

令和7年度

スポーツツーリズム推進のための実証事業
事業実施報告書

2026年(令和8年)3月

国土交通省九州運輸局 観光部

目次

■ 事業目的および概要

■ 「ツール・ド・九州2025」を核にしたスポーツイベントの 更なる高付加価値な受入方策の作成

■ 持続的なサイクルツーリズム推進に必要な施策の作成

■ 戦略会議の開催

● 第一回戦略会議

● 第二回戦略会議

● 第三回戦略会議

● 第四回戦略会議

■ 「ツール・ド・九州2025」を核にしたスポーツイベントの 更なる高付加価値な受入方策の実施

● ツール・ド・九州2025に先立つプレイベント実施による情報発信

● 外国人サイクルインフルエンサーや戦略会議委員等による効果的な情報発信

● 外国人視聴者を想定したレース実況の完全多言語化

● 外国人観戦者を想定した観戦環境の磨き上げ

● 大学、専門学校と連携したスポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施

■ 持続的なサイクルツーリズム推進に必要な施策の作成

● 外国人対象のサイクリングモニターツアーの実施

● 外国人対応のサイクリングガイド育成

■ 効果検証及び今後の展開について整理

■ 総括

■ 事業目的

九州ではスポーツツーリズムをインバウンド拡大のための主要施策の一つとしており、これまで多くの国際大会等が開催されてきたところである。この点、九州を代表するスポーツイベントの1つであり、九州の地域活性化の起爆剤として九州地域戦略会議にて開催を決定したサイクルロードレース「ツール・ド・九州」は昨年度第2回大会を終了したが、今年度は開催県のさらなる拡大でその存在の重要性を増しており、事業理念であるSDG'sの実践、中でも持続可能な観光の実現や環境配慮の分野において本大会が担うべき役割は大きい。

本事業では、当局が昨年度実施した「ツール・ド・九州」の観光コンテンツ化を目的とした「令和6年度スポーツツーリズム推進のための実証事業」で得られた効果や課題等を踏まえて、今年度はあらたな局面に進むべく「ツール・ド・九州2025」を核にしたスポーツツーリズム全般の推進及びインバウンド誘客を目的とした第二回目の実証事業を実施する。

具体的には、「ツール・ド・九州2025」を核にしたインバウンド富裕層等に向けた更なる高付加価値な受入方策の作成や、サイクリストの利便性を追求したツーリズムプラン等の造成といった持続的なサイクルツーリズム推進に必要な施策を行い、あわせて他スポーツイベントへの横展開を検討することで、九州ならではのスポーツツーリズム推進と、よりインバウンド誘客性と収益性の高いスポーツイベントの確立に向けた効果検証を行う。

■ 事業の項目

- (1) 「ツール・ド・九州2025」を核にしたスポーツイベントの更なる高付加価値な受入方策の作成
- (2) 持続的なサイクルツーリズム推進に必要な施策の作成
- (3) 戦略会議の開催
- (4) (1)受入方策および(2)持続的なサイクルツーリズム推進に必要な施策の実施
- (5) 効果検証及び今後の展開について整理

立案

(1) 「ツール・ド・九州2025」を核にしたスポーツイベントの更なる高付加価値な受入方策の作成

訪日外国人旅行者にとって「ツール・ド・九州2025」観戦が主目的の1つとなり、あわせて体験型観光コンテンツとして楽しめるよう、インバウンド富裕層等も意識した高付加価値かつ収益性の高い受入方策を作成する。

(2) 持続的なサイクルツーリズム推進に必要な施策の作成

九州におけるサイクリングを目的とした訪日外国人旅行者の利便性等を追求した受入環境整備に資する施策を作成する。

課題整理 検討

(3) 戦略会議の開催

(1)(2)の実施にあたって、有効性や他のより効果的な方策について検討するために戦略会議を開催、会議は原則対面で4回、構成員は下記通りとする。

《戦略会議委員》

事業課題・アクションプランについて多角的な視点で意見を述べることでいき、サイクルスポーツ、サイクルツーリズムに多面的に関わる人材7名。

《オブザーバー》

客観的視点で議論内容を検証できる大会主催者、関連団体。

実施

(4) (1)受入方策および(2)持続的なサイクルツーリズム推進に必要な施策の実施

(3)戦略会議における協議を踏まえつつ実施する。

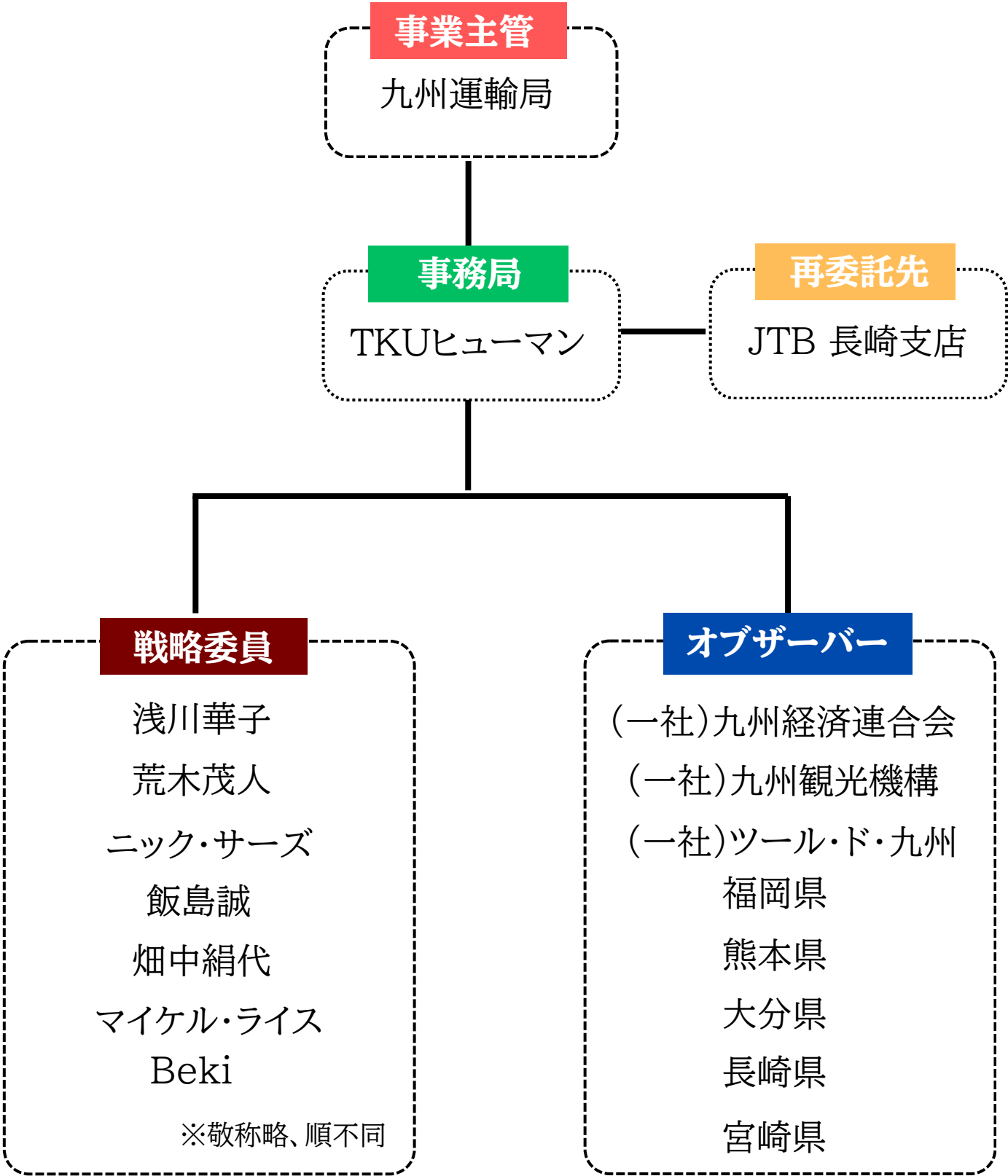
検証

(5) 効果検証及び今後の展開について整理

KPIと本事業実施結果を分析し、分析した結果を他スポーツイベントへの横展開できるよう整理すること。また、取組の継続化や実装を図るよう具体的に整理する。

事業推進体制

事業の目的達成に向け、戦略委員7名、また、オブザーバーとして、(一社)九州経済連合会、(一社)九州観光機構、(一社)ツール・ド・九州、福岡県、熊本県、大分県、長崎県、宮崎県を選定して、事業主管である九州運輸局と連携し、効果的な事業推進について検討を重ね、取組みを進めた。





浅川 華子

福岡県朝倉市の魅力発信アンバサダー。九州各地のサイクリングの様子をSNS等で発信する傍ら、JCGAサイクリングガイドとしても活躍。



荒木 茂人

JCGAガイドリーダーとしての業務以外に、有明海一周のサイクリングイベントを企画・運営するなど、イベントプロデューサーとしても活動。



Nick Szasz

福岡県在住30年以上。外国人に九州の魅力を発信するメディア『Fukuoka Now』を運営。令和6年度実証事業に続き、戦略委員に選任。



飯島 誠

チームブリヂストンサイクル所属。トラックレースでは3度のオリンピック出場。令和6年度実証事業に続き、戦略委員に選任。



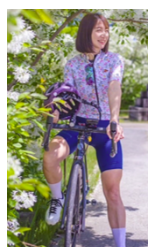
畑中 絹代

国土交通省「自転車の活用に向けた有識者会議」「ナショナルサイクルルート審査委員会」いずれも委員を務めるなど、自転車競技からツーリズムとしての活用まで知見が豊富。



Michael Rice

アメリカ出身。交換留学で来日、在学中サイクリングで日本一周し、日本のサイクリング環境に惹かれ移住。俳優や声優業も行い、外国人サイクリストとしての知名度が高い。



Beki

長崎県・対馬出身。2010年からロードバイクに乗り始め、グルメライドやブルベを楽しむ。ロードバイクの楽しさをSNSで発信中。サイクルインフルエンサーとして活動。

(1) 受入方策の作成 実証内容①-(I)

実証内容①

大会及びサイクルツーリズムに対する気運と理解を深める情報発信
ならびにグローバルワイド・ネーションワイドな情報発信手法の実証

(1)-①-(I) ツール・ド・九州2025に先立つプレイベント実施による情報発信

【狙い】

- (i) ツール・ド・九州2025開催・情報の拡散
- (ii) 大会実施の機運醸成、開催地の地域理解
- (iii) 九州サイクルツーリズム推進の意識醸成

事務局提案

※6/23開催「第一回戦略会議」協議を踏まえ実施内容決定

熊本県、大分県、宮崎県(大会コース一部)を舞台に次のことを実施する。

- 大会ブームアップのためのプレイベント開催
- TV地上波、ツール・ド・九州公式YouTubeチャンネル(日本語・英語)による大会と九州サイクル環境の情報発信

実施するプレイベント

- ・大会コース試走、ライドイベント
- ・スタートセレモニー

情報発信

- ・イベントのプレスリリースによる発信
- ・同行取材による開催地地上波放送での発信
- ・イベント参加者によるSNS発信

参加者

- ・国内在住サイクルインフルエンサー
- ・同行取材による開催地地上波放送での発信
- ・イベント参加者によるSNS発信

ポイント

- ・開催地試走による機運醸成と地域理解
- ・インフルエンサーによる情報発信

(1) 受入方策の作成 実証内容①-(Ⅱ)

(1)-①-(Ⅱ) 外国人サイクルインフルエンサーや戦略会議委員等による効果的な情報発信

【狙い】

- (i) ツール・ド・九州2025開催・情報の拡散
- (ii) 九州のサイクル環境・魅力の情報発信
- (iii) デジタルメディアの種別適合性

事務局提案

3名のインフルエンサーを起用して情報発信に努める



Ryu William

アメリカニューヨーク出身、九州在住歴10年以上。海外向けのプロモーション会社勤務。個人と法人のSNSアカウントフォロワー総数約20万人。今回の情報発信では、**欧米豪、東南アジア、東アジア**で**8万人以上**のリーチを見込む。



Micaela Braithwaite

カナダ出身、福岡在住。映像クリエイター兼インフルエンサーとして活動。YouTubeやInstagram、ブログ等の複数メディアを通じて、日本各地の観光資源や食文化を国内外に向けて紹介。今回の情報発信では、1回のリール投稿で**2～3万回再生**を見込む。



Jamie Hubbard

オーストラリア出身、宮崎在住25年。**宮崎のテレビ・ラジオ局でレポーターとして活動**する傍ら、地域イベントの司会や国際交流イベントに参加、自身で英会話教室も経営している。観光業、国際交流、メディア、教育と多岐にわたる分野で経験を積み、宮崎を拠点に地域の魅力を国内外へ発信。

(1) 受入方策の作成 実証内容②-(I)

実証内容②

ツール・ド・九州2025を通じたスポーツイベントの高付加価値の実証

(1)-②-(I)外国人視聴者を想定したレース実況の完全多言語化

【狙い】

大会の外国人視聴者数アップ、視聴満足度向上

事務局提案

※9/11開催「第二回戦略会議」協議を踏まえ実施内容決定

レース実況

10/10～13 大会四日間通した
レースの完全多言語化配信

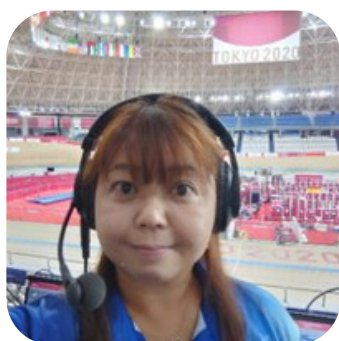
配信媒体

マイナビ ツール・ド・九州
公式YouTubeチャンネル

ポイント

- ・日本語直訳のレース実況ではなく、多言語(英語)オリジナルのレース実況
- ・サイクルロードレースを理解し、英語でレース実況できる方を起用

《実況候補者》



DJがらば

日本を代表するレースアナウンサーとして、日本で開催される国際レースなど全国各地の自転車レースでマイクを握る。『TOKYO2020オリンピック・パラリンピック』では、自転車競技トラックで会場の公式アナウンサーを務めた。ロード競技では、オリンピックでは日本語、パラリンピックでは英語・日本語のラジオツールを務め、協議に携わった。

(1) 受入方策の作成 実証内容②-(Ⅱ)

(1)-②-(Ⅱ)外国人観戦者を想定した観戦環境の磨き上げ

【狙い】

外国人観戦者に対するツール・ド・九州観戦価値の向上

事務局提案

※9/11開催「第二回戦略会議」協議を踏まえ実施内容決定

10/10(金) 佐世保クリテリウム観戦会場(スタート/フィニッシュエリア)を舞台に次のことを実施する。

- 外国人観戦者を想定した会場内の多言語表示
- 外国人観戦者を想定したインフォメーション&付加価値提供ブースの設置

会場・大会情報案内

- ・英語版会場マップ製作、配布
- ・チーム、ステージ紹介

地域体験ブース設置

- ・三川内焼き絵付け体験
- ・水引作り体験

miniフリーマーケット開催

古着や中古レコードなど、欧米人の趣向に合うフリーマーケット開催

- ◆開催地の佐世保には、米軍基地があり、米軍関係者の観戦が期待できることから、来場を促進するための無料周遊バスを運行する。
- ◆「人材育成事業」プログラムの一環として、長崎国際大学学生による事業運営を行う。
- ◆令和6年度実証事業で、戦略委員より、大会観戦会場の賑わい創出に向け、フリーマーケットを併設することは有効であるとの意見があり、実施を模索。

(1) 受入方策の作成 実証内容③

実証内容③

九州のサイクルツーリズム・スポーツツーリズム推進のための
人材育成の実証

(1)-③大学、専門学校と連携したスポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施

【狙い】

九州の観光産業の将来を担う若手人材の育成

事務局提案

※9/11開催「第二回戦略会議」協議を踏まえ実施内容決定

福岡ホスピタリティ・アカデミー、立命館アジア太平洋大学(APU)、長崎国際大学、九州産業大学の4校と連携して、スポーツと地域活性に関する特別プログラムを実施する。

ステップ	目的	実施プログラム
①事前インプット	本事業の目的に基づいたテーマの下、知識と感性を刺激する	外部講師による講義(例) 「スポーツと地域活性」 「サイクルツーリズム」 「ツール・ド・九州の背景」
②ディスカッション	学生の思考力と自発性を引き出し、それぞれの仮設構築につなげる	講義で得た知見を踏まえ、フィールドワークの実施内容を主体的に考える
③フィールドワーク	イベントのプロセスや大会現場を実施に体験することで、多様な気づきを得て、やりがいと喚起する	大会会場におけるフィールドワーク(例) ・観戦エリアでの包括的業務 ・観戦エリアでのブース出展 ・大会出場チームへの帯同

※九州産業大学については、①事前インプットのみ実施

◆観光業の現場を目指す学生たちに対して、スポーツと地域活性の関連性、九州ならではのスポーツツーリズムのあり方、観光集積地としての九州ブランドの効果的な情報発信手法などをインプット、その後のツール・ド・九州大会現場を体験することで、九州の観光業や自身の将来に対する様々な気づきを促す。

(2) サイクルツーリズム推進に必要な施策の作成 実証内容①

実証内容

- ・外国人を想定した魅力あるサイクルルートの実証
- ・外国人のサイクリングを想定したサイクル環境整備の実証
- ・外国人のサイクルツアーに対する高付加価値の実証

(2)-①外国人対象のサイクリングモニターツアーの実施

《第一弾：韓国人対象ツアー》

【狙い】

- ・九州初のナショナルサイクルルート認定を見据えた魅力あるサイクルルートの実証
- ・再現性の高いツアー商品の造成

事務局提案

※11/5開催「第三回戦略会議」協議を踏まえ実施内容決定

サイクリングモニターツアー

- ・福岡、阿蘇サイクリング中心のコース
- ・牧野ライドなど体験型コンテンツ

参加者

- ・5名程度の韓国人サイクリスト
- ・中級レベルのサイクリスト対象

ポイント

- ・九州広域推奨ルートのひとつであり、サイクリングで人気の高い阿蘇中心
- ・サイクルトレイン利用、再現性の高いツアー商品造成を意識
- ・福岡県の『FUKUOKA サイクリング コンシェルジュ』事業と連携

◆令和6年度実証事業で抽出した課題

サイクルツーリズムの根幹を成す、スポーツ志向の高いサイクリストに対しては、輪行支援や距離・勾配などの事前情報の共有、コースマネジメントが可能な環境整備が重要。

(2) サイクルツーリズム推進に必要な施策の作成 実証内容①

《第二弾:佐世保基地米軍対象ツアー》

【狙い】

- ・欧米豪のインバウンド富裕層を取り込むサイクリングツアーの実証
- ・外国人対応のサイクリングガイド育成等受入環境整備のための実証

事務局提案

※11/5開催「第三回戦略会議」協議を踏まえ実施内容決定

サイクリングモニターツアー

- ・九州内1泊2日ツアー
- ・九州の魅力を知る体験機会の提供

参加者

- ・5名程度の在佐世保米軍
- ・初級レベルのサイクリスト対象

ポイント

- ・欧米豪の趣向性を知るため、インバウンド感覚に使い在日米軍を対象
- ・レンタルギアの準備、充実したサポート体制構築
- ・人材育成事業と連動した、外国人対応が可能なガイドの起用

◆令和6年度実証事業で抽出した課題

欧米豪サイクリストの満足度向上のため、以下の環境整備が必要

- ・参加者のサイクリングレベルに対応したコース設定
- ・体格の大きいサイクリストに適合したレンタルサイクル環境
- ・ツアー中の有効なガイディング
- ・宿泊施設やミールコントロール等の配慮

(2) サイクルツーリズム推進に必要な施策の作成 実証内容②

実証内容

外国人対応のサイクリングガイド育成

(2)-②外国人対応のサイクリングガイド育成

【狙い】

外国人サイクリストの安全かつ満足度の高いサイクリング環境整備のための実証

事務局提案

※11/5開催「第三回戦略会議」協議を踏まえ実施内容決定

米軍対象モニターツアーを本番と位置付け、インバウンド視点でのコース設計について現地で確認を行いながら、講師および受講者にサイクリングコースを設計させる。あわせて、当該ツアーに帯同し、インバウンドサイクリストに求められるガイディングスキルを受講者が実地で習得する機会を設ける。

ステップ	目的	実施プログラム
①サイクリングルート設計	インバウンド対応経験豊富なガイド指導の下、コース設計やガイディングに必要なスキルを学ぶ	ツアー実施エリアを実走してサイクリングルート設計
②ツアー帯同	実際のツアーにおいて外国人をガイドし、ガイディングに必要な要素を実地で体感する	米軍対象モニターツアーを九州在住のサイクリングガイドで対応する

講師ガイド候補者

受講ガイド候補者



渋井亮太郎



荒木茂人

(福岡県在住)



高田哲助

(福岡県在住)



押川蓮斗

(鹿児島県在住)

(3) 戦略会議の開催 6/23 第一回戦略会議

開催日時 6月23日(月)13:30～15:30

開催場所 九州運輸局7階会議室

出席者 ※順不同、敬称略

《戦略委員》

浅川華子、荒木茂人、飯島誠

ニック・サース、畑中絹代、マイケル・ライス

《オブザーバー》

中川信治【ツール・ド・九州】、矢野佳秀、稲付智広【九州経済連合会】

関本ゆり【九州観光機構】、大川内洋介【福岡県観光連盟】

大坪元気【福岡県国際スポーツ大会推進室】、中元聡史【福岡県観光企画課】

片山航希【熊本県スポーツ交流企画課】、荒木香凛【大分県スポーツ振興課】

濱田俊一、十楽昇侍【長崎県スポーツ振興課】

直井真理【宮崎県スポーツランド推進課】

《事業主管》

進藤昭洋、山下義隆、荒井崇行、藤井菜々子、近野愛華【九州運輸局】

《事務局》

(株)TKUヒューマン

議事内容

1. 事業主管挨拶
2. 戦略委員・オブザーバー紹介
3. ツール・ド・九州2025概要説明
4. 令和6年度実証事業振り返り
5. 令和7年度実証事業目的理解、戦略会議の役割
6. 実施施策の共有 ～大学・専門学校連携 人材育成プログラム～
7. 実施施策に関する意見交換①ツール・ド・九州2025開催に先立つイベントの実施
8. 実施施策に関する意見交換②サイクリングモニターツアーの実施

(3) 戦略会議の開催 6/23 第一回戦略会議

戦略会議議事録 ※議事内容2～6省略

1.事業主管挨拶

(進藤昭洋部長)

昨年度から実施している実証事業だが、楽しみしかない。事業の建付けを申し上げますと、観光庁の受入環境整備事業を利用しており、観光コンテンツのひとつであるサイクルツーリズムをフックに、いかに九州に来ていただくか、九州を認知していただくかを目的としている。実証事業なので、事業を行った結果、どういう課題があるのか、気づきを得るために行うもの。気づきを横展開して、例えばツール・ド・九州が5県で開催されるが、各県の方々、あるいは九経連らあらゆるステークホルダーが、自分たちで横展開するにはどうすればよいか、どのような人たちをアサインして進めていけば外国人に来ていただけるのかを、この事業を通じて学んで、来年度以降に繋げていただくことが、今回の実証事業の目的である。さらにもうひとつ、この事業を通じて達成したい目的は九州の魅力発信。実証事業という名の九州の魅力発信をやりたい。戦略委員の皆さんには、気づきを与えていただくと同時に、自らインフルエンサーとなり、「九州いいぞ」ということを情報発信していただき、九州観光を盛り上げてほしい。

7.実施施策に関する意見交換①プレイベントの開催

(事務局)

意見交換・議題のひとつ目は「プレイベントの開催」について。施策の目的は、「ツール・ド・九州大会の情報発信」および「サイクルツーリズム推進に向けた意識醸成」である。大会の情報発信については、主催者が公式SNSなどのオウンドメディアで積極的に発信しているが、本事業でもそれと連携しながら取り組む。プレイベントは1泊2日で、福岡発着・サイクルカーゴを活用して実施予定。参加予定者としては、人気自転車漫画『弱虫ペダル』の作者・渡辺先生や、先生が運営する自転車チームの選手、そして戦略委員の皆さまにもご参加いただきたいと考えている。実施時期は7月下旬～8月上旬を想定し、現在関係各所と調整中。ここから先は事務局案として、熊本・大分・宮崎をサイクリングする行程で企画しているが、「ツール・ド・九州」そして「九州のサイクル環境の発信」という両方の観点から、ご意見をいただければと思う。

(ニック・サーズ)

去年のモニターツアーに参加して、ある人はここで止まりたい、ある人は走りたいとそれぞれだった。きついスケジュールになるので、事前に撮影ポイントを決めておく必要がある。

(3) 戦略会議の開催 6/23 第一回戦略会議

(浅川華子)

最終的な目的が情報発信であるならば、写真や映像が非常に重要になる。そのため、走る体験を重視するのか、情報発信を重視するのか、目的を明確にすることが大切だ。もし撮影を重視するのであれば、それに適したルート設定やタイムスケジュールにする必要がある。地域の魅力を伝えるという観点でも、たとえば道の駅波野で神楽の体験ができるのであれば、それを計画に組み込むのも一案。また、そば畑など地元ならではの風景もあり、走っていて気持ちよく、観光的にも魅力的な場所が多い。そうしたロケーションをうまく取り上げて、イベント全体の魅力として打ち出してはどうか。

(畑中絹代)

レースのコースは単調なことが多く、20キロ程度切り取って動画を作るとしても魅力は伝わらない可能性ある。それであれば、撮影用として何人かを連れて行き、ドローンなどを活用してプロモーション動画を作成した方がコストパフォーマンスも良い。一方で、走りたいタイプの方を連れて行くのであれば、長時間車で移動した上に20キロだけ走ってご飯を食べて終わり、という流れでは、満足度が低く、しんどく感じる可能性もある。このように、いろいろな意図が入り込んでしまっているので、まずは整理が必要。プロモーションに割り切るのであれば、思い切って効率よく“良い絵”を撮る方向に振り切っていい。一方、コースを実際に走ってもらうことを重視するのであれば、もっと長く走れる機会を用意し、しっかり感想を集めるべきである。いまは目的と内容がやや噛み合っておらず、一番の目的は何か、それを達成するためにどのような手法が最適かを明確にすべきである。

(マイケル・ライス)

外国人の多くは、ツアーとして参加しているか、あるいは仕事として参加しているか(で変わる)ツアーとして参加している場合、自分のペースで自由に走りたいという思いが強く、全体の撮影にはあまり関心がない。一方で、プロモーション用の映像を撮影したいのであれば、参加する外国人にも「これは仕事である」という意識を持って参加してもらわないと、足並みが揃わず、撮影の目的が果たせない。

(進藤昭洋)

今年の実証事業が昨年と異なる点は、事前にツアー(イベント)を実施すること。イメージとしてはファミトリップのような形で、インフルエンサーの方に実際に走っていただき、その様子を動画などで発信し、それを見た人が「そんなに良いコースなら10月に行ってみよう」と思えるような流れを作りたいと考えている。皆さんそれぞれに思いはあると思うが、できるだけ最大公約数の形で実施できたら理想的だ。

(マイケル・ライス)

インバウンド向けであれば、やはり一番景色が素晴らしく、写真映えするような場所にサイクリングに行くべきだと思う。外国人にとっては、しまなみ海道以外には日本のサイクリングのイメージがあまりない。阿蘇は国内ではサイクリングのメッカとして知られているが、海外のサイクリストにはその存在はあまり認識されていない。

(3) 戦略会議の開催 6/23 第一回戦略会議

(荒木茂人)

阿蘇は九州の中ではすでに十分に認知されている。今年はツール・ド・九州が5県に広がる中で、いまだに九州のメッカと言われる阿蘇を走ることに、それほど大きなメリットは感じられない。むしろ、これまであまり注目されてこなかった地域を開拓し、阿蘇以外にも行ってみたいと思ってもらえるような内容にした方がよいのではないかと。例えば、阿蘇はバスで通過して要所で写真を撮る程度にとどめ、メインは大分や延岡方面に設定する。コース外にも魅力的な場所は多くあるため、「少し足を伸ばせばこんな素敵な場所がある」と感じてもらうようなメッセージを発信する構成がよいのではないかと。と思う。

8.実施施策に関する意見交換②サイクリングモニターツアーの実施

(事務局)

欧米の方を対象にツアーを実施する際に課題となるのが、言葉の問題とホスピタリティの問題。これは、昨年度の実証事業で行ったツアー後のアンケートでも指摘された点。昨年度、熊本でツアーを実施した際は、地元のローカルガイドと通訳案内士を組み合わせる形で行ったが、地元で詳しいガイドでも欧米の方を案内する機会がほとんどなく、直接のコミュニケーションがあまり生まれなかった。今年度の事業では、こうした点の解消も目的。たとえば、ツアー実施場所が阿蘇であれば、阿蘇に決めたうえで、今後九州で活躍いただけそうな外国人対応のガイドを育成することも視野に入れ、講師ガイドと受講ガイドがタッグを組んでツアーを運営するという形を検討している。もうひとつの課題として、レンタルバイクの問題があるが、こちらについては福岡県の輪行支援事業と連携しながら対応を組み立てていきたいと考えている。本日この場では、欧米の方が好む趣向や志向性などについて、皆さまからご意見をいただきたい。

(マイケル・ライス)

ルートの中で、迷わないようにとか安全に実施するということは当然だが、やはりその地域の特徴を熱心に語れるガイドがいるかないかで参加者の印象は全く違う。

(畑中絹代)

日本でしか見られないものが、特に喜ばれる。以前、ガイドさんに東京で一番海外の方に受ける景色はどこですか？と聞いたが墨田川とのことだった。川の流れや人々の暮らしぶり、下町の風情などが感動を呼んだようだ。私たちが「この景色を見てほしい」と薦めるよりも、日本の生活が垣間見えるような体験や、味覚を含めた五感に訴える内容のほうが印象に残りやすい。全員がサイクリストというわけではなく、旅人として日本を楽しみたいという方も多い。子どもや女性でも楽しめるように、商店街でお店の人と交流したり、地元にはかない食べ物を味わったりすることができれば、バランスの良い構成になる。そうしたバランスの取れたプログラムでまずは試行してみて、どのようなターゲット層に合うのかを測ることができればよい。誰もが楽しめる内容で、安全を確保し、しっかりマネジメントできるものにしておきながら、できれば少し異なる嗜好を持った方々にも参加いただき、その第一歩とできれば理想的である。

(3) 戦略会議の開催 6/23 第一回戦略会議

(飯島誠)

ガイドは大事、走力の違いがあり、日本の交通ルールを守りながら安全に連れていけるよう、2人ガイドつけるのであれば、ひとりでは安全面、もうひとりとは熱く語ることができるガイドという組み合わせがよいかもしれない、ガイドで満足度は大きく変わってくる。

(荒木茂人)

自転車に特化していないが、阿蘇全体の自然を楽しむようなツアーは以前からあり、自転車の種類も幅広く用意されているはず。牧野については、立ち入りが可能な人は阿蘇で講習を受けた方に限られており、個人の私有地に入るため許可が必要となる。そのため、阿蘇側にプログラムを作ってもらい、その中で牧野に入れるガイドを育成する形で進めていく必要があるかもしれない。

(中川信治)

阿蘇の素晴らしさは、豊富な雨が降り、その水がすべて地中に蓄えられ、熊本を中心とした九州の人々の水がめとなっている点にある。そして、その水が伏流水となって流れている。やはり、九州の自然を支えているのは阿蘇の自然であり、そうした自然を体験するにはガイドングが必要だと思う。牧野の方々は、こうした背景を語れる人が多く、アドベンチャーツーリズムの一環としても成立する可能性がある。こうした体験は、まさに阿蘇ならではの価値を感じられるものであり、焦点を絞れば非常に意義のある取り組みになる。ツール・ド・九州自体も「持続可能な未来のために」「自然を守ろう」といった理念を掲げている。阿蘇の自然を実際に体験し、その保全の必要性を感じてもらうことは、ツール・ド・九州の方向性とも合致するのではないかな。

(関本ゆり)

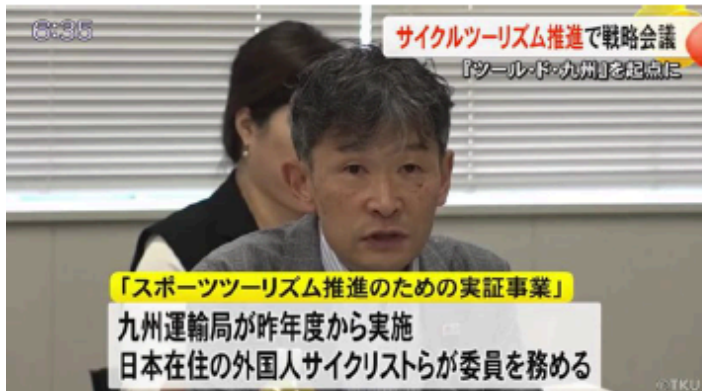
サイクルツーリズムを通じて、多くのお客さんに九州を訪れてもらうことを目指している。今年は、2022年度から取り組んできたサイクル商品の洗い出しを行い、現実的に国内外のお客さんに来てもらえるものを絞り込んでいく。商品を直接販売するのではなく、ランドオペレーターとして国内外の旅行会社に向けてPRしていく形をとる。プロモーションや映像、情報発信については、サイクルアイランド九州としても積極的に取り組んでいかなければならない。今後は、アドベンチャートラベルの要素を取り入れ、サイクルを通じて九州観光を楽しんでもらえるようなモデルコースの開発も進めていきたい。ぜひ一緒に連携して取り組んでいきたい。

(矢野佳秀)

九州地域戦略会議において「QX」という枠組みのもと、今年度から官民連携で7つのプロジェクトを強化して進めていくことになった。そのひとつが、「サイクルツーリズムの聖地・九州」プロジェクトである。具体的には、ツール・ド・九州のレースとしての側面、サイクルツーリズムとしての観光面、そして受入環境の整備という3つの要素を連携させ、相乗効果を生み出していくことを目的としている。ここでいう相乗効果とは、レース開催中の4日間に観戦者を増やすことはもちろん、レース期間以外にも間接的に九州を訪れるツーリストを増やしていく、という狙いである。現在、具体的な内容を詰めている段階だが、QXで取り組むべき内容を、先行的に実証事業で進めてもらっていると考えている。ぜひ今後も連携して取り組んでいきたい。

(3) 戦略会議の開催 6/23 第一回戦略会議

《会議の様子 6/24(火)「TKU Live News」放送映像より》



(3) 戦略会議の開催 6/23 第一回戦略会議を受けて

第一回戦略会議における戦略委員およびオブザーバーの主な意見は以下のとおりである。これを踏まえ、当局および事務局において検討の上、プレイベントを実施する。モニターツアーについては、第二回戦略会議以降、改めて協議を行う。

ツール・ド・九州2025開催に先立つプレイベントの実施に関して

【戦略委員・オブザーバーの主な意見】

走行体験か、撮影・発信か。目的が曖昧だと満足度も効果も下がる。

プロモーション重視ならば、止まる・撮る場所を事前に設計し、参加者も業務としての意識が必要。

写真映えする景色に振り切ることで、インバウンドの関心を喚起することができる。

阿蘇以外の九州の未注目地域を発信するイベントにしてみてもどうか。



【検討結果ポイントまとめ】

「体験」と「発信」を同時に行わない、プロモーションを主目的としてイベントを設計する。

ファムトリップのような形でインフルエンサーに実走いただく。ツール・ド・九州の開催地である八女市の八女大茶園を象徴的な撮影スポットとする。

撮影・露出を最大化するため、博多駅前でセレモニーを開催する。地元テレビ局、新聞、SNS、YouTubeとなるべく多くの露出を図るため、当局名のプレスリリースも発信。

サイクリングモニターツアーに関して

【戦略委員・オブザーバーの主な意見】

欧米向けでは、「通じない・伝わらない」こと自体が満足度を大きく下げる。

地域の背景や物語を語れるガイドの有無で体験価値が決まる。

景色もさることながら、暮らし・文化・食など体験の厚みが記憶に残る。

サイクリングだけでなく、旅として楽しめる構成にする必要がある。

(3) 戦略会議の開催 効果検証のためのKPIと実施手法

第一回戦略会議において、本事業の実施概要を戦略委員に提示した。事業の効果検証に係るKPIおよび検証手法については、下記とおり設定する。

【定量評価】

①サイクルインフルエンサーによる情報発信の獲得リーチ数のべ1万～30万回を目標とする。

②完全多言語化されたレース実況チャンネルの総合再生回数3万回を目標とする。

【定性評価】

下記アンケート結果を数値により設定する。

(Ⅰ)外国人のツール・ド・九州2025観戦満足度をアンケートにより測る。

(Ⅱ)人材育成プログラム参加の大学生、専門学校生を対象に、学習を通じて感じた九州におけるスポーツツーリズム推進のために必要な課題など、アンケートを通じて検証する。

(Ⅲ)韓国人インフルエンサーのサイクリングモニターツアー参加者を対象に、九州のサイクリングルートの魅力や定番化商品に向けた課題について、アンケートを通じて検証する。

(Ⅳ)在佐世保基地米軍のサイクリングモニターツアー参加者を対象に、インバウンド富裕層をターゲットにしたツアー商品の満足度やガイドの改善など、アンケートを通して検証する。

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(I)

(1)-①-(I) ツール・ド・九州2025に先立つプレイベント実施による情報発信

マイナビ ツール・ド・九州2025 プレツアーセレモニー 八女・筑後ライドイベント

【実施日時】 7/25(金) 8:30～17:00

【実施場所】 《プレツアーセレモニー》 JR博多駅前広場
《ライドイベント》 八女～筑後

【参加ゲスト】 ● VC FUKUOKA 選手3名
● 工藤友美 (J:COM 大分ケーブルテレコム)
● Beki
● ニック・サーズ
● 吉松育美 ※セレモニー司会

【情報発信】 ・テレビ局4局放送(地上波3局、ケーブル1局)
・新聞2紙掲載(毎日新聞、観光経済新聞)
・Webメディア(Fukuoka Now)
・九州運輸局公式YouTubeチャンネル

【情報発信】

地上波放送 TNCテレビ西日本



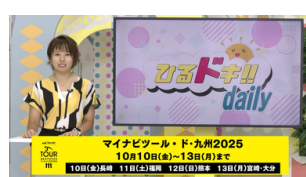
地上波放送 TKUテレビ熊本



地上波放送 FBS福岡放送



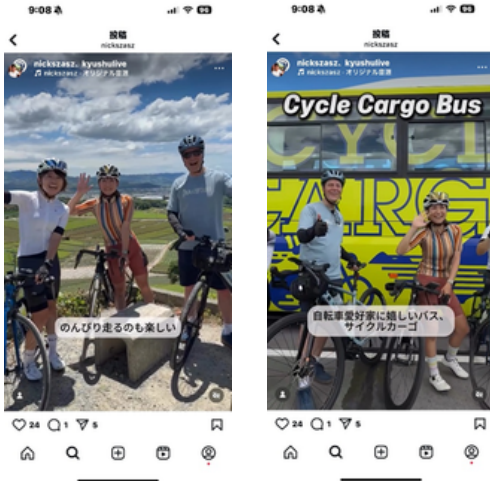
ケーブルテレビ放送 J:COM 大分ケーブルテレビ



(4) 受入方策の実施 実証内容①-(I)

【情報発信】 ※数値は投稿から数か月経過後に確認

SNS情報発信 @nickszasz、
@Kyushu Live



《@nickszasz》

Instagramリール2本投稿

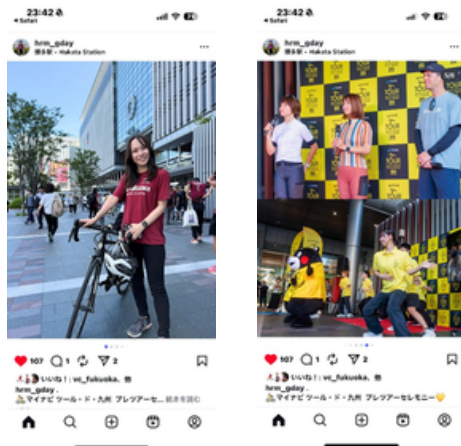
- ・閲覧数 …2,212回
- ・リーチ数…1,578アカウント

《@Kyushu Live》

YouTube動画1本投稿

- ・再生回数 …936回

SNS情報発信 @hrm_gday

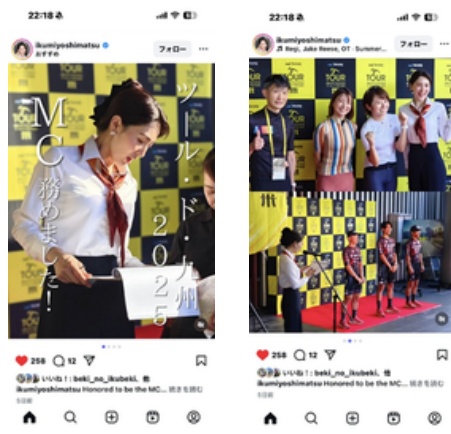


《@hrm_gday》

Instagramフィード1本投稿

- ・閲覧数 …4,501回
- ・リーチ数…670アカウント

SNS情報発信 @ikumiyoshimatsu



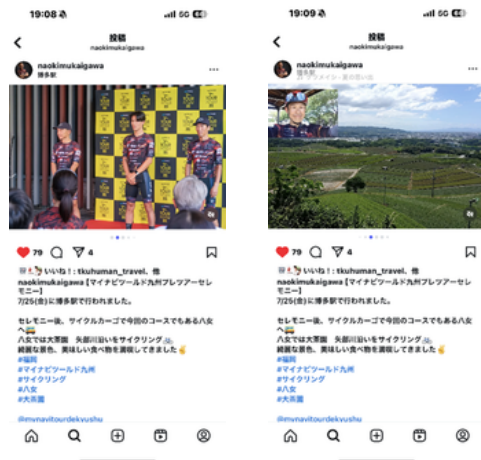
《@ikumiyoshimatsu》

Instagramフィード1本投稿

- ・閲覧数 …24,109回
- ・エンゲージメント数…350回

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(I)

SNS情報発信 @naokimukaigawa



SNS情報発信 @beki_no_ikubeki



《@naokimukaigawa》

Instagramフィード2本投稿

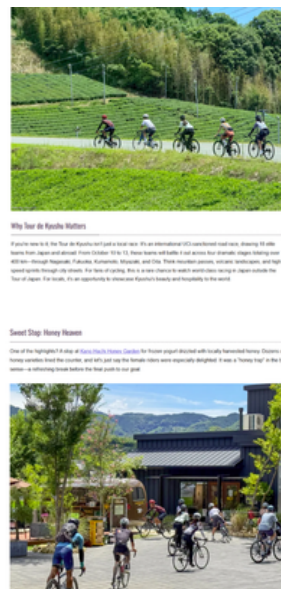
《@beki_no_ikubeki》

Instagramストーリーズ7本投稿

・再生回数(推定)…14,000回

※Bekiさんのストーリーズ投稿の
平均再生回数2,000回

Web掲載 Fukuoka Now



YouTube配信 @国土交通省九州運輸局



日本語版



英語版



《Fukuoka Now》

Web記事1本投稿

・閲覧数 …436 ページビュー

《九州運輸局公式YouTubeチャンネル》

約12分のYouTube動画

日本語版・英語版 各1本投稿

・再生回数…(日本語版)1,826回

(英語版) 149回

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(I)

【プレスリリース配信】

国土交通省

Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

Press Release

令和7年7月15日

国土交通省九州運輸局



～熱い走りを 美しい九州を 世界へ～ 『マイナビ ツール・ド・九州2025』 プレッシャーセレモニー開催

国際自転車競技連合(UCI)認定のサイクルロードレース『マイナビ ツール・ド・九州2025』が、10月10日(金)から13日(月・祝)まで、国内外から有力選手108名(予定)が参加し、長崎県、福岡県、熊本県、宮崎県、大分県で開催されます。

国土交通省九州運輸局では、7月25日(金)、本大会を盛り上げるとともに、九州でのサイクルツーリズム推進の機運を高めることを目的に、下記の通りプレッシャーセレモニーを開催します。

当日は、大会出場チーム選手やサイクルインフルエンサーが登壇し、九州から世界へ挑む自転車ロードレースの魅力をお伝えします。

つきましては、ぜひご取材くださいますようお願い申し上げます。

なお、セレモニー後は、福岡ステージのコースである八女市に移動し、実際に自転車で「プレッシャー」として走ることで、後日インフルエンサーによるリアルなコース情報をお届け予定です。

