



一般社団法人
日本スポーツツーリズム
推進機構

目次



1. 事業一覧	2
2. SportAccord Convention 2015	7
3. SPORTEC 2015	15
4. 第28回全国健康福祉祭やまぐち大会 ねんりんピックおいでませ！山口 2015	18
5. 第4回スポーツツーリズム・カンファレンス	19
6. 第4回スポーツツーリズム・コンベンション (スポーツツーリズム・コンベンション 2016 in 岐阜)	23
7. 業界検定スタートアップ支援事業	35
8. JSTAセミナー	50

1 | 事業一覧



月	日	活動	場所
4	17	第1回 JSTA セミナー テーマ:インバウンド・ツーリズム 「日本へ呼び込め！外国人観光客へスポーツをどうインバウンド戦略に活かすか？～」(株式会社やまところ 代表取締役 村山慶輔氏) 「世界の国際スキーリゾート・ニセコエリアの最新事例報告～急激に増加する国際リゾート地の課題～」(株式会社スポーツビジネス研究所 代表取締役 今野一彦氏)	共同通信会館 会議室 AB
	19-24	Sport Accord Convention2015(原田会長、中山事務局長)	ロシア ソチ
5	15	第1回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 AB
	15	第2回 JSTA セミナー テーマ:メガスポーツイベントを地域でどう活かすか？ 「2020年東京オリンピック・パラリンピックの現状 ～スポーツ業界及びその他進捗状況～」(上治理事) 「2020年東京五輪 一文化プログラムによる地域活力の創出を」 ニッセイ基礎研究所 研究理事 吉本光宏氏	共同通信会館 会議室 AB
	20	第14回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
	22	パネルディスカッション:前橋スポーツコミッション設立記念公開シンポジウム(原田会長)	群馬県前橋市
	25	講演:静岡県東部地域スポーツ産業振興協議会企画運営部会(中山事務局長)	静岡県三島市
6	3	全日本軟式野球連盟(中山事務局長)	JSTA 事務局
	10	日本工学院(中山事務局長)	東京都八王子市
	10	新潟県政策セミナー(事務局宮本)	千代田放送会館
	19	第17回理事会	AP 浜松町
	19	第4回定時社員総会	AP 浜松町
	19	第3回 JSTA セミナー 「2015年の観光行政とスポーツツーリズム」(観光庁 観光地域振興部観光地域振興課 地域競争力強化支援室長 伊藤嘉規氏) 「ラグビーワールドカップ 2019の準備状況」(公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会 事業部長 伊達亮氏) 「2021 関西ワールドマスターズゲームズにむけて」(森岡理事)	AP 浜松町

7	6	講演:平成27年度第1回まちづくりセミナー(原田会長)	鹿児島市役所
	21	第15回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
	21	講演:横浜インバウンド観光人材塾「訪日観光のツーリズム形態～スポーツツーリズムの現状と今後の展開～」(中山事務局長)	横浜商工会議所
	28-30	JSTA セミナー in SPORTEC 2015 【D-1】障害者が安心して旅とスポーツを楽しむことのできる環境づくり 「「できる」を創意工夫する～障害者スポーツの機器開発に携わって～」(パシフィックサプライ株式会社代表取締役 川村慶氏、特定非営利活動法人日本トラベルヘルパー協会理事長/株式会社 SPI あ・える倶楽部 代表取締役 篠塚恭一氏) 【D-3】プレゼンテーション「スポーツコミッション」出展SC (さいたまスポーツコミッション、沖縄観光コンベンションビューロー、新潟市文化・スポーツコミッション、第8回札幌アジア冬季競技大会組織委員会) 【D-4】スポーツツーリズム・ハンドブック出版記念セミナー1 「スポーツツーリズムの今」(順天堂大学 工藤康宏氏) 「スポーツツーリズムに必要なマーケティングの発想」(早稲田大学 松岡宏高氏) 【D-5】スポーツツーリズム・ハンドブック出版記念セミナー2 「スポーツツーリストがどのように行き先を決めているか」(同志社大学 二宮浩彰氏) 「“大成功”と評価されるスポーツイベントづくり～説明責任に応えられる6つのフェーズとは?～」(東京富士大学 岡星竜美氏) 【D-6】スポーツツーリズム・ハンドブック出版記念セミナー3 「スポーツツアーのマネジメント」(青木理事) 「地域活性化とスポーツツーリズム」(高橋理事) 【D-7】第5回スポーツツーリズム全国連絡協議会 【D-8】「2020年に向けた動向」(内閣官房 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会推進室長代理、内閣審議官 芦立訓氏、日本政府観光局(JNTO) インバウンド戦略部次長誘致戦略担当 広瀬正彦氏) 【D-9】「Jリーグがホームタウンと取り組む地域活性化」(Jリーグ常務理事 中西大介氏、コンサドーレ札幌 GM 執行役員/一般社団法人コンサドーレ北海道スポーツクラブ 代表理事 三上大勝氏、湘南ベルマーレ 代表取締役会長 眞壁潔氏、松本山雅FC 代表取締役会長 大月弘士氏、ファジアーノ岡山 代表取締役 木村正明氏、コーディネーター:原田会長)	東京ビッグサイト
8	7	静岡朝日テレビ(中山事務局長)	JSTA 事務局

8	10	『スポーツツーリズム・ハンドブック』発刊	
	11	第1回「業界検定スタートアップ支援事業」業界検定開発委員会	共同通信会館 会議室 B
	11	第2回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 C
	11	株式会社ニューコムジャパン(中山事務局長)	JSTA 事務局
	22	講演:2015 年度 JTБ 旅ホ連インバウンド委員会「スポーツツーリズム推進による地域活性化・観光振興」(中山事務局長)	札幌プリンスホテル
	24	講演:茨城県ホストシティ・タウン構想等市町村担当者説明会「メガスポーツイベントの事前キャンプ誘致の取組について」(中山事務局長)	茨城県市町村会館
9	28	第5回 JSTA セミナー テーマ:新しいスポーツコンテンツの広がり 「国際スポーツフェスティバル コーポレートゲームズの魅力とは」(一般社団法人スポーツフォーライフジャパン 代表理事 手嶋雅夫氏) 「開催可能な国際スポーツイベントの数々:IOC アジェンダ 2020 による変化」(スポーツアコード元理事/国際ワールドゲームズ理事/世界フライングディスク連盟理事/上智大学教授 師岡文男氏)	共同通信会館 会議室 AB
	3	講演:スポーツ健康産業団体連合会第15回シンポジウム「スポーツにおける地域振興のねらい<世界と日本の姿>」(高橋理事)	弘済会館
	17	港区役所スポーツ振興課(中山事務局長)	JSTA 事務局
	24	第1回業界検定評価委員会	スクワール麹町「芙蓉」
	25	第6回 JSTA セミナー テーマ:新しい公共とスポーツツーリズム 「新しい公共とスポーツツーリズム」(国土交通省 都市局長 栗田卓也氏) 「スポーツツーリズムと民泊」(株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博氏)	共同通信会館 会議室 AB
	25	ツーリズム EXPO ジャパン「スポーツツーリズムセミナー」 JSTA 紹介(中山事務局長) 「佐賀県スポーツコミッションの取組について」(佐賀県文化・スポーツ部スポーツ課スポーツコミッション担当 副主査 松永勉氏) 「スノーリゾートの活性化に向けて」(日本スノースポーツ活性化協議会設立準備委員会・野沢温泉 河野博明氏・坂倉海彦氏)	東京ビッグサイト
	25	第3回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 A
	28	第16回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
10	30	アドバイザー派遣:みえのスポーツ地域づくり推進事業、現地視察及び意見交換会(一般社団法人ウィズスポ 中島祥元様、事務局宮本)	三重県多気郡大台町
	10-15	Smart Cities & Sport SUMMIT 2015 視察(原田会長、中山事務局長)	ロンドン、ローザンヌ
	17-19	「第28回全国健康福祉祭やまぐち大会 ねんりんピックおいでませ! 山口 2015」	山口きらら博記念公園

10	23	いわき市役所交流推進課(中山事務局長)	JSTA 事務局
	26	第 4 回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 C
	30	第 6 回スポーツツーリズム全国連絡協議会	日本財団ビル
	30	第 18 回理事会	共同通信会館 会議室 A
	30	第 4 回スポーツツーリズム・カンファレンス	日本財団ビル
11	6	『スポーツツーリズム・ハンドブック』出版記念フォーラム@京都～スポーツツーリズムの「現在」と「これから」～	学芸出版社
	17	アドバイザー派遣:みえのスポーツ地域づくり推進事業、現地視察及び意見交換会(一般社団法人ウィズスポ 中島祥元様、事務局宮本)	三重県多気郡多気町
	20	第 7 回 JSTA セミナー in 福岡 テーマ:スポーツツーリズムと地域活性 「ラグビーワールドカップ 2019&オリンピック・パラリンピック 2020 の合宿誘致につながる最新の状況」(中山事務局長) 「スポーツ・フォー・トゥモロウの概要と交流事業の認定について」(スポーツ・フォー・トゥモロウ・コンソーシアム事務局 河原工氏) 「参加型スポーツイベントにおけるリサーチ・チームの役割」(京都マラソンマネジメント・リサーチ・チーム 代表 龍谷大学経営学部スポーツサイエンスコース教授 松永敬子氏)	JR 博多シティ会議室
	25	第 2 回「業界検定スタートアップ支援事業」業界検定開発委員会	共同通信会館 会議室 A
12	11	第 17 回常任理事会	共同通信会館 会議室 AB
	11	第 5 回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 AB
	11	第 8 回 JSTA セミナー テーマ:『RWC2019 日本大会開催に向けて 「ラグビーワールドカップ 2015 イングランド大会を振り返る」(倉田セミナー委員) 「開催都市・札幌の取組」(札幌市 観光文化局スポーツ部企画事業課長 石川義浩氏)	共同通信会館 会議室 AB
	18	講演:平成 27 年度長崎県スポーツツーリズム研修会「地域の魅力を活かすスポーツツーリズムの推進について」(中山事務局長) パネルディスカッション:「スポーツコミッション等によるスポーツツーリズムの推進について」(コーディネーター:中山事務局長)	長崎県歴史文化博物館ホール
1	28-30	第 4 回スポーツツーリズム・コンベンション in 岐阜	岐阜県高山市
2	3	第 18 回常任理事会	共同通信会館 会議室 C

2	13	パネルディスカッション:「瀬戸内海の観光を考える」観光振興フォーラム(コーディネーター:原田会長)	松山市立正岡子規記念博物館
	15	講演:「2020 年東京オリンピックに向けた試合・合宿誘致」(中山事務局長)	郡山商工会議所
	16	講演:第 44 回国際ホテル・レストラン・ショー「スポーツツーリズム!が宿泊飲食業界へもたらすもの」(中山事務局長)	東京ビッグサイト
	19	第 6 回セミナー委員会	共同通信会館 会議室 A
	19	第 9 回 JSTA セミナー	共同通信会館 会議室 AB
	25	講演:「地域の資源を活用したスポーツ大会・合宿誘致」(中山事務局長)	福島県相馬市
	26	講演:「高地トレーニング合宿誘致の成功事例と成功の秘訣」(中山事務局長)	福島県西白河郡西郷村
3	4	講演:「南会津の資源を活用したスポーツツーリズムの可能性」(中山事務局長)	福島県南会津郡伊南村
	5	パネルディスカッション: 静岡マラソン・台北マラソン友好提携記念フォーラム「スポーツツーリズムの推進と地域活性化策」(コーディネーター:原田会長)	静岡県静岡市
	11	第 19 回常任理事会	共同通信会館 会議室 C
	18	第 19 回理事会	共同通信会館 会議室 AB
	18	第 10 回 JSTA セミナー	共同通信会館 会議室 AB
	23	北海道上川総合振興局環境生活課(中山事務局長)	JSTA 事務局
	24	講演:ビジネス・インキュベーション・セミナー「ラグビーワールドカップ 2019 オリンピック・パラリンピック 2020 の合宿誘致につながる最新の状況」(中山事務局長)	大阪大学中之島センター

2 | SportAccord Convention 2015



○日 時： 平成27年4月19日(日)～24日(金)

○場 所： ソチ(ロシア)

○共同出展： 札幌市観光文化局スポーツ部／2017アジア冬季競技大会組織委員会
新潟市文化・スポーツコミッション
さいたまスポーツコミッション
日本政府観光局【JNTO】



SportAccord Convention2015報告

2015年4月19日～24日 ソチ(ロシア)

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構
事務局 中山 哲郎

2015年6月19日



★スポーツアコードとは？



旧称:GAISF(国際競技団体総連合)

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

※メンバー

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

★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



2014年ロゴ

※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)

..... ソチ(ロシア)にて継続開催決定



2015年ロゴ

★スポーツアコードコンベンション2015の参加目的



JSTA代表としての参加～2012年ケベック以来4回目参加

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

日本スポーツ振興センター(JSC)とJSTAとの共同ブース出展

・JSTA会員である札幌市観光文化局スポーツ部/2017アジア冬季競技大会組織委員会・新潟市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に加えて、日本政府観光局【JNTO】の参加を得て4コマ規模の出展を行った。

JSC関連組織として、TIAS(Tsukuba International Academy of Sport)、Sport For Tomorrow 事務局、JADA(日本アンダーヒップ機構)が参加

CITY FORUM パネリストとしての参加

- ・Future Sport, Future City SessionでJSTA原田会長 登壇



スポーツアコード マリウス・L・ビゼール会長によるスポーツ改革再提案



2015年5月21日スポーツアコードHP/facebook掲載記事

(訳:国際合気道連盟事務総長 井沢敬、加筆:スポーツアコード前理事 師岡文男)

ビゼール会長はスポーツ改革に関連して20項目の議題を提案します。それら項目に賛成されますでしょうか? ご意見をお聞かせください。

1. オリンピックであげられる収益配分モデルを現状のレベルから25%に引き上げること。
 - a. この金額の5%を直接に国内競技連盟(NF)に支払うこと。
2. 慎重に設定された基準に基づき、年金のような形で機能するアスリートサポート基金の設立。
3. オリンピック参加スリートに対するプライズマネーの創設。
4. 明確な規定、基準、原則を次の分野に対して
 - a. IOC加盟に関するもの
 - b. IOCシステム
 - c. オリンピックプログラムに対するスポーツやそれに準じたものの選択及び追加に関するもの
 - d. 国際競技連盟(IF)に関する公認プロセス
5. スポーツ仲裁裁判所の完全なる独立。
6. オリンピックテレビチャンネルが50%国際競技連盟(IF)によって所有されること。
7. オリンピックプログラムに加盟していないその他スポーツへの差別廃止。
8. IOCが主催する全てのスポーツ発展プログラムや機会へのオリンピックスポーツの縫合。
9. スポーツチームにおける努力や重複を避けるための関係者の明確な役割分担及び責任。
10. 競技に参加するアスリート所属の国内競技連盟(NF)の会長に対する(出席を可能にする)認証及びチケット取得権利。
11. オリンピック開催都市において、オリンピック開催前後にオリンピックスポーツ連盟がデモをできる機会を持たせる。

スポーツアコード マリウス・L・ビゼール会長によるスポーツ改革再提案

2015年5月21日スポーツアコードHP/facebook掲載記事

(訳: 国際合気道連盟事務総長 井沢敬、加筆: スポーツアコード前理事 師岡文男)



12. 差別なく、オリンピック参加競技連盟(IF)代表のIOCメンバーシップを認めること
13. オリンピックに際して国際競技連盟(IF)の会長が自らの団体のアスリートへメダルを与えるための権利。
14. オリンピックムーブメントへスポーツ省等をより参加させること。つまりこの省は国内、国外でのスポーツ競技における重要な財政支援者であることから。
15. 招致しようとする都市がオリンピックやノンオリンピック競技連盟(IF)に対してプレゼンができるようにする。そうして、投票権があるメンバーが招致している都市を訪問するに際しての倫理的な規定を設定する。
16. IOC委員投票プロセスが公平で、(権益者の)意見をきちんと代弁できて、同等でること
17. 外部コンサルタントの給与や契約が透明性を持つものであること
18. オリンピックの蚊帳の外のマルチスポーツイベントに対する認知及び機会のための奨励ならびにフルサポートを全てのスポーツのために行う。
(スポーツアコードが行う)競技大会の発展のために補完的な援助を行う。
19. IOCとスポーツアコードの協力プロジェクトならびに責任の所在を明確に示すこと。
20. 上記すべての書店についての公的な実施要項。

スポーツアコードコンベンション 規模



	2013サンクトペテルブルク	2014ベレク/アンタルヤ	2015ソチ
参加エントリー数	2,354	1,636(初参加者:410)	未発表
参加者国籍数	58	78	未発表
参加組織数	912	未発表	1000+
ブース出展数	92	85	85
参加国際スポーツ団体	107	未発表	92
参加都市	115	未発表	未発表
メディアエントリー数	360	未発表	400+
その他、話題	・2020年オリンピック・パラリンピック立候補都市プレゼンテーション ・夏季オリンピック実施競技の絞り込み ①レスリング ②野球・ソフトボール ③スカッシュ	・2016リオオリンピック競技会場準備の遅れ対策 ・開催地への波及効果【PwC調査】 経済効果:US\$3.85M (内参加者直接消費:US\$2.25M 間接消費:US\$1.59M)	・ビゼール会長のIOC批判 ・27IFがスポーツアコードとの契約一時停止 ・スポーツアコード・コンベンションのソチ継続開催決定



<コンベンション終了後の展開>
ビゼール会長の退任・2016以降開催都市の再考
暫定チェアマン・新会長の選出

SportAccord Convention2015 Conference Programme

LAWACCORD 21.April	
Session 1-09:30-10:45 How to Choose a Lawyer	国際競技団体(IF)は様々な法律問題に直面しており、組織内に弁護士を抱えたり、法務部門を設置しているIFもある。・マーケティング課題から内部マネジメント問題・知的財産・税金・訴訟・規制等の課題が見られる。こういった法的課題に対する助言のセッション。
Session 2-11:00-12:00 Legal Issues for and with National Federations	IFとNFとの関係に生じる法的課題 【商標及び知的財産】 ・スポンサー及び主催者としてのNFの新しい立場 ・ステークホルダーとの交渉 【規制】 ・大規模NFと小規模NFとのバランス調整 ・プロセスと構造の公平性の確保ー大規模NFが小規模NFより優位に立つことはない事を担保するか、スポーツのより広範囲にわたる普及の観点を担保する。 【IF内の法務・政務】 ・訴訟社会がスポーツ界にも影響している ・NFとの法的課題を如何に回避するか ー伝統的交渉 ーIF内での裁判外紛争処理？ ースポーツ仲裁裁判所 ・経過、透明性、法的解釈の精査 ー投票と選挙 ー法的アプローチと実質的アプローチのバランス調整ーリスクは？ ー法律の条文と法律の趣旨
13:30-17:30 LawAccord International Conference	

SportAccord Convention2015 Conference Programme

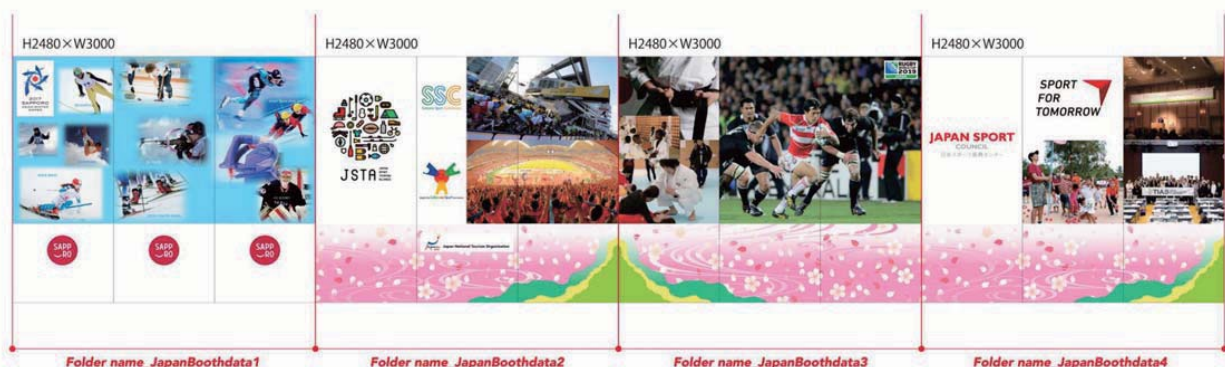


LAWACCORD 22.April	
09:00-12:30 LawAccord International Conference Legal challenges of modern sport	ワークショップ/会議/パネeldisカッション
13:30-17:30 LawAccord International Conference Legal challenges of modern sport	ワークショップ/会議/パネeldisカッション

W3000×H3000×2



JAPANブースデザイン



SportAccord Convention2015 Conference Programme

CITY FORUM- SPORT'S LEGACY TO CITIES 21.April	
13:35-14:00 KEYNOTE ADDRESS: The Olympic Legacy	SPEAKER: Anatoly Pakhomov, ソチ市長
14:00-15:00 PANEL SESSION: The Legacy Requirement	MODERATOR: David Eades, ジャーナリスト・BBC Worldアンカー SPEAKERS: Daniel Cordey, グローバルイベントサプライヤー協会 理事長 Simon Farborough, イドモントン市 マネージャー Tony Nagamaiah, マレーシアメジャーイベント GM Risto Nieminen, フィンランドオリンピック委員会 会長
15:15-15:45 WVENT WATCH: Events to fit any city- an IF perspective	SPEAKER: Peter Hall, 国際水泳連盟マーケティング & TV部門 責任者
15:45-16:45 PANEL SESSION: Future Sports for Future Cities 	MODERATOR: David J J. Bond, ミルタウン パートナース デイレクター SPEAKERS: Dr. Munehiko Harada 日本スポーツツーリズム推進機構 会長 Professor Andy Miah: Salford大学 科学的コミュニケーション&未来メディア 主宰 Anita Palm: ゴールドコースト2018英連邦大会組織委員会 競技部門代表
16:45-17:45 CASE STUDY: The Ceremony Conundrum	SEPAKER: Antonio Abete, フィルムマスター イベント CEO
17:15-17:30 Focus on Kazan	SPEAKER: Azat R. Kadyrov, ANO スポーツプロジェクト 理事会 事務局長

