

政策研究レポート

スポーツツーリズム推進に向けた基礎調査 ～ スポーツツーリズムに対する受入側の意識動向～

観光政策室 [名古屋] 主任研究員 内田 克哉

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の観光政策室は、「スポーツツーリズム推進に向けた基礎調査」を実施しました。今回の調査は、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構【JSTA】およびスポーツ庁の協力のもと、全国のスポーツツーリズム推進団体 30 団体に対してアンケートを発送し、回答のあった 22 団体の調査結果をもとに取りまとめを行っています。

なお、今回の調査で把握したスポーツツーリズムの受入側の意識の動向に加え、2016 年 2 月に当社が行った「スポーツツーリズムに関する意識調査」(http://www.murc.jp/thinktank/rc/politics/politics_detail/seiken_160202)による消費者側の意向もふまえ、スポーツツーリズムを推進していくための方向性についての取りまとめを行いました。

【結果概要】

スポーツツーリズムを推進する各団体ともに、地域特性や既存の資源、強み等を活用し、様々な工夫で事業を展開している。一方で、地域内の関係者間での連携や、さらなる取組の推進のための財源確保が課題となっている。

「スポーツツーリズムに活用している資源」は、「道」が最も多く(約 77%)、次いで「山」(約 55%)、「スポーツ施設」(約 55%)、「川」(約 41%)と続く。「道」は、マラソン、トライアスロン、自転車を使用するイベントなど、競技型イベントから気軽に楽しむ交流型イベントまで、様々な用途で使用されている。

「スポーツツーリズムを推進するために行っている取組」は、合宿・キャンプ誘致、地域資源の活用、地域内関係者間の連携、受入環境整備・サービスの充実に分類される。

「地域に訪れてもらうための工夫・きっかけづくり」は、情報発信・PR、セールス活動、イベント誘致・開催、ブランドイメージの向上、受入環境整備・支援(補助金等)。

「スポーツを目的の滞在者の地域内の消費行動に繋がる取組」としては、宿泊機会・来訪機会の創出、周辺観光地・飲食施設の周知、消費喚起等が実施されている。一方、「旅行目的の滞在者にスポーツも楽しんでもらうための取組」は、スポーツができる環境整備とコンテンツ開発が実施されている。

「スポーツツーリズムを推進していくにあたり支障となっている事項」は、「財源の確保」が最も高く(約 59%)、次いで「知名度の向上」(約 46%)、「地域内関係者との連携」(約 41%)、「受入環境整備」(約 21%)と続く。

「スポーツツーリズムの推進に向けた地域内の自治体・関係者等からの要望」は、大規模大会の誘致、地域活性化への寄与、受入体制の構築・充実化等。

「自主財源の確保に向けた取組」は、会員の確保、収益事業の実施、補助金・助成金の活用等。

「組織運営上で必要な人材育成の取組」として、研修会・セミナーへの参加、資格取得などのスキルアップ支援が行われている。

アンケート調査実施概要

アンケート調査名: スポーツツーリズム推進に向けた基礎調査

調査対象: 全国のスポーツツーリズム推進団体 (30 団体) 回収数 22 団体

調査期間: 2016 年 11 月~12 月

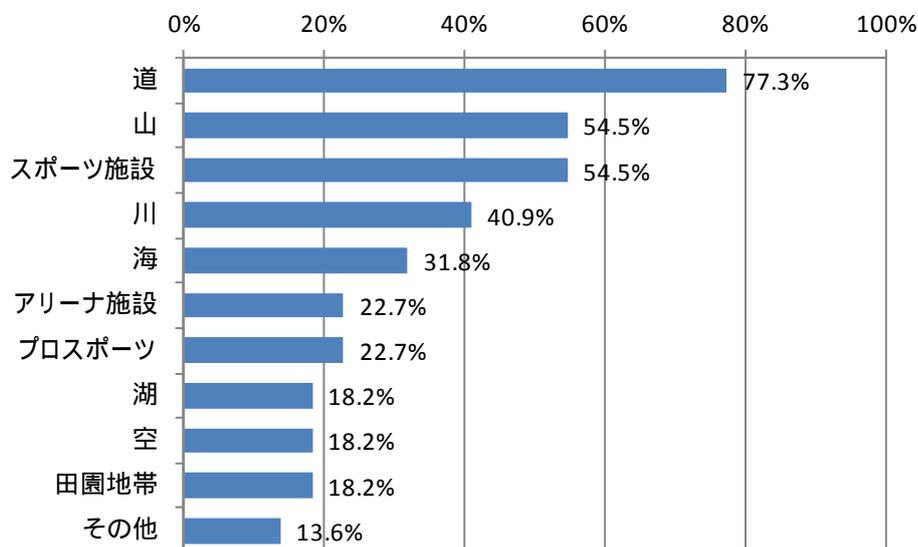
調査方法: 郵送によるアンケート調査

調査協力: 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 [JSTA]、スポーツ庁

1. 地域の実態について

(1) スポーツツーリズムに活用している資源 (複数回答)

「道」が最も多く、約 77% を占め、次いで「山」(約 55%)、「スポーツ施設」(約 55%)、「川」(約 41%) と続く。「道」は、マラソン、トライアスロン、自転車を使用するイベントに使われ、競技型イベントから気軽に楽しむ交流型イベントまで、様々な用途で使用されている。

