

武道ツーリズムネットワーク構築・強化事業
(スポーツによる地域の価値向上プロジェクト)

別添資料2. 地域における武道ツーリズム取組事例集

目次

福島県会津若松市.....	3
溝口派一刀流剣術（福島県会津若松市）	11
金沢文化スポーツコミッション	16
熊本県大津町	21

福島県会津若松市

【体験概要】

体験可能な武道	剣道、なぎなた
ホームページ	http://samurai-city.jp/experience
取組内容	・“ラストサムライ”の地であり、今も武家社会の名残を感じられる強みを生かし、当地を訪れた外国人にSAMURAIを体感してもらうための“SAMURAI体験プログラム”を展開。



【1. SAMURAI 体験の取組開始時期と背景】

■開始時期

2017年

■背景

<会津若松市観光の現状>

- ・会津若松市は外国人よりも国内旅行としての人気が高い地域。

外国人は会津若松市だけのために来るわけではなく、福島県内、あるいは近隣県も回る中で当市を訪れるケースが多い。

その中ではあるが、インバウンドについては台湾、タイ、中国、香港などアジアからの来訪が多い。東日本大震災以前は特に韓国からの来訪が多かったのだが原発事故に対する拒否反応が特に大きく、来訪者数が減少した。

代わりに来訪者数トップとなったのが台湾。20年以上前から当市と台湾とは交流があったのだが、福島県が台湾とのチャーター便を開通するようになったことが契機となり増加した。また、2017年ごろに当地を走る只見線というローカル電車が雪景色の中で鉄橋を渡るシーンの画像がインスタグラム上にアップされ、それが台湾でヒットしたことも背景のひとつと見られる。

また、タイについては、オリンピックに向けてホストタウンとなったことが大きかった。

このようにアジアからの来訪が中心となっているのだが、アジア人は「訪日頻度が高い一方、1回の滞在日数が少ない」という特徴がある。

一方、欧米豪から当市への来訪はそこまで多くないのだが、彼らは「日本に来る回数が少ないものの、1回あたりの滞在日数が長い」という特徴がある。そのため、長い訪日期間中に当市にも来てもらえるように取り込み強化を図っていたのだが、新型コロナウイルスの影響により思うように進んでいない。

【2. 体験プログラムについて】

■体験プログラムの造成にあたって

<SAMURAI 体験取り組みの背景>

- ・武家社会の歴史に加え、現在もあいづ祭りや鶴ヶ城があることなど、武士道との関連が深いまちであるため、2010年に“SAMURAI CITY”という商標登録をしたのだが、侍に関する体験型コンテンツがなかった。

そうしたなか、2017年、福島県によるインバウンド取込強化の事業、「インバウンド加速化パッケージ事業」があり、これを東山温泉観光協会が受託。同協会から一般財団法人会津若松観光ビューローに対して声が掛かり、同事業の中でインバウンド取り込み施策を一緒にすることとなった。上述の通り、侍を感じることができる体験型コンテン

ツがなかったため、剣道となぎなたの体験プログラム造成に動くこととなった。

<連携組織>

- ・連携主体は会津若松市役所観光課、一般財団法人会津若松観光ビューロー、受入施設、各武道団体。
- ビューローが中心となり商品を造成。

■プログラムの内容

<商品と商品造成時に重視したこと>

- ・商品造成にあたっては「SAMURAIの精神を感じられるもの」にすることを重視した。その精神が今の会津若松につながっていることが感じられるようなもの。

<商品内容>

- ・造成した SAMURAI 関連商品は、武道ではないものも含めて 5 つあり、そのうち武道体験は剣道となぎなたの 2 つ。
- 武道体験プログラムはツアーではなく、2 時間の体験型のみ。会津に来る観光客は個人旅行者が多いことがそのようにした理由。

<体験場所>

- ・剣道の場合は基本的に鶴ヶ城武徳殿。公共施設なので予約が取れない場合は市内の体育館となる。なぎなたは武徳殿のほか、なぎなた部のある高校の体育館など。
- 外国人への指導は地元の少年少女剣士会に協力を依頼している。先生には剣道の精神について伝えてもらうようお願いしている。

<価格設定>

- ・体験の価格は駅から体験場所までのタクシー代とガイド付きで 12,000 円程度。費用の積み上げにより設定した。

【剣道体験のパンフレット（英語版）】



■販売状況

<販売体制>

- ・申し込みの窓口は観光ビューローとインターネット販売を専門とする旅行会社。どちらに申し込みがあっても道場との日程調整はビューローが行っている。
- 申込期限は 1 週間前としているが、前日に申し込みがあった場合でも受け入れ先となる先生にお願いして融通を利かせていただくこともある。

