

スポーツ観光の推進について

観光庁スポーツ観光推進室長

坪田 知広

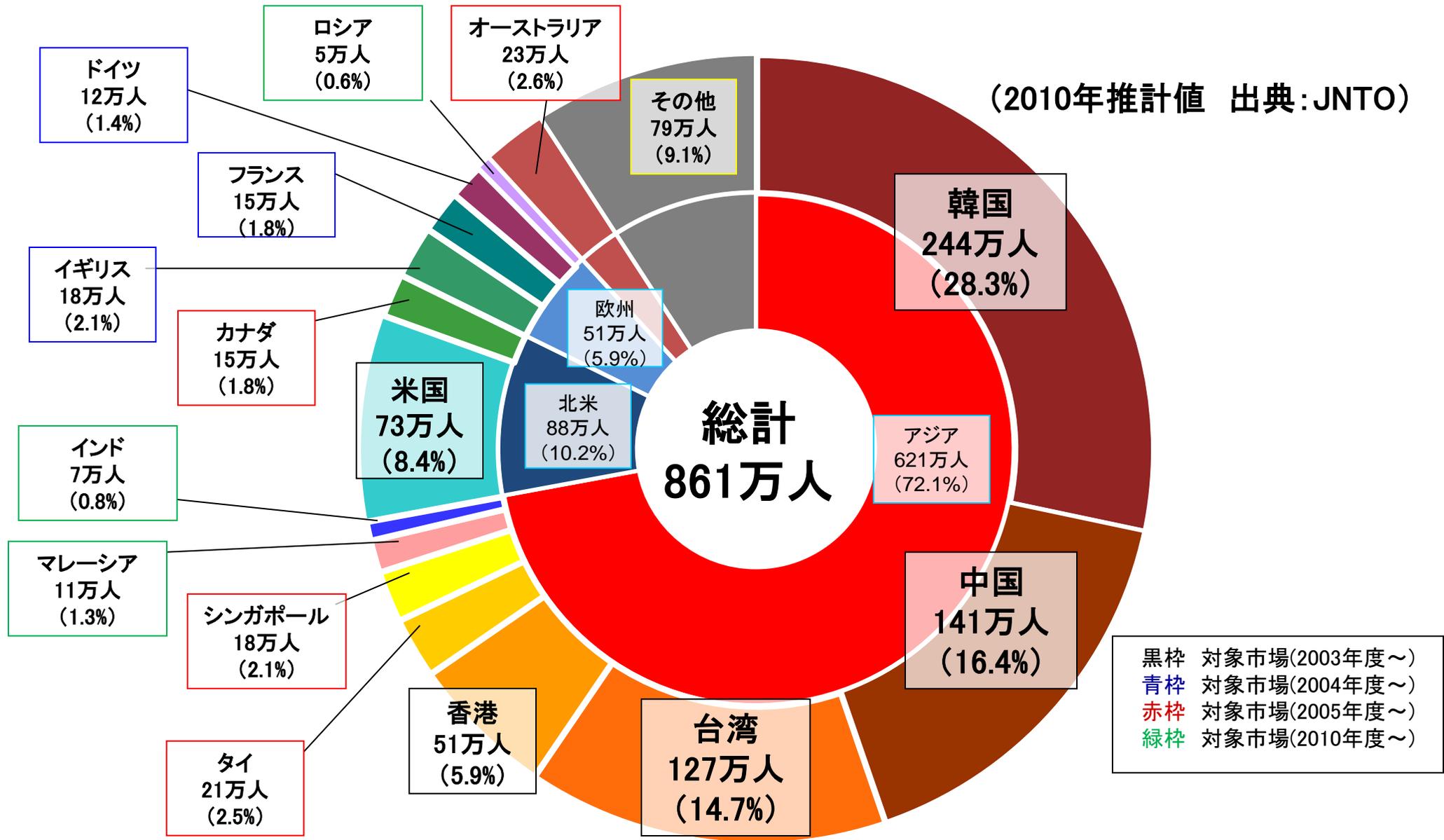
平成23年4月22日



Active Japan !!
Sports-tourism

国・地域別訪日外国人旅行者数の割合

(2010年推計値 出典:JNTO)

