

# 武道ツーリズム推進方針

～日本の武道が世界を繋ぐ～

2020年3月31日

武道ツーリズム研究会

## 武道ツーリズム推進方針 目次

- 武道ツーリズムに関連する政府目標等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P. 3
- 武道ツーリズム推進方針概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P. 6
- 武道ツーリズム推進方針本文・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P. 7

## 別冊参考

- 2019年度「武道ツーリズム研究会」報告書
- 2019年度「武道ツーリズムに関する海外ニーズ調査」報告書
  - ・アメリカ、イギリスの調査結果
  - ・フランス、オーストラリア、中国の調査結果
- 2017年度「スポーツツーリズム需要拡大戦略」及び「スポーツツーリズムに関する国内外マーケティング調査」報告書
  - ・スポーツツーリズム需要拡大戦略（報告書）
  - ・スポーツツーリズム需要拡大戦略（概略及び展開施策案）
  - ・スポーツツーリズムに関する国内マーケティング調査報告書
  - ・スポーツツーリズムに関する海外マーケティング調査報告書

## 武道ツーリズム推進方針の策定にあたって

スポーツツーリズムは、スポーツの参加や観戦を目的に地域を訪れ、スポーツを掛け合わせた観光を楽しむことから、日本の観光業において国内旅行の需要拡大及び外国人の訪日旅行拡大に繋がると考えられ、観光庁を中心に「スポーツツーリズム推進基本方針」の策定（2011年）や、日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）の発足（2012年）などの取組が行われてきた。

2018年3月、「スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会」（以下「官民連携協議会」という。）での議論及びスポーツ庁が実施した国内外マーケティング調査の結果を踏まえ、今後のスポーツツーリズム需要拡大・定着化のための指針となる「スポーツツーリズム需要拡大戦略」（以下「拡大戦略」という。）が策定され、「地域の意識啓発及びコンテンツ開発・受入体制強化」「国・企業・地域・団体等の連携強化」「官民連携プロモーション」の3本の柱で施策を推進していくこととし、日本特有の地域資源を活かした取組が可能な「武道ツーリズム」と「アウトドアスポーツツーリズム」が重点テーマとして設定された。

武道ツーリズムは、これまで各競技団体等が実施してきた競技の普及に加え、日本文化に関心を持つ新たな層を取り込み、武道のプレゼンスの向上や関心層・ファン層の拡大、更にはオリンピックの正式種目化などに繋げていくことも期待される。一方で、一部の地方公共団体や武道団体、民間事業者が武道ツーリズムに取り組み始めているものの、交流事業や大会・合宿といった取組が中心であり、武道が持つ歴史や文化を活かしたインバウンド向けコンテンツとしてのポテンシャルを十分に発揮できていない。また、海外においては、一部の外国人を除き、武道＝日本という認識は決して浸透しているわけではなく、他の格闘技も含めたマーシャルアーツとして一体的に捉えられている側面がある。

武道ツーリズムがそのポテンシャルを発揮するためには、多様な旅行者ニーズに沿った体験コンテンツの開発や受入環境整備等を早急に行うとともに、武道と観光をシームレスに繋げる体制作りも行う必要があり、更には潜在的ニーズを顕在化させるためのプロモーションや誘客の仕組み作り等、課題が山積している状況である。

こうした中、今後の武道ツーリズム推進のための戦略を策定するため、2019年9月に「武道ツーリズム研究会」（以下「本研究会」という。）が設置され、目指すべき姿（ビジョン）を、「武道が日本発祥であることの国際的認知（プレゼンス）の向上」「武道によるインバウンド誘客の促進と地域活性化」「武道体験を通じたファン層等の拡大による日本の精神・文化の国内外への普及・発信」と定め、拡大戦略の3本の柱に基づき、先行事例等で洗い出された課題やその対応策、今後の政策の方向性等についての協議・検討を行った。

