

第14回シンポジウム

開催日：平成27年3月3日（火）15:00～18:00

場 所：弘済会館 4階会議室「欄」

スポーツツーリズムによる日本の活性化を目指して

- I. 講演 加藤 誠 氏（株式会社ジェイティービー 旅行事業本部観光戦略部長，
JTB 総合研究所 客員研究員）（資料のみ掲載）

演題：スポーツツーリズムによる日本の活性化を目指して

- II. 第3回 スポーツ振興賞授賞式（掲載略）

- III. スポーツ振興賞受賞者による発表とディスカッション（掲載略）

コーディネーター

丁野 朗 氏（公益社団法人日本観光振興協会 常務理事，総合研究室所長）

受賞者および発表者

☆スポーツ振興大賞

受賞者：一般社団法人九州観光推進機構

発表者：事業本部長 高橋 誠 氏

☆スポーツツーリズム賞

〈国土交通省観光庁 長官賞〉

受賞者：一般社団法人若狭路活性化研究所

発表者：代表理事 田辺 一彦 氏

〈日本スポーツツーリズム推進機構 会長賞〉

受賞者：留学生スキーインストラクター『おもてなしスノーレンジャー』

育成プロジェクトチーム

発表者：事務局 安田 稔幸 氏

☆スポーツとまちづくり賞

〈経済産業省商務情報政策局長賞〉

受賞者：一般社団法人日本スポーツ雪かき連盟

発表者：代表理事 松代 弘之 氏

〈日本商工会議所 奨励賞〉

受賞者：飯坂マラソン実行委員会

発表者：事務局長 熊倉 徹 氏

☆特別賞

〈スポーツ健康産業団体連合会 会長賞〉

受賞者：一般社団法人鬼ごっこ協会

発表者：理事 羽崎 貴雄 氏

I. 講演

演題：スポーツツーリズムによる日本の活性化を目指して

講話：加藤 誠 氏（株式会社ジェイティービー 旅行事業本部観光戦略部長，
JTB 総合研究所 客員研究員）

スポーツツーリズムによる 日本の活性化を目指して

2015. 3. 3

株式会社ジェイティービー 旅行事業本部 観光戦略部長
株式会社JTB総合研究所 客員研究員

加藤 誠

目次

1. 日本のツーリズムを取り巻く環境認識

- 裾野の広いツーリズム産業
- ツーリズムの経済波及効果・雇用創出効果
- 日本人の海外旅行者数、訪日外国人旅行者数の状況比較
- 各国国際観光収支
- 拡大する国際観光市場
- 世界の中の 日本の観光競争力は…
- いかに日本の「観光受容度（親近感）」を高めるか？
- 新たな観光立国基本計画における目標（2012-2016）
- 訪日外国人3,000万人へのロードマップ
- 観光立国実現に向けたアクション・プログラム
- 日本の観光を取り巻くマクロ環境（まとめ）

2. 2020年に向けて

- 2020年訪日外客2000万人をめざして
- 観光立国推進に向けての2020年までの流れ
- 2020年オリンピック・パラリンピックを見据えた観光振興
- 訪日外国人旅行者の行動
- 訪日外国人の望む体験

3. 日本におけるスポーツツーリズム

- 国による新たな観光資源の活用の検討
- スポーツとツーリズムの融合
- スポーツツーリズムの可能性
- スポーツツーリズムの分類「みる」型・「する」型・「支える」型
- 日本におけるスポーツツーリズムの潜在力

4. スポーツツーリズムのトレンド

- スポーツツーリズム全体のトレンド
- スポーツツーリズムのトレンド～マラソン大会～
- 国内マラソン大会参加人数ランキング
- 大都市のマラソン大会の比較
- スポーツツーリズムのトレンド～サイクリング等～
- NPO法人シクロツーリズムしまなみの取組み
- 四国を自転車旅行のメッカに！「コグウェイ四国」
- スポーツツーリズムのトレンド～スポーツ合宿～
- 合宿誘致のポイント
- 鹿児島県のスポーツ合宿の状況
- その他スポーツ合宿誘致のポイント
- JTBの事例紹介：比叡山ヒルクライム大会
- JTBの事例紹介：美ら島オキナワCenturyRun
- JTBの事例紹介：九州各地におけるリレーマラソンの展開

5. 地域におけるスポーツツーリズム推進体制

- これからの観光地域における必要な機能
- 地域資源を活かしたスポーツツーリズム推進
- 地域スポーツ・コミュニティ等連携組織
- スポーツツーリストをいかに「おもてなし」するか？

