

令和7年スポーツツーリズムによる経済波及効果等について

県では、スポーツツーリズムによる県外からの入込客数の増加を図るため、プロ・アマチュアスポーツのキャンプや大会、合宿の誘致活動や、受入体制の充実を図る取組を推進しております。

このたび、令和7年のプロ・アマチュアスポーツのキャンプや大会、合宿等の実績などを基に、スポーツツーリズムによる経済波及効果を算出しました。

併せて、スポーツツーリズムがもたらす社会的効果をまとめました。

引き続き、経済的・社会的効果を一体的に捉えて施策を進めてまいります。

記

1 経済波及効果

(1) R7 経済波及効果 **4,587 百万円**

(R6<修正後>:3,712 百万円、対 R6 年<修正後>比+875 百万円)

※ スポーツツーリズム課調べ

(2) 算出対象 ① 令和7年のスポーツを通じた県外からの入込客数 : 99,271 人

② 高知龍馬マラソン 2025 の県内参加者数 : 5,818 人

<内訳>

直接効果	間接1次効果	間接2次効果	合 計
3,073百万円	1,015百万円	499百万円	4,587 百万円

※ 平成27年高知県産業連関表の40部門表を用いて試算。

※ 県外からのスポーツキャンプ・大会・合宿等の参加者及び観客が、県内で消費した金額に基づいて算出（県内からの参加者・観客は算出に含まない。）。

※ なお、キャンプ・合宿誘致や大会の開催等に伴う事業費は、算出に含まない。

※ 高知龍馬マラソンのみ、県内参加者及び観客の消費額や開催に伴う事業費を含む。

【用語】

直 接 効 果：消費を満たすために行われる、県内での最初の生産活動

間接1次効果：直接効果で使用する原材料の生産活動

間接2次効果：上記の生産活動から生じる雇用者所得等を基に消費される財・サービスの生産活動

2 スポーツツーリズムを通じた社会的効果

① 地域コミュニティの形成

（合宿受入や大会ボランティア等を通じて、選手や住民同士の交流の活性化）

② 地域アイデンティティの醸成

（チームの応援や受入を通じて地域への誇りや愛着の醸成）

③ 地域情報の発信

（選手等による地域の食や文化、人の温かさ等の魅力の情報発信）

④ スポーツ参加の拡大

（選手との交流やスポーツ教室の開催、観戦機会の増加等による意識醸成）

⑤ 青少年への影響

（プロスポーツを身近に見られる環境、合宿相手との練習試合や交流等）

補足説明

1 推計範囲及び推計方法

区 分	県外からの 入込客数	県外からの 延べ人数	総消費額
① プロスポーツキャンプ・ 大会等	63,871 人	141,348 人	2,121,826 千円
② アマチュアスポーツ合宿	5,384 人	29,851 人	328,540 千円
③ アマチュアスポーツ大会等	30,016 人	74,093 人	1,140,300 千円
合 計	99,271 人	245,292 人	3,590,666 千円

※ 推計範囲は、区分①～③とします。

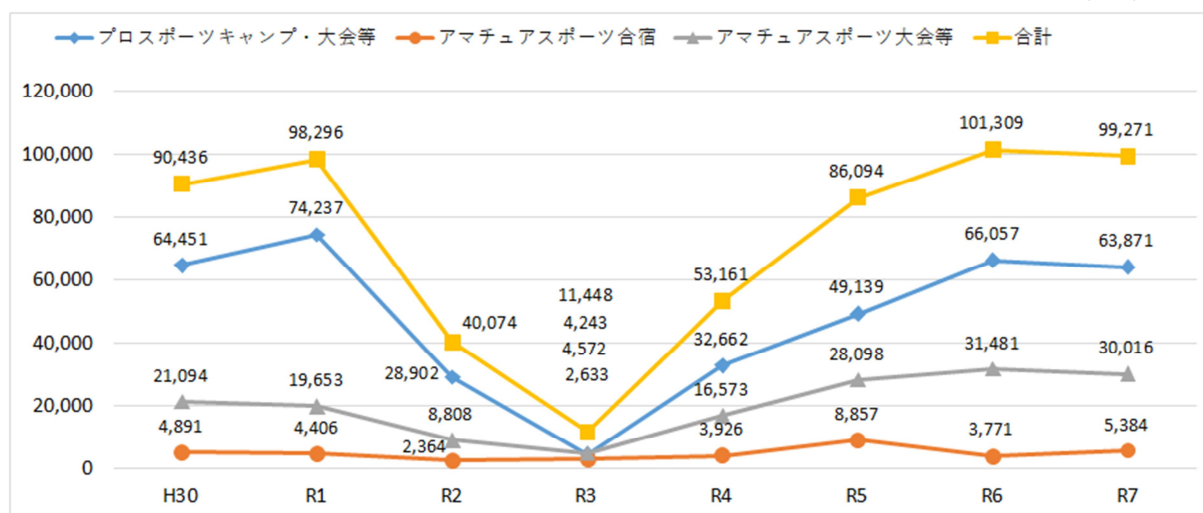
※ 総消費額：3,591百万円－地域外に流出した額：518百万円＝直接効果：3,073百万円

