

2019RWCにおけるオセアニア地域の 訪日客に向けたPR促進案

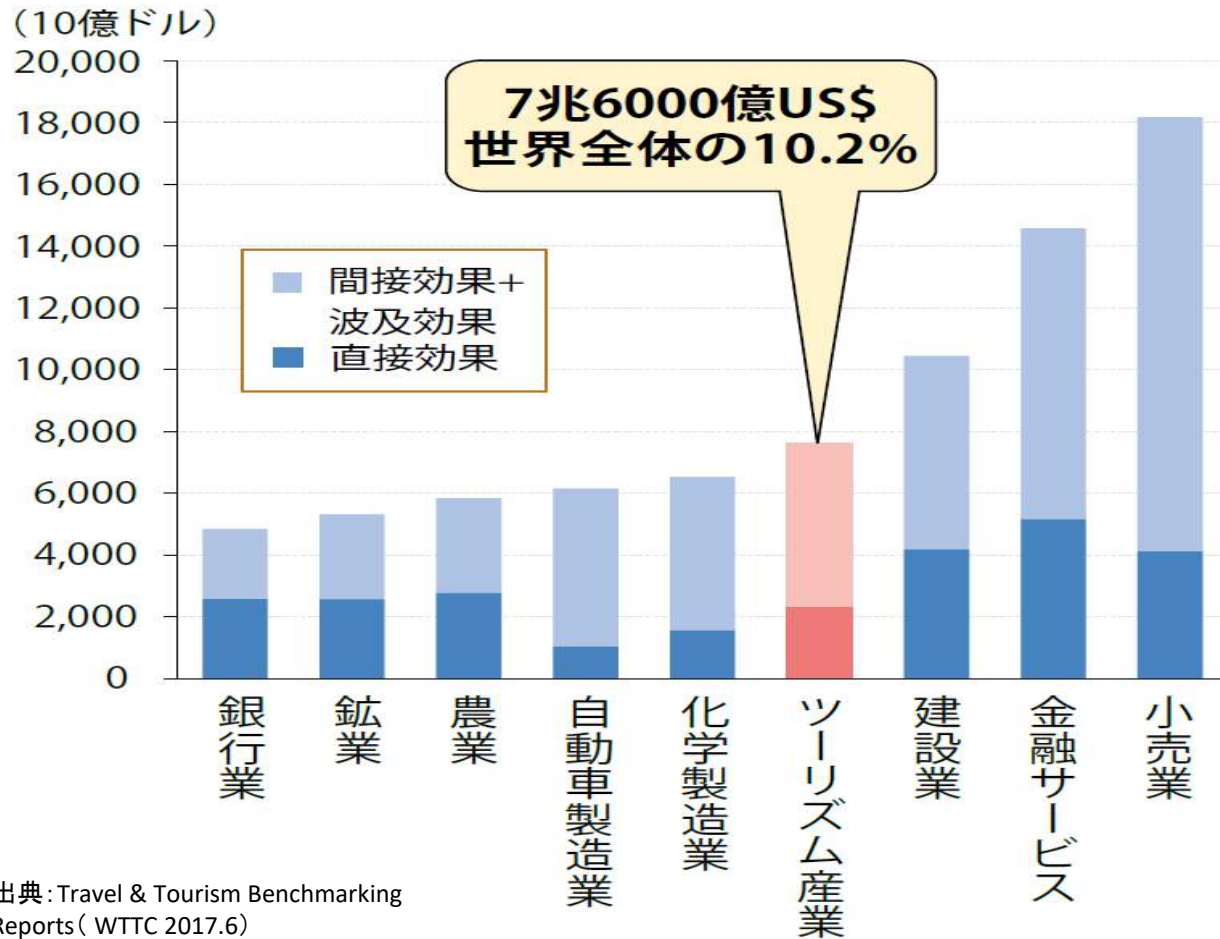
～オセアニアの地域の訪問客を継続的に獲得するため～

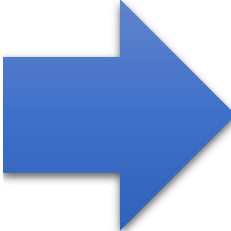
大阪経済大学 相原ゼミC

平井孝拓 栗林優太 高井優真 松本茂也

世界のツーリズム産業

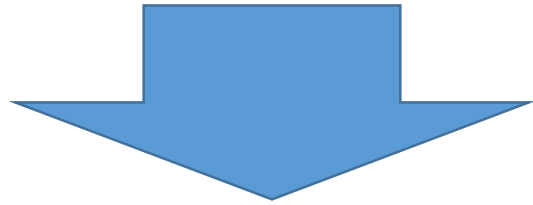
Global GDP Impact



- 
- ・経済の活性化
 - ・雇用の創出

世界の観光需要

2017年に海外旅行をした人の数 13億2200万人



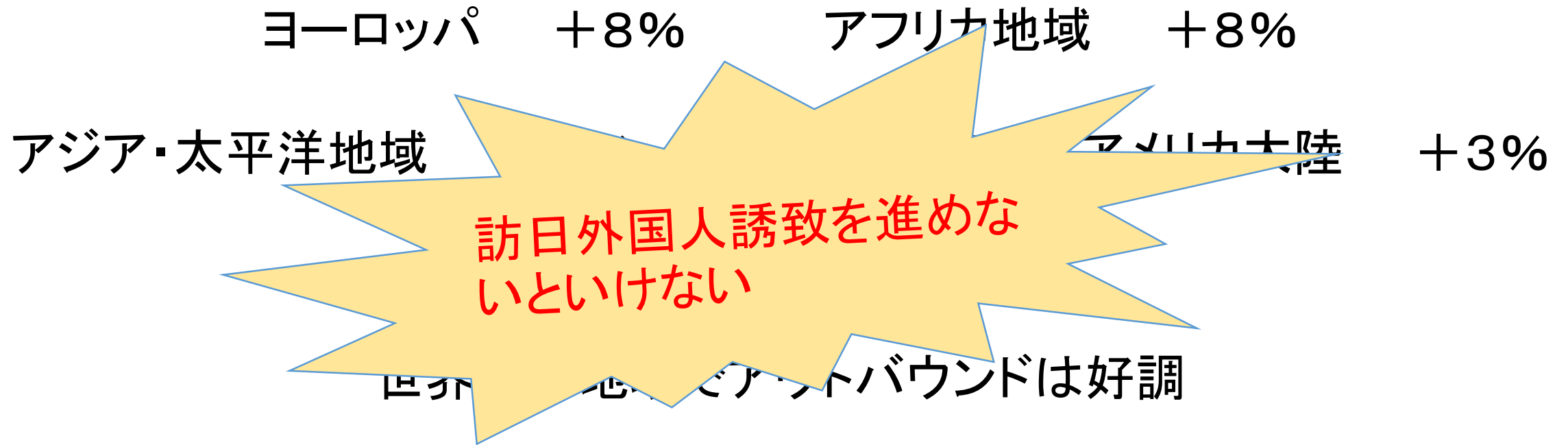
2016年と比較すると7%の伸び率



海外ではアウトバウンドがブームになっている！

世界の観光需要

地域別で見ると



海外旅行者数が増えたのは日本だけではない

ゴールドデンスポーツイヤーズ

経済効果
約4300億円！！

2019年
ラグビーW杯

経済効果
約1400億円！！

2020年
東京オリンピック・パラリンピック

2021年
ワールドマスタースゲームズ

経済効果
約30兆円！！

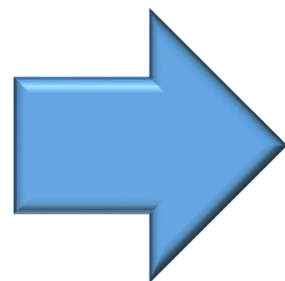
スポーツツーリズム推進基本方針

スポーツ＝観光資源

国内観光振興

**インバウンド
拡大**

今後の課題



そのために…

2019年
ラグビーW杯

2020年
東京オリンピック・パラリンピッ
ク

2021年
ワールドマ
スターズゲーム



RUGBY
WORLD CUP™
JAPAN **日本** 2019

研究の目的

ラグビーワールドカップの歴史

	開催年	開催国	優勝国	本戦参加数	予選参加数	チケット販売数	TV放映国	TV視聴者
