



冬季オリンピック 開催成功要因及び 平昌冬季オリンピックの 観光戦略について

日韓国際観光カンファレンス2017より

表① 日韓国際観光カンファレンス2017 プログラム

14:00	開会・挨拶
14:10	MOU締結式
14:20	参加者紹介
14:30	発表[1] 日本におけるDMOの最新動向 山田雄一 観光政策研究部次長・主席研究員 (JTBF)
15:00	発表[2] 連休が観光需要に及ぼす影響 PARK, Sang-gon 副研究委員 (KCTI)
15:30	休憩
15:50	発表[3] 日本における観光資源の 評価手法について 吉澤清良 観光地域研究部次長・主席研究員 (JTBF)
16:20	発表[4] 冬季オリンピック開催成功要因及び 平昌観光戦略 YU, Jiyun 研究委員 (KCTI)
16:50	ディスカッション 【座長】 KIM, Sangtae 本部長 【コメンテーター】 SON, Younghoon 教授 (Seoul National University), KIM, Hyojin 教授 (Seoul National University), YEO, Kyoungjin 教授 (Korea National Open University)
17:30	閉会

2017年11月17日(金)、ソウルにて「日韓国際観光カンファレンス2017」を開催しました。同カンファレンスは研究協定を結んでいる韓国文化観光研究院 (Korea Culture & Tourism Institute) 以下、KCTI) と、開催地を交互に変えながら毎年共催しているものです。

当日は第4期目となるMOU (Memorandum of Understanding on Research Cooperation) を締結し、引き続き、両機関が積極的な情報交換や研究交流をおこなっていくことを確認しました。

その後は、両機関の研究員による研究発表とディスカッションを行いました。当財団からは「日本におけるDMOの最新動向」(山田雄一 観光政策研究部次長) と、「日本における観光資源の評価手法」(吉澤清良 観光地域研究部次長) について発表しました。

KCTIからは「連休が観光需要に及ぼす影響について」(PARK, Sang-gon 副研究委員)、「冬季オリンピック開催成功要因及び平昌観光戦略」(YU, Jiyun 研究委員) について発表がありました。

先日、平昌冬季オリンピックが開催され、2年後には日本でも東京オリンピックが予定されていることから、本稿では、YU, Jiyun 研究委員による「冬季オリンピック開催成功要因及び平昌観光戦略」の発表概要を紹介します。

冬季オリンピック開催成功要因及び平昌観光戦略

今回はバンクーバー冬季オリンピック(2010年)、ソルトレイクシティ冬季オリンピック

※ここで使用している図表は、KCTIの発表資料(日本語訳)によるものです。また、文章につきましては、KCTI発表内容をもとに、一部JTBFにて加筆・修正を加えています。

(2002年)、長野冬季オリンピック(1998年)を事例として取り上げ、その成功要因を分析した上で、2018年2月に我が国で開催される平昌冬季オリンピックについて紹介したい。

バンクーバー 冬季オリンピックの特徴

バンクーバー冬季オリンピックは文化オリンピックという概念を初めて取り入れたとされている。2008年から2010年までの3年間にわたり、7都市で合計200のプロジェクト、70カ所で600のパフォーマンスや展示を開催した。支援プログラムも充実しており、先住民の青少年を支援するスポーツ基金の設立をはじめ、地域の芸術・文化プロジェクト支援、芸術を取り入れた教育推進などをおこなった。

戦略の柱として、①持続可能な経営と責任性、②持続可能な施設開発、③環境へ配慮した再生可能エネルギーの活用、④スポーツ振興と人材育成、⑤社会文化的レガシーの創出、⑥観光ブランド力のアップを掲げ、中でも、取り組みの成果を企業利益、環境の持続性、社会的責任の3つの基準において判断する持続経営フレームワークを採択したことは大きな特徴である(表2)。

また「2010 Legacies now」という非営利機関の設立を通じて社会的レガシーの創出をリードしたことも特徴であり、ブリティッシュコロンビア州全

表2 バンクーバー冬季オリンピックの主な戦略と実施内容

1. 持続可能な経営と責任性

企業利益、環境の持続性、社会的責任といった3つの基準で実績を判断する持続経営フレームワークを公式に採択。

2. 持続可能な施設開発

環境に及ぼす影響を最小限に抑え、社会的かつ経済的な持続可能性の要素をベニューやビレッジ建設に取り入れる。大会後も地域のニーズに応える形でベニューや住居を開発。

3. 環境へ配慮した再生可能エネルギーの活用

「2010持続可能性スタープログラム」を掲げ、社会・経済・環境分野の増進に貢献したスポンサーやパートナーのイニシアチブを選定し表彰。バンクーバーオリンピックの選手村近くの下水処理施設から発生する熱を、再生可能エネルギーとして暖房や温水に活用。選手村の屋上緑化を進め建物から発生する炭素の50%を相殺しつつ断熱や雨水管理にも有効活用。オリンピックベニューや選手村での省エネ及び温室効果ガス排出削減の現状をリアルタイムで測定・管理・報告するためにオンライン技術を駆使。

