



JSTA JAPAN
SPORT
TOURISM
ALLIANCE

平成29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(抜粋)	2
2. SportAccord Convention 2017	7
3. 第1回スポーツツーリズム・サミット in 羽田空港	13
4. 第5回スポーツ振興賞	16
5. SPORTEC 2017	25
6. World Winter Sports Expo 2017	28
7. 第6回スポーツツーリズム・カンファレンス	32
8. 第6回スポーツツーリズム・コンベンション in 佐賀	36
9. 第23回オリンピック冬季競技大会(2018/平昌)	48
10. JSTAセミナー	51

1 | 事業一覧（抜粋）



月	日	活動	場所
4	2-7	SportAccord Convention2017（原田会長、中山事務局長）	デンマーク・オーフス
	12	不動産協会賞授賞式(原田会長)	パレスホテル東京
	18	スポーツ庁 スポーツ基本計画関係団体協議会(中山事務局長)	スポーツ庁
	21	第1回 JSTA セミナー	共同通信会館
	24	内閣官房オリパラ調達説明会 訪問:内閣官房羽生参事官(中山事務局長)	中央合同庁舎
5	15	【取材】北海道じゃらん:「スポーツツーリズムにおける地域活性化の可能性」2017 年夏号掲載(原田会長)	ホテルサンルート 高田馬場
		株式会社銚子ポーツタウン株主総会(中山事務局長)	銚子プラザホテル
	17	地域活性学会(中山事務局長)	拓殖大学 文京キャンパス
	19	第2回 JSTA セミナー	共同通信会館
	22	第27回常任理事会	共同通信会館
6	10-11	スポーツ&アウトドアツーリズムフェスタ in 昭島	昭島モリビレッジ
	12	沖縄県観光交流産業部会出席(原田会長)	沖縄県那覇市・ANA クラウンプラザホテル 沖縄ハーバービュー
	21	第12回 JSTA セミナー委員会	共同通信会館
	22	【講義】帝京大学経済学部「旅行産業経営論」(中山事務局長)	帝京大学多摩キャン パス
	26	矢板市スポーツツーリズム推進協議会(中山事務局長)	栃木県矢板市
	30	第22回 JSTA 理事会	羽田空港 第一旅客 ターミナルビル
		第6回定時社員総会	羽田空港 第一旅客 ターミナルビル
		第1回スポーツツーリズム・サミット	ターミナルビル
7	3-5	全国市町村文化研究所・研修会(原田会長)	全国市町村国際文化 研修所
	5	【講演】横浜商工会議所観光人材塾「ツーリズムの観点から見る東京オリンピック、ラグビーワールドカップ 2019」(中山事務局長)	横浜商工会議所

7	19-21	【ブース出展】日経 BP インバウンド JAPAN	東京ビックサイト
	25-27	【ブース出展、スポーツ振興賞表彰式、ハンドブックセミナー】 SPORTEC 2017	東京ビックサイト
	27	JSTA セミナー in SPORTEC 2017	
8	2	【講演】下関市議会「まちづくり手法としてのスポーツ都市戦略」(原田会長)	山口県・下関市議会 場
	4	第 28 回常任理事会	共同通信会館
	17	第 13 回 JSTA セミナー委員会	共同通信会館
	20	【講演】静岡県スポーツ推進委員研究大会(原田会長)	静岡県・三島市民文 化会館
	28	日本総研スタジアム・アリーナ研究会まちづくり分科会(中山事務局長)	日本総研本社
	31	スポーツ庁 第 1 回スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会(原田会長、中山事務局長)	スポーツ庁
		全国ご当地マラソン協議会記者発表会(事務局 宮本)	都市センターホテル
9	9 月号	【寄稿】一般財団法人不動産協会発行「FORE」：「アクティブに、そして笑顔になるまち」(原田会長)	
	7-10	World Winter Sports Expo 2017 (中山事務局長)	中国・北京
	8	BYCICLE CITY EXPO(事務局・井塚)	ベルサール高田馬場
	12-14	スタジアム&アリーナ・スポーツビジネスジャパン 視察(中山事務局長、事務局)	幕張メッセ
	13	【講演】スタジアム&アリーナ・スポーツビジネスジャパン(原田会長)	
	14	【講演】土佐経済同好会「高知創生につなげるスポーツツーリズム」(原田会長)	高知市 三翠園
	15	第 3 回 JSTA セミナー	共同通信会館
	21-24	ツーリズム EXPO ヘルスツーリズム認証制度セミナー(中山事務局長)	東京ビックサイト
10	6-8	世界ラフティング選手権 視察(原田会長)	徳島県三好市
	8	【講演】スポーツカレッジフォーラム(中山事務局長)	日本工学院八王子専門 学校
	17	【講演】関西経済連合会主催講演会「ゴールデン・スポーツイヤーズに向けて」(原田会長)	大阪市
	19	三庁アワード選定委員会(原田会長)	文化庁
		【パネルディスカッション】横浜商科大学 公開シンポジウム「地域を世界に売る！インバウンド観光の価値創造と発信」(中山事務局長)	横浜ロイヤルパーク ホテル
	20	第 4 回 JSTA セミナー	共同通信会館

10	24	ワールドマスターズゲームズ レガシー創出委員会(中山事務局長)	大阪市
	25	第 29 回常任理事会	共同通信会館
		第 14 回 JSTA セミナー委員会	共同通信会館
	27	【講演】2017 くまもと地域振興フェア「スポーツツーリズムによる震災復興を考える」(原田会長)	グランメッセ熊本
11	7	【講演】山梨観光フォーラム(原田会長)	山梨学院大学
	8	【TV 出演】NHK クローズアップ現代+「マラソン・ウォーズ:激化する市民ランナー獲得競争」(原田会長)	
	8-10	【講演】ウェルネスライフ EXPO「スポーツツーリズムによる地域活性化」(原田会長)	インテックス大阪
	10	第 23 回 JSTA 理事会	共同通信会館
		第 6 回スポーツツーリズム・カンファレンス	日本財団ビル
	16	日本総研スタジアム&アリーナまちづくり分科会(中山事務局長)	株式会社電通
	17	銚子スポーツタウン協議会(中山事務局長)	千葉県銚子市
	20	【講演・パネルディスカッション】九州経済連合会 第 10 回沖縄連携フォーラム(原田会長)	沖縄県那覇市・ANA クラウンプラザホテル 沖縄ハーバービュー
	22	スポーツ文化ツーリズムシンポジウム 2017・スポーツツーリズムミーティング	羽田空港第一ターミナルビル ギャラクシーホール
	27	【講演】地域活性化セミナーin 高知:JTB 中国四国(原田会長)	高知県 高知商工会館
12	29	観光庁 第 2 回スノーリゾート地域の活性化推進会議(原田会長、中山事務局長)	共同通信会館
	5	B.B. Base(BOSO BICYCLE BASE) JR 東日本試乗会(原田会長、事務局・宮本、井塚)	両国駅～館山駅 館山周辺周遊
	6	観光マッチング商談会 徳島県東みよし町(中山事務局長)	ヒューリック浅草橋ビル
	7	【講演・ブース出展】SPORT FOR TOMORROW コンソーシアム・交流会 2017	新宿 NSビル
	15	第 5 回 JSTA セミナー	渋谷 The Rally Table
	18	日本総研スタジアム&アリーナ研究会まちづくり分科会(中山事務局長)	三井住友銀行本店
1	22	スポーツ庁 第 2 回スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会(原田会長・中山事務局長)	スポーツ庁
	19	ブリックスインバウンドセミナー(中山事務局長)	弘済会館
		第 6 回 JSTA セミナーin 九州	富士ゼロックス九州(株)

1	20	【講演】中央大学セミナー(中山事務局長)	中央大学 後樂園キャンパス
	27	【講演・視察】ウインターゴルフ 2018 in 美唄(原田会長、事務局宮本)	ゴルフ 5 カントリー 美唄コース
	29	第 30 回常任理事会	共同通信会館
	30	【講演】「第 2 回 DMO 全国フォーラム」(原田会長)	東京 TEPIA ホール
	31	マラソンサミット 2018(中山事務局長)	明治ホールディングス
2	1-2	国連世界観光機関【UNWTO】会議(中山事務局長)	山形市
	2	【講演】アメリカ大使館主催講演会「オリンピックスタジアムを負の遺産としないために～米国の経験に学ぶ～」(原田会長)	アメリカンセンター JAPAN
	6	【講演】観光・コンベンションセミナー「東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機としたスポーツツーリズムと地域振興」(原田会長)	ホテルグランヴィア広島
	13	【講演】東京都オリンピック・パラリンピック準備局・東京 2020 オリンピック・パラリンピックを契機とした各区市町村における事業展開セミナー:「スポーツツーリズム推進によるイベント・インパクト拡大に向けて」(中山事務局長)	東京自治会館
	14	【講演】東京観光財団賛助会員情報交換会「スポーツツーリズムは地方創生のエンジン」(中山事務局長)	京王プラザホテル
	16	第 7 回 JSTA セミナー	共同通信会館
	21	【講演】スポーツビジネス産業展・地方創生 EXPO・国際イベントニュースセミナー「民間主導のスポーツによる地域活性」(中山事務局長)	幕張メッセ
	22-25	平昌オリンピック視察(原田会長、中山事務局長)	韓国・平昌
	26	【講演】JATA 経営フォーラム「スポーツを通じたビジネスの価値創造:旅行業界のブルーオーシャン戦略」(原田会長)	アカデミーヒルズ 六本木フォーラム
	28	【講演】福山商工会議所 都市づくり委員会(中山事務局長)	福山商工会議所会議室
3	5	【講演】富士の国やまなしスポーツコンシェルジュ研修会「スポーツを活用した観光振興について～スポーツツーリズムと地域の関わり方について～(中山事務局長)	山梨県防災新館
	9	ヘルスツーリズム大賞表彰式(中山事務局長、事務局井塚)	TKP 東京駅日本橋 カンファレンスセンター
	10-11	銚子スポーツタウンオープニング(原田会長、中山事務局長)	千葉県銚子市
	14	英国大使館スポーツ・エコノミーフォーラム「スタジアム、アリーナの収益性向上に向けて」(中山事務局長)	駐日英国大使館 国際通商部

3	15-16	スポーツツーリズム・コンベンション in 佐賀	佐賀市・ホテルグランデはがくれ
	16	第 31 回常任理事会	
	19	観光庁 第 3 回スノーリゾート地域の活性化推進会議 (原田会長・中山事務局長)	共同通信会館
	20	JSTA 第 24 回理事会	共同通信会館
	23	新潟市文化スポーツコミッション第 2 回実行委員会(原田会長)	新潟市役所
	28	【講演】第 5 回南房総地域におけるスポーツ観光セミナー「地域のスポーツ振興とスポーツツーリズムの推進」(中山事務局長)	千葉県南総文化ホール

2 | SportAccord Convention 2017



○日 時: 平成29年4月2日(日)～7日(金)

○場 所: オーフス(デンマーク)

○共同出展: 日本スポーツ振興センター
梓設計
札幌市スポーツ局/さっぽろグローバルスポーツコミッション
さいたまスポーツコミッション

★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

・92国際スポーツ団体【IF】

・17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たが、2015年の混乱により中断している
例: World Combat Games/World Urban Games/World Mind Games/World Beach Games
World Artistic Games
- ・ソチでのSportAccord Convention 2015において、ビゼール会長が公然とIOCを批判
その後IOC及びIFとの確執により、執行部が総入れ替えとなりIOC委員を中心に幹部を選出



★スポーツアコード・メンバー

FULL AND ASSOCIATE MEMBERS

All over the world

SportAccord is the umbrella organisation for Olympic and non-Olympic international sports federations as well as organisers 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)ベレク/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14回(2016年4月17日～22日)ローザンヌ(スイス)

第15回(2017年4月2日～7日)オーフス(デンマーク)

※JSTAは2012年から参加。2013年からは日本スポーツ振興センターと地域スポーツコミッション等の参画を得てJAPAN共同ブースを出展運営



★スポーツアコードコンベンション2017の参加目的

●JSTA代表としての参加～2012年ケベック以来6回目参加

- ・スポーツ団体、スポーツイベントライツホルダー・スポーツイベント開催都市等との ネットワーキングによる 情報収集を行う
- ・世界のスポーツ界の動向を把握する
- ・2024オリンピック・パラリンピック立候補都市動向を注視し、2026冬季オリンピック・パラリンピック招致活動の参考とする

●日本スポーツ振興センター(JSC)とJSTAとの共同ブース出展

- ・JSTA会員である札幌市スポーツ局/さっぽろ文化スポーツコミッション
- ・さいたまスポーツコミッション・㈱梓設計の参加を得て3コマ規模の出展を行う

●International Association of Event Hosts:IAEH(国際スポーツイベント開催都市連合)

- ・JSTAは2016年設立当初からのメンバー。スポーツアコードコンベンション期間前に開催される第1回のフォーラム開催に参加。

5

SportAccord Convention Partners

GLOBAL PARTNER

DISCOVER
Los Angeles

GOLD PARTNERS



SILVER PARTNERS



BRONZE PARTNERS



SportAccord Convention Delivery Partners



SportAccord Convention Supporters



SportAccord Convention Media Partners

TOP MEDIA PARTNER



DOW JONES

PRINCIPAL MEDIA PARTNERS



MEDIA PARTNERS

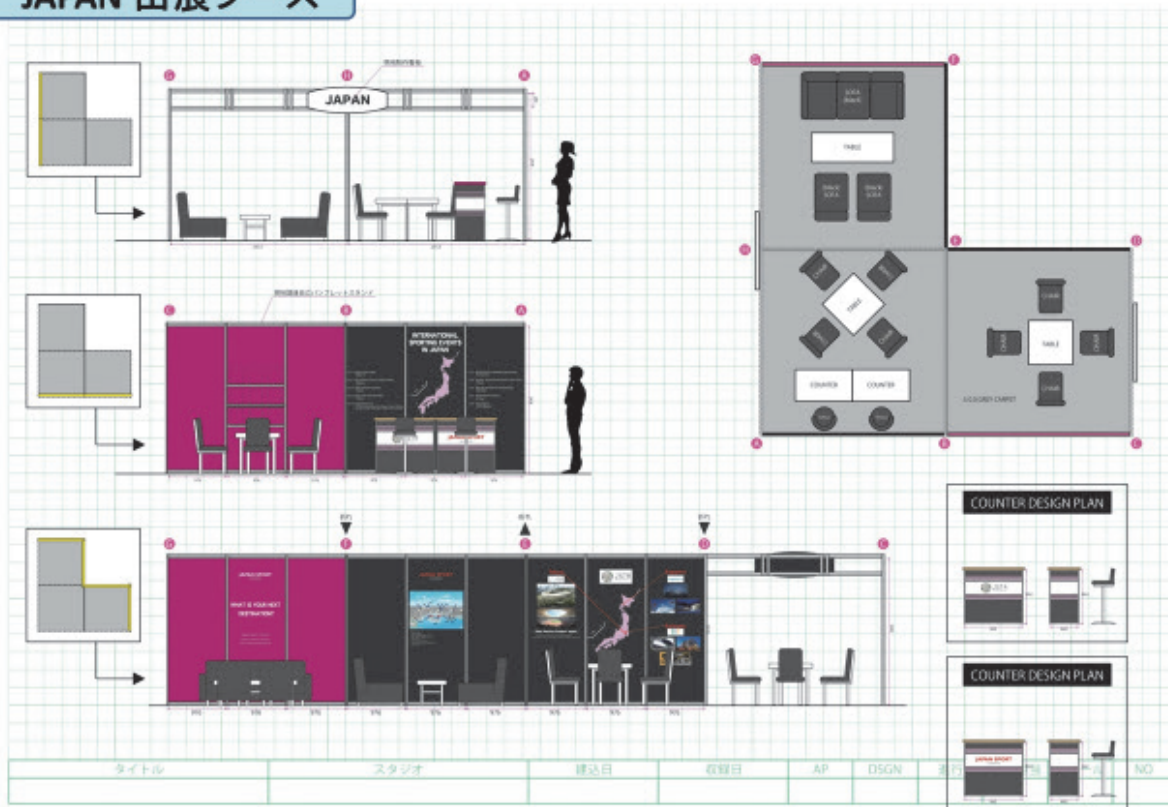


6

★Official Conference Program

カテゴリー	テーマ
Plenary Conference	Welcome: INNOVATION IN ACTION PANEL SESSION: Innovation – A permanent change revolution, or an opportunity to reset your sport? SCENE SETTER: Innovation in the Business of Sport PANEL SESSION: Innovation in the Business of Sport CASE STUDY: IF Innovation in Action – International Orienteering Federation PRESENTATION: Future Sports – Drone Racing INTERVIEW OF THE DAY
City-to-City	The Importance of Sport and events to cities
City Forum	LEGACY1: Mass Participation events – Prioritising your Legacy LEGACY2: Promises to Keep – The truth about Legacy Planning City Forum HOSTING STRATEGIES 1: What are Ifs looking for a Host City? City Forum HOSTING STRATEGIES 2: Thinking creatively as an Event Host
LawAccord	Interactive Workshop: Does an IF own Intellectual property in its events in the virtual world, i.e. e-sports and virtual games? CAS doping Division
MediaAccord	INTERVIEW: The Rolling Olympics – Broadcasting beyond the 4-year cycle SCENE SETTER: Understanding the changing trends in audience habit and media consumption PANEL SESSION: Sport and Good News Story EVENT WATCH: Aarhus – 2017 European Capital of Culture IF MEDIA PRESENTATION: World Rugby In Rio

JAPAN 出展ブース





★IAEH(国際スポーツイベント開催都市連合)FORUM

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF EVENT HOSTS

Cities, regions and countries hosting major sporting and cultural events



SportAccord Conventionに参加する都市を中心とした連合体、スポーツイベント開催都市の先進事例共有、集合体として発言力を高める目的で設立

ANNUAL FORUM

Aarhus, Denmark
03 APR.2018

★IAEH(国際スポーツイベント開催都市連合)FORUM

※2017年中に英国にて法人化することで合意、メンバー都市からの会費徴収開始(£750)を決定



3 | 第1回 スポーツツーリズム・サミット in 羽田空港



○日 時：平成29年6月30日（金）15時～19時

○場 所：羽田空港 第一旅客ターミナルビル ギャラクシーホール

○第1回 スポーツツーリズム・サミット in 羽田空港

主催者挨拶：日本空港ビルデング株式会社 代表取締役副社長 鈴木 久泰 氏

主催者挨拶：一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 会長 原田 宗彦

基調講演①：観光庁 観光地域振興部観光資源課長 蔵持 京治 氏

基調講演②：株式会社モンベル 常務取締役 広報部本部長 竹山 史朗 氏

オープニングアドレス：日本空港ビルデング株式会社 常務取締役 加藤 勝也 氏
大村市長 園田 裕史 氏

パネルディスカッション：

- ・（一社）沖縄県サイクリングスポーツ振興協会 代表理事 森 豊 氏
- ・株式会社アーチ・ヒーロー北海道 代表取締役 高橋 幸博 氏
- ・日本空港ビルデング株式会社 常務取締役 加藤 勝也 氏
- ・大村市長 園田 裕史 氏
- ・一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 事務局長 中山 哲郎
（コーディネーター）

閉会挨拶：日本空港ビルデング株式会社 常務取締役 加藤 勝也 氏





ネットワークセッション






Japan Sport Tourism SUMMIT

第1回スポーツツーリズム・サミット in 羽田空港

～空港×スポーツツーリズムが拓く地域活性化～

羽田空港第一旅客ターミナル6階 ギャラクシーホール

2017.6.30 [金] 15:00 開始 定員:200名

参加費：前売券 一般：3,000円 / JSTA 会員：1,500円 (当日券 一般：4,000円 / JSTA 会員：2,000円)

基調講演.1 蔵持 京治氏 観光庁 観光地域振興部観光資源課長 基調講演.2 竹山 史朗氏 株式会社モンベル 専務取締役 広報部部長	パネル ディスカッション パネリスト 加藤 豊也氏 (日本空港ビルデング株式会社空港施設部長) 森 寛氏 ((一社)沖縄県サイクリング協会会長 代表理事) 高橋 幸博氏 (株式会社アーチ・ビークル代表取締役) コーディネーター 中山 哲郎氏 (JSTA 事務局長)
--	--

お問い合わせ：JSTA 事務局 TEL: 03-6441-2045 (平日 10:00～18:00)

主催：  JAPAN AIRPORT TERMINAL  JSTA

後援：  NHK  朝日テレビ  東海テレビ

4 | 第5回スポーツ振興賞



○応募期間：平成29年3月11日～5月15日（当日消印有効）

○表彰式：7月25日「SPORTEC 2017」内において開催

○応募件数：30件

○受賞作品：

★スポーツ振興大賞

作品名：域内で運営、域外から人とカネを呼び込む、
循環型スポーツツーリズムモデルの確立

応募者：一般社団法人東北風土マラソン&フェスティバル（宮城県登米市）

★スポーツ振興賞

○スポーツ庁 長官賞

作品名：奈良県南部地域の魅力ある地域資源を活用したスポーツイベント
「アウトドアチャレンジレース」

応募者：アウトドアチャレンジレース実行委員会（奈良県吉野郡上北山村）

○観光庁 長官賞

作品名：奈良マラソン

応募者：奈良マラソン実行委員会（奈良県奈良市）

○経済産業省 商務情報政策局長賞

作品名：第1回全国500歳野球大会 ～野球に燃える親父たちの甲子園～

応募者：500歳・550歳野球大会実行委員会（秋田県大仙市）

○日本商工会議所 奨励賞

作品名：日本初地域密着型ソフトテニスクラブ

「どんぐり北広島ソフトテニスクラブ」設立

応募者：一般財団法人どんぐり財団（広島県山県郡北広島町）

○一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 会長賞

作品名：ツール・ド・ニッポン

サイクルツーリズムによる健康づくり・まちづくり

応募者：一般社団法人ウィズスポ（東京都新宿区）

○公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会 会長賞

作品名：IT×自転車イベントで新時代の地域振興・観光振興を推進する
CYCLOG（シクログ）

応募者：株式会社Sea Bird（東京都渋谷区）





第5回 スポーツ振興賞 募集要項

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5回スポーツ振興賞」の募集を行っています。スポーツを通じて健康づくりをし、ツーリズムや産業振興、地域振興（まちづくり）に貢献されている団体、グループ、企業の方々の積極的なご応募をお待ちしています。表彰はスポーツ振興大賞 他6点です。
※ 過去に受賞された方も大賞受賞者を除き応募対象となります。奮ってご応募ください。

応募締切／平成29年5月15日（月）（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.isif.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。）

スポーツを通じた健康づくり及びスポーツを起爆剤としたツーリズムや産業振興・地域振興（まちづくり）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、あらかじめご了承下さい。

■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

【健康づくり・まちづくり】 スポーツを通じて健康づくりをしているか。スポーツを起爆剤としてツーリズムや産業振興、地域振興（まちづくり）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とられているか。

【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】 国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

★スポーツ振興大賞 1点 …… 賞状、トロフィー、副賞20万円

★スポーツ振興賞 各1点 …… 賞状、トロフィー

・スポーツ庁長官賞（予定）

・観光庁長官賞（予定）

・経済産業省商務情報政策局長賞（予定）

・日本商工会議所 奨励賞（予定）

・日本スポーツツーリズム推進機構 会長賞

・スポーツ健康産業団体連合会 会長賞

■審査結果発表、表彰式、受賞者による事業発表

・審査結果の発表は平成29年6月下旬を予定。スポーツ健康産業団体連合会、日本スポーツツーリズム推進機構のホームページにおいて受賞者の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。

・表彰式は、平成29年7月25日開催の「SPORTEC2017展示会（東京ビッグサイト／スポーツ健康産業団体連合会特別協力）」の席上を予定しています。

・表彰式後、受賞者による受賞事業の活動発表を予定しています。

【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

TEL：03-6434-9510 FAX：03-6434-9511

E-mail：jshif@spo-danren.jp URL：<http://www.isif.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 URL：<http://sporttourism.or.jp/>

平成29年6月28日

第5回スポーツ振興賞の発表

～SPORTEC2017 展示会場（東京ビッグサイト）で授賞式を開催～

公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会（東京都港区 会長 斎藤敏一）と一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構 [JSTA]（東京都港区 会長 原田宗彦）は、スポーツ振興賞 選考委員会の審査を踏まえ、スポーツを通じて健康づくりをし、ツーリズムや産業振興、地域 振興（まちづくり）に大きく貢献した団体等を顕彰するとして、第5回スポーツ振興賞の各賞 を発表します。応募総数30件の作品の中から最も優れた作品に「スポーツ振興大賞」を、優れた作品に「スポーツ振興賞」として、スポーツ庁長官賞、観光庁長官賞、経済産業省商務情報政策局長 賞、日本商工会議所奨励賞、日本スポーツツーリズム推進機構会長賞、スポーツ健康産業団体 連合会会長賞の6点を選定しました。授賞式は、来る7月25日（火）に SPORTEC2017 展示会（東京ビッグサイト／東京都江東区）の会場で行います。

1. スポーツ振興賞選考委員会で慎重、厳正に審査した結果、以下の作品を授賞作品として 決定した。

★スポーツ振興大賞

作品名：域内で運営、域外から人とカネを呼び込む、循環型スポーツツーリズムモデルの確立

応募者：一般社団法人東北風土マラソン&フェスティバル（宮城県登米市）★スポーツ振興賞

○スポーツ庁 長官賞

作品名：奈良県南部地域の魅力ある地域資源を活用したスポーツイベント

「アウトドアチャレンジレース」

応募者：アウトドアチャレンジレース実行委員会（奈良県吉野郡上北山村）

○観光庁 長官賞

作品名：奈良マラソン

応募者：奈良マラソン実行委員会（奈良県奈良市）

○経済産業省 商務情報政策局長賞

作品名：第1回全国 500 歳野球大会 ～野球に燃える親父たちの甲子園～

応募者：500 歳・550 歳野球大会実行委員会（秋田県大仙市）

○日本商工会議所 奨励賞

作品名：日本初地域密着型ソフトテニスクラブ「どんぐり北広島ソフトテニスクラブ」設立

応募者：一般財団法人どんぐり財団（広島県山県郡北広島町）

○一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 会長賞

作品名：ツール・ド・ニッポン サイクルツーリズムによる健康づくり・まちづくり

応募者：一般社団法人ウィズスポ（東京都新宿区）

○公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会 会長賞

作品名：IT×自転車イベントで新時代の地域振興・観光振興を推進する CYCLOG（シクログ）

応募者：株式会社Sea Bird（東京都渋谷区）

2. 選考委員の受賞作品に対する意見は次のとおり。

○作品名：域内で運営、域外から人とカネを呼び込む、循環型スポーツツーリズムモデルの確立

応募者：一般社団法人東北風土マラソン&フェスティバル（宮城県登米市）

・「ファンラン」を中心としたスポーツと食のイベントである。大掛かりな取り組みで実績もある。地域の特産品を活用した取り組みは、地方スポーツイベントのモデルになる。

4年目にして大会の規模・運営ともに、かなりの経験を積み、いい事業に成長している。

海外からの参加者も年々増加している。国内へのインバウンドは、急上昇しており、

今後の発展に期待が持てる。

○作品名：奈良県南部地域の魅力ある地域資源を活用したスポーツイベント

「アウトドアチャレンジレース」

応募者：アウトドアチャレンジレース実行委員会（奈良県吉野郡上北山村）

・ダム湖という死蔵資源を活用したユニークなイベントで、アウトドアという地域の資源をスポーツで活用している。川上村、上北山村の2村の連携したカヌー「カヌーチャレンジ」とマラソン「大台ヶ原マラソン in かみきた」の組み合わせは、ユニークな取り組みである。二つの大会を組み合わせるタイムを競うという手法は面白く、評価できる。アウトドアスポーツの更なる発展と今後の取組に期待したい。

○作品名：奈良マラソン

応募者：奈良マラソン実行委員会（奈良県奈良市）

・世界遺産なども活用した古都奈良ではの大会。県庁から地方自治体まで巻き込んだ大規模なマラソン大会である。世界遺産の中を走る魅力をフルに利用した大会運営で、世界遺産や興味深い観光文化資源をめぐる素晴らしいレースになっている。域外からのインバウンド拡大に結び付けている。

○作品名：第1回全国500歳野球大会 ～野球に燃える親父たちの甲子園～

応募者：500歳・550歳野球大会実行委員会（秋田県大仙市）

・全国各地にある草野球大会の中でも、出場選手9名の合計年齢が500歳以上という面白いコンセプトの大会である。ネーミングや運営手法がユニークで、大掛かりである。独創的ながら、大きな支持を集めており、今後の盛り上がりも期待できる。また、自治体や民間企業、観光協会などが連携することで地域経済の活性化が期待される。

○作品名：日本初地域密着型ソフトテニスクラブ「どんぐり北広島ソフトテニスクラブ」設立

応募者：一般財団法人どんぐり財団（広島県山県郡北広島町）

・スポーツ（ソフトテニス）を通じて地域住民はもとより町ぐるみの地域振興を進めている、他の地域に参考となるまちづくりの模範的事例である。クラブ設立で、少子高齢化が進む2万人足らずの

