

第16回FITフェア

開催概要

実施概要

- ・ 名称 : 第 16 回 FITフェア (Visit Japan FIT Fair #16)
- ・ 開催期間 : 2024年11月8日(金)～10日(日) 10:00～20:00
※前日準備 : 11月7日(木)17:00～21:00
- ・ 主催 : 日本政府観光局 (JNTO) バンコク事務所
- ・ 実施場所 : サイアム・パラゴン (タイ/バンコク)
5階 Paragon Hall(North/South) 及びホワイエスペース
- ・ 出展社数 : 日本側共同出展者 67 団体
タイ側共同出展者 41 団体 (航空会社 8 社、旅行会社24社、一般企業 9 社)
- ・ 入場者数 : 約62,000人(3日間合計)※ 過去最多
- ・ 出展目的 : 日本ならではの武道ツーリズムを中心としたスポーツツーリズムの発信

実施内容

ブース展示

- 日時 11月8日(金)～10日(日) 10:00～20:00
- 実施内容 ①スポーツツーリズム映像配信・武道ツーリズムポスター展示
②関連広報物の配布
③出演事業者 (お相撲さんドットコム) との記念撮影・交流
④アンケート調査・ノベルティ配布
⑤来場者コミュニケーション (質問回答、説明など)

メインステージ

- 日時 11月8日(金) 14:40～15:10
11月9日(土) 17:50～18:20
11月10日(日) 14:25～14:55
- 実施内容 相撲パフォーマンスステージ (出演 : お相撲さんドットコム)

ミニステージ

- 日時 11月8日(金) 15:30～15:50
11月9日(土) 18:30～18:50
11月10日(日) 15:00～15:20
- 実施内容 メインステージ終了後の力士・行司との記念撮影会

KPI

KPI : リアルコミュニケーション数

前年度約48,000名の来場があったことを踏まえ、ブース+ステージで、総来場者数の1.5%にあたる720名以上とのコミュニケーションを図る

○スポーツ庁ブースへの来場者数→3日間で360名以上

○お相撲ステージ観覧者+ミニステージふれあい体験人数→3日間で360名以上

KPI : 関心喚起率

ブース+ステージでの発信を通じて、75%以上の方々に日本でのスポーツ体験・観戦への期待・関心・来訪意欲を喚起する。

○ブースでのアンケート回収数→3日間で120枚以上回収

(※前記ブース来訪者の1/3以上から回答獲得)

○出展による関心喚起率 : 75%以上

(※アンケート調査 : 「このブースや相撲ステージをご覧になって、今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたいと思われましたか?」において、①ぜひしてみたい+②してみたいの回答率 : 75%以上)

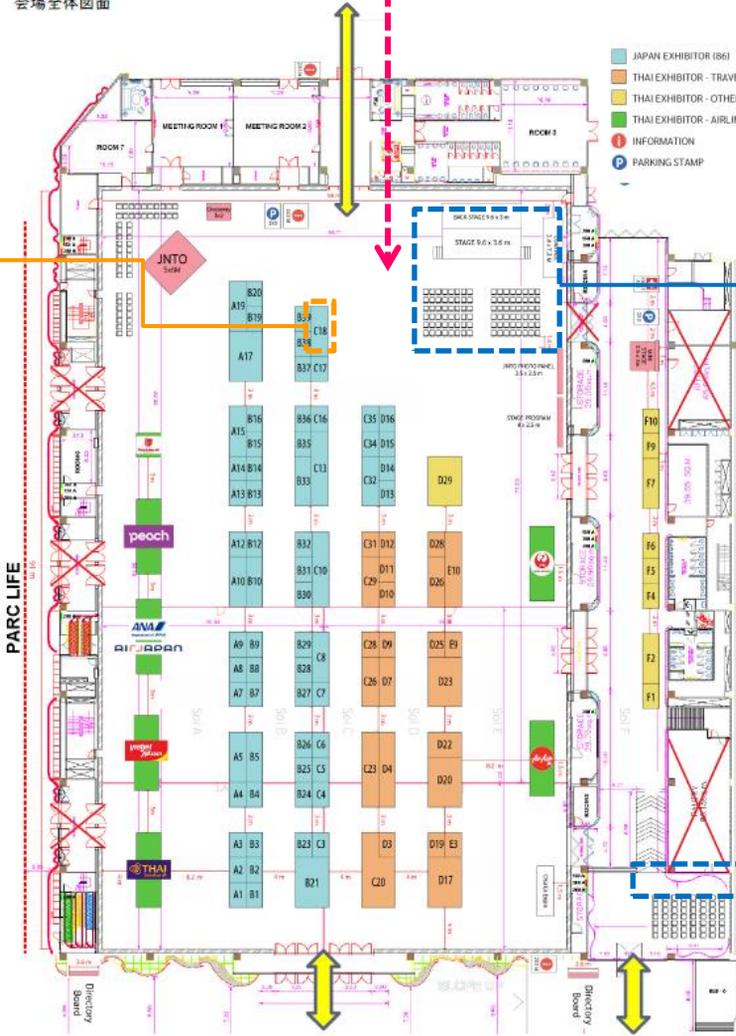
会場及び出展位置

会場全体図



■ 会場全体図面

スポーツ庁
ブース
(2コマ)



※現地で事前計画位置より変更

ブース造作（基本スペック）

出展社名	JAPAN SPORTS AGENCY
ブース番号	C-18
ブース面積	W6m×D2m×H2.5m(2小間分)



【ブース付帯備品】

- 共通装飾（社名版）正面＋右側側面
- パンチカーペット（グレー）
- 受付テーブル×2
- パイプ椅子×4脚
- LEDアームスポット×8本
- コンセント×2口
- ダストボックス×2個

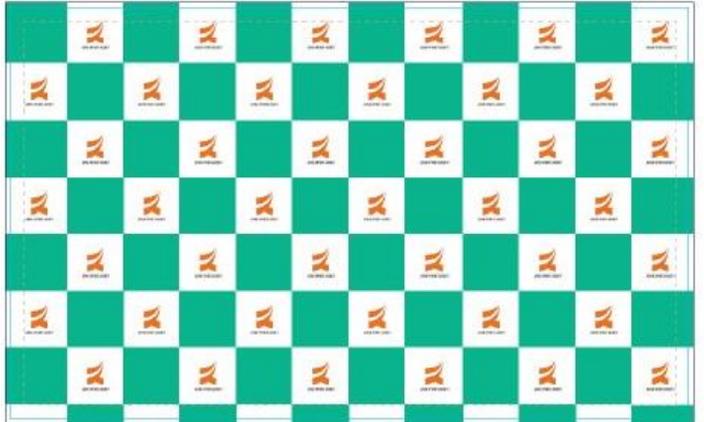
【追加レンタル備品】

- TVモニター（43インチ）×1台
- TVモニタースタンド×1台
- イーゼル×1台

ブース造作 (基本スペック)

■ フォトタペストリー (布製)

■ 市松シート ※テーブルクロスとして使用



■ B1ポスター (英語版) × 10種 ※うち8種は、A4サイズでも出力し、チラシとして配布した。



■ ブース/ステージプログラム案内パネル (A3サイズ、手持ちPOPとしても活用)

■ アンケート案内QRコードPOP (サイズ2種 (A3・A4))

スポーツ庁		JAPAN SPORTS AGENCY	
ข้อมูลแนะนำบูธและรายการบนเวที			
	<input type="radio"/> บูธและนักรบท่องเที่ยววิถีกีฬาที่อุดมสมบูรณ์ที่สุดในญี่ปุ่น รับฟรีแพคเกจเอกสาร BUDO Tourism เพียงร่วมตอบแบบสอบถามที่บูธ		
	<input type="radio"/> เว็บไซต์เป็นการแนะนำ Sumo JAPAN BUDO Experience "SUMO" อย่างเป็นทางการ กิจกรรมที่จะได้พบกับ "Sumo" อย่างเป็นทางการ ตามตารางด้านล่างนี้		
	เวลาที่นัก	เวลาที่ของ	
วันศุกร์ที่ 8 พ.ย.	14:40~15:10	15:30~15:50	
วันเสาร์ที่ 9 พ.ย.	17:50~18:20	18:30~18:50	
วันอาทิตย์ที่ 10 พ.ย.	14:25~14:55	15:00~15:20	

สำนักงานท่องเที่ยวเชิงกีฬา
FIT Fair 2024

แบบสอบถาม
Survey

กรุณาสแกน QR นี้เพื่อตอบแบบสอบถามที่จัดเตรียม
For English version, please fill out the printed sheet.

