

論点等説明シート

担当局	スポーツ庁
事業名	スポーツによる地域活性化・まちづくりコンテンツ創出等総合推進事業

論 点 等

これまでの事業実績を踏まえ、今後の本事業の取組効果をより高めるために、以下の論点で議論することが想定される。

- ①アウトプット、アウトカムは適切に設定されているか。
- ②事業目的が明確であるか（他事業との住み分け）、また、事業運営方法は適切か。
- ③今後どのようなステップアップが検討可能か。

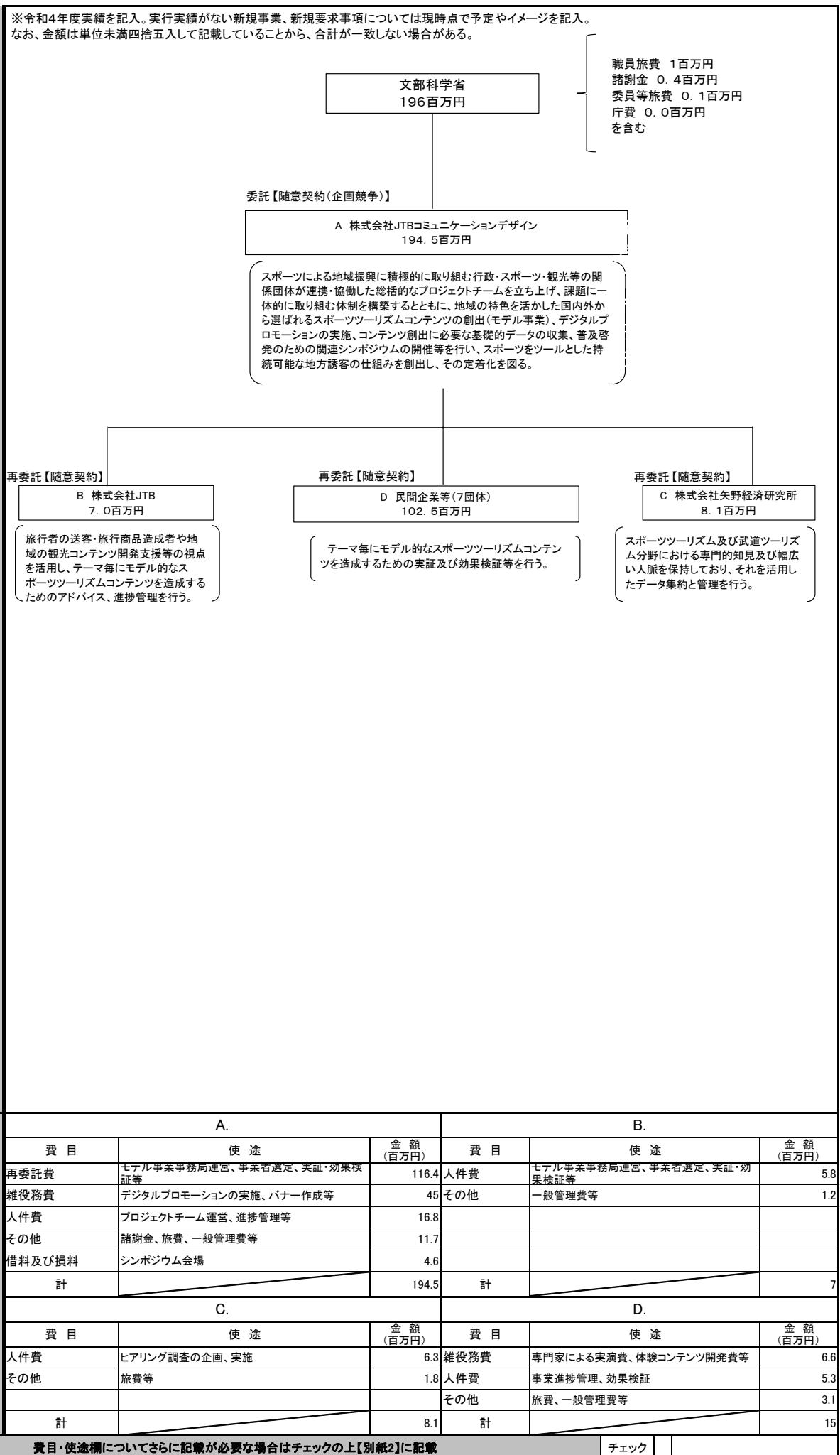
		令和5年度行政事業レビューシート			(文部科学省)	
事業名	スポーツによる地域活性化・まちづくりコンテンツ創出等総合推進事業			担当部局	スポーツ庁	作成責任者
事業開始年度	平成29年度	事業終了(予定)年度	終了予定なし	担当課室	参事官(地域振興担当)付	参事官(地域振興担当) 田中 一明
会計区分	一般会計					
根拠法令 (具体的な条項も記載)	スポーツ基本法第21条			関係する 計画、通知等	第3期スポーツ基本計画(令和4年3月25日策定)	
政策	11 スポーツの振興			主要経費	教育振興助成費	
施策	11-4スポーツを通じた社会課題の解決					
政策体系・評価書URL	https://www.mext.go.jp/content/20221215-mxt_kanseisk01-000026547-36.pdf					
事業の目的 (5行程度以内)	スポーツと地域資源を融合させたスポーツツーリズム等の取組を活性化させるための環境整備等を行うことにより、スポーツによる海外からの交流人口の拡大や地域・経済の活性化を図る。					
現状・課題 (5行程度以内)	交流人口の拡大に寄与するスポーツツーリズムについては、その普及・実践を推進し、各地で萌芽が見つつあるが、R2年度より新型コロナウイルスの影響によるインバウンドの消失等により、国内在住外国人や、国内の観光客を主な対象にシフトし、実施・効果検証を行ってきたところである。訪日外国人をターゲットとした取組事例の創出、DXを活用したプロモーション等によるスポーツツーリズム・ムーブメントの創出等、これからインバウンドの回復を見据えた更なる取組の強化と発展が必要である。					
事業概要 (5行程度以内)	スポーツと地域資源を融合させたスポーツツーリズム等を通じて交流人口の拡大及び地域・経済の活性化を図るため、地域単位ではボストコロナを見据えた高付加価値コンテンツの創出に向けたモデル的な取組等を実施し、その定着化と他地域への横展開を図る。全国単位ではDXを活用したプロモーションの実施による需要データの収集・分析を実施し、セミナーの開催等を通じた担い手への提供・利活用を促進しスポーツツーリズム・ムーブメントを創出する。					
事業概要URL	https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop09/list/detail/1387682.htm					
実施方法	委託・請負					
補助率等	-					
予算額・ 執行額 (単位:百万円) (インプット)	令和2年度		令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度要求
	予算の 状況	当初予算(A)	186	281	200	190.5
		補正予算(B)	-	-	-	-
						-
						-
						-
						-
						-
						-
						-
前年度から繰越し(C)	-	-	-	-	-	
翌年度へ繰越し(D)	-	-	-	-	-	
予備費等(E)	-	-	-	-	-	
計(F) =(A)+(B)+(C)+(D)+(E)	186	281	200	190.5	-	
執行額(G)	163	266	196			
執行率(%) =(G)/(F)	88%	95%	98%			
当初予算+補正予算に対する執行額 の割合(%) =(G)/[(A)+(B)]	88%	95%	98%			
歳出予算項目	令和5年度当初予算	令和6年度要求	主な増減理由(・要望額・予備費)			
(項)	スポーツ振興費		主な増減理由(・要望額・予備費)			
(目)	スポーツ振興事業委託費	188				
(目)	職員旅費	1.0				
(目)	諸謝金	0.5				
(目)	委員等旅費	0.2				
(目)	庁費	0.2				
	その他	1				
	計(A)	190.5				
令和5・6年度 予算内訳 (単位:百万円)						