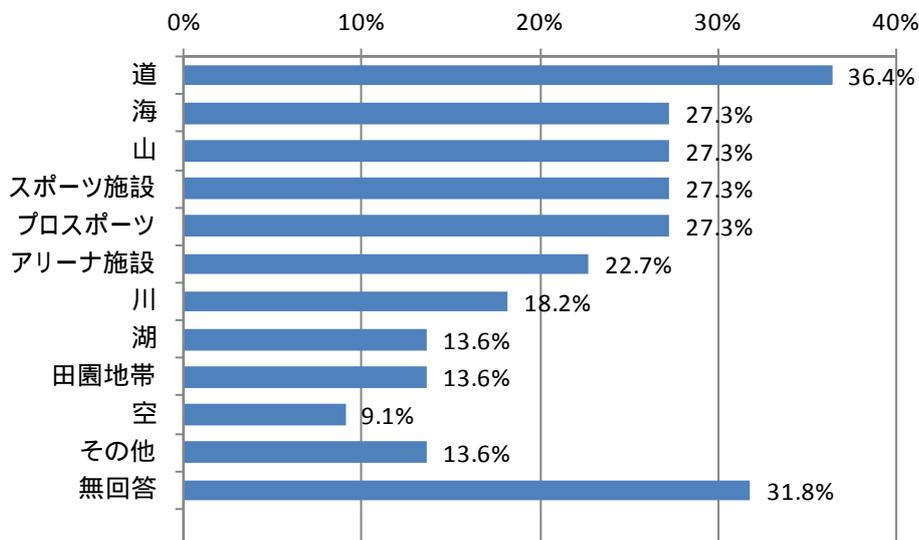


(2) (1)で回答されたものの具体的な活用方法

海	トライアスロン大会
山	トレイルランニング / スキー・スノーボード / 高地トレーニングを活用した合宿誘致
川	ラフティング / ゴムボードで川を下るレース大会
湖	ボート競技の合宿
空	ハンググライダー
道	フルマラソン / ハーフマラソン / トライアスロン / ラリー / 自転車のエンデュロレース / サイクリング / 自転車で観光地をチェックポイントに設定し、地域 PR 活動を実施 / トップアスリートを招へいし、街中のストリートを舞台とした「ストリート陸上」イベントの開催
スポーツ施設	県内スポーツ施設への国際・全国規模のスポーツ大会の誘致 / ドーム型競技場、スキージャンプ台の観光資源としての活用 / 野球場やテニスコートを利用した全国・中国大会の開催にかかる支援 / 県内スポーツ施設を活用して、実業団や大学等のスポーツ合宿を誘致
アリーナ施設	雪が積もったグラウンド上でのスノーモービル教室
プロスポーツ	Jリーグチーム、プロ野球チーム(観戦、支援)
その他	クラブスポーツ(サッカーチーム、バレーボールチーム)との連携で地元の盛り上げ
複数項目にまたがるもの	山、道を利用したランニングコース設定 / 事前合宿の誘致、大会誘致で使用したい(川、湖、スポーツ施設、アリーナ施設) / きれいな空気、豊かな自然に囲まれた環境に位置するスポーツ施設で、集中してスポーツに取り組む事ができる。また、起伏に富んだ道が県内各地に点在し、美しい景色や歴史ある文化財を見ながらのロードレースや、トレーニング等に活用されている(海、山、空) / ウォーキング、ノルディックウォーキングコースとして活用(山、川、道) / 大会・合宿の誘致に活用(スポーツ施設、アリーナ施設) / 観光資源として、サーフィンやラフティングといったアウトドアスポーツ(海、山、川) / マラソン、サイクリング、ウォーキング、トライアスロン大会などで景観も含めて活用(海、山、道、田園地帯、アリーナ施設) / シティマラソン、スポーツ大会、スポーツ合宿、Jリーグチーム(道、スポーツ施設、プロスポーツ) / ヒルクライム大会(山、道) / 当地域ならではのダイナミックな自然景観を活かしたアウトドアスポーツイベント

(3) スポーツツーリズムに、今後活用していける資源、活用予定の資源(複数回答)

「道」が最も多く、約 36%を占め、次いで「海」、「山」、「スポーツ施設」、「プロスポーツ」が同率(約 27%)で並ぶ。



(4) (3)で回答されたものの具体的な活用方法(見込み)

海	オープンウォータースイミング
山	スキーツーリズム
川	ラフティング
湖	湖のロケーションを活用した青空ヨガ&カヌー教室 / 周遊路を活用した、スロージョギング&ダイエットツアーを開催予定
道	サイクルツーリズム
スポーツ施設	雪が積もったグラウンド上でのスノーモービル教室
プロスポーツ	Jリーグのアウェーチーム観戦客による観光
その他	ラグビーワールドカップ、オリンピック・パラリンピック、フットサルワールドカップ、フィギュアグランプリファイナル / 観光スポットを活用したフォトロゲイニング等の実施 / 教育施設(学校体育館・校庭)を活用したマイナーなスポーツ(ペタンクなど)による誘客 / 宿泊を伴うマラソン大会参加者へ、宿泊施設での栄養士監修の食の提供やトレーナーによるコンディションサポートを含めたパック商品の提供 / ダイビング、スタンドアップパドルサーフィン、サイクリング、パラグライダーなど、自然をフィールドとしたアクティビティ
複数項目にまたがるもの	ランニングコース、サイクリングコースの設定(川、道) / 合宿と休息・思い出づくり(海、山、道) / プロスポーツ施設との連携、アウトドアスポーツ、自転車競技など幅広く自然環境や既存施設を活用した取組(山、道、プロスポーツ) / スポーツ合宿(海、道、アリーナ施設) / アウトドアアクティビティ関連での利活用(海、山、道、田園地帯、プロスポーツ) / スポーツ大会、スポーツ合宿の受入れ(スポーツ施設、アリーナ施設) / プロスポーツ球団にとの相互連携(プロスポーツ) / スポーツ大会の誘致による交流人口の拡大と周辺観光促進(スポーツ施設、アリーナ施設)

2. 実施されている取組について

(1) スポーツツーリズムを推進するために現在行っているスポーツに関する、地域特性や強みを活かしたものの、独自性のあるもの

回答された意見は、「合宿・キャンプ誘致」、「地域資源の活用」、「地域内関係者間の連携体制構築」、「受入環境整備・サービスの充実」の4つに分類される。

「合宿・キャンプ誘致」では、自然環境やスポーツ施設を活用し、当該地域で合宿を行う必然性を訴求している。「地域資源の活用」では、当該地域のロケーションの活用や過去から受け継がれたスポーツイベントの実績を継承し、取組を進めている。「地域内関係者間の連携」では、地域の関係主体との協力関係を密にし、地域振興も絡めた連携を促進している。「受入環境整備・サービスの充実」では、交通主体と連携しながら地域内二次交通の充実化を図り、イベント参加者の移手段の不便解消を実現している。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

