

**スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業**  
**(スポーツツーリズム需要拡大に向けた促進強化事業)**

---

事業実施報告書

令和3年3月



<b>1. 事業概要</b>	2
事業名、事業趣旨・目的、業務内容、実施体制	3
<b>2. テーマ別の研究会等の運営業務及び報告書の作成等</b>	5
アーバンスポーツツーリズム研究会開催概要	6
地域スポーツ振興組織の在り方検討会開催概要	7
アーバンスポーツツーリズム研究会論点整理	9
地域スポーツ振興組織の在り方検討会提言案	57
<b>3. 「ベーシックプログラム」の作成（印刷物）</b>	77
<b>4. 「ベーシックプログラム」の作成（映像）</b>	79
<b>5. 「武道ツーリズムへの興味・関心」に関わる調査について</b>	81

# 1. 事業概要

---

# 1. 事業概要

## 事業名

令和2年度「スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業（スポーツツーリズム需要 拡大に向けた促進強化事業）」

## 事業趣旨・目的

スポーツ庁では、官民が連携したスポーツツーリズムの魅力の発信やコンテンツの拡充を通じて需要を拡大することを目指し、平成29年度から「スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会」を開催するとともに、国内外において国内のスポーツツーリズムに関わる動向やニーズを測る調査や、「官民連携プロモーション」を実施し、スポーツツーリズムは国内外に関心層が多く存在することが改めて確認された。平成30年3月に策定した「スポーツツーリズム需要拡大戦略」を踏まえ、令和元年度は新たに「武道ツーリズム研究会」を開催するとともに、地方部の意識啓発のため全国4ヶ所での「スポーツツーリズムセミナー」を実施し、スポーツツーリズムの更なる定着・拡大に取り組まれてきた。本事業は、更なるスポーツツーリズムの需要拡大・定着化、また日本文化に関心を持った新たなインバウンド層の取り込みに向け、テーマ別の研究会等を開催するとともに、多様なニーズに沿った体験コンテンツの開発や受入環境整備の全国展開に資するベーシックプログラムの開発及びインバウンドニーズ調査等を実施するものである。

## 業務内容

### （1）インバウンド拡大に向けたテーマ別の研究会等の運營業務及び報告書の作成等

「スポーツツーリズム需要拡大に向けた官民連携協議会」及び「武道ツーリズム研究会」について、地域や分野をさらに特定して深掘りすることを目的に、3つの研究会（インバウンド拡大に向けたスポーツツーリズム研究会、アーバンスポーツツーリズム研究会、地域スポーツ振興組織の在り方検討会）の運營業務、報告書の作成を行う。

### （2）インバウンド向け武道ツーリズム事業に係る「ベーシックプログラム」の作成（印刷物）

本事業は、事業者の円滑な運営やコンテンツの品質管理を目的として、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コンテンツを円滑に遂行するための汎用性の高いベーシックプログラムを作成するものである。

### （3）インバウンド向け武道ツーリズム事業に係る「ベーシックプログラム」の作成（映像）

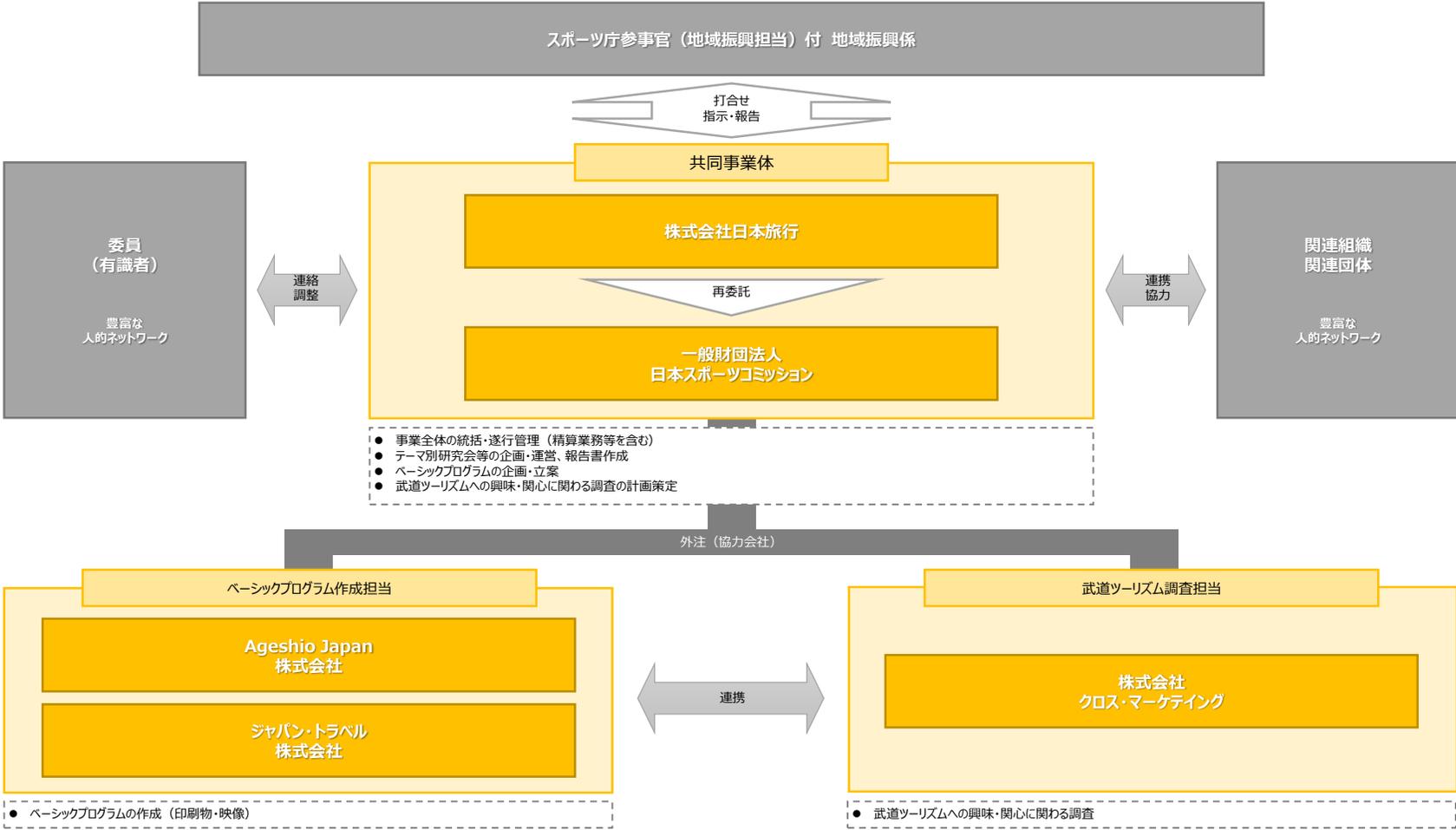
インバウンド向けに、武道の歴史・文化やその精神性、作法、基本動作、安全管理、マナー・楽しさ等の情報を伝えるコンテンツとして映像物を制作する。対象者は日本文化としての武道に触れることを求める各国の武道未経験者又は初心者（ライト層）とし、ノンバーバル版の映像コンテンツ・字幕入り版（英語）の映像コンテンツの2種類を作成する。

### （4）武道ツーリズムへの興味・関心に関わる調査

インバウンドニーズに対応したより効果的な受入環境の整備や、武道と地域特性を掛け合わせた体験型コンテンツの開発、既存コンテンツの磨き上げ等の取組に資するため、種目毎に深化した最新のマーケティング関連データの整備を行うものである。

# 1. 事業概要

## 実施体制



株式会社日本旅行（事業実施主体）、一般財団法人日本スポーツコミッション（SCJ）（再委託先）の二者が、各々の強みを生かせる連携体制を確立した。

また、ベーシックプログラムの作成では、外国人向けに空手ツーリズム事業を展開する第一人者であるAgeshio Japan株式会社、外国人による外国人のための情報発信を強みとするジャパン・トラベル株式会社と協力し、武道ツーリズムへの興味・関心に関わる調査では、グローバルリサーチを得意とする株式会社クロス・マーケティングと連携をして本事業に取り組んだ。

## **2. テーマ別の研究会等の運営業務 及び報告書の作成等**

---

# 2. テーマ別の研究会等の運営業務及び報告書の作成等

## 事業趣旨・目的

「スポーツツーリズム需要拡大に向けた官民連携協議会」及び「武道ツーリズム研究会」について、地域や分野をさらに特定して深掘りすることを目的に、2つの研究会（アーバンスポーツツーリズム研究会、地域スポーツ振興組織の在り方検討会）の運営業務（議題検討、資料作成、議事録作成等）を行った。

なお、今回現地での開催を予定していたインバウンド拡大に向けたスポーツツーリズム研究会については、コロナウイルス感染拡大に伴い、開催を見送ることとなった。以下、開催概要を示しており、9頁以降にそれぞれの研究会を受けて論点整理および提言としてまとめた。

## 開催概要

- 研究会名： **アーバンスポーツツーリズム研究会**（全3回実施）
- 開催日時：【第1回】10月12日（月）14:00-16:00 @ 文部科学省16階第3会議室  
 【第2回】12月15日（火）10:00-12:00 @ オンライン開催  
 【第3回】2月3日（水）10:00-12:00 @ オンライン開催
- 構成委員：原田 宗彦 早稲田大学スポーツ科学学術院 教授 ※座長  
 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 会長  
 針谷 和昌 一般社団法人 日本アーバンスポーツ支援協議会 専務理事  
 日比野 理人 アソビュー 株式会社 観光戦略部  
 橋本 要 札幌大学 講師 / X-SPORTS部 監督  
 文平 龍太 一般社団法人 キメラユニオン 代表理事  
 長谷川 将平 長永スポーツ工業 株式会社 技術営業本部 本部長  
 中下 義昭 広島県アドバイザー / 前広島県副知事  
 坂光 徹彦 一般社団法人 広島県インクルーシブフットボール連盟 会長  
 西川 隆 一般社団法人 日本スケートボード協会理事・スケートボード初代日本代表監督  
 （2回目より参加）

▼第1回目開催の様子



▼第1回目開催の様子



▼▶オンライン開催の様子

**アーバンスポーツ実施状況**

●既に実施している種目の開催率(N=27)

開催率	68%
-----	-----

●既に実施している種目のキャンセル率(N=27)

キャンセル率	22%
--------	-----

●既に実施している種目の参加者数(N=27)

参加者数	1,234名
------	--------

●既に実施している種目の収入(N=27)

収入	100万円
----	-------

**II-1. アーバンスポーツ推進の課題②**

4. 認知度の向上と人材育成

5. 資金調達と持続可能性の確保

6. 地域連携と観光産業との連携

7. デジタル化とデータ活用

8. 環境配慮と持続可能な開催

# 2. テーマ別の研究会等の運営業務及び報告書の作成等

## 開催概要

- 研究会名：地域スポーツ振興組織の在り方検討会（全3回実施）
- 開催日時：【第1回】10月6日（火）14:00-16:00 @ 文部科学省16階第3会議室  
 【第2回】12月15日（火）14:30-17:00 @ オンライン開催  
 【第3回】2月3日（水）14:30-16:30 @ オンライン開催
- 構成委員：木田 悟 一般財団法人日本スポーツコミッション 理事長 ※座長  
 白枝 淳一 NPO法人 出雲スポーツ振興21 専務理事  
 桑田 健秀 一般社団法人全国スポーツクラブコミッション 理事  
 関根 留理子 NPO法人 ジャパン・フィルムコミッション 事務局長  
 大山 純輝 一般社団法人 志摩スポーツコミッション 事務局長  
 三枝 稔 学校法人先端教育機構 専務理事  
 藤原 直幸 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 地域スポーツ戦略ディレクター  
 渡邊 優子 NPO法人 総合型地域スポーツクラブ 希楽々 理事長

▼第1回目開催の様子



▼第1回目開催の様子



▼▶オンライン開催の様子

**I-1. 自治体における首長等のリーダーシップの必要性について**

地域スポーツ振興組織の在り方は、関係者を広く巻き込んで活動する。自治体における首長等のリーダーシップは大きく左右されることとなる。

1. スポーツを活用した地域振興組織の考え方
  - 自治体の首長等がスポーツを活用した地域振興組織の在り方について、積極的な関与が必要である。
  - 一歩は、スポーツ振興に関する部局や課で、スポーツイベントの振興や普及、あるいは関係するイベントや合宿型施設等の機能を担うリーダーシップが求められる。これにはさまざまな立場、あるいは組織に多存在する必要がある。
  - 他方、上層の行政組織の在り方、スポーツのインフラ等については民間の事業者・団体の役割も重要であり、自治体全体で地域の振興を担っていく必要がある。これは当然であるが、民間側からの積極的な参加や、行政の役割を担って存在している必要がある。民間側との連携を促す必要がある。
  - 自治体の組織を全面的に再編するのではなく、スポーツを活用した地域振興組織の在り方について、民間側との連携を促す必要がある。自治体全体で地域の振興を担っていく必要がある。これは当然であるが、民間側からの積極的な参加や、行政の役割を担って存在している必要がある。民間側との連携を促す必要がある。
2. 自治体における首長等のリーダーシップ
  - 自治体の首長等がスポーツを活用した地域振興組織の在り方について、積極的な関与が必要である。
  - スポーツを活用した地域振興組織を推進する上では、自治体の首長等がリーダーシップを担う必要がある。これは当然であるが、民間側からの積極的な参加や、行政の役割を担って存在している必要がある。民間側との連携を促す必要がある。
  - 自治体の首長等は、自治体の振興を推進する上では、自治体の首長等がリーダーシップを担う必要がある。これは当然であるが、民間側からの積極的な参加や、行政の役割を担って存在している必要がある。民間側との連携を促す必要がある。
  - 自治体の首長等は、自治体の振興を推進する上では、自治体の首長等がリーダーシップを担う必要がある。これは当然であるが、民間側からの積極的な参加や、行政の役割を担って存在している必要がある。民間側との連携を促す必要がある。

**II. 組織の形態や位置付けなどについて**

自治体は、その自治体の振興を推進する上では、自治体の首長等がリーダーシップを担う必要がある。これは当然であるが、民間側からの積極的な参加や、行政の役割を担って存在している必要がある。民間側との連携を促す必要がある。

自治体は、その自治体の振興を推進する上では、自治体の首長等がリーダーシップを担う必要がある。これは当然であるが、民間側からの積極的な参加や、行政の役割を担って存在している必要がある。民間側との連携を促す必要がある。

自治体は、その自治体の振興を推進する上では、自治体の首長等がリーダーシップを担う必要がある。これは当然であるが、民間側からの積極的な参加や、行政の役割を担って存在している必要がある。民間側との連携を促す必要がある。

## 2. テーマ別の研究会等の運営業務及び報告書の作成等

### 議事次第

全3回にわたる議事次第（アーバンスポーツツーリズム研究会、地域スポーツ振興組織の在り方検討会）は別添1の通りまとめた。

### 議事要旨

全3回にわたる議事要旨（アーバンスポーツツーリズム研究会、地域スポーツ振興組織の在り方検討会）は別添2の通りまとめた。

### 議事録

全3回にわたる議事録（アーバンスポーツツーリズム研究会、地域スポーツ振興組織の在り方検討会）は別添3の通りまとめた。

## **2. テーマ別の研究会等の運営業務及び報告書の作成等 (アーバンスポーツツーリズム推進に向けた論点整理)**

---

# アーバンスポーツツーリズム推進に向けた論点整理

アーバンスポーツツーリズム研究会  
令和3年3月12日

## 報告構成

はじめに

I. アーバンスポーツツーリズム推進の背景と目的

I - 1. アーバンスポーツに取り組む背景と定義

I - 2. アーバンスポーツツーリズム推進の目的

II. アーバンスポーツツーリズムの推進へ向けた課題

II - 1. アーバンスポーツ推進の課題

II - 2. アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題

III. アーバンスポーツツーリズム推進に向けて

III - 1. ツーリズム振興の視点

III - 2. コロナ禍への対応

III - 3. アーバンスポーツの活用展開

III - 4. TOKYO2020 以降のアーバンスポーツについて

## 報告構成

はじめに

### **I. アーバンスポーツツーリズム推進の背景と目的**

#### **I - 1. アーバンスポーツに取り組む背景と定義**

#### **I - 2. アーバンスポーツツーリズム推進の目的**

### II. アーバンスポーツツーリズムの推進へ向けた課題

#### II - 1. アーバンスポーツ推進の課題

#### II - 2. アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題

### III. アーバンスポーツツーリズム推進に向けて

#### III - 1. ツーリズム振興の視点

#### III - 2. コロナ禍への対応

#### III - 3. アーバンスポーツの活用展開

#### III - 4. TOKYO2020 以降のアーバンスポーツについて

# I - 1. アーバンスポーツに取り組む背景と定義

アーバンスポーツは、若者のスポーツ離れが危惧される中、従来のスポーツや体育の枠組みに縛られない遊び感覚のアクティビティとして、若者や子供を中心に広がりを見せており、多様な効用（効果）が考えられる。