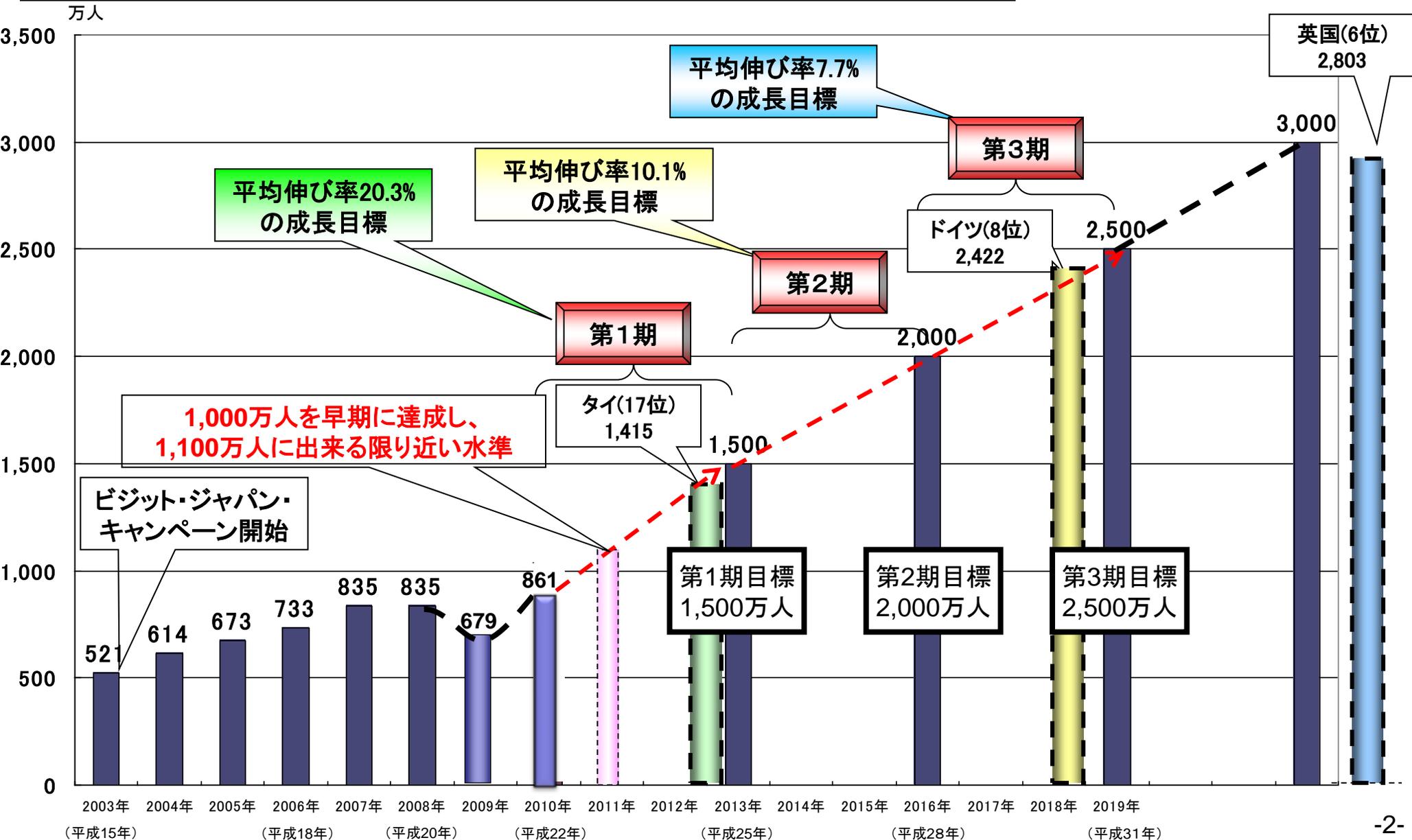


黒枠 対象市場(2003年度～)
 青枠 対象市場(2004年度～)
 赤枠 対象市場(2005年度～)
 緑枠 対象市場(2010年度～)

※ ()内は、訪日旅行者全体に対するシェア
 ※ その他には、アジア等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。 -1-

訪日外国人3,000万人へのロードマップ

世界経済や為替が安定していること、戦争や疾病の流行が発生しないこと等を前提とする。



スポーツ観光の趣旨

我が国の豊富なスポーツ資源

世界的にもハイレベルな “観るスポーツ”

ビジターの観戦者が周辺地の観光を楽しみ、また観光客が滞在プランの一つとして競技観戦も加えることで、旅そのものの充実のほか、各競技の振興、そして地域活性化を目指す。

プロ野球、Jリーグ、ラグビー、バレーボール、大相撲、柔道、競輪、競馬、ボートレース、プロゴルフ .etc

世代を超えて人気を集める “するスポーツ”

マラソン等の参加者が応援の家族と共に周辺地域の観光を楽しみ、また観光客が入浴前の一汗としてテニス等に勤しむことにより、旅そのものの充実のほか、健康の増進、スポーツ施設の有効利用、スポーツ用品・ファッションの需要喚起、そして地域活性化を目指す。

マラソン、ウォーキング、サイクリング、登山、トライアスロン、スキー、ゴルフ、草野球 .etc

地域や国が一体となって携わる “支えるスポーツ”

スポーツチームの地域経営や市民ボランティアとしての大会支援、地域や国を挙げての国際競技大会・キャンプ（スポーツ合宿）の誘致により、交流人口の拡大、地域活性化、地域・国の観光魅力の効果的発信を目指す。

プロリーグ公式戦、国体、インターハイ、市民大会、マラソン大会、合宿、運動会、各種国際大会、各種世界大会、総合スポーツクラブ .etc

観光での内需拡大が急がれる今、これら魅力あるスポーツ資源を最大限に活用し、インバウンド拡大、国内観光振興、そして地域活性化の「起爆剤」に！！

- ①観光客 → 周辺地でのスポーツ観戦やスポーツイベントへの参加
 - ②スポーツ観戦客・参加者 → 周辺地観光
- という「観光」「スポーツ」の相互乗入れの促進 → 地域間、国家間の交流人口の拡大