開催概要

- イベント名 ～熱い走りを 美しい九州を 世界へ～
『マイナビ ツール・ド・九州2025』プレッシャーセレモニー
- 開催日時 2025年7月25日(金)午前8時30分～9時15分 (予定)
- 開催場所 JR博多駅前広場 賑わい交流空間 (小規模イベントスペース) ※博多口側
- 主 催 国土交通省九州運輸局
- 協 力 ツール・ド・九州2025 実行委員会、(一社)ツール・ド・九州
- 式次第 ・主催者挨拶 日向弘基 (国土交通省九州運輸局長)
 ・来賓者挨拶 ツール・ド・九州2025 実行委員会
 -会長 池辺 和弘 様 (九州経済連合会会長)
 -副会長 服部 誠太郎 様 (福岡県知事)
 ・チーム選手紹介 VC FUKUOKA選手3名 (予定)
 ・トークセッション サイクルインフルエンサー3名 (予定)
 ・福岡ビジュアル・アーツアカデミー 学生ステージ

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(I)

参加者(予定)



VC FUKUOKA

2010年に福岡で設立された自転車ロードレースのプロチーム。UCIコンチネンタルチームに属し、育成チームを持つなど多角的に九州地域の自転車シーン発展に貢献してきた。『マイナビ ツール・ド・九州』には第一回大会から出場。大会が掲げる九州の魅力発信やサイクルスポーツの普及に地元チームとして活躍を誓う。



工藤友美

J:COM 大分ケーブルテレコムアナウンサー。自転車番組「友チャリ」のリポーターを担当したことをきっかけにロードバイクに取り組む。“チャリ系アナウンサー”として、走って喋って活動中！大分県出身。



Beki

2010年よりロードバイクに乗り始め、グルメライドやブルベなどを楽しむ。ロードバイクの楽しさをSNSで発信中。九州を中心に自転車系インフルエンサーとして活動。長崎県・対馬出身。



吉松育美 ※MC

日本人初、そして唯一のミスインターナショナル世界一に輝く。現在は九州を拠点に、九州でのタレント活動や講演会をはじめ、映像とイベントを通じた地域創生に注力。佐賀県出身。

JR博多駅前広場 賑わい交流空間（小規模イベントスペース） ※博多口側



【お問い合わせ先】

(イベントの主旨に関すること)
九州運輸局 観光部 観光企画課
担当：荒井、山下
TEL：092-472-2330

(当日の取材に関すること)
株式会社 TKUヒューマン【事業受託者】
担当：福岡
TEL：096-359-3412

※取材を希望する場合は、事前に次ページの取材申込書にてお申し込み下さい。

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(I)

【ライドイベント行程表】

日程表		TKU ヒューマン
マイナビ ツール・ド・九州 2025 プレッシャーセレモニー&サイクリングイベント		
ご出発日 2025年7月25日(金)		
集合場所 JR博多駅前広場 賑わい交流空間(小イベントスペース) 8時15分集合		

日 付	時 間	ス ケ ジ ュ ール
7/25 (金)	8:30~9:15	『マイナビ ツール・ド・九州 2025』プレッシャーセレモニー
	10:00	博多駅/筑紫口 貸切バス駐車場 出発 ★九州で限定1台 サイクルカーゴで移動
	11:00	ゆめタウン八女店 到着
	11:45~15:45	サイクリングイベント in 八女 【コース概要】 距離: 約27km/獲得標高: 185m ルート: ゆめタウン八女店→八女中央大茶園→筑後広域公園(BMXパーク) ※サイクリングコース参照
	16:00	筑後広域公園(BMXパーク) 出発
	17:00	博多駅/筑紫口 貸切バス駐車場 到着 *利用バス会社: 西鉄観光バス *食事: 軽食(おにぎりやパン等) *サイクリングガイド: VC FUKUOKA *添乗員: 同行あり

【セレモニー会場のご案内】

場所: JR博多駅前広場 賑わい交流空間(小イベントスペース) ※博多口側



(4) 受入方策の実施 実証内容①-(I)

【サイクリングコース】

ルートと標高



【服装】

・サイクルジャージ（スポーティーな服装も可） ・ヘルメット ・サングラス ・マイボトル

《必要な方はご準備を》 ・替替え ・ピンディングシューズ

《備考》

※上記日程は、交通機関、天候やその他現地事情により予告なしに変更・中止になる場合がございます。

※各自熱中症対策を心がけましょう！

※交通ルールを順守し、安全に走行しましょう。

※補給食（ゼリー、塩タブレット）や水、スポーツドリンク、氷は、サイクルカーゴにご準備しております。

※軽食としておにぎりやパンを準備しておりますので、途中休憩時にお召し上がりください。

※貴重品の管理は各自お願いいたします。

【企画実施旅行会社】

株式会社 **TKU** ヒューマン

TEL：096-359-3488

FAX：096-312-3153

〒861-5525 熊本市北区徳王 1 丁目 6-52 TKU ぶらざ 2F 営業時間 平日 10:00~17:00（土日祝休み）

熊本県知事登録旅行業第 2-232 号 （社）全国旅行業協会会員 総合旅行業務取扱管理者 西 恵津子

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(I)

【イベントの様子】



(4) 受入方策の実施 実証内容①-(Ⅱ)

(1)-①-(Ⅱ) 外国人サイクルインフルエンサーや戦略会議委員等による効果的な情報発信

外国人インフルエンサー情報発信 佐伯・延岡ライドイベント

【実施日時】 9/8(月)・9(火)

【実施場所】 大分県佐伯市、宮崎県延岡市

【実施内容】 《佐伯市》サイクリング約22キロ
《延岡市》リバーカヌー体験、サイクリング約11キロ

【参加インフルエンサー】

Ryu William

Micaela Braithwaite

Jamie Hubbard



【イベントの様子】



(4) 受入方策の実施 実証内容①-(Ⅱ)

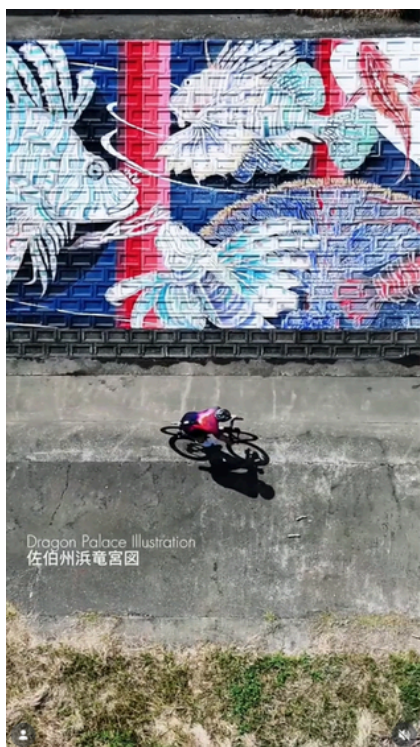
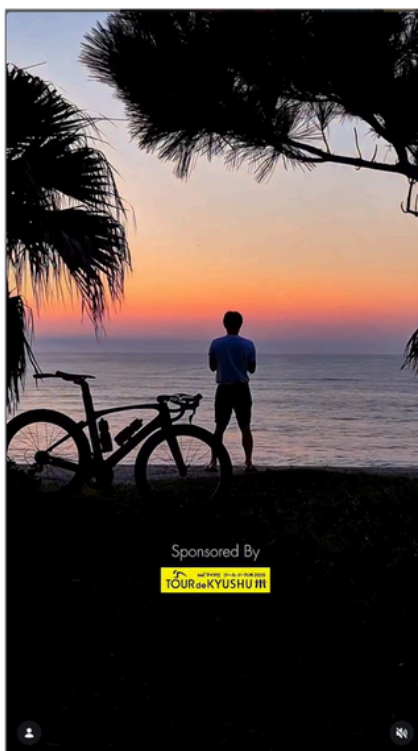
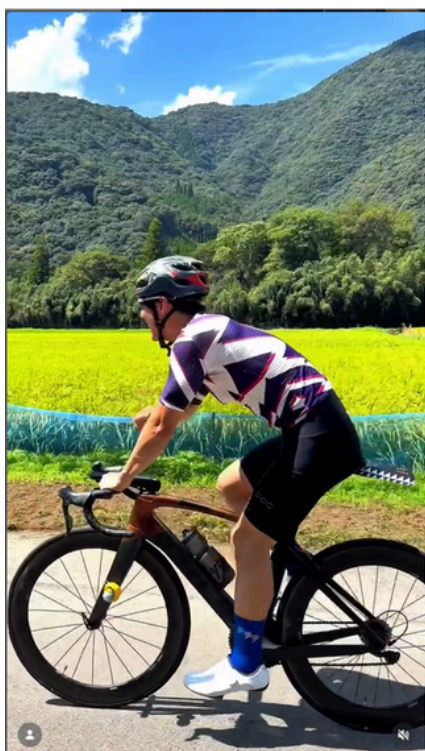


(4) 受入方策の実施 実証内容①-(Ⅱ)

【インフルエンサーの投稿】 ※数値は投稿から1か月経過後に確認

Ryu William

海外のフォロワー率約90%の3つのアカウントそれぞれから、Instagram・Facebookでリール2本を投稿。動画総再生回数は**22万回**を超えた。



《@will.17123》

Instagramリール2本投稿

・再生回数 … **126,318**回

・リーチ数 … **65,891**回

《@japan_discovery》

Instagramリール2本投稿

・再生回数 … **27,971**回

・リーチ数 … **19,861**回

《@japan_discovery》

Facebookリール2本投稿

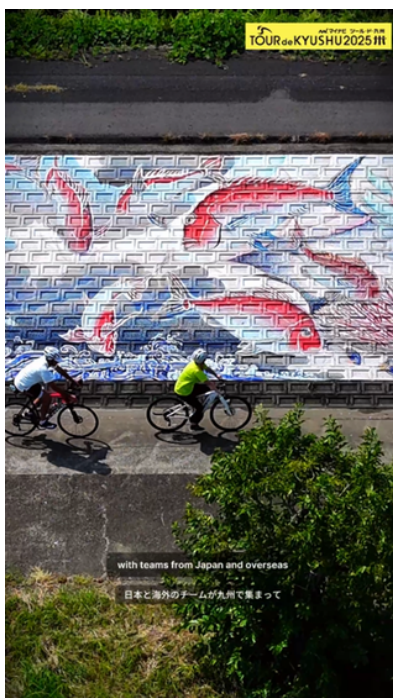
・再生回数 … **71,562**回

・リーチ数 … **70,109**回

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(Ⅱ)

Micaela Braithwaite

Instagramフォロワー数6.4万人、九州を中心に観光プロモーション事業に携わる。リール1本を投稿、「いいね!」「コメント」数が多くついていて、ユーザーのアクティビティ率の高さが見受けられた。



《@mikaeradesu》

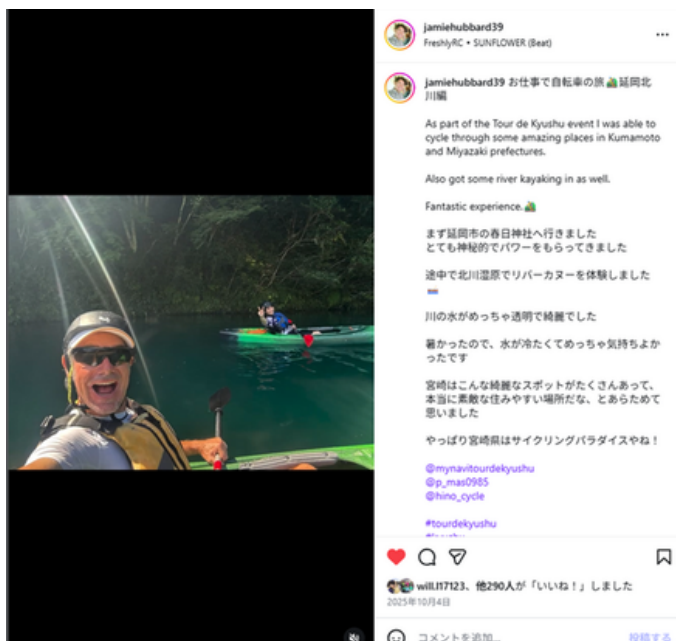
Instagramリール1本投稿

- ・再生回数…17,160回
- ・リーチ数 …10,886回
- ・いいね数…458
- ・コメント数…33

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(Ⅱ)

Jamie Hubbard

宮崎のテレビ・ラジオ局でレポーターとして活動し、宮崎を拠点に地域の魅力を国内外へ発信、趣味のサイクリングやアクティビティに関する投稿が多い。



《@jamiehubbard39》

Instagram・Facebook
フィード各2本投稿

・閲覧回数 …8,130回

・エンゲージメント …412

(4) 受入方策の実施 実証内容①-(Ⅱ)

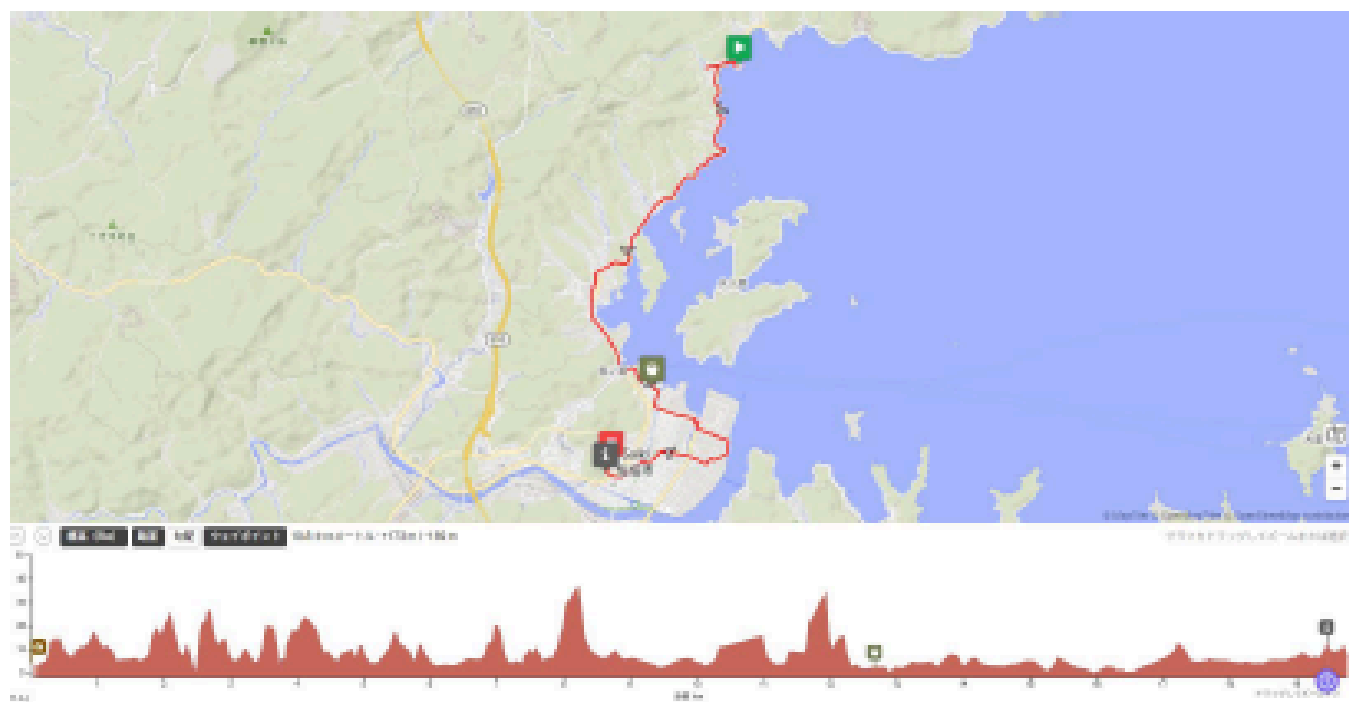
《ライドイベント行程表》

日程表 		
マイナビ ツール・ド・九州 2025 佐伯&延岡ライドイベント		
旅行期間	2025年9月8日(月)～9日(火)	
集合場所	博多：博多駅筑紫口 スターバックスコーヒー前 7時10分集合 佐伯：佐伯駅 佐伯市観光案内所 10時集合	
日 付	時 間	ス ケ ジ ュ ー ル
9/8 (月)	7:15	博多駅 出発 (車移動)
	10:00	佐伯駅 (車移動)
	11:00	 豊後二見ヶ浦 (サイクリング準備、体験(ガチャ&福玉))
	11:30	サイクリング (Map①) 開始 
		 曉嵐の滝
	13:00	【昼食】「さいき 海の市場〇(まる)」にてお寿司
		 佐伯州浜竜宮園
	14:45	 佐伯城跡～旧街道 (車移動)
		 空の展望所
	16:00	サイクリング (Map②) 開始 
9/9 (火)	16:15	 空の公園 (車移動)
	17:30	春日神社
	18:30	ホテル チェックイン
	19:00	【夕食】「いち花」にて地元グルメ …ホテル道向かい、徒歩で行きます！
	8:00/8:10	ホテルにて朝食(6:30OPEN) ホテル集合/出発 (車移動)
	8:30	道の駅 北川はゆま (車移動)
	9:30～11:30	リバーカヌー体験 小川沿い(リバーカヌーポイント)
	11:45	サイクリング (Map③) 開始 
		 道の駅 北川はゆま～北川温泉
	13:30	【昼食】「道の駅 北川はゆま」にてチキン南蛮または海鮮丼
	14:30	道の駅 北川はゆま 出発
	17:30	博多駅 到着

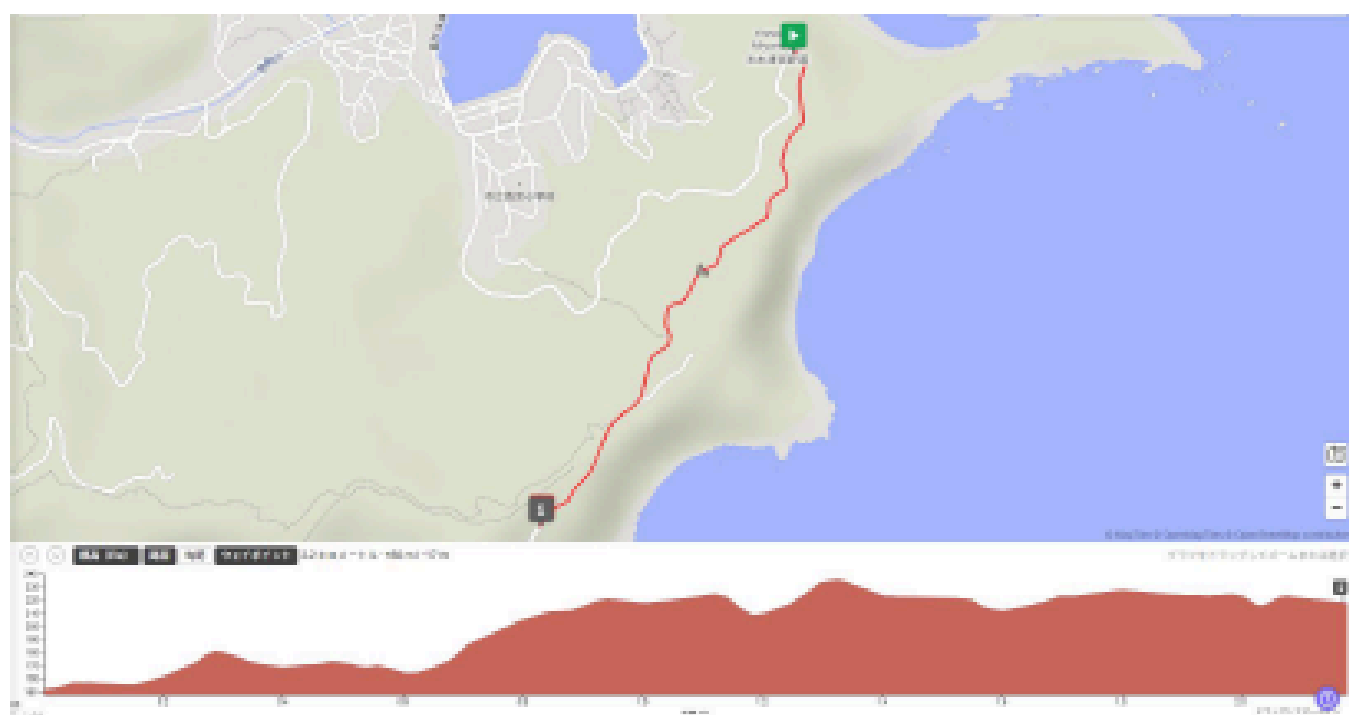
(4) 受入方策の実施 実証内容①-(Ⅱ)

【サイクリングコース】

◆Map① 19.8 km +173 m / -169 m

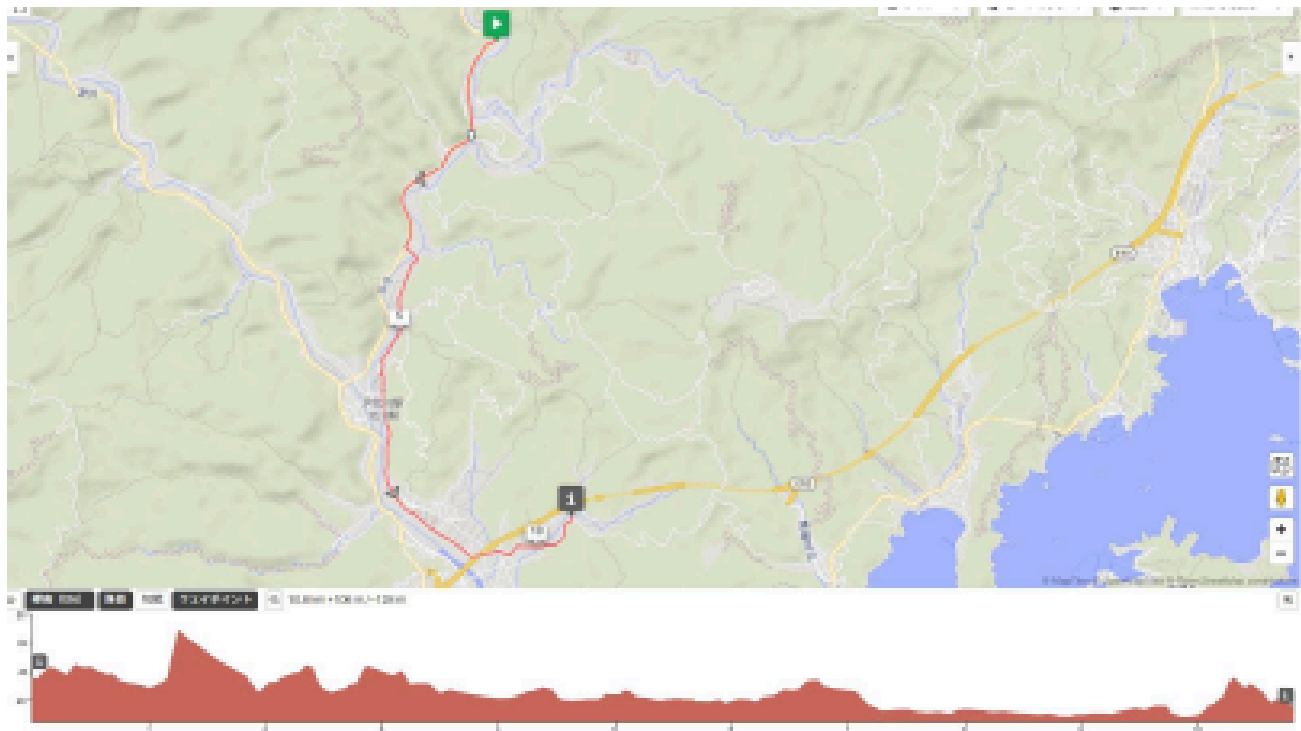


◆Map② 2.2 km +80 m / -17 m



(4) 受入方策の実施 実証内容①-(Ⅱ)

◆Map③ 10.8 km +106 m / -128 m



【服装】

・サイクルジャージ（スポーティーな服装も可） ・ヘルメット ・サングラス ・マイボトル

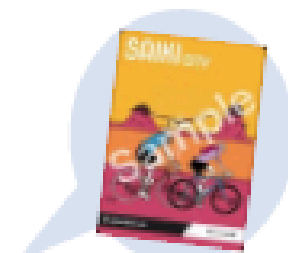
《必要な方はご準備を！》・替替え ・ビンディングシューズ

※リバーカヌー体験は、水着やラッシュガードに着替えるか、サイクルジャージのままでも参加可能です。
カヌー・ライフジャケット・パドルは現地で貸出いたします。

【宿泊施設】 エンシティホテル延岡

〒882-0047 宮崎県延岡市紺屋町 1-4-28

TEL：0982-32-6060



《その他事項》

※行程内黄色網掛けの立ち寄りスポットは、SAIKI サイクリングカードのポイントです。

※暑くなることが予想されます。各自熱中症対策を心がけましょう！水やスポーツドリンク、塩分タブレットは移動車に準備しています。

※当日は移動車と別に、現地のみサポートカーが帯同いたします。

※サイクリング、リバーカヌーともに小雨でも行いますが、ツアーが安全に実施できないような荒天の場合は中止する場合がございます。

【企画・実施】

株式会社 **TKU** ヒューマン

TEL：096-359-3488

FAX：096-312-3153

〒861-5525 熊本市北区徳王 1 丁目 6-52 TKU ぶらざ 2F 営業時間 平日 1000～17:00（土日祝休み）

(3) 戦略会議の開催 9/11 第二回戦略会議

開催日時 9月11日(木)13:00～14:25

開催場所 ワン・フクオカ・ビルディング7階 CIC会議室

出席者 ※順不同、敬称略

《戦略委員》

浅川華子、荒木茂人、飯島誠

ニック・サース、畑中絹代、Beki

《オブザーバー》

中川信治【ツール・ド・九州】、野中隆二【九州経済連合会】

関本ゆり【九州観光機構】、大川内洋介【福岡県観光連盟】

大坪元気【福岡県国際スポーツ大会推進室】、中元聡史【福岡県観光企画課】

片山航希【熊本県スポーツ交流企画課】、荒木香凛【大分県スポーツ振興課】

濱田俊一【長崎県スポーツ振興課】、直井真理【宮崎県スポーツランド推進課】

《事業主管》

進藤昭洋、山下義隆、荒井崇行、近野愛華【九州運輸局】

《事務局》

(株)TKUヒューマン

議事内容

1. 事業主管挨拶
2. 実施報告①プレツアーセレモニー&八女・筑後ライドイベント
3. 実施報告②外国人インフルエンサー情報発信 佐伯・延岡ライドイベント
4. 意見交換①外国人観戦者を想定した観戦環境の磨き上げ
5. 意見交換②大学、専門学校と連携したスポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施
6. 進捗共有①サイクリングモニターツアーの実施
7. 進捗共有②外国人視聴者を想定したレース実況の完全多言語化

(3) 戦略会議の開催 9/11 第二回戦略会議

戦略会議議事録 ※議事内容2・3・6・7省略

1.事業主管挨拶

(進藤昭洋)

第一回目の戦略会議時に、実証事業であるが九州の魅力発信をやりたいとお伝えしたが、Bekiさんにも参加いただき、これまでのところ順調にプロモーション、情報発信できていると感じている。実証事業ではあるので、様々な課題や気づきを見つけて、次年度以降どのように展開していくかということをもとめるところまでが事業ではあるので、皆さまから率直な意見をいただいて、来年度以降の盛り上げにも繋げていきたい。

4.意見交換①外国人観戦者を想定した観戦環境の磨き上げ

(事務局)

外国人観戦者を想定した観戦環境の付加価値の提供として、(1)英語対応の総合インフォメーション設置、(2)地域独自の体験型コンテンツの提供として、「三川内焼き絵付け体験」や「水引細工制作ワークショップ」、(3)中古レコード出店やフォトスポット設置を予定している。また、会場内の多言語表示として、キッチンカーのミールサイネージ多言語対応や英語版会場マップ作成、また米軍佐世保基地関係者の来場促進を促すため、佐世保駅と基地の往復バスの運行を予定している。

(飯島誠)

絵付け、水引はいずれも対象者が外国人か。2つのコンテンツは日本らしくていいが、レース会場なので、レースの見どころだったり出場選手を説明する方はいるのか、やっている内容はいいので、せっかくならばレースのことを知ってもらって、興味を持ってもらって、よい形でコラボレーションできるとよい。レース会場なので、フィニッシュのあたりは全員で観戦しにいくなど、レースと結びつきがあるとよい。

(畑中絹代)

レース会場とワークショップが結びつかない。レースに有名な選手は出場しないが、この会場に集まって、生のレースが行われる空間を楽しんでもらいたい、体験で映像で観るのではなく、会場で熱を感じるというところが一番のコンテンツだと思う。現状案ではそれが分断されている、絵付け体験に一時間かかってしまうと、せっかく会場にいるのに熱を感じることができない。例えば、メガホンやカウベルのような応援グッズになるとか、それに取り付けて自分の応援グッズにするとか、熱の中に観客が入らないと、この会場に来る意味がない。特定の選手の応援に来るということはないはずだが、日本・九州のすごいところを走り、ゴールに飛び込んでくる、そこで皆で一緒に盛り上がり、海外のレースを多く観に行ったが、皆熱がある、現地の食べ物を買って、飲み食べしながら一帯となって、顔も名前もわからない選手にも声をかける、選手はその応援がすごく嬉しい。

(3) 戦略会議の開催 9/11 第二回戦略会議

(畑中絹代)

キッチンカーにしても、ツール・ド・九州で走ってくるエリアのものを紹介したり食文化を見せていく。サイクルツーリズムはその土地のストーリーとか体験、宿泊を巻き込んで始めてツーリズムになる、ツーリズムに繋がりたいのであれば、次はこの土地を旅しにいかうと思ってもらえるものが必要。グルメはダイレクトに分かってもらえる。他にも景観や文化など感じられるもの、大会の意義を感じられるもの、熱を感じられるものがあつたらすごくいい。会場に来たからこそ五感を刺激されるものがあればよい。走っている選手が誰かわからなくても、声を出して皆で応援することが楽しい。

(Beki)

どのチームが走っているか、どのチームを応援するかということを最初に印象づけたら熱が伝わると思うので、例えばシールを用意して、各チームのパネルを用意してどこが勝つと思うか予想するようなパネルを作成してシールを貼っていき、事前に応援するチームを決めるように促すとよい。チームや選手が分からなくても、赤色が好きだから赤のチームジャージのチームを応援しようとかいう形で盛りあがれるのではないかな。アプリなど使わなくても、簡単にパネルとシールを用意して予想してもらおうというブースがあつたら面白いのではないかなと思う。私は佐世保で波佐見焼を取材したが、波佐見焼の土産があつたらいいなと思った。波佐見の地元の神社に交通安全のお守りがありすごくかわいかった。ちょっとした自転車に関連するグッズがあつたらいい。絵付け体験は30組ぐらいしかできないかもしれないが、皆が持って帰れるものがあつたらいい。

(大坪元気)

(福岡では)観戦マップにはチームの情報を載せる、ライブ中継やるのでビジョンカーを置いて、なるべく音が鳴り続ける環境作りをしてレースの状況を掴んでもらうようにしたいと思っているが、個別のチームや選手まで掘り下げたものはない、どちらかというと(ブースや会場作りは)地域の魅力発信に寄っているところがある。話を聞いていて難しいなと思ったが、コースに人が集まってくるという理想を掲げながらも、その他のお祭りの要素を充実させて、レースに興味がない方にも来場いただき、そこでレースについても知ってもらうというフェーズにあると考えている。目線としては、(福岡においては)黒木の町を歩きながら楽しみながら、横でレースが走っているという絵を想像している。チームにフォーカスしてということには行き着いていない。

(濱田俊一)

音で盛り上げられるものとしては、(長崎らしさは置いて)ハリセンを準備しようと考えている。音の鳴るものといえば、諫早で皿をがちがち鳴らすのんこの祭りや長崎くんちのラッパの音はあるが、自転車の応援に合うかはわからない。(キッチンカーの内容について)出展いただく店舗のは長崎の食材を使ったものということをお願いしている、長崎県産のみかんを使ったジェラートや県産バナナを使ったバナナジュース、雲仙ハムを使ったホットドッグ、アジフライの聖地で売っている松浦のアジフライを使用したクレープ、県産食材のカレー、県産鶏を使用したケバブを予定している。

(3) 戦略会議の開催 9/11 第二回戦略会議

(ニック・サース)

去年、3か所のエリアにはじめてレースを観に行ったが、会場内のどこに何があるか、(フィニッシュやミーティングエリア)、はじめてサイクリングイベントを観戦する外国人のために伝える見どころをまとめたものが欲しかった。マップまで難しければ、フィニッシュの場所を案内するように掲示物を掲げるでもよい、ガイドランスが欲しい。ブースについては、やはりレースなので自転車関係のコンテンツは欲しい、自転車を展示するだけでもいい、簡単な説明があり、知識が得られるものがあつたらいい。今回、来場される外国人はサイクリングファンではないはず、チームの代表選手だけでも紹介する何かがあるとよい、あと外国人への事前PRも必要ではないか。

(中川信治)

外国人の方に地域の体験をしていただくということもいい、選手の紹介や応援グッズを作成してはどうかという意見があつたが、今回は18チームが参加、日本を含めて10か国のチーム、異国の地で自分の国の旗を見ると嬉しいものなので、このブースで外国人の方に何か作っていただくならば、応援フラッグを作るということであれば、直接選手個人を応援するというではないが、選手には届くのではないかなと思った。鳴り物としては、音の出るうちわを配ることにしている、音は大事と思うので、その辺りから検討してもよいのではないかな。

5.意見交換②大学、専門学校と連携したスポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施

(事務局)

大学や専門学校と連携した人材育成プログラムを実施している、主に観光学を学ぶ学生が国際スポーツ大会に関与することで気づきとすることを目的にスタートしたが、地域活性や観戦環境の磨き上げにも関与する多層的な取組みとして、関係各所と協議・調整を進めている。福岡の21世紀アカデメイアグループは八女市と連携したプログラムを実施、「スポーツと地域活性」に関する特別講義を2回行い、現在はフードクリエイティブ学科の学生は八女茶を使った菓子やスイーツの製作、福岡デザイナー・アカデミーの学生は八女のクラフトビールにあしらうオリジナルラベルの製作などとそれぞれで取組みを進めている。また、大分のAPUでも特別講義を行い、今後、ツール・ド・九州にも参戦するスパークルおおいへの大会期間中の帯同や、地域活動への参画も模索している。

(浅川華子)

非常に意義深いと感じる。学生が企画、運営、PRに関わることはサポートを超えて、実践教育としての学びがあると思う。地元の若者に支えてもらうのは親しみやすい。お茶を使ったスイーツ制作と話があつたが、八女茶の試飲体験があつてもよい。学生にとってはホスピタリティや国際対応を現場で学ぶ貴重な機会である。VC FUKUOKAのチーム関係者が言っていたが、海外に行ったとき日本の国旗が振られていると嬉しいと、国旗づくりをこどもたちが作るなども福岡でやってもいいのではないかな。

(大坪元気)

地元のVC FUKUOKAは(浅川さんが)仰っているようなところも考えているようだが、八女に関してはブースを八女PRゾーンのようにゾーニングして地元PRに力を入れている。

(3) 戦略会議の開催 9/11 第二回戦略会議

(荒木茂人)

八女については、地元の方が煎れるお茶は大変おいしいので、スイーツの提供とあわせてお茶を飲んでほしい。市が試飲ブースを提供されるということで楽しみにしている。PRチラシに関しては、欧米の方は旅行するときに歩いて旅をするというイメージが強い。学生さんは自転車や徒歩と思うので、歩いてまちを楽しむというものにするというのではないかな。

(Beki)

抹茶が世界的にブーム、アメリカやオーストラリアで品薄、八女でいい抹茶が手に入るというブームが起きればいい、八女に飲みにくる方が増えればいい。八女なら世界品質の抹茶を買うことができるということに繋がったらい。

(畑中絹代)

デザインの学生に協力してもらって応援ボードを作成、自分の応援したいチームの国旗やチームロゴを貼るなどして掲げてもらったら選手は見えるし喜ぶ。好きな国旗を切り取って貼るとか掲げられるボードを作成すれば一連の流れを学生にコーディネートしてもらえればやりがいもある、その場で使えてよい。APU連携の方では、選手を撮ることもいいが、ボランティアスタッフを撮影したプロモーションビデオの制作もいいのでは、スポーツツーリズムは地域で支えている方が成長しないと本物にならない、大会をやるにはボランティアスタッフや地域の方が重要、スタッフのいい体験を撮影してもらえたら地域も盛り上がる。選手を撮るなら地元の小学生と交流しているシーンを撮るなど、地元に関心した部分を切り取ってもらえるといい。地域の方が自分たちのイベントにしようという意識が芽生えるのではないかな。地域へのフォーカスを学生の視点で撮ってもらうと今後に繋がるのではないかな。八女に関しては、地元の八女茶情報を集めた一覧があると寄って帰ってもらうなど動線ができるのでは。

(ニック・サース)

応援グッズはうちわが一番、日本らしい。表面は10か国の国旗、裏面はツール・ド・九州のロゴなど、国際化を表現するために10か国をまとめるというのはよいのでは、選手からも見える。お茶は代表的なアイコン、海外の方からすれば水出し冷茶は印象的、八女にあるのであればそういったことも面白い。

(飯島誠)

応援や地域アピールはたくさん出していただいた、自転車の情報が少ない、観戦するでもいいが、走るのにとってもいい地域であるので、サイクリング体験を何名かでも(学生に)してもらえると今後の力の入り方が変わるし、レースに興味を持ってもらえる。インプットがあるとアウトプットが全然違うものになる。地元を知り、世界の方に知ってもらう、そこに自転車が入ると大会の意義に近づいてくるのでは、若い方たちが地元の良さをアピールし大会を支えるという構図ができると持続可能な大会になる。スパークルおおいに帯同することは本当にいい経験、スタッフはスポットライトが当たりづらい、そこを体験してもらうと、これから先働く上で支えるというところにも魅力を感じてもらえるといい体験になる。アピールにレースを絡めてもらえると大会の発展に繋がる。

(3) 戦略会議の開催 9/11 第二回戦略会議を受けて

第二回戦略会議における戦略委員およびオブザーバーの主な意見は以下のとおりである。これを踏まえ、当局および事務局において検討の上、ツール・ド・九州2025大会開催時に受入方策を実施する。モニターツアーについては、第三回戦略会議で改めて協議を行う。

「外国人観戦者を想定した観戦環境の磨き上げ」に関して

【戦略委員・オブザーバーの主な意見】

ワークショップがレース観戦と結びついておらず、会場の熱や一体感を感じにくい。

レースの見どころ・選手情報の可視化が必要。

音の鳴るグッズや応援フラッグなど、観客が“参加”できる仕組みが必要。

地域性とレースのストーリーを結びつけるべき。

チーム予想や投票などで事前に応援するチームや選手の対象を決めさせると熱量が上がる。

外国人に対する事前PRと情報提供が不足している。



【検討結果ポイントまとめ】

ブースにおけるワークショップや体験が、観戦行動に転換される構成にするため、出場国の国旗デザインをあしらった応援フラッグ製作を実施する。

来場者向けのガイダンスを強化するため、出場チーム情報や会場MAPをまとめた英語パンフレットを作成、配布する。

外国人観戦者に対する観戦前の情報インプット動線を構築するため、福岡および九州の情報を発信する英語Webメディアにレースと観戦エリア情報を掲載する。

(3) 戦略会議の開催 9/11 第二回戦略会議を受けて

「大学、専門学校と連携したスポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施」に関して

【戦略委員・オブザーバーの主な意見】

学生参画は実践教育として価値が高く、地元学生が関わることで、来場者との距離が縮まり、雰囲気や和らぐ。
八女茶スイーツの提供やラベル製作など、学生の創作は地域PRに直結する。
欧米客の行動特性を踏まえ、徒歩回遊を想定したPRが有効、地域を“歩いて楽しむ”視点が必要。
スタッフとして支える側の成長や感動が、持続可能性を生む。
地域理解が深いほど、アウトプットの質が高まる。学生の事前インプットが成果を左右する。
選手帯同や現場同行は極めて有効、プロの現場を体感することで大会への関与意識が高まる。



【検討結果ポイントまとめ】

八女茶スイーツの試食+産地ストーリーをセットで設計し、観光動機に繋げる。
インプット講義、チーム帯同、フォローアップ・情報発信を一連の流れで、学習プログラムとして体系化することを視野に入れる。

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

(1)-②-(I)外国人視聴者を想定したレース実況の完全多言語化

マイナビ ツール・ド・九州2025 英語実況解説によるレース配信

【実施日時】 10/10(金)～13(月・祝)

【実施場所】 テレビ熊本内特設ブース

【実況】 DJがらば(芦田千里)

【解説】 ● 吉松育美 《佐世保クリテリウム》
● ニック・サース 《福岡ステージ》
● 荒木和行 《熊本阿蘇ステージ》
● スアレス志保 《宮崎・大分ステージ》

【YouTube配信再生回数】

4日間通して**21,000**回を超える再生回数を記録

・佐世保クリテリウム…2,605回 ・福岡ステージ…8,630回
・熊本阿蘇ステージ …5,053回 ・宮崎・大分ステージ…5,169回

【配信の様様】



(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

英語実況視聴者アンケート

英語による実況・解説のレース配信を視聴した外国人14名から有効回答を得た。

Q1. Have you ever watched a cycling road race on TV or online?

(サイクルロードレースをテレビやインターネット配信で視聴したことはありますか?)

