

# 観光庁によるスポーツツーリズム推進の取組み

平成25年6月21日  
観光庁スポーツ観光推進室



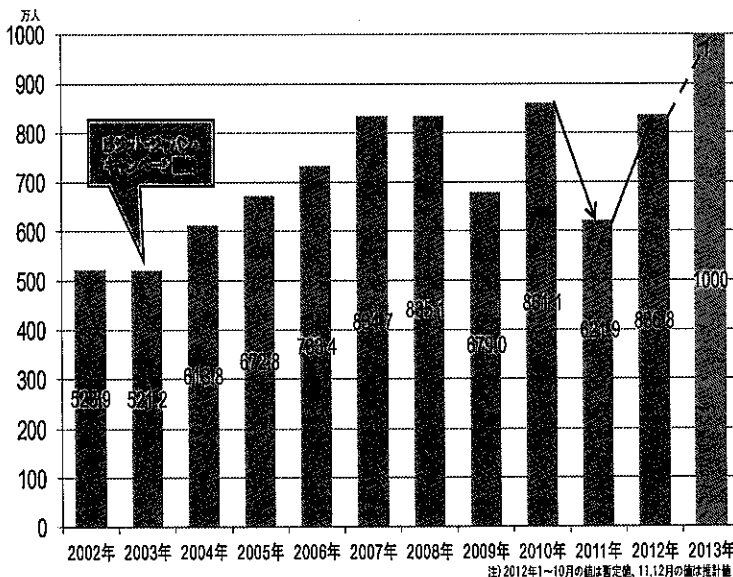
Japan Tourism Agency Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

## (参考) 観光の現状



### 訪日外国人旅行者数の推移

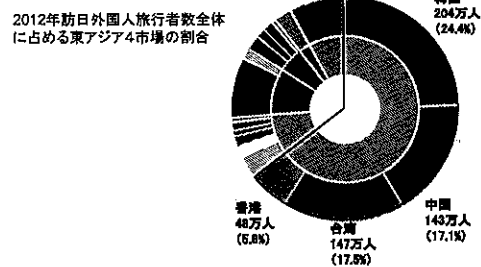
○ 訪日外国人旅行者数は、ここ数年800万人台で停滞。



- ・ 外的要因(震災や外交関係等)の影響を受けにくくするため、市場の多様化等による訪日外客構造の転換が必要。
- ・ アジア競合国との競合国とのイコールフットイングを目指す視点が必要。

### 国・地域別訪日外国人旅行者の割合

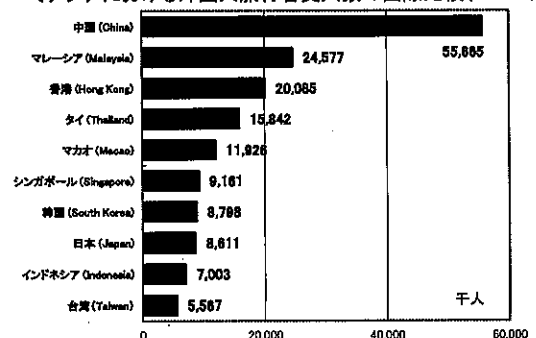
○ 2012年訪日外国人旅行者数全体837万人のうち、韓国、中国等東アジア市場で542万人(約65%)。



