

2大メガ・スポーツイベントの山梨県内キャンプ地への インパクトに関する実態調査 (第1報)

Fact-finding about the impact to the campground in Yamanashi of two major mega sporting events

飯塚 駿¹⁾ 笠野 英弘¹⁾ 小山 さなえ¹⁾ 遠藤 俊郎¹⁾

Iizuka Shun¹⁾ Kasano Hidehiro¹⁾ Koyama Sanae¹⁾ Endo Toshiro¹⁾

【要約】

本研究は、RWC2019及び東京2020に参加するフランス代表チームのキャンプ地(市町)におけるスポーツの実施状況等に関する調査を縦断的(各大会の前後)に行うため、その第一段階として、RWC2019前のキャンプ地の特徴や傾向を明らかにすることを目的とした。その結果、本調査で対象としたキャンプ地のスポーツ実施率は、キャンプ地外と全国に比べてスポーツ実施率が低い者が多い傾向にあった。また、キャンプ地のスポーツに対する価値意識に関しては、全国と比較して「大切」と回答した者が多く、「大切ではない」と回答した者がいなかった。このことがキャンプ地になることができた要因と考えられた。さらに、キャンプ地として期待される効果と思われるスポーツが社会にもたらす価値内容については、キャンプ地は全国に対して、9項目中6項目はネガティブな結果となり、1項目のみポジティブな結果となった。ただし、本調査におけるキャンプ地外との比較においては、9項目中4項目でネガティブな結果、3項目においてポジティブな結果となった。これらの要因として、レジャーや生涯スポーツに恵まれた環境がある地域性が関係していることが推察された。これらのキャンプ地の特徴や傾向を明らかにすることができたが、連続開催されるメガ・スポーツイベントの意義と課題をスポーツそのものへのインパクトという観点から明らかにするためには縦断的な調査と分析が必要である。

はじめに

我が国では、2019年にラグビーワールドカップ2019日本大会(以下「RWC2019」と略す)が開催され、2020年に東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会(以下「東京2020」と略す)が開催される。また、フランスでは、2023年にラグビーワールドカップ2023フランス大会(以下「RWC2023」と略す)、2024年にパリ2024オリンピック・パラリンピック競技大会(以下「パリ2024」と略す)が開催される。このような2つのメガ・スポーツイベントが2年連続で同一国において開催(以下「連続開催」と略す)され、その2つの同イベントがまた4年後に別の同一国で連続開催されることは極めて稀有な出来事である。

これまで、メガ・スポーツイベントの意義や課題については、その経済効果やレガシー問題など様々な分野で論じられてきた。スポーツ社会学分野では、そもそもオリンピック等のメガ・スポーツイベントの是

非を論じたもの(ロイ・平野、2006; 町村、2007など)、都市の再開発や公共交通インフラに焦点をあてて論じたもの(松村編、2006; 有元、2015など)、さらに、スタジアムの後利用やオリンピック・パラリンピック教育などのいわゆるオリンピック・パラリンピックレガシーについて論じたもの(佐伯、2015; 海老島、2016など)などがある。一方、スポーツ経営学分野でなされてきた多くの研究は、観戦者の特性を理解すること、そして、観戦者がスポーツから得られる価値(効果)を測定すること等が主とした課題とされてきた(二宮、2010; 富山、2014など)。また、スポーツ産業の発展に及ぼす影響について論じたもの(原田、2015)、運営やマネジメントに焦点をあてて論じたもの(小野里、2011; 山下・柳沢、2017; 菅ほか、2017)などがある。

