令和元年９月９日

地域の観光資源を活用したプロモーション事業
令和２年度関東運輸局ブロック方針

関東運輸局観光部国際観光課

１．【基本方針】

観光庁から示された、「地域の観光資源を活用したプロモーション事業令和２年度実施方針」（別添）等に基づき、地域固有の魅力ある観光資源を、地域特性を活かし、戦略的かつ効果的にプロモーションする。

２．【目標（KPI）：管内の訪日外国人延べ宿泊者数】

２０１８年（実績）３，３１２ 万人泊

→ ２０１９年（目標）３，６６０ 万人泊
２０２０年（目標）４，００７ 万人泊
２０２１年（目標）４，２３３ 万人泊

３．【取組を強化する対象国】

・最重点対象国［　欧米豪　］
・準重点対象国［　東アジア圏　］
・その他取組すべき対象国［　東南アジア圏　］

４．【取組を強化するテーマ】

・欧米豪市場を対象としたもの
・アジア市場においては、FIT 層、リピーター層、未訪日層を対象としたもの
・オリンピック・パラリンピックを契機とした訪日誘客促進

５．【地域戦略】

・国際線発着枠の増加が見込まれる空港、港湾等のゲートウェイや、発展した交通体系を活用し、訪日外国人観光客がより広域に回遊する効果が期待できる事業を実施し、多様化する個人旅行ニーズやリピーター層の取り組み強化を図る。
・オリンピック・パラリンピック開催を契機とし、欧米豪市場や長期滞在者、高所得者層、訪日無関心層等の新たな市場を開拓する。
・関係省庁等が実施する観光振興に資する取組と連携し、地域の観光資源を極め、地方創生の礎を築く。

６．【戦略及び主な取組】

対象市場	ターゲット	地域ならではの訴求テーマ	取組の方向性
欧米豪	FIT 層、高所得者層、スポーツ観戦者層	体験（日本文化、自然）、食、スポーツ（アクティビティ、オリパラ競技等）	情報発信を強化し、旅行先としての認知度向上を図る。
東アジア圏	FIT 層、高所得者層、リピーター層	都市観光とショッピング、自然風景、食、体験（日本文化）	地方の魅力発信を強化し、リピーター層の更なる取り込み及び未訪日層の開拓を行う。
東南アジア圏	FIT 層、高所得者層、団体旅行者層	体験（日本文化）、食、自然風景	地方の魅力発信を強化し、リピーター層の更なる取り込み及び未訪日層の開拓を行う。

（別添）

確定版

地方運輸局・沖縄総合事務局通知

令和元年７月

地域の観光資源を活用したプロモーション事業

令和２年度実施方針

観光庁国際観光課

地方運輸局・沖縄総合事務局（以下、「地方運輸局等」という。）は、訪日外国人旅行者の地方部への誘客を加速させるため、訪日外国人旅行者の多様なニーズを踏まえ、地方（自治体及び民間企業等）の発意の元に自らが主体となり、日本政府観光局（以下、「JNTO」という。）とも連携しつつ、以下の方針に沿って、地域の魅力ある観光資源を戦略的かつ効果的に発信する。

事業実施の基となる事業計画は、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成 28 年 3 月 30 日「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」決定。以下、「観光ビジョン」という。）及び「観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム 2018」（平成 30 年 6 月 12 日「観光立国推進閣僚会議」決定。以下、「観光ビジョン実現プログラム」という。）の趣旨を踏まえつつ、2018～2020 年訪日プロモーション全体方針と市場別方針（以下、「訪日プロモーション３年方針」という。）並びに地域の実情に応じて地方運輸局等が定める地域ブロック方針との整合を図ることとし、策定された事業計画は観光庁と JNTO が確認することとする。

１．【地域ブロック方針】
地方運輸局等は、統一フォーマットを用いて、地域の実情に応じた地域ブロック方針を定め、管内の訪日外国人延べ宿泊者数の目標や、訴求するテーマ、最重点市場等を設定し、観光庁と JNTO の確認を受けること。

２．【事業計画】
地方運輸局等は、１．で定める地域ブロック方針及び訪日プロモーション３年方針に基づき、JNTO のデジタルマーケティング等による分析結果を踏まえた事業計画を策定すること。事業計画において、対象市場・ターゲット・訴求コンテンツを設定し、実施する事業は、５．（２）で示す地域の観光資源を活用したプロモーション事業とすること。なお、事業計画は、観光庁、JNTO 及び地方運輸局等による、3 者合同会議の場で確認し、決定する。

