

# ワールドカップ開催を契機としたスポーツ による地域交流文化の創造過程と定着の研究 —スポーツツーリズムの形成発展に向けて—

本研究は先のワールドカップのキャンプ地を対象とし、地域がスポーツ文化を軸に余暇消費者の交流を誘発し、地域に根付かせていく過程と方法を研究した。

事業として人々にスポーツを楽しんでもらうにはソフトとハードを調合するプロデュース力、マネジメント力が問われる。“スポーツにまつわる五感を通した一連の楽しみ”をいかに提供できるかが、スポーツをツーリズムという観点で捉えた、地域振興の鍵となる。この際には、スポーツの外縁にあるプラスアルファの要素をいかに幅広に取り込んでいくかが重要になってくる。

国谷恵太(客員) 黒須宏志

## 目次

非公開

### 本編

『ワールドカップ開催を契機としたスポーツによる地域交流文化の創造過程と定着の研究』  
—スポーツツーリズムの形成発展に向けて—

(調査研究編)ワールドカップキャンプ地はこう過ごした  
—スポーツによる地域交流文化の創造過程

### 第1章 ワールドカップキャンプ地のまちづくり面での対応推移

1. キャンプ自治体の基礎情報
2. キャンプ地別の実施企画及び発生事象
3. スポーツ交流資源の形成

### 第2章 望まれるスポーツデスティネーション像

1. スポーツ大会、合宿受け入れ地の現状
2. 今後の訪問利用者層

(研究提言編)スポーツツーリズム&デスティネーション  
—スポーツによる地域交流文化の定着

### 第3章 スポーツ文化交流タウン実現へのプロセスとビジョン

1. スポーツ文化交流タウン像
2. スポーツによる地域交流文化の誘発要件(整えるべき資質)

### 第4章 スポーツツーリズム

1. テーマ・オリエンテッド・ツーリズムの有望株として
2. スポーツツーリズムの定義
3. スポーツツーリズムの発生
4. スポーツツーリズムの受け皿
5. スポーツツーリズムを構成する諸要素と役割
6. 推進の手立て
7. スポーツデスティネーション

#### スポーツ交流文化誘発戦略会議

##### メンバー

小久保恵三	流通科学大学サービス産業学部 教授
沢松奈生子	神戸松蔭女子学院大学 講師/テニスプレーヤー
田口禎則	さいたま市議/元Jリーガー
大江亮一	マーケティングプランナー
八田 茂	日本プロサッカーリーグキャリアサポートセンター MGR
犬走泰信	(株)ららぽーとリテール事業部 次長
吉田健次	サッカークラブ・ザスパ草津 フロント
上村良一	新潟県十日町市リゾート推進室 室長
小林隆夫	岡山県美作町企画財政課 課長代理
国谷恵太	(財)日本交通公社 客員研究員
事前ヒアリング	
田嶋幸三	日本サッカー協会 技術委員長

〔参考資料編〕

## 1. 当調査研究の概要

### 〔調査研究編〕

- ・多くのキャンプ地が事前情報不足から地域アピールの戦略を十分に構築できなかった
- ・想定外支出による予算不足から地域アピールの戦術を展開するに至らなかった
- ・スポーツのまちづくり視点にレクリエーション要素が新しく加わりつつある

### 〔研究提言編〕

- ・スポーツツーリズムには“スポーツイベント”と“スポーツDESTINATION”がある
- ・スポーツツーリズムには顧客の“入”から“出”までのストーリー支援が鍵となる

## 2. ワールドカップが残したもの

キャンプ地は基本的にはインフラ整備を伴っていない。既存の芝生グラウンドと宿泊施設、交通アクセスの優位性でチーム誘致を図った。そして町を挙げてのもてなし姿勢が功を奏した。いわば手持ちのスポーツ交流資産を総動員し、最大限のホスピタリティ支援を訴え、結果を得たのである。