合宿・キャンプ誘致

- ・高地トレーニングを活用した合宿誘致
- ・国際大会の会場となった施設を活用し、開催の実績をアピールしたナショナルチームの事前合宿誘致
- ・カヌー(スプリント)に適したダム湖において、東京オリンピックの海外カヌー代表チームの事前キャンプ誘致活動と、新たなカヌー拠点施設を整備(予定)
- ・ウィンタースポーツの優位性を活かした冬季競技における合宿誘致
- ・アイスアリーナを活用した大会、合宿誘致

地域資源の活用

- ・外国人選手も参加しやすい国際空港周辺でのトライアスロンの開催
- ・雪で冬期間使用できないグラウンドを利用した雪上スポーツ(スノーモービルなど)の実施
- ・広大な田園風景の中の桜回廊をルートに組んだツーデーウォーク
- ・教会群を活用したキリスト教系の大学の合宿誘致
- ・自転車まちづくりのシンボルイベントとしての自転車イベント
- ・海岸沿いの道路、灯台の見えるコースでのエンデューロ
- ・島全体を利用したスポーツイベント、ロングライド、トライアスロン大会の開催
- ・ヒルクライム大会や自転車関連競技大会・関連イベントの開催
- ・地域の自然、景観、食などの特色を生かしたフィールド活用型スポーツである、サイクリング、ランニング、ロゲイニングなどのアウトドアアクティビティを自ら企画・運営

地域内関係者間の連携体制構築

- ・ラグビーワールドカップ機運醸成に向けた、地元企業チームと海外チームとのビッグマッチの開催
- ・20市町が参加するスポーツ産業振興協議会の設立
- ・スポーツ施設と温泉宿泊施設営業担当者と協力した営業活動
- ・スポーツボランティアの活用
- ・広域での施設(運動施設・宿泊施設)利用

受入環境整備・サービスの充実

- ・イベント時、宿泊参加者に対する市内の空港、隣接市の新幹線駅など、交通拠点とのバス送迎
- ・指導者・講習会(怪我防止)の講師手配

(2) 地域を訪れてもらうための工夫、きっかけづくり、集客性を高めるための取組、知名度を高めるための取組等

回答された意見は「情報発信・PR」、「セールス活動」、「イベント誘致・開催」、「ブランドイメージの向上」、「受入環境整備・支援(補助金等)」に分類される。

「情報発信・PR」は、当該地域で実施されるスポーツイベントへの参加を促すために、パンフレットやWEBでの情報発信や、展示会等でのPRなど効果的な情報発信が行われている。また、“観るスポーツ”の観点から、地域ターゲットを絞りこんだイベントのプロモーションを行い、来訪機運に繋げる取組が行われている。

「セールス活動」については、主に合宿や大会の開催に向けた、関係団体の視察受入やセールスを実施している。

「受入環境整備・支援(補助金等)」については、補助金の交付による利用者への利便性向上と、受入施設整備やおもてなし向上に資する取組が実施されている。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

情報発信・PR

(するスポーツ)

- ・首都圏におけるマラソンのPRイベントならびに外国人向けのPRパンフレットの作成
- ・自転車専門誌への情報掲載
- ・オリジナルサイクルボトルを進呈するキャンペーンの実施
- ・スポーツに関するポータルサイトによる大会情報や合宿地情報等の情報発信
- ・シティマラソンへの海外ランナー誘客に向けたプロモーション
- ・ホームページの運営、様々なスポーツ関連の展示会等への積極的な出展
- ・歴史的文化財や観光スポットをチェックポイントとして、スポーツを楽しみながら本市の魅力を周知できるイベント(フォトゲイニング)の開催
- ・スポーツメーカーの展示会等への出展、各スポーツイベント等でのブース出展
- ・SNSを活用した情報発信

(観るスポーツ)

- ・都市部でのラリーカーパレード等のPRイベント
- ・地元Jリーグチームの遠征先でのPR活動(パンフレット配布、物産品販売等)

セールス活動

- ・首都圏の旅行会社営業担当者を招待したスポーツ施設、宿泊施設の視察
- ・地元競技団体等と連携した中央競技団体へのセールス活動

イベント誘致・開催

- ・ラグビーワールドカップの機運を高めるビッグマッチの開催
- ・スポーツ大会・イベントの誘致・開催

ブランドイメージの向上

- ・大規模な世界大会の開催による、ウィンタースポーツシティとしてのブランド向上

受入環境整備・支援(補助金等)

- ・県内外のアスリートを対象とした、合宿誘致推進のための補助金の交付
- ・スポーツ庁の補助金を活用した自主事業の展開やホストタウン事業の実施
- ・おもてなし、受入体制、魅力のPR・情報発信、経済波及効果の協議・検討

(3) スポーツを目的とする滞在者の地域内の消費行動に繋がる取組

回答された意見は「宿泊機会・来訪機会の創出」、「周辺観光地・飲食施設の周知」、「消費喚起」、「地域人材の活用」に分類される。

「宿泊機会・来訪機会の創出」では、宿泊施設との連携の上、宿泊予約のサポートなどで、地域内での宿泊が推進されている。「周辺観光地・飲食施設の周知」では、イベントパンフレットへの地域関連情報の掲載を行う、あるいはイベント開催時のブースでの飲食店、観光スポットの紹介など、PR活動が行われている。さらに、「消費喚起」として、割引券、クーポン券の発行により、地域内消費を促し、地域経済の活性化に寄与している。加えて、「地域人材の活用」では、ガイドを斡旋し、イベント参加者・来訪者に向けた案内機能の拡充が図られている。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

宿泊機会・来訪機会の創出

- ・ 宿泊まで含めたスポーツ合宿のコーディネート
- ・ 大会参加者への宿泊施設の紹介
- ・ 「もう一杯、もう一泊」してもらうための大会実施後の交流会の開催

周辺観光地・飲食施設の周知

- ・ イベントパンフレットで周辺のドライブスポットを紹介
- ・ イベント時の地元店舗によるグルメブース出店
- ・ 主に外国人向けのモニターツアーの開催
- ・ イベント参加者への市内マップの配布
- ・ スポーツ大会・イベント来場者への情報提供(観光ガイド等の配布)
- ・ 観光ブース設営による観光PR
- ・ パンフレットの配布による観光スポットの周知
- ・ イベント参加者に向けた観光PRチラシ等の送付
- ・ Jリーグ地元チームの対戦相手サポーターに向けた観光誘客プロモーション
- ・ 大会参加者に事前に観光や飲食に関するパンフレットを送付

