

## 武道ツーリズム推進にあたっての課題と対応策（案）

### （9月2日の第1回武道ツーリズム研究会の議論等を踏まえ赤字で追記）

#### 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

##### （1）多様な体験コンテンツの開発

###### ア ベーシックプログラムの作成

国は、インバウンドが日本の歴史・伝統文化体験や日本の日常生活体験等を求めていることを考慮するとともに、（6）で実施するインバウンドニーズ調査結果を踏まえ、武道団体や観光団体等と連携して、武道の歴史・文化やその精神性、作法、基本動作、安全管理、マナー・楽しさ等の情報を伝えるためのベーシックプログラムを作成する。

武道ツーリズムを推進する個人・団体（以下「武道ツーリズム事業者」という。）は、武道や地域の特性、体験者が求める内容等を鑑み、ベーシックプログラムを活用してストーリー性のあるオリジナルの体験プログラムを作成する。その際、発祥地の日本での稽古や著名な指導者からの指導を求める有段者（コア層）と、日本文化としての武道に触れることを求める武道未経験者又は初心者（ライト層）の求めるものが異なることに留意すべきである。

（実践者・地域からの意見）

- ・パンフレット等でステップごとに体験してもらうことも可能
- ・インバウンド観光客向けの指導経験がなく、何をどの程度行えば良いのか不明確であるため、受入れに踏み込めない状況
- ・モデルメニュー、ガイドライン、マニュアルの制定が必要
- ・指導を補足する外国語版の稽古説明資料、ガイドブックの整備が必要
- ・ライト層は道具、指導者、体験内容等、検討しなければならない事項が多い
- ・武道歴や有段位に応じた料金表を作成するなど、指導者が技量に合った謝金を受け取れる環境整備が必要

（武道ツーリズム研究会委員からの意見）

- ・武道ツーリズムの取組内容は、武道のコア層とライト層とで分ける必要

###### イ 複数の武道や周辺観光と融合した付加価値の高いコンテンツの開発

武道ツーリズムを体験する者は日本の歴史・文化に高い関心を持っている者であるため、**武道ツーリズム事業者は体験者のニーズを踏まえた武道や周辺観光コンテンツを用意する必要がある。**例えば、コア層に対しては、高い専門ガイドによる武道の歴史（ルーツ、流派等）や**他武道体験**、関連した観光**体験**商品を、ライト層に対しては、他のスポーツ・**文化コンテンツ**との組み合わせや武道の楽しさを周りに伝えたいような観光**体験**商品を提供する等、創意工夫を図ることが必要である。

また、**武道関連コンテンツは広域に点在しているため、ネットワークを構築して各地域の観光資源も活かした周遊観光商品の造成を積極的に行っていくべきである。**

(実践者・地域からの意見)

- ・出張型の商品の造成や金額設定の検討が必要
- ・地元のオペレーターや旅行代理店と連携して実施できる仕組み作りが必要
- ・武家屋敷、日本家屋、城郭等の活用を検討
- ・武道の歴史、特徴や縁の地等を多言語で説明できるガイド育成が課題
- ・商品造成に向けて様々な企業の連携が必要（例：武道＋座禅＋宿坊など）

(武道ツーリズム研究会委員からの意見)

- ・世界には5,000万人の武道愛好者がありニーズは世界中にあるが、コンテンツの情報提供が不足しているため、情報発信とコンテンツ研究、ネットワークが課題
- ・武道ツーリズムのターゲットとして、コア層は人材育成に繋がり、ライト層はビジネスに繋がる
- ・ライト層に対してはアニメやゲームなど、今までとは違うアプローチで進めることも重要
- ・武道単体ではなく、書道や茶道も含めた内容とする方が良い

