

# スポーツツーリズムはどのように地域に付加価値を与えるか？

原田宗彦

早稲田大学教授

日本スポーツツーリズム推進機構会長

# OLYMPIC MARKETING

## オリンピック マーケティング

世界No.1イベントのブランド戦略

プラン・ファン／サポーター／シャトル／ベネフィット  
原田宗彦 著



スポーツビジネス叢書

## スポーツマーケティング Sport Marketing

改訂版

原田宗彦・藤本淳也・松岡宏高 [編著]  
Harada Masahiko, Fujimoto Junya, Matsubara Hirohiko

## オリンピックマネジメント

世界最大のスポーツイベントを読み解く

ジャンルー・ジャブレ & 原田宗彦 著  
Jean-Loup Chapelle & Masahiko Harada



ボイコット ユースオリンピック アジェンダ2020  
TOP 招致 CAS オリンピック体制 NF 記大化  
スポーツ経済効果 IOC SNS  
人類が生んだ 世界最高のイベントを AI  
解き明かす WADA レガシー  
大塚書店



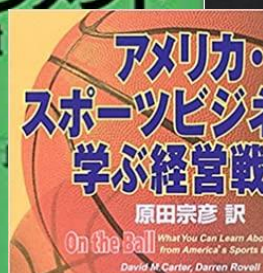
スポーツビジネス叢書

## スポーツマネジメント Sport Management

改訂版

原田宗彦・小笠原悦司  
Harada Masahiko / Ogasawara Etsuko

大塚書店



原田宗彦 訳  
David M. Carter, Darren Rovell

