

くまもつと旅×スポーツ

熊本の雄大な自然、心身を癒す温泉や食、各地で実施されている様々なスポーツコンテンツを組み合わせた、観光色の強いスポーツツーリズム「くまもつと旅×スポーツ」の展開を図る。

I. 戦略の位置づけ

○本戦略の策定にあたっては、「第2期熊本県まち・ひと・しごと創生総合戦略(2021-2023)」及び「ようこそくまもと観光立県推進計画(2021-2023)」を踏まえるとともに、「第2期熊本県スポーツ推進計画(2019-2023)」とも連携を図りながら推進する。

第2期熊本県まち・ひと・しごと創生総合戦略

- 【基本方針】
- 2) 新型コロナウイルス感染症を踏まえた対応
- 施策3: 新たな観光スタイルの確立
- 4) 将来に向けた地方創生の取組み
- 施策4: スポーツによる地域活性化

ようこそくまもと観光立県推進計画

- 【具体的な取組み】
- 戦略1) ニューノーマル時代の観光地づくり
 - ・観光の高質化、高付加価値による観光消費の促進
 - ・観光と新たなトレンドの掛け合わせによる魅力的なコンテンツの開発
 - ・恵まれた泉質(温泉)と豊富な食を組み合わせたウェルネスツーリズムの推進(くまもつと湯美人)
 - ・熊本を誇る絶景を活かした観光(観動プロジェクト)
 - ・アウトドア・アクティビティプログラムの開発

- 戦略2) 新しいマーケット確保への挑戦
 - ・新たな時代に対応したスポーツツーリズムの推進
 - ・ワーケーションやプレジャーの導入による新たな旅行需要の創出

- 戦略3) スマート観光プラットフォームの構築と利便性の高い観光地づくり
 - ・デジタル媒体を活用した効果的な情報発信と分析データの蓄積・活用による観光施策の立案

- 戦略4) 地域を興す観光産業の育成
 - ・各地域の特色を生かした観光振興方針(県北、県央、天草、県南)
 - ・将来を見据えた観光産業と人材の育成

(関連計画) 第2期熊本県スポーツ推進計画

- 【基本施策】
- 2) スポーツを通じた活力があり、絆の強い社会の実現
- 【具体的な方策】
- (2) スポーツを通じた地域の活性化

II. 現状分析

○九州他県のSCでは、厚質な気候を活かし、「合宿誘致、キャンプ誘致」に注力する団体が多い。後発のコミッションとして設立する熊本県においては、体験プログラムの造成など、個人向けコンテンツ造成にチャンスがある。

	キャンプ会館誘致	既存のスポーツ大会・イベントの誘致	大会・合宿・キャンプへの補助制度の運営	自主スポーツ大会・イベントの企画・実施	スポーツツーリズム事業の企画・実施	スポーツ関連セミナー・研修の企画・実施	その他
公益財団法人宮崎県観光協会	○	○	○	○	○	○	
佐賀県スポーツコミッション	○	○	○				
長崎県スポーツコミッション	○		○		○	○	○
スポーツコミッション沖縄(公益財団法人沖縄県スポーツ協会内)							○
大分県スポーツ合宿誘致推進協議会	○		○				

表 九州地域スポーツコミッションの実施事業

○公共スポーツ施設の数をみると、熊本県は九州他県と比較して「体育館」が多いという特徴があり、室内競技の大会誘致が期待できる。

県	合計	陸上競技場	野球場・ソフトボール場	水泳プール(屋内)	体育館	剣道場	庭球場(屋外)
熊本県	915	16	86	25	246	16	65
福岡県	1,336	19	181	47	203	19	135
佐賀県	496	8	37	8	80	11	46
長崎県	820	16	58	26	141	19	78
大分県	584	18	88	27	92	7	56
宮崎県	654	23	64	8	173	7	41
鹿児島県	1,009	35	57	33	148	11	92
沖縄県	507	36	43	22	51	2	48

表 九州における公共施設の数(2017社会教育調査より)

III. 背景

- 【現状】
- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響下において、生活様式が大きく変化している。
- ・県内市町村においても、スポーツコミッションの設立(天草市、八代市など)の動きが出ている。
- ・今回のオリンピックでは、新たな競技(スケートボード・BMX)が追加され、今後、競技人口の増加が見込まれる。
- ・全国に168のスポーツコミッションがあるが、自主運営で成功している事例はほとんどない。

