

広島カラーツアーリズム

なつやさい



河野望央 (県立広島大)

佐々木こころ (県立広島大)

山本実莉 (県立広島大)

西谷壮一郎 (広島大)



(写真提供) 東広島市産業振興課



(写真提供) 福山市観光課



(写真提供) 海田町魅力づくり推進課



(写真提供) 安佐北区地域起こし推進課

1. ニューノーマル時代の観光まちづくり

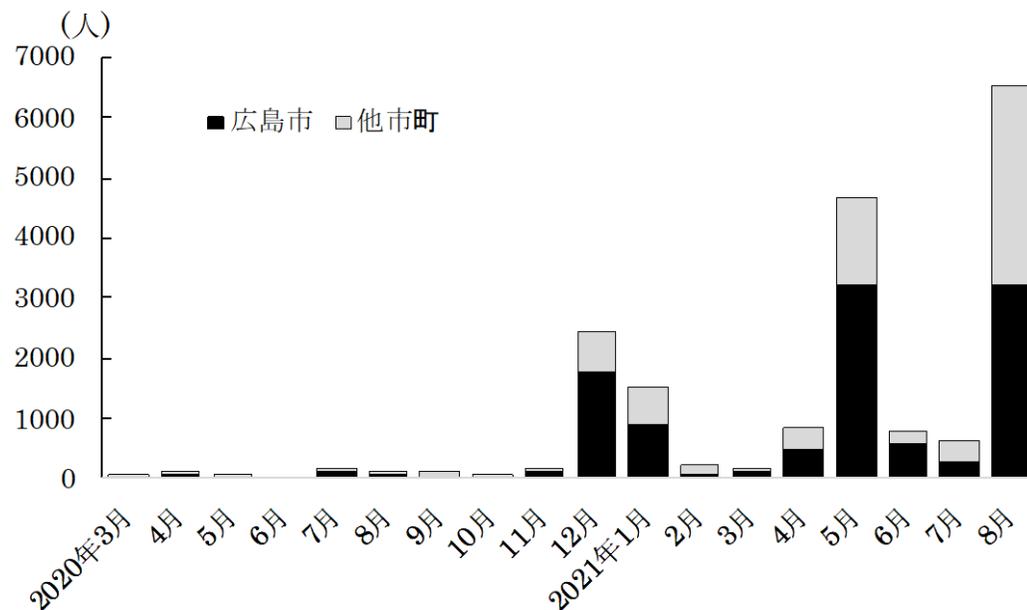
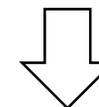


図1 広島県における月別新規感染者数 (2020年4月～2021年8月)
資料：広島県公式サイトおよび広島市公式サイト

表1 広島市への緊急事態措置等の適用状況 (2020年4月～2021年8月)

期 間	措 置
2020年4月16日～5月15日	緊急事態措置【国】
2020年12月12日～2021年2月22日	新型コロナウイルス感染拡大防止集中対策【県】
2021年5月8日～6月1日	新型コロナウイルス感染拡大防止集中対策【県】
2021年5月16日～6月20日	緊急事態措置【国】
2021年6月21日～7月11日	新型コロナウイルス感染拡大防止集中対策【県】
2021年7月31日～9月12日	新型コロナウイルス感染拡大防止早期集中対策【県】
2021年8月20日～8月26日	まん延防止等重点措置【国】
2021年8月27日～9月30日	緊急事態措置【国】

資料：広島県公式サイト



- 県境を越えた移動の自粛
 - イベントの自粛・人数制限
 - 学校行事の延期・中止
- (2020年度、修学旅行を実施できた学校は5割。
実施校は、行き先を隣県や県内などの近場に変更。)
- (NHKニュース <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20201009/k10012654961000.html>
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20210324/k10012933191000.html>)

1. ニューノーマル時代の観光まちづくり

【広島県内の30市区町にアンケートを実施】

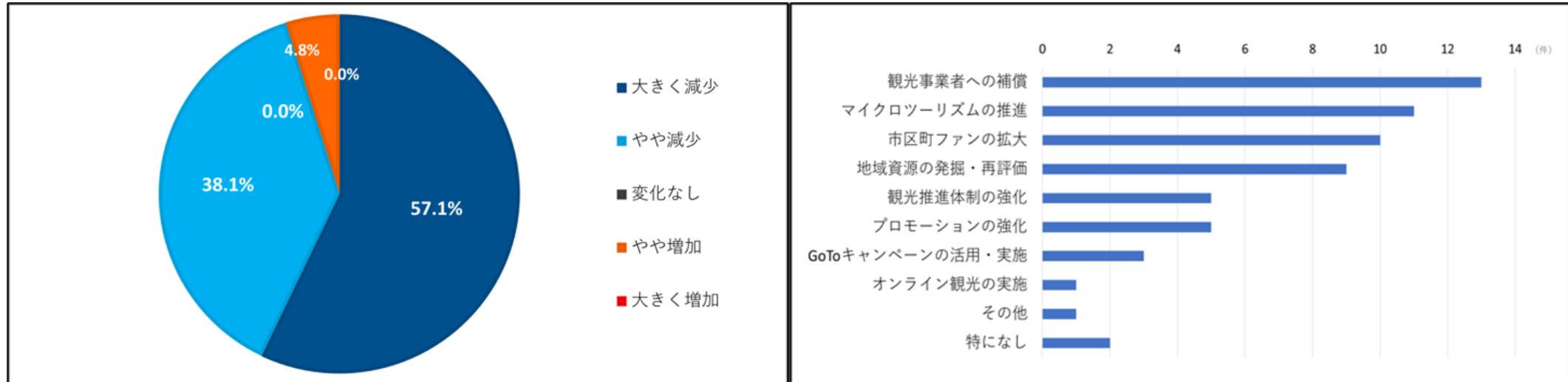


図2 広島県市区町におけるコロナ禍による観光入込客数の変化
資料：市区町アンケート調査（N=27）

図3 広島県市区町におけるコロナ禍による観光振興策
資料：市区町アンケート調査（N=27）

約95%の市区町が
観光入込客数減少

「マイクロツーリズム推進」
「市区町ファン拡大」
「地域資源の発掘・再評価」
への取組みを重視

2. マイクロツーリズムの新たな視点

ホームチームの**チームカラー**に着目！

欧米ではまちが
ホームチームの
カラーに染まる

Ex. London = Blue
Madrid = White

チームカラーは
・・・
まちのシンボル
まちへの愛情
まちの誇り

チームカラーで
・・・
地域資源再評価
まちファン拡大
も可能！？

ホームチームの
チームカラーで
・・・
マイクロ
ツーリズム！

✓ 英国のチェルシー「London is blue」

チェルシーと同じロンドンに本拠をおく他チームと対戦する時に、チェルシーが使用する言葉。チェルシーカラーの青色こそロンドンのカラーであると主張し、ダービーを盛り上げる。

そういえば・・・
広島でも・・・

✓ 広島東洋カープの3連覇

広島東洋カープが2016年から2018年にセリーグを三連覇した時には、広島のみ「真っ赤」に染まった！

3. 広島県スポーツの「いま」

表2 都道府県別スポーツ観戦率
(テレビ・スマートフォン・パソコンなどは除く)

順位	都道府県名	%
1	広島県	32.9
2	宮城県	26.4
3	福岡県	26.1
4	神奈川県	25.3
5	北海道	24.6
6	東京都	23.8
7	千葉県	23.0
8	愛知県	22.9
9	佐賀県	22.7
10	兵庫県	22.5
全国平均		21.5

資料：社会生活基本調査

広島県はスポーツ観戦率が高い！
H28年調査では全国1位

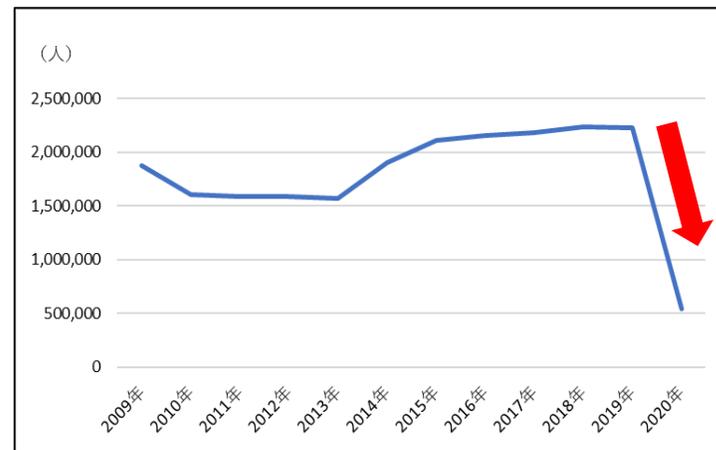


図4 広島東洋カープの入場者数推移
資料：NPB.jp 日本野球機構

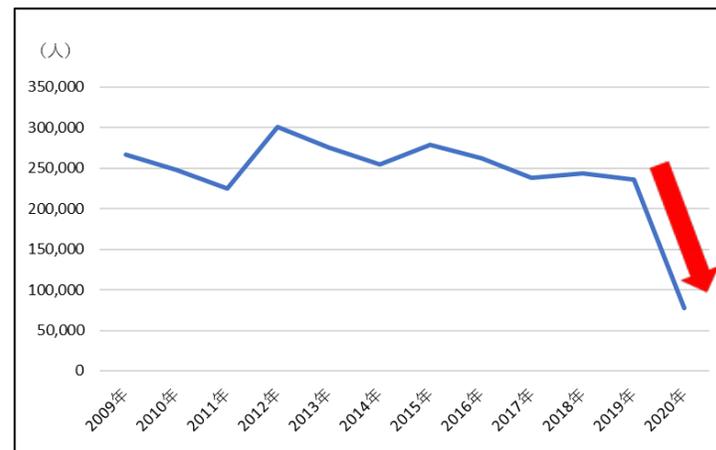
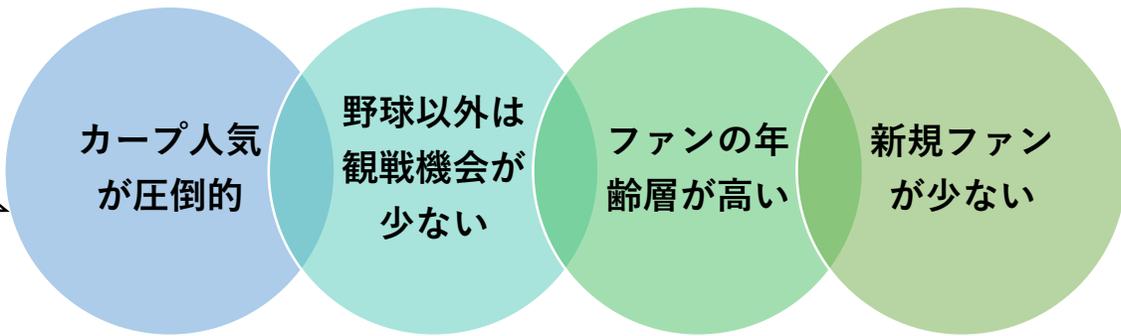