SportAccord Convention2015 Conference Programme

LEGACY-DAY 1 22. April	
08:00-09:30 PANEL DISCUSSION: Professional Sports' Development in Russia	
10:45-11:00 KEYNOTE PLENARY INTRODUCTORY ADDRESS: The L'Word	SPEAKER: Hazem Galal, PwC 地方自治体セクター グローバルリーダー
11:00-12:00 PLENARY PANEL SESSION: What's in a word? The truth about Legacy	MODERATOR: Hazem Galal, PwC 地方自治体セクター グローバルリーダー SPEAKERS: Dmitry Chernyshenko, コンチネタルホッケーリーグ ガスプロメディアホールディング役員会 会長 Mark Egan, ワールドラグビー競技力向上担当 代表 Dr. Arne Feddersen, 南デンマーク大学環境 & ビジネス経済学部MSO教授 Dr. Bridget McConnell, グラスゴーライフ事務総長 Patrick Nally, West Nally Ltd CEO, 国際ポーカージョーゲーム協会 会長
13:30-14:00 THE ATHLETE BRAND AND THE ROLE MODEL REVOLUTION	SPEAKER: Thomas van Schaik, アディダス グローバルブランドディレクター
14:15-15:15 PANEL DISCUSSION: High Road or Low Road-What it takes for motor sport to thrive in a fast-changing landscape	MODERATOR: David Eades, ジャーナリスト&BBC World アンカー SPEAKERS: Raffaele Chiulli, UIM & ARISF 会長 Andrew Craig, The Crig Company 社長 Sergey Vorobyev, ソチF1グランプリプロモーター、ソチサーキット代表 Oliver Weingarten, フォーミュラEチーム協会専務理事、OW

SportAccord Convention2015 Conference Programme

LEGACY-DAY 2 23. April	
10:00-10:30 The Sporting Future Today- How technology is changing the game plan	SPEAKER: Professor Andy Miah, Salford大学 科学的コミュニケーション&未来メディア 主宰
10:45-12:00 PANEL DISCUSSION: When inequality IS the legacy	MODERATOR: Charmaine Crooks C.M. オリンピアン、 NGUコンサルタント 社長 SPEAKERS: Kate Caithness OBE, 国際カーリング協会 会長 Hon Molly Rhone OJ, 国際ネットボール連盟 会長 Paul Smith, Repucom CEO&創立者
13:30-14:30 PANEL DISCUSSION: Managing your reputation Before your reputation becomes your legacy	MODERATOR: David Eades, , ジャーナリスト&BBC World アンカー SPEAKERS: David Bond, 前BBCスポーツ編集ディレクター Scott Bowers, The Jockey Clubコミュニケーション部門代表 Dr. Emily Ryall, Gloucestershire大学 哲学専攻講師
14:30-15:00 THE RUSSIAN INTERNATIONAL OLYMIC UNIVERSITY fulfilling the legacy of the Sochi 2014 Winter Games	SPEAKER: Lev Belousov, ロシア国際オリンピック大学

3 | SPORTEC 2015



○日 時:平成27年7月28日(火)～30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 社: スポーツイベント EXPO

日本旅行

ヒト・コミュニケーションズ

JTB

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

沖縄観光コンベンションビューロー、

新潟文化・スポーツコミッション

第8回札幌アジア冬季競技大会組織委員会、

日本スポーツマネジメント学会

日本ゴルフツーリズム推進協会、

オーシャンズマーケティング

○セミナー:

【D-1】「障がい者が安心して旅とスポーツを楽しむことのできる環境づくり」

「『できる』を創意工夫する～障害者スポーツの機器開発に携わって～」

パシフィックサプライ株式会社代表取締役 川村慶氏

「障害者が安心して旅とスポーツを楽しむことのできる環境づくり」

特定非営利活動法人日本トラベルヘルパー協会理事長/株式会社 SPI あ・える倶楽部

代表取締役 篠塚恭一氏

【D-3】プレゼンテーション「スポーツコミッション」出展SC

さいたまスポーツコミッション

沖縄観光コンベンションビューロー

新潟市文化・スポーツコミッション

第8回札幌アジア冬季競技大会組織委員会

【D-4】「スポーツツーリズム・ハンドブック出版記念セミナー1

「スポーツツーリズムの今」(順天堂大学 工藤康宏氏)

「スポーツツーリズムに必要なマーケティングの発想」(早稲田大学 松岡宏高氏)

【D-5】スポーツツーリズム・ハンドブック出版記念セミナー2

「スポーツツーリストがどのように行き先を決めているか」(同志社大学 二宮浩彰氏)

「“大成功”と評価されるスポーツイベントづくり～説明責任に応えられる6つのフェーズとは?～」(東京富士大学 岡星竜美氏)

【D-6】スポーツツーリズム・ハンドブック出版記念セミナー3

「スポーツツアーのマネジメント」(青木理事)

「地域活性化とスポーツツーリズム」(高橋理事)

【D-7】第5回スポーツツーリズム全国連絡協議会

【D-8】「2020年に向けた動向」

内閣官房 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会推進室長代理、内閣審議官 芦立訓氏

日本政府観光局(JNTO) インバウンド戦略部次長誘致戦略担当 広瀬正彦氏

【D-9】「Jリーグがホームタウンと取り組む地域活性化」

Jリーグ常務理事 中西大介氏

コンサドーレ札幌 GM 執行役員

一般社団法人コンサドーレ北海道スポーツクラブ 代表理事 三上大勝氏

湘南ベルマーレ 代表取締役会長 眞壁潔氏

松本山雅FC 代表取締役会長 大月弘士氏

ファジアーノ岡山 代表取締役 木村正明氏

コーディネーター:原田宗彦 JSTA 会長

○来 場 者:41,536名(3日間・SPORTEC2015 全体)

○出 展 者:449社(SPORTEC2015 全体)





4

第28回全国健康福祉祭やまぐち大会 ねんりんピックおいでませ！山口2015



JSTA

- 日 時:平成27年10月17日(土)～19日(月)
- 場 所:山口きらら博記念公園
- 主 催:厚生労働省・山口県・一般財団法人長寿社会開発センター
- 来 場 者:延べ50万人(観客含む。本大会全体)



5 | 第4回スポーツツーリズム・カンファレンス



- 日 時:平成27年10月30日(金)13時30分～18時30分
- 場 所:日本財団ビル2階
- 主 催:一般社団法人スポーツツーリズム推進機構、公益社団法人笹川スポーツ財団
- 特別協賛:日本財団
- 参加人数:250名(会員、一般すべて含む)





第4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 13:30～14:45 大会議室

開会挨拶 原田 宗彦 (JSTA 会長・早稲田大学スポーツ科学学術院)

来賓ご挨拶 高橋 道和 様 (スポーツ庁 次長)



司会：王 理恵さん
(野菜ソムリエ/
アスリートフードマイスター3級)

基調講演 「～これからのさいたま市～ スポーツで日本一笑顔あふれるまち」
清水 勇人 氏 (さいたま市長／さいたまスポーツコミッション 会長)

昭和37年埼玉県生まれ。日本大学法学部卒。松下政経塾卒業(7期生)衆議院議員秘書を経て平成15年・19年、南6区(さいたま市見沼区)より県議連続トップ当選。平成21年5月さいたま市長初当選、現在2期目。平成25年第8回マニフェスト大賞「最優秀マニフェスト賞」受賞
さいたまスポーツコミッション会長、日本サッカーを応援する自治体連盟会長、共栄大学客員教授

基調講演 「観光行政とスポーツツーリズム」
大岡 秀哉 氏 (観光庁 観光資源課 ニューツーリズム推進官)

平成8年運輸省入省。国土交通省(港湾局、国土計画局)、外務省国際協力局、国際協力事業団、内閣府沖縄総合事務局、苫小牧港管理組合等に勤務。現在、観光庁観光資源課ニューツーリズム推進官にて、観光資源の掘り起こし、磨き上げ等に取り組む。

第二部 分科会①→ 15:00～ 16:00 分科会②→ 16:15～ 17:15

大会議室

分科会①「スポーツ施設経営」

＜講演＞ 「新スタジアムが拓く地域・クラブの未来」



野呂 輝久 氏 (株式会社ガンバ大阪 代表取締役社長)

昭和29年三重県生まれ。名古屋大学卒業後松下電器産業株式会社(現パナソニック株式会社)入社。秘書課長、企業システム営業本部法人営業部長、広報部部長、パナソニックシステムソリューションズ首都圏本部部長、同社常務などを歴任後、平成24年株式会社ガンバ大阪顧問スタジアム建設本部部長就任。平成24年同社取締役副社長、平成25年1月から現職。

＜講演＞ 「スポーツ施設への民間活力導入について」



桂田 隆行 氏 (株式会社日本政策投資銀行 地域企画部)

1999年日本開発銀行(現(株)日本政策投資銀行)入行。エネルギー部、産業・技術部、北海道支店などで化学業、ホテル・旅館業、観光業等の企業への融資業務に従事。2011年より地域企画部に在籍し、地域再生計画や総合特区エリアでの企業向け融資支援業務等を担当した後、現在は大規模スポーツ施設整備についての資金調達に関する調査研究を行っている。2013年早稲田大学大学院スポーツ科学研究科社会人修士課程修了。

分科会②「メガスポーツイベントとまちづくり～2019RWC釜石・横浜～」

＜パネリスト＞



増田 久士 氏 (釜石市総務企画部ラグビーワールドカップ推進室 室長補佐)

1963年愛媛県生まれ。1992年、東京大学文学部卒業。(在学中、ラグビー部に所属)1995年より、関東ラグビーフットボール協会に所属。2006年、筑波大学修士課程を卒業。同年、釜石シーウェイブスRFC事務局長に就任。2014年に釜石市教育委員会事務局スポーツ推進課ラグビーワールドカップ誘致推進室に着任し、2015年4月より、釜石市総務企画部ラグビーワールドカップ推進室室長補佐を務める。



増保 輝則 氏 (RWC2019アンバサダー／ラグビー元日本代表)

1972年東京都生まれ。1994年、早稲田大学人間科学部卒業。(在学中、ラグビー部に所属、4年時に副将)1994年より神戸製鋼コベルコスティーラーズに在籍し、選手、主将、監督として活躍。日本選手権で3度の優勝を経験する。日本代表としては1991年、1995年、1999年のワールドカップに出場し、2000年度には代表主将も務めた。2013年よりラグビーワールドカップ2019アンバサダーを務める。

＜コーディネーター＞



山羽 教文 氏 (株式会社FIELD OF DREAMS代表取締役)

1971年兵庫県生まれ。1995年早稲田大学教育学部卒業。(在学中、ラグビー部に所属、4年時に主将)同年、三井物産株式会社入社。2000年に同社を退社し渡米。2003年オハイオ大学大学院スポーツ経営学修士課程を修了。同年株式会社FIELD OF DREAMSを設立、代表に就任(現在まで)。JOCキャリアアカデミープロジェクトメンバー、(公財)日本健康スポーツ連盟理事などを歴任。

会議室①

分科会①「自然活用ツーリズムと環境共生 ～山を活用したツーリズム、トレイルツーリズムの事例を元に～」 会議室①

<パネリスト>



千葉 達雄 氏 (伊豆トレイルジャーニー総合プロデューサー)

1975年静岡県生まれ。中京大学卒。観光協会やスポーツマネジメント会社を経て2012年、伊豆における新しい旅行コンテンツの創造のため、「伊豆トレイルジャーニー」を立ち上げる。2013年静岡県伊豆市内に株式会社ソトエを設立し代表取締役プロデューサーに就任。2015年よりウルトラトレイル・マウントフジ (UTMF) 実行委員会事務局長。日本トレイルランナーズ協会理事。



奥村 圭輔 氏 (株式会社山と溪谷社 イベント事業部長)

1965年東京都生まれ。明治大学卒。国内外の登山専門の旅行会社、ランニングの専門出版社を経て、現在登山、自然の専門出版社の山と溪谷社勤務。ふたつの出版社では、編集の仕事は担当せずに、ランニング、自転車、登山、トレイルランニングのイベント、webに関する事業を担当。国や地方の行政機関とのイベント事業経験が長い。

<コーディネーター>



但野 秀信 氏 (日本スポーツボランティアネットワーク 事務局)

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

分科会②「ランニングイベントのこれから」

<パネリスト>



古賀 浩之 氏 (スポーツニッポン新聞社 事業本部 本部次長)

90年代からマラソンイベントに従事し、かすみがうらマラソンや山中湖ロードレースなど、スポニチが主催、後援する年間で20大会以上のマラソン大会をすべて統括するマラソンプロデューサー。03年に自ら発案、開催した「スポニチマラソンサミット」は14年に「マラソンサミット in ジャパン」として全国規模に拡大して開催。業界内での幅広いネットワークを軸に全国のマラソン大会の更なる発展や地域振興、社会貢献をテーマに活動している。



高見澤 秋 氏 (株式会社フォトクリエイティブ 事業本部 営業一部 スポーツ写真事業 マネージャー)

同社はスポーツ写真サービス「All Sports Community」を運営。東京マラソン、大阪マラソンをはじめ全国各地で開催されるマラソン大会の撮影を手掛ける。年間撮影大会は国内外合わせ年間約600大会に上り、大会の思い出をカタチに残せるサービスとして多くのマラソン大会で導入されている。自身もランナーとして各地のマラソン大会に参加、ご当地ランで様々な出会いを重ねる事を楽しんでいる。

<コーディネーター>



大塚 真一郎 (JSTA・JOC 理事、日本トライアスロン連合専務理事)

東京都出身。1984年からトライアスロン競技の日本及びアジアでの普及に尽力。また、競技会運営、放映権管理、スポンサーシップ、選手マネージメント、ボランティア対応などのすべての業務を競技団体で対応するシステムを確立し、多くの国際大会や世界選手権を日本に誘致してきた。トライアスロン競技のオリンピック競技種目決定 (1994) にも尽力。ほかに、JOC スポーツ環境専門部会長・広報専門部会副会長、国際トライアスロン連合 (ITU) 理事

ネットワーキングセッション 17:30～ 18:30 1階ロビー

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

ブース展示

<出展企業> 一般社団法人ウィズスポ 第3回 スポーツイベントEXPO
合宿の郷 妙高

※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。

JSTA編集の初のスポーツツーリズムの教科書
「スポーツツーリズム・ハンドブック」を1階ロビーで割引販売中です！

6

第4回スポーツツーリズム・コンベンション (スポーツツーリズム・コンベンション 2016 in 岐阜)



- 日 時:平成27年1月28日～30日
- 場 所:ひだホテルプラザ (〒506-0009 岐阜県高山市花岡町 2-60)
- 主 催:岐阜県／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:のべ218名(会員、一般すべて含む)

<受付・開会式>





<基調講演①「イングランドから日本へ ラグビーワールドカップ 2019 をいかに迎えるか」>
 (徳増 浩司 氏 (公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会事務局長))



<基調講演②「飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアでの成果」>
 (岐阜県 清流の国推進部地域スポーツ課地域スポーツ推進監 狩野 靖)



<基調講演②「飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアでの成果」>

長野県スキー連盟副会長／野沢温泉観光協会副会長 河野 博明 氏

株式会社マックアース代表取締役 CEO 一ノ本 達己 氏

コーディネーター：原田宗彦（JSTA 会長）



<「全国のスポーツコミッション先進事例」>

さいたまスポーツコミッション 副参与 矢作 光広 氏

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー 企画部企画課 課長 玉城 扇 氏

清流の国ぎふスポーツコミッション事務局 狩野 靖

コーディネーター：JSTA セミナー委員/JTB 山下 真輝



<「障害者スポーツとまちづくり」>

嬉野市市民福祉部 文化・スポーツ振興課スポーツ振興G主任 中島 隆二 氏

鴨川市教育委員会 スポーツ振興課 課長補佐 鈴木 克己 氏

国際ユニバーサルデザイン協議会専務理事・名古屋学芸大学大学院メディア造形研究所教授 川原 啓嗣 氏

コーディネーター：吉永 憲 (JSTA 監事/共同ピーアール)



<「参加型スポーツの新潮流」>

一般財団法人ジャパングビング 代表理事 佐藤 大吾 氏

一般社団法人東北風土マラソン&フェスティバル 代表理事 竹川 隆司 氏

コーディネーター：青木 淑浩（JSTA 理事／近畿日本ツーリスト）



<「トップスポーツクラブを活用したまちづくり」>

新潟市文化・スポーツコミッション 課長補佐 古田 賢 氏

F C岐阜 広報課長 林 幹広 氏

コーディネーター：高橋義雄（JSTA 理事／筑波大学）



<「地域資源を活かしたスポーツツーリズム」>

日本ゴルフツーリズム推進協会 副会長・理事 小島 伸浩 氏（津カントリークラブ取締役副社長）

NPO 法人神岡・町づくりネットワーク レールマウンテンバイク事務局 田口 由加子 氏

コーディネーター：大塚 眞一郎（JSTA 理事／日本トライアスロン連合専務理事）



スポーツツーリズム・コンベンション 2016 **in** 岐阜



参加費
無料

※懇親会費・ファミトリップは
参加費が別途必要です。

日時 **2016年1月28日(木)～30日(土)**

場所 **ひだホテルプラザ**
(岐阜県高山市花岡町2-60)

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：岐阜県／一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）
後援：観光庁 スポーツ庁ほか
定員：250人（先着順）

基調講演
1



徳増 浩司氏
(公財)ラグビーワールドカップ2019
組織委員会・事務局長

基調講演
2

狩野 靖
岐阜県 清流の国推進部
地域スポーツ課地域スポーツ推進監



スポーツツーリズム・コンベンション2016 in 岐阜 プログラム

1月28日 木

	メイン会場	ロビーその他
13:00 ~	受 付	
13:30 ~ 14:00	開会式 ・主催者あいさつ 宗宮 康浩 (岐阜県 清流の国推進部長) 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) ・来賓あいさつ等	ブース展示
14:00 ~ 15:00	基調講演①「イングランドから日本へ ラグビーワールドカップ 2019 をいかに迎えるか」 徳増 浩司氏 (公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会・事務局長)	
15:00 ~ 15:45	基調講演②「飛騨御嶽高原高地トレーニングエリアでの成果」 狩野 靖 (岐阜県 清流の国推進部地域スポーツ課地域スポーツ推進監)	
16:00 ~ 17:15	パネルディスカッション「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」 河野 博明氏 (長野県スキー連盟副会長／野沢温泉観光協会副会長) 一ノ本 達己氏 (株式会社マックアース代表取締役 CEO) コーディネーター：原田 宗彦 (JSTA 会長／早稲田大学スポーツ科学学術院)	
17:30 ~	懇親会 (祭の間) ※別途参加費が必要です。(参加費：5,000 円)	

1月29日 金

月29日金	メイン会場 (吉祥の間)	第二会場 (祭の間)	ロビーその他
9:30 ~ 10:30	【1-1】 パネルディスカッション「全国のスポーツコミッション先進事例」 矢作 光広氏 (さいたまスポーツコミッション 副参与) 玉城 扇氏 (一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー 企画部企画課 課長) 狩野 靖 (清流の国ぎふスポーツコミッション事務局) コーディネーター：山下 真輝 (JSTA セミナー委員/JTB)		
10:40 ~ 11:40	【2-1】 パネルディスカッション 「障害者スポーツとまちづくり」 中島 隆二氏 (郷野市民福祉部 文化・スポーツ振興課スポーツ振興G主任) 鈴木 克己氏 (鴨川市教育委員会 スポーツ振興課 課長補佐) 川原 啓嗣氏 (国際ユニバーサルデザイン協議会専務理事・名古屋学芸大学大学院メディア造形研究所教授) コーディネーター：吉永 憲 (JSTA 監事/共同ピーアール)	【2-2】 パネルディスカッション 「参加型スポーツの新潮流」 佐藤 大吾氏 (一般財団法人ジャパンギビング 代表理事) 竹川 隆司氏 (一般社団法人東北風土マラソン&フェスティバル 代表理事) 青木 淑浩 (JSTA 理事/近畿日本ツーリスト)	ブース展示
11:50 ~ 12:50	【3-1】 パネルディスカッション 「トップスポーツクラブを活用したまちづくり」 古田 賢氏 (新潟市文化・スポーツコミッション 課長補佐) 林 幹広氏 (FC岐阜 広報課長) コーディネーター：高橋義雄 (JSTA 理事/筑波大学)	【3-2】 パネルディスカッション 「地域資源を活かしたスポーツツーリズム」 小島 伸浩氏 (日本ゴルフツーリズム推進協会 副会長・理事/津カントリークラブ取締役副社長) 田口 由加子氏 (NPO 法人神岡・町づくりネットワーク レールマウンテンバイク事務局) コーディネーター：大塚 眞一郎 (JSTA 理事/日本トリアスロン連合専務理事)	
閉 会			

1月30日 土

9:00 ~ 15:00	ファミトリップ (自由参加・参加費 2,000 円) 以下の 2 コースからお選びください。 高山コース：雪とふれあう 飛騨高山のウインターレジャー体験コース 高山駅～道の駅ひだ朝日村 (スポーツ雪合戦体験) ～モンデウス飛騨位山スノーパーク (雪上クルージング体験) ～臥龍の郷 (入浴／雪見露天風呂・食事) ～ 15 時高山駅解散予定 白川郷コース：雪の白川郷を体感 世界遺産と雪山散策コース 高山駅～白川郷散策～トヨタ白川郷自然学校 (スノーシュー体験／一面の銀世界をガイドが案内) ～白川郷の湯 (入浴／雪見露天風呂・食事) ～ 15 時高山駅解散予定 留意事項：●両コースとも動きやすく、暖かい服装でご参加ください。(雪上クルージングやスノーシュー体験の際は、各自防寒対策をお願いします。) ●雪上クルージングは、手袋とネックウォーマーの貸出が可能です。(無料) ただし、参加者多数の場合、全員に貸し出すことができない場合があります。 ●スノーシュー体験は、長靴の無料貸出があります。●参加希望者が少ない場合、中止となることがありますが、ご了承ください。
--------------	---

※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。※1 日のみ、一部のみのご参加も可能です。



ACCESS

ひだホテルプラザ

〒506-0009 岐阜県高山市花岡町 2 丁目 60 番地
TEL. 0577-33-4600 FAX. 0577-33-4602

- 鉄道／JR 高山本線 高山駅から徒歩 5 分。
- バス／高山駅 高山濃飛バスセンターから徒歩 5 分
- 車／中部縦貫自動車道 高山西 IC より 15 分または高山 IC より 10 分

お問い合わせ

一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構 事務局

TEL: 03-6441-2045
E-mail: info@sporttourism.or.jp
※平日 10 時～18 時

申込方法

JSTA ウェブサイトからお申し込みください
www.sporttourism.or.jp



岐阜県知事

田口



一般社団法人

日本スポーツツーリズム推進機構
(JSTA)

