

第1回スポーツ・ツーリズム推進連絡会議 資料2
(第2回観光連携コンソーシアム資料)

観光立国推進本部観光連携コンソーシアム

スポーツ観光の今後の方向性について

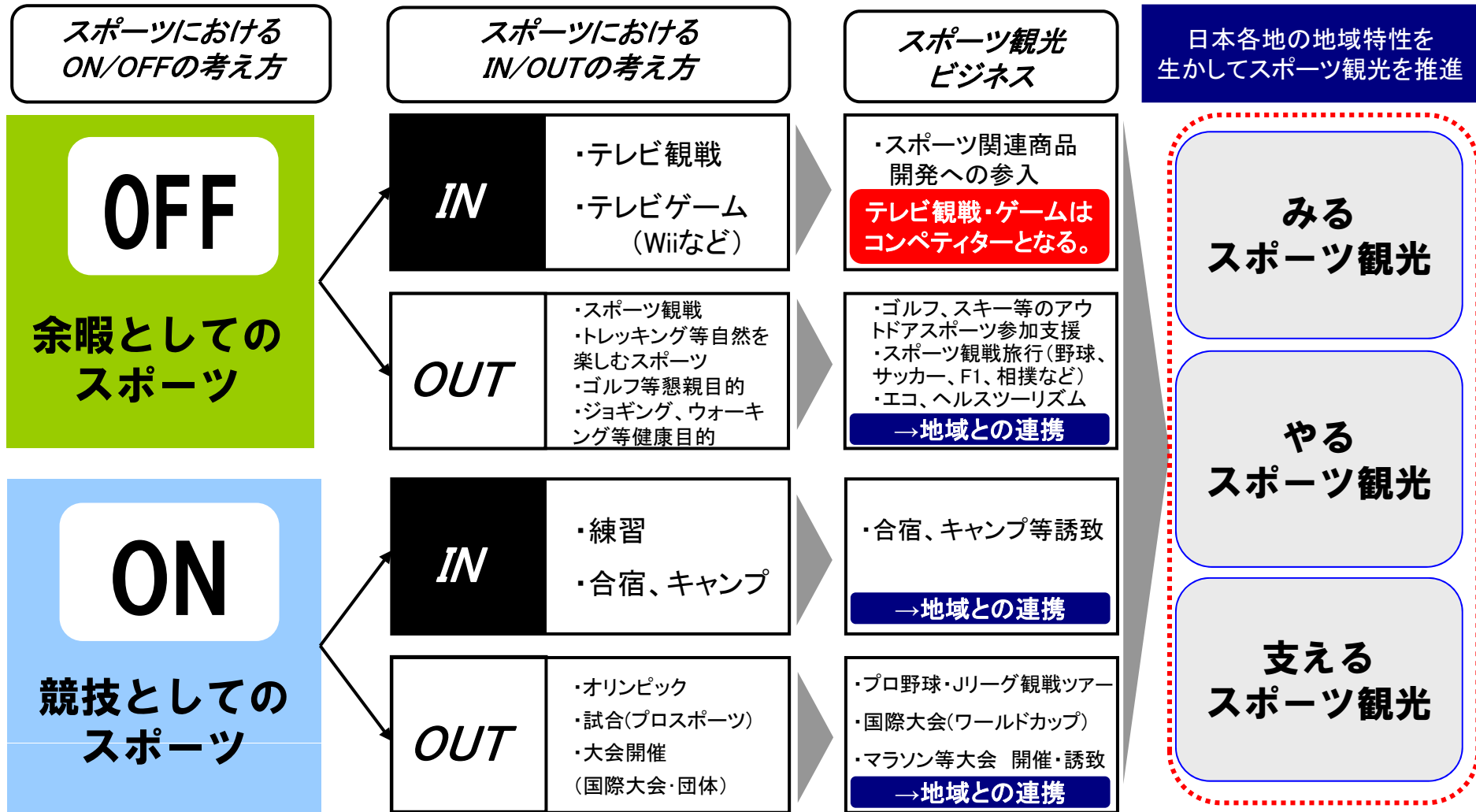


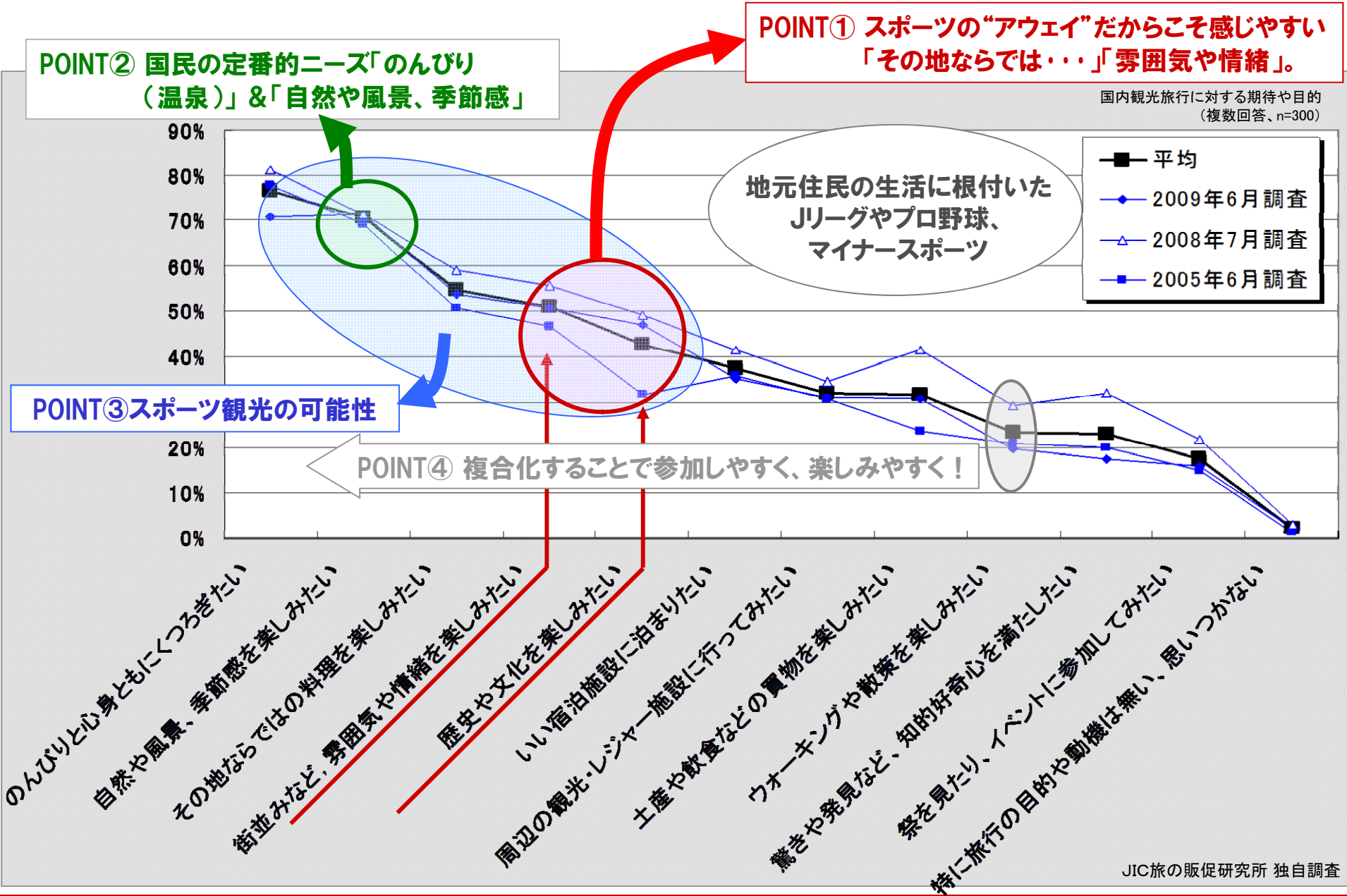
2010年2月16日

(株)ジェイティービー 旅行マーケティング戦略部
地域交流ビジネス推進室

観光産業の上位レイヤーは OFF TIME (SERVICE) ▶ 余暇： 観光行動→旅
 ON TIME (SERVICE) ▶ ビジネス： 観光行動→出張

スポーツ観光におけるビジネスの可能性について、以下のように整理した。





JIC旅の販促研究所 独自調査

【目標：観光立国推進基本計画の達成】

インバウンド1000万人 アウトバウンド2000万人 観光市場30兆円 国内旅行の年間平均宿泊数4泊 MICE50%アップ
 ※インバウンドは2016年2000万人 2019年までに2500万人 将来は3000万人