- 【課題】
- ・本県の強みである温泉・自然・食等を活かした新たなスポーツツーリズムの視点が求められる。
- ・スポーツツーリズムを行う市町村との役割分担や連携など、効率的な運営が求められる。
- ・新たな生活様式下において、デジタルを活用した誘客や情報発信などの取組みが求められる。
- ・主要スポーツ(野球・サッカー)の合宿地である九州各県とは異なるスポーツ大会・合宿誘致が求められる。
- ・スポーツコミッションの運営には、大会誘致だけでなく、継続的な誘客の取組みが求められる。

IV. 基本方針(コンセプト)

○地域スポーツの掘り起こしとネットワーク化
県内の市町村で実施されているスポーツ大会・イベントや、スポーツ合宿誘致などの取組みを掘り起こし、ブランド化を図るとともにネットワーク化を推進することで【スポーツ観光県くまもと】の確立を目指す。

○健康と生活の質を高める体験型プログラムの創造
コロナ禍において高まった非接触、健康志向のニーズに応えるために、スポーツと観光を組み合わせた体験プログラムの開発を推進する。

○集客力があり、参加できるスポーツ大会の誘致
様々なスポーツ大会の誘致・開催による大量誘客と「ついで観光」を組み合わせ、地域経済への波及効果を目指す。

V. 基本戦略

【戦略1】くまもつと旅×スポーツコンテンツの開発

- 1 スポーツと熊本観光の強みを組み合わせた旅スポコンテンツの開発
 - ・海上のんびりSUPと街歩き体験
 - ・復興支援型コンテンツ(スポーツ+被災地支援)
- 2 熊本の多彩な温泉・食を活用したウェルネスツーリズムの推進
 - ・元気肌温泉+小国黒豚+トレッキング
 - ・温泉と食をウォーキングでつなぐ「温泉ガストロノミー」の開催
- 3 スポーツとIoT、熊本観光を組み合わせたスマート旅スポコンテンツの開発
 - ・サイクリング×食、観光、自然
 - ・指定されたポイントを制限時間内に多く回る「ロゲイニング」×スポーツ・観光

【戦略2】スポーツと観光地(地域・市町村)を繋ぐ「くまもつと旅スポブランド」の創造

- 1 地域が取り組むスポーツ×観光のネットワーク化
 - ・地域のスポーツ関連情報を集約したデータベース作成
 - ・地域スポーツ活性化支援
- 2 戦略的なマーケティング及び広報による「くまもつと旅スポブランド」の創造
 - ・熊本県の立ち位置を明確にするための九州地域におけるマーケティング調査
 - ・「くまもつと旅スポ」のブランド化に向けたSNS、紙媒体、TV媒体等の戦略的活用
- 3 「くまもつと旅スポブランド」を活用した旅行商品の開発
 - ・シニア向けスポーツ×観光パック
 - ・スポーツして・みてパック(プロスポーツチームとの連携)

【戦略3】集客力があり、参加できるスポーツ大会の誘致

- 1 熊本のスポーツ資源を活用した大会・イベント・合宿の誘致
 - ・熊本の観光に資する競技の選定と、集客力の高い大会やイベントを誘致・開催
- 2 将来性の高いスポーツ大会・イベント・合宿の誘致
 - ・都市型(アーバン)スポーツ
 - ・街中で開催が可能な団体スポーツ
- 3 観光客が気軽に参加もできるスポーツ大会・イベントの誘致・開催支援
 - ・マラソン、ウォーキング、サイクリングイベントの開催支援・PR
 - ・観光客が減少する時期のスポーツ大会・イベント等の開催支援・PR

【戦略4】「くまもつと旅×スポーツ」を推進する体制の整備

- 1 スポーツコミッション【くまもつと旅スポコミッション】の設立
- 2 スポーツツーリズムを支える人材・企業の育成・確保
 - ・ボランティア研修会の開催
 - ・スポーツツーリズム商品を開発・販売する企業への支援
- 3 スポーツコミッションを支えるプラットフォーム(ネットワーク)の整備
 - ・市町村スポーツコミッション(機能)の整備支援
 - ・くまもつと旅スポコミッション公式ウェブサイトの開設

VI. 目標設定

【戦略1】
・新たに開発した旅スポコンテンツの数: 0→3

【戦略2】
・「くまもつと旅スポブランド」の認知度:
全国 0% → 5%
九州 0% → 10%
県民 0% → 20%

【戦略3】
・新たに誘致した大会・イベントの数
従来型イベント: 0 → 3
都市型スポーツ: 0 → 1

・県内の自治体等が誘致するスポーツ合宿の数:
162 → 200

【戦略4】
・くまもつと旅スポコミッションの設立:
→2021年度中

・県内におけるスポーツツーリズムを推進する自治体の数:
→20/45市町村