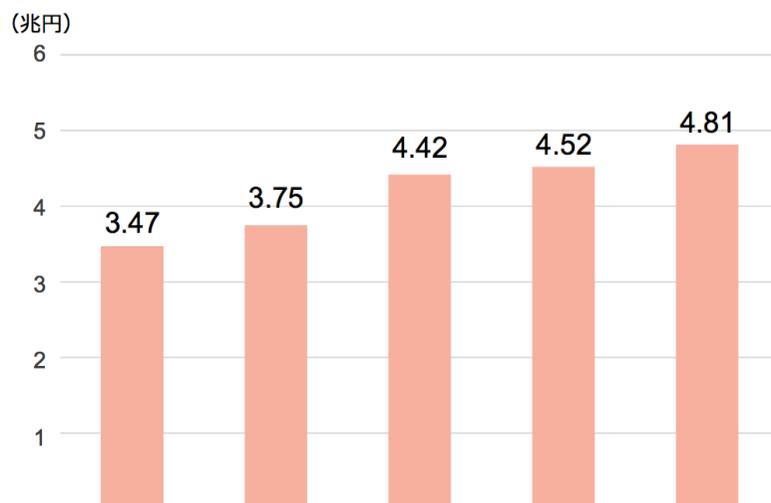
- ◇日本をブランディングする
- ◇マーケティングのチャンス
- ◇街の活性化

我が国のインバウンドの現状



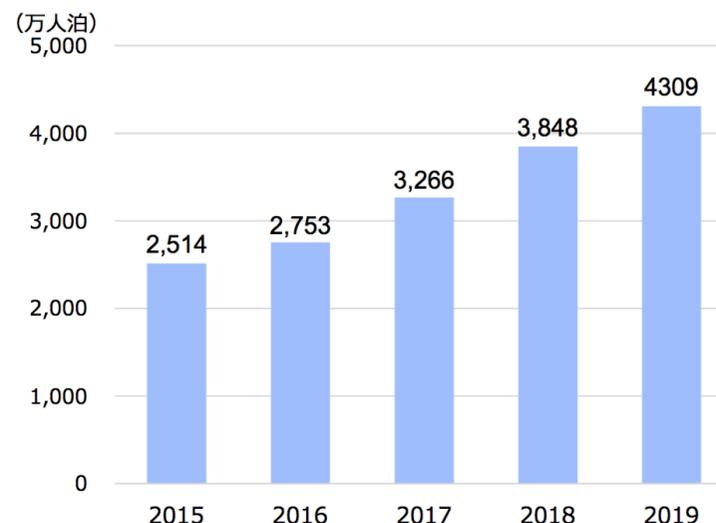
- ・訪日外国人旅行消費額は2019年に過去最高の4.8兆円となった。（目標：2030年に15兆円）
- ・訪日外国人の地方部*における延べ宿泊者数は、2019年に過去最高の4,309万人泊となった。（目標：2030年に1億3,000万人泊）

訪日外国人旅行消費額



出典：訪日外国人消費動向調査（観光庁）
注）従来は空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映しているところ。

