

平成 21 年 6 月 12 日現在

研究種目：基盤研究 (C)

研究期間：2006～2008

課題番号：18500488

研究課題名 (和文) グローカル化社会におけるスポーツ・ツーリズムによる地域振興に関する調査研究

研究課題名 (英文) A Research Study on the Community Promotion by the Sport Tourism Policy in Glocalization Society

研究代表者

二宮 浩彰 (NINOMIYA HIROAKI)

同志社大学・スポーツ健康科学部・教授

研究者番号：50284782

研究成果の概要：本研究では、スポーツ・ツーリズム政策による地域振興について検討するため、グローバルという視点からわが国におけるスポーツ・ツーリズムの実状を明らかにした。全国都道府県の観光ウェブサイトが提供しているスポーツ・デスティネーション（旅行目的地）情報について調査し、地方自治体によるスポーツ・ツーリズム推進に向けたプロモーションの現状を把握した。また、日本におけるスポーツ・ツーリズムの動的モデルを構築し、アトラクション、リゾート、ツアー、イベント、アドベンチャーを主要領域とする諸事象を例示した。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2006年度	1,400,000	0	1,400,000
2007年度	1,000,000	300,000	1,300,000
2008年度	700,000	210,000	910,000
年度			
年度			
総計	3,100,000	510,000	3,610,000

研究分野：総合領域

科研費の分科・細目：健康・スポーツ科学 スポーツ科学

キーワード：スポーツ社会学

1. 研究開始当初の背景

世界的にみてツーリズムは成長産業として注目されており、代表的なグローバル産業の一つである。ツーリズムは裾野の広い産業であり、旅行消費がもたらす需要創出効果や雇用創出効果による経済効果が大きいことから、わが国においても 21 世紀のリーディ

ング産業として大きな期待と関心を集めている<観光立国、この一年の動き、国土交通省、観光白書, pp. 45-80, 2004>。今世紀は、地球レベルであらゆる活動を均質化しようとするグローバル化が顕著となっている。社会、政治、経済、文化のグローバル化という大きな流れに対して、一方ではローカルな固

有の地域資源を活用する重要性が認識されるようになった「グローバル化」という新しい動きがみられる。グローバル化社会の地域づくりは、グローバル化とローカル化の両立を目指し、ローカルな地域特性を尊重しながらグローバルな視野から行動する相互補完的な性格をもつ必要性が指摘されている<地域づくりとは何か、恩田守雄，グローバル時代の地域づくり，pp.1-22，2002>。ツーリズムの領域においても、ローカルな地域固有の観光資源を開発してその情報をグローバルに発信することが観光振興にとっての重要な課題となっている。

2. 研究の目的

(1) 調査研究では、スポーツ・ツーリズム政策による観光振興について検討するため、グローバルという視点からわが国におけるスポーツ・ツーリズムの現況を明らかにしていく。全国都道府県の観光ウェブサイトが提供しているスポーツ・デスティネーション情報の発信状況を調査し、地方自治体によるスポーツ・ツーリズム推進に向けたプロモーションの現状を明らかにすることを目的とした。

(2) 理論研究では、スポーツ・ツーリズムの理論モデルを用いて、日本におけるスポーツ・ツーリズムの現況を明らかにしていくことを目的とした。

3. 研究の方法

(1) データの収集は、各都道府県の観光情報発信ウェブサイト調べることにより、スポーツ・ツーリズムについての情報を整理するという方法をとった。一次調査（2006年8月13～15日）において、各都道府県のスポーツ・デスティネーションに該当する情報を入手した上で、分類されていたスポーツ活動種目別にデスティネーションの調査項目を設

定した。二次調査（2006年8月28日～9月1日）では、各都道府県のウェブサイト内の検索サイトからデスティネーション調査項目について検索し、それぞれの情報発信数の概算を把握した。

(2) データについては、次世代情報基盤として注目されている地理情報システム（GIS:Geographic Information System）を用いて情報を視覚的に把握することを試みる。GISとは、コンピューター上にデジタル化された地図データに、位置に関連する情報をもつ空間データや統計データを加工することによって集約した情報を表示するツールである。GISを分析に用いることで、さまざまな情報が整理されて視覚的にわかりやすく結果を表現することができる。

4. 研究成果

(1) スポーツ・デスティネーション情報

全国都道府県の観光ウェブサイトが提供しているスポーツ・デスティネーション情報の発信状況を調査し、地方自治体によるスポーツ・ツーリズム推進に向けたプロモーションの現状を明らかにした。