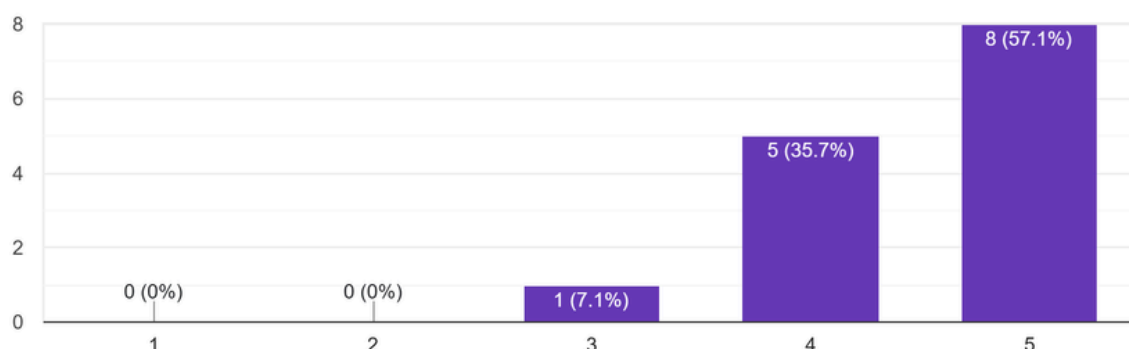
【回答】 はじめて観た:7名、数回観たことがある:6名、よく見る:1名



Q2. Please rate your overall satisfaction with the race broadcast on a 5-point scale. (5 = highest)

(レース配信の満足度を5段階で評価してください。最高評価:5)

【回答】 5:8名、4:5名、3:1名

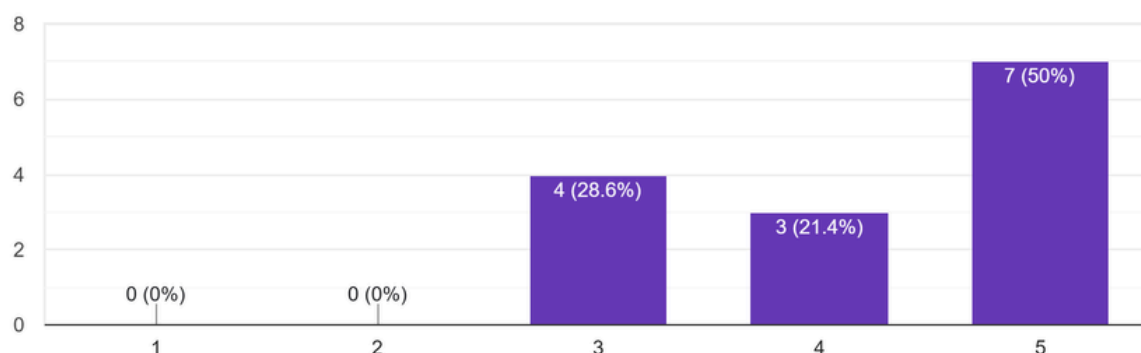


(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

Q3.How easy was the race commentary to understand? Rate on a 5-point scale.(5 = easiest to understand)

(実況・レースの進行説明は分かりやすかったですか、5段階で評価してください。最高評価:5)

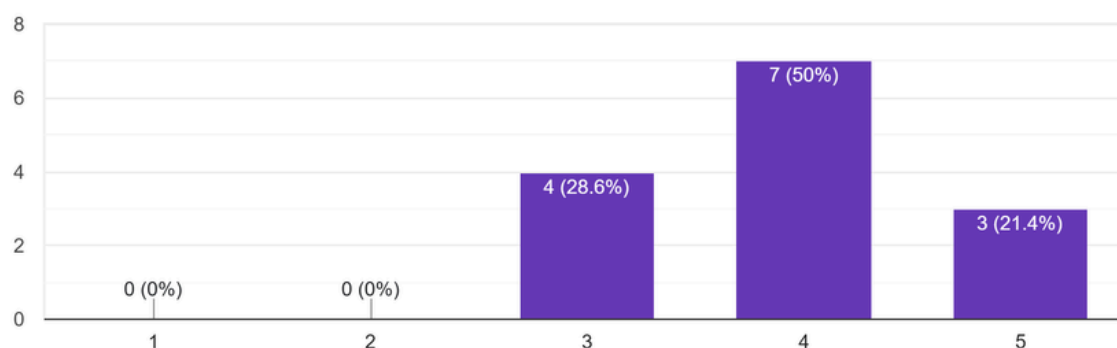
【回答】「5」:7名、「4」:3名、「3」:4名



Q4.How easy was the commentary about Kyushu's tourism and history to understand? Rate on a 5-point scale.(5 = easiest to understand)

(解説・九州の観光や歴史の紹介は分かりやすかったですか、5段階で評価してください。最高評価:5)

【回答】「5」:3名、「4」:7名、「3」:4名

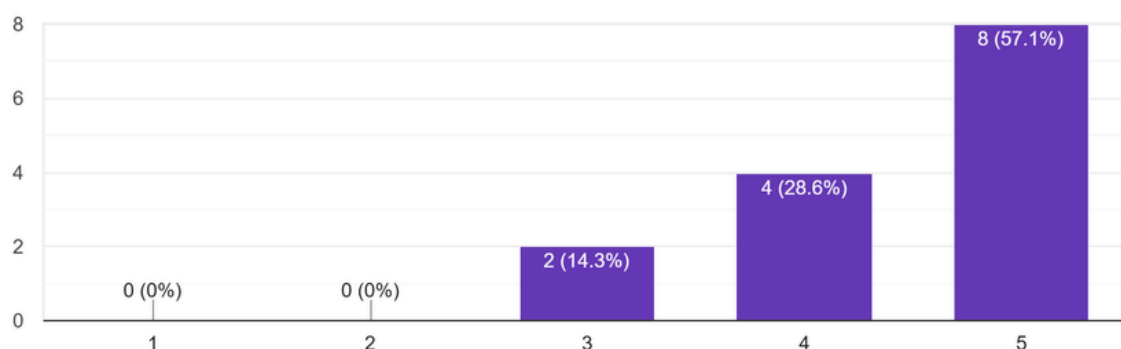


(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

Q5. How satisfied were you with the video and audio quality? Rate on a 5-point scale.(5 = highest satisfaction)

(映像と音声のクオリティに満足しましたか、5段階で評価してください。最高評価:5)

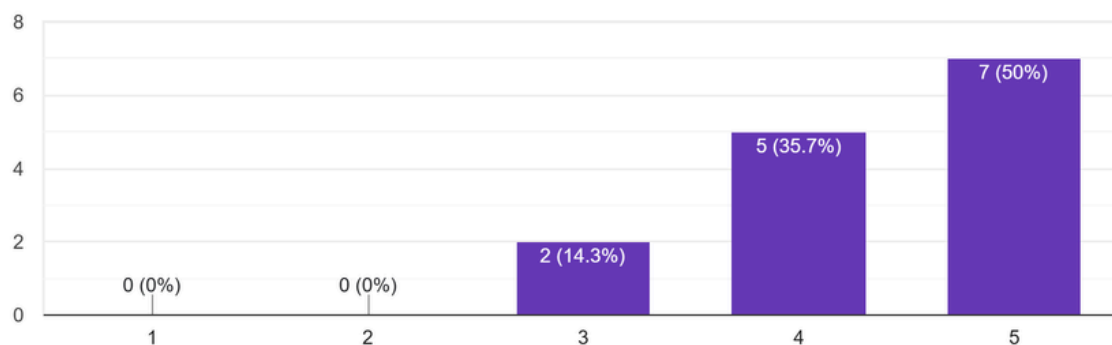
【回答】「5」:8名、「4」:4名、「3」:2名



Q6.How easy was it to understand the English spoken by the announcers and commentators? Rate on a 5-point scale. (5 = easiest to understand)

(実況・解説の英語は聞き取りやすかったですか、5段階で評価してください。最高評価:5)

【回答】「5」:7名、「4」:5名、「3」:2名

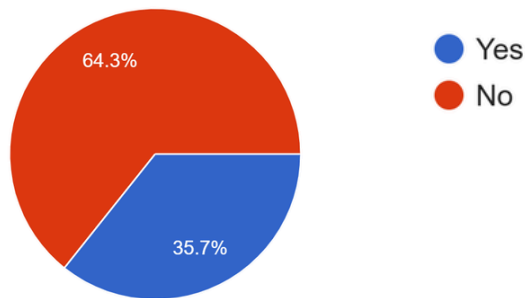


(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

Q7. Did you discover anything new about Kyushu through the commentary?

(解説を通じて、九州について新しい発見はありましたか。)

【回答】 はい:5名、 いいえ:9名



Q8. If you answered “Yes” to Question 7, please tell us what information impressed you most.

(質問7で「はい」と回答いただいた方にお尋ねします。印象に残った情報について教えてください。)

【回答】

- When I watched the livestream I learned about Saiki and Nabeoka/Miyazaki local foods and its specialty.

(ライブ配信を見て、佐伯市や延岡市/宮崎の地元の食べ物や名物について知ることができました。)

- Places to cycle with good sceneries. It made me love living in Kyushu too.

(景色が素晴らしいサイクリングスポット。九州に住むのが好きになりました。)

- Locations and tourism locals in Kyushu (Specifically Sasebo's view points)

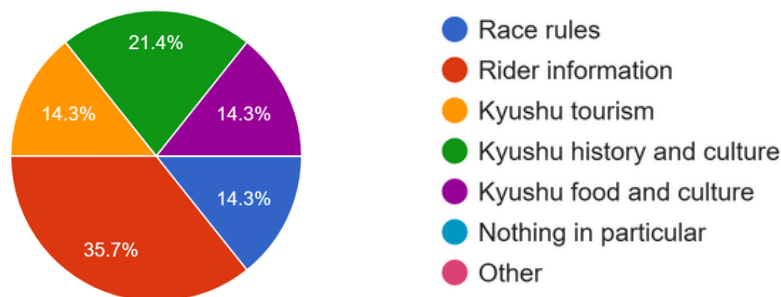
(九州の名所と観光地、特に佐世保のビューポイント)

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

Q9. What kind of information would you like to know more about in future race broadcasts?

(レース配信でもっと知りたかった情報はありますか。)

【回答】「レースルール」:2名、「選手情報」:5名、「九州の観光」:2名
「九州の歴史・文化」:3名、「九州の食・文化」:2名



Q10. Please share any suggestions or comments for improving future race broadcasts.

(今後のレース配信で改善してほしい点があれば教えてください。)

【回答】

- I think it would be great sometimes to also give information about the riders or teams. Also maybe for the english commentators it would be great if they also recruit International people or ask help from APU students.

(ライダーやチームに関する情報も時々提供できたら良いと思います。また、英語の解説者については、海外からの参加者を募集したり、APUの学生に協力を依頼したりするのも良いかもしれません。)

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

- There should be a resting area with roof for the audience.

(観客用の屋根付きの休憩所が必要です。)

- I think this is good enough already.

(もうこれで十分だと思います。)

- since there are international audience watching it maybe it would be better to create a series of the tourist spots / activities in Kyushu. Kyushu is a very beautiful place to travel, and there are a lot of natural sceneries and rich history that not all people know and I think one of the main challenges as a tourist who doesn't have a driver's license is the information on how to get to these places, how to book tickets, coupons, and what can we expect in coming to these places specifically in English. Maybe the channel can also provide an information on where to cycle in the parts of Kyushu and where to rent them.

(海外の視聴者向けに、九州の観光スポットやアクティビティを紹介するシリーズを作るのも良いかもしれません。九州は旅行にとっても美しい場所で、誰もが知っているわけではない自然の景色や豊かな歴史がたくさんあります。運転免許を持っていない観光客にとって、これらの場所への行き方、チケットやクーポンの予約方法、そして特にこれらの場所を訪れる際に期待できることなど、英語での情報提供は大きな課題の一つだと思います。九州各地で自転車に乗るのに最適な場所やレンタル場所の情報も、チャンネルで提供できると良いかもしれません。)

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

- For racers, it will be good to have a segment where they are introduced in a very entertaining way. For example, we ask the racer's what's one thing they cannot live without or a thing that is very helpful when they are doing their training. What song motivates them to continue their training or what kind of exercise helps them reach the finish line, be fast or improve their stamina. In this way, it can inspire a lot of future racers to engage and to continue doing what they are passionate about. In addition, it also gives a natural or close contact from an audience to the racers.

(レーサーにとっては、彼らをとても楽しく紹介するコーナーを設けるのが良いでしょう。例えば、レーサーに「なくてはならないもの」や「トレーニングでとても役立つもの」を尋ねます。トレーニングを続けるモチベーションになる曲や、ゴールラインに到達したり、スピードを出したり、スタミナを向上させたりするのに役立つトレーニングなどです。こうすることで、多くの未来のレーサーが、情熱を注ぎ続けるための刺激となるでしょう。さらに、観客とレーサーが自然と親密な関係を築く機会にもなります。)

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

視聴者アンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- ロードレース観戦が初めての人が多い中、全体満足度は非常に高く、英語実況解説そのものの品質は実証として成功水準。
- 初視聴者とライト層が9割を占めながら高評価を得ており、新規市場開拓に有効なチャンネルであることが示された。
- 実況の理解度は高い一方で「やや難しい」と感じた層も一定数おり、表現レベルの最適化が次の課題。
- 観光・歴史解説は“理解できる”段階には達しているが、“行きたくなる”までの訴求力はまだ十分とは言えない。
- 映像・音声品質は高く評価され、配信基盤としては本格運用に耐えうる水準に達している。
- 配信を通じて九州の新しい魅力を発見した視聴者は一部にとどまり、観光波及効果の最大化には工夫が必要。
- 視聴者が求めているのは選手やチームの背景であり、“競技”より“人”への関心が強いことが示された。
- レースルールへのニーズがあることから、初心者向け導入パートの常設化が有効と考えられる。
- 海外人材やAPU学生などの関与を望む声があり、国際共創型の配信体制構築に可能性がある。
- 選手の人柄や日常に触れるストーリー性のある演出が、視聴継続とファン化の鍵になることが示唆された。

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

【実況の所感】

DJがらば



日替わり解説について

「特に問題は感じていませんでした。むしろ、固定メンバーで4日間やるよりもそれぞれにコントラストが出て良いのではないかと予想していましたがその通りになったと感じています。」

内容について

「レース映像は変化が少ない場面も多いですが、サイドに映る景色を拾って話を展開できた点は良かったと思います。一方、初日のクリテリウムでは、展開を追うと受け答えが難しく、会話が盛り上がると展開を見失うという懸念が現実化しました。周回ごとのテロップ表示や周回板を抜く映像など、事前に撮影班と調整しておく必要があったと感じます。2日目以降は初日の反省をある程度活かせました。観光情報VTRについては、スタート前に流れてしまい想定とずれましたが、視聴者は最初から最後まで通して見ていない場合もあるため、予定通り差し込んだ方がステージ内の情報のつながりが良かったと思います。ゲストコメンテーターについても、それぞれ長時間配信の中で観光情報をどう扱うかが課題でした。」

解説について

「ゲストコメンテーターの皆さんそれぞれが、長時間の配信の中でどのように観光情報を盛り込むかを考えてくださったので、こちらとしても非常に話を振りやすく感じました。特にニックさんは、YouTube配信のコメントまで拾ってくださり、配信に広がりが出てとても良かったと思います。ライブ配信ならではのメリットを活かせたと感じました。」

全体を通しての感想

「レースに必ずしも興味のない方でも楽しめる内容にはなったと思います。一方で、レースについてはもう少し踏み込んで話しても良かったと感じました。そのためには、前日のハイライト映像やステージレースの概要を説明するVTRなど、観光情報以外の差し込み要素が必要だと思います。ライブ配信だけでなく、ツール・ド・九州の情報を定期的に発信するショート番組(5～10分程度)や、過去のハイライトと観光を組み合わせた映像、また関係者がコースをガイドしながら走る動画などを継続的に配信すれば、海外からの注目をさらに集められるのではないかと思います。」

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

【解説の所感】

佐世保クリテリウム担当 **吉松育美**



苦労した点・課題

「初めての試みで多くの課題を感じました。隣の解説者との連携は難しく、互いにネイティブでないため臨機応変な会話ができず、一体感ある実況には至りませんでした。さらに英語表現の限界から、生配信中に言葉選びに戸惑う場面もありました。加えて、VTRが予定通り流れず、九州の魅力を十分にPRできない部分があり、特に周回コースでは映像に変化をつける重要性を改めて認識しました。」

必要と感じた情報

「VTRの長さや内容を事前に把握できれば、時間配分やコメント準備が的確に行えたと思います。英語版台本や詳細な進行表があれば、よりスムーズに解説できたと感じます。」

総括・今後の改善点

「改善点として、事前のリハーサルがあれば当日の流れを把握しやすかったと感じます。また、英語配信の完成度を高めるには、ネイティブスピーカーの起用や英語台本の整備が有効です。さらに、VTR構成を事前に共有することで、映像と解説の一体感を高められると考えます。」

今回は、テレビ熊本のスタッフの温かい雰囲気によって、緊張感のある生配信も楽しく取り組むことができました。」

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

福岡ステージ担当 **ニック・サーズ**



実況について

「芦田さんのプロ意識とサイクリング実況の豊富なお経験に敬意を表します。競技知識が深く、レース展開や実況構成に熟達されていることが伝わりました。一方で、英語力（特に発音と流暢さ）に課題があり、標準的な用語でも聞き取りに苦労する場面が多くありました。語彙や会話力も限られ、自然なやりとりが難しく、私自身も発言を簡潔に調整する必要がありました。」

「内容は選手の順位など、画面表示情報の実況が中心という印象でした。もちろん重要ですが、『ツール・ド・九州のコンセプトや背景』『各チームや注目・人気選手の紹介』『レースのルールやポイント説明』『前日の状況や落車など』の要素が加わると、視聴者は大会の魅力や背景を理解しやすくなると思います。」

自身の解説について

「私が担当した観光情報トークは全体的にうまくいったと思います。特に『八女茶』『伝統工芸』『旧市街』などは良い内容でした。一方で、一部はインパクトや構成が弱かったかもしれません。海外の視聴者は日本や九州のサイクリング文化に関心を持つと感じたため、その点や九州全体にも触れました。こうした情報は地域への理解や関心につながると思います。実際に配信中、九州を走ってみたいとのコメントもありました。」

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

熊本阿蘇ステージ担当 **荒木和行**



自身の解説について

「生まれて初めての自転車レースを見させていただき、さらにアシスタント的ですが、英語での中継の機会を頂きながら、DJのがらばさんとの会話の掛け合いに上手く、対処できなかったことを今、大変悔やんでいるところでございます。コースに沿っての名所・旧跡等のポイントは下調べして、DJがらばさんからの誘い水を頂き、それなりに応答させて頂いたのですが、会話の合間でのやり取りが難しかったです。」

宮崎・大分ステージ担当 **スアレス志保**



全体を通しての感想

「延岡や佐伯の情報につきましては、地元に近いこともあり、ネットだけでなく直接人に伺うなどして少しずつ蓄積する時間がございました。VTRの台本が届いた後は、それに繋げる内容や伝えるタイミングを意識し、構想を練るよう心がけました。しかし本番では、VTR中に英語で話すと尺が足りず、時間差が生じてしまったことが悔やまれます。台本には忠実に話せましたが、映像と完全に一致できればさらに良かったと感じております。自分の担当日になると、ポイント通過のタイミングやレース展開、電波状況など様々な要因があり、それらを尊重しながら観光情報を盛り込むことの難しさを実感いたしました。ネタの準備を万全にしている、生配信は何が起こるかわかりませんので、より研究を重ねて次に備えたいと存じます。」

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(I)

実況・解説者の感想から、以下のとおり考察できる。

- 英語実況解説という挑戦自体は、事業目的に合致し、一定の成果を上げたが何をどこまで伝えるかの整理が十分でなく、構成面で手探り感が残った。
- レースと観光情報の組み合わせは有効だが、運用が難しい。VTR挿入のタイミングが分からないなど運用の問題で、意図した文脈で観光情報を伝えきれない場面があった。最低限の進行は成立したが、チーム・選手、挿入VTR内容などの事前情報共有が不足していた。
- ライブ配信ならではの双方向性は、大きな強みとなった。視聴者のコメント(チャット記入)を拾うことで、視聴者との一体感が生まれた。
- 完成度は個人スキル依存が高く、英語力・表現力が配信品質を大きく左右した。
- 海外向け発信の可能性と手ごたえを全員が強く感じていて、継続が期待される。レース本編だけでなく、レース前の事前解説・ハイライトなどの設計整備の必要性もある。

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

(1)-②-(Ⅱ)外国人観戦者を想定した観戦環境の磨き上げ

ツール・ド・九州2025 佐世保クリテリウム会場における 外国人観戦者を想定したコンテンツ提供

【実施日時】 10/10(金)10:00～18:00

【実施場所】 佐世保クリテリウム会場

【実施内容】 ①外国人観戦者を想定した付加価値の提供

(1)地域独自の体験型コンテンツの提供

◆ 三川内焼き絵付け体験

(2)集客効果のあるコーナー設置

◆ 応援フラッグ製作

◆ 中古レコード展示販売

◆ フォトスポット設置

➡ 長崎国際大学学生による運営サポート。
人材育成プログラムとマルチタスクで実施。

②外国人観戦者を想定した環境整備

◆ 英語対応の総合インフォメーション設置

◆ キッチンカーのミールサイネージ多言語対応

◆ 英語版会場マップ作成

◆ バス運行の事前アナウンス、観戦者来場促進

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

三川内焼き絵付け体験

外国人15組・29名と日本人14組・24名が体験。実施にあたっては、事前PRとして、米軍佐世保基地内での広報や、外国人向けWebメディア『Fukuoka Now』で告知を行った。



(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

応援フラッグ製作

日本人来場者を中心に外国人来場者を含む200名オリジナル応援フラッグを製作。レースの応援グッズとして使用された。



(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

中古レコード展示販売・フォトスポット設置

中古レコードの展示販売に足を止める来場者は少なかったが、大会ロゴをあしらったバックパネルの前では多くの来場者が立ち止まり、記念撮影をしていた。



観戦環境整備

外国人観戦者向けに、英語版の観戦パンフレットや会場MAP、ミールサイネージを用意。米軍佐世保基地と会場を結ぶシャトルンバスも運行したが、平日開催ということもあり、外国人来場者は伸びなかった。

Start / Finish
スタート / フィニッシュ

Time 時刻	Event Starts イベント
10:00	Race Headquarters Open 大会本部開場
	Race Officials' Meeting 競技役員ミーティング
11:00	Road Closure 交通規制開始
11:10 - 12:25	Training Session on Circuit コース試走
11:15 - 12:20	Team Presentation & Sign-On チームプレゼンテーション＆サインオン(国際観戦)
12:50	Starting Ceremony スタートセレモニー
13:00	Race Start レーススタート
14:10	Race Finish フィニッシュ
14:30	Awards Ceremony 表彰式
15:00	Road Reopening 交通規制解除
16:00	Event Ends イベント終了



TOUR de KYUSHU 2023

OVERVIEW 概要

Participating Teams 参加チーム

INTERMARCHÉ - WANTY アンチスヤルシェ・ワンティ	XDS ASTANA TEAM XDS アスタナ チーム
GOLD PRO CYCLING TEAM ゴールドプロサイクリングチーム	SOLUTION TECH VERT FANTASY ソリューションテックヴェーファンタジー
TOTAL ENERGIES トータルエネジー	ASIAN RACING TEAM アジアレーシングチーム
CCACHE X BODYWRAP シーキャッシュ・ボディラップ	KIRIAN RACING TEAM キリアンレーシングチーム
MATRIX POWERING マトリクス・パワーリング	SHIMANO RACING シマノレーシング

TOUR de KYUSHU 2023

Omura Sweet & Spicy Black Curry



【ingredients】

Beef, blended beef & pork fat, wheat flour, onion, curry powder, salt, sugar, roasted spices, garlic, ginger, chutney (banana), skim milk powder, lactose, coconut milk, chicken bouillon, veal stock sauce, ketchup, Worcestershire sauce, glucose, caramel coloring, edible bamboo charcoal powder, seasoning
Contains : wheat, milk, beef, soy, chicken, banana, apple

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

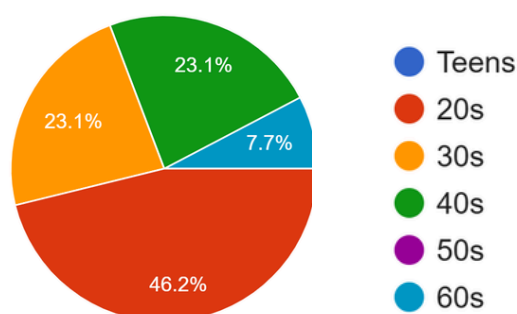
ブース来場者アンケート(佐世保クリテリウム) 外国人

佐世保クリテリウム会場で九州運輸局ブースに来場した外国人13名から有効回答を得た。

Q1. Have you ever watched a cycling d?

(年代を教えてください)

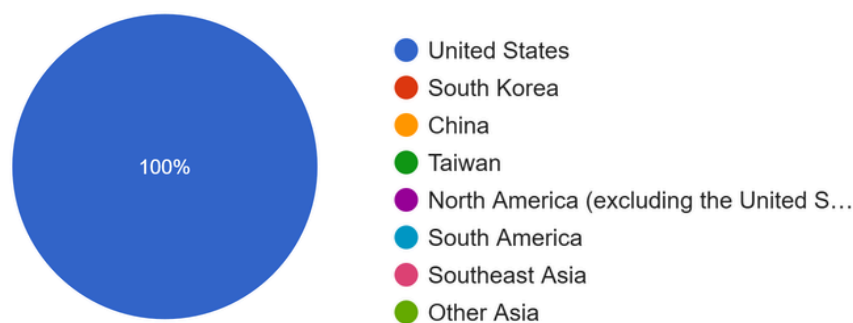
【回答】 20代:6人、30代: 3人、40代:3人、60代:1人



Q2. What is your nationality or region?

(国籍・地域を教えてください)

【回答】 アメリカ合衆国:13人(100%)



Q3. Are you currently living in Japan or visiting as a traveler?

(現在、日本にお住まいですか、旅行で来日されていますか)

【回答】 日本在住:10人、旅行中:3人

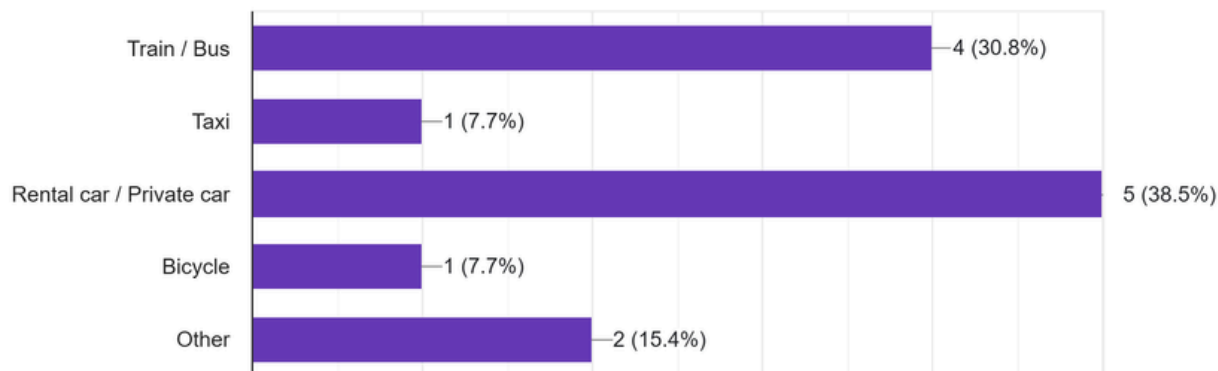


(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

Q4. How did you travel to the venue? (Select all that apply)

(どのような交通手段で来場されましたか。複数回答可)

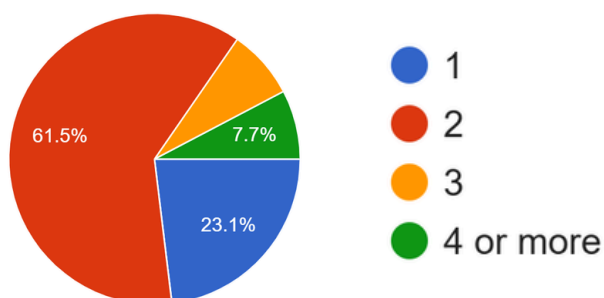
【回答】 鉄道・バス:4人、タクシー:1人、車:5人、自転車:1人、その他:2人



Q5. How many people are in your group today?

(何名で来場されましたか)

【回答】 ひとり:3人、二名:8人、三名:1人、四名以上:1人

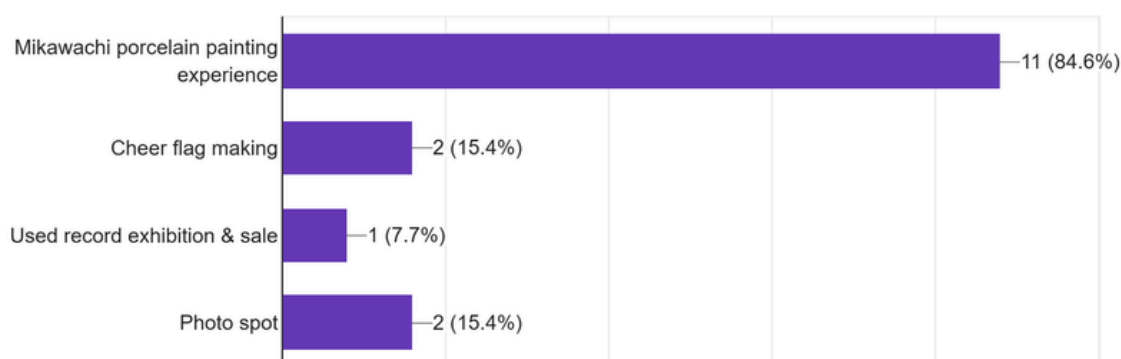


Q6. Which activities at the Kyushu District Transport Bureau booth did you take part in? (Select all that apply)

(九州運輸局ブースで体験したコンテンツを教えてください。複数回答可)

【回答】 三川内焼き絵付け体験:11人、応援フラッグ作成:2人

中古レコード展示・販売:1人、写真撮影:2人



(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

Q7. (If you selected (i) above) Please share your impressions of the Mikawachi porcelain painting experience

(質問6で(Ⅰ)と答えた方、三川内焼き体験について感想を聞かせてください)

【回答】

●They are very friendly and helped out when I needed it!

(スタッフはとてもフレンドリーで、必要な時助けてくれました)

●Love the experience, was more challenging that I thought it would be to paint

(素晴らしい経験でした。絵を描くのは想像以上に大変でした)

●Very cool ●Wonderful experience

(とても素晴らしい体験)

●It was fun ●Very fun

(楽しかった)

●It was great! My son loved painting his own pottery

(最高でした！息子は自分で絵付けをするのが大好きでした)

●This was a fun experience. It tested my artistic skills and I really enjoyed it. Thank you!

(楽しい経験でした。自分の芸術的スキルを試されるような体験で本当に楽しかったです。ありがとうございました！)

Q8. (If you selected (ii) above) Please share your impressions of the Cheer flag making

(質問6で(Ⅱ)と答えた方、応援フラッグ製作について感想を聞かせてください)

【回答】

●Great!

(素晴らしい！)

●Super fun

(とても楽しい)

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

Q9. (If you selected (iii) above) Please share your impressions of the Used record exhibition & sale

(質問6で(Ⅲ)と答えた方、中古レコード展示販売について感想を聞かせてください)

※回答なし※

Q10. Was the English race commentary provided at this booth easy to understand?

(本ブースが提供した英語のレース実況は分かりやすかったですか)

【回答】 とても分かりやすかった:5人、分かりやすかった:5人
どちらでもない:1人、視聴していない:2人



Q11. Please share any comments, suggestions, or expectations you have about the Kyushu District Transport Bureau booth.

(本ブースについての感想、改善してほしいことや期待することがあればご自由に記載ください)

【回答】

●Great booth! Lots of fun!!

(素晴らしいブースでした！とても楽しかったです！)

●Very kind and helpful

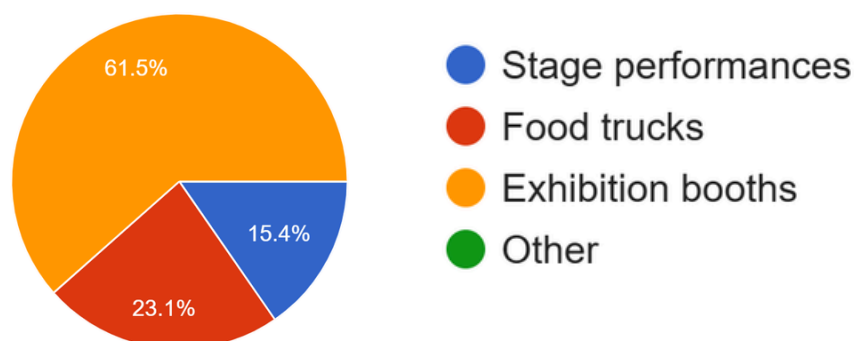
(とても親切で助かりました)

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

Q12. In the event area, which experience or attraction left the strongest impression on you?

(イベントエリアで、特に印象に残った体験やコーナーを教えてください)

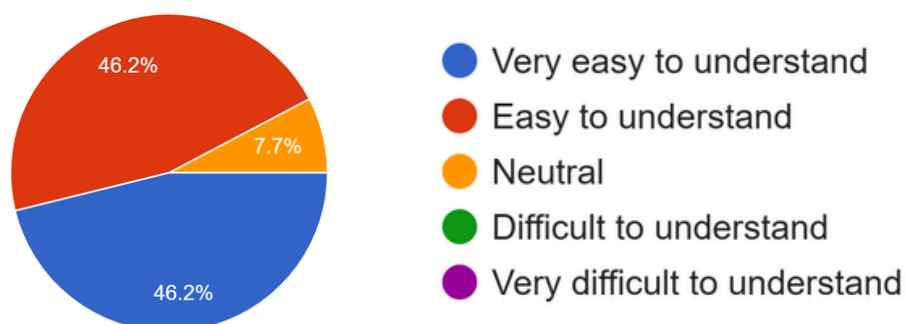
【回答】 出展ブース:8人、キッチンカー:3人、ステージ:2人



Q13. At the Sasebo Criterium venue, were staff guidance, announcements, and access information easy to understand?

(佐世保クリテリウム会場でのスタッフ案内、アナウンス、アクセスは分かりやすかったですか)

【回答】 とても分かりやすかった:6人、分かりやすかった:6人
どちらでもない:1人

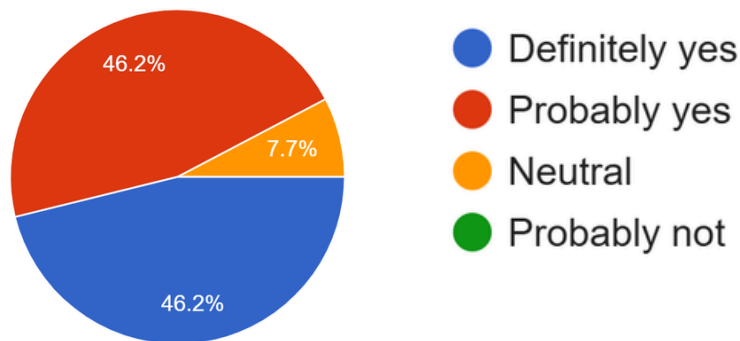


(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

Q14. Would you like to attend a cycle road race or related event again in the future?

(レース観戦、イベントにまた参加したいと思いましたか)

【回答】 ぜひ参加したい:6人、参加したい:6人、どちらでもない:1人



Q15. Please share your impressions of today's event, as well as any suggestions or expectations for future improvements.

(イベントについての感想、来年度に向けての改善してほしいことがあれば自由にお書きください)

【回答】

● This was a great cultural experience. I'm glad I was here to attend. Thank you.

(素晴らしい文化体験でした。参加できて本当に良かったです。
ありがとうございました)

● Wonderful and welcoming

(素晴らしく、友好的)

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

外国人来場者アンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- 体験満足のコメントがすべて肯定的で、文化×体験型コンテンツは同種他スポーツイベントでの展開も有効策といえる。ただし、レース観戦との関係性が弱く、競技の魅力への接続が薄いことが課題。
- イベントで最も印象に残ったのが「出展ブース」であり、“観戦＋体験”の組み合わせが記憶に残る設計である
- スタッフ案内・会場導線の評価は高く、多言語対応と現場オペレーションは実装レベルに達している。
- 「文化体験」「友好的」という評価から、地域ホスピタリティがイベント価値を大きく押し上げている。
- 会場案内、動線、アクセス情報は分かりやすく機能していたが、車利用者が多く、今後観光客の来場拡大を図るならば、多言語でのアクセス情報整理が必要。
- 再訪意欲が高く、本イベントは非常に満足度の高い体験となっている。

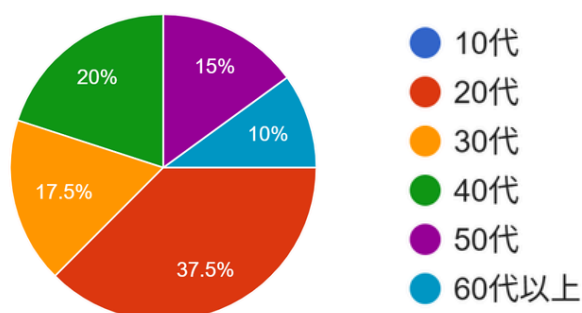
(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

ブース来場者アンケート(佐世保クリテリウム) 外国人

九州運輸局ブースに来場した日本人40名から有効回答を得た。

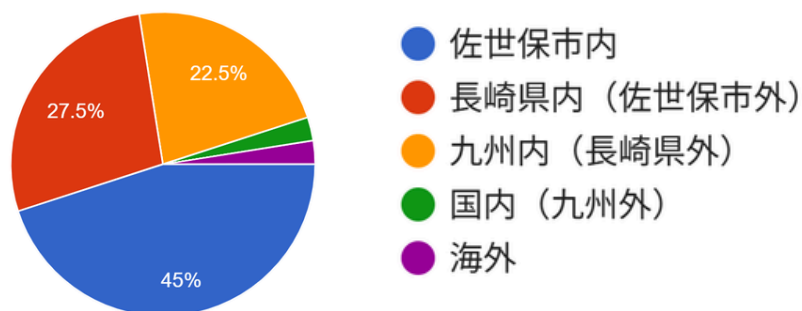
Q1. 年代を教えてください。

【回答】 20代:15人、30代:7人、40代:8人、50代:6人、60代以上:4人



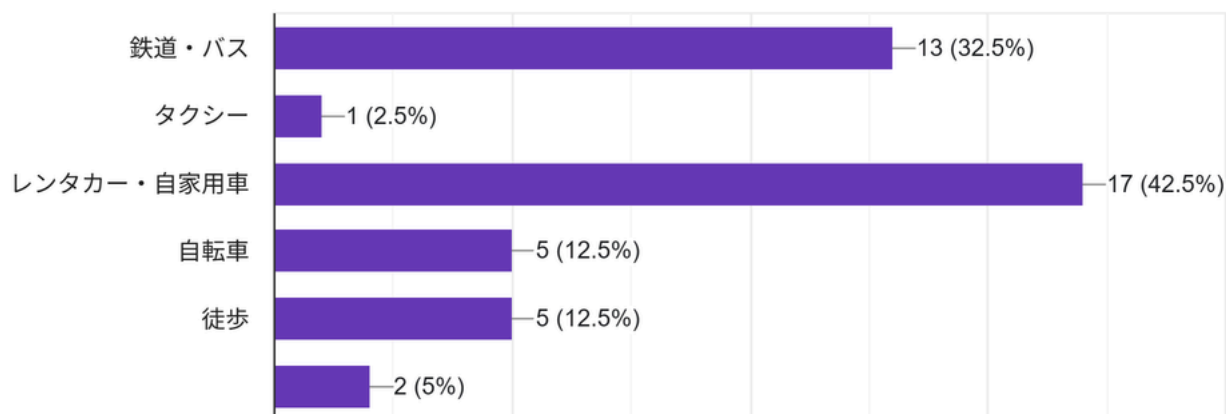
Q2. お住まいを教えてください。

【回答】 佐世保市内:18人、長崎県内(佐世保市外):11人、九州内(長崎県外):9人、国内(九州外):1人、海外:1人



Q3. どのような交通手段で来場されましたか。(複数回答可)

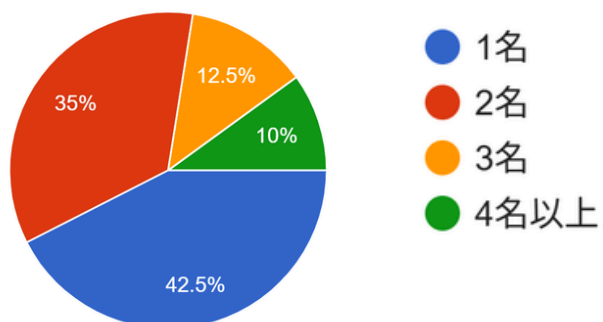
【回答】 鉄道・バス:13人、タクシー:1人、レンタカー・自家用車:17人
自転車:5人、徒歩:5人、その他:2人



(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

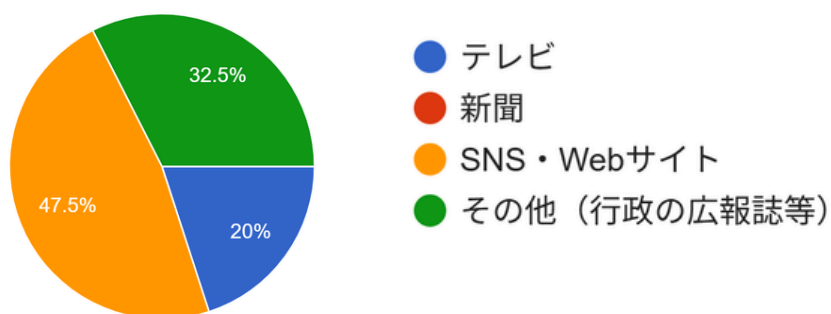
Q4. 何名で来場されましたか。

【回答】 ひとり:17人、二名:14人、三名:5人、四名以上:4人



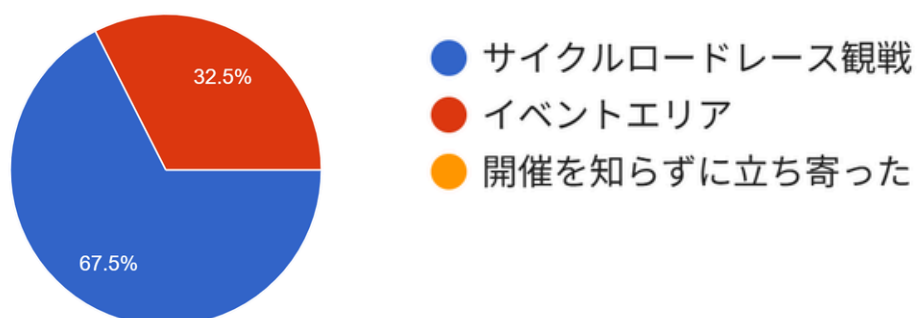
Q5. 大会の開催は、何の媒体で知りましたか。

【回答】 テレビ:8人、SNS・Webサイト:19人、
その他(行政広報等):13人、



Q6. 何を目的に来場されましたか。

【回答】 サイクルロードレース観戦:27人、イベントエリア:13人

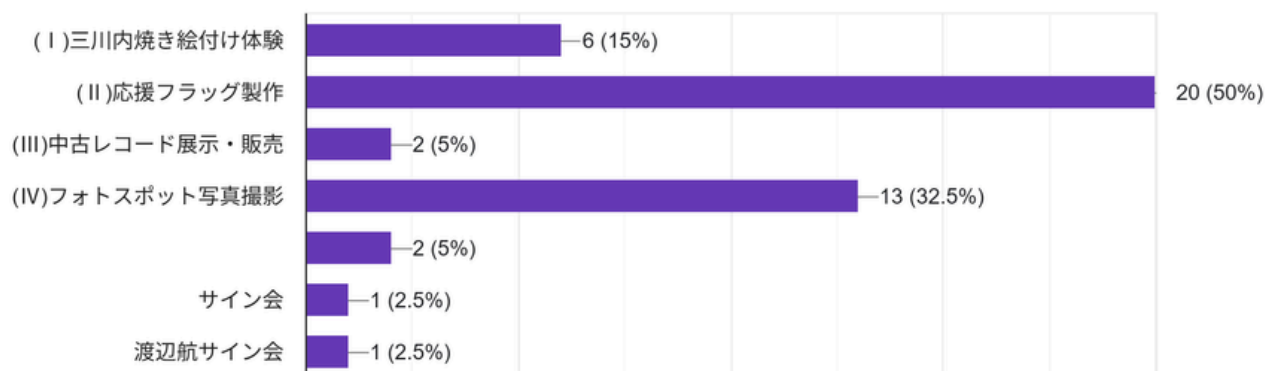


(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

Q7. 九州運輸局ブースで体験したコンテンツを教えてください。(複数回答可)

【回答】 三川内焼き絵付け体験:6人、応援フラッグ製作:20人

中古レコード展示・販売:2人、写真撮影:13人、その他:4人



Q8. 質問7で(Ⅰ)と答えた方、三川内焼き絵付け体験について感想を聞かせてください。

【回答】

- 普段できない体験で楽しかったです！もっと製法など詳しく知りたくなりました。
- とても楽しくする事が出来ました。出来上がりがとても楽しみです。
- まさか無料で体験させて頂けるとはビックリでした。楽しかったです。ありがとうございました。
- 真剣にかけて楽しかった！
- 楽しかった！
- ワクワクした

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

Q9. 質問7で(Ⅱ)と答えた方、応援フラッグ製作について感想を聞かせてください。

【回答】

- 手軽でよかった
- 立ったままの制作だったので、凝ったものは描きづらかったかもしれないと思いました
- スペシャルな感じで良かった。
- 子どもが楽しそうだった。
- 応援したくなった。
- 旗が嬉しかった。
- 応援にいい。
- 可愛い。
- 使用した。
- 記念になりました、楽しかったです。
- 面白かった。
- いろんな国家の旗があってよかった。

Q10 質問7で(Ⅲ)と答えた方、中古レコード展示販売について感想を聞かせてください。

【回答】

- 懐かしい
- 特になし
- 不明

Q11 本ブースについての感想、改善してほしいことや期待することがあれば、ご自由にお書きください。

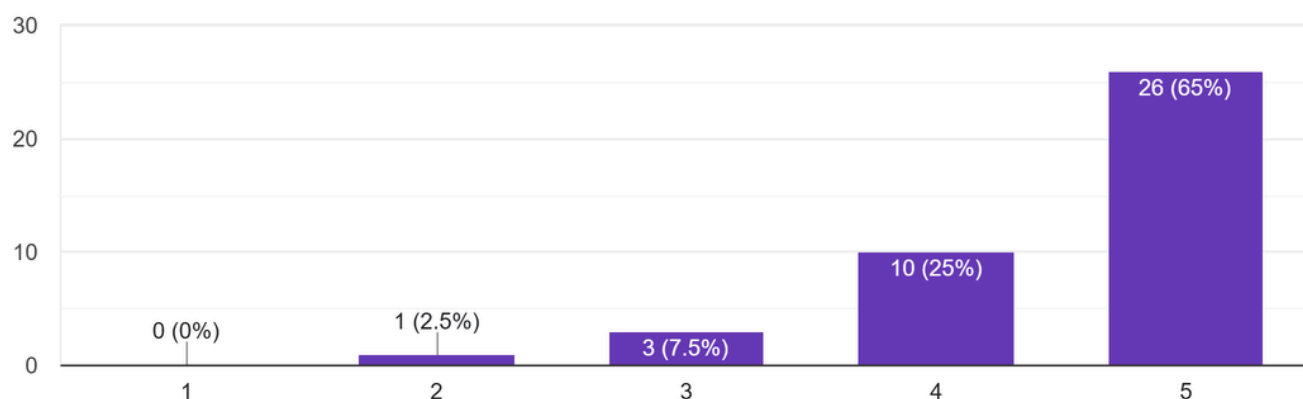
【回答】

- 人がいっぱいだった
- 楽しそう
- とくになし

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

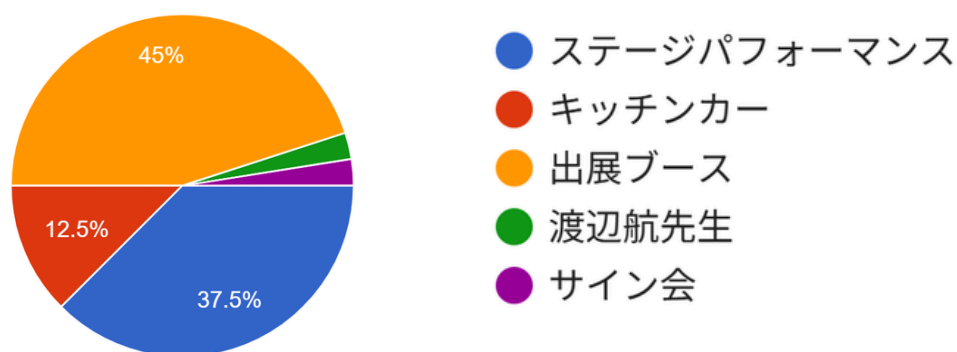
Q12 イベントエリアの内容は充実していましたか。会場内の装飾など、応援を楽しめる雰囲気になっていましたか。5段階で評価ください。(最高評価:5)

