

「スポーツツーリズムの展開」

～ 地域資源を活用した観光地域づくりの一例 ～

2015 年 2 月

目 次

はじめに	1
1. 本報告書の趣旨	1
2. 本報告書が検討するスポーツツーリズムの範囲	2
第一章 スポーツツーリズムの取り組み	5
1. 北海道北見市・網走市	6
2. 秋田県	11
3. 新潟県佐渡市	16
4. 長野県白馬村	20
5. 岐阜県	25
6. 鳥取県	29
7. 高知県	34
8. 宮崎県	39
9. 鹿児島県	44
10. 沖縄県	49
第二章 スポーツツーリズムのポイント	54
1. スポーツツーリズムに係る推進方策	54
2. スポーツツーリズムに係る推進体制	71
第三章 観光地域づくり全般への含意	75

はじめに

1. 本報告書の趣旨

(株)日本政策投資銀行では、観光を切り口とした地域の活性化を支援する観点から、

- 「地域のビジネスとして発展するインバウンド観光」—日本型 DMO による「マーケティング」と「観光品質向上」に向けて—（2013 年 3 月）
- 「日本型 DMO の形成による観光地域づくりに向けて」—「おもてなし」はもちろん、観光地域をマネジメントする「仕組み」をつくろう—（2014 年 2 月）
- アジア 8 地域の海外旅行経験者へのアンケート調査をまとめた「アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成 26 年版）」（2014 年 11 月）

等のレポートを発表してきたところある。

本報告書は、観光地域づくりにおいて、地域が一体となって歴史・文化、自然・景観、食、温泉等の地域資源（強み）を発掘し磨き上げ、魅力ある観光商品化することの重要性が広く主張されている中、また、2020 年東京オリンピック・パラリンピック（以下「東京オリンピック」という。）やラグビーワールドカップ 2019 の開催を控える中、スポーツに関連する地域資源を活用した観光振興（以下「スポーツツーリズム」という。）に戦略的かつ重点的に取り組んでいる地方公共団体に対して、その取り組み内容や今後の方針等について調査を実施することにより、スポーツを一例に地域資源を活用した観光地域づくりのあり方について検討を深めたものである。

本報告書では、

- ① 調査対象の地方公共団体のスポーツツーリズムの取り組みについてまとめ、
- ② 当該内容と担当者の皆様との意見交換を踏まえ、主に地方圏を念頭に、スポーツツーリズムのポイントについて方策と体制の 2 点から整理するとともに、
- ③ 地域資源を活用した観光地域づくり全般への含意をまとめたものである。

最後に、本報告書が、持続的な成長を可能とする観光地域づくりに向けた検討を進めておられる地方公共団体や観光関係団体・事業者をはじめとする地域の皆様の参考となるとともに、国を挙げて推進している観光立国の実現に寄与することができれば幸いである。

2. 本報告書が検討するスポーツツーリズムの範囲



※プロスポーツのホームタウンとしての地の利を活かして観戦客を呼び込むものは対象としていない。

〈参考〉各自治体への質問事項

(用語)

※スポーツ観光:(1)プロ又はアマ(学生・社会人)のスポーツ団体のキャンプ・合宿誘致、(2)個人スポーツ客の誘致、(3)スポーツ大会・イベントの実施又は誘致を推進することにより、観光振興を図ること。

※スポーツ:野球、サッカー、バレー、バスケット、テニス、陸上競技、スキー、スノーボード、ゴルフ、マリンスポーツ、トライアスロン、サイクリング等、スポーツ全般。

【推進体制】

- ① スポーツ観光に取り組むこととなった経緯・きっかけは何ですか？
- ② スポーツ観光を推進するため、県庁内の組織体制(組織横断的な推進体制を含む)及び職員体制はどのようになっていますか？また、外部人材の活用を行っていますか？
- ③ スポーツ観光の取り組みについて、観光協会・連盟とどのような役割分担を行っていますか？
- ④ 市町村との役割分担・連携状況はどのようになっていますか？
- ⑤ スポーツ観光を推進するため、観光協会・連盟、観光事業者をはじめとする地元の民間事業者・団体等が参画する推進組織を設けていますか？

【(1)(2)に関する具体の活動内容】

- ⑥ スポーツ団体のキャンプ・合宿や個人スポーツ客の誘致において、ターゲットとする競技種目は何ですか？
- ⑦ スポーツ団体のキャンプ・合宿や個人スポーツ客の誘致のため、どのような事業・予算措置を講じていますか、また集客実績・経済効果はどのような状況ですか？
- ⑧ スポーツ観光地として、どのような点に強み(ノウハウ・経験、気候風土、施設等)があると考えますか？
- ⑨ スポーツ観光を巡る動向を把握するため、競技団体や来訪者へのアンケート調査等の調査を行っていますか？
- ⑩ 国内のスポーツ団体・個人客を獲得するため、具体的にどのような誘致活動・プロモーションを行っていますか？
- ⑪ 海外のスポーツ団体・個人客を獲得するため、具体的にどのような誘致活動・プロモーションを行っていますか？
- ⑫ スポーツ団体・個人客のリピーター化を図るため、どのような取り組みを行っていますか？
- ⑬ 来訪するスポーツ団体・個人客に対する受入体制の整備(宿泊施設の斡旋、施設予約の代行、各種相談対応、歓迎等)について、どのような工夫を行っていますか？
- ⑭ 地元の民間事業者・団体等との役割分担・連携状況はどのようになっていますか？
- ⑮ スポーツ観光地としてのブランド化(他地域との差別化)に向けて、どのような対応を行っていますか？

か？

- ⑯ スポーツ団体・個人客を拡大するため、スポーツ施設の整備・改良のためどのような対応を講じていますか？
- ⑰ スポーツ観光客を一般観光へと誘導することを含め、経済効果を幅広く波及させるために、工夫されていることはありますか？
- ⑱ オリンピックに係る事前合宿誘致に取り組まれている場合、どのような対策を講じていますか、又は講じる予定ですか？

【(3)に関する具体の活動内容】

- ⑲ どのような種目のスポーツ大会・イベントを実施又は誘致していますか？
- ⑳ スポーツ大会・イベントを実施又は誘致するため、どのような事業・予算措置を講じていますか、また集客実績・経済効果はどのような状況ですか？
- ㉑ スポーツ大会・イベントの実施又は誘致を決定する際に、経済効果等の観点から何らかの基準がありますか？ また、「参加する」大会・イベントと「見る」大会・イベントのいずれに重点を置いていますか？
- ㉒ スポーツ大会・イベント開催による経済効果を幅広く波及させるために、工夫されていることはありますか？
- ㉓ 地元の民間事業者・団体等との役割分担・連携状況はどのようになっていますか？

【今後の課題等】

- ㉔ スポーツ観光の成果・実績について、どのように評価していますか？
- ㉕ スポーツ観光の更なる進展に向けて、今後の課題や新たな展開として考えていることは何ですか？
- ㉖ 今後の課題や展開の解決に向けて、どのような方針・取り組みを考えていますか？
- ㉗ スポーツ観光の更なる発展に向けて、国、民間企業に期待することはありますか？

第一章 スポーツツーリズムの取り組み

北は北海道から南は沖縄県まで、各地方公共団体の担当者の皆様から、各地域のスポーツツーリズムの取り組みについて、ヒアリング調査を実施したところである。本章では、調査を行った地方公共団体の取り組みの概要について紹介する。

【地方公共団体におけるスポーツツーリズムの取り組み】

スポーツツーリズムの取り組みの概要

北海道北見市・網走市

- ラグビーや陸上競技をはじめトップレベルチームの合宿誘致とノウハウの蓄積
- 複数自治体による連携・広域的な誘致の展開
- 「北海道「東京オリンピック・パラリンピック」プロジェクト」推進本部の設置

秋田県

- ウィンタースポーツをはじめ、国際・大規模大会の開催や海外含む合宿・個人客の誘致
- 観光文化スポーツ部スポーツ振興課の設置とノウハウの蓄積
- スポーツツーリズム検証事業の実施による魅力あるコンテンツの創出

新潟県佐渡市

- トライアスロン、マラソン、サイクリング等の長距離・耐久型イベントの実施
- （一財）佐渡市スポーツ振興財団と佐渡市の連携
- 多数の地元ボランティアの参加と民間企業等との協力体制の構築

長野県白馬村

- オリンピック施設含むスキー関係施設の集積と自然的・地理的環境の活用
- 官民連携・地域連携によるスキー客への利便性提供等による、インバウンドを含む誘客
- 国際大会をはじめ各種大会・イベントの開催による観光客の通年化

岐阜県

- 清流の国推進部スポーツ推進課（清流の国ぎふスポーツコミッション事務局）の設置
- 国指定の「飛騨御嶽高原高地トレーニングエリア」における合宿誘致
- マラソンをはじめ地域のシンボル競技に係る大会・イベントの開催

鳥取県

- オリンピックを契機に文化観光スポーツ局スポーツ課の設置、同課と観光戦略課との連携
- サイクリング等に係る国内外からの誘客とトライアスロン、マラソン等の大会・イベントの開催
- 地域内事業者との提携と、海外含む地域外企業・団体との連携

高知県

- 高知県と（公財）高知県観光コンベンション協会の役割分担と連携
- 野球、サッカーをはじめキャンプ・合宿誘致やプロ野球プレシーズンマッチの開催
- マラソン大会や観光資源とアウトドアスポーツを絡めた大会・イベントの開催

宮崎県

- 野球、サッカーをはじめ日本代表・プロからアマチュアまで対象とする全県的なキャンプ・合宿誘致
- キャンプ・合宿に係るワンストップ窓口の設置と官民一体となった組織体制と取り組み
- マリンスポーツ客や海外ゴルフ客の誘致 ○「東京五輪おもてなし部会」設置

鹿児島県

- 野球、サッカーをはじめトップチームからアマチュアまで対象とするキャンプ・合宿誘致
- 観光課内にプロスポーツ等振興班の設置と官民一体組織による受入体制の整備
- マラソン大会などイベント開催 ○鹿屋体育大学とも連携したブランド構築の取り組み

沖縄県

- 文化観光スポーツ部スポーツ振興課の設置と「スポーツコミッション沖縄（仮称）」の設置
- 野球、サッカーをはじめ、プロからアマチュアまで対象とするキャンプ・合宿誘致と芝生管理に係る人材養成
- 「スポーツアイランド沖縄」のロゴマーク作成

1. 北海道北見市・網走市

(1) 取り組みの経緯

北海道オホーツク地域の中心都市である北見・網走両市は、もともと夏季でも冷涼である気候などスポーツトレーニングに適した条件が揃っていること、また昭和 60 年にオホーツク地域の玄関口となる女満別空港がジェット化されてアクセスが向上したことなどを機会と捉え、交流人口の増加や地域スポーツの振興による地域活性化の取り組みの柱の一つとしてスポーツ合宿誘致に取り組み始めた。

北見市は、昭和 60 年に大学ラグビー部の合宿を誘致することに成功したことをはじめに、社会人実業団、高等学校などにも浸透し、また種目も陸上などを加えていくなど合宿誘致の幅を徐々に拡大していった。

網走市は、昭和 63 年に気候やトレーニング環境が評価され、ボート、バドミントン、女子体操、陸上長距離の 4 種目でソウルオリンピックの事前合宿地となったことを端緒にスポーツ合宿への本格的な取り組みをスタートさせた。

オホーツク地域の個別自治体が取り組み始めたスポーツ合宿の誘致は、現在では誘致種目および受入人数が増加したため、オホーツク地域の各自治体が連携し、オホーツク地域全体の取り組みとして位置づけられる段階に入っている。

(2) 実績

北見市・網走市へのスポーツ合宿の受入実績は、取り組みを開始して以来、ラグビー社会人チームを中心に、陸上競技、野球、スキーなどに広がりを見せている。

【平成 25 年度北見市スポーツ合宿の主な実績】

●社会人ラグビー チーム数 11 実人数 620 名

チーム名	期間	実人数	回数
清水建設ラグビー部	8月10日～8月15日	46	22回目
釜石ラグビー部	7月26日～8月2日	42	3回目
ヤマハララグビー部	7月25日～8月4日	59	11回目
近鉄ラグビー部	7月25日～8月5日	60	9回目
クボタラグビー部	7月26日～8月4日	66	10回目
パナソニックラグビー部	7月24日～7月29日	52	8回目
NTTドコモラグビー部	7月22日～8月2日	68	15回目
三菱重工相模原ラグビー部	7月24日～8月7日	65	11回目
キャノンラグビー部	7月25日～8月1日	62	5回目
横河電機ラグビー部	7月29日～8月4日	55	13回目
ヤクルトラグビー部	7月31日～8月6日	45	1回目

●その他

種別等	チーム数	実人数	種別等	チーム数	実人数
大学ラグビー	6	413	陸上	6	84
高校ラグビー	45	714	スキー（ジュニアチーム等）	14	192
野球（中学が主）	35	755	その他	8	217
バスケット（高校が主）	13	310	計	138	3,305

【平成 25 年度網走市スポーツ合宿の主な実績】

●社会人ラグビー チーム数 11 実人数 715 名

チーム名	期間	実人数	回数
キヤノン	7月22日～7月25日	72	2回目
ホンダ	7月26日～8月1日	62	10回目
コカ・コーラW	7月24日～8月7日	65	10回目
神戸製鋼	7月24日～8月4日	79	15回目
東芝	7月26日～8月7日	67	20回目
リコー	7月26日～8月4日	82	18回目
トヨタ	7月26日～8月4日	60	10回目
サントリー	7月26日～8月4日	73	18回目
パナソニック	7月29日～8月7日	67	17回目
中国電力	8月3日～8月8日	53	13回目
日本ラグビーフットボール協会 （レフリー）	7月28日～8月13日	35	10回目

●その他

種別等	チーム数	実人数
陸上（社会人）	29	675
陸上（大学等）	3	56
その他	6	323
計	49	1,769

出所：北見市・網走市 HP

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 北見市・網走市の強み

北見市・網走市の強みとしては、

- 長年のスポーツ合宿誘致の実績に伴う地元への経済効果が地元住民の実感として浸透しており、官民が連携してスポーツツーリズムを推進しやすい環境にあること
 - ラグビートップリーグ等の合宿誘致により高いレベルの合宿の条件やきめ細やかな要望にも対応し得るノウハウを培ってきており、他種目へも応用の利く柔軟な対応体制を有していること
 - 北見・網走両市の連携が呼び水となり、スポーツ合宿の誘致がオホーツク圏域の各自治体が圏域全体で取り組んでいくべき優先課題の一つであるという認識が醸成され、広域連携が促進されつつあること
 - 夏季の冷涼・低湿度、また日照率の高さなどスポーツトレーニングに適した気候条件や施設等受入体制が合宿来訪者から高い評価を得ており、合宿のリピート化へ繋がられていること
- 等が挙げられる。

② ターゲット

北見市・網走市では、夏季にはラグビーや陸上競技の合宿期間が重なっており、スポーツ施設や宿泊施設の状況を勘案すると、量的にはこれ以上増やすことが難しい水準にある。社会人トップクラスの合宿地となっているため、これらの種目については量的にも質的にも現状を維持することに力点を置くという方針にある。

夏季に対して冬季の合宿は誘客の余地があるとみられるため、北見市・網走市とも今後、冬季種目にも注力したい考えである。北見市では、近年人気が高まってきている「カーリング」は北見市常呂から多くのオリンピック選手を輩出するなどの知名度の高さや施設面で優位性があるとみている。また、網走市では、網走射撃協会の協力のもと、射撃場付近にクロスカントリーコースを造成し、パラリンピックバイアスロン競技の受け入れも行っており、今後、障がい者スポーツの合宿誘致も積極的に図ろうとしている。

③ 推進体制

北見市・網走市ともスポーツ施策全般においては、市の「教育委員会社会教育部スポーツ課」が所管している。このうち、特にスポーツ合宿の誘致および受入事業に関しては、両市ともそれぞれスポーツ課が事務局となって、「スポーツ合宿実行委員会」が行っている。同委員会では両市とも、市教育

委員会、市体育協会、各競技団体ほか関係者が一同にメンバーとなって実効性を担保している。

近隣の自治体とは、特にラグビーの受入体制の充実強化を図るべく北見市・網走市に加え、津別町、美幌町とも連携して合宿の受入を行っており、両市の合宿への取り組みの効果が周辺自治体にも波及している。

また、オホーツク圏域全体では、北海道オホーツク総合振興局および管内自治体、北海道教育庁オホーツク教育局を構成員とする「オホーツク・スポーツ合宿誘致に係る地域連絡協議会」を平成 26 年 5 月に立ち上げている。

同会では、オホーツク地域がスポーツ合宿の先進地域として、連携してスポーツ合宿誘致を推進し、スポーツを通じて地域の活性化を図ることを目的に総合サイトの開設や共同プロモーションの実施、民間機関とのタイアップについて協議を進める予定にある。今後、観光協会やスポーツ団体、経済団体にも参加を働きかけることで、オホーツク圏域全体でスポーツツーリズムに取り組む機運の醸成を目指している。

④ スポーツ合宿の誘致・大会の開催

北見市・網走市とも夏季のラグビー合宿については、合宿期間中は合宿チームが利用しやすいように、良質な芝生グラウンド一面を一チームで専用的に使用できるような割り振りにしており、合宿チームから好評を得ている。また、合宿チームにとっては同じ期間に多数のレベルの高いチームが集合することで、練習試合を多く組めるのも魅力となっている。

空港とグラウンドと宿泊施設の間の移動については、相応の移動距離となるため、市でバスをチャーターして合宿チームの負担を減じるような工夫をしている。

そのほか、宿泊施設での食事面での栄養面での配慮や選手たちが市内に出向く際の案内を充実させるなど、合宿チームの選手達が快適に合宿期間を過ごせるような創意工夫を試行錯誤で積み重ねてきている。

このような取り組みが、合宿終了後に合宿実績があるチームの横や縦の人的なつながりなどを介してラグビー合宿適地としての評価を確立することにつながっている。

また、ラグビーの練習試合の観戦客向けに、両市のホームページで練習試合の情報を提供している。



出所：北見市・網走市 HP

また、陸上競技では、「ホクレンディスタンスチャレンジ」大会の実績が大きな財産となっている。同大会は、北海道陸上競技協会が主催、日本陸上競技連盟強化委員会の主導により、ホクレンが協賛する中・長距離陸上競技大会で、現在は、北見市・網走市を含む4カ所を会場に継続的に実施されている。同大会は、「日韓スポーツ交流事業」に位置づけられており、韓国からも選手が参加している。同大会を通じて、大規模な陸上競技大会の開催ノウハウが蓄積されるとともに、国際大会の開催要領も同時に学べる機会となっている。

さらに、サロマ湖 100km マラソンは道外から約 4000 人を集客するのみならず、大会後には参加者が知床観光を行う波及効果を有している。

一方、冬季では、北見市の「カーリング」や網走市の「バイアスロン」などターゲットとなる種目において、夏季での実績・経験を活用しつつ、冬季ならではの環境面での強みを活かして、今後の合宿誘致などに取り組んでいく方針にある。

⑤ オリンピックの活用とオホーツク地域全体での優位性維持

2020 年東京オリンピックに向けて、北海道では「北海道『東京オリンピック・パラリンピック』プロジェクト」推進本部（北の TOP プロジェクト）を立ち上げている。東京オリンピック・パラリンピック開催に伴う波及効果を北海道の経済活性化や地域振興に結び付けるため、庁内関係部局の連携により、効果的な情報の収集・共有及び関連施策の総合的な推進を図ることが目的である。

スポーツ合宿については、平昌オリンピック及び東京オリンピックの事前合宿受入意向調査を実施して、各自治体のスポーツ施設を調査、データベース化して海外への情報発信を進める方針にある。

とりわけ、オホーツク総合振興局では③のとおり、独自の取り組みを開始しているところであり、北見市・網走市を中心とした、これまでのスポーツ合宿での実績を活用しながら、今後は、スポーツ合宿誘致をオホーツク圏域全体での取り組みに位置づけることによって、他地域との差別化を図り、自地域のブランド、優位性を強化していく方針にある。

2. 秋田県

(1) 取り組みの経緯

秋田県は以前からバスケットボールや高校ラグビー・サッカーでの全国制覇や地元から有名なオリンピック選手を輩出するなどスポーツが盛んな地域であり、地元住民がスポーツに親しみ・理解を感じる土壌がある。

スポーツツーリズムに着眼したのは、平成 19 年に行われた「秋田わか杉国体」をどう盛り上げていくかという議論を通じてである。

スポーツツーリズムを推進するために、平成 21 年に知事が公約でスポーツ立県を掲げ、平成 21 年 9 月に、生涯を通じた豊かなスポーツライフづくり、競技力のレベルアップによるスポーツ王国秋田の復活、スポーツを秋田県の活力・発展のシンボルとして位置づける、『スポーツ立県あきた』宣言を行っている。これを具体化するために平成 22 年 3 月に「スポーツ振興基本計画～『スポーツ立県あきた』推進プラン～」を策定し、同プラン策定後は、国の「スポーツ基本法」、「スポーツ基本計画」の策定、2020 東京オリンピック開催決定等の環境変化を織り込んで、平成 26 年 4 月に第 2 期計画となる「秋田県スポーツ推進計画」を作成している。



決 意

- 一、小さいころから様々な運動・スポーツに慣れ親しむ活動を充実させ、心身ともに健やかで元気な子どもが育つ秋田をつくります。
- 二、子どもから高齢者まで障がいのある方も含めてだれもが、いつでも・どこでも・いつまでも、気軽に楽しめるスポーツ環境を充実させ、元気でハツラツとした健康長寿の秋田をつくります。
- 三、スポーツライフの創造や競技大会の運営をサポートするボランティア等のネットワークづくりを進め、県民がともに喜びを分かちあい、元気に力を合わせてスポーツ活動を支える秋田をつくります。
- 四、優れた指導者の育成や人材の発掘・強化に力を入れ、国内外のひのき舞台で活躍できるトップレベルのチームやアスリートを輩出する、元気で誇れる秋田をつくります。
- 五、秋田の顔となるプロスポーツやクラブチームの育成により、スポーツビジネスを振興するとともに、全国的なスポーツイベントや大会の誘致を進め、県内外からアスリートや応援団が集う、元気で賑わいのある秋田をつくります。
- 六、県民が一人ひとりの能力、関心に応じて、スポーツを「する」、「みる」、「ささえる」などそれぞれの形で幅広く参加することにより、元気で活力あふれる秋田をつくります。

