

O S A K A
UNIVERSITY
OF ECONOMICS

ゴールドデンスポーツイヤーズを 契機とした大阪ツーリズムの促進案

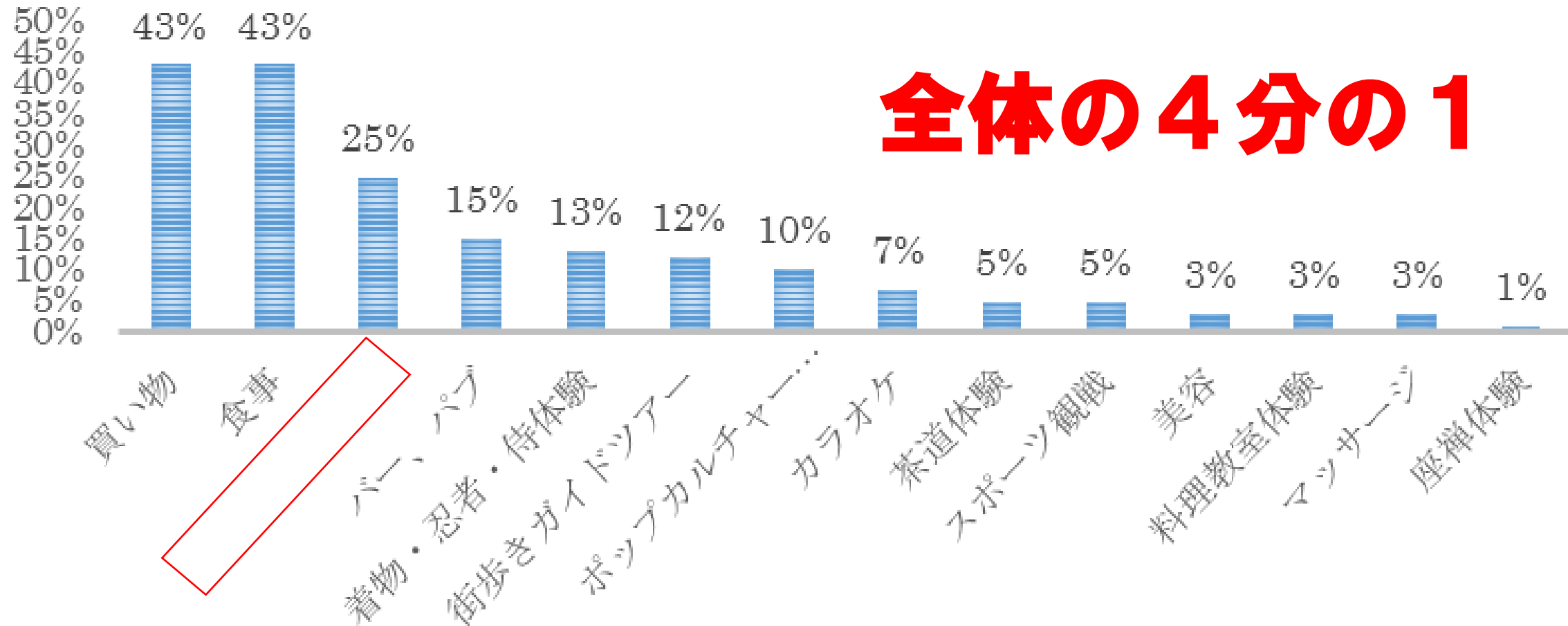
~「ついで観光」による継続的な大阪観光活性化~

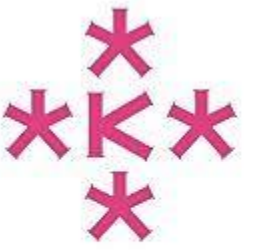
○更谷 悠太 池田 敬志 谷口 智仁 堤 颯人 志摩 孝信

来阪外国人 大阪で体験したこと

何もしていない人

全体の4分の1

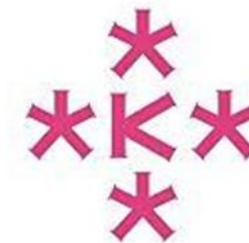




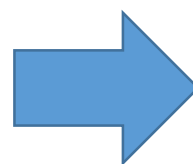
O S A K A
UNIVERSITY
OF ECONOMICS

研究の背景

渡航者数の増加率



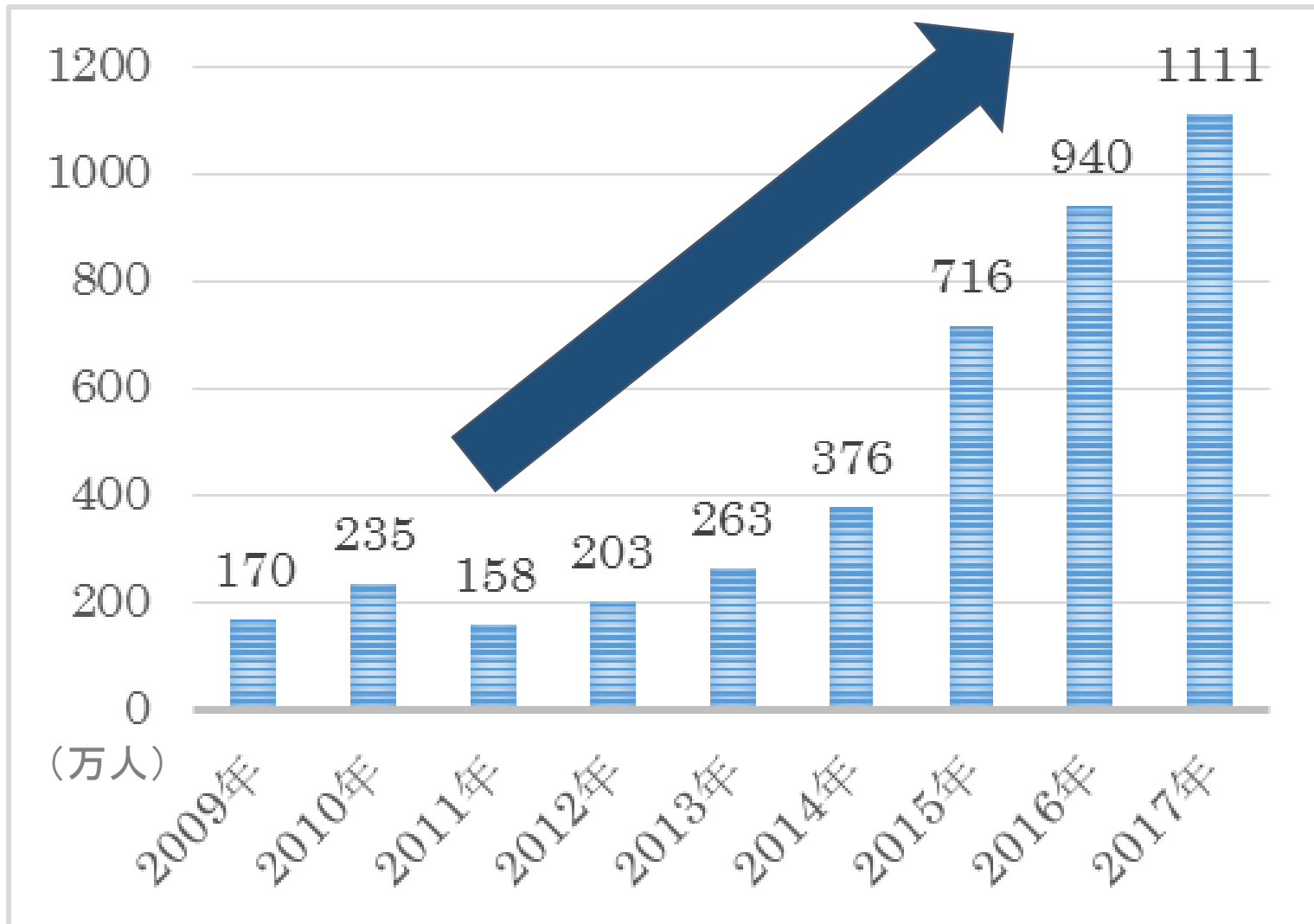
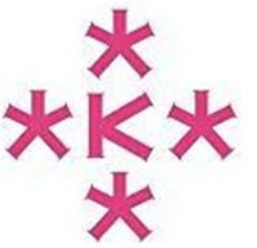
順位	都市	増加率
1位	大阪（日本）	24.0%
2位	成都（中国・四川省）	22.7%
3位	コロンボ（スリランカ）	20.3%
4位	アブダビ（アラブ首長国連合）	18.9%
5位	ジャカルタ（インドネシア）	18.2%
6位	東京（日本）	17.7%
7位	ハノイ（ベトナム）	16.4%
8位	リヤド（サウジアラビア）	15.9%
9位	リマ（ペルー）	15.2%
10位	台北（台湾）	14.5%