รับฟรี แพคเกจเอกสาร BUDO Tourism
เพียงสแกน QR code และตอบแบบสอบถาม

Get a free gift by answering the questionnaire!

ブース造作（基本スペック）

■ 配布物

※すべて英語版・200部用意

①スポーツ庁配布物

- ・ 武道ツーリズムポスターのうち
8種をA4チラシとして配布

②事業者広報物

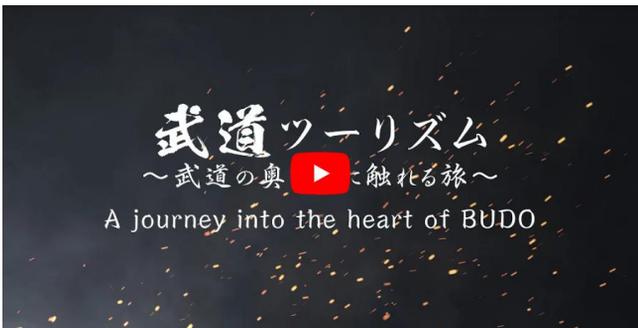
- ・ 合気道田辺道場チラシ
- ・ お相撲さんドットコムリーフレット
- ・ 武蔵一族リーフレット



- ・ 2日目終了時点で特に在庫が少なくなっていた以下武道ツーリズムポスターチラシ3種については追加コピーを手配した。（日本地図：100部・合気道：50部・空手道：50部）
- ・ 前記追加分も含め、全配布物が最終日までで完全配布となった。

■映像放映

ブース内モニターで、以下動画を①～④の順番でループ放映(4本合計:11分42秒)



①「BUDO Tourism」 Promotional Video
(3分41秒)



②Outdoor Sports Tourism Japan
-Feel The Force of Nature
(2分33秒)



③BUDO Tourism Japan
-The Spirits of BUDO
(2分16秒)



④Snow Sports Tourism
-Discover your snow story
(3分2秒)

ブースでの活動（来場者コミュニケーション）

■スポーツツーリズムに関わる説明・質問の応答

- ・ 設置した広報物を用いながら、ブース来場者に対し、スポーツツーリズム・武道ツーリズムの説明や、来場者からの質問に応えた。
- ・ 非常に積極的かつ詳細な質問も多く、日本観光への関心が非常に強いことが見て取れた。



【質問の傾向】

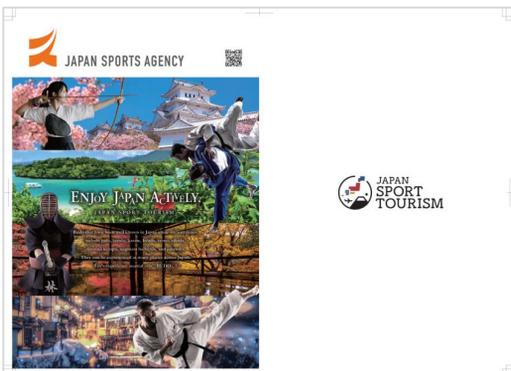
- 多かった質問
 - ・ 実際にどのように、武道体験を申し込めばいいのか？どのツアーに参加すると体験できるのか？
 - ・ ○か月後に日本の■■へ行くが、そのエリアで体験できる武道は何か？
 - ・ （弓道や剣道などのチラシを見て）これはどこに行けば体験ができるのか？
- その他の質問
 - ・ 映像内のスノーアクティビティの場所や、スノースポーツができるおすすめの場合はどこか？
 - ・ ゴルフなど、ブースのチラシや映像内では紹介がなかったジャンルのスポーツに興味がある人もちらほらいた。
 - ・ ポスターの写真の城はどこか、垂れ幕の神社（浅間山）はどこかなど、ブースの掲示物についても、綺麗な景色がどこか気になって聞いてくれる人がいた。
 - ・ 桜を観るのに一番いい時期は何かなどの一般的な質問も多かった。

「武道」という総称だけでは伝わらず、「空手」、「弓道」、「剣道」などの言葉を出すとピンとくる方が多かった。愛好家や体験経験者もいたが、「見たことはないがこれら各武道を聞いたことがある」という層が多く、実際には見たことがないが、アニメを通じて知ったなどの声もあった。

■アンケート&ノベルティ配布

- ・ ブース来場者に対し、積極的にアンケート回答を依頼。回答完了者には武道ツーリズムクリアファイルを進呈した。
- ・ 好意的に回答を頂ける方が多く、ブース内のPOPやスタッフ手持ちのクリアファイルを見て、「どうすればもらえるのか？」逆質問を頂くこともあった。
- ・ 案内方及びノベルティも奏功し、503人の回答を得ることができた。（詳細は後述）
- ・ 回答方式はQRコードを読み込んでのWEBアンケート（タイ語）であったが、一部タイ語がわからない人には紙アンケート（英語版）を配布した（6名）。

【回答者ノベルティ】武道ツーリズムクリアファイル



ブースでの活動（来場者コミュニケーション）

■ 出演事業者（お相撲さんドットコム）との記念撮影・交流

- ・ 一部時間帯において、お相撲さんドットコムメンバー3名がブースに立ち、来場者との記念撮影やコミュニケーションを行った。
- ・ 来場者の興味関心が非常に高く、これがアイキャッチとなりブースへの多数の来場につながるようになった。
- ・ また、日本側出展者スタッフとの記念撮影やキャラクターとのコラボレーションなどにも応じ、日本全体を盛り上げることに寄与した。



メインステージ

■メインステージ展開

- ・ 各日1回ずつ、30分間の相撲パフォーマンスステージを、会場メインステージで実施。
- ・ 相撲の発祥や、決まり手や禁じ手などの説明と合わせ、四股やすり足の実演、真剣勝負の披露等を行い、終盤には会場から希望者を募り力士へ挑戦するコーナーを設定。
- ・ 全ての回で観覧席は満席となり、多くの方が立ち見で観覧する盛況ぶりで、観客からはお合いの手の声や拍手などが寄せられ、大いに盛り上がった。
- ・ ステージ終了時にはミニステージ及びスポーツ庁ブースの案内をアナウンスした。

【メインステージ実施概要】

実施日時	: 11月8日(金) 14:40~15:10 (各回30分間)	11月9日(土) 17:50~18:20 11月10日(日) 14:25~14:55
出演者	: お相撲さんドットコム: 力士2名(常幸流・朝弁慶)・行司役(青木様) ステージMC: Wiyada氏	
観覧者数	: 11月8日(金) 180名 11月9日(土) 144名 11月10日(日) 156名	

【ステージの流れ】

総合司会より、日本ではスポーツ庁が武道ツーリズムを推進しており、本日はその一環として相撲ステージを行うことを案内

オープニング映像(約1分) 放映

ステージMC登壇: 相撲の歴史・背景を紹介

力士・行司が登壇: MCの説明のもと、四股・すり足を実演

MCの説明のもと、4つの禁じ手をコミカルに実演

MCの説明のもと、塵手水を実演(観客も一緒に参加)

