-PRESS RELEASE-

エクスペリサス株式会社
2026 年 5 月 26 日

エクスペリサス、公益社団法人新潟県観光協会の「高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」を受託・実施

～佐渡、弥彦・燕三条、湯沢・魚沼の 3 エリアで欧米富裕層向け高付加価値体験を開発し、海外販路を構築～

「100 年先へ、文化が受け継がれる『仕組み』を創る。」を Purpose とし、訪日富裕層向けの高付加価値な旅・体験を企画・開発から販売・流通まで一気通貫で推進するエクスペリサス株式会社（東京都渋谷区、代表取締役：丸山智義、以下「当社」）は、公益社団法人新潟県観光協会（以下「新潟県観光協会」）より、観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」に係るコンテンツ造成業務を 2025 年 7 月に受託し、佐渡、弥彦・燕三条、湯沢・魚沼の 3 エリアにおいて、欧米富裕層向け観光コンテンツの開発・磨き上げから、海外の富裕層向け旅行会社への販路整備までを実施したことをお知らせいたします。

■プロジェクト概要

（1）目的

新潟県は、「佐渡島の金山」に代表される世界文化遺産や人間国宝級の伝統工芸、燕三条における比類なき金属加工技術、魚沼・湯沢の雪解けの清流水が育む酒造り文化など、他地域では代替できない地域固有の資源を豊富に持ちながらも、高付加価値旅行者（富裕層）を専門に受け入れるためのさらなる整備が求められていました。

本事業では、消費単価の高い欧米富裕層をターゲットに、地域事業者と連携した高付加価値体験の開発・磨き上げ、販売体制の整備、海外の顧客向けプロモーションを推進することで、訪日旅行者の消費単価向上と地域経済の持続的な発展を目指しました。

（2）コンテンツ開発

当社は、「日本固有の観光資源」「希少性」「高い品質基準」の 3 軸を組み合わせ、欧米富裕層が「新潟を訪れたい」と感じる体験コンテンツを開発しました。いずれも職人や地域の方との対話を重視した限定性の高い内容であり、一般の観光では体験できない、新潟ならではの価値を凝縮しています。

コンテンツ例：

【佐渡エリア】人間国宝・伊藤赤水に学ぶ、世界遺産・佐渡金山の大地が生む無名異焼の美

2024 年に世界文化遺産に登録された「佐渡島の金山」。その大地から生まれた土を用いた無名異焼について学び、特別な制作体験ができるプログラムです。世界文化遺産と人間国宝級の伝統工芸という二つの希少な資源が交差する、新潟ならではの特別な体験プログラムです。

【燕三条エリア】燕三条「玉川堂」で体感する、一枚の銅から生まれる日本の美意識

日本有数の鎚起銅器ブランド「玉川堂」にて、江戸時代から継承される「鎚起銅器」の職人のガイドのもと、工房を見学するプログラム。200 年以上にわたり受け継がれてきた高度な金属加工技術を、職人との対話を通じて直接体験できる貴重な機会です。

【湯沢・魚沼エリア】雪と里山醸造所　世界に一つだけのクラフトサケアッサンブラージュ体験

日本初の女性クラフト酒蔵創業者であり、ワインテイスティング資格 WSET Level 3 を保有するデュケット智美氏 による、魚沼の雪解け水で育まれた複数の原酒をブレンドする「アッサンブラージュ」体験。個人の味覚と感性で「世界に一つだけの自分だけの日本酒」を創ることができる、新潟・魚沼の豊かな酒文化を五感で感じる希少な体験です。

（3）海外販路開拓・プロモーション施策

開発したコンテンツについては、テストマーケティング（2026 年 1 月 14 日～15 日）を実施。マーケット視点からのフィードバックを取り入れ、コンテンツの最終調整を行った上で、当社運営の会員限定 EC サイトへ掲載。直接・間接を含む 6 万社以上の富裕層向け旅行会社ネットワークへの販路を整備しました。

■プロジェクト背景と当社の役割

日本政府は 2030 年までに訪日外国人旅行者数 6,000 万人・消費額 15 兆円を目標として掲げており（2026 年 3 月閣議決定）、地方への高付加価値旅行者の誘客に対する関心が高まっています。観光庁の調査※によれば、訪日 1 回あたり 100 万円以上を消費する高付加価値旅行者は訪日旅行者全体のわずか約 2%（約 59 万人）にとどまる一方、消費額では約 19%（約 1 兆円）を占めています（2023 年時点）。