① スポーツ施設

スポーツ施設のデスティネーションは、人工的にスポーツの場として建設された施設である。陸上競技場、野球場、体育館といった公共スポーツ施設の他に、ボウリング場、ゴルフ練習場、バッティングセンターのような商業スポーツ施設のデスティネーション情報が発信されている。情報発信数が多かった上位5位は、順にテニスコート（2317件）、プール（1630件）、体育館（1285件）、野球場（1012件）、ゲートボール場（554件）であった。アイススケート場（93件）は、雪国の気温が低い地域に集中しているという特徴がみられた。

② スポーツ施設／自然資源

スポーツ施設／自然資源のデスティネーションは、自然資源を活用してスポーツの場として整備した場所である。ゴルフ場（1375件）の情報発信数をもっとも多く、続いてスキー場（800件）、グラウンド・パーク・マレットゴルフ場（530件）、サイクリングコース（452件）、乗馬場（262件）のデスティネーション情報が多く発信されていた。グラウンド・パーク・マレットゴルフ場については、パークゴルフ発祥の地である北海道（250件）が突出して多くデスティネーション情報が紹介されている。スキー場については、北海道（151件）、新潟県（133件）、長野県（111件）といった降雪量が多い地域ほどデスティネーション情報が多く発信されている。

③ 自然資源

自然資源のデスティネーション情報は、アウトドア・レクリエーションの拠点となる自然のフィールドである。情報発信数の上位5位は、順に自然公園・遊歩道（2920件）、登山・ハイキングコース（2863件）、釣り場（2453件）、（海）水浴場（1525件）、ボート場（712件）であった。カヌー・カヤックエリア（304件）のデスティネーション情報は、沖縄県（47件）、長野県（25件）、北海道（22件）、高知県（22件）、福島県（21件）の順で多くみられた。ダイビングエリア（253件）については、他の地域を大きく引き離して沖縄県（159件）のデスティネーション情報が多かった。

(2) デスティネーション情報発信

図は、スポーツ・デスティネーション情報発信の都道府県別偏差値を視覚的に把握するために、地理情報システムArcGISのArcMapを用いて加工した地図である。偏差値をとっても低いからとても高いまでの5段階で分類し、偏差値が高いほど濃色になるよう等級色に

よる描画を行った。

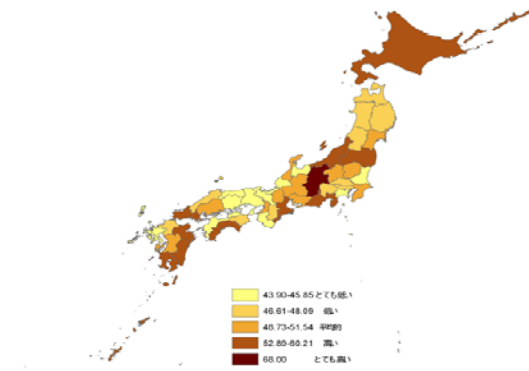


図 スポーツ・デスティネーション情報発信の都道府県別偏差値地図

全体的な傾向としては、北海道、中部地方、九州地方の観光資源が豊富で観光振興に力を入れている地域では、スポーツ・デスティネーション情報発信の偏差値が高くなっている。関東地方、関西地方の人口が集積しており、また観光資源が多くない地域では、スポーツ・デスティネーション情報発信の偏差値が低くなっている。

都道府県別の偏差値、および順位は次のとおりである。わが国における観光ウェブサイトによるスポーツ・デスティネーション情報発信量のベスト10のランキングは、全体の平均偏差値の高い順に、第1位：長野県（68.0）、第2位：新潟県（60.21）、第3位：大分県（57.26）、第4位：高知県（57.18）、第5位：北海道（57.13）、第6位：沖縄県（55.58）、第7位：宮崎県（54.69）、第8位：三重県（54.61）、第9位：福島県（54.58）、第10位：山口県（53.33）という結果になった。

(3) 観光情報発信の課題

観光情報発信の現状は、ほとんどの地方自治体や観光協会がデータベース化したデスティネーション情報を単に発信しているに過ぎず、情報の質については内容が乏しく十分であるとは言い難い。いくつかのウェブサイトにおいてスポーツ体験を紹介する内容

で情報の発信がなされていたが、スポーツ・ツーリズムの推進に向けたプロモーションとしては不十分である。観光ウェブサイトを見た人は、スポーツ・デスティネーションの存在を知り注目したとしても認知しただけに留まってしまう。スポーツ・デスティネーションに興味をもち関心を高め、その目的地に行ってスポーツに参加したい、という感情を抱かせるような魅力を伝えるための情報が欠如していると考えられる。最終的にスポーツ・ツーリズムを実際に行う行動に移行させるには、スポーツ・ツーリズムの楽しさが理解できるような工夫を凝らした情報発信が求められるであろう。

