

スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会（第1回）

プロモーション展開方針資料

2017年8月31日（木）



現状・背景

■ スポーツツーリズムを実践している層はまだ少ない

直近1年間で旅行経験のある層が

- ・旅先で何らかのスポーツを実施：13% ・旅先で何らかのスポーツを観戦：10.5%
- ・今後、旅先でのスポーツ実施を希望する層の上位は自然環境の中で行うスポーツが多い。

■ 今後に向けての“追い風”要素

- ・地方自治体における「スポーツによる地域活性化」機運の高まりと、地域スポーツコミッションの設置拡大・活動の加速。
- ・2020に向けた、国内のスポーツへの関心の高まり。

■ スポーツツーリズム需要拡大に向けたマーケティングデータ不足

- ・現状でスポーツ庁には統計データが無い。民間の調査データ及び、観光庁の一部のデータのみ。
→動向や志向の分析が不十分で、ターゲティングなども不十分

■ 2017年度はキックオフのフェーズ

- ・今年に関連業界との官民協議会、国内外の消費者ニーズを調査し、連携体制と戦略を作るキックオフのフェーズ。
- ・国内外の調査が終われば、重点ターゲット像、重点海外国、タッチポイントなどが見えてくる。
また、官民での協議が進めば連携プロモーションに必要なツールも見えてくる。（現在はまだフラットな状況）

【今年度のプロモーションターゲット】

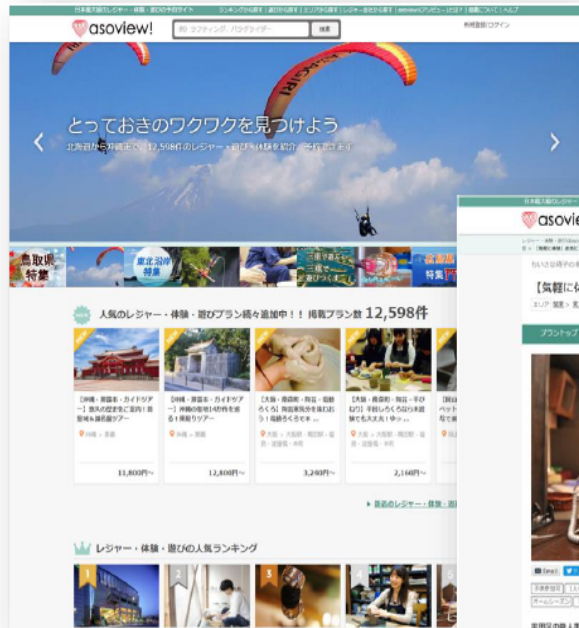
スポーツツーリズムの潜在層である可能性が高い、通常の旅行（移動・宿泊・食事）に、

+αの地域体験にも消費・参加意向がある“旅先でのアクティビティーに積極的な層”

→レジャーとしての楽しさだけでなく、地方創生・健康でアクティブなライフスタイルのきっかけ、などの意義もメッセージとして発信

着地型・体験型アクティビティー情報サイト：asoview（アソビュー）を活用したプロモーションを展開

アウトドアスポーツアクティビティーに既に関心がある顕在層は、より高頻度・幅を広げて楽しんでもらい
まだ経験が無い、その他のアクティビティーを閲覧する層にも、新しいレジャーアクティビティとして「アウトドアスポーツ」を訴求する。



「asoview!」トップページ



事業者様予約ページ

サービスの特徴

- ✓ 国内最大規模、約4,800社、約15,800プログラムの掲載実績
- ✓ 約380ジャンル、インドア・アウトドア問わず、あらゆるプログラムに対応
- ✓ 着地型・体験型商品のWEB販売国内最大級の実績



余暇を豊かに過ごすための遊び・お出かけ情報を発信

- 体験予約やペーパーレスチケットなど、今までにないユニークなコンテンツを仕入れインターネット上で販売し、スマホシフトしていく中で必要とされるイベント情報などの鮮度の高い提供しつづけることで、遊び・お出かけに関する最大級の情報を持つサービスに成長しています。

