

スポーツツーリズムの社会的効果をめぐる一考察 ——奈良マラソンを事例として——

奈良県立大学地域創造学部
准教授 岡井 崇之

はじめに

現在、スポーツを通じた地域づくりが盛んになってきている。スポーツ界、行政、研究者が連携し、さまざまな実践やそれらを通じた事例研究が蓄積されつつある。奈良県においても、近年、プロサッカーチーム・奈良クラブや、プロバスケットボールチーム・バンビシャス奈良などが発足し注目を浴びているが、本研究では、観戦を主な目的としたメジャースポーツではなく、スポーツ実践と観光が結びついた「スポーツツーリズム」という視点から、奈良におけるスポーツと地域のあり方を考察するのが目的である。

諸外国に比べ、日本におけるスポーツツーリズムは低調であるといわれてきたが、近年、2007 年に始まった東京マラソンに端を発し、各地で市民参加型のマラソンが行われていること、また、それらの参加者がさまざまな大会にエントリーしていることからわかるように、観光行動と結びついたスポーツがある種のブームとなっている。奈良県は、2013 年に「奈良県スポーツ推進計画」を策定し、市民のためのスポーツ環境の整備に特に力を入れている。本稿では、奈良におけるシティマラソンとして 2010 年から開催されている奈良マラソンの事例研究を通じて、スポーツツーリズムが社会に及ぼす効果やそれらが抱える課題を検討する。

1. スポーツツーリズムをめぐる社会的背景

スポーツを通じた観光が健康ブームと相まって近年の流行現象となっている。そのようなスポーツ文化、市民文化として実践が行われている一方で、スポーツツーリズムは政策として進められてきた側面も持ち合わせている。政策的な経緯を整理すると、2010 年 8 月には文部科学省が「スポーツ立国戦略」を策定し、そのなかで「国際競技大会の招致・開催支援、スポーツ・ツーリズムの促進」が盛り込まれている。2012 年 3 月には「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、訪日外国人数を 2020 年初めまでに 2500 万人とすることが目標とされている。さらに同月には、スポーツ基本法に基づく「スポーツ基本計画」（文部科学大臣策定）が置かれ、旅行先で気軽に親しめるスポーツツーリズムの推進や地域スポーツコミッションの設立推進など、スポーツツーリズムにかかる政府の取り組みの方向性が幅広く盛り込まれた。

一方、アカデミックな研究において、スポーツツーリズムにはどのような位置づけが行われているのだろうか。スポーツツーリズムは、グリーンツーリズム、エコツーリズムなどを総称した「ニューツーリズム」のなかに分類されるが、それらのなかでも、まだ独自の領域が形成されているとはいえない領域であるとされている。木村（2009）によると、研究者のアプローチや専門領域によって多様な定義がなされているが、それらを踏まえて広くとらえるとすれば、「ツーリズムと同じ特徴（回帰性、予定調和性）を持ち、スポーツを対象とした時間消費型レジャー」であるといえるのではないだろうか。

原田（2007）の整理によれば、スポーツツーリズムには参加型、観戦型、訪問型の3つのタイプと、インバウンド、アウトバウンド、国内市場の3つの市場が存在する（図表1）。タイプ別にみれば、これまで主流だった観戦型から参加型へのシフトが大きな傾向として挙げられる。また、訪問型では、日本ではスポーツ・コンテンツやスポーツ関連施設が連動したインバウンド市場型が未開拓の分野とされ、今後の発展が望まれている。市場別に見れば、これまでアウトバウンド市場が主流だったといえるが、政府による近年の観光政策と相まってインバウンド市場がとりわけ注目されている。

図表1 スポーツツーリズムの3つのタイプと3つ市場

	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：原田宗彦編著『スポーツ産業論』杏林書院，2007年，260頁

