

松江市スポーツコミッション事業検討に向けたデータ分析業務
報告書

令和 6 年 3 月 29 日
一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）

1. 報告書の趣旨

松江市におけるスポーツによる地域活性化に向けて、市が設立を目指すスポーツコミッションについて、過去に実施済のアンケート調査の結果分析をもとに、令和6年度に策定予定の事業計画の基礎資料として提案するものである。

2. 業務概要

松江市で開催されたスポーツ大会において実施されたアンケート結果の集計及び分析を行い、市がスポーツコミッション事業を推進する上で強みとなりうる要素や、留意すべき課題について検討をおこなう。

(1) アンケート実施大会等

大会名	対象者	実施時期	回答数
国宝松江城マラソン 2022	参加者	2022 年 12 月	200
第 44 回まつえレディースハーフマラソン	参加者	2023 年 3 月	100
全国教職員剣道選手権大会	参加者	2023 年 8 月	89
中国地区シニアバドミントン選手権大会	参加者	2023 年 11 月	15
国宝松江城マラソン 2023	参加者	2023 年 12 月	206
フットサル日本代表国際親善試合	観客	2022 年 9 月	18
バドミントン S/J リーグ 2023	観客	2024 年 1 月	66
島根スサノオマジック 2020-21 シーズン	観客	2020 年 10 月～2021 年 5 月	1955
島根スサノオマジック 2021-22 シーズン	観客	2021 年 10 月～2022 年 4 月	1085
島根スサノオマジック 2022-23 シーズン	観客	2022 年 10 月～2023 年 5 月	704
島根スサノオマジック 2022-24 シーズン	観客	2023 年 10 月～2023 年 12 月	202

※「島根スサノオマジック 2020-21 シーズン」及び「島根スサノオマジック 2021-22 シーズン」は、コロナ禍で入場者数制限や県外移動自粛要請がある中で開催されたため、分析対象から除外した。

(2) 主なデータ項目

- ・回答者属性（年代、性別、居住地）
- ・交通手段、宿泊有無
- ・市内消費金額（宿泊費、交通費、飲食費、土産・グッズ代、観光・娯楽費、その他）
- ・興味・関心のある分野

