

スポーツツーリズム

～メガイベントが日本社会を変える～

和歌山大学 国際観光学研究センター
観光教育研究セミナー



Center for Tourism Research
国際観光学研究センター

観光教育研究セミナー

スポーツツーリズム

～メガイベントが日本社会を変える～

和歌山大学
国際観光学研究センター

ISBN 978-4-910479-03-3



和歌山大学 観光学部、国際観光学研究センター 主催
スポーツ庁、観光庁 後援

スポーツ・文化・ワールド・フォーラム公式サイドイベント
観光教育研究セミナー 2016 Vol.4@和歌山大学 首都オフィス

スポーツツーリズム

～メガイベントが日本社会を変える～

2016年 **8月9日** (火)
15:00 ~ 17:30 (受付 14:30 ~)

会場 **東京工業大学**
キャンパス・イノベーションセンター
1階「国際会議室」
(〒108-0023 東京都港区芝浦 3-3-6 JR 田町駅芝浦口すぐ)



定員 **130名** 参加費 **無料**
参加申込 事前の申し込みが必要です。裏面をご参照ください。

基調講演 「The state and future of sport tourism in Japan

日本におけるスポーツツーリズムの現状とこれから

*講演は英語で行われます。
(日本語による配布資料あり)

講師



Prof Tom Hinch

カナダ・アルバータ大学 体育・レクリエーション学部教授/和歌山大学 特別主幹教授

パネルディスカッション 「スポーツツーリズムの今後の課題と取組みについて」

*日本語および逐次通訳で行われます。

パネリスト **仙台光仁** スポーツ庁 参事官 (地域振興担当) コメンテーター **Prof Tom Hinch**
伊藤 央二 和歌山大学 観光学部講師 モデレーター **加藤 久美**

和歌山大学 観光学部教授/
国際観光学研究センター副センター長



主催 和歌山大学 国際観光学研究センター、観光学部
後援 スポーツ庁、観光庁、
和歌山大学観光学部同窓会「飛躍会」、
和歌山大学経済学部同窓会「柑芦会」東京支部

観光教育研究セミナー 2017 Vol. 1 *in* 東京

スポーツツーリズム

～メガイベントが日本社会を変える～

2017年 **8月10日** (木)
15:00 ~ 17:30 (受付 14:30 ~)

会場 **フクラシア品川クリスタルスクエア**
(港南口)
3階 会議室G

(〒108-0075 東京都港区港南 1-6-41)

*JR品川駅港南口 / 京浜急行品川駅から徒歩8分



定員 **100名** 参加費 **無料**

参加申込 事前の申し込みが必要です。裏面をご参照ください。

基調講演 「スポーツツーリズム序章 —スポーツツーリズムの発展とイベントの役割」

講師



野川春夫

順天堂大学スポーツ健康科学部 特任教授

パネルディスカッション 「スポーツツーリズムの持続的発展に向けての要因と
プロモーションを考える」

パネリスト **坂井 文**

東京都市大学都市生活学部 教授

コメンテーター **野川春夫**

太田正隆

JTB 総合研究所 MICE 戦略室
主席研究員

モデレーター

伊藤央二

和歌山大学 観光学部 講師、
国際観光学研究センター 研究員 /
Tourism & Sports ユニタサブリーダー

主催 和歌山大学 国際観光学研究センター (CTR)
共催 和歌山大学 観光学部
後援 スポーツ庁、観光庁、日本スポーツツーリズム推進機構
和歌山大学観光学部同窓会「飛騨会」、
和歌山大学経済学部同窓会「柑芦会」東京支部



CTR Seminar Series 2018 in 東京 - Tourism and SDGs -

スポーツツーリズム3

～メガイベントが日本社会を変える～

Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標) #11: 住み続けられるまちづくりを

2018年

8月10日(金) 15:00～17:30

(受付 14:30～)

フクラシア品川クリスタルスクエア (港南口) 3階 会議室 G

(〒108-0075 東京都港区港南 1-6-41 *JR 品川駅港南口/京浜急行品川駅から徒歩 8分)



定員 100名 参加費 無料 ※事前の申し込みが必要です。裏面をご参照ください。

基調講演 「ポスト 2020 年に向けたスポーツ都市戦略」

講師



原田宗彦

早稲田大学スポーツ科学学術院 教授

パネルディスカッション 「スポーツツーリズム最前線

ーITを活用したポスト 2020 年のスポーツ都市戦略を考える」

パネリスト 押見大地

東海大学体育学部
スポーツ・レジャーマネジメント学科
講師

コメンテーター 原田宗彦

山下真輝

株式会社 JTB 総合研究所 主催研究員

モデレーター 伊藤央二

和歌山大学国際観光学研究センター 研究員
Tourism & Sports ユニット ケブリーダー
観光学部 准教授

主催 和歌山大学 国際観光学研究センター (CTR)
共催 和歌山大学 観光学部
後援 スポーツ庁、観光庁、日本スポーツツーリズム推進機構
和歌山大学観光学部同窓会「飛躍会」、
和歌山大学経済学部同窓会「相芦会」東京支部



観光教育研究セミナー 2019 Vol.1 in 東京

スポーツツーリズム4

～メガイベントが日本社会を変える～

2019年

9月22日(日) 15:00～17:30

(受付 14:30～)

フクラシア東京ステーション 5階会議室L

(〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-6-1 朝日生命大手町ビル)

*JR 東京駅/地下鉄大手町駅(地下直結)



定員 100名 参加費 無料 ※事前の申し込みが必要です。下記をご参照ください。

基調講演 「Sports, events and sustainable development

スポーツ、イベントと持続可能な発展」

講師



ジェームス・ハイアム

ニュージーランド・オタゴ大学 観光学部 教授

パネルディスカッション 「Mega-events, lifestyle sports, and Japan: Opportunities and challenges for gender equality and post-disaster recovery

メガイベント、ライフスタイルスポーツと日本:ジェンダー平等と災害復興のための機会と挑戦」

パネリスト 奥本英樹

和歌山大学 経済経営学部
教授

コメンテーター ジェームス・ハイアム

水野英莉

法政科学大学 人間社会学部
准教授

モデレーター アダム・ドーリング

和歌山大学 観光学部 准教授、
国際観光学研究センター 研究員

オンライン
セミナー



主催 和歌山大学 国際観光学研究センター (CTR)
共催 和歌山大学 観光学部
後援 スポーツ庁、観光庁
日本スポーツツーリズム推進機構
和歌山大学観光学部同窓会「飛騨会」、
和歌山大学経済学部同窓会「柑芦会」東京支部



観光教育研究セミナー 2020 Vol.1

スポーツツーリズム5

～メガイベントが日本社会を変える～

2020年

12月6日(日) 15:00～17:00

会場：Zoom ウェビナー（オンライン）

※ 事前の申し込みが必要です。裏面をご参照ください。

参加費 無料

基調講演「ゴールデン・スポーツイヤーズ (GSYs) のレガシー」

講師



間野 義之 早稲田大学 スポーツ科学学術院 教授

パネルディスカッション「スポーツイベントのレガシー」

パネリスト 巽 樹理 海千山学院大学 社会学部 准教授

コメンテーター 間野 義之

仲伏 達也 株式会社三菱総合研究所 ビジネス・
コンサルティング部門 副部門長 兼
キャリア・インベーション本部長

モデレーター 伊藤 央二 和歌山大学 国際観光学研究センター
センター長代理、観光学部 准教授

出版にあたって

和歌山大学国際観光学研究センター（CTR）は2016年4月に開所し、今年度で5年目を迎えます。開所以来、CTRが継続して取り組んできた事業の一つとして、スポーツツーリズムをテーマとした「観光教育研究セミナー」の年次開催が挙げられます。ゴールデン・スポーツイヤーズと呼ばれる2019年から2021年にかけて、世界的スポーツイベントであるラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ関西が日本で開催されることになりました。世界的にも類を見ないメガスポーツイベントの連続開催を迎え、スポーツツーリズムが日本で注目を集めるなか、観光学研究センターとして、これらのイベント、またイベント開催に伴うスポーツツーリズムが日本社会に与える影響について議論を深めるため、本セミナーシリーズはスタートしました。

本セミナーシリーズの共通テーマを「スポーツツーリズム～メガイベントが日本社会を変える～」と設定し、1年目は「スポーツツーリズム概論」、2年目は「国内スポーツツーリズム研究の発展」、3年目は「メガスポーツイベントを通したまちづくり・地域再生」、4年目は「メガスポーツイベントの効果」、そして最終年は「メガスポーツイベントのレガシー」というテーマでスポーツツーリズムに関する議論を深めてまいりました。それぞれの基調講演には、スポーツツーリズム研究領域を代表する国内外の先生方にご登壇いただきました。加えて、各回のパネルディスカッションにも、著名な研究者と実務者にご講演をいただき、スポーツツーリズムが日本社会へもたらす具体的な影響について議論することができました。

最後に、本セミナーシリーズ開催だけではなく、本書出版に際し、基調講演ならびにパネルディスカッションのご講演者の皆様には大変なご尽力をいただきました。この場を借りて、厚く御礼申し上げます。また、本セミナーシリーズをご後援いただいた、スポーツ庁、観光庁、和歌山大学観光学部同窓会「飛耀会」、和歌山大学経済学部同窓会「柑芦会」東京支部に感謝申し上げます。本セミナーシリーズが本書として形を残すことは望外の喜びであり、メガスポーツイベント開催のレガシーの1つとなれば嬉しい限りです。ご存知の通り、未曾有のコロナウイルス感染症の影響により、東京オリンピック・パラリンピックとワールドマスターズゲームズ関西がそれぞれ1年延期となりました。コロナウイルス感染症がいちはやく終息し、東京オリンピック・パラリンピックとワールドマスターズゲームズ関西が名実ともに「コロナに打ち勝った証」として開催されることを祈念しております。



2020年12月吉日

和歌山大学国際観光学研究センター センター長代理
伊藤 央二

Eiji Ito

目次

●スポーツツーリズム ～メガイベントが日本社会を変える～

Part I

基調講演「The State and Future of Sport Tourism in Japan (日本におけるスポーツツーリズムの現在と未来)」Tom Hinch…………… 11

Part II

発表「スポーツ・メガイベントと地域振興」仙台 光仁…………… 22

発表「日本におけるスポーツツーリズム研究」伊藤 央二…………… 25

パネルディスカッション…………… 28

●スポーツツーリズム 2 ～メガイベントが社会を変える～

Part I

基調講演「スポーツツーリズム序章～スポーツツーリズムの発展とイベントの役割～」野川 春夫…………… 49

Part II

発表「これからのスタジアム・アリーナ」坂井 文…………… 61

発表「スポーツ・ツーリズムの持続的発展に向けての要因とプロモーションを考える」太田 正隆…………… 65

パネルディスカッション…………… 68

●スポーツツーリズム 3 ～メガイベントが社会を変える～

Part I

基調講演「ポスト 2020 年に向けたスポーツ都市戦略」原田 宗彦…………… 89

Part II

発表「スポーツツーリズム最前線～ IT を活用したポスト 2020 年のスポーツ都市戦略を考える～」

押見 大地…………… 103

発表「観光振興における ICT 活用のあり方」山下 真輝…………… 108

パネルディスカッション…………… 113

●スポーツツーリズム 4 ～メガイベントが社会を変える～

Part I

基調講演「Sports, Events and Sustainable Development (スポーツ、イベント、持続的発展)」

James Higham…………… 137

Part II

発表「地域スポーツによる地域活性化の可能性とスポーツイベントの役割～南相馬市 サーフツーリズム構想と震災後の取組～」奥本 英樹…………… 147

発表「オリンピックとジェンダー平等～サーフィンの種目化がもたらす意義と課題～」水野 英莉…………… 153

パネルディスカッション…………… 157

●スポーツツーリズム 5 ～メガイベントが社会を変える～

Part I

基調講演「ゴールデン・スポーツイヤーズ (GSYs) のレガシー」間野 義之…………… 183

Part II

発表「オリンピック・パラリンピックからみた開催都市・国のイメージ形成に与える影響要因」巽 樹理…………… 189

発表「社会変革トリガーとしてのメガイベントの可能性」仲伏 達也…………… 194

パネルディスカッション…………… 200

※諸般の事情により、一部の講演内容また講演資料が不掲載のものもございます。予めご了承ください。

スポーツ・文化・ワールド・フォーラム公式サイドイベント
観光教育研究セミナー 2016 Vol.4
@和歌山大学 首都オフィス

スポーツツーリズム

～メガイベントが日本社会を変える～

2016年8月9日(火) 15:00-17:30

於：東京工業大学 キャンパス・イノベーションセンター
1階「国際会議室」

主催：和歌山大学観光学部、国際観光学研究センター
後援：スポーツ庁、観光庁

講師



トム・ヒンチ Tom Hinch

アルバータ大学 体育・レクリエーション学部教授(国際連携担当前副学部長)／和歌山大学特別主幹教授(2016年当時)。

主な専門はスポーツツーリズム。「Sport Tourism Development」や「Sport and Tourism」といった英語圏の大学でスポーツツーリズムの教科書として使用されている著書を執筆している。

パネリスト



仙台 光仁 Mitsuhiro Sendai

スポーツ庁参事官(地域振興担当)(2016年当時:現、東北大学公共政策大学院教授)



伊藤 央二 Eiji Ito

和歌山大学 観光学部 講師／同 国際観光学研究センター研究員、CTR Tourism & Sports ユニットサブリーダー(2016年当時:現、国際観光学研究センター センター長代理／同 観光学部 准教授)

モデレーター



加藤 久美 Kumi Kato

和歌山大学 国際観光学研究センター 副センター長／同 観光学部 教授(2016年当時:現、和歌山大学 観光学部 教授)

"The State and Future of Sport Tourism in Japan"

Tom Hinch

Thank you for inviting me to meet with you. It is a real pleasure to be here. I have been asked to talk about sport tourism and to provide an overview of this concept, along with some observations to consider in the context of the major sporting events that Japan will be hosting over the next few years. You should also note that my academic background is in geography. I am particularly interested in sport and place including the impacts that sport has on the destination where it is played and the perceptions of sport tourists about these places.

Many of the thoughts that I am going to share with you today are drawn from two books: *Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity* (Higham & Hinch, 2009) and *Sport Tourism Development* (Hinch & Higham, 2011). Both of these books were written in collaboration with Dr. James Higham, a colleague from the University of Otago in New Zealand. Today's comments draw heavily from these collaborations. To summarize, I am interested in the way sport events are used to construct the places that host them. This presentation draws on my past work and is meant to challenge the way you think about sport tourism.

Sport Tourism: The Concept, Key Elements and Strengths

This section of my presentation provides an overview of: 1) the basic concept of sport tourism; 2) key elements covered by this concept; and, 3) its fundamental strengths. Sport tourism is a blend of phenomena associated with sport and the phenomena

associated with tourism. To compete or participate in sport, you have to travel and when you travel substantial distances, you are a tourist. A similar observation can be made about tourism in that there are many aspects of tourist attractions that relate directly or indirectly to sports. This overlap between the realm of sport and the realm of tourism is the focus of today's presentation.

James Higham and I conceptualize sport tourism as "sport based travel away from the home environment for a limited time where sport is characterized by unique rule sets, competition related to physical prowess, and play" (Hinch & Higham, 2001). From a tourism perspective this conceptualization includes basic elements of: travel, duration, and return to home. It also includes the reason for traveling which in this case is for sport. This raises the question of "what is sport?" Sport has been defined in many different ways. The way that James and I see sport is that it is characterized by unique rule sets, by competition related to physical prowess, and by an underlying sense of play. As such, our conceptualization of sport tourism is broad and inclusive. It's not just about elite sport; it's about all types of sports including recreational ones.

For example, in terms of rules, sports played at the highest level of competition such as the Olympic Games have very detailed rules and everyone must follow the same ones. In contrast, if you travel to the coast today you will find people surfing. These surfers will have a much more informal set of rules in their recreational pursuit of this activity but they still exist as a framework for the conduct of the sport. My point is that our conceptualization of sport requires rules but it recognizes that these rules range from very formal to very informal.

A similar point can be made in terms

of the way competition is used in our conceptualization. It can be the very direct competition of two Sumo wrestlers battling for supremacy in the ring. In this case, there is going to be a winner and a loser. However, competition can be more internal in nature such as a recreational skier who is trying to master new skills. Alternatively, this competition dimension can pit the athlete against the environment such as surfers that are trying to ride a variety of waves and currents with the objective of being in harmony with the environment.

The point that I am making is that I conceptualize sport tourism broadly. I am not only talking about elite sport, I am talking about recreational sport as well. For example, one of my favorite personal sport tourism activities is cycle touring. This recreational sport connects me to place in ways that I could never connect if I were traveling in a car.

There are three major elements in the typology of sport tourism: events, active sport and heritage/nostalgia. Major sport events are usually characterized by a relatively small number of participating athletes in contrast to a large number of spectators. This is the type of sport tourism that is the subject of much attention in Japan at the moment with the prospect of hosting the Rugby World Cup, the Olympics, and the World Masters Games. But there are also other types of events to consider. One of the strengths of sport tourism in Japan is that there are many participation-based events like triathlons, cycling competitions and marathons. These participant-based events are a very important component of sport tourism.

“Active sport tourism” is the second component of the sport tourism typology and it involves travel related to active and independent engagement in pursuits such

as downhill skiing, surfing, cycling, and golf. Often, recreational athletes travel long distances to participate in these sports. While this type of sport tourism does not have as high of a media profile as major sport events, it is pervasive. In fact, research in Canada suggests more people travel to actively engage in sport pursuits than travel to be spectators at events. Even though major events often have a high media profile, active sport tourism may in fact be more impactful.

The last category in the typology is smaller in terms of participation. This element focuses on “sport heritage” including nostalgia. Examples include visiting a facility where there has been a major sport event in the past. Another example would be traveling to a sport team reunion such as the one I will be going to in November. Like many reunions, it will feature a bunch of old guys reimagining their youth. It is a form of nostalgia and I will be traveling halfway across Canada to attend this reunion.

In all of these cases, sport functions as a tourist attraction. It can be the primary purpose of the trip as it is for many of the people visiting Rio de Janeiro for the Olympics at the moment. They are there to see the Olympics. In two months’ time or when the Carnival is being celebrated in Rio de Janeiro, visitors to the city will be participating in the Carnival but may also want to see the Olympic venues. In this case, sport is a secondary attraction as one of a bundle of attractions that draw visitors to Rio. Finally, sport can be a tertiary tourist attraction. For example, I attended a baseball game two nights ago featuring the Swallows against the Tigers. I didn’t anticipate attending this game before I arrived in Tokyo but it turned out to be a major part of my experience while I have

been in the city. It has impacted the way I understand the city and country.

Sport has three major strengths as a tourist attraction: 1) it is cultural in nature; 2) it tends to facilitate authentic experiences; and, 3) it is a powerful reflection of identity and place. There are a variety of ways in which sport functions as a cultural attraction. The opening ceremonies of the Rio Olympics are a good example of “culture and sport.” They take the form of a cultural program offered in conjunction with the sporting competitions of the Games. The ceremonies allow the hosts to construct a narrative that will influence the way we understand Brazil. They talked about the Carnival, they talked about the history of Brazil and they talked about it in a way that they wanted the world to think about them. For example, they did not dwell on the less savory role of slavery in their history although they did not pretend that slavery didn't happen. Instead, they used the opening ceremony as a way of highlighting the attractive parts of their history.

Another way that sport can function as a cultural tourist attraction is through “sport subcultures.” The social world of sport can be illustrated by subculture of surfing. At its core, surfing is about the skill set possessed by surfers but it also includes their values, the way they speak, the way they dress, and the way they think. Surfers are also likely to exhibit distinctive travel careers. They will tend to visit places that their peer group feels are relevant to their sport.

Finally, sport can function as a cultural tourist attraction by the fact that “sport is culture.” A good example is the sport of Sumo wrestling. Sumo is indigenous to Japan and there are certain values and traditions associated with it that reflect Japanese culture or at least parts of Japanese culture. Baseball would be another

example of the idea of sport as culture. Although it has roots in the United States and the rules are similar, there are cultural differences to how the game is played in Japan. My experience as a spectator at the professional baseball game here gave me deeper insight into the culture of Japan.

A second strength of sport as a tourist attraction is its ability to foster “authentic experiences.” Travelers are often looking for real experiences (Pine & Gilmore, 2011) as illustrated by the popularity of the Lonely Planet Travel Guides designed to appeal to travelers looking for experiential authenticity. One of the advantages of sport is that it facilitates those kinds of real experiences by way of uncertain outcomes. A good example is the baseball game that I referred to earlier. The lead changed a number of times throughout the game so I didn't know which team would win until the end of the game. Even the players didn't know whether they were going to hit a home run or strike out. These unknowns helped to make the competition and my experience authentic. This is not the case with many types of other tourism attractions where it is easy to predict what is going to happen. An example would be a traditional ethnic dance, which the performers repeat three or four times a day. Given this repetition, the dance is bound to get very routine for the performers and predictable for the audience.



A second trait that helps sport to be authentic is that display is a normal part of sport. In contrast, display is not a normal characteristic of cultural attractions such as a sacred ethnic dance. The minute a tourist starts to observe such a dance, they change the experience for the performers. But the baseball players were not disturbed that I was up in the stands. In fact, a large audience might have even improved athletic performance, as the players were excited to perform for their fans. The all sensory experience of the baseball game also added to its authenticity for me. I saw the sights, I smelt the food, and I heard the chants for each batter. The emotional dimension of the game also made it authentic. When the home team hit a homerun the majority of the spectators jumped to their feet in celebration. In fact the fan in front of me turned around and gave me a “high five” after one homerun. But if the visiting team hit the homerun, the hometown crowd would let out a collective groan. The point is, that spectators did not hide their emotions, like they might have in some other types of tourism activity. And finally, sport has advantages as an attraction in terms of authenticity because it can foster a sense of community. The “high five” that I received from the fan seated in front of me is a good example. It is unlikely that I would be “high fived” if I was sightseeing on a busy street in Tokyo but I was part of a collective community at the baseball game. The shared experience of the game helped me to connect with local residents in a way that I wouldn’t have been able to at many other types of tourist attractions.

The third strength of sport as an authentic tourist attraction is that it is a powerful element of “identity and place.” If you were to ask someone in a country that you are visiting what they do in their leisure

time they would quite often mention their sporting interests. It is a part of who they are, and at a collective level, it reflects at least part of the character of the nation. As we are currently watching the Rio Olympics, it is common for us to keep track of the medal counts, to wave our flag and to exhibit other nationalistic behaviors. Sport is one of the ways that we identify ourselves individually and as a collective. It therefore infuses places with meaning. Rio is a different place today than it was four days ago (before the Olympics started). These Games are still in progress but over the next two weeks our understandings of Brazil will change. Sport infuses a place with meaning and the Olympics will infuse Japan with meaning when they occur here.

My Understanding of Sport Tourism in Japan

In this section of my presentation, I am addressing the question of “What I have learned about sport tourism in Japan?” Please note that I have only visited Japan three times to date and all of these visits have occurred within the last six months. The point is that I am still learning. While I am not an expert on sport tourism in Japan I am building a foundation of knowledge. One of the key things that I have learned is that Japan has many young students who are showing great interest and asking great questions about sport tourism. You have a number of strong academics working in this area including Professors Harada, Hagi, Kimura, Nogawa, Yamaguchi and many others. Japanese academics are building a strong academic foundation for sport tourism. We are going to hear more about this during the panel discussion later but at this point I would like to report on a comprehensive review of the Japanese sport tourism literature that I am conducting

with Professor Ito. This review covered sport tourism literature related to Japan from 1990 to present. We reviewed 21 publications written in English and 107 publications in written in Japanese. Selected highlights include publications that: 1) provide insight into the economic impact of sport tourists at sport-for-all events (Kubo & Morino, 2000; Nogawa et al., 1996); 2) demonstrate the relevance of the social dimension of sport tourism such as Shimizu's (2014) exploration of the link between sport and national identity in the Tokyo Olympic bid; 3) provide environmental insights such as Harada's (2016) examination of Japan's competitive advantages in terms of natural resources for sport tourism; and finally, 4) explore social-psychological topics like constraints to sport tourism (Nishio, 2014).

The sport tourism typology introduced earlier serves as a good framework to discuss what I have learned about sport tourism in Japan. It appears that in terms of the "heritage/nostalgia" dimension, there is considerable potential for industry growth as well as academic research. One example of current practices in this area is the national high school baseball tournament played annually at Koshien Stadium. This tournament characterizes the importance of nostalgia in sport through the players' practice of pocketing some soil from the infield before they leave for home. These athletes will be connected to Koshien Stadium for the rest of their lives. Some of them will come back to visit and many will tell their future children about it. This type of memory promotes sport facilities as tourist attractions. Other sports such as Sumo and Karate also have strong heritage and nostalgia dimensions with significant growth potential in Japan.

The realm of "active sport" is well developed especially in terms of the

domestic market with insight provided by The White Paper of Leisure in 2015 (Nihon Seisansei Honbu, 2015). According to this report, the five top ranked active sports characterized by overnight stays for domestic tourists are: 1) Skiing, 2) Golf, 3) Fishing, 4) Tennis, and 5) Cycling. Skiers are the most likely group to stay overnight in this study sample at 50% followed by golfers at 34% and fishers at 24%. These findings suggest the domestic sport tourism market is strong and that further examination is needed of travel behavior related to other sports. It should also be recognized that domestic sport tourists are often greater than international sport tourists both in terms of number of visits and in terms of total expenditures. It is therefore a very important market to consider.

Now let us consider the event sector in Japan with its current focus on the upcoming: World Rugby Cup 2019, the Tokyo Olympics 2020 and the Kansai World Master Games in 2021. Japan will soon be hosting these major events and there are a number of other smaller ones as well. The event sector is clearly the area of the sport tourism typology that Japan is emphasizing at the moment both in terms of media attention and public investment. This focus will be reflected in my comments about the future of sport tourism in Japan that will close this presentation.

Before turning to the future of sport tourism, I would like to end this section by highlighting what I have recently learned about the Japan Sport Tourism Alliance (JSTA). As currently constructed, the JSTA is an excellent mechanism through which to leverage the potential benefits of these major events and to generate additional sport tourism activity in Japan. Canada, my home country, also has a sport tourism alliance that actually predates yours by

about five years. However, I believe that Japan has created a stronger and more effective organization. Like the Canadian version, a key function of JSTA is to help municipalities and prefectures to bid on and deliver spectator based events. But in addition, your alliance is actively engaged in encouraging the development of active and participation based sports, and supporting regional development. Your alliance has a broader scope of engagement that includes two major elements of the sport tourism typology and it explicitly addresses the underlying public sector goal of sport tourism, which is regional development. As such, the JSTA represents a competitive strength for sport tourism in Japan.

The Future of Sport Tourism in Japan

It is a “fool’s game” to try to predict the future. So I am not going to pretend that I have a “crystal ball” that will allow me to provide details on what the future holds for sport tourism in Japan. Instead, I ask you the question: “What kind of future do you want?”

Japan is at a critical moment of opportunity in terms of sport tourism development. You have three major international sporting events scheduled over the next five year. What are you going to do with these opportunities especially given the high investment that is required for hosting? Executing these events is going to be exciting and fun but you need to think carefully about what you are going to be left with once the events are over. You should be thinking about their legacies and recognizing that these legacies will not happen by accident. You will have to actively engage in planning and actively engage in the execution of your strategies in order to achieve the types of benefits that you want. Now is the time to leverage, collaborate

and strategize if you hope to achieve your desired future.

Consider what you can learn from past major events such as the Olympics (Weed, 2007). In particular consider the lessons from the 1992 Olympics in Barcelona, the 1996 Games in Atlanta and the 2000 Games in Sydney. The Barcelona Olympics were one of the most successful Games from a sport tourism perspective based on the way they shaped urban redevelopment and the perception of Barcelona as a tourist destination. These Games changed the city structurally and they reimaged it. Barcelona’s image was transformed from a decaying Mediterranean port to a cultural city that has become one of the most popular destinations in Europe. Hosting the 1992 Olympics played a key role in this development.

In contrast, the 1996 Olympics in Atlanta stand out as a missed opportunity in terms of sport tourism. Tourism promotions associated with the Games were focused on the city of Atlanta and its immediate surroundings. They failed to consider the larger national context of United States or even that of the eastern seaboard of the US. Instead, games organizers focused on commercial sponsorship and corporate development. As such, the public interest, at least in terms of sport tourism, was not emphasized or realized. The Atlanta Olympics did not leverage legacies like improved destination image or extensive regional development because their imagination and scope of interest was too narrow.

The Sydney Olympics in 2000, on the other hand, were probably the most impressive modern Olympic competition in terms of sport tourism development (Brown, 2000). To a large extent, this success was due to a conscious strategy to position the

whole country as a tourism destination rather than just focusing on the host city. It wasn't just Sydney, it wasn't just the state of New South Wales; it was the whole country of Australia that was promoted as a tourist destination. This was a key sports tourism legacy of the Games. The Australian hosts not only consciously made that a goal of the Games; they implemented strategies and tactics to successfully achieve that objective. For example, relevant host organizations included representation from a broad range of stakeholders in the tourism and the sports industries. These representatives sat at the same table and worked together to not only develop strategies to achieve the positive legacies that they sought but they also actively developed strategies on how to minimize the negatives impacts that might arise.

A good example of the way the tourism benefits of the Games were maximized was the strategy to make the visiting media's job easier. Remember that along with the accredited media visiting these events there are many non-accredited reporters at the Games. While the accredited media wear security badges that provide them access to many facilities and special privileges, non-accredited media get few of these perks even though they have a substantial impact on the way the host destination is viewed around the world. Recognizing the potential impact of the non-accredited media, the Sydney hosts built facilities and provided services that made their job easier. Similar collaborations were fostered in terms of Games related research thereby creating a stronger sport tourism research and information legacy than was normally the case at the Olympics.

Currently, you can learn from what is happening at the Rio Olympics. Rio de Janeiro was already a major tourism

destination that featured iconic attractions such as Christ the Redeemer, Sugar Loaf Mountain and Carnival. However, the media coverage leading up to the Rio Olympics has been brutal. There have been a series of "bad news" stories including the threat of the Zika virus, concerns about crime, political unrest, and a crumbling economy in Brazil. Given these fundamental challenges, the merit of the current Olympic model with its characteristically high investment requirement, is being questioned (Gregor, 2016; Willes, 2016). The tone of these news stories is starting to improve with the onset of the Games but there are important lessons for future hosts at this stage. The main lesson is to "be careful what you ask for." Rio made its successful bid for the 2016 Olympics many years ago. The bid was submitted before current economic downturn, before their politics started to get really messy, and before the Zika virus became an issue. Hosts can't control everything that happens between the time of the bid and the actual event. This reality highlights the importance of planning in general and media positioning in particular. You need to think about how the traditional media understands Tokyo and Japan. This is even more complicated with the increasing relevance of social media. Consider, how you can influence or how you can respond to the Games related issues that will trend on



social media prior to, during and after the Games.

What will be the legacies of your major events? What are your objectives? What are the intentional things you want and what might the unintentional outcomes be for which you can develop mitigation strategies? You need to think about these questions across the whole range of geographic scales including local, regional, national and even international. You need to go beyond the business model that focuses purely on the financial dimension of these events and consider things like community, regional development and more generally, the whole concept of sustainability. Ask yourselves how you going to make this event and the legacies associated with it sustainable in the future? From a destination perspective, you need to consider the economic, social, environmental and political dimensions and as well as the direct financial performance. Consider how you can minimize the costs and maximize the benefits. From a sport tourism perspective you also have to think about the experience of the tourist. Are they enjoying their visit to Tokyo, to the Rugby World Cup sites, and to the World Master's Games? This enjoyment is critical to the sustainability of the desired event legacies.

What are the "personal outcomes" that you are seeking from these events? What will be the travel profiles of the visitors? What will they spend money on while they are here? How are they going to interact with the local residents? These are the types of questions that you should ask both prior to and during the events. Think about what travel profiles you would like to see and then market the events to attract these types of individuals. It is also important to consider what kind of experience (Kleiber, Walker & Mannell, 2011) you would like these visitors to have while they are in Japan and how you can

help to facilitate this type of experience. Compare the desired experience to the actual experience and manage that situation as required.

Recognize that visitors will not only experience the event but that they will also experience the place where the event occurs. Consider the destination through their eyes and minds in order to understand how they are experiencing that place.

You also need to consider the personal outcomes for residents in the host community. This includes the nature of their volunteer experiences, the social psychological dimensions such as their level of satisfaction with their hosting roles, and the impacts of the event on their physical health and activity levels. It is particularly important that the residents have a genuine sense of ownership of the event. It shouldn't be something that's forced on them. Rather, it should be something that they see as a celebration of their community. If the residents see it this way, then it's probably going to work well in terms of achieving your objectives.

Now, you need to consider the "social, cultural and political outcomes" that you want from these events. These include outcomes related to: sport development and health, opportunity costs, stakeholder participation, volunteer capacity, potential congestion/amenity loss, place identity and image, and media coverage. For example, will the World Cup stimulate the development of youth Rugby in Japan? Events like the Paralympics held in conjunction with the Olympics have the potential to impact attitudes and the development of youth sport for children who have special needs. What type of outcomes will you aim for related to volunteer capacity? How will you avoid burning out volunteers and instead build volunteer capacity that can

be sustained beyond these events? My personal advice is that for you to achieve the social, cultural and political outcomes that you seek, you should do what ever it takes to obtain host community buy-in at a grassroots level. These events must be seen as an integral part of their community. If the events are not in the community's best interest, you shouldn't be hosting them. It really doesn't matter if you have tourists or if they are having a good time unless the local residents are also happy. It is critical to obtain their support.

"Economic outcomes" should be considered in terms of: financial investments, economic impacts, distribution, and regional development (Getz, 2012). Can you afford the investment required to deliver the event? How can you leverage these investments to achieve optimal economic impacts? Beyond the generation of positive economic impacts, it is critical that there is a fair and equitable distribution of these benefits over space and time. It's not enough to generate substantial revenue from the event if these economic benefits are not being shared appropriately with the resident hosts. Finally, are these events positioned to generate regional development beyond the immediate host city? They should build capacity throughout the country.

"Environmental outcomes" are the next major group to consider. What do you want from these events as it concerns the environment? How much are you prepared to draw down your natural resources? What kind of impacts will these events have on your flora, fauna, land, air and water? How will it shape your urban landscapes? What about pollution? Beyond your own borders, you need to consider environmental issues like the impact of long haul travel on climate change.

Careful consideration of the type of

environmental outcomes that you desire and the development of strategies to achieve these outcomes offers the potential for significant environmental benefits. These events can generate best practices captured in environmental strategy and policy. These strategies and policies can leave you with a positive environmental legacy that is sustainable.

You are currently in a position to decide which of these outcomes are most important for you. Do not fall into the trap of having a narrow focus, thinking short term, and looking at one event at a time. You have a critical mass of major events on the horizon and they provide you with an opportunity to achieve outcomes that benefit the whole country.

To end my presentation, I would like to summarize my personal advice as you make decisions about sport tourism over the next five years. Number 1: Leverage the investments that you are making so that you optimize your return. Think about: 1) your event expenditures as investments; 2) target host communities, tourists, travel trade actors and media; 3) recognize that the temporal range of these events includes pre-event, the actual event and post event phases; 4) plan within a broad spatial range that starts at the local level but expands to the regional, national and global level; and 5) develop explicit policies to leverage event sport tourism investments for development in the realms of active and nostalgia sport tourism.

Number 2: Make a point of collaborating with other stakeholders even if it seems more expedient to work in isolation. You need to collaborate at the level of the tourism and sport sectors. This collaboration shouldn't be temporary. You have the opportunity to build linkages between these realms to facilitate ongoing collaboration

and positive outcomes. Coordination between the national and local governments is essential. This will help government's to invest public dollars wisely. Finally, collaboration is needed across institutional sectors including the private sector, the public sector and the academic sector. No one institutional sector can manage these major events optimally on its own because none of them have the necessary internal capacity. A synergy is created when these sectors collaborate that is greater than the sum of their individual contributions.

Number 3: Adopt balanced strategies that recognize that these are not just "one off" events but that they are part of an event portfolio and that they connect to active sport tourism as well as heritage/nostalgia sport tourism. Recognize a full range of event sizes and outcomes. Don't just think big. Also think small, think of the micro impacts that these events can have as the aggregation of these impacts will be substantial. Finally, continue to set targets and develop strategies on both the demand and supply sides of these events.

Conclusion

Capitalize on the synergy that exists between sport and tourism. My sense is that you have a strong foundation to work from but this is a moment of opportunity and you need be engaged as a coordinated group. You have an opportunity to use the mega events that are scheduled over the next five years as a "spring board" to attain a higher level of sport tourism engagement. I wish you well in this endeavor. Thank you very much.

加藤: ありがとうございました。3部構成で、スポーツツーリズムとは何か、また、日本のスポー

ーツーリズムとその現状と可能性、また、メガイベントのホストになるという、その日本への期待や可能性というお話をいただいたと思います。そこで、特にどんなことを得たいのか、チャンスをうまく使うためにも、また、どのように関係者がコラボレーションしていくのかということにもアドバイスをいただいたかと思います。

今後、さまざまな議論につながっていくたくさんのお話をいただいたと思いますけれども、まだお時間がございますので、休憩に入る前に、いくつかご質問を受け付けたいと思います。ご質問は日本語でも英語でも構いません。もちろん、先ほどお手元にご用意しましたこちらの質問表に書いていただくことも可能ですけれども、ぜひ、ここでもご質問を受け付けたいと思います。

Questioner 1: Hello, I would just like to ask how to ensure that sport is for everyone. Events like the Olympics tend to focus on the middle and upper classes that have the resources to travel long distances. How can the interests of the working people be addressed for such events including their interests related to active sports?

Hinch: There is not an easy answer to your question. However, I agree with your point that sport tourism tends to be dominated by privileged people for the simple reason that it takes money to engage in events like the Olympics.

It is therefore important for governments to be engaged in the process of sport tourism. Theoretically they should be focused on the "public interest" of these events. Decisions about major events should not be left solely to corporate sponsors because they are looking out for their self-interest. Corporate sponsors tend to market such events to high-income earners who make up the corporations' target markets.

If the government is involved and tax dollars are being used to support the event then they need to engage citizens from lower social economic strata in order to protect the public interest. It's important to distribute the costs and benefits of the event equitably across all socio economic levels.

Questioner 2: Given that you were in Rio and Brazil six months before the Olympics started, I wonder whether you are aware of any examples of leveraging used to obtain legacies at the Rio Olympics? If so, please share them with us.

Hinch: There is one example that comes to mind. While I was in Brazil, I taught a course on sport tourism. As part of the course we hosted guest speakers who talked about their research. One of the speakers described a federal government program for schools that promoted the development of Olympic sports for school children. The government was also apparently funding the construction of facilities in the countryside to help house these sports at a grassroots level. These programs were meant to leverage the Olympics by increasing sport engagement in rural areas but unfortunately the programs were apparently halted due to budget issues.

Questioner 3: During your presentation you suggested that hosts should "be careful what you wish for." I think it's interesting that Sydney returned so much to Australia – even more than was originally anticipated. You suggested that the Barcelona Olympics were also a success from a sport tourism perspective. Please tell us more about the aftermath of the Olympics in Barcelona and what the locals think of tourists these days?

Hinch: I don't have detailed information on

the current state of tourism in Barcelona but I know that the city underwent not only physical redevelopment but also redevelopment of its image. Initially, the locals were very pleased about the increase in tourism. More recently, there have been concerns about "overtourism" in the city. The local government is actually considering putting a limit on the number of tourists that can come into Barcelona in response to concerns about crowding and the erosion of the sense of community due to the high number of visitors.

加藤: では、お時間になってまいりましたので、ここで一度休憩に入らせていただきます。この後のパネルディスカッションの中でも、ご質問していただければと思います。ではこれから10分の休憩に入らせていただきます。受付でも質問票を受け付けておりますので、そちらのほうにお願いいたします。

<Part II >

加藤:では、お時間となりましたので、パネルディスカッションのほうに移らせていただきます。このパネルディスカッションは1時間を予定しておりますけれども、まず最初に、お二人のパネリストより、10分ほどのプレゼンテーションをいただきます。本日のパネリストをご紹介します。最初に、スポーツ庁地域振興担当参事官、仙台光仁様より、スポーツとメガイベントと地域振興についてご講演をいただきます。

また、続きまして、本学講師、伊藤央二教員より、日本におけるスポーツツーリズム研究についてプレゼンテーションを行います。また、その後、Tom Hinch先生もパネリストに加わっていて、ディスカッションを進めていきたいと思っております。それでは、仙台様、よろしくお願いたします。

「スポーツ・メガイベントと地域振興」 仙台 光仁

皆さま、こんにちは。ただいまご紹介にあずかりましたスポーツ庁の参事官、仙台と申します。本日は暑い中お疲れさまでございます。まず、お伺いしたいんですけども、スポーツ庁という役所があるというのはみなさんご存じでしょうか。もしかすると、知らない方もいらっしゃるかもしれませんが、ちょっとスポーツ庁の人間の前で、



さすがに「知らない」と言うのは気が引けると思っています。後ろを向いてますので、手を挙げていただいて。(背中を向ける)ありがとうございました。スポーツ庁を大多数の方がご存じだということが背中中で分かりました。これは、いつも、私どもの今、オリンピック・パラリンピックのためにリオに行っている鈴木長官が持ちネタにしているものなんですけど、最初、3割ぐらしか手が挙がらなかったのですが、最近、だいぶ認知されてきたと思います。それでは、スポーツ・メガイベントと地域振興について、時間10分ですけれども、もう1分ぐらいたってしまいましたが、まず、地域振興の話をしていただいた後で、メガイベントとの関係についてお話しさせていただきたいと思っております。

まず、スポーツ庁ですけれども、スポーツ庁について、若干説明させてください。スポーツ庁は、4つの政策の柱として、スポーツ基本法の理念を踏まえて、スポーツを通じて「国民が生涯にわたり心身とも健康で文化的な生活を営む」ことができる社会の実現を目指すということで、去年の10月1日に発足いたしました。その4つの柱の中で、スポーツによる健康増進や国際競技力の向上、これは前々から始まっていたことなんですけれども、霞が関において、スポーツの司令塔になるということで、それまでいろいろな省庁がやっていたスポーツによる地域・経済の活性化ですね。スポーツによる経済の活性化ということを、特に新しい分野として大きな柱の一つとしてやっております。

その核になるものがスポーツツーリズムだと考えております。先ほどお話に出ました日本スポーツツーリズム推進機構、ここは5年前に創立されておりますし、また、カナダでは、10年以上前に、もうスポーツツーリズムをやっていることですので、新しい分野の柱とはいえ、行政が数年以上遅れてますから、遅れを取り戻すように頑

張っております。スポーツツーリズムが何なのかとか、そういうお話は、もう先程のお話にもありましたし、また、本日、私どもが普段ご指導をいただいている先生方もいらしていますので、説明は省かせていただきまして、スポーツ庁がどういう取り組みをしているのかということを中心に説明させていただきたいと思います。

まずは、地域スポーツコミッションへの支援ということです。フィルムコミッションという組織がございます。例えば映画のロケ地ですとか、そういうものを誘致して地域振興を図ろうという組織ですが、スポーツコミッションはそのスポーツ版で、スポーツを通じて、例えば合宿地やスポーツイベント、それから、見るイベント、するイベントのようないろいろなイベントの招致や合宿等を通じて、地域に人を呼び込むことによって、また地域が盛り上がることによって、スポーツで地域を元気にしようとする、そういうコミッションを支援しております。これは、先ほど、Hinch先生の中で、コラボレーションが大事だという話がありましたが、まさに地域のいろいろな資源、企業、スポーツ団体、それから地方公共団体のコラボレーションによって、地域を盛り上げようということを支援しているものでございます。

それから、政府の中ですけれども、文化庁・観光庁との包括的連携協定を、今年の3月に結びまして、観光と文化とスポーツは非常に親和性が高いものですから、これらを融合させて、そして3人4脚ですか、分かりませんが、3庁で一緒に取り組んでいこうというものでございます。そのキックオフの行事といたしまして、今、実は、スポーツ文化ツーリズムアワード2016というものを募集しております。これは、スポーツと文化とツーリズムを合わせた、どのようなツーリズムが考えられるのだということを公募しているものでございまして、12日が締め切りとなっておりますので、ぜひ、スポーツ庁、観光庁、文化庁のどこでも結構ですが、ホームページをご覧に

なっていて、応募していただければと思います。スポーツと文化と観光の関わり方につきましては、先にありましたandでもSubでもasでも、どれでも結構ですので、よろしくお願ひいたします。

もう一つ、スポーツ未来開拓会議という会議を開いております。この中で大きく打ち出しておりますのが、今までは、公共施設設置側にとって、いろいろ施設を建てなければいけないですとか、維持管理をしなければいけないですとか、お金がかかるもの、コストセンターだという考えがありましたけれども、これからは、スポーツがお金を、利益を、それをスポーツや社会、経済、うまく循環させていこうという新たな方法を打ち出しております。その大きな柱の一つに、スタジアム、アリーナ改革というものがございます、するスポーツから見るスポーツへ、賑わいの中心へ、今、プロ野球やサッカー、それからバスケットボール、いろいろありますけれども、そういうお客さんと呼んでにぎわいの中心にしようという方法を打ち出しております。

それから、大学スポーツの振興、これはちょっと、今回のテーマとあんまり関係ないようすけれども、大学につきましては、高等教育の重要な要ということで、大学のスポーツを学習する意義というのは、非常に公共性があるということで、取りまとめをホームページに掲載しております。詳細については、今日、皆さまに説明することはできませんが、まさにスポーツツーリズムと大学の関係についても触れられておりますので、ぜひ、ホームページをご覧くださいと考えております。

地域活性化におけるスポーツのチカラというのは、先ほどのHinch先生より詳しい説明をいただきましたので省略いたしますけれども、経済効果や社会的効果が大きいというものでございます。これらのチカラを掛け合わせることで、スポーツのチカラを最大化させようということです。国

が地域振興をやるといことは、若干、矛盾しているような感じがいたします。スポーツによる地域振興の主役は、あくまで地方の現場の皆さまだと、われわれは考えています。われわれとしましては、先ほど申し上げましたコミッションの支援や、スポーツ文化ツーリズムアワードの表彰、こういった活動を通じまして、地域の皆さま方の活動を支援していきたいと考えております。

その中で、いくつか例を挙げてみますけれども、三重県の熊野市、こは、マリンスポーツ観光を開発しているということでございます。こはスポーツ庁のスポーツコミッション支援事業で支援しております。それから、静岡県三島市、ここには、バレーボール・東レアローズの立派なスタジアムが、アリーナがありまして、そこを活用して、米国バレーボールチームを相手にホストタウンの登録が決定しているというのですが、この三島市に対してもスポーツ庁として、先ほどのコミッション事業に支援しております。それから、群馬県みなかみ町、こは起伏に富んだ地形と、急な川があるのですが、そこを利用してラフティング、キャニオニング等のアウトドアスポーツが楽しめる環境を整備するというもので、こは非常にいい事例ということで、横展開できないかどうか、今、できるように優良事例として、皆さんに広めることをスポーツ庁として考えております。それから徳島県。徳島県は、ご存じかもしれませんが、「VS東京」ということで、東京に対抗するという宣言をしております。東京に勝つんだということで頑張っております。写真は、私どもの鈴木長官がイベントの一つとしてシンポジウムを開いたときに、現地のアスリートの皆さま、それから知事と対談している様子ですけども、もう一枚の写真にありますようなラフティングの世界大会が開かれるということで、東京からも飛行機ですぐという立地ですが、非常に、スポーツの観光資源、スポーツの資源が整っているなという感じがしております。こは、私ど

もが支援しております。どの地域にも、きっとチャンスがあります！実は、普段、マイナスと思われているところがスポーツにとっては非常にメリットなんだ、おいしいところを含んでいるんだという図でございますけれども、今日は資料をお配りしております。Hinch先生のプレゼンテーションにもだぶりませうので、今回は省略させていただきます。

これからの5年間に向けて、メガイベントといえますと、ラグビーワールドカップ、それからオリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲーム関西が有名ですけれども、それ以外の、もう来年から、アジアの冬季競技大会が札幌市で開かれる。それから、ソフトボール、バレーボール、いろいろな大会が開かれます。また、2021年以降、いろいろな大会が開かれますので、このメガイベントを、決して開催地だけで終わらせないということが、われわれスポーツ庁の役目だと考えております。そのワールドカップで世界各地から来ていただいた方々をおもてなしして、先ほどの施策も活用いたしまして、こはだけではない、開催地だけではなくて、その一歩先に足を運んでいただけるように、スポーツ庁として努力しているところでございます。私どもの鈴木長官が常々言っているんですけども、スポーツを見てそのまま帰るのではなくて、やってそのまま帰るのではなくて、一晩泊まって温泉に浸かって、おいしい料理を堪能して、そして帰っていただく。そして何回も来ていただくというような、そういうリピーター、日本に対してリピーターを作るようなきっかけになるということがメガイベントで、まさにメガイベントが日本社会を変えようということですけども、こはつながらんではないかと考えております。日本は、東西に長く、南北に長く、いろいろなスポーツができる場所です。先ほど、甲子園の例がありましたけれども、日本全体が甲子園になるように、何かの大会を開くときには、世界何かの大会を開くときには、日本に行こうと

いうふうに、世界の皆さんが考えていただけるように、スポーツ庁としてもこれから取り組んでいきますので、よろしくお願ひいたします。

加藤: 仙台様、ありがとうございました。どの地域にもチャンスがあるという、おいしいものを食べて泊まると、まさに観光に通じるお話をしてくださりました。また後ほど、ディスカッションでよろしくお願ひいたします。それでは、引き続きまして伊藤先生、よろしくお願ひします。

「日本におけるスポーツツーリズム研究」

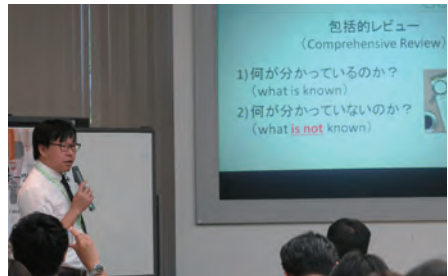
伊藤 央二

和歌山大学の伊藤と申します。よろしくお願ひいたします。私は研究者の立場から、日本におけるスポーツツーリズム研究について、今までどうということが明らかにされてきて、今後どういうことを明らかにしなければいけないのか、という内容でお話しさせていただきます。

Hinch教授とスポーツツーリズムの研究を日本で行おうという話になったときに、まず私たちが考えたことが、これまで日本のスポーツツーリズム研究でどんなことがされてきて、何が分かっていて何が分かっていないのかを明確にする必要があるということでした。そのために、包括的レビュー(Comprehensive Review)を行おうと考えました。私の今回のプレゼンテーションは、その包括的レビューの結果を基にお話しさせていただきます。包括的レビューでは1990年から現在までの日本語と英語の文献を検索しましたが、私の今日のプレゼンテーションでは日本語文献の結果のみ、ご紹介させていただきます。

どのようなデータベースを使ったかと言いますと、国立国会図書館、CiNii、J-Stageという日本の主要な文献データベースを用いて検索いたしました。検索キーワードは、「スポーツ」と「ツーリズム」そして、「スポーツ」と「観光」の2つのセッ

トを用いました。検索結果でヒットした文献数は一見多いのですが、スポーツとツーリズムのキーワード検索なので、実際にはスポーツツーリズムに関係ない文献も引っかけかかっております。そこで、タイトルや抄録、どのような雑誌に掲載されたかという精査を行い、そこから107編のスポーツツーリズム関連文献を特定しました。



内訳では、93編が学術論文・文献でした。ここであえて文献と入れたのは、学会の論文集だったり、雑誌の記事といった文献も入れていますので、論文だけではなく文献という言葉も用いております。そして、6冊の書籍、そして8編の章(チャプター)というものが107編の文献に含まれております。これらの107編の文献を年代別にグラフにしてみました。パッと見て分かるように、数字が伸びています。皆さん、不思議に思うかもしれませんが、1999年だけ9編で飛び抜けています。これは、『体育の科学』で、観光人類学の視点から民族スポーツを考えるという特集号が生まれ、6編がそちらに掲載されたため、9編という大きな数字になっています。その6編を除くと3編となり、だいたいその前後の年と同じ数字になっております。2009年には10編となり、ちょっとジャンプアップしています。これは、2008年に観光庁が設置されたのと少し関係があるのかと私は考えております。その後、少し落ちるのですが、2013年に12編となり、また少し伸びました。こちらは、仙台参事官とHinch教授もご紹介

介されていた通り、2012年に日本スポーツツーリズム推進機構という組織が設立されたことに関係しているかもしれません。そういった背景もあり、2013年から文献数が増えてきたのではないかと私は考察しております。最後に、2016年は4編なのですが、こちらは検索を行ったのが2016年の5月でしたので、この数字は6月以降伸びていくのではないかと考えております。

107編の文献を、研究の種類別に分類してみました。こちらは、Hinch教授が先ほどご紹介したので、あまり深くはお話しませんが、今回の包括的レビューではイベント型を2つに分類しております。まず、観戦イベント型です。例えばJリーグやプロ野球の試合を見に行くというケースが当てはまります。観戦がメインのイベントです。参加イベント型というのは、市民マラソン大会やトライアスロン大会に参加するといった実際に参加することがメインのイベント参加ということになっております。ご覧いただければ分かるのですが、観戦イベント型が35%と参加イベント型が51%、2つ合わせて86%となり、約90%弱がイベントに関連する研究でした。残りの13%がアクティブ型、残りの1%がノスタルジア型となっております。今回、イベントに関するセミナーですので、イベント型の文献にフォーカスしてお話を進めたいと思います。

観戦・参加イベント型の研究分類と内訳には、研究論文・文献が93編あったのですが、そのうち72%がイベントに関する内容でした。書籍を見ていただくと分かるのですが、こちらは100%となっており、6冊あるうちの全てがイベントに関する内容でした。そして、章(チャプター)に関しても62.5%がイベントに関する内容でした。この結果からも、やはり日本のスポーツツーリズム研究がイベントにフォーカスしてきたということが分かると思います。この研究論文・文献というものにさらに着目してお話を進めさせていただきますが、イベント研究論文・文献が67編あり

ました。そのうち、今回のセミナーテーマであるメガイベントに関する論文・文献は11編でした。さらに、この11編を見てみますと、査読付き学術論文というのが3編しかありませんでした。研究者の方でしたら、査読付きという意味が分かると思うのですが、査読というのは同分野の研究者や専門家の方が審査して、これは良い論文ですと認められた、要はお墨付きを得られた論文ということになります。11編ある内の3編しか査読付きではなかった。つまり、全体で見ると107編という量はあるかもしれないが、論文の質という面を見ると、少し日本は遅れているかもしれないというようなことがここから分かります。

続いて、11編のメガイベント論文・文献のテーマをご紹介させていただきたいと思います。テーマを分類してみました。一つがイベント、もう一つが観光、そして地域、この3つのトピックに分かれると私は考えております。1つ目のイベントは、やはりオリンピックやワールドカップ、例えば2002年の日韓ワールドカップというイベント自体にフォーカスした文献がありました。2つ目の観光というトピックは、観光行動です。例えば、インバウンドツーリズム、ツーリストの観光行動や観戦行動というテーマに焦点を当てた文献がありました。最後の3つ目が地域となります。こちらは、先ほど仙台参事官からもご紹介がありましたスポーツコミッションやキャンプ地誘致などが当てはまります。皆さん、おそらくご存知だと思いますが、2002年のサッカーワールドカップの中津江村を事例とした文献が含まれていました。カメルーン代表がキャンプを張った場所なのですが、そこでのキャンプ地誘致の事例やどのように地域活性化に役立ったかというような研究報告が行われておりました。

現在までのスポーツツーリズム研究を紹介してきたのですが、今後、どういった研究が求められるかというのを、私なりに少し考えてみました。もちろん、観戦・参加イベント型のスポーツツー

リズムが日本で注目を浴びていますが、これからはアクティブ型やノスタルジア型というスポーツツーリズムの知見を蓄えていかなければいけないと思っております。メガイイベントに関しては、やはりメガイイベントの観戦者や参加者に焦点を当てた研究ももちろん重要となりますが、スポーツボランティアに焦点を当てた研究も重要だと考えます。ボランティアの方がいなければ、このようなメガイイベントは開催できません。ボランティアの方も、全国だけではなく世界各地から東京オリンピックに来ることが考えられます。各地から来るということは、彼らもスポーツツーリストということです。そういう方の観光行動などを調べることも一つの研究テーマだと思います。加えて、スポーツコミッションが行う地域でのメガイイベントに関するプレイベントやポストイベントも研究の対象になると思います。また、メガイイベントがプロ野球観戦者やJリーグ観戦者にどのような影響を与えたかということも一つの研究トピックになるでしょう。

以上がイベント型なのですが、アクティブ型に関しましては、宿泊を伴うスポーツ・野外レクリエーションの関心・参加が、実際に変化したのかどうか、メガイイベント開催に伴いどう変化したのかを明らかにするということが、一つの研究トピックになるかと思えます。あとは、宿泊を伴うスポーツ・野外レクリエーションを促進するために、環境・施設整備がどのように行われているのか、またプロモーションをどのように行っているのかということも、重要な研究トピックでしょう。最後のノスタルジア型に関しては、メガイイベントの開催地、スタジアム、キャンプ地、関連ミュージアム等に、観光客が今後訪れるかどうかといった検証が必要になると思います。あとは、その施設の整備や運営やプロモーションについてもノスタルジア型という視点から研究を行う必要があると考えております。

最後になりますが、レガシーという用語が、特

に東京オリンピックを背景に盛んに使われています。公的資金をたくさん投入しますので、何かを残さなきゃいけない。つまり、メガイイベントの開催を正当化する理由が必要となり、そのためにどのようなレガシーをどのように残すかという議論が活発に行われています。これは研究者にとっても、同じだと私は考えております。学術論文の目的が3つあると言われているのですが、一つが記録 (document) となります。例えば、どのようなメガイイベントの研究を行ってどのような調査方法を行ったのかという記録を残すことになります。そしてもう一つが保存 (archive) です。その記録を保存することです。ただし、Jordan and Zanna (1999) が主張していることは、保存するだけでは十分ではないということです。研究者が自分たちの本棚にしまっておくだけでは意味がないということです。研究から得られた知見を共有 (share) しなければいけない。学術論文はコミュニケーションの手段であり、その重要性をこちらの社会心理学者の先生たちが指摘しております。つまりレガシーということで、今回のメガイイベントを契機として、日本のスポーツツーリズム研究の知見といったレガシーを記録、保存して国内外に発信、共有していくことが重要だと考えております。

まとめとして、最初の「何が分かっているのか？」と「何が分かっていないのか？」という問いへの答えについて簡単に述べさせていただきます。まず1つ目として、「分かっていること」は国内のスポーツツーリズム研究が成長しているということです。これはスポーツツーリズム研究の萌芽期と捉えることができると思います。その中でも、特にイベント型スポーツツーリズムへの着目が多いということが分かりました。2つ目の「分かっていないこと」は、アクティブ型とノスタルジア型のスポーツツーリズムの知見が非常に乏しいということです。加えて、イベント型スポーツツーリズムが多いと報告しましたが、研究の量ではな

く、今後は研究の質を考えていく必要があります。最後に、メガイベントを契機として、リサーチ・レガシーを創出し、日本のスポーツツーリズム研究を萌芽期から発展期へと導いていくことが研究者の役割であると考えております。以上で私の発表を終わります。ご清聴ありがとうございました。

パネルディスカッション

加藤: 伊藤先生、ありがとうございました。日本のスポーツツーリズムの研究について傾向ということでお話いただきましたけれども、イベントだけでなく、リサーチの研究のレガシーという非常に新しい視点も加えていただけたかと思います。それでは、ここからはパネルディスカッションとさせていただきます。

先ほど、会場の皆さまからいただきました質問も、こちらでいたしながらお話を進めていきたいと思っておりますので、よろしく願います。では、早速なんですけれども、まず、お二人のプレゼンをしていただいたことを踏まえまして、Tom先生のほうから、コメントをいただきたいと思っております。

Hinch: I apologize for not understanding the details of your presentations given that I am not fluent in Japanese but I did have a chance to see the PowerPoint presentations before the session started. I was particularly impressed with the first presentation about sport mega events and development. It fits very well with some of the ideas that I was trying to present in my earlier presentation. Given what you have said, it appears to me that the organizers of the Tokyo Olympics are implementing strategies to connect these events to the local community.

I was particularly encouraged that the benefits from the forthcoming mega events are meant for distribution throughout surrounding regions and the country as a whole. It is also encouraging that the outcomes of these events are not just being considered in terms of economics but also in terms of the social and the cultural dimensions of sport development. The concept of community was frequently mentioned in the presentation and is critical to the success of these types of events. The host community has to be supportive. Visitors will not feel welcome if local residents are not happy with the event. Host cities need to be characterized by a genuine sense of celebration. The presentation provided a good example of the three points I made toward the end of my presentation. Event hosts must leverage their investment, they need to collaborate with other stakeholders, and they need to adopt balanced strategies that capitalize on the full scope of sport tourism typologies.

In the presentation about adventure, it's evident that there is a very active academic community in Japan that is examining sport tourism. Based on my understanding of the sport tourism literature in general, it is apparent that one of the real strengths of research in Japan has been the insight gained in terms of sport-for-all events. I believe that you have a better understanding of these types of events than is found in many other parts of the world.