## 1. アーバンスポーツに取り組む背景

- ・ 東京2020に採用されたアーバンスポーツ3種目を盛り上げ、成功に寄与するとともに、レガシーの創造を支援すること、また、若者に人気のあるこれらアーバンスポーツの普及を通じて、青少年の健全な育成支援と国民の健康増進に貢献することを目的として、JOCはじめ、一般社団法人日本アーバンスポーツ支援協議会が主体となってアーバンスポーツを推進している。
- ・ 街中の道路での遊びから派生したものがBMXやスケートボード競技であるように、アーバンスポーツは「ストリートスポーツ」とも呼ばれ、もともとは都市内で気軽にできるスポーツである。また、「エクストリームスポーツ」とも呼ばれ、際どいパフォーマンスを演じることで、観衆の目を引こうとする側面もある。X-GAMESやFISEワールドシリーズなどに代表されるように、一流の競技者によるパフォーマンスは、人を魅了し、集める効果がある。国内でも、FISEワールドシリーズ広島やキメラA-SIDEは、全国から多くの人を集めるイベントとなっている。
- ・ このようにアーバンスポーツへの取組は、若者や子供などを引き込む地域の魅力やアーバンスポーツの体験・観戦のツーリズムを生み出すものとして期待される。

## 2. アーバンスポーツの定義

アーバンスポーツとは「エクストリームスポーツの中で都市での開催が可能なもの」として、音楽、ファッションなど遊び感覚の高い若者文化とともに進化するものと捉えることができる。

種目としては、ボルダリング、BMX、スラックライン、パルクール、スケートボード、3×3などを例として挙げることができるが、特に種目などを限定するものではない。

<委員からの意見>

○アーバンスポーツという名称から都市型のスポーツと捉えられやすいが、内容的にはストリートスポーツ、ストリートカルチャーという表現の方が相応しいのではないか。

○「都市での開催が可能なもの」という定義では、街中でやるものも巻き込んでしまうため安全性の面で不安が残る。施設の中や限られたスペースでやるような条件の設定も必要ではないか。

## 【参考】アーバンスポーツの特徴

- ・ 音楽やファッション、アートなど若者文化が融合したものとして、従来のスポーツの枠を超えた領域に展開するものであり、スポーツという側面に拘らず、遊び、カルチャーの延長線上に捉えているという側面がある。
- ・ 遊び感覚から発生したアーバンスポーツは、ビジネスに抵抗がなく、民間を巻き込んだ事業展開に適していると考えられている。
- ・ 子供からプロの競技者まで、皆が同じフィールドで練習に取り組む等、風通しの良さがあると考えられる。

# I - 2. アーバンスポーツツーリズム推進の目的

アーバンスポーツは、若者や子供を引き寄せるとともに、アーバンスポーツの観戦者のツーリズムを生み出すものとして、地域活性化への寄与・貢献が期待される。

## 1. アーバンスポーツ推進の意義

- ・ 郊外に行かなくても、専用競技場がなくても、都会や街にある環境を利用して個人でできる活動であり、裾野は限りなく広がっていく可能性があるのではないかと。
- ・ 裾野を広げるためには競技者の高い目標が必要であるところ、TOKYO2020におけるアーバンスポーツの採用を契機に、爆発的な裾野拡大が期待できるのではないかと。
- ・ アーバンスポーツに人と勝負する対戦形式のものは少なく、その多くは「自己との闘い」というスポーツの意義を再確認させてくれるものと考えられるのではないかと。
- ・ ファッション、音楽、映像などのエンタテインメントと切り離せない側面を有しており、新しいスポーツの価値を見出してくれるものとしても期待できるのではないかと。
- ・ アーバンスポーツは若者に新しい生き方を提示してくれるものとも考えられるのではないかと。

## 2. アーバンスポーツツーリズム振興による地域の活性化

- ・ アーバンスポーツの競技者・愛好家は少数ではあるが、優れた施設における体験に積極的であり、ツーリズムにつながる可能性を有しているのではないかと。
- ・ 競技レベルの高いアーバンスポーツイベントの観戦ニーズも高く、体験と組み合わせることでツーリズムにつながる可能性があるのではないかと。

(以上、本研究会実施のアンケート調査より)

したがって、

各地域の特色あるアーバンスポーツへの取り組みにより、「する」「みる」のツーリズム需要を高め、地域の活性化、魅力あるまちづくりを推進することが重要と考えられる。

<委員からの指摘>

○ツーリズムの需要面からはライト感覚の「体験」ボリュームが中心となるため、子供向け体験と同行する家族などがメインのターゲットとすることが効果的と考えられる。

○アーバンスポーツはツーリズムの側面だけでなく、様々な地域活性効果がある。緒に就いたばかりのアーバンスポーツツーリズムより、街中へ若者やこどもを引き寄せ、街の賑わい再生などの効果が期待できる。

○手軽にできるスポーツとして、スポーツ離れの改善や住民の健康増進が期待できる。

## 報告構成

はじめに

I. アーバンスポーツツーリズム推進の背景と目的

I - 1. アーバンスポーツに取り組む背景と定義

I - 2. アーバンスポーツツーリズム推進の目的

**II. アーバンスポーツツーリズムの推進へ向けた課題**

**II - 1. アーバンスポーツ推進の課題**

**II - 2. アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題**

III. アーバンスポーツツーリズム推進に向けて

III - 1. ツーリズム振興の視点

III - 2. コロナ禍への対応

III - 3. アーバンスポーツの活用展開

III - 4. TOKYO2020 以降のアーバンスポーツについて

## Ⅱ - 1. アーバンスポーツ推進の課題①

アーバンスポーツは、言葉としても一般に普及するには至っておらず、競技人口も少ないというのが現状である。アーバンスポーツツーリズムを推進する前提として、まず、アーバンスポーツの普及推進が重要と考えられる。

具体的に推進を図るためには、低い認知度・露出の不足、「する」ための障害、「みる」ための障害、都市内での活動を妨げる法規制（公園・公道等の利用規制）などの克服が喫緊の課題と考えられる。

### 1. 低い認知度・露出の不足

- ・ アーバンスポーツの種目には、一般になじみのあるものも一部あるものの、総じて競技人口は少なく、一般に対する露出が少ないのではないか。
- ・ 露出機会を増やすためのメディアの活用、実際に見て、体験できる機会づくりなどの情報発信が必要ではないか。
- ・ 各種目の情報発信力の弱さをカバーするためには、まず「アーバンスポーツ」という言葉を定着させる必要があるのではないか。「アーバンスポーツ」を冠したビックイベント（大会）の開催が効果的と考えられる。
- ・ 対象競技のファン向け雑誌やSNSを活用した情報発信の強化も選択肢の一つと言えるのではないか。

### 2. 「する」ための障害

- ・ アーバンスポーツを「したい」と思っても、場所も、指導者も身近に得られる人は限られているのではないか。
- ・ 身近にアーバンスポーツを体験できる場所・施設を整備すること、次に、適切な指導を行うことのできる体制の整備が必要ではないか。また、アーバンスポーツに対する理解を深める活動も重要ではないか。
- ・ ハード整備にあたっては、必ずしも新たに施設を整備する必要はなく、使われていない施設の活用、低利用頻度施設の活用でも対応可能ではないか。特に運動施設では、利用種目を制限する既存のルールがあって、新しい種目による利用を妨げているケースもある。

### 3. 「みる」ための障害

- ・ アーバンスポーツの推進にあたっては、「する」機会づくりと並行・連携して「みる」機会づくりも重要ではないか。
- ・ 一流の競技やデモを見ることで、関心を持つ人が増え、「する」需要の喚起につながるのではないか。これら「みる」環境を作るためのイベント開催コストの顕在化が課題ではないか。
- ・ 今年度はコロナ禍の影響で多くのスポーツイベントが中止になっており、これはアーバンスポーツ分野も同様であった。しかし、アーバンスポーツでは、デジタルネイティブの若者の特性から、IOTを活用したイベントを始動した例がある。



## Ⅱ - 1. アーバンスポーツ推進の課題②

### 4. 誰もが参加できるアーバンスポーツ

- ・ アーバンスポーツは、遊びの感覚から始まり、だれもが参加できるという基本的側面を有しているが、競技スポーツとして進化する過程において、ルールや競技条件が厳格化されることで、参加のしやすさが薄れる傾向にある。
- ・ 高齢者、子供、障がい者など様々な人が参加できるルール作りや施設等の整備、道具の開発も求められている。

### 5. 都市内での活動を妨げる法規制

- ・ アーバンスポーツは「ストリートスポーツ」とも言われることから、その競技の中には、道路や公園をフィールドとするものも多い。
- ・ 道路内での遊びやスポーツは、安全性や交通秩序を守る観点から、当然規制の対象となっており、これはアーバンスポーツ推進を妨げる要因の一つと考えられる。場合によっては、道路内での遊びやスポーツを可能とする制度（歩行者天国のような手法）の導入も検討するべきではないか。
- ・ 規制の状況は公園においても同様である。現状、公園本来の目的による利用までを制限するような運用が多く、一般的に言って、アーバンスポーツの活動は困難と想定される。
- ・ 一方で、スケートボードパークの整備等も進んでいる。重要なことは、既存施設の運用制限の緩和も含め、アーバンスポーツをできる場所を増やす試みと言える。そのためには、アーバンスポーツ活動者のモラルと一般の理解を深めることが必要ではないか。

### 6. 活動組織の脆弱さとクラスター化

- ・ アーバンスポーツの多くは歴史が浅く、財源・人材などの脆弱さは否めない。しかし、遊び感覚が強いという特徴から、スポーツビジネスとしての収益性に対する抵抗は低いため、企業との連携が進み、競技人口・参加者が増えることで、財源的課題は解消できる可能性があるのではないか。
- ・ 個々のアーバンスポーツは、小規模な活動団体であることもあり、情報発信力や訴求力の弱いことが多い。そこでアーバנקラスター構想で提案されたように、アーバンスポーツの結集による取り組みが重要になるのではないか。
- ・ 全国レベルの関係団体間では一般社団法人日本アーバンスポーツ支援協議会なども機能し、「クラスター化」が進んでいるが、地方においては、各種目の関係者間における協力体制は弱く、まだまだ連携が図りにくい状況にあると言えるのではないか。

### 7. 地域振興策としての行政の関与

- ・ アーバンスポーツ推進にあたり、活動場所の確保も重要であることは先に述べた。これらの施設整備や道路・公園等における活動の許認可は行政に委ねられているため、行政を巻き込んだ取組の推進が必要になってくるのではないか。
- ・ また、アーバンスポーツイベントの開催、底辺拡大の教室事業への支援など、地元行政の関わり方次第では、地域振興策として「アーバンスポーツ」を活用することも十分可能であるように考えられる。

## Ⅱ - 2. アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題

現状では、アーバンスポーツ自体の普及拡大に向けた取り組みの始動段階にあり、これをツーリズムに展開させるところにまで至っていない。ここでは、将来的に、アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題（論点）を整理する。

### 1. 地域外からの誘客に向けた意識改革

- ・ ツーリズムの対象条件である「みに行く」「しに行く」を商品化する視点が必要なのではないか。イベントを開催した例はあるが、宿泊・交通・バックヤードツアー等を結び付けるツーリズムには至っていない。イベント主催者、スポーツ活動組織、観光誘客に関わる関係者が連携し、地域一丸となってパッケージ化に取り組む意識改革が重要ではないか。
- ・ FISE広島、CHIMERA A-SIDEは、全国から観戦者を呼び込む魅力あるイベントとなっているが、今後はそれをツーリズムとしてのパッケージ化していくことが期待される。

### 2. ブランディング

- ・ 「する」「みる」「する+みる」、いずれのツーリズムであっても、その施設やイベントの知名度、ブランド力が重要であって、ブランディングに繋がるコンテンツの磨き上げが課題になるのではないか。
- ・ 情報発信も必要ではあるが、集客の主対象となる施設やイベントの知名度・魅力があってはじめて効果が生まれることに留意する必要があるのではないか。

### 3. 誘客ターゲットの明確化

- ・ 「する」ターゲットは、若者と子供が主体であり、子供を対象としたツーリズムは、ファミリー層が対象になるものと考えられる。
- ・ 随行家族のニーズを考慮すると、他のツーリズム以上に、アーバンスポーツ以外のアクティビティの用意が重要と言える。

### 4. 明確なコンセプト「行く」「来る」「見る」「見せる」のスパイラル化

- ・ 「行く」は行きたくなるような、行ってみたい、あそこで「する」というもの。
  - ・ 「来る」はどのようなものがあれば来てもらえるか、喜んでもらえるか。
  - ・ 「見る」はどんなイベントを見に行きたいか。
  - ・ 「見せる」はどんなイベントがあれば参加したいか。
- この4要素を上手くスパイラル化することで、ツーリズムへの展開可能性が高まるのではないか。

### 5. アーバンスポーツ、アーバンスポーツツーリズムに係る需要の把握

- ・ アーバンスポーツ、アーバンスポーツツーリズムの現状を把握し、需要の推計等を行うためには、基礎的なデータが必要であるところ、アーバンスポーツはまだ始動期にあり、世間からの認知度も低いことから、統計的なデータ収集には至っていないというのが現状である。
- ・ 今後のアーバンスポーツ、アーバンスポーツツーリズムの推進のためにも、基礎的なデータ収集や関係者の意向調査、意識調査等が求められるのではないか。

## 報告構成

はじめに

I. アーバンスポーツツーリズム推進の背景と目的

I - 1. アーバンスポーツに取り組む背景と定義

I - 2. アーバンスポーツツーリズム推進の目的

II. アーバンスポーツツーリズムの推進へ向けた課題

II - 1. アーバンスポーツ推進の課題

II - 2. アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題

**III. アーバンスポーツツーリズム推進に向けて**

**III - 1. ツーリズム振興の視点**

**III - 2. コロナ禍への対応**

**III - 3. アーバンスポーツの活用展開**

**III - 4. TOKYO2020 以降のアーバンスポーツについて**

# Ⅲ - 1. ツーリズム振興の視点

アーバンスポーツツーリズムに取り組む目的は、地域の活性化、地域経済の振興である。かかる観点から、各地域におけるアーバンスポーツツーリズム推進に向けた取り組みの視点を整理する。

## 1. ベースとなる「する」人の拡大

- ・ アーバンスポーツは、遊びから派生したスポーツ、運動であるから、「楽しさ」を基本として、普及させることで、スポーツ離れに一石を投じるものと期待できる。
- ・ スポーツを楽しむ子供を増やすための体験ができる環境整備も検討してはどうか。