大塚書店

# スポーツ 地域マネジメント

持続可能なまちづくりに向けた  
課題と戦略

原田宗彦 著

HARADA Masahiko



“稼ぐ”地域づくりのキーワードは  
スポーツ×文化×観光  
地域資源の効果的な活用スキームを徹底紹介

学芸出版社

オリンピックが  
終わったあとも  
持続させる  
地域づくりとは  
スポーツ×文化×観光  
地方創生に  
結びつける方策  
学芸出版社



# スポーツツーリズムとは？

スポーツ×観光＝

スポーツで人を動かす仕組みづくり



# アクティビティの造成





あたらしい旅をしよう。



**JSTA** JAPAN  
SPORT  
TOURISM  
ALLIANCE

2008 : 観光庁の設立

2010 : スポーツツーリズムの提唱

2011 : スポーツツーリズム推進連絡会議

2012 : スポーツツーリズム推進基本方針の策定と **(一社) 日本スポーツツーリズム推進機構 (JSTA) の設立**

2015 : スポーツ庁の設立

旅行代理店、SNS



スポーツツーリスト

居住地  
興味・関  
消費行動

鉄道、航空、バス



スポーツ  
アトラクション

人を引きつける  
観光資



サービス

ホテル・  
飲食  
ギフト商品



迎サービス



# 価値づくりとは？



ツリーハウス+カフェ+パスウェイ（小径）+食（ガストロノミー）などのストーリーづくり