【回答】「5」:26人、「4」:10人、「3」:3人、「2」:1人、「1」:0人



Q13 イベントエリアで、特に印象に残った体験やコーナーを教えてください。

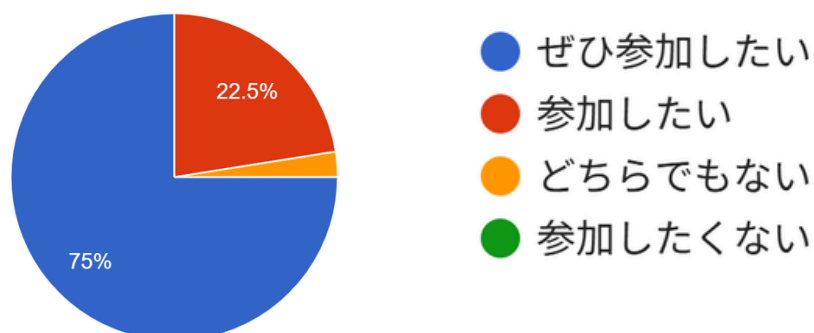
【回答】 ステージパフォーマンス:15人、キッチンカー:5人
出展ブース:18人、その他(渡辺航先生サイン会):2人



(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

Q14 サイクルロードレース観戦やイベントにまた参加したいと思いましたか。

・ 【回答】 ぜひ参加したい:30人、参加したい:9人、どちらでもない:1人



Q15 本日のレース観戦・イベントについてのご感想、来年度に向けて改善してほしいことや期待することがあればご自由にお書きください。

・ 【回答】

- もう少し涼しい時期がいいです
- 渡辺航先生が優しかった。レースが迫力があった
- 今までにないイベントで楽しかったです
- もっと近くでレース観戦したかったです

(4) 受入方策の実施 実証内容②-(Ⅱ)

日本人来場者アンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- 応援フラッグ製作は「応援したくなった」「記念になった」と評価され、観戦への感情移入を促す装置として機能している。
- フォトスポット写真撮影が多く選ばれており、“残せる体験”が大会の記憶定着に強く寄与している。
- イベントエリア満足度は5・4評価が90%を超え、空間設計と演出は成功水準にある。
- 「出展ブース」が最も印象に残っており、観戦と体験のハイブリッド構成が来場価値を高めている。
- 来場目的の約3割が“イベントエリア”であり、レース以外の滞在動機創出に成功している。
- SNS・Web経由の来場が最多で、デジタル告知が集客の主軸となっている。
- 「もっと近くで観戦したい」という声があり、臨場感の確保が次の満足度向上ポイントとなる。
- 再来意向が97.5%と極めて高く、地域の恒例イベントとして定着可能性が高い。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

(1)-③大学、専門学校と連携したスポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施

ツール・ド・九州2025 開催自治体・八女市と連携した スポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施

連携校：福岡ホスピタリティ・アカデミー、福岡デザイナー・アカデミー

第1回プログラム：インプット講義

【実施日時】 6/30(月)15:00～16:30

【実施場所】 福岡ホスピタリティ・アカデミー

【実施内容】 スポーツと地域振興、ツール・ド・九州の背景・成り立ちなどについてインプット講義

【受講者】福岡ホスピタリティ・アカデミー
旅行学科・フードクリエイティブ学科 学生計40名

【講演者】(Ⅰ)株式会社 マイナビ 土山勇 様
「スポーツと地域振興～企業が支える意義～」

(Ⅱ)株式会社 テレビ熊本 升本喜之
「スポーツと地域活性 ツール・ド・九州」



(4) 受入方策の実施 実証内容③

第2回プログラム:インプット講義

【実施日時】 7/28(月)15:00～16:30

【実施場所】 福岡ホスピタリティ・アカデミー

【実施内容】 八女市観光、八女茶についてインプット講義

【受講者】福岡ホスピタリティ・アカデミー
旅行学科・フードクリエイティブ学科 学生計30名

【講演者】(Ⅰ)八女市観光振興課 牛島菜々美 様
「八女市観光について～茶のくに 八女・奥八女～」
(Ⅱ)八女市農業振興課 萩尾教生 様
「八女茶について～八女茶ブランド価値向上の取組み～」



第3回プログラム:ラベルコンテスト開催

【実施日時】 9/17(水)14:00～16:00

【実施場所】 福岡デザイナー・アカデミー

【実施内容】 限定販売するクラフトビールのラベルコンテストを実施。
学生10名が製作したラベルデザインを5名の審査員が審査・
採点し、最優秀作品を採用したクラフトビールを大会会場で販売。

【審査員】
・鐘ヶ江伸一(九州運輸局)
・矢野佳秀(九州経済連合会)
・牛島菜々美(八女市観光振興課)
・山根修平(福岡デザイナー・アカデミー)
・升本喜之(テレビ熊本)

(4) 受入方策の実施 実証内容③

《ラベルデザイングランプリ》



商品化



会場販売



《準グランプリ・3位作品》



(4) 受入方策の実施 実証内容③

第4回プログラム:フィールドワーク

【実施日時】 10/11(土)9:30～15:30

【実施場所】 福岡ステージフィニッシュエリア

【実施内容】 八女市と八女茶について学んだ学生が、八女茶を使ったスイーツ『抹茶プリン』や『抹茶シフォンケーキ』など6種を考案・製作。旅行学科の学生とともに八女市の観光PRを兼ねて来場者に300個提供。応援フラッグ製作も行い、来場者にレース観戦を促した。

【参加者】 旅行学科・フードクリエイティブ学科学生計約30名



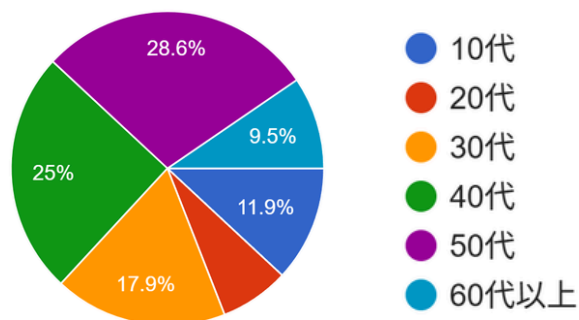
(4) 受入方策の実施 実証内容③

ブース来場者アンケート(福岡フィニッシュエリア)

九州運輸局ブースに来場した日本人84名から有効回答を得た。

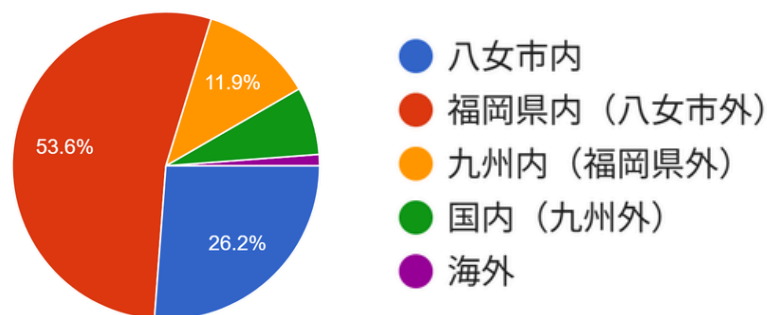
Q1. 年代を教えてください。

【回答】 10代:10人、20代:6人、30代:15人、
40代:21人、50代:24人、60代以上:8人



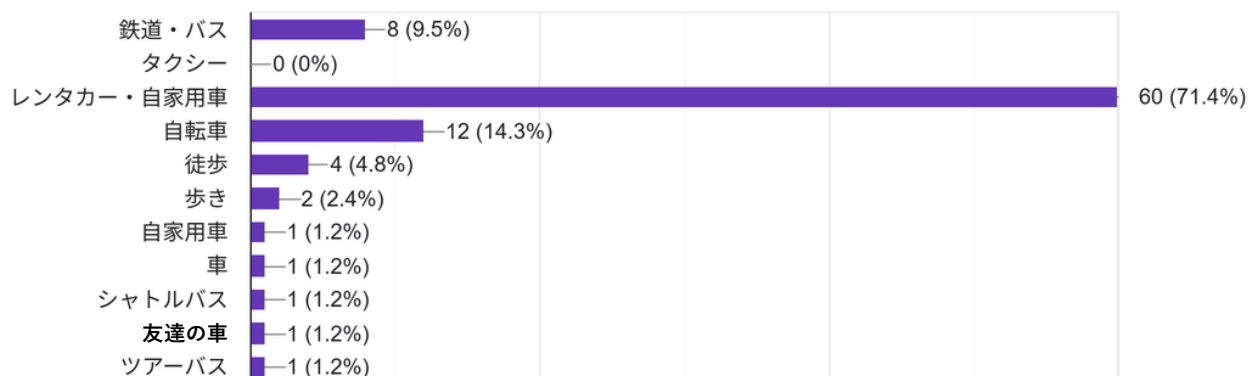
Q2. お住まいを教えてください。

【回答】 八女市内:22人、福岡県内(八女市外):45人、
九州内(福岡県外):10人、国内(九州外):6人、海外:1人



Q3. どのような交通手段で来場されましたか。(複数回答可)

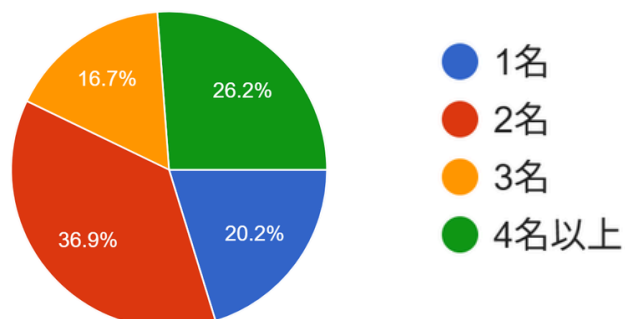
【回答】 鉄道・バス:8人、タクシー:0人、レンタカー・自家用車:62人
自転車:12人、徒歩:6人、その他(シャトルバス):3人



(4) 受入方策の実施 実証内容③

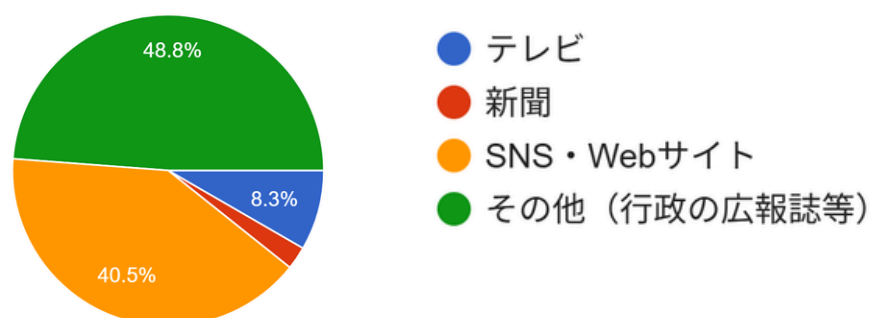
Q4. 何名で来場されましたか。

【回答】 ひとり:17人、二名:31人、三名:14人、四名以上:22人



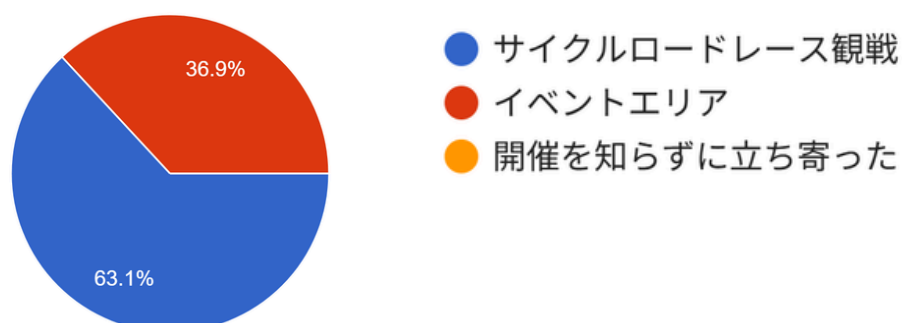
Q5. 大会の開催は、何の媒体で知りましたか。

【回答】 テレビ:7人、新聞:2人、SNS・Webサイト:34人、
その他(行政広報等):41人、



Q6. 何を目的に来場されましたか。

【回答】 サイクルロードレース観戦:53人、イベントエリア:31人

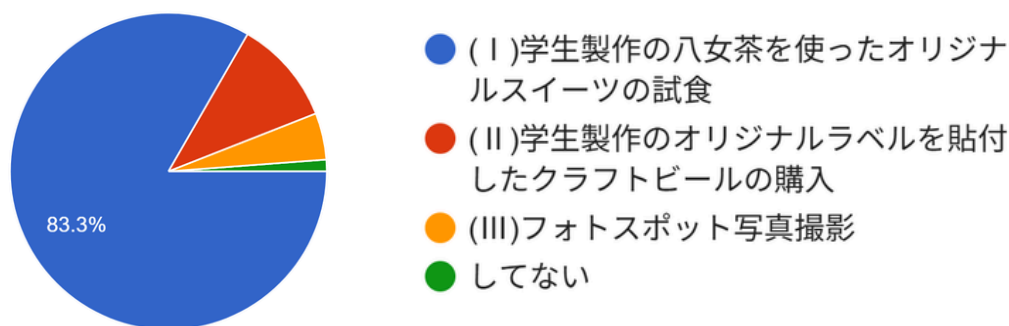


(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q7. 九州運輸局ブースで体験したコンテンツを教えてください。(複数回答可)

【回答】 学生製作の八女茶を使ったオリジナルスイーツの試食:70人

学生製作のオリジナルラベルを貼付したクラフトビールの
購入:9人、写真撮影:4人、していない:1人



Q8. 質問7で(Ⅰ)と答えた方、八女茶を使ったオリジナルスイーツについて感想を聞かせてください。

【主な回答 ※重複した内容は除く】

- めっちゃ美味しかったです！
- 学生が作っているときいたため。抹茶の味が強く美味しかった。
- 見た目と八女茶味は良かったです★サイズがボリューム感をだすと満足感があるとおもいます
- オシャレで美味しそう
- 高級なスイーツのような見た目でテンションが上がりました
- 柔らかくて美味しいです
- 風味豊かでよかった
- しっとりふわふわで美味しかったです
- 見た目もきれい。お茶のほのかな苦味も美味しかった
- 2層になっているのが良かった。美味しかったです
- 可愛い
- お茶の味が濃くてとても美味しかった

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q9. 質問7で(Ⅱ)と答えた方、オリジナルラベルについて感想を聞かせてください。

【回答】

- かわいい
- おしゃれ
- よい
- 抹茶味はお茶の葉っぱイラストあるといいかも
- ナイス
- シンプルで個人的に好きなデザインです
- すっきりとしたデザインが良かった。
- お茶のイラストなどがあると良い
- 非常に良かった
- 八女の茶畑がいい感じでした
- 魅力的だった

Q10 本ブースについての感想、改善してほしいことや期待することがあれば、ご自由にお書きください。

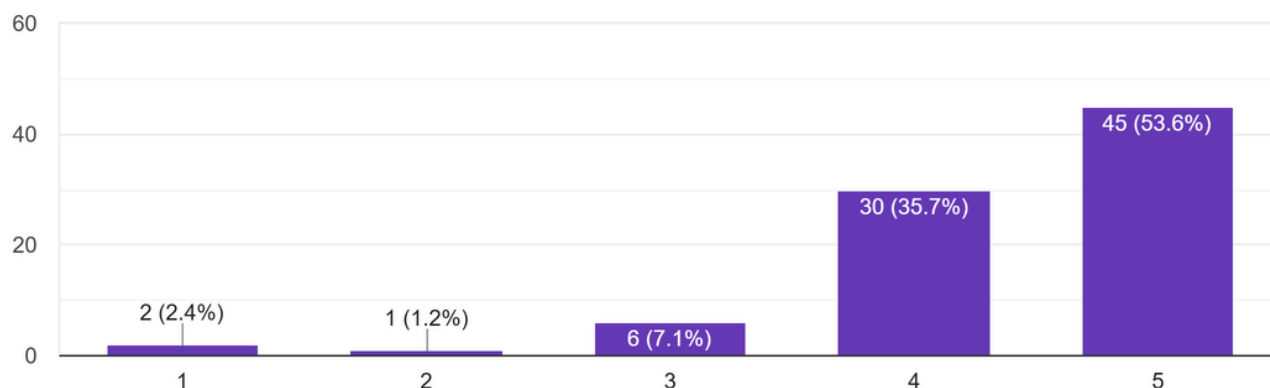
【回答】

- スタッフさんが元気があって良かったです！
- 頑張ってください
- 特になし
- いい感じです
- 楽しそうで寄りやすいです

(4) 受入方策の実施 実証内容③

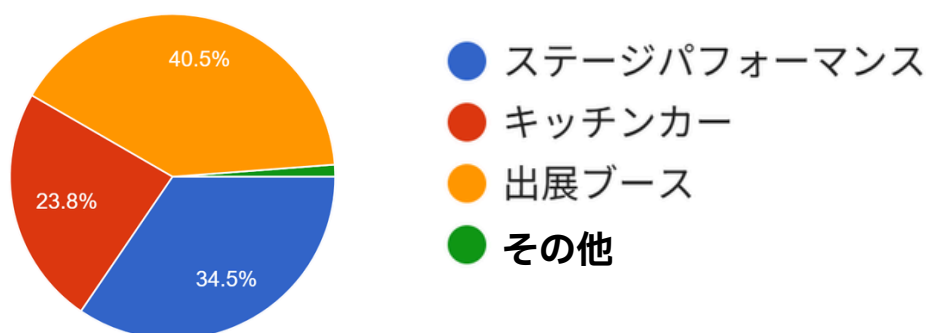
Q11 イベントエリアの内容は充実していましたか。会場内の装飾など、応援を楽しめる雰囲気になっていましたか。5段階で評価ください。(最高評価:5)

【回答】「5」:45人、「4」:30人、「3」:6人、「2」:1人、「1」:2人



Q12 イベントエリアで、特に印象に残った体験やコーナーを教えてください。

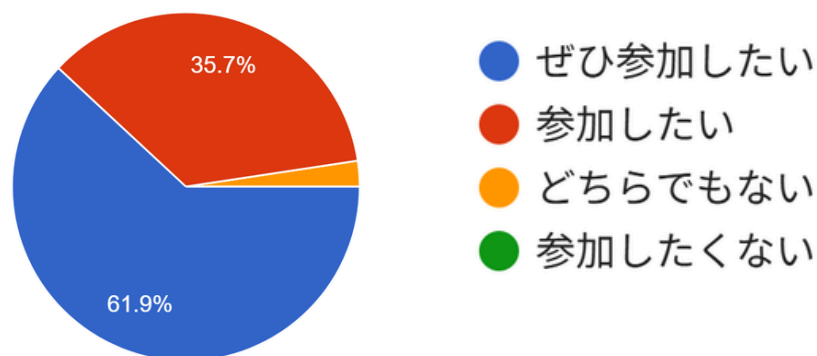
【回答】ステージパフォーマンス:29人、キッチンカー:20人
出展ブース:34人、その他:1人



(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q13 サイクルロードレース観戦やイベントにまた参加したいと思いましたか。

・ 【回答】 ぜひ参加したい:52人、参加したい:30人、どちらでもない:2人



Q14 本日のレース観戦・イベントについてのご感想、来年度に向けて改善してほしいことや期待することがあればご自由にお書きください。

・ 【主な回答 ※重複した内容は除く】

- またやって欲しい
- 楽しみ
- 良かった
- これからも続けてほしいです！九州のテレビ・ラジオの番組と一緒に
なって、もっともりあげてください。ありがとうございます★
- 毎年やってほしい
- 来年もきます
- 最高に楽しめた
- 特にない
- 飲み物のブースを増やしてほしい
- シャトルバス用の駐車場の案内が もう少し増えてほしい 現地に来て
引き返した
- 是非福岡も通過してください！
- もう少し目立つようにした方がいい。
- 楽しい催しにしてほしい

(4) 受入方策の実施 実証内容③

ブース来場者アンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- 八女茶スイーツ試食は来場者の8割超が体験し、“地域の味をその場で感じる”導入装置として最も強く機能している。
- 味・見た目・風味への肯定的コメントが集中し、商品品質そのものが来場体験価値を底上げしている。
- オリジナルラベルのクラフトビールは「かわいい・おしゃれ」と高評価で、“持ち帰れる記念”として八女ブランド想起に寄与している。
- 体験コンテンツの多くが“出展ブース”の印象に直結しており、ブース設計がイベント満足の要になっている。
- イベントエリア満足度は9割超が4-5評価で、空間演出と応援の雰囲気づくりは成功水準にあるといえる。
- 来場目的の約4割が“イベントエリア”で、観戦以外の滞在価値創出に成功している。
- 来場者の多くが家族・複数人で訪れており、“シェアできる体験”が集客と満足を支えている。
- 認知経路は行政広報とSNS・Webが中心で、デジタル×公共の二軸告知が有効と示された。
- 再来意向は97%と極めて高い一方、飲食・導線・視認性の改善余地が次の満足度向上ポイントである。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

(1)-③大学、専門学校と連携したスポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施

ツール・ド・九州2025 大会参加チームと連携した
スポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施

連携校：立命館アジア太平洋大学(APU)

第1回プログラム：インプット講義

【実施日時】 7/17(木)14:20～16:00

【実施場所】 APU

【実施内容】 スポーツと地域振興、ツール・ド・九州の背景・成り立ちなどについてインプット講義

【受講者】 APUサステナビリティ観光学部 学生21名

【講演者】(Ⅰ)スパークルおおいたレーシングチーム

監督兼GM 黒枝美樹 様

「サイクルカルチャーの定着とまちづくり」

(Ⅱ)株式会社 テレビ熊本 江藤大樹

「スポーツと地域活性 ツール・ド・九州」



(4) 受入方策の実施 実証内容③

第2回プログラム：ディスカッション

【実施日時】 9/24(水)11:00～12:30

【実施場所】 APU

【実施内容】 ツール・ド・九州大会時のフィールドワークについて意見交換

【参加者】 APU学生8名

スパークルおおいたレーシングチーム 黒枝美樹 氏

テレビ熊本 升本喜之 氏

【決定事項】 ・『佐世保クリテリウム』と『宮崎・大分ステージ』では、学生のべ5名が、スパークルおおいたレーシングチームに帯同、選手インタビューなどSNSで発信する
・佐伯フィニッシュエリアでは、学生6名がブース運営。来場者にレース観戦を促すため、応援フラッグを製作。

第3回プログラム：フィールドワーク

【実施日時】 10/10(金)9:30～15:00、13(月・祝)10:00～15:00

【実施場所】 ・佐世保クリテリウム会場

・宮崎・大分ステージ 延岡スタートエリア、佐伯フィニッシュエリア

【実施内容】 事前のインプットやディスカッションで計画した通り、大会に参加チーム・スパークルおおいたレーシングチームに帯同して選手を取材したり、ブース運営して来場者と交流する。

【参加者】 APU学生計11名

(4) 受入方策の実施 実証内容③

スパークルおおいたチーム帯同

APUの学生5名(国際学生4名、日本人1名)が、大会出場チーム『スパークルおおいた』に帯同し、レース前後にチームピット内で選手へのインタビューを行った他、ミーティングにも参加した。



応援フラッグ製作・ブース運営

チーム帯同した学生とは別のAPUの学生6名(国際学生5名、日本人1名)が、来場者と応援フラッグ作りを通じて交流。佐伯会場では、特にこども連れのファミリー層が多く、レース開始前までに200枚のフラッグが来場者に配布され、フィニッシュエリアでの応援に活用された。



(4) 受入方策の実施 実証内容③

第4回プログラム:フォローアップミーティング

『スパークルおおいた』チームに帯同した学生5名とブース運営に参加した学生1名出席の下、チームの代表・黒枝美樹氏を交え、意見交換会を開催した。また、学生たちは自身のSNSから情報発信を行った。

実施日時 12/2(火)14:00-15:15

実施場所 APU

出席者

●チーム帯同参加者5名

①DOLOROSA REGGIE MAE PAMBID さん (フィリピン)

②ABIGAIL SALMA MAESHANTI さん (インドネシア)

③Nguyen Ha Trang さん (ベトナム)

④Jovan NG Zheng Han さん (シンガポール)

⑤大野有紗 さん (日本)

●応援フラッグ製作・ブース運営者1名

⑥佐藤浩誠さん (日本)

●3SEEDS:黒枝美樹(スパークルおおいた監督兼GM)

●事務局:2名、APU職員:2名

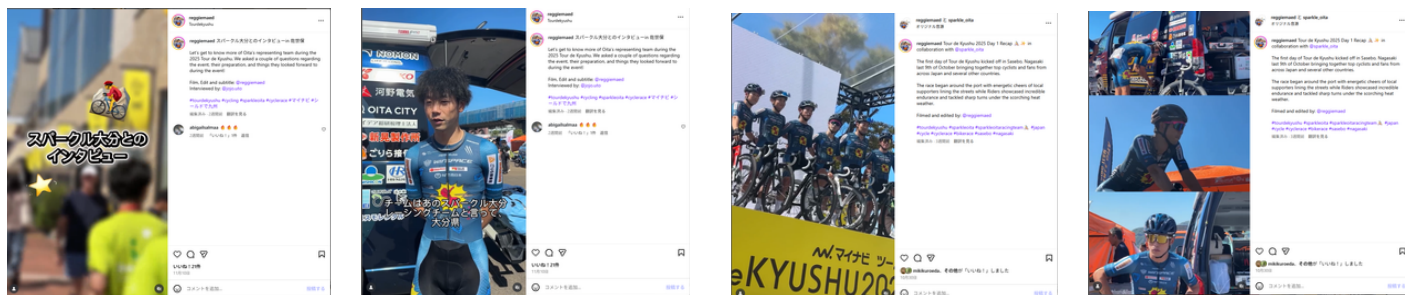
学生からの主な意見

- ・活動後、スパークルおおいたはじめ海外チームのSNSフォローも始めた。
佐世保まで応援に来るファンの姿を見てサイクルイベントの可能性を感じた。
- ・レース観戦を促し、注目してもらうために、レース前に撮影した選手インタビューをストーリーに上げた。次に機会があれば、Instagramのアンケート機能でどのようなシーンが見たいか意見を聞いて撮影をやってみたい。
- ・国際的には知られていないレースだが、ストーリーとリールを上げると、母国の友人から多くのコメントが届いた。国際的な大会にするためには、大会公式SNSや大会会場において英語表記が不足している。
- ・宮崎大分の素敵な景観を観ることができてよかった。多くの人が集まることに刺激を受けた。一方、交通機関が不便なところに改善の余地があると思う。
- ・国内で開催されるレースは多く視聴しているが、ツール・ド・九州の映像は国内レースで最もよいと思う。レース展開や開催地の景観や特色などしっかり紹介されている。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

①DOLOROSA REGGIE MAE PAMBID さん

「当初は選手に同行して撮影すると思っていたのですが、実際には準備中とレース後の時間がほとんどでした。それでも良い経験になりました。レース準備で忙しい中でも、彼らは非常に協力的でインタビューしやすかったです。撮影で最も難しかったのはレース中でした。彼らが速く、スマホで追跡するのが困難だったためです。加えて、インタビューを明瞭かつ聞き取りやすくするためのマイクが不足していました。」

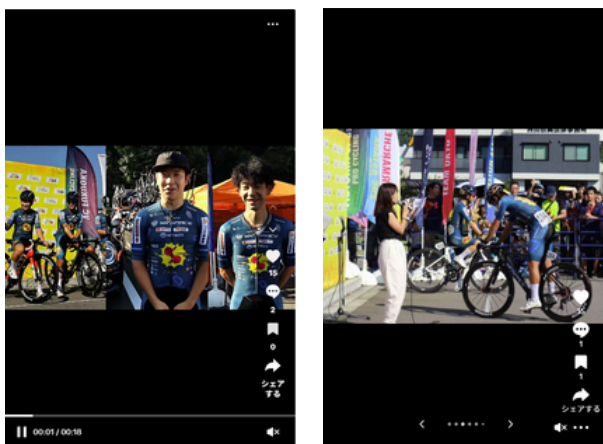


②ABIGAIL SALMA MAESHANTI さん

「延岡から佐伯への最終ステージは、とても天気が良く素晴らしい一日でした。選手たちがものすごいスピードで通り過ぎるのを見て驚きましたし、地元の方々の声援がカウントダウンの雰囲気をさらに盛り上げていました。チームが出走準備をしている様子を見たり、3名の選手にインタビューする機会をいただけたことも、とても貴重な体験でした。最終日ということもあり、大分スパークルチームは万全のコンディションではなかったと思いますが、それでも温かくインタビューに応じてくださいました。」

ツール・ド・九州に大分代表チームとして出場している姿を見ることができ、とても嬉しかったです。国際的なメンバーもいる点が特に印象的でした。レースが始まってからは、各選手の位置をリアルタイムで追跡し、YouTubeで生配信を観ることができたのも興味深かったです。そのおかげで、より臨場感をもって観戦できました。YouTube配信ではレースだけでなく、佐伯や延岡のご当地グルメや観光名所なども紹介されていて、とても楽しかったです。

ゴール地点でも、多くの人々が集まって選手たちを熱く応援している姿が印象的でした。表彰式や最終発表も盛り上がり、シャンパンシャワーを目の前で見るのは初めての体験でした。ツール・ド・九州2025の一員として参加できたことを心から光栄に思います。このような機会をいただき、本当にありがとうございました。」



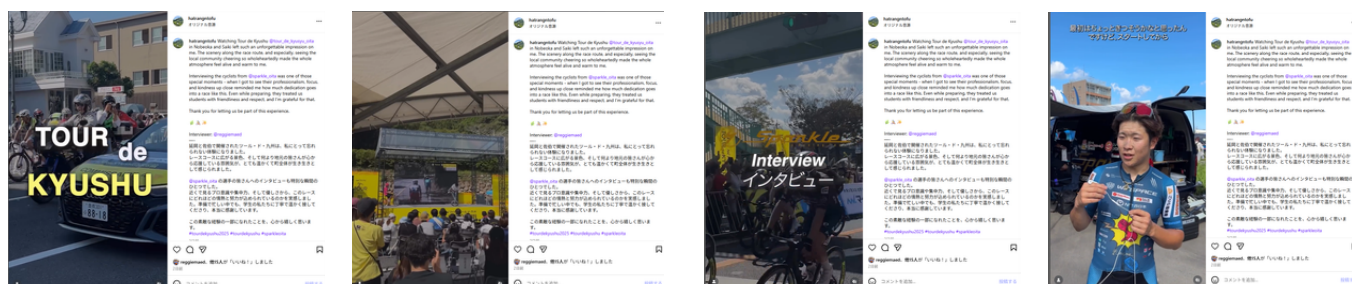
(4) 受入方策の実施 実証内容③

③ Nguyen Ha Trang さん

「ツール・ド・九州でスパークル大分レーシングチームに同行させていただいたことは、私にとってとても有意義な経験でした。選手の皆さんはレースの準備に集中していたため、あまり近くでお話しする機会は多くありませんでしたが、まず印象的だったのは延岡と佐伯の風景です。どちらの場所も初めて訪れましたが、レースルートの映像を通してその美しい景観が感じられました。海岸線、開けた道路、穏やかな雰囲気がイベント全体を特別なものにしていました。

もうひとつ強く印象に残ったのは、地元コミュニティの一体感です。佐伯でも延岡でも、人々がツール・ド・九州を心から楽しみにしており、温かく応援している姿がとても印象的でした。日本でこのような地域の活気を直接感じるのは初めてで、とても明るい気持ちになりました。

最後に、スパークル大分チームについても触れたいと思います。選手の皆さんは集中しながらも、私たち学生インタビュアーに対してとても親切で、丁寧に接してくださいました。以前、同じチームに同行した学生のことを覚えていてくださったのも印象的でした。そのような温かい対応のおかげで、1日を通して安心して活動することができました。チームのプロ意識、美しい風景、そして地域の皆さんの応援が合わさって、この経験は私にとって本当に忘れられないものになりました。



④ Jovan NG Zheng Han さん

「九州を活動の拠点とすることで九州に良い注目を集める素晴らしいイベントだったと感じています。また、関連する協力者(例:弱虫ペダル作者との対談@佐世保クリテリウムステージ)との対話は、こうしたイベントに外部からの注目を集める上で非常に有効だと考えます。大分県のメンバーにも、このようなイベントに更多く参加いただければと思います！」

⑤ 大野有紗 さん

「ツール・ド・九州のチームに同行して、延岡から佐伯までのサイクリングを間近で見ることができてすごく良い経験になりました。選手へのインタビューは初めてで、なかなかうまく質問できなかったのですが、現場の雰囲気をつかめたので、次からは今回の経験をゼミでも活かしていきたいです。大きな大会を生で見るのも初めてで、迫力があって、自分も元気をもらえた気がします。」

(4) 受入方策の実施 実証内容③

⑥佐藤浩誠 さん

「国際生と共同でプロジェクトに参画することはあまりなかったが、コミュニケーションを図るよい一日だった。地元の人とも交流する良い機会になった。ワールドチームが出るだけあってレベルが高かった。TDKはYouTube生配信やっているが、国内のレースで一番面白いと思う、レース展開と現地の紹介・景色をやっているがバランスがとても良い。ヘリ、ドローンの映像も迫力がある。今後、現地で観戦するということにフォーカスを当てると、選手を知ってもらいたいことは大事と思う。チーム、選手に密着するというプロモーションをやって集客に繋げると良い、ツール・ド・おきなわのプロモーションを参考にしてほしい。TDKとスパークルおおいたを一緒に売り出すとよい。誰(選手)がやっているかわからないレースには見ても良さが伝わらないのではないかな。

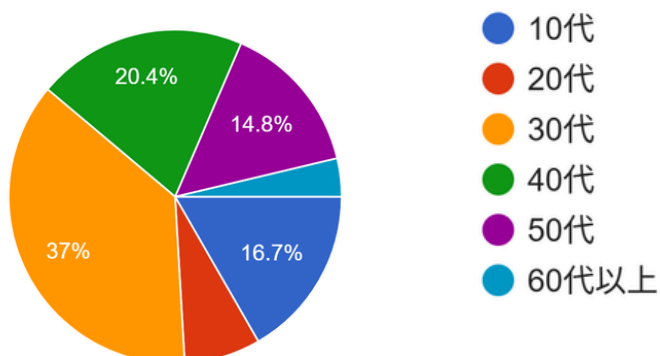
(4) 受入方策の実施 実証内容③

ブース来場者アンケート(宮崎・大分フィニッシュエリア)

立命館アジア太平洋大学ブースに来場した54名から有効回答を得た。

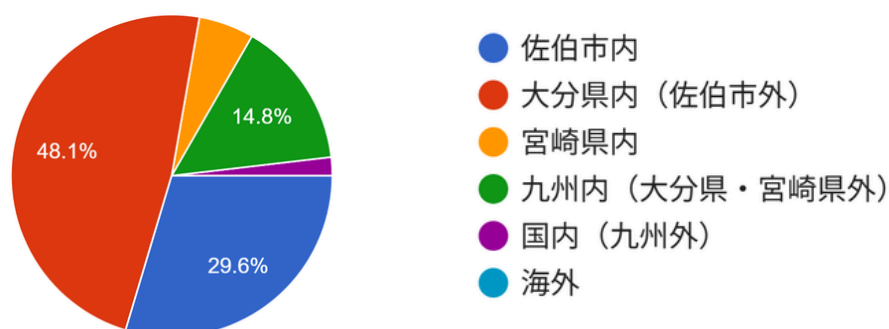
Q1. 年代を教えてください。

【回答】 10代:9人、20代:4人、30代:20人、
40代:11人、50代:8人、60代以上:2人



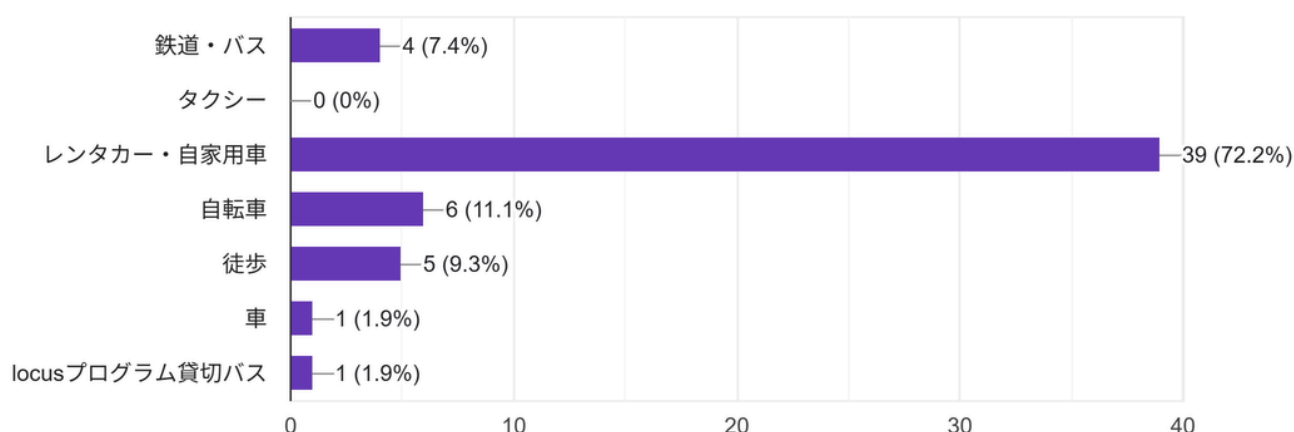
Q2. お住まいを教えてください。

【回答】 佐伯市内:16人、大分県内(佐伯市外):26人、宮崎県内:3人
九州内(宮崎・大分県外):8人、国内(九州外):1人



Q3. どのような交通手段で来場されましたか。(複数回答可)

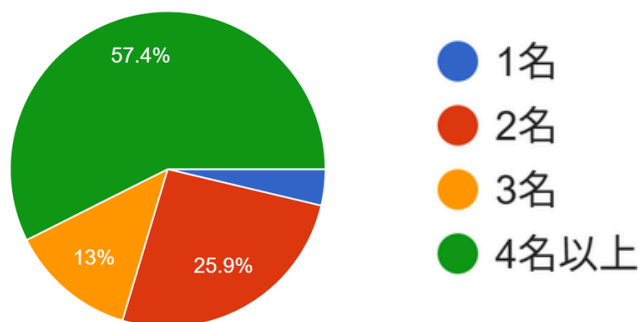
【回答】 鉄道・バス:4人、タクシー:0人、レンタカー・自家用車:40人
自転車:6人、徒歩:5人、その他(貸切バス):1人



(4) 受入方策の実施 実証内容③

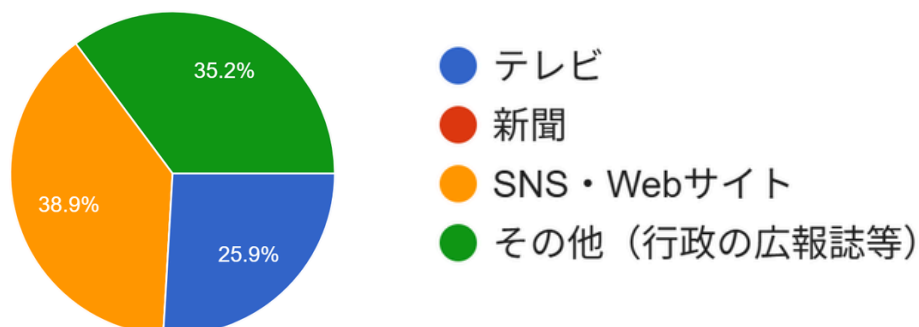
Q4. 何名で来場されましたか。

【回答】 ひとり:2人、二名:14人、三名:7人、四名以上:31人



Q5. 大会の開催は、何の媒体で知りましたか。

【回答】 テレビ:14人、SNS・Webサイト:21人、
その他(行政広報等):19人



Q6. 何を目的に来場されましたか。

【回答】 サイクルロードレース観戦:33人、イベントエリア:21人



(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q7. 本ブースの応援フラッグ製作について感想を聞かせてください。

【主な回答 ※重複した内容は除く】

- バカ楽しい
- 応援にも使えるので良い！！
- とてもよかったです
- 子供がよろこんでます
- タダでありがたい
- 子どもが自由に描けた
- 自由に絵がかけて楽しかった
- 楽しく作製できました
- 子ども達が喜んで描いていた
- 手作り感がとてもいいと思います！
- 皆さん優しくて良かった
- 手軽で楽しく良い
- 応援グッズとして手作りできてとても良かった
- Very cheerful
- かわいかった

(4) 受入方策の実施 実証内容③

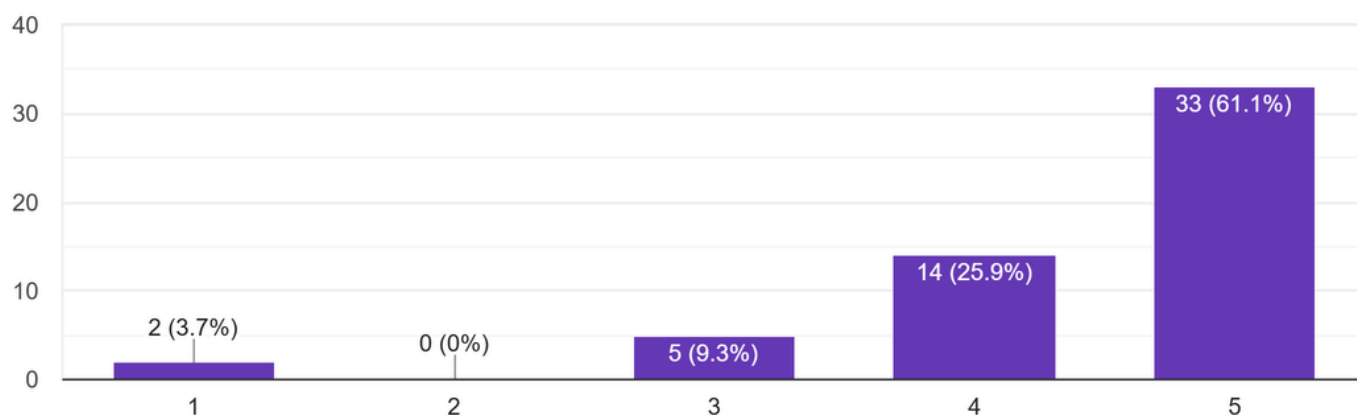
Q8. 本ブースについての感想、改善してほしいことや期待することがあればご自由にお書きください。

【回答】

- スタッフも笑顔でいろんな国の子がいて良い
- 楽しかった
- またしてほしいです
- スペースが少し小さかったかなと思います。
- 国際色豊かなところをぜんめんに
- ありがとうございます♪
- 子供が楽しそう
- 学生さんが良いです
- More staff
- がんばってください

Q9. イベントエリアの内容は充実していましたか。会場内の装飾など、応援を楽しめる雰囲気になっていましたか。5段階で評価ください。(最高評価:5)