活動内容① (アクティビティ)		(1)地域スポーツ資源を活用したスポーツツーリズムコンテンツの創出 ・テーマ別モデル事業の実施、効果検証									
↓											
活動目標及び活動実績 ① (アウトプット)		活動目標	活動指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込		
		効果検証がなされたモデル事業の創出 例数(累計)	効果検証がなされたモデル事 例数(累計)	活動実績 件	6	18	25	-	-		
				当初見込み 件	6	18	25	31	40		
↓		効果検証がなされたモデル事業を複数創出することで様々なナレッジを蓄積し、モデル事業実施地域で自発的・継続的に取り組まれる。									
成果目標及び成果実績 ①-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 6 年度			
		モデル事業実施地域での自発的・継続的な取組の実施	モデル事業の継続実施割合	成果実績 %	-	-	-	-			
				目標値 %	-	-	-	80			
				達成度 %	-	-	-	-			
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		モデル事業者へのアンケート調査を実施(R5年度より新たに実施予定)									
↓		モデル事業実施地域での自発的・継続的な取組の実施が他地域へと広がり、新たなスポーツツーリズムコンテンツが創出される。									
成果目標及び成果実績 ①-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 7 年度			
		新たなスポーツツーリズムコンテンツの 創出	利活用セミナー参加団体の新 たなコンテンツ創出数	成果実績 件	-	-	-	-			
				目標値 件	-	-	-	20			
				達成度 %	-	-	-	-			
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		利活用セミナー参加団体に対しアンケート調査を実施(R5年度より新たに実施予定)									
↓		新たなスポーツツーリズムコンテンツの創出が、スポーツツーリズム関連消費額の増加に寄与する。									
成果目標及び成果実績 ①-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 8 年度			
		スポーツツーリズム関連消費額の増加	スポーツツーリズムに関する消費額	成果実績 億円	411	1,574	2,998	-			
				目標値 億円	-	-	-	3,800			
				達成度 %	-	-	-	-			
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		旅行・観光消費動向調査(観光庁)									
アウトカム設定について の説明		アクティビティ①について定性的なアウトカムを設定している理由									
		-									
		アクティビティ①についてアウトカムが複数設定できない理由									
		-									

活動内容② (アクティビティ)		(2)スポーツツーリズム・ムーブメントの創出 ・プロモーションを通じた需要データの収集・分析、担い手への提供									
↓											
活動目標及び活動実績 ② (アウトプット)		活動目標	活動指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込		
担当手に向けたプロモーションを通じた 需要データの利活用促進に係る取組の 実施		利活用セミナーの開催回数 (累計)	活動実績 当初見込み	回	-	-	-	2	4		
↓ 成果目標②-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)		プロモーションを通じて収集したデータを分析し、利活用を促す取組を実施することにより、各地域へ有益な情報が共有され、スポーツツーリズムの取組の意欲を 喚起する。									
成果目標及び成果実績 ②-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 6 年度			
各地域でのスポーツツーリズムの取組 の検討		利活用セミナー参加団体のう ち、セミナーの実施以降にス ポーツツーリズムを実施しよう としている団体の数	成果実績 目標値 達成度	件	-	-	-	-			
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		利活用セミナー参加団体に対しアンケート調査を実施(R5年度より新たに実施予定)									
↓ 成果目標②-2の 設定理由 (短期アウトカム からのつながり)		検討されたコンテンツが実施に移されることにより、各地域に眠るスポーツ資源を掘り起こし新たなコンテンツの創出に寄与する。									
成果目標及び成果実績 ②-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 7 年度			
新たなスポーツツーリズムコンテンツの 創出		利活用セミナー参加団体の新 たなコンテンツ創出数	成果実績 目標値 達成度	件	-	-	-	-			
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		利活用セミナー参加団体に対しアンケート調査を実施(R5年度より新たに実施予定)									
↓ 成果目標②-3の 設定理由 (長期アウトカム へのつながり)		新たなスポーツツーリズムコンテンツの創出が、スポーツツーリズム関連消費額の増加に寄与する。									
成果目標及び成果実績 ②-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 8 年度			
スポーツツーリズム関連消費額の増加		スポーツツーリズムに関する 消費額	成果実績 目標値 達成度	億円	411	1,574	2,998	-			
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		旅行・観光消費動向調査(観光庁)									
アウトカム設定について の説明		アクティビティ②について定性的なアウトカムを設定している理由									
		-									
		アクティビティ②についてアウトカムが複数設定できない理由									
		-									