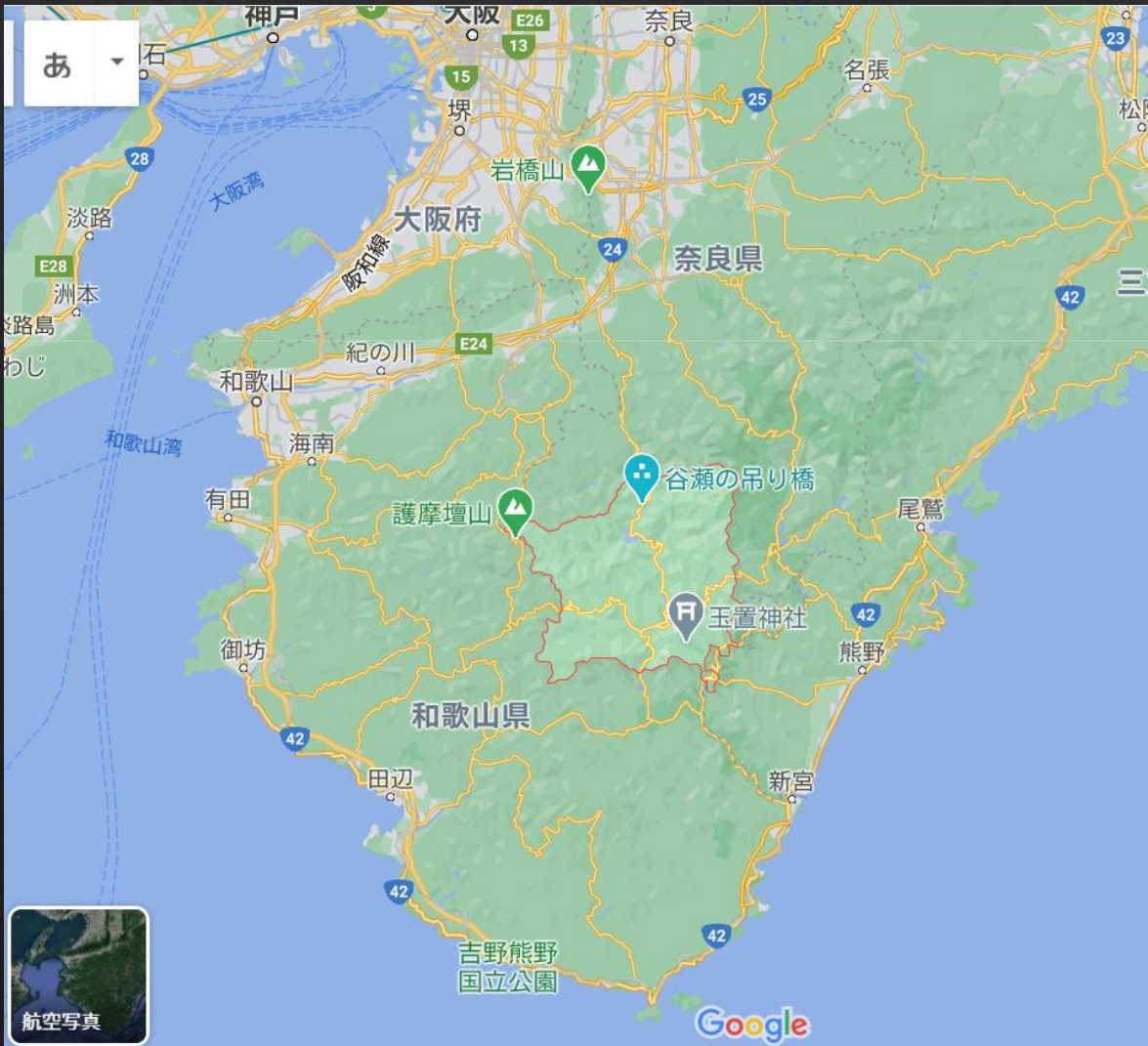


エアートント、球体テント  
フォレストアドベンチャー  
などそこに来る理由づくり





# 奈良県十津川村





# 空 中 の 村

# 奈良県十津川村

アート × アスレチック × 憩いの場





# スポーツ×文化×観光の可能性

## ●スポーツ施設は有限

スタジアム、アリーナ、プール等、競技には施設が必要

## ●スポーツ環境・資源は無限

海、山、川、道路、雪、森、など、あらゆる場所・地域が活用可能

## ●有形の文化資産は有限

寺社仏閣など、緩やかな磁力が観光客を引き付ける

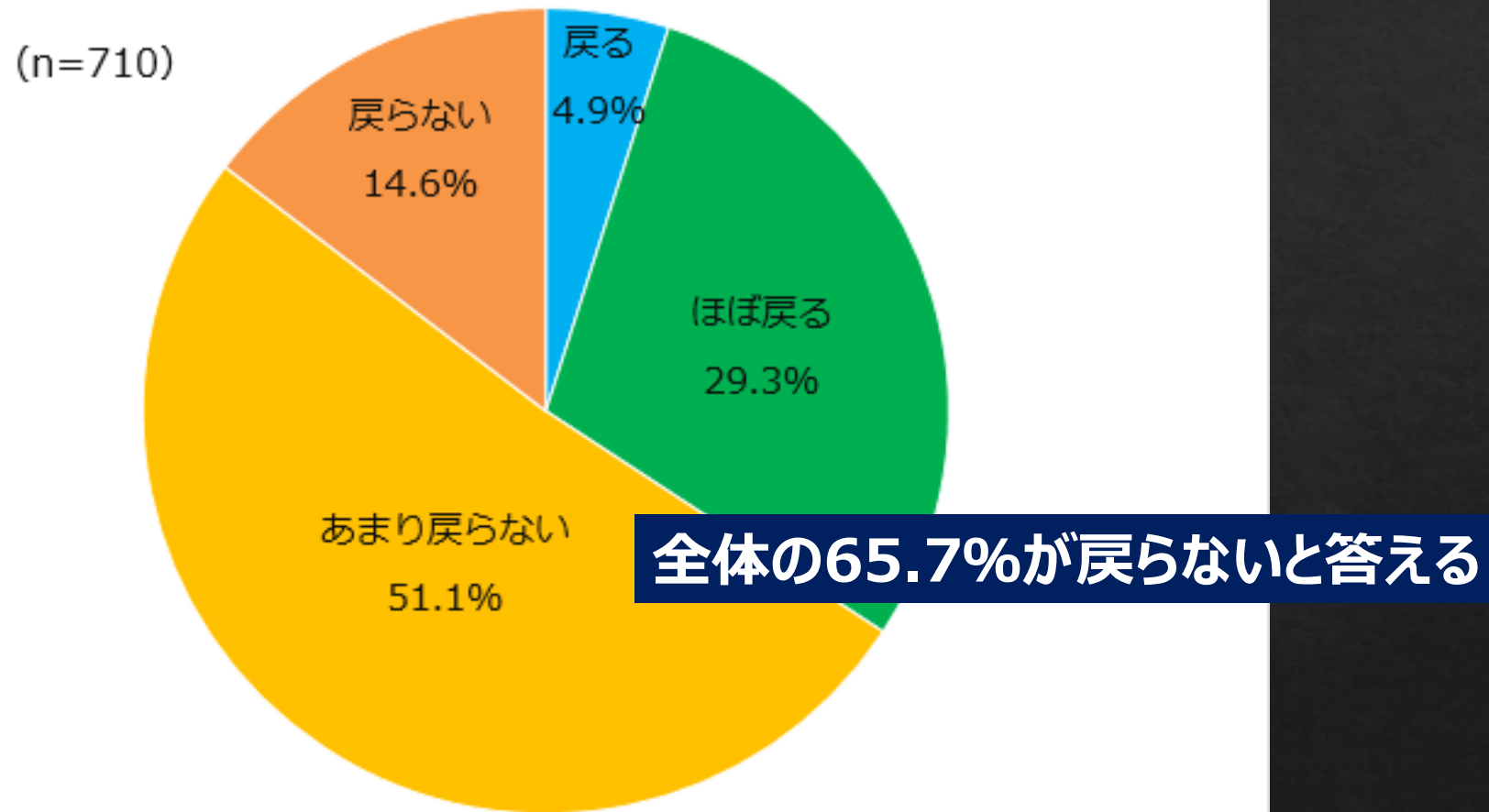
## ●無形の文化資産は無限

ユネスコ無形文化遺産を狙う沖縄空手をはじめ、相撲、柔道、流鏝馬などがアトラクションとなる





# コロナ後に価値観や意識は元に戻るか？



# 密から疎へ：アウトドアブーム

- 行動様式の多様化

グランピング、ベランピング、ソロキャンプ  
スポーツワーケーション

- 国産キャンプギア市場の成長

スノーピーク、モンベル、ロゴス、ワークマン



20



# 売り上げを大きく伸ばした米国のアウトドア市場

<https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/thought-leadership/2020/consumers-are-flocking-to-these-5-activities/>

