

○スポーツと観光産業の協働 ～スポーツツーリズム～

スポーツによる観光資源を再認識し、地域外から来場者の観光需要を創造

■提言先：政府、地方自治体

トップレベルのアスリートのパフォーマンスを直接観戦するためには、試合会場に足を運ぶ必要がある。ヒアリングしたスポーツクラブのGMが、試合を興行として認識し、足を運ぶ観戦者に対する最善の商品提供を心がけるマーケティングの意識を持つことでスポーツクラブの経営は変わってくる。

観戦者は地元の支援者、ファン以外に、競技の相手となる他地域、さらには海外からも来場する。ヒアリング調査の対象となったクラブのなかには温泉観光地にホームタウンがあり、温泉旅館との連携が図られ、地域経済にスポーツクラブが寄与する事例もあった。スポーツクラブ経営の観点では、**スポーツによる観光資源を再認識し、地域外から来場者の観光需要を創造することが大事である。**

観光需要を認識することで、地方自治体の観光部局や観光産業との連携が生まれ、スポーツクラブやスポーツアスリートの事業機会も創生される。

現在、観光庁はわが国の豊富なスポーツ資源を最大限に活用し、国内観光振興を図るため、「観光立国」に向けたスポーツ観光の推進に力をいれている。スポーツが「社会の公共財」であるとの見地から、観光需要を認識することで、観光産業との連携が生まれ、スポーツクラブやアスリートの事業展開が可能になる。

スポーツクラブによって、輸送機関、観戦入場券、飲食を含む観光施設を手配し、提供した場合、旅行需要が発生すると考えられる。スポーツクラブが、観戦ツアーを組織することは、安全性、参加目的の達成、参加費用の軽減、チーム帰属意識の高揚等のメリットが生じる。

プロジェクト会議では、トップアスリートがツアー行程に部分的に合流する案も提案された。この取り組みによって、スポーツ観光の参加者へのインセンティブとなり、同時にトップアスリートの社会との接点が増えるなど相乗効果が生まれることが予想される。

このようにスポーツ・ツーリズム（スポーツと観光産業の協働）は、「観光立国」に向けたわが国のスポーツ観光の推進に貢献し、スポーツと観光による地域活性化を促進すると同時に、スポーツの社会への還元にもつながるとの意見がだされた。