３．【広域連携】
広域での事業構築・連携が行われていることを基本とする。ただし、観光ビジョン及び観光ビジョン実現プログラムの趣旨に沿う事業であって、広域に対して波及効果が期待される事業は、この限りでない。

４．【他事業との整合性】
広域周遊観光促進のための観光地支援事業等、他事業で行う情報発信又はプロモーションと類似する内容の事業と判断されるものについては、当事業では実施しないこととする。

５．【事業実施要件】

当該事業は、以下の要件を必ず満たすものとすること。なお、（２）の対象については今後追加もありうる。

（１）バス、タクシー又は鉄道等の公共交通事業者を実施主体に含めること

（２）下記に示す、今後政府が観光コンテンツとしての活用を推進し訪日外国人旅行者の満足度を向上させるための環境整備を行う地域の観光資源のいずれかを含むこと

① 国立公園（全国 34 個所）

② 世界遺産、日本遺産、文化財保護法の規定に基づく指定文化財（国宝・重要文化財、舞台芸術、地域伝統芸能、史跡、名勝、天然記念物、伝統的建造物保存地区など）等

③ ＳＮＳ等の分析から訪日外国人からの興味・関心が高まりつつある地域の魅力ある観光資源（新たな観光資源の開拓）

（３）１事業あたりの総事業費が原則年 1,000 万円以上のものであること。なお、総事業費には、当該事業の実施に真に必要な範囲に限り、連携先の旅費を含めてもよいものとする。

（４）同一の事業を継続して実施できる期間は、最長３年間とする。

６．【事業の重点化】

以下に該当する事業を重点的に実施すること。

（１）アジア市場においては、拡大するリピーター層の更なる訪日の促進、多様化する個人旅行ニーズに対応する多彩な旅行テーマの提案、未訪日層の掘り起こしの強化を図るものであること

（２）東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした訪日客の誘客を促進するもの

（３）欧米豪市場を対象としたもの

（４）高所得者層や長期滞在者の誘客を目的としたもの

（５）閑散期対策など、年間を通じた訪日需要の創出につながるもの

（６）航空便・クルーズ船の新規路線誘致等に資するもの

（７）関係省庁が実施する観光振興に資する取組と連携するもの

７．【国の負担割合】

・事業効果が分析可能であり、その分析結果を JNTO の行うデジタルマーケティング等に活用できる事業（以下、「基幹事業」という。）について、国は原則事業費の 1/2 を負担する。

・その他の事業については、基幹事業に付随して行う事業とし、国は原則事業費の 1/3 を負担する。なお、基幹事業に付随して行う事業のみで構成される事業計画は認められないものとする。

・「基幹事業」及び「基幹事業に付随して行う事業」の具体的な事業種別については、以下の表に示すものとする。

基幹事業	基幹事業に付随して行う事業
イベント・旅行博等出展、メディア招請、旅行会社招請、共同広告、インターネット（WEB・SNS）、海外現地商談会、セミナー、海外現地メディア説明会、トラベルマート、旅行会社等セールスコール、純広告、映像制作	印刷物製作、その他で事業類型に合致しないもの

８．【対象市場】

・令和元年度訪日プロモーション重点 20 市場（中国、韓国、台湾、米国、香港、豪州、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、カナダ、英国、フランス、ドイツ、フィリピン、ベトナム、インド、ロシア、イタリア、スペイン）

・重点 20 市場以外の欧米豪市場

・上記以外の市場で、６.で示す項目に該当する市場

９．【対象市場のエリア別の目標構成比率】

本事業の実施にあたっては、過年度の事業実績を踏まえ、全事業における対象市場のエリア別の目標構成比率を以下の通り定める。地方運輸局等の事業計画は当該比率を踏まえて決定するため、地方運輸局等の事業計画について個別に調整することがありうるものとする。