図5 サンフレッチェ広島の入場者数推移
資料：J. League Data Site



3. 広島県スポーツの「いま」

資料調査、
インタビュー調査、
アンケート調査
より



例：サンフレッチェ広島
平均年齢44.2歳（リーグ平均42.8歳）
11～29歳19.5%（リーグ平均28.1%）
2019年シーズンから観戦1.6%（リーグ
平均6.6%）
【公式】観戦者調査：About Jリーグ：
Jリーグ公式サイト（J.LEAGUE.jp）
（jleague.jp）より

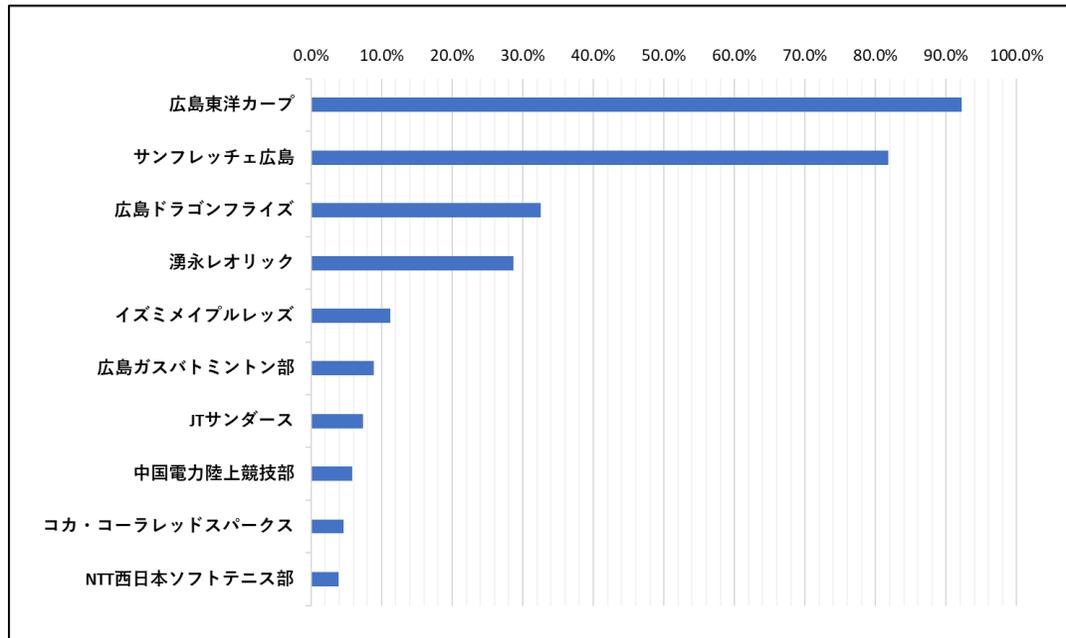


図6 安芸高田市内小学生の地元スポーツチーム認知度
資料：小学生アンケート調査（N=258）

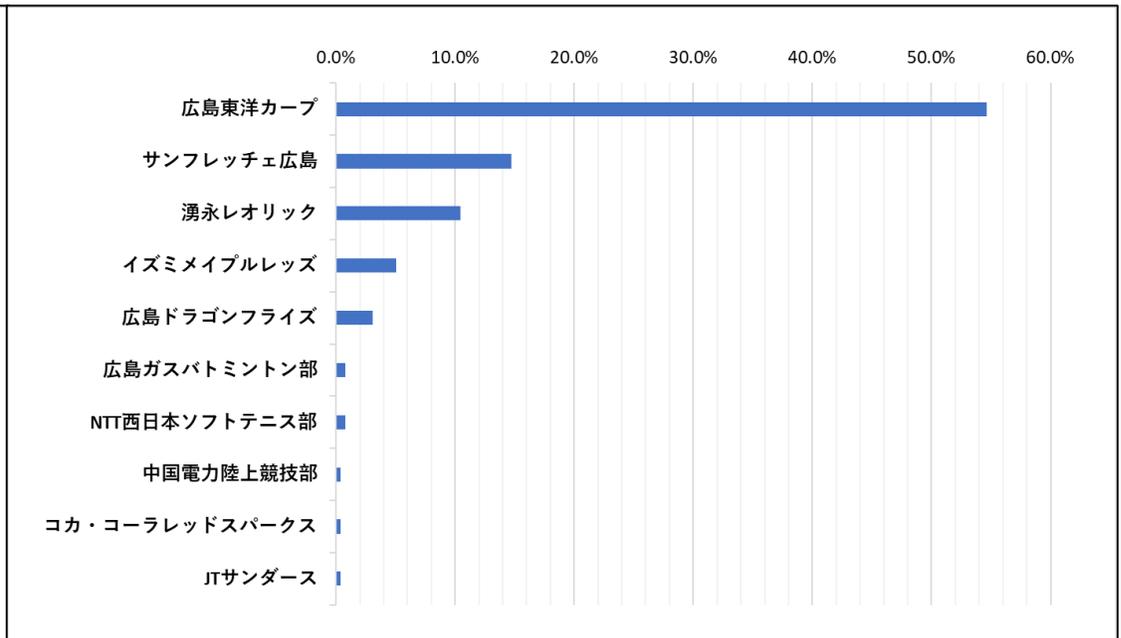


図7 安芸高田市内小学生の地元スポーツチーム観戦経験度
資料：小学生アンケート調査（N=258）

3. 広島県スポーツの「いま」

・新規ファンを獲得するには？



20歳男性

幼稚園の頃、祖父母が試合に連れて行ってくれたことがきっかけでサンフレのファンになった



56歳男性
元サンフレ職員

好き嫌いが決まっている年齢から、特定チームを好きにさせようとするのは無理。小学生の頃からサンフレに関わる機会があれば…

試合を見に行くだけではなく、美味しい食べ物や興味のあるイベントとコラボしていたら行ってみたい



