

富士市におけるスポーツ観光についての一考察 ～アルティメットの全国大会招致を例に～ 第三報

瀧澤 寛路

A Study on Sport Tourism in Fuji-City As an Example of Bid National Convention of Ultimate The Third Report

Hiromitsu TAKIZAWA

要旨

一般に、観光とは人が日常生活を離れて、再び戻って来る予定で移動し、営利を目的としないで、風物等に親しむことと定義される。

欧米では、早くから、観光産業において、今回のテーマであるスポーツが、資源として認識されているものの、我国では、スポーツ観光として特徴を持った領域として注目を集めることはなく、従って、観光産業における商品としての地位を確立することもなかった。

この原因として、ツーリスト側の問題点としては、短期間の散財型周遊観光が主流であり、レジャーとしてのスポーツ経験の貧困さ、一方、目的地側からの問題点としてはスポーツインフラの不足と商品開発力の低迷、さらには、地域色の濃いスポーツコンテンツの不足が考えられている。

その一方で、全国各地で、市民参加型大都市マラソンの開催に象徴されるように、近年、我国では耐久性スポーツイベントの需要が高まる傾向にある。

そして、世界各地と比べても決して引けを取らない豊かな自然環境を有する我国は、観光資源としてアウトドアスポーツの可能性が極めて高いことも予想される。

我国では、スポーツ観光という言葉そのものに、未だ、明確な定義がなされていないという現状にあり、多くの先行研究では、世界観光協会（現在は、国連世界観光機関:World Tourism Organization:UNWTO）とLeiper(1979)のツーリズムの定義を基に「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」が用いられている。[()内は、筆者]

Abstract

It is defined as moving at will in general, a person leaves the day-to-day life, come back again and sightseeing, but not for profit, and become familiar with the scenery.

In the West, early on, in the tourism industry, sports is the theme of this time, has been recognized as a resource, but in our country, not to be considered attention as a region with a characteristic as a sports tourism, therefore, as a product in the tourism industry were not permitted to establish a position. This is probably because, as a problem of the tourist side, splurge type of short-term tour tourism is mainly, poverty of the sport as a leisure experience, on the other hand, as problems from the destination side, commodity and lack of sports infrastructure and stagnation of development capabilities, lack of sports content dark color area has been considered. On the other hand, throughout the country, as symbolized by the holding of public participation big city marathon, in recent years, there is a tendency that the demand for durability sporting events growing in our country. In addition, our country has a rich natural environment is by no means inferior in any way, even in comparison with the world, it is very likely of outdoor sports as tourism resources are also expected. In Japan, the word itself being a sport tourism, still, a clear definition is not made. Is located in the current situation to say, in many previous studies, based on the definition of tourism Leiper and the World Tourism Association, and to travel for the primary purpose participation and watching games, support for sports events and "sports, at least, that the purpose for more than 24 hours that" to stay in the land has been used.

目次

はじめに

1. 観光（ツーリズム）とは
2. 我国におけるスポーツ観光の課題
3. 我国におけるスポーツ観光の特徴と可能性
4. スポーツ観光の定義について

おわりに

注 文献

はじめに

静岡県富士市では、2000（平成12）年3月に富士川緑地公園を会場とし、フライングディスクを使った団体競技、アルティメット¹⁾の全国大会（第2回アルティメットドリームカップ・イン・フジ）を開催したのを契機に、2014（平成26）年の現在までに、継続的にアルティメットの全国大会の誘致に成功しており、各種大会の運営には、直接その誘致に携わった市ホテル旅館業組合のみならず、大会会場を提供・管理する富士市、ならびに、教育委員会を含めた行政サイドの協力、さらには、ホストチームとしてだけでなく、大会運営スタッフとしても活動する常葉大学富士キャンパス・フライングディスク部の存在等が不可欠であり、これまでの実績は、まさに、産官学が連携するスポーツイベントの成功例として、県内外から注目もされている。

とりわけ、アルティメットの全国大会開催における富士市への経済効果は非常に大きいと思われる。2002（平成14年）3月13日の静岡新聞（夕刊）²⁾によれば、アルティメット大会『誘致前の98年に富士市ホテル旅館業組合が個々の顧客を除き、大会やイベントの開催で受け入れた宿泊客は2,300人。ことしはドリームカップのほか、大学選手権（8月）と同新人戦（11月）の開催が決まり、アルティメット関連だけで延べ7,400人が見込まれる。渡辺恭宏組合長（当時）は「大会が富士市周辺に与える経済効果は大きい」と顔をほころばせる。』と評価されている。〔（ ）内は筆者〕

さらに、2003（平成15）年5月28日の讀賣新聞静岡版³⁾では、富士市は『関東、関西からの交通の便の良さ、富士川河口の広大な天然芝のグラウンドを武器に全国大会の誘致を進め、2002年には3つの全国大会が開催された。また、街のブランド化の一步として、市教育委員会では、生涯スポーツとして、アルティメットやディスクゴルフを使ったスポーツの市民講習会を3年前から始めた。現在、小中学校5校で授業やクラブ活動にフライングディスクが取り入れられている。さらに、富士常葉大学も2004年に、フライングディスク部を創設、翌年