そうしたキャンプ地27市町村の一連の動向を新聞報道の整理によって追い、大会後はアンケート調査によって誘致成果について尋ねた。

### 1 新聞記事等から整理されたこと

- ・誘致国の紹介、歓迎プログラムに終始した  
→ 友好ムード醸成に奔走するが、自らの町を訴求し、躍進させる契機にできたキャンプ地は少ない。
- ・企画はサッカー絡み、国絡み、そしてチーム頼み  
→ 盛り上げ行為がメディアに乗っても、そうした情報が町の魅力について語ることはほとんどなかった。
- ・海外への情報発信効果が掌握できなかった  
→ チーム母国へレポートされたキャンプ地の様子や画像が日本に還流し、評判となることはなかった。
- ・硬直化し戦略性に乏しかった役所主導の企画  
→ 受け入れ体制が行政主導かつ体育課中心で、チームを迎えた地域振興との連携を図る具体的な展望が乏しかった。

- ・民間の積極姿勢を十分に活かしきれなかった  
→ 曖昧で不十分な情報により、民間の企画が立ち往生したり、やる気を削がれるケースがみられた。
- ・民間の勝手連の応援キャンペーンが効果を上げた  
→ 直前になってチーム応援に相乗りするかたちで地元をアピールする地域も現れた。
- ・将来につながる基盤整備の実現した例  
→ 「熊本・ベルギー友好協会」「宮崎日本スウェーデン協会」が発足し、広範な交流を志向している。
- ・将来の交流資産となる成果もあった  
→ 檜原市のジュニアカップ、十日町市のクロアチア杯、指宿市のフランスカップなどシンボルの獲得。

### 2 アンケート調査から整理されたこと

将来に向け、ソフト面におけるスポーツ交流資源の形成に対する期待が見てとれる。

- ・キャンプ地立候補の目的について  
→ 「スポーツによるまちづくりの推進力」との回答が多いが、「経済波及効果」など具体的効果を残さなかったことの裏返しとも受けとれる。
- ・誘致自治体の企画力について  
→ チームによってはサッカー教室、練習参観、練習試合観戦の機会が設けられたが、それ自体を実施することで満足してしまったケースが少なくない。
- ・組織力について  
→ チーム誘致で「人的資質の高まり」と「スポーツマーケットの受け入れ能力の向上」を獲得。
- ・促進制度について  
→ 今後、地域のスポーツ交流を増進するうえで大会や合宿需要を見越した助成制度などはほとんど検討されていない。
- ・ブランドについて  
→ トップチームの滞在スタイルのモデル化など、ブランド化につながる戦略は見えない。しかし、競技環境だけでなく総合的なレクリエーション環境の重要性に気づく地域が出てきている。
- ・継続力について  
→ 指宿市観光協会はフランス大使館よりフランスカップの贈与を受け「フランストロフィー杯南九州少年サッカー大会」を開催し、継続拡大していく考え。松本市、十日町市、檜原市等も同様の動きがある。

- ・ **スポーツ施設整備について**  
→「グラウンド品質を保ち、さらに利用しやすい運用制度に改めていく」とするのが半数。
- ・ **受入関連先(宿泊、飲食、交通)の改善について**  
→“スポーツの街”のイメージがまだどこもつかみ切れていない。交流対象者に応じた施策が必要になる。

### 3. 期待されるスポーツデスティネーション像

スポーツを取り巻く環境をさまざまな資料や調査にあたり整理した。そこには、増加しているスポーツ愛好実践者の姿が浮かび上がる。余暇に漫然とスポーツをするというのではなく、目的をもって取り組むスポーツライフの底流が着実に社会に根付きつつあることをうかがわせる。こうした実践派としては女性、中高年が大幅に増加している。このような底堅いスポーツマーケットの余暇欲求全般にわたる志向を探ることが、当調査研究後半の提言につながっている。

前段では、スポーツ文化交流タウンとスポーツデスティネーションについて考察しているが、いずれも都市部と地方をスポーツ参加者が行き交うことを想定している。そこにツーリズムとしての産業の成り立ち、ノウハウの育成が求められてくるのである。

### 4. スポーツツーリズム -テーマ・オリエンテッド・ツーリズムの有望株

スポーツを楽しむ場づくりにツーリズムのマネジメントとホスピタリティを持ち込み、現代人の価値観に合致したスポーツ環境が多面的に形成されてい

くことがスポーツツーリズムの実現と考える。「スポーツを楽しむことを主目的に、用品用具、プレイ環境、宿泊、飲食、オプションレジャー、ファッション、技術や情報の習得、健康増進、交歓、交流、メディア、記録、通信などの各要素が多層的に織りなす、交通移動を伴う余暇活動」と仮定義することもできよう。