## 2. 「する」「見る」の連携による需要拡大

- ・ FISE広島やキメラA-SIDEといったアーバンスポーツのビッグイベントでも開催を知らない人が多いというのが現状であり、情報発信の強化が求められている。
- ・ 「する」競技人口は少数であり、ツアービジネスの対象となるボリュームすらないものも多い。現状では、ツーリズム（旅行）としてビジネス化させるにはハードルが高く、まずは存在自体を知ってもらう取り組みや体験機会づくりが重要ではないか。
- ・ 需要喚起を図る情報発信を含めた仕組みづくりを検討してはどうか。例えば「アソビュー！」を利用して、お出かけが好きなユーザーに訴求するという方法が考えられる。有名選手に挑戦できる特別イベントや、オリンピック選手が教えてくれる教室などを開催し、スポーツの認知や体験者を増やすことが期待できる。
- ・ スポーツのできる場所を知らない、そもそもきっかけがないことも課題として想定される。「ライト感覚に体験できる場所」「教えてくれる人」「それを予約できる状態」を揃えた情報を発信することで、長期的には自ずと利用者が増えるようにも考えられるのではないか。

## 3. 他のツーリズムアイテムとの連携による需要創出

- ・ ツーリズム需要を喚起するためには、アーバンスポーツ単体ではなく、各地域の観光資源、スポーツを含めた他のアクティビティとの組み合わせ、地域の魅力を磨き上げることが必要があるのではないか。

## 4. ワールドカップ等ビッグイベント開催への支援

- ・ 競技のレベルを高める国内競技大会(クラスター大会)を創造し、国内各地を転戦できるようなシリーズ化を図ることで、「みる」機会を創出することも重要な目線と考えられる。
- ・ 世界から注目されるレベルの高い競技イベント（大会）の開催はもとより、例えばアーバンスポーツの学生イベントの開催を推進することによっても、全国の学生交流というツーリズム需要を喚起できるのではないか。

## 5. 地域活性化の視点からの取組

- ・ 遊水池や未利用施設をアーバンスポーツの活動フィールドとして活用することで、地域振興に寄与できるものと考えられる。街中の空き店舗等を活用すれば、街の賑わい再生にも貢献できるのではないか。
- ・ 道の駅などと組み合わせた活動は、子供に付き添う保護者、祖父母を巻き込み、買い物、飲食を伴う消費を喚起することも期待できる。

## Ⅲ - 2. コロナ禍への対応

アーバンスポーツは、「ストリートスポーツ」とも言われるように、アウトドアを基本とするものが多い。その一方で、デジタルネイティブと呼ばれる世代が競技人口の多数を占めており、容易にICTを導入できる環境にもある。

### 1. ストリートスポーツとも言われるアウトドア特性

- 今日のコロナ禍にあって、アウトドアの環境特性から密を避けることのできるスポーツとして注目されているという側面がある。例えば、鶴沼海浜公園スケートパークでは、一昨年は年間35,000人の来場者であったところ、コロナ禍で閉鎖期間もあるが、昨年7, 8月（2か月）で10,000人の来場者を記録した等のデータがある。
- このことから、コロナ禍に人気を集めるアクティビティとして評価することができる。

### 2. インバウンドの激減、オリンピック事前キャンプへの期待

- 国内の一流のパーク整備に関しては、過去オリンピックの事前キャンプとして海外チームの視察などが行われ、大きな期待が寄せられていた。しかし、現在では、入国禁止措置の関係から皆無の状態となっている。
- afterコロナに備えた準備が必要と言える。

### 3. ICTを活用したデジタルイベントの開催

- アーバンスポーツの中心世代はデジタルネイティブと言われる世代であり、抵抗なく、Eイベントが開催され始めている。
- 代表的な例として、E-FISEでは、競技者が競技映像を投稿し、それを審査するというシステムで、競技イベントが実施されている。
- コロナ禍で弾みがついたが、今後はこのようなICTを活用したイベントの開催も推進した方が良いのではないか。
- 「jga.parkour」ではインスタグラムを利用してオンラインの大会が始まっている。

# Ⅲ - 3. アーバンスポーツの活用展開

アーバンスポーツは、若者のスポーツ離れが危惧される中、従来のスポーツや体育の枠組みに縛られない遊び感覚のアクティビティとして、若者や子供を中心に広がりを見せており、多様な効用（効果）が考えられる。

## 1. 若者や子供、さらには高齢者にも対応

- ・ 近年、女性用アスレチックジム（教室）は中高年女性をターゲットとして急拡大した。これと同じように、若者、子供を中心ターゲットとした需要拡大も期待できるのではないか。
- ・ パルクールは、護身術的な体を守る動作を基本としているから、子供や高齢者の日常生活による事故防止にも役立つものとして、今後広く普及する可能性がある。

## 2. 遊休施設や未利用地の活用

- ・ アーバンスポーツの中には、特殊な設備などを必要としないものもあり、利用されていない空間、商店街・中心市街地・大規模商業施設などで発生している空きスペースの活用にも適している。
- ・ これら街中におけるアーバンスポーツの活動場所の確保は、街の賑わいの再生、中心市街地の活性化にも寄与する可能性を持っている。
- ・ アーバンスポーツ普及の課題として、活動場所や教室事業がないことなどが指摘されており、街中の遊休施設の活用は適していると考えられる。
- ・ アーバンスポーツによる遊休施設の活用例として、札幌大学におけるプールを活用したプールパークや岩手県大船渡市の小学校の廃校を利用した宿泊機能も持つ三陸BMXスタジアムなどがある。

## 3. 総合型地域スポーツクラブなどの自主事業に活用

- ・ 遊びの要素が強いアーバンスポーツは、従来の地域型健康普及事業とは異なり、民間ベースの有料事業としての抵抗が少なく、非営利組織の自主事業としての可能性も有しているものと考えられる。
- ・ 事例として、二子玉川の商業施設では、子供向けパークール教室が開始された実績がある。子供だけではなく、老若男女を対象とした遊び感覚の強い教室として、今後広がる可能性を秘めている。

## 4. アーバンという言葉に拘らず、ローカルに活用

- ・ 現在、アーバンスポーツに取り組む自治体の多くは、比較的都市の中心から離れた自然環境豊かな場所に施設を整備する傾向にある。
- ・ この背景には、人口減少や若者の流出に対する危機感が存在するケースが多い。アーバンスポーツの本来の発生要因は、街中での遊び（自転車やスケートボード等）であるが、わが国では、アーバンスポーツの取組を通じて、若者を呼び込む、地域活性化の手法として既に定着し始めていると言える。
- ・ アーバンスポーツ需要の多い都市部において、施設の不足を指摘する声も一部あるが、都市部での施設不足状態が、地方における取組を後押ししていると捉えることもできる。

# Ⅲ - 4 . TOKYO2020以降のアーバンスポーツについて

これまで馴染みの少なかったアーバンスポーツであるが、TOKYO2020で採用され、これを機に露出が増えることによって、アーバンスポーツを取り巻く環境は大きく変化するものと推測される。

## 1. アーバンスポーツの定着、急速な進展

- ・ TOKYO2020オリンピックの競技種目として、スケートボード、BMX、3人制バスケットボールが採用された。これにより露出が高まることは必至であるから、その種目の成績いかんでは、子供や若者を中心として、これらのスポーツ人口の急増も期待測される。
- ・ これに伴い、アーバンスポーツの魅力に触れるイベント、アーバンスポーツを体験できる場所への需要が増えていくことが予想される。
- ・ パリでのブレイクダンス採用等をはじめ、世界的に注目を集める状況はますます促進されていくであろう。

## 2. アーバンスポーツの一般化

- ・ 高齢者向けのパークール等をはじめとして、超高齢社会に向けての普及活動も増えるのではないか。
- ・ 健康増進に向けた手軽に参加できるスポーツとして、普及・定着化が進むことも考えられる。

## 3. 地域資源と結び付いた地域固有のツーリズムの進展

- ・ アーバンスポーツ単体での発展ではなく、全国都市の観光特性と結び付いたツーリズムとして推進した方が良いのではないか。
- ・ 沖縄県のスポーツツーリズム支援事業として、ビーチサッカー全国大会が実施されており、芸人チームや米軍基地の子供チームなど大きな大会として、音楽などとも結びついたカルチャーイベントとなっている。

## 4. 急激な人気、普及の拡大による障害の派生懸念

- ・ 「する」施設環境の整備が遅れると、街中でのルールを無視した行動にもつながり、住民の生活を阻害する要因ともなりかねない。かくして競技者と住民との間に確執が生まれれば、アーバンスポーツ、アーバンスポーツツーリズムの発展にも歯止めをかけてしまうことになるため、施設整備はもとより、公共空間における活動に対する規制緩和等も、速やかに検討した方が良いのではないか。

例えば、TOKYO2020のレガシーとして、道路における歩行者天国や公園におけるアーバンスポーツ利用の規制緩和などに取り組むことで、多額の設備投資をしなくても、アーバンスポーツ活動の活発化、その結果として、若者の集まる街へと転換、賑わいのある街への再生が可能と考えられる。

## 参考資料

1. 委員・オブザーバー・事務局一覧
2. アーバンスポーツツーリズム研究会運営規則
- 3-1. 第1回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨
- 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

# アーバンスポーツツーリズム研究会 参考資料①

## 1. 委員・オブザーバー・事務局一覧

座長	早稲田大学スポーツ科学学術院 教授 / 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 会長	原田 宗彦
委員	アソビュー 株式会社 観光戦略部	日比野 理人
	札幌大学 講師 / X-SPORTS部 監督	橋本 要
	一般社団法人 キメラユニオン 代表理事	文平 龍太
	一般社団法人 日本アーバンスポーツ支援協議会 専務理事	針谷 和昌
	長永スポーツ工業 株式会社 技術営業本部 本部長	長谷川 将平
	広島県アドバイザー / 前広島県副知事	中下 義昭
	一般社団法人 広島県インクルーシブフットボール連盟 会長	坂光 徹彦
	一般社団法人 日本スケートボード協会理事・元スケートボード初代日本代表監督	西川 隆
オブザーバー	内閣官房 東京オリンピック・パラリンピック推進本部事務局 企画調整担当	鈴木 貴裕
	スポーツ庁 オリンピック・パラリンピック課 係長	軍司 菜実子
	スポーツ庁 参事官（民間スポーツ担当）付 企画係	岩村 成興
	笠間市 都市建設部 都市計画課 都市計画課長	横山 孝夫
	熊谷市 総合政策部 スポーツ観光課 熊谷スポーツコミッション事務局 主査	水野 和則
	熊谷市 総合政策部 スポーツ観光課 熊谷スポーツコミッション事務局 主事	楠原 啓太
	独立行政法人 国際観光振興機構 MICEプロモーション部 誘致推進グループ	佐野 隆
	一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構	滝田 佐那子
事務局	株式会社 ZETA 代表取締役 CEO	財満 栄治
	スポーツ庁 参事官（地域振興担当）	原口 大志
	スポーツ庁 参事官（地域振興担当）付 スポーツ戦略官	日下 光彦
	スポーツ庁 参事官（地域振興担当）付 地域振興担当係長	横田 宜憲
	スポーツ庁 参事官（地域振興担当）付 専門職	片岡 章
	スポーツ庁 参事官（地域振興担当）付 地域振興係	多々良 祐明
	株式会社 日本旅行 公務法人営業部 営業1課	大倉 亜依
	株式会社 日本旅行 公務法人営業部 営業開発課	大橋 拓弥
一般財団法人 日本スポーツコミッション 主席研究員	杉本 武紀	

# アーバンスポーツツーリズム研究会 参考資料②

## 2. アーバンスポーツツーリズム研究会運営規則

アーバンスポーツツーリズム研究会の議事の手続その他研究会の運営に関し必要な事項は、この規則の定めるところによる。

### (会議の公開)

第1条 会議は、次に掲げる場合を除き、公開して行う。

一 人事に関する事項を議決する場合

二 前号に掲げる場合のほか、座長が会議を公開することにより公平かつ中立な審議に著しい支障を及ぼすおそれがあると認める場合その他正当な理由があると認める場合

### (会議の傍聴)

第2条 会議を傍聴しようとする者は、あらかじめ、スポーツ庁参事官（地域振興担当）及び株式会社日本旅行（以下「事務局」という。）の定める手続により登録を受けなければならない。

2 前項の登録を受けた者（以下「登録傍聴人」という。）は、座長の許可を受けて、会議を撮影し、録画し、又は録音することができる。

3 登録傍聴人は、前項の許可を受けようとするときは、事務局の定める手続により申請するとともに、会議を撮影し、録画し、又は録音しようとするときは、事務局の指示に従わなければならない。

4 登録傍聴人は、会議の進行又は他の登録傍聴人の傍聴を妨げる行為をしてはならない。

5 座長は、登録傍聴人が、第2項の規定による許可を受けず、若しくは第3項の規定による事務局の指示に従わずに会議を撮影し、録画し、若しくは録音したとき、又は前項に規定する行為をしたときは、当該登録傍聴人に退場を命ずる等適当な措置をとることができる。

### (会議資料の公開)

第3条 会議に配布した資料は、「行政機関の保有する情報の公開に関する法律」（平成11年法律第42号。以下「情報公開法」という。）に基づき、文書開示請求があった場合は、同法の趣旨に則り、公開について適切に対応するものとする。

### (議事要旨の作成・公開)

第4条 事務局は、会議の議事要旨を作成することとする。

2 議事要旨は、情報公開法に基づき、文書開示請求があった場合は、同法の趣旨に則り、公開について適切に対応するものとする。

### (雑則)

第5条 この規則に定めるもののほか、会議の議事の手続その他運営に関し必要な事項は、座長が会議に諮って定める。

### 附則

この規則は、研究会の決定の日（令和2年10月12日）から施行する。

## 3-1. 第1回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■ 研究会開催の目的など主旨説明要点

- ・スケートボード、BMXフリースタイル、3人制バスケットボールが東京オリンピックの正式種目に加えられ、アーバンスポーツは大きく注目されている。アーバンスポーツの特徴は、ファンもアスリートも概して若いこと、スポーツの側面を越えた都会的な文化要素が強いことが挙げられ、新たな文化創出の可能性も秘めている。
- ・そこで、本研究会は東京オリンピック・パラリンピック以降のレガシー継承と発展を見込んだスポーツツーリズムの新しい分野の創出のため、アーバンスポーツの現状と課題を把握するとともに今後の可能性を検討する。

### ■ アーバンスポーツに関わる委員からの発表

#### 議題1「アーバンスポーツの定義とアーバンスポーツツーリズムの可能性について」（要旨）

##### ＜アーバンスポーツの定義＞

- ・アーバンスポーツの定義は、一般社団法人日本アーバンスポーツ支援協議会の針谷専務理事の著書にある「エクストリームスポーツの中で、都市での開催が可能なものがアーバンスポーツである」がベースになると考える。

##### ＜アーバンスポーツツーリズムの可能性＞

- ・エクストリームスポーツでは、「する」が大会・合宿、「見る」がアーバンスポーツイベントの観戦、「ささえる」が地方都市でのスクール開催、展示会の出展などに該当する。
- ・優れた巨大なアーバンスポーツ施設が各地に存在するため、「する」に関しては充実していると言える。新潟県村上市スケートパークは2019年に新潟県村上市に完成し、スケートボードのストリート、パーク両方の世界大会が開催可能な巨大施設である。静岡県の東静岡アート&スポーツ／ヒロバは2017年に建設され、屋外にも非常に広いパークで雨でも中止にならない巨大な屋内施設を兼ね備える。福井県のふくい健康の森のスケートボード施設は2019年に建設された素晴らしい施設である。

## 3-1. 第1回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

＜今後のアーバンスポーツツーリズムについて＞

- ・日本各地の巨大施設の運営・管理や経営状況を把握することで、ステークホルダーとの関係性を良好に保ち、一過性の流行に終わらないための施策づくりをすることが必要である。
- ・小規模でも身近で安全に取り組める練習場所の確保が需要拡大に必要である。
- ・アーバンスポーツは複数のスポーツが集まることでシナジー効果が高く、それぞれのスポーツのバックグラウンドやローカルズムを理解し、推進することが重要である。