には同大が事務局となって県フライングディスク協会を設立し、普及活動に取り組んでおり、日本フライングディスク協会の吉田昭彦理事長も、産官学をあげた富士市の取り組みを高く評価している』と紹介され、フライングディスク競技の関係者の間では、「ディスクの街 富士」、「アルティメットの聖地 富士」は確実に浸透したと思われる。

以上のように、富士市では、将来的には、世界大会をも招致することも視野に入れ、毎年、多くの関係者が協力し、大会の誘致・運営に努力を積み重ねてきた。

しかしながら、『2011年7月6日に、2012年世界アルティメット&ガッツ選手権大会が、2012年7月7日（土）から14日（土）までの8日間、大阪府堺市のJ-GREEN堺で開催されることが決定した。世界アルティメット&ガッツ選手権大会は、国別代表チームの世界一を決めるため、4年に一度開催される大会で、今回は13回目の開催。我国で開催されるのは、1992年、宇都宮市で開催されて以来20年振り。25カ国、60チーム、1200名の参加が見込まれている。』⁴⁾〔（ ）内は筆者〕

数年前から、国別対抗の世界大会を我国に招致することになるであろうという話は、日本フライングディスク協会関係者から伺ってはいた。当然、国内においてアルティメットの全国大会の誘致・運営を10年以上続けてきた実績のある富士市は、その有力な開催地であることは疑う余地はなかったと思われる。一方で、大阪府堺市が世界大会招致に大変積極的であるという話も耳にってもきた。

しかしながら、現実問題として、この富士市に世界大会を手繰り寄せることが出来なかったことは事実であり、客観的に反省をする必要があろう。

本稿は、富士市におけるアルティメット大会の更なる継続的な誘致をするために現状の課題を明らかにし、将来的には国際大会の招致を視野に入れた方策を構築することである。

既に、本稿第一報⁵⁾では、筆者が直接その設立・運営に携わった富士市におけるブランド化の一助、具体的に

は静岡県、ならびに、富士市フライングディスク協会の設立を取り上げ、アルティメットのみならず、フライングディスク競技の魅力を内外に発信するための普及活動や地域貢献の現状を整理するとともに大会誘致に関わる課題について言及した。

そして、本稿第二報⁶⁾では、まず、全国的にも珍しい“フライングディスク”をメインスポーツとする富士市で初の総合型地域スポーツクラブの創設ならびに運営について言及した。

さらに、我国におけるスポーツイベント招致による地域活性化への取り組みと、また、外国人観光客の訪日動機の変化がきっかけとされているスポーツ観光の現状について整理し、スポーツを活用した観光都市を創造する富士市の方向性を模索した。

そして、本稿では、スポーツ観光を定義すると共に、我国におけるスポーツ観光の課題を整理し、さらには、その現状と将来性について言及する。具体的には、近年、全国各地で成功を収めている耐久性スポーツイベントへ関心の高まりと観光資源としてアウトドアスポーツの可能性について模索した。

1. 観光（ツーリズム）とは

原田ら⁷⁾が示唆するように、『ツーリズム、すなわち、観光は、旅とは異なる行為である。「旅」の英語である「トラベル (travel)」は、ある地点から別の地点まで、長い距離を移動することを意味し、後期ラテン語の tripalium (三本の尖った杭＝拷問の道具) を起源とする言葉である。それが、古フランス語を経て中英語の "travail" (トラベイル) となるのだが、この言葉は、不快な経験、過酷な労働、困難、苦難といった意味を持ち、「旅」という言葉の本質を言い表している。～略～ 日本でも、旅という行為には「さすらい旅」や「ひとり旅、あるいは、「自分探しの旅」や「死出の旅」のように、いつ帰るかわからない徘徊的な情景や、途中での困難や危険が伴う。それゆえ旅には、ロマンが感じられるが、同時に寂寥感や徒労感といった暗いイメージもつきまとう。それに比べて観光は、出発地から観光地（アトラクション）を訪れ、必ず出発地に戻る周遊的・回帰的な活動である。さすらいの旅が、いつ帰るかわからない一方通行の旅だとすれば、観光は往復の旅である。観光は、多くの場合、行ったことはないが、テレビやインターネットから得た観光地の情報を、実際に体験し確認するための予定調和の旅に他ならない。また、観光であるゆえに、旅行者の安全は保証されている。旅は商品化できないが、観光は、目に見えるサービスベネフィット（豪華〇〇ホテル宿泊、往復ビジネスクラス、全行程昼食付など）を