※対象市場のエリア別の目標構成比率

（重点 20 市場）
・東アジア市場　　40%以上
・東南アジア市場　　20%程度
・欧米豪市場　　40%程度
＊インドは欧米豪市場に含むものとする。

（重点 20 市場以外の市場）
・その他　　数%

１０．【事業進捗の把握及び評価体制の構築】

地方部への誘客を加速化させる具体的な効果が得られる事業とするため、以下の通り、事業の進捗管理及び事後評価を行い、戦略的に事業を実施する。

（１）観光庁及び JNTO において事業の進捗状況を把握するため、地方運輸局等は、四半期毎に契約等の状況をまとめ報告を行うこと。
（２）受託事業者からの報告等を通じて、全ての事業について成果指標の把握を徹底すること。併せて、事業実施後、速やかにＶＪネットに成果を登録すること。
（３）地方運輸局等は、成果管理に係る統一フォーマットを用いて自己評価を行い、地域の観光情勢に精通した外部有識者による事業評価を受けること。なお、その時期、方法等については別途通知する。
（４）地方運輸局等は、（３）の評価結果を観光庁及び JNTO に報告すること。
（５）観光庁及び JNTO は、（４）の報告を受けた後に、事業の継続・改善・廃止について検討を行い、最終的な評価を行うこととする。
（６）観光庁及び JNTO 並びに外部有識者から受けた評価や意見は、次年度以降の事業計画に反映させること。
（７）事業から得られた写真や動画などのコンテンツ及び地域の観光資源に係る情報等については、JNTO が活用しやすく整理し、提出すること。

以上

参考：令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業
【成果指標】① 現地旅行会社向け事業（B to B）

関東運輸局
Kanto District Transport Bureau

No.	事業類型（VJnet 個別事業区分）	アウトプット成果指標	アウトカム成果指標
1	**旅行会社招請**	**招請人数**	**造成ツアー本数、造成ツアー送客数**
	●海外の旅行会社等の関係者を国内に招請し、ツアー等造成・販売による送客を支援する事業。 原則として、国内観光地の視察を伴う。 ●教育旅行に関連した教育機関関係者の招請を含む。		※アウトカム①に設定する指標は「造成ツアー送客数」とする。 ●「造成ツアー送客数」については補足事項②を参照。
2	**現地海外商談会**	**商談件数、参加人数**	**造成ツアー本数、造成ツアー送客数**
	●対象市場の旅行会社等の関係者（教育機関関係者を含む）を招集した商談会を対象市場で開催し、ツアー等造成・販売による送客を支援する事業。 （注）日本国内で行う商談会の場合は、「トラベルマート」を選択	※アウトプット①に設定する指標は「参加人数」とする。	※アウトカム①に設定する指標は「造成ツアー送客数」とする。 ●アウトカム②③には、「参加団体による評価」「商談成約件数（見込みを含む）」を指標として設定することも可(任意)。 ●「造成ツアー送客数」「参加団体による評価」については補足事項②を参照。
3	**トラベルマート**	**商談件数、参加人数**	**造成ツアー本数、造成ツアー送客数、**
	●訪日ツアーの造成と訪日外国人旅行の拡大を図るために、海外の訪日旅行取扱旅行会社の責任者等を招請し、国内観光関係自治体や企業との商談会を日本国内で主催共催する事業。 （VJTM、東アジア・東南アジア商談会、ラグジュアリーショーケース等）	※アウトプット①に設定する指標は「参加人数」とする。	※アウトカム①に設定する指標は「造成ツアー送客数」とする。 ●アウトカム②③には、「参加団体による評価」「商談成約件数（見込みを含む）」を指標として設定することも可(任意)。 ●「造成ツアー送客数」「参加団体による評価」については補足事項②を参照。
4	**共同広告**	**掲載本数・放送回数、広告表示回数、媒体接触者数**	**広告掲載ツアー本数、広告掲載ツアー送客数**
	●旅行会社や航空会社等と連携し、海外において特定のツアー商品や路線等の広告を行い、訪日外送客数増加を目的とする。 ●航空会社等と費用分担して行なう就航地PRなどの共同プロモーションやOTAとのタイアップ事業を含む。	※アウトプット①に設定する指標は「媒体接触者数」とする。 ●「媒体接触者数」については補足事項①を参照	※アウトカム①に設定する指標は「広告掲載ツアー送客数」とする。 ●「広告掲載ツアー送客数」については補足事項②を参照。

参考：令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業
【成果指標】① 現地旅行会社向け事業（B to B）

