

# 北海道における合宿誘致と地域活性化の現状調査

平成14年3月

日本政策投資銀行 北海道支店

<http://www.hokkaido.dbj.go.jp/>

## はじめに

北海道における集客交流事業の代表的なものとしては「観光」「コンベンション誘致」「合宿誘致」がある。そのなかで、経済効果のみならず、地域の誇りや結束を強めるという非経済的な効果も期待される「合宿誘致」はユニークな施策であり、道内自治体の半数近くが実施している。

しかし、その経済規模の大きさもあり比較的データの多い「観光」、都市圏向きであり外国における事例も多い「コンベンション誘致」に比べて、「合宿誘致」に関しては豊富な情報があると言いつてもいいものがある。マクロデータについては北海道庁の調査があり、成功例については新聞等で断片的に紹介されることはあるが、具体的にどのように事業を展開すべきか、始めるに当たって何が必要かといったことを判断するための基礎的なデータは余り十分でない。顧客である実業団や大学からのデータを集めにくいこともあるが、それぞれの自治体の誘致事業の実態についても、経済系の機関・団体が取り上げることが少なかったように思う。

このレポートでは、合宿のサービス提供側（各地域）と需要側（合宿を実際に行うチーム）のそれぞれにアンケート調査を実施した。前者では「合宿誘致」を行う目的から問題点等について調査することで、各地域の「合宿誘致」に対する考え方を整理し、後者では、合宿に関する基礎的な情報や現在の合宿地への満足度、北海道合宿のイメージ等について調査することで、利用者の合宿地に対する考え方を整理した。このレポートは、両者のデータを対比することで、各地域で「合宿誘致」事業を展開していくためのポイントを出来る限り明確にし、各地域がどのような形で「合宿誘致」事業を展開すべきかということを再考するための基礎的なデータを提示することを目的としている。合わせて道内の成功事例等を紹介したが、それによって提示したデータの理解を深めて頂ければ幸いと考えている。

このレポートは、道内212市町村の全てに「合宿誘致」を勧めるものではない。第 部でも述べているが、地域活性化策にはいろいろな方法があり、全ての地域に同様に効果がある方法というものはないと考えるべきであろう。必要なことは、他の地域の方法を形式的に真似することではなく、個別の地域・自治体がその地域の特性を考えながら、自らの地域の中で出来ることを主体的に積み上げる地道な取り組みである。このレポートで紹介する事例もその表面的な方法を真似してもらったものではなく、その背景にあるものの考え方を紹介するために掲載しているものである。場合によっては「合宿誘致」以外の地域活性化策を検討する市町村の参考になるようなものもあるのではないかと考えている。

最後に、このレポートを作成するに当たり、アンケート調査等をお引き受けいただき、様々な意見を頂いた自治体担当者の皆様、スポーツチームの皆様に深く感謝したい。また、このレポートを読まれた方から建設的なご意見・ご批判をいただければ幸いと考えている。

平成14年3月

【担当：日本政策投資銀行北海道支店企画調査課 杉浦克実】

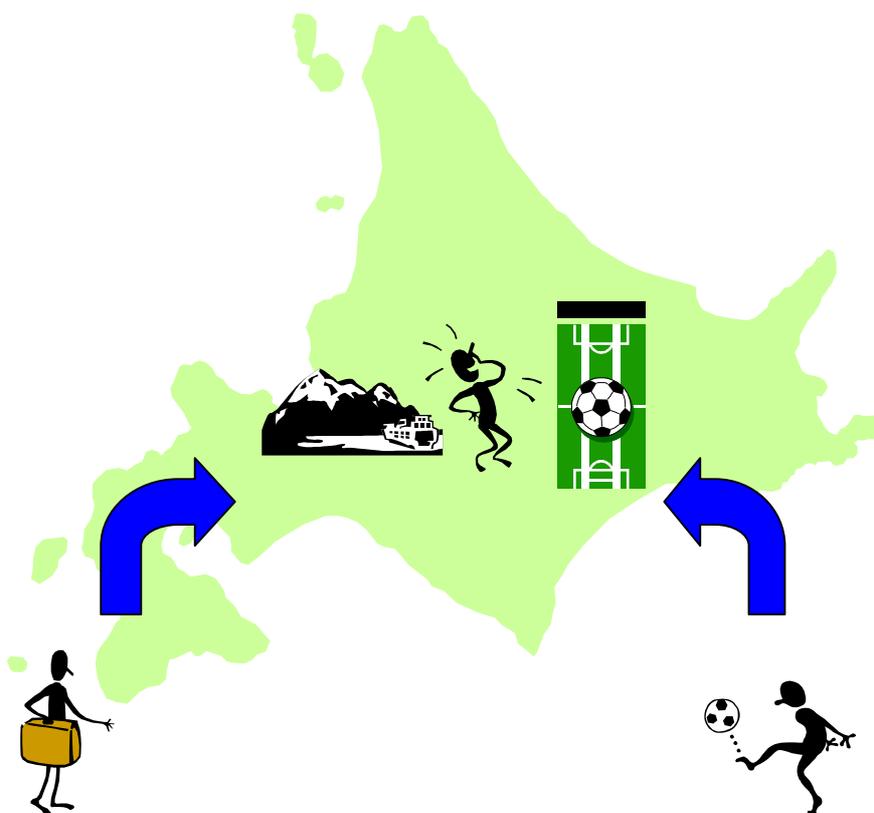
メールアドレス：ktsugiu@dbj.go.jp







## . 求められる地域の自立と北海道の取り組み





## 第1節 「自立」を求められる地域

政治・経済システムを一極集中型から地域分散型へ転換する必要性が説かれてから長い年月が経っている。初めは、「東京の機能の一部を地域に移し替える」という、地方にとっては、ある意味受け身なニュアンスの強い地方分権論が主流であったが、バブル崩壊後、それぞれの地域が主体的にその特性を活かして自立するという意味での地域分散型社会への転換がより一層求められるようになった。この流れは、公共事業費の削減等の動きなどにより、一層現実味を帯びたものになっている。

総務省の「平成14年度地方行財政重点施策」においても、「地方行財政の重点施策」に「地域の活性化と多様性ある国土づくり」という項目が挙げられ、「地方分権の進展に伴う地方公共団体の役割の増大、地域の活性化の必要性等を踏まえ、個性と活力のある地方の構築を目指すため、引き続き、地域の発想と住民の積極的参加に基づく自主的・主体的な地域づくりを進める」ことが求められている。

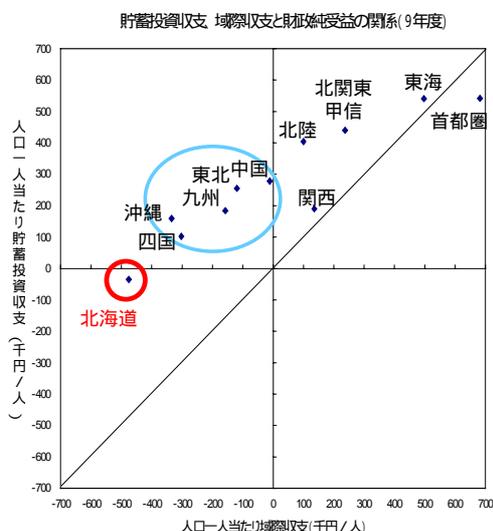
それでは、北海道における自主的・主体的な地域活性化による自立化の背景と実態はどのようなものになっているのだろうか。

## 第2節 北海道の現状

北海道の自立について議論をするときに、入り口とされるのは北海道をマクロで見た場合の「財政純受益(道内財政支出 - 道内税込)」の大きさである。北海道は中央からの公共事業費等の「公的資金の補填」なしに経済が成り立ち得ない、という意味で自立していないとされるのであるが、その構造はどのようなものになっているのだろうか。

財政純受益は、貯蓄投資収支(道内貯蓄 - 道内投資)から域際収支(移輸出 - 移輸入)を差し引いたものとなるが、財政純受益と貯蓄投資収支及び域際収支の関係を、北海道を含む我が国の各地域について整理したものが【図1-2-1】である。

【図1-2-1 貯蓄投資収支、域際収支と財政純受益の関係】



財政純受益 > 0 (受益 > 負担)			
類型	パターン( ) 「貯蓄超過・移輸入超過型」	パターン( ) 「貯蓄超過型」	パターン( ) 「移輸入超過型」
要因	貯蓄投資収支: + 域際収支: - <一般論>	貯蓄投資収支: + 域際収支: + <一般論>	貯蓄投資収支: - 域際収支: - <一般論>
グラフ位置	第2象限	第1象限(45°線上部)	第3象限(45°線上部)
都道府県名	東北、中国、四国、九州、 沖縄 (5地域)	北関東甲信、北陸、東海、 関西 (4地域)	北海道 (1地域)

財政純受益 < 0 (受益 < 負担)			
類型	パターン( ) 「投資超過・移輸出超過型」	パターン( ) 「移輸出超過型」	パターン( ) 「投資超過型」
要因	貯蓄投資収支: - 域際収支: + <一般論>	貯蓄投資収支: + 域際収支: + <一般論>	貯蓄投資収支: - 域際収支: - <一般論>
グラフ位置	第4象限	第1象限(45°線下部)	第3象限(45°線下部)
都道府県名	-	首都圏 (1地域)	-

<日本政策投資銀行 地域政策研究センター 「地域政策研究 Vol.3」より>

注) 前ページの説明は下記(3)によって表されるが、それは(1)(2)を解くことにより説明される。

道内総生産(供給)は消費・投資・財政支出・純移輸出(域際収支)の合計たる需要と一致する((1)の式)。その生産によって獲得された所得は消費されるか、貯蓄されるか、税金で徴収される((2)の式)。(1)と(2)の民間消費は同じものであるので、(3)が導きだされる。

$$(1) \text{ 道内総生産} = \text{民間消費} + \text{民間投資} + \text{財政支出} + \text{移輸出} - \text{移輸入}$$

$$(2) \text{ 道内総生産} = \text{道内総所得} = \text{民間消費} + \text{民間貯蓄} + \text{税金}$$

$$(3) (\text{財政支出} - \text{税金}) = (\text{民間貯蓄} - \text{民間投資}) - (\text{移輸出} - \text{移輸入})$$

【図 1-2-1】は、縦軸が貯蓄投資収支、横軸が域際収支を示し、我が国を11地域に分けたときのそれぞれの地域の状況を示している。全体として財政純受益がマイナス(財政補填が必要ない)の地域は首都圏のみであり、その他10地域はその原因を貯蓄投資収支のプラスに見るか域際収支のマイナスにみるかは別として、全て財政純受益がプラスとなる。

そのなかで北海道は唯一「貯蓄投資収支」「域際収支」ともにマイナスとなる地域である。つまり、(民間貯蓄に比べれば民間投資金額が多く)民間の貯蓄超過を補正するための財政支出は不要であるが、それを上回る域際収支の赤字(年2兆5千億円程度)が存在し、中央からの地方交付税・公共事業費などの財政トランスファーが必要となっていることを示している。現在の国の財政状態を考えれば、今後、公共事業費等の規模を現状のまま維持することは非常に難しい状況にある。公共事業費が更に削減されれば、北海道経済が縮小均衡に向かう可能性がある。その最悪な事態を回避し、地域の経済活力を維持し経済的自立を達成するために、道内各地域の主体的な地域経営が求められるのである。

一方で、ミクロ的な視点から北海道を見た場合はどうであろうか。【表 1-2-1】は、道内212市町村のうち152市町村が、過疎地域自立促進特別措置法に基づく過疎地域に指定されている(平成12年4月1日現在)ことに注目し、道内自治体を過疎地域とそれ以外の地域(非過疎地域と呼ぶ、以下同じ)に分類したものである。

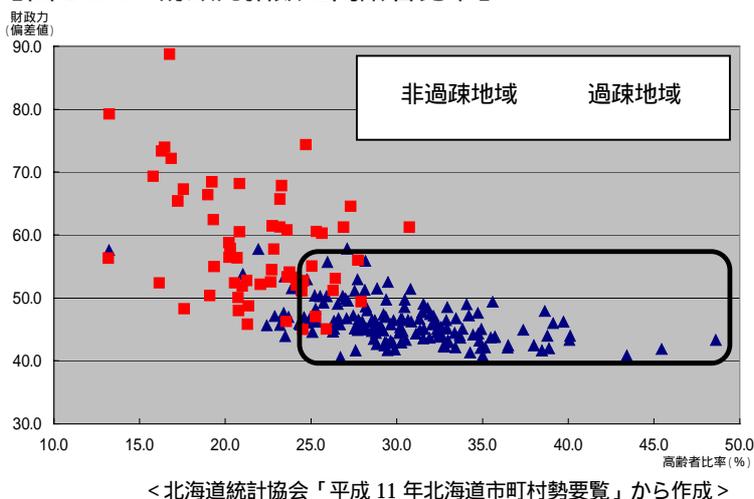
【表 1-2-1 道内自治体の現状】

	人口 (人)	H11fy 社会増加率	60歳以上			財政力	
			人口(人)	(%)	偏差値	指数	偏差値
過疎地平均	6,708	0.91	1,973	30.3	46.1	0.175	46.2
非過疎地平均	78,482	0.12	15,023	22.1	59.8	0.417	59.6
全道平均	27,021	0.69	5,667	28.0	50.0	0.243	50.0

<北海道統計協会「平成11年北海道市町村勢要覧」から作成>

北海道の過疎地域においては、財政力指数(基準財政収入額を基準財政需要額で除したものを過去3ヶ年分平均して算出したもの)を見ると平均は0.175と非常に低く、自市町村の財政収入だけでは財政需要の2割も賄えない状況にある。また、過疎地域の人口社会増減率の平均は0.91と減少幅は非常に大きく、60歳以上の高齢者の人口比率も既に30%を超えていることが分かる。

【図 1-2-2 財政力指数と高齢者比率】



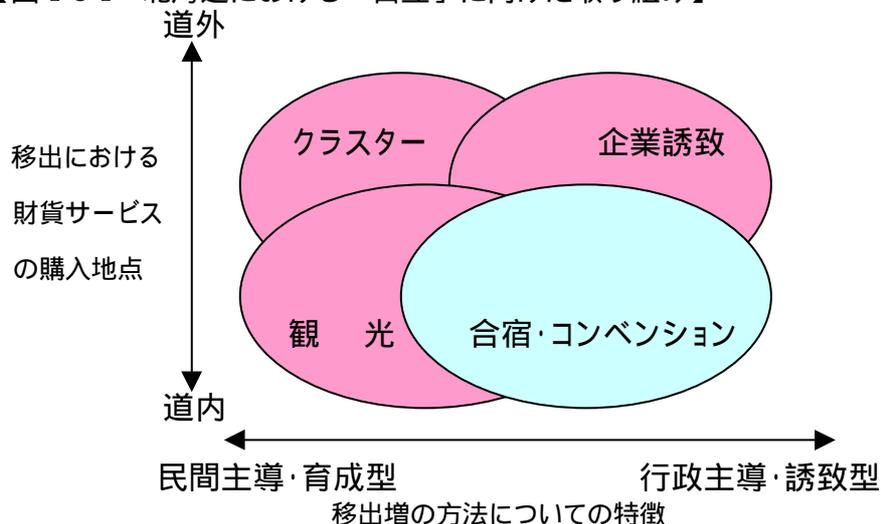
【図 1-2-2】は、財政力指数と高齢者比率の関係を示したものであるが、非過疎地域は比較的財政力指数が高く高齢者比率の低いところに集中している一方で、道内市町村の約 4 分の 3 を占める過疎地域は、財政力指数が低く高齢者比率の高い所に集中しており、2 極分化している。北海道全体として非常に厳しい状況にあるのは言うに及ばずであるが、そのなかで特に厳しい状況にある過疎地域では自立策を打ち出すための地域住民・人材の高齢化が深刻となっており、さらに厳しい状況に來ていることが見て取れる。

以上見てきたように、マクロ的にもミクロ的にも厳しい状況にある北海道ではあるが、これまでに講じられてきた「自立」に向けた取り組み、地域活性化策について見ていくこととしたい。

### 第 3 節 「自立」に向けた取り組みとその枠組み

これまで北海道のなかで行われてきた「自立」に向けた主な取り組みを【図 1-3-1】のように整理してみたい。

【図 1-3-1 北海道における「自立」に向けた取り組み】



この図の縦軸は、(純)移輸出増加等における財貨サービスの購入地点を示している。移輸出と言った場合、概念上は、北海道の製品を東京に運んで東京において購入させるものと、北海道に来た東京の人が北海道内で購入するものの2種が存在する(注)。この縦軸は、地域自立のための取り組みがそのどちらを主として対象とするものかを示すものである。

注) 8 ページの注に記載した式を再度利用したい。下記(1)(2)から(3)が導き出されるためには、(1)と(2)の民間消費が同じものである必要がある。(2)の民間消費は北海道民の総所得が消費と貯蓄と税金支払いに分かれることを指しているのであるから、(1)の民間消費も「北海道民」の消費でなければならない。従って道外の人の道内消費は移輸出に含めることとなる。なお、統計上交流人口の道内消費を正確に把握することは非常に難しく、各種統計においては「民間消費」に数値が紛れ込んでいる可能性は高い。

$$(1) \text{ 道内総生産} = \text{民間消費} + \text{民間投資} + \text{財政支出} + \text{移輸出} - \text{移輸入}$$

$$(2) \text{ 道内総生産} = \text{道内総所得} = \text{民間消費} + \text{民間貯蓄} + \text{税金}$$

$$(3) (\text{財政支出} - \text{税金}) = (\text{民間貯蓄} - \text{民間投資}) - (\text{移輸出} - \text{移輸入})$$

次に横軸は、純移輸出を増加させるための方法の特徴を示すものである。民間セクターを中心とした内発的育成策と行政主導の道外からの誘致型の2つが存在すると考えられる。

以上のような2つの軸で現在の地域自立に向けた取り組みを整理すると4パターンの取り組みが存在する。以下、1つずつ整理してみたい。

#### 1) 行政主導・誘致型 + 道外消費財貨サービスの移出～企業誘致

企業誘致とは域外の企業・工場を道内に誘致することで、短期的には民間投資の増加、中長期的には移出の増大を図ることである。地域活性化の伝統的手法であり、北海道を含め全国の自治体で積極的に誘致活動が展開されてきた。しかし、現状においては、長引く景気の低迷、海外候補地との競合等を要因とする比較優位性の低下により厳しい状況におかれている。【表 1-3-1】は、域外企業の立地件数を 1989 年～91 年と 1992 年～98 年に分けて年間平均件数を算出したものであるが、年間の平均立地件数は大幅に減少しており、内発的産業育成(産業クラスター創造事業等)の必要性が叫ばれる一因ともなっている。

【表 1-3-1 域外企業の年間平均立地件数】

	89～91年		92～98年		増減率
	件数	比率	件数	比率	
北海道	68	28%	18	21%	73%
全国	919	24%	297	19%	68%

< 経済産業省「工場立地動向調査」から作成 >

しかしながら、上記のみをもって北海道における企業誘致の意義を否定するのも又行き過ぎであろう。【表 1-3-2】(次頁参照)は、本行の設備投資動向調査(2002年2月調査)による2001年度設備投資の2000年度に対する伸び率あるが、全国的に設備投資が減少する中で、北海道は前年度比3 .

8%増であった。これは、道内の中小・中堅企業の設備投資が大きく減少したにも拘わらず、過去の企業誘致の成果ともいえる道外企業設備投資の増加がそれを補ったことが1つの要因となっている。

【表 1-3-2 2001年度の道内民間設備投資の特色】

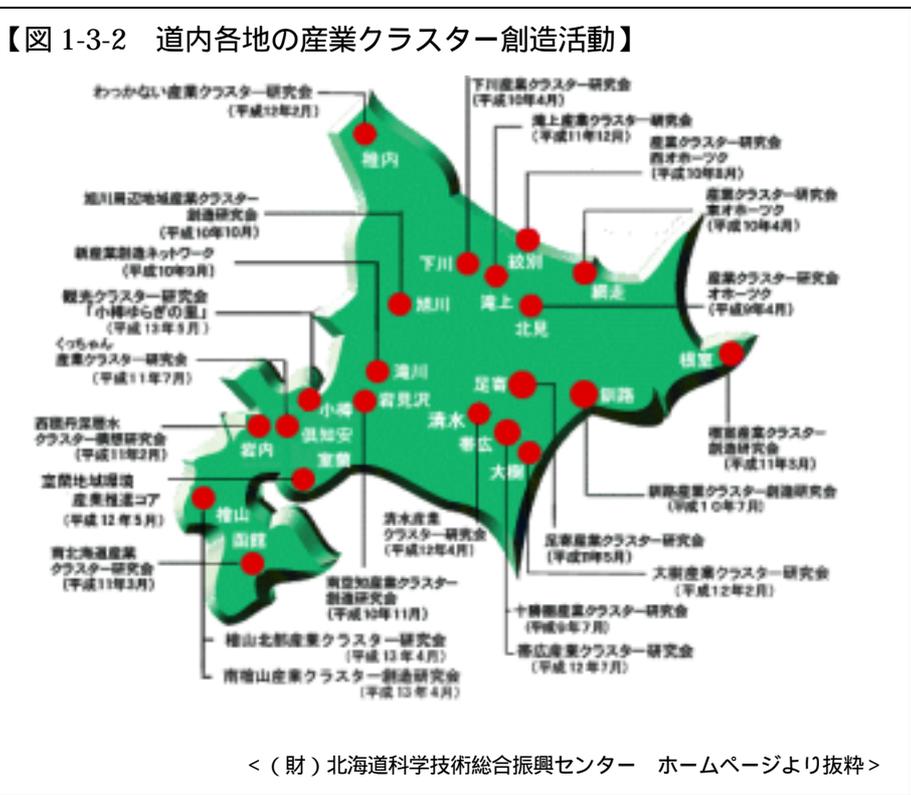
	道内投資	全国投資
道内企業	4.6%	7.7%
製造業	21.6%	23.1%
非製造業	0.5%	4.1%
道外企業	25.5%	
製造業	13.5%	
非製造業	35.0%	
全体	3.8%	6.5%
製造業	5.3%	7.9%
非製造業	7.0%	5.8%

< 日本政策投資銀行「設備投資動向調査」 >

また、下記2)の産業クラスター創造を進めるために、必ずしも100%内発型の産業にこだわることなく企業誘致との組み合わせを考えていくことも意味のあることであろう。当行北海道支店レポート「企業立地・連携促進による地域産業振興～北海道における企業立地政策の課題と展望～」(平成12年3月)でも記載したように「地域の分析と戦略の構築」が重要であり、北海道内の個々の地域が自らの地域の特性との関係で企業誘致というツールをどのように評価し、他のツールと組み合わせていくか、という視点が重要である。

2) 民間主導・育成型 + 道外消費財貨サービスの移出～産業クラスター創造活動

産業クラスター創造活動は、地域の産業・中小企業・ベンチャー企業等からの新事業創造を進めるのみならず、これを核とした葡萄の「房 (= クラスター)」のような新たな産業集積の形成を目指すものである。短期的には民間投資の増加やそれぞれの地域特性を活かした地域活性化に向けた意識の啓蒙、中長期的には域内需要・雇用の創出や移出の増大を図るものである。



【図 1-3-2】(前頁参照)にもある通り、北海道科学技術総合振興センター(ノアステック財団)を中心に、現在、道内各地で23のクラスター研究会が発足し、活動しており、中には既に商品化した事業を有している事例もある。また、札幌BIZCafeを中心とするサッポロバレーのIT集積の支援活動や最近動きが出始めたバイオ等ベンチャー創出活動も、クラスター研究会の形態はとっていないが、産業クラスターを創造する活動には違いなく、同じ範疇に入れて考えて良いと考える。

今では企業誘致に代わる地域産業活性化の目玉として真っ先に紹介される感のある産業クラスター創造活動等であるが、その活動はまだ立ち上がったばかりであり、実際のところ第2節で述べた産業構造を変化させるに至るにはとても及ばない。寄せられる期待と現実とのギャップは大きく、戦略論が欠けているのではないかと、とか、本場米国のビジネスインキュベーションと比べたらどうか、といった意見も耳にする。しかし、今の北海道に必要なのは、担い手企業とともに「汗をかき」、地域の資源である人・もの・金を「つなぐ」人的厚みをつくることであることと考えれば、ノアステック財団の行う北海道の産業クラスター創造活動やBIZCafe等その他機関の活動は、国内他地域の地域活性化プロジェクトとの比較においても高い評価が与えられよう。

もちろん、この産業クラスター創造活動等について何らかの形で活動したり、研究会に名を連ねている市町村は約50市町村程度であり、必ずしも全ての市町村や地域がこのような活動ができるということではないことも事実である。重要なことは、企業誘致や産業クラスター創造活動を始め、何か1つの方策が全ての地域の全ての問題に対応できると考えないということであろう。自らの地域の足下を良く見て、適した方策を選択する、という視点が重要である。