**増加率
世界第1位**

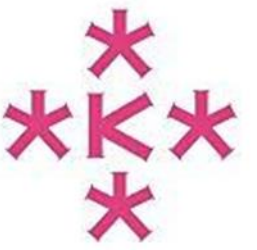
(<https://j.sankeibiz.jp/article/id=2344>)

来阪外国人の増加



2017年度 来阪外客数
1,111万人に上り
その数は年々増加！

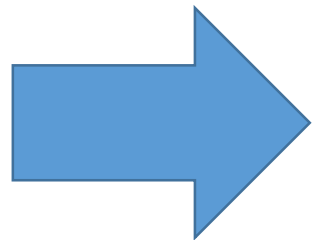
観光客増加の契機



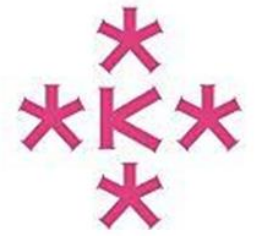
- 東京オリンピック・パラリンピック2020
- ラグビーワールドカップ
- ワールドマスタースゲームズ

ゴールデン
スポーツイヤーズ

- 大阪万博招致
- 統合型リゾート(IR)

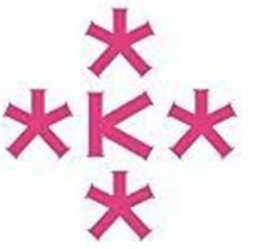


今後も来阪外国人数の増加 見込み



来阪外国人数の増加による 大阪ツーリズムの活性化

**日本の牽引役として
大阪への期待大！**



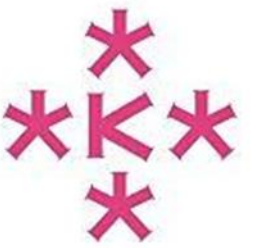
O S A K A
UNIVERSITY
OF ECONOMICS

研究目的・方法

①研究目的

②研究方法

大阪観光の可能性



世界

渡航者数の増加率→世界第1位

ツーリズム産業→GDP世界の1割

日本(東京)

東京オリンピック2020

大阪

来阪外客数→年々増加

観光客増加の契機→ゴールドenspーツイヤーズなど

オリンピックを契機とし「**ついで観光**」による...