加藤: では、Tom先生から質問ということでよろしいですか。

Hinch: I have question for the first presenter. I was very encouraged by what you have to say in terms of the activities of your agency.

What do you see as the biggest challenge facing Japan relative to achieving the kind of benefits that you outlined in your presentation?

仙台:ありがとうございます。課題と言うことですが、われわれが考えております課題は、先ほど、ちょっと強調し忘れたかもしれないんですけども、大きなメガイベントがありますけれども、それ単発だけでは、むしろ良くないということです。われわれとしては、冒頭のモデレーターの加藤先生のお話にもありましており、エコシステムとして、スポーツが根付いていくようにしなければいけない。もちろん、突破口はメガイベントでいいんですけども、ここで、いろいろな有形、無形の財産ができます。スタジアムもできますアリーナもできます。またはボランティアのノウハウもできます。それが、今後、そこで終わるのではなく、聞いた話では、ロンドンオリンピックのときは、さすがに何か、オリンピックで人が混むだろうというので観光客は落ち込んだんですけど、その後も順調に伸びていった、と。順調に伸びていったということは、行っていいことがあった。または口コミでいいことが広がったと思うんですけども、そのようにスポーツ庁は、そもそもオリンピック・パラリンピックのためにできたんでしょう？と言われるときがあるんです。違います。それはもう、別な組織委員会があり、また政府の中に別の部署がありますので、そうではなくて、われわれはオリンピック・パラリンピックの後、どうやってそれが根付いて、オリンピック・パラリンピック、ラグビーワールドカップ、さまざまなメガイベントの後、どうやって自動的に動いていくのか、自走していくのかということを常に考えております。

加藤:ありがとうございます。実際、会場からご質問をいただいた中に、実際、イベントを長期的に生かせるものにするためにはどうしたらいいの

かというご質問があったんですけども、それにお答えいただいたかと思います。

Hinch: Thank you. This is a quick question for Prof. Ito. As you know, I don't read Japanese and a lot of the other academics outside of Japan have that same limitation. Should Japanese academics be trying to publish in English or would this create other issues?

伊藤:やはり学術界でも英語が世界共通言語です。英語で書いたほうが読まれる数が多くなるということは間違いのないと思います。特にメガイベントの研究などはそう、メガイベントは日本で行われるだけではなく、例えばオリンピックは4年ごとに別の都市で開催されます。ワールドマスターズゲームズやラグビーワールドカップもそうです。そのため、研究知見を日本だけにとどめるのではなく、国外にも発信することが重要です。ただし、英語だけで論文を書く、やはり英語が得意ではない研究者もいらっしゃいますので、特に若い大学生や院生の教育という意味も含めて、日本語で論文を書くことにも重要なミッションがあると考えております。ですので、どちらがいい、悪いではなく、これもHinch教授がおっしゃられたように、バランスが重要と考えます。

Hinch: I would agree. It is important to have balance and it really depends on which



audience you are targeting with your work. So I definitely think that it's important to publish in both languages.

The Japan Sport Tourism Alliance and the other organizations that exist related to sport tourism in Japan are impressive. I am particularly excited that there is an interest in how the events planned for the next few years can create legacies in areas of active sport tourism and participation based events. But I also think there is room for Japanese academics to explore active sport tourism in more depth. Travel related to the sport of surfing is a case-in-point. Surfing is particularly exciting because it's going to be a demonstration event at the Tokyo Olympics. It will be very interesting to see how the exposure of this sport at the Olympics will impact surfing in terms of active sport tourism. I therefore challenge researchers to track these impacts.

I also think there is much potential for research related to the Rugby World Cup, as it is a different type of event. For example, it features multiple competitions over a longer period of time than the Olympics. There are considerable opportunities for research associated with this type of framework, as visiting spectators will have a substantial amount of time between matches to engage in other types of tourist activities. Another research question would be how the Rugby World Cup impacts national identity in Japan. The World Masters Games is different again and there will be a whole series of questions that can be explored in relation to this event.

加藤: 今、メガイベントへの期待というお話があったんですけども、いただいたご質問の中に、特に和歌山にどんなことが期待できるでしょうかというものがあったんですけども、和歌山という地域でスポーツツーリズムという視点か

ら、何か期待されるものはありますでしょうか。

仙台: 和歌山については、やはり関西圏にあるということが大きな強みだと思います。ですので、先ほど申し上げましたワールドマスターズゲーム関西の機会を利用して、ぜひ、てこ、レバレッジにしていだければと思います。それから、例としては三重県の例も挙げましたけども、和歌山県も非常に観光的には恵まれていますよね。そこを利用したスポーツを発展させていだければ、非常に足を運びやすいと言いますか、良い具合に発展して伸ばしていくことができると思っています。説明のときに緊張して、なかなかお話しできませんでしたけれども、われわれスポーツ庁が考えていることは、決して東京やワールドカップの開催地、それからマスターズゲームの開催地だけではなく、その効果を全国津々浦々に、隅々まで波及させていくことだと考えておりますので、この機会を捉えて、ラグビーワールドカップでも、確かに試合と試合の間がありますので、その間に呼び込めるような作戦がいいんじゃないかと思えます。もちろん、もう既に皆さん考えていらっしゃると思いますけど。

加藤: ありがとうございます。会場のご質問でも、やはり地方のほうにどうやって流れを作ったらいのかというものが、ぜひ試合の間と間の時間には、和歌山にもお立ち寄りいただければと思います。Tom先生からも。

Hinch: Each prefecture or community that is thinking about hosting an event or that has an interest in other types of sport tourism should consider what gives it a competitive advantage. Advantages might be found in local resources such as a particularly attractive surf beach, a climbing area or a river that is ideal for canoeing. Alternatively, the advantage may

be found in a sport association that has strong volunteer resources or in supportive sponsors for the event or activity. The key point that I am making is that there should be a connection between place and the type of sport tourism that you are considering to feature as an attraction.



加藤: では会場のほうから他に質問をいただければと思いますけれども、いかがでしょうか。

質問者: メガスポーツイベントにおける合宿地の誘致についてお伺いします。まずTom先生に、海外で合宿地誘致をメガスポーツイベントのときにやられていると思うんですけども、そういった際に、長期的に誘致をすることによって地域住民の方々に効果があったのかという事例を教えてくださいたいです。仙台さんには、今、さまざまな日本の自治体が合宿誘致に動いているとは思いますが、その期間に、もし合宿をした場合、地域住民であったり、今まで合宿をやっていた人たちが使えないってということで、持続可能性から考えると果たして本当にそれにメリットがあるのかっていうのが疑問に思うのですが、その辺をどうお考えでしょうか。伊藤先生には、そういった合宿地誘致でどういった形で地域住民が理解を得るための研究をしていくべきなのかっていうのを教えていただければと思います。

加藤: では、3人の方に、それぞれご質問いただいたんですけど、まず、Tom先生、よろしいですか。

Hinch: I think the training camps represent a great opportunity for sport tourism development. Training camps for Rugby and Olympic athletes are positioned to capture benefits in the pre-event phase. The camps will foster connections in terms of identity and the relationship between those teams and the host communities. These links can carry through to future sport tourism markets and perhaps even expand. For example, the Canadian swim team is conducting their pre Olympic training in Wakayama. Their presence in the community will build awareness of Wakayama as a destination for potential visitors from Canada. The camp will provide the initial connection, which may lead to more contact in the future.

加藤: では、仙台様。

仙台: 合宿誘致でメリットがあるのかということなんですけれども、やはり、これについてはいろいろな議論があります。一つ言えることは、今、先生のお話にもありましたとおり、事前に十分に話し合って、そして住民の方々が一体感をもって、「この合宿は自分たちのものなんだ」という機運を醸成することが非常に大事なのではないかと思えます。どんなイベントでも、最初のうちは反対する人もいるかもしれません。例えば、ある島でやっているサイクリングのイベントを、最初は主催者以外は傍観していたんですが、もう今では、その島の人が、われわれのイベントなんだということで、行く先々で、いろいろな食べ物を出したり何かして、一体として、批判しているよりも見て一緒に騒いだほうがいいんだというふうに変ったということです。聞いた話ですけども、東京マラソン

でも、最初は交通規制をするということで反対意見もあった。でも、今ではすごい大きなイベントになって、反対する人はいないです。ということで、事前の十分な準備と、何よりも住民の合意、それから、成功させるということが大きな鍵とっております。われわれは地域の優良事例をいろいろ調べていますけれども、どこも成功しているところは、住民の方々の方がわがこととして、イベントを歓迎して、自分たちのお祭りだって感じてそこまでもっていくということ、それは国の力ではなく、やはり住民の皆さん自身にかかっていると思います。

伊藤：研究者として、地域住民の理解をどう明らかにするかということなのですが、これは縦断的調査を用いて、同じ人にキャンプの開催前後で尋ねて、実際にそれが良かったかどうかを聞くと良いかと思います。また、地域の人たちに積極的にスポーツボランティアなどに参画してもらい、自分たちがそういうボランティア活動を通して、キャンプ地をホストしているという感覚を与えること、持ってもらうことが重要と思います。あとは、キャンプ地になることで、オリンピックに出場するような一流のアスリートと触れ合いの場がいろいろできると思います。それも一つのメリットだと思います。

加藤：ありがとうございます。他にご質問。どうぞ。

Questioner：You mentioned fishing, which is a very popular active sport, but probably will not be featured at the Olympics any time soon. However, you also suggested that there was a possibility of promoting secondary activities associated with these sporting events. Given that sport fishing is of interest to many people, do you think that it has potential as sport tourism in association with these events? While it is unlikely to become an Olympic sport could

you just comment about the potential of sport fishing in Japan?

Hinch：I don't know a lot about sport fishing in Japan. In fact, I don't know a lot about sport fishing in Canada. I just visited our lakeside cottage for the last three weeks and I didn't manage to catch one fish. Having said that, I recognized that sport fishing does fit under the definition of sport tourism that I mentioned earlier. In fact, in terms of competitive sport fishing, major sports fishing tournaments have become increasingly popular with participants from across the North America. Notwithstanding these competitions, fishing for pleasure is a much more popular activity. It often requires a very substantial amount of travel as fishers search for appropriate sites. This travel requirement is particularly true for fishers from urban areas, who may have to travel substantial distances to visit their favorite fishing places. While fishing is definitely a powerful draw and may present a competitive advantage for particular regions in Japan, I am not sure that there is a strong overlap between the sport tourists who are likely to come to the major events that you have scheduled and sport fishers. Of the three major events that we have been discussing, the World Masters Games may be the most likely candidate for participants who may be attracted to sport fishing.

加藤：お時間が迫ってまいりましたので、もう1つ。

Questioner：I would like to know more about the successful example of the Sydney Olympics in terms of the sport tourism research that was conducted.

Hinch：One of the legacies of Sydney Olympics was the knowledge that was

created through research related to these Games. My understanding is that the academics in Australia collaborated, in some type of research consortium. They set up a coordinated research program so that different universities with different expertise were able to address questions, which they were well positioned to investigate. As result, they captured synergies that would have been missed if they had all worked independently of each other. I am not sure whether those collaborations have been maintained but if they have, they would be part of legacy of the Games.

加藤: では、あと1つだけ。よろしいですか。

Questioner: I would like to challenge the idea that Sydney was necessarily a success to everyone. There was a lot of backlash within Sydney by various communities because they weren't consulted about the Games, especially those communities that exist in indigenous areas. There was altered development legacy whereby the funding for promised long-term development was discontinued immediately after the Olympics. After the large expense of hosting the Games, there was barely any sport development investment within Australia. The same has happened after the London Olympics. There has been dramatic drop in the funding for sport development after the initial push for the Olympics. Typically, there is a lack of continuity after the event with funding for youth sport development often decreasing.

Hinch: I agree with your concerns. Every major event has both benefits and costs and the distribution of those benefits and costs really vary from one event to another. My comments about the Sydney Olympics

focused on its successes in the context of sport tourism. I really wasn't commenting many of the other dimensions. But you have raised a critical point. Host communities need to be careful with these special events because once the event is done, it's quite easy for that funding, for all that support, for all that excitement, for all that passion - to be lost. The real measure of a legacy is whether you can keep those things going.

加藤: ということで、ここでお時間になってしまいましたので、パネルディスカッションは閉会させていただきます。パネリストの方々に今一度拍手をお願いいたします。



The State and Future of Sport Tourism in Japan

日本におけるスポーツツーリズムの現在と未来

Tom Hinch
 Professor, Faculty of Physical Education and Recreation, University of Alberta
 Distinguished University Professor, Tourism and Sport Research Unit, Center for Tourism Research,
 Wakayama University

2016年9月9日 東京
 茨城大学国際観光学術センター国際観光学術センター
 福山大学 観光・スポーツ学術センター
 「J-カンパニー」(Tom Hinch)

August 9, 2016
 Tokyo

Wakayama University
 Center for Tourism Research



My Perspective

私の視点




Wakayama University
 Center for Tourism Research

2




1. Sport Tourism Concept, Elements & Strengths

1. スポーツツーリズム、要素、そしてメリット

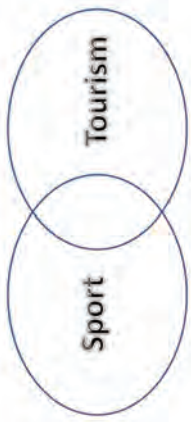
Wakayama University
 Center for Tourism Research

3



Confluence of Sport and Tourism

スポーツとツーリズムの接点



Wakayama University
 Center for Tourism Research

4

Whitman University
Center for Tourism Research

Conceptualization of Sport Tourism

スポーツツーリズムの概念化

sport based travel away from the home environment for a limited time, where sport is characterized by unique rule sets, competition related to physical prowess, and play. (Hinch & Higham, 2001)

スポーツの時間、空間を離れた環境で、独自のルールや、優劣を争った身体能力に關連した競技が、それが遊戯（ゲーム）や競争を行うためのスポーツを主体とした旅行 (Hinch & Higham, 2001)

6

Whitman University
Center for Tourism Research

Typology of Sport Tourism

スポーツツーリズムの類型

Event

Active

Heritage/
Nostalgia

Gibson, 1998

8

Whitman University
Center for Tourism Research

Sport as the Attraction

アトラクションとしてのスポーツ

- Primary – Main purpose
1 主目的
- Secondary – One of multiple purposes
2 目的の一つ
- Tertiary – Unaware until at destination but accessed as entertainment or activity
3 その場に行くまで気が付かない エンターテインメント またはアクティビティ

7

Whitman University
Center for Tourism Research

Strength 1: Sport as a Cultural Attraction

オリンピック文化イベントとしてのスポーツ

Sport and Culture
スポーツは文化

Sport Sub-Cultures
スポーツ文化のサブカルチャー

Sport as Culture
文化としてのスポーツ

8

Wakayama University
Center for Tourism Research

Strength 2: Authentic Experience

メリット2:ホスピタリティの経験

- Real versus fake
ホスピタリティとモラル
- Advantages of sport
スポーツの優位性
 - Uncertain outcomes
— 予測不可能な結果
 - Display
— 見せ場
 - All sensory – embodied experience
— 五感で – 具現化された経験
 - Emotional engagement
— 感情的な関わり
 - Community
— コミュニティの存在



10

Wakayama University
Center for Tourism Research

Strength 3: Sport is a powerful element of identity and place

メリット3:アイデンティティと場所に基づくスポーツ

- Globalization & crisis of identity
グローバル化によるアイデンティティの危機
 - Sport shapes individual and collective identity.
— スポーツは個人と集団の自覚を形成する
 - Also impacts on image
— さらに、イメージに影響を与える
- Place and placelessness
場所と場所lessness
 - Sport infuses places with meaning.
— スポーツは場所に意味を与える




10

Wakayama University
Center for Tourism Research

2. What I have learned about Sport Tourism In Japan

2. 日本におけるスポーツツーリズムについて学んだこと



Wakayama University
Center for Tourism Research

11

Wakayama University
Center for Tourism Research

Sport Tourism Research/Study in Japan

日本におけるスポーツツーリズム研究



(Harada, 2016)



(Harada & Kimura, 2009)



(JSTA, 2015)

12

Whitman University
Center for Tourism Research

13

Comprehensive Review of Sport Tourism Literature in Japan: 1990 - Present

日本にスポーツツーリズム文献の包括的レビュー：1990年から現在まで

- 21 publications in English
 - 英語 21本
 - 19 refereed journal articles
 - 査読付ジャーナル 19本
 - 2 book chapters
 - 書籍の章 2本
- 107 publications in Japanese
 - 日本語 107本
 - 93 journal articles
 - ジャーナル 93本
 - 6 books
 - 書籍 6本
 - 8 book chapters
 - 書籍の章 8本



Whitman University
Center for Tourism Research

Nostalgia/Heritage Sport Tourism

懐想(ノスタルジア)/遺産(ヘリテージ) スポーツツーリズム

E.g. Koshien Stadium
甲子園球場




Whitman University
Center for Tourism Research

Active Sport Tourism in Japan (2014)

日本におけるアクティブスポーツツーリズム (2014)

国民生活のスポーツ トラック

Top 5 sport activities in which participants stayed overnight

Activity	Total (%)	Approx. in (N = 3,355)	Male	Female
1. Ski	49.7	(77)	45.9	56.1
2. Golf (Course)	34.3	(80)	31.6	44.9
3. Fishing	23.7	(52)	25.1	18.8
4. Tennis	12.0	(21)	10.0	14.0
5. Cycling	9.2	(25)	11.1	5.4

The White Paper of Leisure 2015 (Nelson Business (Osaka), 2015)

Whitman University
Center for Tourism Research

Event Sport Tourism

イベントスポーツツーリズム





Wakayama University
Center for Tourism Research

Japan Sport Tourism Alliance
一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構

JSTA
JAPAN SPORT TOURISM ALLIANCE

- Event/Spectator sports
イベント/スポーツ観衆
- Active/Participant sports
積極性/スポーツ参加者
- Regional development
地域振興
- Coordinating role
コーディネート/調整役

17

18

3. The Future of Sport Tourism in Japan

3. 日本におけるスポーツツーリズムの未来

Wakayama University
Center for Tourism Research

Wakayama University
Center for Tourism Research

What kind of future do you want?

どんな未来に期待する？

- Moment of opportunity
チャンスの瞬間
- Active engagement and planning
積極的関与と計画
- Leverage, collaborate and strategize
レバレッジ/貢献/協力/戦略

© 2012, All Rights Reserved

19

Wakayama University
Center for Tourism Research

Olympic Lessons for Sport Tourism

スポーツツーリズムのための五輪大金の教訓

Barcelona 1992

- Catalyst for urban makeover 都市再生の触媒
- Catalyst for identity & image 都市のアイデンティティとイメージの触媒
- Conscious act of place making 意図的場所創成行動

Barcelona '92

Atlanta 1996

- Missed opportunity 機会を逸す
- Overly commercial and local 過度に商業的かつ地元的
- Conflicting state marketing messages 競合する州のマーケティングメッセージ

Atlanta 1996

Sydney 2000

- 1st host nation to prioritize tourism for the whole country 世界初の観光を全国規模で優先させた開催国
- Collaborative mechanism's - e.g. The Tourism Olympic Forum 協働的メカニズム - 例: トゥーリズムオリンピックフォーラム
- Unique research collaborations - leveraging 独自の研究協働 - 活用

Sydney 2000

Rio 2016 Olympics

2016 リオ五輪



- ★ **象徴的な観光地** (Iconic tourist destination)
 - Landscape 景観
 - People/Carnival 人々/カーニバル
- ★ **メディアによる取り上げ** (Media coverage)
 - Destination マスタープランニング
 - Zika, Environment, Politics, Safety, Economy Zika, 環境、政治、治安、経済
 - Criticism of Olympic model 五輪モデルの批判
 - Sustainability (Grogan, 2016; Wilks, 2016) 持続可能性
- ★ **Lessons for sport tourism** (スポーツツーリズムの教訓)
 - Bidding, planning and media positioning 招致、計画およびメディアのポジショニング

Thomson.com

What will be your mega event legacies?

何が各々のイベントのレガシーに?



- ★ **Intentional & unintentional** (意図的と無意図的)
 - Scale & nature of event イベントの規模と性質
- ★ **Need to go beyond a business model** (ビジネスモデルを超える必要)
 - Community 地域コミュニティ
 - Regional development 地域開発
 - Principles of sustainability 持続可能性の原則

What will be the personal outcomes of these events?

各イベントでの個人への影響は?

- ★ **Visitors 訪問者**
 - Basic travel profile 基本的旅行プロフィール
 - Origin, length of stay, expenditures, travel party size, activities, etc. 発着地、滞在期間、消費額、旅行団体の人数、アクティビティ等
 - Social psychology 社会心理学
 - Needs, motivations, intention, constraints ニーズ、動機、意図、制約
 - Nature of experience 体験の本質
 - Satisfaction 満足
 - Inheritance to return 訪問者による再訪
 - Sense of place 場所感
- ★ **Residents/host community 住民/ホストコミュニティ**
 - Volunteer experience ボランティア体験
 - Sense of ownership, celebration & place 所有感、祝賀、場所感
 - Social psychology 社会心理学
 - Physical activity & health 身体活動/健康



Alter, Getz, 2012; Hiebler, et al., 2011

What will be the social, cultural and political outcomes of these events?

各イベントでの社会的、文化的、政治的な影響は?

- ★ **Sport development & health** (スポーツ発展と健康)
 - Opportunity costs 機会費用
- ★ **Stakeholder (e.g. community) participation** (利害関係者(例えばコミュニティ)の参加)
 - Nature of host/guest relations ホストとゲストの関係の本質
 - Volunteer capacity ボランティア能力
 - Congestion/amenity loss 混雑、アメニティ喪失
 - Identity, image, place meaning アイデンティティ、イメージ、場所の意味
 - Political implications 政治的含意
 - Media coverage メディアの取り上げ



Sport Development

Whitman University
Center for Tourism Research

What will be the economic outcomes of these events?

各イベントでの経済的影響は？



After: Getz, 2012

- Financial investments
企業投資
- Economic impact (leveraging)
経済的効果 (乗入)
 - Evidence based & transparent
根拠に基づいた透明な情報提供
- Distribution
価値の分配
 - Spatial & temporal
空間的なと時間的
- Regional development
地域開発
 - e.g. capacity building
能力構築

25

Whitman University
Center for Tourism Research

What will be the environmental outcomes of these events?

各イベントでの環境的影響は？



After: Getz, 2012


- Depletion of natural resources
天然資源の減少/枯渇
 - Energy, water, food consumption
エネルギー、水、食料の消費
- Physical impacts
物理的影響
 - flora & fauna, land, air, water, etc.
植物、動物、土地、空気、水、etc.
 - Land use
土地利用
- Pollution
汚染
- On-site, travel to and from
現場で、現場への移動/移動
- Environmental strategy & policy development
環境戦略と政策の策定
 - E.g. Carbon offsets, waste management, ISO 14001, Green Building, LEED, Green Procurement, Green Marketing, Green HRM, Green HRD, Green HRM, Green HRD, Green HRM, Green HRD

26

Whitman University
Center for Tourism Research

My advice 1: Leverage

アドバイス1: レバレッジ(乗入)



(Chalip, 2006; Weed, 2008)

- Investments rather than expenses
支出よりも投資
- Targets
目標
 - communities, tourists, travel trade, media
地域、観光客、旅行業、メディア
- Temporal range
時間的範囲
 - before, during, after
事前、中、事後
- Spatial range
空間的範囲
 - Local, regional, national, global
地域、地域、全国、世界
- Strategies
戦略
 - E.g. training camps, affiliated sport
トレーニングキャンプ、関連スポーツ
 - E.g. port tourism, nostalgic sport tourism
港観光、懐かしスポーツ観光

27

Whitman University
Center for Tourism Research

My advice 2: Collaborate

アドバイス2: コラボレーション(協働)



- Sport sectors
スポーツ関連部門
 - Tourism
観光
 - Sport
スポーツ
- Governments
政府
 - National and local
国家と地方
- Institutional sectors
各種機関
 - Private sector
民間セクター
 - Public sector
公的セクター
 - Academic sector
学術セクター

28

My advice 3: Adopt balanced strategies

アドバイス3: バランスのとれた戦略の策定

Balanced focus
バランスのとれた...

- Types of sport tourism
スポーツツーリズムの種類
 - Events portfolio イベントのポートフォリオ
 - Mega/folio 大規模なイベント
 - Participation/sport for all 参加型/万人向け
 - Active Sport Tourism アクティブスポーツツーリズム
 - Nostalgia/Heritage 郷愁型/遺産型
- Scale 規模
- Targets 対象
 - Domestic & international tourists 国内/国際観光客
 - Full range of communities 多様なコミュニティ



29

Conclusions

結論

- Synergy between sport & tourism
スポーツとツーリズムのシナジー (相乗効果)
- Strong foundation in Japan
日本における強固な基盤
- Opportunity to use scheduled mega events as a spring board to a new level of sport tourism engagement
スポーツ・ツーリズムの新たな段階への跳ね板として予定されているメガ・イベントを活用する機会

30



Arigatou!
Thank you!

31

Selected References

主な参考文献

- Brown, G. (2007). The Games of the XXVII Olympiad in Sydney (2000) In M. Weed. *Olympic tourism* (pp. 137- 151). Routledge.
- Gregor, J. (2016). Host cities have long history of being saddled with billions. *Edmonton Journal*, August 4, C3.
- Higham, J., & Hinch, T. (2009). *Sport and tourism: Globalization, mobility and identity*. Routledge.
- Hinch, T., & Higham, J. (2011). *Sport and tourism development*. Channel view publications.
- Kleiber, D.; Walker, G. & Mannell, R. (2011). *A social psychology of leisure*. Venture Publishing.
- Pine, B.J. & Gilmore, I.H. (2011). *The experience Economy*. Harvard Business Press.
- Weed, M. (2007). *Olympic tourism*. Routledge.
- Willes, E. (2016). Current Olympic model no longer sustainable. *Vancouver Sun*. August 4, B5.

32

2016年8月9日

スポーツ・メガイメント 地域振興

1



スポーツ庁

スポーツ庁参事官 (地域振興担当) 仙台 光仁

1

スポーツ庁において取り組む主な課題

スポーツ庁が取り組む主な課題

- スポーツ基本法の理念を踏まえ、スポーツを通じて「国民が生涯にわたる心身ともに健康で文化的な生活を営むこと」ができる社会の実現を目指す。

わが国の国際競争力の向上

わが国の国際的地位の向上

スポーツによる健康増進

スポーツによる地域・経済活性化

- スポーツによる経済活性化
- スポーツによる地域活性化、地域の一体感の醸成 など

2

スポーツを地域資源として戦略的に活用することにより、地域・経済を活性化

スポーツを活用した経済活性化、地域活性化、いずれにも寄与する
スポーツツーリズムは重要な役割。

2

スポーツによる地域・経済活性化に向けた取組

スポーツによる地域・経済活性化のため、これまでのスポーツ自体の振興にとどまらず、**関係府省庁、地方自治体、企業・団体等と連携した取組**を始めています。

- **地域スポーツコミュニティの支援**
各地でスポーツの魅力を発信し、スポーツツーリズムの振興を促す。スポーツツーリズムの振興、大会開催等の取組を進め、地域活性化の取組を支援中。
- **文化庁・観光庁との包括的連携協定**
スポーツ庁・文化庁・観光庁は、「包括的連携協定」締結後、スポーツ文化・観光の3つの要素を連携推進した取組を推進。4月1日より開始。
- **大学スポーツの振興に関する検討会議**
大学が持つスポーツ設備や人材育成機能の存在を最大限活用し、経済活性化や地域活性化等に活用する方針を検討する会議を、4月1日より開始。

3



3

地域活性化におけるスポーツの役割

スポーツは、経済効果だけでなく、地域人様々な社会的効果も創出。



大会・イベントの開催
大会の誘致
観客集客
合宿・キャンプの誘致

【地域への経済効果】

- ・選手団や参加者、観客者の滞在に係る消費 (宿泊・飲食・観光・物販など)
- ・大会・イベント等の参加料収入
- ・付帯イベント実施の場合の事業・物販収入

【地域への社会的効果】

- ・ブランドイメージ・プロモーション効果
- ・流入人口増加・人口・観光客の拡大
- ・流入人口増加・観光客の拡大
- ・ローカルメディア・地域メディア・地域一体感の醸成
- ・認知度・誘客ターゲットの拡大
- ・観光収入の増進、後継者の雇用促進

4

Inkawa University
Center for Tour-ism Research

日本におけるスポーツツーリズム研究

和歌山大学観光学部
講師 伊藤 央二

2016年8月9日
観光教育研究セミナー@和歌山大学首都オフィス

1

Inkawa University
Center for Tour-ism Research

包括的レビュー (Comprehensive Review)



- 1) 何が分かっているのか？
(what is known)
- 2) 何が分かっていないのか？
(what is **not** known)

2

Inkawa University
Center for Tour-ism Research

研究方法



- 調査対象：1990年から現在までの日本語文献
- オンラインデータベース：
 - 国立国会図書館
 - CiNii (Articles & Books)
 - J-Stage
- 検索キーワード：
 - 「スポーツ」&「ツーリズム」/「観光」

3

Inkawa University
Center for Tour-ism Research

結果の概要

	国会図書館	CiNii (Articles)	CiNii (books)	J-Stage
「スポーツ」 & 「ツーリズム」	25	108	11	96
「スポーツ」 & 「観光」	173	244	65	1,117

107 のスポーツツーリズム関連文献
(93本の学術論文・文献、6冊の書籍、8つの章)

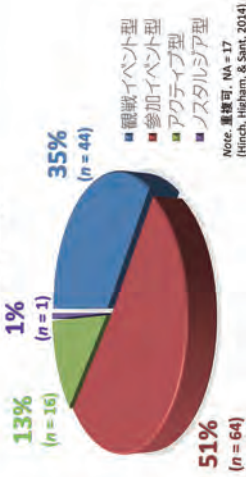
4

出版年別



5

研究の種類



6

観戦・参加イベント型研究

- **研究論文・文献 (72.0% [n = 67/93])**
- **書籍 (100% [n = 6/6])**
- 原田 (2016): スポーツ都市戦略
- 須山 (2013): 奄美大島におけるスポーツ合宿定着の地域的条件
- 日本スポーツツーリズム提構
- (2015): スポーツツーリズム、ハニダブック
- 愛知東邦大学地域創造研究所 (2015): スポーツツーリズムの可能性を探る etc.
- 二宮 (2010): 地域密着型クラブは住民の心のインフラスポーツは地域振興のキラー・コンテンツ
- 井口 (2009): テニス民宿観光地の形成過程 etc.

7

イベント研究論文・文献



8

メガイベント論文・文献の主なテーマ・キーワード

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> □ オリンピックレガシー □ オリンピック(精神)文化 □ オリンピック・パラリンピックの価値 □ ワールドカップの成果と評価 □ メガイベントの成功要因 □ リーグ観客数・スタジアム | <ul style="list-style-type: none"> □ スポーツツーリストの消費行動 □ インバウンドツーリズム □ ツーリスト選好(観戦・観光動機、満足度) □ スポーツツーリズム □ キャンプ地誘致 □ 地域活性化 |
|---|--|

①イベント、②観光、③地域

9

今後のスポーツツーリズム研究(メガイベント)

- **観戦・参加イベント型**
- メガイベント観戦者・参加者、スポーツボランティア、スポーツコミッション、スポーツイベント観戦者・参加者
- **アクティブ型**
- 宿泊を伴うスポーツ・野外レクリエーションへの参加・関心、環境・施設整備やプロモーション
- **ノスタルジア型**
- メガイベント開催地、スタジアム、キャンプ地、関連コミュニティ等への観光客、施設整備・運営やプロモーション

10

リサーチ・レガシー

- **レガシー:**
「次の世代への贈り物」(間野, 2015, p. 2)
- メガイベントを契機として、日本のスポーツツーリズム研究の知見といったレガシーを創り出し、国内外に発信すること。



学術論文の目的 (Jordan & Zanna, 1999)

11

まとめ

- 何が分かっているのか? (what is known)
- スポーツツーリズム研究の萌芽期
- イベント型スポーツツーリズム
- 何が分かっていないのか? (what is not known)
- アクティブ・ノスタルジア型のスポーツツーリズム
- 量から質への展開

メガイベントを契機として、リサーチ・レガシーを創出し、日本のスポーツツーリズム研究を**発展期**へ

12

観光教育研究セミナー 2017 Vol.1
in 東京

スポーツツーリズム2

～メガイベントが日本社会を変える～

2017年8月10日(木) 15:00-17:30

於：フクラシア品川クリスタルスクエア (港南口)
3階会議室 G

主催：和歌山大学 国際観光学研究センター、観光学部
後援：スポーツ庁、観光庁、和歌山大学観光学部同窓会「飛耀会」
和歌山大学経済学部同窓会「柑芦会」東京支部

講師



野川 春夫 Haruo Nogawa

順天堂大学スポーツ健康科学部 特任教授(2017年当時:現、順天堂大学大学院スポーツ健康科学研究科 特任教授)
1949年東京都生まれ。東京学芸大学教育学部保健体育科卒業。米国カリフォルニア州立ヘイワード大学大学院研究科体育学修士課程修了。同オレゴン州立大学大学院研究科教育学博士課程終了。1988年鹿屋体育大学助教授(1995年教授)。1998年より順天堂大学スポーツ健康科学部教授。2009年同大学スポーツ健康科学部長。国内スポーツツーリズム研究の先駆者であり、専門分野はスポーツ社会学、生涯スポーツ、イベントマネジメント。特に、1996年にJournal of Travel Researchに掲載されたスポーツツーリズム研究論文は国内外から高い評価を受けている。2005年10月より半年間2016東京オリンピック基本構想委員会副座長を務める。日本スポーツ振興センター常勤監事を経て、現在(公財)日本スポーツクラブ協会理事長を務める。

パネリスト



坂井 文 Aya Sakai

東京都市大学都市生活学部 教授
横浜国立大学工学部建築学科卒業。ハーバード大学デザイン大学院ランドスケープ・アーキテクチャー修士修了。ロンドン大学PhD。一級建築士。オックスフォード大学、UCLA等で客員研究員。国土交通省、内閣府、スポーツ庁の委員会や検討会、新宿区や台東区の景観審議会、委員会等の委員。ロンドンオリンピック会場整備についての研究を行い、2016年のスタジアム・アリーナ推進官民連携会議のスタジアム・アリーナ改革指針において座長を務める。北海道大学工学部建築都市コース准教授を経て現職。



太田 正隆 Masataka Ota

JTB総合研究所MICE戦略室 主席研究員
1981年、明治大学文学部史学地理学科地理学専攻、同大学大学院博士前期(政治学)修了。(株)国際会議事務局(現JTBコミュニケーションデザイン)にて、国際会議、展示会、インセンティブ、各種イベントの企画運営に従事。コンベンション総合研究所所長、GMT総合研究所所長(グローバルマーケティングトラベル内)でMICE及びインバンド分野の調査研究に従事。2006年の国土交通省の「国際会議、国際文化・スポーツイベント等観光交流拡大検討会」の事務局を務めるなど、スポーツMICE等を通しスポーツツーリズムのプロモーションに携わる。2013年より現職。

モデレーター



伊藤 央二 Eiji Ito

和歌山大学観光学部 講師/同 国際観光学研究センター研究員、CTR Tourism & Sports コミュニティサプリーター(2016年当時:現、国際観光学研究センターセンター長代理/同 観光学部 准教授)

<Part I >

「スポーツツーリズム序章～スポーツツーリズムの発展とイベントの役割～」

野川 春夫

皆さん、こんにちは。このようなチャンス을 いただきまして大変、緊張しております。先ほどはセンター長の加藤先生、それから学部長の藤田先生とも挨拶をさせていただきました。先ほどのご紹介ですが、鹿屋体育大学から順天堂に移ったんですけれど、順天堂大学では英語を教えるということで赴任しました。最初は総合英語を教えておりました。

それはそれといたしましてスポーツツーリズムの研究動機からお話します。私が鹿屋体育大学にいたのは昭和63年からです。昭和64年になったときに菜の花マラソンが確か1月7日だったと思うのですが、初めての調査をゼミでやろうとした前日に昭和天皇がご崩御されました。しかし翌日は菜の花マラソン大会を開催するか、しないかが全然分かりませんでした。鹿児島県という土地柄、多分中止かなと予想していましたが、予想に反してやってしまったわけです。それがよかったのかどうかは別といたしましてそういうことがありました。

ちょうど1990年から91年に当時の通産省が21世紀の産業としてスポーツと観光が次期基幹産業として非常に重要になるというふうに出されていました。そのときそんなことあるはずないとみんな笑ってました。スポーツと観光が別に変われるのか、そんな話がありました。私もどうかと思っていましたが、たまたまホノルルマラソンに2回参加していました。自分の子どもが生まれた年には必ず走ってみようという動機です。なぜ走ったかというフィニッシュシャツのTシャツが欲しかったんですね。あれは買えないのです。そのTシャツを生まれてきた自分の子どもにあげたいということで85

年と87年に走っていました。その後に89年も実は走っちゃったんです。この時からスポーツツーリズムの実証研究を手掛けたのです。

マラソン参加を考えたとき、なんで自分はあの苦しい42.195を走るためにお金がなくても行くのだろうか。非常に多くの人間が参加していてリピーターも多いのは、どういう仕組みなんだろうということを考えていました。この時期、たまたま日本スリーデーマーチという、埼玉県の東松山市で1日大体3万人から4万人集めるようなイベントが毎年開催されていました。たまたまそのイベントを主催する協会の専務理事が私の高校の先輩だったのです。その方から「おい、野川手伝え」と言われて、朝から運営の手伝いをしました。このイベントには、50キロのコースと30キロのコースと20キロのコースと10キロのコースがあるんですけど、50キロコースは大体、朝の3時ぐらいに参加者が集合して、「エイエイオー！」の掛け声の出発式をします。それでみんな出掛けるわけです。帰ってくるのが夕方の5時ぐらいです。私は、その「エイエイオー！」を日本語と英語でやるように頼まれて、「ヘイヘイホー」とか言いながらやって手伝ったというのが最初です。このイベントには、海外の参加者も多かったので英語の案内も必要でした。

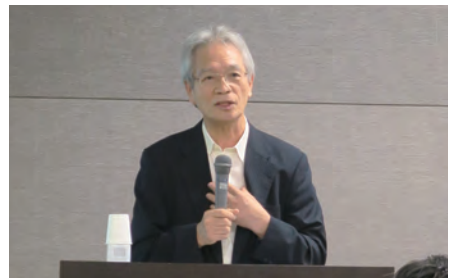
ところが東松山市は泊まる所が非常に粗末なんです。そこでの体験から、ただ走るだけとか歩くだけでも宿泊が伴った瞬間に経済の活性化を生むので全然違ってくるというのは何となく感じました。それでスポーツイベントと観光を足すと地域の活性化になるという前提条件を実感しました。本当に地域活性化になったのかということが実はほとんど立証、あるいは検証されていないんですね。たまたまホノルルマラソンの参加者調査を89年から始めていたので菜の花マラソンの調査に活かしました。その当時は、体育経営管理学講座

というゼミでして、山口泰雄先生（現神戸大学教授）と菊池秀夫先生（現中京大学教授）と、それから亡くなられた教授の池田勝先生がいたゼミでした。このゼミには大学院生の2年生と、それから大学院生の1年生、学部の3年生を全部連れて行って初めてフィールド調査をしました。そのときの大学院には今、神戸大の教授になっている長ヶ原さん、大阪体育大教授の藤本淳也さんなどいろんな方がいらっしやいます。

この調査をやった理由は、鹿児島県にはいろいろなイベントがあるけれども参加者が右肩上がりになっているのはその菜の花マラソンだけで、あとは全部右肩下がりでした。正月の第2週目の日曜日にそのイベントがあるのですが、どんな秘密があるのかを探ろうという話になりました。そういうふうにご提案したのが実は山口先生なのです。たまたま。山口先生と菊池先生と私が昼食にラーメン食べていた時、「野川さんどう思う?」「指宿に行ってみようか」という話になって、菊池先生にも入ってもらい3人で手分けして実証調査研究が始まりました。山口先生はボランティア研究をやりたい。菊池先生は地域活性化をやりたい。そして私が参加者の顧客満足度を担当することになりました。この調査研究は今でもやっています。来年になると29年目ぐらいになるんじゃないかなと思います。このようなかたちでゼミ生たちが生のデータをきちんと採るという練習をやったわけです。

先ほども言いましたようにスポーツツーリズムをどういうふうにやっていったのかなと自分でじっくり振り返ると、やはり一番はホノルルマラソン。その次に指宿の菜の花マラソンですね。ホノルルマラソンも指宿の菜の花マラソンも実は地域で課題があったんですね。ホノルルマラソンはクリスマスの大体2週間前の土曜日に行われます。クリスマスの2週間前というのはちょうど感謝祭のサンクスギビングとクリ

スマスの間で、米国人にとって一番お金が使えない時期なんです。ですからどういうふうにしたらホノルルあるいはハワイに観光客を呼べるかという、そういう仕組みを作りたいということもあったんですね。最初は心臓に持病のある人たちに歩かせるところからジョギングに移行して、その後心臓病の人だけでなく健康づくり・フィットネスブームに乗って、ハワイ以外の参加者が注目的になり急にぱっと膨らんだわけです。



同じように昭和30年のころは、指宿といいますと新婚旅行のメッカだったんです。お正月といいますか年末のときでも有名な温泉街があるのでお客がいっぱい来たんです。ところが最近温泉にも来ない、お客も来ない。どうしたらいいかということで指宿市の観光協会のほうが頭をひねりました。観光客を呼び戻す目的で始めたイベントです。その企画に乗ったのが航空会社のJALとか、そのころはANAと、それからJASというのもありましたよね。日本エアシステムです。そういう航空会社が全部相乗りして、観光とイベントを合わせたという形です。これらのイベントでは、必ず1泊せざるを得ないような日程を組みます。そういうところから始まって、われわれは調査をしているところから参加者から「あれが欲しい」、「これが欲しい」、「こうしてほしい」、「ああしてほしい」という要望を引き出しました。その調査結果を

観光協会実行委員会のところに持っていき、「こんなふうな事を参加者は希望しています」と提案すると、彼らは翌年には必ずすぐ修正します。次の年のイベントでは、いろいろなことが改善されていました。

この点が、教育委員会主催のイベントと観光協会主催のイベントとの違いなんです。教育委員会主催の場合は、ほとんど修正しない。『来られるものなら来てみる』という運営方法ですが、観光協会は参加者の立場になって、イベントの企画立案をする。そういう点で教育委員会主催ではホスピタリティ溢れるイベント運営は無理なんです。あまり言っちゃいけません、そんなふうに思っています。

スリーデーマーチというイベントは先ほど紹介したように3日間連続歩くイベントです。3日間、東松山の周辺をぐるぐる、ぐるぐる歩きまわります。50キロコースに登録すると50キロを3日間連続で歩きます。「俺の血まめこんなに破れたよ」と、お風呂の中で参加者がぐちゃぐちゃになった足の裏を見せ合って自慢し合っている光景も見られます。晩の8時ぐらいにそういう方々はもう寝てしまいます。30キロコースの参加者、20キロコースの方も3日連続歩きます。スリーデーマーチの参加者は、歩くだけです。ほとんどお金を使わなくていいわけです。参加費もそれほど高くないのです。東武東上線を運営する東武電鉄がいろいろお金を出したり、朝日新聞が予算を工面していたと思います。それからキャッシュは出せないが、バリューストアというかたちで賞品や参加賞を全部そろえてくれる各種スポンサーのいるイベントでした。

このイベントも最初は日本人がメインだったんですけども韓国と一緒にやるとか、台湾と一緒にやっていました。ウォーキングの老家本元はオランダのナイメーヘンです。本日出席されている山口志郎君（神戸大学山口泰雄教授

のご息）が多分参加したと思いますが、実はフォーデーマーチです。1日40キロ歩きます。4日間で160キロ全部歩いて最後の日はみんな「カンポー」とオランダ語で言うそうです。通常はゴール後にビールをがっど飲むそうですが、そのビールを飲んで2人死んだということでビールは最近出ないらしいです。このイベントの参加者は少なくとも3日間ナイメーヘンに滞在するとの程度の経済効果があるか調べてみたいということを知っています。

ホノルルマラソンは開催地が離島ということなので、お金がハワイから逃げないという前提で経済効果を見込んで多分設定したということが考えられました。同じように新潟の佐渡トライアスロン大会、こちらもフルのイベントなんです。佐渡島に3日間泊まらなくてはならないような日程にしています。ちょっとせこいやり方というのは言い過ぎかもしれませんが、このような設定で3日間宿泊させるとどの程度の経済効果があるかを調べました。実は、マラソンやトライアスロン、そしてウォーキング参加者はみんな疲れちゃって、カラオケにも行かないし、飲み屋にも繰り出さないので意外とお金が落ちないというのが分かりました。

あとは、東京都のやっている奥日光クロスカントリースキーという歩くスキーのイベント調査もしました。こちらも確か2泊3日でしたので実地調査をしました。離島の調査では、沖縄で1,000人ぐらいしか住んでいない伊是名島でもトライアスロン大会をやっているの、山口先生と調べに行きました。そのうち小規模イベントではつまらないからワールドカップも1994年にやってみようかと欲を出したところ、科研費に申請したら当たっちゃったんです。それで米国に約10か月行けました。ところが実際に調査をしようとするのがすごく難しいんです。その後も、ワールドカップ1998年のスポーツツーリスト調査や、オランダ・ベルギー共催

のEURO2000、それから日韓ワールドカップ2002などを対象にスポーツツーリズム研究を計画しておりました。

最初は、エコノミックインパクトスタディーズという経済効果研究がとても興味がありましたので、先行研究を調べたのですが日本はほとんどございませんでした。それで海外の文献をいろいろ調べていくと、アーチャーとかコリンなどの論文が掲載された、クーパー（C.P. Cooper）さんが編集者になっている『Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management』の1巻から3巻までの本を見つけました。この本にいろいろな良い文献がありました。これらを大体読んで研究の枠組みにしようと思いましたが、きちんとした理論は実はあまり見つかりませんでした。

エコノミックインパクトスタディーズでは、経済効果がどのぐらいあるかという結果を調べるだけです。経済効果を調べるだけで何をやるのか、実はあまり目的がはっきりしないというのが私の印象でした。インプットアウトプットアナリシス（Input-Output Analysis）や、乗数を掛けるとか、産業連関分析表等がいろいろ書いてあるのですが、これは経済学を勉強している人と一緒に研究をやらなきゃできないと思いました。その当時、鹿屋体育大学では経済学専門の先生はいらっしゃらないんです。農業経済学をされていた先生がいたのでいろいろ聞いてみると、「そんなこと知らない、俺は分からない」と言われたので、それ以上の研究を進めることができませんでした。これが多分、単科大学の弱みでしょうね。

では、総合大学であればみんなが手伝ってくれるか？実は手伝ってくれません。大学の先生、私も今、特任教授ですからかなり気楽なこと言えますが、やはりぶら下がるものが前にぶら下がっていないとみんな動いてくれない。そのぶら下げ方が非常に重要だと思いますが、そ

れはちょっと端に置いておきましょう。エコノミックインパクトスタディーズをだいぶやってみましたが、先にやられちゃったなと思ったのがユーロ96年ですね。サッカーの母国イングランドで開催されたヨーロッパ・ネイションズトーナメントです。この国別対抗トーナメントへの欧州各国からのスポーツツーリスト調査をシェフィールド大学の研究者3人が『Football came home』というインパクトスタディーをやったんです。厚い報告書でしたけれど中身は大したことはなく、そんな難しくなかったものでこれだったらわれわれもできるとすぐ思ったんです。ところが、どういう調査手順でやったかがちゃんと書かれていないんです。何人からデータを採ったという数量はどうでもいいんです。どのようにデータを採ったかが知りたいんです。ところがそれが書いていない。いわゆる調査手順のプロシージャーズをかなり端折った報告書です。そういうことをされると検証調査（Replication study）ができないので困ります。

94年のアメリカの世界カップですが、このとき米国サッカー協会は確か500億円の黒字を出したと記憶しています。非常に上手な運営方法でした。スポーツボランティアを一番上手に運営したのがおそらく、94年のアメリカ大会だと思います。この大会では、各都市に会場の立候補をさせるためにコンサルがいろいろなことを書いた資料を入手しました。イベントにおける経済効果予想ですがインフレなんですよ。ほぼ全ての数字がインフレ。そこで、よく分かったことはコンサルはインフレの数字を使ってプレゼンテーションをするけれどもその検証は絶対しないということです。したがって、コンサルが予測した経済効果がそのとおりになっているかどうかはほとんど分からない。またアメリカの大学の研究者はそういう研究をほとんどやらないというのが分かります。これはなぜかということ、お金がない、研究費がない

のです。アメリカの大学の研究者はそれほど予算がないので、全米や広い地域をカバーするような研究はなかなかできないといえます。94年はたまたま科学研究費が採択されたので米国に行き、いろいろな大学の研究者と話をしたり、コンサルのアソシエートに相談しましたが、経済効果のデータ収集は無理だと言われました。たまたま私は昔、アメリカサッカー協会でも働いていたのでアメリカサッカー協会の技術員の知人数名に頼んで何人かデータを収集を試みました。また、日本から団体の観光客が西鉄観光さんを通してくるので、日本サッカー協会とコンタクトをとって調査を試みましたが成功しませんでした。アンケート調査を試みましたが後でお話ししますが後でも見事に失敗しました。

それからあとはやっぱり研究の枠組みが知りたいと思いリーパー (Leiper) さんの書かれた『The Framework of Tourism towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry』を見つけ、古いんですけども、調査をするためには必ず概念定義から操作定義にちゃんと落とさないとデータが採れないということを確認して、研究をやり直しました。92年のイアニキス (Andrew Yiannakis) と、ギブソン (Heather Gibson) さんが発表した“Roles tourists play”という研究が多分、体育スポーツ関係では初めての研究じゃないかなと思っています。それまではレジャーレクリエーションでも少し研究されていたんですけども、体育スポーツの研究者たちがスポーツとツーリズムのことを研究するというのはなかったと思います。現在、スポーツツーリズムと言っているんですけど、スポーツツーリズムで検索すると20年ぐらい前だと出てきませんでした。スポーツアンドツーリズムという言い方でしたね。そのころは、コンピューターでの文献検索が非常に難しかったのでほとんど研究インデックスを使っているくらい調べたと思います。

それで私は何をしたかという、最初の調査研究を93年から始めて大体、毎年研究を完成させました。一番失敗したのが94年の北米スポーツ社会学学会のときに発表したときです。先ほどのイアニキス先生がたまたま座長だったのですが、発表している中に「おまえの言っていることは違う」と言われたので、発表よりも議論になってしまったというのを今でも覚えています。あとはメンフィス大学で『Economic impact of Sport-for-All Event』スポーツ・イン・ザ・シティのカンファレンスで発表したり、『Travel, Events and Management in Sports (TEAMS)』というイベントツーリズムの研究集会ワシントンDCであったので、ラウンドテーブル・セッションに招かれて発表したりしておりました。これが最初の頃の発表です。



それから、これはこちらの工藤先生との共同研究です。確か2006年頃と思いますが、北米スポーツ社会学学会で発表したものです。このころは、イチロー選手を筆頭に日本の素晴らしい選手たちが大リーグに行ったので、大リーグツアーがすごく流行した年です。スポーツツーリズムのアウトバウンド版と言えと思います。

あとは、こちらは確か台湾か韓国で発表した研究でインバウンドスポーツツーリズムを日本にどう呼ぶかという話をしました。同じようなものですが、こちらのほうは韓国の研究集会で発表したものです。これは10年前だと

思うのですけれども、確か韓国か台湾において7カ国の研究者が集まってスポーツツーリズムの発表をしました。

それからこれが北米スポーツ社会学学会で発表したデータですが全部、飛行機内で採ったものです。このときは中国人の観光客が入国するがスポーツツーリストとしてはほとんど入ってこない。これをどうしたらいいのかと、そういう発表でございます。

私は大学教員ということもあり、論文を書いてもジャーナルに掲載されないと話にならないわけです。論文が掲載されるような研究をするためにはやはり科学的なアプローチをしなきゃいけないということになると当然、妥当性、それから信頼性ということでは要は研究方法・研究手順をきちんとやらなくちゃいけない。したがって、概念定義にはかなりこだわるようにしました。それから概念定義を明確にした後に操作定義をきちんとすると、日本の研究の場合は私の知っている範囲ですと、概念定義の議論はするが操作定義までに辿り着かない傾向があります。測り方が上手じゃないという研究がかなりあると思います。

それから研究の視点というか、視座、研究の切り口ですよね。ぱっと見て面白いな、これ読んでみたいと思うような、そういう切り口、キーワードで書かないと他の研究者は読んでくれないということは分かるわけです。また、2番煎じ、3番煎じはほとんど論文としての価値がないと言われる傾向があるので、研究の視座をどう工夫するか。これがスポーツツーリズムで一番難しいんじゃないかと今でも思っています。あとほどのような方法で、どういう手順で実証研究を進めるかということを書きちゃんと書いてあげる必要があります。自分のやった研究を次につなげていきたいときに、研究方法と研究手順を書きちゃんと書いておいてあげないと次にやってみようとする人が検証できません。検証

できないというのは反復性がないわけですから、その反復性・再現性を可能にするためにもきちんと書いておいたほうがいい。私は、演繹法ではなくて帰納法から始めました。モデルがなかったからどうしてもケーススタディーにならざるを得ませんでした。今後は、母集団をどう特定するかでしょうか。

現在、1,400万人から1,500万人のインバウンドツーリストが日本に来ると言われています。1,500万人の母集団の特性は何なのかということをおある程度きちんと把握せずに、手あたり次第データを採ったらいいじゃないかというわけにはいかないわけです。そうするとサンプリング抽出方法や、サンプリングの数などもきちんと考えなくちゃいけない。それから研究には必ず限界があるので、できることとできないことを明確にして、できる範囲で何をどこまで明らかにするかというのを考えなくちゃいけないなどを、自分でやりながら何度も何度も考えたということがあります。

例えば概念定義としてツーリズムを観光としますか？あるいは旅行としますか？観光は英語で言うと一般的にサイトシーイングですね。しかし、観光はサイトシーイングだけでいいのでしょうか。旅行はトラベル、移動ですよね。では、スポーツツーリズムは何ですか？ドウスポーツに参加するトラベルですか、あるいは観戦に行くのですか？あるいはボランティアとして行くのでしょうか？

ホノルルマラソンのすごさは、ボランティアがやばいというほど集まってきます。ボランティアは、6時間声が枯れるまで一生懸命やってくれて、ボランティアTシャツとバッジが欲しいと言われていますが、それを欲しい人たちが必ず来る。ところが、その人たちは3年間続けると必ずバーンアウトする。スポーツボランティアは3年間でバーンアウトするなんてことがあったんです。スポーツツーリズムとは何で

しょうか。一番肝のところはなんでしょうかね。これがあいまいなままスポーツツーリズムの研究を皆さんしめようと叫んでも、無理だねという声が自分の中にあります。

それとスポーツツーリズムは地域活性化と結び付けられます。地域活性化とは何ですか？地域活性化の研究をいくつかあたりましたが、ほとんどの研究において概念定義も書いていなければ操作定義も書いていません。読み終わっても何だったのか、あの研究は、という論文があちこちで見られる。同じようなことが経済効果でもあります。経済波及効果がまた曲者です。この辺のところを1つ1つきちんと論理的に詰めていかないと残念ながら学際領域にならないですね。これらの研究対象を学際領域にできるかどうかというのはやはり研究者がきちんと研究しないと駄目なんじゃないかと思います。

WTOというワールドツーリズムオーガニゼーションは、スポーツツーリズムの概念的として、大体このようなことを書いてあります。スポーツやスポーツイベントへの参加・観戦・応援を主目的、主目的です。旅行して少なくともそこに24時間以上滞在する。ここで最初、私たちも「これは」と言っていました、この定義は人間のことを指しているんです。ツーリズムじゃなくて人間のことです。これは本当は、ツーリズムのことじゃないと私なんか思ったりします。日本で大変多い1日だけのイベント。それは日帰りの人、これは何と呼ぶのか。これはスポーツツーリストと最初、呼んだのですけれどちょっと違うだろうと思いました。宿泊しないのだからということでエクスカージョニストというふうには勝手に名付けました。残念ながら本来だったらこの概念定義について、ばちばちのバトルがないといけませんよ。「それは違うだろう」、「その考え方はおかしい」。残念ながらそういうディスカッションがなかなか日本では起きないのです。

一般的にはスポーツツーリズムの定義は、スポーツ参加だけでなくスポーツに関わる3つの次元におけるスポーツ+旅行=新たな観光資源となります。この観光資源ということが入ってくることを想定してスポーツツーリズムという研究をいたしました。スポーツイベント参加のための旅行、観戦のための旅行、趣味の参加。実はイベント参加者を対象とした研究が多いのですけれども一番、安定しているのは趣味のスポーツ参加です。ゴルフで1泊、ダイビングで2泊、スキーに3泊、実は趣味のスポーツ参加を昔から日本人はいっぱいやっているわけですよ。この人たちをわれわれは何と呼んでいたんだろうと思いました。スポーツツーリズムは急に始まったことではない。日本ではスポーツ合宿も盛んですので実はすごい前からやっている、概念をどう捉えてそれをどういうふうな角度から研究に持っていくかというのが多分ガイドラインとして必要と思われる。

趣味のスポーツ参加者を私はスポーツラバーと命名しました。最近面白いのがホノルルマラソンのときから感じていましたが、参加する人に付いていく同伴者が案外います。この層が増えれば増えるほど実はパイが増えて経済活動等いろいろなところに影響が出てきます。これはある意味考えたほうがいいのは、参加する人プラスアルファをこれからどのように取り込んでいくかという話になると思います。そして経済効果の話になっていきますと、この経済効果はこれもなかなか実は測れないのですが、私がスポーツツーリズムの研究をもういいやと決断したのは、経済効果ではもう論文が通らないということが2003年から分かったわけです。スポーツツーリズムの経済効果研究から新しい切り口へ、いわゆるパースペクティブを変えるか、あるいはもっと大掛かりな装置でやらざるを得ないと感じたからです。

大掛かりな装置というのはなかなか難しいで

すよね。実証研究には研究計画に穴がいっぱいあるんです。査読者は、どこでもつづけるのです。だから理論研究という言い方で、何か訳の分からないことをずっとと言っていく方が実は学術論文としては通りやすいと感じていました。鹿屋体育大学時代は、われわれがやるべきことは実証研究でデータに基づいて何か提言しない意味がない。エビデンスがないのに何を言っているのかということでした。どうしてかといいますと、スポーツツーリズムの研究領域は非常に将来性があるわけです。ワールドカップとも親和性があり、いろいろな分野でスポーツツーリズムは可能性があるからこそ言葉遊びのような研究ではいけないのです。言葉を操るだけよりもきちんとしたデータを基にして、こういう状況ではこんな傾向がありますとかいうのをきちんとして出せることがいいと確信していました。

そうすると地域の限定が必要になります。一番理想的なのは離れ小島です。また日数の限定も必要です。何か月もかける研究はできないのですが、1日のイベントでは経済効果は多分、分かりません。後から坂井先生たちもお話になると思いますが、FIFAワールドカップを94年にアメリカで調べてみました。決勝の会場であったパサデナ市とか他の開催市においてヒアリングをしましたが、ワールドカップ1カ月間でサッカー観戦者の支払った税金はどのくらいか明らかになっていません。税金のリターンが開催都市にどうかたちで入ってくるかということで実は経済効果が分かるので、税額が分からないのに経済効果を語るとは片腹痛いと笑われました。従来の変数に各種税金が加わったことから、もっと慎重に研究の枠組みを組みなおす必要と、各変数をどのような操作定義にして測定できるかたちにしなくちゃいけないかということを考えたりしました。

あとは対象者であるポピュレーションの範囲

と経済効果の算定法ですね。あとは経済活動の実態を調べる際、「あなたの財布に今、幾ら入っているの？」という質問をしたらいいですよと言う研究者がいます。しかし、現実には赤の他人からこの質問をされて、本当のことを誰が教えてくれますか？「あなたたちの資産は幾らですか？」という質問にも答えてくれません。本当のこと教えてくださいと尋ねても、教えてくれる人は殆どいないですよ。つまり経済効果でも同じことです。本当にお金をいくら使ってどんな効果があったかを聞き出すというのは容易ではないわけです。そういうことを頭に入れて研究をやればもう少し良い研究が出てきそうです。

この図はハスラー (Haeseler) さんという研究者が発表したモデルです。こんな難しいモデルは私には分からないよと言いながら、これを使って何とかしようと1998年に思っていました。そちらにいる岡安先生がこれにだまされて私の研究室に入ってしまったということなんですけれども、原著をいくら探しても見つからない。このモデルがどのくらい妥当性があるかということも多分、分からないまま発表されるわけです。こういうモデルは、一見よさそうなんですけれどももっとシンプルにできないでしょうか。研究モデルはシンプルじゃないと使えないですよ。

このヨーロッパ選手権 (EURO2000) に行っていたときのお話を後からしたいと思うんですけども、間宮さんといまして順天堂大学のスポーツマネジメントを作ったときに招聘された電通の鬼十則の信仰者なんです。この方はいろいろな素晴らしいアイデアを持っていて、野川君、これ調べてやったらいいと、一緒にやろうといったのがスポーツ施設のネーミングライトです。彼のほうから、これからはサッカーだよなと言ってきました。それまで彼はサッカー嫌いでした。興味関心はプロ野球だけだった