活動内容③ (アクティビティ)		(2)スポーツツーリズム・ムーブメントの創出 ・DXを活用したプロモーションの実施							
↓									
活動目標及び活動実績 ③ (アウトプット)		活動目標	活動指標	△	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込
↓		・スポーツツーリズムポータルサイト内のコンテンツ内容の充実(多言語コンテンツ掲載数)	スポーツツーリズムポータルサイト内の掲載コンテンツ数	活動実績 当初見込み	件 件	18 18	54 54	51 51	— 60 70
↓		成績目標③-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)							
		スポーツツーリズムポータルサイト内のコンテンツ内容の充実を図ることにより、魅力的なサイトとすることで旅行商品の購入を喚起する。							
成果目標及び成果実績 ③-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	△	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 6 年度
↓		スポーツツーリズムポータルサイトを通じた旅行商品の購入(多言語)	スポーツツーリズムポータルサイトからの各コンテンツ商品購入紹介ページクリック数	成果実績 目標値 達成度	件 件 %	— — —	— — —	10,173 — —	— 20,000 —
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		スポーツツーリズムポータルサイトの解析調査に基づき、算出(スポーツ庁調べ)							
↓		成績目標③-2の 設定理由 (短期アウトカム からのつながり)							
		スポーツツーリズムポータルサイト内に魅力的なコンテンツを掲載することにより訪日意欲の喚起を図り、観光客が増加する。							
成果目標及び成果実績 ③-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	△	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 7 年度
↓		(する)スポーツを目的とした訪日観光客の増加	スポーツ目的の訪日外国人旅行者数	成果実績 目標値 達成度	万人 万人 %	— — —	— — —	15 — —	— 270 —
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		訪日外国人消費動向調査(観光庁)、訪日外国人旅行者数(日本政府観光局) *令和2年度、3年度は新型コロナウイルスの影響により調査中止につき、数値未収集。							
↓		成績目標③-3の 設定理由 (長期アウトカム へのつながり)							
		スポーツ目的の訪日外国人旅行者数の増加が、スポーツツーリズム関連消費額の増加に寄与する。							
成果目標及び成果実績 ③-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標	△	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 8 年度
↓		スポーツツーリズム関連消費額の増加	スポーツツーリズムに関する消費額	成果実績 目標値 達成度	億円 億円 %	411 — —	1,574 — —	2,998 — —	— 3,800 —
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		旅行・観光消費動向調査(観光庁)							
↓		アクティビティ③について定性的なアウトカムを設定している理由							
		—							
↓		アクティビティ③についてアウトカムが複数設定できない理由							
		—							
↓		アウトカム設定について の説明							
		—							

※令和4年度実績を記入。実行実績がない新規事業、新規要求事項については現時点で予定やイメージを記入。
なお、金額は単位未満四捨五入して記載していることから、合計が一致しない場合がある。



支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契 約 方 式 等	入 札 者 数 (応 募 者 数)	落 札 率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社JTBコミュニケーションズデザイン	2010701023536	スポーツツーリズムコンテンツ創出のためのテーマ別モデル事業の実施及び効果検証、スポーツツーリズム・ムーメント創出に係るプロモーション等の実施	194.5	随意契約(企画競争)	4	100% -	

B

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契 約 方 式 等	入 札 者 数 (応 募 者 数)	落 札 率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社JTB	8010701012863	モデル事業進捗管理	7	随意契約(その他)	-	- -	

C

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契 約 方 式 等	入 札 者 数 (応 募 者 数)	落 札 率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社矢野経済研究所	3011201005528	武道ツーリズムデータ集約・管理	8.1	随意契約(その他)	-	- -	

D

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契 約 方 式 等	入 札 者 数 (応 募 者 数)	落 札 率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社地球の歩き方	9010701040178	スポーツツーリズムコンテンツ創出のためのテーマ別モデル事業の実施及び効果検証	15	随意契約(企画競争)	43	100% -	
2	株式会社TABIKYO JAPAN	3130001065068	スポーツツーリズムコンテンツ創出のためのテーマ別モデル事業の実施及び効果検証	14	随意契約(企画競争)	43	100% -	
3	FM久米島株式会社	6360001014651	スポーツツーリズムコンテンツ創出のためのテーマ別モデル事業の実施及び効果検証	15	随意契約(企画競争)	43	100% -	
4	一般社団法人能登半島広域観光協会	2220005007702	スポーツツーリズムコンテンツ創出のためのテーマ別モデル事業の実施及び効果検証	14	随意契約(企画競争)	43	100% -	
5	株式会社パソナ	1010001067359	スポーツツーリズムコンテンツ創出のためのテーマ別モデル事業の実施及び効果検証	15	随意契約(企画競争)	43	100% -	
6	株式会社北海道二十一世紀総合研究所	6430001009859	スポーツツーリズムコンテンツ創出のためのテーマ別モデル事業の実施及び効果検証	15	随意契約(企画競争)	43	100% -	
7	横須賀市	3000020142018	スポーツツーリズムコンテンツ創出のためのテーマ別モデル事業の実施及び効果検証	14	随意契約(企画競争)	43	100% -	
支出先上位10者リスト欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙3】に記載							チェック	

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

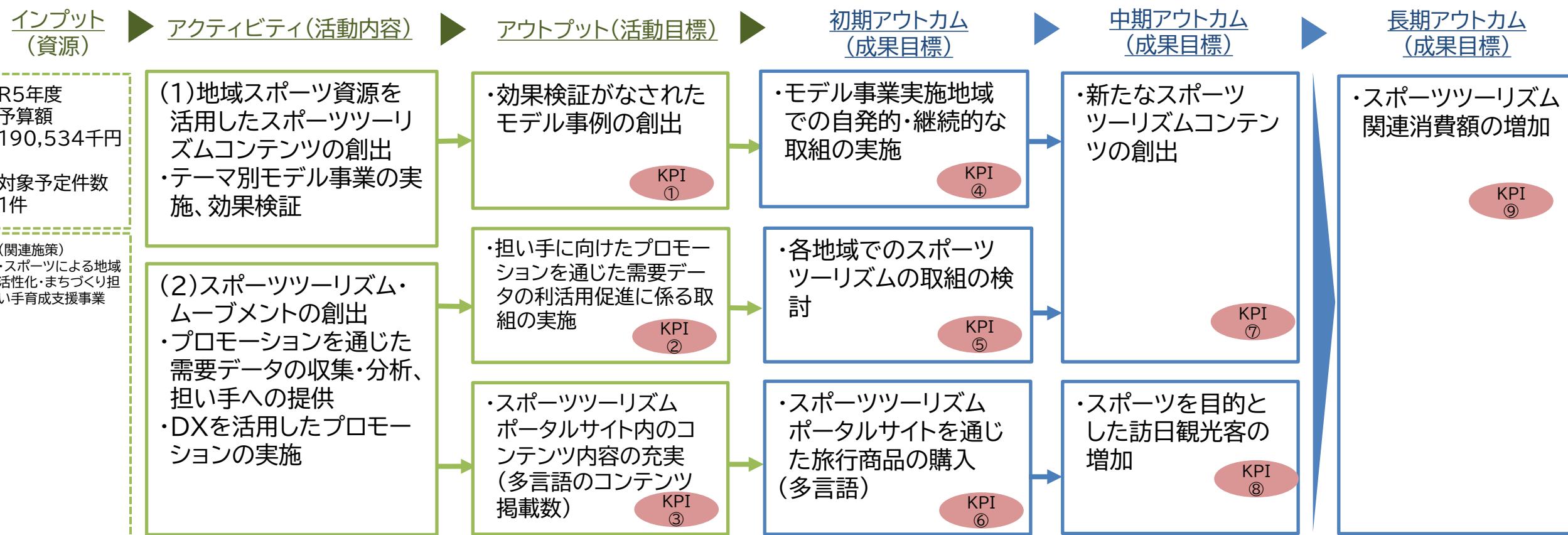
	プロク 名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契 約 額 (百万円)	契 約 方 式	入 札 者 数 (応 募 者 数)	落 札 率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1	-	-	-	-	-	-	-	- -	