### 3) 民間主導・育成型 + 来道者の道内消費増(交流人口増) ~ 観光産業振興

上述のとおり来道者が北海道において行う消費は、今回の分析では移輸出に分類されるものである。これまで北海道において行われてきた「観光振興」は、行政・民間挙げての「ALL北海道」による観光客への宣伝誘致活動を展開し、道内の交流人口を増大させることによって、その道内消費増(=移出増)を促進してきた。この「ALL北海道」の努力により、観光地としての「北海道ブランド」の定着という意味ではかなりの成果を挙げている。【表 1-3-3】は、東京圏と大阪圏で調査した、宿泊旅行先希望地だが、いずれの都市圏でも北海道が他地域を引き離してトップとなっている。

【表 1-3-3 大都市圏での宿泊旅行先希望地】

東京圏			大阪圏		
1位	北海道	71.6%	1位	北海道	72.1%
2位	九州沖縄	60.1%	2位	九州沖縄	53.5%

< (社)日本観光協会「大都市住民の観光レクリエーション」(平成12年3月) >

【表 1-3-4】は、北海道に関する主要計画等の観光に関する考え方を抜粋して整理したものであるが、上記を受けて「観光産業」はこれからの北海道の基幹産業として大きな期待を寄せられていることが分かる。

【表 1-3-4 北海道に関する主要計画等の観光に関する考え方】

新北海道観光振興基本計画(H10.4～)	観光は地域の活性化に寄与するとともに、関連する産業のすそ野が広く経済波及効果も大きいなど、他産業を牽引する役割が大きいことから、観光を北海道発展の重要な柱とし、21世紀の北海道発展の基本的方向や推進方策を明らかにするために本計画を策定。
第6期北海道総合開発計画(H10.4～)	北海道は、国民のくつろぎの場としての役割を担っており、観光関連産業が地域経済を支える重要な産業として成長するとともに、多彩な体験型観光やアウトドア活動が活発に展開されていることから、今後とも多様なニーズに対応するきめ細かな観光資源の開発、利用体制や情報発信体制等の整備を進めることが必要である。
北の針路2000(北海道運輸局)	北海道の主要産業である観光に対する人々のニーズは、一層大きく、高度に、かつ、多様になってきており、地域経済の活性化の観点からも北海道における観光振興に大きな期待が寄せられていることから、魅力ある観光需要の掘り起こしなど総合的な観光振興方策を検討・実施
21世紀北海道経済産業政策(北海道通産局)	(強みを活かす産業群として、「食関連産業」「住宅関連産業」と並んで「 <b>観光関連産業</b> 」が挙げられている)
第4次札幌市長期総合計画	観光やコンベンション施策の一層の推進をはじめ、集客交流の視点からのまちづくりを進めながら、人々の来訪や交流を促し、訪問者に様々なサービスを提供する集客交流産業の振興を図る。

一方で、北海道における行政・民間挙げての観光客宣伝誘致活動は、「北海道ブランド」の売り込みには多大な功績があったものの、道内の個別地域の個性を埋没させてしまう結果を招いたとも言える。当行北海道支店レポート「観光産業の今後の展開」においても提言している通り、今後とも「観光産業」が、上記の期待どおり北海道の基幹産業として、このレポートでいう意味での移輸出の増大に寄与するものであるためには、当事者である民間の「観光産業」そのものが自らの所属する個別地域の個性を分析し、それを正しく道外観光客に伝え、「北海道に行く」というのではなく、「北海道のに行く」という意識を観光客に与える必要がある。

ただし、上記2)の産業クラスター創造活動で述べたことと同様、道内212市町村全てが観光産業の振興による地域自立に適しているものでないことは敢えて付記する必要もない。やはり、観光産業振興もツールの1つであり、全ての地域に適合する万能の施策と考えるべきものではない。

#### 4) 行政主導・誘致型+交流人口増加～合宿・コンベンション誘致事業

合宿やコンベンションの誘致は、観光振興と同様、交流人口の増大と、その道内消費増による地域活性化を図るものである。

「コンベンション誘致」は、会議等の誘致という性格もあって、基本的には都市基盤が整備されている札幌・旭川・函館・帯広・釧路等の都市圏における地域活性化策という位置づけを与えることができる。例えば、札幌市においては、2001年9月にオープンした札幌ドーム(HIROBA)2003

年6月にオープン予定の「札幌コンベンションセンター」等ハードの整備のみならず、2001年10月には、札幌におけるコンベンションに関連する民間企業が集結して「札幌コンベンション宣言2001」を採択するなど、様々な動きが見られている。

「合宿誘致」については、「観光振興」や「コンベンション誘致」程の派手さは無いものの、観光資源や都市基盤の有無に関わりなく実施できることもあり、道内市町村の半数程度が実施している。この施策は、地元の結束や誇りといった非経済効果も期待できることが1つの特徴であるが、後述するように、交流人口のなかでの規模はさほどは大きくない。むしろ、道内の地方圏における地道な地域活性化策の1つとして整理すると分かりやすい。なお「artist residence」という作家・芸術家の創造活動の場を地域が提供するというものも、さらに地道な取り組みではあるが「合宿誘致」に近いものとして挙げることができよう。

以上、これまで北海道が行ってきた「自立」に向けた主な取り組みに見てきたが、それぞれが相応の効果をもたらしている一方で、今後の展開に向けた課題も多い。また、これまで述べてきたようにどれか1つが道内の全ての市町村の問題を解決する、ということではなく、ある意味でその「選択」「組み合わせ」をどのように考えるか、という視点が必要である。

これまで本行では、「企業誘致」、「産業クラスター」及び「観光産業振興」について、レポート等によって調査・研究し、提言をしてきたところであるが、「選択」「組み合わせ」を考えるための最後のツールである「合宿・コンベンション誘致」事業のうち、実施状況や注目度に比べて余り整理された情報が多くない「合宿誘致」を取り上げてみたい。

本調査は「合宿誘致」に関する道内自治体の考え方や取り組み状況、問題点などを整理するとともに、実際に合宿を行っている利用者のニーズと北海道合宿についてのイメージを探ることで、各地域の戦略策定のためのデータを提供し、合宿地としての北海道の地位向上と交流人口の増加に資することを目的とするものである。また、データの理解を深めるために、道内合宿誘致成功市町村や道外先進地域の事例も紹介する。

#### 第4節 北海道における「合宿誘致」事業

【図1-3-1】(p9参照)で整理したとおり、「観光(産業)振興」と「合宿誘致」はともに交流人口の増加を目的としている。ここではまず、北海道をマクロ的に見た場合の「合宿誘致」事業が、交流人口増加策の中でどのようなポジションにあるかを確認するために、交流人口及び経済効果という2つの側面から「観光(産業)振興」と「合宿誘致」について考えてみたい。

北海道が実施した「平成12年度北海道スポーツ合宿調査」によると、平成12年度のスポーツ合宿の道外からの参加者は23,182人(道内の参加者は43,029人)となっている。合宿利用者の一人当たりの一日平均費用を17,300円(平成13年度北見市試算)として計算すると、こ

これらの数字をもとに道内の合宿利用者による経済効果は33億円となる。これを観光と比較すると【表1-4-1】のようになる。

【表 1-4-1 スポーツ合宿の経済効果】

	来道客数 利用者	経済効果
観 光	596	4,097
スポーツ合宿	2 ( 0.4% )	33 ( 0.8% )

<北海道「平成12年度北海道スポーツ合宿調査」及び

平成13年度北見市試算より算出>

注)・単位は万人・億円、( )内は観光に対する割合を示す

・経済効果は土産物代、レンタカー代を除いて算出

北海道全体として見た「合宿誘致」の交流人口規模は観光の0.4%、経済効果の規模は観光の約1%程度の規模である。しかし、p43に「道内先進事例紹介」として掲載している津別町を例にとると、もともと観光地ではないため、年間の宿泊観光客の入り込みは延べ53,000人に過ぎない。「合宿誘致」事業が軌道に乗った現在では、同市は年間延べ11,000人程度の合宿利用者を受け入れており、交流人口の規模は観光の20.8%と非常に高い。個別の実施市町村ベースで見ると、合宿誘致の経済効果は相応のものがあると考えることができる。

加えて、合宿誘致には【表 1-4-2】のように「(公的なスポーツ)施設の有効活用」、「(地域の)知名度のアップ」、「地域スポーツのレベルアップ」といった直接的経済効果以外の効果が期待できるほか、地元住民との交流などにより、地域の誇りや団結を強める契機となる可能性もある。比較的規模が小さく高齢者人口比率が高いため産業クラスター創造活動を民間ベースで根付かせ難い地域や特別な観光資源がなく観光客を呼び寄せる魅力の作り込みが難しい地域においても、行政を中心とした合宿誘致により交流人口を増大させることで地域活性化の一助とする道が残っているのである。

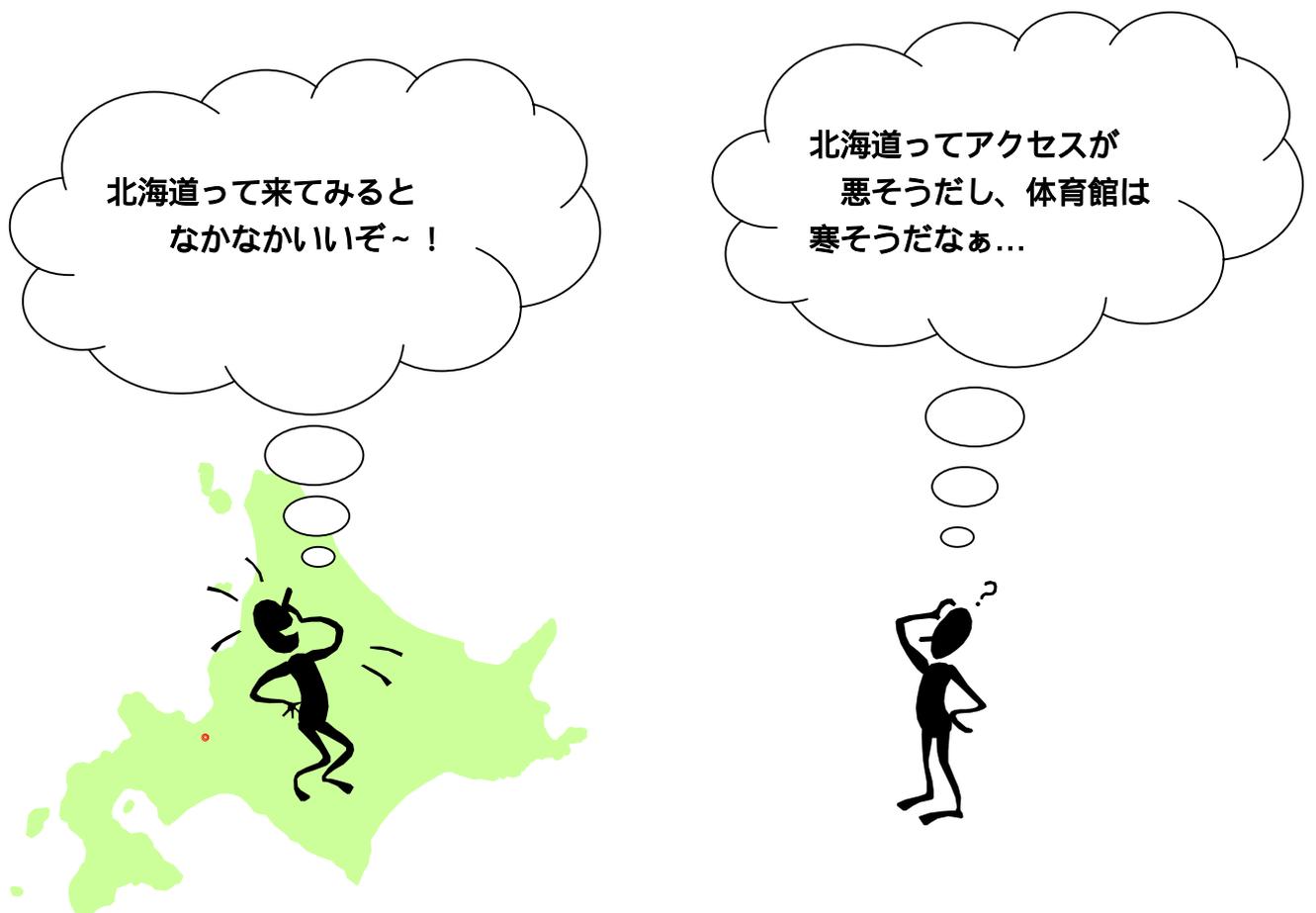
【表 1-4-2 合宿誘致の効果(目的の達成度)】

	全 体						3,000以上	3,000未満	無回答
	有効回答	平均値	肯定的	中立	否定的	平均値	平均値	平均値	
			(1,2)	(3)	(4,5)				
レベルアップ	30	2.07	23	6	1	2.00	2.20	2.00	
地元交流	18	2.22	12	6	0	1.83	2.29	2.60	
活力創造	0	-	0	0	0	-	-	-	
知名度	27	2.07	19	6	2	1.67	2.09	2.57	
経済効果	40	1.93	34	4	2	1.57	2.00	2.27	
施設活用	28	1.75	24	4	0	1.63	1.77	1.86	
娯楽提供	4	3.25	1	2	1	-	3.33	3.00	

このレポートは北海道212市町村全てに「合宿誘致」を行うことを勧めるものではない。既に述べたように、合宿誘致そのものの経済効果は観光の1%程度に過ぎないし、観光振興、産業クラスター創造、企業誘致についても、必ずしも全ての地域に適合的ということではない。あくまで色々な地域活性化策のなかの1つの選択肢として、それぞれの地域の特性に「合宿誘致」が適合するものかどうか検討することが重要である。

ただし、「合宿誘致」は個別の地域・自治体がその地域の個性を考えながら手作りに近い形で行っているものが多く、中央政府に多くを望むのではなく、自らの地域のなかで出来ることを主体的に積み上げる、地道な取り組みの好例が多い。そのような好例は、他の地域活性化策を考えるに当たっても、例えば如何にして弱みを強みに転換するか等の面で参考になるものとする。

## ・北海道における合宿誘致と地域活性化に関するアンケート調査





第 部では、平成13年10月11月に実施した下記2本のアンケート調査の分析を行い、北海道における合宿誘致と地域活性化の実態を中心にまとめている。

(1) アンケート調査1：北海道におけるスポーツ振興と地域活性化の現状調査

調査対象：北海道内212市町村

調査内容：北海道内212市町村のスポーツ振興による地域活性化に関する現状及び意識をアンケート調査するもの。内容は下記の3部構成となっている。

- 1) 北海道におけるスポーツ振興と地域活性化について
- 2) 北海道における合宿誘致と地域活性化について
- 3) 北海道におけるニュースポーツ振興と地域活性化について

なお、3)は北海道におけるニュースポーツ振興が合宿誘致と同様に経済効果を目的とする地域活性化策の中に入るものかどうかを確認するために行ったものである。結論的には、合宿誘致とは異なり、地域内完結型の地域住民向けの施策であることが確認された。この内容は第 部の後に参考として別添した。

調査目的：1)は、合宿誘致が形式上「スポーツ振興策」のなかに位置づけられることから、北海道における各市町村のスポーツ振興全体についてその実態を把握するために行っている。2)は北海道の各市町村における合宿誘致の実態及び意識を調査するために行ったものである。

調査時期：平成13年10月

調査方法：北海道内各市町村の担当部署に対する書面によるアンケート調査

回収状況：発送数212 回収数149 回収率70.3%

(2) アンケート調査2：合宿に関する利用者アンケート調査

調査対象：競技団体等からの協力を得て、チームマネージャー等の連絡先が確認できた、バスケットボール、ラグビー・アメフト、バレーボール、野球、サッカー、陸上等の実業団・大学生チーム合計569チーム

調査内容：スポーツ合宿の利用者となる各種スポーツチームに対し、「現在の合宿地」、「北海道合宿のイメージ」についてアンケート調査するもの。

調査目的：上記のアンケート調査1の2)との対比で合宿のサービス提供側(各地域)と需要側(チーム)の意識の相違等を確認するために行ったものである。

実施時期：平成13年11月

調査方法：上記569チームのマネージャー等に対する書面によるアンケート調査

回収状況：送付数569 回収数93 回収率16.3%

以下、第 部においては、下記の順により分析を行う。

第1節 北海道におけるスポーツ振興と地域活性化について

第2節 北海道における合宿誘致と地域活性化について

第3節 合宿に関する利用者アンケート調査



## 第1節．北海道におけるスポーツ振興と地域活性化について

調査内容：北海道の自治体におけるスポーツ振興と地域活性化についての現状及び意識調査

調査時期：平成13年10月

調査方法：北海道内各市町村の担当部署に対する書面によるアンケート調査

回収状況：発送数212 回収数149 回収率70.3%





第1節では、「合宿誘致」が自治体の「スポーツ振興」の中でどのような位置を占めるのかを探るため、「スポーツ振興」全般に関する現状及び意識調査を行った。

### 1-1. 担当者と組織 実施状況

スポーツ振興の担当は、一つの部署よりも複数の部署で行われる方が多く、6割近い83市町村で「教育委員会とそれ以外の部署の両方」と回答している。なお、合宿誘致成功市町村（合宿誘致を実施している市町村のうち、年間の合宿受入人数3,000名以上の実績をもつ市町村を指す。以下同じ）においては、さらにその傾向が強いことがわかった。

スポーツ振興を目的とした市町村役場内の横断的組織は11.4%の17市町村で組織されるに留まり、多くの市町村では単独もしくは各部署で特別な調整組織を持たずにスポーツ振興を実施している。ただし、合宿誘致成功市町村では、3分の1が横断的組織を有していると回答している。

スポーツ振興は94.6%に当たる139市町村で実施されており、実施していない8市町村はいずれも資金不足や施設不足といった問題を抱え、「実施したいが出来ない」と回答している。

#### 1) 担当者(回答者)と組織

【表2-1-1 担当者(回答者)の所属】

教育委員会	87	58.4%
市町村役場 (除、教育委)	62	41.6%

今回の調査では、道内212市町村のうち、149市町村(回答率70.3%)からの回答があった。

アンケート回答担当者の所属は【表2-1-1】の通りであり、58.4%に当たる87市町村の担当者が教育委員会、残りの62市町村の担当者が市町村役場の教育委員会以外の部署となった。

【表2-1-2 スポーツ振興を担当している部署】

教育委員会のみ	56	39.7%
企画・商工ほか + 教育委	83	58.9%
役場のみ	2	1.4%

\*合宿誘致成功市町村

教育委員会のみ	3	20.0%
企画・商工ほか + 教育委	11	73.3%
役場のみ	1	6.7%

\*教育委員会以外の部署

企画 関連	53	62.4%
商工 観光 関 連	22	25.9%

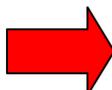
スポーツ振興を担当している部署については【表2-1-2】の通りで、「教育委員会と役場のそれ以外の部署両方」にスポーツに関連する部署があると回答した市町村は6割弱、83市町村であり、教育委員会単独で行っている市町村は4割弱であった。教育委員会以外でスポーツを担当している部署の内訳を見ると、企画関連の部署が最も多く、62.4%に当たる53市町村の回答があった。次いで商工観光関連の部署が25.9%

9%、22市町村となっている。

担当部署を合宿誘致成功市町村に限って見ると、「教育委員会とそれ以外の部署両方」という回答の割合が相対的に高くなっている。【表 2-1-3】についても類似の傾向が読みとれるが、多くの合宿利用者を受け入れている合宿誘致成功市町村では、施設の利用や利用者の送迎・宿泊先の斡旋などの様々な合宿関連の業務について、教育委員会が単独ではなく関連する部署と連携しながら対応する等の役場内の体制整備が進んでいることが窺われる。

【表 2-1-3 スポーツに関する横断的組織】

ある	17	11.4%
ない	132	88.6%



\*合宿誘致成功市町村

ある	5	33.3%
ない	10	66.7%

【表 2-1-3】は、スポーツによる地域振興を行う際に関係する役場内の複数の部署が参画する横断的組織の有無について聞いたものであるが、こうした組織が存在している市町村は11.4%に当たる17市町村に留まった。このことから、多くの市町村では単独もしくは各部署で、特別な調整組織を持たずにスポーツ振興を実施していることがわかる。

これを合宿誘致成功市町村に限って見ると、「ある」と回答した市町村は33.3%となり、その比率は相対的に高くなる。個別のヒアリングを行うと、スポーツ合宿に関する問い合わせは「施設利用に関するもの」、「宿泊施設に関するもの」、「アクセスに関するもの」など、多岐に渡っているため、こうしたスポーツ合宿に関する業務の一切を行う総合窓口となる部署を新たに設置したという自治体もあった。こうした組織横断的な連携は、様々な問い合わせ等への対応を迅速にし、利用者の利便性を高める上で大きな効果をあげているということであった。(p57 及び p74 参照)

## 2) スポーツ振興実施状況

【表 2-1-4 スポーツ振興実施状況】

はい	139	94.6%
いいえ	8	5.4%

スポーツ振興は94.6%に当たる139市町村で実施されており、実施していないのは8市町村のみとなった。この8市町村は、いずれも「資金不足」や「スポーツ施設不足」といった問題から、「実施したくてもできない」と回答しており、スポーツ振興を「必要なし」として積極的に否定する市町村は一つもなかった。

また、今回の調査全般に関する自由記述の中から、「スポーツ振興に関する消極的な意見等」を抜粋したものを次頁に掲載した。スポーツ離れや過疎化・少子高齢化などによるスポーツ参加人数の減少といった本源的な問題を挙げる市町村が多い。

## 自治体担当者の声 「スポーツ振興に関する消極的な意見等」

スポーツ大会の参加者を町内の役員が集めるようにしているが、集めるのが大変なようだ。市民全体がスポーツに親しむことが少なくなってきているように思う。

スポーツを活用した地域活性化は、住民自らが参加することによりコミュニケーションの充実、健康の保持等の大きな効果がある。ただどうしても指導者に左右されることが多く、人材育成が課題である。

過疎地域では高齢化が進み、教室などを開催しても参加者が減少してきている。広域的に参加者が集える軽スポーツイベントなどの催しがあれば参加しやすいのかもしれない。

最初の質問において、当町のようにスポーツ振興そのものが形骸化している市町村は「はい」「いいえ」だけでは答えられない状況にある。また、設問自体のレベルが高く、当町のような少子高齢化が急激に進んでいる市町村ではあてはまらない。「本来はやりたいのに出来ない」部分のもう少し踏み込んだ設問が多くても良かったのではないのでしょうか。

スポーツ活動は、地域の活性化に大変重要であり、そのための施設（体育館等）の充実、スポーツ用具の整備、スポーツ専門職員の整備等、総合的に取り組む必要がある。財政の逼迫に加え、スポーツに対する優先度が低いことがスポーツ振興を遅らせている。

## 1-2．スポーツ振興の有効性、目的、実施内容と問題点、競技

地域振興のツールとしてのスポーツについて見ると、94.2%の市町村の担当者が有効であると回答している。

スポーツによる地域振興の目的としては「福利厚生」と「地域活力」を重視する市町村が大多数であり、「経済効果」を重視している市町村は5.8%に過ぎない。

スポーツ振興の形態を見ると「住民への啓蒙普及活動」、「住民参加型イベント開催」といった地域内完結型で交流人口の増加を目的としない施策が大多数を占める。

観光関連の部署との連携を実施している市町村は25.0%に留まった。

スポーツ振興実施の問題点としては「維持管理費」が最も多い。

### 1) スポーツ振興の有効性、目的

【表2-1-5 地域振興のツールとしてのスポーツ】

有効回答	平均値	肯定的(1,2)	中立(3)	否定的(4,5)
139	1.76	131	7	1

注) 平均値は5段階の回答をそれぞれ「大変有効」= 1、「それなりに有効」= 2、「どちらとも言えない」= 3、「あまり有効ではない」= 4、「有効ではない」= 5として算出

【表2-1-6 スポーツによる地域振興を行う目的】

	1位	2位	3位
福利厚生	51.4	37.7	9.4
経済効果	5.8	21.9	68.6
地域活力	43.6	38.6	16.1

地域振興のツールとしてのスポーツをどのように捉えているかを見ると、【表2-1-5】の通り、139市町村中131市町村で「大変有効」もしくは「それなりに有効」という肯定的な回答をしており、逆に否定的な回答をしたのは1市町村のみである。

スポーツによる地域振興を行う目的【表2-1-6】としては、「福利厚生」、「地域活力」が大多数を占め、「経済効果」を最重要視する市町村は5.8%にすぎない。この5.8%の中には、まちづくり推進課で企業誘致やI・Uターンを視野に入れた合宿誘致を展開する自治体や、首長のトップダウンにより組織横断的な合宿誘致窓口を設置した自治体など、合宿誘致に成功している市町村が含まれている。個別にヒアリングしたところ、このような市町村では「経済効果」を重視しているとはいえ、地域住民に対して配慮に欠くというわけではなく、住民の理解・協力を得ながら、合宿誘致をはじめとしたスポーツによる地域振興を行っている。

## 2) 実施内容と問題点

【表 2-1-7 スポーツ振興の形態】

	項 目	割合
1位	啓蒙普及活動	87.7
2位	住民参加型イベント	83.7
3位	施設等の環境整備	46.3
4位	合宿誘致	17.0
5位	総合型SC支援	8.8
6位	PR 活 動	6.1
7位	国体等の大会誘致	2.7
8位	ビッグイベント開催	1.4

