

スポーツツーリズムの取組の現状報告 (H29の取組についての進捗・最近の取組についての共有事項) (資料13)

H29年度取組

- 「モノを作る会社から、笑顔を作る会社へ。」というポリシーを2017年4月に発表した。
- ユーザー層には車で趣味を楽しむようなライフアクティブな方が多く、今後もライフアクティブ層をターゲットに企業活動を進めていくが、このようなお客様に密着した営業を行っていくことが、結果として、スポーツツーリズムの振興につながっていくのではないかと考えている。
- アクティブライフプログラムの提案として、「夏の星空ツアー」や「ツール・ド・東北」といったイベントを開催している。

現状

- ・2018年7月に新中期経営ビジョン「STEP」を策定。ありたい姿として「モノをつくる会社から笑顔をつくる会社へ」を掲げポリシーは不変。
- ・ブランド強化の取り組みとして「愛されるクルマ」から「愛されるクルマ+ブランド+人々」を目指して、SUBARU、販売店、お客様、コミュニティが一体となった活動を実施。
- ・日本では「SUBARU ACTIVE LIFE SQUARE (アクティブライフスクエア)」と「SUBARU WEB COMMUNITY (スパコミ)」で様々なイベントを企画し、実施している(具体的内容は別紙参照)。

※1ページに収まらない場合は本ページにも記載ください。



■ゲレンデタクシー



■自転車競技観戦ツアー



■スバルゴルフチャレンジ



■アウトドアセミナー



■ゴルフサークル



■星空観察ツアー



■モータースポーツ



※1ページに収まらない場合は本ページにも記載ください。

mont-bell ×  SUBARU