消費喚起

- ・ 市内店舗・施設をラン&サイクルステーションとして登録し、ホームページやチラシ等で紹介するとともにサイクルラックも設置
- ・ 市内店舗で活用できる500円券の発行
- ・ 宿泊割引券(2000円分)の配布(実証実験)
- ・ 滞在時間の延長を促すコンテンツ・プログラムの提案
- ・ 観光物産展の出店協力
- ・ 大会情報と合わせ、他の地元イベントや地元産品を紹介

地域人材の活用

- ・ 観光スポットを案内する「ふるさとガイド」の斡旋

(4) 旅行目的の滞在者が、当該地域スポーツを楽しんでもらうための取組

回答は「環境整備」と「コンテンツ開発」に分類される。

「スポーツができる環境整備」については、道具のレンタルができる環境を整えるとともに、コースマップを作成する等、スポーツを気軽に楽しむことができる環境が整備されている。また、「コンテンツ開発」については、地域資源を活用してできるスポーツ体験をプログラムとして開発していく他、スポーツイベントを集客の目玉とした、“観るスポーツ”としてのコンテンツの売り込みがなされている。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

スポーツができる環境整備

- ・滞在中に気軽にランニングができるようにするための宿泊施設敷地内へのランニングコースの設置
- ・周辺住民の健康増進、街のにぎわい創出、観光促進を図るレンタサイクルの導入
- ・ウォーキングマップの配布、ノルディックウォーキングのポールレンタル実施
- ・大会誘致に合わせたカヌーの拠点整備
- ・機材・用具レンタル事業者との連携

コンテンツの開発・PR

- ・体験プログラム提案
- ・海外での観光プロモーションにおけるスポーツイベントの紹介

(5) ターゲット設定

地域の資源により、プロスポーツ選手やトップアスリートへの働きかけを行っている地域や、高校生、大学生の合宿利用として誘致活動が行われている。

また、近隣地域からの誘客を狙うものや、地域内のインバウンドの状況等も鑑みた国を絞り込んだ海外からの誘客も行われている。

さらに、層別では、地域のスポーツ競技の特性に合わせた年齢層を設定する場合や、集客数が見込める家族層、比較的高額消費が見込めるシニア層など、マーケティングを元にしたターゲット設定がなされているケースもある。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

【選手レベル別】

プロ・トップアスリート

- ・国内外のトップアスリート
- ・社会人、実業団、プロチーム、海外トップチーム

学生

- ・高校・大学の合宿
- ・地域内外の大学チーム

【地域別】

近隣地域

- ・主に関東周辺地域に居住の方
- ・県内、近隣県
- ・県外居住のジュニア層またはシニア層

海外

- ・海外(台湾)
- ・主にアジア圏を中心としたインバウンド(年齢、性別は特に設定しない)
- ・市内国際空港を活用した海外からの旅行者(韓国、台湾等)

【層別】

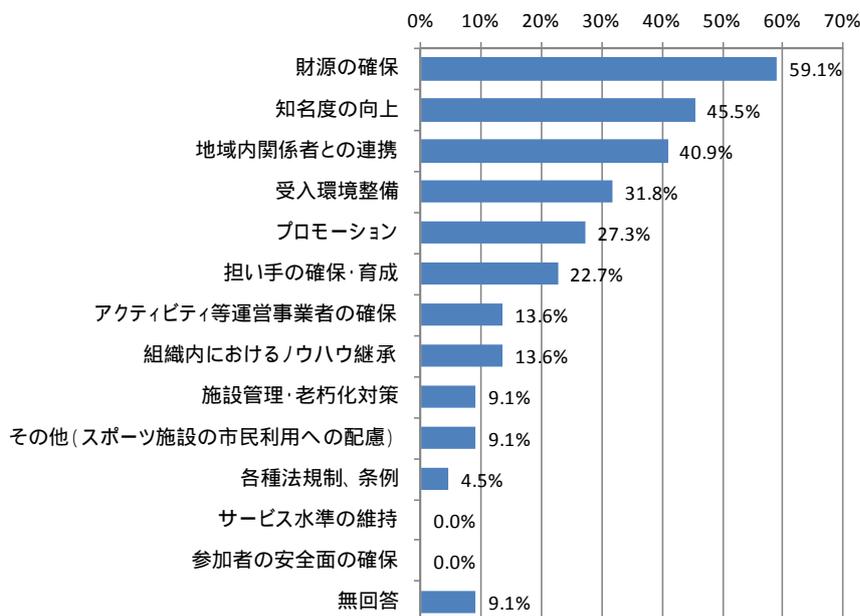
- ・スポーツ大会には、競技種目だけでなく、競技種目ごとに性別、世代別など様々なカテゴリーが存在し、幅広く誘客
- ・一般の大会に比べて土産品などの購買率が高い「シニア(高齢者)」や「女性」、保護者の引率や応援などで大会参加人数以上の来場者が増加する「子ども」を対象にした大会の誘致
- ・インバウンド(台湾)のマラソン選手誘客
- ・首都圏 20～40歳の消費行動に積極的な世代(男女)
- ・ロゲイニング、ランニング、サイクリングなどのアウトドアスポーツ愛好者

3. 課題・問題点

(1) スポーツツーリズムを推進していくにあたり支障となっている事項とその対応(複数回答)

「財源の確保」が最も高く約59%を占め、次いで「知名度の向上」(約46%)、「地域内関係者との連携」(約41%)、「受入環境整備」(約21%)と続く。

「財源の確保」への対応として、様々な助成金制度を活用するとともに、スポーツツーリズムによる受益者から会費・協賛金が負担されるように働きかけが行われている。「知名度の向上」については、フリーマガジンの作成、スポーツ庁の後援等、情報発信の機会を拡大している。「地域内関係者との連携」については、スポーツ団体や観光関連事業者を対象としたセミナーを開催し、スポーツツーリズムへの意識のすり合わせが行われている。