更なる大阪への来阪外国人の増加

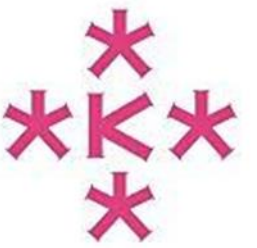
観光満足度の増進

**オリンピック後の継続的な
大阪観光の盛り上げ**

研究目的・方法

①研究目的

②研究方法

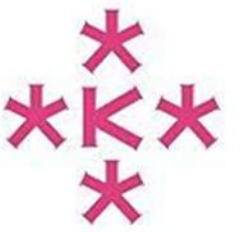


ア. 文献調査……大阪観光局や観光庁の資料など

イ. 定性調査(2018年7月18日)……半構造化によるインタビュー形式

調査対象:大阪観光局経営企画部ご担当者

調査内容:大阪市観光事業の取り組み、課題、可能性など

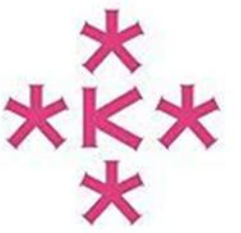


O S A K A
U N I V E R S I T Y
O F E C O N O M I C S

研究結果・考察

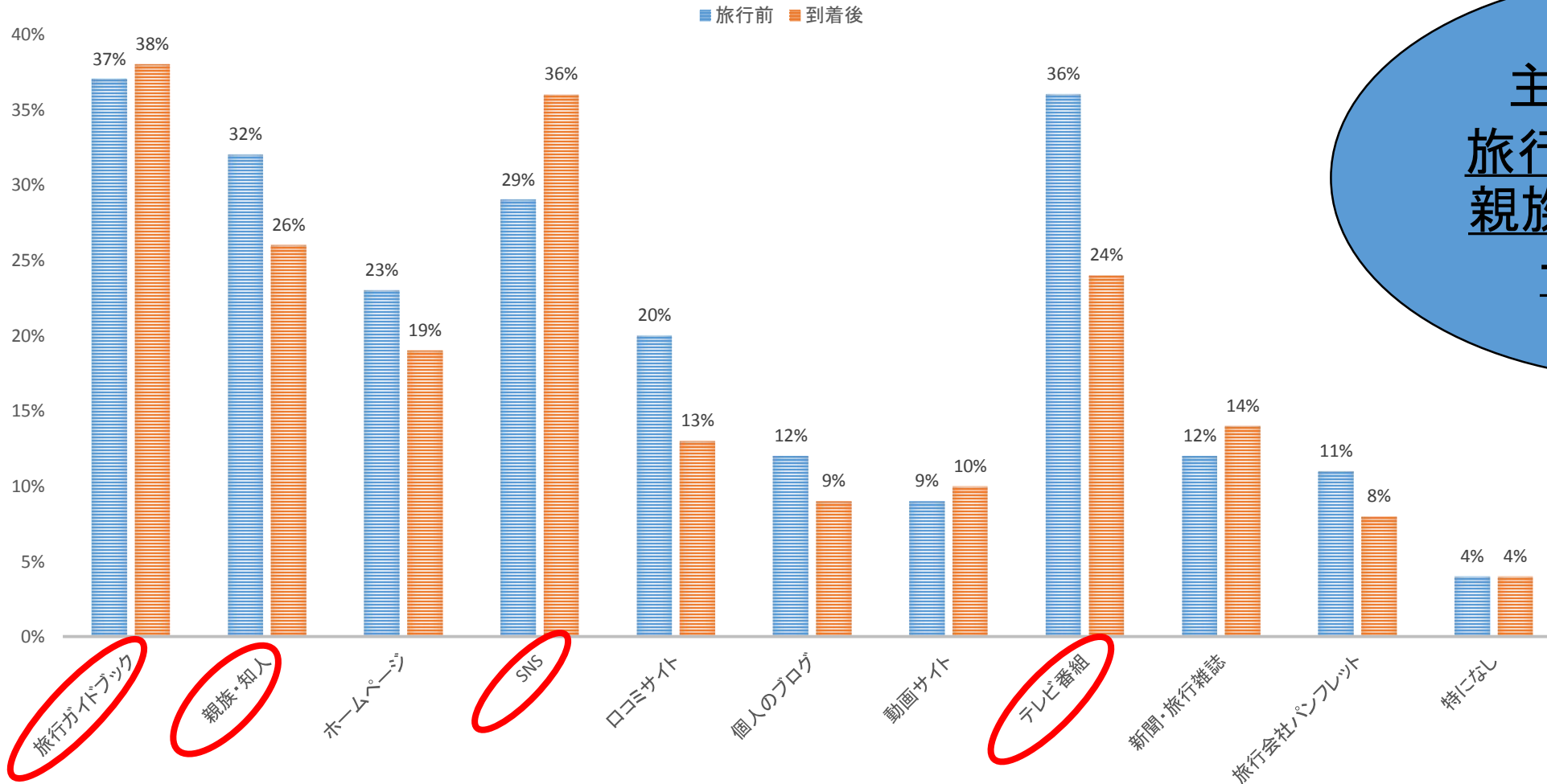
研究結果・考察

大阪に関する情報源



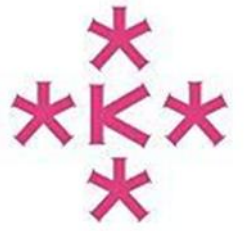
OSAKA
UNIVERSITY
OF ECONOMICS

大阪に関する情報源

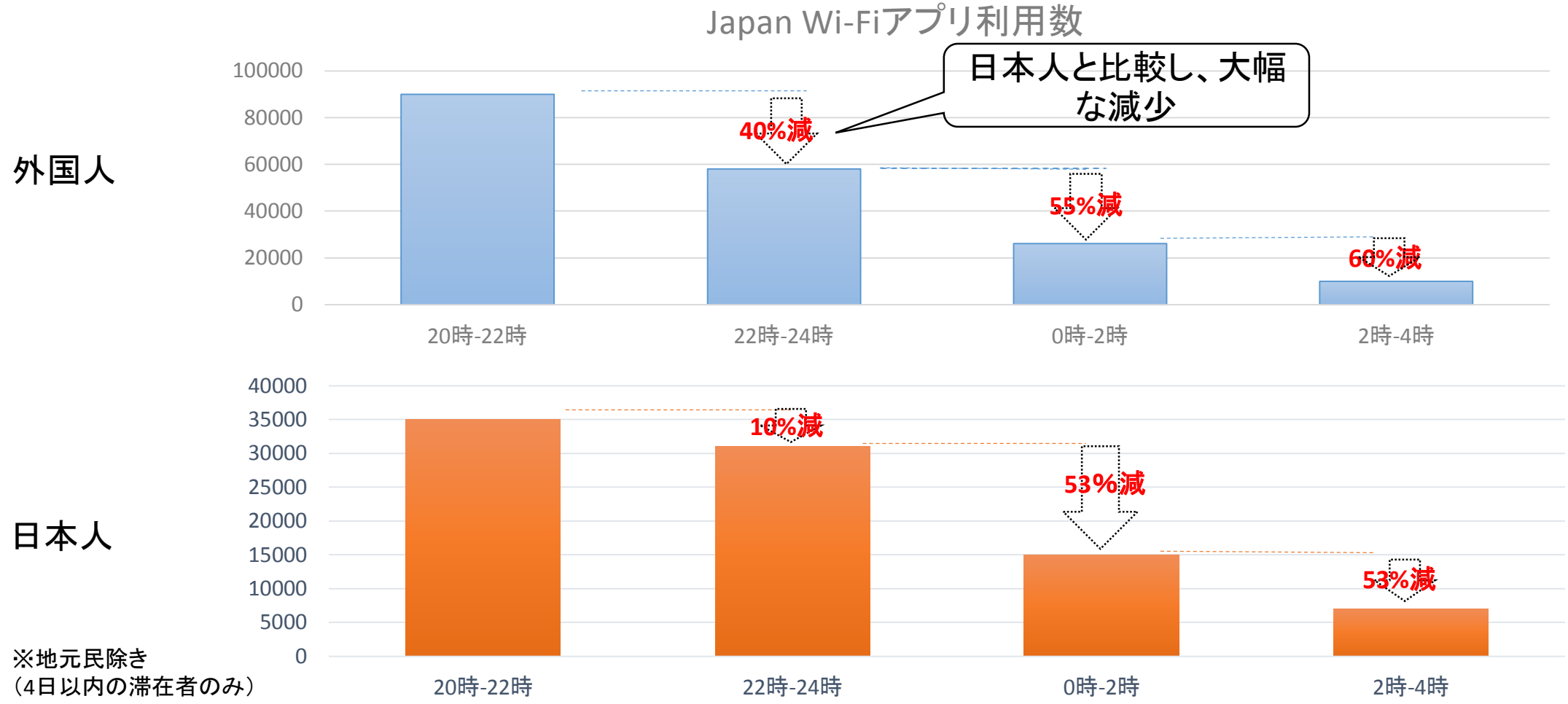


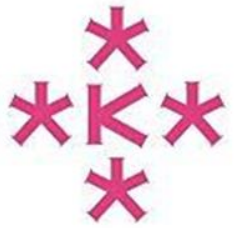
主な情報源は
旅行ガイドブック、
親族・知人、SNS、
テレビ番組

外国人の夜間動向調査



①GPS調査(スマートフォン等のGPSログを活用) ②SNS調査(SNS投稿「Twitter Weibo」ログを活用)



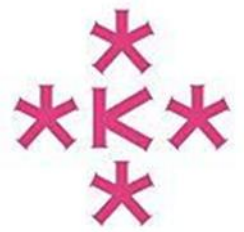


大阪観光局は外国人観光客に対して、22時以降の観光情報の提供が不十分と想定し、「ナイトパッケージ」を作り実証実験を行う



- ①21時～0時までのお得特別ナイトパッケージメニューを用意すること(15店舗前後の参加店を募集)
- ②参加店は受入れ環境の充実をおこなうこと(多言語メニュー・ポスター掲示など)
- ③参加店は効果検証に協力すること(売上効果・コスト負担・Wi-Fi動線分析)
- ※観光局は大きく告知をおこない集客出来るよう力を注ぐ