## (2) 多言語対応が可能な人材の育成・確保

### ア 人材情報ネットワークの形成

国は、多言語対応で武道の歴史・文化（伝統・精神）・ルール・技術・楽しさを伝え、交流を促進できる人材を確保するため、地方公共団体、武道団体、JICA、UNIVAS、訪日留学生・通訳ガイド等を通じて人材ネットワークを形成する。

(実践者・地域からの意見)

- ・退職者や主婦など時間が確保できる愛好家以外の指導者の確保が困難
- ・武道ツーリズム事業者（商品提供者）と連携することが可能で、地域の歴史・文化を伝えることが出来る指導者の確保が困難
- ・多言語対応可能な指導者は非常に少ないため、通訳ガイドの確保が必要

### イ 有用人材の育成・確保

国、地方公共団体、武道団体、武道ツーリズム事業者は、アに掲げるような有用人材を継続して育成するとともに、ブラッシュアップを図るため、語学や技能等の研修会を定期的を開催する。

(実践者・地域からの意見)

- ・指導者が高齢であり後継者育成が必要
- ・英語以外の言語に対応できる人材が不足（西・仏・中・露は需要あり）
- ・指導自体にはあまり言葉は重要ではないが、細かな動作等についての通訳は必要
- ・指導者にフレーズを覚えてもらう必要

### ウ 武道ツーリズム伝道師等の認定制度の創設

国は、インバウンド向けに安定的なコンテンツを提供するため、ベーシックプログラムに沿って事業を展開する武道ツーリズム事業者の認定制度を創設し、優良事業者及び連携する指導者等の国際的な認知度向上を目指す。

### (3) インバウンドの受入環境整備

#### ア 施設情報ネットワークの形成

武道ツーリズムで使用可能な施設が少ないため、**国は**、地方公共団体や武道団体を通じて、武道館や体育施設等の施設資源情報を集約し、施設情報ネットワークを形成する。

(実践者・地域からの意見)

- ・数百人規模の人数を受け入れ可能な施設はほとんどない
- ・施設に指導者が常駐していないため、常時対応に課題

#### イ 施設改修・道具整備

多くの武道館や体育施設等においては、Wi-Fi環境、キャッシュレス対応、空調等が整備されておらず、トイレ・更衣室等もインバウンドに対応していない。また、老朽化や非常口・避難経路の確保等も課題となっている。武道ツーリズムを推進するためには、こうした施設を改修・**美装化**していくことはもちろんのことであるが、経済価値を生みだして指導者や施設等に再投資していく好循環を生み出すことが重要である。

**このため、国、地方公共団体、武道団体は、武道ツーリズムに先進的に取り組む施設等の整備を支援すべきである。**

(実践者・地域からの意見)

- ・施設が老朽化しているため維持修繕が必要
- ・インバウンド向けにトイレやシャワーの施設整備が必要
- ・レンタル道具、保守管理等の目途が立っていないため、まずは道具を持っているコア層をターゲットにせざるを得ない状況
- ・ライト層へのレンタルサービスがあれば良く、購入希望者も多いのでビジネスに繋がる

#### ウ 多言語対応

案内標識、HP、パンフレット、プロモーション、安全対策表示・マニュアル、宿泊施設等、受入環境の多くは多言語に対応していないため、**国は**、インバウンドの満足度向上に向けて整備する。

(実践者・地域からの意見)

- ・知識不足によるマナーやルール面でのトラブルも多いため、マナーブックがあれば良い

### (4) 官民が連携したモデル事業の実施

官民が連携し、先行して**武道ツーリズム**に取り組んでいる地域において、**(6)で実施するインバウンドニーズ調査結果を踏まえ**、大胆にインバウンド目線を取り入れたモデル事業（コンテンツ開発、受入環境整備等）を実施し、他の地域へ横展開を図る。

(実践者・地域からの意見)

- ・ 武道種別毎にモデル地域を選定しリーディングプロジェクトとして実施するのが良い  
(武道ツーリズム研究会委員からの意見)
- ・ 基礎調査と受入体制の整備に力を入れることが重要であり、観光庁や JNTO のノウハウを参考にすべき