観光庁は、関係府省・関係団体と密接に連携協力し、スポーツ観光を総合的に振興。

様々な潜在需要の喚起&関連産業への多大な波及効果 → 地域と我が国経済の活性化

国家戦略としてのスポーツ観光

<平成22年5月17日：国土交通省成長戦略会議>

観光地の魅力度向上戦略「早期の実現を目指すもの」より抜粋

関係省庁の連携等を通じ、文化・スポーツなどをきっかけとした新たな訪日需要の開拓を行う。また、医療観光、美容観光、スポーツ観光などを連携させ、健康産業を観光の大きな柱とする。観光立国推進本部における検討結果を踏まえながら、健康産業と連携した観光メニューについて検討を進め、具体化を図る。

<平成22年6月18日閣議決定：新成長戦略>

観光立国・地域活性化戦略～観光立国の推進～より抜粋

文化、芸術、スポーツ、環境、医療等をきっかけとした新たな需要開拓など、日本における新たな観光資源のポテンシャルについての検討

<平成22年8月21～23日：日中韓観光大臣会合>

共同声明「東アジアにおける観光協力の深化」より抜粋

医療、スポーツ、文化（映画・テレビ、アニメ、ファッション、飲食を含む）などの観光資源の開発と利用についての協力を促進

<平成22年9月22～23日：APEC観光大臣会合>

奈良宣言「アジア太平洋地域における新たな成長戦略としての観光」より抜粋

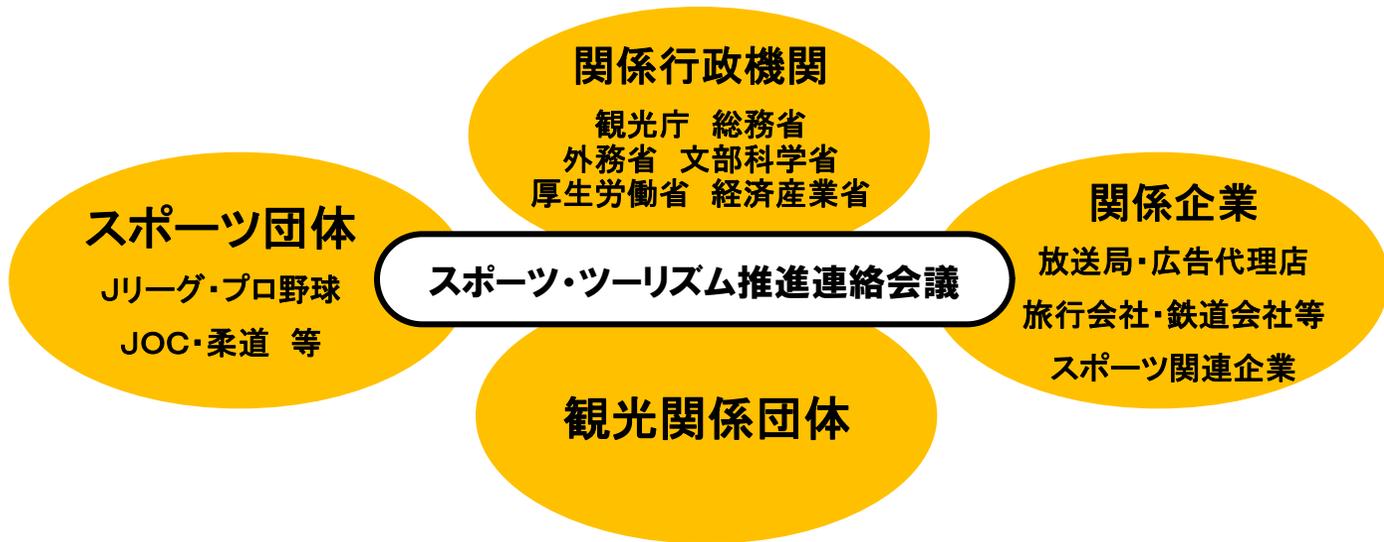
医療観光・文化観光・スポーツ観光・MICE・エコツーリズムなど、他分野との融合等による新たな切り口の観光への取組について情報交換を行い、各エコノミーにおける各種形態の観光の優良事例の共有を図り、アジア太平洋地域内の新たな観光需要の掘り起こしを図る

スポーツ・ツーリズム推進連絡会議とは

■設立趣旨■

観光立国の実現に向けては、我が国の豊富なスポーツ資源を最大限に生かし、「観るスポーツ」「するスポーツ」はもちろん、国際スポーツイベントの誘致・開催などの「支えるスポーツ」も含めた、総合的なスポーツ観光の推進により、インバウンド拡大および国内観光振興を図ることが必要。

→関係省庁・関係団体が連携してスポーツ観光に関する総合的な推進方策について調査検討を行う場として設置。各地域においても同様の組織が立ち上がることを期待。



■推進体制■

【本会議】

- 全体の目標設定、検討の総合調整
- 国・自治体でのスポーツ・ツーリズム推進 組織のあり方の調査検討
- その他WTに属しない課題の調査検討
- スポーツツーリズム推進基本方針の策定