※ 入込客数及び延べ人数の推計方法は、「令和7年県外観光客入込・動態調査」及び「主催者の公表」、「高知県観光コンベンション協会のスポーツ合宿助成事業及びコンベンション開催支援事業における助成金利用実績」、「高知県共催及び後援事業利用実績（スポーツ大会等）」、「高知龍馬マラソン等のスポーツ大会開催実績」、「高知ファイティングドッグス、高知ユナイテッドSCの観客者等」をもとに推計。

※ 総消費額は、「令和6年県外観光客入込・動態調査プロスポーツキャンプ等調査における平均観光消費額」、「高知県観光コンベンション協会が実施したアンケート調査における平均消費額」、「高知龍馬マラソン観戦者アンケート調査における平均消費額」をもとに推計。

2 スポーツを通じた県外からの入込客数の推移

(暦年)



<主なポイント>

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年以降、全体的に入込客数が落ち込んでいるが、令和4年以降は回復傾向にあり、令和6年はコロナ禍以前を上回る県外からの入込客数まで回復した。
- アマチュアスポーツ合宿は、気象庁から令和6年8月に発表された「南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意）」の影響を受け、令和5年に比べて減少した。
- 令和7年は令和6年と比較して、女子プロゴルフ大会の開催がなくなったことにより入込客数は減少したが、宿泊を含めた延べ人数は約2万人増加した。

3 プロスポーツキャンプ等の開催状況

(1) プロ野球春季キャンプ等

チーム名等	キャンプ施設	キャンプ等の期間
埼玉西武ライオンズ	高知県立春野野球場	R7/2/1～25 (25 日間)
ハンファイーグルス 【韓国】	高知県立春野野球場	R7/2/5～3/3 (27 日間)
KIA タイガース 【韓国】	高知市東部球場	R7/1/31～2/28 (29 日間)

(2) Jリーグ春季キャンプ

チーム名	キャンプ施設	キャンプ期間
ブラウブリッツ秋田	高知県立春野補助競技場	R7/1/10～24 (15 日間)
徳島ヴォルティス	高知県立春野球技場	R7/1/13～18 (6 日間)
カターレ富山	高知県立春野球技場	R7/1/21～2/20 (31 日間)
アルビレックス新潟	高知県立春野陸上競技場	R7/2/5～14 (10 日間)
FC 今治	高知県立青少年センター 陸上競技場	R7/1/18～2/2 (16 日間)

(3) プロ野球秋季キャンプ

チーム名	キャンプ施設	キャンプ期間
阪神タイガース	安芸市営球場	R7/11/1～17 (17 日間)
中日ドラゴンズ	高知県立春野野球場	R7/11/1～19 (19 日間)
オリックス・バファローズ	高知市東部球場	R7/11/6～20 (15 日間)

(4) プロゴルフ大会

大会名	開催場所	開催期間
カシオワールドオープン ゴルフトーナメント	Kochi 黒潮カントリー クラブ	R7/11/27～30 (4 日間)

令和7年 スポーツツーリズムによる経済波及効果等について

高知県スポーツツーリズム課

高知県では、スポーツツーリズムによる県外からの入込客数の増加を図るため、プロ・アマチュアスポーツのキャンプや大会、合宿の誘致活動や、受入体制の充実を図る取組を推進しており、令和7年(1月～12月)に行われたプロ・アマチュアスポーツのキャンプや大会、合宿等(県外からの参加者・観戦者に限る)による経済波及効果を算出。

1 経済波及効果及び社会的効果

経済波及効果 4,587百万円

直接効果	間接1次効果	間接2次効果	合計
3,073百万円	1,015百万円	499百万円	4,587百万円

(注意)

- ・県外からのスポーツキャンプ・大会・合宿等の参加者及び観客が、高知県内で消費した金額に基づいて算出しています(県内からの参加者・観客は算出に含んでいません)。
- ・なお、キャンプ・合宿誘致や大会の開催等に伴う事業費は、算出に含んでいません。
- ・高知龍馬マラソンのみ県内参加者及び観客の消費額や開催に伴う事業費を含んでいます。