議題2「アーバンスポーツ振興活動とFISEワールドシリーズ広島のご紹介」（要旨）

＜一般社団法人アーバンスポーツ支援協議会の概要と活動＞

- ・同法人では、「若者に人気のある都市型スポーツ」をアーバンスポーツとし、競技種目を限定するのではなく、あらゆる競技が入ってくることを前提としている。
- ・2017年6月にIOC調整委員会が記者会見でアーバנקラスタという名称を紹介した。クラスタとは、未だメジャーでない競技が集まって、その集まり自体をメジャーにするという狙いである。
- ・アーバンスポーツは雨に弱く、本来は屋内イベントに適しているが、より注目を集めることが可能な屋外等、見て面白いと思ってもらえる場所でクラスタとして開催をすることが重要である。
- ・同法人は2017年12月に、東京オリンピック・パラリンピック競技大会でアーバンスポーツが成功することを目的として設立され、2018年4月に「FISE WORLD SERIES HIROSHIMA 2018」を開催した。
- ・デジタルネイティブである若者のスポーツ離れは非常に顕著であるが、アーバンスポーツの特徴として、競技中にスポーツと音楽を融合させていることが挙げられる。
- ・アーバンスポーツは大きな枠としてはカルチャーに帰属する。
- ・E-FISEは地元の公園を使って演技を撮影する。今後、このような部分を国や自治体が許可していく流れになれば、アーバンスポーツは全国に普及すると考える。

## 3-1. 第1回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ＜FISEワールドシリーズ広島の概要＞

- ・FISEワールドシリーズ広島は2019年に2回目を実施し、39か国からトップ選手528人が参加（うち日本人296名）した。来場者は2018年が8万6000人、2019年が10万3000人となっており、今年開催できれば15万人を期待していた。
- ・広島は国際的な平和都市として世界に知れており、海外でも広島ピース&スポーツという高評価を得ている中での開催となった。
- ・来場者内訳としては、県外からの来場者は約20%、総来場者においては男性56%、女性41%、10代が約30%、30代までが約70%と若い傾向にある。
- ・ボルダリングやBMX、スラックライン、パルクール、トランポリン、スケートボード、バトントワリング、けん玉などの体験を実施。併せてe-sportsも実施し、ネットやAbema TVでの配信も行った。
- ・アプリを使って入場者情報の記録をデータベース化している。
- ・広島県の経済波及効果は約6億8000万円と推計している。

## 3-1. 第1回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■自由討議

#### ●橋本委員発表への関連

- ・この分野では、パルクールの17歳以上の年齢制限を除き、中高生が中心となっており、インカレなど大学生が競い合う状況の必要性は低い。スケートボードは年々若年齢化している状況にある。
- ・スケートボード施設は大学にはないが、スポーツクライミングに関しては2年ほど前から大学クライミング協会ができて、大会も開催されている。

#### ●針谷委員発表への関連

- ・一過性のものとして考えずに地域全体の経済を考え、継続することが重要である。
- ・イベント開催毎に発生するイニシャルコストを継続的に開催することにより、ランニングコストとして計上できるように検討している。
- ・広島県では、1) 国際認定を受けた総合練習場の設置、2) 裾野の拡大と選手の育成、3) 国際・国内大会の実施の3つを連動させ、どのように収入の確保を図っていくかを検討している。
- ・広島県外及び海外からの誘客が最大のテーマ（課題）である。
- ・国内における3つの商圈、近隣県、東京中心エリア、離れたエリアに対応したマーケティング、情報発信を行っている。

#### ●「する」「見る」からツーリズムへの展開

- ・「見る」はイベントなどを各種開催しているが、「する」はまだ不足している。「する」はスポーツではなく、日常のお出かけや遊びという領域の一つにできれば、年代などに関わらず提供できる機会が増える。それは「見る」人だけでなく「する」人が増え、「する」人が増えると「見る」人の増加に繋がる好循環が生まれるため、「する」「見る」の連動が重要である。
- ・初心者や子供が来て、気軽に練習できる場所が身近に整備されることが需要拡大には必要である。
- ・「する」競技体験と世界大会に世界のトップが来るのを見たいというのは別のジャンルである。

## 3-1. 第1回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ●アーバンスポーツの需要拡大

・アーバンスポーツは日本各地に競技者、施設があるが、知名度が低い。身近でできる施設をサイトで紹介し、「見る」人、「する」人に、身近で利用できる場所をマッチングして新しい一歩につながる仕組みづくりが必要である。

### ●海外との違い

・アメリカでは子供が移動手段のひとつとしてBMXやスケートボードを使用し、道を行く中でストリートスポーツが始まる。日本ではチャレンジする場所がなく、自ら習いに行かないと始められないという文化背景の違いがある。

### ●障がい者等への対応

・キメラユニオンではバリアフリーという言葉は使わず、誰もが参加できることを前提でイベントを行っている。健常者も車いすに乗っている人も同じ競技をし、障がい者も特別視をしないルールである。

・バスケットボールでは、体育館が車いす利用で傷がつくという課題に取り組んでおり、障がい者を区別しなくてもできるフィールドの整備が進展しつつある。

### ●アーバンスポーツの今後の展開

・アーバンスポーツは、各種目、各大会が地域の協力に守られているカテゴリーであり、日本全体が繋がれるような展開とアイデアが必要である。

・スケートボードを駅前で堂々とスポーツの練習としてできる社会環境づくりが重要である。

・パークールをはじめとするアーバンスポーツは周囲の支援に恵まれ、アーバンスポーツ全体の進展に期待が持てる。

### ●施設活用

・各大学にクライミングボードの施設やバーチカルと呼ばれるスケートボードの施設も増加している。

・パークマネジメント、廃校、倉庫、プールなどの転換にアーバンスポーツを活用することで、地域の活性化に結び付く。

・使用頻度の低い施設は、他用途での使用などストックの活用が施設不足をカバーできると考える。

・今後、スポーツ施設の建設時には、可動式の設備を含め複合的な施設を作ることも必要である。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■ 第1回研究会の振り返りと今後の取組について（要旨）

#### <第1回研究会の振り返り>

- ・アーバンスポーツについて、新たな若年層・インバウンド拡大に寄与する分野としての期待が高いスポーツであること、スポーツの側面を超えた都会的文化要素が強いこと、さらにこの研究会は東京オリンピック・パラリンピック以降のレガシー継承と発展を見込んだスポーツツーリズムの新しい分野の創出のために行うものと確認した。
- ・「エクストリームスポーツの中で都市での開催が可能なもの」がアーバンスポーツの定義のベースになり、今後のアーバンスポーツツーリズムについての要点として、以下4点が挙げられる。
  - 1.ステークホルダーとの関係性を良好に保つこと。
  - 2.その中で身近で安全に取り組めること。
  - 3.複数のスポーツが集まることでシナジー効果を生み出すこと。
  - 4.それぞれのスポーツのバックグラウンドやローカルズムを理解すること。
- ・若者に人気のある都市型スポーツをアーバンスポーツとすることとし、その特徴として競技中にスポーツと音楽・デジタルを融合させていることが挙げられる。また、大きな枠組みとしてカルチャーに帰属する。
- ・アーバンスポーツ支援協議会は、東京オリンピック・パラリンピック後に、アーバンスポーツの国内リーグとして「アーバンリーグ構想」を進めている。
- ・自由討議では、以下の5点が挙げられた。
  - 1.一過性ではなく、継続することが重要であること。
  - 2.ツーリズムに関連して地域外や海外からの誘客が最大のテーマ・課題であること。
  - 3.「する」「みる」を起点としてツーリズムへ展開することが重要である。
  - 4.「する」「みる」を更に連動させることが重要である。
  - 5.身近に、気軽に練習できる場所の整備が需要拡大には必要である。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

- ・知名度の低いアーバンスポーツを需要拡大するために、「する人」「みる人」に対して身近に利用できる場所をマッチングさせる仕組みづくり、障がい者への対応が必要である。
- ・今後は、日本全体がアーバンスポーツで繋がることのできる展開と、それに対するアイデアが必要である。
- ・現在のコロナ禍ではオンラインを上手く使って広げ、敷居を高くせずにアーバンスポーツを始めたばかりの人も参加できる仕組みづくりが大事である。

### <アーバンスポーツの論点整理（骨子案）について>

- ・国内外観光客の更なる地方誘客や消費拡大のため、スポーツツーリズムの新たな分野としてのアーバンスポーツの可能性を引き続き検討するとともに、アーバンスポーツツーリズムに係る課題解決についてモデル的な取組の中で検討し、議論を継続する。
- ・アーバンスポーツツーリズム推進の背景として、新たな若年層インバウンド拡大に寄与することが期待できる、新たな文化創出の可能性を秘めている、魅力あるまちづくりに貢献できる、デジタルとの整合性が高くコロナ禍に対応しやすいことが挙げられる。
- ・第1回アーバンスポーツツーリズム研究会で出てきた論点・課題は、アーバンスポーツを推進するための課題と、それをツーリズムに昇華させるための課題という二つに分かれた。
- ・アーバンスポーツを推進するための課題として、以下6点が挙げられた。
  1. 認知度・露出の不足。
  2. 「する」ための障害として、活動する場所や周囲の理解、指導体制の不足。
  3. 「みる」側の障害として見る機会の不足、イベント開催の費用・イニシャルコストの不足、魅力ある競技レベルの不足。
  4. 公園や公道を使う競技に対して行政的な利用規制による機会喪失。
  5. 活動組織の脆弱さとして、活動組織にかかる財源・人材・他組織との連携不足。
  6. 施設の整備やイベント開催や教室事業の推進などに対する行政の支援不足。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

・アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題として、以下4点が挙げられた。

1. ツーリズム昇華させるには、アーバンスポーツだけでなく、他の文化イベントなども含めて広く捉え、自治体や地元企業と連携して域外からの誘客を広げるという考えを持ち、アーバンスポーツだけにとどまらない広い視点が必要である。
2. 地域のブランディングをするために、聖地化や大会イベントの全国展開や、メディア・SNSを利用したイメージ戦略、実施ノウハウの構築などを推進する必要がある。
3. 個人や若者、ファミリー層などターゲットを明確にして絞りながら戦略を練り、対策を講じる必要性がある。
4. アーバンスポーツ、アーバンスポーツツーリズムに係るニーズ調査の実施や、大会・イベント・パーク等の網羅的な情報の集約が不足している。

### ■ アーバンスポーツツーリズムについて（文平委員の発表）（要旨）

#### ＜アーバンスポーツの需要とキメラユニオンの活動軸＞

- ・スポーツの競技とツーリズムは同じ軸では考えづらい。アーバンスポーツは右肩上がりに競技者が増えているが、競技者の増加とツーリズム需要はアプローチが違う。
- ・キメラユニオンは、アーバンスポーツカルチャーを軸にして、地域それぞれの多様な課題解決への施策を提案している。
- ・活動の中で、競技としての体験・新しいものに触れる体験・みる体験という体験型イベントを常実施している。SNSなどによる情報発信や体験に特化したイベントや、日本だけでなく世界からも注目されるような大会を日本国内で実施し、これらの活動をつなげる環境づくりをメインにしている。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### <アーバンスポーツツーリズムのターゲット>

- ・「スポーツビジネスのターゲットは競技者ではない」と考えており、アーバンスポーツの競技者の人口は少なく、大会を開催しただけではビジネス展開には繋がらない。
- ・スポーツツーリズムの目的は観光利用・消費というビジネス起点であるのに対し、競技者は「目的」のみを消化する。これをプロの競技者として、目指すべき大会のバリューがどこにあるのか、また、一般の人たちが見てわかりやすいバリューはなんなのかという部分を考えることが重要である。
- ・キメラユニオンが提供するアーバンスポーツ&カルチャー事業は「継続した地域の交流人口を増加＝地域の課題解決+ツーリズム、インバウンド」を掲げ、スポーツカルチャーを作ることにある。
- ・一般の人にも理解してもらえる様な、共存共栄できる形は何か、社会に認められる形を作らなくてはいけない。ツーリズムとして考えたときに、「してもらおう」「みてもらおう」が一番重要なポイントになる。

### <キメラユニオンの活動とツーリズム>

- ・世界のトッププレイヤーを集めた大会時には、同時に様々な種目の体験コンテンツを実施し、その競技に興味がない人たちも楽しめる場所を作っている。大会を実施するにあたって地域とどこまで一体化できるか、継続して国内に発信し続けられるかということも考えている。
- ・スポットのあたるA-SIDEの毎年2日間を除く363日で何に繋がられるかを考え、年間を通して国内で活動しており、ツーリズムにとってもテーマになってくる。
- ・コロナ禍での体験型のテストケースを実証実験レベルで実施している。
- ・ツーリズムの視点からは、競技性を極める競技者ではなく、ライトユーザーがどこまで楽しく色んなところで活動できるかがポイントになる。
- ・まずは競技人口増加や環境整備等の競技としての成熟が必要である。それを基盤とした上でどのようにツーリズムへ繋げるかを考えるべきである。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■スケートボードから見るアーバンスポーツの可能性と未来（西川委員の発表）（要旨）

#### <スケートボードの状況>

- ・1976年頃からスケートボードが日本に広まり、現在は第5ブームと呼ばれている。2000年代から現在までに、音楽とファッションとアートが融合してストリートカルチャーが含まれるようになる。
- ・スケートボード人口は10代前半から30代を中心に約400万人といわれ、競技人口としては約2,000人。
- ・世界の中でも日本はアメリカ、ブラジルに次いで成績上位に位置している。
- ・カリフォルニア州では公園を作る際にはスケートパークを必ず作ることを条例に盛り込んでいる。日本でも新たな受け皿を作るためには有効な手法であるが、騒音問題や違反に関しては公共機関や関係団体、地元の愛好者が解決していくしかないと考える。

#### <西川委員の所属会社とアーバンスポーツ>

- ・所属する株式会社ムラサキスポーツは「スポーツを文化として普及・成長させる」という理念で、大会やイベント、スクール、契約ライダーのマネジメント業務を通して、スケートボード、サーフィン、スノーボードといったアクションスポーツの普及・発展と青少年の育成に大きな役割を果たしている。
- ・スケートボード、BMX、サーフは東京オリンピック2020の追加種目になり、取組の一つとして初心者中心のスクールを開催し、ムラサキパークというフィールド提供を各地で行っている。また定期的なイベント開催や支援をしている。
- ・店舗は全国に144箇所あり、スケートボードパークは現在4か所であるが、今後4, 5年で10か所ほどになる予定である。イベントは年間800ほど開催しており、サポートしている契約ライダーの397人のうちスケートボードが一番多く115人となっている。
- ・新たな取組として、海外から来日される旅行者向けのWeChatを使ってオリンピックや場所の情報などいろいろな情報を発信している。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ＜西川委員の役割とスケートパーク整備＞

- ・マーケティング部に所属してイベントやライダーのサポートを行っている。重きを置いているのは連盟の仕事とワールド開発で、スケートパークの設計、監修をしている。
- ・現在は茨城県笠間市に芸術の森公園スケートパークを設計、監修していて、約4,100平米で東日本では最大級になる。先日アメリカ、フランスのナショナルチームの事前合宿候補地として現地に視察があり、海外からも注目されている。

### ＜明確なコンセプト「行く」「来る」「見る」「見せる」＞

- ・「行く」は行きたくなるような、行ってみたい、あそこで滑ってみたいというもの。
- ・「来る」はどのようなものがあれば来てもらえるか、喜んでもらえるか。
- ・「見る」はどんなイベントを見に行きたいか。
- ・「見せる」はどんなイベントがあれば参加したいか。
- ・この4つが融合できれば、スパイラル的に太く大きくなる可能性を秘めている。

