

一般社団法人日本旅行業協会（JATA）の取り組み

概要

クルーズ旅行推進部会

日本旅行業協会（JATA）は全国の旅行会社約1,150社が加盟

アウトバウンド促進協議会（JOTC）には7つの部会がある

クルーズ旅行推進部会（旅行会社14社+JOPA+JICC）

2021年4月に部会長就任以来これまで情報交換を行う定例会が活動の中心だったのを改め、積極的な啓蒙活動に移行

- ・2022年、2023年の2年連続でクルーズキャンペーンを主導
- ・2024年4月、JATAクルーズB2Bワークショップを実施
2025年度のJATAクルーズB2Bワークショップは4月24日開催予定
- ・JATAクルーズ販売ウェビナーを実施（2024年11月、2025年2月）
- ・台湾研修旅行を実施（2024年12月、台湾のクルーズ販売を研究）
2025年6月、韓国研修旅行を計画中

1. クルーズの楽しさを改めて体験（BtoCの取り組み）

2022年

「Let's Go! クルーズキャンペーン（2022年10月～2022年12月）」を実施、邦船3社（当時）と共同で、消費者にクルーズ旅行の楽しさと安心安全を改めて体験してもらうことで、クルーズ市場の再興を目指すことを目的に実施



日本船3隻で船上ライブ経験のある歌手の麻倉未稀さんをキャンペーン大使に任命

2023年

「今こそ！クルーズキャンペーン（2023年11月～2024年3月）」を実施、2023年に入ってから水際対策完全撤廃、感染症5類への引き下げにより、名実共に海外への扉が開かれ、クルーズにおいても日本船の海外クルーズ、外国船の日本発着クルーズが再開された。

世界の船会社が手を結び、日本のお客様にクルーズの楽しさを体感いただくとともに、若年層を中心とした新たなマーケットの開拓を目的に、邦船2社に加え外国船社9社の参加によるオールジャパンでのクルーズキャンペーンを実施。



2. クルーズ商品を取り扱う旅行会社を増やす (BtoBの取り組み)

2024年

「JATAクルーズB2Bワークショップ～クルーズ業界関係者がここに集結～ (2024年4月)」
ネットワークの再構築、情報のアップデートや共同プロモーションの可能性を探ることを目的に実施。

第2回JATAクルーズB2Bワークショップ

～世界中のクルーズラインがJATAに集結～ 2025年4月24日 (木) 開催



第1回開催時の様子

第1回の出展会社数

日本船社	2社
外国船社	7社
GSA/PSA	6社
旅行会社	7社

クルーズ旅行を取り扱う旅行会社を増やすため、改めてネットワークの構築や、情報のアップデート、共同プロモーションの可能性、旅行会社各社のサポーターを募る機会を提供する。

クルーズを販売する旅行会社はJATA加盟の旅行業者1,150社の**わずか数%**、クルーズ元年(1989年)から大きな変動なく増えていない。他国のクルーズ人口は飛躍的に増えたが、日本は**30年間ほぼ横ばい**。2023年は19.6万人

まとめ

旅行会社向けの販売セミナーを継続し、1社でも売り手を増やす必要がある（B2Bワークショップ、ウェビナーの継続）
クルーズ先進国の研究と近隣諸国のクルーズ文化研究の継続



船内見学会や食事会など旅行会社スタッフ向けの乗船機会を増やす必要がある（諸課題は認識済み）



港湾のハード面の整備に限らず、ソフト面でも高度化を追求する
旅行店舗の出店をはじめ、カフェテリアやコンビニなどクルーズ船の乗下船者の利便性の向上と、気軽に港に足を運んでもらえる仕掛けが必要（横浜港大さん橋モデルの拡大）