



JSTA JAPAN  
SPORT  
TOURISM  
ALLIANCE

---

---

# 平成26年度 事業報告書

---

---

一般社団法人  
日本スポーツツーリズム  
推進機構

# 目次



1. 事業一覧	2
2. SportAccord Convention 2014	8
3. マラソン & サイクリング ジャパン in 台湾	15
4. 第3回スポーツツーリズム・カンファレンス	34
5. SPORTEC 2014	38
6. 第3回スポーツツーリズム・コンベンション (スポーツツーリズム・コンベンション in 沖縄)	40
7. 第3回スポーツ振興賞	51
8. JSTAセミナー	59

# 1 事業一覧



月	日	活動	場所
4	7-11	Sport Accord Convention	トルコ アンタルヤ
	9	愛知県地域振興部政策課 大森様、成瀬様(大塚理事、高橋理事、事務局宮本)	JSTA 事務局
	17	山形県企画振興部企画調整課 三澤室長補佐(中山事務局局長)	JSTA 事務局
	21	第6回常任理事会	頤和園
	25	第1回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 AB
	25	第1回 JSTA セミナー 「2020年に向けたスポーツ行政の取組みとスポーツツーリズム ～これからのスポーツと日本再生～」(文部科学省スポーツ・青少年局競技スポーツ課長 坪田知広氏) 「メガスポーツイベント関連合宿誘致」(中山事務局局長)	共同通信会館 会議室 AB
5	14	講演:調子スポーツコミュニティセミナー「銚子でのスポーツツーリズムの可能性」(中山事務局局長)	銚子商工会館
	16	第2回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 AB
	16	第2回セミナー委員会 「アウトドアスポーツが拓くスポーツツーリズムの未来—耐久性スポーツとアクションスポーツの可能性—」(原田会長) 「みなかみ市の取り組みとスポーツ用品メーカーの戦略」(株式会社デサント 取締役 戸井田朋之氏) 「スポーツツーリズム商品としてのトレイルランニングの可能性」(トライランナー 鍋木毅氏)	共同通信会館 会議室 AB
	20	日本市民スポーツ海外交流会館 保原専務理事、比嘉理事(中山事務局局長、事務局宮本)	JSTA 事務局
	21	講演:栃木県セミナー「オリンピック・パラリンピックにおける合宿誘致について」(中山事務局局長)	栃木県
	26	第7回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
	29	三重県地域連携部スポーツ推進局 根本様(中山事務局局長)	JSTA 事務局
6	18	講演:岐阜県スポーツコミッション大会「スポーツツーリズムによる地域活性化」(青木理事)	グランヴェール岐阜山

月	日	活動	場所
6	23	第 14 回理事会	品川プリンスホテル オパール 17
	23	第 3 回通常社員総会	品川プリンスホテル トパーズ 15
	23	第 3 回 JSTA セミナー 「スポーツ観光政策について」(観光庁 スポーツ観光推進 室長 八木和広氏) 「日本のマラソンビジネスについて」(アシックスジャパン 松 下直樹氏) 報告:「Sport Accord Convention2014」(中山事務局長)	品川プリンスホテル トパーズ 15
	25	マラソン&サイクリングジャパン 2014	台湾 台北
	27-29	台北「日本の観光・物産博」	台湾 台北
7	3	講演:銚子スポーツコミュニティセミナー「銚子でのスポーツ ツーリズムの可能性 2」(中山事務局長)	銚子商工会館
	9	第 8 回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
	15-16	アドバイザー派遣:合宿受入れに関する現地調査及び意見 交換会(中山事務局長)	北海道名寄市
	18	第 2 回スポーツツーリズム全国連絡協議会	共同通信会館 会議室 AB
	18	第 4 回 JSTA セミナー 「2014FIFA ワールドカップブラジル大会から見るスポーツ ツーリズム」(原田会長) 「新しいスポーツ合宿ビジネス」(株式会社 R-Project 代表 取締役 丹埜倫氏) パネルディスカッション:テーマ「スポーツコミッション」 さいたまスポーツコミッション 副参与 矢作光広氏 愛知県地域振興部地域政策課 主幹 成瀬一浩氏 新潟市文化・スポーツコミッション 課長代理 古田賢氏 コーディネーター: 山下セミナー委員	共同通信会館 会議室 AB
	22	アドバイザー派遣:みえのスポーツ地域づくり推進事業、現 地視察及び意見交換会(中山事務局長)	三重県桑名市
	24	第 3 回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 B
	20-21	スポーツコンベンション誘致戦略構築検討委員会(中山事務 局長)	沖縄県
22	講演:平成 26 年度環境セミナー「オリンピックと環境、スポー ツツーリズム」(大塚理事)	東京区政会館	
22	第 4 回セミナー委員会	AP 浜松町	

月	日	活動	場所
8	22	第5回 JSTA セミナー 「東京マラソンのブランディング戦略」(東京マラソン財団 事業担当局長 早野忠昭氏) 「スポーツサイクリングガイド～サイクリング観光を正しくサポートするシステム構築に向けて」(日本サイクリングツアーガイド協会 理事長/愛媛県自転車新文化総合アドバイザー 渋井亮太郎氏) 報告:「マラソン&サイクリング・ジャパン 2014」(事務局小穴)	AP 浜松町
	24	講演:みやぎき東京オリンピック・パラリンピックおもてなしプロジェクト講演会「オリンピックと地域振興」(中山事務局長)	宮崎県
	24-25	アドバイザー派遣:みえのスポーツ地域づくり推進事業、現地視察及び意見交換会(事務局宮本)	三重県多気郡大台町
	28	講演:全国の自治体におけるスポーツ合宿誘致等の取組状況について(中山事務局長)	北海道局会議室
9	17	第9回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
	19	東北スポーツツーリズムセミナー(第6回JSTAセミナー) 「スポーツツーリズムによる地域活性化」(原田会長) パネルディスカッション:テーマ「東北におけるスポーツツーリズムの可能性」 河北新報社 営業本部営業企画室部長 児玉聡氏 タカミヤホテルグループ 代表取締役社長・蔵王観光協会 副会長 岡崎彌平治氏 ツールド三陸実行委員会・博報堂テーマプロジェクト推進局 局長代理 石井淳氏 コーディネーター:山下セミナー委員	仙台市戦災復興記念館
	25-26	講演:第55回全国スポーツ推進委員研究協議会「地域の魅力を活かすスポーツツーリズムの推進」(中山事務局長)	岩手県盛岡市
	26-28	ツーリズム EXPO ジャパン	東京ビッグサイト
	29	講演:原田会長	香川県高松市
	30	講演:スポーツツーリズム協会準備懇談会「スポーツと地域の活性化研究会議」(吉永監事)	佐野市中央公民館
	30-31	講演:原田会長	愛知県庁
10	2	第5回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 B
	6	パネルディスカッション:「冬季オリンピック・パラリンピック招致を考えるシンポジウム」(原田会長)	札幌市道新ホール
	6	北海道庁セミナー(原田会長、中山事務局長)	北海道庁

月	日	活動	場所
10	16	講演:原田会長	クラブ関西
	21	講演:「オリンピック等におけるキャンプ地誘致について」(中山事務局長)	埼玉県
	22	講演:原田会長	千葉県同友会
	23	第10回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
	31	第3回スポーツツーリズム全国連絡協議会	日本財団ビル
	31	第15回理事会	共同通信会館 会議室 AB
	31	第3回スポーツツーリズム・カンファレンス	日本財団ビル
11	5	パネルディスカッション:「やまなしオリンピック2014 観光フォーラム「スポーツの「力」で山梨を元気に～オリンピックによる地域活性化に向けて～」(原田会長、中山事務局長)	山梨県
	6	総務省自治大学校(中山事務局長、事務局宮本)	JSTA 事務局
	8	講演:盛岡圏広域8都市(原田会長)	岩手県盛岡市
	10	講演:三重県「東京オリンピック・パラリンピック」キャンプ誘致等推進本部第2回市町等連絡調整会「東京オリンピック・パラリンピックキャンプ地誘致について」(中山事務局長)	三重県庁
	11	講演:原田会長	東京商工会議所
	14	常任理事会・セミナー委員会合同会議	共同通信会館 会議室 B
	15	講演:中央区×早稲田(原田会長)	東京都中央区
	21	第7回 JSTA セミナー 「スノーリゾートの現状と今後の展開」(白馬村観光局 インバウンド担当 吉沢紘一氏) 「アスリートを活用した地域振興事例」(株式会社スポーツビズ 代表取締役 山本雅一氏)	共同通信会館 会議室 AB
	21	講演:平成26年度長崎県スポーツツーリズム人材育成研修会「スポーツによる地域活性化について」(山下セミナー委員)	長崎県美術館ホール
	22	講演:かながわ移動観光大学「オリンピックと観光産業のしくみと人の動きを理解する」(中山事務局長)	横浜情報文化センター
12	3	スポーツコンベンション誘致戦略構築検討委員会(中山事務局長)	沖縄県

月	日	活動	場所
12	5	第8回 JSTA セミナー (SPORTEC 共催) パネルディスカッション:「スポーツツーリズムによる地域活性化」 観光庁 観光地域振興課地域競争力強化支援室長 伊藤嘉規氏 文部科学省 スポーツ・青少年局競技スポーツ課長 坪田知広氏 吉永監事 コーディネーター:山下セミナー委員 講演:「スポーツイベントと地域創成」 「これからの日本が目指すスポーツイベント招致戦略」(公益財団法人日本オリンピック委員会理事・広報専門部会長 藤原庸介氏) 「メガ・スポーツイベント招致に向けて:札幌市の戦略」(札幌市 観光文化局スポーツ担当局長 二木一重氏) コーディネーター:原田会長 指定討論者:大塚理事	東京ビッグサイト
	6-14	INTERNATIONAL SPORTS CONVENTION GENEVA2014 他(原田会長、中山事務局長)	スイス他
	17	日本工学院八王子専門学校スポーツ観光専攻(原田会長、中山事務局長)	JSTA 事務局
	17	講演:2020年東京オリンピック・パラリンピック事前合宿誘致講演会「競技別誘致のポイント」(鈴木セミナー委員)	静岡県静岡市
	18	講演:第2回岩手県スポーツツーリズム推進連絡会議「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた事前キャンプ誘致の取組について」(中山事務局長)	岩手県盛岡市
	22	第11回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
1	21	第8回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 AB

月	日	活動	場所
1	21	第9回 JSTA セミナー テーマ:「キャリアが取り組むスポーツツーリズム」 「”サイクルトレイン””Station Ride in 南房総” ～JR 東日本の事例～」(東日本旅客鉄道株式会社 千葉支社事業部 地域活性化プロジェクト 副課長 利渉敏江氏) 「”CYBUS”サイバス サイクリングバスツアー～国際興業の事例～」(国際興業株式会社 トラベルサービス部部長/グループ営業部部長 飯田次郎氏) テーマ:「欧州におけるスポーツツーリズム《視察報告》」 「スイス・ツエルマットに学ぶ山岳リゾート」(中山事務局長) 「ジュネーブ 2014 ～ヨーロッパのスポーツビジネス最新情報～」(原田会長)	共同通信会館 会議室 AB
	29	第12回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
	31	講演:新潟市文化・スポーツコミッションフォーラム(原田会長、中山事務局長)	新潟県新潟市
2	3	スポーツコンベンション誘致戦略構築検討委員会(中山事務局長)	沖縄県
	13	講演:「ジャパングolfフェア 2015」(原田会長)	東京ビッグサイト
	20	第9回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 AB
	20	第10回 JSTA セミナー 「スポーツイベントを通じたまちづくり」(一般社団法人ウイズスポ 代表理事 中島祥元氏) 「栃木県が目指すスポーツツーリズム」(作新学院大学 准教授 小山さなえ氏)	共同通信会館 会議室 AB
3	2	講演:スポーツと地域の活性化に関する研修会「国際大会・合宿誘致による地域活性化について」(中山事務局長)	北海道庁
	3	第3回スポーツ振興賞	弘済会館
	12-14	スポーツツーリズム・コンベンション in 沖縄	沖縄県市町村自治会館
	13	第4回スポーツツーリズム全国連絡協議会	沖縄県市町村自治会館
	18	第16回理事会	共同通信会館 会議室 AB
	25	佐賀県調査研究会(原田会長、中山事務局長、事務局宮本)	佐賀県嬉野市
	27	講演:北海道ゴルフ観光協会設立記念フォーラム「日本のスポーツツーリズムの今後と可能性」(原田会長)	北海道札幌市
	28	講演:南房総地域におけるスポーツ観光セミナー「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の成功に向けた地域への期待」(原田会長)	千葉県館山市

## 2 | Sports Accord Convention 2014



### ★スポーツアコードとは？



旧称：GAISF(国際競技団体総連合)

#### ※メンバー

- ・93国際スポーツ団体【IF】
- ・16関係団体  
英連邦大会、欧州放送連合、マスターズゲームス、地中海大会、軍隊スポーツ大会、マインドスポーツ、パラリンピック、スペシャルオリンピックス、大学スポーツ連合、スポーツ施設、スクールスポーツ、ワールドゲームス 等

- ・国際オリンピック委員会 (IOC) 承認団体
- ・国際スポーツ競技団体 (IF) や、教育・科学・技術的な側面でスポーツに貢献している国際組織等が加盟
- ・世界のスポーツ保護、情報共有、協力強調が目的
- ・役員は、夏季オリンピック競技団体連合・冬季オリンピック競技団体連合・IF選出IOC委員・スポーツアコードの独立協会メンバー、上記以外から選出される
- ・SportAccord Convention・IF Forum 等の国際会議とともに、新しいスポーツの切り口の総合競技大会をプロデュースしている。  
例：World Combat Games/World Urban Games/World Mind Games/World Beach Games  
World Artistic Games

# スポーツアコード



FULL AND ASSOCIATE MEMBERS  
All over the world

Specialized in the umbrella organization for Olympic and non-Olympic international sports federations as well as organizers of international sporting events. Our mission is to UNITE and SUPPORT our members.



## ★スポーツアコードコンベンション開催実績



※1999年旧称GAISF総会(大阪)

- 第1回(2003年5月12日~17日)マドリード(スペイン)
- 第2回(2004年5月15日~20日)ローザンヌ(スイス)
- 第3回(2005年4月16日~20日)ベルリン(ドイツ)
- 第4回(2006年4月3日~7日)ソウル(韓国)
- 第5回(2007年4月23日~27日)北京(中国)
- 第6回(2008年6月2日~6日)アテネ(ギリシャ)
- 第7回(2009年3月23日~27日)デンバー(アメリカ合衆国)
- 第8回(2010年4月26日~30日)ドバイ(アラブ首長国連邦)
- 第9回(2011年4月3日~8日)ロンドン(イギリス)
- 第10回(2012年5月21日~26日)ケベックシティ(カナダ)
- 第11回(2013年5月26日~31日)サンクトペテルブルグ(ロシア)
- 第12回(2014年4月6日~11日)ペレク/アンタルヤ(トルコ)
- 第13回(2015年4月19日~24日)ソチ(ロシア)



.....  
第17回(2019年) )東京にて開催見込

## ★スポーツアコードコンベンション2014の参加目的



### JSTA代表としての参加～2012年ケベックに引き続き参加

- ・スポーツ団体、スポーツイベント誘致・開催都市等とのネットワーキングによる情報収集
- ・世界のスポーツ界の動向把握

### 日本スポーツ振興センター(JSC)とJSTAとの共同ブース出展

・2020東京オリンピック・パラリンピックの開催決定に伴い、その他日本開催の国際総合競技大会・世界選手権大会の組織委員会に協力を求め、国際スポーツイベント開催の適地としてのイメージを発出するブースデザインとした。

2014世界卓球団体、2017札幌冬季アジア大会、2019ラグビーワールドカップ、その他日本のスポーツツーリズムシーン。



## ★スポーツアコードコンベンション 規模



	2013サンクトペテルブルク	2014ベレク/アンタルヤ
参加エントリー数	2,354	1,636(初参加者:410)
参加者国籍数	58	78
参加組織数	912	未発表
ブース出展数	92	85
参加国際スポーツ団体	107	未発表
参加都市	115	未発表
メディアエントリー数	360	未発表
その他、話題	・2020年オリンピック・パラリンピック立候補都市プレゼンテーション ・夏季オリンピック実施競技の絞り込み ①レスリング ②野球・ソフトボール ③スカッシュ	・2016リオオリンピック競技会場準備の遅れ対策 ・開催地への波及効果【PwC調査】 経済効果: US\$3.85M (内参加者直接消費: US\$2.25M 間接消費: US\$1.59M)

★スポーツアコードコンベンション2014会議概要  
(IOC理事会・競技団体会合以外)



4月7日 LAWACCORD PROGRAMME 'LEAGAL CHALLENGES FOR INTERNATIONAL SPORTS ORGANISATION'		
S1	Host Agreements	イベント開催都市と競技団体(IF)の契約時における課題共有。リスク分担について。
S2	Insurance	イベント保険の適用範囲と経費についてはイベントのグローバル化により関心が高まっている。リスクを完全に排除することはできないが、軽減することは保険によって可能。
S3	Competition Rules, Event regulation and Disciplinary Procedured	競技規則、大会規則の変更とそれを実施する際の法的手続きが重要でその業務が増大している。こういった変更は同時に、競技用具、種目、競技方法でも課題となっている。競技団体側物事の変更について抵抗をしめすことが多いが、変化を促す契機となるものが必要。たとえば、ドーピング問題や事故のような不幸な事例。
4月8日 City-to-City –Networking Session Exclusively for City Participants		
	What does cities expect from events and how do we measure their impact?	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都市はなぜイベントを誘致したいのか？</li> <li>・イベント開催によって期待される投資効果は何か？</li> <li>・イベント開催波及効果は経済効果だけか？</li> <li>・開催都市は競技団体(IF)から十分な情報を共有しているか？</li> </ul>
	CITY-TO-CITY Planning Session	2015年からSportAccord Conventionが拡大されることもあり、参加都市向きのセッションについて従来のスタイルからの変革を目指している。
	Pwc Interactive Forum	LON2012, Sochi2014 のレガシー

★スポーツアコードコンベンション2014会議概要  
(IOC理事会・競技団体会合以外)



4月8日 CITY FORUM PROGRAMME 'SPORT'S NEW FRONTIER'		
	MAJOR EVENT OBJECTIVES	2014年に英連邦大会とゴルフライダーカップを開催するスコットランドの事例を共有。経済的および社会的目標の達成にメジャーなスポーツイベントが寄与するか？担当者(講演者)曰く、イベントはメダルやスポーツの成績上の成果以上に、投資と経済成長・再生の原動力となり、地域が文化的・経済的・社会的にも適切な状態を保つ事を望んでいる。競技団体・コーチ・クラブ・コミッティーが持続的なレガシーを引き継いでもらえる自信がある。
	SHARING THE BIDDING PROCESS & RESPONSIBILITIES	メジャーなイベントの招致は近年経費が分かり複雑化しており、招致しようとする国々で負担となるものを軽減しようとする動きがみられる。
	EVENT WATCH: THE 1 <sup>st</sup> EUROPEAN GAMES	アゼルバイジャンのスポーツイベント誘致の動きは顕著であり、2015年に初めて欧州大会を開催することになった。政府のユース&スポーツ省大臣であり、バクー組織委員会CEOから計画を聞く。
	ESTABLISHING NEW MARKETS	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国際的スポーツイベントが新興国で開催されることは、将来その他のイベントを開催する候補地として見られることになる。開催国・開催都市として信頼されるには何かが必要で、イベント誘致マーケットに参入するにはどうすべきか？を話し合う。</li> <li>・開催国・開催都市で可能な事の明確化、そのイベントを誘致するタイミングが重要であり、競技施設情報だけでなく、社会が必要とするすべてのものを提供する必要がある。</li> <li>・FIBA(国際バスケット連盟)が力を入れている3x3は、新しいマーケットを開発する有用な資源をとらえている。</li> <li>・2国共同開催は簡単ではなく、社会的・経済的要素の相違が課題となる。また招致成功したとしても、成果の分配が平等にされない状況となる。</li> <li>・考慮すべき目標: ①経済波及効果 ②国際的認知度向上 ③国内・国際マーケット動向 ④都市の居住性</li> </ul>
	HITTING NEW TARGET AUDIENCES	フランスペースのFISE Action Sports(若年層の参加者と観客をターゲットとしているが、欧州以外のマーケットへの進出(モロッコ・コスタリカ・アルジェリア・UAE・イタリア)も成功している。ニュースポーツであるAction Sportsを誘致することによって、開催都市が新しいターゲットを獲得することができる。

★スポーツアコードコンベンション2014会議概要  
(IOC理事会・競技団体会合以外)



4月9日 CONFERENCE PROGRAMME 'SPORT'S NEW FRONTIER'

OLYMPIC ROUD UP....	Around The Rings誌の朝食会。リオ情報。
GRINDING THROUGH THE GEARS: THE CHALLENGE OF RESTORING CONFIDENCE IN INTER'L ICYCLING AND LESSONS FOR THE SPORTING FAMILY	ドーピング問題によって組織を再編し、IFとしてのガバナンス能力と評価を とり戻そうとしている国際自転車競技連盟(UCI)の新会長の講演。
A WOMEN'S WORLD: THE JOURNEY TOWARDS SPORTING EQUALITY	スポーツ界における女性の地位向上・公平性の確保について。 競技・メディア・スポンサー投資・NF・IFにおける役員の分野から。
THE NEW FACE OF LEADERSHIP	競技団体幹部の若返りが顕著であるので、彼らの展望を聞く。
THE RULBREAKERS AND GAME CHANGERS	成功しているスポーツは、変化する嗜好や外部環境に順応して継続的に変 革を実施している。TV放送向けルール改正多い。最近ではSNS等のデジタ ルコミュニケーションツールも考慮する必要がある。

9

★スポーツアコードコンベンション2014会議概要  
(IOC理事会・競技団体会合以外)



4月10日 CONFERENCE PROGRAMME 'SPORT'S NEW FRONTIER'

SPORTSBUSINESS BREAKFAST	SportBusiness誌の朝食会
RE-DISCOVERING THE SOUL OF SPORT:A PREFERENCE FROM 007 TO THE INNER CITY	Freerunningの提唱者であるSebastian Fourcanの講演。 「007カジノロワイヤル」(2006)に出演。
YOUTH CLUB	・オリンピックを視聴する平均年齢は50歳。若年層のスポーツ離れは著しい。 ・SNSが若年層にアプローチするツールとなるので、競技者は正しい運用方 法を学ばねばならない。 ・若年層がスポーツに接触する機会の創出。 ・学習・家族・スポーツ・トレーニングのバランスが難しい。競技団体はこのバ ランスをもっと考慮すべき。
THE INTEGRITY ISSUE	スポーツの完全性・高潔性を如何に護るか。

10

## スポーツアコードコンベンション2014 (国・都市参加リスト)



- |                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|
| ①Aalborg(デンマーク)              | ⑳Malmo(スウェーデン)               |
| ②アムステルダム(オランダ)               | ㉑マレーシア                       |
| ③オークランド(NZ)                  | ㉒マルタ                         |
| ④ボストン(USA)                   | ㉓メルボルン(オーストラリア)              |
| ⑤釜山(韓国)                      | ㉔新台北(台湾)                     |
| ⑥カルガリー(カナダ)                  | ㉕Odense/Funen(デンマーク)         |
| ⑦カーディフ(ウエールズ)                | ㉖ケベック(カナダ)                   |
| ⑧Aarhus(デンマーク)               | ㉗Randers, Mid-Jutland(デンマーク) |
| ⑨ベルリン(ドイツ)                   | ㉘リノ・レイクタホ(USA)               |
| ⑩コペンハーゲン(デンマーク)              | ㉙ロッテルダム(オランダ)                |
| ⑪ダブリン(アイルランド)                | ㉚ソウル(韓国)                     |
| ⑫Eindhoven(オランダ)             | ㉛ストックホルム(スウェーデン)             |
| ⑬Esbjerg(デンマーク)              | ㉜ハーグ(オランダ)                   |
| ⑭Frederikshavn(デンマーク)        | ㉝東京-JSTA・JSC                 |
| ⑮イエテボリ(スウェーデン)               | ㉞ユトレヒト(オランダ)                 |
| ⑯Herning(デンマーク)              | ㉟スイス                         |
| ⑰Jamtland Harjedalen(スウェーデン) | ㊱バクー(アゼルバイジャン)               |
| ⑱ローザンヌ(スイス)                  | ㊲カザン(ロシア)                    |
| ㉒リバプール(UK)                   | ㊳南京(中国)                      |
| ㉓マカオ(中国)                     | ㊴カタール                        |
- ※今回のブース数: 85

11

## ★The 2014 Global Sports Nation Index 国別スポーツイベント開催ランキング



### 【2009～2020】

順位	+/-	国名
1	+1	ロシア
2	+2	カナダ
3	=	イギリス
4	-3	中国
5	+2	USA
6	-1	イタリア
7	-1	ドイツ
8	+1	ブラジル
9	+1	韓国
10	-2	フランス

### 【2009～2014】

順位	+/-	国名
1	=	中国
2	+4	ロシア
3	-1	イタリア
4	-1	イギリス
5	-1	カナダ
6	-1	ドイツ
7	=	フランス
8	+2	オランダ
9	+3	スペイン
10	-2	USA



### 【2015～2020】

順位	+/-	国名
1	=	ロシア
2	+4	USA
3	=	カナダ
4	+1	イギリス
5	-3	ブラジル
6	+6	日本
7	+1	韓国
8	-4	中国
9	+2	ドイツ
10	+7	オーストラリア

※2009～2020に開催されもしくは開催予定の90競技450以上のスポーツイベント(国際総合競技大会と世界選手権)から算出。単一競技の大陸別選手権は除くが、アジア大会等の大陸別総合競技大会は含む。2014年4月1日発表。

出典: Sportcal ~ Sport Marketing Intelligence (UK)

12



### 3 | マラソン&サイクリング ジャパン in 台湾



- 日 時:平成26年 6 月 25 日(水)14 時30分～17時30分
- 場 所:リージェント台北(台北晶華酒店)3階 台北市中山北路 2 段 39-3
- 主 催:観光庁、一般社団法人スポーツツーリズム推進機構(JSTA)
- 協 力:日本政府観光局(JNTO)、公益財団法人日本陸連、  
公益財団法人日本サイクリング協会、公益財団法人日本トライアスロン協会
- 来場者数:130 名(旅行会社、業界関係者、メディア、一般)
- 出展大会:

#### <マラソン大会>

- ・新潟シティマラソン
- ・神戸マラソン
- ・奈良マラソン
- ・香川丸亀国際ハーフマラソン
- ・鳥取マラソン
- ・長野オリンピック記念長野マラソン
- ・高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン
- ・富山マラソン
- ・金沢マラソン

#### <サイクリング大会>

- ・ツールドフランスさいたまクリテリウム
- ・サイクリングしまなみ

#### <競技団体・メーカー>

- ・アシックス

# マラソン&サイクリング・ジャパン 2014



## 実施概要

**名称：**Marathon & Cycling JAPAN 2014

**日程：**平成26年6月25日(水)14:30~17:30

**開催地：**台湾・台北市内ホテル

**主催：**観光庁、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)

**協力：**

公益財団法人交流協会、日本政府観光局(JNTO)、  
公益財団法人日本陸上競技連盟、公益財団法人日本サイクリング協会、  
公益社団法人日本トライアスロン連合

**セミナー参加者：**

約130名(旅行業界関係者、マラソン・サイクリング愛好者、現地メディア)

**プログラム内容：**

・日本のマラソン・サイクリング大会の台湾側に向けたプレゼンテーション  
・交流/商談会

**2014年 訪日外客数(総数)**

※本表で、連年の月別・市場別の推移が確認できます。率は前年同月比を表しています。

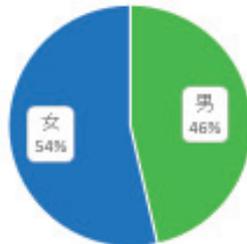
単位：人数(人)、率(%)