- 第1回：5月18日
- 第2回：6月25日
- 第3回：7月28日
- 第4回：11月1日

①スポーツツアー造成WT

マーケティングを重視した、主に海外からのスポーツ観戦ツアー・参加ツアー造成の促進。

②チケット改善WT

外国人旅行者が容易にスポーツ試合の情報・チケットの入手やスポーツ施設の利用ができる環境の整備。

③国際化・国際交流推進WT

マーケティングを重視した、国際スポーツ大会・合宿・関係会合の戦略的誘致、国内スポーツの国際化と国際スポーツ交流の推進。

④施設魅力化・まちづくりWT

マーケティングを重視した、スポーツ施設の観光資源としての魅力化、スポーツを核として観光客誘致を図るまちづくりの推進。

世界柔道選手権2010

- 2010年9月6日(月)～14日(火)
- 国立代々木競技場第一体育館、他



国際スポーツ大会における、選手も含めた大会関係者と、観戦者の観光消費の実情を探り大会開催の効果を確認する。

【調査サンプル、手法】

- 観戦者459人にアンケートを実施
- 大会関係者189人にアンケートを実施

観戦者

全体の**72%**が観戦目的の来日
80.2%が東京のみの滞在予定

大会観戦を目的に多くの来日客があるが、広域の移動は少ない

大会関係者

国内旅行実施比率は**56.1%**
82%が都内で買物に出かけた

関係者の多くが、国内旅行や買物など、旅行消費を行っている

プロ野球観戦十日帰り観光

- 2010年9月25日(日)
- 北海道札幌(札幌ドーム、大倉山、スポーツ店、他)



多くのスポーツ観光資源のある札幌で、日本ハムファイターズの試合観戦とスポーツ観光施設を巡る日帰りツアーを催行し検証。

【調査サンプル、手法】

- 外国人ツアー参加者(中国/台湾/韓国/オーストラリア/ロシア)

ツアー内容

札幌ドームの満足度は**80%**
73%が案内などの言語対応を問題視

ツアーコンテンツは好評だが、言語などインフラの問題が指摘された

参加者意見

プロ野球のライブ感到**感動**(ロシア/男性)
 もっと**体験できる**スポーツがあれば良い(オーストラリア/男性)

スポーツがテーマのアクティブな観光資源への期待が大きい

F1観戦+三重宿泊観光

- 2010年10月10日(日)～11日(祝)
- 鈴鹿サーキット、伊勢神宮、相差(海女小屋)、など



F1観戦に近郊の観光資源を付加する事での海外への魅力訴求と、商品化の可能性をファムトリップの中で検証。

【調査サンプル、手法】

- 在京旅行会社(中国、韓国、台湾)
- F1記者(チェコ、フィンランド、中国)

旅行会社意見

課題となるのは、**券購入と言語**(韓国)
富裕層に向けた商品展開が可能(中国)

チケットや言語の問題はあるが、商品化の可能性は検討できる。

F1記者意見

伊勢神宮や海女小屋は**魅力的**(チェコ/男性)
京都などの商品があると良い(フィンランド/男性)

F1に加えて近隣観光の取材は成果ありという回答

ゴルフ首都圏商品化

- 2010年12月7日(火)
- 成田ゴルフ場・ゼビオドーム 他



今後、期待される中国マーケットに対し、ゴルフプレイ&レッスン+スポーツギアショッピングのモニターツアーを実施し、ツアー造成の可能性を探る。

【調査サンプル、手法】

- 海外旅行会社、メディア8名ヒアリング
- 受け入れゴルフ場、スポーツショップ施設へのヒアリング

参加者

ゴルフクリニックは**中級者に可能性あり**

富裕層に絞った戦略が有効

中国のゴルフツアーの商品化には具体的な可能性あり

受入れ関係者

課題となるのは、**マナー・ルールの浸透**(ゴルフ場)

受け入れ体制は整って来ている(ゴルフ場)

今後中国からのゴルフでの来日は増加する可能性が高い

フリーペーパーによる情報発信

- 2010年11月~2011年2月
- 首都圏空港、ホテル、観光案内所、他



首都圏で期間中に開催されるスポーツコンテンツの着地型情報発信を行う事による需要と、国内スポーツの受け入れ体制構築を調査する。

【調査サンプル、手法】

- フリーペーパーにアンケートフォームを添付
- 国内での特典、受け入れ準備とヒアリング

利用者

既に、JRA、プロ野球などで利用者が出てきているが、集計は2月を予定

スポーツ団体

ほとんどの主催社が**協力可能**であった

設置箇所と割引やアンケート回収体制構築が課題

スポーツ競技によって温度感がさまざまであり、実際の誘客の期待は薄い

プロスポーツ観戦ツアー

- 2010年11月13日(土) プロ野球日韓戦
- 2010年11月27日(土) 競馬、Jリーグ、競艇など
- 東京ドーム、味の素スタジアム、東京競馬場など



日本特有のスポーツコンテンツである、プロスポーツ観戦や公営競技、スタジアムツアーなどの魅力度と商品化の可能性を検証する。

【調査サンプル、手法】

- 海外旅行会社、メディア●●名ヒアリング
- 受け入れ団体、施設へのヒアリング

参加者

VIP向けの受け入れ施設は**商品化の可能性が高い**

言語より、楽しみ方の**ルールを知ることが近道**

それぞれ、日本の新しい観光コンテンツとしての評価はあったが認知不足が課題

受入れ関係者

販売体制の構築が課題(野球・サッカー)

スケジュールの発信方法を考察(球場)