※観光庁「訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進」（2025 年 11 月更新）

欧米富裕層市場では「Quiet Luxury（クワイエット・ラグジュアリー）」と呼ばれるトレンドが顕著となっており、ぜいたく品の消費よりも地域コミュニティとのつながりや“本物の文化体験”を深く楽しむことへの関心が急速に高まっています。新潟県が有する世界文化遺産・伝統工芸・酒文化はこの層との親和性が極めて高く、当社の「製販一体型」モデルを活かした体験開発・海外販売によって、地方への富裕層誘客の促進につながると考えています。

■エクスペリサス：これまでの事業展開

当社は、「100 年先へ、文化が受け継がれる『仕組み』を創る。」を Purpose とし、持続可能な観光による地方創生を実現する"社会インフラ"を実装するため、2017 年 1 月の設立以来、訪日富裕層旅行市場 No.1 プレイヤーを目指してまいりました。BtoB 型承認制プラットフォーム「XPERISUS.com」のリリースを皮切りに海外富裕層向け事業を開始しましたが、COVID-19 パンデミックの影響により一時的に海外販売事業を停止。しかし、この期間を事業基盤強化の好機と捉え、国内富裕層向け事業、法人向け事業（BtoB）、官庁自治体向け事業（BtoG）へと事業領域を戦略的に拡大いたしました。

この多角化により、官庁自治体や企業との連携を通じた独自の高付加価値体験の創出に積極的に取り組み、毎年数百のコンテンツを創出。現在では直接・間接を含む 6 万社以上の富裕層向け旅行会社ネットワークを保持し、数百もの富裕層向けの旅・体験を「XPERISUS.com」を通じて世界中に展開する、訪日富裕層旅行市場における製販一体型の革新的なビジネスモデルを確立いたしました。

結果として 2022 年 5 月期には前年比 400%の成長率を記録し、年間黒字化を実現。2023 年 5 月期には 2 期連続での黒字を確保し、本格的な成長フェーズに移行いたしました。2022 年 10 月の入国制限緩和に伴い海外販売事業を再開し、2023 年 11 月には世界的なラグジュアリーツーリズム・コンソーシアム「Serandipians」に加盟するなど、グローバルネットワークの拡充を継続的に推進しております。

＜なぜ「海外富裕層」に特化するのか＞

観光庁の調査※によれば、訪日１回あたり 100 万円以上を消費する高付加価値旅行者は訪日旅行者全体のわずか約２％（約 59 万人）にとどまる一方、消費額では約 19%（約１兆円）を占めています（2023 年時点）。ところが、その多くは大都市圏に集中し、地方への消費は限定的なのが現状です。 当社が海外富裕層に特化するのは、この大きな機会を地域に還元し、地方創生につなげるためです。富裕層旅行者は滞在日数が長く、リピート率も高い傾向があり、また少人数でありながら消費額が大きいことから、オーバーツーリズムなどの観光公害を回避しながら地域経済に大きな効果をもたらすことができます。量より質を重視するこのアプローチこそが、持続可能な観光による真の地域活性化を実現する鍵であると考えています。

※観光庁「訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進」（2025 年 11 月更新）

■ 共に日本の魅力を世界へ発信する社員を募集

当社ではさらなる事業拡大に向けて、今後も積極的に採用活動を進めてまいります。日本の隠れた魅力を発掘し、世界の富裕層に感動体験として届ける――そんなやりがいのあるミッションに共感いただける方をお待ちしています。

＜募集職種＞

■国内事業部：

・トラベルコーディネーター：世界の富裕層マーケットへ日本の魅力を発信・提供

・商品企画・開発：企業や自治体と連携し、高付加価値な観光体験モデルを企画・開発

■海外事業部：

・海外営業：アライアンス営業を軸に、旅の企画設計から実施品質の管理、アフターフォローまでを一気通貫

・ガイド・通訳案内士：来日している富裕層のお客様の旅行をフルサポート

・インバウンド旅行手配：日本各地のサプライヤーと連携しながら、旅を“体験として成立させる”

■コーポレート本部

・法務：IPO 準備の中核メンバーとして法務機能をリード

・システム：社内向けシステムおよび Web サイトの実運用に向けた検証・改善・意思決定をリード

詳細な募集要項や選考プロセスについては、当社採用サイト（https://recruit.xperisus.com/）をご覧ください。皆様からのご応募を心よりお待ちしております。

＜会社概要＞

会社名：エクスペリサス株式会社

設立：2017 年 1 月

代表取締役：丸山　智義

所在地：東京都渋谷区渋谷 1-15-12 LAIDOUT SHIBUYA

主な事業：・高付加価値体験の開発、販売　・訪日富裕層市場における BtoB プラットフォームの提供

URL：https://about.xperisus.com/

■本リリースに関するお問い合わせ先■

エクスペリサス株式会社　広報担当

mail: pr@xperisus.com