380
Categories

アウトドアスポーツや、ものづくり体験、遊園地や水族館、日帰り温泉などのレジャー施設など380種類の遊びを掲載

4,200+
Local Supplier

北海道から沖縄まで、全国各地の4,200以上の施設、15,000以上のプランを紹介。

4,000+
NEWS&Report

週末に開催されるイベントや都内に新しくできるショップ、美術館の企画展などのニュース情報や、遊園地や水族館、温泉などの体験レポートを更新。

20+
Distribution

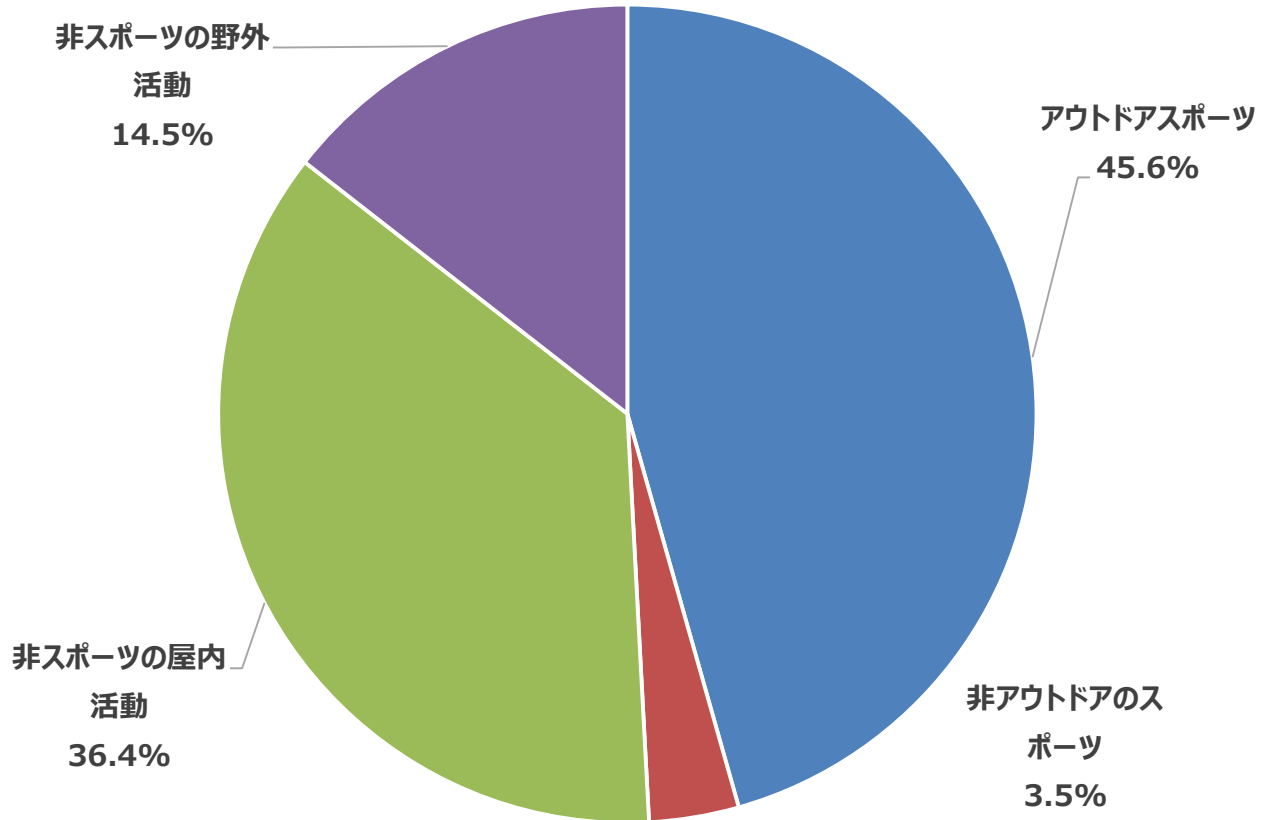
JTBやヤフートラベルなどの旅行予約・旅行比較サイト、ウォーカープラスやなどの観光情報サイト、ベネフィットワンなどの福利厚生など20を超えるサービスと連携。

