

【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に向けた促進強化強化事業）】

**事業内容 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」報告書**

**2020年3月13日**

**株式会社 JTBCコミュニケーションデザイン**

## 目次

---

■ スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会 実施概要	
・ 開催趣旨、開催日時・実施内容	3
・ 官民連携協議会委員、オブザーバー一覧	4
■ 【論点】第1回議事要旨	
・ スポーツ庁 スポーツツーリズムの取組について	5
・ 官民連携協議会企業取組 紹介	7
■ 【論点】第2回議事要旨	
・ ホストタウンの取組と大会後のレガシーについて (スピーカー) 内閣官房東京オリンピック・パラリンピック推進本部事務局 御手洗 潤 氏	10
・ スポーツイベントを活用した取組について (スピーカー) 釜石市ラグビーワールドカップ2019推進本部事務局 増田 久士 氏	11
・ スポーツ庁の今後の取組について	12
■ 【論点】第3回議事要旨	
・ 2020年度以降のスポーツ庁スポーツツーリズムの取組 (アクションプログラム2020案、武道ツーリズム推進方針案)	13
・ スノースポーツ ツーリズム動画について	14

## 開催趣旨

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が融合した観光を楽しむスポーツツーリズムは、幅広い関連産業の活性化、交流人口拡大による地域活性化に大きく寄与するポテンシャルがある。  
こうした中、スポーツ庁では、官民が連携したスポーツツーリズムの魅力の発信やコンテンツの拡充を通じたスポーツツーリズムの需要の拡大を目指し、平成29年度から「スポーツツーリズム活性化のための官民連携協議会（以下「官民連携協議会」という。）」を開催するとともに、平成30年3月策定の指針とする「スポーツツーリズム需要拡大戦略」（以下「需要拡大戦略」という。）を踏まえ、デジタルプロモーションを実施した。  
本事業は、需要拡大戦略に基づき、スポーツツーリズムの更なる需要拡大・定着化に向けて「官民連携協議会」を開催するものである。

## 開催日時・実施内容

- 第1回協議会：2019年9月2日（月）
  - ・ スポーツ庁 スポーツツーリズムの取組について
  - ・ 官民連携協議会企業取組 紹介
  - ・ 各地のイベント、セミナーに関して、意見交換
  - ・ 自由討議
  
- 第2回協議会：2019年11月11日（月）
  - ・ ホスタウンの取組と大会後のレガシーについて
  - ・ スポーツイベントを活用した取組について
  - ・ スポーツ庁の今後の取組について
  - ・ スポーツフェアの実施報告、セミナーの情報提供について
  - ・ 自由討議
  
- 第3回協議会：2020年2月12日（水）
  - ・ 2020年度以降のスポーツ庁スポーツツーリズムの取組  
（アクションプログラム2020案、武道ツーリズム推進方針案）
  - ・ 武道ツーリズムマーケティング調査、スポーツツーリズムセミナーの報告
  - ・ スノースポーツ ツーリズム動画に関するの発表
  - ・ 自由討議

## 参加委員企業

- ・ イオンモール株式会社
- ・ 一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン
- ・ グーグル合同会社
- ・ クロススポーツマーケティング株式会社
- ・ 株式会社 J T B
- ・ 株式会社スノーピーク地方創生コンサルティング
- ・ 株式会社 S U B A R U
- ・ 全日本空輸株式会社
- ・ 日本航空株式会社
- ・ 東日本旅客鉄道株式会社
- ・ 株式会社プリンスホテル
- ・ 株式会社モンベル
- ・ 株式会社リクルートライフスタイル
- ・ K N T - C Tホールディングス株式会社