## ● 自転車

2019年6月に比べ2020年6月の売り上げは63%増の約710億円

## ● パドルスポーツ（カヌー・カヤック）

同56%増の200億円

## ● ゴルフ用品

同51%増の680億円

## ● キャンプ用品

同31%増の620億円

## ● バードウォッチング（双眼鏡）

同22%増の18億円



# スポーツ庁が展開する会議体

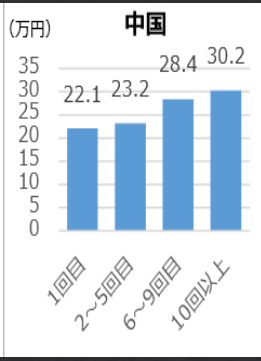
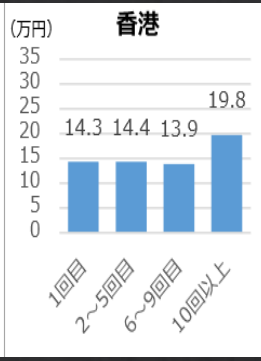
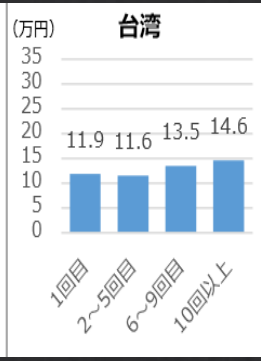
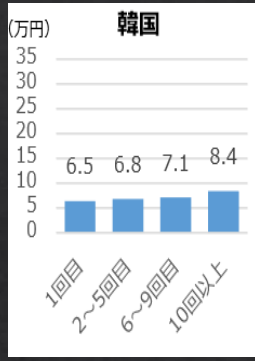
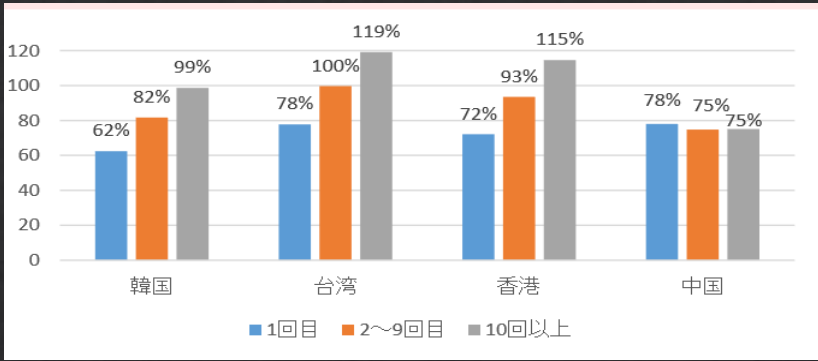
## 令和1年度

スポーツツーリズム需要拡大に向けた官民連携協議会  
武道ツーリズム研究会

## 令和2年度

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研究会





## リピート回数×地方訪問率

## リピート回数×旅行支出

### スポーツツーリズム需要拡大戦略【新規重点テーマ】



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

### 【スポーツツーリズム】

スポーツの参加や観戦を目的として地域を訪れたり、地域資源とスポーツを融合した観光を楽しむツーリズムスタイル。

- ・スポーツイベント（参加型・観戦型）の開催や誘致
- ・スポーツチーム・団体の合宿やキャンプの誘致
- ・プロスポーツ・トップチーム等の観戦による誘客

現在主流であるこれらの分野についても、引き続き拡大に向けて取り組む。

#### 新規重点 テーマ①

世界に誇る日本の自然資源を活用した  
**アウトドアスポーツツーリズム**  
(するスポーツ)

- ・「スノースポーツ」、「登山・ハイキング・トレッキング」、「ウォーキング」、「サイクリング」をはじめ、国内外問わず実施意向が高い。
- ・最高の環境が地方部にあるため、地方部への誘客に繋がる。
- ・雪質や里山等、日本特有の自然資源・環境には海外からも高い関心が寄せられ一部地域には既に多くの外国人が訪れている。
- ・スポーツ庁では2017年6月に『アウトドアスポーツ推進宣言』を発表。体力や年齢に関わらず、誰もが実施しやすいスポーツジャンルであるため、国内のスポーツ実施率向上にも寄与。



