世界的スポーツイベントの足跡

～大会レガシーと地域資源を活用したインバウンド促進に向けて～

はじめに

2019年は、熊本県内においてラグビーのワールドカップが２試合、女子ハンドボール世界選手権の全96試合が開催された。大会期間中は普段、熊本を訪れることが少ない欧米豪地域から、多くの外国人観光客が熊本を訪れることとなった。しかしながら、足元ではコロナ禍の影響等で外国人観光客は急減し、熊本県のインバウンドを取り巻く環境は厳しい状況にある。

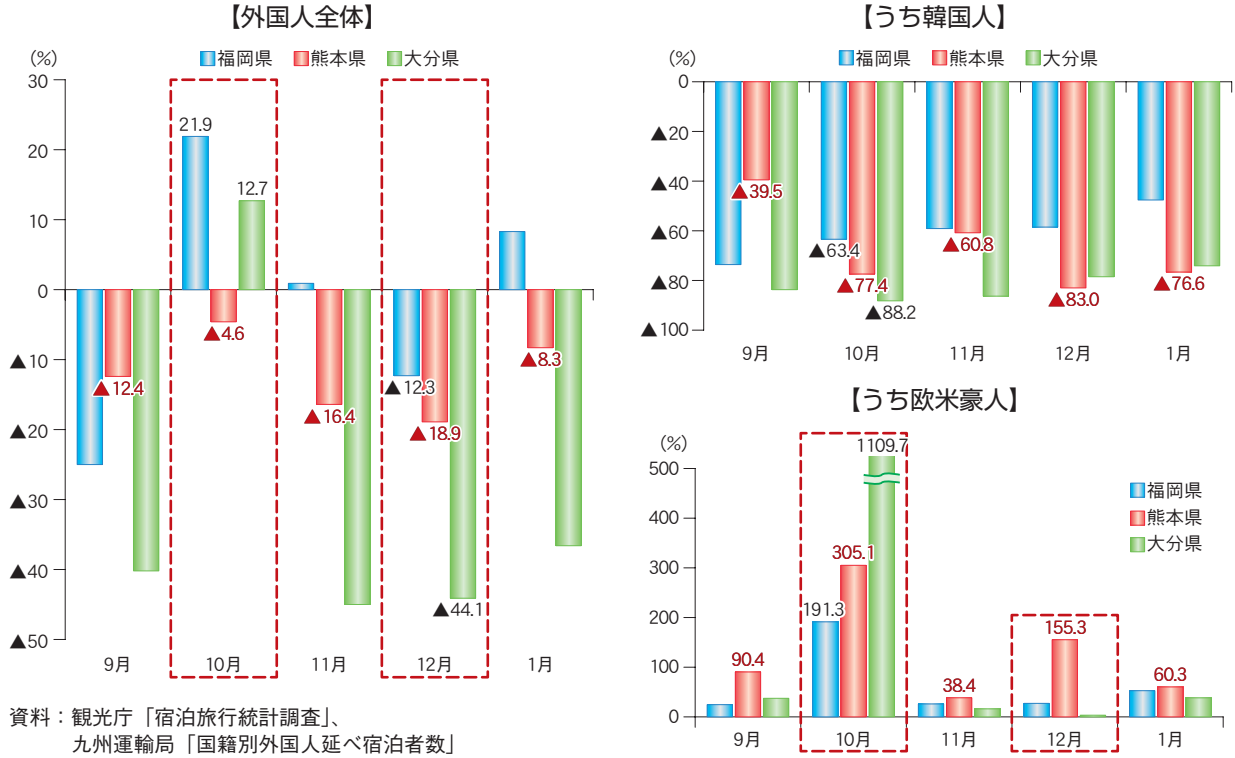
本稿では、2019年の世界的スポーツイベントの足跡を検証したうえで、今後、欧米豪地域等から継続的にインバウンド誘客を図るための方策等について考察する。

1 大会期間中の外国人宿泊者数の動向

➢ 2019年10月は、日韓関係の悪化で韓国からの観光客が大きく減少したが、ラグビーワールドカップの観戦等を目的に欧米豪から多くの観光客が熊本を訪れた。
➢ 世界女子ハンドボール選手権が開催された2019年12月も同様の傾向がみられた。