出所：秋田県 HP

(2) 実績

【秋田県のスポーツ大会等への主たる支援実績等】

年	大会	備考
平成13年	第6回ワールドゲームズ	2001年8月16日～26日の11日間、秋田県内8市町村の21会場で実施。3000人以上が参加。
平成19年	第62回国民体育大会 秋田わか杉国体	冬季大会は鹿角市、仙北市田沢湖と（バイアスロン）由利本荘市で、夏季・秋季大会は秋田県立中央公園陸上競技場で開催。
平成25年	第68回国民体育大会冬季大会 スキー競技会	秋田県鹿角市で開催。鹿角市では第52回、第66回同大会を開催している。
平成26年	2014フリースタイルスキー秋田・田沢湖モーグル競技会 (SAJ公認大会)	秋田県仙北市「たざわ湖スキー場」で開催。
平成27年	FISフリースタイルスキーワールドカップ	秋田県仙北市「たざわ湖スキー場」で開催。
平成28年	日本スポーツマスターズ	2016年9月に、県内8市町の会場で実施予定。約8,000人参加見込。

出所：秋田県 HP 等

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 秋田県の強み

秋田県の強みとしては、

- 地元高校のラグビー、バスケットボール等での活躍やオリンピック選手の輩出等の実績を通じて、地元住民のスポーツ活動に対する親しみ・理解の土壌が形成されていること
- 「2001年第6回ワールドゲームズ」といった国際大会や冬季国体スキー競技会等を通じて、県単位での大規模大会の誘致も可能な実績を有していることに加え、個別の自治体においても各種大会を通じた大会運営のノウハウの蓄積があること
- 知事のトップダウンの指示により、観光と文化・スポーツの振興を通じて秋田県の交流人口を増やし、地域の活性化を図るため、「観光文化スポーツ部」を新設するなど、県庁におけるスポーツツーリズムの推進・取り組みが比較的進めやすい環境にあること
- 世界遺産白神山地や鳥海山といった山岳から田沢湖、日本海まで多様な自然を比較的短距離で周遊できることや、角館など日本の原風景とも言えるような環境が残されており、スポーツツーリズムへの活用・応用が図りやすいこと

等が挙げられる。

② ターゲット

秋田県では、従前からラグビーとバスケットボールに根強い人気があり、特にバスケットボールは地元プロチームがある。これらを県が支援するなどして機運を盛り上げ、さらなる県民の「見る」「ささえる」スポーツへの参画意識を醸成していきたいとしている。

冬季のスポーツツーリズムでは、雪国であるメリットを最大限活かしてスキーのジャンプ、さらにクロスカントリーへの展開も視野に入れている。

夏季のスポーツツーリズムでは、変化に富んだ自然環境を活かして、田沢湖や鳥海山などでの「サイクリング」、世界遺産白神山地での「トレッキング」、太平山での「トレイルラン」等を支援し、今後の展開を検証している。

大規模大会の誘致については、既に誘致を実現している「モーグルワールドカップ」のほか、幅広く、関係者等に誘致働きかけを行って、誘致実現を図っていく方針にある。

③ 推進体制

スポーツ担当部署は、もともと教育委員会に置かれていたが、スポーツツーリズムを推進するために、スポーツを通じた地域活性化を業務の柱とする部局が知事部局に必要と考え、平成 22 年に企画振興部スポーツ振興課に学校体育以外のスポーツを所管させて、知事部局としての業務を開始した。これに加え、観光施策、文化施策を所管する部署を統合して、平成 24 年には、観光文化スポーツ部スポーツ振興課となり、部長には外部人材として JTB 出身の前田和久氏を迎えている。

知事部局内の組織体制になることで、観光戦略課等の知事部局内関係課との横の連携も取りやすくなってきている。

人員体制は、スポーツツーリズムの中心的役割を担うスポーツ振興課に 27 名（平成 26 年 10 月現在）を配置するなど手厚い体制を敷いており、県の体育協会や県内自治体の教育委員会などにサポートのための人員派遣も行っている。

そのほか外部組織とは、スポーツ合宿誘致事業で、各自治体との連携を図っており、県（1 人 1 泊当たり定額。国内通常枠：1 千円、国内トップレベル枠：2 千円、国外枠：3 千円）と各自治体の合宿支援制度は併用可能となっているほか、県の観光連盟とは、スポーツイベント等における観光情報発信事業で連携を図っている。

④ スポーツ合宿・個人客の誘致

冬季には十分な積雪量があり、雪質もスキーに適しているため、スキージ

キャンプおよびクロスカントリーを合宿誘致のターゲットに据えている。

鹿角市にはノーマル、ミディアム、スモールの各ジャンプ台があり、サマージャンプにも対応できる施設がある。これまでのところ、韓国のジュニア強化選手の長期滞在実績がある。韓国ではジュニア選手の指導者や対応施設が少ないため、鹿角市で指導者を配置し、日本側指導者への評価も高かったことから、秋田県で合宿を行うようになったものである。

また、台湾ではスキー熱が高まっており誘客が見込まれること等から、秋田県スキー連盟と台湾スキー協会との間で平成 26 年 8 月に「友好協定」が締結されており、今後の交流促進が期待されているところである。

夏季については、「サイクリング」等をターゲットに据えている。「サイクリング」については、秋田県は交通量が少なく広い道路と変化に富んだ自然があり、サイクリングに適していることから、「鳥海山ブルーラインヒルクライム from 日本海」を実施している。当大会のコースは海拔 0m から 1000m まで一気に駆け上がり、ロケーションが良いと参加者からも高評価を得ている。

プロスポーツでは、日本プロバスケットボールリーグ (bj リーグ) に所属し、県も支援する「秋田ノーザンハピネッツ」の観客動員数が堅調であり、「見る」「ささえる」スポーツとして定着しつつある。経済波及効果も県外からの来客も含め大きな効果を生んでおり、スポーツによる地域活性化の一つの柱となりつつある。

⑤ スポーツツーリズムの検証事業の実施

秋田県では、スポーツツーリズムの魅力あるコンテンツを創出するため、「地域によるスポーツイベント企画・検証支援事業」(補助率：県 10/10、限度額 50 万円)を実施している。

その一つとして、サイクリングでは、60～70 歳の富裕層をターゲットに「プレミアムサイクリング」事業を支援している。サイクリングコースは秋田内陸縦貫鉄道沿線、田沢湖半周および角館市内となっている。難所となる峠では秋田内陸縦貫鉄道を利用し、自転車はサポートカーで運搬する、また駅ではパンク修理・空気入れができるようにするなどの連携を図っているところである。25 年度に検証実験を実施しており一定の成果を得たため、26 年度はサイクリングガイドの養成、レンタルサイクル拠点の整備などを実施している。

その他の検証事業としては、横手市の「スポーツ YUKIYOSE」(NPO 法人が実施)や、「トレッキング」(世界遺産白神山地での沢登り)、「太平山トレイルラン」などのコンテンツ開発を進めているところである。

県では、これらのコンテンツが事業化できるか検証しつつ、当初３年間は県が事業に補助金を出し、その後に民間等での独立採算事業への転換を促すという方針にある。



出所：秋田県 HP

⑥ オリンピックの活用

2020年の東京オリンピックの事前合宿誘致に向けて、知事が誘致に取り組む旨を表明している。知事をトップに部長級から構成される委員会を設置、その下にプロジェクトチームを立ち上げていることに加え、スポーツ振興課内に「スポーツプロジェクト班」を新設（４名体制→併任・派遣含め７名体制）し、オリンピック事前合宿に関する情報収集、ガイドブック制作等を行っている。

ターゲットとしては、来県実績のあるインドネシアのバドミントンナショナルチームや地元クラブチーム選手の出身国（フィジー）等を端緒に的を絞った誘致活動を行っていく方針である。

⑦ 大規模スポーツ大会の誘致

「たざわ湖スキー場」が、ウィンタースポーツの県営施設としては有数の規模となる施設を有していること、およびスキーに適した雪質であることをPRして「FIS フリースタイルスキー・ワールドカップモーグル大会」の誘致（2014-2015 シーズン）に成功しており、今後の継続的なワールドカップ開催の可能性を探っているところである。

大規模スポーツ大会・イベントについては、現在のところ、インターハイスキー大会、全日本実業柔道団体対抗大会、全日本実業団バドミントン選手権大会等の大会誘致を念頭に置いているが、特にターゲットは定めず幅広く関係者への働きかけを継続して、できる限り多くの大会誘致に努めていく方針にある。

3. 新潟県佐渡市

(1) 取り組みの経緯

佐渡市は佐渡島の旧 10 市町村が平成 16 年に合併して誕生した。佐渡島にはトキや離島ならではの自然環境を目的に多くの観光客が訪れていたが、平成 3 年の約 121 万人から平成 23 年は約 53 万人に減少している。

佐渡島では、平成元年以来、トライアスロン大会が開催されており、数多くの参加者が佐渡島にスポーツを目的に訪れていた。そこに着目して合併後の佐渡島の地域活性化、交流人口の増加などのスポーツツーリズムの活用の方策を議論すべく、平成 22 年に佐渡市のスポーツ、観光、農林水産関連部署などに加え、観光協会、トライアスロン事務局が参加して「佐渡版スポーツ・ツーリズム推進会議」を立ち上げた（現在は廃止）。同会議での議論の結果として、既に実施されているトライアスロン大会を端緒にスポーツイベントの幅を広げて相乗効果を狙うとともに、佐渡島が持つ「食」の知名度向上や観光全体の底上げを企図する「佐渡版スポーツ・ツーリズムのあり方について」（報告書）を取り纏め、現在まで、概ね同報告書の内容に基づいてスポーツイベントの拡充などに取り組んできている。

(2) 実績

佐渡市のスポーツイベントは、トライアスロン大会から、サイクリング、マラソンなど長距離系のイベントを中心に拡充が図られてきている。

【平成 25・26 年度佐渡市スポーツイベントの主な実績】（単位：参加実人数）

イベント名	平成25年			平成26年		
	島内	島外	計	島内	島外	計
佐渡トキマラソン	760	797	1,557	821	1,504	2,325
スポニチ 佐渡ロングライド210	263	2,740	3,003	296	2,892	3,188
佐渡国際トライアスロン大会	323	1,584	1,907	354	1,818	2,172
オープンウォータースイミング	95	138	233	116	318	434
佐渡トキツデーウオーク	220	156	376	290	117	407

出所：佐渡市 HP 等

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 佐渡市の強み

佐渡市の強みとしては、

- 佐渡市の地域活性化策においては、スポーツツーリズムを柱にして、観光、食など広範な経済効果につなげていくという目標が市の総合的戦略の一つとして明確に位置づけられていること
- スポーツツーリズムのターゲット種目の柱をトライアスロン大会などの長距離・耐久型に明確に据え、かつ比較的強みのある差別化が図られていることで、リピーターの確保につながられていること
- 各種イベントの開催関連業務は市と「(一財) 佐渡市スポーツ振興財団」が役割を分担することにより、各種事業が行いやすくなっていることに加え、イベントに関連する民間企業や多数の市民がイベントに協力する体制が整っていること
- 日本有数規模の離島、トキの古里など既に全国的に高い知名度を有していることに加え、東京など首都圏からは、上越新幹線とジェットフォイル等の航路を合わせて最短4時間程度と時間距離が比較的小さいため、大都市圏をターゲットにすることができると

等が挙げられる。

② ターゲット

ターゲットとしているのは、(2)にある5つのイベントの種目、トライアスロン、サイクリング、マラソン、ウォータースイミング、ウォーキングである。

このうち、既に実績を挙げているのがトライアスロンとサイクリングである。トライアスロン大会は、平成元年から継続的に実施されており、現在では「佐渡国際トライアスロン大会」として、国内でも数少ない大規模大会の開催地となっている。また、トライアスロンの「ロング・ディスタンス」と呼ばれる競技の中でも国内最長距離のコースとなっていることから（水泳 3.8km・自転車 190km・マラソン 42.2km）、主として首都圏から2000名の近くの参加者を集めており、リピート客も多くなっている。

サイクリングは、「スポニチ佐渡ロングライド210」として平成18年から実施されており、佐渡島島内を一周する長距離コースと離島独特の景観が人気を呼び、好評を博している。

また、実績のある両イベントを梃子に、これらと合わせて長距離系のマラソン、ウォータースイミングの4イベントを制覇する「スコットカップ」（4イベント全ての完走者への称号）を推進して、各イベントの相乗効果による

誘客を狙っているところである。

③ 推進体制

開催当初、トライアスロン大会は市と「トライアスロン事務局」にて開催し、その他大会もそれぞれ実行委員会を組織して開催してきたが、平成 23 年 4 月に「(一財) 佐渡市スポーツ振興財団」が設立されて、各種イベントの開催事業ほかを市と分担して管理する体制となった。

これにより、スポーツ振興財団にて佐渡島で実施される各種イベントの情報発信事業などを効率的に実施できるようになり、市とともにスポーツツーリズム推進の中心的役割を担うようになっている。

また、佐渡島のイベントが島内外の多数の参加者を集めており、宣伝効果も大きいことなどから、多数の民間企業がスポンサーとして協力するようになり、事業継続の資金面で大きな力となっている（サイクリングでは、スポーツ紙が紙面で広告することで大きな宣伝効果を生んでいる）。

さらに、佐渡島で実施される各種大会では、島内の大規模イベントが地域の活性化に資するという認識が市民に浸透しており、最大で 3000 名近い市民ボランティアが活躍するなど、事業実施の強いサポート体制が整っている。

このように官民および住民が一体となってイベントを支えている体制が佐渡島のイベントの最大の強みと言える。



出所：佐渡市 HP 等

④ イベント客の誘致から観光客誘致・地域資源活用への展開

佐渡島は既に高い知名度を有していることや、トライアスロン大会等でのリピーター客の実績もあり、スポーツツーリズム自体の活性化の重要性もさることながら、今後はスポーツ目的での来訪者をいかに佐渡島の主要な地域資源の一つである「食」の活用や観光客来訪につなげられるかが重要となってきた。

既に、前年度のイベント参加者に佐渡観光情報を同封した開催パンフレットを送付したり、イベントの開催時に地元製品のPRブースの設置や提供や「地産地消マップ」による宣伝も実施するとともに、イベント開催時以外にも来訪するようトライアスロンのコースに距離看板を常設したり、佐渡汽船が自転車運賃無料キャンペーンを実施する等、徐々にスポーツ来訪者の再訪につなげてきている。

さらに、(3)①に既述のとおり、佐渡島の強みの一つは、首都圏からの時間距離の近さにあり、今後は首都圏を主たるターゲットにスポーツ、食、観光など総合的な佐渡島の魅力をPRして一層の誘客を推進していくことにも注力していく方針である。

4. 長野県白馬村

(1) 取り組みの経緯

長野県白馬村は、山岳の地形やパウダースノーといった地域資源を活かし、昭和初期より登山やスキーを中心としたスポーツツーリズムを展開してきた。

昭和 30 年代後半から 40 年代にかけては、スキーブームの到来により、白馬村は一大スキーエリアに変貌し、平成 3 年には、約 280 万人ものスキー観光客が来訪し、平成 10 年には、冬季長野五輪のスキー競技の開催地として世界各地から選手、観客が集まり、国際的なスキーエリアとして知名度を上げてきている。

また、山岳美、自然景観を求めた登山等のアウトドアスポーツも注目されており、グリーンシーズン、ウインターシーズンと一年間を通じて、スキーをはじめとするスポーツが村の発展に大きく寄与している。

さらに、平成 17 年には、長野県・白馬村とのビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）地方連携事業の実施により、オーストラリアからのスキー観光客の誘致を本格化し、大きな成果を上げてきている。

白馬村では、現在、新たなマーケット拡大に向けて、恵まれた自然を活かしたスポーツ合宿や観光客の誘致、登山・スキー以外のスポーツ観光客の誘致、外国人観光客の更なる誘致、オリンピック施設を活用した村外からの誘客に繋がるスポーツイベントの開催などに積極的に取り組んでいる。



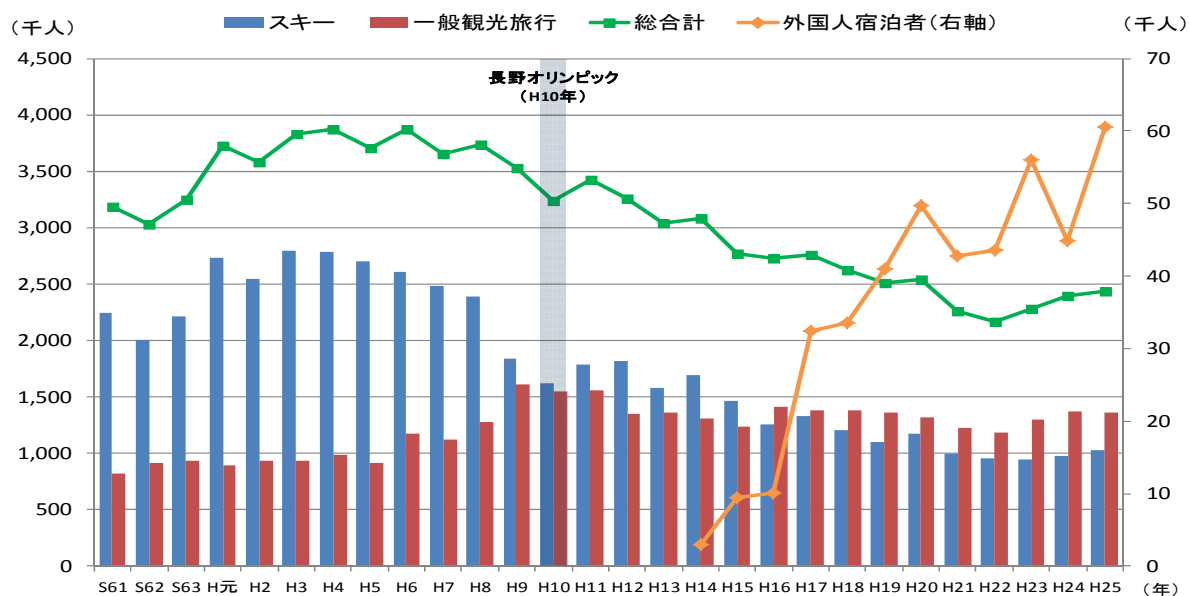
出所：白馬バレーHP

(2) 実績

白馬村の目的別観光客推計（延宿泊者数ベース）をみると、平成初期のピーク時には年間約 280 万人のスキー客、観光客全体では年間 400 万人弱の水準で推移し、バブル経済崩壊後の長引く不況やレジャーに対する考え方の変化等により、平成 25 年にはスキー客は年間約 100 万人、観光客全体では年間約 250 万人まで減少したが、近年では、一般観光旅行、スキー観光客ともに増加に転じてきている。

特に、近年の注目すべき点として、スキー客を中心に外国人観光客が大幅に増加してきており、平成 15 年には 1 万人に満たなかった外国人観光者は、平成 25 年には 6 万人を超える水準（オセアニア：約 35,000 人、アジア：約 14,700 人、ヨーロッパ：約 5,400 人、南北アメリカ：約 3,900 人）まで増加している。

【目的別観光客推計（延宿泊者数ベース。昭和 61 年～平成 25 年）】



出所：白馬村観光課資料より作成

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 白馬村の強み

白馬村の強みは、

- 冷涼な気候や豊富な降雪、特にパウダースノー
- 日本有数の山岳地帯という地形や標高 700m～3000m までの標高差のある変化に富んだ起伏
- 近隣地域を含め、数多くのスキー場の集積やオリンピック施設（ジャンプ競技場、クロスカントリー競技場）の立地
- 多様な宿泊施設（民宿からラグジュアリー施設まで、約 4 万人の収容力）等が挙げられる。

② ターゲット

近年、若者のスキー離れ、車離れの傾向が顕著であるため、幼少の頃よりスキーに慣れ親しませるため、子供や親子をターゲットとした誘致活動を展開している。また、オーストラリアをはじめアジア各国等、外国人旅行客が

安心して滞在できる環境づくりを進めている。

冬季以外では、当地の冷涼な気候や山岳地帯という地形を活かし、施設の有無に左右されないランニング系スポーツやマウンテンバイク等の愛好者をターゲットとして各種イベントを開催し、観光客の通年化を図っている。

③ 推進体制

スポーツツーリズムの推進は、行政では、白馬村教育委員会スポーツ課がスポーツ施設の管理や観戦型スポーツイベント企画運営を、白馬村観光課が観光計画や観光関係予算の策定、公的な観光施設の管理、参加型スポーツイベントの開催運営を行っている。また、官民一体となった組織である（一社）白馬村観光局が、具体の国内外からの観光客の誘致・プロモーション等、観光振興・観光推進事業を中心となっており、行政は観光局の事業が円滑かつ速やかに展開できるよう支援している実施している。

④ スキー個人・団体客の誘致

白馬村には、初級者から上級者まで楽しめる眺望に優れた5つのスキー場が存しており、キッズゲレンデ、託児施設、アクティビティ等を提供するものもあり、独自のスノーライフを提供する環境づくりが進められている。

