スポーツツーリズムコンテンツ創出事業

オンライン調査　報告書

2023 年 3 月

中京大学スポーツ科学部　伊藤研究室

JTB コミュニケーションデザイン

目　次

I.　調査概要…… 2

調査結果の概要…… 12

II.　調査結果

A)　各ツアーの回答者数…… 15

B)　セクション A（ツアー参加者の個人属性）…… 16

C)　セクション B（ツアーの地域資源活用）…… 19

D)　セクション C（ツアーの満足度）…… 23

E)　セクション D（満足・不満足点）…… 30

III. 調査票…… 40

IV. モデルツアー行程表…… 48

I.　調査概要

1．　調査目的

2023 年度スポーツツーリズムコンテンツ創出事業で採択された 7 つのモデル事業が実施したモニターツアーの地域資源活用および満足度について理解を深め、次年度以降のツアー商品化の品質向上に向けた基礎資料を得ること。

2．　研究方法

調査対象事業　：スポーツツーリズムコンテンツ創出事業

調査対象者　：各事業者が実施したモニターツアー参加者

調査機関　：スポーツ庁・JTB コミュニケーションデザイン

調査方法　：Microsoft Forms を用いたオンライン調査（ツアー参加後）

調査票配布回収状況：合計 61 部（回収率 64%、全参加者数 96 人）

- FM 久米島　12 部（回収率 92%、全参加者数 13 人）
- TABIKYO JAPAN　7 部（回収率 88%、全参加者数 8 人）
- 武家文化と武士道精神に学ぶ金沢武道ツーリズム推進プロジェクト　3 部（回収率 75%、全参加者数 4 人）
- PASONA　8 部（回収率 100%、全参加者数 8 人）
- 北海道二十一世紀総合研究所　18 部（回収率 100%、全参加者数 18 人）
- 能登半島広域観光協会　5 部（回収率 100%、全参加者数 5 人）
- 横須賀市　8 部（回収率 20%、全参加者数 40 人）

分析方法　：全ツアーおよび各ツアーの記述統計（割合、平均値、標準偏差）ならびにテーマ分析

３．　調査項目

セクション A（ツアー参加者の個人属性）

性別、年齢、世帯収入、居住地（都道府県）、同伴者、ツアー実施地域への訪問経験

セクション B（ツアーの地域資源活用）：7 段階尺度

- このツアーは私が知っていた地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた
- このツアーは私が知らなかった地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた
- 全体的にこのツアーは特色のある地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた

セクション C（ツアーの満足度）：7 段階尺度

- このツアーは期待以上のものだった
- このツアーを心から楽しむことができた
- このツアーは自分にとって価値のある経験だった
- このツアーは販売予定額に見合うだけのものだった
- このツアーを友人に勧めたい
- このツアーに再び参加したいと思う
- このツアーに関係なく、実施地域を再び訪れたいと思う

セクション D（満足・不満足点）：自由記述

- 満足だった点
- 不満足だった点

４．　　事業の概要

FM 久米島（武道ツーリズム）

ISLANDO 「アイラン道」（琉球古武道×健康×島巡り）

※黒マーカー部分は審査基準項目に沿って作成しております。

【0】取組の概要

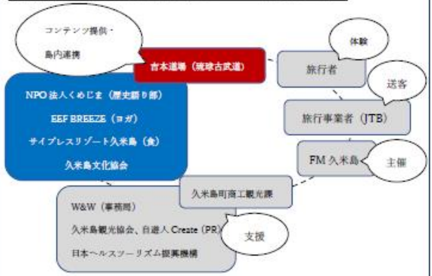
久米島は琉球古武道の大家である平信賢出身の地。2019 年には世界 18 か国、230 人が参加する世界大会が開催され、琉球古武道にとっては聖地となっている。

本事業では島のシンボルである「豊かな自然」や「城跡（下記写真中央）」等で琉球古武道を行い、島の歴史・文化を巡りながら体験を行う。

静（島の癒しコンテンツ/副交感神経優位）×動（琉球古武道/交感神経優位）

メリハリで心技体を整えるコンテンツを開発する。

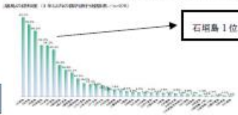
（事業構図）　関係者が連携し、持続可能なコンテンツ開発取組みを行う



【1】本事業で解決に取り組みたい課題

課題 1:宮古島や石垣島等、沖縄県他離島と比較した知名度の低さ

図A



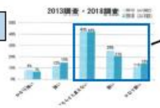
石垣島 1 位、宮古島 2 位、久米島は第 5 位

（平成 29 年沖縄振興開発金融公庫「沖縄の離島観光に関する意識調査」について）

課題 2:島民の観光に対する意識の低さ

観光との繋がりに関する意識の強さを調査したデータ（町民アンケート調査 2013・2018）

図B



どちらともいえない・弱い・かなり弱いが半数を超えている。

課題 3:閑散期の来訪者の少なさ

7~9 月の来訪者が全体の **40**%を占めている。

図C　平成24年度　久米島町観光入域客数（東京直行便、チャーター、修旅を100%として算出）

月別	一般(定期便) 海路	一般(定期便) 空路 那覇	小計	季節運航 空路 羽田	一般団体チャーター 空路 那覇	石垣	宮古	東北	小計	修学旅行 海路	修学旅行 空路 那覇	小計	空路小計	合計	観光入域客	観光客数対前年度比%	[illegible]	H23観光客数
4月	1,840	8,061	9,901		0	0	0	0	0	0	0	0	8,061	9,901	[illegible]	106.8	5,891	[illegible]
5月	1,852	7,505	9,357		0	0	0	0	0	0	0	0	7,505	9,357	[illegible]	104.2	4,152	[illegible]
6月	1,384	8,729	10,1[illegible]		0	0	0	0	0	0	189	189	8,91[illegible]	10,297	[illegible]	100.3	2,58[illegible]	[illegible]
7月	2,305	9,588	11,893	1,276	0	0	0	0	0	0	0	0	10,866	13,171	[illegible]	111.1	2,61[illegible]	[illegible]
8月	3,332	9,924	13,256	2,703	0	0	0	0	0	0	0	0	12,627	15,959	[illegible]	101.6	2,25[illegible]	[illegible]
9月	1,881	9,704	11,585		0	0	0	0	0	0	0	0	9,704	11,585	[illegible]	96.4	2,42[illegible]	[illegible]
10月	2,031	9,377	11,408		0	0	0	0	0	0	0	0	9,377	11,408	[illegible]	97.1	5,12[illegible]	[illegible]
11月	2,188	8,695	10,88[illegible]		0	0	0	0	0	0	22	22	8,717	10,90[illegible]	[illegible]	107.8	6,18[illegible]	[illegible]
12月	1,976	7,979	9,955		0	0	0	0	0	0	286	286	8,265	10,241	[illegible]	110.3	5,33[illegible]	[illegible]
H25・1月	1,906	[illegible]	[illegible]		0	0	0	137	137	0	0	0	9,010	10,516	[illegible]	115.6	5,41[illegible]	[illegible]
2月	1,704	8,728	10,432		0	0	0	0	0	0	0	0	8,728	10,432	[illegible]	99.7	5,22[illegible]	[illegible]
3月	2,306	9,378	11,684		0	0	600	0	600	0	0	0	9,978	12,284	[illegible]	112.8	5,66[illegible]	[illegible]
合計	24,308	[illegible]	[illegible]	3,981	0	0	600	137	737	0	497	497	111,708	136,017	[illegible]	104.3	32,92[illegible]	[illegible]

社団法人久米島町観光協会

【2】本事業で達成したい到達点（KPI）

モニターツアー時にアンケートを実施。3 項目における点数で 5 点満点中平均 3.5 点以上を KPI とする。

具体的には、下記 3 項目。（もっとも関心が高い/意向がある/理解がある状態が 5）

1：地域への関心度　2：島への再来訪の意向や他者への推奨意向　3：琉球古武道への興味

【3】具体性及び計画性①主な訴求対象・ターゲット

フェーズを分けターゲットを設定。最終的にはインバウンド誘致を狙う。

第一フェーズ：健康に関心のある年齢 20–30 歳後半の女性

2021 年に久米島は、観光庁 地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業を通じ、20–30 代女性の「健康」や「美」をテーマとした「久米島の癒し」コンテンツ開発を行ってきた。

そのため、本事業においてもターゲットとすることで、効果をより広く地域に波及させることが可能。

継続したターゲットを設定しつつ、「琉球古武道（スポーツ）」×「久米島の癒し」という新たな観点で取り組みを行い、来訪者数増加を狙う。

（図 D：久米島町観光協会「入域観光客数に対する構成比調査」（単位：%））

図D

20代	17.0	–	–	14.7	18.1	3	8.8
30代	14.2	–	–	14.7	13.9	5	14.7
40代	27.4	–	–	14.7	33.3	12	35.3
50代	23.6	–	–	29.4	20.8	8	23.5
60代	15.1	–	–	20.6	12.5	6	17.6

―図 D より、20 代~30 代女性の来訪が少ない

第二フェーズ：武道に関心のあるインバウンド（北欧・米）

第一フェーズで強化した島の受入態勢をもとに、武道に関心のあるインバウンド（北欧・米）をターゲットとする。（図 E：久米島で開催された琉球古武術国際大会参加国および人数 / 図 F：海外における武道に対する意欲調査）

図E

図F

図 E：第 6 回琉球古武術・空手術演武大会　（単位：人）

図 F：武道ツーリズムへの興味関心に関わる調査（JTB コミュニケーションデザイン）（単位：%）

図 E・F より、下記 3 点が読み取れる。

・琉球古武道は海外（特に北欧・米）から来訪者が多く訪れるコンテンツである。

・武道に意欲関心のある外国人が多い

（「体験したい武道はない」以外の回答　アメリカ 71.8%、イギリス 65.8%）。

・年代別では、武道に意欲関心のある外国人は 20–30 代が最も多い。

【3】具体性及び計画性②ターゲットに対して、有益と思われる点

・女性：琉球古武道の体験（動）と、久米島の海洋深層水や健康に良い食、

　自然等の癒し（静）を組み合わることにより、

　効果的に久米島ならではの健康・美のプログラムが体験可能。

・女性：新たな種目への挑戦や新たな魅力への気づきが得られる。

・インバウンド：琉球古武道の聖地である久米島ならではの希少なコンテンツが体験可能。

【4】①地域特有の資源を生かす工夫、住民への活用

・「琉球古武道の発祥の地」としての歴史的・文化的資源。

・島ならではの景観美を活用した琉球古武道実行のフィールド。

・島がこれまで注力してきた「健康」「美」コンテンツの活用。

【4】②地域との連携や地域住民にも活用できる工夫

・長らく島民の健康を支えてきたが、閉館してしまった「バーデハウス久米島」に代わり、あらたな健康コンテンツの開発を行うことにより、島民の健康意識の向上を実現。

・これまであまり打ち出されていなかった琉球古武道というコンテンツが国内外から選ばれる優良コンテンツとなることを実感いただくことで、島民の愛島心向上を実現。

・モニターツアー時には島民と観光客の交流を図るプログラムを組み入れ、ハード・ソフト面両面で島の受け入れ態勢の強化に繋げる。

【5】国外から選ばれる優良コンテンツになり得るための工夫

・久米島を象徴する場所となる、城跡やビーチをはじめとする豊かな自然を背景に琉球古武道を行う姿を映し、印象に残るプロモーションを製作する。琉球古武道の聖地である島ならではの希少なコンテンツが体験可能であることを認知させ、来訪を促進。

【6】①効果検証方法及び実証

・モニターツアー実施（計 2 回）

健康に関心のある 20~30 代後半女性、国内在住北欧・米圏出身の武道に関心のある外国人を対象とする。

・モニターツアー時のアンケート：旅マエ/旅アト

・ツアー後事業者へのヒアリング（オンラインを想定）

【6】②本事業終了後、翌年度以降も継続的な取組の実施想定

・モニターツアーアンケート結果を踏まえ、島の来訪者受入態勢を強化する。

・モニターツアー時にポスターやチラシ、動画等の製作を行い、効果的に取り組みを PR する。

翌年度以降も製作物を活用し、来訪者の促進を狙う。

TABIKYO JAPAN（武道ツーリズム）

1 友達にも紹介したくなるような旅

地域の経済波及効果として、来る人がさらにその友人・知人へ紹介してくれる、また、SNSで写真をアップしたくなるような旅を開発

2 エリアへの経済波及効果

地域事業者と積極的な連携、また、地域飲食店・宿泊施設交通事業者などを利用することによる経済波及効果

3 安定運営のための体制構築

エリアをガイドできる通訳案内士や合気道を教えられるインストラクターの育成を2025年の大阪万博を見据えた長期的な育成体制により構築

■ コンテンツ案

合気道という究極の武道を通じ、
その発祥地である田辺市の魅力を学ぶ２泊3日ツアー

合気道の聖地和歌山県田辺市にて、武道館での合気道体験と創始者植芝盛平ゆかりの地を巡るツアー。
ツアー内の食事と体験コンテンツで、その土地の精神文化を育んできた第一次産業を体験する。
移動は地元のタクシー事業者と連携。地方都市に多くみられる２次交通の課題を解決。

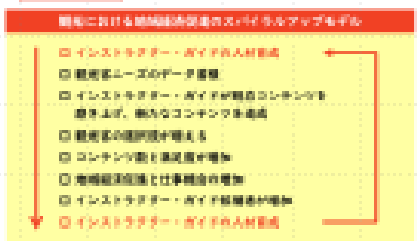
多言語によるインストラクター、通訳士の確保・育成の方策

ガイドインストラクター人材の確保、
また多言語対応可能な体制構築に向けた通訳士の育成。

※エリア観光を提供するにあたり、インストラクターの専門ノウハウと多言語での言語対応を両立する必要がある。
それゆえ、インストラクターの確保に加え、多言語での通訳士の育成プログラムを組む。

スパイラルアップモデルのご提案

インストラクター・ガイドが無駄なくシステムにしっかり組まれることにより、効率化を図り、コンテンツを磨き上げ続ける仕組みづくりを目指す。



効果検証

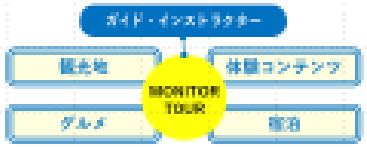
モニターツアーによる調査

■ モニターツアーの実施概要

企画開発したコンテンツを中心にモニターツアー工程を策定し、課題の洗出を目的としたモニターツアーを実施する。ツアーは２泊３日程度を想定、平均参加日程は調整したとして想定する。

モニターツアー工程は、体験コンテンツのモニタリングを目的とするため、コンテンツ要素すべてを見直している方法をとる。また、エリアの魅力を総合的に判断できる内容に工夫する。

また、ガイド育成研修修了者に参加したガイド及び、海外進出インストラクター候補の中堅の活動を視野に入れた体験も同時に行う。



■ モニター候補

課題の抽出に対応可能な国内外富裕層向け外国人をモニターとして参加いただき、各コンテンツ毎に定量／定性評価する。モニター人数は実際のFITのツアーを想定し、３名程度とする。対応期間

合気道愛好家外国人

合気道愛好家目線で、ルートを巡る旅を通じていたビビ評価いただくとともに、外国人目線での観光ハードルなどをフィードバックする。

旅行好き外国人（ユーザー目線）

旅行は好きでかねど合気道には縁がない外国人。合気道とは何か？から、歴史背景・エリアの魅力を一般外国人目線で評価する。

モニターツアーでは、モニター向けと受入事業者向けのアンケートを回収し、定量／定性両方の観点から分析を実施する。
また、ツアー最終日には、関係者双方を招集した意見交換会を実施し、モニターの生の声を聞ける機会を設ける。

武家文化と武士道精神に学ぶ金沢武道ツーリズム推進プロジェクト（武道ツーリズム）

スポーツツーリズムコンテンツ創出事業企画提案書概要

団体名：武家文化と武士道精神に学ぶ金沢武道ツーリズム推進プロジェクト

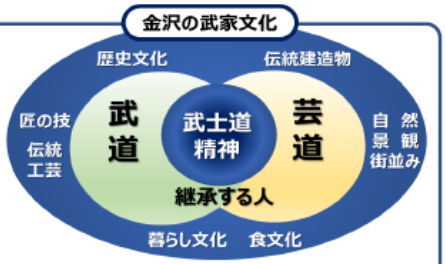
○ 取組の概要

当事業では、「金沢の武家文化」を核として、武道と芸道、その両道の根底に流れる「武士道」の精神を活用し、それらを受け継ぎ、継承してきた人々と来訪者を繋いで、金沢を「日本の本物がある特別な場所」として「日本の旅の目的地」となるコンテンツの造成に努めます。