1. 日本のツーリズムを取り巻く環境認識

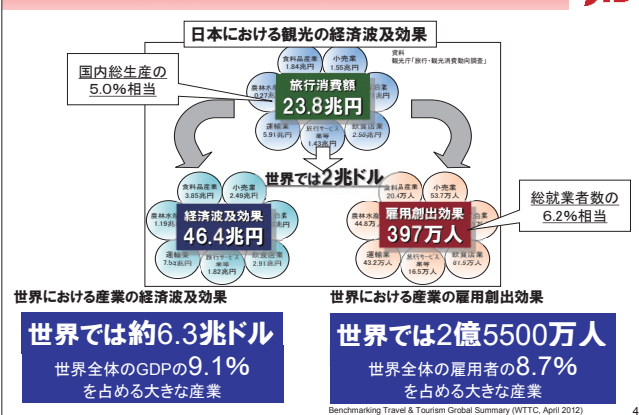
裾野の広いツーリズム産業

★ツーリズム（観光）産業とは

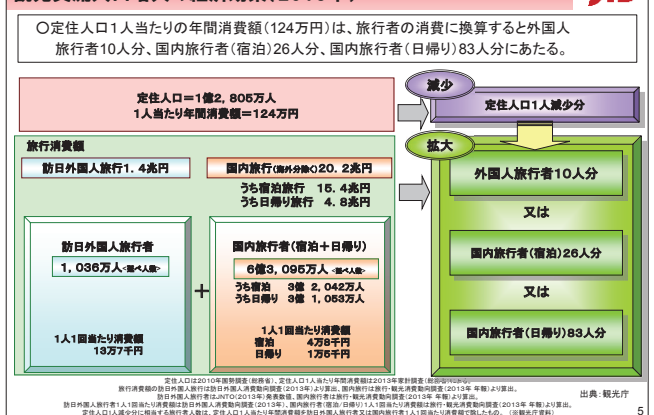
非常に裾野の広い産業

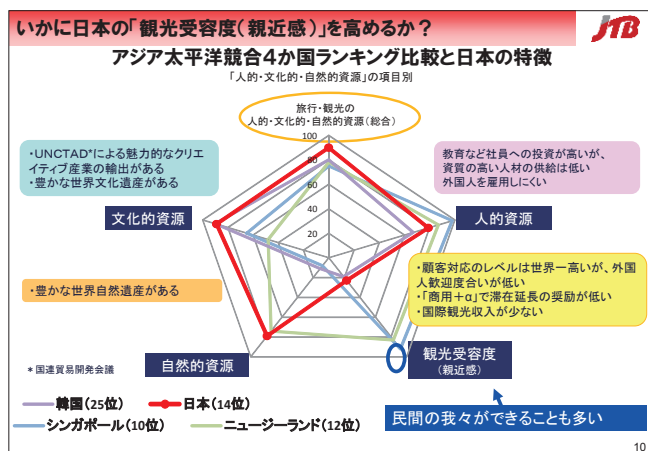
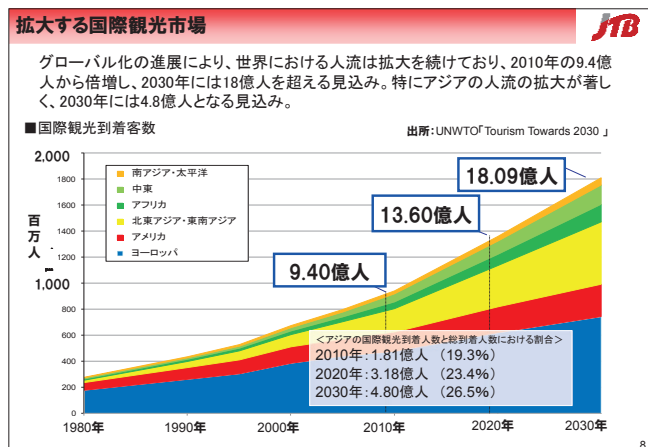
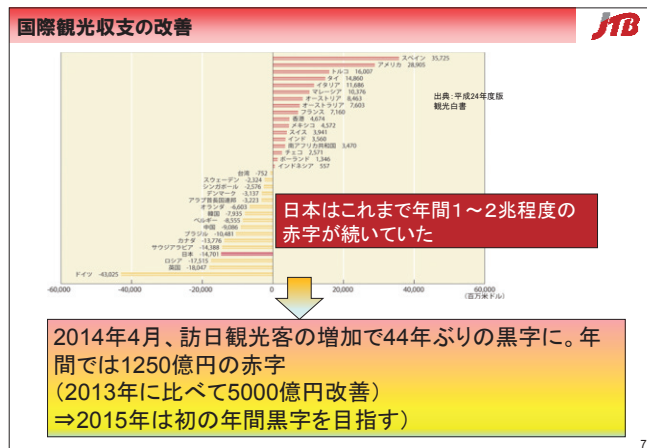
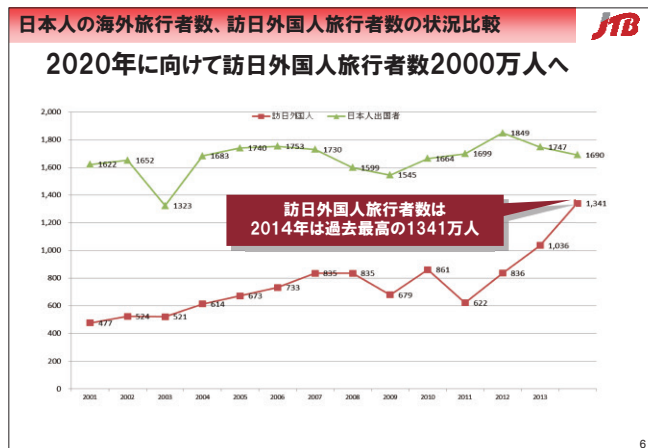


