

スポーツで進化する観光ビジネス ～顧客満足度向上と収益機会の創出～

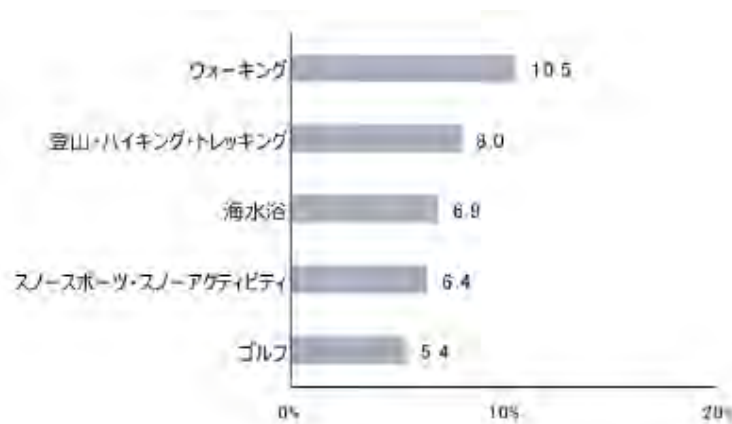
2025年3月

1. スポーツツーリズムの市場概況

- スポーツツーリズムとは、スポーツと現地ツーリズムを融合する取り組みをいい、既存のスポーツ資源を観光資源としたツーリズムのほかにも、**地域資源がスポーツの力で観光資源となる可能性を秘めています。**
- スポーツツーリズムは「**する・みる・支える**」の3つに分類され、今回は「する・みる」に着目します。
- 「**する**」スポーツツーリズムを経験したことのある人は**28.2%**。また、「**みる**」スポーツツーリズム**21.9%**となっています。
- 「**する・みる**」ともに**男性の経験率は女性より高い**傾向がみられます。



経験したことのある「する」スポーツ

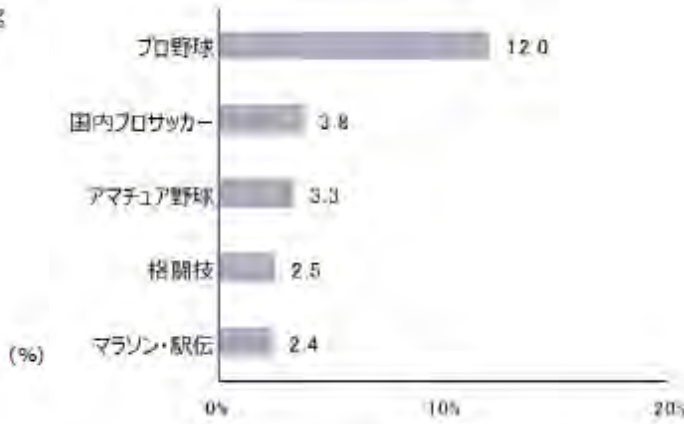


■ なにかしらの「する」スポーツツーリズム経験率

全体		28.2
男性	20代	33.3
	30代	33.8
	40代	31.9
	50代	34.8
	60代	38.6
女性	20代	18.1
	30代	26.7
	40代	19.5
	50代	22.4
	60代	23.3



経験したことのある「みる」スポーツ



■ なにかしらの「みる」スポーツツーリズム経験率

全体		21.9
男性	20代	31.0
	30代	31.4
	40代	28.1
	50代	27.6
	60代	21.0
女性	20代	16.7
	30代	14.8
	40代	15.7
	50代	19.0
	60代	13.8

【出典】スポーツ庁「スポーツツーリズムに関する国内マーケティング調査分析資料」

2. 消費者ニーズ分析

- 消費者ニーズ分析では、スポーツツーリズムと合わせて実施したい内容として、**1位 旅先ならではの食事(72.2%)**、**2位 観光スポット(64.4%)**、**3位 旅先ならではの風景・景色(50.0%)**、**4位 温泉やお風呂での癒し(44.6%)**となっています。
- 傾向として「食事」や「観光」の人气が高く、「女性」は年代が上がるほど、合わせて実施したいことが多くなっています。