んです。ところがJリーグやワールドカップサッカーの人気が出てきたので、ちょっと調べに行つてこようかということでやった研究です。EURO2000の調査研究はEURO1996の『Football came home』が下敷きになっています。ここから何を学んだか。経済効果の研究しようとしてもオランダとベルギーだけでやろうとして無理だということが分かりました。その理由は、ヨーロッパは陸続きだからです。ブリュッセルとかロッテルダムで試合があったからといっても観客はどんどん移動しますので、お金の動きも流動的になる。ヨーロッパでの開催では、ホテルに泊まらない観客が4割いるわけ。みんな車や電車で移動して、中心地から離れた大きな公園で野外キャンプをして、しこたまアルコールを飲んでわいわい騒げる場所をヨーロッパの開催国は作っています。それがフットボールカルチャーみたいなものです。そこには絶対おまへは行くなとベルギーの友人に言われたので、そのキャンプ場は見えていません。ヨーロッパは陸続きだと経済効果の研究はやっぱり難しい。イギリスの場合は、離れ島です。で案外できたということで、これは問題なかった。

どうやってデータを収集するか。これが一番悩ましかったですね。なぜ調査したかということ、ヨーロッパのサッカーのチャンピオンシップで2カ国共催が初めてでした。この2年後に日韓共催があったので、共同開催の役割分担等の取り決めをオランダとベルギーがいろいろやっていると聞いたので、これは科研費にまた当たりそうだということで計画したのです。科研費は当たりませんでした。学内研究費が出ましたのでオランダとベルギーに行きました。開幕戦がブリュッセルでありました。決勝戦はオランダのアムステルダムではなくてロッテルダムでやりました。なぜあそこでやったのかよく分からないんですけども。

そのときは300万円の予算があったので800人から1,000人ぐらいデータを探りたいということで、ヨーロッパのマーケティング会社にコンタクトしたら1ケース3,000円だったらやるよという返事でした。1ケース3,000円です。日本では1ケース2,400円と言われました。ベルギーの大学に知人がいたので、カトリックルーヴェン大学の先生にお願いして400人のデータを収集してもらいました。データが1週間後に送られてきたんですけど全部、虫食いで使い物にならないデータでした。このデータでは使えないのでお金を払えませんかと言払いを断りました。虫食いのデータでは話にならないですからね。次善の策でしたが、たまたま私の後輩のサッカーコーチが大学研修でオランダに行っていることが判明したので、その彼と電話で話し合いました。協力をお願いしました。アンケートに答えてくれたらユーロを渡すという方法ではどうだと訊ねたら、「先生それは危ない。キャッシュ持っていたら襲われちゃうから他の物にしてほしい」と言われました。そこで、ヨーロッパ人は何が欲しいんだと訊いたら実はピンバッジが喜ばれると言われました。その時期は日韓ワールドカップのピンバッジは横ではなくてボールが縦に2つ並んでいるやつだったんです。サッカーに関連する人たちはお金で買えないこのピンバッジをすごく欲しがっていることを言われました。「さあ、皆さん、アンケートに答えてくれる人はこのバッジがもらえます」というプラカードにピンバッジを2個ほど刺してロッテルダムなどの中央駅の周辺を歩いていると、回答希望者がばっばと手を挙げて、850部集まりました。アルバイトの学生には、完全回答じゃないとお金は払わないと後輩は言ったそうです。オランダ人の学生が協力してくれたので、850部は全部完全回答だったんです。ピンバッジの威力はすごいですね。これは2020年オリパラのピンバッジですけども

国内では欲しい人はいないでしょうね。

2002年のピンバッジですが、一個90円でした。2002年のワールドカップでは、キリンビールがキャッシュで10億円支払うオフィシャルスポンサーでした。キャッシュ以外にそれからもうあと10億円分を確かバリューインカインドというかたちで日韓のワールドカップに提供しています。ピンバッジはキリンビールが全部作ったんですよ。たまたまキリンビールの監査役を知っていたので何とかならないかと頼んだら原価で卸すので、90円で1枚どうですと言ってくれました。学生にはアンケート1部500円払いました。1部とったら500円。そのころだから10ギルダーですよ。そんな方法でやりました。

ホノルルマラソンのときには、一番効率がいいのは参加者がチャーター便で来るので、その人たちが空港で集まったところでデータを採るのが正解だろうということでホノルル空港内にてアンケート調査を実施しました。たまたま私の知り合いがホノルル空港で勤務していたので、その人間に頼んだらアクセリテーションを提供してくれたんですよ。空港内どこでも行ってよいアクセリテーションです。また、アンケート調査への協力依頼のアナウンスまでしてくれましたので、想定以上にデータを収集できました。この調査結果を学会で発表したら、そんなにデータが集まるはずがない、このデータは捏造（ねつぞう）だと座長の先生が言うのです。この時は、思わず殴ろうかという衝動に襲われました。

空港内でデータを収集するのはすごくいいアイデアです。それはなぜかという最初の調査ではマラソンを走り終わった直後にやってみたんです。疲れてそれどころじゃないと。終わって帰ろうとするとき、もう明日にしてくれとなるんですよ。宿泊ホテルに翌日行っても、買い物だからと断られました。ほとんどデータが採

れなかったので、帰りの便でアンケートに回答してもらい羽田空港か成田空港で投函してくださいと依頼した方法はほとんど駄目だったんです。ワールドカップ1994年のときには、西鉄観光さんをお願いをしてグループツアーの帰りの飛行機便で回答してもらい、タラップを降りるときにアンケートを集めてくださいと言ってお金を渡したんですけどそれでも10%ぐらいしか採れませんでした。機内に乗った瞬間にビールを飲んだらもう全て忘れて誰も答えてくれない。だからデータを採るといのは実はすごく難しいのです。お金と時間がかかる。これがですからEURO2000のときにはアムステルダムとアイントホーフェンとロッテルダムの3会場で調査をやりました。

こういうことを何回か繰り返しながらどういう方法でやると一番データが採れるかということが重要なので、先ほどもお話ししましたように調査員はオランダスポーツアカデミーの学生延べ20人、英語、ドイツ語、フランス語等が堪能な学生。オランダ人の場合には本当いろいろいな言葉をしゃべれますのであまり問題がないんですね。この調査では5カ国語の質問票をバックトランスレーションで2回ぐらいやって、それで作ったのを基にやりました。A4、1枚半ぐらいです。試合のスタジアムの最寄りの中央駅にてインタビューで行いました。一番確実な方法がインタビューしながら相手に回答させながらどんどん、どんどん記入してもらう方法です。そうすると協力してくれる人が増えるのです。それで最後の設問まで回答してくれたら「いいですよ」と言ってバッジを渡すんですよ。アンケートを渡して回答してくれと言うと、いわゆる虫食いの回答になっちゃうんですよ。そうすると使えないのです。そういうことも考えながらやってもらいましたと理解しています。

直接消費はどうかという、ワールドカップ

アメリカ大会では日本人のツーリストは飲食費にお金を使って宿泊費が高くなっている。次いで買い物、交通費の支出ですね。こちらはEURO1996のヨーロッパ人の直接消費ですね。われわれの調査じゃなくてシェフィールド大学の調査では、飲食費と買い物が多くて、宿泊費はすごく少ないです。宿泊費にあまりお金を使わないんですね。テントで寝ちゃうとか、開催会場に泊まらないという旅行のやり方だったということです。やはり日本人とは全然違う旅行様式になっていると言えます。

体育学会で発表したときに一般のツーリストとスポーツツーリストはどう違うんですかと質問されたんです。その時、私は「一般のツーリストとは何ですか」と逆に質問をしました。一般とは何ですか？回答をもらえませんでした。ツーリスト自体がちゃんとした定義になっていないのです。一般と言われた瞬間にこちらも詰まっちゃいました。これはJTBさんのほうのいろんなデータがあったのでそれを基にして出してみました。こういうふうな直接消費しか実は分からない。本当に幾ら使ったのかは分かりませんね。

それからスポーツの試合を主として観戦にくけれども実際は毎日試合がないので、いろいろな所に行くだろうと思っていろいろ聞いてみると、やはり史跡巡りとか、歓楽スポットの回答が多かったんです。いわゆる飲み屋ですね。バーみたいな所。日本人のホノルルマラソン参加者はほとんどこれらの場所に行きません。マラソンを走る前には絶対に歓楽スポットに行かないし、走った次の日も帰っちゃうから行けないということです。EURO2000の欧州のスポーツツーリストがどのくらい2002年に日本に来てくれるかということも調べたんですね。そうすると英国人はそんなに高くはないですが、非欧州国は案外高いということが分かったんです。やっぱり北に行くほど訪日希望は低く

なりますね。

もうそろそろ最後にしたいと思います。スポーツツーリズム研究とは何なのかといったとき、現象学で終わってしまう可能性があるわけです。それを現象学ではなくて固有の学問体系として発展させなくちゃいけないと思います。ただし、どんな理論を柱に据えるかというのは議論の余地があるだろうと思います。ツーリズムは、スポーツイベントとは非常に親和性が高いということですから、観戦型だけではなく、参加型とボランティアの支えが入りますので、プッシュ要因よりもプル要因が強いと言われるわけですね。

こちらのほうは順天堂大学の工藤先生が論文で発表された理論的な枠組みですね。スポーツツーリズムあるいはツーリズム全般でもいいんですけれどもプッシュファクターとプルファクターをどのようにセットしたら観光客がリピーターになるかという研究です。プッシュファクターは、例えばハッピーマンデーが増えてきて3連休が増えましたと、どこかへ行けます。あるいはプレミアムフライデーになりました。仕事の時間がいわゆる短くなったという、プッシュ要因がいろいろあります。けれどもプッシュ要因があっても飲みに行かない、スポーツに行かない人は沢山いるわけです。なぜか？それはいわゆる魅力がない、誘い込むような誘因力がなくてお客は来ない。そうするとスポーツツーリズムの場合の誘因力は何なのか。この辺はコンテンツと場所も含めて、プルファクターという話に多分なるのではないかと思います。新国立競技場を今建設中ですが、簡単に言うとザハ・ハディッドさんの案のほうが僕は好きです。あの斬新なスタジアムに行ってみたいと思います。隈さんのデザインは単なるスタジアム、どこにでもあるようなスタジアム。これはお客から見ると1回行ったらもう十分になるから、施設型としては困るわけです。

観光資源の場合、どうやったら2回、3回と行きたいかを創り出します。オーガスタのマスターズゴルフコースですが、あそこは年に2週間しか一般市民は見られません。一般の人は会員にはなれないしゴルフもできない。同じようにイギリスのウィンブルドンのセンターコート、第1コートではありません。センターコートも2週間しか見せない、2週間しか入れない。だからこそ聖地になってみんなが行きたがるのです。聖地だからといって別に素晴らしいものがあるかどうか、それは人によって感じ方が違うかもしれませんが、そういう魅力をどのように醸し出すか。

あと日本人がよく言うおもてなしで本当にリピーター率は上がるのか。どんなにおもてなしがよくてもいわゆるプルファクターの魅力がなければ人は多分来ないだろう。特にこの魅力の中で私が言いたいのは、日本のスポーツ施設はアメニティが少ないですよ。快適性が、これが多分すごく弱いと思います。新幹線にこれから乗られる方はいらっしゃると思いますが、新幹線のプラットホームに座る椅子は充分ありますか？顧客を立たせているんですよ。いろいろな荷物を持って大変な人が多いのにエレベーターがちゃんと設置されていない。旅行客の立場にたつてのホスピタリティとアメニティが欠如している。アメニティをどう作るかというのは多分、非常に重要で、それを考えていくとスポーツツーリズムに止まらずMICEという研究の枠組みになるんじゃないかと思われま。

英語で書いてしまっていますが、皆さんお分りですよ。来年から2022年まで極東アジアにおいて冬季オリンピック、ラグビーのワールドカップ、東京オリンピック、関西ではワールドマスターズゲームズ、そして北京のウインターオリンピックゲームがあって、これがこの極東地域にかたまって開催されるというのは初めてなんですよ。この機会をどう使うかを多

分、日本だけが考えていてもしようがないので、開催3カ国で連携して旅行の利便性とか値段とか交通費などを工夫できるとよいですね。3カ国に台湾を加えて4カ国でできるかというぐらいいの、そういうパースペクティブがあってもいいのではないかと思います。日本はツーリズムネーションになり得るのか？なると思います。いろいろな面白いカルチュラルトラディションがあるからです。

スポーツ合宿だけではなくて剣道とか柔道などの稽古体験もあります。柔道であればやはり道場で練習をする、朝稽古をする。これはカルチュラルエクステンジになります。さらに段位が取れば海外の参加者は大喜びですね。そういうものを上手に絡めていけば1年間を通していろいろできると思います。日本には自然や温泉もある。アメニティ面の充実とコンベンションを設定するなど打つ手はあります。海外の旅行者にとって、一番高いのは多分、公共交通費だと思います。シドニーオリンピックでは、入場券を持っているとほとんどの公共機関（電車とバス）が無料でした。ああいう仕組みを作るとツーリストにはありがたいですね。さらにもうちょっと広げてユーレイルパスみたいなものを安価な周遊券作るともっともって行動範囲が広がるので、国の政策になると思いますが、このような提案をぜひともやっていったらいいんじゃないかと思ひます。

私のお話はこれぐらいにさせていただいて、雑ばくなお話ですみませんけれども終わりにさせていただきます。どうもご清聴ありがとうございます。

伊藤: それでは第二部を始めさせていただきます。パネルディスカッションのテーマは「スポーツツーリズムの持続的発展に向けての要因とプロモーションを考える」でございます。野川先生からのお話にもありましたように、2019年にラグビーワールドカップ、2020年に東京オリンピック・パラリンピック、そして2021年にはワールドマスタースゲームズ関西というメガイベントが日本で3年連続で開催されます。そのため現在では、スポーツツーリズムという言葉が日本ですごく脚光を浴びておりますが、これが一過性のものにならず持続性を持ちながら発展していくことが求められております。そこで本パネルディスカッションでは、メガスポーツイベント後のスポーツツーリズムの持続的発展に向けた重要な要因、野川先生はこちらを基調講演で誘引力と呼んでおりましたけれども、そちらの要因とそのプロモーション方法を議論したいと思います。

本ディスカッションには、パネリストに坂井文教授、太田正隆研究員をお招きしました。東京都大学で教鞭をとられる坂井教授は、都市計画がご専門ですが、スポーツに関しましても、ロンドンオリンピック会場整備についての研究等をこれまで行ってこられました。本日は、坂井教授が座長を務められましたスタジアム・アリーナ推進官民連携会議のスタジアム・アリーナ改革支援についてお話いただきます。もうひとつのパネリストのJTB総合研究所主席研究員である太田先生は、これまで国際会議、展示会、インテンシブ、各種イベントの企画運営に従事されてこられました。また2006年の国土交通省の国際会議、国際文化・スポーツイベント等観光交流拡大検討会の事務局を務められるなど、スポーツマイスを通しスポーツツーリズムのプロモーションに深く携わってこられました。本日は、そのスポーツツーリズムのプロモーションについてお話いただきます。

それではまず坂井文先生、よろしくお願ひ致します。

「これからのスタジアム・アリーナ」

坂井 文

皆さん、こんにちは。坂井でございます。どうぞよろしくお願ひいたします。座って失礼させていただきます。私は、ご紹介がありましたように専門は建築と都市計画でして、建築や都市をつくり、マネジメントしていく研究をしております。本日は、要因とプロモーションということで、ここにもありますようにスタジアム・アリーナというのが起爆剤になるかと考えています。スポーツツーリズムを持続可能に展開していくにはどうしたらいいかというようなことを考えておりますので、そのお話を少しさせていただきます。

先ほどご紹介がありましたけれども、スポーツ庁のスタジアム・アリーナ改革推進WG座長ということで、次にご紹介しますスタジアム・アリーナの改革推進というのを作りました。皆さまご承知のこととは思いますが、2016年に政府が発表しました日本再興戦略に、スポーツを成長産業として現在の3倍規模の産業にするとということがあります。もちろんこれはスタジアム・アリーナといったような施設だけではなくて、スポーツそのものの産業ということですのでいろんなところを含んでいます。ここにもありますように、飲食・宿泊・観光を巻き込んで地域活性化の起爆剤となることを期待するというのでスポーツ庁のほうもいろんな取り組みをしています。その先駆けになりましたのが、このスポーツ未来開拓会議。会議の下の組織としてこのスタジアム・アリーナ推進官民連携会議というものがセットされました。またその下のサブ組織として、スタジアム・アリーナ改革ガイドブックを作ることが取り組まれました。その指針を託されたのが先のワーキンググループでございました。もう一つのワーキンググ

ループである資金調達・民間資金活用が作った指針と活用方針を一緒にしてガイドブックというものが昨年度末、ホームページで全て見られるようになっております。

私が担当したこの改革指針のほうについて少しお話しさせていただきます。スタジアム・アリーナと申しましても公共のものと民間のものがございますが、多くは公共のものです。公共のものは大体国体を機につくった施設で各都道府県にあるというような形になっています。スポーツは教育ということもあって、国体の時に使われる施設は市民利用を中心に考えられており、いわゆる経営とか運営といったことよりも市民の皆さんへの公共サービスという側面が強い施設でした。指針は、スポーツ施設の固定観念とか前例主義、いわゆるお役所の方々の考え方を考えようというのが出発点でございました。民間資金を入れる民間活用を取り入れて、またスポーツチームみたいな民間組織も少し参画するような、スタジアム・アリーナのあり方というのはどんなものだろうか、というような指針を作るということでございました。いうなれば官民の新しい公益ということで、この辺りもいろいろとワーキングの中では議論になりました。多くが都市公園の中にある公共財産として、今までは市民活用が主な役割でありました。民間投資や、スポーツチームの関わりのあるスタジアム・アリーナがこれからも出てくると思いますので、新しい公共といったところをどうふうに考えるのかというようなことも議論しながら、この改革指針を作りました。

目的の1つは地域活性化です。これは先ほどの野川先生のお話の中でもどうやって進めるのかというところで議論しているところでもあるんですが、ポイントとしてはスマート・ベニューの考え方があります。これは今政策銀行のほうで議論しているものですが、民間活力、街なか立地、高い収益力向上、エリアマネジメントというようなことを考えた多機能複合型のスタジアム・ア

リーナを目指すということです。エリアマネジメントというのが少し聞きなれない言葉かもしれませんが。今まで都市開発といいますと単体で建築物を1つの敷地につくるといことが多かったです。しかし最近は、例えば本日皆さんが品川の駅を降りられて、グランド commons という非常に大きな緑を真ん中にした両側にビルが並んでいる一角に気づかれたと思います。それぞれのビルには、キャノンとか大林とか、いろんな会社が入っているんですが、真ん中のグランド commons の所は誰でも気軽に下りてきて、たばこを吸うところもあるし、ランチタイムなんかはあそこで皆さん座って食べていらっしやる。それぞれのビルがそれぞれのビルのことは面倒を見るのだけれども、そこに通ずるペDESTリアンデッキなり、グランド commons という緑のところは、皆さんでマネジメントしていきましょうというようなことが多くの巨大都市開発では現在行われています。丸の内についてもエリアマネジメントという考え方をを使って、それぞれに再開発を進めるのだけれども、そのエリアのプランディングを高めるためにエリア一体でマネジメントしています。このエリアマネジメントということが昨今都市開発とか都市計画の中でも大きな話題になっています。



ではどうしてこのスタジアムとエリアマネジメントかという、スタジアム・アリーナの建物をつくることによって、周りの産業も良

くし、持続可能に発展していくことを考えているからです。そうすることによって、その地域一帯が継続的に活性化するというようなことをこれからは考えていかななくてはなりませんということです。あまり言いたくない言葉ですけれども箱物行政みたいなことでつくられていたスタジアム・アリーナといった考えではなく、周りの地域を一体的に考えていくためのスタジアム・アリーナをこれからつくっていきましょう、ということです。当然それは地域のシンボルになるでしょうし、新たな産業の集積の核となる。つまり、このスタジアム・アリーナを中心として他の産業も呼び起こすような、そういったエリアをつくっていきましょう、という広くまちづくりに寄与するということをこの改革指針の中では強く推しております。当然、経済活性化ということも目標に入れておまして、今まではどちらかというと市民利用が多く行政サービスとして行政が管理しコストもかかっていたのですが、これからはフロフィットセンター、そこから利益を収益力を付けた施設にしていかなきゃいけない。「観る」ということを楽しむということを付けたサービスを提供する施設にならなくてはならない。今まではどちらかというとスポーツを「する」、市民の方がそこで趣味のスポーツをするということだったのですけれども、これからは収益性を高める、観るという観点も付けていこうということです。この改革指針についてはホームページを見ていただくと、事例が海外のもの、日本のものを含めてたくさん載っております。ここから先は少し事例ということで私が調査研究しているロンドンのお話を少しさせていただきたいと思います。

ロンドンといえば2012、もう5年前になってしまいましたけれども、ロンドン・オリンピック・パラリンピックが行われました。この時はパラリンピックが非常に大盛況で、もちろ

んオリンピックもそうでしたが、パラリンピックにお越しいただいた方の人数が過去最高となりました。インクルーシブ・デザインや、レガシーという言葉（東京オリンピックで皆さん聞き覚えがあると思いますが）がキーワードでした。ロンドンオリンピックの際には2012年の開催後の利用についても非常に注意深く計画され、レガシーを残したオリンピックとしてよく言われるものでございます。もともとはこの主要会場は、川を中心にした荒れたエリアでした。工場がたくさんあり不法投棄も多い、非常に汚い川でしたがオリンピックを契機に都市基盤整備を進め、今は公園になっています。オリンピック後は、スタジアムも少し規模を小さくし、つまり減築（減らす築と書きますが）をして規模を縮小させました。また仮設の施設は取り壊したりして周辺は今住宅開発が進んでおります。現在は驚くほど多くの工事が進んでいます。これは選手村のすぐ横で今行われている住宅開発。これはスタジアムから見た横が住宅およびオフィス街です。これも自転車競技場のすぐ横に住宅開発。先ほどの公園の横にも住宅開発ということで、多くの住宅開発がなされています。

こういった今の開発を呼び起こした最初のマスタープランが優れていたのです。また個別の建築物についてもデザイン審査を受けた、質のいいデザインのものになっています。オリンピック実行委員会は、全ての施設を計画する責任者として、安全、サステナブル、平等と多様、レガシー、デザインとアクセシビリティという大きなコンセプトを打ち立てていました。また同時に、個別の建築物については、CABEという組織によってそのデザインが審査されました。先ほど申し上げたインクルーシブ・デザイン、サステナビリティなデザイン、そしてレガシーという点をポイントとして、全施設およびマスタープランという全体計画を、33回

の審査会を通してそれぞれの計画者に対してレビューを行ったということです。

事例を通して、このサスティナビリティという観点について紹介します。皆さんご存じのようにオリンピックの時には一気に何万人という方がいらっしゃる。敷地の中心を川が流れているので、橋を架ける必要があるのですけれども、一気に多くの方が通るためにはそれなりの幅員、幅が必要でした。しかしながらその後は、そのように大量の交通量はないこと、一気に1万人も来るということはずまいことがわかっていました。よって最初から、これは2012年以前の計画の時に描かれていた絵ですが、オリンピックの後には減築して幅を半分にするという計画をしていました。おとし行っただけに工事をしていましたけれども、減築して橋を半分になっている写真でございます。サスティナブルな会場整備ということがわかるかと思えます。

インクルーシブというのは、身体障害というハンディキャップもそうですが、多国籍、非常にグローバルな都市であるロンドンおよびイギリスにおいては、民族が違う、宗教が違うということも含んで、このインクルーシブ・デザインという言葉のほうがよく使われています。例えばいろいろな宗教の人がやってくる場所で、特に1日5回もお祈りをしなくてはならない宗教もございまして、礼拝所をつくることを含んだインクルーシブ・デザインが非常に重要視されました。また公園のカフェは、悠々と大型の車いすの方も入れるようなデザインになっているし、入り口は全く段差がないのは当然ということです。こちら施設の中では、車いすの方でも健常者のお母さまとか恋人と一緒に来ることもちろんあり、健常者の方の椅子と車いすの場所が隣り合うような計画を立てた例です。こういったことは、デザイン審査会の時にもう少しインクルーシブなデザインになりませんか

というような審査結果を出して、設計事務所設計変更をしたということになります。

ここからは既存のスタジアムについての話です。ウェンブリー・スタジアムは、フットボールの好きな方であれば大体知っていらっしゃる有名なスタジアムです。スタジアムはロンドンの地下鉄の駅から数分の距離にあり、スタジアムに行く途中はホテルがたくさん立ち並んでいます。近年、地元の役所もスタジアムの前に庁舎を新築したほど、現在、周辺の都市開発が進んでいます。スタジアムの駅とは逆の方向に行くとは今度はショッピングセンターです。つまり、ホテル、ショッピングセンター、スタジアムが立ち並び、まちなかがきれいに整備されている。オリンピックの会場となった既存のスタジアムは何箇所かありますが、ウェンブリーはオリンピック後に一番地価が上がったまちとなりました。今この住宅開発が非常に人気だそうです。都市計画や建築の視点から地域活性化を評価する際には地価の上昇がひとつの評価基準になります。地価によって固定資産税が決定されるため、自治体の財源が少し潤うということにもなります。

このような都市開発が連鎖的に起こるということは、スタジアム・アリーナを中心に都市開発をどういうふうに誘引するのかを考えるうえでは参考になります。スポーツツーリズムとは異なりますが、スタジアムに観戦に来た人がホテルに泊まり、ショッピングモールで食事や買い物をするという意味では参考になるかもしれません。雑ぱくになりましたけれども、私からのお話は以上です。

伊藤: 坂井先生、ありがとうございました。それでは続きまして、太田先生、よろしくお願ひします。

「スポーツ・ツーリズムの持続的発展に向けての要因とプロモーションを考える」

太田 正隆

太田と申します。よろしくお願ひいたします。ちょっと私は立ってお話をさせてください。簡単に自己紹介をいたします。JTB総合研究所というところでMICE戦略室の研究をやっています。40年ほどこの商売をやっていて、いわゆる旗を持って一般のお客さまを連れて添乗員をやってレジャーで回るということはほとんどしたことがありません。実際には何かというと、企業のインセンティブであったりとか、それから国際会議のプロデューサーをやったり、あるいは展示会を実際にプロデュースしてやったりとか、そのようなことをやっていました。それからスポーツイベントであれば空手トーナメントとかで、少し旅行の部分もさせていただいたきました。いろんなことをやっているうちに、その頭文字を集めてくるとMとIとCとEということでMICEということになった次第でございます。ということで、最近はいわゆる現場のプロデューサーというよりは、どちらかという坂井先生がやられている都市計画の中の例えばコンベンション施設の建築とか、それからそれをどういうふうな性能をアップさせるのかということをやっております。僕は新築とか改築とか増床といったところの審査員をさせていただいたりもしております。いわゆるIRのところには必ず今、プラスMICEが入らなければいけないということもありまして、そんなようなところでそちらのほうのいろいろお手伝いもしていますので、最先端の都市づくり、まちづくりみたいなことのお話をさせていただいております。

実際に野川先生のお話の中でツーリズムかツーリストかという、私のこれからお話するところはツーリストの目線で最終的にツーリズムになる流れになるのかなというふうに思います。ツーリズムの立場ということで、皆さんよくご存じ

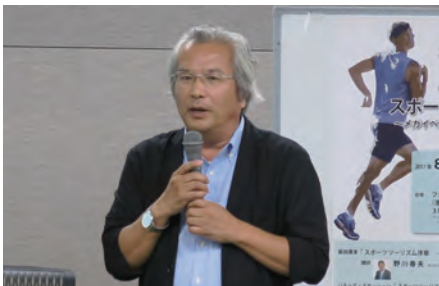
の「みる」とか「する」とか「ささえる」とかという3つのスポーツがあります。これは早稲田の原田先生がずっと提唱されています。「みる」スポーツをツーリズム、旅行会社の立場で言うと、家で観られちゃ、ちょっと困る。やっぱり行って観てもらわないと困る。それから、「ささえる」スポーツだったら指導するとか支援するというようなものです。「する」スポーツでいくと、参加する、競技する。競技はまさにアスリートですよね。参加するのはアマチュアも含めてみんなで参加してみると、参加していただいたほうがツーリズム、あるいは旅行会社の立場からいうと非常に効果的であり、期待したいということになります。

「みる」スポーツの行って観る、あるいは家で観るということと言うと大体こんなようなキーワードが出てきます。プロスポーツに関してはわれわれはプロになるわけじゃないので、これはわざわざ行って観ないと、家で観てもいいのかなという部分もあります。でも、そうはいいながら実際に観ると臨場感とか一体感とか、あるいはインパクトとか、先ほどから出ている開催地の魅力ですね。そこに行って試合が終わったらすぐ目つぶって家まで帰る。そんなことはあり得なくて、どこかを周遊するというようなことも絶対あるというのがツーリストの立場です。ツーリズムの旅行会社の立場としては、いろいろ行ってもらわないと商売になりませんというふうになります。

「する」スポーツというところではいくと、こんなようなキーワードがあります。もちろんアスリートですから記録とか威信をかけてやるというのは当然なんですけれども、われわれは単なる事業者としてツーリストとして行くんでしたら気軽に行きたいし、経験があったらそのスポーツを観たい、あるいは観たこともない斬新、あるいは遊び感覚のようなものを経験したい。私も最近ちょっと変わった靴を履いているんですけど、健康志向でありたいとかですね。そういうようなことで、最近はレンタルとか現地で調達できるようなどこ

ろが普通にありますので、非常にお気に入りのある観光がでてくるかなと思っております。

「ささえる」スポーツでは、これはツーリズムという部分に行くときに本当に専門家ばかりなんですけれども、ツーリストの立場で行くと、先ほどの野川先生のお話にあったようにボランティアという立場でもすごい、例えば東京オリンピックですと8万人ぐらいのボランティアが必要になります。それはわれわれでもいろんな立場でも参加できるのかなということになるし、それが支えるスポーツの一つになるということになるかと思えます。スポーツツーリズムの持続的発展のためには、私は本物の研究者ではなくて、若干大学等で教えていますけれども、やはりなんちゃって研究者みたいなもので、ツーリズムの立場で言うと家で観られちゃ困りますのでなるべく外に来てほしいと思います。地域の側からすると魅力をつくりながらまさに押すんじゃなくて引っ張り込むと。プル要因という開催地の魅力をつくっていくという立場になりたいと。だから競技するアスリートよりは、気軽、お手軽、遊び感覚で参加する、いわゆる開催地のほうの支援をしていく。指導する方々の分母は小さいので、支援するボランティアのお話をしていきたいと、いうふうに考える立場であるのかなということになります。



私は学部の際は人文地理、地理学、文化人類学を勉強していました。坂井先生と真逆で大昔の村の中の結いとか共同とか共同作業だとか、

そういったもろもろを研究していました。それと、大学院では政治学、実際には自治体のあるべき姿とか、どうやったら限界集落にならないのか、そんなようなことをやっていました。今たまたまそういう立場でいろいろ見聞きすることが多くてちょっと助かっているかなと思います。こういうところでいくと、この開催地の魅力というのは、私の場合は今の坂井先生のお話に、都市の中に拠点となるハードをつくるというよりは、ものすごく田舎の何も無い所の資源をどうやって使ってもらいましょうかという立場で最近では立つことが多いです。そうはいいながらMICE施設とか、IRとか最先端の話題にももちろん参加することも多いですけども。

じゃあプロモーションをどうするのかという、これは継続しなければいけないということで、先ほど野川先生も含めて皆さんご指摘していますね。何か仕掛けがないと、Tシャツ1枚でもそこに行くとそのTシャツがもらえる。逆にそこに行かないともらえないということでわざわざお金をかけて行くというようなことも必要でしょう。ボランティアをするのに別にお金をもらわない、自分でお金、小腹を切って行くような、そんな方式もあります。それから簡便性ですね。要は手取り早く、じゃあこれから皆さん行きましょうかといったときに参加できるような、道具が要らないとか、あるいは道具が現地で調達できると。そんなことをやっていくとツーリストのあり方に持続性がでてくるのかなと思います。それから周遊性ですね。観るとかいろいろあります。実はJTBは『るぶ』という雑誌があります。これは、「みる」「たべる」「あそぶ」の頭じゃなくてお尻を取って『るぶ』という雑誌になっています。取りあえず知らない方が多いんですけども。こういうことで周遊したら、結局行ったら何がメインだったかよく分からないんですけども、取りあえず楽しかったというようなことを思っただけければ、さらに次に今度は食べることと観ることを少し主体としようとか、参

加しながら食べるかということも当然できます。

例えば、歩くとか走るとか漕ぐとか泳ぐとか、これだけスポーツに通じる部分が結構あります。皆さん、大体歩くとか、それから滑るといふとスキーとかいろいろ思い浮かべるかと思ひます。それなりのキーワードでいろいろなスポーツがあります。日本スリーデーマーチは野川先生にもご紹介いただきましたけれども、私は今埼玉県、このまちの近所に住んでいます。今年で40回だそうす。既に参加国が30カ国以上で、参加者が8万6,000人。40年間続けてこれだけ大きくなりました。まだまだ続きます。一つ仕掛けとして国際マーチングリーグ、いわゆるスリーデーマーチという歩く大会が世界中にあるそうす。23カ国、27大会指定されて認定されています。ここを8大会歩くと国際マスターウォーカーの称号がもらえる。これはお金じゃ絶対買えません。8回、20キロ以上歩かなきゃいけない。そんなようなことの仕掛けをつくっているということで、地味ですけども埼玉県の東松山は国際的な大会になっています。あと、これは最近流行っているロングトレイルです。北海道から南のほうまでいろんなところでロングトレイル、これはハイキングコースじゃないかとちょっと思ったりもしますが、いろんなやり方をやっていますね。要は歩きましょうということです。

それから走る。これは皆さんご存じの東京マラソンです。来年2月にあります。2017年の今年の大会だと申し込みは30万人、出走者が3万6,000人、観客数が100万人です。まさに観るとか、実際アスリートではなくても出るとかです。そうはいいながら、もちろん実際にアスリートの選考会も兼ねているということで100万人の動員数も出るような突き抜けたブランドになっているということです。先ほど言いました、食べると走るを一緒にしている大会も

あって、これはたまたまなんですけれども、今年あるそうす。お調べしたらスイーツもあるそうす。現地の周辺で作っているいろんなスイーツを食べる。お水を取るように取って食べながら走っていくというようなことです。これは結構ありますね。スイカマラソンとか、あとカラーランとか、いろいろなマラソンがあります。これはまさに、別にこれで世界記録を出したってという内容ではあります、ただモチベーションを食べ物で釣るとか、そのような仕掛けがあるということになると思ひます。漕ぐというところでいくと、埼玉県ではツール・ド・フランスのブランドを使ってさいたま新都心でやっています。あと、サイクリングという四国の愛媛ですけども、埼玉もそうすし、水上のラフティングで漕ぐとかもあります。あと、四国全体でコグウェイもあります。漕ぐ道ですね。漕ぐも自転車を漕ぐとか、ラフティングでカヌーを漕ぐとか、いろんなものがある。滑るところですと、皆さん、スキーとかスノーボードを思い出したと思うんです。これはキャニオニングというもので、何年も前から結構流行っています。私はやったことはないんですけども、結構怖そうですが面白そうすね。こういう滑り落ちるようなものもあるということになります。

広域事例としては、群馬、新潟、それから長野の一部でやっている雪国観光圏というところがあります。観光客来てくださいということだけではなくて、雪国を旅しましょうとか、ここでいろんなメニューを作っています。スポーツが中心ではないんですけども夏も冬も来てくださいという、そんなような仕掛けをしているということになります。そろそろエンディングにします。

じゃあ私自身はどうだったかという、これは17歳です。今とはちょっと違ひますが、これは本人なんです。これは明日香の石舞台で

す。神戸まで船で行って、大阪、京都、奈良へ行って、紀伊半島を下がって新宮でそのまま串本まで行って戻って、ずっと東京まで約1,300キロぐらい。昔は漕げましたが、今はもう無理です。疲れちゃったらどうするかというと、自動車の上に自転車を積んで。アクセサリーです。昔は健全なサイクリスト。その後、四国のしまなみの所にちょっと乗りに行きました。現在はちょっと疲れたオートバイを大人買いついて今は同じ二輪でもこういうふうになっていきます。体格も全然違います。昔は、友達が少ないので山も1人で行っていました。これは最近では、つい先週学生を連れて品川の東海道五十三次の最初の宿場をずっと歩いて、この辺を12キロ歩きました。お金はあまりかからないですよ。こういうふうになってくると、それなりにちょっと形は変わっても、ツーリズムなのか、あるいはスポーツなのかちょっと分かりませんが、というようなことになってきます。

まとめにはいます。どうしても学校でやっているスポーツから地域スポーツになりにくい。この時に柔道をやっていました。会社に入って、じゃあ帰りにちょっと柔道をやろうかと冗談で言ったんですが全く冗談に聞こえない。ばかか、おまえはと言われ、柔道をやることはなかったです。ですからすぐにきっぱりやめました。競技スポーツから生涯スポーツ。アスリートで一流選手になればいいんですけども、なかなかそれは数が少ない。そうすると生涯スポーツになりにくい。できれば地域スポーツがあって、そこで生涯スポーツができるようになるのもっといいのかなと思います。それらを体感とか体験とか経験するようなものを含めたスポーツツーリズムというように形にシフトするんじゃなくて、間口を広げるということにしていくと、スポーツツーリズムがより広範囲に広がっていく。あるいは深く、長くというふ

うにつながるかなと思います。ありがとうございました。

パネルディスカッション

伊藤: 太田先生、ありがとうございました。それでは坂井先生、太田先生のプレゼンテーションを受けて、野川先生からコメントをよろしくお願いたします。

野川: 大変僥倖ではございますが、コメントをさせていただきます。坂井先生のほうでご紹介されたロンドンのオリンピックスタジアムあるいはオリンピックパーク、それからウェンブリー・スタジアムとか、あるいは今回はありませんでしたがウィンブルドンのように非常に魅力的な所がございますよね。そこはまた地域で再開発をして地域住民のためにされているのでしょうか。それとも、いわゆる観光ツーリズム的なものをやっていくということをしているのか、その辺りをちょっと教えていただきたいです。それからもう一つは、デザイン審査等ということで、いわゆるインクルーシブ・デザインという形でわれわれからすれば忘れがちな社会的弱者といえますか、そういう方々に対しての施策とかそういう仕掛けというのを、ストーリー性を持たせてどのようにされているのかを教えてくださいたいと思います。エリアマネジメントというようなことなので、基本的にはその地域の課題解決だと思います。そういうのをご覧になっ



て、例えば和歌山だったらどのような課題解決が必要になるかというのを伊藤先生がお聞きしたいと思いますが、その辺のところもお願いしたいと思います。

太田先生のほうは年齢が私も近いので、そういえばああいう髪の毛とラップズボンをはいたこともあります。周遊性というのがどういふふうに海外から来る人たちに、日本人でもそうかもしれないんですが、中国とか韓国とか台湾とか、日本人は1カ所にとどまらないで1日でどんどんあちこちに行きますよね。そういうある意味での周遊性ではありますが、もうちょっとゆっくり一箇所一箇所行ったほうがいいのではないかなというふうなのが、逆に継続性とどんなような関係になるのかなというのが一つです。あとはやはり体験をどんどん勧めるということでしたが、スポーツというところからさらにヘルスという健康、あるいはウエルネスというそういう観点のところが入ってきて非常に社会的には異なるではないかと思っています。それをもう少し深めると今度はヘルスツーリズムのところにも入って行って、非常に日本の場合にはいろいろな仕掛けができると思いますので、スポーツ&ヘルスツーリズムのところのお考えなんかもお聞きしたいなと思いました。

坂井: はい。ありがとうございました。3つほど頂きましたけれども。まずは再開発というか、魅力づくりが地域住民のためかツーリズムかというところで、オリンピックのメイン会場についてお話しさせていただきますと、実は両方というのが答えではあります。実はここのエリアは非常に寂れていたというか、deprivedという言葉が一番当てはまる荒廃していたところでした。住まれていた方はどちらかという社会的弱者の方、低所得者の方がたくさんいた場所です。そこがオリンピック会場になった時に、一番地元の自治体およびロンドン市、国も心配したのは、そういう方が住めな

いような場所になってしまう、ジェントリフィケーションが起こるのではないかということです。きれいになったはいいけれども、もともと住んでいた方はどこへ行ったのだろうか、みたいなことが起きないようにというのは2012年が決まった時からずっと心配されていました。政策的には、そうした住民が住める住宅もつくりながら新規の住民のための住宅もつくるのが進められました。会場は公園になりましたが、最初の計画する時から地域の自治体は、今まで住んでいる住民による税金は一切払いませんとしていました。公園は維持管理が結構かかるのですが、その維持管理費を新たに入ってくる住民への特別税で負担するしくみにしています。最初に公園をつくと計画した時に、地域住民に負担がないように持続可能な仕組みを考えだした政策です。

ツーリズムという点で言えば、実は私もオリンピック会場をつくっている時から驚いたことがあります。ストラトフォードという大きなターミナル駅が一番最寄りの駅なのですが、降りた瞬間に皆さんが目にするのは巨大なショッピングモールです。ショッピングモールを通らないとオリンピック会場に行けない計画になっているのです。でも、そのショッピングモールの中にもちゃんとオリンピック会場を一望できるようなテラスが設けてあったりして、うまく使っているのです。今でもオリンピック会場に調査しに行くときにはそのショッピングモールを通って行かざるを得ないのですが、いろいろな意味でツーリストが使えるような機能、食事や買い物という場所があるということになります。

インクルーシブ・デザインについては、ロンドン市はオリンピック会場のみならずロンドン市内で観光客がたくさん行くような、例えばテムズ川沿いのプロムナードと呼ばれる遊歩道では、日本でいうところのバリアフリーというインクルーシブ・デザインをしています。これはある意味当たり前前の取組みでもあります。特筆すべきは情報開示

です。ITを使ったインクルーシブ・デザインです。私も初めて知りましたが、車いすの方とか目が見えない方とか、皆さん、ある場所に行く前に多くのリサーチをする。そこで、そのリサーチするための情報を送り出すという情報基盤の構築をロンドン市は行ったのです。例えば、最寄りの駅を降りてから目的の施設までの写真がシームレスに掲載されているHPでは、ここはちょっと段差があるのでこちらから行ってくださいみたいな写真と注意書きがあります。またレストランとかショッピングモールがグループをつくって、それぞれの施設でお茶を飲むとき、ご飯を食べるとき、泊まるときに、うちはどんなような施設でどんなふうにインクルーシブ・デザインに対応していますというような情報開示をまとめてしているホームページがあります。施設に行く前のプランニングの時点で、食事や買い物のプランができるようにしている。つまりストーリー性を持って弱者の方の旅行をサポートする情報開示と、都市においてスムーズな移動ができる施設の整備がされているということです。日本はどちらかというと都市整備はある意味得意ですが、この情報基盤整備のほう少し遅れているのではと思いました。

3点目のエリアマネジメントです。エリアマネジメントは、私がお話した丸の内とか品川とか東京とか大阪の北側のヤードとか、大きな都市開発の際にスポットライトを浴びていますが、実は住宅地のエリアマネジメントも重要です。また地方都市においても取組みが増えてきました。先生にご指摘していただいたように、地域の課題解決から始まっていますが、目指すところはそのエリアのブランディングもしくはシビックプライドなんて言葉もありますけれども、そこにどれだけの価値をよみがえらせ、付加していくかということなのです。丸の内と和歌山も同じような手法というふうにはいかないかもかもしれませんが、目指す先は同じで、どれだけの価値を付けられるのか。その地域の人たちが考えなくては、誰も考えてくれませ

んよということなのです。エリアマネジメントは、そこに住んでいる市民、そこで事業をやっている事業者、そして行政が産官連携でやるというのが大前提です。地域課題を皆さんで共有し、それをどうしたら解決できるかというルール作りをし、そして最後にこうなりたいよねというようなビジョンを作って動きながら、エリアをマネジメントしていくということだと思います。

野川: はい。ありがとうございます。

太田: お題を2つほど頂きました。1つは周遊性ということですね。周遊性も例えばゴールデンルートといって東京から関西、どちらから入って行っても同じなんですけれども、同じ所をずっと行くというのがそろそろ陳腐化してきています。やはりそうはいつでもアクセスや宿泊のインフラが非常にしっかりとしておりますので、だからそこについ行ってしまふ。あるいはついそこを手配してしまう。手配する立場も楽なものですから。そういう点で言うと、やはりインフラを多少なりとも整備しなくてはいけない。じゃあそこでヒルトンホテルをずらっとつくらなくてはいけないかというと、そういうものではありません。やはりそろそろ量的課題から質的課題に多分変わってきています。今旅館もそうですけれども、バスで10台、20台ぼーんと来てという時代ではなくなってきていますので、その規模に応じた対応の仕方というのが求められています。

もう一つはやはりマーケティング的にいわゆるビギナー、初心者の人、それからリピーターで来る人、あとヘビーユーザーでもう10回も20回も来ている人は、当然観光行動の仕方が違います。思考も違って、人種、国によっても全然違う。それから年齢、男女、グループかあるいは個人でも全然違います。その辺をやはり地域も含めてちゃんとしたマーケティングをやっていかないとはいけません。今まではたくさん来てほしいと、去年よりこ

れだけ増えましたとかって観光庁はそのようなこと言っていますけれども、ちょっと危険なのは中身をちゃんと見ていかないとそれに対して準備ができていくということです。そうすると、周遊しようにもキャパで全然アウトになってしまうとかです。要は1,000人の村へ1,000人の観光客が来たときに、もうにっちもさっちもいかない。そうすると10人が100回来ると延べ1,000人になりますということで少し周遊をつくるとか、そんなような考え方が必要になると思います。それと、いわゆるバスで動くとかということになると、先ほどの話じゃないですが最近健康志向も含めて歩いて行くような方々も散見される。それから自転車で行くような方も散見される。それから、レンタカーの使い勝手もいろいろと良くなっている。そうすると、そういったものを少し組み合わせたいようなコースを作るといいですね。今、糸魚川をジオパークとしてユネスコが指定しておりますけれども、ジオパークといいますから変わった地形とか変わった川の所とか、当然ながらきれいに並んでいるわけではありません。そうすると、そこを全部一遍に見せるのは無理ですね。そうすると3回に分けて来たらどうですかというような格好で組んでいかないとなかなかまず回遊したくてもできない。山のつべんの地形と谷の奥とまた全然違いますし。そういったような設計なりマーケティングをしていかないとなかなか難しいと思います。

最近、秋田の古民家に行ってきたんですけども、例えば古民家再生でやる方とか皆さんいっぱいいらっしゃいますので、そういった方々と連携をとることも重要です。やっぱり小ぶりでそろそろ量的な目標よりも質的な目標でロングテールでやる必要があるのかなというのが周遊性についての私の感想です。それから健康についてですね。以前いろいろメディカルツーリズムが日本で流行ったときに沖縄に行ったりとか、あちこちの病院へ行ったり回ったりしました。一つはいわゆる

予防医学的に病気になる前にどうしようかみたいな話。それから、高度な機械を日本はたくさん持っていますので、治療をする。その後のリハビリテーション。3つかなと思ったんですけども、その前にやっぱり予防する前に健康志向の方々に来て欲しいというときに、例えば地域ブランド、いわゆる地域の食材ということで、食ということで気を使っている方、あるいは自信を持って生産をしている方々とそれを求めて来る白人の方々が確かにいたりします。そういった部分を食とか素材だとかでうまく健康志向とかに繋げる。もちろんオルレを含めて歩くような、散歩をするコースをつくるとかも考えられます。それから、生活習慣そのものを変えるような長期滞在ができるようなことも一部やっていく必要があると思います。そういった試みをアジア向け、修学旅行向けの農家体験だとか、ファームステイといいますけれども、そういったところで近場だと埼玉の秩父の奥のほうとか、いろいろ積極的にされているという所もあります。あとは、白人がメディテーションしたくてどこかの宿坊に泊まって、高野山に入っているとあります。ああいうところで出てくるのが精進料理ですから多分健康にもいいでしょうし、そういったようなことも当然必要だと思います。

先ほどショッピングモールの話がちょっと出ました。最近はいろいろ、ショッピングモールはアミューズメント化しています。皆さんも多分すぐ暇なときって言ったら怒られちゃいそうですが、日曜日に家族とかで行かれたとき、お父さんは行



くところがないのでショッピングモールのそばでこうやって寝ていたりとかですね。さらに言うと、地域のお年を召した方とか、あるいは健康志向の方を対象にショッピングモールの開く前に、朝7時とか8時からそこを使ってウォーキングするようなこともいろいろイオンさんとかがやっているそうです。何と全天候制です。嵐雨関係なく、冷暖房付きです。歩く場所も安全ですよ。ですから、そういった使い方をするのは非常に結構だと思います。幕張でもやっているようですし、レクなども流行っているようですので、そういったようなことで都市型のショッピングモールを観光とは別の使い方もできるのかなと思います。以上です。

伊藤: ありがとうございます。それでは時間も少なくなってきました。フロアの方からご質問を頂きたいと思います。ご質問がある方は、挙手の上、お名前と所属、質問をよろしくお願いいたします。

質問者: スポーツ施設の最大の問題は、大体365日のうち、スポーツ利用は大抵60日とか、すごくいいところで100日。それにどうしても芝生を埋めたりするから2カ月ぐらい駄目でしょうけれども。とにかく半分以上は使っていない。ただで使わせているか、使っていない状態で、こういう都市施設というのはやっぱり大変問題があると思うんです。やっぱりそういう、スポーツ以外のところでどう使い倒すかというのがこれからの課題だろうと思いますし、スポーツツーリズムにおいても、今太田先生のお話でスポーツの前の時間に有効利用するというようなお話がありましたけれども、まさにそういうことをもっといろいろ考えていって、スポーツ以外のところで使い倒すというところをやはり大きな課題、問題としてやっていかないと、これが本当にスポーツ施設として持続可能かどうかだと思います。やっぱりスポーツ以外のところで稼がなきゃいけないと思うんですが、そうい

う観点からいって周りにショッピングセンターがあるのはいいんですけども、それよりは施設自体をもう少し稼げるような、スポーツ以外で楽しめるようなことを考えるべきなんじゃないかと思いますが、それについて両先生に意見を聞きたいと思います。

坂井: はい。ありがとうございます。ご指摘のとおりで、われわれも先ほどの指針を作った時にも他の施設とかも勉強しながらいろいろ考えました。施設を見せていただきますと、やっぱりコンベンションとして使っている。はたまた健康意識で活用していたりとか、本当にいろいろと皆さん、いろんな苦心をしている。また、今お話しにあったように芝生とかの場合、芝生を痛めないようにコンサートをする必要があったり、コンベンションをするにはどうしたらいいのか、といった装置の問題もあります。工夫と知恵で施設を利活用する必要があります。施設といえば、コンサートの場合は騒音の課題があるので屋根を付ける必要があるということあります。しかし屋根付き、特に自動開閉する屋根などは建設にも維持管理にも大変なお金がかかります。維持管理の費用についても考えた上で計画すべきである、ということ是指針の中でもつくづく書いたつもりです。

質問者: ありがとうございます。

太田: はい。私はスポーツ施設のほうはあまりご縁がないので、どちらかというとコンベンションとかエキシビションの施設に関わる人が多いですが、われわれも全く同じです。稼働率が一部では高過ぎるから増築をする。横浜なんかそうです。かたや、いつもがらから投資もなくて電気代のほうがよっぽどかかってしまうということもあります。一つは地域のばらつきがあるということです。もちろん展示会がじゃあ全国でできるかということでもありませんしということです。今だと一番

近いのは香川県高松市がつくろうとしていて、それはどうするのかなどか、そんなようなことも含めてやはり使い方のマーケティングが課題だと思います。そういったところもやっていかなきゃいけないとは思いつつ、札幌ドームの見学をした時には、あそこはラグビーでも使える。要するに世界初、ラグビー、サッカー、野球ができて、天然芝と人工芝、両方とも入れ替えができる世界初の全天候性能型というのは確かに凄いんですよね。そこまでのフルスペックでやるのはそれはそれで凄いのですが、どうなのかしらみたいなところなんです。じゃあ他でも同じようなことができるかどうかとなると、都市型で非常に厳しい状況がと思います。

という話をしてもしょうがないので、最近ではPFIやコンセッションという民間投資が利用されていますが、やっぱりもっと自由に使えるという考えが必要ですね。一つの横浜とか東京だけの指標じゃなくて、日本全体の中のバランスでどう考えるかとかしていかないと、同じ時期に勢いよくたくさんつくると同じ時期に当然陳腐化します。二千何年問題とか、しょっちゅう言っていますよね。あれはその次は多分2040年です。僕はその頃はいませんけれども、今お若い方が50歳ぐらいの時にまた問題が出てくると思います。そうするとやっぱり経営者はどうするかとかという、ホールマネジメントのようなものが必要になると思います。劇場はそれなりにすごい力が入られて、法律もできてそれなりにやって、もちろん苦しいことは事実なのですが、だからMICEの国際会議とか展示会でなかなかお金が取れるようなもの、一般の人に学会を1万円ですらと言っても絶対に入りませんね。そんなことでホールマネジメントのようなことを少し、多分われわれも含めて推し進めていければいいかなと思います。以上です。

質問者:ありがとうございます。

伊藤:ありがとうございました。そろそろ時間ですのでまとめさせていただきたいんですけども、いろいろなテーマと大きく絡んでまとめるのが難しいですね。坂井先生から魅力あるスタジアム、また周辺地域整備を通してスポーツツーリズムを持続的に発展させる重要な要因をご指摘いただきました。そして太田先生には、継続性、関連性、周遊性といった3つキーワードからのスポーツツーリズムのプロモーション方法をご教示いただきました。私が聞いていて少し驚いたのは、2人のプレゼンテーションから「地域」というキーワードがすごい出てきたことです。この「地域」というキーワードは本パネルディスカッションのタイトルには全く含まれていないのですが、打ち合わせの時点からやはり地域活性化、地域のまちづくりというようなキーワードが出てきました。例えば坂井先生におかれましてはスタジアムを中心としたまちづくり、そして地域活性化。また太田先生に関しましては、地域の特色を生かした周遊性に着目したスポーツツーリズムのプロモーション方法など、「地域」が密接にスポーツツーリズムと関わってくるんだなというのを感じました。



次年度、3年目ですが、「メガイベントとまちづくり」というテーマを予定しております。そちらでは、メガイベントが開催都市圏外にもたらす影響について、和歌山大学観光学部の特色である地域再生の視点から議論していきたいと思います。

坂井先生から、「私はこちらのほうが合っていたのではないですか」と、打ち合わせで言われました。やはりスポーツツーリズムが今弱いところは、野川先生や坂井先生、太田先生のプレゼンテーションにもありましたが、学際的視点ならではこそ、なかなか知識が集約できていない点が挙げられます。その学際性が今弱点になっているんですけども、それを強みに変えて、例えば今回ありますように政策的な視点、また坂井先生のご専門である都市計画、また太田先生のご専門であるMICE等、そういうようないろんな視点から今後スポーツツーリズム研究を野川先生がおっしゃった調査方法や操作定義をしっかりと、そういうものをしっかりと調査方法に基づき調査をすることで、今後スポーツツーリズムがさらに発展していくのではないかというふうに考えております。

この理論を踏まえまして、来年度ではしっかりと調査方法やアカデミックな立場を踏まえながらまちづくり、地域活性化というものを議論していきたいと思っております。もしお時間がございましたら来年もどうぞ皆さん、ご参加いただければと思っております。本日はお忙しいところご参加いただき、ありがとうございました。

研究の動機

- 1990年頃に、当時の通産省(現・経済産業省)において21世紀の基幹産業は「スポーツ」と「観光」と発表。
- ホノルルマラソンの参加経験
- 日本スリーデーマーチのお手伝い経験
- スポーツイベント＋観光＝地域活性化

スポーツツーリズム序章 ～スポーツツーリズムの発展とイベント の役割～

2017年8月10日

順天堂大学スポーツ健康科学研究科

特任教授

(公財)日本スポーツクラブ協会理事長

野川春夫

研究の出発点

- ホノルルマラソン調査＋菜の花マラソン調査
- 鹿児島県指宿市主催の「菜の花マラソン」ゼミ調査(山口泰雄神戸大学教授、菊池秀夫中央大学教授、故池田勝大阪体育大学教授)
- ゼミ生:長ヶ原誠(神戸大学教授)、藤本淳也(大阪体育大学教授)、工藤保子(大東文化大学准教授)、松本耕二(広島経済大学教授)、工藤康宏(順天堂大学准教授)、二宮浩彰(同志社大学教授)、北村尚浩(鹿屋体育大学准教授)、富山浩三(大阪体育大学教授)、國本明徳(大阪産業大学准教授)、石澤伸弘(北海道教育大学教授)など。
1989年～2017年

研究の軌跡

- ホノルルマラソン
- 指宿菜の花マラソン
- Three Day March、佐渡トライアスロン、奥日光クロスカントリースキー、伊是名トライアスロン等
- USA World Cup 1994
- France World Cup 1998
- Euro2000
- Korea-Japan World Cup 2002

Economic Impact Studies

- Archer, B.H. (1989). Tourism and island economies: impact analysis.
- Collins, M.F. (1989). The economics of sport and sports in the economy: some international comparisons.
- C.P. Cooper (Ed.), **Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management (Vol. One-Three)**, London, Belhaven Press.
- Dobson, N., Holliday, S. & Gratton, C. (1997) **Football came home - The Economic Impact of Euro 96** - Leisure Industries Research Centre, Sheffield, UK.
- **Economics Research Associates** (1993). Estimates of Community Economic Impacts of Eight World Cup '94 Soccer Matches in Los Angeles, Pasadena, and Southern California (Project No. 10563). Los Angeles, CA: Author.
- Fletcher, J.E. (1989). Input-output analysis and tourism and tourism impact studies. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 541-556.

5

Related Articles of Sport Tourism

- Davidson, L. and Schaffer, W. (1980). A Discussion of Methods Employed in Analyzing the Impact of Short-Term Entertainment Events. *Journal of Travel Research*, 18(4), 12-15.
- **Leiper, N.** (1979). The Framework of Tourism towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- **Yiannakis, A., and H. Gibson** (1992). Roles Tourists Play. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 287-303.
- Hefner, F.L. (1990). Using Economic Models to Measure the Impact of Sports on Local Economies. *Journal of Sport and Social Issues*, 14(1), 1-13.

6

主な研究発表

- スポーツ・ツーリストの支出傾向に関する研究—国内スポーツイベント参加者の支出傾向 (spending patterns) の分析—, 日本体育学会 (1993)
- *A Study of Sport Tourism in Japan: The Case Study of Participants in Sport for All Events*. 第15回北米スポーツ社会学会 (1994)
- *Measuring Economic Impact of Sport Tourists during the 1994 World Cup USA: A Case Study of Japanese Sport Tourists*. FISU/CESU Conference Universiade (1995)
- *Economic Impact of Sport-for-All Event*. Sport in the City Conference University of Memphis (1996)
- *Mega sporting events and Sport tourism- What happened to Japanese sport tourists in Paris? -Travel, Events and Management in Sports*, Washington D.C. (1997)
- *Global Sporting Events and Sport Tourism*. 2001 International Sports Science Conference on Sport Psychology and Sport Management, Chulalongkorn University Bangkok, Thailand (2001)

7

Global Sporting Events and Sport Tourism

— In the Case of Euro2000 Tournament —



Haruo NOGAWA
Toshio MAMIYA
Hideyuki YUDA
Chiba, Japan

**EURO
2000**
Belgium-The Netherlands

8

Migrations of Elite Japanese Athletes and Emergence of Sport Tourism



Haruo NOGAWA Ph.D. Professor of Dep. of Sport Management, School of Sport and Health Science, Juntendo University, Japan.

Yasuhiko KUDO Doctoral student, Graduate School of Sport and Health Science, Juntendo University, Japan.

Yasuko KUDO Information Division, Chief, SSF Sasakawa Sport Foundation, Japan.

9

Sport Tourism in Japan ~Inbound Sport Tourists to Japan~



Haruo Nogawa
Yasuhiko Watanabe
(Juntendo University)

Isao Okayasu
(Tokyo International Univ.)

