

平成 30 年度「スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業
(スポーツ文化ツーリズム創造・発信事業)」

スポーツ文化ツーリズムアワード 2018 選定 5 事例調査 報告書

平成 31 年 3 月

(2019.03.05 版)

1. 調査の目的

本調査は、「スポーツ文化ツーリズムアワード 2018」（参考）で選定した事例について、事業の目標、経済効果、これから事業を始めようとする団体へのアドバイス等を受賞団体からアンケートにより聞き取り、公表することで、地域資源等の再発見を促し、全国の自治体や NPO 等が「スポーツ文化ツーリズム」を推進することで、全国的な定着を図ることを目的としている。

2. 調査の方法

各団体にヒアリングシートを配布。必要に応じて電話による調査を行った。

(ヒアリングシート)

■事業概要・目標

■事業内容の詳細・実績・成果・課題

■意見・要望

質問 1	貴事業の概要、目標などについてお伺いします。
①	貴事業を計画された背景（地域での課題・問題など）、それに対して、事業立ち上げに至る経緯（構想から事業スタートまでの概略）をご教示ください。
②	貴事業開催前に設定していた目的・狙い（例：上記地域での課題に対して、インバウンド展開に対して、など）をご教示ください。また、その目的・狙いは、事業を行うことでどれくらい達成できたとお考えですか？
③	貴事業の今後の目標（集客、インバウンド展開、など）をご教示ください。 今後事業が目指している目標をできるだけ具体的にお知らせください。特に、数値目標など定量的な指標を設定されている場合はぜひご教示ください。
質問 2	貴事業で動員された「参加者」「観戦者」「スタッフ」などの人数をご教示ください。（概算の人数でも結構です。）
質問 3	貴事業を通じて獲得できた経済効果（県民経済計算におけるプラス変動、観光産業の総生産高推移、MICE 開催による経済波及効果測定など）をご教示ください。（お分かりになる範囲、概算の数字でも結構です。）
質問 4	貴事業が達成した成果をご教示ください。※経済効果以外の成果 （例：交流人口の増加、地域への帰属意識の向上、地域活性化への貢献、事業を通じた成果など）
質問 5	活動の告知・PR 方法、ボリュームをご教示ください。（WEB サイトや SNS での展開、チラシ ●●部を、対象エリアで配布など）
質問 6	地方公共団体や地域で連携している展開があれば、ご教示ください。
質問 7	インバウンド向けに展開していることがあれば、ご教示ください。（WEB サイトやチラシの多言語展開など）
質問 8	貴団体で、今後や直近での課題があれば、ご教示ください。
質問 9	スポーツ文化ツーリズムの発展のため、貴事業が特に自信があり、他よりも優れている、と思われる点をご教示ください。また、他の地域で、これから事業を始めようとしている方や、すでに携わっている方へ、アドバイスやご意見があればお願いいたします。
質問 10	政府・地方公共団体や関係団体等へのご要望があれば、ご記入ください。
質問 11	今回「スポーツ文化ツーリズムアワード」に応募された理由をご教示ください。

〔参考〕「スポーツ文化ツーリズムアワード 2018」

スポーツ庁、文化庁、観光庁の三庁は、2016年3月に「スポーツ庁、文化庁及び観光庁の包括的連携協定」を締結し、スポーツや文化芸術資源の融合により、新たに生まれる地域の魅力を国内外に発信し、訪日観光客の増加や国内観光の活性化を図るための取り組みを推進するため、「スポーツ文化ツーリズムアワード」を2016年度から実施している。

第3回となる「スポーツ文化ツーリズムアワード 2018」では、スポーツ文化ツーリズムの成功事例としての「マイスター部門（※1）」と、今後の展開が有望視される事例としての「チャレンジ部門（※2）」の二つの部門を募集し、5団体の取組を「マイスター部門 入賞」、「チャレンジ部門 入賞」として選定した。

※1：マイスター部門：過去3回以上のイベント開催実績又は3年以上継続的な取組であり、国内外の観光客の増加に寄与しているもの。

※2：チャレンジ部門：マイスター部門の応募条件を充足しないが、1回以上の実施実績がある取組であり、地域への国内外からの観光客の増加効果が期待できるもの。

「マイスター部門 入賞」

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」（NPO 法人 きらり水源村）

◆「国際スポーツ雪かき選手権」（一般社団法人 日本スポーツ雪かき連盟）

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現する「ツール・ド・ニッポン」

（一般社団法人 ルーツ・スポーツ・ジャパン）

「チャレンジ部門 入賞」

◆十勝ナイトリバークルージング（株式会社 サムライプロデュース）

◆世界一自由な空へつばさに乗って行こう 南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

（一般社団法人 山形バリアフリー観光ツアーセンター）

国際スポーツ雪かき選手権

(申請団体)
一般社団法人
日本スポーツ雪かき連盟

取組概要

北海道小樽市において、住民にとっては厄介者の雪が、雪の降らない地域から訪れる訪日外国人にとって憧れの存在であることに着目し、逆転の発想で雪かきを社会貢献と組み合わせた冬のアクティビティとした。2014年から毎年一回実施。留学生や海外からの参加者を増やす取組を継続的に行っている。

評価ポイント

- 「雪かき」という雪国の社会問題を、逆転の発想でスポーツ化。多くの人が参加して楽しむイベントにするとともに、社会貢献・地方創生にもつなげている。
- 新しいスノースポーツであり、外国からの更なる参加増も期待できる。



カヤックで農業用水路を下る！ 「イデベンチャー」

(申請団体)
NPO法人
きらり水源村

取組概要

熊本県菊池市の中山間地域で廃校を活用する目的で立ち上げられたNPO法人が実施。地域の農業者の協力を得て、農業用水路（井手）をカヤックで下る稀有な体験プログラム「原井手（はるいで）下りアドベンチャー（通称：イデベンチャー）」。

菊池市やツアー会社と連携してPRを強化し、年々参加者が増加している。

評価ポイント

- 地域の文化資源である農業用水路（井手）をうまく活用して、スポーツアクティビティに転換している。
- スポーツとエコロジーツアーをうまく掛け合わせている。



地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズム で通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