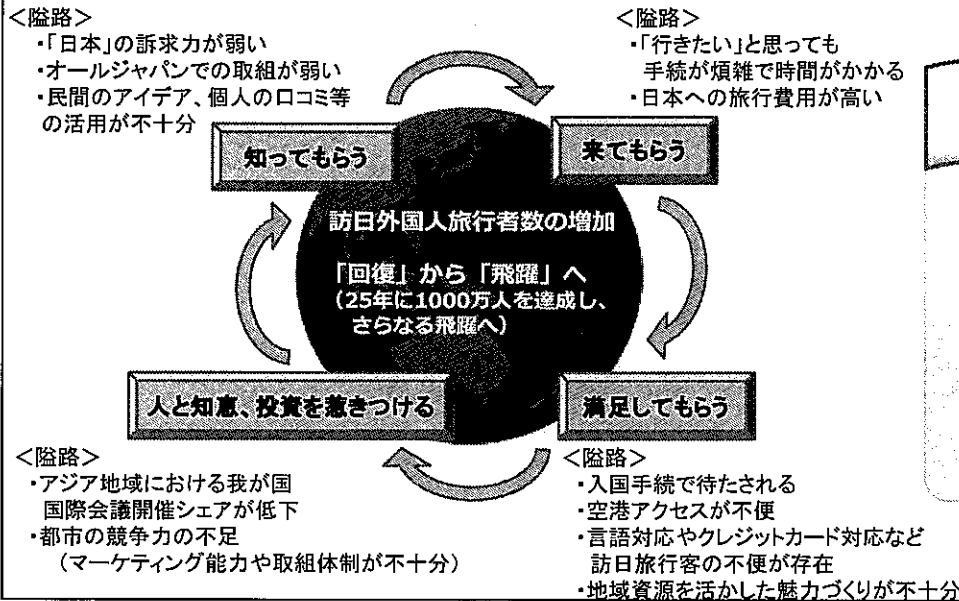
### 競合国の外客誘致競争の激化

- 日本の外国人受入数は世界で30位。
- アジアでもタイ、韓国よりも下位の8位。(2010年)

<アジアにおける外国人旅行者受入数の国際比較(2010)>



- 2012年の訪日外国人旅行者数は約837万人とほぼ震災前の状況まで回復。2013年に1000万人の目標を達成し、さらに、2000万人の高みを目指す。
- 「知ってもらう」「来てもらう」「満足してもらう」「人と知恵、投資を惹きつける」の各ステージにおいて、それぞれの隘路を打開することが必要。
- 観光立国推進閣僚会議を中心として、関係省庁と連携し、現場や関係者の声をよく聞きながら、政府一体となって施策を推進する。