このようなスポーツツーリズムをつくり出す要素としては次の2つが考えられる(図1)。

ひとつはスポーツイベントである。大はワールドカップやオリンピック、小は草チームの親睦試合に至るまで、技を競い合うことを目的に人々が集う行為である。そこでツーリズムのメカニズムに乗って動くのは、参加する選手であり、競技関連役員、運営者、観戦者などである。

もうひとつはスポーツデスティネーションである。滞在しながらトレーニングをしたり試合をしたりする。ここにも、競技者、運営者、観戦者が存在する。ただし競技志向が強く、競技施設さえあれば場所を問わず実施できるスポーツイベントに比べ、リゾート的な要素を多分にもつスポーツデスティネーションでは、くつろぎ、交流、ほのぼの、楽しみ等がごく自然に並存できる。

我が国においては、豊かなスポーツ環境とそれを支えるマネジメントシステム、ホスピタリティとで構築するスポーツツーリズムは未だ形を成していない。しかし、施設面だけをみれば、地域単位でのスポーツ基盤はかなり整備されている。今後、こうした都市部と地方との供給と需要のバランス差を解消していくことがスポーツツーリズムを振興していく

図1 スポーツツーリズムの2大発生要素

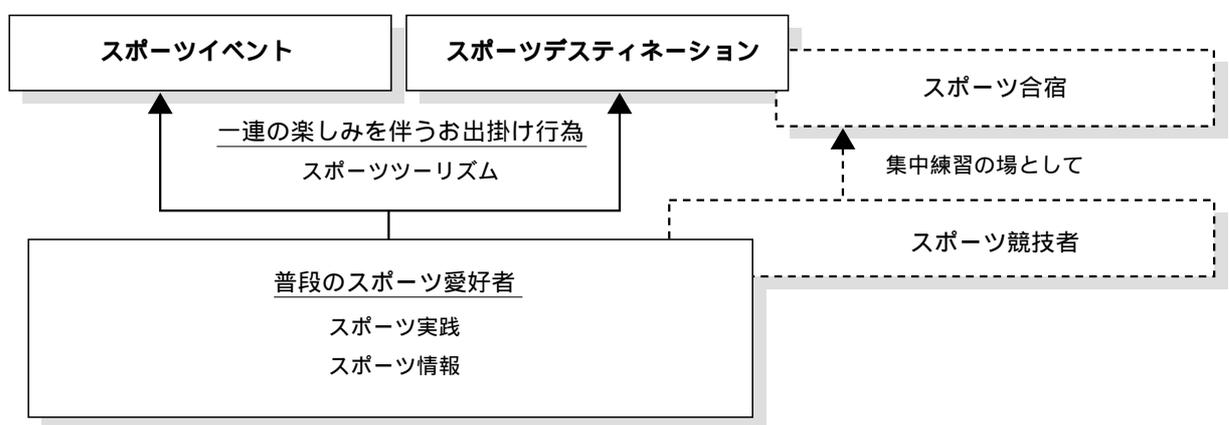
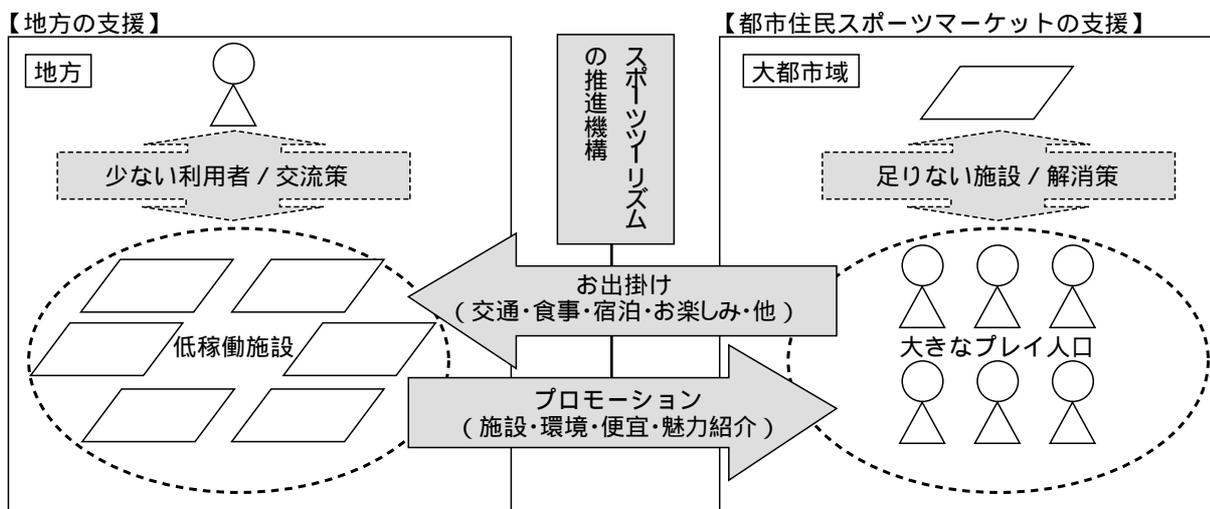