10

Building a sport industry network in Asia ~Inbound Sport Tourists to Japan~



Haruo Nogawa
(Juntendo University)

Yasuhiko Watanabe
(Juntendo University)

11

NASSS 2010 Congress
San Diego

Tidal Wave of Chinese Tourists – New “Look East” Sport Tourism Policy –



Yasuhiko Watanabe
(Juntendo University)

Haruo Nogawa
(Juntendo University)

12

方法論へのこだわり

- 科学的アプローチ (妥当性 + 信頼性)
- 概念定義 (理論定義) と操作定義 (Operational Definition)
- 研究の視座 (Perspective)
- 方法と手順 (Method & Procedures)
- 演繹法と帰納法 (Deductive reasoning / Inductive reasoning)
- 対象者とその特定 (Population & Sampling)
- 研究の限界・制限 (Limitations)

13

曖昧な概念定義

- ツーリズムは観光か？ 旅行か？
- スポーツツーリズムとは？
- 地域活性化とは？
- 経済効果とは？
- 経済波及効果とは？
- スポーツイベントとは？

14

スポーツ・ツーリズムの定義

スポーツやスポーツイベントへの参加・観戦・応援を主目的として旅行し、少なくとも24時間以上その目的地に滞在すること
スポーツ・ツーリズムの参加者 =
スポーツ・ツーリスト
スポーツ行楽客(日帰り) スポーツ・エクスカーションリスト

15

スポーツ・ツーリズムとは？

- スポーツ参加の3つの次元における
スポーツ + 旅行 = 新たな観光資源
- スポーツイベント参加のための旅行
- スポーツイベント観戦のための旅行
- 趣味のスポーツ参加のための旅行

16

スポーツ・ツーリズムの種類

スポーツイベントへの参加型

(Sport Participant)

スポーツイベントの観戦型

(Sport Spectator)

趣味でスポーツに参加する愛好型
(Sport Lover)

17

スポーツ・ツーリズムと経済効果

- 地域の限定
- 期間の限定
- 対象者・業種の限定
- 経済効果の操作定義
- 経済効果の算出法の決定

*単発イベントでは算出は非常に難しい！

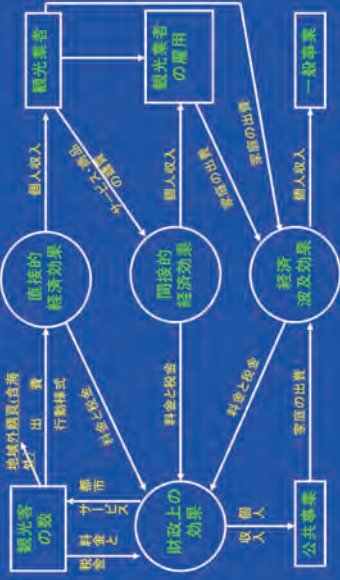
*財布の中身は見せてくれない！

*税收の取り扱い！

18

観光客効果モデルの概要

地域経済における相互作用



19

グローバルスポーツイベントと スポーツ・ツーリズム

—W杯と欧州サッカー選手権大会に着目して



野川春夫、間宮聡夫、青山芳之
(順天堂大学スポーツ健康科学部)
2001年6月21日

EURO
2000
Belgium-The Netherlands

20

Euro2000調査から学んだこと

- ヨーロッパは陸続き⇒経済効果は測りきれない
- 英国は島国⇒いくつの変数をコントロールできない⇒ポノリルマラソン、佐渡島トライアスロン、伊是名トライアスロン等の離島研究へ
- インセンティブの重要性:EURO2000調査では日韓ワールドカップのピンバッジ(原価90円)が威力を発揮
- 国際イベントは5-7カ国語での質問票を準備
- 旅客ターミナルの活用:中央駅周辺での調査、ポノリル国際空港内での調査実施⇒IDの入手と入手の確保

21

Euro2000 現地調査

場所	日時	試合開始時間	調査実施時間	主なデータ収集場所
アムステルダム	6月11日	20:45	17:00~20:00	アレーナスタジアム周辺
アントワープ	6月12日	20:45	17:00~20:00	アントワープ・ヘン中央駅周辺 スタジアムとロツテルダム中央駅 周辺
ロツテルダム	6月13日	18:00	14:00~17:00	
ロツテルダム	6月16日	20:45	17:00~20:00	ロツテルダム中央駅周辺
アムステルダム	6月18日	18:00	14:00~17:00	アレーナスタジアム周辺

スタジアム名	日時	試合開始時間	対戦カード	調査員
アレーナ	6月11日	20:45	オランダ対チェコ	晴 8
アムステルダム	6月12日	20:45	ポルトガル対イングランド	晴 5
アムステルダム	6月13日	18:00	スペイン対ノルウェー	晴 6
アムステルダム	6月16日	20:45	デンマーク対オランダ	晴 6
アレーナ	6月18日	18:00	スロベニア対スペイン	晴 6

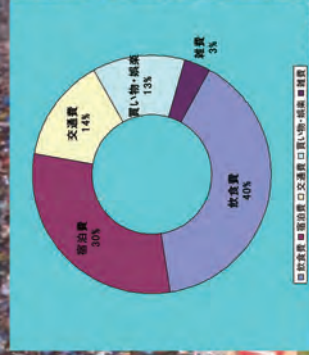
22

Euro2000大会観戦者調査

- 調査対象:オランダ以外に在住の18歳以上の外国人(オランダ以外に在住のオランダ人を含む)
- 調査員:オランダスポーツアカデミー(CIOS)の学生述べ20人(英語、ドイツ語、フランス語等に堪能な学生)を現地で調査員として雇用。学生の雇用および調査実施の説明、実施中の指揮、回答の収集については在外研究員としてCIOSで研究中の湯田秀行氏(東邦大学講師)に依頼した。
- 調査方法:調査員一人あたり5カ国語の質問票(英語、オランダ語、スペイン語、ドイツ語、フランス語)を30枚ずつ合計150枚持ってスタジアム付近、またはスタジアムから最寄りの中央駅周辺にてインタビューを行い、回答を調査員が記入していく方法を採用した。また、グループで観戦に来ている人たちに対しては質問票を個々に配付し、各自記入してもらった。

23

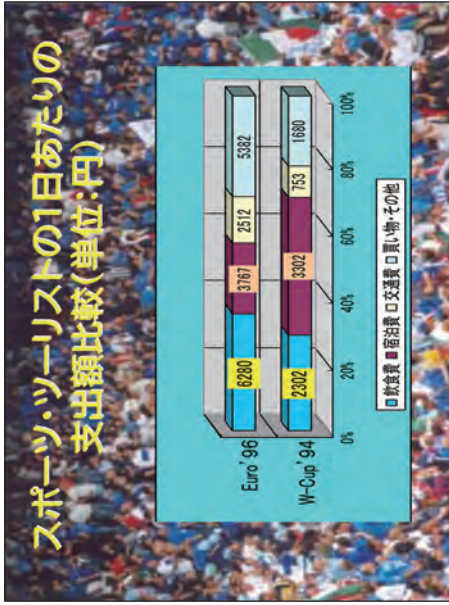
W杯(1994)スポーツ・ツーリストの直接消費(内訳)



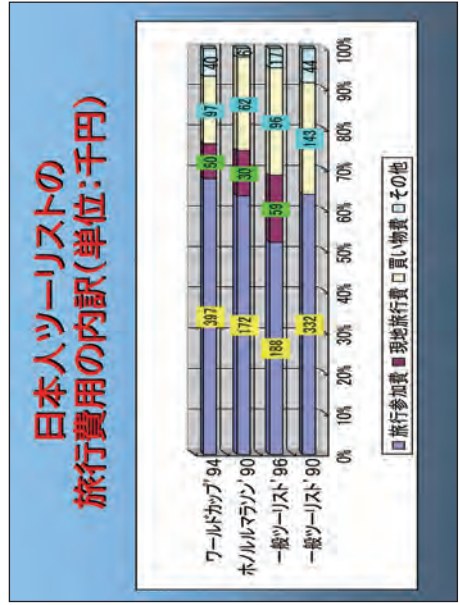
24



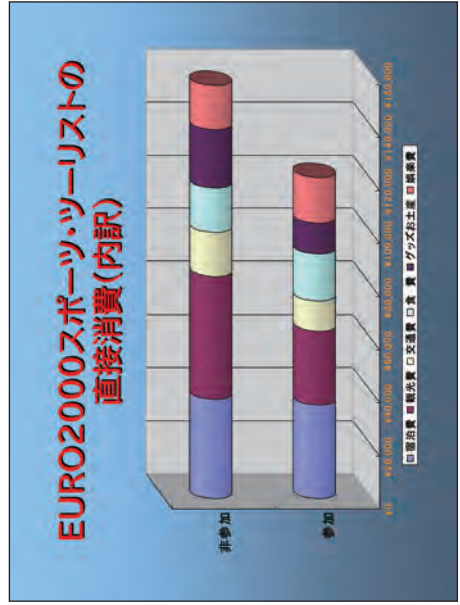
25



26



27



28

EURO2000スポーツ・ツーリストの 観光行動(複数回答%)

	英国	チエコス ロハキア	デンマー ク	北欧諸国	南欧諸国	非欧州国
史跡めぐり	18.7	41.3	17.1	15.1	53.4	38.0
娯楽施設	18.7	26.4	10.5	21.3	11.4	28.0
自然観賞	6.6	14.6	5.7	1.1	9.1	12.0
美術館	14.5	26.4	8.6	14.9	29.5	40.0
ショッピング	19.3	16.7	16.2	37.2	28.4	32.0
スポーツ	8.4	21.5	20.0	28.7	15.9	12.0
グルメ	16.9	27.1	20.0	37.2	23.9	40.0
教会めぐり	1.8	6.3	2.9	8.5	12.5	4.0
職業スポト	33.7	34.0	36.2	35.1	55.7	28.0
その他	15.1	20.8	14.3	9.6	6.8	4.0

29

EURO2000スポーツ・ツーリスト の2002W杯への渡航意欲(%)

	英国	チエコス ロハキア	デンマー ク	北欧諸国	南欧諸国	非欧州国
絶対行く	12.6	5.2	2.6	6.7	10.2	24.0
多分行く	14.8	12.2	7.8	13.5	15.3	40.0
行くかも知れない	25.3	18.0	26.7	29.8	16.3	12.0
行かないかもしれない	2.7	2.9	2.6	1.9	3.1	0.0
多分行かない	21.4	20.9	30.2	24.0	24.5	8.0
絶対行かない	23.1	40.7	30.2	24.0	30.6	16.0

30

スポーツ・ツーリズム研究の本質とは？

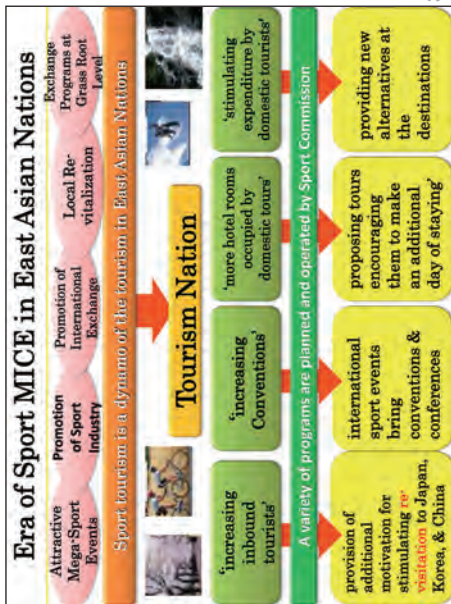
- 政策研究としてのスポーツ・ツーリズム研究
- 現象学を超えられるか？
- どのような理論が主流になるか？
- 親和性の高いスポーツイベント+参加型重視へ
- Pull Factors > Push Factors?
- おもてなし < Hospitality > でリピート率を向上できるか？
- 観光資源の連動性・関係性(MICE)をどのように構築するのか？

31

Platinum Opportunities in Far East Asia



32



33

スポーツ・ツーリズム: インバウンド・ツーリズム

34

インバウンド型スポーツイベントの誘致 → 地域経済の活性化に影響

- ・ 東京オリンピック2016
- ・ 世界陸上選手権大会2007
- ・ スペシャルオリンピックス冬季大会2006:
参加者の3倍は付き添い者、1カ所滞在型
- ・ 日韓W杯2002:
- ・ ホテル+ホームステイ滞在者:
- ・ 日本文化の体験、地域住民との交流

(レジャー白書2005、経済界2008.2を基に作成)

35

東京マラソン(2007年～)

- ・ 市民参加型・国内最大規模のシティマラソン:約3万人が参加
- ・ 部門:男女フルマラソン、男女10kmロード、車椅子フルマラソン、障害者10km
- ・ 2009年大会より賞金レースに
- ・ 約1万人の大会ボランティア(無償)



36

日本スリーデーマーチ (埼玉県東松山市)

- 昭和53年に始まった「歩く」大会
- 各コース(50km・30km・20km・10km・5km)を自分の体力にあわせて、3日間歩く
- 豊かな自然、交流、歓迎、パレードが魅力→国内外から約10万人が参加



37

マスターズ甲子園(2004～)

- 全国の高校野球OB/OGが、性別、世代、甲子園出場・非出場、元プロ・アマチュア等のキャリアの壁を超えて出身校別に同窓会チームを結成
- 『甲子園球場』で夢の舞台を目指すマスターズイベント

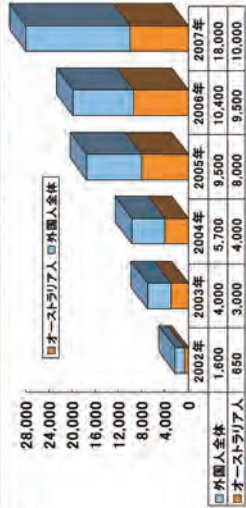


<http://www.masterskoshien.com/mack2.html>

38

ニセコスキーリゾート (北海道倶知安町ニセコ地域):

- ★訪日外国人の目→大自然の魅力を再発見
- ★滞在型余暇→地域波及効果、魅力を拡大



ニセコ地域への外国人訪問者数の推移(2002年～概算;経済庁、2008.2.5発表に作成)

39

白馬五竜スキー場 (長野県白馬村):

ただのスキー場ではなく...

「滞在型のリゾート地」を目指した取り組み

- 組織の一元化: 「白馬村観光局」
- プログラムの充実化:
 - トレッキング、夜間鑑賞などの体験プログラム
 - 地場食の提供
- 広告活動:
 - パンフレットなどの印刷物の発行(複数言語で作成)
 - 各地域行事や観光施設の把握→相互提供
- 顧客ニーズへの対応
 - 石川県小松空港間の送迎バス; アクセス確保
 - 現地オペレーターとして外国人スタッフを登用

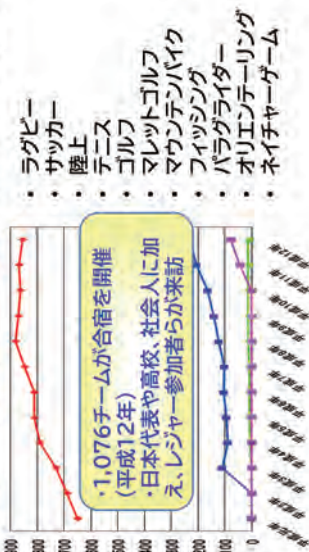
40

スポーツ・ツーリズム (インバウンド・ツーリズム)

- スポーツ合宿:種目別“スポーツツメッカ”を目指す地域
 - 長野県上田市(旧・真田町)菅平(ラグビー)
 - 北海道士別市(マラソン・駅伝)
 - Jビレッジと福島県双葉郡増葉町(サッカー)
- 海外旅行者の長期滞在化:
 - 二セコ地域/白馬村(インバウンドツーリズム)
- スポーツ修学旅行:新潟県、長野県のスキー場

41

“スポーツツメッカ”菅平: (長野県上田市(旧・真田町))



42

観光資源としてのスポーツ施設・環境 を整備→菅平の地域振興へ

百数十万人の観光客が
来訪

スポーツ合宿開催



地域特性・地域資源を活かした
複合的な魅力を持つスポーツリゾートのまちへ!

- グラウンド整備: 芝の養生
- 旅館関係者と自治体の努力: 道路整備
- 複合スポーツ施設「サニアパーク」創設(1999年)



43

新しいスポーツ環境 「J-VILLAGE」 (福島県双葉郡増葉町)

- 福島県、日本サッカー協会・リーグ、東京電力のパートナーシップにより誕生 “百年構想”
- ミッション:生活志向のスポーツを地域社会に根づかせ、豊かなライフスタイルを創出する
- 地域内外からの来訪者、サッカーに特化しない事業運営



J-VILLAGE

<http://www.j-village.jp/school/index.html>

44

SPORT TOURISM AND SPORT INDUSTRY IN
THAILAND :
CONSUMER BEHAVIER



BY PROF. DR.SOMBAT KARNJANAKIT
THE 7TH SEOUL INTERNATIONAL SPORT INDUSTRY FORUM 2011
HANYANG UNIVERSITY, SEOUL REPUBLIC OF KOREA

45

Sport Industry
Development and Tourism

The 4th AISA Hualien International Sport
Industry Forum 2012
By DrPat

46

Sport Tourism
Development in
Indonesia: Toward An
Integrated Policy

Berliana
Indonesia University of
Education



47

SPORT
TOURISM
IN
MALAYSIA



48

観光教育研究セミナー 2018
in 東京 – Tourism and SDGs –

スポーツツーリズム3

～メガイベントが日本社会を変える～

2017年8月10日(木) 15:00–17:30

於：フクラシア品川クリスタルスクエア (港南口)
3 階会議室 G

主催：和歌山大学 国際観光学研究センター、
共催：観光学部

後援：スポーツ庁、観光庁、日本スポーツツーリズム推進機構、
和歌山大学観光学部同窓会「飛躍会」、
和歌山大学経済学部同窓会「柑芦会」東京支部



原田 宗彦 Munehiko Harada

早稲田大学スポーツ科学学術院 教授

1954年大阪生まれ。ペンシルバニア州立大学博士課程修了。鹿屋体育大学助手を経て大阪体育大学教授。フルブライト上級研究員(テキサスA&M大学)を経て現在は早稲田大学スポーツ科学学術院教授。役職として日本スポーツマネジメント学会会長、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構代表理事、公益社団法人日本スポーツ健康産業団体連合副会長、日本トライアスロン連合顧問、Jリーグ参与等を務める。著書として「スポーツ産業論第6版」(編著)、「オリンピックマーケティング」(監訳)、「スポーツマーケティング」(編著)「スポーツ・ヘルストツーリズム」(編著)「スポーツイベントの経済学」(単著)「スポーツ都市戦略」(2016年度不動産協会賞受賞)他多数。

パネリスト



押見 大地 Daichi Oshimi

東海大学体育学部スポーツ・レジャーマネジメント学科 講師

1981年東京生まれ。早稲田大学卒業後、株式会社JTB首都圏に勤務。退社後、早稲田大学スポーツ科学研究科修士・博士後期課程修了(博士)。早稲田大学スポーツ科学学術院助手・助教、オタワ大学客員研究員を経て、現在、東海大学体育学部スポーツ・レジャーマネジメント学科講師。専門はスポーツマネジメント、スポーツマーケティングで、スポーツ消費者行動やスポーツイベントが開催地域にもたらすインパクトなどを研究。公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会事業部会委員、スポーツマネジメント研究編集委員などを務める。著書に「Jリーグマーケティングの基礎知識」(共著、創文企画)、「スポーツ産業論(第6版)」(共著、杏林書院)、「よくわかるスポーツマーケティング」(共著、ミネルヴァ書房)など。



山下 真輝 Masaki Yamashita

株式会社JTB総合研究所 主席研究員

JTBグループが全社で推進する観光を軸とした地域活性化事業として立ち上げた「地域交流プロジェクト」をJTB本社で推進するべく、全社戦略の策定や人材育成に取組み、観光庁、経済産業省、文科省等の中央省庁における観光立国に関する様々な政策にも関わっている。また全国各地から講演会やパネルディスカッションの出演依頼も多数あり、全国各地の観光地域づくりや6次産業化に関するセミナーやシンポジウムにおける講演活動や観光人材育成講座の講師や一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構における観光地域づくり委員会委員長など観光分野の各種委員を多数務めている。内閣官房地域活性化伝道師として全国各地の観光振興のアドバイスも行っている。2018年4月より現職。

モデレーター



伊藤 央二 Eiji Ito

和歌山大学観光学部 講師/同 国際観光学研究センター研究員、CTR Tourism & Sports ユニットサプリーダー(2016年当時:現、国際観光学研究センターセンター長代理/同 観光学部 准教授)

和歌山大学CTRセミナー2018年9月10日

ポスト2020年に向けたスポーツ都市戦略

原田宗彦
早稲田大学教授
日本スポーツツーリズム推進機構代表理事

1

本日の流れ

1. スポーツ政策のパラダイムシフト
2. スポーツツーリズムの需要拡大
3. JSTAによる戦略的公益ビジネスの展開
4. スポーツコミッションが担う新しいミッション

2

変化が加速化する社会

- 超高齢化
- 人口減
- 健康志向
- 核家族化
- テクノロジーの進化
- シェアリングエコノミー
- インバウンドの増加
- スポーツの産業化
- AI化 IT化



3

スポーツ政策のパラダイムシフト

- スポーツの振興からスポーツを「活用」した地域の発展へ
<スポーツによる地域活性化やまちづくり>
- 多様なスポーツイベントを活用した国レベルの課題解決
<モノからコトへ、都市から地方へ>
- ビジネスとしてのスポーツの価値の増大
<スポーツ産業の規模的拡大>

4

未来投資戦略2017



- Ⅲ 地域経済循環システム
- 3. 観光・スポーツ・文化芸術
 - ⅱ) スポーツ産業の未来開拓

「スポーツ・ツーリズム」を活性化させるための①官民協同によるプロモーション戦略を本年度中に策定し、実施する。また、地方公共団体・スポーツ団体・観光産業等が連携した②「地域スポーツ・ツーリズム」の取り組み支援、③スポーツ・文化芸術・観光の分野における更なる連携・融合を促進する

5

スポーツ・ツーリズム・ムーブメント創出事業

29年度予算規模：20,000万円 R16-2

スポーツ・ツーリズムの拡大を図る中で、国民の関心・関与の向上を図る必要がある。また、スポーツ・ツーリズムの推進には、関係機関・団体との連携が不可欠である。

- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。
- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。
- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。

1 国・地域・産業界が一体となったスポーツ・ツーリズム・ムーブメントづくり (重要創出)

2 国民協同のプロモーション戦略の推進

3 スポーツ・ツーリズムの拡大を図る

I: 人口の拡大による地域活性化 ⇒ 関係の間の拡大によるスポーツ・ツーリズムの発展の創出

6

スポーツ・ツーリズム・ムーブメント創出事業

29年度予算規模：20,000万円 R16-2

スポーツ・ツーリズムの拡大を図る中で、国民の関心・関与の向上を図る必要がある。また、スポーツ・ツーリズムの推進には、関係機関・団体との連携が不可欠である。

- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。
- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。
- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。

1 国・地域・産業界が一体となったスポーツ・ツーリズム・ムーブメントづくり (重要創出)

2 国民協同のプロモーション戦略の推進

3 スポーツ・ツーリズムの拡大を図る

I: 人口の拡大による地域活性化 ⇒ 関係の間の拡大によるスポーツ・ツーリズムの発展の創出

7

スポーツ・ツーリズム・ムーブメント創出事業

29年度予算規模：20,000万円 R16-2

スポーツ・ツーリズムの拡大を図る中で、国民の関心・関与の向上を図る必要がある。また、スポーツ・ツーリズムの推進には、関係機関・団体との連携が不可欠である。

- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。
- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。
- 関係機関・団体との連携を促進し、スポーツ・ツーリズムの推進を図る。

1 国・地域・産業界が一体となったスポーツ・ツーリズム・ムーブメントづくり (重要創出)

2 国民協同のプロモーション戦略の推進

3 スポーツ・ツーリズムの拡大を図る

I: 人口の拡大による地域活性化 ⇒ 関係の間の拡大によるスポーツ・ツーリズムの発展の創出

8

日本で経験してみたい見るスポーツ

沖縄県観光局、スポーツアイランド沖縄実行委員会、日経スポーツ主催

Sports Island Okinawa
沖縄県観光局、スポーツアイランド沖縄実行委員会、日経スポーツ主催

武道ツアーリズムを通して世界から選ばれるスポーツアイランド沖縄になるために

日時 平成28年 7月24日(火) 18:15～16:40

場所 沖縄国際会議場

申込 7月19日(金) 18:00～23:00

定員 100名

費用 1,500円(税込)

申込方法

申込先 Sports Island Okinawa
〒900-0001 沖縄県那覇市金城1-1-1
TEL:098-985-3333 FAX:098-985-3334
E:info@sportsislandokinawa.com

申込方法

申込先 観光局
〒900-0001 沖縄県那覇市金城1-1-1
TEL:098-985-3333 FAX:098-985-3334
E:info@sportsislandokinawa.com

申込方法

申込先 日経スポーツ
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
TEL:03-5561-1111 FAX:03-5561-1112
E:info@nikkeisports.com

インバウンド：アウトドアスポーツツーリズムへの期待 都市型モノ消費から地方型モノ消費への移行

モノ消費	都市型モノ消費	地方型モノ消費
モノ消費	<ul style="list-style-type: none"> 百貨店、家電量販店、アウトレットモール、アパレル専門店での購買 ドラッグストア、コンビニエンスストアでの日用品の購買 	<ul style="list-style-type: none"> 特産品、物産品、お土産、地酒、民芸品、銘菓、名産品の購買
コト消費	<ul style="list-style-type: none"> スタジアム、ライブ、劇場におけるエンタメ消費 公道利用のアクティビティ（マラソン大会、公道カー、都市型トライアスロン大会等） 観光名所めぐり 	<ul style="list-style-type: none"> アウトドアスポーツ（ハイキング、ヒルクライム、フォレストアドベンチャー等） ヘルスツーリズム 田舎暮らし体験ツアー（農家民宿、農業体験等）

日本が持つ優位性：生物多様性

(World Resources - 2000 2001, WR I, 2001)

- 直物の種類
トイツ：2,632種 日本：5,565種
- 哺乳類
トイツ：76種 日本：188種
- 爬虫類
トイツ：12種 日本：87種
- 日本は固有種比率が高い
 - ・多様なほ乳類の22%、爬虫類の38%、両生類の74%が日本の固有種 → イギリスは0種
 - ・先進国で野生の狼が生息するのは日本のみ

今後の需要拡大に向けて

1. 概念の拡張
2. フィールドの拡大
3. テクノロジーの活用

スポーツ×文化×観光への概念拡張

- 全国知事会「スポーツ・文化・観光振興策についての提言」(2018) ⇒ スポーツ・文化による地域活性化；スポーツコミッション等の官民連携による分野横断的な取組、文化財の保存・継承や観光資源としての活用をさらに推進すること。
- 三庁連携による「スポーツ文化ツーリズムアワード」⇒ スポーツ流鏑馬が文化庁長官賞を受賞(2016)



17

2017年受賞例：マイスター部門・チャレンジ部門



18

スポーツ×文化×観光の可能性

- **スポーツ施設は有限**
スタジアム、アリーナ、プール等、競技には施設が必要
- **スポーツ環境・資源は無限**
海、山、川、道路、雪など、あらゆる場所・地域が活用可能
- **有形の文化資産は有限**
寺社仏閣など、緩やかな魅力が観光客を引き付ける
- **無形の文化資産は無限**
ユネスコ無形文化遺産を狙う中継ぎ手はしめ、相撲、柔道、流鏑馬などがアトラクションとなる



19

ワールドの拡大

20

都市資源が自然資源か、主目的か副目的か？

アウトドアスポーツ

自然資源

21

国立公園満喫プロジェクト展開事業 公募について

国立公園の魅力を最大限に引き出すための取り組みを公募します。

先行8公園では日本全体を超える伸び率で訪日外国人人数が増加。
先行8公園での取組を更に推進するとともに、他の公園にも展開。

訪日外国人の国立公園利用者数の増加

先行8公園での訪日外国人の増加率(対前年比)は、50.1%に達しています。

- 国民の健康増進
- 観光産業の発展強化
- エコツアー等の向上
- 地域の活性化
- トピックスの創出
- 国際観光利用許可期間延長等の取組を支援。

年次	訪日外国人(人)	対前年比(%)
2017	1,000	100
2018	1,500	150

成長が見出ている先行8公園の取組の定着による増進と展開

2020年 訪日外国人国立公園利用者数 1,000万人以上

- 多摩川
- 日光
- 箱根
- 富士
- 奥多摩
- 阿蘇
- 大雪山
- 磐梯
- 霧ヶ峰
- 妙高
- 日光(2018年)

22

アウトドアスポーツの可

- 滑空する (スキューバダイビング)
- 滑る (スキー)
- 二オアング (ハンジージャンプ)
- 落ちる (バンジージャンプ)
- 登る (ヒルクライム、登山、トレイルラン、MTBクロスカントリー)
- 流れる (リバーラフティング)
- 歩く(ウォーキング)走る(マラソン)ライド(ツーリング、トライアスロン)
- 泳ぐ(オーシャンスイミング)漕ぐ(カヌー、サップ)滑る(スノーシューバダイビング)

23

公営民営：レールメンテナンスバイク

- 飛騨市：廃線になった神岡鉄道の再利用
- 運営はNPO法人 神岡・町づくネットワー

24

増える廃校 (02)

年	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018																								
廃校数	689	700	712	721	731	741	751	761	771	781	791	801	811	821	831	841	851	861	871	881	891	901	911	921	931	941	951	961	971	981	991	1001	1011	1021	1031	1041	1051	1061	1071	1081	1091	1101	1111	1121	113

増える廃校 (02)

学び舎でビジネスしてみませんか?

1. 廃校活用によるコスト削減
 2. 1階部分の活用による高い宣伝効果
 3. 2階部分の活用による高い収益性
 4. 2階部分の活用による高い収益性

26

学校施設のコンバージョン

CHOSHI SPORTS TOWN 新中心から約2時間 / ☎0475-30-1800

東海のランドマーク施設
 教育施設からスポーツ施設
 までの多用途施設

導入事例 / 紹介册

2018.4 GRAND OPEN

26

テクノロジーの活用

27

AR: 拡張現実

RideOn! [Google] スノースノー向けのユニークなデジタルスノーボードやスキー向けの最適なソフトウェアを搭載し、気温、標高、積雪、風向きなどの情報を表示

AR山ナビ - 日本の山16000-

28

アウトドアスポーツイベント の視覚化

GPS情報、加減速度、ジャイロセンサー、地磁気センサーの9軸センサー情報を同時に記録できるセンサーノードを、ウインドサーフィンやセーリングの向け、セーリング操作の角度と船速や針路のデータを収集し、データが収集したデータをクラウドサーバー上で解析し、セーリングの動きを3Dモデルやグラフで可視化

29

CYCLOG (シクログ) IT×自転車

第5回入ホーツ振興賞受賞：株式会社SEABIRD

シクログはポイント獲得型自転車オリエンテーリングで、制限時間内にどれだけのスポットを通り、配転されているポイントの合計で楽しむサイクリングイベント。SNSへ投稿した写真もポイントになる

基本料金 約185万円
運営料金 約150万円
管理費 約49万円
企画費 約294万円

2017年10月1日(土) 伊豆半島 伊豆山頂

30

十勝岳スポーツコミュニケーション

by LUCAS Inc.

スポーツ情報、イベント情報、施設情報、交通情報、観光情報、防災情報、緊急連絡先、お問い合わせ

31

PRO TREK Smart

Smart Outdoor Watch
Wear OS by Google

GO HARADER

Smart OS by Google

PRO TREK Smart

Wear OS by Google

Shi Tracks
MOLE19
スマートフォンナビ
MySwimPro
Glassy Surf Report / Forecast

32

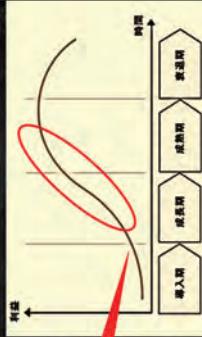
スポーツツーリズムの戦略的 公益ビジネスの発展

33

スポーツツーリズムの戦略的発展

- 2012年にJSTAが誕生
- スポーツツーリズムのプロモーション活動がスタート
- 全国にスポーツコミッションが設置される→約90
- 成長曲線：事業のライフサイクル

JSTA5周年：2017



34

スポーツツーリズムの制度化

- 2008：観光庁の設立
- 2010：スポーツツーリズムの提唱
- 2011：スポーツツーリズム推進連絡会議
- 2012：スポーツツーリズム推進基本方針の策定と（一社）日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）の設立
- 2015：スポーツ庁の設立



35

JSTAのB2B2C



次回開催のご案内

日本最大のスポーツ・健康産業総合展

SPORTS-TREK 2019

5月22日～24日
東京ビッグサイト
東京都江東区有明2-2-1

5月7日～9日
東京ビッグサイト
東京都江東区有明2-2-1

SPORTS-TREKは、BtoBのスポーツ健康産業にむけ、
アットホームなスポーツ・健康産業のつながりの
場作りをテーマに、業界関係者に注目です！

www.sports-st.com

36

スポーツツーリズムの司令塔 地域スポーツコミッションへの拡大



37

● 域外交流振興型の政策（アウトター）

スポーツイベントの誘致・開催
スポーツツーリストの誘客

● 地域資産形成型の政策（インナー）

スポーツ実施率の向上
参加型スポーツイベントの実施
学校部活動、健康増進、成人病予防

38

アウトター政策の本質

隠れた資源であるスポーツを旅行商品化し、見る、
する、支えるスポーツという新しい旅の目的と需要
を創出する ⇒ 地域の産業・経済の活性化



39

全国に広がるスポーツコミッション

タイプ	自治体名	組織名	設立年
市レベル	さいたま市	さいたまスポーツコミッション	2011
	新潟市	新潟市文化・スポーツコミッション	2013
	十日町市	十日町市スポーツコミッション	2013
	松本市	松本スポーツコミッション	2013
	宇都宮市	宇都宮スポーツコミッション	2014
	浜松市	浜松スポーツコミッション	2013
	前橋市	前橋スポーツコミッション	2015
	札幌市	さっぽろクロウ・ハルスポーツコミッション	2016
	三島市	三島市スポーツコミッション	2015
	由利本荘市	由利本荘スポーツ・ヴィ・ハルスポーツコミッション	2016
	木更津市	まきつスポーツコミッション	2016
	富沢市	金沢文化スポーツコミッション	2018
	岡山市	岡山スポーツプロモーション	2018
	県レベル	佐賀県	佐賀県スポーツコミッション
愛知県		あいちスポーツコミッション	2015
岐阜県		清流の国ぎふスポーツコミッション	2014
沖縄県		スポーツコミッション沖縄	2015
長野県		長野県スポーツコミッション	2016
関西エリア 株式会社		スポーツコミッション関西 選手スポーツクラブ	2012 2018

40

地域スポーツコミッションへの支援

地方自治体、スポーツ団体、民間企業（観光産業、スポーツ産業）等が一体となり、スポーツ・リズム、イベント開催、大会や合同の祭典などによる地域活性化に貢献し、相乗効果がある地域スポーツコミッションの活動に対して支援を行い、スポーツ振興効果と地域活性化の相乗効果による地域活性化の促進を図る。

スポーツ・リズム大会の開催による地域活性化の促進
 スポーツ・リズム大会の開催による地域活性化の促進
 スポーツ・リズム大会の開催による地域活性化の促進

スポーツ・リズム大会の開催による地域活性化の促進
 スポーツ・リズム大会の開催による地域活性化の促進
 スポーツ・リズム大会の開催による地域活性化の促進

地方自治体、スポーツ団体、民間企業（観光産業、スポーツ産業）等が一体となり、スポーツ・リズム、イベント開催、大会や合同の祭典などによる地域活性化に貢献し、相乗効果がある地域スポーツコミッションの活動に対して支援を行い、スポーツ振興効果と地域活性化の相乗効果による地域活性化の促進を図る。

41

さいたまでスポーツを楽しもう！

さいたまでスポーツを楽しもう！

さいたまでスポーツを楽しもう！

さいたまでスポーツを楽しもう！

42

さいたまスポーツコミッションがもたらした経済効果

2017 LEGEND IN SAITAMA CRITERIUM

SSCC主催事業
 2017 LEGEND IN SAITAMA CRITERIUM
 総収入 2,909,000,000円

SSCC共催事業
 2017 LEGEND IN SAITAMA CRITERIUM
 総収入 6,582,539,643円

SSCC協賛・支援スポーツイベント
 2017 LEGEND IN SAITAMA CRITERIUM
 総収入 3,592,135,427円

年間経済効果(推定)
 約 65.8 億円

2017年度 さいたまスポーツコミッション(SSC)に集まるスポーツイベント開催に伴う年間経済効果(推定)

SSCC主催事業
 2017 LEGEND IN SAITAMA CRITERIUM
 総収入 2,909,000,000円

SSCC共催事業
 2017 LEGEND IN SAITAMA CRITERIUM
 総収入 6,582,539,643円

SSCC協賛・支援スポーツイベント
 2017 LEGEND IN SAITAMA CRITERIUM
 総収入 3,592,135,427円

43

さっぽろグローバルスポーツコミッション

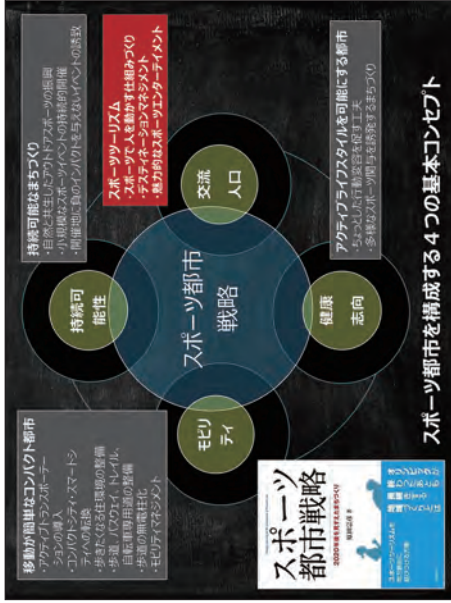
北海道・札幌にオリンピック・パラリンピックを
 感動をふたたび、そして未来へ

開催地計画のあみだし
 札幌市は、2022年冬季オリンピック・パラリンピックの開催地となることを目指しています。

SPORTS FACILITIES
 EVENT INFORMATION
 KEY FACTS

2026 or 2030?

44



49

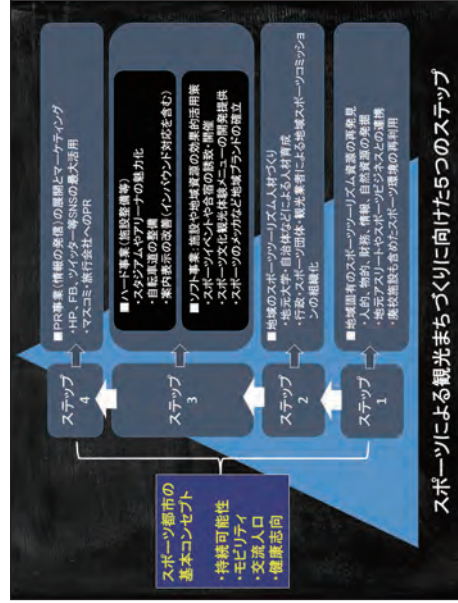
スポーツ都市を構成する4つの基本コンセプト

スポーツと親和性が高い都市

- スポーツや身体活動を誘発する環境
- 思わず歩きたくない、走りたくない、まわつくり：ナッジ
- 緑豊かな環境と平均寿命：ベジテーションとストレス
- アクティブライフスタイルの思想

50

50



51

スポーツによる観光まちづくりに向けた5つのステップ

最後に

50

50

成長期を迎えたスポーツツーリズム 新しい役割への期待

TRAVEL JOURNAL
2018年 1/15号

**キーワードで占う
2018年**
JTBから
JTBグループまで

08 **スポーツツーリズム
近く訪日客の1割の水準に**
原田宗彦

訪日客の増加に伴い、観光産業は大きく成長を遂げ、観光客の消費行動も多岐にわたる。その中でも、スポーツツーリズムは近年特に注目を集めている。本記事では、スポーツツーリズムの現状と今後の展望について、JTBグループの原田宗彦氏にインタビューした。

原田氏によると、スポーツツーリズムは、観光客の消費行動を多岐にわたるものへと広げ、観光客の滞在期間を長くし、観光客の消費額を増やす効果がある。また、スポーツツーリズムは、観光客の消費行動を多岐にわたるものへと広げ、観光客の滞在期間を長くし、観光客の消費額を増やす効果がある。

原田氏は、スポーツツーリズムの今後の展望として、観光客の消費行動を多岐にわたるものへと広げ、観光客の滞在期間を長くし、観光客の消費額を増やす効果がある。また、スポーツツーリズムは、観光客の消費行動を多岐にわたるものへと広げ、観光客の滞在期間を長くし、観光客の消費額を増やす効果がある。

53

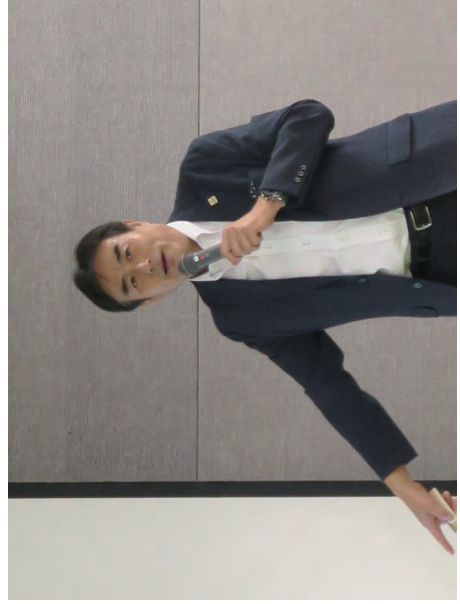


スポーツツーリズムの可能性

- 都市型モノ消費から地方型コト消費へ
- ツーリストが移動する理由をつくる
隠れた観光資源 = 人を呼び込む多様なイベントづくり
- インナーとアウトナー政策の同時展開によるスポーツツーリズムの役割強化
- 日本に必要とされる
「スポーツ文化観光省」
● 好機到来



54



伊藤：スポーツツーリズムが注目を浴びておりますが、その注目が一過性で終わるものではなく、原田先生の基調講演でもご指摘がありましたように、メガイイベント開催後も継続的に注目を浴びるためにも、計画的なスポーツ都市戦略、仕掛けづくりが重要になると考えております。そこで、本パネルディスカッションでは、特に昨今注目を浴びておりますITに焦点を当て、これからのスポーツ都市戦略を議論したいと思います。

本ディスカッションには、パネリストに押見大地先生、山下真輝様をお招きいたしました。押見先生は、早稲田大学スポーツ科学研究科修士・博士後期課程修了後、早稲田大学スポーツ科学学術院助手・助教、オタワ大学客員研究員を経て、現在、東海大学体育学部スポーツ・レジャーマネジメント学科にて教鞭をとられています。専門はスポーツマネジメント、スポーツマーケティングで、スポーツ消費者行動やスポーツイベントが開催地域にもたらすインパクトなどを研究されています。もうお一方のパネリストのJTB総合研究所の主席研究員である山下様は、これまで観光庁、経済産業省、文部科学省等の中央省庁における観光立国に関するさまざまな政策に関わってこられました。また、原田先生が会長を務められている日本スポーツツーリズム推進機構においても観光地域づくり委員会委員長を務めるなど、観光分野の各種委員を多数務められています。

それでは、まず初めに押見大地先生よりご講演をお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願いたします。

「スポーツツーリズムの最前線～ITを活用したポスト2020年のスポーツ都市戦略を考える～」 押見 大地

皆さん、こんにちは。東海大学から来ました押見と申します。今回頂いた私のテーマは「ITを活用したポスト2020年のスポーツ都市戦略を考える」ということで、若干アナログ人間の私ですけれども、ITというテーマを頂きましたので、私なりにスポーツツーリズム、スポーツイベント、もしくはITを活用したポスト2020年の都市戦略というのを考えてきました。その内容を発表させていただきたいと思います。

皆さん、もう最近はニュースで聞かない日はないというぐらいIT、ICT、VR、AI、Big Dataというような話が新聞でもニュースでも全部あると思います。で、消える職業、なくなる仕事みたいなものの中に、スポーツに絡んでくると、スポーツの審判だったり、こういったものもなくなるのではないかみたいな話があったりして、ゴールの判定システムも今年のワールドカップで話題になりましたけれども、ちょっと時間がないのでお見せできませんが、ここにドローンフットボールという動画(<https://flarebbdo.com/work/drone-football/>)を見られたことがある方もいるかもしれませんが、要はドローンが審判をやっていて、コントロールしているんですね。ペプシの動画で面白いのですが、そういったスポーツの世界にもAI、IT、Big Dataが進出してきているということです。

内閣府が予測しているのは、2030年までにAI、IoTを活用した場合に132兆円押し上げがあるだろうという算出をしているような流れもあります。ビッグデータとよく聞かれますけれども、じゃあ何なんですかということですが、基本的には3Vといわれます。volume、量ですね。Big、量が多い。そして、varietyなので、いろんなデータです。これまでは1、2、3とか数字とか、も

しくはテキストデータですけれども、写真とか音声データとかを全部含めて分析できる。そういうのもイメージしています。あとは、velocityというのは、データの処理速度がめちゃくちゃ速い。5G、そういう話です。これを含めてビッグデータの特徴だというふうに言われています。

これがじゃあ何の役に立つのですかという話になると、データを用いて予測とか、もしくは商品の推奨です。これが、ビックデータがすごくよく使われるパターンの一つです。交通渋滞の予測の精度が上がったりとか、もしくは、皆さんも経験があると思うのですが、Amazonとかで購入していると、自分がちょっと興味ありそうな商品とかをどんどん推奨してきますよね。あれを煩わしいと思う人ももちろんいるのですが、結構自分が興味のある本とかを推薦されて、思わずポチッとしてしまったことがあるかもしれないです。それってやっぱり膨大なデータ、個人についてはそんなに多くはないと思うのですが、それを用いて予測し商品を推奨するというようなことがある。で、2020年には世界の70%以上がスマホを携帯するのではないかというようなデータがあったりとか、石油からデータの世紀に移行するというようなことが背景としてあるということです。皆さんもよく聞く話かもしれません。

じゃあ、スポーツと今回のテーマであるITの活用例をパッと見ていきたいんですけども、例えば、これは日経新聞なので皆さんも見たことがあるかもしれませんが、VRを使って画面を見ながら筋トレをするというようなことだったり、これはスポーツではないのですが、例えば飛行機の座席のアップグレードをVRで経験させて、「どうですか、いいでしょう」みたいな形で推薦していくような形、VRを使つてのプレゼンです。もしくはプロ野球とVRみたいな話もあります。いろんな角度から観戦ができますというような技術です。

あとは、最近主流なエンタイムフィットネス。

24時間行けるというようなフィットネスがありますが、これは、当然のようにアプリを使いながら、トレーニングの記録をして、いろんなトレーニングを推奨してくれると、つまり24時間なのでインストラクターの経費削減にもなりますし、自分個人のパーソナライズされたトレーニングを推薦してくれるというようなものでも使われているということです。

あとは、スタジアムでも最近はクラウド対応型スタジアムみたいな形で、いろんなデータ処理がクラウド上、つまりUSBとかじゃなくてクラウドのところで保存されてどんどん処理されていくようなことであったり、ビーコンとって、こういうチップみたいなものがあるんですけども、皆さんがショッピングに行ったりしたときに、自分の携帯に何かアプリをダウンロードした場合に勝手に広告が入ってきたりとか、そういったことをこのビーコンを使って発信するんです。で、いろいろな情報を個人の携帯にどんどん送ってくると。

さっき原田先生のプレゼンでもあったんですけども、ランナーのGPSとかありましたね。これはやっぱりマラソン大会でも既に導入されていて、これもビーコンを使っているのですが、ランナーが今どこにいるのかというのをやっていると。昨日たまたま別のマラソン大会にインタビューで行ったんですけども、そこでも使っていると。で、評判はどうですかと言ったら、家族が走っていたり友達が走っている人たちに対する評判がすごくいいと、つまりどこを走っているかが分かるから応援にパッと出られるし、町の人たちも分かりやすいから非常にいいということはおっしゃっていました。

あとは、これは今日の日経のマーケティングジャーナルに載っていたのですが、顔ですよ。今後どんどん進んでいくのは表情認識の分析です。つまり、これはライブの盛り上がりや、これまでわれわれはアンケート調査をして、後の数値を入力して、満足した1～7みたいな形で満足度

を測ったりしていたのですけれども、一番の課題は、見ているときのデータが取れないのです。つまり、終わった後はアンケートを取れるし、事前でも取れるのです。でも、肝心の中身、経験している中身が分からないというようなことを解決する手段として顔認証ですよね。顔の表情を8つの感情の項目で分類していく、驚きとか、喜びとか。それでそれを数値化していくと、で、来場する前にカメラを設置しておけば性別とか年齢というのをどんどん認識していった、そのライブ会場にはどういう年齢層の人がいて、ライブ中はどんな表情をしていてとか、というのをまとめてデータ化するというような活用が進んできているということです。

ただ、オンライン・オフラインというような話で、ハイテク化がどんどん進んでいく中において、一方で、例えば写真がありますよね。皆さんもスマホで写真をバンバン写しますが、一方ですごく売れているのは、チェックしてご存じですかね。撮ったらその場でシュッと出てくるような写真。あれが今すごく売上げを伸ばしていると。つまり、あっちのアナログの世界とデジタルの世界って、実は、ぶつかるわけじゃないんですけれども、一方が伸びれば一方が全部なくなるかというところではなくて、やっぱり物足りないよねと、やっぱり写真が欲しいよねというような需要もあるということです。そうすると、ハイタッチの交流ですね、人と人が触れ合うような経験が逆に差別化要因になるのではないかとこのようにマーケティング



研究者のコトラーが言ったりします。

つまり、IT社会におけるスポーツの立ち位置です。こういうふうに顔を合わせて体を動かすような爽快感。デジタルから離れて運動するようなことが該当するでしょう。例えばこれはアナログゲームのイベントというのがあって、ゲームマーケットです。右肩上がりです上がっているんです。アナログゲームというのは、カードゲームとか、ボードゲームとか、デジタルではないゲームです。こっちの需要がやっぱり一方では上がっているんです。みんな今はスマホでゲームをやったりして、オンラインでやっているんですけども、オフラインのゲームの需要もやっぱり伸びているということです。人々というのは意外と、オンラインだけではなくて、やっぱりオフラインも欲しいと。

これはeスポーツの会場ですが、eスポーツはネットで通信されてゲームで対戦しますが、この会場というのは、人々は熱狂したいわけですが、他の観客と一緒に。なので、やっているのはデジタル上でコンテンツが提供されているけれども、人々が求めているのは、実はやっぱりみんなと一緒に応援したいとか、といったところになるわけです。じゃなければ、通信で見られるので家で見ていればいい。ということになるので、やはりデジタル社会におけるスポーツの優位性みたいなものというのはあるのではないかとこのように私の感想です。

これは別に皆さんに細かく見ていただく必要のない資料で、スポーツ庁がスポーツ産業の成長促進事業として、スポーツ×ITということで取り組みを今始めようとしています。する、みる、ささえるに分けてやっているんですけども、その中でも親和性が高いのは観光ですよという資料があります。これを僕の中でいろいろ資料を見ながらまとめたのがこの一つなんですけど、するスポーツ、みるスポーツというのがあって、ささえるというのもあるんですけども、まずするスポーツ、みるスポーツ

の中には、顧客の経験、つまりスポーツツーリズムであったり、スポーツを見たり、したいという経験があります。スポーツというのは経験が中心。カスタマージャーニーと言うのですが、これをいかに拡張できたり、もしくは補完するというのが、ITがスポーツにもたらずところとしてはすごく大きいだろうなど。で、ささえる部分、この部分に、つまり戦略、マネジメント、マーケティングの部分ではセグメンテーションとかターゲティング、プロモーション、これはデータを使ってプラットフォームを作っていく。もしくはデータを収集したり、それを分析して可視化するというようなことがすごく大事になってくるということです。これをちょっと説明していきます。

カスタマージャーニーという経験価値のフレームワークを使っていきたいんですが、つまりこれは何かというと、顧客が製品やサービスを知ってから購買・推奨に至る道筋・過程のことです。昔は、本当によく言われていたのが、ある商品を見て注目し、興味を持って、欲求があって、記憶して、行動に出るというAIDMAモデルというようなのが消費者の行動として言われていたんですけども、最近はこのCo-creation、共創したり、電子決済をしたりとか。あとはConversationという、会話をしたり、シェアをしたりという世界になって。さらに、Fファクターへの信頼、FriendsとかFamilies、Facebook Fan、Twitter Followersの影響がより強くなっています。つまり、お店の推薦じゃなくて、友達とかとのつながりの中で推薦を信頼する関係ということから、5Aモデルといった新たなプロセスも提唱されています。認知、Appealがあって、調査をして、Actionまでは大体一緒なんですけど、推奨する、Advocateといったところが5Aモデルの大きな違いになってくるわけです。

時間もそんなにないのでここは細かく説明し

ませんが、このプロセスを把握していったって、タッチポイントとチャネルなので、旅行を決めたとき顧客はどんな過程を経たのかなとか、その時にどういうコミュニケーションツールを使ったのかなと、Facebookなのかな、ホームページなのかな、決済はオンラインなのかな、振込なのかなといったところを押さえていったって顧客を分析していく必要があるだろうというのがあるかなと思います。なぜなら意思決定の過程がこれまでとは変わってきたからということになります。

これは私が原田先生と一緒にスポーツ合宿の団体にインタビュー調査をして、その意思決定過程を分析したものなのですが、スポーツ合宿の場合は、スポーツ合宿に行きたいという要求がバンとあります。その次にやるのがつながりの先生に電話をするんです。部活の先生や仲間にも電話をしたりして「どっかいいところありませんか」って聞いて、場所を推薦してもらったら、すぐにそこに行動にいったって、結構高い確率でまた同じ場所に行くというようなことが特徴としてありました。ただ、参加者側の課題としては、このつながり、逆に言うとなつながりがないと困る。で、スポーツ合宿では、マッチメイキングとか、あとは練習環境の情報不足していると非常に不安であるというような課題がある（図参照）。



図1 スポーツ合宿の意思決定モデル

押見, 原田, 佐藤, 石井 (2012)

受け入れ側の課題としては、施設とか、そういった情報が結構バラバラで、どこの体育館が空いていてとか、というのが結構取りづらい、

統一化しづらい。あるいは危機対応だったり、外国人選手が来たらどうしようみたいな、そういうものがあるので、こういったものを一元化するプラットフォームを作ったりすることが、ITの役割としては挙げられるかと思います。ですので、この情報の一元化、カスタマージャーニーを網羅したアプリとかの開発、マッチメイキング、練習環境、予算管理、危機対応みたいなものを統括できるようなアプリケーションの開発が重要になるんじゃないかなということです。

これが最後のトピックになってきますが、データを収集する・分析する・可視化するという部分で、よくイベントの効果測定、経済効果とか社会効果の測定をしますが、これを測定するときにすごくいい指標としてはSMARTという指標があって、Specific、具体的なのかと。で、それがちゃんと測定 (Measurable) できるのか、それが実現 (Achievable) できるのか、組織のミッションに合致 (Relevant) しているのか、そして期限 (Time-bound) が明確か。こういう指標を基に、スポーツイベントを開催したり、ツーリズムで人を呼び込んだときに、どう測っていくかというところが重要になってくるということであり (図参照)。



例えばこれです。Homeless World Cup というのがメキシコであります。『ビッグイシュー』って、皆さんも町中で立っている人を見たことがあると思いますが、そこが主体となって、結構大きな大会をやって、日本代表も参加しています。その計算を、経済効果であったり無形資産みたいな形で、時間がないので細かい話はできないんですが、こういう数値化をするということなんです。どっかで大まかに推計する部分もあるとは思いますが、何かを起こしたときの数値化をどれだけできるかといったところが非常に大事なかなと思います。それをまとめていくと、質的なデータでも良いのでデータを収集していく必要があると思います。例えばインタビュー調査でも取りあえずはいいと思うんです。現場の人であったりステークホルダーに聞くといったところのデータ収集をした上で課題や魅力の分析を可視化していくって、新しいサービスを開発したり、もしくは現状のサービスを最適化する。で、人が集まって、市民が満足してというサイクルを繰り返していく。そのツールとしてITのツールを使うというようなことが非常に大事になるだろうということです。

最後に事例だけを少し紹介しますが、スポーツ都市戦略でトロント市にインタビューに行っていたことがあったんですけども、トロント市は人口が273万人ぐらいです。5,000を超える文化・スポーツイベントを開催しているということです。これは、Pan American Games、アメリカ大陸の大会。そのレガシープランとしてこれをつくりました。イベントへの補助金は年間2億円なのですが、これをつくるのに1年半ぐらいかけて地域の自治体のステークホルダーにインタビューをして、アンケートを取って、計2,000を超える人にインタビュー調査をしてこれを作り上げたということです。この柱としては3つあって、その一つにオンラインプラットフォーム

フォーム。やはりさっき言ったような、要はスポーツ施設とか、そういったところのデータを集約してプラットフォームを構築していくというようなところがありましたので、トロントもやはりITを意識したスポーツ都市戦略をやっているというのが分かりました。

あとは、これはシンガポールのタンピネスという都市にあるコミュニティセンター。スタジアムとかいろんな複合型の施設です。これの面白いところは、この施設には行動記録をモニターするカメラが付いています。また、5,000円から1万円ぐらいこの施設で使えるクーポンのついた住民向けのカードを配ります。これは購買記録とかに全部ひも付いていて、カメラで彼らがフィットネスセンターで遊んだりしているのを自動的に収集して、そうしたデータを使って、それを次のサービス改善に役立てて、住民の健康に役立てるといような実験装置にもなっているということです。非常に面白い事例だと思います。

あとは、これはCopenhagen wheel project といって、自転車のホイールにセンサーを付けて、自転車で街のデータを収集するものです。混雑状況であったり、道路の状態、気温、湿度、もしくは大気汚染の濃度、騒音を、これを使って、要は市民がその自転車を使うことでデータをどんどん収集できると。で、混雑状況も分かるし、彼らはアプリをダウンロードして自分のエクササイズに役立てるといような、そういうプロジェクトもあったり、これもITの活用になります。

課題としてはいろいろと人材不足というところがあるんですが、もう時間があまりないのでここは飛ばしていきたくと思いますが、あまり人材が不足して、いないのであればアウトソーシングしましょうよという話です。あとは、結構自治体とかには眠っているデータがいっぱいあるので、オープンデータにして公開して、ア

プリを開発するのが得意な人たちにどんどん開発させるということです。これも最近始まっていますが、いろいろなデータをオープンにしてアプリを開発させると、これは僕も使っています。これもオープンデータで作られたアプリで、子ども向けの遊具の施設とかトイレの情報とかがアプリにあって、お父さんやお母さんには非常にいいと、いようなアプリを開発してもらおうというようなこともあったりします。

まとめとしては、先ほど最初に言いましたけれども、する・みるの部分では、ITというのは顧客経験を拡張したり補完するような役割があるだろう。で、ささえる部分で、戦略・マネジメント・マーケティングでは、セグメンテーションとかターゲティングがありますけれども、プラットフォームを作ったり、情報の一元化ですよ。で、データを収集して分析、それを可視化していくというようなところに非常に役立つものになるんだろうなというのが私の発表になります。

伊藤: 押見先生、ありがとうございます。それは山下様、引き続きお願いいたします。

「観光振興における ICT 活用のあり方」

山下 真輝

JTB総合研究所の山下と申します。よろしくお願いたします。スポーツツーリズムに関しては、原田先生といろいろと勉強させていただきながら、先ほどカナダのCanadian Sport Tourism Allianceの話がありましたけれども、まさにその構想から始まって、今、オリンピック・パラリンピックが決まったということで一気にスポーツツーリズムへの関心が高まっております。その背景には、やはり先ほど原田先生のお話にもありましたような、新しい体験といましようか、コト消費に対

するやっぱり消費者の動きが大きいかなというふうに思います。

私の問題意識としては、観光の視点から申し上げますと、やはり国内のマーケットは大きく変わっていると思うんです。今、外国人旅行者が2,800万人以上、今年は3,000万人になるだろうという話もありますけれども、外国人が4兆円以上のお金を使っていますが、日本国内では日本人が20兆円以上観光にお金を使っています。そういったものを全部足すと25～26兆円ぐらいが観光ツーリズムのマーケットだというふうになっているんですが、よくよく考えますと、2006年の頃、外国人旅行者がまだ733万人しか来ていなかった時に、外国人の消費額は非常に小さかったんですけども、実は30兆円以上の観光消費額があったわけです。

一時、非常に日本の景気が悪くなった時代に、全体が22兆円ぐらい下がった時代があって、今は盛り返してはいるものの、この10年間で観光のマーケットというのは4兆円から5兆円減っているというふうになるわけです。じゃあその間は日本の人口が減ったのか、日本の景気は本当にそこまで落ちたのかということを考えますと、この10年間に生まれたマーケットはいっぱいあるじゃないですか、さっきのeスポーツもわかりです。ゲーム、スマートフォン。そして、例えばCDが売れなくなっても、この夏、毎週末に何があるかという、野外フェスがずっと行われています。先週からROCK IN JAPANが始まって、7月末にはFUJI ROCKがあった。ボブ・ディランが来ましたが、そういう、CDが売れなくなっても、若い人たちは体を使って音楽を聴き、みんなでその感動を共有し、シェアしていく。そういうような新しい音楽の聴き方があって、ライブ・コンサート市場は右肩上がりなわけです。ということは、この間にやはり、2000年にアメリカのラインとギルモアさんという経済学者がExperience Economyという考え方を発表されました。新し

い経済があると、農業経済、産業経済、サービス経済があって、その次にExperience Economyというのがあるんだと、これを2000年の頃に言われたことがありました。まさに今そういう消費行動になってきていると。

一方で、観光というのはまさにコト消費の典型なんですけれども、にもかかわらず、何でこの10年間に4兆円も5兆円もマーケットを失ったんですか。これは、明らかに観光地の受入側が提供しているサービスと消費者が求めているものにギャップがあるのではないかということを考えざるを得ないわけです。そういう意味では、このICTを使って何を考えていかにくちやいけなかないかという、一つは観光の受け入れの人たちの生産性向上を考えざるを得ません。非常に今は人材不足で人がいせんから、データを使ってマーケティングをして広告宣伝費を極力下げていく必要がある。旅館の裏側のバックヤードも、いろんな意味で生産性を向上しなきゃいけない。

それからもう一つは、やっぱり新しい経験の価値の提供。ICTがあるから、10年前には体験することができなかった新しい体験を伝える。このことは考えていく必要があるだろうと思います。その中で、JTB総合研究所のほうでも新しいサービスが消費者にどのような変化をもたらしたかというのを最近プレスリリースで出していたんですが、ここにあるように、デスクトップやノートパソコン、スマートフォンを持っている人というのはもう当たり前になってきて、フィーチャーフォンみたくの持っている人はどんどん減っていますので、こういったデバイスの問題が出てきますと当然消費行動が大きく変わってきます。