以上 1 4 社

## 座長

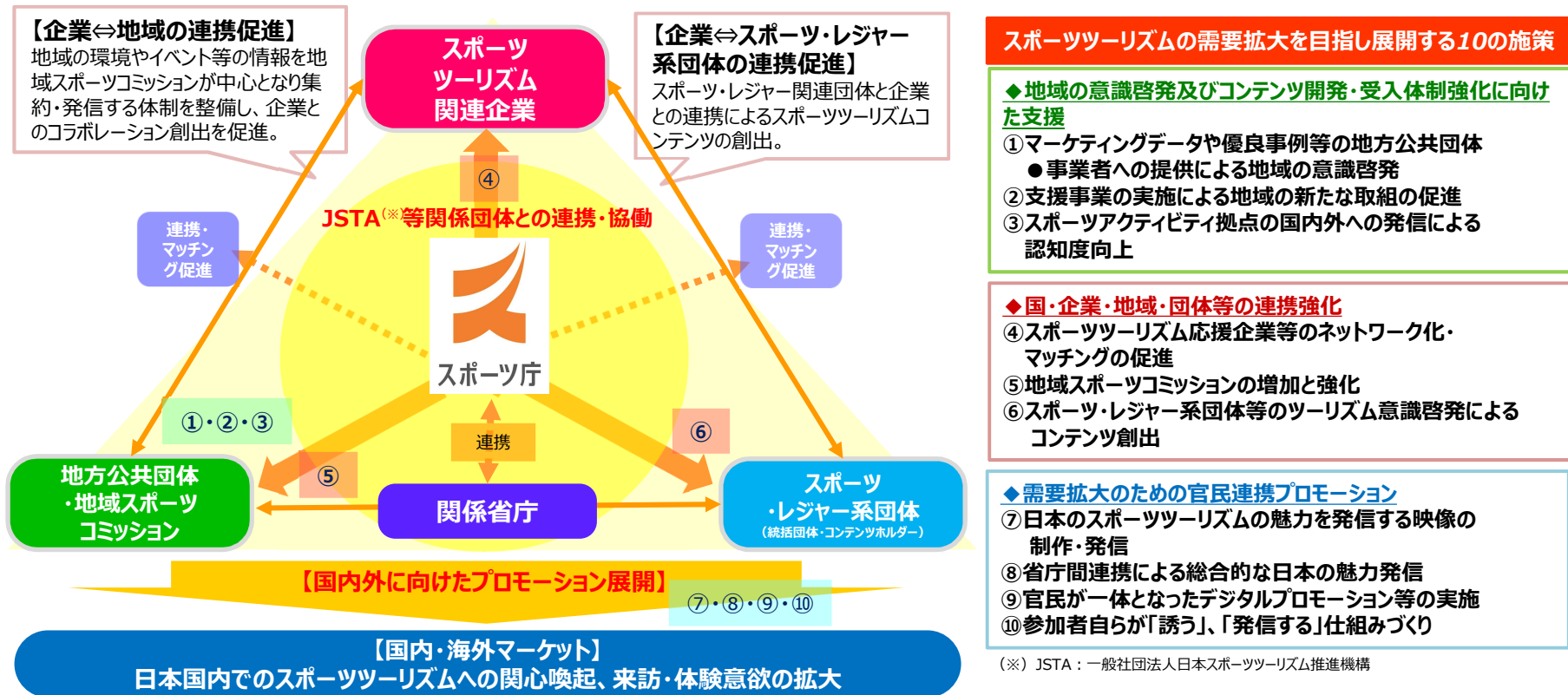
- ・ 早稲田大学スポーツ科学学術院 原田宗彦教授

## オブザーバー

- ・ 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構
- ・ 株式会社スポーツニッポン新聞
- ・ 株式会社読売新聞社
- ・ 一般社団法人日本スノースポーツ&リゾート協議会
- ・ 一般社団法人日本ゴルフツーリズム推進協会
- ・ 株式会社八重洲出版
- ・ 経済産業省
- ・ 環境省
- ・ 観光庁

## スポーツツーリズムの取組について

2018年3月にスポーツツーリズム需要拡大戦略という形で取りまとめを行い、「アウトドアスポーツツーリズム」と「武道ツーリズム」の二つを重点的に実施していく方針を打ち出し、地域のさまざまな取り組み支援や、プロモーション動画を制作、セミナーの実施等これまで取り組んできた。自然環境を活用したスポーツツーリズム（アウトドアツーリズム）は、いろんな取り組みが出始めてきているが、武道ツーリズムを取り組み始めているところが少ない状況である。その背景には、武道文化に纏わる特殊性が課題としてあるため、問題点を掘り下げて、武道ツーリズム推進に向けた研究、検討するために、「武道ツーリズム研究会」とを立ち上げた。



世界に誇る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」と世界の関心が高い日本発祥・特有の「**武道ツーリズム**」を重点テーマに設定。

### 武道ツーリズムの必要性と課題について

- ①地域人口が減少していく中で、スポーツと地域資源をかき合わせて、それでインバウンド呼び込み、地域の活性化を図る。
- ②少子高齢化に伴い、武道人口が減少傾向にある中で、これまで武道に触れたことのない方々を取り込んでいくことによって、新しい武道を見直すきっかけにもなる。また、武道の鍛錬・礼儀作法などを外国人向けの体験商品にして、新しい価値を生み出すことにより地域活性を図る。

必要性

- 定住人口が減少する中、スポーツと地域資源を掛け合わせて、交流人口の拡大、地域・経済の活性化を図ることが必要であり、日本発祥の武道はそのキラーコンテンツになり得る可能性を秘めている。
- 少子高齢化等により各地域にある武道場等は減少傾向にあるため、これまでに武道に触れたことのない層を取り込んだり、文化や観光等との融合による武道の「新たな価値」を生み出し、継続的に発展させていくことが不可欠。

ビジョン

- 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
- 武道によるインバウンド誘客の促進と地域活性化
- 体験を通じたファン層・競技人口の増加、日本の精神・文化の国内外への普及・発信

課題と対応策（案）

- 地域・関係者が一体となってインバウンドニーズに合致した多様なコンテンツ開発や受入環境整備を行う必要があるが、そうした動きは一部の地域に留まっている。  
**【地域の意識啓発及びコンテンツ開発・受入体制強化】**  
 多様な体験コンテンツの開発、多言語対応が可能な人材の育成・確保、インバウンド受入環境整備、モデル事業の実施 等
- 武道関係者や観光関係者などコンテンツ提供者の協力体制を構築することが不可欠であるが、武道ツーリズムに取り組む意義やそれぞれの役割分担がまだ共有されていない。  
**【国・企業・地域・団体等の連携強化】**  
 武道ツーリズム推進組織の設立検討、地域レベルでのアライアンス（協力体制）の構築 等
- インバウンドの受け皿づくりと平行して、武道は日本発祥のスポーツ・文化であることを一元的に海外へプロモーションすることが重要であるが、個々の単発なプロモーションに終始している。  
**【官民連携プロモーション】**  
 デジタルプロモーションの実施、海外拠点・支部と連携した情報発信、AR・VR等を活用した疑似体験コンテンツの整備