こうして策定された「武道ツーリズム推進方針」（以下「本方針」という。）は、本研究会での議論を取りまとめ、国、地方公共団体、武道団体、観光団体、民間事業者等が取り組むべき具体的な施策を掲げるものである。

## 武道ツーリズムに関連する政府目標等（抜粋）

### 明日の日本を支える観光ビジョン ―世界が訪れたくなる日本へ―（2016年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議）

「観光先進国」に向けて

我が国は、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な4つの条件を兼ね備えた、世界でも数少ない国の一つであり、これらの豊富な観光資源を真に開花させることにより、裾野の広い観光を一億総活躍の場とすることが可能である。

観光は、まさに「地方創生」への切り札、GDP600兆円達成への成長戦略の柱。

国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である。

このため、従来の政府目標を大幅に前倒しし、かつ、質の高い観光交流を加速させるべく、以下の新たな目標に向かって進んでいくこととする。

#### ★訪日外国人旅行者数

2020年：4000万人 2030年：6000万人（従来目標：2020年2000万人、2030年3000万人）

#### ★訪日外国人旅行消費額

2020年：8兆円 2030年：15兆円（従来目標：2000万人が訪れる年に4兆円）

#### ★地方部（三大都市圏以外）での外国人延べ宿泊者数

2020年：7000万人泊 2030年：1億3000万人泊

#### ★外国人リピーター数

2020年：2400万人 2030年：3600万人

#### ★日本人国内旅行消費額

2020年：21兆円 2030年：22兆円

## 第2期スポーツ基本計画（2017年3月24日文部科学省）

### 第3章 今後5年間に総合的かつ計画的に取り組む施策

#### 2 スポーツを通じた活力があり絆の強い社会の実現

##### （2）スポーツを通じた経済・地域の活性化

##### ② スポーツを通じた地域活性化

#### [施策目標]

スポーツツーリズムの活性化とスポーツによるまちづくり・地域活性化の推進主体である地域スポーツコミッションの設立を促進し、スポーツ目的の訪日外国人旅行者数を250万人程度（平成27年度現在約138万人）、スポーツツーリズム関連消費額を3,800億円程度（平成27年度現在約

2,204億円)、地域スポーツコミッションの設置数を170（平成29年1月現在56）に拡大することを目指す。

**スポーツツーリズム需要拡大戦略（概略及び展開施策案）（2018年3月27日スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会）**

スポーツツーリズムの需要拡大に向けた官民連携協議会での議論と、国内外の消費者を対象としたスポーツツーリズムに関わる動向やニーズについての調査では、課題やコンテンツの磨き上げの必要性は散見されるが、日本の自然環境下で行う「アウトドアスポーツ」と「武道」の見学や体験は、日本の強みが活用でき、国内及び訪日個人旅行者の需要拡大に有望な分野であるとされたことから、従来より取り組まれているスポーツイベントの開催・誘致や、スポーツ合宿・キャンプの誘致に加え、この2つを新規重点テーマとして設定する。

**その他武道ツーリズムに関係する主な提言等**

**第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2019年12月20日閣議決定）**

本論 第2期における地方創生

第2章 第2期における施策の方向性

【基本目標4】ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる

(2) 地域資源を活かした個性あふれる地域の形成

④ スポーツ・健康まちづくり（スポーツを活用した経済・社会の活性化）

i スポーツを活用した経済の活性化

(b) 訪日外国人からも高いニーズがある「アウトドアスポーツ」及び「武道」を新たな観光コンテンツにするため、地域での受入体制の整備及び地方への誘客拡大に向けた一体的なプロモーションを実施する。

**「経済財政運営と改革の基本方針2019」（2019年6月21日閣議決定）**

第2章 Society 5.0時代にふさわしい仕組みづくり

5. 重要課題への取組

(4) 大規模国際大会等の成功とスポーツ・文化芸術立国の実現

② スポーツ立国の実現

スタジアム・アリーナ改革等を通じたスポーツの成長産業化、大学スポーツ協会 117 の活動充実等による大学スポーツの振興、武道・スポーツツーリズム等による地域活性化など、スポーツ全般にわたって民間資金の活用を推進し、スポーツ市場規模を拡大する。

