

平成28年度教育旅行推進強化事業
沖縄教育旅行多言語PRツール作成業務

共通コンセプトと各市場におけるSTP

(一財) 沖縄観光コンベンションビューロー
国内事業部 国内プロモーション課
「沖縄教育旅行多言語PRツール作成業務」事務局

多言語PRツール共通コンセプトについて

- 沖縄教育旅行が海外各市場に提供する価値（ベネフィット）を下記のように定める。
- 多言語PRツール作成においては、下記を共通コンセプトとし、沖縄教育旅行が提供出来る価値（情報）を海外の各市場に合わせた形で整理・最適化を行い、発信する事によりターゲットの沖縄教育旅行に対するポジティブな態度変容を創造する。

共通コンセプト

「生きる力を育む」
～おきなわで学び・感じ・未来を創造する～

【繁体字】（台湾・香港市場）①

- 1.台湾は訪日教育旅行市場において最大のマーケットであり、台湾から海外への教育旅行の目的地の約9割は日本である。
- 2.香港は沖縄の認知度の高さやアクセスの良さ等沖縄教育旅行に対してポジティブな要素が多く、私立校を中心に有望な市場である。
- 3.台湾・香港共に同種の学校との交流（種別・学力・特徴等の共通性）の需要が非常に高い。
- 4.台湾・香港共に沖縄に対してリゾート地としての認知度は高いものの、教育旅行地としての認知度は低い。

●市場概況

【台湾】

	海外教育旅行実施概要
形態・実施主体	・小中高等学校主催 ・学校長の裁量により決定
団体規模	数十名
実施時期	4～5月、11～12月
標準的な費用	9～12万円程度
競合国/市場	アメリカ、韓国、オーストラリア
訪問先決定要因	同種(学力・特徴等)の学校との交流

※H27年 JNTO「訪日教育旅行概況 現状と課題」より抜粋

	訪日教育旅行の実施状況
年間訪日教育旅行人数・学校数	9,692人・237校(2014年高校のみ) 出典:台湾国際教育旅行連盟
主な訪問地	東京・大阪・神戸・京都・長野・群馬・静岡
標準的な日数	5日～6日間(日本の学校訪問終日×1校あるいは半日×2校を含める)
主な目的	体験学習・日本人の生活・学校訪問・民家宿泊・ホームステイ・名門大学視察
その他	日本の文科省にあたる台湾教育部では、海外への教育旅行を実施する学校に対して、補助金制度を設けている

【香港】

	海外教育旅行実施概要
形態・実施主体	・小中高等学校主催 ・担当教員・校長の裁量により決定
団体規模	10名～40名程度
標準的な日数	5～7日間
実施時期	3～4月、6月、7～8月
標準的な費用	8,000～12,000HKD≒11万～17万円(1HKD=14円)
競合国/市場	韓国、台湾
訪問先決定要因	学生間交流、教育旅行民泊、農村体験、工場見学

【繁体字】（台湾・香港市場）②

- 1.台湾は訪日教育旅行市場において最大のマーケットであり、台湾から海外への教育旅行の目的地の約9割は日本である。
- 2.沖縄の認知度の高さやアクセスの良さ等沖縄教育旅行に対してポジティブな要素が多い香港市場は、私立校を中心に有望な市場である。
- 3.台湾・香港共に同種の学校との交流（種別・学力・特徴等の共通性）の需要が非常に高い。
- 4.台湾・香港共に沖縄に対してリゾート地としての認知度は高いものの、教育旅行地としての認知度は低い。

●OCVB想定STP

プロモーション方針	学校関係者へ教育旅行目的地としての沖縄の魅力を訴求し、具体的な問い合わせおよび予約の獲得を目指す。
セグメント	台湾・香港で <u>日本へ</u> の教育旅行を検討している層
ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾で開催される訪日教育旅行セミナー等に参加する、教育旅行実施に関する情報収集を行う台湾の<u>学校関係者</u>（コア・ターゲット） ・台湾の職業高校（サブ・ターゲット） ・香港私立校（サブ・ターゲット）
ポジショニング	<ul style="list-style-type: none"> ・日本本土の他府県との<u>差別化</u>を意識する ・キーコンテンツ：学生間交流・教育旅行民泊・農村体験・文化体験・平和・産業（海洋系・工場）