関東運輸局
Kanto District Transport Bureau

No.	事業類型（VJnet 個別事業区分）	アウトプット成果指標	アウトカム成果指標
5	セミナー（ BtoB ）	参加人数、日本側の参加組織・団体等	参加者による評価（アンケート）
	●海外の旅行会社担当者等向けに、日本の観光地等に関した説明会等を対象市場や日本国内において開催する事業。（他社主催イベントへの参加も含む。） ●旅行会社担当者の日本の観光地に対する認識が向上し、関連ツアーが積極的に販売されることを期待する。 （注）B to Cを対象とするセミナーについては、「13.イベント旅行博等出展」を選択。 商談会を含む場合、海外開催は「2.海外現地商談会」、国内開催は「3.トラベルマート」を選択	※アウトプット①に設定する指標は「参加人数」とする。 ●アウトプット②には、「アンケートの回収数・回収率」を設定することも可。	●アンケートの取得が不可の場合、アウトカムの設定は不要とする。
6	旅行会社等セールスコール	商談・訪問件数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数
	●海外の旅行会社等を直接訪問し、国内観光地等に関した説明等を実施する事業。 ●旅行会社担当者の国内観光地の認識が向上し、関連ツアーが積極的に販売されることを期待する。		※アウトカム①に設定する指標は「造成ツアー送客数」とする。

参考：令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業
【成果指標】② 現地消費者向け事業（B to C）

関東運輸局
Kanto District Transport Bureau

No.	事業類型（VJnet 個別事業区分）	アウトプット成果指標	アウトカム成果指標
7	**純広告（オフライン・オンライン）**	**掲載本数・放送回数、広告表示回数、媒体接触者数、広告表示１回あたりの経費**	－
	●国内観光地の広告宣伝を行う事業。 ●対象とする地域の認知度の向上とイメージアップを目的とする。 （注）当事業にて期間限定で情報発信行うキャンペーンサイトの制作運営事業については、「インターネット（WEB）」もしくは「インターネット（SNS）」を選択。 【備考】 ※ 当事業によるキャンペーンサイト等への流入を図るために、当事業以外のアカウントによるブログやSNSに広告を掲載（純広告）する場合、事業予算をわけて両方の事業類型で登録することが望ましい。 ※ オフライン純広告については、オンラインと組み合わせる等により指標の計測ができることが望ましい。	※アウトプット①に設定する指標は「媒体接触者数」とする。 ●「媒体接触者数」については補足事項①を参照	●純広告（オンライン）については、以下のとおり成果指標を設定すること。 ※アウトカム①に設定する指標は「クリック数」とする。 ※アウトカム②③は可能な場合に限り、「クリック率」「動画再生数」「１クリックあたり経費」より選択し設定すること。
8	**メディア・インフルエンサー招請**	**招請・参加媒体数および招請人数**	**掲載・放送媒体数、掲載本数・放送回数、掲載ページ数・放送時間、媒体接触者数、広告費換算額**
	●海外のメディア関係者及びインフルエンサー等を国内に招請し、海外での報道・情報発信を支援する事業。 ●国内観光地を視察し、観光地の認知度の向上とイメージアップにつながるテレビ番組や記事の制作を要請する。	※アウトプット①に設定する指標は「招請人数」とする。 ●フリーランスやインフルエンサーは1名で1媒体とカウント。	※アウトカム①に設定する指標は、 雑誌・メディア等招請→「広告費換算額」 インフルエンサー・ブロガー招請→「媒体接触者数」とする。 ●「媒体接触者数」については補足事項①を参照
9	**海外メディア・インフルエンサー説明会**	**招請・参加媒体数および参加人数**	**掲載本数・放送回数、媒体接触者数、広告費換算額**
	●海外メディアを対象に訪日ツアーに関連した説明会を開催し、報道を期待する事業。 ●国内観光地の情報を提供し、認知度の向上とイメージアップにつながるテレビの放送、雑誌の掲載等を要請する。	※アウトプット①に設定する指標は「参加人数」とする。 ●フリーランスやインフルエンサーは1名で1媒体とカウント	※アウトカム①に設定する指標は「広告費換算額」とする。 ●「媒体接触者数」については補足事項①を参照

参考：令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業
【成果指標】② 現地消費者向け事業（B to C）