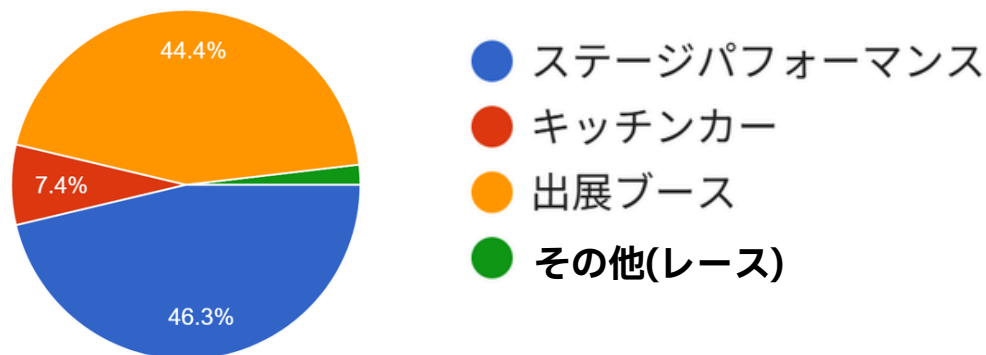
【回答】「5」:33人、「4」:14人、「3」:5人、「2」:0人、「1」:2人



(4) 受入方策の実施 実証内容③

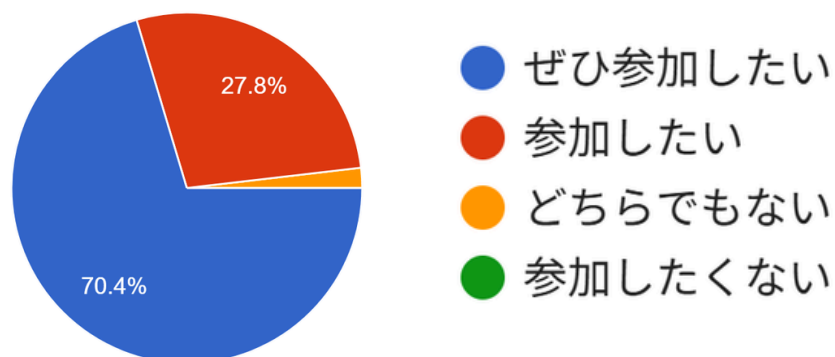
Q10 イベントエリアで、特に印象に残った体験やコーナーを教えてください。

- ・ 【回答】 ステージパフォーマンス:25人、キッチンカー:4人
出展ブース:24人、その他(レース):1人



Q11 サイクルロードレース観戦やイベントにまた参加したいと思いましたか。

- ・ 【回答】 ぜひ参加したい:38人、参加したい:15人、どちらでもない:1人



(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q12 本日のレース観戦・イベントについてのご感想、来年度に向けて改善してほしいことや期待することがあればご自由にお書きください。

【主な回答 ※重複した内容は除く】

- わくわくしてます
- また来年も来ます！
- 毎年、楽しみにしています!!
- 駐車場の場所をわかりやすくしてほしい
- 交通規制範囲が広い
- 感動
- 来年も楽しみ！！
- 是非また佐伯で！！
- ピストンバスが少なく最悪。。。係員の指導も。。。
これなら無くて良い
- また参加します🌟
- Nice

(4) 受入方策の実施 実証内容③

ブース来場者アンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- 応援フラッグ製作は「バカ楽しい」「応援に使える」と評価され、観戦と感情を結びつける体験として機能している。
- 子どもや家族連れの反応が非常に良く、“参加型応援”がファミリー層の満足度を高めている。
- スタッフや学生の対応が好印象で、人的ホスピタリティが体験価値を押し上げている。
- イベントエリア満足度は5・4評価が87%を超え、空間演出と一体感づくりは成功水準。
- 印象に残った体験はステージと出展ブースが拮抗し、“観る×参加する”の両立が来場価値を形成。
- 来場者の約4割がイベント目的で訪れており、レース以外の動機創出に寄与している。
- 再参加意向は98%と非常に高く、地域の恒例イベントとして定着する可能性が高い。
- 駐車場案内や交通規制への不満があり、アクセス・動線設計が満足度のボトルネックとなっている。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

連携校：長崎国際大学

第1回プログラム：インプット講義

【実施日時】 7/8(火)13:00～14:30

【実施場所】 長崎国際大学

【実施内容】 スポーツツーリズム、ツール・ド・九州の背景・成り立ちなどについてインプット講義

【受講者】 長崎国際大学国際観光学科スポーツツーリズムコース 学生約40名

【講演者】(Ⅰ)国土交通省九州運輸局観光部

部長 進藤昭洋

「スポーツツーリズムについて」

(Ⅱ)株式会社 テレビ熊本 升本喜之

「スポーツと地域活性 ツール・ド・九州」

第2回プログラム：インプット講義

【実施日時】 10/8(金)16:00～17:00

【実施場所】 長崎国際大学

【実施内容】 ツール・ド・九州大会時のフィールドワークについて意見交換

【参加者】 長崎国際大学国際観光学科スポーツツーリズムコース
グローバルツーリズムコース 学生計10名

【決定事項】 佐世保クリテリウムでは、学生10名が外国人来場者対応やブース運営。外国人を対象とした三川内焼き絵付け体験のサポートや来場者にレース観戦を促すための応援フラッグ製作。インフォメーション対応を実施。

第3回プログラム：フィールドワーク

※第3回プログラム実施内容については、P58～61参照※

(4) 受入方策の実施 実証内容③

連携校：九州産業大学

プログラム：インプット講義

【実施日時】 7/14(月)11:00～12:40

【実施場所】 九州産業大学

【実施内容】 日本の観光とスポーツツーリズムの可能性について

【受講者】 九州産業大学地域共創学部観光学科 学生約70名

【講演者】 国土交通省九州運輸局観光部 部長 進藤昭洋

「日本の観光の現状」

「スポーツマネジメント、サイクルツーリズムについて」



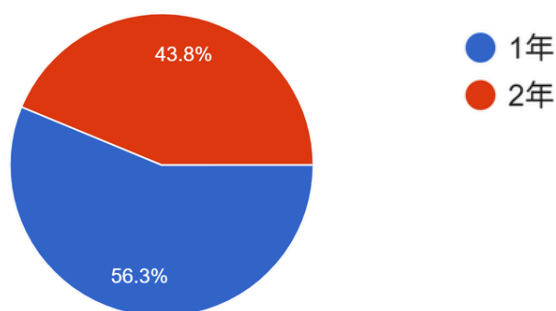
(4) 受入方策の実施 実証内容③

人材育成学生対象アンケート(福岡ホスピタリティ・アカデミー)

人材育成プログラムに参加した福岡ホスピタリティ・アカデミーの学生を対象に行ったアンケートで16名から有効回答を得た。

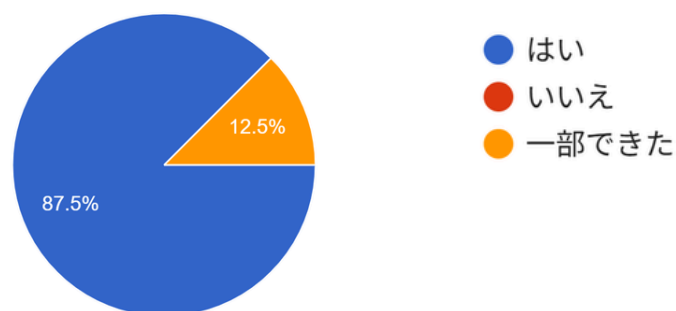
Q1. 学年を教えてください。

【回答】1年生:9名、2年生:7名



Q2. 来場者への接客に自信を持って臨めましたか。

【回答】はい:14名、一部できた:2名



Q3. 来場者との交流で感じたこと、印象に残ったことを教えてください。

【主な回答】

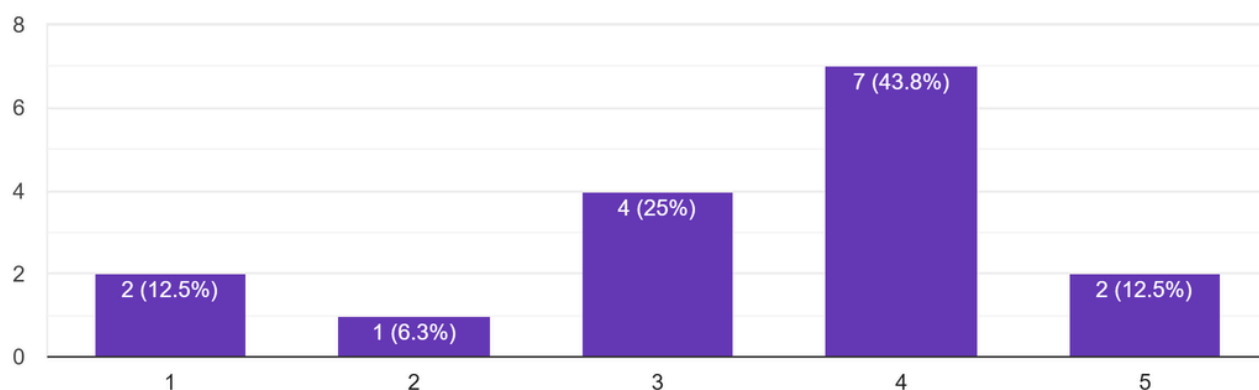
- 学生が主体的に行った活動に対して、来場者の方が興味を持ってたくさん話しかけてくださったので、嬉しかったです。
- みんな思っていた以上に自転車に興味を持っていたこと。
- 旗配りしましたが、年配の方やお子さんを連れている方が多く貰ってくれる傾向にあったが、中年の方は貰ってくらない傾向にあった。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- 年齢層がバラバラで販売が難しかった
- 八女や八女の近くの町から来ている人が多かった。
- 車で来てた人がたくさんいた
- 比較的外国の人が多かったイメージ
- 地域の特産品を通して人とつながる喜びを感じました。
- 地元から来る人が多かった
- 意外と人に旗を渡すのが難しかった
- 八女の方々が親切で親しみやすかった
- 八女の方が多く訪れていると感じました。地元での一大イベントに、地元の方がたくさん訪れている印象でした。
- 想像以上に来場者が多い事がビックリしました
- 多かった
- 明るかった
- 配布物の渡し方が難しかったのでどのようにしたら受け取ってもらえるのか、声掛けなどを意識しました。

Q4. イベント参加前にスポーツツーリズムにどの程度関心がありましたか。
5段階で評価ください。(最高評価:5)

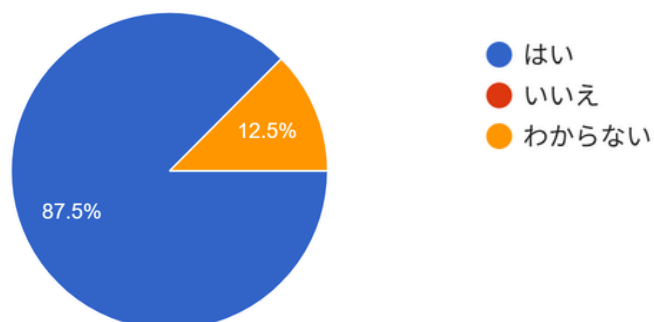
【回答】「5」:2名、「4」:7名、「3」:4名、「2」:1名、「1」:2名



(4) 受入方策の実施 実証内容③

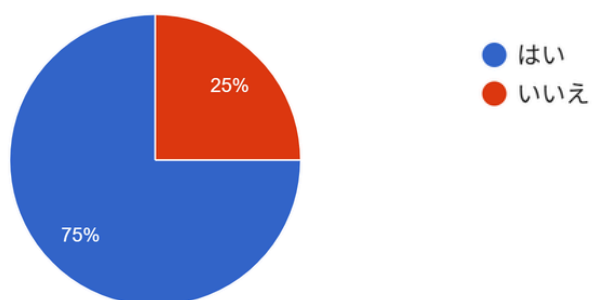
Q5. スポーツと体験コンテンツ(応援フラッグ作り)の組み合わせは有効だと思いましたか。

【回答】 はい:14名、わからない:2名



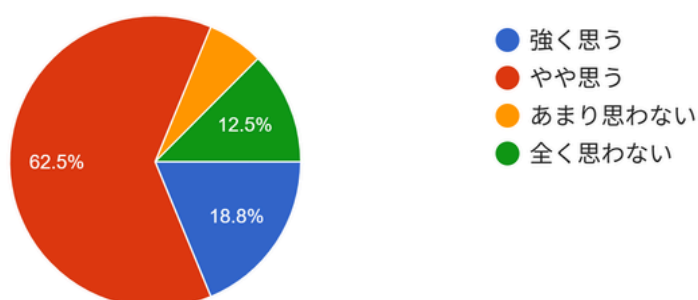
Q6. 今後スポーツツーリズムに関わる活動に参加したいですか。

【回答】 はい:12名、いいえ:4名



Q7. 大会開催まで八女市について学びました。観光地でスポーツイベントがあると、その地域を訪れたいと思いますか。

【回答】 強く思う:3名、やや思う:10名、あまり思わない:1名
全く思わない:2名



(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q8. 今回の経験を通して感じたことを自由に記入してください。

【主な回答】

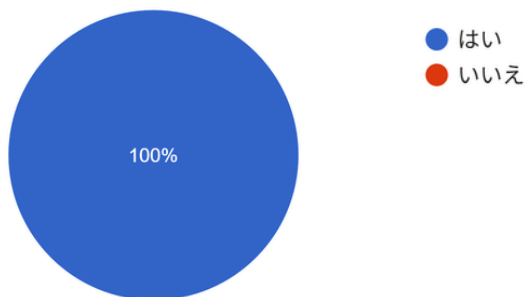
- 八女での地域創生で、地域の方や来場者の方に自ら話しかけて学校の商品かPRをしたことで、どうやって話しかけたら興味を持ってくれるか知ることができました。
- 正直最初は全く興味もなかったし単語すら聞いたことないような状態だったが、調べていくうちにそれなりに興味も出てきて、当日は意外と楽しみになっていた。自転車を通じてその走っている場所の魅力を発信することが出来れば一石二鳥だしいなと思う。
- 色々な方と接したが年配の方や若い方々には話しかけやすいが中年の方々に自ら話しかけるのが苦手だと知れた。
- 自転車であんな距離走るのすごいなあって思った。
- 外でのイベントなのでいつもより大きめに明るく声をかけるとお客様の反応がとても良い。アンケートなどのをしてもらう時は深追いせずにさっぱりさせる。
- 勇気を出して声を変えることが大事だと思った。
- 色んな人達と交流出来たことがいちばん良かったです。人と接するのが楽しかったです。
- 地域の魅力を発信する楽しさと、人との関わり大切さを実感しました。来場者の方に八女茶スイーツを配る中で、「おいしい！」という言葉や笑顔を直接見ることができ、自分の行動が誰かの喜びにつながる嬉しさを感じました。
- 八女開催ってことで、八女の人に来る人が多かった。初めてのツール・ド・九州を見て、とても迫力を感じた。
- 多くの人を訪れていて、スポーツイベントを行うことは、地域の活性化に繋がっているというのを体感できたいい機会になったと思う。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- 商品だけでなく、人や地域について、地域の魅力をたくさん伝えれると思った。
- 自分自身も八女市についてあまり知らなかったので、今回のイベントを通して新しい町を知ることができました。また訪れたいです。
- 観光とスポーツというあまり共通点のないものを組み合わせることで、新しい発見や経験が出来た。
- お客様への声のかけ方がとても難しかったです。どのようにしたら受け取ってもらえるかなど考えて行動しました！

Q9. 観光業界で人材不足が深刻化していることをご存知ですか。

【回答】はい:16名、いいえ:4名



Q10. 「観光関連の仕事」と聞いて思い浮かぶ職種は何ですか。

【主な回答 ※重複回答は除く】

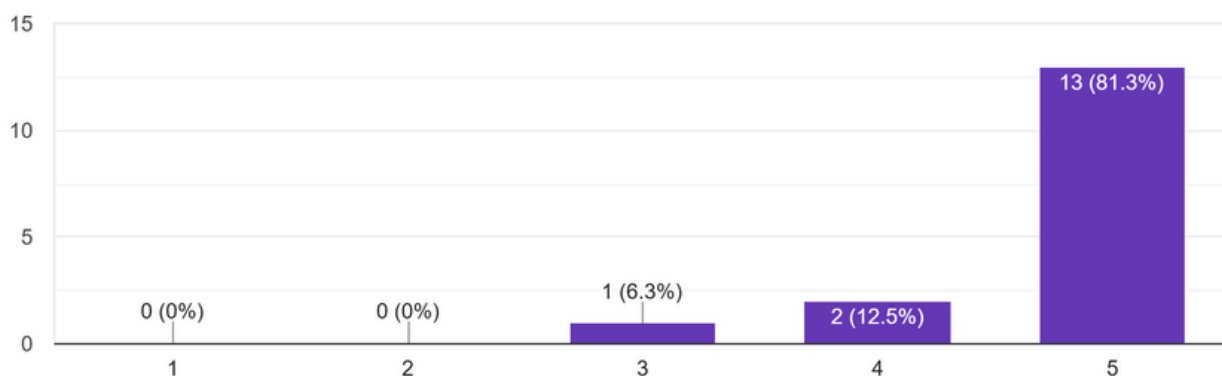
- 添乗員
- 旅行会社
- バスガイド
- 観光案内所
- 航空
- 交通機関
- ホテル
- カウンター業務
- タクシー

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- ツアーコンダクター
- 旅行業
- 手配業
- 運送機関
- 観光庁
- イベント企画
- 運営スタッフ
- 地域創生
- バスアナウンサー
- JR
- フェリー

Q11. 旅行・観光業界で働く志望度を5段階で教えてください。(最高評価:5)

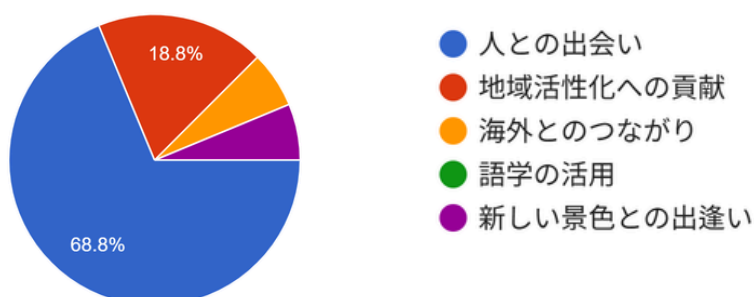
【回答】「5」:13人、「4」:2人、「3」:1人



Q12. 旅行・観光業界で働く上で魅力を感じる点は何ですか。

【回答】「人との出会い」:11名、「地域活性化への貢献」:3名

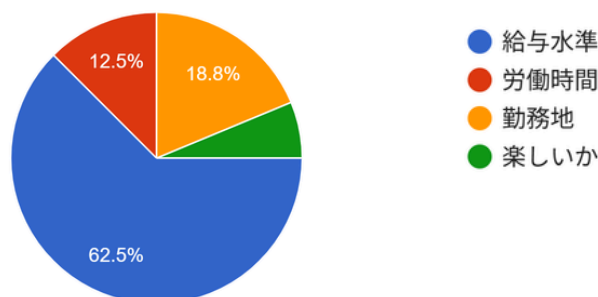
「海外とのつながり」:1名、「新しい景色との出逢い」:1名



(4) 受入方策の実施 実証内容③

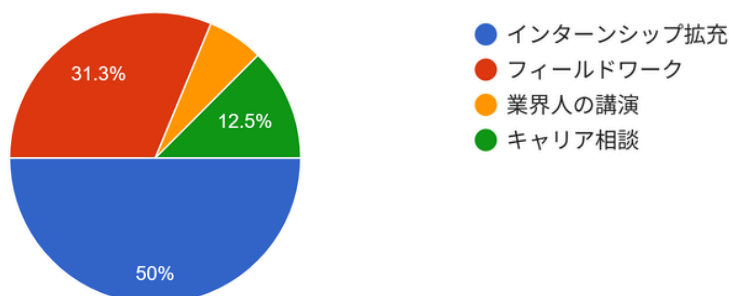
Q13. 旅行・観光業界で働く上で不安に感じる点は何ですか。

【回答】「給与水準」:10名、「労働時間」:2名
「勤務地」 3名、「楽しいか」:1名



Q14. 学生が観光業界に関心を持つために学校に期待する取組みは何ですか。

【回答】「インターンシップ拡充」:8名、「フィールドワーク」:5名
「業界人の講演」 1名、「キャリア相談」:2名



Q15. あなた自身が観光業界で挑戦したいことがあれば教えてください。

【主な回答 ※重複回答は除く】

- アプリを使った体験型観光。
- 地方の創生！
- 色々な方々に日本全国にあるまだ知られていないような秘境の絶景などを知ってもらいたい。
- 人を笑顔にさせる。
- 旅行のカウンタースタッフのツール・ド・イベントの観光が合わさったイベントへの参加。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- 海外から来た人と交流していきたい。
- 企画やイベントの運営に携わり、地域の魅力を多くの人に伝える仕事に挑戦したいです。
- 添乗員やツアープランナーしてみたい。
- トラベルブロガーやトラベルフォトグラファーです。観光業界の主流の仕事ではないと思いますが、プライベートの旅行でもこういった仕事に繋がっていききたいです。
- 添乗員や地域活性事業に挑戦したいです。
- 自分の故郷を観光地にする。

Q16. 観光関係の職種が人材不足を解消するために必要なアイデアがあればお答えください。

【主な回答 ※重複回答は除く】

- 若者の地域離れを解消するために、地域でのイベントを積極的に行いPRする。
- 給料を上げる。
- 観光関係の人に優遇されたクーポンなどの配布。
- まずその場所の魅力を知ってもらう。
- SNSや学校での講話などを通して、観光業のやりがいや楽しさを若い世代に伝える取り組みなどが効果的だと思います。
- 他の似た職種の方々と協力する。
- なかなか難しいことかもしれませんが、学生のうちに手軽に旅行に行ける機会がもっと増えればいいと思います。
- インターンシップを開催することや、実際に旅行に参加出来る機会を設けることで旅行業界に興味を持って貰うことが出来ると思います。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q17. 観光人材育成のために、行政や学校に期待することがあれば自由にご記入ください。

【主な回答 ※重複回答は除く】

- 八女でのボランティア活動のように、参加できる機会がたくさんあってほしいです。
- 講演会。
- 学校と企業の繋がりを強くする。
- 体験型の授業や推薦枠を増やす。
- 観光業の現場を体験できる機会をもっと増やしてほしいです。実際のイベントや地域の観光事業に関わることで、教科書だけでは学べないリアルな課題ややりがいを知ることができると思います。
- 就職の推薦枠を増やす
- 前の質問にも書きましたが、旅行系の学校でなくとも、もう少し学生が旅行に行く機会が増えることを期待したいです。その中で、少しでも旅行を好きになってくれる人材が生まれたら嬉しいです。
- より多くの経験を積む機会が増えればいいなと思います

(4) 受入方策の実施 実証内容③

福岡ホスピタリティ・アカデミーの学生アンケートの結果から、
以下のとおり考察できる。

- 来場者対応に「自信を持てた」学生が87.5%に達し、実地フィールドは即戦力育成に極めて有効である。
- 学生主体の活動に来場者が関心を示し、“若者が関わる場”自体が集客・交流装置として機能している。
- 旗配りや声掛けの難しさを体感したことで、机上では学べない接客スキルの重要性を実感している。
- 参加前は関心が高くなかった学生も、体験を通じて興味を持ち、“実地体験が意識変容を生む”ことが確認された。
- スポーツ×体験コンテンツの組み合わせを87.5%が有効と評価し、教育的にも観光的にも相乗効果がある。
- 観光地でスポーツイベントがあれば「訪れたい」と81%が回答し、イベントが地域誘客の動機になり得る。
- 観光業界志望度は5評価が81.3%と高く、現場体験が職業意識を大きく高めている。
- 魅力は「人との出会い」が最多で、ホスピタリティの原点が体験を通して明確化されている。
- 一方で不安は「給与水準」が最多で、人材定着には処遇改善という構造課題が残る。
- 学生はインターンやフィールドワーク拡充を強く望み、若いうちから観光業の魅力に触れることや継続的な現場接続が人材育成の鍵である。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

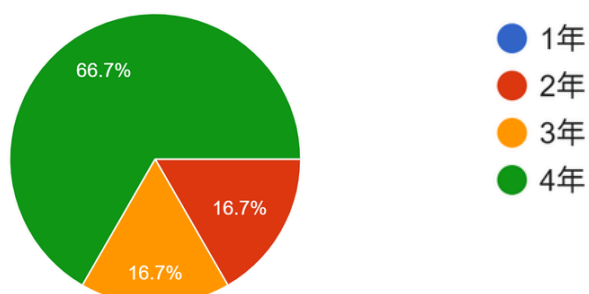
人材育成学生対象アンケート(APU)

人材育成プログラムに参加したAPU学生を対象に行ったアンケートで6名から有効回答を得た。

※佐伯会場のフィールドワーク参加学生対象

Q1. 学年を教えてください。

【回答】 4年生: 4名、3年生: 1名、2年生: 1名



Q2. 国籍を教えてください。

【回答】 ミャンマー: 2名、カンボジア: 1名、ラトビア: 1名、
インド: 1名、日本: 1名

Q3. 本イベントに参加した理由を教えてください。

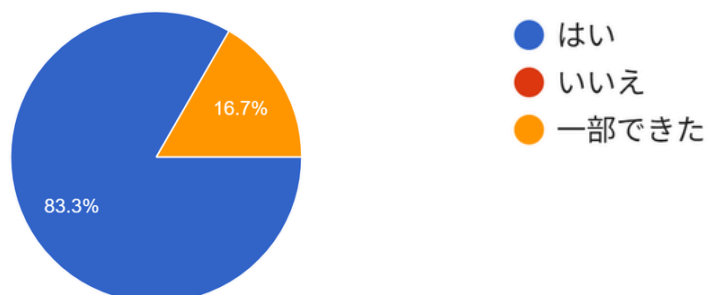
【回答】

- 地域の文化や魅力に興味があり、このイベントを通して地域の良さを多くの人に知ってもらえと思い参加しました。また、実際に現地で活動することで、地域の課題や可能性についても学べると感じました。
- 趣味で自転車に乗っていて、興味があったから
- 学校のブースにボランティアするため
- 興味がありました
- いつもと違うASAの活動でした
- ジョーンズ教授から誘いを受けた

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q4. 来場者への接客に自信を持って臨めましたか。

【回答】 はい: 5名、一部できた :1名



Q5. 来場者との交流で感じたこと、印象に残ったことを教えてください。

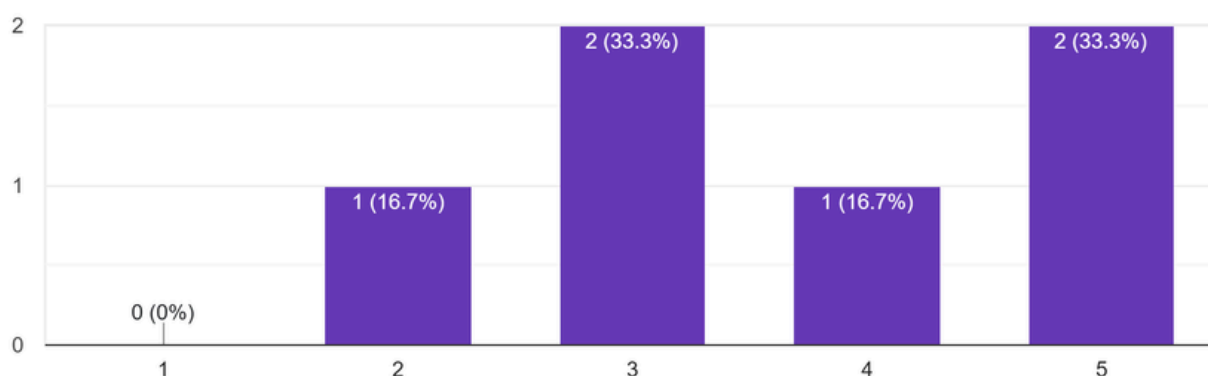
【回答】

- 来場者との交流を通して、子どもたちの明るさと積極性にとっても感動しました。多くの子どもがブースに参加してくれた一方で、高齢の方々は少し遠慮されている様子も見られました。しかし、子どもたちが楽しそうに活動してくれたことで、ブース全体が活気にあふれ、会場の雰囲気もより明るくなったのが印象的でした。
- 個性豊かな人々と交流出来て、いい経験になりました。
- ほぼ全員がチームを知っていて、ブースのアクティビティにも興味を持ってくれました。皆さんが私たちの提供したものに積極的に参加し、楽しんでくださっているのを見るのは、本当に嬉しかったです。
- 人々の親しみやすさ
- 主に子供との交流が多くて、子供たちに対応しながら親をサーベイ答えてもらうっていう戦略は面白かったです。
- みんなが応援してくれて礼儀正しくて、コミュニケーションが取りやすかった

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q6. イベント参加前にスポーツツーリズムにどの程度関心がありましたか。5段階で評価してください。(最高評価:5)

【回答】「5」:2名、「4」:1名、「3」:2名、「2」:1名



Q7. スポーツと体験コンテンツ(応援フラッグ作り)の組み合わせは有効だと思いましたか。

【回答】 はい:6名



Q8. スポーツイベントと地域観光を結びつける上で、「学生だからこそできる役割」は何だと思いますか。

【回答】

- 学生だからこそ、地域と外部の人をつなぐ「架け橋」の役割ができると思います。若い視点や柔軟な発想を活かして、地域の魅力を新しい形で発信することができます。また、SNSなどを通じて情報を広めたり、他の学生や若者に地域の魅力を伝えることで、観光や地域活性化に新しい風を吹き込むことができますと感じます。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- シンプルにボランティア活動だと思います
- 学生たちの好奇心旺盛な性格と学習能力により、彼らは地元の文化や活動に没頭することができ、また彼らの生活に深く根付いたスポーツへの愛情は、彼らが一般の人々に鮮やかで深い形で伝える感情であり、人々の好奇心を惹きつけ、彼らの視点を体験することにも興味を持たせます。
- プロモーション
- 観客を魅了する方法で魅力を教える役

Q9. 今回の経験を通して感じたことを自由に記入してください。

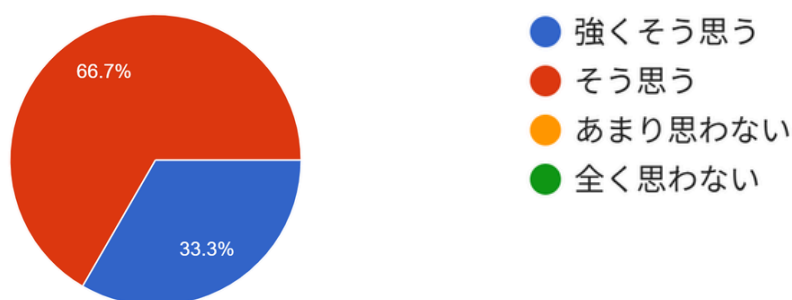
【回答】

- 今回のイベントを通して、地域の魅力や人々の温かさを改めて感じました。特に、子どもたちが楽しそうに参加してくれた姿が印象的で、地域に活気を生み出す力が若い世代にもあると実感しました。また、地域の方々と関わる中で、観光やイベントを通じた交流の大切さを学び、今後もこうした活動に積極的に関わっていきたいと感じました。
- 一見シンプルな施策でも、多くの人を喜ばせることができるんだと思った。
- 私はブース係として働いていましたが、イベントの雰囲気が非常に活気があり、提供されたアクティビティに参加する地元の人々の意欲も非常に心温まるものだったので、このイベントを楽しみました。
- 楽しかった
- いつもと違う経験だったです。その場で、自分や同僚の個性や特技を使いながら客を引くのが楽しかったです。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q10. 「マイナビ ツール・ド・九州」は地域経済に貢献していると思いますか。

【回答】 強くそう思う: 2名、そう思う: 4名



Q11. 地域経済にさらに効果を与えるためには、どのような施策が必要だと思いますか。

【回答】

- 地域経済にさらに効果を与えるためには、地域の魅力を広く発信すると同時に、来場者が実際に体験できる仕組みを作ることが大切だと思います。具体的には、地域のブースで県の特産品や観光スポットを紹介したり、地元の飲食店や宿泊施設と連携したプログラムをすることで、観光や地域経済の活性化につなげることができます。また、学生や若者が情報発信に関わることで、より多くの人に地域の魅力を伝えることができると思います。
- 来場者を増やす。その為にはサイクルロードレースの基礎知識や魅力をもっと時間をかけて発信して、現地で見たいと興味がない人達に思わせないといけない。
- 地元のランドマークのさらなる宣伝
- 外国人観光客のアクセシビリティ
- 客を巻き込む活動
- 英語、中国語、韓国語などの言語サポート

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q12. イベントをきっかけに、地域に新たなビジネスチャンスが生まれる可能性について考えを述べてください。

【回答】

- イベントを通じて、多くの人が地域を訪れたり、地域の魅力を知ったりすることで、新たなビジネスチャンスが生まれる可能性があると思います。たとえば、地元の特産品を使った商品開発や、観光体験プログラムの提供、地域イベントと連動した飲食・宿泊サービスの充実などが考えられます。学生や若者のアイデアを取り入れることで、従来とは異なる新しい価値を生み出すこともできると思います。
- イベントの間は訪問者がいて、地域経済が活性化すると思いますが、恒常的に訪問者が増える仕組みがないとそれこそイベント出店みたいなビジネスチャンスしかないかなあと思ってます。イベントをきっかけにするという観点でいえば、時代のニーズとマッチしているその地域の特色をライブ配信で発信するなどしたらいいかもしれません。
- このイベントは観光客を誘致し、地元の商店、ホテル、ツアーサービスに新たなビジネスチャンスを生み出し、地域経済の促進に貢献します。

Q13. 観光客目線で考えたとき、このイベントに「足りない」と思ったものは何ですか。

【回答】

- 敷居が高い。自転車乗り以外が理解しにくい展開やルールなど多すぎて、観光として行うには初心者や全く知識がない人をターゲットにするのは難しいかなと思いました。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- 観光客の目線で考えると、イベントでは地域の情報や特産品をもっと分かりやすく紹介する工夫があると良いと感じました。地図や案内板、体験プログラムの案内などがあれば、初めて訪れる人でもスムーズに楽しめると思います。また、多言語での案内やSNSでの情報発信も充実すると、より多くの観光客が参加しやすくなると感じました。

- 地域自体に関する情報

- 英語の説明とライブ翻訳

Q14. 「マイナビ ツール・ド・九州」が国際観光のきっかけになるとしたら、どのような仕掛けが必要だと思いますか。

- 「マイナビ ツール・ド・九州」が国際観光のきっかけになるためには、多言語対応だけでなく、アクセスのしやすさや参加者の体験価値を高める工夫も重要だと思います。オンラインでの予約やプログラム情報の提供、地元の食べ物や工芸、スポーツ体験などの文化体験、地域の飲食店や宿泊施設との連携などにより、イベントをより魅力的にすることができます。また、国際的なSNSや旅行プラットフォームでの情報発信、分かりやすい案内板や交通ガイドも、外国人参加者が安心して楽しむために役立ちます。これらを組み合わせることで、九州への国際的な来訪者を増やすきっかけとなる、魅力的で参加しやすいイベントを作ることができると思います。

- UCIワールドチームにもっと出場してもらって、大会としての価値を高める。

- PRと強力なSNSプレゼンス

- サイクリングと、食、文化、自然などの地元の体験を組み合わせ、多言語デジタルメディアを通じて宣伝し、訪問者が地元の人々やコミュニティとつながることができるインタラクティブなイベントを創出する必要があります。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

APUの学生アンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- 国籍多様な学生(5か国)が83%「接客に自信あり」と回答し、多文化対応の即戦力育成に直結している。
- 子ども参加が会場の活気を生み、高齢層は遠慮気味という観察から、世代別アプローチ設計の必要性が示された。
- 全員が「スポーツ×体験は有効」と回答し、イベント価値の中核が“参加型”であることが確認された。
- 参加前の関心が中位以下の学生も多い中、体験後に意義を実感する意識変容が起きている。
- 学生自身が「地域と外部をつなぐ架け橋」と自認し、発信・翻訳・促進の担い手になり得ると示唆。
- 地域経済への貢献を全員が肯定し、観光×イベントが経済波及を生む認識が共有された。
- 単発では持続しないとの指摘から、常設導線と再訪設計の不足が課題として浮上。
- 「敷居が高い」との声は、初心者向け導線・ルール解説の不足を示す。
- 多言語案内・ライブ翻訳への要望があり、国際対応は未完成領域である。
- 食・文化・自然とサイクリングを組み合わせた多言語発信が必要とされ、“Cycling × Culture”の国際商品化が成長軸。

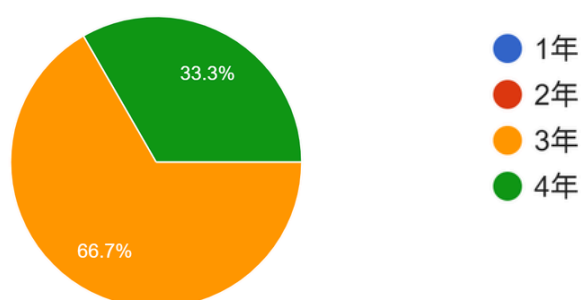
(4) 受入方策の実施 実証内容③

人材育成学生対象アンケート(長崎国際大学)

人材育成プログラムに参加した長崎国際大学の学生を対象に行ったアンケートで9名から有効回答を得た。

Q1. 学年を教えてください。

【回答】 3年生:6名、4年生:3名



Q2. 所属コースを教えてください。

【回答】 スポーツツーリズム:4名、グローバルツーリズム:5名



Q3. 本イベントに参加した理由を教えてください。

【主な回答】

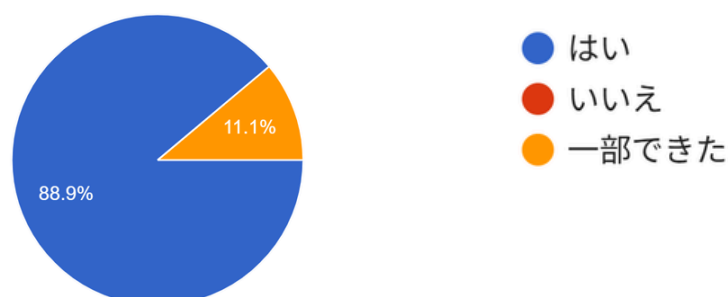
- 自転車イベントに興味があったから スポーツイベントに将来携わりたいているから
- ボランティアの募集があり、英語を活かせるということだったので英語に極力触れることのできる環境に身を置きたかったのと地域活動に興味があった。
- 大学で募集があり、大きな大会だったため

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- たくさんの人と交流したかった
- 面接でのアピールポイントで使えるから
- 世界的な大会を見たいと思ったから。 イベントスタッフをやってみたいと思ったから。
- 各国から集まるイベントで日本文化を伝え、本物のレースを見てみたかったから。
- 面白そうだったから
- 初めて自転車レースを見てみたかった。 世界中から集まるという点ですごく興味が湧いた。

Q4. 来場者への接客に自信を持って臨めましたか。

【回答】 はい:8名、一部できた:1名



Q5. 来場者との交流で感じたこと、印象に残ったことを教えてください。

【回答】

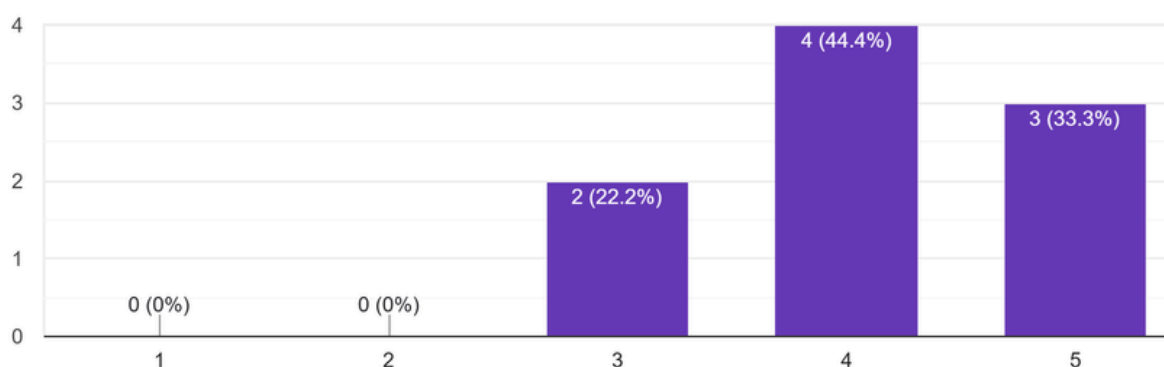
- 自転車イベントはマイナーで来場者は他のスポーツイベントに比べ少ないのではないかと予想していたが予想以上の来場者数で多くの人が興味を示していると感じた。
- 弱虫ペダルのファンとの交流で知らない人だらけでしたが一つの作品で多くの人と楽しく関わることができ、名前も教え合っていないがとても大きな交流を行えたこと。またそれ以外にも来場者の多くの方が気持ちよく接してくれる人が多かったこと。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- 海外の方と多くお話しができたこと
- お互いの趣味を通して仲良くなれたこと
- 心が広い人が多かった
- 日本人の方も外国人の方も楽しんで旗を作って、メッセージを書いてくれたことが、すごくスタッフをしている側として嬉しかった。
- 三川内の絵付け体験ブースを担当し、多くの海外の方が絵付けに興味を持ち楽しんでいる姿が印象的でした。
- 思ったより海外の方が少なかった。いろんな人関わることで楽しかった！
- 自転車レースは大人の方が多いので、大人の方にも楽しんでもらえるような工夫を考えることが大変だったが、笑顔になってくれた時にやりがいを感じた。

Q6. イベント参加前にスポーツツーリズムにどの程度関心がありましたか。5段階で評価してください。(最高評価:5)

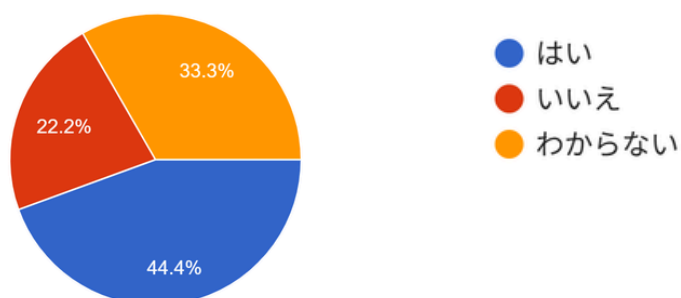
【回答】「5」：3名、「4」：4名、「3」：2名



(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q7. スポーツと体験コンテンツ(三川内焼き絵付け体験)の組み合わせは有効だと思いましたか。

【回答】 はい:4名、いいえ:2名、わからない:3名



Q8. スポーツと体験コンテンツ(応援フラッグ作り)の組み合わせは有効だと思いましたか。

【回答】 はい:9名



Q9. スポーツイベントと地域観光を結びつける上で、「学生だからこそできる役割」は何だと思いますか。

【回答】

- 企業より結びつきやすい
- 元気を見せるに限ると考えている。若いからこそその若さを生かすべき。
- 様々な年代の方と多くコミュニケーションをとること
- カジュアルな緊張しない環境づくりでお客様にリラックスしながら楽しんでもらえる
- 発信力があると思う(snsなどを通して)

(4) 受入方策の実施 実証内容③

- 若者への呼びかけ。学生が知ること、若者中心に発信できる。
- 多くの学生が利用しているSNSを通じて、どのような取り組みを行っているかを伝えられると思います。
- 体験のサポートだったり、一緒に体験したり、アクティブな活動
- 近辺の大学生への声掛けや若さを活かして元気よくすることや笑顔が第1歩になると思う。

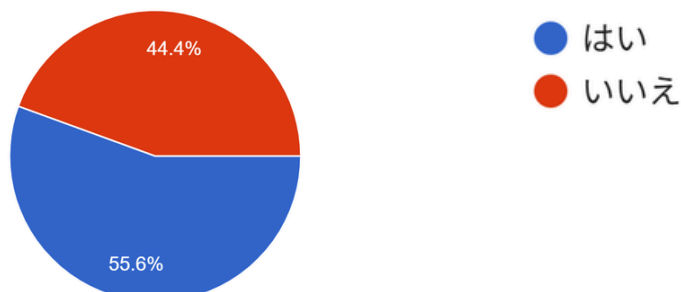
Q10. 今回の経験を通して感じたことを自由に記入してください。

- もともと自分は将来的に起業してスポーツや健康関連の事業をしていこうと思っていたのですが、今回のイベントを通じて、その道は明るいと感じたのでこれからも将来のことを考えて必要な要素や能力を磨いていきたいと思います。
- ツールドフランスの実際の迫力、日本人来場者の多さ、そして何より人と関わることへの楽しさがさらに深く理解できたこと。
- 海外の方との交流の中で自分自身の語学力の低さを感じた
- お客様以外に他のブースの方や選手と交流できて楽しかった
- いろんな地方から来た人がいて、興味深かった
- 世界的な大会を間近で見ることができてよかった。
- 絵付けブースや応援フラッグブースで楽しみながら作業するお客様の姿を見て、地域観光の良さを知りました。
- イベントを通して、色々な方と関わって楽しかった！
- 暑くて大変だったが、自分自身にとってとても良い経験になった。
今後また参加する機会は少ないかもしれないが、他の人に伝えたりすることで少しでも広がるようにしていきたい。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q11. 観光業界で人材不足が深刻化していることをご存知ですか。

