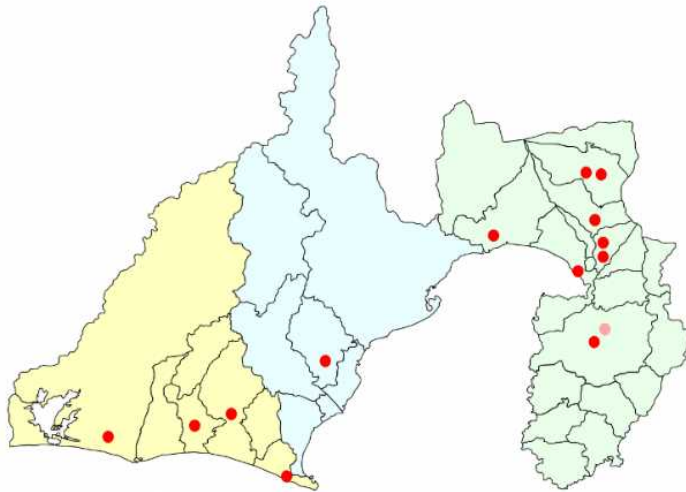


スポーツコミッションShizuoka 推進戦略

1 戦略策定の背景

- 人口減少が加速度的に進行し、本格的な人口減少社会を迎えている。
(静岡県の人口は2007年の379.7万人をピークに2023年1月時点で357.5万人、▲5.8%▲22.2万人)
- ラグビーワールドカップ2019™、東京2020オリパラ大会といった大規模国際スポーツ大会の成功によるスポーツへの関心、投資意欲が高まっている。
- コロナの「5類」移行、「全国旅行支援」などにより国内の旅行市場は回復基調、スポーツにおいても観戦ルールの緩和が進むなど復調の好機が訪れている。
- 県内では14の地域スポーツコミッションが活動しており、スポーツツーリズムの推進や大会・合宿誘致など交流人口の拡大に向けた取組が行われている。

<県内の地域スポーツコミッション>



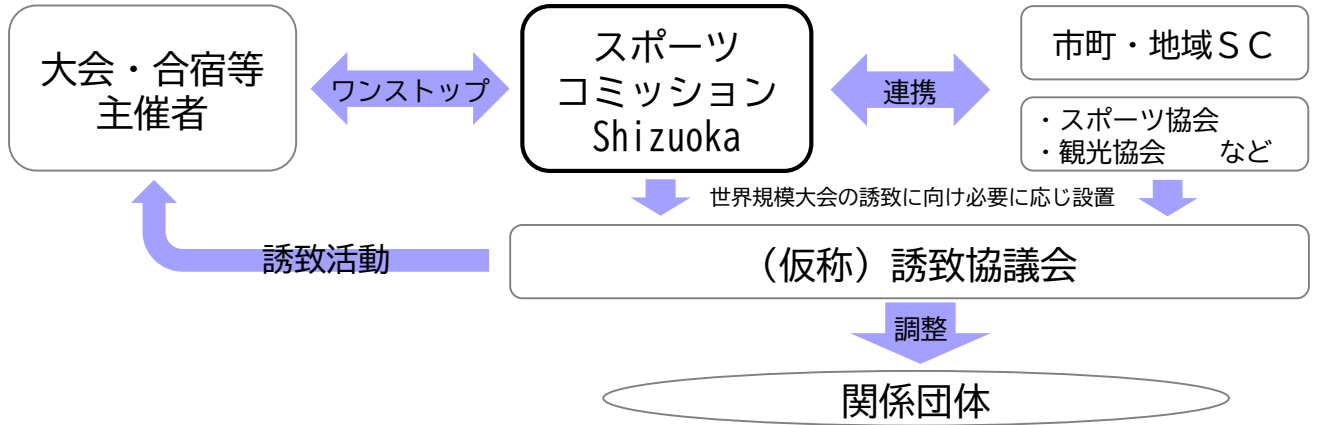
地域	団体名
静岡県東部	静岡県東部地域スポーツ産業振興協議会
静岡県中部	静岡県中部地域スポーツ産業振興協議会
静岡県西部	静岡県西部地域スポーツ産業振興協議会
御殿場市等	NPO法人ふじさんスポーツコミッション協会
御殿場市	御殿場市スポーツタウン推進連絡会
裾野市	裾野市スポーツツーリズム推進協議会
三島市	三島市スポーツ・文化コミッション
沼津市	フェンシングのまち沼津推進協議会
伊豆市	伊豆魅力(ニカ)プロジェクト
伊豆市	(一社)ふじのくにサイクルスポーツコミッション
富士市等	(一社)富士山観光交流ビューロー
掛川市	NPO法人掛川市体育協会
御前崎市	御前崎スポーツ振興プロジェクト
浜松市	ビーチ・マリンスポーツ推進協議会

