

第 1 章 『調査の目的と概要』

第1章『調査の目的と概要』

1. 調査の目的

日本全国の各地には、旅行商品として造成されれば魅力的な商品と成り得るものの、商品化までいくつかの段階を踏む必要がある地域が見られる。価値のあるコンセプトでありながら提案のコンセプトが広域に渡るために商品化に向けた体制の構築、商品設計が比較的難しいもの、全国的にも取組の黎明期であって商品化に向けて参考とする事例が少なく地域が手探りで検討を進めなくてはならないなどの特徴が見られる。

このように地域が商品化に向けて困難に直面している取組に対し、国が将来的な商品化に向けた基礎的な取組を実証し、商品化への方向性を示すための検証を行う。

本業務の推進に際しては、旅行商品化の実現に向けていくつかの課題が存在している地域に対し、地域側の自立的な取組を促すとともに、商品化に向けた道筋を整えることが必要である。地域の商品化に至る課題を克服するため、商品化に向けてのロードマップづくりや取組をけん引する組織体制づくり等の一定のサポートを果たす。

2. 調査の概要

本事業ではアンケートによる調査分析と全国より選定した地域のモデル調査を実施する。具体的には以下の調査を行う。

(1) 将来的な需要喚起に向けた市場調査

将来の旅行需要喚起への効果が高い旅行形態の基礎的な動向調査を行う。特に、いわゆるゼロ階層、若年層など、旅行需要が低いといわれている層に対する需要喚起に 焦点を当てアンケート調査を実施の上、分析調査を行う。

(2) 将来的な商品化に向けた地域の取組のモデル調査

・広域連携（全国4地域）

広域であるがゆえの多くの課題を、関係者間の調整、役割分担を進めることでいかに克服し、継続的な事業として商品化できるかを検証する。

具体的には、市場調査、目利きの派遣、目利きによるワークショップの開催、商品化に向けた3か年計画の策定、ファムツアーの開催、旅行商品の安性・品質を担保するガイドラインの策定、モニターツアーの造成・実施及び効果検証などの業務に取り組む。

・学習を伴う旅行（全国4地域）

教育的な内容を備えたモデル的な旅行商品の造成を国が支援し、学習の要素を含んだ旅行商品の市場を喚起する。

具体的には、市場調査、目利きの派遣、目利きによるワークショップの開催、商品化に向けた3か年計画の策定、ファムツアーの開催、旅行商品の安性・品質を担保するガイドラインの策定、モニターツアーの造成・実施及び効果検証などの業務に取り組む。

- ・スポーツコミッション設立（全国10程度のSC設立の取組地域）
スポーツコミッションの事例調査及び地域スポーツコミッション設立と運営を支援する。
支援にあたっては、目利き派遣、地域でのワークショップとセミナー実施、シンポジウムの開催などに取り組む。
- ・地域で必ず見つけ出せるスポーツツーリズムの資源磨き
全国20程度のランニング・ウォーキング・サイクリングコースを調査する。そしてコース設定を通じて地域の活性化手法の検証を行う。

※広域連携4地域及び学習を伴う旅行4地域については本事業にて設置した有識者委員会により選定した。

【有識者委員メンバー】

氏名	所属	役職
篠原 靖（委員長）	跡見学園女子大学 マネジメント学部観光マネジメント学科	准教授
臼井 純子	オフィス・ウスイ コミュニティ・プロデュース	理事・事務局長・代表
久保田 穰	日本ジビエ振興協議会	顧問
丁野 朗	日本観光振興協会 総合研究所	常務理事・所長
八馬 智	千葉工業大学 工学部	准教授
原田 宗彦	早稲田大学 スポーツ科学学術院	教授