○ 活用すべき地域資源

金沢の「武家文化」

加賀藩前田家歴代藩主による工芸振興・文化振興政策が藩政期から420年以上に渡って浸透。
金箔や加賀友禅を始めとする工芸、能や芸妓文化を始めとする芸能、茶の湯を始めとする芸道などの**武家文化**が、金沢には今も息づいている。平成21年にはUNESCO創造都市ネットワークの「クラフト部門」に世界で初めて認定された。



武士道の伝統に由来する「武道」

「武道」は**武士道の伝統に由来**するものであり、**心技体を一体として鍛え**、人格を磨き、道徳心を高め、礼節を尊重する態度を養う、人間形成の道と定義される。当事業では、加賀藩縁ある**弓道**と、武士の変遷にも関わる**剣道**を活用し、コンテンツ造成を行う。

武士の嗜み「芸道」

武士の嗜みのひとつ「茶道」。加賀藩では、特に、**茶の湯文化が奨励**され、武士から始まったその文化は、職人や町人まで幅広い層に広がった。**茶の湯の所作は弓道や剣道など武道の所作ともつながりがある。**

○ 取り組みたい現状の課題

金沢市のインバウンド　コロナ禍以前 年々増加傾向
2019年・訪日外国人61.3万人／国籍別傾向・欧米豪が3割
（金沢市推進の欧米豪に向けての重点的プロモーション効果）

観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年年間値の推計」
石川県訪問率2.01%（全国18位）
ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ消費額23,439円（全国41位）

＜課題＞ 一人当たりの「地域消費額」を上げる必要がある

金沢市の国内旅行

金沢市経済局観光政策課2020年2月「金沢市観光調査結果報告書」
来訪者の世代・20代から60代まで偏りがない
出発地・「関東圏」が半数
（交通手段は「新幹線」経由が40%超）
満足度・全体の90%以上「満足」、再来訪意向も高い。
「景観・街並み」「食」「風情・雰囲気」「史跡・名所・施設」への好意的な意見が多い。

＜金沢で特に不満だったこと＞
「混雑具合（8.6%）」
今回初めてトップ。

今後、入込客数が増加していくと、土日祝日は、有名な場所に人が集中し、**混雑による不満はさらに高まる可能性がある。**

＜課題＞ 混雑を増長しない、平日来訪可能なターゲット層へのアプローチ

課題解決に向けて

①「混雑」を増長せず、一人当たりの地域消費額を高められる、少人数・高付加価値コンテンツの創出
②平日の誘客に繋がる、訪日外国人観光客の誘客への取り組み
③国内旅行における、平日来訪に繋げる「学ぶ旅」への取り組み 【教育旅行】/ 【大人の学び旅】

課題解決に向けたターゲット層

①主に欧米豪のモダンラグジュアリー層〇世代:20～30代のミレニアル世代が中心〇旅へのニーズ:本物の体験、一生に一度の体験、エコツーリズム、ボランツーリズム、サスティナビリティ
②武道を目的に訪日するコア層、日本の文化・歴史等にがあるライト層
③SBNR （Spiritual But Not Religious）無宗教型スピリチュアル層
④アクティブシニア層(65～75歳のアクティブに活動するシニア)・主に「弓道」を訴求　⑤教育旅行

○ 取組の概要

取り組む項目	内　容
①コンテンツ造成 契約締結・事業開始～ 11月上旬	・当事業メンバーとなる専門家、各種団体、事業者と共に、コンテンツ造成に取り組む。 ・国内DMCとのFAMTripを通して、磨き上げを行う。
②地域住民「武道ツーリズム」機運醸成勉強会 10月上旬～中旬	・金沢武道ツーリズム実施に向けた、受け地となる地域住民の機運醸成を図るため、オンラインとオフラインのハイブリッド型による勉強会を実施。 ・地域住民に興味を持っていただき、勉強会受講者から、新たなガイド候補へと誘導。　開催：1回
③コンテンツ磨き上げ 【国内DMC・FAMTrip】 10月中旬～下旬	・国内旅行2社、訪日外国人旅行２社程度予定。 ・FAMツアー内で、意見交換会を行い、コンテンツブラッシュアップにつなげる。 ・終了後、アンケートにより顧客への推奨意向や継続訪問の意向などをリサーチ 開催：1回
④ガイドスキルアップ研修 11月中旬から下旬	・ラグジュアリー層受け入れ態勢強化のために、通訳ガイド等のスキルアップ研修を実施。 開催：1回
⑤行程・モデルプラン作成 9月中旬～11月下旬	・当事業メンバーの専門家、各種団体、事業者と共に、造成したコンテンツを盛り込んだ行程・モデルプランを作成。
⑥コンテンツ販売 12月下旬～	・磨き上げ、造成したコンテンツを国内DMC、市内旅行事業者等で販売。
⑦オンラインセミナー 1月中旬～2月下旬	・国内旅行事業者および海外エージェント向けに、販売につなげるオンラインセミナーを実施。
⑧広報・PR 取材・製作：10月中旬 ～11月上旬　掲載・配信 開始：12月下旬～	・海外への情報発信を強化し、多言語サイト「Good Luck Trip」と「Gaijinpot」に特集記事を掲載します。さらに、日本最大の英字ニュースサイトで読者の73%が高所得者層の「ジャパントゥデイ」とのクロスメディアと、Google広告を活用する手法で、ターゲット層に確実にリーチし誘客に繋げます。

KPIおよび効果検証

A.地域への関心度、参画度、愛着度の向上 ・武道ツーリズム機運醸成勉強会参加者アンケートから抽出。【KPI】①金沢武道ツーリズムへの関心度(勉強会参加者数)・50名以上 ②金沢武道ツーリズムへの参画度・(武道ツーリズムへ関わってみたい)・50%以上 ③金沢「武家文化」への愛着度(武道ツーリズム推進によって、武家文化の価値が向上すると考える人)70%以上

B.地域の価値波及効果（推奨意向、継続訪問の意向） ・国内DMCによるFAMTripと、国内旅行業者、海外エージェンシー対象のオンラインセミナー参加者アンケートから抽出。【KPI】①顧客への推奨意向(顧客へ金沢武道ツーリズムを勧めてみたい)・80%以上 ②送客意向(送客の意向がある)・70%以上

C. コンテンツ造成数 ・造成したコンテンツ数から達成数を確認。【KPI】〇3コンテンツ以上

D. 造成したコンテンツ、モデルプランの販促活動の達成度 ・オンラインセミナー参加者、造成コンテンツ・モデルプランのOTA掲載数、情報PV数から確認。【KPI】国内旅行業者、海外エージェント対象のオンラインセミナー参加者・6社以上 ②造成したコンテンツ、モデルプランのOTA掲載数・当事業実施年度内で２件以上 ③メディアでの情報発信数・35,000pv

【国外からも選ばれるコンテンツとするために】
ここにしかない「唯一性」や「本物であること」が求められるため、これまでには踏み込めなかった地域資源の活用の仕方に取り組み、金沢ならではの特別感の創出を目指す。

- **コンテンツ造成においての工夫 ①地域の人との交流の場を創出 ②SDGｓへの目に見える取り組みの実施**
- **海外エージェントとのオンラインセミナーの実施**
- **多言語サイトでの特集記事配信と、クロスメディアによる誘導で、ターゲット層へのリーチ拡大。**
- **通訳ガイドのスキルアップ研修**

PASONA（武道ツーリズム）

【令和４年度　スポーツツーリズムコンテンツ創出事業】 テーマ：「武道ツーリズム」
事業名:「日本誕生の地で、日本人の精神世界に触れる特別な空手体験事業」

【事業者名:株式会社パソナ 】

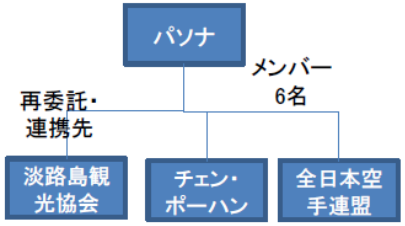
事業の概要

「空手×自然・文化資源」をテーマに、海外から淡路島への観光客増を目指す。
①台湾、中国のマーケットを対象にして、モデルツアー等を行い、ターゲットに響くコンテンツの造成を地元観光協会と共に目指す。
②各国のインフルエンサーを招請し、コンテンツを体験。その情報を発信し、各国での認知度向上と、リアクションを次年度以降のPR活動に活かす。

取組内容

- 協議会の運営
- コンテンツ造成
- モニターツアーの実施
- インバウンド受け入れ体制の整備
- インフルエンサーマーケティング
- 次年度以降の体制の確立

実施体制（図）



現状の課題	インバウンドに向けた「PR不足」、コンテンツの「認識不足」、特にインバウンドに対応できる（もしくは新たに取り組もうとする熱意のある）「人材不足」が課題である
目標到達点（KPI）	送客市場におけるSNSマーケティングのリーチ数：100万 OTAサイトへのコンテンツ等の掲載数：5件 インバウンド向け受入体制の整備をした会社（店舗）数：10件 地域への関心度、参画度、愛着度の向上：3%up 地域住民（地域外住民を含む）の行動変容：10件
事業の具体性・計画性	①訴求対象・ターゲット：(1)美と健康を追求する20代後半女子 (2)日本文化大好きパパ ②ターゲットへの有益性： (1)精神統一、マインドフルネス、健康意識 (2)武道体験、家族団らんの時間
地域性	①地域特有の資源を活かす工夫：淡路島の自然、食、文化を活用 ②地域との連携や地域住民にも活用できる工夫：飲食事業者、交通事業者、宿泊施設との連携して事業を行う
将来性	2022年度の流れを継承し、継続的な事業とする。そのため外部環境も視野に入れて、年度ごとに方向性を設定する。2025年の大阪万博をターゲットとして、「地域×武道ツーリズム」の力で地域課題解決の成功事例を作る。
感染症対策	三密の回避、イベント時の参加ルールの設定、必要に応じてPCR検査の実施
効果及び継続性	①効果検証方法：KPIの確認、モニターツアーの振り返り、報告会の実施 ②翌年度以降の継続性：次年度以降の実施主体を本事業で確定、協議会を継続して運営する。

北海道二十一世紀総合研究所（スノースポーツツーリズム）

令和４年度 スポーツツーリズムコンテンツ創出事業

事業名：「新たなスノースポーツツーリズムコンテンツ "SKI TO CAMP" の創出」

テ ー マ ：スノースポーツツーリズム
事業者名 ：株式会社北海道二十一世紀総合研究所

本事業では、日本のスノースポーツに関する地域資源【①世界最高峰レベルの雪質、②世界一のスキー場数、③スキー場を有する地域ごとの多様性】を活用し、スノースポーツと、コロナ禍で絶大な人気を誇るアウトドアコンテンツを掛け合わせた、**小規模スキー場でも実現可能な新たなスノースポーツツーリズムコンテンツ【SKI TO CAMP】を創出**し、国内からの誘客のみならず、ポストコロナにおけるインバウンド誘客につなげることを目指す。また、モデル事業を通じた成果は、全国約200か所の**小規模スキー場への横展開を図る**とともに、**「交流人口の拡大（アウター施策）」**のみならず、地域内での経済活性化・健康増進・共生社会の実現といった**「総合的な地域活性化（インナー施策）」の双方を実現**することを目指す。また、翌年度以降、実施機関のさらなる連携強化を図り、モデル地域での自走化及び他地域への展開を実現する。

取組概要

1.「SKI TO CAMP」コンテンツの造成・環境整備

スキーゲレンデのふもとに手ぶらで参加できるグランピングゾーンを設置し、雪中キャンプ（グランピング）をしながらスノースポーツや雪遊び、アドベンチャーツーリズムなども体験できる、アウトドア要素を取り入れた新たなスノースポーツの楽しみ方を提案する。地域ごとの特性を付加し、地域への愛着増加やリピート化に向けた仕組みづくりを進めるため、地域の関係団体と連携し、地域の食や文化の体験、滞在中の地域住民との交流機会を設定するものとする。

2. モデル地域での実証事業・ファムトリップの実施

スノースポーツツーリズムとして商品造成し、地域住民や関係者らの参加を想定。また、インバウンドを含めた誘客の道筋として、インフルエンサーを招へいしたファムトリップを実施・検証する。

3. ツーリズム商品造成 / 情報発信

スノーコンテンツ造成に実績のある旅行代理店と連携のうえ、「SKI TO CAMP」に関する新たな商品を造成するとともに、素材整備やSNS投稿を通じた爆発的な情報発信を行う。

▲SKI TO CAMP（イメージ図）

▲スノースポーツ

▲AT（ファットバイク）

▲地域の食文化

▲地域住民との交流

実施体制図

申請主体

・株式会社北海道二十一世紀総合研究所　…全体統括・企画運営

コンテンツ造成・環境整備

・めむろ新嵐山株式会社　…スキー場、宿泊施設の運営管理
・株式会社希希…スキー場でのアウトドアキャンプのプロデュース
・NPO法人Qucurcus　…体験型観光プログラムの造成
・NPO法人めむろまちなか応援隊　…地元食材を使ったメニュー造成

ツーリズム商品造成

・株式会社JTB北海道事業部　…ファムトリップ運営／パック商品造成に関するアドバイス

情報発信・機運醸成

・株式会社デスティネーション十勝／十勝観光連盟／芽室町役場　…地元住民・事業者への情報発信
・北海道観光振興機構／北海道索道協会…観光関連事業者・団体や全国スキー場への情報発信
・経済産業省北海道経済産業局　…スノースポーツおよび観光関連事業者・団体への情報発信

課題

課題① 小規模スキー場の収益力が低い　～コンテンツ・ベースタウンが欠如～
課題② 地域経済の縮小　～エリア外からの集客力に乏しく、地域経済への宿泊、飲食等による波及効果が少ない～
課題③ スポーツを通じた関係人口の創出　～地域との接点創出や情報発信など、リピート化に向けた仕組みが不足～
課題④ スノースポーツ人口（地域住民の実施率）の減少

目標到達点

課題①に対するKPI「コンテンツによる収益化／実施に向けて取り組むスキー場数」**【独自設定項目】**
①－１　コンテンツによる売上予測　2万円/人（※参加者アンケートにより本コンテンツに対する支払い意識を調査）
①－２　視察の受入　5スキー場　事業成果レポートの配布　200スキー場（※国内スキー場の約40%）

課題②に対するKPI「地域への経済波及効果」【規定項目】
②　地域への経済波及効果　500万円（※十勝エリアの産業連関分析による波及効果をもとに算出）

課題③に対するKPI「地域への関心度、参画度、愛着度の向上」【規定項目】
③－１　訪問者および関係者による「地域に関心をもった」「愛着を増した」の回答割合　80%
③－２　インフルエンサー等によるSNSを通じた情報発信回数　150回（15人×10回）
③－３　③－2における閲覧数　合計30万ビュー

課題④に対するKPI「地域住民の来訪回数」**【独自設定項目】**
④　スキースポーツ未経験（または実施から遠ざかっていた）地域住民の来訪　50人回

ターゲット

訴求対象・ターゲット
＜国内＞（属性）20～30代、独身又は子どものいない夫婦（収入は問わない）（形態）友人との個人旅行
＜国外＞（属性）アジア圏在住の20代～40代（富裕層）（形態）友人、家族旅行での着地型商品

ターゲットへの有益性
キャンプは国内外の若年層に人気・集客力のあるコンテンツであり、またSNS映えする会場造成を図ることから、世界中のターゲットに対して情報発信でき、自らも体験してみたい、さらにはSNSを通じて発信したいと思えるコンテンツとなる。

地域性

北海道特有の地域資源【①丸一日「雪」を楽しめる多様なコンテンツ、②大規模開発されていない「原風景」、③地元食材を使った「食文化」、④地域ならではの文化や観光コンテンツ】を活用するため、以下の工夫を行う。

・**コンテンツの工夫**　「スキー離れ世代や若年層を呼び込むきっかけを提供」
・**実証場所の工夫**　「近隣市町村から公共交通を活用して"手ぶらで"参加できる」
・**発展性の工夫**　「行政、関係団体との連携と自走化に向けた実施体制を整備」

将来性

スノーリゾート化推進に向けた取組方針のもと、投資の選択と集中による二極化とリゾート化の波に乗れない「地方の小規模スキー場」が衰退に向かう中で、以下の工夫を行う。

・**コンテンツの工夫**　「インバウンドのニーズも高く、SDGs達成に貢献するサステナブル・ツーリズムを造成」
・**情報発信の工夫**　「SNS・インフルエンサーを活用し、海外にも届きやすい情報発信を行う」
・**実証場所の工夫**　「インバウンドに対応したソフト・ハード整備に向けた課題の抽出、検証」

感染対策

ウィズコロナ時代において「感染拡大防止」と「経済効果」を最大限両立しうるため、以下の工夫を行う。

・**コンテンツの工夫**　「十分な"ディスタンス"を確保できるアウトドアコンテンツ」
・**ターゲットの工夫**　「旅行実施意欲の高い若年層をメインターゲットに設定」

