



# 武道ツーリズムの取組について

武道ツーリズム研究会

2019年11月11日

# 2019年度スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業について

アウトドラスポーツツーリズム

武道ツーリズム

## 官民連携協議会の実施

同日開催

## 武道ツーリズム研究会の実施

- 全3回実施
- プロモーション等の紹介、提案・討議  
地域・団体・関係者の取り組み促進や  
課題掘り起こし（モデル事業の検討）



- 全3回実施
- 武道ツーリズムを推進するための取り組み  
方針の策定や全国団体の  
設立等を検討。



連携し、情報共有を行う

## スポーツツーリズムセミナー開催

- 全国4地域×1回=計4回  
（札幌、名古屋、大阪、福岡）
- スポーツツーリズムに取り組む意義を発信  
地域関係者の意識啓発、取組の促進  
※協議会参加企業とのコラボイベント検討



討議内容をセミナーで報告

## 武道ツーリズムセミナー開催

- 東京1回
- 武道研究会の討議に沿って、  
今後の取り組み方針や全国団体設立の  
検討状況を発信する  
※相談会やマッチングの場も用意

## 動画制作・デジタルプロモーションの実施

スポーツツーリズムに関する動画コンテンツを2本（3分×1本、6秒×1本）制作し、YouTubeを活用して、国内外へプロモーションを実施。（対象国・地域：アメリカ、フランス、イギリス、台湾、香港）

コンテンツ・情報集約、プロモーションの受け皿



## プラットフォーム機能（WEBサイト）の構築

アウトドラスポーツ・武道ツーリズムの既存コンテンツの情報をサイトに集約。関心から行動（予約）に繋がるような導線を用意することで一気通貫の誘客を目指す。（PC/SP、日本語・英語を用意）

事業内容を一部変更し、以下の取組みを実施。

- スノースポーツの動画を1本製作。（2～3分程度）
- 第1回武道ツーリズム研究会での議論を踏まえ、海外マーケティング調査を前倒して実施。

# 武道ツーリズムに関するマーケティング調査の実施について

- ・2019年9月から「武道ツーリズム研究会」において議論を行い、2019年度末に「武道ツーリズム推進方針」を策定予定。
- ・第1回武道ツーリズム研究会での議論を踏まえ、**2020年度に実施予定だったマーケティング調査を2019年度に一部前倒しして実施**。その調査結果を推進方針に盛り込むとともに、2020年度に更に詳細なマーケティング調査を実施。

## 2019年度調査

欧・米・豪・アジアから数カ国をピックアップしてWEB調査を実施。**武道全般の基礎的な調査項目を設定**し全体的なニーズの把握を行う。

(調査項目例)

- ・武道の認知度
- ・体験（みる・する）の有無
- ・経験回数・年数
- ・体験コンテンツを知った方法
- ・体験後の問題点や課題
- ・武道を体験する際に重視すること
- ・体験したことがない人に体験してみたいか
- ・一般的なアクティビティの予約方法 等

## 2020年度調査

欧・米・豪・アジアから数カ国をピックアップしてWEB調査を実施。**各武道毎に詳細な調査項目を設定**し、個別ニーズの把握を行う。

(調査項目例)

- ・基礎的な項目  
(認知度、体験有無、経験回数・年数、認知方法等)
- ・詳細な項目  
(本年度の結果を踏まえて各武道毎の項目を検討)



## 「武道ツーリズム推進方針」(2019年度末策定予定)

- ・2019年度調査結果を推進方針に盛り込む。
- ・コンテンツ開発やプロモーション等は、これらの結果等を踏まえ、インバウンドニーズに基づき実施するよう明記。
- ・2020年度調査では、更に武道種目別、関心層（コア・ライト）・無関心層別にニーズを詳細に把握する。

## 「スポーツツーリズム需要拡大のためのアクションプログラム2021」(2020年度末策定予定)

- ・武道ツーリズム推進方針及び2020年度調査結果を踏まえ、スポーツツーリズム全体の単年度APに盛り込む。
- ・単年度APに沿って、推進方針のフォローアップを行う。