訪日外国人の地方部*における延べ宿泊者数



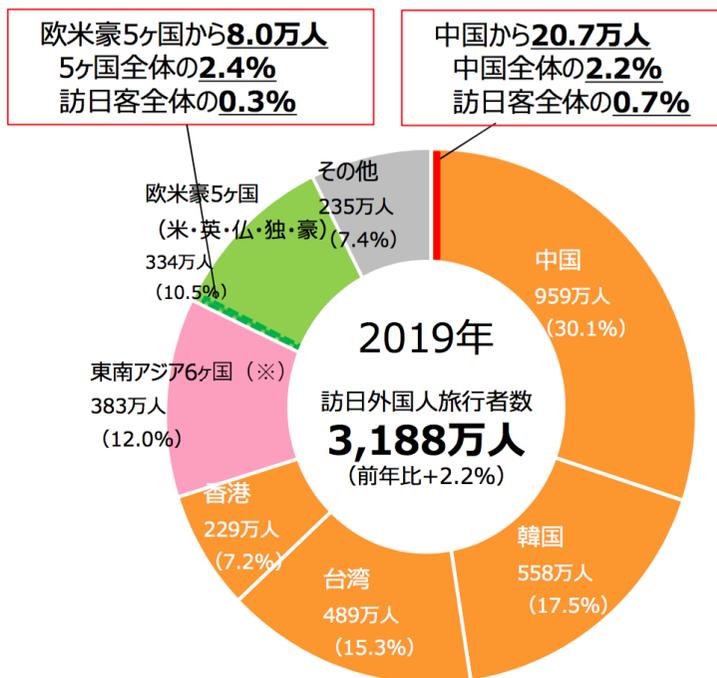
※ 地方部とは、三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

富裕旅行者の人数と消費額の割合

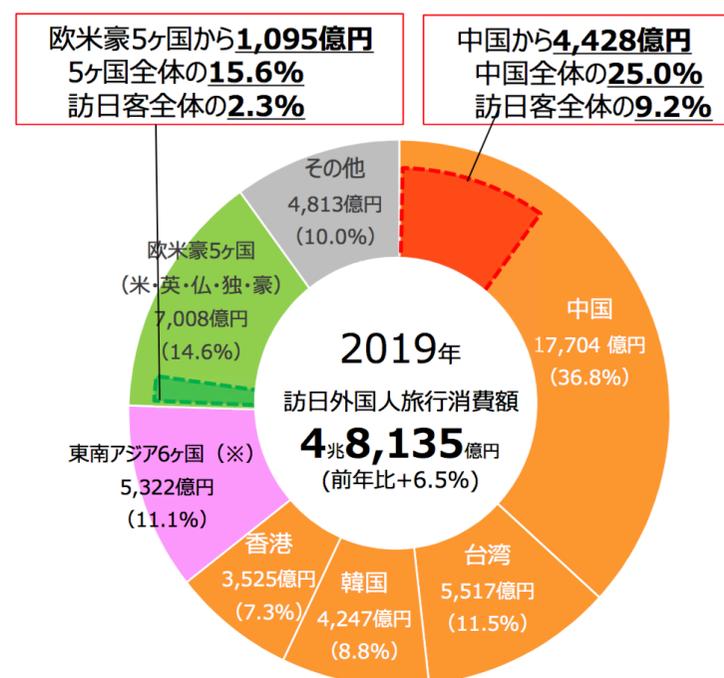
- 富裕旅行者は、欧米豪5ヶ国と中国だけでも、全体の1.0%の旅行者で消費額全体の11.5%を占める。

