

○研究タイトル

スポーツを通じた地域の活性化 スポーツ・ツーリズムを考える

○研究担当者：中野文彦

○担当者からのメッセージ

スポーツと観光、観光地との関係は近くて古いものがある。分かりやすい例を挙げると、オリンピックやワールドカップといったメガ・スポーツイベントの開催により、交通、宿泊施設などの観光関連インフラが急激に整備され、都市のイメージ・認知度が一気に高まることは、歴史的にわが国でも既に経験済みである。より身近な例でいえば、高原や砂浜といった良質な自然環境のなかで行われるスポーツ（テニス、ゴルフ、スキー、ビーチスポーツ、マリンスポーツなど）はリゾートの必須アイテムとして真っ先に整備されてきた。

「スポーツ・ツーリズム」を地域活性化の視点で見ると、地域に適したスポーツ（地域の自然環境、気候、立地、インフラ等の特性を最大限に活用できるスポーツ）を資源として、その資源性が損なわれないよう保全しながら快適な環境を整備し、新たなスポーツ関連のプログラム、イベント・大会を開発および展開して新たな魅力を創出することで、より多くの顧客を獲得し、地域の活性化に寄与することを目指すものといえる。

「スポーツに関する観光」という漠然とした認識、あるいは一過性の取り組みとしての認識ではなく、スポーツ・ツーリズムの特徴を把握することによって、地域の活性化手法の一つとしてのスポーツ・ツーリズム、あるいは中長期的な地域ビジョンの一つとしてのスポーツ・ツーリズムとして検討することが重要である。

<目次>

1. 研究の目的と方法

2. 研究結果の概要

- (1) スポーツ・ツーリズムの定義付け
- (2) スポーツによる地域活性化の事例 ～ツール・ド・おきなわの事例～

3. まとめ

1 研究の目的と方法

2 研究結果の概要

本研究ではスポーツを通じた地域の活性化という視点を基に、海外を含めた既往研究のサーベイ、国内事例調査を通して、スポーツ・ツーリズムに関する分類手法、スポーツ・ツーリズムによる地域活性化手法、スポーツ・ツーリズムの今後の方向性について考察することを目的とする。

1. スポーツ・ツーリズムの定義付け

「日本におけるスポーツ・ツーリズムの諸相」(同志社大学ヘルス&スポーツサイエンスジャーナル2009 二宮浩彰)では、スポーツ・ツーリズムの分類・定義が紹介されている。

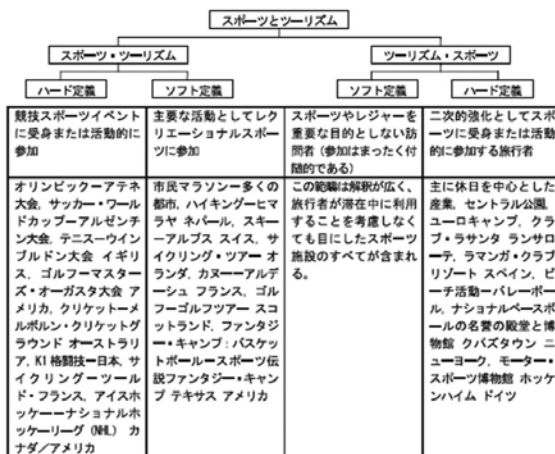
スポーツ・ツーリズムについては、スポーツに参加もしくはプロスポーツや競技大会観戦、市民マラソンやカヌー、ダイビング等に参加・体験することを主たる目的とするものを「スポーツ・ツーリズム」とし、観光に付随するスポーツ(キャンプ、ビーチアクティビティ、スポーツミュージアムの観覧等)をツーリズム・スポーツとして別分類がなされている。また、ツーリズムについては、居住地域外への移動、休日の活動、非商業的といった定義がなされている(図1)。

「A conceptual Framework of the motivation and activities of participants in adventure, health and sports tourism (Hall,1992)」は対象を「ヘルスツーリズム」まで広げた研究である。スポーツ&ヘルスツーリズムの分野では、主たるスポーツもしくは健康増進活動への参加動機に着目し、活動的か競技的かの2軸によって分類している。この場合、スポーツ・ツーリズムについては見る、参加する双方において「競技的」であることが重視され、中間的なものをレジャー・レクリエーション(アドベンチャー・ツーリズムなど)、競技目的が弱いものをヘルスツーリズムとして分類している(図2)。