### ＜パーク整備の事例＞

- ・JAPOW（ジャパウ）という日本特有の軽い雪質のパウダースノーが広まり、世界中からスキーヤーやスノーボーダーがくるようになった。これと同じ考え方で、「滑りたい」「行ってみたい」と思わせるものがあれば、人は集まる。
- ・現在日本には約200近くのスケートパークがあるが、是非行ってみたいと思わせるパークは少ない。これからは「滑りたい」「行ってみたい」と思わせるコンセプトを持った、いろんな人たちが行きたいと思う豊洲の「TOKYO SPORT PLAYGROUND」のような場所が求められる。
- ・「TOKYO SPORTS PLAYGROUND」は、街中を模したようなプラザスタイルで、現在主流の競技ができる施設である。パークの規模や立地は、都市から離れているとなかなか人が集まらない。現状は地元の公共団体、地元のコミュニティが主で、他地域から人を呼ぶに及んでいない。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

- ・「三重県松坂市総合運動公園スケートパーク」は規模的にも大きいスケートパークで、競技ができるエリア、地元のみなが楽しめるエリアなどコンセプトでエリアを分けたパークである。
- ・「福島県いわき市21世紀の森公園スケートパーク」も、公園が森と融合していて、散歩をしている人もいるようなところで、今後設計、監修をしていく上で非常に参考になる。

### <東京におけるパーク整備の意味>

- ・東京都内は競技人口が一番多いがスケートボードパークがほとんどなく、小規模なものが点在している状況である。例えば代々木公園や駒沢公園に大規模のスケートパーク場ができれば、日本国内からだけでなく海外からも人が来るような場所になると考える。
- ・近年日本ではFISEワールドシリーズ広島やA-SIDE、ARL LEAGUEなど、多くの国際大会が開催され、海外から有名なライダーが多く来ている。場所までの距離が近い・遠いではなく、見てみたい・一緒に戦いたいと思っているスケーターが多いため、このような層を取り込むことが「見る」「見せる」に繋がると考える。
- ・今後は東京オリンピック2020のレガシーとして、2024年のパリオリンピックにつながる大会を東京で開催できれば非常に注目度の高い大会になると予想される。「見る」「見せる」という部分でも実現できればツーリズムに繋がると考える。

### ■ アーバンスポーツに関するアンケート調査の途中経過報告（事務局より説明）

- ・調査目的は、アーバンスポーツがツーリズムに昇華するために、どのような取り組みが必要とされるのかを、「する」「みる」の需要者となる若者・児童を対象に、アーバンスポーツとの関りや関心、活動状況、ツーリズムニーズなどについて、調査する。
- ・調査主体は、本研究会と札幌大学橋本委員との共同調査とする。
- ・調査対象者は、札幌大学等の学生及び橋本委員が関わる体験教室等における参加者や保護者等とする。
- ・調査方法は、WEB調査とし、実施期間は令和2年12月中旬から令和3年1月中旬までを予定している。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

- ・調査項目は、以下8項目より構成している。
  - 1.年齢・性別・居住地などの回答者属性。
  - 2.アーバンスポーツの経験などによるグループ区分。
  - 3.実施者・経験者、愛好者への設問。
  - 4.経験のない方、アーバンスポーツを知らない方への設問。
  - 5.実施者、愛好者のニーズ。
  - 6.体験ニーズの設問。
  - 7.観戦者ニーズで「見る」ツーリズムに関する設問。
  - 8.アーバンスポーツに関心のない理由。

### ■報告に向けた取りまとめの骨子案について（事務局より説明）

- ・本資料は、第1回本研究会において、委員各位に発表・議論いただいた発言要旨を踏まえ、座長との打合せなどを経て、報告案の構成項目を整理したものに、各委員から意見・提言を寄せていただいたものを踏まえ、整理している。
- ・この構成イメージ及び各委員からの意見・提言、更には本日の討議の結果、また、西川委員、文平委員の本日の講演を反映し、報告案を作成する手順を進める。また、本日の研究会後に、さらなる意見、提言をいただければ、それらを報告案に反映し、取りまとめる。
- ・本年度は、「アーバンスポーツツーリズムの論点整理（骨子案）」のような形を報告の骨子とし次年度以降の取組に反映できるようまとめる。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

- ・「2. アーバンスポーツツーリズムの推進へ向けた課題」が本年度研究会の最も重要な部分となる。
- ・報告書の構成として以下5項目を検討している。

### 0. はじめに

#### 1. アーバンスポーツツーリズムの振興の目的

- ①アーバンスポーツに取り組む背景
- ②アーバンスポーツの定義
- ③アーバンスポーツの可能性
- ④アーバンスポーツツーリズム振興による地域の活性化

#### 2. アーバンスポーツツーリズムの推進へ向けた課題

- ①アーバンスポーツ推進の課題
- ②アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題

#### 3. アーバンスポーツツーリズムの振興に向けて

- ①ツーリズムのベースとなるアーバンスポーツの需要拡大
- ②「する」「みる」の連携強化による需要層拡大の好循環の創出
- ③他のツーリズムアイテム（アクティビティ）との連携による需要創出
- ④ワールドカップ等ビックイベント開催への支援
- ⑤地域活性化の視点から取組

#### 4. コロナ禍に対応しやすいアーバンスポーツ

- ①アウトドアスポーツとしての特徴
- ②ICT を活用したデジタルイベントの開催

#### 5. 東京オリンピック2020 以降のアーバンスポーツについて

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■自由討議

#### ●アーバンスポーツの定義に関する意見

・「エクストリームスポーツの中で都市での開催が可能なものがアーバンスポーツである」という定義では、街中でやるものも巻き込み安全性が保てない。施設の中や限られたスペースでやるものというような条件も必要ではないか。

・アーバンスポーツは、競技する年齢層が非常に幅広く、レベルの違う競技者が同じフィールドで一緒にできるという特徴がある。

#### ●アーバンスポーツを広め、一般化するために

・スポーツは競技として高めていく人と、「楽しむ」という人もいる中で、スポーツビジネスは「楽しむ」一般に向けて広げていくことが大事である。また、アーバンスポーツを体験した人が、一過性ではなく、継続していくための機会や仕組みが必要である。

・競技団体、NFの経営力が強くなれば競技力も高まり、協賛企業も増えて選手を育てることができる。それがアーバンスポーツの次の段階に繋がると考える。

・現在のオリンピック種目の多くは長年をかけて流行から習慣となり、制度化し、それが昇華して伝統になった。アーバンスポーツも、学校教育などに取り入れることが重要である。

・アーバンスポーツが好きな若者たちが参加・集合できる機会作りとして、ユニバスと連携をした大会を開催してほしい。その中でデータやアンケートが取れるので、更なる振興に期待ができる。

#### ●スポーツツーリズムに昇華するために

・ツーリズムの成果や成功を得るためには、アーバンスポーツの種目を何かに限定せず、自由に選択できる環境や、いろいろな場所で競技を続けられる状態があることが重要である。一方、一般向けと目的の違う、競技や施設との関係を踏まえた両面からの運営が必要である。

## 3-2. 第2回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ●アーバンスポーツを広めるための施設整備

- ・スポーツの底辺拡大という意味でもパークの整備はツーリズムと並んで大事である。
- ・日本国内のアーバンスポーツパークの数は不足しているため、ツーリズムが成り立たない。未利用の土地、施設を使ったパークの一時的な利用を含めたハード面での対応が必要である。

### ●誰でもできるアーバンスポーツの課題

- ・ジュニア世代や高齢者、障がい者も含めて、誰でもアーバンスポーツに参加するためには、施設の整備やスタッフの育成が必要となる。
- ・本来は手を上げれば誰でも参加でき、歓迎される活動が最も素晴らしく、そこに入りやすい環境を作っていくことが理想ではあるが、実際には難しい。その点で、今あるルールに加えた新たなルール策定や道具の開発などが必要になる。
- ・アダプテッドスポーツから見ると、アーバンスポーツは最も柔軟に対応できるカテゴリーとして定着して欲しいと考える。
- ・アメリカのXゲームのなかで一番盛り上がるのはスケートボードの中の障がい者のデモンストレーションである。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■ アーバンスポーツツーリズム研究会参考資料の説明（スポーツ庁）

＜令和3年度のスポーツ庁におけるアーバンスポーツツーリズムに係る事業について＞

- ・「スポーツによる地域の価値向上プロジェクト」として事業を推進し、その概要としては、スポーツツーリズムを通じて交流人口の拡大、地域・経済の活性化を図るために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や、ネットワーク構築・強化、新たな戦略検討、プロモーション等を実施する。
- ・プロジェクトではアーバンスポーツツーリズムのモデル事業の実施を検討しており、企画・実施・課題抽出・磨き上げのサイクルを回しながら、今年度と同様の研究会を実施し、アーバンスポーツツーリズムをどのように発展させていくかについて更に検討する。

＜政府が取り組んでいる「スポーツ・健康まちづくり」政策のご紹介＞

- ・「スポーツ・健康まちづくり」は、2019年12月に閣議決定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の中のひとつであり、現在東京2020等を契機に全国各地でスポーツへの関心がかつてなく高まっている中、この盛り上がりレガシーとして残して将来につなげていく政策である。
- ・この政策は、全国各地でスポーツを活用した形でのまちづくりに盛り上がりを転化させ、将来にわたって継続・定着させていくという発想に基づいている。
- ・地方公共団体のまちづくりに対し、スポーツ庁も含めた関係省庁が一丸となって支援・推進していく。
- ・スポーツ庁は全国を先導するような優良な「スポーツ・健康まちづくり」に国の事業も活用して今後取り組もうとしている地方公共団体を表彰するとともに、広く全国の地域にアピールし、スポーツを活用した特色あるまちづくりの全国展開を推進する。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■アーバンスポーツツーリズム需要者アンケート調査概要報告（事務局）

・アンケート対象者は、アーバンスポーツに比較的なじみのある札幌大学生、橋本委員の関わる教室事業及びアーバンスポーツ活動者であり、一般の方と比べてアーバンスポーツに対し、情報や経験を持っている578人より回答を得た。実施期間は令和2年12月中旬から12月末で、調査方法はWEB調査である。

・「継続的に実施している人」が49.5%である。実施している人の主な実施種目は、スケートボードが175人と多く、BMX、パルクール、ブレイクダンス以外のダンス、インラインスケート、ボルダリングと続いている。取り組んでいる種目の期間は、7年以上が50.9%、3年以上迄を含めると80.1%となる。取り組んでいるキッカケは、「知人や友人、関係者に誘われた」が53.8%、続いて、「映画やメディアで見て」が39.4%となっている。取り組み方では「継続して行っても競技会などには参加していない」が62.1%、「クラブ・チーム等に所属し、競技会・大会などに参加している」が27.1%となっている。実施場所は、「専用施設で行っている」58.8%、「公園・広場など」29.2%、一方、「利用不可の公園や広場」29.2%、「原則利用できない場所」23.5%となっている。体験したことのある種目は、スケートボードが83.8%、続いて、BMX36.8%、ボルダリング33.6%が続いている。活動の課題としては、「実施できる場所・専用施設が少ない」93.0%となっている。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

・ツーリズムに関する設問では、競技会・大会出場のための旅行経験は、イベントや競技会・大会などへの出場のために、宿泊を伴う旅行経験者が55.3%を占めている。行ってみたい施設の有無では、「全国の施設にぜひ行ってみたい」が83.5%、「まあまあ行ってみたい」を加えると98.2%となっている。行ってみたい施設では、TOKYO SPORT PLAYGROUNDが43.5%、続いてふくい健康の森スケートパーク33.2%、村上市スケートパーク29.0%となっている。観戦ニーズは、「一流の大会競技やデモを見てみたい・観戦したい」が78.9%となっている。行ってみたいアーバンスポーツフェスでは、「音楽やダンス、異文化カルチャーなどを複合したフェスのようなイベントを見てみたい人」は74.4%となっている。アーバンスポーツフェスにおける重要性では、「興味がある種目の有無」が63.3%、「好きなアーティストの出演」43.4%、「好きな選手の参加」32.5%となっている。フェスへの観戦ニーズは、国内旅行では「面白そうなフェスなら、宿泊を伴っても行きたい」が41.9%、海外旅行では、「面白そうなフェスなら、海外にも見に行きたい」が25.3%となっている。見たいイベントでは、東京2020が47.2%と最も多く、続いてX-GAMESが39.8%となっている。

・アーバンスポーツに関心がない理由としては、「他のスポーツをやっており、それで十分だから」が40.5%、「身近で行う場所や活動機会がないから」33.3%、「全く知らないから」31.0%となっている。本調査の対象は、比較的アーバンスポーツに触れる機会のある方を対象としており、少数意見となっているが一般的にはこのような課題が大多数を占めるものと推測される。

・アーバンスポーツの特徴として、「遊びの感覚でできるスポーツ」58.5%、「音楽やファッションと結び付いた若者文化」49.7%、「街中でできるスポーツ」40.8%と指摘する一方、「場所によっては倦厭されている」40.8%とマイナス面を指摘するものもある。

・橋本委員からの追加説明では、アーバンスポーツと音楽、ダンス、異文化カルチャーを複合したイベントについては継続していて複数のアーバンスポーツに関心のあるという方の参加確率が高くなるので、様々なアーバンスポーツを組み合わせることで実施、体験できることが重要である。

・一般におけるアーバンスポーツの認知率は極めて低い。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■アーバンスポーツツーリズム推進に向けた論点整理（案）の説明（原田座長）

<はじめに>

東京2020以降のレガシーの継承と発展を見込んだスポーツツーリズムの新しい分野の創出を推進し、アーバンスポーツをアーバンスポーツツーリズムへ昇華させるための課題整理をすることが、今年度の本研究会の着地点であるということを確認する。

<アーバンスポーツツーリズム推進の背景と目的>

- ・技を見せるという面白いところに、さらに音楽も加わり、敷居の低い楽しいイベントになっているという特徴がある。
- ・アーバンスポーツは、概念の入れ物やかごのようなもので、緩やかな定義としたい。
- ・アーバンスポーツの推進の意義は、従来の伝統的な体育やスポーツとは違い、若者に新しい生き方を提示してくれ、好きな音楽やウェアといった文化やライフスタイルを具現化するような新たなスポーツである。
- ・アーバンスポーツツーリズムを地域の活性化に結び付ける可能性は「ある」というのが本研究会の意見である。委員の中からは「街中へ若者や子供を引き寄せ、町の賑わい、再生などの効果が期待できる」といった可能性を感じる声もある。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

＜アーバンスポーツツーリズムの推進へ向けた課題＞

### ●アーバンスポーツの課題

- ・認知度が低く、露出が不足しているのではないかと。年配の世代にとって、新しいスポーツには興味関心はありつつも分からない部分が多い。特にコロナ禍による影響により露出やメディアの発信も少なく低迷している。対象競技のファン向け雑誌やSNSを活用した情報発信の強化も重要となる。
- ・「する」ための障害があるのではないかと。ハード整備にあたっては、必ずしも新たに施設を整備する必要はなく、未利用施設、低利用頻度施設の活用ということも課題になる。
- ・「みる」ための障害については、「みる」と「する」が好循環しながら認知度を高めていくことが理想である。
- ・誰もが参加できるスポーツがアーバンスポーツである。「アダプテッドスポーツ」とは障がい者スポーツの意味なので、ここで使うことはまた少し誤解が生じる可能性があるかと懸念する。例えばバリアフリーとするなど、最初からパラスポーツ的な考えを出しすぎると議論がまとまらない可能性があるかと、あくまで将来的課題としてアダプテッドスポーツの中にアーバンスポーツを取り込んでいくという考え方を推奨する。
- ・都市内での活動を妨げる法規制がある。道路使用許可など、音を出したり、若い人がコロナの時期に大勢で車座になって騒ぐというイメージを払拭するために、ルールを作り、自主規制する必要もある。既存施設の運用制限の緩和を含め、アーバンスポーツのできる場所を増やす試みである。それがアーバンスポーツ活動者のモラルと一般の理解を深めることに繋がる。
- ・活動組織が脆弱なのではないかと。ひとつひとつの競技団体は脆弱で小さく、予算も少ない。更に連携し繋がりも脆弱である。今後はアーバンクラスター構想で提案されたようなアーバンスポーツの結集による取組が重要である。
- ・地域振興策としての行政の関与がある。特に道路公園等における活動の許認可は行政に委ねられており、行政を巻き込んだ取り組みの推進が必要であるのではないかと。また、アーバンスポーツイベントの開催、底辺拡大の教室事業への支援など、地元行政の関わり方次第でアーバンスポーツを活用することも考えられる。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

