

スポーツツーリズムによる地域活性化を目指して

やました まさき
山下 真輝
株式会社 ジェイティービー
旅行事業本部
地域交流ビジネス推進室
観光立国推進担当マネージャー



観光立国・地域活性化戦略との連動

観光庁は国際試合など魅力あるスポーツイベントの開催で内外からの観光客を呼び寄せ、観光立国を実現していこうと、昨年5月、「スポーツツーリズム推進連絡会議」を設置した。今後、日本の成長戦略として位置づけられている観光立国の推進においてスポーツツーリズムの推進が初めて掲げられ、産官学連携により取り組むこととなった。

同上会議においては、訪日外国人旅行者数の増加を図る上でも、これまでの観光で顕在化していなかった魅力や奥深さをスポーツという新たなテーマで伝えることにより、日本の新しい観光ブランドの創出や訪日モチベーションの向上につなげることができるのではないかと考えられている。また、国際会議の開催に関しても、オリンピックやワールドカップなどの国際的なメガスポーツイベントに加え、地方自治体や日本オリンピック委員会（JOC）、各競技団体による国際スポーツ大会やスポーツ関連の国際会議の実施により開催件数の増加が期待される。さらに国内旅行においても、プロ野球やJリーグをはじめとした「みる」スポーツの観戦行動に新たな観光の魅力を加味することや、アクティブに地域の魅力を楽しむためのトレッキングやサイクリング、スポーツ大会参加など、「する」スポーツのコンテンツ開発によって新たな旅行行動の喚起と宿泊増加、消費の拡大、国内観光旅行宿泊数や国内観光旅行消費額の増加に寄与すると考えられる。

東北の観光・地域活性化に向けて

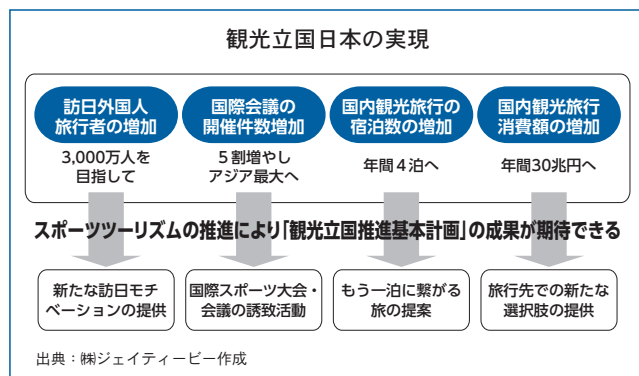
今後の東北の観光・地域活性化を考える上では、東北の持つ素晴らしい自然環境をどのように来訪者に体験してもらうかを提案しなければならない。名所旧跡を巡る物見遊山の団体旅行が減少傾向にある中で、東北の自然の中でさまざまなアウトドアスポーツを楽しむプログラムをたくさん準備して、ファミリーや高齢者の方にも楽しんでもらえる仕組みづくりが急務である。

十和田湖、奥入瀬溪流、八甲田の自然環境の中で、さまざまなアウトドアプログラムを実施している青森県十和田市の「ノース・ビレッジ」の活動は、大変参考になる。独自に開発したスノーランブラーという滑らないスキーを使ったスノーランブリングツアーでは、美しい冬の奥入瀬の自然を満喫できる。自然の本当の素晴らしさは、実際に自然を体感しなければ理解できず、そのためにはスポーツツーリズムの取り組みが不可欠なのである。

また、さまざまなスポーツ大会を開催することも大きな経済効果が期待できる。おきぎん経済研究所によると、選手やボランティア、マスコミを含む7,400人の参加者があった「平成21年石垣島トライアスロン大会」の経済波及効果は、参加者の消費額や大会運営費等を加えた直接効果が約3億6,000万円、他産業への売り上げ増に波及する間接効果が約6億1,900万円だという。これは石垣市の市内総生産の0.34%にあたり、51人の雇用創出効果に相当するものである。