第1回	1987	ニュージーランド オーストラリア	ニュージーランド	16	16	60万枚	17	2.3億人
第2回	1991	イングランド	ニュージーランド	16	16	100万枚	17	14億人
第3回	1995	南アフリカ	ニュージーランド	16	16	100万枚	124	23億人
第4回	1999	ウェールズ	ニュージーランド	16	16	100万枚	209	31億人
第5回	2003	オーストラリア	ニュージーランド	20	20	189万枚	193	34億人
第6回	2007	フランス	ニュージーランド	20	94	225万枚	200	42億人
第7回	2011	ニュージーランド	ニュージーランド	20	92	135万枚	207	39億人
第8回	2015	イングランド	ニュージーランド	20	80	247万枚	207	40億人
第9回	2019	日本	ウェールズ	20	96	247万枚	207	40億人

外国人観光客の相当数の来訪

研究の目的

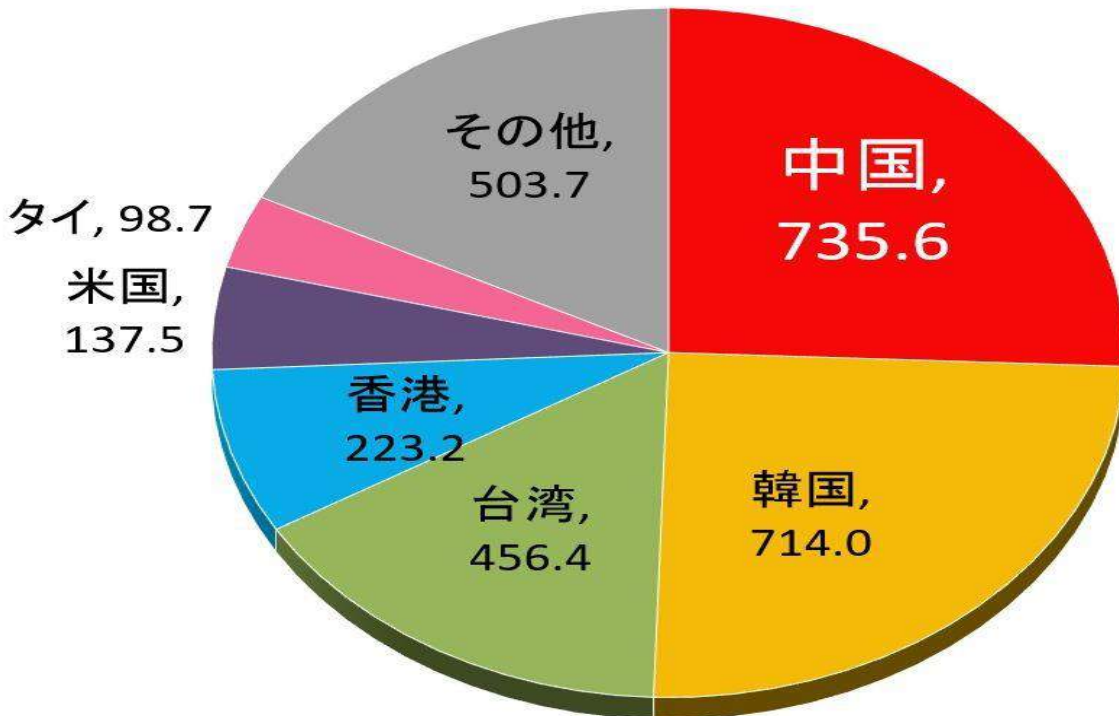
回	年	優勝	準優勝	3位	開催国
7	2011	 ニュージーランド	 フランス	 ニュージーランド	ニュージーランド
6	2007	 南アフリカ	 イングランド	 ニュージーランド	フランスほか
5	2003	 イングランド	 ニュージーランド	 ニュージーランド	フランスほか
4	1999	 豪州	 ニュージーランド	 ニュージーランド	フランスほか
3	1995	 ニュージーランド	 ニュージーランド	 ニュージーランド	南アフリカ
2	1991	 ニュージーランド	 ニュージーランド	 ニュージーランド	イングランドほか
1	1987	 ニュージーランド	 フランス	 ウェールズ	NZ/豪州

オセアニア地域の
多くの来日

出典: Live for Today

研究の目的

2017年通年 訪日外国人観光客
国別内訳 [単位:万人]



出典: コト消費ラボ(2016)