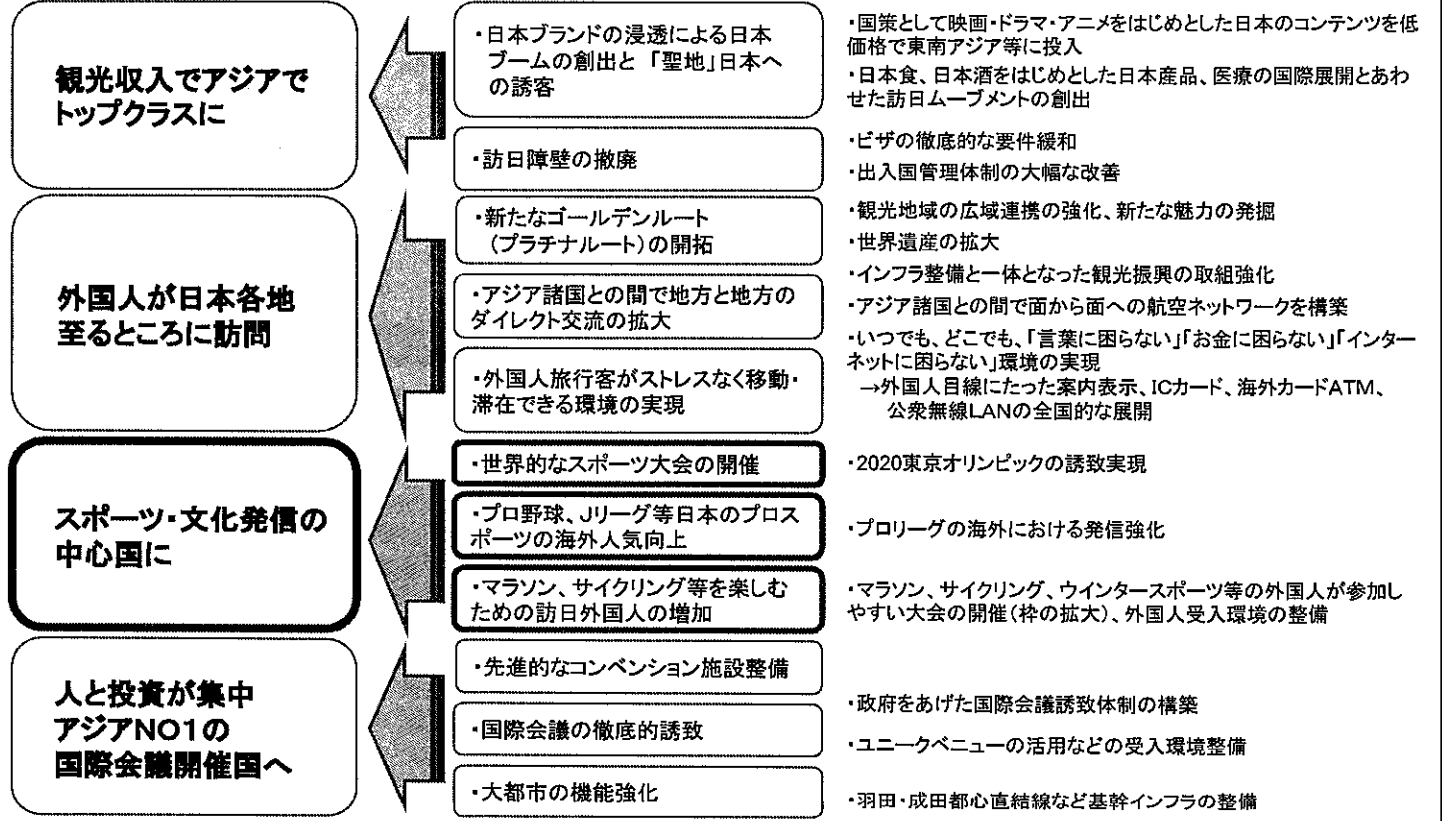
**訪日外国人旅行者増は、経済効果大きい。**

訪日外国人旅行消費額 (平成24年)  
 .....1.1兆円  
 ※訪日外国人旅行者数 837万人  
**⇒2500万人達成時 (平成32年初目標)**  
 .....約4兆円

**たばこ産業、放送産業に相当する規模**

※年間たばこ販売実績: 4.1兆円(平成23年)  
 (出所: 経済産業省) 日本たばこ協会(年次報告書) (数量+代金) 推移一覧)  
 放送産業の市場規模: 3.0兆円(平成29年)  
 (出所: 総務省「平成24年度経済情報調査報告書」)

## ○ 訪日外国人旅行者2000万人の「我が国の景色」とその実現に向けた手立て



## 第Ⅰ. 総論

- 1. 成長戦略の基本的考え方
- 2. 成長への道筋
- 3. 成長戦略をどう実現していくか
- 4. 進化する成長戦略
- 5. 「成長への道筋」に沿った主要施策例

## 第Ⅱ. 3つのアクションプラン

### 一. 日本産業再興プラン

### 二. 戦略市場創造プラン

テーマ1: 国民の「健康寿命」の延伸

テーマ2: クリーン・経済的なエネルギー需給の実現

テーマ3: 安全・便利で経済的な次世代インフラの構築

テーマ4: **世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現**

① 世界に冠たる高品質な農林水産物・食品を生み出す豊かな農山漁村社会

② **観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会**

### 三. 国際展開戦略

健康長寿・エネルギー・次世代インフラ・地域資源の4分野について、2030年時点の達成すべき社会像、指標、ライフスタイルを設定。2020年頃(中間段階)の社会像、2030年までの戦略分野ごとの施策展開の長期工程表を整理。

【社会像】 **観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会**

＜主な課題＞

豊かな文化遺産・自然環境をはじめとした観光資源のポテンシャルを活かしきれていない。

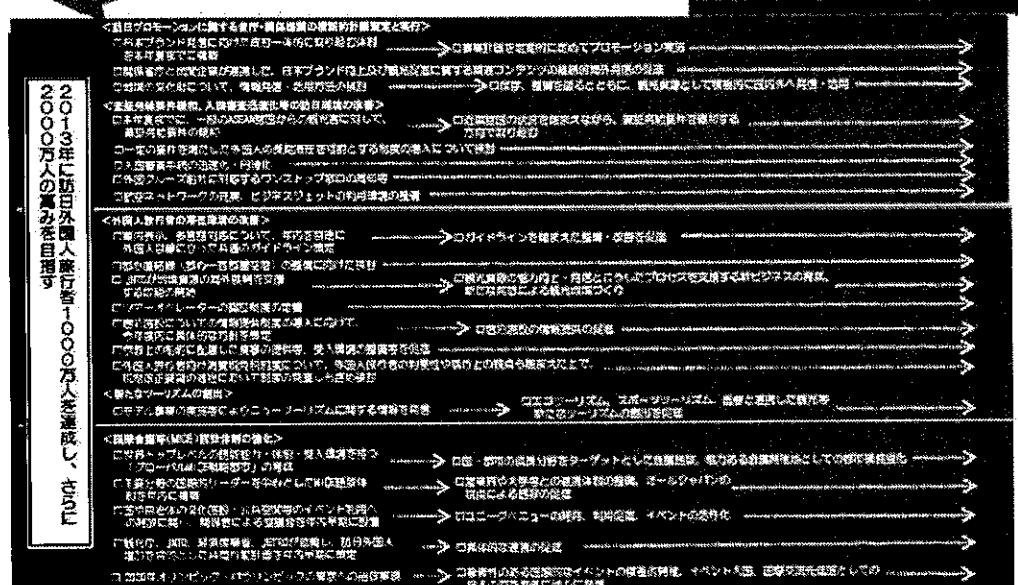
【指標】 2030年に訪日外国人旅行者3,000万人達成

中間段階において達成しておくべき社会像 (2020年頃)