<販売実績>

- ・商品作成してからの販売数は 4~5 件ほど。なぎなたよりも剣道が多い。

- ・販売の難しさを感じている。2018年くらいに Voyagin に掲載したがなかなか予約が入らなかった。

プロモーションは「VISIT AIZU」というサイトで地域の観光スポット情報の発信をしていたという程度。2020 東京大会を契機と考えていたが、一般入場がなくなったこともあり、大々的なプロモーションはできていない。また、販売支援のために商談会やエキスポ、海外の旅行博での出展なども考えていたのだが、それもコロナでできていない。

<参加者>

- ・商品造成時に特定の地域や国にターゲットを絞るようなことはしていなかったのだが、過去 4~5 件の参加者は欧米系となっている。特にフランスが多い。欧米は騎士道精神があり SAMURAI に通じる面があるほか、剣道をする人が多いため日本でやってみたいという人も多いと見られる。

■関係者間の合意形成ができ商品造成にまで至った要因

<合意形成に至ったポイント>

- ・合意形成は比較的スムーズに進んだ。関係者間で話し合いが 1 回。あとは個別道場を訪ねての話し合いをした程度。

その要因としては以下 4 点が挙げられる。

1. 外国人の来訪に対する理解

当地はもともと観光客が多いため、外国人の来訪に対して理解があるという下地がある。この理解が当事業の関係者にもあったとみられる。

2. 市役所内の役割分担明確化

他自治体では武道ツーリズムを進めようとなった際、観光関連部署とスポーツ振興関連部署との役割が明確にならず事業が進まないケースもあると聞く。当市においては、インバウンド関連事業として観光課が担うことを明確にしたため、市役所内の役割分担に関する混乱は特になかった。

3. 大義を伝えて道場の協力取り付け

受け入れ先となる剣道連盟や道場関係者は、当初外国人を受け入れることに抵抗があったようだ。事業の中心となって動いていたビューローとしては「外国人の来訪を増やさないと地域が活性化しない」ことを粘り強く伝えた。武道関係者の理解は進みづらかったが、少子高齢化による人口減少はこれからますます深刻になり、地域経済が低迷して大変になるということを説明した。併せて、「剣道は特に子供を対象として鍛錬をする場となっているため、子供と外国人が触れ合うことで国際交流につながることに、さらに子供は今後グローバルな世界で生きていくことに

なるので、こうした体験を通して子供の経験を増やすことは良いこと」という説明をした結果、理解を得ることができた。

道場関係者、師範にはそれまでの日常を崩して協力してもらうことになるので、大義を伝えることは重要である。

4. 道場の日常を崩さないこと

受け手の日常を崩さないことも重要であった。武道施設側からは、「外国の方に合わせるのではなく、受け入れ側の伝統を大切にしたい、それでなければ来てもらわなくてよい」という意見をもらっていた。剣道体験であれば、受け入れ先となる道場の活動時間が毎週月・水・金の夕方 18:00~20:00 までと決まっているので、その間で受け入れてもらうという形にすることで協力を取り付けることができた。

地方においては、稽古時間が夜の時間帯に多い。インバウンド旅行商品としてのストーリー性を重視しながらも、関係者が無理なく協力しあいながら経済活性化につながればという考えで行った。もっとお客さんが来るようになれば別だが、最初は小さな積み重ねを地道に進めていこうとしている。

都市部であれば道場を仕事としている人もいると思うので別かもしれないが、当地では仕事をしながら指導している方や高齢者が多い。こうした傾向は当地に限らず、地方に共通する点と考えられる。

【3. 課題】

■販売面の課題

< “会津で剣道” の訴求力強化 >

- ・ 武道体験は全国にあり、「なぜ会津で SAMURAI 体験、剣道やなぎなた体験なのか」という訴求ができていない。そのストーリー作りがまだできていない。

モニターツアーの剣道体験参加者からも「剣道は他地域でもできるのに、なぜ会津で剣道なのか」という意見をもらった。ただ、会津には子供たちが守るべき「什（じゅう）の掟」があり、それが今も形を変えて各小学校でその教を義務付けている。そうした会津ならではの要素を絡めた体験にするようブラッシュアップしていく必要がある。

地元のことを海外の人に伝えるには、伝える側が地元のことについて詳しくなければならぬ。そのためにも地域の人々の意思から変えていくことが必要。

また、剣道の所作・動作は言葉が多少伝わらなくてもある程度通じるが、歴史についてはその魅力を伝えることのできる観光ガイドが必要となる。市としてもガイドの育成に着手しているところであるが、人員面の問題もあり、これからというところ。