本事業の
目的

・スポーツと地域資源を融合させたスポーツツーリズム等の取組を活性化させるための環境整備等を行うことにより、スポーツによる海外からの交流人口の拡大や地域・経済の活性化を図る。

インパクト

スポーツを通じた地域活性化の促進



測定指標と目標値

KPI ①	・効果検証がなされたモデル事例数(累計) (R4年 25件 ⇒ R5年 31件)	KPI ④	・モデル事業の継続実施割合 (R5年 80% ⇒ R6年 80%)	KPI ⑦	・利活用セミナー参加団体の新たなコンテンツ創出数(累計) (R5年 5件 ⇒ R7年 20件)
KPI ②	・利活用セミナーの開催回数(累計) (R5年 2回)	KPI ⑤	・利活用セミナー参加団体のうち、セミナーの実施以降にスポーツツーリズムを実施しようとしている団体の数 (R5年 5団体 ⇒ R6年 20団体)	KPI ⑧	・スポーツ目的の訪日外国人旅行者数 (R4年 15万人 ⇒ R7年 270万人)
KPI ③	・スポーツツーリズムポータルサイト内の掲載コンテンツ数(R4年 51件 ⇒ R5年 60件)	KPI ⑥	・スポーツツーリズムポータルサイトからの各コンテンツ商品購入紹介ページクリック数 (R4年 10,173回 ⇒ R6年 20,000回)	KPI ⑨	・スポーツツーリズム関連消費額 (R4年 2,998億円 ⇒ R8年 3,800億円)

第3期スポーツ基本計画(令和4年3月25日策定)の対象期間に則り、R8年度の目標値を設定。

スポーツと旅行・観光を掛け合わせた「スポーツツーリズム」等を通じ交流人口の拡大により**地方創生・まちづくりを推進**するため、「日本らしいスポーツホスピタリティ」を取り入れた、**高付加価値コンテンツの創出**に向けた取組を**モデル的に支援**するほか、ポストコロナを見据え**スポーツツーリズム・ムーブメントの創出**を**積極的に推進**する。

①武道等の地域スポーツ資源を活用した スポーツツーリズムコンテンツの創出

日本の特色ある自然・文化等を活かした、国内外旅行者から選ばれるスポーツツーリズム等の優良コンテンツを創出するため、**重点分野の「武道」を中心に、アウトドアスポーツ・アーバンスポーツも含めたテーマ別に実証モデルの選定、実施と効果検証等**を行う。※16,000千円×6事業想定

(取組例①) 武道ツーリズム

日本発祥の武道と歴史・文化等を融合させた稀少性の高い体験コンテンツを創出。



(取組例②) アウトドアスポーツツーリズム

「スノースポーツ」、「登山・ハイキング・トレッキング」、「ウォーキング」など、景観や自然環境、地域の生活等を有機的に連携させた、広域コンテンツを創出。



※日本らしいスポーツホスピタリティ
「する・みる・ささえる」スポーツを行う人々が、そこに「あつまる」ことで、これまで以上に「より良く楽しむ」ことを可能とする取組・行為全般を示す概念。
(「経済財政運営と改革の基本方針2022」第2章より)

②スポーツツーリズム・ムーブメントの創出による 自走化の促進

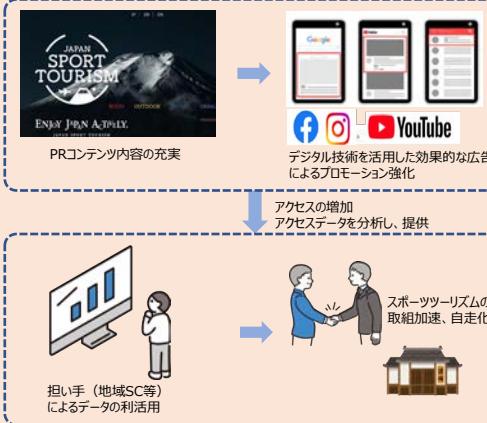
特に令和5年度においては、ポストコロナを見据え、デジタル技術を活用したスポーツツーリズムのプロモーションをより一層推進するとともに、プロモーションを通じて収集したデータを分析の上、**担い手（地域SC、観光協会等）へ提供**し、担い手による利活用を促進することで、スポーツツーリズムの自走化を促進する。

DXを活用したプロモーションを実施

プロモーションを通じて需要データを収集、分析し、スポーツツーリズムの担い手へ提供

セミナー開催など通じ データの利活用促進

合わせて、
 • スポーツ・健康まちづくりを進める自治体に対する長官表彰の実施
 • 観光庁・文化庁・スポーツ庁で連携して取り組む「スポーツ文化ツーリズム」等のシンポジウムの開催
 • 武道ツーリズムの体験が可能な武道場のデータベース利活用促進や、担い手同士のネットワーク構築等に要する費用を計上。



スポーツの力を「活用」し、様々な地域課題を解決

スポーツによる**地方創生・まちづくりへ**

本事業では、日本のスノースポーツに関する地域資源【①世界最高峰レベルの雪質、②世界一のスキー場数、③スキー場を有する地域ごとの多様性】を活用し、スノースポーツと、コロナ禍で絶大な人気を誇るアウトドアコンテンツを掛け合わせた、**小規模スキー場でも実現可能な新たなスノースポーツツーリズムコンテンツ【SKI TO CAMP】を創出**し、国内からの誘客のみならず、ポストコロナにおけるインバウンド誘客につなげることを目指す。また、モデル事業を通じた成果は、全国約200か所の**小規模スキー場への横展開を図るとともに、「交流人口の拡大（アウター施策）」のみならず、地域内での経済活性化・健康増進・共生社会の実現といった「総合的な地域活性化（インナー施策）」の双方を実現**することを目指す。また、翌年度以降、実施機関のさらなる連携強化を図り、モデル地域での自走化及び他地域への展開を実現する。

1. 「SKI TO CAMP」コンテンツの造成・環境整備

スキー場のふもとに手ぶらで参加できるグランピングゾーンを設置し、雪中キャンプ（グランピング）をしながらスノースポーツや雪遊び、アドベンチャーツーリズムなども体験できる、アウトドア要素を取り入れた新たなスノースポーツの楽しみ方を提案する。地域ごとの特性を付加し、地域への愛着増加やリピート化に向けた仕組みづくりを進めるため、地域の関係団体と連携し、地域の食や文化の体験、滞在中の地域住民との交流機会を設定するものとする。

