

観光ビジネス実践ワークブック

～スポーツツーリズム編～



はじめに

スポーツとツーリズム。これらを融合させて、日本の新たな観光を創造するのが「スポーツツーリズム」とも言えます。スポーツは、「する」、「観る」、「支える」と、様々な場面で私たちが日常接する機会が少なくないのではないのでしょうか。スポーツの持つ魅力は様々です。例えば、自らスポーツに参加し、身体を動かすことはとても楽しいことですし、試合会場や映像などでスポーツを観ることもスポーツの楽しみ方の一つです。こうしたスポーツが本来持つ力を私たちは考えてみる必要があるのではないのでしょうか。

一方、観光について少し考えてみましょう。日本において観光が国家的な産業として位置付けられたのは、最近といっても過言ではありません。2003年の観光立国宣言、2006年の観光立国推進基本法の成立を契機に、我が国では観光が国家的な成長産業として位置づけられました。その後、2008年には観光庁が設置され、観光立国を推進する体制も本格化しました。また、2011年には観光庁が「スポーツツーリズム推進基本方針」を定め、スポーツを基軸とした観光の推進もはじまりました。

さらに、日本政府は2016年3月に「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたい日本へー」を公表しました。この中で、「観光先進国」へと我が国がなるために、「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」、「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」、「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」といった3つの視点が取り纏められ、2020年にはインバウンド4,000万人という大きな目標が掲げられました。

さて、こうした大きな構想で日本の観光が推進される中、2019年ラグビーワールドカップ、2020年東京オリンピック・パラリンピックなど大きなスポーツイベントがこれから日本国内で開催されます。これらはメガスポーツイベントとも呼ばれ、世界各国の関係者や観戦者が日本へ訪れます。また、同様なメガスポーツイベントとして、冬季オリンピックもあります。1972年の日本・札幌、1998年の日本・長野以来、しばらくアジア圏での冬季オリンピックの開催はありませんでしたが、2018年は韓国・平昌で、2022年には中国・北京で開催が予定され、冬季オリンピック史上初の2回連続でのアジア圏での開催も控えています。国別で見ますとなかなか気づきませんが、アジアという視点でこれらのスポーツイベントを考えた場合、正にこれから向こう数年間は「アジアのウィンタースポーツツーリズム」が大いに脚光を浴びることになります。日本やアジア圏で集中してメガスポーツイベントが開催されるこの好機も含め、日本の各地域がどのようにスポーツツーリズムを地域の活性化に活用していくのか。日本全国の様々な取り組みに大いに期待するところです。本書が日本全国のスポーツツーリズムの発展の一助になりましたら幸いです。

北海道大学観光学高等研究センター
遠藤 正



■ 本書の目的

この「観光ビジネスフロンティアワークブック」シリーズは、新たな観光ビジネス領域に焦点を当てて学ぶために横浜商科大学が開発する実践的教材です。2016年2月に第1巻「MICE編」、2017年2月に第2巻「地域インバウンド編」を発行し、本書は第3巻となる「スポーツツーリズム編」です。

地域でのスポーツツーリズムの現場で働き、必要とされる人材になるためには、何が必要でしょうか。まずは、スポーツツーリズムの定義と意義、国内外の動向や地域の取り組み事例などの基礎学習が不可欠です。そして、すでに多くのスポーツツーリズムの需要がある都市部だけでなく、今後、地域でのスポーツツーリズムの実践拡大に向けたスポーツ分野や観光分野の各組織や企業・団体による連携や担手の育成を考えることが必要です。国・地域のスポーツツーリズムに対するニーズを把握することも重要でしょう。

本書は、平成29年度文部科学省委託事業「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」（観光分野）の一環として、横浜商科大学が幹事校となって、多くの事業委員や協力機関などによって、まとめられた実践的教材となっています。特にスポーツツーリズムの地域事例の多くは、本事業の北海道の事業委員によって構成された北海道ワーキンググループメンバーの実践現場や実践地域となっています。

また、本書は教育の現場で近年定着している学習者が主体的に学ぶスタイル「アクティブラーニング」の形式に合わせて、活用されるように開発されました。

ぜひ本書を活用して、スポーツツーリズムの実践力を身につけましょう。

■ 本書の使い方

本書は、すでに説明したように新たな観光ビジネス領域に関する知識を定着させ、現場で活用できる実践力を身につけるためのワークブック型教材です。そして、今後注力すべき地域のスポーツツーリズムにフォーカスしています。

そこでは、以下の3点を念頭に作成されています。

- ①スポーツツーリズム関連の知識を定着させるために、練習問題や課題を設定し、知識の整理が出来るように構成されています。繰り返して、学びましょう。
- ②身近なスポーツツーリズム事例をもとに、自ら調べ、考え、まとめ、発表するという作業過程を盛り込んでいます。実際に取り組んで、お互いに発表し、議論しましょう。
- ③座学だけでなく、スポーツツーリズムの現場に実際に出かけ、身近な事例や体験から、問題を発見したり、ビジネスを考え、他の人と議論しながら、さまざまな形で、知識や経験を修得することを目指しています。

以上の学習課題にそって、ワークブックの各章の設問・課題に取り組んで下さい。

実際に調べたり、書き込んだり、見学に出かけたり、議論したり、お互いの考えを発表し合い、それぞれ学んだことをぜひシェアしてみてください。

ビジネス現場では、このようなグループワークなどの協働により、問題を解決し、動いていきます。ワークブックの活用を通して、実践的な学習を体験しましょう。

各ワークは、テーマごとに見開き2ページを基本にまとめられています。色々な課題を想定して、ワークをコピーし、何度も繰り返し学習することが出来ます。さまざまな実践例を通じて、繰り返し取り組み学んでいきましょう。

目次

はじめに	1
本書の目的	2

第1章：スポーツツーリズムの基礎学習編

スポーツツーリズムとは	4
スポーツツーリズムの現状	6
日本におけるスポーツツーリズム	8
【コラム】eスポーツ	11
ふりかえり問題	11

第2章：スポーツツーリズムの事例編

身近なスポーツツーリズム紹介	12
実践地域紹介① 札幌市	16
実践地域紹介② 外国人スキー観光客で賑わうニセコ地域	19
実践地域紹介③ 地域の魅力あふれる「楡形ウィンドトレイル」	22
考えてみよう	23

第3章：スポーツツーリズムの現場調査編

観光を学ぶ上での現場を見る重要性	24
【WORK】調査計画書	28
【WORK】インタビュー調査	30
【WORK】アンケート調査	32
【WORK】まとめ・レポート	34

第4章：スポーツツーリズムの実践編

スポーツツーリズム推進のための組織づくりを準備しましょう	36
【WORK】地域の事例を調べよう	40
スポーツツーリズム推進のプランをシミュレーションしてみよう	42
【WORK】企画シートを作成しよう	44

おわりに	46
執筆者紹介	47

スポーツツーリズムとは

■スポーツの定義や意義

スポーツには、実に様々な種類がありますが、スポーツは現在世界の多くの国々で受け入れられて、浸透している「世界共通の人類の文化」とも言えます。

現在のスポーツは、18世紀から19世紀にかけて、イギリスで生れたものが多く、1896年のギリシャ・アテネで始まった世界平和を究極の目的としたスポーツの祭典である近代オリンピックによって、さらに世界に広がりました。

1960年代に入って、世界的なスポーツの国際化が進み、1968年の国際スポーツ体育協議会(ICSPPE)ではスポーツ宣言が採択されました。これによって、スポーツとは、「プレイの性格を持ち、自己または他人との競争、あるいは自然の障害との対決を含む運動である」と定義されました。

日本では、スポーツ基本法が、2011年8月24日から施行されました。このスポーツ基本法の前文には、「スポーツは、世界共通の人類の文化である。スポーツは、心身の健全な発達、健康及び体力の保持増進、精神的な充足感の獲得、自律心その他の精神の涵(かん)養等のために個人又は集団で行われる運動競技その他の身体活動であり、今日、国民が生涯にわたり心身ともに健康で文化的な生活を営む上で不可欠のものとなっている」と、スポーツの価値や意義、スポーツの果たす役割の重要性が示されています。

現在では、スポーツの種類や分類は多様化しており、タイムや勝敗を競い合う「競技スポーツ」以外にも、身近な生活の場で行う「生涯スポーツ」、何らかの障害のある人々が行う「障害者スポーツ」、頭脳を駆使する「マインドスポーツ」など「一定のルールに則って営まれる競技」という側面で様々な種類があります。



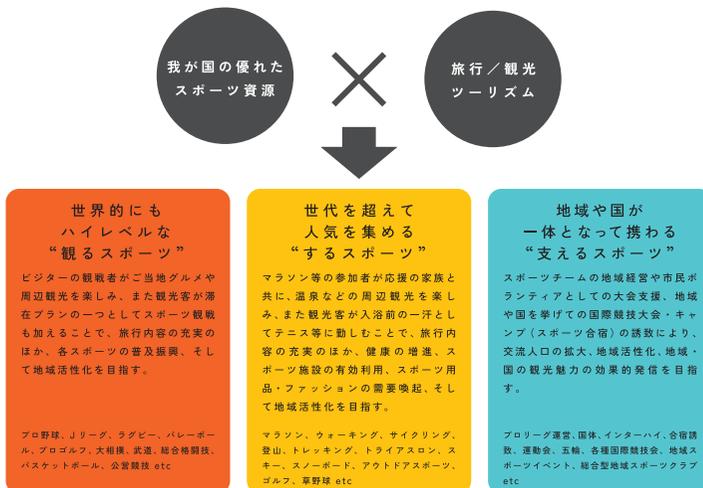
出典：一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構 (JSTA) のfacebookページより

■スポーツツーリズムの定義と基礎概念（観る、する、支える）

観光庁によるスポーツツーリズム推進基本方針（2011年）では、「スポーツツーリズム」の定義を「スポーツ資源とツーリズムの融合」として、さらに「スポーツを『観る』『する』ための旅行そのものや周辺地域観光に加え、スポーツを『支える』人々との交流、あるいは生涯スポーツの観点からビジネスなどの多目的での旅行者に対し、旅行先の地域でも主体的にスポーツに親しむことのできる環境の整備、そして MICE 推進の要となる国際競技大会の招致・開催、合宿の招致も包含した、複合的でこれまでにない『豊かな旅行スタイルの創造』を目指すものである」としています。

つまり、スポーツツーリズムは「観る」、「する」、「支える」という3つの視点からも捉えることができます。日本における「観る（観戦）」スポーツとしては、プロ野球、Jリーグ、ラグビー、プロゴルフ、大相撲、柔道、体操、公営競技などが国際的に高い評価を受け、既に日本独自の文化となっています。また、日本には豊かな自然環境や美しい四季を利用した、スキー、ゴルフ、登山、サイクリング、海水浴、さらに今日では、全国各地の魅力的な都市・地域で開催されている市民マラソンなど、多くの国民が親しむ「する」スポーツが存在します。また、これらの「観る」スポーツや「する」スポーツを「支える」地域、団体・組織やスポーツボランティアが日本には多く存在します。スポーツツーリズムは、この「観る」、「する」、「支える」という3つ視点で関わる人や団体・組織が存在して成り立っているのです。