関東運輸局
Kanto District Transport Bureau

No.	事業類型（VJnet 個別事業区分）	アウトプット成果指標	アウトカム成果指標
10	**旅行情報提供：インターネット（WEB）**	**制作・追加した内容を報告** **新規・追加・制作・更新したページ数** **コンテンツ数・サイト数**	**媒体接触者数**
	●期間限定の特設サイト（Webページ）制作・運営等 （注）「資産」に該当しないものに限る。 招請者による発信については「招請事業」を選択すること。いずれにも該当しない場合は、「純広告」や「共同広告」を参照。	●URL数をベースにカウント	※「媒体接触者数」については補足事項①を参照し、**アウトカム①に設定する指標は「制作・更新したページを閲覧したしユニークユーザー数」とする。** ●アウトカム②③には、「直帰率」「滞在時間」を設定することも可（任意）。
11	**旅行情報提供：インターネット（SNS）**	**投稿回数**	**媒体接触者数**
	●期間限定の特設のSNSページ制作・運営等 （注）「資産」に該当しないものに限る。 招請者による発信については「招請事業」を選択すること。いずれにも該当しない場合は、「純広告」や「共同広告」を参照。	●アウトプット②に「投稿単価」を設定することも可	※「媒体接触者数」については補足事項①を参照し、**アウトカム①に設定する指標は「リーチ数」とする。** ●アウトカム②には「投稿表示回数（インプレッション数）」を設定する。 ●アウトカム③には「Like(いいね）数」「エンゲージメント率」を設定することも可(任意）。
12	**旅行情報提供：印刷物・画像・映像**	**制作・追加した内容を報告** **部数（印刷物）、枚数（画像）、本数（映像）**	**制作・追加した内容を報告** **部数（印刷物）、枚数（画像）、回数（映像）**
	● 主として海外での配布を目的としたパンフレット、ガイドブック、ビデオ等のツールを制作する事業。 ●国内観光地の情報を提供することで、認知度向上とイメージアップを目的とする。	●アウトプット②には、「一部あたりの制作・追加経費」「配布放映期間（時間・日数）」、「言語数」を指標として設定することも可（任意）。	
13	**イベント・旅行博等出展**	**ブース来場者数（業者・プレス、一般来場者）**	**－**
	● 海外で開催されるイベント・旅行博等へ出展・参加する事業。（旅行フェア、B toCセミナー、ネットワーキングイベント事業を含む。） ●国内観光地の情報を提供することで、認知度の向上とイメージアップを目的とする。	●アウトプット②に「アンケート回収数」を設定することも可	※可能な限り、「来場者による評価（アンケート）」をアウトカム指標として設定することが望ましい。 「来場者による評価（アンケート）」は補足事項②を参照。

参考：令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業
【成果指標】【補足事項①】媒体接触者数の定義

関東運輸局
Kanto District Transport Bureau

No.	項目	指標（◆は全事業で比較するための指標、複数あるものは(i)から順番に優先）
1	SNS （Facebook、Instagram、Twitter、Weibo・Weixin等）	◆リーチ数 ※投稿した記事がユーザーに到達した数（そのページを見た人数。同じ人が2回見ても1人とカウント）。 ※サイト管理者のみ確認可能であるため、契約時に当該数値の報告を義務として求めること。 ◆投稿表示回数（インプレッション数） ＊リーチ数が取得不可である場合には下記の参考数値を用いる場合があるため、下記数値についても報告を行うこと。 （ｉ）フォロワー数
2	ウェブサイト （新聞や雑誌のオンラインサイト、ブログを含む）	◆当該記事が掲載されたウェブページを閲覧したユニークユーザー数 ＊ユニークユーザー数が取得不可である場合には下記の参考数値を用いる場合があるため、下記数値についても報告を行うこと。 （ｉ）当該記事が掲載されたウェブページのページビュー数 ※当該記事が読まれた回数。サイト管理者のみ確認可能のため、契約時に当該数値の報告を求めること。 （ⅱ）当該ブロガーのフォロワー数（ブログのみ）
3	動画 （YouTube、SNS、他ウェブサイト・SNS等）	◆動画視聴者数 ＊動画視聴者数が取得不可である場合には下記の参考数値を用いる場合があるため、下記数値についても報告を行うこと。 （ｉ）動画再生回数
4	TV （視聴者数）	※いずれもネット配信による視聴回数を含むものとする。 ◆放送回・時間毎の視聴者数合計 ＊視聴者数が取得不可である場合には下記の参考数値を用いる場合があるため、下記数値についても報告を行うこと。 （ｉ）放送回・時間毎の視聴率x総視聴者数（TV所持者数）合計 （ⅱ）当該番組の平均視聴者数 ※例えば上記数値がキー局本放送時の平均の場合、それ以外の局での放映や再放送分の回数をかけあわせることが可能。ただしキー局本放送よりも視聴率が落ちると思われる局や時間帯での放送分については、一律1/2を係数としてかけた上で合計すること。 ⇒ 例：平均視聴者数100万人の番組 本放送＋深夜の再放送＋地方局放送＝100万人＋50万人＋50万人 （ⅲ）都市人口×当該都市の視聴者率（TV所持者率）×当該番組の視聴率
5	ラジオ （聴取者数・リスナー） ※右記では視聴⇒聴取、TV⇒ラジオに読み替える	
6	紙媒体 （雑誌・新聞）	◆発行部数