＜アーバンスポーツツーリズムの推進へ向けた課題＞

●アーバンスポーツをツーリズムに昇華させるための課題

・地域外からの誘客に向けた意識改革が必要である。FISE広島やキメラA-sideといったイベントが非常に有効であるというのが見えてきた。そこにイベント主催者、スポーツ活動組織、観光誘客に関わる関係者が連携してパッケージ化、旅行商品化に取り組む意識改革が必要ではないか。

・「する」「みる」「する+みる」いずれのツーリズムであっても、その施設やイベントの知名度、ブランドが大事であり、コンテンツの磨き上げをし、文化や音楽、食などを加えながら新たな展開を期待する。

・随行家族のニーズを考慮すると、他のツーリズム以上にアーバンスポーツ以外のアクティビティが重要ではないか。成功事例としてJALが沖縄で実施していたストライダーカップがある。ホテルに泊まってファミリーが子供のイベントに参加して応援する旅行商品として高い評価を得ていた。そういった子供や幼児を対象にした大会の商品化の可能性もあるのではないか。

・明確なコンセプト「行く」「来る」「見る」「見せる」をスパイラル化させる。行きたくなる、あるいは来てもらうには何をするか。「見る」はどんなイベントを見たいか、「見せる」はどんなイベントがあれば参加したいか。この4つの要素をスパイラル化していくことが必要である。

・アーバンスポーツツーリズムの需要を把握するために、さらに大規模な調査を実施し、マーケティング展開・政策立案をするために基礎的なデータ収集が必要である。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

＜アーバンスポーツツーリズム推進に向けて＞

### ● ツーリズムの視点

- ・ベースとなる人を増やすには「する」「見る」の連携により需要を拡大することが必要ではないか。「する」競技人口はまだ少数で、ツアービジネスの対象となるボリュームすら形成されていないものも多く、旅行商品化するにはハードルが高い。やはり東京2020において、アーバンスポーツでメダルを獲得することが爆発的な認知の喚起に繋がると期待している。
- ・他のスポーツツーリズムアイテムとの連携による需要創出が必要ではないか。文化、観光、食等との組み合わせ、ハイブリッドな商品を作ることが可能になる。
- ・ワールドカップ等ビッグイベント開催への支援が必要ではないか。自治体が様々なイベント誘致を行っていく中で、新しい大会を創出することは十分可能である。例えばインカレやインターハイのような既存の大会の中にアーバンスポーツを入れ、高校や大学チャンピオンの輩出、さらには有望大学への推薦入試のような制度が確立されれば非常に面白い展開となる。
- ・地域活性化の視点からの取組が必要ではないか。町の賑わい再生、空き店舗や空き倉庫の活用も十分できる。

### ● コロナ禍への対応

- ・ストリートスポーツのようなアウトドア特性は比較的コロナ禍の中ではハードルが低く、人気を集めるアクティビティとしての可能性がある。
- ・アフターコロナに備えた準備が必要となるものの、コロナウイルスが完全消失することは考えにくく、アゲインストコロナの考え方でアーバンスポーツの振興を推進したい。
- ・デジタルネイティブの得意分野のひとつである、動画を撮って競技映像を投稿し、それを審査するというシステムでデジタル競技イベントを開催できる。特にパフォーマンスベースなので、国際基準の施設の中でタイムや点数を争うような種目ではないため、比較的広がりやすいと考えられる。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

＜アーバンスポーツツーリズム推進に向けて＞

### ●アーバンスポーツの活用展開

- ・若者、子供、高齢者にも対応できるユニバーサルスポーツ的視点も重要になる。また、ターゲットを絞って新しいアクティビティ開発力も求められる。
- ・遊休施設や未利用地の活用例がある。使われていない倉庫などを改造し、雨風を凌げれば、定期的に練習もでき、今後学校などに取り込んでいくことも可能である。あるいは廃校の活用や中心市街地の活性化にも役立つ。
- ・総合型地域スポーツクラブなどの既存の事業形態を活用する方法もある。また、アーバンという言葉に拘らず、幅広い概念の展開が必要である。

### ●東京2020以降のアーバンスポーツについて

- ・東京2020がトリガーになって、一気にアーバンスポーツが定着し、急速に進展する可能性もある。
- ・アーバンスポーツを一般化するためにアクティビティ毎のガイドラインを作成する必要があるのではないか。あるいは、家の前の道路でも手軽に色々なことができるよう、普及・定着を図るための活動が必要ではないか。
- ・地域資源と結びついた地域固有のツーリズムでは、全国の観光特性と結びついた事例もある。
- ・急激な人気上昇や普及拡大による障害の発生懸念に対し、公共空間における活動に対する規制緩和、あるいはすみ分け、共存といったところで議論を深めていく必要があるのではないか。例えば東京2020のレガシーとして、道路における歩行者天国や公園におけるアーバンスポーツ利用の規制緩和などに取り組むことで、多額な設備投資をしなくてもアーバンスポーツ活動の活発化は可能であると考える。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■自由討議

・全体として、報告案に対するまとめ方に賛同する意見が大多数であった。

### ●テーマ・ターゲットの絞り込み

・アーバンスポーツのターゲットは子供であり、子供がやれば親や祖父母も関係してくる。まずはターゲットやテーマを絞ることが展開する上で必要となる。

・この1年のコロナ禍の傾向として、家族が近場で遊ぶというデータが顕著に見えており、「近くで、日帰りで、子供と一緒に遊ぶ」ニーズが高い状況にあると言える。「親が子供と外で遊べる遊び」といったところを訴求できると、時代のニーズとしても合っている。

### ●認知度の向上に向けて

・「アーバンスポーツ」という言葉自体を知っている人がかなり少ない。今後これをどう広げていくかによって見方が変わってくる。大きなアーバンスポーツイベントの開催可能性は高まっており、スポーツを広めるための施設づくりを継続し、つなげられるかが大切である。

### ●体験と競技の違い

・競技者がオリンピック出場や金メダル獲得を目指す大会に対して、特にストリートカルチャーでは一般の人が大会に出るわけではなく、趣味や遊びでやっている人が圧倒的に多い。

・きっかけはファッションやカルチャーであったり、友達がかっこいい等の部分が強い。そもそもアーバンスポーツという括りがどこまでなのかというのも大きく関わってくる。

・国内の選手は、地域のパークや公園で遊ぶことが楽しく、大会には出たいが日常的には地域の子供たちと遊びたいという人が多い。中学や高校の部活、スポーツとは成り立ちや動機が違うので、これまでのスポーツとはアプローチが違うのではないか。

・キメラユニオンでは、これまで小学校に何十校も回り、何種目も競技の体験を楽しめる場を提供しており、実際に来た人たちも体験の付加価値を得ることができる。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ● ツーリズムと大会

- ・大会というのはあくまでイベントの一種で単発の打ち上げ花火的なものである。
- ・ツーリズムとして主催地域が日常的にどう触れられるのかを考えると、各地によって考え方やアプローチが違う。各自治体が抱えている問題がそれぞれ違うので、例えば施設優先でいきたいのか、地域の人たちにスポーツを体験させたいのかという違いがある。
- ・アーバンスポーツは一つの競技ではなく、アプローチであると考え。一般の人たちがカルチャーやスポーツをどうしたら知ることができるのか、少し触れるだけのライト感覚でできるのかという部分が重要である。ラグビーでは「タグラグビー」という、人が接触しない鬼ごっこのようなルールを作り、ワールドカップイギリス大会及び日本大会における活動の一環として、一般に近い人たち、競技に関係のない人たちに届けられるかに力を入れたことが、日本でワールドカップが成功した理由のひとつでもあると言われている。
- ・愛知県で開催したA-SIDEは世界のトッププレイヤーも来る大会で、来場者の半分程度は色々な競技を体験できるというのが足を運ぶ要因である。ツーリズムとして考えた時に一般の人たちにも触れやすい環境であるということが重要になってくるのではないか。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ● 地域資源との共創

- ・まちづくりや自治体はそれぞれが違ったテーマを持っており、スポーツに対する考え方も幅広い。どうしたらスポーツをもっとできるかという大きなテーマがあれば、このスポーツが流行っているからやりたいというピンポイントのテーマもあり、個々の抱えている課題も異なる。
- ・自治体によって対応や規程にも違いがあり、自治体ごとに同じことをやっても窓口も異なり、何の取組のために何をするのかということをもっと多種多様にできることが目指すべき姿なのではないか。
- ・どのような人・形・姿でも、多種多様にできる形を検討していくことの方が、どうしたら多くの人にスポーツを楽しんでもらえるのか、どうやったらスポーツを続けられるのかを一方向にしていくよりも重要である。
- ・今後はアーバンスポーツも、現在地元でやっている小さな大会を地域スポーツコミッションと共同しながら大きなものにしていくことは可能である。知名度は低いですが、沖縄県がスポーツツーリズムの支援事業でビーチサッカーに補助金を出し、2年前に全国大会というものを誘致した。日本代表選手から吉本の芸人チーム、米軍基地の子供たちなど40チームが集まって非常に大きなイベントになり、ビーチで大きな音楽が流れて、カルチャーイベントとして大成功したケースもある。色々な地域の資源を活用しながら事情に応じて今後発展できる余地がある。

### ● 誰もができるアーバンスポーツ

- ・アダプテッドスポーツ、障がい者あるいは高齢者、ジュニアに対してアーバンスポーツがどのように活動展開できるかということと、参加のしやすさの創造や継続して参加できる環境づくりということをどのようにしていくかという課題がある。
- ・アーバンスポーツの認知度の低さは、障がい者スポーツにも共通している。オリンピックやパラリンピックで取り上げられるもの以外は一般に知られていないのが現状である。
- ・アダプテッドスポーツという単語に固執するより、誰でも、障がい者や高齢者も含めた様々な人が参加しやすい環境づくりをしていくための言葉遣いをしていけばいい。
- ・アーバンスポーツ自体がまだマイナーにもかかわらず、アダプテッドスポーツまで広げると、今後の展開方が難しくなる。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ● クラスター化の推進

- ・クラスターを発展させながら各競技も発展させていくという連携を強化していくことが今後の発展にスピードを持たせることができる。
- ・FISEや日本アーバンスポーツ支援協議会ができたことで定期的に各アーバンスポーツ連盟間のコミュニケーションが取れ始め、強化されつつある。

### ● 各地の取組に対するフォロー

- ・スケートボードやBMX、インラインスケートなどのストリートカルチャー系は地域のショップなどによる小さな国内大会が各地にある。応援やサポートをしてくれる協会などのフォロー体制がなく、オフィシャルな団体の目が全国に行き届いていない。
- ・地域の小さな大会において、競技者や体験という機会を支えているにも関わらず、その連携がうまく取れていないため、関係者を融合させる取組が必要である。

### ● オンラインによるイベントの開催

- ・このコロナ禍ではオンライン、ネットをどう活用していくかというのが非常に重要である。「jga.parkour」ではInstagramだけ使ってパルクールのオンライン大会を実施している。アーバンスポーツもオンラインをどう使っていくか、オンラインでどう展開していくかというのが今後の大きなテーマとなる。

### ● 遊休施設・未利用施設の活用

- ・岩手県にある「三陸BMXスタジアム」は、BMXをするために小学校の校舎を改修して宿泊施設を作り、近隣の観光メニューを用意して交流人口拡大を図る好事例である。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ●施設整備の予算確保

・ニュースポーツは予算取りが難しいので、アーバンスポーツ関連組織が協力してアーバンスポーツパークというような一つの競技だけではなく多種目で使える施設を計画するなどの工夫が必要と思われる。

### ●その他

・トランポリンはアーバンスポーツではないのではないかな。

・最終的にどこに何をどうやって働きかけていく必要があるのかを、関係先とまとめている書類などがあると次のアクションに繋がりがやすい。

### ●取りまとめ方について（事務局）

・今回の取りまとめ案は課題を整理し、「～ではないか」という形でまとめている。この取りまとめ案はあくまでも研究会で作成をした報告書となり、今後の行政の基礎資料や参考資料となる。

・現場での実証の課題解決や、その結果を見ながら引き続き解決策も議論できればとイメージを持っている。優先的にやっていくべきアクションもこの場でコメントいただきたい。

## 3-3. 第3回アーバンスポーツツーリズム研究会議事要旨

### ■ 閉会・事務連絡

#### ● 最終取りまとめについて

・新たにいただいた意見については、原田座長と相談の上で最終的な報告取り纏めに反映し、後日各委員に確認を依頼する。その後、スポーツ庁へ報告し、ホームページ上で公表する。

#### ● 今後の対応

・2021年度はスポーツ庁で基本計画の改定を議論し、2022年度から新たなスポーツ基本計画がスタートする。そうした中で、後日この論点整理報告を受けたところで、今後の行政運営の中で活用させていただく。また、各自治体の行政運営の中でもアーバンスポーツ振興のなかでこの論点整理を活用していただきたい。

・議論自体は引き続き何らかの形で続け、具体的なモデル事業の中で検証していきたい。

## **2. テーマ別の研究会等の運営業務及び報告書の作成等 (地域スポーツ振興組織の在り方に関する提言)**

---

地域スポーツ振興組織の在り方に関する提言  
～スポーツをキーワードとした地域振興のための組織～

地域スポーツ振興組織の在り方検討会  
令和3年3月12日

## 目次

はじめに

● 目的と留意事項

I. 自治体等におけるスポーツを活用した地域振興組織について

I - 1. 首長等のリーダーシップの必要性について

I - 2. スポーツを活用した地域振興組織の役割と位置づけ

II. 組織の姿と基盤づくりについて

II - 1. 官民が連携した組織形成とその姿

II - 2. 組織の自立に向けた基盤づくり

III. 組織間のネットワーク形成について

III - 1. 類似組織間のネットワーク形成の推進

III - 2. 活動遂行のためのネットワーク形成の推進

IV. 組織が行う活動内容について

IV - 1. 地域内住民等を対象とした活動

IV - 2. 地域外からの人や資金の流入に関する活動

# はじめに

本提言は、これまでスポーツ庁が実施してきたスポーツを活用した組織の在り方に関するいくつかの検討結果をとりまとめたものであるが、第二期まち・ひと・しごと創生総合戦略の方向を受け、「スポーツ・健康まちづくり」を推進していくこととしており、これまでのスポーツツーリズム推進中心の組織の在り方ではなく、「まちづくり」を目指した組織の在り方について検討を行っている。

したがって、スポーツツーリズムもまちづくりの一手段ではあるが、より広い視点に立ってまちづくりを捉えて、スポーツを活用して地域の様々な課題を解決していくための組織の在り方について、議論してきた。

このような視点から捉えると、スポーツと体育とは異なる、ということを経験したうえでの組織の在り方と言えることから、これまでスポーツに関係してきた組織はその概念を変えていくことが求められ、そのためにはスポーツに関わる関係者の意識を変えていくことが重要で、その最も重要な視点は、首長等がリーダーシップを発揮していくことである。

一方、スポーツを活用したまちづくり組織を形成させていくためには、スポーツが多様な役割や効果を有することから、自治体においても関係するいくつかの部局がかかわる必要があるし、官のみではなく民間の組織や住民をも巻き込んで一体となっていくことが重要である。

このようなことから、行政が中心となって組織形成を図ったとしても、組織は行政を離れて存在させるとともに、将来的には民間を中心とした組織へと変貌させていく必要がある。

またさらに、このような組織は、新たに設立するだけではなく、中小の自治体においては、既存の組織の活用や連携、あるいは一体化などにより創設していくことも念頭に置く必要がある。