写真提供：長野県観光機構

写真提供：今治市

#### 新規重点 テーマ②

世界の関心が高い日本発祥・特有の  
**武道ツーリズム**  
(みる・するスポーツ)

- ・「武道（柔道・空手・剣道など）」、「大相撲」は中国をはじめ各国で「みるスポーツ」としての意向が高い。
- ・空手をはじめ、武道は海外でも愛好者が多く、受入体制やコンテンツを整備することで、海外の愛好者・日本文化への関心が高い層に対し、発祥地である日本への関心・訪日意欲を喚起できる。
- ・スポーツ庁では2016年より文化庁、観光庁と連携し、スポーツと日本の文化芸術資源を融合させた「スポーツ文化ツーリズム」を推進。



写真提供：(公財)日本武道館

## 令和3年度

スポーツによるまちづくり：地域活性化活動支援事業  
スポーツによる地域の価値向上プロジェクト



地方自治体、スポーツ団体、民間企業（スポーツ産業、観光産業）等が一体となり、地域活性化に取り組む組織である「地域スポーツコミッション（地域SC）」の設立から自走化までの流れを支援し、取組の横展開を図ることにより、スポーツによる地域活性化を推進する。

- ① **設立支援**…ホストタウン等の官民連携横断的な組織を地域SCに発展させるため、関係者合意形成や基本計画の策定等の活動を支援
- ② **自立支援**…コロナ禍における活動再開、新たな事業計画の策定、自走化に向けた経営体制強化を図る積極的な活動を支援
- ③ **総合コンサルティング**…補助効果の最大化を図るため、①②の採択先に対し、専門的知見を有する事業者から、各種計画策定や事業実施に関する助言・協力・提言等を行うとともに、事業成果や課題・対応策等の考察を含めた報告書を作成

## 「東京2020オリパラ大会」

ホストタウン登録された地方公共団体や「東京2020参画プログラム」に登録された取組等を行う組織を地域スポーツコミッションに発展させるための体制整備を支援。



## 「WMG2021関西大会」

事前合宿や「TSUNAGUプログラム」に登録された取組等を行う組織を地域スポーツコミッションに発展させるための体制整備を支援。

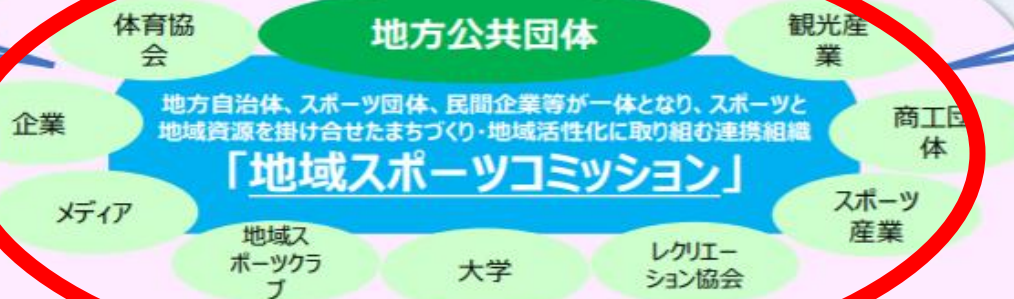
## 新型コロナウイルス対策

長期継続的な人的交流を図る「スポーツ合宿・キャンプの誘致」



地域の気候・環境・施設等を活用

## 地方公共団体



第2期スポーツ基本計画で掲げる、地域スポーツコミッションの設置数目標  
56団体（2017年1月）→ 116団体（2019年10月）→ 170団体（2021年度末目標）

## コロナ禍における自走化に向けた事業計画の策定

恒常的なスポーツ誘客が可能な「通期・通年型スポーツアクティビティの創出」



アウトドアスポーツや武道等を活用

## 【地域への社会的効果】

- スポーツのまちとしてのアウトターブランディング、
- ローカルアイデンティティ・地域一体感の醸成
- 地域スポーツ人口・関心層の拡大
- 季節・年間を通じての誘客による、従事者の雇用安定