スポーツツーリズムは、「スポーツ」と「ツーリズム」を融合させることで、目的地へ旅する明確な理由を作り出し、これまでにない新しい価値、新しい感動を生み出します。それと同時に、今までにないスポーツ産業、観光産業の新しいビジネスも生まれることが期待されています。このように、スポーツを通じて新しい旅行の魅力を創り出し、多種多様な地域の観光資源を顕在化させるといった、「スポーツをテーマにした観光魅力化による感動の実現」がスポーツツーリズムの目指す姿と言えます。



出典：一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）のWebサイトより

スポーツツーリズムの現状

■注目されるスポーツツーリズム

「スポーツ」と「ツーリズム」は、ともにレジャー活動で近い領域ではありましたが、それぞれ独自に発展をしてきました。そのため、この2つの領域を融合した市場や産業、さらに研究などの蓄積が乏しく、スポーツツーリズムは比較的新しい分野とも言えます。

スポーツツーリズムという言葉は、1987年にイスラエルで開催された学会で公式に使われたとされています。その後、2001年にスペイン・バルセロナで開催された世界観光機構（UNWTO：現在の国連世界観光機関）と国際オリンピック委員会（IOC）による国際会議で、スポーツとツーリズムが密接に関連していることを確認しあったことで、大きくスポーツツーリズムは注目されました。



キーワード

「スポーツツーリズムの世界市場」

TechNavio (Infiniti Research Ltd.) による「Global Sports Tourism Market 2017-2021(スポーツツーリズムの世界市場:2017~2021年)」では、2017年から2021年にかけて41.45%(年平均成長率)の成長を予測している。



出典：一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構 (JSTA) のWebサイトより

特に、オリンピック・パラリンピックやサッカーのワールドカップなどのような大きなスポーツイベントが行われると、開催国をはじめ、世界中から多くのビジター（訪問者）が訪れて交流人口が増加することや、それにともない、大きな経済波及効果が生まれることに注目が集まりました。このように、スポーツツーリズムが世界で注目を集める要因としては、地域経済への好影響が期待されるからと言えます。

現在の世界のスポーツツーリズムの市場は、年々成長を遂げていて、2017年から2021年にかけて、41%以上（年平均成長率）の成長予測が出ています。

また日本政府（スポーツ庁・経済産業省による2016年の「スポーツ未来開拓会議」）は、2012年の時点で5.5兆円とされたスポーツ産業の国内市場規模を2025年までに15.2兆円とする目標を掲げています。この中で、スポーツツーリズムなど他産業との融合は1.4兆円（2012年）から4.9兆円（2025年）と、最も伸びる分野と見込まれています。

■スポーツツーリズムとインバウンド観光

オリンピック・パラリンピックなどの大きな国際スポーツイベントでは、開催国・地域を訪れる外国人観光客（インバウンド観光客）の増加が期待されています。

実際、2012年にオリンピック・パラリンピックが行われたイギリスでは、2008年に発生したリーマンショック以降、訪英外国人旅行者数は減少傾向でした。しかし、オリンピック・パラリンピックの開催前年の2011年以降は増加に転じています。訪英外国人旅行者数は、2012年は3,108万人（対前年比0.9%増）、2013年は3,281万人（対前年比5.6%増）となり、オリンピック・パラリンピック開催以降、増加傾向となりました。

一方、2020年に東京でオリンピック・パラリンピックが開催される日本ですが、日本政府観光局（JNTO）による発表では、2016年に日本を訪れた外国人旅行者（インバウンド観光客）数は2,400万人でした。

また、2016年の観光庁による「訪日外国人消費動向調査」において、「日本滞在中にしたこと」という質問では、「日本食を食べること」が96.1%、「ショッピング」が83.4%などと高い体験率である一方で、スポーツツーリズムに関する体験である「スキー・スノーボード」は2.7%や「その他スポーツ」は1.7%、「スポーツ観戦」は1.8%とそれぞれ体験率は低くなっています。しかし、「日本滞在中にしたことの満足度」に関しては「スキー・スノーボード」は89.8%と非常に高く、また「次回日本を訪れた時にしたいこと」という質問に関しては、「スキー・スノーボード」は17.1%や「その他スポーツ」は6.9%、「スポーツ観戦」は10.3%とそのニーズはあるといえます。



ワーク：

Q. あなたの住む地域で行われているスポーツツーリズムを2つ探し、次の表にまとめてみよう。

	case1	case2
目的		
協働形態		
具体的な取組		



キーワード

「インバウンド観光」観光業界においては、「国内に入ってくる観光(客)」という意味で使われている。日本においては、「訪日外国人観光(客)」のことを指す。

日本におけるスポーツツーリズム

■スポーツツーリズムと地域

スポーツツーリズム推進基本方針（2011年）では、「スポーツツーリズムの推進のためには、新たなスポーツコンテンツの発掘及び開発、大会の招致・開催など多くの事柄において、スポーツツーリズムの現場である地域の理解と協力が必要である」として、スポーツを活用した観光まちづくりの重要性に触れています。

アメリカではスポーツによるまちづくりやスポーツによる都市経営の視点から多くの都市や地域で「スポーツコミッション」が設立され、その役割を担っています。日本でも、さいたま市を皮切りに大阪を中心とした関西圏、佐賀県、沖縄県、新潟市、十日町市などで設立された「スポーツコミッション」や「コンベンションビューロー」と呼ばれる地域に根差した組織が、大きなスポーツイベントやスポーツ大会の誘致やビジターの受け入れに関する活動を行っています。このような「スポーツコミッション」や「コンベンションビューロー」は、デスティネーション（都市や地域といった観光目的地）のプロモーション活動を行うことから、DMO（Destination Management/Marketing Organization）の1つとも言われています。

スポーツツーリズムは、特別な観光資源がない地域でも、優良な集客装置となる可能性を秘めており、地域経済への好影響が期待されています。スポーツを通じた地域外からのビジターの増加は、交流人口や地域内に滞留する人口が増えることにつながります。それにともない、地域内の飲食や宿泊、物品の購入など新たな消費を誘導し、その新たな消費に対応するため、地域内の雇用も創出されることが予想されます。また、このほかにも地域の知名度向上や地域ブランドづくり、地域住民同士のつながりづくりにも効果が期待されています。



出典：一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）のWebサイトより



キーワード

「日本版DMO」

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役となる法人のこと。

■スポーツツーリズムを支える関係者・担い手

スポーツツーリズムを支える関係者や担い手としては、スポーツを支える地域、団体・組織やスポーツボランティアなどが挙げられます。スポーツイベントが開催される地域の自治体や「スポーツコミッション」・「コンベンションビューロー」、地域住民・事業者などがスポーツイベントの運営を支援するほかに、地域外からもスポーツイベントの開催地を目的地として、ボランティア活動や運営業務をするために旅行をしてきます。

このため、スポーツイベントを支える人材を地域内外から集めて（あるいは育てて）、どのように活用していくかは、スポーツイベントの運営にもかかわる問題とも言えます。スポーツイベントの運営を中心とした、スポーツツーリズムを担う人材育成は、今後の日本のスポーツツーリズムの成長に合わせて、益々重要視されています。

■スポーツツーリズムにおける人材育成

スポーツツーリズムの推進には、中心的な役割を担う人材やスポーツの実施を支えるノウハウを持った人材など、「人」を活用し、また育成していくことが必要となります。スポーツツーリズム推進基本方針（2011年）では、スポーツツーリズム人材の育成・活用について、以下の点で重要性を掲げています。

- スポーツツーリズムを担う人材の認定制度の創設と人材情報の集約
- 経験豊富なトップアスリート等のセカンドキャリアとしての人材の育成・活用
- 専門的な知識や経験を有する外国人を活用した国際的に通用するコンテンツづくりと情報発信
- 大学や専門学校などの専門課程での教育機会の充実による人材育成
- 幼少期からのスポーツと旅の機会の充実によるスポーツツーリズム人材の裾野拡大

また、オールジャパン体制でスポーツツーリズムを推進する組織として、2012年4月に一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）が設立されました。



スキー競技をする子供



子供の卓球大会

■日本におけるスポーツツーリズムと今後の展望

2019年に日本で開催されるラグビーワールドカップ、2020年に東京で開催されるオリンピック・パラリンピックを契機に、スポーツツーリズムに関連した訪日外国人観光客は、益々増加すると予測されています。そのなかで、訪日外国人観光客の受け入れ環境整備の一環として、バリアフリー化の加速も求められています。

また、日本社会における高齢化やノーマライゼーションに対応した高齢者や障害者への配慮も一層、日本のスポーツツーリズムの推進には不可欠なものとなっています。



歩道のスロープ

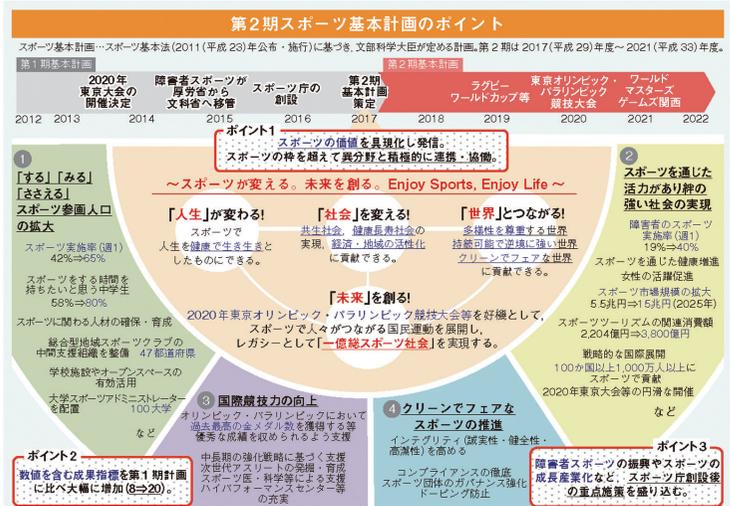


トイレ点字案内板

さらに、スポーツツーリズムを地域で効果的に活用するためには、「スポーツツーリズムをツールとしてどのような地域を目指していきたいのか」といった長期的、かつ戦略的に取り組む必要があります。

「観る」、「する」、そして「支える」という異なる3つの視点で、様々な人や団体・組織が関わり、国や地域を超えて一堂に会するのがスポーツツーリズムであり、その広がりや奥深さをつくるのがまだ日本や日本の都市・地域では可能なのです。

スポーツツーリズムを「支える」ひとりとして、ぜひあなたも加わってみませんか？



出典：文部科学省webサイト(平成28年度文部科学白書「第8章スポーツ立国の実現」)より

【コラム】

eスポーツ

テーブルゲームとして知られているチェスは、1999年の国際オリンピック委員会（IOC）理事会で、世界のメジャースポーツ30種の中に加えられ、国際チェス連盟はIOC加盟団体となっているそうです。また、アジアオリンピック評議会（OCA）が主催する国際総合競技大会として「アジアインドア&マーシャルアーツゲームズ」があります。2005年から3回開催された室内競技とチェス・囲碁などの頭脳スポーツの総合競技大会「アジアインドアゲームズ」と、2009年に初開催された格闘技の総合競技大会「アジアマーシャルアーツゲームズ」が統合され、2013年は韓国・仁川で第4回大会として開催されました。日本では、2017年12月、「eスポーツ団体の統合・新設に向けた取り組みについて」とのプレスリリースが、一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会（CESA）、一般社団法人日本オンラインゲーム協会（JOGA）、一般社団法人日本eスポーツ協会、一般社団法人e-sports促進機構、一般社団法人日本eスポーツ連盟による5団体連名で発信、プロライセンスを発行する団体を再編成すると伝えてます。デジタルゲームが頭脳スポーツ「eスポーツ」になり、同時にプロ選手が出現するということです。