観光庁におけるスポーツ・ツーリズム(スポーツ観光)の考え方を見ると、インバウンド促進と地域活性化の観点から「観るスポーツ」と観光、「するスポーツ」と観光、「支えるスポーツ」と観光の3つのスポーツ・ツーリズムの方向性を提示し、スポーツ目的の旅行に限定せず、スポーツ観戦、スポーツ参加の際に周辺地域を訪れることの促進、観光産業やスポーツ・健康産業を含めた需要喚起による地域活性化を図ることとしている。「支えるスポーツと観光」はスポーツチームの地域経営、市民ボランティアとしての大会支援、国際競技大会、キャンプ地誘致などによる地域活性化、地域・国の観光魅力の発信を目指すものとされている(図3)。

これは「スポーツと地域づくり・地域活性化」「メガイベントの経済効果」「スポーツ・マーケティング」といった近年のスポーツ研究分野において取り上げられる研究テーマが観光庁の施策に反映されていることが伺える。

図1 スポーツ・ツーリズムの定義と分類の例①



出所: Robinson and Gammon (2004) A Question of Primary and Secondary Motives: Revisiting and Applying the Sport Tourism Framework, p. 225.

図1 スポーツ・ツーリズムの概観

表1 スポーツ・ツーリズムに関連する定義の抜粋

スポーツ・ツーリズム □自宅周辺から離れてスポーツ活動に参加、または観戦する、非商業的な旅行 (Hall, 1992a, p. 194) □一定期間の自由時間における人々の行動様式・表現・格別に魅力的な自然環境で行われたり、野外で人工スポーツ施設や天然レクリエーション資源で行われたりするようなスポーツを行う休暇 (Ruskin, 1987, p. 26) □観戦するか参加するかしてスポーツ活動に関わる休日 (Wood and Bull, 1997b, p. 5) □身体活動に参加したり、観戦したり、身体活動に関係する展示を見物したりするために、一時的に居住地域外に個人が参加するレジャー旅行 (Gibson, 1998, p. 49) □気候に参加したり、非商業的または営利/商業的理由で催された手段で参加したりするスポーツ活動における能動的、受動的関与のあらゆる形態 (Standeven and DeKnop, 1999, p. 12) スポーツ・ツーリスト □イベントが開催される地域に少なくとも 24 時間滞在する一時的な訪問者で、第一目的が二次的な魅力をもつ地域でスポーツイベントに参加することである人々 (Nogawa et al., 1996, p. 46) □旅行中や日常生活圏外の地域に滞在中に、競技的またはレクリエーションスポーツに能動的、受動的に参加する個人、あるいは団体の人々 (旅行の一次動機としてスポーツ) (Gammon and Robinson, 1997) ツーリズム・スポーツ □旅行を主として、日常生活圏内に滞在したりして、副次的活動として能動的、受動的に競技スポーツやレクリエーションスポーツに参加する人々 (Gammon and Robinson, 1997)
--

出所: Hinch and Higham (2001) Sport Tourism: a Framework for Research, p. 49.

出典: 日本におけるスポーツ・ツーリズムの諸相 (同志社大学ヘルス&スポーツサイエンスジャーナル2009 二宮浩彰)

図2 スポーツ・ツーリズムの定義と分類の例②

	Less Active ← → More Active		
Non-Competitive ↑ ↓ Competitive	Health Tourism (spa)	Health Tourism (fitness retreats)	Adventure Tourism (scuba diving)
	Adventure Tourism (yacht chartering)	Tourism Activities (sea-kayaking)	Adventure Tourism (climbing)
	Sport Tourism (sports spectating)	Sport Tourism (lawn bowls)	Sports Tourism (ocean racing)

出典：A conceptual Framework of the motivation and activities of participants in adventure, health and sports tourism (Hall,1992)

図3 スポーツ・ツーリズムの定義と分類の例③

スポーツ観光推進の趣旨

我が国の豊富なスポーツ資源

世界的にもハイレベルな “観るスポーツ”

プロ野球、Jリーグ、ラグビー、バレーボール、プロゴルフ、大相撲、柔道 .etc

世代を超えて人気を集める “するスポーツ”