しかし・・・

アジア地域が非常に多い！！

研究の目的

昨年の訪日外国人

訪日外国人数 2869万人

中国 735万人

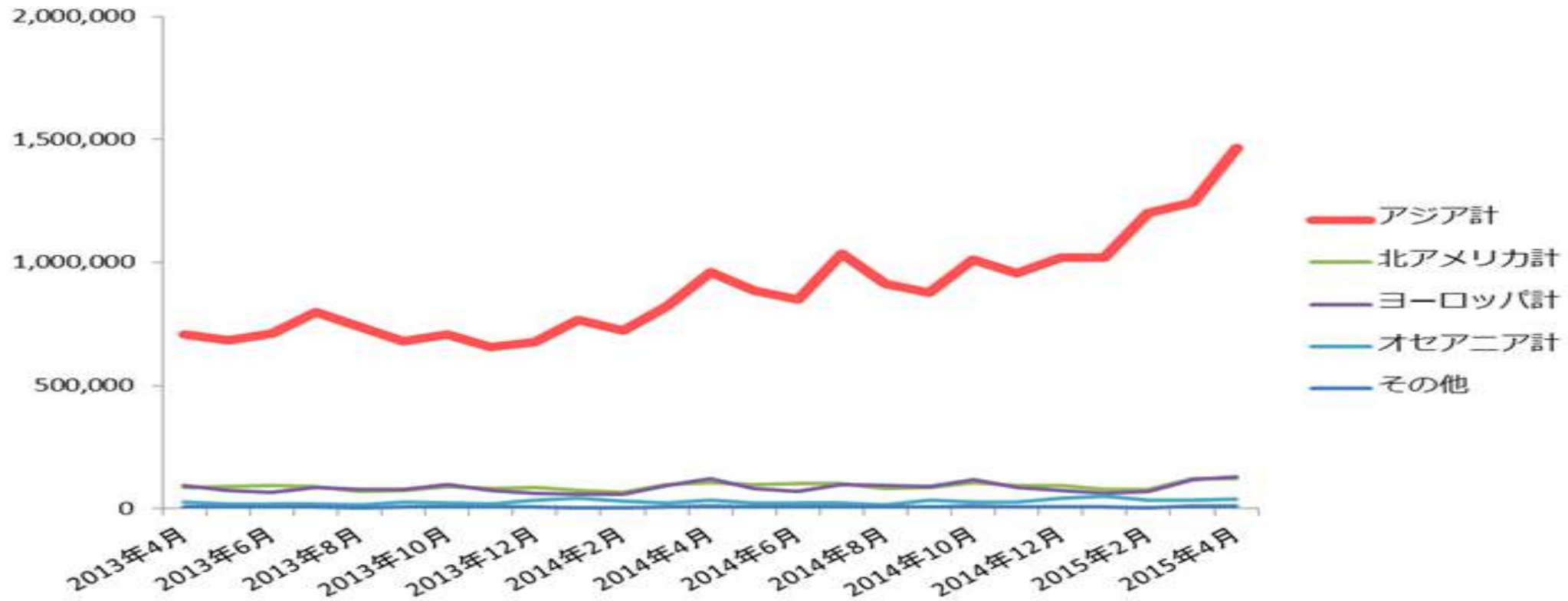
韓国 714万人

台湾 456万人

香港 223万人

東アジア4カ国で2129万人

研究の目的



日本政府観光局 (J N T O)

オーストラリア 45万人 ニュージーランド 6万人

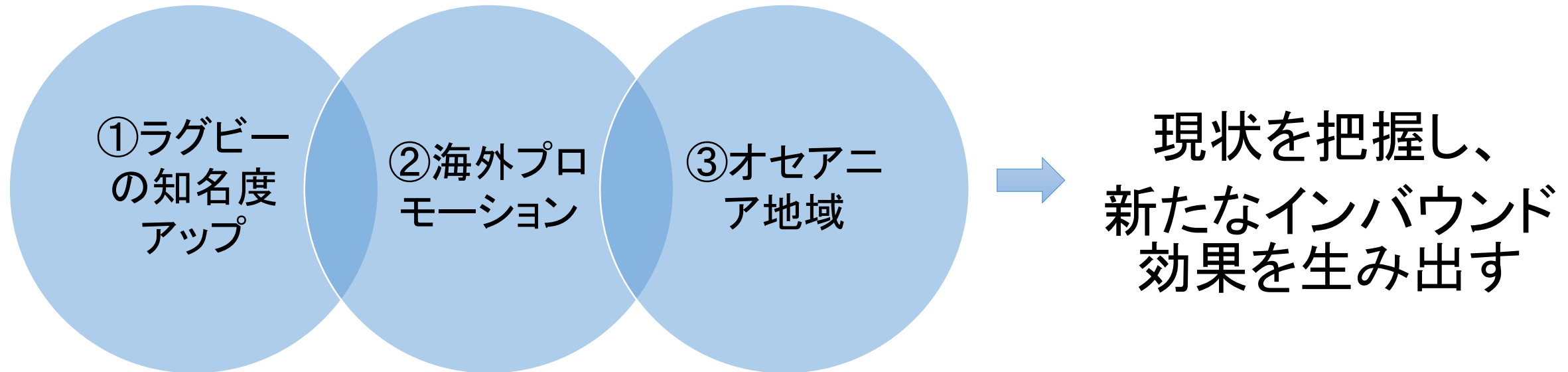
研究の目的

オセアニア地域
は非常に少ない

ゴールドenspーツイヤーズ後もオセアニア地域の訪日客を継続的に獲得するために現在の日本の取り組みを調査し、オセアニア地域に向けた新たなPR政策を提言する。



調査目的



調査方法

咲洲庁舎で
行いました！

定性調査(2018年7月12日)

花園ラグビーワールドカップ2019
推進室 総括主幹

ラグビーワールドカップ2019
大会準備共同事務室

文献調査
(インターネット、本などでの調査)