実際に行われているスポーツ振興の形態を見ると、「住民への啓蒙普及活動」や「住民参加型のイベント開催」といった地域内で完結しており、新たな交流人口を生み出さない施策が大多数を占めている。また、「合宿誘致」については「合宿誘致の実施状況」【表 2-2-1】( p33 参照) では42.6%の市町村で「実施」と回答しているにも関わらず、スポーツ振興の形態【表 2-1-7】では、4位に入っているものの回答の割合は17.0%に過ぎない。この設問では、回答を3つまでに限定したため、「施設建設などの環境整備」も含めた上位3項目に回答が集中したものであるが、スポーツ振興策の中での合宿誘致のウェイトが相対的に低いことを窺わせる結果となった。

【表 2-1-8 観光関連部署との連携】

はい	34	25.0%
いいえ	102	75.0%

利用者アンケートの設問「合宿のついでに周辺観光地を訪れた経験」【表 3-2-6】( p75 参照) によると、経験が「ある」と回答したのは33.3%に留まったが、「ない」と回答した66.7%のチームのうち、「機会があれば行ってみたい」と回答したチームは83.3%にのぼっており、スポーツ合宿の観光への波及の可能性を期待させる結果が表れている。

この設問【表 2-1-8】は、その利用者アンケートの設問との関連で、スポーツ振興の企画等を行う際に観光関連の部署との連携をとっているかを聞いたものである。これを見ると、「はい」という回答は25.0%に当たる34市町村と意外と多いが、個別にヒアリングしたところでは、殆どの市町村がイベント単位で召集される実行委員会的なものであり、恒常的に組織されてスポーツに関する企画を行っているわけではなかった。

スポーツ振興を行う際の問題点【表 2-1-9】( 次頁参照) を見ると、施設の「維持管理費」がトップである。ここでは、道内212市町村中153市町村が過疎指定地域であることに注目し、道内市町村を「過疎地」、「非過疎地」に分けて分析した。それによると、前者では「人手不足」の順位、後者では「住民理解」のウェイトが相対的に高くなっている。啓蒙普及活動や住民参加型のイベントを開催する場合、前者ではそれを実行するスタッフが不足し、後者ではスポーツ離れなどにより住民がなかなか集まらないという厳しい現状が窺える結果となった。

【表 2-1-9 スポーツ振興を行う際の問題点】

	過疎地		非過疎地		合計	
1位	施設管理費	34.9	施設管理費	39.0	施設管理費	36.1
2位	施設不足	27.4	PR等資金	31.7	施設不足	28.6
3位	人手不足	27.4	施設不足	31.7	人手不足	27.2
4位	PR等資金	22.6	横の連携	31.7	PR等資金	25.2
5位	横の連携	17.0	住民理解	29.3	横の連携	21.1
6位	住民理解	12.3	人手不足	26.8	住民理解	17.0
7位	人事ローテーション	12.3	人事ローテーション	14.6	人事ローテーション	12.9
8位	非専門家	9.4	関係者過多	9.8	非専門家	7.5
9位	関係者過多	3.8	非専門家	2.4	関係者過多	5.4

下記は「スポーツ振興実施の問題点等」についての自由記述を掲載したものである。問題点も多岐に亘っているが、地域住民のスポーツ離れや高齢化といった本源的な問題に加え、スポーツ施設不足という意見も見られる。個別のヒアリングでも聞かれたが、新しい施設の建設は、財政的にも住民の理解という意味でも難しくなっているようである。

### 自治体担当者の声

「スポーツ振興実施の問題点等」

スポーツをしない人たちをなかなか外に引っ張り出せない。

住民の高齢化により、いわゆる競技スポーツの普及が困難であることから、ミニバレーや歩くスキーなどの軽スポーツの普及に重点を置いている。

スポーツ施設が不足しているが、財政的に新しい施設の建設は困難。

総合体育館がない。体育施設も大きな大会を誘致できる施設整備が必要。

スポーツ施設の管理が一元化されていないことによる市民サービスの低下が現実問題。

指導者の育成・確保及び行政内の組織改革が必要。

町内の総合型地域スポーツクラブと既存の団体との連携。(次頁参照)

スポーツ振興として行ったイベント等の事業の効果測定手法の確立

### 3) 競技

【表 2-1-10 地域で盛んもしくは振興に力を入れている競技】

	種目	回答数		種目	回答数
1位	パークゴルフ	111	4位	サッカー	22
2位	野球	57	5位	ハレーボール	21
3位	スキー	24			

全道的に「パークゴルフ」が支持を集めた。更に「ニュースポーツ」が45市町村と野球に次ぐ回答を集め、うち15市町村の回答があった「ミニバレー」が最多であった。また、外のグラウンドが雪に閉ざされてしまう冬場でも行うことができるバレーボールやバスケットボール、バドミントンといった競技はさほど支持されていないことがわかった。

## 総合型地域スポーツクラブとは？

総合型地域スポーツクラブとは、地域住民が主体となって運営し、老若男女誰もが各自のニーズに応じて多様なスポーツ活動を行うことの出来るヨーロッパ型のスポーツクラブであり、日本でも2000年9月の「スポーツ振興基本計画」(文部科学省)の中で「総合型地域スポーツクラブの全国展開」を重点施策として取り上げるなど、注目されつつある。この特徴を整理すると以下ようになる。

地域住民による自主運営型のクラブ

受益者負担による自主財源(会費制)

多種目...好きな時期に好きな種目を、各自の目的によって選べる

子供から老人まで参加できる多世代型クラブ

地域活動の核となりうる(企画もの、対話など)...活動拠点の確保

一環指導型...トップレベルの選手排出のため長期的視野に立った指導

### ( 表：従来型の地域スポーツとの比較 )

	従来型スポーツクラブ	総合型地域スポーツクラブ
運営	競技団体等	地域住民
負担者	参加者(競技をする者)	受益者(サービスを受ける者)
競技種目	単一(排他的)	複数
参加世代	限定的	任意(子供から老人まで)
地域活動	なし	バザー、教室その他イベント
指導	断続的	長期的視野に立った一環指導

### 先進事例【士別市：多寄スポーツクラブ】

総合型地域スポーツクラブの成功のポイントは施設の大きさよりも、地域住民のスポーツへの理解と運営の自主性にある。その意味で現在注目されているのがこの「多寄スポーツクラブ」である。当クラブは、平成9年から3年間、(財)日本体育協会から総合型地域スポーツクラブモデル地区に指定されていた士別市「多寄地区」で、平成12年4月に発足した総合型地域スポーツクラブである。会員は約300名(大人250名、子供50名)であるが、多寄町民が約1,500人であるので20%がクラブ員ということになる。士別市は合併により誕生した市であり、元来一つの自治体であった多寄地区は今でも非常に結束力が強く、そのことがこのような高い会員比率の背景にある。また、行政の補助等で運営され、会費を徴収できるスポーツクラブが少ない中、当クラブでは年会費600円(少年団は無料)を徴収している。さらに当クラブでは、住民



から野外スポーツの活動拠点(左の写真)の建設費として寄付金150万円を集め、住民有志のボランティアで建設作業を行うことで少ない資金を補い、活動拠点を完成させている。現在は「おらがハウス」という愛称で親しまれ、クラブ会員の交流をはじめとした様々な用途に使われている。

また、当クラブでは補助金等に頼らない独自の経営を行うための努力として、「おらがハウス」前に自動販売機を設置しており、この収益をクラブの活動費に補填しているとのことであった。



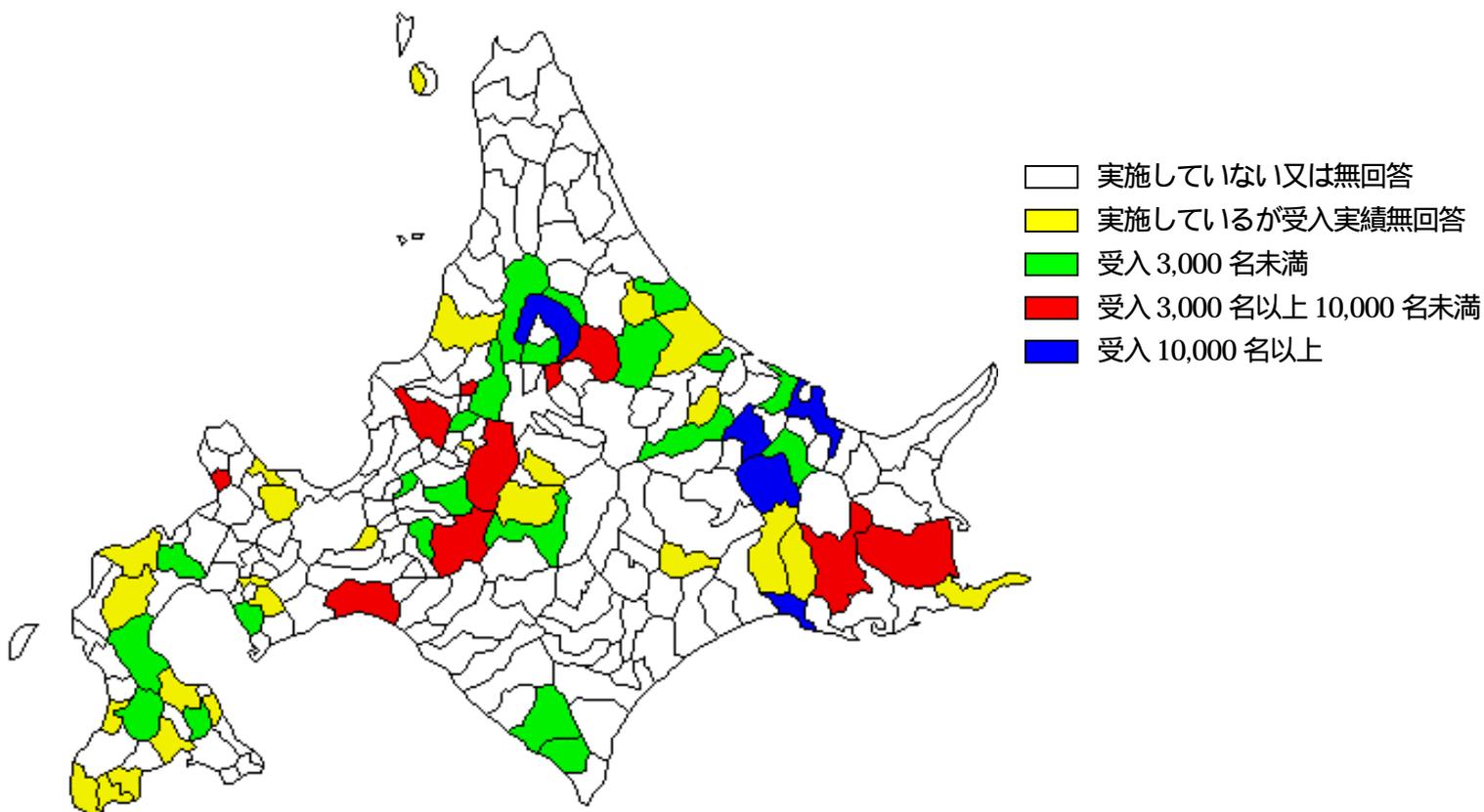
## 第2節．北海道における合宿誘致と地域活性化について

調査内容：北海道の自治体における合宿誘致と地域活性化についての現状及び意識調査

調査時期：平成13年10月

調査方法：北海道内各市町村の担当部署に対する書面によるアンケート調査

回収状況：発送数212 回収数149 回収率70.3%





第2節では、道内自治体における「合宿誘致」の現状及び意識調査を行っており、あわせて他の自治体の事業展開や地域戦略策定の参考となるよう、「合宿誘致」事業が上手くいっている自治体の特徴を探った。

### 2-1．実施状況とターゲット（チーム・時期・競技）

合宿誘致を実施している市町村は42.6%に当たる63市町村であった。

合宿誘致の対象チームは50.8%に当たる32市町村の回答を集めた「実業団」と「高校生以下」がトップであった。

合宿誘致の対象時期は夏場（7～9月）に集中している。

合宿誘致の対象競技を見ると、全体では「野球」や「サッカー」といったスポーツがトップに来ているが、合宿誘致成功市町村では「陸上長距離」が最も多い。

#### 1) 実施状況

【表 2-2-1 合宿誘致の実施状況】

はい	63	42.6%
いいえ	85	57.4%

回答のあった道内148市町村のうち、合宿誘致を実施している市町村は42.6%に当たる63市町村となった。

北海道による「平成12年度北海道スポーツ合宿調査」【表 2-2-2】によると、道内全市町村のうち自治体として合宿誘致を実施しているか否かに関わらず、スポーツ合宿が実施されている市町村は52.8%に当たる112市町村となっている。基本的には当行調査との差は、誘致努力はしていないが、合宿そのものは行われている市町村を含めるか否かという点にある。また、北海道の調査では、道外大学生を中心としたスキー合宿が非常に多くなっており【表 2-2-7】（p35 参照）今回の調査ではカバーしていない大学のサークルなどによる合宿が含まれているものと思われる。なお、北海道による平成3年度の調査【表 2-2-3】では108市町村でスポーツ合宿が実施されていたことに比べて、平成12年度の調査では112市町村であり、実施市町村数はさほど増加していないことがわかる。

【表 2-2-2 合宿の実施状況（北海道調べ）】

はい	112	52.8%
いいえ	100	47.2%

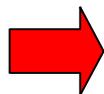
【表 2-2-3 合宿の実施市町村数の推移（北海道調べ）】

H3年度	H9年度	H12年度
108	110	112

## 2) ターゲット

【表 2-2-4 合宿誘致のターゲット（チーム）】

	ターゲット	回答数	割合
1位	実業団	32	50.8%
1位	高校生以下	32	50.8%
3位	大学体育会	24	38.1%
4位	サークル	20	31.7%
5位	特になし	14	22.2%
6位	プロチーム	8	12.7%
7位	日本代表	4	6.3%
7位	その他	4	6.3%



\*合宿誘致成功市町村

	ターゲット	回答数	割合
1位	実業団	14	93.3%
2位	大学体育会	9	60.0%
3位	高校生以下	7	46.7%
4位	プロチーム	3	20.0%
4位	日本代表	3	20.0%
6位	サークル	2	13.3%
7位	特になし	0	0.0%
7位	その他	0	0.0%

合宿誘致のターゲットとしているチーム【表 2-2-4】は、「実業団」と「高校生」がともに50.8%に当たる32市町村からの回答を集めてトップになっている。個別のヒアリングによると、後者については主に道内の高校生やリトルリーグなどを対象としており、年齢層の広さがこの結果につながっているものと思われる。回答市町村に個別にヒアリングしてみると、道内の地域的な気候の差を活かし、雪解けの早い地域で春先に屋外スポーツの大会や合宿を道内他地域から誘致している自治体もあった。

また、合宿誘致成功市町村に限って見ると「特になし」や「その他」といった回答は全くなく、各市町村ともにターゲットとするチームを明確に絞っていると言える。全体と比較すると「実業団」、「大学体育会」という回答の割合が非常に高くなっており、特に「実業団」については1市町村を除く14市町村から回答があった。利用者アンケートの設問「一人当たり合宿費用」【表 3-1-4】(p55 参照)によると「社会人」は「学生」の約1.5倍の費用をかけており、相対的に経済効果の高い分野にターゲットを絞り込んでいるものと思われる。

【表 2-2-5 合宿誘致のターゲット（時期）】

	回答数	割合
1～3月	8	14.3%
4～6月	7	12.5%
7～9月	40	71.4%
10～12月	1	1.8%

合宿誘致のターゲットとしている時期は、夏場（7～9月）が71.4%と最も多い。利用者アンケートの設問「北海道に来るならいつ」【表 3-2-9】(p76 参照)によると、合宿で北海道に来る場合は夏場（7～9月）が良いという回答が92.2%を占めていることから、道内自治体の合宿誘致の時期的なターゲットと概ね合致していると言える。なお、【表 2-2-5】で冬場（1～3月）をターゲットにしている8市町村はいずれもスキーを誘致の対象としており、春（4～6月）をターゲットにしている自治体は上述の通り、早い雪解けを利用した大会・合宿誘致やゴールデンウィーク期間の合宿誘致を行っている。

【表 2-2-6 合宿誘致のターゲット（競技）】

	種 目	回答数	割合
1位	野球・サッカー	17	30.4%
3位	バレー、スキー、その他	14	25.0%
6位	陸上長距離、バスケ	12	21.4%



\*合宿誘致成功市町村

	種 目	回答数	割合
1位	陸上長距離	6	40.0%
2位	ラグビー、陸上他全般 サッカー、スキー、その他	4	26.7%

合宿誘致のターゲットとしている競技【表 2-2-6】は、全体では「野球」や「サッカー」といったスポーツがトップとなっているが、これを合宿誘致成功市町村に限って見ると「陸上長距離」がトップとなっている。利用者アンケートの設問「一人当たり合宿費用」【表 3-1-4】( p55 参照)によると「陸上」チームの一人当たり平均合宿費用は20万円を超えており、こうしたチームを誘致することの経済効果は高いものと思われる。なお、前述の「平成12年度北海道スポーツ合宿調査」【表 2-2-7】によると、実施件数・参加人数ともに「スキー」が他の競技を大きく引き離してトップとなっているが、これは自治体の主体的誘致事業によらず、北海道の雪国としての特性をうけて利用者側が独自に行っているものと考えられる。

【表 2-2-7 競技別の実施状況（北海道調べ）】

	実施件数		参加人数	
	競技	件数	競技	人数
1位	スキー	819	スキー	18,156
2位	陸上	274	アイスホッケー	7,951
3位	バレーボール	161	サッカー	6,697
4位	サッカー	149	バレーボール	6,082
5位	アイスホッケー	148	陸上	4,872

## 2-2 . 誘致活動、誘致の目的・効果

誘致活動の実態を見ると、「各種競技団体との連携」という回答が多い。

合宿誘致成功市町村の誘致活動を見ると、「各種競技団体との連携」、「ホテル等民間業者との連携」という回答の割合が相対的に高くなっている。

他機関との連携を行っているとする36市町村のうち83.3%に当たる30市町村でその連携は「うまくいっている」と回答している。

合宿誘致の目的としては「経済効果」を挙げる市町村が最も多い。特に合宿誘致成功市町村では1市町村を除く14市町村からの回答があり、この傾向が顕著である。

合宿誘致の効果（目的の達成度）としては「施設活用」が最も多く、「経済効果」、「知名度」と続く。いずれの指標も合宿受入人数に比例して効果が大きいと判断する割合が高くなっている。

### 1) 誘致活動

【表 2-2-8 合宿誘致活動の実態】

(単位：%)

	全 体		非過疎地		過疎地		誘致成功市町村	
	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合
1位	競技団体	46.3	DM等	45.0	競技団体	48.8	競技団体	60.0
2位	HP	33.3	競技団体	40.0	HP	34.9	DM等	53.3
3位	DM等	30.1	HP	30.0	ホテル	25.6	ホテル	53.3
4位	ホテル	27.0	ホテル	30.0	DM等	23.3	HP	40.0
5位	他	20.6	公共機関	20.0	他	23.3	情報誌	13.3
6位	公共機関	11.1	他	15.0	情報誌	7.0	他	13.3
7位	情報誌	7.9	情報誌	10.0	公共機関	7.0	公共機関	6.7

【表 2-2-9 他機関との連携はうまくいっているか】

はい	30	83.3%
いいえ	6	16.7%

誘致活動の実態としては「各種競技団体との連携」が上位を占めている。特に合宿誘致成功市町村では、こうした団体との人的ネットワークが密になっているため、回答の割合も相対的に高くなっている。また、「ホテル等民間業者との連携」の割合も高くなっており、地元の民間業者との協働体制の整備が進んでいることが窺える結果となった。個別のヒアリングを行うと、ホテル・旅館業者だけでなく、飲食業者、観光協会なども含めた合宿誘致推進のための組織を立ち上げている自治体もあった。合宿誘致成功市町村では、こうした組織の存在により、利用者の声などの情報を共有し、地域として合宿利用者の利便性を向上させることが出来る仕組みが整備されつつある。

また、非過疎地・過疎地に分類すると、前者では「DM等による直接的な売り込み」がトップになっている一方で、財政規模が小さいと思われる後者では4位であり、かつ回答の割合も前者の2分の1程度となっている。

次に、【表 2-2-8】(前頁参照)において「各種競技団体との連携」、「ホテル等民間業者との連携」、「他公共機関との連携」のいずれかを回答した36市町村について、その連携がうまくいっているかを聞いたところ、88.3%に当たる30市町村が「うまくいっている」と回答している。【表 2-2-9】(前頁参照)

## 2)合宿誘致の目的・効果

【表 2-2-10 合宿誘致の目的】

			誘致成功市町村		受入3,000名未満		受入実績無回答	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
レベルアップ	38	60.3%	8	53.3%	11	50.0%	19	73.1%
地元交流	26	41.3%	6	40.0%	8	36.4%	12	46.2%
活力創造	3	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	3	11.5%
知名度	33	52.4%	9	60.0%	12	54.5%	12	46.2%
経済効果	45	71.4%	14	93.3%	16	72.7%	15	57.7%
施設活用	33	52.4%	8	53.3%	14	63.6%	11	42.3%
娯楽提供	6	9.5%	0	0.0%	3	13.6%	3	11.5%
ほか	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

前述の「スポーツによる地域振興を行う目的」【表 2-1-6】(p26 参照)においては「経済効果」を重視する市町村は少数に留まっていたのに対して、合宿誘致の目的では「経済効果」を挙げる市町村が最も多く、71.4%にのぼる。特に合宿誘致成功市町村では、1市町村を除く14市町村が「経済効果」を目的として挙げており、この傾向が顕著であった。合宿誘致成功市町村に対するヒアリングを行ったところ、まとまった人数が長期間に亘って3食付きで宿泊するスポーツ合宿の経済効果は大きく、その点については民間業者も十分に理解してくれているため非常に協力的であるという意見が多く聞かれた。外部から人を呼び、その地域で一定期間生活してもらうスポーツ合宿では、地域住民の理解だけでなく、宿泊や食事など生活の場の提供という重要な役割を担うこうした地元の民間業者の協力も重要であるという視点のみならず、「経済効果」の直接的対象は彼ら民間業者そのものであるという意味で、その理解及び主体的取り組みが必要であると思われる。

【表 2-2-11 合宿誘致の効果(目的の達成度)】

			全 体			3,000以上	3,000未満	無回答
	有効回答	平均値	肯定的 (1,2)	中立 (3)	否定的 (4,5)	平均値	平均値	平均値
レベルアップ	30	2.07	23	6	1	2.00	2.20	2.00
地元交流	18	2.22	12	6	0	1.83	2.29	2.60
活力創造	0	-	0	0	0	-	-	-
知名度	27	2.07	19	6	2	1.67	2.09	2.57
経済効果	40	1.93	34	4	2	1.57	2.00	2.27
施設活用	28	1.75	24	4	0	1.63	1.77	1.86
娯楽提供	4	3.25	1	2	1	-	3.33	3.00

注)「平均値」は、5段階の回答をそれぞれ「大変効果あり」=1、「まあまあ効果があった」=2、

「どちらとも言えない」=3、「あまり効果なし」=4、「全く効果なし」=5として算出

合宿誘致の目的の達成度【表 2-2-11】(前頁参照)としては「施設活用」が最も効果をあげており(=回答平均値が低い)「経済効果」「知名度」が続いている。いずれの指標も合宿受入人数が多い市町村ほど効果が大きいと判断している。また「地元交流」についても同様の傾向となっており、合宿誘致成功市町村では交流もうまく進んでいることが窺える。利用者アンケートの設問「住民との交流」の具体例として挙げた利用者の声(p62 参照)によると、合宿地においてクリニックや講演会、練習試合といった形での交流が行われている。こうした取り組みが地元交流を促進しているだけでなく地域のスポーツの「レベルアップ」にもつながっているものと思われる。

下記は「合宿誘致の目的」【表 2-2-10】(前頁参照)において「経済効果」、地域スポーツの「レベルアップ」に次ぐ回答を集めた「施設の有効活用」を目的とした合宿誘致を展開する釧路市の事例を紹介したものである。

## 【 道内先進事例紹介：施設の有効活用を目指す釧路市 】



### <基本データ>

人口 192,113 人(非過疎地域)

産業構造(1次 2.3%、2次 25.5%、3次 71.7%)

財政力指数 0.55

(注) 財政力指数とは、基準財政収入額を基準財政需要額で除して算出した数値の平成9年から11年までの平均値。以下同じ。

### <合宿誘致手法>

当市の場合、他の成功市町村とは異なり、非常に恵まれた施設を如何に有効活用するかというところから合宿誘致が始まっている。市内には2度の冬季国体開催により建設されたものを含め、3つの通年利用のスケートリンクがあり、アイススケートの盛んな当市でも、夏場の利用に関しては混雑する程にはならない。そこで、市長のトップダウンにより15年ほど前から東京出張の多い経済関連部署の職員に、出張を兼ねて首都圏でPRさせるという形の合宿誘致活動を展開した。施設面の優位及びマッチメイクする地元高校チームのレベルの高さから、今では特段のPRをしなくとも合宿利用者が来てくれるようになっている。