マラソン、ウォーキング、サイクリング、登山、トライアスロン、スキー、ゴルフ、草野球 .etc

観光での内需拡大が急がれる今、これら魅力あるスポーツ資源を最大限に活用し、インバウンド拡大、国内観光振興、そして地域活性化の「起爆剤」に！！

①観光客 → 周辺地でのスポーツ観戦やスポーツイベントへの参加
②スポーツ観戦客・参加者 → 周辺地観光
という「観光」「スポーツ」の相互乗入れの促進 → 地域間、国家間の交流人口の拡大

観光庁は、関係府省・関係団体と密接に連携協力し、スポーツ観光を総合的に振興。

(例えば、温泉旅行にサッカー観戦やトレイルランが加わることで旅の充実感が増したり、野球観戦やスキーの前後に地元観光も楽しんで文化的欲求が満たされることも)

様々な潜在需要の喚起&関連産業への多大な波及効果 → 地域と我が国経済の活性化

-16-

スポーツ観光のイメージと効果

“観るスポーツ”、“するスポーツ”だけでなく、“支えるスポーツ”を加えた3分類

Ⅰ 「観るスポーツ」と観光

アウェーの野球観戦者が周辺地の観光を楽しみ、また観光客が滞在プランの一つとして野球観戦も加えることで、旅そのものの充実のほか、プロ野球の振興、そして地域活性化を目指す。

Ⅱ 「するスポーツ」と観光

市民マラソン参加者が応援の家族と共に周辺地域の観光を楽しみ、また観光客が入浴前の一汗としてテニス等に動むことにより、旅そのものの充実のほか、健康の増進、スポーツ施設の有効利用、スポーツ用品・ファッションの需要喚起、そして地域活性化を目指す。

Ⅲ 「支えるスポーツ」と観光

スポーツチームの地域経営や市民ボランティアとしての大会支援、地域や国を挙げての国際競技大会・キャンプ(スポーツ合宿)の誘致により、交流人口の拡大、地域活性化、地域・国の観光魅力の効果的発信を目指す。

-17-

出典：観光庁 第1回スポーツ・ツーリズム推進連絡会議資料より

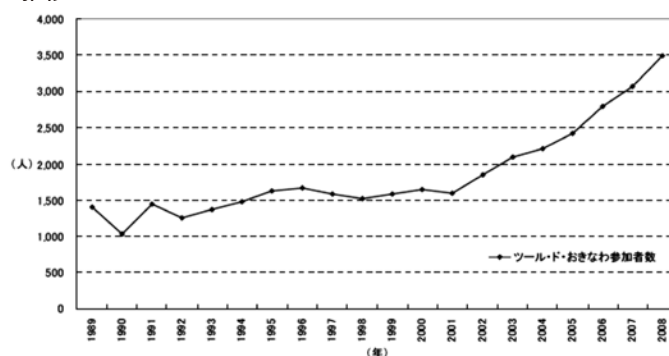
2. スポーツによる地域活性化の事例 ～ツール・ド・おきなわの事例～

「ツール・ド・おきなわ」は、名護市を中心とする沖縄県北部やんばるを舞台に1989年の第1回から2010年の第22回まで毎年開催される、国内屈指の参加者数を誇る自転車ロードレース大会である。既往研究「なぜ『ツール・ド・おきなわ』の参加者は増加したのか：マーケティング戦略に見る供給サイドの資源依存関係マネジメント（中村英仁、岡本純也、スポーツ産業学界2010）」によると、その特徴は、実行委員会形式等ではなく、継続的運営体制を構築していること（2001年設立のNPO法人ツール・ド・おきなわ協会）にある。具体的には、交流パーティー、市街地でのスタート・ゴールの設定（従来は市街地を避けることが多い）、まちなかでのイベントや飲食店割引チケットなど、商工会やその青年部との連携等による参加者と地域住民の触れ合いの場の拡大、参加者が完走し、達成感を得ることができるよう工夫されたコース設定（細かいクラス別コースの設定、市民コース、サイクリングコース等の設定）等によって急激に参加者数を増加させている。