<ライト層の取り込み>

- ・ライト層の取り込みも課題。コア層を増やしたとしても欧米豪からの訪日は多くて1年に一度程度。そのため、武道のコア層をターゲットにしても回数は増えづらい。そうした意味でも今後はライト層に来てもらうことが重要となる。

<コンテンツ拡大>

- ・まだコンテンツが少ないため増やしていく必要はある。また、ウォーキングや隣接する猪苗代町ではサイクリングなどを進めているため、そうした体験と絡めることも検討する必要がある。

■体制面の課題

<受け入れ時間帯の拡大>

- ・受け入れ可能時間が限られているために、急な申し込みに対する対応が難しくなっている。参加を希望する外国人が参加できないことがないように受入態勢を強化する必要がある。また受け入れ時間帯が夜間であることもあり、温泉旅館の夕食の時間に体験となってしまうため、もう少し早い時間帯に体験できないかという意見をもらっている。

協力してもらいながらの事業であるため急には難しいが、受け入れについて変えていければと思っている。インバウンドが回復してきたときに関係者の理解を得られるようにしていきたい。

<会津若松ビューローの体制>

- ・事業の中心となる観光ビューローの体制は課題。DMO登録をしているものの、根は観光協会で行政に頼った運営が続いており人員も限られている。そのなかでSAMURA体験については、武道師範との個人的な関係を背景として、一部のビューロー担当者に調整がすべて任されるなど負担も大きい。上述の通り旅行会社に申し込みがあった場合でも、ビューローが日程調整や師範への協力依頼をしなくてはいけなくなっている。今までの観光協会としての業務にインバウンド事業が加わった形で業務量ばかりが増えていてとても回しきれない。

スポーツコミッションのような一つの組織になれば進めやすいとは思いますが、さまざまな主体が絡んだ時に利害関係が発生してしまうこともあり、そうした組織化は現実的に難しい。

【4. その他】

■国への要望

<情報発信プラットフォーム>

- ・コロナにより海外の現地に行って情報発信ができないので、在日外国人にターゲットを絞っているのだが、彼らに情報を届ける場所が少ない。そうした場や機会を国として設けてもらえるとありがたい。単にインバウンド向けの情報というよりも、発信テーマを武道ツーリズムに絞っても良いのではないかと。

<ビューローの支援>

- ・観光ビューローはDMOとして、地元の民間団体の意見を吸い上げ、それをもとに方向性や計画を立てて、行政と話しをする。一方、自治体は予算をつけて、それをもとにDMOが事業を進めるという国が提唱する形にしていきたい。

将来的にはビューローが自走できるようになることが理想だが、まだ稼ぐ力が弱いのでそこまで至っていない。ビューローは観光案内などの業務もあり、人員不足という面も大きい。国としてもDMOの支援をしてもらえるとありがたい。

溝口派一刀流剣術

【施設概要】

体験可能な武道	剣術、剣道
所在地	福島県会津若松市会津若松市追手町地内（鶴ヶ城武徳殿）
ホームページ	—
外国人受入実績	2015年頃より、知り合いや旅行会社の要望を受けて外国人を受け入れており、鶴ヶ城敷地内の武徳殿を舞台として剣道を教えている。