4. スポーツ振興と人材育成

スポーツ人材発掘及び先住民青少年向け活性化事業を展開。大会運営基金を立ち上げ、スポーツ施設の運営や高機能スポーツ育成をサポート。大会終了後、スピードスケート競技場を多目的スポーツ施設としてウィルチェアラグビー、車いすバスケットボール、ローイングなどに活用。地域住民の健康増進及び社会体育の発展に貢献した。

5. 社会文化的レガシーの創出

非営利団体「2010 Legacies now」を設立し、社会的レガシーの創出をリード。20万人の住民が新しいスポーツプログラムに参加、107地域社会で障がい者や高齢者のためにアクセス性を改善したほか、53万人の学生がアクションスクールBCに参加、BC州各地で445件の芸術・文化プロジェクトを進行。1,900機関と1万人余りの人々がボランティアとして参加。

6. 観光ブランド力のアップ

カナダ観光局は、オリンピック開催の2年前からカナダ観光ブランドにおける大々的な刷新作業を実施。大会が終わって約10ヵ月後、カナダは国家ブランド指数で世界一に選定。

YU, Jiyun 研究委員発表資料を基にJTBF作成

域におけるスポーツプログラムや芸術・文化プロジェクトの展開、障がい者と高齢者のためのアクセス改善などをおこなった。

観光戦略では、カナダ観光局が「Leveraging Canada's Games: 2008-2012 Olympic Games tourism Strategy」を策定。オリンピックを挟む4年にわたり3段階のプロモーションを実施した。

第一段階はブランド・ビルディングとしてカナダの特性に合わせたブランドイメージを構築し、対外的に広報をおこなった。第二段階は、メディア・リリース・オンズとしてブランドイメージに合わせた観光商品の開発や海外メディアとの関係構築をおこなった。第三段階では、カナダのイメージとストーリー

ーに基づいて開発した観光商品のPRと観光客誘致をおこなうとともに、オリンピック終了後も引き続きカナダに関心を持ってもらうための海外の旅行会社への支援などをおこなった。大会終了後、カナダは国家ブランド指数で世界一に選定された。

ソルトレイクシティ 冬季オリンピックの特徴

2002年に開催されたソルトレイクシティ冬季オリンピックでは、「Fight in the Fire Within」がキャッチフレーズとして掲げられた。文化芸術をメインキーワードとし、米国の開拓文化・遺産を世界と

図1 ソルトレイクシティ冬季オリンピックにおける文化芸術振興の考え方
(YU, Jiyun 研究委員発表資料より)



共有するため、展示、公演、ダンス、文学、音楽、映画などの多様な文化芸術活動が展開された。具体的には2001年から1年にわたり世界のパフォーマーが参加する60の公演、12の展示会が開催された。他「Heritage Invitational Grant Program」では、40地域の文化支援をおこなった(図1)。

長野冬季オリンピックの特徴

1998年の長野冬季オリンピックでは「愛と参加」を基本コンセプトとして掲げ、①子供たちの参加促進、②美しく豊かな自然との共存、③平和と友好の祭典の実現の3つを柱に据えた。

特に①子供たちの参加促進では、子供の参加を高めるための画期的なプログラムが開発されたことが特徴である。長野市内の77校が参加各国の言語や文化について学び、交流を深める「一校一国運動」を展開した他、貧困や紛争に苦しむ世界の子供たちへの支援を目的とした「長野オリンピックハーモニー募金」の設立、子供向けに10万枚の競技入場券を半額で販売するといったことなどがおこなわれた。最新の情報通信技術を活用し、カーナビ、アクセス統制、動画技術、データ送信ネットワーク、気象予報システムが活用され、環境に配慮した競技場の設計や低公害車の導入、再生可能素材を使用したユニフォームの採用といったリサイクルプログラムも実施された。

さらに、ボランティア・ネットワークである「Team 98」が結成され、地域住民も含めて世界の人々へのおもてなしに力を入れた他、地域共同体レベルのオリンピックサポート組織「はあてい長野」が立ち上がり、長野を訪れる選手や観客をもてなすため、住民手作りのイベントや交流活動がおこなわれた。