束ねて商品化することができる。一般にツーリズムは、「人が日常生活を離れて、再び戻って来る予定で移動し、営利を目的としないで、風物等に親しむことである」と定義されるように、「レジャー活動である」「定住しない」「営利を目的としない」「出発地に戻る」といったいくつかの原則によって特徴づけられ、放浪や出稼ぎ、あるいは行商といった無目的な行為や商業的な行為とは区別される。～略～ 「予定調和」とひとめぐりして元に戻る「回帰」という性質を持つツーリズムの基本構造は、図1.⁸⁾に示すようにシンプルである。』

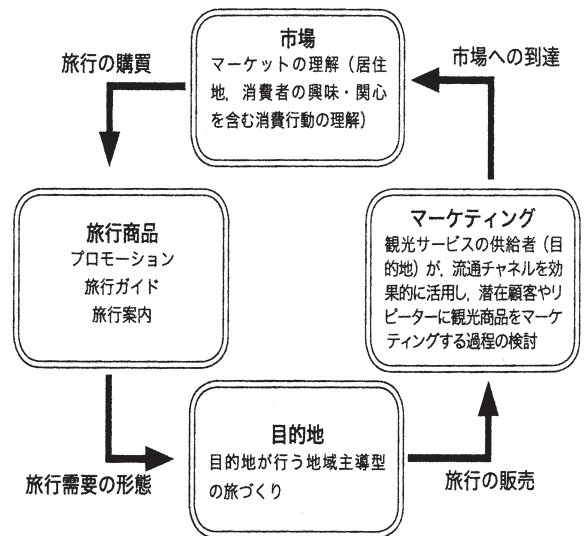


図1. ツーリズムシステム

出所：原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』 p.14 大修館書店（2009）

具体的には、原田ら⁹⁾が示唆する様に、『ツーリズムは、出発から帰宅までの長い時間を消費するサービスであり、旅行経験における一連のサービス評価の蓄積が、最終的な満足となって認知されることになる。図2.¹⁰⁾に示すように、個人のツーリズム参加への動機は多様(1～N)であり、それぞれがある特定の目標(1～N)に導かれる。旅行者が抱く期待は、移動→宿泊→観光→移動→回想といった時系列経験の中で、現実と絶えず比較され調整される。さらに旅行終了後の回想の段階では、事前の期待と達成された目標が比較され、その結果が旅行から得られた満足として認知されることになる。事前の期待は、旅行のそれぞれの段階で、現実と比較され、評価される。移動の際のアクセスや座席の快適性、混雑ぐあい、宿泊施設や従業員のクオリティ、食事内容、観光地での経験や土産物の品ぞろえなど、旅行のあらゆる局面が期待と現実の比較対象となり、目標の達成度が計られる。そして、帰宅後の回想において、旅行の総合評価として

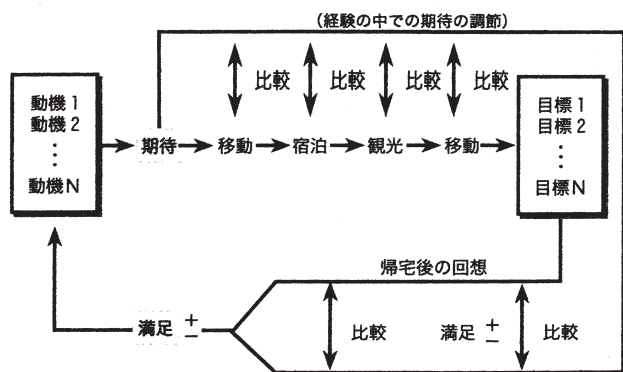


図2. ツーリストの行動モデル

出所：原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』
p.16 大修館書店（2009）

の満足度が明確になり、次回の旅行への動機や、リピーターとしての再訪意図に還元されることになる。』

2. 我国におけるスポーツ観光の課題

原田ら¹¹⁾は、『これまでの日本人の観光行動において、スポーツ観光（スポーツツーリズム）として特徴を持った領域として注目を集めることはなく、したがって観光産業における商品として地位を確立することもなかった。日本観光協会が実施している「観光の実施と志向」調査では、宿泊観光旅行に関する12の行動目的の中に、「スポーツ・レクリエーション」や「自然・名所・スポーツ見学・行楽」といった「する」スポーツや「見る」スポーツに関係した項目があるにも拘らず、である。』と述べている。

さらに、『観光学の中で、スポーツツーリズムが確固たる位置を占めることがなかった理由として図3.¹²⁾に示したように、ツーリスト側の問題と目的地側の問題の両側面がある。』¹³⁾とも考察している。