町に若い選手や指導者が移住するといった効果も出ている。全国から合同合宿や試合、指導を受けにと、小学生から社会人まで多数の人々が訪れているほか、外国チームを招聘した大会も開くまでになっている。地域への持続的な社会・経済波及がさらに進むことが期待できる。

○作品名：ツール・ド・ニッポン サイクルツーリズムによる健康づくり・まちづくり

応募者：一般社団法人ウィズスポ（東京都新宿区）

・自転車を軸に、全国に展開できる仕組みを構築している。サイクルツーリズムでは、最も成功している事例で、注目を集めているサイクルツーリズムのモデルケースである。地方創生への貢献度は高く、イベントから発展し、継続的な地域活性化策を展開している点が評価できる。更に広がり続けるであろうことがわかる自転車の活用は、今後更に増えてくると思うが、通年で観光客を呼び込める取組みの開発に期待したい。観光庁のモデル事業としても新たな事業モデルを磨いて欲しい。

○作品名：IT×自転車イベントで新時代の地域振興・観光振興を推進する CYCLOG（シクログ）

応募者：株式会社Sea Bird（東京都渋谷区）

・IT のアプリを使った新時代のサイクルスポーツであり、新しいジャンルの自転車競技である。スポーツの新しい取組みで、省エネ、低コスト大会である。多様な参加者が集まる地域イベントで、誰でも参加できる点が利点であり、ツーリズムとしても期待できる。既存のスポーツ関係者には、一部違和感があるかもしれないが、アスリートレベルでは既に実用化もされている。一定の評価を与えたい。今後の新たな動きを示唆しており、これからの発展に期待が持てる。

3. 受賞者の作品概要 「別 紙」

4. 問い合わせ先

- ・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）

〒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

TEL:03-6434-9510 FAX:03-6434-9511

E-mail:jdy06327@nifty.ne.jp

- ・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）

〒105-0001 東京都港区虎ノ門2-2-5 共同通信会館 B1F

TEL:03-6441-2045 FAX: 6441-2046

E-mail: info@sporttourism.or.jp

☆スポーツ振興大賞☆	
作品名 応募者	域内で運営、域外から人とカネを呼び込む、循環型スポーツツーリズムモデルの確立 一般社団法人東北風土マラソン&フェスティバル（宮城県登米市）
作品の概要 東北風土マラソン&フェスティバルは、2014 年より毎年春に、宮城県登米市で開催しているイベントです。このフェスティバルは、フランスのメドックマラソンと世界で唯一提携しており、エイドステーションでは 20 種類以上の東北各地の名産品を提供する「風土」と「Food（フード）」を楽しむユニークな大会です。キッズランは累計で 2,000 人以上の子供たちが参加しております。2017 年大会では親子ランを新設し、0 歳から 86 歳まで、幅広い人々にご参加いただきました。登米市を中心に東北中の食の魅力を集めた「登米フードフェスティバル」、東北中の日本酒を集めた「東北日本酒フェスティバル」、子供たちに楽しんでもらう「キッズ・ドリームパーク」を同時開催しています。また、沿岸被災地を回る「東北風土ツーリズム」も例年通り開催し、東北外からご参加の皆様に、東北の現状と魅力を体感していただきました。また、健常者、障害者も楽しめる「ゆるスポーツパーク」を新設しました。今年はボランティアの約 75%が宮城県民で占められるなど運営主体の地元化に成功し、ランナーも毎年純増し、2017 年は 6,000 人で、5 割近くが宮城県外からの参加です。のべ来場者数は 45,000 人で、食と日本酒の出展事業者は 100 を超え、地元市町村への経済波及効果の資産は 4 億円超。2020 年のオリンピックイヤーまでに、10,000 人規模の大会を目指して、成長と内容の充実を重ねていく予定です。魅力的な「マラソン」をフックに域外から人とカネを呼び込む循環型スポーツツーリズムモデルの確立と成長を、さらに加速させてまいります。	

☆スポーツ振興賞(6作品)		
ス ポ ー ツ 庁 長 官 賞	作品名 応募者	奈良県南部地域の魅力ある地域資源を活用したスポーツイベント「アウトドアチャレンジレース」 アウトドアチャレンジレース実行委員会（奈良県吉野郡上北山村）
	作品の概要 アウトドアチャレンジレースは、平成 28 年度に発足した自然豊かな奈良県南部地域の川上村、上北山村の 2 村と奈良県が連携して行うアウトドアスポーツイベントです。スポーツを通じて地域の活性化につながるきっかけづくりや、スポーツツーリズムの推進を図ることを目的としています。これまで 2 回開催し、参加は約 350 人、域外参加は約 30 人、ボランティア約 100 人です。川上村では、「カヌーチャレンジ」として、普段入水できない大滝ダム湖を活用したカヌー体験を大自然に囲まれた静かな湖面で新緑を楽しみながらできます。上北山村では、日本百名山「大台ヶ原」の標高差 941m の雄大な景色を楽しみながら、駆け上がる過酷な登板コースを活用したハーフマラソン「大台ヶ原マラソン in かみきた」の実施です。アウトドアチャレンジレースは、これら 2 つの大会に参加し、カヌーのタイムトライアルとマラソンの両方の合計ポイントで競うレースです。片方でのエントリーも可能。第 2 回大会では、「チームの部」を新設し、チームはマラソン 1 人とカヌーチャレンジ 1～4 人の編成。家族、職場、友人等で参加できます。イベントを 2 日間かけて開催することで、南部地域への誘客を促進し、地域の活性化につなげることを目指しています。	

観光庁 長官賞	作品名 応募者	奈良マラソン 奈良マラソン実行委員会（奈良県奈良市）
	作品の概要 奈良マラソンは、平成 22 年（2010 年）12 月、平城遷都 1300 年記念事業のフィナーレを飾るイベントとして初開催し、今年の大会が 8 回目となります。大会の魅力は、世界遺産あり、田園風景あり、奈良公園の鹿ありの多彩なコースロケーション、奈良のうまいもんや名物を集めた EXPO、五輪メダリストの有森裕子さんをはじめとする大会ゲスト等。2016 年第 7 回大会では、19,201 人の参加。県外 11,178 人（うち海外 625 人）。「ランナーに優しく、楽しい大会」を目指して、約 7,000 人のスタッフ・ボランティアが「おもてなしの心」で運営をサポートしています。ぜんざいや三輪そうめんの給食、吹奏楽・和太鼓など沿道の応援でランナーをバックアップします。テレビや雑誌のマラソン特集で採り上げられることも多く、エントリー開始日は毎年熾烈な状況。経済波及効果は約 25 億円。優勝トロフィーや表彰状には、奈良ブランドの吉野ヒノキや吉野杉を使用。単にスポーツイベントとして終始するのではなく、マラソン大会を軸にして、観光や地域経済の活性化、おもてなし・ボランティア意識の醸成、インバウンドの拡大、健康意識の増進等につながるように、取り組みの枠組みを広げつつあります。	
経済産業省 商務情報政策局長賞	作品名 応募者	第 1 回全国 500 歳野球大会 ～野球に燃える親父たちの甲子園～ 500 歳・550 歳野球大会実行委員会（秋田県大仙市）
	作品の概要 秋田県大仙市で行われる「全県 500 歳野球大会」の第 1 回大会は、昭和 54 年（1979 年）に 8 チーム 130 人が集い、開催されました。その後、野球ルールを大きく変え、マスターズ（40 歳以上）・還暦野球（60 歳以上）の間に属する中間層の選手が最も輝ける大会となっています。出場選手 9 人の合計年齢が常時 500 歳以上で、一度退場した選手でも同じ打順であれば再登場が出来るなど、独自のルールで行われています。平成 28 年の第 38 回大会では、秋田県全県から 184 チーム 4,700 人の選手が参加する歴史と権威あるマンモス大会に成長しております。平成 29 年度は、第 1 回全国 500 歳野球大会となり、参加者 1,080 人(32 チーム)うち、域外 600 人（20 チーム）が参加しました。秋田魁新報社は、大会特集号や号外を発刊し、全試合の結果と個人成績を翌日の紙面に掲載し、参加選手の活躍の糧になっているとの評判です。大会は、「野球に燃える親父たちの甲子園」のキャッチフレーズのもと、中・高齢者が野球を楽しみ、健康作りを行うことをモットーに、生涯スポーツとしての野球を続け、長寿社会の形成に資することを目的としています。将来的には全 47 都道府県からの参加チームによる大会を目指します。	

日本商工会議所 奨励賞	作品名 応募者	日本初地域密着型ソフトテニスクラブ「どんぐり北広島ソフトテニスクラブ」設立 一般財団法人どんぐり財団（広島県山県郡北広島町）
	作品の概要 旧豊平町(現：北広島町)の担当者の働きかけで 2015 年、日本で初めての地域密着型ソフトテニスクラブとして設立。全国から合宿や試合、指導を受けに小学生から社会人と相当数の選手・関係者が集まる。昨年は実業団チーム、国体強化チーム、高校・小学校日本一のチーム、広島県中学生選抜チームが合宿を実施。350 名規模の中学生大会や、全国トップチームの社会人大会も開催された。中学生大会では宿泊を伴う夜間の講習会を予定しており、スポーツ産業としてクラブの役割は大きい。今後は国際大会を開催する予定。管理施設ではチームの応援幟やグッズ開発を開始し、プロ化も視野に入れながら、現在研究中。来園者数が増加し経済波及効果も実感している。さらにチームの関係者が町内に移住・就職している。定住した引退選手もあり、住民・企業	

	の人材確保にも繋がっている。住民もソフトテニスを始め、運動不足、ストレス解消で健康づくりにも寄与することが見込まれる。今年の広島アジアカップでは 100 名以上で応援ツアーを組み、選手の引退式には 100 名ほどが集結した。食料を無償提供し、成人式を開催するなど、高齢化の進む町が活気を取り戻した。将来的にはソフトテニス留学の受け入れを計画している。選手は全日本選手権大会優勝(皇后杯を北広島町へ)を合言葉に練習し、この姿を地域住民が暖かく見守り続けていく仕組みが完成した。	
日本スポーツツーリズム推進機構 会長賞	作品名 応募者	ツール・ド・ニッポン サイクルツーリズムによる健康づくり・まちづくり 一般社団法人ウィズスポ（東京都新宿区）
	作品の概要	ツール・ド・ニッポンは、ウィズスポが日本各地の自治体と共同で主催（企画・運営）する、自転車レース・ツアーなどのイベントです。観戦するだけでない、市民参加型のスポーツイベントであることが特徴であり、特別な資格は必要なく、エントリーすれば、誰でも好きな時に好きな大会に参加することが可能となっています。自転車イベントの種類は複数あり、地域ごとに最適な形態でのイベントを開催しています。また、家族、恋人などが一緒に楽しめるようなサブイベントも同時開催することにより、より多くの集客を実現しています。開催実績は 41 回、参加人数合計は 32,750 人に及んでいます。開催地は 13 都県 19 地域。2017 年には開催回数、規模ともに拡大予定です。県や市町村をはじめ、15 団体が当団体のパートナーとなっています。地元のお店や企業との連携も盛んに行っており、レースに参加した時のゼッケンを、地元のお店で提示すると割引が受けられるシステムを導入したり、メイン会場に地元・自転車関連のブースを設置している。スタート地点には地元産品の直売所を設け、大会を盛り上げ、地元市民と参加者との交流の場を創出しています。台湾からのモニターツアーの予定など、海外からの参加者の誘致にも積極的に取り組んでいます。

スポーツ健康産業団体連合会 会長賞	作品名 応募者	IT×自転車イベントで新時代の地域振興・観光振興を推進する CYCLOG (シクログ) 株式会社Sea Bird（東京都渋谷区）
	作品の概要	IT×自転車イベントという新しい形をスポーツツーリズムを通じた地域振興・地方創生・地域観光 産業振興のために提案しました。CYCLOG (シクログ) は、低コスト・少スタッフで実現・継続が可能な、世界初のスマホアプリを使用した新感覚の自転車オリエンテーリングとして生まれました。2016 年に発足し、開催回数 7 回、参加人数 2,000 人。CYCLOG は一つの大会ではなく、自転車イベントの一ジャンルという位置づけで創設し、基本的に同じフォーマット、同じスマホアプリ、同じ運営システムを使用することで、運営スタッフ数を大会平均 10 人程度と大幅に晴らすことに成功しました。開催コストを大きく減額させることもできました。一方で自転車イベントとしてはこれまでなかなか獲得できなかったファミリー層やグループ層を獲得することで、スポーツツーリズムの底辺拡大と地域へのリピート率を高めることに成功しました。自治体・地域によって開催されるスポーツツーリズム系誘客イベントの課題をことごとくクリア し、さらに IT 技術や SNS の活用によって参加者による自発的な口コミ拡散やダイレクトな地域への経済効果を狙います。

5 | SPORTEC 2017



○日 時:平成29年7月25日(火)～27日(木)

○場 所:東京ビッグサイト 東ホール

○主 催:SPORTEC実行委員会

○共 催:JSTA(スポーツイベント EXPO)

○出 展 者: スポーツツーリズム・パビリオン

さいたまスポーツコミッション

日本旅行

新潟文化・スポーツコミッション

スポーツリンク北上

NPO 銚子スポーツコミュニティ

白樺湖活性化協議会

グアム政府観光局／レオパレスリゾート・グアム

【7月25日(火)】

第5回スポーツ振興賞 授賞式

スポーツ振興賞受賞者による発表とディスカッション(会場内ブースにてパネル展示)

【7月26日(水)】

「スポーツツーリズム・ハンドブックセミナー」@東2ホール商談室1(会場 K)

(K-4):11:00-12:30「スポーツツーリズム・ハンドブック・セミナー①」

「地域活性化とスポーツツーリズム」

高橋 義雄先生(筑波大学体育系准教授)

「スポーツツーリズムの今」

工藤 康宏先生(順天堂大学スポーツ健康科学部前任准教授)

(K-5):13:00-14:30「スポーツツーリズム・ハンドブック・セミナー②」

「スポーツツーリズムに必要なマーケティングの発想」

松岡 宏高先生(早稲田大学スポーツ科学学術院教授)

「スポーツイベントが地域にもたらす社会・経済的インパクト」

押見 大地先生(早稲田大学スポーツ科学学術院助教)

(K-6):15:00-16:30「スポーツツーリズム・ハンドブック・セミナー③」

「スポーツを含むニューツーリズムについて」

岡星 竜美先生(東京富士大学経営学部イベントプロデュース学科教授)

「スポーツツアーのマネジメント」

青木 淑浩氏(JSTA 理事／KNT-CT ホールディングス株式会社事業戦略統括部／

東京オリンピック・パラリンピック事業推進室執行役員事業推進室長／(兼)近畿日本ツーリスト株式会社スポーツ事業部部長)

【7月27日(木)】

「スポーツツーリズムと地域活性化」(E-8) 10:30-12:00@会議棟 102

講師①:「観光から見たスポーツツーリズムの可能性」

株式会社リクルートライフスタイル 地域創造部 部長

じゃらんリサーチセンター センター長 沢登 次彦氏

講師②:「2020 年以降を見据えた地方創生」

野村総合研究所 コンサルティング事業本部 パートナー 三崎 富査雄氏

「企業とメガスポーツイベント ～これからのスポーツとビジネスの関係について考える～」

(E-10)14:30-16:00@會議棟 102

パナソニック株式会社 執行役員 ソリューション営業担当・MICE 事業推進担当(兼)

ビジネスソリューション本部長、東京オリンピック・パラリンピック推進本部長

MICE 事業推進本部長 井戸 正弘氏

味の素株式会社 オリンピック・パラリンピック推進室 企画グループ長 篠田 幸彦氏

○来 場 者:50, 972名(3日間・SPORTEC 2017 全体)

○出展者：800社(SPORTEC 2017 全体)





6 | World Winter Sports Expo 2017



○日 時 : 平成29年9月7日(木)～10日(日)

○場 所 : 北京国家会議センター

1

WORLD WINTER SPORTS (BEIJING) EXPO2017 参加報告



期 間 : 2017年9月7日～10日 会場 : 北京国家会議センター

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構【JSTA】

中山 哲郎



2

World Winter Sports (Beijing) Expo

Theme: Leading the Way

Date: Sept 7th-10th, 2017

Venue: China National Convention Center (CNCC), Beijing
No.7 Tianchen East Road, Olympic Green, Chaoyang District, Beijing. 100105

Activity: Exhibition, Conference, Summit, Events

Organizers: Beijing Olympic City Development Association
International Data Group (IDG)

Producers: Beijing Olympic City Development Center
IDG World Expo China Co., Ltd.

Partner Organizations :

The Association of International Olympic Winter Sports Federation (AIOWF);
International Luge Federation (FIL)
World Curling Federation (WCF)
International Bobsleigh and Skeleton Federation (IBSF)
International Ice Hockey Federation (IIHF)
International Skating Union (ISU)
International Ski Federation (FIS)
International Biathlon Union (IBU)

Partner Organizations in China:

Sports Equipment Center of the State General Administration of Sports in China
Department of Communication and Culture of the China Disabled Persons' Federation
Communications Department of CPC Beijing Municipal Committee
Beijing Municipal Education Commission
Beijing Municipal Public Security Bureau
Beijing Municipal Bureau of Finance
Beijing Municipal Commission of Commerce
Beijing Municipal Commission of Tourism Development
Foreign Affairs Office of the People's Government of Beijing Municipality
Beijing Municipal Bureau of Sports
China Communist Youth League Beijing Committee
Government of Yangling
Government of Zhangjiakou, Hebei Province
Beijing Olympic Park Administration Committee
Beijing State-owned Assets Management Co., Ltd.
Northstar Industrial Group, etc.

2017国際冬季運動（北京）博覧会

テーマ：引領之路

期 間 : 2017年9月7日～10日 会場 : 北京国家会議センター

開催内容 : 展示・会議・サミット・イベント

主 催 : 北京市オリンピック都市開発促進会【BODA】

インターナショナル・データ・グループ【IDG】

後 援 : 北京2022冬季オリンピック・パラリンピック組織委員会

中国オリンピック委員会・中華全国体育総会

協力組織（国際）：オリンピック冬季競技団体連合

各競技国際競技団体連盟（ルージュ・カーリング・ホッケー・アイスホッケー・スケート・スキー・バイアスロン）

（中国）※省略

来場者数：12万4千人、出展者400社以上、メディア500社以上

●「冬季スポーツ発展計画」（2016～2025年）

競技人口：5,000万人・レジャー人口：3億人(2025年)

氷雪関連産業市場規模：6,000億元(2020) ⇒ 1兆円 = 17兆円(2025)

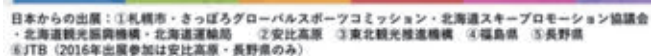
学校冬季スポーツ科目専業・兼業教員：5,000人(2020)

冬季スポーツを特色とする小中高校：2,000校(2020) ⇒ 5,000校(2025)

●「全国氷雪スポーツ施設建設計画」（2016～2022年）

スケートリンク：650ヶ所

スキー場：800ヶ所



FOR Academic Pathways/College Success Courses

Journal of Management Inquiry 23(1) 3-17

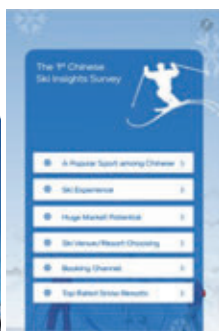
★会議日程・テーマ(国際PR時間設定)

カテゴリー	フォーラム名
Switzerland 9/07-10	スイスパビリオン・テーマアクティビティウィーク Swiss Pavilion Theme Activity Week ※300平方mのスペースで各種展示・PRプレゼンテーション等 開催
Finland Day 9/08	フィンランド100建築サミット Finland 100 Architecture Summit フィンランド観光フォーラム Finland National Tourism Forum フィンランド教育フォーラム Finland National Education Forum
Norway 9/08	中国・ノルウェー冬季スポーツプロジェクト共同シンポジウム Cooperation Symposium for Sino-Norwegian Winter Sports Project
Yanqing 9/09	中国氷雪産業サミット China Ice and Snow Industry Capital Summit
Press Conference 9/07・09	プレス発表 Press Conference of WWSE Launch Conf. of China Ice and Snow Industry Alliance Launch Conf. of Dry Skiing Theme Park at Forest Park New Era of Resort City-Promotion Seminar of Fulong Holding Co., Ltd. Inspire Forum by Channel Five Winter Sports and Camp Education China Skiing Competitions Forum Lecture of Winter Sports Culture



第1回 中国スキー市場実態調査 ～急変するスキー市場とスキーヤーの傾向～

回答者: 3,357名
女性56%:男性44%
調査期間: 3か月 (2017年2月～4月)



- 中国での人気スポーツ
- スキー経験
- 巨大マーケットのポテンシャル
- スキー場/リゾートの選択
- 予約方法
- 上位スキーリゾート

中国でのスキー人気は上昇中

回答者の多くはスキーを
楽しんでおり、3年以内に
またスキーをしたいと回答した。
回答者の約2/3 (62%) は
スキー経験者であった。



70%の回答者は、2022年の冬季五輪の影響で、スノーボードにさらに興味をもった。またはスノーボードに挑戦したいと回答した。

旅行の目的がスキーである。

最近訪れたスキー場は、

37%: 国内 (黒龍江省 [Heilongjiang], 吉林省 [Jilin])
18%: 海外 (日本、スイス)



1人ではスキー旅行へ行かない傾向がある

最近のスキー旅行での同行者は、

43%: 友人
20%: 新しい親戚 (パートナーや子供)
16%: 一人

なぜスキーをするのか?

37%: 景色を楽しみながらスキーをするのが楽しい
22%: 新しい経験ができる
20%: 自分自身への挑戦



7 | 第6回スポーツツーリズム・カンファレンス



- 日 時:平成29年11月10日(金)13時30分～18時15分
- 場 所:日本財団ビル2階
- 主 催:公益財団法人笹川スポーツ財団／一般社団法人スポーツツーリズム推進機構
- 後 援:観光庁／スポーツ庁 ○特別協賛:日本財団
- 参加人数:250名(会員、一般すべて含む)

第6回 スポーツツーリズム・カンファレンス



2017年11月10日(金) 13:30～18:15

日本財団ビル(東京都港区赤坂1丁目2番2号 日本財団ビル)

主催:一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)・公益財団法人笹川スポーツ財団(SSF)
後援:観光庁・スポーツ庁 特別協賛:日本財団

基調講演 スポーツ庁 次長 今里 譲氏 / 観光庁 観光地域振興部長 米村 猛氏

講演 『スポーツツーリズムの新たな潮流～既存の街インフラや日本のどこにでもある自然環境がスポーツツーリズムフィールドに変わる～』
クロススポーツマーケティング株式会社 代表取締役社長 中村 考昭氏

分科会 ※場内2会場で同時開催となります。 ※プログラム内容や登壇者の一部が変更となる場合があります。

1-1 『DMOとスポーツツーリズム』
～スポーツツーリズムを核とした観光地域振興体制の強化～
講演:近畿大学 経営学部 教授 高橋 一夫氏
パネリストディスカッション:
株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション
社長室長 井坂 晋氏
一般社団法人東大阪ツーリズム振興機構
代表理事 清水 洋一郎氏
コーディネーター:高橋 一夫氏(近畿大学 経営学部教授)

1-2 『スポーツとまちづくり』
株式会社横浜 DeNA ベイスターズ
経営・IT戦略部 部長 木村 洋太氏
株式会社今治 夢スポーツ
代表取締役社長 矢野 将文氏
コーディネーター:人見秀司(JSTAセミナー委員)

2-1 『シェアリングエコノミー』
～シェアリングエコノミーを活用したスポーツツーリズムの可能性～
Airbnb Japan 株式会社
ホームシェアリング事業統括本部長 長田 英知氏
株式会社スペースマーケット
代表取締役社長 重松 大輔氏
コーディネーター:山下真輝(JSTAセミナー委員)

2-2 『スポーツ合宿による地域活性を考える』
北見市教育委員会社会教育部長 佐々木 賢一氏
うつのみや市政研究センター研究員 渡邊 瑛季氏
株式会社時之栖 取締役 常務執行役員 岡山恭弘氏
コーディネーター:玉澤 正徳
(笹川スポーツ財団経営企画グループ長)

分科会終了後18:30よりネットワークセッション(名刺交換会/講演・分科会参加者は参加無料)を行います。

1階受付ロビーエリア **ブース出展** 一般社団法人ウィズスポ / シヤチハタ株式会社 / 株式会社 JVC ケンウッド ほか

定員	250名 第一回は、大会運営定員が200名のため座り切れない場合は会場裏1にて中継でご覧いただく場合がございます。また、分科会もご希望のセッションが満席の場合もございますのでご了承ください。申込受付は先着順とさせていただきます。(有料の方は決済完了後)
参加費	一般 6,480円(8,000円) / JSTA 個人会員 3,240円(4,000円) ※()内は、当日価格 (JSTA法人・自治体・団体会員は会費1口につき1名無料。尚、定員に到達した場合、当日受付を行わないことがあります。) 学生 1,000円 *学生参加費については:未就学の中学生/高校生/大学・学部生/大学院生/専門学校生に限り、事前申込みの上、カンファレンス当日に受付にて有効期間内の学生証を提示することを条件とします。お支払いは当日現金お支払いのみになります。
お申込み	詳しくはJSTA WEB サイトをご覧ください。 http://sportstourism.or.jp



JSTA



SASAKAWA SPORTS FOUNDATION

第6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～

大会議室

開会挨拶

基調講演
①

『スポーツツーリズムの推進による地域活性化』

スポーツ庁次長 今里 徹氏

1960年 生まれ。1985年 文部科学省入省。1992年 長野五輪組織委員会事務局。1996年 在フランス大使館一等書記官。2004年 ユネスコ日本政府代表部参事官。2007年 大臣官房総務課広報室長(命) 文部科学広報官。2011年 スポーツ・青少年局スポーツ・青少年企画課長。2015年 独立行政法人日本スポーツ振興センター理事。2017年 7月より現職。

基調講演
②

『観光立国へ向けたスポーツツーリズムの推進』

観光庁 観光地域振興部長 米村 猛氏

1989年 3月京都大学法学部を卒業。同年 4月通商産業省(現・経済産業省)入省。資源エネルギー庁、国税庁、経済産業大臣秘書官、内閣官房副長官補(兼医療イノベーション推進室)、日本経済再生総合事務局、鳥取県警察本部長などを経て、2017年 8月から現職。

講演



『スポーツツーリズムの新たな潮流 ～既存の街インフラや日本のどこにでもある自然環境がスポーツツーリズムフィールドに変わる～』

クロススポーツマーケティング株式会社 代表取締役社長
ゼビオホールディングス株式会社 副社長執行役員 中村 孝昭氏

1972年大阪生まれ。一橋大学法学部卒業。株式会社リクルート、A.T. カーニー株式会社、スポーツマーケティング会社を経て、2010年 5月ゼビオ株式会社入社。2011年 4月より現職。Jリーグ東京ヴェルディ取締役、アジアリーグアイスホッケー東北フリーブレイズ代表取締役オーナー代行、FIBA/JBA 公認 3人制プロバスケットボールリーグ「3x3PREMIER.EXE」コミッショナーを兼務。

分科会 1 15:10～

会議室 1

分科会 1-1:『DMOとスポーツツーリズム』～スポーツツーリズムを核とした観光地域経営体制の強化～



株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション社長兼
広島銀行法人営業部金融サービス室観光関連担当
シニアマネージャー 井坂 晋氏

1994年広島銀行入行。2001年しなみ債権回収出向。2007年広島銀行融資第二部。2009年広島銀行法人営業部金融サービス室室長。2013年広島銀行法人営業部金融サービス室観光関連。2016年瀬戸内ブランドコーポレーション社長室長兼務。現在に至る。



一般社団法人東大阪ツーリズム振興機構 代表理事
株式会社Mビジュアル 代表取締役社長
PFI/PPP推進協議会アドバイザー
清水 洋一郎氏

1974年前日本交通公社入社。関西営業本部営業開発部長、(株)ジェイコム・(株)JTBコミュニケーションズ 代表取締役を歴任。2014年インバウンド事業会社(株)Mビジュアル代表取締役社長就任。2016年(一社)東大阪ツーリズム振興機構代表理事就任。旅行業・MICE事業を数多く経験。PFI/PPP事業では文化・観光施設の運営業務に携わる。現在東大阪版 DMO 組織でスポーツツーリズム、モノづくり観光などツーリズム活性化事業を推進。



コーディネーター:
近畿大学 経営学部 教授 高橋 一夫氏

大阪府立大学大学院経済学研究科博士前期課程修了。1983年JTB入社。イベント・コンベンション営業部長、コミュニケーション事業部長を歴任。在任中は2001年東アジア競技大会招致概要計画書の策定、2004年ロータリークラブ国際大会大阪大会の招致事業などに従事。2006年JTBを退社後、流通科学大学サービス産業学部教授。2012年より現職。「ワールドマスターズゲームズ2021関西大会」組織委員会評議員 著書「DMO-観光地経営のイノベーション」など

