

# アウトドアスポーツで地域活性化 ～自然資源の可能性～

高知工科大学 前田研究室A

---

○岡林 孝太 岡林 舞乃 尾崎 修志 山本 卓磨

# 目次

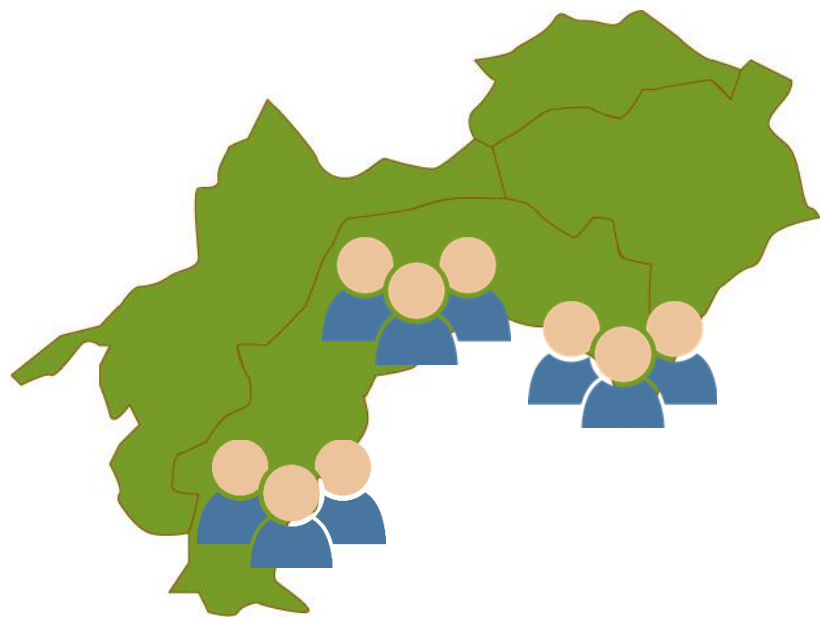
緒言

調査

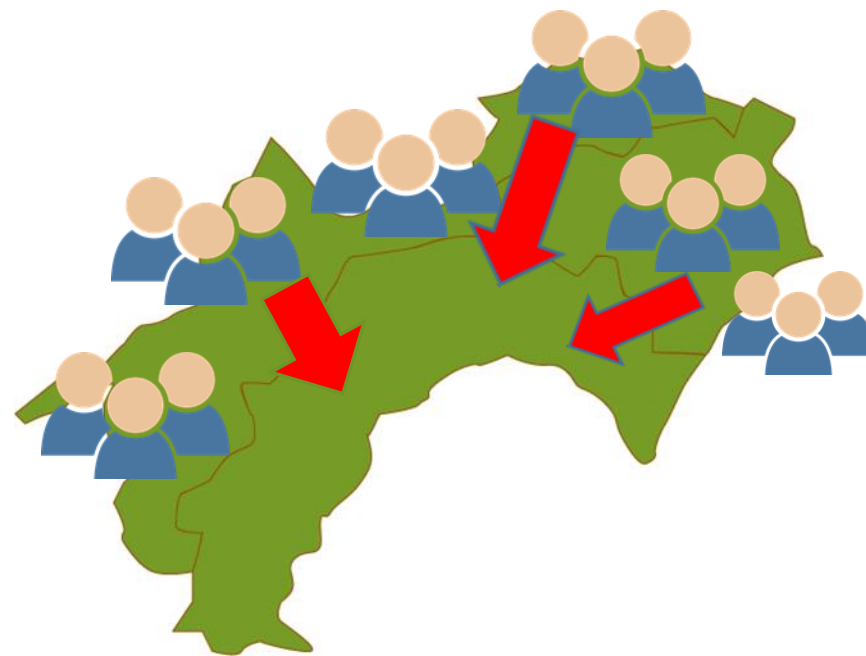
提言



# 定住人口



# 交流人口



# アウトドアスポーツは地域活性化の起爆剤になり得る！

アウトドアスポーツは、地域を元気にする(スポーツで、社会を変える！)