#### (5) 資源情報データベースの構築

国は、(2) 及び (3) で得られた、人・物・施設等の情報を一元的に集約・管理し、有用な情報が見える化されたデータベースを構築するとともに、**武道ツーリズム事業者**が活用できるよう、**アプリ等**を活用した**検索・編集方法のナレッジ集**を作成する。

なお、構築されたデータベースは2 (1) で設立された組織が**管理・運用**していくことが望ましい。

#### (6) インバウンドニーズの調査

国は、国・地域別、武道種別の関連データやインバウンドニーズを調査し、地域・関係者に積極的に情報提供する。また、**武道に関心がある者だけでなく、日本に関心がない層まで調査対象を拡げ、潜在ニーズの洗い出し**を行う。

武道ツーリズム事業者は、これらのニーズを**しっかり反映したコンテンツ開発やプロモーション等**を実施する。

(実践者・地域からの意見)

- ・ 事業予測が立てられないため、市場関連データの整備が必要  
(武道ツーリズム研究会委員からの意見)
- ・ 「10の施策」はプロモーションが主であり、インバウンドニーズが反映されていない供給側の視点となっている
- ・ 基礎調査と受入体制の整備に力を入れることが重要であり、観光庁や JNTO のノウハウを参考にすべき
- ・ 武道ツーリズムのニーズ把握のための**早期のマーケティング**が重要であり、インターネット調査が有効
- ・ **ライト層以下の層や日本に関心がない層にも潜在的なニーズがあるのではないか**

#### (7) 普及啓発のためのセミナーの実施

国及び**武道団体**は、関係者への普及啓発や、**武道ツーリズム事業者・地方公共団体・武道団体・関係企業等**のマッチング機会を**定期的に創出し、武道ツーリズムの取組を促進**する。

#### (8) 世界武道Games (仮称) の開催

国及び**武道団体**は、「**武道＝日本**」という国際的認知度を向上させるため、**一般参加型競技横断的な世界大会の開催**を検討する。

## 2. 「国・企業・地域・団体等の連携強化」に向けた取組

### (1) 武道ツーリズム推進組織の設立

国及び本研究会は、スポーツ及び観光に関わる多くの関係者が一体となって、武道大会・合宿の誘致・開催、武道関係資源を活かした旅行商品化など、武道ツーリズムに取り組む組織の設立（既存組織の業務拡充を含む）を検討する。

設立された推進組織は、関係機関と連携して、1の(2)イ・ウ、(4)～(7)等の体制整備や全国ネットワーク構築等に取り組むとともに、2の(2)等に関するコンサルタントの役割、3の(1)～(3)等の情報発信等を行う。

(実践者・地域からの意見)

- ・ 武道ツーリズムを推進するためには、世界的なネットワークを構築していくことが必要であり、このことを担う中間支援団体が必要

(武道ツーリズム研究会委員からの意見)

- ・ ビジネスとして稼げる組織が必要であり、コア層とライト層の取組を具体的に実施していく推進組織が必要
- ・ 日本の伝統的な文化というものをうまく絡め合わせて、世界に発信していけば良いと思うので、土台作りとして武道ツーリズムを全国的に推進する組織の立ち上げが必要

### (2) 地域レベルでのアライアンス（協力体制）の構築

直接指導を行ったり、武道の精神・文化を伝えるためには武道関係者の協力は不可欠であり、ツーリズムと融合させていくためには地域・観光関係者との連携が不可欠である。このため、それぞれが武道ツーリズムに取り組む意義や役割分担を共有しつつ、武道ツーリズムを推進していくための協力体制を構築する必要がある。

このため、地方公共団体、地域スポーツコミッション、DMO等が武道ツーリズム事業者の支援や関係者との調整に積極的に関与し、その地域ならではの新しいコンテンツを創出していくことが重要である。