文部科学省は、オリンピック・パラリンピックのレガシーを、①スポーツ、②カルチャー、③イノベーション

¹⁾ 山梨学院大学スポーツ科学部

ン、④ヒューマン、⑤ユニバーサルの5つに分類し、次の世代の贈りもの(レガシー)として継承することを目標としている(岡、2016)。

また、国際オリンピック委員会(以下「IOC」と略す)が示すオリンピック・レガシーは、①スポーツレガシー、②社会レガシー、③環境レガシー、④都市レガシー、⑤経済レガシーの5つである(間野・舟橋、2016)。これらのレガシーの分類に基づいた場合、①スポーツのレガシー以外は、スポーツがもたらすスポーツ以外の分野へのレガシーであり、いわばスポーツを手段とした手段的なスポーツのレガシーとして捉えられる。一方の①スポーツのレガシーはスポーツによるスポーツへのレガシーであり、メガ・スポーツイベントがスポーツそのものにどのようなレガシーをもたらすのかという視点である。文部科学省とIOCのどちらの分類においてもスポーツのレガシーが第一に示されており、文部科学省の分類では、それは「スポーツを通じて全ての人々が幸福で豊かな生活を営むことができる『スポーツ立国』の実践」(岡、2016)と定義され、IOCの分類では、それは「スポーツ施設(新設、改修、後利用)、スポーツ実施率増加、競技力向上」(間野・舟橋、2016)と定義されている。

この中で、スポーツそのもののレガシーである「する」スポーツの実施率の変化を研究した鎌田(2016)は、オリンピックの2000年夏季シドニー大会と2010年冬季バンクーバー大会について、大会開催前後の複数回にわたる連続的な調査からはいずれも身体活動またはスポーツ実施率の増加が認められなかったことや、日常的なスポーツ実施者を集めるスポーツイベントの開催はスポーツ実施率の向上にはつながらないことを指摘している。しかし、彼は、人々のスポーツに対する価値意識の変化には触れていない。スポーツイベントは、身体活動やスポーツ実施率の量的増加に直接的には結びついていないかもしれないが、その量的な増加の前提となる人々のスポーツに対する価値意識、いわば質的な変化が、むしろスポーツイベントのインパクトやレガシーとして捉えられるのではないだろうか。メガ・スポーツイベントは、そのような人々のスポーツに対する価値意識等を変化させる絶好の契機であり、その価値意識の変化が長い目で見ればスポーツ実施率の向上に限らず、みるスポーツや支えるスポーツの増加等につながるのであれば、それこそがレガシーといえるのではないだろうか。

特に各国の代表チームとの交流が予想されるキャンプ地の住民は、そのような価値意識の変化が生じやす

いと考えられる。彼らのスポーツに対する価値意識のイベント前後での変化を明らかにすることは、メガ・スポーツイベントの質的なレガシーとでもいえるような新たなレガシーを創造することになるとともに、今後のメガ・スポーツイベントの在り方を検討する上で極めて重要な視点を提供するものといえる。また、単発で開催されるメガ・スポーツイベントのレガシーや意義等は論じられているものの、連続開催されるメガ・スポーツイベントのそれらはほとんど議論されていない。近年、オリンピック・パラリンピック大会のようなメガ・スポーツイベントの開催には多額の費用が必要となり、開催可能な都市や国が先進国に限定されつつあることが指摘されている。一方で、井上(2017)が複数のメガ・スポーツイベントにおけるスタジアムの共用効果等について指摘しているように、効率的な開催のためには、複数のメガ・スポーツイベントを続けて開催することが一つの対策として示されることなどがある。したがって、連続開催されるメガ・スポーツイベントの意義や課題をキャンプ地における住民のスポーツに対する価値意識の変化という観点から明らかにすることは、今後のメガ・スポーツイベントの開催やその方向性を模索する時代となった現代においては極めて重要であると考えられる。

以上から、本研究は、連続開催されるメガ・スポーツイベントの意義と課題をスポーツそのものへのインパクト(特にキャンプ地における住民のスポーツに対する価値意識の変化)という観点から明らかにすることを目指すものである。そこで、RWC2019及び東京2020に参加するフランス代表チームのキャンプ地(市町)におけるスポーツの実施状況等に関する調査を縦断的(各大会の前後)に行うため、その第一段階として、本研究ではRWC2019前のキャンプ地の住民の価値意識を調査し、キャンプ地の特徴や傾向を明らかにすることを目的とする。スポーツ実施率については、回答者の基本情報と同様に補足的項目として調査する。なお、レガシーとインパクトという用語の定義は、間野・舟橋(2016)の定義に倣い、レガシーは長期的に遺されていくものであり、インパクトは短期的な刺激によって生じる変化のことを示すものとする。

方 法

RWC2019前のキャンプ地の住民の価値意識を調査し、キャンプ地の特徴や傾向を明らかにするという本研究の目的を達成するため、下記の方法によりアンケート調査を行い、その結果を分析する。