大会議室

分科会 1-2:『スポーツとまちづくり』



株式会社 横濱 DeNA ベイスターズ
執行役員 経営企画本部 本部長 木村 洋太氏

2012年米系戦略コンサルティングファームから株式会社横濱 DeNA ベイスターズに入社。2014年事業本部チケット営業部長を経て、2015年より経営・IT 戦略部長。マーケティング・中期事業計画立案に加え、球場改修計画(コミュニティボールパーク化構想)策定、横浜スポーツタウン構想や新規事業開発、IT 戦略策定などを手掛ける。2017年 11月より執行役員経営企画本部本部長。



株式会社今治、夢スポーツ
代表取締役社長 矢野 将文氏

愛媛県出身。東京大学工学系研究科修了後、ゴールドマン・サックス証券株式会社入社。債券営業部に所属し、金融法人の有価証券運用を支援する業務に従事。ヘルスケアベンチャー企業の創業に東京で携わった後、愛媛大学農学研究科森林環境管理特別コースにて林業を専攻。その後、岡田武史氏とのご縁があり、経営企画室長等を経て現職。中学から大学までサッカー部。家族は妻と二女。



コーディネーター:
JSTA セミナー委員(株式会社電通 コンテンツビジネス・デザイン・センター グローバル・事業開発グループ ビジネスプロデューサー) 人見 秀司

1998年電通入社。新聞局にて全国紙を中心に新聞広告業務全般を担当。新聞社のデジタル戦略のコンサルティング業務や、全国地方新聞社が提携したECサイト「47CLUB」立上げに参画。2014年よりビジネス・クリエイション・センターにて、オリンピック・パラリンピック教育関連施策の実施・運営業務に従事。2017年より現職にて、スタジアム・アリーナ(各種ファシリティ)ビジネスを担当。プライベートでは、2009年より愛媛県立体育会サッカー部のコーチを務めると共に、東京ユナイテッドFC(関東リーグ1部所属)の共同代表として、東京23区初のJリーグクラブ発足を目標とする。

主催：一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA) / 公益財団法人笹川スポーツ財団(SSF) 後援：観光庁・スポーツ庁 特別協賛：日本財団

分科会 2 16:50 ~

会議室 1 分科会 2-1:『シェアリングエコノミー』～シェアリングエコノミーを活用したスポーツツーリズムの可能性～



Airbnb Japan 株式会社

執行役員

ホームシェアリング事業統括本部 統括本部長

長田 英知 氏

東京大学法学部卒業。埼玉県本庄市議会議員を1期務めた後、IBM ビジネスコンサルティングサービス株式会社、日本にユーレック・バックカード株式会社、PwC アドバイザリー合同会社で戦略系コンサルタントとして都市戦略、新規事業開発支援等を行う。2016年にAirbnb Japan 入社。2017年7月より現職。



株式会社スペースマーケット

代表取締役 CEO 豊松 大輔 氏

1976年千葉県生まれ。千葉東高校、早稲田大学法学部卒。2000年NTT 東日本入社。主に法人営業企画、プロモーション等を担当。2006年株式会社フォトクリエイトに参画。一貫して新規事業、広報、採用に従事。国内外企業とのアライアンス実績多数。2014年1月株式会社スペースマーケットを創業。2016年1月シェアリングエコノミーの普及と業界の健全な発展を目指す一般社団法人シェアリングエコノミー協会を設立し代表理事に就任。



コーディネーター: JSTA セミナー委員 (株式会社ジェイティビー) 山下 真輝

1993年株式会社JTB入社。2007年2月に九州本社地域活性化事業推進室、翌年2月同室室長。その後旅行マーケティング戦略部地域交流ビジネス推進室観光立国推進担当マネージャーとして観光庁他諸機関対応チームとして活動。2012年4月現名に組織を改称。観光庁における観光立国に関わる各種委員会に参画し、自府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、農林水産部における6次産業化支援事業などに携わっている。内閣府地域活性化伝道師、福岡地域戦略推進協議会観光副会長、横浜市都市圏再生マスタープラン審議委員等、国や地方自治体の各種委員を歴任。

大会議室 分科会 2-2:『スポーツ合宿による地域活性を考える』



北見市教育委員会

社会教育部長 佐々木 賢一 氏

1964年10月生まれ。1983年北見北斗高校を卒業。1987年北海道大学法学部を卒業し、第一勧業銀行(現みずほ銀行)入行。1988年北見市役所入庁。厚生省(現厚生労働省)への派遣(2年間)、市民協働推進課長、地域振興課長、政策推進課長、議員課長、企画財政部次長等を経て、2015年11月から現職。



うつのみや市政研究センター

研究員 渡邊 瑛季 氏

1990年山梨県生まれ。筑波大学生命環境学系卒業。筑波大学大学院生命環境科学研究科地球科学専攻修了。修士(理学)。農研機構契約研究員等を経て、2017年よりうつのみや市政研究センター専門研究員。専門は観光地理学。主な研究テーマは、日本における大規模スポーツ合宿地の存立基盤、マストツーリズム型観光地域の形成過程、合宿に関する論文に「首都圏外縁山村地域におけるスポーツ合宿地域の成立システム」(2014年)がある。



株式会社時之栖

取締役 常務執行役員 阿山 恭弘 氏

1968年生。1991年、大阪産業大学商経学部貿易学科卒(サッカー部)。在学中、2-4年生まで、関西学生サッカー連盟で大会運営に携わる。大学卒業後、鉄鋼会社「近江産業」に4年間勤務(営業)。1995年、時之栖に入社。阿部GMと共に時之栖スポーツセンターの基盤づくりに携わる。



コーディネーター: 公益財団法人笹川スポーツ財団

経営企画グループ グループ長 玉澤 正徳

1971年岩手県生まれ。1999年日本財団法人。国際協力グループ、統務グループなどに在籍。2009年12月、笹川スポーツ財団入会。主に経営企画グループ経営戦略部門を担当。2015年より現職。

ブース展示・ネットワーキングセッション 1階ロビー

ブース展示 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。

一般社団法人ウイズスポ	・全国模範サイクルツーリズムプロジェクト「ツール・ド・ニッポン」の事業紹介・加盟地域事業 ・「全国サイクルツーリズム連携推進協議会」設立のご案内
シヤチハタ株式会社	ありそうでなかった周遊スタンプラリーのご提案
株式会社JVCケンウッド	『おもてなしガイド』サインージ連携 急増する訪日外国人向けに、日本語のアナウンスをスマホアプリとサインージで多言語提供をします。

ネットワーキングセッション 18:30 ~ 19:30 (参加無料)

軽食と飲み物をご用意し、参加者同士の交流の時間として、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。

◆次回 JSTA セミナー・主催イベントのお知らせ

●2017年12月15日(金) 15:00 ~

第5回 JSTA セミナー 「急拡大する中国のスポーツツーリズム」

●2018年1月19日(金) 13:30 ~ 「JSTA セミナー in 九州」

会場: 富士ゼロックス九州株式会社 2階会議室(福岡市博多区博多駅前1-6-16)

*九州での JSTA セミナー開催が決定しました。入場無料。JSTA サイトにて要事前申込。

●2018年2月16日(金) 第6回 JSTA セミナー

●2018年3月15日~16日 第6回スポーツツーリズム・コンベンション in 佐賀

主催: 佐賀県/一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構

会場: ホテルグランデはがくれ(佐賀県佐賀市天神2-1-36)

スポーツツーリズムの教科書!
JSTA 編「スポーツツーリズム・ハンドブック」



1階ロビーにて
会場特別価格で販売中
2,000円 ※領収書発行可



主催: 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 (JSTA) / 公益財団法人笹川スポーツ財団 (SSF) 後援: 観光庁・スポーツ庁 特別協賛: 日本財団



8

第6回スポーツツーリズム・コンベンション
in 佐賀

- 日 時： 平成29年3月15日(木)～16日(金)
- 場 所： ホテルグランデはがくれ (佐賀県佐賀市天神2-1-36)
- 主 催： 佐賀県／一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構
- 後 援： 観光庁／スポーツ庁
- 参加人数： 2日間のべ331名(会員、一般すべて含む)



第6回 スポーツツーリズム・コンベンション in 佐賀



©Hiroaki Mizuki



日時 2018年3月15日(木)～16日(金)

場所 ホテルグランデはがくれ
(佐賀県佐賀市天神2-1-36)

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

主催：佐賀県／一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)
後援(予定)：観光庁 スポーツ庁 ほか

参加費
無料

(懇親会参加費5,000円)



JSTA

第6回 スポーツツーリズム・コンベンション in 佐賀 プログラム

3月15日(木)

LAP	メイン会場（フラワーホール）	その他
13:30～14:10	40 開会式 ・主催者あいさつ 佐賀県知事 山口 祥義 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 会長 原田 宗彦	ブース展示
14:10～14:40	30 基調講演① 調整中	
14:40～15:20	40 基調講演②「メガスポーツイベントを取り巻く状況と地方との関係」(仮) JSTA 理事、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 参与 上治 丈太郎	
15:20～15:35	15 休憩	
15:35～17:15	100 パネルディスカッション「地方におけるこれからのスポーツツーリズム」 杉島 幸治 氏 (九州スポーツツーリズム推進協議会) その他調整中 コーディネーター：原田 宗彦 (JSTA 会長)	
17:30～	懇親会	

3月16日(金)

LAP	メイン会場（フラワーホール）	第二会場（シンフォニーホール）	その他
9:30～11:00	90 [1-1] 2020 年事前キャンプをどう迎えるか？ ・NPO 法人スポーツコミュニティ 軽井沢クラブ 専務理事 小崎 陽一郎 氏 ・十日町市スポーツコミッション 副会長 上村 良一 氏	[2-1] スポーツイベントを活用した地域活性化 調整中 コーディネーター：山下 真輝 (JSTA セミナー委員、株式会社JTB)	ブース展示
11:15～12:45	90 [1-2] 地域資源を活かしたスポーツツーリズム ・「ラフティング世界選手権 2017」を契機としたスポーツツーリズム 徳島県三好市政策監 春木 尚登 氏 ・「マウンテンバイクを通じた過疎集落における地域活性化」(仮) CLEAT 代表 増永 英一 氏 コーディネーター：吉永 憲 (JSTA 監事)	[2-2] 参加型スポーツイベントのこれから ・全国ご当地マラソン協議会 古賀 浩之 氏、吉井 康雄 氏 ・全国サイクルツーリズム連携推進協議会 中島 祥元 氏 (一社) ルーツスポーツジャパン 代表理事 ・株式会社ランドリッパ 代表取締役 大森 英一郎 氏 コーディネーター：大塚 真一郎 (JSTA 理事、(公社) 日本トライアスロン連合 専務理事/国際トライアスロン連合 (ITU) 副会長/日本オリンピック委員会 理事)	
12:45～13:30	45 閉会 (スポーツツーリズム推進組織ワークショップ出席者は昼休憩)		
13:30～15:00	90	スポーツツーリズム推進組織ワークショップ (内容調整中。後日ウェブサイトで発表します)	

※スケジュールは、予定のため、今後変更の可能性があります。ご了承ください。



ACCESS

ホテルグランデはぐくれ

T 840-0815 佐賀市天神 2-1-36

TEL 0952-25-2212 FAX 0952-24-2727

●鉄道/JR 佐賀駅から徒歩 6 分

●車 / 長崎自動車道「佐賀大和 IC」より車で約 15 分

※天神二丁目信号がホテル入口です。

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

in 佐賀
スポーツ・リズム・コンベンション



JSTA

主 催：佐賀県／一般社団法人日本スポーツツーム推進機構（JSTA）
 参 照：観光庁 スポーツ庁

日時 2018年3月15日(水)~16日(金)

場所 ホテルグランデはぐくれ
(佐賀県佐賀市天神2-1-36)



一般社団法人
日本スポーツツーリズム推進機構
(JSTA)
会 長 原田 宗登

平素は、スポーツツアーズ列国に向けた取り組みにご協力いただくとともに、(一社)日本スポーツツアーズ推進協会の活動にご理解・ご協力を賜り、心から感謝申し上げます。JSTAも活動6年を過ぎ、現在は200を超える法人・個人の会費による財源となり、スポーツツアーズへの期待を感じているところで、

国内を拠点とした「中東・アフリカ」2018から、このコンベンションが開催される国は増加している。アフリカでこのコンベンションが盛り上げられていることが、その裏返しといえる。2019年の「ラゴワ・ワールドカップ2019」そして、2020年（東京 2020オリンピック「オリンピック・メダル大会」）をそれぞれすべしぐの年に迎えているという。今回の「スポーツ・ビジネス・コンベンション」開催の地、佐賀県はしめとこの大会でも、これらメダルスポーツの試合開催、重要施設などに関する取り組みが予定されている。

スポーツツーリズムの重要性・可能性には目が覚めるものと期待されます。

ネコンベンチャーは、過去に東京・大阪・福岡・福岡・札幌と出張して来た「スポンサーリズム・コンベンション」の開催地である。今回の開催地である福岡では、2013年6月6日大会です。今回の開催地である福岡では、2013年6月6日大会です。今回の開催地である福岡では、2013年6月6日大会です。

中心に、多くの問題を抱えておられました。国内スポーツセンターの運営は、多くの問題を抱えておられました。国内スポーツセンターの運営は、多くの問題を抱えておられました。

在朝野のみならず、九州全域でも多くのスウェーデンリブで、式にふさわぬ取組みが活発に重ねられております。今回のコンベンションの開催をきっかけとして、スウェーデンリブの全国的な発展に貢献することを期してやみません。また、関係者も多く、スウェーデンリブと関係者に越えたい関係にあることになっており、お集まりの交際をおいさげ、情報交換の場として役立つことをこの機会に期待しております。

[illegible]

優勝スポート・コムコジョン
 株式会社ワックス
 シヤチハタ株式会社
 ジュイメー・エー・エー株式会社
 ZUJISA SPORTS GROW STADIUM / GROW ARENA
 さいたまスポート・コムコジョン
 スポーツ・コムコジョンと優勝
 ワックス株式会社
 株式会社ワックス

受付 3月15日～16日（2階ロビー）



開会挨拶 3月15日 13:30～14:00（フラワーホール）



佐賀県知事 山口 祥義



（一社）日本スポーツツーリズム推進機構
原田 宗彦 会長



基調講演①「スポーツツーリズムへの期待」

14:10～14:40（フラワーホール）

スポーツ庁 スポーツ総括官 平井 明成 様



基調講演②「東京オリンピック・パラリンピック競技大会を取り巻く 状況とオールジャパンの活動」

14:40～15:30（フラワーホール）

JSTA 理事、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 参与
上治 丈太郎 様



パネルディスカッション「地方におけるこれからのスポーツツーリズム」

15:45～17:15（フラワーホール）

（パネリスト）

九州運輸局観光部長 阿部 雄介 氏

九州スポーツツーリズム推進協議会 代表理事 杉島 宰治 氏

株式会社サガン・ドリームス 代表取締役社長 竹原 稔 氏

（コーディネーター）

原田宗彦（JSTA会長）



【1-1】「2020年事前キャンプをどう迎えるか？」

9:30～11:00（メイン会場）

NPO法人スポーツコミュニティ軽井沢クラブ 専務理事 小崎 陽一郎 氏
十日町市スポーツコミッション 副会長 上村 良一 氏

コーディネーター：中山 哲郎（JSTA事務局長）



【1-2】「地域資源を活かしたスポーツツーリズム」

11:15～12:45（メイン会場）

徳島県三好市政策監 春木 尚登 氏
福岡マウンテンバイク友の会 代表 増永 英一 氏

コーディネーター：吉永 憲（JSTA監事／共同ピーアール）



【2-1】「スポーツイベントを活用した地域活性化」

9:30～11:00（第二会場）

福岡県庁人づくり・県民生活部副理事兼ラグビーワールドカップ2019

福岡開催熊本国際スポーツ大会推進事務局長 篠原 一洋 氏

熊本国際スポーツ大会推進事務局 業務調整監

奥園 栄純 氏

コーディネーター：山下真輝（JSTAセミナー委員／JTB）



〔2-2〕「参加型スポーツイベントのこれから」

11:15～12:45（第二会場）

全国ご当地マラソン協議会 古賀 浩之 氏・吉井 康雄 氏
 一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン
 代表理事 中島 祥元 氏
 株式会社ラントリップ 代表取締役 大森 英一郎 氏

コーディネーター：大塚 眞一郎

（JSTA理事／（公社）日本トライアスロン連合 専務理事／国際トライアスロン連合（ITU） 副会長／日本オリンピック委員会 理事）



スポーツツーリズム・ネットワークカフェ （スポーツツーリズム推進組織ワークショップ）



※ネットワークカフェは（一社）日本スポーツツーリズム推進機構主催

9 | 第23回オリンピック冬季競技大会



- 会 期： 平成30年2月9日(金)～25日(日)
- 視察日程： 平成30年2月22日(木)～25日(日)
- 開 催： 平昌(韓国)

第23回オリンピック冬季競技大会(2018/平昌) 視察報告

2018年2月22日～25日



PyeongChang 2018



●大会概要

開催都市:大韓民国・平昌
参加国・地域数:92
参加人数:2925選手
競技種目数:7競技102種目
開催期間:2018年2月9日～25日

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構【JSTA】

原田宗彦・中山 哲郎



平昌&江陵 施設全体



出典: 平昌オリンピック組織委員会
<https://www.pyeongchang2018.com/jp/spectator-guide>



★平昌オリンピック2018視察目的

●Tokyo2020パートナー企業対象オブザーバープログラムに参加

- ・JTBCコーポレートセールスが企画・実施するプログラムに参加
- ・視察先：JOCジャパンハウス、Tokyo2020ジャパンハウス、江陵ハイパフォーマンセンタースポンスーショーケース(コカ・コーラ、サムスン、アリババ、ブリヂストン、マクドナルド、KT、ザノースフェイス等)ソウル市内プロモーション案件(市内パブリックビューイング、広告、平昌オリンピック・ライブサイト 等)
- ・Tokyo2020パートナー企業とのネットワーキング

●平昌オリンピック公認eスポーツ大会情報収集

- ・開会式の2日前に江陵で開催された「Intel Extreme Masters (IEM)」
- ・IEM平昌大会は、トーナメントの様子がオリンピック公式チャンネルで配信され、国際オリンピック委員会のサポートを受けた
- ・オリンピック競技への採用気運
- ・VR・5G技術のショーケース(サムスン・KT・SK Telecom)



10 | JSTA セミナー



第1回 JSTA セミナー

「これからのスポーツ施設とアリーナスポーツ」

日時：平成29年4月21日（金）14：00～16：00

会場：共同通信会館 5階会議室

講演1

「これからのスポーツ施設」

講師 森本 恭司 氏

株式会社東京ドームスポーツ

取締役 第2営業本部長 兼 新規事業開発部長

【株式会社東京ドーム と 株式会社東京ドームスポーツ】

1936年から野球場を核として様々な事業を行う。東京ドームグループの事業は、東京ドームシティ事業、流通事業（shop in ショッピングイン）、不動産事業（アドホック新宿、プチモールニッポンなど）、熱海事業（熱海後楽園ホテル、アタミロープウェイ）、札幌事業（東京ドームホテル札幌）、競輪事業（松戸競輪場、サテライト大和）、その他事業（保険代理店事業、有線テレビジョン放送事業、スポーツ施設の運営受託）などがある。東京ドームスポーツは、グループ内の健康産業事業を担っている会社である。

【東京ドームシティの成り立ち】

株式会社東京ドームが運営している複合施設で、グループ事業内において73.5%の割合を占める。

《東京ドームシティが出来るまで》

1936年 株式会社 後楽園スタジアム 設立

1937年 後楽園球場 誕生

1940年代 野球以外のレジャー施設を球場周辺に建設

（後楽園ゆうえんち、後楽園プール、後楽園競輪場など）

1960年代 日本各地でレジャー施設を展開

（熱海後楽園、石打後楽園スキー場、石打後楽園カントリークラブなど）

→ 60～70年代にかけてリゾート事業に進出、流通事業も展開

1980年代 日本初全天候型多目的スタジアム 東京ドーム誕生

→ 後楽園競輪場にドームを建設

※ 日本初 屋根付き野球場

1990年代～2000年代

→ 90年代 後樂園スタジアム周辺にまちづくりをスタート

2000年代 宿泊施設から優先的に建設を開始 東京ドームホテル誕生
エンターテイメント型融合施設（温泉、テナント、フィットネスを備える）

「LaQua ラクーア」開発

→ ファミリー・男性客中心からF1層の女性客が増加

複合施設「MEETS PORT ミーツポート」誕生

→ 中間のキャパシティ（2000～3000人）のホール需要があり建設

2010年～現在

→ 3世代が楽しめるアクティビティ・癒しを融合した施設を目指す

例 屋内型キッズ施設「ASOBono! アソボーノ」など

（1）東京ドームシティ基本情報

敷地面積：約130,000㎡（約4万坪）

施工：1988年3月（前身 後樂園球場）

収容人数：野球イベント時最大 約46,000人

音楽イベント時最大 約55,000人

建築費：約350億円

アミューズメント、イベントホール、ホテル、テナント施設、スパ、スポーツ、公営競技施設でグループ分けされ、回遊性を重視し事業展開。

（2）東京ドームシティの3つの強み

来場者は年間で3,832万人

（東京都都市圏人口 約3,600万人）

※ 首都圏最大の多目的シティ

① 5本の電車路線でアクセス可能

→ 好立地・非常に交通の便が良い。

例 夜遅いナイター野球試合終了後の場合、時間に制限されずに、5万人以上を1時間以内に捌けることが可能

② 東京ドームを中心に展開される多様な施設設備

→ 時代に合わせて変化し、運営をしてきた施設力の高さ

③ 閑散期を作らない綿密なイベントスケジュール

→ イベント同士の相乗効果を最大化させ回遊性を常に追求

【公共スポーツ施設 指定管理者施設の取組みについて】

2017年4月現在、18自治体・94施設の指定管理者を担う。

東京ドームシティ事業内で培ったノウハウを公共施設に生かす

→ イベント企画力・提案（長い歴史で積んできた知識と経験）

プログラムの開発・人材派遣（東京ドームスポーツ）

清掃・衛生管理含むビルメンテナンス（東京ドームファシリティーズ）

各自治体に運営・維持管理・企画創造のトータルソリューションを提供

（１）指定管理者施設における東京ドームグループの５つの強み

① スポーツ業界におけるネットワークの広さと経験値

体操、水泳、バレーボール、バドミントン、卓球、トランポリン、バスケットボール、新体操、柔道、野球、陸上の分野で多くのアスリート、著名人を呼び教室を開く。

② フィットネスクラブ運営経験に基づく多彩な教室プログラム

体操教室、バドミントン教室、トランポリン教室、空手スクール、フットボールスクール、かけっこ教室、ボールパーク、チアダンス教室、ヨガ教室などのバラエティに富んだプログラムを展開。

※ 年代別のスポーツ需要を細やかに把握

※ 地域の人々のニーズに合わせたシステム開発力（低価格の料金体系、年代別のメンバーシップ制度、乳幼児の水泳カリキュラムなど）

③ 確かなメンテナンス力

365日の東京ドームグラウンドメンテナンス経験を行政の屋外施設に生かす。

※ 東京ドームのメンテナンスを担当するプロのスタッフを派遣

④ 新築公共施設の経験値

既存の施設だけではなく、新築公共施設管理も担当。

建築後の円滑な運営のため、計画段階から密に携わる。

※ 運営に留まらない豊富な知識とノウハウを実践

⑤ 各施設利用者増加の実績

1. 東京都 東村山市民スポーツセンター

指定管理経過年数 5年 / 利用者増 306,000名（比率 252%↑）

《実践事例》

スポーツを快適にできる「環境づくり」に焦点を当てる

→ 施設内の古い備品をすべて交換（トレーニングマシン、ロッカー）

→ 武道場・トレーニング室に未設置だった空調を新たに設置

積極的な「市民参加」の創出

→ 役所内で異なる所管の運動施設を両方指定管理者として担当していた経緯から、利用者のレベルに応じて適した運動ができるスポーツセンターに誘導するよう連携を図り、運動弱者に対する町ぐるみのスポーツ行政を実現

→ 地域を活かしたイベント開催（地元野菜販売、市民ダンスチーム結成）

時には、施設所管の教育委員会以外に、地域課や健康課と連携を図り、横断的に環境づくり・市民参加工夫をし、利用者増加。

※ 管理者・自治体・市民の3者が交流・協力し、地域活性化へ

2. 東京都豊島区巣鴨体育館

指定管理経過年数 7年 / 利用者増 74,466名（比率 207%↑）

《実践事例》

公共施設では珍しい「ジュニア選手育成強化」

水泳教室からプロ選手の育成に繋げるカリキュラムの作成・運営

→ 教室の段階で辞める有望選手を発掘、育成・強化

※ 第39回全国JOCジュニアオリンピックに8名出場。

※ リオデジャネイロ2020m バタフライ出場 長谷川涼香選手を輩出

オリンピック選手を生み出すことで、話題性を集め、利用者増加に繋がった。

3. 東京都 東久留米市スポーツセンター

指定管理経過年数 11年 / 利用者増 203,697名（比率 177%↑）

《実践事例》

センターの立地の悪さを補うために、送迎バスの運行を開始

→ 車を持たない市民でもアクセス可能に、利用者増加に繋がった

※ 自治体スタッフが非常に協力的だったことで円滑なバス運行が実現

4. 大阪府 豊能郡 豊能町立スポーツセンター シートス

指定管理経過年数 10年 / 利用者増 21,886名（比率 113%↑）

《実践事例》

単独地域だけでは人口減で財政圧迫、他地域からの流入を見込み送迎バス運行

→ 地域の人口減少に伴い利用者も少なくなり自治体財政を圧迫。地域人口を補う形で町外利用者を増加させるために、県境の立地を活かして広範囲での送迎バスを運行。

※ 住宅が集中している隣町地域、新開発エリアに焦点を当て、運行ルートを作成。スポーツセンターが主体となりながら、利用者以外も乗車可能なバスを運行

（3）指定管理者としての課題と懸念

① 年々増加する修繕費

修繕費の取扱いが行政だけの負担ではなかなか実現できない。

- 自治体の財政問題だけではなく、国の政策などに改善点があるのでは
- スポーツ施設ストック適正化ガイドラインの策定検討委員会（スポーツ庁）の議論に期待

② インセンティブ

指定管理者制度では、1期目の利益が2期目再公募の際に無くなってしまう。期が変わるごとに下がっていつてしまう。

※努力して頑張っているスタッフのモチベーションを下げる制度

- 議員の中には、公共施設で利益を出すことが悪なのか、民間に委託する以上は、利益を出すのが当たり前。正当なインセンティブをもう一度考え直すべき

③ コンセッション制度

文化やスポーツへのコンセッション制度導入に期待

- 今後のスポーツ施設のあり方、運営企業の方方向性に影響を与える重要な制度

講演2

「これからのアリーナスポーツとアリーナに求められる機能」

講師 村松 裕 氏

一般社団法人アリーナスポーツ協議会 代表理事

慶應義塾大学総合政策学部教授（SFC）

公益財団法人日本ハンドボール協会 常務理事

日本ハンドボールリーグ機構 リーグ委員長

【スポーツビジネスの過去と現在】

スポーツビジネスは人が集まることで成り立つものである。ここ数年、早慶戦、早明ラグビー戦、都市対抗試合の集客数は落ち込んでいる状況である。

※ 大学・企業スポーツの集客数が落ち込むことは、

- 将来有望な大学選手のモチベーションにマイナス影響
- 一社員のスポーツビジネスへの関心、自ら学ぶ機会を奪う

（2）指定管理者とアリーナの問題

① 目的を十分に議論しないままアリーナを建設

- 「観る」ことを想定しない不十分なアリーナ設備が誕生

② 指定管理者に目的設定や議論の責任を押し付け

- アンバランスな負担関係と利益が生まれない指定管理制度
- 収益を生まないと企業は全体のモチベーションは保てない

（３）スポーツと環境の密接な関係

慶應義塾大学総合政策学部 SFC は国内外で活躍する多くのアスリートが在籍。

※ 選手同士が同キャンパスにいることでお互いを意識し高めあえる環境、学内みんなに応援される雰囲気が強みに繋がっている。

（４）アリーナスportsと地域

地域の人に支えられて発展するのがアリーナスports。地域に健常者も障がい者もいるのが当たり前。全ての市民にとってアリーナが心地よい空間であるために、アリーナ側は障がい者への配慮が必要である。

例

NPO トラッソスでは 健常者と知的障がい児が同じフィールドでスポーツをする

※ 同じ時間・空間を過ごすことで障がい者への理解が深まる

→ 障がい者に対する自然な配慮が出来る人間へ

※ アリーナで行うことで自然に障がい者への配慮が出来る空間を生む

→ その配慮が広がり自然な健常者と障がい者の関わり合いが生まれる地域へ

【一般社団法人アリーナスports協議会】

（１）目的

2013年設立。アリーナスports環境を改善し、年間観客動員数1,000万人を目指すことをビジョンとして掲げる。

（２）活動

アリーナの企画・建設・運用に携わる全てのプレイヤー（自治体、競技団体、企業、メディア）が一堂に会し、日本の「アリーナ標準」を定義。関わる自治体と競技団体それぞれが持つ課題に対して架け橋的な役割を担う（マッチング、情報提供、コンサルティングなど）

