



2024年12月9日

## 日本がグローバルエントリープログラムの公式パートナー国に 日米観光交流年の記念すべき節目

日本がアメリカ現地時間の2024年11月26日(日本では27日)、米国税関・国境警備局(CBP)が管轄するグローバルエントリープログラムの世界18番目となる公式パートナー国になりました。アメリカ合衆国の公式観光促進団体であるブランドUSAは、この記念すべき節目を歓迎し、米国にとっての日本の旅客市場の重要性を再確認し、経済、文化、観光部門における両国の関係性、さらには安全かつ効率的な旅行体験を確保するという両国の共通のコミットメントを一層強化する一歩になると捉えています。

グローバルエントリープログラムは、CBPが米国民、米国永住者及び二国間の枠組みに基づく相手国国民の入国手続の迅速化のために行っているプログラムです。事前審査を済ませ、「低リスク」と認定された旅客は入国および税関の手続きを簡易に済ませることが可能となり、空港での待ち時間も大幅に短縮され、旅行体験の大幅な向上が期待されます。強固なセキュリティ対策を維持しつつ、対象国との貿易、観光、文化交流もサポートするグローバルエントリープログラムが今後、全ての日本国籍の旅客にご利用いただけることになりました。

今回の正式導入に先駆け、同プログラムは日本国籍の旅客対象については、プロモーションコードを必要とし、申請人数にも上限が設けられたパイロット・プログラムとして2015年から運用されてきました。今後はこれらの条件は全て撤廃され、日本国籍の旅客はCBPが運営するトラステッド・トラベラー・プログラム(Trusted Traveler Program)のウェブサイト(<https://ttp.cbp.dhs.gov/>)からグローバルエントリープログラムへの申請を行うことが可能となります。具体的なプロセスとしては、ウェブサイト上で個人のアカウントを作成し、120米ドル(返金不可)の手数料を支払うと、事前審査を受けることができます。事前審査完了の後、申請者は米国内の指定された空港にてCBP職員との面接を行うか、到着時登録(EoA)プログラムを利用して申請手続きを完了することができます。会員資格は5年間有効となります。

ブランドUSAは本年7月、日米観光交流年(2024年1月～2025年3月)の取り組みの一環として、CBPと協力の上、新型コロナウイルスの世界的大流行後の旅行需要を活性化し、日米間の関係性をさらに強化すべく、グローバルエントリープログラムの「モバイル登録面接会」を開催しました。これはブランドUSAが同月、日本と韓国にて実施したセールスミッション期間中に催したもので、両国内800人近い希望者に対して、セールスミッションの会場であったホテルにてCBP職員による対面式の面接を実施しました。



「日本をグローバルエントリーの公式パートナー国として迎えることができたことを、大変嬉しく思います。これは記念すべき節目として捉えられるべきものであり、日米間の深い絆を反映し、日本の旅行者に対し、これまで以上に簡易で快適な旅行体験を保証するものです。今後もより多くの日本人旅行者をアメリカへとお迎えする過程において、両国間の文化的・経済的なつながりがさらに強化され、訪米旅客の体験がより充実したものになることを期待しています。」(ブランド USA のプレジデント兼最高経営責任者、フレッド・ディクソンのコメント)

「CBP は、米国への安全かつスムーズな入国を実現するプレミア・トラステッド・トラベル・プログラムであるグローバルエントリーに、日本を公式パートナー国として加えることを大変嬉しく思っています。アメリカ国内の空港施設の近代化を推し進める施策の一環として、グローバルエントリーの会員には、航空旅行上必要となる身分証明周りの、最先端のセキュリティとテクノロジーをご利用いただけます。また、今回日本がグローバルエントリーの公式パートナー国となったことで、両国間の外交・経済関係はさらに強まると考えます。」(CBP のフィールドオペレーション部門、エグゼクティブ・アシスタント・コミッショナー代理、ダイアン・J・サバティエーノのコメント)

## ■ ブランド USA について

アメリカ合衆国の公式観光促進団体であるブランド USA は、アメリカを優れた旅行デステネーションとして訴求し、国外から旅行者に対しアメリカの観光施策を伝達することをその目的として、旅行促進法に基づき、アメリカ初の半官半民の事業体として設立されました。当団体は、海外からアメリカを訪れる旅行者の増加によってアメリカ経済を活性化し、世界におけるアメリカのイメージを向上させることを目的としています。2010 年に Corporation for Travel Promotion (米国旅行促進協会) として設立されたこの官民組織は、2011 年 5 月に活動を開始し、ブランド USA として事業を展開しています。オックスフォード・エコノミクス社の調査によると、ブランド USA は過去 11 年間のマーケティング施策により、海外からの訪米観光客が 870 万人増え、約 288 億ドル(約 4 兆 3200 億円 1 ドル=150 円換算レートにて計算)の消費額の増加、毎年 3 万 6,800 件を超える雇用の創出、83 億ドル(約 1 兆 2450 億円)の連邦税、州税、地方税収入の増加を達成しており、その総経済効果は約 630 億ドル(約 9 兆 4500 億円)に上ります。

ブランド USA に関する業界向けの詳細情報やパートナーに関する情報については、[TheBrandUSA.com](http://TheBrandUSA.com)、または弊社の [Facebook](#)、[LinkedIn](#)、[X \(旧 Twitter\)](#) をご覧ください。アメリカ旅行の無限の多様性と本物の豊かな文化に関する情報は、ウェブサイト [GoUSA.jp](http://GoUSA.jp)、または [Facebook \(Visit The USA\)](#)、[TikTok](#)、[Instagram](#) をご覧ください。[GoUSATV](#) では旅行動画を配信しています。