【回答】 はい: 5名、 いいえ: 4名



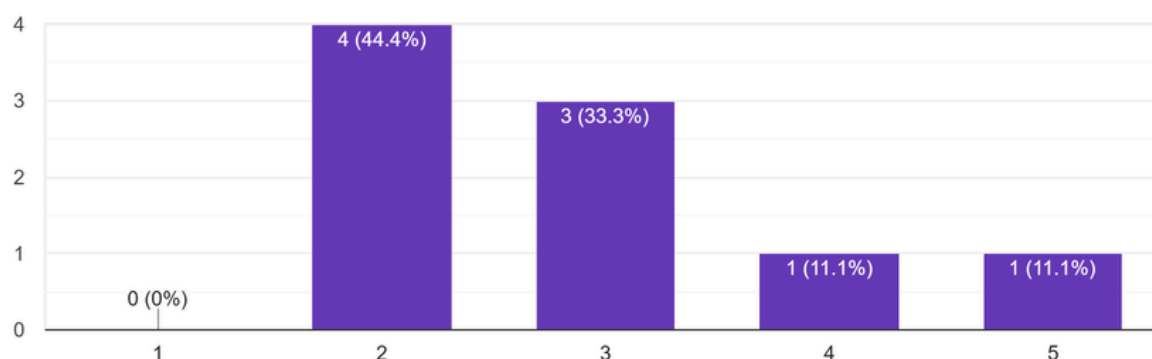
Q12. 「観光業界の仕事」と聞いて最初に思い浮かぶ職種は何ですか。
(いくつでも回答可)

【回答】

- 旅行業
- ホテル業界、お土産屋さん、バスツアー、航空会社、博物館
- テーマパークスタッフ
- レジャー、ホテル
- 旅行会社
- ホテル業、イベント関係
- ホテル、航空業、ツアーガイド
- 旅行会社、宿泊業、交通業、
- 旅行案内業者。バスガイド、ガイド

Q13. 旅行・観光業界で働く志望度を5段階で教えてください。(最高評価:5)

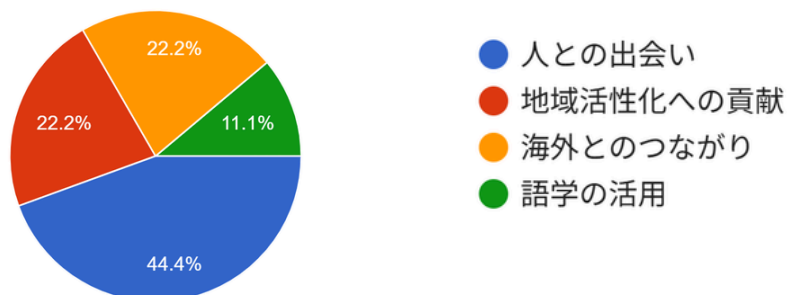
【回答】 「5」: 1名、「4」: 1名、「3」: 3名、「2」: 4名



(4) 受入方策の実施 実証内容③

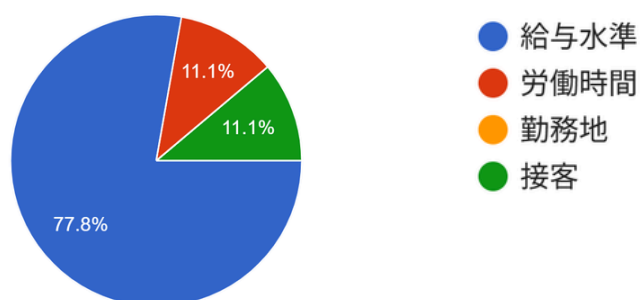
Q14. 観光業界で働く上で魅力を感じる点は何ですか。

【回答】「人との出会い」：4名、「地域活性化への貢献」：2名
「海外とのつながり」：2名、「語学の活用」：1名



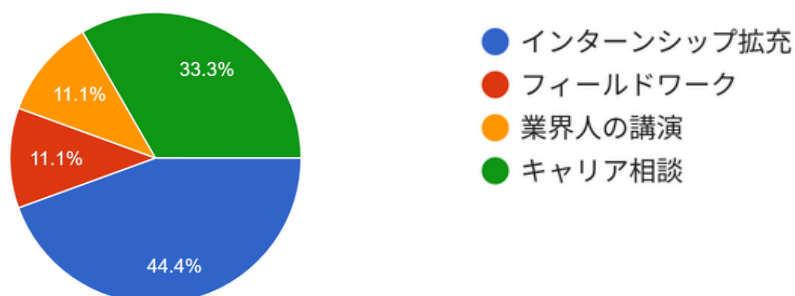
Q15. 観光業界で働く上で不安を感じる点は何ですか。

【回答】「給与水準」：7名、「労働時間」：1名、「接客」：1名



Q16. 学生が観光業界に関心を持つために、大学に期待する取組みは何ですか。

【回答】「インターンシップの拡充」：4名、「フィールドワーク」：1名
「業界人の講演」：1名、「キャリア相談」：3名



(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q17. 外国人観光客が増える中で、日本の観光業に必要なと思う人材像は何ですか。

【回答】「語学対応人材」：6名、「多文化理解人材」：1名
「デジタル活用人材」：1名、
「知識量、コミュニケーション能力」：1名



Q18. 観光業界のイメージを良くするために必要なことは何だと思いますか。

【回答】

- 福利厚生
- 難しいことではあるが、各国の感じ方、認識の違いを理解した上で行うこと。
- カスタマーハラスメントを減らす
- 給与アップ
- その地方に行く面白さを発信すること
- 外国人への対応の仕方や、接客の仕方
- 若者社員を増やし、誰でも活躍できる楽しい職場だとアピールすることが必要だと思います。
- 環境設備
- 給料面、コロナウイルスなどがあったさいの保証制度が必要だと思う。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q19. あなた自身が観光業界で挑戦したいことがあれば教えてください。

【回答】

- スポーツツーリズムを広めること
- 観光地の魅力を発信するため、外国人観光客の増加を目標することのベースとなるプランナー
- 海外の方との交流
- ネイチャーガイド
- もっと、ボランティアをしたい
- スポーツや運動を通して、地元や地域の活性化に貢献したい。
- 語学を生かし海外の方と交流しながら働いてみたいです。
- ピククルボールの普及
- バスガイドなど案内をしてみたい

Q20. 観光業界の職種が人材不足を解消するために必要なアイデアがあればお答えください。

【回答】

- 観光と他分野を結びつけて観光＋～のような形で新しい分野を形成することで他分野の職種の人も関わりやすくなり、人材不足を解消できると考える。
- 会社の合併
- カスタマーハラスメントに対する対応、労働時間改善
- 給与アップ、研修
- 給料面、ホワイト企業などをアピールする。

(4) 受入方策の実施 実証内容③

Q21. 観光人材育成のために、行政や大学に期待することがあれば自由にご記入ください。

【回答】

- 体験的や実践的な経験を学べる授業の拡大
- 各自の魅力をSNSを使って発信する
- 言語教育の充実化
- 歴史、地理を他言語で学習する充実した環境
- ボランティア募集の促進
- 今回のようなイベントなどで学生スタッフ枠を設けたり、学生がブースを開けるような機会があれば良いと思います。
- ピックルボールをもっと普及させたい
- キャリア相談や観光会社の紹介

(4) 受入方策の実施 実証内容③

長崎国際大学の学生アンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- 9名中8名が「接客に自信あり」と回答し、短期でも実地体験が即戦力スキルを形成している。
- 弱虫ペダル等の“共通の話題”が交流を促進し、コンテンツ連動が場の一体感を生むと示された。
- 応援フラッグは全員が有効と評価し、“参加型応援”が観戦体験の質を押し上げることが確認された。
- 一方、絵付け体験は有効評価が4/9に留まり、体験の目的・導線・説明の再設計が課題である
- 「学生だからこそ」の役割として発信力・親しみやすさが挙げられ、若者の“接点づくり力”が資産と確認。
- 観光業界志望は高評価が少数で、給与水準不安が人材定着の最大ボトルネックである。
- 語学対応人材を最多が必要と回答し、インバウンド対応力が次世代観光の必須要件と認識。
- インターン拡充・実践授業を大学に期待する声から、継続的な産学連携が人材育成の鍵と示された。

(3) 戦略会議の開催 11/5 第三回戦略会議

開催日時 11月5日(水)13:30～15:20

開催場所 TKP博多駅筑紫口ビジネスセンター8階 802会議室

出席者 ※順不同、敬称略

《戦略委員》

浅川華子、荒木茂人、飯島誠

ニック・サース、畑中絹代、マイケル・ライス、Beki

《オブザーバー》

中川信治【ツール・ド・九州】、野中隆二【九州経済連合会】

古賀晴美【福岡県観光連盟】

大坪元気【福岡県国際スポーツ大会推進室】、岩屋天道【福岡県観光企画課】

片山航希【熊本県スポーツ交流企画課】、荒木香凛【大分県スポーツ振興課】

濱田俊一【長崎県スポーツ振興課】、直井真理【宮崎県スポーツランド推進課】

《事業主管》

進藤昭洋、山下義隆、荒井崇行、近野愛華【九州運輸局】

《事務局》

(株)TKUヒューマン

議事内容

- 1.事業主管挨拶
- 2.ツール・ド・九州2025大会報告、ツール・ド・九州2026開催発表
- 3.実施報告①外国人観戦者を想定した観戦環境の磨き上げ
- 4.実施報告②大学、専門学校と連携したスポーツと地域活性に関する特別プログラムの実施
- 5.実施報告③外国人観戦者を想定したレース実況の完全多言語化
- 6.進捗共有・意見交換①インバウンド対応のサイクリングガイド育成
サイクリングモニターツアーによる実証(在佐世保米軍対象)
- 7.進捗共有②サイクリングモニターツアーの実施(韓国人インフルエンサー対象)
- 8.意見交換②QX サイクルツーリズムの聖地九州 取組の方向性

(3) 戦略会議の開催 11/5 第三回戦略会議

戦略会議議事録 ※議事内容3～5・7省略

1.事業主管挨拶

(進藤昭洋)

ツール・ド・九州が3回目となる今年は、各県で盛り上げやプロモーションにさまざまな取組みが実施され、とてもよかった。九州運輸局では、他では行っていないインバウンド向けの施策に取り組み、貴重な実証事業となっている。まだ事業は残っているが、最終的に課題や気づきを各県の観光担当者、スポーツ担当者に共有し、横展開することで、来年度以降のサイクルツーリズム推進に向けて、「何をすれば国内外の来訪に繋がるのか」をしっかりと示し、九州全体でサイクルツーリズムを盛り上げていく道筋をつけたい。

2.ツール・ド・九州2025大会報告、ツール・ド・九州2026開催発表

(中川信治)

4日間、好天に恵まれ無事に終了した。佐世保クリテリウムは五番街で開催し、海上自衛隊や海上保安庁の船にも来場いただき、レースを盛り上げていただいた。初開催であったが、多くの来場者が訪れ、大いに盛り上がった。福岡ステージは筑後広域公園をスタートし、多くの方に参加いただき、ゴール地点でも地元だけでなく、市外からの来場者も集まった。熊本阿蘇ステージは3年連続でほぼコースだったが今年も良いステージとなった。最終日は宮崎スタート・大分ゴール、フィニッシュ地点の佐伯市は自転車のまちとして、地域理解も深く、会場全体が盛り上がった。

特筆すべきはYouTubeの再生回数で、昨年度大会は年間で約20万回だったが、今年はすでにダイジェスト版など含めて27万回近くまで伸びている。毎年、着実に注目度があがっているといえる。また、XやInstagramの視聴回数もそれぞれ約65万回、270万回といい数値が出ている。大会終了後、審判長から講評を受けたが、現在クラス1のステージでありながら、「クラス1よりさらに上の評価」との言葉をいただいた。さまざまな取組みを行ったが、高品質なオペレーションが評価された結果と感じている。各ステージ終了後には知事から挨拶があり、すべての県で地域の方も盛り上がり、県としてもありがたかったとコメントをいただいた。来年以降も引き続き取り組むが、先日の九州地域戦略会議において、来年度のステージも発表された。クリテリウムは佐世保、ステージは佐賀・福岡、大分・熊本、宮崎。佐賀が加わることで、九州7県中6県が開催地となり、残りは鹿児島のみとなった。私自身は(ディレクター職)は今年初めて、当日の運営では至らない点も多くあった、福岡ステージでは選手の落車もあった。来年はより安全で、来場者・選手ともに楽しんでいただく大会に作りたい。

(3) 戦略会議の開催 11/5 第三回戦略会議

6.進捗共有・意見交換①インバウンド対応のサイクリングガイド育成

サイクリングモニターツアーによる実証(在佐世保米軍対象)

(事務局)

- ・インバウンド対応のサイクリングガイド育成プログラムを実施、外国人特に欧米の方が九州でサイクリングする際、安全かつ満足度の高いサイクリング環境整備を目的としたもの。戦略委員の荒木さんにも受講ガイドとしてプログラムを受けていただいている、九州在住のガイドを育成する。
- ・本プログラムの特徴は、実際に外国人参加のモニターツアーのガイドを務めていただくことにあり、一泊二日のツアーですが、先日二日間かけてコースを試走し、行程を作りあげた。今回、募集している参加者の属性はこちらのポイントに記載しているようなところで、日本在住歴が長くなく、サイクリングレベルが初級の方などを対象にしている。
- ・サイクリングだけでなく、観光を楽しんでいただくという視点から、参加者全員E-BIKEを使用いただく。

(荒木茂人)

コース設計について、日本人の中には「福岡は買い物をする場所で、観光するなら別のところに行く」というイメージを持つ人もいる。しかし、博多には歴史ある街が残っているため、ウォーミングアップを兼ねて、街を散策しながら自転車に慣れるところからスタートした。おいしいものを味わったり、緑茶や玉露などを楽しんでいただく時間も設けた。また、フェリーを利用して観光気分を高め、その後は地元の方もレジャーで訪れるエリアを自転車で走っていく、2日目は海沿いを走り、浜辺や旧街道にある酒蔵、歴史ある神社などを巡りながら、次第に郊外へと進み、本格的なサイクリングツアーらしいコースへと展開する、ガイド側のポイントとしては、視認性の高いハンドサインができるか、日本の道路事情を踏まえた安全なサイクリングができるか、さらに海外の参加者が日本の環境に慣れたうえで走行できるようサポートする技術を確認する内容となっている。

(Beki)

福津にはおしゃれなカフェがあり、糸島のような雰囲気を楽しめる。新しい発見としても良いポイントだ。大島はアップダウンがあり、E-BIKE向けのコースで、初心者でも無理なく一周できる。ジブリのような風景が楽しめ、SNS投稿でもよく見かける。大島はコンパクトで、船旅も含めて楽しめるなど、サイクリングに適した魅力が多い。

(浅川華子)

現場の立場からすると、実践を通じてガイドを育成することは非常に意義がある。私自身、サイクリングツアーに参加することがあるが、ガイドの存在は本当に大きく、特にインバウンド向けの場合、走るテンポや声かけなど、ちょっとした気配りでツアー全体の印象が大きく変わると感じている。博多の街から志賀島まで、都市と自然を一度に楽しめる内容になっているのではないかと。海外の参加者との交通ルールの違いやコミュニケーションの取り方は、現場でしか学べない部分でもあり、非常に良い取り組みになると思う。

(3) 戦略会議の開催 11/5 第三回戦略会議

8.意見交換②QX サイクルツーリズムの聖地九州 取組の方向性

(野中隆二)

ツール・ド・九州実行委員会や関係者がツール・ド・フランスを視察した結果、今後のツール・ド・九州に生かせるポイントとして、主に以下の4点が挙げられる。①地域を巻き込む仕掛け(祭りの要素)、②地域資源を巧みに生かしたコース設定、③スポーツホスピタリティ、④運営を支えるインフラ群である。『QXサイクルツーリズムの聖地九州』プロジェクトでは、ツール・ド・九州を核として取り組みを進めており、大会のあるべき姿を「レースの価値を高める」「観光消費」「地域活性化」という3つの方向性にまとめている。このプロジェクトを推進し、課題解決を図ることで好循環を生み出したい。レースの魅力が向上し、支援が拡大することで、ツール・ド・九州の持続的な開催につなげることができる。地域と企業の価値共創により、未来志向の地方創生モデルを実現したいと考えている。

(事務局)

あらためて、本実証事業の目的は大きく2つある。Ⅰ ツール・ド・九州そのものを観光コンテンツ化すること Ⅱ九州のサイクルツーリズムを推進すること。野中さんから説明のあったツール・ド・フランス視察での学びの4ポイントの中でも、特に①「地域を巻き込む仕掛け」と③「スポーツホスピタリティ」は、本実証事業や今後目指す姿と重なる部分が多い。「地域を巻き込む仕掛け」は、ツール・ド・九州という大会そのものをどう昇華させていくかに直結し、「スポーツホスピタリティ」は、九州でサイクルツーリズムを推進する上で何が必要かという点に結びついてくる。次回の第4回戦略会議では、委員の皆さまを中心にご意見をいただきたい。

(ニック・サーズ)

佐世保クリテリウムを観戦したが、非常に良かった。海沿いで、商業施設を含めた一帯がコンパクトにまとまっており、素晴らしい環境だった。残念だったのは、開催が金曜日であったため、来場者数にどうしても限りが出てしまう点である。それは致し方ないが、その中でできることとして、米軍関係者には1年前からコミュニケーションを取り、来場いただける流れを作ることができればよい。

(荒木茂人)

祭りの雰囲気は出ていたものの、レースを観る方とイベントを楽しむ方がそれぞれ別の空間で過ごしている印象があった。せっかく集客できているのだから、そこから何か新しい価値を生み出すことが、次のステップではないか。祭り要素に加え、「おもてなし」の部分で改善できる点があるのではないかと思う。会場ごとにそれぞれ良さはあったが、たとえば佐伯では古い町並みが残っていて魅力があったものの、立ち寄らずに帰ってしまった。こういった点に、まだ潜在的な余地があるのではないか。

(3) 戦略会議の開催 11/5 第三回戦略会議

(畑中絹代)

ツール・ド・フランスは、ヨーロッパ中から人が集まる夏のフェスティバルであり、ヨーロッパの夏の過ごし方の最高峰と言える。人々はその場所に集まり、盛り上がる時間そのものを楽しんでいる。キャラバン隊が来て、選手が通り過ぎ、それを見送る——その時間が最高に楽しい。夏の贅沢なコンテンツだ。ディズニーランドで皆が耳をつけてパレードを観ることが楽しいのと同じように、スポーツコンテンツにも『みんなでその時間を共有する楽しさ』がある。目の前のデッドヒートだけが楽しみではなく、『集まって盛り上がる時間に参加すること』こそが、ロードレースの魅力だ。ジャパンカップでは、コース内交差点のコンビニ(の敷地)にテーブルと椅子が用意され、早朝から人が集まって祭りのように賑わっている。これこそ、自転車ロードレースの楽しみ方だと思う。この中に重要なキーワードがある。『みんなが集まって楽しめる仕掛けをつくる』ことだ。たとえば、即席のカフェを設けることで、毎年「今年もあの場所に行こう」となる。そこには“熟成された楽しみ方”が生まれる。宇都宮のジャパンカップは、開催期間中の夜が一年で最も賑わう。地域と交流しながら定番の楽しみ方が根づいていき、レースそのものより『集まって楽しむ』ことが主目的になる。ここまでできると、それは文化となっていく。

(荒木茂人)

福岡ステージでも、周回コースの一角に広いスペースを設け、バーベキュー台をいくつか設置していた。肉や野菜を持ち寄れば、自由に焼いて楽しめるという形だった。まさに、こうした仕掛けが重要なのではないかな。

(Beki)

VC FUKUOKAの応援活動として、フェイスシールを貼る取り組みを行った。高齢の方や、堅そうに見える男性も貼ってくれ、「せっかくならお祭りとして楽しまないと」と言ってくれたことで、一体感が生まれた。この体験から、ツール・ド・九州としてもフェイスシールのようなアイテムを作ると良いのではないかと感じた。お祭りというキーワードで思い出したのが、九州新幹線開業時のCMである。沿線の地域が一体となって盛り上げたように、地域を巻き込んで参加してもらえる仕掛けができると面白い。今年の宮崎ステージでは、商店街を通過する際に“シャッター商店街が今日はシャッターチャンス商店街”という自虐的な幟が掲げられており、それInstagramなどで投稿されバズっていた。こうした“バズる仕掛け”があると、より遠くの人にも情報が届くのではないかな。

(飯島誠)

お祭りは好きで、それを目的に来場いただくことは大歓迎だが、競技の要素も少しは入れてほしい。旗を作ったり、八女茶スイーツを提供したりしても、「誰が勝ったのか」「レースの見どころは何だったのか」が分からないままになってしまう。事前にほんの一言でもレースのポイントを共有しておけば、携わった人がそれを広げてくれる。レース自体を置き去りにしてはいけない。祭りだけが先行すると、継続性のないイベントになってしまう。観戦した人が、帰ったあとに誰かに伝えたいくなるような“仕掛け”を考える必要がある。

(3) 戦略会議の開催 11/5 第三回戦略会議を受けて

第三回戦略会議における戦略委員およびオブザーバーの主な意見は以下のとおりである。これを踏まえ、当局および事務局において検討の上、サイクリングモニターツアーを実施する。

外国人対象のサイクリングモニターツアーの実施

外国人対応のサイクリングガイド育成について

【戦略委員・オブザーバーの主な意見】

日本の交通ルールに対応した安全誘導が重要。

都市、自然、歴史を組み合わせた多様な景観が満足度を高める。

ハンドサインや声掛けなどガイドの所作がツアーの体験品質を左右する。

今回予定している福津や福岡県内であれば、糸島や大島はSNS映えする。



【検討結果ポイントまとめ】

参加者に事前に配布するツアーパンフレットに走行ルール、二段階右折、ハンドサインを明記。

福岡市街地から海岸沿いなど、都市から自然の段階設計、SNS映えを意識した走行ルート。

高低図、距離、獲得標高を可視化したルートMAPの事前配布、難易度・撮影スポットなど事前周知

サイクルトレインや渡船の利用、商品化を見据えたルート設計。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

(2)-①外国人対象のサイクリングモニターツアーの実施（第一弾）

韓国人インフルエンサー対象サイクリングモニターツアー

【実施日時】 11/15(土)～18(火)

【実施場所】 福岡県八女市、熊本県阿蘇市など

【参加者】 ● YouTube登録者数(SNSフォロワー)数万人の
サイクルインフルエンサー・旅系インフルエンサー4名
● 『FUKUOKA サイクリングコンシェルジュ』連携事業者1名

【ポイント】 ◆ 九州初のナショナルサイクルルート認定を見据えた
魅力あるサイクルルートの実証
◆ サイクルインフルエンサーによる韓国マーケットでの情報発信
◆ 再現性の高い商品の造成
◆ 『FUKUOKA サイクリングコンシェルジュ』事業と連携

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

【モニターツアー行程表】

日程表 ツールド九州 2025 秋のサイクリングツアー4日間 2025年11月15日(土)～18日(火) TKU ローマン	
柳川・八女→阿蘇	
Day1	集合場所：福岡空港国際線ターミナル 10:00 各自、空港にて自転車を組み立てます。 🚶：西鉄サイクルトレインにて 西鉄薬院駅 12:15 → 西鉄柳川駅 12:49 ～ 柳川名物「川下り」を眺めながら、昼食会場へサイクリング～ 【昼食】13:30～「夜明茶屋」にて海鮮 🚶：柳川→八女 🚶(MAP①)：八女サイクリング(八女福島商家巡り→大茶園展望所) 【宿泊施設】18:00頃着 Nipponia HOTEL 八女福島商家町 / 【夕食】宿にて
Day2	【朝食】ホテルにて 🚶：ホテル8:00発 → 木屋芳友園 【体験】木屋芳友園にてスペシャルな玉露体験 🚶：木屋芳友園 → 豚皇 【昼食】12:30～「豚皇」にてトンカツ(ロース)膳 🚶(MAP②)：エルパティオ牧場 → 町古閑牧場 【体験】町古閑牧場から「牧野ライド」 (※E-MTBはご用意します。スカー必要です！ご持参ください) 【宿泊施設】18:00頃着 エル・パティオ / 【夕食】宿にてBBQ
Day3	🚶(MAP③)：ホテル6:00発 → 大観峰 → 阿蘇ミルクファクトリー 【体験】早朝、雲海を観察 【朝食】7:30～「コスギリゾート」にて 🚶(MAP④)：パノラマライン→草千里→中岳火口 🚶(MAP⑤)：中岳火口→阿蘇神社→道の駅阿蘇 【昼食】13:30～「道の駅阿蘇」にて昼食 🚶：阿蘇 → 日田、進撃の巨人HITAミュージアム、大山の銅像 🚶：日田 → 福岡空港(各自自転車を輪行ケースへ入れ、預ける) → ホテル 【宿泊施設】博多グリーンホテルアネックス / 【夕食】博多駅周辺
Day4	【朝食】ホテルにて 🚶：ホテル → 福岡空港

特記事項

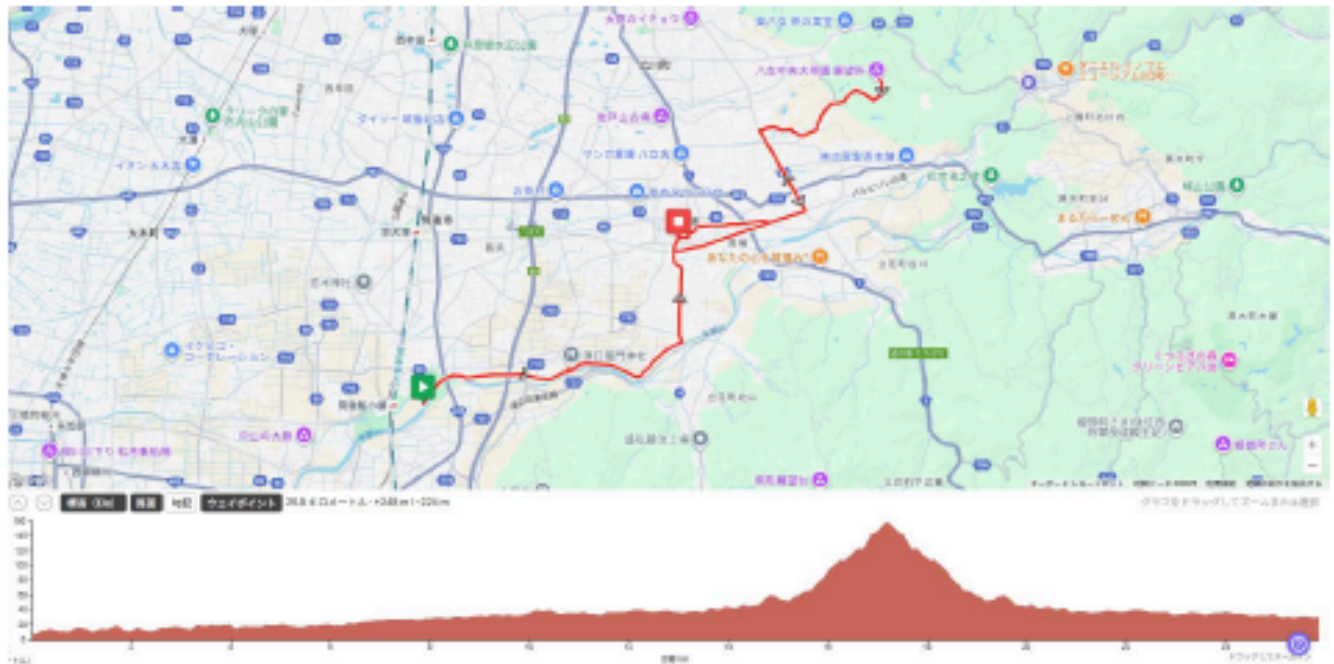
- ・モニターツアー(日本国内)に関わる経費は弊社負担となります。
- ・モニターツアーに含むもの：貸切車、電車代、宿泊代、行程に記載の食事代や観光代・体験代、保険代
- ※韓国各所・福岡空港(福岡市)までの交通費はモニターツアー経費に含まれません。
- ・上記日程は、交通機関・現地事情により予告なしに変更になる場合がございます。
- ・ツアーが安全に催行できないような悪天候(豪雨、台風、道路凍結など)が事前に想定される場合は、前日の夕方までに中止のご連絡をいたします。※多少の雨の場合でも、ツアーが安全に行える場合は催行いたします。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

【サイクリングコースデータ】

MAP①

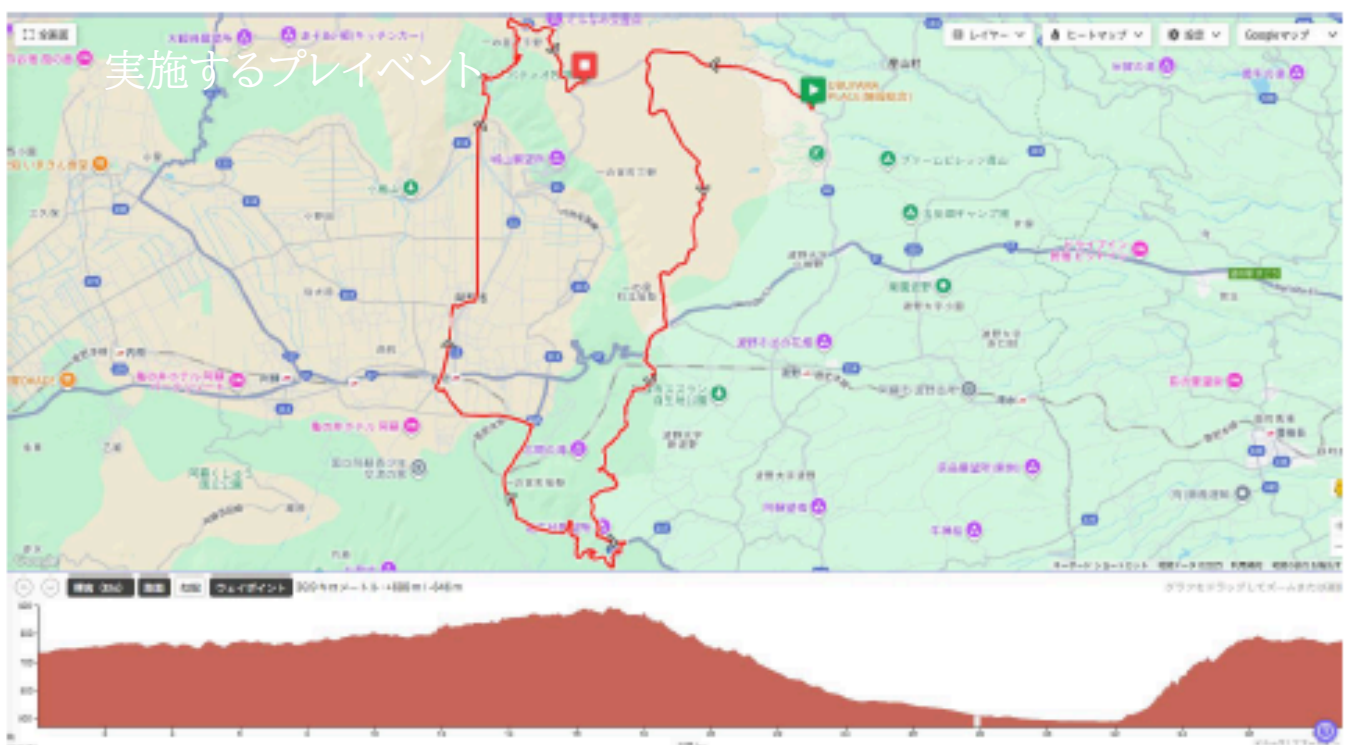
<https://ridewithgps.com/routes/53174539>



※当日の状況により、大茶園展望所からホテルは車移動になる場合がございます。

MAP②

<https://ridewithgps.com/routes/53046886>



(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

MAP③

<https://ridewithgps.com/routes/53151069>



MAP④

<https://ridewithgps.com/routes/53151061>

実施するイベント



(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

【ツアーの様子】

サイクルトレインで移動



手軽に持ち運び ラウンデル・グリーンパックサービス



八女サイクリング・散策



木屋芳友園 玉露体験



阿蘇サイクリング・散策



阿蘇サイクリング・牧野ライド



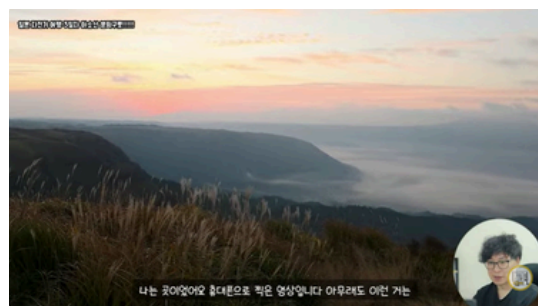
※参加者YouTube動画より

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

【情報発信】 ※数字は投稿から1か月後に確認

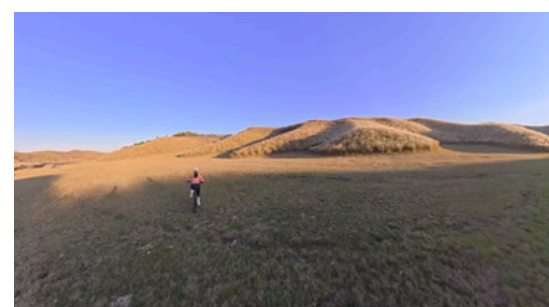
@nugori

YouTube登録者数8.63万人、20～30分の動画を3本YouTube配信。
総再生回数18,797回を記録。



@araview89、@jomeri929

YouTube登録者数8.87万人、Instagramフォロワー数16万人。8～15分の動画を2本YouTube配信し、総再生回数5,024回、Instagramフィード2本投稿し、「いいね！」1,307を記録。



(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

【情報発信】 ※数字は投稿から1か月後に確認

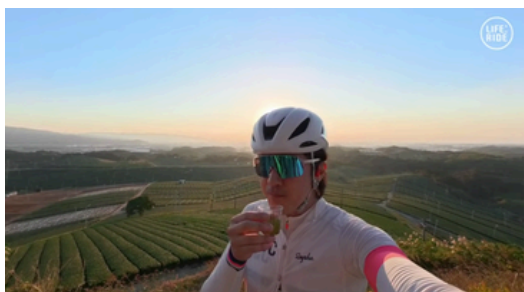
@yedaling

YouTubeで8～12分の動画3本、15～30秒のショート動画2本を配信、総再生回数**24,389**回、Instagramフィード・リール3本投稿し、「いいね！」**1,458**を記録。



@golden.taeyoon

YouTubeで25～30分の動画2本配信、総再生回数**3,253**回、Instagramリール2本投稿し、「いいね！」**227**を記録。ツアー期間中、ストーリーズも複数回投稿、九州観光機構と連携。



(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

モニターツアー参加者アンケート(韓国人インフルエンサー対象)

モニターツアーに参加した5名から有効回答を得た。

Q1. 年代を教えてください。

【回答】 31～35歳:1名、36～40歳:1名、41～45歳:2名、50歳以上:1名

Q2. これまでに九州を旅行されたことはありますか。

【回答】 初めて訪問した:3名、複数回ある:2名

Q3. 普段のサイクリング頻度を教えてください。

【回答】 週2～3回:2名、月数回:3名

Q4. ツアー全体の満足度を5段階で評価してください。(最高評価:5)

【回答】 「5」:3名、「4」:2名

Q5. 特に良かったポイントを教えてください。(複数回答可)

【回答】 「サイクリングコース」:5名、「景色」:5名、「食事」:5名
「宿泊施設」:5名、「ツアーガイド」:3名、「サポート体制」:3名

Q6. 改善が必要だと感じた点を教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・コース取りに改善が必要な点があった。
- ・ライティングコースがもう少し長ければよかった。
- ・車の移動距離が長く、ライディングの距離が比較的短いことが残念だった。
- ・ライディングコースをもう少し増やせば良い。平地を長く走るコースがあればよかった。
- ・スポットの案内や説明が不足している。訪問先の正確な名称や内容について詳しく案内があれば、後日動画を作成するのに参考にすることができた

Q7. サイクリングコースの距離・難易度は適切でしたか。

【回答】 「易しかった」:4名、「ちょうどよかった」:1名

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q8.最も印象に残ったコースはどこですか。(自由記述)

【回答】

- ・阿蘇山のヒルクライム
- ・阿蘇山
- ・水の街柳川、夜明けの雲海を観たミルクロード
- ・雄大な阿蘇、エキゾチックな気分になり素敵だった。
- ・阿蘇山上の風景、雲海、牧野ライド

Q9.コースの景観・魅力について教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・一般の自転車の人が行けないところも行くことができとてもよかった。雲海を見るポイントも良かった。
- ・韓国ではなかなか見ることのできない自然の景観を、ライドしながら味わうことができたのは、とても意義深い体験だった。韓国から最も近い国である日本で素敵な景観に出会えたことで、まるで遠い海外に来たような気分にもなり、実に素晴らしく美しかった。
- ・住宅街では、日本ならではのこじんまりとした風情を感じられて、とても心地よかった。コースの中で最も印象的だったのは、日が昇る瞬間を迎えながら走ったこと。
- ・阿蘇山とミルクロードの景色は、韓国ではなかなか経験できない、非常に異国情緒あふれる素晴らしい景観だった。
- ・阿蘇山上の風景、阿蘇の雲海と日の出、そして草原を走るライド体験。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q10. 韓国人旅行者向けとして、サイクリングコースの内容で改善すべき点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・コースの多様性（山も見て、海も見られる）
- ・車でのサポートも良いが、もっと自転車で行ける区間は、できるだけ自分で走って行く方が良いと感じた。
- ・ライディングコースを10～20%ほど延ばすのも良いと思う。
- ・私たちの安全のために、ダウンヒルの多くを車で移動する形で案内してくださったが、もし可能であれば、そうした移動区間や平坦区間もう少し自転車で走れたら、さらに良いと思う。
- ・ライディングコースをもう少し長くして良いと思う。

Q11. ツアー全体を通して、食事の満足度を5段階で評価してください。(最高評価:5)

【回答】「5」:4名、「4」:1名

Q12. 韓国人旅行者向けとして、味や量、食事スポットの選定で改善すべき点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・昼食はもう少し軽めでも良い。
- ・食事スポットや味は満点の5点でしたが、旅行者の立場からすると食事代が少し負担に感じられるかもしれない。そのため、よりコストパフォーマンスの良い食事スポットがあっても良いと思う。
- ・味も量も、場所もすべてとても良かった。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

- ・私が体験したコースをそのまま実施すると、食費が少し高くなるのではという心配もあり、もう少し手頃な地元料理に替えても良いのではと思う。コース料理より、単品中心でも良さそう。
- ・サイクリングツアーであれば、日が出ている間にできるだけ走ることが大事だと思うので、食事はもう少し早く、簡単に済ませたいと感じた。夕食はとても満足できたし、肉などのタンパク質中心の食事が重要だと思う。

Q13. ツアー全体を通して、宿泊施設の満足度を5段階で評価してください。(最高評価:5)

【回答】「5」:5名

Q14. 韓国人旅行者向けとして、宿泊施設で改善すべき点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・旅館は本当に良かった。
- ・とても良い宿泊施設だったのに、寝るだけで終わってしまい少しもったいなく感じた。そのため、ライディングのスケジュール上、短時間だけ宿泊する場所であれば、もっと手頃な宿でも良いと思う。
- ・とにかく良かった。
- ・宿泊施設は最高だった。
- ・ほとんどの人は快適な寝床を求めますが、中には夜に散歩したい人もいると思う。しかし、中心街から離れた場所だったため、夜の時間を楽しめなかったのが少し残念だった。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q15.木屋芳友園で行った玉露の体験について感想を聞かせてください。

【回答】

- ・サイクリストにとって必ずしも必要な体験ではないと思う。
- ・とても意義深い経験だった。
- ・高級感やもてなされている感じはとても良かった。ただ、少し時間が長いようにも感じた。ライディングの途中で実施する場合は、所要時間や車の種類をもう少しコンパクトにするのも良さそう。
- ・本当に特別な体験だった。柔らかく香りの良い緑茶に対して、新しい認識を持つこともできた。
- ・基本的なお茶の知識もあまりないため、内容が少し専門的で重く感じられた。サイクリングではどうしても糖分補給が重要なので、八女の緑茶を使ったデザートのような場所のほうが、自転車旅にはより合っていると思う。

Q16.阿蘇の景観、牧野ライドについて感想を聞かせてください。

【回答】

- ・自転車で入れる場所だったので、特別に感じた。
- ・印象的だった。特に、雲海と日の出を見るために自転車で走ったことが、強く心に残った。
- ・最も心に残った瞬間だった。暗闇の中から太陽が昇ってくる過程を走りながら味わえたことがとても良かった。その時、「今まさに旅が始まったんだ」という実感が湧いてきた。
- ・最高のコース。宿からの道のりもちょうどよく、そして何より壮大で素晴らしかった。
- ・最高だった。阿蘇を訪れる韓国の旅行者は多いが、これを実際に目にした人はそう多くないはずだと確信している。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q17.ツアーガイド・スタッフのサポートに満足できましたか。

【回答】「とても満足した」:3名、「満足した」:1名、
「どちらでもない」:1名

Q18.韓国人旅行者向けとして、ガイド・スタッフの対応で改善すべき点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・文化について、もう少し教えていただけると良いと思う。
- ・食事のときに、もっとコミュニケーションを取りながら楽しめると良いと思う。
- ・車に自転車用キャリアが装着されていなかったことで少し戸惑ったが、車内に安全に積めるよう毛布やバインダーをご用意いただいていたことで安心できた。ただ、人数が増えたり、自転車を何台も重ねて積まなければならない場合には、「大切な自転車に傷がつくのではないか」という不安も感じてしまう。
- ・車に自転車キャリアが装着されていれば、さらに良いと思う。
- ・もう少し積極的に地域について説明や案内があると良いと思う。
また、ライディング後の夜の時間における案内やサポートも大切だと感じた。一緒に交流できるような雰囲気づくりも必要。

Q19.インフルエンサーの視点から、今回のツアーで“投稿したくなる瞬間”は多かったですか。

【回答】「とても多かった」:5名

Q20.撮影したくなるスポットは十分にありましたか。

【回答】「とても多かった」:3名、「多かった」:2名

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q21. 今回のツアーコースを韓国のフォロワーに伝えたいと思いましたが。

【回答】「とても多くの人に伝えたい」:4名、「伝えたい」:1名

Q22. 韓国人旅行者向けとして、SNS投稿を促す上でもっと工夫した方がよいと思う点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・写真スポットでは、撮影してもらえると嬉しい。
- ・このように美しい景観を誇るコースを走れば、自然とSNSでの発信につながると思う。
- ・情報がやや不足している印象。
- ・サポートの方の中に、ミラーレスカメラを1台くらい持って撮ってくれる人がいたら最高だと思う。
- ・サイクルトレインや情報発信に必要な重要事項について、事実を整理した資料が提供されると良いと思う。

Q23. 九州は韓国人向けのサイクル旅行先として魅力的だと思いますか。

【回答】「とても魅力的と思う」:4名、
「どちらでもない(九州の情報が不足している)」:1名

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q24.今回のコース以外に、九州で自転車で行ってみたい地域があるとなればどこですか。(自由記述)

【回答】

- ・よくわからない。
- ・札幌 ※九州外
- ・都市ライドも好み。今宿（いまじゅく）でガンダムを見に行くとか、日本の街中を走るライドを楽しむのも良さそうだと思う。
- ・霧島、錦江湾国立公園。距離はあるが気になる。
- ・鹿児島

Q25.今回のツアー一式の費用を自身で負担するのであれば、いくらであれば参加しますか。(自由記述)

- ・300万ウォン未満
- ・120万ウォン（航空費を除いて）
- ・200万ウォン
- ・300万ウォン
- ・180万ウォン

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q26. 韓国人向けにツアー集客する上で、最も重要なポイントは何だと思いますか。(自由記述)

【回答】

- ・ 金額、宿泊施設、食事
- ・ フォトスポット
- ・ 日本でしか味わえない特別な体験
- ・ 適正な価格、選択可能なライディング難易度、そして多様な食事や写真スポット
- ・ 合理的な価格、自転車専用車両。