2. モデル地域での実証事業・ファムトリップの実施

スノースポーツツーリズムとして商品造成し、地域住民や関係者らの参加を想定。また、インバウンドを含めた誘客の道筋として、インフルエンサーを招へいしたファムトリップを実施・検証する。

3. ツーリズム商品造成 / 情報発信

スノーコンテンツ造成に実績のある旅行代理店と連携のうえ、「SKI TO CAMP」に関する新たな商品を造成するとともに、素材整備やSNS投稿を通じた爆発的な情報発信を行う。



▲SKI TO CAMP（イメージ図）



▲地域の食文化



▲地域住民との交流

申請主体

・株式会社北海道二十一世紀総合研究所 …全体統括・企画運営

コンテンツ造成・環境整備

- ・めむろ新嵐山株式会社 …スキー場、宿泊施設の運営管理
- ・株式会社希希…スキー場でのアウトドアキャンプのプロデュース
- ・NPO法人Quercus …体験型観光プログラムの造成
- ・NPO法人めむろまちなか応援隊 …地元食材を使ったメニュー造成

ツーリズム商品造成

・株式会社JTB北海道事業部 …ファムトリップ運営／パック商品造成に関するアドバイス

情報発信・機運醸成

- ・株式会社デステイネーション十勝／十勝観光連盟／芽室町役場 …地元住民・事業者への情報発信
- ・北海道観光振興機構／北海道索道協会…観光関連事業者・団体や全国スキー場への情報発信
- ・経済産業省北海道経済産業局 …スノースポーツおよび観光関連事業者・団体への情報発信

課題

- 課題① 小規模スキー場の収益力が低い ~コンテンツ・ベースタウンが欠如~
- 課題② 地域経済の縮小 ~エリア外からの集客力に乏しく、地域経済への宿泊、飲食等による波及効果が少ない~
- 課題③ スポーツを通じた関係人口の創出 ~地域との接点創出や情報発信など、リピート化に向けた仕組みが不足~
- 課題④ スノースポーツ人口（地域住民の実施率）の減少

目標到達点

- 課題①に対するKPI 「コンテンツによる収益化／実施に向けて取り組むスキー場数」【独自設定項目】
 - ①-1 コンテンツによる売上予測 2万円/人（※参加者アンケートにより本コンテンツに対する支払い意識を調査）
 - ①-2 観察の受入 5スキー場 事業成果レポートの配布 200スキー場（※国内スキー場の約40%）
- 課題②に対するKPI 「地域への経済波及効果」【規定項目】
 - ② 地域への経済波及効果 500万円（※十勝エリアの産業連関分析による波及効果をもとに算出）
- 課題③に対するKPI 「地域への関心度、参画度、愛着度の向上」【規定項目】
 - ③-1 訪問者および関係者による「地域に関心をもった」「愛着を増した」の回答割合 80%
 - ③-2 インフルエンサー等によるSNSを通じた情報発信回数 150回（15人×10回）
 - ③-3 ③-2における閲覧数 合計30万ビュー
- 課題④に対するKPI 「地域住民の来訪回数」【独自設定項目】
 - ④ スキースポーツ未経験（または実施から遠ざかっていた）地域住民の来訪 50人回

訴求対象・ターゲット

- <国内>（属性）20～30代、独身又は子どものいない夫婦（収入は問わない）（形態）友人との個人旅行
- <国外>（属性）アジア圏在住の20代～40代（富裕層）（形態）友人、家族旅行での着地型商品

ターゲットへの有益性

キャンプは国内外の若年層に人気・集客力のあるコンテンツであり、またSNS映える会場造成を図ることから、世界中のターゲットに対して情報発信でき、自らも体験してみたい、さらにはSNSを通じて発信したいと思えるコンテンツとなる。

地域性

北海道特有の地域資源【①丸一日「雪」を楽しめる多様なコンテンツ、②大規模開発されていない「原風景」、③地元食材を使った「食文化」、④地域ならではの文化や観光コンテンツ】を活用するため、以下の工夫を行う。

- ・コンテンツの工夫 「スキー離れ世代や若年層を呼び込むきっかけを提供」
- ・実証場所の工夫 「近隣市町村から公共交通を活用して“手ぶらで”参加できる」
- ・発展性の工夫 「行政、関係団体との連携と自走化に向けた実施体制を整備」

将来性

スノーリゾート化推進に向けた取組方針のもと、投資の選択と集中による二極化とリゾート化の波に乗れない「地方の小規模スキー場」が衰退に向かう中で、以下の工夫を行う。

- ・コンテンツの工夫 「インバウンドのニーズも高く、SDGs達成に貢献するサステナブル・ツーリズムを造成」
- ・情報発信の工夫 「SNS・インフルエンサーを活用し、海外にも届きやすい情報発信を行う」
- ・実証場所の工夫 「インバウンドに対応したソフト・ハード整備に向けた課題の抽出、検証」

感染対策

ウィズコロナ時代において「感染拡大防止」と「経済効果」を最大限両立しうるため、以下の工夫を行う。

- ・コンテンツの工夫 「十分な“ディスタンス”を確保できるアウトドアコンテンツ」
- ・ターゲットの工夫 「旅行実施意欲の高い若年層をメインターゲットに設定」

継続性

イベント参加者などへのヒアリング、さらには産業連関表を活用した地域経済波及効果の算出などを通じ、本事業の効果・課題を的確に分析・検証する。翌年度以降は実施機関のアライアンスを強化し、モデル地域で自走化とともに、オール北海道の連携体制のもと、事業成果の横展開を図り、小規模スキー場のリゾート化推進を目指す。

【能登半島サイクルツーリングの魅力】



視福（変化に富んだ海岸線のビューポイント）×食福×発見×達成感

【地域の課題とKPI】

地域課題
半島全域への観光来訪が十分になされていない。（2次交通の問題もあり）半島内的一部著名観光地域（施設）に来訪者が偏ってしまっている。
長期滞在の地になり得ていない

『サイクルツーリズム』がこうした課題状況を改善する！しかし現状は・・・

課題事業 能登半島がサイクルツーリズムの適地であることが、自転車ファンに十分に認識されていない・・・
自転車旅ファン受入環境が不十分・・・

【KPI 1】 地域への関心度、参画度、愛着度の向上

【KPI 2】 地域の価値波及効果（推奨意向、継続訪問の意向）

【KPI 3（独自設定KPI）】 長期滞在（連泊者）増加

【事業の内容】

ターゲット

〔Primary Target : 関東・中部・関西圏のサイクリスト〕
〔Secondary Target : 自転車旅を能登滞在に組み入れる可能性がある和倉温泉リピーター〕
〔Thirth Target : サイクルツーリングを旅スタイルとするインバウンド〕