ラグビーワールドカップの試合が開催された九州３県の2019年10月の外国人宿泊者数をみると、福岡県、大分県はともに二桁の伸びとなったが、熊本県は4.6％の減少となった。これは、日韓関係の悪化で韓国人が大きく減少したことが影響しているが、そのような中、欧米豪からの宿泊客は前年比で約４倍に増加している（図表１）。世界的スポーツイベントは、これまでのインバウンドの東アジア偏重から欧米豪からの誘客を図る一つの契機となった。

図表１　九州３県の延べ外国人宿泊者数（前年同月比増減率）の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」、
九州運輸局「国籍別外国人延べ宿泊者数」

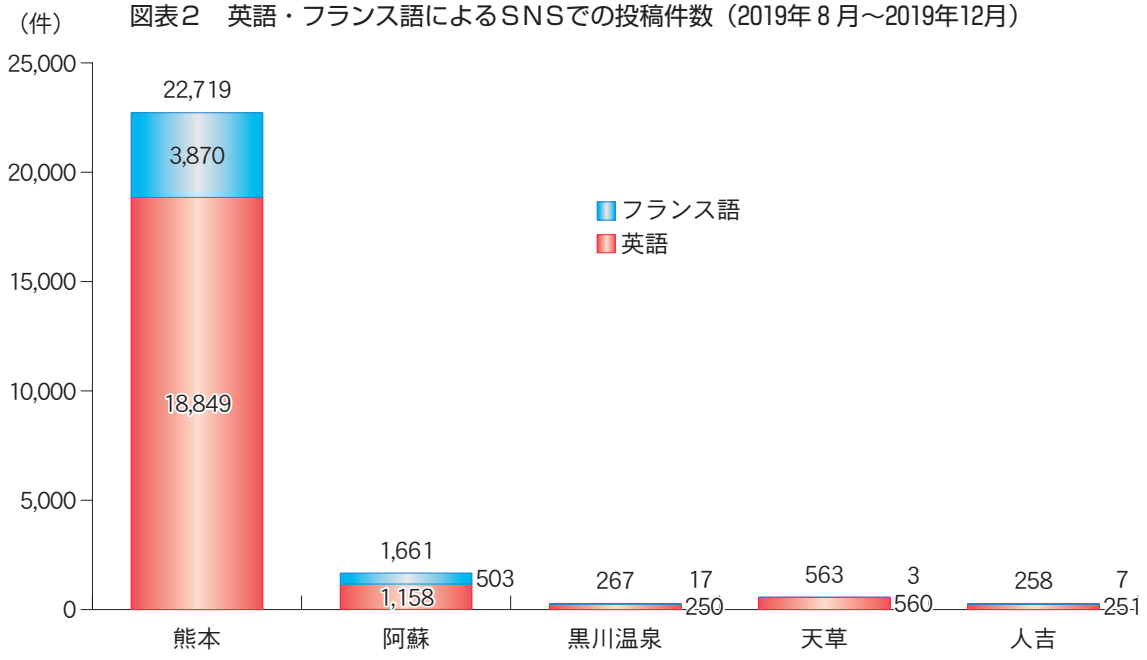
2 大会期間中の外国人観光客によるＳＮＳの情報発信の状況

➢大会期間中とその前後の英語やフランス語による外国人のＳＮＳの投稿状況をみると、熊本や阿蘇に関する情報発信が多かった。
➢本県の“文化”や“自然”等に関する情報発信がなされたことがうかがえる。