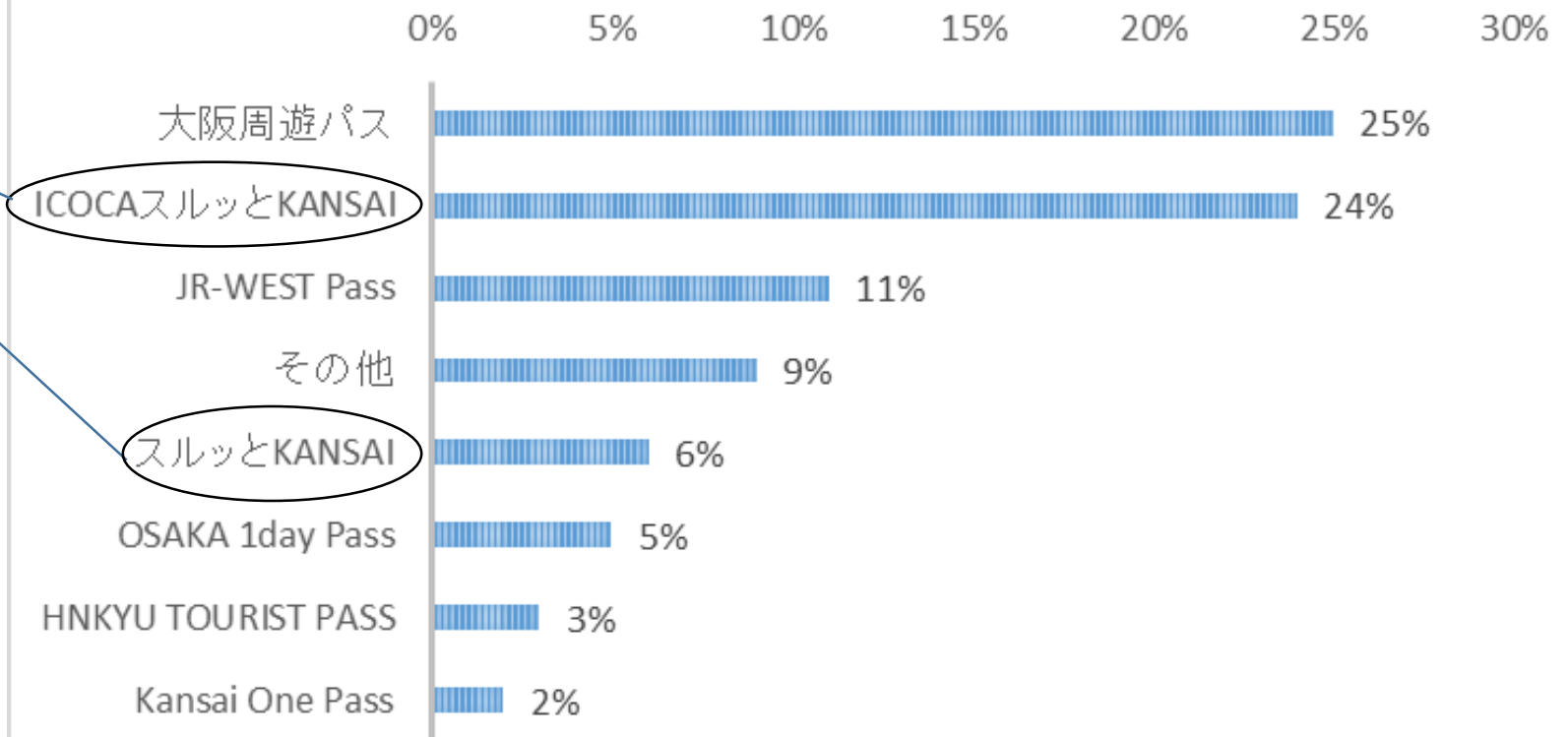
来阪外国人の交通チケットの利用率



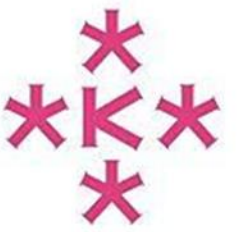
2018年1月31日
をもって廃止

大阪周遊パスの利用率
がNO.1

利用した交通チケット



研究結果・考察 大阪周遊パスについて



O S A K A
UNIVERSITY
OF ECONOMICS



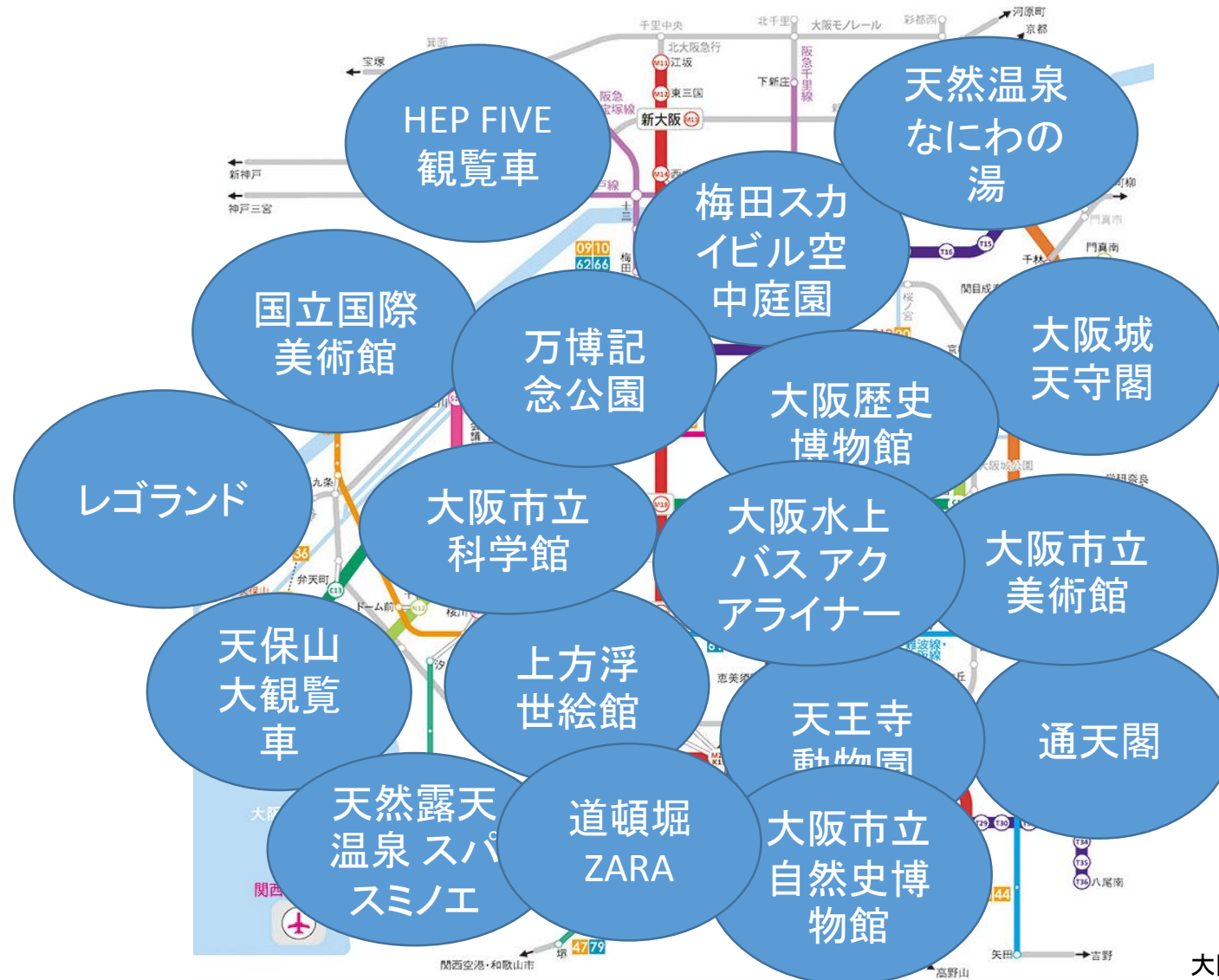
1100000193

1日券 ¥2,500
2日券 ¥3,300

観光スポット約35ヶ所の施設が割引ではなく無料

大阪地下鉄・大阪シティバス全線（一部路線除く）および、主に大阪市域の阪急・阪神・京阪・近鉄・南海で乗り降りが自由。

大阪周遊パスについて



他にも20箇所以上が**無料**

大阪周遊パスの売り上げ



平成29年度は
約151万の売り上げ
世界屈指の売り上げ数

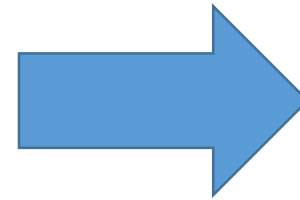
販売枚数は増え続けている

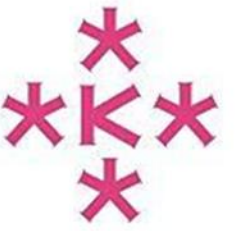
新たな情報源の可能性

外国人の夜間動向の大幅減少

世界屈指の売り上げ数を誇る大阪周遊パス

年々増加する来阪外国人

