

【スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業】

スポーツツーリズム需要拡大のための 官民連携協議会

《 開催趣旨 》

【第1回】

2017年8月31日 (木)

スポーツには人を動かす「チカラ」がある。
その「チカラ」を活かして地方を元気に！

「体育」から「スポーツ」へ！

スポーツのみでなく、「スポーツ+α」、「スポーツ× α」へ！

スポーツは「お金がかかるもの」から「お金を生むもの」へ！



スポーツによる地域活性化

スポーツを、景観・環境・文化などの地域資源を掛け合わせ、
戦略的に活用することで、地域・経済の活性化を図る。

第2期スポーツ基本計画において掲げる目標

- 2 スポーツを通じた活力があり絆の強い社会の実現
- 2) スポーツを通じた経済・地域の活性化

■スポーツを通じた地域活性化

スポーツツーリズムの活性化とスポーツによるまちづくり・地域活性化の推進主体である地域スポーツコミッションの設立を促進し、

スポーツ目的の訪日外国人旅行者数を250万人程度（平成27年度現在約138万人※1）

スポーツツーリズム関連消費額を3,800億円程度（平成27年度現在約2,204億円※2）

地域スポーツコミッションの設置数を170（平成29年1月現在56）

に拡大することを目指す。

■スポーツの成長産業化

スポーツ市場を拡大し、その収益をスポーツ環境の改善に還元し、スポーツ参画人口の拡大につなげるという好循環を生み出すことにより、スポーツ市場規模5.5兆円（※3）を

2020年までに10兆円、2025年までに15兆円に拡大することを目指す。

（※1）日本政府観光局公表の訪日外国人旅行者数に、「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）における「今回の日本滞在中にしたこと（複数回答）」のうち「スキー・スノーボード」、「その他スポーツ（ゴルフ等）」、「スポーツ観戦（相撲・サッカーなど）」の選択率を乗じて算出。

（※2）「旅行・観光動向調査」（観光庁）における旅行消費額のうち、観光・レクリエーション目的の旅行における「スポーツ施設」、「スキー場リフト代」、「スポーツ観戦・芸術鑑賞」に係る消費額を合計して算出。

（※3）日本政策投資銀行「2020年を契機とした国内スポーツ産業の発展可能性および企業によるスポーツ支援」（平成27年5月発表）によれば、国内のスポーツ産業の規模は、小売分野で約1.7兆円、スポーツ施設業の分野で約2.1兆円、興業・放送等の分野（旅行、放送・新聞、書籍・雑誌、ゲーム・ビデオ、賃貸等）で約1.7兆円である。

未来投資戦略2017 —Society 5.0の実現に向けた改革— (平成29年6月9日閣議決定)

第2 具体的施策

Ⅲ 地域経済好循環システムの構築

3. 観光・スポーツ・文化芸術（2）新たに講ずべき具体的施策

② スポーツコンテンツホルダーの経営力強化、新ビジネス創出促進

・**「スポーツツーリズム」を活性化・定着化させるための官民協働によるプロモーション戦略を本年度中に策定し、実施する。**また、地方公共団体・スポーツ団体・観光産業等が連携した「地域スポーツコミッション」の取組支援、スポーツ・文化芸術・観光の分野における更なる連携・融合を促進する。

まち・ひと・しごと創生基本方針 2017 (平成29年6月9日閣議決定)

Ⅲ. 各分野の施策の推進

1. 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする

① 一次産品や観光資源、文化・スポーツ資源など地域資源・地域特性を活用した「しごと」づくり

【具体的取組】

◎ 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等を活用した地域の活性化

・学校運動部活動の環境充実や地域の施設利用の促進等によるスポーツ参画人口の拡大及び地域スポーツコミッションを中核とした**スポーツツーリズムの促進などの、スポーツを起点とするレガシーを創出する。**