	1月	率	2月	率	3月	率	4月	率	5月	率	6月	率	累計	率
総数	944,009	41.9	880,020	39.6	1,050,559	46.6	1,231,471	54.2	1,097,200	48.0	1,057,100	46.2	6,260,400	27.4
アジア計	766,333	33.6	722,393	31.7	823,804	36.0	908,223	39.7	803,300	34.5	767,100	33.0	4,290,000	18.2
韓国	255,517	11.2	231,503	10.1	192,078	8.4	193,998	8.4	195,300	8.4	207,800	9.0	1,276,000	5.4
中国	155,805	6.8	138,236	6.0	184,064	8.0	190,558	8.3	165,800	7.1	174,900	7.5	1,008,200	4.3
<b>台湾</b>	<b>196,923</b>	<b>8.6</b>	<b>191,235</b>	<b>8.4</b>	<b>208,610</b>	<b>9.2</b>	<b>257,894</b>	<b>11.2</b>	<b>282,000</b>	<b>12.1</b>	<b>254,300</b>	<b>10.8</b>	<b>1,292,000</b>	<b>5.4</b>
香港	63,903	2.8	64,808	2.8	64,482	2.8	79,357	3.4	70,700	3.0	78,100	3.3	421,000	1.8
タイ	27,161	1.2	34,334	1.5	71,122	3.1	99,396	4.3	62,300	2.6	36,300	1.5	330,600	1.4
シンガポール	10,886	0.5	10,370	0.4	16,378	0.7	18,662	0.8	18,300	0.8	23,300	1.0	97,800	0.4
オーストラリア	1,961	0.1	14,100	0.6	23,372	1.0	25,166	1.1	22,600	1.0	17,000	0.7	116,200	0.5
インドネシア	7,179	0.3	6,707	0.3	14,302	0.6	16,946	0.7	14,800	0.6	15,700	0.7	75,400	0.3
フィリピン	9,181	0.4	7,495	0.3	12,709	0.5	29,721	1.3	19,300	0.8	18,400	0.8	91,800	0.4
ベトナム	6,707	0.3	7,419	0.3	11,145	0.5	17,869	0.8	7,800	0.3	8,500	0.4	58,600	0.2
インド	6,867	0.3	4,983	0.2	8,892	0.4	7,440	0.3	8,900	0.4	7,400	0.3	43,800	0.2
イスラエル	574	0.0	573	0.0	2,200	0.1	3,469	0.1	1,823	0.0	7,400	0.3	17,800	0.0
トルコ	1,287	0.1	858	0.0	1,043	0.0	1,861	0.0	473	0.0	1,400	0.0	7,400	0.0

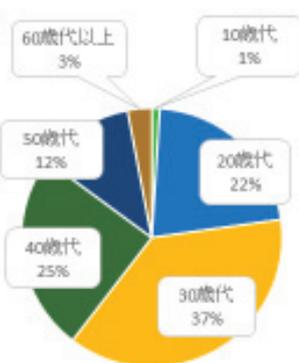
台湾は、前年同月比12.0%増の254,300人で、  
 2013年2月より17か月連続で各月の過去最高を更新している。  
 (2014年6月発表)

## 台湾訪日客アンケート

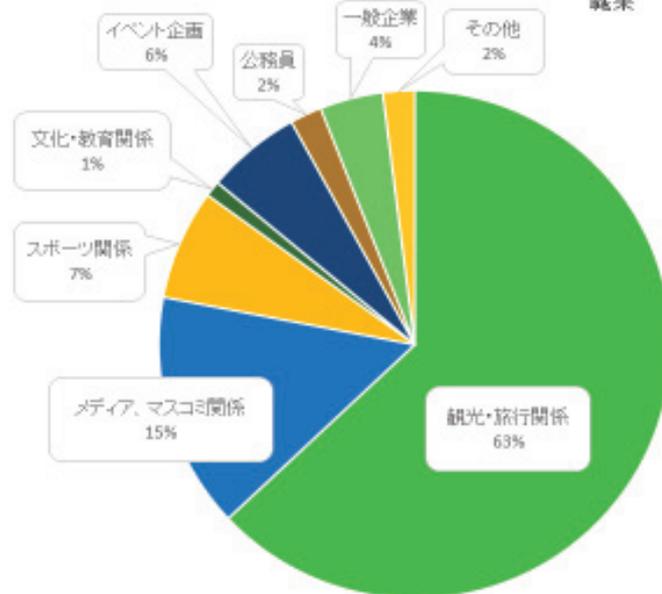
## 性別



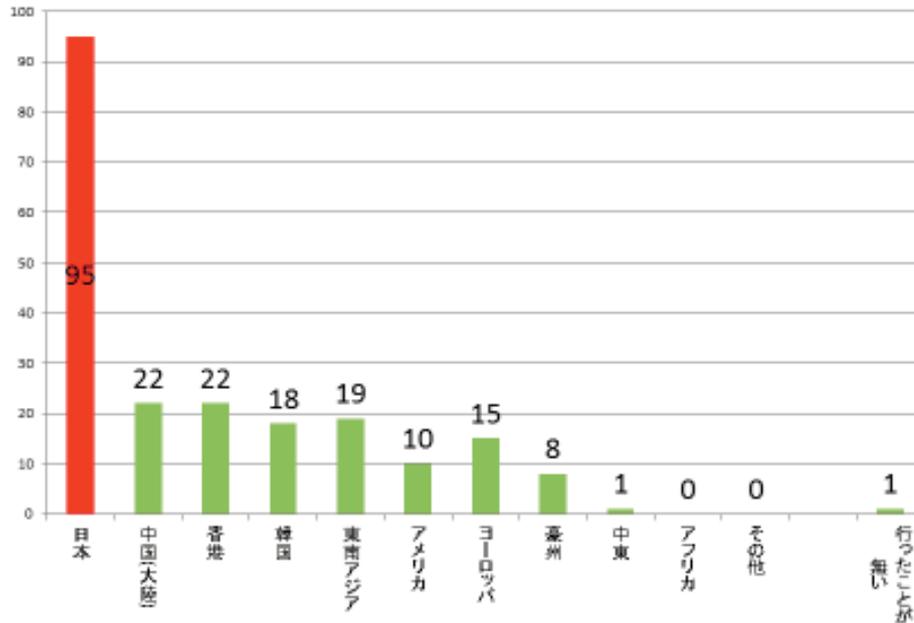
## 年齢



## 職業

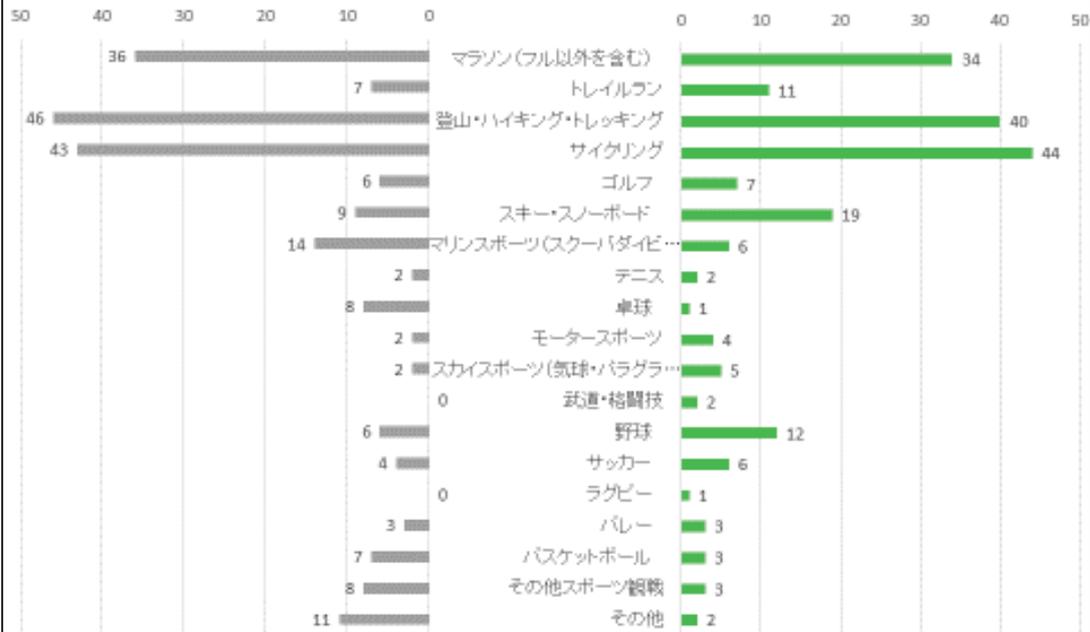


### 主な海外旅行先



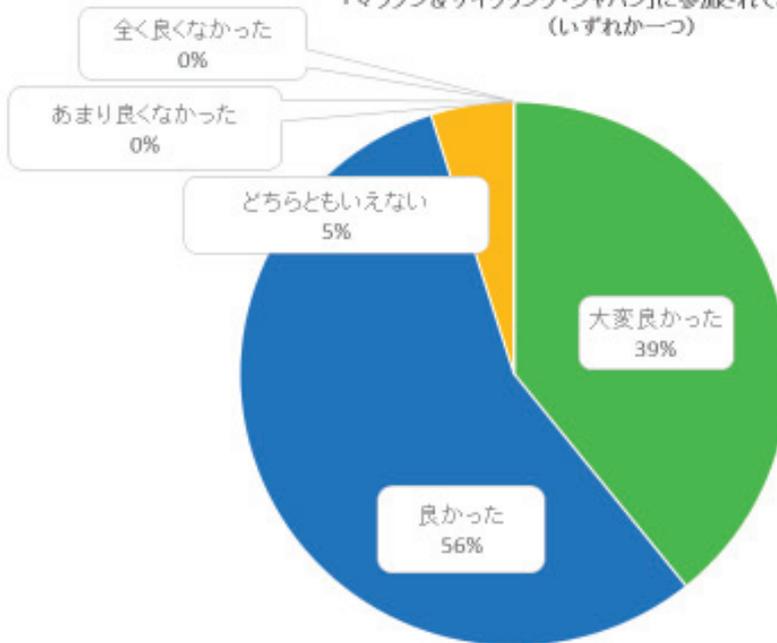
### 普段観しんでいるスポーツ、好きなスポーツ

### 日本でやってみたい・観てみたいスポーツ



台湾参加者アンケート

「マラソン&サイクリング・ジャパン」に参加されてどうでしたか。  
(いずれか一つ)

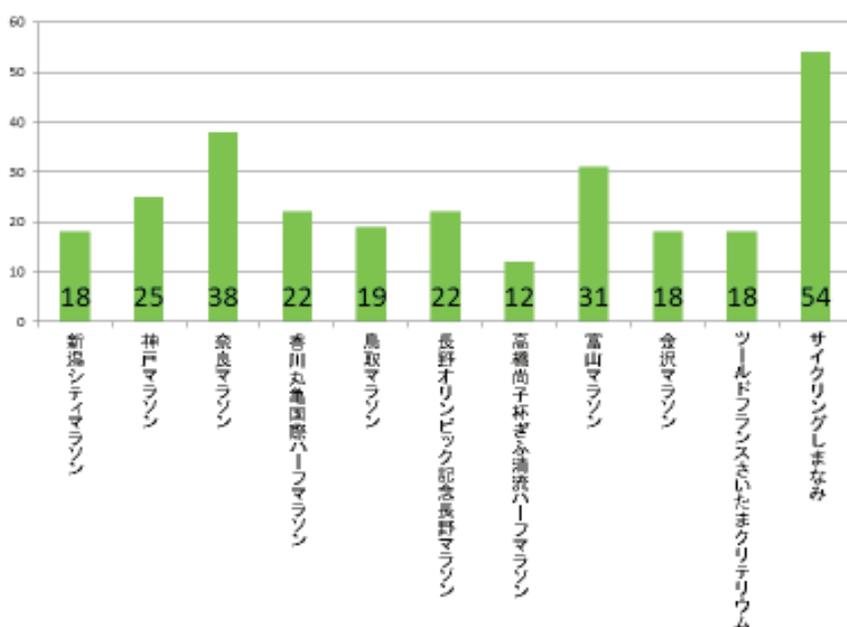


台湾参加者アンケート

理由

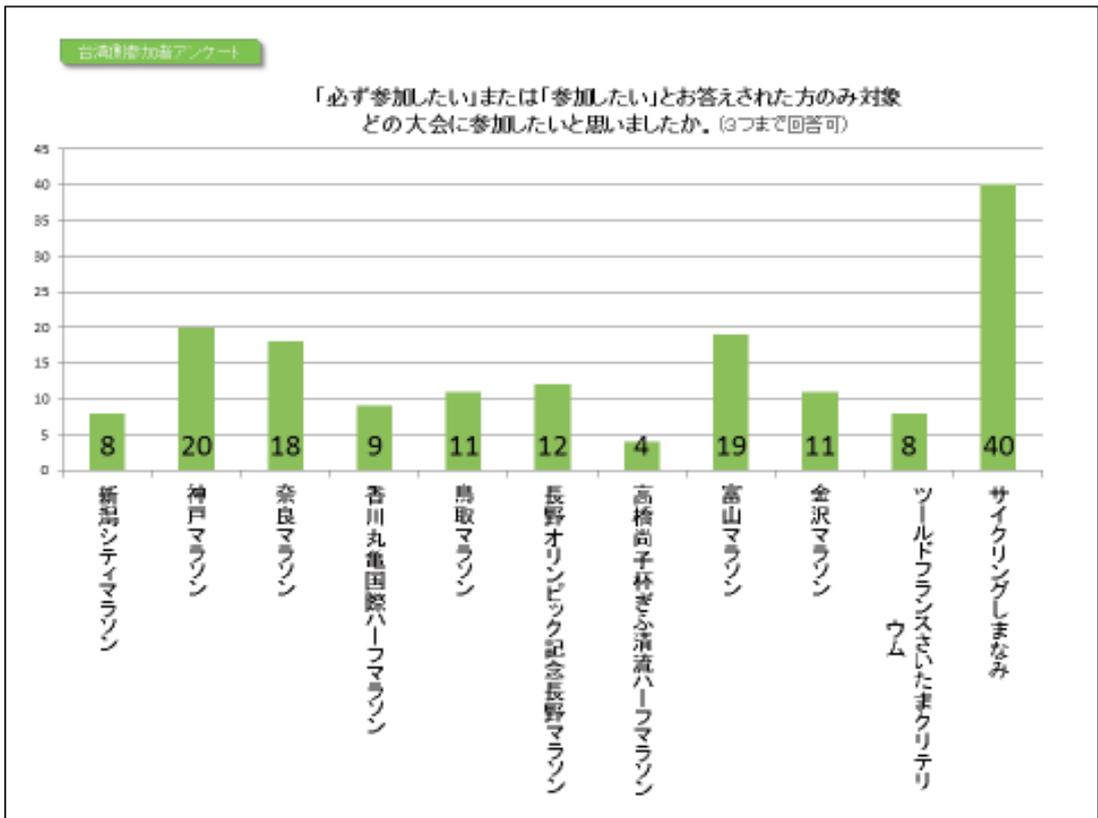
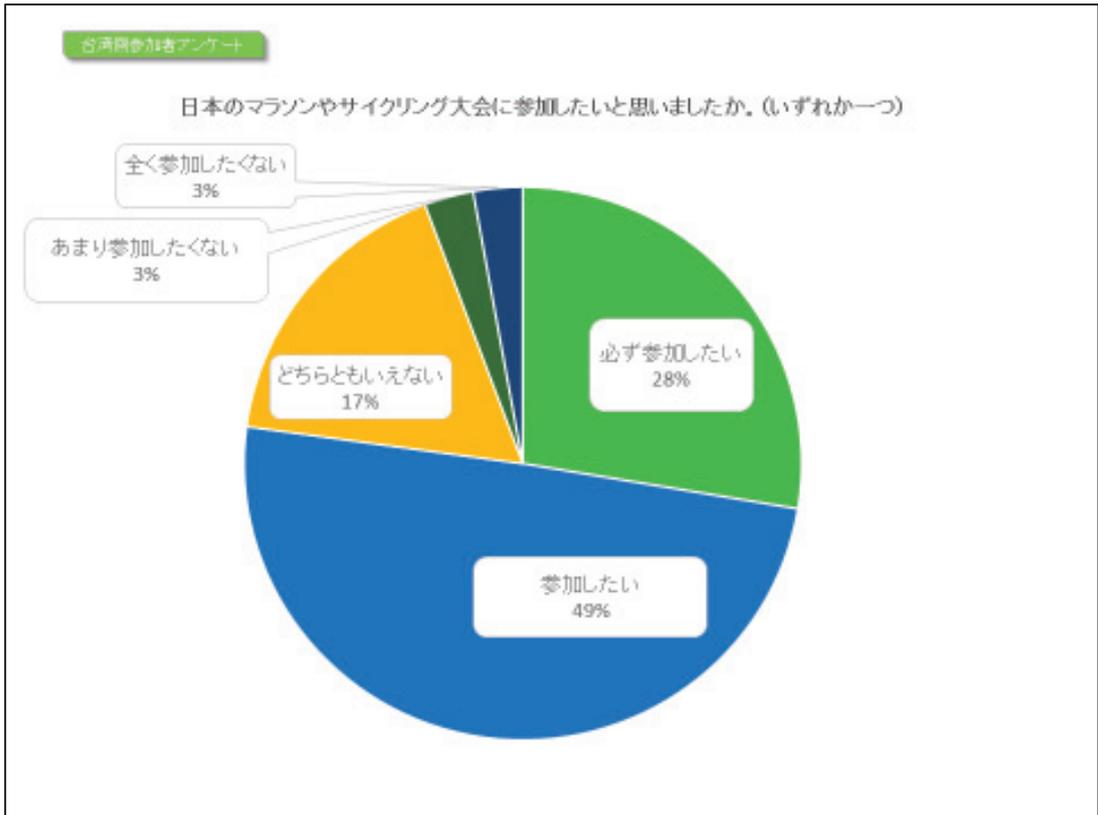
・情熱的な応援、交通規制がちゃんとしている	・企画自体が工夫されているように感じた
・案内が詳しい	・団体のアレンジも観光名所の案内が揃っていることが良い
・内容が豊富	・サイクリングの団体がもっと多くても良い
・具体的なPRをもっとすれば良い	・こういう運動と旅行のコラボをお客様に紹介したい
・PRがビビットで分かりやすい	・説明は詳しくて、ビビットでした
・OKAがあれば更に良い	・資料が詳しくて、内容が豊富
・このイベントを通じて、大まかな理解が出来た	・説明が詳しくて、今後のプランの参考にできる
・沖縄のマラソンがないか	・現在のレース情報が揃ってて、良い情報の窓口となっていると思う
・実際に海外でマラソンに参加したことはないが、異国情緒が味わえることを楽しみにしている	・情報収集にはうってつけ
・もてなしが良い	・全体的にセンスがいいと思う
・イベントがよく出来たと思う	・該当イベントを通じて日本におけるスポーツ活動を覗くことが出来た
・詳しい	・未だ行ったことがない
・大変興味を持っている	・詳しく案内してくれたが、弊社の業務内容とズレがある
・景色が良さそう	・段のプレゼンは面白くて、情報満載
・団体で参加することが可能のため、興味のある友達に紹介したい	・多様な情報があり、色々な団体相手の説明素材として利用できそう
・気配りがあり、情熱的な対応	・驚いた

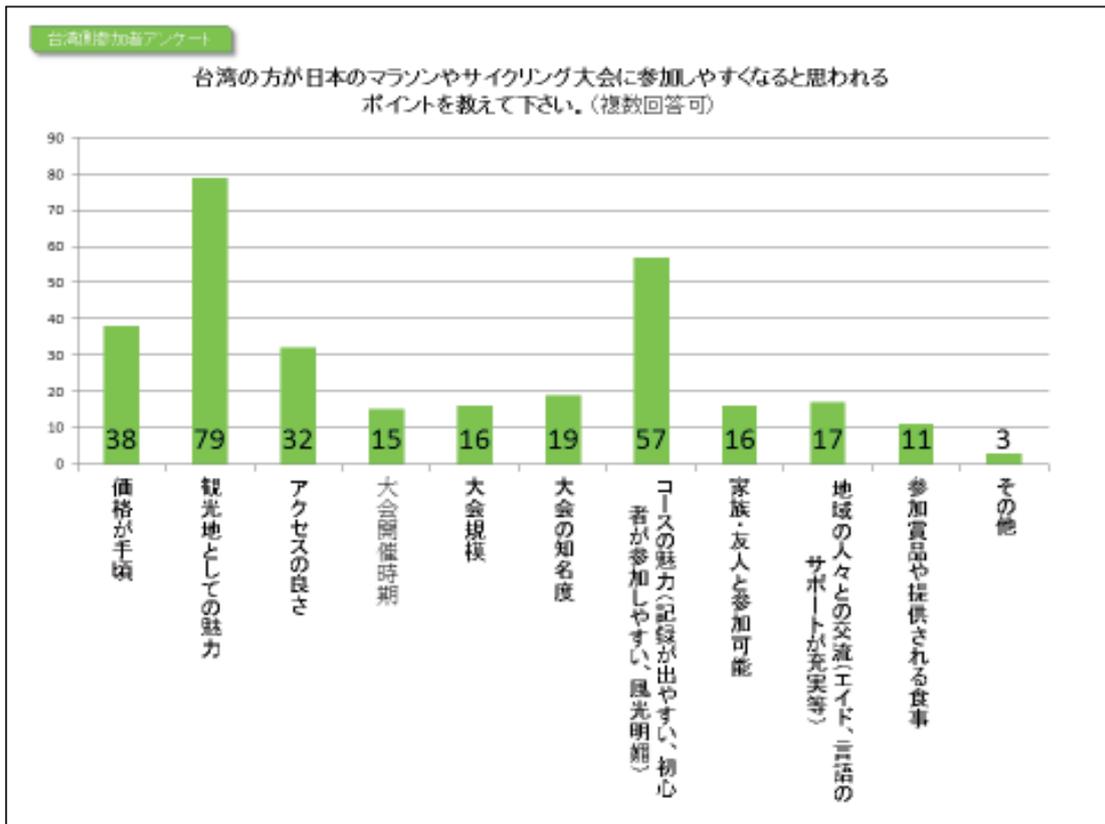
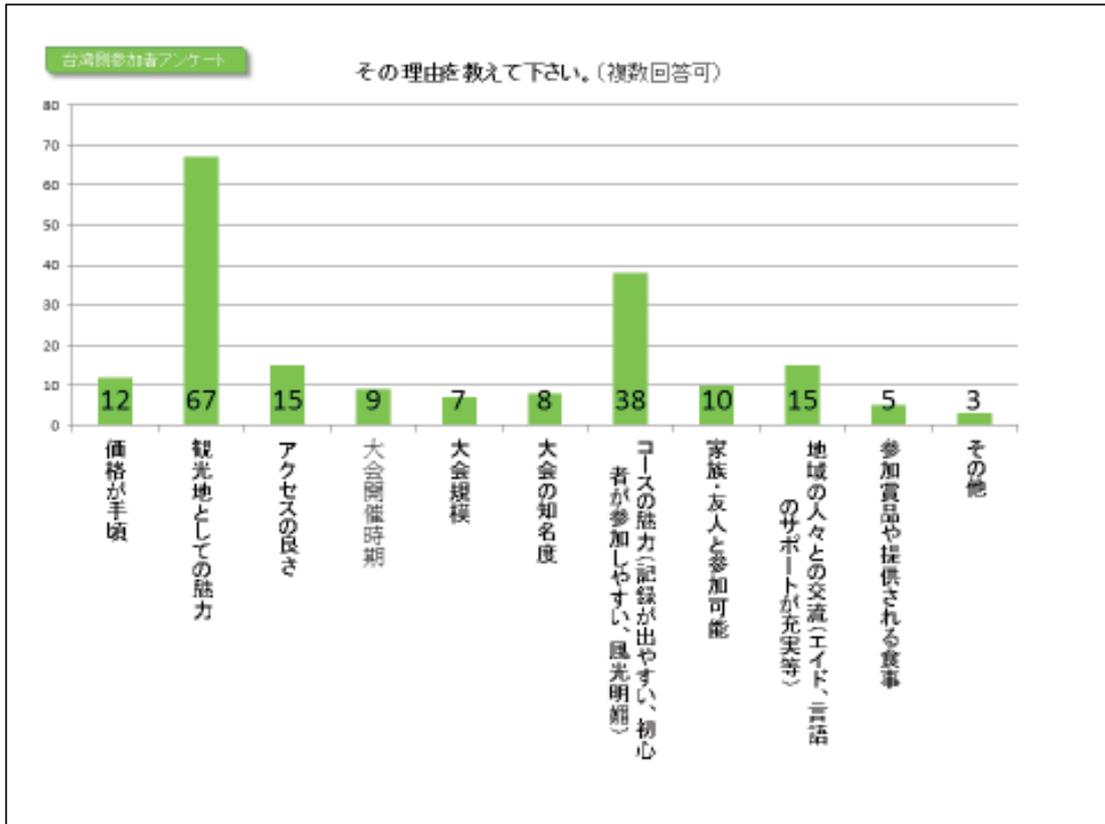
プレゼンテーション、交流・商談ブースで興味を持った大会はどこでしたか。  
(複数回答可)



理由

- ・DVDの画像が綺麗に取れてて、司会者の案内も素晴らしかった
- ・一般団体も商談に入れたらどうですか
- ・サイクリングの商品のほうが多様だった
- ・サイクリングのコースに興味があり、特に自然豊かなところがいいと思えた
- ・短いコースの割に、観光できるところが多い
- ・出来れば、全部行ってみたいです
- ・景色が魅了
- ・景色が気に入った
- ・案内が詳しかった
- ・サイクリングが好きだから
- ・行きたいと思う観光名所があったため
- ・レースのついでに観光できるところが良い
- ・情報が盛りだくさん
- ・サイクリングに興味がある
- ・仕事の業務内容に関係があるため
- ・自然に囲まれたレースコースで格別です
- ・観光、コース、レースのおもてなしのため





## 台灣での報道

→(日本語訳)  
日本への旅行も「アクティブ」に！

↓(日本語訳)  
日本JSTA初の来台  
マラソンとサイクリングをテーマにした  
ツアーをアピール



玩日本也可以「動」起來！

## 日本JSTA首度來台 推廣馬拉松暨自行車主題旅遊



▲一般社団法人日本運動旅遊推廣機構代表理事藤原宗彦氏。

日本於2012年以運動交流為主題，正式成立運動旅遊推廣機構（JSTA），2013年以馬拉松運動作為推

廣的起點，今年更加入自行車活動，由於近年此二大運動在台灣十分盛行，因此首度來台宣傳即將於日本舉行的11項馬拉松暨自行車運動大會。JSTA代表理事藤原宗彦表示，JSTA希望透過運動觀光，讓遊客們能夠感受到日本最具魅力與傳統精神的款待服務，也希望更

多運動愛好者能因此前往日本旅遊，其實全日本各地都積極舉行專業級的特色馬拉松或自行車活動，不但有奧運得主高橋尚子的冠名馬拉松—「高橋尚子盃岐阜清流半程馬拉松」，也邀請世界級「環法自行車賽」等，相信將成為吸引遊客的主題亮點。

2014-2016日本馬拉松暨自行車活動一覽			
舉行日期	活動名稱	地點	比賽種類
2014年10月12日	新潟縣河原崎站	新潟市	全馬、半馬、10公里組
2014年10月25日	環法自行車賽埼玉環賽	埼玉市	
2014年10月26日	關西內灘海濱國際自行車大會	豐後、廣島	15~111公里
2014年11月23日	神戶馬拉松	神戶市	全馬、10公里組
2014年12月14日	奈良馬拉松	奈良市	全馬、10公里組
2015年2月01日	香川丸龜國際半程馬拉松	香川縣丸龜市	半馬、5公里組
2015年3月18日	高野市馬拉松2015	高野市	全馬
2015年4月14日	長野縣北谷町北谷町馬拉松	長野市	全馬
2015年5月17日	高橋尚子盃岐阜清流半程馬拉松	岐阜市	半馬、5公里組
2015年11月01日	2015關山馬拉松	富山縣三市	全馬
2015年11月15日	金澤馬拉松	金澤市	全馬