スペシャルオリンピックスやデフリンピックの社会的認知度向上を含めた総合的な障害者スポーツの振興、スポーツ実施率 118 の向上等によるスポーツを通じた健康増進、国際競技力の強化、スポーツによる国際貢献を進める。スポーツ・インテグリティ 119 を確保するため、スポーツ団体のガバナンス強化 120 を推進する。確保のためスポーツ団体のガバナンス強化等を推進する。

**「成長戦略フォローアップ」(2019年6月21日閣議決定)**

Ⅲ. 人口減少下での地方施策の強化

8. 観光・スポーツ・文化芸術(2) 新たに講ずべき具体的施策

ii) スポーツ産業の未来開拓

② スポーツの成長産業化の基盤形成

スポーツツーリズムの取組を加速させるため、関係省庁との連携体制を強化しつつ、「アウトドアスポーツ」と「武道」の重点テーマを中心として、スポーツコミッション等が行う、スポーツツーリズムコンテンツの開拓や環境整備、日本政府観光局と連携した海外発信等の取組を支援し、課題や事例を集積しつつその横展開を図る。特に、「武道ツーリズム」については、関係団体の協力を得て、推進母体となる団体の 2020 年度の設立を目指して検討を進める。

# 武道ツーリズム推進方針（概要）

**政府目標** 訪日外国人旅行者数 2020年：4,000万人 2030年：6,000万人  
 訪日外国人旅行消費額 2020年： 8兆円 2030年： 15兆円 を達成

## 官民連携プロモーション

**従来型** 国内外の団体合宿の誘致

**新規開拓** ①コア層の訪日促進  
 ②関心層の取り込み

- 国内外に向けたデジタルプロモーション
- 関係省庁・武道団体等の海外拠点を通じたプロモーション
- VR等新技術を活用したプロモーション

## その他（国の支援策の拡充）

- 優良事例の情報収集及び情報提供
- マーケティングデータの提供
- 地域（スポーツコミッションを含む）が行うコンテンツ創出、受入環境整備等の支援
- 施設改修・道具整備
- 武道ツーリズム推進機構（仮称）が行う事業を重点的に支援



施策の重点実施

訪日外国人旅行者に対し、  
**日本でしか体験できない希少性の高いツーリズムを提供**

## 「武道ツーリズム」推進のビジョン（目指す姿）

1. 「武道」が日本発祥であることの国際的認知（プレゼンス）の向上
2. 武道をインバウンド誘客のキラーコンテンツに → 地域活性化、収益を武道に還元
3. 体験を通じた「武道」ファン層の拡大、競技人口の拡大 → 日本の精神・文化の国内外への普及・発信

## 国・企業・地域・団体等の連携強化

- 武道ツーリズムセミナーの開催
- 武道ツーリズム研究会の開催

- **武道ツーリズム推進組織の設立**
- 地域レベルでのアライアンス（協力体制）の構築

## 地域の意識啓発及びコンテンツ開発・受入体制強化

### ■ モデル事業の実施

- インバウンドニーズに合致したコンテンツ開発
- インバウンド受入のための環境整備

### 「武道ツーリズム推進のための手引き」作成・公表

- ベーシックプログラムの作成
- 付加価値の高い観光コンテンツの開発
- 人・物・施設等の情報データベース構築
- 普及啓発セミナー、人材育成研修会
- 武道ツーリズム伝道師等の認定制度創設
- 多言語対応
- インバウンドニーズ調査
- 世界武道Games（仮称）の開催

## 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

世界の観光トレンドは体験性の高い「コト消費」にシフトしており、スポーツ庁が実施したマーケティング調査結果からも、インバウンドが武道に高い関心を持っていることが分かっている。