真剣一番勝負

観客より希望者を募り、力士へ挑戦(相撲スーツ着用・各回3組)・記念撮影

武道ツーリズムロゴの投影



ステージの広さが土俵直径よりも小さかったこと及び、各ステージ間の転換時間がほぼ無かったことから、土俵マットは持ち込まず、太ロープで模擬的な土俵を作ることによってスピーディに対応した。



オープニング映像終了後は武道ツーリズムロゴを、ステージモニターに常時表示した。(上記赤矢印の間)

メインステージ



ミニステージ

■ミニステージ展開

- ・メインステージの終了直後の時間帯で、力士・行司との交流・記念撮影をミニステージで実施、
- ・各回共に撮影待機の列ができ、終始途切れないほどの盛況ぶりであった。

【ミニステージ実施概要】

実施日時 : 11月8日(金) 15:30~15:50
 11月9日(土) 18:30~18:50
 11月10日(日) 15:00~15:20

出演者 : お相撲さんドットコム : 力士2名 (常幸流・朝弁慶) ・行司役 (青木様)
 進行補助 : Wiyada氏



来場実績

【日別来場者数】

●ブース+ミニステージ

11月8日(金) : 310名
 11月9日(土) : 644名
 11月10日(日) : 591名



ブース・ミニステージ合計 : 1,545名

●メインステージ

・11月8日(金) : 180名
 ・11月9日(土) : 144名
 ・11月10日(日) : 156名



メインステージ合計 : 480名

リアルコミュニケーション総数 : 2,025名

【アンケート回収数】

・タイ語版 (WEBフォーム) : 497名
 ・英語版 (紙回収) : 6名

アンケート回収総数 : 503名

来場者アンケート

- 来場者に対し、以下を目的にアンケート調査を行った。
 - ①日本でのスポーツツーリズムへの関心、参加意向の把握
 - ②タイで関心の高いスポーツツーリズムジャンルの把握
 - ③タイで関心の高い武道ツーリズムジャンルの把握
- アンケートはタイ語で作成（バックアップ用に英語版も紙アンケートを用意）。WEBフォームを利用し、PRコーナーを中心にQRコードを掲載したPOPで回答促進を図り、回答者には「オリジナルクリアファイル」を進呈した。

アンケート設問内容

【Q1】あなたの性別・年代を教えてください

- 性別 ①男性 ②女性 ③回答したくない
 ○年代 ①～19歳 ②20～29歳 ③30～39歳 ④40～49歳 ⑤50～59歳
 ⑥60～69歳 ⑦70歳以上

【Q2】これまで日本へ旅行をされたことはありますか？

- ①ある（5回以上） ②ある（2～4回） ③ある（1回） ④日本へ旅行したことはない。

【Q3】（Q2で①～③を選択された方にお伺いします）

日本での旅行の際、スポーツの体験や観戦をしましたか？当てはまるものを全てお選びください。

- ① スポーツを体験した ② スポーツの観戦や見学をした ③ スポーツに関わる活動はしていない

【Q4】（Q3で①・②を選択された方にお伺いします）

日本のどの地域で、どのようなスポーツの体験や観戦・見学をされましたか？

※複数ある場合は最も良かった経験について記載ください（記述）

- スポーツ種目：（ ） ○体験した場所（ ）
 ○内容：（ ）

【Q5】このブースや相撲ステージをご覧になって、今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたいと思われましたか？

- ①ぜひしてみたい ②してみたい ③どちらでもない ④あまりしたくない ⑤全くしたくない

【Q6】（Q5で①・②を選択された方にお伺いします。）

日本で体験や観戦・見学をしてみたいスポーツについて、当てはまるものを全てお選びください。

- ①日本独自の武道の体験や見学 ②アウトドアスポーツ体験 ③スノースポーツ体験
 ④アーバンスポーツ（エクストリームスポーツ）体験 ⑤プロスポーツの観戦 ⑥競技大会への参加
 ⑦ その他（ ）

【Q7】Q6で選ばれたスポーツ体験や観戦・見学について、「こんなことをやってみたい！」という内容を、ご自由に記載ください。

（ ）

【Q8】日本の伝統的なスポーツであり文化でもある「武道」をご存じですか？

- ①よく知っている ②知っている ③あまり知らない ④全く知らない

【Q9】（Q8で①・②を選択された方にお伺いします。）日本のスポーツ庁では、武道や武術の見学、観戦、実技体験、施設見学等、発祥の地である日本でしか体験できない、スポーツと文化が融合した観光を楽しめる「武道ツーリズム」を推進しています。

以下の中で、あなたが日本で体験や見学をしてみたいと思われるものを、すべてお選びください

- ①空手道 ②柔道 ③剣道 ④弓道 ⑤合気道 ⑥相撲 ⑦少林寺拳法 ⑧なぎなた
 ⑨銃剣道 ⑩ 忍者体験 ⑪侍体験 ⑫その他（ ）

【Q10】その他、スポーツツーリズム／武道ツーリズムに対して感じたこと、またはこのブースや相撲ステージについてのご感想などをご自由に記載ください。

（ ）

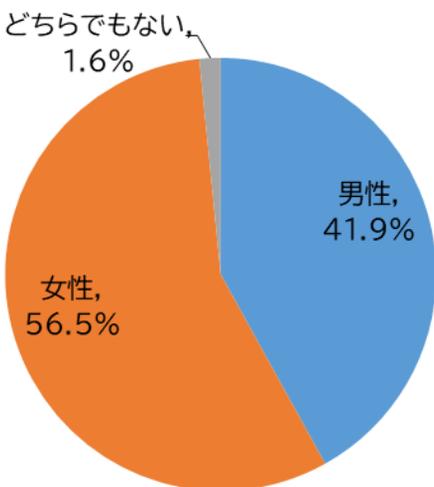
来場者アンケート結果

- 来場者は女性が多く。年代は30代～50代が中心層であった。
- 来場者のうち約86%に訪日旅行の経験があり、約73%に複数回の訪日経験があるなど、日本に対する一定の知識・経験を備えた層が多く訪れた。

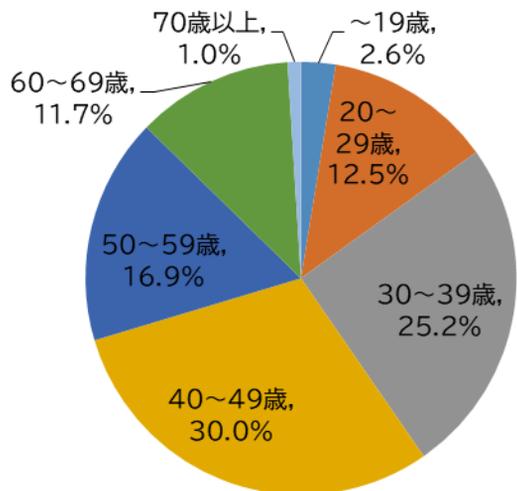
【Q1】あなたの性別・年代を教えてください

■来場者全体(n=503)

【性別】

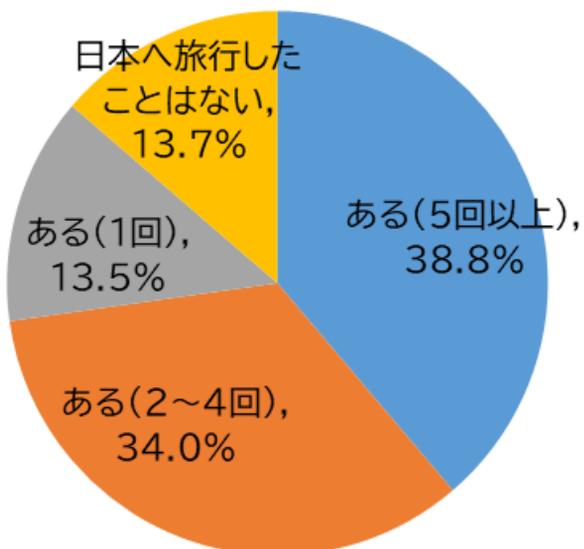


【年代】



【Q2】これまで日本へ旅行をされたことはありますか？

■来場者全体(n=503)