和風日本 JAPAN

日本側出席団体アンケート

## 日本側參加団体：全11大会

### ◆マラソン大会：9大会

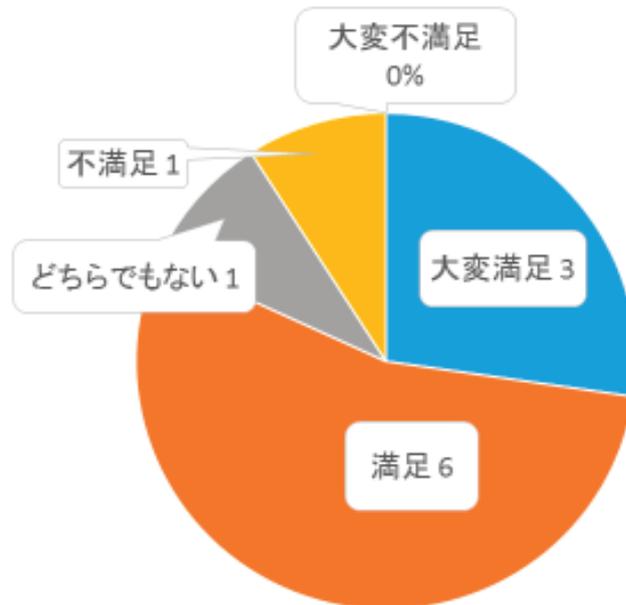
- 新潟シティマラソン
- 神戸マラソン
- 奈良マラソン
- 香川丸亀国際ハーフマラソン
- 鳥取マラソン
- 長野マラソン
- 高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン
- 富山マラソン
- 金沢マラソン

### ◆サイクリング大会：2大会

- さいたまクリテリウムbyツールドフランス
- しまなみ海道国際サイクリング大会



## 「マラソン&サイクリング・ジャパン 2014」全般について



### ・ 大満足した

「台湾の訪日旅行に関する関心の高さと、国外のマラソンをはじめとするスポーツイベントへの参加熱を実際にエージェントはじめ関係者と話すことで感じることができた点」

「ランニングクリニックに参加し、現地のランナーの雰囲気を実際に感じることができた」

「多くの方にブースに来て頂き広く広報出来た」

「旅行業者の方々から具体的な質問を頂戴し、マラソンへの関心の高さを実感するとともに、台湾からの誘客の実現可能性に期待を持つことができた」

### ・ 満足した

「多くの旅行代理店に大会PRをすることができたこと」

「外国人ランナーのニーズを探ることができたこと」

「旅行社などから具体的な引き合いがあった」

「多くの旅行社、マラソン等愛好団体、メディアが一堂に会した会場でPRすることができた」

「次回開催に向けて各大会の情報を収集できたことに加え、各担当者との今後の“つながり”を図れた」

「マラソン同様、サイクリングの前夜祭イベントがあるとさらに良い」

「出展に向けて準備を進める中で、出展後の成果をどう引き出すかということについても検討がすすんだこと」

### ・ どちらでもない

「興味がある方々に情報提供できたのは良い機会かと思いますが、出展料が高い」

日本海外展団体アンケート

• 大変満足した

「台湾の訪日旅行に関する関心の高さと、国外のマラソンをはじめとするスポーツイベントへの参加熱を実際にエージェンツはじめ関係者と話すことで感じる事ができた点」

「ランニングクリニックに参加し、現地のランナーの雰囲気を実際に感じる事ができた」

「多くの方にブースに来て頂き広く広報出来た」

「旅行業者の方々から具体的な質問を頂戴し、マラソンへの関心の高さを実感するとともに、台湾からの誘客の実現可能性に期待を持つ事ができた」

• 満足した

「多くの旅行代理店に大会PRをすることができたこと」

「外国人ランナーのニーズを探ることができたこと」

「旅行社などから具体的な引き合いがあった」

「多くの旅行社、マラソン等愛好団体、メディアが一堂に会した会場でPRすることができた」

「次回開催に向けて各大会の情報を収集できたことに加え、各担当者との今後の“つながり”を図れた」

「マラソン同様、サイクリングの前夜祭イベントがあるとさらに良い」

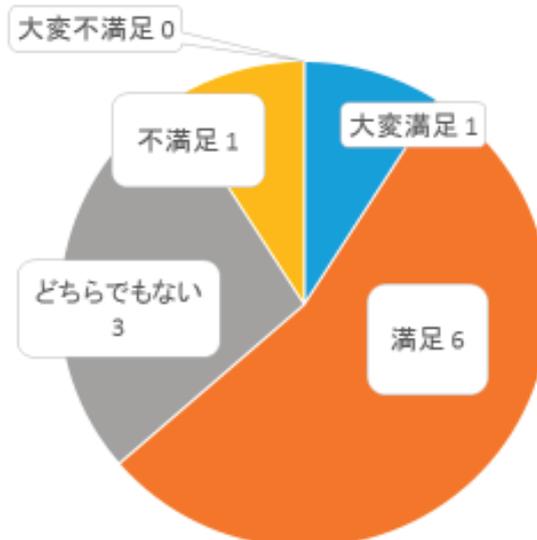
「出展に向けて準備を進める中で、出展後の成果をどう引き出すかということについても検討がすすんだこと」

• どちらでもない

「興味がある方々に情報提供できたのは良い機会かと思いますが、出展料が高い」

日本海外展団体アンケート

プレゼンテーションについて



• 大変満足した

「一人のプレゼンターが全大会をまとめて説明するスタイルは効率が良く時間短縮につながったと思う。魏さんの爽やかで華やかなプレゼンが全大会の印象をよくしてくれたと思う」

• 満足した

「多くの方に広報することができた」「気持ちを込めてプレゼンしてくれていることが伝わってきた」「台湾人気タレントのプレゼン実施により、台湾側参加者のほとんどが着席し、真剣にPR画像をみていたため」「他大会と同等レベルのプレゼン内容としたいため、できれば事前に他大会のプレゼン内容を知りたい」「去年と異なり、通訳を介さず、プロによるプレゼンが有効であった」

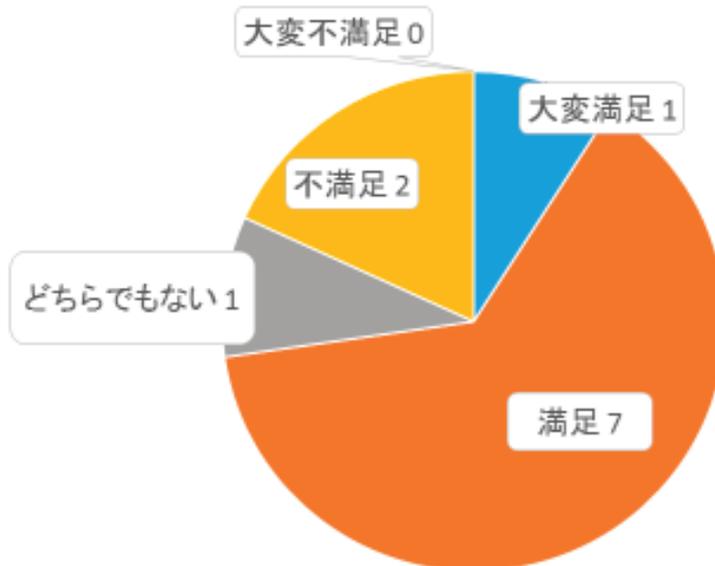
• どちらでもない

「映像のみのプレゼンテーションでは聞く側にとって非常に理解しやすい反面、その政策のレベルによって本当にその地域の魅力やそのイベント自体のすばらしさが本当に伝わるのか若干疑問に感じるところもある」

• 不満足である

「国民性を考えると一人のプレゼンターの方がよいのかもしれませんが、各大会の方自身でプレゼンをしたい方もいたと思う。その機会がなくて残念だった」「去年と違い、司会が全ての大会をプレゼンするので差別化が図りにくい」

ブースでの商談会・交流会について



#### 日本側出展団体アンケート

##### ・ 大変満足した

「来年度開催のため、具体的な誘客のための商談は出来ませんでした。多くの方がブースを訪問して下さったため大会開催をPRすることができた。大会や観光に関する質問・意見を頂戴して、これららの質問等は来年度の誘客のために大変貴重な意見だった」

##### ・ 満足した

「運営サイドの手際の良さもあったと思うが、多くの参加団体とコミュニケーションをとることができた点」

「ブース位置が都合良く、商談テーブルを活用することができた」

「商談会のスペースが機能的に使える」

「限られた旅行社との商談ではあったが、マラソンを絡めた本県へのツアー造成に高い関心を持っていただいた」

「参加者と直接対話できたことがよかった」

「粗品をかき集めるだけの参加者が少なかった」

##### ・ どちらでもない

「具体的な商談をするといった落ち着いた雰囲気ではなかった。多くの方に情報提供できたのは良かった」

「来場者は多かったが、開催時間が短いのとブースが狭いため十分な商談が出来なかった」

#### 日本側出展団体アンケート

##### ・ いくつの旅行会社と商談が出来ましたか

→ **平均 15.8社** 最大 28社(3団体)

(有効な商談が出来たと感じた相手)

福泰旅遊4、美和旅遊2、三立電視台、日月潭マラソン実行委員会、ライオントラベル、Gabriel Tours、Leon Travel Service、Giant、上順旅行社2、JTB台北、雄獅旅行社2、台湾樂活自行車協会 等

(主な理由)

「具体的な旅行商品造成やマラソンイベントの相互リンク、番組等によるバブ展開の話が進みつつあるため」

「ツアー造成のお約束、広報用として大会や記念グッズの写真提供依頼があったため」

「受付方法、アクセス等具体的な確認が出来たため」

「ツアー募集チラシ等に使用する写真の提供依頼、モデルコースに加える具体的な観光地の提案など」

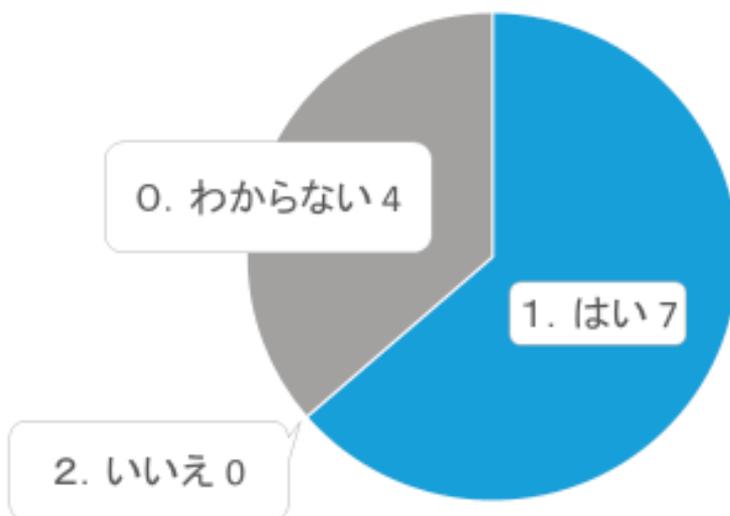
福幸(総合)旅行社有限公司HPより



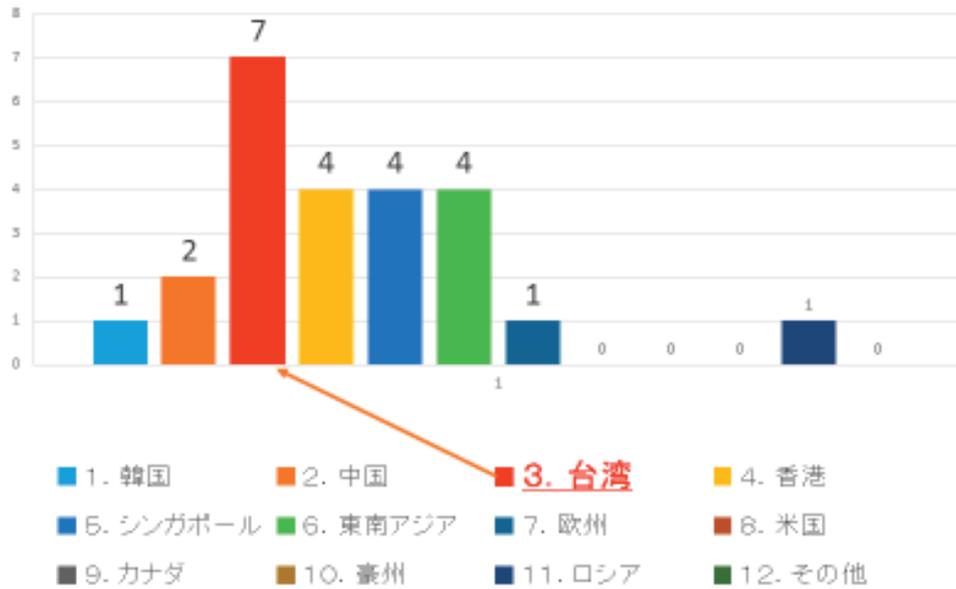
<http://www.tristar.com.tw/event/marathon/index.asp?source=tristar>

日本海外旅行団はアンケート

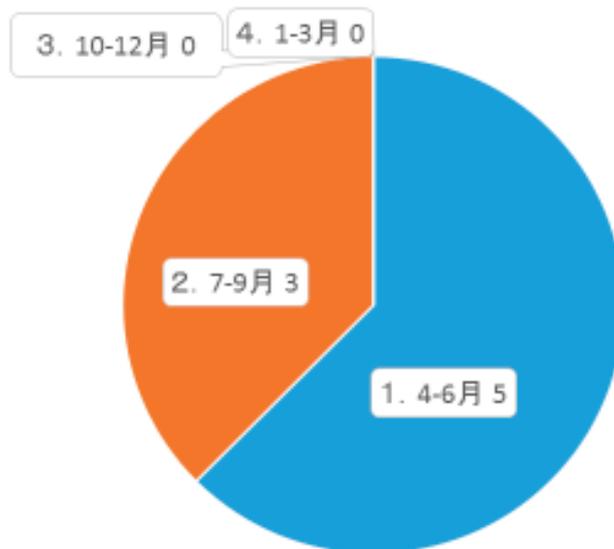
### 次回の参加意向について



### 次回開催の希望都市について



### 次回開催の希望時期について



## 具体的な理由

### ◆台湾

「県が進めるマラソンやサイクリングツアー「マラソン・サイクリング参加者を多く募れる  
 による外国人誘客(スポーツツーリズム)の都市であればどこでもイイ」  
 取り組みと台湾人の嗜好(マラソンやサイク  
 リングへの人気)が一致しているため」

「過去にマラソンに関する問い合わせが  
 あった」

「観光面で誘客を推進するエリア」

「2020年東京五輪に向け戦略敵意スポーツ  
 ツーリズムを推進したいと考える地域」

「海外からの誘客が見込まれるから」

「今回の好感触を次回の開催に活かしたい」

「本県の観光客は大半が東アジア及び東  
 南アジアが大半であり、地元自治体も同地  
 域からの誘客を強化しているため」(韓国・  
 中国・香港・シンガポール・東南アジア含  
 む)

### ◆その他

## 日本での報道

### 朝日新聞



### 日本海新聞



### 北日本新聞



岐阜新聞WEB

岐阜のスポーツ大会参加を 県、台湾の商談会でPR  
2014年06月26日09:11

(写真)県内のスポーツ大会への参加を呼び掛けた県ブース＝台湾・台北市  
県は25日、台湾・台北市で開かれた旅行関係の商談会「マラソン&サイクリン  
グ・ジャパン・イン・台北」に初出展し、県内のスポーツ大会をアピールした。

商談会は、国際的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」を紹介するために日本の観光庁などが主催した。

台湾の旅行代理店やマラソン関係の団体など85社・団体の約160人が来場。県  
ブースでは、スポーツ推進課の職員らが「高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン」「ツ  
アー・オブ・ジャパン美濃ステージ」など4大会を紹介した。



北日本新聞WEB

2014年06月26日 01:13

富山マラソンを台湾でPR  
滞在型の県内観光提案

日本の多彩なスポーツイベントをPRする「マラソン  
&サイクリング・ジャパン」が25日、台湾・台北市で  
あり、来年11月1日に開かれる県内最大規模のフ  
ルマラソン大会「富山マラソン2015」実行委員会事務局が大会概要や県内観光地を紹介  
した。



スポーツツーリズムで海外から誘客しようと観光庁などが企画し、各地の11大会の関  
係者が参加。会場のホテルには台湾の旅行業者、報道関係者ら約130人が集まった。

富山マラソン実行委員会事務局からは津田康志事務局長ら3人が参加。映像や写真  
を交えてコースの概要を紹介し、県内観光を組み合わせた滞在などを提案した。

商談会では申し込み時期や参加枠の確保など具体的な問い合わせが相次いだ。台湾  
のテレビ番組ナレーターやイベント司会などで活躍している魏華萱(ウェイファッシュェン)  
さんは「魅力的なコースで、特に新湊大橋を走ってみたい」と話したという。

津田事務局長は「台湾のマラソンブームを実感できた。マラソンと富山の観光や食を楽  
しんでもらいたい」と今後のPRに意欲をみせた。





## 4 | 第3回スポーツツーリズム・カンファレンス



- 日 時:平成25年11月1日(金)13時～18時
- 場 所:日本財団ビル2階
- 主 催:一般社団法人スポーツツーリズム推進機構、公益社団法人笹川スポーツ財団
- 後 援:観光庁、2020東京オリンピック・パラリンピック招致委員会
- 特別協賛:日本財団
- 参加人数:250名(会員、一般すべて含む)





# 第3回スポーツツーリズム・カンファレンス プログラム

## 第一部 13:30～15:10 大会議室

**開会挨拶** 原田 宗彦 (JSTA 会長・早稲田大学スポーツ科学学術院)

**来賓ご挨拶** 久保 成人 様 (観光庁長官)

馳 浩 様 (衆議院議員・東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会顧問会議 顧問)

**基調講演** 雑賀 真 氏 (東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 CCO 総務局長)



昭和30年生まれ。中央大学大学院修了。昭和58年東京都入部。平成20年東京オリンピック・パラリンピック招致本部参事  
平成25年スポーツ振興局理事(招致推進担当)。平成26年2月より現職

**講 演** 徳増 浩司 氏 (ラグビーワールドカップ2019 組織委員会理事・事務局長)



和歌山県出身。都立秋川高校、国際基督教大学 (ICU) 卒。1995年より財団法人・日本ラグビーフットボール協会にて、国際  
部長、広報部長を歴任。2004年より、ラグビーワールドカップ招致事務局長として、招致活動に参加。2009年7月に2019年大  
会の招致に成功。2011年、日本ラグビーフットボール協会、アジアラグビーフットボール協会、IRB (国際ラグビーボード)  
理事に就任。2012年、RWC2019組織委員会理事・事務局長に就任。現在に至る。

## 第二部 分科会1→15:25～16:25 分科会2→16:40～17:40

### 分科会1-1 「競技団体(NF)から見た2020国内事前合宿」 大会議室

#### <パネリスト>



竹村 誠司 氏 (全日本柔道連盟 大会事業課)

1991年 東京観光専門学校卒業。1991年 西武トラベル株式会社入社。1997年～2000年 日本オリンピック委員会へ出向  
2001年 全日本柔道連盟入籍 2001年～2012年 強化課に所属し、主に強化選手の海外遠征、国内合宿の手配や帯同などに  
従事 (オリンピック、世界選手権大会へ帯同) 2012年より大会事業課にて主に国内大会の運営に従事



石坂 雅彦 氏 (日本バスケットボール協会 強化本部 男子強化担当)

1960年生。1985年 日本体育大学 健康学科卒業。1985年 日本钢管株式会社(NKK)入社。2011年 公益財団法人日本バス  
ケットボール協会 入局。日本体育大学在学中は、バスケットボール部に所属、在学中より男子日本代表チームのスタッフ。日本  
钢管株式会社(NKK)在社中は、バスケットボール部スタッフ。現在、公益財団法人日本バスケットボール協会・強化本部勤務

#### <コーディネーター>



大塚 真一郎 氏 (JSTA・JOC 理事、日本トライアスロン連合専務理事)

1984年からトライアスロン競技の日本及びアジアでの普及に尽力。新しいスポーツであることから競技会運営、放映権管理、  
スポンサーシップ、選手マネージメント、ボランティア対応などのすべての業務を競技団体で対応するシステムを確立。多く  
の国際大会や世界選手権を日本に誘致してきた。

## 分科会 1-2 「スポーツイベントを支えるボランティアのツーリズム」 会議室①

### <パネリスト>



**大木 ハカセ 氏** (アウトドアプロモーター/ウルトラトレイル・マウントフジボランティア運営責任者)

狭田泰永北極点事務局事務局長。1975年、千葉県生まれ。広告企画制作業、プロモーター業、野外フェスティバル制作運営等の経歴を経て一般社団法人N.A.P. (Northpole Adventure Project) を設立し代表理事を務める。狭田泰永の北極遠征時には事務局を運営。現在、日本におけるアウトドア文化の波及推進と発展を目的とし、アウトドアプロモーターとして活動中。



**飯塚 寿代 氏** (スポーツボランティア)

2002年FIFAワールドカップの開催をきっかけにリーグ・湘南ベルマーレのボランティアに参加する。近年はFC東京やSC相模原のホームゲームでも活動しつつ、不定期にアウェイゲーム等を通じて、各地のクラブチームのボランティアとの交流を楽しむ。SSFスポーツボランティア・リーダー養成研修会を経て、ボランティア・リーダーとして2007年東京マラソンに参加。

### <コーディネーター>



**但野 秀信 氏** (日本スポーツボランティアネットワーク 事務局)

1976年、神奈川県生まれ。ライフセービングにおいて、全日本選手権優勝やワールドゲームズ3位などの経験を持つ。2005年に笹川スポーツ財団に入団し、国内最大のオープンウォータースイミング大会湘南OWSの事務局や東京マラソンのボランティア運営などに携わる。2012年のJSVN設立から事務局を担当する。国内のスポーツボランティア団体のネットワーク化を行い、スポーツボランティア文化の醸成を図ることを目的に活動している。

## 分科会 2-1 「海外から見た日本の魅力 ～これからのツーリズムの可能性を探る～」 大会議室

### <パネリスト>



**大津 陽子 氏** (トリップアドバイザー株式会社ディスプレイセールスシニアマネージャー)

京都大学大学院修了後、電通西日本に入社。マーケティングプランニングに従事した後、Google でディスプレイネットワーク広告の販売戦略企画に携わる。その後、トヨタ等の日本の大手広告主をアカウントプランナーとして担当。2013年にトリップアドバイザーのディスプレイ広告の日本立ち上げのため入社。日本国内外の広告主開拓とサービス開発を行っている。



**丸山 俊郎 氏** (信州白馬八方温泉しろま荘支配人/日本初ワールドラグジュアリーホテルアワード Global Winner 受賞)

1997年日本大学商学部卒業。マウンテンリゾート開発会社や東京ディズニーランド人気アトラクション船長、養州ワーキングホリデー、ゴールドマンサックス専属ジムトレーナー等の経歴を経て、2009年より家業である信州白馬八方温泉しろま荘支配人に就任。2012年World Luxury Hotel Awardsにて、同旅館を日本初となるGlobal Winner受賞に導く。

### <コーディネーター>



**山下 真輝 氏** (JSTA セミナー委員/JTB 旅行事業本部観光戦略室観光立国推進担当マネージャー)

観光庁における観光立国に関わる各種委員会に参画し、且つ全国自治体と連携し、観光による地域活性化事業のサポート、訪日インバウンド事業戦略策定、新成長戦略策定、東北復興支援事業、農林水産業における6次産業化支援事業などに携わっている。内閣官房地域活性化伝導部、福岡地域戦略推進協議会観光副部会長等国や地方自治体の各種委員を歴任。

## 分科会 2-2 JSTA ビジネスプレゼンテーション 会議室①

### <プレゼンター>

スポーツニッポン新聞社

事業本部 専門委員 古賀 浩之 氏

株式会社ジェイ・スポーツ

取締役 石原 孝志 氏 / 広告営業部長 中台 智之 氏  
広告営業部・メディアライツ事業部 中山 尚大 氏

株式会社電通

コミュニケーション・デザイン・センター 高木 基氏・塚本 哲也 氏

### <コーディネーター>

高橋 義雄 (JSTA 理事・筑波大学) / 青木 淑浩 (JSTA 理事・近畿日本ツーリスト)

## ネットワーキングセッション 17:45 ~ 18:45 1階ロビー

軽食と飲み物をご用意し、参加者同士の交流の時間を設けます。名刺交換・商談にご活用ください。一言スピーチも承ります。ご希望の方は、受付までお申し出ください。

## ブース展示

### <出展企業>

さいたまスポーツコミッション

スマート・ライフ・プロジェクト (厚生労働省)

一般社団法人ウィズスポ

※休憩時間、ネットワーキングセッションなどの時間にご自由にご覧ください。

## 5 | SPORTEC 2014



- 日 時:平成25年12月4日(木)~6日(土)
- 場 所:東京ビッグサイト 西ホール
- 主 催:SPORTEC実行委員会
- 共 催:JSTA
- 出 展 社: 日本旅行、ヒト・コミュニケーションズ、世羅町観光協会、  
さいたまスポーツコミッション、ウィズスポ(JSTA会員のみ)





## 6

## 第3回スポーツツーリズム・コンベンション

(スポーツツーリズム・コンベンション in 沖縄)



- 日 時:平成27年3月12日・13日・14日
- 場 所:沖縄県市町村自治会館 および 南城市・豊見城市(ファム・トリップ)
- 主 催:一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー  
一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構
- 共 催:沖縄県
- 後 援:観光庁・公益財団法人沖縄県体育協会  
株式会社沖縄タイムス、株式会社琉球新報社、琉球放送株式会社  
沖縄テレビ放送株式会社、琉球朝日放送株式会社、株式会社ラジオ沖縄、  
株式会社エフエム沖縄
- 参加人数:のべ300名(会員、一般すべて含む)



- 開会挨拶～基調講演





○講演「スポーツコミッション沖縄について」(沖縄県)



○事例報告「沖縄県スポーツツーリズムモデル事業」(沖縄県・事業実施事業者)





○講演「沖縄における国際スポーツイベントの誘致」



○パネルディスカッション「沖縄ならではのスポーツ産業の取り組み」  
(沖縄県スポーツ関連産業振興戦略構築検討委員会事例発表)



○パネルディスカッション「スポーツキャンプによる地域活性化」



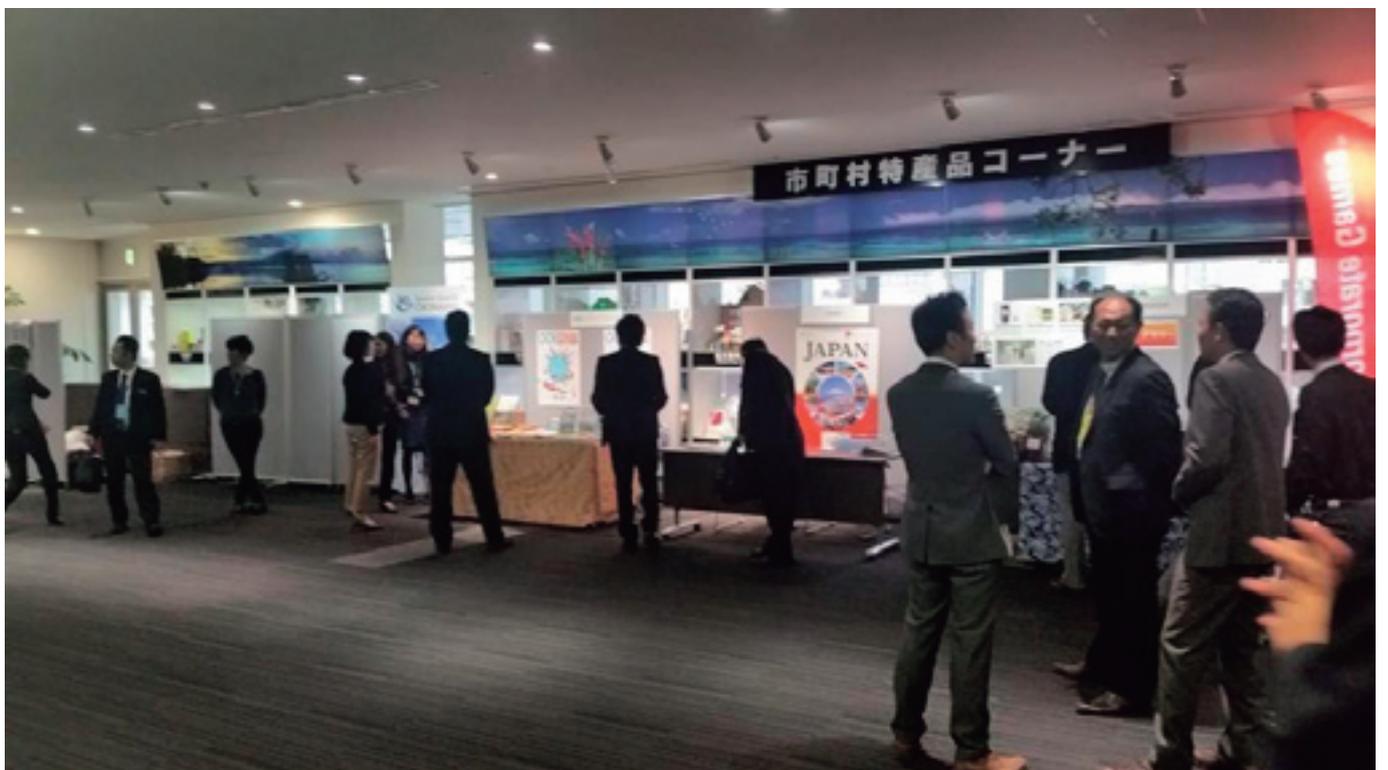
○事例報告「全国のスポーツツーリズム先進事例」



○パネルディスカッション「魅力あるスポーツイベントの開催」



○ブース出展



# スポーツツーリズム・コンベンション in 沖縄 ファミトリップご案内

**日時：3月14日（土）9時～16時**

**集合：8時50分**

**集合場所 沖縄県庁前**



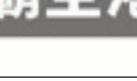
※30分ほど自転車に乗って移動します。  
動きやすい服装でお越しください。  
(ヘルメット等は貸し出します)

