

スポーツイベントにおける地域活性化に関する研究 ： ツール・ド・おおすみを事例として

北村尚浩・坂口俊哉・隅野美砂輝・黒川剛

地域で開催されているスポーツイベントによる地域への影響を明らかにすることを目的とする。具体的には鹿屋市を中心に開催される「ツール・ド・おおすみ」に焦点を当て、いくつかの視点（住民、参加者、運営）から地域活性化への影響を明らかにする。

ツール・ド・おおすみサイクリング大会

- 2001年 第1回大会開催
- 大隅半島を広域活用するサイクリングイベント
- 参加者数
 - 494人 (2017年)
 - 489人 (2018年)
- コース (2018年)
 - SPコース (約30km)
 - Sコース (約150km)
 - Aコース (約110km)
 - Bコース (約70km)




鹿屋市を中心に、鹿児島県大隅半島を広域活用するサイクリングイベント。市制60周年を記念し、2001年に第1回大会が行なわれ現在に至るが、第14回大会（平成26年）以降参加者数が減少に転じている。

【平成29年度】【平成30年度】 参加者対象「ツール・ド・おおすみ参加者調査」

第17回大会 (平成29年)

- 属性
 - 大隅 19.2% 県内 (大隅以外) 44.3% 県外 36.5%
 - 初参加 42.1% 2回目 18.9% 3回目以上 37.9%
 - 大隅地区外、泊り 44.5%、多くは1泊、
 - 大隅地区外、支出総額 13,888円
 - 観光地訪問あり 27.6%
 - ばら園、佐多岬、基地史料館、桜島、荒平天神、JAXA



参加動機

- 風景・観光スポット
- 地元のおいしいもの
- 他の参加者との交流
- 招待選手、鹿屋体大選手との交流
- 地域の歴史・文化
- 宿泊型(複数日)イベント
- 農業・漁業等魅力体験

満足度

- 大会スタッフの対応
- 開催地、コース、エイドステーション、トイレ
- 参加者間の交流、開催地住民との交流
- 全体的な満足
- 参加費、参加賞

今後の参加意向

全体で 91.1% が参加意向あり

ツール・ド・おおすみへの再参加意図

- 参加者相互の交流
- 達成感
- コース
- 大会運営
- 食べ物



第18回大会 (平成30年)