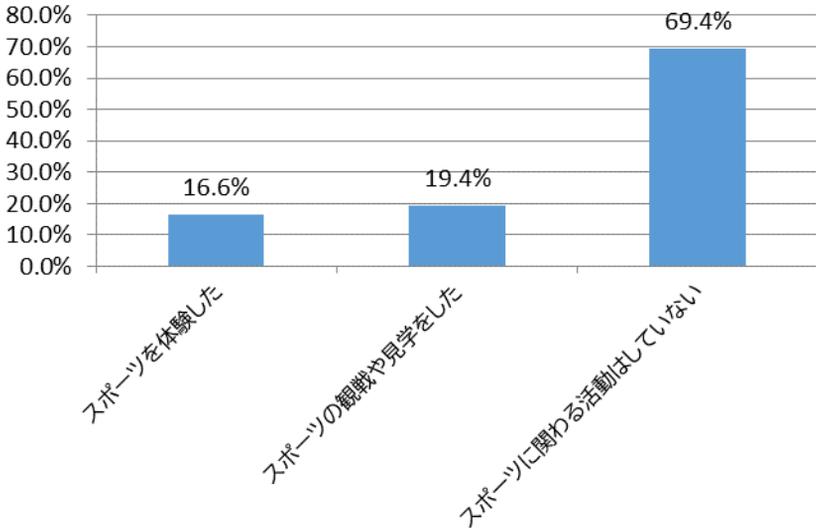
来場者アンケート結果

- 約36%が日本旅行の際に何らかのスポーツ体験、観戦・見学を行った経験があり、訪日回数が多くなるにつれて経験率も上がっている。

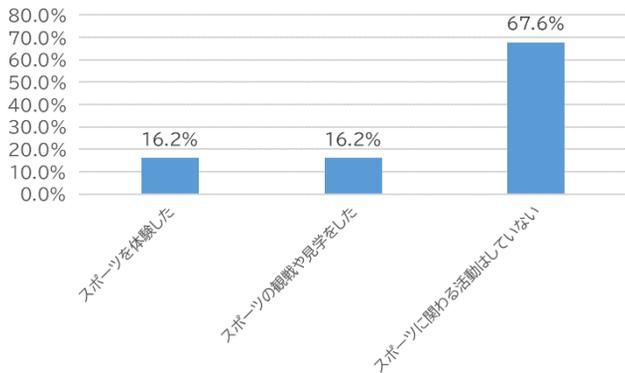
➡スポーツツーリズムのターゲットとしては、訪日回数の多い層が比較的有望とみられるため、訪日経験者・リピーターを捉えていくことが有用と考えられる。

【Q3】Q2で①～③を選択された方(※日本への旅行経験あり)にお伺いします)日本での旅行の際、スポーツの体験や観戦をしましたか？当てはまるものを全てお選びください。

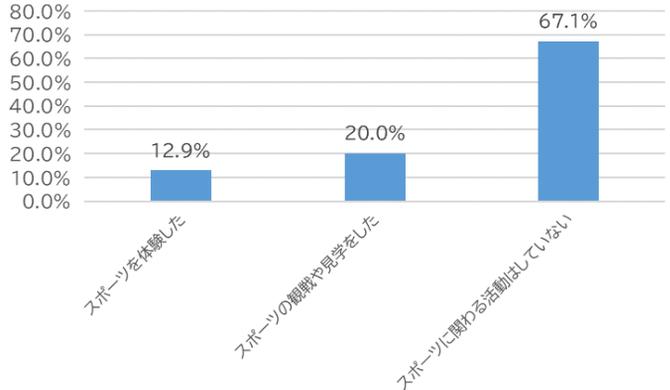
■日本への旅行経験あり(n=434)



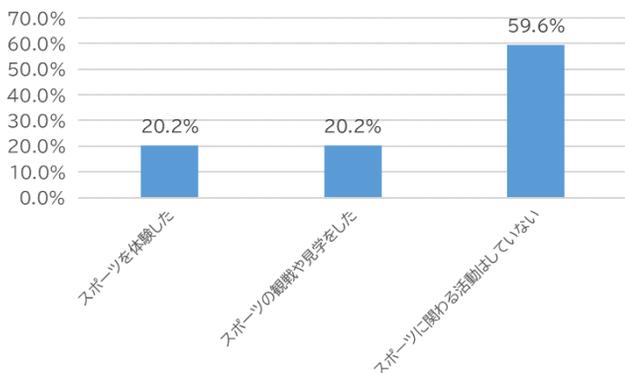
■日本への旅行1回(n=68)



■日本への旅行2～4回以上(n=171)



■日本への旅行5回以上(n=195)



来場者アンケート結果

- スポーツの「体験」についてはスキーがトップとなり、「観戦・見学」については相撲・サッカー・野球が上位3項目となった。体験、観戦・見学共に得票は多くはないが、各種武道が挙げられている。

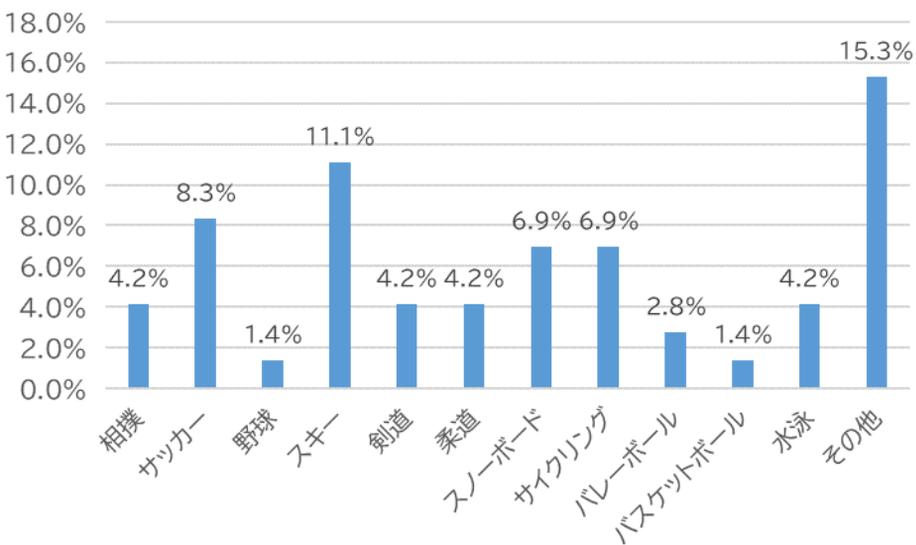
➔ 武道は他のスポーツと比べても「する」・「みる」双方で既に一定の需要が発生しており、今後の開拓ポテンシャルもあると想定される。

【Q4】(Q3で①・②を選択された方にお伺いします)