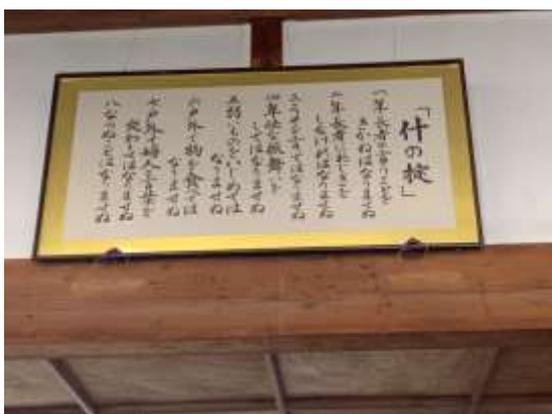
【武徳殿外観】



【武徳殿内観】



【会津に伝わる「什（じゅう）の掟】



【あいづっこ宣言】



【1. 外国人受入当初について】

■外国人の受入開始時期
2015年ごろより
■背景
<p><溝口派一刀流剣術について></p> <ul style="list-style-type: none">・もともと溝口派一刀流剣術は誰にでも教えるものではなく口伝で伝わってきた一子相伝の剣術。 <p>師範の高齢化などもあり、途絶えそうになっていたのだが、会津の財産であり、途絶えさせてはならないということで、その存在を広く知ってもらうため、昭和43年、全日本東西対抗剣道大会が福島県で開かれた際に、当時唯一の継承者和田晋氏が好川忠氏と演武を披露したことで素晴らしい剣術として話が広まり、弟子の志願者が増えた。</p> <p>現在の師範である長沼氏自身もそれを機に入門、10年ほど教わり続けたころに師範より指導することを許された。</p> <p>最初の演武以来、溝口派は20回近く日本武道館で演武をしている。そこには外国人も多く観覧に訪れるのだが、溝口派の演武を観覧した外国人は感動するようだ。</p> <ul style="list-style-type: none">・外国人の体験を始めて受け入れたのは2015年頃。福島県観光課より依頼されて受け入れ。その後も会津若松市の観光課やテレビ局等からの依頼により、受け入れている。

【2. 体験プログラムについて】

■体験プログラムの内容
<ul style="list-style-type: none">・当初は「剣術」を教えようとしたが、初心者の外国人にとって剣術は極めて難しい。そのため、「剣道」を教えている。・教える内容は参加者の年齢や運動経験などを事前に聞いてから決めている。自然体、足捌き、重心位置などについて教えている。・最初は礼から。礼についてはただ頭を下げるのではなく、相手に心が通じるやり方を教える。礼は最も重要で長く時間を取りたいのだが、時間制限もあるため簡単にすることが多い。2時間の体験の場合は20分程度。 <p>次に姿勢、重心移動、自然体の稽古。参加者には「見て美しい動きができなくてはいけない」と教えている。ここで30分程度。</p> <p>さらに竹刀の構え方で10分程度、竹刀の振り方（素振り）10分程度と続く。振り方は力を抜いて、大きくまっすぐ振れるようになるまで行う。</p> <p>そのあとに面と胴の打ち方。手の内、足捌き、重心移動が一致するように指導。小手までは時間の関係でできないことが多い。</p>
■参加者層
<ul style="list-style-type: none">・旅行会社からの依頼で受け入れる場合は剣道経験のない人が大半。

<p>■ 当会への参加理由（選ばれる理由）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 鶴ヶ城内にあり、国内でも数少ない武徳殿という施設に魅力を感じての参加が多い。
<p>■ 参加者に喜ばれること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 武徳殿という日本建築独自の施設が喜ばれる。身も心も引き締まるという、日本でないと体感できない雰囲気を楽しむようだ。

【3. 外国人受入による施設側のメリット】

<p>■ 外国人受入による気づき</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 外国人は真面目。本当に真剣に取り組む。休憩時間中にも教えられたことを復習して稽古を続ける参加者もいる。 ・ 溝口派一刀流剣術は一子相伝であることもあり、もともと広く教えるものではない。そのため、最初は外国人の受け入れに対して前向きではなかったが、会津若松市がインバウンドを増やしたいということで受け入れに向けて動画撮影に協力したり、受け入れたりにしているうちに、外国人に来てもらえたらうれしいと感じるようになった。

【4. インバウンド等受入に当たっての課題】

<p>■ コミュニケーションについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行業者の依頼で受け入れる際は、旅行業者に通訳を用意してもらっている。
<p>■ 外国人ならではの大変さ</p> <p>< 防具の着装 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 指導者が防具の着装を教えるのだが、初心者が多いため袴の着方から始まり教えるのが大変で、着装には相当時間を要する。 ・ また、女性の参加者がいる際には女性の指導者に来てもらい、参加者者への着付けを行うなどトラブルを避けるために気を遣っている。
<p>■ トラブル</p> <p>< ケガ ></p> <p>ケガはこれまでない。ケガが起こるほどのことをやらせていない。道具を付けたら初心者では重くて動けない。防具を付けたら写真を撮る程度しかできない。</p>
<p>■ 今後の課題</p> <p>< 指導の対価について ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 外国人を指導するにあたり、基本的に対価は受けとっていない。当流派がもともと人に教えてはならぬものであったため、それを教えることでお金を受け取ることに抵抗があ

る。

ただ、次世代の指導者のことも考えると受け取った方が良いかと悩む。若い人が長く続けていくためにはお金をもらって良いと思うのだが、自分がもらわないという姿勢を続けていると、若い指導者が受け取りづらくなってしまうため。

【5. その他】

■会津の武道ツーリズムについて

- ・自身も外国で指導をしたことがあり、外国でも武道を教えることはできる。しかし、日本に来てもらう場合には、外国人が会津の伝統、歴史を感じたりしながら、武道を教わることができることが大きな魅力となる。