21歳女性

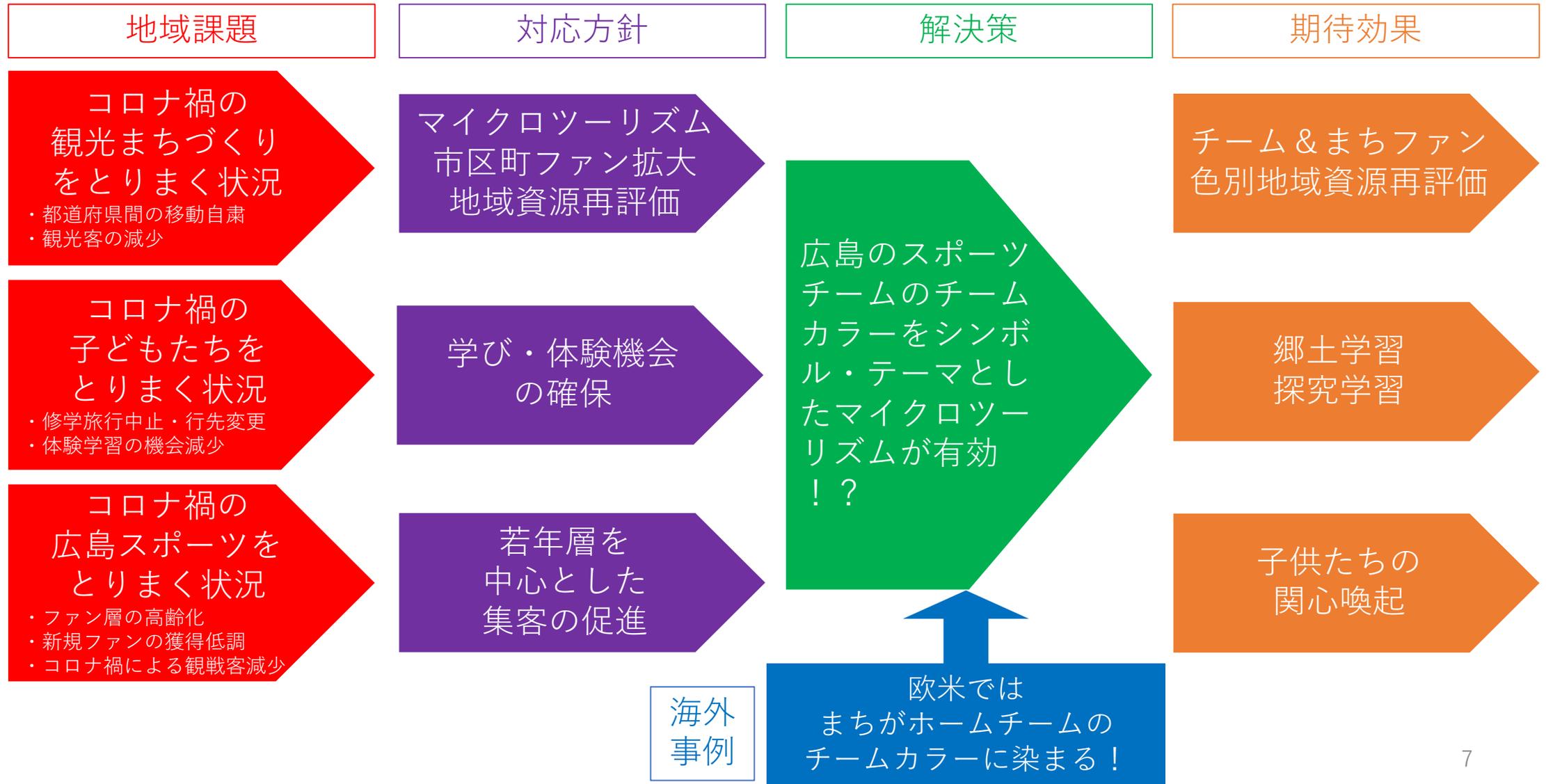
親戚の誘いでサッカーと野球の試合を見に行って、応援するのが楽しかった



13歳男性

- 
- ・他ジャンルとのコラボによる誘客
 - ・小学生の関心向上

4. だから広島カラーリズム！



4. だから広島カラーツアーリズム！

● 広島カラーツアーリズムとは？

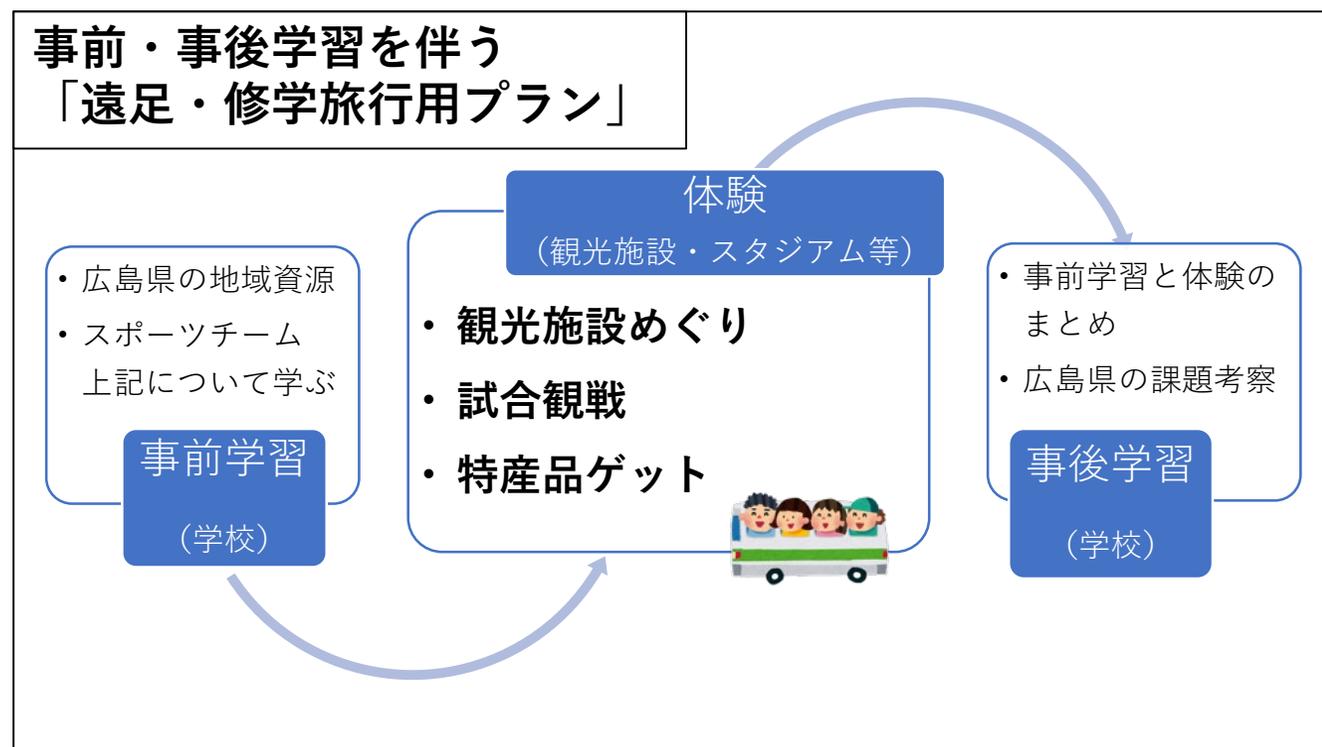
広島県のプロスポーツチームのカラーを活用したマイクロツアーリズム

● 内容は？

1. ホームチームのチームカラーに関連した観光施設めぐり
2. ホームチームの試合観戦
3. チームカラーに関連した特産品ゲット

● ターゲットは？

広島県内の小学生



4. だから広島カラーツアーリズム！

・広島に本拠をおくプロスポーツチームは？

■ 広島東洋カープ（赤色、野球）

■ サンフレッチェ広島（紫色、サッカー）

■ JTサンダーズ（緑色、バレーボール）

■ 広島ドラゴンフライズ（朱色、バスケットボール）

■ 他にも「色々」

→ 複数のプロスポーツチームが活躍

→ 複数のチームカラーが存在



5. どんなカラー資源がある？

観光施設



図8 広島県内「赤」の観光施設
資料：市区町アンケート調査

特産品

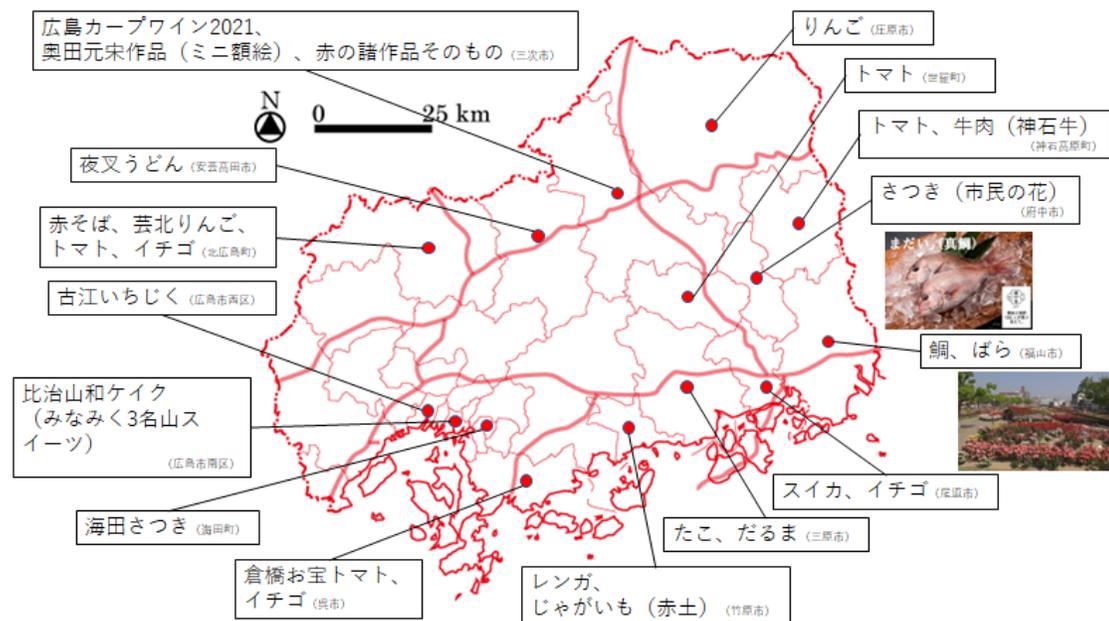