3. データ集計・分析

別添資料参照

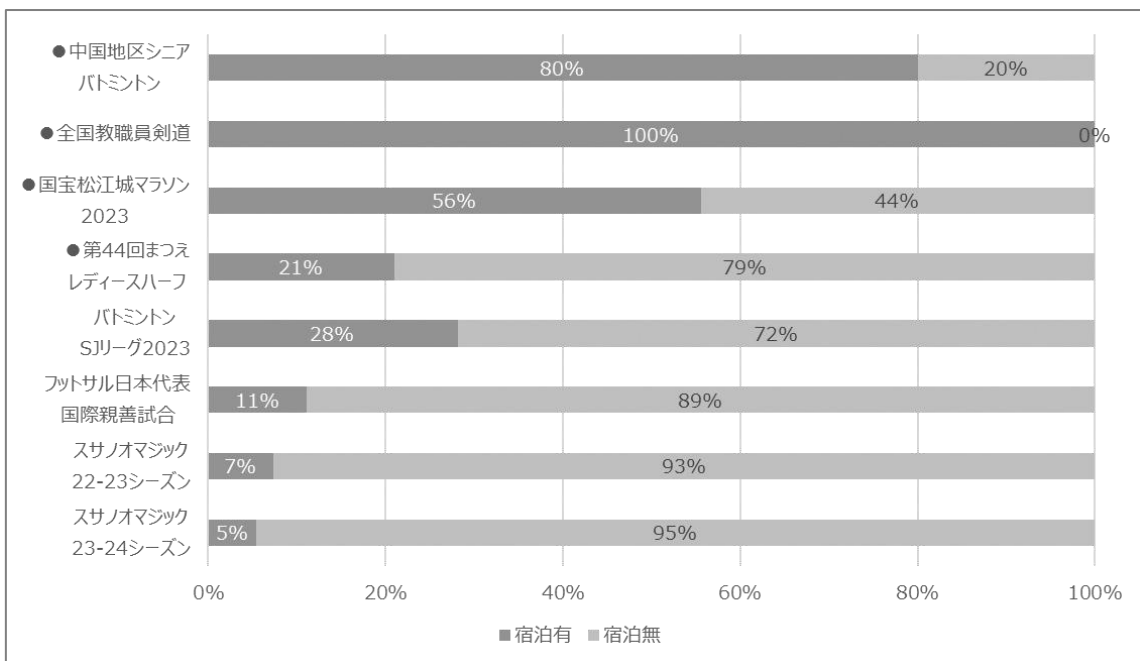
4. 検討結果

全体の調査結果の分析を踏まえ、事業計画に盛り込む重点項目として以下の3点を提案する。

(1) 参加型スポーツ大会誘致

参加型スポーツ大会（●印）は調査対象となった4大会中3大会で宿泊率が50%を上回っており、観戦型スポーツ大会（無印）と比較して宿泊率が高いことが明らかになった。いずれのスポーツ大会においても、市内消費額は宿泊者の方が高くなるため、スポーツツーリズムによってより大きな経済効果を生み出すためには、参加型スポーツ大会誘致が有効であると考えられる。

調査結果より、年代が上がるごとに消費額が大きくなり、また遠方からの参加者ほど消費額が大きくなることが明らかになっている。シニア層、県外参加者、訪日外国人など、市内での活発な消費が期待できる層を主たるターゲットとして設定し、戦略的な大会誘致を行っていくことが重要である。