言語問題で大きいのはチケット購入までの導線。楽しみ方の発信が重要

【参考資料】スポーツツーリズム実証実験 公営競技(競馬)観戦

■ 2010年11月27日(土) <訪問施設> 東京競馬場

1) 調査目的

日本に拠点をおく海外エージェント造成担当者を対象に、ファムトリップを開催し、実際に「観て」「体験」してもらうことによって、旅行商品・メディア記事としての可能性と課題を把握し、「見るスポーツ」としてのスポーツツーリズムの可能性を検証する。



2) 調査内容

<調査手法>

- ・参加申し込み段階及びファムトリップ内でのアンケート
- ・ファムトリップ内での調査員によるヒアリング

<調査対象者>

- ・海外インバウンド担当旅行会社
- ・観光専門学校海外担当留学生
- ・海外通信社・メディア関係者

<調査項目>

- ・公営競技に対する満足度
- ・ツアーコンテンツとしての公営競技の有効性について
- ・ツアーータルでの満足度
- ・ツアー造成場の改善ポイント

<東京競馬場内行程>

- ・JRAスタッフの方の帯同・レクチャーにて実施
- ・往路バス内でJRAプロモーションVTR上映
- ・到着後 競馬博物館見学
- ・サラブレッド乗馬体験
- 館内施設／馬場内見学
- 【HOW to BET】体験
- ・ダービーズルーム見学
- ・JRAの方との質疑応答。



3) 調査結果と今後

【旅行商品】

視察前よりも視察後の商品可能性評価が高い。団体向けを中心に観光とセットのオプション企画の造成に向けての可能性が示される。

【メディア記事】

新華社通信発信で中国向けの3つのweb媒体での取り上げが実施された。

評価

- ・多言語ツール【HOW to BET】
- ・ダービーズルーム、博物館、乗馬などのアミューズメント施設

課題

体験可能メニュー情報の発信方法。手配方法に関しての受け入れ体制整備。賭け方など言語問題への対応。【HOW to BET】やガイドブックの必要性。

ツアーの造成に向けて継続して取り組みが必要

新規トライアスロン大会開催の調査

- 2010年11月3日(水)
- 香川県高松市(サンポート高松トライアスロン2010)



今年、初めて開催するトライアスロン競技大会の開催に際して、開催に向けての地域連携の実態や規制緩和の課題などを調査、ヒアリング。

【調査サンプル、手法】

- トライアスロン大会参加者、観客合計約100名アンケート調査
- 大会事務局への事前調査、開催後のヒアリング

参加者・観客

観客の**48%**が市外からの来訪であった

周辺環境の評価が高かった

大会を行うロケーションや
ホスピタリティの重要性を実感



来場した観客52名に対する調査

受入れ関係者

大会実施に向けては道路使用や住民との合意形成が、**必要不可欠**

参加者エコツアーや前夜祭などの**大会+αのイベント**が好評だった

克服すべき課題が多く、現状で新規協議会の開催には困難が伴うものの、大会+αの要素も含めた地域振興が可能

市民参加ファンライドイベント調査

- 2010年11月28日(日)
- 福岡県福岡市(ツールドフクオカ2010)



市民参加のファンライドイベントの立ち上げと、約100名の韓国人旅行者に対するサイクリング観光の調査や、市民スポーツ大会の効果などを調査。

【調査サンプル、手法】

- 大会参加市民や、韓国からの参加者約100名にアンケートを実施
- 大会事務局への事前調査、開催後のヒアリング

参加者・観客

大会への選手・観客の**評価は非常に高く**、来年度以降の開催を熱望
観客や選手も広島や東京など**広域から宿泊で訪れていた**

地域資源と連動したサイクリングイベントは、自転車での観光という新機軸のスポーツツーリズムの可能性を感じる

受入れ関係者

福岡青年会議所の**積極的な活動**が大会成功の原動力

地域商店やメディアの協力体制の構築など、**地域リレーション**を重視

参加した市民全体が盛り上がり成功であったが、道路許可の問題で開催地を変更するなど、規制緩和への期待は大きい

スポーツツーリズム推進による効果と現状

近年になって、滞在型、旅行型のスポーツコンテンツの参加者の伸びが顕著であり、国内だけでなく、訪日外国人も含めたスポーツツーリズムの下地ができつつあり、スポーツツーリズムを推進する環境が整ってきている。

登山、トレッキングブーム

若年層にも、登山、トレッキングブームが定着してきており、富士山の登山者数も過去最高であった。



山ガールの登場でファッションにも飛び火

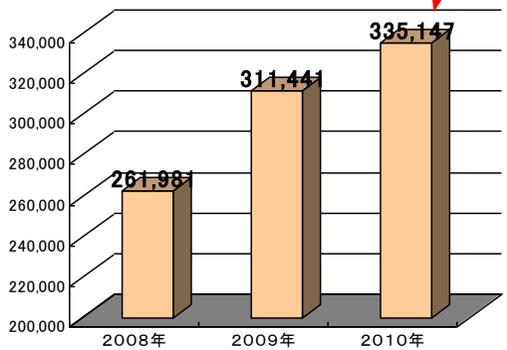


根強いマラソン人気

マラソン人気も留まることを知らず、現在でも多くのマラソン大会が定員を超える状況にある。地方のマラソン大会にも注目が集まり、スポーツツーリズムが自発的に起きている。