継続性

イベント参加者などへのヒアリング、さらには産業連関表を活用した地域経済波及効果の算出などを通じ、本事業の効果・課題を的確に分析・検証する。翌年度以降は実施機関のアライアンスを強化し、モデル地域で自走化するとともに、オール北海道の連携体制のもと、事業成果の横展開を図り、小規模スキー場のリゾート化推進を目指す。

能登半島サイクルツーリズム推進事業

一般社団法人 能登半島広域観光協会

【能登半島サイクルツーリングの魅力】

- “”走りの魅力 ＝１周400km の長大コース
- “海岸線の バリエーション豊かな絶景
- 豊かな農・ 海産物などの “食”
- 持続可能な ライフスタイル （≒世界農業遺産）
- 宿泊拠点地域の 温泉(和倉温泉・ 輪島温泉他)

視福（変化に富んだ海岸線のビューポイント）×食福×発見×達成感

【地域の課題とKPI】

地域課題

半島全域への観光来訪が十分になされていない。（２次交通の問題もあり）半島内の一部著名観光地域（施設）に来訪者が偏ってしまっている。

長期滞在の地になり得ていない

『サイクルツーリズム』がこうした課題状況を改善する！　　しかし現状は・・・

課題事業

能登半島がサイクルツーリズム）の適地であることが、自転車ファンに十分に認識されていない・・・
自転車旅ファン受入環境が不十分・・・

【KPI１】　地域への関心度、参画度、愛着度の向上

【KPI２】　地域の価値波及効果（推奨意向、継続訪問の意向）

【KPI３（独自設定KPI）】　長期滞在（連泊者）増加

【事業の内容】

ターゲット

〔Primary　Target：関東・中部・関西圏のサイクリスト〕
〔Scondary　Target：自転車旅を能登滞在に組み入れる可能性がある和倉温泉リピーター〕
〔Thirth　Target：サイクルツーリングを旅スタイルとするインバウンド〕

①能登半島サイクルツーリズム受入環境現況調査（現地調査・ヒアリング→データベース化）
②モデルコース検討調査
③受入環境向上ツール制作（自転車旅プランニング支援サイト制作）
④ファムトリップ実施
⑤幅のある実施期間を定めたインセンティブ付モニターキャンペーン
⑥広報ツール等作成（HP/チラシ作成）
⑦集客・認知度向上のためのプロモーション（国内外WebPR）
⑧効果検証

以降次年度

半島全体でサイクルツーリズム盛り上げる専門部会を組織
→一段上の取組を推進

横須賀市（アーバンスポーツツーリズム）

「BMXの街横須賀」で実施するアーバンスポーツを活用した
スポーツツーリズムコンテンツ創出事業

【神奈川県横須賀市】
モデル事業テーマ：アーバンスポーツツーリズム

初めに

2022年4月27日に**横須賀市**と（**一社**）**全日本フリースタイルBMX連盟**は「**アーバンスポーツを活用した連携協定**」を締結し、自治体として初めて「**JapanCupYokosuka大会**」を7月に開催する。この決定は、アーバンスポーツの持つ「ファッション・音楽・映像」などのエンタテイメント性と、「音楽・スポーツ・エンターテイメントの力を活用した楽しい街」を目指す横須賀市にとって、大変意味のある大きな一歩である。
横須賀には、誰もがアーバンスポーツを楽しめる「うみかぜ公園」という場所があるが、そこを「ツーリズム」という観点で利用をしてこなかった。今回の事業では、BMXを中心としたアーバンスポーツを「**知る機会**」「**見る機会**」「**する機会**」の提供できるコンテンツを創出し、「横須賀に行けば、BMXを楽しめる」という環境を作る。そして、横須賀に住む人だけでなく、市外から来る人にもBMX・アーバンスポーツを通じて横須賀を楽しんでもらえる機会を創出し、関係人口を増やす。そしてこのコンテンツを通じて、**横須賀＝アーバンスポーツの認知度向上・定着**及び**アーバンスポーツを通して地域の活性化、魅力ある街づくり**を推進していく。

横須賀市の現状・強み

- 2022年4月27日　（**一社**）**全日本フリースタイルBMX連盟（以下BMX連盟）**と「**アーバンスポーツを活用した連携協定**」を　**全国で初めて締結**
- 7月に**自治体として初めて「JapanCupYokosuka大会」**を開催
- JapanCupで使用するセクションを常時保有し、**初心者から上級者までBMXを楽しめる環境**があるといううみかぜ公園の存在
- NTT東日本、NTTｅ-SportsとICT及び新たなスポーツを活用した「地域活性化に向けた３社連携協定」の締結
- 市内にある米海軍横須賀基地（ベース）に住む25,000人のアメリカ人と、**アメリカ文化を受けれてきた自由闊達な雰囲気**

事業概要（実施事項）

①JapanCupで利用したセクションを利用した取り組み
⇒ターゲット：トップアスリート・BMXライダー／トップアスリートの練習会場となり、BMXライダーが自然と集まる聖地とする。
②地元出身トップライダーによる小学校訪問によるBMXの実演・講演会の実施
⇒ターゲット：小学生とその保護者／BMXを知ってもらい、興味を持ってもらう
③市内イベント会場でのトップライダーの実演・体験会の実施
⇒ターゲット：横須賀市民・横須賀に訪れるファミリー層／横須賀＝BMXの街を知ってもらう。BMXに触れてもらう
④うみかぜ公園を利用したトップライダーの実演・体験会及び宿泊付きツアーの造成・モニターツアーの実施
⇒ターゲット：BMXをやってみたいと考えている子供及びそのファミリー／BMXを目的として横須賀に訪れてもらう
：米海軍横須賀基地に住む25,000人のアメリカ人／インバウンド向けツアー造成に向けて情報を得る
⑤地元企業・市民向け講演会・交流会の実施
⇒ターゲット：地域企業・地元商店街・住民／横須賀市のBMXへの取組を説明・理解してもらい、地域としてBMXを盛り上げる土壌を作る
⑥BMXと横須賀市のPR動画の作成及び広告宣伝
⇒ターゲット：BMXに興味のある小・中・高校生／横須賀＝BMXの街の認知度UP、横須賀への来訪促進
⑦AIビーコンを利用した来訪者の行動分析
⇒ターゲット：横須賀市への来訪者／ビックデータを活用・分析をし、次年度以降BMXを利用したスポーツツーリズムに繋がるコンテンツ開発を進める

実施体制図

団体名及び担当者	役割	体制	実績等
横須賀市文化スポーツ観光部 企画課長　北山 剛	実施主体、全体統括、報告 各種調整、AIビーコンの設置	５名	アーバンスポーツを活用した連携協定締結 令和2年度「地域スポーツ資源を活用したインバウンド拡大のためのモデル事業」（サイクルツーリズム）の実施
ＢＭＸ連携 理事長　出口 智嗣	市内イベント会場での体験会・学校訪問・講演会企画及び選手派遣 JapanCup大会セクションの設置	６名	JapanCupの主催、全日本選手権の主管 アーバンスポーツを活用した連携協定の締結 学校訪問（@岡山県:2018年度から３回/年実施）
株式会社ＪＴＢ横須賀支店 営業課営業担当課長 幾常 拓也	市内イベント会場での体験会・学校訪問・講演・交流会・報告会の運営 モニターツアーの企画・運営、動画作成、広告宣伝、ビーコンデータの分析	３名	観光庁事業 「誘客多角化のための魅力的な滞在コンテンツ創出事業」の実施 「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証実験」の実施
よこすかseasideパートナーズ 西武造園（株）管理営業部部長 松村 邦正　（指定管理者）	JapanCupセクションの管理・運営 うみかぜ公園を利用した体験会の運営	５名	うみかぜアーバンスポーツフェスタ開催

効果検証方法

JapanCupセクションの利用者数	延べ500人以上（うち外国人100人）
学校訪問の実施	トップライダーの市内小学校での講演会・実演会　6回
体験会、モニターツアーの実施	市内ｲﾍﾞﾝﾄでの体験会10回、宿泊モニターツアー2回
動画コンテンツの作成と総再生数	動画作成２本、総再生数10,000回以上
地元企業・商店街・市民向け講演会、交流会・報告会の実施	4回実施
うみかぜ公園利用者数	50,000人以上（25%UP、年平均40,000人）
ｲﾍﾞﾝﾄ参加者へのアンケート調査及びAIビーコンの導入・分析	市のアーバンスポーツ取り組み認知度80%以上、データの分析の報告書作成

翌年度以降の持続的な実施想定

- JapanCupの継続開催及びJapanCupセクションの継続的な利用　→BMX連盟選手登録者数の増加やトッププレイヤーの排出
- BMX（及びアーバンスポーツ）の取り組みを応援してくれるスポンサー企業の獲得　→JapanCup YOKOSUKA大会の発展
- 体験会や学校訪問、市内イベントと連携した体験会の更なる実施　→アーバンスポーツ関係人口の増加
- BMX以外のスポーツ（例えばスケートボードやダンス）との連携　→総合的なアーバンスポーツイベントの開催
- 他都市・他ジャンル（音楽、ファッション、アート、ICT、エンターテイメント）関連産業のコラボレーション
- AIビーコンを利用したデータの分析　→アーバンスポーツを通じたツアー造成及びインバウンドを意識したＰＲにつなげる

現状の課題

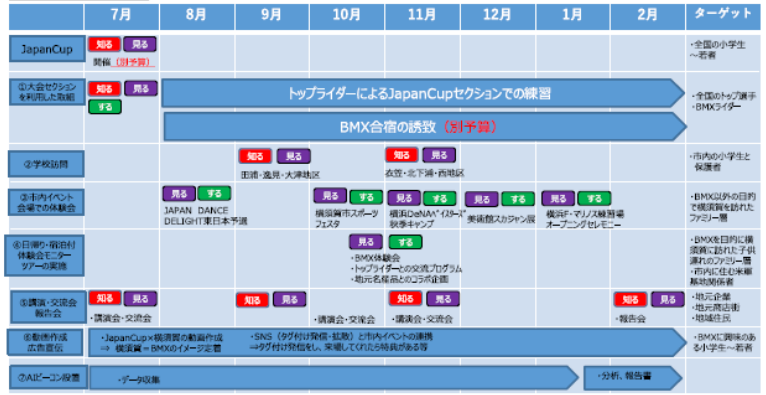
横須賀市のアーバンスポーツに関する課題

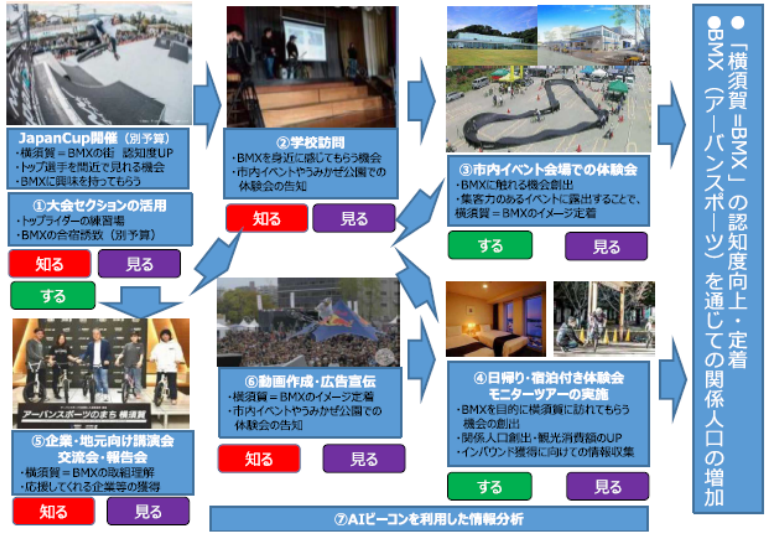
- 横須賀市＝BMXのPR及び認知不足＝「知る」機会「見る」機会の創出
- 環境が整っていない（指導者不足・始めるきっかけが無い）＝「する」機会の創出

横須賀市の観光に関する課題

- 観光消費額が少ない（日帰りが多い）＝観光消費額のUP
- インバウンド誘致できていない＝インバウンドを呼び込む為の調査

スケジュール（予定）





５．　調査報告書作成者

伊藤央二（中京大学スポーツ科学部　准教授）

〒470-0393 愛知県豊田市貝津町床立 101
中京大学スポーツ科学部
電話：0565-46-6595
E-mail：eijito@sass.chukyo-u.ac.jp

調査結果の概要

各ツアーの回答者数

- 各ツアーの回答者数については、**「北海道二十一世紀総合研究所」が 18 人（29.5%）と最も多く**、次いで、「FM 久米島」が 12 人（19.7%）、「PASONA」「横須賀市」が各 8 人（13.1%）、「TABIKYO JAPAN」が 7 人（11.5%）、「能登半島広域観光協会」が 5 名（8.２%）、「金沢武道」が 3 名（4.9%）であった。回収率は横須賀市のみ 20%と低い値であったが、その他の主催団体では高い回収率（75%~100%）を記録した。

セクション A（ツアー参加者の個人属性）

- 性別は、「男性」が 55.7%、「女性」が 44.3%であり、**男性が若干多かった**。
- 年齢は、**「30 歳代」が 41.0%と最も多く**、次いで「40 歳代」が 26.2%、「20 歳代」が 14.8%、50 歳代が 13.1%、「60 歳以上」が 4.9%であった。
- 世帯収入は、**「250 万円以上～500 万円未満」が 27.9%と最も多く**、次いで「500 万円以上～750 万円未満」が 26.2%、「1000 万円以上」が 23.0%、「250 万円未満」が 8.2%であった。
- 居住地は、**「東京」が 27.9%と最も多く**、次いで「神奈川」が 18.0%、「北海道」が 11.5%、「大阪」と「兵庫」が各 6.6%、「京都」「和歌山」「沖縄」が各 4.9%、「埼玉」「千葉」「国外（台湾）」が各 3.3%、「長野」「石川」「大分」が各 1.6%であった。
- 同伴者については、**「友人」と「なし（ひとり）」が各 31.1%と最も多く**、次いで「家族」が 26.2%、「その他」が 11.5%であった。
- ツアー実施地域の訪問経験については、**「訪問経験なし」が 52.5%と最も多く**、次いで「訪問経験あり」が 37.7%、「実施地域内在住」が 9.8%であった。

セクション B（ツアーの地域資源活用）

- 全体的な地域資源活用度については、**「全体的にこのツアーは特色ある地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた」が最も高い平均値 6.26 を示し**、次いで、「このツアーは私が知らなかった地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた」が 5.77、「このツアーは私が知っていた地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた」が 5.67 であった。

- 知っていた地域資源の有効活用度についてツアーごとに比較した結果、全てのツアーで 5 以上という高い平均値であり、そのなかでも **PASONA ツアーと金沢武道ツアーが 6 以上の高い平均値を示した**。
- 知らなかった地域資源の有効活用度についてツアーごとに比較した結果、**PASONA ツアーと FM 久米島ツアーが 6 以上の高い平均値を示した**。一方、能登半島広域観光協会ツアーの平均値は中間値（4）を少し上回る 4.20 であった。
- 全体的な地域資源の有効活用度についてツアーごとに比較した結果、能登半島広域観光協会ツアーのみ 5 点台（5.40）であったが、**それ以外のツアーでは 6 以上という高い平均値を示した**。

セクション C（ツアーの満足度）

- 全体のツアーの満足度については、**「このツアーは自分にとって価値のある経験だった」が最も高い平均値 6.48 を示し**、次いで「このツアーに関係なく、実施地域を再び訪れたいと思う」が 6.41、「このツアーを心から楽しむことができた」が 6.20、このツアーは期待以上のものだった」が 6.02、「このツアーを友人にも勧めたい」が 5.79、「このツアーに再び参加したいと思う」が 5.74、「このツアーは販売予定額に見合うだけのものだった」が 5.10 であった。
- 「このツアーは期待以上のものだった」に対する回答についてツアーごとに比較した結果、能登半島広域観光協会ツアー以外は 5 以上という高い平均値であり、そのなかでも、**北海道二十一世紀総合研究所ツアー（6.39）と金沢武道ツアー（6.33）が高い平均値であった**。
- 「このツアーを心から楽しむことができた」に対する回答についてツアーごとに比較した結果、全ツアーで 5 以上という高い平均値であった。そのなかでも、**北海道二十一世紀総合研究所ツアー（6.56）が非常に高い平均値を示した**。
- 「このツアーは自分にとって価値のある経験だった」に対する回答についてツアーごとに比較した結果、全ツアーで 6 以上という非常に高い平均値であった。そのなかでも、**北海道二十一世紀総合研究所ツアー（6.78）、金沢武道ツアー（6.67）、PASONA ツアー（6.63）が高い平均値を示した**。
- 「このツアーは販売予定額に見合うだけのものだった」に対する回答についてツアーごとに比較した結果、全体的な平均値（5.10）が最も低かったように**ツアーごとにばらつきがある結果となった**。金沢武道ツアー（5.67）、北海道二十一世紀総合研究所ツアー（5.39）、PASONA ツアー（5.38）の平均値が高い一方で、能登半島広域観光協会ツアー（4.40）と横須賀市ツアー（4.38）は中間値（4）を少し上回る平均値