具体的には、ツーリスト側の問題としては、先ず『ヨーロッパ諸国に見られる長期間のバカンスに比べて、日本人の観光行動は旅行期間が短いという特徴がある。たと

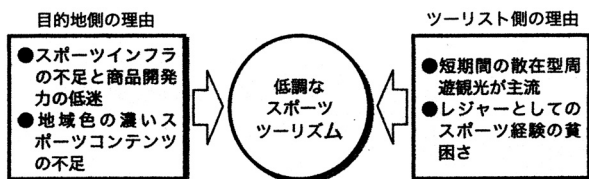


図3. 日本におけるスポーツツーリズムが低調な理由

出所：原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』
p.20 大修館書店（2009）

えば温泉旅行に象徴されるように、日本人には、高いお金を払って、豪華な料理と贅沢な雰囲気を楽しむという短期散財型の旅行習慣があり、一カ所に長期滞在して、そこでスポーツや他のレジャーを楽しむという滞在型のパッケージとは無縁である。これは海外旅行も同じで、長くても10日程度の日程で、いくつもの都市を駆け足で周遊するツアーが一般的である。』¹⁴⁾と述べている。

さらに、『日本人のスポーツ経験は、学校体育で学ぶ種目がベースとなっている。そのこと自体悪いことではないが、学校の運動部の練習に象徴されるように、年間を通してひとつの競技に集中しており、余暇として幅広くスポーツ技術を習得し、それらを生涯スポーツとして楽しむ機会は乏しい。それゆえ成人期以降、新しいスポーツを楽しむには、初心者から始めなければならないというハードルが設けられ、新しい余暇技術を学ぶ機会はさらに減少する。それゆえ、多様なスポーツへの参加をベースとする、長期滞在型のツーリズムへの参加動機が高まらない。』¹⁵⁾とも述べている。

一方、目的地側の問題としては、『スポーツツーリストを呼び込むには、施設、指導者、プログラム、そしてサービスなど、魅力あるスポーツインフラが整備されていなければならない。幸い日本には、豊富な自然資源があるが、それらが、初心者から上級者まで、それぞれのニーズに応える魅力あるスポーツツーリズム商品として開発され、市場に提供されることはなかった。もちろんスキー、登山、ゴルフのように、多くの日本人を魅了してきた伝統的な素材はあるが、今では魅力があせてしまい、若い世代の消費を喚起するには至っていない。国土の3分の2が山や森に覆われている日本は、実は、アウトドアの宝庫である。しかし、80年代のリゾート開発ブームに象徴されるように、ゴルフ場とホテルがセットになった画一的な計画が全国に横行し、自然資源を活用した魅力的なアウトドアスポーツ商品は未開発のままであった。シーカヤックやリバーラフティングのような体験型ツーリズム商品も、国内で開発されたものではなく、海外から輸入されたものである。北海道ニセコ地区に定着したリバーラフティングやスノーシューを使ったネイチャーツアーも、オーストラリア人によってもたらされたもので、日本人によって開発されたものではない。』¹⁶⁾と述べている。

また、『地域色の強いJリーグが誕生して、ようやくアウェーゲームへのファン移動が認知されるようになったが、それまでは、企業色の強いプロ野球があるだけで、アウェーの試合を観戦する、組織的なファン移動に注目が集まるわけではなかった。また国内プロスポーツのコンテンツ価値も、海外のファンを惹きつけるだけの魅力

は持っていなかった。加えて公共施設であるスタジアムや球場も、試合以外の時にファンが常時訪れるミュージアムやショップを併設しておらず、スポーツツーリストにとって魅力的なデスティネーション（旅行目的地）にはなっていない。すなわち、見るスポーツを観光資源にする発想はなかったのである。ポストンレッドソックスやニューヨークヤンキースのように、地域に密着した有名チームを育て、都市の観光資源として活用することは、ポストモダンな都市経営手法である。』¹⁷⁾とも述べている。

さらに、原田¹⁸⁾は、『日本の観光学のテキストには、文化や芸術に関する観光の記載はあっても、スポーツやレクリエーションに関する観光について述べたものはない。スポーツツーリズムに対する関心が高まっている欧米に比べると、日本における認知度はいまひとつであるが、2005年12月から2008年12月までの3年間で、グーグルの「スポーツツーリズム」の日本語検索数が、わずか211件から35万7000件に増えるなど、言葉自体は急速に普及しつつある。』と結論づけた。

3. 我国におけるスポーツ観光の特徴と可能性

原田¹⁹⁾が示唆する様に、『東京マラソンの成功は、自治体のマラソン大会誘致ブームを巻き起こし、奈良マラソン、大阪マラソン、神戸マラソン、京都マラソンなど、市民参加型の大都市マラソン大会が次々に開催されるきっかけをつくったが、同時に ～略～ 他の耐久系のアウトドアスポーツの大会にも好影響を与えた。その背景にはアウトドアスポーツが、マニアックな愛好者だけの活動ではなく、①手軽に楽しく、そして「おしゃれに」楽しむことができる、日常生活の延長線上の活動になったこと、②個人の健康やライフスタイルを具現化する「自己表現装置」になったふたつの要因がある。アウトドアスポーツが性別や年齢に関係なく、身近な活動になった理由のひとつとして、スポーツ用品の進化がある。アウトドアスポーツ用品といえば、かつては「ヘビーデューティー」(heavy duty)が主流であった。これは、耐久性があることを意味し、激しい労働や過酷な自然条件に耐えられる実用性のある衣料品のことを意味した。まさに登山家や冒険家のウェア（衣類）やギア（装備）というイメージがある。しかし、今のアウトドアスポーツ用品は、軽量化と高機能化による携帯性と、新素材の使用やプリント技術の向上によるファッション性が著しく向上し、これによって、シニア層に加え、「山ガール」という若い女性登山愛好者や、「美ジョガー」と呼ばれる若い女性ランナーを購買層に取り込むことができた。さらに、1台数十万円もするロードレーサーの売れ行きが好調で、特に中高年層のサイクリストの増加が目立つ。