図9 広島県内「赤」の特産品
資料：市区町アンケート調査

5. どんなカラー資源がある？

観光施設

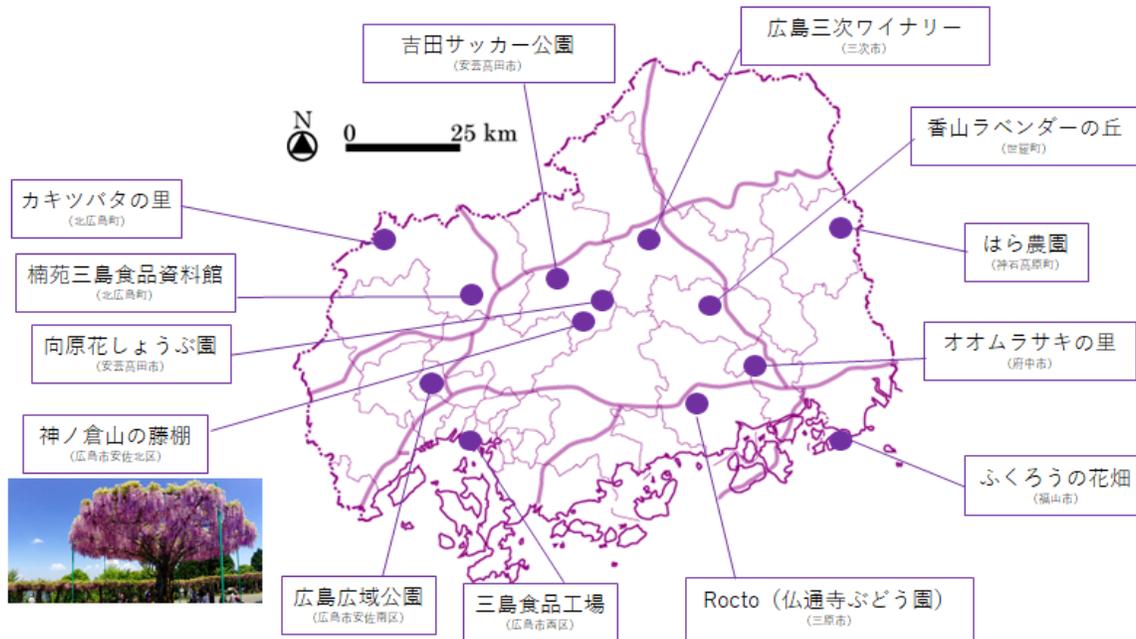


図10 広島県内「紫」の観光施設
資料：市区町アンケート調査



特産品

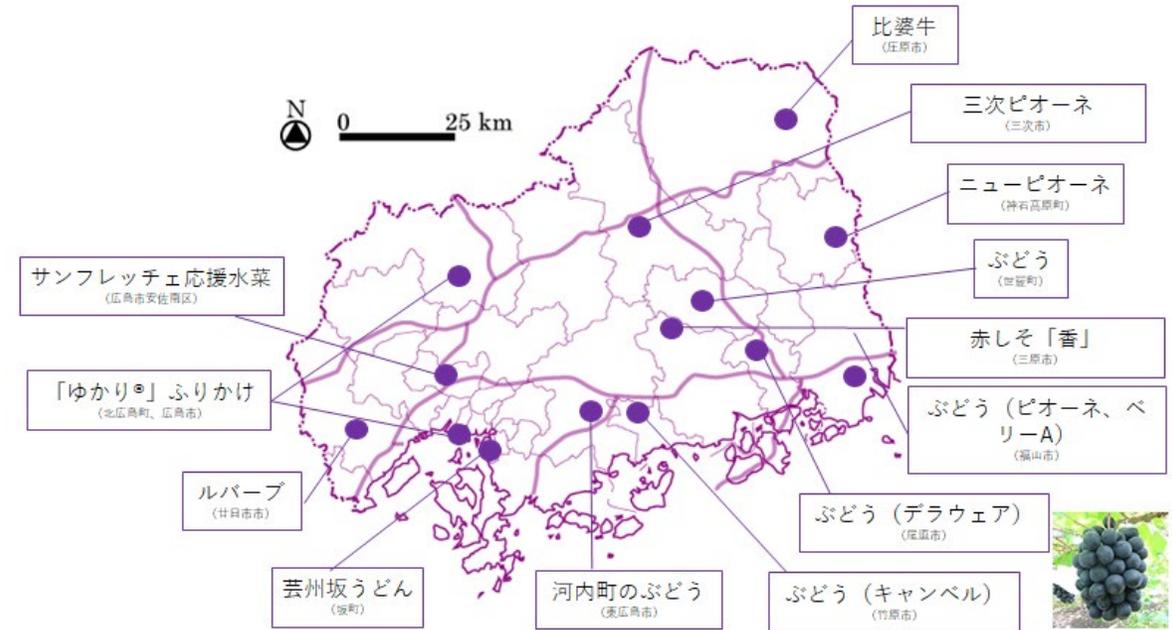


図11 広島県内「紫」の特産品
資料：市区町アンケート調査



5. どんなカラー資源がある？

観光施設

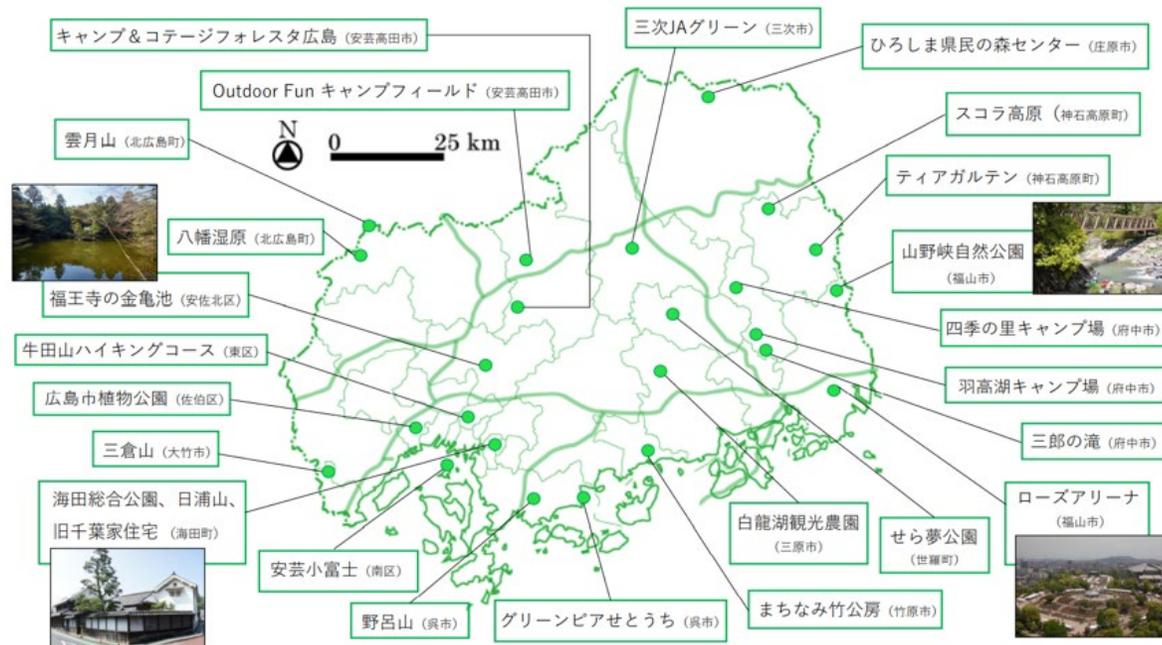


図12 広島県内「緑」の観光施設
資料：市区町アンケート調査

特産品



図13 広島県内「緑」の特産品
資料：市区町アンケート調査

5. どんなカラー資源がある？

観光施設

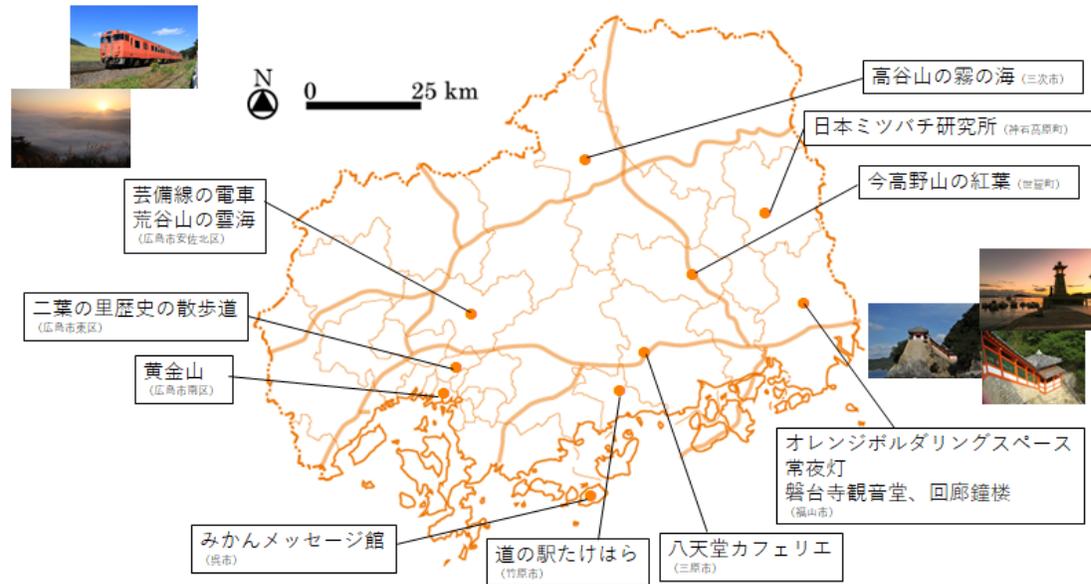


図14 広島県内「朱」の観光施設
資料：市区町アンケート調査

特産品

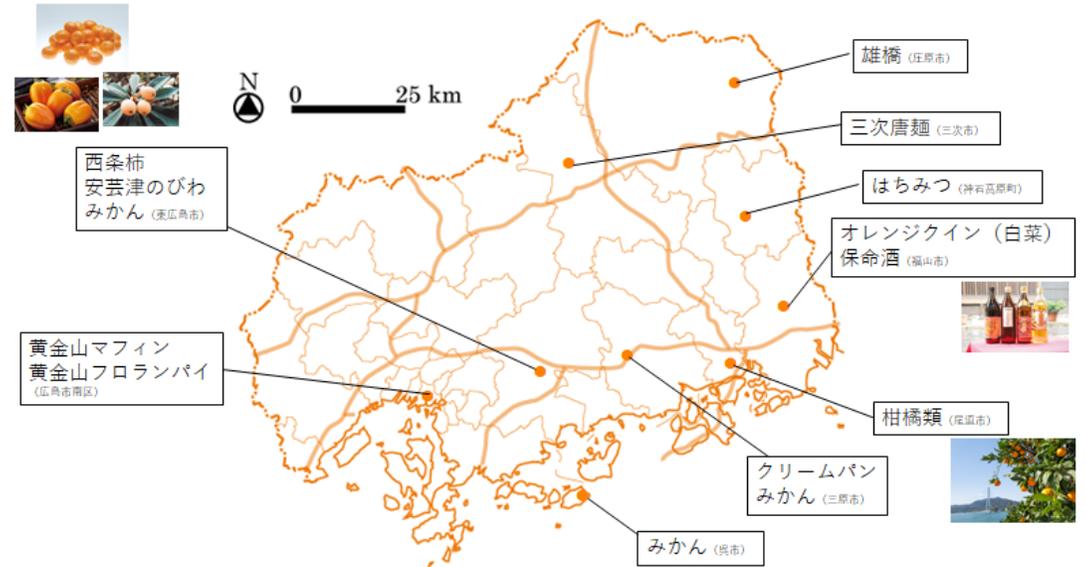


図15 広島県内「朱」の特産品
資料：市区町アンケート調査

6. 小学生はどの地域資源に関心がある？

観光施設

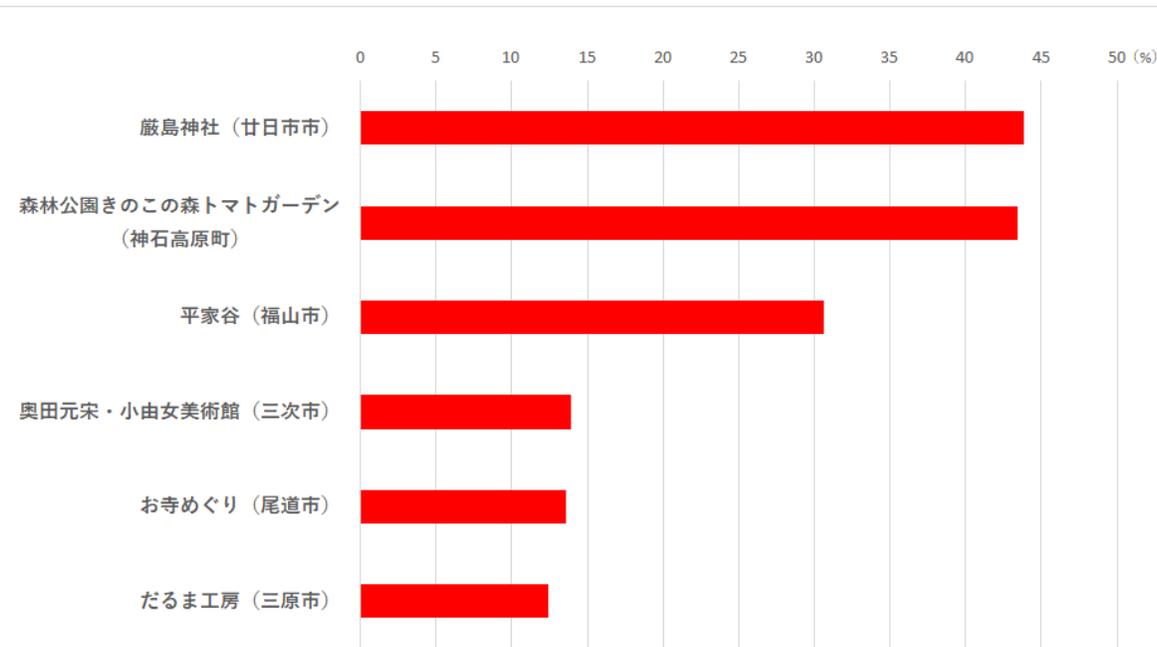


図16 安芸高田市小学生の県内「赤」観光地訪問意欲
資料：小学生アンケート調査 (N=258)