日本のどの地域で、どのようなスポーツの体験や観戦・見学をされましたか？

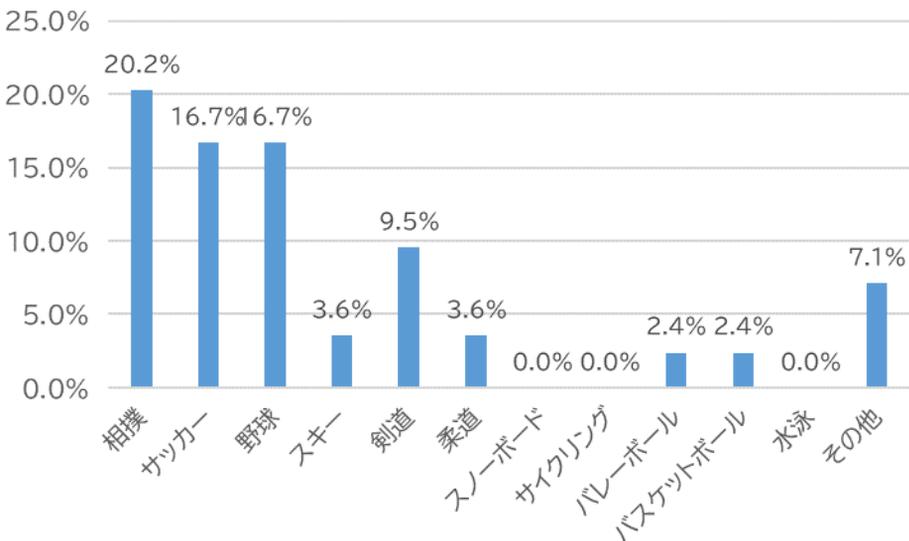
※複数ある場合は最も良かった経験について記載ください。

■日本での旅行中にスポーツの「体験」をした方(n=72)



【その他の回答】
テコンドー(2)
esports
K1
ジムでフィットネス
富士山登山
水泳
バドミントン
スキューバダイビング
合気道
フェンシング
ランニング

■日本での旅行中にスポーツの「観戦・見学」をした方(n=84)



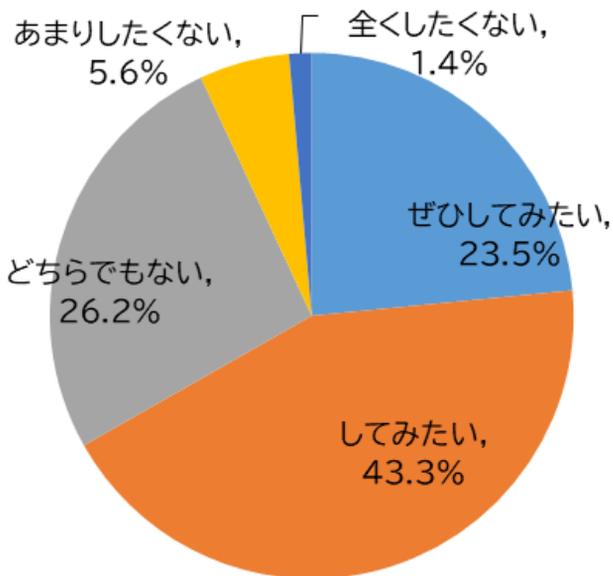
【その他の回答】
忍者
競馬
カーレース
ランニング
居合道
武道

来場者アンケート結果

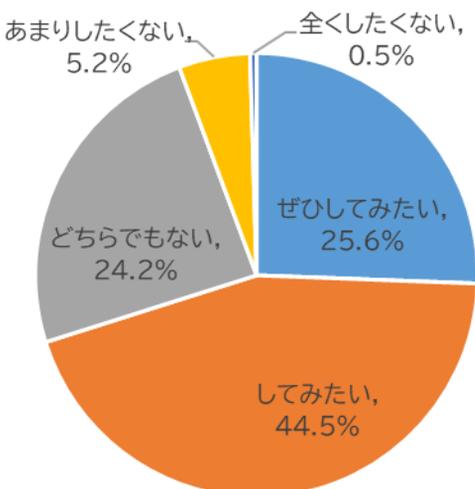
- ブース・ステージを体験しての今後の訪日旅行でのスポーツ参加意向については、全体では約67%。比較的男性の方が意向が高かった。
- ➡アンケート回答時点でステージやブース詳細をまだご覧になっていなかった方も多いため、「どちらでもない」の回答割合が増えてしまったことが伸び悩んだ要因と想定される。今後の調査において「どちらでもない」選択肢を排除すること等も要検討。

【Q5】このブースや相撲ステージをご覧になって、今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたいと思われましたか？

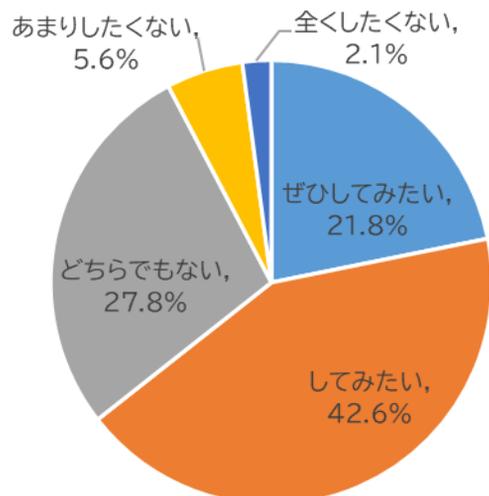
■来場者全体(n=503)



■男性全体(n=211)



■女性全体(n=284)



来場者アンケート結果

- 「日本で体験や観戦・見学をしてみたいスポーツ」としては武道がトップとなり、スノースポーツ、アウトドアスポーツがこれに続く形となった。性別による順位の変動はないが、男性は比較的アウトドアスポーツが高く、女性はスノースポーツが高くなった。

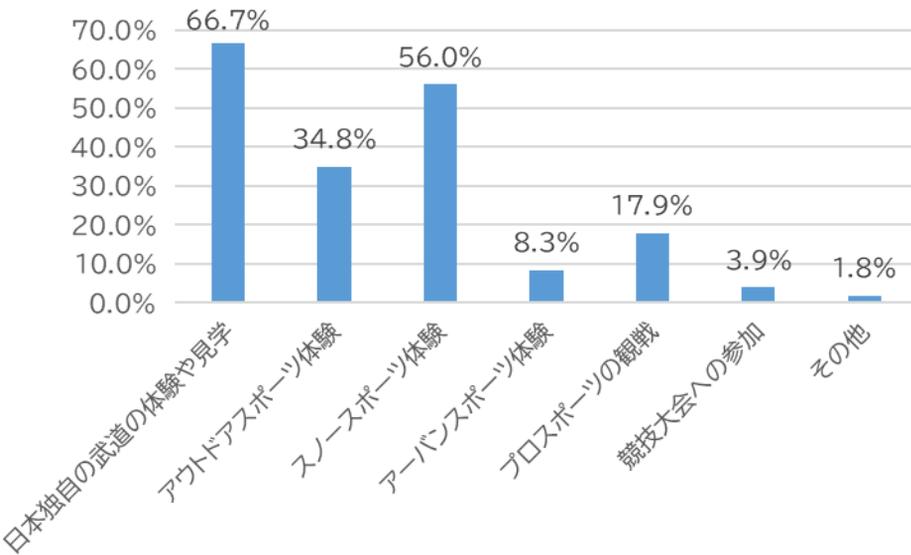
➡今回のステージ・ブースが武道ツーリズムを主としたことも影響していると想定されるが、武道ツーリズムへの関心は非常に高い結果となった。訪日旅行客数が多いタイ（2023年の訪日旅行者数は約99.6万人であり、国・地域別で第6位※）は、有望なターゲット国と言える。

※出展：日本政府観光局（JNTO） 2023年 国籍別 / 目的別 訪日外客数（確定値）
https://www.jnto.go.jp/statistics/data/_files/20240821_1530-8.pdf

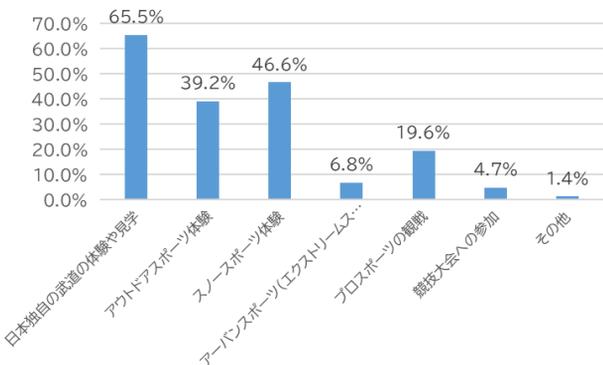
【Q6】Q5で①・②を選択された方（※今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたいと思った方）にお伺いします。