であった。

- 「このツアーを友人にも勧めたい」「このツアーに再び参加したいと思う」というツアーロイヤリティに関する回答についてツアーごとに比較した結果、**横須賀市ツアーは両回答で 4 点台だったが、それ以外のツアーでは 5 以上という高い平均値であった**。
- 「このツアーに関係なく、実施地域を再び訪れたいと思う」に対する回答についてツアーごとに比較した結果、全ツアーで 6 以上という非常に高い平均値であった。そのなかでも、**金沢武道ツアー（7.00）と TABIKYO JAPAN ツアー（6.86）が高い平均値を示した**。

セクション D（満足・不満足点）

- 全体の「満足だった点」については、〈体験〉〈学び〉〈自然・文化〉といった**「アクティビティ」**、〈地域〉や〈選手〉との**「交流」**、〈食事〉〈ホテル〉〈スタッフ・ガイド〉といった**「観光サービス」**の意見に集約された。
- 全体の「不満足だった点」については、**「アクティビティ」**、〈過密スケジュール〉〈体験時間の不足〉〈時間帯〉といった**「時間」**、〈施設〉〈食事〉〈情報〉に関する**「観光サービス」**の意見に集約された。

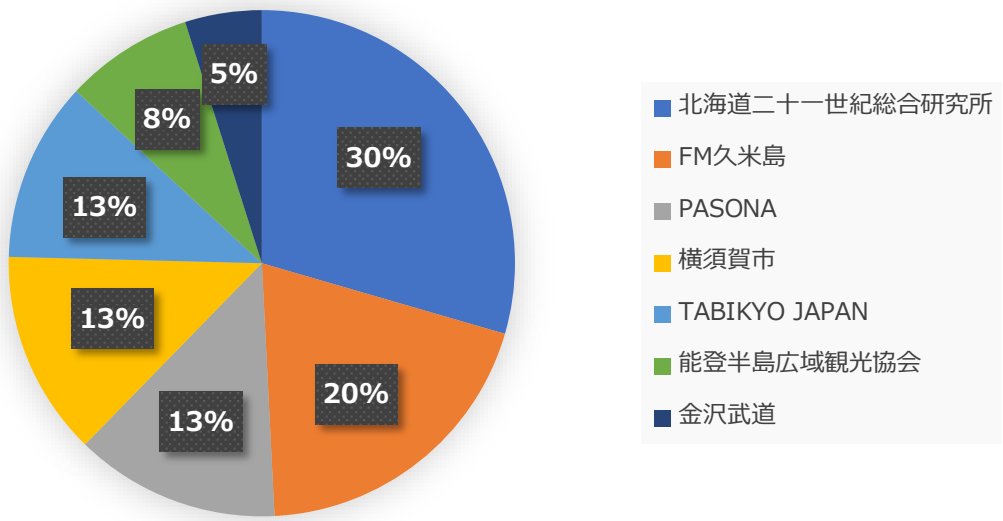
II.　調査結果

A)　各ツアーの回答者数

図１には、各ツアーの回答者数の割合を示している。**「北海道二十一世紀総合研究所」が29.5%（18 人）と最も多く**、次いで、「FM 久米島」が 19.7%（12 人）、「PASONA」「横須賀市」が各 13.1%（各 8 人）、「TABIKYO JAPAN」が 11.5%（7 人）、「能登半島広域観光協会」が 8.2%（5 人）、「金沢武道」が 4.9%（３人）であった。

調査概要で記載した通り、回収率は**横須賀市のみ 20%と低い値であった**が、その他の主催団体では高い回収率（75%~100%）を記録した。

図１．主催団体ごとの回答数



B) セクション A（ツアー参加者の個人属性）

図 2 は回答者の性別を示している。「男性」が 55.7%（34 人）、「女性」が 44.3%（27 人）であり、**男性が若干多かった**。

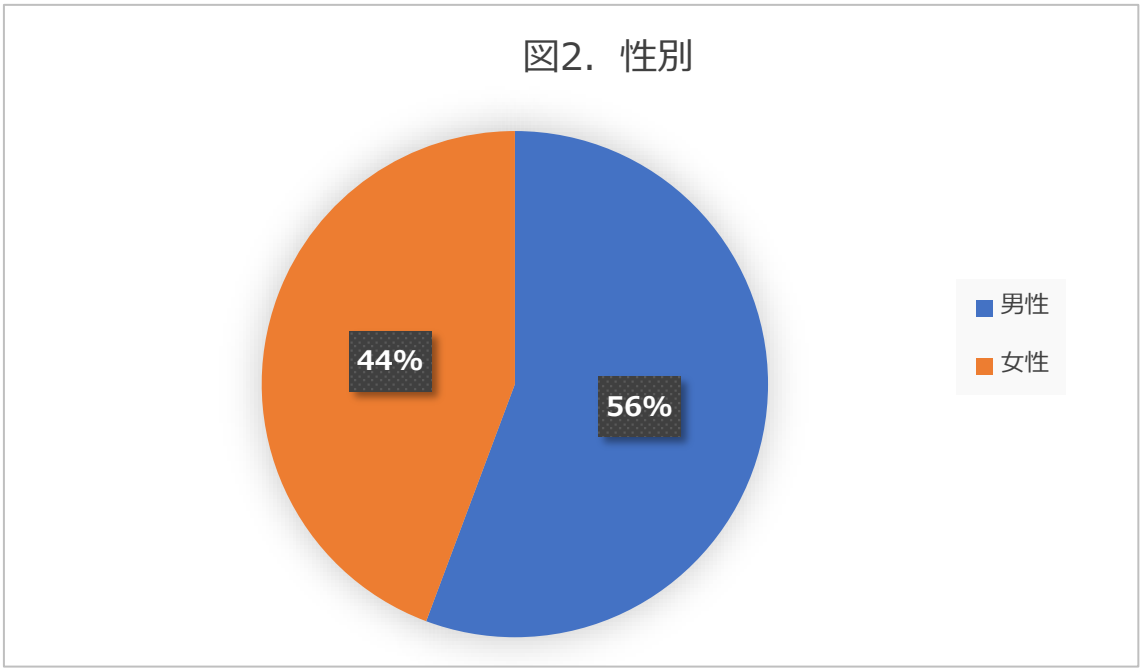


図 3 は回答者の年代を示している。**「30 歳代」が 41.0%（25 人）と最も多く**、次いで「40 歳代が 26.2%（16 人）、「20 歳代」が 14.8%（9 人）、50 歳代が 13.1%（8 人）、「60 歳以上」が 4.9%（3 人）であった。

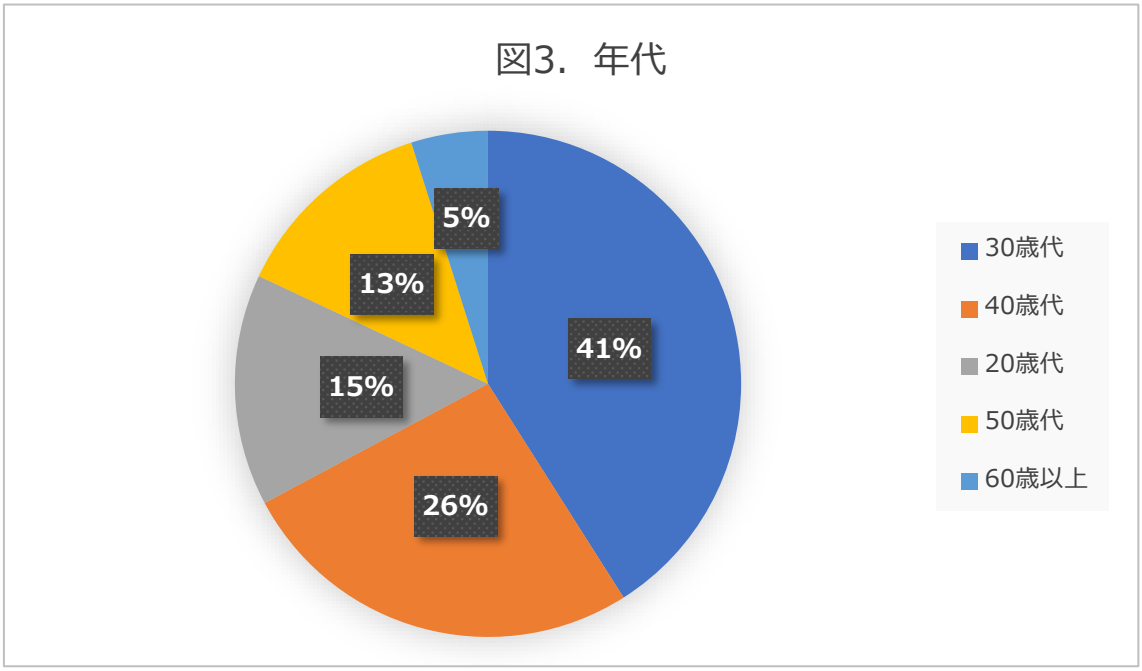


図 4 は回答者の世帯収入を示している。**「250 万円以上～500 万円未満」が 27.9%（17 人）と最も多く**、次いで「500 万円以上～750 万円未満」が 26.2%（16 人）、「1000 万円以上」が 23.0%（14 人）、「250 万円未満」が 8.2%（5 人）であった。

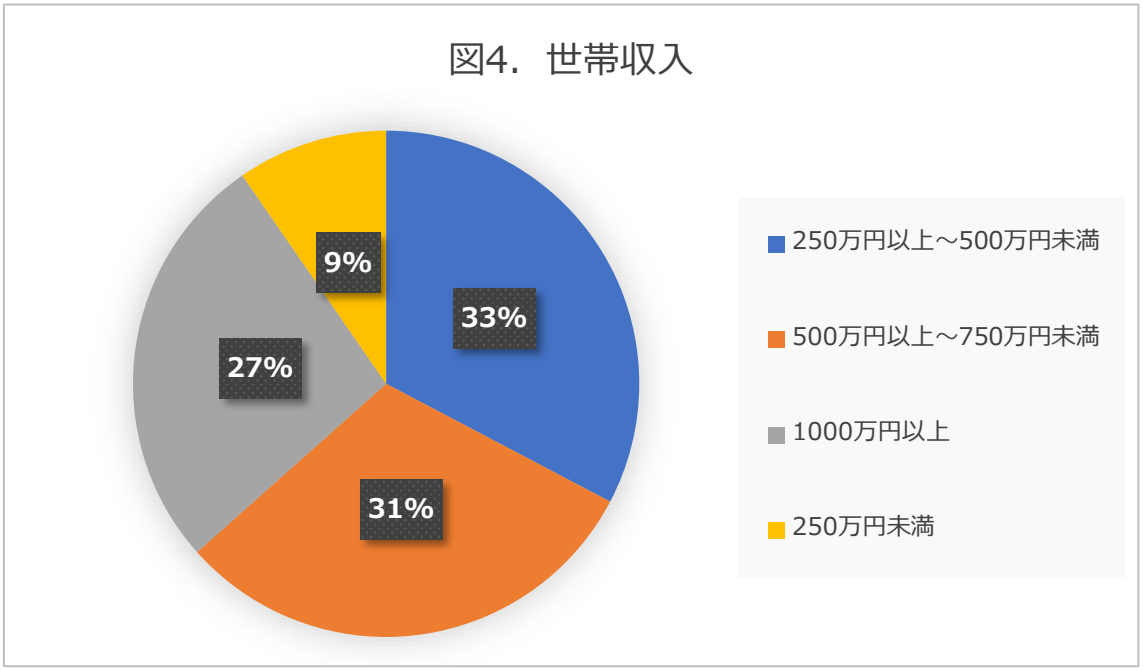


図 5 は回答者の居住地を示している。**「東京」が 27.9%（17 人）と最も多く**、次いで「神奈川」が 18.0%（11 人）、「北海道」が 11.5%（7 人）、「大阪」「兵庫」が各 6.6%（各 4 人）、「京都」「和歌山」「沖縄」が各 4.9%（各 3 人）、「埼玉」「千葉」「国外（台湾）」が各 3.3%（各 2 人）、「長野」「石川」「大分」が各 1.6%（各 1 人）であった。

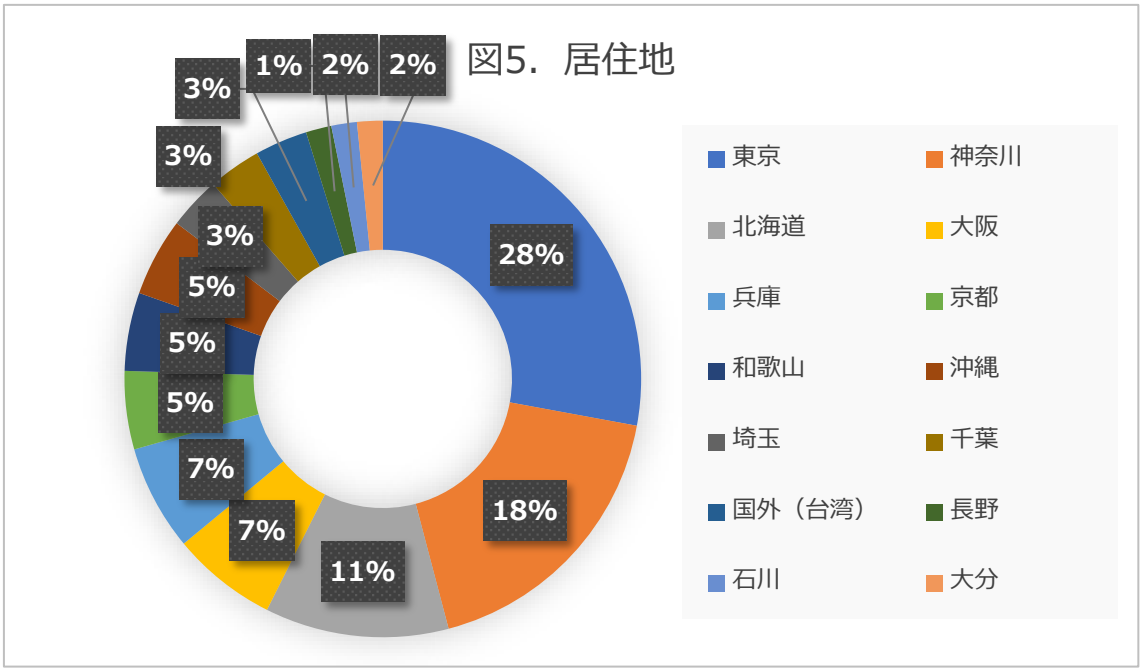


図 6 は回答者の同伴者を示している。**「友人」と「なし（ひとり）」が各 31.1%（各 19 人）と最も多く**、次いで「家族」が 26.2%（16 人）、「その他」が 11.5%（7 人）であった。