ちょっと小さくて見えないと思うんですが、新しい技術やサービスが広がってどういうふうに行動が変わりましたかというふうに聞きました。これはぜひ、JTB総合研究所のホームページにリリース文がありますので細かくご覧になっていただきたんですが、例えば購買のところでも、現

金以外で買い物をするとか、インターネットで買う、それから店舗で見た商品をインターネットで購入するみたいな人たちが当然増えてきて、店舗で買うとか、それからバスや電車に乗るときに現金で切符を買うんだという人はどんどん減っていると。そういう意味で新しい技術が、それによってお金の使い方が変わってきて、限りなくキャッシュレスに特に都市部ではなっていると思いますし、手続き関係もインターネットで行う。特に役所や銀行の手続きとか、コンビニの荷物の受け取りとか、ライブ・コンサートのチケットなんかも、ほとんどチケットの生券というのは持っている人がだんだん少なくなってきたというわけです。そういうふうに行動が変わってきた。

そして、旅ではどうかって聞くと、旅行中に現地地の情報を検索するという人は明らかに増えてきましたんで、今度は、タビマエ、タビナカ、タビアトというふうに業界では言われていますけれども、明らかにタビナカ、現地に着いてからどのように情報を提供するかということが主戦場になってきたわけです。旅行のビジネスの中ではですね。もちろん出発前の予約、スマートフォンで予約をする、インターネットで旅行商品を買うというタビマエのビジネスが大きいというのはあるんですが、そういった旅のスタイルも変わってきたと言えます。

それから、新しい技術やサービスで便利になったと思うことの中で、ちょっとこれは聞き捨てならないんですが、わざわざ出掛けなくても欲しいものが手元に届くという人がすごく増えていて、そういう意味では「もう旅行に行かなくてもいいんじゃないの」というように言われる人もいますけれども、よりそういった技術がどんどん向上すればするほどリアル体験を求めるという傾向も実はあっています。国際会議がどんどん増えています。インターネットで技術が高まれば高まるほどなぜか国際会議とか企業ミーティングの数が世界的には増えているんです。フェイス・トゥ・

フェイスミーティングというキーワードになっていますので、こういう方がいる一方でリアル体験は増えております。

観光において考えなくちゃいけないことを3つ挙げているんですが、ツーリズム戦略の観点で、まず一つは、先ほど4～5兆円減っていますという話がありましたけれども、DMOの人たちがこれから考えなくちゃいけないのはいかに新たなターゲットを増やすか。これは国内もインバウンドもしかりです。それから、閑散期にどのような価値を生み出していくのか。観光地はシーズンリティが大変大きいですから、やっぱり忙しいときと暇なときに従業員を抱えていられないというような問題がありますから、閑散期に新たな価値を生み出すというところにDMOの真骨頂がある。年間の入込の平準化を図る、そこにスポーツイベントを当てていくんです。例えば鹿児島県の菜の花マラソン、これも閑散期に旅館の人たちが頑張って生み出したスポーツイベントなんです。3つ目が地域での滞在時間を伸ばす。日帰りを1泊、1泊を2泊、そして1週間滞在、ロングステイ。どうやってその地域で楽しんでいただくかという目的をつくる。そのことが観光消費額が上がることになるんです。

そういうことを考えたときに観光地におけるマーケティング手法とか、またマネジメント手法が変わってくる。こういうことを考えていない結果として、この10年間観光消費が4兆円も5兆円もなくなっているんじゃないんですかと、ある程度仮説けれども、でもこの期間に行政の人とか民間の人がさぼっていたわけではないですよ。一生懸命ゆるキャラで踊ったりとか、イベントでビールを配って頑張ってきたんです。でも、その結果として4兆円も5兆円もマーケットが減っている可能性があるわけです。これは埼玉県秩父。先生が埼玉は何もないとおっしゃったけれども、郊外に行くといろんな建築物などがあるわけです。郊外に行くといろいろあるんです。最

近行って面白かったのが、長滞ってあるじゃないですか。昔は長滞ライン下り。今はものすごくラフティングの人がいっぱいいます。昔はライン下りで岩を見たりとか、物見遊山の観光だったと思うんですけど、今は確実にみんなで感動をシェアする。もう全然スタイルが変わってきていると思うんです。長滞峡のところに行くと、もう次から次に上からラフティングのボートが流れてきます。



日本人もそうなっていますが、外国人もやはりこれから滞在時間を伸ばしていただかなくちゃいけないということで、各政府のほうも消費額を上げていこうという試み。そのために質の高い観光地を、文化財をもっと活用しようとか、ショッピングもそうでしょうし、さまざまな食のガストロミーツーリズムと、いろんなことをやろうじゃないかと、それではファイブスターのホテルも要るよねみたいな。で、滞在時間を伸ばそうということでやっています、これがかなり今はいい形になっているんです。

最近観光庁が発表したデータ、これも細かいところはリリースをご覧いただければと思います。既にご覧になった方も多と思うんですが、主要4カ国のアジアの方々、ほとんどがリピーターの方になってきました。中国はまだ初めてという人が6割くらいいるんですけど、ほとんどアジアの方はリピーターになってきました。10回以上のハードリピーターの方も多いです。そういう

人たちがどういう行動をとるかといいますと、訪日回数が増えるにつれて1人当たりの旅行消費量が上がっていく。皆さんはどうでしょうか。同じところに何回も何回も旅行に行ったら、だんだんお買い物もなくなってきて、安いところに泊まって消費額が減るんじゃないですかね。インバウンドは違います。回数が増えれば増えるほど1人当たりの消費額はなぜか上がっている。これはなぜか。中国の場合でも、最初の訪問時は22.1万円ですが、10回以上だと30万円以上使っています。さらに、地方での訪問回数が増えているんです。これはなぜこういう現象が起きてくるのか。先ほど原田先生がおっしゃったようにパウダースノーからコーラルリーフまである。ものすごく多様な国だからです。来れば来るほどやりたいことが増えてくるんです。その中で、観光庁の委員会の中でも、「楽しい国 日本」。これはなかなか私は素晴らしいキーワードだと思っています。体験型でまさにExperienceを重視しようと、モノからコトだと。爆買いも、いい物はもう中国で全部買えますから、別に日本で買う必要はないわけです。ですから、こういう「楽しい国 日本」ってシンプルでいいじゃないですか。そういう価値ある消費をつなげていこうということ、これは大事なキーワードです。

その中で、外国人旅行者の消費を、今は4兆円ですが、8兆円までにしよう、さらには15兆円に持っていこうじゃないかと。そのためにどういいうExperienceが日本で待っているんですかという話になると思うんですね。だから、地域資源の活用、新たな体験型コンテンツの掘り起こし、そして体験型観光の充実ということで、本当に自然をどう活用するか。ここで国立公園の活用だったりする場合もあるし、あとお祭りにもっと外国人に参加してもらおうとか、それから、ナイトタイムエコノミーといわれていますが、夜のやっぱり楽しいエンターテインメント、そして、チケットなんかの買いやすさみたいな問題が、VRとか

ARの活用よっての新たな体験というのはあると思うんです。外国人旅行者というのは、夜がつまらないと今盛んに言われていますけれども、夜のエンターテインメントが弱いということで盛んに今いろんな取り組みが日本国内の中で始まっています、東京都もナイトタイム観光という言い方をして、今都庁でも推進されています。これはやっぱり、日本人ももっと夜は外、夜遊びというのはちょっと啓蒙すると怒られちゃうんですが、夜の時間がやっぱりもう一つ新しいライフスタイルになるんじゃないかなと思います。

今はそういう意味で、例えばチームラボのミュージアムがお台場にてできたりとか、いろんなデジタルアートのコンテンツができたり、それから、野球場のスタジアムも本当にぎやかですし、eスポーツのスタジアムとかいろんなものができると思うんです。そういう意味でこの夜にもっと楽しもうという動きは非常に素晴らしいと思います。六本木アートナイトは私も一度参加したことがあるんですが、夜通しプログラムがあります。ほぼ24時間です。そういうアートの世界で今六本木は非常に取り組みを進めていますので、こういった都心部の、遊休資産と私は呼んでいますけれども、実はビジネス街というのは夜は死んでいるところがいっぱいあるんですが、今度はそういうところで新しいデジタルアートとかがあってもいいと思うんですけれども、非常に六本木の取り組みは素晴らしいと思うんです。JTBのほうでも今、DRUM TAOと組んで新しいノンバーバルのエンターテインメントを始めました。そういう取り組みが今、松竹さんとかいろいろなところも始めていますけれども、こういう問題意識が日本国内の中で高まってきたというのは素晴らしいことだと思うんです。

また、外国人旅行者は日本に来て何をしたいと思っていますかというのを聞いてみると、日本食というのは非常に高いんですが、スノースポーツがかなり上位に出てくるんですけれども、何と

いってもやっぱり自然系のニーズというのは高いと思うんです。これは、リピーターになればなるほど日本のやはり自然環境の素晴らしさということに理解が深まっていくのかと思うんです。その自然をどのように使っていくのかというのがまさにアウトドアスポーツ。スポーツ庁が掲げて原田先生が座長で取り組んでいる協議会でこういった議論があるわけです。これが有名な、先ほどもお話が出ましたけれども、内閣府の取り組みですが、こういったものがまさに「楽しい国 日本」のコンテンツになってくると思うんです。

最後に、新しい技術というのはいったいどういふふうになってくるのかという話なんですけれども、今大きな社会問題になっているのが、まさにこういった外国人旅行者で大変混雑しているという問題です。今は荷物の問題が社会問題になっていて、市内のホテルも荷物がいっぱいになってきてバンケットルームがつぶれていっています。中国の方は、朝食を食べるときに荷物を全部持って下りてしまって、「すいませんが、ご飯を食べた後に荷物と一緒に下りてください」と言っても荷物と一緒に下りてくるらしくて、朝食会場の周りが荷物であふれるらしいんです。京都なんか今市内のバスが大変です。

こういう問題をどのように解決するかということで、今は手ぶら観光ということが国の中でも言われております。日本の駅とかいろいろなところがバリアフリーになっていないので非常に困ります。出張に来るたびに、特に今のような暑い時期はなんて街だって思うんですが、やっぱりこういった荷物移動が今は日本の地方観光においても問題になっていると思います。そういう中で、これもJTBの取り組みを紹介しますと、LUGGAGE-FREE TRAVELということで、最初の出発の時点で、宿泊予約をしていただいた時に、その人の行動に合わせて荷物が次の旅館、次の旅館というふう在宅配できる仕組みをヤマト運輸さんとパナソニックの共同開発で行って、今サービスが始

まっております。その取り次ぎの荷物取次店を今
どンドン開発をしているところなのですが、こ
ういった形で企業との連携の中でやっていく。だ
から、荷物はもうヤマト運輸さんの伝票もいち
ち書かなくてよくて、全部行動に合わせて伝票が
日本に着いたら用意されていて、アプリで全部
操作ができて、フロントなんかでチェックインの
ときに荷物を預けたら次のところに行く。で、ま
た次のところに行く。

こういうことができるということは何ができる
ようになるのかということなんですけれども、例
えば荷物なしに2泊分だけ持って行って自転車
で移動すればいいんじゃないかという話になっ
てくるんです。こういうことで、やはりこういう荷
物の問題をICTで解決することによって新しい価
値を提供していくということだと思えます。ス
イスでは今スイスモビリティという取り組みで、
LUGGAGEサービスがあって、スイスの国内は人
間の能力だけで、自然エネルギーだけで動ける、
移動しようよということで、カヤックとか自転車
を使ってスイス国内を移動しましょう。だから
LUGGAGEサービスもありますよということでス
イスの国内の中を旅してもらおうというのを国を挙げ
て取り組んでいるわけですが、日本はまだまだ
国全体でそのような、旗振りはしていますけれど
も、「あとは企業が頑張ってるね」という形になっ
ていますので。

そういう一つの行動を生み出して、新しく日本
の体験をしませんか、だからこういう景色も見ら
れますよということを啓蒙していく、そんなICT
であってほしい。まさに新たな体験のためにICT
を使う。とにかく技術があればいいということ
ではなくて、先ほどハイタッチの交流という話があ
りましたが、そういう体験を生み出していくよう
な新しい技術であってほしいなというふうに思っ
ております。

パネルディスカッション

伊藤: 山下様、ありがとうございます。それ
では、次にコメンテーターの原田先生からお2人
のご講演に関してのコメントをいただきたいと思
います。よろしく願いいたします。

原田: 素晴らしい発表をありがとうございます
です。では、押見先生のほうから、ちょっと質問とい
いますか、私のコメントを含めてお聞きしたいん
ですが、さっき山下さんのお話にもありましたけ
れども、やはり観光地の受入体制が石器時代み
たいな観光のところが結構ありますよね。例えば
スノーリゾートの世界だと、例えばツェルマットに
来るスキーヤーってもう全部情報が入っている。
CIMですよ。ひも付いていて、この人は何回目と
か。で、10回以上来ている人はバッジをもらえて、
ツェルマットの中に入るとすぐ「すごいね」と
言われるみたいな、そういったまさにひも付けが
必要になっているんですが、いわゆるそういうス
ポーツにおけるファンエンゲージメントを地域全
体で高めていく。地域の顧客とする。われわれも
研究でプロスポーツのファンの研究をよくやって
いるんですけど、それを地域に拡大したとき
にどういふことが必要かというのが1点です。

2つ目は、さっきのコペンハーゲンの wheel
projectって面白いですね。あれは多分コペン
ハーゲンの環境問題とか交通問題なんかの解決
に結びつく。こういうのをシビックテックと言
います。早稲田大学の私の同僚の稲継先生が『シ
ビックテック』というすごくいい本を書いている
んですが、今後そういう社会問題解決のためのテク
ノロジーとかが重要になると思うんで、何かそう
いうところでご意見を頂ければなと思います。

伊藤: 先に、押見先生お願いします。

押見: ありがとうございます。地域のファンエン

ゲージメントをどう上げていくかということで、まず難しいのは、要は、スイスの事例を僕は分かっているんですけど、モニタリングができていないという。ひょっとしたら地域へのファンエンゲージメントが高い人はいるかもしれないですが、その人たちをつかまえないというのが一番のまず問題だと思っています。昨日鹿児島県の指宿菜の花マラソンというところの事務局にインタビューしたんですが、毎年リポーターもいて、参加者が1万人いて、毎年来てくれる人がいるということは分かっていると。ただ、じゃあその辺りの例えばデータを取られていますかと言うと、「いやいや、取っていません、事務局2人しかいないので」みたいな回答なんです。どこに行ってもやっぱり大体そうなんです。

じゃあどうしたらいいのといったときに、いきなりアプリにいくのも大変なので、アウトソーシングじゃないですけども、近くに例えば鹿屋体育大学があって、データ収集を依頼したりとか、結構アウトソースをどんどんしちゃっていいと思っています。そういったところと連携を組んでいくと、ファンのことをつかまえるデータをまず取っていけると。じゃあどうやったらファンエンゲージメントを高めていけるんだらうというふうになるので、まずはデータとか、データという数字ってなるかもしれないですけども、インタビューでも全然いいと思うんです。いつも、人手が足りないのでもいつも終わっちゃうので、そのまずデータ収集をどうやっていくか。無理であれば、どうやってアウトソースするかということを考えるのがファーストステップなんだらうなというのが、いろんなインタビューをしている印象です。

で、シビックテックですよ。ホイールを使って社会問題を解決するというものなんですけれども、スポンサーシップの別の資料を読んでいるときに、最近のスポーツスポンサーシップのモチベーションといいますか、一番大事なところはイシュードリブンで、イシューというのは、要は課題

を解決するための提案を、例えばスポンサーシップしてくれた人たちに対してどう提供するのか。さっきのHomeless World Cupもそうなんですけれども、やはりホームレスというのは全世界共通のイシュー、課題であって、じゃあそれをスポーツイベントというものを使ってどう解決していけるかというのが始まりにもなっていたということです。あそこですごく大事だったのは、イベントをやっただけで終わるわけじゃなくて、その効果がどれだけあったのか。それを経済効果と社会効果に落として発表していったということがありますので、ただスポーツイベントをやりました、オッケーではなくて、それが社会の課題にどう影響したのかということを明らかにする、数値化することがすごく大事だと思います。私の今日のプレゼンはちょっと時間切れであまり伝え切れなかったんですが、そこが本当に大事だというふうには思っています。で、そこを使う上でITは多分使えるんだと思います。難しければアウトソーシングしようという話です。



原田:ありがとうございます。では山下さんにコメントと質問なんですけど、先ほどのリアル×バーチャルの話は非常に面白くて、バーチャルに行けば行くほどリアルの世界に引き戻されるというのが非常に多い。スポーツがまさにリアルで、リバーラフティングをいくらYouTubeで見ても実際にやらないと何も分からないし、実際にやると濡れますので、ものすごいバーチャル体験だと思うんで

す。で、今後、例えば日本の優位性をさらにこのリアルの中で伝えていくには何が必要なのか。例えばイギリスに行くと、ウィンブルドンとか、ラグビーもプレミアリーグとかものすごいイベントがあって、例えばサッカーだけで年間120万人の外国人がサッカーを見るんですが、温泉はないし、野生の猿もないし、コウロギも鳴いていない、単調な風景ですよ。結構だから全然ビジネスモデルが違うと思うんですが、じゃあ日本の場合、今持っている優位性をさらに高めていくには何が必要なのかなというのを少しお聞きしたいと思います。それが1点目です。

2点目は、先ほどの旅行かばんの話は非常に印象的で、いわゆるサービステクノロジー、サービスサイエンスの世界だと、本当の感動とか満足を得るには、不満を解消していかないと、不満を持ったままではたぶん経験価値というのはそんなに高まらないと。そうすると、安全とか、アクセスとか、交通とか、混雑とか、利便性ですよ。そういったものを完全に解消していかないと本当の意味での感動は生まれないんだろうと思うので、今後さらにそういう旅行環境の整備というのは必要だと思うので、じゃあLUGGAGEの次に来るのは何かかなというのを、ちょっとお考えをお聞きしたいと思います。

山下:ありがとうございます。日本の優位性というのは、これは本当に知れば知るほど圧倒的にすごいなというふうに感じておまして、日本の通常面積を考えても、ヨーロッパの地図に重ねたときにスカンジナビア半島のてっぺんからスペインの先っちょまでであるような、広大な日本なんです。そこにパウダースノーからコーラルリーフがあって、そして、それぞれの県ごとに多様な文化があるというのは、恐らく世界的にもない多様性というのが日本の面白さだと思うんです。ですから、日本の旅行というのは、恐らくヨーロッパ1周旅行以上のものすごい多様な観光のスタイルがあるんで、

そこに触れた外国人が知れば知るほど何回も来なくなるということはすごく分かる気がします。ですから、そのやっぱり多様性とか、それから、本当に日本人と知り合わないと分からない世界というのはいっぱいあるんで、もっと外国人旅行者と日本人との接点を増やすということはすごく大事なことだと思うんです。

都内でもやはり、サラリーマンがいっぱい来るような楽町のところとか新橋に外国人旅行者が来て、ビールケースに座っている外国人がサラリーマンと会話をしている風景とかをよく見るんですけども、そういうシーンがもっとも日本全体に広がって行って、やっぱり日本人に触れるということがすごく大事なところだと思います。最近はいろんな翻訳の新しいテクノロジーが出たりとか、それからぐるなびさんがやっているように、レビューを全部多言語化するようなサービスをやっておられるような会社もありますけれども、日本が本当に生活の中身を見せていくということがこれからはすごく大事なことなので。

で、自然なんかも、ただ単に景色がきれいということではなくて、その自然の中にある日本人の暮らしというのはいったい何だろうかというようなことがすごく大事になってくるんで、より一層日本人ということに対する興味・関心が増えてくる外国人にそのことを伝えていく。それをどのようなプロセスで行うか。特に地方都市については、まだまだ発見されていないことがたくさんあって、外国人に対してですね。そういう、地方に分散している中でしっかりつくっていく。それが観光地の受入体制の組織化、組織の高度化とか、DMOの話とかにつなげてくるのではないかなというふうには感じているところであります。そうすると、方言とかそういったものも含めて、あと食なんかは特にそこに大きく、日本の多様性を一番実は象徴しているのは食文化ですから、日本のガストロノミーというのものにもっとスポットを当ててもいいんじゃないかなと思っています。

あと不満の解消というところなんですけれど、本当に今荷物問題が非常にフォーカスされているんですが、あとはずっと言われてきたことは交通問題なんですけれども、やはりこれは、今Uberとかも含めたシェアリングエコノミーとその規制の障害というのがありますけれども、どんどん今、例えば北海道なんかでもローカル鉄道がどんどん廃止になっていますし、地方都市というのは公共交通機関がやはり立ち行かなくなっています。一方で、シェアリングモビリティといきましょうか、そういったものをどう連携していくか。空いている車、朝と夜は農業をしています、日中は暇になるから車を運転してもいいよという農家の方がおられたりとか、例えば、分かりませんが、行政が持っている公用車がどう活用できるかとか、そんないろんな、これを含めて全部遊休資産だと思っているんです。だから、日本の国内にある遊休資産をうまく活用していつ解消できる不満というのはいっぱいあるんじゃないかなというふうに思っていますんで、交通問題というのは永遠の課題ではあるんですが、これをもっと解決していかなくちゃいけないなと。

まだまだいっぱいありますが、難しいのは、例えば直島の芸術祭に来ている、島に来ている外国人というのは、ものすごく不便な思いをしてもたどり着いてきているんです。直島の運用をしている光デザイナーの方に聞くと、便利にしたいかなんて言うんです。こうやってやっとたどり着いたとか、やっと発見したというものが大事なんです。そこもまた、便利にし過ぎないことのバランスもすごく難しいなと思っています、その辺の全ての不満を解消すればいいかという、そのバランスもあるなと思って、ちょっと悩ましいところですよ。

伊藤: ありがとうございます。それでは、もう少して時間なので、最後にフロアの皆さまから質問があればお願いしたいと思います。挙手の上、ご

所属、お名前をおっしゃっていただいて質問をお願いしたいと思います。はい、どうぞ。

質問者: 話された内容とはちょっと違うんですが、自分が興味を持っているのが、中国でよく使われているWeChatペイのようなキャッシュレスの使用に関して、日本では今後、使用とか、広まる可能性があるのかについて押見先生に少しお聞きしたいなと思います。

伊藤: 押見先生、お願いします。

押見: 一般に皆さんに知られている範囲での回答しかできないんですけど、LINE Payとかそういったものがどんどん進んでいますし、今後も進んでいくとは思いますが、やっぱり結構日本って現金、地方に行けば行くほどだと思ってしまうんですけど、なかなか抜けきれない部分があると思います。ちなみに、東海大学の学生でキャッシュレスについて調べた学生がいたんですが、大学生はキャッシュレスをするかしないかみたいな話で、半分は払っていて、半分はやっていないと。なぜやっていないかという、便利なのか分からないとか、あとは個人情報はどうとか、キャッシュレスにすることで個人情報を取られるのかなとか、そういったところがあるので、その辺の情報をちゃんと開示するというのもすごく大事なかなと思います。私も今頑張ってキャッシュレスにするようにはしています。

伊藤: その他に質問はございませんか、あとお一方ほどお時間があります。せっかくなのでどうぞ。

質問者: 今日は素晴らしいお話をありがとうございました。われわれ、東京というよりも日本ですけど、来年はラグビーのワールドカップ、そして再来年はいよいよオリンピック・パラリンピックということで、非常に大きなイベントを迎える。そ

して、ここでは間違いなく相当な数のインバウンド、海外からのお客さまを迎えることになると思うんです。で、当然どちらのイベントもたくさんのお客さんが来られることは放つといっても間違いがないというふうには思うんですが、問題は、この1回来たお客さんをどう次につなげていくか、定着させていくかというところが大きいなる課題であるというふうに認識しておるんですが、ぜひ、今日おられる、山下さんもそうですし、原田先生もそうなんですけれども、見識のある方に、何か思われることがありましたらアドバイスなり知見なりを教えてくださいたいと思います。

山下: こういう国際メガスポーツイベントがあるとやはり、業界ではロングホールとよく言いますが、遠くからの人が増えてきます。ロンドンオリンピックの後はやっぱりアジアからのロングホールのお客さんが増えたというんです。今、東アジアはある意味では、待っていてもと言うと語弊がありますが、どんどん増えていくことは間違いがないわけでして、このオリンピックを契機に、やはりヨーロッパやアメリカの人たちに継続的に来ていただくというのがすごく大事です。特にヨーロッパとかアメリカの方々が旅に求めているものというのはやっぱり、非常にアクティビティ志向が強くて、例えば世界にはアドベンチャーツーリズムという北米とかが中心の大きなマーケットがあって、例えば1週間で30万とか40万ぐらいのパッケージで、その地域の文化とか、それからアクティビティを体験しながらストーリー性のある旅をしていくというような、そういうマーケットが結構あるんです。単発でラフティングとか里山サイクリングということじゃなくて、本当に日本国内を1週間ぐらい移動しながら、一つのテーマを考えながら日本の多様性、自然とか文化を体験していくというような、そういうスタイルのマーケットが実は世界にあります。

こういったことというのはなかなか日本国内の

観光庁とかも気付かなかった、世界には結構そういうアクティビティ志向の強いマーケットがあって、かなり年収の高い、でも平均年齢は35歳ぐらいのラグジュアリーマーケットの中でもちょっとまた違うマーケットが存在していて、そこに大きな国際機関があるんです。そこにCNNとかナショナルジオグラフィックのようなマスコミも入っているような国際ネットワークがあって、実はこういう人たちに日本というのはすごい国らしいということがだんだん知られてきているんです。

恐らく東京のオリ・パラがあったときに、東京がどんな街かということよりも、日本というのはいったいどういう国なんだということにかなりのフォーカスが当たると思います。特に今はSDGsとかいう問題になってくるので、それを日本が先行してやっていかなくちゃいけない時に、やっぱり日本の自然環境保護とか、文化財の保護とか、それと実は地方部にそういう面白いものがあるということになってくるので、東京オリンピックというのは東京だけの問題というよりも、実は世界的に注目されるのは恐らく日本のローカルではないかなというふうに思います。その情報をどれぐらい発信して、世界でも体験できないような実はユニークな体験ができるデスティネーションなんだということをぜひ伝えていく必要があるかなというふうに思います。確実にそこに注目が当たるんです。



原田: 今のご質問を受けてなんですが、実は東京オリンピックって住む人にとっては迷惑千万なイベントなんです。その辺がフェンスだらけになって立ち入り禁止区域ができて、アパホテルが1泊10万円になりますから、普通に東京に来ようと思っても来られなくなっちゃうんですね。で、多分混雑して、これ、大会期間中に台風が2回来たら、オリンピック期間が伸びてどうするんだぐらいの心配もあるんですが、今山下さんがおっしゃったように、副産物、それによって東京あるいは日本全体が世界からフォーカスされる。ロンドンオリンピックのときは、実はロンドンに来る観光客って前年比6~7%減だったんです。でもその後、継続的にイベントを仕掛けながら増やしていったので、東京でもポスト2020を語るならば、次のイベントですよ。オリンピックほどの大きいものは必要ないと思うので、ノーマススポーツイベントとか、そういういろんなことで日本に注目を集めていくのが重要だと思います。

あと、アジア、私はこの2カ月でフィリピンとバンコクに出張で行ったんですが、若いんですよ。フィリピンの平均年齢が今何歳かご存じですか。24歳。日本は43歳です。腰が痛いとか膝が痛いなんていう人はいない。だから、スポーツは本当に親和性が高い。フィリピンとバンコクに行ってびっくりしたのは、プロのバレーボールリーグが今ものすごく盛んで、フィリピンも毎日ライブでバレーボールを流しています。ということで、アジアのことを、皆さんがご存じないケースが多い。例えば、マレーシアにラグビーなんて絶対ないと思われるでしょう。ところが、コブラテンズって10人制のラグビーのイベントをやって、ガーッと人が集まってやって、それを日本に持ってこようみたいな話もあって、やっぱりリサーチですよ。いろんなことをリサーチしながら、ポスト2020に何がいかと常にアンテナを張りながら戦略的にやっていくというのが重要だと思います。

伊藤: ありがとうございます。そろそろ時間です。パネルディスカッションを終わりたいと思います。このパネルディスカッションを最初企画したとき、私は、原田先生に基調講演をお願いすることは決めていたんですけども、先生に、スポーツ都市戦略のパネルディスカッションはどうでしょうかとお話したときに、「伊藤先生、ポスト2020はITだ」というふうに言われて、「ああ、ITか」と。押見先生のお話にもあったんですけども、やはり研究というのは後追いになりがちなんです。原田先生も今おっしゃられたように。実際にどういうことがあって、それをじゃあどう実証・検証していこうという流れになりますので、実際に私どもITがこんなにスポーツ都市戦略に重要になるとは思っていなくて、これを研究者として今後どういうふうに突き詰めていくのかというのがすごく重要になるのかなというふうに私自身このパネルディスカッションを通して感じました。

また、今回はITにフォーカスしましたが、ITからまちづくり、もちろんスポーツ都市戦略というものに派生しましたし、あとはスポーツコミッションの経済効果や、文化社会という、押見先生が言われたソーシャルインテグレーション（社会統合）、どうやって社会的問題を解決していくか。こういうトピックが、ITから幅広く波及していくんだと感じました。言ってしまうえば、こういうメガイベントを開催することが、ただ単に都市、もちろんスポーツ振興だけではなく日本の社会を変えるという視点で、すごく重要な示唆を今回のセミナーで得ることができたのかなというふうに私自身感じました。

次年度は、メガイベントの効果・インパクトについてオタゴ大学のジェイムス・ハイアム先生をお招きして、議論します。今回はIT、スポーツ都市戦略に絞りましたが、来年はもっと大きな視点から、じゃあメガイベントの効果にはどういふものがあるんだろうというものを包括的に議論

していきたいと思います。そういった意味では原田先生、押見先生、山下様にはすごくいい流れをつくっていただきました。そして、内容的にも非常に充実した新規性のあるトピックだったのかなというふうに私自身も感じております。皆様にとりましても有意義な時間になったことを願っております。それでは、パネルディスカッションを終わりたいと思います。先生方、どうもありがとうございました。

「スポーツツーリズム最前線-ITを活用したポスト2020年のスポーツ都市戦略を考える」

1

IT, ICT, VR, AI, Big Data

AIなどの活用でGDP押し上げ効果(実質GDP)

132部団分押し上げ

IoT-AI活用が進む場合

内閣府のベースシナリオ

2016年 25 30 (出所)総務省

2

ビッグデータ

- 3V
 - volume, variety, velocity
- 膨大なデータを用いた予測や商品推奨
 - 個人個人へのカスタマイズ化が可能に
 - Amazon, Youtube, Facebookの広告 etc...
- 2020年には世界の70%以上がスマホを携帯
- 石油から「データの世紀」に

3

スポーツ×IT(活用例)

プロ野球 VRで観戦

ANYTIME FITNESS

未来のスポーツの姿?

4

スポーツ×IT (活用例)

ライアの盛り上がり数値化

「ライア」の盛り上がり数値化
 ライアとは、ライオンが「ライア」の盛り上がり数値化を推進し、ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。

ライアの盛り上がり数値化は、ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。

ライアの盛り上がり数値化は、ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。ライアの魅力を最大限に引き出すことに取り組んでいます。

5

オンライン vs. オフライン

- マーケティング4.0 (コトラー, 2017)

**「ますますハイテク化が進む世界では、
ハイタッチの交流(人と人が触れ合う経
験)が新しい差別化要因になりうる」**

6

IT社会における スポーツの優位性

アナログゲームのイベント/ゲームマーケット
の参加者数は右肩上がり

2012年 13 14 15 16 17 18
 (注)主催者発表、17年、18年は2日間の合計、
それ以前は1日の発表

・ポスド平成の未来学

7

スポーツ庁 (2018) スポーツ産業の成長促進事業

右欄: 2018年(予定)の成長促進事業の概要 (IT技術・機器等の導入)

分野	2017年(実績)	2018年(予定)	2019年(予定)	2020年(予定)	2021年(予定)	2022年(予定)	2023年(予定)
大規模	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)
中規模	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)
小規模	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)	1,200 (1,200)
計	3,600 (3,600)	3,600 (3,600)	3,600 (3,600)	3,600 (3,600)	3,600 (3,600)	3,600 (3,600)	3,600 (3,600)

1,200: 2017年(実績)の成長促進事業の概要 (IT技術・機器等の導入)
 1,200: 2018年(予定)の成長促進事業の概要 (IT技術・機器等の導入)

8

ITがスポーツツーリズムにもたらすもの

する・みる (スポーツツーリズム)

- 顧客経験 (カスタマージャーニー) の拡張 / 補完

ささえる (戦略・マネジメント・マーケティング)

- セグメンテーション, ターゲティング, プロモーション etc...
- プラットフォームの構築
- データ収集 / 分析 / 可視化

9

カスタマージャーニーとは

「顧客が、製品やサービスを知ってから購入・推奨に至る道筋・過程」

10

カスタマージャーニーの進化

AIDMAモデル

4Pから4Cへ
Co-creation, Currency, Communal activation, Conversation (共創) (貨幣) (共同活性化) (英語)

F2Fアクターへの信頼 (TRUST)
Friends, Families, Facebook Fan, Twitter Followers

5Aモデル

11

オムニチャネル・マーケティング戦略

認知	訴求	調査	行動	推奨
旅行を決めた時、顧客はどのような過程だろうか？ ・オンラインシヨク ・CM ・オンライク広告	その広告が気に入ったか 1. はい 2. いいえ	別の旅行地 / イベントの情報を得ようとしたか 1. はい 2. いいえ	どのように、イベントのどこで決着を付けたのか 1. はい 2. いいえ	その旅行先を推奨するかどうか 1. はい 2. いいえ

タッチポイント
旅行を決めた時、顧客はどのような過程だろうか？
・オンラインシヨク
・CM
・オンライク広告

チャネル
・オンラインシヨク
・オンライク広告
・HP
・Facebook
・Instagram
・オンライン決済
・Facebook
・Instagram

コントラ (2017) を加筆修正

タッチポイントとチャネルを戦略的に押さえ、活用する

12

スポーツ合宿地選定における カスタマージャーニー

種見, 原田・佐藤・石井 (2012)

参加者側の課題

- ・Association (つながり) がないと困る
- ・マッチメーカーキング、練習環境の情報不足

受入側の課題

- ・情報 (施設情報、地域など) がバラバラ
- ・危機対応、外国人選手団への対応 etc...

➡

プラットフォームの構築が不可避

13

スポーツツーリズム プラットフォームの構築

情報の一元化

- ・カスタマージャーニーを網羅したアプリ(外国語対応)の開発
- ・マッチメーカーキング、練習環境情報、予算管理、危機対応 etc...

するスポーツの環境整備×データ/A活用

「スポーツプラットフォーム/AI活用」は、従来の「スポーツ施設情報」を「地域情報」として一元化し、マッチメーカーキング、練習環境情報、予算管理、危機対応 etc... などの情報を、それを可視化、活用可能な形式にて、選手やファン、関係者等に提供できるプラットフォームを構築する。

14

データ収集・分析・可視化

15

データ収集/分析/可視化

- ・ イベントや政策の効果測定
 - 経済/社会効果
- ・ SMART (スマート)
 - Specific (具体的か?)
 - Measurable (測定可能か?)
 - Achievable (実現可能か?)
 - Relevant (組織のミッションに合致しているか?)
 - Time-bound (期限は明確か?)

16

Homeless World Cup の効果

HOMELESS WORLD CUP
MEXICO 2018

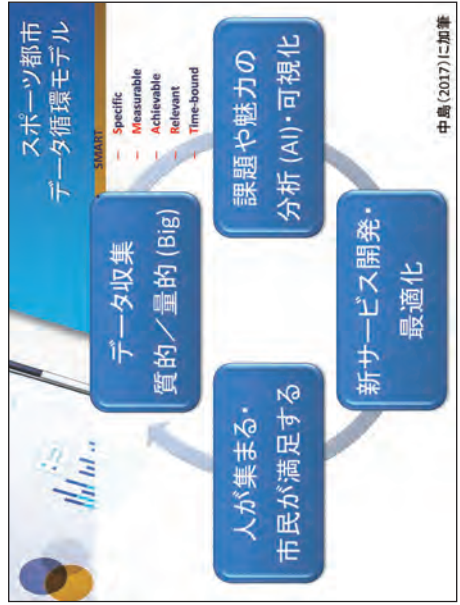
17

HWCから生じた社会資本

5つの社会資本	経済資本	教育資本	情報資本	市民資本	幸福資本
有形資本 (Tangible)	<ul style="list-style-type: none"> 仮住居コスト \$7,014,273 参加者の83%が関ホームレス 	<ul style="list-style-type: none"> 職を得たことにより生まれた収入・税収 \$1,195,384 参加者の86%が職を得た 	<ul style="list-style-type: none"> ボランティア訓練による能力開発 \$37,000 ボランティアを370名養成 	<ul style="list-style-type: none"> 新たなスターアップホルダー獲得 \$1,948,558 観客者の32%がホームレスへの見方を変化 	<ul style="list-style-type: none"> ホームレスへの注目度向上 \$76,750 3000万人以上の視聴者へのリーチ \$220,888
無形資本 (In-tangible)	\$788,887 (次期さ)	\$693,110 (つながり)	\$283,999 (能力)	\$725,776 (想像力/忍耐力)	\$150万 (多様性)
生み出された社会資本	\$1292万2625ドル				
開催経費	\$150万				

出典: Lesa Ukman Partnerships

18



19

スポーツ都市戦略 (トロント市)

CITY OF TORONTO SPORT PLAN

- 人口273万人
- 5000を超える文化スポーツイベントの開催 (年間)
- Pan American Games 2015のレガシープラン
- イベントへの補助金 (年間) 約2億円

3つの柱 (Pillar)

- Pillar 1. オンラインプラットフォーム (データベース) の構築
- Pillar 2. プロモーション
- Pillar 3. ダイバーシティに配慮した仕組み作り

20

IT Sport Hub (Singapore)

OUR TAMPINES HUB

RAISEN OUR TAMPINES HUB

21

センサブルシティー

- Copenhagen wheel project
 - 自転車による街のデータ収集
 - ・ 混雑状況、道路の状態、気温、湿度
 - ・ 大気汚染物質の濃度、騒音

THE COPENHAGEN WHEEL

22

課題

- IT人材不足
 - 17万人の不足 (国連報告, 2025) 30年には41~79万人の不足
- 待遇の低さ(全産業との比較)
 - 日本(1.7倍)、米国(2.4倍)中国やインド(7~9倍)
 - フェイスブックデータサイエンティスト(4500万円)
- グローバルAI中国センター
 - 人材の獲得競争

図1 アメリカでの総人口に対するIT人材の割合 (2000年、2010年、2020年)

資料: アメリカでの総人口に対するIT人材の割合 (2000年、2010年、2020年)

23

人材の確保・育成

- 新たなポジションの新設
 - CDO (Chief Data Officer, Chief Marketing Technologist)
 - ソーシャルCRMスタッフの育成
- データサイエンティストの育成
 - 北海道大学
 - 京都市大

CSOソーシャルCRMスタッフ育成 (松下電器)

24

アウトソーシング

CrowdWorks

エンジニア 発注者 両 仕事を依頼する

仕事を探す 仕事を受注する

日本最大級のクラウドソーシング

アプリ開発・ホームページ制作・デザイン・ライティングなど
全国のプロフェッショナルと企業が仕事を依頼に受発注!



25

オープンデータによるアプリ開発

オープンデータによるアプリ開発

- データ公開数: アメリカ22万、日本2万(2017)
- 世界31位: 2015年時点

東京公共交通
オープンデータ
チャレンジ

Open Data Challenge for
Public Transportation in Tokyo



26

まとめ

する・みる(スポーツツリーズム)

- 顧客経験(カスタマージャーニー)の拡張/補完

ささえる(戦略・マネジメント・マーケティング)

- セグメンテーション, ターゲティング, プロモーション etc...
- プラットフォームの構築
- データ収集/分析/可視化

27

和歌山大学 観光教育研究セミナー2018
観光振興におけるICT活用のあり方
 2018年8月10日(金)
 JTB総合研究所
 主席研究員
山下 真輝

© JTB総合研究所

■ 旅行市場の変化 (旅行消費額の推移)

旅行消費額と訪日外国人旅行消費額 (2004年=2016年=100)
 2006年→2016年 ▲4.3兆円

- 国内旅行者数は国内景気低迷の影響を受け2003年あたりから減少傾向となっている。
- 国内旅行消費額においては、2006年30.1兆円あったが、その後の旅行ニーズの変化や景気低迷により減少している。

© JTB総合研究所

■ 新たな技術やサービスによる日本人の暮らしの変化 (1/4)

デジタル機器の保有状況と今後の意向 (単一回答)

デジタル機器	持っている (%)	持っていないがほしい (%)	ほしくない/知らない (%)
デスクトップ、ノートパソコン	82.6	17.4	0.0
スマートフォン	65.9	34.1	0.0
タブレット端末	36.6	63.4	0.0
フィーチャーフォン	19.2	70.8	10.0
ロボット掃除機	11.1	88.9	0.0
スマートスピーカー	5.5	94.5	0.0
ウェアラブル端末、ヘッドセット	4.0	96.0	0.0
VRやARのゴーグル、ヘッドセット	2.2	97.8	0.0
AI家電	2.3	97.7	0.0
ドローン	1.0	99.0	0.0

© JTB総合研究所

■ 新たな技術やサービスによる日本人の暮らしの変化 (2/4)

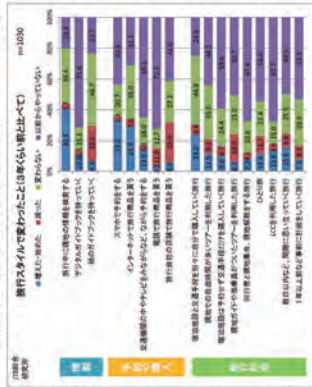
新しい技術やサービスの広がりや暮らしで変わったこと(複数)

新しい技術やサービスの広がりや暮らしで変わったこと	暮らしが便利になった (%)	生活が豊かになった (%)	変わったことがない (%)
インターネットが普及して生活が便利になった	82.6	17.4	0.0
スマートフォンが普及して生活が便利になった	65.9	34.1	0.0
タブレット端末が普及して生活が便利になった	36.6	63.4	0.0
フィーチャーフォンが普及して生活が便利になった	19.2	70.8	10.0
ロボット掃除機が普及して生活が便利になった	11.1	88.9	0.0
スマートスピーカーが普及して生活が便利になった	5.5	94.5	0.0
ウェアラブル端末、ヘッドセットが普及して生活が便利になった	4.0	96.0	0.0
VRやARのゴーグル、ヘッドセットが普及して生活が便利になった	2.2	97.8	0.0
AI家電が普及して生活が便利になった	2.3	97.7	0.0
ドローンが普及して生活が便利になった	1.0	99.0	0.0

© JTB総合研究所

■新たな技術やサービスによる日本人の暮らしの変化 (3/4)

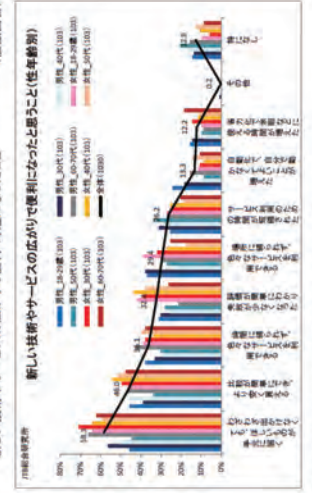
旅行スタイルが変わったこと(3年(51歳)以上の比較) (単一回答)



【出典】新しい技術やサービスの広がり(1)ライフスタイル-旅行に関する調査 (JTB総合研究所)

■新たな技術やサービスによる日本人の暮らしの変化 (4/4)

新しい技術やサービスの広がり(1)ライフスタイル-旅行に関する調査 (JTB総合研究所)



【出典】新しい技術やサービスの広がり(1)ライフスタイル-旅行に関する調査 (JTB総合研究所)

■観光振興において考えること

- ① **新たなターゲット層** (国内旅行者、訪日外国人旅行者) の需要喚起をどう図るか？
- ② **閑散期**に新たな価値を創造し、観光客の年間入込客数の平準化をどう図るか？
- ③ **地域での滞在時間を伸ばし、観光消費額をどう向上させるか？**



観光地におけるマーケティングとマネジメントのあり方が問われている！

■埼玉県秩父郡長瀬町「長瀬ライン下り」



これまでの観光

【画像出典】Nagase / https://www.nagase-p.jp/shibutsu/raffing-boat/

■ 埼玉県秩父郡長湫町「長湫ラフティングツアー」




【長湫ツアー】<https://www.sovone.com/ten/facility.php?00002518M>

出所:長湫ラフティング

9

■ 消費の拡大に必要な取り組みの考え方



訪日外国人一人あたり消費額

9 年間で 14,000万人 2020年: 20万円 2030年: 25万円

15 億円で 4,000万人

2016年: 1.6 万円 2030年: 2.5 万円

消費の拡大

質の高い観光


- 文化財等の充実した解説
- 買いたくなる土産物
- 旅行者に優しい休憩施設・案内所
- 地域の食材を生かした食事
- 満足度の高い宿泊

滞在時間増加

出所:長湫ラフティング

10

【参考】訪日外国人旅行者の訪日回数と消費動向の関係について



観光統計

観光庁

観光統計

観光統計

観光統計

11

■ 2020年の日本が目指す姿・「楽しい国 日本」

訪日外国人の旅行需要が、「モノ」消費から「コト」消費へ移行

体験型観光の充実が重要

楽しい国 日本

観光資源の体感メニューの充実

観光資源の体感メニューの満足度の向上

訪日体験を「楽しい体験」、「価値ある消費」につなげる

参考: 観光庁「楽しい国 日本」実現に向けた観光振興政策に関する検討資料(1)

出所:長湫ラフティング

12

「楽しい国 日本」の実現に向けた観光資源活性化

「明日の日本を支える観光ビジョン」

2020年までの訪日外国人消費額 8兆円を目指す

「楽しい国 日本」の実現が必要

地域観光資源を活用した体験型観光の充実を促す取組み

新たな体験型コンテンツの盛り出し

- 地域固有の自慢の活用
 - ・外国人観光客が自慢の体験型コンテンツを開発し、積極的に活用
- 日本の生活・文化体験
 - ・日本文化に親着するイベント開発
 - ・外国人観光客が体験できる祭り・イベントの開発
 - ・お祭り・外国人への開放
- ナイトタイムエコノミー
 - ・観光客が安心して夜間滞在し、消費を促す
 - ・観光客の滞在体験を向上
 - ・観光客の滞在体験を向上
- チケット購入の簡易化
 - ・観光客が簡単にチケットを購入
 - ・観光客の滞在体験を向上
- VR・AR
 - ・観光客が簡単にVR体験
 - ・観光客の滞在体験を向上

体験型観光の充実を支える取組み

- チケット購入の簡易化
 - ・観光客が簡単にチケットを購入
 - ・観光客の滞在体験を向上
- VR・AR
 - ・観光客が簡単にVR体験
 - ・観光客の滞在体験を向上

「楽しい国 日本」の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会資料(抜粋) 13

■ 日本の「ナイトタイムエコノミー」

訪日外国人より、日本の「夜」はつまらない、エンターテインメントが弱いということが指摘されている

日米の外国人観光客の消費支出割合

■ 2016年6月、改正風俗法施行：深夜12時以降の飲食店での酒類（ダンス含む）が飲込に
夜に对する負のイメージを払拭するための環境整備

- ・ 昼と夜が同じように行動できる場所づくり
- ・ 五感に訴える街づくり

ナイトタイムエコノミー及びカルチャーの活性化

「楽しい国 日本」の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会資料(抜粋) 14

■事例：ナイトタイムエコノミーを牽引する東京

新内では、民間企業を中心にナイトタイムエコノミーを活性化させる取組みが実施

六本木アートナイト2018

- ・多くのアート集団が参加する六本木の魅力を発信
- ・六本木の複合施設を美術館に転用し、夜を通してアートを楽しむ一環としてのイベント
- ・日没～夜明けまでの時間帯に多くのプログラムが企画され、回遊する人たを牽引、集めている
- ・イベント期間中は、多くの施設や飲食店において、通常よりも営業時間を延長

■事例：ナイトタイムエコノミーを牽引する東京

万葉集 - MANGEKYO -

- ・株式会社JTBコムニケーションデザインが、東京の新しいエンターテインメントコンテンツ「Revolutionary New Drumming Entertainment in Tokyo 万葉集 -MANGEKYO-」を構築
- ・世界23か国500都市での公演で観客約700万人の実績を誇る、和太鼓スクール・DRUM TAOを迎え、日本独自の upper class エンターテインメントを構築
- ・万葉集を原点とした情報発信や音楽祭のための取組みを加筆、周辺エリアの外国人旅行客の裾野性を拡大、地域の活性化に繋げる

■事例：ナイトタイムエコノミーを牽引する東京

東京「JTBコムニケーションデザイン」万葉集

「楽しい国 日本」の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会資料(抜粋) 15

■事例：ナイトタイムエコノミーを牽引する東京

万葉集 - MANGEKYO -

- ・株式会社JTBコムニケーションデザインが、東京の新しいエンターテインメントコンテンツ「Revolutionary New Drumming Entertainment in Tokyo 万葉集 -MANGEKYO-」を構築
- ・世界23か国500都市での公演で観客約700万人の実績を誇る、和太鼓スクール・DRUM TAOを迎え、日本独自の upper class エンターテインメントを構築
- ・万葉集を原点とした情報発信や音楽祭のための取組みを加筆、周辺エリアの外国人旅行客の裾野性を拡大、地域の活性化に繋げる

■事例：ナイトタイムエコノミーを牽引する東京

東京「JTBコムニケーションデザイン」万葉集

「楽しい国 日本」の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会資料(抜粋) 16

■訪日外国人の行動特性：訪日旅行に期待すること



■自然環境を活用した「楽しい国・日本」の実現

群馬県みなかみ町にて外国人旅行者向けにラフティング・キャンオニングといったアウトドアスポーツツアーを展開（株式会社キャンオニス）

COMIONS
CAMPING & BOATING TOURS

MINIKAMI HILLS DAY TOURS
Summer Rafting
We offer a variety of rafting and canoeing tours for individuals and groups. All tours are led by experienced guides and are suitable for all ages.

CONTACT: 027-272-1122

地域での問題・・・

外国人旅行者の増加で、市バスや電車は大混雑・・・



宿泊施設での問題・・・

増え続ける荷物の保管スペースが、切実な問題に・・・



地域のタカラを、 日本のチカラへ。



ご清聴ありがとうございました。

山下 真輝

yamashita@tourism.jp

観光教育研究セミナー 2019 Vol.1
in 東京

スポーツツーリズム4

～メガイベントが日本社会を変える～

2019年9月22日(日) 15:00-17:30

於：フクラシア東京ステーション
5階会議室L

主催：和歌山大学 国際観光学研究センター、
共催：観光学部

後援：スポーツ庁、観光庁、日本スポーツツーリズム推進機構、
和歌山大学観光学部同窓会「飛躍会」、
和歌山大学経済学部同窓会「柑芦会」東京支部

講師



ジェームス・ハイアム James Higham

ニュージーランド・オタゴ大学 観光学部 教授

主な専門はスポーツツーリズム、サステナビリティ。「Sport Tourism Development」や「Sport and Tourism」といった英語圏の大学でスポーツツーリズムの教科書として使用されている著書を執筆。また、国際的トップジャーナル「Journal of Sustainable Tourism」の編集長を務める。

パネリスト



奥本 英樹 Hideki Okumoto

福島大学 経済経営学類 教授

1967年大阪府高槻市生まれ。研究領域はコーポレートファイナンス。学問領域上の専門のほか、自然環境への配慮をテーマとした地域経済活性化プランとして「南相馬市サーフトーリズム」を提唱。福島県産業廃棄物経理的基礎審査検討会委員や南相馬市サーフトーリズム推進委員会委員を務めるなど、サーファー、市民、行政、観光・工商業者などが連携し、海の年間活用を通じた、地域振興と市民価値向上の達成を目指す。また、地域の観光資源を活かしたまちづくり、理想的な地域内モビリティの実現に邁進する。主な著書に『ビジネスファイナンス論』（学文社）、『基本商業簿記演習』（創成社）など。



水野 英莉 Eri Mizuno

流通科学大学 人間社会学部 准教授

京都大学大学院文学研究科行動文化学専攻社会学専修修士後期課程修了。博士（文学）。専門社会調査士。中京大学先端共同研究機構体育研究所特任研究員。専門は、社会学、ジェンダースタディーズ。日本スポーツとジェンダー学会理事、日本スポーツ社会学会研究委員会委員などを務める。著作として、「Surfing, sex, genders, and sexualities」（共著、Routledge）「よくわかるスポーツとジェンダー」（共著、ミネルヴァ書房）、「よくわかるスポーツ文化論」（共著、ミネルヴァ書房）、「データでみるスポーツとジェンダー」（共著、八千代出版）、「ライフスタイルスポーツとジェンダー—日本・アメリカ・オーストラリアのサーフィン選手の経験と女性間の差異」（日本スポーツとジェンダー学会第1回学会賞受賞）など。

モデレーター



アダム・ドーリング Adam Doering

和歌山大学 観光学部 准教授 / 同 国際観光学研究センター 研究員

“Sports, events and sustainable development”

James Higham

Konnichiwa and Kia Ora. It's an absolute pleasure to be here. Thank you very much to everyone who is here, but particularly, can I say, a very warm thank you to the University of Wakayama and the Center for Tourism Research, which has been hosting me here in Japan over the last week or so and to Kumi and to Eiji and to Adam and to the admin support staff and to everyone who has made this visit possible.

I am very grateful for the opportunity to speak to you all, particularly given that Japan is the center of the universe for sports at the moment. The eyes of the world are on Japan with this incredible array of sports events and sports activities taking place here, right now with the Rugby World Cup and over the coming years, of course we have also had this event recently in Japan, next year the Tokyo Olympics and the World Masters Games. This is an incredible array of sports and events that are taking place now and in the not-too-distant future, and they offer a very timely opportunity for us to think about sports and to think about sports in relation to development and to think about the opportunities that these sorts of sports and these sorts of events offer to the country of Japan.

When I look at these events, I see a great diversity. We have team-based sports. We have individual-based sports. We have mixed sports, single sports. We have the absolute elite level of competitive sports. We have those sports that are very competitive, but sub-elite at least the masters-level competitors. We have power sports. We have lifestyle sports. There is amazing variety

and diversity of sports, and with those different sports come all sorts of different opportunities. And it's great to be here to offer some of my considered thoughts on those sorts of opportunities, particularly as they relate to sustainable development. That's what I want to do over the next 60 minutes or so.

By way of an overview, I want to explore some aspects of sport that I have been studying, particularly with a colleague of mine, Tom Hinch, from the University of Alberta. He has spoken in this forum previously. In our writing together, we thought about some of the aspects of sports that may be of interest to this audience. I want to talk very briefly about the origins of sports and some interesting insights from sports in ancient times. I want to run through these things. I want to talk about the functions of sports and how the functions of sports within societies are constantly changing, constantly evolving. I want to talk briefly about definitions of sport because there are different ways that we can define sports. I want to highlight two ways, technical and interpretive definitions that tell us different things about sports that we might want to be aware of.

Part of the purpose is to consider the co-evolutionary forces in sport and society, by that I mean I want to talk about how sports shape our societies, but also how our societies shape sports. Then I want to address the sustainable development goals, but I am going to focus on three in particular; SDG 3 Good health and wellbeing, SDG 5 Gender equality, and SDG 10 Reduced inequalities. I just want to share some thoughts and some reflections. These SDGs that aren't necessarily as front of mind or high profile as the big environmental challenges, for example, that we face. They are perhaps not the first SDGs we think

about, but these are very important SDGs, no less important than any others, and I do want to talk briefly about them and share some thoughts and reflections before I offer some concluding remarks. I am hopeful that my presentation will provide a nice introduction to the other panelists and their presentations, which I am really looking forward to.

In terms of the origins of sport, I read a book not so long ago about Alexander the Great of Ancient Greece, Alexander of Macedon. I was fascinated when I read in the earlier chapters of his life. At a very young age, in his early 20s, Alexander the Great was preparing for his Persian campaign, he was planning to avenge the Persian invasion of Greece led by Xerxes. In preparation for his departure his armies were ready, he was ready to leave, he didn't know how long he was going to be away from Greece for. On the eve of his departure, he hosted the Olympian Games in Northern Greece. You are going to be hosting the Olympic Games in 2020, but in the 3rd century BC Alexander hosted the Olympian Games. The reasons why he hosted the games were quite unique. He hosted the Olympic Games because he wanted to convince everyone in ancient Greece that he was a demigod, that he was half human and half god, that he was a demigod of Greece. So, on this coin you can see Alexander with the ram's horn on the helmet indicating godliness. He wanted to be sure that his people would be loyal to him while he was away in battle and that they would worship him, and that's why he hosted the Olympic Games. It served a very specific purpose for Alexander before his Persian campaign. Of course he never returned to Greece, he died a decade later, but that was the purpose of the Olympic Games in his time, in Ancient Greece.

It's interesting to think about the origins

of sport, and it's interesting to think about why we engage in sports and why we host sports. It leads us, I think, to these sorts of considerations. Sports are cultural phenomena. They are very much a human phenomenon. Sports are cultural forms of bodily engagement. Sports movements are not natural movements; they are cultural. The landscapes of sport are cultural landscapes. They are largely designed for human purposes at the built end of the continuum. Last night I was at Yokohama Stadium, it's a built sports scape, 70,000 fans in this arena, this amazing stadium. But even sports that take place in natural environments are still cultural. When I take my son snowboarding, it looks like a lovely mountain with beautiful snow, but it's a cultural environment. It's groomed. Its shape is managed for the purposes of the skier or the snowboarder. Even the snow maybe artificial, maybe made by people. So, we have this interesting aspect of sports venues being more or less natural. And some sports of course rely on environments that are as natural and unmodified as possible.

Sports are socially constructed. Our sports are a reflection of our culture and our society. Of course the sports that we practice in New Zealand are very different to sports that are practiced in other parts of the world. One of the things that Tom Hinch and I wrote about was how sports are a mirror of our society. They reflect our societies. Our sports evolve and change as our societies change. Sports can be a very vivid expression of national identity or local identity, and it's really important that we understand this and it's really important that we protect the uniqueness of sports. One of the reasons why tourists may choose to travel is to experience the unique culture of the destination, and sport is a really important expression of unique culture and

identity.

I have to draw on some of my experiences over the last week or so, because one of the things that Tom and I wrote about was that sport may be all of these things that I have mentioned, but they may also be very powerful tourism attractions. When I went to see the Hanshin Tigers, I could see evidence of this very very clearly. Eiji took me to Kobe to watch this. We don't play baseball in New Zealand. I didn't go to this game because I am a baseball fan. I went to this game because I was intrigued, and the sport itself was really interesting, it was fascinating. Eiji explained the rules to me, and I found it really entertaining and interesting. I wasn't a fan; I was wearing the shirt, I was wearing the cap, but I was there as an observer, as a tourist. But in addition to the game there were lots of aspects of the Tigers' experience that really engaged me as a tourist, such as the sports museum. I was able to get an understanding of the place, the community, the history, the sports club, fascinating insights into aspects of society. Then of course, apart from the game, there was how the crowd performed and how the crowd interacted with the players. This for me was a fascinating aspect of the experience. The game was very close. It was really fun to be there. I wanted the home team to win. But the most fascinating thing for me was how the crowd would sing and how the crowd would chant and how the crowd would let the balloons go up at the end of the 7th inning. I have never seen this before. It was really fascinating. As a tourist, this was really really attractive to me. It gave me fascinating insights into sport and society.

Of course, yesterday I went to Yokohama Stadium for the All Blacks against South Africa, and here again we saw aspects of national local culture. We were watching

the big screen, another game, and the crowd was getting more and more excited, and in the background we could hear these beating drums that was adding to the atmosphere. I have never seen anything like this at a game of rugby. This was rugby being produced Japanese-style, and it was amazing. Not only that, but as a tourist, I was able to interact with local people in ways that I could never have done if it wasn't for the sport. Here we have some school kids on the train going to Yokohama to the same game. As soon as they saw our All Blacks shirts, we were together because they were All Blacks fans, and we had a fantastic time. It was really really fun. I would very rarely be able to do this as a tourist, engaging with local communities outside of the context of sports. It wasn't just once, it was the whole evening. We had an absolute party with these other kids who were all united with us, complete strangers, because of the All Blacks. Two kids had a rugby ball, so we started playing rugby. This was right outside the stadium, and we had a fantastic time interacting because of sport. Sport created these new relationships between hosts and guests, removed barriers, and it was just unforgettable.

Then, there are the All Blacks, and I could show you very proudly how well they played and how well they performed. But one thing in particular stood out to me after the game, sometime after the game had finished. The South Africans had left the field, they had disappeared, they had gone. The crowd was still excited. There were lots of people still in the stadium, and the All Blacks came down to our end of the field and they lined up facing the crowd and bowed to thank the Japanese audience, and this moment of connection made me feel really proud, and they did it on all four sides of the stadium. I don't know whose idea this was, but the

Japanese in the crowd absolutely loved it and reacted in a very friendly and respectful way. It was really a very special moment as expressed through this particular sport.