I. 調査期間

2019年7月上旬～9月上旬（RWC2019開催前）

II. 調査対象

山梨県内の3自治体（富士吉田市、富士河口湖町、西桂町）のホームページからのweb調査及び各自治体で開催された夏祭り等の参加者に紙面による調査を実施した。スポーツ庁が実施している「スポーツの実施状況等に関する世論調査」結果を全国の傾向として、それとの比較をするため、スポーツ庁の調査対象である18～79歳の男女を対象とした。なお、3自治体とキャンプ地情報は表1に示すとおりである。また、本調査では、RWC2019にてキャンプ地となった富士吉田市と富士河口湖町を「キャンプ地」とし、西桂町を含むそれ以外を「キャンプ地外」とした。

表1 3自治体とキャンプ地

	RWC2019	東京2020
富士吉田市	フランス代表	フランス(ラグビー7人制)
富士河口湖町	フランス代表	フランス(トライアスロン)
西桂町	なし	フランス(フェンシング)

III. 調査項目

調査項目は、スポーツ庁が毎年実施している「スポーツの実施状況等に関する世論調査」と同様の42項目（健康・体力に関する意識に、運動・スポーツの実施状況と今後の意向、スポーツ観戦、スポーツに関するボランティア活動、運動・スポーツの価値、回答者の基本情報等）とした。その中で、本研究においては、性別、年齢、スポーツ実施率の基本情報に加えて、スポーツに対する価値意識とスポーツが個人や社会にもたらす価値内容を抽出し、分析を行った。いずれの項目についても、キャンプ地とキャンプ地外との比較、また、本調査の結果と平成30年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」（スポーツ庁）の20,000名の結果とを比較し、本調査対象者の傾向を示す。なお、スポーツ庁の世論調査のデータは「全国」として表記する。

結 果

I. 対象者の特徴

本調査の回答者104名のうち有効な回答が得られたのは94名注1)であり、この94名を分析対象とした(有効回答率90%)。表2のとおり、対象者の男女比、キャンプ地とキャンプ地外の比率はほぼ均等であった。年齢分布においては、全国と比較して10代の割合は多

く、30代の割合は少なかった。

表2 対象者の特徴

	対象者 人 (%)	全国 人 (%)
全体	94	20000
m	40 (48)	9956(50)
f	44 (52)	10044 (50)
10代	12(12)	484 (2)
20代	15 (16)	2555 (13)
30代	8(8)	3108 (16)
40代	23 (24)	3931 (20)
50代	19 (20)	3278 (16)
60代	13 (13)	3652 (18)
70代	7(7)	2992 (15)
キャンプ地	48 (51)	
キャンプ地外	46 (49)	

また、この1年間のスポーツ実施率（「この1年間に運動やスポーツを実施した日数を全部合わせると、何日くらいになりますか？」）の設問に対して得られた結果は、全体的には「全国」と比べても特に大きく異なる傾向はなかったが、キャンプ地においてのみ「年に1～3日」が13.9%、「わからない」が11.1%と大きく（表3）、キャンプ地外と全国に比べてスポーツ実施率が低い者が多い傾向にあった。

表3 この1年間のスポーツ実施率

	キャンプ地	キャンプ地外	全体	全国
週に5日以上	13.9%	10.3%	12.0%	16.0%
週に3日以上	11.1%	15.4%	13.3%	18.8%
週に2日以上	16.7%	20.5%	18.7%	16.6%
週に1日以上	11.1%	23.1%	17.3%	17.6%
月に1～3日	22.2%	23.1%	22.7%	17.6%
3か月に1～2日	8.3%	0.0%	4.0%	6.6%
年に1～3日	13.9%	0.0%	6.7%	3.9%
わからない	11.1%	0.0%	5.3%	2.8%

II. スポーツの価値

1. スポーツに対する価値意識

「あなたにとって運動・スポーツは大切なものですか？」の設問に対し、得られた結果から「大切」と「まあ大切」と回答した者の合計の割合が全国に比べて調査本対象者の方が高い結果となった。特に、「大切」と回答した者の割合は全国に比較して2倍以上となり、本調査対象者はスポーツの価値を認識している者が多い傾向にあった。また、「大切ではない」と回答した者の割合も1.1%と低く、キャンプ地においては0%であった（表4）。