# <武道ツーリズム> 日本発祥の武道を活かした新たな観光コンテンツの創出 ※詳細は別紙に記載

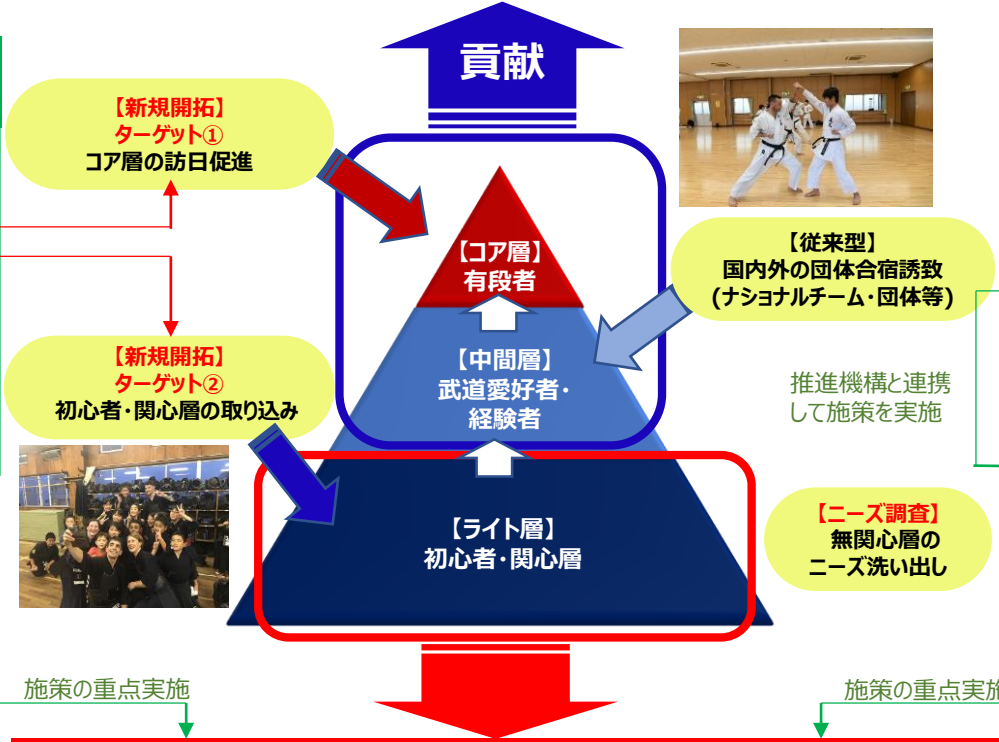
**政府目標** 訪日外国人旅行者数 2020年：4,000万人 2030年：6,000万人 を達成  
 訪日外国人旅行消費額 2020年： 8兆円 2030年： 15兆円

## 官民連携プロモーション

- 従来型** 国内外の団体合宿の誘致
- 新規開拓** ①コア層の訪日促進  
 ②関心層の取り込み
- 国内外に向けたデジタルプロモーション
  - 関係省庁・武道団体等の海外拠点を通じたプロモーション
  - VR等新技術を活用したプロモーション

## その他（国の支援策の拡充）

- 優良事例の情報収集及び情報提供
- マーケティングデータの提供
- 地域（スポーツコミッションを含む）が行うコンテンツ創出、受入環境整備等の支援
- 施設改修・道具整備
- 武道ツーリズム推進機構（仮称）が行う事業を重点的に支援



施策の重点実施

施策の重点実施

**訪日外国人旅行者に対し、日本でしか体験できない希少性の高いツーリズムを提供**

## 「武道ツーリズム」推進のビジョン（目指す姿）

1. 「武道」が日本発祥であることの国際的認知（プレゼンス）の向上
2. 武道をインバウンド誘客のキラーコンテンツに → 地域活性化、収益を武道に還元
3. 体験を通じた「武道」ファン層の拡大、競技人口の拡大 → 日本の精神・文化の国内外への普及・発信

## 国・企業・地域・団体等の連携強化

- 武道ツーリズムセミナーの開催
- 武道ツーリズム研究会の開催
- **武道ツーリズム推進機構（仮称）の設立**
- 地域レベルでのアライアンス（協力体制）の構築

## 地域の意識啓発及びコンテンツ開発・受入体制強化

- **モデル事業の実施**
- インバウンドニーズに合致したコンテンツ開発
- インバウンド受入のための環境整備
- 「**武道ツーリズム推進のための手引き**」作成・公表

- ベーシックプログラムの作成
- 人・物・施設等の情報データベース構築
- 多言語対応
- インバウンドニーズ調査
- 普及啓発セミナー、人材育成研修会
- 武道ツーリズム伝道師等の認定制度創設
- 世界武道Games（仮称）の開催