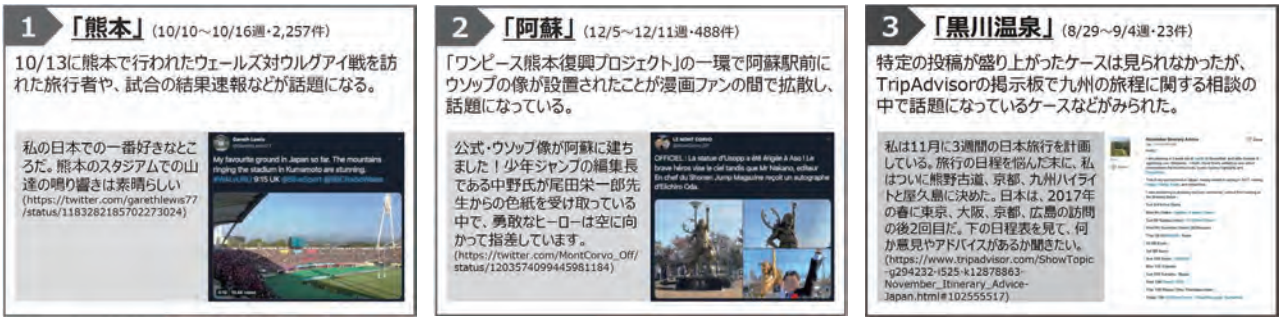
英語や仏語によるＳＮＳの情報発信の状況をみると、ラグビーワールドカップの試合開催地である「熊本」というキーワードが22,719件と熊本県関連の投稿では最も多かった。また、「ワンピース熊本復興プロジェクト」で人気キャラクター像が設置された「阿蘇」が1,661件と続いている（図表２）。このようなＳＮＳ等による情報発信は、普段、熊本県の情報に触れる機会の少ない欧米豪の居住者が熊本の観光地等に関心を持ってもらうきっかけになったと思われる。

なお、当研究所がラグビー観戦に訪れた外国人観光客を対象に行った聞き取り調査でも、熊本滞在中に観光する場所として、「熊本城」や「水前寺成趣園」、「阿蘇」などをあげる声が多く聞かれた。

図表２　英語・フランス語によるＳＮＳでの投稿件数（2019年８月～2019年12月）



【参考】熊本県のスポット別・最も投稿件数が多かった週の話題例



資料：一般社団法人九州観光推進機構「RWC2019で九州を訪れた訪日外国人旅行者への満足度調査」

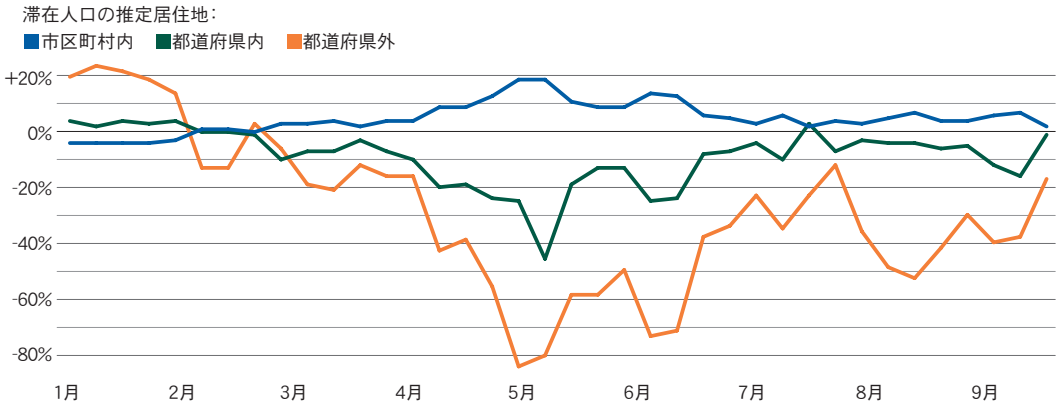
3 コロナ禍による観光への影響

(1)熊本県内の人の流れの検証

➢ コロナ禍はインバウンドのみならず、国内の人の流れにも影響を与えている。熊本の滞在人口の動きをみると、県外在住者は前年割れの状況が続いている（図表３）。

一方で、県内在住者の人の流れは回復傾向にあり、今後は「Go To トラベル事業」の実施等で県外在住者の人の流れも戻ることが期待される。当面は、隣県などの近郊の居住者を対象としたマイクロツーリズムを推進しながら、地域資源を磨き、経済資源に転換していく取り組みなどが求められる。このような取り組みは、将来的なインバウンド需要の掘り起しにもつながると思われる。