Q27. 本ツアーをより良いものにするためのアイデアがあれば教えてください。

- ・ 今回のままで、とても良かった。
- ・ 車だけでなく、自転車でも直接行けるルートを紹介しても良いと思う。今回のコースはサポートカーがなければ行くのが難しいため、空港からサポートカーに荷物だけ積み込み、自転車で移動する形にしても良さそう。
- ・ ツアー中にサイクリング大会へ参加するのも良い。
- ・ もう少しライディングの時間を増やしても良いのではないかとと思う。このレベルのツアーに参加するのは自転車に本気の人たちだと思うので、ライディング時間が長くなれば、もっと喜ばれるのではないかと感じた。また、宿泊施設はほとんど寝るだけになると思うので、もう少しリーズナブルな宿を選んでも良い。
- ・ 自転車用ルーフラックを備えた大型車が1台あればすべて解決できたように思う。多くの費用と人員が車両移動に割かれていた点は、少し残念に感じた。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

サイクリングモニターツアー参加者5名のアンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- ツアー全体の満足度は高く、サイクリングツアー商品としての価値は実証された。
一方、韓国人向けに造成するには、ライディング距離・時間が不足している。
(車移動が多かったことも、サイクリング体験価値を損ねた原因のひとつ)
- 阿蘇の景観・牧野ライドは、唯一無二の体験として、記憶に刻まれている。
- 全体的に食事の満足度は高いが、商品化視点では調整余地がある。
夕食の満足度は高いが、昼食は軽めでよい。長い距離のサイクリングを好む韓国人は、食事時間短縮のニーズがある。
- 車移動が長く走行が短い不満から、“走る時間最大化”が商品満足の決定因子である。
- 距離・難易度は“易しい”が多数で、商品化では走行距離を10-20%延ばす上位グレード設計が必要。
- 宿泊施設は高評価だが、必ずしも最適解ではない。リーズナブルでよいが、都市部のホテルを好む。立地と稼働時間に課題があり、“走る旅”に適した宿選定基準の再定義が必要。
- 文化体験(玉露)は評価が割れ、サイクリング文脈との接続が弱く、長いと感じた参加者も。補給・休憩型の体験に置き換える余地あり。
- ガイド・スタッフ対応はおおむね高評価だが情報量が不足している。地域説明、スポット情報の深さが不足、交流演出の必要性の声も。
- インフルエンサー視点では、コースには投稿素材が十分にある。
- 本ツアーの価格は、約12~30万円との回答。高付加価値ツアーとして成立する価格感だが、価格に見合う走行量・体験密度の担保が鍵といえる。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

(2)-①外国人対象のサイクリングモニターツアーの実施（第二弾）

米軍対象サイクリングモニターツアー

【実施日時】 12/6(土)～7(日)

【実施場所】 福岡県福岡市(博多市街地、志賀島など)、古賀市、福津市

【参加者】 在佐世保米軍5名(30～50代、男性:3名、女性:2名)

【ポイント】 ◆ 欧米豪のインバウンドを九州に取り込むためのサイクリングツアーの実証

◆ 欧米豪のインバウンド対応のサイクリングガイド育成など受入環境整備のための実証

➡ インバウンド対応ガイド人材育成プログラムとマルチタスクで実施。

※事前の講習プログラムについてはP172～175参照

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

【モニターツアー行程表】

日程表 ツールド九州 2025 福岡サイクリングツアー2日間 2025年12月6日(土)～7日(日) TKU ヒューマン	
福岡～志賀島～宗像	
Day1	集合場所: 7:20 佐世保基地バックゲート 7:30 佐世保基地出発 ジャンボタクシーにて移動 9:30 出来町公園にてブリーフィング 10:00 サイクリングスタート🚲 博多千年門、承天寺 櫛田神社 【昼食】みやげうどん 【体験】光安青霞園茶舗 …煎茶の上品な香りをスイーツとともに 博多ふ頭 🚢博多 13:50～西戸崎 14:10 …自転車と一緒に乗船 休暇村志賀島 潮見公園展望台 シカシマサイクル …ブレイクタイム 【宿泊施設】17:00 頃着 ルイガンズホテル&リゾート / 【夕食】ホテルにて   
Day2	【朝食】ホテルにて 9:30 ホテルにてブリーフィング 9:50 サイクリングスタート🚲 杜の宮グランド ★古賀海岸の砂浜を走ります 宮地嶽神社 【昼食】鮎屋台 海の彩 豊村酒造 …重要文化財を見学※試飲はありません。 新原奴山古墳 宗像大社 …フィニッシュ🚲 ジャンボタクシーにて移動 19:00 頃 佐世保基地到着    ～お疲れさまでした～

【ツアーガイド】※カッコ内はガイドの活動拠点

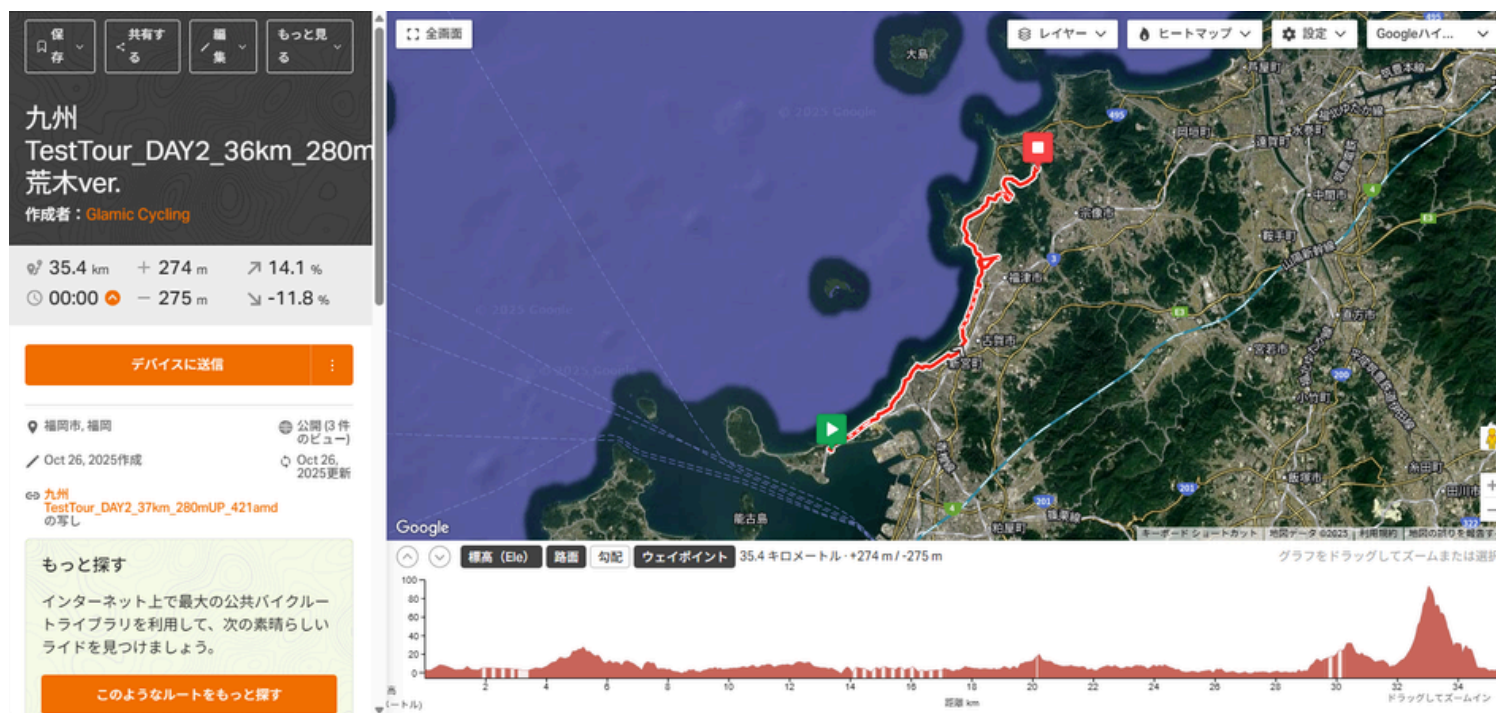
龍木茂人(大牟田)、高田哲彦(糸島)、押川蓮斗(桜島)

【特記事項】

- ・モニターツアー(日本国内)に関わる経費は弊社負担となります。
- ・モニターツアーに含むもの: ジャンボタクシー、自転車レンタル、宿泊代、行程に記載の食事代や観光代・体験代、保険代
- ・上記日程は、交通機関・現地事情により予告なしに変更になる場合がございます。
- ・ツアーが安全に進行できないような悪天候(豪雨、台風、道路凍結など)が事前に想定される場合は、前日の夕方までに中止のご連絡をいたします。※多少の雨の場合でも、ツアーが安全に行える場合は催行いたします。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

【サイクリングコースデータ】



(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

【ツアーの様子】

スタート前レクチャー、博多周辺サイクリング、櫛田神社など散策



志賀島サイクリング・散策



新宮～古賀～福津海岸サイクリング



宮地嶽神社、豊村酒造、新原奴山古墳、宗像大社散策



(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

モニターツアー参加者アンケート(米軍対象)

モニターツアーに参加した5名から有効回答を得た。

Q1. 年代を教えてください。

【回答】 30歳台:2名、40歳代:2名、50歳以上:1名

Q2. 日本在住歴を教えてください。

【回答】 3年未満:2名、6～10年:1名、11～15年:1名、15年以上:1名

Q3. これまで九州を宿泊旅行されたことはありますか。

【回答】 数回ある:2名、10回以上ある:3名

Q4. 普段のサイクリング頻度を教えてください。

【回答】 週2～3回:4名、毎日:1名

Q5. ツアー全体の満足度を5段階で評価してください。(最高評価:5)

【回答】 「5」:5名

Q6. 特に良かったポイントを教えてください。(複数回答可)

【回答】 「サイクリングコース」:4名、「景色」:5名、「食事」:5名
「宿泊施設」:5名、「ツアーガイド」:4名、「サポート体制」:4名

Q7. 改善が必要だと感じた点を教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・ 自転車に乗る人には、パッド入りのサイクリングシューズを着用するようにアドバイスした方がいいかもしれません。少し痛くなりました。それ以外は特に問題ありません。
- ・ 本当にすべてが完璧でした。皆さんの素晴らしいパフォーマンスに驚きました。すべてがスムーズに進み、食事と宿泊施設も素晴らしかったです。ツアーガイドとサポート体制は、今まで出会った中で最高でした。サイクリングコースは美しく、楽しかったです！改善すべき点は何もありません。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

- ・フェリーに乗る前に福岡タワーに登って楽しかったです。元々の旅程にはタワーは入っていなかったと思いますが、良い追加要素だったと思います。フェリーに乗って目的地に向かう途中の景色を眺めるのも楽しかったです。
- ・都会から田園風景への変化がとても気に入りました。コースにはいくつか難しさもありましたが。景色は多様で、知識も豊富で、興味深いものでした！食事は最高で、普段は寿司は食べないのですが、それでも楽しめました。ガイドのみなさん親切で、安全を守ってくれました。また、バンが様々なサポートのために利用できることがわかり、本当に助かりました。
- ・ツアーガイドの情報に加えて、訪れた場所に関する情報が紙に印刷されていると便利だと思います。周囲の騒音がひどくてガイドの声が聞き取りにくい時もあったので、パンフレットに情報があれば、それぞれの場所を理解するのに役立ちます。ホテルや帰りのバスの中でオンラインで情報を確認できるように、英語のウェブサイトへのリンクも掲載されていると良いと思います。

Q8.サイクリングコースは初級者向けに設定しましたが、距離・難易度は適切でしたか。

【回答】 ちょうど良かった:5名、易しかった:0名、難しかった:0名

Q9.サイクリングで最も印象に残ったスポットはどこですか。(自由記述)

【回答】

- ・ビーチタウンや海辺のサイクリングは本当に楽しく、良かったです！
- ・ホテルとディナー。100点満点！忘れられない思い出になります！

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

- ・喫茶店、潮見公園展望台、志賀島サイクルカフェ（寒いダウンヒルライドの後に体を温めるのに最高の場所でした！）、ルイガンズリゾート、宮地嶽神社、寿司屋台（美しい海の景色が楽しめました。）
- ・近所や農地、丘陵地帯、神社など、すべてが大好きでした。
- ・志賀島の潮見公園の丘の頂上と古賀周辺の砂浜。古墳からの眺めも好きです。

Q10.コースの景観・魅力について教えてください。（自由記述）

【回答】

- ・すべてが面白かったです。また、海に近いエリアがとても気に入りました。
- ・志賀島がこんなに美しいとは知りませんでした！ビーチはどこまでも長く、白い砂浜も美しい！また来ます！
- ・海岸線に沿って走るのが大好きでした。
- ・日本では多くの神社を見てきましたが、宮地岳は特に興味深く、景色も素晴らしかったです。海岸沿いをサイクリングするのも、車も人も少なくて楽しかったです。福岡海岸のお寿司屋さんは素晴らしく、食事をしながら眺める海の景色は素晴らしかったです。ホテルは部屋が広く、夕食も朝食も料理が素晴らしく、温泉もとても新しく気に入りました。最初の朝は信号が多く、街の混雑もあって少し物足りなかったのですが、福岡の古い寺院や文化の歴史は興味深かったです。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q11. 欧米の旅行者向けとして、サイクリングコースの内容で改善すべき点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・私であれば、若者、職場のグループ、学校などの「グループ」をターゲットにしたり、マーケティングしたりします。
- ・サイクリングコースの標識を設置するといいかもしれません。
- ・コースはよく考え抜かれていたと思います。西洋人にマーケティングをする際には、コースで何が期待できるかを事前に伝えておくべきだと思います。ライド前に、ライドの標高を示すプリントを受け取りました。これは心の準備に役立ちました。参加者が砂地を走ること、そして自転車を降りて歩く必要があるかもしれないことをプリントに追加しておくの良いと思います。砂地を歩くのは問題ありませんでした。しかし、予想外でした。
- ・改善点は思いつきませんが、予約パンフレットで停車地点の詳細を事前に知ることができると良いと思います。
- ・午前中にもう少し走ってウォーミングアップしてから、休憩を取るの良かったと思います。残りのルートは電動自転車で快適かつ簡単に走れるので、初心者でもほとんどの大人にとって快適でした。

Q12. ツアー全体を通して、食事の満足度を5段階で評価してください。

(最高評価:5)

【回答】「5」:5名

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q13. 欧米の旅行者向けとして、味や量、食事スポットの選定で改善すべき点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・ 特になし
- ・ いえ、私にとっては完璧でした。シーフード抜きに変更していただき、本当にありがとうございました！
- ・ 食事の選択肢はよく計画されていて、参加者は様々な日本食に触れることができました。
- ・ 料理は種類も豊富で、量もちょうどよかったと思います。(二日目の昼は)寿司以外の選択肢も提案してほしかったです。
- ・ 長く日本に住んでいるので慣れていますが、うどん屋やその他の日本料理店に行く際は、英語の翻訳や写真を用意しておくの良いかもしれません。欧米からの旅行者の多くは、注文したものが出てくるまで何が出てくるのか分からないからです。私は気にしませんでした、中には驚いた人もいたように感じました。とはいえ、私たちも日本を訪れる観光客なので、多少の驚きは覚悟しておくべきでしょう。

Q14. ツアー全体を通して、宿泊施設の満足度を5段階で評価してください。(最高評価:5)

【回答】「5」:5名

Q15. 欧米の旅行者向けとして、宿泊施設で改善すべき点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・ 特になし
- ・ ありません、日本の魅力を完璧に伝えてくれたと思います。素晴らしいです。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

- ・西洋人として、少なくとも2つの西洋式枕（豆入り枕ではない）を用意してくれるホテルには感謝しています。レイガンズ・リゾートのベッドと枕はとても快適で清潔でした！
- ・改善の必要はありません。
- ・宿泊施設に関しては改善の余地はないと思います。唯一の問題は、ホテル内の小さな売店にスナックや飲み物の選択肢があまりなかったことです。近くにコンビニエンスストアがないため、ホテル内で食べたいスナックや飲み物は事前に購入しておくことを提案していただければと思います。

Q16.光安青霞園茶舗で行った玉露の体験について感想を聞かせてください。

【回答】

- ・こちらを目的に体験するほどのものではなかったのですが、今回の旅にうまく合っていました。
- ・私は緑茶が好きではないのですが、他の参加者は好きでした。お菓子は本当に美味しくて、気に入りました。
- ・素晴らしい体験でした！日本で喫茶店に行ったことがなかったので、お茶を出す丁寧な様子を見るのが楽しかったです。
- ・玉露は文化に触れる良い体験だと思いました。
- ・お茶の体験は楽しかったのですが、正しいお茶の淹れ方についてもう少し情報が欲しかったです。面白そうでしたが、少し分かりにくかったです。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q17.櫛田神社・宮地嶽神社・宗像大社参詣について感想を聞かせてください。

【回答】

- ・普段は自分で神社巡りに行くことはないのですが、ツアーには合っていました。
- ・私は神社が好きなので、とても美しかったです。
- ・ガイドさんが、訪れたそれぞれの神社について背景情報を教えてくれてとても助かりました。世界遺産の神原・奴山古墳群を訪ねるのも良かったです。(何年も前に、アメリカの世界遺産のカホキア遺跡を訪れたことがあります。)
- ・神社は本当に気に入りました！
- ・非常に興味深い歴史を持ち、訪れるのがとても良かったです。ガイドの説明が終わった後、英語で書かれた資料があれば、歴史についてより深く理解するのに役立ちます。

Q18.豊村酒造の酒蔵訪問について感想を聞かせてください。

【回答】

- ・良かったです！（地元のガイド）ツアーに参加できなかったのは残念です。
- ・(酒の)中身の見た目もとても気に入っているので、(アメリカに住む)家族に酒を送るのが楽しみです！
- ・お酒は呑みませんが、醸造所の歴史を英語と日本語で説明する展示ボードが設置されていて、とてもありがたかったです。
- ・私はこの経験から学ぶことはありませんでした。
- ・非常に素敵な建物でしたが、日本酒を試飲したり、日本酒の製造方法を学んだりする機会があればさらに素晴らしいと思います。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q19.ツアーガイド・スタッフのサポートに満足できましたか。

【回答】「とても満足した」:4名、「満足した」:1名、

Q20.欧米の旅行者向けとして、ガイド・スタッフの対応で改善すべき点があれば教えてください。(自由記述)

【回答】

- ・特になし
- ・ツアーガイドは素晴らしかったです！何も変える必要はありません。
- ・彼らは素晴らしい仕事をしたと思います！
- ・素晴らしかったです、改善提案はありません。
- ・改善する点はあまりないと思いますが、私たちが訪れた場所に関する情報をもっと増やす必要があるかもしれません。

Q21.旅行者の視点から、今回のツアーで家族や友人に特におすすめしたいスポットがあれば教えてください。

【回答】

- ・日本にもっと長く滞在するなら、夏にはビーチエリアにまた行きたいです。
- ・(ルイガンズ)ホテルとビーチの景色。またこのホテルに泊まりたいですし、知り合いにもこのホテルのことを教えてあげたいです。
- ・すべてのスポットおすすめです！
- ・正直に言って、パッケージ全体をお勧めします。どれか一つを選ぶのは難しいですね。
- ・サイクリング好きの友人には、志賀島から海岸沿いに宗像まで走るのがおすすめです。京都や東京ほど賑わっていないけれど、美味しいお店や観光スポットがたくさんあるように感じました。人混みが苦手な人にとっては、とても静かで快適な旅先だと思います。また訪れて、ルート沿いのカフェやレストランにも行ってみたいです。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q22. 撮影したくなるスポットは十分にありましたか。

【回答】「とても多かった」：2名、「多かった」：3名

Q23. 欧米の旅行者向けとして、口コミやSNS投稿を促す上で、
もっと工夫した方がよいと思う点があれば教えてください。
(自由記述)

【回答】

- ・レビューを投稿すると 5% 割引を提供します。
- ・ツアーの写真がウェブサイトアップロードされることが分かれば、プラットフォームに誘導し、レビューを残すよう促せるのではないかと思います。
- ・ツアー参加者が日本語でタグを見つけられるように、QRコードやハッシュタグを使った情報を配布することをおすすめします。こうすることで、ツアー参加者が訪れた人や道中のお店のオーナーとソーシャルメディアで交流できるようになります。

Q24. 九州は韓国人向けのサイクル旅行先として魅力的だと思いますか。

【回答】「とても魅力的と思う」：4名、

「そう思う」：1名

(しかし、九州は日本の一般的な観光地からは少し外れているので、そのことを認識する必要がある。)

Q25. 今回のコース以外に、九州の旅行先として、自転車で行ってみたい地域があれば教えてください。

【回答】

- ・熊本か鹿児島
- ・(今回のガイド押川) レントと一緒に阿蘇山へ！
- ・150m以上の急な下り坂のあるサイクリングはあまり好きではありません。海岸沿いのサイクリングの方が楽しめると思います。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

- ・九州にはあまり詳しくないのでよく分かりませんが、個人的には田舎や森の多い地域が大好きです！
- ・宮崎、鹿児島、天草に興味があります。

Q26.今回のツアー一式の費用を自身で負担するのであれば、いくらであれば参加しますか。(自由記述) ※佐世保-博多間交通費除く

【回答】

- ・750ドルは妥当な金額と思います。
- ・15～18万円
- ・今回の内容であれば、自転車のレンタル、ガイド、ホテルの宿泊費は喜んで支払います。
- ・素晴らしい食事体験を含め、すべてが同じであれば、500ドルくらい払っていたでしょう。これはなかなか見積もるのが難しいです。
- ・食事と宿泊施設の質によって300ドルから700ドルくらいです。私の部屋はスイートルームだったと思いますが、一人で泊まるにはちょっと高すぎると思いました。もっと小さな部屋でもよかったと思います。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q27. 欧米の方を九州にツアー集客する上で、最も重要なポイントは何かと思いますか。(自由記述)

【回答】

- ・(欧米人の)人気旅行インフルエンサーを探し、コラボ投稿を依頼するでしょう。福岡は日本の大都市の一つですが、大阪、京都、東京のような国際的な魅力はありません。福岡の釣り、ビーチ、ハイキングなどをテーマとしたソーシャルメディアキャンペーンは、欧米人を九州に呼び込むのに間違いなく効果的でしょう。多くの日本人にとってビーチはそれほど人気がないことは承知していますが、欧米人はビーチが大好きです。ビーチバー、スナック、牡蠣小屋、フードトラック、旬の魚介類の屋台など、ビーチを訪れる人々をサポートするインフラを充実させることで、海の中道や古賀のような地域への誘致につながるでしょう。
- ・九州の景観の美しさ、歴史、そして食！
- ・サイクリングツアーの場合は、事前にコースのルートと標高を知らせておきましょう。これにより、旅行者は体力的にツアーに参加できるかどうかを確認できます。
- ・このツアーは非常によく企画されていて、素晴らしい体験を提供してくれると思います。パンフレットにも素敵な写真が掲載されていますが、ツアーで何が期待できるか、何を持参する必要があるかなど、できるだけ多くの詳細が記載されていることを確認した方が良いでしょう。
- ・私自身は、ツアーには参加しません。旅程に自由度が足りないと感じるからです。参加する場合には、どれくらい自由時間があるかを把握し、その時間をどう過ごすか決めておきたいです。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

Q28. 本ツアーをより良いものにするためのアイデアがあれば教えてください。

【回答】

- ・これ以上はありません、私にとっては完璧でした。
- ・この旅行は素晴らしい時間を過ごしました。計画がしっかりしていたと思います。日本の歴史、文化、自然の美しさ、そしてサイクリングが絶妙に融合した旅でした。
- ・ホテルの隣にある水族館(マリンワールド)がとても気に入りました。また、(サイクリング時)グループが2つに分かれているのには戸惑いました。性別で分かれているように感じましたが、もっと他の参加者と十分に交流できたはずです。ですから、参加者にグループ分けの理由をきちんと説明してください。西洋文化圏の女性は、スキルレベルではなく性別で分けられることに敏感です…そもそもグループ分けが必要かどうかは別として。素晴らしい機会をいただき、ありがとうございました！
- ・素晴らしいツアーだったと思いますが、最後にプリントアウトできる共有フォトアルバムがあればもっと良いと思います。写真も何枚かいただきましたが、旅の思い出になるものがあれば嬉しいです。様々な場所の情報や、ツアーガイドや立ち寄った場所のソーシャルメディアやウェブサイトなどが載ったパンフレットがあれば嬉しいです。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容①

サイクリングモニターツアー参加者5名のアンケートの結果から、以下のとおり考察できる。

- 全体満足度は全員が最高評価であり、九州は欧米向けサイクルツーリズムの商品化に耐える水準にある。
- ライドの距離・難易度は「適切」と評価され、都市・海岸・田園を横断する多様な景観が大きな強みとなっている。
- 宿泊施設は満点評価で、温泉や景観などの付加価値が回復・滞在満足度を高めている。
- 食事も満点評価で、地域食材と和食文化が体験価値の中核を成している。
- ガイドに対して、参加者全員が「安心して任せられた」と評価しており、走行管理・声掛け・危険察知において高い現場対応力を有している。
- 地域や文化の解説が好評で、単なる誘導役ではなく“体験価値を高める演出者”として機能している。
- 欧米市場においては、特にビーチ景観は観光価値の高い資源であり、サイクリングツアーにおいても立ち寄り演出や休憩、撮影環境の整備など受入体制を強化することで、体験満足度の向上につながる。
- 標高や路面などの事前情報の要望があり、期待値管理のための情報可視化が必要である。
- 文化体験は一定の評価を得ているが、ライド動線に適合した内容への再設計が求められる。
- 撮影意欲が高く、撮影ポイントと発信導線を組み込むことで情報拡散効果が期待できる。
- 支払意思額(約300-700ドル)と要望(自由時間・価格幅)から、価格帯別、自由度可変型の商品設計が現実的である。

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容②

(2)-②外国人対応のサイクリングガイド育成

九州の持続的なサイクルツーリズム推進のための 外国人対応のサイクリングガイド人材育成プログラムの実施

《第1回》

- 【実施日時】 10/22(水)～23(木)
- 【実施場所】 福岡県福岡市、古賀市、福津市
- 【実施内容】 ・事前設計したコースについてディスカッション、コース決定
・全行程走行、走路含めたコース確認

《第2回》

- 【実施日時】 12/6(土)～7(日)
- 【実施場所】 福岡県福岡市(博多市街地、志賀島など)、古賀市、福津市
- 【参加者】 在佐世保米軍5名(30～50代、男性:3名、女性:2名)
- 【ポイント】 欧米豪のインバウンド対応のサイクリングガイド
育成など受入環境整備のための実証

講師ガイド

受講ガイド



渋井亮太郎



荒木茂人
(福岡県在住)



高田哲助
(福岡県在住)



押川蓮斗
(鹿児島県在住)

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容②

第1回プログラム：対面講習

2回のオンラインによる意見交換を経て、実際に講師ガイドと受講ガイドが集まり、事前に設計したコースについて検討を行った。その後、全行程を実走して、勾配や休憩ポイントの駐輪場所など確認。走路含めてツアーコースを確定。

12/6(土)・7(日)に予定している、在佐世保米軍を対象としたサイクリングモニターツアーについて、次のポイントを踏まえながら行程の設計を行った。

- ✓ 日本通ではない欧米人を想定。
- ✓ 九州・福岡の初冬サイクリング。一泊二日、集合は博多、宿泊場所は海の中道周辺を想定。
- ✓ サイクリングレベルは初級、日常では移動手段として自転車を使う程度。
- ✓ 自転車を使った旅行ならではの付加価値を提供する。

ツアーコースの考え方

- ・博多(福岡都市圏)は、国内でも稀有な都市とダイナミックな自然景観を一度に楽しめる街。
 - ・宿泊場所の重要性、ホテルを確定して時間を逆算して行程(走行ルート)を考える。
 - ・食事の重要性、海外のサイトなどに掲載されていない地元の人に愛される店を選ぶ。旅先と食事はセットで考える。ガイドは食の重要性は強く認識すべき。
- ➡ E-BIKEを活用し、距離よりも中身にこだわった、観光とサイクリングを融合させたプラン。歴史的遺跡、建築、文化、自然を巡りながら、爽快感や達成感をバランスよく味わうことができる。

ガイド時の注意事項

- ・ガイド中のハンドサインの統一、発声はゆっくり長く。スタート前に参加者に徹底。
 - ・全員がE-BIKEを使用することで参加者の走行スピードが均一になりやすいため、先頭を走るガイドの役割が重要。
 - ・サポートカー、スタッフの動き、体制の構築。
- ➡ 実際に走行して、ペース配分や安全管理、また、すべての休憩ポイントや食事時の駐輪場所についても事前に確認を行う。インバウンドの場合、交通ルールが日本と異なるため、走行ルートの確認と周知徹底が必要。

第2回プログラム：対面講習

※第2回プログラム実施内容については、P155～158参照※

(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容②

【講習の様子】

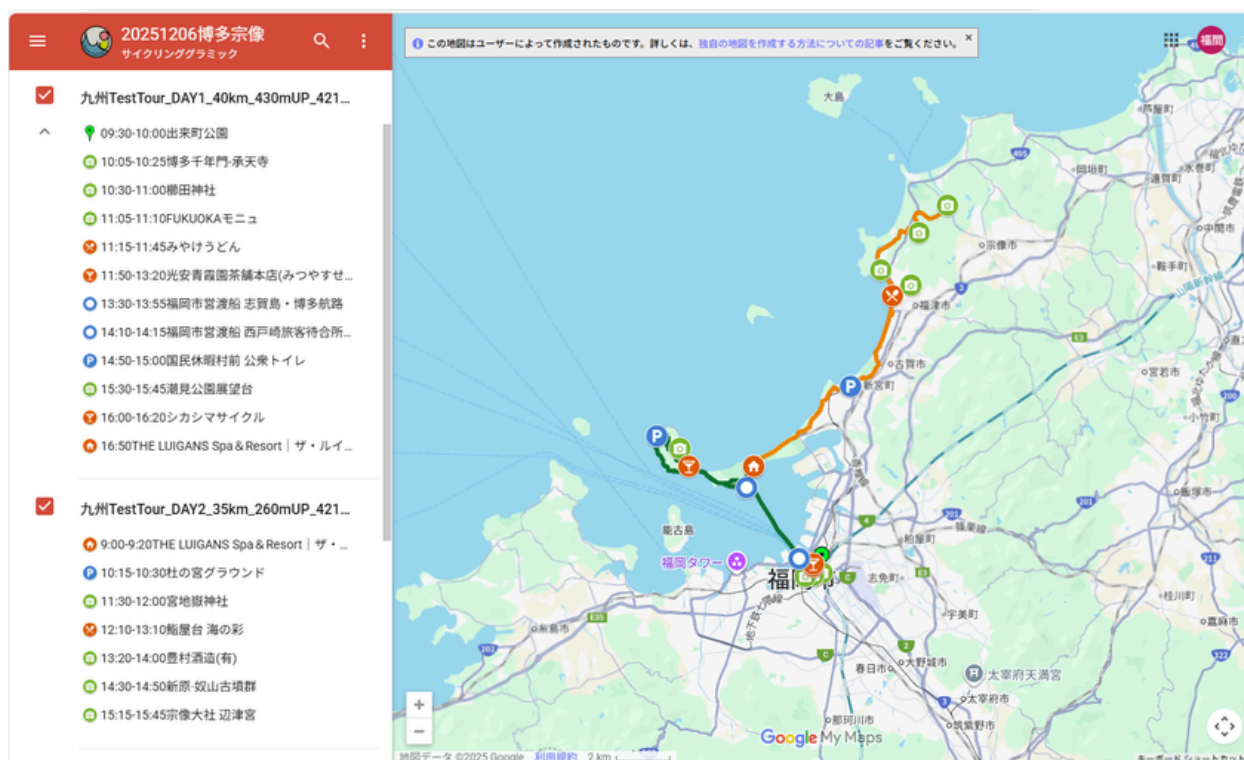


《ハンドサイン確認》

《走行間隔確認》

《駐輪場所確認》

【全行程走路マップ】



(4) サイクルツーリズム推進に必要な施策の実施 実証内容②

ガイドの感想 - 12/6-7 サイクリングツアーガイド終了後

【荒木茂人】

「外国人が車道走行や交差点通過に不慣れである点など、日本と海外の道路事情の違いを踏まえたサイクリングコース設計の考え方について、オンライン講習を通じて学ぶことができた。試走および実地研修では、外国人参加者がどのような視点や感情を持つかを想定し、見せ方や視点の重要性を実感した。ツアー実施では、当初の想定と実際の反応の違いを学んだ。歴史的説明にも一定の反応はあったが、説明そのものよりも、雰囲気や背景、参加者からの疑問に応じた対応の方が好評であった。また、身体を動かす体験への反応は特に良く、ツアー中の感情の動きについて理解を深めることができた。」

【高田哲助】

「今回のコースは距離面で初心者にも適しており、博多の市街地から宗像エリアにかけて、歴史・自然・ローカルフードをバランスよく体験できる構成であった。車の少ないルートを選定したことで安全性が確保され、走行時の不安も少なかった。特に新宮から福岡にかけての海岸ルートは、砂地走行を含む点が参加者から好評であった。煎茶体験は参加者にとって貴重な文化体験となり、津屋崎から新原・奴山古墳群へ向かう川沿いルートも高い評価を得た。古墳群については、世界遺産としての価値に加え、ガイドによる説明が参加者の理解促進に寄与した。時間配分は全体的に余裕があったが、参加者同士の交流時間として有効に機能していた。ガイド対応については、安全面で大きな問題なく実施できた一方、走行中のペットボトル落下事例があり、装備確認の徹底が今後の課題である。」

【押川蓮斗】

「今回のコースは、長距離走行の経験が少ない参加者もいる中で、距離設定として適切であり、無理なく楽しめる内容であった。文化の入り口や外交拠点という視点から福岡を捉えたテーマ性や、走りやすさ、景観についても参加者から一定の評価を得られた。一方で、満足度をさらに高めるためには、体験全体のストーリー性をより明確に伝える工夫や、拠り所となるポイント、案内方法の洗練が今後の課題といえる。ガイド対応については、後半グループの先頭を務める中で、参加者に無理をさせることなく快適なサイクリングを提供できた点は成果であった。ただし、交差点での左折時に合流車両への配慮が不十分であった点や、歩行者の動きに対する減速対応ができなかった点は、安全配慮の観点から反省点として整理し、今後に生かしていきたい。」

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

開催日時 1月14日(水)13:30～15:30

開催場所 TKP博多駅前シティセンター 8階カンファレンス4

出席者 ※順不同、敬称略

《戦略委員》

浅川華子、荒木茂人、飯島誠

ニック・サース、畑中絹代、マイケル・ライス、Beki

《オブザーバー》

中川信治【ツール・ド・九州】、野中隆二【九州経済連合会】

大坪元気【福岡県国際スポーツ大会推進室】、岩屋天道【福岡県観光企画課】

片山航希【熊本県スポーツ交流企画課】、荒木香凛【大分県スポーツ振興課】

濱田俊一【長崎県スポーツ振興課】、直井真理【宮崎県スポーツランド推進課】

《事業主管》

進藤昭洋、山下義隆、荒井崇行、近野愛華【九州運輸局】

《事務局》

(株)TKUヒューマン

議事内容

- 1.事業主管挨拶
- 2.実施報告①サイクリングモニターツアーによる実証(韓国人インフルエンサー対象)
- 3.実施報告②インバウンド対応のサイクリングガイド育成
サイクリングモニターツアーによる実証(在佐世保米軍対象)
- 4.意見交換①ツール・ド・九州の観光コンテンツ化について
- 5.意見交換②九州サイクルツーリズム推進について
- 6.総括 令和7年度実証事業総括 事務局提言(案)発表

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

戦略会議議事録 ※議事内容2・3・6省略

1.事業主管挨拶

(進藤昭洋)

あらためて本事業は、受入環境整備に投資することで、インバウンドの方が来訪した際に高付加価値な受入方策を構築することを目的とした事業である。最初から述べているとおり、本事業を活用してプロモーションを行いたいという思いで取り組んできた。これまで、情報発信についても概ね順調に進めることができていると考える。本日が最後の戦略会議となるが、関係者でさまざまな議論を行い、そこで得られた意見から気づきや課題を整理し、来年度に向けてどのように取り組むべきかを取りまとめ、できる限りサイクルツーリズムと九州運輸局の関わりが分かる形にしたい。

4.意見交換①ツール・ド・九州の観光コンテンツ化

(中川信治)

来年度のツール・ド・九州は、クリテリウムが今年に続き佐世保で開催され、レース初日は佐賀から福岡、2日目は大分・豊後大野から阿蘇、宮崎市内へと進む方向で検討が進んでいる。コースの詳細についてはこれから詰めていく部分もあるが、福岡については、できるだけ都市部を走れる構成にしたいと考えている。佐賀県が加わることで、九州7県のうち6県が参加する大会となった。西は佐世保から東は宮崎の太平洋側まで、九州の多様な風景や地域の表情を楽しむことができる構成である。第1回大会では海を走るコースがなかったが、九州において海は大きなセールスポイントであり、九州各地のさまざまな海の魅力を、配信を通じて世界に発信できるのではないかと考えている。

(浅川華子)

単なるレースではなく、九州全体を舞台とした複合イベントを目指していることが、次第に明確になってきた。特に、地域を巻き込みながら観光商品へとつなげ、ファン層を広げていくための整備は、方向性として妥当であると考え。一方で、観光コンテンツ化において重要なのは、レースを「観る」体験と地域を「体験する」時間をどのようにつなげるかという点である。モニターツアーにおいても、空き時間に何をすることが重要であるとの意見が出ていた。前日にレースと同じコースを走るコンテンツ、当日は観戦と地域体験を組み合わせるなど、ツール・ド・九州全体を核とした設計が重要である。あわせて、ツール・ド・九州公式としても、「走る・見る・泊まる」を一体化したモデルケースや滞在イメージを提示することが有効であると考え。インバウンドに限らず、国内観戦者の再訪にもつなげることができる。

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

(畑中絹代)

ツール・ド・九州を観光コンテンツとして位置付けるのであれば、ステージ間を含めて一緒に旅をしてもらう形が望ましい。土地勘のない人にとって九州は非常に広く、実現は容易ではないが、うまく機能すれば広大な旅の体験となり、非常に良い思い出になる。そこを意識して仕掛けることができれば、年に一度、九州を広域に旅し、道や海など多様な景色を楽しむ体験が生まれる。九州外在住の人が、九州は地域ごとに海の表情が異なることを体験できる機会は多くないが、ツール・ド・九州というきっかけがあり、実際に移動することで初めて九州を知り、ファンになることもある。これまで関係者の取組を見てきて感じるのは、スポーツコンテンツは会場そのものが楽しくなければならず、何より「熱」が重要だという点である。中継を充実させること以上に、会場に行って体験できることが楽しいからこそ、人は足を運ぶ。ツール・ド・九州は旅の要素が強く、その場に行って楽しみたいと思わせるコンテンツになれば、日本の他のレースとは異なる存在になり得る。九州という一つの括りがあるからこそ成立する点も大きい。

ツール・ド・フランスで、毎年キャンピングカーで集まり、その場で一体となって盛り上がる人々がいるように、同じ場所で一緒に熱狂できることが重要である。今回の実証事業で実施したように、フラッグを作成して一緒に応援する取組は、その場で熱を感じ、楽しめる点で非常に意義がある。さらに、その様子をYouTubeなどで配信することで、現地で誰もが楽しめる体験と、配信による拡散を分けて考えることができ、その後の集客にもつながる。ロードレース界では、中継が充実する一方で会場に足を運ばなくなる傾向が課題となっているが、これを逆手に取り、九州ならではの「一緒に旅ができる壮大な体験」を打ち出すことで、九州に行き、現地で一緒に盛り上がりたいと思わせる大会を目指すことができれば、日本の中でも唯一無二の存在になるのではないかと考える。

(マイケル・ライス)

ツール・ド・九州に海外の著名な選手が参加することで、国際的な注目を集めることができる。一方で、四日間のイベントを通年で訪れるサイクリング観光客とどのように結びつけていくかが課題である。レース開催の四日間にとどまらず、九州がサイクリングの目的地であることを継続的に発信していく必要がある。そのためには、ガイドの育成や多様なツアーのバリエーションを整備することが不可欠であり、そうした基盤があって初めて、ツール・ド・九州を入口として九州に注目してもらうことができる。検索した際に、九州には英語ガイド付きのツアーがあると分かるように発信できれば、年間を通じてサイクリング観光客を呼び込むことができるようになる。

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

(Beki)

図書館に勤めている立場から、こどもたちに「10月にツール・ド・九州というイベントがある」とさりげなく聞いてみても、まだ十分に浸透していないと感じる。第1回・第2回大会が小倉で開催された際も、もっと知ってもらいたかったという思いがある。地元に限らず、九州全体が知っているイベントにしていけることを考えると、コースとなる地域だけでなく、学校を中心に、より広い範囲で浸透させることができないかと思う。実際の選手を招くのは難しいかもしれないが、ロードレーサーのユニフォームを着用した人たちが自転車を持参し、レース開催をPRする機会を学校で設けることができれば効果的ではないか。こどもから保護者へと情報が伝わり、コース地域以外にも広がっていくことで、毎年10月はツール・ド・九州のシーズンという意識が、根気強く続ける中で醸成されていくと考える。そうした取組を重ねることで、地域全体を巻き込むことができるのではないか。あわせて、写真コンテストを開催するなど、SNSを活用した仕掛けをつくり、大会前から注目を集めることができればよいと考えている。

(飯島誠)

圧倒的にこどものファンが少ない現状がある。JCFでも競技人口をどのように増やすかが急務となっており、その取組の一つとしてストライダーレースは高い人気を集めている。数万円するベアリングを装着したり、フルフェイスのヘルメットを着用したりしていて、父母だけでなく祖父母まで会場に足を運ぶ。例えば、ツール・ド・九州と同じ期間にストライダーレースを開催すれば、それを取り巻く大人たちも自然と集まってくる。ストライダーは未就学児が中心となるが、その次のステップが不足しているのが課題である。ツール・ド・九州がこの世代、すなわち小中学生と一緒に育てていく存在となり、大会前後に〇〇〇CUPのような大会を開催すれば、九州各地から保護者とこどもが集まってくると考えられる。レースに参加しながらツール・ド・九州を観戦できる時間を設けることで、選手に憧れるこどもが生まれる可能性も高まる。地域を巻き込み、こどもに体験してもらい、記憶に残る施策があれば、その輪は広がっていく。ツール・ド・九州にはすでにキッズレースがあり、大会に参加したこどもの中から、10年後、20年後にツール・ド・九州にチャレンジする選手が生まれるかもしれない。手間はかかるが、このような方向性で取り組むことは有効ではないかと考える。

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

(ニック・サース)

ツール・ド・九州は、観戦するだけでなく、体験し、参加できることが重要である。日程は体育の日(スポーツの日)と重なっており、サイクリングに限らずアウトドア全体として捉えることができる。サイクリング単体では、まだファン層が十分とは言えないが、こどもの頃に自転車に乗ったことがない人はほとんどいない(と思われる)若い世代やこども、年齢を問わないアマチュア層、これまでサイクリングを経験したことのない人も含め、幅広い層が関われる余地がある。ママチャリで1キロ、2キロ程度でも、本コースでなくとも会場周辺で毎年気軽に参加でき、楽しみながら体験できるコンテンツがあればよい。ツール・ド・九州の中川さんから、次回大会の会場が福岡市内になるという嬉しい話を聞いたが、これは非常に重要なポイントである。都市部がなければツール・ド・九州の成功は難しく、地方部のみでは観戦者が限られてしまう。フィニッシュまたはスタートを天神で実現できれば、大きな意味を持つキーポイントになる。インバウンド観戦客の本格的な誘致は、現実的にはまだ先の話であるが、優先すべきはまず国内市場である。ただし、インバウンドを諦めるのではなく、段階的に進めていくことが重要であり、国際対応の環境整備も欠かせない。大会がUCIツアープロのレベルまで成長すれば、海外から実際に観戦に訪れる人も出てくると考えられる。海外向けの観戦ツアーやサイクリングツアー、プライベートツアーについても、10月という時期を狙い、十分なサポート体制を備えた商品を造成すればよいのではないか。

(荒木茂人)

自転車のレースではあるが、必ずしも自転車に乗ることにこだわらなくてもよいのではないか。例えば、サッカーワールドカップを観戦しに来た人が、必ずしもサッカーをするわけではない。それと同様に、ロードレースを観戦しに来た人も、自転車に乗らなければならないとは限らない。選択肢の一つとして、ツアーの中で自転車に乗る体験があってもよいが、九州のコンテンツという観点で考えると、地域の伝統工芸を体験したり、高尚なものに限らず、地域の人と一緒に町を歩いたりするなど、会場の外に出て地域そのものを体験する内容が適しているのではないか。今回、ツール・ド・九州を観に行ったが、自転車のイベントでありながら、自転車とは直接関係のない企画も行われており、多くの来場者で賑わっていた。自転車に絞り込み過ぎず、さまざまなコンテンツの中に自転車が含まれている、というくらいの位置付けの方が、参加者が自分に合った楽しみ方を選べる環境となり、結果として裾野が広がるのではないか。