特産品

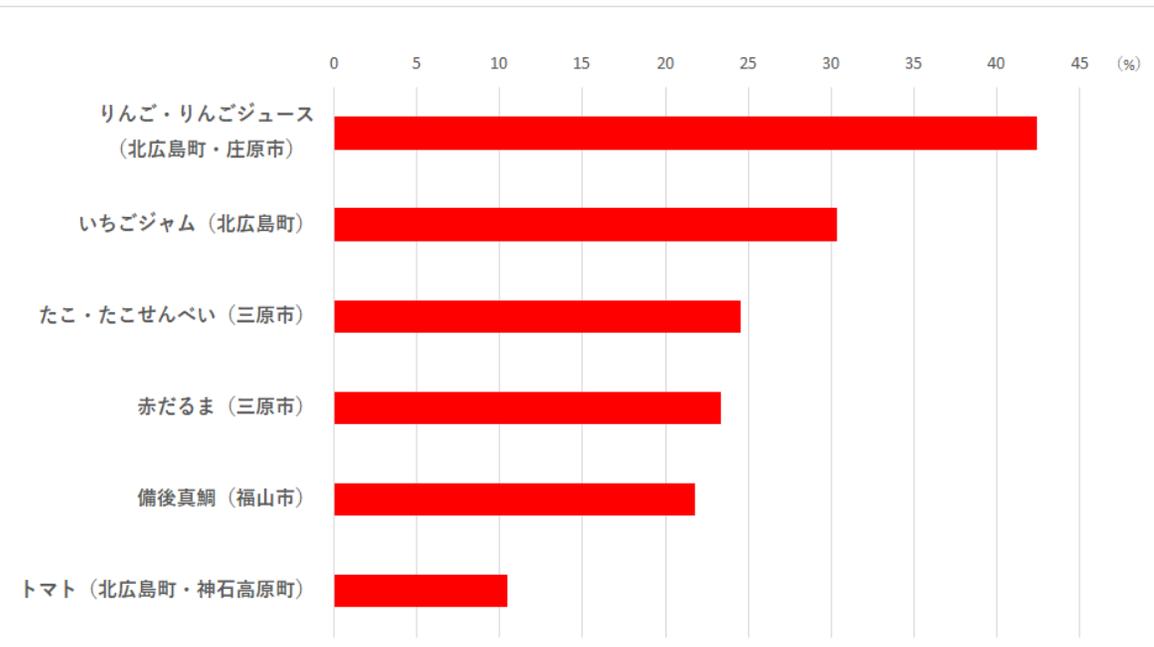


図17 安芸高田市小学生の県内「赤」特産品への関心
資料：小学生アンケート調査 (N=258)

6. 小学生はどの地域資源に関心がある？

観光施設

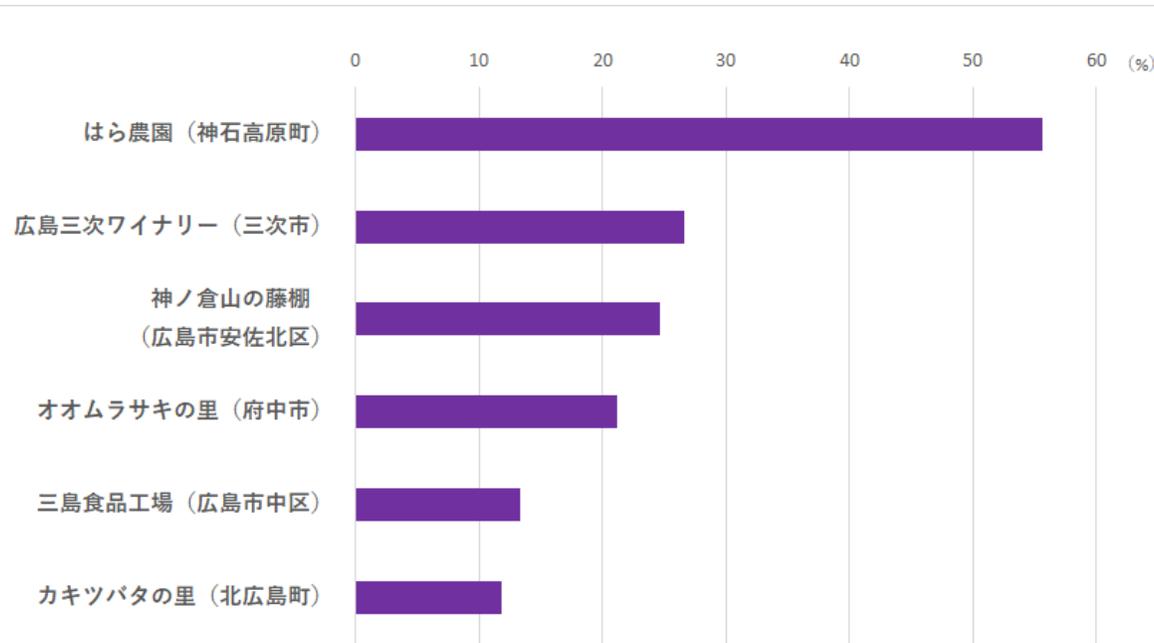


図18 安芸高田市小学生の県内「紫」観光地訪問意欲
資料：小学生アンケート調査 (N=258)

特産品

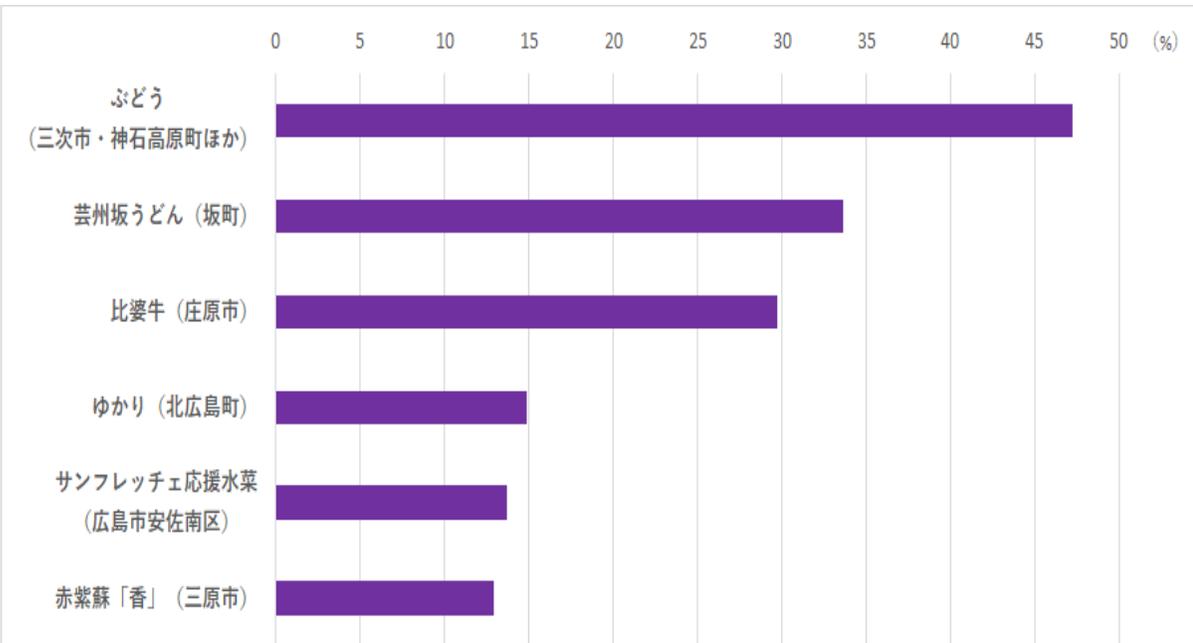


図19 安芸高田市小学生の県内「紫」特産品への関心
資料：小学生アンケート調査 (N=258)

6. 小学生はどの地域資源に関心がある？

観光施設

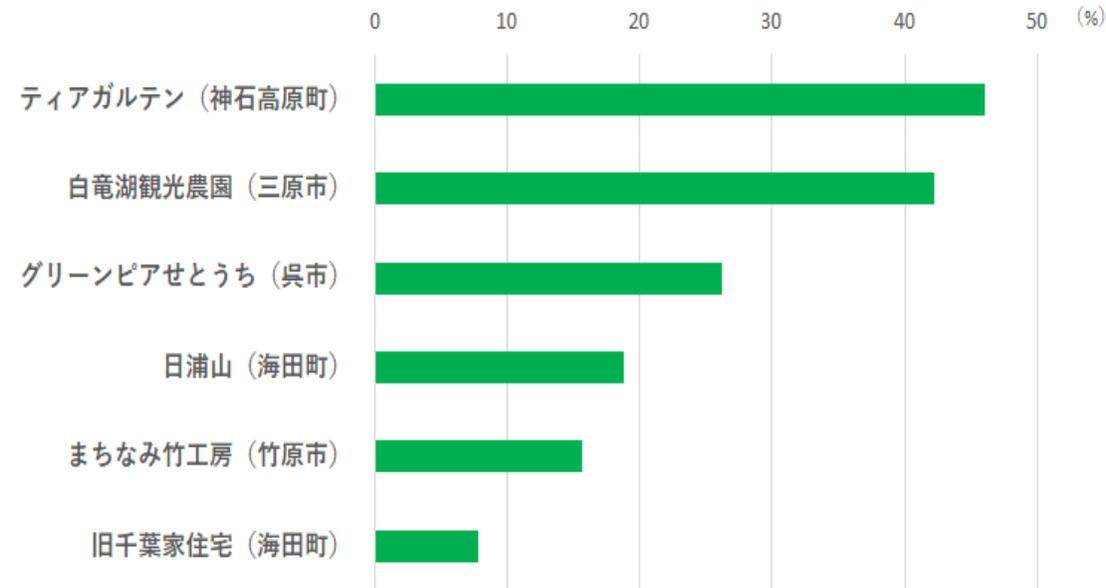


図20 安芸高田市小学生の県内「緑」観光地訪問意欲
資料：小学生アンケート調査 (N=258)