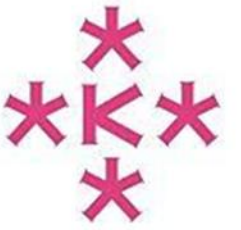




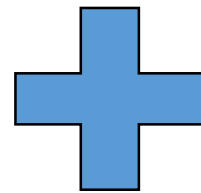
O S A K A
UNIVERSITY
OF ECONOMICS

提言

観光アプリの作成



携帯アプリは便利だけど
ダウンロード数が...



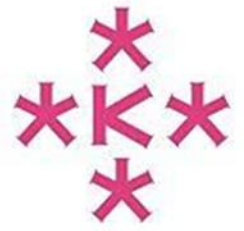
課題であったダウンロード数の増加が期待

提言

アプリダウンロード

何もしていない25%の人にも効果的

れ



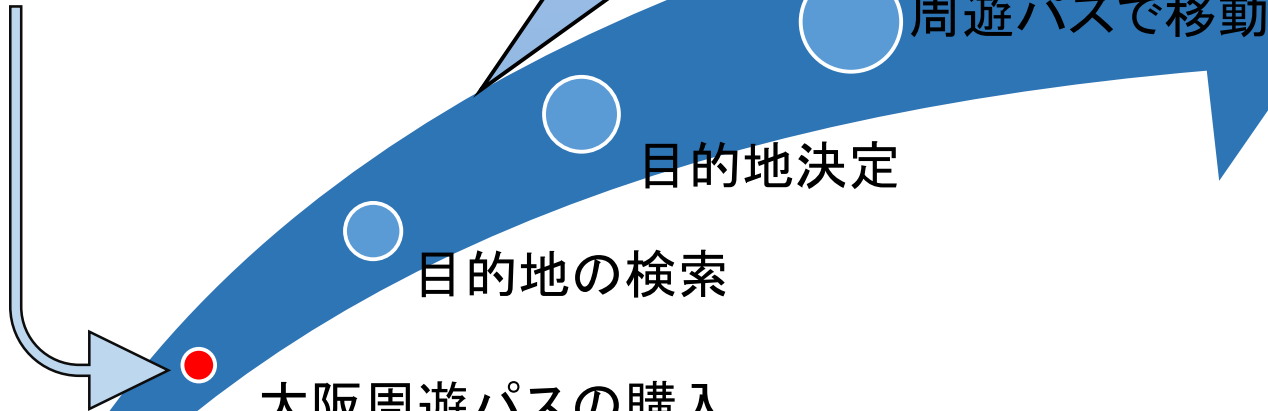
O S A K A
UNIVERSITY
OF ECONOMICS



大阪周遊パス購入時にアプリをダウンロードしてもらう



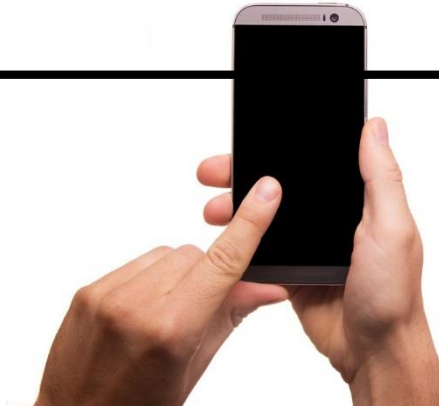
スポーツ、観光、グルメ、宿泊など各地へ



アプリを利用するメリット①



高い広告力を持った媒体

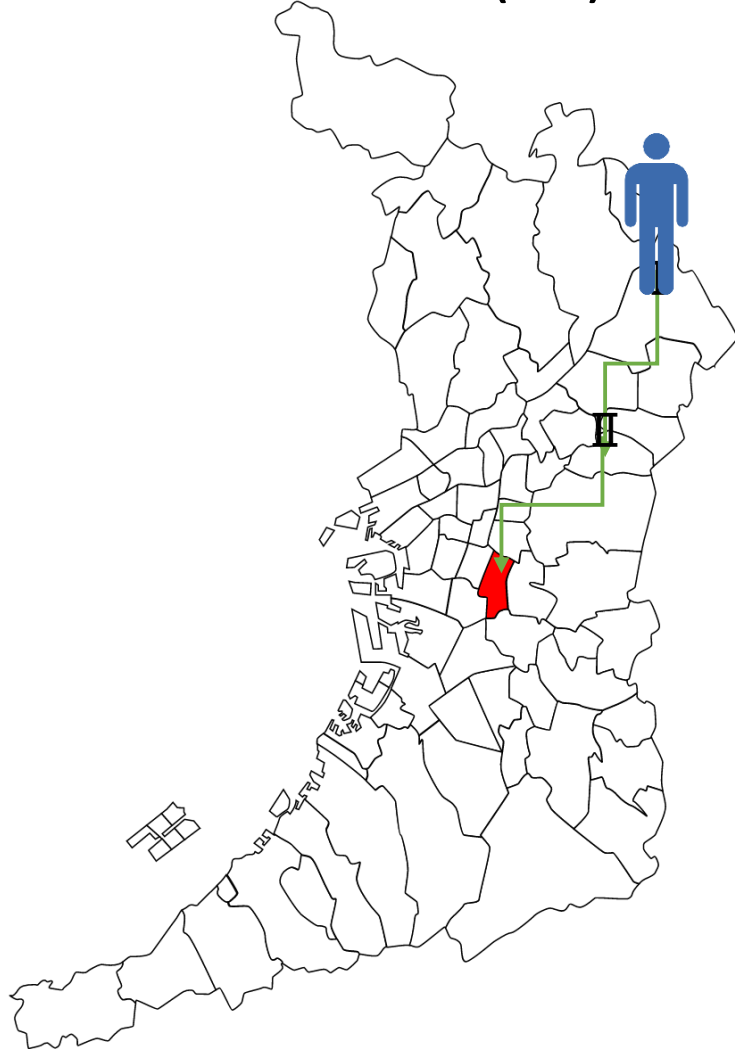


- 大阪の観光へ来る方にピンポイントで情報を提供できる
- リアルタイムでの情報提供
- 詳細情報を多く載せられる
- あまり知られていない、または新しいスポットの宣伝

アプリを利用するメリット②-1(動向調査)



1.各個人の観光ルート情報(例)

