

スポーツツーリズムの推進に向けた
アクションプログラム2019

2019年 3月 29日

スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会

スポーツツーリズムは、スポーツの参加や観戦を目的に地域を訪れ、スポーツを掛け合わせた観光を楽しむことから、日本の観光業において国内旅行の需要拡大及び外国人の訪日旅行拡大に繋がると考えられ、観光庁を中心に「スポーツツーリズム推進基本方針」の策定（2011年）や、日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）の発足（2012年）などの取組が行われてきた。

2015年にスポーツ庁が発足して以降、「スポーツによる地域活性化」の機運が各地で高まってきているが、多くの地域では短期的な経済効果を狙う取組が多く、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会以降を見据えた持続的・発展的な地域活性化の取組はまだ少ないのが現状である。

こうした中、2018年3月、「スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会」（以下「本協議会」という。）での議論及びスポーツ庁が実施した国内外マーケティング調査の結果を踏まえ、今後のスポーツツーリズム需要拡大・定着化のための指針となる「スポーツツーリズム需要拡大戦略」（以下「拡大戦略」という。）が策定され、「地域の意識啓発及びコンテンツ開発・受入体制強化」「国・企業・地域・団体等の連携強化」「官民連携プロモーション」の3本の柱で施策を推進していくこととし、2018年度以降の重点テーマとして「アウトドアスポーツツーリズム」と「武道ツーリズム」が設定された。

2018年度は、両重点テーマに係るプロモーション動画を作成し、YouTube等で配信するなど、「官民連携プロモーション」を重点的に実施し、動画配信により得られた関心層データを分析・公表した。その結果、国内外に関心層が多く存在することが改めて確認されたところである。

2019年度以降は、大規模国際大会の連続開催、堅調な訪日外国旅行者の増加などを追い風に、スポーツツーリズムの需要をさらに拡大するとともに、ニーズを踏まえた満足度の高い「体験型コンテンツ」を提供することでリピーターの獲得を目指す必要がある。

その実現には、「地域の意識啓発及びコンテンツ開発・受入体制強化」や「国・企業・地域・団体等の連携強化」が急務である。

本アクションプログラムは、このような状況を踏まえ、2019年度のスポーツツーリズム推進のための具体的な施策を掲げるものである。

1. 「地域の意識啓発及びコンテンツ開発・受入体制強化」に向けた取組

世界の観光トレンドは体験性の高い「コト消費」にシフトしており、スポーツアクティビティに対するニーズは高まってきている。このため、海外のニーズを正確に把握したうえでのコンテンツ開発や受入体制強化、プロモーションが必要である。特に、武道ツーリズムについては、訪日外国人が体験できるコンテンツ開発が急務であり、関心層をしっかりと誘客→体験に繋げていくことが重要である。

これまでのマーケティング調査の結果や動画配信により得られた関心層データを幅広く地域・企業等に提供し、その取組を促進するとともに、地域の意識啓発や地域と企業のマッチングの機会を創出する「スポーツツーリズムセミナー」を開催する。

地域においては、コンテンツ開発や環境整備、受入体制の強化を行うために必要な情報、ノウハウ、資金が十分でない場合が多く、既に一定の環境整備等がなされている地域や施設であっても認知度は決して高くないという問題がある。

このため、スポーツ庁は引き続き地域スポーツコミッション等への支援を行うとともに、地域や関係者が抱えるスポーツツーリズムの課題を解決するためのモデル事業を実施し、その成果を公表することで好事例の横展開を図る。なお、モデル事業については、その成果を十分に検証することができるよう、複数年にわたっての実施が望ましい。そのためには当該モデル事業を実施するための持続的な財源を確保する必要がある。

さらに、スポーツ庁と関係者が連携して、各地で提供されているサービスの情報を集約し、国内外に発信する。

(1) スポーツツーリズムセミナー等の開催

2018年度、スポーツ庁はゴルフやサイクリングといったスポーツツーリズムに取り組む組織と連携し、スポーツ庁が共催する形で、「ゴルフツーリズムセミナー」及び「サイクルツーリズムセミナー」を開催した。これは、地域・関係者がそれぞれ持つ課題の共有、訪日外国人ニーズの共有、目指すべき方向性の確認、地域と企業等のマッチング機会の創出を目的としたものである。しかしながら、東京のみでの開催であったことから、地域への意識啓発は必ずしも十分でなかった。