特産品

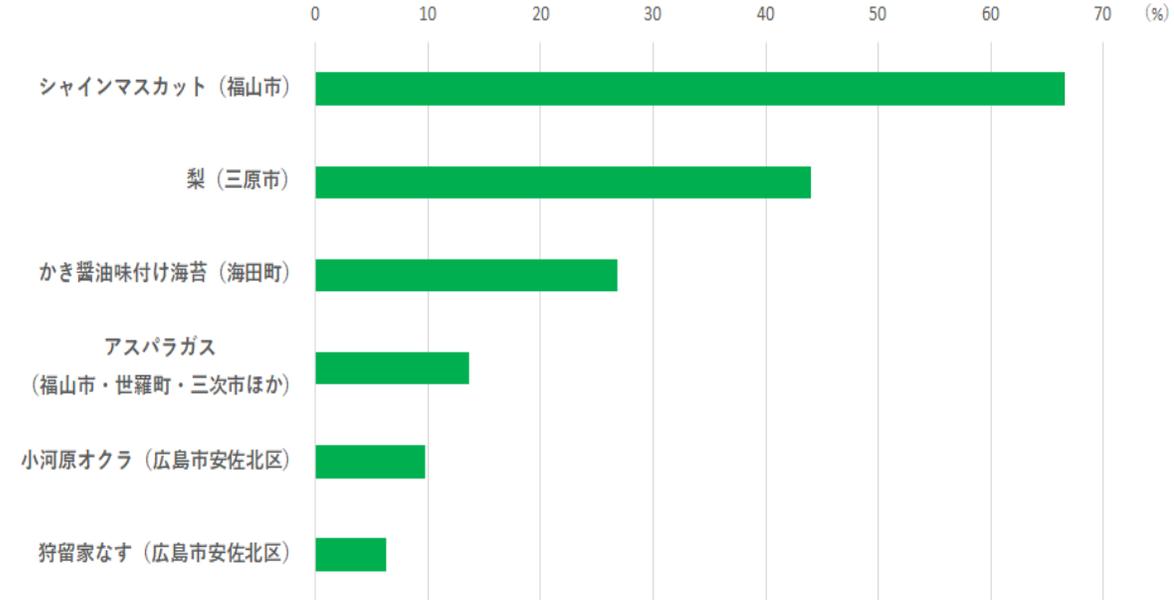


図21 安芸高田市小学生の県内「緑」特産品への関心
資料：小学生アンケート調査 (N=258)

6. 小学生はどの地域資源に関心がある？

観光施設

特産品

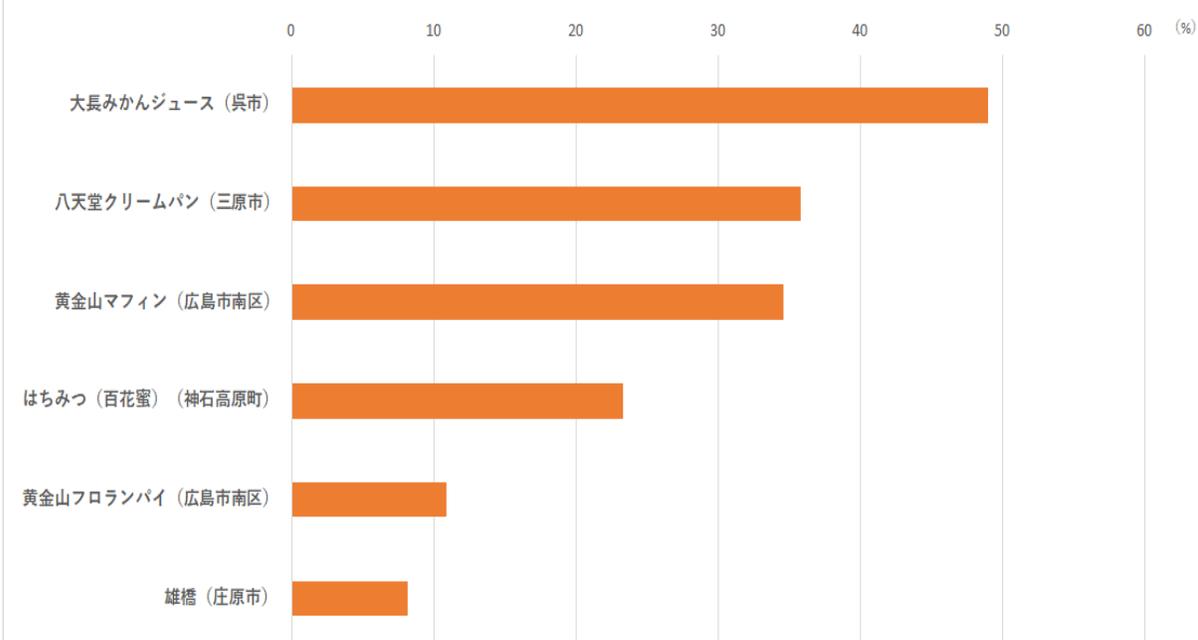
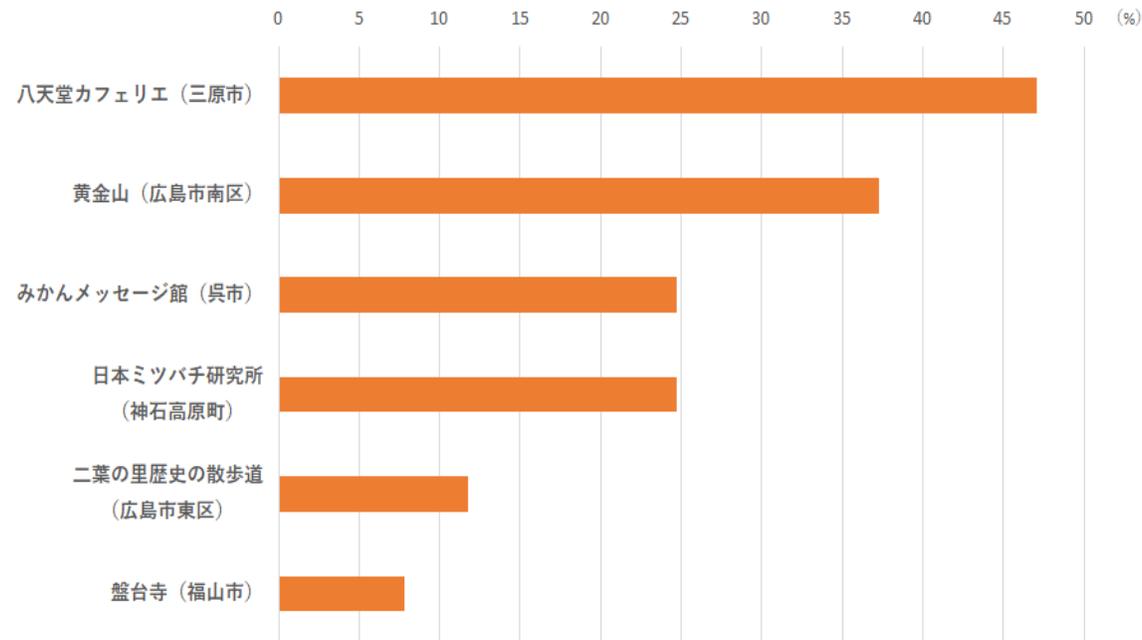


図22 安芸高田市小学生の県内「朱」観光地訪問意欲
資料：小学生アンケート調査 (N=258)

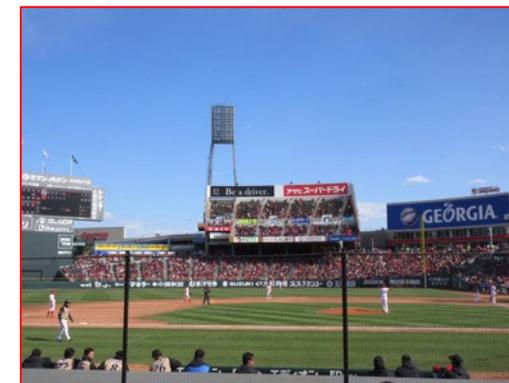
図23 安芸高田市小学生の県内「朱」特産品への関心
資料：小学生アンケート調査 (N=258)

7. 例えばどんなプログラム？

広島レッドツーリズム（「広島東洋カープ」編）

みんなで勝鯉をめしとるプラン

時間	内容	詳細
09:00	学校出発	バスで移動 カープ応援歌「宮島さん」練習
10:10	宮島（廿日市市）到着	厳島神社で記念撮影 伝統的なしゃもじについて学習 （しゃもじ焼き印体験orもみじ饅頭手焼体験） 昼食（あなごめし）
14:30	マツダスタジアム到着 「広島東洋カープ」試合観戦	得点の際はしゃもじを使って練習した「宮島さん」を歌う
17:30	試合終了	バスで移動



小学生の関心が高い
施設・特産品を
組み入れたプラン

勝利をめしとれ！
宮島しゃもじを学んで、
みんなで「宮島さん」を歌おう！

お土産：りんご、芸北りんごジュース・
高野りんごジュース

移動時間目安（バス・フェリー移動）
※安芸高田市K小学校を例とした場合

- ・学校～JR宮島フェリー乗り場 1時間10分
- ・JR宮島フェリー乗り場～宮島浅橋 10分
- ・JR宮島フェリー乗り場～マツダスタジアム 40分
- ・マツダスタジアム～学校 1時間10分

7. 例えばどんなプログラム？

広島パープルツアーリズム（「サンフレッチェ広島」編）

紫の「積攻」を体感するプラン



時間	内容	詳細
09:00	学校出発	バスで移動
09:30	ぶどう農園（三次市）到着	ぶどう狩り（時間無制限） ※毎年サンフレッチェに差し入れられている「三次ピオーネ」 ピクニック（昼食）
13:20	広島三次ワイナリー	製造ライン、貯蔵施設見学 三次ワインの歴史・特徴等を学ぶ
16:00	エディオンスタジアム到着 「サンフレッチェ広島」試合観戦	各自持参したタオルを使用して応援（コーナーキック時）
17:45	試合終了	バスで移動

小学生の関心が高い
施設・特産品を
組み入れたプラン

サンフレッチェのス
ローガン[積攻]を、
三次ピオーネとサン
フレッチェの試合で
体感しよう！

お土産：収穫した三次ピオーネ

三次ピオーネは・・・
深耕による土づくりや施肥技術の工夫などの努力を重ね、ピオーネの産出に成功した。ピオーネは大粒のブドウで、香りが高く、味のまるやか。さらにおいしい味と香りをめざして、年々努力がつけられている。 →まさに「積攻」

移動時間目安（バス移動）

※安芸高田市K小学校を例とした場合

学校～ぶどう農園	30分
ぶどう農園～広島三次ワイナリー	20分
広島三次ワイナリー～エディオンスタジアム	1時間
エディオンスタジアム～甲田小学校	1時間

7. 例えばどんなプログラム？

広島グリーンツーリズム（「JTサンダーズ」編）

「脇役なんかいない」誰もが緑に夢中！プラン



(写真提供) 福山市観光課

時間	内容	詳細
09:00	学校出発	バスで移動
10:30	神石高原ティアガルテン	動物たちとのふれあい・自然遊び（ヤギの餌やり体験、宝探し） ピクニック、またはバーベキュー （100人収容可能なバーベキューハウスあり）
15:00	広島グリーンアリーナ到着 「JTサンダーズ」試合観戦	手作りハリセン（事前学習で作成）を使用して応援（得点時、サーブ時）
17:00頃	試合終了	バスで移動