平泉は（一社）日本スポーツツッパリズム推進機構（JSTPA）の活動をご理解、ご協力を賜り、心から感謝申し上げます。

2016 年、ブラジリオデオデジャネイロでオリンピック・パラリンピックが開催され、その後は、世界中の注目が日本・東京に集まることになりました。また、昨年は「ラグビーワールドカップ 2015 イングランド大会」での日本代表チームの大活躍により、ラグビーに高い関心があり、「ラグビーワールドカップ 2019」への盛り上がりも大いに期待できます。そして、2021 年には「関西ワールドマスターズゲームズ 2021」が開催されます。こうした連続して開催されるメジャースポーツイベントが間近に迫りつつあり、スポーツツッパリズムによる地域活性化への期待も今後ますます高まってくるものと思われます。

本コンベンションは、過去東京・大阪・沖縄でJSTAが開催してきた「スポーティーズ・コンベンション」の第4回大会として位置づけられ、岐阜県とともに開催させていただく運びとなりました。岐阜県では、豊か自然と歴史が織りなす数々の観光地に加えて、「飛騨御嶽高原」「飛騨朝日ヶ丘」や多くのスキーリゾートなど、多様なスポーツコンジョンを抱えています。これらが、今回のコンベンションの開催をきっかけとして、全国に発信され、岐阜におけるスポーツ・ツーリズムの飛躍的な発展のきっかけとなることを願っています。県外からも多くのの方の参加者が見込まれていますが、会場での交流や出会いが、スポーツ・ツーリズムのネットワーク構築を促進し、今後のさらなる発展に結びつくことを心から期待しております。

ようこそ清流の国ぎふにお越しくださいました。心から歓迎申し上げます。また、日本は「スポーツツリズム・コンベンション」に「ご参加頂き感謝申し上げます。」と、一般社団法人日本スポーツツリズム・コンベンションが毎年開催しているスポーツツリズム・コンベンションを、岐阜県にて盛大に開催できますことを大変うれしく思います。

岐阜県では、県民の皆様が、年齢、性別、障がいの有無に関わらず「する」「観る」「繋がる」などの様々な活動を通して、岐阜県に誇りを持ち、絆や一体感のある地域振興が実現することを目的として、スポーツによる地域振興「岐阜県づくり」を進めています。特に、スポーツによる世界陸上競技大会の開催に際しては、スポーツ大会や大会の誘致に力を入れており、その一環として、岐阜県代表やアメリカ代表をはじめ世界陸上競技大会の開催を誘致し、11月には、ギリシアオリンピック委員会、フランス陸上競技連盟と2020年東京オリンピック・パラリンピックにおける事前合宿実施に向けて協定を結んだこととなります。

岐阜県内では、高橋尚子杯ぎふ清流・フラマンゾンや飛騨山奥山麓トラマランなど各地の特色を活かした参加型スポーツ大会が開催されているほか、アルプスなどの山々や長良川などの清流をはじめ大自然を活用した登山や、スキー、ボートなどのレジャーが人気となっています。また、ススキ、ポードなどのジヤガーが人気となっている。また、飛騨高山や白川郷、長良川郷間、関が原戦場などの観光地や、お祭りと温泉などの観光資源も有しており、スポーツによる観光の更なる可能性を秘めています。こうした豊富な自然資源を生かして活用し、スポーツによる地域活性化を図るためにも、このたびの「スポーツツーリズム・コンベンション2016 in 岐阜」の開催は今後の活動の弾みとなる大変意義のあるものであり、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構にたいして感謝申し上げます。

ご参加いただきました皆様には、本コンベンションを通じて、清流の国ぎふの魅力を十分に体感していただき、それぞれ、活動の発展のきっかけとしていただけることを期待しております。

終わりに、本コンベンションが岐阜県内をはじめ、全国のスポーツツーリズムの推進に寄与することを祈念し、歓迎の挨拶とさせていただきます。

プログラム

1月28日(木)

時間	開会式	基調講演①「イングランドから日本へ ラグビーワールドカップ2019 をいかに迎えるか」	基調講演②「飛脚師越前高田トレーニンギアでの成果」	15:00 ～ 15:45	パネルディスカッション「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	16:00 ～ 17:15	懇親会
13:30 ～ 14:00	開会式	基調講演①「イングランドから日本へ ラグビーワールドカップ2019 をいかに迎えるか」	基調講演②「飛脚師越前高田トレーニンギアでの成果」	15:00 ～ 15:45	パネルディスカッション「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	16:00 ～ 17:15	懇親会
14:00 ～ 15:00	基調講演①「イングランドから日本へ ラグビーワールドカップ2019 をいかに迎えるか」	基調講演②「飛脚師越前高田トレーニンギアでの成果」	基調講演③「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	15:00 ～ 15:45	パネルディスカッション「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	16:00 ～ 17:15	懇親会
15:00 ～ 15:45	基調講演①「イングランドから日本へ ラグビーワールドカップ2019 をいかに迎えるか」	基調講演②「飛脚師越前高田トレーニンギアでの成果」	基調講演③「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	15:00 ～ 15:45	パネルディスカッション「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	16:00 ～ 17:15	懇親会
16:00 ～ 17:15	基調講演①「イングランドから日本へ ラグビーワールドカップ2019 をいかに迎えるか」	基調講演②「飛脚師越前高田トレーニンギアでの成果」	基調講演③「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	15:00 ～ 15:45	パネルディスカッション「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	16:00 ～ 17:15	懇親会
17:30 ～	基調講演①「イングランドから日本へ ラグビーワールドカップ2019 をいかに迎えるか」	基調講演②「飛脚師越前高田トレーニンギアでの成果」	基調講演③「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	15:00 ～ 15:45	パネルディスカッション「スノーリゾートでのスポーツツーリズムを考える」	16:00 ～ 17:15	懇親会

1月29日(金)

[illegible]

<ファムトリップ>



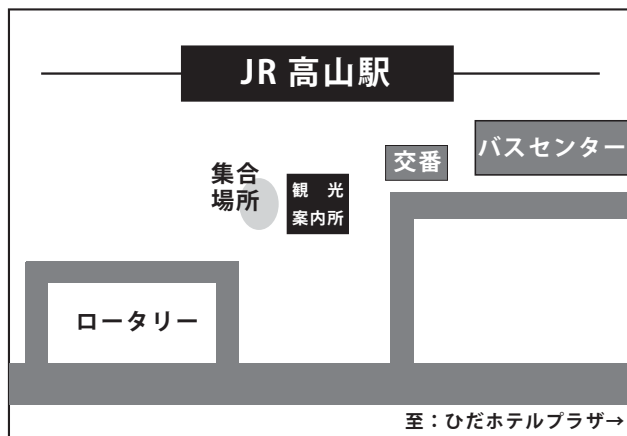
スポーツツーリズム・コンベンション 2016 in 岐阜 ファムトリップご案内

日時：1月30日（土）9時～15時

集合：8時50分

参加費：2,000 円（含まれるもの：和田家入場料、スノーシューレンタル料、白川郷の湯入浴料、食事代、バス代）

集合場所 JR 高山駅前 観光案内所周辺



※集合場所から各場所には貸切マイクロバスで移動します。

※動きやすく、暖かい服装でご参加ください。
（スノーシュー体験の際は、各自防寒対策をお願いします。）

・スノーシュー体験は、長靴の無料貸出があります。

（当日の連絡先）

090-6376-5394（JSTA 宮本）

<行程>

時間		行程	備考
9:00	60	高山駅前集合 白川郷へ移動	バス移動
10:00	60	白川郷散策 和田家見学	
11:00	10	移動	バス移動
11:10	50	雪の森の散歩（トヨタ白川郷自然学校） ・スノーシュー体験	
12:00	10	移動	バス移動
12:10	110	白川郷の湯（入浴及び食事）	
14:00	60	移動	バス移動
15:00		解散（高山駅） 参考：15:36 ワイドビュー36号（大阪行）、16号（名古屋行） 16:00 濃飛バス 新宿行き	



解散予定：15 時（高山駅）

7 | 業界検定スタートアップ支援事業



○検討委員会

8月11日(火)、11月25日(水)、2月23日(火)

○アドバイザリーボード(報告会)

9月24日(木)、1月14日(木)

○委 員(敬称略)

原田 宗彦	(一社)日本スポーツツーリズム推進機構 会長
内田 敏之	(一社)日本能率協会 産業振興センター 副センター長
岡星 竜美	東京富士大学 教授
鎌田 義次	(株)セレスポ 常務取締役 事業本部 副本部長
鈴木 宏法	(株)電通 ビジネス・クリエーション・センター
園川 峰紀	(公財)日本トライアスロン連合 理事
堀口 謙二郎	(株)ヒト・コミュニケーションズ
吉永 憲	(一社)日本スポーツツーリズム推進機構 監事



業界検定スタートアップ支援事業 平成27年度進捗状況報告書

平成28年3月17日



業種及び階層イメージとキャリアパス

(1)業種イメージ

①スポーツイベントの特性と他のイベントとの違い

- スポーツイベントとその他イベント（会議、見本市、コンサート、プロスポーツ等の興業系のスポーツイベント）の最も大きな違いは、「イベント参加者が同時にプレイヤーである」ことイベントごとに固有の開催形態を持っており、「会場が限定された空間ではない」（場合が多い）ことであり、安全面や運営上の管理など、その他イベントに比べて、より幅広い職業上の知識や能力が必要とされる。

- また、他のイベントに比べ「団体的にボランティアの参加者が多い」（「ボランティアの参加ニーズも高い」）のも特徴である。ボランティアは、基本的に無償活動であるが、交通費や食事、衣服の貸与等、様々なベネフィットが与えられる場合も多く、そうしたボランティアの管理等、運営現場での責任範囲が他のイベントに比べ非常に大きい。

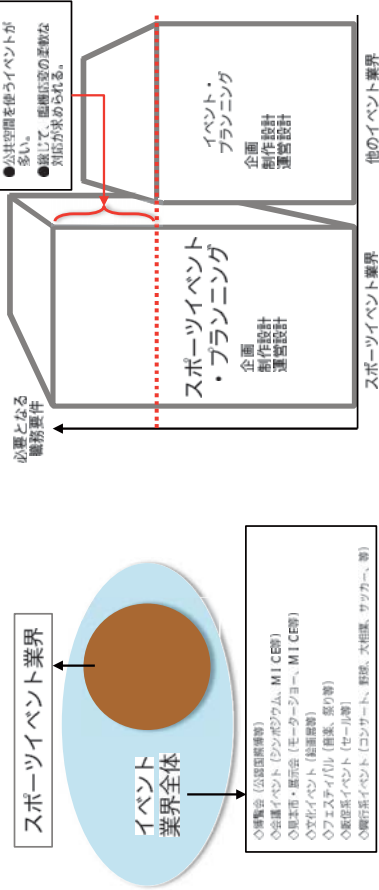
※代表的なスポーツイベントであるマラソンを例にすると、広範囲にわたる空間使用（車道・歩道・歩道橋等の公道の使用や仮設物等）となり、他のイベントにも比較的多数の参加者の申請や各種調整業務も多く、直接のイベント参加者であるランナーの他、沿道の観客も含めた多数の観客への申請（基本的にはコントロールできない）イベントの進行状況に伴って増数の場所に同時進行される状況に適宜、適切に対応した（ボランティアも含む）人員配置やトラブル対応など、必ずしもマニュアル化しない状況に対して臨機応変の対応が必要とされる（緊急な重大事件やトラブルが発生し、必ずしもマニュアル化しないのも特徴）。

- 上記のようなスポーツイベントの特殊性から、下図に示すように、スポーツイベントの業務に求められる職務要件は、他のイベント以上に安全・安心対策やユニバーサル対応等、多くの職務知識・経験等が必要とされる。今後、質・量ともにさらなる増加が見込まれるスポーツイベントにおいては、人材の需要が増すことは必至であり、人材の確保と育成は喫緊の課題となっている。

※国民のスポーツ意識の高まりとともにスポーツイベントの増加は顕著であり、マラソンは（フルマラソン、ハーフマラソン等を総合すると）年間1,000件前後、トライアスロンは年間300件程度の開催がある（特にマラソン開催回数は、図界に近いといわれている）。2020年の東京五輪に向けてこの傾向はより強まっていくと考えられ、スポーツイベントに携わる人材の育成が業界の課題となっている。

- 加えて、こうしたスポーツイベントにおける職務要件を満たす人材は、他のイベントにおいても、各業務で過渡の差はあるものの、概ね職務要件を満たしていることが考えられ、本業界協定がイベント業界全体に対する汎用性や包含性を持つものといえる。

図：スポーツイベントと他のイベントとの比較イメージ

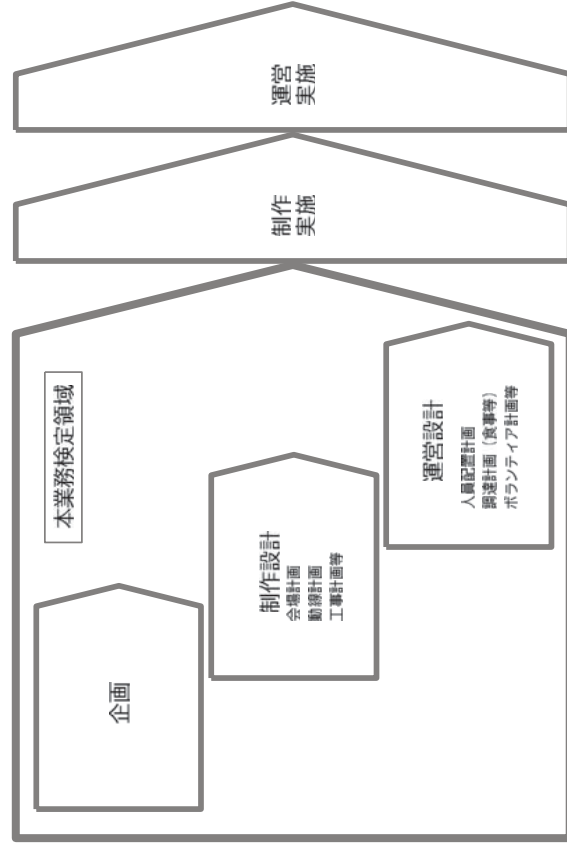


(1)業種イメージ

②スポーツイベントの業務概要

- 業務の内容は、下図「③業務の流れ」に示すとおり、概ね「プランニング業務」と「実施業務」に2分され、かつ「実施業務」は会場制作（施工等）など「制作実施業務」「運営実施業務」に連なる。
- プランニング業務は、当然のことながら「実施業務」について熟知している必要委があり、プランニング業務と併せて実務経験の大きな要素の一つとなる。したがって、プランニング業務には、「企画」「制作」「運営」の3分野についての知見と経験が必要であり、それらが有機的に連携してイベント実施に至る一連の流れのなかで積み上がっていくことになる。
- 本協会の対象となる職務は、この中で「スポーツイベント・プランニング」であり、そこに携わる職種は「スポーツイベント・プランナー」といえる。
- スポーツイベント・プランナーは、概ねイベント・プランニング業務において職務を遂行し、イベント実施業務においては、実施監理を行うものとなる。

③業務の流れ



※ブランディング業務において、当該イベントの実施を見通した綿密な企画・計画業務が必須であり、そのため、実施業務についての知見・経験も検定の範囲とする。

(2) 階層イメージとキャリアパス

●3級は「アシスタント・ディレクター」と呼ばれる階層で、主に運営設計業務の中心となる。エグゼクティブ・ディレクターもしくはディレクターからの指示に従い、的確に業務を遂行することが求められる他、アルバイトやボランティア等の誘導・管理計画を作成することも多く、いわば現場の「たたきあげ」的な存在を担う。非正規雇用者が多い階層であり、これら人材のスキルアップ、正社員への登用等を目指す。

●2級は「ディレクター」と呼ばれる階層で、計画・設計において3級「アシスタント・ディレクター」を管理するとともに、スポーツイベント・プランニングの総指揮官である1級「エグゼクティブ・ディレクター」の補完的な職務を行う。特に、制作設計、運営設計の指導をとり、アシスタント・ディレクターを指導し、ディレクターからの指示を制作設計、運営設計へ的確に反映させることが重要な役割である。スポーツイベント・プランニングにおける中核的な人材となる。スポーツイベントの全体を把握しておく必要もあることから、エグゼクティブ・ディレクターの職務についても一定の知識・経験等を持つことが求められる。

※ディレクターとアシスタント・ディレクターにおける具体的な業務の違いは、制作設計分野（一部、企画を含む）において差が出るという。

●1級は「エグゼクティブ・ディレクター」と呼ばれ、クライアント（イベント企画者やスポンサー等）の意向を理解しイベントの企画に反映させながら、与えられた開催場所や各種条件、状況等を踏まえ、イベントの安全性を確保しつつ最大限の開催効果を考える（責任範囲も最大となる。）。

※エグゼクティブ・ディレクターとディレクターの具体的な業務の違いは、企画における能力となる。（現状では実務経験年数により分けられていることが多い）

※企画業務の特徴として、様々なステークホルダー（事業関係者）との交渉・調整能力（クライアントの意向を的確に企画へと反映すること等）が重要となる。

※また、現場での管理責任者としての「エグゼクティブ・ディレクター」という職階が、相手に対する信頼感にもつながり、企画・計画を進める上で重要なファクターとなる。クライアントとのコミュニケーションを円滑にし、事業全体を推進できる能力を有する者で、キャリアパスの最終的なレベルといえる。



(2) 階層イメージとキャリアパス

開発する検定制度ににおける階層のイメージ（案）

●業界内の企業における職務内容調査を通して、下図のような階層イメージ（案）として整理される。

	1. 各級の人材像	2. 必要とされる職階能力	2. 対応する人材イメージ
1級	●部門やプロジェクトを統括し、計画的に業務を遂行させるために必要な能力を有する者。 ●主催者、関係企業等関係者との折衝、調整、問題解決をするために必要な能力を有する者。 ●部下やプロジェクトスタッフ等をまとめ、業務を指示し指導・完遂するために必要な能力を有する者。 ●与えられた持ち場で、管理運営業務を遂行するために必要な能力を有する者。	●3つの業務領域「企画」「制作」「運営」において共通する知識・技能が求められる。 ●業務領域別では、2級レベルの能力に加え、特に「企画」に関する知識・技能が求められる。	●実務経験が5年以上。 （概ね5～7年程度が想定される）
2級	●適切な判断、不測の事態への対応、改善・提案を行うために後援やプロジェクトスタッフ等をまとめ、業務を指示し指導・完遂するために必要な能力を有する者。 ●与えられた持ち場で、管理運営業務を遂行するために必要な能力を有する者。 ●創意工夫をこらして、指示が無くとも自主的にプロジェクトを推進するために必要な能力を有する者。 ●担当職務に關する専門分野の部大や向上を行うために必要な能力を有する者。 ●プロジェクトスタッフとして、責任をもって任せられた業務を遂行するために必要な能力を有する者。	●3つの業務領域「企画」「制作」「運営」において共通する知識・技能が求められる。 ●業務領域別では、3級レベルの能力に加え、特に「制作」に関する知識・技能が求められる。	●実務経験が3年以上。 （概ね3～5年程度が想定される）
3級	●定期的または基本的な業務を遂行するために必要な能力を有する者。 ●与えられた持ち場で、定められた手順に従って業務を遂行するために必要な能力を有する者。 ●メンバーとして、指示を受け、ある程度任せられた業務を遂行するために必要な能力を有する者。 ●上司の指示または指導監督下で支援を受けながら、業務を遂行するために必要な能力を有する者。	●3つの業務領域「企画」「制作」「運営」において共通する知識・技能が求められる。 ●業務領域別では、特に「運営」に関する知識・技能が求められる。	●未経験者から。 （未経験者を含み、実務経験が概ね1～3年程度が想定される）

階層別に必要な能力（案）

(1) スポーツイベント・プランニングにおける基礎的な能力(案)

- 業界内の企業における職務内容調査を通して、下図以降のように階層別の必要な能力(案)が抽出される。

※表中の赤字は、スポーツイベント業界特有の必要能力。

能力項目		概要	能力項目	能力項目	3級	2級	1級
スポーツイベント 業界に関する理解	スポーツイベント を取り巻く環境等の基本知識について理解し、実 際を円滑に遂行する能力	スポーツに関する知識や、スポーツイベント業界 を取り巻く環境等の基本知識について理解し、実 際を円滑に遂行する能力	①スポーツイベントの概要・歴史等基本知識の把握	○			
			②国内外の競技団体・組織等の概況に対する理解	○			
			③スポーツイベント業界の概況に対する理解	○			
			④スポンサーの役割と権利	○			
			⑤当該スポーツのルール理解及び競技者情報の把握	○			
			①スポーツイベントの分類と内容に対する理解	○			
			②スポーツイベントの制作・運営に対する理解	○			
			③イベントの参加者、来場者、主催者への理解 ※市民マラソン等の参加者は競技者でもある。	○			
			④議事録・法令内容の把握	○			
			⑤法令・ルールの遵守	○			
			③コンプライアンス・マネジメントの推進	○			
			①スポーツイベントにおけるリスクの理解	○			
			②事故・負傷の予防	○			
			③危機への対応と事後処理	○			
			①社内外関係者との連携による顧客の遂行	○			
			②良好な人間関係の構築	○			
			③取引先との効果的な折衝	○			

(1) スポーツイベント・プランニングにおける基礎的な能力(案)

	能力項目	概要	能力項目	3級	2級	1級
基礎能力(要)	目標設定と目標達成に向けた業務の遂行	部門における上位方針を踏まえて取り組むべき目標を設定し、その目標を達成する能力	①目標の明確化 ②プロセス管理 ③業務の遂行		○	○
	組織へのマネジメント	担当組織の人的資源を適切にマネジメントしながら、業務目標の達成に向けて組織を統率する能力	①組織のマネジメント ②人材育成		○	○
	スポーツとツーリズム	スポーツイベントとツーリズムについての概要を理解し、スポーツイベントの企画・計画に反映できる能力	④スポーツツーリズムについての理解		○	
	スポーツイベント	スポーツイベントにおけるユニバーサルデザインにおけるユニバーサルデザインの推進性を理解し、ス	①スポーツイベントにおけるユニバーシティとレガシーについての理解		○	
	ユニバーサルデザインとサ	スポーツイベントの企画・計画に反映できる能力	②スポーツイベントにおけるユニバーサルデザインについての理解			○
	チャリティ					

(2) スポーツイベント・企画プランニング能力(案)