ツーリズムの経済波及効果・雇用創出効果



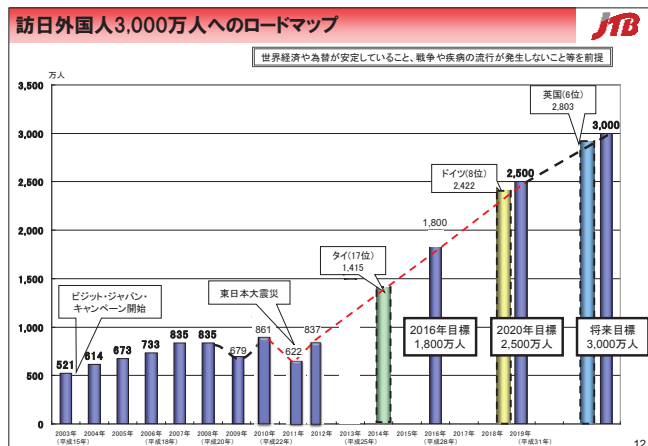
観光交流人口増大の経済効果（2013年）





新たな観光立国基本計画における目標(2012-2016)

目標の分類	各項目における現状	観光立国の実現に関する目標
観光による国内消費の拡大	1. 国内における旅行消費額 [2010年: 23.8兆円]	2016年までに30兆円
	2. 訪日外国人旅行者数 [2010年実績: 861万人] [2012年実績: 837万人]	2016年までに1,800万人
国際観光の拡大・充実	3. 訪日外国人の満足度 [2011年: 大変満足43.6%、必ず再訪したい58.4%]	大変満足45%程度、必ず再訪したい60%程度
	4. 国際会議の開催件数 [2010年: 741件]	2016年までに5割以上増、アジア最大の開催国
	5. 日本人の海外旅行者数 [2011年増計: 1,699万人]	2016年までに2,000万人
国内観光の拡大・充実	6. 国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数 [2011年: 2.17泊]	2016年までに2.5泊
	7. 国内観光地域の旅行者満足度	大変満足・必ず再訪したい25%程度



観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014

観光立国実現に向けたアクション・プログラム 6つのテーマ

- ①「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興
- ②インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組
- ③ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化
- ④世界に通用する魅力ある観光地域づくり
- ⑤外国人旅行者の受入環境整備
- ⑥MICEの誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み

2014年6月17日 観光立国閣僚会議

観光立国の実現に向けて、官と民の連携が不可欠です。国による体制の強化、制度・インフラ面の後押しとともに、観光産業全体での双方向交流の実現が伴って初めて、観光立国が実現できると考えています。

13

日本の観光を取り巻くマクロ環境(まとめ)

【経済的要因】

- ・新興国の高経済成長によるアジアの人流の急速な拡大(2010年1.8億人⇒2030年4.8億人※)
- ・アベノミクスによる国内経済の回復
- ・2014年4月より消費増税(8%)
- ・依然として厳しい地方経済

【技術的要因】

- ・情報通信インフラの進化(ネットによる旅行予約の進展)
- ・ソーシャルメディアの普及(SNS等による旅の口コミが促進)
- ・20年に向けた交通インフラ整備の加速