【登録プランのジャンル】

23,000件を超える登録プランの

- ・約45%がアウトドアスポーツ（顕在層）
- ・約55%が屋内外のアクティビティ（潜在層）

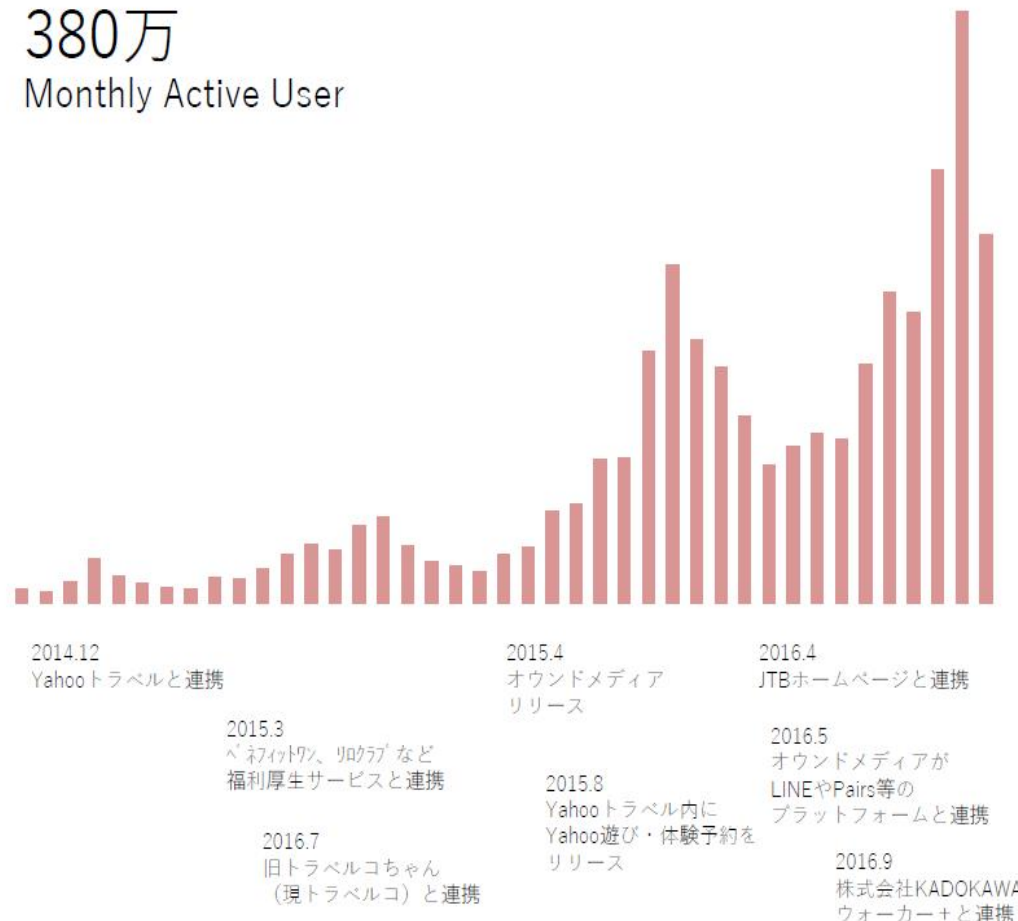
区分	プラン数
アウトドアスポーツ	10,491
非アウトドアのスポーツ	816
非スポーツの屋内活動	8,370
非スポーツの野外活動	3,326
総計	23,003



※アウトドアスポーツ・・・スキー・ラフティング・ダイビング・カヤック・パラグライダーなど
 ※非アウトドアのスポーツ・・・ヨガ・ダンス・ピラティス・スカッシュなど
 ※非スポーツの屋内活動・・・陶芸体験・ガラス工芸・料理体験・レザークラフトなど
 ※非スポーツの野外活動・・・自然体験ツアー・クルージング・味覚狩り・農業体験・キャンプなど

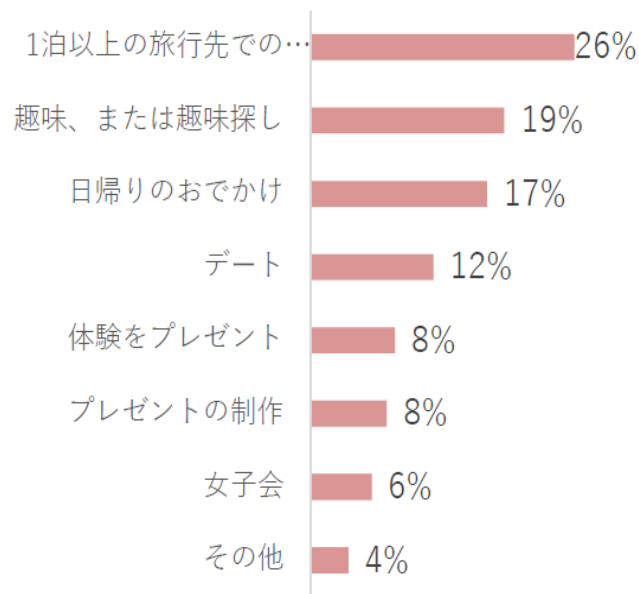
2012年にサービスをリリースして以降、日本の遊びやお出かけ情報を集約し、多くのユーザーが利用する遊びのプラットフォームに成長しています。