このような経済波及効果に加えて、大会を支えるボランティアスタッフとして参加することで、地域住民と域外からの参加者との交流も生まれ、当該地域のファンになることにより、リピーターとなり、さらなる交流人口を創出することにもつながるのである。

少子高齢化、そして成熟社会というわが国のおかれている状況の中で、スポーツツーリズムの振興は、これからの東北における地域活性化を考える上ではひとつのキーワードになるのではないだろうか。



“街なかスタジアム”は地域の交流拠点

ほうじ せんた
傍士 銑太
一般財団法人日本経済研究所
専務理事
地域未来研究センター長



欧米の人たちが暮らしたいところに、プロスポーツのホームタウンがある。住民にとって、地元クラブの存在は、いつも希望と勇気の源泉だからだ。地元ファンは、愛するチームの行くところなら、たとえ世界の果てまでも一緒についていく。こうした人の動きは、スポーツツーリズムと呼ばれ、スポーツの新たな価値を引き出す。

スポーツツーリズムには、3つのスタイルがある。Jリーグがつくるアウェー・ツーリズム、プロ野球に代表されるシーズン前のキャンプ地との交流、市民マラソンのようなツアー競技への参加である。とりわけ、毎週末、全国各地でみられるアウェー・ツーリズムの規模は大きく、その大きさは自らの観客数に比例する。従って、ツーリズム全体のパイは、ホームの観客数が増えれば大きくなる。たとえば、ホーム平均観客数4万人の浦和レッズの場合、遠くは十分に約5,000人が、関東圏内には1万人規模が移動する。

年間を通して週末開催されるホームゲームに、相手チームや多くのファンを受け入れるホームタウンは、次の3要件を備えねばならない。①スポーツ環境（スタジアム、練習場）、②都市機能（交通インフラ、宿泊施設）、③おもてなしの心（Hospitality）。中でも、スタジアムのあり様は、これからの地域の総合政策の核となろう。いまや地方都市において、かつてのデパートの役割を演じる街のシンボルはなくなった。だが発想を変え、毎週末に万人単位の大集客装置となるスタジアムなら、その大役に値しよう。その特性に気づいた欧米では、20年前からサッカースタジアムや大リーグのボールパーク（野球場）の立地場所を郊外から街なかに回帰させている。

スタジアムが街なかであれば、人通りの寂しい中心市街地に再び活気を取り戻せる。約2時間の試合を離れば、千人単位のアウェーからの訪問者を観光客として取り込むことができる。公共交通と連携したコンビチケッ（乗車券込みの入場券）は、環境政策につながり、車を利

用しない多くの観客に、お酒を伴う飲食を提供する機会も増える。もとより、災害時には街の大きな防災拠点になる。ホームゲームは多くて年間30試合弱。スタジアムの空間を活用した社交ラウンジ機能や複合型ならば、365日市民生活と接点を保つことができる。欧米には、ショッピングセンター、レストラン、ホテル、オフィス、ホームセンター、介護付き高齢者用集合住宅、市民センターなど、多数の実例がある。

地元ファンが集うにぎわい、隣町とのダービーがつくる祭り、広域エリア（東北）との交流。世界一を目指して、ツーリズムの範囲は国境を越えひろがる。そう考えると、東北にモンテディオ山形とベガルタ仙台だけで十分だろうか。青森にも、秋田にも、岩手にも、福島にも、東北にもっと仲間を増やそう。J2の各4クラブが、「バトルオブ九州」、「プライドオブ中四国」と銘打って、ツーリズムの価値を高めている地域もある。

21世紀のスタジアムは、単なるスポーツ競技の場ではない。街なかスタジアムは、一人ひとりの小さな力を集めて大きな強い力にしてくれる、地域経済の原動力になる。



昨年11月に北九州市が発表した新スタジアムの完成予想図（北九州市提供）。新幹線小倉駅からわずか500mに位置するスタジアムは、新たな交流拠点としても期待が集まる。