- 世界各地から多くの人々が日本を訪れる (2020年に訪日外国人旅行者2,500万人を目標とする)
- 外国人が日本各地を巡るところを観光
- スポーツ・文化発信の中心地
- 人と投資が集中し、アジアNo.1の国際会議開催地

2020年頃(中間段階)の社会像

- 訪日外国人旅行者2,500万人達成
- 観光収入がアジアのトップクラスに
- 自治客のおよそ6人に1人は外国人に
- アジアNo.1の国際会議開催地として不動の地位を築く



〇訪日外国人旅行者  
3,000万人達成

〇観光収入でアジアの  
トップクラスに

〇自治客のおよそ6人に  
1人は外国人に

〇アジアNo.1の国際  
会議開催地として不動  
の地位を築く

現在

2017年 2020年 2030年

2030年目標

中短期工程表 「世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現⑤」

観光②	2013年度		2014年度	2015年度	2016年度～	KPI
	概算要求 税制改正要望等	秋 年末	通常国会			
	案内表示、多言語対応について、外国人目線に立った共通のガイドライン策定		ガイドラインを踏まえた整備・改善を促進			・2030年には宿泊客のおよそ6人に1人は外国人となる社会を目指す。
	都心直結線(都心-首都圏空港)整備に関する調査の実施		整備に向けた検討			
	JNTOが地域資源の海外展開を支援する取組の開始	観光地域の魅力向上・発信とこうしたプロセスを支援する新ビジネスの育成、新たな発想による観光地域づくり				
	ツアーオペレーターの認証制度の定着					
	宿泊施設についての情報提供制度の導入に向けて、具体的な方針を策定		宿泊施設の情報提供の促進			
	宗教上の制約に配慮した食事の提供等、受入環境の整備等を促進					
	外国人旅行者向け消費税免税制度について、税制改正要望の過程において制度の見直しも含め検討					
	モデル事業の実施等によりニューツーリズムに関する情報を発信		エコツーリズム、スポーツツーリズム、医療と連携した観光等新たなツーリズムの創出を促進			

平成24年度観光の状況及び平成25年度観光施策(観光白書)

平成25年6月11日閣議決定

第I部 観光の状況

第1章 平成24年度 観光の状況 第4節 地域における観光の状況 北海道の状況 (略)

○スポーツツーリズムの推進

北海道は国内有数の観光地であり、また、ゴルフ、スキー等のスポーツツーリズムの適地として注目が高まっている。最近では、特にサイクリングを目的とした国内外からの来道者が増加している。そのため、平成24年度に設立した「サイクル・ツーリズム北海道推進連絡会」が中心となって、オール北海道でサイクリング観光の魅力を発信していく。

第2章 国際観光振興の回顧、総括と今後の課題

②個人客、ビジネス客の誘致の強化 (略)

個人旅行者の誘致に向けては、日本が比較優位に立つ観光資源を生かした分野として、高度な技術力を背景とした医療観光、多様なスポーツ資源を活用したスポーツツーリズム、映画等のロケを観光に活用するロケツーリズムなども有効と考えられる。これらは、今後重点的に開拓していく分野として有力である。

## 第Ⅱ部 平成24年度に講じた施策

## 第5章 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

## 第8章 観光旅行の促進のための環境の整備

## (7)スポーツツーリズムの推進

(略)

地域のハイレベルな「観るスポーツ」(プロ野球、Jリーグ、大相撲、F1等)や、世代を超えて人気を集める「するスポーツ」(マラソンやトレッキング、トライアスロン等)、地域をあげてスポーツイベントを誘致・支援する「支えるスポーツ」の3つを柱とするスポーツ資源を活用し、訪日外国人旅行者の増加、国内観光振興につなげるスポーツツーリズムを推進した。平成24年4月には、我が国のスポーツツーリズムの中核的組織として、地域スポーツコミッションの設立や、国際スポーツイベントの誘致・開催への支援等を担うJSTA(一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構)が設立された。JSTAは観光庁と連携を図り、平成24年11月にスポーツツーリズムの取組についての様々な事例を紹介する「第1回スポーツツーリズム・カンファレンス」を開催するとともに、平成25年3月には、地方公共団体、スポーツ団体、旅行者等々の様々な関係者が一堂に集まり、スポーツツーリズムに関して情報交換や商談を行う「第1回スポーツツーリズム・コンベンション」を開催した。さらに、公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会と連携してスポーツツーリズム賞を初めて創設し、スポーツツーリズムの機運醸成を図った。