※当日の昼食代・セーファーウタキ見学科・  
天然温泉入浴料は自己負担となりますのでご  
了承ください。

**(当日の連絡先)**

**090-6376-5394 (JSTA 宮本)**

## <行程>

時間		行程		備考
9:00	60	沖縄県庁にて集合 ユインチホテル南城へ		バス移動
10:00	30	ユインチホテル南城 到着 ボタリング説明		
10:30	30	ボタリングスタート (ニライカナイ橋経由)		※自転車回収
11:00	60	斎場御嶺 (セーファーウタキ) 見学		
12:00	60	昼食「せーふぁキッチン」 南城市地域物産館		
13:00	15	ユインチホテル南城へ		バス移動
13:15	60	天然温泉さしきの猿人の湯 (ユインチホテル南城内)		
14:15	30	豊崎美らSUNビーチへ		バス移動
14:45	45	豊崎美らSUNビーチ施設見学		
15:30	30	那覇空港へ		バス移動

**解散予定：16時（那覇空港）**



# スポーツツーリズム・コンベンション in 沖縄



参加費  
**無料**

※観覧会費・ファミトリップ  
参加費別途

日時 **2015年3月12日(木)～14日(土)**

場所 **沖縄県市町村自治会館**  
(沖縄県那覇市旭町116-37)

申込方法 JSTAウェブサイトからお申し込みください  
[www.sporttourism.or.jp](http://www.sporttourism.or.jp)



基調  
講演

**山田 久志氏**  
(名球会・元プロ野球選手)

主催：一般財団法人 沖縄観光コンベンションビューロー(OCVB)  
一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)  
共催：沖縄県 後援：観光庁 公益財団法人 沖縄県体育協会 定員：200人(先着順)





## スポーツツーリズム・コンベンション in 沖縄 プログラム

3月12日(木)

	メイン会場	ロビーその他
13:00 ~	受付	ブース展示
13:30 ~ 14:00	開会式	
14:00 ~ 14:45	基調講演①「名球会による地域活性化への貢献」 山田 久志氏 (名球会・元プロ野球選手)	
14:45 ~ 15:30	基調講演②「スポーツツーリズムとデスティネーション・デベロップメント」 講師：武藤 泰明氏 (早稲田大学スポーツ科学学術院)	
15:45 ~ 16:30	講演「スポーツコミッション沖縄について」(沖賞県)	
16:30 ~ 17:30	事例報告「沖縄県スポーツツーリズムモデル事業」(沖賞県・事業実施事業者)	
18:00 ~	閉会式 ※別途参加費が必要です。(参加費 15,000円)	

3月13日(金)

	メイン会場	第二会場	ロビーその他
9:30 ~ 10:30	【1-1】 講演 「沖縄における国際スポーツイベントの誘致」 講師：佐藤 文明氏 (上智大学前期スポーツアコースト 副理事長・国際フットボールゲームズ協会理事) モデレーター：原田 宗彦 (JSTA 会長・早稲田大学スポーツ科学学術院)		ブース展示
10:30 ~ 11:30	【2-1】 パネルディスカッション 「沖縄ならではのスポーツ産業の取り組み」 (沖縄県スポーツ関連産業復興戦略協議会検討委員会 事例発表) ①沖縄県産フルーツの特色を活かした スポーツケアゼリーの開発 ②CGI エントリー模範事業 →外国人観光参加者サポートシステム ③沖縄を拠点とした高機能フェットスーツ製品開発 と生産体制の構築 コーディネーター：平敷 徹典氏 (琉球大学・沖縄県)	【2-2】 パネルディスカッション 「スポーツキャンプによる地域活性化」 ・名護市 (野球キャンプの受入について) ・読谷村 (サッカーキャンプの受入について) ・石垣市 (ラグビー等各種スポーツキャンプの 受入について) コーディネーター：高橋 真雄 (JSTA 理事・琉球大学)	
11:45 ~ 12:45	【3-1】 事例報告 「全国のスポーツツーリズム先進事例」 ・佐賀県スポーツコミッション ・新潟市文化・スポーツコミッション ・高松のびぎみスポーツコミッション事務局 コーディネーター：吉永 泰 (JSTA 理事・共同選考)	【3-2】 パネルディスカッション 「魅力あるスポーツイベントの開発」 ・NAHA マラソン ・ツール・ド・おきなわ ・全日本トライアスロン宮古島大会 コーディネーター：大塚 真一郎 (JSTA 理事・日本トライアスロン連会)	
	閉会		

3月14日(土)

9:00 ~ 16:00	ファミトリップ (自由参加・参加費 4,000 円) 県内でも多くの自転車イベントに誘われる沖縄県産品の案内で、沖縄本島南部の絶景コフィカナイ橋をガイドし、世界文化遺産「首里城跡 (グリーンプラザ)」も見学します。 ※自転車・ヘルメットのレンタル代は、自転車に乗る時間は30分程度を予定。
--------------	---

※スケジュールは、予定のため、今後変更の可能性がございます。ご了承ください。



- ACCESS** 沖縄県市町村自治会館  
〒900-0029 沖縄県那覇市旭町 116-37  
●空港 / 那覇空港から車で 10 分  
●バス / 那覇バスターミナルから徒歩 3 分  
●沖縄都市モノレール「ゆいレール」 / 旭橋駅から徒歩 5 分
- お問い合わせ** 一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構 事務局  
TEL:03-6441-2045  
E-mail:info@sporttourism.or.jp  
※平日 10 時 ~ 18 時
- 申込方法** JSTA ウェブサイトからお申し込みください  
[www.sporttourism.or.jp](http://www.sporttourism.or.jp)

3月13日

時間	10:30	11:30	12:45
10:30	<p>① 131 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>② 132 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>③ 133 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>④ 134 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>⑤ 135 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>⑥ 136 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>	<p>⑦ 137 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>⑧ 138 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>⑨ 139 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>⑩ 140 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>⑪ 141 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>⑫ 142 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>	<p>⑬ 143 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>⑭ 144 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>⑮ 145 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>⑯ 146 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>⑰ 147 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>⑱ 148 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>
11:30	<p>⑲ 149 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>⑳ 150 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㉑ 151 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>㉒ 152 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㉓ 153 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㉔ 154 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>	<p>㉕ 155 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㉖ 156 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㉗ 157 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>㉘ 158 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㉙ 159 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㉚ 160 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>	<p>㉛ 161 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㉜ 162 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㉝ 163 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>㉞ 164 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㉟ 165 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㊱ 166 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>
12:45	<p>㊲ 167 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㊳ 168 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㊴ 169 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>㊵ 170 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㊶ 171 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㊷ 172 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>	<p>㊸ 173 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㊹ 174 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㊺ 175 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>㊻ 176 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㊼ 177 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>㊽ 178 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>	<p>㊾ 179 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>㊿ 180 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>181 180 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p> <p>182 180 沖縄県庁長官 渡辺 洋一</p> <p>183 180 沖縄県副知事 渡辺 洋一</p> <p>184 180 沖縄県教育委員会 委員長 渡辺 洋一</p>

# スポーツツーリズム・コンベンション in 沖縄



日時 2015年3月12日～14日

場所 沖縄県市町村自治会館

主催 一般社団法人 沖縄観光コンベンションビューロー (JOCV)  
 協賛 一般社団法人 日本スポーツツーリズム振興機構 (JSTA)  
 後援 沖縄県 沖縄県庁長官 仲里 洋典  
 協賛 沖縄県庁長官 仲里 洋典  
 協賛 沖縄県庁長官 仲里 洋典  
 協賛 沖縄県庁長官 仲里 洋典





## 7 | 第3回スポーツ振興賞



応募総数:26件

### ★スポーツ振興大賞

〈受賞者〉一般社団法人九州観光推進機構(福岡県福岡市中央区)

〈作品名〉九州オルレ(の取り組み)



### ★スポーツツーリズム賞

国土交通省観光庁 長官賞

〈受賞者〉一般社団法人若狭路活性化研究所(福井県三方上中郡若狭町)

〈作品名〉若狭路スポーツトリップ



日本スポーツツーリズム推進機構 会長賞

〈受賞者〉留学生スキーインストラクター『おもてなしスノーレンジャー』

育成プロジェクトチーム(北海道札幌市中央区)

〈作品名〉留学生スキーインストラクター『おもてなしスノーレンジャー』育成プロジェクト



★スポーツとまちづくり賞

経済産業省商務情報政策局長賞

〈受賞者〉一般社団法人日本スポーツ雪かき連盟(北海道小樽市)

〈作品名〉国際スポーツ雪かき選手権



日本商工会議所 奨励賞

〈受賞者〉飯坂マラソン実行委員会(福島県福島市飯坂町)

〈作品名〉湯のまち飯坂・茂庭っ湖マラソン大会(スポーツツーリズムを主体とした飯坂温泉活性化プロジェクト)



★特別賞

スポーツ健康産業団体連合会 会長賞

〈受賞者〉一般社団法人鬼ごっこ協会(東京都世田谷区)

〈作品名〉「スポーツ鬼ごっこ」と「伝承鬼ごっこ」による産業・地域活性化への貢献 ～日本文化「鬼ごっこ」がスポーツに！人と地域のつながりづくり～





## 募集のご案内

# 第3回 スポーツ振興賞

「スポーツ振興賞」はスポーツツーリズムやスポーツによるまちづくりに貢献した団体・グループ・企業を表彰する制度で、平成20年度に「地域・スポーツ振興賞」として創設され平成24年度に本賞に改称されたものです。スポーツで地域を活性化されている皆様のご応募をお待ちしております。

### 前回（第2回）の受賞者紹介

#### スポーツツーリズム賞

第2回 国土交通省観光庁 長官賞  
神戸ランニングフェスティバル実行委員会(神戸市)



第2回 日本スポーツツーリズム推進機構 会長賞  
諏訪湖温泉ラージボール卓球大会実行委員会(長野県諏訪市)



一般的な卓球ボールよりやや大きいボールを使って競技

第2回 スポーツ健康産業団体連合会 会長賞  
株式会社デサント(東京都豊島区)



#### スポーツとまちづくり賞

第2回 経済産業省 商務情報政策局長賞  
一般社団法人洞爺湖温泉観光協会(北海道虻田町)

ようこそ  
洞爺湖町へ



第2回 日本商工会議所 奨励賞  
ツール・ド・三陸 2013 実行委員会(岩手県陸前高田市)

かつて三陸地方には、本格的な自転車レースがあった。市の財政難で中止となっていたこの大会を復興の契機に。



#### 「あなみ (DESCENTE) SPORTS TOWN」プロジェクト

プロジェクトの狙い  
DESCENTEの企業理念である「すべての人々に、スポーツを通じて心身の『体感の豊か』」を実現するために「本物の『感』」を通して、デサント商品に対するブランドロイヤリティの醸成を図りつつ、デサントアウトドアビジネスの拠点としての位置づけ、業界初の地域産業型コラボレーションです。(商・産官・学連携)

プロジェクトの狙い  
■6/10の復興だけでなく、新しい産業と観光を創出する機会も提供  
■スポーツを通じて、産業的なライフスタイルの普及を図り、復興と産業的な発展につなげる  
■スポーツを通じて、自然との共生、人との出会い、自分も社会貢献できる体感がある  
※地域貢献、地域のコミュニティ・マネジメントを軸に、復興と産業を軸で取り組むことが最大の狙いである

【主催】公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構  
【応募締切】平成27年1月15日(木)(当日消印有効)  
【お問い合わせ】公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会 事務局 TEL: 03-6434-9510  
一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 事務局 TEL: 03-6441-2045  
※詳細は募集要項をご覧ください



## 第3回 スポーツ振興賞

公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会と一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構では、「第3回スポーツ振興賞」として「スポーツツーリズム賞」、「スポーツとまちづくり賞」の募集を行っています。  
スポーツツーリズムやスポーツによるまちづくりに貢献した団体・グループ・企業の方々の積極的なご応募をお待ちしております。  
**応募締切／平成27年1月15日（木）当日消印有効**

### ■応募方法

応募にあたっては、下記の選考基準を勘案して以下の書類を作成し、（公社）スポーツ健康産業団体連合会宛、お送り下さい。書類はプリントアウトしたものと電子データを併せてお送り下さい。

- ①エントリーシート（別紙又は当連合会ホームページ <http://www.jsif.or.jp/>よりダウンロード）
  - ②本文（様式は特に定めませんが、下記内容を簡潔にお書き下さい。）  
「スポーツツーリズム」「スポーツによるまちづくり」を通じた産業・地域活性化の貢献、活動の経緯、活動組織の内容、特筆すべき点、今後の展開などの活動内容
  - ③要約（①の本文を1,600字程度でまとめたもの）
  - ④写真（写真には必ず説明書を添えてください。写真データがあれば送付してください。）
- ※なお、応募書類は返却いたしませんので、あらかじめご了承ください。

### ■選考方法

応募のあったものの中から、（公社）スポーツ健康産業団体連合会と（一社）日本スポーツツーリズム推進機構が共同で設置するスポーツ振興賞選考委員会において選考の上、決定します。

### ■選考基準

- 【まちづくり】スポーツを通じて産業や地域振興に貢献しているか。
- 【市民参加】市民が積極的に参加できる仕組みがつけられているか。
- 【事業の健全性】事業の内容及び活動が健全であるか。
- 【交流・連携】地域の内外を問わず交流や連携が行われているか。
- 【継続・発展】活動が継続的に行われ、将来の発展性が見られるか。
- 【評価】参加者、市民、自治体に評価されているか。
- 【望ましい事項】独創性に富んでいる、イメージ向上に貢献している、新聞、テレビ、ラジオ等で取り扱われている等。

### ■表彰内容（各賞1点）

★スポーツ振興大賞	副賞 20万円		
★スポーツツーリズム賞		★スポーツとまちづくり賞	
国土交通省観光庁長官賞	副賞 10万円	経済産業省商務情報政策局長賞	副賞 10万円
日本スポーツツーリズム推進機構 会長賞	副賞 10万円	日本商工会議所 奨励賞	副賞 10万円
★特別賞 スポーツ健康産業団体連合会 会長賞 副賞 10万円			

### ■表彰

- ① スポーツ振興賞の表彰は、平成27年3月開催の「第14回シンポジウム（公社）スポーツ健康産業団体連合会主催」の席上にて予定しています。
- ② （公社）スポーツ健康産業団体連合会、（一社）日本スポーツツーリズム推進機構ホームページにおいて活動内容を広く周知するとともに、報道機関にもプレスリリースすることにしております。

【書類送付先】公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会 事務局  
住 所：〒106-0032 東京都港区六本木6-2-33  
六本木ヒルズノースタワーアネックス3F 学校法人メイ・ウシヤマ学園分室  
TEL：03-6434-9510 FAX：03-6434-9511  
E-mail：[jdy06327@nifty.ne.jp](mailto:jdy06327@nifty.ne.jp) URL：<http://www.jsif.or.jp/>

### 【お問い合わせ】

- ・上記の公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会 事務局（担当：板垣）又は
  - ・一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 事務局（担当：宮本）
- TEL：03-6441-2045  
E-mail：[info@sporttourism.or.jp](mailto:info@sporttourism.or.jp) URL：<http://sporttourism.or.jp/>

☆スポーツ振興大賞		
作品名	九州オルレ (の取り組み)	
応募者	一般社団法人九州観光推進機構 (福岡市中央区)	
<p>作品の概要</p> <p>「九州はひとつ」の理念のもとに、九州観光推進機構は官民協力で2005年4月に設置され、国内主要都市圏やアジア圏・欧州圏からの誘客に取り組んでいる。九州への外国人入国者数は、2014年160万人を超える勢いで増加傾向にある。そのうち韓国からの入国者数は、約60%を占め、九州にとって韓国は最も重要な市場。需要喚起策として当時韓国国内でブームとなっていた「済州オルレ」に着目し、九州各地の自然豊かで魅力的なトレッキングコースを「九州オルレ」として韓国市場にアピールすることとした。</p> <p>「オルレ」とは済州島の方言で「家に帰る細い道」という意味であり、道が主役である、物語がある、アスファルトを避けるなどのコンセプトのもとにコースが設定されている。2011年8月に「(社) 済州オルレ」と業務提携を締結し、2012年2月4コース (武雄、天草・雄和島、奥豊後、指宿・開聞コース) を「九州オルレ」第一次認定コースとしてスタートし、2015年2月時点で九州各県に15コース (平戸、天草・松島、高千穂、霧島・妙見コース他) を認定。参加人数は約73,700人 (内、韓国人約50,000人)。コースオープン後、それぞれの地域において、韓国人訪問者と地元住民等との様々な交流も行われている。</p>		
☆スポーツツーリズム賞		
国土交通省観光庁長官賞	作品名	若狭路スポーツトリップ
	応募者	一般社団法人若狭路活性化研究所 (福井県三方上中郡若狭町)
<p>作品の概要</p> <p>日本海に面した若狭地域は、多くの海水浴客が訪れたことから、50年ほど前から民宿経営を中心とした観光業で発展してきた。また、原子力発電所が建ち並び、地元住民の雇用の場として大きな意味を成していた。リーマンショック以降の景気低迷と東日本大震災による風評被害で、観光客は激減、雇用喪失と、苦しい状態であった。</p> <p>この状況を打開するため、「持続可能な発展のための活動」「魅力ある若狭地域作り」を目的として「スポーツイベントの開催」に一企業として取り組んだ。行政に頼った運営では、資金力が無くなった時、開催が不可能になる。また6つの市町村からなる地域の壁を乗り越えるため、「企業の主催で開催する」ことに拘った。</p> <p>2012年に「若狭路センチュリーライド2012」を初開催。その後、オープンウォータースイミングやトレイルランなど競技数を増やし、3年目の今年は3つのイベントで全国から合計2,000名の方々が参加。地元スタッフも述べ300人以上が協力し、この地域にとって大きな財産となった。</p>		
日本スポーツツーリズム推進機構会長賞	作品名	留学生スキーインストラクター『おもてなしスノーレンジャー』育成プロジェクト
	応募者	留学生スキーインストラクター『おもてなしスノーレンジャー』育成プロジェクトチーム (北海道札幌市中央区)
<p>作品の概要</p> <p>北海道への2013年の外国人来道者数は101万4700人。国・地域別では台湾、韓国、中国、香港、タイの順で、アジア圏からの来訪者が外国人全体の約9割を占める。また、北海道には世界各国から約2,700名の留学生が来ている。北海道のスノーリゾートには、世界中からパウダースノーを求めて多くのスキーヤーが訪れているが、外国人スキー客に対応出来るスキーインストラクターが不足している。中でも中国語や韓国語が出来るスキーインストラクターが全くいない。</p> <p>この問題を解決するために、北海道に来ている留学生に着目し、留学生にスキーの楽しさを広め、「SAH認定スキー指導員」の資格を取得させ、外国人観光客の受入れ体制の充実と海外からのスキー観光需要の喚起とスキー場などの地域経済の活性化に寄与することを目的として北海道スキー連盟、大学、企業など産官学の連携による留学生スキーインストラクターの育成プロジェクトを立ち上げた。同プロジェクトは2013年度には18名の受講者があり、SAJバッチテスト2級に11名が合格、認定指導員にも6名が合格する事が出来た。現在29名の留学生等がチャレンジしている。中国語・韓国語等の対応ができ、母国に情報を発信できるスキーインストラクターの人材育成が重要な課題である。</p>		

☆スポーツとまちづくり賞		
経済産業省 商務情報政策局長賞	作品名	国際スポーツ雪かき選手権
	応募者	一般社団法人日本スポーツ雪かき連盟（北海道小樽市）
	作品の概要	<p>国際スポーツ雪かき選手権は、「雪かき競技」「雪だるま競技」「ボランティア雪かき」の3競技で構成され、雪で遊びたい人々を過疎と高齢化により除雪が困難になりつつある地域の「雪かきの担い手」とすることで、社会課題解決と観光振興を同時に実現。</p> <p>2014年1月、「第1回国際スポーツ雪かき選手権 in 小樽」を初開催。新たな冬のアクティビティとして定着させられると判断し、海外からも参加を募った。結果、外国人8、道外2、市外3、市内6の19チーム76人が参加。競技終了後は小樽の地ビールと海鮮鍋の懇親会を開催し友好を深めた。</p> <p>大会の様子を収録し、上海、シンガポール、台湾に配信。番組内で次回2015年大会を告知し、JTBが運営するJAPANICANでチケットを販売するなどインバウンド誘致のルートを確立させた。</p> <p>今後は、雪かき競技の全国統一団体として、予選会方式の大会に成長させることでスポーツツーリズムの発展に寄与し、2026年札幌冬季オリンピックのエキシビションに採用されるよう努力していく。</p>
日本商工会議所 奨励賞	作品名	湯のまち飯坂・茂庭っ湖マラソン大会 (スポーツツーリズムを主体とした飯坂温泉活性化プロジェクト)
	応募者	飯坂マラソン実行委員会（福島県福島市飯坂町）
	作品の概要	<p>飯坂を活性化したいという人たちが作成した手作りの大会である。紅葉とダム湖のコントラストが最高で、温泉があり、混雑等のストレスがない小規模で贅沢な大会。自然環境が豊かで、果物、野菜、お米、素材で温かい住民がおり、高齢者にも人気がある。2007年11月に発足し、2011年震災年（第5回）でも1066名（県外536名）参加。直近の第7回では1262名（県外850名）参加。</p> <p>活動の経緯は、福島市にある飯坂温泉は松尾芭蕉の時代から名湯と知られ、戦前、戦後ともに福島市の経済の中心として活躍してきたが、東北新幹線の開通後関東からの日帰りが可能となったことなどから観光客の衰退がはじまった（ピーク1973年1,778千人/2010年811千人）。また、飯坂町茂庭エリアは福島市の水源等を目的にダムを1985年に着工、地域が湖面となる住民は移動を余儀なくされた。さらに少子高齢化の影響で2013年人口536名、60歳以上が253名うち70歳以上が157名と日本を代表する超高齢化エリア。茂庭をスポーツのテーマパークとして開発していくことが住民の生きがいにつながり、飯坂温泉の奥座敷茂庭が活性化することが温泉の活性化につながると確信し、より贅沢な大会を目指し活動している。</p>
☆特別賞		
スポーツ健康産業団体連合会 会長賞	作品名	「スポーツ鬼ごっこ」と「伝承鬼ごっこ」による産業・地域活性化への貢献 ～日本文化「鬼ごっこ」がスポーツに！人と地域のつながりづくり～
	応募者	一般社団法人鬼ごっこ協会（東京都世田谷区）
	作品の概要	<p>2010年6月の設立以降、新スポーツ「スポーツ鬼ごっこ」の普及を中心に活動。全国8ヶ所の地域支部に、指導員・審判員ライセンス取得者が743名在籍。全国43都道府県、220市町村で普及活動を行い、活動開始4年半で愛好者は18万人を超えた。今年の全国大会には、60チーム（700名）が参加、観覧者を含む2,000名が来場した。</p> <p>また、新事例として、JTB コーポレートセールスと共同で「鬼ごっこを活用した職場旅行プログラム」を開発。閉鎖された夕張市のテーマパークを貸し切りにし、渋谷区のIT企業社員300名で「スポーツ鬼ごっこ」を実施。日頃運動の機会が少ないIT企業社員の健康改善、社内コミュニケーションの活性化はもとより、財政破綻をした夕張市での、地元ホテルへの送客や名産品の販売など、地域振興も兼ねた企画とした。</p> <p>今後は、様々なステークホルダーとの連携を更に強化し、日本発の国際的スポーツとして普及を広げ、2016年には初の国際大会を開催、2020年東京五輪の公開競技化を目指す。</p>

## 8 | JSTA セミナー



### 2014/04/25(金) 第1回

#### 【アジェンダ】

1. 日本スポーツツーリズム推進機構 会長挨拶 原田宗彦会長
2. 2020 年に向けたスポーツ行政の取組みとスポーツツーリズム ～これからのスポーツと日本再生～  
文部科学省スポーツ・青少年局競技スポーツ課長 坪田知広氏
3. メガスポーツイベント関連合宿誘致 JSTA 事務局長 中山哲郎

#### 1. 会長挨拶 JSTA 会長 原田宗彦

- 本セミナーはスポーツセミナーの企画委員会を中心に、2 回目にアウトドアスポーツ、3 回目にスポーツアコードの報告、そして 4 回目にスポーツコミッションをテーマとして行う計画。
- 全国の知事あるいは市長、組長からの指令により、各地で事前合宿を誘致するための組織が立ち上がり、近年その動きが活発になっている。
- ロンドンでは組織委員会が最大約 25000 ポンド(約 363 万円)を世界中の団体にインセンティブとして配り、イギリスでトレーニングキャンプするように誘導した。
- 大学と寄宿舎が一緒になっているバーミンガム大学は、学内のビジネスホールを使ってジャマイカチームの事前合宿を行った。五輪後に多くメディアが訪問し 9 億円の経済効果を出した。日本では 2008 世界陸上の際、大阪体育大学にてアメリカチームが合宿をした事例がある。
- リオデジャネイロ五輪で日本の合宿地を世界中の NOC に向けて発表することになった。このような動きから日本では更にスポーツツーリズムに関心が集まり、その受け皿としてスポーツコミッションを設立していく動きが徐々に顕在化している。
- ナショナルトレーニングセンターの競技別強化拠点指定施設一覧では、現在のところ、冬と夏の競技を含めた 21 競技のナショナルトレーニングセンターの競技別強化拠点が記載されている。ここに記載されている競技は優先的に推薦される可能性が考えられる。

#### 2. 2020 年に向けたスポーツ行政の取組みとスポーツツーリズム ～これからのスポーツと日本再生～

##### 文部科学省スポーツ・青少年局競技スポーツ課長 坪田知広氏

- 2020 年東京大会までもう 6 年 3 か月もない。開会式は 7 月 24 日など日程を見ると、気温の問題やプログラム構成の工夫などを要することなどが容易にイメージできる。オリンピックとパラリンピックで部分的統合への工夫についても要望がある。
- 東京五輪開会式までには、大会開催への万全の準備、国際競技力の向上などを中心に課題がある。  
(例: 五輪の 28 競技 306 種目の普及、開会式後に発生する外国人の地方移動の円滑化)
- 開催決定後の政府の取組みとしては、文部科学省にパラリンピックが移管、競技スポーツ課に元々あった国際ス

ポーツ室からオリンピック・パラリンピック室が独立、競技力強化やナショナルトレーニングセンターでの支援充実に向けた検討、オリンピック・パラリンピック等に関する閣僚会議の開催などを行っている。