このため、2019年度は、スポーツ庁が主体となって、重点テーマの1つである「武道ツーリズムセミナー」を東京で開催するとともに、各地域で「スポーツツーリズムセミナー」を開催することにより、地域のコンテンツ開発や受入体制強化の取組を促進する。また、「スポーツツーリズム」の周知に留まらないマーケティング、広域連携の在り方等の検討にも着手する。

併せて、本協議会の参加企業や関係団体、関係者と協働して、スポーツツーリズムの普及イベント等の実施について検討する。

<開催箇所>東京及び全国複数箇所

<内容>実践者からの報告、先進事例や有用情報の共有等

<対象者>地方公共団体、地域スポーツコミッション、武道関係者、民間事業者、報道関係者等

(2) スポーツツーリズムモデル事業の検討（企画、予算化の検討）

前述のとおり、スポーツツーリズムの取組は各地域に広がっており、スポーツ庁が第2期スポーツ基本計画に掲げるKPIも概ね順調に推移している。一方で、ビジネスモデルが確立されていないため、効果的な事業展開が行われていない地域や事業者が散見されたり、「スポーツツーリズム」を推進する人材が不足している等の共通した課題を抱えていることが多い。

このため、スポーツテーマ毎に、スポーツ庁と全国ネットワーク団体（スポーツの振興やスポーツツーリズムの推進を目的として組織された団体。以下「全国団体」という。）が連携して、地域・関係者の課題を掘り起こしたうえで、全国団体がその課題を解決するためのモデル事業を実施する。事業で得られた成果については、全国団体が評価・検証を行い、スポーツ庁にフィードバックするとともに、スポーツ庁は、各モデル事業の成果を取りまとめ、地域・団体等が抱える課題解決に向け、より効果的な事業展開が図られるよう、「スポーツツーリズム推進のための手引き」を作成・公表し、地域・団体等に有用な情報を提供することで、スポーツツーリズムの推進を加速化する。

2019年度は、当該モデル事業の企画、予算化を検討する。

<テーマ例>サイクリング、ゴルフ、スノースポーツ、空手等

<内容>他地域・関係者との連携体制の構築、インバウンド受入体制の構築、効果的なプロモーション、ファミトリップやマーケティング調査の実施、一般参加型イベントの開催等

（３）地域スポーツコミッションへの支援

地域のスポーツツーリズムを推進するためには、その推進役となる「地域スポーツコミッション」（以下「SC」という。）の数を増やすことが必要であるが、経営的に自立したSCはまだ少なく、その体制や機能の強化が求められている。

スポーツ庁は「スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業」において、SCが行うスポーツツーリズム等の取組を支援している。

2019年度も当該事業を継続するとともに、これまで支援実績のない「武道ツーリズム」についても支援が行われるよう検討する。

（４）その他（企画、予算化の検討）

①武道ツーリズム推進に向けた検討

アウトドアスポーツについては、既に各地域で取組が進められているが、武道については、これからで体制を整備する必要がある。このため、武道ツーリズムを推進するための全国団体の設立を検討する。

また、武道の国際的なプレゼンス向上やインバウンドを含めたファン層の拡大等を目的とし、複数武道を組み合わせた一般参加型のイベントの開催等を検討する。

さらに、武道ツーリズムに係るコンテンツ情報が少なく、整理されたWebサイトも少ないため、訪日外国人ニーズに答えられていないことから、既存事業によりコンテンツ開発を促進するとともに、効果的に情報を集約・発信するためのプラットフォームの整備等の施策の企画、予算化を検討する。

②SCの取組把握と公表

既にSCが設立されている地域では、スポーツによる地域活性化の取組が行われているが、どのような取組が行われているのかが企業等に十分に伝わっていない。このため、各地のSCの取組状況を把握し、公表する。

③地方公共団体が取り組む合宿誘致等の補助事業の把握と公表

多くの地方公共団体が合宿誘致等に取り組んでおり、様々な補助事業を展開している。しかし、これまでこうした情報が集約・発信されることがなかった。このため、こうした地方自治体の取組を後押しするため、当該地方公共団体の補助事業を把握し、公表する。

④大規模開催との連携

9～11月に各地で開催されるラグビーワールドカップ2019日本大会など大規模国際大会との連携について検討する

2. 「国・企業・地域・団体等の連携強化」に向けた取組

多くの企業が地域と連携を図りたいと考えている一方、地域にとっても企業のマーケティングの舞台として活用されることや、企業の協賛等の支援が入ることはこれまでにない大きな効果が期待できる。コンテンツ開発においても、ビジネス目線が入ることでより消費者ニーズを踏まえたものとなることが期待される。しかし、現状は、企業は遠方の地域の良質なコンテンツの存在を把握することが難しく、地域も遠方の企業と繋がるためのコネクションが乏しい状況であり、これらをマッチングする機会を創出することが必要である。現場でスポーツによる地域活性化に取り組んでいるSCの拡大及び機能強化も必要である。