# スポーツ庁の今後の取組について

赤字は令和2年度から新規に行う事業

青字は令和元年度に行う事業で翌年度以降継続予定の事業

令和2年度予算要求額（前年度予算額）

## ➤ 「スポーツ資源」を活用したインバウンド拡大の環境整備 4.7億円（新 規）

- ①インバウンドニーズを踏まえた観光コンテンツの造成・磨き上げ、受入環境の整備、武道ツーリズムの調査・研究
- ②地域資源のネットワークを形成し、資源価値の最大化を図るための体制の構築・マッチング手法の開発
- ③関係機関・団体の海外拠点や情報プラットフォームを活用した効果的な情報発信
- ④最先端技術を活用した疑似体験コンテンツの整備

## ➤ スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業 1.8億円（0.3億円）

- ①地域スポーツコミッションが行う、「長期継続的」・「通期・通年型」の取組に係るコンテンツの磨き上げ、受入体制整備、効果的なプロモーション等の活動を支援
- ②東京2020オリパラ大会等を契機に各地に設立されている官民連携横断的組織を、常設で通年型の取組を行う地域スポーツコミッションへ発展させるための体制整備を支援

## ➤ スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業 0.3億円（0.3億円）

- ①「スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会」「武道ツーリズム研究会」を開催
- ②スポーツツーリズムに取り組む意義の発信やマッチング機会創出のためのスポーツツーリズムセミナーを全国4か所で開催するとともに、武道ツーリズム研究会での議論を経て取りまとめた推進方針等を発信するための武道ツーリズムセミナーを東京で開催
- ③引き続きデジタルプロモーションを実施、併せてラグビーW杯等と関連したプロモーションを展開
- ④動画視聴から予約まで繋がる動線を展開するため、既存コンテンツの情報を集約するWEBサイトを試験的に構築
- ⑤文化庁、観光庁と連携し、「スポーツ文化ツーリズム」の取組を発掘するためのアワードを実施するとともに、取組の意義等を広く発信するためのシンポジウムを地方で開催（2019年度は石川県金沢市で開催）

各地域が誇る地域資源とスポーツを掛け合わせたコンテンツの造成や磨き上げ、環境整備等を行うとともに、先進的に武道ツーリズムを推進する団体の取組をモデル的に調査・研究・分析し、横展開を図る。

また、人・物・施設等の資源情報データベースを構築し、マッチング手法を開発するとともに、新たなプロモーション等を実施する。

## 受入体制

### コンテンツ造成・磨き上げ、環境整備

アウトドアスポーツや武道を活用した観光コンテンツを全国で創出し、インバウンドの地方誘客・消費拡大を促進するとともに、日本のプレゼンスを向上



日本の自然資源を活用したアウトドアスポーツツーリズム

写真提供：長野県観光機構

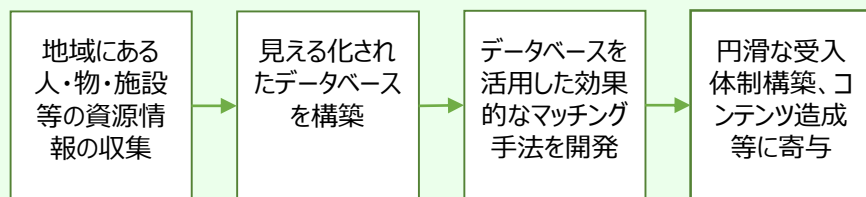


日本発祥・特有の武道を活かした武道ツーリズム

写真提供：沖縄県

### 人・物・施設ネットワーク形成

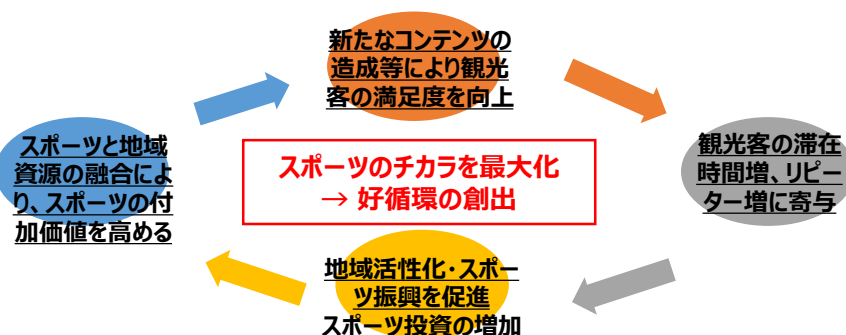
地域資源のネットワークを形成し、価値の最大化を図ることで、インバウンドの満足度を向上させる体制を構築