アウトドアスポーツの最高の環境は地方部にあるため、**アウトドアスポーツの推進は、地方部への交流人口の拡大につながります。**そして、地域を訪れた方々が、その土地の食や観光を合わせて楽しむことで、地域活性化に繋がります。また、**アウトドアスポーツは、旅行、ウェア、用品など、様々な消費を喚起し、幅広い産業の活性化に寄与します。**

(スポーツ庁 アウトドアスポーツ推進宣言より)

# 高知県における 観光誘致政策の実例



[http://bakumatsu-ishinhaku.com/venue\\_index.html](http://bakumatsu-ishinhaku.com/venue_index.html)



<http://bakumatsu-ishinhaku.com/>



歴史

歴史、自然、食など、  
「ほんものの高知」  
に出会える博覧会



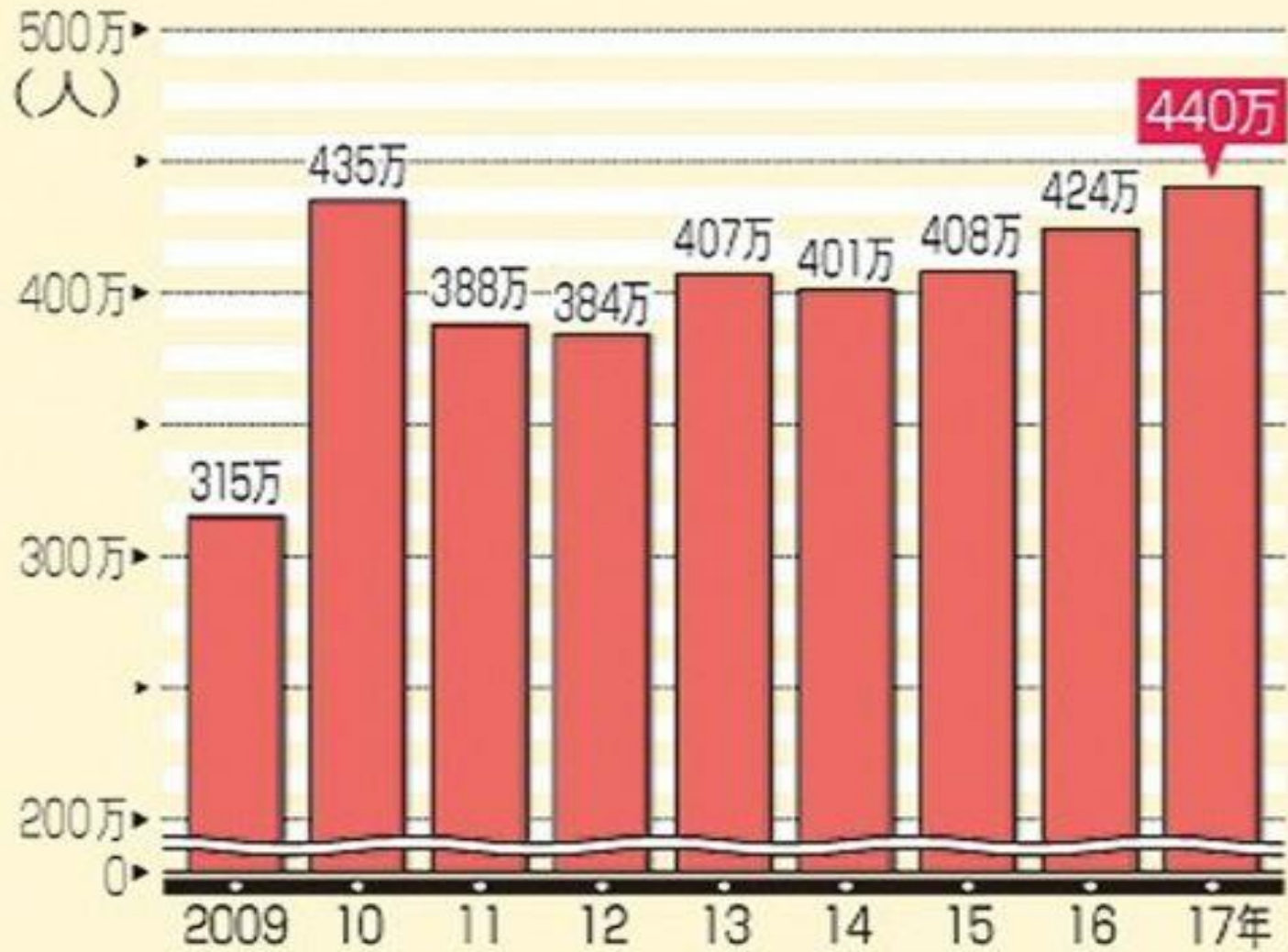
食



自然



# 県外観光客数の推移



過去最多!!