能力項目	概要	能力項目	1級		
			1級	2級	3級
情報収集（企画構 成）	企画立案のための幅広い情報の収集、リサーチの 企画、実査、管理をする能力	①情報収集、リサーチの準備・企画	○		
		②リサーチの実査、管理	○		
		③リサーチ結果分析	○		
企画審議定	マーケット分析を踏まえ、企画書を策定する能力	①コンセプト、テーマの設定	○		
		②企画書（コンテンツ・スケジュール・取次計画・ PR・SP企画）の策定	○		
プレゼンテーショ ン	企画書を踏まえ、効果的なプレゼンテーション資 料の作成と主催者、スポンサー及びクライアント 等へのプレゼンテーションを実施する能力	①プレゼンテーション資料の作成	○		
		②プレゼンテーションの実施	○		
		③主催者、スポンサー及びクライアント等との交渉	○		
契約	関連法規、社内規程を踏まえ、契約内容を確認 し、スムーズに契約締結し、履行する能力	①契約の準備	○		
		②契約の締結	○		
情報管理	顧客情報、競合他社情報、自社実態などの営業情 報の管理規格を作成し、実行した上で見直しする 能力	①情報管理計画の作成	○		
		②情報管理の実行	○		
		③情報管理計画の見直し	○		

(2) スポーツイベント・企画プランニング能力(案)

能力項目	概要	能力項目	1級		
			1級	2級	3級
プロジェクト基本 計画の作成	企画書を踏まえ、担当者への指示・指導によりプ ロジェクト基本計画の作成をする能力	①プロジェクト基本計画の作成	○		
		①プロジェクトの 実務計画を踏まえ、担当者への指 示・指導によりプロジェクト予備書の作成及びコ ントロールをする能力	○		
		②プロジェクト予備書のコントロール	○		
組織編制とコミュ ニケーション	プロジェクト実施計画を踏まえ、計画を円滑に運 営するための組織編制とコミュニケーションをす る能力	①組織の編制	○		
		②コミュニケーション	○		
広報・宣伝	スポーツイベントの広報宣伝を企画し、実施管理 する能力	①広報・パブリシティの検討と実施管理	○		
		②セールスプロモーションの検討と実施管理	○		
プロジェクト管理	業務分相とスケジュールを明確にし、円滑に運 営・推進する能力	①業務分相とスケジュール	○		
		②進捗管理	○		
リスクマネジメン ト	想定できる全てのリスクに対して事前に防止する 方策、また、仮に事故が発生したとしてもその孤 大を抑えて、損失の規模を最小限にするための方 策を立て実施する能力	①リスクマネジメントに関する理解と対応行動 （参加者＝競技者の場合、事故や怪我等のリスク マネジメントは重要）	○		
		②リスクマネジメントの推進	○		
		③リスクマネジメントの評価	○		
主催者、スポン サー及びクライア ント対応	主催者、スポンサー及びクライアント等との信頼 交換を円滑に行うとともに、良好な信頼関係を維 持・構築し、顧客満足度の向上を図る能力	①情報交換	○		
		②良好な信頼関係の構築	○		
		③顧客満足度の向上	○		
アフターフォロー	スポーツイベントの効果測定と評価を行い、主催 者、スポンサー及びクライアント等への結果報告 を行う能力	①結果評価	○		
		②報告	○		

(3) スポーツイベント・制作設計能力(案)

	能力項目	概要	能力項目			
			3級	2級	1級	
制作設計能力(案)	実施計画作成	基本計画を受けて、担当業務遂行のための実施計画を企画立案・作成する能力	①基本計画書の内容把握	○		
			②実施計画書作成のための情報収集	○		
			③実施計画書の作成		○	
	制作チーム編制	担当業務遂行のための社内外のメンバーを選出・交渉し、協力会社への発注作業を行う能力	①社内メンバーの編制		○	
			②協力会社の選定と交渉		○	
			③協力会社への発注		○	
	制作スケジュール計画	担当業務遂行のためのスケジュール計画を立案し、管理・調整する能力	①制作スケジュール計画書の作成		○	
			②制作スケジュールの進捗管理		○	
			③制作スケジュールの調整と修正		○	
	制作予算計画	担当業務遂行のための実行予算計画を立案し、管理・調整する能力	①制作実行予算計画書の作成		○	
②制作予算の原価管理				○		
③制作予算の調整と修正				○		
制作マネジメント	社内外の制作業務担当者が実施計画通りに制作作業を遂行するように管理・指導する能力	①制作業務管理(社内外)		○		
		②作業安全管理		○		
		③他業者(業者)との調整		○		
運行演出	実施計画を受けて、運行演出計画を企画立案し、各部門技術担当者が運行演出計画通りに実行するように運行演出管理・指導する能力	①運行演出計画の企画立案		○		
		②運行演出計画の調整と修正(リハーサル)		○		
		③運行演出管理・指導(本番)		○		

(3) スポーツイベント・制作設計能力(案)

制作設計能力(案)	制作計画	能力項目	概要	1級		
				3級	2級	1級
制作設計能力(案)	実施計画	事務用品の設置・運用	スポーツイベントの開催前からお客に応じて事務用品を設置し、フロッジエイト運行に関わる情報を集約するとともに、一般からのクレーム等に対応する。	①事務用品の設置、チケット販売管理		○
				②段ボール箱の設置受付		○
				③クレーム等に関する対応マニュアルの作成		○
				④クレーム対応		○
	会場設計	会場設計	会場設計計画を受けて、会場設計計画を作成し、会場づくりから撤去までの作業を遂行する能力	①会場設計計画の作成(参加者、来場者の配置の計画、宗教等の多様性、言語の違い等への配慮)		○
				②会場設計・施工準備		○
				③会場設計・施工、装飾、展示、メンテナンス、撤去		○
	制作実施	制作実施	会場設計計画や運行演出計画を受けて、自身の担当する専門技術(音響・照明・映像等)の実施でマニュアルを作成し、制作作業を遂行する能力	①制作作業実施マニュアルの作成		○
				②制作作業の実施準備		○
				③制作作業の実施(本番)		○

(4) スポーツイベント・運営設計能力(案)

運営設計能力(案)	能力項目	概要	能力項目	3級			2級		1級
運営管理	運営マネジメント	実施計画を受けて、運営マニュアルを作成し、社内外の運営業務担当者や運営マニュアル通りに運営作業を遂行するように管理・指導する能力	①運営マニュアルの作成				○		
			②運営作業の実施準備				○		
			③運営業務の管理				○		
運営実施	安全管理	実施計画を受けて、安全管理計画を立案し、防犯・防災など安全管理業務を遂行する能力	①安全管理計画の作成と準備				○		
			②会場内における安全管理				○		
			③緊急時の対応（突発的な事故や事件等が多い）				○		
	来場者の案内誘導	実施計画を受けて、来場者の案内誘導計画を立案し、交通案内や会場内誘導作業を専門スタッフ等を使いながら遂行する能力	①来場者の案内誘導計画の作成				○		
			②来場者の案内誘導（飲食等への配慮等）				○		
			③特別席の案内誘導				○		
会場サービスの実施	会場サービスの実施	実施計画を受けて、会場サービス計画を立案し、来場者に対する各種会場サービス作業を専門スタッフ等を使いながら遂行する能力	①会場サービス計画の作成				○		
			②会場サービスの実施				○		

検定試験の枠組み(案)

検定試験の枠組み(案)

①検定試験に関して、次のような資格基準を想定し、今後の検討を進める。

- ◆アシスタント・ディレクター資格（3級）は、共通知識、及び運営に関する実務を確認する問題、シチュエーションを提示して、その対応を考える記述式の問題、過去に携わったイベント及び、役割についての自己申告（事前提出）、接客対応技量の確認及び、自己申告の真偽を確認する面接試験等が考えられる。
 - ◆ディレクター資格（2級）は、共通知識、制作、運営に関する実務知識、及び管理に関する知識、シチュエーションを提示して、その対応を考える記述式の問題、過去に携わったイベント、及び役割についての自己申告（事前提出）させ、仮のスポーツイベントに関する基本計画を提示し、それに対し、実施計画（スケジュール計画、進行計画）等の作成、接客対応技量の確認及び、自己申告の真偽を確認する面接試験等が考えられる。
 - ◆エグゼクティブ・ディレクター資格（1級）は、共通知識、企画、製作、運営に関する実務知識、及び管理に関する知識、シチュエーションを提示して、その対応を考える記述式の問題、過去に携わったイベント、及び役割についての自己申告（事前提出）させ、仮のスポーツイベントに関する仕様書を提示し、それに対し、企画書を作成させ、プレゼンテーションを実施させる、接客対応技量の確認及び、自己申告の真偽を確認する面接試験等が考えられる。
- ②資格にどのような付加価値を付与するかについては、企業調査で多くの企業からAEDの使い方等、救命講習の受講を推奨している。また、全てのイベントカテゴリーの中でスポーツイベントが最も参加者の死傷率が高いことから救命講習の受講について検討する。
- ※検定試験のための講習を開催する場合は、提携する教育機関（大学等）で救命講習を実施するが、もしくは消防署等で救命講習を既に受講した者は講習を免除される等の仕組みが考えられる。（案）

図：検定試験の枠組み（案）

		3級 アシスタント・ディレクター	2級 ディレクター	1級 エグゼクティブ・ディレクター
実技試験			実施計画作成	企画書作成 プレゼンテーション
面接試験（口頭試験）				●接客技術等（資料開講） ●自己申告内容のチェック
	シチュエーションを想定した記述試験			
	制作			
	運営			
	共通項目			
筆記試験（実務知識）	企画			
	制作			
	運営			
事前提出（自己申告）		●過去に関わったスポーツイベント名及びその時の役割 ●有資格の候補（運営免許、救命講習、他）		

業界検定スタートアップ支援事業

第1回 スポーツイベント産業業界検定開発委員会

- 議事録 -

日時	平成 27 年 8 月 11 日(火)10:00~12:00	場所	共同通信会館 5 階 会議室 B
議事次第	1. 開会 2. 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進協会 会長 原田宗彦氏 挨拶 3. 委員の紹介 4. 座長の選任 5. 資料説明および意見交換 ① 本事業の概要と作業スケジュールについて（資料 1） ② 本事業で開発する業界検定の名称について（資料 2） ③ 検定基準を策定するための各種調査について（資料 3） ④ 3 つのワーキング（WG）について（資料 4） 6. 次回委員会の開催日程の調整 7. 閉会		
委員	原田委員（座長）、内田委員、岡星委員、鎌田委員、鈴木委員、園川委員、堀口委員、吉永委員 以上 8 名 ※名簿順		
オブザーバー	藤田氏、高久氏、竹内氏、市川氏、押見氏 <和田氏欠席> 以上 5 名		
会議資料	・ 議事次第 ・ 出席者名簿 ・ 資料 1「スポーツイベント産業における業界検定スタートアップ支援事業の概要と事業スケジュール」 ・ 資料 2「スポーツイベント産業における業界検定の名称について」 ・ 資料 3「スポーツイベントの業界検定の開発に係る企業調査及び労働者アンケート調査について」 ・ 資料 4「3 つのワーキング（WG）について」 ・ （参考資料）スポーツイベント検定」参加募集チラシ		

業界検定スタートアップ支援事業

第2回 スポーツイベント産業業界検定開発委員会

- 議事録 -

日時	平成 27 年 11 月 25 日（水）13:30～15:30	場所	共同通信会館5階会議室A
議事 次第	1. 開会 2. 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 開会宣言 3. 委員・オブザーバー等の紹介（事務局） 4. 資料説明及び意見交換 (1)企業ヒアリング結果について（資料1、2） (2)職務分析について（資料3、4） (3)制度設計のための職業能力リスト作成方針について（資料5） (4)今後のワーキング（WG）について（資料6） 5. 次回、第3回委員会の開催日程の調整 6. 閉会		
委員	原田委員長、岡星委員、鎌田委員、鈴木委員、園川委員、堀口委員、吉永委員 以上7名※名簿順 <内田委員欠席>		
オブザーバー	藤田氏、竹内氏、市川氏 以上3名 <和田氏欠席>		
配布 資料	資料1：企業調査（1次ヒアリング）結果のまとめ 資料2：企業調査（1次ヒアリング）各社別まとめ 資料3：能力ユニット概要（案） 資料4：職務分析票（職業能力評価シート基礎資料） 資料5：制度設計のための職業能力リスト（案）作成方針 資料6：3つのワーキング（WG）について（第1回委員会資料） 別添：業界検定開発委員会委員名簿 参考：出席者名簿 第1回業界検定開発委員会議事録 アドバイザリーボード議事録 ホテルレストランサービス検定視察レポート（画像付き）		

業界検定スタートアップ支援事業

第3回 スポーツイベント産業業界検定開発委員会

- 議事録 -

日時	平成 28 年 2 月 23 日（火）10:00～12:00	場所	共同通信会館 5 階 A 会議室
議事 次第	1. 開会 2. 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 開会宣言 3. 委員・オブザーバー等の紹介（事務局） 4. 資料説明及び意見交換 (1) 業種及び階層イメージとキャリアパスについて（資料 1） (2) 階層別に必要な能力（案）について（資料 2） (3) 検定試験の枠組み（案）について（資料 3） (4) 職業能力検定試験問題要素の抽出（基礎問題）について（資料 4） 5. 今後の作業について、及び、次年度、業界検定スタートアップ支援事業 業界検定開発委員会、ワーキング等の活動について 6. 閉会		
委員	原田委員長、内田委員、岡星委員、鈴木委員、園川委員、堀口委員、吉永委員 以上 7 名※名簿順		
オブザ ーバー	藤田氏、竹内氏、市川氏、押見氏 以上 4 名		
配布 資料	資料 1：業種及び階層イメージとキャリアパス 資料 2：階層別に必要な能力（案） 資料 3：検定試験の枠組み（案） 資料 4：職業能力検定試験問題要素の抽出（基礎問題） 参考資料 1：第 2 回業界検定開発委員会議事録（2015. 11. 25） 参考資料 2：第 2 回アドバイザーボード議事録（2016. 1. 14） 参考資料 3：職務分析票 参考資料 4：第 2 回アドバイザーボード説明資料 その他：出席者名簿		

8 | JSTAセミナー



2015年4月17日 第1回JSTAセミナー

【インバウンド・ツーリズム】

1. 「日本へ呼び込め!外国人観光客 ～スポーツをどうインバウンド戦略に活かすか～」
株式会社やまどころ代表取締役／インバウンド(訪日観光)ビジネスコンサルタント
村山慶輔氏
2. 「世界の国際スキーリゾート・ニセコエリアの最新事例報告 ～急激に増加する国際リゾート地の課題～」
株式会社スポーツビジネス研究所 代表取締役 主席研究員 今野一彦氏

●「日本へ呼び込め!外国人観光客 ～スポーツをどうインバウンド戦略に活かすか?～」

株式会社やまどころ 代表取締役／インバウンド(訪日観光)ビジネスコンサルタント

村山慶輔氏

- 今年の3月にロサンゼルスで開催されたアウトドアやトレイルなどに関するアドベンチャーショー「Savvy Traveler」に、日本から初めて出展した。
- ショーでは、いかにより旅行をするかというテーマで韓国、中国、アメリカ各地域(アメリカ国立公園)など世界中からブースが出展され、約20日間で5万人以上が参加した。日本からはスキューバダイビングができるプールとロッククライミング施設が出展され、家族連れや友人同士で楽しめる企画が他国と比較し圧倒的な人気を集めた。
- ショーの会場ではヨーロッパでトラベルガイドブックを発行しているリックスティープ氏がセミナーを行った。今回のセミナーでは『ローカル』というキーワードを使い、その地でしか体験できない経験を重視する個人観光客を対象にして、講演を行った。
- 日本は今回のショーで国立公園の魅力を紹介するプロモーションを展開した。この企画は多くの観光客の興味を惹き、日本の国立公園で何か体験できるか、ハイキングやトレイルも楽しめるか、秋には日本のどの国立公園が人気あるか、などについて多く質問されていた。
- 今回のショーを通じて日本は、「自然」、「ローカル」という要素をスポーツツーリズムに絡めてアピールした。旅慣れた観光客に再訪を促すためには、日本らしさと四季ごとのプロモーションをアピールすることが重要である。
- 観光地の情報収集を簡単に行える「ワンステップ窓口」を設置することが、ツーリズムを活性化するために必要であると考えられる。その動きとして2013年9月に「日本ショッピングツーリズム協会」は情報を一か所にまとめて共有するコーディネートを行っている。

- 「外国人目線」で彼らが何を求めているのかを理解し、それに対するコンテンツを提供することが、インバウンドビジネスにおいては重要である。そのためには、外国人観光客のニーズを調査し、それを活用したウェブサイトを展開する事も重要である。
- 「TripAdvisor」は旅行情報を共有する、世界で1億5千万人が利用する口コミサイトである。本サイトを利用した口コミコンサルティングの成功例として、東京のホテルで評価1位を獲得した澤の屋旅館が挙げられる。部屋数12室の小規模旅館でありながら、80か国15万人を呼び込んだ成果が注目されている。
- 日本人の海外旅行者数は年間1千7百万人、世界13位であるが、年々減少傾向にある。一方、海外から日本に訪れる観光客数は年間約1千万人、世界27位である。インバウンド、アウトバウンドのバランスが悪いのが現状である。
- 日本では1995年を境に生産年齢人口が減少しており、この影響からインバウンドビジネスに取り組む企業は少なくなっている。また百貨店の市場も12兆円から7兆円に減少、ゴルフ人口も1千万人から7百万人に減少している。
- 日本人が国内旅行で消費する金額が約5万円であるのに対し、外国人が日本旅行で消費する金額は約13万円、約2.5倍以上消費している。また昨年と比べ、日本に来る外国人観光客は約3割増えている。政府は外国人観光客の増加を掲げ、2017年まで来日観光客数2千万人突破を目標としているが、航空機・宿泊所・バスの不足が問題となっている。
- 外国人の主な訪日理由は大きく二つに分かれる。まず一つは、タイ、台湾、インドネシアを中心とした東南アジア諸国でビザが緩和され、ビザなしで日本へ旅行できるようになったことである。これにより東南アジアからの訪日者数は約3割以上増加した。次に、円が2年前と比べ40円ほど安くなったという点が挙げられる。これらの理由により訪日観光客数も増加した。
- 東京五輪に向け、各都道府県は訪日観光客を増やすため、インバウンドビジネスに取り組んでいる。訪日外国人の国別割合は台湾が1位を占めており、約65万人で全体の約5%(全1300万人)、2位がアメリカとヨーロッパで約89万人が訪日している。中国は世界で最も旅行人口が多い国であるが、海外旅行者のうち98%は日本以外の国に旅行している。
- このような状況下で、日本政府はアジア人をターゲットとしたインバウンドビジネスに注目している。現在、訪日観光客の多くは団体旅行で初来日し、その中の6割が個人旅行者として再来日している。
- 個人旅行の長所は訪問先を自由に選択できることであり、買い物等に消費する比率が高くなると考えられる。観光庁が個人旅行者6千名にアンケートを行った結果、再訪時には日本らしい経験をしたいと答えた人が多かった。また、外国人観光客がショッピングに消費している金額は日本人の平均購入額の15倍以上で、外国人が年1回日本に来て買い物することが、日本人が月1回買い物するよりずっと効果的であることから、政府は免税品の品目や免税店の数を大幅に増やしている。
- スポーツツーリズムに関しては東南アジアからの観光客を対象にしたアンケートの結果から、再来日の際にはウィンタースポーツがしたいという回答が42%を示した。また、韓国人観光客は山登り、ハイキングがしたいとの回答が60%であり、地方やスポーツへの関心も増えている。

- しかし、地域としてはレジャー資源がないのが問題とされている。各地域は恵まれた自然を活かしサイクリングツアーを作り、自然と人の融合で観光資源を作り上げることが解決策の一つである。各自治体でも観光客がどの程度その地域を訪問しているかを把握し、ニーズに合ったプログラムを展開することがこれからの課題であると考えられる。
- 今後、日本では五輪やパラリンピック、そしてラグビーワールドカップなどのビックスポーツイベントが三つも開催され、世界中から注目を浴びる。これらのイベント開催に向け、各地域と企業がインバウンドビジネスに取り組むスタンスを明確にし、これらのイベント以外にも観光客を魅了できる資源を整えることが課題であると考えられる。

● **「世界の国際スキーリゾート・ニセコエリアの最新事例報告 ～急激に増加する国際リゾート地の問題～」**

株式会社スポーツビジネス研究所 代表取締役 主席研究員 今野一彦氏

- ニセコエリアの観光圏は「倶知安町」「ニセコ町」「蘭越町」の3町にまたがる国際リゾートエリアを圏域とし、豊かな自然資源と国際交流の相乗によって、「アジア最高の国際リゾート」づくりを進めている。現在ニセコエリアでは、外国人観光客を対象として多くの国内外の企業が開発を行っている。
- 北海道では54年前に初めてスキー文化が生まれ、バブル崩壊後、1995年オーストラリアのロースフィンドレ氏がアウトドアビジネスを開始した。当時はオーストラリアのGDP成長が著しく、同国からの投資がきっかけでニセコエリアでのリゾート開発が行われた。
- 2011年東北大震災後、一時停滞していたニセコエリアの成長率も現在では回復し、再成長が続いている。投資の割合としてはオーストラリアが1位、香港2位、シンガポール3位であり、投資額の高い国は母国でもニセコを自国民にPRしている。最近是中国とタイからの投資も増加しており、リゾート施設の買収と周辺の高級住宅地開発を進めている。その理由としては、自然環境に恵まれ、景観が良く、良質な雪に覆われたスキー場があるという点が挙げられる。
- 昨年度からニセコに外国人観光客が増え、2か国以上の言語で作ったガイドブックを出版し、各リゾートや売店に無料で配布している。さらに、外国人観光客向けに分かりやすく纏められた、コンドミニアムガイドブックも各国言語で製作し配布している。
- ニセコは『WORLD SKI AWARDS』において、2013年3部門、2014年4部門受賞を果たしている。さらに『World's Best Ski Boutique Hotel』部門でも2014年に世界一を獲得するなど、スキー施設だけでなく、商業施設、コンドミニアム施設においても開発が加速している。
- ニセコスキーリゾートの特徴としては、共通利用券を購入することで、全てのスキーコースを利用することができる。
- 今後の計画としては、ヨーロッパ風高級コンドミニアムやショッピングセンター、高級飲食店などを抱える、巨大な複合施設を建設するプランも検討されている。
- ニセコは経済的には成長しているものの、宿泊施設の不足等問題点もある。近年富裕層のスキーヤーだけでなく中間層やバックパッカーも多く集まるようになり、この層の宿泊施設不足も深刻になってきている。

