

スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業  
 (需要拡大のための官民連携プロモーション)  
 事業報告

受託者：株式会社JTBコミュニケーションデザイン

事業の実績

(1) 事業の実施期間

平成 30 年 9 月 28 日～平成 31 年 3 月 15 日

実施時期	官民連携協議会	デジタルプロモーション	「誘う」、「発信する」仕組み作り
4月			
5月			
6月			
7月			
8月			
9月	日程調整・会場手配下見 委員連絡 資料準備・会場セッティング 第1回官民連携協議会 (9/28)	企画立案 XPJP社打ち合わせ 資料作成	パネル撮影立ち合い パネル制作
10月	議事録作成 第2回協議会調整 委員連絡 (議事要旨)	動画撮影 制作進行確認	スポーツツーリズムキャンペーン企画立案
11月	委員連絡 (日程確認) 資料準備・会場セッティング 第2回官民連携協議会 (11/26)	動画チェック 動画協力先への連絡 デジタルプロモーション実施方針打ち合わせ 資料作成	スポーツツーリズムキャンペーンサイト制作
12月	議事録作成 第3回協議会調整 委員連絡 (議事要旨)	デジタルプロモーション実施 広告の中間報告	スポーツツーリズムキャンペーンサイト公開 スポーツツーリズムキャンペーン実施 投稿内容の確認
1月	委員連絡 (日程確認) 資料準備・会場セッティング 第3回官民連携協議会 (1/29)	デジタルプロモーション実施 広告の中間報告	スポーツツーリズムキャンペーン実施 投稿内容の確認 当選者の選定、連絡
2月	議事録作成	広告結果の集計、分析	当選者への賞品の発送
3月	報告書資料作成 報告書提出	報告書資料作成 報告書提出	報告書資料作成 報告書提出

## (2) 事業の実績の説明

### ①事業内容等

スポーツツーリズムの需要拡大による地域の活性化・関連産業の活性化を目指し下記の3事業を実施。

#### ○官民連携協議会

スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会の運営補助業務及び報告書の作成等。

#### ○デジタルプロモーション

国内外にスポーツツーリズムの魅力や意義を広く発信することを目的にしたデジタルプロモーション等の実施。

#### ○「誘う」、「発信する」仕組み作り

スポーツツーリズムの認知度の向上や定着化を目的とした、エンジョイ！スポーツツーリズムキャンペーンを実施。

### ②事業の実施方法等

#### ○官民連携協議会

##### <開催主旨>

平成30年3月に今後のスポーツツーリズム推進の指針として策定された「スポーツツーリズム需要拡大戦略（以下「拡大戦略」という。）」に基づき、重点テーマに設定された「アウトドアスポーツツーリズム」及び「武道ツーリズム」を中心とした議論を行うこととし、これに関連するメンバーにより官民連携協議会を開催。

##### <参加委員企業>

イオンモール株式会社／一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン／グーグル合同会社／  
クロススポーツマーケティング株式会社／株式会社ジェイティービー／  
株式会社スノーピーク地方創生コンサルティング／株式会社SUBARU／  
全日本空輸株式会社／日本航空株式会社／東日本旅客鉄道株式会社／  
フェイスブックジャパン株式会社／株式会社プリンスホテル／株式会社モンベル／  
株式会社リクルートライフスタイル  
以上14社

##### ・座長

早稲田大学スポーツ科学学術院 原田宗彦教授

##### ・オブザーバー

株式会社樫出版社／株式会社スポーツニッポン新聞社／株式会社山と溪谷社  
一般社団法人日本スノースポーツ&リゾート協議会／一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構／経済産業省／環境省／文化庁／観光庁／株式会社読売新聞社／全国地方新聞連合

##### <開催日>

第1回：平成30年9月28日（金）  
第2回：平成30年11月26日（月）  
第3回：平成31年1月29日（火）

##### <実施業務>

- ・委員連絡（開催通知・出欠確認・議事録確認・会議課題の収集）
- ・会議準備（日程調整・会場手配・資料作成及び印刷）

- ・会場運営補助（会場セッティング・資料配布・機材操作補助）
- ・議事録および報告資料の作成 等

## ○デジタルプロモーション

### <実施概要>

日本のスポーツツーリズムの魅力を、拡散可能でターゲティングや事業成果の可視化が比較的容易なデジタルメディアで国内外に発信し、需要を喚起するとともに、定着化を図るためのプロモーションを展開。