図表３　熊本県の滞在人口の動向（推定居住地ごとの前年同週比増減率の推移）



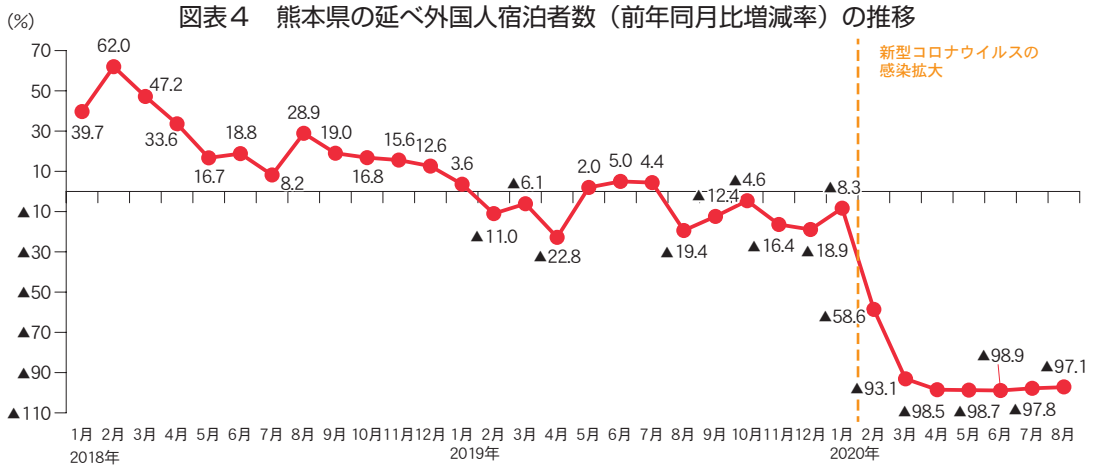
資料：内閣府 地方創生推進室「V-RESAS」

(2)熊本県内の外国人宿泊客の動向

➢ 2020年３月以降は、外国人観光客は前年同月比で９割を超える大幅な減少となっている（図表４）。

外国人宿泊者数は、日韓関係の悪化などで2019年以降は厳しい状況が続いている。世界的なスポーツイベントが開催された2019年10月も前年割れの状況となり、そのような中でコロナ禍が追い打ちをかけている。世界的スポーツイベントの開催は、普段熊本を訪れる機会の少ない欧米豪地域の人が熊本に関心を持ってもらうきっかけになったと思われるが、今後の来訪は期待できないのだろうか。

図表４　熊本県の延べ外国人宿泊者数（前年同月比増減率）の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

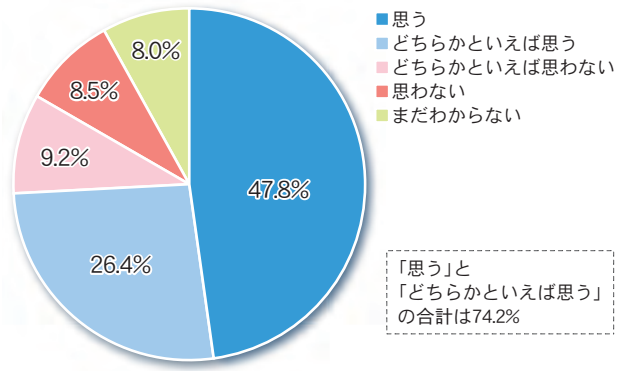
4 コロナ終息後の外国人の訪日意欲

(1)外国人（欧米豪）の訪日意欲

➢ 足元ではコロナ禍の影響で欧米豪からのインバウンドも急減しているが、コロナが終息した後の海外旅行意欲は７割を超えている（図表５）。

新型コロナの流行終息後に観光旅行したい国・地域では、「アメリカ」に次いで日本の人気が高い。コロナ終息後を見据えて、継続的に欧米豪地域に向けて情報発信することが重要であると考える。