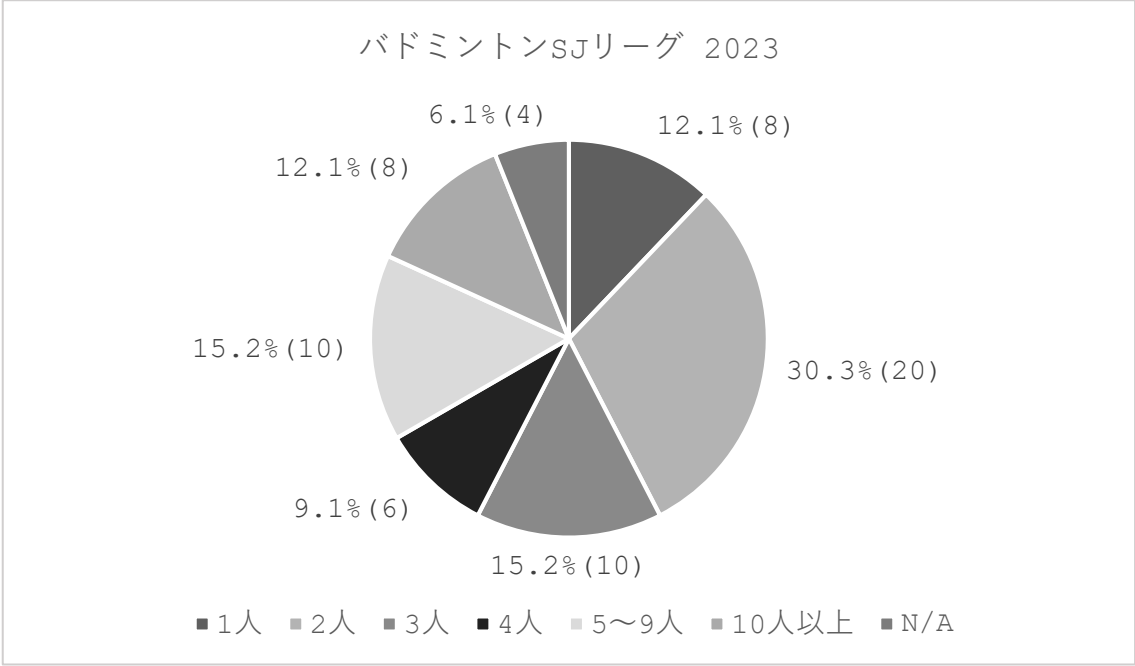


参加型スポーツ大会と観戦型スポーツ大会の宿泊率比較

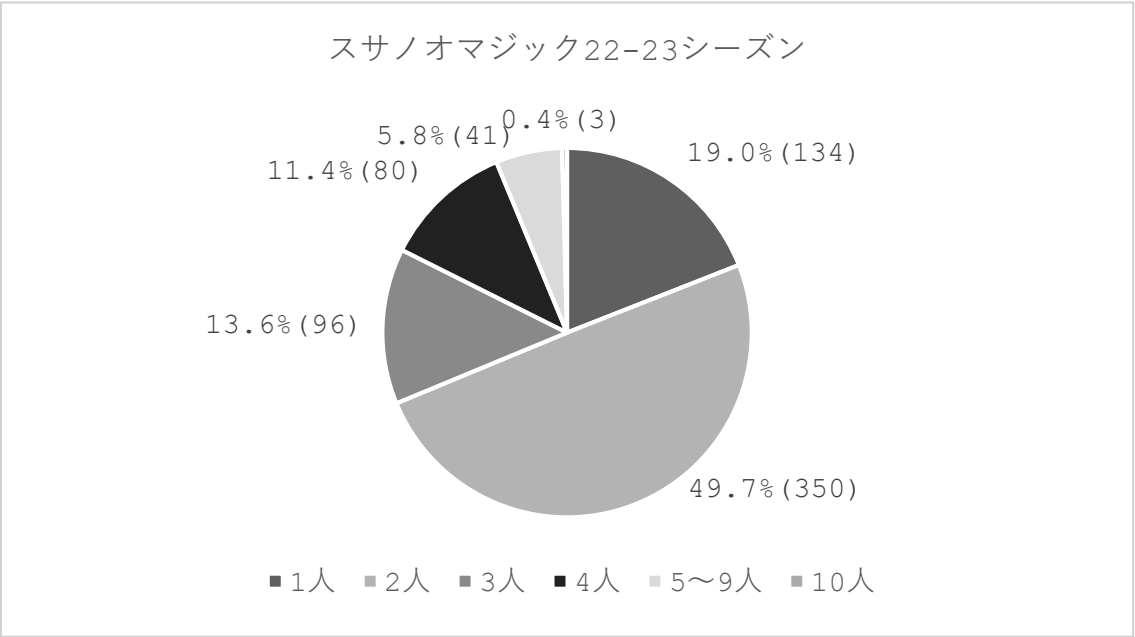
(2) 観戦型スポーツ大会の社会的効果

今回調査対象とした参加型スポーツ大会は、ひとりで参加する参加者の割合が高いことが特徴的であり、国宝松江城マラソン 2023 ではひとりで参加したという回答が 56.3%であった。一方で、観戦型スポーツ大会では複数人数で参加する観戦者の割合が高く、10名以上の団体の観戦するケースもある。

経済効果という観点では、宿泊率の高い参加型スポーツ大会の方がより有効であるが、家族や友人同士でスポーツ観戦を楽しむ機会を創出し、市民がスポーツに触れる社会的効果に寄与しているという点では観戦型スポーツ大会が果たす役割は大きい。特に観戦者の半数以上が松江市民である島根スサノオマジックのホームゲームは、シビックプライドの醸成にも効果があり、近年のBリーグの人気向上も追い風となって様々な波及効果が期待できる、松江市の重要なスポーツ資源であると言える。



バドミントン SJ リーグ 2023 観戦人数



島根スサノオマジック 22-23 シーズン 松江開催 観戦人数

（３） 観光閑散期のスポーツツーリズムの推進

円安の影響も追い風となり、コロナ後にインバウンド需要が順調な回復をみせている。一方で宿泊施設不足や観光業の人手不足が課題になっている地域もあり、一人当たりの支出額を増やす高付加価値戦略が観光政策において重要な鍵となってきた中で、観光戦略の中でのスポーツツーリズムの位置づけが各地で見直されるようになってきた。

国内外から人が集まるまちを目指す観光都市である松江市も、観光需要とのバランスをとりながら、スポーツツーリズムを推進していく必要がある。

松江市の観光入込客数、宿泊者数は１月、２月、６月、７月、９月、１２月の冬季及び梅雨時期に落ち込む。これらの観光閑散期の誘客の強化の手段のひとつとして、新たなスポーツ大会誘致やスポーツイベントの新設に取り組むことが望ましい。