【ツーリズム産業】

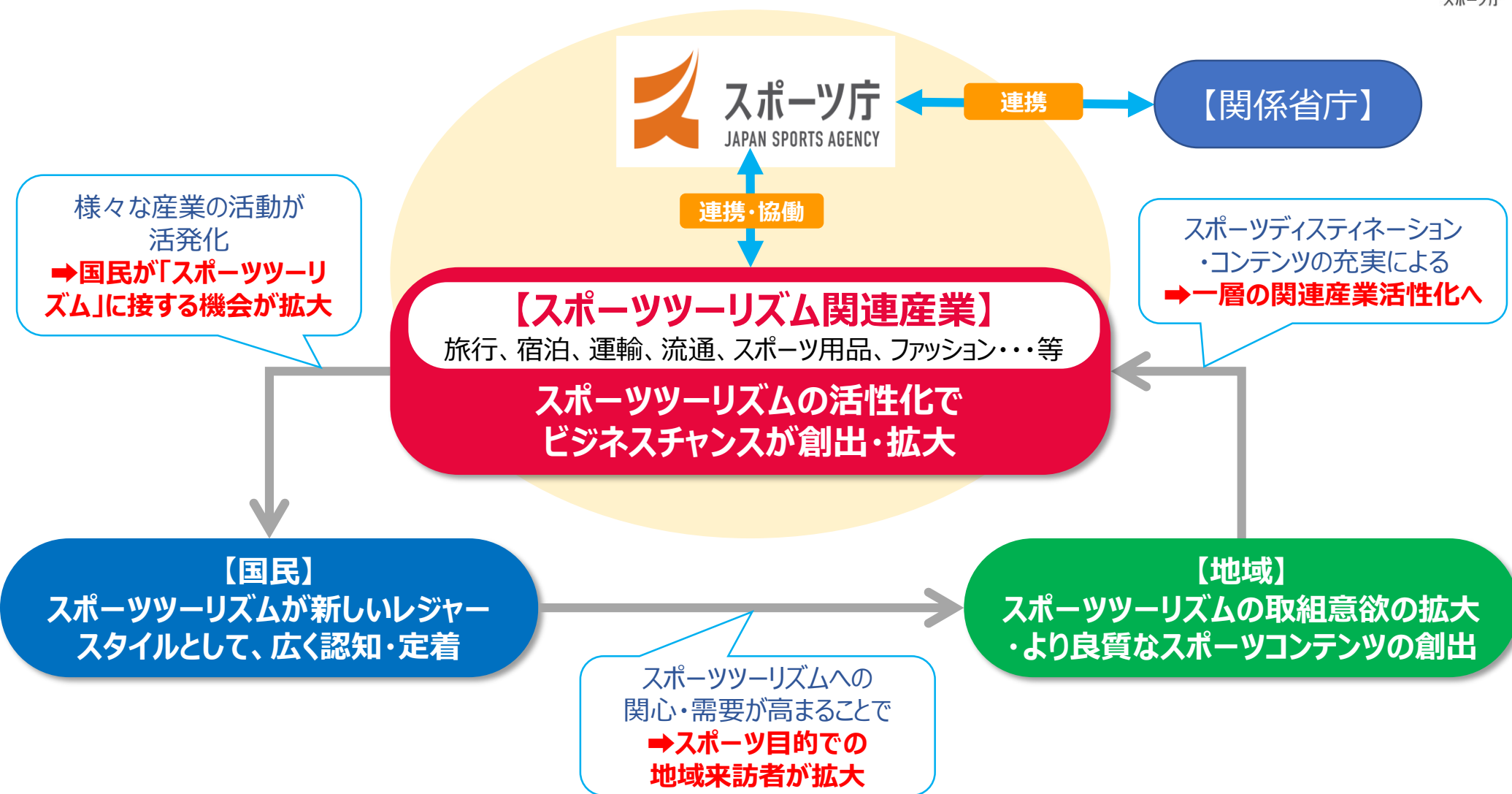
- ・旅行、宿泊、運輸業はもちろん、観光施設、飲食、小売などの関連産業にも波及効果がある「裾野の広い産業」
- ・地域へ交流人口の拡大をもたらす、地域経済の活性化にも寄与する産業。

【スポーツツーリズム】

スポーツの参加や観戦を目的として地域を訪れたり、地域資源とスポーツを融合した観光を楽しむツーリズムスタイル。

- ◆ 出発前のスポーツ用品やファッション等の購入、旅先でのイベント参加・観戦など、**通常のツーリズム以上の関連消費が期待。**
- ◆ 「スポーツ」という新たな観光の切り口で、**地域の誘客ターゲットも拡大。**

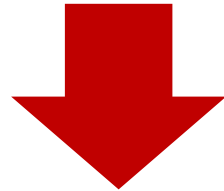
- ・ 幅広いスポーツツーリズム関連産業の活性化、
- ・ 交流人口拡大による地域活性化
の両方に、大きく寄与。



【スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業】

官民が連携・協働して、スポーツツーリズムの需要拡大・定着化を目指す。

スポーツ庁では、スポーツツーリズムの中でも
「アウトドアスポーツの振興」を2017年度の重点課題と設定。



2017年6月、鈴木長官より
「アウトドアスポーツ推進宣言」
を発表致しました。

スポーツ庁では「スポーツによる地域活性化」に取り組んでいますが、これからの重点テーマとして、『アウトドアスポーツ』を推進してまいります。アウトドアスポーツを推進していくことは、以下3つの観点で、スポーツの枠を超えて人々や社会に様々な好影響を与えるものと考えております。

①アウトドアスポーツは、豊かな時間をもたらす（スポーツで、人生が変わる！）

アウトドアスポーツには、安全に配慮し、自分のレベルにあった内容を選べば、**年齢や体力に関わらず、複雑な技術やルールを習得しなくても実施できるものがたくさんあります。**ぜひ多くの方々に、大自然の中で体を動かす楽しさ、気持ちよさを体験していただき、スポーツを楽しむ健康的なライフスタイルに接していただきたいと思います。

②アウトドアスポーツは、地域を元気にする（スポーツで、社会を変える！）

アウトドアスポーツの**最高の環境は地方部にあるため、アウトドアスポーツの推進は、地方部への交流人口の拡大につながります。**そして、地域を訪れた方々が、その土地の食や観光を合わせて楽しむことで、地域活性化に繋がります。また、アウトドアスポーツは、旅行、ウェア、用品など、様々な消費を喚起し、幅広い産業の活性化に寄与します。ぜひ多くの方々に、その地域ならではの環境を活かしたアウトドアスポーツを楽しむ旅に出かけていただきたいと思います。

