

アウトバウンド促進協議会

2017年1月26日

一般社団法人 日本旅行業協会

海外旅行者数の実態

✓ 2012年 **1,849万人**、ピーク後減少

✓ 2016年（速報値） **1,711万人（105%）**

2013年 17,472 (▲5.5%)

2014年 16,903 (▲3.3%)

2015年 16,213 (▲4.1%)

単位：万人（前年比%）

旅券発行数推移

1996年 **627万冊**、ピーク後減少

(前年 \$ = 78円、10年旅券開始)

2012年 395万冊

2013年 332万冊

2014年 323万冊

2015年 327万冊

主要旅行会社ブランド商品取扱高（海外）

2012年 **7,722億円**、ピーク後減少

2013年	7,670億円
2014年	7,603億円
2015年	6,482億円

停滞傾向

- * **日本人アウトバウンド市場の地位低下**
- * **観光局の撤退・縮小**
- * **WEBや直販との不毛な価格競争**
- * **企画・造成担当者の業務知識不足**

2017年は仕掛けの年

- * **B2Bでしっかり連携して仕掛ける**
- * **「JATAはアウトバウンド」強化**
- * **お客様を旅行会社に取り戻す**
- * **会員メリットの追求**

アウトバウンド促進協議会 組織

- * **旅行会社：海外旅行推進委員会メンバーを中心に50社程度を想定**
- * **政観・大使館：目的地TOP50より30~40**
- * **サプライヤー：委員会・部会・WGで活動してくれている会社など30~40**

アウトバウンド促進協議会 組織 2

- * 各部門を代表する10数名から構成する
役員会
- * 全会員参加の総会
- * 欧州、アフリカ・中近東、アジア、
北中南米、オセアニア・大洋州の5つの
ゾーン別チームと2WAY強化チーム
(仮称)の6つ組織で活動を開始する

2WAY格差が大きい中国・韓国・台湾

アウトバウンド促進協議会 活動

- * 啓蒙・情報共有
マーケットインテリジェンスセミナー、
講演等の定期的な実施
- * マーケティング
地域毎に展開、既存の部会、WG、PRJと
連携して情報発掘、研修旅行、セミナー
、イベント構築
- * 専用HPを開設し、チームごとに協議会会員及び
JATA会員への「有益な」情報を迅速に共有する

アウトバウンド促進協議会 活動 2

- * **JATA各支部の連兼を基に、全国規模の
ネットワーキング強化、巡回セミナー、講演会を展開する**
- * **国際広報
国際センターとの連携により協議会活動と成果などを
定期的に英語による海外へ発信し、日本市場のプレゼンス
向上を目指す**
- * **従来活動してきた部会・WG・プロジェクト、などとの
協調、連携を図ることによって相乗効果をあげる**

海外旅行復活に向けて

2016年1-9月累計で対前年5%増と海外旅行復活の兆し
 燃油サーチャージの下落、円高傾向が後押し

単位：万人

日本人海外旅行者の推移

単位：USD,円