## Ⅲ部 平成25年度に講じようとする施策

## 第5章 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

## 第8章 観光旅行の促進のための環境の整備

## (2)スポーツツーリズムの推進

スポーツツーリズムの普及定着により、地域間交流の活性化及び訪日外国人旅行者の拡大につなげるため、広く地域、団体、企業、大学等のネットワーク構築を図り、地域におけるスポーツコミッションの設立促進、国際スポーツイベントの誘致・開催支援などを、JSTA(一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構)とともに推進する。平成25年5月には、JSTAは独立行政法人日本スポーツ振興センターと共同して、ロシアのサンクトペテルブルクで開催されるスポーツの国際的総合会議とも言える「スポーツアコード・コンベンション」で、日本のスポーツの魅力のPRを行うとともに、全米スポーツコミッション協会など海外のスポーツ機関との関係強化を図る。また、平成24年12月に策定された「日韓地方観光交流促進計画」に基づき、JSTAとともに日本のマラソン大会を素材とした旅行商品を造成し、韓国において商談会を実施する「マラソン・ジャパン」を開催する。国内においては、地方公共団体による「地域スポーツコミッション」の設立を計画的に支援していく。平成25年9月に決定される平成32年(2020年)オリンピック・パラリンピック競技大会の東京招致に向けては、招致委員会等と協力して取り組む。

# マラソン・ジャパンの開催

第27回日韓観光振興協議会(平成24年10月29日函館市)での合意事項 ①2013年の日韓間交流人口700万人を目標とする。  
②2013年を「日韓地方観光交流元年」として両国で積極的に活動し、その計画を年内に策定する。

- 重点交流テーマ: ①「祭」等のイベントを通じた交流拡大  
②スポーツを通じた交流拡大(マラソン大会、ゴルフ、トレッキング等)  
③温泉を切り口とした訪日旅行促進



日韓地方観光交流  
일한지방관광교류

重点交流テーマに則った交流促進施策の実施

## 「祭」、イベントを通じた交流促進、地方観光情報の発信強化

- ◆主催者や開催地と連携し、旅行商品造成等を通じて交流を促進
- ◆「祭」、イベントに併せた商談会等の実施
- ◆マラソン・ジャパン(仮称)のイベントをソウルで開催
- ◆JNTOサイト、J-routeサイト等における情報発信の強化
- ◆韓国メディアの地方への招請強化、タイアップ企画の創出



交流行事(イメージ)