<https://www.kochinews.co.jp/article/162468/>





最適な環境

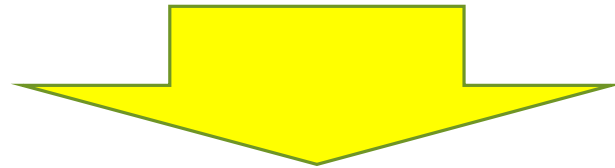
<https://www.bing.com>



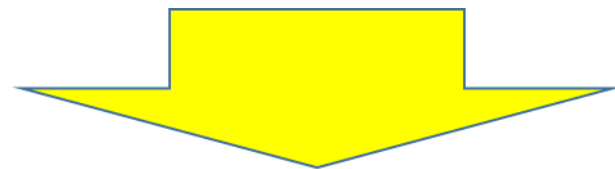




交流人口拡大のために具体的に  
にどのような活動を  
すればいいのか？



現状を分析し、改善策を考える



調査を行う！



---

## 2. 研究の方法 結果・考察



# 調査内容一覧

---

- 第一次調査 → 高知県アウトドアスポーツの現状と課題  
アウトドアスポーツ事業者の現状と課題
- 第二次調査 → 高知県のアウトドアスポーツに対する認知度  
体験の有無

# 第一次調査

---

- 目的：高知県アウトドアスポーツの現状と課題、事業者側の現状と課題を明らかにする。
- 日時：2018年7月27日
- 対象：高知県仁淀川を拠点とするアウトドアスポーツ事業者
- 方法：ヒアリング調査