小学生の関心が高い
施設・特産品を
組み入れたプラン

みんなで自然豊かな
公園で緑を満喫し、
JTサンダーズを応援
しよう！

お土産：シャインマスカット

JTサンダーズの環境保全
（グリーン）活動への参
加プログラムも検討

移動時間目安（バス移動）

※安芸高田市K小学校を例とした場合

学校～神石高原ティアガルテン

1時間30分

神石高原ティアガルテン～広島グリーンアリーナ

1時間

広島グリーンアリーナ～学校

1時間10分

7. 例えばどんなプログラム？

広島バーミリオンツーリズム（「広島ドラゴンフライズ」編）

朱色でつながる風景プラン



小学生の関心が高い
施設・特産品を
組み入れたプラン

時間	内容	詳細
09:00	学校出発	バスで移動
10:00	八天堂カフェリエ	「世界にただひとつだけの」クリームパン作り体験(パン生地成型、包装紙づくり、クリーム注入)
12:00	盤台寺	歴史を感じ、景観を楽しむ
15:30	エフピコアリーナふくやま到着 「広島ドラゴンフライズ」試合観戦	試合間のハーフタイムショーも見所 (アーティストのライブなど)
16:30頃	試合終了	バスで移動

「朱色」でつながった
広島の様々な風景
を脳裏に焼き付けよう！

お土産：大長みかんジュース

移動時間目安（バス移動）

※安芸高田市K小学校を例とした場合

学校～八天堂カフェリエ

1時間

八天堂カフェリエ～盤台寺

1時間

盤台寺～エフピコアリーナふくやま

30分

エフピコアリーナふくやま～学校

1時間10分

8. チームの協力は得られる？



色という着眼点が良い、非常に魅力的なプランです。私にできることは協力しようと思っています。

サンフレッチェ広島スタッフ



子どもから親へのファン層拡大の流れは新しいです。学習の機会が減少した子ども達のために、大人が動くべきだと思います。

広島東洋カープスタッフ



チームとしても集客を増やす必要があるので、集客に貢献してもらえるプランはありがたいです。

広島ドラゴンフライズスタッフ



オフシーズンは当社の環境保全プログラムへの参加や、選手との交流プログラムも考えられます。社会貢献にもなる良いプランだと思います。

JTサンダーズスタッフ

9. 市区町の協力は得られる？

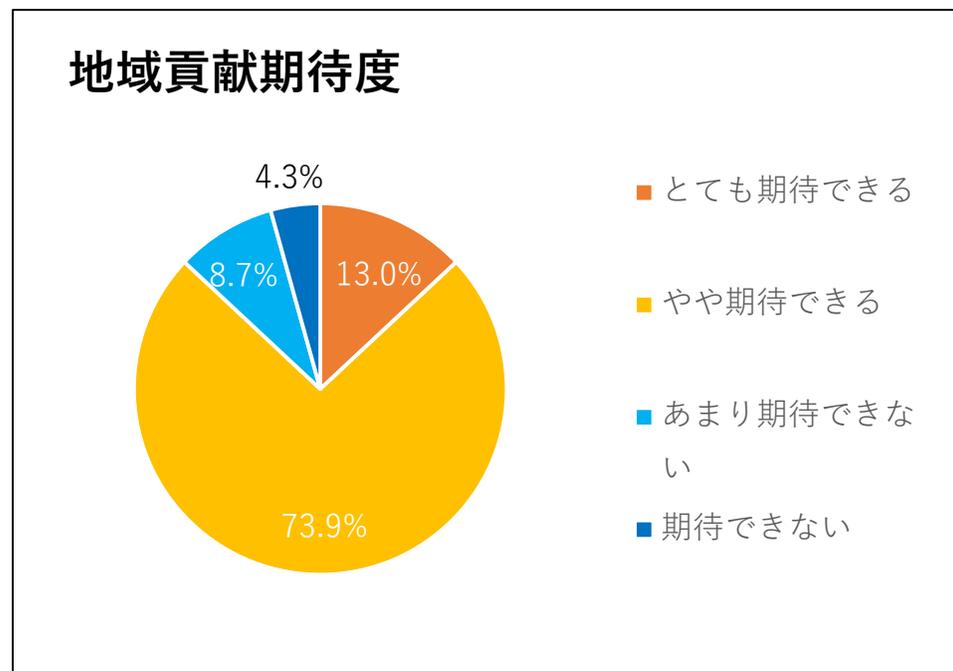


図24 広島県市区町のプランへの地域貢献期待度
資料：市区町アンケート調査 (N=27)

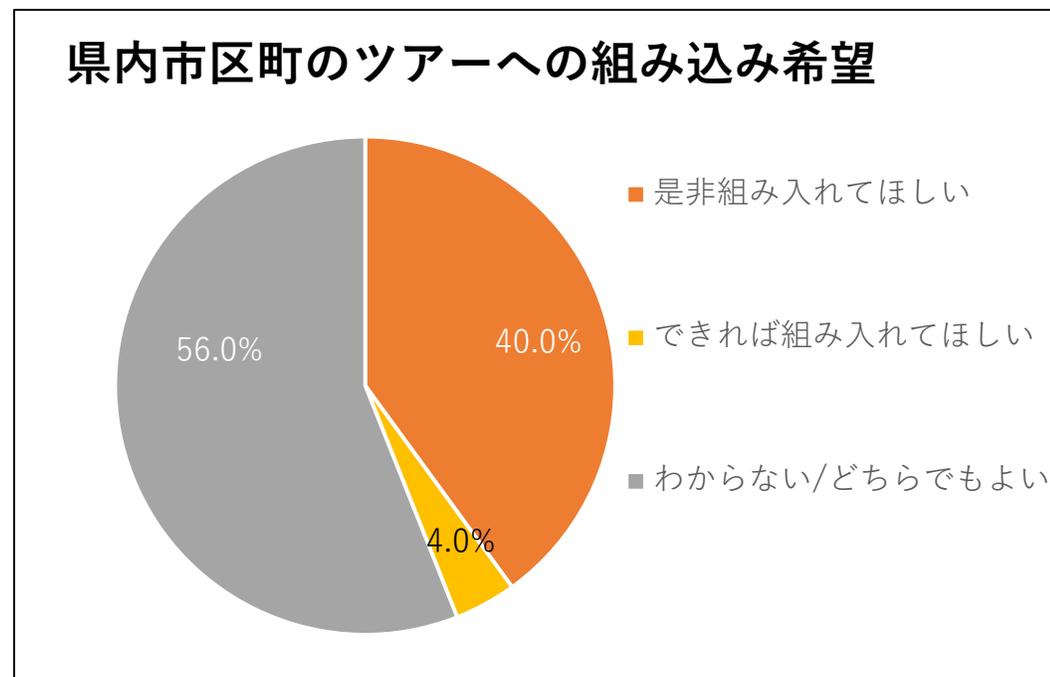


図25 広島県市区町のツアー組み込み希望
資料：市区町アンケート調査 (N=27)



A市観光担当職員

素晴らしい着眼だと思えます



B市観光担当職員

スポーツと地域資源を結び付けた
ツーリズムは、大人も子供もワクワクする
取組みだと思えます
実現できるよう、応援しています

10. 子どもたちは行きたいと思う？

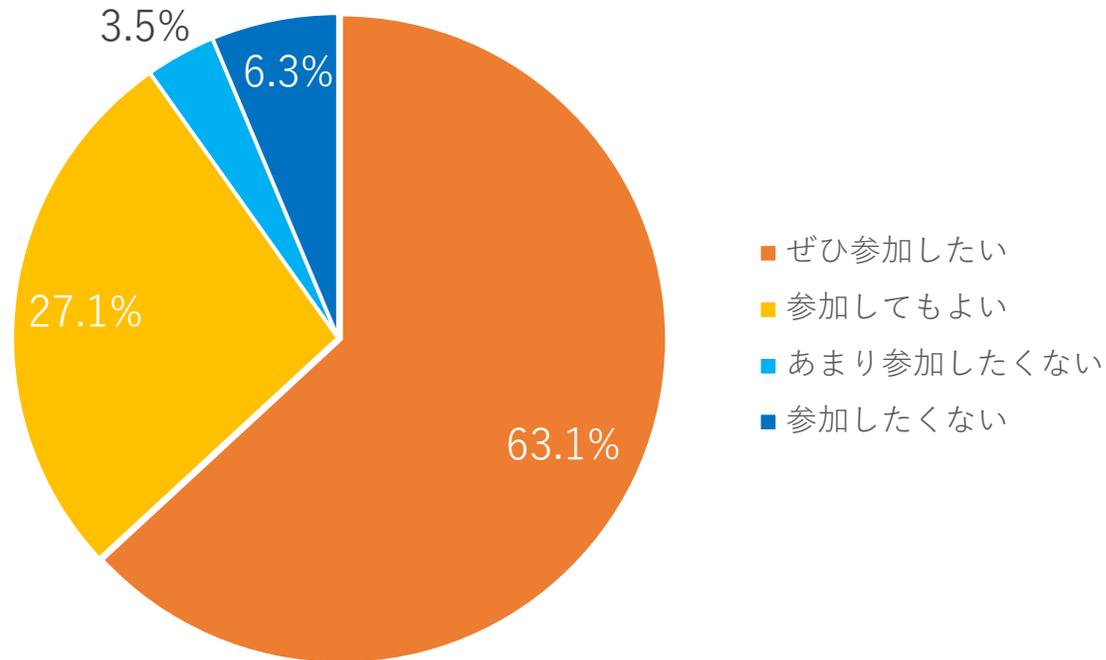


図26 安芸高田市小学生のツアー参加希望
資料：小学生アンケート調査 (N=255)

チームカラーでのアンケート
おもしろいですね。
子供たちが答えたことがうまくまとまると
いいのですが…
がんばってください。
応援しています。



安芸高田市M小学校長
(アンケート調査協力校)

低学年の児童は「楽しそう」「体験してみたい」等の反応で、興味があるようでした。
高学年の児童は「県内の特産物で知らないものが沢山あった」と言っていました。
自分の住んでる地域のものは知っていても、他の地域の特産物は知らなかったため、新たな発見ができたようです。