表4 スポーツに対する価値意識

	キャンプ地	キャンプ地外	全体	全国
大切	54.3%	61.4%	57.8%	28.40%
まあ大切	37.0%	22.7%	30.0%	44.50%
あまり大切ではない	4.3%	13.6%	8.9%	13.40%
大切ではない	0.0%	2.3%	1.1%	6.10%
わからない	4.3%	0.0%	2.2%	7.60%

2. スポーツが個人や社会にもたらす価値内容

「スポーツが個人や社会にもたらす効果についてあてはまると思うものはどれですか?」との設問は複数回答を可とした。結果は表5のとおりであるが、キャンプ地がキャンプ地外や全国と比較して特徴的な傾向があった項目は下記のとおりである。

スポーツが個人にもたらす価値(表5の1~9)のうち、「3. 青少年の健全な発育」、「5. 思考力や判断力の発達」、「9. 達成感の獲得、生産性の向上、仕事・学業の能率アップ」は、キャンプ地においてキャンプ地外や全国と比較して低い傾向にあった。一方で、「7. リーダーシップ、コミュニケーション能力」、「8. リラックス、癒し、爽快感」は、キャンプ地外との比較では低い、全国との比較では高い傾向にあった。

また、スポーツが社会にもたらす価値(表5の10~18)では、「10. 経済の活性化」、「11. 人と人との交流」、「15. 長寿社会の実現」、「16. 他社を尊重し協同する精神」、「17. フェアプレイ精神(公正さと規律を尊ぶ態度)の醸成」、「18. 豊かな人間性」の9項目中6項目において全国と比較してキャンプ地の方が低い傾向にあった。一方で、「14. 我が国の国際的地位の向上」の1項目は、キャンプ地は全国と比較して高い傾向にあった。

キャンプ地とキャンプ地外とを比較すると、「10. 経済の活性化」、「13. 国際相互理解の促進」、「14. 我が国の国際的地位の向上」、「15. 長寿社会の実現」の4項目でキャンプ地外の方が2倍またはそれ以上高い傾向にあった。一方で、「12. 地域の一体感や活力」、「16. 他社を尊重し協同する精神」、「18. 豊かな人間性」の3項目では、キャンプ地の方がキャンプ地外よりも2倍以上高い傾向にあった。

特に、キャンプ地として期待される効果と思われるスポーツが社会にもたらす価値内容において、キャンプ地は全国に対して、9項目中6項目はネガティブな結果となり、1項目のみポジティブな結果となった。ただし、本調査におけるキャンプ地外との比較においては、9項目中4項目でネガティブな結果、3項目においてポジティブな結果となった。

表5 スポーツが個人や社会にもたらす価値内容

	キャンプ地	キャンプ地外	全体	全国
1. 健康・体力の保持増進	79.2%	78.3%	78.7%	75.8%
2. 精神的な充足感	41.7%	47.8%	44.7%	44.5%
3. 青少年の健全な発育	2.1%	23.9%	12.8%	25.9%
4. 克己心(自分の欲望を抑える力)、自制心	12.5%	15.2%	13.8%	14.4%
5. 思考力や判断力の発達	6.3%	34.8%	20.2%	21.4%
6. 夢と感動	12.5%	13.0%	12.8%	18.7%
7. リーダーシップ、コミュニケーション能力	27.1%	50.0%	38.3%	19.2%
8. リラックス、癒し、爽快感	50.0%	100.0%	76.6%	29.6%
9. 達成感の獲得、生産性の向上、仕事・学業の能率アップ	22.9%	30.4%	26.6%	41.0%
10. 経済の活性化	4.2%	8.7%	6.4%	15.8%
11. 人と人との交流	25.0%	15.2%	20.2%	50.8%
12. 地域の一体感や活力	20.8%	8.7%	14.9%	24.4%
13. 国際相互理解の促進	10.4%	23.9%	17.0%	9.8%
14. 我が国の国際的地位の向上	22.9%	41.3%	31.9%	5.2%
15. 長寿社会の実現	6.3%	54.3%	29.8%	18.2%
16. 他社を尊重し協同する精神	14.6%	4.3%	9.6%	26.6%
17. フェアプレイ精神(公正さと規律を尊ぶ態度)の醸成	12.5%	17.4%	14.9%	32.7%
18. 豊かな人間性	18.8%	6.5%	12.8%	32.0%