# 仁淀川町

高知市～仁淀川町 約1時間



<https://www.bing.com/>

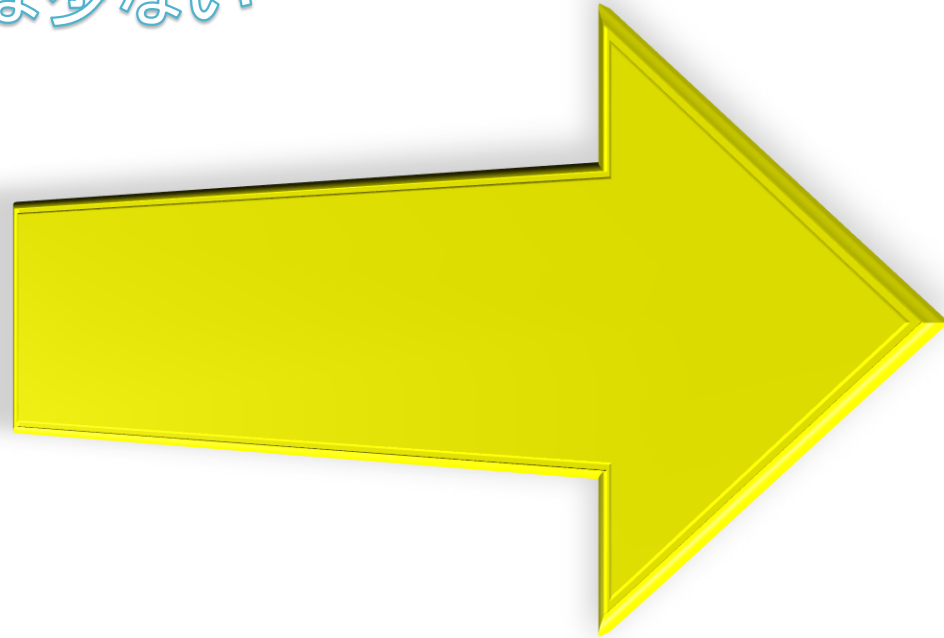
<https://www.bing.com/>

# 結果①参加者

非日常感を求めた県外(都心部)の参加者が多い  
リピーターは少ない



県外

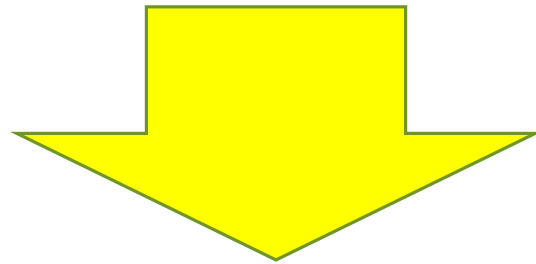


県内



# 結果②課題

- 経営的問題
- 雇用が少ない



情報発信に限界がある

インストラクターの負担大



# 結果③情報発信に限界がある

- 現在の主な情報発信の手段はFacebook、ブログ、Twitterなどである。しかし、参加者やリピーターの増加など目に見える効果は得られていない。
- 広告を出すなど更なる情報発信をするには、これまで以上の費用が必要になるため現状では難しい。



# 結果④インストラクターの負担大

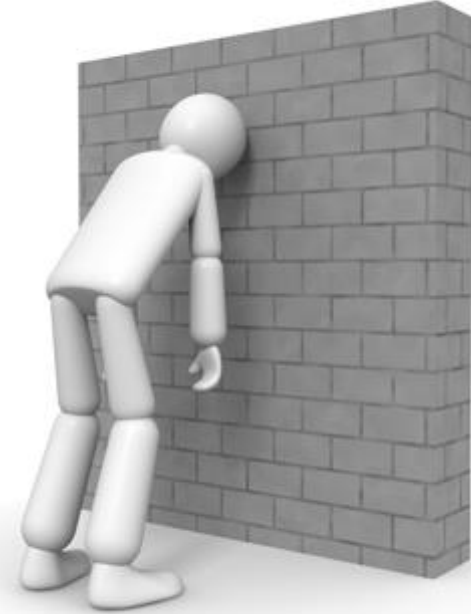
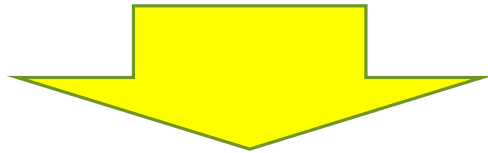
- 多様な参加者が自然との触れ合いを行うため、インストラクターのリスク管理が非常に重要になる。



# 考察

---

- リピーターが少ない
- 情報発信に限界がある



- サービスの質の向上に限界があるためリピーターが少ないのでは？
- 情報発信に限界があり、認知されていないため参加者が少ないのではないか？



# 第二次調査

---

第一次調査

第二次調査

課題：情報発信力



実際は？



# 第二次調査

- 方法：アンケート調査の実施
- 対象：高知工科大学の学生  
(経済・マネジメント学群、環境理工学群、  
システム工学群、情報学群の1・2・3回生 339名)
- 実施日：2018年7月31日、8月2日

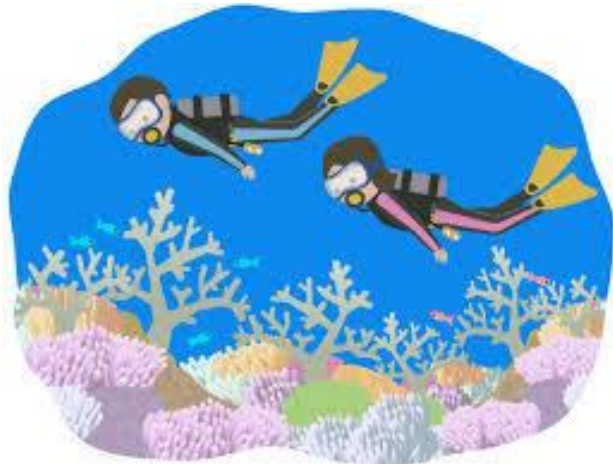


# 第二次調査

---

- 目的:

高知県在住の若者に県内のアウトドアスポーツ  
に対する認知度、体験の有無を明らかにする。



# 第二次調査

---

## －アンケート項目－

- ・高知県でアウトドアスポーツを体験できることを知っているか
- ・どこでその情報を知ったのか
- ・アウトドアスポーツを体験したことはあるか
- ・体験したアウトドアスポーツのどこに魅力を感じたか
- ・もう1度、もしくは他のアウトドアスポーツを体験してみたいと思ったか
- ・今後体験してみたいアウトドアスポーツはあるか



若者は、高知県内のアウトドアスポーツを  
認知していた

体験したことがない人は半分近くいた  
また、リピーターも少なかった

テレビ・友達・SNSなど身近なところから情報を得ていることが分かった。  
それらは情報発信力の高いものだった。

事業者が情報を発信しているものが  
上位だった

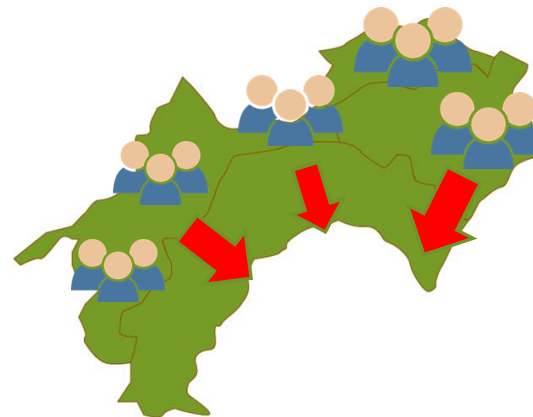


# 考察

事業者の狙いどりのところから情報を得ているため、情報発信をし続けなければならない。



同時に、実際に体験する、すなわち交流人口を拡大するための政策を考える必要がある。



# 3 提言

私たちは

# コーチコネクト

を提案します



この政策の狙いは・・・

**アウトドアスポーツ事業者と県内の企業が連携し、交流人口の増加や、地域活性化を図る**



# コーチコネク

(安価な)  
研修  
社員旅行

情報発信 & 地域貢献

企業

県外の支社  
家族  
ステークホルダー

アウトドア  
スポーツ  
事業者