- ①能登半島サイクルツーリズム受入環境現況調査（現地調査・ヒアリング→データベース化）
- ②モデルコース検討調査
- ③受入環境向上ツール制作（自転車旅プランニング支援サイト制作）
- ④ファムトリップ実施
- ⑤幅のある実施期間を定めたインセンティブ付モニターキャンペーン
- ⑥広報ツール等作成（HP/チラシ作成）
- ⑦集客・認知度向上のためのプロモーション（国内外WebPR）
- ⑧効果検証

以次
降年度

半島全体でサイクルツーリズム
盛り上げる専門部会を組織
→一段上の取組を推進

合気道ツーリズム構築事業 株式会社TABIKYO JAPAN

■ 事業の目的

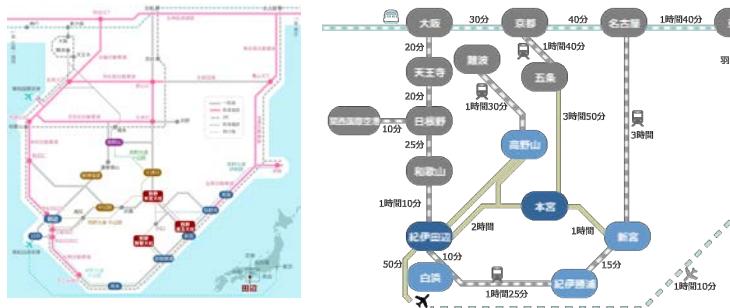
地域スポーツ資源を活用した国内外の旅行者から選ばれる観光コンテンツを持続可能な取り組として創出し、他地域と連携し経済波及効果を得ることを目的として、下記に選定するスポーツテーマ別のモデル事業を実施し、効果検証を行う。

■ 実施の背景

和歌山県熊野エリアにおいては、田辺市は、合気道の創始者・植芝盛平翁の生誕の地であり、熊野古道をはじめとした豊富な文化的遺産だけでなく、豊富な食資源など、合気道の精神世界に通ずる様々なコンテンツを有し停る。。

上記の資源を鑑みた際、和歌山県熊野エリアにおいてはスポーツ庁が推進する「武道ツーリズム」を柱の一つに据えることを視野に、今後推進していく上での基盤を整備する。

■ 熊野エリアのポテンシャル



田辺市がある熊野地方は、京都・大阪・名古屋から南下した紀伊半島に位置している。田辺市に隣接する白浜町には、南紀白浜空港があり、羽田空港から毎日3便運航。東京方面からのアクセスも便利。。

新大阪からJRきのくに線特急で紀伊田辺駅へ約2時間10分。本宮へは紀伊田辺駅から路線バスで約2時間。

東京からの場合、飛行機なら南紀白浜空港へ約70分というアクセスが比較的容易な地域。

■ 本事業で解決に取り組みたい課題とアプローチ

熊野と呼ばれる一帯の玄関口田辺市は、合気道の開祖植芝盛平の出身地であると同時に合気道創始（発祥）の地。合気道の国際大会が行われるなど、合気道の世界では認知度が高い一方、そうでない方からはあまり知られていないことが現状。

また、熊野エリアは熊野古道という大きな観光コンテンツはあるもののそれ以外のコンテンツが注目されず、なかなか着地型の観光コンテンツが出てこず、エリアでの長期滞在が難しい。

■ KPI

1 友達にも紹介したくなるような旅

地域の価値波及効果として、来た人がさらにその友人・知人へ紹介してくれる、また、SNSで写真をアップしたくなるような旅を開発

2 エリアへの経済波及効果

地域事業者と積極的な連携、また、地域飲食店・宿泊施設交通事業者などを利用することによる経済波及効果

3 安定運営のための体制構築

エリアをガイドできる通訳案内士や合気道を伝えられるインストラクターの育成を2025年の大阪万博を見据えた長期的な育成体制により構築

■ コンテンツ案



合気道という究極の武道を通じ、 その発祥地である田辺市の魅力を学ぶ2泊3日ツアー

合気道の聖地和歌山県田辺市にて、武道館での合気道体験と創始者植芝盛平ゆかりの地を巡るツアー。ツアー内の食事と体験コンテンツで、その土地の精神文化を育んできた第一次産業を体験する。

移動は地元のタクシー事業者と連携。地方都市に多くみられる2次交通の課題を解決。

多言語によるインストラクター、通訳士の確保・育成の方策

ガイドインストラクター人材の確保、

また多言語対応可能な体制構築に向けた通訳士の育成。

エリア観光を提供するにあたり、インストラクターの専門ノウハウと多言語での言語対応を両立する必要がある。それゆえ、インストラクターの確保に加え、多言語での通訳士の育成プログラムを組む。

スパイラルアップモデルのご提案

インストラクター・ガイドが体験コンテンツにしっかりと携わることにより、改善点を抽出し、コンテンツを磨き上げ続ける仕組みづくりを検討。

インストラクター人材の確保

合気道経験者

ガイド経験者

市内における若手の人材育成

興味がある地元人

観光ガイド

有識者によるプログラム提案

羽田 明史 氏

Haneda Akifumi

13,000人以上
の外國人ガイド実績！

主なガイド領域は、国内では富士山の登山ガイド、海外ではカナダのエローナイフでオーロラと犬ぞりのワーゲイド経験があり、これまで13,000人のお客様へのガイド実績がある。お客様と寄り添うガイドティングで、富士山・オーロラと共に通する『一生に一度の』シチュエーションをナビゲートし続ける。近年の国内インバウンド需要においては熊野古道でのトレッキングガイドや、京都の伝統工芸職人、お寺のプライベート体験などのファシリテーターとして、職人とお客様の間の現場対応。さらに京都拠点のランドオペレーターとして営業、商品開発・予約手配管理・ガイドを通して幅広くゲスト対応を行う。

効果検証

モニターツアーによる調査

■ モニターツアーの実施概要

企画開発したコンテンツを中心にモニターツアー工程を策定し、課題の抽出を目的としたモニターツアーを催行する。ツアーは2泊3日程度を想定。※工程及び日程は調整した上で決定する。

モニターツアー工程は、体験コンテンツのモニタリングを目的とするため、コンテンツのすべてを周遊していただきながら当エリアの観光魅力を総合的に考慮できる内容に工夫する。