## KNT-CTホールディングス株式会社

### スポーツ事業について

スポーツを通じた地域活性化やインバウンドの受入など、あらゆる分野への波及をサポートし、スポーツ分野のリーダーとして、より質の高いホスピタリティをご提供している。

#### 長年の経験で培ったホスピタリティで 国内開催の国際的スポーツイベントを成功に導きます

- 大会関係者の宿泊・輸送
- ホスピタリティデスクの企画・運営
- 事前キャンプ



イメージ

イメージ

#### マラソンを地域の活力に 東京マラソン

- 世界各地からの誘致活動
- 海外ランナーの登録サポート
- サブイベントの運営業務



イメージ

### TOKYO2020に向けたツアーの一例

- 東京2020開会式場のオリンピックスタジアム建設眺望とランチ
- スポーツライティングと AR ボルタリング体験ランチ付き
- 東京ベイエリアクルーズ
- 2019世界柔道 講道館での柔道の歴史+観戦
- スポーツの新感覚体験 MR 卓球 (ディナー付)

日本航空株式会社

「SAMURAI KYUSHU」の狙い

訪日外国人、特に欧米豪をターゲットとし、日本の伝統的な武道の体験や武家屋敷等への宿泊を通じ、本当の日本の心を知ってもらい、永続的な日本のファンを創る。

中でも武道の伝統が多く残る九州において、多種のコンテンツを有機的に連携、活用することで相乗効果を創出し、訪日需要の喚起による地域活性化を目指す。

【連携事業者】一般社団法人九州観光推進機構

「SAMURAI KYUSHU」のコンテンツ

① 情報発信

A) WEBの作成と発信

- ◆九州観光推進機構が今年度事業として「SAMURAI-KYUSHU」のHPを作成し、情報を発信。
- ◆作成後、デジタルマーケティング等を活用し、対象国への告知を強化する。

B) 世界各地の剣道大会への協賛

- ◆各国、各地域の剣道大会、フランス、北米、ASEAN、アジア等へ協賛し、プレゼンを行い直接剣道有段者へ発信する。



② 着地型体験の発掘と磨き

<日本刀試し斬り>  
大津町



<鼓動 (光月流太鼓)>  
朝倉市



<刀鍛冶>  
荒尾市



③ 歴史的建築物への宿泊

<城泊 (平戸城)>  
平戸市



<武家屋敷>  
朝倉市





東日本旅客鉄道株式会社

スポーツツーリズム推進に向けた取り組み

取り組み	事例
地域スポーツイベントへの支援	▽仙台エリア「さくらんぼマラソン」▽ 地元自治体主催イベントに後援等を行い臨時列車、連動旅行商品造成など地域への誘客促進
サイクルツーリズムの推進	▽千葉エリア「サイクルトレイン B.B.BASE (BOSO BICYCLE BASE)」▽ 自転車を折りたたまずにそのまま乗せられる専用列車サイクルトレインの運行 ●週末4コース(内房・外房・佐原・銚子)の定期運行と旅行商品として販売 ●地域イベントのアクセスとして運行 ●自治体・地域との連携によるサービス拡大(サイクリングマップ作成など)
スポーツを軸とした地域づくり	▽秋田エリア「秋田ノーザンゲートスクエア」▽ 「ノーザンステーションゲート秋田」の一環として、体育館を整備。 ▽茨城エリア「PLAYatré TSUCHIURA」▽ ●土浦駅ビルをサイクリスト施設「りんりんスクエア」にリニューアル。 ●シャワー、ロッカー、カフェ、サイクルショップ、レンタサイクルの機能を有し スポーツ観光の拠点化 ▽千葉エリア「KEIYO TEAM6 (京葉チーム6)」▽ JR京葉線沿線に複数の異なる競技のトップスポーツ6チームが本拠地を構え活動。 沿線トップスポーツチームと連携した情報発信・集客施策により、地域ブランドを醸成し、 スポーツを軸とした「訪れてみたい・住んでみたい」沿線まちづくり(スポーツに触れる 機会増)、まち回遊を推進。
アウトドアスポーツによる インバウンド誘客	▽新潟エリア「ウインタースポーツ」▽ ウインタースポーツのシンガポールでのプロモーション実施 ●シンガポールの「JAPAN RAIL CAFÉ」で、スノーマットを使用した体験イベント実施 ●「GALA湯沢スキー場」(JRグループ)ではレッスン多言語対応 ●外国人向けに「かんじきツアー」をメニュー化 ▽千葉・茨城エリア「サイクリング」▽ 台湾での魅力的なサイクリングコース紹介及びB.B.BASEのプロモーション実施