Let me share some thoughts around definitions, definitions of sport, because in our writing, Tom and I have thought about different ways of understanding sports. We think particularly about two approaches. The first I want to talk about are the technical definitions, and the technical approach to define sport tries to explain what is and what is not a sport and these definitions usually identify certain defining qualities or criteria. The most common is that sports are physical activities, they engage the body in physical movement. However, with any of these criteria, we can think of them as very varied.

This is very physical and most people would agree that Olympic long jumping is a sport. It qualifies as a physical activity. But what about this? This is eGaming. This is gaming online. This person may be competing against one of these other people or they may be competing with someone in real time on the other side of the world, virtual sports. These may be considered sports? Are they physical enough to qualify? That's an open question. Virtual sports, eSports, have huge audiences now. Like these arenas that might have 15,000 fans, and the competitors are sitting at their consoles competing with each other and being projected onto the screens. They have massive fans. But it's up to us to decide if this is a sport or not on the basis of physical activity.

Secondly, in terms of technical definitions, sports are competitive. We play to win. There should be an element of competition. But again, competition is very varied. Again, there is a big variation in elements of competition. Usually in sports, we think



about human opponents; the All Blacks, New Zealand playing against South Africa, or Japan playing baseball against the USA, human opponents. But look, there are all sorts of ways that we can engage in competition. We might compete against judges like in gymnastics or diving, and the judges will determine who wins. We might compete against timing devices like cycle time trials. We are trying to beat the clock. You are racing against the clock. There are all sorts we might compete against machines. There are all sorts of aspects of competition, from human opponents to all sorts of other measures of competition. Of course individually we may be very competitive or we may not be very competitive in our sports. We may be social. We may want to keep fit. We may want to engage with similar people. These may be other reasons for engaging in sports.

My colleague at Otago, Mark Falcous has said that increasingly now we see sports that are self-referenced. These are sports that are referenced by the individual in relation to themselves. They may be running in a marathon, and they don't care if they come first or last. Their performance, their competition is referenced to themselves. They may have a time that they want to beat, three and a half hours. If they are faster, they are happy, they have won. If they are slower, have to train harder, try again

next time. Self-referenced sports may also relate to our identity. Who we want to be? What sort of person we want to be? These are different ways of looking at competition in sport.

Thirdly, technical definitions are institutionalized. There are rules. Sports have rules, right? We need to know what the rules are, so we can understand how to play fairly, how to compete, to win or lose. But again, this criteria can be confusing. We have some rules that are codified and enforced. At the rugby yesterday, the referee would blow the whistle and no one would question the referee, very strict rules. But some sports have rules that are informal or casually implied, just by agreeing between the players maybe. Other sports have no written rules, but informal rules are passed over through participation. You have to be part of the culture of the sport to learn the rules. Some sports, participants don't want any rules. They don't want to be constrained or compromised by someone else's rules. They just want to freewheel. They want to engage in the sport on their own terms. And in this area in recent decades, certainly in New Zealand we have seen huge growth in these sorts of sports where participation is self-referenced and rules are not considered to be enforced where people can experiment and trial and play with the sport for their own purposes. These are sports that are relatively free of rules and increasingly linked to sport subcultures, people who want to express themselves through sports.

These technical definitions are very useful, but they are also compromised because although technical definitions have defined sports, going right the way back to Alexander the Great and to ancient civilizations, sports from the dawn of time have been competitive, physical, rules-based. But the failing of technical definitions is that

they don't capture the evolution of sports over time. Some scholars have rejected the idea that sports can be defined in technical terms and have called for an alternative approach. This alternative approach to studying sports is called the interpretive approach. The interpretive approach says that sports are socially constructed that they are a reflection of their sociohistorical circumstance.

Sports vary in space and time. Sports in New Zealand are different to sports in Japan. Sports in New Zealand 50 years ago are very different to sport in New Zealand today or in the future. So, John Bale defined sports as- whatever you see in the newspaper, the sports section of the newspaper, and here we have New Zealand, Japan, UK newspapers, very different ideas of their sports. This idea captures the fact that sports are evolving and constantly changing as our societies change over time.

I really like this approach because it helps us to appreciate that sports are dynamic, that they are constantly changing within our societies.

The interpretive approach allows us to better differentiate between two models of sports, and I really like this approach. The first model is referred to as the dominant power and performance sports. These are typically team sports. They are based usually on physical prowess and skill, like the Rugby World Cup. The power and performance sports comply typically with these sorts of criteria. They are usually team-based, like the Japan rugby team here. They are competitive. The rules are sacred. You have to respect and abide by the rules. They are often based on physical prowess, strength, skill. Leadership is conservative. That means that the players abide by the authorities for the sport. They don't question the rules. They have to comply with the

rules. They can't challenge the rules. They can't question the rules. They can't question the referee. The referee's judgment is sacred. Training is typically rigid and repetitive to instill the skills required to play the sport and contribute to the team. This is the power and performance model.

But the interpretive approach also allows us to recognize the emerging pleasure and participation model of sport, and these are the sorts of criteria that are increasingly associated with pleasure and participation sports. These are often individual sports where there may be a sense of community around individuals that engage in the sport. They may be experimental, and part of the attraction of the sport may be because participants want to have fun and experiment and push the boundaries. Some of the legends of these sorts of sports have done things that no one thought possible. There are no rules. They just want to experiment, freewheel. The rules are abandoned or resisted; don't want to be constrained by someone else's rules. Authority is resisted. Some might engage in the sport intermittently. They may engage in the sport and stop and come back to the sport later in life. Others may rarely engage in serious leisure, and the sport may be absolutely central to their identity and to their lifestyle. Their job, where they choose to live, what they do in their lives, it's all built around the sport.

Lifestyle choices and expressions of identity may be powerfully expressed through these sorts of sports. These are the pleasure and participation model of sports. Snowboarding, sailboarding, surfing, mountain biking. When I was a boy at school, these were not available. It was only the power and performance sports that were available. I am pleased to say that my son can surf at school now if he wants

to. This is an option. He can represent the school at surfing. There are lots of kids at his school in New Zealand who don't want to play rugby. They don't have the physique for rugby. They don't want that physical sport. They want alternative sports. Now I am pleased to say they have that opportunity and they are respected for their choice of sports.

Let's think about these aspects of sport in relation to some of the SDGs. I would like to begin with 'SDG 3 Good health and wellbeing'. I am going to suggest in this lecture that globalization and the increasing connectivity of the world has contributed to a crisis of identity where the traditional foundations of our identity have been eroded and undermined, and increasingly in a globalized world people are searching for new constructions of identity. Previously, we might identify ourselves by nation. I am a New Zealander, and this means something, but today being a New Zealander means much less, it's much less clear what that means than in the past. We have to find new ways of constructing our identity, and sports have become increasingly important. Sports and tourism have become really important in how we construct our identity.

Sport subcultures are an aspect of culture that is shared within a group, and these subcultures may be based on activity, occupation, race, ethnicity. These sorts of aspects might inform our personal identities, of course we are going to focus particularly on activities and on sports. In New Zealand we have certainly seen the growth of action sports, which have become a really important site of identity formation and identity development. Sport subcultures, I am citing here the work of Scarlett Hagen at the University of Otago, a recent PhD student, supervised by my colleague, Mike Boyes. She is an

international mountain biker, and her PhD focused on sport subculture. She identifies these sorts of qualities of sport subcultures. You can see them for yourself these aspects of lifestyle, individualistic freedom of lifestyle expressions, connection to localized environmental spaces, membership being informal, members may engage in the subculture as they choose. These I think are really nicer insights into how subculture may be linked to personal identity.

What does that mean for SDG 3 Good health and wellbeing? Well, again I cite Scarlett Hagen's work here, and in her research she identifies that belonging to an action sport subculture has measurable positive effects on the quality of life of participants. In our current modern societies, these aspects of health and wellbeing are important and you can see them for yourself. Physical health, friendship, satisfaction, and happiness. Being closely related, having a close relationship with your local natural environment. Challenge and transfer, development skills that are transferable into other aspects of one's life, happiness. Also these sorts of things; goal setting, caring for others, being part of a community that looks after each other, purpose of living, status, but also being part of a self-help system where other members of the subculture help participants in all aspects of their lives. I think these sorts of action-based sport subcultures are really really important for us to think about in relation to good health and wellbeing.

What about gender equality, SDG 5? Well, let me use the example of rugby because the sport of rugby in New Zealand has changed phenomenally in recent years, and I want to share with you some of those dynamics within our society. In the 1970s, the male engagement with rugby looked

like this. Here's the All Blacks performing the haka in the early 1970s, this is 1972. And aside from all else, I would have to say that this performance of a haka would today be considered a national disgrace and embarrassment. The haka would be performed for the crowd's entertainment. There were no cultural understandings, no cultural meaning. You can see here, these guys don't even know what they are doing, they are looking at each other to work out what they should be doing next. When you see the haka being performed in the '70s, I am shamefully embarrassed. But the point here is that in the 1970s males played rugby and females washed their jerseys. This is a historical photograph from the 1970s, and it's absolutely real. The female role in rugby was to hang out all the jerseys on the washing line to make sure that they were ready for the next game.

We saw yesterday TJ Perenara leading the All Blacks haka at Yokohama Stadium, and it's awesome. There has been a cultural renaissance. The All Blacks in the late '80s had a Māori captain who said, "We are going to stop doing the haka, we are not going to do it anymore, unless we do it for real." It was a defining moment. But did you know that the Black Ferns are the female equivalent of the All Blacks in New Zealand? Ten years ago, there would have been no female haka. This is a fantastic and very public expression of our society evolving and changing. I want to show you a little YouTube clip to show you the Black Ferns haka. (Video)

The women no longer wash the jerseys. The Black Ferns are an incredible force in gender politics in New Zealand now. This team has some incredibly good players, so much so that many people want to see the Black Ferns in New Zealand more than they want to see the All Blacks. They have got

some players who are household names. And this is what happened to New Zealand in December last year, totally unimaginable. Five years ago, two years ago, this player, Black Fern's player, Kendra Cocksedg, won the New Zealand Player of the Year Award, a female Black Fern beating out All Blacks. These two guys played at Yokohama Stadium yesterday. This guy is injured, Brodie Retallick. These guys are legends of the sport in New Zealand. But a female won that esteemed Player of the Year Award last year for the first time. It's absolutely amazing. What a contrast. This is a reflection of how our society has evolved.

I also want to talk about 'SDG 10 Reduced inequalities' and I will stay with the example of sports in New Zealand. I want to share some insights again that show us how important sports are within our societies. These two pictures were taken from Yokohama Stadium last night during the game and straight after the game. I like this picture because it illustrates the respect that the players have for each other, the respect between the teams. But it hasn't always been like this. You are probably not aware, but in 1981 the South African Springboks toured New Zealand when the apartheid regime was very much still in place in South Africa and it divided New Zealand society. Pro-tour rugby supporters who argued that sport/politics don't mix. Anti-tour protesters who tried to stop the tour with protests against the racism in South Africa that at times became very bloody. This tour played out over two months, and the country was bitterly divided in 1981.

But something interesting happened during that tour. The protest movement began as a protest against racism in South Africa, and Nelson Mandela imprisoned on Robben Island said that when he heard about the protests in New Zealand it was

like sun began to shine through his prison cell window. But during the course of the protests, increasingly there was indigenous Māori engagement in the protest movement, not because of racism in South Africa so much as racism in New Zealand. This became also a protest movement against Māori disadvantage in New Zealand colonial society. One of the outcomes that we can directly link to the 1981 Springbok tour is reflection upon race relations in our own country. This was an important step in the Māori cultural renaissance. The moment was grasped to advance a Māori cultural renaissance. Upon reflection, the Springbok tour was a driver of social change in New Zealand society.



One of those aspects, which we didn't even think about before, is the Te Whare Tapa Whā, Māori Health Model. This is an indigenous health framework, and previously in New Zealand we didn't even think about this. It's a health model that is embedded in the Māori cultural worldview and Māori views on health. Māori health, indigenous health frameworks see four pillars or four cornerstones of good health and they are home or community, spiritual health, physical health, and emotional or mental health. They are not separate, they are all part of the Māori world. Contrast that with the dominant colonial European model

of health, which focusses predominantly on the physical manifestations of health. In New Zealand, if you don't feel well, you go to the doctor, and the doctor examines you physically and arrives at a diagnosis. This is not how Māori see health. Because of this, many Māori may avoid medical care to avoid physical examination. Now in New Zealand, it is important that Māori healthcare systems are available to provide a unified approach to health services. So, the Springbok tour, the sport of rugby in that moment fundamentally shifted New Zealand society.

Looking to the future. It's interesting to note that the International Olympic Committee sees sports as a human right and the United Nations tells us that sport is a low cost high impact tool for humanitarian and human development. Those are big claims. Those are big words. Sport, as we can see here from the IOC and from the United Nations, has a critical role to play in our societies. We would argue that sport and tourism are increasingly being recognized as really important in terms of quality of life, in terms of subjective wellbeing, but there are still enormous barriers to achieving these aspirations. There are enormous barriers to achieving sport as a human right and as a tool for human development.

Many sports remain defined by social class, race, and gender. Many sports are not easily accessible. Many sports are not available to people who might benefit by participating in sports. Many sports are closed. There are many barriers to sport in our societies, and we need to be conscious of those barriers. Particularly when we live in societies, some more so than others, where there are real concerns about sedentary lifestyles, like kids who spend a lot of time on devices without getting out

into the environment, kids who are wedded to the internet and social media, living unhealthy lifestyles. We have an obesity epidemic in New Zealand and getting kids to participate in sports, but also not necessary to be Roger Federer or Kei Nishikori, but to be healthily engaged in sports throughout their lives. These are critical challenges. Exclusion continues to be a feature of many contemporary sports. There are many people who just do not have the financial resources or the ability to access facilities or the ability to access nature, the financial power to buy equipment. So, these are forms of exclusion, all sorts of constraints or barriers, we need to think about, barriers to engagement and barriers to access, barriers of access to sports locations, these are issues that we also need to be thinking about.

I am going to finish a few minutes early, but I do want to finish with this quote, which as it happens is the last sentence from the book, the third edition of the book that Tom and I worked on in 2017, and that is to say: Our societies face enormous challenges relating to sustainable development. We face enormous challenges in addressing the SDGs. These include rising inequalities, global health threats that I have touched on, environmental degradation, how we manage our environments, how we try and protect those environments from degradation, natural resource depletion, exhausting resources, climate change. These are some of the challenges that we cannot ignore and that we have to face up to and confront. The social and political forces that shape our sport and that shape our tourism practices, we argue, have critical roles to play in transforming our societies to make these challenges. Sports, whether they are competitive or less competitive, whether they are high in physical engagement or

less, whether there are rules applied or not, sports like the Olympic Games, sports like surfing, these sports have enormous and important roles to play to address these challenges that we face in our societies.

As I say, this is the concluding paragraph of the book and it is forward-looking statement. I really hope that here in Japan you can use the Rugby World Cup and the experiences that it offers, you can use the Olympic Games and the legacy opportunities, you can use the Masters Games, you can use sports like surfing and the development of active, physically engaged individual sports - that you can use these sports across the spectrum to achieve some of these honorable outcomes.

Thank you for your attention, and I look forward to the continuing presentations and discussions.

<Part II>

Doering: Hello. All right, thank you everyone for second round of the discussion. First of all, I'd like to thank CTR and the administrative staff for organizing the conference, for coordinating all the effort, getting everything together. So, I really, really appreciate that. So, thank you so much. I'd also like to thank James for spending the week with us in Wakayama. We've put him to work, and this was the last big event that he had to do today. So, James, thank you very much for the week, we've learned so much, and thank you for your presentation today. Thank you to the audience for coming and thank you to Tokyo for hosting us. It's always fascinating to come to Tokyo, especially I spend most of my time in research in Wakayama, in Fukushima, in Miyazaki; so, the non-hosting

communities of a lot of these events and seeing how they kind of play out, how they negotiate these big events.

Coming from Fukushima where now it's still recovering and at some places, there's still nothing and then walking downtown, Shibuya, and watching everyone line up to buy new consumer products, seeing all the bright lights, seeing a sea turtle flying across the sky on the screen of a skyscraper, those contrasts for me are devastating really, and they raise a lot of questions. So, this seminar is about those kind of questions, the big events, the sporting events. James kind of highlighted the complex relationships between sporting events, tourism, and sustainable development goals. And in this discussion panel, I want to focus on two specific areas that James also started to highlight. One is the use of sport and mega events for disaster recovery in the context of Fukushima and two is the use of sporting events and lifestyle sports for gender equality.

Mega events, the Olympics, they promise a lot and often deliver very little. When we are talking about, you know, the disaster recovery Olympics, this is also a big promise but once the Olympics were established, we talk about the recovery in terms of Tohoku, a big broad area covering six prefectures. We're not talking about Fukushima, we don't mention that word, we don't connect those words in terms of the Olympics. So, this is a challenge and opportunity for us to discuss in terms of mega events. So, to address that issue, we've invited Prof. Hideki Okumoto from the Faculty of Economics, at the University of Fukushima. So, a round of applause for Okumoto-sensei, thank you so much for coming. We spent a lot of time together in the ocean and on the beach in Minamisoma, I really appreciate his help and everything he has done for me

and my research and my knowledge and understanding of Fukushima. So, thank you so much.

In terms of gender equality, we have Associate Professor of Sociology and Sport, and sociology and gender studies, from the University of Marketing and Distribution and Science – did I get that right? Yes, correct – in Kobe, Eri Mizuno sensei. A round of applause for Eri-sensei. Eri's work has been particularly inspiring for me, I have been studying Japanese surf culture, surf research, surf tourism in Wakayama, Fukushima, and Miyazaki. And one thing you learn about surfing in Japan, it's highly managed and controlled by gender relations. It's a man's world for the most part in a lot of areas. And to learn about that, I read everything, in English and Japanese, that Prof. Mizuno has written. Her work is really, really gaining ground internationally, and I'm just really so happy to have met you last year and to have you here today. So, thank you so much.

So, the structure of today's presentation, we're going to have Okumoto-sensei present for 15 minutes, and Mizuno-sensei present for 15 minutes, and then we are going to open it up for response by Prof. James Higham, a response back by the speakers, a little bit by me and then conclusion. It sounds very structured but during the discussion, I hope, you know, we can interrupt each other, ask questions anytime. So, without further ado, I'd like to welcome Okumoto-sensei for his 15 minutes. Welcome!

「地域スポーツによる地域活性化の可能性とスポーツイベントの役割～南相馬市サーフツーリズム構想と震災後の取組～」

奥本 英樹

Thank you. Adam, for giving me a good opportunity to make my presentation.

ここから、われわれは日本語で進めていくという話となっていましたので日本語で失礼いたします。私は英語が下手ですので日本語で話しますが、随時Adamが必要に応じて通訳してくれると思います。こんにちは。私は福島大学の経済経営学類に所属しており、専門はファイナンスということで、実はツーリズムとはあまり関連のない分野を専門にしています。ただ、趣味がサーフィンということもありまして自分のライフワークとして福島県南相馬市のツーリズムにかかわっております。

福島は、もともと日本でも歴史の古いサーフエリアでした。そこで日本ならではの本当の意味でのサーフタウンを作ろうという試みを2003年、正確に言うとその準備段階を含めて2002年から取り組んでいて、本日はそうした取り組みの立ち上げ当時の話から、東日本大震災での被災、そして震災後に行っている活動など、いろいろと経験してきたことを話させていただきたいと思います。先ほどのHigham先生のお話を伺っている中で、非常に共通する部分、共感する部分が多くありましたので、それらも含めて話をしていければと思っています。

そもそも、南相馬市、2002年当時は原町市という町だったのですが、そこでサーフタウンを作ろうということを持ったのは次のような背景があったからです。当時にいたるまでもともと、この福島の原町市というのは、日立製作所の下請け会社や孫請け会社などが多く存在し、いわゆる日立の城下町として成り立っていた工業の町

だったんです。ところが、1990年以降になると、円高の進行とともにどんどん工場の海外進出が始まり、雇用がなくなっていきました。そうした状況の中で原町市役所では原町市製造業再活性化プランというものを作るということになり、私もそのメンバーに加わるようになりました。その当時、私は趣味としてサーフィン在原町市のビーチでやっていたのですが、活性化プランの作成において目にする資料や会議などの議論において非常に違和感を覚えていたのです。

町のいろいろな指数、例えば人口の減少もそうなのですが、高齢化率や若者の流出率というものを見ると、非常に悲観的な数字が並んでいました。しかし一方で、原町市のサーフポイント、原町市にはいくつものサーフポイントがありますが、そこには非常に多くの若い人たちが集まっています、かつ同時に、県外ナンバーの車も数多く集まっています。実際に統計的に表れてくるデータと、私が実感している感覚とは全く違ったわけです。そこには、地元のサーフポイントを愛するすぐくサーフィンのうまい子たちだけでなく、多くの若い子たちがいるのですが、彼、彼女らの地元の原町市ではどんどん工場が閉鎖され仕事がなくなっていくわけですから、仙台とか東京とかに仕事を求めて出て行くしかない。つまり、彼、彼女らは大好きな原町市であるにもかかわらず、自分たちのスキルを生かせずに去って行くしかない。またその結果サーフィンからも離れてしまう子たちもいたわけです。そうした状況で、彼、彼女らのサーファーとしてのスキルというものを活かすこと、かつ、それほどサーファーにとって魅力のある所なのだから、その魅力というものを町の一つの資源にしていこうと考えたわけです。そしてそのためには、まずサーファーたちのもつスキルを活用できるような仕事を創らないといけない。そのような仕事を創ってサーフポイントをさらに活性化させることによって、よりこの地域の魅力を高めていけることができるのではないか、

ということがそもそもの発想だったわけです。

ただこの時大きな問題がありました。私がこの構想を初めて市長に申し上げたときに、市長自身は酒が入っていたせいもあったと思いますが、「面白いじゃないか」という話になり構想実現に向けた調査のための予算をつけてくれました。しかし、実際にそのための活動を始めると、町の人たちが反発したのです。当時の原町市の人たちにとって、おそらくサーフィンをしないう多くの日本全国の人にとってもそうだと思いますが、いわゆるサーファーとは色が黒くて髪の毛が長い、またタトゥーなどが入っていると「怖い」あるいは「ガラの悪い」人としてのイメージがあったのだと思います。しかも、サーファーは「ごみを捨てて行く」、「そこら中で用をたす」などの勘違いもされていました。そもそもサーファーは海に入る人たちなので海を絶対に汚さないのですが、そのような雰囲気の中で、サーファーたちを市に集めるということは「治安が良くならない」など、様々な反対意見を言われていたのです。それが2002年、まさに立ち上げ当時のことでした。

しかし、サーファーたちが原町市のサーフポイントで大好きなサーフィンを毎日のようにやっていたり、そうしたポイントに多くの人が集まるということは、その場所にもものすごく大きな魅力があるからなのです。私は常々経済学的な観点でツーリズムを考えますが、現在の日本において政府が目指している観光立国の考え方は、視点が「マネー」重視になっているのではないかと思います。すなわちいかに交流人口を増やして経済効果を生み出していか、簡単に言うと多くの人に訪れてもらいそこでお金を使ってもらおうかということです。しかし、そのような「マネー」に重点を置くツーリズムというのは、たぶん長続きはしないでしょう。ツーリズムの本質とは何か。例えば皆さんも、おそらくハワイとかオーストラリアとかスイスとか、いろいろな観光地に行かれ

た経験がおありだと思いますが、観光で多くの人を呼び、本当に魅力的な町になっている所というのは、その土地の住民たちがその土地を愛しています。その土地の資源というものを本当に大事にしていて、自分たちがライフスタイルの中でそうした大切な資源を楽しんでいるということがわかります。したがって、福島県原町市で私がこの活動を始めたときに重視したことは、ツーリズムの本質を考えることでした。つまり人々の交流からはじまり、さらには訪れてくれた人たちがここに住みたいと思えるまで町の価値を高めていく。これはマネーではなくて、その町に住むことの意味を作るといことです。バリューの世界なんです。そのためには、この町での生活スタイルが自分に合っているといわれるような原町市独自のライフスタイルを創り上げなくてはなりません。万人が来てくれなくてもいいわけです。原町市のライフスタイルを愛してくれる人たちが原町市に住みたいと思ってくれればいい。そう思われる環境を作ることが大切なのです。

ところで原町市を訪れここに住みたいと思う人たちにとって、町に住むということは、ただそこでサーフィンができればいい、レジャーができればいいというわけではなくて、そこに住み、仕事をして、子育てをするなど、その土地で暮らしていく上での全ての仕組みがその人たちにとって良いものでないといけません。したがって、この構想を実現するにあたり、サーファーだけではなくて、いかに地域住民を巻き込むかということで、市役所に原町市の様々な分野の人たちを集めるような会議を作ってもらいました。このスライドにあるように、行政はもちろん関わりますが、商工業者、ホテル・旅館業組合、さらには教育委員会とか、様々な方面の方々が集まる会議を作っていて、そうした会議などを通じて現在の「南相馬市(旧原町市：筆者注)サーフツーリズム構想」というものがあるのです。

先ほど述べましたように、統計上現れる経済

指標の中で見てきた当時の原町市というのは、非常に衰退していました。しかし一方で、いわゆる経済指標になかなか上がってこないもの、わが国がそういうところをこれまできちんと重視してデータとして把握してこなかったからだと思うのですが、データ上にはない様々な価値が原町市には存在していました。まさにそれこそが行政がそれまで気付いていなかった地域資源、つまり海であり、それを活かそうと思ったのです。

構想が出来上がったところで、われわれは構想実現のための計画、すなわち「原町市(現南相馬市：筆者注)サーフツーリズム計画」を2003年に作りました。そこでのミッションというのは、このスライドに書いてあるとおりで、海というものを活用して、海が大好きなマリンスポーツ、マリレジャー愛好者たちを集めるだけではなくて、原町市の住民自身が海を楽しむ町にすることでした。そのためにはレクリエーションだけではなくて、海を使った教育の仕組みや高齢者およびフィジカルハンディキャップのある人などへの福祉プログラムも作る必要があります。それらを進めながら、海を年間通じて楽しめる町にすることを目指して、キャッチフレーズも作りました。それは「老若男女を問わず年間を通じて海と共生できる町」というキャッチフレーズで、これによって原町市サーフツーリズム計画の価値観を原町市全体で共有できるようにしました。次に、計画のミッションができたところで、この計画を実現し実際に町の価値を高めていくための戦略を策定しました。一つの道筋は現在わが国で進行している高齢人口の増加に対して高齢者のための住民価値を高める道筋と、もう一つの道筋は地域全体の人たちが、海で自分たちのライフスタイルを向上させ自分たちの生きている時間というものをよりハッピーにできるような仕組みを作るものです。その結果、東京で子育てをするよりも、福島、原町市で子育てをしたいという基盤を作れることを戦略として決定しました。

戦略が決定されるとそれを実行し、成功したときには原町市はどのような町になっているのか。つまり、経営戦略ではミッションとその達成のための戦略が決まれば、それを達成したときにどんな将来になっているかというビジョンが非常に大切になります。原町市のビジョンがここにある2006年に作ったスライドです。2006年に原町市のビジョンを示したのは、2006年に当時の原町市が北側の鹿島町という町と南側の小高町という町との合併を行ったからです。この合併により、工業の町であった原町市と漁業の町である鹿島町、農業の町である小高町が一緒になり、サーフツーリズム計画の可能性がより広まったのです。合併後、当時から10年以内にこのスライドにあるような町を実現しようとしました。このビジョンについて説明するととても15分では足りませんので、これについては南相馬市サーフツーリズム構想が南相馬市のホームページでも公開されておりますから、もし関心がおありでしたら少し見ただけいただければと思います。簡単に申し上げると、海を中心にしながら商工業も、また教育や学校を通じて子どもたちも、さらには福祉プログラムを通じて高齢者も含めた南相馬市の住民すべてが一年中海を楽しめるようなサーフタウンを作っていくというプランです。

さて、このスライドは2009年のものになっていますが、先ほど申し上げたように2003年、2004年ぐらいまでは、まだわれわれの活動に反対する方も多くいました。実際サーファー自身

も反対する人たちが多かったのです。サーファーというのは、自分たちのポイントをすごく大事にします。大事にしているがあまり、ビジター、つまりよそ者が入ってくることを嫌うのです。なぜかということ、ビジターによって自分たちのリズムというのが狂ってくるからです。このように自分たちのポイントを地元サーファーがまるで縄張りのように守る行動や現象をいわゆるサーファー用語でローカリズムというのですが、本来そうした行動は必要ないはずなのです。しかし、なぜそんなものができてしまったかということ、楽しくサーフィンできるポイントが日本の沿岸で、どんどん消滅していったからだと思います。当時の原町市では地元サーファーがサーフィンを楽しめなくなるほどまではビジターサーファーがいなかったため、ローカリズムはそれほど強くなかったといえます。しかし、われわれの活動によりビジターサーファーが急増し、地元サーファーがサーフィンを楽しめなくなるのではといった危惧が一部の地元サーファーから出てきて、反対の声として上がりました。したがって、そういった声をなくしていくために、われわれはこの活動の目的を丁寧に説明し、徐々に認知を進めていながら地元サーファーの理解を得ていきました。そして2009年において、2006年のビジョンをさらに進めてより一層海を楽しむために、農業ともコラボしていくことや、漁業ともコラボしていくことなどを決め、このスライドにあるような新たな方向性を示していったわけです。

今ほど申し上げましたが、あらためて日本というのは島国なのに、海からどんどん遠ざかる国になっているような気がします。ここでは南相馬市でわれわれが開催してきたイベントの話をしたと思います。イベントは非常に重要で、南相馬市の人たちにわれわれの活動である「南相馬市サーフツーリズム計画」を認知させるうえで大いに機能しました。われわれは「南相馬市サーフツーリズム」を理解し、一緒になって



取り組んでもらうために実際にサーフィン大会を中心にいろいろなイベントをやっていきました。それらのイベントでは、ただサーフィンコンテストをするだけではなくて、例えばこの写真、青いTシャツを着ているのは私なのですが、ビーチクリーンのイベントや、子供や家族向けのサーフィンやウィンドサーフィン、シーカヤックなどの体験会、フラダンス、サンドアートなどいろいろ行いました。これらの何が大事だったかというと、サーフツーリズム計画を推進し「こういう町にしていくなだ」というときに、実際にこのローカルイベントをやることで、「本当にこの海ってそういう人たちが集まる海なの？」という疑問を市民の人たちから払拭することに役立ったということでした。

特に、ローカルイベントとはいっても、2004年に開催した全日本サーフィン選手権は日本のサーフィン大会の中では最も大きな大会なのです。大会中は選手、スタッフ含めて2,000人規模くらいで県外から集まってきますので、そうした人数がほんの5万人くらいの町にやってくるとホテル、旅館などは満杯になります。しかもそれが一週間弱続き、マスコミもいろいろなメディアがやってきますから、町はびっくりするわけです。その後も、毎年こうした大会を行ったことによって、市民の間で「あ、プロも来るんだ。それくらいの海なんだ」ということが認知されていきました。さらに、先ほど申し上げたようにサーフィンの大会だけではなくて、さまざまな海の活動、教育プログラムとか福祉のプログラムなども同時に行ったことで、町の人たちがどんどん海に関心をもつようになったのです。また、海でのプログラムを安全に行えるようにライフセーバー隊も2004年に組織しました。これはサーファーたちのスキルを使って仕事を増やすという取り組みの最初のものでもあります。

ここで一つのエピソードとしてすごく衝撃だったことがあります。私はサーフィン大会時に一般

の子供向けにサーフィン体験を行っていたのですが、その際、今後の活動のために感想をアンケート形式で聞いていました。アンケートに答えてくれたうちの一人で4歳児ぐらいの子どもだったのですが、海に入った感想を聞くとその子供は「海の水がしょっぱくてびっくりした」と言っていました。それぐらい「日本人って、今、海から離れちゃったんだな」と強く感じました。その後も継続して大会を開催しながら、同時に海を活かすための様々な活動を数多く行っていきました。これは2010年の大会の風景なのですが、ちょっと写真で良いものがなくて申し訳ありません。実際、この年の大会というのは、サーフィンスクールやフラダンスなどだけではなくて、砂浜にスケートボードのランページを作り、スケーターやサーファーが楽しめるようにしました。そこには、当時まだ8歳だった平野歩夢も来ていたことも一つのエピソードです。平野歩夢のお父さんがすごくサーフィンをする方なので一緒に来ていましたね。この大会ではサーフィン雑誌や海に関連する雑誌の取材も来ていて、ある記者から「ここは日本じゃないみたい。まるでカリフォルニアみたいね」と言われたことが印象深いです。

このように計画が順調に進み、いよいよ本気で農業や漁業ともコラボした町づくりを推進しようと思ったところに、2011年、震災がきてしまいました。これらは全部私が撮った写真なのですが、われわれのサーフィン大会をやっていたポイントがこのような状況になってしまったり、防波堤がこのように破壊されたり。でも、われわれにとってそれ以上に大きかった問題が、この原発の問題だったわけです。ちなみに、これは除染の活動の風景ですが、一番こっちで除染しているのは私です。除染は本当に地味な作業でした。実際にフレコンバッグに入った除染による廃棄物があちらこちらにあつて、人がどんどん離れていってしまいました。多くの人がどんどん離れていく中で、福島にいながら福島においていかにスポー

ツが大事だったかということがわかりました。サーファーやスノーボーダーなど私の友人含めて、私たちはみな原発の問題が起こったときに、われわれの大好きな福島はなくなってしまうんじゃないかと感じました。福島ですが、サーフィンだけじゃなくてスノーボードやスキーのためのゲレンデも素晴らしいところがたくさんあります。これはハーフパイプの写真ですが、ゲレンデだけでなく実はバックグラウンドも素晴らしいですね。世界のスノーモービラーとかスノーボーダー、有名なプロなどもお忍びで遊びに来るような場所です。このほかにもモトクロスもあります。モトクロスも世界チャンピオンを生んでいたりますね。最近だったらエアショーの室屋さんも福島市内で活動していますし、猪苗代湖のジェットスキーも有名です。

また、映画「ワイルドスピード」でドリフトの指導をしている人は福島、二本松市の人です。ニュージーランドとかオーストラリア、アメリカなどの人たちが、ドリフトを学びに二本松に来ている。福島はいわゆるエクストリームスポーツのメッカなのです。震災と原発事故後、私や南相馬と一緒に活動してきた仲間や友人たちは、こうした自然を相手に行うエクストリームスポーツを楽しむことが福島のスタイルだということを発信し、この環境を何としても残したいと様々なメディアのほか日本各地で訴えました。すると、それに共感する人たちがいっぱい集まってきて、「じゃあ、子どもたちが今外で遊べないんだったらまず、インドアパークを作ろうよ。」ということになりました。そしてクラウドファンディングのほかにも様々な形で多くの人たちが協力してくれ、インドアパークが実現しました。このとき作り上げたインドアパークは、まさに福島のエクストリームスポーツカルチャーが全部ここに集約されているようなものです。名称は「CHANNEL SQUARE」というのですが、スケートボード、スラックライン、ボルダリングなどを子供たちが楽しめるようになっていきます。スケートボードは、サーフィンやスノーボー

ドなどの基礎も学べます。インドアパークを開設するにあたってのわれわれの合言葉は「福島からオリンピック選手を」でした。

2012年にCHANNEL SQUAREを開設した当時は、スノーボードがすでにオリンピック種目になっていて、先ほどの平野歩夢も何回もここに来てデモを行ってくれました。こうした中で私たちは県や市、また多くの民間団体に対して、福島がメッカとなりうる多くのエクストリームスポーツは、「間違いないいずれオリンピック種目になります」とずっと言い続けてきました。だから、福島環境を取り戻すだけでなく、かつて以上に良い環境にしていくべきだと。すると、皆さんもご存じのとおり、サーフィンが東京オリンピックの正式種目になりました。CHANNEL SQUAREで行えるボルダリングもオリンピック種目になりました。ゆくゆくはスラックラインもトランポリンに代わってオリンピック種目になるだろうし、仮に正式種目にならなくても、エクストリームスポーツのイベントは世界中でメガイベントとして開催されており、そういった大会で活躍できる選手を福島から生み出すことを目標に今もインドアパーク中心に活動を進めています。現在ではこの目標に町の人も共感して、子どもたちが集まってきています。

これまで話しましたように、スポーツというのは、メガスポーツイベントはもちろん、ローカルイベントもまちづくりに機能します。しかし、イベントを行う上で一番大事なことは、なぜそれをやるかということです。その地域にそのスポーツが根付いている、あるいはエクストリームスポーツのようなライフスタイルスポーツであれば、そのライフスタイルを愛する人たちがそこにいる、ということがスポーツイベントとまちづくりをつなぐポイントではないでしょうか。つまり、イベントはマネーのためじゃないのです。人を呼んでお金をそこに落としてくれるためだけのイベントだったら、それはその町の活性化にさほど効果

はないと思います。そうではなく、そのスポーツイベントによって、その地域のスタイルというものがその地域の人たちに根付く、あるいは気付く。それこそが、地域においてスポーツイベントと、もしくはスポーツそのものと地域活性化とがつながる道だと、私は考えています。15分という中で、若干延長してしまいましたが、私のプレゼンテーションはこれで終わりたいと思います。どうもありがとうございました。

「オリンピックとジェンダー平等 ～サーフィンの種目化がもたらす意義と課題～」

水野 英莉

はじめに

こんにちは、水野英莉と申します。奥本先生のお話を聞いて、なんだか胸がいつぱいな気持ちのまま始めます。サーフィンの話をこのような場で、実際サーフィンをしているサーファーとともにすることができるというのは本当に感慨深いです。近年ようやく海外でもサーフィンをテーマとした学会が開催されるようになりましたが、日本ではまだまだあまりないことです。私は、大学院のときに「サーフィン研究をしたい」と言ったら、「ふふふふ」という感じで何人もの人に微笑まれたことがあって（学問としてどうなのか疑われたのかかもしれません）、そこから考えれば遠くまで来たものだなと感じます。このような機会をくださったこのセンターの皆さんと、Adam先生に、心から感謝をしたいと思います。ありがとうございます。

今から、サーフィンがオリンピックの正式種目になることで、どのようなインパクトがあるのか、社会的に見るとどのような変化があるのかということをお話してみたいと思います。私の専門は、社会学とジェンダー論です。ジェンダーという用語には非常に多様な意味がありますので、簡単

に定義をしてみますと、男らしさ女らしさとか、女性・男性に求められる社会的な規範・役割などを意味します。そして、そういったことがジェンダーだとするならば、それぞれ役割があること自体は、別に悪いことではないように聞こえるかもしれませんが、単なる区分ではなく、ポイントはそこに不平等があるということです。個人の能力が性別によって決められてしまうことで、参加できない、達成できない、伸ばすことができないということが、スポーツでも起きています。そういった性からくる不平等を、どうしたらなくせるのかということを考えていわけです。例えば、今日お話しするオリンピックなどは、ジェンダースタディーズの視点から言いますと、「男らしさの競技場」とか、「男性性の保護区」というふうに呼ばれていて、圧倒的に男性が優位な世界です。スポーツを批判的に読み解こうとする立場です。今日は、オリンピック種目になったことをまずはお話して、ジェンダーの視点から分析していくことになります。

オリンピック新種目へ

サーフィンは東京2020の正式なオリンピック種目になりました。40人の選手が出場する非常に狭き門です。サーフィン自体は色々なタイプのボードで行われるのですが、ショートボードという短いボードを使ったイベントになります。国際サーフィン連盟との連携があって、連盟に登録する国から選手が選出されます。会場は千葉県長生郡一宮町ですが、ここは通称「志田下」と呼ばれ、関東のサーフィン道場に例えられるようなところ。プロアマのトップサーファーたちが、しのぎを普段から削っている、練習しているポイントです。

IOCは、若者層の取り込みに力を入れたくて、サーフィンのほかにスケートボードも新種目として取り入れたと言われています。オリンピック種目化がもたらすことということを考えてみると、

サーフィンの性質として、比較的大きな変化があると推測することができるでしょう。それは、サーフィンは、例えばライフスタイルスポーツと呼ばれたりします。近代スポーツとは少し違って、既存の文化に抵抗する性質であるとか、そういった倫理観、信念、習慣のようなものを社会学の用語でエートスと言うんですが、そういったものが大きく変化する可能性があります。

サーフィンのエートスは失われるのか

サーフィンは非常に流動性の高い海というフィールドでします。海というのは、文化的象徴的な意味としては、都会から離れた所、あるいは文明化以前の存在として長らく扱われてきました。ヨーロッパでは、長く海は魔物が住んでいる所とされ、海水浴や日光浴が体に良いという健康言説が生まれるまで、みんなが避けてきた場所なのです。ですから、境界上にあるもの、流動性があるもの、そういうところで既存のメジャーなカルチャーに対して、あるいは国家主義に対して抵抗する抵抗文化の要素、60年代のヒッピー文化とか、そういったものを非常に多く要素として持っている文化実践なのです。それゆえ、オリンピックのように国同士が対抗する、近代主義的なスポーツ大会の種目にサーフィンが入るとするのは、従来持っていた抵抗のエートスを失うかもしれないと考えることができます。ただ、同時に、サーフィン文化と近代スポーツに、そこまで親和性がないかと言うとそうでもなくて、サーフィンというのは1900年代初頭にカリフォルニアで花開いた文化ですが、その文化の中心層は西洋の白人で、中産階級の健康な男性です。非常に対抗文化ではあるけれども、資本主義、拡大主義、植民地主義的な帝国主義的な性質を持っていて、そういった意味では近代スポーツとも親和性があるということです。

さきほど、Higham先生からもスポーツの特徴でありましたけれども、グッドマンの定義でも

あるように、近代スポーツの特徴というのは、合理性と数量性を追求するもので、サーフィンも、そういった性質を、ある程度受け止めながら競技スポーツとしてやってきたという部分もあるのです。身近な例でお話しますと、私は1995年ぐらいにサーフィン研究を始めましたが、当時はサーファーたちに「サーフィンの研究をしている」と言い、その説明をするときに「スポーツ社会学の視点で」というようなことを言うと、サーファーたちから「サーフィンはスポーツじゃない」と怒られました。そこから考えたら、今は、かなりスポーツ的な扱いになりました。時代の変化とともに、サーフィンは常に対抗文化的な要素も保持しつつ、近代スポーツ寄りになってきているのかもしれません。



男女の平等のレガシー？

ジェンダーの視点から考えると、近代スポーツの特徴というのは、男性中心主義的であるということも意味します。例えばこのグラフをご覧くださいと、男性と女性のオリンピック参加者の比率です。現在は女性が半数ぐらいを占めますが、近代オリンピックの歴史の中で徐々に増えていきました。最初の大会では、女性はゼロです。この当時は、女性はスポーツなどするべきではない、女性の身体は弱いのでスポーツには耐えられないと考えられていました。オリンピック種目というのは、スポーツなら何でもなりうるのではなく、男性の身体性が有利な種目しかありませ

ん。例えば水泳などは比較的短い距離の種目しかなく、遠泳などはありません。遠泳だと、女性のほうに記録が出やすいと言われることもあるのです。近代スポーツというのは、近代社会の合理性や競争性を、男性が身につけ鍛錬させるものとして発展した歴史がありますので、オリンピックは基本的に男性に有利な種目を採用しているわけです。男性に優位な種目が多いので、女性は男性と戦っても勝ち目がありません。ですから、カテゴリーを2つに分けることで、女性の参加は拡大し、ある程度の平等が達成されてきました。例えば、男女同数というのがオリンピック種目の原則ですので、これまで女子選手数が圧倒的に少なかったサーフィンの競技は、男女の数の偏りが改善していくきっかけになるかもしれません。

従来サーフィン大会において、女子のラウンドは、一日の中でも波が良くない時間帯に行われていたのが、同じ空間、同じ時間、同じ条件で行われるようになるかもしれません。例えばプロもアマチュアも、今のサーフィンの大会は、男女で賞金に格差がかなりあります。オリンピックで女子が活躍すれば、報奨金も近づく可能性があるでしょう。2019年以降、WSL（ワールドサーフリーグ：世界のクオリファイされたサーファーが出場できる大会）が、賞金を男女同額と決定しました。これは大変画期的なことです。さらに、最近Adam先生から教えていただいたのですが、カリフォルニア州では、2020年のイベント以降、カリフォルニア州内のスポーツイベントは、全部男女同額にするという法律ができました。オリンピックの種目となることで、男女の平等性が促進し、平等のレガシーが残されることは期待できるかもしれません。

性別二元性の強化

近代スポーツをする、そしてオリンピックで戦うというのは、男性の身体性が有利に働くところに女性が入っていくということを意味します。し

かしオリンピックは、理念としてはあらゆる形態の差別に反対していますから、ゆっくりではあります。女性に対する差別は改善してきているとは思いますが、では平等になってきているから、このままでいいかというところではありません。ただ男女のカテゴリーに分けて、両者の数がそろったからといって、自動的に平等になるわけではありません。女性の参加は拡大するが、性別で2つにカテゴリーを分けることで、常に女性のほうが「見応えがない」というように判断され、女性は常に二流の地位に置かれ続けることになるとも言えます。男性の身体性を基準とした高度なスポーツのパフォーマンスを、男女で比較し優劣をつけるということを、男女カテゴリー分けは可能にもしてしまうからです。

近代スポーツの特徴として、さっき、グッドマンの7つの特徴をお話ししましたが、ジェンダー視点から考えると、もう一つ大きなキーワードが必要です。それは、性別二元制、gender binaryというものです。これは、性を「男」と「女」のどちらかに分類する社会規範のことで、性別（sex）、社会的（gender）、性的指向（sexuality）が生まれながらに関連付けられているという考え方です。具体的に言うと、人間は男なら男らしくするのが自然で当たり前で、女の人を好きになるだろうという想定です。時間の都合上、あまり詳しくお話できませんが、オリンピックが定めている性別の条件というのがあり、そこに必ずしも当てはまらない身体の特徴を持つ人も、世の中にはいっぱいいます。いろんなジェンダーアイデンティティーもあるし、いろんな体の状態もあります。そういう選手たちが出場できない、失格になるという排他性もあります。カテゴリーで分けることで可能になる平等もあれば、排他性もあります。私たちは、誰でもスポーツを楽しむ権利を持っていますが、オリンピックのようなイベントや近代スポーツには、大きな差別性の問題が含まれていることを忘れてはいけません。

す。サーフィンが近代スポーツ化するというのは、こうした二面性を含んでいることを意味していると私は考えます。

メディアに見られる女性のモノ化

サーフィンとジェンダーの研究から、男性中心的な状況に対する批判的研究が出てきましたので、いくつか紹介したいと思います。残り5分ですので駆け足でいききたいと思いません。一つは、「ホワイヘゲモニー」という考え方です。もともとハワイでは、サーフィンと呼ばれる以前に、「ヘエナル」と呼ばれる波乗り遊びを、男性も女性も行っていました。それを白人の入植者たちが禁じることもあり、またその後には白人がサーフィンとして商品化し、ハワイの人たちから収奪していく歴史があります。ヘゲモニーというのは覇権という意味で、その土地に暮らすネイティブの人々を周縁化し、サーフィンは欧米の白人中産階級、健康な、異性愛の男性が中心・優位となって表象されていることを批判的にとらえる分析視角なのです。ここには性の問題だけではなく、人種、エスニシティも関わる問題であり、インターセクショナルな視点が必要とされています。

それから、「女性のモノ化」も問題視されています。ビデオを見ていただきたいのですが、全部は見られないと思うので少しだけ流します。これは、2013年のROXY Proという女子のトップサーファーが出場する大会の宣伝です。ここに映っている女性がいますね。これ、上半身何も着ていない状態で、この人、最後まで顔が映らないのです。しかもサーフィンするところも出てきません。ではこの女性はモデルさんなのかというと、そうではなくて、この人は、なんと世界最多のワールドタイトルを持つ素晴らしい女性プロ選手で、ステファニー・ギルモアです。最後まで半裸状態、後ろからしか映らない、お尻しか映らないという状況で終わっていくんです。これは非常に象徴

的で、今のサーフィンの男性中心主義・性別二元体制を非常によく表していて、女性の表象が非常に偏っていることをよく表しています。このCM動画を作ったブランドであるROXYに対する不買運動がアメリカで起こりました。でも、日本では、そのようなニュースは、一切サーフメディアが紹介しませんでした。私自身、長らく知らなかったのです。文献を読んでいるときに気付いて、こんなことがあったのか、と。ですから、日本に限らず、サーフィンのカルチャーにも問題があるし、サーフィンのメディアにも大きな問題があります。

オルタナティブなゴール

では、こうしたイベントは、そしてサーフィン文化がより公平で平等なものになるには、何を目標にすればいいでしょうか。少なくとも、さきほどの動画のようにあからさまな女性に対する差別には、終止符を打つべきでしょう。素晴らしいプロ選手のパフォーマンスを無視し、女性をモノ化し、コンテンツとして消費することをやめましょうとすべきです。

サーフィンとジェンダーの研究から2つ、皆さんに視点を、何をゴールにするかというとき、基準になるものを紹介したいと思います。一つはサーフフェミニズム(Surfeminism)という概念です。これは、クリスタ・コマー(Krista Comer)というアメリカの研究者が作ったことばで、サーフィンを通して女性をエンパワメントしよう、性差別的に對して自覚的であろうとすることを目指します。日本のサーフィン雑誌は、女性向けでない限り日本の女性が表紙になったことはこれまで管見の限りありませんが、きちんと増やしていくとか、さきほどのような女性のモノ化のような差別を意識化していくことをやってみましょうということです。それからもう一つは、性別二元体制とも関わりますが、「サーフィンの未来をクィアする」。クィアするっていうのは、異性愛主義が中心な世界を批判的に見ながら、い

ろんな多様性に配慮しながらいろんな人が関わられるよう、そういう未来を作っていきたいと思いますという考え方です。これは現在オーストラリアにいるリサハンター (Lisahunter) という研究者が提唱した概念です。

最後にまとめます。オリンピック種目になって、平等の機会は確かにありそうです。可能性もありそうです。ただし、カテゴリーを分けて男女同数だから平等になったというところで終わってはいけません。ベースにある性別二元制、これを批判的に意識的にしていかなければ、平等は実現しないと思います。多様性と公平性への配慮がこれまで以上に必要です。そのためには、ジェンダー、セクシュアリティ、エスニシティに関するインターセクショナルな視点が非常に必要であるといえます。私自身は、もう一つ、オリンピックのようなメガイイベントよりは、小さなイベント、スモールイベントの可能性を私自身は信じています。例えば女性向けの、子ども向けのサーフィンイベント、サーフィン大会、それから、さつき奥本先生が紹介してくださっていた、地域密着型のイベント、そういうものの可能性を信じています。これについては、また機会を改めてお話ししたいと思います。ありがとうございました。

パネルディスカッション

Doering: Thank you so much, Mizuno-sensei and Okumoto-sensei. Maybe it was the first time many people learned about surfing. First time? Okay. Who is the first time to learn about surfing? So, many of these issues, revitalization, gender issues, these are issues in all Japanese society, right? But as James Higham pointed out, society can affect sport but sport can also affect society. And so we kind of see that happening now with the new sports, lifestyle

sports, kind of offering opportunities and challenges at the same time for shifts in society. So, I'd like to ask Prof. Higham for his response to the speakers.

Higham: Thank you, Adam, and thank you to the speakers. I'll have to say my Japanese is not very good but fortunately, Ikumi was sitting by my side to summarize your talks. I've scribbled down lots and lots of notes. I'd like to say for a start that these two speakers have given expression and detailed insights into exactly the sorts of questions and issues that I just touched the surface of, in my talk about sport and society.

These sorts of insights, as Adam said, who knows about surfing, not many of us but these sorts of critical insights, these sort of critical studies are so important to scratching beneath the surface and casting light, shedding light on to things that we don't often think about, things that we're not aware about, things that we often don't talk about. This is the privilege of research. It's also the responsibility of researchers to reach out with their research and to explain and to provide those insights, those nuanced, those fine-grained insights into really important matters and really important issues.

So, specifically to the two speakers, firstly, in terms of disaster, disaster recovery, we've heard how complex these issues are, and we've heard about some of those complexities. There are so many different perspectives, so many different insights that need to be understood and accommodated in our response to disasters. We know a little bit about earthquakes and disasters in New Zealand. In the three weeks before, the terrible earthquake here in March 2011, our city of Christchurch was destroyed by an earthquake on the 23rd of February, just literally a few days beforehand. We've



learnt a lot about recovery and resilience has become a really important part of our frame of thinking. How do we rebuild communities? How do we make them more resilient in the future? One of the things that we've learnt is that organizations at different scales and analysis, from central government through regional and local governments, are not just interested in economic recovery but interested in all aspects of environment and society across the government ministries. Local groups, local organizations, communities have to work together in order to meet their recovery aspirations.

Then there are questions around surfing, and there are two aspects of surfing that I found particularly fascinating. One was the Olympics and surfing becoming part of the Olympic program and that's really interesting because surfing is a lifestyle sport and it's different to the majority of the Olympic sports which are power and performance sports. So, we need to think carefully about how lifestyle sports become part of the Olympic program and why. These are really, really important questions. There are some who feel that when their sport becomes part of the Olympic program that their sport has arrived, that this is a breakthrough, that this is a very good thing, that they want their sport to be recognized as an Olympic sport.

But there are others, and particularly with lifestyle sports, who may feel that becoming part of the Olympic program actually destroys their sport. So, there's the opposite perspective and that is that the sport has, perhaps, become mainstreamed and in becoming mainstreamed, it becomes increasingly controlled by the media or by organizations, government organizations, sports organizations, or by commercial interests and sponsors and for lifestyle sports that can be resisted. Snowboarding is a classic example of this. When snowboarding became part of the Olympic program, Winter Olympics, the innovators of snowboarding walked away, said we do not want our sport to be controlled by the IOC or by sports organizations or by commercial interests. That's going to destroy the sport that should be free to innovate and be free from rules. So, these are tensions that I think we really need to be mindful of.

One final comment, related to gender. I just want to recognize this really, really important point that female sport remains miles behind men's sport, and I just scribbled down things like sponsorship and support and facilities and payment. Mention was made of payment for elite sports people, travel, profile. In New Zealand we have a really critical debate going on at the moment. Some people think that remuneration should be based on television audience and more people want to watch the men in their sports. So, women don't get sponsorship and don't get remuneration like men, and there are others that say that under such disadvantaged circumstances, women drop out of sport often. Men have far greater career aspirations and pathways and opportunities than women.

I'll finish on a personal note. I'm the father of two daughters and it saddens me that they do not have the same opportunities in

sports as their male counterparts. So, I've outlined in my talk about how society has changed in my lifetime, and we still got a long way to go and that's being really vividly expressed in those presentations today. So, thank you, again.

Doering: Thank you very much for your comments, James. We're running a little bit over the time and the schedule. So, we're going to open it up to questions and discussions for the next six minutes, but before we open it to the audience, do you guys have any questions or response to James?



奥本: ありがとうございます。2点ほど補足させていただきたいと思います。一つは東日本大震災の復興において、福島にとって本当に大事なものは何かということです。震災と原発の事故で福島が負ったダメージというのは、一言で言うと「分断」なんです。まず、コミュニティが分断してしまっただけでなく、放射線に対しての考え方も住民一人一人分断されているし、同時に歴史も分断されてしまったんです。それまでの生活がいきなり奪われるわけですから。そういった中で、本当に何が必要だったのかと考えると、やはり広い福島のその地域、地域においてアイデンティティーがしっかりしていなければならないということだと思います。地域のアイデンティティーを地域住民が共有してい

ないと復興につながらない。もちろん一時的には、政府からのマネーは非常に効果があります。町のインフラが壊れていますから。しかし、長期的に見た場合、ある地域にもう一度人が戻ってくるためには、その地域に住む「意味」が大事で、それは私のプレゼンテーションでも申し上げましたが、そうした「意味」をしっかりと皆が共有していないと、なかなか人は戻らない。南相馬市ではある地区の区長さんが「最初に海に戻ってきたのはサーファーだった」とおっしゃってくれましたが、その背景は、南相馬市のサーファーにとって自分たちのライフスタイルの中にサーフィンというものがあって、そうしたスタイルをもう一回、それは例えば宮崎とか四国とか湘南などの他地域ではなくて、やはり福島で取り戻したいという人たちが戻ってきたということだと思います。この点において、南相馬市という地域にサーフィンというスポーツが根付いていて、地域の資源となっていたということが非常に大事だったのだと思います。

もう一点は、サーフィンがオリンピック種目になることについてなのですが、これについては水野先生のほうがより詳しいかと思いますが、私自身もすごく心配している部分があります。やはり、ライフスタイルスポーツっていうものがオリンピック種目にされると、先ほどの水野先生にもありましたように、技が計数化されないといけませんし、ジャッジが明確になぜこの選手の技が別の選手の技より上なのかという説明をしなければいけない。そうなってくると、サーフィンというのは、そもそも、さまざまな波、気象、地形などによって条件が変わるスポーツで、そのような二度とない特定の条件にいかについフィットするかがだいご味であるにもかかわらず、ジャッジにおいてより明確な基準を作ろうとすると、おそらく人工的な波でやっていかなきゃいけない。そうすると、器械体操などと同じになってきて、サーフィンというスポーツのスタイル性がなくなってしまう。その点がすごく私は心配するところでは

あるんですが。スノーボードの例を挙げますと、例えば平野歩夢やショーン・ホワイトがメダルを取りましたけれども、彼らにとってメダル獲得は、そのみが目指すところではないと思います。スノーボードはいまだにスタイルスポーツとして成り立っています。それは、スノーボーダーの目指すところはやはり自然の中でどんなスノーボーディングをするかというところであって、それはメダル獲得よりも重要であり、またそうした世界にはワールドメダリストよりもリスペクトされるようなレジェンドたちが数多くいるからだと思います。日本でも、平野歩夢よりも布施忠のほうがメジャーだったりするわけですが、そういった意味では、そのスポーツを愛する人たちが、そのスポーツに対してどこまでこだわりを持って、そのスポーツの本質をどこまで発信していくかによっても変わっていくのかなと思います。以上です。

水野: 私のほうからは、Higham先生に、1点だけコメントさせていただきたいと思います。基調講演のほうでもお話をいただいたときに、改めてスポーツの力とかスポーツの喜びみたいなものを、先生のレクチャーを聞いて思い出しました。「思い出す」ということは、つまり、私はスポーツをすごく愛して、サーフィンをすごく愛してるのに、その喜びっていうのを普段、とても見出しにくいということなのです。それが、やっぱりジェンダーの差別でありしんどさなのではないかと思っています。

Higham先生が、さっき視聴率のお話をされ、テレビオーディエンスは女性のほうが少ないから、報酬が安く、男性のほうが多いから多いという考え方もあって、多くのスポーツが、そういった市場の論理で動いている状況があると思います。それについては、私は間違っていると思っています。イコールプレイにはイコールペイが必要だと思います。労働の基本と同じで、同じことに対して同じペイがなければいけないと思います。さきほど触れたカリフォルニア州のスポーツイベント

の男女同額、WSLの同額のこともそうですし、平等になっていく動きがあると思います。他にも、巨大な波で行うビッグウェーブイベントがあって、プロでも一つ間違えば死んでしまうような波に、女性も男性も同じように入ります。プレーヤーの視点からしたら同じリスクを冒し、同じ努力をして（場合によっては女性の方が何倍も努力をして）そこに到達できる。だから同額が制度化されるべきだと私は思っています。このアイデアをお話できるチャンスをくださってありがとうございます。

Doering: We have six-seven minutes left. So, we'll take questions from the audience.

質問者: 一つ質問なんですけども。先ほどの先生方お二人のお話で、例えば、スポーツツーリズムは経済効果ではなく、いかに住民がライフスタイルを取り入れながらそれを愛するか。また、それに対して、例えば性別の差別もないということが水野先生は重要だという話だったんですが、例えば先ほどのラグビーの話でニュージーランドにおいてはそういった差別がなく、また、そういった日々の中で男女に関係なく、ライフスタイルスポーツとして、どういう形でニュージーランドは、特にラグビーに対して取り入れているのか。日本は、どちらかというコンタクトスポーツってイメージがやっぱり強いので、どうしても、ちょっと避ける傾向があるんですけれども。ちょうど金曜日ぐらいに『アナザースカイ』をやっていたときに、男女関係なく、子どもでもラグビーを取り入れて、日々の中でそういう形で取り入れてるのを見たときに、非常に日本にない文化だなと思いました。そのへん、James先生のコメントとか、実際のニュージーランドの事例を教えてくださいなと思います。

Higham: So, thank you for your question.

I'm not sure if I understand it exactly as you expressed it, but I will try to offer some insights. You're talking about gender equality in sports and how to advance gender equality in sports, I think. You also talked about contact sports, physical contact sports. I would just say initially that in the sport of Rugby, I've mentioned that women's participation has just advanced enormously, as I outlined in my talk, but there's still a long way to go. Amazing strides have been made but I think mention was made of paid equity and access to resources. The progress that has been made so far has resulted in – I don't know if it's driven or resulted in – redistribution of resources because male Rugby in New Zealand has traditionally been well-resourced and well-sponsored, well-funded by media and television broadcasting.

Some of those resources are now being shared with female participants and particularly the Blacks Ferns, the national team. So, they now have access to greater facilities, to better coaching, to better physio support, dieticians, etcetera. The Black Ferns are incredibly successful team on the field and they've done so without the same resources as their male counterparts, and I say that in some of our sports now, football, New Zealand football, for example, has now committed to equal pay for men and women in their sport and they have put a marker in the ground and said we think this is important. They want to encourage females to play their sport, and I think that that is a massive breakthrough because other sports are going to look old and outdated and conservative if they don't do the same.