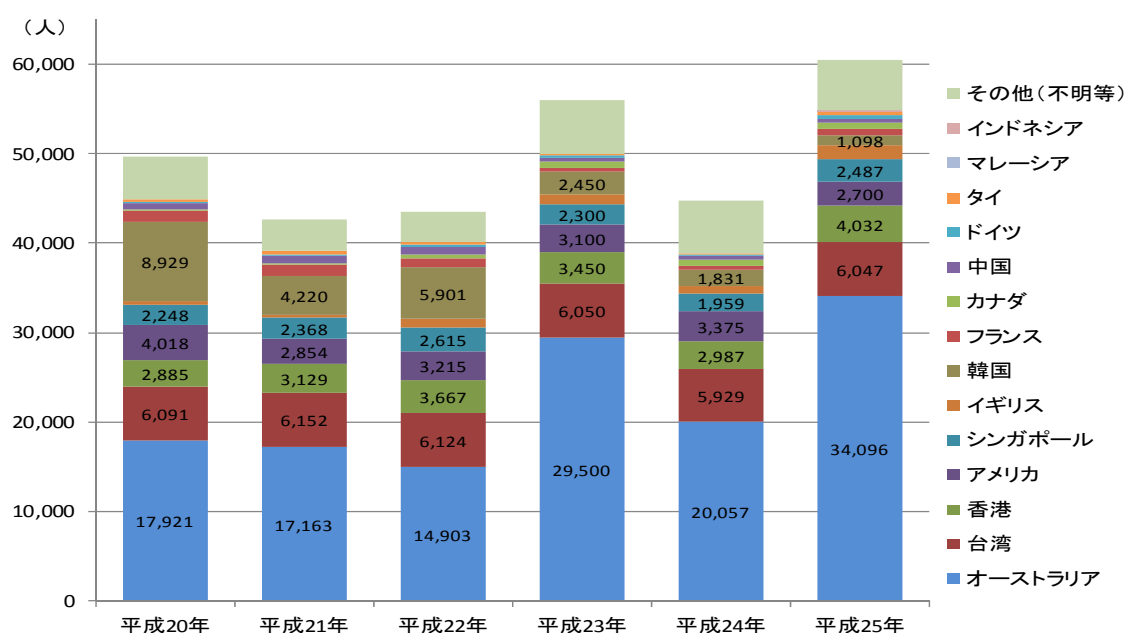
また、白馬村では、外国人観光客の誘致に積極的に取り組んでおり、平成13年に「インバウンド推進協議会」を設立（現在は（一社）白馬村観光局に一本化）し、当初は韓国を主なターゲットに誘致を開始、その後、平成17年のVJC地方連携事業の実施、地元での外国人受入環境づくり等により多角的にインバウンド事業を進めた結果、パウダースノーを求めてオーストラリアからの観光客が大幅に増加したほか、近年は台湾、香港など東アジア地域に加え、シンガポール、タイ、マレーシアなど東南アジア諸国からの来訪も増えている。さらに、平成25年には6万人を超える水準にまで外国人観光客が増加し、世界最大の旅行口コミサイト“Trip Adviser”の「ベストディステイネーション（観光地）トップ10」において、東京、京都、大阪に次ぐ国内第4位にランキングされる（平成26年12月20日現在）など、高い人気を見せるに至っている。

さらに、民間の取り組みとしては、近隣の白馬、小谷及び大町エリアの10スキー場が共同で共通リフト券「HAKUBA VALLAY PASS」（1日券から7日券まであり、1日2スキー場で利用可能）を発行するほか、2拠点をハブとしてHAKUBA VALLAY 10スキー場を結ぶ「HAKUBA VALLAY シャトルバス」を運行（一部を除き無料）するなど、広域エリアで、スキー客の施設利用及び移動の利便性の向上を図っている。

加えて、白馬村では、宿泊エリアと飲食・買い物エリアを結ぶナイト・シャトルバスを冬季に運行（1回300円。4枚綴り1,000円）するといった二次交通を提供し、泊食分離や長期滞在を嗜好する外国人観光客をはじめスキー客への利便性の向上と地域への経済効果の拡大を図っている。

このように、白馬村では、官民が一体となって、外国人観光客をはじめとする観光客の受入体制を強化し、広域エリアで地域の魅力や利便性の向上に取り組んでいる。

【地域別・外国人延べ宿泊者数の推移（平成20年～25年）】



出所：白馬村観光課資料より作成

⑤ キャンプ・合宿の誘致

学生などの夏季スポーツ合宿については、主に民宿等の民間宿泊事業者が個別に誘致活動を行っているが、スポーツ施設は飽和状態となっており、抽選会を実施するほどの状況となっている。

このため、スポーツ施設の有無に左右されず、かつ、当地の地形・風景、気候又は一般の道路等を活用できる陸上合宿やランニング系のトレーニング等をターゲットに、平成23年には「白馬村スポーツ観光推進会議」（白馬村教育委員会スポーツ課・白馬村観光課、体育協会、陸上競技協会、白馬村観光局、商工会、およびアドバイザー1名より構成）を設立し、陸上合宿やランニング愛好者の誘致活動を展開している。

⑥ スポーツ大会・イベントの誘致・開催

平成 10 年の冬季長野オリンピックの際に利用されたジャンプ競技場とクロスカントリー競技場が立地し、国のナショナルトレーニングセンターの指定も受けて、村内外のニーズに応えられるよう整備が継続されている。これらの施設は、FIS サマーグランプリジャンプ大会をはじめとする各種ジャンプ大会やクロスカントリー大会、マウンテンバイク大会等に活用されており、村の貴重な財産と位置づけられている。

さらに、白馬村の地形や冷涼な気候を活かし、冬季以外においてもトレイルランやサイクリングイベント等を開催し、全国から集客を図っている。

例えば、「白馬国際トレイルラン」は、平成 26 年で 4 回目を迎えたが、確実に集客できるイベントとして定着しつつある。県外からの参加は、実行委員会の指定する宿への前泊が前提とされているため、宿泊需要も期待できるが、地元の旅館青年部を中心としたボランティアにより大会運営されているため、ボランティアの確保が課題となっている。

また、「アルプスあづみのセンチュリーライド」は、近隣の松本市、安曇野市、松川村、大町市等と連携したサイクルイベントで、第 1 回の平成 21 年には 136 名であった参加者が、平成 25 年には 1,500 名を超えるなど、相応の集客が期待できるイベントに成長してきている。

このように冬季以外においてもランニングやサイクリング等、当地の自然環境や地形、気候等を活かしたスポーツ大会・イベントの開催により、観光客の通年化に取り組んでいる。

【白馬村における平成 25 年度の主なスポーツイベント】

イベント名	参加者数(人)	備 考
2013白馬ランニング記録会IN五竜東山クロスカントリー	102	
第16回白馬スノーハープクロスカントリー大会	2,482	
2013FISサマーグランプリジャンプ白馬大会	4,400	来場者数
2013サマーコンバインドイン白馬	79	
2013白馬サマージャンプ記録会	70	
2013サマークロスカントリー白馬記録会	194	
第50回白馬少年スキー大会 クロスカントリー	481	
第50回白馬少年スキー大会 ジャンプ・コンバインド	63	
第50回白馬少年スキー大会 アルペン	757	
第37回五竜クロスカントリー大会	380	
第2回村民スキー大会	108	
2013第3回白馬国際トレイルラン	1,741	人数は26年実績
アルプスあづみのセンチュリーライド2013	1,547	

出所：各種資料より作成

5. 岐阜県

(1) 取り組みの経緯

岐阜県は、従前より「飛騨御嶽高原高地トレーニングエリア」を中心に、陸上競技をはじめとするスポーツキャンプ・合宿の誘致等に取り組んできた。

このような中、平成 32 年には、東京オリンピックが開催されるほか、岐阜県の主要交通インフラである東海環状自動車道の全線開通が予定されるなど、岐阜県にとって観光客誘致や地域活性化に向けて大きなインパクトを与える年となる。

このため、岐阜県は、平成 25 年度に「清流の国ぎふ 2020 プロジェクト」を始動させることとし、スポーツコミッションの分野では、スポーツを通じた交流人口の拡大と地域活性化を図ることを目的に、県庁組織の見直しを行うとともに、飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアの一層の活用による国内外トップアスリートのトレーニング合宿の誘致や、国際・全国規模のスポーツ大会・イベントの誘致・開催等を積極的に展開しているところである。

(2) 実績

岐阜県では、参加者が 1 万人を超える「高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン」をはじめとするスポーツ関連の大会・イベントが開催されるとともに、飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアでは陸上競技などのトレーニング合宿を受け入れている。

【主なスポーツ関連の大会・イベントの実績（平成 25 年度）】

岐阜県における主なスポーツ関連の大会・イベント (平成25年度)
高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン
木曽三川マラソン
いびがわマラソン
長良川国際トライアスロン大会
カンガルーカップ国際女子オープンテニス
全国中学校なぎなた大会
全国高等学校選抜ホッケー大会
全日本中学選手権ホッケー大会
全日本ジュニアビームライフル射撃競技大会
全国高等学校選抜スキー大会
全国小学生スーパースプリントスピードスケート大会
全国高等学校体育連盟研究大会
全日本中学選手権競漕大会

出所：岐阜県 HP

(3) スポーツコミッションの取り組み

① 岐阜県の強み

岐阜県の強みは、

- ナショナルトレーニングセンター高地トレーニング強化拠点施設として文部科学省に指定されている「飛騨御嶽高原高地トレーニングエリア」が立地
- 各市町村がシンボル競技を有するなど（各務原市：ホッケー、大垣市：ソフトボール、飛騨市：ラグビー、海津市：ボート等）、スポーツが地域に根ざす土地柄
- 県の重要プロジェクトである「清流の国ぎふ 2020 プロジェクト」においてスポーツ振興が明確に位置づけられているほか、「スポーツコミッション」等による官民一体となった積極的な取り組み
- シドニーオリンピック女子マラソンの金メダリスト高橋尚子氏の力強い支援・協力
等が挙げられる。

② ターゲット

キャンプ・合宿の誘致はスポーツ全般ターゲットとしているが、飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアでは国内外の陸上競技のトップアスリートのトレーニング合宿に注力している。

スポーツ大会・イベントの開催・誘致については、マラソンをはじめ、ホッケー、ソフトボール、ボートといった市町村のシンボル競技など全国規模の大会・イベントをターゲットとして、県が市町村をバックアップしている。

③ 推進体制

岐阜県では、平成 26 年に「清流の国ぎふ 2020 プロジェクト」の司令塔としての役割を果たす「清流の国推進部」を知事部局に設置し、併せて同部内に、東京オリンピックの開催をにらみ、競技力強化をはじめとするスポーツ振興と、スポーツイベントの県内誘致、キャンプ・合宿の誘致などによる地域振興を一体化した総合的な取り組みを展開するため、スポーツ振興に係る事務（学校教育は除く）を教育委員会から移管した「スポーツ推進課」を設置した。なお、キャンプ・合宿の円滑な受入れのため、県スポーツ施設の管理もスポーツ推進課の所管となっている。

さらに、スポーツ推進課内に「清流の国ぎふスポーツコミッション事務局」を設置し、同コミッションが、世界・全国規模の競技会の誘致活動を展開するほか、合宿費の助成や市町村等の大会誘致・開催経費の助成といった具体

の事業を実施している。

加えて、スポーツ合宿の受入れについては、清流の国ぎふスポーツコミッション事務局が一元的な窓口となり、県内各施設を紹介する体制を取っている。

また、国際・全国規模のスポーツ大会等の誘致を図る市町村及び関係団体が、スポーツコミッションについての知識を深め、具体的な取り組み方法等の情報を共有するため、市町村、競技団体、観光団体等が参画する清流の国ぎふスポーツコミッション連絡会議を開催し、地域が一体となったスポーツコミッションの推進を展開している。

さらに、スポーツ推進課と観光交流推進局観光課とは、大会・イベント参加者への観光情報の提供等の面で、適宜連携が図られている。

④ キャンプ・合宿の誘致

「清流の国ぎふ 2020 プロジェクト」に基づき、トレーニング合宿を誘致するため、県内で合宿・宿泊する団体又は個人を対象に、宿泊費の補助を行っている。

特に、ナショナルトレーニングセンター高地トレーニング強化拠点施設として文部科学省に指定されている飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアにおける合宿に対しては、一人当たり補助額・上限額ともに手厚い設定とし、同エリアへの合宿誘致を重点化している。また、補助金交付の対象となる合宿は、全日本選手権大会等の国内トップクラスの大会への出場実績が過去3年以内にある団体又は個人の合宿又はこれに準じる県民やマスメディアの関心が非常に高い合宿であって、延50泊以上宿泊するものに限定している。

これにより、県内で合宿を行った選手の上位入賞することで、飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアを中心とするスポーツ王国ぎふの認知度及びブランド力の向上し、岐阜県全体におけるスポーツ合宿や大会の開催・誘致によるスポーツツーリズムの更なる発展に繋がっていくことが期待されている。

【岐阜県におけるスポーツコミッション（合宿誘致）補助金の概要】

利用者区分	金額	上限額
高地トレーニングエリア利用者	一人につき1泊5,000円	上限100万円
高地トレーニングエリア	一人につき1泊2,000円	上限50万円

出所：岐阜県 HP

また、飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアは、平成20年の北京オリンピックの際にもフランス代表チームの事前合宿地として利用された実績が

あり、平成 27 年の北京世界陸上や 5 年後の東京オリンピックの際の事前合宿の誘致に向けて、フランス陸上競技連盟をはじめ海外チームの誘致活動を展開していくこととしており、平成 26 年 5 月には、オリンピック関係者の視察の際には、シドニーオリンピック女子マラソンの金メダリスト高橋尚子氏が同エリアでの試走を披露するなどの PR 活動を行っている。



出所：飛騨御嶽高原高地トレーニングエリア HP

⑤ スポーツ大会・イベントの開催・誘致

スポーツ大会・イベントは、県も主催者となっている「高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン」のほか、市町村が開催・誘致する「いびがわマラソン」など、マラソンはじめホッケー、ソフトボール、ボートなどの大規模な大会が開催されている。

また、例えば、「高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン」では、参加者・同伴者向けの各種宿泊プランを提供するほか、マラソン EXP0・楽市楽座というイベントブースや展示即売会、岐阜の誇る食、観光、伝統を体感できるブースを多数出展することで、大会の盛り上げ、更には、観光情報等の発信を通じた一般観光への誘導するための取り組みが行われている。

加えて、スポーツ大会と周辺観光を組み合わせたスポーツツーリズムが世界各地で定着してきていることに着目して、県内の大規模スポーツ大会への海外参加者の誘致を進めるため、台湾など海外で開催されるセミナーや商談会での PR 活動を展開している。

6. 鳥取県

(1) 取り組みの経緯

鳥取県は、昭和 56 年に日本初のトライアスロン「全日本トライアスロン皆生大会」が開催され、その後 30 年以上にもわたりトライアスロン大会が継続的に開催されているほか、平成 8 年にスタートしたサイクリングイベント「ツール・ド・大山」が平成 26 年で 19 回目を迎えるなど、サイクリング関係をはじめとするアウトドアスポーツが、地域を象徴するスポーツとして根付いてきた土地柄である。

このような中、平成 19 年には官民が連携した組織「大山・中海エコツーリズム協議会」が結成され、国立公園の大山やラムサール条約登録湿地の中海などの恵まれた自然環境等を活かしたエコツーリズムの取り組みが、県西部において本格的に開始されることとなり、その中心となったのがサイクリング系のスポーツツーリズムであった。

これらを契機として、鳥取県では、豊かな自然環境、トライアスロンやサイクリングが盛んな土地柄、神代まで遡ることのできる歴史・文化等の地域資源を活用し、県西部で取り組まれてきたスポーツを核とした観光誘客の取り組みの全県域での展開を図っているほか、近年では、韓国や台湾等の海外からのサイクリング目的の観光客の誘致にも着手するなど、スポーツツーリズムの更なる発展に向けて積極的に取り組んでいる。



出所：鳥取県 HP

(2) 実績

鳥取県では、トライアスロン、マラソン等の競技種目をはじめ、サイクリングやウォーキングイベント等を中心に、鳥取マラソン、全日本トライアスロン皆生

大会、ツール・ド・大山、SUN-IN 未来ウォーク等の全国規模の参加型のスポーツ大会・イベントが毎年開催されている。

【平成 26 年度の主なスポーツ大会・イベント】

大会名	大会概要	規模 (参加人数)
鳥取マラソン	旧日本海マラソンを含め30回以上開催された鳥取県を代表するマラソン大会。	約3,000名
ツール・ド・大山	平成8年よりスタートした、大山を巡るサイクルイベント。	約400名
SUN-IN未来ウォーク	県中部を巡るウォーキング大会。	約3,000名
大山歴史探訪ウォーク	大山寺の歴史や文化に触れるウォーキング大会。コース中の各歴史スポットではガイドによる歴史解説を行う。	約500名
ホワイトトライアスロン in湯梨浜大会	東郷湖周辺で行われる全国規模のトライアスロン大会。	約300名
鳥取県身体障がい者体育大会	県内の身体障がい者が集まり、スポーツを通じて体力の維持増進、機能回復を図る。	約500名
全日本トライアスロン皆生大会	日本を代表する、日本で最初のロングのトライアスロン大会。	約1,000名
岩美キッズトライアスロン全国大会	ジオパークへの理解を深めるための学習機会を提供するとともに、スポーツを通じて参加者同士の交流を図る大会。	約400名
MOUNT&.BEACHクロスアドベンチャー	氷ノ山の林道、河川等を利用し、トレイルラン、リパートレック、マウンテンバイク等を開催するほか、浦富海岸でカヤック、スイム等を開催。	約100～200名
鳥取さわやか車いす&湖山池マラソン大会	湖山池周辺をコースとした、障がい者も健常者も参加できるマラソン大会。	約800名
日本海駅伝	全国高校駅伝の前哨戦。	136チーム
くらし女子駅伝	全国高校駅伝の前哨戦。	108チーム
皆生・大山 SEA TO SUMMIT	鳥取県発祥の親環境型イベント。	約300名
氷ノ山山系トレイルレース	鳥取、兵庫両県の登山道、林道等を利用した約70kmのトレイルラン。	約300～500名
鳥取県手をつなぐスポーツ祭り	県内の知的障がい者が一同に集い、健康増進や体力向上を目的とした大会。	約700名

出所：鳥取県資料等より作成

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 鳥取県の強み

鳥取県の強みは、

- 国立公園の大山、ラムサール条約登録湿地の中海など、県西部を中心に広がる恵まれた自然環境
- トライアスロンやサイクリングなどのアウトドアスポーツの大規模大会の実績と、これらの競技種目が地域を象徴するスポーツとして根付いてきた土地柄
- 競技エリア（スイム・ラン・バイク）、宿泊施設及び交通拠点などが狭いエリアにコンパクトに纏まっていることに伴う利便性の高さ
- 日本有数の芝の産地で、また鳥取方式®の芝生化発祥の地あり、天然芝グラウンドの整備も進んでいる

- 復活の地としての神社、温泉、栄養豊富な食など、競技者・観光客に「いやし」を与え、健康につながる素材の豊かさ等が挙げられる。

② ターゲット

個人・団体客の誘致については、サイクリング、ウォーキング、トレッキング等アウトドアスポーツ目的の愛好者を主なターゲットとして、官民が連携して受入体制の整備を進めている。また、台湾・韓国を中心に、サイクリング、トレイル、登山等アウトドアスポーツ目的の観光客の誘致も進めている。

さらに、スポーツ大会・イベントでは、トライアスロン、マラソン等の競技種目をはじめ、サイクリングやウォーキングイベント等を中心に、参加型の大規模大会を開催している。

加えて、天然芝グラウンドを活用したサッカー、ラグビーなどのキャンプ・合宿の誘致を行っている。

③ 推進体制

鳥取県では、主に文化観光スポーツ局がスポーツツーリズムを所管しており、具体的にスポーツツーリズムに取り組む組織として観光戦略課とスポーツ課の二課が設置されている。

前者が国内外からのスポーツツーリズムに係る観光客の誘致戦略の企画と誘致活動を担当し、後者が東京オリンピック等のキャンプ地誘致活動の展開、スポーツ施設の管理、競技力向上など地域スポーツの振興を担当し、同じ部局内に配置された両課が緊密に連携してスポーツツーリズムの推進に取り組んでいる。なお、従前は、教育委員会がスポーツに係る事務を所管していたが、東京オリンピックの開催決定を契機に、キャンプ地誘致やスポーツツーリズムなどの取り組みを強化するため、平成 26 年度に、学校体育以外のスポーツに係る事務は全て知事部局の文化観光スポーツ局に移管されたところである。

また、中部及び西部総合事務所地域振興局において、各担当エリアの特性を踏まえたサイクリングやウォーキングに係る受入体制の整備等について、県、関係市町村、民間事業者等が幅広く参画する組織の設置など、官民が連携してスポーツツーリズムを推進している。

④ アウトドアスポーツを愛好する個人・団体客の誘致

国内外で認められるサイクリング・リゾートを目指し、サイクリングロー

道の整備やコース、見所、食事、休憩所等を紹介するコースマップの作成を進めることに加えて、サイクリストを支援するために、飲食店やコンビニエンスストアと提携して、バイクスタンド、工具セット等を設置した休憩所の整備を広域的に進めるとともに、自転車に乗ったまま電車に乗りこえるイベントの開催支援等、地元関係者と協働して、サイクリストの利便性向上に向けた受入体制の整備を推進している。

また、ウォーキングの取り組みとしては、全日本ノルディック・ウォーク連盟公認コースへの案内看板の整備を進めているほか、この度、ウォーキング、トレッキングの国際会議「ワールドトレイルズカンファレンス（WTC）」の鳥取県開催（平成 28 年）や、そのアジア版会議「アジアトレイルズカンファレンス（ATC）」の開催（平成 27 年）が決定するなど、国内外で認められるウォーキング・リゾート推進の機運が高まっている。

さらに、外国人観光客の誘致について、韓国や台湾を中心に、海外企業との関係を活かした誘客プロモーションを展開している。台湾については、自転車メーカーのジャイアント系の旅行会社と連携し、大山周遊や皆生・出雲大社コースでサイクリングツアーを実施するほか、メディアを活用したサイクリング大会等の情報発信を行っている。韓国については、アウトドアブランドのモンベルと連携し、同会社系の旅行会社によるサイクリング等のツアー実施、アウトドア専門雑誌などのメディアを活用した登山やトレッキング等の情報発信を行っている。なお、境港－韓国・東海間の定期貨客船航路を利用し、韓国からのサイクリストの訪問も多く見られる。