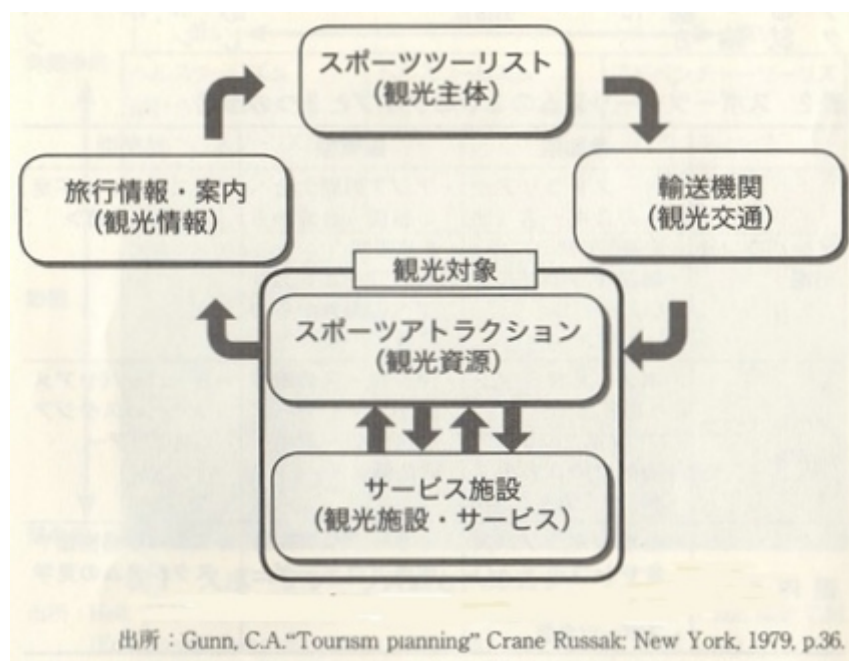
木村（2009）は、Gunn（1979）によるツーリズムの構成要素をもとにスポーツツーリズムの構成要素を図式化している（図表2）。そのうちスポーツツーリズムを特徴づけるのは、観光主体としてのスポーツツーリストと観光資源としてのスポーツアトラクションである。日本におけるスポーツツーリストに関する先行研究は、主にホノルルマラソンの参加者などアウトバウンド市場を対象として行われてきた経緯があり、それらの研究では、大会開催地における消費傾向は儉約型であることや、再来志向は強くないなどの特性があることが指摘されている（野川 1992）。

スポーツアトラクションとは、スポーツに参加したり観戦するといった目的でスポーツツーリストを誘引する場のことを指すが、この場とは、物理的な場に限らずスポーツプロ

グラムも含まれる。また、物理的な場においても、人工的なスポーツ施設に限らず山や川、海、湖沼といった自然の場も含まれる。

この図式からは、上述したような個々の要素の研究に留まらない、各要素間の影響や相互の関係を問うことが可能となるだろう。たとえば、スポーツアトラクションがどのように観光情報として表象されていくのか、また、そういったメディア表象がスポーツツーリストの観光行動やアイデンティティ、身体意識にどのような影響を与えるのかなどが重要なテーマとなってくるだろうし、さらにいえば、スポーツツーリスト自身がスポーツアトラクションの一部として表象され、新たな観光情報として再生産されていくプロセスが重要な研究対象となってくるだろう。

図表 2 スポーツツーリズムの構成要素



2. スポーツツーリズムの社会的効果

スポーツツーリズムによる社会的効果を論じる前に、社会学の視点から二つの前提を提示しておきたい。ツーリズム研究自体の傾向として、社会的効果の一部である経済的效果に重点が置かれており、そのほかの社会的効果への注目が薄いということが指摘できる。スポーツツーリズム研究にも同様の傾向があると考えられる。この点に関していえば、まず、経済効果自体にも負の側面があることも踏まえておかなければならない。メディアイベント研究の知見では、メディアイベントにおいてメディアが最も注目するのが経済効果であり、その結果、①経済効果が誇張され、イベント開催による財政負担が忘却される②文化的な価値よりも経済効果だけが先行する、ということが指摘されている（巫 2009）。

もう一つは、ここで論じられている「効果」の一面性である。20 世紀中盤に活躍した社会学者、ロバート・K・マートンは「機能」に、顕在的機能／潜在的機能、順機能／逆機能の 4 種類があることを指摘した（マートン 1949=1961）。スポーツツーリズム研究におい

では、社会的効果が経済的効果の測定に偏重していることは前述したとおりだが、多くの場合、「効果」そのものが、国家や行政といった目標の設置主体にとって顕在的かつ望ましい（順機能）ものとなっている現状がある。木田（2013）はスポーツツーリズムがもたらす社会的効果について先行研究を整理し、負の社会的効果も取り入れたスタンデヴェンらによる定義（図表 3）を紹介しているが、これも設置主体にとっての「効果」であるという限定性があることは否定できない。スポーツツーリズムを推進・運営する主体が設定し、定義した効果ではなく、スポーツツーリズムの構成要素やそれらが社会に及ぼす影響を調査することで、それまで可視化されてこなかった潜在的な順機能／逆機能を析出することが、この研究領域において社会学的なアプローチが持つ役割だといえるのではないだろうか。

図表 3 スポーツツーリズムの社会的効果

前向きな社会的効果	負の社会的効果
土地の有効利用	一時雇用需要の増加による地域の伝統的な社会構造と地域経済の破壊
自然資源を整備する機会の提供	地域固有のアイデンティティの喪失
受け入れもしくは開催地のアイデンティティおよび共同体意識の醸成	商業主義による伝統文化の破壊
開催地の伝統文化の保存と再活性化の促進	受け入れ側と観光客の間の関係の悪化
地域情報の発信	暴動／暴力事件の発生
スポーツをととして、国際社会の一員であるという認識を持つことにより内政改革を促進する機会の提供 ¹¹⁾	