図4 ツール・ド・おきなわのコース設定（一部）および参加者数の推移



出典：ツール・ド・おきなわパンフレット、「なぜ『ツール・ド・おきなわ』の参加者は増加したのか」（中村英仁、岡本純也、スポーツ産業学界2010）



（出典）主催者提供資料に基づき筆者作成

図1 ツール・ド・おきなわ参加者数の推移

もともと「ツール・ド・おきなわ」は、この地域に信号が少なく、長距離で起伏のある自転車レースコースが可能であること、11月のおきなわ特有の気候であること等からスタートし、20年を経て現在の形になった。特にNPO法人ツール・ド・おきなわ協会が設立された2001年以降の参加者数の増加は、それまで行政主導であった大会が、専門職員による運営に変化し、プロモーション、自転車レース完走による達成感の向上、地元住民との交流による満足感の向上等、一事業としてさまざまな工夫が行われていることが特筆される。

また「スポーツ・ツーリズム」の特徴の一つに、「関わる全ての方々が一つのキーワードを共有する」という点がある。「ツール・ド・おきなわ」では、さまざまなレベルの参加者が、共に沖縄の自然環境のなかで経験を共有し、また地元の方々との深い交流によって、沖縄は参加者にとって忘れられない、大切な、愛着のある地域となり、参加者は大切なリピーター、ファン、更には、そうした言葉を越えた積極的な地域の応援者を生み出すことにつながっているのではないだろうか。

スポーツ・ツーリズムも観光まちづくりも、「始める」ことから「発展させる」「持続させる」といったマネジメント、特に「地域の活性化に寄与する」ための地域マネジメントの重要性が指摘されている。「ツール・ド・おきなわ」の場合には、「踏み切りがないことがロードレースに最適な環境になった」ことから、それまで「何もない地域」「マイナスと考えていた地域の特色」が「スポーツ」という視点で改めて地域を見た時、これまでとは違った新たな「資源」となった例でもある。さらに「スポーツ・ツーリズム」を地域活性化の視点で見ると、地域に適したスポーツ（地域の自然環境、気候、立地、インフラ等の特性を最大限に活用できるスポーツ）を資源として、その資源性が損なわれないよう保全しながら快適な環境を整備し、スポーツ関連のプログラムやイベント、大会等を開発・展開することによって、新たな観光サービスを創出し、顧客獲得・地域の活性化に寄与するものといえるが、「ツール・ド・おきなわ」はまさにその典型的な事例であろう。

ツール・ド・おきなわの様子

中心部でのスタート、ゴールの設定（写真左上）、地域住民と来訪者（応援者）が共に自転車に親しむプログラム（右上）、競技参加者と地域住民の交流・地域ならではのおもてなし（左下、右下）など、ツール・ド・おきなわを地域に根づかせるさまざまな取り組みが見られる。



3 まとめ

スポーツ・ツーリズムの調査研究は、スポーツ大会などのイベント、合宿誘致の事例について多くがなされている。さらに近年ではJリーグに代表される地方密着型のプロスポーツの効果や運営手法の研究、2002年サッカーワールドカップ、東京オリンピック誘致活動、東京マラソンの成功など国家政策、都市政策として注目されている。しかしながら、個別の事例研究においては一定の蓄積がなされているものの、スポーツ研究分野と観光分野の融合的研究、特にスポーツ・ツーリズム市場に関する定量的な研究は海外研究に比べ不足している。今後、スポーツ・ツーリズムを観光分野からアプローチする際には、スポーツ・ツーリズム市場の把握（マーケットの構造、スポーツと観光地選択の関係性・要因、スポーツ体験と満足度・再来訪意向、プロ・実業団等の法人需要の把握、インバウンドや特定スポーツファン等の市場発掘）と海外や国内地域のケーススタディーの両者を蓄積することによって、スポーツ・ツーリズムの活性化による旅行市場、観光産業、地域づくりにより寄与することが重要である。スポーツ・ツーリスト市場の把握については、本研究の一環として「観戦型スポーツ・ツーリストの市場と制約要因分析（ニュージーランドワイカト大学・西尾 建、一橋大学・岡本 純也、筆者）」を学会などで発表する予定であり、更に今後は参加型スポーツ・ツーリストについての同様の研究も進めていきたいと考えている。

図5 地域活性化の視点からのスポーツ・ツーリズム研究モデル