### <実施内容>

- ・動画制作

海外目線での地域ブランディングに長けた「XPJP Inc」と連携し、感性を存分に活かした日本のスポーツ資源のブランディング映像コンテンツを制作。

- ・デジタルプロモーション

平成 29 年度にスポーツ庁で実施したスポーツツーリズムに関するマーケティング調査結果を踏まえ、最も効果的なデジタルプロモーションを実施し、得られた関心層データを分析。

### <実施業務>

- ・動画コンセプト検討
- ・動画で取り上げるスポーツ、撮影地検討
- ・動画制作
- ・出演者手配
- ・デジタルプロモーションの方向性の検討
- ・デジタルプロモーションの実施
- ・デジタルプロモーションのレポート作成（データ集約、分析）
- ・官民連携協議会での各委員への説明

## ○「誘う」、「発信する」仕組み作り

### <実施概要>

キャンペーンサイトにおいて、「エンジョイ！スポーツツーリズムキャンペーン」を実施。キャンペーンでは情報発信手段として活用されている SNS を利用して、コアファン（実施経験者・実施意向者）の主体的な情報発信を促進。

また、スポーツ庁長官の等身大パネルを作成し、各種スポーツ庁参画イベントで展示を行い、スポーツツーリズムの促進や地域スポーツの振興に係る活動の認知度を向上。

### <実施内容>

- ・キャンペーンサイトページ制作

スポーツツーリズム・ムーブメントを創出するため、情報が集約されるプラットフォームとなるキャンペーンサイトページを制作。Tagboard システムを利用し、一般の方のスポーツツーリズムに係る SNS 発信画像をサイト内で可視化する手法を採用。

- ・キャンペーンの実施

スポーツツーリズムのコアファン（実施経験者・実施意向者）が SNS で主体的な情報を発信し、「スポーツツーリズム」特定のハッシュタグ（#スポーツツーリズム 2018）のキーワードによって集約を行うことにより、広く一般の方の認知度を向上。

- ・パネルの制作、展示

スポーツ庁長官の等身大パネルを作成し、各種スポーツ庁参画イベントで展示を行い、スポーツ振興に係る活動の認知度を向上。

### <実施業務>

- ・サイト制作（特集ページ制作・誘導施策の企画立案）

- ・キャンペーンサイト運営
- ・当選者の選定
- ・賞品の購入、発送
- ・撮影関連：準備・スケジュール調整・現場立ち合い
- ・キャンペーンのレポート作成

### ③事業の成果等

#### ○官民連携協議会⇒別添資料 1

運輸・旅行・IT・自動車・用品・流通といった幅広いスポーツツーリズム関連企業の参加により、各企業の多種多様な活動や今後予定するアクションを共有。今年度に関しては「アウトドアスポーツ」「武道スポーツ」に関して、各地での先進事例を共有し、いわき市にも参画いただき、各企業において地域でどう連携ができるか意見交換を行い、今後のアクションにつながる機会を創出。

#### ○デジタルプロモーション⇒別添資料 2、3

各スポーツでプロ選手の起用や外国人目線での動画制作により、目標視聴回数が 200 万回のところ、実視聴回数は 560 万回以上と予想を大きく上回る反響。今回のデジタルマーケティングで得られたデータを今後に生かすべく分析。スポーツ庁においてスポーツツーリズムの認知度の向上のみならず、スポーツツーリズムに取り組む地方公共団体や団体・企業等に対して有益な情報として提供。

#### ○「誘う」、「発信する」仕組み作り⇒別添資料 4

スポーツツーリズムキャンペーンを通じて、一般の方から 422 件の画像投稿があり、投稿者のフォロワーや投稿を見た方などに広く「スポーツツーリズム」(#スポーツツーリズム 2018) を周知したことにより、スポーツツーリズムの認知度を向上するとともに需要を喚起。応募条件にスポーツ庁公式 SNS アカウントのフォローが条件になっているため、スポーツ庁公式 SNS の認知度の向上及びフォロワーを獲得。