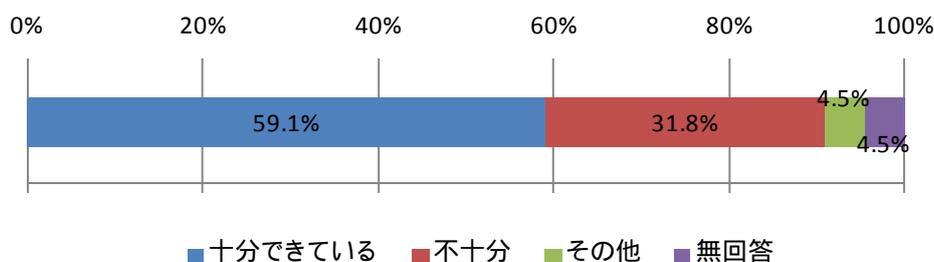
(2) 課題や問題点の解決に向けた方策(具体例)

地域内関係者との連携	・観光関係事業者やスポーツ団体を対象としたセミナー開催
財源の確保	・関係団体より助成金制度の情報収集
知名度の向上	・フリーマガジンの発行 ・スポーツ施設情報の発信機会を拡大 ・スポーツ庁などの後援名義の使用
受入環境整備	・市内関係者との調整 ・稼働率の高い施設を使用したい競技等の受入環境整備
その他	・市施設について、市民利用の支障が出ない範囲での誘致大会件数の抑制 ・各種ツールを活用した情報発信、県内での機運醸成
複数項目にまたがるもの	・トレーニングエリア内の宿泊施設及びトレーニング施設の整備 ・定期的に各市町と「スポーツツーリズム連絡会議」を開催 ・補助金や交付金を利用 ・協賛社確保に向け、各社を訪問によるイベント情報発信や協賛提案 ・企画やプロモーションができる事業者の取込によるツーリズムプログラムの創出(予定)

4. 地域・関係者との連携状況について

(1) 地域のスポーツ振興施策、観光振興施策等との連動・整合性の状況

「十分にできている」が約 59%を占める一方で、「不十分」が約 32%を占めている。不十分である理由としては、地域内の関係所管の間での情報共有が十分に行われておらず、また一貫性がないことがあげられている。また、スポーツイベントの開催上、地域内の連携が図られず、運営上の不具合が生じているほか、スポーツイベントの地域観光振興への影響について十分な理解が得られていないことがあげられている。



(主な回答内容) 「不十分」と回答した理由 自由回答を当社にて分類

一貫性が不十分

- ・スポーツ振興所管課と観光振興所管課が別部局となっている
- ・大会ごとに市の担当部署が違い、一貫性がない
- ・情報の共有化が不十分
- ・スポーツ振興施策が先行し、観光振興施策が遅れている

運営上の不具合

- ・組織にまかせきりになっている
- ・同じ質問・問い合わせが複数の部署からある

理解不足

- ・コンベンション等と比較して、スポーツイベントの観光に与える影響が十分に理解されていない

(2) スポーツツーリズムの推進に向けた地域内の自治体・関係者等からの要望

スポーツツーリズムの推進に向けた地域内の意見として、「大規模大会の誘致」、「地域活性化への寄与」、「受入体制の構築・充実化」があげられる。とりわけ「受入体制の構築・充実化」としては、スポーツツーリズムを進めていくために必要となる、施設整備、情報発信、ノウハウ提供、人的・財源的な支援への要望が寄せられている。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

大規模大会の誘致

- ・スポーツ大会の全国大会規模の誘致

地域活性化への寄与

- ・スポーツのみならず、「文化」とも連携した地域活性化
- ・地域の自然・施設の活用
- ・自治体からは、国内のみならず、国際便を利用したインバウンドの取り込み

受入体制の構築・充実化

- ・事前合宿の誘致に向けたノウハウ、情報収集、情報提供
- ・主催者への人的・財政的支援の充実
- ・施設の整備、財政的支援など
- ・事業費負担割合の適切化
- ・観光バスの待機場所の確保や、駅と競技大会、宿泊地をつなぐ公共交通機関の充実など観光インフラの連動
- ・東京オリンピック・パラリンピックを契機とし、2020年以降も見据え、インバウンドも視野に入れた継続性のある活動
- ・海外からの窓口業務への対応

(3) スポーツツーリズムを推進していくために関連主体への配慮すべき事項

スポーツツーリズムを推進していくためには、地域内の他の団体が実施するイベントとの重複を防ぐとともに、市内施設を支障なく利用するための「地域内調整」が必要となる。

また、運営ボランティアや外国人向け対応等の「受入環境整備・体制の構築」、さらには地域内での「情報共有」と、地域に大きな経済的な効果をもたらすスポーツツーリズムの開催意義について「理解醸成」を図ることがあげられている。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

地域内調整

- ・既存の団体の開催するイベントとのバッティングを防ぐとともに、協力して事業を行う
- ・スポーツイベントの開催時には、通常の施設等の使用を制限することになるため、各関係者の理解が不可欠
- ・市外の利用者呼び込むにあたり、市内利用者、施設管理者(指定管理者)との調整

受入環境整備・体制構築

- ・ボランティアの確保
- ・国外からのインバウンドを促進するための無料 Wi-Fi スポットや多言語標記等の環境整備

情報共有

- ・共同でプロモーションできる体制整備
- ・関連する団体、企業間への関係性
- ・地域内関係者との情報共有

理解醸成

- ・スポーツツーリズム推進による地域への経済効果等の理解醸成

(4) 地域の観光関連団体(観光協会、DMO等)との関わり方、役割分担の状況

好事例では、スポーツツーリズムを推進する団体として、観光協会や自治体の観光関連部署が構成員となっている場合は、一体的な「情報発信」や「情報共有」がなされているとともに、スポーツイベント等で連携できる「体制構築」が図られている。また、宿泊施設等の民間企業との連携促進により、宿泊がパッケージングされた商品展開が可能となり円滑な「営業活動」に繋がっている。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

情報発信

- ・観光協会運営のホームページ・SNSにおけるスポーツイベントに関する情報発信

情報共有

- ・年に1回、県内の自治体、スポーツ団体、観光団体を対象に、スポーツを活用した地域振興を議題にスポーツコミッション連絡会議を開催して情報共有
- ・コンベンション協会職員がスポーツコミッション業務を兼務し、連携・情報共有