矢野経済研究所（2009）によれば、04年から09年にかけて、サイクルスポーツ用品の国内出荷指数は154%の成長を見せたが、特にロードバイクの国内出荷額が2008年比133.3%（64億円）を示し、30～50代の男性が購買層の中心を占めるようになった。ただしアウトドアスポーツといってもジャンルは広く、すべての種目が成長している訳ではない。同じ矢野経済研究所（2009）のデータによれば、スポーツ用品の国内出荷傾向によって、勝ち組のスポーツと負け組のスポーツがはっきりと分かれている。負け組は、マリンスポーツ、釣り、スノーボード、スキーで、勝ち組が、アスレチックウェア、フィットネス、サイクルスポーツ、スポーツシューズなどである。これらは、イベントへの参加者数に裏付けられている。勝ち組のイベントとしては、応募者数が増えている大都市マラソンをはじめ、トライアスロンやヒルクライムレース、そしてトレイルランといった耐久性スポーツのイベントを挙げることができる。例えば09年に開かれた「Mt.富士ヒルクライム」には5,481名、「全日本マウンテンサイクリング in 乗鞍」には3,500名、そして「パナソニックヒルクライム in 伊吹山ドライブウェイ」には2,000名の参加者があるなど、「耐久性スポーツ」人気の高さが示されている。耐久性スポーツを意味する「エンデュアランススポーツ」は、一般に長い距離を移動し、長い時間をかけて行われる競技であり、クロスカントリー、デュアスロン、マラソン、トライアスロン、ウルトラマラソンのように有酸素運動を伴うスポーツである。ただし、「エンデュアランス」(endurance)という言葉には、「耐える」「きつい」「長い」「苦しい」といったネガティブなニュアンスがともなうが競技振興を考えた場合、むしろ「克服」「成長」「訪問」「交流」「観光」といったポジティブな面を強調すべきであろう。』

また、原田²⁰⁾は、我国における観光資源としてのアウトドアスポーツの可能性について以下のようにも述べている。『海外からも、国内からもスポーツツーリストを誘客できる可能性が高いのが、コーラルリーフからパウダースノーまで、豊かな自然資源を持つ日本のアウトドアスポーツ環境である。たとえば最北端である北海道宗谷岬（北緯45度52分）から最南端の波照間島（北緯24度02分）は、アメリカで言えば、西海岸のシアトル（47度30分）からアメリカ最南端のフロリダ州キーウェスト（24度33分）と同じ長さで、他のアジア諸国にはない、冬のスポーツと亜熱帯のスポーツが同時に楽しめる稀有なスポーツ環境を有している。さらに日本の国土の68.3%は森林に覆われており、山岳スポーツからニューエンデュアランススポーツ^{註1)}まで、多様なアウトドアスポーツを楽しむことができる。ちなみに、「森林率」と

は、国土がどれだけ森林に覆われているのかを示す指標であるが、日本は68.3%であり、スウェーデンの66.9%より高く、フィンランドの73.9%に続いて世界で2番目である。この数字だけを見ると、日本の自然環境は、スカンジナビア諸国に近いと考えられるが、昨今の「ノルディックウォーク」(ポールを持って歩く北欧生まれのエクササイズ)の普及ぶりを見ていると、今後、ポールを使ったノルディックスキーイング、ノルディックブレディング、ノルディックスノーシューイング等の「ノルディックスポーツ」がさらに普及する可能性も否定できない。』

さらに、原田²¹⁾は、『日本の自然は、ヨーロッパに比べると、急峻な山岳地帯や深い谷が続く、険しい地形が多いが、一方で、その険しさがアウトドアスポーツの利点にもなっている。例えば、急流を下るリバーラフティングやカヤッキングなどは、平地を流れる川では味わえないスリルと楽しさを与えてくれる。また、等高線をまたぎながら頂上を目指す登山もあれば、等高線上を移動する登り降りの少ないトレッキングも人気がある。海に目を転じれば、日本には北から南まで多くの島がある。陸地の面積に比べてどの程度海岸線の距離が長いかを示す概念に、「島嶼部(とうしょぶ)性」という言葉があるが、6,000以上の島がある日本は、7,000以上の島からなるフィリピンに次いで世界で2番目である。これだけでも、マリンスポーツの宝庫であり、豊かな観光資源を持っていることがわかる。しかし、観光産業領域と同様に、先端的な観光産業振興の取り組みからは取り残されており、それが、スポーツ用品産業の低迷とも連動しているのが現状である。』とも述べている。