加えて、サイクリングなどのアウトドアスポーツを通じて自然を楽しむ旅行スタイル「ジャパンエコトラック」の第一号に、境港や米子市、大山等を巡るルートが認定されたところであり、ジャパンエコトラック推進協議会と連携して、情報発信や案内板の設置、多言語パンフレットの作成等受入体制の整備を進め、平成 27 年春より国内外からの誘客を行う予定である。

また、サイクリングは、近隣の島根県や広島県（しまなみ海道）でも非常に盛んであるため、案内表示の統一化等、これらの近隣自治体とも広域的に連携して環境整備を図り、国内外からの誘客活動を展開する方向である。

⑤ スポーツ大会・イベントの開催

トライアスロン、マラソン等の競技種目をはじめ、サイクリングやウォーキング等を中心とした全国規模の参加型のスポーツ大会・イベントが、県や関係市町村による財政支援も得つつ開催されており、これら大会・イベントと連携して観光客の誘致を推進している。

なお、平成 27 年開催予定の鳥取マラソンでは、参加ランナーや応援者向

けの特典付き専用宿泊プランと、開催日前日に貸切バスで実走する下見ツアーを企画するとともに、前夜祭の開催や大会のメイン会場の一面に鳥取の特産品や飲食物を紹介・販売する出店ゾーンを設置することで、鳥取をPRする予定である。



出所：鳥取マラソン実行委員会事務局HP

⑥ キャンプ・合宿の誘致

天然芝グラウンドを活用して、学生・社会人のサッカー、ラグビーなどのキャンプ・合宿の誘致を進めてきたところであり（延べ宿泊数 100 泊以上から助成。例えば、延べ宿泊数 100 泊以上 199 泊以下で 5 万円、2,000 泊以上で 100 万円助成）、平成 14 年の日韓ワールドカップの際には、鳥取市がエクアドル代表のキャンプ地となった。

また、平成 26 年度には、国内外のトップチームの合宿等の誘致に向けて、官民で構成するスポーツ戦略会議を設置し、取り組み内容を検討し、誘致活動を開始しているところである（なお、平成 19 年の世界陸上大阪大会の際には、ジャマイカの陸上チームの合宿地となった）。

さらに、平成 26 年 3 月に境港公共マリーナが日本オリンピック委員会（JOC）からセーリング競技別強化センターに認定されたところであり、今後、国内トップアスリートの合宿や各種セーリング大会の誘致活動を展開し、更には東京オリンピックの日本代表や海外選手団のキャンプ地誘致にも繋げていく構想を有している。

7. 高知県

(1) 取り組みの経緯

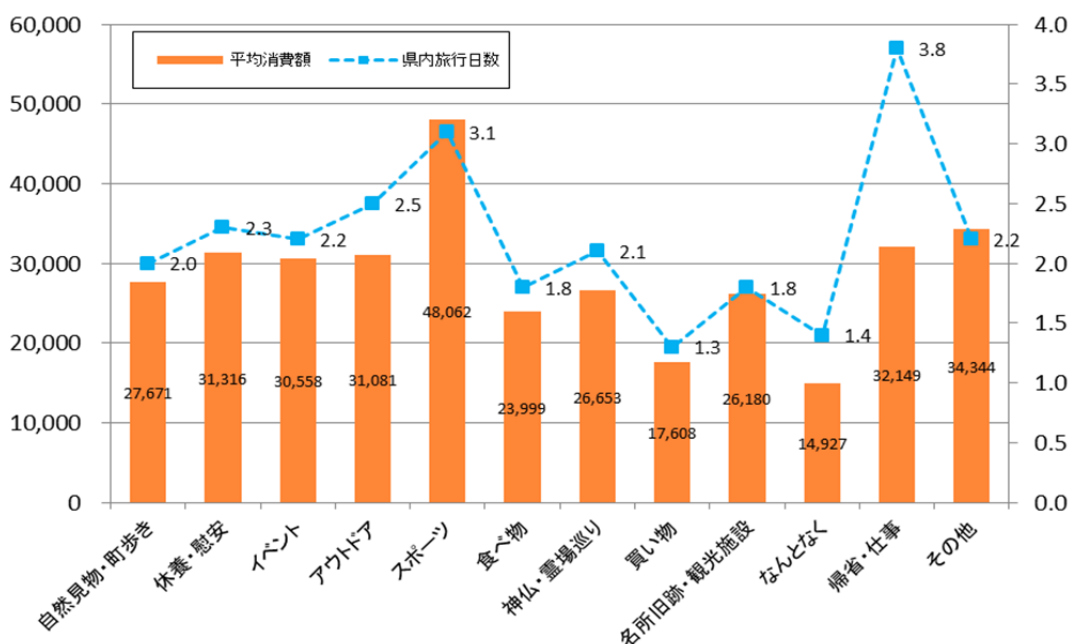
高知県は、大都市圏からの遠隔地という地理的なハンディキャップを抱えているが、豊かな自然、冬場でも温暖な気候、日本でもトップクラスのおいしい食などスポーツツーリズムを進める上での大きな強みを持っている。そして、スポーツは旅行の大きな動機づけとなることから、平成 24 年度に策定された「第 2 期高知県産業振興計画」において「スポーツツーリズムの推進」が観光戦略の柱の一つとして位置づけられた。

また、同年度から観光政策課にスポーツツーリズム担当を新設し、(公財) 高知県観光コンベンション協会には対外的な交渉が可能で人脈の継続性を図るポスト職としてスポーツ課長を新設するなど、体制強化が図られている。

(2) 実績

高知県が平成 26 年 6 月にまとめた「県外観光客入込・動態調査報告書」によると、「スポーツ」を目的とした観光客の平均消費額が 48,062 円、県内旅行日数が 3.1 日と際立って高くなっている。また、アウトドアの県内旅行日数も他の旅行目的と比較して高くなっている。これらのことからスポーツツーリズムの更なる拡充が期待されている。

【旅行目的別県内平均消費額（円）、県内旅行日数（日）（H25 年）】



出所：高知県「平成 25 年 県外観光客入込・動態調査報告書」

高知県は、競技別にワーキンググループを設置し、各競技団体等から課題やニーズを聞き取り、受入体制やプロモーション活動の強化を図っている。このような取り組みの結果、平成 25 年度は新たにラグビートップリーグ「NTT ドコモレッドハリケーンズ」の春季（60 名、420 泊）秋季（68 名、272 泊）キャンプを誘致する等の成果を挙げている。

※ 平成 26 年春季プロスポーツキャンプの状況

プロ野球		■ オリックス・バファローズ（高知市） ■ 阪神タイガース（安芸市）※ファーム ■ 埼玉西武ライオンズ（高知市）※B 班
J リーグ	J1	■ アルビレックス新潟（高知市） ■ 徳島ヴォルティス（高知市）
韓国	野球	■ 高陽ワンダース（高知市）

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 高知県の強み

高知県の強みとして

- 日照時間が長く、冬場の晴天率が高いこと
 - 国際大会の開催が可能である春野陸上競技場を初めとして合宿の受入が可能な施設が数多くあること
 - 昭和からプロ野球を受け入れてきた実績（経験・ノウハウ等）があること
 - 食・歴史・祭りといった豊富な観光資源があること
- 等が挙げられる。

② ターゲット

プロ野球や J リーグといったプロスポーツのキャンプ誘致が中心だったが、平成 24 年度からは、アマチュアスポーツの合宿、大会についても積極的な誘致活動を行っている。アマチュアスポーツの合宿や大会は、プロと比較して施設に対する要望が比較的厳しくなく、高知市近辺に集中しがちの受け入れ先を県内全域に広げられるという利点がある。

また、全国規模のサイクリング、マラソン等の大会・イベントの開催を推進している。

③ 推進体制

県観光政策課スポーツツーリズム担当が、スポーツツーリズム推進のための企画・立案、スポーツイベント実施における市町村との連携等を、カウンターパートの観光コンベンション協会スポーツ部が、プロスポーツキャンプ等の誘致、アマチュア合宿の誘致、スポーツイベントの開催及び受入調整等を担当している。すなわち、県は企画部門を担当し、観光コンベンション協会は実践部門を担当することを基本とし、事業実施を相互にサポートし、課題解決に当たる体制となっている。

観光振興部と教育委員会等関係各課、観光コンベンション協会を構成メンバーとする庁内プロジェクトチームを設置している。推進体制の強化、施設整備の計画、受け入れ体制の充実を中心に、課題整理や今後の取り組み方針等についての検討する場を定期的に設けている。

④ キャンプ・合宿の誘致

プロ野球キャンプの誘致は、宮崎県や沖縄県を初めとする各県間での競争が年々激化する中、高知県は、シーズン前の最終調整の場として2次キャンプの誘致を進め、毎年プレシーズンマッチを開催している。開幕時に近い気候で全国トップクラスの日照時間であること、高知市を中心に複数の球場がコンパクトに立地していること、関西、中国地方からの野球ファンが訪れやすいこと等が強みとなっている。平成26年のプレシーズンマッチの入場者数は、前年を1,148名上回る15,842名だった。

また、高知県では、アマチュアスポーツに対して1泊につき最高2,000円（100泊以上の場合。限度額基本30万円）の合宿費助成を実施しており、宿泊実績の増加につなげている（なお、県の助成対象とならないものを対象に、独自の助成制度を設けている市町村がある）。ちなみに平成25年度に助成を受けた団体数は、55団体（延べ宿泊数8,951）で、前年度の33団体（延べ宿泊数6,530）を大きく上回る結果を出している。種目別では、野球、テニス、サッカー、陸上競技の延べ宿泊人数が多い。

さらに、平成25年度から助成を利用した団体を対象にアンケートを実施している。満足度や改善点を尋ね、その結果を市町村や宿泊施設等と情報共有し、可能な限り改善していくことで、合宿開催の定着化、新規誘致を目指している。

加えて、国内だけでなく海外（韓国）での誘致活動も実施しており、平成25年度は、韓国野球界関係者とのこれまでの交流実績を活用し、韓国の小・中学校野球部への誘致活動を実施し、中学校野球部（26名）が高知で合宿を行った。



出所：（公財）高知観光コンベンション協会 HP

⑤ オリンピックの活用

平成 26 年 2 月に全庁的な組織である「2020 年東京オリンピック・パラリンピック関連事業推進プロジェクトチーム」を設置した。事前合宿の招致等について情報収集、関係機関との調整、協議を進めている。

また、東京オリンピックの事前合宿招致につなげるため、平成 27 年に開催される世界陸上北京大会の事前合宿の招致活動を展開している。

⑥ スポーツ大会・イベント

高知の魅力を全国にアピールする機会として「高知龍馬マラソン」を開催しており、直近大会(平成 26 年 2 月)では、県外から 2,639 名の参加があり、全参加者(4,853 名)の過半数であった。また、観光施設の入館料割など、さまざまな特典のある「龍馬パスポート」を選手に発行し、大会期間中の県内周遊や再来訪のきっかけづくりにしている。



出所：（公財）高知観光コンベンション協会 HP

また、高知県は、四万十川や室戸岬といった豊富な自然を有している。それらブランド力のある観光資源とアウトドアスポーツを絡めてさまざまな取り組みがなされている。

例えば、広く太平洋に面した高知県には、初心者から上級者までが幅広く楽しめる数多くのサーフスポットがある。県内では年間 30～40 の大会が開催されている。現在、更なるブランド力強化のためにサーフィンの全日本クラスの大会、全日本チームの合宿についての誘致活動を積極的に行っている。

また、四万十川流域を中心にさまざまなサイクリングイベントが開催されている。なかでも、四万十や足摺の大自然を楽しむサイクリングイベントとして「四万十・足摺無限大チャレンジライド」が毎年開催され、参加者の約 8 割が県外から訪れている。イベントの魅力を全国に発信するため、他県で開催されるサイクリングイベントやサイクリストが集う専門店での PR に加え、サイクリング専門誌への掲載といった参加者に直接届くような情報発信にしている。また、台湾の世界的な自転車メーカーにサイクリングイベントを PR するといった海外での活動も展開している。

なお、ゴルフトーナメントの誘致にも力を入れており、平成 26 年で 10 回目の開催となった「カシオワールドオープン」及び「ヨコハマタイヤゴルフトーナメント PRGR レディスオープン」の 2 大会を開催している。平成 25 年度の「ヨコハマタイヤゴルフトーナメント PRGR レディスオープン」では、女性入場者の無料化、高知駅からの無料ギャラリーバスの運行、マスメディアによる告知広報の強化によって前年度を 1,401 名上回る 10,186 名の来場があった。

8. 宮崎県

(1) 取り組みの経緯

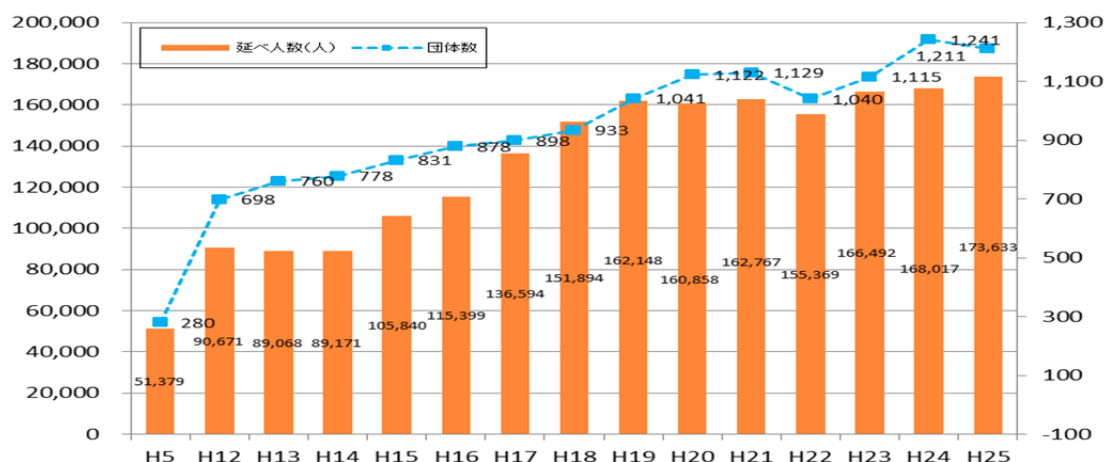
昭和 49 年には全国の新婚旅行者約 100 万組のうち 37 万組が来訪する新婚旅行ブームのピークを迎えたが、その後、沖縄ブームや円高による海外旅行ブーム等により、県外観光客数が減少傾向となるに至った。このため、昭和 61 年に、宮崎市旅館組合と宮崎県観光協会との間で、読売巨人軍等プロ野球のキャンプ地にも選ばれる宮崎の温暖な気候を活用し、スポーツによる観光振興を図るスポーツランドみやざき構想の検討が開始された。その後、平成元年に（財）宮崎コンベンションビューロー内にスポーツランド部会を設置、平成 8 年度に専任事務局体制を持つ「スポーツランドみやざき推進協議会」の設立、平成 14 年度に県観光・リゾート課にスポーツランド推進担当を設置、平成 16 年度に「スポーツランドみやざき推進協議会」事務部門を「（財）みやざき観光コンベンション協会」に統合する等、スポーツツーリズムの推進体制を順次強化した。

さらに、宮崎県の総合長期計画や観光振興計画に「スポーツランドみやざき」の推進が明記され、スポーツツーリズムが宮崎県の観光振興施策の大きな柱に位置付けられた。

(2) 実績

宮崎県の県外からのスポーツキャンプ・合宿の受入実績は、団体数、参加人数、延参加人数ともに概ね順調な伸びを示している。また、春季には、多数のプロ野球及び J リーグがキャンプを実施している。

【スポーツキャンプ・合宿実績年度別推移（平成 5 年度～平成 25 年度）】



出所：宮崎県「スポーツキャンプ・合宿の受入実績の推移」

※ 平成 26 年春季プロスポーツキャンプの状況

プロ野球		■ 読売ジャイアンツ (宮崎市) ■ 福岡ソフトバンクホークス (宮崎市) ■ 埼玉西武ライオンズ (日南市) ■ 広島東洋カープ (日南市) ■ 東京ヤクルトスワローズ (西都市) ※ファーム
J リーグ	J1	■ ベガルタ仙台 (延岡市・宮崎市) ■ 浦和レッズ (宮崎市) ■ FC 東京 (都城市) ■ 横浜 F・マリノス (宮崎市) ■ セレッソ大阪 (宮崎市) ■ ガンバ大阪 (綾町) ■ 鹿島アントラーズ (宮崎市) ■ 大宮アルディージャ (西都市) ■ 川崎フロンターレ (綾町・宮崎市) ■ ヴァンフォーレ甲府 (綾町) ■ サンフレッチェ広島 (宮崎市) ■ 徳島ヴォルティス (宮崎市)
	J2	■ モンテディオ山形 (宮崎市) ■ カターレ富山 (綾町) ■ ファジアーノ岡山 (宮崎市) ■ アビスパ福岡 (宮崎市) ■ 栃木 SC (都城市) ■ V・ファーレン長崎 (西都市) ■ ギラヴァンツ北九州 (小林市)
	J3	■ FC 町田ゼルビア (日南市)
韓国	野球	■ 斗山ベアーズ (宮崎市)

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 宮崎県の強み

宮崎県の強みとしては、

- 平均気温、快晴日数、日照時間が全国3位と、温暖でトレーニングを有効に行うことが可能な恵まれた気象条件を有すること
 - プロが公式試合に使うことができる施設から、日頃のトレーニングに利用できる施設まで、様々な規模と種類の施設が整っていること
 - 行政、観光協会、ホテル・旅館が長年にわたる多数のプロやアマチュアのキャンプ・合宿受入実績で培ったノウハウや人脈を有すること
 - プロ野球、Jリーグ、WBC 日本代表、日韓ワールドカップドイツ・スウェーデン代表のキャンプ地としてのブランド力を有すること
- 等が挙げられる。

② ターゲット

温暖で快晴日数が全国レベルの恵まれた気象条件を有すること、プロ野球、Jリーグのキャンプ地としての実績の証明があること等から、プロやアマチュアの野球、サッカー、陸上等の屋外競技でキャンプ・合宿の受入実績を積み上げてきている。また、全県的・通年的なスポーツツーリズムの推進の観点から、武道、バレー等の屋内競技、更に近年はサーフィン等のマリンスポーツのキャンプ・合宿誘致にも力を注いでいる。さらに、冬場でも温暖な気候でゴルフをプレーできる地域特性を活かし、韓国からのゴルフ客の誘致に実績を上げるとともに、中国、台湾へのゴルフ客誘致にも取り組んでいる。

③ 推進体制

宮崎県において、スポーツツーリズムを推進するための事業の企画・立案は県観光推進課が行い、具体の事業の実施は、同課と「(公財) みやざき観光コンベンション協会」(本節で「県観光協会」という。)内のスポーツランドみやざき推進協議会(本節で「推進協議会」という。)事務局の間で綿密な協議・検討を行った上で、同事務局において実施する体制となっている。一方、各市町村も、市町村観光協会と連携して、自地域内へのキャンプ・合宿の誘致に向けた各種事業を実施している。

推進協議会は、県、県観光協会、市町村、市町村観光協会、旅館組合等で構成する官民が一体となった組織であり、県内関係者とのスポーツツーリズムの取り組みに関する情報共有、連携・協力を図っている。加えて、同様の機能を有する市町村単位の協議会も一部市町村で設置されており、県がオブザーバー参加している。

さらに、推進協議会事務局では、関係市町村から競技種目毎の競技施設とその空き状況や宿泊施設について情報収集し、スポーツ団体からのキャンプ・合宿の希望や視察の照会・問合せに対する全県的なワンストップ窓口の

機能を果たしている。

なお、県の競技施設の管理は教育委員会の所管となるため、キャンプ・合宿する団体からの施設に対する改善要望等については、観光推進課から教育委員会に繋ぐことで、ニーズに合わせた機能の向上に努めている。

④ キャンプ・合宿の誘致

推進協議会事務局は、各競技の競技施設と宿泊施設・医療機関の情報を集約したキャンプ・合宿に係るパンフレットを作成し、HP にも掲載している。さらに、キャンプ・合宿の送客を得意とするエージェントへのセールスやキーパーソン訪問等を行うとともに、平成 26 年度には社会人・大学サークルを対象としたセミナーも実施予定である。また、受入市町村や宿泊施設において、キャンプ・合宿の継続実施に向けた営業訪問や、来訪時の歓迎セレモニー、特産品贈呈等のおもてなしにより、リピーター化の努力を行っている。

加えて、県では、宮崎県で初めて合宿を実施する県外のアマチュアスポーツ団体に対する助成制度（延べ宿泊数×500 円。限度額 10 万円）を、平成 23 年度より実施している。また、市町村でも、宿泊助成、地場産品・飲料の贈呈と行った合宿受入支援制度を講じている。すなわち、県でキャンプ・合宿のきっかけづくり、市町村でキャンプ・合宿の継続化という役割分担を行っている。

また、読売巨人軍やソフトバンクホークス等のプロ野球、多数の J リーグ、各種日本代表等のキャンプ・合宿地であることがキャンプ・合宿地としての知名度向上に繋がっており、野球、サッカーのみならず他の競技のキャンプ・合宿誘致に当たってもセールスポイントとなっている。さらに、行政、観光協会、ホテル・旅館が長年培ってきたキャンプ・合宿受入のノウハウ・おもてなしが、キャンプ・合宿地としての信頼性を高めている。

⑤ オリンピックの活用

推進協議会は、東京五輪の開催を国内有数のスポーツキャンプ・合宿のメッカである宮崎県にとって更に躍進する絶好の機会と捉え、県、宮崎市、県内各競技団体、観光関係団体等で構成する「東京五輪おもてなし部会」を発足した。推進協議会では、関係団体と連携して、五輪種目に限らず、日本代表、ジュニアの代表の合宿誘致を推進し、キャンプ・合宿誘致の実績を積み上げ、五輪の直前合宿誘致に結びつけていくことを目指している。平成 26 年春には、トライアスロン U23 日本代表強化合宿を誘致したところであり、実践練習のため道路規制等の支援を行った。

⑥ マリンスポーツの推進

スポーツツーリズムの通年化・全県展開の観点から、約 400 kmの海岸線に国内有数のサーフスポットが多数あり、季節を問わずサーフィンが可能である地域特性を活かして、サーフポイントガイドマップの作成、修学旅行の体験メニューへの組込などサーフィン観光を推進にも注力しており、実績を積み上げてきている。