(申請団体)
一般社団法人
ルーツ・スポーツ・ジャパン

取組概要

地域に合わせたコース設定に文化資源の魅力も組み合わせた「ツール・ド・ニッポン」というサイクリングイベントを2012年から開催。ツアー会社と連携して外国人サイクリストを日本に呼び寄せるとともに、各地域でエスコートライダーの養成も行うなど、地域との連携を深め、継続性を確保している。

評価ポイント

- 全国で行われているイベントだが、自転車イベントを通して、それぞれの地域ならではの形に落とし込み、海外からの誘客にもつなげる「仕組み」として優れている。



世界一自由な空へ つばさに乗って行こう 南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

(申請団体)
一般社団法人 山形
バリアフリー観光ツアーセンター

取組概要

山形県にある南陽スカイパークは、日本で唯一車椅子のパラグライダーフライトを行っている。2016年から受入れを開始し、26名の方がフライトを行った。海外からのバリアフリーインバウンドの誘客にも取組み、バリアフリー観光を積極的に進めている。温泉や季節の果物等豊富な観光資源を活用し、地域全体の発展を推進している。

評価ポイント

- 車椅子でのパラグライダーは、車椅子利用者のみならず、高齢者や視覚障がい者などにもスポーツをする楽しみを届ける取組として評価できる。
- 地域と密接に連携して、バリアフリーインバウンドの誘客に取り組んでおり、今後の発展が期待できる。



十勝ナイトリバークルージング

(申請団体)
株式会社
サムライプロデュース

取組概要

自然豊かな帯広川を使った、日本では類を見ない夜のボートクルージング。街中にありながらも普段では気がつきにくい自然界の音や満天の星空が水面に創り出す美しい景観など、非日常を体験できる。クルージング後には、地元のスイーツと共にティータイムを楽しむ。十勝ならではの自然と恵みを満喫できる。

評価ポイント

- 自然をうまく活用したナイトタイムエコノミーの取組であり、インバウンドを含め、今後の発展が大いに期待される。
- 自然相手にしつつも、季節限定ではなく、年間を通して運営している点は評価できる。



3. 調査結果

質問 1：貴事業の概要、目標などについてお伺いします。

① 貴事業を計画された背景、それに対して、事業立ち上げに至る経緯をご教示ください。

<マイスター部門>

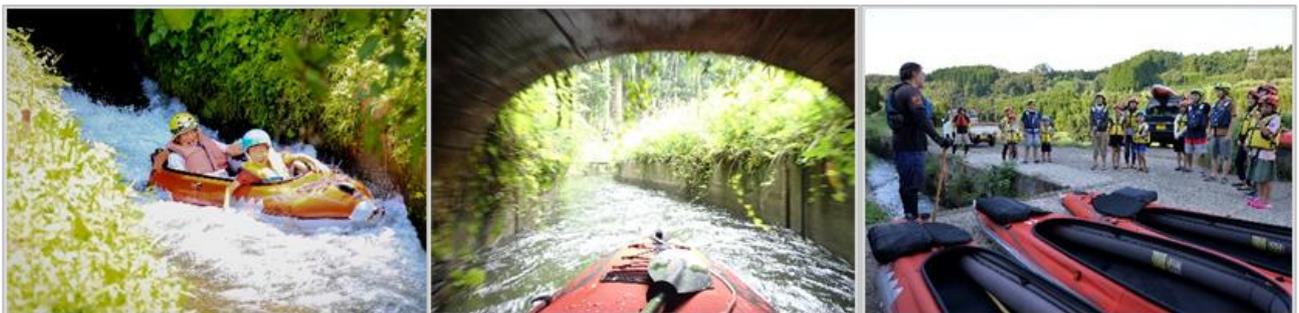
◆国際スポーツ雪かき選手権（一般社団法人日本スポーツ雪かき連盟）

- ・ 小樽市は札幌市から近く、通過型観光が主体であったため、特に冬期間の宿泊を増やす必要性があった。
- ・ 小樽市に、新たな冬のアクティビティが必要と考え、住民にとっては厄介者の雪が、雪の降らない地域から訪れる訪日外国人にとって憧れの存在であることに着目し、逆転の発想で雪かきを社会貢献と組み合わせてスポーツ雪かきを立ち上げることとした。
- ・ 2014 年から毎年一回実施。留学生や海外からの参加者を増やす取組を継続的に行っている。



◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」（NPO法人きりり水源村）

- ・ NPO 法人きりり水源村は、「高齢化」「過疎化」の問題に直面している熊本県菊池市の中山間地域・水源地区で、地域住民が廃校となった中学校を活用する目的で法人を立ち上げた、全国的にも珍しい NPO である。
- ・ 人が減った里山に人を呼び込む交流事業として、農業、郷土料理、竹細工体験など、地域住民が協力し里山の知恵や自然を活かしながら取り組んでいるが、提供対象が「団体（5 名以上）」を基本としていたため、個人や家族単位で気軽に申し込めるプログラムがほとんどなかった。
- ・ 宿泊、食堂を備えた廃校施設のため、団体利用者が多く、客層が比較的限られていることも課題の一つであった。
- ・ 「農業従事者の生業の一部である井手を遊びに活用する」には大きな壁があり、2014 年の 5～6 月の約 2 ヶ月かけて井手を調査。コースのマップ・実施計画などを作成し、原井手管理委員会へ提出。廃校を活用するために NPO を立ち上げた地域であることや、賛同者の後押しがあり委員会から承認を得ることができた。その際、「井手の水を汚さない」「流れに影響を与えない」などの約束ごとが委員会から提案され、書面にて契約を交わしている。
- ・ 実施期間についても、稲作で用水路の水位が高い時期（7～9 月）のみとし、農業に負担を与えないよう心がけている。また、体験料の一部（参加者ひとり 100 円）を井手使用料という名目にし、農業委員会へ納めている。



◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

(一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン)

- ・ ツール・ド・ニッポンは、2012年からスタート。元々「日本にスポーツを普及させていきたい、スポーツビジネスを発展させていきたい」との思いと、「地方の活性化に貢献したい」という思いがあり、公道を使って実施するサイクルスポーツは地域活性化に貢献しやすい種目ということに着目した。
- ・ 2011年3月に東日本大震災が起こった後、日本全体が大きな被害を受けているさなか、「スポーツの力で日本を元気にしたい」という趣旨で当シリーズの構想を立ち上げ、賛同してくれる自治体を探した。初年度は5つの自治体が開催意向を示してくれ、2012年に5地域でのシリーズイベントという形でスタートした。当時は「サイクルツーリズム」という文言は使っていなかったが、当時から「サイクルスポーツ（サイクリング）×地域活性化・地方誘客」をメインテーマとして掲げていた。