体制構築

- ・観光協会がスポーツツーリズム事業(スポーツコミッション)を展開
- ・各団体独自の活動とスポーツコミッションにおける活動の棲み分け
- ・構成員である観光協会・商工会議所との連携、市観光課との連携
- ・専門委員会への委員として協力関係

営業活動

- ・組織事務局と宿泊施設担当者による営業活動

課題、問題点としては、「連携体制の構築、役割分担」が十分でない場合、統一性に欠け、十分な協力が得られない。また、大きなスポーツ大会が開催されても、地域の観光等の二次的な地域振興の機会が得られず、さらには情報共有や、地域の事業者の理解が不十分であり、スポーツツーリズムのメリットを最大限に活かせていない。

(主な回答内容) 自由回答を当社にて分類

連携体制の構築、役割分担

- ・事前合宿の受入れが実施される際の地元観光協会等との十分な連携、役割分担の明確化
- ・自治体を含めた総合的な協議がなく、各団体の動きに統一性が無い
- ・スポーツイベントに対する観光関連団体の関わりが少ない
- ・利用者視点が乏しく、地域観光関連団体との連携が不十分

機会の活用

- ・国際的なスポーツ大会の開催等を観光振興につなげる効果的な取組
- ・スポーツ分野に限った大規模なイベントの実績が乏しく、コンテンツの構成やPRなどへの課題を有する

情報共有

- ・地域の観光団体に取り組んでいる事業との十分な情報共有
- ・各種関係機関からの情報の吸い上げ
- ・スポーツツーリズムに関する情報共有が不十分

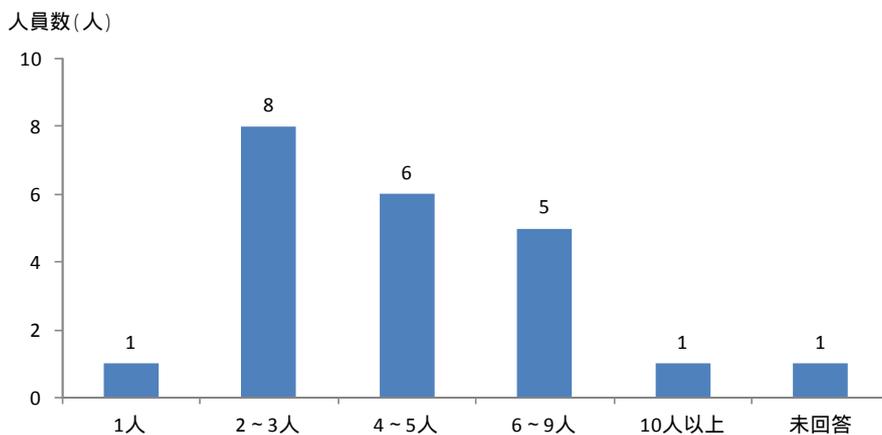
意識啓発・理解醸成

- ・宿泊施設のスポーツツーリズムに対する関心の低さ

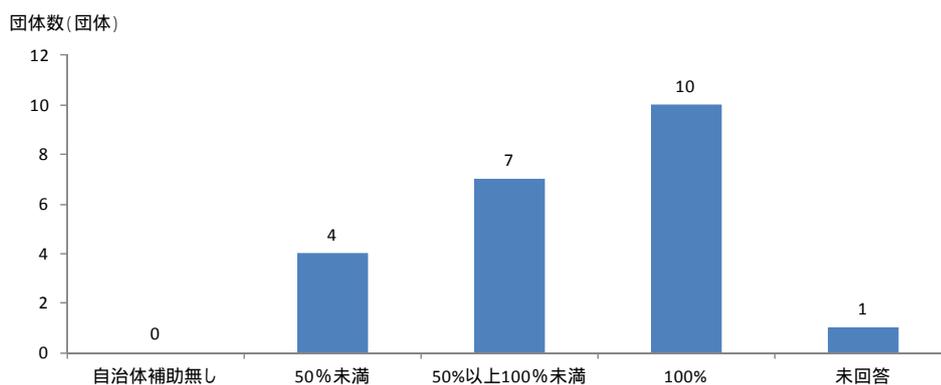
5. 組織体制について

組織の人員は、2～3人で構成された団体が最も多く、少人数で運営されている。また、財源は、自治体からの補助の割合が100%という団体が10団体で最も多く、自治体への依存度が高い。

(1) 人員数



(2) 財源(自治体補助の割合)



(3) 自主財源の確保に向けた取組

自主財源の確保に向けて「会員の確保」、「収益事業の実施」、「補助金・助成金の活用」などが行われている。

〈主な回答内容〉 自由回答を当社にて分類

会員の確保

- ・会員増のため、理事会メンバーに地域の企業団体を振り分け、募集活動を実施
- ・宿泊施設からの会費徴収
- ・財源は構成員である市、観光協会、商工会議所からの負担金
- ・会費確保に向けた協賛企業への個別訪問
- ・自治体からの年会費制
- ・NPO 活動を地域の方々に理解してもらい、企業などからの大口会費、各種スポーツ大会でのアンケート結果を無料で配布するなど、公益的な取組を理解してもらう。

収益事業の実施

- ・事業収入のあるイベントの主催
- ・各種事業に見合った財源の確保している(参加料など)
- ・HP 等の広告協賛募集、人財バンク紹介手数料の徴収(検討中)
- ・スポーツイベントを自前で企画運営し、参加費を集め財源とすること

補助金・助成金の活用

- ・参加者負担金の徴収や国等の補助金の活用

(4) 組織運営上で必要な人材育成の取組

スポーツマネジメントの知識養成や、スポーツツーリズムの最新動向を知るために「研修会・セミナー」に参加するとともに、インストラクター等の資格を取得するための「スキルアップ支援」が行われている。

〈主な回答内容〉 自由回答を当社にて分類

研修会・セミナー

- ・スポーツイベント等の誘致に向けた講習会や研修会を開催し、講座終了後の就職・採用までをサポートする取組として実施し、スポーツマネジメントを総合的にプロデュースできる人材を育成
- ・日本スポーツツーリズム推進機構のセミナーへの参加
- ・各種団体の研修等への参加