【社会的要因】

- ・国内の人口減少
- ・旅行ニーズの多様化(社会貢献・絆)
- ・旅の価値観の変化(目的から手段へ)
- ・東京オリンピック・パラリンピックへの機運の高まり

【政治的要因】

- ・全庁庁を挙げた観光立国政策の加速
- ・オープンスカイ、空港民営化など観光関連の規制緩和の流れ
- ・観光振興による地域活性化が全国の自治体で推進

日本の観光を取り巻くマクロ環境

14

2. 2020年に向けて

15

2020年訪日外客2000万人をめざして

■2014年より毎年約10%の伸び率で2020年に2000万人達成可能

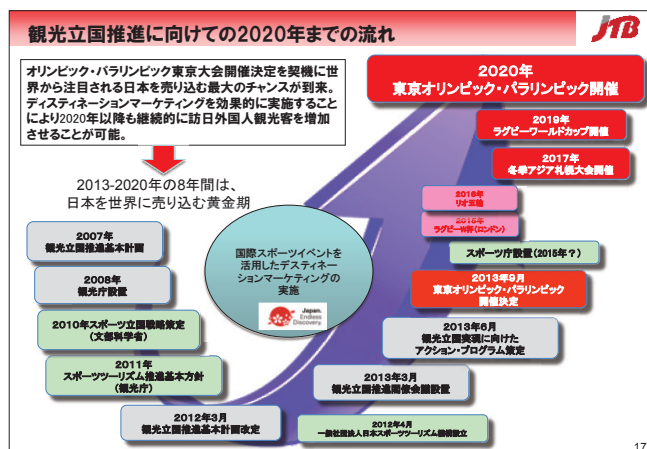
■オリンピック・パラリンピック開催都市はインバウンド需要が高まる傾向

- ・開催年までの6年間に世界選手権等のプレ・スポーツイベント開催、スポーツコンgres開催が多数見込まれる。
- ・東京・日本のデスティネーション価値が上昇する。

■懸念事項

- ・開催年の開催期間直前・期間中(2020年夏)・直後は一般観光の訪日外客が減少する。オリンピック観戦客:40-60万人と予想。
- ・オリンピックメダル獲得有力国は欧米・中国・韓国に偏るため、訪日外客の主要マーケットである東南アジアからの観戦目的来日がどれだけ見込めるか。スポンサーのホスピタリティプログラムの重要性。
- ・日本人のオリンピック期間中の海外旅行は減少⇒東京へ観戦旅行。家庭内TV観戦。
- ・日本人の国内旅行先は東京に集中し、その他目的地訪問者は減少する。

16



2020年オリンピック・パラリンピックを見据えた観光振興

◆2020年東京オリンピック・パラリンピックを全国の観光振興に波及させる政策

「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興

○「オリパラ」開催国としての国際的注目度を活かした訪日プロモーション
「オリパラ」開催国としての国際的注目度を活かして、デジタル・ジャパンとクール・ジャパンの連携等による効果的な訪日プロモーションの推進や、スポーツイベントを含むMICEの誘致・振興を促進。

○「東京オリパラ」開催効果の全国への波及
・文化プログラムや観光リソースの創出を通じて、日本文化等を多様な観光の魅力として発信。
・地方自治体への国際観光客に対する支援など、地方への新規誘客機を促進。
・外需から地方を直接訪問する外国人旅行者の拡大、地方空港イン・地方空港アウトの促進
・オリパラ観戦を目的とした訪日外国人が鉄道等と日本各地を訪問するよう、企画乗車券の提供を促進。

○道の駅・郵便局・コンビニの活用を含めた、外国人旅行者への観光情報提供拠点の充実
・観光情報提供や多言語対応、無料公衆無線LAN環境の整備、地域の土産品の産地海外発送等を促進。

○「オリパラ」開催を契機としたバリアフリー化の加速
・誰もが安心して旅行を楽しむことができるユニバーサルツーリズムに対応した環境整備を推進。

文化プログラムを活用した魅力の発信
＜2012年ロンドン大会における文化プログラムの事例＞
・2008年から、ロンドンのみならず英国全地域で文化プログラム実施。
（ロンドンに訪れた訪日観光客は約100万人）
【世界シェークスピアフェスティバル】
・シェークスピアの戯曲を37言語で上演
【アン・ドゥ・イット・プロダクション】
・身体に障害を持つアーティスト806名が
参加するイベントを開催
【電子デザインのアピール】
・英国の前衛的で歴史的な電子デザインを
ロンドン市内の21の画廊に展示した

地方空港イン・地方空港アウトの促進
訪日観光客の増加に伴い、地方空港のイン・アウトの促進が求められる。
地方空港のイン・アウトの促進
地方空港のイン・アウトの促進
地方空港のイン・アウトの促進

【出典】観光庁資料

18

訪日外国人旅行者の行動

JTB総合研究所／japan-guide.com 共同調査
「訪日外国人旅行者の行動～自慢したい日本の街や文化～」より

日本で最も楽しかった活動

(2014年2月～3月)

最も楽しかった活動
1位 日本文化の体験
2位 美しい景観を楽しむ
3位 神社やお寺を訪れる

コメントから
“土曜日の午後に代々木公園でのパフォーマンスを見ること”や
“食べ歩きやデパ地下を楽しむこと”など **日本人の日常的な活動**
“地域の元気なおばあちゃんたちに会えたこと”
“日本人らしさや親切さが好き”など **「日本人々との交流」に関するもの**