日本で体験や観戦・見学をしてみたいスポーツについて、当てはまるものを全てお選びください。

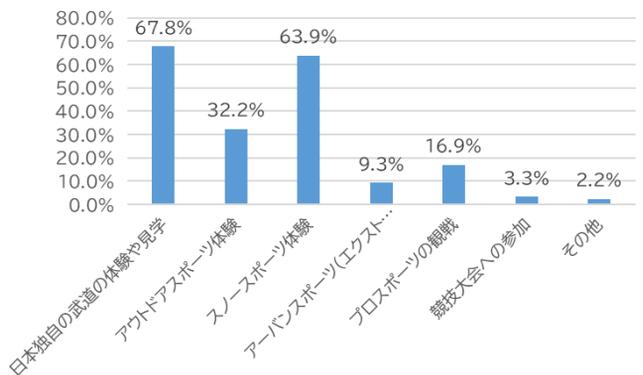
■今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたい来場者全体(n=336)



■今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたい男性全体(n=148)



■今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたい女性全体(n=183)



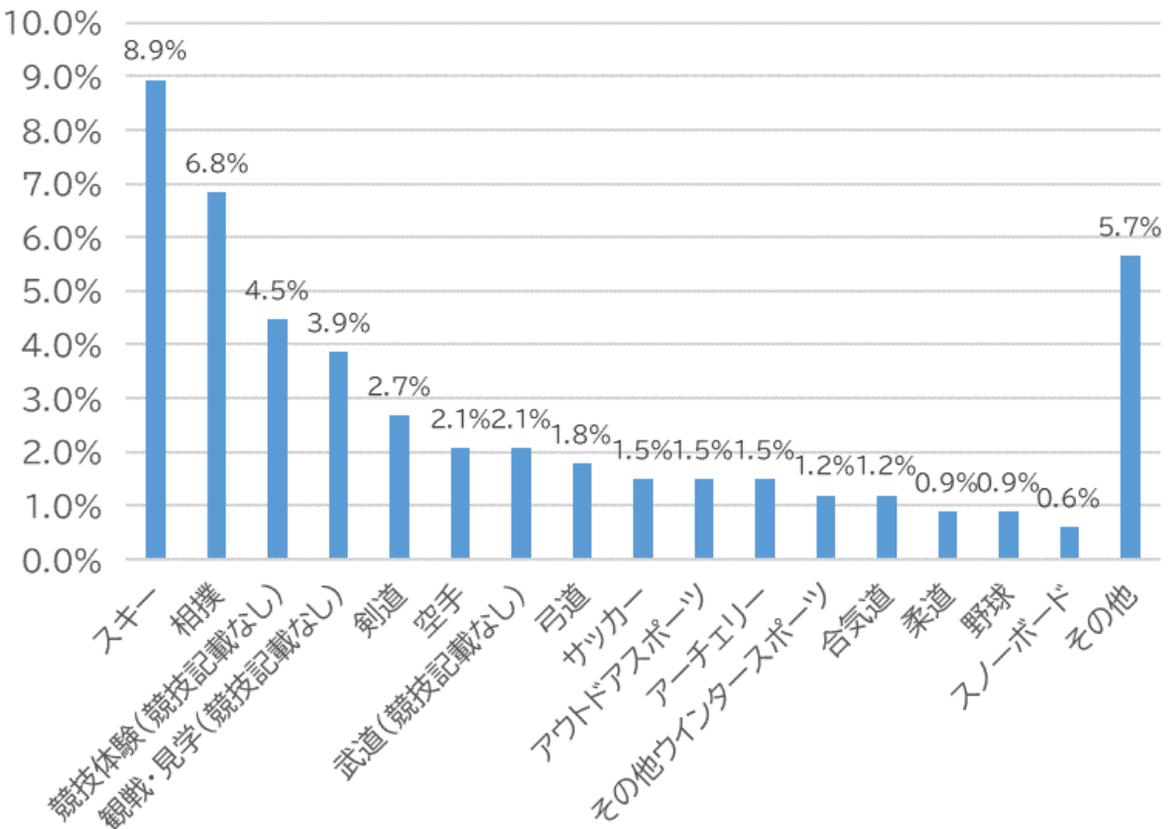
来場者アンケート結果

- 前問で選択したジャンルについて希望する具体的な内容については、回答が分散したがスキーがトップ、相撲がこれに続いた。自由記述の設問であったが、相撲を筆頭に、剣道・空手・武道（競技記載なし）・弓道・合気道・柔道など、多くの武道競技名が挙げられている。

→前問同様に、武道全般についての関心が高いため、個別の競技の詳細や楽しみ方を伝えていくことで、さらに関心を高めることができると想定。

【Q7】Q6で選ばれたスポーツ体験や観戦・見学について、「こんなことをやってみたい！」という内容を、ご自由に記載ください。

■今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたいと思った方全体(n=336)



来場者アンケート結果

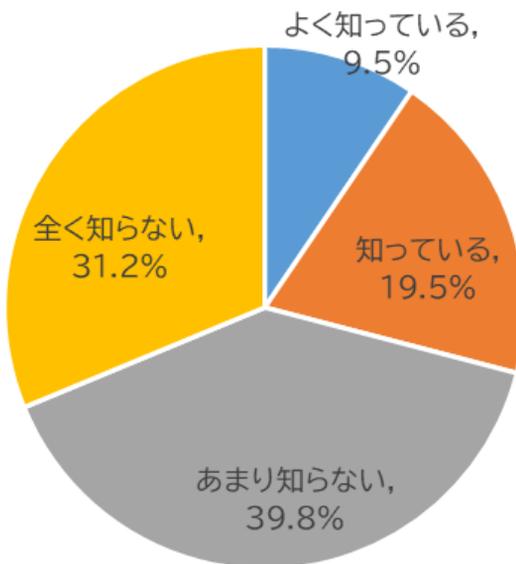
・「武道」の認知については、全体では「よく知っている」+「知っている」の合計で3割程度。比較的男性の方が認知・理解度が高かった。

➡十分な理解をしている層はまだ少ない中でも、前問のような関心を得られているため、武道自体の詳細やその文化性を伝え、理解を促進していくことで、より武道ツーリズムへの関心を高められると想定。

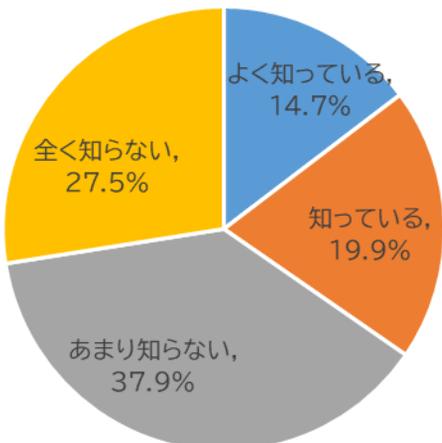
【Q8】日本の伝統的なスポーツであり文化でもある「武道」をご存じですか？

①よく知っている ②知っている ③あまり知らない ④全く知らない

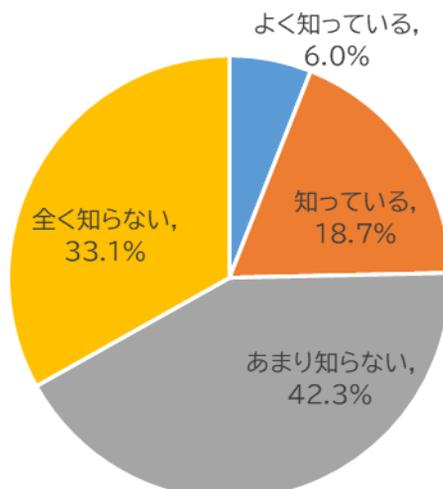
■来場者全体(n=503)