（３）組織構成

組織は床、屋根、椅子、設計などを専門とする企業、アリーナ競技リーグの団体で構成。特定パーソンのみが使いやすい環境にならないよう議論。

※ 一部の競技や一部のリーグが含まれていない現状がある

【アリーナスportsの力】

スポーツの力は、コミュニティへの力「観る」こと、個人への健康への力「する」ことの2つ。アリーナスportsの「観る」「する」ことへの強みは、

→ 天候に左右されない、比較的小さい金額でできる、多種目で稼働率が高い、場所を選ばないことである。

【アリーナ標準とは】

アリーナスポーツの力を最大限に発揮できるアリーナを増やすために定められたのがアリーナ標準。また、自治体が的確な相談者を見つけられないまま、「する」「観る」アンバランスなアリーナが建設されることを防ぐ。

例 自治体が新しい体育館を建設時に地元の体協に相談する

地元の体協は、

→ 特定のスポーツ種目が他のスポーツに与える影響を把握していない

→ お金を払って人に来てもらうための知識と経験が少ない

結果、「観る」ことに対する配慮がない体育館が建設される。

※ 上記のような流れでアリーナ会場が建設されないように、協議会が架け橋となり、アリーナ標準・アリーナガイドラインを定め対処する

【アリーナガイドライン】

（１）ガイドライン設定基準

アリーナ/体育館のクラス別分類を S～C の４段階に分類。アリーナスポーツ協議会は、数字そのものに明確な根拠がないため、クラスを小規模・中規模・大規模に分けている。Bリーグはリーグとして明確な数字基準を作成。リーグの特性上、「数字をクリアできるのか」ということがビジネスの判断基準となっているためである。

※ ビジネス基準 と アリーナの目的 のバランスを取ることが重要

何のためにアリーナを建設するのか ⇄ 何席のアリーナだからどういうことをするのか

（２）席数と仮設座席

席数を仮設座席で補うことは非常にコストと時間がかかる

→ アリーナは用途を転換する時間が稼働率に大きく影響を与える

※ 小規模アリーナの充実へ

「観る」アリーナスポーツが成立するために必要な観客数

→ １試合平均 1,500～2,000人

→ 3,000～4,000席以上のアリーナが必要

※ 可動席の配置のメリット

必要な座席数を安く使用できる・一般利用のデッドスペースを減らす

※ 小規模アリーナと可動席は「する」「観る」を両立

→ 選手やプレーを間近で見られる

【2016年の動き】

※ Bリーグ創設

→ クラブライセンス内のアリーナ基準が明確に

→ アリーナ環境の改善のきっかけに

※ ネット配信普及

→ ネット配信を前提としたアリーナ会場・設備へ

【2017年の動き】

「大学スポーツのありかた」が正式案件に

※ 大学スポーツの産業化に伴い大学設備活用へ

→ 体育館の建替えが必要

→ 融通度・地域開放度・地域支援度・地域まきこみ度・セキュリティ度改善へ

※ 大学体育館建替え時には明確な目的設定・コンセプトが大事

→ 「大学授業・式典のため」という理由でコンセプトにブレが生じやすい

→ 「一般利用」も出来るような空間へ

【アリーナの経営で大切なこと】

アリーナ経営とは

→ ※コミュニティの価値をベースの考える

※ アリーナに来るファンがいるか、ファンが見に行ける練習場があるか

「子どもたちを地域一体となって育てる」という意識をクラブで実現し、地域の支え、地域の人の楽しみ、地域のシンボル、地域の誇りとなることがアリーナ経営には必要不可欠。

【クラブ経営は人材育成】

「子どもが選手へ」その成長をみんなで楽しむことが出来れば、アリーナは満員となるだろう。一体となり勝利を目指し、社会に貢献できるのがクラブ経営。地域の人たちが楽しめる環境、応援ができるような戦略を練ること、ビジネス成功のためのアリーナ建設を考えることが大切。

【スポーツ団体の使命】

人口減少に伴い、スポーツ人口も減少。中学生のスポーツ環境、部活の衰退も始まる。この社会問題解決はスポーツ団体の使命である。

【実例 大学バレーボールの状況】

有名大学選手がプレーする秋のリーグ戦6試合が非公開試合となった

→ 観客が入れない体育館があったため入場禁止へ 他の種目との交換もなし 無観客試合に

→ 競技側の問題だけではなく選手たちの行動にも原因がある

※ 選手問題行動例

観客席を荷物置き場に

後ろに観客がいる前で軽食を食べる

試合終了後の挨拶で目を見て挨拶しない

→ 「見てもらう」「見られている」ことへの意識低下

→ 「見られる」経験のない選手が育成

→ アリーナは「見られない」場へ

※ 1人1人が「見られる場」へ アリーナを変化させることは可能

【アリーナ経営の成功とは何か】

アリーナを底から支える固定ファンが何人いるのか、ホームゲームをする確実なチームがあるのかということの方が最も重要。

5,000人のアリーナが毎試合満員

→ 毎試合異なる5,000人が来場

より

5,000人のアリーナが毎試合満員

→ 5,000人が年間チケットを持ち、毎試合同じ5,000人が観戦
が理想である

第2回 JSTA セミナー

日時：2017年5月19日（金）15：00～17：00

会場：共同通信会館 5階会議室

講演1

「千葉県南房総エリアにおけるスポーツツーリズムの取り組み」

講師 利渉 敏江 氏

東日本旅客鉄道株式会社

千葉支社 事業部企画課沿線戦略・地域活性化プロジェクト 副課長

【経歴】

1989年 JR 東日本入社

Jリーグ参画に向けたプロジェクトに配属

ジェフユナイテッド千葉の設立に携わる

2001年 JR 東日本に復帰後、開発・地域活性化業務を担当

【JR 東日本のコンセプトとスローガン】

コンセプトワードは「地域に生きる」地域ごとの課題を住民とともに解決、JR 東日本だからこそ出来ることを実行する。

《TICKET TO TOMORROW》

2020の旅客輸送サービス部門のオフィシャルパートナーとして、輸送部門に留まらず、全ての分野で掲げるスローガンである。

→ 2020年以降も継続される地域活性化策を進める

【千葉県の観光に関する現状】

(1) 近年の観光客数傾向（千葉県調査）

2015年度 千葉を訪れた人数は、1億7400万人（対前年+3.4%）

地域別にみると南房総エリアは全体の6.6%を占める。

※ ほとんどが 東京ディズニーランド、幕張、成田山への観光目的

→ 房総エリアに人が来ていない

→ 南房総市エリアの宿泊客数は減少傾向

(2) 千葉県の観光地

東京ディズニーランド、成田山、幕張、海ほたる等に集中。

※ 木更津の江川海岸（海の中に電柱が立っている）がフォトスポットとして注目を集める

→ 観光スポットではなかった場所が人気になることが出来る可能性

（３）千葉県のインバウンドトピックスと交通網

① 東京２０２０のオリンピック、パラリンピック競技大会開催地（房総エリア）

→ 上総一ノ宮（サーフィン）

※ 南房総エリアには現状では会場なし → 館山市がオランダ競技団体の事前キャンプ誘致活動に努める

② 成田エクスプレスの輸送人数増加に伴う訪日外国人の増加

→ 外国人が増えることで成田エクスプレス以外の電車利用も増加

③ 高速道路網の充実に伴う観光の入り込み数増

→ ２００７年館山自動車道 全面開通（２０１８年には、木更津富津間が２車線から４車線化に）、２００９年アクアライン８００円化

※ 観光拠点のネットワーク化へ

JRとしては、道路との競争で厳しくなるところもある。

（４）千葉県の人口問題と課題

総人口 ２０１７年４月統計 ６２４万人

→ ２０１０年から２０４０年で８８％減少見込

生産年齢人口は ７５％減少見込

※ 厳しい人口減少

→ 地域経済活性化の方法、地域の事業者の収入確保手段が大きな課題

特に人口減少が進んでいる千葉以東地域（千葉市から房総、北総方面）

→ ２０４０年までに総武本線沿線人口５４％減、南房総・内房線沿線６３％減

※ 交流人口をどう増やすか

（５）減少する鉄道と増加する車線

道路網の充実と南房総方面の特急電車 特急さざなみ（東京→館山方面）の減少

２００７年館山自動車道全面開通、２００９年アクアライン８００円化

→ ２０１５年輸送量 アクアライン４４０％ 特急さざなみ ２７％（１９９８年度比）

※ 道路網充実は観光客には良い一方、鉄道を必要とする地元住民は不便に

→ 鉄道の役割を再確認することが必要

（６）南房総エリアの課題

人口減少、少子高齢化、宿泊来訪者減少

→ 新たな需要開拓（スポーツツーリズムによる地域活性化へ）

【千葉とスポーツツーリズム】

スポーツを切り口として、スポーツの視点でテーマ・ターゲットを絞る

→ 資源の再発掘と新しい観光客の獲得・観光需要の創出へ

→ 長時間の滞在型・宿泊型に期待が持てる

(1) 千葉の魅力

都心から近い・豊かな自然・温暖な気候・内房と外房の多様な海と波・

まっすぐな砂浜・信号のない道路

→ アウトドアスポーツにぴったりの環境

(2) JR 東日本のスポーツツーリズムへの施策

① 観光分野フィールドの拡大

→ コトづくりを進め、スポーツと文化を複合的に組み合わせさらなる魅力づけ

② 地域ブランド力向上

→ 「住みたい」まちづくり

③ 地域との連携強化

→ 地域の関係者間で情報と想いを共有するためスポーツ観光セミナー開催

④ インバウンド施策

→ 台湾旅行社（JR グループ）と連携しサイクルイベント開催

(3) JR 東日本がスポーツツーリズムに取り組む理由

地域があってこそ会社だからこそ、

→ 自然環境とアウトドアスポーツの可能性を開発したい

→ 地域の行政に寄り添った政策を地域住民とともに実施していきたい

※ JR の施策・資源 行政の施策、地域の資源を融合し千葉の魅力を発信

例 ホテルファミリーオ館山

館山市内にあるスポーツコンセプトホテル

→ JR 東日本の直営ホテル 地域活性化施策を推進

2020 東京オリパラに向けて事前キャンプ誘致に取り組む

(4) 地域活性化に対する JR 東日本の役割

→ 旅行商品造成・輸送以外にも、観光資源の発掘や企画にも携わる

鉄道事業者としての支援 都心と千葉を結ぶ

→ 人の流れ・情報の流れをつくる

※ 自転車に乗せることが出来るサイクルトレインの運行

※ トレインチャンネル、車内ポスターを利用した地域宣伝

※ 千葉県：サイクルツーリズムの推進事業を立ち上げている

資金の支援

→ 協賛

CSP センtral警備保障（JR グループ会社）を通じたセキュリティの物品協賛

※ トライアスロン用の安全確認のための警備カメラを提供

施策への支援

→ 地域とともに歩む長期的な視点での支援 地域からの信頼獲得へ

※ 旅行商品の造成、観光資源の発掘、企画など

【2016年度 取り組み・コトづくり実績】

千葉における地域活性化は千葉以東でのコトづくりをミッションとしている。

取り組みのきっかけは、2010年にJR直営ホテルをスポーツコンセプトホテルにリニューアルしたことに始まる。

→ ホテルだけスポーツコンセプトにしても需要がない

→ 館山市の「スポーツのまちづくり政策」と連携へ

（1）スポーツと食を活用し観光と結びつけるコトづくり

→ 人・情報の流動を活性化する

《スポーツ》

→ アウトドアスポーツに限定しイベント開催・協力（トライアスロン、ビーチスポーツ、マラソン、サイクリング）

《食》

→ 自社が運営している店舗「のもの」において、都心で地域の食をPR・販売

→ 中房総ではジビエの取り組みに協力

（2）沿線価値向上施策

京葉線に関連するスポーツチームとともに「住みたい」まちづくりを行う

※参加チーム（トップリーグ6チーム）千葉ロッテ、ジェフ千葉、千葉ジェッツ、千葉ゼルバ、オービックスシーガルズ、バルドラール浦安

→ 房総方面にも活動を繋げ、新しい取り組みを増やしたい

（3）サイクルトレイン運行

両国駅 と房総方面 を結ぶ 自転車を乗せることが出来る電車

→ 両国駅のメリット 高架駅ではないため、階段を使わず自転車を電車に乗せることが出来る

（4）他実績

館山わかしおトライアスロン、グレースアース館山南房総鴨川ライド、

Station Ride in 南房総、館山若潮マラソンなど

※ 実績が与えた影響

- 館山での大会が縁で、アジア選手権の実施やトライアスロン日本代表選手が南房総でキャンプを開催
- Jリーグクラブが館山でキャンプを開催

各々のイベントが相互作用を持つよう計画。2016年から南房総3市1町が連携してオリパラキャンプ誘致活動を行う。JR東日本は、千葉県及び県内各自治体が主導する誘致活動に協力。

※ オランダと2020事前キャンプに関する合意が結ばれる

※ 館山市受け入れ候補競技：ビーチバレー、トライアスロン（パラ含む）、オープンウォータースイム（遠距離水泳）

【2017年度 力を入れている施策】

（1）サイクルトレインの運行エリア拡大

従来は普通列車に部品を追加し運行

- 2017年冬に自転車専用に変更した電車が運行
- 2018年春から千葉各地域において定期運行へ（毎週末運行）

館山わかしおトライアスロン、木更津トライアスロン、九十九里トライアスロン、Station Ride in 南房総 にサイクルトレインを運行

① サイクルトレインの需要

千葉にはサイクリングに適したルートが多いが輸送手段が不十分

- 自走には遠すぎる

※ 都心のサイクリング愛好家を招くことが出来ない

- サイクルトレインで解決へ

東京から千葉へ 景色の良いエリアまで電車で輸送

- 休日は手軽に電車に乗車しサイクリングを楽しむライフスタイル

※ サイクリング愛好家だけではなくトライアスロンでも需要増加

② サイクルトレインを生かすイベント

- ・ ステーションライド in 南房総 & サイクルトレイン

《特徴》 発駅である両国駅で歴史ある文化に触れる・地元食を楽しむ

サイクルトレイン列車から眺める景色・南房総の雄大な自然を走るサイクリング

※ エイドステーションには地元の道の駅を利用（市内に各10箇所）

- 無料提供品で地元の食を味わう（費用は参加費で補っている）

- ・ 館山わかしおトライアスロン

《特徴》 地域資源を最大限に活用・海上自衛隊館山基地内で開催・海上自衛隊の協力

- ※ 基地内開催をすることで安全面を確保（特にバイク）
- ※ 2015年から実施している木更津トライアスロンも同じく自衛隊基地内で開催（木更津トライアスロンは日本最大級のトライアスロン大会）
- ※ 2016年にはトライアルでサイクルバスも運行

（２）アジア圏からのインバウンド施策の実現

①「Station Ride in 南房総 & サイクルトレインツアー」

台湾旅行者との旅行商品造成販売

② トライアスロンアジア選手権

【南房総地域におけるスポーツ観光セミナー】

関係者間での知識・意識の共有を目的とする。主催は、館山市、南房総市、鴨川市、鋸南町、南房総観光連盟に加え、JR 東日本が事務局を担う。

第1回 トライアスロン等アウトドアスポーツによる観光活性の推進

第2回 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の成功にむけた地域への期待

第3回 地域資源を活用したサイクルツーリズムとまちづくり

第4回 2020年オリンピック・パラリンピック開催を契機とした国際交流とスポーツボランティア

※ 南房総3市1町が行うオリパラキャンプ誘致活動の後押しになるようなテーマで設定

【JR 東日本のこれから】

地域ブランドの向上と交流人口増加を目指し、地域との連携を深め、スポーツ観光による地域活性の取り組みを単発的なものに終わらせないよう、2020年以降の社会に繋げるために、引き続き各施策に取り組んでいきたい。

講演2

「三重県熊野市におけるマリンスポーツをはじめとしたスポーツツーリズムの取り組み」

講師 間部 直一 氏

三重県熊野市役所 観光スポーツ交流課 スポーツ交流係主任

【経歴】

2005年 熊野市役所入庁

2014年より観光交流課スポーツ交流係勤務

【熊野市 概要】

三重県南部 紀伊半島内に位置し、西は紀伊山地の山々、東は黒潮の熊野灘に囲まれた雄大な自然、悠久の歴史に育まれた文化に富む町である。

※ 世界遺産 熊野古道、花の窟神社（日本最古の神社）。七里御浜海岸、「熊野大花火」（毎年約 14 万人来場）

2017年 人口 17,469人（高齢化率 41.80%）

※ 3年前に比べて約1,000人減少しており、人口過疎・高齢化が急速に進行

→ 温暖な気候と雄大な自然を生かしスポーツによる集客を目指す

【熊野市総合計画 スポーツ集客の取り組み】

《熊野ソフトボールキャンプ》

熊野市スポーツ交流の基礎となっているキャンプ（今年で29回目）

《経緯》

1970年代 全国高校総体男子ソフトボール大会、全日本大学ソフトボール選手権大会の誘致をきっかけに、日本体育大学ソフトボールチームが熊野市で合宿を行う

1985年 日本体育大学 ソフトボール部出身者が強豪高校女子ソフトボール部の監督に 年末年始にかけて熊野市で合宿を行う

※ 熊野市で合宿をすれば強くなれる という話が広がり、全国から多くの強豪ソフトボールチーム トップレベルの指導陣が合同合宿で集まる

→ 熊野ソフトボールキャンプ設立へ

投手、捕手、野手、全ての守備・打撃の指導・育成が行われる。

※ 全国各地から多い時には1000名近くの参加者

※ 講師陣（国内トップクラスの指導者）に謝礼は一切払わず（旅費と宿泊費のみ負担）

※ 人の繋がりを最大限に生かし費用削減へ

→ 人との繋がりや交流で、小学生から社会人のトップチームまで、キャンプ以外の大会や合宿の誘致に成功

→ スポーツ交流が盛んなまちへ発展

ソフトボール以外のスポーツは 野球・ラグビー・柔道・ソフトテニス・グラウンドゴルフ・ビーチマリンスポーツ・自転車など

→大会開催毎に実行委員会を設けて、市のほかに商工会議所、観光協会など関係団体を交えて地域ぐるみで活動している。

【熊野市のスポーツ施設】

多くの合宿・大会を誘致するため、市民の利用が減少しているが、市民側の理解を得て運営出来ている状態である。

（1）山崎運動公園

設備：多目的グラウンド（ラグビー・サッカー）、テニスコート（8面）、健康増進ハウス（トレーニング機器完備）、屋内競技場（雨天・夜間時練習）、健康運動広場（ソフトボール、少年野球）、くまのスタジアム（野球）

（２）熊野市総合グラウンド

ナイター完備 陸上競技場(ソフトボール・少年野球・サッカー・ラグビー)
体育館（大会開催時の雨天は練習場として使用）、野球場

（３）熊野市紀和 B&G 海洋センター

体育館、武道場、温泉プール

（４）自然のスポーツ設備

七里御浜海岸（世界遺産）

→ 約 2.2km の砂利浜が続くランニングコース（下半身強化に最適）

現在、硬式野球が可能な野球場を含む 防災公園を建築中

※ スポーツ施設は、市民利用・大会利用で空きがない状態

→ 新たな合宿誘致が難しい

→ これまでの球技を主とした施設を必要とするスポーツ集客は厳しい

→ 自然を生かした施設が必要ないアウトドアスポーツを新たに振興へ

【熊野市の自然を生かしたアウトドアスポーツ誘致】

（１）マリンスポーツ

新鹿海水浴場（日本の快水浴場百選）

※ 左右を山に囲まれ波が立ちづらい

→ 初心者でもマリンスポーツが楽しめる

2006年 シーカヤック有識者・関係者が集まり地域活性化について話し合い

シーカヤックは搭乗者の位置が低いため、波が立つと漁船から見えづらく事故の懸念の声があったが、漁協などと調整を重ねた。

→ 2011年 熊野マリンスポーツ推進委員会 設立

→ 2012年 第1回 シーカヤックマラソン大会 開催

※ 地元の漁業者が救助船として船を準備

※ 地元食材を使った昼食を参加者へ提供

リピーターが多いが、毎年20～30名ほどのエントリーで少ない参加状況

→ 2013年 スタンドアップバトルバート（SUP）に取り組む

※ SUP の人気向上、初心者でも気軽に楽しめる点に注目

日本 SUP 振興会、SUP ボードを扱う事業者・ショップの協力の元、

2014年 熊野シーカヤックマラソン・SUP マラソン 同時開催

※ SUP では 221名がエントリー

(SUP 世界チャンピオン選手・国内トップ選手も参加)

→ 第1回目で国内最大規模の大会に

大会期間以外の新鹿海水浴場閑散期対策

→ 初心者向けにシーカヤック・SUP 体験を開催

→ 教えるインストラクター不足

→ 総務省が行う地域おこし協力隊事業を活用し、SUP 経験者に参加してもらっている。

紀伊半島ビーチバレーボールフェスタ：ビーチバレー大会では、毎年応募が殺到し、キャンセル待ちになるほど人気

(2) サイクルスポーツ

特定の施設が不要、熊野市の温暖な気候と地形に相性がいい、交通量が少ない という点に注目

→ 自転車競技の合宿誘致、愛好者の集客へ取り組む

→ ツール ド 熊野 開催 (プロチームの紀南サイクリングチームと協力)

→ サイクルデイ in 熊野 開催

※ 熊野地域を本拠地に活動する紀南サイクリングチームの全面協力

高校・大学の自転車競技部を対象にトップ選手によるクリニックを開催。

→ 新たな合宿誘致へ

(3) スポーツクライミング (紀和町)

→ 熊野市内にはボルダリングに適した岩場が多数存在。地元のクライマーズ協会を中心に、ボルダリングエリアとして開拓。

→ 熊野ボルタリングエリアフェスティバル開催

※ ワールドカップ日本代表選手をゲストで招く

(4) トレイルランニング (紀和町)

熊野古道トレイルランニングレース開催

※ 2016年度から世界選手権代表選考レースに指定

【熊野市スポーツ集客実績】

スポーツ大会・合宿に伴う宿泊数増加

2000年 年間6093人 → 2016年 年間3,1278人

競技内訳内 ソフトボール 67.6% と大部分を占める。

(大会・イベント 75% 合宿 25%)

2017年度目標人数 5,0000人

(2006年 ソフトボールを中心とした誘客 15,768人)

※ 課題 施設利用の飽和状態 → アウトドアスポーツ振興で解決へ

※ 高速道路の延伸、交通事情の改善により さらに大会規模の拡大へ

※ 大規模なスポーツ施設・大型宿泊ホテルが足りず ハード面整備が不十分

人の繋がりをさらに強化（スポーツボランティア団体設立、審判員育成など）

→ 優位性・独自性を高め、受け入れ体制を整える

【スポーツ交流における経済効果】

2005年 三重県産業関連による分析事例集「分析事例1 イベント参加者の消費がもたらす経済効果」

2012年「観光レクリエーション入込客数推計書 観光客実態調査報告書」に基づく試算によると、

● 宿泊者1人あたり、

直接消費額 宿泊代、飲食代、お土産代：14,879円

間接的に波及する農業、水産業の地元産品の利用：5,802円

合計 20,680円

→ 2016年度の宿泊数は31,278人 = 約6億5000万円

→ 2017年度目標宿泊数50,000人 = 約10億円を目指す

※ 熊野市の年間一般会計予算が約100億円としているので、非常に大きな効果といえる

【スポーツ交流を観光スポーツ交流へ】

スポーツのみを目的とした誘客からスポーツと観光を目的とした誘客を目指す。

→ 選手の応援に来る人・スポーツ関係者の大半が熊野市に滞在

※ しかし観光地に誘導できていない状況

→ 観光地を訪れてもらうことで経済効果を高める

【質疑応答】

① 熊野市全体の宿泊数について

→ 市内宿泊キャパ数は1,000人程度、全国大会時は1,500人～2,000人 程度。熊野市内だけでは不十分なため、和歌山県那智勝浦など他地域のホテルに宿泊するようお願いしている。（約半数以上）

② 複数チームが1つの施設に泊まることはあるのか

→ 安く人気の施設には複数のチームが同じ宿になることがある

② 配宿については誰が管轄しているのか？

→ 熊野市観光公社で行っている（旅行業免許あり）

JSTA セミナー in SPORTEC 2017

「スポーツツーリズムと地域活性化」

日時： 2017年7月27日（木） 10：30～12：00

会場： 東京ビックサイト 会議棟102

講演 1

「2020年に向けて、観光による地域活性の可能性
～スポーツツーリズムの観点を踏まえて～」

講師 沢登 次彦 氏

株式会社リクルートライフスタイル 地域創造部 部長

じゃらんリサーチセンター センター長

【経歴】

1993年明治大学農学部卒業 1993年株式会社リクルート入社

教育機関広報事業部を経て、2002年に国内旅行事業部へ

2007年より現職。観光庁を始め中央省庁や地方自治体の各種審議会委員、講演・研修等を務める。

【じゃらんリサーチセンターとは】

自主的な研究・調査を行う観光活性の研究機関。

行政とともに地域集客支援も行う（観光予算を有効活用し観光活性を行う）

→ 研究結果・地域事例は定期刊行物「とーりまかし」に掲載

【現状のマーケット背景】

（1）急激な人口減・少子高齢化

2060年までに、日本総人口は “3分の2” 生産性人口は “2分の1” へ

2040年までに、全国市町村の5割にあたる “896自治体” が消滅

（2014年5月に元総務相 増田寛也氏らが参加する日本創成会議にて発言）

→ 既存の定住人口政策では早急な人口対策は不可能

※ 交流人口に焦点を当てた観光を活用した施策に注目する自治体が急増

※ 多くの地域が「地方創生」の政策、地域経営視点の必要性に気づく

→ リノベーションを生み出す環境へ

（2）増加する訪日外国人旅行者

2011年：622万人 → 2016年：2404万人（約4倍増加）

更に2017年：2800万人（18%増）

※ 観光市場は明らかに成長率・伸び率が高い

国が掲げる目標値は 2020年 4000万人、2030年 6000万人

国連世界観光機関の統計によると、2030年には国際観光客が18億人へ増加（2016年は12億3500万人）

※ 経済成長が著しい国は日本近辺諸国が多い（東アジア・東南アジア）

→ 観光市場はさらに活性化

→ 旅行者6000万人獲得で世界上位（第4位くらい）の観光立国へ

現在は、1位フランス(8,700万人) 2位アメリカ(7,000万人) 3位スペイン(6,000万人)
4位中国(5,000万人)

観光立国推進基本計画内で重要視されている目標は、

2020年 訪日外国人旅行消費額 8兆円

（2016年度 速報値 3.7兆円）

訪日外国人旅行者の地方部における述べ宿泊数 7000万人

（2016年度 速報値 2845万人）

国を挙げて観光に対する 人・モノ・金・情報の投資環境を本気で良くする

→ 産業として有益な場へ

(3) 求められる地域づくりと地方創生

訪れた人が喜んでお金を落としリピートとしてやってくる地域づくり

→ 地域の稼ぐ力 と 地域経営力 (DMO を重要視していく)

観光が定住人口増加の切り口に

（地域内中小事業者の売上増→新しい投資へ→雇用環境改善→定住人口増加）

→ 観光が地域の基幹産業へ

【「じゃらん宿泊旅行調査」～観光の可能性、スポーツツーリズムの可能性～】

(1) じゃらん宿泊旅行調査とは

調査方法 インターネット調査

2015年度 集計対象数 15,584人 旅行件数ベースは30,951件

日本人の観光宿泊旅行に特化し調査

（外国人は含まない 出張・帰省・修学旅行などは除く）

人がどれだけ動いたのか、動いた人がどういうお金の使い方をしているのか、経済波及効果はどれくらいなのかを調査し毎年7月に発表。

※ 地域がプロモーションを行った時に「動く可能性のある市場」のみ調査

→ 日本人のみに絞ることで地域の稼ぎポイントが明らかに

(2) 旅行実施率と平均旅行回数の変化

旅行実施率

- 1年間に1回以上観光・宿泊旅行している日本人の割合
(対象は20歳～79歳)
- 2015年度 56.4% 10年間で10%減
- ※ 減少傾向の厳しい状況 日本人内で旅行が文化になっていない
- 欧米では9割以上が宿泊を伴う旅行をしている
一方、旅行へ行くと回答した人は1年間に2.86回(二極化)

1年間に旅行に行かなかった人の理由

- 1位 何となく 2位 お金 3位 興味が無い 4位 休みが取れない
 - ※ 1位と3位を理由に答えた人にはアプローチが出来る希望が大いにあり
 - ※ 2位と4位を理由に答えた人にはアプローチがやや難しい
 - お金がないと答えた世代は子どもの教育費で余裕がない35～49歳の女性が多く、休みがないと答えた世代は働き盛りのミドル層・シニア層の男性が多い
 - ※ 旅行に興味が無いと答えた世代で最も目立ったのは若い世代
 - 将来的に家族構成が変化しても旅行に行かない可能性が大きい
- 過去になかった事例としては、家族同然のペットを置いていけない・介護で時間がないシニア層女性も目立っていた。