■ふりかえり問題

- 問題1 日本では、2011年8月から施行され、スポーツの価値や意義、スポーツの果たす役割の重要性などが示された法律は何でしょうか？
 ア) スポーツツーリズム基本法 イ) スポーツ基本法
 ウ) ツーリズム基本法 エ) スポーツ振興法
- 問題2 スポーツツーリズムに関連する3つの視点に含まれないものは、次のどれでしょうか？
 ア) つくる イ) 観る ウ) する エ) 支える
- 問題3 日本政府（スポーツ庁・経済産業省）が2025年までにスポーツツーリズムや他の産業との融合での目標としている国内市場規模はいくらですか？
 ア) 490億円 イ) 4,900億円 ウ) 4.9兆円 エ) 49兆円
- 問題4 アメリカの都市や地域で広まり、近年日本の都市や地域などでも設立されているスポーツによるまちづくりやスポーツによる都市経営の視点からその役割を担う組織は一般的に何でしょうか？
 ア) スポーツコミッション イ) スポーツマネージメント
 ウ) スポーツベンチャー エ) スポーツビューロー
- 問題5 オールジャパン体制でスポーツツーリズムを推進する組織として、2012年4月に設立された組織は何でしょうか？
 ア) スポーツ庁（JSA） イ) 日本スポーツツーリズム推進機構（JSTA）
 ウ) 日本旅行業協会（JATA） エ) 日本オリンピック委員会（JOC）

※解答は23ページにあります。

身近なスポーツツーリズム紹介

■自転車・サイクリング

何度も倒れながら幼い頃に初めて乗ることが出来た自転車は、自力で遠く早く移動が出来る最初の乗り物でしょう。子供用自転車、ママチャリ、スポーツタイプ、マウンテンバイク等多様な自転車が身近にあった方が多いと思います。近所へ移動する乗り物であった自転車が小・中学校へとすすむにつれ、近所へ移動する乗り物であった自転車で、より遠くへ行きたいという願望がふくらみ、サイクリングをはじめたという人も多いと思います。さらに高校生、大学生になると、長距離旅行の移動手段としても利用する人が増え、なかにはスポーツ競技としてのマウンテンバイク、BMXをはじめめる人もいます。最近では都市での環境に配慮したシェアサイクルも広まっています。また、健康志向が広がるなかで、趣味としてサイクリングを挙げる人、旅行先での二次交通や移動手段として自転車を使う人も増えています。近年、韓国、台湾等からのサイクリストが日本での旅行手段として増加、瀬戸内しまなみ海道に代表されるサイクリングコース等が整備されてきました。レンタサイクルや自転車専用のエイドステーション等の施設も充実し、旅先での気軽な利用も可能となってきました。以前は、電車内への自転車の持ち込みは、サイクリング協会に加盟し、会員証を提示することで、特定期間や区間のみ許可されていましたが、近年、公共交通機関との連携も進み、誰でも自由に自転車を持ち込むことができる「サイクルトレイン」という電車も増えてきています。



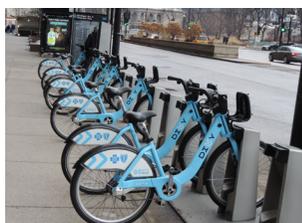
キーワード

「自転車」

自転車は通勤通学の移動手段として、また近年では観光地の二次交通として手軽で環境に優しいなどの理由から、利用者が増加している。室内外の競技スポーツから、実用生活、健康維持など身近で手軽な乗り物である。



アムステルダム・自転車レーン



シカゴ・シェアサイクル



ドイツ国鉄・自転車用車両

18世紀に自転車の原型が出来て以来、第1回オリンピックから競技としての自転車種目はあったことから、最古の種目のひとつと言えます。日本では自転車を身近なスポーツとして楽しむ人は多いのですが、競技人口は少ない分野です。自転車競技にはトラックレース（競技場内）と、ロードレース（一般道）があります。トラック競技として発達した競輪は、日本生まれのプロスポーツですが、1996年のアトランタ大会から参加が可能となり、競技としては「KEIRIN」として正式種目となっています。欧州では100年以上の歴史があるフランス及び周辺国を一周するツール・ド・フランスが非常に人気のあるスポーツとなっています。日本でも2013年から埼玉県さいたま市で「ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム」として欧州の人気選手も招待し日本の選手と一緒に走る大会が開催され、多くの観客を動員するようになりました。

サイクリングとは	自転車を使って身近な距離を移動し、健康、観光等を目的として楽しむこと。近所を散歩程度に乗る気軽なサイクリングを「ポタリング」、荷物を積んで何日も自転車旅行をする「ツーリング」もある。日本一周、世界一周をする人もいる。
オリンピック種目	自転車専用の競技場内で実施される「トラックレース」、「KEIRIN」、インドア施設で実施される「BMX」、山岳中心のコースをつくって実施される「マウンテンバイク」がある。
自転車の種類	街中等を軽快に走る「ロードバイク」（細タイヤ、ドロップハンドルでスピード重視）、やや軽快に気軽に楽しむ「クロスバイク」（細タイヤ、フラットハンドル）、山岳やオフロードを中心に走破する「マウンテンバイク」（太目のタイヤ、太めのダウンチューブ等）、サイクリング全般に使用される「ランドナー」（ロードバイクとマウンテンバイクの中間的な自転車）がある。
その他の自転車	シティーサイクル・軽快車（いわゆるママチャリ）、ミニベロ・ミニサイクル（20インチ程度の小径タイヤ）、折り畳み自転車（小径タイヤが主な小型自転車）、電動アシスト自転車（走りながら蓄電、負荷が少ない）、実用車（新聞配達、その他重量物の配達に利用される自転車）、その他、子供自転車、幼児車、タンデム（複数のペダルとサドルを持ち複数で同時に駆動できる）等。

■登山・ハイキング

遠足から始まり野や山を歩いたことがあると思います。また、川や高原や海に行ってキャンプで泊ったりしたこともあると思います。近くの山に登って初日の出を拝み、もしかすると富士登山をしてご来光に出合っただけハマリ、より高い山に憧れて日本アルプス等を目指したことがあるかもしれません。テレビの番組でタレントがエベレストやヨーロッパアルプス、アフリカ最高峰のキリマンジャロへ登る時代になりました。但し、こうした登山は相当な費用が掛かりまた技術的にも素人には不向きです。しかしながら、東京近郊であればミシュランの星がついている高尾山などは、比較的簡単に日帰り登ることが可能です。近年では、訪日観光客にも人気で多くの観光客も登っています。富士山よりは簡単に日帰りで行くことが出来ます。

高い山もそうですが、冬山や岩登り（クライミング）も初心者が行うことが出来ない分野です。経験の深いパートナーの指導を受けながら行かなければなりません。本格的な登山やクライミングは、高校や大学時代に登山部やワンダーフォーゲル部を経験した人たちが生涯スポーツとして楽しむことが多いと思います。それだけ登山者として楽しむには経験豊富な指導者と指導が必要な分野だだと思います。その他にも準備や装備も大がかりになります。汗臭い、大荷物といった登山のイメージがファッション性の高いアウトドアウェアやカラフルなザック等が普及、登山道も整備されて近年では「山ガール」として女性の参加が増加しています。

■スポーツクライミング

インドア競技として楽しめるという利点から、全国に多くの練習場が出来て、健康志向の延長としても気軽に楽しめるようになり、ボルダリング競技人口は増加しています。2005年からは日本山岳会主催のボルダリング Japan カップが開始、2008年からは、国体主催のボルダリングの競技会も増えています。現在では、NPO フリークライミング協会（JFA）、公益社団法人日本山岳・スポーツクライミング協会（JMCA）が主導しながら指導者の育成、競技スポーツとしてのクライミングを推進しています。スポーツジムの一角にも設置され、会社の帰りに運動のつもりでやっている人も多いと聞きます。

第2章：スポーツツーリズムの事例編

オリンピックでは、スポーツクライミングとして3つの種目（リード・ボルダリング・スピード）が実施されています。趣味でハイキングを楽しむ人、遠出はせずに会社帰りにエクササイズとしてできるボルダリングを楽しむ人。近年ではボルダリングを健康志向で楽しむ女性が多いと聞きます。こうして身近なスポーツクライミングとして楽しむ人が増加する中、2016年6月に「IFSC クライミングワールドカップ - ボルダリング加須 2016」が埼玉県加須市で開催、2017年5月には「クライミングワールドカップボルダリンカップ八王子 2017」も東京都八王子において開催されています。

リード	ロープで安全が確保された選手が12メートルを超える高さの壁に設定されたコースを登り、制限時間内での到達高度を競う種目
ボルダリング	高さ5メートル以下の壁に設定された複数のコースを、制限時間内にいくつ登れたかを競う種目です。各コースとも制限時間内であれば複数回トライできるため、少ない回数で登ることも重要
スピード	高さ15メートルの壁に設定された、予めホールドの配置が周知された同一条件のルートを駆け登るタイムを、コンマ数秒まで競い合うスプリント種目です。トップレベルの選手は15メートルの壁を男子は5秒台、女子は7秒台で駆け登ります

出典：東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 Web サイト



拝島（東京）アウトドアビレッジ・クライミングジム（左：外観 右：内部）



キーワード

「歩きの多様性」
歩くという基本的なことで、目的に合わせて速度やコースが自由に選べる。近所の散歩から街歩きやハイキング、近年では未舗装の歩くための道「トレイル」や、韓国発の自然を楽しみながらあるくコース「オルレ」等様々。

■ ウォーキング

近所の散歩から「街歩き観光」、散歩以上ジョギング未満の「ウォーキング」へ。古くは健康増進のため歩くことを推奨、日本では1964年の東京オリンピック開催中に「歩け歩けの会」が発足しました。その後、「ウォーカーの、ウォーカーによる、ウォーカーのための協会」として、国際マーチングリーグ（IML）、日本マーチングリーグ（JML）等を次々に創設。1997年11月には、「第1回世界ウォーキングフェスティバル」を開催、世界26ヶ国の代表と千名を超える外国人ウォーカーが参加し盛況のうちに終わったそうです。一方、観光では、2006年に開催された「長崎さるく博'06」が、まちあるきを中心とした観光が大きく着目されたきっかけだと言われています。特に地域住民が中心となってコース設計からガイドまでを引き受け、地域側主体いわゆる「着地型観光」の典型として持続可能な観光として知られています。海外の街歩き観光事例としては、例えばイギリスからメイフラワー号が到着した米国ボストンでは、当時のイギリスの衣装を纏ったガイドが街中や墓地等を街中観光として徒歩により案内しています。

一方、埼玉県東松山市で開催されている「日本スリーデーマーチ」は、2017年で開催40回を数え、3日間で約10万人が参加する日本最大規模のウォーキング大会となっています。コースは3日間で3種類のルートと、最短で5キロから最長50キロまでの6つのコースがあり、体力や歩くパートナーとの組合せで楽しみながら参加するイベントとなっています。



日本スリーデーマーチ

オリンピック種目の「競歩」と異なり、競技を目的としないウォーキングスポーツです。近年では海外からの参加者も増え、街中では「よさこい」等のパフォーマンスでおもてなしのイベントも同時開催されています。