現在、サーフィン観光に関する全国への情報発信を強化するとともに、スキューバダイビング、ウェイクボード、カヌー等のマリンスポーツも活用した観光振興を進めている。

⑦ インバウンドを中心としたゴルフ客誘致

ダンロップ・フェニックス・トーナメント、LPGA ツアーチャンピオンシッププリコーカップ等の国内外の一流ゴルフプレーヤーが集うビッグ・イベントが開催されることによる知名度、韓国では冬場にゴルフ場の多くが閉鎖される中、宮崎では温暖な気候の下でプレーできることから、韓国からのゴルフ客の誘致に実績を上げるとともに、中国、台湾へのゴルフ客誘致にも取り組んでいる。なお、韓国をはじめ東アジア等からのゴルフ客誘致については、キャンプ・合宿誘致対応ではなく、インバウンド対応の枠組み・体制の中で、セールス・プロモーションを実施している。

⑧ スポーツ大会・イベント

県では、経済効果が期待されるオールスターゲーム等のプロスポーツの大会・イベントの誘致活動を行うほか、スポーツ競技団体や民間企業が主導して誘致活動を行い、県は側面的に支援している。

また、プロ野球及びＪリーグ等のキャンプは、多くの観光客やマスコミを呼び込む「見る」イベントでもあり、主要なキャンプ地では宮崎ならではの飲食店・土産物を販売するスペースを設ける、きめ細かなキャンプ情報をHPや冊子で発信する等、キャンプの盛り上げに努めている。

⑨ ブランド力強化

平成 26 年度より、宮崎大学医学部と連携して、キャンプ・合宿競技者を対象にキャンプ・合宿の効果を高めるためのスポーツメディカルチェックを行う仕組みを確立することとしており、これにより県外キャンプ・合宿の誘致の更なる拡大を目指すこととしている。

さらに今後、宮崎の農水産物を活用したアスリートフードの研究開発等にも取り組み、キャンプ・合宿地としての魅力向上を図っていく予定である。

9. 鹿児島県

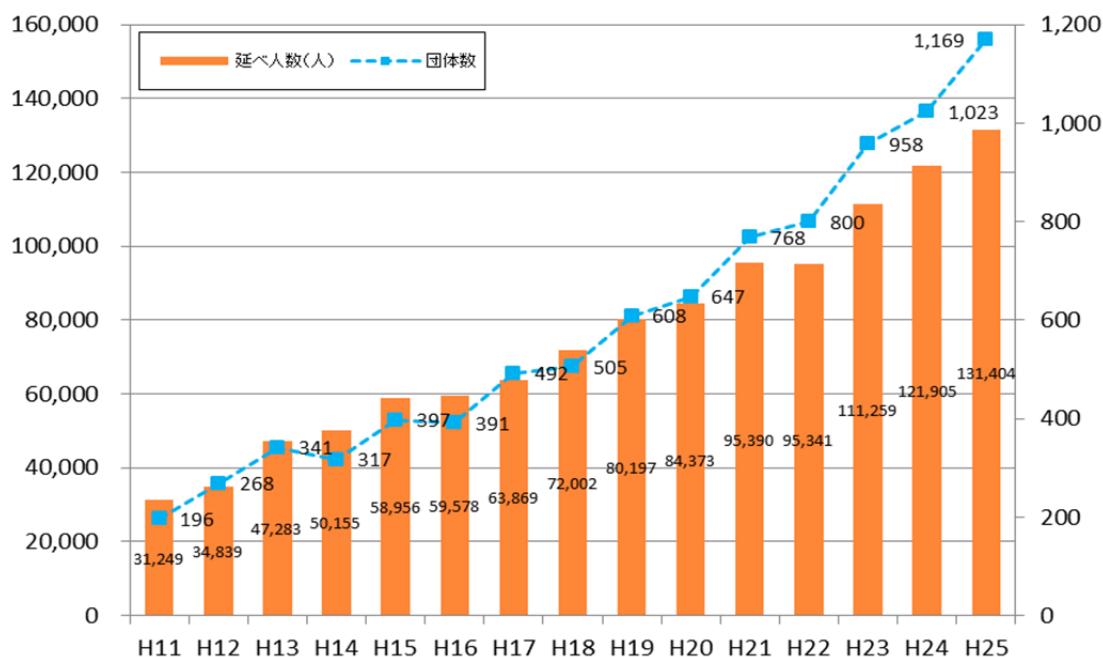
(1) 取り組みの経緯

鹿児島県は、温暖な気候や豊富な食、温泉といった恵まれた資源を生かしプロスポーツや実業団大学等のスポーツキャンプ・合宿誘致に取り組んでいる。平成 18 年度に誘致から歓迎までを官民一体となって取り組むため、「スポーツキャンプ対策県連絡会」と「スポーツキャンプ対策地域連絡会（7 連絡会）」を設立した。県連絡会が総合窓口業務や県外への誘致活動等を担い、地域連絡会が各エリアの情報収集や各市町村との連携等を担い、受入体制が強化された。また、平成 26 年度には、観光課内に「プロスポーツ等振興班」を設置。「鹿児島ユナイテッド FC」の J リーグ昇格に向けた取り組みの支援や 2020 年東京オリンピック事前合宿など各種キャンプ・合宿の誘致対策等を推進している。

(2) スポーツキャンプ・合宿の受入実績

県外からのスポーツキャンプ・合宿の受入実績は、団体数、参加人数、延べ人数とともに順調な伸びを示している。また、直近調査(平成 25 年度)では、団体数、参加人数、延べ参加人数の全てで調査開始年度(平成 11 年度)以来最高の数値を記録した。

【延べ人数、団体数の年度別推移（平成 11 年度～平成 25 年度）】



出所：「平成 25 年度鹿児島県スポーツキャンプ・合宿状況調査」

春季に多数のプロキャンプが実施されていることに加え、全日本バレーボールチーム(男女とも)の合宿が復活、新たに韓国プロ野球 2 チームが秋季キャンプを実施する等の実績も挙げている。

※ 平成 26 年春季プロスポーツキャンプの状況

プロ野球		■ 千葉ロッテマリーンズ (薩摩川内市) ※ファーム	
J リーグ	J1	■ 清水エスパルス (鹿児島市)	■ ヴィッセル神戸 (鹿児島市)
		■ サンフレッチェ広島 (霧島市)	■ ベガルタ仙台 (さつま町)
		■ 柏レイソル (指宿市)	■ 浦和レッドダイヤモンドズ (指宿市)
	J2	■ ジュビロ磐田 (鹿児島市)	■ 愛媛 FC (さつま町)
韓国	プロ野球	■ 釜山ロッテジャイアンツ (鹿児島市)	
	K リーグ	■ FC ソウル (霧島市)	

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 鹿児島県の強み

鹿児島県の強みは、

- 冬場でも温暖な気候であること（特に離島）
 - 国立大学法人唯一の体育大学である鹿屋体育大学があること
 - 長年の受入実績により蓄積された人脈・ノウハウがあること
 - 食・温泉・歴史といった豊富な観光資源があること
- 等が挙げられる。

② ターゲット

大学生の合宿(同好会・サークルを想定)をターゲットにしており、毎年福岡・関西(大阪・京都)の学生を対象に合宿セミナー及び視察ツアーを実施

している。合宿セミナーでは、市町村、宿泊・運動施設の関係者が参加し、受入体制の状況や支援制度などを詳しく説明している。視察ツアーでは、セミナー参加者を対象に福岡の学生はバスで鹿児島・北薩地域を、関西の学生はフェリーさんふらわあで大隅地域を視察してもらっている。

また、韓国のプロスポーツ等の誘致を実施している。現在、鹿児島県で春季キャンプを行っている韓国プロ野球チームはロッテジャイアンツのみで練習試合相手の確保に苦労している状況であることから、韓国プロ野球チームを対象にキャンプの誘致セールス活動を実施している。サッカーに関しても、Kリーグ、大学サッカー、旅行エージェント等を対象に同様にセールス活動を実施している。

③ 推進体制

官民一体組織が受入体制を整備し、誘致活動を推進している。

● スポーツキャンプ対策県連絡会

構成団体と主な業務は以下のとおり

構成団体	主な業務
■ 競技関係団体 ■ 交通関係団体 ■ 宿泊関係団体 ■ 観光関係団体 ■ 地域連絡会事務局 ■ 県外事務所	■ 総合窓口業務(県外への情報提供) ■ PR ツール(合宿ガイド)の作成 ■ 県外への誘致活動 ■ プロチーム誘致・歓迎対策 ■ イベント・プロ大会誘致活動

県連絡会を設置することにより、① 各分野が連携し、合宿の幅を広げやすくなる、② 情報が集約化され、総合窓口によるワンストップ化が可能となる、③ 各地域が他地域の情報を収集し、自地域の活動等に活かせるといった効果が期待される。

● スポーツキャンプ対策地域連絡会

構成団体と主な業務は以下のとおり

構成団体	主な業務
■ 各地域連絡会で選定	■ エリア内の情報収集、整理(施設情報・利用状況等) ■ 各市町村、コンベンション等との連携 ■ 視察等の現地案内 ■ 誘致活動

地域連絡会を設置することにより、① 地域内連携が深まり、地域内の課題等を解決できる、② 県連絡会での他地域の情報を基に自地域の新たな

活動を検討できる、③ 各地域独自の取り組み・誘致活動等が生まれる環境が形成されるといった効果が期待される。

これら２種類の組織を連携・調整させることで受入体制の充実強化を図っている。

④ キャンプ・合宿の誘致

大学生の合宿、韓国のプロスポーツキャンプを中心に積極的な誘致活動を展開している。（詳細は「② ターゲット」を参照）

ガイドブックとして「鹿児島スポーツ合宿ガイド」を作成し、誘致活動に活用している。このガイドブックには、運動施設情報に加え、周辺の観光情報、宿泊施設情報、スポーツドクターのいる病院情報といった合宿参加者にとって必要かつ有益な情報が網羅的に記載されている。

また、市町村の合宿費の助成制度についてもこのガイドブックで紹介している。

県では、合宿の実施状況を把握するために毎年度独自の調査を実施している。調査様式を県(本庁)→県(出先)→市町村→事業者という流れで照会し、その逆の流れで集計する。合宿参加（実・延）人数や団体数を競技別や地域別で把握できるようになっており、集計結果を今後の誘致戦略の形成に役立てている。



出所：鹿児島県「鹿児島スポーツ合宿ガイド」

⑤ 東京オリンピックの活用

東京オリンピックの開催される平成 32 年に第 75 回国民体育大会が鹿児島で開催される。「スポーツ観光王国かごしま」をアピールするとともに、事

前合宿等を通じて鹿児島県の魅力を発信し、国内外からの観光客誘致にもつなげていく絶好の機会となることが期待されている。

⑥ スポーツ大会・イベント

全国屈指の市民マラソン大会「いぶすき菜の花マラソン」が有名で、毎年全国各地から約2万人が参加している。宿泊施設等への経済波及効果も大きく、第29回大会(平成22年1月)は10.6億円という試算結果もある。(日本銀行試算値)

鹿児島市では「フルマラソン検討事業」を平成26年度当初予算に計上し、フルマラソンの開催に向けた調査を行うとともに、関係者間で検討を行っている。

また、プロスポーツキャンプによる経済効果を高めるため、日程やキャンプ地周辺の観光情報などを掲載したガイドブックを作成し、広くキャンプ情報の発信に努めている。

⑦ ブランド力強化

温泉の源泉数が全国2位の温泉県であること、豊富な海・山の幸を使った食が充実していることが合宿地としてのブランドを高めている。

国立大学法人唯一の体育大学である鹿児島体育大学が立地する鹿児島市では、産（観光協会によるプライベートサポート）・学（鹿児島体育大学によるトレーニングのサポート）・官（鹿児島市によるトータルコーディネート）連携によって合宿地としてのブランド構築を進めている。また、「スポーツ観光王国かごしま」を一層推進するとともに、九州新幹線の全線開業効果を大隅半島に波及させるため、大隅地域におけるスポーツ合宿をねらいとした陸上競技トレーニングの拠点施設の整備について検討が進められている。

冬場の温暖な気候も合宿地としてのブランドを高める重要な要素の一つであるが、とりわけ温暖な気候である奄美大島では、陸上競技を中心に誘致活動が積極的に実施されている。また、平成26年7月には、成田国際空港－奄美大島線にLCC（バニラエア）が就航し、利便性が向上した。追い風となることが予想される。

一方、鹿児島県独自のネガティブな要素として桜島からの降灰がある。参加者には、事前に降灰の可能性があることを伝え、これまで築き上げてきたブランドを毀損しないよう努めている。

10. 沖縄県

(1) 取り組みの経緯

沖縄観光は、閑散期と繁忙期の格差等が課題である中、入域観光客数の平準化、リピーター対策、平均滞在日数・一人当たり消費額の増加により、観光産業の振興と雇用の安定を図るため、平成 22 年度に「スポーツツーリズム推進戦略」を策定し、地域特性を生かした高付加価値で長期滞在型のスポーツツーリズムを推進することとした。

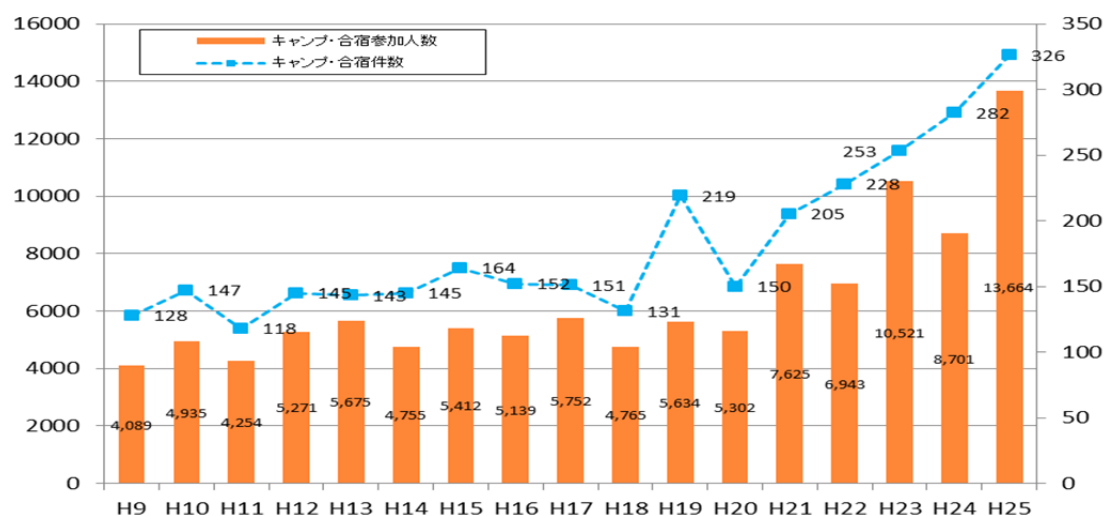
また、平成 23 年 4 月には、スポーツ振興の強化と観光施策との連携を目的に、「文化観光スポーツ部」及び同部に「スポーツ振興課」を新設し、教育委員会の所管であったスポーツに関する事務が知事部局に移管された。これにより、同課が、プロスポーツの支援、スポーツキャンプ・イベント誘致、地域のスポーツ振興を包括的に所管することとした。

さらに、平成 25 年 3 月には、県の総合計画「沖縄 21 世紀ビジョン」を補完する個別計画という側面と、スポーツ基本法に基づく地方スポーツ推進計画という側面を有する「沖縄県スポーツ推進計画」を策定した。本計画では、①「スポーツアイランド沖縄」の形成、②国際的な沖縄観光ブランドの確立や世界との交流ネットワークの構築、すなわちスポーツツーリズムの推進が位置付けられた。

(2) 実績

沖縄県のキャンプ・合宿の件数及び参加人数は、平成 21 年度以降、継続した誘致活動と受入体制の充実により増加傾向にある。

【キャンプ・合宿件数，参加人数の年度別推移（平成 9 年度～平成 25 年度）】



出所：沖縄コンベンションビューロー「スポーツコンベンション開催実績一覧(H25)」

※ 平成 26 年春季プロスポーツキャンプの状況

プロ野球		■ 東北楽天ゴールデンイーグルス (久米島町) ■ 千葉ロッテマリーンズ (石垣市) ■ オリックス・バファローズ (宮古島市) ■ 北海道日本ハムファイターズ (名護市) ■ 読売ジャイアンツ (那覇市) ■ 阪神タイガース (宜野座村) ■ 広島東洋カープ (沖縄市) ■ 中日ドラゴンズ (北谷町) ■ 横浜 DeNA ベイスターズ (宜野湾市) ■ 東京ヤクルトスワローズ (浦添市)
J リーグ	J1	■ ガンバ大阪 (中城村) ■ ヴィッセル神戸 (八重瀬町) ■ サガン鳥栖 (読谷村) ■ FC 東京 (国頭村) ■ セレッソ大阪 (沖縄市・八重瀬町)
	J2	■ コンサドーレ札幌 (金武町) ■ 横浜 FC (中城村) ■ ジェフユナイテッド市原・千葉 (読谷村・南城市)
	J3	■ ブラウブリッツ秋田 (八重瀬町・南城市)
韓国	野球	■ 三星ライオンズ (恩納村) ■ ネクセン・ヒーローズ (県内 5 ヶ所) ■ 起亜タイガース (金武町) ■ LG ツインズ (うるま市) ■ SK ワイバーズ (うるま市) ■ ハンファ・イーグルス (八重瀬町)
	サッカー	■ 済州ユナイテッド (本部町)

(3) スポーツツーリズムの取り組み

① 沖縄県の強み

沖縄県の強みとして

- 亜熱帯気候で冬・春季も温暖であること
 - 施設の充実、特にプロキャンプの多い野球関連施設が充実していること
 - 多くのプロチームがキャンプに来ているので、練習試合を組みやすい
 - ホスピタリティーにあふれた県民性があること
- 等が挙げられる。

② ターゲット

平成 25 年度から沖縄県のスポーツ環境やスポーツイベントを紹介するプロモーション事業を国内外で実施している。

キャンプ・合宿については、特に、既に実績があるプロ野球に加え、Ｊリーグの誘致を積極的に行っている。大学・高校や韓国プロ野球も増加している。競技種目では野球・陸上競技の件数が圧倒的に多く、団体別の件数では大学が最も多い。

個人スポーツについては、ゴルフ、マラソン、サイクリングについて、海外メディアの活用をはじめ重点的に情報発信している。

③ 推進体制

県、市町村、競技団体等（全 104 団体）から構成される「スポーツコンベンション振興協議会」を平成 16 年度に設置（事務局は（一財）沖縄観光コンベンションビューロー）し、プロ野球キャンプを初めとしたスポーツコンベンション（スポーツに関する合宿、キャンプ、自主トレ、大会、イベント等の総称）の誘致、受入体制整備等を行っている。

現在、スポーツキャンプの更なる受入体制強化のため、スポーツコンベンション受入のワンストップ窓口機能、地域スポーツの振興とスポーツコンベンションの一体的な推進、効果的な情報発信・PR 活動、スポーツと観光関連組織（県、コンベンションビューロー、県体育協会）の有機的連携を目的とした「スポーツコミッション沖縄（仮称）」の設置を予定している。また、「スポーツコミッション沖縄（仮称）」の入居施設として「スポーツアイランド拠点会館（仮称）」を平成 27 年度に整備し、本格稼働する予定である。

④ キャンプ・合宿の誘致

多数のプロ野球やＪリーグのキャンプ実績を受けて、大学、高校、社会人チームに沖縄で合宿をしたいというニーズがある。結果、２月にプロが使用し、その後に学生、社会人が３月～春休みにかけて使用するという循環が生まれている。また、プロ野球のキャンプへの訪問観光を促進するため、キャンプ見学ツアーや商品割引等各種特典を提供するプレミアムパスの販売、県

内外への広告・宣伝等を行っている。

サッカーキャンプの誘致対策については、誘致活動の一部を地元プロサッカーチームの「FC 琉球」に業務委託し、人的ネットワークを活かした誘致活動が実施されている。また、国内外のトップチームが県内各地でキャンプを行う「美ら島サッカーキャンプ」が毎年開催されている。（平成 26 年は、国内外から 11 のトップチームが参加した。）誘致活動の当初は、グラウンドに冬芝が入っておらず赤土で固いため「良好な芝生環境」とは呼べない状況にあり、Ｊリーグのキャンプ件数が伸び悩んでいたため、平成 24 年度より芝生管理の専門知識と技術を兼ね備えた人材の養成を行う事業を開始した。当該事業は、座学講習だけでなく、実地研修も実施する。モデル的に市町村の競技場 2 ヶ所を集中管理するとともに、他の市町村の競技場を巡回することにより、サッカーキャンプに適した芝生管理や芝生の目ききができる人材を養成している。また、人材の育成だけでなく、沖縄県全域の芝生環境の向上も期待されている。この結果、平成 25 年度のサッカーキャンプ誘致件数は過去最高の 14 件となった。



出所：沖縄県 「平成 25 年度 芝人養成事業」

また、各種スポーツコンベンションの誘致拡大、東京オリンピック事前キャンプ等の誘致等を目的に、国内外におけるスポーツコンベンションの実態調査・分析を行うとともに、平成 27 年度以降の誘致を効果的・計画的に実施するためのスポーツコンベンション誘致戦略の構築を進めている。

⑤ スポーツ大会・イベント

沖縄県では、市町村や民間事業者が行うスポーツイベントのモデル事業に対して、参加者増大・定着化を行っている。

平成 25 年度は、トレイルラン、ストライダー（足で地面を蹴って進むキ

ッズバイク)、サイクリング、グルメラン等の多彩なスポーツ大会の開催を支援し、2,105名の県外客(海外を含む。)を集客した。

※ 支援内容(平成26年度)

	内容	補助率	上限額
新規事業支援枠	新規に立ち上げるスポーツイベントに要する経費	3分の2	1,000万円
定着化枠	立ち上げ後、2～3年目のスポーツイベントの運営経費	2分の1	800万円
拡充枠	立ち上げ後、4年目以降のスポーツイベントで新たな誘客に取り組むための経費	4分の3	1,000万円

