

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を通じた地域活性化についての調査研究 報告書概要版

○調査研究の概要

目的と趣旨

2020年にオリンピック・パラリンピック東京大会（以下「東京大会」という。）が開催され、国内外からの多くのビジターの流入による交流人口の増加、経済効果等の波及効果が見込まれている。

総務省においては、平成27～29年度の調査研究により、過去の国際スポーツ大会におけるビジター受入体制の構築手法や地域に残ったレガシーについての調査研究を行ったところである。

平成30年度においては、本調査研究が東京大会の意義をさらに高め、国内におけるオリンピック・パラリンピック・ムーブメントの一層の促進に寄与するものとなるよう、東京大会のホストタウン等における効果的な地域活性化の取組について調査分析を行い、全国の地方自治体における国際スポーツ大会を通じた地域活性化の有効な手法を提示することを目的として調査研究を実施するものである。

※ 本調査研究における「地域活性化の取組」…
地方公共団体が取り組む、または今後取り組もうとする東京大会を契機とした住民の機運醸成や相手国・地域との文化、経済交流といった幅広い取組をいう。

調査研究の対象

地域活性化の取組を進めるにあたり、本調査研究による分析を希望した以下の2団体を対象とした。

- 福岡県飯塚市
… ホストタウン相手国：南アフリカ
- 宮崎県延岡市
… ホストタウン相手国：ドイツ（宮崎県、宮崎市、小林市との連名）

調査研究フロー

各種統計データ・関係資料収集

- ・人口、産業、観光等のデータ
- ・ホストタウン、スポーツ大会、観光資源等に関する資料 等

地方公共団体（飯塚市、延岡市）ヒアリング

- ・スポーツ・ツーリズム、ホストタウン、観光等についての現状、課題等

周辺住民へのアンケート調査

- <パラリンピック競技についてのアンケート>
 - ・方法：インターネットWEBアンケート
 - ・対象：福岡県内居住者2,893人
- <ホストタウンについてのアンケート>
 - ・方法：インターネットWEBアンケート
 - ・対象：九州7県内居住者2,297人

東京大会を契機とした地域活性化に取り組む地方公共団体の現状と課題の分析

- <飯塚市の現状と課題>
 - ・飯塚市の概況（人口、産業、観光等）
 - ・飯塚国際車いすテニス大会の現状と課題
- <延岡市の現状と課題>
 - ・延岡市の概況（人口、産業、観光等）
 - ・国際スポーツ合宿受け入れや国際スポーツ大会の現状と課題

国際スポーツ大会やホストタウンについてのアンケート調査

- <パラリンピック競技についてのアンケート>
 - ・パラ競技への興味・関心
 - ・飯塚市車いすテニス大会の認知度、観戦ニーズ
 - ・飯塚市車いすテニス大会観戦時の観光要素 等
- <ホストタウンについてのアンケート>
 - ・オリ・パラ競技やホストタウンへの興味・関心
 - ・九州内ホストタウンへの訪問ニーズ
 - ・ホストタウンでの国際交流ニーズ 等

対象団体における、東京大会を契機とした観光・交流人口の拡大方策の検討

国際スポーツ大会などの開催を通じた観光・交流人口拡大方策の提示

○東京大会を契機とした地域活性化に取り組む地方公共団体の現状と課題の分析

飯塚市の現状と課題

地域の概況

- 人口：129,146人（2015年国調）
- 観光入込客数：1,848千人（2017年）
→うち、ゴルフ、オートレースなどが46%を占める。2014年をピークに減少傾向

飯塚国際車いすテニス大会の現状と課題

飯塚市では、毎年、筑豊ハイツ及び県営筑豊緑地内のテニスコートで、JAPAN OPEN-飯塚国際車いすテニス大会が開催されている。
この大会は、1985年に第1回大会が開催され、現在では世界6大大会のひとつとなっている。
アジアでは最高峰の国際車いすテニス大会で、世界ランキング認定大会に指定されていることから、高いポイントを獲得するため、毎年世界約15か国から100名程のトッププレイヤーが参戦している。2018年の第34回大会では、障がい者スポーツ初となる「天皇杯・皇后杯」が下賜されている。