男性92.9%, 女性7.8%

平均年齢45.1±11.1歳

平均参加回数3.0±3.3回



再参加意図

あり...96.3%
なし...3.7%

その理由

再参加意図あり
美味しい食べ物
仲間と最高の思い出が作れたし、景色や食べ物が美味しかった
エイド、走りがいのあるコース、景色、どれを取ってもピカイチです

再参加意図なし
昨年よりエイドの質が低下した
距離が厳しいから
特定の関係者の楽しみが優先されている

新規参加者獲得のために

DESTINATION・イメージの形成

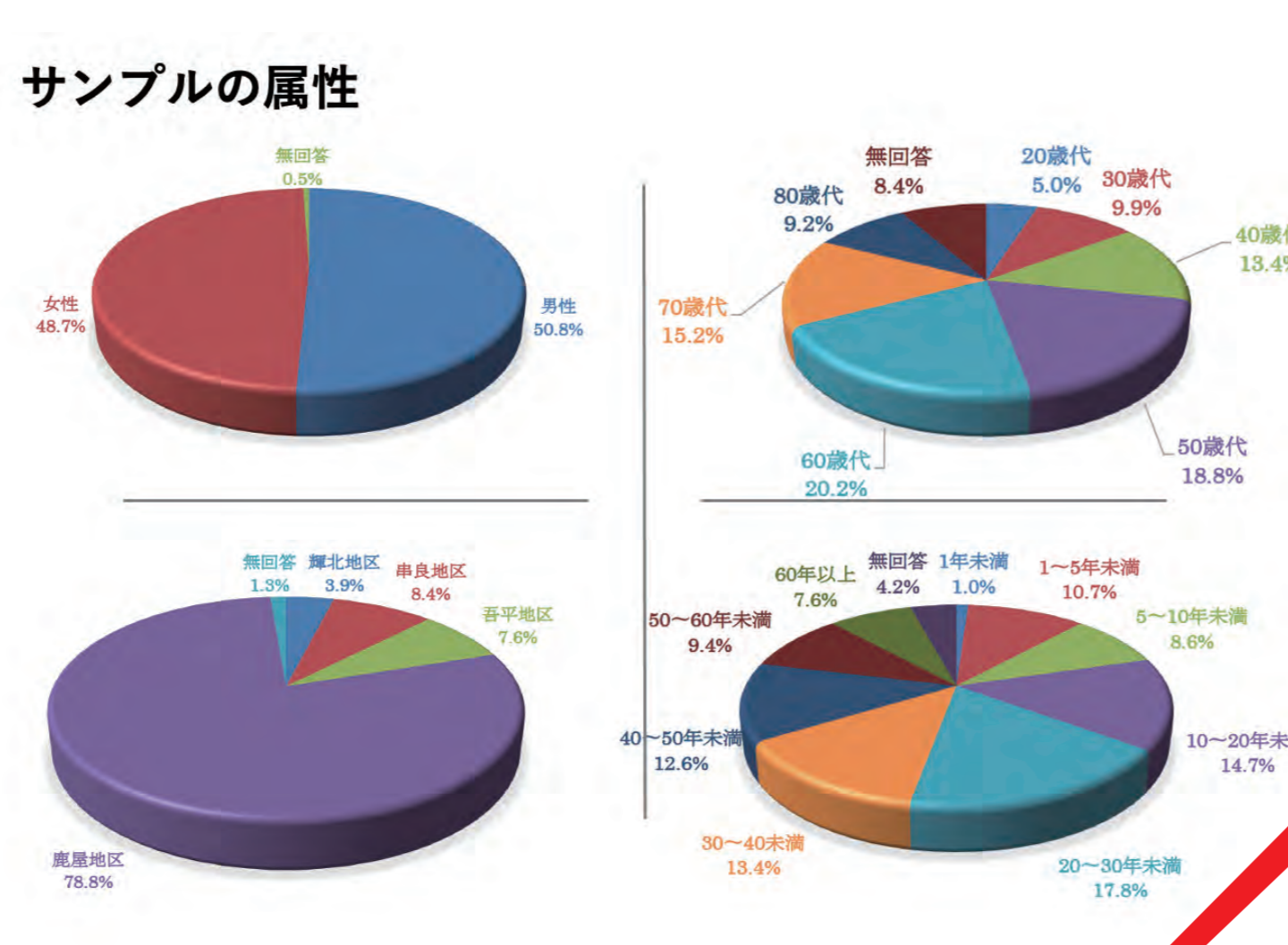
完走できる満足度、達成感を高められるコース



【令和元年度】鹿屋市民対象「スポーツイベントに関するアンケート調査」

調査の概要

- 調査の目的
鹿屋市における今後のスポーツ振興のための基礎資料を得ること
- 調査対象者
鹿屋市在住の20歳～89歳の男女1,000名
- 調査実施日
令和2年1月15日から2月19日
- 調査方法
郵送法とGoogle Formによるインターネット調査の併用
- 回収数(率)
382 (38.2%)



鹿屋市で開催されるスポーツイベントの認知率 (n=382)

イベント	知らない	知っている*	無回答	認知率*
くしら桜まつりジョギング大会	92	280	10	75.3%
かのや・ばら祭りウォーキング大会	131	238	13	64.5%
かのやマリンフェスタ	132	237	13	64.2%
ツール・ド・おおすみサイクリング大会	139	223	20	61.6%
南日本ゴルフ大会	166	197	19	54.3%
スポーツフェスタ	195	172	15	46.9%
南日本クロスカントリー大会IN輝北	204	160	18	44.0%
小学校区対抗「かのやローズヒル駅伝大会」	208	153	21	42.4%
かのやサイクルフェスティバル	246	115	21	31.9%
中学生かのやサッカーフェス	247	113	22	31.4%
父親バレーボール大会	269	94	19	25.9%
かのやエンジョイスポーツ	272	93	17	25.5%
カレッジスポーツデイ	295	64	23	17.8%
かのやマウンテンバイクフェス	301	62	19	17.1%

今後のイベントとの関わり方 (n=382)

関わり方	興味がない	興味はある	興味(応用)にしたい	ボランティアとして関わりたい	参加したい	無回答						
かのや・ばら祭りウォーキング大会	135	35.3	146	38.2	17	4.5	1.3	52	13.6	27	7.1	
スポーツフェスタ	177	46.3	128	33.5	33	8.6	7	1.8	11	2.9	26	6.8
くしら桜まつりジョギング大会	168	44.0	119	31.2	45	11.8	7	1.8	21	5.5	22	5.8
かのやマリンフェスタ	188	49.2	116	30.4	36	9.9	3	0.8	13	3.4	24	6.3
かのやエンジョイスポーツ	215	56.3	102	26.7	46	12.0	5	1.3	8	2.1	26	6.8
南日本ゴルフ大会	221	57.9	88	23.0	20	5.2	5	1.3	18	4.7	30	7.9
かのやサイクルフェスティバル	223	58.4	85	22.3	30	7.9	6	1.6	6	1.6	32	8.4
かのやマウンテンバイクフェス	243	63.6	84	22.0	23	6.0	2	0.5	1	0.3	26	6.8
カレッジスポーツデイ	230	60.2	83	21.7	22	5.8	3	0.8	11	2.9	33	8.6
ツール・ド・おおすみサイクリング大会	211	55.2	82	21.5	44	11.5	9	2.4	7	1.8	29	7.6
南日本クロスカントリー大会	246	64.4	75	19.6	27	7.1	6	1.6	4	1.0	24	6.3
IN輝北	243	63.6	63	16.5	35	9.2	3	0.8	1	0.3	37	9.7
中学生かのやサッカーフェス	217	56.8	60	15.7	67	17.5	5	1.3	1	0.3	32	8.4
小学校区対抗「かのやローズヒル駅伝大会」	217	56.8	60	15.7	67	17.5	5	1.3	1	0.3	32	8.4
父親バレーボール大会	260	68.1	56	14.7	30	7.9	2	0.5	6	1.6	28	7.3

認知率は高いが興味はない
『見るスポーツ』としての可能性?

まとめ

参加者の満足度は高く、再来意図も強い。
新規参加者の獲得と継続が課題

- ☑ DESTINATION・イメージを形成する広報戦略
- ☑ 飽きないコース設定

- ☑ 見せる(魅せる)イベントとしての工夫
- ☑ ターゲットマーケティングによるアプローチ