オランダのナイメーヘンで1909年から毎年開催されている世界最大規模のインターナショナル・フォーデーズ・マーチ等と国際マーチングリーグ (IML) として連携、

23ヶ国、27大会が加盟しているそうです(2017年末)。組織発足時の8ヶ国(ベルギー、スイス、ルクセンブルク、デンマーク、アイルランド、オランダ、オーストリア、日本)で開催されている大会に全て参加した人には、「国際マスターウォーカー」の称号が与えられ表彰されるなど、国際的なムーブメントになっています。



弘前・街歩き



ボストン・街歩き

オリンピックには歩く陸上競技スポーツとして「競歩」があります。これは指定された距離(男子50km、女子20km等)を歩くだけではなく、ルールに沿ったフォームを維持しながらタイムを争う厳しい競技となっています。競歩だけのワールドカップもあり、国際陸上競技連盟 (IAAF) 主催で、世界競歩チーム選手権大会として2年に1回開催されているそうです。トラック競技として競技場内での周遊コースもありますが、一般道路を利用することも多く沿道から多くの人が声援をおくっています。日本では競技ではないものの、都心の皇居一周コース等ウォーカーにとっては聖地ともいべき人気のコースが設定されており、平日の早朝、夜、土日など多くの人が歩いていて、半蔵門等の浴場(銭湯)には、ウォーカー用に私服を預かり終了後に風呂を浴びて着替えて帰宅できるサービス対応を行っているところもあります。



キーワード

「変わり種マラソン」
本来、長距離を走ることが目的のマラソンであるが、近年ではコース上に設置された給水所地点で「和洋の様々なスイーツを食べ放題」としたり、「カラーラン」、「スイカロードレース」、「ムーンライト」、「コスプレ」等地域資源の活用や斬新な企画の、楽しむことに重点をおいた変わり種マラソン大会がある。

実践地域紹介① 札幌市

■スポーツを取り巻く北海道・札幌市のこれまでと「スポーツ元気都市さっぽろ」へ向けた方向性

札幌市は、1972年2月3日～2月13日の期間にて、アジア初の冬季オリンピック「札幌オリンピック冬季大会」を開催しました。これにより札幌市は、インフラや施設設備といったまちづくり整備を進めると同時に、ウィンタースポーツの盛んなまち、すなわちウィンタースポーツシティとして世界に知られるようになり、市民はこの地で暮らす誇りやアイデンティティ形成につながるプラスの効果を経験してきた歴史的背景があります。以降、図1のように札幌市では、ウィンタースポーツを中心に大小様々なイベントの誘致・開催を実施してきました。

一方、ウィンタースポーツ以外については、近頃、札幌市を本拠地とするプロスポーツチーム（例：1996年誕生の北海道コンサドーレ札幌、2004年誕生の北海道日本ハムファイターズなど）が発展する中で、スポーツが市民の日常生活の一部になるなどスポーツを取り巻く環境に変化が見えるようになってきました。こうした背景の中、すでに第1章でも触れたように2011年に文部科学省より「スポーツ基本法」が施行、翌年には「スポーツ基本計画」が策定され、「観る」「する」「支える」といったスポーツの多面的推進計画に加え、観光庁による観光分野との連携によるスポーツツーリズムの推進に対する新たな視点が示されました。この想いを鑑みた札幌市は、「札幌市民が年齢、性別、障害の有無等を問わず、各々の関心や適応等に応じてスポーツに参画する環境を整備し、スポーツの力をもって青少年の健全育成、生涯を通じた健康維持、地域コミュニティの再生、札幌の活力創造に寄与すること」を目的に、札幌市のまちづくり戦略ビジョンの個別計画としても位置付け、2014年にこれまでの2003年に策定した「札幌市スポーツ振興計画」を改定し「札幌市スポーツ推進計画—スポーツ元気都市さっぽろ—」を策定したのです。（図2）



ワンポイント

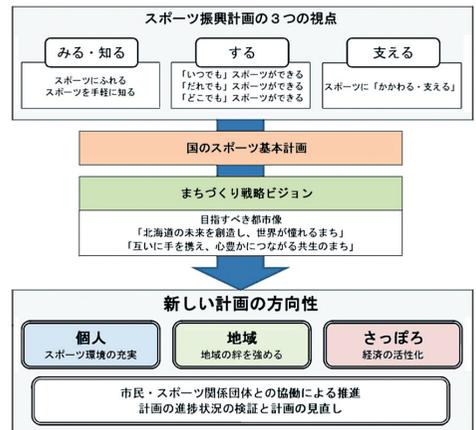
ここ数年の間に以下2つの大きな大会が日本で実施されることが決まっており、地方会場として札幌でも試合の開催が発表されている。①ラグビーワールドカップ（2019年）②東京2020オリンピックパラリンピック競技大会（2020年）

図1. 冬季オリンピック以降実施した大規模スポーツイベント

開催年	大会名
昭和47(1972年)	第11回オリンピック冬季競技大会札幌大会 宮様スキー大会国際競技会(昭和5年以降継続開催)
昭和49(1974年)	第29回国民体育大会冬季大会スケート競技会
昭和50(1950年)	IHF世界アイスホッケー選手権大会 FISワールドカップスキー選手権大会(以降継続開催)
昭和55(1955年)	FIS札幌国際スキーマラソン大会(以降継続開催)
昭和61(1986年)	第1回アジア冬季競技大会 ツール・ド・北海道(以降継続開催)
昭和62(1987年)	北海道マラソン(以降継続開催)
平成元年(1989年)	第44回国民体育大会
平成2(1990年)	第2回アジア冬季競技大会
平成3(1991年)	第15回冬季ユニバーシアード大会
平成6(1994年)	FISワールドカップノルディックコンビインド大会
平成7(1995年)	FISワールドカップクロスカントリー大会
平成12(2000年)	FISワールドカップスノーボード大会
平成14(2002年)	FIFAワールドカップ
平成15(2003年)	第22回アジア野球選手権大会 FIBAバスケットボール世界選手権 FISワールドカップクロスカントリー大会 FISノルディックスキー世界選手権大会
平成19(2007年)	世界バレーボール選手権大会
平成20(2008年)	IHF世界アイスホッケー選手権大会
平成21(2009年)	第25回アジア野球選手権大会
平成22(2010年)	第65回国民体育大会冬季大会スキー競技会 冬季アジア札幌大会
平成29(2017年)	IPCノルディックスキーワールドカップ札幌大会

出典：札幌市観光文化局（1972-2010 部分）

図2. 札幌市スポーツ推進計画の方向性イメージ



出典：札幌市スポーツ推進計画（概要版）p.8

■「札幌市スポーツ推進計画」の基本理念と目標達成に向けた方針・施策

スポーツを通じて、市民、さっぽろ全体が元気になるようなスポーツ元気都市であること。加えて、国内外から多くの人を集めることができるような魅力的な観光振興資源としてスポーツが確立することの2つを基本理念に定めた札幌市は、市民へスポーツ活動に関するアンケート調査を実施し、個人レベルから市民全体の面的レベルでスポーツ推進を測り、以下3つを目標として掲げ、それぞれの目標ごとに目標値を設定しモニタリングを実施しています。(図3)

特に個人レベルでのスポーツ実施率を掲げた目標1を見ると、地域らしいスポーツとして、ウィンタースポーツの実施率も目標値として設けるなどの特色が見て取れます。

目標1: 市民の誰もが生涯にわたってスポーツを通じて健康や生きがいを得る機会を保障する。

目標2: スポーツを通じて人と人とのつながりや地域コミュニティの絆を育む。

目標3: 環境などの特性や様々な資源をいかしたスポーツ文化を醸成しまちの魅力を向上させる。

さらに図4は、札幌市が発表する前述した3つの目標に対する方針と施策を体系的にまとめたものです。スポーツがもたらす新たな効果に着目しながらも、その実現へ向けた施策を見ると、様々なコミュニティの協働なくてはスポーツツーリズムが成立しないことを理解できるのではないのでしょうか?例えば、札幌市は市内3つのプロスポーツチーム(北海道日本ファイターズ、北海道コンサドーレ札幌、レバンガ北海道)と協働し、「プロスポネット SAPPORO」を設立しています。主な取り組みは、スポーツの裾野の拡大と観る文化の醸成、スポーツ振興とアマチュアスポーツの支援、スポーツツーリズム(国内外での札幌市のPR)ですが、こういった協働があちらこちらで盛んに展開されることが15の施策実現へと直結するといえるでしょう。

図4. スポーツ推進計画の具体的施策体系

3つの目標		6つの方針	15の施策	
目標1	スポーツを通じて市民、誰もが元気に	1 四季を通して、誰もが気軽にスポーツにふれられる環境をつくります	1 施設利用やサービスの情報を充実させます	
			2 ウィンタースポーツを楽しむ機会を充実させます	
			3 トップスポーツやアスリートと身近にふれあう機会を増やします	
		2 ライフステージや体力にに応じてスポーツを楽しむ、健康や生きがいを得る機会をつくります	4 子どもがスポーツを体験できる機会を充実させます	
			5 高齢者が気軽にスポーツを楽しむ機会を充実させます	
			6 障がい者のスポーツによる交流を支援します	
			7 スポーツに親しむ機会の少ない人の活動を増やします	
目標2	3 スポーツを通じて人と人とのふれあいの機会をつくります	8 家族でスポーツを楽しむ機会をつくります		
		9 スポーツに参加する人同士のふれあいの機会をつくります		
		10 地域のスポーツ活動の機会を充実させます		
目標3	スポーツを通じて「さっぽろ」が元気に	4 地域で身近にスポーツに親しめる機会を増やし、地域コミュニティの醸成につなげます	11 地域に開かれたスポーツクラブを育成、支援します	
			12 国際大会やスポーツイベントを通じて国内外へ札幌の魅力を発信します	
		5 豊富なスポーツ資源をいかして、交流人口の増加につとめます	13 豊かなスポーツ環境をいかして、スポーツツーリズムの推進を図ります	
			6 札幌の資源をいかしたスポーツ文化を醸成し、産業を活性化させます	14 札幌の資源をいかしたスポーツの楽しみ方を提供します
				15 スポーツをいかした産業への取組を支援します

出典: 札幌市スポーツ推進計画(概要版) p.11

図3. 目標の成果指標と目標値

	成果指標	設定の考え方	現状値 (平成24年度)	目標値 (平成34年度)
目標1	スポーツ実施率	市民のスポーツ実施状況を示す指標	41.2%	65.0%
	ウィンタースポーツ実施率		11.7%	25.0%
目標2	各区で実施するスポーツイベントの参加者数	地域におけるスポーツの機会を示す指標	31,522人	50,000人
目標3	計画期間中に新たに開催する大規模な全国大会や国際大会の大会数	観光や経済への波及効果をもたらす機会を示す指標	-	10大会

出典: 札幌市スポーツ推進計画(概要版) p.11



キーワード

「コミュニティ」

左の目標2にあるコミュニティとは、行政、企業、地域、家庭、学校、スポーツ施設運営団体、プロスポーツ、競技団体、NPO、その他をさします。

■幅広い層へ広がる、通年 Sport for All としてのカーリング

平らな氷上にて約 40m 先にある的（ハウス）に石（ストーン）を投げ入れて得点を競うチームスポーツ「カーリング」は、1980 年、スポーツ交流の一環としてカナダ・アルバータ州から十勝の池田町に講師を招聘し講習会を開催して以降、北海道の冬のスポーツとして各地に広がっていきました。そして 1988 年、北海道の常呂町（現在の北見市）にアジア初のカーリングホールが建設されたことで大会開催数が増加し、競技としてのカーリングは更に北海道で定着しました。しかし、施設利用可能時期が 11 月～4 月と季節限定であったことから、選手の人材育成には課題が残ったままでした。このようにマイナースポーツとしての評価が依然として強いカーリングでしたが、1998 年の長野オリンピックよりカーリングが正式種目となったことや、北海道出身の日本代表選手らの活躍が放映されたことで国民のカーリングへの見方に変化が生じます。

