

Japan Outbound Tourism Council
アウトバウンド促進協議会

2020 年度 JOTC 下期活動計画と上期活動報告

「2020 年度 JOTC 役員・部会長会議」が 9 月 29 日に JATA にて開催され、下期活動計画と上期活動報告について、以下の説明がありました。

1 下期活動計画

- (1) 各国政府観光局や観光関連団体による B2B オンラインセミナー集中実施
* 詳細は海旅部薦田が説明予定（別紙資料参照）
- (2) 海外教育旅行オンラインセミナーの実施（観光庁・文部科学省後援）
 - ◎海外教育旅行オンラインセミナーへの参画
2018 年以降、各主要都市で開催されていた海外教育旅行セミナーを本年はオンラインで開催することでより裾野を広げ、多くの学校関係者並びに各社の教育旅行担当者に参加いただき、『コロナに対して学校・業者はどのように対応するか?』をメインテーマに講演とワークショップを開催する。
11 月 19、20、21、24、25 日の 5 回開催予定で、トビタテ! 留学ジャパンから中山プロジェクトオフィサー、共育コンサルタントの金澤氏をお招きする。
(各回、定員 100 名で合計 500 名の定員) このセミナー成功に向けて各社にて学校関係者への告知活動を実施中。(資料 1 参照)
 - ◎海外旅行ガイドライン策定後に海外修学旅行の手引きの策定の計画
今後、海外教育旅行が再開されるタイミングで、ニューノーマルに対応できる手引きを関連部署と連携して策定予定。
 - ◎教育旅行部会 留学WG
UTS 国際教育旅行センターの池野代表取締役を座長にお願いし、海外留学をターゲットとする 8 社のメンバー（旧 CIEL メンバーの一部）から構成され、国際教育交流協議会（以下、JAFSA）をオブザーバーとして出席を依頼している。
7 月 7 日の初回会合の後、8 月 19 日に第二回 WG 会合を開催し、本年度の主たる活動計画を決定した。
- (3) 一般消費者に対する海外旅行機運醸成を図る活動（案）
（業界団体の結束と需要喚起に向けた統一感の構築）
 - ① 従来のツアーグランプリに新たにオンラインツアー部門も新設する。（案）
（資料 2 参照）
 - ② 需要喚起を象徴する「キャンペーン・ロゴ&キャッチコピー」の制作（航空会社・ホテル・空港会社との連携した「アイコン」の作成）（資料 3 参照）
 - ③ 成田、羽田、中部、関空における空港イベントの開催（資料 4 参照）
（海外旅行を想起させ、主要一般メディアへの露出）

Japan Outbound Tourism Council
アウトバウンド促進協議会

2 2020 年度上期活動報告

コロナ禍で休業状態が続く中、通常の方面部会の活動からウェビナー開催に変更。教育訓練助成金の対象となる内容で4月以降実施した。また方面別部会とは別にテーマ別の部会として教育旅行部会を設立した。

(1) マーケティングをテーマに実施したウェビナー

4月14日：「ミレニアル世代のマーケティング」をテーマに、(株)バリーズ（旅 Muse）を講師に実施、定員 100 名 参加者 100 名

(2) コロナの現状をテーマにしたウェビナー（教育訓練助成金対象）

① 5月27・6月1・3日：政府観光局を中心に44団体35セミナーを開催、3日間で2,122名が参加。詳細は別紙参照

② 6月29日：OTOA会員のツアーオペレーターを講師に実施

午前の部：登録者 1,317名、参加者 1,189名、出席率 90%

午後の部：登録者 1,583名、参加者 1,399名、出席率 88%

(3) オンライントラベルマート（JOTM）の開催

（開催日：7月31・8月6・7日、8月31～9月2日）

目的：業界のステークホルダー（JOTCの会員）と一緒に需要復活に備える

ためにオンライントラベルマート（JOTM）を実施としてのフォーラムと

ウェビナー（教育訓練助成金対象）、商談会（フォーラム8,000名、ウェビ

ナー5日間7,390名、商談会5日間1,143名。詳細は別紙参照）

(4) 教育旅行部会

アサヒトラベルインターナショナルの福田相談役を部会長にお願いし、海外教育旅行（修学旅行、研修旅行等）をターゲットとする10社の教育旅行担当者にて構成され日本修学旅行協会並びに全国修学旅行研修協会をオブザーバーとして出席を依頼。