# ■ホストタウンの取組と大会後のレガシーについて

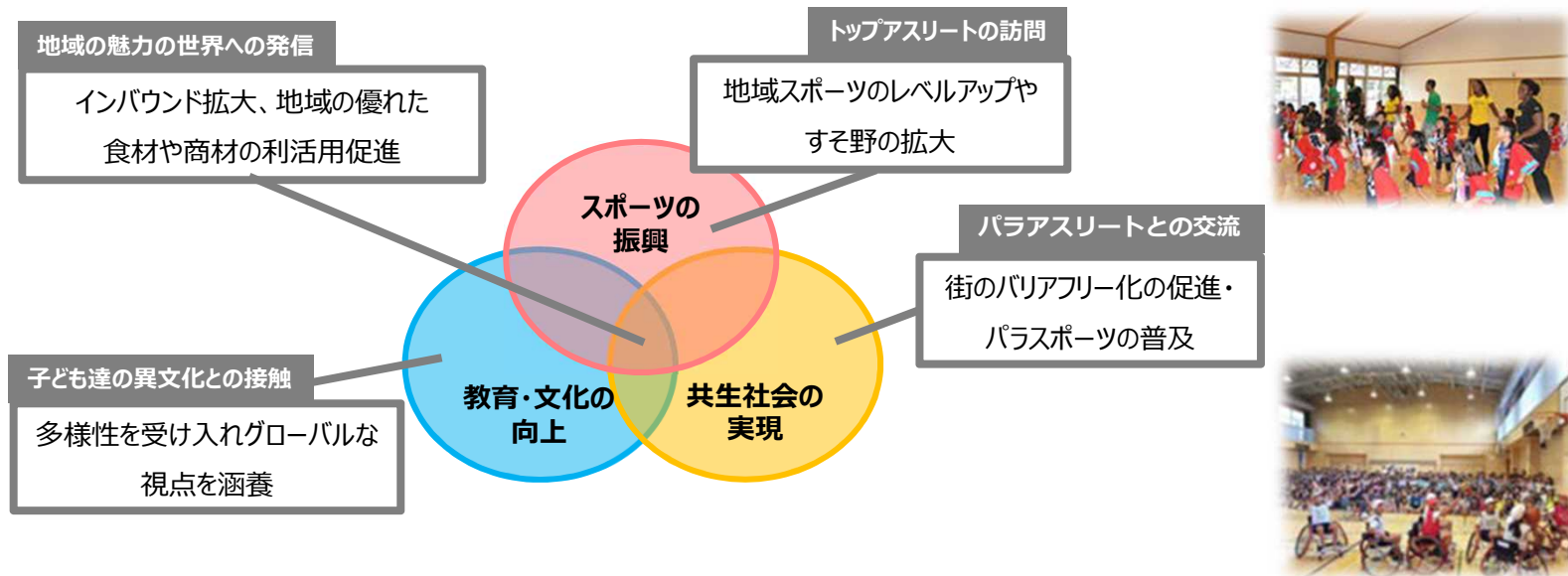
(スピーカー) 内閣官房東京オリンピック・パラリンピック推進本部事務局 御手洗 潤 氏

## 【論点】 第2回議事要旨

### ホストタウンの取組と大会後のレガシー

内閣府官房の東京オリンピック・パラリンピック推進本部では、オリンピック・パラリンピックが成功するように、国としての取り組みをバックアップしていくとともに、ただのスポーツイベントで終わらず社会を変える効果をもたらすこと、またホストタウンのレガシーづくりも大きな目的として取り組んでいる。大会後、オリンピック・パラリンピックとスポーツ選手たちを一つのきっかけにして、スポーツや文化、経済などいろいろな分野で目的をもって交流し、地域や自治体を活性化させる、これがホストタウンの役割である。

ホストタウンには、東日本大震災の被災3県である岩手・宮城・福島の自治体を対象に、被災のときに応援をしてくれた人の国・地域などに対して復興した姿を見せつつ、イベントの交流を行うものや、パラリンピアンを受け入れをきっかけに各地における共生社会の実現に向けた取り組みがある。



東京は、パラリンピックを初めて開催2回目都市になる。64年に開催された東京オリンピックは、約5000人参加しており、2020年は恐らく1万人強となり倍ぐらいの規模になっている。パラリンピックは、当時370人しか参加していなかったが、2020年大会は4400人ぐらい参加するといわれていて10倍以上の規模になる。その他のことも64年比べて大きくなるということがわかる。パラリンピックに対して注目度が高まっているので、これをきっかけにユニバーサルデザインの社会をつくり、これが社会を変える一つの重要な力としていく。

ホストタウン登録数392件、自治体数464、相手国・地域156

## ■ スポーツイベントを活用した取組について

(スピーカー) 釜石市ラグビーワールドカップ2019推進本部事務局 増田 久士 氏

## 【論点】 第2回議事要旨

### Beyondラグビーワールドカップ2019™釜石鶴住居復興スタジアムと共に

釜石市は、岩手県の南東部、三陸復興国立公園の中心に位置し、88%が山地の北太平洋をのぞむリアス式海岸の港町、自然に恵まれた魚の街、近代製鉄発祥の鉄の街、そしてラグビーの街。1960年代の10万人近い人口が産業構造の転換等により減少。さらに、東日本大震災の影響などもあり減少傾向が続いている。そんな中、オープンシティ戦略による未来の希望を創るまちづくりを推進し、ラグビーワールドカップ2019開催を通じて“スポーツの力”による地域の創生に挑み、復興を達成した。