【韓国語】（韓国市場）

- 1.H25年時点では訪日教育旅行実施国の中で 2 番目の規模であったが、H26年の船舶事故以来教育旅行に関する規制が強化された。
- 2.最近の傾向として特定時期に全体が旅行に行くのではなく、クラス別及び小規模単位で分けていく形態が多い。
- 3.姉妹校同士の交流が盛ん。それ以外では、ボーイスカウト等の青少年団体が実施する学校主催以外の教育旅行の目的地として日本が選ばれる。

●市場概況

	海外教育旅行実施概要
形態・実施主体	・青少年団体(複数の学校で募集) ・小中高校が独自に決定
団体規模	30名～80名
実施時期	・青少年団体→1・2月、7・8月(冬・夏休み) ・学校教育旅行→4・5・6月、10・11月
標準的な費用	約60万W～80万W≒6～8万円(1W=0.1円)
競合国/市場	中国
訪問先決定要因	・予算、安全性、プログラム内容 ・船舶事故以降、校長に対する責任が増し、また父母の意見が大きな決定要因となった。

	訪日教育旅行の実施状況
年間訪日教育旅行人数・学校数	・約2万人(JNTOソウル事務所推計値) ※韓国側の正式な統計なし
主な訪問地	北部九州＞関西＞関東(福岡、大阪、京都、奈良、東京等)。
標準的な日数	4泊5日(船舶利用、2泊は船内泊) 3泊4日(航空機利用)
主な目的	・海外文化探訪(朝鮮通信史等) ・体験型(伝統工芸制作,スポーツ,自然等) ・姉妹校訪問

●OCVB想定STP

※H27年 JNTO「訪日教育旅行概況 現状と課題」より抜粋

プロモーション方針	韓国現地のAGTへ周知し沖縄教育旅行の認知度を拡大させ、AGTから教育旅行関係者への提案材料とする。
セグメント	韓国で <u>日本へ</u> の教育旅行を検討している層
ターゲット	・ボーイスカウト等の <u>青少年団体</u> (コア・ターゲット) ・韓国の日本への教育旅行を検討している <u>学校関係者</u> (サブ・ターゲット)
ポジショニング	・青少年団体等の求めるコンテンツを反映し、ニッチな市場での <u>差別化集中戦略</u> を展開する。 ・キーコンテンツ：学生間交流・自然体験・文化体験・韓国とゆかりのある体験・平和・産業（海洋系）

【英語】（東南アジア・アメリカ・オーストラリア市場）①

1. 近年訪沖数が増加している東南アジア市場、また訪日教育旅行市場において3位、4位のシェアを占めるアメリカ、オーストラリアを対象に展開。
2. シンガポールにおいては将来的に沖縄での教育旅行の実施が検討されている。
3. アメリカ・オーストラリアにおいては、主に日本語学習の一環として訪日教育旅行が実施される。
4. 東南アジア・欧米豪の各市場においても学校間交流が求められている。

●市場概況

【シンガポール】

	海外教育旅行実施概要
形態・実施主体	・小中高専門学校主催 ・学校長・担当教諭が訪問地決定に影響
団体規模	25名程度
実施時期	6月・11月・12月が中心
標準的な費用	20万円程度
競合国/市場	オーストラリア、韓国
訪問先決定要因	学習内容・安心安全

	訪日教育旅行の実施状況
年間訪日教育旅行人数・学校数	不明
主な訪問地	関東・関西・九州（沖縄・北海道の将来検討も多い）
標準的な日数	7～8日間
主な目的	日本の学校との交流・ホームステイ・最新技術体験
その他	シンガポール政府からの補助金制度はあるが、年々金額が少なくなっている。

【アメリカ】

	海外教育旅行実施概要
形態・実施主体	・大学・高校日本語クラスのうち、有志のみ ・日本語クラス単位
団体規模	数名～20名程度
実施時期	6月・7月が中心
標準的な費用	2500ドル≒25万円（1ドル＝100円換算）
競合国/市場	—（日本語学習者向け）
訪問先決定要因	費用、宿泊施設、姉妹校、学習内容、安心安全