一方、組織は行政から自立していくことは言うまでもないが、経済的にも自立可能な組織となっていくことが重要で、独自の活動を行うていくことにより、行政では難しい活動も行うことが可能となると考える。

さらに、地域内外の類似組織や活動目的が同じ組織などとのネットワークの形成も重要であり、役割分担を図って上下のない緩やかな連携をも推進していく必要がある。

一方、組織の活動は地域の住民を対象とした活動もあるが、地域外からの人やもの、あるいはことなどの流入、さらには交流なども積極的に進めていく必要がある。

いずれにしても、スポーツを活用した地域振興を図っていくための組織は、地域社会や住民の環境の変化に応じてその活動内容も変化させていく必要があるなど、地域に根差した組織となっていくことが重要である。

令和3年3月

地域スポーツ振興組織の在り方検討会 座長 木田 悟

# ● 目的と留意事項

## ● 地域スポーツ振興組織の在り方検討会の目的

地域スポーツ振興組織の在り方検討会は、2016年度にスポーツ庁が実施した「スポーツによる地域活性化を担う事業者についての検討会」をブラッシュアップする形で、地域におけるスポーツを活用した地域振興に資する組織等（事業者）が今後の施策立案に活用されていくことを目的に開催したものである。

地域スポーツコミッションをはじめ、総合型地域スポーツクラブ、スポーツ競技団体、民間スポーツクラブ等、地域スポーツを振興する組織は様々あるが、自立、自走化といった共通の課題を抱えるものが多く、また、これら組織間での連携も十分に図られていないなど、効率的に機能していないという現状もある。

そこで、昨年度スポーツ庁が実施した「地域スポーツの振興に関する調査研究」の成果を踏まえた上で、組織がスポーツをキーワードとして地域振興の要として機能させていくために、当該自治体の首長等のリーダーシップと組織の位置づけや役割の明確化、横断的組織と行政の関わり、人材・財源などの組織の基盤づくり、組織間のネットワーク形成、組織が行う活動内容などについての展開方針について討議した。

## ● 前提となる留意事項

「地域スポーツ振興組織の在り方検討会」の表題からは、「スポーツ振興」の組織の在り方と読むこともできるが、本検討会は、「スポーツを活用した地域振興組織の在り方」を検討したものである。

また、ここ1年のコロナ禍の影響は、組織の活動や運営を揺るがすものとして、組織の基盤づくり、足腰の強化を痛感した1年であり、本検討会においても各委員から様々な意見があった。また、行政のカウンターパートとしての組織の役割から、SDGs など行政の取組にも呼応が求められていることも明らかとなった。

## 目次

はじめに

● 目的と留意事項

**I. 自治体等におけるスポーツを活用した地域振興組織について**

**I - 1. 首長等のリーダーシップの必要性について**

**I - 2. スポーツを活用した地域振興組織の役割と位置づけ**

II. 組織の姿と基盤づくりについて

II - 1. 官民が連携した組織形成とその姿

II - 2. 組織の自立に向けた基盤づくり

III. 組織間のネットワーク形成について

III - 1. 類似組織間のネットワーク形成の推進

III - 2. 活動遂行のためのネットワーク形成の推進

IV. 組織が行う活動内容について

IV - 1. 地域内住民等を対象とした活動

IV - 2. 地域外からの人や資金の流入に関する活動

# I - 1. 首長等のリーダーシップの必要性について

従来のスポーツに関わる「振興」は、地域住民を対象としたスポーツの振興に視点を当て、スポーツ関係者を対象とした取組であったが、社会環境の変化などにより「スポーツ」を地域の振興、まちづくりに活用していくことが可能となってきている。

このような中で、「スポーツを活用した地域振興」を推進していくためには、スポーツが体育とは異なることなどを認識したうえで、首長等や関係する組織等トップがリーダーシップを発揮していくことが最も重要である。

- ・ スポーツを活用した地域振興を政策として位置づけ、実施していくためには、首長等のリーダーシップが最も重要となることから、国としても首長等がリーダーシップの発揮が可能な仕組みなどを検討し、構築していくことが求められる。
- ・ また、首長等のリーダーシップは重要であるものの、全てを掌握することはできないため、行政の内外を含めた組織における長のリーダーシップも求められる。
- ・ 例えば、都道府県では、知事は独任制として、人事権、予算の拒否権、専決処分権といった強権があり、スポーツ庁として、全国知事会に対して、理解の促進を図ることが効果的である。
- ・ 民間主体で取組む場合にも、行政の支援を受けることもあり、縦割りの行政組織を動かす場合にも、首長等の理解は不可欠で、首長等がスポーツを活用して地域の振興を図ろうとする考えがあるかによって、組織の在り方は大きく異なってくる。
- ・ また、既存の民間組織などをベースにスポーツコミッション的組織を創設する場合には、行政側のリーダーシップは重要で、政策として地域振興全体の中に組入れる必要がある。

※スポーツコミッションに類似する組織としてのフィルムコミッションでは、わが国においては様々な組織成立の背景があるが、米国においては、大部分のフィルムコミッションが知事、市長等の首長の秘書室等に設置され、首長のリーダーシップのもと機能しているとのことである。

# I - 2. スポーツを活用した地域振興組織の役割と位置づけ

スポーツを活用してまちづくりや地域振興などを担う組織を創設する場合、当該地域においてスポーツに関連した多岐に渡る取組を横断的に展開していくことが可能な組織として位置づけていくことが重要となる。

## 1. まちづくりや地域振興といった公益性を持った組織の役割と位置づけ

- ・ スポーツを所掌している行政の一部局のみで、スポーツイベントの招致や誘致、あるいは関連するキャンプや合宿の誘致活動を推進するケースが見られるが、これらの活動主体が一部に限定されると、スポーツの有する多様な効果や役割が十分に発揮されないケースもある。したがって、行政としては地域振興の一要素としてそれらの活動を位置付けていくためにもスポーツコミSSION的組織は必要となる。
- ・ 一方、上記と同様の活動も行いつつ、スポーツというキーワードをもとに民間や他部局・関連組織等との連携を図り、自治体全体で地域振興として捉えているケースもみられるが、行政の外郭組織の一部として存在しているもの（例えば、ひめじスポーツコミSSION）もあれば、新たなDMO（例えば、北広島町におけるスポーツコミSSION）として存在するものもみられており、いずれもまちづくりの一環として機能している組織となっている。
- ・ スポーツを活用したまちづくりや地域振興に資するスポーツコミSSION的組織は、スポーツの有する機能や役割を意識して創設していく必要があり、行政の理解が必要不可欠である。したがって、従来のようにスポーツを担当する部局だけではなく、行政全体としてスポーツの役割や位置づけについて共通の意識を有していくことが重要である。
- ・ また、スポーツコミSSION的組織が行う活動は、地域住民の理解が必要であることから、その意味においても行政が組織を何らかの形で支援していく必要がある。
- ・ さらに行政は、「スポーツを活用した地域振興」という視点や考え方などを如何にして地域住民に理解してもらい、協力態勢などを形成させていくかなどの活動が重要である。

# I - 2. スポーツを活用した地域振興組織の役割と位置づけ

## 2. スポーツを活用した地域振興に資する組織のタイプ

スポーツを活用した地域振興に資する組織のタイプとしては、①公益性を重視した組織、②中間活動組織、③民間主導組織の3タイプに分類して考えることができる。

### ①公益性を重視した組織

- 非営利の活動組織として、行政ができない活動を行う公的性格を持った組織となる。したがって、人材をはじめ、資金や施設等も行政から支援を受け、行政主導で組織を設立することとなり、特に首長等をはじめとした行政がしっかりとしたスタンスを持って対応していくことが重要になる。
- ②の中間活動組織よりも、直接的に様々な公的活動を行う組織として位置付けられる。そのようなことから、施設の指定管理などは組織の活動を行うという意味において、人材的にも財政的にも重要な活動となる。
- 行政主導で始動しても、他の民間を含むまちづくりや地域づくり組織と連携が重要であり、民間の人材を発掘してある程度の期間の後には、民間主導の組織として自立していくことが求められる。

# I - 2. スポーツを活用した地域振興組織の役割と位置づけ

## ②行政と民間との中間活動組織としての位置付け

- ・ 中間活動組織は、まちづくりのために行政と民間組織をつなぐ組織である。このような組織の場合、自主活動ではなく、公的資金や人材等を民間組織等に紹介したり、事業や経費の再配分などが中心となる。このため、組織の資金的自立は難しく、公的資金無しでは運営できない組織となる可能性があり、如何にして自主的な活動資金を得るかが課題となる。
- ・このようなことから中間活動組織は、強いリーダーシップを持つ中心的人材の力量が重要となり、それがないと単なる行政の下請組織と化してしまう恐れがある。

※中間活動組織の例としては、山口県の（一社）宇部市スポーツコミッションがある。行政とスポーツに関連した地域住民活動を支援しており、結果として、地域振興に資する組織となっている。同組織は、行政が行うスポーツや健康等に関わる事業を受託し、それを再配分することで地域振興に資する活動を展開しているが、その成功の最たる要因は「会長の強いリーダーシップ」であると言われている

## ③民間主導組織としての位置付け

- ・ 民間主導組織では、収益活動で得た利益を公的活動に使用することが可能であり、幅広い活動展開が期待できる。
- ・ ①の行政主導で設立した組織が、自主事業等の収益事業の充実により民間主導組織に移行し、組織的にも活動的にも自立していくことなども期待される。このような組織では、特に後継者育成等の問題があり、これを行政が支援していくことも求められている。

## 目次

はじめに

- 目的と留意事項

I. 自治体等におけるスポーツを活用した地域振興組織について

I-1. 首長等のリーダーシップの必要性について

I-2. スポーツを活用した地域振興組織の役割と位置づけ

**II. 組織の姿と基盤づくりについて**

**II-1. 官民が連携した組織形成とその姿**

**II-2. 組織の自立に向けた基盤づくり**

III. 組織間のネットワーク形成について

III-1. 類似組織間のネットワーク形成の推進

III-2. 活動遂行のためのネットワーク形成の推進

IV. 組織が行う活動内容について

IV-1. 地域内住民等を対象とした活動

IV-2. 地域外からの人や資金の流入に関する活動

## Ⅱ - 1. スポーツを活用した地域振興組織の姿

組織については、これまでに、ハイブリッド型事業体、地域スポーツコミッション、**既存のスポーツ団体**（総合型地域スポーツクラブ等）などの組織について論じられてきているが、各地域の設立趣旨や地域の抱える課題などを踏まえて官民が連携し、地域が一丸となった組織を形成させ、スポーツを活用した地域振興に資する活動を展開していくことが重要となる。

この場合、行政は単にスポーツを所掌する部局がかかわるだけでなく、組織の設立趣旨にかかわる部局も積極的に参画していくことが望まれる。

### 1. これまで議論されてきたスポーツを活用した地域振興組織

- これまで行われてきた議論や検討を踏まえると、スポーツを活用した地域振興組織には、①ハイブリッド型事業体、②地域スポーツコミッション、③**既存のスポーツ団体**（総合型地域スポーツクラブ等）という3つのタイプが存在することが分かっている。
- ①のハイブリッド型事業体とは、地域住民等を対象とした活動と地域外からの人などの流入に資する活動の両面を展開していく組織である。地域住民に対しては公的サービスの提供などを中心に行い、地域外からの人をはじめとした流入に関しては収益に資する活動を中心に行うなど、地域内の連携等の強化と財政的自立の両面から貢献する組織を想定している。
- ②の地域スポーツコミッションと呼ばれる組織の中には、一過性のスポーツイベントの開催やホストタウンなどの誘致といった単一目的を目的とした組織も含まれるが、このような組織の多くは、行政内組織であることが多い。一方で、スポーツを活用して、まちづくりや広く地域の活性化に繋げる機能を持った組織もある程度は存在しているが、それぞれの地域特性や地域課題などにより、その組織の設立趣旨や在り方も異なってくる。
- ③の組織としては、総合型地域スポーツクラブが挙げられる。総合型地域スポーツクラブは、20数年前から設立されてきており、その数は多いものの、現時点での活動は活発ではない。しかしながら、中には地域住民を対象とした継続的なスポーツ関連活動によって地域課題を解決している組織もある程度存在している。
- その他、組織の設立背景や名称に拘らず、スポーツを通じた地域課題の解決に向けた活動を行っている組織も存在しているのも事実である。
- このようなことから、それぞれの地域の特性、支援態勢、人材などの地域資源を活用して、地域社会や地域課題に挑む志を有していく必要があり、この志や組織設立の目的などがぶれなければ、いずれの組織形態であっても問題はない。

## Ⅱ - 1. スポーツを活用した地域振興組織の姿

スポーツを活用して地域課題を解決していく組織の姿は、公的で、行政と地域住民が連携して地域一丸となった組織としていくことが望まれるものの、地域のおかれた条件や特性などにより、その設立趣旨や活動内容も異なる。しかしながら、組織設立の目的は「スポーツを活用した地域振興」という同じ目的である。

### 2. 官民が連携した組織形成とその姿

- 地域の振興は、地域の様々主体が参加し、様々な地域資源を組み合わせ、官民が一体となっていくことが重要である。また、地域特性などを踏まえた組織を設立していく必要があることから、その目的や活動方針を明確にしたうえで、地域に応じた柔軟な対応が必要になる。さらに、スポーツも文化の一部として、文化活動組織とも連携などを図っていくことも重要である。
- 多くの自治体では、スポーツを所掌する部局とまちづくりを所掌する部局はまったく異なるが、現在のスポーツは、子どもから高齢者や障がい者、あるいは健康増進、さらには観光振興など、多くの部局にも関わってきている。特に、近年のスポーツを取り巻く環境の変化の中で、スポーツの位置づけや役割なども変化してきていることを理解し、関係部局が柔軟に連携を図る仕組みなど、活動の横串を刺す役割などが地域振興組織に求められている。

※スポーツを活用して地域振興を図ろうとしている組織の一例として、例えば、ひめじスポーツコミッションは、一般財団法人姫路市まちづくり振興機構という行政の外郭組織の一部として存在し、まちづくりという視点から一つの組織の中に位置している。

- 小規模な自治体では、自治体内に類似の複数組織を創設することは経済的にも人材的にも非効率である。従来のように観光協会やまちづくりに資する組織が活動しても、その機能を十分に果たすことが難しい場合は、スポーツを活用した地域振興組織を既存の組織の統合などによって創設していくことは、必然的な結果であるともいえる。

※「スポーツをキーワードとしたまちづくり」を展開しつつある広島県北広島町においても同様に、既存の観光協会と一体となった組織を設立し、将来的にはDMOとしていくこととしている。

- 一方、新たな組織として立ち上げる時も、既存の類似組織を上手く活用するという視点も念頭に置いた上での検討を行っていくことが望まれる。

## Ⅱ - 2. 組織の自立に向けた基盤づくり

組織の自立には、経済的自立と組織としての（行政からの）自立があり、経済的自立は当初からは難しいものの組織の目指す方向の一つである。一方、組織としての（行政からの）自立は、組織設立の当初から位置づけられていなければ、自治体の一部となってしまう、組織設立の意味をなさないことから重要な視点となる。

そのうえで、組織の基盤づくりに向けては、人材や財源及び行政とのかかわりなどについて、いくつかの留意点がある。

### 1. 人材の発掘と育成

- ・ 組織形態に拘わらず、組織設立の理念に基づいた運営を行っていくことは言うまでもないが、組織のキーマンとなる人材の確保や発掘は、非常に重要である。そのような人材が身近にいない場合は、育成していく必要があるが、当面の措置として行政マンが代行していくことも考えるべきである。
- ・ 人材の発掘や育成に関しては、NPO法人ジャパン・フィルムコミッションが実施している「フィルムコミッショナー育成講座」などがあることから、これらを参考にスポーツ庁等が中心となって地域における人材の発掘や育成などを行っていくことも考えられる。