期待される社会的効果

①地域コミュニティの形成

合宿受入や大会ボランティア等を通じて、選手や住民同士の交流の活性化

②地域アイデンティティの醸成

チームの応援や受入を通じて地域への誇りや愛着の醸成

③地域情報の発信

選手等による地域の食や文化、人の温かさ等の魅力の情報発信

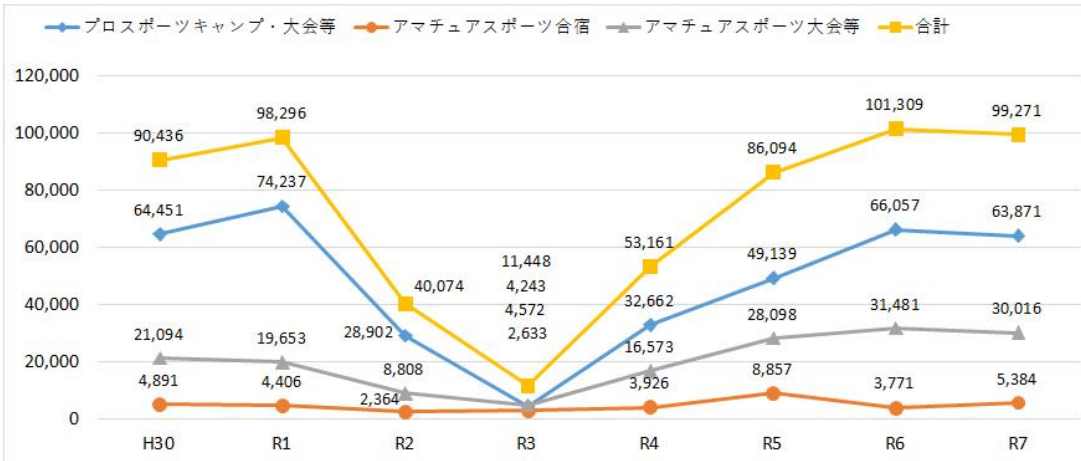
④スポーツ参加の拡大

選手との交流やスポーツ教室の開催、観戦機会の増加等による意識醸成

⑤青少年への影響

プロスポーツを身近に見られる環境、合宿相手との練習試合や交流等

2 スポーツ関連イベントによる県外からの来客数

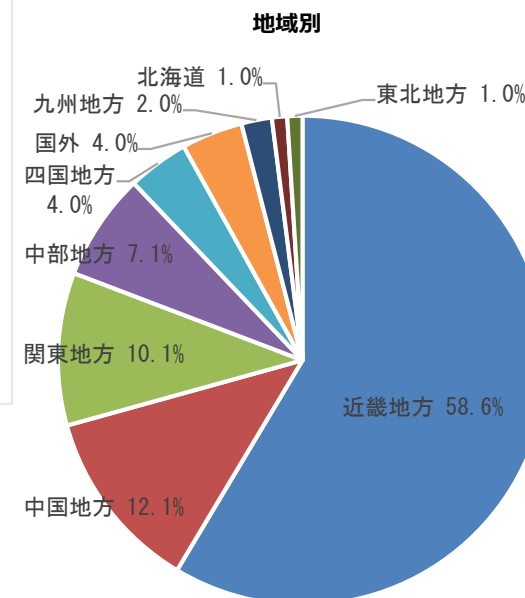


<主なポイント>

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年以降、全体的に入込客数が落ち込んでいるが、令和4年以降は回復傾向にあり、令和6年はコロナ禍以前を上回る県外からの入込客数まで回復した。
- ・アマチュアスポーツ合宿は、気象庁から令和6年8月に発表された「南海トラフ地震臨時情報(巨大地震注意)」の影響を受け、令和5年に比べて減少した。
- ・令和7年は令和6年と比較して、女子プロゴルフ大会の開催がなくなったことにより入込客数は減少したが、宿泊を含めた延べ人数は約2万人増加した。

3 アマチュアスポーツ合宿の受入状況

※R7 高知県アマチュアスポーツ合宿支援事業助成金交付団体の実績



都道府県

合宿団体所在地	合宿団体数
大阪府	21
兵庫県	15
京都府	12
東京都	5
愛知県	5
岡山県	5
広島県	4
滋賀県	4
徳島県	4
香川県	3
石川県	3
愛媛県	2
奈良県	2
佐賀県	2
国外	2
大分県	2
鳥取県	2
島根県	2
富山県	2
福井県	2
北海道	1
青森県	1
埼玉県	1
神奈川県	1
茨城県	1
栃木県	1
岐阜県	1
福岡県	1

競技別団体数

競技	回数
野球	31
サッカー	23
バスケットボール	13
陸上	11
バドミントン	3
カヌー	3
軟式野球	2
水泳	2
準硬式野球	2
バレーボール	2
ソフトボール	2
カヌー(スプリント)	2
自転車競技	1
ハンドボール	1
ダンス	1