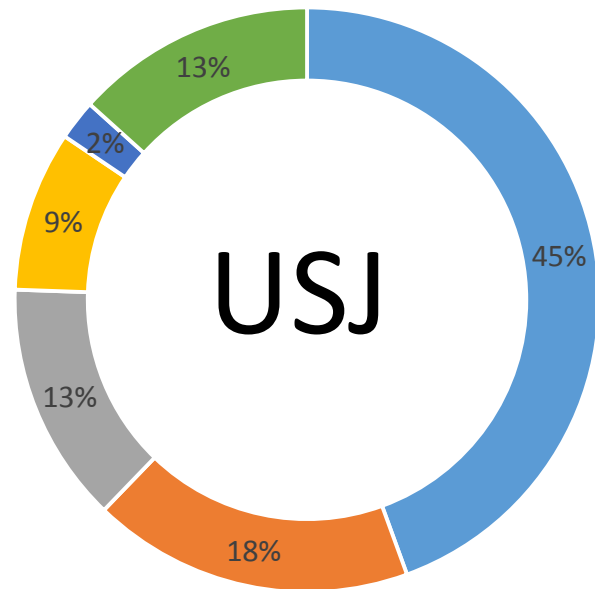


どこへ行ったのか？
どのルートを通ったのか？

アプリを利用するメリット②ー2(動向調査)

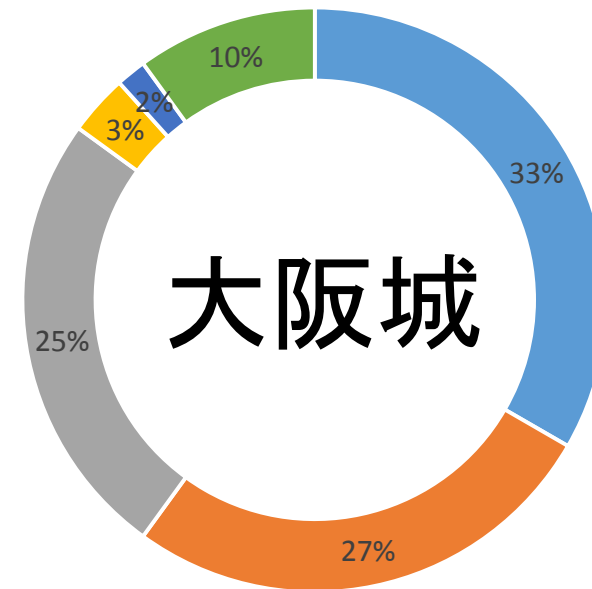
2.国籍別の観光情報(例)

来阪外国人数および訪れ先



■ 中国 ■ 韓国 ■ アメリカ ■ ブラジル ■ ロシア ■ その他

来阪外国人数および訪れ先

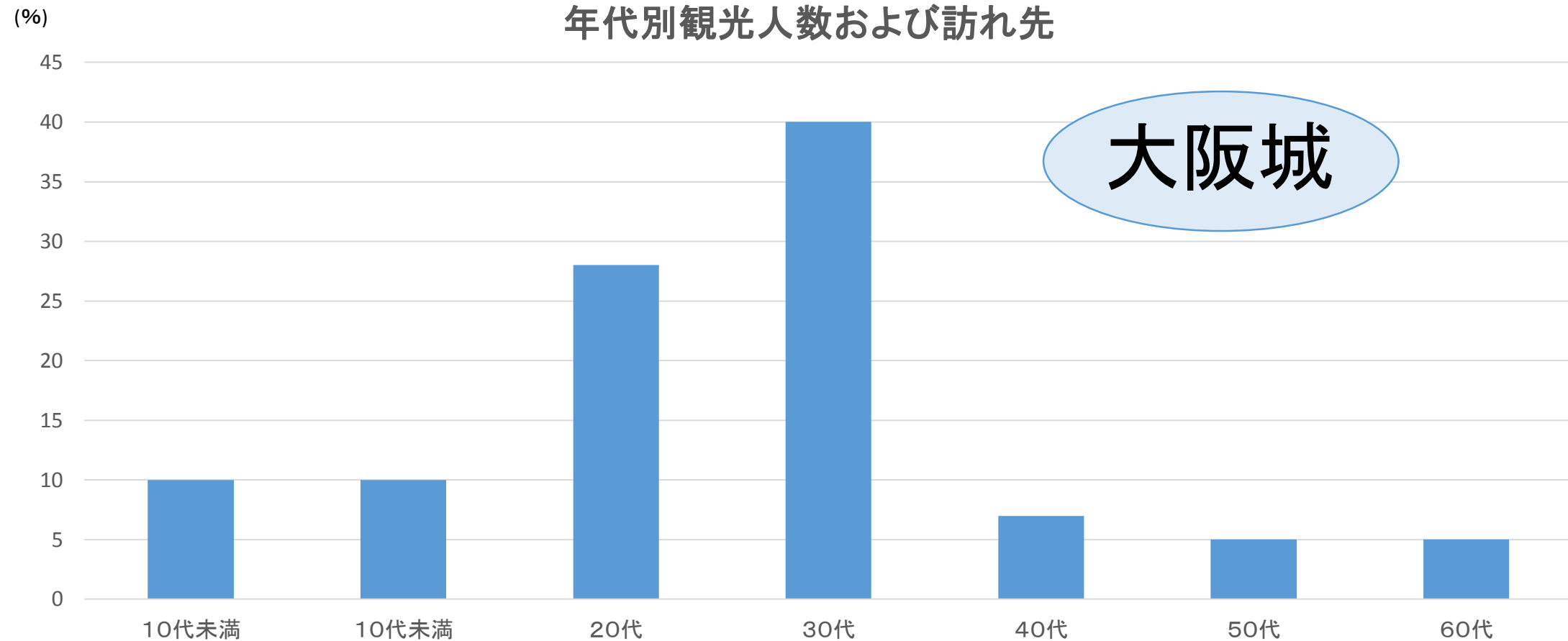


■ 中国 ■ 韓国 ■ アメリカ ■ ブラジル ■ ロシア ■ その他

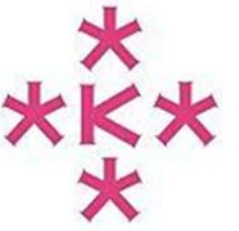
アプリを利用するメリット②ー3(動向調査)



3.年代別の観光情報(例)



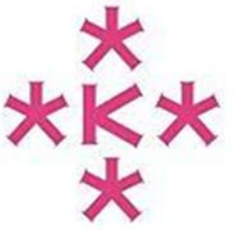
提言 観るスポーツ



O S A K A
U N I V E R S I T Y
O F E C O N O M I C S



現在とアプリの比較



現在

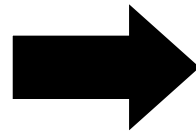
案内所に来た観光客にのみ
セレッソ大阪の試合をおすすめ

多くの方が来場

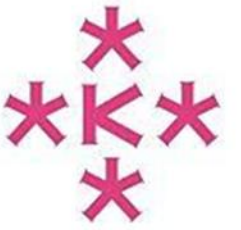
アプリ

アプリでセレッソ大阪の試合
があることをお知らせ

さらに多くの方が来場



アプリで再販



1

アプリで試合観
戦をオススメ

2

空席確認

3

その場で予約

4

アプリURLより
会場へ

5

観戦



アプリとナイトパッケージ



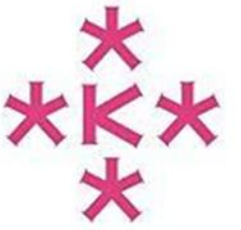
大阪観光局が行う「**ナイトパッケージ**」、
アプリで観光情報を提供することにより効果的に行える