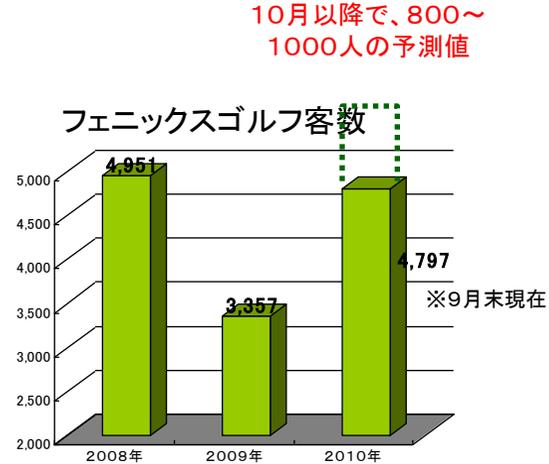


東京マラソンエントリー数



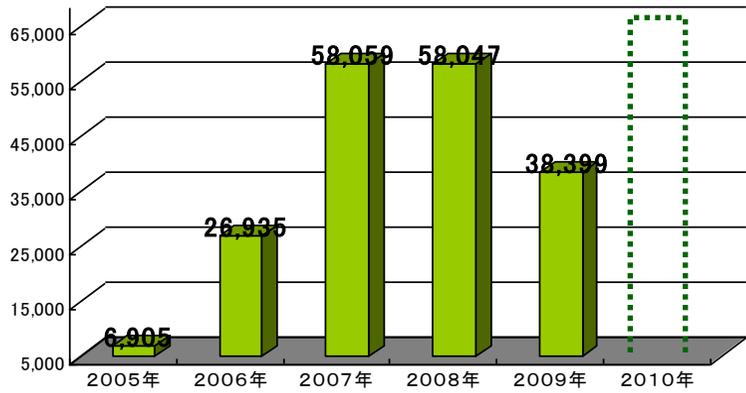
訪日外国人ゴルフ客の増加

2009年度は、経済危機、インフルエンザなどの影響で沈静化したものの、受け入れ体制の整備などもあり、今年韓国を中心に、昨年を大幅に上回るゴルフ旅行者が国内に訪れている。