(実践者・地域からの意見)

- ・ 武道団体の理解、取組目的の明確化が必要
- ・ 中央武道団体から全体に意識や体制を構築していくことが必要
- ・ 競技力向上を目的とする武道団体の理解や協力をどのように得るかが課題
- ・ 有段者は自分の志として実施しているためツーリズムという視点での説明が難しい
- ・ 中央武道団体が武道ツーリズムに取り組む姿勢を示すことは、施設・指導者の確保に有効

(武道ツーリズム研究会委員からの意見)

- ・ 武道には、師匠と弟子という縦の関係がある
- ・ 武道関係者は観光の意識がなく、観光関係者は武道が観光のコンテンツとなりうる意識がないため、これらの醸成が必要

### 3. 「官民連携プロモーション」に向けた取組

#### (1) 官民が連携したデジタルプロモーションの実施

国は、関係機関と連携し、武道ツーリズムをスポーツコンテンツや文化コンテンツと一体的に国内外に発信していく。特に、東京2020オリパラ大会やそれ以降の国際スポーツ・武道大会の際には、ホストタウン等の相互交流に加えて、コンテンツに紐づいた一気通貫のデジタルプロモーションを展開していくことが重要である。

また、誰もが簡単に検索・購入ができるよう、コンテンツを集約したWEBサイトの構築（既存の情報サイトへの掲載を含む）、オンライン販売の整備、海外OTAの掲載等も実施する。

(実践者・地域からの意見)

- ・スポーツ庁や観光庁による専用サイトの開設が必要
- ・関心喚起に向けたブランディングが必要
- ・海外に向けて情報を発信するWebサイト構築が必要
- ・武道をテーマとしたアニメや実写映画の制作

(武道ツーリズム研究会委員からの意見)

- ・スポーツ庁の動画は外国人が体験できるという内容になっておらず、またターゲットが不明確なため、ブラッシュアップが必要
- ・動画を観た人に商品のプロモーションを行うことなどにより、効果的なプロモーションを行うことが可能。さらに動画を見た人が体験できる戦略的なプランを作成し、そのランディングページとしてホームページを作り、商品紹介まで行うと良い

#### (2) 関係省庁や関係機関の海外拠点と連携した情報発信

外務省在外公館、JICA、JETRO、クールジャパン機構等、海外窓口を有している機関のネットワークを活用した武道ツーリズムの情報発信を行うとともに、海外で行われるエキスポやイベント等において、現地で武道ツーリズムを体験してもらえよう、現地の日本人武道関係者や各競技団体の海外支部等と連携して取り組む。

(実践者・地域からの意見)

- ・旅行博等への出展の必要

#### (3) 各競技団体の海外支部と連携した情報発信

国及び武道団体は、日々武道に慣れ親しむ愛好家とのネットワークを構築している各競技団体の海外支部を通じて、昇段試験や大会・合宿等の参加のために訪日する者に武道ツーリズム（特に周遊観光）を体験してもらい、その希少性と満足度の高さを積極的に発信してもらうように取り組む。

#### (4) AR・VR等を活用した疑似体験コンテンツの整備

国は、AR・VR等の最新技術を活用した疑似体験コンテンツを整備し、都市部に多く訪れるインバウンド（特に無関心層・ライト層）を地方部へ誘客するためのきっかけとする。さらに体験プログラムにも間接的に活用する。

(実践者・地域からの意見)

- ・ 著名な選手や歴史上の人物と武道体験が可能なVRの開発等

#### 4. その他（国の支援策の拡充）

国は、既に武道ツーリズムに取り組む団体等の活動支援に加えて、新たに取り組む団体等の体制整備も行っていく。

特に、武道ツーリズム推進組織に対しては、2の（1）で記載した事業を行うための活動支援を重点的に行う。

(実践者・地域からの意見)

- ・ 個人事業者が使える国の支援事業があると良い