また、世界中には1億人を超える武道愛好者がいるとも言われており、こうした者の訪日意欲を喚起することで新たなインバウンド層を獲得するとともに、母国で武道ツーリズムのアンバサダーとなることも期待される。

しかしながら、武道ツーリズムの認知度は多少向上しつつあるものの、これまでに「武道×観光」といった取組事例はわずかしかなく、そのノウハウやデータの蓄積も行われていない。

本研究会では、武道ツーリズムに取り組む地方公共団体や民間事業者等（以下「武道ツーリズム事業者」という。）から、取組に関する課題や対応策、国への要望等について聞き取りを行い、多方面から取り組むべき方向性と政策内容を議論した。

その結果、多様な体験コンテンツの開発、多言語対応が可能な人材の育成・確保、インバウンドの受入環境整備、官民連携モデル事業の実施、資源情報データベースの構築、インバウンドニーズの調査、普及啓発のためのセミナーの実施、一般参加型横断的国際武道大会（世界武道Games）の開催等が不可欠であるとされたことから、関係者は連携して次のことに取り組んでいく必要がある。

### (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

武道ツーリズム事業者の多くから、指導者がインバウンドを含めた観光客対応の経験がないことから受入に踏み切れないとの意見や、マニュアル・モデルメニュー等があれば円滑に事業を行うことが可能になるとの意見があった。

このことから、国は、武道団体や観光団体等と連携し、特にインバウンド向けに武道の歴史・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べきである。なお、作成にあたっては、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等を踏まえたものとする必要がある。

武道ツーリズム事業者は、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、発祥地として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）のニーズが異なることに留意すべきである。

#### 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プログラム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、専門性の高いガイドによる武道の歴史（ルーツ、流派等）解説や他武道体験、関連した観光体験商品を提供し、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

観光資源を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。

本研究会では、出張型の「みる」商品の造成、専門性の高いガイドによるツアー商品の造成、武家屋敷・日本家屋・城郭・寺社仏閣等の活用、アニメ・ゲーム等からのエンターテイメントからのアプローチ、禅・書道・茶道等の文化体験との連携等々、コンテンツ開発の一助となる具体的な意見が出されたので是非参考にして頂きたい。

## **(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**

武道ツーリズム事業者は、多言語対応が可能な指導者や、武道を絡めた地域の歴史・文化を伝えられる通訳ガイドの確保に苦慮している。一方で、武道経験者や可能性のある通訳ガイドは潜在的に多くいると見られ、今後取組を活性化していくためには、こうした者の掘り起こしや組み合わせが重要となる。

このことから、国が主導して、地方公共団体、武道団体、JICA、UNIVAS、留学生、通訳ガイド等を通じ、多言語対応で武道の歴史・文化・ルール・技術・楽しさ等を伝え、交流を促進するための人材ネットワーク形成に取り組むべきである。

### **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で開催する必要がある。

### **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の創設を検討し、優良な武道ツーリズム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必要がある。

## **(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**

武道ツーリズムを展開するうえで、課題の一つとなっているのが利用可能な施設の確保であり、特に収益を上げる場合は商業利用と見なされ、制約を受ける場合が多い。

国、地方公共団体、武道団体、武道ツーリズム事業者は、武道ツーリズムに取り組む意義を継続して発信するとともに、武道ツーリズムで得られた収益を地域や武道に還元できる仕組みの構築を検討し、持続可能な取組としていく必要がある。

当面、国は、地方公共団体や武道団体等を通じて、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形成に取り組むべきである。

### **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支援を検討すべきである。

なお、武道ツーリズム事業者からは、ライト層向けの道具レンタルサービスの必要性や、インバウンドは購入希望者も多いためビジネスにも繋がる可能性があるとの意見があったので考慮すべきである。

## 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、武道ツーリズムを通じてインバウンドの満足度向上に向けた取組を行う施設を重点的に整備する必要がある。

## (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、これまでにない日本でしか体験することのできない希少価値の高い商品の提供や、それに伴う受入環境整備等、新たなインバウンド層の取り込みに繋がる取組の創出を目指す必要がある。