図2 大都市と地方と交流促進の枠組み概念図



(注) 地方とは、保有するスポーツ施設を使いこなしていない観光/リゾート地や、優れた施設を持ちスポーツ振興に熱心な自治体

図3 スポーツツーリズムの関連領域

		産業領域	事項例
スポーツ ツーリズム	ツアー	リゾート/観光地/地域	宿泊施設、グラウンド等の施設/食事、ケータリング、パーティ/地元クラブとの交流、人員調達
		旅行	輸送、宿泊、食事/合宿、遠征等の企画と手配/アトラクション、オプション企画/親睦会、反省会等の手配
		プロデュース/コーディネート	大会等イベントの企画実施/マッチメイク(相手探しと段取り)/審判の手配及び代行ライン引き、器具設置等の事前準備/臨時メンバー補充(チーム欠員対応)
		ロジスティクス	用品、用具の手配
		アパレル/ファッション	ユニフォームの新調、デザイン提案
		リラクゼーション	マッサージ、セラピープログラム、音楽
		AV家電/IT	記録、表現(写真、ビデオ、タブレット、ウェブ)
		スポーツ競技団体	練習カリキュラム作成、指導員派遣、傷病治療
	デイリー サポート	政策的支援	助成制度、緩和措置、横断的連携の枠組みづくり
		地域的支援/発地	託児、家事代行(参加者の時間づくり)/練習場、試合会場
		日常生活圏の施設	クラブハウス(会合場所、更衣)手配
		マネジメント	場所取り、連絡調整、マッチメイク、食事会/チーム立ち上げ、メンバー集め
		通信ネットワーク	活動発表、仲間コミュニケーションの形成
		スポーツ競技団体	スクール開講、指導員派遣
	医療/保険	保険設定、通常の掛け金減額	

(注) 実際にはツアーとデイリーサポートとは重複する事項も多い

ことにつながっていくだろう。再生を図るリゾート地、保有するスポーツ施設を使い切れていない観光地、優れた施設を備えスポーツ振興に熱心な地域などが、将来的なスポーツデスティネーション候補に位置づけられる。

### 5. 「合宿地」とは異なるスポーツデスティネーション

スポーツデスティネーションとは、スポーツ活動を目的に、宿泊滞在を伴う旅行行動と結びつく魅力ある場所で、幅広い利用者層を受け入れるハードとソフトを備えている場所をいう。スポーツセンターのように立派な施設だけが集積している場所はスポーツデスティネーションと呼べない。周辺環境や機会と連携することで、試合や練習を離れた時間の充

足を提供できることも重要である。エンターテインメント、くつろぎ、情報、交流、教育、観光、ハビテーション、リゾートなど、スポーツプラスアルファの要素で滞在自体が楽しめる場所であることが理想である。スポーツデスティネーションを形成させていくには以下のような切り口が考えられよう。