- ▶ 2020年東京五輪に向け、政府と東京都で一般財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会を立ち上げ、資金をIOCから受け取り、開催の準備を行うこととなる。国は国立競技場、都は都立施設、各種インフラの整備を行う。その動きを調整すべく、大臣、都知事などで構成される調整会議が設置されている。
- ▶ 各省庁にまたがる内閣オリパラ室では大会開催基本計画の策定に向けセキュリティ、輸送、外国人受け入れ、文化・環境等の発信プログラム、受動喫煙などの問題解決など各省庁にまたがる事項を担当。
- ▶ 2020年大会に向けた全体スケジュールの重要事項は、来年2月までに大会開催基本計画をIOCに提出しなければならないことがある。同時に東日本大震災の復興へのプロジェクトも同様に進行する。また開催前のテストイベントが重要になり、この時期からインバウンド観光が可能になってくることから様々なスポーツツーリズムを試すべき。大会組織委員会予算としては、収支が約3000億円を想定している。2019年のラグビーワールドカップ開催までにスタジアムを完成し、準備を整えるという流れ。
- ▶ 国際競技力の向上の中では、スポーツ基本計画の中でオリンピック競技大会の金メダル獲得ランキングが定められ今後の目標は夏季大会5位以上、冬季大会10位以上。
- ▶ 今年度の新規予算の目玉として、2020ターゲットエイジ育成・強化プロジェクトがある。今から支援をして6年度に間に合う競技を中心に、まだ芽が出ていない若い世代の競技者の支援を行う。ここでは世界第3位から第5位、金メダル数は25から30、総メダル数は70から80を目標としている。
- ▶ 地方で行っている取組みとして、小学生等の適正を診断して競技を切り替えるタレント発掘がある。北区西が丘のNTCにあるJOCのエリートアカデミーに入校し寄宿してトレーニングを積む。今年は国の事業として全国3ブロック以上でタレント発掘を行う予定。
- ▶ 金メダル数の個数でいえば、お家芸と呼ばれるもので確実にメダルを確保したうえで、サッカーなど団体競技も盛り上げていく。あとマイナー競技などでメダル数が多いところをどう掘り起こしていくかが課題。
- ▶ メダル獲得に向けて、2000年以降1番成果を挙げているのがJISS&NTC。パラリンピックとの利用共用が課題。既存の施設について足りなかった場合どうするか議論がある。
- ▶ オリンピック・パラリンピック共に更なる組織的拡充が必要。また、戦略的な情報分析・競技団体への予算配分を行う。競技団体のマーケティング強化のバックアップをする必要がある。
- ▶ 国体が五輪に近づくために、段階的に五輪種目の追加を行う。トップレベルの参加を目指す。
- ▶ 競技の縦割り環境を乗り越え、地域での多様なスポーツ環境の充実が必要。欧米では夏と冬で種目を分けて両方に取り組むスタイルが普通。
- ▶ 公共スポーツ施設、特にアリーナ魅力化のための飲食解禁など規制緩和も必要。
- ▶ パラリンピックの種目を小学校体育で体験するなど健常者が体感しなければ国民的普及にはならない。
- ▶ アスリートのグローバル人材育成。アスリート自身にも語学スキルや素養、主体性・積極性・チャレンジ精神・協調性・柔軟性などが必要。早い段階から世界と交わるアスリートの育成も重要。
- ▶ 五輪後のレガシー。選手村も住宅として国民に活用され、オリンピック・パークも公園として整備されることで有形のレガシーとなっている。スポーツに関する考え方がより成熟したこと、スポーツ参加率も上昇したことが無形のレガシーとなっている。
- ▶ 通常五輪後は経済活動が落ち込むものの、ロンドンでは落ち込んでいない。地域参加等も増えた。
- ▶ 東京五輪後の日本最大のレガシーこそまさに「スポーツツーリズム」になると考える。スポーツを「観る」「する」「支

える」で人が動き、内外からの交流人口が増え、人口減の中でも国が活力を失わない形を残すということ。

- ▶ 重要な動きとして、2016年のリオでの JAPAN HOUSE が挙げられる。単なる VIP 用施設ではなく、世界中の観戦客を対象とした観光インバウンド施設として設置し、マラソン、トライアスロンなど参加型スポーツイベント情報、日本のマリン、スノー、トレイル、リバーなど豊かなスポーツ環境の情報発信をしっかりと行う必要がある。
- ▶ 日本はコンパクトな国であり空港網、新幹線も非常に発達しており、ほとんどのところに東京から4時間以内で行くことができる。2019ラグビーも念頭に置くとラグジュアリー向け企画(ななつ星での全国漫遊や豪華クルーズ船も活用した全国網羅のスポーツツーリズム)も考える必要がある。
- ▶ マイナー競技では、見るスポーツとしての価値を高めるために競技スタイルや観客サービスを魅力化する。ラウンドワンのスポッチャや wii スポーツなどの体験を通じて、バーチャルからリアルの流れで新スポーツに取り組む機会を作る。ゲーム業界と競技団体のコラボで、マーケティング収入を上げることも重要。
- ▶ アスリートが参加したスポーツ動画の無料、課金提供でスポーツ振興に還元することも。
- ▶ クラウドファンディングの利用をはじめとしたインターネットの最大限の活用が必須。

### **3.メガスポーツイベント関連合宿誘致 JSTA 事務局長 中山哲郎**

- ▶ 現在、各地方自治体では、事前合宿に対して非常に興味を持っている。4月以降10以上の組織、団体、個人から入会申し込みを頂くなど、オリンピック・パラリンピックの開催が決定したことが追い風となり、ますますスポーツツーリズムが注目されていることが入会傾向にも反映されている。
- ▶ 共同通信社の調査によると27道県でオリンピック需要、知事や市長の直轄のプロジェクトが全国でできている。
- ▶ 東京が手本にするのは、2012年のロンドン。ロンドンではメダルも多く獲得し、2016年リオでは競技が28種目にまで増える。
- ▶ 食事供給の点は、東京に食材が集中することから、農産物、水産物を販売する機会がある。また、文科省が設定しているアウトドア系競技(サッカー・ラグビー・ボート・カヌー等)のナショナルトレーニングセンター競技別強化拠点施設が取り上げられていない現状がある。ナショナルトレーニングセンター競技別強化拠点施設を持っている県や市は、日本チームの練習、この施設を使って練習をする海外のチームを1つの契機として、施策等に活用することができる。
- ▶ ケーススタディとして、2008年北京オリンピックの事前合宿が挙げられる。2007年大阪で世界陸上があったことから、四国、大阪、和歌山でキャンプをしている陸上チームが多かった。特筆する点として、交流事業があり、トップアスリートと地元の中高生との交流は高校生たちの競技力の向上、モチベーションを引き上げる要素になっていた。また、競技的な要素だけでなく、丸亀のケースでは小中学校の給食で各国の料理を堪能、国際理解教育の一環に。事前合宿をしたアスリートの応援に行く動きが見られた。
- ▶ 韓国では、2008年韓国観光公社、韓国オリンピック委員会が協力し、キャンプ招致にむけてガイドブックを作成。日本は行っておらず、韓国は組織的にガイドブックを制作してセールスを行っていた。
- ▶ これまで各国代表選手団全体で日本に事前合宿で来たことは非常に少なく、チームごとに動いていくことが多い。複数競技の場合でNOCが事前合宿を取りまとめる場合と、単一競技はそれぞれのチームが事前合宿を取りまとめるという場合の大きく2つに分けられる。NOCという面で日本に受け皿があるのはJOC。JOCは国際競技大会を開催した所など17とパートナー都市協定を結んでおり、優先的に紹介していた。
- ▶ それぞれの競技団体は、第一義的には自分たちの種目においてメダルをとることが目標で、他国の事前合宿の斡旋には取組んでこなかった背景がある。だが、日本でのキャンプのニーズが高かったことから、もっと積極的に

セールスを行い、日本で開催される 2020 年のオリンピックであれば、かなりの数のチーム、国が日本でキャンプを行う。事前合宿を日本で行う際には、競技団体から競技会場やキャンプの都市を紹介する他に、直接旅行会社に取りまとめを依頼するケース、自治体でプロジェクトチームを組み、自ら事前合宿承知に取り組むケースもある。

- 2016 年リオ五輪までの合宿については、東京 2020 オリンピック・パラリンピック組織委員会が施設関係、場所をまとめていく。
- 2016 年までに材料を揃えて公式ガイドブックを配布、または Web の構築をする。場所の選定は 2015 年各自治体より、施設情報、宿泊情報を集めて集約するというで行われるのではないかと。事前トレーニングキャンプ地については、ロンドンが 600 箇所、ブラジルは 172 箇所であった。
- 600 施設の中では使われない施設の方が多かった。JOC は大学を指定したものの、各チームで独自のコンネクションを有している場合が多く、繋がりがあつた所でキャンプを行つた。
- 単一競技の 2002FIFA ワールドカップ日韓大会の 32 カ国中 24 カ国が日本でキャンプを行つた。
- 2020 東京五輪の事前合宿誘致の理由として、経済効果ではなく社会的効果を狙つた方が良く考えている。IOC や JOC の観点では、オリンピック・ムーブメントの推進のためにも、開催地以外でオリンピックの波及効果を及ぼすことが重要。
- 事前合宿の活用では、ツーリズム観点からシティンティセールスに使う。有名な選手が来ると、メディア露出が増え、報道やファンが大量に押し寄せることでツーリズム関連産業への波及が望める。社会的効果の最たるところが、教育への活用であり、国際理解教育にもつながる。長期滞在であれば選手が実際に香川でうどん教室に行つたことが報道されている。
- 実際にどの国どの競技をターゲットにすべきか、という点では、その地域であるスポーツ資源、スポーツ文化に寄与するもの、そこでしかできないものをセールスポイントとすること、また過去に国際大会を行つたところや過去に利用したチームや団体をリピーターにすることが大事になってくる。  
実情として各自治体の担当者が 2,3 年で変わることが多く、スポーツコミッションの設立が必要になる。そして持続的関係の構築できるような国を選ぶ必要がある。金メダル獲得ランキングでみていくと G20 といわれる国が上位にいる。
- 日本におけるパラリンピックの金メダルランキングは 24 位で、オリンピックよりも低い。
- 2014 年～2020 年に取り組むべきこととしては、日本開催及び周辺国(中国・韓国、台湾)開催の国際競技大会、これに参加する参加国のターゲット化。
- 2015 年に 1 番大きいのは中国の北京で開催される世界陸上。07 年 08 年でみるとかなりの数のチームが日本に来ていることから、彼らのリピーター化が重要。
- おもてなしの体制整備をする必要がある。日本のおもてなしは、コミュニケーションの部分でできていないことが多々ある。スポーツの施設、観光情報の発信、外国人のクレジットカード利用環境、Wi-Fi、スマホ、外国語対応要員の整備などまだ最高評価ではない現実がある。
- 海外との姉妹都市提携の中でスポーツの交流を採用し、キャンプ誘致の予行演習として利用してもらいたい。
- 2020 年訪日外国客数 2000 万人をめざす上で、想定値では毎年 9.9%、約 1 割ずつ伸ばしていくと 2000 万人に到達する。今の羽田、成田、関空、中部、など今の路線体制で間に合うのかという議論がある。
- オリンピック・パラリンピック開催決定後の世界のインバウンド観光客数の傾向として、1 番顕著なのは、スペインのバルセロナ。手本とするイギリスは、2012 年約 3000 万人は外国人が来た結果が出ているが、オリンピックがあま

りにもメガイベントすぎて、その反作用が出た。対前年度比較第三四半期は-4.2%は考慮にいれておかなければならない。

- ▶ 開催都市が決定してから東京に対する見方が変わってきたと感じる。東京・日本のディスティネーション価値が上昇する上で、スポーツツーリズムを推進する必要がある。日本に来る外国の顧客からスポーツのディスティネーションとして認められる東京、日本を創りあげたい。
- ▶ 2014年東京マラソンでは、3万6000人の参加者の内、外国人参加者が6000人。その前年は3000人で、倍増している。その中の3000人弱は海外からと予想している。日本への注目が上がっている。
- ▶ 懸念事項として、開催直前期間中は一般観光が減る可能性がある。オリンピック観戦客は40-60万人と予想もあるが、一般の顧客をどの程度維持できるのかが課題。オリンピックの観戦に来る人達は、欧米・中国・韓国に偏るため、訪日外客の主要マーケットである東南アジアからの観戦目的来日がどれだけ見込めるかが課題。

以上

## 2014/5/16 第2回

### 【アジェンダ】

1. 「アウトドアスポーツが拓くスポーツツーリズムの未来—耐久性スポーツとアクションスポーツの可能性—」 JSTA 会長 原田宗彦
2. 「みなかみ市の取り組みとスポーツ用品メーカーの戦略」 株式会社デサント取締役 戸井田朋之氏
3. 「スポーツツーリズム商品としてのトレイルランの可能性」 トライルランナー 鏑木毅氏

---

### 1.「アウトドアスポーツが拓くスポーツツーリズムの未来—耐久性スポーツとアクションスポーツの可能性—」 JSTA 会長 原田宗彦

- ▶ スポーツ用品産業の売上推移は下降を続けていたが、近年向上しつつあり、明るいニュースとなっている。その背景にはアウトドアスポーツのブームがあり、製品の高機能化、軽量化、ファッション化が進んでいることが成長の要因として考えられる。また、ハイテクで贅沢な野外文明を楽しむ風潮が広がってきたとも捉えることが可能だ。
- ▶ 高齢化とともにランニング人口が増加しており、2006年には606万人だったランニング人口が2012年には1009万人に増加している。走ることがライフスタイルの中に組み込まれつつある時代になってきている。
- ▶ スポーツイベントと環境について考える。例えば、横浜トライアスロン大会はイベントマネジメントの国際規格を取得し、環境配慮を大会のブランディングに利用しているユニークな大会であり、税金を一切使用していない。横浜市としては手放したくない大会に成長している。また、参加者の半数以上が横浜トライアスロン大会の環境配慮について認識していることから、「環境」はブランディングの強化にとっても大きな力を持っているのではないだろうか。
- ▶ エルビス and クレッセというイギリスの会社は、消防署の廃棄ホースを利用して、バックを作り、ブランドショップで売るという、「リサイクル」でなく「アップサイクル」を確立している。なお、利益の5割を消防署関連の慈善団体に寄付しており、社会的価値をうまく利用している例である。これは、社会貢献を念頭に置いて今後のアウトドアスポーツの動きを考慮する上で、大いに参考になる。
- ▶ リバーラフティングに関しては、隠れた自然資源である川を活用して地域活性化に導くという、win-win-win の関係を構築している。こういった仕組みをアウトドアスポーツに今後どう活かすかが知恵の絞りどころになる。
- ▶ スポーツツーリズムに関して、2008年における英国に来る外国人の2割がスポーツに参加している。今後、来日外国人の2割がスポーツに参加できるような環境を作るには、アウトドアスポーツが鍵を握るのではないだろうか。それには「脱年齢」「継続性」「無限界」「社会行動」がキーワードになってくると考えられる。
- ▶ スポーツツーリズムにおけるターゲットについて、性別・年齢別スポーツ消費額を参考にすると、男性の平均消費額は、年齢とともに増加している。女性については、全年代で男性より少額であり、20~40代が横ばいである。しかしながら、50代になると急に消費額が倍増していることから、50代の女性をどうターゲットとしていくかに注目していくべきであろう。男性と同じくらいの額になると予想される。
- ▶ アジアの人々はどれほど日本に来たがっているのかを調べたところ、日本を1位に挙げていることが明らかにされている。ただ、海外旅行先を決める理由としては、「食事」「温泉」が上位を占め、「ハイキング」「スキー」等のアウトドアスポーツ系は軒並み18位以降であった。この背景には、圧倒的なプロモーション不足が原因として考えられ、海外にアウトドアスポーツをいかに宣伝していないかが浮き彫りとなっている。もう少し戦略的に行わなければならず、今後のJSTAの使命でもある。
- ▶ スポーツツーリズムの発展には、「快樂的な楽しみ」と「自分の成長」の経験がコアとなり、さらには現実離れた感

覚を得ることがキーポイントになる。これらをツーリズムプロダクトに落とし込むことが、今後重要になってくる。

- ▶ 社会貢献的消費の仕組み作りが必要となってくるだろう。なぜ耐久性スポーツがこれほどまでに注目されているのかについて考えると、耐久性スポーツは、絶対的な価値が存在しないポストモダン社会において年齢や社会階層に関係なく、自分の限界に挑戦できる数少ない民主的な自己実現装置だとみなすことができる。
- ▶ アクションスポーツを取り入れていこうというのが世界的風潮。日本はまだまだ手がつけられていないが、これからが楽しみな分野である。

## **2.「みなかみ市の取り組みとスポーツ用品メーカーの戦略」株式会社デサント取締役 戸井田朋之氏**

- ▶ OXFAM TRAILWALKER という、48 時間以内に富士山周辺 100km を 4 人 1 組で走破する耐久レースイベントがある。今年は 250 組参加したが、約 4 分の 1 が台湾人だった。6 回目のイベントで初のことだった。参加費の一部は寄付になっており、社会貢献事業の一つとなっている。
- ▶ ビーチバレーのイベントを共催しているが、浜ではなく、街に砂を持ち込み、人が集まる場で実施している。成功しているポイントとして、決勝戦以外を無料で開放していることが挙げられる。集客するには、受け皿を準備し、初回はリピーター獲得に尽力することが大切である。
- ▶ みなかみデサントスポーツタウンプロジェクトの成功には、大きなチーム作りが鍵となっていた。まちづくり・ものづくり・コト作りといったような、各企業が得意分野を担当してチーム組織することが重要である。また、自治体との交渉では、金銭面よりも知恵を絞り出すことに力を入れた。なお、あらかじめイベント後の貯蓄額を設定してから、支出金額を想定することが重要であろう。
- ▶ アウトドアマーケットを広げるためには、様々な会社が場をシェアして市場を拡大していくべき。例えば、山開きを行うにしても、ゴールドウィンと共同で行っている。
- ▶ 比較的田舎だと考えられる、みなかみでのイベントを盛り上げるには、田舎らしさを出してオリジナリティを出すことも一つ。古民家に都会の子供たちが宿泊できるようなイベントを行っている。また、マンスリーでイベントを企画し、運営しているが、残念ながら事故が起こってしまうこともある。しかし、事故が起こった時のノウハウを他のイベントに還元している。
- ▶ イベントにはキーパーソンの設定が重要である。みなかみではラフティング世界チャンピオンである浅野重人さんをキーパーソンにし、PR を進めている。また、みなかみでリバーラフティングの世界選手権を行いたいと考えている。これにより、みなかみが再び有名になる起爆剤になるはずだと考えている。

### **【質疑応答】**

Q:本日、自治体からの参加者も多いので、自治体の方々へのメッセージをお願いします。

A:指定業者制度がかなりネックになっている。他企業が入っているところに、デサントが入っていける余地は見つけにくい。また、1つのイベントから他分野のイベントに繋げていくことが地域を盛り上げてくのに重要である。イベント間の連携プレーがとても重要だろう。自治体は、予算⇒増減⇒実績と考えがちだが、企業は実績⇒予算⇒増減と考えている。予算ありきの考え方を変えることで、新たな視点が得られるはずだ。

## **3.「スポーツツーリズム商品としてのトレイルランの可能性」トライランナー 鎌木毅氏**

- ▶ 山道を走ることをトレイルランニングといい、クロスカントリーとは異なる。世界的には 4500 万人の競技人口がおり、日本は 10~15 万人と言われている。なお、日本のトライアスロン人口の 1/3 ほどである。まだ、トレイルランニングの協会もなく、ガイドラインも未整理なため、競技人口が増加してきた本年が重要になってくると感じている。

- ▶ ウルトラトレイル Mt.Fujiという、非常にハードルの高い大会がある。参加者 2300 人（応募は約 3 倍）のうち、400 人超が外国人であり、世界 50 カ国からエントリーがあった。外国人参加者の中でもアジア圏の人々が多数を占め、特に香港、シンガポールからのエントリーが多い印象を受けた。
- ▶ 神流(かな)マウンテンラン&ウォークの事例を紹介する。始まってから三回目の大会で総務大臣賞を受賞(平成 24 年度過疎地域自立活性化優良事例表彰団体)した。大会のホスピタリティを高め、参加者が忘れられないような体験をすることがポイントなのではないだろうか。神流町の人口は 2200 人であり、毎年 100 人ほど減っている。駅もコンビニも温泉なく、人を呼ぶような資源はない。あるのは昭和の雰囲気とそれを囲む山々のみであるが、この山々が財産だと考えている。神流の山々の特徴は、落葉樹が多いということ。
- ▶ 日本がトレイルランに優れた点は、国土に占める森林率世界第 2 位であり、首都圏からとても近く、多くの人が気軽に参加できる環境があること。また、デメリットとしては特定の山に人が集中しやすいことがあげられる。土も柔らかく、トレイルがダメになってしまうことがあるので環境対策が難しい点も挙げられる。なお、トレイルランではフカフカのトレイルが好まれており、人があまり入ってないような土が良いと感じる人が多い。
- ▶ 神流の大会は、2009 年にスタートした。群馬県庁で 15 年勤めていた経験から、地域をなんとか盛り上げていけないかと考えてきた。地域活性化というと、補助金頼みで、インパクトがあるハコモノが好まれていたが、施設の使い方についてあまりに検討しない状態に疑問を感じていた。また、イベントをするにしても、外から持ってくるだけのイベントでは、そのときしか盛り上がらない。そこで、地域の人々がメインで関わっていけるようなイベントを誕生させられないか、と考えた。地元の方々に説明しても、当初は反対の声が多かったが、一つずつしっかりコミュニケーションを取っていったことで、自分たちが大会に関わると意識を持ってもらえた。
- ▶ 第一回大会は参加者が 300 人ほどで小さな大会だったが大成功を収め、翌年大会から、街の人々・団体が、自発的に協力する流れができた。大会参加者はやはり首都圏の人々が多いことから、地元特有のホスピタリティを發揮することができた。例えば、達筆な教育長が参加者一人ひとりの名前を書いたキーホルダーを作成してくれた。「ここだけ、あなただけ」の精神が成功のポイントだったと思う。
- ▶ トレイルランは、絶景があり、景色のいい大会の人气が高い。神流は、手作り看板にメッセージを書いて設置する等ホスピタリティで勝負した。大会前日にも山里ならではのイベントを行い、参加者の家族も神流に来られるような仕組みを、神流を遊ぼうというコンセプトで作った。前夜祭では、徹底的に地産品を提供するようにした結果、800 人参加者のうち 700 人超が出席している。立食ではなく、座席を一つずつ作り、より参加者同士の仲が深まるように工夫している。
- ▶ 2200 人の街で 800 人をどうやって泊めるかという問題を解決する方法として、民泊を活用している。現在、40 数件の民泊協力を得ており、そこでも地元の人々との交流できる機会の創出をした。一度民泊を経験すると、リピーターになる率はかなり高く、大会以外の期間でも交流があるようだ。
- ▶ 地元の方々により周知して頂くには、見える工夫をしなければならないと考え、町の中心部を通過してゴールするようにした結果、ランナーにはとても好評だった。また、町民ボランティアも 400 人を超えている。
- ▶ 女性の方々も気楽に参加できるコース作りに気を遣っており、制限時間に余裕を設けている。「制限時間をたっぷり使って楽しんでください」というメッセージを送っている。
- ▶ ランナーは大会前に試走にくる。大会で、「ここは走れる」と認識して、大会後にもランナーは来る。街の活性化にも繋がるが、安全管理のためにも、看板を確実に作成し、コースMAPも無料で配布している。また結果的にランナーだけでなく、ハイカーも増えた。
- ▶ 神流と同じような地域が日本には大量にあるはずであり、過疎地域には必ず山があると容易に想定できる。過疎

対策には、経済波及効果よりも、地域外の人々が「忘れないでいるよ」と思っていることを、地元地域の人々に伝えることが大切なのではないだろうか。地元住民の意識の向上が大きなポイントではないかと考えている。

【質疑応答】

Q:参加料収入のみで大会運営は回せているのか？

A:第一回大会は初期投資もあり、町と県から補助を頂いた。現在は参加人数も増えて、回せている。

Q:謝金は渡しているのか？

A:団体にいくらかのお金は渡している。重要な仕事をしていただいた人にだけという姿勢を崩さないようにしている。基本は渡していない。

Q:民泊にはお金を取っているのか？

A:とっている。全て同額で行ってもらっているが、ホテル等を考えると本当にわずかな額である。

以上

## 2014/06/23(月) 第3回

【参加者一覧】 省略

【アジェンダ】

1. 「訪日外国人 2000 万人時代」に向けて 観光庁スポーツ観光推進室長 八木和広氏
  2. 「日本のマラソンビジネスについて」 アシックスジャパン 松下直樹氏
  3. Sport Accord Conbention2014 報告(ベレク/アンタルヤ) JSTA 事務局長 中山哲郎氏
- 

### 1. 「訪日外国人 2000 万人時代」に向けて 観光庁スポーツ観光推進室長 八木和広氏

- ▶ UNWTO(国連世界観光機関)発表の世界観光動向によると、国際観光客の伸び率は5%を記録しており、中でもとりわけ北東・東南アジアは高い伸び率を記録している。世界の観光客数において、首位のフランスは約2000万人が航空機で来ていることから、日本が目指す訪日外国人2000万人の数字は世界トップクラスである。
- ▶ 日本の観光客の特徴としては、例年アジアが多い傾向である。日本人の海外旅行者数は、微減、国内旅行者数は若干の回復傾向にある。訪日外国人旅行者数1000万人を達成した背景として、日本を取り巻く経済情勢の変化、官民一体となった訪日プロモーション、ビザ用件の緩和、航空ネットワークの拡充がある。
- ▶ 地域における観光状況は、外国人の延べ宿泊者数で見ると、非常に伸びているのが沖縄、北海道、北信越。国別で見ると、台湾が1番多くなっている。国内における旅行消費額は、95%が日本人で残りの約5%が外国人。課題として人口減少・少子高齢化の進行があげられ、訪日外国人旅行者数で2000万人というのは非常に「高み」といえる。
- ▶ 訪日外国人旅行者数の当面の伸び率は5.7%で、2020年以後は、4.2%の伸び率で計算している。すると、2020年での2000万人という目標は7年を前倒した記録となっている。外国人の空港利用状況は成田、関西、羽田の順番に多い。政府でも一層の発着枠増加を検討している。海においては、クルーズ人口が増えている傾向にあり、15年前の倍になっている。これからクルーズ利用の需要もあり、港湾設備の整備を検討している。クルーズ需要の一極集中として、東京、大阪、京都があげられるが、その背景には、外国人宿泊者数の増加が挙げられるだろう。観光立国実現に向けたアクションプログラム2014を安倍政権の下、実行に移していく。2020年東京オリンピックを見据えた観光振興が大きな柱として加わり、他にも世界に通用する魅力ある観光地域づくりも柱として加わった。
- ▶ 現状の観光の主要なルートとして、首都圏空港からの入国、ゴールドルート中心の周遊があげられるが、LCCをはじめとした地方への国際路線の誘致、多様な魅力ある観光地域の形成、情報発信が加わり、新たなルートの開発または開拓を行っていく。
- ▶ 受け入れ環境の改善点として、多言語ガイドライン、無料公衆無線LAN環境の整備促進、多言語翻訳・通訳アプリの開発普及などが求められる。ビザ要件緩和の影響としては、タイとマレーシアからの訪日旅行者数の増加が挙げられる。免税制度の拡充・免税店の拡大を本年10月より行う。ほぼ全ての品目が免税の対象となり、地方の名産品にも対象が拡大。免税店のブランド化・認知度向上のため、シンボルマークを導入。
- ▶ 観光とオリンピック・パラリンピックについて、観光白書にロンドンとバンクーバーのオリンピック・パラリンピック事例を記載。海外のメディア対策に力を入れ、長期的なキャンペーンを展開、オリンピックまでのロンドンのPR、大会最中の国内パッケージ化、五輪後のレガシーに関するPRキャンペーンの展開を記載した。また地方にも効果を波及させるために、聖火リレーに力を入れ、地方にも海外メディアを呼び、海外へ発信するとともに、地域振興にもつながる。ハードについてもバリアフリーや公共交通期間の整備が行われた。