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

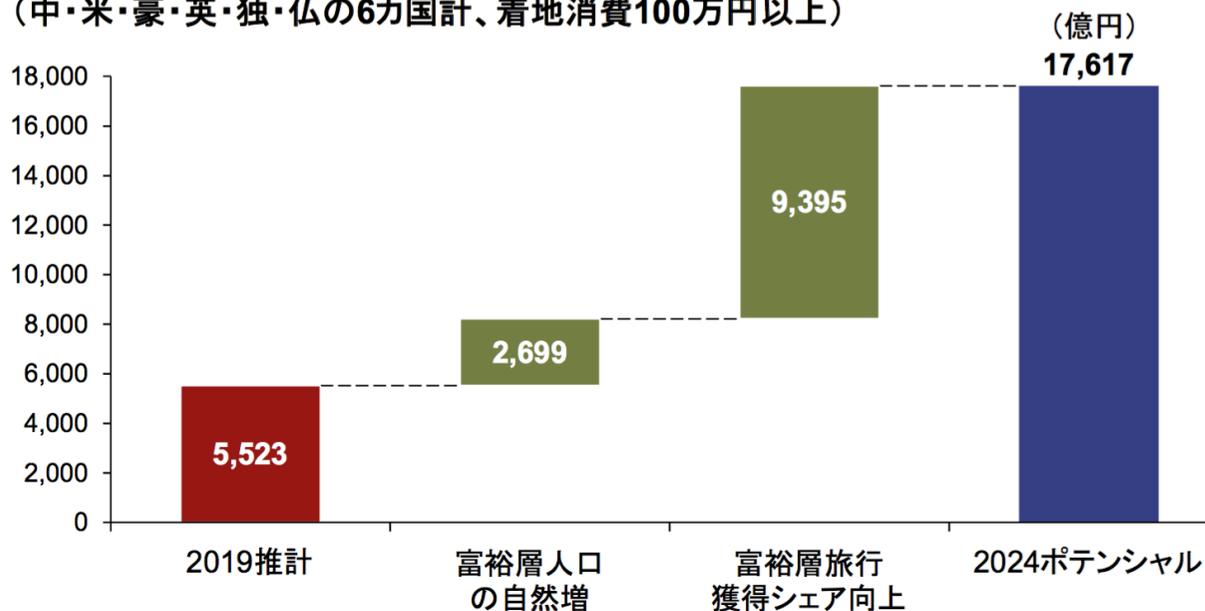


出展) 観光庁 訪日外国人旅行消費の増加に向けて

富裕層観光のポテンシャル：5年で1兆円超の伸び代

富裕層観光の増加ポテンシャル

(中・米・豪・英・独・仏の6カ国計、着地消費100万円以上)



〔試算の
主な前提〕

観光庁推計

クレディスイス予測
(2019→24増加)

中国 10%、米・豪
5%、英独仏 1.3%

➡ 2030年を見据えると3兆円規模の潜在市場

出所：観光庁試算、およびクレディスイス調査を基に分析 (観光庁 観光戦略実行推進会議 2020/7/27)

富裕層観光は一般トラベルよりもコロナ渦で回復が早い

国際観光の戻りが早いのはビジネスと富裕層トラベル

- 非富裕層の収入減、航空会社のソーシャルディスタンス対応による運賃増に伴い、非富裕層の観光ニーズの回復は遅い
- 富裕層は宿泊・移動動線の安全を「お金で」買うことができる
- ビジネストラベルは必要性が明確。一方、コロナ感染リスクの警戒心により、私的な観光に対しては強い動機付けが必要
- コロナ被害が^①比較的少ない東アジア・東南アジア・オセアニアの回復が早い
米国・欧州は感染再拡大、観光の回復はかなり遅くなる可能性が高い。
- 「衛生・医療」が訪問先の要件になり、日本は有利。

(観光庁 観光戦略実行推進会議 2020/7/27 資料を一部引用)