### <合宿誘致の位置づけ>

既存施設の有効活用という目的が明確であり、誘致活動の対象もアイススケートに限られている。陸上などは、特に誘致をしていないが合宿に訪れるチームも多いとのこと。他の種目に関しては、施設面の問題もあり、誘致活動は行っていない。また当市では、スポーツ施設に限らず、道東の中核都市としての豊富な宿泊施設があり、こうした民間事業者の施設の有効活用という側面も併せ持っている。

### <住民への配慮>

もともとアイススケートが盛んな土地柄もあり、夏場でも地元のアイスホッケーチームの練習などが行われている。こうした地元の利用者と外部から来た合宿利用者の中で施設使用に関する問題が起きないように、事前に地元の競技団体等には協力を依頼し、調整を行っているとのことであった。

### 2-3 . 利用者が合宿地に何を求めているか

全体では合宿に適した「スポーツ施設」が最も多く、続いて合宿に適した「宿泊施設」、安価な「合宿コスト」となっており、利用者アンケートの設問「合宿地に求めるもの」【表3-1-9】( p64 参照 )の結果と概ね合致している。

利用者アンケートの結果と合致していない項目は「食事」である。

合宿誘致成功市町村について見ると「快適な気候」という回答の割合が他の市町村に比べて高い。

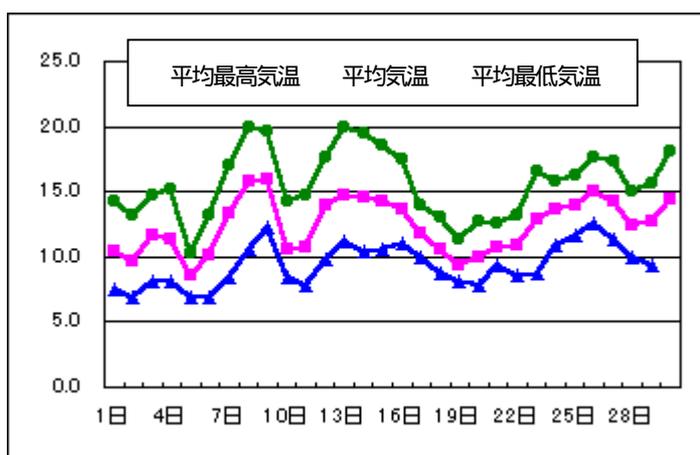
【表2-2-12 利用者が合宿地に求めているもの】

	全体		誘致成功市町村		受入3,000名未満		受入実績無回答	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
スポーツ施設	55	87.3%	13	86.7%	19	86.4%	23	88.5%
宿泊施設	36	57.1%	7	46.7%	13	59.1%	16	61.5%
快適気候	32	50.8%	10	66.7%	10	45.5%	12	46.2%
俗世乖離	1	1.6%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%
アクセス	9	14.3%	2	13.3%	3	13.6%	4	15.4%
合宿コスト	40	63.5%	10	66.7%	16	72.7%	14	53.8%
対戦相手	6	9.5%	1	6.7%	3	13.6%	2	7.7%
地元交流	1	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.8%
オフ観光	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
食	3	4.8%	1	6.7%	0	0.0%	2	7.7%
ほか	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

この設問は、実際にスポーツ合宿の利用者が合宿地に何を求めているかということ自治体担当者に予想してもらったものであるが、全体では合宿に適した「スポーツ施設」という回答が最も多く、合宿に適した「宿泊施設」、安価な「合宿コスト」と続いている。これは、利用者アンケートの設問「合宿地に求めるもの」【表3-1-9】( p64 参照 )の結果とほぼ合致している。一方で利用者アンケートの結果と合致していない項目は「食事」であり、利用者側では全体の33.3%に当たる30チームが「食事」を挙げているのに対して、自治体側は4.8%、3市町村が挙げたに過ぎない。利用者の声「これまで体験した受入体制の中で、これ

は助かるという工夫」( p56 参照 )において、食事の量や質、食事時間など「食事」に関する回答が多く見られることも含め、受入側として現在の合宿受入体制改善の参考になるデータである。

また、合宿誘致成功市町村に限って見ると「快適な気候」という合宿のピーク時である夏場の北海道において比較的ポジティブに捉えることが出来る回答が他の市町村に比べて多く、「合



宿コスト」と同水準となっている。これは気候的な利点を誘致の際のPRに効果的に活用してきた結果の裏返しと考えられる。こうした自治体のスポーツ合宿用のPRパンフレットやホームページなどには、夏場の北海道の「気温の低さ」や「降水量の少なさ」、「日照時間の長さ」などが掲載されている例が多数見られる。前頁のグラフは網走市公式ホームページの「スポーツ合宿情報」という項目の中に掲載されている「気象データ（6月分）」を一例として抜粋したものである。次頁ではその網走市の合宿誘致事業を紹介する。

## 【 道内先進事例紹介：豊富な宿泊施設を活かす網走市】



### <基本データ>

人口 42,177 人 (非過疎地域)

産業構造 (1次 10.9%、2次 23.0%、3次 66.1%)

財政力指数 0.39

### <合宿誘致手法>

オホーツク連合 (北見市・網走市・津別町及び美幌町がラグビー

合宿誘致で連携していることを指す本行の造語、p54 参照) で北見市に遅れること 3 年、昭和 63 年より市として正式に合宿誘致を開始。現市長が総務部長時代に市役所内のあらゆる人脈を利用して誘致活動を展開した。誘致事業開始当初は、土のグラウンドが 1 面あっただけであったが、芝のグラウンドを平成 2 年に 2 面、平成 4 年に 4 面整備した。ちょうどその平成 4 年から 6 年にかけて、ラグビーの日本代表合宿を誘致したことから急激にラグビー合宿が増加した。現在でも教育委員会が総括部署となって役場内のあらゆる人脈を利用している。また、合宿誘致開始と同時に官民一体となった実行委員会を発足させ、教育委員会がその事務局となっている。

### <合宿誘致の位置づけ>

もともと観光地であるため、市内の宿泊施設の収容能力は 6,000 名とかなり充実している。誘致事業開始当初はバブル期と重なっていたこともあり、十分な集客のあった地元のホテル・旅館業者にとってはスポーツ合宿の必要性はあまり認識されていなかったという。しかし、観光客の個人行動化や観光地の選別化といった最近の傾向から、大量の集客が困難になる中、数十名の団体が 5~10 泊という長期間に亘って滞在するスポーツ合宿の魅力が相対的に高まり、地元のホテル・旅館業者も非常に協力的になっているとのことであった。網走観光のメインが冬場の流氷観光に移りつつある中、スポーツ合宿は夏場の入り込み増大に貢献していると言える。

### <住民理解・身の丈を考慮した事業展開>

網走市ではもともとラグビーの競技人口は殆どなく、最近ようやく少年団が出来たばかりだが、既に全日本優勝チームによる少年団へのクリニックを行っている。また、地域との交流を基本理念に掲げる Jリーグのチームによるスクールも開催している。本来、地域住民の健康増進を指命とする教育委員会が合宿誘致を担当するには、こうした地元住民への還元を目的とする交流事業が必要であり、非常に重視している。また、夏場のグラウンド利用は既に飽和状態で、合宿を断わるチームもあるほどであるが、当市の人口 42,000 人に対して芝のグラウンド 6 面というのは多いとも言え、これ以上造ることは財政的に難しい以上に市民に対する説明も難しい面がある。このような中、オホーツク連合内で他にグラウンドが空いている市町があれば、互いに融通する等の対応がとられている。

## 2-4 . 施設の充足度、合宿誘致の問題点・予算

施設の充足度に関してはスポーツ施設・宿泊施設ともに「足りない」という認識が強い。この傾向は特に受入 3,000 名未満の市町村に強く出ており、合宿誘致成功市町村よりも不足感が強い。

合宿誘致の問題点を見ると「宿泊施設」が最も多く、特に受入 3,000 名未満の市町村に目立つ。また、受入実績未回答の市町村では「部署曖昧」や「利用者の声」という回答の割合が他の市町村に比べて高い。合宿誘致成功市町村では、多くのチームを受け入れているため「施設維持管理費」という回答の割合が相対的に高くなっているのに対して、「活動経費」という回答が少ない。

### 1) 施設の充足度

【表 2-2-13 施設の充足度】

	全 体									
	回答数	平均値						3,000以上	3,000未満	無回答
			1	2	3	4	5	平均値	平均値	平均値
スポーツ施設	62	2.81	2	29	15	11	5	2.53	2.91	2.88
宿泊施設	61	3.31	2	15	15	20	9	2.79	3.82	3.18

注)「平均値」は、5段階の回答をそれぞれ「十分すぎる」= 1、「足りている」= 2、

「どちらとも言えない」= 3、「やや不足」= 4、「全然足りない」= 5として算出

施設の充足度に関してはスポーツ施設・宿泊施設ともに「足りない」という認識が強い。特に、受入 3,000 名未満の市町村はスポーツ施設・宿泊施設ともに不足感が強く出ており、より多くのチームを受け入れている合宿誘致成功市町村よりもその傾向が強い。

施設別には「宿泊施設」についてスポーツ施設以上に問題視する傾向が強い。これは次の設問「合宿誘致の問題点」【表 2-2-14】( p44 参照)においても同様である。

しかし合宿誘致成功市町村の中には、もともと観光地ではないため宿泊施設が不足しており、スポーツ合宿のピーク時には公民館を開放して宿泊してもらっているという自治体もあり、必ずしも全ての年齢層・レベルのチームに立派な宿泊施設が必要ではないと言える。どのような分野にターゲットを絞るかを考えた上で、ソフト面でのいろいろな工夫によりマイナス面を補い、利用者の満足度を上げていくという視点が必要であろう。

次頁では、宿泊施設に関する道内自治体の不足感が強い中で、非常に少ない宿泊施設の収容能力にも関わらず、年間延べ 10,000 人程度の合宿利用者を受け入れ、合宿誘致成功市町村となっている津別町の事例を紹介している。

## 【 道内先進事例紹介：少ない宿泊施設で対応する津別町 】



### <基本データ>

人口 7,071 人 (過疎地域)

産業構造 (1次 25.8%、2次 31.0%、3次 43.1%)

財政力指数 0.16

### <合宿誘致手法>

平成 3 年にオープンしたスキー場を地域活性化の起爆剤と定め、合宿誘致を開始した。気候的に積雪が早いことが幸いし、国内のスキー競技のシーズンインの大会開催地に選定された。これを契機として大会前の調整合宿を行う利用者で大いににぎわうようになった。当町を皮切りとして、阿寒町、糠平町とスキーの大会が巡回することもあり、この3町でのスキー大会を「道東シリーズ」として相互に連携を図っている。この連携は行政ではなく、実際の大会運営に関わる人間が、人材は勿論のこと、様々な機材の共有などの相互補完を行っており、これにより交流も生まれている。また、当町では、合宿誘致は将来的には企業誘致やU・Iターンに結びつく可能性があるとして、教育委員会以外の部署(まちづくり推進課)が中心となって誘致活動を展開している。

また、平成 10 年より、ある企業のラグビー関係者からの薦めもあり、ラグビー合宿の誘致活動も行っており、現在では女満別空港を中心とした4市町(北見市・網走市・津別町及び美幌町)からなるオホーツク連合(p54 参照)の一員として、スキー合宿に並ぶ程の受入実績となっている。

### <少ない宿泊施設に対応するアイデア>

もともと観光地ではないため、平成 5 年にオープンした町営の温泉宿泊施設を含めても宿泊施設の収容能力は最大 300 名しかない。そのため、夏の合宿のピーク時には、学生のチームなどをお願いして町の公民館を開放し、そこに宿泊してもらおうといった工夫をしている。地元の対応の良さもあってか、特段の不満は出ていないとのことであった。

## 2) 合宿誘致の問題点・予算

【表 2-2-14 合宿誘致の問題点】

	全体		誘致成功市町村		受入3,000名未満		受入実績無回答	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
スポーツ施設	16	25.4%	4	26.7%	5	20.8%	7	26.9%
宿泊施設	26	41.3%	6	40.0%	14	58.3%	6	23.1%
住民理解	3	4.8%	2	13.3%	0	0.0%	1	3.8%
住民利用	3	4.8%	2	13.3%	1	4.2%	0	0.0%
アクセス	15	23.8%	4	26.7%	4	16.7%	7	26.9%
PR不足	13	20.6%	2	13.3%	4	16.7%	7	26.9%
人手不足	11	17.5%	3	20.0%	4	16.7%	4	15.4%
コスト割高感	8	12.7%	2	13.3%	3	12.5%	3	11.5%
維持管理費	11	17.5%	5	33.3%	4	16.7%	2	7.7%
活動経費	20	31.7%	1	6.7%	9	37.5%	10	38.5%
部署曖昧	10	15.9%	2	13.3%	2	8.3%	6	23.1%
利用者の要望	8	12.7%	1	6.7%	1	4.2%	6	23.1%
ほか	6	9.5%	3	20.0%	2	8.3%	1	3.8%

合宿誘致の問題点【表 2-2-14】を見ると「宿泊施設」という回答が最も多く、前述の通り、特に受入 3,000 名未満の市町村にこの傾向が強い。また、受入実績未回答の市町村では「活動経費」、「PR不足」という回答が多いことに加えて「部署曖昧」、「利用者の声」といった回答が目立っており、体制未整備や明確な活動方針が定まらないことが窺える結果となった。合宿誘致成功市町村では、たくさんのチームを受け入れているため「施設維持管理費」という回答の割合が相対的に高くなっている一方で、「活動経費」という回答は少ない。個別のヒアリングでは、合宿誘致成功市町村の多くが、現在は全国をPRのために行脚するような誘致活動は殆どしていない代わりに、毎年来ているチームに対する案内や、合宿時の多岐に渡るケアといった部分では誠心誠意対応しているとの意見が多く聞かれた。合宿誘致成功市町村では、既にスポーツ合宿基地としての相応の知名度と人的ネットワークが確立されているので、外から人を呼び入れるためにかかるコストが低減されているものと思われるが、これから合宿誘致成功市町村を追いかける立場の市町村については、逆にある程度のコストを負担しなければならないだろうと思われる。個別にヒアリングしたところ、現在の合宿誘致成功市町村の中には、合宿誘致事業立ち上げ時においては、東京出張の多い経済部局の担当者に実業団・大学チームをPRのために訪問させていた事例もあり（p38 参照）対策案として参考になる。

【表 2-2-15 合宿誘致の予算】

500万以下	44	86.3%
500～1,000万	2	3.9%
1,000～3,000万	5	9.8%

合宿誘致関連の予算については「500万円以下」という回答が大多数を占め、「3,000万円以上」という回答はなかった。以前は有力チームを呼び込むために、自治体としてチームの合宿経費の一部を負担するような自治体もあったと言われているが、今回のアンケートではそうした自治体は確認できなかった。

## 2-4 . ALL 北海道でのPRについて

ALL 北海道でのPRについては「良いと思う」という回答が大多数であり、その理由の殆どが「一つの市町村でPRを行っても限界があるから」というものであった。

【表 2-2-16 ALL 北海道でのPRについて】

良い	114	88.4%
やめた方が良い	15	11.6%

この設問は、これまで「観光」に対して行われてきた行政・民間挙げての「宣伝誘致活動」を、スポーツ合宿誘致に対して行うことの是非について聞いたものである。ここでは「良いと思う」という回答が88.4%（114市町村）と大多数を占め、「やめた方が良い」という回答したのは11.6%（15市町村）に留まった。このうち2市町村が合宿誘致成功市町村、4市町村が受入3,000名未満の市町村である。次頁（自治体担当者の声）はこの設問の回答理由についての自由記述の中から、反対意見を抜粋して掲載したものである。ここでは、同じ北海道とは言え道内212市町村がそれぞれ違った気候や環境・施設や交通利便性を持っているため、無理に「ALL」と捉えるよりは個別の地域特性をPRすることが望ましいという意見が多い。

確かに道内のどの地域に合宿に行っても同じ様な環境であるというようなイメージを植え付けてしまうPRでは、観光と同様、強烈な北海道ブランドの下に個々の地域特性が埋没してしまう危険性があるのも事実である。一方で、全体の88.4%を占めるALL北海道でのPRに肯定的な市町村の殆どが、その理由として「一つの市町村でPRを行っても限界がある」という意見を挙げている点も一考の必要があろう。

利用者アンケートの設問「情報収集ツール」【表 3-1-10】（p65 参照）では、北海道のホームページの中に開設されている「合宿情報」のコーナー（<http://www.dokyoj.pref.hokkaido.jp/hk-shtik/homepage/gs.htm> 次頁参照）の認知度が殆どゼロに近いことに触れている。このホームページのように、個別の地域の特性や環境を活かせるように配慮しながら行っているALL北海道によるPRの認知度を如何に上げていくかということが重要である。そのような取り組みが、合宿基地としての北海道の地位を更に向上させるために必要と考える。

## 自治体担当者の声

「ALL 北海道でのPRに対する反対意見」

全国的にPRすることも大事ではあるが、どんな団体でも誘致するのではなく、宿泊のキャパシティや市民との施設面での供用問題、競技種目等について個々の市町村に適応した誘致・PR活動が必要である。涼しい気候を求めての合宿では、道南と道東では比較することもできないし、距離的なことも含め、様々な点で「ALL」と見るのは無理な気がする。

地域の実情等を正確に把握することが先決であり、全国にPRと言っても全国のどこにニーズがあるのかもわからない。またPRした結果を評価できる体制をつくるのが先決なのではないか。

現状でも北海道の合宿誘致活動は過熱気味との声もあり、これ以上取り組み市町村が増えれば合宿チームへの経費援助等での誘致合戦になってしまう。

市町村によって差があり、各市町村が個別の特色を前面に出してPR活動を行った方が良い。

北海道という広大なイメージは既に定着しており、今後は個々の地域の特性や魅力を知ってもらうためにも、更には合宿者がより適した合宿地を求めることが出来るようにするためにも、転換期にあると思う。

\* 種目と地域から道内合宿地の詳細情報を引き出すことが出来る北海道のホームページ

The screenshot shows a web browser window displaying the website 'http://www.dokyo.pref.hokkaido.jp/18-shiki/homepage/es.htm'. The main heading is 'スポーツ合宿情報' (Sports Accommodation Information). Below the heading, there is a paragraph of text in Japanese, followed by a decorative separator. The page is divided into two main search sections: '競技種目から探す' (Search by Sport) and '地図から探す' (Search by Map). The 'Search by Sport' section has a search box with the placeholder text 'ここから探して下さい！'. The 'Search by Map' section features a map of Hokkaido with six regions highlighted in different colors: Sorachi (green), Ishikari (purple), Sorachi (orange), Sorachi (blue), Sorachi (yellow), and Sorachi (pink). Below the map, there is a small text box with a disclaimer. The browser's address bar and navigation buttons are visible at the top and bottom of the window.

## 2-5 . 合宿誘致を行っていない市町村

合宿誘致を積極的に否定するのは6市町村のみであった。

合宿誘致を「やりたいが出来ない」と回答した79市町村のうち、63.3%に当たる50市町村が、その理由として「スポーツ施設」、「宿泊施設」の不足という施設面での不備を挙げている。

【表 2-1-17 合宿誘致を行っていない市町村】

積極的否定	6	7.1%
消極的否定	79	92.9%

【表 2-1-18 合宿誘致をやりたいが出来ない理由】

	回答数	割合		回答数	割合
スポーツ施設	50	63.3%	コスト割高感	4	5.1%
宿泊施設	50	63.3%	維持管理費	9	11.4%
住民理解	3	3.8%	活動経費	12	15.2%
住民利用	13	16.5%	部署曖昧	9	11.4%
アクセス	12	15.2%	利用者の声	13	16.5%
PR不足	6	7.6%	ほか	4	5.1%
人手不足	10	12.7%			

この設問では、合宿誘致を行っていない市町村に対して「やりたくても出来ない(消極的否定)」のか「必要ないからやらない(積極的否定)」のかを聞いたものである。結果は【表 2-1-17】の通り、大多数の市町村が「やりたくても出来ない」と回答している。理由としては【表 2-1-18】の通り「スポーツ施設」と「宿泊施設」の不足を理由として挙げる市町村がともに50市町村と、群を抜いて多くなっている。しかし、個別のヒアリングによると、必ずしも現在の合宿誘致成功市町村が施設的に恵まれていた訳ではなく、車の少ない国道・道道や舗装された農道を陸上の長距離コースにすることで誘致を行った自治体や、公民館を宿舍代わりに利用している自治体のような例もある。立派なスポーツ施設や宿泊施設が無いことを合宿誘致の阻害要因から外し、何故合宿誘致をやるのかを考えた上で現状を分析し、その結果今できることが何なのかを考えることで、「やりたくても出来ない」から「実は出来た」に変わる市町村もあるのではないかとと思われる。

### 自治体担当者の声

「合宿誘致を積極的に否定する理由」

交通の便も良く、各チームが自主的に来て合宿をしているため。

地域のスポーツへの波及効果が期待されないため。

観光協会と地域で合宿誘致を行い、行政は施設の使用等の協力をしている。

近隣市町村でスポーツ合宿を行っていることと、合宿が年間のうち1ヶ月単位でしか施設を使用しないため、あまり地域の活性化にはならないと思うから。

町のスポーツ施設は地域住民の健康づくりの場として捉えているから。



### 第3節．合宿に関する利用者アンケート調査

調査内容：スポーツ合宿の利用者となる各種スポーツチーム（内訳は下表の通り）に対し、「現在の合宿地」及び「北海道合宿のイメージ」についてアンケート調査を実施したもの

実施時期：平成13年11月

調査方法：全国のスポーツ合宿を行っていると思われる実業団・大学に所属する569チームのマネージャー等に対する書面によるアンケート調査

回答状況：送付数569 回収数93 回収率16.3%

<回答チーム内訳>

	総チーム数		
		社会人	学生
バスケットボール	38	20 ( 2 )	18 ( 1 )
ラグビー・アメフト	24	19 ( 2 )	5 ( 5 )
バレーボール	9	9 ( 4 )	0 ( 0 )
野 球	7	0 ( 0 )	7 ( 0 )
サ ッ カ ー	7	0 ( 0 )	7 ( 4 )
陸 上	8	6 ( 6 )	2 ( 2 )
合 計	93	54 ( 14 )	39 ( 12 )

注)( )の中の数字はトップチームの数を示す

<分類：トップチームとそれ以外で分類すると下表のようになる>

	ト ツ 社 会 人 ラ ス	ト ツ 学 生 ラ ス	除 ト ク 社 会 人 ラ ス	除 ト ク 学 生 ラ ス
バスケットボール	2	1	18	17
ラグビー・アメフト	2	5	17	
バレーボール	4		5	
野 球				7
サ ッ カ ー		4		3
陸 上	6	2		

\* トップチームとは、最上位のリーグに所属しているチームもしくはそれに類するチームを指す



## 1. 現在の合宿地について

ここでは、合宿誘致事業の戦略策定に有用な基礎データとして、利用者の合宿状況及び現状の合宿地に関する調査を行った。

### 1-1. 年間合宿回数、合宿期間と食数

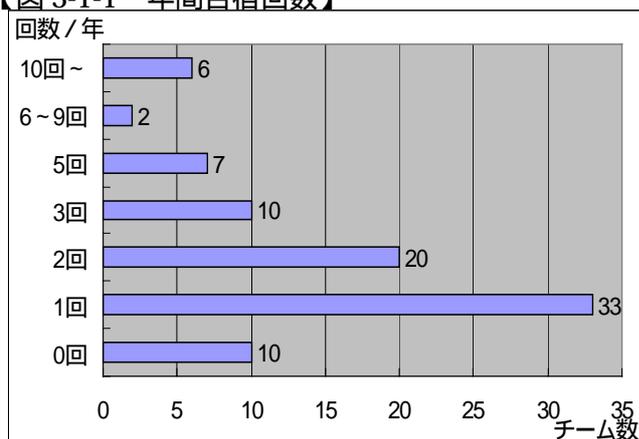
年間合宿回数の全体平均は2.6回となっているが、平均に満たない年2回以下と回答したチームは全体の71.6%に当たる63チームであった。

合宿一回当たりの平均合宿期間は5.95泊となっているが、平均に満たない5泊以下と回答したチームは全体の61.3%に当たる46チームであった。

合宿時の宿泊先での食数は2.65食/日となり、3分の2以上のチームが3食ともホテルに任せられている。

#### 1) 年間合宿回数

【図 3-1-1 年間合宿回数】



【表 3-1-1 種目別平均年間合宿回数】

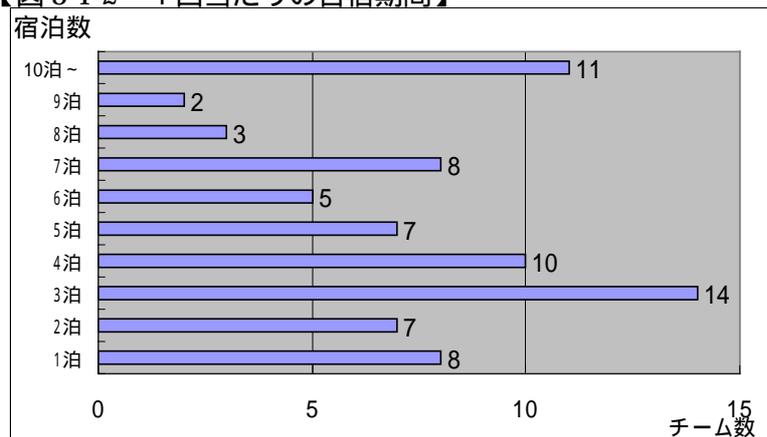
(単位: 回/年)