出資

出資

スポーツ  
団体

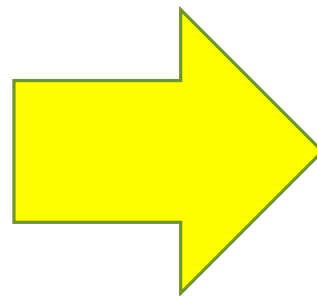
ファン  
ステークホルダー

補助金

県

ファンとの交流  
チームビルディング

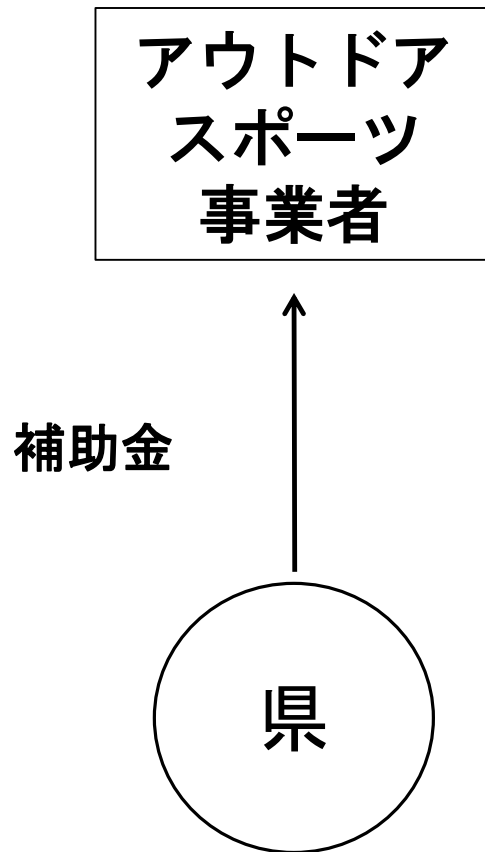
詳しく解説します！



# つながり

## アウトドアスポーツ事業者 × 県

---



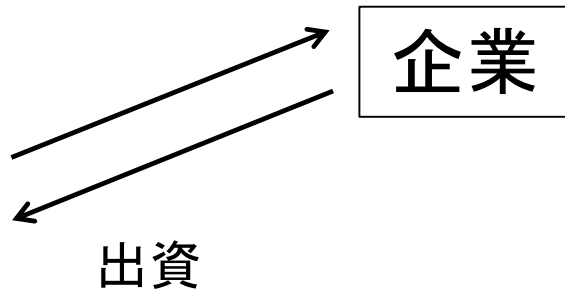
- 県のメリット：キャンペーンの強化  
：交流人口の拡大

- 事業者側のメリット：県のネットワーク利用による  
情報発信の強化  
：サービスの向上

# つながり

## アウトドアスポーツ事業者 × 企業

(安価な)  
研修  
社員旅行



- 企業側のメリット: 地域貢献によるイメージアップ  
: 安価な社員旅行を行うことができ、  
またチームビルディングにつながる
- 事業者側のメリット: 情報発信が強化される  
: 企業のステークホルダーの獲得

# つながり

- ステークホルダーの獲得



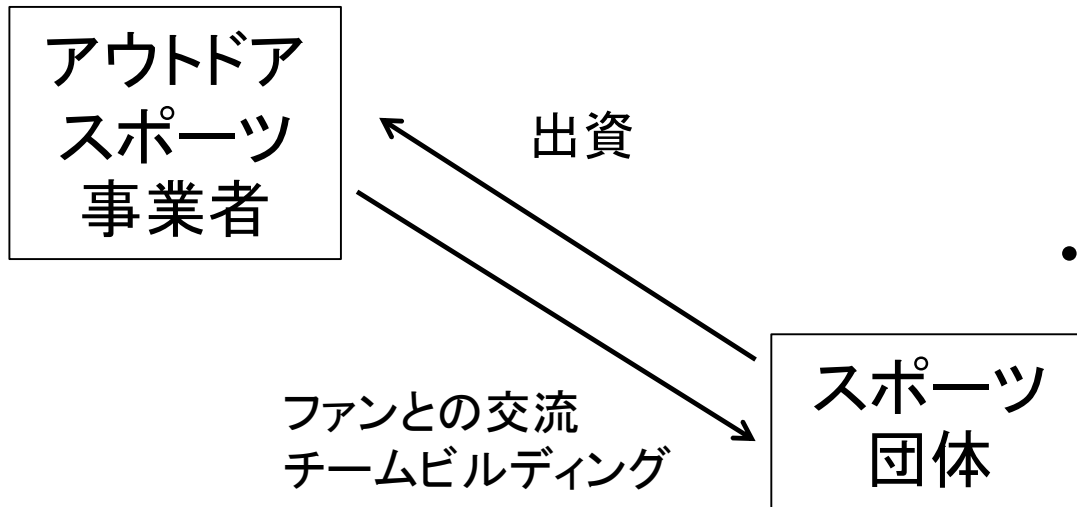
企業の人



家族

# つながり

## アウトドアスポーツ事業者 × スポーツ団体



- スポーツ団体のメリット: 地域貢献によるイメージアップ  
: チームビルディングにつながる  
: ステークホルダーの体験時の割引
- 事業者側のメリット : 情報発信が強化される  
: スポーツ団体の  
ステークホルダーの獲得