メディア招請

商談会

## 「マラソン・ジャパン」

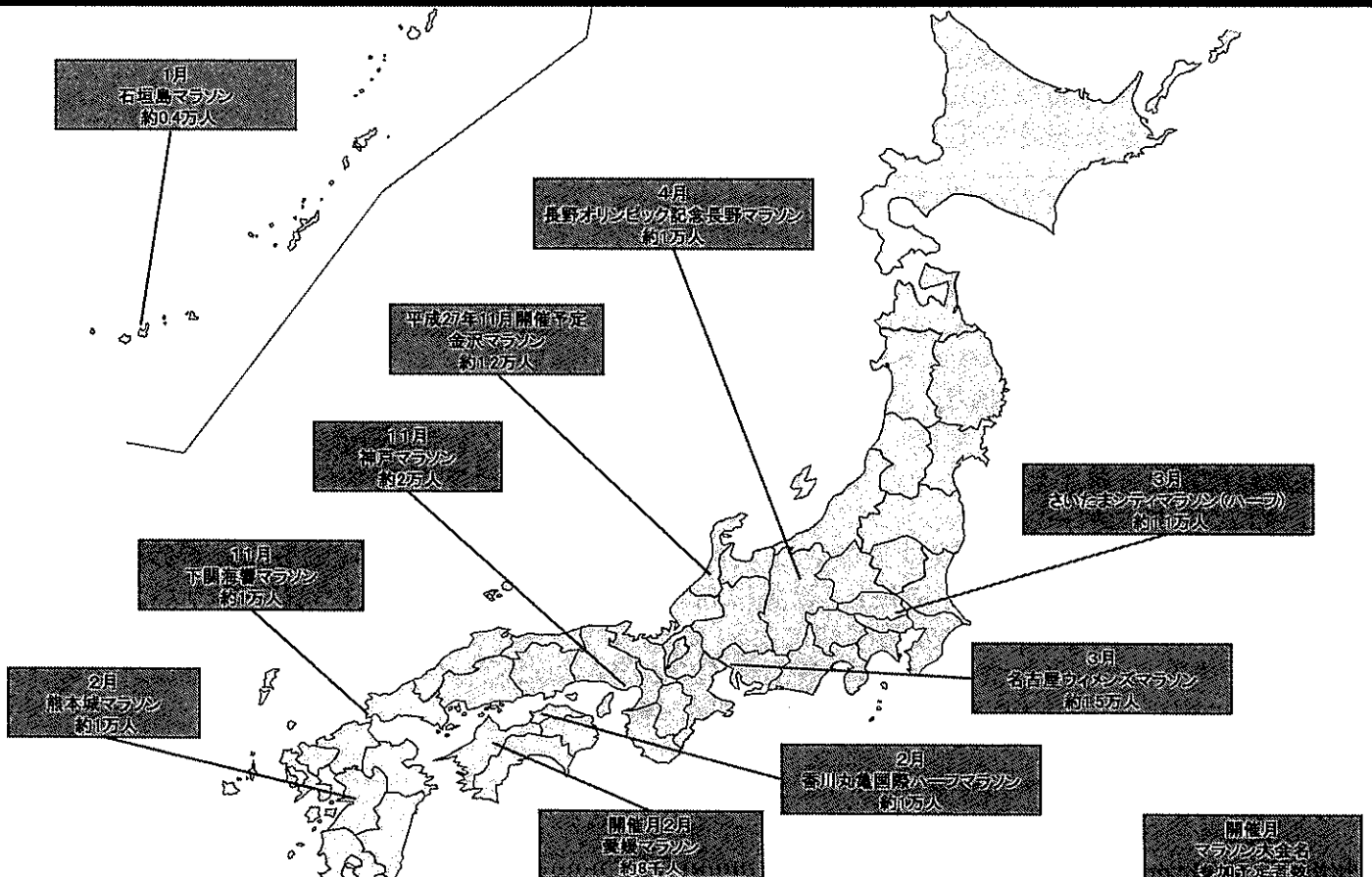
目的: 最近の空前のマラソンブームを背景に、マラソン大会を実施する地域が増え続けている一方で、マラソン大会を外国人誘客のためのスポーツツーリズム・リソースとして活用している地域は、まだまだ少ない。  
このため、2013年の日韓地方観光交流元年を契機に、試行的にソウルで日本のマラソンについてのセミナーを開催し旅行商品化に繋げるもの。将来的には、海外の国々のニーズを考慮してマラソン以外のスポーツ(例: スキー、サイクリング、トレイル等)についても実施する方向で検討し、有効なインバウンド方策の一つとして成長させようとするもの。

主催 観光庁、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)

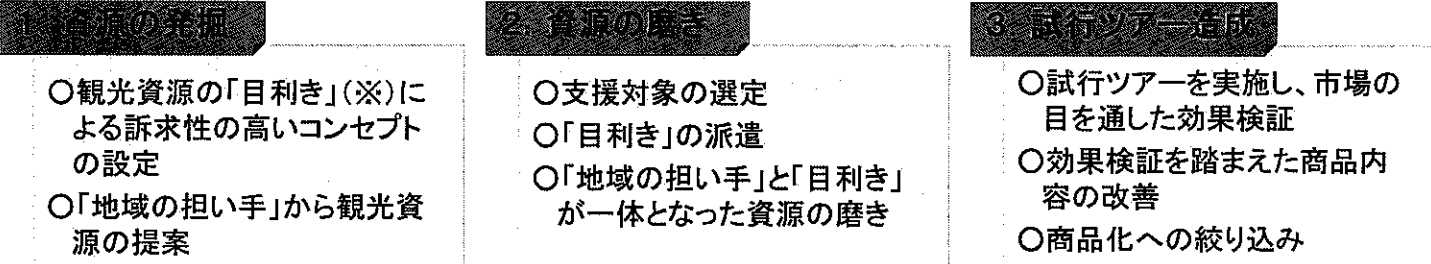
日時 平成25年7月11日(木)

セミナー対象者 韓国の旅行会社、メディア、マラソンクラブ等 (100~200名程度を予定)