22時以降も活動する外国人観光客が多くなると考えられる

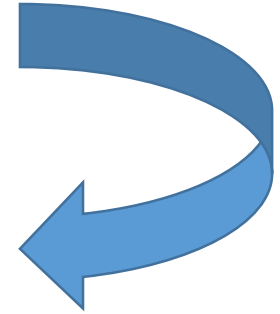
そこで

アプリとナイトパッケージ



ご飯やお酒を飲みながら気軽にできるスポーツやゲームでより売り上げや観光客の満足度が上がると考える

ダーツ、ビリヤード、卓球、エアホッケーなど



※東京の渋谷にはスポーツをモチーフにしたゲームを楽しみながらお酒が飲めるバーがある



研究から大阪への観光客の多くは知人から情報を得ると
いうデータもあることから、大阪での夜は楽しいというイメージ
を持ってもらえれば、アプリの広告効果と相重なって

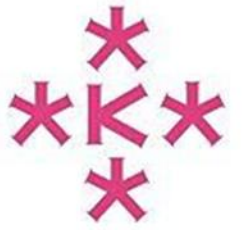


ナイトパッケージの目標達成に近づく



大阪ツーリズムの促進につながる

アプリとナイトパッケージ



またテレビなどを設置して、大阪市のスポーツチームの試合やオリンピックなどを流せば、

気軽にスポーツに触れられる場所となり、スポーツにより興味を持ってもらえるきっかけとなることも期待できる

大阪は、スポーツは、面白いと知ってもらおう



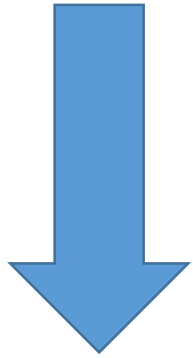
日本は世界一の健康大国と呼ばれる

中国人においては旅行目的で「健康・医療」が4位となっており、
訪日医療ツアーが拡大しているという

特に大阪は「医療・健康環境の安全性」評価で世界一

大阪独自の健康へのアプローチ

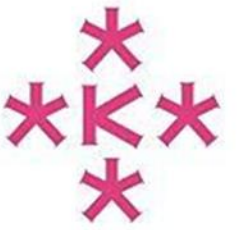
大阪周遊パスとアプリで多くの観光地を回ってもらうと、歩く距離も長くなる



歩くだけでも運動になり、健康に近づく
しかし、
折角の大阪旅行なら

大阪らしく面白く歩いた距離から消費カロリーを提示することで健康に関心を持ってもらう

提言 アプリと健康



O S A K A
UNIVERSITY
OF ECONOMICS



あなたが今日消費したカロリーは...
1240キロカロリーです！
たこ焼き 約310個分のカロリーです！



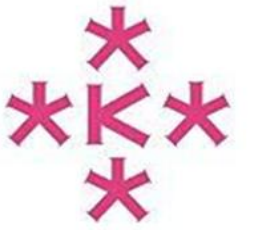
アプリのページ概要①



- カテゴリ別にページを分類
- 検索欄を作り、興味のあるワードで検索できるようにする
- ホーム画面では、観光局おすすめの観光スポットや観光プラン、また行われているイベントなどを掲載

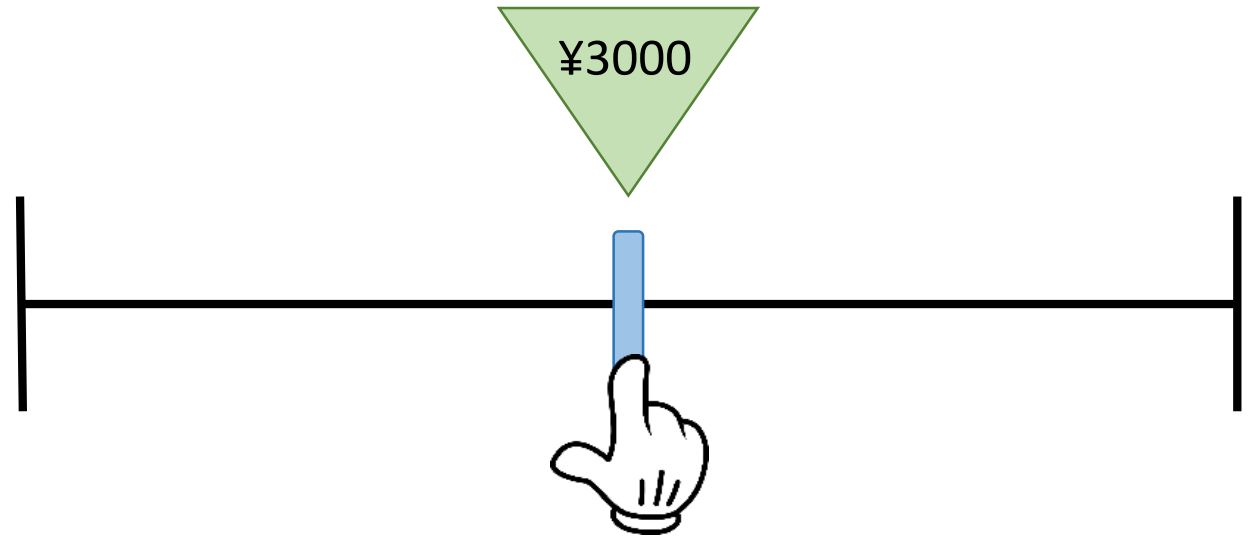
(ページのイメージ)

アプリのページ概要②



- それぞれのページで条件を絞り込み
 - 価格帯 (~1000円、1000~3000円など)

観光したいけど、予算の問題もあるしなあ...

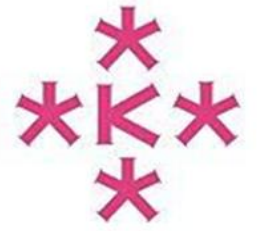


- 現在地からの距離(位置情報を利用)

- 観光に行きたいけど、あまり時間がない...
- とりあえず色々な観光地を回りたい!
- どこに行ったらいいのか分からない...



アプリのページ概要②



- 評価点(ぐるナビなどと提携して)



どこのお店や場所
が人気なんだろう？

アプリのページ概要③



- 気になった場所や店の名前をタップすると詳細情報が参照可能に
 - 現在地からのルート案内(位置情報を利用して)



アプリのページ概要③

- 営業時間や案内文などを掲載 (Googleのページに飛ぶ)



アプリのページ概要③



- 関連性のある店や場所も掲載する(例: Amazon)