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

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）」

▼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

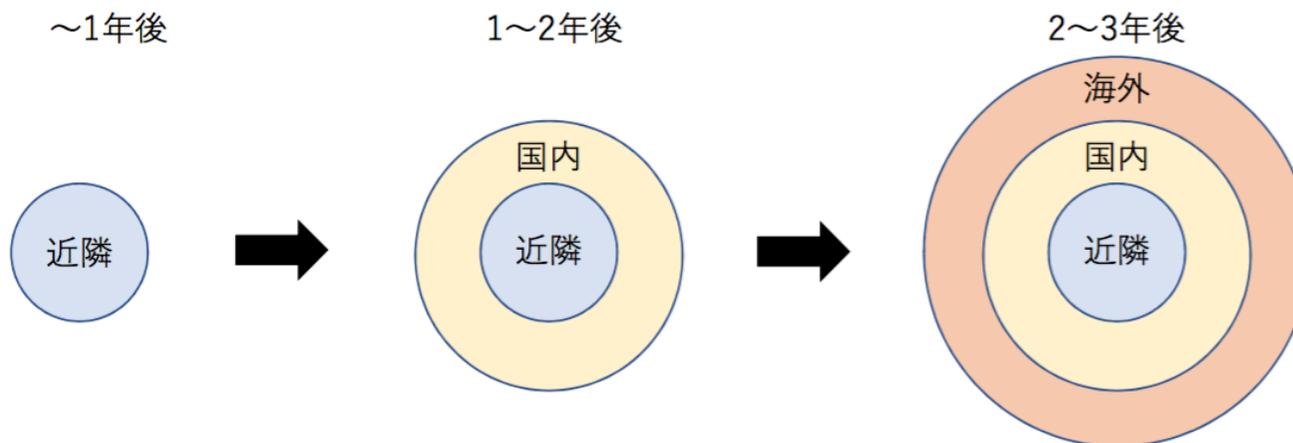
移動手段：ファースト・ビジネスクラス、

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



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



Tadao Ando Lee U-Fan museum

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



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



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

体験	食	宿泊	+	出会い	
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	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	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		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	
					

◆ 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

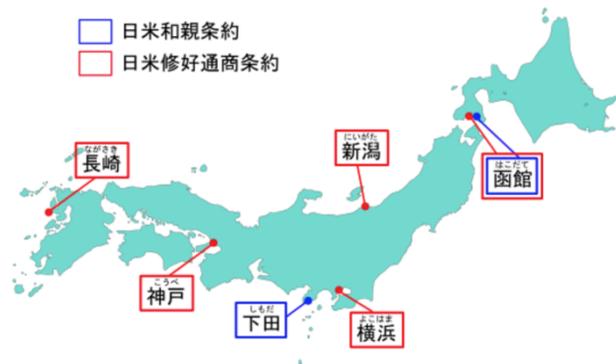
◆ アート・建築・ファッション・デザインなどを学ぶ学生へのハイエンドトラベル対応の教育と活用

⇒ 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

「横浜」という都市の磁力を高めるために
横浜市がやるべきこと、できること

横浜は世界に開かれた

1858年、「日米親善通商条約」が締結
1859年7月（安政6年）、神奈川、長崎、箱館（函館）が開港



出所) 小学校の歴史クイズ | キッズマングローブ



出所) 横浜開港資料館 横浜波止場ヨリ海岸通異人館之真図 三代広重画

海外の最新動向に触れる場だった横浜

欧米航路が拡充し、世界中から数々の有名人がはるばる海を渡ってきた



1917年、日本初の本格的な「係船岸壁方式」の港湾施設

出所) 新港ふ頭での生糸の荷役作業「横浜みなと博物館蔵」



金づちに似た形状からハンマーヘッドクレーンと呼ばれた日本で最初の湾港荷役専用クレーン

1914年イギリス コーワンス・シェルドン社製

出所) YOKOHAMA HAMMERHEAD

ベンチマークする海洋都市は？



スーパーヨット客を迎える港



鎌倉は自然発生的にカリフォルニア化



「稲村ヶ崎から市内にかけての海岸がサンタクルーズのよう」

ハリウッドの高級衣料品創業者ロン・ハーマン氏は、逗子から見た鎌倉を見て

「ロスアンジェルスのようにだ」

横浜にしかない海文化の創出と人材活用



URBAN CABIN

- ◇歴史・文化の発信 ストーリー化
- ◇歴史とつなげたスーパーヨット誘致、クルージング
- ◇国際教育機関の活用
 - ・プロムという社交文化を市内のスクールに
 - ・海外への進学でなく、「横浜で学びたい、働きたい」と思える都市に
(香港は海外留学組みが活性化)
 - ・インターナショナルスクール卒業生、慶応大学SFC生の活用



特別感の構築



わざわざ横浜に来る、横浜体験のために来るようにブランディングされているのか？



富や価値、文化を創出する若者が集まり、交流し、刺激しあえる街を目指す！



横浜ダンスコレクション2019

美 - アート、詩、
ダンス

テクノロジー
建築



ファブラボ世界会議横浜



ヨコハマトリエンナーレ

<https://www.yokohamatriennale.jp/>



産業施設の文化的価値

<https://www.marine-jbia.or.jp/boatshow2020>