# マラソン・ジャパン参加大会



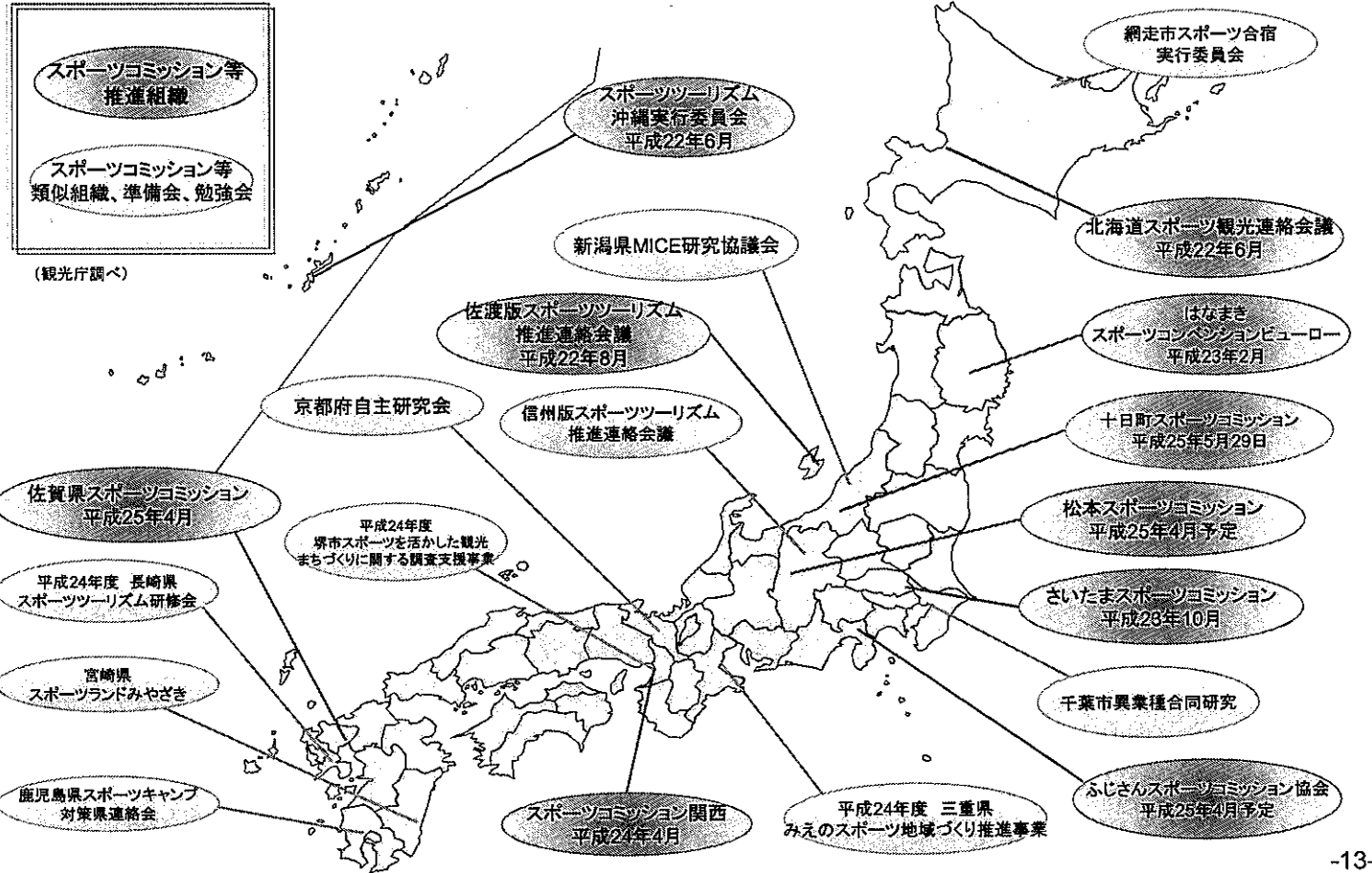
○地域の特色ある素材の発掘や地域と旅行会社、交通事業者、旅行メディア等の総力を結集した枠組みによる確実な商品化と情報発信等を行い、魅力ある観光地づくりを推進する。