	全 体			トップ チーム
	社会人	学生		
バスケットボール	1.56	1.53	1.59	1.67
ラグビー・アメフト	1.57	1.29	2.33	2.43
サッカー	3.43	-	3.43	2.75
陸上	9.38	10.50	6.00	9.38
バレーボール	3.78	3.78	-	4.00
野球	1.29	-	1.29	-
総 計	2.60	2.90	2.21	4.77

年間合宿回数【図 3-1-1】(前頁参照)の全体平均は2.6回となっているが、それに満たない年2回以下と回答したチームは71.6%に当たる63チームあり、最も多いのは「1回」という回答で33チームであった。種目別に見ると「陸上」チームの平均合宿回数が9.38回/年と群を抜いて多くなっていることが分かる【表 3-1-1】(前頁参照)。また社会人、学生及びトップチーム(社会人・学生からトップチームのみを抽出)に分類すると、トップチームの平均は4.77回と全体平均を大きく上回っている。

## 2)合宿期間

【図 3-1-2 1回当たりの合宿期間】



【表 3-1-2 種目別平均合宿期間】

(単位:泊)

	全 体	社会人		学生	トップ チーム
		社会人	学生		
バスケットボール	3.88	3.00	4.44	7.50	
ラグビー・アメフト	5.10	4.20	7.33	8.57	
サッカー	5.43	-	5.43	5.50	
陸上	17.38	20.00	9.50	17.38	
バレーボール	4.25	4.25	-	6.00	
野球	5.40	-	5.40	-	
総 計	5.95	6.33	5.53	10.58	

1回当たりの合宿期間【図 3-1-2】の全体平均は5.95泊となっているが、それに満たない5泊以下と回答したチームは61.3%に当たる46チームであり、最も多いのは「3泊」という回答で14チームあった。社会人、学生及びトップチームに分類【表 3-1-2】すると、トップチームの平均は全体の2倍近くの10.58泊となっており、【図 3-1-2】で10泊以上と回答している11チームのうち10チームまでがトップチームである。中でも陸上チームは1チームを除く7チームが10泊以上の合宿を行っており、その平均期間は17.38泊と群を抜いて長くなっている。

## 3) 食数

【表 3-1-3 合宿時の宿泊先での食数】

3食	50
2食	18
1食	2

設問「合宿地に求めるもの」【表 3-1-9】( p64 参照 ) から「食事」は利用者にとって比較的重要であることが窺える。また、合宿誘致成功市町村への個別のヒアリングでも宿泊先への「食事」に関する意見は多く、地元のホテル・旅館業者の協力が必要であるという自治体が多かった。

この設問「合宿時の宿泊先での食数」【表 3-1-3】では7割を超える50チームが3食とも宿泊先に任せているという結果となった。

## 【 合宿誘致先進事例紹介：ラグビー合宿の雄 長野県真田町 】

## &lt; 基礎データ &gt;

人口 11,339 人 ( 非過疎地域 )

産業構造 ( 1次 21.7%、2次 33.9%、3次 44.4% )

財政力指数

## &lt; 合宿誘致手法 &gt;

昭和2年より始めたスキー場の集客が順調で、各宿泊施設ともに増築を計画するものの、夏場の入り込みが少ないことから断念してきた。そこで、夏場の入り込み増加対策として昭和6年より合宿誘致が始まった。当町で北海道と大きく異なることは、合宿誘致の動きが民間事業者の側から起こったという点である。ラグビー合宿の入り込みが増加し、グラウンド面での対応が困難になってきた昭和30年代後半、各ホテル・旅館において大学等のチームと提携して専用グラウンドを造る動きが起こるなどの民間中心の動きを、行政が宣伝や土地利用規制面での配慮といった側面支援によりサポートするという関係を現在も維持している。こうした動きにより、現在真田町には、町営・民営合わせて90面のグラウンドがあり、ラグビーだけでも年間約850チームが合宿を行っている。

## &lt; 運営面での特徴 &gt;

当町には、グラウンドオーナーであるホテル・旅館業者だけの会合「グラウンド部会」がある。これは、グラウンド利用に関する殆ど全てを管理しており、当然町営のグラウンドについても把握している。この背景には、施設の有効活用という問題があり、数あるグラウンドの中で使用する予定のないグラウンドがある場合、そこに大会等を誘致すること等により施設を有効活用している。

## 【 道内先進事例紹介：空港を中心とした地域連携 オホーツク連合 】



北見もいわスポーツワールド

〔注〕オホーツク連合は下表の4市町がラグビー合宿で連携していることを指す本行の造語

## &lt;基本データ&gt;

	人口	過疎	財政力	産業構造(1次/2次/3次)
北見市	110,632	×	0.52	4.8 / 25.1 / 69.8
網走市	42,177	×	0.39	10.9 / 23.0 / 66.1
津別町	7,071		0.16	25.8 / 31.0 / 43.1
美幌町	23,962	×	0.31	16.2 / 27.3 / 56.5

## &lt;合宿誘致手法&gt;

4市町で連携して合宿対応を行っており、官民合わせて90面のグラウンドを持ちラグビーだけでも年間約850チームの合宿を受け入れている長野県真田町（前頁参照）に対抗することが出来る唯一の地域である。受入チームが多いためにグラウンド利用時間を一部制限せざるを得ない真田町に対して、オホーツク連合では合宿期間中は良好な天然芝のグラウンドを全日全面利用可能としている。また、4市町は女満別空港を中心として車で30分程度の所に位置しているおり、わずかな時間でお互いの市町を行き来できることから、練習試合のセットや車で試合会場への送迎が容易である。これは練習試合中心の合宿を行う社会人ラグビーチームには大変好評であり、現在では日本社会人ラグビー界の強豪チームの大半を受け入れている。未だに誘致総数では真田町には及ばないものの、有力チームの誘致による経済効果、地域スポーツのレベルアップ効果を考えると、地域戦略として目の付け所が良い。

## &lt;ライバルの弱みを分析&gt;

菅平高原有する長野県真田町は、前述の通りグラウンド数においても受入実績においても、北海道のそれらを大きく上回っている。しかし、受入チームが多いためにグラウンド利用を時間制限せざるを得ないという、「強さ」と表裏の「弱み」がある。このオホーツク連合では、その「弱み」に対応する、真田町にはない「強み」として「全日全面利用可能な芝のグラウンドの提供」というものをPRする戦略をとった。オホーツク連合では、目標となる圧倒的な存在としての真田町を単に模倣するのではなく、そこにはない「強み」をPRすることで独自性を出すことに成功したのである。

## 1-2. 一人当たりの合宿費用、平均移動時間、合宿地の継続性

一人当たりの合宿費用の全体平均は63,111円となっているが、平均に満たない6万円以下と回答したチームは全体の71.6%に当たる53チームであった。

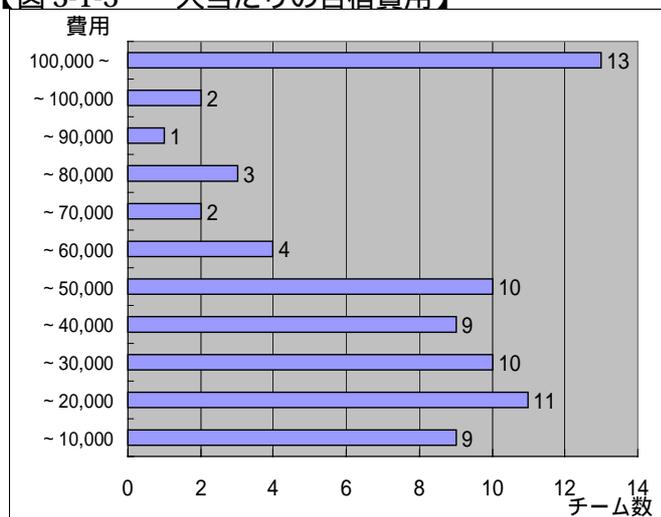
一泊当たりの費用を計算すると、種目による大きな差はなく、いずれの種目でもトップチームが最も高く、社会人、学生と続いている。

合宿地までの平均移動時間は218分となっているが、3割弱のチームが4時間以上かけて合宿地に移動している。

合宿地の継続性を見ると、57.4%のチームが5年以上現在の合宿地での合宿を継続しており、全体の平均継続年数は6.93年となった。

## 1) 一人当たりの合宿費用

【図 3-1-3 一人当たりの合宿費用】



【表 3-1-4 種目別一人当たり平均合宿費用】

(単位:円)

	全体			トップ チーム
	社会人	学生		
バスケットボール	40,115	36,455	42,800	97,667
ラグビー・アメフト	54,579	51,143	64,200	111,000
サッカー	48,000	-	48,000	52,750
陸上	205,625	245,000	87,500	205,625
バレーボール	40,429	40,429	-	70,000
野球	40,000	-	40,000	-
総計	63,111	75,526	49,235	129,273

一人当たりの合宿費用【図 3-1-3】の全体平均は63,111円となっているが、平均に満たない6万円以下と回答したチームは71.6%に当たる53チームであった。一方で、10万円以上と回答したチームが13チーム(うち11チームがトップチーム)あり、これらが全体平均を押し上げる

形となった。種目別に見ると【表 3-1-4】(前頁参照)陸上チームの平均が20万円を上回っているが、これは合宿期間の長さ【表 3-1-2】(p52 参照)によるもので、一泊当たりの費用【表 3-1-5】を計算すると、特に他の種目との差は見られない。また、社会人、学生及びトップチームに分類すると、総額【表 3-1-4】(前頁参照)一泊当たり【表 3-1-5】ともにトップチームが最も高く、続いて社会人、学生となっている。

【表 3-1-5 種目別一泊当たりの費用】 (単位:円)

	全体			トップ チーム
		社会人	学生	
バスケットボール	10,327	12,152	9,645	13,022
ラグビー・アメフト	10,712	12,177	8,755	12,950
サッカー	8,842	-	8,842	9,591
陸上	11,835	12,250	9,211	11,835
バレーボール	9,513	9,513	-	11,667
野球	7,407	-	7,407	-
総計	10,613	11,925	8,907	12,215

注) 各項目毎に平均費用を平均期間で除して算出

## 利用者の声

「これまで体験した受入体制の中で、これは助かるという工夫は？」

### 【サービス面】

- |                                     |                 |
|-------------------------------------|-----------------|
| 練習場のキャンセルに対応可能                      | 風呂がいつでも利用できる    |
| 運搬用のワゴンを貸してくれる                      | 他のお客に配慮した部屋の確保  |
| 昼食を練習場まで運んでくれる                      | 宿が冷蔵庫を貸してくれる    |
| ミーティングルームの確保が可能                     | 各チームの日程が事前にわかる  |
| チェックアウト後のシャワー利用が可能                  | 道内どこへでも迎えに来てくれる |
| 食事のカロリー計算、要望に応じてくれる                 | 優先的に宿の予約をしてくれる  |
| そのスポーツの事情をある程度分かっている                | 宿への持ち込みが可能      |
| 怪我などの対応をスムーズにしてくれる人、施設がある           |                 |
| 練習場予約や送迎、食事、氷、洗濯機、干場等全てを宿泊先で手配してくれる |                 |
| 直接行かないと予約不可能な練習施設への予約代行をしてくれる       |                 |

### 【施設面】

- 国立施設なので費用が安い
- 練習場を宿が持っている
- 宿泊施設内に練習場がある
- 雨天時の練習場の確保が可能
- 宿泊所の個室に風呂とトイレがある

新たな施設がなくても提供できるサービスが殆ど!

## 【 道内先進事例紹介：町長がリーダーシップを発揮する別海町 】



故・佐々木氏の言葉を刻んだ石碑

## &lt;基本データ&gt;

人口 17,165 人（非過疎地域）

産業構造（1次 41.6%、2次 16.2%、3次 42.2%）

財政力指数 0.20

## &lt;合宿誘致手法&gt;

町長自らが先頭に立ち「官民一体となった合宿誘致による経済効果」という目的を掲げて昭和 63 年より合宿誘致を開始した。故佐々木功氏（マラソンの浅井えり子氏の夫で

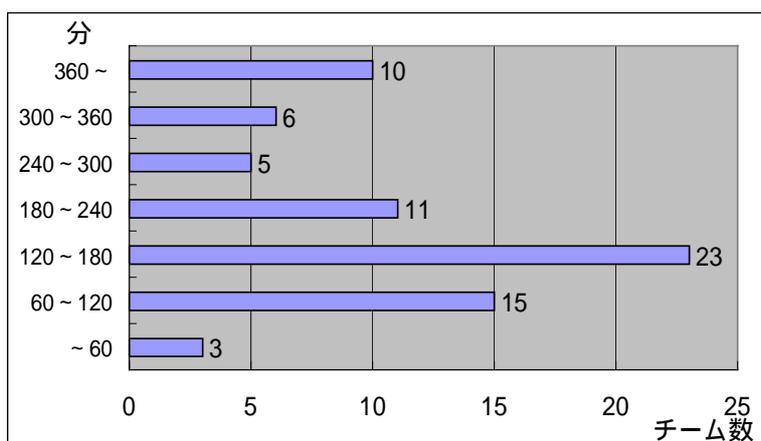
元 NEC.H.E 陸上部監督）が別海を訪れた際に、その環境と気候を非常に気に入ったことを契機として、大学陸上チームとの人脈を持つ職員（大学OB他）を東京に送り込み、また、佐々木氏の紹介ルートも利用しつつ合宿誘致を展開した。平成元年には佐々木氏のアドバイスによりランニングコースを新設し、その頃から口コミで陸上合宿地としての別海町の名前が陸上界に広がっていった。以来、利用者の要望などを聞き入れつつ、出来る範囲内での設備拡充を行っている。

## &lt;町長による強力なリーダーシップ&gt;

町長の強力なトップダウンにより「経済効果」という明確な目的があるため、基本的には地元のホテル・旅館を町の第3セクターのホテルに優先して紹介するなど地元への経済波及効果を意識した対応がとられている。また、合宿チームの首脳対応は全て町長自らが行うだけでなく、従来教育委員会で担当していた合宿誘致事業を「合宿誘致・経済交流担当」という新設ポストに移管し、そこにキーパーソンを専属させるという組織対応も行った。

## 2) 平均移動時間

【図 3-1-4 合宿地までの移動時間】



【表 3-1-6 合宿地への移動手段】

車(バス)	46	66.7%
飛行機	18	26.1%
電車	5	7.2%

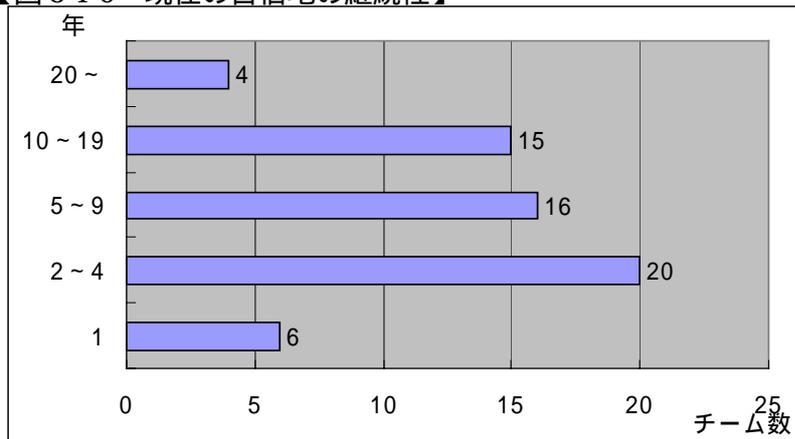
合宿地までの移動時間【図 3-1-4】の平均は218分となったが、3割弱のチームが4時間以上かけて合宿地に移動している。東京から北海道まで飛行機で1.5時間であることを勘案すれば、空港からの送迎等の受入体制が整備できれば、北海道のアクセス面での時間的な不利は克服できるということを経待させる結果となった。

実際、後述の設問「現在の合宿地への満足度」【表 3-1-7 及び 3-1-8】(p60 参照)を見ると、既に北海道で合宿を実施しているチームの「アクセス」に関する満足度は、全体の満足度を上回っている。合宿誘致成功市町村に対するヒアリングを行ったところ、最寄りの空港までの送迎は、例え一人であっても必ず行うという自治体もあり、こうした地道な努力により「アクセス」面での不利をカバーした結果だと思われる。

一方で、合宿地までの移動手段【表 3-1-6】を見ると、バスを含めた「車」という回答が最も多く、66.7%に当たる46チームあった。「飛行機」と回答したのは26.1%に当たる18チームに留まっており、合宿の移動手段としては「飛行機」はまだまだ浸透していないことが分かった。今後は「受入体制」の整備や、「飛行機」により北海道へのアクセスが非常に良くなっていることのPRを進めることで、合宿基地としての北海道を利用者にとってより身近なものとしていくことが必要だと思われる。

## 3) 合宿地の継続性

【図 3-1-5 現在の合宿地の継続性】



この設問【図 3-1-5】では、現在の合宿地での合宿がどれくらい前から継続して行われているかを聞いているが、全体の平均は6.93年となり、比較的長期に亘って同じ所で合宿が継続されていることが分かった。

## 1-3 . 満足度、地元住民との交流

現在の合宿地への満足度は、否定的な回答が少ないものの「どちらでもない」という中立的な回答も多いため、平均値を見ると満足度はさほど高くなく、より良い合宿地へのシフトの可能性は十分に見られる。

既に北海道で合宿を行っている15チームの満足度をとると、全体に比べて殆どの指標において北海道の方が相対的に満足度が高くなっている。

合宿地における地元住民との交流の有無については、全体では28.0%に当たる26チームが「交流がある」と回答している。

## 1)現在の合宿地への満足度

【表 3-1-7 合宿地への満足度】

	全 体					社会人	学生	トップ チーム
	有効回答	平均値	肯定的 (1,2)	中立 (3)	否定的 (4,5)	平均値	平均値	平均値
スポーツ施設	81	2.27	45	27	9	2.38	2.14	1.88
宿泊施設	81	2.45	42	31	8	2.50	2.44	2.32
食 事	81	2.42	39	32	10	2.53	2.33	2.12
受入体制	79	2.43	36	36	7	2.33	2.57	1.88
アクセス	78	3.15	14	41	23	3.13	3.17	3.04
交通費	78	2.92	20	41	17	2.84	3.00	2.96
他費用	77	2.70	26	40	11	2.69	2.75	2.56
気 候	80	2.14	49	27	4	2.23	2.06	2.08
周辺環境	81	2.32	42	31	8	2.10	2.64	2.00

注)「平均値」は5段階の回答をそれぞれ、「大変満足」=1、「まあ満足」=2、「中立」=3、「やや不満」=4、「非常に不満」=5として算出。(【表 3-1-8】についても同様)

【表 3-1-8 現在北海道で合宿を行っているチームの満足度】

	全 体				
	有効回答	平均値	肯定的	中立	否定的
スポーツ施設	15	1.73	13	2	0
宿泊施設	15	2.20	11	3	1
食 事	15	1.87	11	4	0
受入体制	15	1.47	13	2	0
アクセス	15	2.67	6	6	3
交通費	14	2.93	5	5	4
他費用	14	2.50	8	4	2
気 候	15	1.67	13	1	1
周辺環境	15	1.73	13	1	1

現在の合宿地への満足度【表 3-1-7】(前頁参照)を見ると、合宿地の平均継続年数が6.93年と長いこともあり「アクセス」、「交通費」を除けば総じて否定的な回答が少ないが、一方で「どちらでもない」という中立的な回答も多い。そのため、全体の平均値を見ると満足度はそれ程高くなく、北海道に限らず、より良い合宿地へのシフトの可能性は十分に見られる。また、社会人、学生及びトップチームに分類すると、トップチームは全ての指標において相対的に満足度が高くなっており、より恵まれた環境で合宿を行っていることがわかった。

次に、既に北海道で合宿を行っている15チームの満足度【表 3-1-8】(前頁参照)を見ると、全体に比べ、殆どの指標において北海道の方が相対的に満足度が高くなっている。特に後述の設問「北海道合宿のネックになりそうなのは」【表 3-2-3】(p70 参照)において回答が非常に多かった「アクセス」についても、全体より高い評価を受けていることが分かった。個別のヒアリングによれば、合宿誘致成功市町村では、北海道にとって「弱み」となる「アクセス」面での不利を、送迎や首長自らの合宿チームの首脳対応などといった「受入体制」等によりカバーしている自治体が多く見られた。こうした市町村の地道な努力が北海道の合宿地としての満足度を高めている要因であると言える。

## 2) 地元住民との交流

【表 3-1-8 地元住民との交流】

(単位:チーム)

	全 体			トップ チーム
		社会人	学生	
バスケットボール	11 / 38	6 / 20	5 / 18	2 / 3
ラグビー・アメフト	3 / 24	3 / 19	0 / 5	2 / 7
サッカー	1 / 7	-	1 / 7	0 / 4
陸上	3 / 8	3 / 6	0 / 2	3 / 8
バレーボール	6 / 9	6 / 9	-	3 / 4
野球	2 / 7	-	2 / 7	-
総 計	26 / 93	18 / 54	8 / 39	10 / 26

注) 分母は全チーム数、分子は交流実施チーム数を示す

合宿誘致の主な目的としては、道内自治体アンケートの設問「合宿誘致の目的」【表 2-2-10】(p37 参照)において「経済効果」が最も多くなっていることは既に述べた通りである。しかし、公共の施設を外部の人間に利用させる合宿誘致では、地域住民の理解が不可欠であり、それを深めるために合宿チームと地域住民の交流の場を設ける自治体は多くなっている。この設問では、こうした自治体の取り組みとの関連で、利用者が実際に合宿地で地元住民との交流を行っているかどうかを聞いたものである。全体では28.0%に当たる26チームが「交流がある」と回答したのに対して、より注目度の高いトップチームでは38.5%に当たる10チームが「交流がある」と回答しており、若干その割合が高くなっている。

また、次頁には「利用者の声」として「地元住民との交流の具体例」に関する自由記述による回答を抜粋して掲載している。交流の大半が合宿地におけるクリニックや教室、練習試合の開催となっているが、これは地域スポーツの「レベルアップ」を目的とした自治体の取り組みによるものである。

## 利用者の声

「合宿時の地元住民との交流の具体例」

地元チームとの練習試合を行う

小中学生向けのクリニックを開催する

市主催の大会に参加する

合宿最終日にバーベキューに招待される

見学のために練習を公開する

地元の祭りに参加させてもらったことがある

宿主との交流

お米やお総菜など、食料を持ってきてくれる

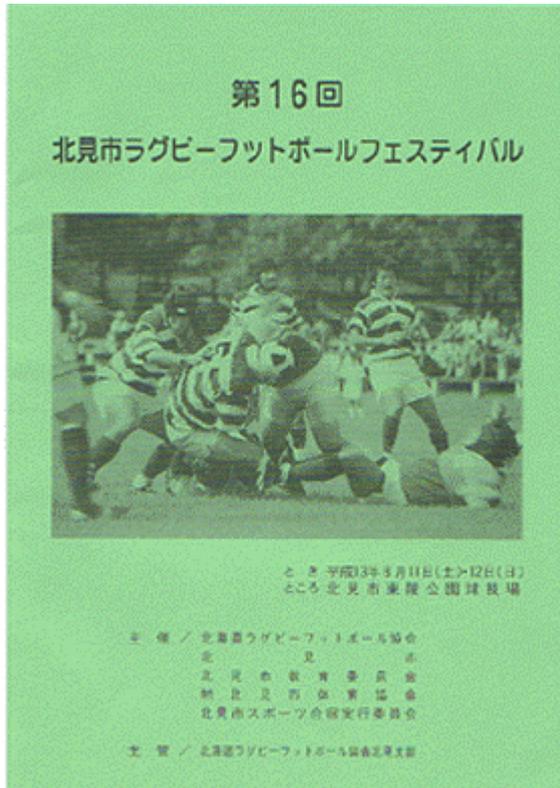
観光協会の方との食事などに行く

地元出身者が多いので、その関係で交流が生まれる

市役所観光との関係で、東京での催し物の手伝いなどを行う

最後に、「経済効果」よりも「地域スポーツ振興」を目的として明確に掲げ、地域住民との交流を図るための取り組みを積極的に展開している北見市の事例を紹介する。

## 【 道内先進事例紹介：住民との交流を図る北見市 】



ラグビーフットボールフェスティバルのパンフレット

### <基本データ>

人口 110,632 人（非過疎地域）

産業構造（1次 4.8%、2次 25.1%、3次 69.8%）

財政力指数 0.52

### <合宿誘致手法>

オホーツク連合（p54 参照）の先駆者として、昭和 60 年から市のヤングタウン構想に従い、「元気がある若者を北見に」ということでラグビーチームを主な対象として合宿誘致を開始。誘致事業開始当初は、役場内で主なラグビーチームとの人脈を持つ職員を中心に誘致活動を展開し、その後は競技団体への PR を中心にして人的ネットワークを形成してきた。人的ネットワークを効果的に拡大するため、誘致開始後 10 年間くらいは一人の担当者を専任としてノウハウを蓄積したとのことであった。