KAMAISHI UNOSUMAI MEMORIAL STADIUM KAMAISHI UNOSUMAI MEMORIAL STADIUM



KAMAISHI UNOSUMAI MEMORIAL STADIUM KAMAISHI UNOSUMAI MEMORIAL STADIUM



#### オープニングセレモニー・平原綾香さん『Jupiter』 ・釜石東中学校生徒との「いつかこの海をこえて」合唱



#### スタジアムキックオフ！宣言 釜石高校2年生 洞口留伊さん



#### ハーフタイム 「ダンスで日本を元気に！夢の課外授業中学生Rising Sun Project2018」 EXILEメンバーと釜石東中・大船渡赤崎中・会津若松湊中236名ダンス披露

## 今後の取組について

- ✓ スポーツ庁は第2期スポーツ基本計画において、地域スポーツコミッション設置目標数を170団体と設定している。あと2年でプラス50近くの団体の立ち上げを目指し支援していきたい。
- ✓ 武道ツーリズムの推進においては、武道ツーリズム研究会の開催や、マーケティング調査を実施。外国人に武道ツーリズムがどういったニーズがあるのかという基礎調査結果も反映していきたいと考えている。
- ✓ 『まち・ひと・しごと総合戦略』を第2期計画に改定するという作業進めており、その中に「スポーツ・健康まちづくり」という新しいチャプターを設けて、スポーツの力により、各地域が持つ多様な社会課題の解決や、地域経済活性化への貢献、様々なスポーツ関連領域で活躍する優秀な人材の継続的な育成、輩出に取り組む。
- ✓ 予算については、スポーツ支援を活用したインバウンド拡大環境整備に4.7億円の要求している。また、地域スポーツコミッションなど地域活性化に繋がる自治体の取り組み支援については、0.3億円から1.8億円に拡充していく。

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)
<p>➤ <b>「スポーツ資源」を活用したインバウンド拡大の環境整備</b> <b>4.7億円 (新規)</b></p> <p>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</p>	
<p>➤ <b>スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業</b> <b>1.8億円 (0.3億円)</b></p> <p>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</p>	
<p>➤ <b>スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業</b> <b>0.3億円 (0.3億円)</b></p> <p>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)</p>	

## 武道ツーリズム推進

武道ツーリズムについては、ライト層、中間層、コア層、それぞれの対象に向けて効果的な施策を打つ。訪日外国人旅行者数を2030年には6000万人、消費額15兆円という目標があり、武道というコンテンツで貢献をしていきたい。そのためには、旗振り役となる組織が必要である。新設の法人か、既存の法人を拡充するかは未定だが、今年度中あるいは来年度早々には、組織を立ち上げて、これまで検討してきたものを実地に展開していく。

- ・新たに武道ツーリズムを推進する組織を設置し、組織には幅広い武道・観光関係者が参画。
- ・国の推進方針策定からシームレスに取組を開始し、国や関係団体と一体となって強力で推進する。

### 武道ツーリズム推進組織の役割

武道ツーリズムによる地域振興に寄与すべく、スポーツ及び観光に関わる地域・団体等が、武道を活用したまちづくり、大会・合宿の招致・開催、地域資源を生かした旅行商品化などに取り組む際に、推進組織が中心となってマッチングや支援等を行う。

(事業展開例)

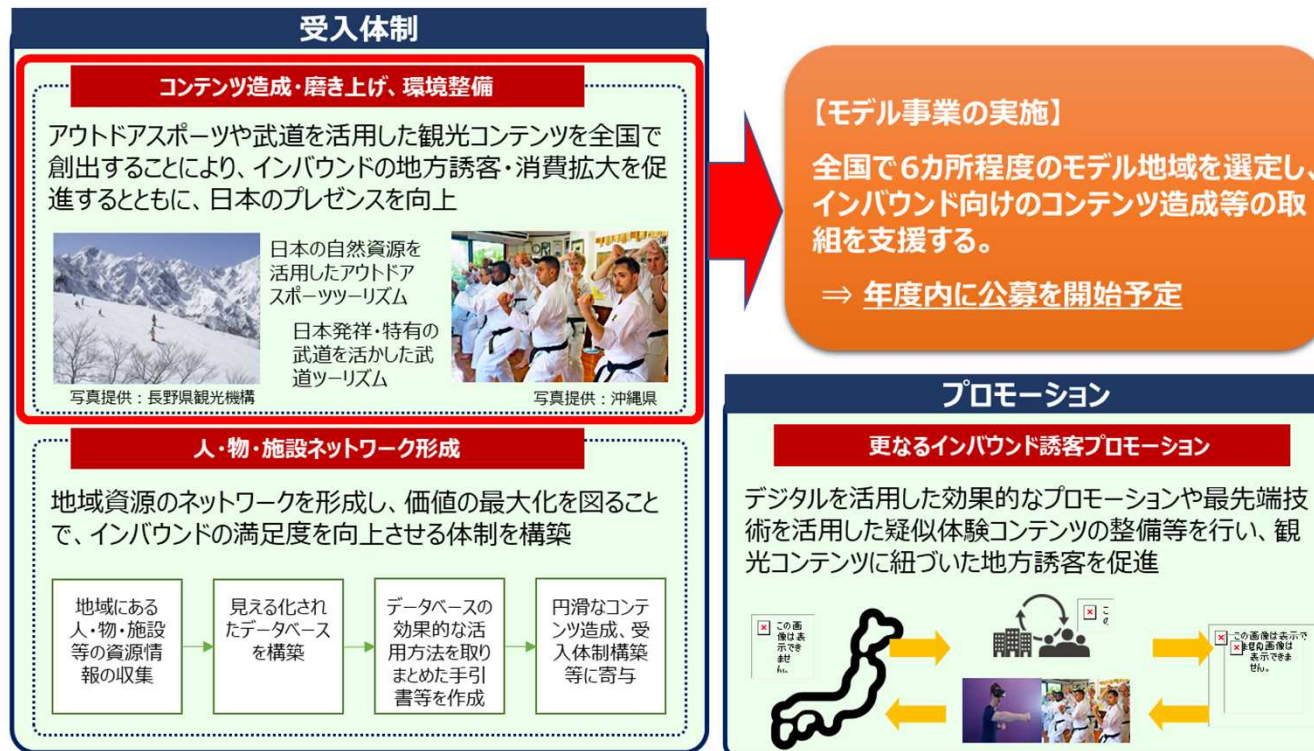
- |                          |                              |
|--------------------------|------------------------------|
| 1. 地域・団体等の全国的なネットワーク構築   | 4. 武道ツーリズムを推進するための環境整備、提言    |
| 2. 国際大会等の誘致・開催に関する協力、提言  | 5. 武道ツーリズムを推進する人材の育成、研修会等の開催 |
| 3. 武道を活用した旅行商品の普及及び造成の支援 | 6. 情報の集約、国内外への情報発信 等         |