(3) 国内旅行の費用総額

1人あたりの1度の旅行に使うお金は平均5万円

- 5万円のうち 宿泊地・現地小遣い(お土産代、体験プログラム代、食事代など)が現地に落ちる費用
- 宿泊費は地域の宿泊施設へ 現地小遣いは地域の事業者へ
- ※ 宿泊費と現地小遣いの比率は ほぼ1:1 (宿泊費×2=消費額)
- 一昨年から昨年にかけて、ふるさと割により、実施率は平行でも、消費額が増加

《現地小遣い詳細で注目すべき費用》

お土産 49.4% 平均金額 5,610円

- ※ お土産を買わせることが出来る地域とできない地域で経済効果に大きな差
- 地域がお土産商品を客観的に眺め魅力的な商品開発に努めることが重要

バーなどでお酒を飲む(旅行中の二次会) 7.4%

- 飲食内で最も平均金額・単価が高いが人数は最も少ない
- ※ 今後増加させることは可能
- ※ 外国人の場合、大多数が夜にお酒を飲みに行くことを楽しみにしている
- お酒を飲む場の改善・工夫を行えば、日本人だけでなく、外国人に対してもメリットがある

スポーツ・アウトドアを楽しむ 4.4%

スポーツ観戦 5.9%

→ スポーツを目的に旅行する人は少ない

→ 旅行の1つの楽しみとしてスポーツを取り入れる

地元の情報発信力、チケットング力、アクティビティ・コンシェルジュデスクなどがまだまだ足りない

※ 地域内で観光客に対して情報を提供し、プログラムを増やす

(4) 宿泊旅行の目的

目的ランキング 1位 地元の食 2位 温泉 3位 宿でのんびり

(外国人の場合 1位 地元の食 2位 名所旧跡 3位 まち歩き・都市散策)

※ スポーツに関連性のある目的

スポーツ・芸能鑑賞 4.9%

アウトドア・釣り・登山など 5.0%

スキー・スノボ・マリンスポーツ 2.2%

その他ゴルフ・テニスなど 1.8%

→ スポーツを目的とした旅行を

(5) 宿泊旅行の同行形態

1人旅が全体の17.5% 若者中心に圧倒的な増加傾向

→ SNS普及により1人旅がしやすい環境に(旅行先で写真を撮って載せるとすぐに反応があるため寂しくない)

※ 男性の1人旅増加

→ 若い男性の3割が1人旅をしている

男性のミドル層・シニア層を見ても1人旅の割合が多い

→ 晩婚・少子化が要因か 独身男性の1人旅(女性は友だち連れが多い)

(6) 新たな旅行者ニーズ

旅先で空き時間の行動(飲食や体験プログラム等)を決める人は約7割

→ 実際に現地で良い情報に巡り会えた人は25%しかいない

旅行先でやりたいことがあれば予算が多少オーバーしてもやる人は約6割

※ しっかりと情報提供をしていくことが大事

→ 情報提供の1つのあり方にスポーツを

事前に現地での飲食店や体験プログラムを予約した人は約4割

→ 宿を決めた段階で同時に体験プログラムなど現地の予定を立てる人も多い

現地のアクティビティによっては直前参加が困難なものもあり、宿を取る段階もしくは早めの段階で予

約してもらうことも必要

【地域の観光面での5つの課題】

(1) 新しい価値を生み出す

→ 旅行に飽きている人が多数、常に新しい価値を生み出すことに必要性を感じる

(2) 消費に繋がる受け入れ整備をする

→ 訪れた人が喜んで消費をしてくれる地域づくり、情報発信など消費に繋がる受け入れ環境の整備を行う。

(3) 地域と消費者のマッチング

→ 消費者の需要を作る、地域の価値を消費者に伝える機能の強化

(4) 人づくり、場づくり

→ 1～3を行うために人づくり・場づくりをきちんと固める。

※ 誰がやるかという議論になるとフェードアウトしてしまう施策

(5) 地域経営を行う存在

→ 上記4つを責任持ちやり抜く組織

【スポーツツーリズムによる需要創出事例 マジ部について】

マジ部とは、若年層の行動支援プラットフォーム

※ 様々な感動体験が0円で出来るアプリサービス

→ 若者が旅行に出るきっかけを作る

2017年度 会員数は約110万人（推定）

日本全国19歳人口の7人に1人が会員

《スポーツ業界例》

Jリーグ

→ 若者のファン層を作るために各スタジアムの空席を無料で提供
ゴルフ場

→ 平日に人が来ない状況を改善するために無料のゴルフプレーを提供

詳細事例 雪マジ！19

→ 全国200以上のスキー場で19歳は何回でもリフト券がタダ（6年連続）

スノーアクティビティ人口は20年間で半減 1800万人→800万人

→ 中山間地においてゲレンデの外客誘致・地域消費拡大・冬季雇用は重要

→ 年齢が上がるほど参加率が下がる傾向

→ 参加する最も早い年齢の段階 若者にアプローチをかける

※ 参加した人が長く多くゲレンデに訪れるようにする

《無料のシステム》

- 将来需要を作るためスキー場にも投資をしてもらう
- ※ リフト席が空いているなら若者に提供を
- リフト費用以外にもお土産代やスクール代で収益が見込める
- 結果的な売上増加へ

《19歳という設定年齢》

第1のエントリーポイント（スキーデビュー）

若者実施層も休眠層も、小学校卒業までに6割以上がデビュー

第2のエントリーポイント（スノボデビュー）

若者実施層の5割が高校&大学時代にデビュー 休眠層の8割がボード経験なし

- ※ お金を自分で使えるようになる 競技がスキーからスノボへ 行く人が家族から友だちになる 19歳のタイミングを利用して行くきっかけを作る

《結果》

19歳登録数 169,562人

需要創出人数（雪マジ！がなければグレンデに行かなかった人）

169,562人

平均来訪回数 2.9回

需要創出アクション数（需要創出人数×平均雪山来訪回数）

228,163回

- ※ 20歳のタイミングで有料でも戻って来た人 93%

→ 最初のきっかけは無料でも、何度も行けばスノーボードが好きに

→ お金を払っても行く価値があるアクティビティへ

- ※ 潜在需要層を振り向かせる将来需要をつくりアプローチしていく

- ・ いつか行こう を 今行こう へ
- ・ 沢山の情報が溢れる中で貴方だけという特別感を伝える
(年齢×無料というキーワードはインパクトが強い)

- ・ 対象を限定し効率的な PR
- ・ 無料という分かりやすい言葉で友だちを誘うきっかけにも

- ※ 時間はあるが特技がない若者層に趣味を与えることが将来需要をつくる

講演 2

「2020年以降を見据えた地方創生」

講師 三崎 富査雄 氏

野村総合研究所 コンサルティング事業本部 パートナー

【経歴】

1992年野村総合研究所入社

社会産業コンサルティング部、公共経営戦略コンサルティング部等を経て、

2012年コンサルティング事業本部パートナーに就任。日本オリンピック委員会マーケティング委員、日本オリンピックズ協会事業委員会学識経験委員なども務める。

【いまこそ地域創生を】

近い将来、896の自治体が消滅

※ 国の重要な政策として地方創生が挙がる

【スポーツイベントが「地方」にもたらす効果】

2020年東京オリンピック・パラリンピックで地方に経済波及効果は期待できるか？

(1) 経済波及効果とは

経済波及効果の算出方法

→ 直接効果+1次間接波及効果+2次間接波及効果

直接効果は、イベント開催によって「新たに」創出された需要額

(昼食として利用される飲食店などが効果を得る)

1次間接波及効果は、直接効果を満たすため「一連の商取引」で発生する需要額

(飲食店から発注を受ける農家や広告代理店などが効果を得る)

2次間接波及効果は 直接効果・1次波及効果に関連した事業者に生じる

「給与所得」をもとに発生する需要額

(飲食店・農家・広告代理店のそれぞれが給与所得増加 → 給与増加により生活費の消費額も増加 → 社会全体に効果が発生)

上記全てを「経済波及効果」と呼ぶ

(2) 2020年東京オリンピック・パラリンピックの経済効果

東京都は、2012年6月の段階では3兆円と予測 (オリンピック立候補時)

→ 2013年9月に東京オリンピックの開催が決定

その後、東京都は2030年までの経済効果を32兆円と予測 (2017年3月発表)

東京都内：20兆円、都外：12兆円

ロンドンオリンピック (北京やリオと比べて東京に近い条件下)

→ 開催地ロンドンに4～5割の経済効果が集中 (2004年～2020年)

それ以外の地域には半分強の経済効果が及んでいる

2020年東京オリンピック・パラリンピック

当初の会場計画だと、8割弱の経済効果が関東圏内に集中（2013年～2020年）

→ 地方への経済効果は限定的

※ イギリスに比べると開催地東京都内で関連した取引が行われる比率が多い

【全国地方自治体の取り組みとギャップ】

① 訪日外国人観光客の地方への誘客

→ 近年増加傾向 2020年には4,000万人を目標

※ ロンドンオリンピックでは大会開催中の訪英外国人数は対前年度比で減少

→ 航空券代・宿泊費の高騰が理由に挙げられる

※ ロンドン以外の地方に泊まった観光客はほとんどいなかった（20万人強）

→ 2020年オリパラ開催における訪日外国人の集客を目指すのではなく、2020年オリパラ開催における「注目度」を活用、海外へプロモーションを行い、2021年以降にも地方に観光客に来てもらえるようにするべき

※ ロンドン大会後のイギリスインバウンドマーケットは好調に推移

→ 消費額は過去最高を毎年更新

② 各国選手団の事前キャンプ誘致

政府はホストタウン構想を掲げ、各地域と外国との国際交流推進を企図

→ ホストタウンには179件（250を超える自治体）が登録

鹿児島県以外の都道府県すべてが登録している状況

※ 何を事前キャンプに求めるのか

大会事前練習より地域住民との交流を優先するだろうか？

→ 元々交流がない相手国の場合、交流を期待したところで相手国関係者は大会への準備を優先する合宿を誘致したことが合宿国の国民への訴求 観光誘客等に繋がるか？

→ ほとんどない（ロンドンオリンピック時の日本代表選手団が合宿を行った地域を私たち国民は知って覚えているだろうか）

本当に事前キャンプに来るのか？

→ ロンドンオリンピック時の日本代表選手団では、多くの競技団体が事前キャンプ地とは別の、過去に実績のある場所で合宿を行った

※ 有名選手が来るとは限らない、どれだけ選手が来るのか分からない

上記の結果でオリンピック後も交流は継続するだろうか、自治体が負担したコスト以上の経済効果は見込めるだろうか

→ 他の自治体との競争意識から安易に参加するべきではない

※ 成果が見込めるものに注力を

例

2002年日韓サッカーW杯のキャンプ地の立候補目的は、事前・事後で回答が異なる（事前 経済的効果 → 事後 青少年の健全育成・地域アイデンティティの醸成）

→ 経済的効果が見込めなかった結果を表しているのではないか

※ 2020年時点だけでなく、「それまで」と「それ以降」の継続的な海外交流を進める覚悟を持つことが良い成果に結びつく

東京オリンピックにおける3つの好機

①日本に対する世界の関心が集まる

②2020年に向けて国の施策・規制緩和が進み、民間企業の技術・商品開発が進んでいく

③行政・民間企業において「2020年までにやり遂げる」という達成意欲が高まる

【2020年以降も見据えた地方の取り組み試案】

イギリス政府が発表した2012年ロンドンオリンピック開催に伴う2004～2020年までの経済効果 約7兆円

《オリンピック前 約2.8兆円 オリンピック後 約4.1兆円》

7兆円の半分を占めるのは、貿易と対英投資の増分（約3.5兆円）

オリンピックを機にイギリス企業が海外と貿易を増やしたり、海外投資家がイギリス国内への投資を加速させたりした部分

→ オリンピック後に貿易と対日投資の増分が急激に成長すると予測

※ 内需けん引型（インフラ投資→生産性向上）から外需誘引型（対内直接投資→海外展開）の開催効果への発想の転換を

《イギリスが実施した外需誘引型の取り組み The British Business Embassy》

→ オリンピック開会式前日から18日間 世界各国のVIP・VVIPを招き、多数のビジネスカンファレンスを開催

→ 終了後2年弱で約2.2兆円の経済効果をもたらす

意思決定できるVVIPを招待、イギリス企業と結びつけを行い成功

※ 観光客・選手対象より、その後に生きる経済的な繋がりを世界中に持つべき

※ 日本国内でも2020年前後で、Japan Business Conference（東京）、Regional Business Conference（地方自治体）、グローバルベンチャーサミット（東京）の開催が検討されている

外資誘致や日本企業の海外展開を進め、2020年だけではない、2021年以降も含めた経済的な活動・効果を考える、この点を地方自治体も考慮して行動していくべきである。

「企業とメガスポーツイベント
～これからのスポーツとビジネスの関係について考える～」
日時: 2017年7月27日(木) 14:30～16:00
会場: 東京ビックサイト 会議棟102

講演1

講師 井戸 正弘 氏

パナソニック株式会社 執行委員

ソリューション営業担当・MICE 事業推進担当

(兼) ビジネスソリューション本部長、
オリンピック・パラリンピック推進本部長、MICE 事業推進本部長

【経歴】

1980年 松下電工株式会社(現パナソニック株式会社) 入社
2014年 ソリューション営業担当、ビジネスソリューション本部 本部長、東京オリンピック・パラリンピック推進本部本部長就任
2017年より MICE 事業推進担当、MICE 事業推進本部 本部長就任

【2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて】

(1) いっしょにTOKYOをつくろう。プロジェクト始動

パナソニックセンターにて次世代のスポーツを担う子どもたちに参加型アクティビティを開催。スポーツ・文化・教育をテーマに様々なプロジェクトを2020年まで継続的に行う ※ 東京2020公認プログラムに認定

(2) 相次いで決まる開催地

9月 IOC 総会で2024年開催国決定

→ 2024年と2028年を同時に決める異例の方法

2024年パリで100年越しの開催、2028年ロサンゼルス開催となる

【パナソニックのスポンサーシップ】

1988年カルガリーオリンピック(冬季大会)から29年間・16大会で、
オリンピックのワールドワイドスポンサーを務めている。

→ 2024年までワールドスポンサー契約を締結済み

※ 長年のオリンピックに対する貢献実績

2014年10月に日本企業で初めてパラリンピックワールドワイドスポンサーの契約を締結

《リオオリンピックでの取り組み》

公式開閉会式パートナーを結び、最新の映像・音響機器、プロジェクションマッピングで開閉会式を演出

→ 機器の納入に留まらず、演出・企画・運営すべてをサポート

※ 平昌オリンピック、東京オリンピックに向けても活動中

リオオリンピック 2 万ルーメンのプロジェクターを利用

→ 東京大会では3 万ルーメンのプロジェクションターへ

【日本のオリンピックの変化】

1964 年 東京オリンピック（発展途上型オリンピック）

→ 新幹線・モノレール・首都高・高速道路などインフラ整備を始め、日本を一気に成長させたオリンピック

※ 2020 年 東京オリンピックは世界を変えるオリンピックへ（未来型オリンピック）

→ 先進的な技術で世界を驚かすようなオリンピック

※ 開閉会式でのプロジェクションマッピングの技術力に大きな期待が寄せられている

※ オリンピック・パラリンピックは同一都市で2 度行われるのは東京が初めて

→ パラリンピックへの取り組みがさらに重要に

【日本・アジアで連続開催される国際メガスポーツイベント】

2020 年までの3 年間 ラグビーワールドカップ、セーリングワールドカップ、女子ハンドボール世界選手権など、2021 年にはワールドマスターズゲームズが日本で開催。

※ ゴールデンスポーツイヤーズ

→ 東京・開催地域に関わらず、合宿・キャンプ誘致で全国各地にスポーツの地域活性化のチャンスが訪れる

【2020 年およびその先のレガシー形成に向けた取り組み】

(1) 2020 年以降の社会への貢献

1964 年 東京オリンピック

→ ハード面で国を成長させた

2020 年は成熟社会における持続可能な先進国家像の実現に向け、ハード・ソフト・サービスが組み合わせたレガシー形成が必要

《パナソニックのミッション》

→ 技術×ソリューション 2020 年以降の未来の暮らしを提案し、パナソニックのおもてなしソリューションを世界にアピールする

(2) 2020 年に向けたパナソニックの提案

8 つのソリューションを提案

① 交通の利便性（渋滞の解消）

→ サイクルシェアを提案

② アクセシビリティ

→ アクセシビリティとは、障がい者の物理的な支援によるバリアフリーだけではなく、高齢者も含めた商品と情報のサービス提供（電動車椅子、バリアフリーナビ、光 ID、多言語翻訳、空港内案内ロボットなど）

→ 2020年には国民の3人に1人が65歳以上となる超高齢化社会となる

ハードとソフト、人のトータル ICT ソリューションを提案

→ 施設運営者側の負荷を増やすことなくアクセシビリティを向上

バリアフリーの実現

→ ビーコン（位置情報発信機）を用いたスマートフォンの地図と音声による行き先案内（視覚障がい者には音声に合わせて振動で、聴覚障がい者にはスマートフォン上の地図と文字情報で道案内可能）

※屋内では届かないGPSの難点をも解決できる

LinkRay（リンクレイ）・光 ID の活用

→ LED 光源を使用した特許技術 LED 光源の信号を文字・音声に即時変換

この技術を地図に活用した場合、スマートフォンの案内が多言語に対応可能

③ 環境配慮 → 熱中症対策にターゲットを絞り問題解決へ

※ 過去5年間の年間平均死亡者数約1000人

室内のエアコンだけではなく外でもエアコンを（グリーンエアコン）

→ 微細ミスト技術（特許取得済）を利用し「濡れず」に涼しい空間へ

実証実験では周辺温度を4度下げることができた（パナソニックセンターで体験可能）

④ コミュニケーション → 多言語翻訳機開発 機械で解決し対応可能へ

⑤ 決済 → キャッシュレス端末の開発

※ 決済比率 日本19%、韓国54%、中国55%、アメリカ41%

→ 2020年には40%へ

※ 訪日外国人が多額な現金を持ち歩くのは困難

→ パナソニックのキャッシュレス端末は国内最高のシェアを誇り、中小店舗にも拡大させていく方針

⑥ 安全、セキュリティ → テロ対策として、4K 監視カメラを中心とした画像補正技術・顔認証技術を用いた統合監視システム、大地震発生時の防災対策

⑦ ウェルネス → 健康家電、フィットネス配信

⑧ スポーツ → 映像解析、スタジアムソリューション

→ 上記 8 つのソリューション（総称：5 スマート＋ネクスト 3）を提案している。

【スポーツ産業の可能性】

国策としての考え方

→ 新たな有望成長市場創出へ

スポーツ成長産業化

- ・スポーツにおけるスタジアム、アリーナの改革
- ・スポーツコンテンツの充実
- ・スポーツ事業力、産業力の強化（競争力の強化）

日本再興戦略 2016 における数値目標は、

スポーツ産業：5.5 兆円 → 2025 年 15 兆円へ

成人スポーツ実施率 40% → 2021 年まで 61%へ

※ スポーツは経済成長の実現と社会的課題の解決が可能

《経済成長》

成長産業の実現

→ 現在のスポーツ産業 5.5 兆円 GDP に置き換えると 1%

アメリカ 2.9%、韓国 2.8%、中国 2.2%

スポーツ産業の成長余地が先進国としてまだある

例) スポーツを有望な観光として進めていくスポーツツーリズムなど

《社会的課題の解決》

2020 年には 65 歳以上が 3 人に 1 人の超高齢化社会

健康寿命を上げる

→ 社会保障費の抑制へ

健康寿命 男性 71 歳 女性 74 歳

平均寿命 男性 81 歳 女性 87 歳

→ 平均寿命と健康寿命の差年が介護や人の助けが必要な年数

→ 差年が短いほど医療費は抑制 健康的な高齢者が増加

※ スポーツを取り入れた生活習慣が健康長寿へ

【パナソニックのスポーツ事業の領域】

放映権料の拡大

→ 1964 年 東京オリンピックは 10 月 2020 年は 7 月開催

- ※ 7月～8月には大きなスポーツイベントが欧米で開催されない
- 放映権料の金額が一気に高くなる
- ※ 放映権料の収益が大きなドライバーへ
- 物販事業だけではスポーツビジネスに一過性の貢献しかできない

パナソニックは物販型事業に留まらず、サービス事業（映像・音響演出など）、コンテンツ事業（映像解析技術の活用）、セキュリティ事業（監視カメラ技術）などのスポーツ全般におけるソリューション型ビジネスに乗り出し、企業スポーツビジネス化、スマートスタジアム＋シティの複合型ビジネスなどの運営型ビジネスも捉えていく。

《感動の競技場づくり》

感動を地域のエネルギーに スタジアムで生み出される感動をビジネスへ

- ※ マルチカメラ・マルチスクリーン映像技術、音響と LED 投光器による光を連動させた統合演出により最高の一体感を創出し、もしもの時は避難誘導・エネルギー拠点として機能するスタジアムを提案
- ※ コストがかかるスタジアムから儲かるスタジアムへ

① スタジアム Wi-Fi を利用した競技場内のモバイル動画配信システム

- 専用アプリをダウンロード後、スタジアム内の Wi-Fi に接続し、マルチチャンネルの動画配信の受信が可能（スロー再生・リプレイ再生などの操作機能があり、審判のマルチカメラ映像を見ることも可能）

② スタジアムセキュリティ（スタジアム全体の統合監視システム）

- ※ パナソニックの監視カメラは国内で高いシェアを誇る
- 全方位カメラ、ウェアブルカメラなどの様々なカメラ機器を投入
- 積極的に導入を進めるのは4K 800万画素 高精細・高密度 先進型カメラ
- ※ 犯罪抑止力、犯罪検挙率向上、テロ対策への活用

③ 驚きのスポーツコンテンツ

《選手力強化、テレビ観戦におけるコンテンツの充実》

非接触バイタルセンシング

- カメラ技術により選手の心拍数を計測

3D トラッキングシステム

- バレーボールをもとに仕組みづくりを開始

4つのカメラをコート隅に配置し、映像を撮影

ボールの3次元位置によりボールの高さ・スピード・軌跡をデータ化

- ※ TV画面上に表示することで、試合の結果だけではなく、1つ1つのプレーを楽しむという新たな視点でコンテンツを提供していく

保有またはスポンサーを務める多数の企業スポーツ

→ 技術を実証するフィールド獲得

※ 企業スポーツを単なるメセナ、CSR の観点だけで見るのではなく、収益を生み出すビジネスとしての価値創出を目指す

【2020年に向けて これからのスポーツとは】

従来の日本のスポーツは体育的要素が強い

→ 健康維持を中心とした「する」スポーツ

※ 欧米では「する」スポーツに留まらず、メディア・コンテンツとしての「見る」「見せる」スポーツが主軸、エンターテインメント要素も大きい

→ 日本も「する」スポーツだけではなく、欧米のように「見る」「見せる」スポーツ、エンターテインメント性を強くすれば、スポーツ産業はさらに発展・拡大するだろう

パナソニックはテクノロジーとノウハウを結集し、世界が注目するような最先端技術をこれから実施していく。これはパナソニック1社だけでは不可能であり、オリンピックを中心に日本企業、海外企業とコラボレーションを組んでいる。

※ 日本の技術力を総結集し2020年に向けて世界が驚くようなスポーツ事業・産業を披露したい

講演2

「トップアスリート強化支援を通じた健康な生活への貢献」

講師 篠田 幸彦 氏

味の素株式会社 オリンピック・パラリンピック推進室 企画グループ長

【経歴】

1988年 味の素株式会社入社

2010年 スポーツニュートリション部専任部長として選手強化支援「ビクトリープロジェクト」担当

2015年 広告部オリンピック・パラリンピックプロジェクトグループ長

2017年より現職

【味の素(株)創業の志】

1899年 池田菊苗博士が湯豆腐からうま味を発見

2代目 鈴木三郎助とともに、日本人の栄養状態の改善を目指し、

1909年に事業を開始 ※世界初のうま味調味料が誕生

現在は日本に留まらず、世界中に発展し、各国の食文化に根ざしそれぞれの栄養課題と向き合う。

※ 日本以外に26拠点 130カ国に対して商品を提供

最初に開発された商品「味の素」＝アミノ酸 グルタミン酸を利用した商品

→ グルタミン酸の生理機能に注目

※ 医療・健康栄養分野における活用へ

1935年 アミノ酸を原料とした医薬品を開発

1950年代～ 高純度アミノ酸を医療用輸液に活用

1980年 アミノ酸の生理機能をサプリメントとして開発

（スポーツ選手向け「アミノバイタル」、睡眠の質を高める「グリナ」などの商品）

【味の素㈱とスポーツの関わり】

2003年 公共施設初ネーミングライツ案件

味の素スタジアムの命名権取得

→ 年間180万人が来場する各イベントに関与

→ JOC とパートナーシップを結ぶ

※ 日本代表選手メダル獲得数増・国際競技力向上のために食とアミノ酸の技術・ノウハウを生かしサポート活動を行う

2009年 国立初ネーミングライツ案件

味の素ナショナルトレーニングセンターの命名権取得

2015年 JPSSA（日本障がい者スポーツ協会）とパートナーシップを結ぶ

※ パラアスリートにもサポート活動を広げ、2016年 東京2020オリンピック・パラリンピック
オフィシャルパートナー契約を結ぶ

※ 東南アジア競技大会のパートナーシップ契約も結んでいる

【味の素ナショナルトレーニングセンターと「勝ち飯」食堂】

独立行政法人日本スポーツ振興センターが管理・運営し、JOC が主体的に運用、選手強化事業を実施。

国内唯一のトップアスリート専用の選手強化施設。味の素㈱は資金提供だけではなく、商品・栄養サポート・技術ノウハウを提供。

※ 14競技のトレーニング場を設備

※ 日本代表選手強化支援 ビクトリープロジェクト

リオオリンピック事前練習ではカヌー選手以外全ての選手が練習を行った

→ メダル41個のうち、40個の選手が当センターを活用

《管理栄養食堂「勝ち飯」食堂》

センター内のバイキング形式の食堂

→ スポーツで勝てるカラダづくりのための栄養サポートプログラム

※ 「何を食べるか」より「何のために食べるか」でメニューを選んでもらう

→ 専属の栄養管理士からの指導あり

「勝ち飯」とは

→ アスリート 3 食の食事※1+補食※2 目的とタイミングを考えて摂ってもらう

※1 主食、汁物、主菜、副菜、乳製品、果物など

※2 バナナ、パン、おにぎり、アミノ酸サプリメントやゼリーなど

→ 効果的に選んでもらうために練習時・合宿時に「勝ち飯」勉強会を実施

※ トレーニング・休養・栄養のバランスについて勉強

→ 選手自身が自宅や合宿先でも実践できるように

契約選手の重要な大会時には現地にスタッフとシェフが帯同

→ 現地でも「勝ち飯」を提供

「勝ち飯」の構成

→ 厚生労働省と農林水産省が共同で作成した食事バランスガイドをベースとし、選手に親しみを持ってもらえるように「主菜・副菜・主食・汁物・乳製品」を「5つの輪」作戦と呼んでいる。補食は、必要なタイミングで必要な栄養を摂取。例えば、激しい運動負担後の筋肉回復のためにアミノ酸

※ 筋肉の回復のために必要なタンパク質は20種類のアミノ酸で構成

→ どの国より練習量が多い日本だからこそ練習後の回復が重要

※ ロンドンオリンピックでは大会4ヶ月前から筋肉疲労回復のためのロイシン高配合必須アミノ酸混合物の摂取を行った

※ リオオリンピックでは製品提供と大会開催中の食の提供を行う

→ 和食を中心とした「勝ち飯」弁当、「勝ち飯」鍋、「パワーボール」（うま味のアミノ酸入りおにぎり）など

【トップアスリート支援活動と味の素㈱】

トップアスリート支援活動は、

世界に通用する味の素㈱のスペシャリティによる価値創造活動である

→ 栄養・健康課題を解決する社会的価値+事業創出の経済的価値

キー素材を「アミノ酸」として、おいしさと機能栄養を食事と補食の両面で機能させる。

※ 世界各国に拠点を構える味の素だからこそ世界中どこでも活動できる強み

【「勝ち飯」のこれから】

「勝ち飯」は実践的なメソッド

→ 自分だけの「目標に合わせた栄養」を考え「おいしく食し豊かに生きる」

アスリート支援のファクトとノウハウは一般生活者にも活用可能

→ 一般アスリート・部活生のカラダづくりにも対応可能

※ 次世代選手育成・強化へ

《質疑応答》

① スタジアム運営におけるパナソニックの1番の売りは何か？

→ 照明・映像・音響、セキュリティ・統合監視システムなど、様々な商品を手がけている。スタジアムに対する「総合力」「統合型システム」が売りである。総合力を生かしたスタジアムのエンターテインメント性を最大に発揮することが可能。