- ニセコエリア内、ニセコへの移動手段が急激に増加する訪日外国人に対して不足している。またロングステイ客はスキー以外のアクティビティも行うが、それらの施設も不足、もしくはニーズを満たせていない。
- 観光客の増加に伴い、飲食店の需要も発生している。しかしテナント料の高さや回転率の悪さから、現状では圧倒的不足状況にある。
- 受け入れ側の問題としては、増え続ける観光客に対応する施設・労働者の不足が大きな問題となっている。現状は大学生やワーホリで来る外国人任せとなっている。
- 今後のニセコの戦略としては、通年型バランスリゾートへの変化を目指すこと、サマーシーズンの活性化に向けてスポーツツーリズムの導入が挙げられる。またオーストラリア客・台湾客中心から多国籍客の受け入れを目指し、リスクヘッジを行うことも重要である。
- ハワイ大学と提供して学生をハワイへ送りリゾートの勉強をさせているが、現在学校自体をニセコへ誘致できないか検討している。
- 外国人がコンドミニアムで食べるものは外国食品が多いのが現状である。食品提供会社を増やして日本食を提供できる環境を増やしたいと考えている。
- 拡大していくニセコ全体を把握しているコンシェルジュが存在していないため、その点も観光客を誘導する上で問題となっている。
- 観光特区としてニセコで何かを行いたいと考えている。移動手段の確保やスポーツイベントの誘致、観光税の導入などによりサービスの向上を目指したい。また移住者も増加しているので、語学の特区にすることもできないか検討している。
- ニセコエリアは今後とも、企業、外資、地元が協力して推進していく。

以上

2015 年 5 月 15 日 第 2 回 JSTA セミナー

【アジェンダ】

1. 「2020 年東京オリンピック・パラリンピックの現状 ～スポーツ業界及びその他進捗状況～」
ミズノ株式会社 前代表取締役副社長 現相談役 / (公財) 日本オリンピック委員会国際専門
部会員 上治丈太郎氏
2. 「2020 年東京五輪 ー文化プログラムによる地域活力の創出を」
ニッセイ基礎研究所 研究理事 吉本光宏氏

「2020 年東京オリンピック・パラリンピックの現状～スポーツ業界及びその他進捗状況～」

ミズノ株式会社 前代表取締役副社長 現相談役 / (公財) 日本オリンピック委員会
国際専門部会員 上治丈太郎氏

- IOC 委員は定員が 115 名、現在は 107 名で運営している。委員には 4 種類の枠があり、NOC 枠・個人枠・I F 枠・アスリート枠から選出される。アスリート枠はそれぞれの五輪大会で上位 4 名が 8 年の任期で任命される。その他の枠は各団体理事を 10 年以上やらなければ立候補すら難しいのが現状である。
- 五輪 HQ (ローザンヌ) には世界から 17 ヶ国、340 名程度の職員が集まり勤務している。また IOC 委員は英語またはフランス語でプレゼンを行い選出されるもので、1 期 8 年、延長 4 年の任期で就任する。
- サマランチ氏は元々外交官だったこともあり、優秀なブレーンを周囲につけていた。賛否の分かれる議題は会議初日に動議し、否決された場合も最終日までに根回しを行い、緊急動議で可決に持ち込む等の手腕を発揮した。
- ログ氏は元医師であり、非常に合理的で、右腕的存在を作らなかった。サマランチ氏との最も大きな違いは、決議で決まった結果をそのまま受け入れ、根回し等を受け付けない点であった。
- バッハ氏はサマランチ会長時の理事、ログ会長時の副会長であった。そのため議会の運営方法を熟知しており、両氏の手腕をよく引き継いでいる。また彼はアディダスの弁護士も勤めていたため、利益相反を避けるため弁護士を辞めて会長に就任した。
- 東京五輪の追加種目エントリーが行われており、現在 12 競技が立候補予定である。最終的にはリオ五輪前の IOC 総会で選出する。競技の選出に際して IOC は、プログラム委員会が作成する 20 以上の評価項目結果を用いて判断を行う。
- 東京五輪決定に当たって、日本は原発事故に関する問題を指摘され続けていた。この問題は最終プレゼンにおいて安部首相自ら「原発においては政府が責任を持つ」と述べることで一応の決着をみた。
- 東京五輪は『アスリートファースト』を掲げ、アスリートが不自由なく過ごせることを第一目標とした。
- 東京五輪において日本は、他国があまり重点を置いていない種目にも力を入れ、25 個以上のメダル獲得を目指している。

- 現在の課題としては『テロ対策』『天候等の自然環境対応』『会場へのインフラ整備』『ホテルの室数不足』等が挙げられている。特にホテルは10万室が必要だが、東京だけでは不足するため近隣県でも確保することになる。
- 東京五輪の組織委員会は現在400人弱の職員、顧問で構成されている。2020年のピーク時には総数2400人程度になることが予想される。
- 組織委員会は現在全10局が開設されている。特にテロ対策局はロンドン五輪に学び、早くから準備を始めるためにこの段階で開設した。
- 東京五輪の競技会場は7月中旬に決定する予定であるが、後利用や周辺空域の問題で未だ確定していない。今後大きく変わらないのは選手村の位置だけで、他の競技会場はまだ変更の可能性がある。
- 五輪会場内においては、スポンサー以外の企業広告は出せない。一方選手の使用するスポーツ用具のメーカーだけは、製造責任者として1アイテムにつき1箇所だけ規定サイズ内でのロゴ掲示が認められている。またロゴの位置は脇より下になるよう指導している。
- 2019年にはプレ五輪を行うが、2020年五輪とプレ五輪ではスポンサーが異なる場合がある。そのため近年ではプレ五輪をテストイベントと呼ぶようにしている。
- 世界と日本の文化の差異による問題も想定されている。外国人は刺青を入れることが一般的であるが、刺青のある人を温泉に入れてもいいのか等、地方から問い合わせが入っている。

Q：新しいロゴはいつ発表になるのか？

A：11月には発表できると思われる。

Q：竹田会長とIOCの関係はどうか？

A：個人的な部分は答えられないが、竹田会長はドイツにも会社を持っておりドイツ語も堪能である。語学が堪能な分会話もしやすく、関係は良好であると思われる。

Q：野球の東京五輪参加はあるか？

A：野球は1試合4時間弱かかり、長すぎるという意見がある。そのため7回終了という案も出たが、9回までやらなければ野球ではないという意見もあり、国内でも意見が纏まっていない。一方、東京五輪においては種目数310を少し超えてもよいのではないか、またアスリート数も上限の1万500人を越えてもよいのではないか、という話も出ている。これら状況の変化もあり、また現在国内の見解も纏まっておらず、組織委員会としても必ずしも野球を推すという体制にはなっていない。

Q：アンブッシュマーケティングの対策は？

A：組織委員会の基本方針は『オフィシャルスポンサーを優位に』である。過去の大会においては、『選手村から会場までの間は、2年以上前に設置された看板のみ認める』『オフィシャルスポンサーとバッティングする広告、目立つ広告はマスキングする』ことが通例であった。しかし東京は非常に看板が多く、そのマスキング費用を誰が支払うのか等の問題もこれからの課題である。

「2020 年東京五輪 ―文化プログラムによる地域活力の創出を―」

ニッセイ基礎研究所 研究理事 吉本光宏氏

- 五輪憲章にはスポーツと文化を融合させるという項目がある。過去の五輪では芸術を競い合うということもあったが、50 年ヘルシンキ大会からはスポーツにまつわる文化の展示に変わり、また 64 年東京大会からはスポーツに限らない文化展示を行っている。
- 64 年東京五輪では、ピクトグラムを作成、メダル数の速報等、ハード面に限らずソフト面でも多くのレガシーを残すことに成功していた。
- 2012 年ロンドン五輪では、かつてない規模の文化プログラムが行われた。文化プログラムは北京五輪後から行われ、特にロンドン五輪開幕 1 ヶ月前からは集中的にイベントが開催され、五輪を盛り上げた。
- イベント内容はイギリス文化の展示だけに限らず、世界中のアーティストに機会を提供した。そのため多彩な文化プログラムを行うことができた。
- 文化プログラムには予算 220 億円が組まれ、4 年間で計 4340 万人が参加した。大規模なプログラムを実現できたのは、組織委員会に文化イベント専門局を設け、全国の文化施設や芸術機関と協力できたためであった。
- ロンドン文化イベントは無料のものが非常に多く、参加者の 80%以上が無料イベントに参加していた。これは五輪の会場チケットを確保できない大多数の人々にも、五輪の雰囲気を楽しみ、参加してもらうための措置であった。
- イベント期間中にも多くの新作芸術作品が作られ、また街中で POPUP（突発的イベント）等が行われるなどした。
- イベントはロンドンだけでなく、地方都市でも行われた。有名なアーティストの作品は勿論のこと、地元の団体による文化事業も行われたことにより、地方振興にも繋がった。
- 東京都は五輪誘致時から文化に力を入れており、芸術文化評議会という組織を作り、立候補時にも文化パートの内容について検討を行った。
- 東京都には多くの文化施設があり、五輪に向けて全施設計 200 億円前後のリニューアルを行っている。
- 東京文化ビジョンという 2015 年-2025 年を対象とした東京都の文化振興計画がもとめられ、具体的な文化プログラムの検討も始まっている。また文化庁でも部会が作られており、様々なアイデアが議論されている。
- 文化イベントに関して議論は行われているが、予算に関してはまだ未検討の状況。英国と日本の人口や GDP を比較すると 400 億円程度を目指してもよいと考えている。
- 文化プログラムはただ行うだけでなく、目標が必要であると考えている。『東京だけ終わらせない』、『芸術の未来を東京から作る』、『日本人全員が芸術活動に参加する』の 3 つをテーマとしたい。

Q：文化プログラムのインパクトで重視されている部分はどの辺りか？

A：スポーツと文化に共通するインパクトに、教育があると考えられる。アスリートが学校を訪問するというプログラムがあるが、それを芸術家が行うという方法もあると考えられる。ある調査によ

ると、芸術の講義が子供のやる気を引き起こし、芸術以外の学業にも好影響を与えるという結果が出ている。また地域にも芸術で自信をつけさせ、地域振興のきっかけになるという効果も期待している。

Q：文化イベントの開催はオフィシャルスポンサーシップの影響を受けるか？

A：影響を受ける。ロンドンの場合はインスパイアという枠組みを作り、五輪のマークは用いないが2012 というロゴを用いて連想させるという手法を行った。地域が行うものやボランタリーで行うものは五輪正規のイベントで行えると思うが、スポンサー以外の民間が関与する部分はまだ具体的な方向性が見えていない。

Q：東京に来る外国人観光客を地方に流すために、地方の芸術祭等を一斉に稼動させる等の企画はあるか？

A：2020 年の開催が予定されている地方の芸術祭等はいろいろある。これらは旅行者にアピールできる部分であると思うが、観光客の第一目標は五輪を見ることである。東京から地方に誘客するプロモーションをどうやっていくのかという課題はある。

以上

2015 年 6 月 19 日 第 3 回 JSTA セミナー

【アジェンダ】

1. 「観光立国の実現について」

観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課 地域競争力強化支援室長 伊藤嘉規氏

2. 「ラグビーワールドカップ 2019 の準備状況」

公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会 事業部長 伊達亮氏

3. 「関西ワールドマスタースゲームズ 2021 にむけて」

スポーツコミッション関西 事務局長 森岡慎司氏

1. 「観光立国の実現について」

観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課 地域競争力強化支援室長 伊藤嘉規氏

- 我が国の観光の現状について述べると、2013 年における全旅行消費額の割合は、日本人が行う国内旅行関連が最も多いものの、中国や台湾からの訪日外国人による旅行内消費額が年々高まってきている。訪日旅行客数が伸び、訪日旅行一回あたりの消費額も伸びていることから、訪日外国人による旅行内消費額は今後も伸びる機運があると言える。したがって、今後の地域づくりに訪日外国人を活用しない手立てはないのではないだろうか。
- 一昨年度に訪日観光客は 1000 万人を突破し、昨年度は 1300 万人を超えた。今年 4 月末の時点で 600 万人を超えている。中でも韓国や中国からの訪日客が最も多いが、近年はビザ緩和の影響から東南アジアからの訪日旅行客も増えてきている。ただ、アジアだけでなく、欧米からの訪日旅行客が増えていることも事実として見られる。
- 訪日外国人が宿泊するのは、東海道線沿線、俗に言うゴールデンルートが最も人気ではあるが、目標とする 2020 年での訪日外国人 2000 万人突破を見据えると、ゴールデンルートの宿泊に関するキャパシティを超えてしまうことも懸念されている。これらを踏まえ、訪日外国人により地域への興味を抱いてもらえるような仕組みづくりを政府は考えており、スポーツツーリズムに大きな期待を抱いている。
- 政府が掲げる「訪日旅行客の地域分散」の 1 つの施策として、広域観光周遊ルートという事業があり、7 種類のルートを考案した。現在では、訪日外国人の日本滞在期間は平均で 1 週間ほどであるというデータがある。いかに 1 週間で多くの場所を訪れてもらうかについて考えている。広域的な観光連合が組めるよう工夫しており、各自治体だけで観光について考えるのではなく、近隣の自治体と手を取りながら活動できるように促していきたい。
- 日本の四季を観光にも生かし「季節分散」についても進めていこうと考えており、観光庁で勉強会を開き、検討会を進めている。スポーツに関して見ていくと、冬のウインタースポーツであるスキーやスノーボードが外国人に好評である。日本人からの人気は低迷しているこの種目が、今後のインバウンド関連ではホットピックになると考えられるため、現在文部科学省と共に日本のスキー・スノーボードに関する課題を整理し、今後の対策について検討を進めている。
- 「VISIT JAPAN」というインバウンドのプロモーションにおいて、重点市場を設定した。したが

って、地域創生のためにインバウンドに着目している方々には、是非とも VISIT JAPAN を活用して頂ければと考えている。

- スポーツ関係の訪日プロモーションでは、マラソンジャパン等で JSTA とは連携してきた。
- 免税店の増加が国内で著しい。現状では三大都市圏に免税店が集中してしまっているが、今後は地方に訪日外国人を誘客するためにも免税店を全国に増やしていこうと考えている。
- 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて社会が動いているものの、観光という観点で言えば、如何にして 2020 年以降に日本に再訪してもらうかということを考えなければならない。そのためにも、広域観光周遊ルートをいち早く推し進め、2019 年ラグビーワールドカップ開催、2021 年関西ワールドマスターズ開催といった大きなチャンスがあるスポーツをはじめとして、資源を総合的に活用していきたい。
- オリンピックは「スポーツと文化の祭典」であるため、2016 年リオデジャネイロオリンピック後からは、日本の文化を押し出したアクションプログラムを進めていく予定である。

2. 「ラグビーワールドカップ 2019 の準備状況」

公益財団法人ラグビーワールドカップ 2019 組織委員会 事業部長 伊達亮氏

- ラグビーワールドカップは、20 チームが参加し、12 都市、開催期間は約 7 週間、全 48 試合行われる大会である。大会期間中には 30~40 万人の外国人が日本を訪れると試算されている。各チームの関係者だけを考えても 1,000 名程度が来日し、メディア関係者等でも更に 1000 名以上の来日が想定され、彼らが長期間滞在し、日本中を動き回ると考えるとかなり大きなインパクトが地域には残せると考えている。
- 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックの開催はどうしても東京に注目が偏ってしまう。そこで、オリンピック開催前年に、全国で開催できるラグビーワールドカップが成功することは、東京だけでなく日本全体を世界に知らしめる効果を高めるためにも重要ではないだろうか。
- 大会組織委員会は、大会終了翌年 2020 年には否応なしに解体されるスケジュールの中で動いている。2015 年のイングランド大会後には、ラグビー界の全注目が日本に集まることになるため、2015 年以降はより一層活動に力を注いでいかなければならない。
- 2016 年からは 2019 年大会での事前及び大会期間中のチームキャンプ地に関する情報を発信していく。2015 年イングランド大会組織委員会からの引き継ぎを経た後になる予定だ。
- ラグビーワールドカップの本大会組み合わせ抽選はロンドンで行われるのが恒例となっている。しかしながら、2019 年大会組織委員会としては、そこで日本で開催されるという印象を視聴者に残せるように工夫したいと考えている。
- 大会組織委員会として開催都市に求めることは、如何にして地域に大会のインパクトを残すかということについて考えていただきたい。ボランティアの活用法や、地域の子ども達に夢を与えるような方法について今後互いに検討できればと思っている。
- やはりメジャースポーツイベントでは経済効果に期待がかかるが、ニュージーランド大会直後の報告書は赤字に終わったと記載されている。しかし、ニュージーランド政府は赤字に終わること覚悟で大会開催に踏み切ったと言われている。その理由は、自国が世界的なスポーツイベントを開催できるということを示すことであり、また国にレガシーを残すことでと考えていた

からだと言われている。

- ラグビーワールドカップの観戦者は、平均で 3 週間を大会開催国で過ごすと言われている。しかしながら、観戦者の主目的は自国の対戦カードである 3 試合であり、他の日程はラグビー以外の観光に費やすと考えられる。そんな彼らが各地を動き回れるような情報提供をいかにやっていくかが課題になるのではないだろうか。
- ラグビーワールドカップ 2019 は日本開催されるものの、アジアの大会として見られている側面もある。そこで、アジアの国々から集客を掛けたいという思いがある一方、アジア在住の欧米人達にもアプローチをしていきたいと考えている。
- 今後のインバウンドについて考えていくと、近隣の地域同士が協力し合って観光客を誘客するだけではなく、各地域間で観光客がより多く移動するように押し出す仕組みも必要になってくるのではないだろうか。「あそこの地域にはこんなに面白いものがあるよ」といったような、点と点を線で結ぶような情報提供手段も一つの策ではないか。

Q：事前キャンプ地について、参加チームに対して組織委員会から情報提供を行うといった仕組みはあるのか？

A：チームキャンプ地に関しては、総務省の HP に組織委員会としての指針を掲載している。ラグビーワールドカップでは、各試合の開催地に応じてキャンプ地を決定している。組織委員会が幹旋することはないが、各チームの要望に応じて対応していくという方針で考えている。

Q：キャンプ誘致に関して、規則や規制はあるのか？また、その情報はどこで得られるのか？

A：オリンピックと同じようなルールがあると考えていただきたい。ただ、大会組織委員会も様々な項目について主催者（ワールドラグビー）と交渉をしている段階であるため、具体的な情報についてはまだ申し上げられない。

3. 「関西ワールドマスターズゲームズ 2021 にむけて」

スポーツコミッション関西 事務局長 森岡慎司氏

- ワールドマスターズゲームズとは、世界最高峰の生涯スポーツ大会であり、30 歳以上であれば誰でも大会にエントリーできるという大会である。これまでに 8 回開催されてきた。関西で開催予定の 2021 年大会は、アジア初の大会であり、スポーツコミッション関西が招致についてサポートをした。
- スポーツコミッション関西とは、関西経済同友会を母体として立ち上がったものであり、さいたまスポーツコミッションに次いで、国内 2 番目に出来上がったものである。我々の組織は、他のスポーツコミッションのように自治体から成り立つものではなく、56 の民間企業や大学をメインに構成されている。「スポーツ+」を活動理念にしており、スポーツ+旅行やスポーツ+食といったテーマで関西経済の活性化に役立つ活動していきたいと考えている。
- エントリー費用は種目毎に支払う方式で、複数種目に登録する参加者も多い。また、国を代表するといった概念がなく、多国籍でのチームを形成することができる。
- 参加者は 40 代が最も多く、富裕層が大半を占めていると考えられている。彼らは 4 年に一度の

海外旅行としても楽しんでいる人々であるため、大会ではセレモニーや交流イベント等にも力が入れている。

- ワールドマスタースゲームズ開催のために新規で施設を建設することは原則禁止されており、既存の施設を活用して開催することが義務付けられている。また、参加者の宿泊や移動手段についても、原則参加者自身で手配することとなっているため、大会開催にかかる費用が他の世界的スポーツイベントに比べて格段に安い。
- シドニー大会は 10 日間開催され、海外からの参加者は約 15 泊していると報告されている。したがって、彼らは旅行目的の中にワールドマスタースゲームズを組み入れており、他の地域にも観光旅行を行っていると言える。
- 先日、「ワールドマスタースゲームズ開催の成功にあたり、どのような課題が予想され、その解決をどのように行うか」について、関西圏を中心とした大学生達を対象にコンペを行った。最優秀賞をとったチームのプレゼンのテーマは「民泊」であり、今後も産官学の連携を図っていきたいと考えている。

以上

【アジェンダ】

セッションテーマ「障がい者が安心して旅とスポーツを楽しむことのできる環境づくり」

1. 『『できる』を創意工夫する～障がい者スポーツの機器開発～』

パシフィックサプライ（株）代表取締役 川村慶氏

2. 「障がいをもつアスリートをささえるー旅のユニバーサルデザインを目指してー」

（株）S P I あ・える倶楽部／N P O 日本トラベルヘルパー協会（外出支援専門員）

篠塚恭一氏

1. 『『できる』を創意工夫する ～障がい者スポーツの機器開発～』

パシフィックサプライ（株）代表取締役 川村慶氏

- 川村義肢株式会社（以下、川村義肢）は、義肢装具・車いす・住宅改修等を行っており、施設等への卸事業を行っているパシフィックサプライ株式会社とはグループ会社である。会社の考えとして遠慮がちな障がい者の「声なき声を聞くこと」を目的としており、お客様の声に傾聴しながら提案営業を心掛けている。
- 従来はスポーツなどで大けがをした人の装具を作るという事業が多かったが、今後はアスリートの怪我を予防することにも重点をおくべきであると考えている。自身の経験上怪我をすることはその人のライフサイクルを狂わせることになるため、「怪我をさせない」という考えは大切である。自身が 40 歳を越えてもアメリカンフットボールを続けることが出来ている理由も装具のおかげであり、装具や柔軟なルール変更など工夫次第で何歳までも誰でもスポーツを続けることが可能である。
- 川村義肢では「UNDER+STAND」の理論を強く言っている。これは文字通り、お客様の下に立ち、お客様を理解する姿勢を持てという意味である。お客様と全く同じ状態に身を置くこと、同じ気持ちになる事は不可能に近いので、わからないことは積極的に聞くように推奨している。教えていただいたことを反芻し提案につなげ、その提案に対しまた意見をもらうという繰り返しが大切である。大切なのは常に学ぶ姿勢である。
- 事業を行う上で大切にしているのは、プロは価値を売る人であるということである。「売る」という漢字の旧字体は「賣」と書き、「買う人の士（先生）」と解釈することができる、つまりお客様から求められるであろう知識を常に勉強していくことが大切である。
- 川村義肢ではアスリート支援としてアスリート発掘や啓発活動など障がい者スポーツなどへの理解を深めてもらうための活動を数多く行っている。例として、本社のある大阪府大東市において高齢者にウォーキングの機会を提供するためにノルディックスキーのステッキを使用したウォーキング企画や車いすテニス体験会などを行っている。
- 競技志向性の高いパラリンピアン装具や義足も製作している。従来は社員がメカニックとして試合等に帯同していたが、1 年中の帯同は業務との兼ね合い上難しいため、現在では選手自身が義足や車いすの整備を出来るように会社でメンテナンスの技術指導を行っている。
- 事業領域を限定しないため、依頼があれば人間以外の義足も製作している。例として、足を失った