UNWTO(2016)<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>

国土交通省 観光庁 訪日外国人旅行者数の推移 など

(1)ラグビー知名度アップについて

大阪府では…

- JR大阪駅のつり革の装飾
- 学校や図書館、約3000箇所へのポスター配布



(1)ラグビー知名度アップについて

東大阪市では…

- ・ゆるキャラのトライ君
- ・東花園駅をきれいにする活動
- ・バス乗り場に遊び場を設置
- ・マンホールへの装飾
- ・体育の授業で「タグラグビー」を実施



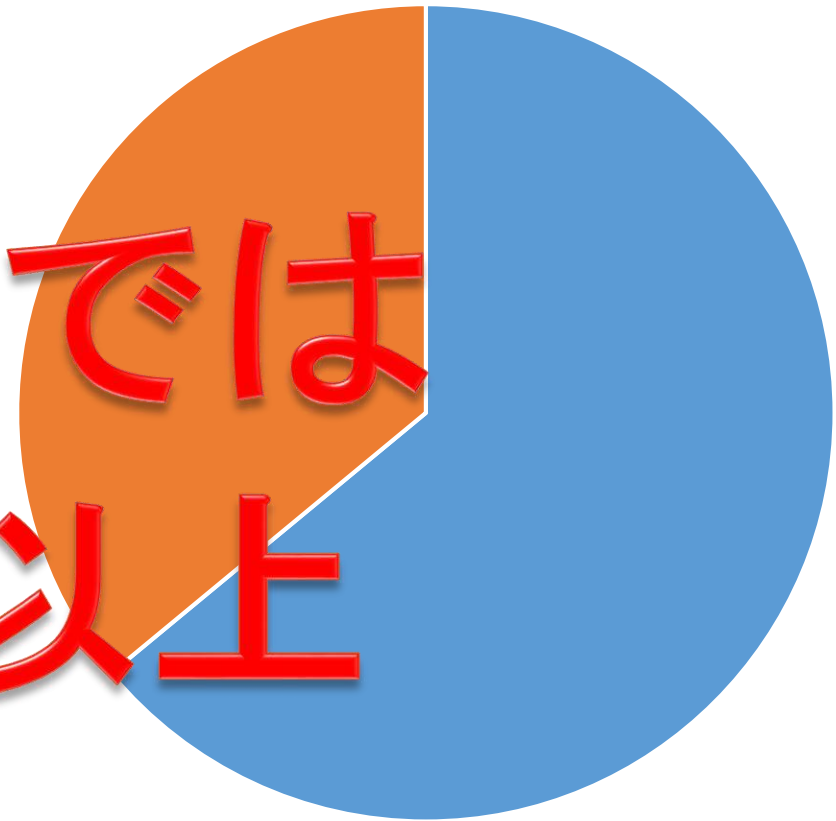
(1)ラグビー知名度アップについて

RWC開催の東大阪市での認知度
2015年のイングランド大会では

認知度

回答	人数
知っている	10人
知らない	60人

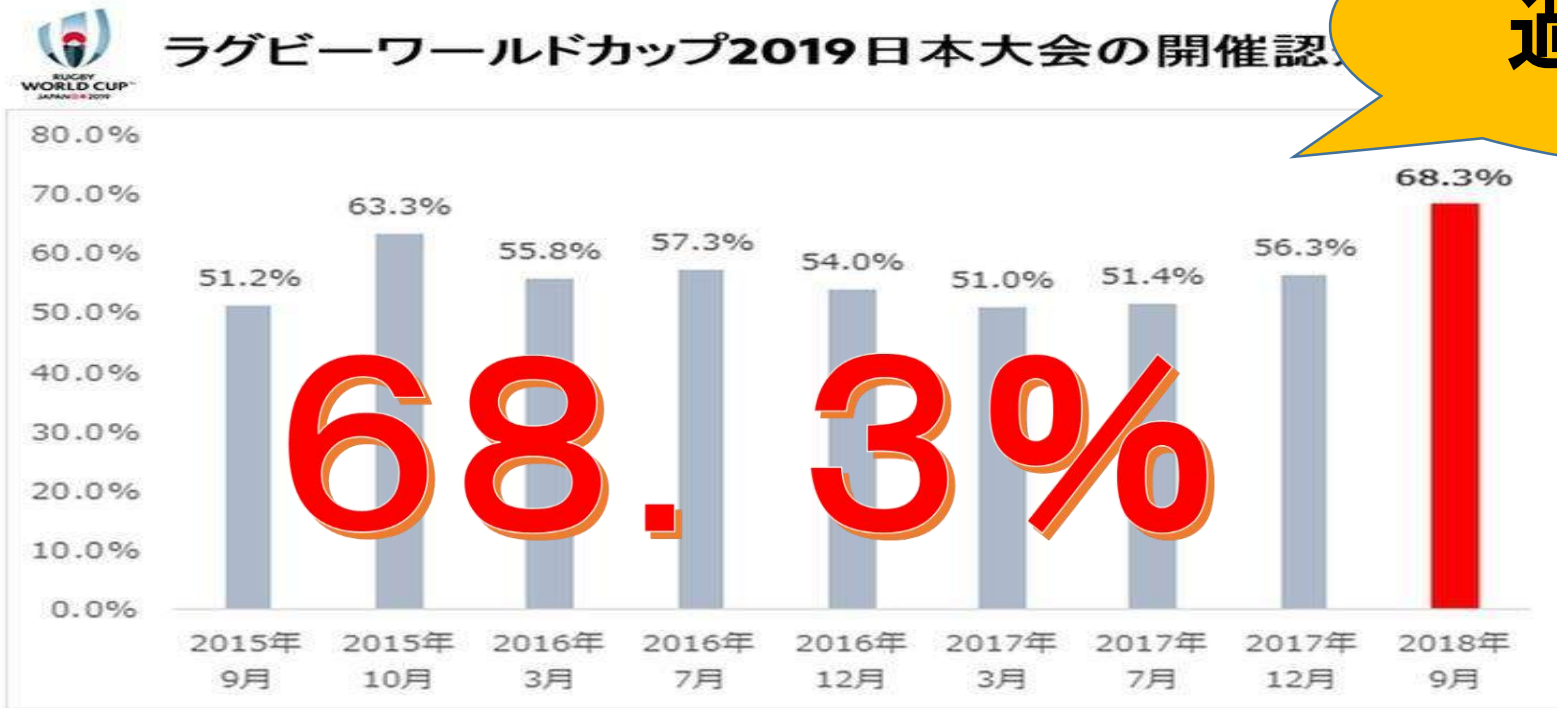
今大会では
90%以上



- 知っている
- 知らない

(1)ラグビー知名度アップについて

また、大会の認知度は全国でも



過去最高！

※第三者調査機関実施

(2)海外プロモーション

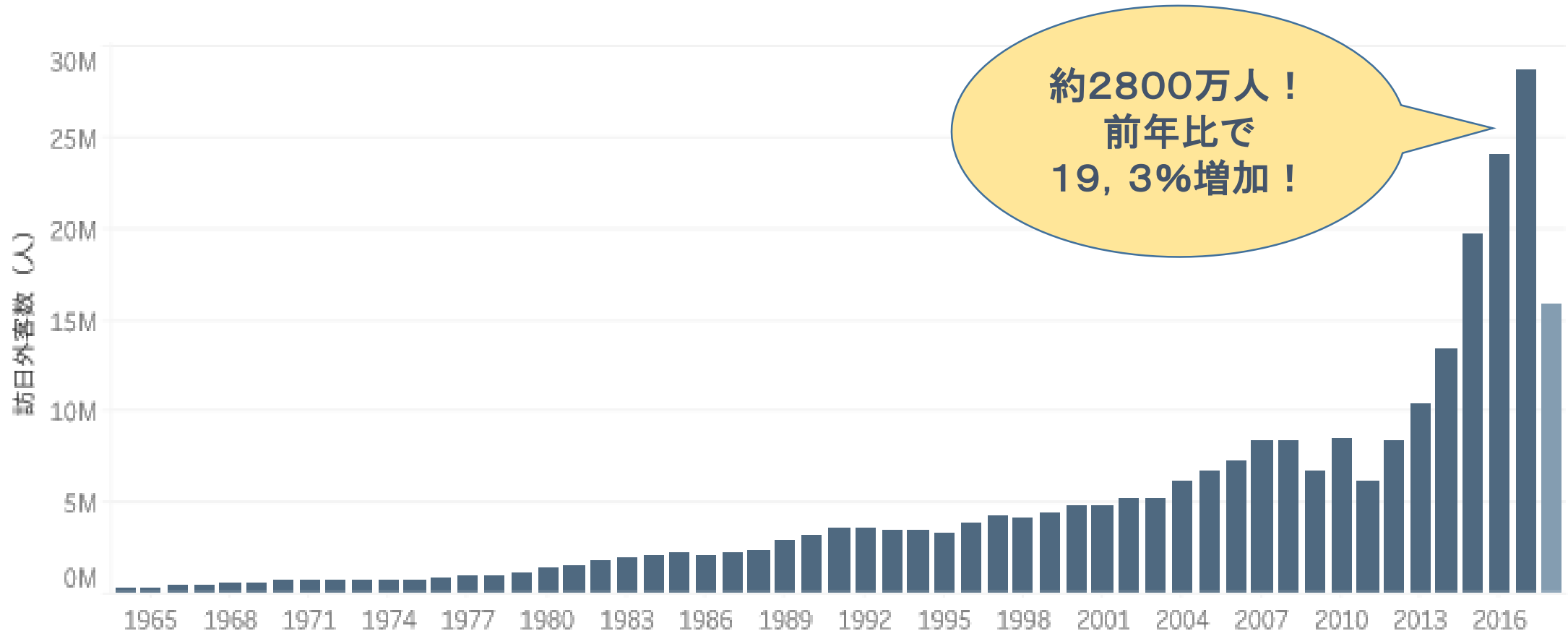
国内での取り組みは様々行われている。



ターゲットを海外に！

(2)海外プロモーション

年別訪日外客数の推移



(2)海外プロモーション

その中でも、スポーツ目的訪日外国人数は...