<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

(一般社団法人 山形バリアフリー観光ツアーセンター)

- ・ 障害があることで外出を控えたり、観光できないなど制限が多く様々の場所でバリアを感じていた。
- ・ スカイスポーツにおいて、これまで障害者は、空を飛ばないだろうという受入側の意識、自分たちは、空を飛ばないと諦めている障害者の状況があったが、障害があるからできないという固定観念を取り払い、これまで誰もやっていなかった車椅子で障害者が空を飛ぶということを通して、諦めなければ叶えられる夢があるということを伝え、挑戦できる環境を整備して行きたかった。



◆十勝ナイトリバークルージング (株式会社サムライブロデュース)

- ・ 弊社は今回受賞した十勝ナイトリバークルージング以外にも、地域の事業者や個人と連携して、多数の観光コンテンツをプロデュースしている。個人的な話だが、7年前に北海道へUターンで戻ってきた。それまでの25年間は東京で暮らしており、生まれ育った北海道に対して外から感じていたのは、観光コンテンツのマンネリ化、本当の魅力が北海道外に伝わっていないのではないかと疑問であった。年に一度の帰省の度に感じており、何か地元北海道の役に立ちたいという思いから、本事業は既存の北海道観光コンテンツの拡大と品質の向上を目的に、自身の広告業時代に培ったノウハウやスキルを活かして開始した。
- ・ このような観光コンテンツのプロデュース業は北海道ではあまり前例がなかったため、手探り状態の中で始めたが、事業開始から3年が経過し、順調に業績と利用者数を伸ばしている。国内外を問わず、幅広い層のお客様にご利用いただき、リピーターの方も増加傾向にある。



今回選定された5事例はそれぞれ、その地域性やスポーツ・文化の特性を活かしながら、地域貢献や共生社会など社会的意義をもたらすコンテンツとなっている。

マイスター部門では、自然や身近な環境、地域の生業に紐づく遺産をスポーツと掛け合わせてきたことで、参加者に対する魅力のみならず、地域への還元につながる事業が継続的に提供されている。「カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」」では、現役の農業用水路を使用しているため、農業に負担を掛けないう、体験料金の一部を使用料として、地元農業委員会へ納めており、域外の利用者から域内の住民に対して還元されている。

チャレンジ部門の「世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験」では、当事者ならではの視点から、これまでにない体験価値を生み出し、単なるアクティビティの域を超え、スポーツ文化ツーリズムを通じて、体験者に感動を与え、その後の希望にも繋がっている取組とも言える。

質問 1：貴事業の概要、目標などについてお伺いします。

- ②貴事業開催前に設定していた目的・狙いをご教示ください。また、その目的・狙いは、事業を行うことでどれくらい達成できたとお考えですか。

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ スポーツ雪かきの目的は、高齢化が進み深刻化する除雪問題解決と観光振興を同時に解決すること。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ 個人単位で気軽に申し込めるプログラムとして認知され客層が広がったことや、福岡県を中心とした申し込みが増え、県外からの来館者率が高くなった。
- ・ 水源地区は約 280 戸、約 900 人の集落ということもあり、集落人口程度（3ヶ月間で 1,000 名）を目標に推進してきましたが、実施翌年には目標達成。4 年目からは 2,000 名を超える結果を残し、ひとつの体験プログラムとして大きな成果を残せた。
- ・ 来館者に田舎の味を楽しんでいただくため、イデベンチャー体験者を対象とした「里山ランチ」（800 円）の提供を 2017 年より始め、2 年間で 817 食を提供した。このランチは、「イデベンチャー体験の用水路の水でつくられた米」を食べていただくことを目的としており、米はもちろん小麦や味噌（だんご汁）、椎茸（しいたけ南蛮）、大豆（豆腐）、漬物など地元産にこだわったメニューづくりを行った結果、地域の農産物を使った料理の確立と、料理上手のお母さんたち「水源ばあば」（水源村加工部）の収益に繋がった。

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ サイクルスポーツ、サイクリングを活用して日本の都市部から地方へ人の移動を生み（ツーリズム）、地域の活性化（経済効果）に貢献することを目的としている。
- ・ 当初は、各地で年に一度のイベント事業のみを敢行。イベント事業は、回を重ねるごとに成果を出すことができ、29 年度は、全 16 地域で 14 億 6 千万円の経済波及効果を生み出すことに成功した（観光庁のモデル指標により算出）。
- ・ 一方で、イベント事業のみでは、達成できない課題も立ち現われ、現在は新たな課題解決のためにイベント以外の事業も行っている。

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ 山形にバリアフリー観光を普及することで、障害者の方や受入側の意識を変えていくことができていると感じる。障害者や高齢者の外出促進と観光客の増加を目的とし、2016 年 4 月に山形バリアフリー観光ツアーセンターを設立。すべての方の「行きたい」を叶え、夢を叶えるために活動を展開。バリアフリー観光の目玉として車椅子によるパラグライダーフライトを行い、他では体験できないスカイスportsを取り入れることにより、山形の知名度向上と交流人口の拡大に努める。
- ・ 多くの方が山形県を訪れることで、地元のバリアフリー観光の普及や環境整備に繋げる、それと同時にバリアフリー観光で観光客増加による経済効果を高め、さらにはすべての人が生活しやすい街づくりを狙っている。
- ・ 達成率は現在までで、約 50 パーセント。目標設定が高く、また、継続して活動を続けていくことで、地域の方々への理解を深め、バリアフリー及びバリアフリー観光を浸透させていく必要があるため。

◆十勝ナイトリバークルージング

- ・ 観光だけの入り口で始めた事業ではなく、北海道の経済活性化の一翼として、自身に何ができるかが、そもそもの出発地点であった。広告業界および IT 業界におけるプロデュース業や商品開発で長年培ってきたノウハウやスキルを、観光コンテンツや特産品のプロデュースへ応用するというプランのもと、本事業を実施している。
- ・ 観光コンテンツをプロデュースするうえでの目的や狙いは、現状の観光コンテンツ以外に、魅力ある観光コンテンツをプロデュースし、そのバリエーションの多さと、高い品質で、北海道を観光で訪れる国内外の方の満足度を向上させ、リピートを促進すること。