犬やヒレをなくしたウミガメに義足や人工ヒレを、足を悪くしたフラミンゴに装具を製作した。これらの事業に対して否定的な意見を持つ人もいるが、必要とされているものは、今後も製作していくつもりである。

- 近年、障がい者向けに施設が整備されつつあるが整備された施設を管理する人が十分な知識を持っていないため、結果的に施設の良さが活かされていない場面が散見される。そのような知識不足を解消していくためにも川村義肢では社外に向けて啓発活動を行っている。先日、羽田空港において航空会社向けに車いすの積み込み方などの講習会を行いレガシーキャリア、ローコストキャリア関係なく多くの航空会社に参加いただいた。
- 障がい者スポーツ等を考える上で最も重要なことは「ハートバリアフリー」である。ステレオタイプは捨て、相手のことを理解しようとする姿勢が大切である。

<質疑応答>

質問：インバウンドツーリストが増加している中で、今後日本にはどのような対策が求められるか。

回答：重要なことはインフラ整備である。しかし、現在インフラは整備されつつあり求められるのはインフラを使いこなす人材と知識である。また、ハートバリアフリーも重要であり、対応が十分でないと考える企業も存在する。例として、玄関口となる航空会社は障がい者対応に対する意識は高いが、陸路は高いとは言い難い。その部分を改善していく必要があるのではないかと個人として考えている。

2. 「障がいをもつアスリートを支える一旅のユニバーサルデザインを目指して」

(株)SPIあ・える倶楽部／NPO日本トラベルヘルパー協会（外出支援専門員）

篠塚恭一氏

- 現在日本では介護を必要とする人が600万人を超えており、障害者手帳保有者は人口の約4%である。このような状況下で障がい者・高齢者及びその家族など多くの人々が旅行に対するサポートを必要としている。その支援を行うのが介護の技術及び旅行業務の知識を持つトラベルヘルパー（外出支援専門員）という人材であり、講演者はその人材育成を行うために約10年前に日本トラベルヘルパー協会というNPOを立ち上げ現在に至っている。
- トラベルヘルパーに必要とされる能力は介護・介助技術はもちろんだが、被介助者と旅行に関するステークホルダーとの仲介役を果たさなければならないため旅行業務に関する知識が重要となる。例えば、電動車いすを使用する被介助者の場合、充電できる場所はどこか、その場所に行くためにどのような行程を行けばよいかなどのスケジュールプランを考える必要がある。また、家から旅行先までの交通手段の確保や障がい者対応をしている旅館の確保なども仕事に含まれる。
- 日本の介護保険制度は屋内に限った場合手厚い保障が受けられるが、屋外活動に関しては通院行程などを除けば十分な保障がなされていないのが現状である。
- 障がいを持つ人もオリンピックなどのスポーツイベントを現地に行き観戦したいと考えるものであり、近年は補助器具等の発達によりスポーツイベントに参加したいと考える方も増えてきている。若い障がい者はある程度器具を揃えれば自力で移動することが可能であるが、高齢者の場合は難しいためその場合トラベルヘルパーが必要になる。
- 移動で利用されることの多い車いすだが、現在日本で作られている車いすの多くは室内やバリアフ

リー空間を想定されて作られている。そのため旅行で屋外を移動する際車いすがダメージを受け、サポート・メンテナンスに苦慮することが多くあるため、改善策等を考える必要がある。

- 2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けて考えなければならない問題として、ハードウェア（トイレやスロープといった施設・設備・交通等のインフラ）、ソフトウェア（チケット購入のルールや利用の際の手続きなどの仕組み）、そしてマンパワー（教育を含めた人材）の 3 点を考えていかなければならない。
- パラリンピアンへの対応だけでなくその家族やパラリンピアンのファンに対する対応も考えなければならない。パラリンピアンへの対応は手厚いがその周囲の人間に対する支援が手薄なことが懸案事項である。
- 今後特に改善が必要だと考える部分はモビリティである。冬季長野オリンピック・パラリンピックの際は J T B が日本中から車いす用バスを集めてきて対応した。しかし、現在の日本の高齢化率等を考慮すると 2020 年に同じ手段を講じることは難しいため、今後その問題をどう解決するかを考えていかなければならない。ロンドン大会の場合、ロンドンタクシーの多くが車いす対応になっていた。今後日本のタクシーもユニバーサルタクシーに替えていく予定である。ソフトの部分でも情報をどのように伝えるか、チケット販売の仕組みを改善する必要がある。例えば J R で車いす席を予約しようとした場合、発券までに 1 ～ 2 時間かかり、チケットを買うため窓口を訪れてから発券中は違う場所で時間をつぶす必要がある。外出等が大変な人にこの動きを強いるのは酷なのではないか。今後このような仕組みの部分も改善されていくべきである。
- 障がい者アスリートの荷物は健常者旅行の 2 ～ 3 倍になることもあるため荷物の移動が大変である。そのため、もしオリンピック・パラリンピックで日本へやってきた旅行者が東京から地方へ移動したいと考えた場合、電車などの交通会社機関は、車内の荷物置き場の確保や大型のコインロッカーの増設など様々な事象を考慮した対応を考えなければならない。

< 質疑応答 >

質問：トラベルヘルパーの人数は？

回答：全国で約 750 人いる。ほぼ全都道府県にトラベルヘルパーはおり、現在は各自治体がトラベルヘルパーを育成しようとしている。行った先でサポートする仕組み作りを心掛けている。

質問：トラベルヘルパーを手配する費用は幾らかかりますか？

回答：見守りだけならば 1 日 2 万円ほどで、要介護 5 の人は 1 日 3 万円の費用が掛かり、これに旅費が加わる。1 日利用だけでなく時間利用や半日利用も可能であるので状況に応じた対応が可能である。

質問：専門職の方はいらっしゃいますか？

回答：介護ヘルパー 2 級を全員持っている。それにプラスアルファで看護師や社会福祉士の資格を持っている人もいる。トラベルヘルパーを本業にしている人はほとんどおらず、本業との兼ね合いで行っている人が多い。

以上

【アジェンダ】

セッションテーマ「2020年に向けた動向」

1. 「2020年に向けた今後の動向」

内閣官房東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会推進本部事務局

総括調整統括官 芦立訓氏

2. 「2020年に向けたインバウンド誘致戦略」

日本政府観光局（JNTO）インバウンド戦略部次長 広瀬正彦氏

1. 「2020年に向けた今後の動向」

内閣官房東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会推進本部事務局

総括調整統括官 芦立訓氏

- 「オリンピックに参加することに意義がある。」とよく言われる。しかし、ことはそう単純ではない。近代オリンピック、クーベルタンが提唱し、中心はヨーロッパ。その後時間が経つにつれ、アメリカが台頭し、イングランドを中心としてヨーロッパとの競争が激化。アメリカ・イギリス両チームの乱闘騒ぎなども起きた。こうした中で、牧師が、英国米国両選手団を集め、「オリンピックで重要なことは、勝利することよりも、むしろ参加することであろう」と伝え、クーベルタンが翌週この発言を引用したことで、「参加することに意義がある」という表現が広まった。つまり、この言葉の背景には、黎明期のころからオリンピックが、熾烈な競争の場であったことがある。
- アマチュアリズムの変化も見逃せない。五輪は長い間アマチュアスポーツとして展開されてきた。しかし、今や、プロ・アマを問わず、世界の選手が出場する大会となっている。1964年の五輪とは、全く異なる状況であり、アメリカのドリームチームが出てくるようなことは以前は考えられなかった。
- かつてのアマチュアリズム時代においては、例えば、モントリオール五輪では、巨額な赤字に終わり、モスクワ五輪は西側諸国の不参加の中で開催されるなど、経済面や政治に振り回されることが顕著になり、とうとう開催に名乗りを上げる都市がなくなるほどの状況になった。オリンピック存続の危機である。
- この状況の大きな転換点となったのが、ロサンゼルス五輪であった。テレビ放映権、一業種一社のスポンサー制度、グッズの売上など、コマーシャリズムの様相が大きな存在感を発揮した最初の五輪となった。この時は、東側諸国が参加しなかったものの、経営面では黒字を達成し、大成功に終わった。この後、ロサンゼルス方式とでもいうべきスキームにもとづいて、五輪が開催されている。
- 特にテレビ放映権料のウェイトは大きくなっている。シドニー五輪の時には、1億2700万人が、開会式をみたと言われているが、2012年のロンドン五輪の開会式をみた人は、9億人であり大幅に増加している。そしてインターネットを使った動画の配信が大幅に増えるであろう2020年大会では、いったいどれだけの人が開会式や試合を目にするのだろう。現状では予想するのは非常に難しいが、莫大な数であることは間違いない。

- 日本の場合、全てのキー局がジャパンコンソーシアムに参加して放映権を獲得しているが、平昌五輪と東京五輪には、700億円近い資金を拠出している。アメリカは、既に2022年～2032年の契約を結んでいるが、約9000億円がIOCに支払われることになっている。アメリカの巨額の放映権料の恩恵をアメリカのオリンピック委員会は受けており、IOCから多額の資金を受けていて、アメリカオリンピック委員会は、日本と違って税金による支援を受けずに運営されている。
- さて、2020年を見据えると、東京オリンピックの効果をどのように波及させていくのか、が今後の課題である。
- 例えば、ロンドン五輪では、イギリス国中で文化イベントが行われ、芸術・文化のイギリスらしさを徹底的に発信していた。これを日本に置き換えて考え日本中の文化を積極的にどう発信していくのかが課題だと思う。
- またゲリラ豪雨、熱中症、多言語対応など、一つの省庁では完結せずに、複数の省庁にまたがる課題について、オール霞が関で横串を通す作業を行う必要がある。ビザの緩和と治安、サイバーテロなども同様であろう。
- 今年6月にオリンピック・パラリンピック大臣が置かれた。また10月には、文部科学省の外局としてスポーツ庁が設置される。日本のスポーツが大きな変化に向けていよいよキックオフするのが今年である。たとえば、スポーツ庁の中では、スポーツツーリズムでどう地域おこしを行っていくのかなど、これまでにない課題にチャレンジし始めることになる東京2020の成功に向けて、やるべきことは多い。

<質疑応答>

Q 東京五輪に際して病院が足りない現状だが、どうように行っていくのか。

A 例えば熱中症対策として必要な病院を考えると、数がいくらあっても足りない。病院に行く前に、症状を防止する予防的措置が不可欠である。そのためには、厚労省だけでなく、関係省庁が連携して対応するよう、政策的に横串を差すことが必要になると考える。

2. 「2020年に向けたインバウンド誘致戦略」

日本政府観光局（JNTO）インバウンド戦略部次長 広瀬正彦氏

- 「インバウンド消費」がヒット商品番付横綱になるなど、隆盛を迎えている。JNTOは、ビジットジャパン事業、MICE誘致事業やツーリスト・インフォメーションセンターの運営、そして道の駅などの外国人案内所のコンサルティング業務などを行っている。JNTOの訪日プロモーション執行機関化が行われ、海外事業者を活用した外国人目線でのプロモーションが実現された。迅速な意思決定や臨機応変な対応により、諸外国との競争に打ち勝つ効果的な外客誘致活動を行っている。
- 訪日外国人が増加した要因として、まず2013年に、東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定したことが上げられる。それに加え、円安の振興、免税制度の拡充、査証免除・要件緩和、LCC・クルーズの拡大、ICT環境の普及（訪日外国人の9割がスマホを持っている）などが進行しており、日本に来てから行動を決める外国人も増加している。
- 拡大を続ける世界旅行市場は、11億3300万人から18億人まで上昇することが、予測されている。訪日外国人旅行者数の推移（2013年～2015年6月）でも本年（1～6月）分でも前年比46%

増の状況である。イギリス、インドネシア、ロシアの以外の国で全て訪日外客数過去最高になった。訪日外国人の旅行消費特性では、中国などのアジア、東アジアは、買い物代が多くを占めている。欧米豪は宿泊代のほか、歴史・伝統体験である。国際旅行収支の移り変わりでは、2014 年度旅行収支 55 年ぶりの黒字転化となった。

- 訪日外国人旅行者の増加に伴ないインバウンドがツーリズム産業の裾野を拡大させることがあげられる。ナビの業界や多言語対応によって活性化している。また、医療ツーリズムも世界から注目される産業になってきている。
- 観光がもたらすものとしては、観光は少子高齢化時代の経済活性化の切り札として雇用の創出を行い、交流人口の拡大による地域の活性化は地方創生の即効・特効薬として機能する。それにより国際交流観光の推進でわが国のソフト・パワーが強化され、観光立国により国民が誇りと自信と取り戻すことも期待されている。
- 現在の国内における観光の名目 GDP の構成比 5.2%、観光の雇用誘発効果 419 万人、日本国内での旅行消費額に占めるインバウンドの割合 7%となっている。訪日外国人 8 人分の消費が定住人口 1 人分の消費に相当すると言われている。しかしながら日本の国際観光収入は世界 17 位にとどまっており、今後さらなる伸びが期待できる。
- オリンピック&パラリンピックに続き、関西ワールド・マスターズゲームズがあり、5 万人が訪れることになっていることから、メガイベントを見据えたインバウンド誘致戦略は、訪日外国人 2000 万人時代に欠かせない戦略である。
- 現在の訪日外国人のルートは、ゴールデンルートに偏っており、ルート上の都市はなかなか宿がない状態である。そのことと合わせ、アクションプログラム 2015 がインバウンド新時代に向けた戦略的取り組み、観光産業の強化、国内観光の振興、受け入れ環境整備、質の高い観光交流 リオ五輪、東京五輪とその後の観光振興の加速を目的に決定された。
- 海外における訪日プロモーション基盤の強化にも力を入れている他、ビザ要件の戦略的緩和をしたことで、フィリピン・モルディブからの訪日が大幅に上昇した。
- 消費税免税店数の拡大とその波及効果は、訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化プログラム、免税手続きカウンターの活用促進、地域ブランドマーク付与、買い物を楽しめるショッピングコースの形成などとあいまって、拡大している。
- 観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等の例では、観光分野における外国人材の活用（スキーインストラクター）なども行っている。
- 観光客の地方分散や観光地域づくりでは、広域観光周遊ルートの形成、情報発信が不可欠である他、「道の駅」を核とした地域における観光振興や、LCC・クルーズの誘致も不可欠である。宿泊施設の供給確保をはじめ、通訳案内士制度の見直し、貸し切りバスの供給確保、多言語対応、無料 WIFI 環境の整備 IC カードの利便性向上、手ぶら観光の促進 など、受入環境の改善が課題である。
- MICE 誘致戦略に関する取り組みの進行中の主な施策は、グローバル MICE 強化都市、アンバサダープログラム、ユニークベニューがある。外国人ビジネス客の取り組み強化では、ファーストレーンの設置例、自動化ゲートの運用、質の高い観光交流の実現が必要である。また全国各地での文化プログラムの開催やオリンピック・パラリンピック開催を景気としたバリアフリー化の加速 も重要である。

- 日本の魅力の情報発信では、国内機関・企業との連携、他国・国際機関との連携、国内自治体や事業者へのコンサルティング・情報提供が重要になってくる。また地域ブランドの構築では、外国人目線にたち、魅力の絞込み（捨てる勇気）を行い、広域連携や観光資源の発掘、観光資源磨き上げ、試行ツアーの造成を行っていくことが肝要になってくる。
- 国家ブランド指数は、総合ブランド1位、観光ブランド2位、外国人訪問客数は世界22位、アジアの中でも7位となっており、ブランド力と実際の訪日数のギャップを埋めることが急務である。

以上

2015年7月28-30日 JSTAセミナー in SPROTEC 2015 【D-9】

【アジェンダ】

セッションテーマ「Jリーグがホームタウンと取り組む地域活性化」

公益社団法人日本プロサッカーリーグ常務理事 中西大介氏

コンサドーレ札幌 GM 執行役員

一般社団法人コンサドーレ北海道スポーツクラブ代表理事 三上大勝氏

株式会社湘南ベルマーレ代表取締役会長 真壁潔氏

松本山雅 FC 代表取締役会長 大月弘士氏

ファジアーノ岡山代表取締役 木村正明氏

1. 「松本山雅 FC」松本山雅 FC 代表取締役会長 大月弘士氏

- 松本山雅 FC は、1965 年に山雅クラブとして誕生した。「喫茶やまが」が発祥地で、当初はサッカー経験者がいない、レクリエーション志向のチームであった。その後、長野県に J クラブをつくろうという気運が生まれたのはスタジアムができた時である。ワールドカップの事前合宿で来たチームのキャプテンが「こんなスタジアムがあるのに、もったない」との声があり、地元の方々、商工会議所が、依頼をしてきて、始動した。活動当初の、当時ウルトラ松本のファンは、まだわずかばかりの状況であった。
- 松本山雅 FC の成長した理由は、以下の 3 点である。1. クラブは誰の為に存在するかが明確に共有できたこと、2. 松本山雅 FC を取り巻く全てのステイクホルダーが私利私欲なくクラブ・地域の為に行動し続けたこと 3. 長野県にライバルのサッカークラブが存在したことである。チームの負けがこんでも「サポーターが作ってきたチーム」であることからか、常に観客数が増加している。ほぼ、会場が満員の状況が続いている。
- 企業理念は、未来への夢と感動へチャレンジである。J1 や J2 などを目標にしていない。2014 年 J1 昇格に際しては登城パレードが行われるなどの地域とも共に歩んでいる。山雅ドリームサミットを開催しているが、これは山雅ファミリーと成長戦略を共に考えるもので、サポーターとホームタウンと共に成長・発展していく試みである。
- 長野県は、高齢者の就職率が全国で一番高い地域でそれに伴い高齢者の医療費も全国で一番低い地域である。したがって全国一の長寿県としても評価が高い。今後もサッカーというスポーツを通し

てひとつづくり、まちづくりに取り組んでいきたい。

2.「ファジアーノ岡山」ファジアーノ岡山代表取締役 木村正明氏

- まず岡山では、ファジアーノにはおそらく 10 人のうち 1 人しかスポーツに興味がある人がいないと考えており、試合でも負ける前提の経営を行っている。岡山は、気難しい人々がいる町として有名でまた、全国的にも知名度の低さが課題である。県民性としては、倏約県で、お金をためていることも報告されている。
- チームとしては、100 年続く DNA として、勝敗に左右されない関係づくりを意識している。具体的には、①多くのスポンサー企業から支援（約 590 社）、②成績・勝敗に頼らない関係づくり、③自治体との関係浸透である。
- J リーグは 100 年構想を謳っており、のぼりの掲出や看板作成などを通じ地域と連携している。地域に協力してもらい関係を作る、地域で開催されるイベントへ選手やマスコットが参加するような仕掛けを行っている。またスタジアムの魅力づくりとして、①スタッフのホスピタリティ②広場イベントの充実にも取り組んでいる。

3.「湘南ベルマーレ」株式会社湘南ベルマーレ代表取締役会長 真壁潔氏

- 湘南ベルマーレ は、100 年構想の中で、総合型地域スポーツクラブとして成長してきた。競技種目としては、サッカーの他にもビーチバレー、ラグビーセブンス、F リーグ、ロードレース、トライアスロンなどがある。湘南ベルマーレのミッションステートメントは、「夢づくり ひとづくり 楽しめているか 人生と地域を豊かにする スポーツ文化が根ざしている世の中。常に全力であること。地元へ恩返しすること 若者を応援すること」を掲げている。
- 湘南ベルマーレのサッカーはよく走ると言われているが、「楽しんでサッカーをやりなさい、だから走るんだ」ということを述べている。
- J1 で一番になって、その後、J2 落ちて、親会社がいなくなり、残されたのは、2 軍の選手と市民だけだった。そこから 100 年構想の中で、総合型地域スポーツクラブ構想を立ち上げた。

4.「コンサドーレ札幌」コンサドーレ札幌 GM 執行役員／一般社団法人コンサドーレ北海道スポーツクラブ代表理事 三上大勝氏

- コンサドーレ札幌のアジア関係構築については、まず「なぜアジア関係構築を行うのか」という理由は、①理念「北海道とともに世界へ」、②地域のみなさんが、アジア、特に ASEAN に注目している、③コンサドーレ札幌が皆さんと ASEAN を繋げるコンテンツになれる可能性「大きい」、の以上 3 点に代表される。さらに、アジア各国において「サッカーの影響力」は非常に高く、またアジアにおけるクラブのトップは地元の有力者であることも理由としてあげられる。
- クラブ考える事業展開イメージとしては、北海道・札幌市・関係者が注目する ASEAN 国とのクラブ間提携を行い、そして提携クラブ間のハブクラブとなり、機能することである。
- ASEAN 選手の獲得によって、ベトナムでの PV 実施、提携先クラブホームゲームでの日本企業プロモーション、運輸局やビジット・ジャパン関連受入協力、各国メディア招致事業 若手選手・学生の留学、インターン受入協力、企業の現地法人設立、協業への協力などの活動につながった。海外の多

くの国民に「街」を知る、街の特産を知るきっかけになっていく日本、札幌、北海道を元気にしていく、それがコンサドーレの仕事だと考えている。

5.「まちの元気と、ツーリズムと、インバウンドと、Jリーグ」公益社団法人日本プロサッカーリーグ 常務理事 中西大介氏

- 52のJクラブが、37都道府県に所在し、百年構想クラブを加えると、58のクラブが、40都道府県に所在している。ドイツの事例では50チームが1部を経験し、地元にスターが来る機会を経験する。この積み重ねが、ドイツのワールドカップ優勝と平均観客4万人につながっている。
- J1平均入場者は世界で10番目、J2平均入場者は、世界で3,4番目である。J2の数字は、驚異的であり、今後も、ローカル&グローバル、スポーツが地域を元気にする、スポーツツーリズム、インバウンドをテーマに国際交流が生み、雇用と定住に結びつけていくことが肝要である。
- アジアサッカーマーケットの創出として、アジアにおける、リーダーシップポジションの獲得を目指している。現状では、アジアのマナーは、ヨーロッパに流れているが、アジアのサッカーマーケットは非常に将来が有望である。習近平により国家でサッカーを振興し始める。都市や農村の開発計画に、サッカー上の建設を、盛り込み、地方政府が、クラブ経営の安定と発展を、支援、クラブ名や本拠地の、頻繁な変更を戒める、企業名から地域名へと変化させている。中国は1つのリーグだけで世界に勝てるリーグを作り上げようとしている。
- Jリーグは、世界70カ国の試合中継している。インバウンドの側面では、タイから約100名が、埼玉スタジアムに来場するなどの効果をあげている。ヤンマーは農業地帯でのヤンマー認知向上にとりくみ、タイの農業地域でサッカー教室を開催も開催している。また能力のある子どもがバンコクグラスの育成チームでプレーし、セレッソ大阪の育成システムを活かすことで、ヤンマーはセレッソへの協賛金増額している。
- 今後はゴシアカップ（スウェーデン）80カ国1600チーム選手45000人観客数33万人というものを日本に招致したいと考えている。