② 次世代のアスリート育成に「勝ち飯」はどのように生かされるか？学食や身近な場所での提供の可能性はあるか？

→ 高校・大学の部活生向けの勉強会を1年間で1000校実施している。

第3回 JSTA セミナー

日時：2017年9月15日（金）15:00～17:00

会場：共同通信会館5階会議室

講演1

「サイクルツーリズムのための自転車走行環境整備の課題と方法性」

講師 小林 成基 氏

特定非営利活動法人 自転車活用推進研究会 理事長

【経歴】

雑誌編集者などを経て衆議院議員公設秘書、政策担当秘書、大臣秘書官を歴任。その後（財）社会経済生産性本部で研究員として関わり、自転車活用推進研究会創設。2006年 研究会をNPO化。国土交通省、警察庁、自治体の自転車や交通街づくり関係会議委員、交通工学研究会、国際交通安全学会などでも活動。

【自転車活用推進法成立の背景に潜む自転車の法整備】

（1）自転車の法律は自転車競技法、自転車道の整備等に関する法律、駐輪場に関する法律（自転車の安全利用の促進及び自転車等の駐車対策の総合的推進に関する法律）がある

2017年5月 自転車活用推進本部 設立

2017年8月 有識者会議 実施

自転車活用推進議員連盟

2018年 夏 自転車活用推進計画へ

《第8条に記載された15項目のやるべきことの方針》

① 自転車が走れる道を車道上につくる（自転車道・自転車専用道の設置）

→ 1番目に記載 ※車道の狭い日本では無理ではないかと声も挙がっているため、自動車側に自転車の存在を認識させるためのピクトグラムの設置も進む

② 自転車走行空間を確保するため路上駐車を排除する政策

→ 2番目に記載 ※道路外の駐車場整備、パーキングチケットの廃止など

※ 1と2がきちんと守られなければ、3以降の取り決めは機能しない

※ 自転車は「走る」「停まる」が保証されなければ使えない

自転車と車が共存できる道路づくり、停められるスペースの確保が必要

例)

1. 車からも見えるように自転車に関する標識を路面に書く（自転車に分かるだけのマークは無意味）→ 車と自転車の事故を予防

※ 自動車も自転車も認知ミスで事故が起きる（ほとんどが交差点）

道路を走る車から歩道を走る自転車が見えていない

→ 改めて道をつくるより車道にライン引きをして色を塗る方が安全性は高い

例) ロンドン バイクボックス

→ 交差点では車より前のスペースに自転車が停車するスペースを設ける

※ 自転車が発進しない限り、自動車が自転車に追突・巻き込むことはない

2. 交差点では自転車が停止するスペースを車の前に作る→ 巻き込まれ防止

3. 自転車とバスの共存

→ 金沢市の国道に日本で初めてバス路線内に自転車道を整備（2007年～）

4. 「停める」場所の整備

→ 自転車には高額なブランドも多数、観光をしている間に安全に停められる場の設置を（いたずら防止のため人目がある場所が良い）

※ 自転車の基本的な「走る」「停まる」の環境がなければ、観光は不可能

（2）自転車が歩道を走るのはなぜ？

1970年 自転車道の整備等に関する法律で自転車が歩道を走ることが決定→ 車道に自転車は危ないので 自転車を歩道へ という一時的な処置

→ 自転車道が作られないまま現在に 歩道通行が当たり前の世界に

※ 自転車が歩道を走ることが前提のため、日本では世界で普通に許可されていることが出来ない（自転車の並進禁止、タンデム自転車禁止 など）

タンデム自転車に関しては16県で解禁したが、東京都ではまだ

※ 東京2020パラリンピック選手種目にタンデムがある矛盾

→ 2020年までに改善されることに期待

（3）サイクリングロード環境と自転車歩行者専用道路標識

法律では自転車は車と認識されている 車道以外を走ると法律違反なのか

→ 道路標識により歩道を通行することが出来る（自転車歩行者専用道路）

※ 徐行と一時停止が義務付けられている

徐行とは直ちに停止できる速度 7.5km/時 が目安 早歩きより遅い

→ かなり遅く走るサイクリングをしたい人がいるだろうか

サイクリングロードに自動車可能標識がある場合も

※ 歩行者・自転車・自動車が分けられていない危険な環境

→ 道を整備する側と交通規制をする側が連絡を取り合っていない

法的には車両の仲間 感覚的には歩行者の仲間 というアンバランスな状態

→ ほとんどの人が自転車のルールを守れていない・知らない

※ 歩行者を守ることが出来ない

(4) 先進国の常識と日本の常識

他先進国では自動車・自転車・歩行者の道路上の区分けがきちんとされている

先進国の常識は歩行者優先 日本の常識は優先順位が不明瞭

→ 法律に優先順位を分かりやすく記載すべき

→ 先進国では車椅子・ベビーカーの優先順位が健常者より高く、
タクシーやバス、トラックなども優先される

※ 日本の法律では歩行者と同じ扱い 自動車の優先順位はサイレンカーと時間指定のバスのみ

→ 優先順位がない危険な道路、車椅子やベビーカーが邪魔だという非常識な考えに繋がる

※ 自転車の前に歩行者を考える

→ 歩行者が通れる状況を作らないと自転車環境の整備は不可能

(5) 安全な道路の整備

道路に横断防止柵があるのに日本の歩行者死亡事故率は先進国内でも高い

→ 柵があるために車を運転している人は切れ目を渡る人を予測しない。アクセルを弱めずに踏んでいるため、人が飛び出した時に間に合わず轢いてしまう

人身事故が起きた場合の車の致死速度は50km/時で約85%

※ 30km/時 未満では死亡率は極端に低くなる

先進国では歩行者が多い道路の時速制限を30km/時に制限、車の抜け道に使われる道路の入り口を封鎖する、バスのみ住宅街に入っていけるなど歩行者優先の環境づくりが行われている。

※ 道路をさらに狭くする柵で安全を確保するのではなく、分かりやすいルールと人々の先進的な常識で
安全な道路へ

(6) まちで取り組む自転車環境づくりと災害時対応

ロンドンオリンピックでは街中に十分な自転車環境が実現していた

→ ロンドン市長が積極的に自転車環境整備に取り組む

地下鉄テロの影響でロンドンでは自転車通勤が増加傾向

※ 3.11のような帰宅困難時にも自転車は有効活用できる

※ 日本でも自転車通勤が増えている

【超高齢化社会と自転車】

(1) 高齢者による自動車運転の危険性 ※死亡事故などの重大な事故

「老いる」ことは集中力・注意力を低下させる

→ 高齢者による重大な自動車事故が相次いでいる
逆走事故を起こした運転者の年齢は65歳以上が68%
※ 高速道路利用者年齢構成 30～64歳 90%

何歳で運転免許証を返上するかという高齢者へのアンケートで、高齢者のほぼ全員が125歳（選択肢の中の最高齢）に丸をつける
→ 車がないと生きられない日本、歩いて暮らせるまちづくりが進んでいない
※ 自動運転・事故防止装置・中速コンピューターの開発と環境整備が急務

自動車運転をしなくなった高齢者の6割が自転車に乗り換えている
→ 自転車人口はさらに増加 歩行者をどう守るか
※ 歩行者・自転車・車をきちんと分けて それぞれの安全確保
→ サイクリングを趣味にしている2%弱の人だけの問題ではない
※ 自転車を使っている全ての人に安全で快適な環境を提供する必要がある
※ 高齢者が自転車に乗ることで寝たきりを防ぐ運動効果も期待できる

(2) 高齢者も気軽に楽しめるサイクリング環境へ
例)

1. ドイツでは街中にレンタルサイクルが多数存在 電動アシストも多く、高齢者がサイクリングを楽しんでいる ジャージ・ヘルメットも貸し出し有り

2. オランダ航空のバイクボックスサービス 出発地から到着地まで自転車を輸送 自転車を分解して入れるだけなので空港まで自転車で行くことも可能

※ 国際空港に留まらず国内空港で配備されればサイクリング観光はもっと容易に
※ 日本の空港は自転車では入れない空港が多く、公共交通機関の輸行制限も厳しい → 自転車活用推進法で整備へ

自転車の楽しみを奪う環境から楽しみを生み出す環境へ

【日本のサイクリング環境事例】

広島県と愛媛県を結ぶ しまなみ海道

海道26ルートに1000kmを超えたブルーラインを整備

→ 愛媛県の総予算8000億の内の8億円の費用がかかった

※ 自転車環境日本一へ

→ 環境整備には費用がかかるが必ず地域・観光に良いメリットが生まれる

しまなみ島走レスキュー

→ 自転車トラブル等で立ち往生した場合、決められた番号に電話すると、タクシーが県から支給された自転車用の留め金具をトランクルームに装着し、迎えに来てくれる

※ 自転車環境への配慮

一般住宅、旅館、工場、喫茶店、ホテルなども協力し、ルート上に給水所・トイレ・空気入れ・休憩所・工具貸し出しなどを配備（お遍路に対する協力マインドがあるため問題なく実施へ 他の地域でもできるかといえは難しい）

《質疑応答》

自治体がすぐに全て整備するのは難しい まず何から始めれば良いか？

→ 市長・議員など自治体を動かす力を持っている人物に自転車の環境整備の必要性を説明することが大切。自治体という縦割り構造で力を持つ人にまずアピールしなければ何も進まない。可能であれば、市長自ら自転車の振興に率先して参加し、まちづくりに自転車振興を含めて総合的に整備することが1番望ましい。基本的な「走る」「停める」環境がなければサイクルツーリズムの実現は難しい。基本的な部分を整備してもらうには議会と政治的な力の協力が必要。

講演 2

「IT×自転車イベントで新時代の地域振興・観光振興を推進する CYCLOG（シクログ）」

講師 野地 教弥 氏

株式会社 Seabird 代表取締役

【経歴】

- 1995年 東京スポーツ新聞社 入社
- 2009年 総合広告代理店 株式会社フェザンレーヴ 入社
- 2015年 株式会社 Seabird 設立
- 2016年 世界初のスマホアプリを使った自転車イベント「CYCLOG」展開
- 2017年 スポーツ健康産業団 スポーツ健康産業団体連合会会長賞 受賞

【サイクルイベントの需要増加】

(1) スポーツ自転車の人気上昇

15年前と比べてスポーツ自転車（クロスバイク、ロードバイク、マウンテンバイク）の自転車販売数は1200%増加

→ 年間平均54台のスポーツ自転車が1店舗で売れている

スポーツ自転車の単価は低価格層で40～50万

→ 販売数から計算すると、高額な自転車を買える人間が日本に500万人ほど存在している

(2) サイクルイベントの増加

スポーツ自転車の人気に伴い日本各地でサイクルイベントが開催

→ ホームページがあるイベント 年間200以上

※ 高額な自転車を購入出来る＝高所得者 を地域に迎え入れたい自治体続出

→ サイクルイベントでは参加者と地域との相互理解が必要

下りで60km/時を出すスポーツ自転車が住宅地の近くを走ることには抵抗がある人が多い ※ 地域住民への配慮を欠かさないイベントづくりを

地元の人の理解を得る方法

→ 地域に対して参加費や飲食・お土産・娯楽・宿泊などでお金を落とすこと

※ 参加者は地域の人々に関わりたい気持ち強い

→ 積極的な地域ボランティアを活用することでリピーター増に繋がる

※ 地域の住民に拒絶されないイベントづくりを

(3) サイクル人口とイベント参加人数

販売数に基づき計算すると、国内で500万人程度がスポーツ自転車を保有

→ 上位200のサイクルイベントの参加者平均20～30万人（全体の5%）

※ 95%は自転車を買ったばかりの初心者層でイベントに参加していない

《一般的なサイクルイベント》

レース形式（20～30kmの坂を登るなどきついコースもあり）

ロングライド形式（120～300kmの長い距離を走って楽しむ）

→ 初心者にはどちらも厳しい ※全体の5%しかイベントに参加していない

※ 初心者にイベントに参加してもらうにはどうすれば良いか

昔ほど販売ショップを中心としたコミュニティがないので共に走る仲間もいない・既存のサイクルイベントはハードすぎる

→ CYCLOG（シクログ）開発へ

【CYCLOG（シクログ）開発とその背景】

(1) 背景

既存サイクルイベントの悩み

→ 定められたコース外の地域にメリットがない、道路許可の届出が難しい、新規イベントに対する人手不足、イベントの話題性の不足、リピーター不足、1泊なので観光の時間なく宿泊地にしかお金が落ちない、地域への効果が分かりづらい など

※ 開催モチベーションが保てない・厳しい自治体財政

※ 本当の開催目的と与件の整理が必要

より効率的かつ効果的な外貨獲得の手段と機会を提供することが大事

（外貨獲得とは エリア外・地域外からお金を集めること）

(2) 人口減少と破綻が予測される自治体

40年後には4000万人の人口減少＝税収・個人消費の減少

税収減少＝住民サービスの減少

個人消費減少＝趣味をやめなければいけない厳しい経済状況

→ 地域経済ブロック内でお金を回すだけでは確実に破綻する自治体

※ 観光で対策を 移住促進と県外からの人とお金の流入をつくる

(3) 移住促進と地域外からの人とお金の流入をつくる方法

移住促進には何度も訪れ地域の魅力を知ってもらうことが大事

→ リピーター率の高いサイクリングイベント（一度行っていいなと思ったら仲間を連れてまた再訪するのが自転車文化）

リピーターを増やすためには、

- ・ 目的旅行増加に伴う旅インフラ整備
- ・ 行けば手軽に楽しめる認知度
- ・ SNS を活用した地域魅力の情報発信力強化 を行うことが重要

※ 上記を CYCLOG（シクログ）で解決

(4) CYCLOG（シクログ）とは

スマホ専用アプリで全てを完了できる自転車オリエンテーリング

《特徴》

開催エリア内にチェックポイント設置（観光スポット・グルメスポットなど）

→ ポイントを制限時間内にどれだけ回れるのか競うゲーム

※ 自転車なので広範囲を周遊可能（100～200kmを走っても問題がない）

※ 地域の隅々まで参加者が行き渡る 地域格差が生まれない

※ コース設定がないので許認可権不要、少人数・小コストで開催可能（参加者に対する道案内等は全てアプリに表示される）

チェックポイントで写真を撮影し、SNS にアップすることでポイントゲット

→ スタート地点からの距離で得点設定（制限時間あり）

※ SNS の拡散効果獲得

家族連れが地道に近場ポイントを集めても、馬力のある男性が遠くの高得点を目指しても、どちらにも優勝の可能性がある（ポイント稼ぎより観光に重きを置いた行動をする人も）

※ 初心者にも最適 子ども・高齢者など 誰でも参加可能

表彰式と賞品授与では、ディナー券・無料宿泊券などを地元の協賛を得て授与し、リピーターに繋げている

【CYCLOG（シクログ）だから出来ること】

《イベント開催時の参加者データ》

→ いつ・誰が・どこで・何をしたのか 精密なデータ獲得可能

※ 次の施策に生かせる有効なデータ

※ 参加者が利用する QR コードとデータが連携

→ どの店に何人が訪れたのか分かる（レストラン、おみやげ屋さんでお金を使うとさらにボーナスポイントが付与される）

※ どこにどれだけお金が落ちているか・どこが人気なのか 一目瞭然

→ すべてのデータは主催自治体に開放

※ 人の動きに基づいた正確な観光マップが作成可能

主催自治体とともに、本当に求めている顧客層とは何か、その層に最も効果的な施策とは何かを一緒に考えていく

※ サイクリストは地域を好きになると再訪する確率がとても高い

→ 最初の機会さえつくれば良い

【昨今の情報入手源と情報信頼度】

情報入手源と情報信頼度のツール

=何かをしようと思ひ決断・アクションをするときに使用するツール

調査によると、人々の情報入手源はスマートフォンが1位、2位がテレビ

→ 若い世代の8割がスマートフォンとノートパソコンから情報を得る

情報信頼度は検索サイトが最も多く 上位を占めるのは SNS と WEB サイト

※ SNS、WEB サイトなどの口コミを重視する傾向

【CYCLOG（シクログ）企画運営業務委託料】

企画運営業務委託料は300万円

→ 実際には、1億円相当のプロモーションが可能

《1億円の算出方法（ツイッターの場合）》

サイクルイベント平均参加者数 500人 × 参加者が呟くツイート平均数（ルール上 チェックポイント毎）×平均フォロワー数 500人×平均エンゲージメント率×プロモツイート単価 100円

= 8,750万円

* プロモツイートはクリックした分だけ広告料金が発生する広告システム

* 地方マラソンにおける誘致費用/人 22000円

プロモーションの中で SNS での口コミ拡散が最も大事

※ チェックポイント毎に撮影風景を指定しているので、「ここに来ています」ではなく「ここに来て これをしています こんな感じです」という詳細の情報を写真とともに拡散できる

【CYCLOG（シクログ）参加者の声】

ほぼ100%の満足度（73.3%がとても面白い 20%が面白いと回答）

- ・ 速さと距離を競う大会より地元の味覚・風景・地元の人との交流を楽しめた
- ・ 自転車初心者でも楽しめた
- ・ 制限時間内に回れなかったチェックポイントを次回行ってみたい
- ・ 親子で楽しめた
- ・ 地元の魅力を再発見できた など

日本のレジャー産業の行き先は、奥さん・お母さんが最も決断力を持つ

→ 家族で楽しめる状況をつくることが重要

※ 家族で観光しながらスポーツを1日楽しむのは良い機会

【今後の CYCLOG（シクログ）】

現在は国内開催が中心

→ 国内では 食ベログのような「観光地の口コミが書ける」「参加者同士が交流できる」アプリに進化させていきたい

これからは海外へ

※ インバウンド対応とアプリの多言語化

① ガイドサイクリングの流行

→ 多言語が話せるサイクルガイド育成は非常に困難 アプリですべての案内・コミュニケーションが取れる点はインバウンド向けに最適、観光ガイドの代わりになるアプリへ

② 海外でイベント開催へ

JTB 内でツアーを組み、ハワイでの開催を検討中

③ 海外へ向けたライセンス販売

日本と海外をシームレスにするネットワーク形成・自転車愛好者同士のコミュニティづくり

【これからのサイクリングツーリズム】

エコと健康が切り離せない時代

※ 世界的なサイクリングブーム

→ 投入した金額以上の利益を生む

まち全体で取り組む 先進事例を取り入れるためのインフラ整備・日本でのサイクル人口を減少させないための工夫を ※ 開催地域と参加者・愛好家が理解し共に楽しめる環境へ

《質疑応答》

① 実際に事故が起こったことは？

→ ない。ながら運転にならないようにアプリ内の加速度センサーで一定以上の速度を過ぎると画面が消えるようになっている。30分～1時間のうち1回くらいにルール・マナー・天気情報・注意点についてプッシュ通知を行なっている。GPS 機能では地図上でどこにいるのかすぐ分かり、本部にすぐ電話できるようになっている。レースやロングライドでは無理な難易度設定のコースで事故が起きている。参加者が自分の能力とコース選択を誤ってしまいがち。定められたコースがない CYCLOG（シクログ）では無理な運転による事故もない。

② スマホを持っている人しか利用が出来ないハードルはあるか？

→ ある。タイムラインが汚れる、スマホを持っていないから参加できないという声を聞くが、そういう方は参加自体を諦めていただいている。どこまで広範囲に対応するのか、人口減少の未来に人数だけが取り柄のイベントは消滅する。何か制限をかけてイベント成功を継続させることを優先している。IT を

使用した省力化、小コスト化が厳しい自治体財政・人口減少の未来に効果的だと考えている。

③ 自治体以外に一般企業との開催もあるのか？

→ 従来のイベントは、1日開催 6～7時間で行なっていたが、現在はスタンプラリーのような長期的イベントの要望が多いため対応中。観光地を回りながら SNS で発信してもらえる点が評価され、エリアを拠点としてまちと共存が必須の業態の会社からの依頼が多い。最も多いのは電鉄会社、他に旅行会社、スポーツクラブ、ショッピングセンターなどがある。

第4回 JSTA セミナー

『オリンピック新種目』競技団体によるプレゼンテーション』

日時：2017年10月20日（金）15:00～17:00

会場：共同通信会館5階会議室

講演1

講師 宗像 富次郎 氏

日本サーフィン連盟 副理事長

日本オリンピック委員会 サーフィン・ナショナルコーチ

【経歴】

1961年5月24日生まれ。法政大学卒。1985年第20回全日本選手権大会より10回以上の出場経験。第24回全日本選手権大会クラス別で準優勝。日本サーフィン連盟の役員を約30年にわたり務め、その間にアジアビーチゲームズ及び世界選手権大会の監督として、日本選手団を率いる。指導員やスクール審査などの強化に係る施策の制度化を実現し、サーフィン競技者の向上に大きな役割を果たす。2011年4月より神奈川県議会議員（1期）を務める。全日本スキー連盟、制指導員の資格も保有。

【サーフィン流行の時代背景】

1980年代にサーフィンブームが2回ほどあった。ワーゲンにキャリアをつけてボードを載せて走る。サーフィン雑誌 **Fine**、ベルボトムファッションの女性、雑誌 **POPEYE** の特集、六本木のサーファーディスコ。バブル期に街を見渡すとサーファーだらけ。本物のサーファーではなく、シティサーファー。そういった時代を経て、やんちゃ、遊び人イメージが続いており、今でもサーファーにあまりいいイメージがない方が多い。

【現在のサーフィン：2017年世界ジュニアサーフィン選手権 宮崎県日向市開催】

2017年9月23日-10月1日 2017年世界ジュニアサーフィン選手権が宮崎県日向市で開催された。国際サーフィン連盟会長が来場。出場国のパレード。日向の方も各国の旗などを作って歓迎してくれた。各国ビーチの砂をガラスケースに集めて各国友情の絆を深めるセレモニーも開催。

競技は、ジュニア16歳以下の男女、18歳以下の男女の4種目。16歳以下男子で日本の安室（あづち）選手が決勝進出し、優勝。日本初の快挙。USAの渡辺選手（日系）が2位、日本の上山選手が3位という成績を収めたが、18歳以下女子は、残念ながら決勝に日本人は残れなかった。

男女5名団体国別リレー。別名アロハカップ。5名の選手がリレー形式で制限時間50分以内に得点を積み重ねる。1本ずつ得点を付けて上位2本合計点で競う。行きはボードを持ち、帰りは浜にボードを置いて全力疾走で戻ってくる。時間内にゴールしないと失格。日本は決勝に進出し、優勝。

【オリンピック種目化について】

① 種目決定までの経緯

2013年9月、2020年東京に決定。その後IOCアジェンダ2020で、開催都市が追加種目を提案する権利があり、IF（国際サーフィン連盟）から種目化準備の要請がある。NFは一切準備をしていなかったが、2015年6月、野球・ソフトボール・空手・ボウリング・ローラースポーツ・スポーツクライミング・スカッシュ・サーフィン・武術の8種目が選抜。

首長連合の応援、海沿い地域の市長、町長、知事がサーフィンをオリンピック種目にしようと連合体で立ち上がった。2015年8月追加種目の組織委員会が2日間のヒアリング実施。

2015年9月に8競技中5競技に絞られた。与党からマリン議連が発足。自民党石原伸晃氏が議長。

2016年6月、IOC理事会で5競技18種目の一括提案が支持され、同8月にIOC総会でサーフィンを含めた追加種目の採択が行われた。2016年12月IOC理事会でサーフィン会場が千葉県一宮町海岸に決定。

② 日本人選手の実力

世界ジュニア選手権大会男子16歳以下で安室（あづち）選手が優勝、上山選手が3位。女子18歳以下で川合選手が6位、女子16歳以下で野中選手が7位を記録。ジュニアが育っていけば、メダルの可能性も近いところにある。

18歳以上では、大原選手が2015年USオープン選手権大会で優勝。カノア五十嵐選手は今年のUSオープン選手権大会で優勝。カノア選手は日本とアメリカの両国籍があり、本人は日本で出場したいと言っている。

③ 採点方法

1本のライディングで10点満点の点法。板がどれだけ波から出ているか、返しでどれだけ大きなスプレーが出せるか、全体のスピード、技の難易度の総合的な点数で1本ずつ点をつけていく。試合時間は2-30分。2人から4人の選手が入り、上位二つの得点を合計して高い得点の選手が勝ち上がっていく。

ただ一つネックとなるのが、波は自然のもの。大きさや質が異なってくる。そのため、運もついて回る競技。大きくていい波、高得点が出やすい波に乗れると実力が下の選手でも勝てる可能性がある。

【国際大会の予定】

2017年9月 ISA世界ジュニア選手権大会 宮崎県日向市

2018年8月 OCAアジア大会 サーフィン競技（未定）

2018年 ISA世界大会 日本開催誘致中

2019年 プレオリンピック大会開催 千葉県一宮町

2019年 ワールドビーチゲームズ サンディエゴ（NOC連合）

2020年 東京オリンピック開催 千葉県一宮町

2021年 関西ワールドマスターズゲームズ（サーフィン競技開催要望中）

2024年 夏季オリンピック（フランス）

2026 年 夏季アジア大会（愛知県・名古屋市）

2028 年 夏季オリンピック（USA ロサンゼルス）

2024 年の夏季オリンピック（フランス）は、2017 年 5 月に世界大会を開催し、強豪国なので、パリでも開催される見込みが高い。

【サーフィンとまちづくりへの活用】

サーファーはサーフボードと車があればどこでも行ける。人口減少や高齢化が進む地方において、まちづくりの要素として活用してもらえる。

- ① サーフィンが楽しめる海がある
- ② シャワーやトイレなどの環境が整備されている
- ③ 仕事ができるインターネット環境が充実している
- ④ Uターン・Iターンの行政からの支援がある

など、環境や支援を整えることで、千葉県一宮町の新世代サーフタウン地域再生計画や宮崎県日向市サーフタウン日向の取組（総合計画）などの事例がある。

宮崎県観光動向調査によると、日向市のサーフィン客は、2006 年（78,070 人）から 2015 年（226,895 人）までの間で 3 倍近くの伸びが見られた。日向市では、現在新たに、移住者 200 人、サーフィン等利用客数 252,000 人、観光消費額 21 億 3 千万円を目標としている。

日向市のプロモーションビデオは、サーフィンをテーマに面白いドキュメンタリ動画をつくり Youtube でも人気を集めている。

【新しい波 ウェーブプール】

スペインのメーカーで、比較的狭くても大きな波を作れるプールが開発された。毎日きれいな波に沢山乗れるので、トレーニングに効果的。一定のクオリティの波が作れるので、大会に向いている。日本にウェーブプール施設をつくり、集中的に練習ができるナショナルトレーニングセンターを作り日本の選手強化につなげていきたい。

【メダリスト選手の育成】

国内大会を多数開催し、国際大会へ派遣の成績や選抜大会の優秀選手から代表選手を決定。オリンピックでは、男女 20 名ずつとなる予定だが、開催国枠がもらえるかどうかは未定で、厳しい状況となる。

【今後の展開について】

① スポーツとしてのサーフィン確立

2020 が大きな起点となる。選手の人間力と競技力の向上、メダリスト育成、サーフィン強豪国への位置付け、アジア連合の創設が課せられた使命と考えている。

スポーツコンプライアンス、アンチドーピングの啓発活動。フェアプレー、賭博や未成年の飲酒以外にも、若い選手に対しては、安易な SNS 発信に対する注意など人間力向上に力を入れていく。

② サーフィン愛好者の掘り起こし

連盟には、現在 14,000－15,000 名の登録があるが、実際のサーファー人口は 200 万人いるとされているので、広報を通じて連盟の活動を普及していきたい。また、初心者を取り入れるため、通常の 25 メートルプールを使ってボードに立つ練習などをする、プールスクールが好評なので、新たな事業展開をしていきたい。

③ サーフィンを通じた行政へのまちづくり、サーフィンエリアとの地域連携

数十年前のやんちゃだったイメージのサーファーが、年齢や社会的地位が上がるにつれ、最近は外国車に乗って、駐車場料金を支払い、近隣のレストランで食事をするようになった。さらには、サーフィンのために別荘を購入するなどライフスタイルを変えようとする方もおり、地元還元する存在へと変わりつつある。また、クリーンビーチ活動による環境活動にも力を入れていきたい。

【質疑応答】

①オリンピックの当日、波の状況が良くなかった場合、試合の順延などで放送権の枠組みの中でどのように確保するのか？

→まさに今、課題となっている。世界大会では 1 週間ほど期間を設けているが、オリンピックの 40 名程度の出場枠の場合、1 日で競技そのものは終わってしまうが、波があるかはわからない。IF としては、IOC に対して 4 日間の中で一番良い条件の日やらせてほしいと交渉している。しかし、IOC からは 1－2 日でできないのかといわれており、現在折衷案を考えている。

放送権の枠について、放送局を集めて交渉しているが、枠を抑えても中止になる可能性があり、生中継は難しいだろうといわれている。

オリンピックは、高額な入場券が発売されるが、万一中止となった場合の対応のほか、会場が浜辺で、離れた沖や浜からでも見えてしまう。さらに、サーフィンは本来、選手と観客が一体となって楽しむスタイルだが、厳しいセキュリティ条件があり、選手と観客を自然環境の中でどう分けるのかという課題がある。