So, it's going to be really interesting to see which other sports actually follow that lead from football and move seriously in this direction. We're also now beginning to see changes in spectatorship, spectator

experiences and behaviors in terms of things like really seriously supporting women sport by going to see them and support them. And the media are seeing that, the sponsors are now seeing that, they are seeing the sponsorship possibilities and responsibilities to support women sport. So, it feels as if we're at a crossroad and maybe we are approaching a tipping point in New Zealand where we're going to see another really significant change in society in terms of women sport, and I really, really hope that that's the case. I hope that answers your question.

Doering: Thank you for your question. Time is up, unfortunately, but the conversation will continue. We'll stick around – we'll stay here afterwards and have more of a discussion. So, in closing, I just wanted to kind of also highlight some of the events. So, bringing together international framework, international understanding, also examples from New Zealand and from Rugby and from different sports, probably was an interesting learning experience for you, Japanese audience. I think it's important to learn from these examples and, of course, use them in the Japanese context, but it works both ways. Sharing the Japanese experience, the Japanese knowledge, Japanese example internationally is also very, very, very important. I'm sure James is going to come away with a depth of knowledge about what's happening in Japan, in Fukushima, and the gender issues, that you never had any idea about before.

This information, this knowledge needs to be shared with the world and there's a few languages you can do it in, but English is one of the languages that is going to be accessible to most people. I want to read this work in English and I'll do whatever I can to publish it in English because it's just – it's so

rich in context, rich in knowledge, and it does need to be shared. Your knowledge about Fukushima, the world needs to – everyone needs to hear that, it's such an amazing story. And the gender issues going on in surfing, you know, we know it so well, but it's not known to the rest of the world. And I just think that international and domestic two-way flow of information is absolutely critical. So, I just want to thank you all, James and Eri and Hideki for coming today and sharing your information with us, and thank you for listening in English and in Japanese.

Overview

1. Origins of sport
2. Changing functions of sport in societies
3. Definitions of sport (technical and interpretive)
4. Co-evolutionary forces of sport and society
5. Sport, events and the Sustainable Development Goals (SDGs)
 - SDG 3 Good health and wellbeing
 - SDG 5 Gender equality
 - SDG 10 Reduced Inequalities
6. Concluding remarks



RUGBY
WORLD CUP
JAPANESE 2019



2019 ISA
WORLD SURFING
GAMES



TOKYO 2020



OSAKA
UNIVERSITY



Osaka University
Center for Tourism Research

スポーツ, イベント,
持続的発展
(Sports, events and
sustainable development)

James Higjam
Visiting Professor, University of Wollayama
Email: james.higjam@owago.ac.nz



TOKYO 2020

Origins of sport



- Sports are cultural phenomena
- Sport are cultural forms of bodily engagement (Jackson, 2014)
- The landscapes of sport are cultural landscapes (Beale, 1989)
- スポーツは社会的に構築された概念である (Sports are socially constructed) (Cooley, 2017)



TOKYO 2020

Origins of sport



- This coin provides insights into the earliest references to sport
- Alexander of Macedon (356-323 BC)
- The Olympic Games – served various specific purposes in Ancient Greek society.

Functions of sport



- Sports are a mirror on society
- Sport evolve as societies change
- Sports can change society
- スポーツは地域・ナショナルアイデンティティを強く表す場合がある (Sports may be a vivid expression of local and national identity) (Jackson, 2014)

5

Functions of sport



- スポーツは魅力的な観光アトラクションとして機能する場合がある (Sports may function as powerful tourism attractions) (Higham & Hench, 2018)

6

スポーツの定義 (Definitions of sport)



Technical and interpretive approaches

7

1. 学術的定義 (Technical definitions)

1. スポーツは身体活動である (Sports are physical activities)

- This is an arbitrary determination
 - Figure skating and ballroom dancing
- Does allow for a distinction to be drawn between primarily physical activities and primarily cognitive activities such as chess.




8

Technical definitions - defining criteria

2. スポーツは競技性を持つ (Sports are competitive)

- Sports have a goal orientation and contest based, but not necessarily competitive...
 - Inter opponents
 - Judging
 - Forces of nature (e.g., wind, surf)

- Natural features (e.g., mountain slopes)
- Built features (e.g., freeskii halfpipe)
- Timing devices
- Machines



スポーツは「自己を競っている」。(自己争奪)
(They may be "self-relativised") (Palous, 2018)



3. スポーツはルールを通じて制度化されている (Sports are institutionalised through rules)

- Rules may be:
 - Codified and enforced
 - Informal and casually applied
 - Part of a subculture - acquired through participation.
- Rules may be rejected and resisted

A trend in the last two decades has been growth in participation in "less organised and less regulated" individual sports (Thomas, 2002:34)

- These are relatively free from the constraints of formal rule structures.
- Link to structural identity - personal/collective identity

9

10

2. 解釈的アプローチ (Interpretive approaches)

Technical approaches fail to express the diverse and dynamic nature of sport phenomena.

While sports are as old as civilisations, and technical criteria have defined sports since the dawn of civilization, これらの基準は時間的経過とともに変化することになる。自然におけるスポーツの場所を把握するものではない。社会に於けるスポーツは時代とともに変化する。 (They do not define the changing place of sports in societies over time.) (Andrews, 2006)

"Some scholars reject the idea that sports can be defined once and for all time and decide to use an alternative approach to identifying and studying sports in society" (Coakley, 2007)



2. 解釈的アプローチ (Interpretive approach)

Sports are socially constructed phenomena
Sports are a reflection of their socio-historical circumstances

Bale (1989) defines sport by 「地元新聞のスポーツ欄に掲載されるもの」 ("what features in the sports section of local newspapers")

- Confirms the diversity of sports in space and time.
- Captures the differences in sports between societies.
- Captures that evolving functions of sport in societies over time.
- スポーツイベントはポテンシャルな変化を社会にもたらすことができる。
(Sports and events can drive positive change in our societies.)



11

12

解釈的アプローチ (Interpretive approach)

This approach allows us to differentiate between two models of sport

支配的な「パワー」とパフォーマンス
モデル (Dominant 'power'
and performance model)

Modern model of sports:

- Team based
- Competitive
- Rules are sacred
- Sports are hierarchical
- Team before individuals
- Conservative leadership
- Rigid, repetitive training



13

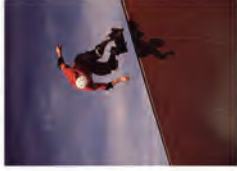
解釈的アプローチ (Interpretive approach)

This approach allows us to differentiate between two models of sport

新たな「喜び」と参加モデル (Emerging 'pleasure and
participation' model)

Post-modern model of sports:

- Individual sports
- Experimental (unstructured, community spirit)
- Rules are abandoned or resisted
- Authority is resisted
- Fragmented, non-hierarchical
- Fragmented; niche
- Serious leisure; or intermittent engagement
- Sense of flow, identity
- Lifestyle choices



14

The 2030 Agenda for Sustainable Development and the 17 Sustainable Development Goals



15

Good health and wellbeing



16

Sport and identity

- Globalisation has contributed to a crisis of identity
- スポーツ (および観光) は、個人および集団的アイデンティティ形成においてますます重要な役割を果たしている。
(Sport [and tourism] play an increasingly important role personal and collective identity formation.)
- Sport subcultures:
 - A subculture is a culture that is actively engaged and shared by a group of people within a wider culture.
 - A subculture can be organized based on an activity, occupation, age, gender, race, religion and/or ethnicity.
- Action sports have been an important site of subcultural identity development (e.g., surfing, snowboarding, skateboarding).

17



Sports subculture

- Individualistic lifestyles – freedom.
- Transient and fragmented lifestyles.
- Aesthetically orientated – Style and taste.
- Image, body, and performativity is valued – status.
- Localised environmental spaces.
- Subculture of consumption.
- Membership is informal.
- Members can engage in serious leisure.
- Free – can not be managed.
- Apolitical.

(Hagen and Boyes, 2014)

18

Good health and wellbeing

- Participatory learnings.
 - Physical health.
 - Friendships.
 - Satisfaction, happiness.
 - Relationships with natural environments.
 - Relaxation.
 - Challenge and transfer.
 - Happiness
- アクシオンスポーツのサブカルチャーに属することは、参加者の生活の質に測定可能なポジティブな効果をもたらす
(Belonging to an action sport subculture has a measurable positive effect on participants' quality of life)

(Hagen & Boyes, 2014)

19

Sport and gender equality




20

♂



21

♀



22

Black Fern Kendra Cocksedge the first woman to win NZ Rugby's top player award

Rugby World News - Rugby News 14. 2018




On a night women's rugby shaded their men counterparts, Kendra Cocksedge was the big winner at the annual New Zealand Rugby awards in Auckland on Thursday night.

The Canterbury halfback became the first woman to win the Kelvin R. Tremain Memorial Player of the Year gong, beating out All Blacks Brodie Retallick, Richie Mo'unga and Codie Taylor.



23

Sport and reduced inequalities



24

Sport and New Zealand society



25



26

マオリ文化の復興 (Māori cultural renaissance)



27

Te Whare Tapa Whā Māori Health Model

- Te Whare Tapa Whā Health Model is an indigenous framework
- 健康の4側面からなる統合的アプローチ (An integrated health model looking care in four dimensions of health)
- The four dimensions are deeply embedded in the Māori cultural worldview and underpin Māori views on health.
 - The four cornerstones (or sides) of Māori health:
 - The whānau (family)
 - The hāora (spiritual, physical and emotional)
 - The āhuru (ancestry)
 - The āwhiri (spiritual)
- Contrasts the western healthcare system
 - focuses on a patient's physical state.
- Requires a unified approach to health services.

28

Looking to the future

- International Olympic Committee claims sport to be a human right (IOC 2018).
- 国運によると、スポーツは人運（博愛）主義と人類の発展における低コストで影響力の大きいツールである。
(United Nations considers sport to be a low-cost, high impact tool for humanitarianism and human development) (United Nations, 2017)
- Sport and tourism are increasingly recognised as important in terms of quality of life and subjective wellbeing.
- しかしながら、多くの制約と障壁が残っている。。。
(But enormous constraints and barriers remain...)

29



私たちの社会は、不平等の高まり、地
域的な健康の懸念、高齢化、気候
変動の住環境、大規模な自然災害
の発生、気候変動がもたらす海
面上昇、スポーツ活動がもたらす外
国的および政治的な活動がもたらす
種別に対する社会的な変革の上
で重要な役割を果たす。
(Our societies face enormous challenges
relating to sustainable development,
including rising inequalities, global health
threats, environmental degradation,
natural resource depletion and climate
change. The social and political forces that
shape our sport and tourism practices have
critical roles to play in transforming our
societies to meet these challenges.)

Higham & Hinch, 2018

31



- 多くのスポーツは、社会階級、人種、性別によって定義されたままである。
(Many sports remain defined by social class, race and gender)
- Participation in physical activities remains beset with concerns surrounding increasingly sedentary and unhealthy lifestyles and obesity in some societies.
- 排斥は多くの現代スポーツの特徴であり続けている。
(Exclusion continues to be a feature of many contemporary sports.)
- Increasing barriers to engagement
- Increasing barriers of access to sports locations (e.g., active engagement).

30



スポーツ、イベント、
持続的発展
(Sports, events and
sustainable development)

James Higham
Visiting Professor, University of Waikato
Email: james.higham@waikato.ac.nz



32

地域スポーツによる地域活性化の可能性と スポーツイベントの役割

～南相馬市サーフツーリズム構想と震災後の取り組み～

福島大学経済経営学類
奥本英樹

1

はじめに「サーフカレッジ構想」ありき

サーフカレッジの役割

- 年間を通じたポイントの安全性確保
- サーファー、ライフセーバーの育成
- ポイントに関する情報の収集と配信
- ビーチマネジメントによる環境保全

ローカルサーファアのスキル未活用
サーフインの教育的要素

行政による
オーソライズ

サーファーの地位向上と雇用創出
観光の重要性・すばらしさの訴求

2

ツーリズムは単なる観光振興ではない！ ～交流から定住へ～

その地域に「住んでよかった」「住みたい」と思わせる環境づくりが必要

＝

その地域や資源にかかわるすべての人が「よかった」と思える仕組みを作らなければならない！！

そのためには、…

サーファー 地域住民 商工業者 行政

- ツーリズムの本質は、交流からリピートそして定住を促進するものである

市民価値の向上

3

行政へのアプローチ

- 国内企業による生産拠点の海外移転の結果、これまでの経済基盤であった製造業が地盤沈下している。
- 雇用減少や若年層の都市部への流出により、街の活力が失われている。
- 「野馬追い」などの観光資源があるものの、一時的な経済効果しかもたらしていない。
- 一方で、県内および県外のマリンスポーツ・レジャー愛好者が数多く訪れるビーチを保有している。

これまで行政が気付いていなかった、
地域資源！

4

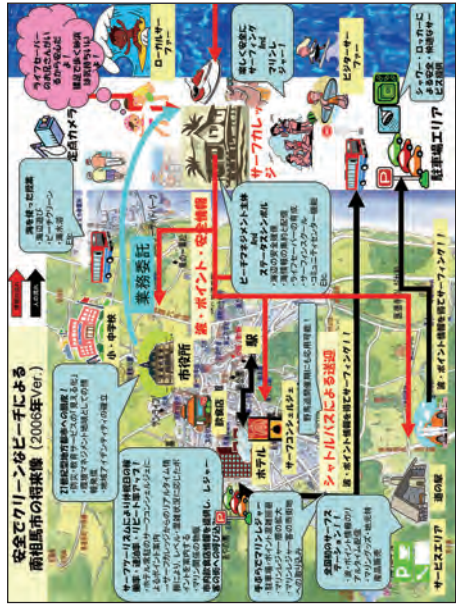
基本理念の構築

- 南相馬市の海資源を活用し、マリンスポーツ・レジャーを含むレクリエーション・教育・福祉プログラムを通じた地域振興を図り、全国に先駆けて「サーフタウン」の確立を目指す。
- 地域資源の活用を通じたコミュニティ・ビジネスを振興させ、地方再生のモデルケースを示す。
- 環境マネジメント地域の先進事例となる。
- 近隣地域との連携を図り、総合的・統合的・体系的なツールズを確立させる。

南相馬市サーフタウンビジョン(2008年)

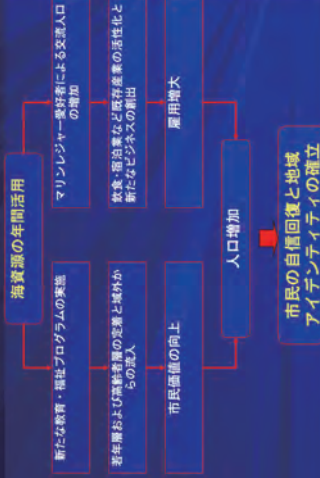
目標：市民価値の向上とそれによる人口増加

5



7

方向性(戦略)の決定



6

2009年度以降に向けた取り組み

■ 農業関係者とのコラボレーション(第1優先事項)

1. 農家民泊へのプログラム参加
 - ・サーフィン体験etc.
2. 空き農家の活用
 - ・サーファーの就農による永住化
 - ・リアルタラッシュ村を作ろう!
 - ・サーファーズ・ロッジ

■ 漁業関係者とのコラボレーション

1. 地元食材を活かした屋台村のビーチでの営業
2. パーティ・ボート(釣り船)の営業
3. 地曳網体験

8

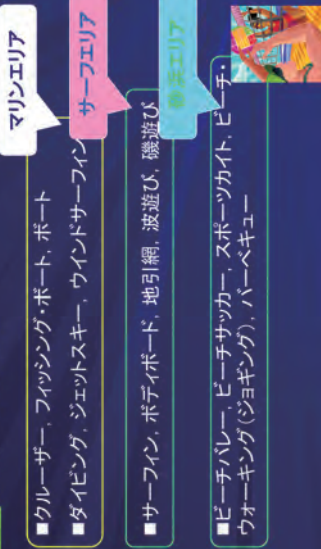
3. 南相馬市の目指すべき方向性

- 南相馬市のもつ海資源を最大限活用したレクリエーション・教育・福祉プログラムを開発・提供して、交流人口の増加だけでなく、市民全体の価値を向上させる取り組みを地域住民一丸となって取り組む！

*** 日本の海辺の現状～海辺で子供が遊んでいない！**
 →昭和40年代からのプール普及により、感海学校や海辺での遊びが激減
 →子供と親さらには祖父母との交流の断裂

9

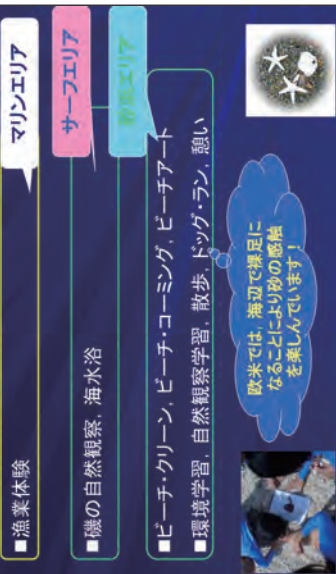
海資源を活用したさまざまなプログラム (1) レジャープログラム



10

海資源を活用したさまざまなプログラム

(1) 教育・福祉プログラム



11

海資源を利用した教育・福祉プログラム によって期待されること

- 環境意識の向上
- 世代間や地域間を越えた交流・コミュニケーションの促進
- 若年のコーディネーション能力の向上
- 社会意識の向上

子供を生み、育てる場所として沿岸地域の価値向上



12

南相馬市北泉海岸におけるこれまでの活動実績(サーフィン大会)

- 2004年(10.13~16)NSA第39回全日本サーフィン選手権大会
- 2005年(8.24~28)NSA第14回東日本サーフィン選手権大会
- 2006年(7.16)第1回南相馬市長杯(南相馬市誕生記念大会)
- 2006年(10.5~9)ASP公認WQS2STAR
- 2007年(9.6~9)ASP公認WQS2STAR(第2回南相馬市長杯)
- 2007年(9.16~17)ASP公認WLT2STAR2007年(11.17~18)NISSAN X-TRAIL ALL JAPAN SURFING GRAND CHAMPION GAMES

13

南相馬市北泉海岸におけるこれまでの活動実績(サーフィン大会)

- 2008年(8.27~31)NSA第43回全日本サーフィン選手権大会
- 2008年(9.2~7)ASP公認WQS2STAR(第3回南相馬市長杯)
- 2008年(9.4~7)ASP公認WLT2STAR
- 2009年(7.11~12)第4回南相馬市長杯
- 2009年(8.18~23)ASP公認WQS2STAR
- 2010年(7.10~11)第5回南相馬市長杯

14

南相馬市北泉海岸におけるこれまでの活動実績(サーフツーリズム関係)

- 2004年 原町市サーフツーリズム推進委員会 発足
- 2005年(7.18~8.7)サーフィンスクール実施
- 2006年 NPO法人ハッピーアイランドサーフツーリズム 発足
- 2006年 北泉海岸ライフセーバー隊「モンスター」結成
- 2006年(7.23~8.6)サーフィンクール実施
- 2006年(8.27)海を活かしたまちづくりシンポジウム開催
- 2007年(9.6~7)海遊びスクール実施
- 2008年(8.22~23)海遊びスクール実施

15

2010年ビラボンプレゼンツ 南相馬市長杯



16



福島自然を活かしたスポーツ(Earth Sports) 環境とそれらのスタイルを失わないために

福島の持つ世界トップクラスのエクストリームバックグラウンド

「大自然」の恵みを活かして守り、活かす。 福島県は自然豊かな土地であり、その恵みを活かして守り、活かす。 福島県は自然豊かな土地であり、その恵みを活かして守り、活かす。

その恵みを活かして守り、活かす。 福島県は自然豊かな土地であり、その恵みを活かして守り、活かす。 福島県は自然豊かな土地であり、その恵みを活かして守り、活かす。

その恵みを活かして守り、活かす。 福島県は自然豊かな土地であり、その恵みを活かして守り、活かす。 福島県は自然豊かな土地であり、その恵みを活かして守り、活かす。

その恵みを活かして守り、活かす。 福島県は自然豊かな土地であり、その恵みを活かして守り、活かす。 福島県は自然豊かな土地であり、その恵みを活かして守り、活かす。



CHANNEL SQUARE



21

CHANNEL SQUAREから オリンピック選手を！

*インドアパーク建設にあたり自治体や様々な財団と資金提供に関する交渉を行ったほか、クラウドファンディングを活用した。

福島のEarth Sportsの多くが将来的にオリンピック種目やメジャースポーツになることを力説！



22

オリンピックとジェンダー平等 —サーフィンの種目化がもたらす意義と課題—

和歌山大学観光教育研究セミナー2019 Vol.1 東京
「スポーツツーリズム」編4 〜オメガイベントが日本社会をどう変える〜
2019年9月22日（日）フクラシア東京ステーション5階会議室
パネリスト：水野英莉（和歌山大学）

1

ジェンダーとは（ここでの定義）

- 女性・男性であることに基づき定められた社会的属性や機会、男性と女性の間における関係性のこと。
- 社会的に構築され、社会化の過程に学習される。
- 時代背景で変化しうる。
- 期待される活動、資源・資源へのアクセスと支配、意思決定において、男女間で違いや不平等がある。

2

目次

- 1、東京2020正式種目へ
- 2、近代スポーツの特徴—性別二元体制
- 3、サーフィンとジェンダーの研究から
- 4、結論—意義と課題

3

1、東京2020 正式種目へ

- 女子20名、男子20名
- ショートボード
- 出場資格取得イベント設定
- ISA（国際サーフィン連盟）との連携
- 千葉県長生郡一宮町 釣ヶ崎海岸サーフィンビーチ
- 通称：志田下
- 若者層の取り込み狙うIOC



2016年8月4日（日本時間4日）IOC総会で正式承認
<http://joc.or.jp/olympic/olympic2020/>

4

オリンピック種目化がもたらすもの その①

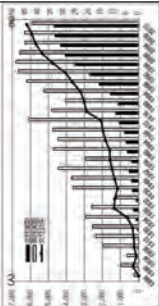


- ライフスタイルスポーツ (B. Wheaton) としてのサーフィンの変遷
- 対抗文化から近代スポーツへ
- 近代スポーツの特徴
世俗性、平等性、官僚化、役割の専門化、合理化、数値化、記録化 (A. グラットマン)

5

2. 近代スポーツの特徴—性別二元体制

- 1896年 近代オリンピック復活
- 男性の身体性が有利
- 参加者の女性比率48.8% (東京2020)
- 女性は全競技に参加可能 (ロンドンへ)
- オリンピズム
「あらゆる形態の差別に反対する」



近代オリンピック大会 (夏季) における参加者男女比率の変化
 出典 (2016) 「リーグ」によるスポーツとジェンダー論

6

近代スポーツの特徴

性別二元体制 (gender binary)

- 性を「男」と「女」のどちらかに分類する社会規範
- 性別 (sex)、社会的性 (gender)、性的指向 (sexuality) が生まれながらに本質的に関連付けられていると考える
 例：男なら男らしくて女を好きになるだろうという想定

7

オリンピック種目化がもたらすもの その②

- 競技条件の平等
 (男女同数、報酬金?)
- 競技環境の平等
 (時間、空間)
- WSLでは2019年以降男女同額
- 加州では2020年以降のスポーツイベント男女同額
- 平等のレガシー?



<https://www.worldswimming.com/news/145569/the-wsls-2019-2020-announces-50-the-menace-50000>

8

性別で分けることの光と影

- 近代スポーツの「(参加)平等の原則」(近藤、2005)
「誰もが競技において等しく扱われる」
- 性を分けること = 女性の参加拡大 (来田、2012)
= 女性は常に二流
= 性別が「境界」上の人は失格

⇒サーフィンが近代スポーツ化する
= 平等が促進する？性別二元体制の強化？

9

3、サーフィンとジェンダーの研究から

- ホワイトヘゲモニー
(white hegemony)
 - 女性のモノ化
(objectification of women)
 - 性差別主義と異性愛規範
(sexism and heteronormativity)
- cf. 有害な男らしさを学ぶ場所
(toxic masculinity) (T. Karner, 1996)



10

ROXY Pro 2013 CM



11

何をゴールにするか①



12

何をゴールにするか②

1) Surfeminism (Comer, 2010)

- Feminist critical regionalism / BRN localism
- 女性のエンパワメント
- 女性の意識を増やす
- 女性への魅力の意識化

2) サーフインの未来を クワイア(queer)する (Iisahunter, 2018)



13

14

4、結論－意義と課題

- 平等促進の機会と可能性
- ただし性別二元体制を批判的に検討すべき
- 多様性と公平性への配慮が必要
(シエンダー、セクシユアリティ、エスニシティ等)
- スモールイベントの可能性も

参考文献

- Comer, K. (2010) *Surf-Girls in the New World Order*, Duke University Press.
- グートマン、アレス (1981) 激水運動隊、スポーツと現代アメリカ、TBSブリタニカ
- Kerner, T. (1996) *Fathers, Sons, and Vietnam: Masculinity and Beyond in the Life Narratives of Vietnam*
- 近藤尚典 (2005) 「クワイアと性別：女性性別後身体性論理の展開」、『性論』、東知学大大学院、33号、15頁
- 近藤尚典 (2007) 『クワイアの身体性』、213頁
- Durham and London, Duke University Press, 263-283.
- 栗田真子 (2014) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2016) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2019) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2021) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2022) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2023) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2024) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2025) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2026) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2027) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2028) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2029) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2030) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2031) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2032) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2033) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2034) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2035) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2036) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2037) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2038) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2039) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2040) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2041) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2042) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2043) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2044) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2045) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2046) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2047) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2048) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2049) 『身体性』、岩波書店
- 栗田真子 (2050) 『身体性』、岩波書店

15

観光教育研究セミナー 2020 Vol.1

スポーツツーリズム5

～メガイベントが日本社会を変える～

2020年12月6日(日) 15:00-17:00

於：Zoom オンライン

主催：和歌山大学 国際観光学研究センター、

共催：観光学部

後援：スポーツ庁、観光庁、日本スポーツツーリズム推進機構、

和歌山大学観光学部同窓会「飛躍会」、

和歌山大学経済学部同窓会「柑芦会」東京支部

講師



間野 義之 Yoshiyuki Mano

早稲田大学 スポーツ科学学術院 教授
博士（スポーツ科学）。専門はスポーツ政策。早稲田大学スポーツビジネス研究所所長。東京大学大学院工学研究科非常勤講師。1963年横浜市生まれ。1991年東京大学大学院教育学研究科修士課程修了後、三菱総合研究所に入社。研究員、主任研究員を務める他、中央省庁・地方自治体のスポーツ・教育・健康政策の調査研究に従事。2002年に三菱総合研究所を退職し、早稲田大学人間科学部助教授となる。2003年スポーツ科学部の設立にともない同学部助教授、学部の発展改組にともない現在に至る。これまで地方教育行政功労者章（文部科学大臣）、日本スポーツ産業学会賞、日本スポーツ産業学会奨励賞、第16回秩父宮記念スポーツ医・科学賞奨励賞などを受賞。著書には『スポーツビジネスの未来2018-2026』（日経BP社）、『オリンピック・レガシーが生んだカーリングの町軽井沢：「SC 軽井沢クラブ」の挑戦』（徳間書店）、『2019・2020・2021 ゴルデン・スポーツイヤーズが地方を変える』（徳間書店）、『オリンピック・レガシー：2020年東京をこう変える』（ポプラ社）などがある。

パネリスト



巽 樹理 Juri Tatsumi

追手門学院大学 社会学部 准教授
1979年生まれ。2000年シドニーオリンピック、2004年アテネオリンピック（チームキャプテン）にてアーティスティックスイミングのチーム種目で銀メダルを獲得。大阪体育大学大学院博士前期課程修了後、現在は追手門学院大学社会学部准教授。その他、一般社団法人アスリートネットワーク副理事長、関西ワールドマスターズゲームズ理事を務める。公職では、大阪都市魅力創造戦略スポーツ専門部会委員、大阪市教育振興基本計画策定にかかる有識者委員を経て、現在は大阪市教育委員会委員、2025大阪・関西万博におけるパビリオン等地元出展に関する有識者懇話会委員など兼務。



仲伏 達也 Tatsuya Nakabushi

株式会社三菱総合研究所
ビジネス・コンサルティング部門 副部門長 兼 キャリア・イノベーション本部長
1967年大阪府生まれ。東京大学工学部（都市工学科）卒業後、1991年三菱総合研究所入社。都市開発・地域経営や教育・スポーツの関連分野の調査研究・コンサルティング業務に従事。2014年4月、ビジョン2020推進センター長に就任し、産官学200以上の組織が参画したレガシー共創協議会を立ち上げ、2017年9月まで事務局長を務める。その間、大規模スポーツイベントによるレガシー創出に関わる提言・情報発信、機運醸成、プロジェクト創出などを進める。プライベートでも、オリンピック3大会、サッカーW杯4大会、ラグビーW杯2大会を現地観戦。2020年10月より現職。

モデレーター



伊藤 央二 Eiji Ito

和歌山大学 国際観光学研究センター センター長代理 / 同観光学部 准教授

<Part I >

「ゴールデン・スポーツイヤーズ (GSYs) のレガシー」

間野 義之

皆さん、こんにちは。ご紹介いただきました早稲田大学の間野です。伊藤先生、ご紹介ありがとうございます。それでは早速ですが、40分間、話題提供ということで皆さんと情報を共有したいと思います。

ゴールデン・スポーツイヤーズの名付け親というのもおこがましいのですが、1年延期したことによって、ゴールデン・スポーツイヤーズという言葉がむなしく聞こえる時もありますが、一方で3年が4年に伸びたというポジティブな見方もできるのではないかと考えております。2019年、ラグビーワールドカップ、昨年は本当に盛り上がりました。そして、本当は今年に東京オリンピック・パラリンピックが開催だったのですが1年延期となりまして、ワールドマスターズゲームズも再来年に伸びました。ラグビーワールドカップは世界第3位のメガスポーツイベント、東京オリンピック・パラリンピックは第2位。必ずラグビーのワールドカップは夏のオリンピックの前の年に開催されていたのですが、これが連続して同一国で開催されるのは世界で初めてです。そして、するスポーツの世界最高の祭典であるワールドマスターズゲームズも、夏のオリンピックの翌年に開催されていたのですが、これも同一国で開催されるのは世界で初めてということでありまして、くしくも3年連続になったということで、これをゴールデン・スポーツイヤーズと呼んでみました。紹介映像があるので、ご覧ください。

今、ご覧いただきましたように、まさにスポーツの力で地方創生や観光につなげていこうということですが、やっぱりこれだけ3年の時間を使いますので、やってお終いではなく、その後に何を残すのか、レガシーが重要だということは皆さん

も同じお考えだと思います。元々、レガシーというのは、語源がラテン語のLEGATUSでありまして、ローマ教皇の特使という意味でありました。キリスト教を普及するためにローマ教皇が特使をヨーロッパ各地に派遣をして、そこに教会をつくって、聖書を置いてミサをしたのですが、ただそれだけではなかなかキリスト教が普及しなかった。当然、そこには土着の宗教があったわけですので、新興宗教であるキリスト教を普及するために、当時、最先端のローマの技術や文化や知識を伝授したことによって、結果として教会に通っているうちに暮らし向きが良くなる。そして、特使が帰った後、その後も文化的な生活が残るといって、こういう極めて宗教的な背景を持った言葉であります。形があるものもないものも含む、多様な概念です。

IOC、国際オリンピック委員会もこちらを定義しておりまして、オリンピックの憲法ともいわれるオリンピック憲章の第1章の中に、オリンピック競技大会の良いレガシーを開催都市ならびに開催国に残すことを推進するのだと。これがIOCの使命であり役割であるということを示しております。これは、ある研究者が立候補ファイルと最終報告書からこのレガシーについて分類したものののですが、有形なものも無形なものも双方、非常に多様な概念です。文化、経済、環境、イメージ、情報教育、ノスタルジー、オリンピックムーブメント、政治、心理、社会問題、スポーツ、持続可能性、都市化、ありとあらゆるものがこのレガシーに含まれるわけです。もちろんツーリズムもこの中に含まれるわけです。一方で、これはGrattonが定義したものののですが、この有形と無形以外にもポジティブとネガティブなものもあるし、計画的なものも偶発的なものもあるといわれています。われわれはともすると、ポジティブで有形で計画的なものばかりにフォーカスしがちですが、このレガシーキューブ全体を見て、レガシー全体をマネジメントする必要があることが分かります。当然、ネ

ガティブで偶発的な無形なもの、こんなことにも留意をしていく必要があります。

ロンドン大会、ここがレガシーオリンピックといわれているのですが、先ほどのオリンピック憲章は2002年につくられました。オリンピックの開催都市というのは7年前に決定しますので、2002年の時点ですと2008年の北京オリンピックの際には既に決定しておりました。IOCのオリンピック憲章の中でも、招致段階からレガシーをしっかりとブランディングせよということですので、この2012年のロンドン大会の招致段階からレガシーをブランディングしたオリンピックが始まったわけです。当時、招致段階でロンドンレガシーとして、イギリスを世界トップのスポーツ国家にする、東ロンドンの再開発にする、若い世代を啓発する、持続可能なオリンピックパークを設計する、そして、イギリスが創造的、協調的であり、またビジネスチャンスに満ちている、これらのことを世界にアピールする、この5点をロンドンレガシーとしました。実際、このオリンピック・パラリンピックを活用して、積年の政策課題を解決するという一方で、東ロンドン地区というのは非常に貧しく、恵まれなない地域だったのですが、ここをクイーンエリザベスオリンピックパークとして再生させました。この写真があるように、非常に汚れた地域でした。そこを246ヘクタール、ディズニーランドとディズニーシーを足したものよりも少し広いぐらいの面積ですけれども、そこに1.5兆円の予算をかけて、2年土地を調整して、4年間で会場を建設し、古い工場だとか倉庫220を壊して、200万トンの土地を浄化して、川沿いにありますので新しく30の橋を架けて作り直しました。ある意味で、これは開発型のオリンピックであります。われわれのこのゴールデン・スポーツイヤーズというのは、実は開発型ではないので、これがそのまま参考にはならないと思います。しかし、ロンドンの例を見ても、選手村をそのまま使って、今、新たな町をつくって、その中には学校や保育園、コミュニティー

スペース、医療施設を建設して、ここで人が暮らして、そしてデジタル産業の集積地として人が働ける場所をつくりました。これがロンドンオリンピックの最大のレガシーといわれています。彼らの2007年のコミットメントを2013年の実績報告で見ますと、大体この5つのコミットメントが達成されています。あえて言うならば、若い世代の啓発というものは実はあまりうまくいっていません。それ以外の面に関しては、ほとんどが計画通りに実行されています。



では、このロンドンはどこを参考にしたかと思えますと、シドニーです。シドニーというのは、実は開発型のオリンピックでした。シドニー郊外にオリンピックパークをつくって開発をしました。そして、今ではシドニーの中でも人が住みたいエリアとして開発されて、コモンウェルス銀行というオーストラリア最大の銀行の本社が移ってきたりして、2000年からですから、今、ほぼ20年たって、1つの立派な街として整備されてきています。では、シドニーはどこを参考にしたかということ、バルセロナです。1992年のバルセロナオリンピック開催当時は、まだピレネー山脈の南はアフリカだなんていうことを揶揄されるような後進国であったのですが、このバルセロナオリンピックを経て、スペインは見事な経済成長を迎えるとともに、バルセロナは今、世界の中でも押しも押されぬ観光地、観光都市へ変貌したということでもあります。これはある研究者が、アトランタから北京までの開催都市の住民に対して重要だと考えるレガ

シーについての質問調査の結果ですが、アトランタとシドニー、こちらでは街の中心部の美化、通信環境、ちょうどインターネットが普及する頃ですね。オリンピック100年記念公園ができた、シドニーの文化を世界に発信できた、スタジアムができた、パラリンピックを開催したことで障害者を広く受け入れる環境ができたことと答えています。一方で、その後の2004年のアテネと北京では、空港、地下鉄、道路。つまりオリンピックの年次が新しいかどうかは別として、発展途上国ではインフラも含めた有形なレガシーを。そして、成熟国家ではどちらかといえば無形なレガシーを重要だと考える傾向にあるということです。

われわれ日本では、既に3回オリンピックをやっております。64年の東京大会では、新幹線、首都高、国立競技場、代々木体育館ができたといわれていますが、実はネガティブなこともあります。東京というのは水の都といわれていたことが、首都高速道路を川の上につくったこともあって、都心の川が消失したというような言われ方もしております。無形なものとしては、戦後復興、平和国家アピール、そして、56年の国連への復帰、OECD、オリンピック、70年万博につながったといわれています。今では当たり前の衛星放送の技術も、NHKが開発しました。スローモーションなんかもそうです。そして、警備員が足りないので警備会社ができたり、選手村のカフェテリアをまねてファミリーレストランができたり、選手村のお風呂が間に合わないので、プラスチックを成形して当てはめるというユニットバスがそのときに誕生したり、このような新しいビジネスもできました。札幌も地下鉄、地下街、自動車道。スタジアムやジャンプ競技場などもありましたが、樹木の広域伐採の問題、これは滑降のコースをつくるためです。ダウンヒルのコースをつくるためにそのような問題が出ました。一方で無形のレガシーとしては、スキー、スケートが高度経済成長と相まって国民に普及、浸透したり、オリンピック学習が

進んだり、ということもありました。98年長野大会も新幹線、高速道路、公園。一方で膨大な施設維持費ということで、今でのスラローム会場が膨大な維持費があつて、これを閉鎖するかどうかということが問題になったりしているわけです。一方で無形のレガシーとしては、長野市内の小中学校が1つの国を決めて、その歴史や文化を学んで応援するという「一校一国運動」だとか、スポーツボランティアの誕生などがありました。

このゴールデン・スポーツイヤーズ、さまざまな有形・無形なレガシーがありますが、1つはスポーツの成長産業化ということをやっております。これは2015年にスポーツ庁ができて、新しい政策をつくろうということ、それから、この3つの大会が連続したゴールデン・スポーツイヤーズが誕生したということで、この機運にあずかって、これまでは遅れていた日本のスポーツ産業を成長化させようということです。2016年にこのスポーツ未来開拓会議というものをつくりまして、私が座長を務めさせていただきました。今では多くの方がご存知の通りの5.5兆円を15兆円まで伸ばす、3倍化するというのをこのときの数値目標として掲げさせていただきました。これは内訳なのですが、5.5兆円の中で見ますと、一番多いのはスタジアム、アリーナとなっています。これを2025年までに3.8兆円まで成長させようと。一方で伸びしろだけを見ると、周辺産業と当時呼んだスポーツツーリズムなどが1.4兆円から4.9兆円まで成長させることができるだろうということでした。この2025年段階を見ても、最も大きな内訳を占めるところは周辺産業も含めたスポーツツーリズムだということに私たちは考えました。

これは日本政策投資銀行が今年の6月2日から12日に、アジア、欧米、オーストラリア、12カ国の20歳から59歳の海外旅行経験者に対してインターネット調査を行ったものです。まさかこんなパンデミックが起きるということは、リスクとしては考えていましたが、現実には起きるところまでは

想定していなかったのですが、その中でも例えばアジア居住者の56%はやっぱり日本に行きたいと。欧米豪居住者に関して、1位はアメリカの28%なのですが、第2位は日本の24%となっています。われわれは今、第3波がきて、大変緊張した状況にあるのですが、世界から見たらそれでもやっぱり日本はコロナが終息したら行きたいという国で、アジアの中では第1位、欧米豪居住者の中でも第2位で、世界の中で最も行きたい国であるということには変わりないわけであります。

実際、これはCOVID-19による人口当たりの死者数を表したもので、札幌医大がジョンズ・ホプキンス大学のデータを基に集計しているものです。昨日の時点でのものですが、このカーブを見てください。このカーブの急激な上がり方もそうなのですが、左側の目盛りを見ていただきますと、昨日の時点で人口100万人当たりの死者数は、イギリスが886人、アメリカが834人、フランスが830、ブラジルが820と、みんな800を超えています。日本はどうかというと、17.2人です。もう桁が全然違います。日本の中では今、病床も含めて医療が逼迫し始めていて、大変な状況であることは間違いないのですが、世界全体で見渡した時には、日本のこの状況というものは、世界の大都市、イギリスというのは2012年にオリンピックをやって、アメリカをなぜ挙げたかという2028年のロサンゼルスオリンピックがあって、フランスは2024年のパリオリンピック、ブラジルは2016年にリオオリンピックがあったからなのですが、そういった国々と比べたらはるかに死者数が少ないことが分かります。日本のコロナの感染状況というものは世界から見ると、むしろ安全安心な国に映って見えるというのが実情だと思います。

実際、行きたいという人たちがいるわけですが、それでも、ロンドン大会の時には外国人観光客の誘致というものに、「グレイトキャンペーン」ということで、もうとにかくグレイト何々というのを全

部に付けて、例えばSports is greatとかいろんなことに付けました。あるいはニューヨークの電車にもユニオンジャックをラッピングしたりして、もう徹底的に観光客招致を図ったわけです。こういう一般的なことに加えて行った招致で、その後も実は観光客も伸びているのですが、もちろん今はこのコロナの影響で国家間の移動ができませんが、統計が取れている限り、2019年まではイギリスは観光客伸びています。その1つは、世界のメディアがイギリスの地方を報道する、それが地方に波及させる最も効果的な方法であるという認識のもとに、毎年1,000名程度の海外メディアを招へいしたということです。世界中から35名の国際的なジャーナリストを招へいして、イギリス国内の観光情報や地域情報を提供して、大会会場、歴史的な文化的な地域や行事を題材にした32編の短編映画を作成した、要はそれぞれの国で放送ができるようなものをつくったということです。簡単に言いますと、インフルエンサーです。インフルエンサーに関してこのマーケティングをやったということがポイントです。これにつながるといふ見方をできるとすれば、私はこの「一校一国運動」なんていうのもインフルエンサーマーケティングの1つだと実は思っています。もちろん小中学生の国際理解教育であることは当然なのですが、ちょっと紹介映像があるので、こちらをご覧ください。

今ご覧いただきましたのは、どちらかという子どもの目線で見ていますが、じゃあこの応援をしてもらったジャマイカの選手やケニアの選手が、それぞれどんなふう感じて、それを持って自国に帰って、どのように伝えてくれているのかということが重要です。そこまでこの映像の中にはなかったのですが、間違いなく彼らは長野を宣伝してくれるというふうに思っています。他にも、アスリート、メディアとの交流で、今回で言えば例えば青森県今別町という高齢化率48%で人口3,000人弱の青森の最北端の町の1つでありまして、北

海道新幹線の青函トンネルの入り口であります。そこがモンゴルのフェンシングチームの宿泊を受け入れております。他にも千葉県山武市でも、同じように今度はスリランカと協定を結んで、スリランカのアスリートを受け入れております。このように、ホームページを作ってSNSで、そして映像を作って宣伝するのも大事なのですが、実際に来年、オリンピック・パラリンピックのアスリートが日本に来て、そして再来年には、ワールドマスターズゲームズに多くの参加者が世界から来ることが期待されているわけです。ワールドマスターズゲームズに来られる方というのは、間違いなく経済的には裕福な方々であって、そして精神的にもいろいろな意味で余裕がある方々が世界から来るわけです。彼らが自国に帰った時には、彼ら自身が有力なインフルエンサーになると私は考えています。

これは2024年パリ大会のレガシープランですが、ムハマド・ユヌスというグラミン銀行の総裁、この人をパリの名誉市民にしまして、ユヌスセンターというのをつくります。グラミン銀行はご承知のとおり、マイクロファイナンスということで、バングラデシュの方ですが、バングラデシュで金融機関から借入れができないような人たちに、無担保で貸し付けをして、それを受けた人たちがそれなりに事業を興して生計を立てて収入を上げて、そして実際に返済をして生活を軌道に乗せていくという、そういった仕組みを作ったことによってノーベル平和賞を受賞されました。パリ大会ではアスリートと若者とテクノロジーを組み合わせたて、社会課題を解決していくこと。具体的には、貧困ゼロ、失業ゼロ、炭素排出量ゼロ、こういったことをパリ大会のレガシープランと言っています。

つまり、ハードだとかソフトだとかということももちろんあるのですが、このゴールデン・スポーツイヤーズを通じて、われわれはどんな社会課題を解決していくのかということ、本気で考える

タイミングになってきていると思います。そういった意味では、リモートが可能なウィズコロナの時代に、スポーツツーリズムというのはどのような社会課題解決につながるのか。単にとにかく観光客さえ来ればいいのか。今では京都にしろ大阪にしろ、日本の観光地は人が少なくて困っていて、GoToキャンペーンというのでGoToトラベルが行われているのですが、1年前の今ごろは全国各地でオーバーツーリズム・観光公害ということがいわれて、人が来過ぎて困っているなんていうことを言っていたのです。今となって分かることですが、それはある意味、嬉しい悲鳴だったわけです。

けれども、実際、今日のリモートセミナーもそうですが、いろんなことが必ずしも対面でなくてもできるようなこの時代に、本当にスポーツツーリズムというのは必要なかどうか。それは何のためになるのか。人がそもそも遠距離を移動することの意味は何なのか。鉄道や航空機などができて、われわれ一般の人でも国境を越えて簡単に移動ができるようになったのは、実はつい最近のことです。まだ50年前は1ドル360円で、誰もが簡単に外国に行ける時代じゃなかったのです。それでみんなが動いて、経済活動が盛んになって、これが今のように一瞬でも止まると、大きな社会問題になっているわけです。でも、そもそも人が遠距離を移動するということは一体どういう意味があるのか。そして、スポーツ、これは元々がプレイ、遊びであるわけですが、人が遊ぶということは一体どういう意味があるのか。ホモルーデンスは、ヨハン・ホイジンガが1938年に唱えた概念がありますが、ホモサピエンスであると同時にわれわれはホモルーデンス、つまり遊ぶために生まれてきた人間である。われわれ日本の中でも、『梁塵秘抄』の中には「遊びをせんとや生れけむ」という文言があって、平安時代から人と遊びの問題、これは労働だけでは人が生きていけませんので、遊びが重要か、労働が重要かということ

言っているわけではないのですが、一体、遠くまで来て遊ぶことの意味は一体何なのだろう。あるいは人と人が直接に対面することの意味は何なのだろうと。

スポーツツーリズムでとにかく面白くてエキサイティングで、だから人が集まって、そして何かお金が落ちて、本当にそれだけでいいのかどうなのか。もっと何か深い意味というものをわれわれは考えなければいけないのではないのか。そんな意味でスポーツツーリズムはどちらかというと、他人ごと、他所ごとであったものではあるのですが、このゴールデン・スポーツイヤーズという絶好の機会を与えられたわれわれとしては、これはやっぱり自分ごと、我々ごとと捉えて、どんな本当のスポーツツーリズムといったもの、それを通じたレガシーがつくれるのかということ、本気で考えなければいけないタイミングなんじゃないのかと思います。

まず、その関心を持ってもらうためには、インフルエンサーの人に、このわれわれ日本、あるいは関西も含めたそういうスポーツ資源の価値について理解してもらうというところから始めなければいけないのですが、ただ人が来て、それでスポーツをして、あるいはスポーツを見て帰る。そこに一体どういう意味があるのかということ、このウィズコロナ時代には本気で考えなければいけません。そのことをわれわれ研究者だけでなく、未来を担う若者も含めて全員参加で、それがどうしたことなのかということを考える時代になったと思います。くしくも、今このコロナ禍というものは、いろいろなことを皆さん考え、再認識して再検討するような時代になっているわけですので、スポーツツーリズムもKPIをあげて、人数やそこで落とすお金だけを数えるのではなく、その内容とか質について考えなければいけない、そういうタイミングではないかと思います。予定の時刻になりました。問題提起ということで私のお話を終わらせていただきます。どうもご清聴ありがと

うございました。

伊藤: 間野先生、ありがとうございました。ビデオも2つ使っていただき、本当に分かりやすいご説明、ありがとうございました。

基調講演の質問はパネルディスカッションと同時にやりたいと思いますので、お一人、林先生からご質問がチャットボックスにありましたけれども、後でまとめてパネルディスカッションの際に質問をさせていただきたいと思います。もし他に質問がありましたら、どしどしチャットボックスにご記入、ご投稿いただければと思います。

それではまずは前半は以上ということで、休憩を挟みまして2時50分からパネルディスカッションを始めたいと思います。まずは間野先生、基調講演どうもありがとうございました。

間野: ありがとうございました。

伊藤：それでは時間になりましたので、後半のパネルディスカッション「スポーツイベントのレガシー」を始めたいと思います。僭越ながら引き続き、伊藤が本パネルディスカッションのモデレーターを務めさせていただきます。よろしくお願いいたします。

前半の間野先生の基調講演でも触れられましたが、ゴールデン・スポーツイヤーズを通して、スポーツの成長産業化やスポーツツーリズムの活性化が期待されています。これを一過性のもので終わらせるのではなく、ゴールデン・スポーツイヤーズ後にも持続させるために計画的なレガシー創出が重要となります。そこで本パネルディスカッションでは、前半は参加者であるオリンピック・パラリンピアンとの視点として巽先生から、そして後半は社会変革という社会の視点として仲伏達也様からスポーツイベントのレガシーについてご講演をいただきます。まずは巽先生にご講演いただき、その後続けて仲伏様にご講演いただきます。両先生のご講演に対するコメントを間野先生より頂戴し、巽先生と仲伏様からコメントに対するレスポンスを頂戴いたします。その後、視聴者の方々からのご質問にお答えしたいと思っておりますので、引き続きチャットボックスを通してご質問をお寄せいただければ幸いです。

それでは前半のパネリストの巽樹理先生をご紹介させていただきます。もう皆さんもご存じかと思いますが、巽先生はシドニーオリンピック、アテネオリンピックで、アーティスティックスイミングのチーム種目で銀メダルを獲得されたメダリストでいらっしゃいます。大阪体育大学大学院博士前期課程修了後、現在は追手門学院大学社会学部准教授として教鞭を執られながら、アスリートネットワーク副理事長、関西ワールドマスタースゲームズ理事も務められ、学術的・社会的にも幅広く活躍されております。それでは巽先生、どう

ぞよろしくお願いいたします。

「オリンピック・パラリンピアンから見た開催都市・国のイメージ形成に影響を与える要因」 巽 樹理

皆さん、こんにちは。ただいまご紹介にあずかりました、追手門学院大学の巽樹理と申します。よろしくお願いいたします。では、「オリンピック・パラリンピアンから見た開催都市・国のイメージ形成に影響を与える要因」と題しまして、約20分間お時間を頂ければと思います。よろしくお願いいたします。簡単に自己紹介をさせていただきますが、先ほど伊藤先生のほうから過分な紹介を頂きましたので、私のほうからは、かいつまんで紹介をさせていただきますきたいと思います。2つ目の、この一般社団法人アスリートネットワーク副理事長をさせていただいておりますが、こちらは略してANというんですけれども、アスリートが自らの成長過程で得た本物の感動、そして過程で得た経験を、次世代を担う子どもたちに伝えるという、自発的に構成されたトップアスリートの集団のネットワークでございます。本日の発表資料にも出てくるのですが、ご協力をいただいたアスリートもこのネットワークでつながっている方です。もし宜しければアスリートネットワークで検索してみてください。

そして、先ほど間野先生の動画資料でも紹介がありましたが、2021年のワールドマスタースゲームズの理事もさせていただいております。これもコロナで1年延期になりましたので、私はオリンピックに出場させていただきましたが、自分が楽しみながら出場するということで、ぜひドリームチームを組んで出場できる、このワールドマスタースゲームズというのにもできたら出場したいなと思っております。そして、こちら、今、写真のほうが出てきたかと思いますが、現在はシニアのアーティスティックスイミングのヘッドコーチ

をさせていただいております。地域に根付いたクラブ、そして現場を重視して、高齢者のスポーツクラブの在り方に注目しております。なんとこの写真の方たち平均年齢が72歳という、本当に高齢者というか超高齢者なんですけれども、幾つになっても心身ともに健康でいきいきをモットーに、2022、ワールドマスターズゲームズの出場を目指して、指導のほうをしたいなと思っております。

こちらですが、日本代表として約10年間活動をさせていただきました。その間に、アーティスティックスイミングの代表として出場した試合、もしくは遠征の一覧になります。95年から2004年までの一覧になりますが、これはたまたまなんですけれども、スイスが3回と一番多かったので愛着も湧きますし、印象としては非常に根強いです。この赤字の2000年と2004年のこれがオリンピックになります。この年はシンクロに関しましては、プレオリンピックと本戦のオリンピックがございますので、大体プレオリンピックが4月、本戦が8月と、2回にわたって現地のほうに行かせていただいております。今回の演題にありますように、オリンピック・パラリンピックから見たオリンピック・パラリンピックに対しての国や都市、イメージを自身の経験も踏まえて一緒に見ていけたらいいかなと思っております。

メガスポーツイベントにおけるアスリートの視点です。今回のテーマである都市のイメージなんですけれども、メガスポーツイベントのレガシー創造において、大会や都市のイメージ向上というのは非常に重要な課題であり、先行研究からもあるように、長期的なベネフィットの視点を持ってイベントを開催することが重要視されるようになっていきます。特に開催都市や開催国のイメージとしては、昨年2019年のラグビーワールドカップでは、アジアで初めて開催され、日本のスポーツ文化やおもてなし、そしてもちろん日本選手の粘り強い、ワンチームとしての活躍もあって、世

界に良いイメージを示すことができた成功事例ではないかなと思っております。そして、今回はメガスポーツイベントの代表でもあるオリンピック、そしてパラリンピックに焦点を当てまして、参加者としてのアスリート、すなわちオリンピック・パラリンピアンは、重要なステークホルダーでありながら、メガスポーツイベントにおける都市イメージに関する研究というのは少なく、ツーリストや地域住民の視点から多く行われてきました。こういった点から実際に出場するアスリートが大会に対して、どのような評価をしているのか、どのようなイメージを抱くのかに注目する必要があると思います。そこで今回は、オリパラに出場するアスリートは大会をどのように評価しているのか、開催都市に対して抱くイメージ、評価に影響を与える要因は何なのかというのを、インタビューしてきました。

インタビュー調査です。こちらがインタビューの対象者、A、B、C、Dと4名になります。強調したい点としましては、1回の出場ではなくて2回以上、すなわち複数回オリンピックもしくはパラリンピックに出場した選手に厳選いたしました。理由としましては、1回では何がなんだか分からないまま、オリンピックはこういうものだ、パラリンピックはこういうものだとして全てを受け入れて、そういうものだとして断定されがちだと思います。2回以上だとオリンピック・パラリンピック大会、大会とは試合だけではなくて、例えば選手村であったりスケジュールであったり、雰囲気も他の国際大会とかと違ってきますので、いろんな面で比較も可能となります。

今回は4名のアスリートに打診をしたところ、本当に皆さん快く引き受けてくれました。競技種目名を出すかどうか、ここには個人競技、団体競技、出場回数ということで記載をしています。競技種目名を出すことによって、やはり3回、4回出場だと、その種目では本当にレジェンドで個人が特定されますので、掲載は控えさせ

ていただきました。あと、口頭で補足しますと、この4人のうち3名がオリンピックです。1名がパラリンピアン。そして、うち現役選手、実は、東京ももう内定しているんですけども、現役選手が1名いらっしゃいます。4名のうち2名がメダリストでございます。ちなみに私が所属していたアーティスティックスイミングの選手ではありません。4名と少ないかもしれませんが、やはり4年に1度のオリンピック・パラリンピック、そしてオリンピックに関しては1回の出場日本代表選手数が約300人ぐらいです。それに複数回出場というような方はもっと限定されますので、非常に貴重なインタビューができたのではないかと思っております。インタビュー内容はこちらになります。開催都市に対するイメージや大会全体を通して得た経験など、幅広く質問項目を設定いたしました。大会の成績と自身の評価、大会や開催都市に対するイメージ、大会期間のスケジュール。そして、競技場面以外の評価。そして、ハード面、選手村などの設備に関する評価。そして、大会を通して得た経験などの発信になります。



それでは、インタビューをした結果を報告いたします。まずは参加大会や開催都市に対するイメージです。アスリートはやはりオリンピック・パラリンピックに日本代表として参加していますので、「楽しむ」というよりはやはり勝利至上主義の「戦いの場」として成績を求めて行っております。吹き出しにもあるように、大会を振り返った時に、「やはり成績のことが最初に思い浮かべる。トラ

ウマで苦しい思い出」と言っていますので、この方はもしかしたら思うような成績ではなかったのかもしれませんが、イメージとしては成績のほうに引っ張られている気がするとのこと。他のアスリート、下の吹き出しなんですけれども、「ロンドンでは最高の街。試合でも観客が多く入っていたし、満員の中で競技ができたことは本当によかった。やっぱり競技場面の雰囲気がイメージとしては強い」ということなのですが、実はこれはパラの選手なんです。パラのロンドン大会は大成功としてよく挙げられていますが、選手側としても観客や街の方がとても温かく迎えてくれて、雰囲気がすごく良かったというふうな良いイメージがおさまっているようです。やはりこれは複数回出場した者だから、ロンドン大会は観客が満員で最高だったというふうに言えるのだと思います。オリンピックは満席になることが本当に多いんですけども、このパラの選手いわく、観客の空席が目立つ大会も多く、このロンドン大会は満席、それに声援がすごく温かくて素晴らしいと、良い印象を持っています。このように、開催都市や国に対するイメージというのは、競技成績や出場までの過程、ここにはちょっと掲載できていないんですけども、つらかった過程であったり、やり切った過程、そしてパラ選手の発言にもあったように、観客なども含めた競技場面にひも付いたものになっている可能性が示唆されました。

こちらの写真はロンドンの水泳会場ですが、やはり観客席の数というのはオリンピックになるととても多くなります。これは少し余談にはなるんですけども、私は2000年のシドニーオリンピックが1回目の出場で、やはり審美系のスポーツとしては観客を味方に付けたい競技ではあるんです。確か事前に現地の方、オーストラリアのシドニーの方を対象に、日本のイメージは何ですか、というような逆の調査をしたというふうに聞きました。現地の方が日本のイメージを複数キーワードを挙げて、その中でやはり武道というのは

上位にありました。結果的にシドニーオリンピックは空手が力強く、日本の武道のイメージを表現しやすいということになり、演技テーマに決まりました。本物の空手というのはもう何十年もやっている人から見たら、ちょっと未熟だったかもしれないませんが、しかし、私たちが本当に空手道場に通って、失礼がないように礼から始めて、最初の10秒の陸上動作というんですけれども、ここでは型をしっかり披露することで、この写真にあるように本当に多くの観客の方から大声援が聞こえてきて、実感としては、あ、これはいけるなというように感じました。余談でしたが、このように観客数がとても多いオリンピック・パラリンピックですので、こういった声援というのがとても力になって、印象付けられるというのはあるかと思います。

続いて大会期間中のスケジュールです。これは皆さんの想像に難しくないと思うのですが、原則は日本代表チームでの団体行動が基本となります。開催地を味わう時間というのは、競技が終わった後、日本に帰国するまでのほんのひととき、希望としては開催地をもっと観光したかったというような意見の声もありました。観光は半日できたらとてもいいほうだと思っています。アスリートはやはり日本代表選手として、自己負担は幾らかありましたが、やはり国からの税金で行かせてもらっているという意識は皆さんあります。なので、決められた範囲での行動が基本になってきます。吹き出しにもあるように、選択肢もなかったと書いていますが、これに同感いたします。試合後の観光も日本代表選手は団体行動が基本、これはそうだと思います。リストアップしているお土産を買うのでほぼ観光が終わりというような人が多くあったと思います。ただ、上の吹き出しにもあるように、アテネオリンピックというのはやはりオリンピック発祥の地ということで、オリンピックの本戦の時はそんなにゆっくり観光している時間はなかったのですが、先ほど一覧表にもあった

ように、4月ぐらいの時にプレオリンピックでアテネの会場に行った時に、古代オリンピックの会場であったり、パルテノン神殿を見に行きました。下の吹き出しにもあるように、「選手村のそばに、ロンドンの時はショッピングモールがあったので、食事とか買い物も割と自由だった」ということなんです。実はこれもパラの選手の話だったんですけれども、話を聞いていると、パラの選手のほうが少し自由かなと感じることも多々ありました。でも、これは競技や個人、団体の違い、そして、ベテラン選手だからということもあるかと思えます。これがもっと多くの方にインタビューすると、この辺も明らかになってくるのではないかと思います。

そして、大会期間中の食事に対する評価です。選手村のレストランは24時間オープンです。IDカードがあって食べ放題なんですけど、いろんな種類、そしてたくさんのボランティアスタッフがおります。このインタビューした4人とも、レストランの記憶は比較的しっかり残っていました。どこの大会でこれはおいしかったねという話もありました。吹き出しにあるように、「食事の記憶ははっきりしている。北京大会の時は北京ダックがあったり、印象深かった」ということです。下の方は大会のイメージという、やはり選手村とかレストランの食事というのが印象深いということです。食べるもののおいしくないという雰囲気ではないということで、マクドナルドばかり食べていたような大会もあったみたいです。毎回、スポンサーであるマクドナルドというのはレストランの中に入っています。アスリートはあまりマクドナルドを食べているイメージはないかもしれませんが、実は私たちが食事が終わってから、こういったマクドナルドを食べていました。こういったちょっとした楽しみというか、食事の時間というのが比較的強く印象付けられているということが考えられます。