138万人 (2015年)



150万人 (2016年)

また、関連消費額は1年間で**約300億円**も増加している！！

(2)海外プロモーション

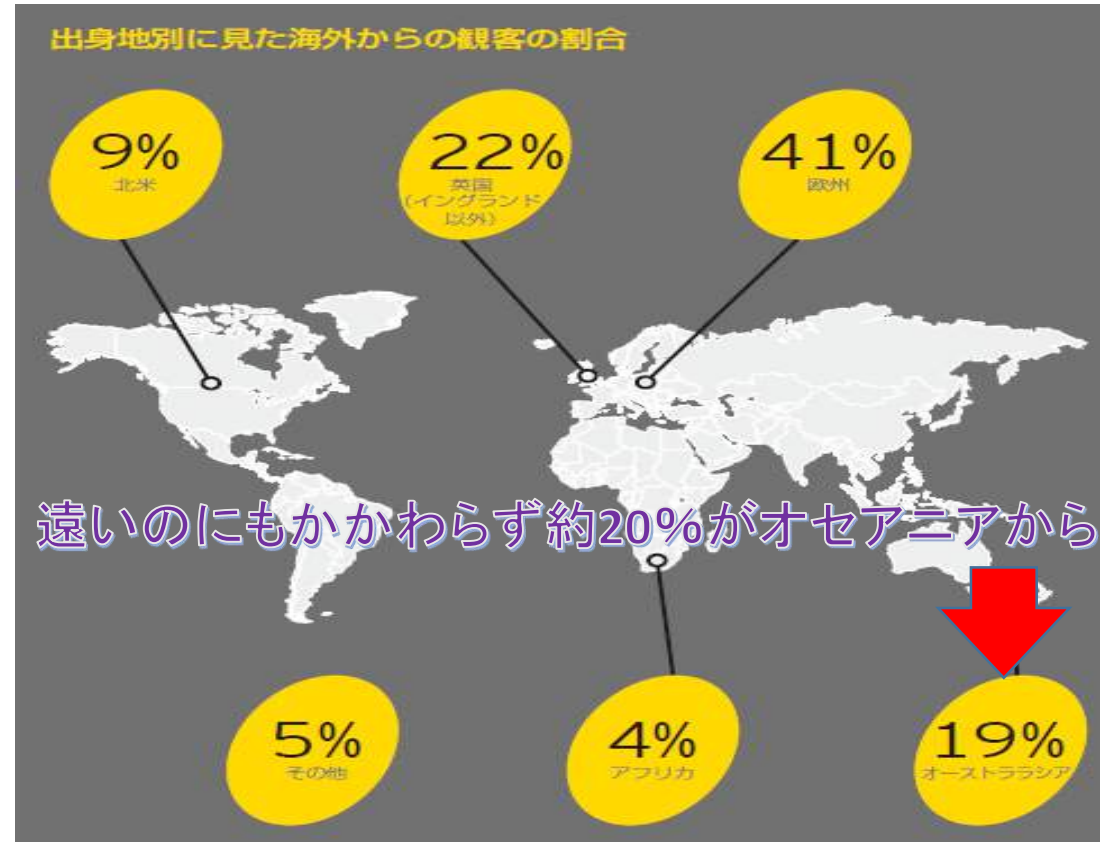
国際観光旅行税

入国時に、1人あたり1000円の税金を支払うと定められている。

初年度では**60億円**、来年度以降は**430億円**の税収が期待される。

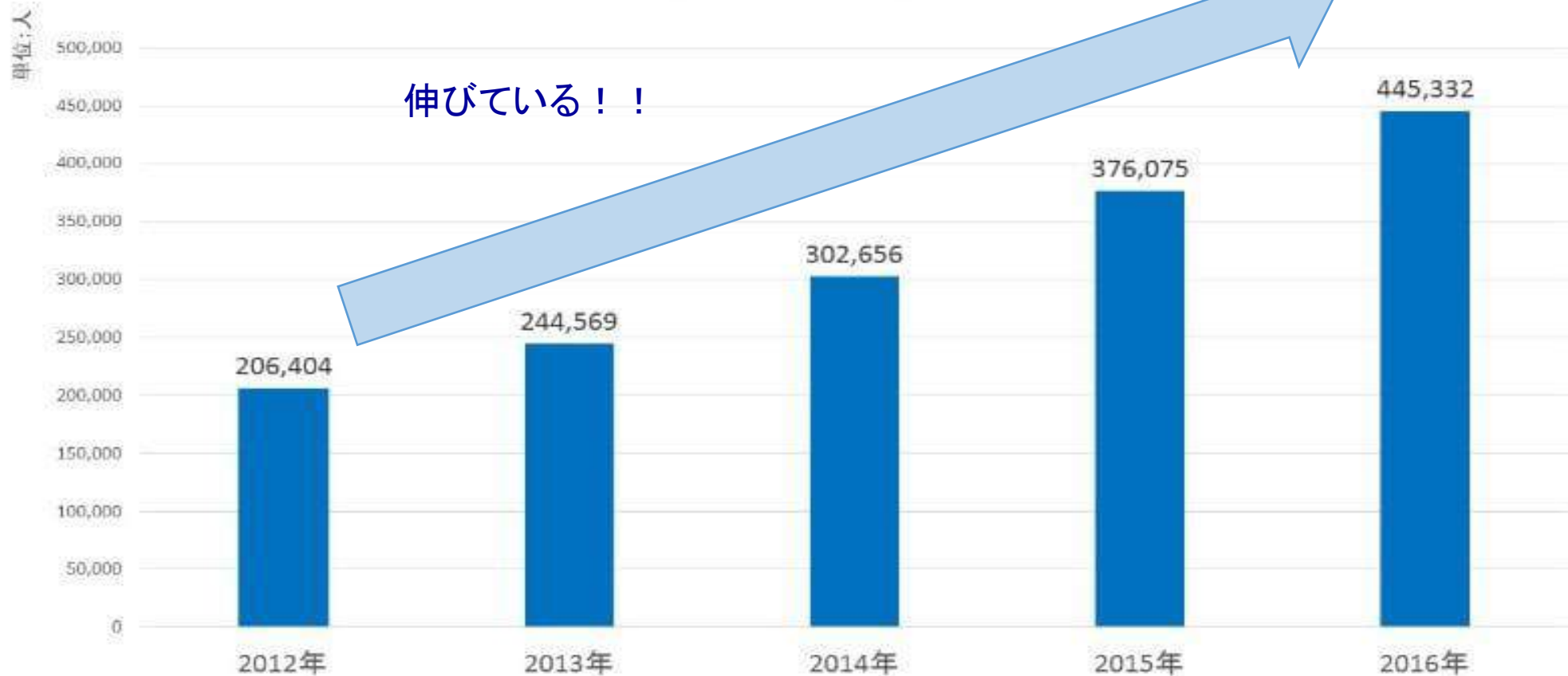
この機会に外国から試合観戦に来ることで、大きな経済効果を生むこと間違いなし！！

(3)オセアニアの人々



(3)オセアニアの人々

訪日オーストラリア人観光客数(2012年～2016年)