また、そこで得られた課題について分析や対応策の検討を行い、国の施策立案に活かすとともに、他の地域へ横展開を図っていくべきである。

## (5) 資源情報データベースの構築

(2)ア及び(3)アに記載したとおり、武道ツーリズム事業者や観光関係者と指導者、施設等が有機的に結び付くことが武道ツーリズムを推進する上で不可欠なものである。こうした関係を構築するのは主に地域関係者であるが、そのための情報の整備は国が一元的に行うことが望ましい。

このため、国は、これらの情報を集約・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、汎用アプリ等を活用した検索・編集方法のナレッジ集を作成し、武道ツーリズム事業者の事業展開が円滑に進むよう取り組む必要がある。

なお、将来的には、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

武道ツーリズムは前例がほとんどないため、武道ツーリズム事業者は手探りで事業を実施しているのが現状である。安定した経営を図るためには効果的な事業計画を作成する必要があり、このための市場関連データの整備が急務である。

国が、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を行い、武道ツーリズム事業者がこれらのニーズをしっかりと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という役割分担を行うべきである。

なお、本研究会では、需要側の視点に立ってニーズをしっかりと捉えたうえで事業を展開することや、武道及び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ことの重要性が述べられ、その手法としては、観光庁やJNTOのノウハウを参考に、分析やターゲッ

ディングが可能なインターネット調査を積極的に活用すべきとの意見があった。

#### **(7) 普及啓発のためのセミナー等の実施**

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創出するため、定期的なセミナーや情報共有の場を提供していく必要がある。

#### **(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、将来的に一般参加型競技横断的な世界大会の開催を検討すべきである。

## **2. 「国・企業・地域・団体等の連携強化」に向けた取組**

多様な武道ツーリズムコンテンツを造成していくためには、人（指導者、通訳者、観光ガイド等）、物（武道着、武具、鍛錬具等）、施設（武道館、社会体育施設、民間体育施設等）が必要である。これらの多くは既に地域資源として存在するものの、多数のインバウンドを受け入れる際には、これらを流動的に組み合わせる必要がある、そのためには円滑な体制の構築が不可欠である。

その際、体制構築の中心となるのは、地方公共団体、武道団体、民間事業者など、地域によって様々であることを鑑み、国及び関係団体は、関係者の合意形成が円滑に図られるよう、その下地作りを積極的に進める必要がある。

国及び本研究会では、武道ツーリズムを推進するための全国組織体の設立、関係団体等の連携体制作り等の検討を行った。

### **（1）武道ツーリズム推進組織の設立**

本研究会において、武道ツーリズムを推進するうえで、全国的なネットワークの構築やビジネスとしての仕組み作り、世界に発信していくために全国組織が必要との意見が繰り返し述べられた。

スポーツ庁が「スポーツツーリズム需要拡大戦略」を策定し、新たな重点テーマに「武道ツーリズム」を掲げてから2年の間に、各地域で武道ツーリズム事業者が取り組みを開始したが、その数はまだ少なく、点の取組に留まっている。こうした動きをムーブメントに繋げていくためにも、全国組織を中心に関係者が一体となって取り組む必要がある。

本推進方針においては、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、2の（2）等に関する事業コンサルタントの役割、3の（1）～（3）等の情報発信等が当面取り組む内容であるが、将来的には、以下のような総合的な事業展開を図っていくことが期待される。

1. 地域・団体等の全国的なネットワーク構築
2. 国際大会等の誘致・開催に関する協力、提言
3. 武道を活用した旅行商品の普及及び造成の支援
4. 武道ツーリズムを推進するための環境整備、提言
5. 武道ツーリズムを推進する人材の育成、研修会等の開催
6. 情報の集約、国内外への情報発信 等

国及び関係者は2020年度の武道ツーリズム推進組織設立に向けて尽力するとともに、設立後も協力体制を構築し、一体となって武道ツーリズムを推進していくべきである。

### **（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推進ビジョンに掲げられた取組の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。