質問 1：貴事業の概要、目標などについてお伺いします。

- ③貴事業の今後の目標をご教示ください。今後事業が目指している目標をできるだけ具体的にお知らせください。特に、数値目標など定量的な指標を設定されている場合は、ぜひご紹介ください。

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ 現在年一回のイベントを複数回、小樽市内で実施すること。
- ・ 北海道観光振興機構、JTB などの旅行代理店の協力を得て、インバウンドの獲得を目指すこと。
- ・ SNS 等を用いてニセコエリアからのインバウンドを誘致すること。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ インバウンドについては、3 年前から英語圏ツアー（関西のツアー企画会社）の受け入れを行っている。
- ・ 昨年（2018 年）からは、8 月のツアー体験として組み込まれ、海外の方を受入れている。また、2016 年に台湾のツアー担当者から、「一度に 30 名以上の受け入れができればツアーを組める可能性が高くなる」とのアドバイスを受け、体制を検討中。※現在、一度に受け入れできるのは 16 名（カヤック 8 艇分）が基本

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ イベント事業では一定の成果を上げられているが、一方で次の 2 つの課題に直面した。
 1. イベント以外の通年的な誘客
 2. 海外からの誘客1 については、「サイクリングガイド人材の育成」「観光×サイクリング専用の WEB サービス・スマホアプリの開発」等を行っている。2 については、インバウンドサイクリングツアーの造成・販売に着手している。今後の目標は、それらの施策を軌道に乗せ、各地での通年的誘客およびインバウンド誘客に貢献していくこと。

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ 2022 年までに、南陽市の観光客 10,000 人増を目指す。（平成 28 年度で 100 万人）
- ・ 障害者や高齢者、インバウンドの集客に力を入れ、バリアフリー観光普及に努める。

◆十勝ナイトリバークルージング

- ・ 十勝エリアだけではなく、北海道全体をドメインにビジネス展開を考えている。
- ・ 現在展開している十勝エリアでは観光マーケットが小さすぎるため、現状のままでは事業継続が非常に困難である。十勝エリアでの展開は今後も拡大していくが、来年度は、それと並行して、観光マーケットの大きな、ニセコ、ウトロ（知床）エリアでの展開を行う予定。各エリアでこれまでなかった観光コンテンツを地域の事業者や個人の方と協業して、プロデュースする予定。
- ・ 独自の観光コンテンツプロデュースのノウハウを確立しており、そのノウハウを北海道内の各事業者や自治体と共有し、一緒に観光コンテンツ開発などを行えるよう展開。
- ・ 利用者数目標は、全メニュー合計で今年度の約 1.3 倍にあたる約 2,000 人。十勝ナイトリバークルージングに関しては、今年度の約 1.5 倍で約 1,000 人を目標としている。

今回選ばれたすべての団体が、地域への来訪者や参加者増加とともにインバウンド誘客を今後の目標としている。インバウンド集客を増加させるためには、人材を含む受け入れ態勢の整備など、関係企業や組織などとの連携も検討していく必要が考えられる。

質問 2：貴事業で動員された「参加者」「観戦者」「スタッフ」などの人数をご教示ください。
 （概算の人数でも結構です。）

企画名（申請団体）	参加者/開催日数	観戦者	スタッフ
国際スポーツ雪かき選手権	79 名	50 名	28 名
カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」	6,890 名 (2014～2018 年)	約 700 名 (2014～2018 年) ※統計を取っていないが、 参加者の 10%程度	体験スタッフ 11 名 受付 2 名 食事対応 3 名 計 16 名
地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現する ツール・ド・ニッポン	2018 年 約 18,000 名	2018 年 約 30,000 名	平均的に イベント 1 開催あたり 100～ 200 名前後
世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験	26 名 (2016～現在) <内訳> 大人：23 名、子供 3 名	参加者以外の通りすがりの方も含めて不特定多数の方に見学	18 名 (山形バリアフリー観光ツアーセンター、フライト先(ソアリングシステム))
十勝ナイトリバークルージング	680 名 (2018 年度見込み)	夜間アクティビティにつき 該当なし	3～5 名

質問 3：貴事業を通じて獲得できた経済効果（県民経済計算におけるプラス変動、観光産業の総生産高推移、MICE 開催による経済波及効果測定など）をご教示ください。（お分かりになる範囲、概算の数字でも結構です。）

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ イベント実施に伴う経費 1 2 0 万円を小樽市内の事業者へ支出。
- ・ 東京からの参加者、小樽市外からの参加者、ニセコからの見学者は支払ったと思われる交通費、滞在費、飲食費など 1 0 ～ 2 0 万円程度。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ 体験利用者数

年度	利用者数	利用料
2014 年・平成 26 年度	162 名	246,000 円
2015 年・平成 27 年度	1,116 名 ※2 年目で目標達成！	1,574,000 円
2016 年・平成 28 年度	1,378 名	2,090,500 円
2017 年・平成 29 年度	2,037 名	3,049,000 円
2018 年・平成 30 年度	2,197 名 ※現状の体制での受け入れ限界	5,121,000 円
総計	6,890 名	12,080,500 円

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ 29年度 イベント事業のみ 14億6千万円（観光庁・MICE 開催による経済波及効果測定モデルによる）

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ パラグライダーフライト（現在までに26名）のほか、芋煮会等のバリアフリーイベント（毎年1回実施、2018年で3回目のべ300名参加）、東京都市大学の学生（40名）の視察など、車椅子パラグライダーフライトをきっかけとして南陽市や山形県に訪れる方が増加した。
- ・ 車椅子パラグライダーフライトをきっかけとして、全国から講演会や、障害者等用駐車区画をペイントするブルーペイント大作戦、ユニバーサルマナー検定、バリアフリー改修に関する問合せや依頼が増えた。
- ・ 全国より企業スポンサーのご協力をいただき、現在45社の企業様にご支援いただいている。
- ・ 山形県や南陽市もバリアフリー推進に関して事業費をつけて取り組んでくださり、地域をあげてバリアフリーの普及及び、バリアフリー観光の推進に取り組んでいる。