図表５　新型コロナ終息後にまた海外旅行をしたいか（イギリス・フランス・アメリカ・オーストラリアの居住者）



【参考】　新型コロナの流行終息後に観光旅行したい国・地域

欧米豪居住者		
1位	アメリカ	27.9%
2位	日本	23.5%
3位	カナダ	20.1%
4位	イギリス	19.2%
5位	オーストラリア	16.8%
6位	フランス	16.6%
7位	イタリア	15.9%
8位	ドイツ	14.2%
9位	ニュージーランド	14.1%
10位	その他欧州諸国	13.2%

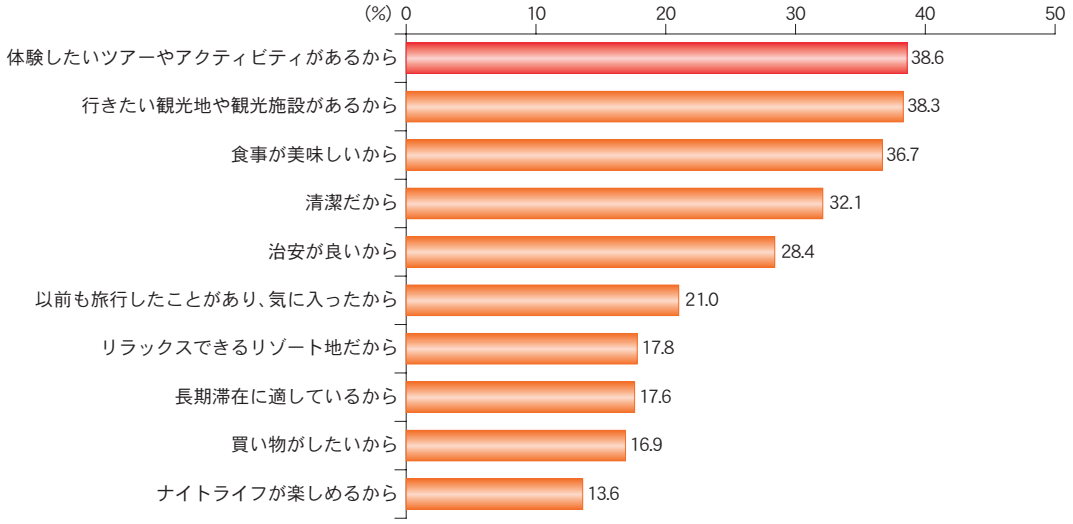
資料：株式会社日本政策投資銀行、公益財団法人日本交通公社「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」

(2)外国人観光客を引き寄せるコンテンツ

➢ 新型コロナ終息後に観光のために日本を訪問したい理由をみると、欧米豪ではツアーやアクティビティ等に対する関心が高い（図表６）。

熊本は、阿蘇に代表される豊かな自然資源や、熊本城などの文化的・歴史的な資源を有している。それらの地域資源を活用し、ツアーやアクティビティとしてコーディネートすることが必要である。次頁からは、インバウンド促進に向けた熊本での新たな取り組みを紹介する。

図表６　新型コロナ終息後に観光のために日本を訪問したい理由（欧米豪の上位10）



資料：株式会社日本政策投資銀行、公益財団法人日本交通公社「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」

5 インバウンド促進に向けた新たな取り組み

(１)阿蘇地域のサイクルツーリズム

➢ 阿蘇地域では、阿蘇サイクルツーリズム学校「コギダス」を設立するなど、自転車を活用し、地域資源と結び付けたインバウンド促進の取り組みを行っている。

①大会期間中のインバウンドの状況

2019年10月には、ラグビーワールドカップの試合観戦で九州を訪れた多くの外国人観光客等が阿蘇地域を訪れている。欧州ではサイクリングの人気が高いため、阿蘇地域でも多くの外国人観光客がレンタルサイクルを利用した。

ただ、その際に反省点となったのが、外国人観光客のニーズに合った多様なプランの準備が出来ていなかったことである。例えば、ガイドがサイクリングコースを案内する時間が短すぎるという指摘や、食事等もパッケージにしたプランを求める声などが外国人観光客から寄せられた。