【課題認識・期待】

- 市民交流
 - 大会期間中に市内の小中学生を対象とした児童観戦による選手との交流を行っているが、市民との交流の場としてイベント等は設けていない。
- 観光との連携
 - これまで、大会への回遊のサポートイベントとして、グルメフェスタを開催したが、期待した結果が得られなかった。
 - 商店街において、車いすテニス大会期間中に連動させる催しは行っているが、誘客につながっていない。
 - 市として、車いすテニス大会観戦と観光・グルメなど組み合わせた観戦ツアーなどでの連携が必要であると感じている。
 - 飯塚観光協会において、パンフレットを配布したりしているが、観戦客は地元住民が多いため、観光に行ってみようとなる人は少ないようである。
- 今後の観光振興の期待
 - 今後の観光振興の方向性として、市としては、インバウンド狙いというよりは、市外からの観光客を増やしたいと考えている。
 - また、市民と大会関係者の交流をより強めることが必要であり、地域として、観光面からも継続的に支えていくことが重要である。
 - 市としては、市外からの集客が増えることで、商店街など民間事業者から、より観光客を喜ばせるための商品・サービスやイベント等の発案や意見が自発的に出てくるようになることを期待している。

延岡市の現状と課題

地域の概況

- 人口：125,159人（2015年国調）
- 観光入込客数：2,198千人（2017年）
→高速道路開通等により、2014年以降、増加傾向

スポーツ合宿やスポーツ大会受け入れの現状と課題

延岡市は、「アスリートタウンのべおか」として、市民と行政が一体となり、スポーツを活かした活動や交流を進めながら、地域のイメージ向上や交流人口の増加を目指している。
日本陸連公認のマラソン大会「延岡西日本マラソン」や「ゴールデンゲームズ in のべおか」、全日本柔道代表合宿やサッカー J 1 ベガルタ仙台の春季キャンプなど、トップアスリートが集結する大会や合宿が行われている。
市内には旭化成グループの企業スポーツ部（陸上部、柔道部）が活動拠点を置いており、これまでにオリンピック競技大会に多くの代表選手を送り出している。

【課題認識・期待】

- スポーツ合宿と国際交流
 - ホストタウンに登録後、2016年度の夏から、ドイツ人の国際交流員を招聘し、各種国際文化交流事業を行っている。
 - ドイツ柔道代表合宿受け入れ時に市役所庁舎に国旗を掲げたり、中心街にペナントを飾ったり、また、国際交流員が、市内各地でイベント等を実施して、ドイツに対する意識の醸成を図っており、徐々にではあるが、成果が現れてきている。
 - ドイツとの良好な関係が構築されてきており、市としては、東京大会以降も交流を続けていきたいと考えている。
 - インバウンド狙いではなく、国際交流の場やイベントをコンテンツとして、近隣から誘客することが現実的と捉えている。
- 今後の観光振興の期待
 - 延岡市のアウトドアは全国から集客があるが、観光都市としての認知度は低い。近くには高千穂峡や別府等の有名な観光地があり、観光客にもう少し足を延ばして来てもらいたいと考えている。
 - 2026年の宮崎県国体に向けて、県が、現在の延岡市民体育館の敷地に県体育館を整備する予定となっている。県体育館が整備されれば、これまで以上に規模の大きい大会や合宿の誘致が可能となる。