出典:日本政府観光局(JNTO)

(3)オセアニアの人々

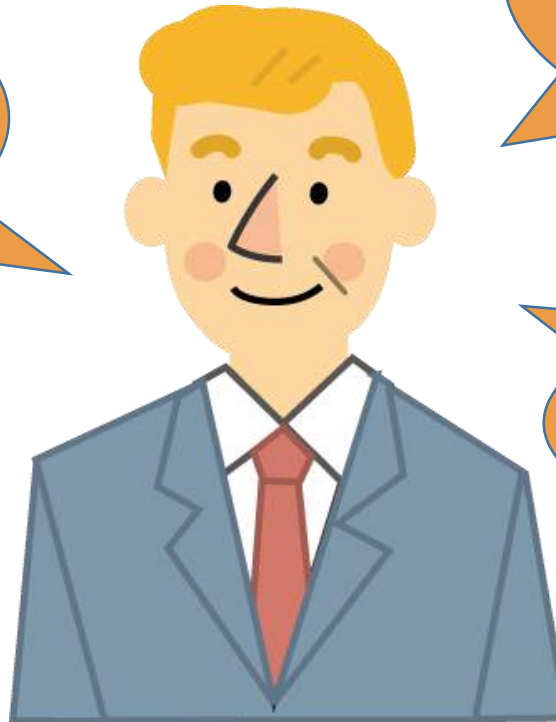
過去5年間の訪日ニュージーランド人観光客数



(3)オセアニアの人々

日本でやりたいことは??

日本食が
食べたい！！

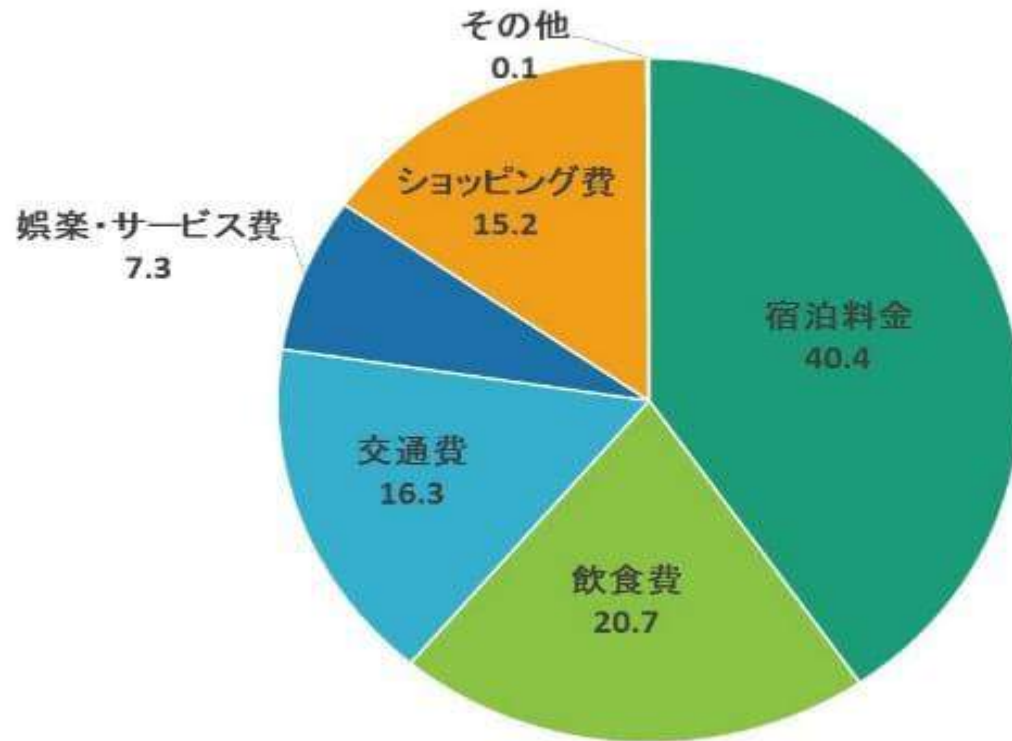


自然や
歴史的遺産を
観光したい！！

アウトドア
が好き

(3)オセアニアの人々

訪日オーストラリア人 旅行支出内訳(2016年)

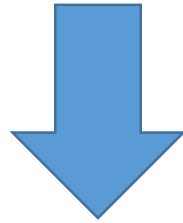


宿泊費に1番お金を使う

(単位: %)