(3) スポーツ・ツーリズムの現状

スポーツ・ツーリズムの動的モデルを用いて、日本におけるスポーツ・ツーリズムの現状を明らかにした。

① アトラクション

スポーツ・ツーリズムのアトラクションは、スポーツに関係する資源を有する場所であり、それに引きつけられた旅行者がスポーツを実施したり見学したりするデスティネーションである。アトラクションとしては、最新技術のスポーツ施設、スポーツ遺産やスポーツ博物館、スポーツ・テーマパーク、自然探索をするハイキング・トレイル、スポーツ小売店といったデスティネーションが挙げられる。最新技術のスポーツ施設としては、2002 FIFA ワールドカップの開催に伴い、公式試合の会場として用意されたスタジアムがあり、スポーツイベントやプロスポーツの開催場所として活用されている。スポーツに関係するミュージアムとしては、オリンピックやワールドカップのようなメガ・スポーツイベントを開催した記念に開設された、秩父宮記念スポーツ博物館、札幌ウインタースポ

ーツミュージアム、長野オリンピック記念館といった施設がある。また、スポーツイベントやプロスポーツをテーマとした箱根駅伝ミュージアム、野球体育博物館があり、スポーツ用品メーカーの歴史を展示したスポーツロジエギャラリー、大リーグで活躍しているスポーツ選手の栄光を展示した記念館がある。

② リゾート

スポーツ・ツーリズムの受け皿となるリゾートは、良好な自然環境や生活環境が整った場所に滞在してスポーツ活動を行うことができる地域である。整備されたスポーツ空間においてゴルフ、テニスをはじめとしてスノースポーツやマリンスポーツを楽しむことができ、専門知識を有するインストラクターの指導やスポーツ体験のプログラムを受けることもできる。リゾートの拡大解釈としてスポーツ・キャンプがこの領域に含まれ、スポーツ施設や自然資源を保有する地域が受け入れ先となっており、なかでもスポーツ選手、コーチの指導を受けたり有名なスポーツの舞台でトレーニングをしたりする機会を提供するファンタジー・キャンプが成功を取めている。サッカー日本代表チームの本拠地であるJヴィレッジでは、代表チームと同じロッカールームを使い、代表チームがプレイする天然芝フィールドで専門のインストラクターから指導を受ける体験プログラムを提供している。

③ クルーズ

スポーツ・ツーリズムにおけるクルーズは、主として船舶を利用してスポーツにかかわる活動を行う船旅のことを指す。クルーズ客船には、ホテルの宿泊施設と同等の豪華さを備えられており、船上で可能なスポーツ設備が備え付けられている。クルーズ客船には、航行中に乗客がスポーツ活動を楽しめるよ

うに、プール、スポーツデッキ、テニスコート、フィットネスセンター、といったスポーツ設備が備え付けられている。また、屋久島のような自然を満喫するクルーズでは、オプションツアーとしてトレッキングやカヌー体験などが用意されている。海外におけるクルージングでは、ゴルフ、テニス、スノーケリング、水上スキーなどの機会を提供するための巡航船が手配されたり、船上スポーツ競技会が開催されたり、スポーツの著名人による特別講義やクリニックが実施されたりすることがある。残念ながら、わが国のクルージングでは、そういったプログラムの提供は見あたらない。

④ ツアー

スポーツ・ツーリズムのツアーには、スポーツ施設を利用したり、プロスポーツを観戦したり、スポーツ遺産を見学したりすることを目的とした旅行者が参加する。旅行会社は、旅行の基本的な要素となる交通、宿泊、食事を付加したパッケージを提供する一方で、それらに加えて観戦チケット、交流パーティー、関係者とのレセプションを組み込んだパッケージを用意している。旅行業者の多くがスポーツをテーマとしたツアーを商品化する動きにある。主要旅行業者のウェブサイトでは、マラソン、ロードレース、トレッキング、ハイキング、ウォーキング、ゴルフ、ダイビング、などの参加型ツアー、野球、サッカー、ラグビー、モータースポーツ、などの観戦型ツアーがスポーツ・ツーリズムの商品として掲載されている。また、ヘルスツーリズムに対する需要が高まるなか、健康をテーマとしたツアーが新たな旅行商品として開発されており、運動指導、食事療法、温泉療養、森林浴といったプログラムが提供されているツアーが人気を集めている。