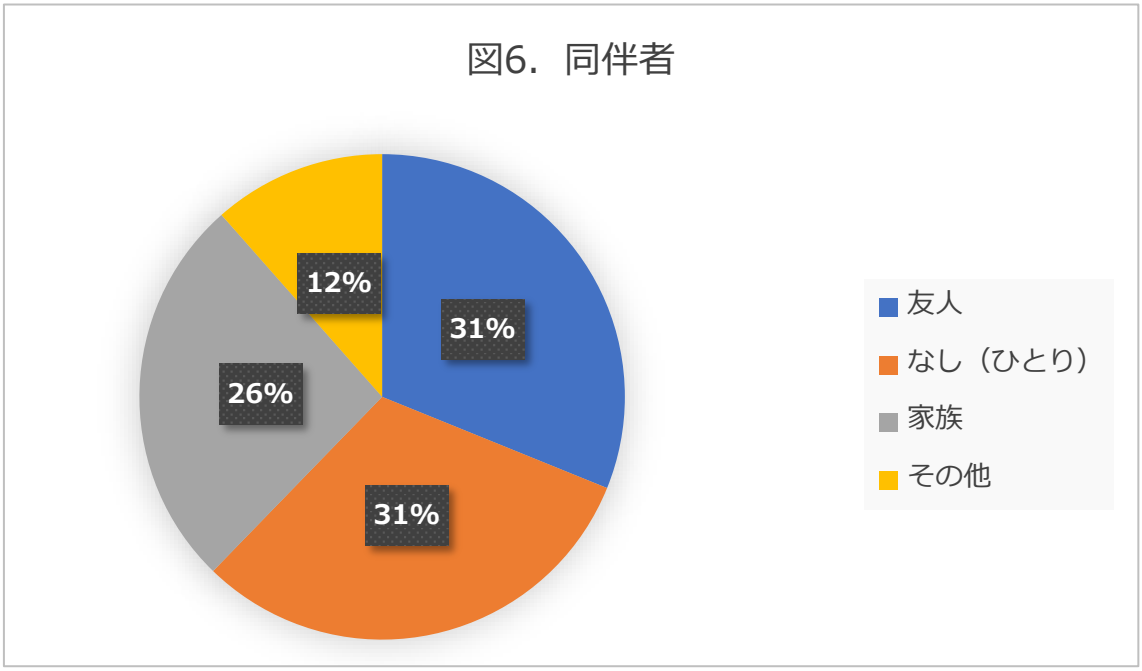
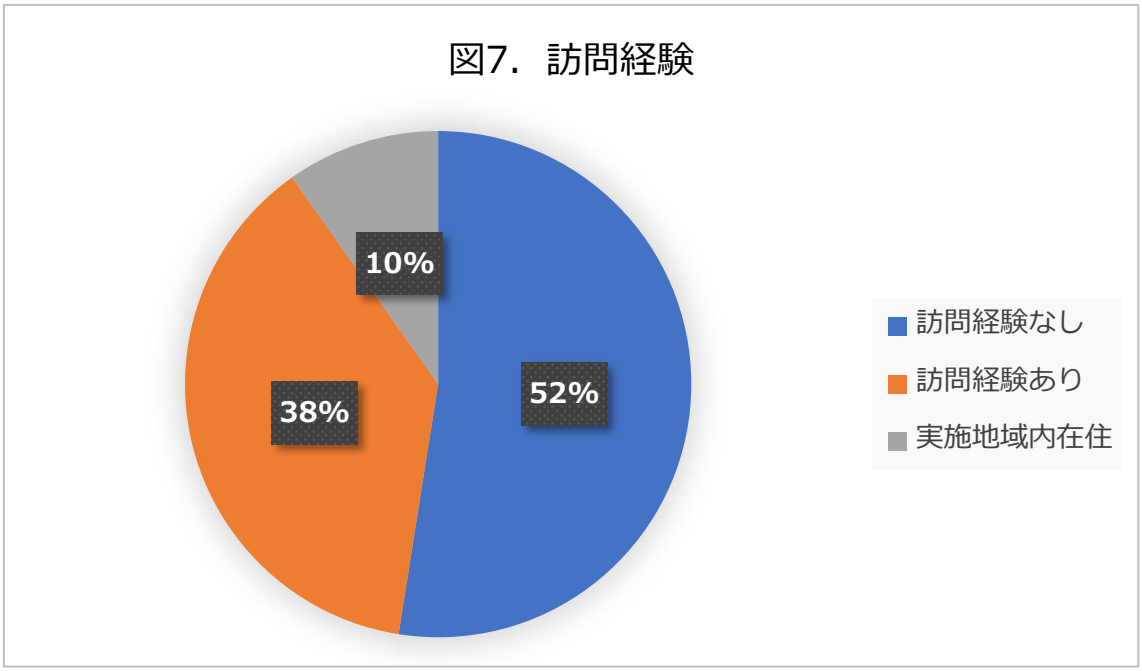


図 7 は回答者のツアー実施地域への訪問経験を示している。**「訪問経験なし」が 52.5%（32 人）と最も多く**、次いで「訪問経験あり」が 37.7%（23 人）、「実施地域内在住」が 9.8%（6 人）であった。



C) セクション B（ツアーの地域資源活用）

表 1 は全ツアーの地域資源活用についての平均値および標準偏差を示している。これらの 3 項目の回答には、7 段階のリッカート尺度（1「全くそう思わない」 ～ 7「とてもそう思う」）を用いた。

全体的な地域資源活用度についての項目である**「全体的にこのツアーは特色ある地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた」が最も高い平均値 6.26 を示した**。次いで「このツアーは私が知らなかった地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた」が 5.77、「このツアーは私が知っていた地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた」が 5.67 と続いた。

全 3 項目で中間値である 4（どちらともいえない）を上回っていることから、**各ツアーで地域資源を有効的に活用できていた**ことがうかがえる。

表 1. 全ツアーの地域資源活用

項　目	平均値	標準偏差
1. このツアーは私が知っていた地域資源を有効活用していた	5.67	1.34
2. このツアーは私が知らなかった地域資源を有効活用していた	5.77	1.43
3. 全体的にこのツアーは特色ある地域資源を有効活用していた	6.26	0.84

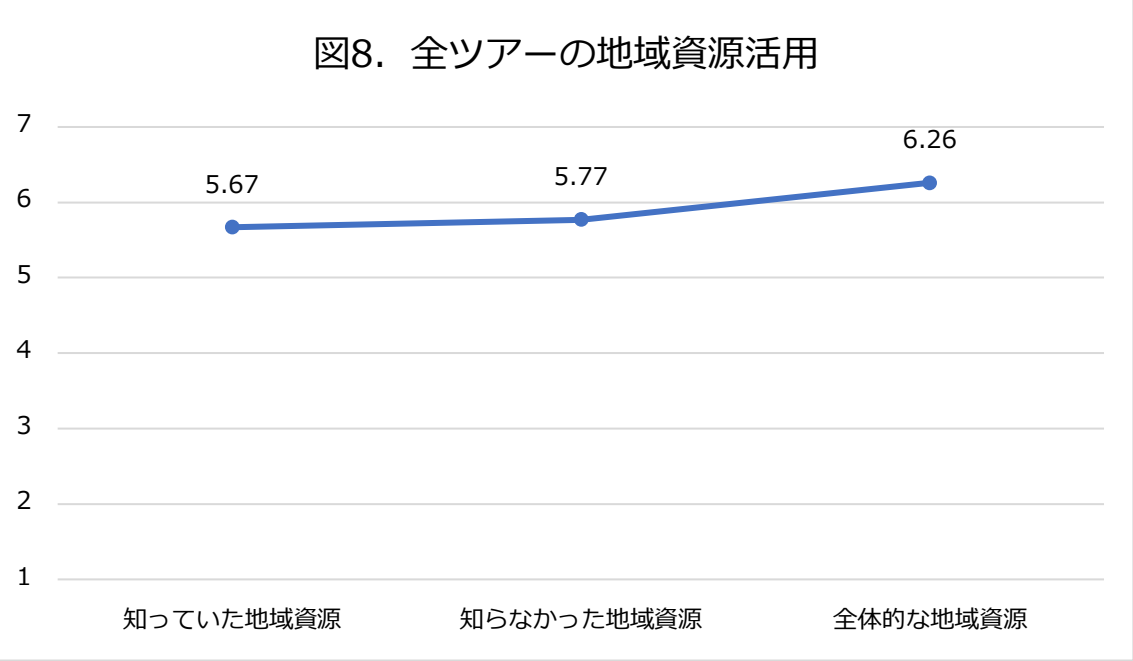


図 9 は知っていた地域資源の有効活用度についてツアーごとに比較した結果を示している。**全てのツアーで５以上という高い平均値であった**が、そのなかでも **PASONA ツアー（6.63）と金沢武道ツアー（6.00）が６以上の平均値であった**。PASONA ツアーでは淡路島の渦潮、金沢武道ツアーでは金沢の兼六園など、有名な観光資源をツアーに組み込んだことが高い平均値に繋がったと考えられる。

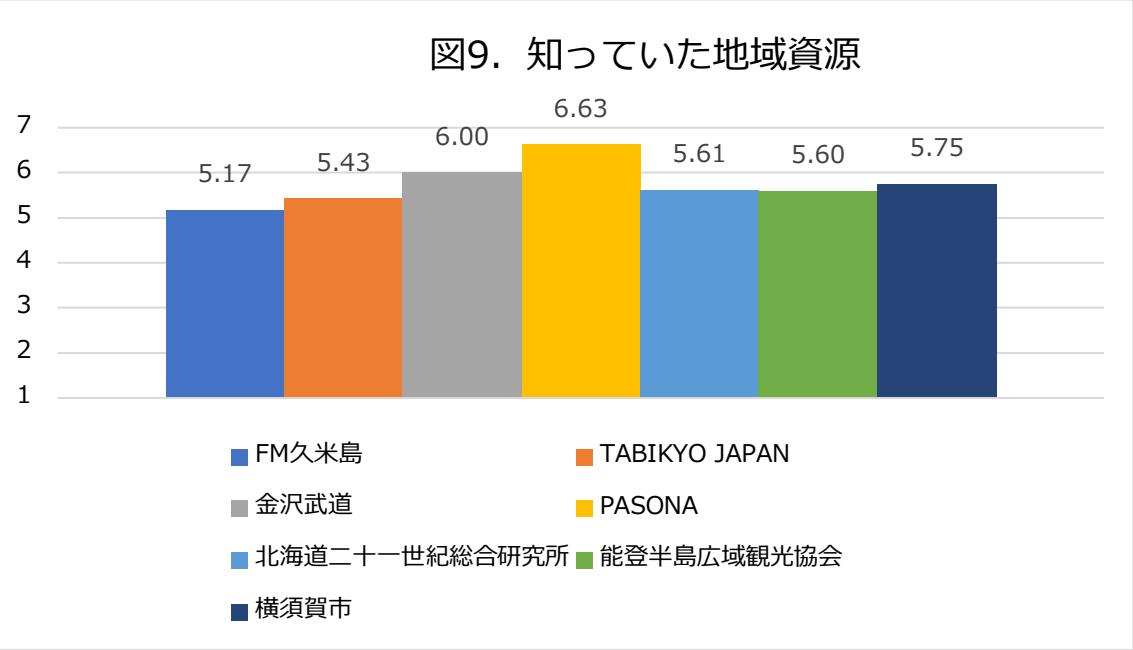


図 10 は知らなかった地域資源の有効活用度についてツアーごとに比較した結果を示している。能登半島ツアー以外は高い平均値であったが、そのなかでも **PASONA ツアー（6.63）と FM 久米島ツアー（6.00）が 6 以上の平均値であった**。PASONA ツアーでは有名な観光資源（渦潮等）以外にも、2022 年にオープンしたばかりの禅坊靖寧という施設を舞台にしたツアー内容が高い平均値に繋がったと感がられる。FM 久米島ツアーに関しては、久米島というユニークな目的地に加えて、琉球古武道や琉球時代の城巡りなどの認知度が比較的低いと考えられるアクティビティが含まれていたことが要因だと考えられる。

一方、**能登半島広域観光協会ツアーの平均値は中間値（4）を少し上回る 4.20 であった**。自由記述欄に「せっかく自転車を利用したのであれば、普段は足を踏み入れる事のない地元民しか知らないようなスポットも訪ねてみたかった（50 代、男性）」という意見があったように、一般的な観光コースを単純に自転車で回るツアーに終始していた可能性が考えられる。

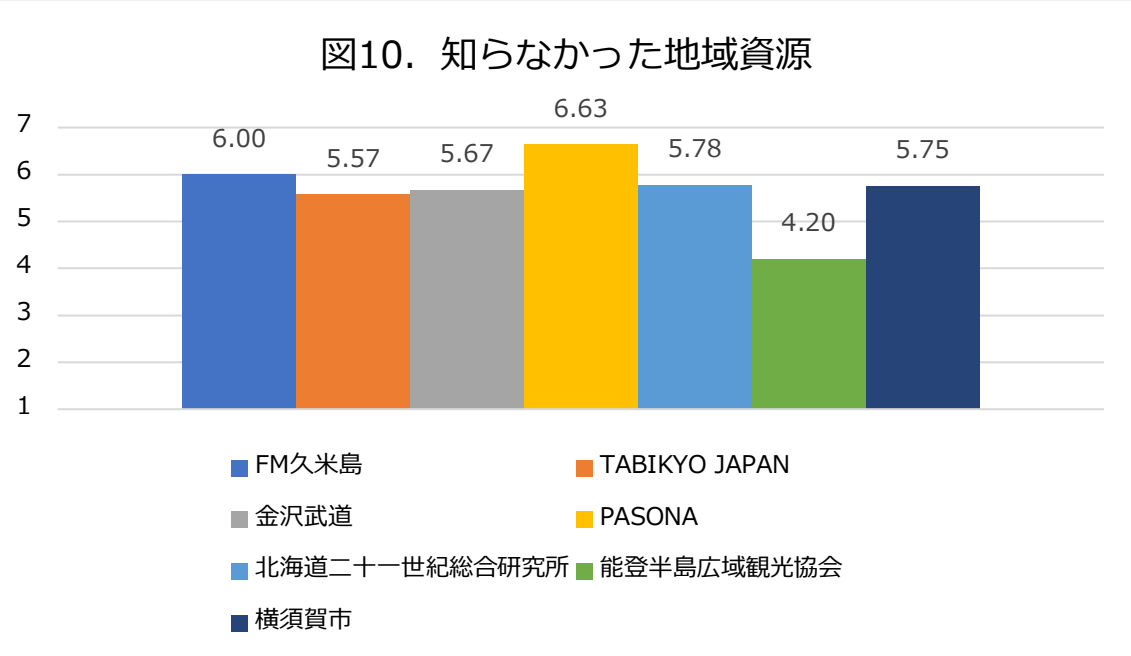
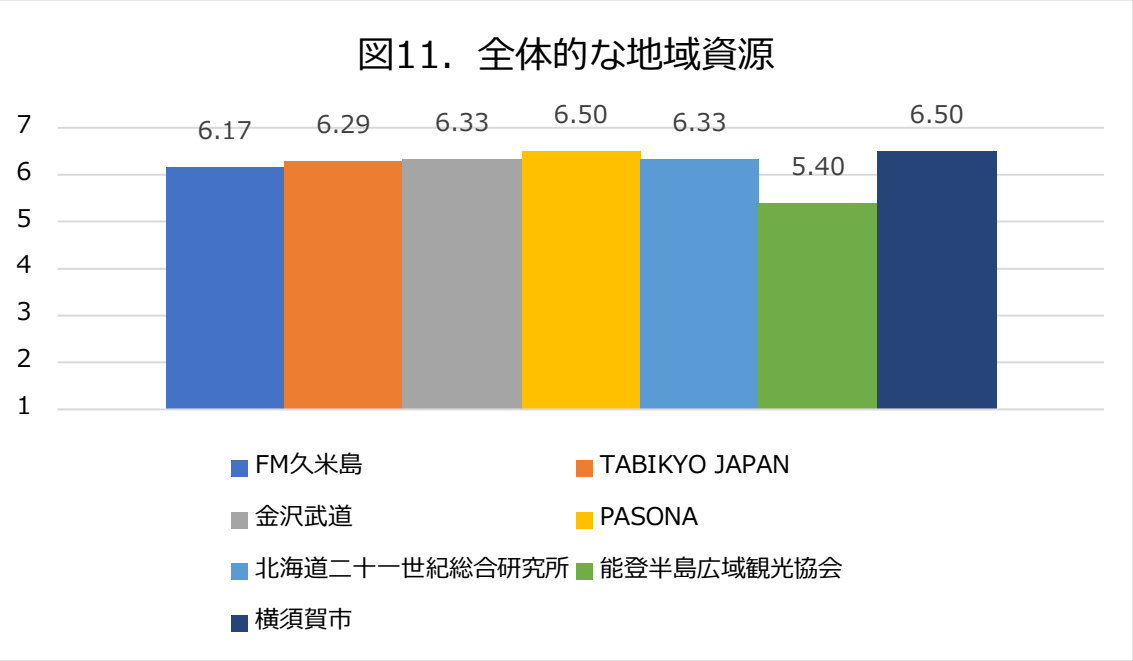


図 11 は全体的な地域資源の有効活用度についてツアーごとに比較した結果を示している。全ツアーで 5 以上という高い平均値であり、**全体的に地域資源をうまく活用できたツアーが造成された**ことがうかがえる。能登半島広域観光協会ツアーのみ 5 点台（5.40）であったが、前頁で報告した知らなかった地域資源の活用が他のツアーに比べてあまり効果的でなかったことが原因だと考えられる。逆に、そのようなあまり知られていない地域資源をサイクリングツアーに組み込むことで、さらなるツアーのクオリティ向上に繋がることが予想される。



D) セクションＣ（ツアーの満足度）

表２は全ツアーの満足度についての平均値および標準偏差を示している。これらの７項目の回答には、７段階のリッカート尺度（１「全くそう思わない」　～　７「とてもそう思う」）を用いた。

「このツアーは自分にとって価値のある経験だった」（価値）が平均値 6.48 と最も高い値を示し、次いで、「このツアーに関係なく、実施地域を再び訪れたいと思う」（再訪意図）が 6.41、「このツアーを心から楽しむことができた」（楽しみ）が 6.20、このツアーは期待以上のものだった」（期待）が 6.02、「このツアーを友人にも勧めたい」（口コミ）が 5.79、「このツアーに再び参加したいと思う」（再参加意図）が 5.74、「このツアーは販売予定額に見合うだけのものだった」（販売予定額）が 5.10 であった。

全７項目で中間値である４（どちらともいえない）を上回っていることから、**各ツアーで、満足度の高いツアーを造成できていた**ことがうかがえる。

表 2．全ツアーの満足度

項　目	平均値	標準偏差
1．このツアーは期待以上のものだった	6.02	1.01
2．このツアーを心から楽しむことができた	6.20	0.89
3．このツアーは自分にとって価値のある経験だった	6.48	0.72
4．このツアーは販売予定額に見合うだけのものだった	5.10	1.39
5．このツアーを友人にも勧めたい	5.79	1.11
6．このツアーに再び参加したいと思う	5.74	1.34
7．このツアーに関係なく、実施地域を再び訪れたいと思う	6.41	0.97