スポーツ

×



食事

×



景色

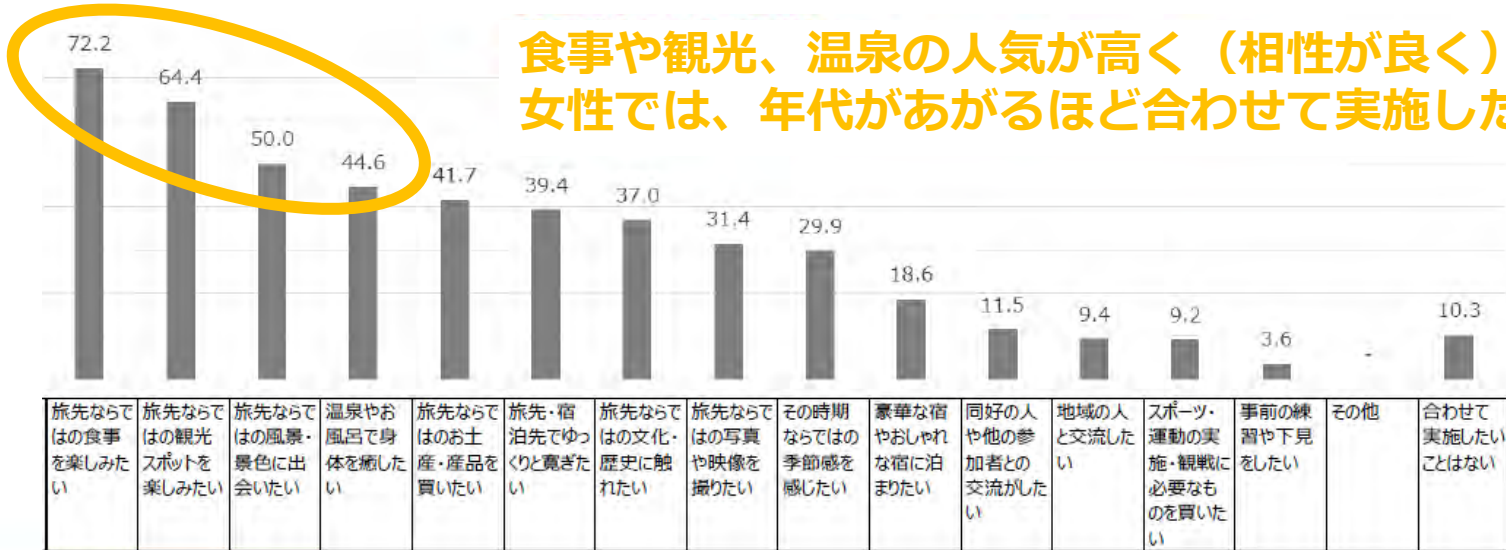
×



温泉

=

複数コンテンツ
を掛け合わせて
魅力度UP



食事や観光、温泉の人气が高く（相性が良く）、
女性では、年代があがるほど合わせて実施したいニーズが高くなります！

3. 具体的な展開案

- 取引先の支援につながる**具体的な施策として、以下のようなアプローチ**が考えられます。
- 宿泊施設を拠点としたスポーツツーリズムの展開を主軸に据え、**集客力向上策や収益機会の多様化と地域資源の有効活用を図りましょう。**

【ポイント】

【具体的な施策】

1. 宿泊施設を起点とした展開

宿泊とスポーツアクティビティ、食事を組み合わせた統合パッケージの提供により、施設稼働率の向上と単価アップを目指す。

- ・ 宿泊＋スポーツ＋食事の統合パッケージ
- ・ 地域の観光資源と組み合わせた商品作り
- ・ 季節に応じた柔軟な商品展開

2. 収益機会の多様化

スポーツ用品のレンタルやガイド付きツアーなど、付帯サービスの拡充により収益源の多角化を目指す。

- ・ スポーツ用品レンタル
- ・ ガイド付きツアー
- ・ 地域特産品販売との連携

3. 集客力向上策

SNSを活用した情報発信や旅行会社との連携強化により、持続的な集客体制の構築を図る。

- ・ 口コミを意識した体験価値の向上
- ・ SNSなどでの情報発信強化