○国際スポーツ大会やホストタウンについてのアンケート調査

パラリンピック競技についてのアンケート調査

調査の概要

対象：福岡県内居住者2,893人（インターネットWEBアンケートにより実施）

集計結果

- パラリンピック競技及び車いすテニスの興味・関心度
 - パラリンピック競技への興味・関心があるのは約4割。車いすテニスに興味・関心があるのは、全体の13.5%（陸上競技、水泳に次いで3番目）。
- 飯塚国際車いすテニス大会の認知度
 - 大会の認知度は、飯塚市で7割だが筑豊地域以外では3割程度。
- 現地観戦経験者の行動
 - 現地観戦経験者は、飯塚市居住者で2割、筑豊地域以外では2%程度。
 - 現地観戦時に、周辺の観光をしたのは2割程度。
 - 観戦時に観光をしなかった場合、その理由は「時間」「魅力」「情報」などがいずれも2割程度。
- 今後の現地観戦意向
 - 現地での観戦意向は（積極、消極含めて）4割程度。年齢階層が低い層、車いすテニスに興味がある層、観戦経験があるほど観戦意向は高い。現地観戦経験がある場合、積極的な観戦意向者だけで4割近くに上る。
- 観戦時に合わせてしてみたいこと
 - 現地観戦の際に合わせてしてみたいこととして、「関連イベント（食、音楽など）」が4割、「市内や周辺の観光」が3割。選手との交流や体験のニーズも2割程度見られる。
 - 大会観戦がより楽しくなる要素としては、「おいしい食や料理が味わえること」が5割を超える。
- 現地観戦したくない理由
 - 現地観戦意向がない人の理由としては、「興味がない」（5割）「テレビで見ればよい」（3割）が多い。
 - 現地観戦意向がない人のうち約1割は、「大会の魅力が高まること」「周辺の観光レジャーの魅力が高まること」「周辺の観光レジャーの情報が入ること」「大会の関連イベントを楽しむこと」が、観戦に行こうと思うきっかけになっているとしている。
 - 観光要素については特に「食に関する魅力向上」が観戦のきっかけになっているとしている。

ホストタウンについてのアンケート調査

調査の概要

対象：九州7県内居住者：2,297人（インターネットWEBアンケートにより実施）

集計結果

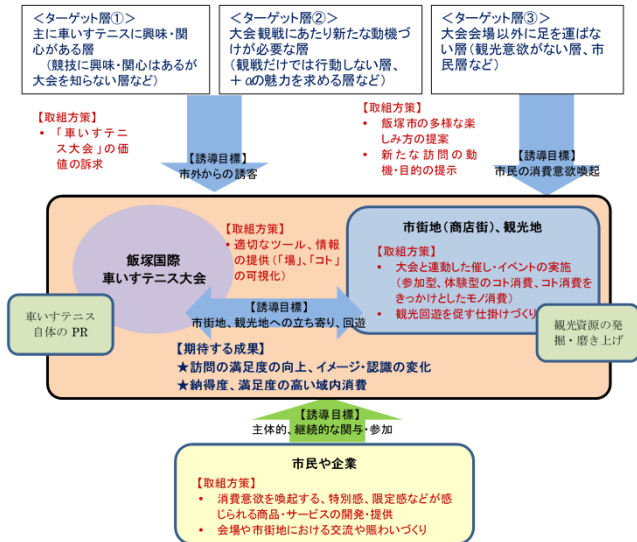
- ホストタウン相手国・地域のうち、興味のある国・地域
 - 全体では、米国、イタリア、ドイツ、英国など、欧米の主要国の回答割合が高い。
 - 飯塚市の相手国である南アフリカは2%、延岡市の相手国であるドイツは15%であるが、それぞれの周辺地域居住者の回答割合はやや高くなっている。
- 興味のある競技
 - オリンピック競技では水泳、陸上競技、野球・ソフトボール、体操、サッカーがいずれも2割超。
 - パラリンピック競技では、車いすテニス、車いすバスケットボール、陸上競技が1割超。車いすテニスは13%で、福岡県筑豊地域居住者や60歳以上で回答割合が高い。
- ホストタウンに行ってみてみたいと思うこと
 - 約半数がホストタウン訪問意向を有しており、訪問時には「相手国・地域の食事を味わうこと」のニーズが3割程度。
 - 訪問の動機づけとなる要素としては、ホストタウンならではの食や歴史・文化へのニーズが高い。
- 実際に行ってみてみたいと思うホストタウン（ホストタウンへの訪問意向）
 - 実際に行ってみてみたいと思うホストタウンは、居住地周辺の大都市で、興味・関心が高い国の組み合わせが上位となっている。
 - 飯塚市訪問意向は、福岡県筑豊地域が3割であるが、ほかの福岡県内の回答割合は高くない。飯塚市に行ってみてみたいと思う理由としては、「南アフリカに興味がある」「行きやすい」が多いが、行ってみたいと思わない理由としては、「南アフリカに興味がないから」「どんな競技の選手が来るかわからない、興味のある選手がいなから」「行きにくい」などがそれぞれ3割超となっている。
 - 延岡市訪問意向は、宮崎県東北地域が5割であるほか、同県西・地域居住者が20%、熊本県居住者が15%。延岡市に行ってみてみたいと思う理由としては「ドイツに興味がある」が8割超、行ってみたいと思わない理由としては「行きにくい」が6割で、それぞれ理由が明確となっている。
- ホストタウン居住者の意識
 - ホストタウン登録が、相手国の理解促進など国際交流の契機となっている。また、今後も子供やスポーツを通じた交流など、交流を継続していくべきというニーズが高い。