⑥ プロモーション・情報発信の強化

国内外で「スポーツアイランド沖縄」の認知度の向上及びイメージ定着化のため、ロゴマークを平成25年度に作成し、ロゴマークをあらゆるプロモーションツールに継続して使用することとしている。

これと併せて、プロモーションで活用するDVDや「スポーツ×観光」という新たな旅のテーマを提案するガイドブック等の作成、国内外のキーパーソンの招聘やメディアへの広告掲載、見本市への出店等、国内・海外客の誘客に向けて、スポーツ環境及びスポーツイベント等のプロモーション・情報発信を行っている。



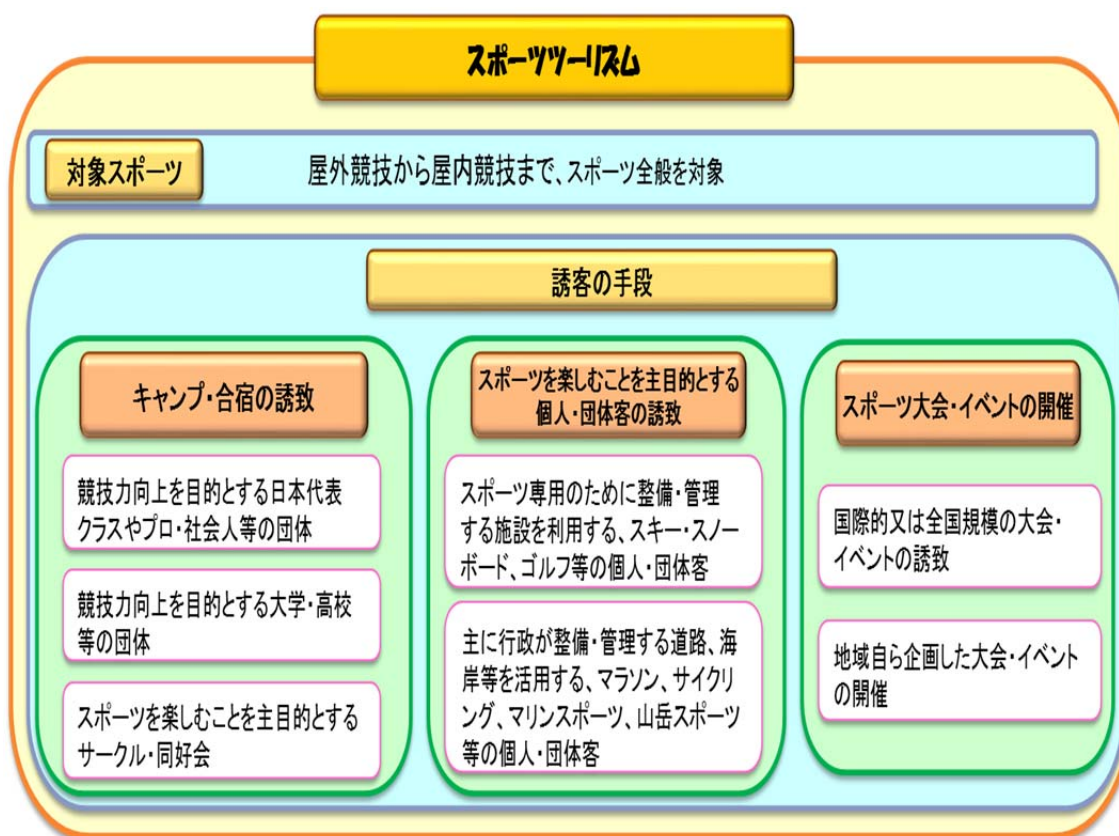
出所：(左)沖縄県HP、(右)(一財)沖縄観光コンベンションビューローHP

第二章 スポーツツーリズムのポイント

第一章で紹介した地方公共団体におけるスポーツツーリズムの取り組み状況及び担当者の皆様との意見交換を踏まえ、主に地方圏を念頭に、スポーツツーリズムの成果を挙げていく上でポイントとなると考える事項について、推進方策とこれを支える推進体制の二点から整理する。

なお、第一章で紹介した事例を事前に確認しておくことによって、本章の内容も具体的なイメージをもって理解できるようになるものとする。

図表 1. 本報告書が検討するスポーツツーリズムの範囲（再掲）

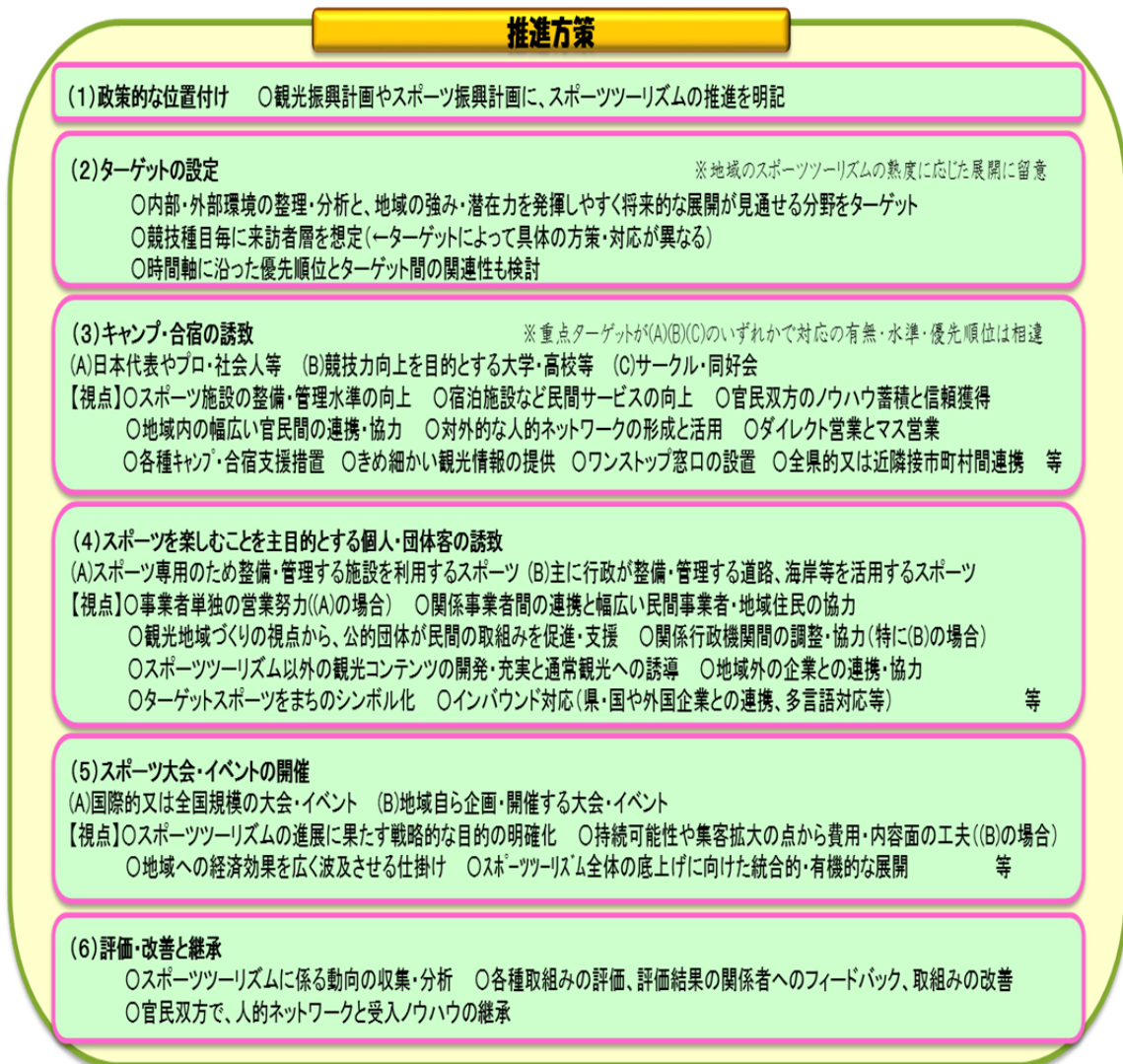


※プロスポーツのホームタウンとしての地の利を活かして観戦客を呼び込むものは対象としていない。

1. スポーツツーリズムに係る推進方策

スポーツツーリズムの種類毎（キャンプ・合宿の誘致、スポーツを楽しむことを主目的とする個人・団体客の誘致、スポーツ大会・イベントの開催）の特性を踏まえつつ、大きな枠組みから細かな手法にわたる具体的な推進方策について整理する。

図表 2. 推進方策のポイント



(1) 政策的な位置付け

地域が一体となって、スポーツツーリズムを持続的かつ実効的に推進していくためには、

- ① 地方公共団体において、首長のコミットメントの下、スポーツツーリズムの推進に必要な予算措置が適切に確保されるとともに、広く関係部課間の連絡・調整が一定の配慮の下に円滑に行われる素地を固めること
- ② 地方公共団体と民間双方において、担当者が責任感と共通認識をもってスポーツツーリズムに取り組むよう方向付けると同時に、そのモチベーションを向上させること
- ③ 関係民間団体・事業者が、地方公共団体がスポーツツーリズムを一過性の

取り組みではなく中長期的視点から計画的に推進することを認識することで、民間に求められる役割（ex 商品開発やサービスの向上、施設・機器の整備、情報発信・プロモーション、官民間のコミュニケーション、人材育成等）を積極的かつ継続的に果たすよう誘導すること

- ④ 観光関係者のみならず、幅広く地域住民の理解を醸成するとともに、その協力が得られやすい状況を作り上げることが重要である。

このため、地方公共団体においては、観光振興計画やスポーツ振興計画といった行政計画類において、スポーツツーリズムの推進を政策の柱として明確に位置付けるとともに、幅広く地域住民に周知していく必要がある。

もっとも、行政計画類でスポーツツーリズムの推進にコミットしたからといって、上記①～④が直ぐさま実現するものではなく、以下で述べる具体の推進方策及び推進体制に係る取り組みを、優先順位を付けながら着実に実施していくことで強化されていくものであることに留意すべきである。

(2) ターゲットの設定

スポーツツーリズムについては、気候・地理等の自然環境・景観、地域に存するスポーツ施設・環境の種類とそのハード・ソフト両面の質、スポーツツーリズムに係る歴史・実績、知見・人脈を有するキーパーソンの存在、宿泊施設の量と質、交通アクセス（ex 国内大都市圏からの鉄道、道路、空港等のアクセス、空港・港湾における国際定期便の運航状況）、地域スポーツ振興の状況、国内外のスポーツツーリズムに関する動向等、スポーツツーリズムに係る地域の内部・外部環境を整理・分析の上、地域の強み・潜在力をより発揮しやすく、かつ、将来的な展開もある程度見通せる分野をターゲットに設定して、各種施策を統合的かつ有機的に構築していくことが重要である。

なお、この過程でスポーツツーリズムに大きな強みや将来見通しが見出せない地域では、限られた諸資源を他の観光分野に集中していくことが適当であると考ええる。

また、ターゲットの設定方法については、いずれの競技種目をターゲットとするのか、また、競技種目毎にいかなる来訪者層をターゲットとするのか、将来的な展望も含めて予め想定しておく必要がある。

特に、後者の来訪者層については、例えば、

- ① (a) キャンプ・合宿を目的とする団体を対象にするのか、

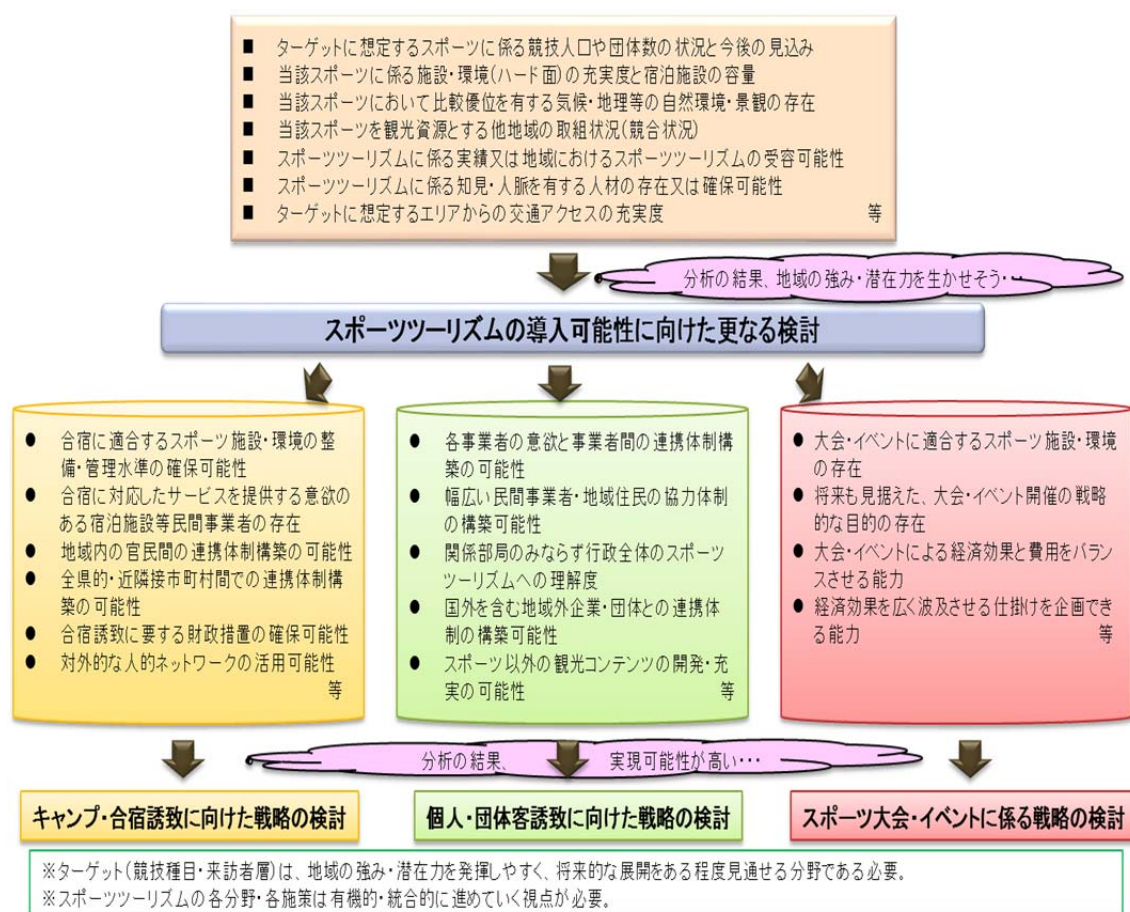
- (b) (a)以外のスポーツを楽しむことを目的とする個人・団体客を対象にするのか、
 - (c) (a) (b)双方を対象にするのか
 - ② (a)の場合、競技力向上を目的とする団体まで対象にするのか、スポーツを楽しむことを主目的とするサークル・同好会までを対象にするのか
 - ③ 前者の場合、日本代表クラスやプロ・社会人等の団体まで対象にするのか、大学・高校等の団体までを対象にするのか
 - ④ (b)の場合、スポーツを楽しむことを主な目的として来訪する個人・団体客を対象にするのか、スポーツは複数の観光目的の一要素に過ぎないとする個人・団体客を対象とするのか
 - ⑤ スポーツ大会・イベントの開催による、多数の選手・スタッフ及び観戦客の来訪まで対象にするのか
 - ⑥ 海外からの来訪者も対象にしていくのか
- といった点について、予め想定しておく必要がある。

これは、当該**想定によって**、スポーツ施設の整備・管理の水準、情報発信やプロモーションの方法、受入体制のあり方、官民の役割分担等、**スポーツツーリズムの推進に向けた具体の方策・対応が異なってくる**ためである。

さらに、将来的にありたい姿を想定し、その実現に向けてターゲットのうちどこから着手し、その成果を活かして次にどのターゲットに拡大していくかというように、**時間軸に沿った優先順位付けやターゲット間の関連性についても予め検討しておくことも重要**である。

なお、ターゲットとする競技種目については、併せて、地域のシンボル競技として、競技力向上等の地域スポーツ振興や地域活性化の取り組みの対象にも位置付けていくことも考えられる。

図表 3. 地域におけるスポーツツーリズムの導入可能性の検討（イメージ）



◆スポーツツーリズムの先進地域

長年スポーツツーリズムに取り組み、優れた自然条件や競技環境はもとより、受入のノウハウや経験が官民双方に蓄積することで一定の評価が得られているスポーツツーリズムの先進地域については、(a)スポーツツーリズム・エリアとしてのブランド力を更に高める観点や、(b)来訪客の季節的な偏在や地域間の偏在を踏まえ、スポーツツーリズムの効果を通年化・広域化させる観点から、培ってきたスポーツツーリズムに係るノウハウを活かして、活用されていないスポーツ資源の発掘とその商品化を図ること（横展開）も重要である。

例えば、温暖な気候を活かし冬季・春季の取り組みに重点化してきた地域では、海岸環境を活かして夏季のマリンスポーツをターゲット化する、良質な雪質を活かしウィンタースポーツに重点化してきた地域では、冷涼な気候を活かして夏季の山岳スポーツやサイクリング等をターゲット化することが考えられる。

もっとも、この場合でも、他地域と比較して当該地域に強みがあるスポーツ資源を選定することに留意すべきである。

◆スポーツツーリズムに取り組み始めた地域

スポーツツーリズムに取り組み始めた地域では、限られた諸資源の効率的な配分と出来るだけ早期に成果を発現させる観点から、(a)他地域と比較して当該地域に強みがあると判断するターゲットを選定する視点はもとより、(b)既に地域間で激しい競争状況にあって、高水準の施設整備やノウハウの蓄積が必要となるものをターゲットから外す視点も重要と考える。

また、ターゲットの設定後は、関連するノウハウの蓄積が十分でないため、(a)モニターツアー等を通じた商品化の可能性の検証と、検証結果を踏まえた受入体制のあり方、官民の役割分担、情報発信やプロモーションの手法等の検討を進めること、(b)スポーツツーリズムの先進地域の取り組みについて視察等により学習すること等を通じて、地域の実情に適合した仕組みを試行錯誤しながら着実に構築・改善していく必要があると考える。

(3) キャンプ・合宿の誘致

キャンプ・合宿の誘致の対象としては、

- (A) 競技力向上を目的とする日本代表クラス（ジュニアの強化選手団を含む）やプロ・社会人等の団体
 - (B) 競技力向上を目的とする大学・高校等の団体
 - (C) スポーツを楽しむことを主目的とするサークル・同好会
- に大別される。

(A の誘致について)

A については、スポーツ施設の整備・管理水準や宿泊施設の対応をはじめトータルとしての練習環境に満足してもらえると、優良な練習環境を変更することには慎重であるため、リピーター化（来訪時に次回来訪時のスポーツ施設や宿泊の予約まで行う場合もある）することが一般的である。また、A は、来訪時の選手・スタッフの消費単価が B や C に比べて高く、また、競技種目によっては、地域外からの観戦客による宿泊・消費が見込まれるとともに、新聞・テレビ等でキャンプ・合宿風景が報道されることで地域名や地域情報が全国に発信される効果もあるため、経済効果と情報発信の両面で地域活性化に大きく寄与する。

一方で、A の新規誘致と継続的来訪（リピーター化）を実現するためには、受け入れる地域側にはハード・ソフト両面にわたる相応の努力と工夫が不可欠となる。

例えば、スポーツ施設については、A が必要とする施設の整備・管理水準は高

く、また、使用方法についても特別な配慮が求められる。(a)施設整備では、厳しい財政状況の中で新規整備は困難であり、既存施設の改良・修繕により対応することが一般的と考えるが、要望を十分踏まえて可能な範囲の改良・修繕を計画的に進めていく必要がある。(b)施設管理(ex グラウンド、芝、設備等の維持管理)では、良好な練習環境を確保するために維持管理の専門人材を確保することが不可欠であり、必要に応じその養成を図る必要もある。また、(c)使用方法では、施設管理者の都合でなく来訪客のニーズ・利便性に合わせる必要があり、例えば、複数団体に同一日に同一施設を交代で使用させない、年末年始も対応できるように一年中いつでも使用可能とする、安全面から選手の動線を確保する等のきめ細かな配慮が求められる。

宿泊施設については、通常の観光客向けの寝泊まり機能を提供するのと異なり、来訪客の要望に応じたアスリート用の食事の提供、他の宿泊客との混乱を避けるための利用空間の分離、大量のユニフォームの洗濯対応等、Aの特性を踏まえたサービスを的確に提供できるノウハウが必要となる。

また、誘致活動については、Bにも共通するが、上記のようなトータルとして優れた練習環境をHPや紙媒体でPRすることはもとより、

- ① A同士のネットワークは濃密で、各団体のキャンプ・合宿情報に対するアンテナは高いため、受入実績を積み上げることで官民双方がハード・ソフト両面にわたる機能・能力を着実に高めていき、優良なキャンプ・合宿地としての評価と信頼を対外的に獲得すること(評価と信頼が確立すれば、誘致活動を行っていない団体からも来訪の相談が寄せられる場合もある)、
- ② 受入実績の積み上げの中で構築したキーパーソン・関係者とのネットワークを活用して、ターゲットとする団体のキーパーソンに直接プロモーションする機会を確保すること

の両面が重要である。さらに、競技種目によっては、キャンプ・合宿時に一定の競技レベルの団体との練習試合が可能であることが来訪の大きな誘因となる(キャンプ・合宿の集積が更なる集積を生む)ため、

- ③ 全県的に又は近隣接市町村間で連携して、同一の競技種目のキャンプ・合宿を重点的に集積させること
- も誘致活動に当たっては有効と考える。

加えて、キャンプ・合宿に係る相談・問合せの窓口をワンストップ化する、従前より来訪するAを成績の善し悪しに拘わらず優先的な施設利用を認める、練習環境に関するデメリット面も事前に伝えておく、地域の都合で交流会・スポーツ教室を無理にお願いしない等といったことも、Aの信頼を獲得しリピーター化に