## スポーツによる持続的なまちづくり・地域活性化へ

創出された優良事例を、全国へ横展開

## 【地域への経済効果】

- 合宿参加者・スポーツツーリストの滞在に係る消費（宿泊・飲食・観光・物販など）
- スポーツアクティビティの参加料収入

# 地域活性化と経済効果の担い手

地域イノベーション

地域住民が

地域の収入増と雇用

自治体に税金を払う

担い手  
の問題

地域に起きる消費

スポーツ事業（イベント）や  
施設への投資を行う

域外ビジターの  
訪問が増加

イベント開催  
合宿・大会誘致





# 第二期スポーツ基本計画

## 第2期スポーツ基本計画 第3章 今後5年間に総合的かつ計画的に取り組む施策

### 2 スポーツを通じた活力があり絆の強い社会の実現／（2）スポーツを通じた経済・地域の活性化／ ②スポーツを通じた地域活性化

#### 〔現状と課題〕

・各地で国内外からの観光客誘致が図られており、スポーツの参加や観戦を目的として地域を訪れたり、野外活動等を含め地域資源とスポーツを掛け合わせた観光を楽しんだりするスポーツツーリズムの拡大が必要である。

・地方公共団体とスポーツ団体、観光産業等の民間事業者が一体となった組織である「地域スポーツコミッション」は、スポーツツーリズムの推進、持続性のあるスポーツイベントの開催や大会・合宿の誘致等により、交流人口の拡大と地域コミュニティの形成・強化を目指す活動を行っているが、まだ設置されていない地域も多い。

スポーツと地域資源を掛け合せたまちづくり・地域活性化の推進のためには、  
**各地域における推進役である「地域スポーツコミッション」の拡大が必要。**

第2期スポーツ基本計画で掲げる、  
地域スポーツコミッションの設置数目標

2017年1月現在

56団体

(※スポーツ庁調べ)



2021年度末段階までに…

170団体

# スポーツコミッションを核とした スポーツ地域マネジメントの可能性

## ● 地域資産形成型の政策（インナー）

スポーツ実施率の向上

参加型スポーツイベントの実施

学校部活動、健康増進、成人病予防

## ● 域外交流振興型の政策（アウトター）

観戦型・参加型スポーツイベントの実施

スポーツツーリストの誘客





DÉPART/ARRIVÉE

START/FINISH

J:COM

J:COM

J:COM

J:COM

さいたまで  
スポーツを  
楽しもう!



EN

Scroll



J:COM presents ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム





TOUR de france™

# SAITAMA CRITERIUM

2018 ツール・ド・フランス さいたまクリテリウム  
11.4(SUN)さいたま新都心駅周辺 サイクルフェスタ/さいたましえ 同日開催  
www.saitama-criterium.jp

J:COM



## ①SSC誘致・

スポーツコミッション(SSC)に係る  
イベント開催に伴う  
効果(推計)

8億円

## ②SSC共催事業

J:COM presents 2016ツール・ド・フランスさい  
たまクリテリウム(推計来場者数101,000人)

経済効果 2,909,000,000円

※経済効果額は主催者発表額です。

## ③SSC主催事業

第5回さいたまマーチ〜見沼ツデーウォーク〜  
(参加者数5,630人)