6月26日の初会合の後、8月21日に第二回部会を開催し、本年度の主たる活動計画を決定した。

◎海外留学生安全対策協議会（JCSOS）主催 JAFSA 共催の定例セミナーへの協力

9月25日（金）に、神奈川大学の島川教授をはじめとするパネリストによる

セミナーを開催した。JATAの立場として、志村理事長もパネリストとして登壇し、

『ポストコロナ後の国際交流を考える』というテーマでディスカッションを行った。

対象は両協議会の会員大学の国際交流担当者をはじめとする100名を越える大学教育関係者に加え、7名の旅行業関係者も参加した。

2020年10月15日

ツアーグランプリ 2021 “Online Tour 部門” 新設に関して

- 趣旨 コロナ禍において新しい旅行の形態として急速な広がりを見せている
“Online Tour” を次年度のツアーグランプリにおいて新設部門として審査
対象とする。B2Cにおける需要維持・喚起の為に、特設サイトを開設し一般
消費者からの人気投票を実施する。
- 選考対象 一般消費者向けの動画。日本語のナレーションもしくは字幕付きであること。
- 応募資格 JATA 会員旅行会社に加えて、JOTC 会員観光局、大使館、航空会社、
オペレーターも応募資格を有する。
- B2C 施策 特設サイト（公式 HP）を開設し、主にデジタル広告（SNS）を活用し、
一般消費者からの人気投票を実施する。
- 審査方法 ツアーグランプリの一部門として、任命された審査員が選考を行う。
- スケジュール 以下を参照。

部門/時期	11~1月	3~4月	5月	6月
ツアーグランプリ 通常部門		旅行会社から 応募作品受付	審査員による一 次審査、及び最 終審査を経て入 賞作品を決定	JATA 総会午前、 TG 表彰式におい て表彰
ツアーグランプリ Online Tour 部門	旅行会社及び JOTC 会員から 応募作品受付	特設サイトで一 般消費者による 人気投票		

- アンケート 実施におけるアンケートにご協力をお願い致します。
(10月16日以降にメールにてお送りします)
- 説明会 応募受付、B2C 施策等の説明会を 11/11（水）、11/13（金）に開催を予定
しています。各社実務担当者のかたのご出席をお願い致します。
※両日ともに同一内容。所用時間：1.5 時間程度を予定。

以上

Japan Outbound Tourism Council
アウトバウンド促進協議会

アウトバウンド再開における「キャンペーン・ロゴ&キャッチコピー」に関して

1. 趣旨 アウトバウンド再開時における需要喚起策（B2C）を講じる際に、アイコン的なロゴとキャッチコピーを作成し、旅行会社を初め、観光局、航空会社、空港会社、大使館、オペレーター等が共通で各団体の宣材物に掲載することで、観光業界全体の結束と一般消費者へのアピールを行い、一刻も早い需要回復を目指す。
2. 制作物 (1) キャンペーン・ロゴ
 (2) キャッチコピー
3. 要素 (1) COVID-19 感染拡大による出入国規制緩和に伴い、“蒸発”してしまった海外旅行需要を回復させる。再び、海外旅行に出かけることを促す。
 (2) 感染対策を適切に行い、安心して海外旅行の参加を促すことを謳える団体（提供者）であることを告知する。
4. スケジュール 12 月末の完成を予定。
 ※出入国規制緩和状況に応じて後ろ倒しも有り得る。
5. 参考 これまでの同類のロゴ・コピーは以下。



以上

主要空港でのアウトバウンド需要喚起イベント 企画案

1 目的

日本の主要空港（NRT・HND・NGO・KIX）にて、海外旅行需要促進に関する消費者向けのイベントを開催し、一般メディアでの露出を図るとともに一般来場者を通じた海外への旅の魅力をPRすることで、国際往来回復後の海外旅行需要喚起拡大を図る。

2 実施時期

コロナ収束後で、インバウンド旅行者が戻り始め一般消費者が海外観光旅行に不安を感じなくなったタイミングを想定

3 実施母体

共催：JATA・空港会社（イベントと出展ブーススペースを提供）・航空会社、等

後援：国交省・観光庁

出展者：観光局、航空会社、旅行会社、等

4 空港でのイベント内容

* 観光局・航空会社・旅行会社等のブース出展。

* 空港会社・観光局・航空会社等共催者による独自イベント（トークショー、民族音楽・舞踊、物販等）。

* 観光局・旅行会社等による、一般消費者向けデスティネーションセミナーと旅行説明会

5 予算分担（案）

* イベント・告知費用は、JATA・空港会社・航空会社が応分に負担。

* 出展費用は、個々の出展者が負担

6 告知方法（案）

* 空港・航空会社等による交通公告等を利用した告知。

* 主催・共催・全出展者によるHP・SNS等での情報発信。

* 国交省・観光庁の記者クラブ投げ込み。

以上