目標達成の
一つの方向性

スポーツ観光とは、単にスポーツを「みる(観戦)」旅、スポーツを自ら「する(楽しむ)」旅に終わらせるのではなく、そこに開催地周辺の観光要素を付加する旅行スタイル。

する(競技人口) × 観る(ファン人口) × 支える(ボランティア他)

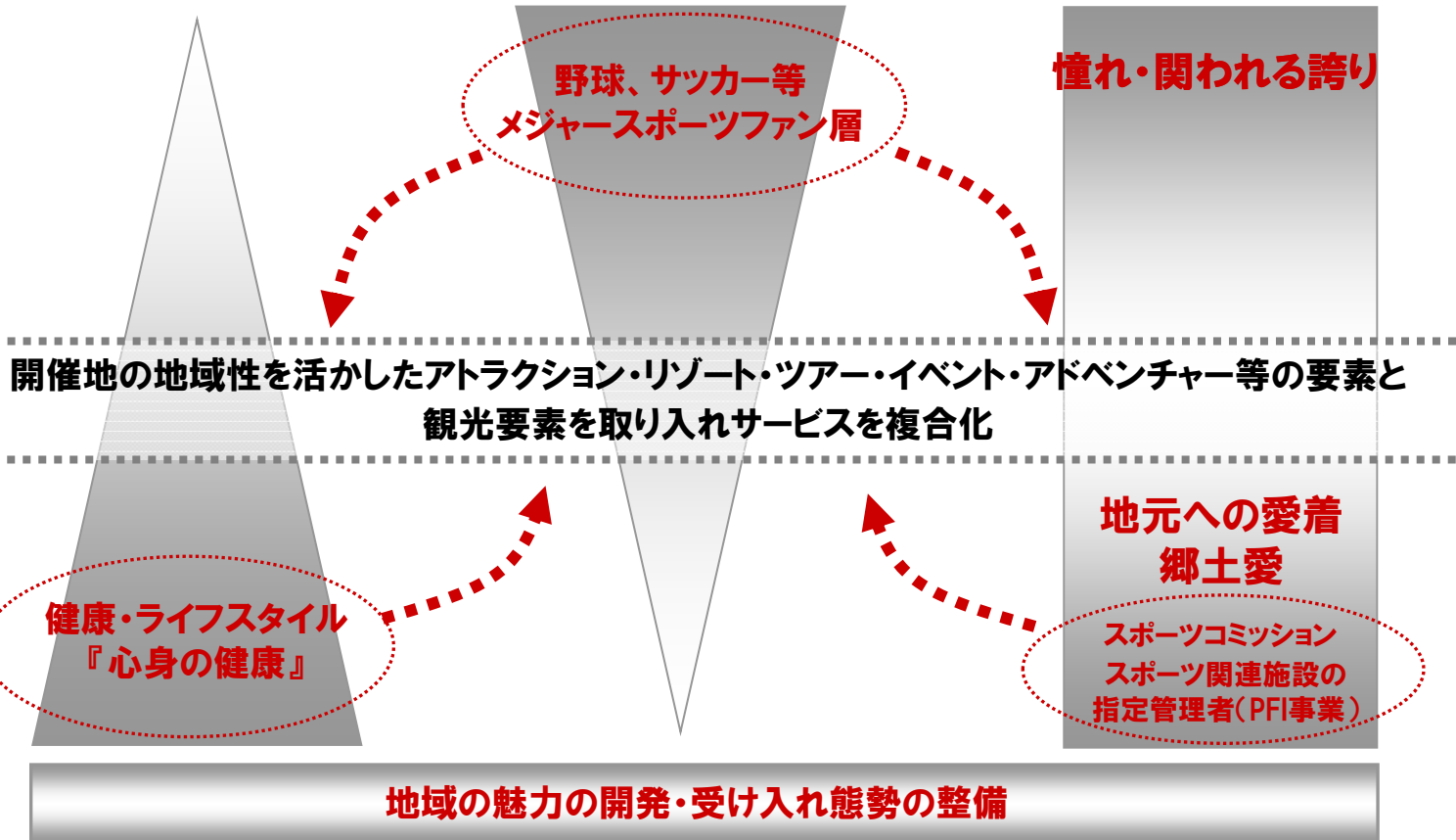
プロスポーツ

- ・WBC
- ・サッカーワールドカップ
- ・テニス4大会
- ・ゴルフ4大メジャー
- ・MLB、MLB ほか

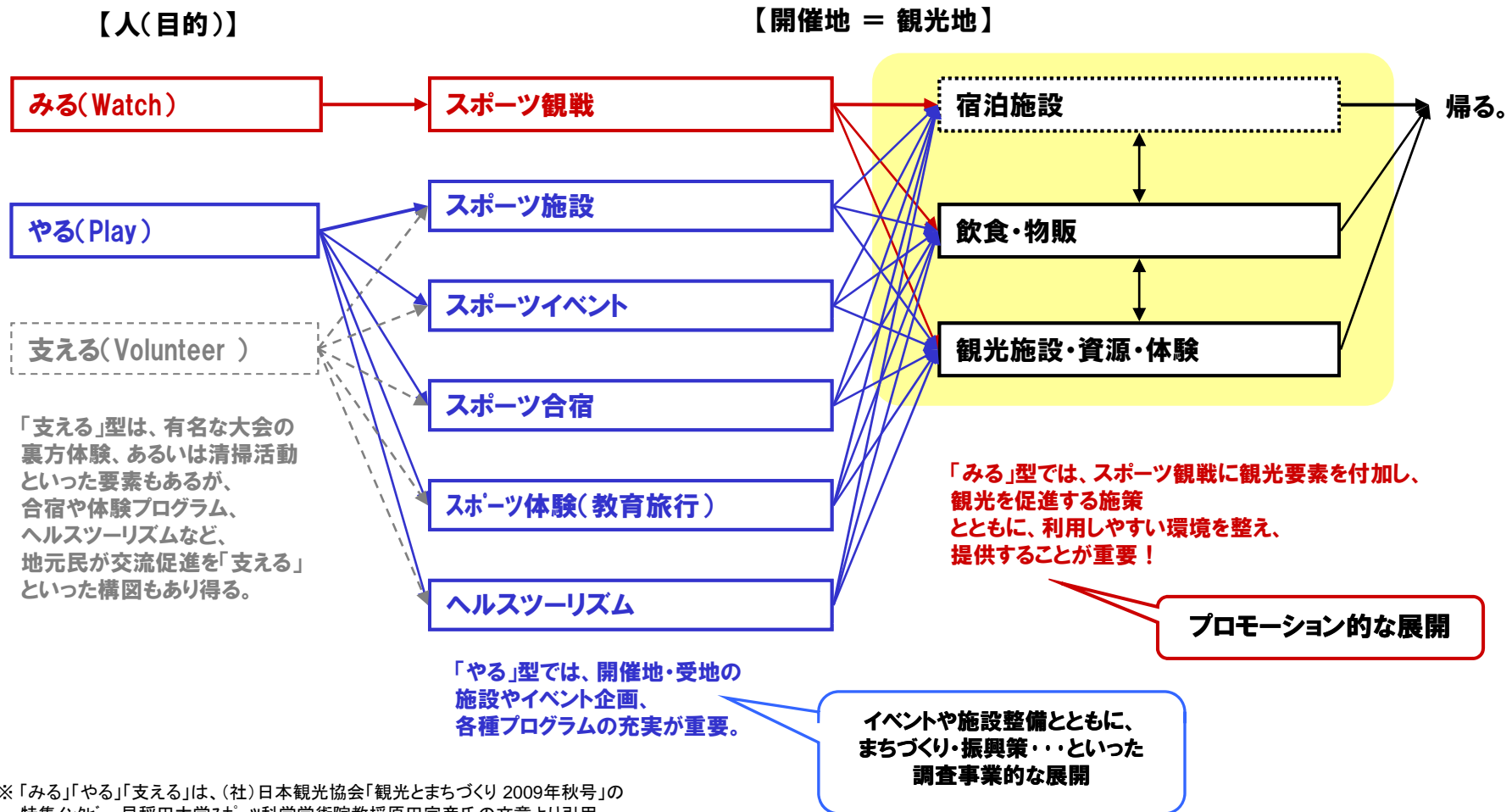


スポーツ全般

- ・ウォーキング、ランニング
- ・スイミング
- ・野球、サッカー観戦
- ・登山、トレッキング ほか



スポーツ観光旅行を下図のように「みる」「やる」で区分すると、「みる」方はそれ自身が主目的であることから構造がシンプルであるのに対して、「やる」方は「施設」、「イベント」、「体験」・・・など複雑な要素が関連しあうことが確認できる。つまり、「みる」方はプロモーショナルな展開でカバーできる可能性が高いが、「やる」方は地域づくり的な要素も多く、結果を得るまでには時間を要する可能性も高い。