- ▶ 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会等に向けた観光戦略として、ラグビーワールドカップ、東京オリパラ、ワールド・マスターズの開催が3年連続開催されるため、一体的なプロモーションが求められる。
- ▶ オリンピックの文化プログラムの位置づけとして、オリンピック憲章に計画の義務が明記されている。ロンドンではロンドンフェスティバルを開催。12週間に渡っておこなわれ、イベント総数は177,717件開催され、総参加者数約4340万人で、シェークスピアフェスティバルなどが行われた。
- ▶ ロンドンオリンピック・パラリンピックにおける事前キャンプの状況として、イングランドで225件が行われ、40件がイングランド以外で行われた。経済効果としては1000万ポンドの直接的な経済効果を生み出し、評価もポジティブであった。OECDが行った種々のイベント開催による恩恵の分析として、オリンピック・パラリンピックの効果は消費、インフラ、レガシー、都市イメージについて、大きな恩恵があるとされている。OECDが行った種々のイベント開催により恩恵を享受できる範囲の分析として、消費、インフラ、都市イメージについて高い効果があるとしている。この調査における国別のランキングでは、日本は11位となっているが、都市別ランキングでは、中国が7都市、韓国が5都市ランクインしているが、日本は東京だけがランクインしている状況となっている。

## 2「日本のマラソンビジネスについて」 アシックスジャパン 松下直樹氏

- ▶ マラソン大会参加人数は、2007年度以降、右肩上がりで成長。新規マラソン大会の伸びも予測され、マラソン人口は1000万人といわれている。ランニング関連商品は2013年では722億の売上を記録、2020年1066億円と予測している。2014年では、新規大会として福岡、北九州、静岡、が開催予定。2015年では、姫路城、横浜、登米、岡山、金沢にて開催予定である。
- ▶ 2013年主要マラソン経済効果として、ニューヨークは完走者数50062人・経済効果340億円、シカゴ完走者数39122人・経済効果220億円、東京は完走者数35690人・経済効果271億円、となっている。ただ、どこかのタイミングでピークを迎え、パイの奪い合いになるだろう。よってランナーに対して真摯に対応し、大会の差別化、ボランティアに明確な目標を持たせることが大切になってくる。
- ▶ 2014アシックススポンサードランニングイベントの正式な協賛は、ヨーロッパは50%、アジア&北米は15%となっている。形態の分類としては、フルマラソン、ハーフマラソン、10kmが中心。トレイルマラソンが焦点に。アシックススポンサード国外ランニングイベントは、パリ、ロサンゼルス、シドニー、ゴールドコースト、ボルドー、ニューヨーク、ストックホルムなどがある。
- ▶ アシックスジャパンが協賛する規模と基準として、本社での費用負担・運営するのが、(1)NYCマラソンなどに代表される世界トップLINE(フルマラソン3万人以上)(2)地方都市を代表に加え、1万人単位及びIAAF・IAAF公認大会と定められ、基準としては政令指定都市、日本陸連公認・後援・協賛、参加者などを把握し判断している。基準未達の大会に関しては、各支社経費にて売り上げ貢献度、各種協会/団体等の関係により判断される。基準を満たした場合は、本社での協賛を検討する。
- ▶ 協賛大会選出の手順としては、大会の規模確認と効果の予測による把握、事務局訪問、協賛金VIKなど条件確認、最終条件決済、協賛契約の流れで行う。準備期間は少なくとも7ヶ月前に協賛が決定することと、特別条件としては、特殊な要因・アンバサダー及び主催者との特別な関係の存在、そして大会に他にみられないようなユニークな特徴があるかがポイントになる。さらにランニング教室への協力、コーチングスタッフの育成も考慮点となる。
- ▶ 協賛目的基準設定として、シェアの高いエリート・チャレンジャー・レースフリークの参加者が多い大会をサポートし、顧客囲い込みを行うこと、拡大する市場全体でのシェア拡大のためファンランナーに対し、ブランド認知、商品認知、理解ファン作りのために活動することがある。

- ▶ PR ブース及び宣伝広告としては、EXPO 会場及び大会イベント会場内へのアシックスブースの設置、大会における露出、店頭販促があげられる。大会におけるプロモーションと提供物として、マラソンを走る人の準備からゴールまでのストーリーを伝え、全世界の人口1%に値するフルマラソン完走者の人たちを讃えるグローバルブランドキャンペーンを展開している。
- ▶ 協賛企業の収支・費用対効果の判断基準として、費用では、1.協賛金及び VIK、2.EXPO など出典費用など、3. 関連人件費及び一般経費、4.ランニング教室など関連イベント開催費用【上記合計額 A】、効果の把握では、1.メディアによる露出広告換算金額の算出 2.SNS や NET 関連広告換算金額算出 3.EXPO 等での物品販売金額 4. 期間中直営及び周辺の店舗での商品の売上推移 5.大会関係者及び他協賛企業への売上【上記合計額 B】がある。【上記合計額 B】/【上記合計額 A】の倍率で評価を行う。
- ▶ その他の企業活動として、大会ボランティア活動協力、東日本大震災復興プロジェクト社員の大会出場奨励、MY-ASICS による練習コースを近辺に設定、ランニングステーションへの協力と運営(東京・大阪)、ランニング環境づくりのための協力、アシックスストアの活動を行っている。
- ▶ また地方自治体協力では、神戸市とランニングコース整備に関する基本協定を結ぶ。ウッドチップジョキングコースの整備、マラソンメダリストモニュメント・時計・ウォーキングサインボードの設置、ランニングコースの設定・サイン・ランニングマップ等の設置、ランニングコースを活用した事業の実施・情報発信、施設整備後の管理運営を行っている。
- ▶ チャリティ活動は、東京マラソンでも、市民マラソン大会は開催意義が変わりつつあり、ロンドン(2013 年)では、完走者の約75%は何らかのチャリティを実施し平均寄付金額は1人当たり約38万円、1981年以来チャリティの総額は約 1100 億円となっている。東京(2013 年)では、過去最多の2億 6500 万円が集まり、東日本大震災復興に充てられる。
- ▶ アシックスは、ランニングシューズカンパニーからランニングカンパニーを目指していく。訪日外国人からは東京マラソンは人気があり、前回5000人が走り、物販の売り上げが上昇した。インバウンドの効果を認知し、さらに期待がかかる。

### **3. Sport Accord Conbention2014 報告(ベレク/アンタルヤ) JSTA 事務局長 中山哲郎**

- ▶ スポーツアコードは、国際オリンピック委員会 (IOC) 承認団体で国際スポーツ競技団体 (IF) や教育・科学・技術的な側面でスポーツに貢献している国際組織等が加盟をしている。世界のスポーツ保護、情報共有、協力強調が目的としており、役員は、オリンピック競技団体連合・冬季オリンピック競技団体連合・IF 選出 IOC 委員・スポーツアコードの独立協会メンバー、上記以外から選出される。国際会議とともに、新しいスポーツの切り口の総合競技大会をプロデュースしている。
- ▶ スポーツアコードコンベンション開催実績としては、第 1 回マドリッド(2003 年)からはじまり、日本では第 17 回東京(2018 年)予定となっている。スポーツアコードコンベンション 2014 の参加目的は、JSTA 代表としての参加し、スポーツ団体、スポーツイベント誘致・開催年等とのネットワーキングによる情報収集と、世界のスポーツ界の動向を把握することである。今回は、日本スポーツ振興センター(JSC)と JSTA との共同ブース出展を行った。2020東京の開催決定に伴い、その他日本開催の国際総合競技大会・世界選手権大会の組織委員会に協力を求めた。
- ▶ スポーツアコードコンベンション規模として、昨年の 2013 サンクトペテルブルクは参加エントリー数 2354、参加者国籍数 58、ブース出店数が 92 であったのに対し、2014 ベレク/アンタルヤは、参加エントリー数 1636(初参加者:410)、参加国籍数 78、ブース出店数は 85 となっている。2013 は五輪招致のプレゼンテーションや夏季実施競

技の絞込が、2014 は、2016 リオオリンピック競技会場準備の遅れ対策や開催地への波及効果や経済効果が主なトピックであった。

- ▶ スポーツアコードコンベンション 2014 会議概要 (IOC、理事会・競技団体会合以外) は、City-to-City-Networking session Exclusively for City Participants、SPORTS NEW FRONTIER などのプログラムが行われた。アジアからだと釜山、ソウル、台北、南京、マカオなどが参加している。
- ▶ スポーツアコードコンベンション 2015 にむけて規模を拡大する方針がある。開催時期 2015 年 4 月あるいは 5 月で参加メンバーは、JSC、JSTA、地域スポーツコミッション・日本開催国際大会組織委員会、観光庁、JNTO が挙げられる。また、日本のスポーツコミッションの発信力強化、そして各地域に適合したスポーツイベントオーガナイザーとのネットワーキングを目的としている。

以上

## 2014年7月18日 第4回

### 【アジェンダ】

1. 「2014FIFA ワールドカップから見るスポーツツーリズム」JSTA 会長 原田宗彦氏
2. 「新しいスポーツ合宿ビジネス」株式会社 R-Project 丹埜倫氏
3. パネルディスカッション  
テーマ「スポーツコミッション」  
コーディネーター:(株)ジェイティビー 山下真輝氏  
事例発表① さいたまスポーツコミッション 矢作光広氏  
事例発表② あいちスポーツコミッション(仮称) 成瀬一浩氏  
事例発表③ 新潟市文化・スポーツコミッション 古田賢氏

---

### 1.「2014FIFA ワールドカップから見るスポーツツーリズム」JSTA 会長 原田宗彦

- W 杯での予想観光客数として、外国人観光客は 60 万人、国内観光客は 310 万人であったが、最終的に 100 万人の外国人観光客と 300 万人の国内観光客があったと CNN では報道された。これらの人の移動(ツーリズム)によって、約 3015 億円の経済効果があったと言われている。Ernst&Young 社によると、363 万人の雇用効果があったと言われており、これらの好調な数値はブラジルの勢いと発展途上国といった要素が原因ではないだろうか。
- 太陽やビーチ、サッカー等、ブラジルのスポーツツーリズム資源は豊富だと考えられ、ブラジル観光省のデータによると、外国人観光客の 46.8%がレジャーを目的としている。しかしながら、ブラジルの外国人観光客 568 万人(2012 年)と日本より少なく、国内の観光は盛んなものの、観光大国とは言い切れない。その問題点は、東京の 400 倍とも言われる犯罪率の高さだろう。治安とイメージの改善が鍵を握るはずだ。
- ブラジルは、2014 年サッカーW 杯と 2016 年リオ五輪を機に、2020 年 1000 万人を目標としている。インバウンドの最大収容人数が 4000 万人と言われていることから、これからの伸びが期待される。なお、日本のインバウンド最大収容人数は 3000 万人程度と言われている。
- メガスポーツイベントが外国人観光客の増減に影響しているかについて考えると、2002 年日韓サッカーW 杯を通じて、日本の訪日外国人数は増えなかった。むしろ、2003 年の方が 2002 年よりも減少傾向にあった。反対に、2006 年南アフリカサッカーW 杯では開催翌年に外国人観光客数が増えている。発展途上国でのインフラ整備や治安の改善が大きく影響していると考えられ、先進国ではメガスポーツイベントを開催するだけでは外国人観光客の増加には意味がなく、様々な仕掛け作りが必要である。また、発展途上国でのメガスポーツイベントの開催は非常に経済的効果があるとも言えるだろう。

### 2.「新しいスポーツ合宿ビジネス」株式会社 R-Project 丹埜倫氏

- スポーツ合宿は、日本人にとって馴染みがあり、大きなマーケットであり盛んな割に新規参入が少ない業界だといえる。弊社は 2006 年に設立し、地方の遊休施設を合宿施設として扱い、ビジネスに生かしている。なお、アマチュアのスポーツ合宿をメインに事業を行っている。中でもサッカー合宿を取り扱う割合が最も多い。
- 経済的に盛り上がりを見せる都心とは反対に、地方の衰退が叫ばれる時代において、群馬県みなかみ町や北海道ニセコ町のように、アウトドアスポーツで地方の息を吹き返す点に興味を持った。そこで、少子化や人

口減少、使えるけど使う機会がないという地方の”ハコモノ”(廃校や体育館等)に着目し、合宿ビジネスとしてそれらの”ハコモノ”をどうやって活用していこうかと考えていた。当時、行政はスポーツ合宿を地域活性化に活用しようとする動きがあったものの、民間企業の動きはほとんどなかった。地元地域に深く入り込みながら、「合宿所の運営」よりも、「ひとつの合宿地を作っていくこと」を目標としている。

- 東京の利点として、周辺人口 3000 万人という世界最大規模でありながら、少し離れると自然豊かな地域が広がっていることが挙げられる。これらが新規合宿地域発掘にはとても魅力的である。ただ、ほとんどの合宿施設が 80 年代に建てられた施設であり、民宿に至っては後継者不足、施設の老朽化が問題となっていることから、ビジネスチャンスはあると考える。
- 一番初めに手がけた事業は南房総鋸南町での合宿地ビジネスだ。公共施設(臨海学校)が売りに出されていたので買収し、現在では年々宿泊者も増え、年間 2 万泊の収容ができています。顧客層として、企業研修等もあるが、圧倒的に大学生の合宿が多い。スポーツ合宿だけでなく、自然合宿体験やゼミ等でも活用して頂いている。
- 現在、行政としては資金面で苦勞しつつも手放したくない施設には指定管理会社が入って運営を任している状況であるが、今後、行政はより資金をかけられなくなり、施設を民間に貸し、全て民間に委託するようになってしまうのではないだろうか(千葉市でこの動きができてきている)。指定管理制度であると、どうしても行政の目を気にしなければならなくなり、運営が自由にはいかないのが欠点だと感じてしまう。これら制度変更の流れは、スポーツ合宿、ひいてはスポーツツーリズムの流れもできるのではないかと。
- また、合宿事業以外にも、鋸南町に総合型地域スポーツクラブを創設し、合宿施設が空いている時期に活動している。要するに、合宿にもプラスになるような、地元のスポーツ振興にも活かせる仕組みづくりを行っており、今後も続けていきたい。
- 今後のビジョンとして、現在は関東中心に行っている合宿地事業だが、関西にもマーケットがあるので進出していきたいと考えている。また、ゆくゆくは LCC を活用して地方の運動施設も活かしていきたい。
- 最後に、スポーツツーリズムのみならず、教育とスポーツの掛け合わせにも期待している。合宿所は学校がある時期が閑散期と言えるため、その時期を発展途上国の教育と関係させて新たな事業をしたいと考えている。

### **3. パネルディスカッション(コーディネーター: JSTA セミナー委員 山下真輝)**

#### **✓ さいたまスポーツコミッション 矢作光広氏**

- さいたまスポーツコミッションはスポーツイベントの誘致・開催に特化したコミッションであり、スポーツによる地域活性化のエンジンとして設立された。戦略としては、①サッカーを中心としたメッカ作り(聖地作り)の推進、②ターゲットを明確にした誘致活動(シニア、ジュニア、女性層をターゲット)、③さいたま市の自然・都市環境を活かしたエコロジカルスポーツの振興(自然・都市環境を活かす)を掲げている。
- 主なスポーツイベント誘致・開催実績としては、bj リーグオールスターゲーム、FIFA U-20 女子ワールドカップ、第 34 回皇后杯全日本女子サッカー選手権大会、さいたまクリテリウム by ツールド・フランスがある。
- 女子サッカーのメッカとして、駒場競技場を活かしていきたいと考えており、今後も継続して女子サッカーイベントを誘致していく予定だ。
- さいたまスポーツコミッションが地元企業にあまり認知してもらえてないことが課題。財源確保のためにも、地元企業に認知してもらい、協賛金集めにも尽力していく必要があると考えている。

✓ あいちスポーツコミッション(仮称) 成瀬一浩氏

- ▶ 来年度当初の立ち上げを目指して、近々準備組織を立ち上げて活動を進めていく予定である。スポーツツーリズムといった特定の分野ではなく、地域振興といった点から組織作りをしていきたいと考えている。
- ▶ 地域活性化の起爆剤として、スポーツ大会に期待しており、活用していこうと考えている。スポーツ大会に関する情報や大会誘致、大会の育成等全ての情報をスポーツコミッションに集約し、発信したい。
- ▶ 県内スポーツ大会の情報発信としては、HP や SNS のほか、フリーペーパーの発行を行っている。また、FIFA フットサルワールドカップ 2020 の招致や 2019 ラグビーW 杯の豊田市での開催、2020 東京五輪のキャンプ等誘致に取り組んでいる。
- ▶ 企業はスポンサーとして資金を負担するため、スポーツコミッションへの負担ではなく、個々のスポーツ大会を支援して頂く方が良く感じている。

✓ 新潟市文化・スポーツコミッション 古田賢氏

- ▶ 新潟市は人口 80 万人ほどの都市で、本州日本海側初の政令指定都市である。雪が多いイメージがあると思われるが、平坦な地形でそんなに雪は積もらない。日照時間も多といったデータがある。市内にはデンカビッグスワンやハードオフエコスタジアムなどの大規模スポーツ施設があり、最近ではアサヒアレックスアイスアリーナも作られ、スポーツイベント開催の実績も積んできている。
- ▶ 全国初の「文化」を名前に組み込んだスポーツコミッションである。新潟市は音楽・舞台芸術、マンガ・アニメ等の「文化」面にも注力しており、市民の文化活動も盛んであることから、このような組織となった。
- ▶ 年間約 30 のイベントが開かれており、現在は受け入れ支援活動に力を入れている。今後も、新潟市の強みを活かしたイベント等を誘致する方針で、例えば、2018 平昌冬季五輪に関する大会・合宿誘致にも力を入れていきたいと考えている。フィギュアやアイスホッケー等、施設を活用していきたい。
- ▶ 今は新潟市からの 100%の資金提供を受けている段階であり、自主財源の確保は課題の一つだと認識している。
- ▶ この半年での課題は、スポーツイベントが観光と連携できていないことが挙げられ、力を入れて解決したい課題の一つである。地域を挙げてイベントを盛り上げていくために意見交換会の開催も開始し、受け入れ態勢の強化を図っている。また、既存のイベントを活用していきたいとも考えている。その事例として、アルビレックス新潟と協力して、アウェイサポーターをどうやって増やすかについて検討している。次節アルビレックスと対戦するチームの試合に行き「次節は新潟にきてください」と観光PRを兼ねた誘客活動をしている。

✓ コーディネーター:JSTA セミナー委員 山下真輝

- ▶ イベントがあってもすぐ帰ってしまう人たちをどうやってもう少し滞在させるかが大きな課題である。スポーツだけを運営していた人たちの意識を、イベント以外にも向けさせる事が大切ではないだろうか。単にイベントを誘致するだけでなく、その後の経済波及効果まで含めて初めて、スポーツコミッションに意義があるはずだ。その意義を認識し、伝えていくことこそが、協賛金集めに繋がるのではないだろうか。JSTA としてもスポーツコミッションの設立にあたったフォローをしていきたいと考えている。2020 年は日本が国際的にスポーツツーリズムディスティネーションとして認知される絶好の機会なので、盛り上げて行きたい。JSTA としてもフォローしていく予定である。

以上

## 2014/08/22(金) 第5回

### 【アジェンダ】

1. 東京マラソンのマーケティング戦略&その将来像 東京マラソン財団 早野忠昭氏
2. マラソン&サイクリング・ジャパン 2014 報告 JSTA 事務局 小穴智恵
3. スポーツサイクリングガイド 一般社団法人 日本サイクリングガイド協会 理事長/愛媛県 自転車新文化総合アドバイザー 渋井亮太郎氏

---

### 1. 東京マラソンのマーケティング戦略&その将来像 東京マラソン財団 早野忠昭氏

- ▶ 2007年に第1回東京マラソンを開催し、全国にマラソン大会が展開した。やがてワールドマラソンメジャーズの仲間入りをするまでに至ったが、第1回大会開催当時より「人気商品の人気は3年で終わる」という前職の経験からの予測を活かし、事務局長に就任した際に人気の下降を防ぐための施策を多く打ち出した。特に走る喜び、支える誇り、応援する楽しみの3つのポイントを中心に「東京が1つになる日」をコンセプトに東京マラソンを作りあげた。
- ▶ 東京マラソンは一般層に向けてコンテンツを作ることを意識した。まず一般層に対してのコンテンツ作りを行い、やがてスポーツファン、陸上ファン、ジュニア・一般の出場者、トップの出場者へと効果が派生していく。結果として、一般層に対してコンテンツを作ることをグランドデザインから意識したことにより、大会時にはスポーツやマラソンに特化しているメディアだけではなく、様々な媒体から1000人以上が来場するまでに至った。
- ▶ ワールドマラソンメジャーズに登録された効果としては、応募者人数の増加が挙げられる。登録前は1000人から3000人あたりを推移していたものの、登録後は10000人を超えている。
- ▶ 東京マラソンとツーリズムでは、ANA様とKNT様にツーリズム関連スポンサー企業として支えて頂いている。ツーリズム関連コンテンツとしては、「RUN as ONE」と「東京マラソンウィーク」がある。
- ▶ RUN as ONEは全国の主要大会と提携し、大会から推薦された成績上位者に「東京マラソン2015」の出走権を付与するコンテンツである。これは全国のマラソン大会からの要望を受け止め、一緒にマラソン大会を運営しているという考え方である。Run as Oneは、単にロゴが出るといったスポンサーシップやパートナーシップではなく、一歩進んだものになっている。Run as Oneのなかにも「Achievement」や「Beauty」、「Health」など明確な種別を示している。
- ▶ 東京マラソンウィークもスポーツとは関係ない企業様を意識したコンテンツとなっており、例えば沿道の商店街や飲食店などと一緒にマーケティングを行っていくものになっている。特に企業の価値観を、ランニングを通して広げていく、といったことを明確に企業様に訴求することを心がけている。
- ▶ 東京マラソンの将来象としては、まずこれまで作り上げたコンテンツをさらに充実させ、Run as Oneというプログラムと共に、地域の大会と提携しながら互恵関係の下、発展を図っていく予定である。
- ▶ 我々が考えるスポーツレガシーの4本柱(スポーツの夢:強化、スポーツの環境:整備、スポーツの広がり:普及、スポーツの力:社会貢献)を、東京都のオリンピック組織委員会との共同歩調を構築しながら、オリンピックレガシーとつなげることを模索している。2020年から始まるのではなく、まずはそのレガシーを創造し、継承する人と資金を確保しなくてはならないと考えている。
- ▶ 我々は生活必需品ではないものを商材としていることを意識したグランドデザインを行い、価値観を人々に届けていくことを考えなければいけないと感じている。

- ▶ 他の自治体の方へのメッセージとしては、自分たちの周辺にどのようなアセットがあるかをあげること、市民が参加できる仕組みをどうすれば構築できるかを考えること、しっかりとしたコンセプトを作っていくこと、そしてアセットしたことなどをストーリーにしていけることが大切だと思う。

## **2. マラソン&サイクリング・ジャパン 2014 報告 JSTA 事務局 小穴智恵**

- ▶ JSTA は、台湾にて行われたマラソン&サイクリング・ジャパン 2014 にて台湾側参加者・日本側参加団体を対象にアンケートを実施した。
- ▶ 台湾側の参加者の内訳として、「観光・旅行関係」が 63%、「メディア・マスコミ関係」は 15%。主な海外旅行先には、95 人が「日本」を挙げ、本イベントについても「大変良かった(39%)」、「良かった(56%)」とご好評をいただいたことが伺えた。興味を持った大会、参加したいと思った大会では、サイクリングしまなみが 1 番の人気であった。報道関係者では 30 名以上が来場し、幅広くメディアを通じて台湾内へ報道された。
- ▶ 日本側出典団体は、イベントに対して 11 団体中 3 団体が「大変満足」、6 団体が「満足」となっており、満足いただけた団体が多かった。また、プレゼンテーション、ブースでの商談会・交流会にも「大変満足」「満足」といった回答が多かった。旅行会社との商談数は、平均 15.8 社、最大 28 社となった。次回への参加意向については、7 団体様に参加意向があると答え、また次回開催の希望都市についても、台湾が 1 番多く、開催の希望時期については 4-6 月が 1 番多かった。国内でもいくつかの様々な媒体に取り上げて頂いた。
- ▶ 新潟市・文化スポーツコミッションの大沢様より実際にイベント後の対応についてお話し頂き、8 つの台湾企業との商談を持ち、今回知り合った台湾のメディアとエージェントのファンツアーを企画、新潟にて実際にランニングをする機会を持ったことをご紹介頂いた。

## **3. スポーツサイクリングガイド 一般社団法人 日本サイクリングガイド協会 理事長/愛媛県 自転車新文化総合アドバイザー 渋井亮太郎氏**

- ▶ サイクリングは、実際にサイクリングを行っている人の現実と、世間の流行にあるイメージとの乖離が非常に進んでいることから、今の活動をすすめるに至った。
- ▶ 活動事例として、台日交流 瀬戸内しまなみ海道国際交流サイクリングにて台湾から 50 名程度、サイクリング協会の人間を中心に招き入れた。コースでは地元の食材でのおもてなしや、コースでの勾配や、橋の利用などの工夫をする。
- ▶ 台湾では、ジャイアント社の社長が自転車で台湾一周をしたことにより、「台湾一周」のムーブメントが生まれた。よって、「四国一周」など日本にこられるような環境にしたいと考えている。四国は台湾に比べ、長く、標高差もあるコースとなることから、十分に検証を行い、既にコースの策定を行った。
- ▶ しまなみ海道の例が台湾にて報道されると、日本への注目が集まった。そこでジャイアントの販売会社が日本の旅行会社と組み、8 回にわたって日本にて台湾からのサイクリングツアーを行った。
- ▶ しまなみ海道は、普段自転車に乗っていない人が乗っているケースが多く、この層をターゲットと考えているが、しまなみ海道で自転車に乗っている人は、自転車の規格や微細な調整の知識を持っていない人が多い。このような状況にも関わらず、毎年しまなみ街道への訪日外国人が倍々の状況で増えている。だがレンタルサイクルのサービスが追いつかず、外国語対応や規格対応がままならない状況となっている。よってサイクリングブームにより国内に激増している「自己流ビギナー」をサポートするためにしまなみ海道ではサイクリングガイドを用意している。

- ▶ 自転車競技の特徴としては、高額なマテリアル競技なことから学校教育では触ることが少ないが社会では、通常の自転車に乗ることが多いこと、そして自転車競技を始める傾向として、年齢を重ね健康増進目的でサイクリングをはじめようとして、必要な予備知識をもたないままサイクリングに使う自転車を購入するケースが多くなっている。
- ▶ 上記のような背景から60歳以上の人を対象にレンタサイクルを適正に乗ることができるイベントを開催。全国的に60歳以上では、不安を持って自転車に乗ることを考えている人が多く、すぐにイベントの定員が満員になった。サポートガイドを帯同させたツアーを実施することにし、多くの人にレンタサイクルに乗ってもらい、サイクリングに触れる機会を作ることにした。
- ▶ 現状の課題としてはサポートガイドの育成が急務である。ガイドは、サイクリングコースのトータルナビゲーターのような役割であると考えている。まずは魅力あるサイクリングコース、サイクリングツアーを作り上げることができる能力が必要で、さらに参加者の意欲や動向などを鑑みた上で当日にコース設定を作り上げることができる能力を兼ね備えていることが求められる。そして、一緒に走ることができ、ツアーガイドングを行える必要もある。加えてツアーリストとツアー、ツアーリストとガイドのマッチングができる能力と、そしてそこから積極的な情報提供をすることがツアーガイドとしての役割でもあると考えている。
- ▶ 学校教育に携わっていない競技であることから、競技を引退した人などが積極的に競技に関わっていくことが非常に難しく、その現状をビジネスでどうやってとらえていくかが鍵になってくる。
- ▶ スポーツツーリズムとしてのサイクリングの観点からみると、スポーツとしてのサイクリングはそんなにおもしろくない。ただ、スポーツ性と、遠くに早く行くことができる移動性が魅力になることから、この点を抑えた上で、観光地をめぐる足としての面を踏まえたツアーを組むことが大切になってくる。日本は、サイクリングに適している国であり、美しい自然と歴史、整備されているインフラ、治安の良さ、交通マナーがある。そして四国はお遍路の文化が根付いているように、「おもてなし」の文化がある国であることからこれらを資源とし活かしていきたい。
- ▶ 行政予算について、サイクリングコースを作るなどのハードに予算をかけるのではなく、サイクリングガイドを育成することなどのソフトに予算をかけるべきだと考えている。コースを整備してもそこは整備しなければ雑草だらけの道になってしまうことから、ツアーガイドの育成によりツアーのナビゲートや、レンタルバイクやメンテナンスが行えることがより重要なポイントである。
- ▶ サイクリングにおけるガイドの役割としては、サイクリング計画の作成、集団の引率、レンタルバイクのフィッティング、自転車の説明、走行に必要な情報の提供、観光情報の提供、トラブルシューティングが挙げられる。そして、ガイドと参加者のマッチングをレベル別に応じて行うことが重要になってくる。

