

【ラグジュリーク・インサイト】

アジアの頂点に立つ日本MICE市場の「戦略的イベント拠点」

グローバル企業の投資対効果を最大化させる、世界水準の「エクスクルーシブ体験」の定義



株式会社ラグジュリーク（本社：東京都港区、代表取締役：眞野ナオミ 以下「ラグジュリーク」）は、ドイツ・フランクフルトで開催された欧州最大級のMICE展示会「IMEX Frankfurt 2026」に出展しました。会期中、世界80カ国から集まった企業バイヤーやグローバルプランナーとの商談・意見交換を行いました。これを通じて見えてきた、日本のラグジュアリーMICE市場に対する最新の需要動向と課題について、独自のインサイトを公開します。

欧米市場の視点：日本はアジアのトップデスティネーションへ

「IMEX Frankfurt 2026」に参加した多くの企業バイヤーたちは、日本が香港やシンガポールを凌ぎ、アジアで最も注目される「ラグジュアリーデスティネーション」であると高く評価していました。特に、日本の豊かな歴史的・文化的資源、恵まれた自然環境や、世界トップレベルの安全性とホスピタリティに強い共感を呼んでいました。また、地政学リスクの低さや為替動向も追い風となり、企業イベントやインセンティブ旅行の有力候補先として、日本を推奨するケースが増えています。そして、グローバル企業が日本へのイベントやインセンティブ旅行に投資する予算額は増加傾向をたどっています。

海外企業が日本のMICEに高額な投資を行う背景には、明確な経済的合理性があります。海外企業の経営陣は、日本の豊かな文化や自然に没入する「エクスクルーシブな体験」は、参加者のエンゲージメントを高め、人材の安定的な定着や、コアパートナー企業とのロイヤルティ向上をもたらすと捉えています。そして結果として、持続可能な企業ブランディング最大化へ直結すると期待しているからです。

一方で、一部の企業バイヤーからは、日本のビジネス環境の特殊性や、地域間におけるオペレーション品質の格差を懸念する声もあがりました。実際、国内のMICE市場は、世界水準の施設や大型外資系ホテル、交通利便性が備わった東京や京都への集中が続いています。



LUXURIQUE

海外企業の注目度が高まる地方都市では、「グローバル市場への対応力不足」「情報発信の格差」「個別ニーズへの硬直的な対応」といった課題を指摘されており、グローバル水準を満たすサービス品質の平準化が追いついていない印象が顕在化しました。

MICE戦略のパラダイムシフト：「エクスクルーシブな体験」からの「エンゲージメント」の創出

今回の商談から確認したのは、日本に対する視線が「観光地」から「戦略的なイベント拠点」へと明確にシフトしている事実です。グローバルクライアントがMICEに求めているのは、緻密なプランニングと厳格な予算管理の上に成り立つ、細部まで計算されつくした「エクスクルーシブな体験」です。

ラグジュリークでは、この「エクスクルーシブな体験」を、「その土地の歴史、文化、大自然の根底にあるストーリーに深く没入し、五感を通じてリアルな感動・体験を共有できる『言語化されたエンゲージメントプログラム』として構築・実装すること」と定義しています。

日本政府が2026年3月27日に閣議決定した「第5次観光立国推進基本計画（2026年度～2030年度）」では、MICEマーケットを国家戦略産業および、地方誘客を推進するための重要施策と位置づけています。戦略的な訪日プロモーションとして、訪日リピーター層の再訪日意欲を喚起し、インバウンドの「数」よりも「内容や質の高付加価値化」を重視する方針を示したことから、日本のMICE市場が新たなステージに入ったことは明らかです。

ラグジュリークは、この政府方針で重視された「内容や質の高付加価値化」こそが、持続的な観光立国を目指す大きな好機と捉えています。それは、「柔軟なオペレーション」と「高度なコミュニケーション」「地域との強固な信頼関係」から創造される「エクスクルーシブな体験」こそが、今後日本MICE市場全体の飛躍の鍵となると確信できるからです。