また、武道については、競技の観戦機会や受入キャパシティには限界があるため、恒常的に広く提供が可能なコンテンツが必要であり、関係団体や関係者との連携が不可欠である。

(1) スポーツツーリズムセミナー等の開催（再掲）

セミナーを実施する際に、地域と企業等のマッチングの機会を併せて設け、関係者間の連携が図られるよう調整する。併せて、本協議会の参加企業や関係者が協働した、スポーツツーリズムの普及イベントの開催等についても検討する。

(2) スポーツツーリズムモデル事業の検討（企画、予算化の検討）（再掲）

モデル事業を企画する際は、地域と関係者が連携した取組となるように留意する。特に、武道については、SC等既存の枠組みの活用を検討する。

(3) SCへの支援（再掲）

地方公共団体、スポーツ団体、民間企業等が一体となってスポーツによる地域活性化（スポーツツーリズム等）に取り組むSCを引き続き支援する。

(4) その他（企画、予算化の検討）

恒常的なマッチングの機会を創出するため、スポーツツーリズムに取り組む企業・団体と地域を繋ぐ体制を構築するための施策の企画、予算化を検討する。

3. 「官民連携プロモーション」に向けた取組

スポーツツーリズムに関する情報収集源として検索エンジンやSNS、動画サイト等のデジタルメディアを利用する国・地域が増え、SNS利用の拡大と合わせ、一般層の発信が他者の関心・来訪意欲を生むCtoCへの対応も必要不可欠となってきている。

2018年度、スポーツ庁はスポーツツーリズムのプロモーション動画を作成し、YouTube等により広く国内外に発信するとともに、その関心層データを収集・分析・公表した。また、動画の配信に合わせてSNSキャンペーンを試行的に実施し、スポーツツーリズムの認知度向上及び「誘う・発信する」取組の展開を図った。

2019年度は、これらをさらに発展させ、2018年度に入手した関心層のデータを活用し、ターゲットを絞り、より効果的なプロモーションを実施する。また、SNSキャンペーンの成果検証を行ったうえで新たな手法の検討を行う。

限られた予算内で費用対効果の高いプロモーションを展開するためには、関係省庁・企業等と連携すること、今後開催される東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会等の大規模国際大会の周辺イベント等と連携を図ること、SNS等を活用して日本の魅力の一つとしてスポーツツーリズムを発信していくことが重要である。

(1) 官民連携デジタルプロモーションの実施

2018年度の動画配信で得られた関心層データを分析・公表し、地域・関係者のプロモーションに活用されるよう周知を図る。さらに、関心層の視聴状況や行動変容を踏まえ、ターゲットを絞り、より効果的なプロモーションを実施する。ラグビーワールドカップ2019、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会等の周辺イベントと連携したプロモーションを実施する等、コンテンツに紐づいた一気通貫の誘客を図る。

(2) 関係機関との連携による日本の魅力発信

「スポーツ文化ツーリズム」を推進するため、スポーツ庁、文化庁及び観光庁の3庁が連携して有望な取組を発掘・表彰するとともに、そのブラッシュアップを図る。また、受賞された事例を発信する「スポーツ文化ツーリズムシンポジウム」を開催するとともに、受賞取組を紹介するWEBサイト等の多言語化を図り、国内外に向けた発信を強化する。

(3) SNS等の活用

2018年度に実施した「エンジョイ！スポーツツーリズムキャンペーン」（ハッシュタグを活用したSNSキャンペーン）の成果を検証し、さらに効果的なSNS発信・拡散方法を検討する。また、新たなキャンペーンを実施する際は、可能な限り他の事業や企業等と連携して、より効果が高まるよう努める。

(4) KPIの設定

プロモーションの実施に当たっては、その成果がわかるようKPIを設定した上で実施する。

2019年度のスポーツ庁の取組

武道・アウトドアスポーツをテーマとする 「スポーツツーリズムセミナー」を開催

新規

・2017年度のマーケティング結果や2018年度のプロモーション結果等のエビデンスに基づき、国が地域や関係者に対し、**スポーツツーリズムに取り組む意義を発信する**とともに、**地域と企業等のマッチング機会を設ける**。