ただし、ウェーブプールで開催ができると、中止のリスクが低くなり、放送枠や入場券、セキュリティが確保されやすくなるので、今後、ウェーブプールが主流となってくることも考えられる。

サーフィンは自然条件が要素となる。地の利が成績に関係してくる。風の吹き方、波は、浅瀬で立ちやすいので、毎日変動する砂の状況、潮の満ち引き、それらを熟知した日本人選手は地の利を生かせるメリットがある。

②ウェーブプールについて、建設予定地や立地条件などがあれば教えてほしい。

→日本国内で一つ稼働している。神戸市北区（六甲山の北）に日本独自のウェーブマシンがあり国際特許を取得している。また、静岡県御前崎近辺では、ウェーブマシンを導入するため、用地買収の交渉を行政が行っている。

東京近郊に世界最大の波が立てられるマシンを作りたいということで、アメリカの代理店から相談があるなど、各所で動きがあるが、民間企業においては投資金額の回収スキームなどを検討しており、東京近郊の土地は高額なので、入場費がいくらになるかなど、連盟にアドバイスを求められている。

海外では、ヨーロッパ・イングランド、アメリカ・テキサスなどの内陸地、オーストラリアや中国でも 2 か所建設が始まっている。中国は、先日行われた選手権に初めて選手を派遣してきた。コーチはアメリカの元トップアスリートを連れてきていて、これから脅威となる可能性がある。まだ、アジア連合もない競技なので、これから立ち上げのため中国とも連携を図っていく。

その他、行政が持っている公営プールが老朽化してきており、再活用でウェーブプールが作れないかという話も出てきている。公営プールは、主に 7・8 月しか使用されず、水漏れなどメンテナンスや季節外の維持コストもかかるため、もう少し期間を長く使えないかと、相談がある。

講演 2

「スポーツクライミングの現状と可能性」

講師 合田 雄治郎 氏

弁護士 合田綜合法律事務所

公益社団法人日本山岳・スポーツクライミング協会 常務理事

【経歴】

1966 年神戸市生まれ。東京大学法学部卒業。弁護士。公益社団法人日本山岳・スポーツクライミング協会 常務理事。公益財団法人日本体育協会 倫理委員会委員。第一東京弁護士会総合法律研究所スポーツ法研究部会 部会長。公益財団法人日本スポーツ仲裁機構 スポーツ仲裁人等候補者。20 代後半からフリークライミング（スポーツクライミング）に打ち込み、現在、スポーツ関係案件を得意とする弁護士。

クライミングは、1994 年～2006 年までフリークライマーとして国内外の岩場で登攀。国内ツアー戦のジャパンツアーにも参戦した。

IF や IOC など海外では弁護士が役員を務めていることが多いが、日本では少ない。スポーツクライミング協会に入った理由は、10 数年プロのクライマーを目指して岩登りをしており、スポーツクライミングの大会出場経験があったことが大きいと思われる。当時は、今のようにジムはなく、外での岩登り中心。40 歳くらいで現役にこだわらず、ロースクールに入り、44 歳で弁護士となった。

【2020 東京五輪 スポーツクライミング：オリンピック種目は？】

東京五輪で追加競技となったクライミングは、ボルダリング、リードクライミング、スピードクライミングの 3 種。ワールドカップ、世界選手権ではそれぞれが単種目として競われている。オリンピックでは、コンバインドといって 3 つの総合成績でメダルが男女一つずつとなる。

ボルダリング 4 分内に完登に変更。リードも 6 分内に完登に変更など、オリンピックのために時間短縮のルールに改正された。

【日本代表選手の強さ】

① ボルダリング

IF ボルダリング男子年間ランキング 2017 年は、上位 5 名の中に日本人が 3 名、10 位以内に 5 名、20 位以内 9 名いる。特にボルダリング日本男子はすさまじく強い。女子も強いが、男子ほどではな

いが、5 位以内に 2 名、10 位以内に 3 名でボルダリングにおいては、日本がナンバーワンである。

② リード

ボルダリングより実力が落ちるが、男子は、20 位以内に 6 人。女子は 20 位以内に 2 人。オリンピック競技は、3 種のコンバインドになったため、各選手得意な単種目だけでなく、他の種目も強化するようにしており、その結果が出始めている。

近時中国で行われたワールドカップでもリードは日本人男子選手が優勝した。

③ スピード

日本ではほとんど対応できていない。ワールドカップランキング 20 位以内に日本人が全くいない状況。ワールドカップのコンバインドのランキングは、単種目の成績を合わせたもので、日本はボルダリングとリードが強いので、男子 5 位以内に 2 人ランキングしている。2017 年度は、コンバインドの大会は開催されていない。

【オリンピックに向けた課題】

日本国内にスピードの壁が数カ所しかない。地方公共団体の方が、手を挙げて、新設が進められようとしてはいるが、対策としては遅れている。

オリンピックでは、メダルの数、金メダルが男女 1 個ずつしかない。しかもワールドカップでも未実施でコンバインドのオフィシャル大会が大変少ない状況の中、対策も難しく、選手のモチベーションをあげていくのも大変である。

さらに、3 種類の壁が必要となるため、費用と場所が必要となる。大会開催も短種目より多くの日時を要するため、費用コストもかかる。

IOC 主導の頻繁なルール改正が行われている。選手が追い付かなければならない。

【協会としての課題】

これまでマイナースポーツだったが、オリンピックの追加競技となり、2015 年予算が 1 億 4000 万に対し、今年は 2 億 7000 万と倍になり、今後補助金や補正で 3 億を超えてくるが、協会は状況の変化に追いつけていない。

IF からの指摘により、今年の 4 月に日本山岳協会に「スポーツクライミング」の名称が加わった。これまで山岳協会の理事は、25 名で、そのうちスポーツクライミングの経験がある理事が 0 名だったので、2017 年 5 月 28 日の理事会でスポーツクライミング経験者の理事として海外でも有名な平山裕示氏を副会長に迎え、IF の副会長を務めている小日向徹氏が理事と村岡正己氏、合田氏が加わった。IF の副会長が NF に在籍するのは珍しい。

【競技としての課題】

ボルダリングルールの分かりづらさ。今、誰が勝っているかわかりづらい。見せる競技として考えていかなければならない。

リードクライミングのホールド（壁から突起した手掛かりや足掛かり）を配置するルートセッター（課

題を作る役割)がいるが、ゆくゆくは、公正性や利害関係がクリアな人選ができるかななどの問題が出てくる可能性がある。

競技として、これまでの歴史が浅い分、現状は試行錯誤しながらやっている部分もある。

【スポーツツーリズムとの関係性】

スポーツクライミングの歴史：登山からスポーツクライミングへ。

山登り→登山中の岩登り→岩登りへの特化→岩登り練習用人工壁→人工壁への特化（ジムが全国に誕生）→スポーツクライミング（競技・試合）として発展

登山というアウトドアからはじまり、人工壁に特化することでインドアへとシフトしてきた。

【スポーツクライミングの現状】

愛好者は約 60 万人といわれている。2017 年 7 月時点で全国に 520 軒のクライミングジムがある。9 割がボルダリング。リードは高さが必要で施設にコストがかかるため、数が少ない。

ボルダリングジムからクライミングをはじめ、腕試しでアウトドアの岩場にチャンレンジする逆の流れが増えている。

【ロッククライミングとは？】

アウトドアの岩登りをロッククライミングという。ロッククライミングは、山以外にも河川敷や海岸でも可能。

ロープを使用するものとボルダリングがある。ロープを使用する場合はビレイヤーと呼ばれる、クライマーの安全確保をする人が重要となる。ボルダリングの安全確保は、携帯マットの持参やスポッターを仲間内で助け合う。アウトドアは競技ではないので、落ちずに登り切れれば完登となる。

【スポーツツーリズムへの活用】

グレードと呼ばれる難易度が世界共通であり、日本にも難易度の高いグレードの岩がある。そこを目指して世界各国からクライマーが集まってくる。

全国各地にルートと呼ばれる課題があり、ルート図集が日本全国用意されている。ボルダリングであれば靴とマットさえ持っていければ、全国各地に行けるため、魅力的な岩の課題や数と内容が良ければ不便な場所でもクライマーが集まる。

一例として、映画「笠置 ROCK!」京都府笠置町を舞台にしたボルダリングをテーマにした映画。良質なボルダリングエリアを有する笠置町は、町おこしとしてクライマーを誘致している。

【岩場に辿り着くまで～地元とのコミュニケーションや連携が重要】

① 岐阜県恵那市笠置山

フリークライマーの小山田大さんが中心となり、恵那市と交渉し、岩場の整備やアクセス、駐車場、トイレなどの整備を町ぐるみで協力をしてもらい、クライマー側も協力し、町おこしで最も成功した事例といえる。

② 失敗例

天然記念物の岩場にクサビ（金具）が打ち込まれていた問題。30 年以上前からあったもので、法的にも難しい配慮が必要ではあるが、地元や地権者とのコミュニケーション不足により、周辺の天然記念物ではない岩場までクサビ禁止となってしまった。

③ 神奈川県湯河原町幕山公園（幕岩）

1980 年代のフリークライミング創成期からのメッカとして有名。町の所有で、山の中に岩がある。大きな落石事故があり、けが人はなかったが、一部の岩場が登攀禁止となった。現地でインストラクターをしている方々が町と交渉し、禁止が解除された。交渉の過程で、クライミングの魅力や人が集まることへの経済効果を説明し、結果的に町の理解を得られることになった。

④ 清掃登山（クリーンクライミング）や岩場でのコンペなどのイベント化。

【ロッククライミングの問題点】

安全面ではインドアより重大な事故が起こる可能性がある。倫理面では、トイレの問題、チョークなどを使うため、景観や環境への配慮など最低限のマナーの必要性。

インドアのスポーツクライマーが全国に散在する事務や施設をめぐるツアーをする可能性。現状、トップクライマーは全国のジム巡りのツアーをすることがある。トップクライマー以外でも魅力的な課題やコンテンツがあれば、ツアーを組むことは考えられるのではないかな。

海岸壁などを登ることもあるので、マリンスポーツなど、他のアクティビティと結び付けられる可能性もあるのではないかな。

【質疑応答】

① スポーツクライミングの現状：ジムの数や愛好者の成長率は？今後協会として目標は？

→おそらく、最近、都心では、一駅ごとにジムがオープンするなど飽和状態にあり、伸び率は落ちてきている。選手が伸びているのは、ジムが増えている影響も大きいと考えられる。

リードのジム、スピードができる施設が求められる。協会としてはジムとの関係が築けていない。これからどうコラボレーション、協働していくかが課題。

スポーツクライミング愛好者の人口は、4-5 年前から伸びてきている。マスコミに取り上げられるようになったのは、ここ 1 年くらい。それから以降、また少し増えている印象。

② リードクライミングの場合、ビレイヤーの技量や養成についてのお考え

→ビレイヤーは重要。競技の中ではさほどではないが、実際の岩場でビレイヤーがミスをしてクライマーが落ちてしまった際、裁判でビレイヤーの責任が問われた判例もある。

ビレイヤーは最低限のことができないとクライマーの命に関わる。ジムでは、各施設の責任としているが、協会としては、現状問題に向き合えていないのが現状でこれからやっていかなくてはいけない。特にアウトドアでは、死亡事故につながりかねないので、今後の大きな課題である。

③ スピード競技、同じコースで行われると聞いたが、見直しの可能性はあるのか

→IF としてもスピードに深く関わってこなかったのが、現状はおそらく変わらないと思う。

④クライミングのウォールなど設備を作れる業者が限られている点や設営できる立地が少ないという問題について、今後の可能性は？

→国体競技、オリンピックや IF ルールと国体ルールで異なる点があり、せっかく国体で作っても使えないという問題が出てきている。今までは山岳競技だったので、壁を山中に作ることもあり、国体が終わった後は使いづらい状況もあった。どのようにレガシーとして残すかは、協会に相談も可能。

また、スピードの壁の需要については、全国各地にできて、どれだけの方が使用するか、オリンピック競技として今後も続くかななどの問題があるが、スピードの壁は圧倒的に少なく、リードの壁ももう少しできてほしいという希望はある。

⑤観戦、応援する観点で世界でクライミングの観戦は人気があるのか

→国によるが、圧倒的にヨーロッパ、フランス、アメリカなどは強いので人気がある。岩場も多く、アウトドアのアクティビティの中でキャンプと釣り、キャンプとクライミングという形で親しまれている文化がある。

スペインでも人気。パリの世界選手権は、8000 人の来場者があった。一方、ルールもわかりづらく、クライミングの経験がないと、ボルダリングはつまらないという声も聞こえてくる。観るスポーツとしてはまだまだこれからという点は今後の課題である。

⑥JSTA が以前、国際会議の場でアイスクライミング協会（IF）からアプローチを受けたことがあるが、日本での動きはどうか。

→協会でやるかは未定。ゆくゆくはやりたいと話してはいるが、日本では現状盛んではなく、昔のクライミングのように、手弁当でやっている状況。

第5回 JSTA セミナー

『スポーツツーリズムとインバウンド』

～急拡大する中国のスポーツツーリズム～

日時：平成 29 年 12 月 15 日（金）15：00～17：00

会場：The Rally Table（渋谷区）

講演 1

- ・「急拡大する中国のスポーツツーリズム」

講師 原田 宗彦

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 会長

早稲田大学スポーツ科学学術院 教授

【中国のスキー産業発展と日本の戦略的対応】

中国のスキー産業は現在導入期であり、これから急拡大していくと予想される

現在、Youtube や民間団体のデータなどでしか中国のスキー場の情報が得られない

○中国のウィンタースポーツの発展計画

- ・2016 年-2025 年 2022 年北京冬季五輪を見据えての計画

2016 年共産党から指導意見（補助金を渡し実行させる）が提出され、ウィンタースポーツのみならず、スポーツツーリズム全般に注力している。その中でも特に顕著にみてとれるのがマラソン大会であり、5 年前 10・20 大会だったのが、去年は 300 大会にまで増加。（補助金制度によりリスクフリーでの運営が可能となったため）

計画①：冬季スポーツの愛好家を増加させる：5,000 万人以上の直接的参加と 3 億人の間接的参加を目指す。

計画②：競技水準と国際的な競争力の向上：北京市と長野県が協定を結び、競技スキーの発展を目指している

計画③：冬季産業システムの発展：2020 年には 6,000 億元（約 10 兆円）まで産業を成長させようという国家目標をさだめている

※リフト、スキースクール、ウェア、レストラン、宿泊施設など広義的な意味でのシステムを充実させる

計画④：青少年教育：学校単位でスキーに親しむため、2020 年までに 2000 校の冬季スポーツ重点校を設置

計画⑤：スキーの指導者の育成

○中国のスキー場と日本の関わり

スキーを楽しむ人々は、北京などの大都市から、日帰りレクリエーションスキー施設を利用することが多く、宿泊・観光を伴った本格的なスキー場利用者は全スキー人口の約 3% しかいない

※本格的なリゾート施設も増加しており、日本のプリンスグループが開発・サービスを一貫して請け負っている高級スノーリゾート施設が人気

ヨーロッパは天然雪と人工雪、日本は天然雪（パウダースノー）、中国マーケットエコノミー層は人工雪
中国マーケットをいかに日本へ誘致するか
成功例)

北海道 ニセコ町 富裕層天然雪 日本の隠された資源（再生可能）

パウダースノー：さらさらとした粉状の雪であり、日本以外ではニュージーランドの一部、カナダ、フランスにしかない

○日本のスキーリゾートの現状

・欧米人の富裕層に人気のスキー場ベスト 3

1 位：ニセコ町 2 位：野沢 3 位：白馬

・中国人に人気のある日本の近隣スキー場

ガーラ湯沢スキー場 2006 年 16 万人、2016 年 30 万人に増加

琵琶湖バレイスキー場 2008 年団体客数 600 人→2014 年 16,750 人

※重要：スポーツツーリズムは主目的なのか副目的なのか

主目的：クオリティが重視される

例) 東京マラソンに応募、2019 年ラグビーワールドカップ観戦など

副目的：(主目的はツーリズムスポーツ) 簡便さ、価格が重視される

例) 観光のついでに相撲観戦など

中国人熟練スキーヤー43%は日本でのスキーを希望している

野沢温泉によるマーケティングデータによると、2016-2017 にかけて 24,250 人（前年比 25%増）平均
宿泊日数 4.37 泊 宿泊総数のべ 106,000 泊（前年比 24%増）スキー場利用客 20%（5 人に 1 人は外国人）
傾向としては 3 泊以下、5 泊以上と二分化している

日本には年間約 3,400 万人のスキー客が訪れている（2015 年）

スキーを楽しみに訪れる国 日本第 4 位

国別スキー客外国人比率 US：5.6% フランス：32% オーストラリア：66% 日本 3.0%

※成長余力があることが伺える

○札幌のレガシー

- ・IOC レガシー委員長が来日した際に、札幌のスキー場を視察し、五輪招致候補として意欲的
- ・6mの雪に覆われる 23,000 室を備えた 190 万都市
- ・都市とスキー場の距離が近い
- ・2 時間以内でパウダースノーが楽しめる

→札幌をスノーリゾートの拠点とし、交通アクセスを整えることで、北海道全体をスノーリゾート化していくことが重要であり、2026 年冬季五輪招致計画の一部となっている

- ・世界で唯一、標高 2,000m でパウダースノーが楽しめる

→中国では標高 1,000m ほどの山が大半で、斜度がゆるく平地が多い。一方、欧州では標高 3,000m までいかなければ雪が降らない（登山列車が発達）

【2020 年に向けた投資】

- ・アクセス：オーストラリア管理システムの導入
- ・中国では、スキー客の安全保護の為、中国スキー場管理規定（2017 年）

講演 2

- ・「中国のスキー市場」

講師 安 邦 氏

早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 博士後期課程

【経歴】

1989 年中国・河北省生まれ。2012 年に河南大学国際教育学部を卒業後、来日。

2017 年に早稲田大学大学院スポーツ科学研究科修士課程終了。現在、早稲田大学大学院スポーツ科学研究科博士後期課程に在籍し、プロスポーツチームや参加型スポーツイベントのブランドイメージを研究。日本政府（文部科学省）奨学金留学生。

【中国における政策的背景】

- ・2014 年 国務院より「スポーツ産業の発展の加速とスポーツ消費の促進に関する指導意見」提出
- ・2015 年 2022 年北京冬季五輪決定
- ・2016 年 「ウィンタースポーツの発展計画」、「大衆ウィンタースポーツ普及計画」、「全国ウィンタースポーツ施設の建設計画」など
- ・2016 年 12 月 国家観光局、国家体育総局が「スポーツツーリズムのさらなる発展に向けた指導意見」を提出
- ・2017 年 中国スポーツツーリズム元年

【中国におけるスポーツ産業の目標額】

- ・スポーツ産業：2020 年 51 兆円 2025 年 85 兆円

- ・スポーツツーリズム：2020 年 17 兆円
- ・ウィンタースポーツ：2020 年 10 兆円 2025 年 17 兆円

【中国スキー産業 20 年の歴史】

- ・1996 年以前は競技スポーツ（エリートスポーツ）のためのスキー産業
- ・1996 年以降はハルビン冬季アジア大会に向けて亚布力（やぶり）スキー場の建設が開始され、大衆スポーツとしてスキー産業が発展。
- ・1999 年北京の石京龍（いしきゅうりゅう）スキー場では、中国で初めての人工降雪機が導入され、スキー場の投資は東北地域から北京エリアへと移り変わる。
- ・2011 年からは松花湖（しょうかこ）スキーリゾートや長白山（ちょうはくさん）スキーリゾートのようなリゾート型のスキー場が登場。
- ・1996 年には 11 施設しかなかったスキー場が、2016 年には 646 施設に到達。2022 年北京五輪が開催されるまでには 1,000 以上のスキー場が建設されていると予測されている。

【スキー場の分類】

- ・75%のスキー場は体験型：簡易な施設、初級コースのみ、都市の近郊にある 90%の顧客は 1 回のみの体験、平均滞在時間は 2 時間
- ・ディステーション型は 3%：コース規模が大きく、宿泊施設と併設、宿泊を伴い 1 日以上滞在 ※今後発展させていきたい。

【中国スキーヤーの目的地と選択する際のポイント】

- ・目的地：近郊 45% 国内 37% 海外 18%（日本、韓国、スイスなど）
 - ・ポイント：ゲレンデに直結 50% オンライン口コミ 46% ホテルなどのサービス・施設 43% 価格 34%
- ※中国ではこれからスキーを始める人たちを最大のマーケットと考えている。

【日本のスキー産業成功のカギ】

- ・成功事例

NBA：1990 年実況中継をはじめ、1994 年より生中継、マイケル・ジョーダンや姚明の時代を経て、NBA China を設立/NBA China Games の定着

→30 年かけて投資をし、ブランドの定着をはかり、2015 年より 5 年間で 5 億ドルもの放送権料（スポンサー）獲得に成功。現在の中国においてバスケットボールは一番の人気を誇る。NBA はビジネスの成功だけではなく、社会への貢献も実現。

- ・NFL の取組

アメリカでは、近年国内市場で飽和状態の続くアメリカンフットボール（以後、アメフト）を、国外でも普及させていこうとする中で目をつけたのが、潜在力のある中国市場。昨年 NFL を引退したペイトン・マニング氏は、アメフトがまだ浸透していない中国の子供たちに対して、アメフトの楽しさを伝える活

動を行っている。

※NBA や NFL のように、自らマーケットをつくっていくビジネスモデルは、日本のスキー産業にも適用できる。スキー文化の普及活動を行うことで、日本ブランドの認知及びブランドイメージの形成（パウダースノー、温泉など）、そして、ブランディング力向上につながる。

【中国におけるソーシャルメディア】

Facebook や Twitter と同じ機能を持つ「Weibo（ウェイボー）」が主流

2015 年 10 月から 2016 年 9 月までのツーリズムにける Weibo の活用

- ・観光目的地についての投稿件数 12.5 億件（27.9%増）
- ・観光目的地についての投稿人数 9623 万人（24.8%増）
- ・観光目的地の検索回数 5.6 億回（464%増）
- ・観光目的地を検索する人数 3795 万人（1501%増）

※投稿件数 12.5 億件の 22%、投稿人数 9623 万人の 37%は海外についての投稿

講演 3

- ・「World Winter Sports (Beijing) Expo 参加報告」

講師 中山 哲郎

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 事務局長

※「World Winter Sports (Beijing) Expo」参加報告：P.28 参照

講演 4

- ・「SNOW RESORT JAPAN のブランディング」

講師 岩田 克己 氏

一般社団法人スノースポーツ&リゾート協議会 理事

【経歴】

「Mt.6」事務局長、『SNOWRESORT JAPAN』、『Resort KYOTO』の編集長。

「トップエンド」代表取締役を務める。

【一般社団法人日本スノースポーツ&リゾート協議会について】

○設立の目的

スノーにおける競技団体は多数存在するが、スノーレジャーにおける団体は存在しておらず、国・自治体・企業・関連団体など、オールジャパンで国内の活性化を図る目的で協会を設立

○設立の経緯

・2005 年、長野県と新潟県が共同運営する「信州スノーアライアンス」は、インバウンド誘致を見据えて海外の博覧会に参加し、日本のスノーリゾートの魅力を発信する活動を開始。

・2008 年、インバウンド誘致に積極的な 13 ケ所のスキー場が集い「北海道スキープロモーション協議会」を発足。翌年から「信州スノーアライアンス」と共に海外の博覧会や展示会に参加し、日本のスノーリゾートの魅力を広める活動を開始。

・2009 年、日本スキー発祥の地である新潟県上越市高田が 100 周年を迎えるにあたり、「スキー発祥 100 周年委員会」が発足。

・2010 年、東京都と共にスノースポーツの魅力を PR するキックオフイベント「東京スノーワールド」を、お台場フジテレビ前にて開催。5 万人以上の動員に成功し、その露出の調査結果は、金額換算で 5 億円を超えた。

・2011 年におきた東日本大震災により、スノー業界は一気に下降の一途を辿ると思われたが、2005 年から継続的に行ってきたインバウンド誘致活動の成果が実り、翌年には前年度来場客を上回るまでに回復。

・その後、観光庁や日本政府観光局、各地方自治体の後援と協力で積極的なプロモーションを開始し、2014 年に「Snow Resort Japan」(後述)を創刊。

・2015 年、「スキー発祥 100 周年委員会解散総会」において、「日本スノースポーツ&リゾート協議会」が設立。

・2016 年、これからの 100 年スノースポーツの更なる活性化を目指して「一般社団法人 日本スノースポーツ&リゾート協議会」を設立。

※自治体の地道な広報活動と同様、Facebook の存在は大きく、来場客が SNS 上で写真を投稿することで世界中の人々に拡散、日本のインバウンドブームの火付け役となった。

○現在までの活動内容

・平成 26 年度・28 年度：観光庁観光地域振興課の「スノーリゾート地域の活性化に向けた検討会」に参加。

・2016 年 9 月 24・25 日に東京ビックサイトで行われた世界最大級の旅の祭典・ツーリズム EXPO ジャパン 2016 で「SNOW RESORT JAPAN スクエア」を運営。

・東野圭吾原作 映画「疾風ロンド」とのタイアップ

→スノー業界が下火の際、面識のあった東野先生に相談したことがきっかけとなり、大型タイアップが実現。ロケ地は長野県の野沢スキー場。

・ウィンターシーズンを盛り上げるため、長野県と「スノーリゾート信州プロモーション委員会」は、毎年 2 月第 4 日曜日を「雪の日」と制定。ロゴマーク制作及び各種イベントへの協力。

※「スノーリゾート信州プロモーション委員会」は、県内スキー場の利用者拡大に向けた取組みを行うとともに、次の 100 年に向けスキーを中心とするスノーリゾートとしての振興策に取り組むことを目的として発足。

・自由民主党スポーツビジネス少委員会で講演。スノービジネスやスポーツツーリズムの現状報告。

・経済産業庁やスポーツ庁の依頼により、長野県のスキー場とタイアップした「プレミアムフライデー」

企画を実施（ナイター無料、リフト券の割引など）

- ・長野県の軽井沢にて、2016-17 シーズンのスキー場開きイベント「初滑りは信州！WELCOME キャンペーン in 軽井沢プリンスホテルスキー場」を開催。

→映画に出演した関ジャニ∞の大倉忠義、大島優子がサプライズ登壇、TV で全国放送もされ話題となった。

- ・スポーツ庁主催、アウトドアスポーツで訴求する地域や団体が出展するイベント「スポーツ&アウトドアツーリズムフェスタ in 昭島」にて、出展団体選定の協力。

- ・2017 年（8 月・10 月）、スポーツ庁の「スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会」にオブザーバーとして参加。

- ・2017 年 9 月、北京で開催された「WORLD WINTER SPORTS EXPO」に長野県ブース・札幌市ブースとともにオールジャパンとして参加。

- ・観光庁主体のスノーリゾート地域の活性化に向けたアクションプランの実施のための官民一体の連絡会議の構成員として参加。

→モデルプラン：北海道と青森に決定

○「Snow Resort Japan」

- ・「冬の誘客の促進」をテーマに掲げ、日本の雪・スノーリゾート・スノースポーツ&レジャーの魅力を国内外に発信することを目的にプロジェクトが発足。2017 年 1 月までに 4 号が発刊、2017 年 12 月に 5 号が発刊予定。

- ・2014-2015 年、海外でのスノーEXPO でプロモーション活動を実施。観光庁からバックアップを受け、日本政府観光局のブースなどで配布。

- ・2015-2017 年、運送費の都合上限られた海外イベントのみでの配布に転換。自治体やリゾートが単独で出展する場合は個々で持参。

- ・2016 年、自治体やリゾートが単独で海外イベントに参加するようになった状況を受け、国内でのインバウンドセミナーやイベント、各交通会社が展開する外国人インフォメーションセンター、大手スポーツ量販店などでの配布が主流となる。

- ・2017 年、平昌五輪ナショナルチームの海外キャンプや海外遠征時（ニュージーランド、フィンランドなど）に、日本のナショナルチームコーチより現地のスキーリゾート関係者に直接手渡しして PR 活動。

※2017 年 10 月より、丸々一冊ダウンロード（無料）できるようになり、世界中の多くのスノーファンに PR。

【これからの戦略】

- ・北陸新幹線の開通により、西からスノーリゾートまでの交通がスムーズなる。

→「プラチナルート構想案」：グリーンシーズン 関西エリアからスノーリゾートへ誘致。スノーシーズン スノーリゾートから関西エリアへ誘致。

- ・日本のスキーリゾートの魅力を理解し、情報発信に協力してくれるアンバサダーの配置。（SNS を使って毎日情報更新。）

- ・渋谷にスノーリゾートの情報発信基地として、カフェ「TOKYO SNOW STATION」を来年 1-3 月の

間不定期でオープン。プロスキーヤー・プロスケーターを招き、セミナー開催などを予定。

- ・ Yahoo!JAPAN と協力し、外国人向けの会員システムを構築予定。日本旅行をより充実した時間へ。
- ・ 新規メディアの構築：「SNOW RESORT JAPAN」の高評価を受け、グリーンシーズン版発行の要望多数により、「Wonderful Japan（仮称）」を来夏に発行予定。
- ・ 中国富裕層の誘致には、北海道ニセコ町やトマムのような設備の整ったリゾート地の開発が急務。
- ・ 中国人が行きたい海外のスノーリゾート地：日本は 48% と高い人気を誇る。