スキルアップ支援

- ・人財バンクへの登録者または新規登録者への資格取得助成

6. 先進事例

アンケート調査対象の中から、先進的な取組を行っている 3 団体に対して、具体的な取組内容に関するヒアリングを行った。

さいたまスポーツコミッション(埼玉県さいたま市)

さいたまスポーツコミッションの設立にあたっては、「市内施設の優先的予約」と「助成金の制度化」を要請していた。市の施設を優先的に予約ができる事について、通常、施設の調整会議において、体育館などの公共施設の利用計画を検討するが、これに先行して、さいたまスポーツコミッションが誘致するイベントのスケジュールに合わせた利用予約ができるようになっており、公共施設をスポーツ交流イベントなどで活用することができている。

さいたまスポーツコミッションが誘致するイベントは、関東大会規模以上をターゲットとしているが、市の体育施設は、原則市民利用を目的としているため、当コミッションの誘致イベントが、施設の市民利用の支障要因とならないよう、開催数を抑制する等の調整をしている。市の施設を市民以外の方が利用することになるが、これにより交流人口が増え、市の経済効果につながることで、市民に還元したいと考えている。

シニア層は土産物の購入等、消費単価が高い傾向にあり、地域の経済効果の側面からは、誘致したいターゲットである。また、同様に各スポーツ競技のジュニア層・女性層の取り込みにも注力している。

スポーツ大会の誘致は、各競技の県協会と一緒に、日本協会に働きかけを行っている。たとえば、バレーであれば、県バレー協会と連携した取り組みが奏功している。

宇部市スポーツコミッション(山口県宇部市)

日本の都市公園 100 選にも選ばれた「ときわ公園」で開催したスロージョギング®のイベントを宿泊付き着地型観光として実施した。運動プログラムのほか、公認スポーツ栄養士監修によるダイエット食を提供し、健康志向の参加者に対する付加価値のある内容とした。イベント特別メニューの提供は、コミッション参加団体である宿泊施設の協力がなくては実現できなかった。また、交通事業者と連携し、空港や主要駅からのストレスの少ないスムーズな移動につなげ、参加者に喜ばれた。



写真提供: 宇部市スポーツコミッション

宇部市スポーツコミッション人財バンクは、市内のスポーツ・健康づくり指導者と健康志向の高い市民を繋ぐ取組としてコミッションの設立当初から取り組んでいた。笹川スポーツ財団共同実践事業・指導者派遣促進事業をきっかけとして、身近な場所で専門的な知識をもつ指導者から直接指導を受けられるとして市民の評価が高まっている。様々なニーズに対応できる指導者の確保とともに、活躍の場の創出に努めたい。

近年、山口宇部空港は国際定期便が発着するなど、海外との交流起点としての優位性を活かし、国内はもとよりインバウンドを視野に入れたスポーツツーリズムを推進していきたい。

銚子スポーツコミュニティー(千葉県銚子市)

国等の補助事業・助成金等をうまく活用し、スポーツ交流の取り組みにかかる初期投資として活用できている。

マラソンやサイクリングを通じた地域活性化の取り組みとして、市内の各所にラン&サイクルステーションを設けている。立ち上げにはスポーツ庁の補助金を初期投資に利用している。飲食店をはじめとした店舗、施設がこの取り組みに賛同してくれており、ランナーやサイクリストの立ち寄り、回遊性を促す取り組みとなっている。飲食・宿泊・商業施設のみならず、信用金庫もサイクルステーションとして協力してくれており、地域の一体感を創出している。特性のサイクルボトルを進呈するキャンペーンも実施し、周遊促進のみならず、犬吠埼エンデューロのPRも併せて行っている。



ツールドちば銚子会場では、500円券を発行し、銚子市内での消費喚起を促し、地域の経済活性化を促している。地域の協力とともに、様々な仕掛けをして、銚子がエンデューロのメッカとなるようにしていきたい。銚子スポーツコミュニティーの取り組みを拡張させるため、「株式会社銚子スポーツタウン」を設立した。専属職員を置き、今後は合宿施設の運営やブランディング、営業活動などを強化していく。スポーツ合宿誘致を核とし観光に限らず、農業分野、漁業の分野との連携を図り、交流人口を増やす取組を展開し、地域活性化に寄与していきたい。

7. スポーツツーリズムの推進に向けた課題

今回実施した「スポーツツーリズム推進に向けた基礎調査」はスポーツツーリズム推進団体を対象に調査を行っているが、過年度には「スポーツツーリズムに関する意識調査」として、消費者向けのアンケートを実施しており、受入側、消費者側からの両面の状況から、今後スポーツツーリズムを推進していく上での課題を整理する。

(1) 地域振興に繋がる仕組みの構築

スポーツツーリズムを地域の交流活性化の核とし、交流人口を拡大していくのみならず、スポーツ大会等の参加者、スポーツ目的の来訪者が長期滞在し、飲食や土産物を購入する等の消費行動に繋げていくことが重要となる。そのために、消費に繋がる仕掛け、仕組みづくりをしていく必要があるとともに、スポーツツーリズムで地域活性化を図っていく事を地域内の関係者で意識共有しておく必要がある。さらには、宿泊事業者をはじめ、観光施設、飲食施設、商業施設等との連携を図り、スポーツツーリズムを核とした滞在プログラムをパッケージで販売できる仕組みを構築する必要がある。

例えば、マラソン大会を例にすると、宿泊を伴う開催スケジュールを設定するとともに、同地域や近隣地域のイベント等と重複しない調整を図る必要がある。また、マラソンをきっかけに来訪した関係者が地域の観光スポットを周遊してくれるように、体験や飲食、購買に繋げる仕組みを考えていく必要がある。

(2) 認知度向上

スポーツツーリズムにより、訪問機運の拡大に繋げていくために、広く認知度を高めていく必要がある。そのため、人を呼び込むためのプロモーションのノウハウを有している地域の観光協会、行政の観光担当と連携を図り、効果的な情報発信をしていく必要がある。また、スポーツツーリズムを推進する団体に属する民間事業者や関連団体のネットワークを活用し、総合的なプロモーションを実施していくことが求められる。