写真提供：阿蘇市観光課

②阿蘇サイクルツーリズム学校「コギダス」の取り組み

阿蘇地域では、サイクリングを通して阿蘇の魅力を発見してもらうことや、地域や来訪者が一体となってサイクルツーリズムを育んでいくなどを目的として、2017年８月に阿蘇サイクルツーリズム学校「コギダス」が発足している。

「コギダス」では、阿蘇の牧野を自転車で走行できる「草原ライド」や、標高1,000mの山上から阿蘇の道路を駆け下りる「パノラマサイクル」など、阿蘇の地域資源を活かした各種プログラムを実施している。また、インバウンド誘致では現地でのプロモーションイベントの開催や、ＰＲ動画の作成、YouTubeでの配信等を行っており、足元では国内向けやアジア向けの取り組みが中心となるが、大会期間中に阿蘇を訪れた欧州等からのインバウンド誘致も将来的な視野に入れている。

このほか、「コギダス」では、前述した外国人観光客のニーズに応えられなかったという課題等を踏まえて、2020年度事業の中で、サイクリングと宿泊、食などのコンテンツを結び付けて商品企画するコーディネーターを養成することなどを計画している。

「コギダス」のホームページ
令和元年度のページビュー数は25,567件。日本語のほか英語や中国語での情報発信も行っている。

写真提供：阿蘇市観光課

草原ライド
阿蘇の草原（牧野）をガイド付きでレンタルの電動アシストマウンテンバイクで走るプラン。参加料のうち１千円は牧野保全に充てられ、阿蘇の草原保全にも寄与。

写真提供：阿蘇市観光課

（2）eスポーツを活用した取り組み

➢“侍”に縁が深い熊本城や霊巌洞等、熊本は多くの文化的・歴史的な地域資源を有している。それらの地域資源を活かすことで、インバウンド誘客のきっかけをつくる「eスポーツ」の国際大会を熊本で開催できる可能性がある。

①熊本eスポーツ協会の取り組み

eスポーツを活用した取り組みも県内で始まっている。eスポーツとは「エレクトロニック・スポーツ（Electronic Sports）」の略で、電子機器を用いて行う娯楽、競技、スポーツ全般を指し、熊本では推進組織として産官学による「熊本eスポーツ協会」が2019年10月に発足している。

今年５月には、県内でeスポーツの大会である「熊本城ホールCUP」が開催された。コロナ禍の影響で観戦はオンラインに限られたが、全国から約１万名が視聴している。大会のMCを「熊本城おもてなし武将隊」が務めたことも話題となり、SNS等で多くの反響がみられた。

eスポーツオンライン大会「熊本城ホールCUP」（2020年５月31日開催）

写真提供：熊本eスポーツ協会

②eスポーツを起点としたインバウンド促進の可能性

eスポーツは世界でも人気が高く、コロナ禍も追い風となり、eスポーツの市場規模は急拡大しているとみられる。現状では、会場に観客を集めての大会開催は困難であるが、オンラインでの開催となれば、国内にとどまらず、海外に向けて熊本をPRする絶好の機会となる。

熊本市では、世界規模のeスポーツの大会を誘致する構想などもあり、今後、熊本eスポーツ協会と連携しながらその実現を目指すとみられる。熊本には、熊本城や霊巌洞など、“侍”や“武士道”にゆかりの深い歴史資源等が数多く存在する。それらを題材としたeスポーツの大会を熊本で開催することが出来れば、熊本の情報を海外に発信することとなり、将来的なインバウンド需要を掘り起こしていくことにつながっていくと考えられる。

写真提供：熊本城総合事務所、熊本市観光政策課、熊本eスポーツ協会

おわりに

➢当面は、マイクロツーリズムの推進等により、国内需要を取り込む必要があるが、世界的スポーツイベントで得られた経験などを活かしながら、将来的な欧米豪からのインバウンド需要の獲得等を視野に入れた受入準備などが求められる。

➢地域資源を磨き、経済資源に転換していくことは、マイクロツーリズムの推進と将来的なインバウンド需要の取り込みにつながる。そのことが、地域資源を守り、地域社会の持続可能性を高めていくことにつながると考える。