● パネルディスカッション

- 松本山雅の与えた影響については、農家の人に大きな影響を与えている。試合観戦をすることは、高齢者にとっての生きがいになり、親子三代を連れてくる。食事中でも、山雅の話で盛り上げられるシーンがみられるようになっている。
- SPORTECは零細企業にとっての素晴らしいinput機会になる。日々業務に追われる職員にとって、こういったイベントがあることは、情報を同時に多く入手することができる大変有意義なものである。
- フロントの能力を伸ばすことが、クラブの能力になると考えている。まずは、いかにして稼ぐか、が肝要だと思っている。
- 行政との関係性について、湘南ベルマーレは、湘南という名前の定義の広さからも平塚市も含めて中途半端な状況になっているので、合併、政令指定都市化をチームとして目指している。
- アウェーからのファンがどのくらい来ているのか、については、見える化を行う予定である。国内はできているものの、インバウンドはできていないのが実情で議論をしている。

- インバウンドの政策が続いているが、J としては今後も情報発信を行っていく予定である。また各国言語が異なることが現在の課題であるといえる。クラブが海外にしやすい環境を作りあげるために、情報として海外に届けたい。

<質疑応答>

質問：国内においてクラブがない、空いているスペースについてはどう思いますか？

回答：J からは働きかけはしていないが、情報やノウハウの提供を行っている。西日本と東日本で文化が異なり、クラブができる、できない、の環境の違いはあると考える。

質問：(札幌) 育成の賞を授賞されているか？どのような形でユースを強くし、活性化を行う？

回答：まず資金力が前提だが、ユースにお金をかけてしっかりと育成を行っていくことで、紐付いてトップカテゴリーにまでつながっていった。

質問：(札幌) インバウンドについて

回答：プロモーションや伝え方が下手くそだったと感じている。アジア戦略の一番の点は、「サッカーってこんな使い方があったんだ」という考え方である。

以上

2015 年 8 月 28 日 第 5 回 JSTA セミナー

【アジェンダ】

1. 「国際スポーツフェスティバル《コーポレートゲームズ》がなぜ世界 30 カ国以上で開催されているのか？」
一般社団法人スポーツフォーライフジャパン 代表理事 手嶋 雅夫氏
2. 「開催可能な国際スポーツイベントの数々：IOC アジェンダ 2020 による変化」
スポーツアコード元理事／国際ワールドゲームズ理事／世界フライングディスク連盟理事／上智大学教授 師岡 文男 氏

● 「国際スポーツフェスティバル《コーポレートゲームズ》がなぜ世界 30 カ国以上で開催されているのか？」

一般社団法人スポーツフォーライフジャパン 代表理事 手嶋 雅夫氏

- コーポレートゲームズは 1980 年代にイギリスに本社を持つスポーツフォーライフ社がライセンスするマルチスポーツフェスティバルで、世界 30 カ国以上、100 万人以上が参加している国際イベントである。
- 日本では 2008 年にコーポレートゲームズのテストマーケティングを行った。リーマンショックの影響で外資系はじめ、申し込んだ企業参加者が半減したというアクシデントもあったが、参加者からは好評を得た。
- 2013 年に三井不動産レジデンシャル株式会社の市場開拓部と「新しい形でコミュニティを融合させる仕組みはないか」という話になり、コーポレートゲームズを行う機運となった。
- コーポレートゲームズは 2 日間、同時開催で複数の種目で競い合うというマルチスポーツフェスティバルである。一つの企業、団体が複数種目にチームを出すことができる。プロフェッショナルな審判を用意した、誰でも参加できる、参加・観戦型イベントであるというのが特殊な点である。
- 唯一のルールであるチームメンバーは同じユニフォームを着なければならないということで、多くの他のチームがいる中で、社員同士に身内意識が発生する。それが社内運動会とは全く異なった点である。
- 土曜日に予選リーグを行い、各リーグのトップ 2 が翌日の決勝トーナメントに進む。土曜日の夜に競技参加者全員（決勝に進むチームも敗退したチームも）が参加できるパーティが用意されており、チーム内、会社内、団体内のみならず、一緒に予選リーグを戦った社外チームとも交友を深めることができる。
- 参加者人数別に Division1-10 までグループ分けして競う。また各競技では順位ポイント×競技人数のポイントを獲得でき、そのポイントの合計で順位を決める。
- 昨年参加した企業の約 8 割が今年も参加する。また 1 企業あたりの参加人数も増加しており、今年は 8000 人程度を見込んでいる。

- 社内運動会と最も異なる点は、勝ちに行くという点である。勝ちを目指す、社外のチームと会社、団体を挙げて戦う、また有志、仲間で戦いに行くということでチーム内の結束が非常に強まる。
- 予選リーグ、決勝トーナメントと分かれているところがチームワークを作っていく重要なポイントである。予選がリーグ戦という形をとっていることで1試合目の反省をして2試合目に臨み、2試合目の反省をして3試合目に挑むという姿勢が全てのチームで見られる。
- セルフジャッジではなく、正式な審判がジャッジをするので判定が明確であり、チームとしてのつながりがあればあるほど、勝ちたいという気持ちが出たと思われる。
- 企業でなくても参加が可能である。昨年は店舗でスタッフと客でチームを作って参加したところや、小学生のチームや PTA のチーム、営業マンとお客でチームを作って参加したところもあり、年齢、性別、所属に関係なく広く門戸を開いた大会である。
- 今年の11月に開催される大会で、ある大手企業は400名の枠を取り、世界中の支社にその15%の枠を割り振り、研修を兼ねて様々な種類のスポーツに参加している。このように全国や全世界の支社の交流にコーポレートゲームズを利用する会社もある。
- 同種目内にクラスを複数作り、試合は一緒に行うがアワードは別で貰えるような仕組みを構築している。そのためどのチームも勝ちを狙いにいく姿勢ができています。
- 大変複雑なオペレーションが完全にマニュアル化され、システムとしてコンピュータで選手登録や勝敗管理、ポイント管理ができるようになっている。

<質疑応答>

Q：審判の手配はどのようにしているか。

A：レギュレーションに従い各スポーツの協会、もしくはスポーツマネジメント会社に派遣を依頼している。

Q：他の場所での開催も考えているか。

A：地方自治体と一緒にやらないと大会の開催は難しいと思われる。東京大会の場合、東京都・江東区・中央区の後援という形で施設を借り受けている。コーポレートゲームズはスポーツイベントに適切な時期にしかできないので、施設の混雑期に場所を確保するのが最も重要な点である。世界的には見ると施設を持っている大学や自治体、または、大学と自治体が共同で主催するという事が多い。

Q：沖縄大会は別のものか。

A：沖縄の大会は沖縄の団体が権利を持っているので、別のものである。

Q：他の地域でも要望があれば開催するか。

A：開催する。施設や時期の問題など、周到的な準備が必要になるので、数々の打ち合わせを経て開催をすることになる。

3. 「開催可能な国際スポーツイベントの数々：IOC アジェンダ 2020 による変化」 スポーツアコード元理事／国際ワールドゲームズ理事／

世界フライングディスク連盟理事／上智大学教授 師岡 文男 氏

- オリンピックの次の年には関西ワールドマスタースゲームズで 5 万人を募集する計画がある。オリンピックアジェンダ 2020 の提言でも、オリンピックの開催地でワールドマスタースゲームズの開催を検討する記述がある。
- スポーツの語源は deportare というラテン語である。16 世紀になり今の sport という語になったが、そもそもは「普段と違う所へ（心と身体を）運ぶ」という意味で、レクリエーションと同義語といえる。全ての人が音楽を楽しめるように、本来スポーツもそうであるべき文化である。
- スポーツ大会には「チャンピオンシップス」と「ゲームズ」という 2 種類に分けられる。チャンピオンシップスは純粋に 1 位を決めることが目的だが、ゲームズの基本理念はみんなが参加して楽しみ交流することが第一義である。しかし日本では明治維新に富国強兵の手段としてスポーツや体育が行われた歴史的背景からチャンピオンシップス型の「～のため」という手段としてのスポーツ、勝つことだけが目的のスポーツのみが残ってしまった。
- 楽しむことが目的のスポーツでも、その醍醐味は競うことであるが、全く勝負にならないゲームでは面白くはない。ゴルフが面白いのはハンディキャップを付与して誰でも勝てるチャンスがあるようにしたからである。このようにスポーツ普及の根幹はみんなで楽しめる設定にある。
- 東京都は成人の週一スポーツ実施率 70%という国より高い目標を掲げ、3 人の職員を東京都レクリエーション協会に出向させている。これは現在スポーツに興味がない人々にもスポーツに関心をもってもらうための戦略である。
- オリンピック招致のポスターは、2016 年大会を目指した際の「日本」という漢字表記を「ニッポン」とカタカナ表記に変えた。これは漢字の「日本」よりもカタカナの「ニッポン」の方がより親近感を感じ、支援者が増えるからである。人間は「心」で生きているのである。
- 2015 年 4 月、国際スポーツ団体連合（スポーツアコード）総会でビゼール会長が IOC 批判を行ってしまったため、多くの団体がスポーツアコードを離脱してしまい組織としての存続が危ぶまれているが、コンベンション事業は継続される見込みであるので、今後も活用が可能である。
- まだオリンピックに採用されていないスポーツにも価値がある。2012 年に堺市でフライングディスクの世界大会を開催した際には 2 億円規模の経済効果があった。五輪競技だけに経済効果があるとはいえない。
- 東京五輪の追加候補種目には 26 団体が立候補したが、そのうち 22 団体はワールドゲームズの種目である。まだ五輪採用されていないスポーツにも様々なチャンスがあると言える。
- 国際オリンピック委員会非承認国際競技団体連盟 AIMS には 23 競技団体が加盟している。剣道、キックボクシング、柔術、合気道もここに加盟している。この AIMS が最近力を持ち始めており、IOC が援助するという話もでてきている。
- 2020 年五輪の追加競技最有力候補といわれている空手は流派の違いが問題であったが、オリンピックルールを作ることによってそれを乗り越えた。
- これから日本で開催可能な国際スポーツイベントは多数ある。ワールドレジャーゲームズなどは MICE としての誘致が可能である。また国際会議としては世界スポーツ・フォー・オール会議、

スポーツアコードコンベンション等も日本で開催可能である。

- ワールドレジャーゲームズは開催地が行うスポーツを選べるフレキシブルな大会である。2020年の日本招致は失敗したが、2024年に向けて動いている。
- その他にもワールドゲームズ、ワールドスポーツ・フォー・オールゲームズ、ワールドビーチゲームズ、アジアビーチゲームズ、ワールドマインドゲームズ、アジアインドア・マーシャルアーツゲームズ、スペシャルオリンピックス、ユースオリンピック、ユニバーシアード、アジア競技大会、東アジア競技大会等、多数の誘致可能な大会がある。
- 成功のポイントは官から民への流れを形成すること、「する」「みる」「支える」という広い参加の仕組みを持つこと、1世代だけでなく次世代の参画をさせること、初の大会であること、オンリーワンであること、官民でストーリーを共有できることが大事である。

以上

2015 年 9 月 25 日 第 6 回 JSTA セミナー

【アジェンダ】

1. 「新しい公共とスポーツツーリズム」

国土交通省 都市局長 栗田 卓也氏

2. 「スポーツツーリズムと民泊」

株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山 康博氏

1. 「新しい公共とスポーツツーリズム」 国土交通省 都市局長 栗田 卓也氏

- 新しい公共の歴史は、国土計画、全国総合開発計画の歴史と連動する。三全総（地方開発）、四全総（多極分散型国土）、五全総（多極型国土構造）、国土形成計画と国土計画が展開するにつれ、新しい公共の概念が広がってきた。
- 新しい公共は都市政策やまちづくりから発展しているため、公共性を備えた社団法人・NPO などが担っている。また株式会社でありながら定款で配当を行わない旨を定めた会社など、様々な形態の人々が関与している。
- 海外では道路がカフェ空間であったり、日本においても過去は子供の遊び場であったりするような時代もあった。これまでは交通の確保以外における道路利用は大変抑制的になっているが、まちづくりのために活用していく活動も行われている。
- 2003 年から Visit Japan というキャンペーンを行っており、訪日の外国人は順調に増加傾向にある。これまでは訪日外国人の目標数について「2000 万の高みを目指す」と掲げていたが、最近では2000 万人が現実的になってきたので「2000 万人を目指す」と言うようになってきている。
- 訪日観光客の増加に伴い、訪日外国人 2000 万人の目標達成よりも、2500 万人、3000 万人という数字が期待感を込めて語られるようになっている。
- 訪日観光客は中国・台湾が多い。また「爆買い」に見られるように、中国人観光客は激増している。また日本は旅行者数世界 16 位であり、島国なので殆どの人が海路・空路で訪れる。
- 訪日外国人の日本における消費額は、1 人 1 回あたり 15 万円程度である。訪日外国人を増やすことで、国内定住人口減少による経済問題を補うことができる。
- 地方ではLCCにおける観光客はもちろん、クルーズ船の寄港も大きな期待を持たれている。宮崎のある町では 3000 人の旅行者が訪れ、買い物や観光をして帰っていくような例もある。
- 東京から富士山を見て関西に向かう、いわゆる「ゴールデンルート」以外にも、全国を見て回れるような「広域観光ルート」というものを作るべく活動している。
- 中国の人はゴールデンルート、北米の人は東京、オーストラリアの人は北海道等、出身国によって偏りがあることが調査から分かっている。
- まちづくりとは、地元の人々がどう自分の町をよくしていくかである。基本的にはローカルな人々が協働して、ソーシャルキャピタルを強化しながら取組みを進め、それでも手の届かない

場所に公共が手を添えるべきである。

- オガールプラザ（岩手県紫波郡紫波）はもともと何もない場所であったが、スポーツ施設を作ることによって発展してきた。運営主体は株式会社であるが、地域づくりを目的としている事業であるため、国としても支援している。
- インフラを作る人を支援することも公共事業として大切であるが、作った後、管理運用していく人々を支援することも新しい公共・新しいまちづくりにおいて重要なことである。
- 東京五輪に向けて、道路の保水性や遮熱性を考える取り組みも行っている。熱いアスファルトの上でマラソンを行うことに対する問題はまだまだ多く、具体的な検討が進められている。

<質疑応答>

Q：海外では自動車道・自転車道・ジョギング道などが併設されているが、日本では今後そのような計画はあるか。

A：自転車道の話は国会でもよく上がっている。自転車道の整備は永らく検討されてきたが、日本の道路には自転車道を作るだけのキャパシティがないのが実情であり、ネットワークの形成には時間がかかる。

Q：都市公園においては商業利用に対し規制が厳しい。緩和の予定はあるか。

A：国家戦略特区による社会福祉施設の占用について、緩和は着手されている。現在、都市公園の多様な機能が十分に発揮されるよう検討を進めている。

Q：2020 年を想定した道路改善に関して、具体的な計画はあるか。

A：まだ仕組みの検討段階であるが、早晚具体的な検討がされると思われる。

2. 「スポーツツーリズムと民泊」 株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山 康博氏

- 現在 1800 万人-1900 万人の訪日外国人がいるが、その状況で国内ホテルは一部地域の稼働率が 90%を超える等、逼迫した状況にある。今後訪日外国人 2000 万人を超えていく中で、宿泊施設の質・量が揃わない事はツーリズムの隆盛に水をさすことになる。
- 近年旅行の予約はインターネットにより、個人的で行うことが多くなってきた。そのような状況下で Airbnb のような空き部屋マッチングサイトが隆盛してきているのが現状である。
- これまでの民泊とは、いわゆる田舎の農家のようなところに泊まるイメージであったが、Airbnb 等空き部屋に泊まる新しい形態も生まれており「宿泊用以外の目的で建てられた物件に宿泊すること」が広く民泊として受け入れられている。
- 継続・反復して泊まらせ、宿泊料を得るには本来旅館業の登録が必要である。農村に農業体験の一環として宿泊が行われる場合には、宿泊料ではなく体験料を収受することが行われているが、空き家に人を泊めて宿泊料を得る場合は旅館業法違反となる。
- Airbnb は全世界で延べ泊数 3,000 万泊を扱う空き部屋ブッキング会社である。既に 27 万 8,000 人の外国人が日本への滞在時に Airbnb を利用しており、また物件登録件数は 1 万 3,000 件に至っている。これらの物件の中には、旅館業法に違反している物件も多くあるという報道もなさ

れている。

- 旅館業法違反となっても Airbnb に物件を貸し出す人々がいる背景には、月に 10 日も稼働すれば月額家賃と同額になり、稼働率が上がれば上がる程収益が上がることにある。
- 一方、旅館業法違反にならずとも民泊を行う方法もある。国家戦略特区 13 条において、旅館業法適用除外というものがある。特区に指定され、かつ定められた条件を満たせば、登録することで合法的に民泊を行うことが可能である。特に東京や大阪では特区条例の制定に向けての動きが議会にある。そのため早ければ数か月以内には民泊が合法となる特区ができる可能性がある。
- また、公共性の高いイベントを開催する時、明らかに宿泊施設が不足する際は、地方自治体の要請等により旅館業法違反とならず民泊を行うことができる。ただしこれはイベントが開催される期間のみであり、イベント開催期間以外に民泊を行った場合は旅館業法違反となる。
- 来年以降、Airbnb のような民泊あっせん業者、または民泊をどのように日本国として対応するかを決定することになっている。その結果、民泊にさらなる規制緩和が行われる可能性もある。
- 日本を訪れる外国人の 50% 以上は日本で何かしらのスポーツをしたいと考えている。このように需要のある中、宿泊施設がない事はインバウンドスポーツツーリズムの機会を失っている。実際、阿波踊りには 100 万人の人々が訪れるが、徳島市の宿泊キャパシティは 5~6,000 人しかないと推計されている。宿泊施設がないことにより、多くの需要を取り逃している。
- 日本においては地方で廃校や空き家が多く、事前に準備を行えばイベント時に民泊を行える環境は多くある。これを活用することが今後の地方ツーリズムの大きな鍵になると考える。
- 「とまりーな」という合法的な民泊マッチングサイトを運営しているが、特にイベント時の民泊においては、新たな宿泊地を開放した途端にお問い合わせを頂くような状態が続いている。需要は確実にあるので、今後の展望に期待したい。

< 質疑応答 >

Q : 民泊の評価やフィードバックは可能か？

A : 宿泊者・提供者双方からコメントが可能である。お互いに評価しあうことで適正な評価を維持できると考える。また日本人の家を日本人が外国人目線で評価することは難しいため、外国人による外国人目線での評価も必要ではないかと考えている。

Q : 民泊に関する保険はあるか。

A : 現在設置に向けて推進中である。今後需要のある部分なので、多言語化も含めて強化していきたい。

以上

2015 年 11 月 20 日 第 7 回 JSTA セミナー in 福岡

【アジェンダ】

1. 「ラグビーワールドカップ 2019& オリンピック・パラリンピック 2020 の合宿誘致につながる最新の状況」
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
2. 「スポーツ・フォー・トゥモローの概要と交流事業の認定について」
スポーツ・フォー・トゥモロー・コンソーシアム事務局 河原 工 氏
3. 「参加型スポーツイベントにおけるマネジメント・リサーチ・チームの役割」
龍谷大学経営学部スポーツサイエンスコース 教授 松永 敬子氏

1. 「ラグビーワールドカップ 2019& オリンピック・パラリンピック 2020 の合宿誘致につながる最新の状況」

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

- ラグビーワールドカップは、2019 年につながったパフォーマンスであった。ラグビーはスポーツツーリズムに寄与する部分で、非常に滞在が長く、転戦することからそれに伴ってファンと一緒に移動するといったことがある。
- キャンプ地の特徴として学校の施設が多い傾向にある。日本だとなかなか難しいと思う。日本は、ブリストル、ブライトン、ウォリックで合宿を行った。合宿期間は、1 ヶ月余りであり、それに追っかけのファンがくっついて移動するということで、ツーリズム的にもいいイベントである。
- 最後に日本代表が合宿を行ったウォリックは小学校で、イギリス最古の男子校である。1 箇所ですべてコートがあるなど、日本にはない快適な環境にある。ウォリックは、グロスターから 80 km 離れているが、メディアへの露出効果があった。ウォリックは、露出のことも考えて英国風の衣装で行ったり、英国風の施設の前で写真撮影を行うなど設定をしていた。アイコンを使用して行ってみたいという欲求を喚起させる。
- 2019 年は、新国立競技場の使用が中止になった。代わりに味の素スタジアムで行われる予定で、決勝は横浜国際総合競技場で行われる予定である。地域では 3 箇所あり、有力チームの来訪が決まれば、強い影響力を受けることになると思う。
- 総務省のチームキャンプ地は、100 ほど応募があったと聞いているが、ラグビーの場合は早い段階で組み合わせが決まることから、招致活動はやりやすいと考える。ラグビーの場合は、ほぼランキング通りにやってくる点や、2 年半前には合宿所選定がされ、それから海外チームが来て、選考をするフェーズになっている。
- Tokyo2020 は、様々な不手際があったことや野球/ソフトなどの競技が決まっている状況である。これらの合宿所選定にも需要があると考えられる。またマーケティングスポンサーについても、好調に推移しており、北京やリオがうらやむほどになっている。また先日パラリンピックの会場が決定した。脆弱な組織が多いということもあり、なかなか情報収集には苦慮している部分

である。

- 2012 は、600 施設のリストを作り、各国オリンピック委員会に配布した。ロンドンオリンピック・パラリンピック組織委員会には、公認候補地でトレーニングキャンプを行う場合は、最大 25000 ポンドが支給される仕組みで行っていた。
- オリンピック事前合宿手配の手順は、まず各国・地域 NOC が単体で来る場合は、JOC を通してくる。しかしながら NOC 全体で来れることはなかなか無い状態で、ある。また各国・地域 NF は、ここの NF を通してお話があるような状況で、NTC を推薦されたり、日本の合宿をやっているところを推薦している。
- 海外 NOC・海外チーム動向としては、既に合宿を行ったり、事前視察に来る所になる。事前視察に来るところは予算に余裕があるような大所帯の場所であり、有力国となっている。NOC などにはハイパフォーマンスチームが多い。
- メガスポーツイベントの事前合宿誘致のためには、経済波及効果・社会的効果をどう波及させていくのかをきちんと考えて施策を行っていかなければいけない。具体的にはシティセールスをどのように行い、スポーツへの関心をどう高めるのか、また地域の特有の競技などを考えるべきである。