2012 年、念願の公共施設としては全国初の通年型カーリング専用施設「どうぎんカーリングスタジアム」が札幌市にオープンしました。室温 5℃ に保たれた施設内には、5 つのカーリングシート（競技レーン）があり、国際大会も開催できる本格的な設備となっています。同施設オープン以降、札幌市カーリング協会は札幌市よりカーリング普及推進事業を受託し、これまで着手できなかった小学生から高校生までのジュニアプレー層を増やし札幌からオリンピック選手を輩出すること、またシニア層にとっては生涯スポーツとして根付かせ、1 年を通じてカーリングが Sport for All の精神で幅広い層への広がりへと波及するよう以下 2 つの取り組みに力を注いでいます。

- ①カーリング無料体験会や様々なレベルの方へのカーリング教室を定期的で開催する。
- ②市民向け大会、日本選手権への代表選考会でもある札幌選手権等様々な大会を主催する。

上記 2 つの掲げた事項について、同施設開業前後の 2012 年度と 2013 年度を札幌カーリング協会 HP より比較したところ、体験会 & 教室は、2012 年度は 25 件の開催だったのに対し 2013 年度は 38 件と大きな増加が見られます。また大会開催数も、2012 年度は 11 大会でしたが、2013 年度は 32 件とこちらも増加していました。更に同施設は、雪のない季節に札幌へ訪れた海外からのインセンティブツアー受け入れの実績があり、参加者が冬ではない季節にウィンタースポーツを経験できたことに大満足していたことから、まだ広がるその可能性に期待を寄せています。

どうぎんカーリングスタジアムでの様々なカーリング



子供無料体験（子供）



第 12 回日本車椅子カーリング選手権 (2016)



外国人インセンティブツアー(2013)

出典：北海道支島トラベル HP(左)、日本カーリング協会 HP(中央)、地域旅レポーター花岡 blog(左)

実践地域紹介② 外国人スキー観光客で賑わうニセコ地域

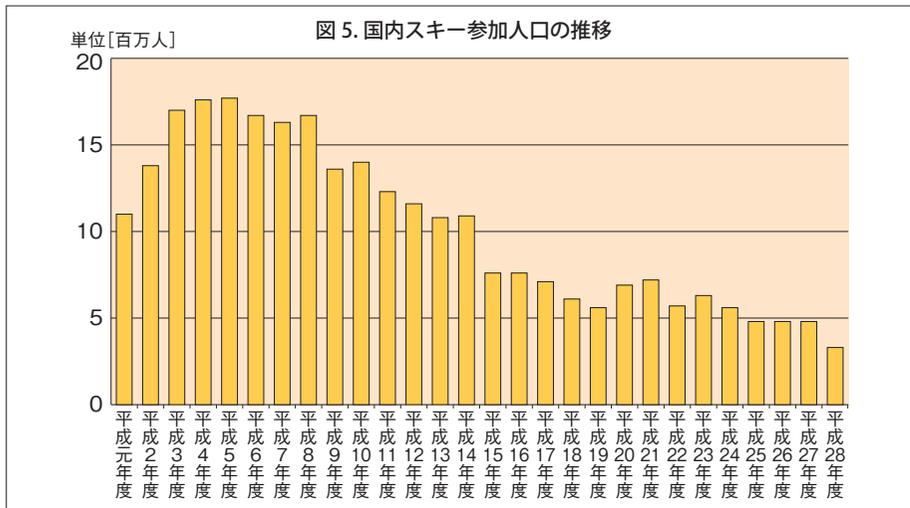
■過去に日本全国で起こったスキーブーム

1980年から1990年前半にかけ、全国的なスキーブームが巻き起こりました。この時期に日本全国で、スキー場や宿泊施設など数多くのスキーを楽しむための施設がこの時期に整備されました。年末年始には、多くのスキー客がゲレンデに集まりました。リフト乗車待ちの長蛇の列、毎年のように発表されるスキー用品のニューモデル、スキー場を舞台とした映画やテレビ番組など、今となっては想像できない方もいるかもしれませんが、スキーは国民的なスポーツとなったのです。しかし、こうした好調なスキーブームもバブル経済の崩壊と共に下降し、スキー人口も急激に減少しました(図5)。冬季のスポーツツーリズムの代表格であったスキーのマーケットは、一気に縮小傾向となったのです。さらに、少子高齢化や余暇の過ごし方の変化など、社会的な要因も加わり、その後のスキー人口は、今なおなかなか増加していません。このような停滞した状況を打破しようと全国のスキー関係者は、様々な取組みを行っていますが、その成果が発揮されるには、もう少し時間を要するのではないのでしょうか。



キーワード

「パウダースノー」外国人のスキー観光客がニセコ地域で賑わっている。「パウダースノー」と呼ばれる雪が来訪者を惹きつけるのがその理由の一つだ。「パウダースノー」とは、サラサラとした粉雪のことを指す。地域の方々が長年慣れ親しんだこの雪質が、実は外国人の観光客にとって、大きな魅力となっている。



出典: レジャー白書(公益財団法人日本生産性本部)

全国各地のスキー場がバブル経済崩壊以降、集客に苦戦を強いられる中、2000年代前半から国内のスキー業界関係者の取組みとは別に、新たな観光客が北海道ニセコ地域(本書では、倶知安町^{くつちゃん}とニセコ町の両町を指します)に来訪し始めました。スキーのために来訪する外国人スキー客でニセコ地域のスキー場が賑わいを取り戻し始めたのです。当時、その中心となったのは主にオーストラリアからのスキー客です。「パウダースノー」と呼ばれる良質な粉雪を求めて、ニセコ地域にたくさんのオーストラリア人が訪れる様子は、毎年恒例の風景となっています。

■「日本型」と「欧米型」のスキーツーリズム

ニセコ地域の雪質の良さ（＝パウダースノー）が外国人スキー観光客を魅了する要因の一つですが、ここでは「ツーリズム」という視点で、「欧米型のスキーツーリズム」と「日本型のスキーツーリズム」という考え方を紹介します。

まず、ニセコ地域を訪れる外国人スキー客の多くは日帰りではなく、ニセコ地域に長期間滞在してスキーを楽しみます。家族や友人らと一緒にコンドミニアムと呼ばれる施設に滞在し、長い方は数週間滞在します。本書では、これを「欧米型のスキーツーリズム」と定義します。一方、私たち国内のスキー観光客は、日帰り、あるいは1泊から3泊程度といった、短期型の滞在が多いのが実態です。そして、宿泊はホテル、旅館、ペンションなどが一般的ではないでしょうか。こうした日本人のスキー観光の形態を「日本型のスキーツーリズム」と定義します。

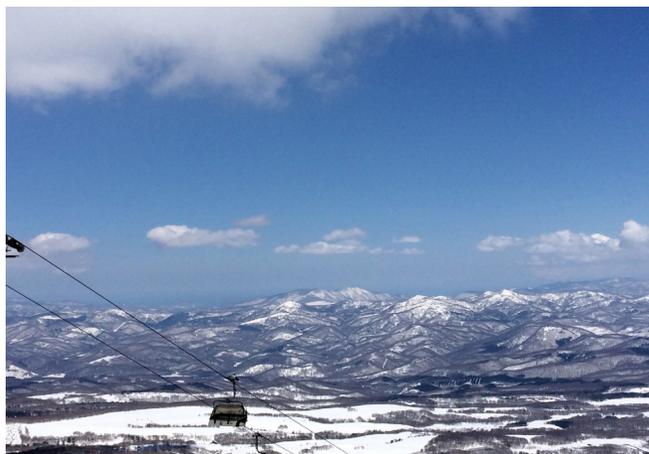
さて、それではこの2つの分類でニセコ地域のスキー観光を考えてみましょう。2000年頃までのニセコ地域は当然ながら、国内の観光客が圧倒的に多いため「日本型のスキーツーリズム」を受け入れるための施設が中心でした。すなわち外国人が好む「滞在」を前提とした施設はあまり多くありませんでした。そのため、ニセコ地域の雪質の良さに気付いたオーストラリアをはじめとする外国人のスキー関係者や投資家は、2000年前半以降、「欧米型のスキーツーリズム」をニセコ地域で実現するため、コンドミニアムに代表される滞在型の施設整備に動き始めたといえます。コンドミニアムとは、従来の日本のホテルや旅館とは異なり、長期滞在を前提としています。キッチン、食器類、冷蔵庫、洗濯機、家具、インターネット環境などが整備されています。

スポーツツーリズムを推進する上で大切なことの一つは、観光客のニーズや動向を丁寧に分析し、そうした視点を加えて戦略を構築することです。ニセコ地域から学ぶことは、同じ雪、同じスキー場であっても、日本人と外国人とで、その見方や感じ方は大きく異なっていたということです。



ワンポイント

ニセコ地域では外国人スキー観光客が自らスキーを行う、「する」スポーツによって滞在型観光を創出している。

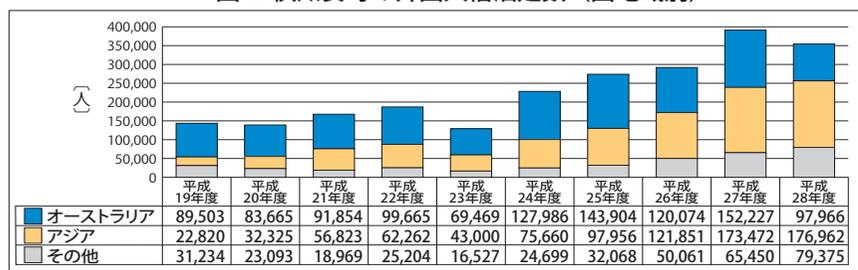


外国人スキー客が多いニセコのスキー場

■アジア圏の冬季オリンピックと日本のウィンタースポーツの未来

2000年代前半オーストラリアを中心に、急激に増加した外国人スキー客ですが、近年はその様子が変わり始めてきています。図6は、倶知安町の外国人観光客の宿泊延べ日数の比較です。オーストラリアのスキー客の滞在日数は比較的長いので、ここでは仮に7日程度滞在すると考えてみましょう。例えば2013（平成25）年度の延宿泊者数は約14万人ですので、滞在期間で割返すと、実際には2万人程度と推察することが可能です。一方、アジアからのスキー客は比較的短期滞在が多いので、例えば仮に4日程度宿泊と考え、同様の計算をすると実際には2万数千人程度来訪したと推察できます。すなわち、オーストラリアのスキー観光客で賑わっていたニセコ地域において、近年それを上回る数のアジアからのスキー客が訪れているのです。今後、この流れは全国的に広がる可能性があります。

図6. 倶知安町の外国人宿泊延数（国地域別）



出典：倶知安町 HP 観光客入込状況より

アジアからのスキー客が今後爆発的に増える可能性の一つとして、2018年韓国・平昌冬季オリンピック、2022年中国・北京オリンピックの開催があります。アジアにおいては過去1972年に札幌冬季オリンピック、1998年に長野冬季オリンピックが開催されたのみです。四半世紀ほどの期間をあけての開催でした。韓国、中国と2大会連続でアジア圏の冬季オリンピックが開催されるのは極めて珍しいことではないでしょうか。そして、冬季オリンピック期間は、テレビ放送に加え、昨今のSNSなどの発信力により、従来以上にアジアにおけるウィンタースポーツへの注目が高まることは言うまでもありません。