あわせて買いたい

この本とネトラン 2009年 3月号 [雑誌]をあわせて買う



+



合計価格: ¥ 1,760

両方カートに入れる

この商品を買った人はこんな商品も買っています



ネトラン 2009年 3月号
[雑誌]
¥ 880



ネトラン 2009年 1月号
[雑誌]
¥ 880



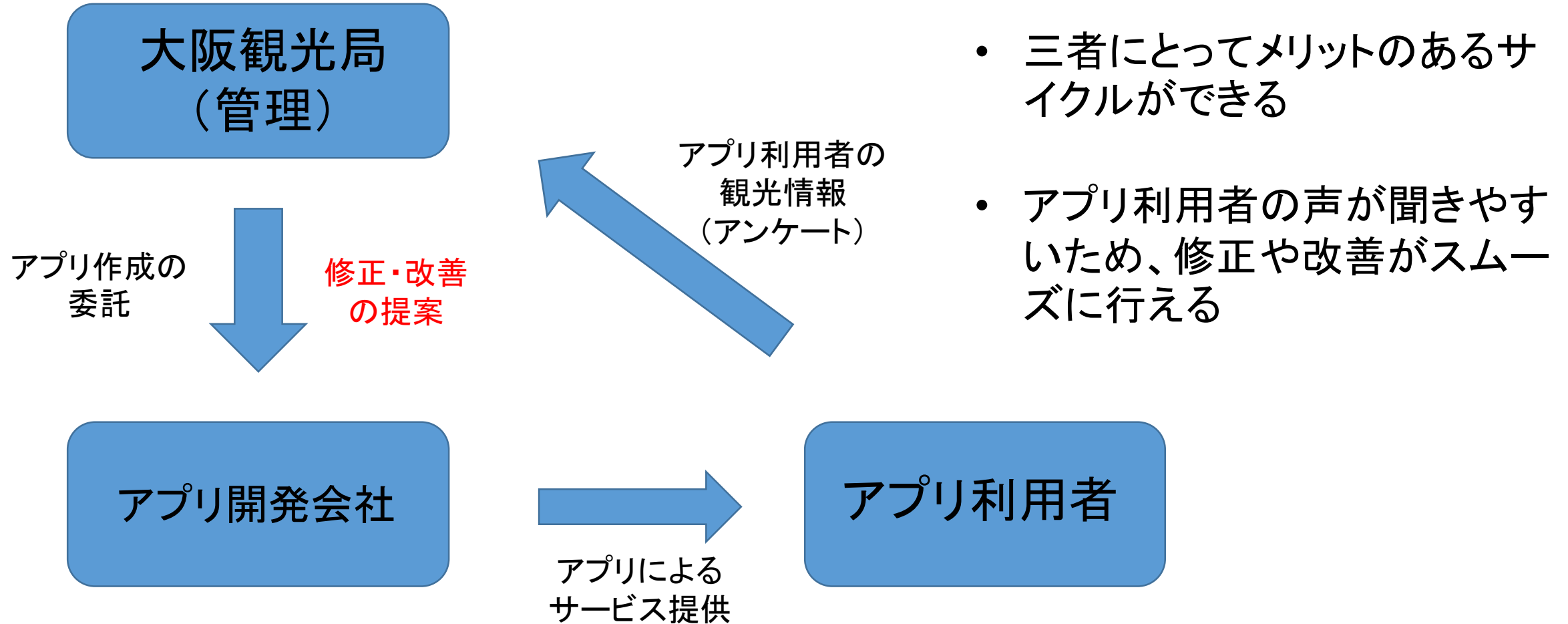
ネトラン 2008年 12月号
(小冊子付) [雑誌]
¥ 880



ネトラン 2008年 11月
[雑誌]
★★★★★ (1) ¥ 880

レコメンド
エンジン

アプリの作成について



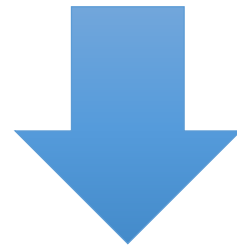
期待される効果



情報提供・管理
の簡易化

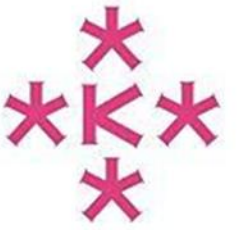
大阪独自の
都市型観光推進

顧客満足度
向上

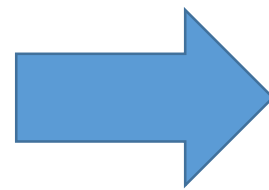


持続的な大阪ツーリズム促進

期待される効果

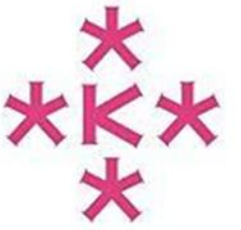


情報提供と管理の
簡易・多様化

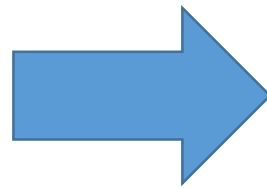


顧客側とアプリ側の
相互によるメリット

期待される効果

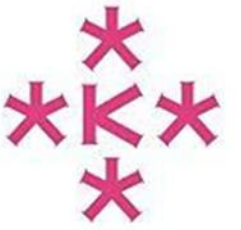


大阪独自の
都市型観光推進

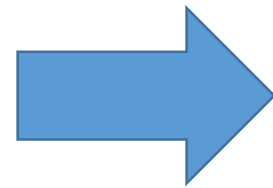


大阪郊内でしか体験
できない事を提示して
都市型アクティビティ
を構築する。

期待される効果

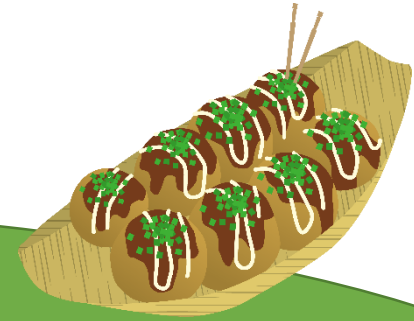
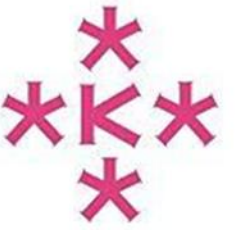


顧客満足度
向上

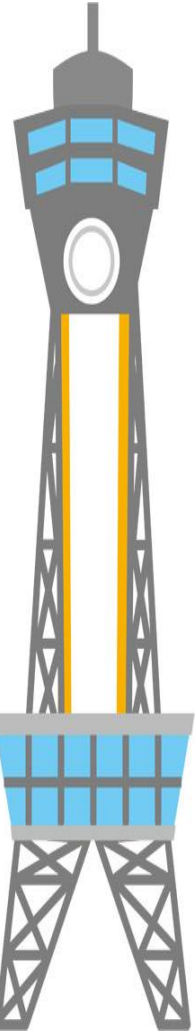


ナイトパッケージや
アプリにより
「何もしていない人」の
割合を0%に近づける。

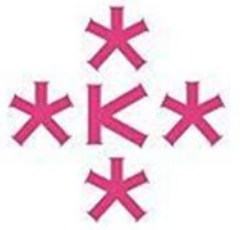
期待される効果 まとめ



持続的な大阪ツーリズム促進



参考文献



O S A K A
UNIVERSITY
OF ECONOMICS

- 大阪観光局 スポーツ推進方針(2018)
- 大阪観光局 関西国際空港 外国人動向調査(2017)
- 大阪観光局『国際観光都市・大阪を目指して』(2017)
- 大阪周遊パス <https://www.osp.osaka-info.jp/jp/>. 2018年7月18日閲覧
- 観光庁. (2016) http://www.mlit.go.jp/kankocho/page05_000044.html. 2018年8月23日閲覧。
- 原田宗彦(2002)スポーツイベントの経済学. 平凡社新書, 平凡社. 東京.
- 山下玲, 原田宗彦. (2015)スポーツツーリズム・ハンドブック. 第1章2節スポーツツーリズムのこれから. 学芸社, 京都.
- 樋口耕一. (2014)社会調査のための計量テキスト分析. ナカニシヤ出版. 京都.

ご清聴ありがとうございました