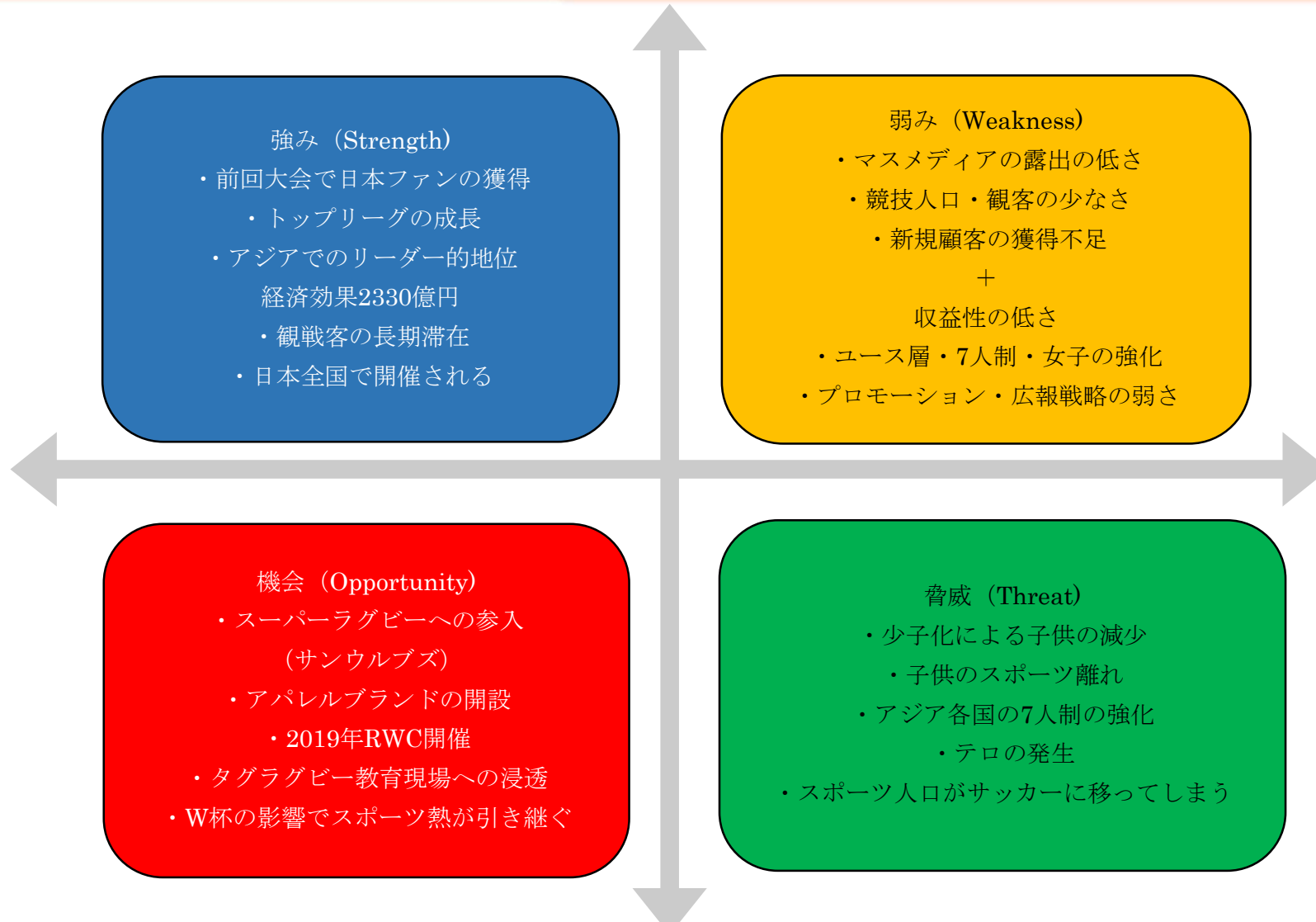
(3)オセアニアの人々

- ・日本の世界遺産観光
- ・日本食の提供



**長期滞在につながりインバウンド効果
に期待ができる！！**

考察 ～SWOT分析の結果～



強み (Strength)

- ・ 前回大会で日本ファンの獲得
- ・ トップリーグの成長
- ・ アジアでのリーダー的地位
- ・ 経済効果2330億円
- ・ 観戦客の長期滞在
- ・ 日本全国で開催される

弱み (Weakness)

- マスメディアの露出の低さ
- 競技人口、観客の少なさ
- 新規顧客の獲得不足 + 収益性の低さ
- ユース層・7人制・女子の強化
- プロモーション、広報戦略の弱さ

機会 (Opportunity)

- スーパーラグビーへの参入 (サンウルブズ)
- アパレルブランドの開設
- 2019年RWC開催
- タグラグビー教育現場への浸透
- W杯の影響でスポーツ熱が引き継ぐ

脅威 (Threat)

- 少子化による子供の減少
- 子供のスポーツ離れ
- アジア各国の7人制の強化
- テロの発生
- スポーツ人口がサッカーに移ってしまう

提言

(1) キャンプ地を利用した
観光名所や特産物を
プロモートする

(1) キャンプ地を利用したプロモーション

オセアニア人の日本でやりたいこと



1. 日本食を食べたい！



2. 観光名所を巡りたい！



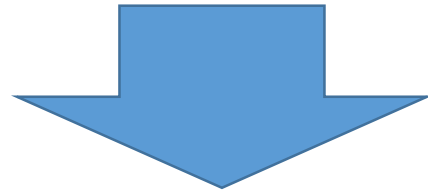
(1) キャンプ地を利用したプロモーション1

ならば...

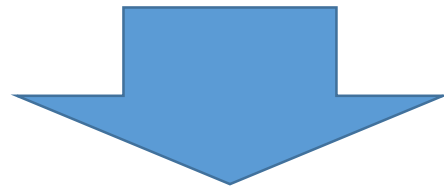
RWC2019を利用して
日本各地の特産物や
観光名所を、各国の
キャンプ地を利用して
プロモーションすれば
もっと知ってもらえる
いい機会になるので
はないか？

(1) キャンプ地を利用したプロモーション1

プロモートする



オセアニアの人たちはそれに惹きつけられ、
特産物へのリピーターが増える



日本の経済利益も上がり、景気が増す！ 

①RWC試合会場にて特産物をプロモートする物産展を開く！



②東花園ラグビー場でも販売している、ラグビーマン
(中華まん)やフランカーポテトなどのオセアニアでは
味わえない食べ物をRWC2019の各会場でも販売し
良さを知ってもらおう！



③電車内ラッピング・航空機内でのアナウンス



電車へのラッピングは既に東大阪市RWC推進委員会が行っている取り組みの一つである。

キャンプ地を知ってもらうための航空機内でのアナウンスはNZ航空やカンタス航空にも取り入れる必要がある。

(1) キャンプ地を利用したプロモーション2

ユニークベニュー

ユニークベニュー

北海道 ・モエレ沼公園

岩手県 ・岩手産業文化センター

東京都 ・迎賓館赤坂離宮

神奈川県 ・横浜能楽堂

埼玉県 ・鉄道博物館

静岡県 ・帆船クルーズ



ユニークベニュー

愛知県 名古屋能楽堂

大阪府 大阪市中央公会堂

兵庫県 神戸ポートアイランド市民広場

福岡県 ストリートパーティ(川端商店街)

熊本県 桜の馬場城彩苑

大分県 大分県立美術館

SINCE 1918

Art & Perform
現代に引き継がれた芸術空間



ユニークベニュー

もう一つ、RWC2019を盛り上げる策として...

それぞれの開催都市でユニークベニュー
を使い、日本のラグビーの歴史を伝えると
ともにオセアニア人と、日本のラグビーを
今後どういう風に盛り上げていくかを
プレゼンテーションする！！！！

具体的な案として...



神戸空港・伊丹空港・関西国際空港
の3港を結んだエリア内での、
オセアニアの人たちへ特別な
イベントを開く！

神戸空港から神戸市市民広場はポートライナーで一本...
ならば、神戸ハーバーランドまで招き神戸港のクルージング
コンチェルトを貸し切りそこで、オセアニア人へのウェルカム
パーティー&プレゼン大会なんてどうだろうか？



コンチエルト(神戸クルーズ)で披露するもの

- 京都の舞妓さんによるお食事のおもてなし！
- 畳の部屋でのゲーム(船内にセッティング)！
- 神戸の街や夜景を船内から一掃できる！



各地のユニークベニューを使って プレゼンして得る効果

- ・ 2019年以降の日本のラグビーをRWCで終わらせるのではなく、継続的に盛り上げていく！
- ・ ラグビー強豪国のオセアニア地域の国と交流を深めることができる！
→ 今後、強豪国とのテストマッチが盛んに行われる。
- ・ 観光名所とまではいかないが、日本の街並みや良さを知ってもらえるいい機会を設ける！
- ・ プレゼンだけではなく、ウェルカムパーティーをも行うことによって日本の「おもてなし」精神をアピールし、今後のゴールデンスポーツイヤーズへとつなげる。