武道にこだわって伝えようとしすぎると視野も狭くなるのですが、「会津の中に武道がある」「武士道精神の中に会津の風習がある」というのを感じてもらえたら良いと思う。そのため、武道や剣道というだけでなく、ラストサムライの地であるということなどを含めて体感してもらうことに、会津における武道ツーリズムの意義があると考えている。

金沢文化スポーツコミッション

【施設概要】

体験可能な武道	弓道
所在地	石川県金沢市広坂 1-1-1 (金沢市役所第一本庁舎 2F)
ホームページ	https://www.kanazawa-csc-kk.jp/
外国人受入実績	なし (モニターツアー実施まで)



【1. 武道ツーリズム取組の背景】

■取組み開始時期
・2018年
■背景
<p>・当スポーツコミッション（SC）は、全国大会を誘致して補助金や奨励金を支払い、そこに金沢らしさを演出することを目的とする組織である。2018年11月に金沢市内で全日本弓道遠的選手権という日本最高峰の全国大会を開催したのだが、その予選会で、お茶でおもてなしをして一服してもらうという企画をした。その際に、弓道と茶道を掘り下げて調べてみたところ、金沢市は江戸時代から弓道に関する歴史があることが分かった。 （現在、金沢市内には「弓」の付く町が旧町名を含め7つある）</p> <p>・また、道具についても弓道の弓矢は竹職人が竹で作っていたのだが、お茶の“ひしゃく”も弓道の弓を作っている職人が作っており、作法についても弓道の所作からお茶につながっているものがあった。 お茶の世界は禅の世界につながっている。弓道は立禅というし、弓道の作法も禅につながっている。禅を世界に広めた鈴木大拙が金沢出身で市内には鈴木大拙館がある。この3つをうまく絡めて、弓道大会への参加者は同館に無料で入れるようにしたところ、とても喜ばれた。それならば、外国人にもニーズがあるのではないかと考えたのが取組のきっかけである。</p>

【2. 体験プログラムについて】

■体験プログラムの内容
<p>「弓道×茶道×禅」</p> <p>・スポーツの側面と日本的な精神世界を併せ持つ「弓道」、金沢の強みであり伝統工芸が集約されている「茶道」、そして「禅の思想」を、すべて本物で体験できる金沢ならではのインバウンド向け体験ツアー。次頁の順で体験。 価格は4時間で57,000円。</p>

①鈴木大拙館（禅）

「禅や東洋の思想」を西洋に紹介した
金沢市出身の仏教哲学者「鈴木大拙」の館。
日本の心「禅」の世界を体感できる。
「水鏡の庭」を眺めながら「大拙のこころ」
「日本のこころ」に触れる。



②弓道

石川県弓道連盟所属の教士・錬士の
丁寧な指導で、礼儀作法、姿勢から
実際に的に向かって矢を放つまでの
一連の動作である「射法八節」を体験。



③茶道

裏千家を興した「仙叟宗室」ゆかりの
お茶室好古庵で、裏千家一般財団法人
今日庵業躰 奈良宗久先生及び社中の
皆様の指導による茶道体験ができる



■商品造成にあたって重視したこと

- ・“安かろう悪かろう”の商品にしないこと。値段が高くてもクオリティの高いものが必要。すべてを本物で固めること。

■商品造成にあたり関係者間の協力を得られたポイント

- ・当プログラム造成にあたっては弓道連盟やお茶の先生、鈴木大拙館関係者など様々に協力をいただいた。その協力取り付けにあたっては当社が自治体の外郭団体であるという信用度の高さ、全国大会を開いてきたための弓道連盟との信頼関係が構築できていたことが大きい。その上で、当方の熱意が伝わったのだと思う。
ただ、最初は弓道連盟の説得は苦勞した。お茶の先生はその道のプロでそれで稼いでいるのでお金をとることが当たり前なのでもちろん熱意を伝えてからとなるが、一人当た

りで支払うことができる金額を伝えて納得してもらえれば理解は得やすい。その一方で弓道は文化活動でお金をとることが当たり前ではないので、納得しなければ手伝ってもらえない。最終的には弓道の普及活動、発展につながるということで理解を得ることができた。