また、ガイド育成研修会に参加したガイド及び、合気道のインストラクター候補も今後の活動を視野に入れた検証も同時にを行う。

ガイド・インストラクター

観光地

体験コンテンツ

グルメ

MONITOR TOUR

宿泊

■ モニター候補

課題の抽出に対応可能な欧米豪国籍の外国人をモニターとして参加いただき、各コンテンツ毎に定量／定性評価する。モニター人數は実際のFIT向けツアーを想定し、3名程度とする。※応相談

合気道愛好家外国人

合気道愛好家目線での、ルートを巡る旅を感じていただき評価いただぐとともに、外国人目線での観光ハードルなどをフィードバックする。

旅行好きの外国人（ユーザー目線）

旅行は好きだけれど合気道には縁がない外国人。合気道とは何か？から、精神世界・エリアの観光を一般外国人目線で評価する。

モニターツアーでは、モニター向けと受入事業者向けのアンケートを回収し、定量／定性両方の観点から分析を実施する。

「BMXの街横須賀」で実施するアーバンスポーツを活用した スポーツツーリズムコンテンツ創出事業

モデル事業テーマ：アーバンスポーツツーリズム

初めに

2022年4月27日に横須賀市と（一社）全日本フリースタイルBMX連盟は「アーバンスポーツを活用した連携協定」を締結し、自治体として初めて「JapanCupYokosuka大会」を7月に開催する。この決定は、アーバンスポーツの持つ「ファッション・音楽・映像」などのエンタテインメント性と、「音楽・スポーツ・エンターテインメントの力を活用した楽しい街」を目指す横須賀市にとって、大変意味のある大きな一步である。

横須賀には、誰もがアーバンスポーツを楽しめる「うみかぜ公園」という場所があるが、そこを「ツーリズム」という観点で利用をしてこなかった。今回の事業では、BMXを中心としたアーバンスポーツを「知る機会」「見る機会」「する機会」の提供できるコンテンツを創出し、「横須賀に行けば、BMXを楽しめる」という環境を作る。そして、横須賀に住む人だけでなく、市外から来る人们にもBMX・アーバンスポーツを通じて横須賀を楽しんでもらえる機会を創出し、関係人口を増やす。そしてこのコンテンツを通じて、横須賀＝アーバンスポーツの認知度向上・定着及びアーバンスポーツを通して地域の活性化、魅力ある街づくりを推進していく。

横須賀市の現状・強み

- 2022年4月27日 (一社)全日本フリースタイルBMX連盟(以下BMX連盟)とアーバンスポーツを活用した連携協定を全国で初めて締結
 - 7月に自治体として初めて「JapanCupYokosuka大会」を開催
 - JapanCupで使用するセクションを常時保有し、初心者から上級者までBMXを楽しめる環境があるといううみかぜ公園の存在
 - NTT東日本、NTTe-SportsとICT及び新たなスポーツを活用した「地域活性化に向けた3社連携協定」の締結
 - 市内にある米海軍横須賀基地(ベース)に住む25,000人のアメリカ人と、アメリカ文化を受け継ってきた自由闊達な雰囲気

事業概要（実施事項）

- ① **JapanCup**で利用したセクションを利用した取り組み
⇒ターゲット：トップアスリート・BMXライダー／トップアスリートの練習会場となり、BMXライダーが自然と集まる聖地とする
 - ② **地元出身トップライダーによる小学校訪問によるBMXの実演・講演会の実施**
⇒ターゲット：小学生とその保護者／BMXを知ってもらい、興味を持つてもらう
 - ③ **市内イベント会場でのトップライダーの実演・体験会の実施**
⇒ターゲット：横須賀市民・横須賀に訪れるファミリー層／横須賀＝BMXの街を知ってもらう。BMXに触れてもらう
 - ④ **うみかぜ公園を利用したトップライダーの実演・体験会及び宿泊付きツアーの造成・モニターツアーの実施**
⇒ターゲット：BMXをやってみたいと考えている子供及びそのファミリー／BMXを目的として横須賀に訪れてもらう
：米海軍横須賀基地に住む25,000人のアメリカ人／インバウンド向けツアー造成に向けて情報を得る
 - ⑤ **地元企業・市民向け講演会・交流会の実施**
→ターゲット：地域企業・地元商店街・住民／横須賀市のBMXへの取組を説明・理解してもらい、地域としてBMXを
 - ⑥ **BMXと横須賀市のPR動画の作成及び広告宣伝**
⇒ターゲット：BMXに興味のある小・中・高校生／横須賀＝BMXの街の認知度UP、横須賀への来訪促進
 - ⑦ **AIビーコンを利用した来訪者の行動分析**
⇒ターゲット：横須賀市への来訪者／ビッグデータを活用・分析をし、次年度以降BMXを利用したスポーツツーリズムに