さて、本事例の結びとして日本のウィンタースポーツツーリズムの未来を考えてみましょう。現在、日本各地ではニセコ地域以外にも多数の外国人スキー客が訪れています。自由にスキーを滑ることのできる外国人スキー客は、日本各地の素晴らしい雪質を楽しむため毎年リピートしています。一方、こうしたスキー経験者とは逆に、雪を経験したこと、見たことのないアジア圏からの観光客も近年、多数来日しています。つまり、スポーツツーリズムとしてスキーを考えた場合、スキー経験者と未経験者といった、少なくとも異なる2つの顧客に対して、ツーリズムを推進する必要があります。実際には国別の嗜好などもありますので、もう少し複雑になりますが、こうした違いを認識してスポーツツーリズムを推進することが、より良い受け入れ体制の構築につながるのではないのでしょうか。

実践地域紹介③ 地域の魅力あふれる楡形ウィンドトレイル

■人気のトレイルランニング専用コース設置による地域創生と集客

東京から車で4時間半の新潟県胎内市では、夏は飯豊連峰の玄関口として登山、冬はスキーが楽しめるスポットがあります。しかし、同じく車で3時間弱の長野県に押され、客足は年々減少傾向です。そのなかで、何とか新しい目玉が必要と考えた市は、トレイルコース設置のためプロデュースを筆者・松永に依頼をしました。

1周わずか4キロのコースでは県外からの集客は難しいと感じ、目を付けたのは、日本一小さな山脈・楡形山脈でした。この山域での本格的なトレイルランニング大会を行い、スポーツツーリズムをおこそうと考えました。

大会自体の魅力を上げるために地元観光協会と協力、従来あった新緑祭の日付を変更し、同時開催として賑わいを創出しました。受け皿として、市が登山道整備に乗り出し、ロープを多数設置しました。ただし、県外からお客様を呼ぶためにはコースや大会の魅力にこだわったトレイルランニングを使った山間地域のスポーツツーリズムは前例がすでにあります。そこで、国際大会とすることにより大会自体の格を上げ、海外から参加者が集まれば、国内参加者も集まると見込み、そのための仕掛け作りを行っています。

まずアジア圏が実現可能と、アジアトレイルマスターシリーズに加盟（アジアシリーズ加盟により、173名⇒327名に増加）し、アジアからの参加者を呼ぶことです。海外参加者のためにもアクセスの改善は必須とされ、新幹線なら東京駅から新潟駅まで2時間10分に目を付けており、新潟駅からのシャトルバス運行（約45分）を予定しています。



ワンポイント

大会自体の魅力を上げるためには、地域住民や自治体、さらにプラスαとなる関係団体などとの関係性を作ることや地域住民ではない第三者が地元の魅力を研究したり、検討したりすることが重要である。



地元中学生による選手歓迎の生演奏



地元伝統衣装で大会受付も工夫を凝らす



選手ゴールは喜びの瞬間を地元の皆さまと一体感を使って



大会自体が地元の皆さまにとって喜びとなるお祭りになるように。地元が主役。これが継続のポイント

■考えてみよう

問題 1

三菱UFJリサーチ & コンサルティングの2017年3月の調査によれば、スポーツツーリズム推進の課題 top3 は、財源の確保 (59.1%)、知名度の向上 (45.5%)、地域関係者内との連携 (40.9%) でした。スポーツツーリズムにおける財源とは、どういうところから捻出され、どういった課題があるのでしょうか？

問題 2



カーリングを、地域特有のスポーツとして多くの人々に様々な形で理解してもらい、発展させるために、具体的にどのようなことに取り組んでいましたか？

問題 3

我が国における外国人のスキーツーリズムは、北海道だけに限らず長野県、新潟県などでも盛んです。そこで、スキーを目的としてくる観光客が地域内の消費行動につながるような真のスキーツーリズムを創出するには、どういった視点をもった整備を進めていくべきでしょうか？

問題 4

行政区をまたいでコース設計がされるトレイルランニングやサイクリングは、地域の様々な関係者の協働なくして成立しません。コース設計時から、大会開催までをイメージし、具体的にどんな協働体制が必要でしょうか？



問題 5

「スポーツ」=「体育・運動」と捉える日本ですが、欧米では「楽しむ競技」と捉えることからチェスやビリヤードもeスポーツです。こうした観点からeスポーツは他にどんなものがあてはまりますか？

第1章 関連知識問題解答

問題1 答：イ) 問題2 答：ア) 問題3 答：ウ)
 問題4 答：ア) 問題5 答：イ)

観光を学ぶ上での現場を見る重要性

わが国ではスポーツ資源を生かし訪日外国人旅行や国内旅行の振興を図るとの趣旨で、2011年に「スポーツツーリズム推進基本方針」が取りまとめられました。スポーツツーリズムとは、スポーツを見に行くための旅行およびそれに伴う周辺観光や、スポーツを支える人々との交流など、スポーツに関わる様々な旅行のことです。それは、プロスポーツの観戦者やスポーツイベントの参加者と開催地周辺の観光とを融合させ、交流人口の拡大や地域経済への波及効果などを目指す取り組みとも言えます。第3章では、みなさんが実際に観光現場に出た際に役立つ、アンケート実施、またはインタビューなどフィールドワークの基礎について学んでいただきたいと思います。



ワンポイント

調査にはたくさんの手法があるが、ここでは学習者のみなさんが観光分野の中で一番よく体験することになるインタビュー・ヒアリング、アンケートについて説明する。

■調査とは

まずはじめに、調査とは、まだ明らかにされていないことを調べ、しっかりとしたデータをもとに証明していくプロセスになります。幅広い意味で、資源をより効率的に使い環境を守っていくためといった社会的目的のもと、私たちの生活を少しでも快適にするために多様な調査が行われています。研究者が調査対象の現場に入り、そこで生活している人がどのような環境のなか、どのようなことを考え、行動をしているのかなどを、インタビューや観察記録からデータを得て、そのデータを分析したり、考察したりする過程のことを指します。長期的に滞在する場合、回数を分けて訪問する場合など調査期間も様々です。学生の場合、インターンシップ、ボランティア活動などを通して参加することも可能です。

■調査の手法

◇インタビュー・ヒアリング

調査者が対象者と会話をしながらデータを収集する調査法です。手法としては質問内容を事前にすべて考えてくるものから、おおよそ決めているもの、事前に特に用意しないものなどがありますが、時間が限られている場合、事前に質問事項をある程度整理しておくことをおすすめします。

◇アンケート

意識調査の一種であり、質問紙や調査票を介してデータを収集する調査方法のことを指します。調査者が事前に作成した調査票を、対象者に回答してもらうことで、その結果を考察・分析し、結果を導き出すものです。インタビュー調査では難しかった、大規模な対象者からの結果が得られます。

■調査のプロセス

ステップ1 事前準備

- 目的・テーマの設定
- 調査計画書、調査票設計など

ステップ2 実地調査

インタビュー・ヒアリング、アンケートの実施

ステップ3 まとめ

- 調査結果集計、分析、考察
- レポート

では、まず調査のプロセスについてここで説明します。現地に向き、また直接そこで集める資料や、インタビューからのデータなどは、みなさんがインターネットを通して簡単に入手できるものとは異なり、距離や時間など物理的制限が発生します。そのような状況下での調査は、事前にどれだけ対象となる地域や団体、人について調べ、準備できているかによって、得られる情報の質が異なってきます。ぜひ、事前準備を怠らず行ってください。調査は現場に行く前から始まっています。ここからは、上の流れにそって、1) 事前準備、2) 実地調査、3) まとめについて説明していきます。

ステップ1 事前準備

調査を始めるにあたり、「みなさんが何を明らかにしたいのか」、「知りたいのか」を明確にする必要があります。

まずは調査を行う理由、目的を明確にすることで、どのような調査をすればいいのか、何をインタビューで聞けばいいのかがわかると思います。P28-29に調査計画書のワークシートがあるので、実際にそこを埋めながら、みなさんの頭の中をはっきりさせてみましょう。また調査計画書を書く際には、事前に調査対象や分野について知っているほどより深い調査ができると思います。

みなさんが調査を行う対象となる団体、地域についての基礎知識を身につけましょう。インタビューなどは限られた時間の中で行う場合も多いと思うので、知っていることを聞かないように、また踏み込んだ質問をするためにも事前に調べておくことは重要になります。

また、事前準備で必要なもの、当日の持ち物を確認しましょう。P29の調査計画書に当日持っていくべきものを書き出して、忘れ物のないようにしましょう。調査を実施する場所によっては、忘れ物をしたり、自分のものの管理が難しい場合があるので注意しましょう。

ステップ2 実地調査



ワンポイント

インターネットでアンケート調査をするためのオンラインWebアンケートシステムは、アンケート用紙を使った従来の方法に比べ、アンケートの作成から集計までの手間や時間、コストを飛躍的に削減させる。

◇インタビュー・ヒアリング記録

インタビュー調査を行った場合、記録することが必要です。録音した内容を文字起こしする必要もあります。また、インタビュー内容を分析する上で重要なのは、調査者と対象者の関係やインタビューを行った際の環境などの外部要因です。その情報によって、対象者が話す情報や、インタビューの分析にも何らかの変化があると考えられるためです。インタビューを記録する場合は、インタビュー対象者、実施者の名前、実施場所や時間、またインタビューを行った際の環境などもしっかりと記録しておくとい良いでしょう。

インタビューでは事前にしっかりと質問を用意する「構造化インタビュー」、あらかじめおおよその質問項目を決め、その場の話題展開に合わせて質問項目を変えていく「半構造化インタビュー」、質問はとくに事前準備をせずその場の状況に合わせて行っていく「非構造化インタビュー」があります。インタビューに慣れていない方には、半構造化インタビューがおすすめです。事前に必ず聞きたい質問項目を作成し、そのほかは当日の内容に合わせて追加質問していきます。考えた質問内容については、可能であれば事前に送付しておくこと回答者も準備ができ、当日のインタビューがうまくいくでしょう。

◇アンケート調査と分析

インタビュー調査と比べて、より多数の対象者に調査をすることができるアンケート調査を行った場合、そのデータの管理が重要になってきます。最終的には「エクセル」などにまとめて整理することになるでしょう。現在は、Google フォームなどのオンラインアンケートサービスなどがあるので、それらを利用するとすでにエクセル上にまとめた結果を得ることが可能です。ただし、インターネット調査は、従来の訪問面接調査や郵送調査などよりも費用や手間をかけずに調査ができますが、調査対象がインターネット利用者に限られるほか、調査対象者を統計的に偏りなく選ぶことができないなどの欠点もあります。

アンケートでは、一つひとつの意見や体験の代表性を測ることができます。上手に実施すれば、人々の意見や行動を数字で裏付けし、重要な意思決定に役立てることができ、質問項目を事前に決めておく良さとしては、聞きたい質問の内容を聞き逃さずに尋ねることができる点と回答者も事前に内容がわかっているため、追加でその他のデータの準備などができ、まとまった回答を得やすくなることなどが挙げられます。