2 戦略策定の趣旨

市町・地域SCの抱える課題	解決策
市町の認知度(知名度)が低く、情報の発信力や訴求力に限界がある。	「静岡県」の認知度を生かし、「県」の看板の下、積極的な広報を展開する。
大会・合宿開催の要望を受けても、単独市町では受け入れきれない場合があり、断念せざるを得ない。 (大会・合宿誘致には地域間競争の一面もあり、他市町との連携が進んでいない。)	市町域をまたいだ広域での大会・合宿受入調整を行うことにより、複数市町で分担して受け入れる仕組みを構築するとともに、市町・地域スポーツコミッションの機会損失の軽減を図る。
人材や経験が不足しており、地域ごとに取組、対応にレベル差がある。	組織や職員の専門性を高めることにより、本県全体の受入能力の向上を図る。

スポーツコミッションShizuokaが県域のメリットを生かして、市町・地域SCが抱える課題を克服し、交流人口の拡大と地域経済活性化を牽引するための指針として策定

3 スポーツコミッションShizuoka概念図



4 戦略の期間

2023年度 R5	2024年度 R6	2025年度 R7	2026年度 R8	2027年度 R9	2028年度 R10	2029年度 R11
第3期スポーツ基本計画						
富国有徳の美しい“ふじのくに”の人づくり・富づくり2018～2027						
後期アクションプラン			次期総合計画			
静岡県スポーツ推進計画2022～2025			次期スポーツ推進計画			
第1期 スポーツコミッションShizuoka推進戦略			第2期 スポーツコミッションShizuoka推進戦略			

5 戦略体系

理念

市町・地域スポーツコミッションとの連携で、静岡をもっと元気に

使命

(ミッション)

スポーツを通じて地域課題を解決し、成長循環を創出します。

目指す姿

(ビジョン)

スポーツイベント・合宿により、国内外から絶えず人が集うまち

戦略の コンセプト

交流人口の拡大に資する活気ある大会の誘致・開催

第1期 目標

- ・市町・地域SC支援のためのベース構築、連携体制の整備
- ・第2期戦略期間における世界規模の大会誘致に向けた誘致体制の整備

第2期 目標

- ・市町・地域SCと連携した世界規模大会の誘致
- ・交流人口拡大を目的とした大会、イベントの企画・開催

<戦略の柱>

○広報戦略

方針

地域スポーツコミッション、競技団体等のステークホルダーとの積極的なコミュニケーションにより認知を高めるとともにブランディングを推進する。

認知度向上	<ul style="list-style-type: none">・ ホームページを活用した、スポーツコミッションShizuokaの取組や県内のスポーツ資源の情報発信・ 展示会への出展、専門誌への広告掲載等による見込み顧客やニーズが明確になっていない潜在層ユーザーとの接点の構築・ SNSの活用による、顧客のリアルな意見の収集、信頼や共感の獲得
ブランディング	<ul style="list-style-type: none">・ 本県にゆかりのあるアスリート等を「スポーツアンバサダー」に任命し、ポジティブ情報を拡散・ スポーツコミッションShizuokaのブランドロゴマークの制作

○受入体制強化戦略

方針

積極的な大会・合宿の受入によるノウハウの蓄積と人的ネットワーク等を活用した大会情報の把握により県全体の受入体制の強化を図る。

情報収集	<ul style="list-style-type: none">・ 競技団体、政財界など各界キーパーソンとのネットワークの構築・ キーパーソンを活用した、世界大会などの大会情報（開催地決定方法、選考基準、競合都市など）の収集・ 市町・地域SCとの情報共有のための連絡会議の開催
大規模大会誘致	<ul style="list-style-type: none">・ 誘致を目指す大会の特定と誘致スキームの構築、提案書の作成・ 市町・地域SC、競技団体、観光事業者等と連携した「（仮称）誘致協議会」の組織化及びロビー活動、主催団体等との折衝、地元調整の実施
大会・合宿開催調整	<ul style="list-style-type: none">・ 新規顧客、見込み顧客、リピーターなど顧客属性や個々の主催者の事情に合わせたOne to Oneサービスの提供とフォローアップの実施
インセンティブ	<ul style="list-style-type: none">・ 大会・合宿の開催を通じて、本県の魅力の国内外への発信、交流人口の拡大、地域経済の活性化等に資する取組に対して支援する制度の構築、運用