繋げていく上で大切なことと考える。

なお、海外の A の誘致については、国内・海外の A の受入実績を積み上げることが重要なポイントとなるとともに、競技種目によっては、一定の競技レベルのチームが集積し練習試合をマッチメイクできる環境であることが大きな強みとなる。

◆東京オリンピックの事前合宿

東京オリンピックの事前合宿の誘致については、多数の地方公共団体が名乗りを上げ、関係者間で関連情報の収集・共有や誘致対策について検討を進めるために、庁内横断的な組織や官民連携組織を立ち上げたところ、大使館等にプロモーションを行っているところ等も散見されてきている。

今後、誘致対策について各地域で本格的な検討がなされ则认为るが、一般にこれまでキャンプ・合宿の受入実績を上げてきた地域が有利であると思われる中、事前に、(a) 地域において将来的にどのような効果を求めて誘致するのか、誘致の目的を明確化すること、(b) 東京オリンピック終了後において、(a) の目的を実現するためどのような対応を講じていくのか十分な検討を行うこと、(c) (a) (b) を前提に、地域の強みを勘案して、誘致の目標とする競技種目と対象国を明確化していくことが重要と考える。

(B 及び C の誘致について)

B 及び C については、A に必要なトータルとして優良な練習環境を提供できれば、誘致に当たって大きなセールスポイントとなることは当然だが、通常そのような高い水準の練習環境まで求められることはない。また、B 及び C の団体・競技者の総数は A に比して多いため、多数のキャンプ・合宿を誘致できれば、トータルとしての経済効果は大きくなる。

一方、B 及び C は交通費や宿泊費等の金銭的な負担力が一般に脆弱で、C は通常の観光に対するニーズも高くリピーター化が難しいと言われているため、A とは異なる対応が必要となる場合がある。

例えば、金銭的な負担力が脆弱な点では、(a) 誘致活動の重点エリアを交通アクセスがよく移動費が過大とならないエリアに絞り込み、(b) 延べ宿泊数が一定規模を超える団体に対する合宿助成金の支給、(c) スポーツ施設の使用料の軽減措置の導入等の対応が考えられる。さらに、C の通常の観光ニーズの高さの点では、自然、温泉、食、体験型旅行商品をはじめきめ細かな観光情報を提供することも大切である。

また、B 及び C の誘致活動では、(a) 受入実績の積み上げの中で構築したキーパーソン・関係者のネットワークの活用他、全国的なネットワークを有する地域の体育協会や競技団体からの相談・情報を収集・活用して、キーパーソンへのピンポイントでのプロモーション、大学等への直接訪問によるセミナーの開催、キーパーソンの視察招聘の実施等、直接的なプロモーションが効果的・効率的である。一方、B 及び C の団体数が多く直接的なプロモーションには限界があるため、(b) 地域全体の競技種目毎の施設概要、宿泊施設、医療施設等の合宿関連情報をまとめホームページ上で提供、キャンプ・合宿に係る相談・問合せに関するワンストップ窓口の設置、合宿関連情報のパンフレットを作成してキャンプ・合宿商品を取り扱う旅行会社を活用等、幅広く情報発信とプロモーションを行う必要がある。さらに、地方公共団体や観光協会だけで誘致活動を行うのではなく、(c) 既に来訪経験のある団体のリピーター化に向けては、宿泊施設による独自の営業活動も重要である。

加えて、(a) 全県的に又は近隣接市町村間で連携して、同一の競技種目のキャンプ・合宿を重点的に集積させることに加え、(b) 地域に全国大会でトップクラスの成績を上げる強豪校がある場合も、他地域から競技力向上を目的とした練習試合を行うためキャンプ・合宿に訪れる大きな誘因となることから、地域スポーツの振興を併せて強化することも考えられる。

(共通事項)

A、B 及び C に共通するが、(a) 長期・継続的に多数の受入実績を積み重ねることで、官民間双方が受入ノウハウを学習することを通じて来訪者の評判と信頼を獲得することや、キーパーソンとの独自の人的ネットワークを形成することができれば、他地域が容易にマネできない強みが構築されるものと考えられる。

さらに、(b) 地元大学と連携してアスリート専用の医療サービスや食事の開発、来訪者の競技力向上をサポートする指導者の配置や審判の手配、宿泊施設とスポーツ施設間の送迎サービス、練習試合のマッチメイクの支援等、独自の付加価値を提供することによって、一層の差異化を図っていくことも考えられる。

図表 4. キャンプ・合宿の誘致

OAの誘致と継続的な来訪を実現するためには、受入側ではハード・ソフト両面にわたる相応の努力と工夫が不可欠
OB及びCは、Aよりハード・ソフトへの要望は低いが、交通費や宿泊費等の金銭的な負担力が一般に脆弱で、Cは通常の観光に対するニーズも高くリピーター化が難しい



○重点ターゲットによって、ハード・ソフト両面のトータルな練習環境の水準、誘致活動の手法等に差異
○ノウハウの蓄積による来訪者の評判と信頼を獲得、人的ネットワークの形成、独自の付加価値の提供の重要性は共通

◆合宿助成金制度

キャンプ・合宿に係る助成金制度については、多くの地方公共団体において導入されてきているが、地域に及ぼす経済効果やブランド強化への寄与度の観点等から、助成対象団体にメリハリを付けることが重要であり、更に、助成金額を巡る過度な地域間競争の激化を避けるためには、競合する地域間で一定のルールを設定することを今後検討する必要もあるのではないかと考える。

(4) スポーツを楽しむことを主目的とする個人・団体客の誘致

キャンプ・合宿以外で、スポーツを楽しむことを主目的に来訪する個人・団体客については、

- (A) スポーツ専用のために整備・管理する施設を利用する、スキー・スノーボード、ゴルフ等の個人・団体客、
- (B) 主に行政が整備・管理する道路、海岸等を活用する、マラソン、サイクリング、マリンスポーツ、山岳スポーツ等の個人・団体客がある。

(A の誘致について)

A の誘致については、スポーツ施設の運営主体が、自らの持続的な利益を確保していくために、来訪客に対するサービス水準の向上（ex 施設の適切な維持管理・改修、各種プラン・イベントの企画、来訪客へのおもてなし、競技力向上に資する技術指導の提供や利用時間の延長等の利便性向上）を進めるとともに、独自に情報発信やプロモーションを行っていくことが第一である。

一方、個々の施設の運営主体の取り組みだけでは、他地域の同一施設との明確な差異化を図るには限界もあり、**地域全体で来訪客の利便性や地域の魅力を高める取り組み**を併せて進めていく必要がある。

このため、例えば、(a) 地域内の各スキー場で利用可能な共通リフト券の販売、各スポーツ施設と宿泊施設等の拠点間を結ぶ巡回バスの運行、スポーツ施設の日々の状況を宿泊施設等で提供などといった、地域内の関係事業者間の連携を強化する必要がある。また、個人の価値観が多様化する中、(b) アフタースポーツ対策として、又はスポーツを行わない家族等の同行者対策として、スポーツ以外の観光コンテンツを開発・充実していくことも必要であると考ええる。

なお、国内のスキーやゴルフの潜在顧客数がピーク時から減少していることを踏まえると、将来の来訪客の確保を含めた新たな需要創造の観点から、若年層への積極的な働き掛けを全国的視点で取り組むことも重要になってきていると考

える。

◆ 若年層の需要を創出する取り組み

㈱リクルートライフスタイルでは、若年層（18-22 歳世代を中心に 24 歳までをターゲット）に新たな体験機会を「無料」で提供することにより、新たな需要を創出しようとする取り組みを進めている。

これは特定の年齢に該当する人がサービスを無料で受けられるというもので、具体的には、19 歳でスキー場のリフト券を無料にする「雪マジ!」、20 歳でゴルフ場・練習場でのプレー料金が無料になる「ゴルマジ!」、同じく 20 歳で J1・J2 クラブの対象試合を無料で観戦できる「J マジ!」などがある。

この取り組みは、

- 「無料」という強くてシンプルなメッセージを「〇歳だけ」という特定の誰かに呼びかけることで情報過剰社会に「埋もれない情報」を届けている点
- 若年層は、SNS やスマートデバイスの浸透により、横（同年代）のロコミが強力になっている。「無料」ということが互いを誘いやすくしている点
- 若年層は、比較的時間はあるがお金がない。「無料」と引き換えに時間を使って「実体験」してもらえる点（情報過剰社会においては実体験が最も強い情報となる。）などがポイントとなっている。

過去 3 シーズン実施された「雪マジ!」を例にとってみると、賛同ゲレンデ数、登録人数、訪問回数ともに順調に数を伸ばしている。また、無料対象だった年齢の翌年以降、有料でも約 90%がスキー場へ来訪している。（2013-14 雪マジ! 20 会員対象調査）

近年、若年層の旅行離れに関し様々な指摘がされている。若年層が「どんな人」なのかを実態把握し、彼らを動かすために有効なアプローチを探るこれらの取り組みは大いに参考になろう。



出所：㈱リクルートライフスタイル HP

(B の誘致について)

B の誘致については、スキーやゴルフ等とは異なり大規模な専用施設の整備はあまり必要とはならないものの、主に行政が整備・管理する道路、海岸等を活用することとなるため、これらの**管理者との調整・協力が不可欠**であるとともに、**幅広く民間の積極的な協力・参画**を得て、**線的又は面的に魅力的な受入環境を整備**していく必要がある。

例えば、管理者との調整・協力の点では、例えば、マラソンやサイクリングについては、道路管理者や警察と協議の上、自然・景観を活かした推薦コースの設定、コース案内板の設置、道路の安全状況の確認、必要に応じた維持・修繕工事の実施等が、サーフィンなどマリンスポーツについては、海岸管理者と協議の上、推薦スポットの設定、トイレ・脱衣所、駐車場の設置等が必要となる。さらに、長距離サイクリングでは、県境を越えたサイクリングコースを設定することも考えられ、その場合には、都道府県同士の調整が必要となる。

また、民間の積極的な協力・参画の点では、例えば、サイクリストやランナーの休憩施設として沿道店舗等の民間施設の活用、来訪者・スポーツ用具の移動を担う交通事業者との連携、宿泊施設における自転車やサーフボード置場の設置、ボランティアによる沿道・海岸環境の美化活動、競技団体・NPO によるサーフィン教室の実施、スポーツ以外の観光コンテンツの開発・充実といったことが必要となる。

(共通事項)

A、B 双方の誘致に共通するが、地方公共団体や観光協会は、観光地域づくりの推進の観点から上述の民間による各種取り組みを促進・支援していくことが重要であり、(a)官民が緊密に連携・協力して構築するトータルとして優れた受入環境を訴求材料として、情報発信やプロモーションを行うことが効果的と考える。

また、スポーツを楽しむことだけで来訪目的が終了してしまうのではなく、地域経済への波及効果を高めていく観点から、(b)スポーツ目的の来訪を契機に、自然・景観や、温泉、食等を楽しむ通常の観光へと導くための仕掛けづくりを行うことも重要である。

さらに、(c)来訪客の隙間時間を埋めて長期滞在を促進する目的や修学旅行を誘客する目的で、スポーツを体験型観光コンテンツの一要素として活用する場合には、指導者の配置、必要な器具・道具類の貸出しサービスの提供、安全対策の更なる徹底が必要となってくる。

加えて、スポーツツーリズムに係る企画力や情報発信力を高める観点からは、(d) スポーツ関連企業をはじめ資金力と全国的なネットワークを有する地域内外の企業との連携・協力体制を構築していくことも重要である。

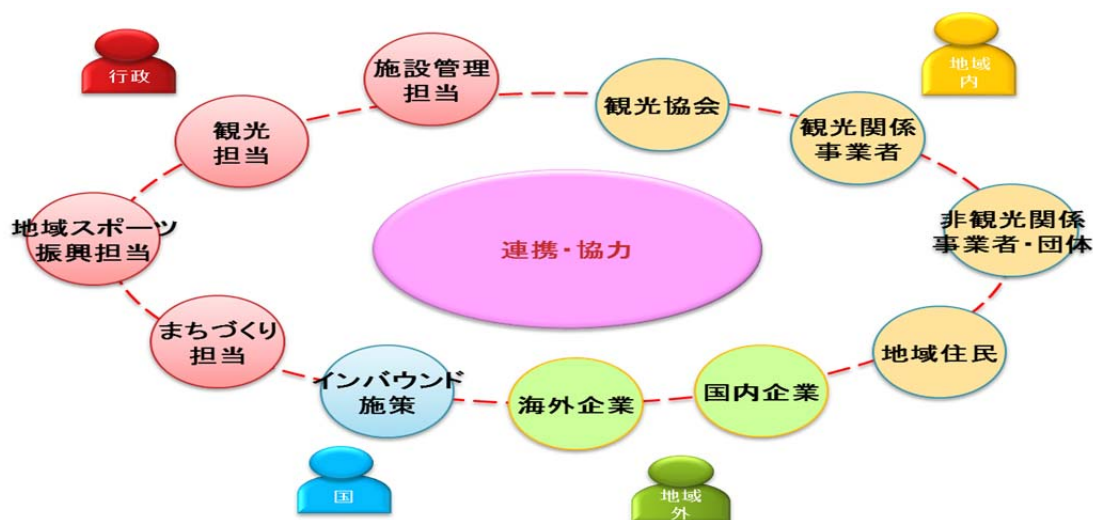
また、(e) ターゲットとするスポーツを地域スポーツ振興の面でも強化種目に設定する、当該スポーツ関連のショップの立地を誘導する等、当該スポーツをまちのシンボル化する取り組みを進めることも考えられる。

なお、これまで述べてきた官民双方の各種取り組みを優先順位付けしながら統合的・有機的に進めることは、関係者間の調整や働き掛けに多大な労力・時間を要するものとするが、官民が協働してこれらを速やかに実現できた地域が、競合する他地域との間で大きな差異化が図られることとなり、来訪客への訴求力が増すことになると思われる。

また、外国人旅行客の誘致（インバウンド）の観点からは、スキー・スノーボードであれば良質な雪質、ゴルフであれば冬でも温暖な環境、サイクリングであれば沿道の優れた自然・景観、国際的又は著名な大会・トーナメントの開催実績、チャーター便・フェリーによるアクセスの良さ等、(a) ターゲット国毎に訴求できるプレー環境を、県レベル又は国のビジット・ジャパン事業と連携しつつ訴求していくとともに、(b) パンフレット・マップや関連施設等における多言語対応やWi-Fi 環境の整備を図っていく必要がある。

さらに、(c) ターゲット国のスポーツや観光関連の外国企業と、情報発信や送客面に係る連携・協力体制を構築することや、(d) 地域に居住する外国人のネットワークを活用することも重要と考える。

図表 5. スポーツを楽しむことを主目的とする個人・団体客の誘致



(5) スポーツ大会・イベントの開催

スポーツ大会・イベントについては、観光振興の観点から、

(A) 国際的又全国規模のスポーツ大会・イベントを外から誘致するもの

(B) 地域自ら企画してスポーツ大会・イベントを開催するものがある。

スポーツ大会・イベントには、地方公共団体による開催支援金の支給や円滑な運営のために必要な受入環境の整備がなされる場合があることにかんがみ、その誘致・開催に当たっては、一過性の打ち上げ花火とならないよう、例えば、

- ① 地域外から来訪する選手・スタッフや観戦客の宿泊・消費といった経済効果を獲得することを主目的に誘致・開催するのか
- ② 選手・スタッフをはじめキーパーソンにスポーツ環境を体験し評価してもらうことや大会・イベントがマスコミに取り上げられること（情報発信効果）で、スポーツツーリズム・エリアとしてのブランド力を高め、以後のスポーツツーリズムに係る潜在来訪客に訴求力する目的で誘致・開催するのか
- ③ 短期的な経済効果や情報発信効果は見込まないが、スポーツツーリズムのターゲットとする競技種目の関係団体・キーパーソンとの関係の構築・深化を図り、将来的なスポーツツーリズムの発展に繋げることを目的に誘致・開催するのか
- ④ 上記複数の目的から誘致・開催するのか

等、当該大会・イベントが地域のスポーツツーリズムの進展に果たす戦略的な目的を明確化した上で、誘致・開催の意思決定をすべきと考える。

この点で、開催支援金制度を設ける場合には、スポーツツーリズムの効果的・効率的な進展に向けて、上記の目的を勘案した支給基準・優先順位付けの指針を設ける必要があると考える。

A については、高スペックのスポーツ施設・環境の存在、キーパーソンとのネットワーク、同規模の大会・イベントの開催実績、高度な受入体制の整備等、**高いハードルをクリアーする必要があるため、誘致を行うことができる地域は限定的にならざるをえない**と思われる。

一方、B については、A に比してハードルは低いものの、大会・イベントの**持続可能性や集客拡大**の観点から、(a) 将来的には地方公共団体の開催支援金に過度に頼ることにならないよう、可能な限り大会・イベントへの参加料金や地域内外の民間企業の協力金等により自立的な運営ができるよう努めるとともに、(b) 他地域の類似の大会・イベントと差異化された魅力的な大会・イベントとなるよ

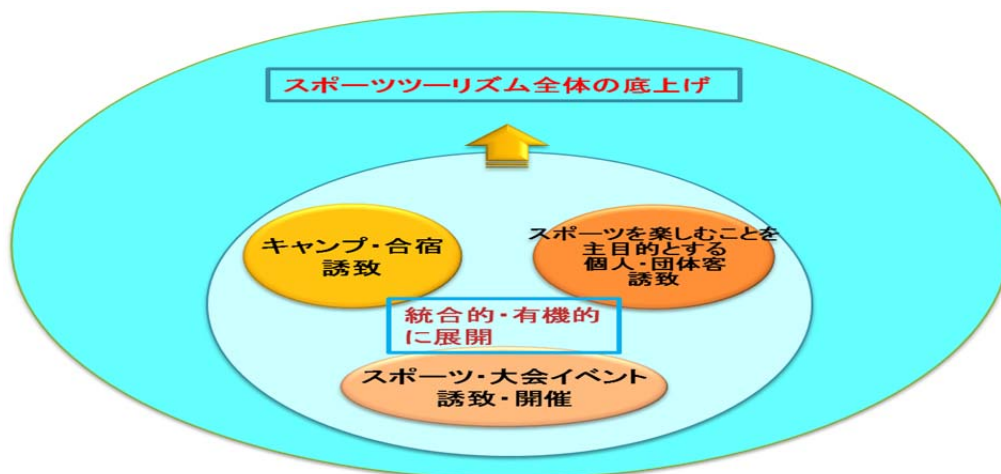
う、地域内外の民間の知恵の活用や他地域の取り組みの調査等を通じて、その企画内容を十分に磨き上げていくべきと考える。

さらに、各地域でマラソン大会をはじめ類似の大会・イベントが開催される中で、(c)他地域との差異化を図るため、また、記録を重視する海外選手をはじめ地域外からの来訪者を誘引するため、公認コースの認定を目指すことや、(d)短期間に近隣接都道府県で類似の大会・イベントが開催されている場合には、双方の大会・イベントの効果が十全に発現されるよう、関係地方公共団体同士で開催時期の調整を行うことが考えられる。

また、A 及び B に共通するが、大会・イベント（日本代表クラスやプロ・社会人のキャンプ・合宿を含む）の開催に当たっては、**地域への経済効果を広く波及**させる観点から、(a)地域外の選手や観戦客の誘致を促進する（ex 海外を含む旅行会社等との連携、前回参加者への案内メールの送付）とともに、(b)地域外の人客に対してホームページや冊子で通常の観光情報についてもきめ細かく提供することや、(c)会場周辺において地場製品の販売・PR を実施する等、参加・観戦するだけでなく可能な限り地域で宿泊・消費してもらう仕掛けを講じる必要がある。

加えて、スポーツ大会・イベントの開催とスポーツを楽しむことを主目的に来訪する個人・団体客の誘致など他のスポーツツーリズムの取り組みが、**相乗効果を発揮してスポーツツーリズム全体の底上げが図られるよう**、これらの取り組みを統合的かつ有機的に進めていく視点も重要である。

図表 6. スポーツ大会・イベント



◆相乗効果

例えば、大規模なスポーツ大会・イベントの誘致・開催や日本代表クラスやプロ・社会人等のキャンプ・合宿の誘致実績は、優れたスポーツ環境や受入能力の高さを伝える手段となり、スポーツツーリズム・エリアとして地域の知名度の向上と、トップアスリートが競技した施設又は地域で自分も競技したい、自然・風景を含めて優れたあのスポーツ環境で競技したいという来訪客を創出する効果が期待される（キャンプ・合宿した選手・団体が国際大会でトップクラスの成績を収めれば、よりその効果が期待される）。

しかしながら、こうした波及効果が発現していないのであれば、発現させる又は一層発現させるため必要な取り組みは何か、各取り組みをどのように有機的に関連づけるべきかを検討し、必要な対策を講じていく必要があると考える。

(6) 評価・改善と継承

観光政策の主要な柱の1つにスポーツツーリズムを位置付けその効果的・効率的な展開を進める地域では、受入実績の積み重ねと試行錯誤を通じたノウハウ・経験を蓄積していくことと併せて、各取り組みの実績及び各取り組み間の有機的な関係も含めた事後評価をきちんと行い、炙り出した課題の解決に向けて総合的に改善策を検討し、優先順位を付けながら改善策を実行していくことが重要である。

このため、評価・改善の前提として、日頃よりアンテナを高く張って**スポーツツーリズムの全国的な動向を収集・分析**する必要があり、例えば、全国的なネットワークを有する体育協会・各種競技団体やキーパーソンから定期・不定期に情報収集・意見交換を行うこと、スポーツツーリズムに係る商品を取り扱う旅行会社と意見交換すること、先進的な取り組みを進めている地域の視察を行うこと、スポーツツーリズムに係る研究会に出席すること等が考えられる。

その上で、**スポーツツーリズムの取り組みについて事後評価を行い、受入環境の質や情報発信・プロモーション手法を漸進的に改善**させていく必要がある。

具体的には、(a)来訪客とのコミュニケーションやアンケート調査によってハード・ソフト両面のニーズ・要望を把握し、地方公共団体の直接の担当者と関係部署間での情報共有と協議、関係民間団体・事業者への情報のフィードバックを通じて、官民双方が計画的に改善策を検討していく必要がある。