■男性全体(n=211)



■女性全体(n=284)

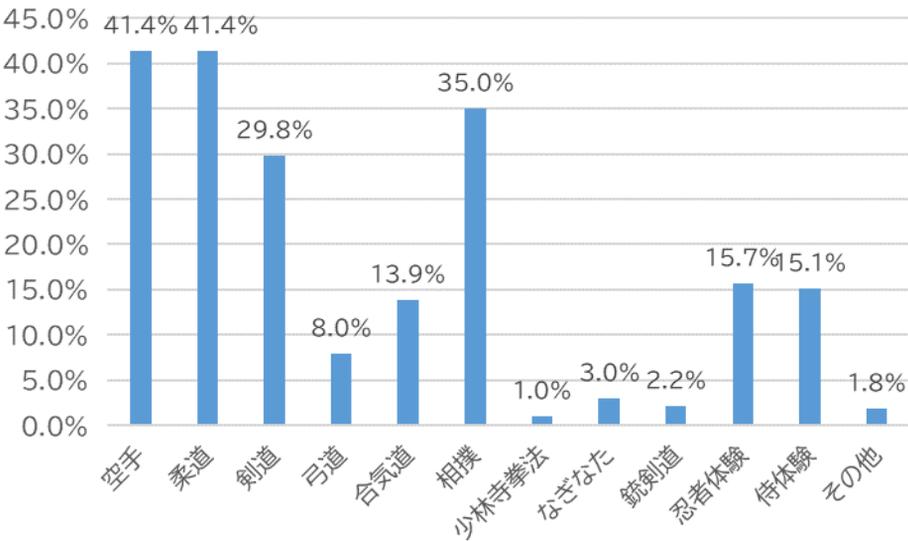


来場者アンケート結果

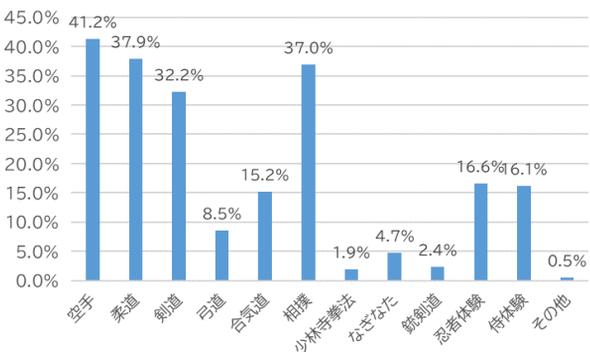
- 来場者全体では、空手・柔道・相撲・剣道への参加意向が高く、他の競技と大きく差が出る結果となった。性別で大きな傾向の違いは見られないが、男性は女性比で剣道が、女性は男性に比べ柔道が比較的高い。
 →他イベント時の調査では比較的高い「忍者」、「侍」よりも、この4つが突出して高く、タイにおいては伝統的な武道を打ち出していく方が効果的と想定。

【Q9】日本のスポーツ庁では、武道や武術の見学、観戦、実技体験、施設見学等、発祥の地である日本でしか体験できない、スポーツと文化が融合した観光を楽しめる「武道ツーリズム」を推進しています。以下の中で、あなたが日本で体験や見学をしてみたいと思われるものを、すべてお選びください

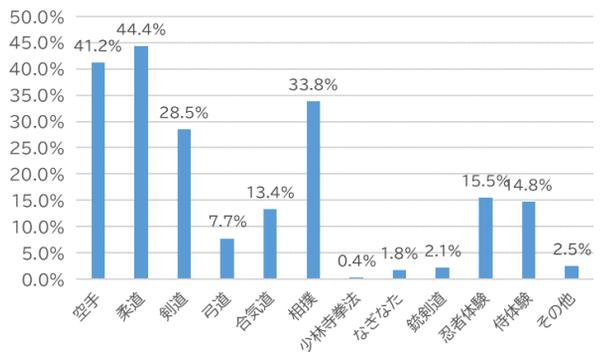
■来場者全体(n=503)



■男性全体(n=211)



■女性全体(n=284)



来場者アンケート結果

【Q10】その他、スポーツツーリズム／武道ツーリズムに対して感じたこと、またはこのブースや相撲ステージについてのご感想などをご自由に記載ください。

- 338名の回答者に記載を頂くことができ、そのほぼ全てが「楽しかった」、「驚いた」、「興味深かった」等ポジティブな回答であった。（類似コメントが多いため、以下にて代表的なコメントを抜粋記載）
- 芸術的なスポーツです
- 残すべき文化です
- とても興味深い
- 京都に行ってみたいのですが、情報がなかなか見つかりません。こういうブースがあるのは嬉しいです。
- 観戦する機会があれば楽しんできたい。人生で一度きりの経験になるでしょう。
- 日本の武道と文化と一緒に知るのは良いことです
- 興味深い情報もらった
- このイベントで旅行の選択肢がまた一つ増えて良かったです。来てくれてありがとう
- 人々がより深く知り、興味を持つことができると思います。
- 伝統的なスポーツや武道を促進することは非常に良いことです
- タイ人にとってエキゾチックだ
- とても良かったです。日本のスポーツについて学びました。
- 試してみる価値あり
- タイの人たちにとっては初めての面白い活動です
- 特に相撲のペアの写真がとても気に入っています。
- とてもユニークなスポーツで面白い
- 芸術的でエキサイティングな戦いでした
- 楽しいはずと思います
- 興味が有り、試してみたい
- 日本文化を探求するのは興味深い経験になると思う
- もっと詳しく知りたい
- 歴史や文化を知ることに関心があります
- 良い情報で非常に興味深い
- とても新しく斬新だった
- 面白い、斬新
- これは、アイデアと強みの両方の戦術の興味深い使い方です。
- とてもクール
- 私達が参加できる文化観光です
- 相撲力士に感動
- 面白い。実物を見てみたい
- 面白くて、実際の場所で体験する必要があります。
- 良かった。多くの知識を得た
- 文化的な話なので面白い
- もっと頻繁にやってほしい
- もっと詳しく知りたい
- 面白くて、旅行したい
- 実際のスタジアムに行ってみたい
- 相撲力士が好きで、可愛いです
- 本物の相撲を見るのは面白い
- すごい、やってみたいです
- 面白くて可愛いブース
- 良いですが、スポーツのチケットを予約するサービスが欲しいです
- 一緒に写真を撮れる力士がいたのがとてもよかったです。相撲で写真が撮れるのは珍しいですね。日本には何度も行っているのにアクセスが難しく、情報もレビューした人も少ないと思うからです
- 強くてアグレッシブなスポーツ
- スポーツは文化なので興味深いです。文化観光に適しているはずですよ。日本らしさを感じる

事前設定KPIの達成状況

本イベントは、ブース出展・ステージ実施を通じた日本ならではの武道ツーリズムを中心としたスポーツツーリズムの発信が目的であったことから、「リアルコミュニケーション数」・「関心喚起率」の観点で以下KPIを設定した。

KPI	KPI:リアルコミュニケーション数
	<p>○スポーツ庁ブースへの来場者数→3日間で360名以上</p> <p>○お相撲ステージ観覧者+ミニステージふれあい体験人数→3日間で360名以上</p>
	KPI:関心喚起率
	<p>○ブースでのアンケート回収数→3日間で120枚以上回収 (※前記ブース来訪者の1/3以上から回答獲得)</p> <p>○出展による関心喚起率:75%以上 (※アンケート調査:「このブースや相撲ステージをご覧になって、今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたいと思われましたか？」において、①ぜひしてみたい+②してみたいの回答率:75%以上)</p>