現状の課題

横須賀市のアーバンスポーツに関する課題

横須賀市 = BMX
のPR及び認知不足
=「知る」機会「見る」機会
の創出

環境が整っていない
(指導者不足・
始めるきっかけが無い)
=「する」機会の創出

横須賀市の観光に関する課題

観光消費額が少ない
(日帰りが多い)
=観光消費額のUP

スケジュール（予定）

実施体制図

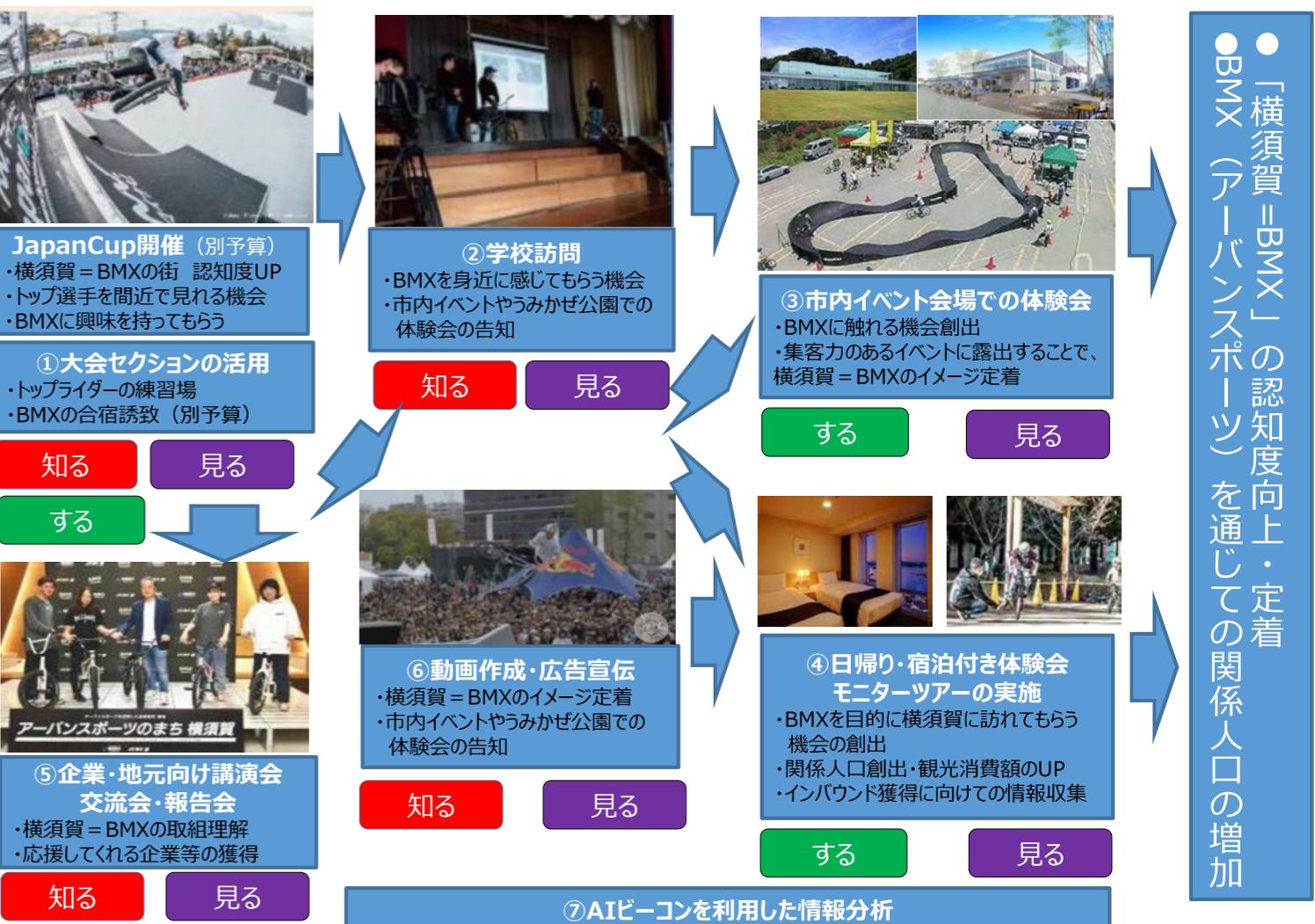
団体名及び担当者	役割	体制	実績等
横須賀市文化スポーツ観光部 企画課長 北山 剛	実施主体、全体統括、報告 各種調整、AIビーコンの設置	5名	アーバンスポーツを活用した連携協定締結 令和2年度「地域スポーツ資源を活用したインバウンド拡大のためのモデル事業」(サイクルツーリズム)の実施
B M X連携 理事長 出口 智嗣	市内イベント会場での体験会・学校訪問・講演会企画及び選手派遣 JapanCup大会セクションの設置	6名	JapanCupの主催、全日本選手権の主管 アーバンスポーツを活用した連携協定の締結 学校訪問（@岡山県:2018年度から3回/年実施）
株式会社 J T B 横須賀支店 営業課営業担当課長 歳常 拓也	市内イベント会場での体験会・学校訪問・講演・交流会・報告会の運営 モニターツアーの企画・運営、動画作成、広告宣伝、ビーコンデータの分析	3名	観光庁事業 「誘客多角化のための魅力的な滞在コンテンツ創出事業」の実施 「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証実験」の実施
よこすかseasideパートナーズ 西武造園（株）管理営業部部長 松村 邦正（指定管理者）	JapanCupセクションの管理・運営 うみかぜ公園を利用した体験会の運営	5名	うみかぜアーバンスポーツフェスタ開催

効果検証方法

JapanCupセクションの利用者数	延べ500人以上（うち外国人100人）
学校訪問の実施	トップライダーの市内小学校での講演会・実演会 6回
体験会・モニターツアーの実施	市内イベントでの体験会10回、宿泊モニターツアー2回
動画コンテンツの作成と総再生数	動画作成2本、総再生数10,000回以上
地元企業・商店街・市民向け講演会、交流会・報告会の実施	4回実施
うみかぜ公園利用者数	50,000人以上（25%UP、年平均40,000人）
イベント参加者へのアンケート調査及びAIビーコンの導入・分析	市のアーバンスポーツ取り組み認知度80%以上、データの分析の報告書作成

翌年度以降の持続的な実施想定

- ・JapanCupの継続開催及びJapanCupセクションの継続的な利用 → BMX連盟選手登録者数の増加やトッププレイヤーの排出
 - ・BMX（及びアーバンスポーツ）の取り組みを応援してくれるスポンサー企業の獲得 → JapanCup YOKOSUKA大会の発展
 - ・体験会や学校訪問、市内イベントと連携した体験会の更なる実施 → アーバンスポーツ関係人口の増加
 - ・BMX以外のスポーツ（例えはスケートボードやダンス）との連携 → 総合的なアーバンスポーツイベントの開催
 - ・他都市・他ジャンル（音楽、ファッション、アート、ICT、エンターテイメント）関連産業のコラボレーション
 - ・AIビーコンを利用したデータの分析 → アーバンスポーツを通じたツアーコース及びインバウンドを意識したPRにつなげる



- スポーツや運動を通じて、**交流人口の拡大や外出機会増加、コミュニティ強化**などを図り、**地域の稼ぐ力の向上や地域内経済循環の実現**を目指す取組のこと
- その際、スポーツを、競技や学校体育のみならず、**体を動かす日常的な活動全般**として幅広くとらえることが重要

【関連する施策】

アウター施策
スポーツを通じた地域の稼ぐ力の向上、交流人口の拡大

- ✓ **自然環境やスポーツ文化を活かしたツーリズムの推進**
- ✓ 地域に根差したプロスポーツの観戦客数の増加とそれらの観光客の**地域滞在の促進**
- ✓ 国内外の**大会誘致**とそれらの観客の**地域滞在の促進**
- ✓ スポーツを通じた**移住・定住**の促進

インナーアクション
誰でも日常的に出歩き、体を動かし、スポーツができる社会づくり

<外出機会増加、コミュニティ強化などを通じた、健康増進および地域内経済循環>

- ✓ **ウォーカブルなまちづくり**、自転車活用、地域交通の確保。自家用車依存を減らした**脱炭素まちづくり**
- ✓ **誰もが運動に親しみ、外出しやすく、垣根なくコミュニケーション**が取れる社会づくり。地域包括ケアの推進や学校部活動の地域連携や地域クラブ活動への移行に向けた環境整備など、地域ぐるみで取り組む枠組みの構築
- ✓ 公園、広場、道路等の**オープンスペースの活用**、スポーツ施設の多機能化
- ✓ 地域の**市民文化**としてのスポーツを通じた**シビックプライド**の醸成