以上

※東北スポーツツーリズムセミナー(第6回 JSTA セミナー)議事録作成なし

## 2014年11月21日(金)第7回

【参加者一覧】 省略

【アジェンダ】

1. 「スノーリゾートの現状と今後の展開」吉沢 紘一氏(一般社団法人白馬村観光局インバウンド事業総轄)
2. 「アスリートを活用した地域振興」山本 雅一氏(株式会社スポーツビズ代表取締役)

### 1.「スノーリゾートの現状と今後の展開」吉沢 紘一氏(一般社団法人白馬村観光局インバウンド事業総轄)

- ▶ 白馬村は長野県の北西部に位置する人口一万人以下の村で、人口の8割以上または9割近い方が観光業関連に従事している。北アルプスが村の真裏に位置し、登山に関しては日本最大の山小屋である白馬山荘が白馬岳にある。白馬山荘が測量登山から観光登山への転換の場所であったと言われ、そこを訪れる人を一般家庭に泊めたのが日本民宿の発祥だと言われている。1998年長野オリンピックではアルペン競技のスピード系、クロスカントリー、スキージャンプの会場となったが現在は色あせてきている。また、高速道路や新幹線の駅から遠く「陸の孤島」と形容できるほど交通インフラが悪い。
- ▶ 白馬村におけるスポーツツーリズムについて、夏は登山トレッキング、冬はスキーをメインとして行っている。白馬村にはジャンプ台や美術館といった施設などのハード面においては見るところは少なく、最近ではトレイルラン、サップ、ボルダリングなどソフト面において新しいことが行われている。
- ▶ 白馬村観光局は平成17年2月に法人化し、村内の地産池消のツアーを行っている。観光局自体は会員組織であり、5431会員、宿泊事業者が310会員(11月1日現在)その他にお土産や農協など観光事業に関連する事業者が会員として存在する。
- ▶ 白馬村観光局の中を事務局とし、私はインバウンド専門委員会に所属している。各スキー場の代表者、自治体関係者、外国人経営者(白馬には外国人事業主のお店が100件ほど)などが委員会として集まり計画の決定・実行を行っている。各事業者が事業を計画する際もインバウンド専門委員会で話し合っていることを検討してもらうことで方向性を統一する。
- ▶ スキー人口はバブル期に跳ね上がった。360万人ぐらいが白馬に来て、そのうち280万人はスキーをした。この時期に観光客を受け入れるためのインフラを整備した。しかし、スキー人口はバブル期に跳ね上がったものの、日本の不況とともにスキー人口は減少していった。10年ほど前から修学旅行誘致などの努力がありグリーンシーズンと冬のシーズンの逆転が起き、今は年間で200万人ほどが白馬村に訪れている。
- ▶ 白馬村では2003年からインバウンド事業が行われている。最初のターゲットを地理的に近い韓国に設定した。村内の事業者が韓国に営業所を持つなどした結果、成功し韓国のお客が増えた。その後、2005年の小泉政権期に価格帯が高いエリアでの日本人宿泊者減少による来訪者獲得のために、オーストラリア人をターゲットとしたインバウンド政策でオーストラリアにプロモーションをかけた。その結果、2011年に韓国人などアジアからの来訪者数を抜き、オーストラリア人の数が過去最高を記録した。2010年から2011年に上昇しているのは為替の影響もあり、この円高から円安に移行した時期に効果的なプロモーションをかけることができたためである。
- ▶ 2012年には海外からの家族連れ来訪者が原発の影響で減少した。しかしその後V字回復しており、理由として日本の代替案として訪れたカナダなどの国の距離・時差の問題・類似の文化などがマイナスに働き、再び白馬村に戻る要因となった。オーストラリアのお客様はリピーターが多い。
- ▶ 白馬村の強みは「意識の高い事業者による積極的な推進」である。全体として盛り上げていこうという機運はあるが、

公より民間がより力を入れておりこれは強みである。白馬村にあるすべての事業者が協力しパッケージを作って旅行会社に売り込むため旅行会社は作ってあるものを売るだけで済み、旅行会社の負担軽減となり企画を実行しやすくなる。また、旅行会社への売り込みの際に事業者は必ず長野県近隣広域情報も持って行く。

- ▶ 海外に出店する場合、事業者は白馬村のパンフレットだけでなく「日本」として売り出すことを意識している。京都や大阪、東京のものも持っていきその付随として「白馬」を売り出す。インバウンド客向けに白馬村観光局でパンフレットを作成しているが宿各々もパンフレットを作成している。各国の旅行形態・スタイルを把握することも大切である。例えばオーストラリアからの来訪者の旅行形態はB&B(Bed and Breakfast)であり、それに対応するためナイトシャトルなどを運行させている。
- ▶ 海外で企業と話をする際、大手企業＝相手でなく小規模な企業でも実はスキーに関しては強い、ということがあるのでそういうところへしっかり情報発信することが大切である。
- ▶ インバウンド旅客による効果について、インバウンドの来訪客は予約が早く8月9月には人気のある宿は埋まるため価格が下がらないうちに予約が確保できる。日本人客の場合、予約が直前のため価格が下がってしまい利益があまり見込めない。
- ▶ 白馬村では全国的に珍しく飲食店数が増えている。理由として宿泊施設がオーストラリア人のB&Bに対応しているからだと考えられる。また、インターナショナルブランドの店舗が多く参加してきている。
- ▶ 酔っぱらって暴れる、言葉が通じない、ロケット花火で大騒ぎするなど外国人観光客による問題も起こってきている。その対策として警察や外国人経営者会との連携し「日本と旅行者の出身国の違い」を認識させている。
- ▶ スノーリゾートの今後として、国内に対しては業界が一体となったプロモーション受け入れ環境の整備が必要ではないかと考えている。現在は少ないパイを取り合っている状態のため、今後はパイそのものの規模を拡大しそれらを分けていくという考えが重要である。
- ▶ 海外に対しては、「日本って面白い国だよ」というところをアピールしつつ、その派生でスノーリゾート、白馬村を売り出していきたいと考えている。これからは「HAKUBA」でなく「SKI JAPAN」で海外に売り出していこうと考えており、「日本の面白い文化があるよ」から「パウダースノーあるよ」、そして「白馬村があるよ」に持っていければと考えている。
- ▶ 備品の問題として、北欧の来訪客はクロスカントリーをしたがるがレンタルのサイズがない、板がないなどの問題がある。また両替を出来るところが少ないため特定の箇所集中してお金がおろされてしまい、コンビニでお金をおろす時に通貨がなくなったりする。
- ▶ 就労ビザの緩和などできれば観光客と同じ国籍の従業員を雇い、お客様に安心を与えることができる。
- ▶ スポーツツーリズムは地方活性化の重要な鍵である。都市部から地方への動きを出していく必要がある。

## 2. 「アスリートを活用した地域振興」山本雅一(株式会社スポーツビズ代表取締役)

- ▶ 用語の整理を行うと、仕事のベースは「アスリートマネジメント」である。そこから派生してスポーツマーケティングを行っており、最大のミッションは社会に対してスポーツを有効な資源として最適化する活動としての「スポーツマネジメント」である。エージェントはアスリートマネジメントの一部分にすぎない。
- ▶ 「アスリートの価値と思い」を「地域の思い」とどう繋げていけるかが今回のテーマになるのではないかと考えている。
- ▶ 事例1: 国際大会招致による地域振興事例  
ここでは上村愛子選手を事例として挙げる。バンクーバー五輪後の復帰の際に国際大会を招へいしようということになり、地域の振興も兼ねて国際大会を招致し結果としてワールドカップが国内で行われた。

出発点はアスリートの復帰舞台を持って来ようということだった。この取り組みのメリットは、地域にとっては地域経済の活性化、運営スキルの蓄積、開催地の PR・ブランディングであり、国内のスキー連盟にとっては国際大会による若手の育成・強化が可能になった。結果的にテレビ放映などにより 12 億ほどの露出効果があった。

➤ 事例2: トップアスリートを活用した地域振興事例

ここからは太田雄貴選手を事例としてすすめていく。太田選手の「思い」は「フェンシングの人口を増やしたい」、「どうやったら増やせるか」である。社会貢献や地位貢献という点でもアスリートの思いを活かしていいのではないかと。

(佐藤琢磨の事例) 3. 11の震災直後に「自分にできることは何か？」となり、東北地方の子供とカートを行うことを提案した。佐藤選手が F1 からインディーズへの転換期にファンから「with you」と言われ励まされた経験があり、その恩返しに東北に寄り添っているということを表現したかった。

(なでしこ佐々木則夫監督) 自身の出身地である山形県尾花沢市の子供たちにサッカーを通じて何かできないかと考え、東京の子供と尾花沢市の子供たちが尾花沢市で交流する「のりさんサマーキャンプ」を実施している。地域から声がかかり、親善大使やアンバサダーを行っている事例も多く存在する。上記の上村愛子選手は伊丹市の親善大使を行っている。「社会貢献をしたい」「地域に貢献したい」という思いを地域として活用することも一つの方法なのではないかと。

➤ 事例3: 新しいスポーツを活用した地域振興事例

現在日本トリアスロン連合と共同でスノーラン、マウンテンバイク、クロスカントリースキーの 3 つで構成されるウィンタートリアスロンを計画している。競技の歴史としては、1980 年代に誕生しており世界大会も行われている。

この取り組みは、従来のスキー客スノーボード客以外(トリアスロン愛好者など)の来客層拡大の可能性がある。まとめとして(1)新しいスポーツの聖地をつくる: ウィンタートリアスロンの聖地とすればインバウンドが期待できるのではないかと、(2)スキー客以外の新たな来客層を獲得できる、を挙げておく。

- 以上 3 つのケーススタディから、「地域からの要望」と「アスリートの思い」を上手くつなげるによりアスリート起点とした能動的なコンテンツを創造していくことが大切ではないかと。
- 地域の人たちが盛り上げられるイベント・事業にしていけないと継続的に続けていくことは難しい。地域の人たちの熱意をどう生み出すかは大きな課題である。
- 地域の、受け手側の人材の育成も大切である。マーケティングおよびプロモーションスキルがある人を地域に配置していなければ中央からおりてくる情報に対処しきれない。
- 継続できる仕組みとネットワーク構築も重要である。担当が交替した、ビジョンがないなどは継続を阻害する要因の1つである。親善大使の例でも、親善大使に認定されても活動機会が年に数回ではアスリートのモチベーションが下がるため、継続的に活動できるプログラムを組むなどの工夫が必要である。ネットワーク構築に関しては、地域の要望とアスリートの思いをマッチングすることができるプラットフォームがまだまだ少ないと感じている。その意味で言えば日本スポーツツーリズム推進機構は一つのプラットフォームになるのではないかと考えている。

以上

## 2014年12月5日(金)第8回 第1部

【参加者一覧】 省略

【アジェンダ】

1. 「観光立国の実現に向けて」 観光庁地域競争力強化支援室長 伊藤 嘉規氏
2. 「スポーツで人を動かす仕組みづくり」 吉永 憲(株式会社共同通信社・JSTA 幹事)
3. 坪田 知広氏(文部科学省 スポーツ・青少年局競技スポーツ課長)
4. JSTA の活動に関するご意見(2020年までと2020年から)

【コーディネーター】

山下 真輝氏(JSTA セミナー委員・JTB 旅行事業本部観光戦略室観光立国推進担当マネージャー)

### 1.「観光立国の実現に向けて」伊藤 嘉規氏(観光庁地域競争力強化支援室長)

- 観光庁では2020年に向けて訪日外国人2000万人を目指している。今回はインバウンドを中心としたその取り組みについて説明する。
- 観光は産業として補助的に考えられがちである。昨年23.6兆円の旅行消費が日本国内で行われ、そのうち9割弱が日本人によるものである。今後の少子高齢化や若者の消費行動減などの理由によりインバウンド向け観光対策は重要である。
- 2014年10月の時点で訪日外国人数が1100万人であり、1000万人を超えている。2014年は台湾からの訪問者数が増加している。
- 2013年度訪日外国人の消費額の1人あたり平均は13万6千円だが、今年の7月-9月期では15万円台まで増えており滞在日数も増えている。
- 観光の定義が「物見遊山」から「体験型」「交流型」にまで広がってきている。日本は少子高齢化社会であるので、「交流型」観光などを利用して地域づくりを行っていきたいと考えている。
- 政府は総理や大臣の出席する会議でアクションプログラムを作成し方向性を決めている。今後は2020年オリンピック・パラリンピックに向けて訪日外国人2000万人を目指すことが今年の6月に決定した。
- 外国人訪問者の平均滞在日数は約1週間である。その多くは東京大阪間のゴールデンルートを訪れているが今後は、他の地域にも訪問させる仕掛けが必要だと考えている。他の地域に誘引するためにもテーマ性・ストーリー性の提示は大切である。
- 例として能登半島が竜の頭、三重県を竜のしっぽとした昇龍道という中華圏向けの観光ルートがある。今後はドイツのロマンチック街道などを参考にして提案していきたいと考えている。
- 2020年東京五輪前には、2019年にラグビーワールドカップなどがあり観光面では大きなチャンスである。このチャンスを生かすためにもまず地元地域が連携し魅力ある観光地づくりを行う必要がある。2019年ラグビーW杯や2020年東京五輪の波及効果が地方へ伝播し、レガシーとして持続していくことが目標である。
- オリンピックはスポーツと文化の祭典と捉えるべきである。ロンドン五輪の場合、シェイクスピア戯曲の多言語演劇などを行った文化プログラムを全英で約900か所18万件行い4000万人以上の人に参加した。
- オリンピックの場合権利にうるさく、ロンドン五輪の場合ロンドン以外の都市がどのようにオリンピックの恩恵を受けるかが課題であった。その解決策が文化イベントでの「イギリスの魅力の発信」であった。

### 2.スポーツで人を動かす仕組みづくり 吉永 憲(株式会社共同通信社・JSTA 幹事)

- ▶ スポーツツーリズムの定義は「スポーツを通じて人が移動すること」である。具体的には「スポーツと観光を組み合わせた人を動かす仕組み」を指し、ただ動くのではなくある程度目的をもって人を動かすことを「スポーツツーリズム」と観光庁では定義している。
- ▶ JSTA や文科省・観光庁と目指していることは、スポーツを通じて交流人口を増やすことである。
- ▶ 多くの地域は地域再生の手段としてまず企業誘致を考えるが、企業誘致は難しく企業数は増えづらい。次に「観光」に目を付けるが、何もしなければ観光客は来ず困っている地域は多い。「どうやって差別化するか」「どうやって目立つか」が難しい。そこに「スポーツ」という要素を入れることを提案していくのが我々JSTA である。
- ▶ JSTA では、スポーツツーリズムを取り巻くステークホルダーにどのような利益を提供できるか、人材育成でお手伝いをしたり、国際的な大会誘致まで出来れば、ということを目指している。
- ▶ JSTA では、「スポーツによる地域づくり」を重視している。そのため支援が必要だと考えている多くの地方自治体や企業にJSTA へ参加していただきたい。
- ▶ 近年質問が多いのが「2020 年東京オリンピック・パラリンピックにむけて合宿誘致をどうすればいいか？」であり、JSTA はその情報に関しても提供していきたいと考え、現在活動中である。
- ▶ 現在スポーツイベントは差別化が難しい状況にあり、選ばれるスポーツイベントになるにはおもてなしがあるなどが重要である。スポーツツーリストを迎えるとなると従来の観光だけでなく、スポーツ施設・スポーツ団体などのステークホルダーの協力が重要である。
- ▶ ハード整備は難しい時代であり、既存のストックを活用し地域に来てもらうか、つまり「コトづくり」ソフトインフラを利用して集客する仕組みが必要になると考えている。形にないものもインフラと捉えることが大切である。
- ▶ 現在、マストツーリズムから個人旅行に形態変化してきてオペレートが難しい時代になっており、観光産業自体も儲けづらく疲弊している。
- ▶ しまなみ海道の事例やスキー・スノーボードでも外国人が近年多く集まっている。特に日本海側のパウダースノーへの人気が高い。日本は他国と比べ、パウダースノーが降る頻度が多いため雪質がよく人気がある。
- ▶ 観光庁による調査によると日本を訪れた外国人の再訪意図は 9 割以上である。その中で「次回したいこと」としてスキーが 23%、ゴルフが 16%、スポーツ観戦が 20%というデータが出ている。
- ▶ 今後、観光産業・スノーリゾートの活性化に関して調査研究をしていきたいと考えている。
- ▶ 国内観光地の課題があると言われている。昭和 30 年～40 年代に旅行場所の大型化し、現在の旅行者のニーズとかけ離れているものが多く存在している。
- ▶ 今は旅館自らスポーツイベントを開催するなど他力本願でなく、自ら集客戦略を考えるなど工夫している。
- ▶ 公共交通機関で利用しやすい場所でなければ免許を持っていない等の理由により、若いスキー客があまりスキー場を訪れない。そのため新しいシニア層をターゲットとしたり、滑らないアクティビティ・体験を提案していくなど新しい知恵が必要である。
- ▶ 「通過観光地」としての存在に困っている自治体が多い。観光客は来るがお金を落としてくれない、この現象を解決する一つの手段としてスポーツがあるのではないかと考えている。
- ▶ 陸前高田で行われている「ツール・ド・三陸」という自転車イベントはリピーターが多い大会である。その大会では参加者に対して大漁旗を振るなどおもてなしがされており、これを見ることで参加者の地域へのロイヤルティが高まる。SNS などを活用してメディアとなる参加者がスポーツツーリストには多いのではないかと考えている。

### 3.坪田 知広氏(文部科学省 スポーツ・青少年局競技スポーツ課長)

- ▶ 自分が観光庁で働いていたときは「スポーツ」と「観光」を関連付けることへの抵抗感が行政及び観光業にあったが現在はあまり存在していないと考えている。
- ▶ 通過都市は「全国でそこしかない」イベントを考えていく必要がある。
- ▶ 山形の「さくらんぼマラソン」は、有志の農家の人がさくらんぼを差し出してくれるなどおもてなしがいい。
- ▶ 私がマラソンをする一つの理由として既婚男性が温泉旅行(一人旅)することは思った以上に至難の業である。しかしマラソンと言えば泊まるのが可能であるため、50歳60歳になり一人旅を楽しみたい人はマラソンや自転車が手段の一つとなる。
- ▶ そこへ行くきっかけがないと現代の観光客は動かない。例えばサッカーのアウェイ観光など動く理由づくりに関してスポーツは大きな力を持っている。
- ▶ 「支えるスポーツ」は大切だと感じた。ツーリストをお迎えするには地域のコミュニティがしっかりしている必要があると感じる
- ▶ スポーツツーリズムを推進することは、地域住民によるスポーツへの理解を高める必要がある。そのためには地域に見える好循環を生み出す必要がある。

### 4.JSTAの活動に関するご意見(2020年までと2020年から)

- ▶ スポーツコミッションのスポーツ合宿の要望など自治体の疑問に対する窓口として活躍してほしい。
- ▶ 2020年を招致出来た要因の一つが東京マラソンの運営力があるのではと考えており、あと一つはJSTAの存在だと考えている。産官学連携の組織が存在することは大きい。
- ▶ JSTAやJSTAを取り巻く環境が変わってきた。JSTAが考えなければならないことは、インバウンドを支える地域をどう活性化させるかであると考えている。
- ▶ JSTAには常任の理事局がいるわけではなく会員数もこれから増える発展途上の組織であるが、スポーツツーリズムを盛り上げていけるよう今後とも活動していく予定である。興味のある団体などは会員登録を受け付けている。

以上

## 2014年12月5日(金)第8回 第2部

【参加者一覧】 省略

【アジェンダ】

1. 「スポーツイベントと地域創生」  
コーディネーター:原田 宗彦(一般社団法人日本スポーツツーリズム推進連携機構会長)
  2. 「これからの日本が目指すスポーツイベント招致戦略」  
講演者:藤原 庸介氏(公益財団法人日本オリンピック委員会理事・広報専門部会長)
  3. 「メガ・スポーツイベント招致に向けて:札幌市の戦略」  
講演者:二木 一重氏(札幌市観光文化局スポーツ担当局長)  
指定討論者:大塚 眞一郎(一般社団法人日本スポーツツーリズム推進連携機構理事)
-

## 1.「スポーツイベントと地域創生」JSTA 会長 原田 宗彦

- ▶ 今後の日本におけるスポーツイベントは 2020 年東京オリンピックで一区切りついているが、ほとんどの国においてオリンピックを終えると、その後の経済は低下、または停滞する傾向にある。これまでのオリンピックは、都市インフラ整備等、公共事業の前倒しを行うこと、また観光客がオリンピックの人混みをさけることから、観光客が減少する事が起こる。
- ▶ 訪日外国人が 1,000 万人を突破し、日本のインバウンドが活性化している中、スポーツがどう変わっていくのか、が日本の課題となっている。またオリンピックを契機に日本の組織整備とイベントノウハウの蓄積が増加して行く中、どう日本がアジアのリーダーとなり、イベント誘致を他国と競い合うかが課題である。つまり日本が競争優位性をどう確保していくのか、が焦点となるだろう。
- ▶ 今後の招致スケジュールとしては、2017 年アジア冬季競技大会が札幌市、2019 年ラグビーワールドカップが東京と各地方都市、そして 2021 年に関西でワールドマスターズゲームスが開催される予定となっている。2026 年には札幌市が立候補した冬季オリンピック大会の開催や、その他の多くの世界大会の開催機会が訪れる予定である。
- ▶ スポーツイベントにおいては、長時間の招致戦略が重要である。1つはスポーツツーリズムの視点で、イベントを使って人を動かす仕組みづくりを作ることである。すなわち日本にスポーツでこなければいけない理由作りをいかに行うか、ということである。好調なインバウンド観光を背景に、各地方都市でいかにイベントを開催していくか、そして 2020 東京オリンピックを「通過点」として、長期的な戦略に基づいた観光事業をいかに成長させていくかが重要な点である。全ての産業が縮小していく中、インバウンド観光の伸長は本当に驚異的である。本年度、訪日外国人旅行者が国内で使用する額は 2 兆円を超えるとされており、非常に好調な状況である。
- ▶ 日本は神戸・広島・福岡などの都市整備にメガ・スポーツイベントを世界に先駆けて利用してきた背景がある。バブル崩壊後、総合大会は開かれなくなり、バブル崩壊後に日本で行われたメガ・スポーツイベントは 2002 年の日韓ワールドカップ大会だけである。

## 2.「これからの日本が目指すスポーツイベント招致戦略」藤原 庸介氏(公益財団法人日本オリンピック委員会理事・広報専門部会長)

- ▶ オリンピックの招致と開催の業務を比較すると、開催の業務の方が招致に比べてはるかに複雑で難しい。この点において日本は、スポーツイベント開催における優れた組織力、組織作りのノウハウを有しており国際的に評価が高い。この「信頼感」が 2020 年オリンピックを初めさまざまな大会の招致成功の要因の一つになっている。
- ▶ 東京オリンピック開催までの流れとして、まずリオデジャネイロオリンピックの閉会式で 10 分間程度、東京が次回大会開催地としてプレゼンテーションを行う。本格的なオリンピックの準備はここから始まると言ってもよい。2018-19 年にかけては、各競技のテストイベントを開催会場で行わなければならない。この開催は国内競技団体だけでは不可能であり、IOC や国際競技団体など世界の協力を得なければならない。
- ▶ 国際スポーツ大会を分類すると、世界大会と地域大会という地域割り、あるいは総合競技大会(オリンピック・パラリンピック)と単一競技大会(アジアカップ・ワールドカップ)という競技数により2つに分けることができる。
- ▶ 戦後日本で開催された国際総合大会は、オリンピック、パラリンピック、ユニバーシアード、ワールドゲームスがある。しかしながら、日本での国際総合大会開催の歴史では 1972-1985、2003-2017 の2つ空白期があり、東京では 1967 年以降約 50 年間に渡って国際総合大会は開催されていない。
- ▶ 一方、単一競技大会では、たとえばテニスにはテニスの世界大会、バスケットボールにはバスケットボールの世界選手権が存在する。つまり競技の数だけ、世界選手権やアジア選手権がある。国際スポーツ大会招致に際し、開

催地の街のサイズや位置によって招致する競技大会の種類やサイズを選び、自分の街にふさわしい国際大会を招致することが、スポーツツーリズムを考えていく中で非常に大切である。

- ▶ 単一競技の世界選手権については 1990 年以降日本では 30 大会以上が開催された。つまり毎年なにかの競技の世界選手権が実施されていることが伺える。また福岡や東京、広島や大阪などの大都市に限らず、中・小都市においても世界大会が可能である。過去の例では自転車競技やボート、体操、ハンドボール、アルペンスキー、ノルディックスキー、フリースタイルスキーなどの競技は、中・小の地方都市で開催してきた歴史がある。
- ▶ 2000 年以降の東アジアにおいて、1 番多くの国際大会を実施しているのは、中国であり、ついで日本である。今後シンガポールやインドネシア、台湾など ASEAN や新興国・発展途上国でも国際大会が予定されており、世界の中でアジア経済の重みが増しているのが伺える。
- ▶ 競技大会のサイズに着目し大会参加選手数を比較すると、夏季オリンピックは約 10000 人、アジア大会は約 9000 人、冬季オリンピックは 2500 人以上である。また世界水泳や世界陸上のような個人競技の選手権は種目数の多さから必然と選手数も多いが、サッカーワールドカップのようなチーム競技は単一種目であることから、個人競技に比べかなり少なくなる。入場券販売枚数では、夏季オリンピックは 800 万枚以上、冬季オリンピックやアジア大会は 200 万枚以上である。大会の運営予算は夏季オリンピック 3000 億円以上、冬季オリンピックでも 1000 億円以上であり、単一競技である世界陸上選手権や世界バスケット選手権はオリンピックに比べて経費は少ない。
- ▶ 組織委員会の予算と競技場を作る予算は別のものである。オリンピック開催で言えば予算は大きく3つに分けられる。1つ目が組織委員会の予算で運営費や仮設費が含まれる。2つ目の予算は競技場や選手村など大会に直接関係する施設の建設費、3つ目の予算は鉄道や道路、空港、さらに通信施設などのインフラ整備にかかる費用である。
- ▶ 地方都市での国際大会開催の例を挙げる。福井県鯖江市は 1995 年に体操競技の国際大会を開催した。鯖江市の人口は約 6 万人で、主要産業はメガネフレームや漆器、繊維などである。開催 5 年前の 1990 年に鯖江への招致が決定したが、この際に福井県は体育館を建設することを公約にし 220 億円かけてサンドーム福井を建設した。一方大会の運営費は約 30 億円であった。大会には 58 の国と地域から約 900 人の選手団が参加し、開催期間は 10 日間、ボランティアは延べ3万人だった。敷地面積 50,370 平米、建築面積 12,684 平米のドームは今もコンサート会場などとして頻繁に使われている。
- ▶ 大会の副産物として、鯖江市にはドームの他、市民の国際文化交流やボランティアの経験がレガシーとして残った。鯖江市の財政負担をみるため、その後の鯖江市の財政力指数の経過を見ても大会が直接にもたらしたと思われる負の影響はほとんど見当たらない。また大会以降も、鯖江市は福井県内の市町村で唯一人口が増加し続けている自治体となっており、大会との直接の関係性は不明ではあるが「街の元気さ」を考える上では特筆すべき点である。また研究分野においてもこの大会を題材に取り上げた論文が多く残っており、学術の分野でも一定の貢献をしたと言える。世界選手権の開催に掛かる整備費・経費は、国民体育大会の開催地における整備費・経費と比較しても、コストパフォーマンスは悪くないといえる。
- ▶ 日本の地方都市における大会開催の動きは広がっており、佐賀県嬉野市では 2015 年に日本ベテランズ国際柔道大会を開催する予定である。嬉野市は人口約 2 万人、温泉地である特性から既存の宿泊施設を活かすことが可能である。国際空港から遠いという輸送の問題以外ではあまり懸念がない状態であり、このような小さな町でも国際大会を開催することは十分可能である。
- ▶ 国際大会で忘れがちな出費は、テレビの「国際映像制作費」である。長野オリンピックの国際映像製作費は 147 億円かかった。この点に関する経費負担の条件を、主催する国際競技団体と事前の交渉で決着しておかないと、