経済効果 81,404,170円

※経済効果額は第4回・第5回さいたまマーチから算出した「参加者1人あたりの経済効果額(14,458円)」に「参加者数」を乗算しました。

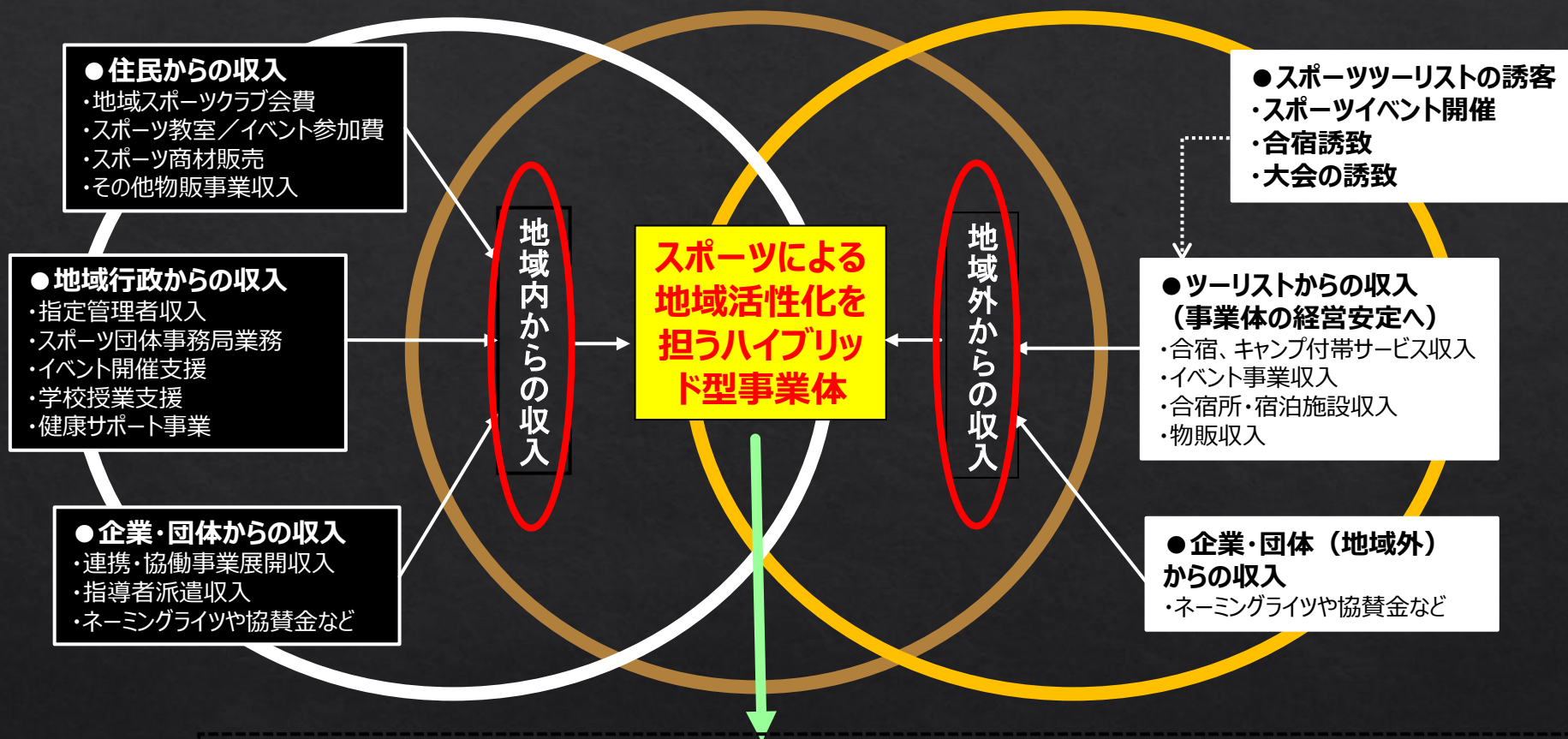
※第4回・第5回さいたまマーチから算出した「参加者1人あたりの経済効果額」は、さいたまマーチ参加者への消費額アンケート調査をもとに、「日本コングレスコンベンションビューロー」作成の「経済効果測定ハンドブック」及び「平成17年さいたま市産業連関表」等により算出しました。

合計 6,582,539,643円



## 地域資産形成型 (インナー政策の展開)

## 域外交流振興型 (アウター政策の展開)



### スポーツ地域マネジメントに必要な新しいマネジメント

- **パークマネジメント** (Park-PFIなどの公民連携による施設・公園：廃校等の有効活用)
- **スポーツマネジメント** (スポーツマーケティングを核としたクラブ運営やプロスポーツとの連携)
- **デスティネーションマネジメント** (スポーツツーリズムによる交流人口と関係人口の増大)

<インナー>と<アウター>の性質を有したハイブリッド型事業体 (スポーツ地域マネジメント)