380万
Monthly Active User



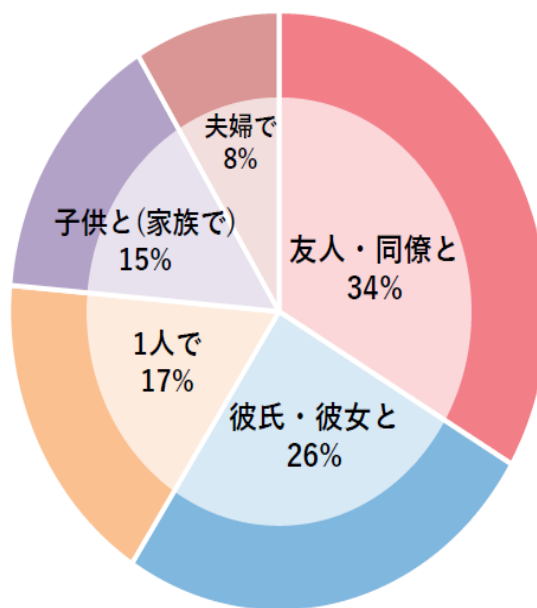
1泊以上の宿泊、趣味探し、日帰りのお出かけなどの利用シーンに、さまざまな交友関係のゲストと宿泊や食事、移動費以外に1人あたり5,000円前後消費する、余暇にこだわるユーザーが活用しています。

利用シーン



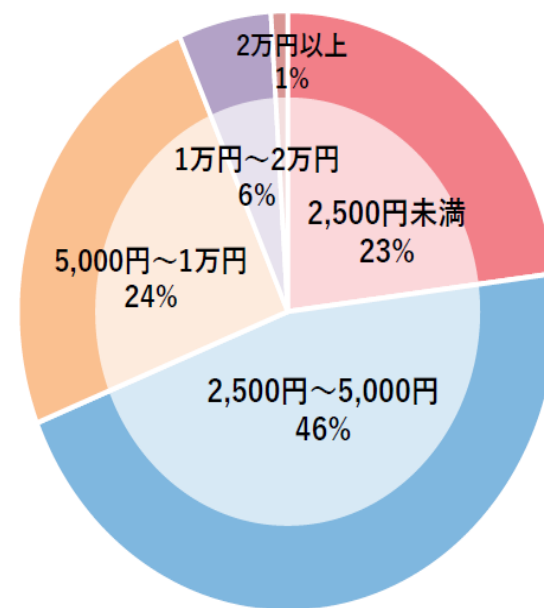
1泊以上の旅行先での体験、日帰りのお出かけやデート、趣味探しなどさまざまなシーンで活用。