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

(大坪元気)

話題にもなっているが、来年度は福岡県と佐賀県の共同開催となる。一緒にツール・ド・フランスを観戦する中で、私たち自身も強い危機感を持っている。地方を活気づけることも重要だが、ツール・ド・九州というコンテンツ自体の認知度を高め、価値を上げていかなければ、野球やサッカーと比較して注目度を高めていくのは難しく、継続にも課題があると感じている。そのため、実は2年ほど前から、福岡市内にレースを通すという提案を繰り返し行ってきた。福岡市をぐるっと回る形での開催ができないか、警察とも協議を重ねながら進めている。2月から地元との最終調整を行い、5月に公表する予定であり、ここ数か月が正念場となる。これまでは周辺イベントの議論が中心だったが、大都市である福岡市中央区に入ることは、これ以上ない大きな意味を持つと考えている。2026年大会で確実に実現することに注力したい。これまでの課題は、人がいない場所に人を呼び込むという点にあったが、今後は人がすでに集まっている場所、かつ付帯イベントも多く展開されているエリアに入っていくことで、発想やアイデアも大きく変わってくるはずである。挑戦を続けながら地元の合意形成を図っていききたい。福岡市では幸いにもマラソン大会の開催実績もあり、そうした経験も生かしながら、多方面からの協力をお願いしたい。

5.意見交換②九州サイクルツーリズム推進について

(飯島誠)

マップエンジンの最適化は重要であり、他地域と比べると九州は弱い部分が多い。福岡や博多周辺ではコメント数が多い場所もあるが、全体的にはまだ少ない。海外の人がキーワードを入力して検索した際に、きちんとヒットする環境を整える必要がある。インバウンドを呼び込むのであれば、英語対応は必須となる。インバウンドについては追い風が吹いている状況にあるため、アジア圏、欧米圏を問わず、「また来たい」と思ってもらえるコンテンツをつくっていかねばならない。九州は景観が非常に魅力的であるが、そこに加えて何が記憶に残るかという点、やはり「食」である。食体験は強く印象に残り、誰かに伝えたいという気持ちにつながりやすく、SNSでの発信とも相乗効果を生む。外にしっかりと目を向け、来訪につなげていくためにも、英語化をはじめとしたインバウンド向けの施策は重要である。

(マイケル・ライス)

外国人にとって重要なのは、飛行機を降りてから自転車で走りやすい環境かどうかという点である。日本は全体として走りづらいというイメージを持たれがちだが、例えば、空港から阿蘇へ行きやすく、快適に走れる環境が整っていることを発信できれば、利用者は確実に増えると思う。外国人から見ると、日本は小さな島国で、少し大きなハワイのような感覚に近い。富士山、白川郷、阿蘇を巡るといった旅程は、日本人の感覚では理解しにくい、小さな島国を回るのであれば、イメージの良い場所をできるだけ多く訪れたいという発想でツアーが組まれることが多い。

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

(マイケル・ライス)

多少無理のある行程であっても、外国人はそのようなツアーを選ぶ傾向があり、何がインスタ映えするかによって目的地が決まるほどである。例えば、京都・嵐山の竹林の中をサイクリングできる映像を見て嵐山を目指す人が多いように、他国では撮れないようなサイクリングロードで、印象的な動画が撮影できれば、九州を訪れる人も少なくないと考えられる。そこにつなげて、「ここも走れる」「ツール・ド・九州のコースも走れる」といったイメージをつくっていくことが重要である。外国人にとっては、行きづらさよりも「阿蘇山に行きたい」という気持ちの方が強く、アクセスの難しさはあまり大きな障壁にならない。ツール・ド・九州の映像とあわせて、九州の美しさを発信することで、大会開催時だけでなく、年間を通してその場所を目指して訪れる流れを生み出すことができると考える。

(浅川華子)

モニターツアーのアンケートを読んだが、九州の自然景観や牧野ライドは、他地域では体験できず非常に良かったというコメントが多く見られた。ツアーにいくらで参加したいかという問いに対しても、想定以上に高い金額を記載している人が多く、モニターツアーが高価格帯のツアーとして成立することが実証された点は非常に大きいと感じた。一方で、距離が短かったと感じた人や、お茶の体験が良かったと評価する人がいる一方、ストーリー性が不足していたと答える人もおり、同じサイクルツーリズムのツアーであっても、さまざまな意見があることが分かった。こうした結果から、同じ九州であっても、ツアー設計の思想を分ける必要があるのではないかと感じた。走ることを重視する人向け、体験を重視する人向けといったように、ルートや距離、体験の密度を複線化し、商品として整理していくフェーズに入ってきているのではないかと考える。

それを進めることで、ガイドの育成につながり、情報発信や受入環境整備も自然と伴って整っていくのではないかと考える。もう一点、九州に来てもらうための取組として、これまでは開催地域で事前にコースを走るファンライドを実施し、「大会当日は応援に来てほしい」という形を取っていたと思うが、これを事前ではなく、レース後に実施するのも一案ではないか。実際に選手が走る姿を見て、そのコースを理解した上で開催すれば、「みんなで体験しよう」という流れをつくることができ、より面白い取組になると感じる。ツール・ド・九州終了後に八女市を訪問し、地域の方と話をする中で、黒木地区では自転車レースをほとんど知らなかった人たちが、「黒木にあれだけ人が集まったのは初めてだ」「またやってほしい」と話していた。これにより、自転車レースというものが地域に認知されたと感じた。レースを知ることで、おもてなしの気持ちが芽生え、「少し見てみようか」と自然に地域の方から声をかけてもらえるようになるのではないかと考える。それはスポーツホスピタリティにもつながると感じている。開催地域では、熱が冷めないうちに地域を巻き込んだ取組を展開できればよいのではないかと考える。

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

(畑中絹代)

私の知人が、1人あたり100万円程度の富裕層向けインバウンドツアーを九州で実施しようとしており、現在は熊本で準備を進めている。話を聞く中で、サイクリストと非サイクリストでは志向が大きく異なると感じた。アジアと欧米でも違いはあるが、ラグジュアリー層は走る意欲が非常に高く、欧米系の参加者でも、ある程度の距離を気持ちよく走りたいというニーズが強い。また、サポートカーの存在が非常に重要になるという点も印象的だった。今回は高級車を用意し、バイリンガルのコンシェルジュが1名同乗するツアーになるとのことだが、冷静に考えると、国内外を問わず、来訪してすぐに土地勘のない場所を走るのは難しい。地図を見ながら走れる人は相当な上級者であり、そうでない人に向けては、スマートフォンに載せることでルートを追えるデジタルマップのような仕組みが有効だと感じた。例えば、モデルルートを設定し、ナビで追従できるデジタルマップを用意するなど、土地勘のない人が実際に走るために何が必要かという視点で整備していくことも重要ではないかと思う。また、日本語や韓国語、アラビア語などは、見ても全く分からないという点が、心理的なハードルを一段上げている。現実的に走れる環境を整えるために何が必要かという視点と同時に、「これをやりたい」と直感的に思わせる要素があれば、人は集まりやすくなる。そのための情報発信は重要だが、その魅力をどのように再現できるかも課題である。

加えて、ツアーに撮影隊を同行させたり、ドローンを活用したりすることで、後から発信しやすい形のコンテンツを生み出すツアーを増やしていくことも有効ではないかと感じた。今回のモニターツアーも非常に良かったが、残念ながら枯れたシーズンでの実施だったため、もう少し時期の良いタイミングでツアーを行い、映像素材を増やしていく余地があると感じた。ツール・ド・九州との親和性を生かすという点では、ダイジェスト映像を制作し、それをコースを追体験したい人向けの素材と割り切るのも一つの方法だと思う。レースそのものというよりも、かっこよく走る人たちが自転車で駆け抜けていく映像をダイジェストとして配信していき、そこから「追体験したい」と思った人に向けて、このガイドがいる、この体験ができる、これを食べたい、といった希望をどのようにオーダーできるのかを、セットで情報発信していく必要がある。そうしなければ、実際に体験する人はなかなか増えない。カタログというほどではないが、「どうすれば追体験できるのか」を一体的に打ち出すことも重要である。ツール・ド・九州の会期中には、その追体験ができる催しを用意し、そのツアーに参加すれば誰でも同じルートを走れる仕組みをつくる。実際に来訪してもらい、満足した体験を発信してもらったところまで落とし込めれば理想的である。ナショナルサイクルルートについても、4月以降に新たな指定が行われると考えられるが、今後は単体のルートではなく、ネットワークとしてつなげていく方向で議論が進んでいる。そうした中で、最初からネットワークとして提案できる九州は有利な立場にある。この道一本を売るのではなく、九州という島全体でさまざまな体験がリンクして楽しめるという構造を示し、俯瞰的に将来像を描きながら進めていくことが重要だと思う。また、国に対しても要望している点だが、日本各地でモデルルートが提案されている一方で、インバウンドの人が見ても難易度や体験内容が分かりにくく、共通の指標がないことが課題であると感じている。日本のサイクリングルートも、ヨーロッパのように共通の指標があればよいと思う。登りが多いから難易度はいくつ、といった基準があれば、このルートは自分に合う、合わない、少しハードルが高いといった判断がしやすくなる。欧米ではこうした考え方が比較的浸透しているが、日本ではまだほとんど進んでいないのが現状である。九州だけでも、初心者が見て直感的に「自分に合う」「少し上のレベルだ」と分かるように先行して整備しておけば、国からの評価も高まりやすいのではないかと考える。

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

(ニック・サーズ)

九州に最も必要なのは、しまなみ海道のような「エリア」である。すべての人が同じルートを行きたいわけではなく、それぞれレベルが異なる。ナショナルサイクルルートを一本のルートとして認定するのではなく、エリアとして認定すべきではないか。九州で最もポピュラーなイメージを持つのは阿蘇であり、サイクリングに最も適したエリアだと思う。九州の中心に位置し、広大なエリアに火山というユニークな地形があり、道のバリエーションも豊富で、マウンテンバイクでも走ることができ、初心者が乗ることもできる、非常に恵まれた環境である。一つのルートを開発するのではなく、エリアとして捉える発想が重要であり、スペシャルゾーン、サイクルゾーンといった考え方ができる。福岡も候補にはなり得るが、現実的には阿蘇が最適だと感じる。熊本には国際空港があり、韓国、台湾、香港からの便もあり、空港を出てすぐに九州らしい最高の環境が広がっている。しまなみ海道を訪れて感動したのは、ホテルや飲食店、自転車レンタル店、グッズ販売などが一体となって整備されていた点である。ルートのスタート地点にジャイアントのレンタル拠点があり、メンテナンス環境も整っていた。同様の仕組みを阿蘇につくることができれば、九州の存在感は大きく高まる。ジャイアントは台湾企業であり、熊本といえばTSMCが進出している。日本、九州の経済の中心としての象徴性もあり、将来的にはツール・ド・九州のスポンサー候補になる可能性もあるのではないかと考える。現在、九州を訪れている欧米のサイクルツーリストは、ツアーに参加するのではなく、FacebookやWebなどで自ら情報を調べ、セルフサーブで行動しているケースが多い。

(進藤昭洋)

ナショナルサイクルルートが話題が出たが、11月に天草の上島を一周し、さらにもう一つの大きな島である下島も含め、八の字のような形のコースを一人で走った。12月には「あまいちグランフォンド」という大会にも参加し、その際は上島側をなぞりながら下島へと降りていくコースで、総距離は180キロぐらい、このあたりを含むコースをナショナルサイクルルートとして認定するかどうか議論になっている。アップダウンについては、島の外周をぐるっと回るルートでも極端に多いわけではない。一方で、橋については、建設された時代背景もあり、島と島を結ぶことを最優先に設計されているため、現在の基準で見ると車道脇に人や自転車が通るための十分な幅が確保されていない箇所もある。有識者がどのような判断をするかは分からないが、そうした橋を含めたコースを認定するかどうか論点。

(飯島誠)

あとは南島原のコースで、天草から渡っていくことができる。うまく連携できれば、そのまま廃線となった島原鉄道のサイクリングロードへ抜けることができるため、こどもや家族連れにはちょうどよいコースになると思う。

(進藤昭洋)

後発のコースであるため、まだ歴史は十分とは言えず、おもてなしセクションについても、すべてが整備されているわけではない。ただし、認定されれば徐々に改善されていくのではないかと期待はある。ナショナルサイクルルートに認定されることを想定し、熊本から三角までを結ぶ「A列車で行こう」をサイクルトレインとして活用するような企画も、検討する余地があるのではないかと考える。

(3) 戦略会議の開催 1/14 第四回戦略会議

(畑中絹代)

ナショナルサイクルルートは、基本的に誰でも走れることを前提としており、現段階では、できる限り登りを避け、こどもから高齢者まで走れるルートであることが、第一条件に近い。ただし、太平洋側など、本来は非常に危険で通行が難しい区間も、やむを得ず指定している箇所があるのが実情である。残念な点として、現状ではナショナルサイクルルートが十分に広報されておらず、認定によるメリットもあまり感じられない状況にある。次の計画では、ツーリズムの側面にしっかり力を入れていこうという方向性になっており、そこにうまく乗ることができればよいのではないかと考える。

九州に関しては、非常に良い条件がそろっていると感じている。一方で、現時点で日本全体に欠けているのは、分かりやすさや追体験のしやすさであり、特にガイドの存在が大きく不足している。ただ、その中でも九州は盛り上がりがあり、他地域より一歩先を行っていると思う。公共交通機関との結節についても、今後は国として推進していきたい分野であり、サイクルトレインを九州が先行して取り組むという点は非常に意義がある。九州ならではの強みをさらに打ち出し、ナショナルサイクルルート以上だと言えるような取組を目指していけば、とても良い方向に進むのではないかと考える。

(進藤昭洋)

ツール・ド・九州も3回を終えたところで、まだまだこれからの段階である。海外には100回を超える歴史を持つレースもあり、今年の夏にはツール・ド・フランスの視察に行く予定である。タイムトライアルと最終日のシャンゼリゼ通りでのレースを観戦する計画で、その経験はぜひ皆さんにもフィードバックしたい。海外の盛り上がりと比べると、まだ3回目という段階ではあるが、そこで得られる気づきや学びを横展開し、各県や事業者が連携しながら、九州全体でサイクルツーリズムを推進していく流れをつくってほしいと考えている。

《会議の様子》



(5) 効果検証および今後の展開について整理

効果検証

本事業は、九州を代表するスポーツイベントのひとつである「ツール・ド・九州2025」を核にしたインバウンド富裕層等に向けた更なる高付加価値な受入方策の作成や、サイクリストの利便性を追求したツーリズムプラン等の造成といった持続的なサイクルツーリズム推進に必要な施策を行い、あわせて他スポーツイベントへの横展開を検討することで、九州ならではのスポーツツーリズム推進と、よりインバウンド誘客性と収益性の高いスポーツイベントの確立に向けた効果検証を行うことを目的に実施した。受入方策の実施やアンケートの結果などから、設定したKPIについて結果を取りまとめた。

定量評価

【KPI①】 ツール・ド・九州2025開催情報の拡散および九州のサイクル環境や魅力の発信を目的として、外国人サイクルインフルエンサーや戦略会議委員らによる情報発信を実施する。これにより、累計リーチ数のべ1万～30万回の獲得を目標とする。



ツール・ド・九州2025の開催情報の拡散を目的としたプレイベント、ならびに九州のサイクル環境や魅力を発信するためのライドイベントおよびサイクリングモニターツアーを実施した。これらの取組みについては、参加したインフルエンサー計10名のSNSおよびYouTubeアカウントから獲得リーチ数などを指標として、効果測定を行った。その結果、InstagramやYouTubeなど総再生回数は、約349,000回に達し、獲得リーチ数も約172,000回となるなど、いずれも目標を上回る成果が確認された。

- 海外のフォロワー率が約9割のインフルエンサーRyu William氏のSNSアカウントでは、総再生回数が約225,000回、獲得リーチ数が約155,000回を記録した。欧米圏にも一定のリーチがあったと推察できる。
- 韓国人サイクルインフルエンサー4名が発信した動画の総再生回数は約51,000回を記録し、韓国マーケットに対して効果的な情報発信ができたと評価される。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

【KPI②】 外国人視聴者を想定したレース実況の完全多言語化を実施し、外国人視聴者数アップと視聴満足度向上を図る。総再生回数3万回を目標とする。



佐世保クリテリウムを含めて大会四日間、英語による実況・解説の生配信を行った。実況は四日間通して、DJがらば(芦田千里)氏を、解説には、各地の観光情報について解説することができる4名を起用した。福岡ステージが最多の8,630回の再生回数を記録したが、合計の総再生回数は、21,457回と目標に届かなかった。一方で、再生回数は目標には達しなかったものの、視聴者アンケートの結果から全体満足度は高く評価されており、視聴満足度の向上は一定程度図ることができたといえる。

- ロードレース観戦が初めての視聴者が多い中でも、全体満足度は非常に高く、英語実況の品質については実証として成功水準に達したと評価できる。一方で、視聴者の約9割が初視聴者またはライト層であったことから、大会および配信チャンネルの認知度が十分ではない実態が明らかになった。
- 実況の理解度は高い一方で「やや難しい」と感じた層も一定数おり、定着を図るためには、表現レベルの最適化が課題である。
- レースルールに関する解説へのニーズが確認され、観戦初心者に配慮した演出の必要性が示された。また、視聴者が選手やチームの背景情報に高い関心を持っていることも明らかになった。
- 最多の再生回数を記録した福岡ステージで解説を務めたニック・サーズ氏は、レース解説中にYouTubeのチャット機能を活用して、視聴者との双方向コミュニケーションを行った。こうした生配信ならではの取組みが、視聴満足度の向上につながったもの推察される。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

定性評価

【KPI(Ⅰ)】佐世保クリテリウム会場において、外国人来場者を対象に、ツール・ド・九州2025の観戦価値向上を目的とした受入方策を実施。観戦満足度および観戦環境の充実度を指標として、アンケートにより測定する。



佐世保クリテリウム会場において、主に米軍関係者を対象に、地域文化体験として『三川内焼き絵付け体験』および大会参加国の国旗をあしらった『応援フラッグ製作』を実施した。参加者のコメントはいずれも肯定的であり、文化と体験を組み合わせたコンテンツは、他のスポーツイベントへの展開においても有効策と評価できる。また、スタッフによる案内や会場動線に対する評価も高く、本イベントは総じて満足度の高い体験であったといえる。

- 『三川内焼き絵付け体験』および『応援フラッグ製作』には、「素晴らしい経験だった」「とても楽しかった」「スタッフがフレンドリーだった」と肯定的な感想が並んだ。
- 会場全体のイベントエリアにおいて、特に印象に残った体験やコーナーについては、60%以上の参加者が出展ブースを挙げている。この結果から、九州運輸局ブースが参加者の満足度を向上に寄与したと評価できる。
- レース観戦およびイベントへの再参加意向についての設問では、90%以上の参加者が「ぜひ参加したい」または「参加したい」と回答した。この結果から、再訪意欲は高く、非常に満足度の高い体験であったと評価できる。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

【KPI(Ⅱ)】人材育成プログラム参加の大学生、専門学校生を対象に、学習を通じて感じた九州におけるスポーツツーリズム推進のために必要な課題など、アンケートを通じて検証する。



福岡ホスピタリティ・アカデミー、APU、長崎国際大学3校の実証から、スポーツイベントを核とした現場型学習は、観光人材の関心喚起・自信形成・職業意識の醸成に明確な効果があることが確認された。一方で、この芽を持続的な人材供給へ転換するには、処遇面の不安解消、多言語対応力の制度的育成、初心者にも開かれた導線整備、そして継続的な現場接続機会の仕組み化が必要である。

■魅力は、「人との出会い」や「地域活性化」であるが、処遇がボトルネックになっていて、採用以前に定着設計が推進の前提課題といえる。

(福岡HA)志望度「5」:81.3%、不安点「給与水準」:62.5%

(長崎国際大)魅力は「人との出会い」:44.4%、不安点「給与水準」:77.8%

■学生側が求めるのは座学より実践であり、スポーツイベントや観光業の現場を教育機会として継続提供し、その魅力を発信することが人材供給の鍵。現場での接客経験は自身形成につながっており、担い手化が進むことに期待。

(福岡HA)学校に期待「フィールドワーク」「インターン拡充」:81.3%

(長崎国際大)学校に期待「キャリア相談」「インターン拡充」:77.7%

■学生は来場者対応を通じて“地域と世界をつなぐ役割”を実感しており、インバウンド人材の潜在力が現場で可視化された。一方で、多言語案内や翻訳、情報発信の不足が指摘され、地域側の受入体制整備が推進上のボトルネックとなることが明らかになった。また、一部の学生からはスポーツイベントに対して「敷居が高い」との認識も示されており、初心者に配慮した情報設計や案内動線の必要性も確認された。

(APU)イベントに足りないもの「英語の説明」「地域の情報」「初心者への配慮」

(長崎国際大)観光業必要人材「語学対応人材」:66.7%

(5) 効果検証および今後の展開について整理

【KPI(Ⅲ)】 韓国人インフルエンサーのサイクリングモニターツアー参加者を対象に、九州のサイクリングルートの魅力や定番化商品に向けた課題について、アンケートを通じて検証する。



本モニターツアーは、九州のサイクリングルートが高付加価値な国際向け商品として成立する魅力を十分に備えていることを実証した。特に阿蘇の景観や牧野ライドは唯一無二の体験として強く記憶に残り、食事・宿泊・サポート体制も高評価であった。一方で、韓国市場の特性を踏まえると、走行時間の最大化、距離設計、滞在動線の最適化が商品満足度を左右する重要要素であることが明確になり、体験密度の再設計が商品化の鍵となる。

- ツアー全体の満足度は高く、九州の景観と走行体験が国際市場に通用することが確認された一方、参加者の多くが「走行が易しい」「車移動が長い」と感じており、“走る時間の最大化”が商品価値を決定づける要素であることが明らかになった。商品化に向けては、走行距離を10～20%延ばした上位グレード設計や、サイクリング中心の動線再構築が必要である。
- 食事と宿泊は全体的に高評価であり、九州の地域資源がツアー価値を押し上げていることが確認された。一方で、韓国市場では長距離走行を優先する傾向があり、昼食は軽量化・短時間化、宿泊は立地と機動性を重視した再設計が求められる。また文化体験は評価が分かれ、サイクリング文脈と接続した“補給・休憩型体験”への転換余地が見えた。
- ガイド・スタッフ対応は概ね高評価で、安心して参加できる基盤が整っていることが確認された。一方で、地域説明や交流演出の深さには改善余地がある。インフルエンサー視点では投稿素材が豊富で拡散力が期待でき、価格帯(約12～30万円)も高付加価値商品として成立可能である。ただし、価格に見合う走行量と体験密度の担保が市場適合の前提条件となる。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

【KPI(Ⅳ)】 在佐世保基地米軍のサイクリングモニターツアー参加者を対象に、インバウンド富裕層をターゲットにしたツアー商品の満足度やガイドの改善など、アンケートを通して検証する。



本モニターツアーは、九州が欧米豪富裕層向けサイクルツーリズム商品として十分な完成度を備えていることを実証した。ライド体験、宿泊、食事、ガイド対応はいずれも最高評価を得ており、走行の多様性と地域資源の質が高付加価値体験として成立している。一方で、事前情報の可視化や文化体験の動線整理、価格帯と自由度の設計など、期待値調整と体験密度の最適化が商品化の次段階課題であることが明確になった。

- ライドの距離・難易度は適切と評価され、都市・海岸・田園を横断するコース構成は、九州ならではの景観多様性を強く印象づけている。宿泊・食事も満点評価で、温泉や地域食文化が“走った後の回復体験”として機能しており、高付加価値ツアーの基盤は既に成立している。一方で、標高や路面状況などの事前共有が求められており、期待値管理の情報設計が満足度安定の鍵となる。
- 参加者全員がガイドを高く評価しており、安全管理、声掛け、状況判断などの現場対応力は国際水準に達している。さらに地域や文化の解説が体験価値を高め、ガイドが“演出者”として機能している点は商品競争力の核である。一方で、文化体験は評価が分かれ、サイクリング動線と連動した短時間・高理解型への再設計余地が見えた。
- 欧米圏の旅行者にとってビーチは象徴的な観光資源であり、在佐世保基地米軍を対象としたモニターツアーでも、海岸線を走行するルートは高い満足度を得た。これは、インバウンド富裕層向け商品の市場適合性を示す成果である。一方で、滞在時間の確保や撮影ポイントの明確化、休憩環境の充実など体験設計を高度化することで、ビーチ資源の価値をさらに高める余地がある。景観を通過点にせず、滞在と発信を前提とした演出へ磨き上げることが、商品価値向上につながる。
- 参加者は撮影意欲が高く、コース自体が拡散力を持つことが確認された。支払意思額(約300-700ドル)は富裕層向け商品として成立する水準であり、価格帯別・自由度可変型の商品設計が現実的である。一方で、価格に見合う体験密度と情報提供の質を担保することが、継続販売に向けた重要課題となる。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

観光庁では、コロナ禍後の観光人材不足(宿泊業等)を重要な課題として認識している。本事業では、福岡ホスピタリティ・アカデミー、APU、長崎国際大学と連携して実施した人材育成プログラムを通じ、観光業に対する学生の意見を把握することができた。これらを踏まえ、以下のとおり考察した。なお、本項目は事前に設定したKPIには含まれていないが、本事業の成果として記載するものである。

現場体験は、参加者の志望度を大きく高める重要な契機となる。

3校すべてで、参加後に観光・スポーツツーリズムへの関心が大きく向上している。

人と接することの楽しさが、離職抑止につながる内的動機として機能する。

学生が最も魅力に感じたのは給与ではなく「人との出会い・感謝」であった。

若者は、地域と世界をつなぐ役割に対してやりがいを見出している

APU・長崎国際大では、自身を“架け橋”と認識する声が多数。

地域産品と学生の協働による企画など、スポーツ大会を契機とした産官学連携には、取り組み拡充の余地がなお大きい。参画した学生や学校関係者を起点とするファン層の形成・拡大は有効な施策と位置付けられる。

福岡ホスピタリティ・アカデミーでは、「来場者対応を通じて観光の現場理解が深まった」「地域産品の魅力を自分の言葉で伝える経験が有意義だった」との回答が多数。

給与面への不安は離職の主要な要因となる一方で、実体験は就業継続を後押しする動機づけとして機能する。

不安を抱えながらも、現場体験で業界の魅力に触れることで肯定感が強まっている。

自分が必要とされているという認識が、当該業界への志望意欲を後押しする要因となる。

来場者からの感謝や反応が、職業的アイデンティティを形成している。

学生は、座学中心の学習にとどまらず、実践的な現場での学習機会を求めている。

3校すべてで、インターン・実践型授業の拡充を強く希望。

多文化理解や語学対応力を備えた学生層は、即戦力として期待できる人材候補である。

特にAPUは、インバウンド対応人材の供給源として極めて有望。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

令和6年度に実施した実証事業において抽出された4つの課題に対し、課題解決の方向性として3点を示した。本年度は、この方向性に沿って事業を実施しており、その評価について以下のとおり考察した。

令和6年度実証事業で抽出した課題

- 大会観戦、サイクリングの価値・満足度向上のための環境整備
- ツール・ド・九州、九州サイクル環境の海外への多面的な情報発信
- 九州サイクリングの強みを活かすビジネスモデルの構築
- 国際スポーツツーリズム、サイクルツーリズム推進のための人材育成

【令和6年度実証事業で抽出した課題解決の方向性と令和7年度実証事業での評価】

方向性1.高付加価値の体験型コンテンツの受入環境づくり

- 大会レース実況の完全副音声化
- 会場内ビジョンにおける副音声のレース配信、観戦エリアにおける飲食ブースのミールサイネージや会場マップ・案内の英語表記の拡充など観戦環境の整備
- 選手と観戦者が交流できるイベント演出
- インバウンド対応サイクリングガイド育成等

(評価)

令和7年度実証事業では、外国人視聴者を想定したレース実況の完全多言語化を実施するとともに、観戦環境の整備およびインバウンド対応サイクリングガイドの育成を行い、R6で示した「副音声化」「観戦環境整備」「ガイド育成」の主要項目に着手した。具体的には、レース実況を英語副音声で配信し、会場ビジョンや配信映像で外国人視聴者がレース展開を理解できる環境を整備した。また、佐世保クリテリウム会場では英語版観戦マップの配布や英語表記の案内を実施し、三川内焼絵付け体験などの地域文化体験ブースを設置した。さらに、外国人旅行者を対象としたサイクリングモニターツアーを実施し、その運営を通じてインバウンド対応サイクリングガイドの育成を進めた。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

アンケート結果からも一定の成果が確認できる。佐世保クリテリウムの外国人来場者13人のアンケートでは、英語実況について「とても分かりやすかった」5人、「分かりやすかった」5人と大半が理解しやすいと評価した。また、会場案内・アナウンス・アクセスについても「とても分かりやすかった」6人、「分かりやすかった」6人となり、多言語対応は概ね機能した。体験ブースについても、外国人来場者13人中11人が三川内焼絵付け体験に参加しており、観戦に加え地域文化体験を提供するコンテンツとして有効であった。

米軍関係者を対象としたサイクリングモニターツアーでは、ツアー全体満足度が参加者5人全員「5」、食事・宿泊施設も全員が「5」と評価した。ガイド・スタッフ対応も「とても満足」4人、「満足」1人と高評価であり、サイクリング体験と地域観光を組み合わせた受入環境は、インバウンド向け高付加価値商品として一定の水準に達したと評価できる。

一方で課題も残る。米軍ツアーでは「訪問先情報を紙や英語Webで補完してほしい」「訪問地の説明を増やすべき」との意見があり、韓国人インフルエンサーツアーでも「スポット案内や地域説明が不足」との指摘があった。観戦環境やツアー導線などハード面の整備は前進したが、地域の歴史や文化背景を伝える解説や情報提供は十分とは言えない。今後は、ガイド解説の高度化や英語による地域情報コンテンツの整備など、体験価値を高めるソフト面の強化が必要である。

方向性2. ツール・ド・九州、体験型コンテンツの多面的、複合的な情報発信

サイクルアイランド九州の魅力発信

- 九州や首都圏在住の外国人インフルエンサーを起用し、大会前までにツール・ド・九州の見どころや楽しみ方、九州のサイクリング環境を発信。ショート動画を活用した効果的なSNS展開
- 欧米やアジア圏で影響力のあるサイクル専門誌やWeb媒体で九州の魅力的なサイクリングルートを紹介
- 漫画・アニメの聖地が多い九州で、自転車関連アニメとコラボレーションした大会情報や九州サイクリングルートの紹介

(評価)

令和7年度実証事業で明確な前進が確認できる。大会前の認知向上を目的に、プレツアーセレモニーを起点として、八女・筑後ライドイベント、佐伯・延岡ライドイベントを実施し、外国人インフルエンサー3名を起用した情報発信を展開した。具体的には、サイクルアイランド九州の景観やサイクリング環境、大会観戦の楽しみ方をテーマに、ライド体験・地域文化体験・観光スポット訪問を組み合わせた取材型モニターツアーを実施し、その体験をショート動画やSNS投稿として発信させる手法を採用した。加えて、投稿素材として使用可能な撮影ポイントの設定や、イベント・サイクリングの様子を短尺動画として撮影できる導線を設計することで、SNS拡散を意識したコンテンツ制作を行った。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

その結果、テレビ4局放送、新聞2紙掲載、Fukuoka Now掲載、九州運輸局YouTube配信など、情報発信チャンネルは令和6年度と比較して明確に拡張された。SNS上でも一定の到達が確認されており、Ryu William氏の投稿は総再生22万回超、プレイベント関連では吉松育美氏の投稿は24,109回閲覧、Beki氏のストーリーズは推定14,000回再生、九州運輸局YouTube日本語版は1,826回再生となった。ショート動画を活用したSNS展開は、実証段階として一定の成果を上げたと評価できる。

また、韓国人インフルエンサー対象モニターツアーのアンケートでは、「投稿したくなる瞬間」は5人全員が「とても多かった」と回答し、「撮影したくなるスポット」「韓国のフォロワーに伝えたいか」も全員が肯定回答となった。九州の景観、サイクリング環境、地域体験は、海外向け情報発信の素材として十分な魅力を有することが確認された。

一方で課題も残る。韓国人インフルエンサーからは「スポット情報が不足している」「撮影サポートがあるとよい」「投稿に必要な事実情報の整理資料が必要」との指摘があった。景観や体験そのものの魅力は確認できたが、投稿を最大化するための制作支援体制や情報パッケージ化は十分とは言えない。今後は、撮影サポート、投稿用データ提供、英語による観光情報整理など、インフルエンサー発信を支援する運用体制の整備が必要である。

方向性3. サイクルツーリズム推進と九州サイクリングの魅力発信

- 定番化に向けたサイクリング商品の流通パイロットモデルの実践
- グローバルワイドなインバウンドを想定したサイクリング環境の整備。レンタルギアやミールコントロール、参加者のサイクリングレベルに配慮した高付加価値な商品提供に向けて、九州内のレンタサイクル店や宿泊施設、発地の関係会社・団体、地元行政との連携

(評価)

令和7年度実証事業では、九州におけるインバウンド向けサイクリング商品の成立可能性を一定程度確認した。具体的には、韓国人インフルエンサーおよび米軍関係者を対象としたサイクリングモニターツアーを実施し、九州の自然景観や地域文化を体験できるサイクリングルートを組み合わせたモデルツアーを造成した。ツアーでは、地域のレンタサイクル事業者と連携した機材手配、サイクリングガイドの同行、走行レベルに応じたルート設計、休憩ポイントや飲食提供を含むミールコントロールなどを組み込み、海外サイクリストが安全かつ快適に走行できる環境を整備した。また、宿泊施設や地域観光事業者と連携し、温泉宿泊や地域食文化体験などを組み合わせることで、サイクリングと観光を一体化した高付加価値商品としての実証を行った。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

アンケート結果からも、こうした取組は一定の成果を示している。米軍関係者を対象としたモニターツアーでは、ツアー全体満足度が参加者5人全員「5」、食事および宿泊施設も全員が「5」と評価した。ガイド・スタッフ対応についても「とても満足」4人、「満足」1人と高い評価を得ており、サイクリング体験と地域観光を組み合わせた商品構成は、インバウンド向け高付加価値商品として一定の完成度に達していると評価できる。また、韓国人インフルエンサー対象ツアーでも、九州の景観やサイクリング環境に対する評価は高く、サイクルアイランド九州の魅力は海外市場に対して十分訴求力を持つことが確認された。

一方で、課題も明確になった。韓国人インフルエンサー対象ツアーでは、走行距離について「やや短い」とする意見が多く、より走行時間を確保したコース設計を求める声が見られた。また、レンタル機材やサポート体制についても、欧米体格への対応や機材バリエーションの拡充など、インバウンド市場を想定した設備整備が引き続き必要である。さらに、現状ではモニターツアーとしての実証段階にとどまっており、旅行商品としての流通や販売ルートの確立、旅行会社との連携による商品化など、持続的なビジネスモデルの構築が今後の課題である。

以上より、令和7年度ではレンタサイクル事業者、宿泊施設、観光事業者、行政との連携を通じてサイクルツーリズム商品のパイロットモデルを実践し、九州サイクリングの魅力および商品化の可能性を確認した。一方で、コース設計、機材環境、商品流通体制の整備など、国際市場に対応したサイクルツーリズムモデルの確立に向けては引き続き検討が必要である。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

今後の展開

九州地域の総合的なサイクルツーリズム振興プロジェクトである『QXサイクルツーリズムの聖地・九州プロジェクト』では、ツール・ド・九州を中核に据え、「レースの価値向上」「観光消費拡大」「持続可能な発展」の3つのビジョンのもと取組みが進められている。これらは、本事業の目的とも多くの共通点を有している。こうした背景を踏まえ、『ツール・ド・九州の観光コンテンツ化』『九州の持続的なサイクルツーリズム推進』という視点からみえた課題と、課題解決の対応策・方向性を以下のとおり整理した。

【「ツール・ド・九州の観光コンテンツ化」実証事業を通じて見えた課題】

① 交流人流の絶対量不足と“ファン化導線”の未成熟

大会満足度は高く体験価値は実証されている一方、インバウンド・域外来場者ともに絶対数が少なく、観戦→参加→再訪へつなぐファン化導線の構築が急務である。

② 高評価コンテンツを“観光商品”へ転換する設計不足

サイクリング体験・文化体験・ブース企画は来場者満足を生んでいるが、大会期間外も消費・滞在を生む観光商品として体系化されていない。

③ 多言語発信とグローバル人材基盤の不足

多言語実況や案内の実証で需要は確認されたが、人材と発信体制が不足しており、国際観光コンテンツとしての拡張を支える運用基盤が未整備である。

④ 経済効果の可視化と地域連動の弱さ

大会は高い競技ステータスを確立しつつあるが、地域経済との連動や効果の見える化が十分でなく、観光資源としての説得力を高める仕組みが必要である。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

【課題解決の対応策・方向性】

① 観戦起点から滞在・再訪へ接続する“ファン化モデル”の構築

大会当日の満足度向上はもちろん、観戦を起点に地域周遊や体験参加へつなぐ設計が必要である。観戦者向け滞在モデルコースの提示、公式サイト・SNSによる継続信、応援企画など参加型コンテンツの常設化、大会後の次回案内や地域ツアーへの誘導を整備することで、単発来場から関係人口化への導線を構築する。あわせて、デジタルルート公開や映像活用により、追体験から実訪問へつなぐ仕組みづくりを進めることが重要である。

② 高評価体験を常設型観光商品へ再構築

大会時に評価の高かったサイクリング体験や文化体験を、期間限定企画に留めず、通年販売可能な観光商品として再設計する必要がある。具体的には、体験プログラムのパッケージ化、料金設定の明確化、旅行商品への組み込みを進め、大会外でも消費と滞在を生む仕組みへ転換する。

③ 多言語発信体制と専門人材の計画的育成

多言語実況や案内の需要が確認されたことを踏まえ、継続的に運用可能な発信体制の整備が必要である。具体的には、英語を中心とした公式情報の常設化、地域ガイドや学生を含む実践型育成プログラムの構築、運営マニュアルの標準化を進め、国際展開を支える基盤を確立する。

④ 経済波及の可視化と地域連動モデルの構築

大会の競技価値を地域経済活性へ確実につなげるためには、観戦者の消費動向、宿泊実績、周遊状況等をデータとして継続的に把握・分析し、その成果を可視化する仕組みの整備が不可欠である。あわせて、地域事業者との連携による観戦連動型商品や限定企画の造成、来場者の回遊を促す導線設計を強化することで、直接観戦者数の増加を地域消費へと波及させる構造を構築する必要がある。これにより、大会がもたらす経済効果を具体的に示し、観光資源としての説得力と持続性を高めることが期待される。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

【「持続的な九州サイクルツーリズム推進」実証事業を通じて見えた課題】

① 市場別セグメントに基づく商品設計モデルの構築

韓国人インフルエンサー対象モニターツアーおよび在佐世保基地米軍対象ツアーでは、阿蘇の景観走行や海岸線ルートなどコース自体は高評価を得た。一方で、韓国参加者からは「走行距離を延ばしたい」「車移動が長い」といった達成感重視の意見が多く見られ、走行量の不足が指摘された。他方、欧米豪圏(米軍)参加者からは「地域や文化の解説が良かった」「景観や温泉体験が印象的」との回答が多く、観光・文化体験への志向が強い傾向が確認された。実際のプログラムでは、両市場に対し同一水準の距離設計・体験配置を行っており、結果として市場特性との最適化に課題が残った。現状では、国・地域別の嗜好や体力水準、消費志向を体系的に反映する商品設計フレームが確立されておらず、走行量、休憩動線、文化体験の組み込み方を市場別に標準化する仕組みの整備が課題である。

② 国際水準に対するガイド育成体制の未整備

インバウンド対応ガイド育成として、走行前ブリーフィング手法、危険予測・隊列管理、英語によるコース説明、地域資源解説の演習、モニターツアー帯同による実地研修等を実施した。参加者アンケートでは「安心して任せられた」「安全管理が徹底されていた」といった高評価が確認され、基礎的な運営能力は一定水準に達している。一方で、「標高や路面状況の事前情報をより詳細に知りたかった」「地域文化の解説をさらに深く聞きたかった」との意見も見られ、解説の深度や期待値管理の精度には改善余地があることが明らかとなった。語学力に加え、体験演出力や情報提示力を体系的に高める育成プログラムの制度化が課題である。

③ 実践型人材育成の継続スキーム未構築

本事業では、八女茶スイーツ企画、応援フラッグ制作、外国人来場者対応、ブース運営などに学生が参画し、アンケートでは「現場での接客経験が自信につながった」「地域資源の魅力を実感できた」「観光分野で働きたい意欲が高まった」との回答が多数確認された。一方で、こうした機会は大会時に限定された単発的取組に留まっており、教育課程と接続した継続的な実践プログラムとして制度化されていない。イベントと連動した育成モデルを構築し、地域に人材を循環させる仕組みづくりが課題である。

(5) 効果検証および今後の展開について整理

【課題解決の対応策・方向性】

① 市場別セグメントに基づく商品設計モデルの構築

韓国市場と欧米豪市場で確認された嗜好差を踏まえ、走行重視型と体験重視型の複線の商品設計へ転換する必要がある。具体的には、①走行距離・獲得標高を段階化したグレード設定、②車移動を最小化したルート設計、③文化体験を補給・休憩と一体化させた配置モデルの確立、④市場別の標準商品フォーマットの整備を進める。あわせて、モニターツアーによる検証を継続し、国・地域別の設計指針を体系化することで、持続的な商品造成フレームを確立する。

② 国際対応ガイド育成プログラムの体系化

安全管理や走行オペレーションの基礎能力は一定水準に達していることを踏まえ、次段階として国際水準に対応した育成体系を確立する必要がある。具体的には、①標高・路面・難易度等の事前情報提示を標準化するマニュアル整備、②地域文化や歴史解説の深化を図る研修カリキュラムの構築、③体験演出力や期待値管理を含む実践型評価制度の導入を進める。あわせて、ツアー帯同研修を継続実施し、実地検証とフィードバックを組み込んだ育成サイクルを制度化することで、安定的な国際対応人材基盤を構築する。

③ 産官学連携による実践型人材育成モデルの制度化

学生参画による現場実証の効果を踏まえ、単発的取組から継続的育成モデルへ発展させる必要がある。具体的には、①大会と連動した実習プログラムの年間カリキュラム化、②地域事業者との協働による商品企画・運営体験の常設化、③成果発表・評価制度を組み込んだ育成スキームの構築を進める。あわせて、教育機関と行政・事業者が連携した人材循環モデルを確立することで、地域に根差した観光人材基盤を形成する。

(6) 総括

総論

ツール・ド・九州は、観光との連動性や地域活性などスポーツの持つ力を最大限発揮する地方主導型のイベントであり、サイクルロードレースとしては3回の大会開催を経て、競技関係者らの高い評価で、同種競技大会としてはある程度の地位を確立したと言える。

本事業ではその価値をさらにインバウンド誘客に資するものとするために、観光コンテンツとしての磨き上げや産学連携の人材育成、サイクルツーリズムの推進等に関わる各種取組を行い具体的成果を示した。

他方で本事業では大会開催地域外からの観戦人流不足、硬直化したファン層、市場特性に応じたサイクル商品設計不足、サイクルツーリズムガイドの人材不足などといった、大会やサイクルツーリズムの持続性に関わる課題も炙り出したが、事業を通じてツール・ド・九州、及び九州サイクルツーリズムがまさに今、大きな転換点にきていることが示された。

これらの課題解決にあたっては、まずは転換期にあるツール・ド・九州の優先課題を定め、これを関係者で広く共有した上で課題解決に向けて官民が一体となって資源(ヒト・モノ・カネ)を投下する必要がある。

ツール・ド・九州の課題の一つはファン層の拡大であるが、スポーツ競技にとってファン層の拡大は、競技大会やイベントへの集客、情報の拡散力、経済効果の押し上げ等にとって不可避であり、ひいては外国人旅行者のファン化と再訪にも繋がる。

また、サイクルツーリズムを推進する上での連続性も欠かせない。ツール・ド・九州というアイコン的なイベントを広く発信することでサイクルアイランド九州のブランディングが強固なものになる。そして複合的なサイクルに対する取組みが「九州の自転車文化」を形成し、国外にも訴求できるツールとなる。

様々な背景をもって誕生したツール・ド・九州のさらなる強化、そしてサイクルツーリズムとの連携強化による九州独自のサイクルツーリズムの推進により、九州への更なるインバウンド誘客を促進するために、九州運輸局は様々な形でのサポートを継続したい。