複雑化するインバウンド需要を最大化する実績と知見

ラグジュリークは、世界の超富裕層やグローバル企業のトップ幹部が持つ「内面的な価値観」「消費動向」「行動パターン」の変化を常に検証し、独自の情報を保有しています。さらに、全国のDMO（観光地域づくり法人）や、伝統工芸、禅、食文化、アクティビティといった各地域の多様なステークホルダーと強固な信頼関係を構築。地域現場から得られる最新情報をリアルタイムでアップデートしています。

ラグジュリークは、12年以上にわたり蓄積された実績と知見、そして国内外の強固なネットワークから得られる情報をもとに、持続的に「エクスクルーシブな体験」を提供しています。これにより、海外クライアントからの突発的で高度な要求に対しても、迅速かつ細やかな対応を可能にしています。この対応力を支えるのが、同社の強みである以下の3つの要素を統合した「統合型コンサルティング型機能」であり、複雑化するインバウンド市場の最前線における課題解決を強力にリードします。

● 包括的なプロジェクト実装力

各地域のDMO（観光地域づくり法人）や、伝統文化財の保護者、宿泊施設など、多岐にわたる国内ステークホルダーとの強固なリレーションを基盤に、地域資源を活かした「エクスクルーシブな体験」を一件一件の要望に応じたビスポークプログラムとして構築・提供

● 多言語対応専門チームによる高度なコミュニケーション

日本の伝統文化とビジネス慣習の双方に精通した多言語対応の専門チームを擁し、海外企業が求めるスピード感と、現場オペレーションの一元的なマネジメントを両立。

● 12年の実績に裏付けられた独自情報と分析力

世界中のUHNW（超富裕層）/VVIP（最上級顧客）や、グローバル企業のイベント・インセンティブ旅行において、直接取引を重ねてきた豊富な実績があります。蓄積された情報の検証に基づき、常に時代を先取る先進的なプロジェクトを具現化し実装します。

【2025年度の実績推移】 昨年度、当社のMICE部門は総売上高が前年比160%増、1プロジェクトあたりの平均参加人数は294%増と急増しました。これは、グローバル企業のイベント投資が日本へシフトするなかで、複雑化する大規模案件を確実に成功させた事例が評価された結果です。また、新規ビジネスが43%増加する一方で、既存クライアント38%が継続利用を選択しており、極めて安定的な需要を確保しています。

ラグジュリーク CEO 眞野ナオミ コメント

IMEXフランクフルトで改めて確信したのは、日本のMICE市場が、もはや"選択肢のひとつ"ではなく、グローバル企業が『ここでなければ伝えられないメッセージがある』と判断したときに選ぶ、唯一無二の舞台になりつつあるということです。

当社の2025年実績では、法人クライアントの95%が当初の要望を超えてプログラムを拡大しました。これは満足度の指標ではなく、日本という場を持つ『可能性の発見』が生み出す必然的な反応だと私は見ています。一度本物の日本体験を設計すると、クライアントは翌年、より大きな構想を持って戻ってきます。

私たちラグジュリークの使命は、その高まる期待に応え続けるための専門知識・人脈・創造力を、常に最前線で整えておくことです。インバウンドMICEの競争が本格化する今こそ、日本が世界のラグジュアリー・ビジネスイベントの中心地となる、最大の機会だと捉えています。

【株式会社ラグジュリーク 概要】

ラグジュリークは、インバウンド富裕層ビジネスおよびラグジュアリーMICEのマネジメント企業として、グローバルブランドイベント、国際会議、プライベートツアーなどの企画・運営を手掛けるリーディングカンパニーです。創業から12年にわたり、世界の超富裕層（UHNW）やグローバル企業の高度な要求に応え、パーソナライズされた体験価値を提供しています。国内外のニーズを繋ぐ「コンサルティング型の実装機能」を強みに、インバウンド富裕層市場における新たな価値創造に取り組んでいます。

以上

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社ラグジュリーク マーケティング & PR

福地須美子（マーケティング&PR） / 松永 美奈子（国内メディア担当） / Alexandre Lebon（海外メディア担当）

| メール：media@luxurique.com