⑤ イベント

スポーツ・ツーリズムの対象となるイベントは、その規模に応じてメガイベント、ホールマークイベント、国際イベント、国内イベント、地方イベント、地元イベントに分類することができる。オリンピックやワールドカップといったスポーツイベントには多くの観戦者が、またマラソンやウォーキングの大会には多くの参加者が開催地を訪問する。このことから、開催都市では、スポーツイベントによる地域への経済効果を見込んでいる。また、地域に根ざしたスポーツイベントでは、参加者以外にコーチ、審判、ボランティア、メディアが訪問することによる地域活性化が期待されている。近年、わが国で開催された世界規模のメガイベントとしては、1998年の長野オリンピック冬季競技大会と2002 FIFA ワールドカップを挙げることができる。注目度が高く単一種目で行われるホールマークイベントには2007年に始まった東京マラソンがある。国内規模のイベントでは、全国大会として行われる国民体育大会や全国スポーツ・レクリエーション祭があり、地域活性化に寄与している地方イベントとしては、ウォーキング大会、マラソン大会、サイクリング大会、などが開催されている。

(4) スポーツ・ツーリズムの動的モデル

これまでみてきたように、観光者行動の選択対象となるスポーツ・ツーリズムの主要領域について、供給サイドから分析することによって日本におけるスポーツ・ツーリズムの諸相について把握した。その結果、アトラクション、リゾート、ツアー、イベントの領域については、わが国においてスポーツ・ツーリズムに関連する諸事象が成立していることを確認することができた。

しかしながら、クルーズについては、わが国においてクルーズ旅行が注目されるよう

になってきているものの、スポーツ・ツーリズムに係るプログラムの提供にまでは至っていないのが現状である。

一方で、観光ウェブサイトが提供しているスポーツ・デスティネーション情報調査において、自然資源を活用してスポーツの場として整備されたスポーツ施設／自然資源やアウトドア・レクリエーションの拠点となる自然資源についての情報が多く発信されていることが明らかになっており、アドベンチャーの領域に対する需要が高まっていることが分かる。

以上のことから、日本におけるスポーツ・ツーリズムの動的モデルにおいては、スポーツ・ツーリズムの主要領域からクルーズを除外し、アドベンチャーを追加することが妥当であると考えられる。

図では、観光者行動の選択対象となるスポーツ・ツーリズムの諸事象を例示し、わが国の実情を鑑みながらツーリズム市場においてインフラストラクチャーやステークホルダーとの関係が築かれる構図を提示した。この日本版スポーツ・ツーリズムの動的モデルを用いることで、わが国におけるスポーツ・ツーリズムの全体像を鳥瞰することができ、その動態を説明することが可能になるであろう。

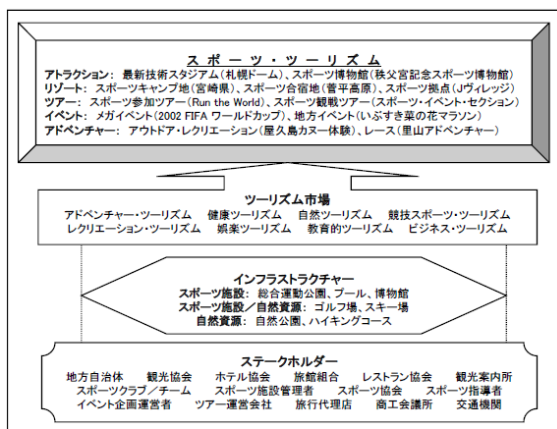


図 日本版スポーツ・ツーリズムの動的モデル

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 2件)

① 二宮浩彰, 日本におけるスポーツ・ツーリズムの諸相: スポーツ・ツーリズム動的モデルの構築, 同志社スポーツ健康科学, 創刊号, pp.9-18, 2009年, 査読無.

② 二宮浩彰, 登山における参加者選好のコンジョイント分析: スポーツ・ツーリズム参加モデルの適用, 生涯スポーツ学研究, 第4巻1号, pp.7-14, 2006年, 査読有.

〔学会発表〕(計 2件)

① 二宮浩彰, スポーツ・ツーリズムの現状とその動的モデル構築の検討, 日本体育学会第57回大会, 体育社会学専門分科会発表論文集pp.275-280, 2007.9.

② 二宮浩彰, 観光ウェブサイトによるスポーツ・デスティネーション情報の発信状況, 日本生涯スポーツ学会第8回大会, 抄録集p.36, 2006年10月.

〔図書〕(計 2件)

① 二宮浩彰, 「スポーツ・ツーリズム政策による観光振興: 観光情報の発信状況調査から」大分大学経済学部編『グローバル化する経済と社会』ミネルヴァ書房, pp.158-182, 2008年.

② 二宮浩彰, 「スポーツツーリズムにおける観光者行動」原田宗彦・木村和彦編著『スポーツツーリズム』大修館, 刊行予定.

〔産業財産権〕

○出願状況(計 0件)

○取得状況(計 0件)

〔その他〕

6. 研究組織

(1) 研究代表者

二宮 浩彰 (NINOMIYA HIROAKI)
 同志社大学・スポーツ健康科学部・教授
 研究者番号: 50284782

(2) 研究分担者

(3) 連携研究者