○対象団体における、東京大会を契機とした観光・交流人口の拡大方策の検討

飯塚市における観光・交流人口拡大方策の検討

【方向性】

- 飯塚国際車いすテニス大会の市外からの集客を増やしていく
- 大会と連動して、市内の観光需要を掘り起こしていく



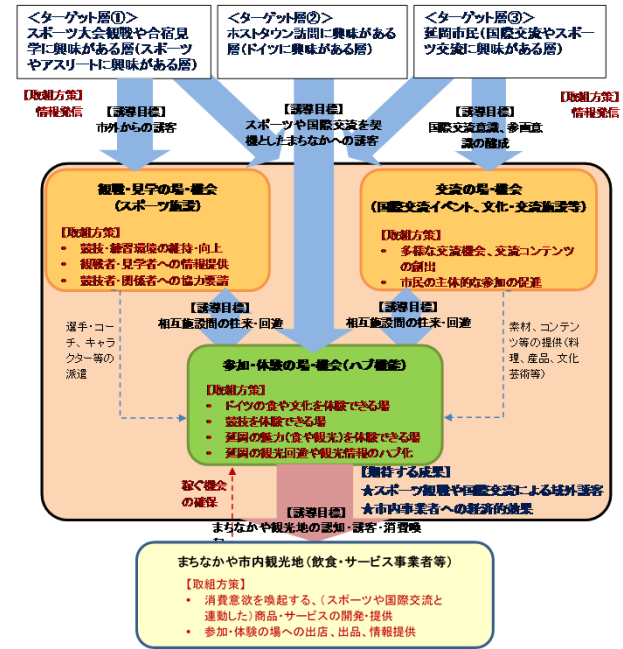
【展開方策】

- 大会と都市のPR・プロモーション
 - ・大会により興味を持てるような情報発信
 - ・飯塚市という都市自体の「楽しみ」の要素となる観光や食などの魅力について、さらなるPRのほか、新たな商品・サービスの提案
- まちなか(中心市街地)における新たなコンテンツづくり
 - ・参加型、体験型のイベントを開催し、多様な交流の場や機会を設ける
 - ・大会期間ならではの、あるいは飯塚市ならではの特別感や限定感が感じられるような、消費意欲を喚起する商品・サービス等の提供
 - ・市民や企業の積極的、主体的な関与、継続的な利益獲得の促進
- 市内の観光スポット巡りの誘導
 - ・回遊行動そのものに意味や楽しみを持たせていくような取組
- 大会の価値と都市の価値の連動
 - ・「コト」や「場」の可視化、モビリティの確保・円滑化

延岡市における観光・交流人口拡大方策の検討

【方向性】

- ドイツとの国際交流を観光資源として活用していく
- スポーツ、国際交流、都市の魅力(観光)が相互に連動・連携して体験価値を提供できるハブ機能を構築し、付加価値を高めていく



【展開方策】

- ドイツとの国際交流の観光資源としての活用
 - ・民間での取組も含めた各種イベント等の積極的PR、市内外の参加促進
 - ・交流イベント時の、来訪者のまちなかの拠点への誘導
- スポーツ大会、合宿等における集客の促進
 - ・大会等の魅力や競技環境、練習環境の維持向上による集客促進
 - ・観戦者、見学者のまちなかの拠点への誘導とそれを契機とした消費喚起を促進
- まちなか周辺での参加・体験拠点(ハブ機能拠点)の形成
 - ・スポーツ、国際交流、観光、食など、延岡の集客コンテンツが集まるハブ機能拠点を、多様な目的の来訪者が多様なコンテンツに参加・体験できる場として活用
- ハブ機能拠点を介した市内各所への誘客・回遊促進と消費喚起の仕組みづくり
 - ・ハブ機能拠点を介した市内各所への回遊誘導、施設利用、消費の喚起
 - ・企業や関係者の積極的な参画による、商品・サービスの認知促進(ショーケース化)