※「みる」「やる」「支える」は、(社)日本観光協会「観光とまちづくり 2009年秋号」の特集インタビュー早稲田大学スポーツ科学学術院教授原田宗彦氏の文章より引用

カナディアン・スポーツ・ツーリズム・アライアンス (カナダスポーツ観光連盟) Canadian Sport Tourism Alliance (CSTA)



■CSTAとは？

2000年にカナダ観光局とのパートナーシップとして設立。現在、95の自治体、55のスポーツ団体・メーカー・サービス産業からなる200名以上のメンバーで構成されています。

■ミッション

スポーツ観光・イベントを通じて、カナダの魅力を高めること

■目的

- ・ スポーツ観光地として、カナダをアピールすること
- ・ スポーツ観光産業のイメージを確立すること
- ・ 教育とのコミュニケーションネットワークを確立すること
- ・ 産業ツールへと応用し、それを促進すること
- ・ 公共/民間からスポーツ観光への投資を促すこと
- ・ スポーツ観光産業の調査研究を実施すること

■主な機能

- ・ スポーツ観光旅行経済分析モデル(STEAM)の提供
- ・ ビジネスモデルの開発
- ・ スポーツ観光企画/ソフトウェアの開発
- ・ スポーツイベントコンサルティング
- ・ 調査研究(経済レポートの作成など)

■組織・役割

- ・ 統括委員会