「スポーツ資源」を活用したインバウンド拡大の環境整備

「スポーツ資源を活用したインバウンド拡大の環境整備」については、新規に1億6000万の予算を確保。受け入れ態勢の部分で一番重要となるコンテンツの造成・コンテンツの磨き上げについては、モデルとなるような先進事例を全国6カ所につくっていく。具体的にはスノー・サイクリング・武道、この三つにテーマを絞る。また、人・物・施設ネットワーク形成のということで、場所の問題や、教える人がどこにいるのかという部分を整備していく。プロモーションは、JNTOなどの組織と連携をしていく。

インバウンドの地方誘客・消費拡大を更に促進するため、**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、人・物・施設等の資源情報データベースの構築や新たなプロモーション等を実施する。



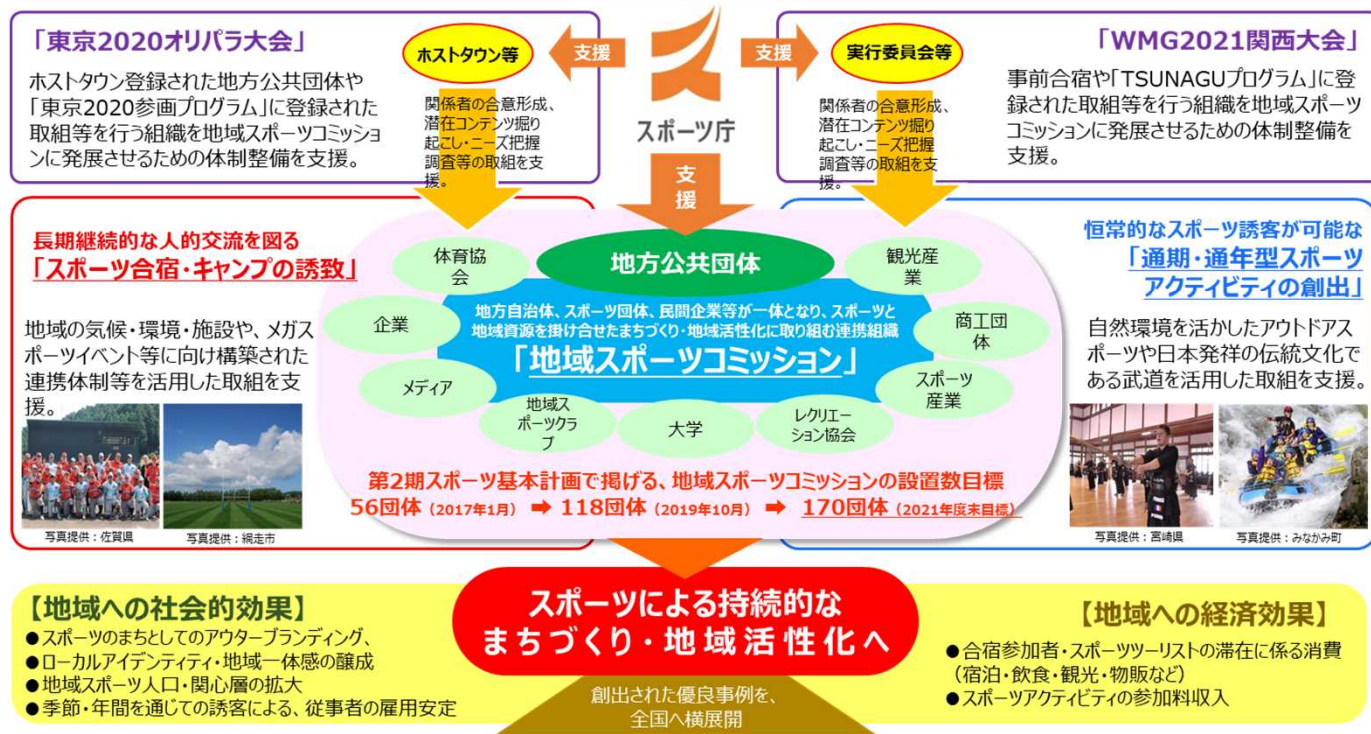
# ■ 2020年度以降のスポーツ庁スポーツツーリズムの取組 ③ (アクションプログラム2020案、武道ツーリズム推進方針案)