◆十勝ナイトリパークルージング

- ・ 非公表（ナイトリパークルージング単体での収益を算出していないため、算出不可能）

質問4：貴事業が達成した成果をご教示ください。※経済効果以外の成果

（例：交流人口の増加、地域への帰属意識の向上、地域活性化への貢献、事業を通じた成果など）

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ 今回のイベントは、小樽市でも高齢者が顕著な石山町で行うことができた。
- ・ 地元町内会、中学校など多くの住民の協力によって、参加者との深い交流が実現した。
- ・ 今回のイベント成功が、小樽市総連合町会の常任理事会で報告されることになり、今後、小樽市内への急速な普及が想定される。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ 利用者層の拡大
宿泊、食堂を備えた廃校活用施設の場合、その利用者はスポーツ関係（グラウンド、体育館を保有するため）や、学校・子ども会などの高校生以下を中心にした団体が多く、客層が比較的限られていることが課題のひとつであったが、イデベンチャーの利用者は、その多くが「家族単位」であることから、今回の取組によって利用者層が拡大し、施設の認知度も高くなった。
- ・ 水源地区への経済効果
体験提供スタッフの多くが地元の方であり、その中には農業を主体としている方も多く、体験提供の謝金（アルバイト料）が、作物が少ない夏季の副収入に繋がっている。
- ・ NPO活動の認知

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ 加盟各地への交流人口の増加
（30年度はイベント事業のみで約18,000人の参加者、約30,000人の動員を集客）
- ・ 加盟各地での「サイクルツーリズム」の機運の醸成
- ・ 加盟各地での地域への帰属意識の向上（自治体、市民団体共に）
- ・ サイクリングガイドの養成（のべ50名ほど）
- ・ 自治体間ネットワークの構築（全国サイクルツーリズム連携推進協議会の組織化）
- ・ 調査研究事業による、サイクルツーリズム分野における知見の共有（サイクリスト国勢調査、地方自治体におけるサイクルツーリズム施策調査）

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ 2016年、山形バリアフリー観光ツアーセンターを設立。地域のバリアフリー化やバリアフリー観光の推進に努めてきた。
- ・ 山形県や南陽市など、地域を上げてハード面のバリアフリー化、ソフト面の心のバリアフリーに取り組んでいる。小中高校でも社会教育としてバリアフリーに関して学ぶ時間を設けている学校が増え、学生のうちからバリアフリーに関して学ぶことで、意識が変化してきている。
- ・ 宿泊施設や飲食店、観光施設がバリアフリーに関しての興味を示し、自発的にまた前向きにバリアフリーに取り組んでいただける施設が増え、地域全体で受け入れ間口が広がってきている。
- ・ 障害者や高齢者など当事者の意識が変化してきており、今までは外出や旅行を控えていたが、バリアフリー化の広がりや、障害者、高齢者に対する理解が深まってきていることで、外出促進に繋がっている。

◆十勝ナイトリパークルージング

- ・ 全メニューでの利用者数
2016年度 248人 2017年度 769人 2018年度 1,500人（予想）
- ・ 十勝ナイトリパークルージングの利用者
2016年度 113人 2017年度 324人 2018年度 650人（予想）
- ・ 十勝ナイトリパークルージングに関する今年度のトピックスとしては
 - ・この体験のために十勝に来たというお客様が大変に増加した。
 - ・札幌に宿泊し、このためだけに日帰りやってきたというお客様も増えてきた。
 - ・本アクティビティや、本アクティビティ以外の利用者の中でリピート客が増加した。

「地元との交流が深まった」など交流人口の増加や収益の増加など一定の経済効果が得られたとの回答をいただいたほか、「世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験」については、参加実績数がそれほど多くはないが、事業を進めるなかで協力者や理解者が増え、地域全体でバリアフリーへの意識や関心が高められているという結果もあり、継続には、地域の自治体や関係団体、住民を巻き込み、協力関係を築いていくことが重要であると考えられる。



(国際スポーツ雪かき選手権)



(世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験)

質問 5 : 活動の告知・PR 方法、ボリュームをご教示ください。(WEB サイトや SNS での展開、チラシ ● ● 部を、対象エリアで配布など)

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ WEB サイト : spoyuki.com
- ・ Facebook : ページ、有料広告
- ・ チラシ : 3 0 0 0 枚 (小樽市内全高小中学校に配布)

◆カヤックで農業用水路を下る!「イデベンチャー」

- ・ 交流館の HP、SNS (facebook) での、実施内容告知
- ・ マスコミ向けの情報提供 (基本メール) 熊本県内マスコミ全般と福岡のテレビ局
- ・ イデベンチャー開催チラシ (A5 サイズ、手づくり、モノクロ印刷) 100 枚程度 交流館にて配布

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ デジタルマーケティング全般の活用 (WEB サイト、SNS の展開等)
- ・ WEB サイトの月間ページビュー 26 万 (2018 年 7 月)、メルマガ「ツール・ド・ニッポン通信」の購読者数 20,000 件、facebook ページフォロワー数 52,000 人 (各大会合計)、LINE@会員 3700 人、その他 twitter、instagram でも公式アカウントを開設し、効果的なプロモーションを展開。
- ・ チラシ配布 各大会 1 万~3 万枚程度

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ ホームページ、SNS、各協力団体への周知、メディアを通しての周知
- ・ 2017 年~山形バリアフリー観光ツアーセンター 代表理事 加藤健一が FM ラジオにて週 1 回パーソナリティを務めており、その中でバリアフリーイベントや活動等 PR を行っている、(インターネット環境があれば、全世界で視聴可能)
- ・ 全国で講演会を行っており、その際に参加者に向けて会社リーフレット等資料の配布 (2018 年度は 27 回実施)

◆十勝ナイトリバークルージング

- ・ 旅行雑誌をはじめとした各種マスメディアにて展開。広告としての掲載は、ほぼ無し。
- ・ Web サイトや SNS での展開。
- ・ 印刷物はパンフレットと一部アクティビティのフライヤーがあるがほとんど配布をしていない。
- ・ 旅行代理店の商品パンフレットでの掲載も PR 効果がでている。



(地域の魅力・文化を引き出し
サイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン)



(カヤックで農業用水路を下る!「イデベンチャー」)