4. スポーツ観光の定義について

観光庁が示したスポーツツーリズム推進基本計画によれば、『スポーツツーリズムは、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^{注2)}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。』²²⁾と謳われている。

しかしながら、原田ら²³⁾が指摘するように、『スポーツツーリズムは、日本ではまだなじみの薄い言葉であり、「ニューツーリズム」という分類の中で、ヘルスツーリズム、グリーンツーリズムやエコツーリズムなどと比較しても、独自の領域が形成されているとは言えない現状である。しかし、欧米ではスペシャル・インタレスト・ツーリズム(SIT)の一分野として成長してきており、それに伴い研究面でも数多くの大学において講座が開設され、関連学会やジャーナルも創設されている。』

また、工藤ら²⁴⁾は、『スポーツツーリズムと明記した上でその現象を扱った研究はそれほど多くは報告されておらず、萌芽期という表現が用いられることが多い。表1.²⁵⁾は、先行研究におけるスポーツ・ツーリズムの定義を一覧にしたものである。これらに共通することは、「スポーツあるいはスポーツイベントへの参加または観戦を主目的としていること」、「日常生活圏を離れ旅行すること」の2点である。すなわち旅行の目的という活動の側面で定義されているということになる。』と述べている。

表 1.先行研究に見られるスポーツ・ツーリズムの定義

<ul style="list-style-type: none"> • 野外の特に興味を引かれるような自然環境下で行われたり、人為的なスポーツや身体活動を伴うレクリエーション施設で為される、休暇のようなレジャー期間中の人々の行動パターンとして説明される (Ruskin, 1987) • 非商業的な目的で生活圏を離れスポーツに関わる活動に参加または観戦することを目的とした旅行 (Hall, 1992) • 観戦者または参加者としてスポーツに関する活動に関わって休日を過ごすこと (Weed & Bull, 1997) • 日常生活圏外で、旅行または滞在中に直接的あるいは間接的に競技的またはレクリエーション的なスポーツに参加する個人またはグループ(ただし旅行の主目的はスポーツ) (Gammon & Robinson, 1997) • 身体活動に参加するため、観戦するため、または身体活動と結びついたアトラクション^注でのために日常生活圏外に一時的に出るレジャーをベースにした旅行 (Gibson, 1998) • 気軽にあるいは組織的に非商業的やビジネス/商業目的に関わらず、スポーツに関する活動における全ての能動的・受動的参加の形態で、必然的に自宅や仕事に関わる地域を離れ旅行すること (Standevin & De Knop, 1998) • スポーツやスポーツイベントへの参加または観戦を目的として旅行し、目的地に最低でも24時間以上滞在すること(滞在する一時的訪問者) (野川, 1993; 1996; 野川・工藤, 1998) • 限定された期間で生活圏を離れスポーツをベースとした旅行をすること。そのスポーツとは、ユニークなルール、優れた技量をもとにした競技、遊び戯れるという特質で特徴付けられたものである (Hinch & Higham, 2001)

出所：工藤康宏・野川春夫：『スポーツ・ツーリズムにおける研究枠組みに関する研究～"スポーツ"の捉え方に注目して～』p. 185
 順天堂大学スポーツ健康科学研究 第6号 (2002)

さらに、工藤²⁶⁾は、『スポーツツーリズムの定義は、現在のところ世界共通の定まったものではなく研究や文献の中においてデータ収集の都合上、便宜的に用いられる限定的な作業定義を設けたり、領域を限定して説明されることが多い。』とも述べている。

同様に、杉谷²⁷⁾も『スポーツ・ツーリズムとは、一般的にスポーツとのかかわりを観光資源としてとらえ、国内観光の振興や訪日外国人の増加につなげるものとされているが、現在のところスポーツ・ツーリズムの共通した定義は定まっておらず、実証的な研究における事例を蓄積することで、徐々に定まってくるものと考えられている。』とも述べている。

原田ら²⁸⁾も、工藤同様、表1. を引用し、『このようにスポーツツーリズムは多様に定義されていることがわかる。本書では、スポーツ・ヘルスツーリズム^{注3)}を、予定調和性と回帰性というツーリズムの基本的な特徴を持つ時間消費型レジャーであり、健康的な人をより健康にするために、スポーツ・運動、食、自然体験、美容などを組み合わせた楽しい観光体験を実践する仕組みや考え方で定義し、その中には、治療、療養、回復、予防といった医療行為が含まれると考えた。』と考察している。