第6回 JSTA セミナー in 九州

日時：平成30年1月19日（金）13：30～16：10

会場：富士ゼロックス九州株式会社 2階会議室

後援：九州運輸局、福岡県、佐賀県、富士ゼロックス九州株式会社、富士ゼロックス福岡株式会社、富士ゼロックス熊本株式会社、富士ゼロックス長崎株式会社、富士ゼロックス鹿児島株式会社、富士ゼロックス山口株式会社

協力：九州スポーツツーリズム推進協議会

講演1

「スポーツツーリズムと地方創生」

講師 原田宗彦

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 会長

講演2

「スポーツツーリズム推進のこれまでとこれから」

講師 江島 宏 氏

佐賀県スポーツコミッション

ご挨拶

杉島 幸治 氏

九州スポーツツーリズム推進協議会 代表理事

※都合により議事録はありません。

第7回 JSTA セミナー

『スポーツとパークマネジメント』

日時：平成30年2月16日（金）15：00～17：00

会場：共同通信会館5階

講師1

「国立公園満喫プロジェクト-世界水準の“ナショナルパーク”をめざして-」

講師 水崎 進介氏

環境省 自然環境局 国立公園課 課長補佐

【経歴】

2006年 環境省に自然系技官として入省

東北北海道での世界自然遺産の管理、長崎県対馬での絶滅危惧種保護等の勤務を経て、2016年5月より現職。現在は、2020年までに訪日外国人国立公園利用者数を1000万人に倍増させる国立公園満喫プロジェクト等を担当。

【国立公園の制度の概要】

①日本全国に34の国立公園がある

- | | | | | |
|-------------|------------|------------|-----------|------------|
| 1. 利尻礼文サロベツ | 2. 知床 | 3. 阿寒摩周 | 4. 釧路湿原 | 5. 大雪山 |
| 6. 支笏洞爺 | 7. 十和田八幡平 | 8. 三陸復興 | 9. 磐梯朝日 | 10. 日光 |
| 11. 尾瀬 | 12. 上信越高原 | 13. 秩父多摩甲斐 | 14. 小笠原 | 15. 富士箱根伊豆 |
| 16. 中部山岳 | 17. 妙高戸隠連山 | 18. 白山 | 19. 南アルプス | 20. 伊勢志摩 |
| 21. 吉野熊野 | 22. 山陰海岸 | 23. 瀬戸内海 | 24. 大山隠岐 | 25. 足摺宇和海 |
| 26. 西海 | 27. 雲仙天草 | 28. 阿蘇くじゅう | 29. 霧島錦江湾 | 30. 屋久島 |
| 31. やんばる | 32. 慶良間諸島 | 33. 西表石垣 | 34. 奄美群島 | |

知床の流水から西表のサンゴ礁まで多様性に富んだ地域を保護している。

その中には、野焼きをしながら維持されている二次的な自然環境の草原（阿蘇くじゅう）、漁業が盛んな里海（三陸復興）、竹富島のように人が住んでいる集落の景観（西表石垣）、神社仏閣（戸隠神社・妙高戸隠連山）など幅広い地域や環境をカバーしている。

②国立公園の保護と利用の考え方

経済成長やリゾート法などの開発と戦ってきた歴史があり、国立公園は規制ばかりのイメージがあるかもしれないが、国立公園の法目的はもともと保護と利用は同等の扱いとしている。優れた自然の風景地は国民の宝であり、地域振興にとっても重要。多くの利用者あってこそその国立公園である。自然環境の保護を通じて国立公園の価値を維持することが不可欠。

③国立公園の指定状況（平成 29 年 8 月 8 日現在）

●国立公園（国指定、国管轄）

公園数：34／面積（陸域）219 万 ha／国土面積に対する割合 5.8%

●国定公園（国指定、都道府県管轄）

公園数：56／面積（陸域）141 万 ha／国土面積に対する割合 3.7%

●都道府県立自然公園（都道府県指定・管轄）

公園数：311／面積（陸域）197 万 ha／国土面積に対する割合 5.2%

◎合計：公園数：401／面積（陸域）557 万 ha／国土面積に対する割合 14.7%

④世界の国立公園 地域制と営造物型

ヨセミテやイエローストーンのようなアメリカの国立公園を想起する方も多いと思うが、アメリカの場合は、国立公園の土地はすべて政府が持っている。一方、国土が狭く、私有地が入り組む日本は、土地所有の有無に関わらず区域を定めて国立公園に指定している。

	地域制自然公園	営造物型自然公園
採用国	日本、イギリス、イタリア、韓国等	アメリカ、カナダ、オーストラリア、スイス等
特徴	<u>土地所有の有無にかかわらず、公園管理者が区域を定めて指定し、公用制限を実施</u>	<u>土地の権原を公園管理者が所有し、公園専用用地として利用</u>
メリット	公園指定に当たって、土地を取得する必要がなく、 <u>広大な地域の保全が可能</u>	土地は公園専用用地であり <u>厳正な自然保護が可能</u> 利用規制もしやすい
デメリット	<u>土地所有者の私権や地域社会への配慮が必要</u> <u>厳正な自然保護は困難</u>	<u>古くより稠密な土地利用、土地所有がなされてきた地域では、公園の設定は困難</u>
管理体制	<u>複層的な地域管理</u> 管理体制は国によって様々	<u>一つの機関（政府機関等）が財産として直営管理</u>

日本の国立公園の土地所有は、国有地が 60%、公有地 13%、民有地が 26%。国有地の大半は国有林で林野庁が管理している。環境所の所管地は集団施設地区の一部など、国有地のうち約 0.6%。知床のように、90%以上が国有地のところもあれば、伊勢志摩のようにほとんどが民有地の国立公園と様々。

⑤公園計画

国立公園に指定された場合、公園計画を作成する。保護と利用のための計画があり、保護の場合、富士山頂や尾瀬ヶ原のように特別な自然がある特別保護地区が一番規制が厳しく、規制の緩い普通地区ま

で5段階に分かれている。たとえば、特別保護地区や第1種特別地域は、公共的意味合いが強くなければ、工作物は作れない。普通地域であれば、大きな工作物を作るときなどに事前に届け出が必要。

利用のための計画は、山小屋や登山道、湖畔のホテルなど公園を楽しむために必要な施設の計画に位置づけされると、特別保護地区でも山小屋などを建てることができる。

【トレイルランニングの扱い】

ここ5-6年、トレイルランニングが増えている。特に大会という形で一度に沢山の方が登山道を走られる際、登山道の踏み外しなどで植生が荒れたり、ほかの公園利用者の安全・快適な利用の妨げが懸念される。

環境省では平成27年に「国立公園内におけるトレイルランニング大会等の取扱い等について」として、環境省が対応する際の指針として、考え方をまとめ周知している。

【国立公園内におけるトレイルランニング大会等の取扱い等について】概要】

① コース設定の基本的考え方

特別保護地区、第1種特別地域とそれに準ずる自然環境を持つ場所は、原則回避。

このような高山帯は一度植物が荒らされると元に戻らないため。

部分的にどうしても通過する場合においては、走行禁止区間にするなど、植生等への踏み出しや土壌侵食の防止措置が講じられている、自然環境への影響が発生しないと考えられる場合は地域の状況に応じて判断している。

② コース設定の配慮

歩道の複線化や拡幅が懸念される場所は、コースを外させない等の措置を講じること。

規制が緩い地域においても、湿原や湿潤環境、高山植物群落など脆弱な環境、洗堀が進んでいるような保全上重要な場所、崩落や落石の恐れがあるガレ場や傾斜地で狭隘な路線は、コース設定しないように求めている。

③ 大会開催の際の配慮

他の利用者（登山者等）が多い路線や混雑期を回避すること。事前に開催日時やコースなどを他の利用者へ十分に周知すること。主催者、参加者、応援者が遵守すべきルールを主催者が設定し、公園利用の安全性や快適性を確保すること。

そのほか、専門家等から意見聴取し、野生動植物への影響回避に努めること。歩道管理者、土地所有者、関係地元自治体等と十分な事前調整を行うことをお願いしている。

④ モニタリングの実施

自然環境等への影響に係るモニタリングを主催者が実施すること。万一、環境の改変等が確認された場合は、主催者により原状回復を行うことについて、平成27年にとりまとめられたが、どのようなモニタリングを実施すべきか声が上がったので、平成29年3月にモニタリングの手引きを策定した。

⑤ モニタリングの手引き

1. 大会前

- ・利用や保全状況の関係者へのヒアリング
- ・コースの踏査、モニタリング地点選定、写真撮影、幅員・傾斜角度や路面土壌高度の計測など。

- ・モニタリング計画書を大会ホームページなどに掲載する

2. 大会当日

- ・モニタリング地点における状況観察、登山者や一般利用者へのヒアリング

3. 大会後

- ・事後の環境影響として、写真撮影やモニタリング計測、ゴミ等の確認
- ・レポートの作成と関係者への報告、大会ホームページへのレポート掲載

モニタリング地点を選ぶ際は、環境省以外にも、歩道や土地管理者などにも意見をもらうようお願いしている。

トレイルランニングについては、国立公園の利用の一形態と考えており、大会を機に国立公園の魅力を知ってもらえると嬉しい。一方、影響が出る面もあるので気を付けて利用して頂きたい。

【国立公園満喫プロジェクト】

訪日外国人を中心に国立公園に沢山来ていただき、利用して頂くためのプロジェクト。

政府として「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、10 個の政策の中の一つに環境省「国立公園満喫プロジェクト」が入っている。政府として、訪日外国人旅行者数を 2015 年 2,000 万人から 2020 年 4,000 万人へ倍増させる目標としている。国立公園の訪日外国人利用者数は、2015 年 490 万人で約 1/4 程度。2020 年に 1,000 万人の外国人に来てもらうことが数値目標となっている。

昭和 6 年帝国議会における国立公園法提案理由の中で「外客誘致に資する所ありと認」としており、外貨獲得の目的が過去からあった。

プロジェクトでは、基本的考え方として、「最大の魅力は自然そのもの」をコンセプトに非日常な体験を世界の人々へ提供。最高の自然環境をツーリズムに開放し、高品質・高付加価値のインバウンド市場を創造することを目標としている。最終的には、環境保護→観光資源の維持強化→ツーリズム→地域の発展と好循環を促進していきたい。

国立公園では、これまで一部のガイドツアーやエコツーリズムの取組はあったが、このプロジェクトを機に観光業界との距離が近くなり、観光庁との連携も深めている。

●これまでの主な流れ

34 公園の中から 8 公園（阿寒摩周・十和田八幡平・日光・伊勢志摩・大山隠岐・阿蘇くじゅう・霧島錦江湾・慶良間諸島）を選定し集中的に取り組み。自治体や国の出先機関、ホテル、交通機関、新聞社などの民間事業者を含めた地域協議会を立ち上げ、ステップアッププログラムを策定。

●民間活用によるサービスの向上

① 上質なホテルの誘致

地域への経済効果として、富裕者層の取り込みも重要。8 公園の宿泊単価で、5 万円以上の施設は 14 施設で全体の 0.5%。一方、単価 1 万円以下の施設が各公園の 60~90%を占めている状況。今年度 3 カ所の国立公園で民間ホテル事業者など専門家同行による調査を実施。民間の動きではあるが日光国立公園にリッツカールトンが進出予定。

② キャンプ場の改革（阿寒摩周）

環境省直轄で整備しているキャンプ場もあるが、修学旅行向け（個々のキャンプサイトが密集していて先生からすると児童を管理しやすい）など昔ながらで時代に合っていない。昨今人気のグランピング（グラマラスキャンピング=豪華なキャンプ）の導入手法を大手キャンプ用品メーカーとの連携を視野に検討中。

③ 公共施設の民間開放 カフェの設置

伊勢志摩では、国が整備する展望台に民間のカフェを導入。公募により民間事業者を選定。また、環境省所管地の使用許可期間 3 年を 10 年に延長する。

大山隠岐には、官民連携のツアーデスクを設置。

④ コンテンツの磨き上げ ファムトリップの実施

地方自治体や観光協会、アクティビティ事業者等からなるワーキンググループを設置し、ルートの選定を検討。訪日外国人目線で、インバウンド向けの旅行事業者や海外メディア担当者によるファムトリップを実施し、各コンテンツやストーリーをブラッシュアップ中。

例 1：湧水を飲む体験は世界でも珍しい・・・ボトリング工場があれば源流を見た後に工場見学をしてストーリーのある体験を商品化に活用できないか。

例 2：アジアや欧米の年配の観光客はその地域の歴史背景や意味を調べてから来るケースが多々ある。日光東照宮だけで終わらせず、男体山が持つ意味など（世界遺産二荒山神社のご神体）を丁寧に説明すれば、奥日光への誘導や周辺エリアの回遊につながる。文化庁との連携を開始。

⑤ 景観改善

大山隠岐では、地元自治体が内閣府の交付金を活用し、廃屋を撤去してカフェや物販を行う「山の駅」を整備予定。日光では、無電柱化を実施。

⑥ 利用者負担による保全仕組みづくり

大山隠岐・三瓶山：草原景観維持作業のため、自然生長した樹木を伐採。そのための費用を伐採した木材を薪として販売。また、地元飲食店の「さんべバーガー」の売り上げの一部も寄付として活用。地域で経済循環が生まれ、補助金が不要に。

慶良間諸島：日本の国立公園は民有地にもまたがっており、入園料を徴収することが難しいが、入島税として船賃に上乗せする形で平成 30 年度の導入に向けて準備中。

⑦ 国立公園の管理体制強化

管理事務所の設置、職員の増員や民間からの企画官登用など、体制を強化している

⑧ プロモーション

SNS（インスタグラム・Facebook）の開設、活用。英語の記述や 360 度カメラで撮影した動画等の投稿。

オフィシャルパートナー締結企業 34 社による取組。（旅行造成販売、フリーペーパーでの特集など）日本旅行業協会等と連携を強化し、ツーリズム EXPO で海外バイヤーへの発信や商談等を実施。

【質疑応答】

① 地域協議会、自然保護団体を配慮した上での活動はしているのか。

→これまでも活動してきているので、引き続きやっていく。例えば、阿寒湖のまりもは、天然記念物のため地元の教育委員会も絡んでいるが、ガイド費用の一部を保全活動費に活用するなどして、生育環境の整備に使用している。ホテルも新たに森を開くのではなく、自然に配慮して廃業した施設やキャンプ場などを活用することを検討している。

② キャンプ場のアクセス、季節的な閉鎖、オートキャンプとの関わりは考えているか

→オートキャンプ場を特化してということは今のところ進んではない。

③アメリカの国立公園は民有地を買収して、柵をつくり利用料を徴収するが、日本は異なる。ナショナルパークサービスというサービスがある。日本は管理と保存の印象があり、ようやく前に進んだ感がある。パークレンジャーにインタープリテーションやガイドをしてもらうなどサービス機能など、制度化についての方向性はどのようにお考えか。

→レンジャーとしてアメリカのようにやりたいという思いはある。これまで、自然観察イベントなどは行ったことがあるが、アメリカに比べるとかなり小規模。現実には、許認可の仕事で手一杯で登山道の巡視もままならない部分がある。公園の活用を強化していくのは課題である。満喫プロジェクトに伴う体制強化で利用促進の企画官を新設できたので、そこは大きなポイントかと思う。

アメリカのようにパークレンジャーそのものが案内を行うのは難しいが、地元ガイドを一元化して、ビジターセンターで紹介できるようにするくらいはやっていきたい。ガイドの予約までは旅行業の許可が必要になるので、旅行業を持っていないと紹介までしかできないが、課題をクリアしながら進めていきたい。

④民間の旅行会社とパークレンジャー（管理事務所）が手を組んで商品を開発する方向性は考えられるか

→オフィシャルパートナーの旅行会社で国立公園という切り口で旅行商品を作る際、パンフレットなどにレンジャーの視点を盛り込むことなどの連携を提案されており、ぜひ協力していきたい。

⑤外国人が現地にアクセスするための誘導サインについて、英語表記の取組をしているか

→環境省が直接予算を持っているわけではないので、交通機関や道路標識については国交省や観光庁が事業や補助金を持っている。地域協議会メンバーの国交省出先の整備局や運輸局、JRなどと連携してやっていきたい。

⑥外国人が現地にどうやって行くか、電車やバス会社と組んでプロモーションする予定はあるか

→二次交通は、国立公園のような奥地は非常にネックとなる問題。

観光庁の補助金もあり、一部で夕日の時間帯にバスを増便するなどやってはいるが、補助金が切れると終わってしまう面もあるので、知恵をひねりながらやっていきたい。費用面ではないが、プロモーション用に国立公園の風景写真などを活用してもらう部分では協力ができる。

⑦Wi-Fi がつながるようになればもっと外国人観光客が来やすくなるのではないかな。

→環境省直営のビジターセンターは今回を機に Wi-Fi を導入した。観光庁や総務省の交付金を使いながら地元の負担もあるが、進めていきたいところだが、そもそも山間部で光ファイバーが通っていないなど、通信速度が遅く難しい側面もある。

講師 2

「大阪市における公園施設を活用したスポーツイベント等の取り組み」

講師 西島 由美氏

大阪市役所 経済戦略局 スポーツ部 スポーツ事業担当課長

【経歴】

1968 年生まれ。和歌山県和歌山市出身。1991 年大阪府庁入庁。国際交流や行政改革等の業務に携わる。2017 年より大阪市経済戦略局スポーツ部で各種スポーツイベントを担当。

【大阪城公園パークマネジメント事業】

① 大阪城公園 PMO 事業（PMO＝Park Management Organization）

平成 24 年から大阪都市魅力創造戦略を策定し、大阪城は重点エリアの一つとなった。民間事業者の柔軟かつ優れたアイデアや活力を導入して、世界的な観光拠点に相応しいサービスの提供や新たな魅力の創出を図るため、平成 27 年 4 月より民間主体の事業者が公園を一体管理する PMO 事業を導入。一般的に公の施設の指定管理期間は 5 年程度だが、投資や回収に必要な期間を考慮して事業期間 20 年としている。

既存の指定管理者制度を活用しているが、従来の施設管理運営だけではなく、魅力アップのため新たな施設の整備、未利用施設の活用をしてもらう。

<例>

大阪迎賓館（有料公園内）：1995 年 APEC 開催地。現在ウエディング会場に活用。

旧大阪市立博物館：博物館閉館後未利用。レストランに活用。

JR 大阪城公園駅前エリア：新規施設オープン。飲食店、物販、ランナー施設。

② 成果

大阪城天守閣入場者数 約 184 万人（平成 26 年度）→約 256 万人（平成 28 年度）

収益面も指定管理代行料不要で納付金が発生するため、おおむね年間 2 億円程度の効果が上がっている。

PMO 事業化など、新たな取組を見てもらい、さらに民間からの新しい提案につながる効果を期待している。

【大阪城トライアスロン大会】※以前は舞洲（人工島）付近で実施されていた。

大会概要

1：平成 29 年 6 月 25 日（日）大阪城公園で初開催

2：スイムコースは大阪城の東外濠を使用（他とつながっていない濠）

3：参加定員 850 名（エントリー数 1,714 名）

雨天だったが観客数 65,000 人（舞洲時代は 1 万人前後だった）

4：スポーツ文化ツーリズムアワード「チャレンジ部門」受賞

→国際トライアスロン連合のアジアカップとして認定されているが、2020 年のワールドカップ化を目指し、世界中からの出場者と観客を見込み、海外発信に繋げていきたい。

【大阪市の主な都市公園】

① マーケットサウンディングの実施：花博記念公園 鶴見緑地（鶴見区）

1990 年国際花と緑の博覧会開催地 施設全体が老朽化で供用を休止している施設もある。これまで公募は、役所が考え決めた内容で募集していたが、マーケットサウンディング（民間との意見交換・対話）方式にすることで、民間事業者による新しい発想や活用法を踏まえて再生魅力向上計画を取りまとめる。

② 一部エリアの独立採算型運営・近隣施設と連携した公園活用：天王寺公園（天王寺区）

エントランスエリア魅力向上事業 指定管理者制度ではなく、都市公園法に基づく設置／管理許可を活用し、民間事業者のエントランスエリアのリニューアル整備と平成 27 年 10 月から 20 年間の運営管理を独立採算で行ってもらう。収益は、テナント賃料（飲食・物販施設）、広告収入、主催有料イベントなど

・ハルカススカイラン

日本一の高さを誇るあべのハルカスで階段垂直マラソンを実施。2017 年大会より Vertical World Circuit 本戦へ昇格。60 階展望台（1610 段・標高 300m）を男性トップ選手は 8 分台で駆け上がる。参加人数 1,177 人、総来場者 180,324 人。

大会はビル内で完結するが、天王寺公園の「てんしば」エリアを大会本部や受付、救護所等で活用し、同時に音楽イベントや、日本陸上連盟と連携したこどもかけっこ教室などを実施。

③ 中心街の交通利便性を活かした大規模大会誘致：靱（うつぼ）公園（西区）

本町エリア、ビジネスエリアの中心。小さな公園だがテニスセンターがある。

全天候型ハードコート。5,000 人収容のセンターコート、500 人収容のサブコートを含む全 16 面。

平成 8 年から「大阪市長杯世界スーパージュニアテニス選手権大会」を毎年開催。ジュニアのウィンブルドンなど世界四大大会と同レベルの世界ジュニアサーキットグレード A の大会。錦織選手もジュニア時代に出場していた。デビスカップ（国別対抗） ワールドグループ プレーオフ大会や全日本テニス選手権も開催。

④ 交通利便性の高い大規模スポーツ施設：長居公園（東住吉区）

JR と地下鉄の最寄駅から徒歩数分の好立地の公園内に、ヤンマースタジアム長居（長居陸上競技場）、ヤンマーフィールド長居（長居第二陸上競技場）、キンチョウスタジアム（長居球技場）などが隣接。

・ヤンマースタジアム長居…2002FIFA ワールドカップ（決勝トーナメントを含む 3 試合）、2007 年

世界陸上競技選手権大阪大会、2017 年日本陸上競技選手権大会などを開催。

昨年の日本陸上競技選手権大会の際には、競技大会来場者以外の日頃から公園を訪れる方々にも楽しんでもらえるよう、スタジアムの外でかけっこ教室やトークショーなどのイベントを同時開催。約 2 万人来場。

・キンチョウスタジアム…J リーグセレッソ大阪本拠地。リオデジャネイロオリンピック女子サッカー・アジア最終予選（日本戦の全 5 試合）を開催。

収容人数 30,000 人、ラグビーなどほかの球技にも対応できる球技専用スタジアムに改修のため募金事業を実施中。

→国際的な試合を多く開催することで、世界に「大阪市」を発信できる。

【大阪マラソン】

大阪府・大阪市・大阪陸上競技協会が主催。2011 年より開催の国内最大級の都市型市民マラソン。

2017 年大会は、参加定員 32,000 人（総エントリー数 130,417 人・内、海外エントリー13,962 人＝台湾・香港・タイの順）沿道応援人数 1,300 千人、ボランティア 1 万人。

地元商店街が協力して走りながら食べられる「まいどエイド」などのおもてなし。

ランナーにとってより魅力的な大会になるよう、フィニッシュエリアを市中心地にするなど、コース変更を検討中。

【舞洲プロジェクト】

2008 年大阪市がオリンピック招致の際にメイン会場として想定していた。その横の夢洲が 2025 年万博誘致のエリア。

B リーグ：大阪エヴェッサの本拠地アリーナ

プロ野球：オリックスバファローズの 2 軍施設

J リーグ：セレッソ大阪のクラブハウス・練習場

と 3 つのプロスポーツ拠点が集まる。

その他、テニスコート、障がい者スポーツセンターもある。市の中心地から車で 20 分程度。USJ も近く、宿泊施設も充実している。

大阪エヴェッサ（ホームアリーナ）の府民共済 SUPER アリーナは、もともと公の施設として指定管理者を指定していたが、普通財産化し、定期建物賃貸借契約で 10 年間貸付をし、民間運営している。

舞洲を本拠地とするプロスポーツチームと連携をしてスポーツ振興事業（＝舞洲プロジェクト）を実施。イベント（子供向け教室）や人材育成（ワークショップ）等を行っている。今後、プロスポーツチームの技術指導や観戦ツアーなど、旅行会社による商品化を予定している。

【課題】

・首都圏からの大会開催移行

2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けた施設改修により、従来首都圏で開催されている大会を大阪市で開催したいと、大小さまざまな大会から依頼や問合せが寄せられている。市にとって

追い風ではあるが、開催時期や日程の重複もある上、従来利用者との調整が難しい状況。規模や内容によって、大阪市のスポーツ振興の観点から選定をさせて頂いている。

・財政問題と誘致、設備改修

財政状況が厳しく、自治体が多額の税を投入して大会誘致するのは困難である。むしろ、競技団体からやりたいと言っただけのような環境を整えることが大事。

大阪市は、交通利便性が良いエリアに大規模施設があり、人口も多く、関西一円からのアクセスが便利という利点がある。また、市としては行政機関手続きのサポートや人的支援、広報面の協力（市営地下鉄の中吊りや市の教育委員会を通じて市内小中学校の全児童にチラシを配布）でバックアップをしている。一方で、施設老朽化の対応、雨天時の対策（屋根がない施設）、映像ビジョン等、施設改修要望もある。どの設備から改修するべきか、優先順位をつけて実施していく必要がある。

【大阪市スポーツ振興計画】目標：スポーツ実施率 65%

スポーツが心の豊かさを稼ぐまち 大阪 ～いっしょにするで！！ みんなでスポーツ～

<方針 1>スポーツによる健康増進 ～身体活動量を稼ぐ～

<方針 2>スポーツによる都市魅力の向上 ～スポーツ参画人口を稼ぐ～

<方針 3>スポーツによる地域・経済活性化 ～ソーシャル・キャピタルを稼ぐ・スポーツ産業で稼ぐ～

【質疑応答】

①ワールドマスタースゲームズ 2021 について、今日は触れられていませんでしたが、閉会式会場となっていますが、5 万人規模の募集をしており、最後どのような閉会式をするか関心が高いが。

→今回は、公園施設の活用を中心に発表したため触れていなかったが、大阪市では競技が開催されないため関西各地の競技会場から直接帰られると、大阪市に来ていただけない可能性が出てくる。閉会式に参加して頂ける工夫を検討中。

②舞洲アリーナは、自治体が持っている施設を普通財産にする事例は少ないが、経緯や狙いは？他に手法を広げていくうえで、ハードルや障害はあるかどうか。

→直接の担当ではないので、当時の詳しい経緯は不明だが、おそらくエヴェッサの本拠地として使用したいという意向があり、検討に入ったのではないだろうか。普通財産化すること自体、かなり特例ではある。

大阪府では指定管理者制度を担当していたが、スポーツ施設に限らず、公の施設は公的な必要性があり作られている。時代の流れで、ニーズが変化し、廃止や売却する可能性もあるが、どの施設でも適用できるものではない。舞洲アリーナについては、普通財産化して賃借するにあたり、市民使用可能という条件を付けている。ただし、公の施設として直接運営しているのとは異なり、B リーグの試合が優先されるなど、以前と同じようには使えない側面もあり、それぞれの施設状況に合わせて活用していく必要がある。

③スポーツ実施率 65%を掲げているが、イベント業をしている中で、女性の参加率を上げることが重要と考えている。ターゲットはどのように考えておられるか？

→スポーツ実施率の調査をしている中で、高齢の方の実施率が高く、20－30代の女性が低い。年に5回ほどウォーキング大会を実施しているが、参加者は高齢者が多い。プロポーザルで公募の際にも、女性層へどうアプローチするかを評価の一つとしている部分もある。

スポーツとすると、ハードルが高く感じるので、一駅歩く、日頃階段を使用するというものも、運動の一つとして実施率向上につなげていきたい。

④大阪はイノベーションの宝庫でパークマネジメントの好事例である。舞洲は市民のニーズがない施設だったが、Bリーグチームというコンテンツホルダーに貸したため2億円稼いで黒字化となった事例だが、現行の指定管理者制度に潜む問題点はどうお考えか。

→指定管理者制度の期間について、民間事業者が投資・回収するためには、長期間に設定する必要があるが、そういう形で収益を上げることができるのは、立地など集客力の面で条件が限られている。

事業者からは、指定管理期間が5年間だと短く回収しづらいため投資ができないという意見も多いが、一方で、10年・20年の指定管理委託料を一度で決めてしまうのはリスクがあるので、指定管理期間は長期にしてほしいが、委託料は途中で見直してほしいという声もある。役所側とすれば、委託料が確定しない状態で長期の指定管理期間を設定することになるので、途中で見直しすることは困難。

また、指定管理者制度では、指定管理者が自主事業を実施することが可能だが、その範囲は明確に示されていないため、各自治体の裁量による。そのため、実施可能と判断して進めても監査等で問題があるのではないかと指摘される場合もあり、難しいところがある。