○調査対象：japan-guide.comのサイトを訪れたユーザー（調査期間内にアンケートに答えた回答者は359名）
○調査方法：インターネット調査（ウェブ上にアンケートを公開し、任意に回答するオープン形式）
○調査期間：2014年2月6日～3月10日
○調査者のプロフィール
主な調査者の国籍はアメリカ、カナダ、オーストラリア、欧州各国、シンガポール、マレーシア、フィリピン、インド、タイなど、なお、日本居住者は全体の14%の17名。日本への旅行経験者は約9割。

19

訪日外国人の望む体験

どんな体験を望んでいるか

平成22年から平成25年にかけて、全項目で増加している。

特に、**日本の生活文化体験**
日本の歴史・伝統文化体験
ビジネス
繁華街の街歩き
ショッピング
の項目で大きく増加している。

成熟化、リピート化により、**歴史的・伝統的文化体験**が上位に
⇒ **旅行の洗練度とともにニーズは変化**

日本のスポーツツーリズムはまだ海外に認知されていない！

期待以上だった活動
(主要国・地域別、実施率上位10活動)
※平成25年の上位10活動について平成22年の結果も載せています。

日本の生活文化体験 60.3%
日本の歴史・伝統文化体験 59.5%
ビジネス 53.5%
自然・景観地観光 58.0%
温泉入浴 57.2%
日本食を食べること 50.0%
繁華街の街歩き 44.6%
ショッピング 43.8%
美術館・博物館 41.5%
旅館に宿泊 41.4%

■平成22年 ■平成25年

出典：訪日外国人の消費動向（平成22年の年間調査の集計結果、平成25年次報告書 観光庁）より抽出

20

3. 日本におけるスポーツツーリズム

21

国による新たな観光資源の活用を検討

観光立国推進基本計画（平成19年6月 閣議決定）に位置付けられたニューツーリズム

＜定義＞
エコ・ツーリズム 自然環境や歴史文化を対象とし、それらを損なうことなく、それらを体験し、学ぶもの（ホエールウォッチングや森林ボランティアツアーなど）
グリーン・ツーリズム 農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動（農作業体験、農林漁家民泊、食育など）
文化観光 日本の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とするもの
産業観光 歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を開いた工場等を対象とした観光で、学びや体験を行うもの
ヘルス・ツーリズム 自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持するもの
その他 フラワーツーリズム 長期滞在型観光 等

新しい観光連携分野

＜例＞
スポーツ観光 プロスポーツ観戦やマラソン、ウォーキング等のスポーツイベント等への参加者による周辺観光
医療観光 外国人が日本の医療機関等で治療、健診等を受ける目的で訪日旅行し、併せて国内観光を行う
ファッション・食・映画・アニメ等×観光 日本のファッション・食を目的とした訪日旅行、ヒット映画のロケ地訪問、アニメ関連スポット訪問等

各府省連携による総合的な振興方を検討

22

スポーツとツーリズムの融合①

○スポーツ立国に向けて
2011 スポーツ基本法成立・施行
2012 スポーツ基本計画策定
※「スポーツ・ツーリズム」推進「地域スポーツ・ツーリズム」連携組織設立を明記
2013 東京2020オリンピック・パラリンピック招致成功
2014 スポーツ庁設置構想
「地域スポーツ振興によるまちづくり」
2015 スポーツ庁設置（予定）
2019 ラグビーワールドカップ2019開催
2020 東京オリンピック・パラリンピック開催

○観光立国に向けて
2007 観光立国推進基本法成立・基本計画施行
観光庁設立
2010 観光立国推進本部WG「スポーツ・ツーリズム」提唱
2011 観光庁スポーツ・ツーリズム推進基本方針策定
2012 一社）日本スポーツ・ツーリズム推進機構設立
2013 ビジネス・ツーリズム推進構想
「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」策定
⇒「日本再興戦略」
2020 訪日外国人2000万人目標

◎スポーツツーリズムとは
日本が保有する優れたスポーツ資源とツーリズムを融合させるものであり、スポーツを「観る」「する」ための旅行そのものや周辺地域に加え、スポーツを「変える」に人々との交流、あるいは生涯スポーツの観点からビジネス等の多目的での旅行者に対し、旅行先の地域でも主体的にスポーツを親しむことのできる環境の整備、そしてMICE推進の要となる国際競技大会の招致・開催、合宿の招致も包含した複合的でこれまでにない「豊かな旅行スタイルの創造」を目指すもの。
～観光庁「スポーツ・ツーリズム推進基本方針」（2011年6月14日）～