○専門性向上戦略

方針

組織、職員の専門性や能力向上を図るとともに、スポーツ団体や施設等との連携による交流人口拡大を目指す新たな事業の多角的展開を目指す。

人材育成	<ul style="list-style-type: none">・ SC運営の中核となる人材を育成するための研修会の開催・ スポーツボランティアの質の向上のための研修会の開催、活動機会の提供
地域SCの支援	<ul style="list-style-type: none">・ 地域の経験格差を是正するための、大会・合宿案件の市町・地域SCへの展開による受入機会提供・ 地域SCへの人材派遣や事務局機能受託による運営支援・ 地域SCへのアドバイザー紹介
持続可能な施策展開	<ul style="list-style-type: none">・ eスポーツ、アーバンスポーツ、パラスポーツ、エンターテインメントなど交流人口拡大や地域経済活性化に資する取組の検討・ 地域資源を活用したスポーツツーリズムの推進・ 県内のスポーツチームと連携した大会・イベント等の開催、スポーツ産業の創出支援・ スポーツを核としたまちづくりの検討（施設の有効活用等）

6 数値目標

スポーツを通じた地域と経済の活性化及び組織の成長を客観的かつ明確に把握できる指標を設定する。

最終目標 (Key Goal Indicator)

指標名	2029目標値	現状値
スポーツコミッションShizuokaが開催を支援した大会等※がもたらす経済波及効果（年計）	10億円	—
スポーツコミッションShizuokaが開催を支援した大会等による観光交流客数（年計）	10万人	1,260人 (2022年度) ※選手・関係者のみ

※大会等：大会、合宿、イベント

中間指標 (Key Performance Indicators)

戦略	指標名	2025目標値 (期間累計)	現状値
広報	ホームページアクセス数（セッション数）	10,000セッション	—
	メディア掲載件数	100件	14回 (2022年度)
	SNSフォロワー数	1,000フォロワー	—
	アンバサダーによるPR回数	10回	3回 (2023年度)
受入体制強化	キーパーソンとの接触回数	延べ20回	—
	競技団体へのヒアリング回数	延べ40回	—
	大会等に係る調整件数	100件	35件 (2022年度)
	インセンティブを活用した支援件数	1件	—
専門性向上	専門人材育成研修の受講者満足度（期間平均）	4点以上(5点満点)	—
	大会等に係る調整件数（再掲）	100件	35件 (2022年度)
	アドバイザー派遣回数	1件	—

- 第1期戦略期間（～2025年度）は創業期と位置づけ、市町・地域スポーツコミッションとの信頼関係の構築及び支援体制の整備、市場競争力の強化に注力する。
また、今後の事業展開や実施体制を強化していくため、外部組織化などふさわしい組織体制のあり方について検討する。
- 第2期戦略期間（2026年度～）は成長期と位置づけ、市町や地域スポーツコミッションとの連携による世界規模の大会誘致やスポーツコミッションの概念にとらわれない様々な事業への挑戦により、本県の交流人口の拡大及び地域経済の活性化に一層貢献する。
- 自己評価及び外部委員による「（仮称）スポーツコミッションShizuoka戦略評価委員会」における評価を毎年度行うとともに、社会情勢の変化を踏まえ、不断の見直しを行う。

<工程表>

時期	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11
戦略期間	第1期スポーツコミッションShizuoka推進戦略 ・市町・地域SC支援のためのベース構築、連携体制の整備 ・今後の事業展開に関する方策、体制等の検討			第2期スポーツコミッションShizuoka推進戦略 ・市町・地域SCと連携した世界規模大会の誘致 ・交流人口拡大を目的とした大会・イベント等の企画・運営			
広報戦略	国内外に向けた情報発信 ・HP、国内外の展示商談会、SNSの活用						
	ブランディングの検討 ・アンバサダー、ロゴマークの活用			ブランドの確立・維持・強化			
受入体制強化戦略	情報収集（キーパーソンの活用、連絡会議の開催等）						
	分析			世界大会			
	大会の特定						
	誘致協議会設置						
	地元調整・主催団体等との折衝・ロビー活動						
インセンティブの活用							
大会・合宿受入調整 ・新規顧客開拓、見込顧客確保			大会・合宿受入調整 ・リピーター維持				
専門性向上戦略	中核人材育成			専門人材の活躍			
	ボランティアの確保						
	ボランティアの質の向上（ブランド化）						
	大会・合宿受入機会の提供			リピーターの囲い込み			
	自主事業の検討			人材派遣、事務局機能受託による地域SCの自立的運営 スポーツツーリズム、スポーツチームとの連携によるイベント実施等による交流人口拡大			