※観光資源の「目利き」: 旅行会社のバイヤー、旅行メディア、地域活性化プランナー 等



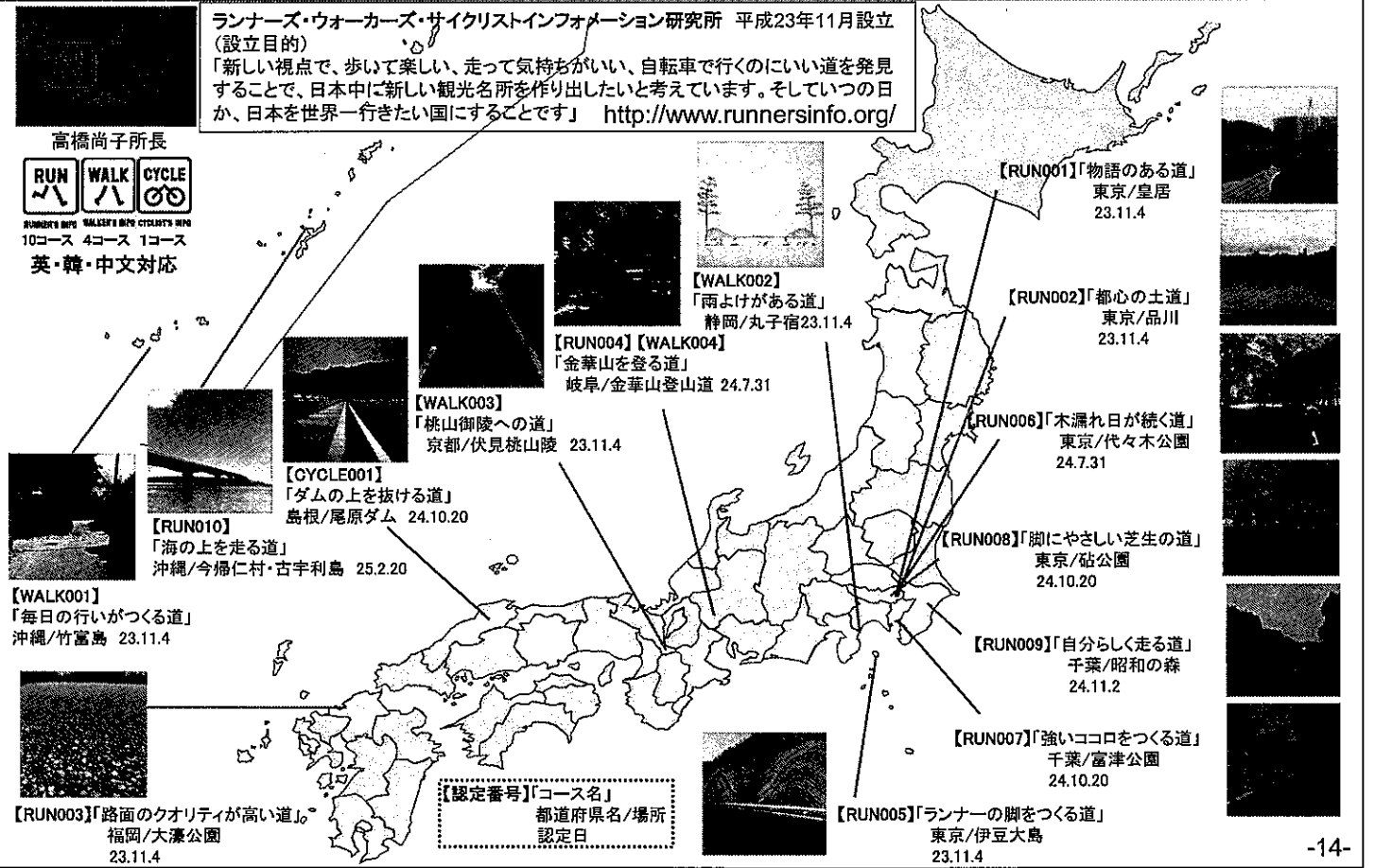
## スポーツコミッション等連携組織の広がり



ランナーズ・ウォーカーズ・サイクリストインフォメーション研究所 平成23年11月設立  
 (設立目的)  
 「新しい視点で、歩いて楽しい、走って気持ちがいい、自転車で行くのにいい道を見  
 することで、日本中に新しい観光名所を作り出したいと考えています。そしていつの日  
 か、日本を世界一訪ぎたい国にすることです」 <http://www.runnersinfo.org/>

高橋尚子所長

**RUN** **WALK** **CYCLE**  
RUNNERS INFO WALKERS INFO CYCLISTS INFO  
 10コース 4コース 1コース  
 英・韓・中文対応



2020年オリンピック・パラリンピックをニッポンに。  
 本年9月7日、いよいよ開催都市決定！



TOKYO ● 2020  
 CANDIDATE CITY