# つながり

- ステークホルダーの獲得



スポーツ選手

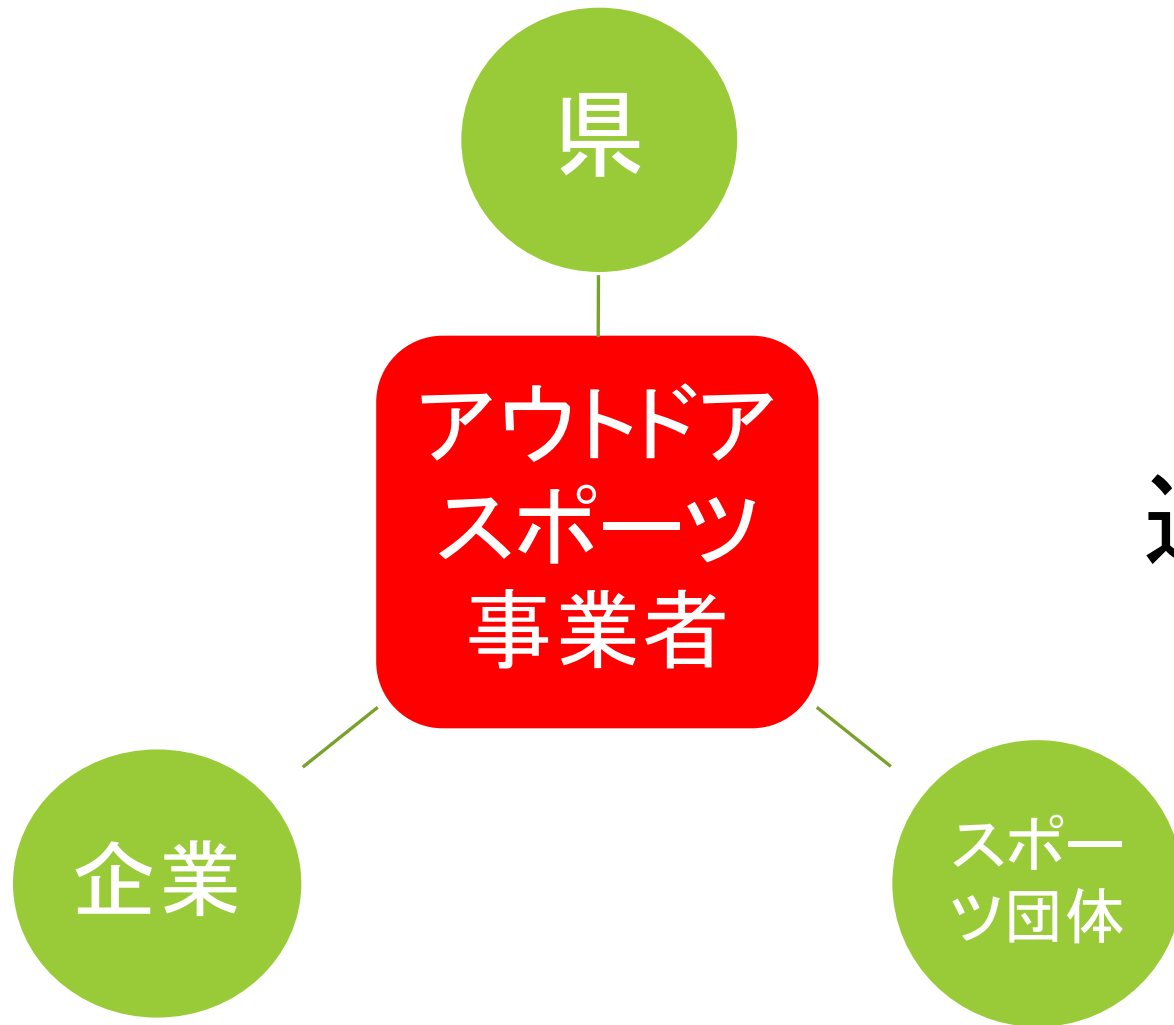


家族



ファン

# まとめ



連携し、盛り上げていく！！

- アウトドアスポーツ推進宣言:スポーツ庁 閲覧日:2018/8/18  
[http://www.mext.go.jp/sports/b\\_menu/sports/mcatstop09/list/detail/1399436.htm](http://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatstop09/list/detail/1399436.htm)
- 総務省 平成28度版「情報通信白書」より抜粋 閲覧日:2018/8/18  
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/pdf/n1100000.pdf>
- 日本一の長寿県構想 閲覧日:2018/8/18  
<http://www.kokumin-kaigi.jp/images/130528up-07.pdf>

ご清聴ありがとうございました