平成 5 年には約 31 億円かけてモイワスポーツワールドを建設し、現在はそこを核として合宿を受け入れている。

### <合宿誘致の位置づけ>

地域経済への波及効果は勿論認められるが、市としての位置づけは「地域スポーツ振興」を目指すものであり、合宿に来たチームの監督による講演等による市民との交流も図っている。また、市民の意識向上のためにテレビでしか見られないような全日本クラスの有力チーム同士の交流試合（北見市ラグビーフットボールフェスティバル、写真参照）を市民に無料で公開しており、既に 16 回を数えるに至った。

### <特徴>

もともとスポーツが非常に盛んで、15 種目 58 団体という人口比では全国トップクラスのクラブチーム数を誇っている。そのため、市民のスポーツに対する理解が非常に深いと言える。

## 1-4 . 合宿地に求めるもの、情報収集、自治体の誘致活動

利用者が合宿地に求めるものとして回答が最も多いのは「合宿に適したスポーツ施設」である。道内自治体アンケートの設問「利用者が合宿地に求めているもの」【表 2-2-12】( p39 参照 )で「食事」という回答は 4 . 8 %、3 市町村に過ぎないのに対して利用者側では 33 . 3 %に当たる 30 チームが回答している。

合宿地に関する情報収集の手段としては「インターネット」が最も多く、44 . 4 %に当たる 40 チームから回答があった。また「旅行代理店やホテルを含む民間業者」や「情報誌」といった手段が一般的な旅行同様に用いられていることが分かった。

北海道に限らず地方自治体による合宿誘致活動については 15 . 9 %に当たる 14 チームが知っているという回答するに留まった。

## 1) 合宿地に求めるもの

【表 3-1-9 利用者が合宿地に求めるもの】

	全体		社会人		学生		トップチーム	
	チーム	割合	チーム	割合	チーム	割合	チーム	割合
スポーツ施設	80	88.9%	45	88.2%	35	89.7%	23	92.0%
宿泊施設	39	43.3%	22	43.1%	17	43.6%	13	52.0%
快適気候	37	41.1%	20	39.2%	17	43.6%	17	68.0%
俗世乖離	1	1.1%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%
アクセス	13	14.4%	11	21.6%	2	5.1%	2	8.0%
合宿コスト	51	56.7%	27	52.9%	24	61.5%	11	44.0%
対戦相手	12	13.3%	10	19.6%	2	5.1%	0	0.0%
地元交流	3	3.3%	3	5.9%	0	0.0%	1	4.0%
オフ観光	1	1.1%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%
食 事	30	33.3%	12	23.5%	18	46.2%	11	44.0%
ほか	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
有効回答	90		51		39		25	

この設問は、道内自治体アンケートの設問「利用者が合宿地に求めているもの」【表 2-2-12】( p39 参照 )に対応しており、実際の利用者が合宿地に求めているものを聞いたものである。ここでは、「合宿に適したスポーツ施設」という回答が最も多く、続いて「合宿コストの安さ」、「合宿に適した宿泊施設」、「快適な気候」となっており、自治体アンケートの結果とほぼ合致している。前述の通り、自治体アンケートの結果と合致していない項目は「食事」であり、利用者側は 33 . 3 %に当たる 30 チームが回答しているのに対して、自治体側は 4 . 8 %、3 市町村が挙げたに過ぎない。

社会人、学生及びトップチームに分類すると、トップチームは「合宿コスト」や「アクセス」といった合宿本来の目的達成と関係のない要素へのこだわりは相対的に低くなっている一方で、「合宿に適したスポーツ施設」はもとより、「合宿に適した宿泊施設」や「快適な気候」、「食事」といった練習・

生活環境面へのこだわりが強くなっている。また、社会人は時間的な制約があるせいか「アクセス」に対するこだわりが強く、学生は「合宿コスト」や「食事」へのこだわりが強い。このように、同じ合宿利用者でも、そのチームの年齢層やレベルによって求めるものは若干異なっているということは、どのようなチームにターゲットを絞るかを考える際の参考になるものと思われる。

下記は、道内合宿誘致成功市町村にヒアリングを行った際に聞かれた「スポーツ施設」に関する意見である。両者ともはじめは恵まれない状況からスタートしているものの、まず施設ありきで新たな施設を建設してから誘致を行うのではなく、利用者が増加するにつれて、その要望等も聞き入れつつ徐々に「合宿に適したスポーツ施設」を整備してきたということがわかる。

## 利用者の声

「道内合宿誘致成功市町村ヒアリングより ～スポーツ施設に関して～」

はじめは何もなく、単に環境が素晴らしいというだけで合宿に来て頂いていたが、その後、利用者の要望を取り入れつつ、徐々に施設を整備してきた。これだけ知名度も上がり、多くのチームに来てもらっている現段階でも様々な要望があり、すぐに全てという訳にはいかないが、可能なところから整備していきたい。  
(陸上合宿地)

はじめは土のグラウンド一面で誘致を開始したが、利用者が増えるにつれ、芝のグラウンドを整備してきた。今後、更にグラウンドを増やしていけば、利用者の増加は見込めるものの、町の規模を考えると現状でも多すぎるくらいであり、これ以上は自治体として増やして行くつもりはないが、不足分は周辺市町村と融通し合う等して対応していく。  
(ラグビー合宿地)

## 2) 情報収集

【表 3-1-10 合宿関連の情報収集の手段】

ネット	DM等	情報誌	公共機関	競技団体	民間業者	その他
40	4	19	12	17	23	24
44.4%	4.4%	21.1%	13.3%	18.9%	25.6%	26.7%

この設問では、新たに合宿地選定の必要が生じた場合に、合宿地に関する情報をどのような手段で得ようとするかを聞いたものである。ここでは、いつでも手軽に調べることの出来る「インターネット」という回答が最も多く、「旅行代理店やホテルを含む民間業者」や「情報誌」といった回答が続いており、一般的な旅行と同様の手段が用いられていることが分かった。

道内自治体アンケートの設問「合宿誘致活動の実態」【表 2-2-8】(p36 参照)では30.1%の市町村から回答のあった「DM等による直接的なPR」は、利用者側では4.4%、4チームから回答があったに過ぎず、合宿地選定のツールとしてはあまり認識されていない。また、p46で既に紹介した北海道のホームページの中にある「スポーツ合宿情報」の認知度はゼロに近く、知っているという回答したチームは1チームのみという結果となった。

## 3) 自治体の誘致活動

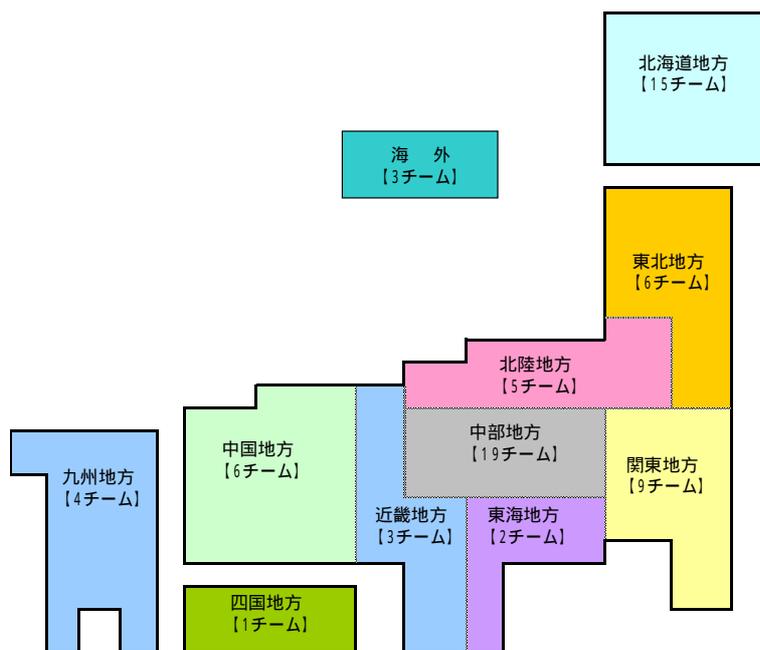
【表 3-1-11 地方自治体による合宿誘致活動の認知度】

既知	14	15.9%
未知	74	84.1%

北海道に限らず、地方自治体による合宿誘致活動の認知度がどれ程かを聞いたところ、「知っている」と回答したチームは15.9%に当たる14チームに留まった。具体的な自治体名を見ると、別海町が最も多く、4チームから回答があった。次いで深川市、士別市がそれぞれ3チームずつとなり、道内市町村の健闘が目立つ結果となった。道外からは長野県真田町、宮崎県宮崎市、青森県青森市などの回答があった。

下記は、本調査の回答チームが現在合宿を行っている合宿地を地域別に整理したものである。既に北海道で合宿を行っているチームは15チームあった。

【参考：現在の合宿地】



## 2．北海道合宿のイメージ

ここからは、合宿誘致事業のこれまでの成果と今後の展開を探るデータとして、利用者の北海道合宿に関するイメージを調査した。

### 2-1．北海道訪問経験、北海道合宿のイメージ

有効回答91チーム中、69チーム（の監督、コーチ等）が北海道訪問の経験があった。

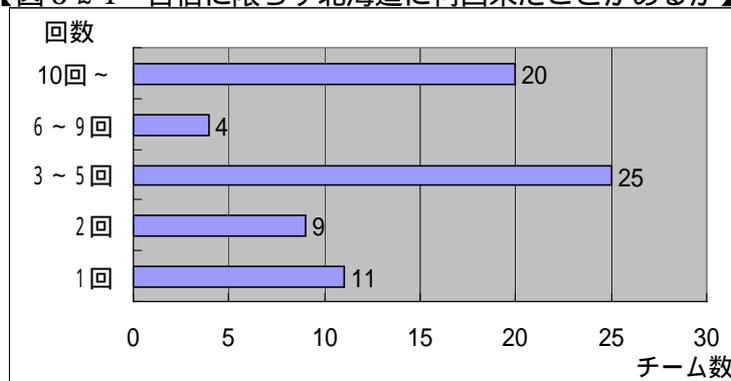
全ての指標において、北海道訪問経験者の平均値は未経験者のそれよりも低くなっており（＝満足度が高い）北海道に来る前と後では、来た後の方が北海道についてのイメージが良くなっていることが分かる。特に「スポーツ施設」や「その他費用（宿泊費等）」、「気候」、「周辺環境」といった項目ではこの差が大きい。

全体を見ると「アクセス」や「交通費」、「その他費用」といった項目については否定的な見方が多く、こうしたイメージを如何に払拭していくかが今後の課題だと思われる。

既に北海道で合宿を行っているチームについて見ると「アクセス」や「交通費」、「その他費用」といった北海道の「弱み」となるような項目についても、全体よりも平均値が低くなっており（＝満足度が高い）他の合宿地よりも良いイメージを持たれていることが分かる。

#### 1)北海道訪問経験

【図 3-2-1 合宿に限らず北海道に何回来たことがあるか】



目的を問わず、北海道に来たことがあるかどうかを聞くと、75.8%に当たる69チームの回答者が「ある」と回答した。また、これまでに何度北海道に来たことがあるかを聞くと【図 3-1-6】のようになり、平均は7.64回となった。

#### 2)北海道合宿のイメージ

北海道で合宿と聞いたときのイメージを聞いたものが【表 3-2-1】（次頁参照）である。各指標についてのイメージを、北海道訪問経験者と未経験者で分けて分析したところ、全ての指標で経験者の平均値が未経験者のそれよりも低くなっており、北海道に来ることで北海道合宿に関するイメージが良くなっていることが分かった。特に「スポーツ施設」や「その他費用」、「気候」、「周辺環境」といった指標で両者の差が大きくなっており、北海道に来た経験のない人にこうした良さをPRしていくこ

とが必要だと思われる。また、「アクセス」や「交通費」、「その他費用」といった項目については、否定的な回答が多くなっており、こうした北海道の「弱み」となるような項目については、北海道に限らず利用者の不満が強くなっていることがわかる。

次に、同じ「北海道で合宿と聞いたときのイメージ」について、既に北海道で合宿を行っているチームの回答を抽出【表 3-2-2】したところ、殆どの指標について、全体よりも平均値が低くなっており、北海道での合宿が高い評価を受けていることが分かった。特に、前述の通り、全体でも利用者の不満が強かった「アクセス」や「交通費」、「その他費用」については、立地的に本州の合宿地よりも遠いはずの北海道の合宿地の方が平均値が低くなっており、こうした不利を他の「強み」となる部分でカバーしていることが窺える結果となった。要因としては、合宿誘致成功市町村への個別のヒアリングとして既に述べた通り、行き届いた送迎体制や官民一体となった受入体制の整備によって利用者の利便性を向上させていることなどが考えられる。こうした事例は、アクセスの悪さや交通費の高さを理由として合宿誘致事業を断念している市町村や、上手くいっていない市町村にとっては参考になるものと思われる。

【表 3-2-1 北海道で合宿と聞いた時のイメージ（全体）】

	有効回答	肯定的 (1,2)	中立 (3)	否定的 (4,5)	平均値 全体					トップ チーム
						経験者	未経験者	社会人	学生	
スポーツ施設	90	60	24	6	2.16	2.04	2.52	2.24	2.05	2.00
宿泊施設	90	65	22	3	2.17	2.13	2.29	2.10	2.25	2.08
食事	90	84	6	0	1.48	1.46	1.52	1.54	1.40	1.54
受入体制	86	45	36	5	2.43	2.41	2.50	2.40	2.47	2.58
アクセス	90	4	19	67	3.98	3.93	4.14	3.88	4.10	4.04
交通費	90	2	6	82	4.49	4.46	4.57	4.44	4.55	4.62
その他費用	89	20	36	33	3.21	3.13	3.48	3.26	3.15	3.31
気候	91	74	9	8	1.87	1.74	2.29	1.90	1.83	1.81
周辺環境	91	56	26	9	2.19	2.10	2.48	2.29	2.05	1.96

\* 経験者、未経験者は北海道訪問の経験の「ある」「なし」による

注)「平均値」は5段階評価の回答をそれぞれ、「とても良さそう」= 1、「まあ良さそう」= 2、

「中立」= 3、「あまり良くなさそう」= 4、「悪そう」= 5として算出(【表 3-2-2】についても同様)

【表 3-2-2 北海道で合宿と聞いた時のイメージ（北海道合宿チーム）】

	北海道合宿チーム					全体		
	有効回答	肯定的	中立	否定的	平均値		社会人	学生
スポーツ施設	15	11	3	1	2.00	2.16	2.24	2.05
宿泊施設	15	12	3	0	2.07	2.17	2.1	2.25
食事	15	14	1	0	1.60	1.48	1.54	1.4
受入体制	15	13	2	0	1.93	2.43	2.4	2.47
アクセス	15	3	6	6	3.27	3.98	3.88	4.1
交通費	15	2	2	11	3.93	4.49	4.44	4.55
他費用	15	8	4	3	2.67	3.21	3.26	3.15
気候	15	15	0	0	1.60	1.87	1.9	1.83
周辺環境	15	10	3	2	2.07	2.19	2.29	2.05

下記は、設問「北海道で合宿と聞いた時のイメージ」の各項目についての利用者の自由記述を掲載したものである。全体的には良いイメージと悪いイメージ様々であるが、北海道の「弱み」となるような「交通アクセス」や「交通費」といった項目については厳しい意見が見られる。(○：良いイメージ、×：悪いイメージ)

## 利用者の声

「北海道で合宿と聞いたときのイメージ」

### 【スポーツ施設】

- 規模が大きい
- 芝生のグラウンドが多い
- × 数が少ない
- × 冬寒いので体育館が小さい

### 【宿泊施設】

- 確立した観光地なので良いイメージ
- 新しく、部屋・設備が良い
- 安い
- × 民宿が殆どというイメージ

### 【食事】

- 海の幸には事欠かない
- 名産が多い
- 満足できる味と量

### 【受入体制】

- × 電車がなからバス送迎は必須
- 土地が広く、遠いので送迎してくれる

### 【交通アクセス】

- × バス、電車の本数が少ない
- × 公共交通機関が少ない
- × 広い、遠い、時間がかかるというイメージ

### 【交通費】

- × 飛行機代が高い
- × 学生にとっては負担が大きい

### 【その他費用】

- 季節によっては安い
- 物価が安いので安く済む
- × 観光地だけに宿泊代が高いというイメージ
- × 夏場のオンシーズンだと値上がりする

### 【気候】

- 空調設備がしっかりしている
- 梅雨がなく夏涼しくて、過ごしやすい

### 【周辺環境】

- 周りに何もなく、集中できる
- 観光地がたくさんある
- ススキノがある
- × 隔離され過ぎる不安

## 2-2 . 北海道合宿のネック

「交通費」を問題視する声が非常に強く、90%を超えるチームが回答している。

トップチームは北海道合宿について費用面がネックになると考えるチームが多くなっているが、設問「合宿地に求めるもの」【表 3-1-9】( p64 参照 ) では「合宿コスト」と回答するチームの割合は相対的に低くなっている。こうしたチームは、回答比率の割にはこの問題をそれ程重要視していないものと思われる。

【表 3-2-3 北海道合宿のネックとなりそうなのは】

	全体						トップチーム	
			社会人		学生			
	チーム	割合	チーム	割合	チーム	割合	チーム	割合
スポーツ施設	11	12.2%	10	20.0%	1	2.5%	2	8.0%
宿泊施設	11	12.2%	8	16.0%	3	7.5%	1	4.0%
食事	4	4.4%	3	6.0%	1	2.5%	2	8.0%
受入体制	12	13.3%	4	8.0%	8	20.0%	3	12.0%
アクセス	61	67.8%	31	62.0%	30	75.0%	20	80.0%
交通費	84	93.3%	46	92.0%	38	95.0%	24	96.0%
その他費用	40	44.4%	22	44.0%	4	10.0%	14	56.0%
気候	11	12.2%	7	14.0%	4	10.0%	4	16.0%
周辺環境	3	3.3%	1	2.0%	2	5.0%	0	0.0%
有効回答	90		50		40		25	

この設問は、北海道合宿というものを客観的に捉えた場合、どのようなことがネックになると考えられるかを聞いたものであるが、これを見ると「交通費」を問題視する声が非常に強くなっており、その回答比率は93.3%にのぼった。社会人、学生及びトップチームに分類すると、トップチームではこの設問については「交通費」や「その他費用」といった費用面がネックになると考えるチームが多くなっているが、前述の設問「合宿地に求めるもの」【表 3-1-9】( p64 参照 ) では「合宿コスト」と回答するチームの割合は相対的に低くなっている。こうしたチームでは、客観的に北海道合宿について考えると費用面が問題になると考えるものの、自分のチームの合宿として考えた場合は、合宿本来の目的とは関係のない費用面はさほど問題ではないと判断しているものと思われる。

また、次頁には利用者の自由記述の設問「現在の合宿地でこれは困るので改善して欲しい点」への回答を掲載した。ここには施設面での不満はあるものの、新しい施設整備が難しい状況でも十分に対応可能なソフト面の細かな不満が多く、受入側の体制改善の参考になる意見も多く見られる。

## 利用者の声

「現在の合宿地でこれは困るので改善して欲しい点は？」

### 【施設面】

グラウンド数不足による練習時間制限  
ウェイトトレーニング施設の充実  
プール・フィットネス施設がない  
練習場の質が悪い  
練習場が確保できない  
練習場にトイレや洗面がない  
練習使用料が高い  
風呂場が狭い  
大きな部屋がない  
交通費がもう少し安いと良い

### 【ソフト面】

食事のバランスを考えて欲しい  
食事のレパートリーが少ない  
食事の量が一般客と同じ  
食事・洗濯時間の制約がある  
洗濯の順番待ちが長い  
コインランドリー等、洗濯施設不足  
練習時間がバッティングした場合の対応  
宿泊所が狭く、他の客と重なると不便  
近くに病院がない  
近くに店がない

### 2-3．北海道の合宿地の認知度

北海道の合宿地について「知っている」と回答したのは37.8%に当たる34チームとなり、設問「地方自治体の合宿誘致」【表3-1-11】(p66参照)の認知度を上回っている。これは地方自治体の誘致活動としては認識されていないものの合宿地としての地名は知られているということを示している。

具体的な地名としては、ラグビーチームからの回答を集めた北見市・網走市が上位に来ている。

【表3-2-4 北海道の合宿地の知名度】

はい			いいえ
肯定的 (1,2)	中立 (3)	否定的 (4,5)	
31	1	2	56
34.4%	1.1%	2.2%	62.2%

注) はい・いいえ：北海道の合宿地を知っているかどうか

肯定的・中立・否定的：北海道の合宿地を知っていると回答した34チームに、それがどれほど有名かを聞いたもの。肯定的とは「とても有名」「それなりに有名」、中立とは「どちらとも言えない」、否定的とは「あまり有名でない」「全く無名」という回答を指す

【表3-2-5 北海道の合宿地】

北見市	11
網走市	10
士別市	5
別海町	4
深川市・美幌町	2
帯広市・常呂町・女満別町・弟子屈町・和寒町・芦別市・白滝村	1

注) 具体的地名を複数挙げたチームもあるため、回答数の合計はチーム数34とは一致しない

【表3-2-4】は、自治体としての誘致活動を把握しているか否かに関わらず、北海道の合宿地を知っているかを聞いたものである。ここでは「知っている」と回答したのは37.8%に当たる34チームとなり、前述の設問「地方自治体の合宿誘致」【表3-1-11】(p66参照)の認知度を上回っている。これは地方自治体の誘致活動としては認識されていないものの、合宿地としては地名が知られていることを示している。

【表3-2-5】では、【表3-2-4】で「はい」と回答した34チームに、北海道の合宿地で知っているという具体的な地名を挙げてもらっているが、ラグビーチームからの回答を集めた北見市や網走市が上位に来ている。

次頁には、「どうすれば北海道の合宿地の知名度があがるか」という設問に対する自由記述を掲載している。PRの手法や誘致のターゲットに関する意見が多い中で、北海道の「弱み」としての「アクセス」や「交通費」に関する意見も見られた。こうした意見は、受入側の実際の誘致活動展開の参考になるものと思われる。

## 利用者の声

「どうなれば北海道の合宿地の知名度が上がるか」

### 【PRの方法】

インターネットと同時に旅行等雑誌への掲載  
 具体的な合宿プランをスポーツ団体へのDMなどにより提示する  
 芝のグラウンド、気候の良さ、食事の良さをもっとアピールする  
 合宿の取材を通して地方紙 全国紙への展開を図る  
 北海道＝合宿地というイメージが全くないので大学、高校を中心に積極的PRを行う  
 スポーツ団体、チーム、関係者へのDMやパンフレットによる積極的PRを行う  
 各種スポーツ専門誌、大会パンフレット等に広告を出す

### 【誘致のターゲット】

Jリーグなどの人気スポーツや有力チームの招致  
 多くのチームを召集し、試合が出来るようなスケジュールを組む  
 イベント的な大会開催や、大会招致によるPRとネットワークづくり  
 箱根駅伝の出場チームを誘致する

### 【ツアー等】

交通アクセス、交通費の問題が解決すれば利用者が増え、知名度も上がる  
 安価なパックがあると良いので旅行代理店へのツアーの売り込み  
 旅行代理店との提携による割引料金の設定

### 【その他】

道内どんな種目でも良いので全国区のチームが出来れば良い  
 有名な対戦相手がいて、練習試合をしてくれれば良い  
 東京から2時間で行けて、交通費が往復1万円、宿泊費は1日5,000円未満なら良い

この「利用者の声」にも挙げられている通り、合宿誘致の一つのあり方として、経済効果が高く、知名度アップにも効果的な「有名チームの招致」がある。次頁では、本調査において分類した意味での合宿誘致成功市町村ではないが、合宿誘致後発組の事業展開の一例として、イベント特化型の合宿誘致事業を展開する七飯町の事例を紹介する

## 【 道内先進事例紹介：イベント特化型の七飯町 】



トルシエ監督も絶賛したサッカーフィールド

### <基本データ>

人口 28,949 人（非過疎地）

産業構造（1次 14.4%、2次 22.9%、3次 62.6%）

財政力指数 0.43

### <合宿誘致手法>

札幌と函館の間に位置し、道内でも有数の観光地として知られる大沼公園を有する当町は典型的な通過型観光地であり、その現状を打破し、宿泊客の入り込みを増大させることを目的として、町長のトップダウンにより合宿誘致を開始した。誘致開始は平成 12 年と完全な後発組のため、地道な誘致活動よりもまずはイベントに特化した誘致活動を展開しているが、その成果が平成 12 年 8 月のサッカー・トルシエジャパンの合宿である。この時の地元の経済効果は 1 億円とも言われており、合宿地としての七飯町の PR 効果も含め、十分な効果があったと言われている。一方で、誘致体制の整備も行われており、従来からスポーツ関連のイベントに常に参画していたキーパーソンをスポーツ合宿の総合窓口として配置し、合宿に関するあらゆる業務をその窓口で対応している。このような組織横断的なラインをもつ自治体は道内でも珍しい。