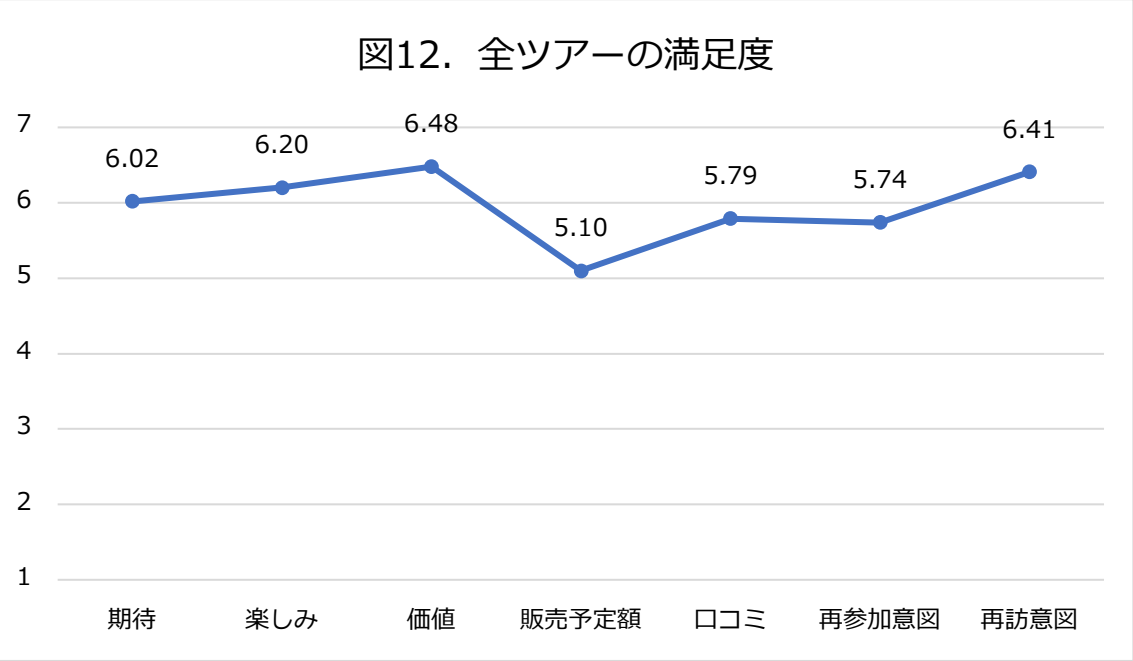
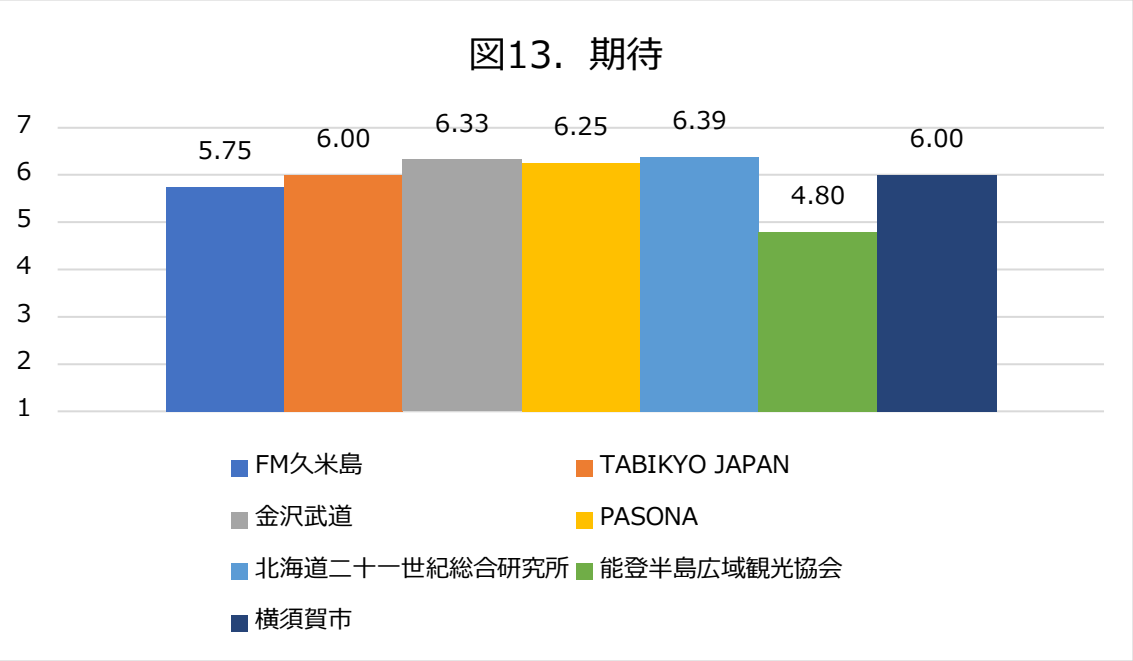


図 13 は「このツアーは期待以上のものだった」に対する回答についてツアーごとに比較した結果を示している。能登半島広域観光協会ツアー（4.80）以外は 5 以上という高い平均値であり、**全体的に事前の期待を上回るツアーが造成されたことがうかがえる**。そのなかでも、**北海道二十一世紀総合研究所ツアー（6.39）と金沢武道ツアー（6.33）が高い平均値であった**。北海道二十一世紀総合研究所ツアーでは非日常の極寒の地でのさまざまなアクティビティ体験、金沢武道ツアーでは丁寧な指導のもとの弓道・剣道体験が高い平均値に繋がったと考えられる。



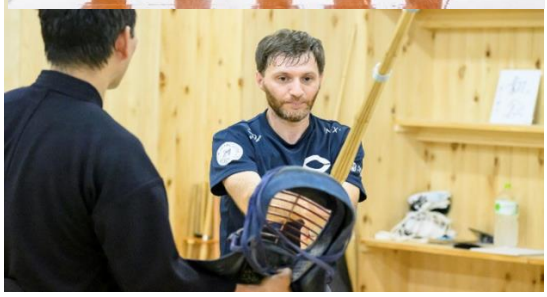
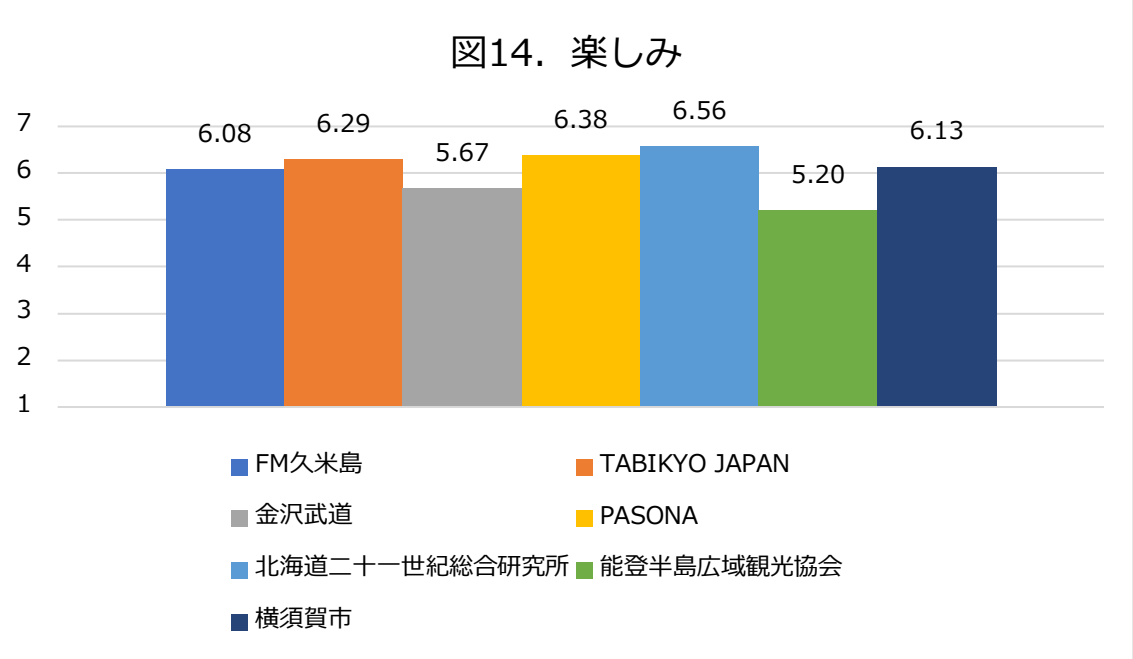


図 14 は「このツアーを心から楽しむことができた」に対する回答についてツアーごとに比較した結果を示している。全ツアーで 5 以上という高い平均値であり、**全体的にツアー参加者が十分に楽しむことができるツアーが造成されたことがうかがえる**。特に、**北海道二十一世紀総合研究所ツアーでは 6.56 という非常に高い平均値であった**。これは、前頁でも報告したファットバイク、アヴァント（サウナ）、お湯花火などの普段は体験できないスノーアクティビティへの高評価によるものだと考えられる。



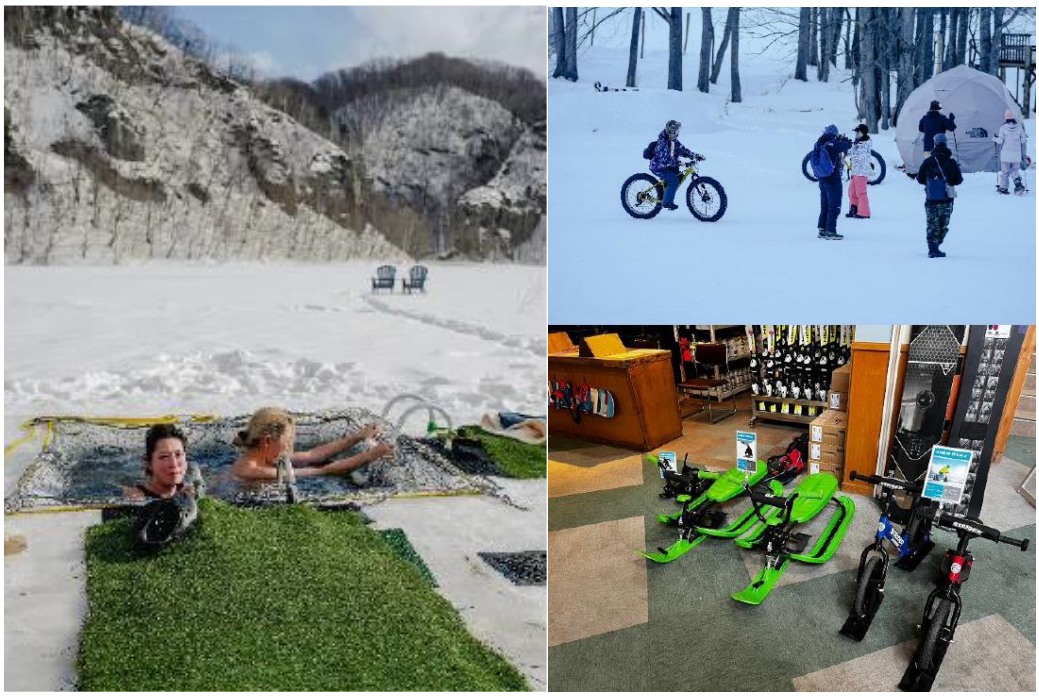


図 15 は「このツアーは自分にとって価値のある経験だった」に対する回答についてツアーごとに比較した結果を示している。全ツアーで 6 以上という非常に高い平均値であり、**全体的にツアー参加者に価値ある経験を提供することができるツアーが造成されたことがうかがえる**。「このツアーは期待以上のものだった」に対する回答のトップ 3 と同様に、北海道二十一世紀総合研究所ツアー（6.78）、金沢武道ツアー（6.67）、PASONA ツアー（6.63）が本設問でもトップ 3 となり、ツアーに価値を見出す傾向は期待に対する満足度とポジティブな関連性を持つことがうかがえる結果となった。

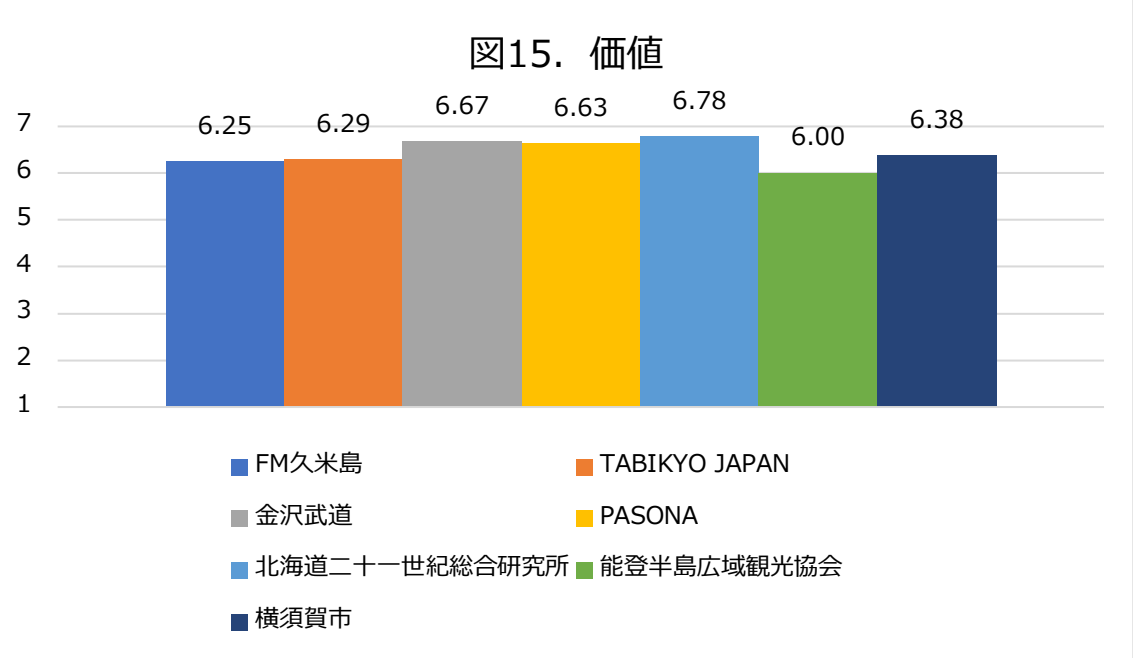


図 16 は「このツアーは販売予定額に見合うだけのものだった」に対する回答についてツアーごとに比較した結果を示している。図 13 に示した通り**全体的な平均値（5.10）が最も低かったようにツアーごとにばらつきがある結果となった**。期待以上のもので、価値のある経験をもたらした金沢武道ツアー（5.67）、北海道二十一世紀総合研究所ツアー（5.39）、PASONA ツアー（5.38）が本設問でもトップ 3 となった。