(3) 利用者の満足度を考慮した受入側の環境整備

とりわけ“するスポーツ”では、スポーツをする場所の環境・ロケーションの善し悪しは、その地域の満足度やリーダー創出に関わることから、利用者目線に立ち、満足度の高い受入環境を整えていく必要がある。

例えばサイクリングでは、安全で快適に走行できるコース整備のみならず、トイレ休憩や、途中で飲食がしやすいコース設定と情報提供が求められるとともに、地域住民がサイクリストを受け入れる「おもてなしの心」も必要になる。また、ターゲットによる対応も必要になり、ファミリーやハンドサイクル(車椅子利用車向けの自転車)など、幅員や勾配にも配慮が必要となる。

このように、ソフト、ハードの両面の整備を進めるとともに、適宜、補助金も活用しながら、良好な受入環境整備を整えていく必要がある。

(4) 運営体制構築

スポーツツーリズムを推進するため、戦略的なプロモーションを推進していくとともに、推進力となる人材の確保、育成、ノウハウ集約を進めていく必要がある。また、運営を効率的に進めるために、窓口を一元化し、ワンストップサービスを提供できる仕組みを構築する必要がある。また、将来を見据えて継続性を確保するために、収益性のある事業を開催するなど、財源確保に向けた取組も重要になる。

(5) 関係者間連携促進

スポーツツーリズムを推進するにあたり、地域資源となるスポーツ施設などの公共施設については、地域住民の健康増進を目的として設立されているものが一般的であり、地域外からの来訪者が利用する事について、地域内の関係者間で調整を図る必要がある。そのため、スポーツツーリズムは、「地域外からの交流人口の拡大により、地域に経済波及効果をもたらす」という事について共有認識を持ち、地域内関係者や地域住民の理解を深め、施設の弾力的な運用を進めることが求められる。また、スポーツツーリズムには地域内の宿泊施設や飲食施設等の協力も不可欠となるため、それらの関係者と意識共有を図る事も必要である。

さらに、自治体内部においては、スポーツ担当、観光担当、施設担当で分担されている事業を、スポーツツーリズムを軸として横断的に繋ぎ、連携を図る必要がある。

【参考】「スポーツツーリズムに関する意識調査」(2016年2月:当社実施)より抜粋

スポーツツーリズムを検討する際のポイント

スポーツによる地域の付加価値向上

スポーツ資源のある地域は、そのスポーツを呼び水として誘客し、スポーツのみならず、周辺地域への立ち寄りを如何にして促していくかが必要となる。その際、そのスポーツ資源が主目的か否かの傾向を把握し、主目的である場合は、より一層そのスポーツを実施するために必要な環境の整備や、ブランド力向上に力点を置くことが考えられる。一方、そのスポーツが主目的ではなく、旅行体験の一部であれば、域内外の観光地との連携や、宿泊施設等の充実化も視野に入れつつ、そのスポーツを地域の付加価値を高めるためのコンテンツとして磨き上げていくことが必要となる。

スポーツによる地域イメージ創出

スポーツをする際、行ってみたい場所として、例えば「サイクリング」では、ロケーションに優れ、サイクリストの受入環境が整備された「しまなみ街道」が選ばれており、「スキー・スノーボード」では北海道や長野、マリンスポーツ全般では沖縄が選ばれているように、ブランドイメージが確立されている地域が人気・注目を集める。スポーツを軸とした旅行者の取り込みを検討していく上では、いかにしてスポーツを地域イメージとして定着させ、戦略的なプロモーションをしていくかが鍵となる。

スポーツの聖地化

スポーツの種目によっては、その地域ならではのロケーションによって選ばれている、あるいは“そこでしか体験できない”ことから選ばれているものもある。他地域にはないスポーツ資源を有している強みがあれば、そのスポーツの新たな“聖地”としての発展の可能性を模索していくことが必要となる。

スポーツによる経済効果

長期滞在型のスポーツについては、地域への経済波及効果も大きいことから、宿泊施設との連携等により、満足度が高まる仕掛けを施すことが必要となる。短期滞在型(日帰り)が中心のスポーツについても、周辺の観光地への立寄りニーズを高め、滞在時間(期間)を可能な限り長期化し、地域への波及を大きくしていく方策を検討する必要がある。

スポーツのための環境整備

受入環境については、スポーツをする上で「道具を借りられること」、「初心者でも楽しめること」が望まれており、気軽に楽しむことができる環境整備が求められる。また、とりわけ女性には、トイレの必要性が求められ、また、専門性の高いスポーツについては、専門インストラクター・ガイドの有無が選択条件となっていることから、利用者それぞれのニーズに応じた対応を検討していくことが必要となる。

8. スポーツツーリズムの推進の推進に向けた今後の方向性

スポーツツーリズムは、様々な地域資源を活用すれば、どのような地域でも実施していくことができる可能性を有している。ただし、地域内でスポーツツーリズムの推進に向けた方向性が定まっていない場合、本来連携すべき主体との協力関係が築けず、地域資源の磨き上げにも限界を生じることとなる。

そのため、まずは、地域でスポーツツーリズムを推進して行くことについてのビジョンや戦略を持ち、方向性を共有していくことが求められ、以下に示すような検討が必要となる。

地域資源を見直し、地域の強みを探す、地域ならではの資源を見つける
 ターゲットを定める、マーケット動向を把握する、ニーズを捉える
 何と何を結びつけるか、誰が実施するか、誰と手を組むか、何をを使うかを検討する

これらを踏まえた上で、以下に示すような具体的な内容の検討が求められる。

地域資源の発掘・磨き上げ、マーケティング、商品開発
 (スポーツ資源(自然環境、スポーツ施設、人材)および観光資源の関わり)
 受入環境整備(ハード、ソフトコンテンツ、人材 等)
 情報発信(認知度の向上、恒常的な伝達、地域ブランド 等)
 推進体制の構築(民間連携、運営体制、継続的かつ自立したマーケティング体制)

前述したように、地域が有する様々な資源がスポーツツーリズムの素材として活用できることから、チャンスはどの地域にもあると言える。

地域の様々な関係主体の連携のもと、新しい交流の形として、地域の強みの活用と創意工夫によるスポーツツーリズムの活性化に大きな期待が寄せられる。

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所:三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。