ここでは、実際に調査を行う当日の注意事項に関して簡単にまとめます。

◇時間厳守

インタビューなど調査を依頼している相手との待ち合わせには、特に時間的余裕をもって行かないです。時間厳守は当たり前のことですが、調査対象者は忙しい中、みなさんの調査のために協力してくれていることを肝に銘じて感謝の気持ちを持ち、失礼のないようにしましょう。



ワーク

p30-31では、インタビュー調査のワーク、p32-33ではアンケート調査のワーク。まとめにはp34-35のワークを活用してみよう。

◇挨拶

特に、調査のため初めてお会いする相手には、できるだけよい第一印象をもってもらうことでその後のインタビューもスムーズに進むでしょう。所属と名前など簡単な挨拶を行った後、調査、インタビューの目的を話し納得してもらいます。

◇録音・写真撮影の許可

インタビュー内容を録音や写真などで記録に残す場合は、事前に許可をもらう必要があります。また、後日その写真を報告書などで利用したい場合は、事前にその確認をとっておく必要があります。

ステップ3 まとめ

研究計画書を作成し、実際に現地での調査を終えると、すべてが終わった気になるかもしれませんが、重要なのは集めた材料（データ、情報）をどのように調理（分析、考察）するかです。ここでのまとめを、論文やレポート、プレゼンテーションなどの形で最終報告をすることが求められるでしょう。

その他、より具体的な調査分析方法などについては是非以下に紹介している「おすすめ参考書」などを参考にしてください。



■おすすめ参考書

△実践はじめての社会調査—テーマ選びから報告まで

著者：白谷 秀一、内田 龍史、朴 相権 I 出版社：自治体研究社 2009/05

おすすめ理由：身近に指導者がいなくても、はじめて社会調査を行う際に、実際に利用される方法・手段に限定しながら、必要な手続き、気を付けなければならないことなどをやさしく解説。

△アンケート調査と統計解析がわかる本

著者：酒井 隆 I 出版社：日本能率協会マネジメントセンター 2012/1

おすすめ理由：ロングセラーを続けている旧版は、アンケート調査の実施手順とそれに使う統計解析手法を数式をほとんど使わずに解説した。新版では、ネット調査が主流の現状に併せて、その部分を大幅に加筆。

△質的データ分析法—原理・方法・実践

著者：佐藤 郁哉 I 出版社：新曜社 2008/3

おすすめ理由：わかりやすい文章で、定性調査に基づくレポートのまとめ方が丁寧に説明されていて、質的データ分析法を理解するには最適な良書。



ワンポイント

インタビューの録音が無理な場合は、記録としてしっかりとノートを取ろう！

第3章 スポーツツーリズムの現場調査編

WORK 調査計画書

実際に観光現場に入って調査を始めるにあたって、その対象地域についてある程度の知識をもっておくことは、その後の調査をスムーズに進めてくれ、また得られる情報もより詳細なものになるでしょう。なので、是非調査に行く前にできるだけ相手のことを知ってもらうためにこのワークをしてみてください。調査に行く対象は協会、観光地など様々だと思いますが、事前に相手のことを知る情報収集はとても重要です。



ワンポイント

実際に調査を行う前に、対象となる地域や機関などについて調べておこう。他の文献・資料からわかることを、実際の調査で聞くことは時間の無駄となる。十分な事前準備で、疑問点やさらに聞きたいことが明確になってくる。

■調査テーマ

■調査概要(調査の目的と期待される成果)

-
-

■調査対象：

対象名

所在地：
(対象地域へのアクセス)

対象地域の観光資源

対象地域の関連団体

その他気づいた点

■調査のスケジュール	
時 間 : - : : - : : - : : - : : - : : - : : - :	調査内容
■事前にやること	■持ち物
<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____



ワンポイント

スケジュールは十分余裕をもってたてること。多少の遅れが出ても調節できるようにしておくこと。
 ・事前に準備しておくことや持ち物はしっかりと確認すること。

第3章 スポーツツーリズムの現場調査編

WORK インタビュー調査

事前にある程度の質問内容を考えておくことで、質問の漏れを防ぐことができます。もちろん、インタビューを進めていく上で新たに聞きたい質問も出てくると思うのでそこは柔軟に対応すれば大丈夫です。まずはインタビューであなたが知りたいことをしっかりと考えて、下に書き出してみましょう。

-

-



ワンポイント

同じ質問しないよう、質問が終わったらその都度、左の口にチェックしよう。

上で明らかにしたいことを踏まえ、かつ、事前調査で調べたことをもとに質問を10個考えてみましょう。

1) _____

2) _____

3) _____

4) _____

5) _____

□ 6) _____

□ 7) _____

□ 8) _____

□ 9) _____

□ 10) _____

インタビュー中メモ欄



ワンポイント

インタビュー中、新たに生じる質問もあるので、左のメモ欄に記入しながら可能な限り聞いてみよう。

第3章 スポーツツーリズムの現場調査編

WORK アンケート調査

次のステップに従って、質問項目を作成してください。個人情報に対する意識は年々高くなっているため、回答結果の取り扱いや使用範囲を明記することに加え、問い合わせ先も記載しておくことが親切です。



キーワード

質問タイプは一つ選択か、複数選択形式、ランク付けなど、さまざまなタイプが選ばれる。



ワンポイント

協力依頼文は、なるべく簡潔な文章にすることが回答率を高めるポイントになる。長文の説明は避けて、調査協力への冒頭に記載する程度にしよう。

- ステップ1) アンケートで聞くことを決める
- ステップ2) 質問タイプを決める
- ステップ3) 質問文を用意する
- ステップ4) 選択肢を用意する
- ステップ5) アンケートの告知前に最終チェックを行う

■調査実施日： _____				
■調査実施者名： _____				
■タイトル： _____				
■調査目的、協力依頼文：				
■記入上の注意、記入要領など：				
質問 1)				
1.	2.	3.	4.	5.
質問 2)				
1.	2.	3.	4.	5.
質問 3)				
1.	2.	3.	4.	5.
質問 4)				
1.	2.	3.	4.	5.
質問 5)				
1.	2.	3.	4.	5.

質問 6)

1. 2. 3. 4. 5.

質問 7)

1. 2. 3. 4. 5.

質問 8)

1. 2. 3. 4. 5.

質問 9)

1. 2. 3. 4. 5.

質問 10)

1. 2. 3. 4. 5.

■自由回答方式

ご意見等ございましたらお書きください：

■調査対象の属性に関する質問（職業、年齢、出身国など）

ご自身についてお伺いいたします。



ワンポイント

選択肢の数は、10～5個を目安に用意する。また、回答者が「どの選択肢も選べない」ということにならないよう「その他」などを設けること。

アンケートが完成したら、自分でアンケートに答えてみる。誤字・脱字はないか、分かりやすい文章になっているか回答者の視点でアンケートをチェックすること。



ワンポイント

お礼を書いたほうがやさしい。

例えば：調査にご協力いただきありがとうございます。

第3章 スポーツツーリズムの現場調査編

WORK まとめ・レポート

実際に現場でインタビューや、アンケートを行うだけではなく、その分析・考察を行い、そしてその結果をレポートなどの形で明らかにしていくことが大切です。ここではあなたがやったことを振り返り、そしてまとめてみましょう。

■調査目的

-
-



■調査内容

上の目的を達成するためにあなたがやったことを書き出してみましょう。

調査内容	概要・発見
例) 調査対象について調べた	

■最終報告書を作成してみましょう！

下の欄にこれまでやったことをまとめ、それを参考にして実際に A4 用紙 2 枚程度のレポートを作成しましょう。

はじめに

ここでは、活動の目的、調査対象など全体の概要を書きます。



第1章：調査結果

調査目的を明らかにするためにあなたが実際にどんなことをやったかを書いてみましょう。左のページに埋めたことを参考にしてください。

ワンポイント

調査結果から一覧表へ、そして、一覧表ができれば、統計表を作ってみよう。表にまとめると、細かく正確な数値が見やすくなったり、さまざまな計算をしたり、グラフにしたりすることができる。

第2章：活動の分析・考察

実際に調査した内容を客観的に分析して、考察を加えてみましょう。

おわりに

これまでの内容をまとめて、今後の調査の広がりなども書いてみると面白いですね。

スポーツツーリズム推進のための組織づくりを準備しましょう

スポーツが持つ価値・力を再認識し、観光の要素を組み合わせることで具現化する方法の一つがスポーツツーリズムの推進です。地域におけるスポーツツーリズムを推進するためには、従来の地域スポーツ振興を担ってきた組織＝教育委員会では対応が困難となっています。

地域スポーツ振興のみならず、スポーツツーリズム推進により交流人口を拡大し地域活性化を目指す組織への変革が望まれます。

第4章では、まずスポーツツーリズムを推進するための地域資源の「棚おろし」をします。

■スポーツツーリズム推進のための組織づくりを準備しましょう

1. 地域スポーツ資源の整理

○スポーツ施設

- ・ 公営スポーツ施設
- ・ 教育機関保有スポーツ施設
- ・ 民間スポーツ施設
- ・ 指定管理者

2. 地域文化・観光資源の整理

○スポーツ振興組織

- ・ スポーツ行政組織
- ・ 各競技団体

○スポーツ実施組織

- ・ 学校
- ・ 企業
- ・ プロスポーツチーム
- ・ スポーツ少年団
- ・ 総合型地域スポーツクラブ
- ・ 民間スポーツクラブ
- ・ スポーツイベント実行委員会（マラソン・サイクリングイベント等）

2. 地域文化・観光資源の整理

○観光振興組織

- ・ 各自治体の観光課
- ・ 観光・コンベンション協会

○観光事業者

- ・公共交通機関
- ・宿泊施設
- ・観光施設
- ・コンベンション施設
- ・飲食施設
- ・旅行会社
- ・イベント企画会社
- ・人材派遣会社
- ・アクティビティ・メニュー主催会社
- ・ガイド・ボランティア

○文化施設

- ・神社・仏閣
- ・美術館・博物館
- ・ホール・劇場

3. 地域ビジネス資源の整理

○地域経済団体

- ・農業・水産関係団体
- ・商工会議所
- ・青年会議所

○金融機関

- ・地方銀行
- ・地方信用金庫
- ・地方信用組合

○メディア

- ・地方新聞
- ・地方放送局（ラジオ・テレビ）

第4章 スポーツツーリズムの実践編

スポーツツーリズム推進のためには、地域内のスポーツ及び観光関連組織の連携が必須となります。それら関係組織をまとめる産官学連携の「協議会」を設立し、スポーツツーリズム推進のため地域内・地域外に対応する事務局及びオペレーション組織として「地域スポーツコミッション」組成が各地で進んでいます。

皆さんの地域の関連組織を以下の記入例を参考に、40ページと41ページの表に記載してみましょう。

【地域スポーツ資源】※記入例

施設名・組織名・規模	概要	特記事項
県立●●●陸上競技場収容： 25,000人		19XX年国体開催を機に建設 J2***チームのホーム
市立●●●体育館収容： 4,000人		Bリーグ***チームのホーム 20XX年バレーボール国際 大会の開催実績
■■■サッカークラブ■■■ バスケットクラブ	20XX年設立・J1リーグ所属。 下部組織にジュニア及び女子 チーム 20XX年バスケット チームを結成しBリーグ所属	20XXの成績
■■■スポーツクラブ会員数： 3,000人	総合型地域スポーツクラブ	サッカークラブがその他ス ポーツ種目を含めて、地域ス ポーツクラブを運営。スタジ アム・アリーナの指定管理も 請け負っている
◆◆◆高等学校	伝統的にスポーツ系部活動が 盛んな学校	甲子園過去XX回出場。練習 試合のため強豪校の来訪も多 い
●●●スポーツ合宿施設	合宿に適した宿泊施設がない ことから廃校になった市立高 校を合宿専用に変更中	地域スポーツコミッションと 自治体(市)が共同で管理会社 を設立し、地元金融機関の融 資もうけている
●●●マラソン大会	長年開催されているX千人規 模の地元マラソン大会	域外からの参加者を増加させ る方策を検討中