提言

(2) スタジアム内での
日本列島ご当地グルメ
「スタジアムグルメ店舗」を設置

(2)「スタジアムグルメ店舗」を設置

酒

オーストラリア人の好み

自然

BBQ

スキー

コスプレ

運動



pixta.jp - 28628986



(2)「スタジアムグルメ店舗」を設置

2015年 電通による ジャパンブランド調査
外国人が日本でやりたい事

- 1 日本食を食べる
- 2 自然・景勝地観光
- 3 史跡・歴史的建造物観光

日本食レストラン店舗
数

2013年 564店舗



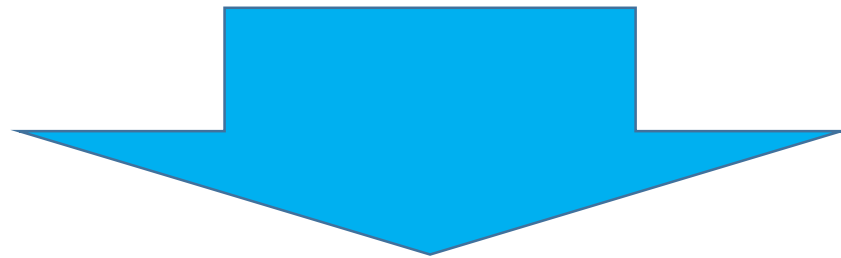
2015年 1632店舗

(2)「スタジアムグルメ店舗」を設置

ニュージーランド人も日本食が好き

ニュージーランドには日本食レストランが多い

オークランドやウェリントンには日本食居酒屋も多くある



なぜ人気なのか

(2)「スタジアムグルメ店舗」を設置

人気の理由

・レパートリーが豊富

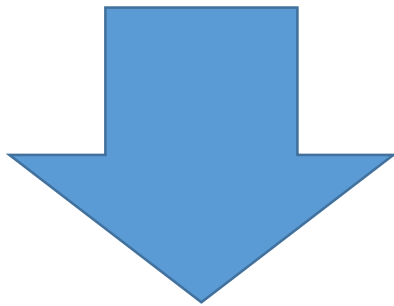
・ヘルシー

オセアニア人は
日本食が好き

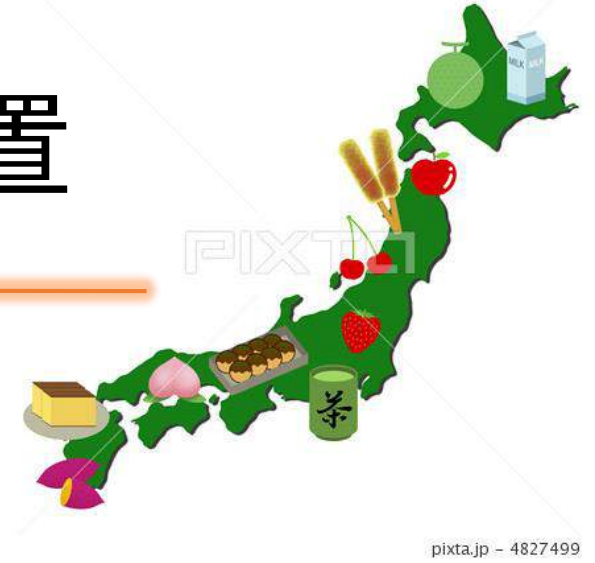


(2)「スタジアムグルメ店舗」を設置

日本全国のご当地グルメ
をたべてもらう！



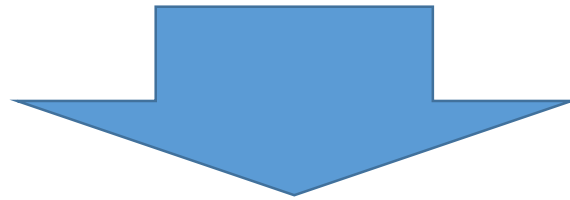
全国各地のご当地グルメ
をスタジアムに集結させる



(2)「スタジアムグルメ店舗」を設置

そのために...

スタジアムに各都道府県でそれぞれ店舗を仮設し、その地域のグルメを提供



一気にその場で味わえる！

地方に行かずに日本を堪能！

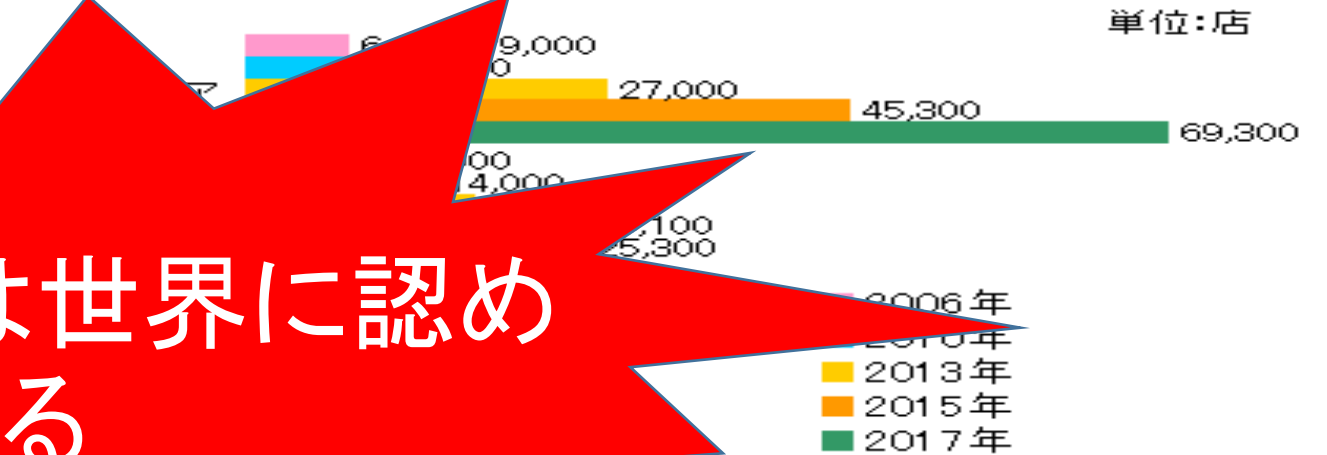
(2)「スタジアムグルメ店舗」を設置

2017年で日本食レストランは世界各地に

2013年に「和食」無形文化遺産に登録され

日本食は世界に認められている

海外の日本食レストランの店舗数



世界全体

年	万店	増加年率 (%)
2006年	2.4	6
2010年	3.0	22
2013年	5.5	27
2015年	8.9	15
2017年	11.8	

(2)「スタジアムグルメ店舗」を設置

期待できる効果

オセアニア以外の地域の人也十分堪能できる

今後、世界中から日本食を目的に来日する人が増える

参考文献

- ・国土交通省 観光庁 訪日外国人旅行者数の推移
http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/in_out.html,2018年10月4日閲覧.
- ・第四回 ラグビーワールドカップ2019大阪花園開催推進委員会(2017)平成30年度事業計画について
- ・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
- ・訪日ラボ(2016)地味ながら着実な成長を見せる訪日オーストラリア人市場
<https://honichi.com/visistor/oseania/australia/data/> ,2018年10月4日閲覧.
- ・UNWTO(2016)<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>. 2018年10月4日閲覧.

ご清聴ありがとうございました。