○国際スポーツ大会などの開催を通じた観光・交流人口拡大方策の提示

1 スポーツ大会開催を契機とした関連イベント等の開催・PR

- スポーツ大会への集客は、その競技の人気度や大会の性質などによってターゲット層が大きく異なり、地域として集客拡大を図っていくことが難しい面もある。そのため、大会の開催を観光集客につなげていくにあたっては、大会の開催と連動したイベント等を開催・PRし、観戦者とは異なる層の集客につなげていくことも考えられる。
- 例えば、スポーツ大会の関連イベント（前夜祭、後夜祭など）として、競技者・市民・観光客が参加する機会を設けることで、新たな集客につながることを期待される。
- こうした関連イベント等の開催にあたっては、市民や地元企業の主体的な参画が期待される。

2 大会と観光資源との具体的な連動・回遊の仕掛けづくり

- スポーツ大会や合宿と周辺観光を連携させようとする場合、試合や練習見学と観光施設の営業時間とが時間的にマッチしなかったり、移動や施設へのアクセスが難しいために、観光につながらない場合がある。そのため、詳細な開催スケジュール、営業時間等を考慮した具体的なモデルコースの設定や、ツアーの企画等を行うことで、集客や滞在時間の拡大を図っていくことが考えられる。
- 例えば、地域資源を活用し、大会と連動した限定商品・サービスの企画・販売を行うことで、来訪の動機づけになるとともに、新たな観光消費拡大につながることを期待される。

3 国際交流に関する取組の観光資源としての活用

- 長期にわたり継続的に国際スポーツ大会や合宿を受け入れており、地域に国際交流の土壌が形成されている場合、こうした国際交流に関する要素を観光資源として活用していくことが考えられる。
- 地域住民向けの国際交流イベントを、域外にも積極的にPRするほか、国際交流イベントと観光イベントを一体的に開催することにより、集客拡大に加え、域内観光スポットへの誘導につながることも期待される。
- ホストタウンの住民の多くは、東京大会終了後も相手国・地域との継続的な交流を望んでおり、こうした市民意識の醸成とあわせて、国際交流を自地域の交流資源として活用していくことが有効と考えられる。

4 スポーツ、観光、国際交流等のコンテンツのハブ機能拠点の形成

- スポーツ大会観戦者の多くは、観戦だけでなく、あわせて観光やイベントへの参加を期待している。会場となるスポーツ施設をイベントや観光交流の場として活用することが難しい場合、スポーツ施設とは異なる比較的利便性の高い場所にある施設や空間を、多様な交流をつなげるハブ機能拠点として位置づけ、イベント等を積極的に展開していくことが考えられる。
- このハブ機能拠点では、地元の市民や企業の主体的な関与を図りながら、スポーツ交流、国際交流、地域の観光（食・グルメ、自然、文化等）などへの参加・体験の機会を提供することで、多様な交流効果、波及効果につながっていくことが期待される。

5 競技・選手の特徴を生かした域内消費喚起の仕掛けづくり

- スポーツ・ツーリズムを通じた消費喚起にあたって、まずはスポーツの観戦客や見学者など来訪者数の増加が基本となるが、その競技の特徴に着目することで、より効果的に消費拡大につなげていくことが可能である。
- 競技自体の人気度、練習公開時間の長さ、合宿中の試合の有無、大会の会場やコース設定、選手の特徴などを適切に考慮することで、地域の実情に沿った消費喚起策を講じることが可能である。例えば、柔道合宿の場合、練習見学者の集客や消費拡大は難しいが、一回の合宿に比較的多くの選手が参加することや、選手の飲食消費量が比較的多いことから、合宿参加者をターゲットとした飲食等の消費喚起を図ることで、効果的に消費拡大につながることを期待される。また、サッカー合宿では、練習時間は短い、練習試合が数多く行われることから、練習試合の日程を積極的に公開し、あわせて試合相手に応じた出店やイベント等を開催することで、効果的に消費拡大につながることを期待される。