- ・ 高い目的地性  
→ 従来の合宿形態では満足しないニーズの掘り起こしと、スポーツデスティネーションを設けた地域の特性、独自性を活かすオプションを付加していくこと。
- ・ 施設&メディアの複合  
→ スポーツの楽しみを構成し、スポーツを継続させる要諦、「上達」「仲間」「自然」「健康」の4つを活

用し、逆にスポーツの実践に妨げとなる「時間」「費用」「場所」の3つを克服する。

- ・ **良いイメージを残すためのスポーツ体験**

→ 科学的トレーニング術やスキルアッププログラムばかりではなく、スポーツを愛する人たちを増やすためのホスピタリティ術を展開できるスタッフやアトラクション、機会を提供する。

- ・ **極めて品質の高い“プチキャンプ”の概念導入**

→ 高品質の施設とサービスに迎え入れられ、まるで日本代表チームの一員になったかのような環境の中で一連のスポーツシーンを楽しむことができ、くつろげるようなプロダクトを実現させる。

## 6. Disney's WILD WORLD OF SPORTS COMPLEX

最後に先進事例としてディズニーのワイルド・ワールド・オブ・スポーツ・コンプレックスを紹介する。広範な人々にスポーツを身近に感じてもらうためエンターテイメント要素を組み入れ成功している事例である。我が国のスポーツデスティネーションを志向する地域にとって、ヨーロッパ型スポーツクラブとはまた異なった手法が参考になるだろう。

### 1 概要説明

- ・ **マーケティング戦略**

エンターテイメント産業界の巨人、ディズニーのスポーツ・コンプレックス参入を考える際のキーワードは家族である。アマチュアのスポーツ大会において家族が同行することはしばしばである。それはディズニーのマーケットと重なり、既存のレジャー／パケーション施設のゲストともなる。

ディズニーは、広範囲なゲストに訴求できるスポーツをコンベンションビジネスと捉え、イベントとレクリエーションへのニーズを組み合わせることで集客を図っている。

オープン以来開催してきた主要なイベントや訪問利用した各界の著名スポーツ選手名などを広報資料としてまとめて情報発信し、スポーツ・コンプレックスとしての名声づくりに努めていることは、一般のマーケットに向けても確かな地位づくりにつながっている。主催したイベントの数は97年の80から01年は150へと大幅に増加している。

- ・ **アトラクション体験の提供**

ディズニーのワイルド・ワールド・オブ・スポーツ・コンプレックスは世界でも先進的なスポーツデスティネーションである。人気のプロスポーツイベントやアマチュアの大会を多く主催し、アスリートたちが同施設を利用したいと望むのと同じくらい、試合を観戦するファンにとってもまさに最高の体験を提供している。来場者はさながらプロ選手のように「オールスターカフェ」で食事をし、貴重な記念品を鑑賞し、ゲームルームやおいしい食事を楽しむことができる。

「NFL エクスペリエンス (the NFL Experience)」は、自分の技術をパスやキック、レシーブといった区分でいつでも試してみることができるプロフットボールファン向けのアトラクションであり、同コンプレックスでキャンプ中のトレーニング客にとっては、モチベーションを高める有効なアトラクションであることを謳っている。

- ・ **ディズニーワールドスポーツコム**

同コンプレックスの公式ウェブサイト、ディズニーワールドスポーツコム ([dwws.disney.go.com](http://dwws.disney.go.com)) は、実施イベントの紹介と参加へのオンライン登録、また終了したイベントの結果を紹介する。希望者にはニュースレターの配信も行う。種目ごとに表示されるページの冒頭文では、優れた施設内容を誇り、大会の権威を語り、スポーツ愛好者の自尊心をくすぐり来場参加を訴えかける。

- ・ **スポーツエンスージヤスト (Sports Enthusiast)**

ディズニーワールド内で催される各種スポーツイベントへ支援参加するボランティアを、ディズニー流にこう呼ぶ。彼らは興味あるイベントに参加しながら支援活動を行う。選手の送り迎え、記録、スコア表示、大会運営など役どころはさまざまで、時には、大会に備えて必要な知識、技術に馴染んでもらうため研修会が開かれる。リタイア者の多いフロリダ州ゆえ、高齢者のボランティア参加も多い。スポーツエンスージヤストにはイベントに応じて、着衣、食事、ワールド内のテーマパークの入場優待券などが供されている。