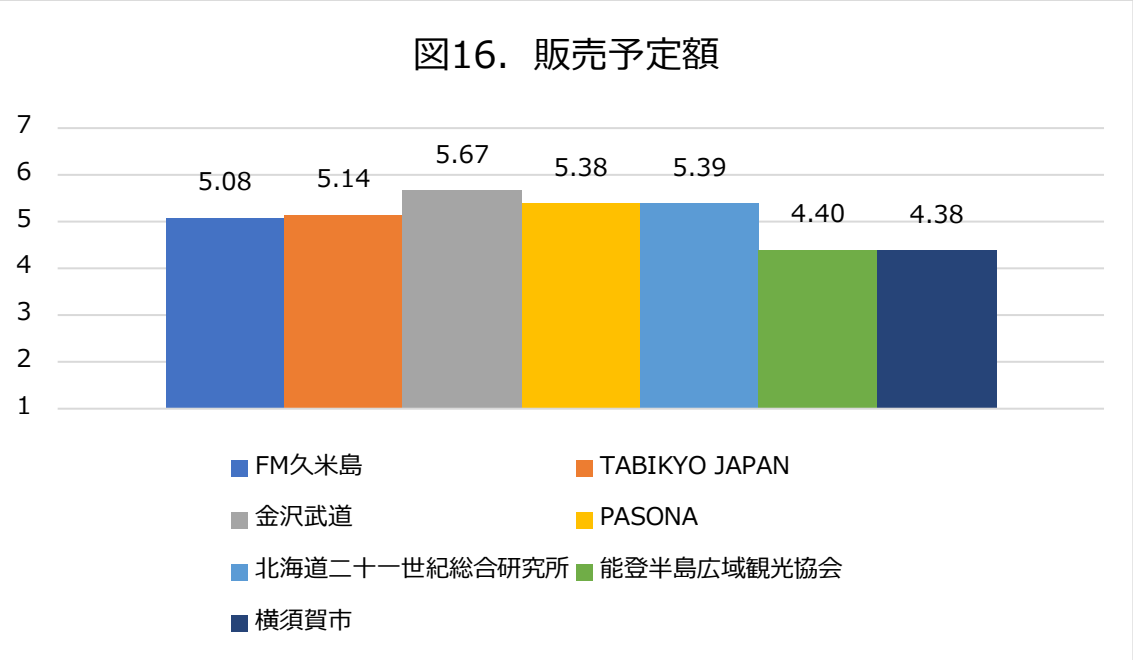
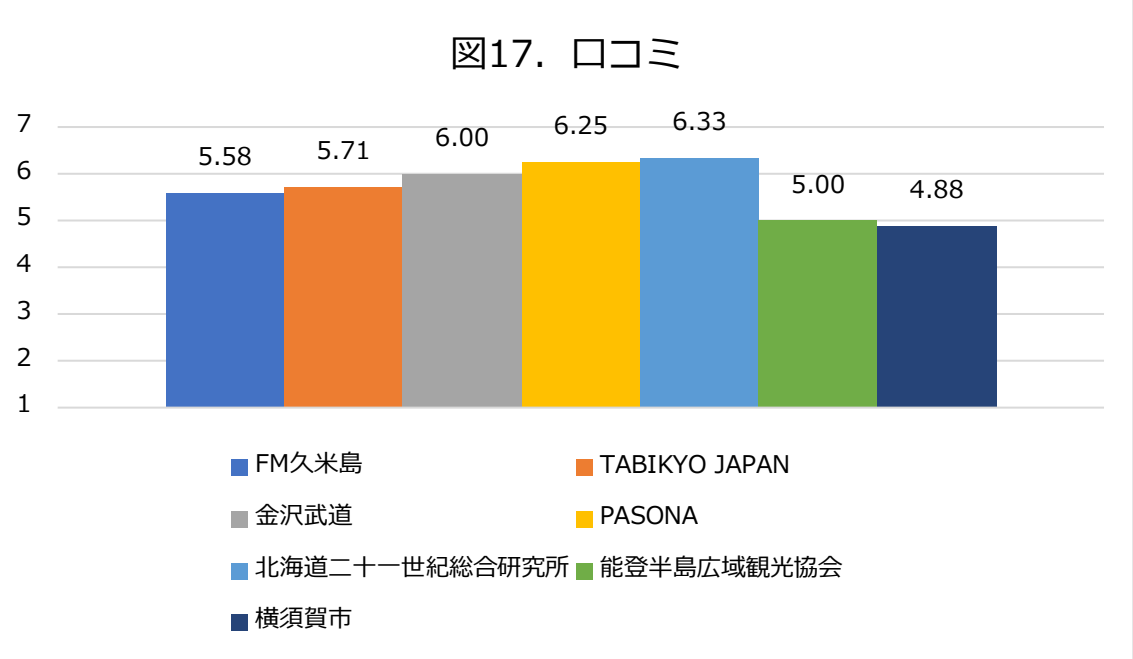


図 17 は「このツアーを友人にも勧めたい」、図 18 は「このツアーに再び参加したいと思う」に対する回答についてツアーごとに比較した結果を示している。両設問ともツアーに対するロイヤリティを測定する質問であり、同様の回答傾向が確認された。



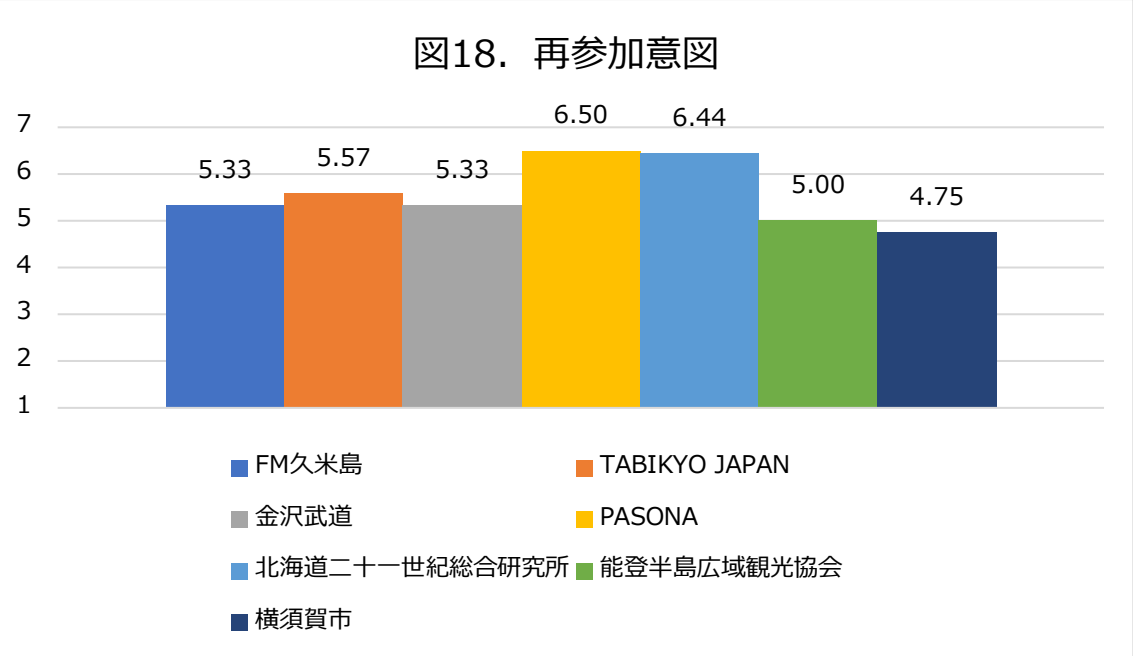
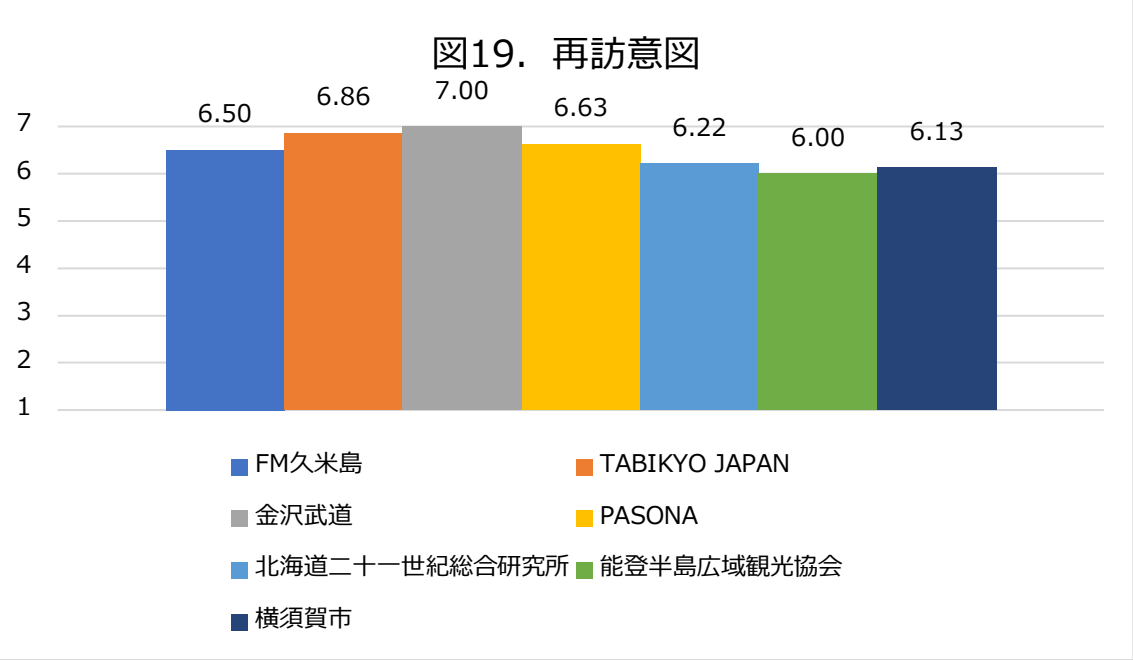


図 19 は「このツアーに関係なく、実施地域を再び訪れたいと思う」に対する回答についてツアーごとに比較した結果を示している。**全ツアーで 6 以上という非常に高い平均値であり、全体的にツアー実施地域の魅力を伝えられたツアーが造成されたことがうかがえる**。そのなかでも、**金沢武道ツアー（7.00）と TABIKYO JAPAN ツアー（6.86）が高い平均値であった**。金沢武道ツアーでは「武家文化」や「武士道精神」についてツアーを通して伝えることで、金沢の観光都市としての魅力をさらに高めることに繋がったと思われる。そして、TABIKYO JAPAN ツアーでは熊野古道との親和性に触れながらの合気道体験に加えて、アグリツーリズム体験なども取り入れることで田辺市への興味関心を高めることに成功したと考えられる。



E) セクション D（満足・不満足点）

各ツアーの「**満足だった点**」について、自由記述の回答から意見を収集することができた。表 3 は全体の「満足だった点」の自由記述回答を分類した結果を示している。「満足だった点」については、〈体験〉〈学び〉〈自然・文化〉といった**「アクティビティ」**、〈地域〉や〈選手〉との**「交流」**、〈食事〉〈ホテル〉〈スタッフ・ガイド〉といった**「観光サービス」**の意見に集約された。

表 3. 自由記述回答のまとめ（満足だった点）

テーマ	コード	直接引用
アクティビティ	体験	● 瓦割りはユニークで楽しい経験でした ● 合気道の聖地で体験ができた ● 創始者の生誕地で合気道体験ができたこと ● 子供が BMX の体験ができ、選手の技も間近で見ることができたので、とても印象に残った ● 普段できない場所で BMX の体験ができたこと ● スポーツと歴史文化を両方体験できたのは貴重だった ● 空手体験はとてもリラックスできて楽しい旅になりましたし… ● 宿泊施設も体験も大満足 ● 普段できない体験をできたことと行けたこと ● 体験してみないとわからない難しさと面白さと、自分の力を抑えたり、だしたり繰り返す動きがこんなに大変だと知らなかったのでとても良い経験になりました ● ビーチでのヨガ、夜遊び ● 剣道や弓道など、普段経験できない武道を体験することができたこと ● −25° の中でテント宿泊する事が大変わくわくドキドキの楽しい思い出になりました ● 世界的にも稀な avant でのサウナは刺激的で、どれも初めてのことでした ● 極寒のグランピングやアクティビティを経験でき、非常に良いデトックスになりました ● スキーもキャンプも好きなので、一緒にできるということは時間的にもたっぷり楽しめて満足できた ● ヨガや武道に踏み出すきっかけになった ● 久米島ならではの魅力的な場所にたくさん行けたこと ● サイクリングルートが適切な距離 ● 今まで訪れたことがないところに行けたこと ● 自転車というツールを利用していた点。サイクリングに特化した客層ではなくても走破可能なコースであった
	学び	● 知らなかった淡路島のことが知れることです。玉ねぎだけではないですね ● 通訳者から学ぶ文化と歴史 ● 琉球古道について知れたこと ● 古武道と久米島の歴史を知れたこと
	自然文化	● 美しい自然と寺 ● 瓦割りやイザナギ神宮のような地元地域の慣習 ● 現地の自然、歴史、文化に触れることができたこと ● 禅の庭である静寧は魅力的な場所でした ● 地域の文化にも触れられたのがとても印象的だった

		● いくつかのポイントで絶景をみることもでき、久米島の魅力を体験できました ● グランピングで自然を感じられたこと ● 自然に触れ合えたり自然の中でのアクティビティができたり仲間達との楽しい貴重な時間になった事 ● 2 日目のアヴァントも大自然の中で湖の水風呂やカルーセルは圧巻でした ● 武道・侍ツーリズムの本物の体験ツアーが、金沢の地で非常にマッチしていて、金沢の町並みが江戸時代と現代のものがほぼ一致するため、町そのものが博物館と称されていると思う ● 新しいものだけを追い求める訳ではなく、背伸びせず、自然に寄り添うプログラム内容だったので、この土地の魅力を充分にアピールできていたと思います ● 多様な訪問先が含まれていたこと ● コンパクトな地域に魅力的な場所が詰まっていた点
交流	**地域**	● 素晴らしいローカルの人材に出会えたこと ● 島の方々との交流 ● 地元の方のお話（や武術）を体験できたことは良かった ● 地元の人々に会えたこと ● 日本企業との協働の機会
	選手	● 選手交流会 ● 世界で活躍している選手との交流会 ● BMX のトップ選手や代表監督と体験会や交流会を通じて気さくに接することができた ● トップ選手との交流会 ● 選手との交流ができたことが良かった
観光サービス	**食事**	● 郷土料理の紹介 ● 料理 ● 島の食事 ● 食事 ● 食事のセレクトがよく、美味しかった ● 十勝の地域で育てた農作物に加え家畜を使った地産地消なご飯 ● 地元産をふんだんに取り入れた食事 ● あとは特に夕食も最高でした ● 満足だった点はと問われると二回の食事でした
	ホテル	● ホテル宿泊 ● 宿泊施設も体験も大満足 ● ホテルの食事、お風呂の体験 ● 宿泊施設も快適 ● 氷点下の中快適で暖かなグランピングで宿泊できたこと ● 施設の綺麗さ
	スタッフ ガイド	● 通訳者にも感謝します ● ガイドさんの楽しい話を聞きながら巡ることができた ● 何よりスタッフの方々のおもてなしや対応、お話が完璧で楽しく、安心して参加することができた ● おもてなしのサービス ● ガイドがいなくてもアプリを使って見どころをわかりやすく回る事が出来た事

一方、表 4 は全体の「不満足だった点」の自由記述回答を分類した結果を示している。「不満足だった点」については、**「アクティビティ」**、〈過密スケジュール〉〈体験時間の不足〉〈時間帯〉といった**「時間」**、〈施設〉〈食事〉〈情報〉に関する**「観光サービス」**の意見に集約された。

表 4. 自由記述回答のまとめ（不満足だった点）

テーマ	コード	直接引用
アクティビティ	ー	● アクティビティは少しハードな時もありました ● 体験のオペレーションは開発途上だとは思うが、再現性を高める工夫は必要と感じた ● ツアー感がなかった点 ● せっかく自転車を利用したのであれば、普段は足を踏み入れる事のない地元民しか知らないようなスポットも訪ねてみたかった ● 同地域には他にも色々目玉があるが、回れたのは一部だったこと ● 現地ならではのローカル感に魅力が感じられますが、多くの観光客に対応できるようなツアー作り、都会から来た人々が納得するクオリティの高さも大切な要素かと思います ● 近隣市町村との連携がもう少しあればいいと思った ● 体験の際にやり方などの説明がなくスタートしたのが不安でした。途中で声かけなどもなくただ試乗している印象でした。まだ幼児で初心者だったので不安もあったと思います。時々声かけをしてほしかったなと思いました。先導してくださるともっと流れが掴めたかなと思いました
時間	過密スケジュール	● もう少しホテルでいたかったです ● リラックスして経験を振り返るための自由な時間もっと必要です。短すぎる時間枠に多くの体験を詰め込みすぎ ● ツアーの性質上、やむを得ないですが、ゆったり滞在してみたかったです ● 2日目のランチから夜ご飯までの時間が短く、お腹が空いていなかったので、間隔を空けて欲しかったです ● ツアーに対する私の最大の不満は、ツアーの全体的な忙しさです。私たちはその地域を探索する時間がほとんどなく、ツアーの終わりまでにかなり疲れ果てていました。アクティビティの 1 つを削除してツアー価格を下げるなど、観光客向けのツアーを最適化するのが良いと思います
	体験時間の不足	● スポーツの体験としては、時間が短く、フィールドが狭かった。初心者がなかなか上達を感じられなかった ● 人数が多くもう少し時間をかけて体験をしたかったな、と思いました ● あと時間ももう少し欲しかったです！なので散歩に行く人を自由に選択できたらいいなって思いました！ ● 2 日目のお宮参りは少し急ぎ足で、不満というほどではありませんでしたが、少し寂しい気持ちになりました
	時間帯	● 朝起きるのが早かったので、17:30 の交流会は子供が疲れてしまっていました。撤去など大変かと思いますが、あと1時間早かったらよかったかなとも思いました ● 体験する時間を明るい時間にしたかったなあって思いました！
観光サービス	施設	● 手ぶらで体験の場合に、受け入れ環境として着替え場所、体験後の洗面所やシャワー施設の完備する必要がある ● 宿舎の鏡の横にコンセントがなかった。延長コードなどがあれば良かった