質問 6：地方公共団体や地域で連携している展開があれば、ご教示ください。

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ 今後、小樽市と連携を深める予定。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ 菊池市役所 HP に情報掲載
- ・ 菊池観光協会 HP に情報掲載、体験パンフレットに情報掲載（毎年）
- ・ くまもと手しごと研究所 熊本県が推進する県内各地のキュレーターによる観光情報発信
- ・ info.菊池 菊池市が推進する市内各地のキュレーターによる情報発信
- ・ きくちふるさと体験協議会 菊池市の民泊推進団体 など

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ 全ての大会が地方自治体または地方の団体との共同主催形式をとっており、連携した展開

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ 山形県内の旅館宿泊施設、飲食店、観光施設と連携し、バリアフリー改修や障害者高齢者の受け入れを進めている
- ・ 山形県の補助事業として、南陽市、JA などと連携をし、車椅子でもさくらんぼ狩りを体験できる東北最大級の施設「大野さくらんぼ団地」を 2018 年よりオープンさせた。
- ・ JR 東日本「行くぜ、東北。」の企画で、赤湯温泉街歩きマップという各飲食店のバリアフリー情報をまとめたマップの作成と、バリアフリーフォーラム in NANYO を開催した。フォーラムでは、車椅子バスケットボールの監督と選手 4 名にお越しいただき、パラグライダーフライトを中心とした観光を楽しんでいただき、また、株式会社ミライロ 垣内社長様にお越しいただき、基調講演とトークセッションを行った

◆十勝ナイトリパークルージング

- ・ 他の事業で自治体からコンテンツ開発と観光ブランディングを受託

回答をいただいた 5 団体中、3 団体が既に地元自治体との連携をしているとの結果であった。各地で複数の大会を開催している「地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン」においては、すべての大会が地方自治体又は地方の団体と共同主催で連携している。

質問 7 : インバウンド向けに展開していることがあれば、ご教示ください。(WEB サイトやチラシの多言語展開など)

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ WEB サイトの英語ページ、パンフレットに記載するルールの英訳。

◆カヤックで農業用水路を下る!「イデベンチャー」

- ・ ツアー会社との連携
名古屋のツアー会社による英語圏の方を対象にしたツアー行程のひとつとして受け入れをしている。
年 3 回、1 回 15 名程度。夏の受け入れはイデベンチャーを提供。
- ・ 菊池市の民泊と連携
菊池市の民泊を推進する団体「きくちふるさと体験協議会」と連携し、台湾をメインにしたツアー企画。
パンフレット作成。また、台湾現地でのツアー会社を通じてインターネットで募集。
- ・ 安全講習内容の翻訳化
イデベンチャーを安全に運営するために出発前に行っている安全講習を翻訳し、ラミネートしたものを使用。
他言語についても、今後作成を検討中。
- ・ 英語によるイデベンチャーレポート
菊池市の地域おこし協力隊・松枝氏に依頼し、体験開始から終了までを英語にてレポート。
- ・ YouTube の活用。

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ 2017 年度・・・3 地域（東京・富士山・銚子）で外国人のモニターツアーを実施。外国人からのフィードバックを得た。
- ・ 2018 年度・・・富士山ロングライドと連携したツアー商品を造成・販売。アメリカ、オーストラリア、ドイツ、デンマーク、スイス、ニュージーランドの 6 か国から、計 17 名がツアーに参加。
その他 4 イベントでは、英語サイトを立ち上げ、外国人のエントリーを受け入れた。

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ WEB サイト、アクセシブルトラベルジャパンにてパラグライダーフライトの記事を掲載。

◆十勝ナイトリパークルージング

- ・ 現状は翻訳や英語対応スタッフの確保に資金面で苦戦している。
- ・ Web サイトやフライヤーなどの SP ツールはもとより、英語でのガイドングや予約受付なども整備したい。
また、アドベンチャートラベルへの事業展開に向けても英語対応スタッフを育成していきたい。

5 団体中、4 団体においてインバウンド向けの展開実績があるとの回答であった。既にインバウンドの受け入れを実施している団体においては、質問 1 の③項目において、インバウンドに対する今後の課題や目標を明確にしている団体もあり、インバウンド観光客の増加に寄与することを期待したい。

質問 8 : 貴団体で、今後や直近での課題があれば、ご教示ください。

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ スタッフの不足。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ 事業を継続しているという面では実績があるが、イデベンチャーも小人数のスタッフで手さぐりで推進してきたため、運営方法や PR、募集方法など課題が多くある。

広報は計画以上に結果を残しているが、昨年も定員を大きく超える問い合わせがあり（昨年 8 月だけでも 900 名を超える受付を行ったが、受付開始から 4 時間半ですべて埋まってしまう状況であった）、予約ができないことに対する批判や予約システムの不備、スタッフ対応への批判、カヤック持ち込みによるトラブルなど解決しなければならない課題が多くある。

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ サイクリングガイドの養成についてはとても悩ましい状況である。全国どの地域、行政などからのニーズがあるが、実業（副業）化まで進められている事例はまだ出ていない。また、全国的にも（弊社が関わらないものについても）同様の状況であると認識している。「卵が先か鶏が先か」の話で、現状では「地域にとってガイドが必要であるというニーズはある」が、「現状ではガイドでは商売にならない」という状況で、ガイドが商売になることが証明できれば、なりたい人も出てくるが、そこまでの好回転には繋がられていないことが課題。

しかし、徐々に、ガイド養成の受講者で地方の旅行業の方（実際に自社の商売にすることを想定しての受講）や、地方で頑張ってガイド事業をやっていこうという人も増えてきているので、まずは、粘り強く彼らの後押しをして一つでも成功事例を作ることが大事だと考えている。

- ・ インバウンドについては、まだまだ取り組みに着手したばかりであり、これから取り組みを加速化していきたい。具体的には、国内外の連携先（旅行会社などの事業者）を増やすべく模索している。
- ・ WEB サービス、アプリ事業についても同様に、これから登録コース数を増やし、各自治体などとの連携も増やしていきたい。