- ・ **充実を極めるオプション群**

なによりディズニーというブランドとエンターテイメ

ント施設の集積をフル活用している。ワイルド・ワールド・オブ・スポーツ・コンプレックスのスポーツ施設はもとより、域内のテーマパークや宿泊施設、飲食施設、リラックス施設など持てる観光/リゾート資源を相互連携的に活用し、ここを訪問利用することの魅力、メリットを説いている。

## 2 日米事例比較

規模と開催実績の似通った日米の大会事例を比較してみると以下ようになる(表1)。Disney's Wide World of Sports™ Complexへは地元フロリダからの参加が多いが、他州からの参加も3割を超える。想定支出額を比べると、施設グレードが高く、テーマパークもあってアフターゲームのレジャー支出もかさみそうなディズニーのほうが上回りそうに思えるが、正味の大会参加だけを見て、ルームチャージ制や宿や食事の選択性などを勘案すると、むしろディズニースポーツコンプレックスのほうが安い。オプションとするパークの入場料一カ所分を上乗せして同等の金額となる。事実、こうしたレジャー機会こそが州外のチームをも参集させる大きな要因となっている。

## 3 施設概要

開設年月：1997年3月28日オープン

立地：ディズニーワールド敷地の南端。複数あるテーマパークへは無料シャトルで連絡  
 気候条件：年間を通じて温暖だが、夏季は高温多湿  
 保有施設：約200エーカー(0.8平方キロ)に以下の施設が効率的に集積。多目的芝生グラウンド4面/ベースボールスタジアム1面/ベースボールフィールド4面/ユース年代向けベースボールフィールド2面/ソフトボールフィールド4面/屋内競技場/陸上競技場/テニスコート11面/マラソン/ロードレースはワールド内随意設定/クロスカントリーコースはワールド内随意設定/駐車場とシャトルターミナル ※地区内禁煙

対応種目：30～40種目を受け入れ可能としている

謳い文句：国際級の総合スポーツデスティネーション

競技観戦：アトランタ・ブレーブス、オーランド・レイズ、PGA ツアー、その他

入場料金：大人1日\$9.25、小人(3～9才) \$7.25

表1 日米事例比較(少年サッカー大会)

	第6回毎日新聞社杯	Disney's Spring Holiday Soccer Festival IV
開催場所	茨城県波崎町の芝生グラウンド	Disney's Wide World of Sports™ Complex
参加資格	・小学3～6年生 ・最低12人/泊が宿泊するチーム ・20歳以上の引率者が同行	Open to Boys/Girls U9-U17
日数	2泊3日(02年7月20～22日)	2泊3日(02年3月29～31日)
参加登録料/チーム	20,000円(税込み)	【U9-10】 Early Registration Fee:\$300(36,000円) Late Registration Fee:\$400(48,000円) 【U11-17】 Early Registration Fee:\$525(63,000円) Late Registration Fee:\$625(75,000円)
参加費	20,000円/人(税込み)	【宿泊パッケージを別途紹介】 1泊1室(4～6人、食事なし、プール付)\$45～100の近接ホテルから各自選択し、予約申込み
費用の内訳	・旅館/民宿2泊3日9食付宿泊費 ・グラウンド使用料 ・大会運営費 ・審判人件費 ・その他	【ディズニーでのサッカー大会標準待遇】 ・Professionally maintained fields ・Minimum 3-game guarantee (teams are guaranteed 1 game at Disney's Wide World of Sports™ Complex) ・Certified referees ・Athletic trainers on-site ・Ice water at each field ・Game balls ・Awards presented to 1st - 4th place teams (Depending on the number of teams within each division)
募集/実績	56チーム *申込み状況を見て大会規模の縮小拡大あり *8月2～4日に第2ステージを同等の内容で用意 *99年大会は3泊4日で43チーム約950人の小学生が参加	53チームが参加
20人/チームを想定した時1人の支出額	20,000 ÷ 20 + 20,000 = 21,000円	【U9-10 Early Registrationを想定】 36,000 ÷ 20 + 15,000(宿と食事) = 16,800円

(注)1ドル = 120円で換算