【地域文化・観光資源】※記入例

施設名・組織名・規模	概要	特記事項
●●●観光・コンベンション ビューロー	19XX年コンベンション施設完成を機に観光協会と合体してコンベンション誘致機能を追加して組織	DMO申請済●●●コンベンション施設の指定管理者
◆◆◆ホテル客室：300 宴会 場：最大 500 人可能	コンベンション施設完成と同時にオープンしたシティホテル。	コンベンション施設に隣接。スポーツ施設まで車で15分。ビジターチーム・国際大会参加チーム受入実績あり。
●●●自然公園	●●●湖を核とした自然公園。入口に道の駅がある。	湖を周回するサイクリングロード・遊歩道があり、地域住民のみならず広域での利用が多い。
●●●神社	鎌倉時代創建の歴史的神社標高500Mに位置し、自然公園から繋がるドライブウエー・遊歩道も完備。	近年外国人の訪問も多く、多言語表示・ガイド等受入態勢の整備が望まれる
◆◆◆まつり	秋の豊作を祝う上記神社の秋まつり	●●踊りがあり、参加型まつり
○○○ホール	1000名収容能舞台もある	音楽・演劇・古典芸能等の実施が可能
●●●城	1600年築城。5層の天守閣・御殿・内堀・外堀が現存	近年外国人の訪問も多く、多言語表示・ガイド等受入態勢の整備が望まれる

第4章 スポーツツーリズムの実践編

WORK 地域の事例を調べよう

●具体的な地域スポーツ資源の事例

地域名：

【地域スポーツ資源】 ※必要に応じて記入欄を増やしてください

施設名・組織名・規模	概要	特記事項

【地域文化・観光資源】※必要に応じて記入欄を増やしてください

施設名・組織名・規模	概要	特記事項

スポーツツーリズム推進のプランをシミュレーションしてみましょう

2016年3月8日 文化庁報道発表より

スポーツ庁、文化庁及び観光庁は、三庁連携による相乗効果により、新しい地域ブランドや日本ブランドを確立・発信し、2020年以降も訪日観光客の増加や国内観光の活性化を図り、日本及び地域経済の活性化を目指すため、包括連携協定を締結しました。

この三庁連携の取組のひとつとして「スポーツ文化ツーリズムアワード」の選定を2016年より行い、優秀な取組を発表・表彰しています。

この主旨に従い、前半で棚おろした第4章の地域スポーツ、地域文化、観光資源の組み合わせを行い、イベントもしくは旅行企画を作ってみましょう。

【公募要件】「スポーツ文化ツーリズムアワード2017」公募要項

① 「スポーツ」と「文化資源」を組み合わせたものであること。

・「スポーツ」の例：するスポーツ、観るスポーツ、支えるスポーツ

・「文化資源」の例：文化財、その土地の文化・風習・食、メディア芸術、伝統芸能等

取組例：スポーツや芸術・文化鑑賞を体験できる長期滞在型レジャー、世界文化遺産の中でのウォーキング、伝統文化を取り入れた踊り・ダンスの体験、等

(国内事例)

「スポーツ文化ツーリズムアワード2016」

<http://www.mlit.go.jp/common/001194708.pdf>

(海外事例)

○スペイン：文化的な祭りを観光資源として活用した「トマト祭り」

○台湾：スポーツをしながら地域文化を体験し観光する環島台湾(台湾一周サイクリング)

○フランス：地元資源を活用した「メドックマラソン」

② 国内外の観光客の増加、長期滞在を促す仕組みや地域への経済効果波及につながる工夫があること。

③ 地域の活力の着実な増加につながるものであること。

スポーツ文化ツーリズムアワード2016【10選】 <第一次入選結果>

- 01 スポーツ流鏝馬大会 申請団体：青森県十和田市
- 02 東北風土マラソン&フェスティバル申請団体：東北風土マラソン&フェスティバル実行委員会
- 03 J2 水戸ホーリーホックベトナムからの観戦・応援ツアー、ベトナムメディアによる日本の観光地・文化の発信 申請団体：茨城交通株式会社
- 04 官民連携で台湾ランナーと新潟文化をつなぐ～スポーツを通じた交流のかけはし～ 申請団体：新潟市文化・スポーツコミッション
- 05 熊野古道伊勢路を歩く～伊勢から熊野へ 二大聖地を結ぶ巡礼の道 申請団体：三重県
- 06 世界遺産姫路城マラソン 申請団体：兵庫県姫路市
- 07 サイクリストの聖地「瀬戸内しまなみ海道」を核としたサイクルツーリズム 申請団体：瀬戸内しまなみ海道振興協議会
- 08 あわ阿波おどり 2016～World Awa Dance Open～ 申請団体：WADO 実行委員会
- 09 沖縄海人スピリッツ！！いとまん帆掛（ふーかき）サバ二乗船体験 申請団体：糸満市観光協会
- 10 日本の伝統文化とスポーツの融合 「和太鼓アクティビティ」！ 申請団体：太鼓センター /TAIKO-LAB 京都・青山

【スポーツ文化ツーリズムアワード2016 受賞団体】

- 大賞：サイクリストの聖地「瀬戸内しまなみ海道」を核としたサイクルツーリズム（瀬戸内しまなみ海道振興協議会）
- スポーツ庁長官賞：世界遺産姫路城マラソン（兵庫県姫路市）
- 文化庁長官賞：スポーツ流鏝馬大会（青森県十和田市）

【スポーツ文化ツーリズムアワード2017 受賞団体】

◆マイスター部門 奨励賞

- おごと温泉を拠点とした世界文化遺産・日本遺産を繋ぐ
「おごと温泉・びわ湖パノラマウォーク」（びわこパノラマウォーク実行委員会）
- 沖縄に残された最後のフロンティア 南の島の洞くつ体験（株式会社南部）

◆チャレンジ部門 入賞◆

- 大阪城トライアスロン 2017/NTTASTC トライアスロンアジアカップ
（大阪城トライアスロン 2017 大会組織委員会）
- 日本初！雪上ゴルフ体験ウインターゴルフ IN 北海道
（株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン）
- 小豆島一周サイクリング＆無人島 BBQ（香川県土庄町）

第4章 スポーツツーリズムの実践編

WORK 企画シートを作成しよう

【企画シート】 ※「スポーツ文化ツーリズムアワード」応募シートに準拠

1. 企画名

--

2. 地域の取組状況

1) 企画の概要と魅力について

--

2) スポーツ面でのアピールポイント

--

3) 文化面でのアピールポイント

--

おわりに

2010年に観光庁で「スポーツツーリズム推進」の旗が上がり、2012年に産官学連携の一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構【JSTA】が設立され、ナショナルプラットフォームとしての推進役を担っています。2013年9月の2020年東京オリンピック・パラリンピック招致成功、2015年スポーツ庁設置により、「スポーツツーリズム」がさらに注目を集めています。

同時にツーリズムの世界では訪日外国人数の急激な伸びが示すように、日本のデスティネーション価値が再認識されています。リピーターも増え、物見遊山的な観光旅行に飽き足らず、より体験的なプログラムを楽しむ傾向にあります。その重要な要素がスポーツと言えるでしょう。

スポーツとツーリズムをいかに融合させるかについての体制整備が急務となり、それらを主に担当する自治体等の組織は、従来の地域の単なるスポーツ振興からスポーツによる地域活性化をめざす変革が迫られています。

地域が保有するスポーツ・文化・観光資源を発掘し、それらをその他産業とどう掛け合わせていかにビジネス化するかを考える組織・人が重要です。ツーリズムの世界では「日本版DMO」の設立登録が盛んですが、「地域スポーツコミッション」と「日本版DMO」の在り方および連携の議論も必要と思います。

「日本版DMO」「地域スポーツコミッション」に情報の垂れ流しに終始してきた従来の観光振興、内向きのスポーツ振興から、結果を出すビジネスとしての推進方策・事業化が求められます。

このワークブックでは、地域においてスポーツツーリズムを推進する組織＝地域スポーツコミッションの組成について考えると共に、地域資源を活かしたスポーツ文化ツーリズムの企画を創りあげる実践をねらいとしています。ワークを通して、みなさんにあたりまえと考えられてきた地域資源・文化を見直し、新たな気づきをしていただけることを期待致します。

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構
事務局長 中山 哲郎



執筆者紹介(執筆順、執筆担当)

- ・遠藤 正(えんどう ただし)

北海道大学観光学研究センター 客員准教授

はじめに

第2章 スポーツツーリズムの事例編 実践地域紹介② 外国人観光客で賑わうニセコ地域

- ・秋山 友志(あきやま ともゆき)

横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科 特任講師

本書の目的・本書の使い方

第1章 スポーツツーリズムの基礎学習編

第1章 ふりかえり問題

- ・太田 正隆(おおた まさたか)

(株)JTB 総合研究所 MICE 戦略室 主席研究員

第2章 スポーツツーリズムの事例編 身近なスポーツツーリズム紹介

第1章 コラム

- ・千葉 里美(ちば さとみ)

札幌国際大学 観光学部観光ビジネス学科 准教授

第2章 スポーツツーリズムの事例編 実践地域紹介① 札幌市

第2章 考えてみよう

- ・松永 紘明(まつなが ひろあき)

トレイルランナーズ代表 プロランナー & 山間地域活性化プロデューサー

第2章 スポーツツーリズムの事例編

実践地域紹介③ 地域の魅力あふれる「楡型ウインドトレイル」

- ・李 娜(り な)

横浜商科大学 地域連携コーディネーター

第3章 スポーツツーリズムの現場調査編

- ・中山 哲郎(なかやま てつお)

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 事務局長

第4章 スポーツツーリズムの実践編

おわりに

【写真提供】

以下の方々に写真を提供していただきました。ご協力感謝申し上げます。
(敬称略)

- ・シクロワイアード編集部
- ・一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構 (JSTA)
- ・太田正隆 (本書 第 2 章担当)
- ・遠藤正 (本書 第 2 章担当)
- ・松永紘明 (本書 第 2 章担当)
- ・北海道宝島トラベル HP
- ・日本カーリング協会 HP 地域旅レポーター花岡 blog

平成 29 年度文部科学省委託
「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」(観光分野)
地域インバウンド対応のための観光ビジネスフロンティア人材育成事業

発行日 平成30年2月15日
発 行 横浜商科大学 〒230-8577 神奈川県横浜市鶴見区東寺尾4-11-1
TEL.045-571-3901 FAX.045-571-4125
<http://www.shodai.ac.jp>
編集人 横浜商科大学 (秋山 友志・李 娜)
印刷・製本 (有) くんぷる

平成29年度文部科学省委託
「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」(観光分野)
地域インバウンド対応のための観光ビジネスフロンティア人材養成事業

〈観光ビジネス実践ワークブック〉

～スポーツツーリズム編～

横浜商科大学