■取り組みの現状

- ・2019年にはラグビーワールドカップが予定されていたため、その期間におけるニュージーランドとオーストラリアなどからの来訪者数がある程度読めていた。大会期間中に商品化したものを売ってみて、2020 東京大会の時に形にするという目標で取り組みを開始。しかし、ラグビーワールドカップの1年半前にはワールドカップ公式サプライヤーのJTBは商品を仕込み済みでタイミングが少し遅かったこと、さらにコロナもあり頓挫している状況。実際の一般販売実績はなし。
ただ、当 SC 代表と知り合いのフランス人に体験をしてもらったところ、とても喜んで、オリンピックの時にもまた体験したいという要望を受けるなど手ごたえは感じている。

■商品造成を振り返って

- ・3つを必ずセットではなく、単体に分けても良かったかもしれない。当社がスポーツコミッションなので弓道をメインにしつつも、お茶と禅についてはオプションで申し込む形にするなどのパターンを作っても良かったかと思う。

【3. 課題】

■課題

<本物を伝えるための通訳確保>

- ・インバウンド向けなので通訳が必要なのだが、モニターツアーをやっている中でこの体験プランに適したレベルの通訳士を探す必要があると感じた。弓道やお茶の体験、知識、さらに言えば金沢に詳しくて英会話をできる人でないと難しいためである。
最終的に4時間で57,000円という価格にしたのだが、決して安くはない。3つの体験をすべてコーディネートして通訳もしてということが一人でできる人がいれば価値ある体験になるのだが、これは難しい。今後もし需要が大きくなったら、そうした人材の確保が大きな課題となることは間違いない。

<弓道体験を面白く>

- ・弓道は飛び道具のため、ほかの武道と比べて初心者が行う際の危険度が大きい。初心者はまっすぐ飛ばすことさえも難しいので。リスク管理が先に立ってしまうので指導方法が丁寧でも教わる側は面白くないという難しさもある。初めに射てもらうまでに1時間もかかるのでそこをどうするかという問題があった。そういう意味では指導者側としては中上級者のほうが教えやすいことは間違いない。

<金沢で弓道の訴求力>

- ・ 沖縄の空手は聖地でやってみたいということで空手目的の来訪者がいるのだが、弓道は金沢が聖地かというところでもないのに金沢で弓道をやりたいということにはならないだろうと思っていた。しかし、全国にも弓道の聖地はないので言ったもの勝ちという面もあるので金沢と弓道を結び付けていくことも必要。

スポーツ庁も武道ツーリズムと何かを絡めて活性化を図るための補助金事業がある。そういうものに対しては民間企業のほうが合理的に考える。そのなかで金沢は武家文化があるので、武家文化の街を体験するというイメージはどうかという話が出ている。例えば武道の体験を武家の体験と打ち出しを変えるという案も出ている。

金沢には観光地スポットが多いため、着地型だけでなく数日間のツアー型の提案も検討中。

■ 武道ツーリズム拡大のために

- ・ 金沢市の強みは文化にある。武道を体験するとともに日本の文化と一緒に体験できることが強み。富裕層はその程度の距離の移動は苦にならないので、例えば沖縄で空手を体験した後に金沢に来て、弓道と文化を体験してもらっても良い。

その意味でも、武道ツーリズムを継続していくのであれば民間企業で自走するのがベスト。民間企業同士であれば地域を共有するデメリットがない。お互いの良いところを比布アップしたツアーを組み、お客さんを共有することができる。そのような形でお客様を皆で共有するようにすることが理想である。

【4. その他】

■ 日本人にとっても武道を身近に

- ・ スポーツ庁は観光庁とのかかわりの中でインバウンド向けに日本固有の武道をと謳っているが、そもそも日本人も武道に接する機会はない。例えば、相撲の場合は日本人でも好きな人は多いし、それを日本人が楽しんでいるから、その様子を見て外国人が興味を持つ。

他の武道はそうしたことが少ないので、そのなかでどこまで外国人に興味を持ってもらえるかということは懸念点。日本人でも気軽に武道を体験できるようにしていくことが必要で、身近な存在にしないと普及しないが武道の敷居は高いと感じる。

【1. 取り組みの背景】

■外国人の来訪状況

- ・令和元年、大津町を含む周辺4市町村の外国人宿泊客数は3.5万人。(熊本県調査)
国別では韓国・台湾・中国の順。大津町のみの統計はないが同様の傾向と見られる。