	訪日教育旅行の実施状況
年間訪日教育旅行人数・学校数	不明
主な訪問地	東京・大阪・京都・広島
標準的な日数	7日間以上、14日未満
主な目的	日本の衣食住体験・学校訪問（合唱部、吹奏楽部による訪日・学校交流が一例）・観光
その他	保護者、学校長の旅行同意取得の際にわずかに震災の影響を気にする方がいる

【英語】（東南アジア・欧米豪市場）②

●市場概況 【オーストラリア】

	海外教育旅行実施概要
形態・実施主体	・高校日本語クラスのうち、有志のみ ・日本語クラス単位
団体規模	30名程度
実施時期	9月（4月にもニーズがあるが、日本の受入が困難）
標準的な費用	30万円程度
競合国/市場	—（日本語学習者向け）
訪問先決定要因	費用・宿泊施設・安全・姉妹校・公共交通機関

	訪日教育旅行の実施状況
年間訪日教育旅行人数・学校数	留学を含む教育(Education)目的は全体の2.4%(5,900人)(2014) 出典:Australian Bureau of Statistics
主な訪問地	広島・東京・京都・兵庫・大阪
標準的な日数	14日間
主な目的	学校交流・一般的な観光

●OCVB想定STP

※H27年 JNTO「訪日教育旅行概況 現状と課題」より抜粋

プロモーション方針	将来的な需要を創出する為、沖縄教育旅行の魅力をPRツールにより広く周知する。
セグメント	東南アジア・欧米豪で <u>日本へ</u> の教育旅行を検討している層
ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> ・シンガポールの訪日教育旅行を検討している<u>学校関係者</u>（コア・ターゲット） ・アメリカ・オーストラリアの日本語学習クラスを持つ学校や日本語学校の訪日教育旅行を検討している<u>学校関係者</u>（サブ・ターゲット）
ポジショニング	<ul style="list-style-type: none"> ・日本本土の他府県との<u>差別化</u>を意識する ・キーコンテンツ：学生間交流・教育旅行民泊・科学技術・歴史・体験・平和

【簡体字】（中国市場）

1. 中学・高校の学校主催の教育旅行実施に関しては行政が大きな権限を持ち、震災以降訪日教育旅行実施の認可が下りにくい状況となっている。
2. 大学の日本語学科や日本語学校は訪日教育旅行実施の意向があり、ターゲットとしては最も有望である。

●市場概況

海外教育旅行実施概要	
形態・実施主体	・小中高等学校主催 旅行会社手配旅程に複数校が参加することもある。 ・管轄地方政府教育行政部署や学校長の裁量により決定
団体規模	数十名～数百名
実施時期	7～8月、12～2月
標準的な費用	12万～20万円程度
競合国/市場	韓国・台湾・アメリカ・オーストラリア・英国・UAE
訪問先決定要因	安全・国際情勢・費用・学習プログラム・交流相手先学校

訪日教育旅行の実施状況	
年間訪日教育旅行人数・学校数	19,000人(2010年) 外務省による教育旅行査証免除申請件数
主な訪問地	北海道・東京・大阪・京都・長野・九州
標準的な日数	5～7日間
主な目的	学校交流・文化体験・環境技術見学・観光
その他	震災前は増加傾向にあったが、東日本大震災後、従来日本を訪問していた学校が韓国へ振り替える等、他国との競合が顕在化し、回復の動きが少し鈍い。

●OCVB想定STP

※H27年 JNTO「訪日教育旅行概況 現状と課題」より抜粋

プロモーション方針	訪日教育旅行実施意向のある大学の日本語学科及び日本語学校へ、沖縄教育旅行の実施を提案する。
セグメント	中国の大学の日本語学科及び日本語学校で <u>日本へ</u> の教育旅行を検討している層
ターゲット	中国の大学の日本語学科及び日本語学校で日本への教育旅行を検討している <u>学校関係者</u>
ポジショニング	<ul style="list-style-type: none"> ・日本に興味のある層に対して沖縄の独自性を訴求する、<u>差別化集中戦略</u>を展開する。 ・キーコンテンツ：学生間交流・自然体験・文化体験・産業（工場等）