23

スポーツとツーリズムの融合②

「スポーツツーリズム」というキーワードと概念は新しいがスポーツを目的とした旅行は以前から存在した

①海水浴②登山・ハイキング③スキー
④ゴルフ⑤ダイビング⑥サイクリング⑦スポーツ観戦 等

発側の経済活動としてとらえるだけでなく、受側の「コトづくり」としてとらえる

・交流人口拡大
・地域スポーツ資源の活用＝スポーツを地域の観光資源に
・スポーツによる地域づくり＝地域住民のスポーツ活動の活発化
・シティセールス
・スポーツ関連マーケティング活動

スポーツツーリズムの可能性

スポーツツーリズムにおけるビジネスの可能性について、以下のように整理した。

スポーツにおけるON/OFFの考え方

スポーツにおけるIN/OUTの考え方

スポーツ観光ビジネス

ON 競技としてのスポーツ

OFF 余暇としてのスポーツ

みるスポーツ観光

するスポーツ観光

支えるスポーツ観光

スポーツツーリズムの分類 「みる」型・「する」型・「支える」型

スポーツ観光旅行を下図のように「みる」「する」で区分すると、「みる」方はそれ自身が主目的であることから構造がシンプルであるのに対して、「する」方は「施設」「イベント」「体験」・・・など複雑な要素が関連しあうことが確認できる。つまり、「みる」方はプロモーション的な展開でカバーできる可能性が高いが、「する」方は地域づくり的な要素も多く、結果を得るまでには時間を要する可能性も高い。

【人(目的)】

みる(Watch)

する(Play)

支える(Volunteer)

【開催地＝観光地】

宿泊施設

飲食・物販

観光施設・資源・体験

「みる」型では、スポーツ観戦に観光要素を付加し、観光を促進する施策とともに、利用しやすい環境を整え、提供することが重要！

「する」型では、開催地・受地の施設やイベント企画、各種プログラムの充実が重要。

イベントや施設整備とともに、まちづくり・観光業・・・といった観光産業的な展開

日本におけるスポーツツーリズムの潜在力

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」

世代を超えて人気を集める「するスポーツ」

地域や国が一体となって携わる「支えるスポーツ」

旅行 観光 ツーリズム

4. スポーツツーリズムのトレンド

スポーツツーリズム全体のトレンド

参加型アウトドアスポーツ人気

・キーワード:軽量化、高機能化、ファッション化

・競技:トライアスロン、デュアスロン、ヒルクライム、トレイルラン、マラソン他

・レジャー:ラフティング、キャンオニング、ジップライン

⇒ハイテクで贅沢な野外文明を楽しむ風潮

地域資源の活用

マラソン大会:976 トライアスロン大会:275

高齢化とともに増えるランニング人口(笹川スポーツ財団2012年)

2006年:606万人 ⇒ 2012年:1009万人

国際スポーツ大会誘致機運の高揚

オリンピック・パラリンピックテストイベント、事前合宿 等

スポーツツーリズムのトレンド～マラソン大会～



＜マラソン大会の課題と展望＞

①経済波及効果

- ・参加者の宿泊・滞在消費が少ない

②経済波及効果以外の検証

- ・スポーツ実施率の向上 ・健康寿命の延長

③マラソン大会の乱立＝参加者にとっては選択肢の拡大

ロードレース→ハーフマラソン→フルマラソン→ウルトラマラソン
グルメマラソン・スイーツマラソン・競馬場マラソン・ワインマラソン
トライアスロン・トレイルランニング

④参加者層の分析

⑤効率的な大会運営

⑥グローバル化



30

国内マラソン大会参加人数ランキング

【出典】<http://www.ketsoku-kobo.co.jp/category/1228901>



順位	大会名	参加者数	順位	大会名	参加人数
1	東京マラソン(2014.2.23)	36,030	16	京都マラソン(2014.2.16)	15,532
2	大阪マラソン(2013.10.27)	31,249	17	板橋Cityマラソン(2014.3.23) ※継続	15,000
3	NAHAマラソン(2013.10.27)	31,170	18	名古屋ウィメンズマラソン(2014.3.9)	14,675
4	かずみがうらマラソン(2014.4.21)	27,270	19	流川寛平マラソン(2014.9.21)	14,333
5	湘南国際マラソン(2014.11.3) ※継続	21,500	20	アクトス6時間リレーマラソン(2013.5.26)	14,191
6	神戸マラソン(2013.11.17)	20,411	21	山中湖ロードレース(2013.5.26)	14,133
7	勝田国際マラソン(2014.1.26)	20,056	22	つくばマラソン(2013.11.24)	14,005
8	青海マラソン(2014.2.16)	18,834	23	さいたまシティマラソン(2014.3.16)	13,219
9	いぶき菜の花マラソン(2014.1.12)	18,316	24	佐倉朝日健康マラソン(2014.3.30)	13,183
10	そうじや吉備路マラソン(2014.2.23)	18,024	25	新潟シティマラソン(2013.10.13)	13,135
11	サンスポ千葉マリンマラソン(2014.1.19)	18,000	26	熊本城マラソン(2014.2.16) ※継続	13,000
12	おきなわマラソン(2014.2.16)	17,283	27	鹿沼さつきマラソン(2013.5.12)	12,975
13	奈良マラソン(2013.12.8) ※継続	17,000	28	日立さくらロードレース(2013.4.6)	12,926
14	名古屋シティマラソン(2014.3.9)	15,898	29	仙台国際ハーフマラソン(2013.5.12)	12,733
15	大阪・淀川市民マラソン(2013.11.3)	15,696	30	パリアフリーアートマラソン(2013.10.20) ※2013年の数字	12,560