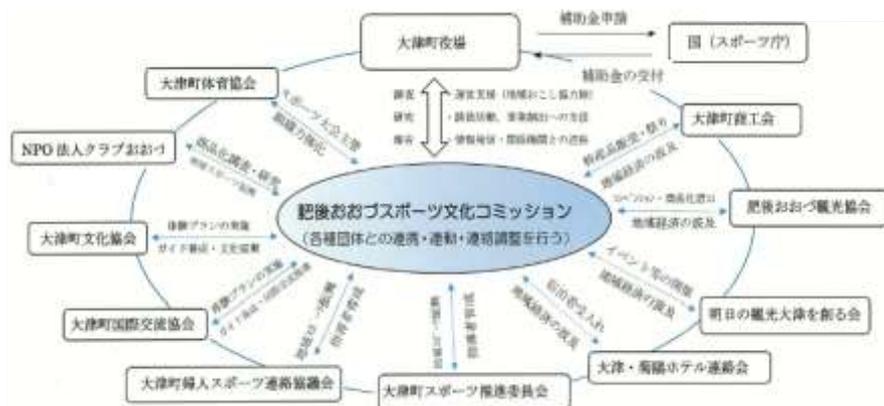
■町内の観光資産

- ・町内には外国人に人気の観光スポットがあるわけでもなく、来訪目的などは把握できていない。
ただ、つい先日町内の中央公園に漫画「ワンピース」に登場するキャラクター、ゾロの像が建てられた。もともと、作者の好意で熊本地震からの復興に関連して銅像を置くという公募があったのだが、大津町は剣道が盛んなため、武士キャラクターのゾロ像が作られた。その除幕式をYouTubeで流したところ海外からの視聴が多かった。・また、大津町は阿蘇くまもと空港にも近いので熊本観光の拠点として最適。肥後大津駅を中心にホテルも多いため、ある程度外国人が増えても受け入れ可能。

■武道ツーリズムに取り組み始めた背景

- ・2019年2月に肥後おおづスポーツ文化ミッションが発足した。その母体となっているスポーツ団体4団体(総合型スポーツクラブや体育協会など)が集まり、スポーツを通して町で果たせる役割があるのではないかと話をしている中で、スポーツ庁が武道ツーリズムに取り組んでいたため、それが良いのではないかとということで町役場に相談した。
- ・町としても、上述の通り特にインバウンド客にとって魅力ある資産が多いとは言えない中で、町内でも盛んな剣道を用い、観光客取り込み施策の一つとして武道ツーリズムの取組を始めることとなった。
- ・取組開始にあたっては、NPO法人クラブおおづなど町内のスポーツ4団体と肥後おおづ観光協会とを連携させていくことが重要だろうという共通理解があった。そうした関係者が町に支援を要請したところ、町役場にスポーツ文化ミッションの事務局が設けられ、商業観光課が担当部署と決まった。

【肥後おおづスポーツ文化ミッション組織図】



出所；肥後おおづスポーツ文化ミッション

【2. 体験プログラムについて】

<p>■体験内容</p> <ul style="list-style-type: none">・大津町武道館で行う 2 時間の剣道体験、居合道体験。 観光を交えた数日間のツアー型ではなく 2 時間の着地型商品にしたのは、まず武道体験に対するニーズを確かめたかったため。・体験の最大参加人数は 10 人。
<p>■商品造成にあたって</p> <ul style="list-style-type: none">・もともと町民向けの体験プログラムがあったため、そちらをアレンジする形で造成。・まず 2019 年 8 月にスポーツ庁の補助金事業でモニター体験を実施した。事業規模は 500 万円で、そのうち 9 割ほどがアウトドアツーリズムや文化ツーリズムも含むツーリズムの調査研究事業であった。 町内の NPO 法人クラブおおづとドイツのニュルンベルク市の人たちがリーダーを育てるという目的で若者を交換派遣するという交流があるため、同市からの来訪者にモニターとして体験してもらい、外国人にとってどの程度魅力的かといことや適正価格などについて調査をした。・インバウンド客の場合は写真を撮りたい、正座ができない、通訳を入れなければいけない、などの理由で同じ 2 時間でも教えられることは異なる。その中で外国人がどのようなことを知りたがっているかを詰めて、指導者同士の対戦を見せるなどの内容も入れた。 ただ、同じインバウンドでも参加者層、例えば家族向けや高齢者向けなど、さらなるアレンジも必要と感じている。
<p>■商品造成にあたり苦労したこと</p> <p><武道の精神や文化を伝えることのできる通訳の手配></p> <ul style="list-style-type: none">・モニターツアーにおいてはドイツのモニター客であったため県の国際交流協会に協力してもらってドイツ語の通訳を用意したが苦労した。阿蘇くまもと空港からの来訪はアジア圏からが多いので、今後はアジア語圏の独自言語に対応していくことについても苦労する可能性がある。 武道ツーリズムには、武道の精神や日本の文化を理解した通訳が必要だと思われるため、そうした点も含めて作り上げていく必要がある。普通のコミュニケーションであれば英語でもよいのだろうが、武道や文化を理解してもらうためには母国語以外で話してしっかり伝えることは難しいので参加者の言語を用意することが必要と感じる。 <p><用具></p> <ul style="list-style-type: none">・意外と難しいのが用具の準備。外国人は 190 c m を超えるような人も日本人ほど珍しくないため、身に着けるものについては必要性に応じてオプションとして用意する形に