(全体統括、会員募集、説明会実施、市場評価、利益調整など...)
- ・ マーケティング&コミュニケーション部門
(マーケティングとコミュニケーションにおけるリーダーシップの発揮)
- ・ 研究部門
(研究におけるリーダーシップの発揮、産業へのリソース提供、など)
- ・ 教育部門
(教育におけるリーダーシップの発揮、ワークショップの実施など)
- ・ 政府連絡役
(政府との連絡・調整、国家/地方公務員との連携、など)

■メンバーシップ

全国のあらゆるスポーツ組織、及び、ホテルやキャリア、イベント会社などで構成されています。また近年は、スポーツ産業を促進する地方自治体が参加しています。また関与度に応じて、無料から有料の会員レベルが設定されています。

■PRESTIGE AWARDS

スポーツ観光産業に貢献した団体・個人に対して、年1回、5つ(ビルダー、サービス、スポンサー、イベント[金額別に2つ])のカテゴリに基づいて表彰しています。



スポーツ観光を通じて日本(地域)の魅力を高めるために 様々な主体が参画できる組織が必要

ジャパン・スポーツ・ツーリズム・アライアンス(仮称)の組織体制



■設立趣旨■

国・地域・企業が連携したスポーツ産業において、調査分析から啓蒙普及までを実施し、スポーツと地域の活性化を図る