31

大都市のマラソン大会の比較



	2013東京マラソン	第2回(2012)大阪マラソン	第2回(2012)神戸マラソン	第2回(2012)京都マラソン
ランナー数(完走)	36,000	30,000	20,000	15,000
ボランティア数	10,000	10,000	6,000	8,000
開催時間	7時間	7時間	7時間	6時間
参加費	10,000円(国内) 12,000円(海外)	10,500円	10,000円	12,000円
参加費差	19億円	12.8億円	7億円	9億円
経済波及効果	271億円	139億円	58.3億円	40.8億円
EXPO来場者数	55,000	124,000	31,500	48,200
海外・海外・海外ランナー数	62%	18.72%(55.1%)	8.821(46.2%)	11.662(80.9%)
海外ランナー数	2,880(8.3%) 内ツアー1,400	767(2.5%)	89(0.5%)	752(5.2%)
放送人数	1,700,000	1,188,000	557,500	482,000
出典	日経BP・東京マラソン財団	電通関西JSTAスポーツツーリズムコンベンション	プレゼン	JSTA作成2014・2月

※東京マラソン2014の外国人参加者約6000名。

※東京都民のスポーツ実施率(週1回以上スポーツを実施する割合)
2009:39.2% 2010:43.4% 2011:49.3% 2012:53.9%
2020目標:70%

【出典】東京都スポーツ推進計画2013

32

スポーツツーリズムのトレンド～サイクリング等～



＜先進事例＞

○サイクルツーリズム北海道:北海道商工会議所連合会運営

⇒「サイクリングの聖地」を目指し、北海道全体で連携

○千葉県おすすめサイクリングコース

⇒快適なサイクリングを応援するサイクルステーションの設置

○NPO法人シクロツーリズムしまなみーしまなみ海道

⇒自転車旅行を支えるおもてなしのしくみ「サイクルオアシス」



【出所】http://www.jtbgmt.com/en/plan/shikoku_03/

○一般社団法人コグウェイ

四国ディスカバリーライド実行委員会

⇒「自転車は世界をつなぐ」をコンセプトに、「四国を自転車旅行のメッカに！」したい。

○NPO法人徳島県自転車協会は徳島県自転車協会の(協賛ツアー)

⇒サイクリングプラン等観光型旅行商品造成・販売。合宿誘致。

○広島県空広域都市圏振興協議会

⇒りんくうサイクリングスタンプラリーによりサイクリングとスタンプラリーを楽しみながら、まちの魅力を再発見

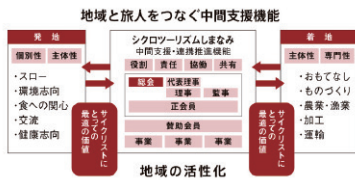


33

NPO法人シクロツーリズムしまなみの取組み



「しまなみ海道」は本州と四国を結ぶ橋の中で唯一、自転車歩行者道が設置されている。この独自性を活かしサイクル観光を推進。地域住民が軒先を休憩所としてサイクリストに提供する「サイクルオアシス」が始まり、現在は周辺含め95軒が参加、給水やトイレなどの提供のほか、交流が生まれ、しまなみブランドの根幹に成長。



サイクリング中のトラブルに対応してくれる「しまなみ島定レスキュー」



自転車の安全な保管や自転車寄附受け、送迎サービスに対応しているサイクリストフレンドリーなお宿



⇒2014年度JTB交流文化賞優秀賞受賞

34

四国を自転車旅行のメッカに！「コグウェイ四国」



世界各地からサイクリストが四国に集結！自転車で四国を1周しながら、各県自慢の食、文化、自然、景色など「四国の魅力」だけでなく、世界に誇る「お道楽さんの文化」「地元」「仲間」との出会いをたっぷり味わいます。