考 察

1. スポーツ実施率

実施率がもっとも低い「年に1~3日」の回答が、全国の3.9%に対してキャンプ地が13.9%という結果となった。鎌田(2016)によれば、オリンピック開催前後の複数回にわたる連続的な調査からはいずれも身体活動またはスポーツ実施率の増加が認められなかったとされているが、キャンプ地住民においては、実際に海外代表選手との交流を通して大きな影響があると思われるため、RWC2019後や東京2020後にも調査を行い、鎌田(2016)の結果が支持されるものか否かを分析することが求められる。

2. スポーツの価値

スポーツに対する価値意識については、スポーツが「大切」と回答した者が多く、なおかつ「大切ではない」と回答した者がいなかったキャンプ地だからこそ、キャンプ地として手を挙げたといえるのではないだろうか。この結果がRWC2019及び東京2020後にどのように変化していくのかを調査することで、メガ・スポーツイベントのインパクトの1つを明らかにすることができるだろう。

また、本調査の結果は、キャンプ地の地域性が関係していることも考えられる。キャンプ地となった2つの自治体(富士吉田市及び富士河口湖町)は、富士山、富士五湖が近い地域である。富士山への登山においては、令和元年夏期の富士山登山者は約23万人のうち、およそ15万人は富士吉田市方面からのルートである

(環境省、2019)。また、初級者から上級者までが国内外から集まるマラソン大会やトレイルランも開催されている。さらに、キャンプ地周辺ではカヌーやカヤックができる環境やゴルフ場も数多くあることから、競技スポーツよりレジャーやアウトドアスポーツ、生涯スポーツなどの実施者が身近にいる地域であり、このような地域性の要因が全国に比べて異なる傾向を示しているのではないだろうか。

例えば、スポーツが個人にもたらす価値として、「8. リラックス、癒し、爽快感」は、全国との比較で高い傾向にあったが、これは、まさにそのようなアウトドアスポーツが盛んな地域性の要因が影響しているものとして捉えられる。しかし、例えば、スポーツが社会にもたらす価値として、「11. 人と人との交流」においてキャンプ地は全国に比べて低かったことから、アウトドアスポーツなどを個人単位で実施しており、他のスポーツ実施者との関わりは低いことが推察される。その他の結果についても、キャンプ地の地域性と関連させて分析することが重要だろう。

ただし、本研究では、RWC2019 及び東京 2020 を通して、以上に示した実態が、どのように変化しているのかを調査・分析して明らかにすることを目指している。したがって、今後は、キャンプ地の地域住民の RWC2019 や東京 2020 でのホームステイなどを通じた交流による価値意識の変化はもちろん、それに加えて、その他の項目においてもどのように変化していくのかについて、引き続き調査を行い、分析していくことが求められる。

結 論

本研究では RWC2019 前のキャンプ地の住民の価値意識を調査し、キャンプ地の特徴や傾向を明らかにすることを目的とした結果、以下のような知見を得た。

1. 本調査で対象としたキャンプ地のスポーツ実施率は、キャンプ地外と全国に比べてスポーツ実施率が低い者が多い傾向にあった。
2. キャンプ地のスポーツに対する価値意識に関しては、全国と比較して「大切」と回答した者が多く、「大切ではない」と回答した者がいなかった（キャンプ地外も「大切」と回答した者は全国と比較して多かったが、「大切ではない」と回答した者は0ではなかった）。このことがキャンプ地になることができた要因と考えられた。
3. キャンプ地として期待される効果と思われるス

ポーツが社会にもたらす価値内容については、キャンプ地は全国に対して、9項目中6項目はネガティブな結果となり、1項目のみポジティブな結果となった。ただし、本調査におけるキャンプ地外との比較においては、9項目中4項目でネガティブな結果、3項目においてポジティブな結果となった。これらの要因として、レジャーや生涯スポーツに恵まれた環境がある地域性が関係していることが推察された。

以上のように、本研究では、キャンプ地の特徴や傾向を明らかにすることができたが、本研究が目指す、連続開催されるメガ・スポーツイベントの意義と課題をスポーツそのものへのインパクト（特にキャンプ地における住民のスポーツに対する価値意識の変化）という観点から明らかにするために、RWC2019 後及び東京 2020 後にも調査を行い、縦断的な調査と分析を実施していくことが必要である。