## プロモーション

### 更なるインバウンド誘客プロモーション

- ① 関係機関・団体の海外拠点や情報プラットフォームを活用した効果的な情報発信等を行うとともに、インバウンド拡大に向けたブランディングを推進
- ② 最先端技術（AR・VR等）を活用した疑似体験コンテンツを整備し、地方部への誘客を促進



# スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業

(前年度予算額 : 30,146千円)  
令和2年度概算要求額 : 175,000千円

地方公共団体、スポーツ団体、民間企業（観光産業、スポーツ産業）等が一体となり、地域活性化に取り組む組織である「地域スポーツコミッション」等が行う、「**長期継続的な人的交流を図るスポーツ合宿・キャンプ誘致**」・「**通期・通年型のスポーツアクティビティ創出**」等の活動に対し引き続き支援を行い、**スポーツによる持続的なまちづくり・地域活性化**の促進を図る。

令和2年度は、東京2020オリパラ大会等を契機に各地に設立されている官民連携横断的組織の取組を、一過性のものとせず今後のレガシーとして残していくため、常設で通年型の取組を行う地域スポーツコミッションへ発展させるための支援を新たに行う。

## 「東京2020オリパラ大会」

ホストタウン登録された地方公共団体や「東京2020参画プログラム」に登録された取組等を行う組織を地域スポーツコミッションに発展させるための体制整備を支援。

ホストタウン等

関係者の合意形成、潜在コンテンツ掘起こし・ニーズ把握調査等の取組を支援。

支援



スポーツ庁

支援

支援

実行委員会等

関係者の合意形成、潜在コンテンツ掘起こし・ニーズ把握調査等の取組を支援。

## 「WMG2021関西大会」

事前合宿や「TSUNAGUプログラム」に登録された取組等を行う組織を地域スポーツコミッションに発展させるための体制整備を支援。

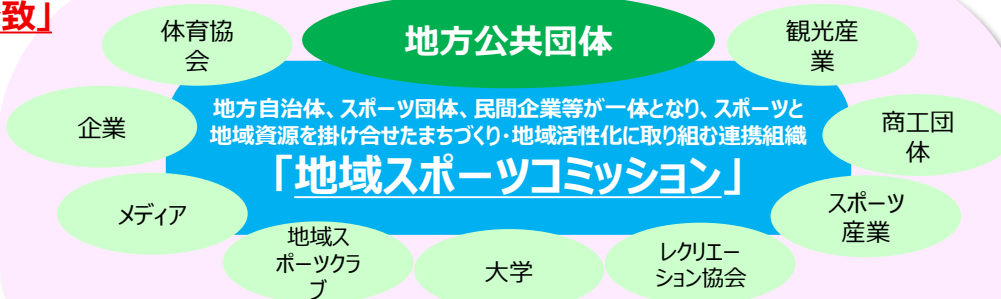
## 長期継続的な人的交流を図る「スポーツ合宿・キャンプの誘致」

地域の気候・環境・施設や、メガスポーツイベント等に向け構築された連携体制等を活用した取組を支援。



写真提供：佐賀県

写真提供：網走市



第2期スポーツ基本計画で掲げる、地域スポーツコミッションの設置数目標  
56団体 (2017年1月) → 99団体 (2018年10月) → 170団体 (2021年度末目標)

## 恒常的なスポーツ誘客が可能な「通期・通年型スポーツアクティビティの創出」

自然環境を活かしたアウトドアスポーツや日本発祥の伝統文化である武道を活用した取組を支援。



写真提供：宮崎県

写真提供：みなかみ町

## 【地域への社会的効果】

- スポーツのまちとしてのアウトターブランディング、
- ローカルアイデンティティ・地域一体感の醸成
- 地域スポーツ人口・関心層の拡大
- 季節・年間を通じての誘客による、従事者の雇用安定

## スポーツによる持続的なまちづくり・地域活性化へ

創出された優良事例を、全国へ横展開

## 【地域への経済効果】

- 合宿参加者・スポーツツーリストの滞在に係る消費（宿泊・飲食・観光・物販など）
- スポーツアクティビティの参加料収入