⇒自転車は世界を繋ぐ！



四国4県との連携を推進した広域イベント



35

スポーツツーリズムのトレンド～スポーツ合宿～



＜先進事例＞

- 網走市**
⇒**北のスポーツ基地網走（女満別空港への送迎、スポーツ施設の使用料はすべて無料など）**
- スポーツ合宿の里きたみ**
⇒**日照率が高く温度が少なく快適な気象条件とオホーツクブルーの青空**
- 秋田県能代市**
⇒**バスケットの街づくり（バスケットの名門「能代工業高等学校」の存在）**
- 千葉県南房総市**
⇒**スポーツ合宿特設サイト開設。合宿弁当、合宿ごはんのPR**
- 信州・長野県合宿ガイド：信州・長野県観光協会**
⇒**県全体でスポーツ合宿の特設サイトを開設**



36

合宿誘致のポイント

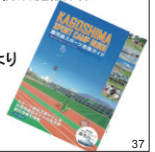


・学生が合宿地を決める要件

- ・「宿泊施設と料金」、「自由に使える運動施設」、「温泉と食の魅力」「夜遅くまで懇親会ができる」、「近くに海水浴場や観光地がある」
- ・宿泊先の近くにコンビニやコインランドリー、緊急の時診療を受けることができる病院があることもポイントになる
- ・学生は夕食の後ミーティングを兼ねて夜遅くまで懇親を深める傾向がある
- ・十分な練習時間が確保できることが、遠い鹿児島まで足を伸ばす大きな理由になっている
- ・合宿終了後は、鹿児島の観光地を訪ねて帰る学校が多い
- ・合宿期間中の相談窓口を設けることが持続的に合宿地に選ばれる条件
- ・プロチームの誘致には、整備された冬芝のあるグラウンド、充実した宿泊施設、歓楽街の近くにあることなど条件が厳しくなる

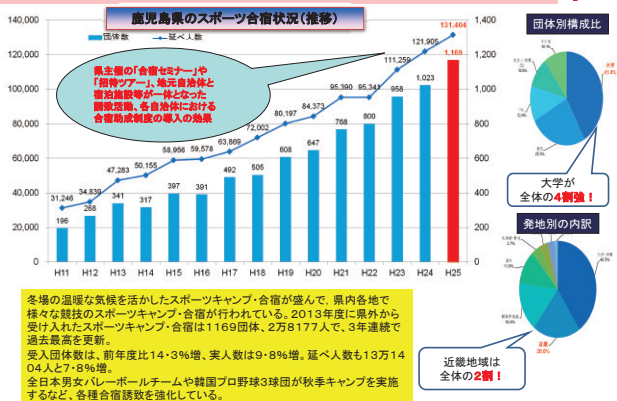
＊かごしまスポーツ合宿セミナーin関西(2013.10.21 京都/大阪)より

【出典】<http://www.kagoshima-kankou.com/producer/2013/10/post-236.html>



37

鹿児島県のスポーツ合宿の状況



38

その他スポーツ合宿誘致のポイント



- ・団体ボール競技は練習試合相手が必要。もしくは、いくつかのチームを集めて試合ができるようにする必要あり。
例：菅平・網走(ラグビー)、野球・サッカー(沖縄・宮崎)
- ・比較的取り組みやすいのは、練習相手の要らない競技：陸上・水泳など
- ・柔道・レスリング等 格闘技系は練習相手のいる有力大学等で合宿することが多い
- ・有名選手の関係で誘致するケースもあり



39

JTBの事例紹介：比叡山ヒルクライム大会



スピリチュアルとスポーツの融合による新たなスポーツイベント『比叡山ヒルクライム大会』

2011年6月26日 第1回開催 出場：1414人

- 主催：延暦寺、大津市、びわ湖大津観光協会他
- 世界遺産比叡山延暦寺への奥比叡ドライブウェイを登坂
- 競技後の延暦寺参拝が話題
- 実業団も参加する公式イベントに



世界遺産比叡山延暦寺への奥比叡ドライブウェイを通行止、看板



2012年、2013年、2014年と毎年継続して実施中

40

JTBの事例紹介：美ら島オキナワCenturyRun



地域の魅力を引き出す「美ら島オキナワCenturyRun」

- 全国から沖縄への集客のために地域と共にJTBが立ち上げた沖縄・恩納村を中心とした自転車のイベント(2010年スタート)。2300名近くの方が参加。
- 地域(9市町村、ANA、県内メディア)と実行委員会を立ち上げイベントを実行している



・沖縄観光の閑散期である1月の魅力を伝えるため、「日本一早い夜」と「青い海」をテーマに沖縄の絶景を楽しむコース

・大会当日の、各地域のエイドステーション(休憩所)や、後夜祭で地元の名産品や名物「豚の丸焼き」などの食事や飲み物をはじめて、沖縄そのものを味わっていただくことも目的

・閑散期の着実な誘客の実行

・スポーツツーリズムに必要な知見、課題の抽出および解決策の提言

41