他のオリンピックと同様、コンサート、ミュージ

YU, Jiyun 研究委員による発表の様子

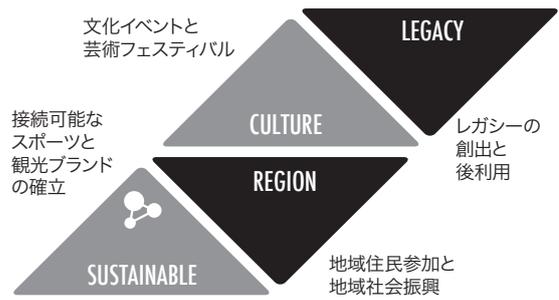


カル、展示、フォーラムなどの文化イベントやイベントダウンイベントが開催され、低予算で効果的な広報活動を展開した。

バンクーバー、ソルトレイクシティ、長野冬季オリンピックの成功要因

冬季オリンピックの事例分析に際しては、持続可能性、地域、文化、レガシーの4つの視点で整理できると考えている(図2)。その上で今回紹介した

図2 事例分析のキーワード
(YU, Jiyun 研究委員発表資料より)



3つのオリンピックの成功点を抽出すると、オリンピック終了後の利用や地域のニーズを考慮した合理的な施設運営、環境に配慮したプログラム運営、社会的文化的レガシーの創出、ハイレベルで多彩な文

化芸術イベントの開催、地域社会や住民への配慮、障がい者や高齢者向けのスポーツ振興などを挙げることができ。また、観光面においてはオリンピックを契機に、計画的な戦略のもとで各種取り組みが進められた。各国の特性を活かしたブランドイメージの構築、住民の意識醸成や近隣都市との連携による共同マーケティングの実施、スポーツ観光や文化芸術観光の活性化などがみられた。

平昌冬季オリンピックについて

2018年2月に開催される平昌冬季オリンピックは、3度目の挑戦で招致に成功した。これにより、韓国は夏季オリンピック、FIFAワールドカップ、世界陸上選手権大会を加えた4大メジャースポーツ

大会を開催したグラนด์スラム達成国の仲間入りをすることになる。

平昌冬季オリンピックでは、「Passion, Connected」をスローガンとして掲げている。熱い情熱で冬季スポーツに対する世界の人々の想いをつなぎ、冬季オリンピックの新境地を開いていくことを意味している。

また、改革目標のキーワードとして、経済（効率的な運用による均衡な財政）、環境（冬季オリンピック初となる持続可能経営体制国際認定(SO20121)の獲得）、文化（イベントの開催）、ICT(UHD放送を通じて実感型メディアや世界最高水準の自動翻訳サービスの導入などによる先端サービスの提供）、平和（今大会を朝鮮半島と世界の平和のためのオリンピックとすることを誓う「平昌五輪停戦の壁」の設置、および休戦）の5つを挙げている。

観光面においては、訪れた方に対するサービスとおもてなし、記憶に残る展示・イベントの開催、魅力あふれる新しい体験型コンテンツの提供、安心かつ便利に滞在できるシステムの提供を意識している。いわば Smart Tourism (Smile, Memorable, Awesome, Reliable, Tourism) として記憶にとどめていただけたらと思っている。

おわりに

研究発表は短時間でしたが、相互の研究動向や観光政策の動きの一端をつかむことができました。最後のディスカッションでは日本の研究経験もある先生方がコメントーターとして加わり、韓国と日本における観光政

策についての課題意識の類似点や相違点を共有したほか、課題解決に向けた方策について活発な意見交換をおこないました。

本稿では詳しく紹介できませんでしたが、「連休が観光需要に及ぼす影響」(PARK, Sanggon 副研究委員)の発表においては、全国民を対象に実施している「国民旅行実態調査」のデータを活用した分析によると、連休が1日増加することで、特に国内旅行の増加が顕著になること、さらにその旅行消費額は全国民で920億ウォン(日本円で約92億円)になるという試算結果が出たことなどが紹介されました。「日本におけるDMOの最新動向」の発表に対しては、DMOとしての自立的な運営方法をはじめ、財源確保に向けた課題解決方法や最新動向などについて高い関心が寄せられました。また、「日本における観光資源の評価手法」については、近年注目されている観光資源の評価方法や、観光資源台帳公開後の地域からの反応、観光資源台帳の活用策などについて質問がありました。

日本でもクールジャパンに代表されるように、韓国での取り組みを参考にした取り組みも存在します。両国それぞれの強みを理解した上で相互の観光政策の動きを注目していくことで、さまざまなヒントを得ることができます。

JTBFとKCTIにおいては、両機関ひいては両国の観光振興にとって、さらに有意義な研究交流が図られるような企画を検討していきたいと考えています。