開催が決まってから思わぬ出費を抱えることになる。またメディアセンターやスタジアムのメディアスペースの確保も忘れがちであるし、放送用通信網の整備などは主催者の責任ではないものの、必ず具体策を考えておく必要がある。

- ▶ テレビ映像製作の費用は、自転車ロードレースやアルペンスキー、マラソン、ボートなどの競技ではカメラ配置が広範囲にわたり、バイクやヘリコプターなども使用するため莫大な費用がかかるが、バレーやバスケット、サッカーなどの競技は固定カメラにより撮影ができることから制作費用を抑えることができる。

### **3. 「メガ・スポーツイベント承知に向けて:札幌市の戦略」二木 一重氏(札幌市観光文化局スポーツ担当局長)**

- ▶ 札幌市は、人口 190 万人を超える観光都市であり、年間降雪量が 6m に達する、雪に恵まれた大都市である。札幌市の持つスポーツ資源は、冬季オリンピックのレガシーであるスポーツ施設、冷涼な気候と豊富な雪、在籍するトップスポーツチームや、多くのスポーツイベント開催の経験である。またスポーツとの連携が可能な観光資源等が多く存在することも特徴である。
- ▶ 札幌市では、冬季オリンピックや冬季アジア大会、ワールドカップなど多くの国際大会を開催してきた。札幌市は、サッカーと野球のプロチームの本拠地となっている唯一のスタジアムである札幌ドームを持ち、ドームを利用したノルディックスキーの大会開催なども経験した。今後はカーリングの世界大会、冬季アジア大会、ラグビーワールドカップを予定している。
- ▶ 1972 札幌オリンピックは、11 日間・35 カ国 1655 人参加・6 競技 35 種目・14 会場で行われた。大会運営費は約 81 億円、競技施設建設費約 92 億円、関連施設整備費約 2000 億円であった。経済効果は 4180 億円で、投資額が計 2128 億円となっている。1972 札幌オリンピックは、多くの競技場、選手村、地下鉄、地下街、高速道路など多くのレガシーを街に残しており、これらのレガシーは現在でも活用され重要な役割を果たしている。また海外における知名度においても、「北海道」より「札幌」が有名であることを実感する。さらにはオリンピックを開催した事が市民の誇りとアイデンティティの形成につながっており、市政世論調査の郷土意識の問う項目においても、オリンピックを契機に上昇している。
- ▶ 2026 年冬季オリンピック・パラリンピックに札幌市として正式に招致を表明した。今年度は開催調査、市民アンケートを行い、結果を公表後に招致表明に至った。開催経費は 4045 億円、市が負担する額が 715 億円を想定している。経費の内訳は、既存施設における観客席の新規設置・改築、新規競技施設・メディアセンター・選手村の新規施設建設がある。開催中に訪れる観光客は約 377 万人、大会開催に伴う経済波及効果は全国では 1 兆 497 億円、道内では 7737 億円と試算している。
- ▶ 市民は、開催経費について懸念を抱えているものの、市は上記の費用を未来への投資と捉えている。札幌市は都市基盤や冬季スポーツ施設の老朽化といった課題を抱えている。今後來たる人口減少・超高齢社会への対応についても、オリンピックを契機に対応していきたいと考えている。
- ▶ 2026 大会想定スケジュールは、まず 2015 年より計画の策定や招致気運の盛り上げ等の取り組みを進める予定となっている。

#### **【討論】指定討論者:JSTA 理事 大塚 眞一郎**

大塚:メガ・スポーツイベント開催には宿泊と輸送は課題である考える。また、前回冬季オリンピックのレガシーが、次回冬季オリンピックを開催する際に改修の必要がある現状を抱えつつ、一方でオリンピックアジェンダ 2020 が策定され、最新鋭の施設での運営が触れられている。これについてはどう考えるか。

原田:また今後札幌が、五輪のアジア開催が続くという背景の中で、どういった指針を持つのか。

藤原:夏のオリンピックでは事実上の大陸ローテーションがあることは明らかなが、冬季では地球温暖化の進行と経費の大きさから開催場所は限られてきており、大陸ローテーションはあまり重視すべきではない。そのような中で、札幌市は大都市であり冬季五輪開催に際して経験と財政という貴重な資源を有している。シナリオとして、過去の札幌招致・東京招致を参考にしても、2026年から始めて二度目の招致で成功する可能性が高いと考えている。

原田:札幌の招致活動の障壁はどのようなものが考えられるか。

二木:滑降コースの建設においては、コース角度と環境保全の事が障壁であるが、他都市の既存コースを使用することを想定している。

原田:他都市との連携開催が可能になったが、それについてはどのように考えるか。

二木:施設や環境を十分に配慮して、十分に活用していきたいと考えている。

以上

## 2015年1月21日 第9回

### 【アジェンダ】

「キャリアが取り組むスポーツツーリズム」

1. 「"サイクルトレイン"、"Station Ride in 南房総" ~JR 東日本の事例~」東日本旅客鉄道(株) 千葉支社事業部地域活性化プロジェクト副課長 利渉敏江氏

2. 「"CYBUS"サイバス サイクリングバスツアー ~国際興業の事例~」国際興業株式会社 トラベルサービス部部長 / グループ営業部部長 飯田次郎氏

3. 「欧州におけるスポーツツーリズム《視察報告》」

「スイス・ツエルマットに学ぶ山岳リゾート」 JSTA 事務局長 中山哲郎

「ジュネーブ 2014 ~ヨーロッパのスポーツビジネス最新情報~」 JSTA 会長 原田宗彦

---

### 1. 「"サイクルトレイン"、"Station Ride in 南房総" ~JR 東日本の事例~」東日本旅客鉄道(株) 千葉支社事業部地域活性化プロジェクト副課長 利渉敏江氏

- ▶ 観光庁が発表した「スポーツツーリズムによる地域活性化まちづくり」の4つの方策(交流型イベントの開催・メジャーイベントの誘致・スポーツ合宿の誘致・左記についての旅行商品化)をよりどころにし、4つの全てに関わりながら自治体や地域の方々との連携を深めていきたいと考えている。
- ▶ 千葉県は「スポーツ立県、観光立県」を謳い、千葉県基本計画の中でも「特色ある観光振興」ということで、スポーツツーリズムの推進に力が入られている。また、有効活用の可能性が高いと考えられるエリアの選定もされており、当社としても国や自治体の方針を踏まえて事業を進めている。
- ▶ 「共に生きる、地域との連携強化」というキーワードが、当社の中長期計画の中で最も重要だと掲げられている。取組みの一つとして、地域活性化のため、地域と都心を繋ぎ、地域と共に人や物の好循環を作ることに取り組んでいる。例えば、地方の農産物を PR・販売する産直市を都心(上野駅等)で行う等に取り組んでいるが、農産品だけでなくスポーツツーリズムも観光流動の活性に向けたツールのひとつとして捉えている。
- ▶ 千葉の魅力は平坦な道路、広大な浜辺や海といった美しい自然環境があることであり、我々はこれを活かそうと試行錯誤している。当社が行っているスポーツツーリズム施策が千葉周辺エリアに集中しているほど、千葉の自然環境には着目している。
- ▶ スポーツイベント開催にあたっての当社の立ち位置としては協賛、共同開催、運営協力等が考えられるが、列車を使った連携ができる点が自社のオリジナリティであると感じている。イベントに合わせた列車の増便やパッケージツアーの造成を行ってきた。
- ▶ サイクルトレイン運行にあたって、都心でサイクリングを楽しんでいる人々をターゲットとしている。平日は都心でしか走れていない人が、休日はロングライドに行きたいと感じるニーズの発掘に着手した。この電車の発着駅は両国駅であり、臨時ホームのある両国駅の存在がサイクルトレイン運行の鍵となっている。イベント関連列車を増便させるためには、臨時ホームが不可欠である。また、両国駅の管轄は千葉支社なので、一支社単独でイベントを調整できるということも利点である。当初、イベント的な思考はあまりなく「電車に乗って現地に到着さえすればあとは帰りの電車までフリー」といったイベント性の少ない企画であった。その後、現地集合でも参加できる体制を整え、地域に多くの人が集まる仕組みにリニューアルした。
- ▶ 2013年度に実施した第1回「サイクルトレインで行く Station ride in 南房総」という旅行商品は、観光庁の事

業と一緒に実施した。継続的な旅行商品化がテーマであったこともあり、今後も引き続き実施していく予定である。南房総の美しい海岸線を、サイクリングを通じて楽しんでもらい、また自治体と協力した上で道の駅をエイドステーションとし、名産品を食せるように工夫した。現地集合も可能であるが、できるだけ多くの人に電車で来て欲しいため、サイクルトレインの増便も考慮に入れている。参加者のデータは、30~50代が中心である。また、近年女性の参加者も増えてきており、30%ほどを占めてきた。

- ▶ 九十九里トライアスロンに対しては、直接イベント自体に関与はしていないものの、サイクルトレインの運行を行った。また、トライアスロン特有の大会前競技説明会を車内で行い、大変好評であった。
- ▶ 今後の課題としては、一般のお客様との導線の用区別や段差の解消といった設備面の配慮と安全性の確保、ダイヤ・車両の調整が大きな課題だと認識している。

#### 【質疑応答】

Q:参加者の方々は、両国駅までどうやって来られるのか？

A:参加者の80%は自転車の自走で両国駅まで来られる。中には電車で輪行して両国に到着し、両国で自転車を組み立ててから乗車される方もいる。

## 2.「CYBUS」サイバス サイクリングバスツアー ~国際興業の事例~ 国際興業株式会社 トラベルサービス部部長／グループ営業部部長 飯田次郎氏

- ▶ トラベルサービス部としては、①インバウンドセールスの強化。②業務渡航手配の強化、③スポーツツーリズムの拡大強化を重点的に行っている。そこで、サイクリング好きの訪日外国人観光客な人をターゲットとしたCycling Bus 略してCYBUS(サイバス)ツアーを始めた。
- ▶ サイクリングに着目した理由としては、20年ほど前から日本自転車競技連盟の選手派遣手配を行っていたことが挙げられる。そこから自転車関係の方々と親交が深まり、バスツアーの話が浮上した。また、ツール・ド・フランスの一般参加レースであるエタップ・デュ・ツール参戦ツアーを日本で唯一行っている。
- ▶ サイクリングバスツアーを行う際の課題は以下の2点である。1点目は自転車の積載スペースの確保、2点目は悪天候時前日及び当日にバスを欠便にできないということである。積載の課題に関しては、試行錯誤した結果、バス1台に対して自転車30台が積み込めるようになった。天候の課題に関しては過去30年の天気データの収集と社内調整で解決することができた。その結果、2012年4月からサイクルバスツアー事業を開始している。
- ▶ CYBUSツアーのメリットは以下の4点にまとめられる。①景色の良い場所だけサイクリングを楽しめる。②愛車を傷つけることなく安心して運搬してもらえる。③時間や体力に余裕ができ、食事や温泉なども楽しめる。④サイクルサポーター同行で初心者でも安心して参加できる。
- ▶ 今後の展開として、20年前のスキーバスツアーのように、サイクリングバスツアーが活用されていくことを期待している。そのためにも、季節に応じたバスツアーを作成し、魅力的なサイクリングコースを見つけていきたい。また、参加者とのコミュニティプラットフォームを作り、ツアー内容に生かしていきたい。
- ▶ 茨城県とタイアップして、訪日外国人向けサイクリングツアーを2015年3月から始める予定である。2014年後半から、香港や欧米から問い合わせが数件あった。団体客に対しては空港で受け入れ、東京+周辺エリアのサイクルツアーを考案していく予定である。東京から関西に向かう旅行者に対してはサイバスを使ったプランをプロモーションできればと考えている。

#### 【質疑応答】

Q:行っているツアー参加者の年齢層及び参加形態はどうなっているのか？

A:年齢層としては 20~70 代まで幅広くいらっしゃるが、どちらかといえば 40~50 代の方々が比較的多い印象である。参加形態は圧倒的に一人参加の方が多い。ツアーに参加することの目的として、仲間作りといった点があるのかもしれない。また、最近は女性二人組の参加者も増えてきている。

Q:2012 年のサイバス開始から今までのツアー開催頻度及び、今までにどれくらいやってきたのか？また、客単価どれくらいになるのだろうか？

A:2012 年から募集ツアーとして 40 本、約月 1 回程度の頻度で開催してきた。2014 年 4 月からバス業界が新運賃制度に移行し 30%ほど値上がりが生じたため、現段階の一人あたり単価は 1 万円代である。

### **3-1.「スイス・ツエルマツに学ぶ山岳リゾート」 JSTA 事務局長 中山哲郎**

- 今回の訪問は、国際的山岳リゾートの動向や取り組み把握が主な目的であった。
- ツエルマツはスイスにある、ヨーロッパ 3 大山岳リゾートの一つであり日本人旅行者も多い。2013 年のデータでは、日本からの旅行者数はドイツ、イギリスに次いで 3 番目に多く、国外からの旅行者が全体の 60%を占めている。元来、イギリス人が主導してきたリゾート地であり、ホテルよりもアパートタイプの宿泊施設が多くみられる。北海道ニセコを訪れるオーストラリア人も同様であるが、日本古来の形式である 1 泊 2 食付き形式よりも、自由に生活できるコンドミニアム形式が好まれる傾向がある。
- ワールド・スキー・アワード 2014 にて、ニセコエリアが日本の全部門最優秀賞を獲得した。ニセコのスキー場は、世界的にもとても評価が高い。
- スキー・スノーボード客が減少している現象は、欧州でも生じているようだ。またツエルマツ近郊にあるマッターホルンが、2015 年に初登頂 150 周年を迎えるためイベントも多く企画されており、積極的なプロモーションが展開されるようだ。

### **3-2.「ジュネーブ 2014 ~ヨーロッパのスポーツビジネス最新情報~」 JSTA 会長 原田宗彦**

- GENEVA2014 に参加してきた。これは 2 年に 1 度開催され、67 カ国 2000 人の参加者が集うスポーツカンファレンスである。18 の展示とカンファレンスが行われた。その中でも興味深かったものを以下に紹介する。
- 2012 ロンドン五輪は、史上最も社会的に繋がった大会だと言われ、SNS の影響で計算上 1 秒間に 3000 枚の写真データが更新されたと報告された。また、オリンピックを機に土地を活性化させることを目的に、過去最大級の公園作りが行われた。この計画はレガシーの視点から、大会後には住宅空間が作られるよう配慮されている。なお、五輪メインスタジアムは現在改修工事中で、サッカー専用スタジアムに生まれ変わり、ウエストハム FC の本拠地となる予定である。
- 上記の都市計画を作成したイギリスの会社は、2016 年リオデジャネイロ五輪の都市計画にも関与している。2012 年ロンドン五輪時に培った能力を 2016 年リオ五輪に活用し、外貨獲得を目指すという外需誘導型システムができあがっている。このようなレガシーの活用方法も、2020 年東京五輪に向けては考えていかなければならないだろう。
- ある建設会社は、観客数 2~3 万人程度の中規模リーグに属するチームのスタジアムを専門に作っていた。スタジアム作りには多大な金額が必要となるが、収益を考慮するとスタジアム利用だけでは全く儲からない。したがって、スタジアム建設時にホテルやスーパー、駐車場を併設することが重要である。つまり、複合型施設にすることで収益生み出すことが重要であり、この考え方は今後の日本国内スタジアム建設時にも大いに活

用されるべきだろう。

- ユニセフが英国コモンウェルスゲームズの開会式で寄付を呼びかけた。その結果、70 万人から 10 億円が集まったと報告されている。今後、イベントの社会的価値を創造する上で、ユニセフとスポーツの交流可能性は高まるのではないだろうか。

以上

## 2015年2月20日 第10回

【参加者一覧】 省略

【アジェンダ】

1. 「スポーツイベントを通じたまちづくり」 一般社団法人ウイズスポ 代表理事 中島祥元 氏
2. 「栃木県が目指すスポーツツーリズム」 作新学院大学 准教授 小山さなえ 氏

---

### 1. 「スポーツイベントを通じたまちづくり」 一般社団法人ウイズスポ 代表理事 中島祥元 氏

- 私達は、自転車・ランニングイベント事業のプロフェッショナルで、イベントを通じて社会に善循環をもたらすことを目指している。自転車・ランニングの市民参加型スポーツイベントを主催している。
- Wizspo! Bicycle シリーズは、地域活性化施策としてのシリーズ型自転車イベントである。特徴は以下の4点であり、①市民参加型イベント(普段自転車通勤している人が参加可能なレベルを目指した、誰でも楽しめるイベント)、②誰でもお祭り気分に参加できるレジャースポーツ、③全国各地で開催、④地域特性を最大化して、開催地を playground にする、の4つである。
- 私達のミッションは、自転車を切り口に、国内外から地方に人を呼びこむモデルを作ることである。サイクリング・サイクルスポーツの参加人口は1080万人いる。サイクルスポーツの愛好家は、地域の魅力を感じたいといったニーズを潜めており、一方地域では、観光客減少という課題を抱えている。そこで地域が抱える解決策として、地域の独自性を凝縮したイベントを開催し、地域活性化に貢献すると考えている。
- 昨年の2014シリーズは、長野県、千葉県、鳥取県、静岡県等、8箇所で開催した。開催地は拡大しており、本年は9箇所で開催する予定である。
- サイクリングは、開催障壁が低いものの、非日常性に乏しい。よほどテーマ性などが優れていないと集客に苦戦する場合がある。耐久レース、ヒルクライムは、交通規制をかけるので、負担は大きい。自転車乗りへのアピールポイントになる。
- 開催事例1.かすみがうらエンデューロ。東日本大震災による観光客減少と、マラソン大会以外の開催をしたい、という市側の要求を背景に、霞ヶ浦という地域資源と自転車イベントの組み合わせで開催した。また基本的な座組は「ウイズスポ」と「かすみがうら市」が主催であるが、茨城県の既存事業である「かすみがうらまるごとグルメフェス」との併催で相乗効果を生んでいる。エンデューロ以外の開催にも力を入れ、1年目800人⇒2年目1100人⇒3年目⇒1300人と参加者が増加している。開催後に周辺公園の来場者増加、サイクルラックの設置、交流空間への流入客数増加などイベントを通じて波及効果が進んでいる。
- 開催事例2.温泉ライダーシリーズ。温泉地での自転車イベントの開催で、石川県加賀市、栃木県さくら市、鳥取県三朝町で開催した。初回の加賀市は、「北陸屈指の温泉地」という地域資源と「自転車イベント」の組み合わせをしている。加賀も観光客数の減少という課題があり、本イベントを企画した。温泉ライダーというユニークなネーミングがヒットし、全国へ波及している。初開催は600人、2年目・3年目は900人が来ている。しかしながら2割しか宿泊していないことが課題で、北陸近隣からの参加者が多い。さくら市は第2弾イベントで、日本三大美肌の湯という地域資源と自転車イベントの組み合わせで開催している。さくらの大会は地元自治会がバックアップし、自転車をテーマに地域活性化に取り組んでいる。これらの取り組みはライダーをターゲットにしたカフェがオープンするなどの波及効果を生んでいる。
- 開催事例3. あついで熊谷！バーニングマンレース。「日本一暑い町」埼玉県熊谷市で開催。日本一暑い町であ

ることとコラボしたテーマ設定になっている。大型公園内のみで完結するコースレイアウトになっており、自転車とランニングを同時開催。計2000名以上の参加者が参加している。

- ▶ 開催事例4.志賀高原ロングライド。志賀高原ロングライドは、大自然×自転車イベントというストレートなテーマ設定「挑みたくなる大自然」というテーマのもと、魅力的な大自然のコースに参加者の8割が県外から来ている。前日受付を義務付けることで、全参加者の9割以上が宿泊している。
- ▶ 開催事例をまとめると、①地域資源との組み合わせという視点②宿泊など直接的な経済効果は簡単には期待できない③開催を重ねるごとに参加人数は増やすことができる、という3点が特徴である。したがって地域資源を組み入れたオリジナルなイベントを立ち上げ定着させ、地域のファンを作り、次回参加やイベント以外の来訪機会を創る仕掛けが必要である。
- ▶ 今後は、1000人規模のイベント開催が定着してきたことを背景に、イベント以外の来訪機会を創るところまでが課題であると考えている。今後の展開としては、地域を走り、地域におとずれて、地域で消費する「地走地消構想」の元、①Wizspo!シリーズの開催②サイクルポイントの導入③サイクルターミナル設置④ツーリングアプリの提供、を具体的に構想している。走った分だけ地元に戻元できるポイント制度や、サイクルラックの設置活動、既存のツーリングアプリと連携して、走っているコースと連動したアプリ設計などを構想している。

#### 【質疑応答】

Q 行政と民間の業務分担について教えて欲しい。

A ケース・バイ・ケースである。自治体予算から受託することが一般的だと思うが、それ以外の方法もある。業務を自治体ウィズスポとで分担し、それぞれの予算で業務を遂行するやり方もある。

Q 行政への働きかけで難しい部分を教えて欲しい。

A 開催にあたっては参加費だけでは回らないため、自治体予算または協賛金等が必要。初開催は特に収支リスクが大きいため、2回目・3回目まで続けることで黒字収支が得られるような、経年開催を条件としている。警察に対しての対応は、地域住民の同意と、迂回計画はあるのか、の2点が大切である。住民からの承諾書を持参するケースなどがある。

Q 地域でのポイント制度に関しては、なにかアイデアはあるか？

A 現時点では発表できるような具体的な施策はなく、様々なアイデアを吟味して構想している段階である。

## 2. 「栃木県が目指すスポーツツーリズム」 作新学院大学 准教授 小山さなえ氏

- ▶ 栃木県は、東京から新幹線で50分、人口は、1,980,960人である。地域魅力度ランキングでは、41位と他の北関東2県と同様に下位に沈んでいる。
  - ▶ 栃木県における観光資源のスポーツ資源は、栃木SC、宇都宮ブリッツェン、リンク栃木ブレックス、HC栃木日光アイスバックスの4プロチーム、他に栃木ウーヴァ、那須ブラーゼンの2チームがあり、豊かなスポーツ資源を抱えている。
  - ▶ 自然環境を利用したスポーツ資源(アウトドアスポーツ)があり、日光・那須の観光地や、鬼怒川、思川、田川などの河川や温泉の観光資源が、非常に魅力的なものとなっている。また食でもいちごや湯葉、宇都宮の餃子が有名であり、宇都宮餃子はわざわざ県外から食べにくる観光客もいる。
  - ▶ 栃木県における観光資源では、上記の他にもゴルフ場の数は全国3位の多さであり、首都圏からのお客も多い。またスキー場も関東圏では良いものを保有しており、「ツインリンクもてぎ」というモータースポーツのサーキットを有している。
- 栃木県は、上記までのようにたくさんの資源を持っているにも関わらず、魅力度ランキングでは低い順位にいるこ

とが課題である。

- ▶ 観光産業の現状として、観光客宿泊数は減少傾向にあり、東京からの日帰り圏内に位置し、観光客の増加が宿泊数の増加に結びついていない傾向にある。国内サイズでは、インバウンド市場は右肩上がりであるものの、栃木県としては整備ができないのが、現状である。また全国と比べて外国人観光客数が低調に推移している。したがって、栃木県が抱える優良なスポーツ観光資源コンテンツを活かした、スポーツツーリズムの仕組みづくりを行うことで、栃木県における新たなスポーツ観光市場を創造し、地域活性化につなげなくてはならないと考えている。
- ▶ そして、栃木県がスポーツツーリズムの仕組みづくりを模索する中で、スポーツを活用した観光促進の仕組みづくりとしてスポーツコミッションの設立が重要であると考えているが、県(行政関連)では設立への動きは見られない。ただ4プロチームそれぞれが、個別に頑張っており、リンク栃木ブレックスはNBLリーグの平均ホーム入場者数はナンバーワンであり、宇都宮ブリッツェンはJプロツアーの誘致など、さまざまなスポーツイベントの招致活動を実施している。このように、栃木県においては、4プロチームが個別に企業努力で集客効果をあげている。私は、「栃木県において望ましいスポーツコミッションとは？」模索中であるが、4プロチーム側からはスポーツコミッションによる積極的なサポートを要請されている。
- ▶ 作新学院大学の活動として、2013年9月26日に作新学院大学と4プロスポーツチームとの連携協力協定の締結があった。また栃木県経済同友会地域活性化支援実行委員会との連携協力・協働・協同を行っている。経済同友会とその会員企業は、4プロスポーツチームに対して継続的な支援とともに、その支援方策の在り方を検討してきた中、作新学院大学も協同したイベントを実施している。作新学院大学・4プロスポーツチーム・栃木県経済同友会、そして行政も参加し、検討会を開催してきた。
- ▶ 栃木モデルとして、ミクロの視点では、企業スポーツからスポーツビジネスへ、プロスポーツの自立的発展と、マクロの視点では、プロスポーツの社会性の発展と活用、プロスポーツ地域産官学連携を行い、プロスポーツの多面的価値の競争からプロスポーツ振興と地域活性化の好循環の創出を目指していく。
- ▶ 宇都宮市では、アジア最高峰のロードレース JAPANCUP の誘致に成功した。他にも、栃木県では、那須ロングライド、ツールド日光、ツールド小山、温泉ライドさくらなど多くのサイクルイベントを行っている。サイクルロードレースジャパンカップでは、クリテリムには 38000 人、ロードレースは 80000 人が参加した。またアニメ「弱虫ペダル」のイベントの際には、子どもたちが行列を作ってイベントに参加した。ジャパンカップ観戦者調査結果によると、観戦者の同行人数は2人が多い結果となり、家族の同行が多かった。来場者の居住地は、県内が 52%、県外が 48% になっている。県外からは、東京都と神奈川県からが多く、県内は宇都宮市と那須塩原市からの来訪者が多かった。日帰りは、63%で、宿泊は 37%であった。ただ、JAPANCUP 時は、観客が宿泊する宇都宮市内のホテルは満室で、仕組み作りが課題であるといえる。観戦者の観光地や商店等への立ち寄り有無については、立ち寄るのが 40%。立ち寄らないのが 60%であった。
- ▶ 宇都宮市の取り組みとしては、「走れば愉快だ宇都宮」というコンセプトのもと、宇都宮市自転車のまち推進計画を進めており、モビリティセンターを整備している。またおもてなしカードを発行しており、宇都宮市でプロスポーツ観戦をした県外からのお客様を対象に、お店での優遇サービスを実施している。
- ▶ 日光市では、昨年第 1 回の「日光いろは坂女子駅伝大会」を開催した。男子の箱根駅伝に対抗する取り組みで、日本全国から女子駅伝チームが参加した。またアイスホッケー観戦&日光「女子旅」観光モニターツアーを実施している。
- ▶ 栃木県では、ツールド栃木構想を掲げており、これは栃木県全域を6日間をかけて総距離750kmを走行するロ

ードレース大会で国際自転車競技連合公認競技として2～3年後の開催を目指す。

- ▶ 栃木県におけるスポーツを取り巻く今後の動向としては、①県総合スポーツゾーン施設整備②2020年東京オリンピック・パラリンピックキャンプ地誘致③2022年栃木国体開催がある。
- ▶ スポーツツーリズムの諸課題としては、人、物、金、のマネジメントが重要であるとする。

以上





JSTA JAPAN  
SPORT  
TOURISM  
ALLIANCE

一般社団法人  
日本スポーツツーリズム推進機構