2. 「スポーツ・フォー・トゥモローの概要と交流事業の認定について」

スポーツ・フォー・トゥモロー・コンソーシアム事務局 河原 工 氏

- SPORT FOR TOMORROW（以下 SFT）プログラムは、2014 年から 2020 年までの 7 年間で開発途上国をはじめとする 100 カ国以上・1000 万人以上を対象に、日本国政府が推進するスポーツを通じた国際貢献事業である。
- 世界のよりよい未来をめざし、スポーツの価値を伝え、オリンピック・パラリンピック・ムーブメントをあらゆる世代の人々に広げていく取組みで外務省、スポーツ庁及び関係諸機関による既存・新規プログラム、SFT コンソーシアム会員団体が実施する SFT 認定事業で構成されている。
- 2020 オリンピック・パラリンピックの招致の過程において、2013 年 9 月 ブエノスアイレスの IOC 総会で安倍総理がプレゼンテーションを行った。この中で日本がこれまで培ってきたスポーツを通じた国際貢献活動を、今一度オールジャパンでの取り組みとして拡大、促進していく事業であると SFT の発足を宣言した。IOC 委員の前で発言したことにより、SFT の目標を達成することは国際公約になっている。
- 活動領域の 3 つの柱としてスポーツを通じた国際協力及び交流、国際スポーツ人材育成拠点の構築、国際的なアンチ・ドーピング推進体制の強化支援を行っている。
- 運営体制として SFT コンソーシアムが 2014 年 8 月に立ち上がり、外務省とスポーツ庁を中心に運営されている。運営委員会が 2 ヶ月に 1 回程度開催されている。コンソーシアム会員間の連携については、直接当事者間が行う場合と、SFT コンソーシアム事務局が仲介する場合もある。現在データベースが整備され、どこでどのような活動が行っているか把握ができるようになったところである。
- コンソーシアム会員は、設立時は 29 団体だったが、計 106 団体まで増加してきた。主に国内の

スポーツ関連団体、NGO/NPO、大学、地方自治体、民間企業などが所属している。

- 外務省や独立行政法人国際協力機構（JICA）などの既存のスキームの他に、認定事業制度があり、会員団体が実施するスポーツを通じた国際貢献事業・国際交流事業を、事前申請に基づき運営委員会が「SFT 認定事業」として認定する。事務局より SFT のロゴやバナーを提供し、会員全体で SFT のムーブメントを世界に広げていく。2015 年 11 月までに会員団体による約 50 事業が認定された。
- 具体的な活動事例では、福岡県が SFT 初の地方公共団体実施による認定事業としてアジア太平洋こども会議・イン福岡スポーツ交流事業を実施した。日本バドミントン協会がモルディブバドミントン協会会長の招へいし、日本のバドミントンのジュニア強化 の現場やトレーニング施設などの視察を行った。その繋がりですべての国のオリンピック出場を目指す女子ジュニア選手が招へいされる。
- 外務省では、スポーツ外交推進事業のスキームを利用し、フィリピン共和国のヨット競技者を日本に招聘した。外務省は積極的にスポーツを通じた国際協力・貢献事業に取り組んでいる。また、全在外公館にパンフレットが配布されていることから、海外関係者への SFT の訴求が行われている。
- JICA は青年海外協力隊など既にスポーツを通じた国際貢献活動は行っているが、新しい動きとしては国際武道大学の学生が JICA の外国人研修員を対象に武道を披露した事例がある。さまざまな目的で来日し、JICA 東京国際センターで研修を受ける外国人に対して、日本古来の身体活動を体験してもらったものである。

3. 「参加型スポーツイベントにおけるマネジメント・リサーチ・チームの役割」

龍谷大学経営学部スポーツサイエンスコース 教授 松永 敬子 氏

- スポーツイベントの大小に関わらず、レガシーをきちんと残していけないといけない。経済効果等で見がちだが、本当の自分たちの足元を見て、スポーツに関わる人達を増やしていく、というのが使命ではないかな、と考えている。
- マネジメント・リサーチ・チームは、実行委員会ではなく、市の方に頼んでできたチームである。京都は大学が多く、教員や学生が非常に多く住まう街である。そういった街に、スポーツのレガシーをいかに残していくのか、を考え設立をした組織である。
- スポーツイベント開催が地域活性化に果たす役割として、「社会資本を蓄積する機能」、「消費を誘導する機能」、「地域の連帯性を向上する機能」、「都市のイメージを向上する機能」といったものがある。これらをスポーツイベントを開催していく上できちんとモニタリングをするために、定量的・定性的にデータを集めてしっかり検証していく必要があるということで、このマネジメントチームがある。
- マネジメント・リサーチ・チームは、いち早く市や住民、ランナーやボランティアにきちんとその結果のフィードバックを行い、地域住民のエンパワーメントをサポートすることが狙いで、設立をさせていただいた。また実践コミュニティ（スポーツリエゾン）に繋げることが、マネジメント・リサーチ・チームの役割である。
- 実践コミュニティにつなげるマネジメント・リサーチ・チームは、スポーツ通じたまちづくりに関

する関心や問題、熱意などを共有し、その分野の知識や技能を、持続的な相互交流を通じて、深めていく人々の集団であり、少しずつ集まっているような状況である。

- 調査を行うことによって、もちろん経済的効果の算出を行ったが、一番大切なのが、スポーツイベントによって、京都市に何が残ったのか、京都市民に何が残ったのか、ということである。経済的効果だけでなく、いろいろな側面から検証していく、ということである。
- 京都マラソンでは今年から語学のボランティアが生まれた。しかしながらスポーツボランティア＝スポーツができないといけないといったイメージがある。人材へのアプローチや仕掛け作りなどは、非常に重要になってくる。海外からの訪問動機は、スポーツ＋伝統文化、景勝地は特に重要になってくるのではないかと、思っている。今から
- マラソン大会も差別化の時代になっている。名古屋ではプレゼントを工夫し、いぶすきは、市民のおもてなしに定評・砂むしも魅力になっている。京都は、ペアが人気で銭湯も話題になっている。基本的には大会のコンセプトのコアからずれない差別化が大切になってくる。
- 現在京都マラソンで企画しているのは、「京都マラソン×京都伝統工芸×龍大学生プロジェクト」を行う。具体的には、①京都マラソン（スポーツの活性化）、②京都・伝統工芸の活性化、③東日本大震災復興支援の3つの軸で、活力を生み出していく。最大の効果は、マラソンに興味のない人を巻き込んだ、スポーツに関係ない人を会場に足を運ばせるような効果があった。一見スポーツとは関係のない人々との協働をいかに仕組み化するかが大切になってくる。これをレガシーとして残していくことを精力的に担っていく。

以上

2015 年 12 月 11 日 第 8 回 JSTA セミナー

【アジェンダ】

1. 「ラグビーワールドカップ 2015 イングランド大会を振り返る」
JTB グループ本社スポーツビジネス推進室 エグゼクティブプロデューサー
倉田知己氏
 2. 「開催都市・札幌の取り組み」
札幌市 観光文化局スポーツ部企画事業課長 石川義浩氏
 3. 「ご挨拶」
JSTA 会長 原田宗彦
-

1. 「ラグビーワールドカップ 2015 イングランド大会を振り返る」

JTB グループ本社スポーツビジネス推進室 エグゼクティブプロデューサー
倉田知己氏

- ラグビーワールドカップは 117 地域が参加し、全世界で 400 億人が視聴する大会である。その一方 1987 年初開催と歴史は比較的浅く、また優勝地域も強豪国が例年名を連ねるなどの特色がある。日本大会は 2019 年 9 月 20 日～11 月 2 日にかけて、12 都市行われる。
- 開催都市には『適切な開催会場』、『大会運営に必要な宿泊・練習施設』、『大会運営への協力体制』が求められている。試合ごとにカテゴリーが規定されており、観客収容人数が定められている。
- 2011 年ニュージーランド大会におけるラグビーファン動向を見ると、インバウンド観戦者は 13.5 万人、平均滞在日数 13 日、平均 1 日消費金額 3 万円であった。このデータには隣国のオーストラリア人が多く含まれるため、それ以外の遠方来訪者はより多くのお金を使い、長く滞在している。
- 強豪国のファンは比較的上流層が多く、滞在中は 1 日中スタジアム周辺で飲食等の消費活動を行っている。またアルコール（ビール）の消費量が非常に多い事も特徴として挙げられる。
- ラグビーワールドカップにおいては、会場周辺に何百人から数千人も入る仮テントやプレハブを設置し、飲食やエンターテインメントの提供のみならず観客同士がリレーションシップ構築を行えるような環境が必ず整備されている。またチケットを買えなかったファンや周辺住民のためのファンゾーンなども設置されている。
- JTB 独自の調査によると日本大会について、ロンドン大会観戦者の 9 割が訪問・観光を希望しており、それ以外にも 4 割以上の人々が温泉、ショッピング、ミュージアム訪問を行いたいと考えている。
- また、同調査では、日本に対するイメージは『Cultural』、『Beautiful』、『Friendly』、『Modern』、『Technology』などが挙げられており、これらに着目したインバウンドツーリズムの対応が検討される。

2. 「開催都市・札幌の取り組み」

札幌市観光文化局スポーツ部企画事業課長 石川義浩氏

- 札幌の宿泊キャパシティはホテル 3.9 万人、旅館 0.9 万人。新千歳空港からのアクセスは電車で30分と決して近くはないものの、便利な立地である。また観光客の満足度は日本人で92.5%、外国人で96.6%と非常に高い数字をマークしている。
- 2019 年ラグビーワールドカップにおいては、札幌ドームを利用する。札幌ドームは収容客数 4 万人を超える全天候型ドームで、第三セクター方式で運用されている。
- 札幌ドームの野球モードからサッカーモードのへの変更は 8 時間程度で行うことができる。天然芝維持の問題から、屋内での連続使用は 3 日程度が限界で、それ以上長引く場合は一度出す必要がある。
- 4 万人収容スタジアムではあるが、シャトルバスを複数方向へ出すことによって、退場までの時間を短縮している。
- W 杯の開催効果として4つの効果を期待している。1 つ目『スポーツ振興』は、W 杯開催によるラグビー普及、2 つ目『シティプロモーション』は、札幌・北海道の魅力発信、3 つ目『大会誘致の起爆剤』は、W 杯を契機としたスポーツイベントの誘致、4 つ目『経済効果』は、富裕層インバウンドツーリスト来訪による経済効果である。
- 現在札幌市にはラグビー専用スタジアムはあるものの、ラグビー競技人口は 1,482 人しかおらず、W 杯を契機に普及させていきたい。今後の取り組みとして、継続的にラグビーの PR イベントを行っていく予定である。
- 札幌市には札幌五輪のレガシーを含む多くのスポーツ施設があり、また冷涼な気候と豊富な雪等、環境に恵まれている。また観光スポットや飲食店、宿泊施設も多数あり、インバウンドツーリストを呼び込む状況は整っている。
- 1972 年の札幌五輪のレガシーを元にスポーツ大会の誘致を行ってきたが、札幌版スポーツコミッションが今後設置されることによりさらに強化される。コミッションが設置されることにより専任スタッフ体制を作ることができ、長期に渡る各国国際競技連盟等との人脈形成を行えるようになる。

3. 「ご挨拶」 JSTA 会長 原田宗彦

- 今の日本には3つのバズーカ『TPP』、『2020 五輪』、『インバウンド』が残っていると言われる。特に『2020 五輪』、『インバウンド』は我々スポーツツーリズムが目指すところと非常に似通っている。
- 2008 年に観光庁ができて初めて、これまで民間で行われてきた観光産業に対して国としての方針ができ、国の基幹産業として枠組みができ始めてきた。

- 日本はこれまで『モノづくり』国家として発展してきた、『コトづくり』が非常に下手な国であった。それは『モノづくり』は高付加価値へと発展し、『コトづくり』も成長し始めた。これからはこれらの融合した『コトモノづくり』を進めていくべきだろう。

以上

2016 年 2 月 19 日 第 9 回 JSTA セミナー

【アジェンダ】

1. 「新たなメディア創出と地域資源を活用したツーリズム開発」

株式会社デイリー・インフォメーション 旅マルシェ事業部 執行役員部長
梨本美里氏

2. 「アウトドアスポーツを観光活性化につなげる地域連携」

有限会社ネイチャー・ナビゲーター 代表取締役 堅村浩一氏

1. 「新たなメディア創出と地域資源を活用したツーリズム開発」

株式会社デイリー・インフォメーション 旅マルシェ事業部 執行役員部長
梨本美里氏

- 旅モニというサービスを作った背景には、ここ数年雑誌を見て旅行に行くという人が減っていること、そして旅に行こうと思わせるきっかけが少ないという事情があり、3 年前から提供している。
- 旅モニのモニはモニターの意味で、モニターに全国の旅館に無料で宿泊してもらい、よいところを探してレポートを書いて貰うものである。レポートには応援メッセージと共に改善案を書き、HP と旅館にフィードバックするシステムである。
- るるぶフリーという媒体も JTB と共同で作っている。箱根に行く電車の車内にフリーマガジンとして設置し、箱根に行く人々に PR する活動もある。これらの媒体は年 500 万部ほど発行がある。
- 強みとしては取扱施設数が全国で 16000 件あり、またデイリー・インフォメーションの社員が 300 名ほどおり、地域密着で活動することができる。
- 現在、旅行に行こうと思った人が検索できるサイトは多数存在するが、そもそも旅行に行こうと思わせるサービスはあまりない。そのため旅行に行こうと思わせるサービスを作ろうと思い、旅モニを作った。
- 旅モニの利用者はサービス提供以来約 2000 組の宿泊があり、約 800 の宿に泊まってもらった。会員数も 8 万 4062 人となり、相応募数も約 37 万件となった。
- 旅モニは無料のため、もしかしたら当たるかも、という気持ちで宿泊地の情報を閲覧してもらうことができ、旅行に行きたいという気持ちを喚起することができる。
- 地域だけではできない活性化に企業が参加したり、地域と地域を結びつけたり、またそれだけでは足りない部分で第三者が参加したりする等によって、地域の掘り起こしを行いたいと考えている。地域に新たな付加価値を提供する手伝いがコンセプトである。
- 旅モニだけでなく、Facebook で旅マルシェというページも開設している。ページをいいねしてもらうと、旅行の情報が流れてくるようなシステムになっているので、日常のなかに旅の情報を入れ込んでいくという取り組みもしている。
- 爽健美茶とのコラボレーションによる、旅館の平日稼働率を上げる爽健美活というプログラム、化粧品会社とのコラボレーションによる、温泉後に化粧水をトライアルしてもらうプログラム、

ビール会社とコラボレーションしたプログラム等も展開している。

- 西武鉄道とコラボレーションしたハローキティラッピングした電車の運行、ハローキティースタンプラリーとシェアカメラを利用した周遊企画なども、日本語・中国語・韓国語の3か国語で展開している。
- 20-40歳の出会いを目的とした山コンという企画も11回ほど開催している。開催地は全国の山であるが、登頂した山には恋の100名山という認定証を発行している。開催するたびに定員到達までの時間が早まっており、人気上昇中のイベントの1つである。
- 大人の収穫旅行という、収穫体験モニターというプログラムも企画している。体験型企画により地域の情報発信を行うことを目的としている。そのほか、地域からだけではなく職業などの属性にも着目したプログラムを作成し、人材会社などと提携して提供することを企画している。
- 今後はカテゴリーだけでなく、旅をする人にも着目して深堀りするような企画も考えていきたい。

Q：主な顧客はどのような層か？

A：行政、旅館がメインとなる。メディア・旅行会社はパートナーのような関係にある。

Q：プログラムの評価はどのようにしているか？

A：クライアントによる。集客が目的のプログラムであれば集客人数で評価する。

ブランド形成が目的であれば長期間の観察が必要になる。

Q：旅モニに応募するきっかけとなるのはどのような点であると考えているか？

A：無料で旅行に行けるという点が最も大きいと考えられる。1回応募するたびに20項目程度のアンケートに答える必要があるので、応募者がどのような意図を持って応募してきたかはある程度分かる。

Q：旅モニで宿泊できる宿はどのようにして見つけてきたのか？

A：宿と直接交渉する場合もあれば、地方自治体と協力する場合もある。

2. 「アウトドアスポーツを観光活性化につなげる地域連携」

有限会社ネイチャー・ナビゲーター 代表取締役 堅村浩一氏

- 日本には多くの自然があるが、まだ有効活用されていないところが多い。これらの自然にガイドがつくことで、ただの山・川が観光資源になっていく。
- アウトドアの基本は『作らない・壊さない・汚さない』である。自然をそのまま利用するべきで、登山道の整備なども最低限にしている。あるがままの自然を、というのをコンセプトにしている。
- 子供に自然の中で遊ぶ楽しさを体験させたいが、自分もやったことがないので、ラフティングツアーに参加したという家族連れも増えているし、最近は木登り（ツリークライミング）にすらお客さんがつくようになっていく。

- 最近では企業研修や修学旅行等でもリバーラフティング等アウトドア活動を行うところもある。チーム一丸となって力を合わせることで、仲間との信頼感を高めたりする効果が期待されている。
 - どんなによい環境があっても、その存在を知って貰わなければ観光につながらない。そのための仕組み作りが必要である。告知をし、参加者からのフィードバックを得て、その情報を自治体や旅行会社と一緒に改善し、また告知していくというサイクルが必要である。
 - せっかくよい環境があっても、民間企業が勝手に来て勝手にやっているだけでは観光につながらない。そのため地域自治体には駐車場やトイレの設置などをお願いする代わりに、安全管理や人材育成、宣伝広告は全て企業が行っている。
- 水上においては1994年に年間300人程度しかアウトドア参加者がいなかったが、2015年には参加者10万人、アウトドアを取り扱う企業が30社、ガイドが200名程度にまで成長した。
- アウトドアの開業は草の根的な部分が多い。地方自治体からはよく来年何千人集客できるかと聞かれるが、それは無理な話である。大人がアウトドアを体験し、その体験を継続することで子供ができて連れて来るようになって初めて、水上のような環境が成立する。
 - 地域行政がアウトドア活動のためにすべきことは、安全基準の制定など事故のリスクを減らすことなどが挙げられる。アウトドアが広がってくれば自然と行政の仕事と被る部分が出てくるので、それをフォローするような形で接していくことが大切である。

Q：現在のリピーターはどの程度いるか？

A：会社によって違う。儲かればよいと思ってやっているところは3%もないが、私のところでは3割程度が現状である。

Q：海外からの来客はどの程度か？

A：全体の5%程度である。外国人の消費が爆買いから体験や自分たち独自の価値観に移りつつあるので、これから増えていくのではないかと思う。

Q：環境問題に関して何か取り組みはあるか？

A：何か特別取り組んでいることはないが、個人でできる活動は行っている。しかし、行政と協力してもっと何かやっていきたいと考えている。

Q：天候のリスクはどうしているか？

A：台風などが来た場合は清く諦める。危険を回避することはできないので、少しでもリスクがある場合は取りやめる。そのかわり雨があってもできるアクティビティに切り替える等、水上に来た人が楽しめるようにしている。

＊株式会社そとあそび 中島社長 事業紹介

- そとあそびは2004年に始まったサイトで、もともとはラフティングや乗馬のガイドをしていたところから始まった。

- これまでアウトドアはスキルのある人だけが楽しめるものだったが、それを初心者でも楽しめるようにガイドが付くアウトドアレジャーの紹介から予約までという事業を行っている。それ以外にも、アウトドア事業者がオンライン上で予約を取りやすいようなシステム開発も行っている。

＊ここから、登壇者2名とのディスカッションタイムとなる。

堅村氏へのQ：ラフティングガイドの資格はあるか？

A：一般社団法人ラフティング協会（RAJ）というものがある。日本のラフティング企業の8割程度が参加している。

堅村氏へのQ：修学旅行を任せる企業のリスク管理等はどうしているか？

A：JTBではRAJの資格もしくは公共のラフティングガイドの資格を持っており、かつレスキュー3もしくはそれに準じる資格、そして救急法の資格、この3つを持っている会社のみ委託するようにしている。保険に関しては個別の企業で加入しているのが現状である。協会全体で入れるものも探している。またトラブルのほとんどはリスクマネジメントをしっかりとっておけば回避することができるものが多く、リスクとビジネスを結びつけないことが大切である。

堅村氏へのQ：ガイドは季節労働者になりがちだが、安定収入のための取り組みはあるか？

A：非常に痛いところである。冬はどうしても顧客が少なくなるので、バックカントリーやスノーシュー等で補っているところもある。私のところでは50%が季節労働者である。

堅村氏へのQ：群馬県内にプロスポーツチームがあるが、そこと連動した集客はあるか？

A：ぜひともやりたいことである。ぜひ声を掛けたい。

梨本氏へのQ：長野県でも取り扱いはあるか？自治体としても是非とも一緒にやりたい。

A：長野でも実施しているはず。是非ともお願いしたい。

梨本氏へのQ：スノーリゾート系での取り組みはあるか？

A：池之平ホテルでキャラクターを用いたファミリー向けのプログラムがある。

堅村氏へのQ：どのようなことをお願いできるか？

A：フィールドを見て、どのようなことをできるか決めている。観光的な部分では皆さんと協力して作り上げていく部分なので、ご相談いただきたい。例えば富士の樹海などはイメージが悪かったためトレッキングコースも不人気だったが、マウンテンバイクでも利用できるようにしたら人気が出たなど、切り口を変えればやりようは色々あると思う。

堅村氏へのQ：長崎県でもラフティングはできるか？

A：流れの激しい川でなければならないという訳ではない。長野県でもゆるやかな流れの場所で行っているところもあり、修学旅行などで人気である。川がなければ海でカヌーなどもできるし、必ずしもラフティングでなければいけないということはない。

堅村氏へのQ：外国人ガイドのビザや生活などはどうなっているか？

A：水上はニュージーランド人やオーストラリア人が多い、次いでネパール人も増えてきている。英語ネイティブのガイドを増やしたいが、ビザの問題はやはり大きい。

堅村氏へのQ：ビザ以外に規制緩和が必要なことはあるか？

A：特にはないが、季節労働者の定着については空き家の賃貸やガイド家族の職など、もう少し援助があるとよいと思う。

以上



JSTA JAPAN
SPORT
TOURISM
ALLIANCE

一般社団法人
日本スポーツツーリズム推進機構