## 【論点】 第3回議事要旨

### スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業

スポーツコミッションを支援する予算は、前年度と比べて2倍以上の6500万円を確保。今年度はオリンピック・パラリンピックがあり、来年は関西ワールドマスターズもある。そのためにつくられた横断的な組織や実行委員会を、コミッションに切り替え、より継続的なアクティビティやレガシー創出につなげていく働き掛けを自治体に行っている。そのための立ち上げ支援については、将来のビジネスプランを検討する際の検討経費も初年度は支援し、立ち上がった後の初年度の活動も支援をするという立て付けにした。この部分を支援することで定着化させていきたい。

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な組織の取組を、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。

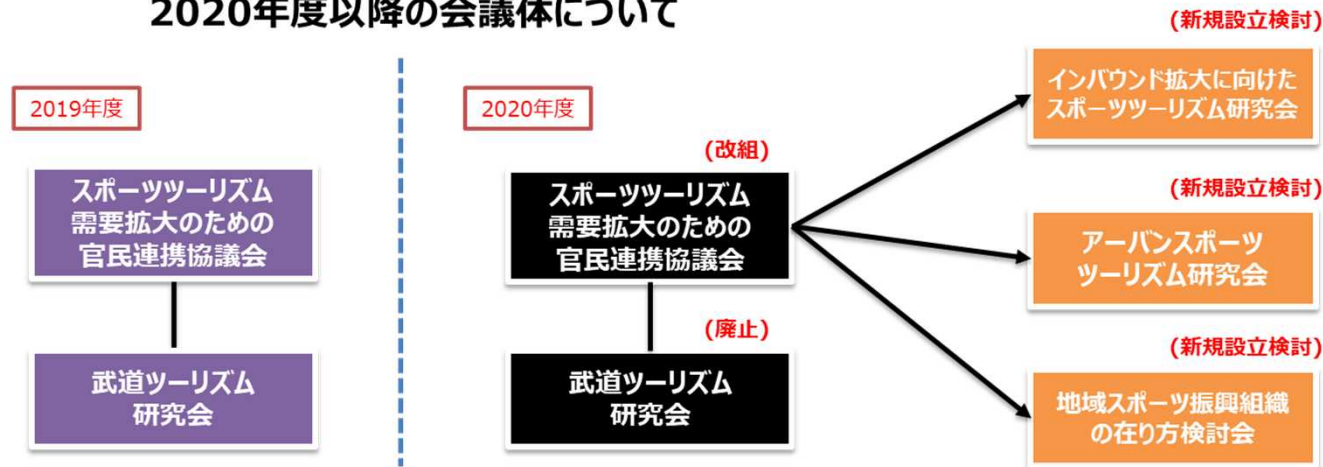


## 会議体の改組

官民連携協議会も、検討段階から実行段階に移していく。そのため以下の通り三つの研究会に改組。

- 「インバウンド拡大に向けたスポーツツーリズム研究会」  
 1億6000万円のインバウンド拡大の環境整備ということでモデルを6地域つくる。スノー・武道・サイクリングの3つを設定。モデル地域に研究会のメンバーが現地へ行き、そこでコンテンツを造成する際のアドバイスや、民間のビジネススペースの取り組みなどワークショップ形式で検討を重ねていく運用に切り替える。
- 「アーバンスポーツツーリズム研究会」  
 新しくアーバンスポーツに取り組む自治体や団体が増え、地域で芽が出始めている。スポーツ参画人口も増え、観戦するために移動も発生し、地域にお金落ちる仕組みが出来ており、今後はスポーツツーリズムの範囲に包含する形としたい。新しいテーマのため、課題が何で、どこを支援しなければいけないのか深掘りできていないので、新規に研究会を立ち上げて、関係する企業、団体に参画してもらい、アウトプットを模索していく。
- 「地域スポーツ振興組織の在り方検討会」  
 スポーツコミッションの立ち上げが加速化しているが、質的な問題が必ず出てくる。地域に根ざすアクティビティ、そこからのリターンできちんと組織自体が自走できるということを追求していかなければいけない。そういった課題や、総合型スポーツクラブの在り方、部活動問題等、避けられない課題となっているので、この検討会で議論できればいいと思う。