することも必要かもしれない。

【3. 課題】

■体制面の課題

<協力してくれる指導者数を増やすこと>

- ・協力してくれる指導者（剣道や居合道の先生）を増やしていきたい。

熊本県は高いレベルの指導者も多いが、武道体験については剣道連盟が対応可能な若手の指導者を実施場所に派遣してくれている。

剣道において指導者は自分の道を究めることが目的で、お金やビジネスという話ではできない。そのため、文化交流という目的としてプログラムを作ってきた。ただ、本気で武道詰めになりたいという人がいれば、先生の協力を得て1週間のコースを作るなどしても面白いという話にもなっていたのだが、そういう検討をしている際にコロナで思うように進まなくなってしまった。

<部局間の連携>

- ・町長部局と教育長部局とで分かれていて、観光推進は町長部局（商業観光課）、使用する施設（大津町武道館）は教育長部局の担当となるため、その垣根の調整をしてスムーズに連携できるようになると良い。正直、お見合いをされていて、イニシアティブをどちらがとるのかという感じになってしまっている。

<ツーリズム拡大後の関係主体への波及効果が不透明>

- ・インバウンドが回復し、当町の武道ツーリズムの需要も拡大した場合、各主体にしっかりと見返り、波及効果が生まれると良いが、それがないと協力関係に破綻をきたす可能性がある。そこは懸念点。

■販売面の課題

<販売しての課題が見えない>

- ・企業城下町であることもあり、町内35,000人の人口のうち、外国人がおよそ500名いる。(2020年)。そのため、企業の協力を得てそうした外国人にも体験に参加してもらっている。ベトナムとカンボジア人が多く、彼らはもの珍しさを感じていたようだが興味と呼べるほどのものであったかは疑問。いろいろな人に体験してもらおうことで、外国人の興味を深く調べて商品を磨き上げていきたいと思っているうちにコロナで何もできなくなってしまったため、課題を突き詰めてブラッシュアップすることができていない。

<プロモーション>

- ・現在は大々的なプロモーション事業をできていないが、今後はインターネット募集の

ための外国語対応などをしていく必要がある。

<「大津で剣道」の訴求力>

- ・剣道が盛んであることは間違いないのだが、なぜ「大津町で剣道なのか」と聞かれた場合に、特に訴求ポイントがないのが実情。商品造成を急いで、来てもらうための理由付けを後回しにしてしまった。そこは今後詰めていきたい。隣町に宮本武蔵の墓があることなど、大津町と武道との関係性を探しているところ。例えば、剣道の有段者の数や割合が多いなど、根拠として使用可能な数値があるとありがたい。

<周辺自治体との連携>

- ・大津町を含む阿蘇地域は赤牛が有名で焼き肉屋も多いので、そうした魅力も楽しんでもらいたい。近くには黒川温泉もあり大津駅からバスも出ているため、うまく組み合わせることができれば商工会の事業者にもメリットができて、より深く連携していくことができるのではないかと考えている。
- ただ、そうした周辺地域との連携においては自治体同士の協力が必要となるが、各自自治体の担当で熱量に違いがあり、難しい面もある。

【4. その他】

■国への要望

<インバウンド客についての情報提供>

- ・インバウンド客の動きを知りたい。日本に入ってきた人がどのようなルートで動いているのか知りたい。予算の問題で当町が調査することも難しいので、分析と施策立案のための情報が少ない。東京からあるいは福岡から来てくれているのかなども分からないため、どのように訴求していいのかも把握できていない。
- また、武道に対する外国人の興味度もわからないので、地域や国別の武道に対する興味なども教えてもらえるとありがたい。

<施設改修支援>

- ・施設が老朽化しており、トイレも和式で地下の薄暗い場所にあるなど、外国人が使えるようなものではない。そうした施設の改修費用なども補助してもらえるとありがたい。

<スポーツ庁モデル事業の受託>

- ・令和4年度までは、武道ツーリズム関連では大会誘致の予算をとることができている。しかし、5年度以降が未定なので、そのためにもスポーツ庁のモデル事業などがあれば積極的にとっていきたい。