以上のように、我国におけるスポーツ観光については、明確な定義がなされていないというのが現状と云えよう。

そこで、多くの先行研究^{29) 30) 31) 32) 33) 34)}では、野川ら³⁵⁾が示唆するように、スポーツツーリズムの定義には、『世界観光協会 (World Travel Organization : WTO) (現在は、国連世界観光機関 : World Tourism Organization : UNWTO) と Leiper (1979) のツーリズムの定義を基に「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」』が用いられている。[()内は、筆者]

おわりに

本稿第四報では、先ず、富士山観光交流ビューローが2010年に開催されたアルティメットドリームカップの参加者を対象として実施した富士市における経済波及効果について明らかとする予定である。

さらに、静岡県内におけるスポーツ観光事業にも注目をしたい。大井川河川敷のマラソンコースを利用し、全国各地から陸上長距離チームの合宿を受け入れている島田市や、駿河湾沿岸でボードセーリング大会を招致している御前崎市等、既存のスポーツ環境を利用し、スポーツ観光に取り組んでいる県内市町の状況を調査し、富士市におけるスポーツ観光の方策を模索することも視野に入れたい。

注

1) 原田は、新しい視点を持つ耐久性スポーツの総称として、「ニューエンデュアランススポーツ」(NES : New Endurance Sports) を提案している。NES には、以下のような特徴がある。

- 手軽さ : NES の多くが、個人で参加できるスポーツであるため、チームスポーツのように仲間を必要とせず、手軽に始めることができる。日常のトレーニングや練習も、テニスやバスケットのように仲間や施設を必要とせず、個人で手軽に実施することができる。年齢に関係なく、思い立った日から始めることができる「障壁の低さ」がある。
- 動機の多様性 : 「する」「見る」「訪れる」「挑戦する」「克服する」といった様々な要素を備えたスポーツであり、参加者の動機も多様である。また年齢に関係なく長期間継続するため、始める動機と続ける動機が異なることもある。
- 流行 : NES は、自転車やスイムスーツ、そしてウェアやシューズなど、多様なスポーツ用品・用具が必要なギヤ・スポーツもしくは機材スポーツである。それゆえ、ファッション性が高く、最新のフレーム素材やパーツの知識も必要とされるなど、流行に敏感なスポーツである。
- 日常生活化 : 通常、食事、睡眠、トレーニングなど、日常生活全体が NES を志向したライフスタイルへと変化する。消費者行動では、志向したライフスタイルへと変化する。消費者行動では、志向性が極限化した状態を「ファナティック消費」と呼ぶが、程度の差こそあれ、NES 参加者のライフスタイルはストイックかつアクティブで、スポーツ競技の影響を大きく受けることになる。
- 環境志向 : NES のフィールドは野外であり、常に自然環境と対峙する。それゆえ、アスリートの自然環境に対する意識は強い。この傾向が、活動に対する専門化 (specialization) とともに高まる傾向にあることは、過去の研究からも明らかにされている。さらに、自転車などは人力のみで動くエコな乗り物であり、アスリートの環境に対する意識醸成に一役買っている。

2) MICE とは、企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition / Event) の頭文字のこと。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称。

国土交通省観光庁ホームページ

http://www.mlit.go.jp/kankocho/news05_000061.html

より引用

3) 原田らは、著書の題名を、スポーツツーリズムではなく、スポーツヘルスツーリズムとした理由について、以下のように述べている。『本書は、当初スポーツツーリズムに特化した内容で目次案を作成したが、スポーツと健康（ヘルス）の密接な関係、そしてヘルスツーリズムへの関心にお高まりという点を考慮して、タイトルを「スポーツ・ヘルスツーリズム」に変更した。』：原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』はじめに 大修館書店（2009）

また、原田らは、スポーツツーリズムとヘルスツーリズムの関係について、以下のようにも述べている。

『ホール（Hall）は、広義のスポーツツーリズムの領域を活動の動機（競技的か否か）から分類し、非競技的なものをヘルスツーリズム、競技的なものをスポーツツーリズム、中間的なものをアドベンチャーツーリズムに分類している。』：原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』 pp. 32～33

大修館書店（2009）

さらに、原田らは、スポーツツーリズムを「スポーツ参加型」「スポーツ観戦型」「都市アトラクション訪問型」の三つに分け、それぞれに応じた市場を説明している。：原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』 pp. 33 大修館書店（2009）

	活動性 ← 低い → 高い		
動機 ↑ 非競争的 ↓ 競争的	ヘルスツーリズム (例：スパツーリズム、ヘルスツーリズム)	ヘルスツーリズム (例：フィットネス、療養)	アドベンチャーツーリズム (例：ラフティング、スクーバダイビング、ハイキング)
	アドベンチャーツーリズム (例：ヨット)	ヘルス、スポーツ、アドベンチャーを含むツーリズム (例：サイクリング、シーカヤッキング)	アドベンチャーツーリズム (例：登山)
	スポーツツーリズム (例：スポーツ観戦)	スポーツツーリズム (例：ローンボール)	スポーツツーリズム (例：海洋レース)