本研究会でも、日本が誇る武道の精神性を未来につなげていくという機運を作りながら磨いていくことが重要、地方公共団体との意見があった。

**【武道ツーリズム推進ビジョン】（再掲）**

- ・ 武道が日本発祥であることの国際的認知（プレゼンス）の向上
- ・ 武道によるインバウンド誘客の促進と地域活性化
- ・ 武道体験を通じたファン層等の拡大による日本の精神・文化の国内外への普及・発信

このため、地方公共団体、地域スポーツコミッション、DMO等のスポーツツーリズムの地域推進団体が、武道ツーリズム事業者の支援や関係者との調整等に積極的に関与し、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。

こうした関係構築を円滑にするためにも、国や中央武道団体、武道ツーリズム推進組織等が積極的にメッセージを発信し、地域の一体感の醸成や武道のブランディングを行っていく必要がある。

### **3. 「官民連携プロモーション」に向けた取組**

コンテンツ開発・受入体制強化と両輪で取り組む必要があるのが、主に海外に向けて行うプロモーションによる誘客である。特に、ゴールデンスポーツイヤーを迎え、日本のスポーツに注目が集まっている好機を逃さず、官民が一体となってプロモーションを行っていくことが重要である。

スポーツ庁が2018年12月に配信した武道ツーリズム動画は、現在までに360万回以上の再生回数、1万件以上のシェアを達成するなど、武道への関心の高さを再確認するとともに、デジタルプロモーションの波及効果の高さを示した。

今後は、これまでの取組を継続するとともに、現地プロモーションや各種スポーツ大会・エキスポ等を活用して積極的に情報を発信していく。

#### **(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べきである。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、直接予約や決済まで出来る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の掲載等も検討していく必要がある。

本研究会では、優良コンテンツ開発に合わせてグローバル市場への販路を確保すべき、プロモーションに関して海外向け等の広範囲な情報発信の専門性を持つ JNTO 等に全面的に委託することも検討すべきとの意見があった。

#### **(2) 各種スポーツ大会やエキスポ等と連携したプロモーション**

国内外で様々なスポーツ・武道大会やエキスポ等が開催されているため、武道ツーリズムプロモーションの場として積極的に活用していくべきである。国や武道団体、武道ツーリズム事業者等は連携して、日本の文化としての武道、スポーツとしての武道を国内外に発信していくことが重要である。

#### **(3) 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、JICA、JETRO、JNTO、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ことも効果的である。

#### **(4) 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・合宿等への参加、修練・研鑽等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と良い。

#### **(5) 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し、更に体験プログラムにも間接的に活用することを検討すべきである。

#### **4. その他（国の支援策の拡充検討）**

武道ツーリズムの取組はまだ始まったばかりであり、そのポテンシャルを十分に発揮するためには、国等からの一定の支援が不可欠である。

特に、モデルとなる取組の創出や全国ネットワーク構築は急務であり、これらに重点化した支援策の拡充を検討する必要がある。

##### **（１）官民が連携したモデル事業の実施**

国は、モデル事業、ニーズ調査、各種会議等で示された成果や課題等を分析し、国が主導して更なるインバウンド拡大に資するためのモデル事業の拡充を検討すべきである。

実施に当たっては、民間のノウハウの活用や、産学連携という視点で付加価値を高めて進めるべきである。

##### **（２）武道ツーリズム推進組織への支援**

国は、武道ツーリズム推進組織が2の（１）で記載した事業等を円滑に行うため、各取組のスタートアップに係る財政支援を積極的に検討すべきである。

##### **（３）地域スポーツコミッションへの支援**

国は、多様な関係機関が一体となってまちづくり・地域活性化に取り組む組織である「地域スポーツコミッション」の設立及び活動を支援している。今後、より多くの地域スポーツコミッションが武道ツーリズムに取り組めるよう支援策の拡充を検討すべきである。