参考：令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業
【成果指標】【補足事項②】アウトカム指標「造成ツアー送客数」「来場者等による評価」ついて

関東運輸局
Kanto District Transport Bureau
国土交通省

No.	アウトカム指標の項目	該当個別事業	アウトカム指標（◆は全事業で比較するための指標、複数あるものは(i)から順番に優先）
1	造成ツアー送客数 広告掲載ツアー送客数	旅行会社招請 現地海外商談会 トラベルマート 共同広告 セールスコール	● 当該事業の成果として造成・販売したツアー、航空券枚数、FITの送客、OTAでのホテル予約人数などを想定。 ● 旅行会社招請、教育旅行、クルーズ、ゴルフ、スキー等各シーズンを訴求する事業など、当該年度に事業成果を検証することが難しい場合は、翌年度以降の送客見込数を含み報告いただく。 なお、当該年度中にツアー等の造成が開始された場合は、当該年度までの実績を把握し、実際の送客数と今後の見込みの内訳を報告すること。 【例】 2020年9月に事業を実施 ①実施時のアンケートで今後1年間の送客見込数をヒアリング。 ②2021年３月にそれまでの実際の送客数と今後1年間の送客見込数をヒアリング。 ● 実際の送客数を把握できることが望ましく、可能な限り、履行期限終了以降（翌年度）についても事業者から実績の聞き取りや翌年度事業としてセールスコール等にてフォローアップを行う等、成果の把握に努めていただく。
2	参加団体等による評価 来場者等による評価	現地海外商談会 トラベルマート セミナー イベント・旅行博	● 参加団体・来場者へアンケートを行い、その評価を成果指標とする。 ● 事業の種類によって(1)、(2)のいずれかを選択　※アンケート （１）　来場者による評価（B to B） （２）　態度変容（B to C） （１）来場者による評価（B to B） 来場者の全体評価による ※アンケートは4段階：満足・どちらかといえば満足・どちらかといえば不満足・不満足　等 ※上記全段階の結果を取るが、目標値は最上位45%以上とすることが望ましい。 ※「満足」以外の選択肢を選んだ場合は、理由記載を必須とするなど、事業評価の参考となる情報を収集し、改善等に役立てること。 （２）動態変容　（B to C） 来場者の全体評価による ※「認知・興味・関心」に関する項目をアンケートに含め、事業を実施したことによる動態変容の効果を計る。 ※目標値はエリア・テーマごとに異なるため、各自目指すべき目標値を設定することとする。

参考：今後のスケジュール（予定）

関東運輸局
Kanto District Transport Bureau

令和元年 ９月１２日（木）	**・令和２年度事業募集受付開始（※）**
１０月１１日（金）	・令和２年度事業提案締切
１０月２１日（月） ～２９日（火）	・各事業提案者に対する関東運輸局ヒアリングの実施
１０月 下旬	・関東運輸局からJNTOへ意見照会 ・ＪＮＴＯによるデジタルマーケティング分析結果等の反映
１２月 下旬	・関東運輸局から観光庁へ令和２年度事業計画案提出
令和　２年　１月下旬 ～２月上旬	・観光庁、関東運輸局、JNTOによる３者合同会議
令和　２年　３月	・観光庁から関東運輸局へ内定通知 ⇒関東運輸局から各事業提案者へ結果の通知

（※）事業提案様式については、関東運輸局ホームページからダウンロードできます。
（アドレス　http://wwwtb.mlit.go.jp/kanto/kankou/kankou/gaikokujin_zoudai.html ）
ご相談等については、関東運輸局観光部国際観光課 045-211-7273 へご連絡ください。