### <前提には住民への還元>

合宿誘致による経済効果がいくら多くても、地元に着るお金以上の税金を投入したのでは全く意味がなく、常に住民への還元ということを考えている。トルシエ・ジャパンを誘致するために建設した東大沼多目的グラウンドは、トルシエ監督も絶賛したフィールドであるが、基本的には町民利用が大前提であり、空いている時間には町民が実際にサッカーを楽しんでいる。自治体として合宿誘致を行っている以上、住民理解は不可欠であり、その点において当町は十分に配慮していると言える。

## 2-4．周辺観光地について、北海道にきたい時期

合宿時に周辺観光地を訪問したことが「ある」と回答したのは33.3%に当たる29チームに留まった。しかし「ない」と回答した58チームのうち、「これまでしたことはないが、機会があればしてみたい」と回答したチームは83.3%に当たる45チームにのぼっており、合宿の観光への波及の可能性が窺える結果となった。

北海道に合宿で来る場合、旅行以上に夏（7～9月）が好まれている。

### 1) 周辺観光地について

【表 3-2-6 合宿時に周辺観光地を訪問した経験】

ある	29	33.3%
ない	58	66.7%

【表 3-2-7 機会があれば観光もしてみたいかどうか】

有効回答	54	
はい	45	83.3%

合宿時に周辺観光地を訪問したことが「ある」と回答したのは33.3%に当たる29チームに留まった。しかし「ない」と回答した58チームのうち、「これまでしたことはないが、機会があればしてみたい」と回答したチームは83.3%に当たる45チームにのぼっており、合宿の観光への波及の可能性が十分に窺える結果となった。

一方で、道内自治体アンケートの設問「観光関連部署との連携」【表 2-1-8】(p27 参照)にある通り、スポーツ振興の企画等を行う際に観光関連の部署との連携をとっている自治体は25.0%に当たる34市町村に留まっており、しかもこのうちの殆どがイベント単位に召集される実行委員会的なものであることが分かっている。p78の「利用者の声」にもある通り、「観光ではなく合宿に来ているのでお金はなるべく使わない」という意見もあるが、機会さえあれば観光にも行きたいというニーズがこれだけ認められたからには、受入側としても観光地への誘導策を講じてみる価値はあるものと思われる。その際の参考になる意見として、次頁には「合宿に来た人が周辺観光地に足を運ぶようにするには」という設問に対する自由回答を掲載した。コンベンション誘致においては当然のように行われていることであるが、この中には地元の人間によるPRやモデルコースの提示（エクスカーション）といったちょっとしたきっかけづくりを求める声も多い。

【表 3-2-8 合宿時の観光情報入手方法】

HP	DM等	情報誌	公共機関
1	1	11	0
競技団体	ホテル等	その他	
3	5	6	

次に、【表 3-2-6】(前頁参照)において、これまでも合宿時に周辺観光地を訪れたことが「ある」とした 29 チームについて、その際の観光情報をどこから入手したかを聞いたところ、「情報誌」という回答が最も多く、37.9%に当たる 11 チームからの回答があった。また「その他」という回答の殆どが「OB等の先輩に聞いた」というものであり、こうした情報は口コミで代々伝わっていくことも分かった。

## 2)北海道に来たい時期

【表 3-2-9 北海道にくるならいつ】

	有効回答	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月
旅行	89	7	14	56	12
合宿	90	0	6	83	1

【表 3-2-9】では、旅行と合宿のそれぞれにおいて、北海道に来るならどの時期が良いかを聞いているが、これによると合宿では92.2%に当たる83チームが夏(7～9月)と回答しており、旅行よりも夏が好まれていることが分かった。また、道内自治体アンケートの設問「合宿誘致のターゲット(時期)」【表 2-2-5】(p34 参照)では、71.4%に当たる40市町村が夏(7～9月)をターゲットとしており、【表 3-2-9】の結果と概ね合致している。

## 利用者の声

「合宿に来た人が周辺観光地に足を運ぶようにするには？」

帰りの荷物を全部輸送してくれる

観光地までのバスを出す

安価な移動を可能にする

宿泊所でのPR(パンフレットの設置や周辺案内の作成など)

基本的には練習が休みにならないとどうにもならないので、監督を説得する

合宿中にパンフレットなどを渡す

オプションツアーなどがあると良い

送迎も含めた詳しい案内をするとともに、経費に見合った要望を聞いてもらえる窓口を設置する

いくつかのモデルコース、それにかかる費用等の載った冊子などを配布する

地元の人によるPR、紹介

合宿と観光がセットになった安価なパックにより、割安な観光をPR

レジャーランド等を近くにつくる

日程の中に観光を取り入れてもらう

## 2-5 . スポーツ合宿と地域活性化について

有効回答76チーム中、93.4%に当たる71チームがスポーツ合宿は地域活性化に「役立つ」と回答している。

この調査の最後に、利用者に対して、「スポーツ合宿は地域活性化に役立つか」という質問をしたところ、93.4%に当たる71チームが「役立つ」と回答している。下記はこの設問に関して、「役立つ」と判断した理由についての自由回答を掲載したものである。

### 利用者の声

「スポーツ合宿が地域活性化に役立つと判断した理由」

#### 【商業・経済的理由】

周辺をタクシーで移動したり、店を利用したりするから  
合宿所の近くの店にはほぼ全員が毎日行くから  
違う地方の人が行き来する中で、交通・宿泊施設など様々な機関が活性化するから  
人が集まればこそそこでお金を落とすから  
野球のキャンプのように有名チームが合宿を行えば、多くの人が集まり、お金も落ちるから

#### 【観光に関する理由】

オフタイムに地域を見学する人は多いと思うから  
大勢が一度に集まり、場合によっては個人的に再訪問すること等もあるから  
観光だとせいぜいその地域には1泊しかしないが、合宿だと数泊になるから  
一度行ったところは観光でも合宿でもまた行きたくなるから  
通り道に観光地があれば行ってみたいから

#### 【交流に関する理由】

若者中心に多くの人が集い、賑やかになるから  
些細なことでも人と知り合ったり、その場所を覚えたりするから  
地元の方々の協力・理解・関心により成果は異なるが、交流があってこそ活性化につながる  
練習試合等の人的交流が生まれるから  
試合を見てもらうことが一番分かりやすく、そうすればその後の交流も生まれるだろうから  
スポーツを通じた活動により地域の輪が強まるから  
スポーツによる絆は強く、交流により様々な絆が生まれているから  
相互交流が活発になれば、第2のホームタウンという意識がチームに、地元住民にはホームチームのような意識が芽生えるだろうから

#### 【宣伝効果に関する理由】

地域的な収入があるだけでなく、能代市のように有名になると宣伝効果もあるから  
地域にスポーツ合宿が根付けば知名度アップにつながるから  
合宿でいくことによりその地域の良さがわかるから

**利用者の声**

「スポーツ合宿が地域活性化に役立つと判断した理由」

## 【その他】

ラグビーの菅平のような所があるから

企業PRも兼ねたスポーツ教室などにより地域のスポーツが活性化するから

施設の充実が利用客を増大させ、活性化を促すから

茨城県波崎町などはサッカーの合宿地として根付いているから

一般市民の福祉施設と合宿施設を一体化させれば活性化につながる

次に同じ「スポーツ合宿は地域活性化に役立つか」という質問で、「役立たない」と回答したチームの自由回答を掲載する。

**利用者の声**

「スポーツ合宿が地域活性化に役立たないと判断した理由」

観光に行くのではないので、なるべくお金は使わないようにするから

プロスポーツや日本代表といった一流チームの合宿所であれば、知名度も上がり活性化すると思うが、一般チームの合宿では、その合宿所が潤うだけで地域の活性化になるとは思えない

合宿だと観光をしている暇はあまりない。練習を目的として合宿を行う部活ではなく、サークルの合宿や親睦を深めるために合宿を行う部活をターゲットにした方が良いのではないか

合宿地として施設整備するのにかかるコストに対し、それを上回る経済効果があるとは思えない

北海道の場合は、スポーツ合宿というよりは特産品を押し上げた方が活性化になると思う

合宿で行くなら環境の良い所に行きたいので、212も市町村があるとはじめから優劣がついてしまう。利用者に満足を与えられる一部の地域に集中してしまい、全体の活性化にはならない

## . 分析のまとめと提言





## 第1節 「合宿に関する利用者アンケート調査」から読みとれる結論

「合宿に関する利用者アンケート調査」から読みとれる主なポイントは以下の6点である。それぞれについて、どのように捉えるべきかを中心に整理したい。

- 1 北海道に来たことがある人の方が、ない人よりも北海道合宿に対するイメージは良い
- 2 「弱み」だと思いきんでいることは、やり方によっては十分に克服できる可能性がある
- 3 同じ合宿利用者でも、ターゲットにする対象チームによっては求めるものは異なる
- 4 利用者の感謝の声や要望には、新たな施設を必要としないソフト面の意見も多い
- 5 合宿時でも機会があれば周辺観光地を訪問したいという意見が大半
- 6 北海道の合宿地は利用者から高い評価を受けている

- 1 北海道に来たことがある人の方が、ない人よりも北海道合宿に対するイメージは良い
- 2 「弱み」だと思いきんでいることは、やり方によっては十分に克服できる可能性がある

「北海道で合宿と聞いたときのイメージ」(p68 参照)では「スポーツ施設」や「周辺環境」をはじめとして、いずれの項目についても、北海道に来たことがある人の方がない人よりも良いイメージを持っている。また、「現在の合宿地への満足度」(p60 参照)でも殆どの項目について、現在北海道で合宿を行っているチームの満足度の方が、全体としての満足度よりも高くなっている。後者に関して注目すべきは、「アクセス」という北海道にとっては「弱み」と考えがちな項目についての満足度も、既に北海道で合宿を行っているチームの方が高いということである。これは事例として紹介されている合宿誘致成功市町村をはじめとする受入側(=市町村)の地道な努力の賜物であると言える。また、次頁では、一見「弱み」に映ることを「強み」に転換して成功した土別市の事例を紹介する。

- 3 同じ合宿利用者でも、ターゲットにする対象チームによっては求めるものは異なる
- 4 利用者の感謝の声や要望には、新たな施設を必要としないソフト面の意見も多い

「合宿地に求めるもの」(p64 参照)では、「トップチーム」は合宿本来の目的とはあまり関係のない「合宿コスト」を重視するチームの割合が相対的に低いなど、チームの事情により合宿地に求めるものが違ってくることが分かる。また、具体的な要望としての「利用者の声」(p56 及びp71 参照)で、喜ばれる受入体制の工夫や改善して欲しい点として様々な意見を整理してみたが、新たな施設がなくても提供できるサービス、つまりソフト面での要望が多数挙がっている。

「道内先進事例紹介：津別町」(p43 参照)のように、もともと観光地でないために宿泊施設の収容能力が低いことから、夏の合宿ピーク時には学生チームに公民館を開放しての雑魚寝をお願いしているものの、地元の対応の良さもあって特段利用者の不満の声を聞くこともなくやっている自治体もある。「合宿誘致」を実施するに当たり、必ずしも立派な宿泊施設やスポーツ施設がはじめから必要ということではなく、自らの地域として利用できるものが何かを考え、その有効利用法が求めているものと合致するような合宿利用者をターゲットとして選択するという逆転の発想が必要であろう。

## 5 合宿時でも機会があれば周辺観光地を訪問したいという意見が大半

「周辺観光地について」(p75 参照)では、合宿時に周辺観光地を訪問したことの無い人の方が多くなっていたが、そのうち、「機会があれば行ってみたい」というチームが8割を超えており、既に訪問したことがあるチームと合わせると9割近くにのぼっている。このことは、合宿が観光へ波及効果をもたらす可能性が十分あることを示しており、受入側の市町村としては、観光関連の部署と連携を取ることや、モデルコースの提示(エクスカージョン)を試みる価値の高さを改めて認識するに足る結果であると言える。

## 6 北海道の合宿地は利用者から高い評価を受けている

前頁の1でも述べた通り、北海道の合宿地は利用者から高い評価を受けている。これは、合宿誘致成功市町村をはじめとする合宿誘致実施市町村が、立派な施設を整備した上で誘致を行ったからではなく、はじめは恵まれない環境であっても、「弱み」を「強み」に転換したり、「強み」となる部分を上手くPRしながら地道な努力を重ねてきた結果である。これから「合宿誘致」を始める市町村や、既に始めているがなかなか上手くいかない市町村については、合宿誘致成功市町村の現在の姿を模倣することが必要なのではなく、むしろ、それらの成功市町村がどのようなプロセスを経て現在に至っているのかということを中心に考えた上で、自分の市町村に合った手法を考えることが重要であると思われる。

## 【 道内先進事例紹介：「弱み」を「強み」へ転換した士別市 】



有名選手も多数訪れている士別市

## &lt;基本データ&gt;

人口 23,850人(過疎地域)

産業構造(1次21.9%、2次24.7%、3次53.4%)

財政力指数 0.26

## &lt;合宿誘致手法&gt;

市営ゴルフ場の運営を民間事業者へ委託したことを契機として昭和52年より合宿誘致が開始された。この民間事業者

者の人的ネットワークにより陸上の有力チームが当市で合宿を行い、その環境の良さを気に入ったことから、口コミで士別の名前が広まり、ついには日本陸連の合宿地となった。これにより合宿地としての士別のブランド価値は一層高まり、現在では利用者の増減を気にした誘致活動を行わなくとも、毎年来てくれるチームが殆どという状況にまでなった。きっかけはある種「偶然」によるものではあるが、例え一人であれ合宿利用者に送迎の必要があれば、いつでも空港まで送るといった地道な努力により合宿地としての価値を維持している。また、冬季は自動車等の氷上テストコース地としても賑わっている。

## &lt;弱みを強みへ&gt;

当市では、車のあまり通らない道路を夏の陸上合宿のロードコースに、広大な原野と冬季の厳寒な気候は自動車等の氷上テストコースに適すると考え、一見「弱み」とも映る地域特性を「強み」に転換させたと言える。こうして、夏は陸上合宿・冬はテストコースの関係者を士別に誘致することで夏冬双方に交流人口策を有す当市では、元来観光地でないために十分ではない宿泊能力の不足を補うために新設された第3セクターのホテルもオープン以来黒字を続けているとのことであった。

## 第2節 「北海道における合宿誘致と地域活性化に関するアンケート調査」から読みとれる結論

「北海道における合宿誘致と地域活性化に関するアンケート調査」から読みとれる主なポイントは以下の6点である。それぞれについて、どのように捉えるべきかを中心に整理したい。

- 1 スポーツ振興に関連する部署と、観光関連の部署の連携はまだ未整備である
- 2 合宿誘致成功市町村の方が、組織内の連携は取れている
- 3 合宿誘致成功市町村では、誘致するターゲットを明確に絞り込んでいる
- 4 施設面の不足を補う方法があるとはいえ、全体としては不足感が強い
- 5 スポーツ振興全体の目的は、「経済効果」を主な目的とする「合宿誘致」とは明確に異なる
- 6 「ALL北海道」によるスポーツ合宿PRについては「賛成」という声が大多数である

## 1 スポーツ振興に関連する部署と、観光関連の部署の連携はまだ未整備である

前節 5において、合宿が観光へ波及効果をもたらす可能性について述べているが、受入側である市町村について見ると、スポーツ振興に関連する部署と、観光関連の部署の連携はまだ未整備である（p27 参照）。利用者は、地元の人間によるPRやモデルコースの提示（エクスカージョン）といったちょっとしたきっかけを求めており、こうした取り組みを地道に行っていくことが、観光振興にとってもプラスになるものと思われる。

## 2 合宿誘致成功市町村の方が、組織内の連携は取れている

「スポーツ振興を担当している部署」（p23 参照）や「スポーツに関する横断的組織」（p24 参照）について見ると、合宿誘致成功市町村の方が、連携が進んでいることが分かる。「合宿誘致」の際に受入側として対応しなければならないことは、施設利用や宿泊、交通アクセスといった様々な分野に渡っており、教育委員会単独で行うよりは、それぞれ専門の分野として担当している部署で対応した方が、より適切に行いやすい。こうしたことの必要性は、より多くの利用者を受け入れている合宿誘致成功市町村の方が良く認識していることが予想され、スポーツ振興全般に関しても、より連携が進んだものと思われる。

## 3 合宿誘致成功市町村では、誘致するターゲットを明確に絞り込んでいる

「合宿誘致のターゲット（チーム）」（p34 参照）では、合宿誘致成功市町村では「その他」や「特になし」といった曖昧な回答をした市町村は一つもなく、こうした市町村が、誘致するターゲットを明確に絞り込んでいることが分かる。ターゲットを絞り込むということは、自分の地域の特性を活かすためには誰に来てもらえば良いのかということを考えていることに他ならない。これから「合宿誘致」を始める市町村も、なかなか上手くいかない市町村も、自分の地域の特性を活かせるターゲットの絞り込みを行ってみる必要があるのではないかと。

## 4 施設面の不足を補う方法があるとはいえ、全体としては不足感が強い

「施設の充足度」（p42 参照）や「合宿誘致の問題点」（p44 参照）では、施設面での不足感が強く出て

いる。しかし、再三述べているように、必ずしも現在「合宿誘致」に成功している市町村がはじめから施設面で恵まれていたかという、多くはそうではなく、恵まれない環境からスタートしている。前節 3でも述べた通り、重要なことは、受入側として利用者のニーズに合ったサービスを提供することであり、立派な施設をもてばそれだけで人が集まるという訳ではないということである。今後は官民ともに新しい施設を整備することは非常に難しくなってくるのは明らかであり、まずは既存の施設を活かして何が出来るかということを考えることが必要ではないかと思われる。

#### 5 スポーツ振興全体の目的は、「経済効果」を主な目的とする「合宿誘致」とは明確に異なる

「スポーツ振興を行う目的」(p26 参照)は、地域住民への「福利厚生」であり、「地域の活力創造」である。これは主として「経済効果」を目的とする「合宿誘致」とは明らかに異なっており、スポーツ振興全体のなかでの合宿誘致のウエイトが相対的に低いことと裏表の関係にある。しかし、個別にヒアリングを行ってみると、合宿誘致成功市町村のように合宿誘致を積極的に展開している市町村が地域住民に対する配慮に欠いているという訳ではない。住民の理解・協力を得ながら他のスポーツ振興策との調和がとれる形で「合宿誘致」を進めるバランス感覚を見て取ることが出来る。

#### 6 「ALL北海道」によるスポーツ合宿PRについては「賛成」という声が大多数である

「ALL北海道でのPRについて」(p45 参照)を見ると、大半の市町村が「良い」という回答をしている。その理由としては、「一つの市町村でPRするには限界がある」といった意見が殆どであった。一方で数少ない反対意見の中には、同じ北海道とは言え道内212市町村がそれぞれ違った地域特性を持っており、それを無理に「ALL」と捉えるよりは、個々の地域をPRすることが望ましいという意見が見られる。

たしかに、第 部で触れたように、これまで北海道では、行政・民間挙げての北海道宣伝誘致活動を展開し、観光地としての「北海道ブランド」の地位を確固たるものにしたことは事実であるが、それがあまりに強すぎるために個々の地域の個性が埋没してしまうという結果を招いているように思える。この教訓を活かせば、「多くの地域が望むから地域の個性に関係なくALL北海道で・・・」という判断にはするべきではない。

しかし、色々な地域活性化策のなかで合宿誘致に期待をかける地域が相対的に財政力等が低い地域にならざるを得ない面を勘案すれば、北海道全体のなかでの支援の必要性はある。個々の地域特性を活かせるように配慮しつつ「ALL北海道」によるPRを実施するというバランス感覚が必要となろう。合宿基地としての北海道の地位を更に向上させるためには、「ALL」という言葉に依存しない自立した意識を各地域が持つことと、及びそれを黒子的に支える北海道全体としての協力体制の構築が求められる。

### 第3節 結語

我が国においては、地域活性化のための施策を検討すると、如何にしてそれに必要なハードを整備するか、という議論に展開することが多かったように思われる。企業誘致のためには立派な工業団地、内発的産業振興のためには立派なインキュベータ、観光振興のためには立派なリゾート施設、テーマパーク・・・。合宿誘致についてもやはり新しい施設を（財政的に難しいとは分かりながら）求める声が多い。

しかしながら、日本政策投資銀行誕生以来、北海道支店レポートで調査してきたなかで気が付くのは、企業を誘致するプロセスのなかで相手のニーズに合わせて用地造成を行い工業団地の在庫を持たないことで成功している地域の存在、産業クラスター創造活動におけるコーディネーターの活動ノウハウ蓄積、地道な観光資源・魅力の作り込みを行っている地域の存在である。**今回、合宿誘致についての調査を行ったなかでも、自らの弱みを強みに転換する、強みを効果的にPRすることで弱みを補完する、自らの地域が使えるものが何か考えるなかで、住民利用と両立させながら効果的に施設を利用する等、ハード建設に頼らない地域の地道な努力が効果を上げていることが理解できた。**これらの地域で結果的に新しい施設が建設されることもあるが、それまでの地道な努力の結果その施設は有効に利用されている。

新しい施設をつくることを禁ずる必要はないが、それを国等に陳情する前に、**まず身の丈に合う、身の回りで出来る努力を如何に積み重ねるか、**ということであろう。そのためには、まず、**自らの地域の現状を正しく認識する、**と言うことである。現状上手くいっていない地域でも、正確な現状分析に基づく地道な努力を積み重ねれば、うまくいく素地のある地域も多いのではないかと思われる。重要なことは、表面的に他の市町村を模倣するのではなく、自分の地域を分析し、その地域の特性にあった地域戦略を主体的に押し進めることである。その意味で、「合宿誘致」、「コンベンション誘致」、「観光振興」、「産業クラスター創造活動」、「企業誘致」等の方策でも基本的取るべき視点は同じなのではないか。



【北海道におけるスポーツ振興と地域活性化の現状調査】

参考：ニュースポーツ振興について

調査内容：北海道内212市町村に対して行った「北海道におけるスポーツ振興と地域活性化の現状調査」において、参考として「ニュースポーツ振興について」調査したもの

調査時期：平成13年10月

調査方法：北海道内各市町村の担当部署に対する書面によるアンケート調査

回収状況：発送数212 回収数149 回収率70.3%





## 1. ニュースポーツの考案

- 回答のあった道内149市町村のうち、15%に当たる22の市町村でニュースポーツが考案されていることがわかった。
- どのようにニュースポーツが誕生したのを見ると、住民の自発的な考案は全体の3分の1に留まっており、大半は行政や体育協会が考案し、普及に努めていることがわかった。

あなたの市町村で生まれたニュースポーツがありますか。

有効回答	149 市町村	
ある	22	14.8%
ない	127	85.2%

これらのスポーツはどのようにして生まれましたか

	回答数	割合
住民が自発的に	7	31.8%
行政主導で考案	9	40.9%
その他	6	27.3%

【「その他」の具体的な回答】  
 住民と行政の両者で考案  
 体育協会が考案  
 体育指導員が考案

### 具体的に考案された競技一覧

市町村名	競技名
江別市	グリーンボール
石狩市	雪中ソフトボール
八雲町	スポンジテニス
仁木町	寒カンゴルフ
島牧村	ミニバレー
妹背牛町	スーパーターゲットボール
当麻町	フィールドボール
和寒町	SPゴルフ
猿払村	サークルボール
美幌町	ミニバレー6人制
留辺蘂町	フライングスティックカーリング
雄武町	ブルームボール
室蘭市	ラケットテニス
伊達市	スティックビリヤード
壮瞥町	雪合戦
苫小牧市	ホーキングホッケー
様似町	テニボン
芽室町	ゲートボール
白糠町	ゲートカーリング
根室市	ミニテニス

## 2. ニュースポーツ振興の実施状況、形態

- ニュースポーツ振興は、6割を超える91市町村で実施されている。
- 合宿誘致との関連を見ると、両方とも行っている市町村が39市町村あるのに対して、どちらも実施していない市町村が33市町村あった。この33市町村は、いずれも「本来やりたいが出来ない」市町村であり、「資金不足」、「施設不足」、「人手不足」といったことを理由として合宿誘致もニュースポーツ振興も実施できないでいる。
- ニュースポーツ振興の実態としては、「住民参加型イベント開催」が最も多く、78%に上る71市町村が実施していると回答。次いで「啓蒙普及活動」が69.2%となった。また、ニュースポーツ振興でも「施設建設等の環境整備」が第3位に入った。

### ニュースポーツの振興を行っていますか

	ニュースポーツ		合宿誘致実施		合宿誘致実施せず	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
はい	91	61.1%	39	26.4%	52	35.1%
いいえ	58	38.9%	24	16.2%	34	23.0%

以降、このニュースポーツ振興を実施している91市町村を対象とした設問  
ニュースポーツ振興の形態

	回答数	割合
啓蒙普及活動	63	69.2%
住民イベント開催	71	78.0%
施設建設等	31	34.1%
P R 活動	21	23.1%
行政による振興組織	5	5.5%
他機関との振興組織	7	7.7%

### 3. ニュースポーツ振興の目的・効果

- 目的については「住民の健康増進」や「余暇活動の充実」といった住民生活面のウェイトが高くなっており、次いで「世代間交流」「地域の一体感醸成」等の地域活性化面となった。合宿誘致では重視されていた「経済効果」は殆ど意識されていない。
- 効果については「住民の健康増進」「余暇活動の充実」といった住民生活面で肯定的な見方が強く、目的をある程度達成できているという認識が大勢をしめている。また、少数ではあるものの、「他地域との交流」についても十分な効果が認識されている。