【実施結果及び考察・想定要因】

リアルコミュニケーション数	計測方法	結果	判定	考察
1 ・ブースへの来場者数：3日間で360名以上 + ・メイン・ミニステージ参加者数：3日間で360名以上 →この合計で720名以上	○ブース来場者・ミニステージ →カウンターによるカウント ○メインステージ →実施写真から推計カウント	2,025人	達成	ブース+ミニステージで1,545人、メインステージで480人（※共に3日間計）と、ブース・ステージ共に連日賑わった。
関心喚起率	計測方法	結果	判定	考察
2 ブースでのアンケート回収数 →3日間で120枚以上回収	Microsoft Formsでの集計 (Forms497名+紙回答6名の合算)	503枚	達成	力士・行司がアイキャッチになっての来場→アンケート誘導の連携が進み、多くの回答を獲得。ノベルティへの反応もよく、来場者はアンケートに好意的であった。
3 【Q5】「このブースや相撲ステージをご覧になって、今後の日本での旅行で、スポーツの体験や観戦をしてみたいと思われましたか？」 ①ぜひしてみたい・②してみたいの合計 →75%以上	Microsoft Formsでの集計 (Forms497名+紙回答6名の合算)	66.8%	未達	相撲ステージ観覧前、ブース来訪当初の回答者も多かったため、「どちらでもない」の回答が多くなってしまった(約27%)。

アンケート結果の総評サマリー

- 来場者のうち約86%に訪日旅行の経験、約73%に複数回の訪日経験があるなど、日本に対する一定の知識・経験を備えた層が多く来場した。
- 約36%が訪日旅行の際に何らかのスポーツ体験、観戦・見学を行った経験があり、訪日回数が多くなるにつれて経験率も上がっていることから、今後のスポーツツーリズムのターゲットとしては訪日経験者・リピーターを捉えていくことが有用と考えられる。
- 武道は「する」・「みる」の双方で既に一定の需要が発生しており、今後の開拓可能性が見込める。
- 今後の訪日旅行でのスポーツ参加意向は、全体では約67%。比較的男性の方が意向が高い。
- 「日本で体験や観戦・見学をしてみたいスポーツ」としては武道がトップとなり、スノースポーツ、アウトドアスポーツがこれに続く形となるなど、武道ツーリズムへの関心は非常に高い。訪日旅行客数も多いタイは、有望なターゲット国と言える。
- 実施したいスポーツの具体的な内容については、自由記述の設問であったにもかかわらず、相撲を筆頭に、剣道・空手・武道（競技記載なし）・弓道・合気道・柔道など、多くの武道関連回答が挙げられている。武道全般についての関心が高いため、個別の競技の詳細や楽しみ方を伝えていくことで、さらに関心を高めることができると考えられる。
- 「武道」の認知率は3割程度。比較的男性の方が認知・理解度が高い。十分な理解をしている層はまだ少ない中でも、前記のような関心を得られているため、武道自体の詳細やその文化性を伝え、理解を促進していくことで、より武道ツーリズムへの関心を高めることができると考えられる。
- 来場者全体では、空手・柔道・相撲・剣道への参加意向が高く、他の競技と大きく差が出る結果となった。他イベント時の調査では比較的選択率の高い「忍者」、「侍」よりも、この4つが突出して高く、タイにおいては伝統的な武道を打ち出していく方が効果的と考えられる。

実施成果（うまくいったこと）

- 相撲ステージについては、過去に事業者（お相撲さんドットコム）がタイでのステージ経験があったことから、タイの方々の好みを踏まえた構成としたこと及び、各日の反応を見ながらプログラム構成を改良していくことで、連日多くの立ち見が出るほどの満員かつ盛り上がりを生むことができた。
- ブースにおいても、力士・行司が滞在しコミュニケーションを図れる時間を作ることで、多くの来場者を誘引することができた。
- 加えて、ブースを訪れた方々に効率的な案内を行ったこと及び、回答者に進呈するノベルティが好評だったことから、多くのアンケート回答を集めることができた。
- 日本から持参したチラシ及びクリアファイルは、事前想定以上の数量を配布することができた。
- 日本側の出展社や主催者側スタッフ等も、相撲に関心を持ち、記念撮影に訪れたり、各出展者のキャラクターとコラボレーション撮影等も行った。これらからスポーツ庁ブースの活動の拡散や、日本側出展者への武道ツーリズムの浸透につながったと想定される。
- 主催者であるJNTOバンコク事務所からも、イベント全体を盛り上げ、来場者を楽しませたことに御礼を頂いた。

反省（要改善・検討事項）

ブースへの集客の観点

- ・非常に多くの来場者がブースを訪れ、アンケートに積極的に応じてくれた反面、まだステージやブース内容を見ていない、スポーツツーリズム・武道ツーリズムの魅力を知らない層もアンケートに回答したため、得票が伸び悩んだ項目も見られた。
 - ➡ブースに一定の滞在をされた方にのみアンケートを行うことで、より精緻な回答を得られる可能性があると思定。ただしこれらの形式の場合、回答数は減ってしまう懸念がある。
- ・力士・行司がアイキャッチとなって集客があった反面、不在時は集客が伸び悩むシーンがあった。
 - ➡例えば袴、剣道着、柔道着など、スタッフが各種武道の道着を着るだけでも、特に外国人向けにはアイキャッチ・誘引に繋がると感じる。

ブース内でのPRの観点

※以下記載の広報ツール改修については、具体的な検討を早速進めていく

- ・タイの方々には「武道」という言葉では通じず、「空手」、「合気道」、「剣道」等の具体的な競技名称を出すことで理解される方が多かった。
 - ➡ポスターの一部以外に、「武道ツーリズムとは？」を紹介するツールが無く、その1枚についてもビジュアル重視で、文字が小さかった。例えば「武道ツーリズムとは何なのか？」、「対象となる武道・武術・武芸にはどんなものがあるか？」、これらを端的に分かりやすくしたパネルを目立つ位置に設置する、なども関心喚起のうえで効果的と思われる。
（日本語版で基本版を作成し、出展する地域の言語に訳し出力するなど）
 - ➡日本の特長を示せ、多種目を含有するアウトドアスポーツやスノースポーツ等も同様の手法が効果的と考えられる。
- ・武道ツーリズムポスターのA4出力版は全配布とはなったが、元々がポスターであることからイメージ性が高い反面、文字が小さいことから、来場者の方もやや読みづらそうにしていた印象がある。
- ・本イベント来場者の特性もあるが、「●●はどこでできるのか？」「どこで申し込めばいいのか？」「価格はいくらか？」「東京では何ができるのか？」等の具体性の高い質問が多く、用意したツールだけでは案内が出来ず、その場で熱が高まっている来場者に対し機会損失となった感があった。
 - ➡どこまで具体的な事業者の情報まで発信するかは要検討であるが、Japan Sports TourismサイトへのQRコードを掲載するだけでなく、掲載事業者の情報（WEB掲載内容）を1枚ずつパワーポイントにまとめ、チラシ的に配布することでも、より具体的な情報が伝えられると思定。
 - ➡また、個別の質問に応じるために、ブースにPC（スタッフが操作）を設置し、関連ページを見せながら説明することも効果的と感じる。
- ・武道ツーリズムをメインとしたが、モニター映像ではスノースポーツ、アウトドアスポーツも流れていたため、これらに関わるおすすめ地域等の質問もあったが、それらを説明するツールが不足していた。
 - ➡メインが武道の場合も、前記のようなツールについては、スノースポーツ・アウトドアスポーツ等も揃えておくことが望ましい。
- ・フォトパストリー（富士山）の前で写真を撮りたいという需要も一定数あったため、例えばタペストリー前にフォトブースといったパネルを置いたり、フォトブース用にインスタ枠のパネルのようなものを用意したりしても良かった。
 - ➡特に海外の場合、大掛かりな作り込みをしなくても日本らしい設置物があることで、SNS拡散等に繋がる可能性も高いため、撮影・拡散を促進するツールの準備を検討