出かける相手



夫婦やカップル、家族、友人等2人以上での利用が約8割。

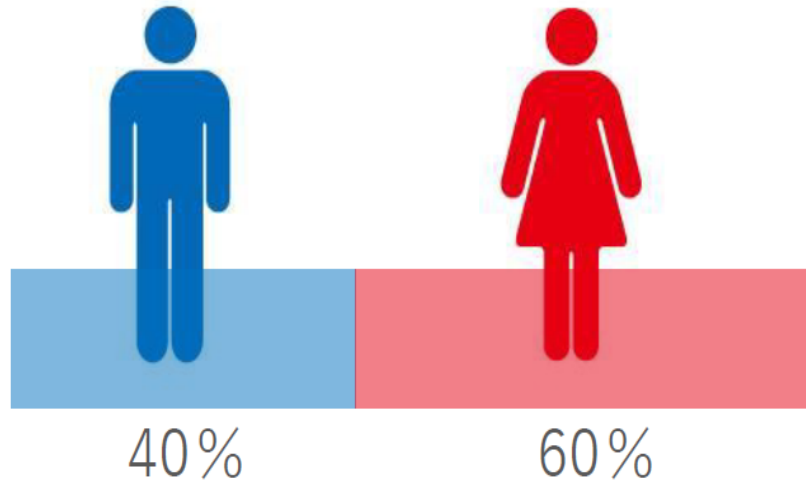
遊びに対する消費額/人



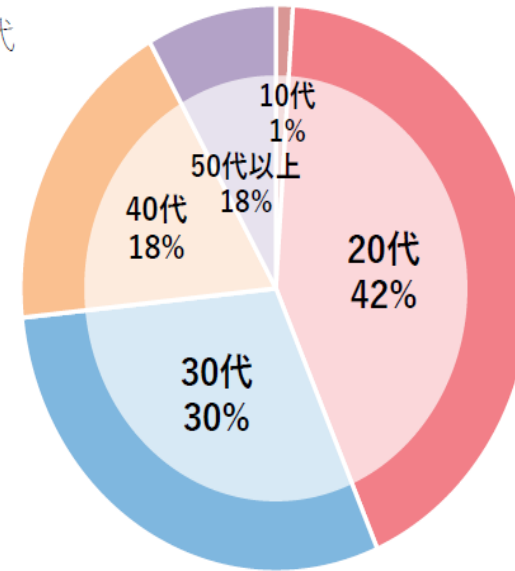
お出かけや旅行にかかる宿泊や食事、移動費以外で2,500円～10,000円消費するゲストが約7割。