		● 施設内の移動距離 ● 駐車場から会場までの距離が長い。会場内の暖が採れなかったこと ● あとお風呂のドライヤーひとつだと順番待つ間に寒いので数を増やして欲しいです！ ● ホテルなどの移動にバスが出てほしかった ● あまり寝れなかった
	食事	● 食べ物はかなり味気なく、なぜそれが健康的であるのか、僧侶が実際にそれを食べたかどうかについては説明されていませんでした ● 和食料理が多かった ● 美味しいコーヒーがなかった ● 食事にもう少し工夫があると良かったです ● 料理にもっとその場でしか食べられない物や、食べ方など地域性をもっとだしてほしかった ● テントでご飯が食べたかった。 ● 食事の面で、テーマに合っていない食事内容でした。もう少し地元の食材＋アルファーの内容がある付加価値ある食事内容のほうがいい ● その土地ならではの食材（シーフード等）をもう少し食べれたら嬉しい
	情報	● アプリの使い勝手があまりよくない。多言語対応していない ● アプリの音声ガイダンスがあると良いです ● ガイドや案内がないままだとただ回るだけになってしまって本当の良さが伝えきれておらずもったいない ● もう少し地域の紹介が欲しかった ● 当初案内されていたスケジュールと当日の受付で言い渡されたスケジュールが異なっていたこと→その後途中で当初案内のスケジュールが正しいとのことで再びスケジュール変更になった点（担当者の不手際） ● ツアーの詳細や、関連事項が書かれた資料、料理であればメニューなどの用意があるとクオリティが上がると思います ● 不満は全くありませんが、行ったことのない世界だったので色々と必要な物を持ってこれば良かったと思いました。スノーブーツやサングラスなど ● レンタル品の貸出などでスムーズな手続きが必要だと思う。リフト降り場でしばらく待たされることや、情報共有されておらず話が通じないことなどがあった。

III.　調査票

【令和4年度スポーツ庁モデル事業】モニターツアー参加者調査

本調査は、本ツアーの地域資源活用および満足度について理解を深めることを目的としています。調査結果は匿名化されたうえで処理され、皆様にご迷惑をお掛けすることはございません。ツアー商品化に向けた品質向上のため、何卒ご協力お願い致します。

調査主体：スポーツ庁　　**調査実施：JTBコミュニケーションデザイン**

* 必須

1. 主催者名 *

答えの選択

2. 性別 *

- ◯ 男性
- ◯ 女性
- ◯ その他

3. 国籍 *

- ◯ 日本
- ◯ 海外

4. ご年齢（数値回答）
例：35 *

回答を入力してください

5. 世帯収入 *

- ◯ 250万円未満
- ◯ 250万円以上～500万円未満
- ◯ 500万円以上～750万円未満
- ◯ 750万円以上～1,000万円未満
- ◯ 1,000万円以上

6. 主なツアー同伴者 *

◯ 友人

◯ 家族

◯ なし（ひとり）

◯ その他

7. ご住所（都道府県） *

回答を入力してください

8. ツアー実施地域への過去の訪問経験 *

◯ 過去の訪問経験なし

◯ 過去の訪問経験あり

◯ 実施地域内在住

9. 【今回のツアーの地域資源活用についてお尋ねします。以下の7つの数字から最も当てはまると思う数字をお選びください。】
※4=どちらともいえない

このツアーは私が知っていた地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた。 *

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

10. このツアーは私が知らなかった地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた。 *

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

11. 全体的にこのツアーは特色ある地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効活用していた。 *

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

12. 【今回のツアーの満足度についてお尋ねします。以下の7つの数字から最も当てはまると思う数字をお選びください。】
※4=どちらともいえない

このツアーは期待以上のものだった。 *

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

13. このツアーを心から楽しむことができた。
*

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

14. このツアーは自分にとって価値のある経験だった。
*

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

15. このツアーは販売予定金額（XXXX円）に見合うだけのものだった。
※販売予定金額は主催者よりご案内されます。 *

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

16. このツアーを友人にも勧めたい。
*

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

17. このツアーに再び参加したいと思う。
*

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

18. このツアーに関係なく、実施地域を再び訪れたいと思う。 *

1	2	3	4	5	6	7
全くそう思わない						とてもそう思う

19. 今回のツアーで満足だった点（自由記述） *

回答を入力してください

20. 今回のツアーで不満足だった点（自由記述） *

回答を入力してください

パスワードを記載しないでください。 不正使用を報告する

Survey for monitor tour participants (Sports tourism 2022)

The purpose of this survey is to gain a better understanding of local resource utilization and satisfaction with this tour. The results of the survey will be anonymized and will not cause any inconvenience to you. We appreciate your cooperation in improving the quality of our future tour products.

Responsible organization: Japan Sports Agency
Survey conducted by JTB Communication Design, Inc.

* 必須

1. Organizer *

答えの選択

2. Gender *

- Male
- Female
- Other

3. Nationality *

- Japanese
- Non-Japanese

4. Age
ex) 35 *

回答を入力してください

5. Household income *

- Less than 2,500,000JPY
- 2,500,000JPY～Less than 5,000,000JPY
- 5,000,000JPY～Less than 7,500,000JPY
- 7,500,000JPY～Less than 10,000,000JPY
- 10,000,000JPY～

6. Your main companion in this tour *

- ◯ Friend(s)
- ◯ Family
- ◯ None (by yourself)
- ◯ その他

7. Place of residence (name of prefecture) *

回答を入力してください

8. Had you ever been to the area visited with the monitor tour program? *

- ◯ No
- ◯ Yes
- ◯ I live in that area

9. <We would like to ask about the use of local resources in this tour. Please select the score that you think is most applicable.>
*4=neither

The tour made effective use of local resources (nature, culture, human, etc.) that I had known. *

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

10. This tour made effective use of local resources (nature, culture, human, etc.) that I had not known. *

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

11. Overall, the tour made effective use of distinctive local resources (nature, culture, human, etc.). *

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

12. <We would like to ask about your satisfaction with this tour. Please select the score that you think is most applicable.>
*4=neither

This tour exceeded my expectations. *

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

13. I truly enjoyed this tour.
*

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

14. This tour was a valuable experience for me.
*

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

15. The tour was worth the estimated sales price (XXXXJPY).
*Estimated sales price (XXXXJPY) will be announced by the organizer. *

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

16. I would recommend this tour to my friends.
*

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

17. I would like to participate in this tour again.
*

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

18. Regardless of this tour, I would like to visit that area again.
*

1	2	3	4	5	6	7
Strongly disagree						Strongly agree

19. What did satisfy you in this tour? (Free answer) *

回答を入力してください

20.
What did dissatisfy you in this tour? (Free answer)
*

回答を入力してください

パスワードを記載しないでください。 不正使用を報告する

IV.　モデルツアー行程表

FM久米島（武道ツーリズム）　行程表

●モデルツアー実施日：2022年11月9日(水)～11月11日(金) / 11月20日(月)～11月22日(水)

日程	時間	行程	食事	移動手段	宿泊
＜1班＞ 11月9日 （水） **＜2班＞** 11月20日 （月）	10:15-13:05 13:45-14:25 15:00-17:30	JAL909　羽田空港発ー那覇空港着 JTA211　那覇空港発ー久米島空港着 久米島の島内観光 ミーフガー～具志川城跡～ヤジャーガマ～五枝の松～おばけ坂熱帯魚 ～宇江城跡～ユイマール～畳石（アーシング体験） 観光後、ホテルへ移動	朝：× 昼：× 夕：ー		イフビーチホテル
＜1班＞ 11月10日 （木） **＜2班＞** 11月21日 （火）	8:45 9:00-12:00 12:30-13:30 14:00-16:00 18:00-19:30	ホテル出発 江洲家訪問 昼食 ★登武那覇にて琉球古武道体験を実施 夕食：サイプレスリゾート	朝：○ 昼：ー 夕：○		イフビーチホテル
＜1班＞ 11月11日 （金） **＜2班＞** 11月22日 （水）	6:50-8:00 9:45 13:00-15:00 15:15 16:45-17:20 19:05-21:45	イフビーチにて朝ヨガ 各自朝食＋自由行動 ホテル出発 FM久米島にてワークショップを実施 久米島空港へ移動 RAC880　久米島空港発ー那覇空港着 JAL918　那覇空港発ー羽田空港着	朝：○ 昼：ー 夕：ー		ー

TABIKYO JAPAN（武道ツーリズム）　行程表

●モデルツアー実施日：2022年10月25日(火)～10月27日(木)

日程	時間	行程	食事	移動手段	宿泊
10月25日 （火）	14:00-17:00 18:00	①東京方面：JAL羽田　南紀白浜 12:55PM着 ②大阪方面：特急くろしお新大阪　紀伊田辺駅 13:35PM着 ★合気道体験＆演武 合気会：五味田潤一先生 演武鑑賞 参加者に合わせた体験（初心者・経験者・中級者） 田辺市宿泊	朝：× 昼：○ 夕：○	タクシー	KUMANO WINERY GUEST HOUSE
10月26日 （水）	9:00-12:00 12:00-13:00 13:30-15:30 16:00	①農・アグリツーリズムに触れる 秋津野ガルテンより農家訪問みかん狩り KUMANO WINERYGUEST HOUSEにてヤギや自家農地訪問 熊野古道歩き　PART A 滝尻王子（3.9km/2.5h）高原熊野神社 神社合祀反対運動：植芝盛平・南方熊楠ストーリー 昼食：霧の里たかはら 熊野古道歩きPART B 近露王子（3.1km/2h)継桜王子 宿泊本宮エリア旅館	朝：○ 昼：○ 夕：○	タクシー	旅館 あずまや
10月27日 （木）	9:30 10:00-12:00 12:45-14:30 14:30-15:30	朝食後、タクシー移動 熊野古道歩き　PART C 前半 発心門王子（3.7km/2h）伏拝王子 昼食：伏拝茶屋（大村やより熊野古道弁当手配） 熊野古道歩き　PART C 後半 伏拝王子（3.1㎞/ 1.75h）熊野本宮大社 大斎原 国際合気道大会の舞台/日本最大級の鳥居 ＊オプション：熊野本宮大社	朝：○ 昼：○ 夕：×	タクシー	ー

武家文化と武士道精神に学ぶ金沢武道ツーリズム推進プロジェクト（武道ツーリズム）　行程表

●モデルツアー実施日：2022年8月31日(水)～9月2日(金)

日程	時間	行程	食事	移動手段	宿泊
8月31日 （水）	7:20 10:00-10:10 11:00-12:00 12:30-13:30 13:45-14:40 14:45-15:00 15:15-16:30 17:00-18:30 18:45 19:15	東京駅出発 金沢駅着（通訳ガイド：徳海さん） 永安寺散策 昼食：小立庵（庵そば） 兼六園散策 ★兼六園弓道場見学 長町武家屋敷界隈、野村家、高田家足軽資料館見学 ★彩士館にて剣道体験 ホテルチェックイン 夕食：近江町食堂	朝：× 昼：○ 夕：○	専用車	金沢スクエアーホテル
9月1日 （木）	9:00 9:30-11:30 12:00-13:00 13:00-16:00 16:30-18:00 18:30-21:00	ホテル出発 四十万谷にて刀剣見学 昼食：8番らーめん ★石川県武道館にて弓道体験 ホテルへ移動 夕食：大友楼　大名饗応膳体験	朝：○ 昼：○ 夕：○	専用車 徒歩	金沢スクエアーホテル
9月2日 （金）	9:40 10:00-10:40 11:00-11:45 12:00-13:30 13:40-14:40 15:10-16:00 16:20 16:48 19:20	ホテル出発 鈴木大拙館見学 ひがし茶屋街散策 西田家庭園見学 昼食：玉泉邸　加賀野菜の懐石 金沢最古の茶屋「灑雪亭」にて茶道体験 加賀毛針目細八郎兵衛商店散策 金沢駅へ移動 新幹線かがやき512号 東京駅到着	朝：○ 昼：○ 夕：×	専用車	ー

PASONA（武道ツーリズム）　行程表

●モデルツアー実施日：2022年11月9日(水)～1月29日(日)

日程	時間	行程	食事	移動手段	宿泊
11月9日 （水）		**【北米班】【台湾班】**	朝：× 昼：○ 夕：○	ジャンボ タクシー	海のホテル 島花
	11:40	禅坊清寧へ集合			
	11:45	館内案内			
	12:10	★ZEN空手道体験			
	13:40	昼食　禅坊料理			
	14:30	休憩			
	14:40	瞑想体験			
	15:20	ZEN茶道体験			
	15:40	休憩			
	16:00-16:30	瞑想体験			
	17:00	海のホテル　島花へ移動			
	18:00	夕食：ホテル 淡路島内で取れた食材を使った料理を堪能			
11月10日 （木）		**【北米班】**	朝：○ 昼：○ 夕：×	ー	ー
	8:30	ホテル出発			
	9:00-10:00	伊弉諾神宮にて境内の見学と公式参拝			
	10:40-11:50	★谷池製瓦所にて瓦割り体験			
	12:10-13:40	昼食：レストランうずの丘 買い物：道の駅			
	14:00-15:20	うずしおクルーズ（14:10発）			
	15:20	道の駅福良　高速バス乗り場にて解散			
		【台湾班】			
	8:30	ホテル出発			
	9:00-10:00	伊弉諾神宮にて境内の見学と公式参拝			
	10:40-12:10	買い物：道の駅 昼食：レストランうずの丘			
	12:40-14:00	うずしおクルーズ（12:10発）			
	14:30-15:40	★谷池製瓦所にて瓦割り体験			
	16:00	道の駅福良　高速バス乗り場にて解散			

北海道二十一世紀総合研究所（スノースポーツツーリズム）　行程表

●モデルツアー実施日：2023年1月27日(金)～1月29日(日)

日程	時間	行程	食事	移動手段	宿泊
1月27日 （金）	11:20-12:55 13:30 14:00	JAL575　羽田空港発ー帯広空港着 帯広空港出発 ★めむろ新嵐山スカイパークにてグランピングを実施	朝：× 昼：ー 夕：○	バス	グランピンク
1月28日 （土）	10:00 11:00-15:00 11:00 13:00 16:00-17:00 17:30-19:30	めむろ新嵐山スカイパーク出発 屈足湖周辺滞在 アヴァント体験 温泉＆ロウリュウチキン 北海道ホテルへ移動 農家バル FOODBABY	朝：ー 昼：ー 夕：○	バス	森のスパーリゾート北海道ホテル
1月29日 （日）	9:00 9:30-9:55 11:00-12:00 12:20 13:35	ホテル出発 柳月・道の駅おとふけ散策 帯広畜産大学見学 帯広空港へ移動 JAL572　帯広空港発ー羽田空港へ	朝：ー 昼：× 夕：×	バス	ー

能登半島広域観光協会（サイクルツーリズム）　行程表

●モデルツアー実施日：2022年10月5日(水)～10月6日(木)

日程	時間	行程	食事	移動手段	宿泊
10月5日 （水）	13:00 13:15	＜モデルコース試走会＞ 道の駅輪島（輪島ぷらっと訪夢）集合 スタート　～4時間程度 ★輪島エリア周遊コース　距離：25.2km　時間：走行約2時間＋体験/見学 道の駅輪島ぷらっと訪夢ー0.8km 輪島工房長屋（当日は休館）ー2.0km 鴨ヶ浦散歩道ー0.3kmー袖ヶ浜ー1.2km 輪島ドラマ記念館（～15:00）ー0.1km 輪島朝市（8:00～12:00）・永井豪記念館（有料・～17:00）ー0.8km 輪島キリコ会館（有料・～17:00）ー9.8km 白米千枚田（道の駅千枚田ポケットパーク）ー10.2km 道の駅輪島ぷらっと訪夢　※ゴール後、和倉温泉へ移動	朝：× 昼：× 夕：×	ー	和倉温泉
10月6日 （木）	10:30 10:35 10:45 11:25 11:30	＜事業意見交換会＞　※リアル・オンライン併用 開会・挨拶 事業報告 モデルコース試走の意見交換 今後の事業予定 閉会	朝：× 昼：× 夕：×	ー	ー

横須賀市（アーバンスポーツツーリズム）　行程表

●モデルツアー実施日：2022年11月19日(土)～11月20日(日)

日程	時間	行程	食事	移動手段	宿泊
11月19日 （土）	10:45 11:00-11:20 11:30-12:00 12:00-12:45 12:45-13:15 13:30-14:00 17:30-18:30	浦賀レンガドック集合 ★BMX　フリースタイル・パークショーの見学 ★BMX　体験会（パンプトラックを利用予定） 自由時間＆昼食（会場内にあるキッチンカーなどで各自昼食） 浦賀レンガドック見学 浦賀周遊歴史満喫クルーズ 交流会まで自由行動 各自ホテルへ移動・チェックイン手続き ★選手と交流会（メルキュールホテル）	朝：× 昼：× 夕：×	ー	メルキュール ホテル 横須賀
11月20日 （日）		チェックアウト後解散 横須賀美術館「スカジャン展」のチケットをお渡し	朝：× 昼：× 夕：×	ー	ー

スポーツツーリズムコンテンツ創出事業　オンライン調査報告書

2023 年 3 月発行

編集・発行　　中京大学スポーツ科学部　伊藤研究室

協　　力　　JTB コミュニケーションデザイン