・スポーツ庁が、**武道ツーリズムセミナー（東京）を開催**するとともに、**各地域に出向き、セミナーや相談会を実施**する。スポーツツーリズムに取り組む地域の一体感の醸成やコンテンツ造成を促す。

・セミナーに合わせて**協議会参加企業等とのコラボイベントを検討**する。

【開催箇所】東京の他、全国複数箇所を予定

【内 容】実践者からの報告、先進事例や有用情報等の共有等

【対 象 者】地方公共団体、地域スポーツコミッション、武道関係者、民間事業者、マスコミ関係者 等



地域・関係者の様々な課題を解決する 「スポーツツーリズムモデル事業」を検討

新規

・スポーツテーマ毎に全国ネットワーク団体（スポーツの振興やスポーツツーリズムの推進を目的として組織された団体）から課題をヒアリングし、地域・関係者が抱える課題を掘り起こし、その解決に向けて**モデル地域を選定し、複数年の継続した事業を実施**する。

・モデル地域の取組により得られた知見・成果は、**スポーツツーリズムに取り組む際のポイントとして整理し、手引き等にして、他の地域の取組の参考に供する**。

・**予算の確保が課題**。（財務省、観光庁等と協議）

【テーマ例】サイクリング、ゴルフ、スノースポーツ、空手 等

【内容例】他地域・関係者との連携体制の構築、インバウンド受入体制の構築、効果的なプロモーション、ファミトリップやマーケティング調査の実施、一般参加型武道イベント等の開催 等



全国ネットワーク団体
(事業実施主体)

モデル選定地域

※ 別途、武道ツーリズムを推進するための全国団体の設立を検討する。

2018年度から継続して

「①スポーツコミッションを支援」「②官民連携プロモーションを展開」「③スポーツ文化ツーリズムを推進」

①2019年度は、これまで支援実績のない「武道ツーリズム」についても支援が行われるよう検討する。

②2018年度のプロモーション結果を踏まえ、**ターゲットを絞った更なるプロモーションやSNSの活用等、より効果的な手法を検討し実施**する。

③今後の有望な取組を発掘・表彰し、スポーツ文化ツーリズムの定着化を図るとともに、**国内外に向けた発信を強化**する。

継続

スポーツツーリズムの需要拡大に向けたモデル事業（地域の課題解決）

現状と課題

- スポーツツーリズムの取組は各地に広がっており、スポーツ庁が基本計画に掲げるKPIも概ね順調に推移している。
- 一方で、ビジネスモデルが確立されておらず、効果的な事業展開が行われていない地域や事業者が散見される。共通の課題を抱えていることも多い。
- **スポーツ庁と全国ネットワーク団体が連携して地域・関係者の課題を掘り起こし、各地域でモデル事業を行い、その成果をまとめ横展開を図る。**

取組の概要

・モデル事業の計画・実施（①～③）

- ・スポーツ庁が決定したテーマ毎に、全国ネットワーク団体（以下「団体」）にヒアリングを実施。
- ・団体から提起された課題に基づき、団体と連携してモデル地域を選定。
- ・団体は、選定された地域の課題解決に向けて、複数年にわたってモデル事業を実施。

テーマ例	想定される課題例（全国ネットワークからヒアリング）
サイクリング	多言語標識等の不足、ソフト事業者の不足、ガイド人材の不足、安全管理 等
ゴルフ	インバウンド受入体制の構築、新規ニーズ(若者)の掘り起こし 等
空手	体験型コンテンツの充実、他の地域への展開 等
武道全般	複数武道を組み合わせた一般参加型のイベント等の開催 等

・事業成果の評価・検証、フィードバック（④）

・対応策の検討、更なる展開の可能性を検討（⑤）

スポーツ庁が、各モデル事業の成果を取りまとめ、地域・関係者が抱える課題解決に向けた「**スポーツツーリズム推進のための手引き**」を作成・公表。

国、地方自治体、事業者等が**ポイントを共有**し、より効果的な事業展開を図ることで、「スポーツによる地域活性化」の動きを加速化させる。



- ① 団体にヒアリングを実施
- ② 団体と連携してモデル地域を選定
- ⑤ 対応策の検討、更なる展開の可能性を検討

全国ネットワーク団体（事業実施主体）



- (P) 事業の計画
- (D) 事業の実施
- (C) 成果の評価・検証、課題の洗い出し、対応策の検討
- (A) 対応策の実施、更なる展開