### 2020年度以降の会議体について

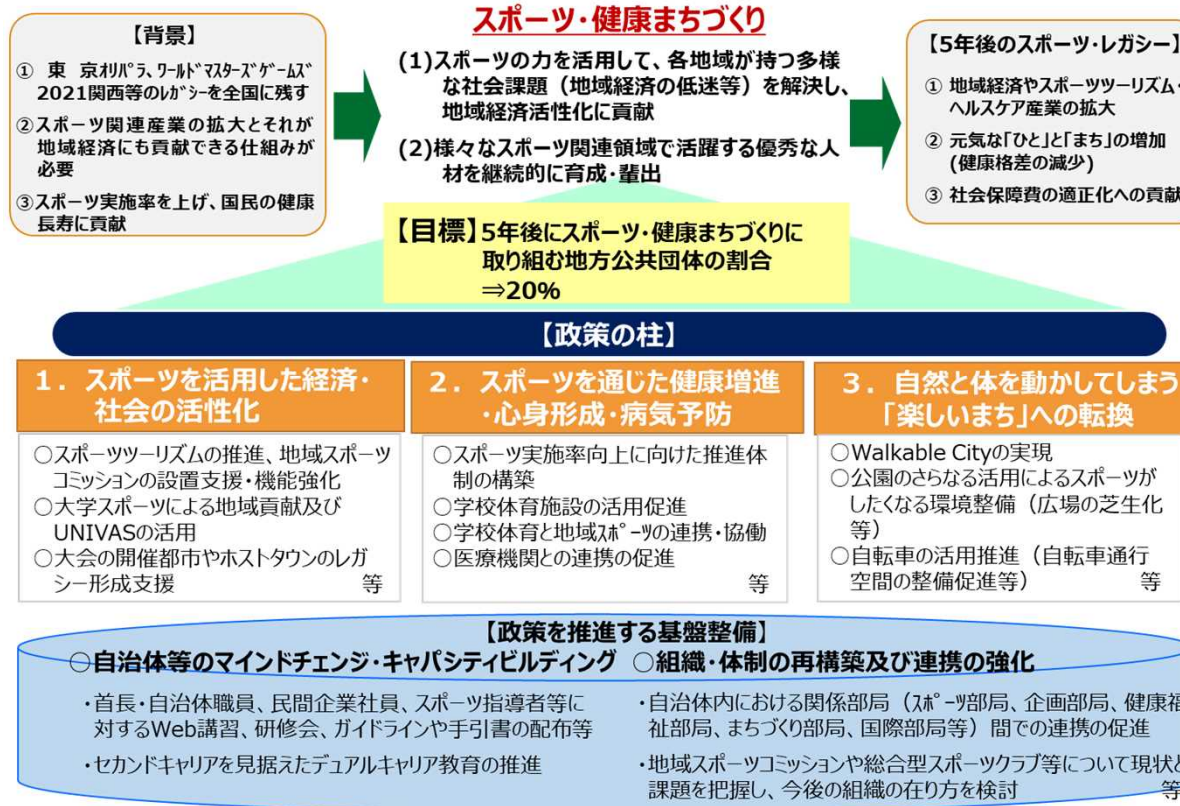




第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略 スポーツ・健康 まちづくり概要

昨年12月に、「まち・ひと・しごと総合戦略」の第2期戦略というのが政府全体でまとめ、その中に初めて「スポーツ・健康まちづくり」という新しいチャプターが入った。政府がまち・ひと・しごと総合戦略を作った後に、地方自治体が地方版の総合戦略を改定する際に、掲げている要素を計画に盛り込むと、地方創生推進交付金（予算額としては1000億円ほど）の交付金が見える。政策を推進する基盤整備ということでは、社会課題を解決するためにスポーツが見えるという発想の転換が重要である。また、自治体が縦割りだと物事が進まない。特にスポーツを通じて、社会課題を解決しようとすると、スポーツ部局、教育部局だけの世界でなく、産業振興部局や、商工部局、福祉部局なども絡めていく必要があるため、横割りでしっかり取り組んでいく。

第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略 スポーツ・健康まちづくり（概要）



### スノーツーリズムに関する動画を作成、デジタルプロモーションを実施

国内のスノースポーツ人口もピークの頃から比較すると減少したが、ここ数年のインバウンド増加の後押しもあり復活してきている。また、アジアを中心とした非降雪国からの訪日客は、スノースポーツの体験はもちろん、純粋に日本の雪国の魅力を求め、その数は年々増加傾向にある。そんな状況を踏まえ、今回はスノースポーツのみならず、様々なスノーコンテンツを取り上げた『日本のスノースポーツツーリズム』をテーマにしたPR映像を国内外に発信することで、更なる地域経済の活性化に結び付けていくこととした。

『日本のスノースポーツツーリズム』には、「スノースポーツの魅力」はもちろんのこと、「スノーレジャーアクティビティの魅力」「日本の雪の魅力」「冬の自然の魅力」「温泉・食事・酒などの魅力」「お祭りなどの雪国文化の魅力」など、数多くの魅力が凝縮されている。本PR映像は、これらの日本独自の様々な雪に絡んだコンテンツを紹介することで、『日本のスノースポーツツーリズム』を多方面から最大限にアピールしていく。また、日本のスノーエリアは、ウインターシーズンはもちろんのこと、オールシーズンの誘客が重要であり、本PR映像によって、アウトドアスポーツや森林レクリエーション、エコツーリズム、伝統芸能や温泉等の各エリアの地域文化など、オールシーズンの滞在コンテンツの充実を図るための事業にも波及効果があると考えている。