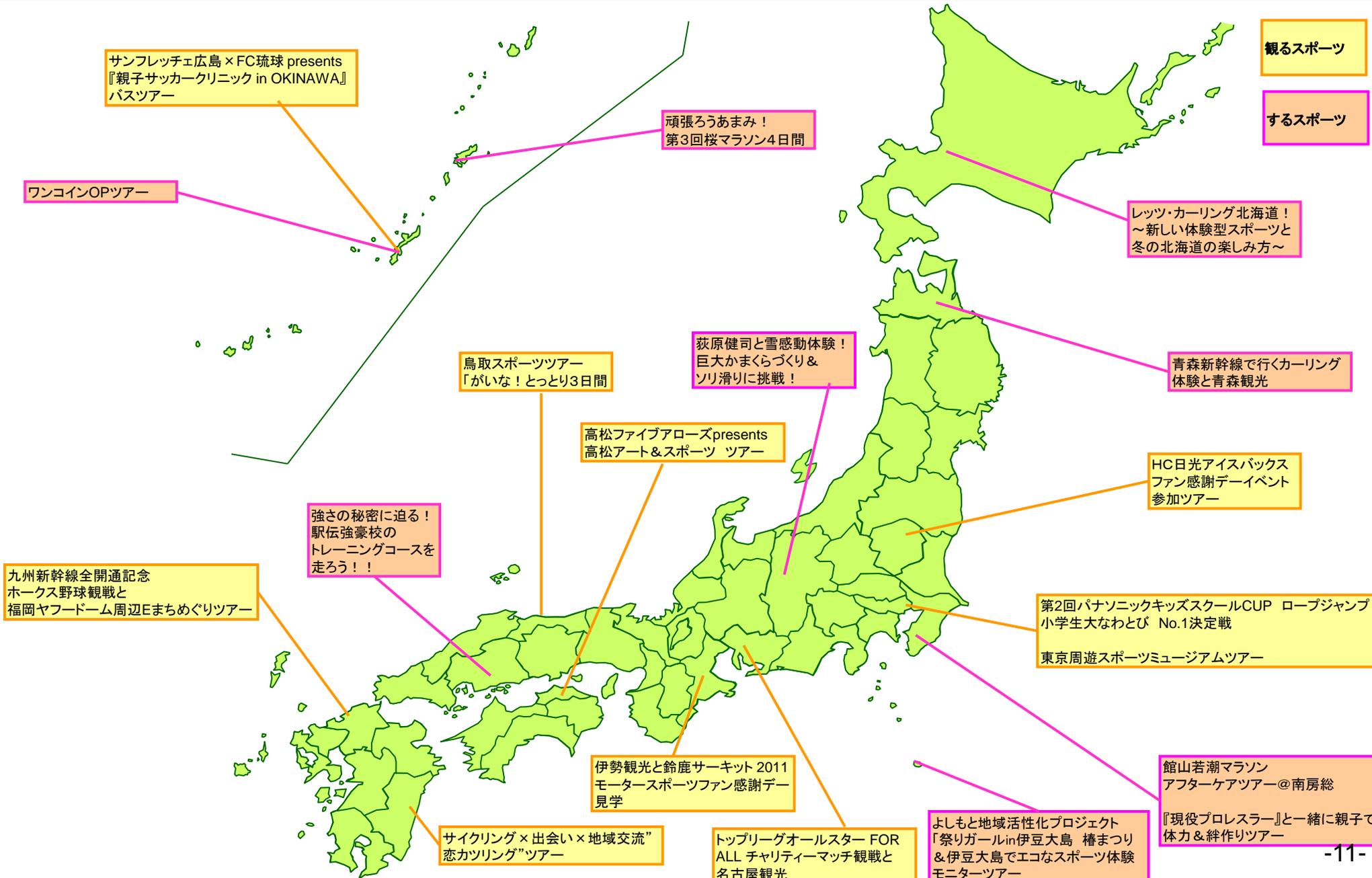


福島県外国人ゴルフ客数

昨年度を大幅に上回ることが予測される



平成22年度補正予算：国内スポーツ観光活性化調査事業



都道府県におけるスポーツ観光関連予算の例

※要求中・検討中のものを含む

22年度予算
23年度予算

沖縄県
①空手道会館(仮称)整備調査事業
事業費：約10百万円
②Jリーグ規格スタジアム等整備基礎調査事業
事業費：約10百万円
③スポーツ・ツーリズム推進基盤強化事業(※検討段階)
事業費：約100百万円

秋田県
○合宿調査売り込み事業
事業費：4百万円

新潟県
①スキー情報発信事業
事業費：6.5百万円
②スキー次世代マーケット拡大事業
事業費：4.2百万円

山形県
○J1元気プロジェクト推進事業
事業費：0.4百万円

長野県
○スノーリゾート信州構築事業
事業費：50百万円

富山県
①プロスポーツ連携観光キャンペーン事業
事業費：2.5百万円
②プロスポーツチーム地域活性化事業
事業費：4.5百万円
③合宿誘致事業
事業費：10.4百万円

岐阜県
①ぎふ清流国体・ぎふ清流大会開催準備事業
事業費：1215百万円
②高橋尚子杯ぎふ清流マラソンの開催
事業費：8百万円
③ぎふスポーツフェアの開催
事業費：10百万円
④J2リーグ「FC岐阜」を活用した県産品PR
事業費：3百万円

鳥取県
○「スポーツ・ツーリズム」先進モデル事業
事業費：18.2百万円

大阪府
○大阪マラソン2011
事業費：100百万円

千葉県
○サイクルツーリズム調査事業
事業費：8.5百万円

広島県
①ワールドスノーボードフェスティバル事業
事業費：44百万円
②広域集客観光メニュー強化事業(サイクリング)
事業費：13.8百万円

兵庫県
①アジア陸上開催にかかる海外向けPR事業
事業費：1.5百万円
②アジア陸上開催にかかる物産展開催事業
事業費：0.5百万円

愛知県
○第67回国民体育大会冬季大会スケート競技会(ショートトラック・フィギュア)・アイスホッケー競技会
事業費：166.5百万円

高知県
○自転車観光実証調査事業
事業費：2.1百万円

長崎県
①スポーツ・地域にぎわいづくり推進事業
事業費：11.4百万円
②コンベンション誘致推進事業
事業費：2.8百万円

奈良県
○オフシーズンのスポーツを活用した宿泊推進事業
事業費：2.5百万円

静岡県
○アウトドアスポーツとツーリズム振興のためのプラットフォームづくり

宮崎県
①スポーツランドみやざき施設等整備促進事業
事業費：10百万円
②スポーツランドみやざき総合推進事業
事業費：35.9百万円
③波旅プロジェクト推進事業
事業費：2百万円

和歌山県
○スポーツ合宿誘致補助事業
事業費：2百万円

三重県
○F1等のモータースポーツと日本文化を活用した欧州SIT誘客事業
事業費：4百万円

徳島県
○エンジョイ☆プロスポーツ事業
事業費：1.9百万円

香川県
○地域密着型スポーツチームへの助成事業
事業費：25.7百万円

2011年 主要取組 モータースポーツを核とした地域活性化策

今後の方向性

観光庁では、モータースポーツを「感動を生み、人々の交流を呼び起こし、異なる国や地域の間での相互理解を促進する重要な観光アイテム」と高く評価し、我が国で開催されるレースを最大限活用して「スポーツ観光」を強力に推進していきます。

このため、モータースポーツが日本の大きな観光資源の一つであることを内外にPRすると共に、レースを通じて日本の観光魅力を訴求してまいります。

今後も様々な業界・パートナーとも連携し、モータースポーツの発展・国内外の交流人口の増加に向けた働きかけを行ってまいります。

『MSを核とした地域連携増強』を支援

当面の取組み

☆観光庁は、今年も「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会」に参加し、F1を核とする地域と連携したインバウンド戦略を一層推進。

★モータースポーツ観光連絡会議の立ち上げ

できるだけ早期に立ち上げ
鈴鹿サーキットにてキックオフ会議を開催

- ・観光庁が旗振り役となって、関係者を一同に介して連携を強化。
- ・全国で開催されるモータースポーツの開催地域のブランド・名産づくりに検討・協力。
- ・四季それぞれの「モータースポーツ+国内観光」を情報発信し、旅行商品づくりを促進。