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ 現在、山形バリアフリー観光ツアーセンターではお客様からの問合せに対して無料で対応しており、運営費の大半を行政等からの補助事業や講演会などの講師謝金などで活動を行っている。今後、企業として自立し、安定した収益にどう繋げていくかが最大の課題である。
- ・ バリアフリー観光の面では、山形県は車社会であり、福祉車両の必要性が高いにも関わらず、リフト付きの大型バスがない。中型や小型も含め、リフト付きの福祉タクシーを増やしていけるよう協力機関に今後働きかけをしていく必要がある。
- ・ パラグライダーフライトは天候に左右されやすく、また事前予約制となっているので日程変更も難しいところがある。天気予報で当日の天候が悪いとわかると予約をキャンセルされるお客様も多くいる中で、今後パラグライダー以外にもバリアフリーアクティビティを充実させ、悪天候でもキャンセルすることなく、山形県に来てもらえる目的を山形県全体で整備していく必要がある。

◆十勝ナイトリパークルージング

- ・ 収益の拡大と事業展開資金の確保が大きな課題。
- ・ 英語対応スタッフの確保も重要な課題。

受け入れ側の人材不足や対応不備についてなど、マンパワーに関する課題が多く挙げられており、次いで、収益の確保や組織の自立性など経済的な課題が挙げられる結果となった。事業を継続していく上で、組織的なマネジメントに重要な役割があると見受けられる。

質問 9 : スポーツ文化ツーリズムの発展のため、貴事業が特に自信があり、他よりも優れている、と思われる点をご教示ください。また、他の地域で、これから事業を始めようとしている方や、すでに携わっている方へ、アドバイスやご意見があればお願いいたします。

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ ソーシャルスポーツを通じた住民との触れ合いを重視しており、ノウハウが蓄積されていること。
- ・ 私たちの活動について興味のある自治体や団体があれば、全国どこでも講演等させて頂きたい。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ 体験プログラム事業は「里山イノベーション」と位置づけて企画開発してきた。イデベンチャー発案者である NPO 事務局の松崎が、前職で約 20 年間マスコミに関わってきた（テレビカメラマン、ディレクターなど）経験から、体験プログラムが注目される事業になることを目的のひとつとして推進してきた。その際に大事にしたポイントが以下の 4 つ。

- ①絵になる 注目を得るポイントは「映える」こと。また、テレビなどのマスコミの取材対象になるため
- ②唯一無二 他では行っていない取組であること
- ③ストーリーがある 地域の歴史や人々の営みに関わり、必然性があること
- ④楽しい 体験として単純に楽しさがある → 「笑顔」になれる

この 4 つのポイントは、これから事業を始める方には参考になると思っている。

※視察等で推進事業のお話をさせていただく際には、このポイントをお知らせしている。

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ サイクルツーリズムという言葉が一般化する前から、この分野に着目して、「サイクリング×地方誘客・地域活性化」に注力してきた。サイクルツーリズム全般についての知見、経験、ノウハウについては優れていると考えている。
- ・ サイクルツーリズムに特化した、全国横断的な取り組みを行っている組織も他にはあまりない。全国の自治体の皆様と培ってきたネットワーク、プラットフォームは弊社独自であり特徴的であると考えている。

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ パラグライダーフライトにおいて、障害者の常時受入れを行ったことが日本初の取組である点。
- ・ 2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会以降の 2024 年のパリオリンピック・パラリンピック競技大会を見据えて活動を行っている。パリはスカイスポーツが盛んで、開催国がパリになったことでパラグライダーが競技種目に追加される可能性が高くなった。山形バリアフリー観光ツアーセンターでは、南陽スカイパークの車椅子でのパラグライダーフライトの環境整備も行っており、現在障害者の方がソロフライトできる環境が整っている。南陽スカイパークをナショナルトレーニングセンターにし、山形県でパラリンピックの選手を育て送り出していきたいと考えている。

◆十勝ナイトリパークルージング

- ・ 観光コンテンツをプロデュースするうえで、独自のノウハウやスキルを持ち、売れる観光コンテンツをプロデュースすることができる。
- ・ 企画、制作、運営、販売、宣伝にいたるまで全ての業務を実施することができるので、協業やコンサルティングを行うことができる。

5 団体の取組は、いずれも独自性があり、先駆け的なコンテンツであることから、他の地域においても参考となりえる要素が多いと言える。マイスター部門の「国際スポーツ雪かき選手権」は、他の豪雪地で実施できる可能性もあり、今後の広がり期待したい。

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ 実際に現場に来ていただきたい。できれば、一緒に活動していただきたい。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ 「質問 8」で回答した課題について、それらの解決のアドバイスをしていただける窓口も含め、事業推進を後押ししていただけるとありがたい。

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

1. 「サイクリストの地方誘客」という目的達成のためには、近視眼的、場当たりの施策ではなく、中長期的な視点に立った戦略をねるところから着手いただくのが望ましいと考えており、経年的な視点は必須である。
弊社のような専門団体へ依頼をされる際、「手段」に落とす前の「目的」の時点でご相談をいただくほうが成果を上げやすいケースもある。例えば「サイクリストを呼び込んで交流人口を増やしたい」という「目的」に対して、「●●を舞台にした●●という種類のサイクリングイベントを実施する」という「手段」まで決められてから相談を受ける場合があるが、話を伺ってみると、「目的」達成のためには別の「手段」を取ったほうが効果的であるといった場合もある。
2. 「サイクリスト」という抽象的な対象に対してではなく、顧客（サイクリスト）をセグメンテーションしたうえで、セグメントごとに効果的な施策を打っていくことが大切であると考えている。
3. 特にサイクルツーリズムに関しては、「広域連携」が重要。隣の市町との競合ではなく、連携することが結果的に、地域全体へ恩恵をもたらすものと考えている。
4. 一般的にデジタルマーケティングへの理解と知識が不足しているように考えられる。何も新しいコンテンツをつくらなくとも、現在既にあるコンテンツ（資源や施策）について、マーケティングや情報発信の仕方を変えるだけで成果を上げられるケースもあるように思う。
 - ・ 自治体においては、1～4 のような考え方をもって取り組みを進めていただきたいのが要望で、また政府や中央省庁においては、各自治体に対してそのような視点を持っていただけるような啓発活動をしていただきたい。

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ 先端事業を行う上で、前例がないことを形にするためにはマンパワーも必要になっている。新しいことを形にし、活動をしやすいよう、モデル地域に指定していただくなど、政府・地方公共団体にバックアップしていただくと大変ありがたいと思う。

