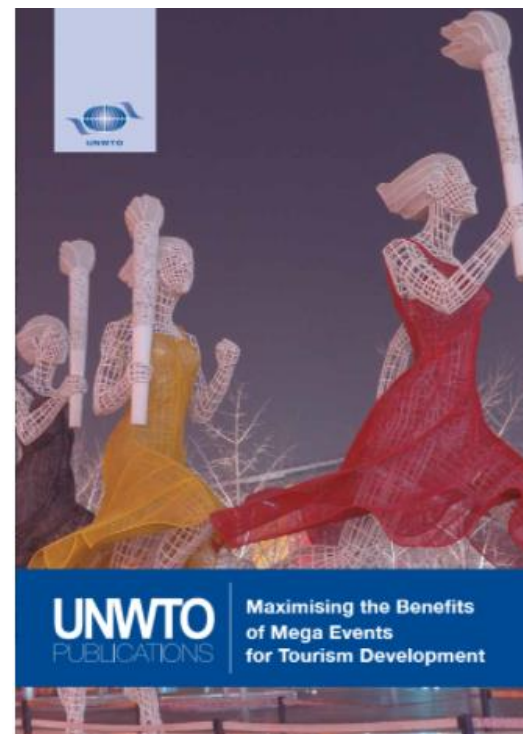


「メガイベントを観光振興に最大限活用するために」概要 （“Maximizing the Benefits of Mega Events for Tourism Development”）

✓ 目的・内容

- メガイベントは、綿密な計画と管理を行えば、観光業の発展に大きな影響をもたらします。
- 本報告書は、国又は地方自治体の公的な観光関連機関や事業者がメガイベントの効果を最大限に発揮するために、過去の事例の調査及びそれらを参考とした適切な提案をすることを目的としています。



✓ 公表資料

（英語、有償、2017年発行）

<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418923>

「メガイベントを観光振興に最大限活用するために」概要 （“Maximizing the Benefits of Mega Events for Tourism Development”）

2000年以降の主な世界におけるメガ・イベント（オリンピック、ワールドカップ、万博等）において、観光の観点からどのような施策を行ったかについてまとめたもの

計画

- 何をレガシー（成果）としたいのか考え、そのために「開催前」、「開催中」、「終了後」の具体的な計画を立てる。数値目標があれば望ましい。
- イベント終了後の施策も重要
- レガシーを作り、更に発展させるという流れを作っておく

プロモーション

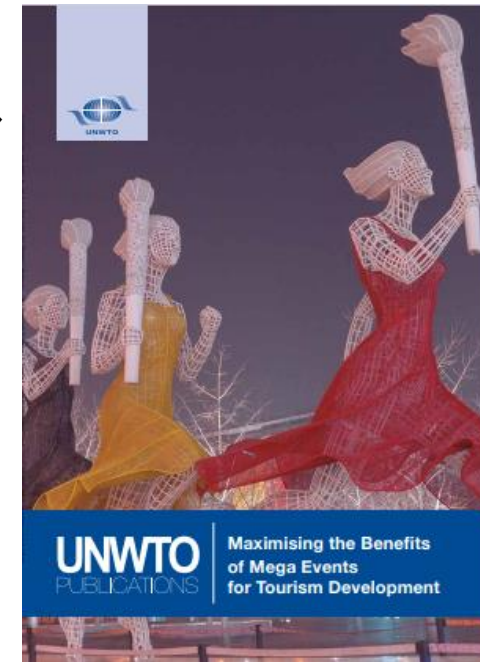
- メガイベントは観光プロモーションの絶好の機会であり、ブランド創出・強化のチャンス
- メガイベントが訴求するイメージと位置づけを明確にし、広く宣伝する
- メガイベントを機に、観光商品の多様化を図り、プロモーションを行う



【ロンドンオリンピック】
オリンピック終了後まで、5つのフェーズに分け、
広範なものから特定のものへ、段階的な計画を発表



【ロンドンオリンピック】「Great」というキャッチフレーズの下、「文化」「伝統」「田舎」「食べ物」「買い物」「音楽」等のテーマ別に、国全体をブランディング



【愛知万博】産業観光を新たなテーマとして打ち出す

「メガイベントを観光振興に最大限活用するために」概要

（“Maximizing the Benefits of Mega Events for Tourism Development”）

メディアの活用

- 発信したくなるもの、仕掛けの提供（地域の魅力、文化、食、人々の様子をいかに発信してもらうか）

経済的レガシー：インフラ開発と都市変革の契機

- 観光インフラの整備（民間企業の投資促進も）
- 受入環境整備（外国語表示、モビリティの促進）

社会・環境的レガシー

- 市民参画による、歓迎の雰囲気醸成（計画段階から）
- 観光地のブランドイメージ向上、観光客の再訪意欲やSNS等での発信に影響
- 相互理解の促進（若い世代の交流、ボランティア）
- バリアフリー化、環境に優しい観光の推進（ビジネス上も有意義、観光客や市民への啓発も重要）



【ミラノ万博】“イタリアの広場”
「エキスポ」、「文化と福祉」、「村落」、「食とワイン」、「美術都市」、「休暇、海と湖」、「山と公園」をテーマに、Instagramを活用し写真をシェアするキャンペーンを実施

- 技術革新のチャンス
- 地域・官民の連携
- 観光人材育成（知識・言語・サービス水準の底上げ、幅広い職種への研修）



【長野オリンピック】
小中学校がオリンピック参加国について学習し、その国との間で交流を行う。
商店街の一店一国運動も



【リオデジャネイロ オリンピック】環境に優しい旅行のヒントを提供し、また、環境対策に取り組むホテル・レストランに関する情報提供をSNSで行う取組

危機管理

- 混雑・価格高騰等のイメージを払拭し、開催地の訪問回避（クラウディング アウト）を防ぎ、「この期間ならではのエキサイティングな体験」のPR
- 不当に高額な価格設定を避け、長期的視野に立った価格設定を
- 安心・安全でスムーズな旅行実現のため、非常事態に備えた準備
- 非常時には旅行者の保護と迅速かつ正確な情報提供を