図4.スポーツツーリズムとヘルスツーリズムの関係

出所：原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』 p. 32 大修館書店（2009）

表2.スポーツツーリズムの3つタイプと3つの市場

	参加型	観戦型	訪問型
インバウンド市場	・オーストラリアからのスキー客（北海道倶知安町） ・韓国からのゴルフツアー	・アジア野球大会への韓国・台湾からの応援団 ・2002 ワールドカップへの海外からの応援ツアー	・＜コンテンツ不足の未開拓分野＞
アウトバウンド市場	・ホノルルマラソンへの参加 ・マウイ島でのゴルフ ・海外での草の根スポーツ交流	・ヤンキースの松井選手やマリナーズのイチロー選手への応援ツアー	・ヨーロッパやアメリカへのスタジアム見学ツアー
国内市場	・各地のマラソン大会やトライアスロン大会への参加 ・スポーツ合宿	・Jリーグやプロ野球のアウェーゲームへの観戦ツアー	・スポーツ博物館やスタジアムの見学ツアー

出所：原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』 p. 33 大修館書店（2009）

文献

- 1) アルティメットについては、瀧澤寛路：『富士市におけるスポーツ観光についての一考察 ～アルティメットの全国大会招致を例に～』第二報 富士常葉大学研究紀要 第13号 pp. 196～197 (2013・3) を参照されたい。
- 2) 静岡新聞（夕刊）平成14年（2002年）3月13日
- 3) 讀賣新聞 静岡版 2003（平成15年）年5月28日
- 4) 日本フライングディスク協会ホームページ <http://www.jfda.or.jp> より引用
- 5) 瀧澤寛路：『富士市におけるスポーツ観光についての一考察 ～アルティメットの全国大会招致を例に～』富士常葉大学研究紀要 第12号 pp. 225～247 (2012・3)
- 6) 瀧澤寛路：『同上書』 pp. 183～211
- 7) 原田宗彦・木村和彦：『スポーツ・ヘルスツーリズム』 pp. 12～13 大修館書店（2009）
- 8) 『同上書』 p. 14 より引用 図1
- 9) 『同上書』 p. 15
- 10) 『同上書』 p. 16 より引用 図2
- 11) 『同上書』 p. 19
- 12) 『同上書』 p. 20 より引用 図3
- 13) 『同上書』 p. 19
- 14) 『同上書』 p. 20
- 15) 『同上書』 pp. 20～21
- 16) 『同上書』 pp. 21～22
- 17) 『同上書』 p. 22
- 18) 『同上書』 pp. 22～23
- 19) 原田宗彦：『スポーツイベントによる地域活性化～アウトドアスポーツとスポーツツーリズムの視点

- から～ pp.7～8 財団法人常陽地域センター発行
「JOYO ARC」2月号（2011）
- 20)『同上書』 p.9
- 21)『同上書』 pp.9～10
- 22) 国土交通省観光庁ホームページ
http://www.mlit.go.jp/kankocho/news05_000061.html
より引用
- 23) 原田宗彦・木村和彦：『前掲書』 pp.30～31
- 24) 工藤康宏・野川春夫：『スポーツ・ツーリズムにおける研究枠組みに関する研究～“スポーツ”の捉え方に注目して～』p.184 順天堂大学スポーツ健康科学研究 第6号（2002）
- 25)『同上書』 p.185 より引用
- 26) 工藤康宏：「スポーツツーリズム」『スポーツ産業論』第5版 p.283 杏林書院（2011）
- 27) 杉谷正次：『沖縄観光におけるスポーツ・ツーリズムの現状と課題』p.48 愛知東邦大学 東邦学誌第41巻第2号（2012）
- 28) 原田宗彦・木村和彦：『前掲書』pp.31～32
- 29) 野川春夫：『スポーツ・ツーリズムに関する研究～ホノルルマラソンの縦断的研究～』p.44 鹿屋体育大学学術研究紀要 第7号（1992）
- 30) 野川春夫・山口泰雄：『国内スポーツ・ツーリズムに関する研究～冬季スポーツイベントを事例として～』p.105 鹿屋体育大学学術研究紀要 第11号（1994）
- 31) 工藤康宏：『スポーツ・ツーリストの観光行動と経済効果についての研究』p.17 上智大学体育 第31号（1998）
- 32) 野川春夫・工藤康弘：『スポーツイベントと地域活性化についての研究～スポーツ・ツーリストの観光行動の視点から～』p.10 鹿屋体育大学学術研究紀要 第19号（1998）
- 33) 工藤康宏・野川春夫：『前掲書』p.184
- 34) 松永敬子：『日本におけるスポーツ・ツーリズムの現状と課題』p.128 龍谷大学経営学論集 第48巻第4号（2009）
- 35) 野川春夫・間宮聰夫・青山芳之：『グローバルスポーツイベントとスポーツ・ツーリズム～欧州サッカー選手権大会に注目して～』p.57 イベント学会 2001年度研究大会 発表論文集（2001）