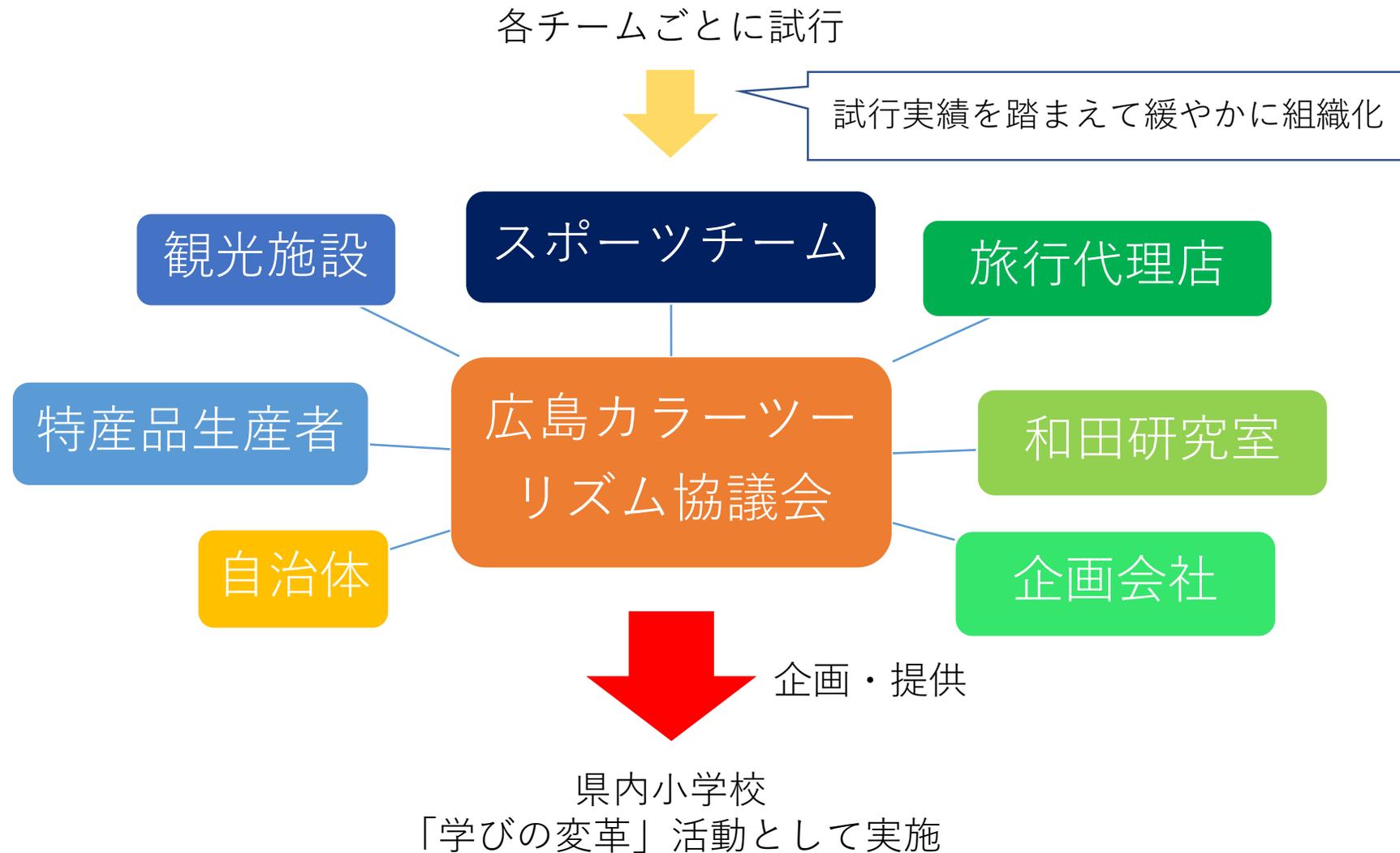


安芸高田市K小学校教諭
(アンケート調査協力校)

11. 誰が実施するのか

	企画・造成	広報・販売	催行	期待効果
和田研究室	企画立案 関係機関調整	広報（商品紹介）	—	観光まちづくりの実践的学習 企画力・コミュニケーション力等の向上
企画会社			ツアー運営協力	新たな商品企画の実現
自治体	観光施設・特産品の 紹介・調整	地元小学校へ紹介	—	観光入込客数の増加、地域資源の再評価 市区町ファンの拡大
観光施設	受入調整	—	受入協力	入場者数の増加
特産品生産者	提供調整	—	商品提供	販売数の増加
スポーツ振興組織	スポーツチームへの 受入協力依頼	広報（商品紹介）	—	新たなスポーツツーリズムの提案
スポーツチーム	受入調整	広報（商品紹介）	受入協力	若年層の集客促進
旅行代理店	商品造成	商品販売	ツアー催行	新たなツアー商品の開発・販売 コロナ禍で減少した売上げの回復
参加小学校	—	参加申込・調整	事前・事後学習 ツアー参加	総合的な学習の時間の具体化 広島版「学びの変革」の具体化

11. 誰が実施するのか



12. 収支はどうか？

収入：旅行代金（参加小学生（の保護者）が負担）

支出：以下の経費が必要

- 観光施設利用料
- お土産代金
- スポーツ観戦チケット代金（一人当たり）

カープ：2,500円～2,800円，サンフレッチェ：400円～4,300円，JT：1,000円～6,500円，ドラゴンフライズ：500円～4,000円

※座席によって変動

- 交通費

貸し切りバスの料金：**運賃** + **料金** + **実費**

運賃 = **時間制運賃** { (走行時間 + 2時間) × 時間単価 } + **キロ制運賃** (走行キロ × キロ単価)

料金 = 交替運転者配置料金 + 深夜早朝運行料金 + 特殊車両割増料金

実費 = ガイド料、有料道路利用料、航送料、駐車料、乗務員宿泊料、その他の経費が生じた場合の費用

(参考) 広島県バス協会HP [貸切バス運賃・料金のしくみ～お客様の安全・安心のために \(bus-kyo.or.jp\)](http://bus-kyo.or.jp)

- 旅行代理店手数料（直接経費の10%）
- 企画会社手数料（直接経費の5%）

12. 収支はどうか？

- ・紫の「積攻」を体感するプランで試算すると・・・

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目	8年目	9年目	10年目
参加校数（人）	2	5	7	10	12	15	17	20	22	25
参加人数（人）	100	225	350	475	600	725	850	975	1,100	1,225
サンフレッチェチケット売上（円）	80,000	180,000	280,000	380,000	480,000	580,000	680,000	780,000	880,000	980,000
観光施設売上（円）	165,000	371,250	577,500	783,750	990,000	1,196,250	1,402,500	1,608,750	1,815,000	2,021,250
バス会社売上（円）	150,220	337,995	525,770	713,545	901,320	1,089,095	1,276,870	1,464,645	1,652,420	1,840,195
旅行代理店手数料（円）	39,522	88,925	138,327	187,730	237,132	286,535	335,937	385,340	434,742	484,145
企画会社手数料（円）	19,761	44,462	69,164	93,865	118,566	143,267	167,969	192,670	217,371	242,072
ツアー売上（円）	454,503	1,022,632	1,590,761	2,158,889	2,727,018	3,295,147	3,863,276	4,431,404	4,999,533	5,567,662

参加者一人当たりの旅費：4,545円

※2年目以降は参加校数25%ずつ増加，サンフレッチェチケットはバック指定席（800円），観光施設利用料はぶどう狩り料金1,650円（お土産代込み），バス料金は大型バス貸し切り料金75,110円（走行時間3時間，時間単価上限額7230円，走行キロ170キロ，キロ単価上限額210円，高速料金三次IC～五日市IC大型車3260円で計算），旅行代理店手数料はツアー料金の10%，企画会社手数料はツアー料金の5%を想定

13. どんな効果が期待できる？

① 地域魅力の再発見と新たなプロモーション

- ・ 「色」というこれまでになかった観点から小学生にスポーツや観光施設、地域について知ってもらうことができる
- ・ 子供が知ることで家族にも知ってもらうことができ、ファンの拡大に繋がる

② 集客の促進

- ・ 小学生が興味を持つことで家族で観戦に行くことに繋がる
- ・ 小さい頃に好きになってもらうことで継続的な観戦が見込める
- ・ いい思い出ができることで、観光施設の再訪問に繋がる

③ 「学びの変革」の実効化

- ・ 能動的な学びの場となる
- ・ 知識を活用し、共同して新たな価値を生み出す体験ができる

(参考) 広島版学びの変革
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/150031.pdf>

学びの変革とは？

従来の「知識ベースの学び」に加え、「コンピテンシーの育成を目指した主体的な学び」を促す教育活動
(広島版「学びの変革」アクションプランより)

「学びの変革」は、課題発見・解決学習が重要な方法となる。このツアーでいろいろな体験することで、地域資源への関心が高まり、自分たちで課題を見つけ解決したいと考えるきっかけになるのではないか。

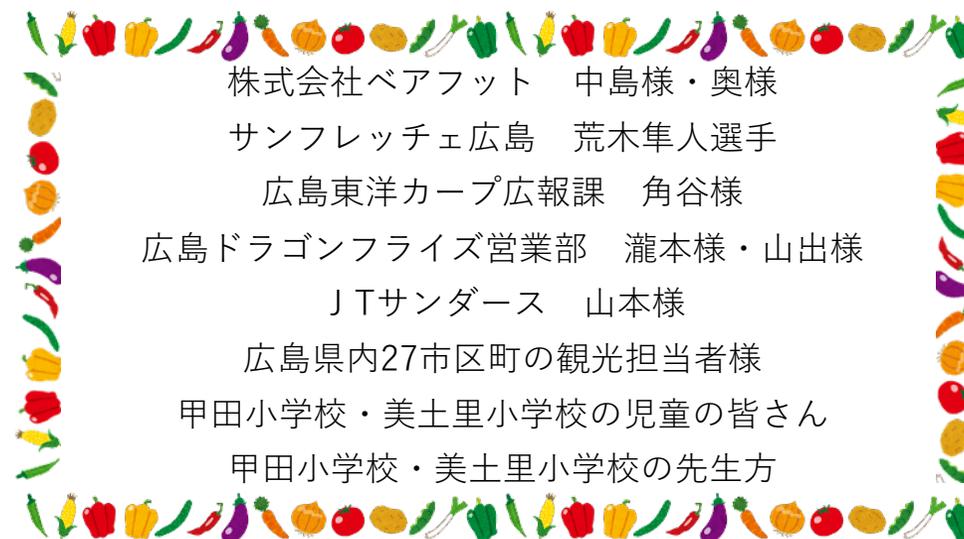
安芸高田市K小学校
学びの変革担当教諭





ご清聴ありがとうございました

Special thanks



株式会社ベアフット 中島様・奥様

サンフレッチェ広島 荒木隼人選手

広島東洋カープ広報課 角谷様

広島ドラゴンフライズ営業部 瀧本様・山出様

JTサンダース 山本様

広島県内27市区町の観光担当者様

甲田小学校・美土里小学校の児童の皆さん

甲田小学校・美土里小学校の先生方