#### 目的

	回答数	割合		回答数	割合
住民の健康増進	88	96.7%	参加者の経済効果	2	2.2%
余暇活動の充実	70	76.9%	観光客の経済効果	1	1.1%
地域の一体感醸成	29	31.9%	地場新産業創出	1	1.1%
世代間交流	41	45.1%	地域の知名度	2	2.2%
他地域との交流	14	15.4%	新しいスポーツ文化	6	6.6%
過疎対策	1	1.1%	その他	1	1.1%

ニュースポーツ振興の目的においても、p26の「スポーツによる地域振興を行う目的」の結果と同様、「福利厚生」「地域活力」を重視した項目のウェイトが高くなっており、「経済効果」は殆ど意識されていない。

#### 効果

	有効回答	平均値	肯定的 (1,2)	中立 (3)	否定的 (4,5)
住民の健康増進	84	1.94	74	8	2
余暇活動の充実	67	2.06	53	11	3
地域の一体感醸成	28	2.21	19	7	2
世代間交流	36	2.36	22	13	1
他地域との交流	14	1.93	13	1	0
過疎対策	1	4.00	0	0	1
参加者の経済効果	1	2.00	1	0	0
観光客の経済効果	1	2.00	1	0	0
地場新産業創出	1	3.00	0	1	0
地域の知名度	2	2.50	1	1	0
新しいスポーツ文化	6	2.50	3	3	0
その他	1	2.00	1	0	0

注)「平均値」は、5段階の回答をそれぞれ「大変効果あり」=1、「まあ効果があった」=2、「どちらとも言えない」=3、「あまり効果なし」=4、「全く効果なし」=5として計算したもの。

#### 4. ニュースポーツ振興の問題点

- ニュースポーツ振興実施の際の問題点としては、「資金不足」が最も多く、42.9%に当たる39市町村の回答があった。上位3項目には「人・モノ・金」の不足が来ている。続いて「PR不足」「住民理解」となった。

##### 合宿誘致実施の際の問題点との比較

- ニュースポーツでは「住民理解不足」が26.4%であるのに対して合宿誘致では4.8%となっており、住民生活面を最重要視しているはずのニュースポーツの方が、外部者誘致による経済効果を重視している合宿誘致よりも住民の理解不足に悩むという結果となった。
- ニュースポーツでは「部署曖昧」という回答は1市町村、1.1%に過ぎなかったのに対して合宿誘致では15.9%となっている。
- ニュースポーツでは教室やイベントの開催が主な活動となっているため、指導員を含めた「人手不足」という回答が多くなっており、合宿誘致を上回った。

	ニュースポーツ		合宿誘致	
	回答数	割合	対応項目	割合
資金不足	39	42.9%	活動経費	31.7%
			維持管理費	17.5%
人手不足	28	30.8%	人手不足	17.5%
施設不足	27	29.7%	スポーツ施設	25.4%
PR不足	25	27.5%	PR不足	20.6%
住民理解	24	26.4%	住民理解	4.8%
その他	9	9.9%	-	-
ルール等	6	6.6%	-	-
部署曖昧	1	1.1%	部署曖昧	15.9%

ニュースポーツは地域住民の参加を原則とするため、スポーツ離れや少子高齢化等を背景とした参加者の減少などがこうした回答につながっていると思われる。

ニュースポーツ振興が、自治体におけるスポーツによる地域振興の一環であるため、担当部署は「教育委員会」と明確であるのに対して、「合宿誘致」は経済色が強く、どこが担当するのは目的や手法によっては変わるためにこのような回答になったものと考えられる。また、個別にヒアリングすると、現状は教育委員会で合宿誘致を担当しているが、「経済効果」の測定や波及効果等については調査しかねるとして、経済や企画関連の部署との連携の必要性を訴える自治体もあった。

## 5. ニュースポーツ振興を行っていない市町村

- ニュースポーツ振興を積極的に否定するのは6市町村のみであり、その理由は下記の通り。
- やりたいが出来ないと回答した消極的否定市町村が理由としたものは、「人手不足」が最も多く、44.2%に当たる23市町村、次いで「資金不足」と「施設不足」が40.4%と同率で並んでおり、「人・モノ・金」の不足という回答がいずれも40%を超える結果となった。
- ニュースポーツ振興を実施している市町村が抱える問題点と比較すると、「資金不足」については大差がなかったものの、「人手不足」「施設不足」についてはいずれも10%程度、消極的否定市町村の方が高くなっている。

### ニュースポーツ振興を行っていない市町村について

有効回答	58 市町村	
積極的否定	6	10.3%
消極的否定	52	89.7%

#### この消極的否定(やりたいが出来ない)理由

	消極的否定市町村		実施市町村	
	回答数	割合	回答数	割合
住民理解	11	21.2%	24	26.4%
施設不足	21	40.4%	27	29.7%
PR不足	9	17.3%	25	27.5%
人手不足	23	44.2%	28	30.8%
資金不足	21	40.4%	39	42.9%
部署曖昧	6	11.5%	1	1.1%
ルール等	4	7.7%	6	6.6%
その他	3	5.8%	9	9.9%

担当部署が曖昧ということは、何のためにニュースポーツ振興をやろうとしているのかという意味での意思統一が役場内で出来ていないのではないかと推察される。

### 自治体担当者の声 「ニュースポーツ振興を積極的に否定する理由」

現在のところ、行いたいという要望がない。  
 特に必要性を感じない。  
 やりたいという人がいない。  
 従来のスポーツをもう少し強化すべきである。  
 今のところ町民の気運がない  
 本町の場合、町民のスポーツ参加人口は高く、子供から年寄りまで広職種に渡って振興されており、各種目ごとに協会や愛好会が運営している。最近の傾向としては、自分たちがやりたいものは自主的に人数を集めて組織作りをして実施している。



# 北海道におけるスポーツ振興と地域活性化の現状調査

- ご担当者様の部署では分りかねるという設問につきましては、直接ご担当されている他の部署にお返し頂きますよう、お願いいたします。
- 当調査は全体の傾向値の公表が目的であり、個別のご回答について公表することは一切ございません。
- 設問により、下線部に記入、または選択肢に をご記入ください。

\* ご記入下さったご担当者様は、ご所属とお名前をご記入下さい。

市町村名	担当者セクション	担当者名	電話番号

## 1. あなたの市町村の(合宿に限らず)スポーツ振興に対する基本的な考え方についてお聞きします。

(1) あなたの市町村はスポーツ振興を行っていますか。( はい ・ いいえ )

この設問で「はい」と回答された方	設問(2)~(9)
「いいえ」と回答された方	設問(10)~(12)

(2) スポーツ振興に関与している部署をすべてご記入下さい。

(例: 観光振興課・企画課・地域振興課など、具体的にお答え下さい)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(3) あなたの市町村にスポーツに関する横断的組織はありますか。( はい ・ いいえ )

ある場合は、その組織の構成員は何名くらいですか。 \_\_\_\_\_名くらい

(4) スポーツは地域振興の有効な手段だとお考えですか。当てはまる所に をご記入下さい。

(5) また、スポーツによる地域振興を行う目的は何ですか。重要なものから順に並べて下さい。

1 \_\_\_\_\_ , 2 \_\_\_\_\_ , 3 \_\_\_\_\_

この3つ以外の目的がある場合はご記入下さい。 \_\_\_\_\_

地域住民への福利厚生

経済効果以外の地域の活力向上

地域経済への波及効果

(6) では、実際にあなたの市町村ではどのようなスポーツ振興の形態をとっていますか。当てはまるものに をご記入下さい。(主なもの三つまで)

スポーツ教室開催など地域住民への啓蒙普及活動

住民参加型の大会(イベント)の開催

合宿誘致

施設建設などの環境整備

総合型地域スポーツクラブ支援

プロチーム等ビッグイベントの招致

PR活動

国体など大会の誘致

その他( \_\_\_\_\_ )

(7) あなたの市町村では、具体的なスポーツ振興の企画等を行う際に、観光関連の部署と連携をとりま  
すか。 ( はい ・ いいえ )

(8) あなたの市町村で、スポーツ振興を行っていく際に問題となっていることに をご記入下さい。(主  
なもの三つまで)

横の連携がなく、単独機関・部署では実施困難	施設の維持管理費不足
横の連携はあるが、関係者過多で調整困難	PRも含めた振興実施のための人手不足
スポーツの専門家ではないので無理	住民の理解不足
人事ローテーションの問題	スポーツ施設不足
PRや誘致活動のための資金不足	その他( )

また、この点について何かコメントがありましたらこちらにご記入下さい。

[ ]

(9) あなたの市町村民の間で特に盛んな競技、振興に力を入れている競技に をご記入下さい。(主なも  
の三つまで)

ラグビー	テニス	武道	パークゴルフ
陸上(長距離)	バレーボール	アメフト	ニュースポーツ
陸上(他全般)	バスケットボール	ゴルフ	( )
野球	バドミントン	スキー	その他
サッカー	卓球	アイスホッケー	( )

(10) 設問(1)で「いいえ」と回答された方への質問です。

スポーツ振興を行わない理由として、

全くもって必要ない(積極的否定)という方は、設問(11)へ  
やりたいが出来ない(消極的否定)という方は、設問(12)へ

(11) 全く持って必要ないとされる理由をお答え下さい。

[ ]

(12) 本来やりたいのに出来ないネックとなっているものとして当てはまるものを上記設問(8)の10  
項目の中からお選び下さい。(主なもの三つ) \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_

「その他」をお選びの場合はこちらにご記入下さい。 \_\_\_\_\_

2. あなたの市町村の合宿誘致に対する考え方をお聞きます。

(1) 合宿誘致を地域振興の有効なツールとして捉えていますか。 ( はい ・ いいえ )

この設問で「はい」と回答された方	設問(2)～(11)及び(15)(16)
「いいえ」と回答された方	設問(12)～(16)

(2) あなたの市町村における合宿誘致のターゲットはどの階層ですか。(主なもの三つまで)

高校生以下	実業団	特になし
大学サークル	プロチーム	その他( )
大学体育会	日本代表チーム	

(3) また、合宿誘致に力を入れている競技を、設問1.(9)の18項目の中からお選び下さい。(主なもの三つまで)

「ニュースポーツ」、 「その他」をお選びの方はこちらにご記入下さい。 \_\_\_\_\_

(4) あなたの市町村ではどの季節の合宿誘致をターゲットにしていますか。一つだけ をご記入下さい。  
( 1~3月・4~6月・7~9月・10~12月 )

(5) では実際にどのような誘致活動を行っていますか。行っているものすべてに をご記入下さい。

ホームページによる情報発信	各種競技団体との連携
DM等、直接的な売り込み	ホテル等、民間業者との連携
情報誌等への掲載	その他( )
他公共機関との連携	

\*この質問で ~ に をされた方への質問です\*

)その連携はうまく行っていますか。( はい ・ いいえ )

)設問 )で「いいえ」と回答された方にお聞きします。

うまく連携がとれない理由はどこにあると思いますか。

)また、「 他公共機関との連携」と回答された方は、具体的にどんな機関と連携していますか。

\_\_\_\_\_

(6) 合宿誘致の目的としてふさわしいものに をご記入下さい。(主なもの三つまで)

地域内の当該スポーツのレベルアップ	経済波及効果
地域住民との交流	施設の有効活用
若者の滞在による活力創造	練習試合公開など住民への娯楽提供
地域の知名度・イメージアップ	その他( )

(7) また、上の設問(6)でお選びいただいた項目それぞれについて、どれ程の効果があつたか、適当な所に をご記入下さい。 \* ( )内に設問(6)に対応する項目番号をご記入下さい

( )	┌──────────┴──────────┬──────────┬──────────┬──────────┐
( )	┌──────────┴──────────┬──────────┬──────────┬──────────┐
( )	┌──────────┴──────────┬──────────┬──────────┬──────────┐
	大変効果あり      まあ効果があった      どちらとも言えない      あまり効果なし      全く効果なし

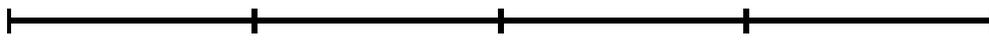
\*また、合宿誘致を行った結果、年間どれくらいの人数があなたの市町村に合宿で訪れますか\*

( )チーム,( )名程度 \*種目に関わらず、延べ数でお答え下さい。

(8) 一方で、合宿をする側は合宿地に対して何を求めているとお考えですか。当てはまるものをご記入下さい。(主なもの三つ)

合宿に適したスポーツ施設	俗世からの隔離	対戦相手	食事
合宿に適した宿泊施設	アクセスの良さ	地元住民との交流	その他( )
快適な気候	合宿コストの安さ	オフを利用した観光	

(9) 合宿誘致という観点から見た場合、現状のあなたの市町村の施設の充足度として、当てはまる所にご記入下さい。(注:ここでの宿泊施設とは民間の施設に限ります)

<スポーツ施設>   
<宿泊施設>   
十分すぎる      足りている      どちらとも言えない      やや不足      全然足りない

(10) 合宿誘致を進める上での問題点として当てはまるものをご記入下さい。(主なものを三つまで)

スポーツ施設不足	PR不足	明確な担当部署がない
宿泊施設不足	人手不足	利用者の要望が不明
地域住民の理解不足	合宿コストの割高感	その他( )
地域住民の利用の妨げとなる	施設維持管理費不足	
アクセスの悪さ	誘致活動経費不足	

(11) 合宿に関する年間予算はどのくらいですか。当てはまる所にご記入下さい。

500万円以下      500~1,000万円      1,000~3,000万円      3,000~5,000万円      5,000万円以上  
**設問(15)にお進み下さい。**

(12) 設問(1)で「いいえ」と回答された方への質問です。

合宿誘致をやらない理由として、

全くもって必要ない(積極的否定)という方は、設問(13)へ  
やりたいが出来ない(消極的否定)という方は、設問(14)へ

(13) 全くもって必要ないとされる理由をお答え下さい。

[ ]

(14) 本来やりたいのに出来ないネックとなっているものとして当てはまるものを上記設問(10)の13項目の中からお選び下さい。(主なもの三つ) \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_

「その他」をお選びの場合はこちらにご記入下さい。 \_\_\_\_\_

**\*以下設問(15)(16)は、上記設問(1)のお答えに関わらず、全員ご回答下さい。**

(15) 北海道が合宿適地であるということを、従来の観光等と同じように「ALL北海道」で全国にPRしていくことについてどのようにお考えですか。( 良いと思う ・ やめた方が良いと思う )  
また、そのようにご判断された理由をご記入下さい。

[ ]

(16) 北海道において合宿誘致を本格的に行う際に、どのようなことが重要だと思いますか。

[ ]

3. あなたの市町村のニュースポーツに対する考え方をお聞きます。

- (1) あなたの市町村で生まれたニュースポーツがありますか。( はい ・ いいえ )  
 ) 「はい」と答えた方はその競技名をご記入下さい \_\_\_\_\_  
 ) また、その競技はどのようにして生まれましたか。 適当なものに \_\_\_\_\_ をご記入下さい。  
 市民の側から自発的に生まれたもの  
 行政主導で考案されたもの  
 その他( \_\_\_\_\_ )

- (2) あなたの市町村ではニュースポーツの振興を行っていますか。( はい ・ いいえ )

この設問で「はい」と回答された方	設問(3)～(7)
「いいえ」と回答された方	設問(8)～(10)

- (3) あなたの市町村で特に盛んなニュースポーツ、振興に力を入れている競技がありましたらご記入下さい(主なもの三つまで)

種目名	愛好者数	大会について	
		有無	来場者数(うち域外から)
			( )
			( )
			( )

注) 大会とは、あなたの自治体でその種目の大会が何らかの形で定期的に開かれているかどうかということ指す。また、有無は × で、来場者は分かる限りでお答え下さい。

- (4) あなたの市町村では、どのようにニュースポーツを振興していますか。当てはまるものすべてにご記入下さい。

- 教室の開催など地域住民への啓蒙普及活動
- 住民参加型の大会(イベント)の開催
- 施設建設などによる環境整備
- PR活動
- 行政による振興組織の結成
- 他機関も含めた横並び振興組織の結成、又は参加
- その他( \_\_\_\_\_ )

- (5) ニュースポーツ振興を行う目的として当てはまる所にご記入下さい。(主なもの三つまで)

- 地域住民の健康増進
- 参加者による経済効果
- 余暇活動の充実
- 観光客の入り込みによる経済効果
- 地域の一体感の醸成
- 競技用具など地場新産業の創出
- 世代間交流促進による地域活性化
- 地域の知名度・イメージアップ
- 他地域との交流
- 新しいスポーツ文化創出
- 過疎対策
- その他( \_\_\_\_\_ )

- (6) また、上の設問(5)でお選びいただいた項目それぞれについて、どれ程の効果があつたか、適当な所にご記入下さい。 \* ( ) 内に設問(5)に対応する項目番号をご記入下さい

( ) \_\_\_\_\_

( ) \_\_\_\_\_

( ) \_\_\_\_\_

大変効果あり      まあ効果があった      どちらとも言えない      あまり効果なし      全く効果なし

(7) あなたの市町村で、ニュースポーツ振興を行っていく際に問題となっていることにご記入下さい。(主なもの三つまで)

地域住民の理解不足

資金不足

施設不足

振興を担当する部署が明確でない

PR不足

ルール等で未だ改善の必要がある

人手不足

その他( )

(8) 設問(2)で「いいえ」と回答された方への質問です。

ニュースポーツを振興しない理由として、

全くもって必要ない(積極的否定)という方は、設問(9)へ

やりたいが出来ない(消極的否定)という方は、設問(10)へ

(9) 全くもって必要ないとされる理由をお答え下さい。

[ ]

(10) 本来やりたいのに出来ないネックとなっているものとして当てはまるものを上記設問(7)の8項目の中からお選び下さい。(主なもの三つまで) \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_

「その他」をお選びの場合はこちらにご記入ください。 \_\_\_\_\_

4. この調査、あるいはスポーツを活用した地域活性化についてご意見等ございましたらご記入下さい。

[ ]

\*参考として、あなたの市町村の庁舎は最寄の \_\_\_\_\_ 空港から \_\_\_\_\_ で \_\_\_\_\_ 分。

注) \_\_\_\_\_ には具体的な空港名を、 \_\_\_\_\_ には \_\_\_\_\_ からの交通手段を、 \_\_\_\_\_ には所要時間をご記入下さい。

( \_\_\_\_\_ ), ( \_\_\_\_\_ ), ( \_\_\_\_\_ )

ご協力ありがとうございました。

# 合宿に関する利用者アンケート調査

- 当調査は全体の傾向値の公表が目的であり、個別のご回答について公表することは一切ございません。
- 設問により、下線部に記入、または選択肢に     をご記入ください。

## 1. 基本的項目

### (1) 記入者

お名前 \_\_\_\_\_ , チームでの役職 \_\_\_\_\_ ,

### (2) 所属チーム

チーム名 \_\_\_\_\_ (学校・企業名が分かるようにご回答下さい)

種目 \_\_\_\_\_ , 部員数 \_\_\_\_\_ 名程度 (マネージャー等も含む)

自チームの合宿所 (    ある    ・    ない    )

## 2. 現在の合宿地について

### (1) 環境

合宿頻度 \_\_\_\_\_ 回 / 年 (但し、自チームの合宿所利用の場合を除く)

このうち、最も遠くで行う合宿について

回数：その場所で合宿を初めて \_\_\_\_\_ 年目くらい

時期： \_\_\_\_\_ 月頃 , 場所： \_\_\_\_\_ (都・道・府・県) \_\_\_\_\_ (区・市・町・村)

参加人数： \_\_\_\_\_ 名程度 , 泊数(食数)： \_\_\_\_\_ 泊 ( \_\_\_\_\_ 食付き)

費用：一人当たり \_\_\_\_\_ 円程度 , アクセス：自宅から \_\_\_\_\_ で \_\_\_\_\_ 分

注) アクセスの 欄には、最も長い距離を移動する交通手段をご記入下さい。

### (2) 満足度

当てはまる所に     をご記入下さい。(また、右側空欄には判断基準を一言)

1 (大変満足)   2 (まあ満足)   3 (中立)   4 (やや不満)   5 (非常に不満)

スポーツ施設	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
宿泊施設	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
食事	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
送迎等の受入体制	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
交通アクセス	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
交通費	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
その他費用(宿泊等)	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
気候	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
周辺環境	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	

(3) 受け入れ体制の中で、「これは助かる」といった受入側の工夫がありましたら

(例) 練習場の予約を宿が代行してくれること など

(4) 逆に、これは困るので改善して欲しいという点がありますか。

(例) 宿泊所から練習場が遠いので送迎して欲しい など

(5) あなたの合宿先では、地元の地域住民との交流はありますか。( ある ・ ない )

「ある」と答えた方へ、それはどのような交流ですか。

(6) 合宿地に求めるものはどのようなことですか。重要なものから順に三つお選び下さい。

1 \_\_\_\_\_ , 2 \_\_\_\_\_ , 3 \_\_\_\_\_

また、その他として何かある場合にはこちらにご記入下さい。 \_\_\_\_\_

合宿に適したスポーツ施設	俗世からの隔離	対戦相手	食事
合宿に適した宿泊施設	アクセスの良さ	地元住民との交流	その他( )
快適な気候	合宿コストの安さ	オフを利用した観光	

(7) 仮に、新たな合宿地を選定する必要性が生じたとして、

) あなたはどこから合宿地の情報を得ようとしていますか。

インターネット

競技団体への問い合わせ

DM等、直接的な売り込み

ホテル等、民間業者への問い合わせ

各種情報誌

(旅行代理店等も含む)

公共機関への問い合わせ

その他( )

) 地方自治体が合宿誘致を行っている事実をご存じですか?( はい ・ いいえ )

「はい」と答えた方への質問です。

\* 具体的な自治体名が分かればご記入下さい。 \_\_\_\_\_

\* それは何で知りましたか? \_\_\_\_\_

### 3. 北海道について

(1) 合宿に限らず北海道に来たことがありますか？ ( はい ・ いいえ )

「はい」と答えた方は何回北海道に来たことがありますか？ \_\_\_\_\_回

(2) 「北海道で合宿」と聞いた時のイメージ

当てはまる所を ご記入下さい。(また、右側空欄には判断基準を一言)

1(とても良さそう) 2(まあ良さそう) 3(中立) 4(あまり良くなさそう) 5(悪そう)

スポーツ施設	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
宿泊施設	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
食事	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
送迎等の受入体制	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
交通アクセス	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
交通費	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
その他費用(宿泊等)	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
気候	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	
周辺環境	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	

注) この場合、 の費用に関する問は、「良さそう」=「安く済みそう」と解釈して下さい。

(3) 北海道で合宿をすることでネックになるものを上の設問(2)の9項目からお選び下さい。

(主なもの三つまで) \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_

その他として何かある場合はこちらにご記入下さい。 \_\_\_\_\_

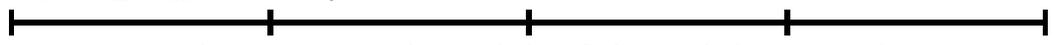
(4) 北海道における合宿地について何か知っていますか。( はい ・ いいえ )

「はい」と答えた方への質問です。

) 具体的な自治体名が分かればご記入下さい。 \_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_

) それは何で知りましたか。 \_\_\_\_\_

) 北海道は合宿地としてどれくらいの知名度があると思いますか。当てはまる所に \_\_\_\_\_ をご記入下さい。


  
 とても有名    それなりに有名    どちらとも言えない    あまり有名でない    全く無名

では、どうしたら北海道の合宿地の知名度が上がるとおもいますか。

(5) 北海道に来るとしたらどの季節が良いですか。

) 旅行で来るなら ( 1~3月 ・ 4~6月 ・ 7~9月 ・ 10~12月 )

) 合宿で来るなら ( 1~3月 ・ 4~6月 ・ 7~9月 ・ 10~12月 )

- ( 6 ) 北海道庁のホームページに道内 212 市町村のスポーツ施設等、合宿地情報が掲載されていることをご存じですか。 ( はい ・ いいえ )  
( <http://www.dokyoj.pref.hokkaido.jp/hk-shtik/homepage/gs.htm> )

#### 4 . 合宿地周辺の観光地について

合宿地周辺の観光地を、合宿期間中や前後、もしくは別の機会に訪れたことはありますか。  
( はい ・ いいえ )

「はい」と答えた方への質問です。

) その観光地の情報はどこから得ましたか。設問 2 ( 7 ) ) の 7 項目の中から  
お選び下さい。 \_\_\_\_\_

「その他」をお選びの場合はこちらにご記入下さい。 \_\_\_\_\_

) 合宿に訪れた人が、その周辺観光地に行くようにするにはどうすれば良いと思  
いますか。

[ ]

「いいえ」と答えた方への質問です。

今のところ行ってないが、今後機会があったら行ってみたいと思いますか。

( はい ・ いいえ )

#### 5 . スポーツ合宿は地域の活性化に役立つと思いますか。 ( はい ・ いいえ )

また、そのようにご判断された理由をご記入下さい。

[ ]

#### 6 . この調査、あるいは合宿による地域活性化についてご意見等ございましたらご記入下さい。

[ ]

ご協力ありがとうございました。