### 2. 財源確保

- ・ 財政基盤として、スポーツ・体育施設などの指定管理の受託、スポーツや福祉・健康にかかわる事業を受託することが考えられるが、公的組織として、行政と連携しながら、行政との役割を分担を図り、活動していく必要がある。また、施設使用料などを利用者負担とするとともに、提供するサービスに応じた利用料とすべきであり、これら無しでは経済的自立は難しい。
- ・ さらに、企業版ふるさと納税や各種の寄付などの活用、あるいは組織の特徴を活用した収益事業なども積極的に行うことが望まれる。
- ・ 一方、自主財源のみで運営する組織においては、人を確保のための財源が大きな課題となることから、施設等の指定管理や業務の委託など行っていくこと望まされる。それを基盤として独自の活動を行うことが可能となる。

### 3. 行政の支援

- ・ 組織が公的であることから、行政の支援は不可欠であるが、民間で完結するような事業も数多くあるのも事実であり、組織の自助努力も重要である。
- ・ 公的組織として、経済的自立はなかなか難しく、組織設立当初は行政の支援が求められるとともに、コロナ禍の現状においては、スポーツツーリズムなどによる収益活動などの継続が不透明となり、活動の再構築を含めた行政の支援が求められる。

## 目次

はじめに

- 目的と留意事項

I. 自治体等におけるスポーツを活用した地域振興組織について

I-1. 首長等のリーダーシップの必要性について

I-2. スポーツを活用した地域振興組織の役割と位置づけ

II. 組織の姿と基盤づくりについて

II-1. 官民が連携した組織形成とその姿

II-2. 組織の自立に向けた基盤づくり

**III. 組織間のネットワーク形成について**

**III-1. 類似組織間のネットワーク形成の推進**

**III-2. 活動遂行のためのネットワーク形成の推進**

IV. 組織が行う活動内容について

IV-1. 地域内住民等を対象とした活動

IV-2. 地域外からの人や資金の流入に関する活動

## Ⅲ－１．類似組織間のネットワーク形成の推進

各々の組織の活動では対応困難なものであったとしても、他組織との連携により対応可能となる場合もある。そのようなことから、組織の全国的なネットワークやエリアマネジメント的な地域ブロック別のネットワーク形成が求められる。

- ・ スポーツを活用したまちづくり、地域振興の類似組織の運営から活動のノウハウや情報、人材育成方法などを共有することで、効率的、効果的に機能させるためには、全国的なネットワークの形成が有効である。
- ・ 特に、全国のネットワーク形成においては、水平で緩やかに、情報の収集・提供・共有し、会員同士の交流、相互互助につなげていくことが重要である。その結果、有用なノウハウを吸収できるなど、見返りが多く、地域の人材を全国で活用することも可能となる。
- ・ 地域における活動の連携、地域的課題の解消にあたっては、エリアマネジメント的な地域ブロック別のネットワークの形成やエリアマネジメントのできるコーディネーターの配置などが有用である。例としてフィルムコミッションの全国をネットワークした組織であるNPO法人ジャパン・フィルムコミッションがある。

## Ⅲ－２．活動遂行のためのネットワーク形成の推進

地域内外の類似組織のネットワーク形成以外に組織が行う活動遂行のためには、関係組織間の連携、活動を遂行していくために求められるノウハウや情報などを得ていくためのネットワーク形成も求められる。

- ・ スポーツを活用した地域振興組織として、その活動目的を遂行していくためには、その目的に資する地域内外の組織とのネットワーク形成を図ることが求められる。
- ・ 活動の目的、内容によっては、福祉や健康、観光など、関係する組織や団体との連携が必要となる。このようなネットワーク形成が有効に機能することにより、組織間の信頼関係の強化にもつながる。
- ・ ネットワーク形成にあたっては、地域課題の共有や各種身近な情報の交換などの活動遂行のための連携などを皮切りに、組織の運営やノウハウ、あるいは人材育成などに至る連携など様々であるが、これらの活動の最初は、行政が音頭を取って始めることも重要である。
- ・ 地域には体育協会、スポーツ少年団、レクリエーション協会など様々なスポーツ関連組織が活動しているが、それらの事務局業務を代行するなどのネットワークを形成することにより、その後の活動の円滑化に繋がる。

※例えば、NPO法人出雲スポーツ振興21では、施設管理に留まらず、スポーツ協会やスポーツ少年団等のスポーツに関わる組織の事務局を無償で受け持っているが、このような事務局業務を行うことで、スポーツ関連組織との連携強化を図ることが容易となる。

## 目次

はじめに

- 目的と留意事項

- I. 自治体等におけるスポーツを活用した地域振興組織について

- I-1. 首長等のリーダーシップの必要性について

- I-2. スポーツを活用した地域振興組織の役割と位置づけ

- II. 組織の姿と基盤づくりについて

- II-1. 官民が連携した組織形成とその姿

- II-2. 組織の自立に向けた基盤づくり

- III. 組織間のネットワーク形成について

- III-1. 類似組織間のネットワーク形成の推進

- III-2. 活動遂行のためのネットワーク形成の推進

- IV. 組織が行う活動内容について**

- IV-1. 地域内住民等を対象とした活動**

- IV-2. 地域外からの人や資金の流入に関する活動**

## IV - 1. 地域内住民等を対象とした活動

組織は、地域の行政が直接実施するには難しい活動や地域内の住民のニーズに対応した活動を行っていくことが求められる。

健康の維持・増進などに関わる活動を中心として、各種活動に関する情報発信や様々な人々を対象とした活動を行っていくことが重要である。

- ・ 健常者のみならず、障がい者、高齢者や子どもも対象とした活動、あるいは地域で生活する様々な人々を対象とした活動を行っていくことが重要である。このような活動は、福祉や教育、暮らしなど広範に渡る活動となる反面、地域における組織の重要性は高まってくる。
- ・ また、活動の幅を広げるためには、それぞれの活動に資する専門性やノウハウを持った人材の確保や育成などが必要となるが、これは基盤の弱い多くの組織に共通する課題であることから、行政との連携や支援なども必要となる。
- ・ 交流に関わる活動は、地域住民を対象としつつも、外部からの人々との交流にも資することから、地域における重要な活動と位置付けられる。また、様々な地域内での活動に関する情報の発信も、地域外からの人や資金等の流入に資することから重要な活動となる。
- ・ 一方、地域住民を対象とした活動に関しては、公的活動（行政の代わりに活動を実施）につながることから、公的資金による助成なども必要となる。
- ・ 組織が行う活動内容によっては、地域内のまちづくり組織や健康づくり組織などが行う活動等との連携していくことも重要である。
- ・ 将来的には、地域内の他組織に対し、設立支援、自立支援、コンサルティング、あるいは人材育成などを広範囲に行うインターメディアリーの原点のような活動が可能な組織となっていくことも望まれる。

## IV - 2. 地域外からの人や資金の流入に関する活動

地域外からの人の来訪、資金の流入等を促進するような活動は収益を生む活動として組織運営上重要なものとなるが、地域振興という組織設立の目的をしっかりと見定めた上で、活動していくことが重要である。

- ・ 合宿やキャンプなどを含むスポーツツーリズムは、人・資金の流入に関する重要な活動の一つと位置付けられる。しかしながら、その活動を組織や関係者自らが行わないと、関連した資金やノウハウ等が外部に流出してしまうことから、外部業者等への委託などは、将来を見据えて行うことが重要である。例えば、（一社）志摩スポーツコミッションは、トライアスロンなどの活動を自らが主体となって地域住民とともに実施している。
- ・ 一方、施設の運営を通して外部からの人やノウハウ等の流入を図ることも重要で、行政等との連携などが求められる。また、地域情報やスポーツにかかわる施設等の利用状況などの情報発信も重要で、地域内の施設等情報を常に把握しておく必要がある。
- ・ 地域でスポーツを展開することは、「見る」、「する」に重きを置いた活動となるが、時間に余裕のある高齢者の「支える」部分の活用により、高齢者の参加が新たな人材の確保にもつながる。
- ・ 一方、高齢者にとっては、健康や生きがいづくり、さらには収入につながることもあるとともに、これが地域外からの来訪者に対する「おもてなし」として新しい価値にもなり、リピーターの確保ともなる。
- ・ 組織が実施する活動の中には、地元学生等をはじめとした若者が企画運営に加わる事により、若者に地域意識を根付かせることにもなり、将来の定住、帰郷、定住につながることもなる。一方、地元住民は、コミュニティビジネス的な発想や参画意識を持つことにより、人の活性化につながってくる。
- ・ 良いものをつくれれば高いものでも全国に売れる、という現状を鑑みると、スポーツも地域の特徴や人を含む地域資源を活用することにより、より良いスポーツに関わる交流人口増が可能となる、という視点を意識した活動を展開していくことが望まれる。
- ・ いずれにせよ、外部からの人・資金の流入は、あくまでも地域振興の一手段であることを認識していくことが重要である。それ自体が目的となってしまう、本末転倒な事例も散見されるため、留意すべき点である。

### **3. 「ベーシックプログラム」の作成（印刷物）**

---

### 3. 「ベーシックプログラム」の作成（印刷物）

#### 趣旨・目的

外国人旅行者向けに武道ツーリズムのサービス提供を行う武道指導者、旅行会社などの事業者、通訳ガイドの方々を対象とした武道ツーリズムにおけるマニュアルを作成。武道ツーリズムのサービス催行にあたり、必要となる一連の事項に関してのノウハウをまとめることにより、武道ツーリズム事業に関心を持つ方々が、未経験でも円滑に事業を行えるようにすることを目的とする。なお、本書ではノウハウをできるだけ具体的に紹介するため、「空手の体験稽古」を例にして、武道ツーリズム事業の催行方法を紹介する。

#### 掲載項目

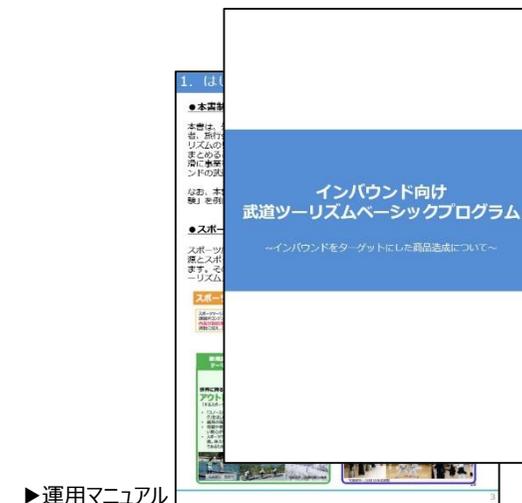
本書は、インバウンドの拡充を目指すべく、商品開発から造成～集客に向けたポイントを項目ごとに分かりやすく記載し、実施にあたっての問い合わせ対応や支払い対応など細かなポイントもまとめたものを作成した。

#### 【対象者】

武道指導者、旅行会社、通訳ガイド など

#### 【掲載内容】

- 武道ツーリズムの基本情報
- 商品開発
- 集客・宣伝活動
- 問い合わせ対応
- 支払い対応
- 実施に向けた準備
- サービスの実施
- 実施に向けたチェックリスト
- 武道ツーリズム参考サイト

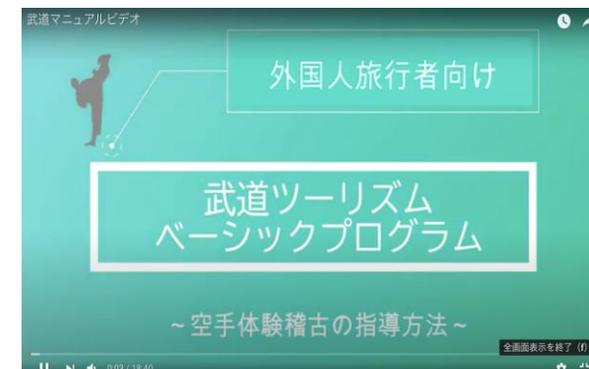
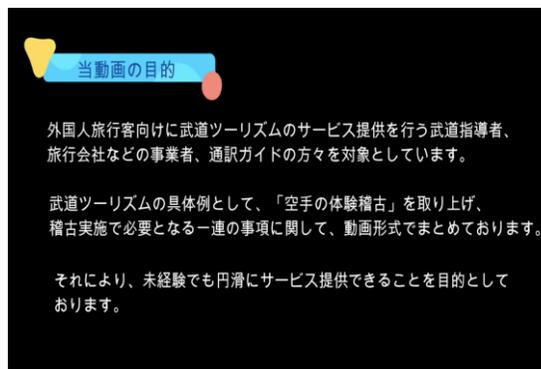


▶ 運用マニュアル

#### 説明動画

実際のイメージを掴んでもらうため、+aとして「武道マニュアルビデオ」を作成した。

お客様の迎え入れから稽古終了後のコミュニケーションまでの一連の流れを14項目に分類し、各シーンでのポイントをまとめた。



## 4. 「ベーシックプログラム」の作成（映像）

---

## 4. 「ベーシックプログラム」の作成（映像）

### 趣旨・目的

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コンテンツとして映像物を制作した。対象者は日本文化としての武道に触れることを求める各国の武道未経験者又は初心者（ライト層）とし、ノンバーバル版の映像コンテンツ・字幕入り版（英語）の映像コンテンツの2種類を作成した。

### 映像制作について

本動画を作成するにあたり、コンセプトやポイントは以下の通り設定した。導入時での視聴を想定しているため、武道の持つ「精神性」やスピリチュアルな要素もふんだんに取り入れることで、外国人目線を取り込むべく工夫を行った。（※下記、実際の映像から一部抜粋した。）

■コンセプト：武道ツーリズム体験をHow to 感覚で表現する。

空手初心者である欧米人カップルが空手発祥地である沖縄を訪れ、本場の空手に触れながら、旅をする様子を捉えることで武道ツーリズムを表現する。

■ポイント：外国人の姿へのフォーカスを増やすことで、視聴者により「体験」させる内容とした。

精神や文化を象徴するシーンを盛り込むことで、「武道」＝「日本」という印象をイメージ付ける内容とした。

▼実際の映像（空手体験）



▼精神性をイメージした映像



▼文化体験の様子も交えた



## 5. 「武道ツーリズムへの興味・関心」に関わる 調査について

---

# 5. 「武道ツーリズムへの興味・関心」に関わる調査について

## 趣旨・目的

武道ツーリズムは始まったばかりのサービスであり、前例や調査データがほとんどない状況にあるため、今後市場開発を目指すにあたり、ポテンシャルのあるターゲットとすべき層がどんな属性で、どういうツーリズム サービスが求められるのかが分からない状況にある。

上記課題を踏まえ、ポテンシャルの見込まれるターゲット層について、下記3点の把握を目的に調査を行った。

①アプローチすべきターゲットの明確化 ②ターゲットに需要のある武道ツーリズムサービス、オプションサービスの明確化

③ターゲットの海外旅行に求める条件と情報収集方法の明確化

なお、調査報告概要については70頁以降にまとめたので参照いただきたい。

## 調査設計

以下、調査設計となる。(72頁より抜粋)

- 調査手法：オンライン定量調査：スクリーニング調査 及び 本調査
- 調査対象国：アメリカ・フランス・ロシア・中国（4か国）
- 調査対象者：
  - ・20~69歳男女
  - ・日本渡航意向者
  - ・空手・剣道を知っている → 空手・剣道ライト層
  - ・空手・剣道を1年以上の期間習っている → 空手・剣道コア層

### ■ サンプル数・割付：

割付	アメリカ				フランス				中国				ロシア				合計	
	20 39 男性	40 69 男性	20 39 女性	40 69 女性														
空手	コア	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	320
	ライト	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	160
剣道	コア	20	26	20	42	20	20	20	11	20	20	20	22	20	14	20	5	320
	ライト	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	160
計	268				231				242				219				960	

※詳細は次ページよりまとめた。

- 調査期間：2021年2月5日（金）～2021年2月16日（火）
- 調査機関：株式会社クロスマーケティング