そして、選手村に対する評価です。これに関

しては、結構評価が異なりました。やはり多くの時間を選手村で過ごしていますので、設備や環境というのはとても重要になってくることがアスリートの発言からも読み取れると思います。距離とか立地という言葉もすぐ出てくるんですけども、3食を食べますのでレストランまでの距離が徒歩圏内で行けるのか、それか選手村の中でバス移動で結構遠いとか、その辺が重要になってきます。特にパラの選手は義足の選手とか車いすの選手もいらっしゃいますので、選手村の中のどこに配属されるのかというのも結構重要になってくるといふふうにお話がありました。国で場所が決まっていますので、これは選手村の写真ですけれども、こういう場所取りはどうかやって決めるのかなというのも非常に興味深いところではあります。この左の写真なのですが、多分、皆さんが思っているよりも結構広い、本当に1つの村になっています。1つ1つの建物に、これは日本の建物とか、ブラジルの建物、アメリカの建物というようにそれぞれワンチームとして、やっぱりオリンピックは他の国際大会と違って、こういう選手村があるというのが一つ大きな特徴かなというふうに思っています。

そして、その他、興味深い話を少し紹介したいと思います。複数回参加しているからこそ、できることとかやれること、発信力が大きくなって、またそれに賛同してくれる人も増えてきていると実感するアスリートもいました。一方で、オリパラ教育などの面からも、大会参加時の国際交流を希望するような発言も見られました。先ほど間野先生からもありました一校一国運動、あれも素晴らしいと思います。今はもう少し交流などがあるかもしれませんが、私も2回経験をさせていただいて、現地の交流というのが、それこそ現地の子どもたちにイベントや教室開催、そういう交流がもう少しあってもよかったのかなと振り返ると感じます。そういう余裕もあまりなかったと言えなかったかもしれませんが、下の吹き出

しにもあるとおり、オリンピックの思想であったりとか、これも同感で、終わってからオリンピック・パラリンピアンに対して結構研修というのが任意参加ではあるんですけども、あります。もう少し事前にオリンピック教育とか精神であったり、知って事前に学習してから出場すると、もう少し違った見え方ができたんじゃないかというふうに思っております。

今回は4名のアスリートにインタビューをさせていただいたんですけども、全て日本代表の選手でしたので、これは日本代表のアスリートに特徴的な結果であるのか、海外との比較があればもっと多角的な視点から考察できるのかなと思っております。そして、海外チームのコーチと海外の選手に軽く聞き取りをしたところ、両者とも大会の後、それもオリンピックとか他の国際大会もそうなんですけれども、大会が終われば基本的には現地解散というか、その後はもう自由というような話が、2カ国のコーチと選手に聞いたんですけども、そのような話がありました。なので、家族を現地に呼んだりとか、もしくは恋人と自由にその後、しっかり観光を満喫して帰っているような印象が見受けられました。今まで述べたように、日本チームのアスリートに特有のこういうタイトなスケジュール感なのかもしれませんが、基本的にはオリンピックもそうですし、翌日に帰国する。その後も、もう飛行機を降りたところからスケジュールが大体決まっています、その後、インタビューとか記者会見があったり、翌日、3日間ぐらいはメダリストは結構拘束されます。官邸にあいさつに行ったり、スポンサーにあいさつに行ったりと非常にタイトなスケジュールではありますが、こういう海外チームのアスリートは、日本よりは開催都市や国に対するイメージというのを強く実感している可能性があるかなと感じました。

結果のまとめなのですが、経験豊富なオリンピックとパラリンピアンに今回インタビューをし

て、大会への評価というのは、やはり成績にひも付いている部分は大きいものの、選手村などの設備も印象深く残っているということが明らかになりました。アスリートはやはり勝利を求めて遊びに行っているのではなく、やはり戦いに来てはいるが、その中で選手村でのちょっとした休息であったりとか食事など、楽しみなどの経験も明瞭な記憶として蓄積しています。今回、スポーツツーリズムのシンポジウムでしたが、オリパラに出場しているアスリートの印象というのは、言うまでもなく成績とか選手村に偏っていたんですけども、観光というのは限定されているものの、やはりもう少し日本の選手もせっかく来たのだから、終わってからの観光という意味では充実させたいなと個人的にも感じます。今回、開催地での経験として、アスリートの記憶をインタビュー調査により捉えることができたという点では、非常に重要な知見となったかなと思っております。今後、もし拡充するなら、国内のアスリートに対するインタビュー調査の継続と、対象となるアスリートをもう少し範囲を広げて拡大する必要があるかなというふうに思っております。なかには、今回のインタビュー者ではないのですが、あまりにも苦しい思い出というか、記録を消しているアスリートもいましたが、オリンピック・パラリンピックにおけるアスリートの経験をより詳細に今後も検討していく方向で、機会があれば私のほうも進行できたらいいかなと思っております。ご清聴ありがとうございました。

伊藤: 巽先生、ありがとうございました。インタビューもしていただき、研究としてまとめていただきありがとうございました。巽先生ならではの研究、調査、発表ですし、巽先生だからこそ聞けた内容もあるのではないかなと思います。さらに巽先生ご自身の経験から考察していくという、やはりこれも巽先生ならではの非常に素晴らしい知見かなと、私もとても勉強させていただきまし

た。ありがとうございました。

巽: ありがとうございました。

伊藤: さて、引き続きまして、もうひとかたのパネリストの仲伏様のご講演に移りたいと思います。仲伏様は三菱総合研究所のビジネス・コンサルティング部門、副部門長兼キャリア・イノベーション本部長であられ、これまで都市開発、地域経営や教育、スポーツの関連分野の調査研究、コンサルティング業務に関わってこられました。また、産官学200以上の組織が参画したレガシー共創協議会では事務局長を務められ、その間大規模スポーツイベントのレガシー創出に関わる提言、情報発信、機運醸成、プロジェクト創出などを進められてきました。それでは仲伏様、どうぞよろしくお願ひいたします。

「社会変革トリガーとしてのメガイベントの可能性」 仲伏 達也

今、ご紹介いただきました、三菱総合研究所の仲伏と申します。20分ほどお時間を頂きまして、「スポーツイベントをトリガーにした社会変革」というテーマでお話したいと思います。私の場合は巽さんと違いまして、今日ご参加の方からすると、一体何者やと思われる人がほとんどだと思いますので、ちょっと自己紹介をさせていただきたいと思います。1991年に実は間野さんと同期で、三菱総研に入社しまして、元々、都市開発とか地域づくりの仕事をしたり、その後、電子政府とか地域情報化という仕事をやっていました。同時に、まだシンクタンク業界ではあまり仕事としてなかった、教育とかスポーツ分野の仕事、これを間野さんと一緒になって作り始めたことがあります。その後、いったん会社の経営のほうに移りまして、東京オリンピック・パラリンピッ

クの開催が決まった直後に、そのオリンピック・パラリンピックのレガシーを社会に浸透させていくような、ある意味、社会運動的な潮流づくりを担う部署に移りまして、4年ほどやってまいりました。まだ、ラグビーのワールドカップも開催する前ではあったんですけども、その途中で、また経営のほうに3年間行きまして、この10月にまた現場に戻ってきたというような経歴を持っております。ですので、スポーツ分野の仕事を知らないわけではないし、個人的にもスポーツ大好き人間で、オリンピックも現地で3回見ていますし、サッカーのワールドカップも4回、ラグビーのワールドカップも2回、現地で大会を見ているぐらい好きなのですが、どちらかというスポーツの少し周辺、都市づくりとか社会づくり、あるいは企業の経営、そんな目線で今日はお話できればいいかなと思います。ご存知だと思いますけれども、イノベーションというのは知と知の新結合、今までくっついていない既存の知同士の出会いで生まれるものです。お集まりの皆さんは多くがスポーツだったりツーリズムのご専門の方だと思いますが、私の話を通じて、違う角度からの意見、情報提供を踏まえて、知と知の新たな出会いという展開に少しでもなって、お役に立てればと思っております。

それではお話に入りたいと思いますが、まず前半戦は、そもそも社会変革が何で今必要なのかという話をしたいと思います。このスライドは、少子高齢化から始まって、いろんな社会の課題や潮流を示しているものなのですが、実はこれ、私が30年前に入社した直後に調査報告書に記載した課題を、記憶をたどって列挙したものです。今とほとんど変わっていない、そういうふうな印象をお持ちではないかと思います。もちろん個々の内容は変わっていますし、技術的にもいろいろ変わっておりますけれども、テーマとしては実は30年前と課題が変わっていないということであります。例えば今回、菅さんに政権が変わって、

あるいはコロナ対応で大騒ぎになりました、行政のデジタル化とか学校のデジタル化、こういったことも実は20年、30年前からずっと言われていて、私も若干仕事で関わったのですが、残念ながら当時、そこまでの変革には持ち込めませんでした。そういうつけが今回、表に出てきているということかなと思います。そういう意味で、よく失われた20年とか30年と言われますが、別の言い方をすると社会変革が起らない、そんな日本であったのではないかなというような振り返りをしているところで。

幾つか例をお示ししたいと思います。これは経済成長、日本のGDPですね。以降、3枚のスライドはいずれも共通で、90年の辺りの各国の数字を100と置いています。それからの変化率、変化を見たということです。これは絶対値の比較ではないということにご注意ください。GDPを見ると、日本の場合、この一番下の線です。他国が先進国であっても、この30年間で結構な割合で伸びていて2倍、3倍に増えているし、シンガポールに至っては7倍ぐらいに増えている中、日本はほとんど横ばいということです。変化していないということ。以前は経済水準トップクラスというような時もありましたけれども、いまや絶対水準でもトップクラスではなく、一人当たりGDPだと世界で30番目ぐらいですかね。そういった状態だということでもあります。

それから、年齢構成であたり人口の話も、このグラフはよくあちこちで見ると思いますが、人口減少はさらに進んでおりますし、特に働き手の人口というのはどんどん減っているというようなことでもあります。これも何十年も前から予想された結果です。最近、例えば不妊治療なんかの話がようやく出ていますが、それに意味がないとは言いませんけれども、短期的にはもう回復するのは手遅れな状態です。もっともっと早く手を打っていただければいけない、社会変革を起こしていなければいけなかった、そういった一つの

例ということでご紹介をしたいと思います。

それから環境面。これも最近、菅さんが2050年にカーボン排出ゼロということ初めて宣言されましたが、実は日本というのは、30年前は環境先進国といわれていましたけれども、それから各国のほうがこの分野での進歩、進展は進んでいます。右側のグラフを見ていただくと、経済成長するために必要なCO2排出量というのは、日本は30年前とほぼ変わっていないんです。東日本大震災の影響もあって、原子力発電所が今、ほとんど止まっています。その間、化石燃料依存になってしまったということもあって、実際の絶対水準でもCO2排出という観点でいけば、日本は環境の先進国とはとても言えない、こんな状況であるかなということなんです。繰り返して言いますと、この30年間、課題としては分かっていた、こうしなければいけないということも分かっていたんですけども、ほとんど変革ができなかったというふうには評価してもいいかなと思っています。

それがなぜかということなのですが、ここで5点挙げています。1つは、特に60代、70代、80代の人たちからすると、戦後復興、高度経済成長、そしてバブル経済、そこでの成功体験があまりにも強過ぎた。しかも、それを実力と勘違いしてしまった。この成功の裏にはいろんな環境要因があったんですね。人口がそもそも増えているという状況があったにもかかわらず、当時の成功体験からなかなか逃れられない。そこでできた慣性を変えるのはなかなか難しいというこ



とです。

それから、よく言われます岩盤規制ですね。既得権がいろんなところでできてしまっていて、しかもそれは目に見えないルールだったりする。別の言い方をすれば、外部から目に見えない、ガバナンスができていない、少し前のスポーツ界もその一部だったかもしれませんが、既得権があってなかなか変革できないということでもあります。

そして、過度なリスク重視。リスクを軽視することはできませんけれども、あまり過度に考えてしまうと、やっぱり失敗ができない。いろんな意味で最近では失敗をたたく風土。何か挑戦をしても、それで失敗して、それをナイスライクと言えない環境が、ネット社会でさらに強まっている。こうなると新しいチャレンジはなかなかやりづらい、そんな社会になっていると思いますし、特に行政に対しては失敗しないという無謬神話があるものですから、行政が何かを失敗するともうめっちゃくちゃたかれるので、新しいことにも取り組めない。恐らくその背景には高齢化ということもあって、どうしても人間、年を取ると保守的にならざるを得ないということもあるかなと思います。それから4点目は、日本でなかなかイノベーションが起こりづらいといわれる要因として挙げられる、ダイバーシティの欠如ということですよ。異なるものを排除してしまう。「ちがいをちがいに」というのは渋谷区のキャッチフレーズで、私はとてもいいなと思っているのですが、日本は違いを力にできない社会です。スポーツでも本当のチームワークが得意ではない、苦手なんじゃないかなと私なんかは思っています。本当のチームワークというのは異なるものをうまく組み合わせて、新しい価値を生み出していくということなんですけれども、どうしても何となく仲良しというイメージで捉えられてしまっています。今でもスポーツ、いろんな芸能、文化、学界において、個人で世界一の人はいっぱいいるんですけども、なか

なか企業も含めてチームで1位は最近ほとんどないという状態を見ても、チームワークが実は苦手なんじゃないかと思ったりもします。

そして、最後の点も非常に重要なポイントなんです。経済的に成熟をしてしまって、大きくパイが増えない中で何かを変えようとするれば、ネガティブなインパクトを被る人たちが必ず出てきます。全員がハッピーとなるような変革はない。そうすると、なかなか変革をしづらい。人口が増えて、経済が成長していれば、多くの人ハッピーとなる変革もやりやすいのですが、残念ながら日本はそういうタイミングを過ぎてしまったということが、この20年、30年変革をできなかった原因ではないかと思えます。結構、これはスポーツ界であったり、スポーツのメガイイベントにも共通するような話かなということも挙げさせていたでています。

次のスライドでは、今後、変革を進めていこうとしたときに、社会として必要な視点というのを3つ挙げています。これはスポーツメガイイベントをトリガーにして社会変革を進めていこうとした時にも共通する重要なポイントだろうと思えます。1つ目がファーストペンギン、いわゆる先駆けです。南極大陸とか氷山の上から海に飛び込む際に、ペンギンの群れの中で誰か1人が飛び込むとみんな後を追って飛び込めます。この最初に飛び込むというのは非常に勇気が要ることで、場合によっては死んでしまうかもしれないなかで、そういう行動を起こせる人をファーストペンギンといいます。そういったスタンスというのは非常に重要だろう。特に予測困難な社会であったり未来であったり、正解がない社会では、まずやってみようということが非常に重要なわけです。このファーストペンギンがいないと新しいものを誰もやらない、そういうことになってしまうので、これは非常に重要なポイントだと思います。

それから2点目は、やっぱり社会そのもののサ

ステナビリティという観点です。これは特に最近、企業、産業界も、収益の前に社会とか世界のサステナビリティに貢献しないと、持続的な収益も危ういだろうということで、経営モデルが変わりつつあります。ESGであったりSDGsというキーワードで代表されますけれども、そもそも企業の存在意義を再定義するということだろうと思えます。そういう動きがあります。こういったことが今後の社会の変革の際に、企業に限らず必要になってくるだろうなということでもあります。

3点目に重要なのは、やっぱり共感を得ることです。高度経済成長の時期であれば、政府とか社長だとか、そういう権威であったり、政策であったり、論理、あるいは利益、メリット、こういったもので世の中が動いていたと思えますけれども、いまやそうではない。今でも政府が動かないと世の中は変わらないんじゃないかという意識は残っていて、政府が失敗すれば批判をするだけという状態ではありますが、いまやもう政策、政府の力では世の中は動かない。誰かがファーストペンギンになって共感を得ていく。存在意義とか目的、何のためにやるのかということを広めて、それを共感につなげて、じゃああの人についていこうと、一緒にやってやろうと、こういった動きにしていけないと社会変革は動かないんじゃないかと考えています。

そういうふうな立ち位置になった時に、スポーツのメガイイベントというのは、実はこの社会変革のトリガーになり得るんじゃないかなというのが、今日のお話の後半戦になります。既にゴールデン・スポーツイヤーズでいろんなレガシーが生まれているというのは、先ほど、間野さんからのお話にもありましたが、ダイバーシティとかインクルージョンはだいぶ進んできています。だいぶ記憶が薄れているかと思いますが、国立競技場とかロゴの見直しもありました。こういったものは以前であれば国なり、権威ある主体が決めたら、なかなかそれは変えられなかったんです。過去

は市民がおかしいなと思っても変えられなかったのが、今回、市民が声を挙げて、いったん決めたものを見直したと。見直した結果がいいかどうかはちょっと今日は横に置きますけれども、そういう権威ある組織、主体が決めたことを市民の力によって変革できたということは、非常に大きなレガシーかなと思っています。スポーツ団体に代表されるようなガバナンス面も変わってきています。そして、いろんな先進技術とか社会制度ということも、このオリパラであったりラグビーワールドカップに向けて、いろんなものが進んだという意味でレガシーとしてあるんじゃないかなと思います。

それからスポーツメガイイベントの可能性としては、先ほどの巽さんじゃないですけども、スポーツ選手はやっぱり発信力がありますし、イベントそのものが発信力があると。そこを通じて、いろんな社会課題解決、社会変革の共感を得ていくというのは非常に大きな可能性があると思います。また、間野さんのお話にもあります締め切り効果ですね。このイベントが開催されるまでに何とかやってみよう、まずやってみようというきっかけづくりには非常に大きな力があります。そして、今、来年のオリンピック・パラリンピックを開催することに対して反対の声もありますが、もし本当にやるのであれば、やっぱり社会実験のファーストペンギンになるというような意気込みで取り組むと。コロナ対応と、いろんな心の豊かさ、こういったものを両立するような大会にするんだと。こういうような可能性も秘めていると思います。

もう少し具体例でお話ししようと思いますけれども、ちょっと時間が足りなくなってきたのでこのスライドはごく簡単にとと思いますが、経済成長面、先ほど日本の経済は30年間ほとんど成長していないという話をしました。これに対して、菅政権も継承するというアベノミクス3本の矢というのがありましたが、1本目の矢、2本目の矢、

金融緩和、財政拡大。これはやっぱり持続的ではないし、潜在的なリスクもあって、何とか支えてはいますけれども、これを継続的に経済成長につなげることは難しいというのは誰もが分かっています。実際、金融が緩和されても、社会にお金が余ってしまっている状態であれば、経済成長にはつながらない。お金を使わない状態を何とかしないといけないということでもあります。他方、3本の矢の3つ目の構造改革はまだできていないといわれているのですが、これは私の個人的な見解ですけども、構造改革とかDX化とかグローバル化ということは必要ではあっても、パイが広がらない中でこれが進んでしまうと、結局、特定の人たちだけにそのパイが行き渡って、格差が広がるという状態になってしまいます。すなわち、構造改革だけをやっても結局パイが広がらず、いろんな問題が解決されないというふうに思っています。何が鍵になるかという、一番下に書いてある3つ目です。共感とか豊かさとか、今、問題になっている不要不急。ここが本場の持続的な消費拡大であり、経済成長につながるものであるというふうに思っていますが、エンターテインメントとしての見る、支えるスポーツというのが該当しますし、心の豊かさとか健康目的とするスポーツ、この可能性もありますし、当然、今日の中心の話題であるスポーツツーリズム、こういった波及効果というのもあります。経済成長を持続的に実現しようとする、これはスポーツに限りませんが、3本の矢ではなく、不要不急であったり、豊かさ、こういったものにお金を払うような仕組み、仕組みが不可欠なのではないかというふうに思っております。

最後のページになりますけれども、そういった可能性を秘めたスポーツメガイイベントですが、その際に重要だと思う視点ということでもあります。パーパス、目的であったり、ビジョン、何を目指すか、あるいは何のためにというのは、これは実は今、企業、産業界に強く求められているもの

であります。企業は収益を上げるためのものというの、間違っている考え方でありまして、やっぱり社会的な存在であって、何らかの社会の課題を解決する、そういった存在であるべきというのが、アメリカの経営者から去年、ようやく発信がされました。日本の場合は、元々こういったことを掲げていた企業も少なくはないですけども、これだけ世の中がいろんな価値観が多様化してくる中で、働き方も変わってくる中で、企業としても一体何のために存在しているのだと。われわれは何のためにこういう活動をしているのかということが今問われているんです。それがなければ、若い人たちは企業に入ってくれません。そういった認識であります。

これをスポーツ界であったり、スポーツのメガイベントを開催するに当たっても考える必要があるんじゃないかなと思います。このスライドに記載したA、B、Cは、スポーツイベントの目的の例ですけども、1つはやっぱりエンターテインメントとしての目的というのは当然あると思いますが、その場合は顧客ファーストであったり、自律性とか持続可能性、こういったものが非常に重要になってくるなというふうに思います。それからB、個人にとっての健康とか豊かさとか自己実現、これは企業で非財務価値に当たるとは思いますけれども、これが目的の場合は、参加者とかアスリートを第一に考えていくことでありますし、自発性だとか競技性だとか遊びというものが重要になってくるのだと思います。そして、Cはこれから特にスポーツメガイベントに求められる、社会課題解決や社会価値という目的であり、ソーシャルファーストや、社会の共感を得るといった視点が大切になってくる。スポーツ、あるいはオリンピック・パラリンピックと政治を結び付けるなということはよく耳にするのですが、政治というのは世の中を変える仕組み、手段でありますから、本当に社会変革とか社会課題解決をスポーツとかイベントでやろうとすれば、ここを結び付

けるのは当たり前のことじゃないかなと思ったりもします。こちら辺はいろんな異論もあるかと思いますが、こういった目的、それぞれ1つではないと思います。こういった何のためにやるのかを改めて確認をして、特に税金投入となると、何でスポーツのために税金をこれだけ投入しなきゃいけないのかという説明も求められます。これがエンターテインメントとか個人の自己実現、競技性、これだけであれば私はいまさら税金をつぎ込んでやる意味は、それほど合理的ではないかなと思います。共感も得られない。そうじゃなくて、やっぱり社会課題解決に何らかつなげるからこそ、税金を投入する意味、意義が認められる。そんなふうに思っていますが、ここで言いたいことは、スポーツ界、あるいはメガイベントを進める上でも何のためなのか、何を目指すのかということがますます重要になってくる、そんなことがポストコロナ、コロナを経てさらに強まってきているのかなと思います。

実は、この「未来を問い続け、変革を先駆ける」というのは、三菱総合研究所の新しい経営ビジョンであります。先ほど、経営に3年間携わったという話を申し上げましたが、この3年間で新しい経営理念をつくりまして、特に変革を先駆けるというところに、若い人が賛同してくれました。シンクタンクというのと、とかくいろんなものを分析して提案し提言すると。悪い言い方をすると言いつ放しという存在ではありましたが、それでは社会は変えられないと。やっぱり誰かが変革を先駆けないと世の中が変わらないのであれば、われわれ自身も変革を先駆けることに貢献したいという思いがこめられております。スポーツ界、スポーツツーリズム、あるいはスポーツメガイベントに関わる方々も、ぜひそんな観点でこれから取り組んでいただけると、まさにレガシーが残り、社会がいい方向に進むのではないかなと思っております。どうもご清聴ありがとうございました。

パネルディスカッション

伊藤: 仲伏様、ありがとうございました。社会変革トリガーというすごくキャッチーなキーワードで、私も勉強させていただきました。特に最初のスライドで、30年前の社会課題が今とほとんど変わっていないというのがすごく衝撃な事実で、確かに見てみると、本当にそのとおりだなと感じました。また最後の税金のお話ですけれども、やはりスポーツイベントを行うことで、本当に税金を使っているのか、投入しているのかという論点は、やはり研究者としまして、この研究に税金を投じてもらう価値のあるものなのかどうかというような、科学研究費などは税金から来ているので、研究者の視点にも結び付けていくのかなと聞いていて思いました。改めまして、ありがとうございました。

それでは、間野先生、巽先生にもカメラをオンにさせていただいて、パネルディスカッションに入っていきたいと思います。まずは最初に間野先生のほうから、巽先生、仲伏様のご講演をお聞きして、コメントや質問等をそれぞれご提示いただきまして、巽先生と仲伏様にご回答いただければと思います。間野先生、よろしく願いいたします。

間野: 巽先生、日本の場合には、まさに税金で選手派遣をして帰ってくるので、それとメダルを取らなければいけないという、それが非常に制約になって、行った先で自由に観光ができないと。あまりそんな印象は持てないということだったと思うのですが、今回、このゴールデン・スポーツイヤーズでオリンピック・パラリンピアン、それ以外にもワールドマスターズゲームズで多くのプレイヤーがやって来ます。実際、彼らにどんなふうになれわれが接すると、関西や日本に対して良い印象を持ってもらって、彼らが帰った後にインフルエンサーとして、日本は良かったよ、大阪は良

かったよ、京都は良かったよと言ってもらえるようにするには、どんな準備をしたら良いでしょうか。

巽: 間野先生、ありがとうございます。間野先生の資料にもありました、一校一国運動は私はすごくいいなと思うんですけども、あれは長野オリンピックだけだったのですかね。

間野: その後のオリンピックでも引き継がれているはずなのですが。

巽: 私はあまりそういったものを経験したことがなく、次は東京オリンピック・パラリンピックで迎えられるほうなのですが、やっぱり多くの子どもたちが夢を見るオリンピック・パラリンピック、そしてラグビーワールドカップとかにもなりますので、ぜひそういった、子どもだけではないかもしれないんですけども、現地の人との交流というのは絶対に必要というか、継続してやるべきなんじゃないかなというふうには、個人的には思っております。ただ、大会前となると本当に選手村とかもそうなんですけれども、すごくぴりぴりしているんです。そんな余裕も全くない状況ではありますので、大会が終わってから、やっぱり今、半日ぐらいしかないという話をさせていただいたんですけども、ちょっと税金という話もあるんですけども、もう少し、1日とか2日ぐらい時間を余裕を持って取って、現地の方、そしてアテネオリンピックの時なんかはもう本当にIDを付けていた



ら、ピストン運動でバスがツアーといいですか、もう自動的にそこまで連れていってくれて、われわれはそこで土産を買ったり、少しだけ自由な時間を与えてもらえるような環境があったので、そういうのはすごくいいなというふうに思いました。そこであまり自由解散といって、いろんな所に行くよりは、日本がぜひここに来てほしいというのを、スポット的にA、B、Cぐらいを挙げて、そこにピストン運動としてバスで、IDを付けていたら無条件に連れていってくれる。そこで交流ができるとか、買い物ができるとか、そういった仕組みづくりというのも一つありなのかなと感じました。

間野:ありがとうございます。試合が終わった後ですよね。もうさっさと帰るのではなく、GoToトラベルは今、日本国民に限定していますが、オリンピック・パラリンピックとかワールドマスターズゲームズの参加者にもそんなバウチャーを配ったりして、少し長く終わった後も日本を見てもらおうような。多分、そんなに大きな金額じゃなくても、結構効果的なのではないかという気もしています。

巽:ありがとうございます。

間野:では、仲伏さんに。結局、ツーリズムはトレードオフで、来た人がその国とかその場所で消費をしない代わりに、場所を移動してそこで消費をするだけですよ。世界全体のパイとか国際間のパイということ考えた場合にはどんなやり方があるのでしょうか。

仲伏:経済成長を輸出拡大で実現すればよいという人もいるのですが、私は今、間野さんが指摘されたとおり、お互いのことを考えると輸出で経済成長は持続可能ではないなと思っているので、やっぱりツーリズムもお互いさまというか、行って来ってもらう両方だなと思います。ツーリズムというのは、仮に海外に旅行に行ったら、その分、国内

の消費が落ちるかという、そうでもないと思うんです。心の豊かさとか、自分の人生を豊かにするために支出というのは、その分生活費を減らすかというところではないと思うので、その部分についてはお互いに交流し合うということで、お互いのGDPを高め合うことができるものだと思いますから、呼び込むだけではなくて、われわれ自身も行くということが重要だと思います。今は海外旅行に行っていた日本人も行けなくなってしまっていますけれども、今後、インバウンドで来てもらうことだけを考えるのではなく、われわれ自身が逆に海外に旅行していくということも併せて考えていく必要があるかなと。今、間野さんの指摘を受けて、そう感じました。

間野:国と国もそうですが、観光地の人もいつも来てもらうばかりの自分のインバウンドばかりを考えているのですが、確かなら行って来ての交流で、関係人口をどう増やしていくのかというところにつなげないと、インバウンドに満足して笑みをこぼしながらも、去年はもうオーバーツーリズムで迷惑だとか、そんなことになったりして、やはりバランスが悪いと思います。だから、スポーツツーリズムも冬の間だけスキー場で稼ぐとか、夏の間だけ海で稼ぐのではなく、稼いだ人はじゃあ今度どこでどう使うのかという循環が大事だという気がしています。どうも重要なコメントをありがとうございます。

伊藤先生、どうぞ司会進行をお戻しします。

伊藤:間野先生、ありがとうございました。巽先生、仲伏様、コメントをありがとうございます。あと残り10分ほどになりましたので、視聴者の方からの質問に移りたいと思います。まず、最初に間野先生へということで質問を頂いております。自然資本を活用したアウトドアツーリズム、またアドベンチャーツーリズムの可能性や起爆剤について間野先生のお考えを教えてくださいというこ

とです。間野先生のプレゼンテーションでもありましたとおり、やはりアジアや欧州でもコロナ後、日本に来たいという声がたくさんあるというなかで、サーフィンなどもオリンピックの種目にもなりましたし、自然を生かした、ちょうど今、間野先生のコメントにありましたとおりスキー場とかも、やはり日本のパウダースノーを生かしたアウトドアツーリズムを今後伸ばしていこうというような、観光庁やスポーツ庁の流れもありますけれども、その辺について間野先生のお考え、コメントを頂いてもよろしいでしょうか。

間野: 日本の固有の自然とか、気候を生かしたツーリズムというのは非常に魅力的だと思います。ただ、中長期的に見ると、気候変動の影響を大きく受けていて、スキー場のパウダースノーというのもの、いつまでどこで保証されるのかは実は分からない状況になってきています。ですので、もちろん当面の間は、日本の固有性で、日本でしかできないような自然型のスポーツというものは、非常に可能性はあると思いますが、やはりわれわれは仲伏さんが指摘したように持続可能性ということも同時に見ないと、取りあえず外国からお客さんが来て、満足だ、それでお終いでは多分いけないと思います。そこで得た利益を一体何に使っていくのかという、そこまで見通したツーリズムの考え方が必要ではないかと思います。

伊藤: ありがとうございます。確かに気候変動、グローバルウォーミングで、スキーシーズンなどもだんだん狭まってきている、人工の雪を使おうなどありますけれども、やはりそれでも自然の雪、パウダースノーの質を取り戻すにはなかなか難しいというところもまだあると思います。やはり持続可能性という視点を含めて、今後、スポーツツーリズム、アウトドアツーリズムを考えていくべきかなと思います。

それでは巽先生に質問が来ていますが、実際にオリンピック・パラリンピックの選手のインタビューは大変興味深いものでしたということで、その中に、先ほど巽先生もコメントされていましたが、やはり一校一国運動、そういうものを通して外国選手がどう感じたか、また、帰国後どんな発信をしたかを、ぜひインタビューをしていただきたいですというコメントをいただきました。巽先生の最後のスライドで、今後、こういう研究を深めていくためには、やはり外国の選手、海外との比較も大切ですねということもおっしゃられていましたし、やはり情報発信としましては、最近、選手の方々はSNSを使って、自分の行った先をアピールしているので、それをフォロワーとかがキャッチして、選手だけではなくその周りにもどんどんつながっていけばいいかなと思うのですが、巽先生ご自身、やはり外国の選手と日本の選手を比較した上で、一体どういうようなことを、今後こういう面白そうなトピックがあるかなみたいなものがありましたら、ご共有いただければと思います。

巽: ありがとうございます。今回のテーマは、私の正直ど真ん中の専門分野テーマではなくて、今回、お話を頂いて初めてこういうインタビューをしましたが、いろいろ見えてきたという、本当に入り口の入り口に過ぎないかなと思っております。間野先生、仲伏さんからいろんなご意見を頂きまして、本当に考えさせられることがたくさんありました。先ほども申したとおり、一校一国運動というのは、すごくいいなと思っていて、私自身も正直やりたかったなと思えるような活動だなと思っています。外国の方に関しては、多分、今まで、伊藤先生もいろいろ研究をされているのですが、こういうオリンピックとかパラリンピックを対象にした質的調査というのは、数が少ないのかなと思っていますので、今後より充実したものに、私も携われる範囲でしていきたいなと思っております。

先ほどありましたとおり、やっぱりオリンピック後、講演会であったり、それこそSNSもそうなんですけれども、イベントに招致されたりとか、かなり発信力という意味では、前より後のほうがすごく大きくなっていると思います。ちょっとインタビューの追記で、複数回出場していたので、もちろん講演会とかイベントをされているので、どういったことを発信しているのかということも聞いてみたのですが、一番多くは、今までの成長過程、そのオリンピック・パラリンピックまでの過程で自分が得られた経験を、子どもたちに伝えていくというものが圧倒的に多かったと思います。その辺りも、今後、国内そして国外も含めて、幅広くいろんな人の協力を得ながらやっていけたら面白いんじゃないかなと思っております。

伊藤:ありがとうございます。本当に今、巽先生がおっしゃられたとおり、オリンピック・パラリンピックの方々になかなか調査できないので、やはりこれは巽先生のコネクションならではの研究かなと思いますので、ぜひ、私も非常に楽しみにしていますので、続きをどうぞよろしく願いいたします。

巽:ありがとうございます。

伊藤:最後に仲伏様にお聞きしたいのが、スポーツツーリズムの意義として、やはり昨年のラグビーワールドカップのように、私たちも今回のプレゼンテーションでワンチームというフレーズが何回か出てきていましたし、仲伏様の最後のスライドにもありましたように、やはり共感を呼んだというところにつながったのではないのかなと、私は仲伏様のプレゼンテーション、そして今回のこちらのコメントを聞いて感じました。このワンチームやラグビーワールドカップの日本の活躍というのが、社会変革トリガーになったのかどうかというのを、仲伏様のご意見をお聞かせいただ

ればと思います。

仲伏:ありがとうございます。なかなか難しいですね。コロナがなかったらもっといろいろ広がっていた可能性はあると思います。彼らがあれだけ求心力を持って共感を得たというのも、チャレンジをしてリスクを恐れず、変えてやろうという意気込みでやった、それが花を開いたからこそあれだけの共感を得たということだと思います。私自身は、彼ら、あるいはラグビーワールドカップそのものが何かを残すというよりは、あれを見てやってやろう、失敗してもいいからチャレンジしてみようという思いを、どれだけの国民というか、われわれ自身が持てるかというところに尽きるかなと思っています。

今日、被災者の方もいらっしゃるので失礼があってはいけないですけども、東日本大震災の時も、これで社会は変わるといわれました。阪神淡路大震災の時もこれで社会は大きく変わるといわれました。もちろん部分的には変わっていますけれども、実は本質的には変わっていない、変わり切れていないという日本社会を考えると、放っておいて何かが変わるということはありません。どれだけの多くの人が、政府とか大企業とかリーダーに依存するんじゃなくて、自らが思ったこと、例えば本当に自然資本を活用したツーリズムがいいと思った人がいれば、それにチャレンジしてみるという人がどれだけたくさん出てきて、周りは足を引っ張るんじゃなくて、いいじゃんと後押しする、そんな広がりがいかにできるかということだと思います。本当はコロナがなければそういったことがもうちょっと世の中に出てきたかもしれないし、逆にこのコロナを乗り越える時に、これからそういったものは生きてくる、可能性としか言えないですね。くるとはなかなか言えないんですけど、そういう可能性はひょっとしたら少し、ラグビーワールドカップは残してくれたかもしれないので、これからかなと

思っています。

伊藤：ありがとうございます。確かにコロナのせいで本当はこういう予定・計画があったとか、もしかしたらラグビー人口が増えたとか、もしくはもっと共感が増したとか、何か新しいムーブメントができていたとかあったかもしれません。コロナ後、終息した後、どういうふうにこのラグビーワールドカップのレガシーが使われていくかというものを見ていきたいというふうに思います。

そろそろお時間になりましたので、最後、先生方に一言コメントを総括として頂ければと思います。まずは間野先生、よろしく願っています。

間野：今日、60名を超える方にお申し込みいただきまして、実際は40人以上の方にお越しいただきまして、誠にありがとうございました。5年連続のセミナーが今日で最終日を迎えたわけですが、やっぱり仲伏さんや巽先生のお話にあったように、他人ごと、他所ごとじゃなくて、我々ごと、自分ごととして、自分自身が取り組めるかどうかだと思います。誰かが何かをいつかやってくれるのを待っていても変わりません。自分でやれることから自分で変えていく。この奇跡の3年、ゴールデン・スポーツイヤーズを黙って指をくわえてただ見ておくのもそれも人生ですし、これをチャンスだと思って何かを変えようと思うのも自分の人生です。どちらを選ぶのも、皆さんそれぞれの人生ではありますが、ぜひ、われわれ、このスポーツツーリズムというものに期待を込めて、われわれ自身、自分からの変革というものをチャレンジしていきたいというふうに思っています。今日はありがとうございました。

伊藤：ありがとうございます。では、巽先生、よろしく願っています。

巽：まずは本当に貴重な機会を頂きまして、ありがとうございました。元アスリートが今何ができるかというのを、ただ単に試合に参加して終わりではなくて、もう一度やっぱりこの機会を得て、社会にどのように貢献、還元できるか、そしてレガシーとして何が残せるかというのも、当本人のアスリートも考えなければならないのではないかなど、アスリートネットワークというネットワークもありますので働き掛けて、皆さんと一緒に考えるきっかけを持ちたいと感じました。また皆さん、引き続きご指導いただきたいと思います。本日はどうもありがとうございました。

伊藤：ありがとうございました。では、最後に仲伏様、よろしく願っています。

仲伏：ありがとうございます。最後もちょっと脱線するかもしれませんが、冒頭、10月に私は現場の組織に戻ったというお話をしました。その中で徐々に、20代、30代、40代の社員と同じ組織になって、1カ月ぐらいつくろ議論をしたんです。そのときに一番驚いたのは、私は今53歳でバブル世代といわれた世代ですが、それ以上の世代に対する、20代、30代の、ある意味反発というか批判というか、自分たちは彼らの世代のせいで犠牲になっているという思いが結構共通で出てきたことにすごく驚いたんです。40代以下の皆さんからするとそんなのは当たり前かもしれませんが、改めて我々以上の世代に対するいろんな不満を感じて、やっぱり私自身、次の時代の社会に対しての責任というのを最大限果たさないとけないと思っています。これはどの世代だからということではないと思いますけれども、やっぱり次の世代のことを考えて、今何ができるかということが問われている状況だし、実はコロナというのはそういうことを考えさせ直してくれた機会かなと思っています。今日、ご参加の皆さんも何となくそういうことが一歩踏み出せていけるといいのか

など感じた次第です。どうもありがとうございました。



伊藤: 仲伏様、ありがとうございました。予定の時刻を過ぎてしまいましたので、以上をもちましてパネルディスカッションとさせていただきます。3名の先生方、ありがとうございました。そして、改めまして、本日は皆さまお忙しいところ、本セミナーにご参加いただき誠にありがとうございました。主催者を代表しまして、心から御礼申し上げます。また、間野先生、巽先生、仲伏様、お忙しい中ご参加いただき、大変ありがとうございました。その他、本セミナーの開催に当たりまして、さまざまなご協力を頂きました皆さまに、改めて心から感謝申し上げます。

5年前に、こちら本セミナーシリーズの共通テーマを、スポーツツーリズム、メガイベントが日本社会を変えると設定し、1年目はスポーツツーリズム概論、2年目は国内スポーツツーリズム研究の発展、3年目はメガスポーツイベントを通じたまちづくり・地域再生、4年目はメガスポーツイベントの効果、そして、今日の最終年である今年度はメガスポーツイベントのレガシーといったテーマで議論を深めてまいりました。今回と同様、各回の基調講演、パネルディスカッションには著名な研究者と実務者の皆さまにご講演を頂き、メガスポーツイベント開催を契機とし、日本社会に何が問われるのか、この5年間でさまざまなトピックについて議論することができました。ご講演者の皆さまには大変なご尽力を頂き、この場を借りて

厚く御礼を申し上げます。

現在は本セミナーシリーズをまとめた報告書を、国際観光光学研究センターで作成しております。年度末にはセンターのホームページでPDFを公開する予定ですので、ご覧いただけますと幸いです。今回のセミナートピックでもありましたが、本セミナーシリーズがメガスポーツイベントのレガシーの1つ、そして社会変革のトリガーの1つとなれば嬉しい限りです。最後に、コロナウイルス感染症がいち早く終息し、東京オリンピック・パラリンピックとワールドマスターズゲームズ関西が、名実ともにコロナに打ち勝った証として開催されることを祈念しております。本日、そしてこれまでの5年間、お付き合いいただき誠にありがとうございました。今日はお忙しいところご参加いただき、誠にありがとうございました。

オリンピック・パラリンピアンからみた開催都市・国の
イメージ形成に影響を与える要因

異 樹理
選手門学院大学社会学部 准教授

1

自己紹介


異 樹理 Juri Tatsumi

- ◆ 選手門学院大学 社会学部 准教授
- ◆ 一般社団法人アスリートネットワーク副理事長
- ◆ 2021ワールドマスターズゲームズ理事
- ◆ 大阪市教育委員会委員
- ◆ 2025大阪・関西万博におけるパビリオン等地元出展に関する協議者部話委員
- ◆ その他 シニアアスリートスワップスミメンタヘッドコーチ
パワアスリートスワップスインメンタ 審判員 など

2000年 シドニーオリンピック チーム 銅メダル

2004年 アテネオリンピック チーム 銅メダル

2001～2004年 シンクロ日本代表 チームキャンプメン



2

出場した国際大会と開催国・都市

開催年	大会名	開催国	開催都市
1989	FINA Junior World Championships	Germany	Bonn
1994	Australian Open	Australia	St. Louis
1997	Swiss Open	Switzerland	St. Moritz
1997	12年制(旧)ユニバーシアード	Israel / Argentina	Salt Ponds / Buenos Aires
1998	Swiss Open	Switzerland	Zurich
1999	World Cup	Japan	Saitama
2000	Spiegel Olympics	Australia	Sydney
2001	FINA World Championships	Japan	福岡
2002	World Cup	Switzerland	Zurich
2003	Swiss Open	Switzerland	Salt Ponds
2005	FINA World Championships	Spain	Barcelona
2004	Athens Olympics	Greece	Athens




2020/12/8 2/20

3

メカスポーツイベントにおける
アスリートの視点

01

4

レガシーの創造における都市イメージ

メガスポーツイベントのレガシー創造において、大会や都市のイメージ向上は重要な課題

オリンピック・パラリンピック開催大会のよしがた一考、開催都市や開催国に遺すという考え方の普及

- 意識的・本能的な点を持ってイベントを開催することがより重要視されるように (Peters, 2007)

特に、

開催都市や開催国のイメージは、その後の国際的な注目や、開催都市としての威信の増大において重要

- メガスポーツイベントの開催は、大会の評価やイメージ形成を通じて、開催都市にも貢献

Copyright © S. Baku, 2018. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. For more information, see <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

2020.12.6 5:09

5

メガスポーツイベントにおけるステークホルダーとしてのアスリート

オリパラ大会における参加者としてのアスリートは重要なステークホルダー

メガスポーツイベントにおいて、アスリートや参加者などのステークホルダーが大会に対して抱くイメージが重要視

- 大会の参加者であるアスリートはオリンピック・パラリンピックにおいて、重要な関係者 (Barfield and Cho, 2018)

しかしながら、

メガスポーツイベントにおける都市イメージに関する研究は、域外(ツーリスト)や地域住民の視点から多く行われてきた (神尾・津田, 2017)

- アスリートが大会に対してどのような認識を持っているのか、どのようなイメージを抱くのか、に着目する必要があるのでは？

Copyright © S. Baku, 2018. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. For more information, see <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

2020.12.6 6:09

6

研究の目的

そもそも、オリパラに出場するアスリートは大会をどのように認識しているの？

オリンピック・パラリンピックに出場したアスリートが開催都市に対して抱くイメージ認識に、影響を与える要因を明らかにすること

重要なステークホルダーとしてのアスリート

オリパラ大会

メガスポーツイベント開催者としてのイメージ認識

アスリートの視点

Copyright © S. Baku, 2018. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. For more information, see <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

2020.12.6 7:06

7

インタビュー調査

8

09 インタビューの手続き

👤 **インタビューお披露目**
 オリンピックやパラリンピックに選抜出場したことがあり、協力を得られたアスリート
 研究協力者とともに2対1の半構造化インタビュー調査

対象者	競技	出場回数	調査実施時期	時間
A	個人競技	2回	2020年10月	85分
B	個人競技	4回	2020年10月	75分
C	団体競技	3回	2020年10月	80分
D	個人競技	4回	2020年10月	55分

2020/12/6 9:08

9

09 インタビューの内容

開催都市に対するイメージや大会全体を通して得た経験など、幅広く質問項目を設定

- 🏠 大会の成順と自身の評価 **🏠** 競技場内以外の評価
- 👤 大会や開催都市に対するイメージ **👤** 選手村などの設備に関する評価
- 🏠 大会期間中のスケジュール **🏠** 大会を通して得た経験などの発見

質問項目はBarford and Dehn (2019) , Kawarishi (2004)を参考に作成
Barford, S. & Dehn, B. (2019). The experience of the London 2012 Olympic and Paralympic Games: A qualitative study. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 16(2), 145-158. doi:10.1080/17447344.2019.1611111
Kawarishi, M. (2004). The Tokyo Olympics: A Study of the Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 18(1), 10-20. doi:10.1080/08932000410001631111

2020/12/6 10:08

10

03

インタビュー調査の結果

11

03

参加大会や開催都市に対するイメージ

大会の成順に絡むイメージや記憶が形成されている？

アスリートとしては、オリンピックやパラリンピックという「闘い」の場という認識を持っている

開催都市や国に対するイメージは、**成順や出場までの過程、競技場内**に絡むものになっている可能性

👤 やっぱり成順のことを最初に悪い印象かへるかな。一種のトラウマみたいな感じで悪い思い出だけと、イメージというところにも引っ張られているような気がする。

👤 ロンドン是最高のまる。試合でも観客が多かったし、満員の中で競技ができたことは本当に良かった。やっぱり競技場内の雰囲気やイメージとしては悪い。

2020/12/6 12:08

12

13

03

大会期間中のスケジュール

競技によって傾向は異なるものの、代表チームでの団体行動が基本
開催地を終わる時間は、「競技が終わった後、日本に帰国するまでのひととき」
「希望としては、開催地を離れたかった」との声もあった

開催地を観光するなどの時間は選手様もなかった。2004年のアテネ大会の時だけは必ず！！
というところでハルチナン神楽を見に行ったりもしましたが、個人的には観客動員はあつたね。

ロンドン大会の際は、選手村のすぐそばにショッピングモールがあつたので、そこで食事したり
買い物したりしました。前と自由に入出入りしていた方がじゃやないかな。

2000/12/8 13:00

14

03

大会期間中の食事に対する評価

開催地の雰囲気を感じることでできる数少ない場面が食事の時間？
選手村の中で食事が基本だが、朝食やスタックとの外食を通じて、現地の食を体験していたアスリートも
試合場以外の話題の中では、食事の時間が比較的強く印象付けられていることが考えられる

大会の回憶は朝ごはんを食べているし、「おしいい」は覚えていますが、
北京大会の時は、選手村にも北京スタックがあつたりして印象深かった。

大会のイメージという選手村や食事が一番最初に出てくるかも、食べるものがいじいにくい
という雰囲気ではないですよ。 マクドナルドばかり食べてたような大会もあつたね。

2000/12/8 14:00

15

03

選手村に対する評価

大会によって設備や環境も各様であり、評価が大きく異なる
立地やシャワーの使いやすさ、競技会場までの距離、選手村内の各施設(食事など)へのアクセスなど
大会によって高評価と低評価が明確 → アスリートとしては比較的長期滞在するため設備に慣れやすしい？

選手村のシャワー問題はよく覚えていますが、水漏れがあつたりとかお湯の温度に慣れが
あつたりとか、アトランタ大会の時は思ったより田舎だなあと思つたりもしました。

ホストファミリーはやっぱり重要だと思う。開催地はあまり気にならなかつたけど、選手村の
雰囲気や設備は印象に残っている。同じ気取られてる感じがする選手村はあんまり。

2000/12/8 15:00

16

03

インタビュー調査における印象深い発言

複数回の参加により、オリーブから得られるものやレガシーに対する実感も！！
複数回参加しているからこそできること、やれることや、準備力が大きくなっていくと実感するアスリートも
一方で、オリーブ教育などの面からも大会参加時の国際交流を希望するような発言もあつた

複数回の参加で「やれること」の範囲が広がっていると思う。自分の準備力も大きくなって
それに慣れているからこそできること、やれることや、準備力が大きくなっていくと実感するアスリートも
あつたりしている人も増えてきて、レガシーを伴うことにも慣れるようになっていく。

今となっては、国際交流の面からも開催地のこととかいろいろ覚えておきたかった。
オリンピックの思い出をちゃんと振り返り始めたのも引退してからだよ。もつたないないことをした。

2000/12/8 16:00

MRJ 株式会社三菱総合研究所
ビジネス・コンサルティング部門副部長
兼 キャリア・イノベーション本部員
仲伏 達也

2020年12月6日

挑戦 未来を問い続け、変革を先駆ける。

スポーツイベントをトリガーにした社会変革

親光教育研究セミナー2020 Vol.1
「スポーツツーリズム5～メガイベントが日本社会を変える～」

1

MRJ 株式会社三菱総合研究所

私の履歴書

1991年4月	三菱総合研究所入社	都市開発部	都市開発 8年 地域政策
～1999年9月	都市経営部	デジタルシティ研究部 Eガバメント研究センター	地域情報化 5年 電子政府
～2005年3月	ラーニングイノベーション研究部	人間・生活研究本部	教育・スポーツ 12年
～2008年9月	経営企画部 副部長(11年～)	ビジョン2020推進センター長	5年 経営
2008年10月	ビジョン2020推進センター長	プラチナ社会センター長	4年 オリンピックリガナー プラチナ社会
2013年11月	経営企画部 副部長	ビジネス・コンサルティング副部門長 兼 キャリア・イノベーション本部員	3年 経営
2016年10月	経営企画部 副部長		～?年 人財分野 (新事業開発)
2017年10月	経営企画部 副部長		
2020年10月	経営企画部 副部長		

2

MRJ 株式会社三菱総合研究所

社会変革の必要性 失われた20年・30年

30年前の社会課題 (新入社員の私が調査報告書に記載)

- 少子高齢化
- グローバル化
- 高度情報化
- 地球環境
- 人財育成 (社会で活躍できる教育・学習・キャリア)
- 価値観多様化 (モノの豊かさから心の豊かさへ)
- 東京一極集中
- 経済成熟化 (低成長)

3

MRJ 株式会社三菱総合研究所

例：経済成長

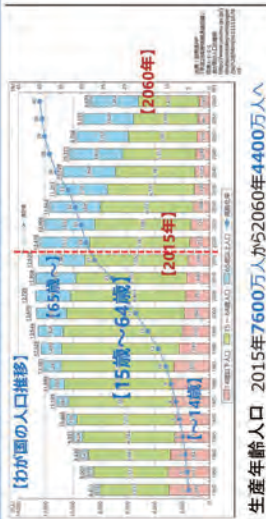
- 30年間、経済規模や一人当たり規模がほぼ横ばい
- 先進国の中でも例外的な低成長
- もはや経済水準はトップクラスではない

※世界銀行データに基づき作成

4

例：年齢構成・生産年齢人口

- 何十年も前から予想された結果
- もはや短期的な人口回復には手遅れ

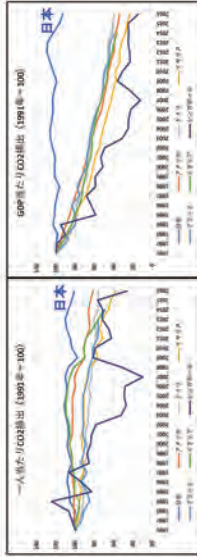


4

5

例：環境

- 30年間、CO2排出はほぼ横ばい・微増
- 環境技術・システム面でも結果として進歩なし
- もはや環境先進国ではない(2011年以降は化石燃料依存)



5

6

変革力を失った日本社会の原因（スポーツ界も？）

- (1) 戦後復興・高度経済成長・バブル経済の成功体験
 - 実力と勘違い、慣性の力
- (2) 当盛と言われる既得権益
 - 頑固な岩盤をつくる規制・見えにくいルール、ガバナンス不全（内輪の論理）
- (3) 過度なリスク重視
 - 失敗を叩く風土（「ナイストライ」と言えない）、無謙神話、高齢化
- (4) ダイバーシティ欠如
 - 異質の排除（「ちがいがいをちがいに」できない）、真のチームワークが苦手
- (5) 成熟社会（全体のハイが増えない中での変革）
 - 全員がハッピー・勝者となる変革はない

6

7

変革に必要な視点＝スポーツ・メガイベントにも

- (1) ファーストベンギン（先駆け）
 - 予測困難な未来・正解のない社会
 - まずやってみる（挑戦・アジャイル）、実践知
- (2) サステナビリティ（持続性）
 - 社会問題のグローバル化・複雑化・深刻化
 - 存在意義再定義、財務・非財務を両立する経営モデル(ESG)
- (3) エンバシー（共感）
 - 権威・政策・論理・利益では動かない（「お上」意識からの脱却）
 - バーパス、ビジョンやチャレンジに基づく共感

7

8

スポーツ・メガイベント×社会変革トリガー

GSY = Golden Sports Years

既に生まれているGSYのレガシー（社会変革の芽）

- ダイバーシティ&インクルージョン(外国人・人種、障害者)
- 市民参画(国立競技場、ロゴ見直し、運営)
- ガバナンス(スポーツ団体)
- 先進技術、社会制度(例: 食品安全)

スポーツ・メガイベントの可能性

- スポーツ選手・イベント(象徴力)を通じた共感浸透
- 「まずやってみる」きっかけづくり(メッチ効果)
- 社会実験(ファーストベンギン): コロナ対応と心の豊かさの両立

例: スポーツ・メガイベント×経済成長

構造改革・DX化・グローバル化 ⇒ 供給サイドの限界

- 限られたパイの争奪戦(近隣窮乏化、低成長)
- Winner takes all(格差拡大、中間層の消滅)

金融緩和・財政拡大 ⇒ 非持続的・潜在リスク

- 金余り(高額所得者は使い切れない、投資先も限定的)
- お金を使わない(将来不安、デフレ、基礎需要充足)

共感・豊かさ・不要不急 ⇒ 持続的な消費拡大

- エンターテインメントとしての「見る、支えるスポーツ」
- 自己実現、こころの豊かさ・健康目的の「するスポーツ」
- スポーツツーリズムによる波及効果

例: スポーツ・メガイベント×スマートシティ・リージョン

スマートシティ・リージョンの本質

- DX・AIでも環境・エネルギー技術でもない
- 新しい価値・需要創出とレベニューシェア(共助システム)
- 鍵を握るのが住民・企業の行動変容
(健康、環境、分散(混雑緩和)、学習、交流、観光、等)

スポーツ・メガイベントの可能性(行動変容)

- ポストコロナ(新常态)でのリアルな行動の誘発
(MaaS(Mobility as a Service)との連動)
- SDGs活動に対するインセンティブ・ポイント
(参加・座席、料金優待、選手交流、観光・宿泊割引等)

スポーツ・メガイベントに必要なこと

パーパス経営、ビジョン経営(何のため)

(A) エンターテインメント【財務価値】 ⇒ 税金 ×

- 『顧客』ファースト
- 自立性、持続性(ビジネス&ESG)

(B) 健康・豊かさ・自己実現【非財務価値】 ⇒ 税金 △

- 『参加者・アスリート』ファースト
- 自発性、競技性、遊び

(C) 社会課題解決【社会価値】 ⇒ 税金 ○

- 『ソーシャル』ファースト
- 共感、政治性(人権・統合)

例: スポーツ・メガイベント×スマートシティ・リージョン

スマートシティ・リージョンの本質

- DX・AIでも環境・エネルギー技術でもない
- 新しい価値・需要創出とレベニューシェア(共助システム)
- 鍵を握るのが住民・企業の行動変容
(健康、環境、分散(混雑緩和)、学習、交流、観光、等)

スポーツ・メガイベントの可能性(行動変容)

- ポストコロナ(新常态)でのリアルな行動の誘発
(MaaS(Mobility as a Service)との連動)
- SDGs活動に対するインセンティブ・ポイント
(参加・座席、料金優待、選手交流、観光・宿泊割引等)

参考文献 Reference

スポーツツーリズム

(Tom Hinch)

- Brown, G. (2007).** The games of the XXVII Olympiad in Sydney (2000). In M. Weed (Ed.), *Olympic tourism* (pp. 137- 151). London: Routledge.
- Getz, D. (2012).** *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. London: Routledge.
- Gregor, J. (2016).** Host cities have long history of being saddled with billions, *Edmonton Journal*, August 4, C3.
- Harada, M. (2016).** *Strategic planning for the development of the sports city*. Kyoto: Gakugei Publisher. (in Japanese)
- Higham, J., & Hinch, T. (2009).** *Sport and tourism: Globalization, mobility and identity*. London: Elsevier.
- Hinch, T., & Higham, J. (2001).** Sport tourism: A framework for research. *The International Journal of Tourism Research*, 3(1), 45-58.
- Hinch, T., & Higham, J. (2011).** *Sport tourism development*. Bristol: Channel View Publications.
- Kleiber, D., Walker, G., & Mannell, R. (2011).** *A social psychology of leisure*. Champaign: Venture Publishing.
- Kubo, K., & Morino, S. (2000).** Expenditure analysis of walking events, focusing on the host city. *Journal of Japan Society of Sports Industry*, 10(2), 11-20. (in Japanese)
- Nihon Seisansei Honbu. (2015).** *Reja hakusho: Kokunai ryokou no yukue to yoka* [The white paper of leisure: The future of domestic travels and leisure]. Tokyo: Seisansei Shuppan. (in Japanese)
- Nishio, T. (2014).** The constraint factors of potential international sports fan tourists. *Journal of Vacation Marketing*, 20(2), 137-147.
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y., & Hagi, Y. (1996).** An empirical research study on Japanese sport tourism in sport-for-all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of Travel Research*, 35(2), 46-54.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011).** *The experience economy*. Boston: Harvard Business Press.
- Shimizu, S. (2014).** Tokyo - bidding for the Olympics and the discrepancies of nationalism. *The International Journal of the History of Sport*, 31(6), 593-609.
- Weed, M. (2007).** *Olympic tourism*. London: Routledge.
- Willes, E. (2016).** Current Olympic model no longer sustainable. *Vancouver Sun*. August 4, B5.

(伊藤 央二)

- Jordan, C. H., & Zanna M. P. (1999).** How to read a journal article in social psychology. In R. F. Baumeister (Ed.), *The Self in Social Psychology* (pp. 461-470). Philadelphia: Psychology Press.

スポーツツーリズム3

(押見 大地)

中島円・神武直彦 (2017)センサーシティー：都市をシェアする位置情報サービス. インプレスR & D.

押見大地・原田宗彦・佐藤晋太郎・石井十郎 (2012)スポーツチームの合宿地選考における意思決定プロセスの検討：高校・大学スポーツチームに着目して. スポーツ産業学研究, 22(1), 9-27.

スポーツツーリズム4

(水野 英莉)

Comer, K. (2010). *Surfer Girls in the New World Order*. Duke University Press.

グートマン、アレ (1981)清水哲男訳、スポーツと現代アメリカ、TBS ブリタニカ

Karner, T. (1996) Fathers, Sons and Vietnam: Masculinity and Betrayal in the Life Narratives of Vietnam Veterans with Post Traumatic Stress Disorder, *American Studies*, 37(1), 63-94

近藤良享 (2005)「スポーツと性別：女性確認検査/性転換選手容認の問題」<特集 愛知学泉大学コミュニティ政策研究所第12回シンポジウム>「性別を考える」：医学・法学・スポーツ科学の対話」、コミュニティ政策研究, 7, 21-27

Lisahunter. (2016). Desexing surfing? (queer) pedagogies of possibility. *The Critical Surf Studies Reader*. Durham and London: Duke University Press, 263-283.

来田享子 (2012)「指標あるいは境界としての性別—なぜスポーツは性を分けて開催するのか」杉浦ミドリ・建石真公子・吉田あけみ・来田享子編著『身体・生・性—個人の尊重とジェンダー』尚学社、41-71.

関めぐみ (2016)図表2-3 近代オリンピック大会 (夏季)における参加選手数、データでみるスポーツとジェンダー、八千代出版、20.

Wheaton, W. (2013) *The cultural politics of lifestyle sports*, Routledge. (市井吉興・松島剛史・杉浦愛監訳、サーフィン・スケートボード・パルクールライフスタイルスポーツの文化と政治、ナカニシヤ出版)

観光教育研究セミナー

スポーツツーリズム ～メガイベントが日本社会を変える～

2021年3月17日 発行

編者 伊藤 央二 Eiji Ito

発行 国立大学法人和歌山大学 国際観光学研究センター
Center for Tourism Research, Wakayama University
〒640-8510 和歌山市栄谷 930

Tel : 073-457-7025 Fax : 073-457-7886

<https://www.wakayama-u.ac.jp/ctr/index.html>

装幀 川村 伸 (BIRDS) <https://www.webirds.jp/>

印刷 中和印刷紙器株式会社 CHUWA Printing

<https://chuwa-print.com/index.html>



Wakayama University
Center for Tourism Research
和歌山大学 国際観光学研究センター