行政機関

観光庁、関係運輸局
関係自治体 等

MS関係団体

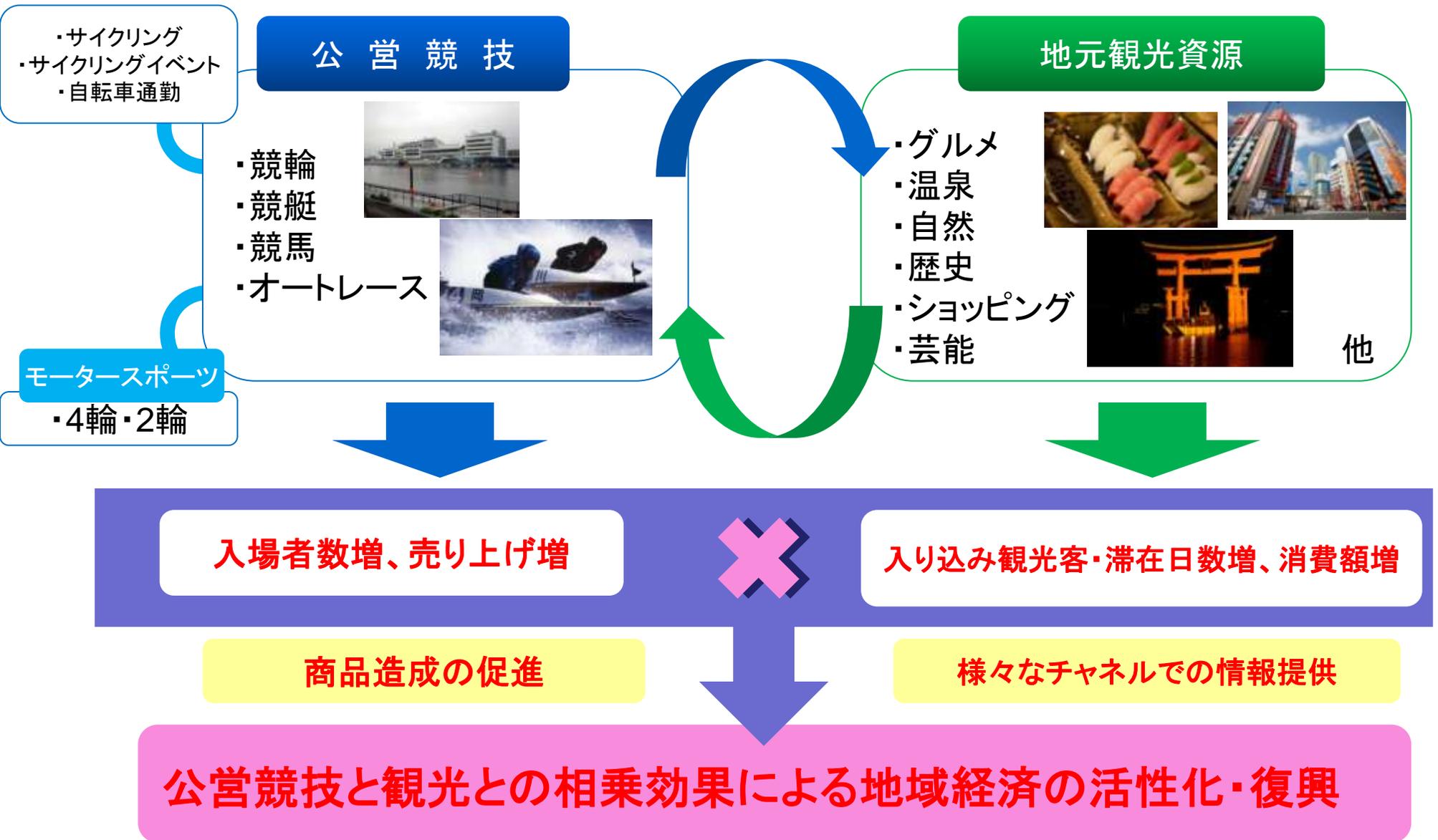
全国のサーキット
自動車団体 等

観光関係団体

旅行会社
交通機関 等



公営競技と地元観光資源のコラボレーション



宿泊先等におけるスポーツ観光情報提供

ホテル・旅館や観光案内所において、公営競技の開催情報も提供。例えば、ホテルではチェックインの際の手渡しや部屋置き of 宿泊案内集の中に挟み込みで。



提供するスポーツ観光情報等(例)

○観るスポーツ

公営競技、野球・サッカー等のプロスポーツや様々なスポーツ大会・試合のスケジュールを情報することにより、観光×観戦の相乗効果を目指す。



○するスポーツ

施設周辺のランニング・ウォーキングマップや、バッティングセンター、ゴルフ練習施設、テニスコート等を情報提供することにより、宿泊者の滞在時間の増加や周遊促進をおこなう。



○スポーツグッズのレンタル

ランニングシューズやウェア、テニスラケット、ゴルフクラブ等を宿泊施設でレンタルすることにより、宿泊者が周辺で身体を動かすきっかけづくりをおこなう。