③アウトドアスポーツで、地域と世界がつながる（スポーツで、世界とつながる！）

上質なパウダースノー、6,000を超える島々、急峻な山岳地帯など、日本には世界に誇る、恵まれた自然環境と四季の魅力があり、**海外の方々も日本の自然環境に高い関心を示しています。**そのため、アウトドアスポーツの推進は、現在国を挙げて進めている「訪日外国人旅行者の拡大」にも寄与し、世界との交流の促進に繋がります。

このように、アウトドアスポーツの推進は、人々のライフスタイルを豊かで健康的にし、地域や産業を活性化させ、世界中の旅行者を日本へ誘客する、まさに**地域の魅力を活用して、日本全体を元気にすることに繋がるもの**と信じております。

心拍数を上げる競技や、自分の限界に挑戦するだけが、スポーツではありません。スポーツの語源である“デポルターレ”は“気晴らし”という意味であり、**自然環境の中で身体活動を伴う体験を家族や仲間と楽しむことは、まさにスポーツ**と言えます。

日本には、山・川・湖・海などの自然を活かした素晴らしい環境が、どの地域にも平等にあります。スポーツ庁は、地域独自の自然環境をスポーツに活用して、**意欲的に地域活性化に取り組む地域を応援**するとともに、その魅力を広く発信していくことで、**地域を訪れ、スポーツを楽しむ人々を増やして**いけるよう、アウトドアスポーツを推進してまいります。

スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業（2017年度）

マーケティング調査

スポーツツーリズムに関わる
国内外の消費者心理・動向など
についてのマーケティング調査

【調査対象】

- ・日本国内
➡2,100サンプル
- ・海外（中国・韓国・台湾・香港・
米国・オーストラリア・タイ）
➡各300サンプル

照会

スポーツツーリズム官民協議会

スポーツツーリズムに関連する幅広い
業界とスポーツ庁が連携して開催。

【協議内容】

- ・スポーツツーリズム需要拡大・定着化に向け
た連携戦略
- ・各業界として可能なアクション
- ・国として必要なアクション
等を協議

照会

プロモーション

スポーツ庁によるスポーツツーリズム
需要拡大のためのプロモーション
を実施。

【展開内容】

本年度は国内をターゲットにレジャー
情報サイト『アソビュー』を活用した
プロモーションを展開予定。

「する」・「みる」スポーツツーリズム
全般がテーマ

「する」アウトドアスポーツが重点テーマ

～ スポーツツーリズムの需要拡大・定着化のために ～

- 国と関連産業が連携・協働して、どのように国内外に対し、日本のスポーツツーリズムの魅力を発信していくべきか
- 各企業（業界）がスポーツツーリズムの活性化のために、自社ビジネス活動の延長上で、どんなアクションが実施検討できるか
- 国として、どのようなプロモーション等の需要喚起活動を行うべきか

官民連携協議会

マーケティング調査

プロモーション

第1回

- 国内外マーケティング調査項目案の提案・照会
- スポーツ庁プロモーション予定内容（情報サイト「アズビュー」の紹介）
- 委員による発表「自社におけるスポーツツーリズム関連の取組」（7社）
- 討議「スポーツツーリズムの魅力、及びどのような需要喚起が必要か」

調査設計

調査設計・選択肢等の照会

ご意見の反映

国内外調査実施

プロモーション
設計・実施準備

第2回

※10月上旬
予定

- 国内調査結果の速報報告・意見交換
- スポーツ庁プロモーション実施内容の説明・意見交換
- 委員による発表「自社におけるスポーツツーリズム関連の取組」（7社）
- 討議
 - ・各企業（業界）がビジネス活動の延長でどのようなアクションが検討できるか
 - ・今後スポーツツーリズムを推進するにあたり、どのような官民連携体制が必要か
 - ・国としてどのようなプロモーション等の需要喚起活動を行うべきか

・国内調査結果のご報告
（速報）
・分析方へのご意見照会

実施内容の照会

ご意見の反映

第3回

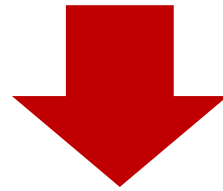
※12月予定

- 海外調査結果の速報報告・意見交換
- スポーツ庁プロモーション実施状況・結果の共有
- 討議：本会の取りまとめ案について

・海外調査結果のご報告
（速報）
・分析方へのご意見照会

プロモーション実施

**H30年度は、スポーツツーリズム需要拡大のため、
官民が連携しての、国内外に向けたプロモーションの本格展開を目指します。**



H29年度の本事業で得られた

- ・**スポーツツーリズムに関わる国内外のマーケティングデータ**
- ・**官民連携協議会を通じて取りまとめた戦略**

を元に、H30年度の展開を検討してまいります。

(対象エリア・ターゲット・展開時期・発信内容・発信及び連携活用ツール、等)