また、(b)自地域と他地域との取り組み内容と実績を比較することで自地域の取り組みを評価し、スポーツツーリズムの発展のためのポイントは何か、自地域の強い部分はどこで更に競争力を強化していくために何が必要か、自地域の弱い部分がどこで強くするためにどのような対応が必要か（対応が困難であれば、強

い部分を更に強化する又は新たな強みを生み出すために何が必要か)、ターゲットについて横展開できる余地があるか又は変更する必要があるか等、地域の実情を踏まえつつ検討することも重要と考える。

さらに、(c) スポーツツーリズムのマンネリ化を防止する観点からは、スポーツツーリズムに係る地域外の専門家との意見交換によって、評価を実効的なものに高めていくことも考えられる。

また、スポーツツーリズムの推進に当たっては、(a) 全国的なネットワークを有する体育協会・各種競技団体との緊密な連携・協力体制、来訪する団体・個人のキーパーソンとの人間関係、地域のプロスポーツチームや地元出身アスリートとの密接な人間関係といった、**人的ネットワークを構築・継承**していくことや、(b) 来訪客の受入実績の積み重ねにより、官民双方が**受入ノウハウを蓄積・継承**していくことが重要である。

このため、例えば、(a) スポーツツーリズムに係る情報の交換・共有を図るために官民連携協議会の設置、(b) 人事異動に伴う人的関係の途絶を防止するための措置（ex 複数担当者の配置、キーパーソンへの節目訪問）、(c) 関係地方公共団体と観光協会をはじめ民間団体・事業者とが役割分担して人的関係の維持に努めることが考えられる。

◆スポーツ施設に対する要望への対応

スポーツ施設に対する要望は、一般に、日本代表やプロ・社会人等の競技力向上を目的にキャンプ・合宿を行う団体から寄せられることが多いと思われる。

この点、対応を誤れば継続的な来訪を確保できないおそれがあり、要望が施設管理担当者に速やかに伝わり、スポーツツーリズム担当と施設管理担当が真摯に対応を協議できる連携体制を構築しておく必要がある。

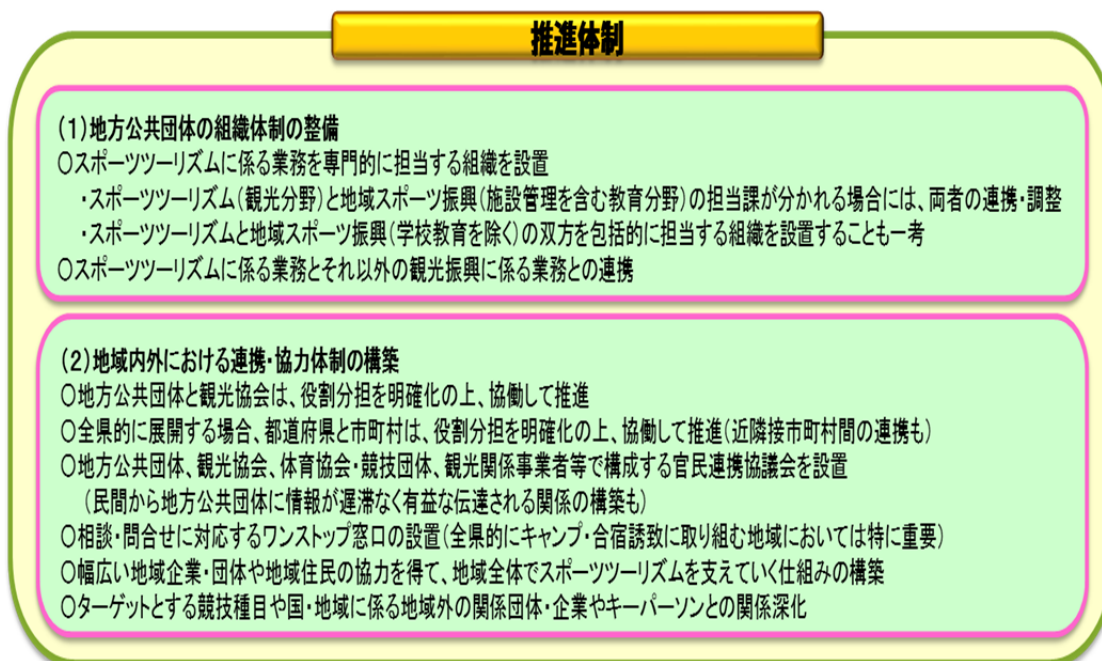
また、要望に対しては、スポーツツーリズムの発展における当該団体の重要度や、地域スポーツ振興への相乗効果の観点などを総合的に勘案して、直ぐにできることは速やかに対応し、時間を要する場合は優先順位を付けて計画的に対応していくことが必要である（もっとも、財政制約からできることとできないことを明確にすることも必要）。

さらに、スポーツ施設についても、今後老朽化対策が課題となると思われるが、施設の状態を適切に診断・把握した上で、長期的な維持管理計画を策定するとともに、グラウンド・芝の適切な管理といったソフト面についても、競技団体の協力を得ることを含めて人材の確保・育成が重要になると考える。

2. スポーツツーリズムに係る推進体制

推進方策の実現を支えるために必要な推進体制について、地方公共団体の組織体制及び地域における連携・協力体制の2点から整理する。

図表 7. 推進体制のポイント



(1) 地方公共団体の組織体制の整備

スポーツツーリズムを観光政策の主要な柱の一つに位置付け推進する地方公共団体においては、

- ① スポーツツーリズムの動向に関する情報の収集・分析能力を高め、機動的な誘致対策を講じるとともに、スポーツツーリズムに係る戦略や施策の構築・見直しを適時行う
- ② スポーツツーリズムの推進に必要な予算措置を的確に確保する
- ③ 地域内の関係地方公共団体と関係民間団体・事業者が定期的な情報の交換・共有を進めるとともに、地域が一体となった具体的な誘致対策や受入環境の整備に関する協力・連携体制を構築する
- ④ 地域外のスポーツツーリズムに係る団体・企業やキーパーソンとの円滑かつ継続的なコミュニケーションを確保する

こと等を、責任をもって実効的に実施していくために、スポーツツーリズムに係る業務を専門的に担当する組織として、課(ex スポーツ推進課)や係・班(ex 観光振興課スポーツ推進係)を設置することが適当である。

この点について、スポーツに関する業務が複数課に分かれている場合、例えば、地域外からスポーツを目的とする来訪者を呼び込むスポーツツーリズムに係る業務が知事部局の観光振興課に、地域住民の競技力向上や健康増進をはじめ地域スポーツ振興に係る業務が教育委員会のスポーツ課に、スポーツに関する業務の所管が分かれている場合には、後者がスポーツ施設の整備・管理や体育協会と競技団体との連絡・調整を所管しているため、スポーツツーリズムの推進に当たっては、**両課が緊密に連携・調整**を図っていくことが重要である。

一方、

- ① スポーツに関する業務が複数課に分かれていることから発生する調整手続きの手間と時間的コストや、関係課・担当者間のコミュニケーション不足を回避するとともに、スポーツツーリズムの推進に必要なハード・ソフト両面の対応を一体的・有機的に管理・実施する
- ② 地域スポーツ振興のみならず、観光振興の観点からも、地域の体育協会・競技団体と緊密な協力・連携関係を構築する
- ③ 地域内外のスポーツツーリズムに関する情報や人的ネットワークを一元的かつ幅広く集約する

こと等の効果を求めて、スポーツツーリズムに係る業務と地域スポーツ振興に係る業務（学校体育に関する業務を除く。）の双方を包括的に所管する、スポーツ推進課を知事部局に設置することも考えられる。

また、上記のいずれの組織体制であっても、スポーツツーリズムに係る業務とそれ以外の観光振興に係る業務について、一般に担当する課又は係・班が異なるものとするが、情報発信・プロモーションを一体的に行う、大会・イベントを物産の販売・PRで盛り上げる等、スポーツツーリズムの効果を観光振興全体に波及・拡大させていく観点から、**両者の緊密な連携**も必要である。

(2) 地域内外における連携・協力体制の構築

地方公共団体内で(1)の組織体制を整備した場合でも、(a)人員の制約（都道府県レベルでは全県的な対応が求められるため、特に制約は大）、(b)行政特有の内部事務に伴う機動的な活動の限界、(c)スポーツツーリズムの進展に伴う業務の拡大のために、地方公共団体単独でスポーツツーリズムに係る広汎な業務全体を実際に行うことは不可能であり、地域が一体となって連携・協力していかなければ効果的・効率的な取り組みは期待できない。

このため、**地方公共団体と観光協会が役割分担を明確化して協働**でスポーツツーリズムに取り組む必要があり、例えば、地方公共団体は、スポーツツーリズムの基本的な推進方策の企画・立案、行政のコミットメントが不可欠な団体への誘致活動の実施、行政関係部局との調整、主要なキーパーソンとのコミュニケーションの確保等を、観光協会は、情報発信・プロモーション等の具体の誘致活動の実施、観光関係事業者とのコミュニケーション等を実施する、というように両者の役割分担を定めて各自の役割を着実に実行するとともに、スポーツツーリズムに係る情報の交換・共有や具体の推進方策の検討を緊密に行うことが適当である。

また、**全県的にスポーツツーリズムを展開していく場合には、都道府県と市町村が役割分担を明確化して協働**で取り組む必要があり、例えば、都道府県（都道府県観光協会）は、海外をはじめ全県的なスポーツツーリズムに関する情報発信・プロモーション、国内外のスポーツツーリズムの動向に係る情報の収集・分析、都道府県のコミットメントが不可欠な団体への誘致活動、来訪者と市町村とのマッチング等を、市町村は、受入環境の整備やきめ細かなリピーター対策等を担うとともに、都道府県と市町村間で情報共有や意見交換を緊密に行うことによって、相互の活動を一体的・有機的に進めていくことが適当である。

加えて、同一の競技種目をターゲットとする**近隣接市町村間でも**、広域的なスポーツツーリズム・エリアとしての魅力向上の観点から、ソフト面での**連携や情報共有**を行うことが適当と考える。

さらに、地域が一体となった取り組みを促進するために、**地方公共団体、観光協会、体育協会・競技団体、観光関係団体・事業者等で構成する官民連携協議会を設置**し、官民の間で情報の交換・共有を行い、具体的な推進方策について検討する機会を定期的に設けることが適当である。なお、全県的にスポーツツーリズムの展開を行う場合には、地方公共団体間の連携も目的に加えて、都道府県官民連携協議会と市町村官民連携協議会をそれぞれ設置することが考えられる。

加えて、民間が入手した有益な情報が遅滞なく地方公共団体に伝達され、地方公共団体が迅速な誘致活動を行うことができるような官民間の関係を構築しておくことが重要である。特に、全国的なネットワークを有し、各種のキャンプ・合宿やスポーツ大会・イベントに係る情報が集まる体育協会・競技団体から、随時、当該情報について地方公共団体に伝達・相談がなされるよう、緊密な協力・連携体制を構築しておく必要がある。

加えて、観光振興全般で指摘されることだが、来訪者の利便性向上の観点から、地方公共団体又は観光協会内に、スポーツツーリズムに係る**相談・問合せ**に応じ

るワンストップ窓口を設置することも重要である。

特に、全県的にキャンプ・合宿誘致に取り組んでいる地域では、関係市町村から競技種目毎のスポーツ施設の概要と空き状況、宿泊施設等の情報を集約した上で、キャンプ・合宿を希望する来訪客からの相談に対する適切なスポーツ施設等の紹介・斡旋や、現地視察の問合せに対する対応、関係市町村との連絡・調整を包括的に行う、全県的なワンストップ窓口を設置することが、たらい回しにより貴重な機会を逸しないため、県内施設のキャパシティを最大限活用し県全体で取りこぼしを無くすためにも必要である。さらに、ワンストップ窓口では、地域内のキャンプ・合宿情報が集約されるため、練習試合のマッチメイク支援という新たな付加価値を提供することも可能となる。

また、スポーツツーリズムを持続的に発展させていくためには、幅広く**地域企業・団体や地域住民の協力を得て、地域全体でスポーツツーリズムを支えていく仕組み**を構築することも重要である。例えば、スポーツツーリズムの受入規模が拡大すると、キャンプ・合宿の来訪者と地元の競技団体の間でスポーツ施設の予約・利用を巡る競合が生じる、大規模なスポーツ大会・イベントに伴いスポーツ施設の周辺で交通渋滞が発生する等の諸課題が顕在化することがある。さらに、スポーツ大会・イベントの継続的な開催には地域企業等の協賛金を要する場合もあり、また、大規模なスポーツ大会・イベントの円滑な運営に向けた多数のボランティアの確保、リピーター確保に向けた地域全体による利便性の提供・おもてなし等も必要となる。加えて、大学との連携を深め、来訪する競技者に科学的知見から付加価値を提供する取り組みを進めることも考えられる。

このため、(a)地域住民に対して、HPや広報誌等でスポーツツーリズムに関する情報（地域活性化に果たす定量的・定性的な効果を含む）を適時提供する、(b)地域住民の競技力向上や健康増進といった地域スポーツの振興やスポーツを地域に根付かせる取り組みを併せて推進するなど、スポーツツーリズムに対する幅広い地域住民の理解を醸成するとともに、地域が一体となってスポーツツーリズムを支えていく機運を高めていく取り組みが不可欠である。

さらに、スポーツツーリズムの進展に大きな影響を与える、**ターゲットとする競技種目や国・地域に係る地域外の関係団体・企業やキーパーソンとの関係を深める必要がある**。例えば、(a)キャンプ・合宿や大会・イベントの開催地決定に影響力を有するキーパーソンとのネットワークを構築することや、(b)海外を含むスポーツや観光関係の企業・団体との提携関係を構築することが重要である。

第三章 観光地域づくり全般への含意

スポーツツーリズムについて大きな強みや将来の展望が見出せない地域では、限られた諸資源を他の観光分野に集中していくことが適当であろう。一方、第二章で整理したスポーツツーリズムのポイントは、詳細な戦術面を含めて、スポーツ以外の地域資源を活用した観光地域づくりを進めるに当たっても、重要な示唆を与える内容を含んでいる（例えば、第二章中のスポーツを、温泉、自然・景観、歴史・文化、体験・学習等に置き換えると、観光地域づくりへの新たなヒントが得られる）ものとする。

ここで、第二章で整理したスポーツツーリズムのポイントのうち、特に骨格的な事項をまとめると、

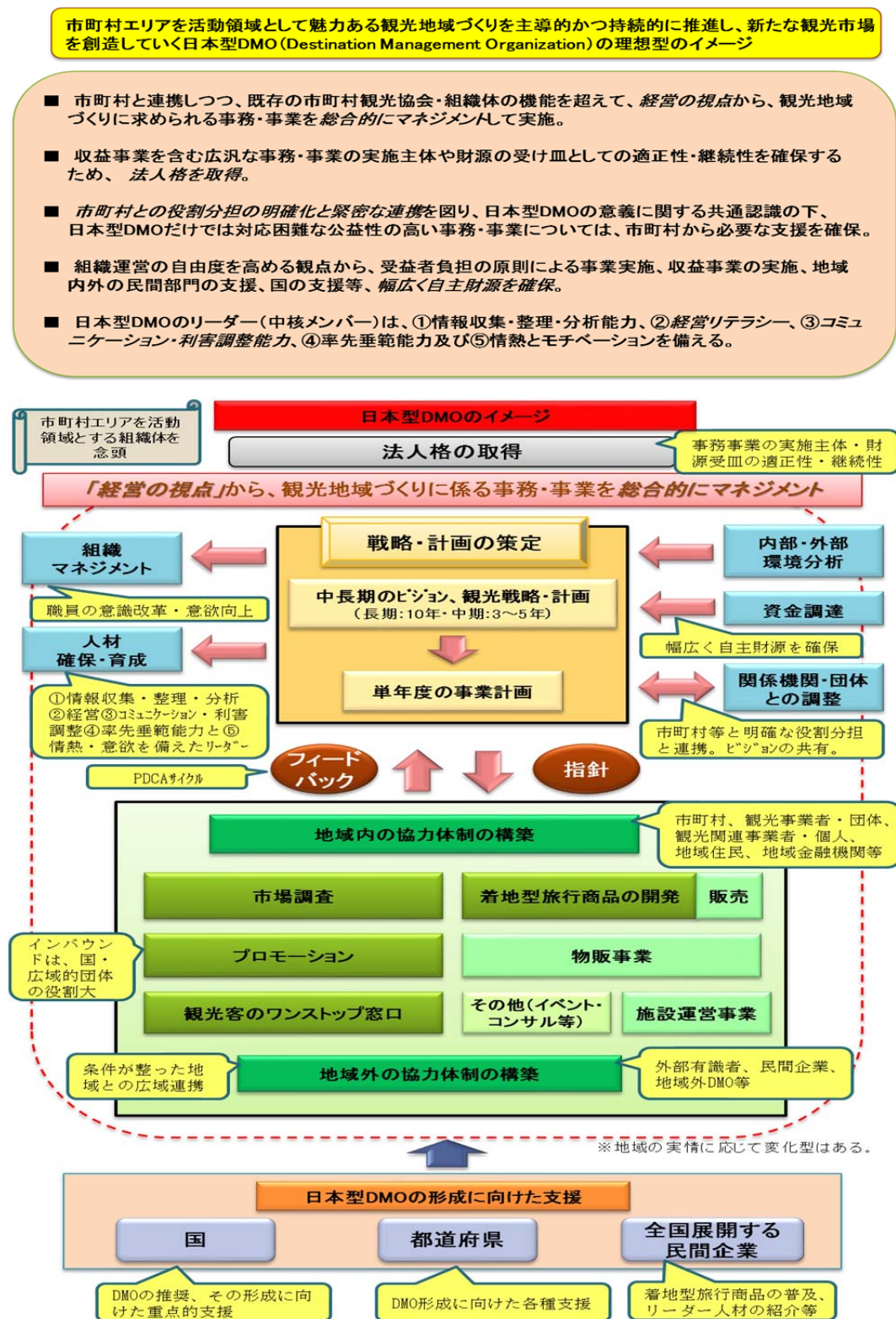
- ✚ 地域内の関係者間の連携・協力体制を構築し、官民の役割分担を明確にした上で、地域が一体となった取り組みを行うことが有効であること
- ✚ 内部・外部環境の情報を収集・分析の上、ターゲットを定めて、経済効果を効果的・効率的に発現させるために必要な施策を統合的・有機的に構築し、着実に実施すべきこと
- ✚ 施策の実施後は、各施策間の有機的な関係も含めた評価を行い、その結果を関係者にフィードバックし必要な改善を行う必要があること
- ✚ 取り組みの持続可能性を高める観点から、人材の育成・確保を図るとともに、行政の予算・人員にのみ頼ることがないようにすべきこと
- ✚ 人的ネットワークの形成をはじめ、地域外の関係者との連携・協力体制を構築すべきこと
- ✚ 対外的なワンストップ窓口を設置することが必要であること
- ✚ インバウンド対策については、地域における受入体制の整備と国又は都道府県レベルでの情報発信・プロモーションを有機的に進めることが有効であること
- ✚ 上記を総合的にマネジメントしていく推進体制を構築すべきことに要約できる。

上記事項については、スポーツツーリズムという特定の観光分野に限らず、観光地域づくり全般においても重要な観点であるとする。

これらの点については、(株)日本政策投資銀行において、「日本型 DMO の形成による観光地域づくり」(2014 年 2 月)等の報告書において、**経営の視点から、魅力ある観光地域づくりを主導的かつ持続的に推進し、新たな観光市場を創造していく組織として日本型 DMO (Destination Management Organization) の必要性について提言してきたところである。**観光地域づくりにおいて上記事項の重要性について認識されている、地方公共団体や観光関係団体の皆様におかれては、上記報告書をご参考の上、地域において日

本型 DMO の形成に向けて検討を進めることをご提案する。

図表 8. 日本型 DMO の概要



なお、(株)日本政策投資銀行としても、全国的なネットワークや観光関連調査等によって得られた知見を活用したコンサルティング等のサポートによって、地域における日本型 DM0 の形成に貢献して参りたいと考えている。

(参考)観光・スポーツに関連する既刊レポート

タ イ ト ル	発行年月
「地域のビジネスとして発展するインバウンド観光」 ～日本型 DMO による「マーケティング」と「観光品質向上」に向けて～	2013 年 3 月
スポーツを核とした街づくりを担う「スマート・ベニュー」 ～地域の交流空間としての多機能複合型施設～	2013 年 8 月
「日本型 DMO の形成による観光地域づくりに向けて」 ～「おもてなし」はもちろん、観光地域をマネジメントする「仕組み」をつくろう～	2014 年 2 月
アジアから見たスポーツツーリズムの可能性 ～アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査より～	2014 年 6 月
東京オリンピック期間中と期間後の全国のホテル需給環境を考える ～国内宿泊市場縮小傾向、訪日外国人客増加傾向で宿泊客層に大きな変化～	2014 年 6 月
欧米スタジアム・アリーナにおける「スマート・ベニュー」事例	2014 年 7 月
アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成 26 年度版） ～きめ細かなマーケティングと観光地のブランド化など、地域として戦略的な取り組み～ ～日本食をはじめ、「日本らしさ」を付加価値として持つ製品の海外展開との連鎖も～	2014 年 11 月

【執 筆】

松原 英憲（株式会社日本政策投資銀行 地域企画部参事役）
 内藤 貴子（株式会社日本政策投資銀行 地域企画部主任研究員）
 佐藤 賢志（株式会社日本政策投資銀行 地域企画部副主任研究員）
 瀬戸 隆一（株式会社日本政策投資銀行 地域企画部副調査役）

本レポートのご利用にあたって

本レポートの全文又は一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要です。
本レポートに関する問い合わせ等は、以下の連絡先までご連絡下さい。

【お問い合わせ先】

株式会社日本政策投資銀行 地域企画部

〒100-8178 東京都千代田区大手町 1－9－6

大手町フィナンシャルシティ サウスタワー

TEL： 03-3244-1100

FAX： 03-3270-5237

ホームページアドレス：<http://www.dbj.jp/>