◆十勝ナイトリバークルージング

- ・ 創業時に資金面で非常に苦戦することと、北海道の場合、エリアが広すぎて観光マーケットの規模にムラがあるにも関わらず、消費相場は変わらないために、収益の格差が生じている。つまりマーケットの大きなエリアと、マーケットの小さなエリアでのコンテンツ利用価格の相場が変わらないために、十分な収益をあげることができず持続性を保持するのが困難な状況にある。これらを解決するような施策を検討いただきたい。

回答をいただいた中には、推進窓口の設置やモデル地域指定など直接的な支援のほか、啓発活動など間接的な支援の要望が挙げられた。「スポーツ文化ツーリズム」のより一層の認知度向上とともに、推進に繋がる取り組みについては、フォローアップの中で可能な限り対応していきたい。

質問 1 1 : 今回「スポーツ文化ツーリズムアワード」に応募された理由をご教示ください。

<マイスター部門>

◆国際スポーツ雪かき選手権

- ・ 「文化」というキーワードに興味を持ったため。
- ・ 我々が広めようとしているソーシャルスポーツは、インバウンドに日本文化、生活を知ってもらい、地元住民との深い交流を通じて、地域のファンを創ることに役立つと考えているため。

◆カヤックで農業用水路を下る！「イデベンチャー」

- ・ 応募の情報は「菊池市役所社会体育課」からあり、イデベンチャーの取組がアワードの趣旨に合っているので応募を検討しませんか？というアドバイスをいただいたことがきっかけである。その後、熊本県教育庁境域指導局スポーツ振興係の担当者からも後押しがあった。
- ・ カヤックというスポーツという一面、農業遺産である井手を活用した文化面、地域おこしのための都市農村交流事業という観光面という部分があるイデベンチャー。事業を推進していくにあたって、取組の目的を明確化する作業の一環と位置づけて、応募書類をまとめた。

◆地域の魅力・文化を引き出しサイクルツーリズムで通年誘客を実現するツール・ド・ニッポン

- ・ 一番の理由は、弊社の「ツール・ド・ニッポン」の活動や理念、社会的価値を広く世間に知っていただきたいと考えたため。「サイクルツーリズムで地域活性化・地方誘客を担うプラットフォーム」として共創価値を増大していきたいと考えているが、そのためには開催地となる自治体や、連携先となる企業などとのさらなる連携を拡大していきたいと考えており、まずは「アワードを受賞することで我々の活動を広く知っていただくこと」を目的として応募した。

<チャレンジ部門>

◆世界一自由な空へ つばさに乗って行こう南陽は空もバリアフリー 空飛ぶ車椅子体験

- ・ 現在山形バリアフリー観光ツアーセンターで行っている活動を全国に広め、全世界へ発信をし、バリアフリー環境の普及や、すべての方にとって住みやすい街づくりを実現するため。

◆十勝ナイトリパークルージング

- ・ 観光コンテンツのプロデュース業は北海道では馴染みが薄く、業態への理解から資金繰りに至るまで非常に苦戦する。利用者数の増加もさることながら、その取り組みをより多くの第三者から評価をされることも大変重要であり、政府から評価をされることは、大変栄誉であると同時に、今後の事業展開にかなりの力添えとなる。
- ・ 他地域で観光コンテンツのプロデュースを展開していく際、今回の受賞が実績の証となり、より有利に展開していくことが可能となるため、弊社にとって今回の受賞は、事業を拡大していく上で、まさに「錦の御旗」を得るようなことである。

行っている事業を国内外に認知してもらうために本アワードに応募した、との回答のほか、ファンづくりのためや取り組みを明文化するために応募したなどの回答が寄せられた。

今後も「スポーツ」と「文化芸術」を融合させた魅力あるコンテンツが観光資源として地域に多く生まれることを期待したい。

今回選定された団体の取組から、今後、取組を始める、企画する団体・自治体のモデルケースとして、参考にして頂きたいポイントをご紹介します。

- ① **事業の推進には地域連携が不可欠**である。スポーツ文化ツーリズムのコンテンツとなる事業は、地域資源を活用することから、その土地に暮らす地域住民はもとより、自治体や地元の組織との関わりは重要である。今年度の「マイスター部門 入賞」3 団体は、いずれも事業立ち上げの背景に、地域への貢献が目的とされており、中には、地域住民が中心となって団体を立ち上げたケースもあるが、地域貢献や住民が主体となっている場合でも、甘んじることなく多くの住民や関係団体に事業への関心を持ってもらい、協力を得ながら、自治体や観光協会などの公共セクターとの連携を進めることで、事業をよりよく進められ、域外への発信にも繋がっていくと考えられる。
- ② **地域資源を見出し、新たな活用による付加価値の向上**である。今回選定された 5 事例は、地域にある資源を「スポーツ」「文化」という視点で活用したことから、その地域特有の新たなコンテンツを作り出すことが出来たと考える。各地域によって存在する資源は異なるが、地域の資源を再確認・再認識し、スポーツや文化、社会貢献などの価値を付加させ、魅力的なコンテンツ・イベントを作り出すことが重要である。更に、事業を継続していくことで価値をより高め、集客増加に繋げることができるようにすることが、本事業の最終的な目標である。

今回選定された団体からは、インバウンド集客や対応に関する目標や課題の声が多く挙がる結果となり、日本における「スポーツ文化ツーリズム」が徐々に受け入れ側となる国内のコンテンツ事業者や団体に波及しているように見受けられる。インバウンド集客・対応への施策について、既に 3 庁においては、各種支援や広報を実施しているところではあるが、スポーツ庁が 2018 年 12 月より動画配信を開始した「アウトドアツーリズム」と「武道ツーリズム」のプロモーション動画については、1 動画当たりの視聴数が 320 万回を超え、日本におけるスポーツや文化への関心の高さがうかがえる結果となっている。今後も、日本の「スポーツ文化ツーリズム」を 3 庁と関連団体や受賞団体が連携し、効果的に情報発信をすることで、海外からの関心を高め、インバウンド集客に繋がる可能性を期待したい。

最後にヒアリングシートでは、「スポーツ文化ツーリズムアワード」に応募された理由を聞いたが、自分たちの取組や事業を世間に知ってもらいたい、国内外に向けて発信をしたいという趣旨が多く、受賞団体においてアワードが広報支援の一助として求められており、今後も「スポーツ文化ツーリズムアワード」を継続的に広く発信していくことで、アワードの認知拡大や価値向上のみならず、日本の「スポーツ文化ツーリズム」発信の本拠となることを期待したい。