asoview! (アソビュー) のユーザー特性

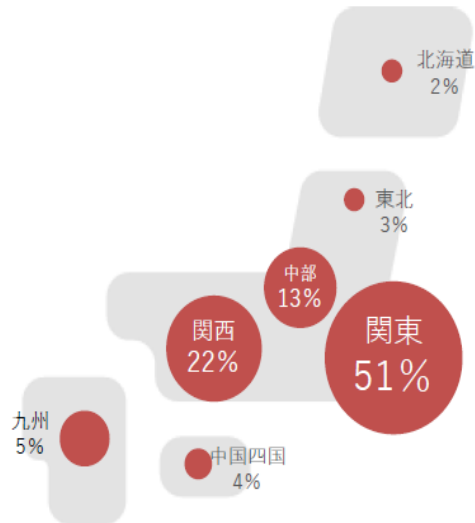
性別



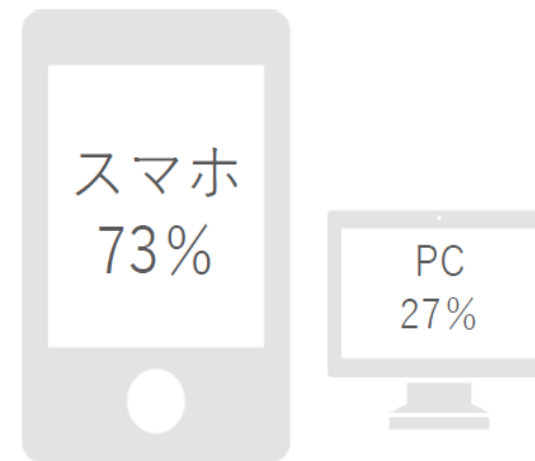
年代



地域



デバイス



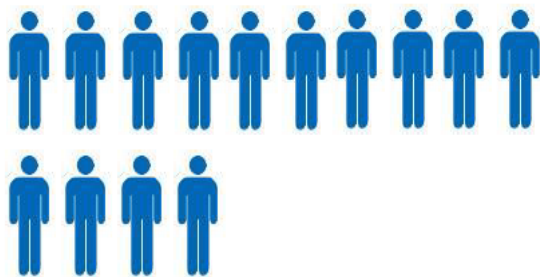
<男性ユーザー>

水圧で空を飛ぶフライボードなどのエクストリームスポーツやダイビングにチャレンジする若年層や、子どもと一緒に出かけする30~40代が利用しています。

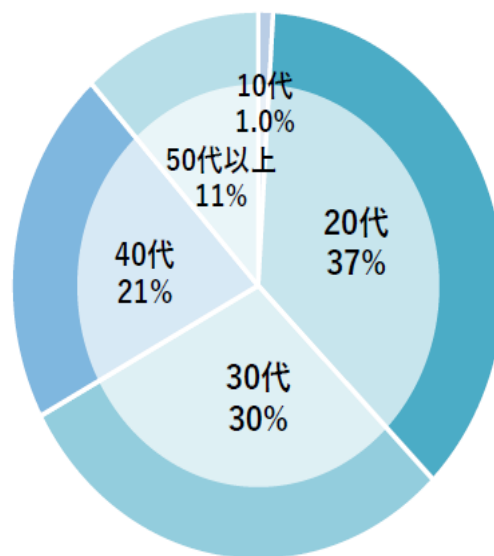
MAU

145万

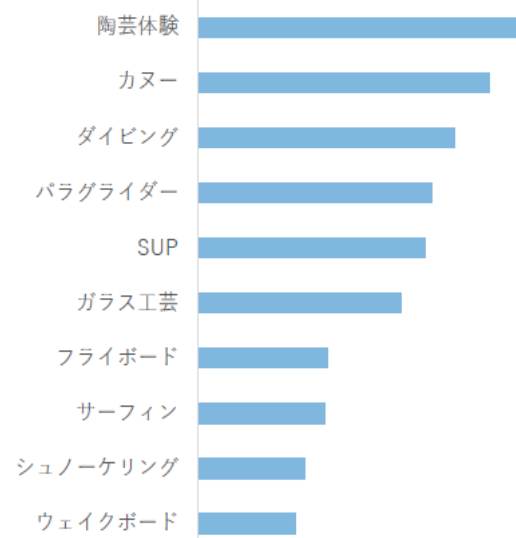
Monthly Active User



年代



人気の遊びTOP10



asoview!に訪れる全てのゲストに対して約4割が男性のゲスト。

アクティブに活動できる20代が約4割、子育て世代の30代・40代が約5割でボリュームゾーン。

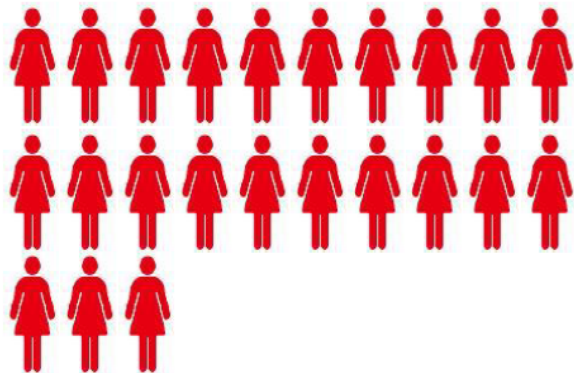
アウトドアのカヌーやパラグライダー、エクストリームスポーツのフライボードやウェイクボード、インドアの陶芸やガラス工芸が人気。

<女性ユーザー>

仕事もプライベートも充実させたい20代から30代が、陶芸やガラス工芸、キャンドルやアクセサリー作りなどのインドアものづくり体験や、2016年に流行したSUPなどのアウトドアを楽しんでいます。

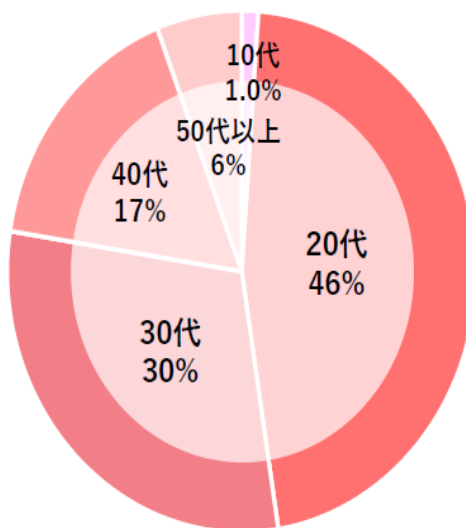
MAU

234万
Monthly Active User



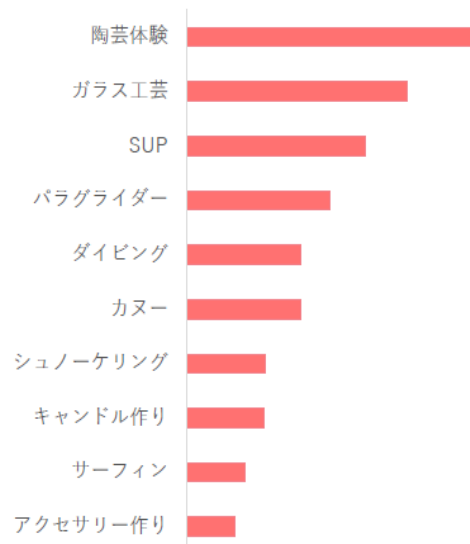
asoview!に訪れる全てのゲストに対して約6割が女性のゲスト。

年代



仕事もプライベートも充実させたい20代、30代のアクティビティ女子が75%でボリュームゾーン。

人気の遊びTOP10



陶芸やガラス工芸だけでなく、キャンドル作りやアクセサリー作りなどのものづくり系が人気。アウトドアは2016年人気を集めたSUPや、パラグライダーを体験。