注 記

注1) キャンプ地は48名で、うち42名は富士吉田市、6名は富士河口湖町の住民だった。また、キャンプ地外は46名で、うち12名は甲府市、2名は西桂町、6名は山梨県内のその他の市町、26名は山梨県外だった。

付 記

本研究は、2019年度の山梨学院大学共同研究プロジェクト助成金制度の助成金を受けて実施したものです。また、アンケート調査の実施にご協力をいただいた富士吉田市、富士河口湖町、西桂町の各首長はじめ関係職員の皆様には、心より感謝申し上げます。さらに、本研究の実施にあたっては、山梨学院大学法学部の吉田浩二教授、同大学経営学部の梶原宏之教授、同大学スポーツ科学部の谷口裕美子教授に、本研究の計画と準備においては、山梨学院大学経営学部の大崎恵介専任講師、山梨学院大学院総合研究部の加藤朋之准教授にご協力を賜りました。ここに感謝の意を表します。

参考文献

- 有元健 (2015) 「夢の力」に抗する—2020年東京オリンピック・パラリンピックと都市のヘゲモニー. スポーツ社会学研究, 23(2): 45-60.
- 海老島均 (2016) オリンピック・レガシーとスポーツ振興の関係性に関する研究—ロンドンにおけるサイクリング実践者増加の社会的背景に着目して—. 成城大学経済研究, 211: 1-21.
- 原田宗彦 (2015) 進化するスポーツ産業. 原田宗彦編著 スポーツ産業論第6版, 杏林書院, p. 2-17.

- 井上俊也 (2017) メガスポーツイベント大国・日本におけるスタジアムの活用ビジョンの策定—フランスにおけるメガスポーツイベント開催実績を参考として—. スポーツ産業学研究, 27 (1): 61-64.
- 鎌田真光 (2016) 国民の身体活動・運動・スポーツ実施率の向上. 体育の科学, 66 (3): 199-206.
- 環境省 (2019) 令和元年夏期の富士登山者数について. 関東地方環境事務所, 報道発表資料, http://kanto.env.go.jp/pre_2019/post_162.html (参照日 2019年11月5日).
- 町村敬志 (2007) メガ・イベントと都市空間—第二ラウンドの「東京オリンピック」お歴史的意味を考える. スポーツ社会学研究, 15: 3-16.
- 間野義之・舟橋弘晃 (2016) オリンピック・パラリンピックレガシーとは. 体育の科学, 66 (3): 166-171.
- 松村和則編 (2006) メガ・スポーツイベントの社会学—白いスタジアムのある風景—. 南窓社.
- 二宮浩彰 (2010) プロスポーツ・ファンの地域愛着とスポーツ観戦者行動. スポーツ産業学研究, 20 (1): 97 - 107
- 岡浩一郎 (2016) 東京オリンピック・パラリンピックレガシー創出の最大化に向けて. 体育の科学, 66 (3): 162-165.
- 小野里真弓 (2011) 群馬ダイヤモンドペガサス 2010 シーズン観戦者調査に関する報告. 上武大学ビジネス情報学部紀要, 10 (1): 1-14.
- ロイ, ジョン・平野秀秋 (2006) オリンピックをなぜ開催するか. スポーツ社会学研究, 14: 9-14.
- 佐伯年詩雄 (2015) 2020 東京オリンピック競技会—レガシー戦略の虚像と実像—. スポーツ社会学研究, 23 (2): 25-44.
- 菅文彦・古川拓也・舟橋弘晃・間野義之 (2017) スポーツ観戦意図及び行動と地域愛着の関係分析: FC 今治を事例として. スポーツ産業学研究, 27 (3): 223-232.
- 富山浩三 (2014) チーム・アイデンティティ構築におけるチーム・レピュテーションとセンス・オブ・コミュニティの影響—J2リーグ所属サッカークラブサポーターの事例—. スポーツ産業学研究, 24 (2): 195-210.
- 山下博武・柳沢和雄 (2017) プロスポーツ組織におけるフロントスタッフに対する人的資源管理の実態と課題. 体育・スポーツ経営学研究, 31 (1): 25-39.