出典：Standeven et al. (1999) より筆者が翻訳して作成。

3. 奈良県におけるスポーツ推進計画とスポーツツーリズム

次に、奈良県におけるスポーツ施策の概要とそこにおけるスポーツツーリズムの位置づけを概括する。奈良県は2013年3月に「奈良県スポーツ推進計画」を策定している。本計画は今後10年にわたる県の包括的なスポーツ政策であり、そのなかには「だれもがいつでも楽しめるスポーツ」「地域で楽しむスポーツ」「あこがれ・感動を生むスポーツ」「スポーツ環境の整備」の4つの体系が置かれている。これらのうち、「地域で楽しむスポーツ」の基本施策として、「参加型スポーツイベントの実施」「スポーツツーリズムの推進」「スポーツを支える新たな基盤整備」の3つが盛り込まれている。スポーツツーリズム推進計画の具体的な内容は次の通りである。

- ① スポーツイベント、プロスポーツ観戦を活用した新たな観光メニューの開発
- ② 南部地域、東部地域の特色を活かしたスポーツイベントの開発
- ③ ウォーキング、ランニング、サイクリングなどのコース情報の発信

ここで特徴的なものとして取り上げておきたいのは、②および③の項目である。奈良県は歴史的な文化財を多く有している。また南東部には豊かな自然と美しい景観が広がる。これらの特徴は、屋内のスポーツイベントや観戦型のメディアイベントでは体験できない、奈良に固有の経験が、ツーリストにとっての新たな誘因となる可能性を有している。奈良県では、従来からウォーキングやサイクリングに関するイベントは開催されてきたが、近年、②と③の項目を同時に満たした特色あるイベントとして、「山岳グランドフォンド in 吉野」「ヒルクライム大台ヶ原」「ツアー・オブ・奈良・まほろば」などの大会が開催されている。筆者は、その中の一つで、奈良県南東部振興課が中心となって設立された「nara 弘法大師の道 PROJECT」が主催する「Kobo Trail2014」のフィールド調査を行ったⁱが、この調査からは、かつて弘法大師が山岳修行に訪れた地であり、現在も山岳信仰の地である奥大和の伝統・文化と、トレイルランという現代のスポーツ文化が交差し、地域の活性化に留まらず、新たなスポーツ文化の創出につながる萌芽的な特徴がいくつか確認された。

4. 事例研究—スポーツツーリズムからみた奈良マラソン

4.1 奈良マラソンの概要

2013年度の奈良マラソンは12月8日、9日に開催された。出走者は1万5581人だが、ボランティアが約4500人、同時に開催されたイベント「EXPO」参加者が約10万人、沿道の観客が約1万5000人となっており、これらを合計しただけでも、奈良市の人口の三分の一以上に上る。

大会事務局が大会後に参加者を対象に行ったアンケートでは、非常に満足34.1%、満足45.0%、やや満足14.6%と約94%が肯定的な評価を行っている。その理由をみると、「運営スタッフの対応」「マラソンコースの景観」など数多くの項目で高い満足度がみられるが、なかでも「沿道の応援」に対する満足度が突出して高いものとなっている。高い満足度の背景要因としては、大きく分けて①世界遺産や文化財に囲まれたコースを走ることの魅力、②沿道の応援などへの評価、③関連イベントの充実などが挙げられる。①は参加者の満足度だけに留まらず、ボランティアや沿道の観客など奈良マラソンに関わる多くの人々にとって、「奈良マラソンらしさ」の根拠になっていると考えられる。②の理由には、とすれば観光地ゆえの「おもてなしの精神」のようなステレオタイプ化された説明がなされがちであるが、筆者による大会実行委員会事務局や奈良マラソンの創設にかかわった人へのインタビュー調査からは、この沿道の応援に対する地元住民のかかわり方が、長期にわたる理念の広報活動やボランティアの育成や活用が早い段階から重視されてきたことなどによって醸成されてきたものであることがわかっているⁱⁱ。

4.2 奈良マラソンの社会的効果をめぐる考察

奈良マラソンの社会的な効果はどのように考えられるだろうか。まず、ツーリズムとしての特徴を確認しておきたい。前出の参加者へのアンケート結果からは参加者の満足度が高いことがわかったが、次回大会への参加を希望する人の割合をみても、絶対参加したい42.9%、参加したい27.5%、できれば参加したい23.0%と、合計で90%を超えている。つまり、大会への満足度の高さは参加者の再来志向の高さへとつながっていると考えられる。

都道府県別のエントリー数をみても、奈良、京阪神以外にも東海地方、首都圏をはじめ、全国から広く参加者が集まっている。海外から 235 人の参加者（台湾 113 人、香港 44 人、中国 33 人など。招待選手含む）があり、今後のアウトバウンド市場としての展開も期待される。このような結果から考えれば、奈良マラソンはスポーツツーリズムとして定着しているだけでなく、特に開催地のアイデンティティおよび共同体意識の醸成に大きな効果をもたらしていると考えてよいだろう。ここからは、地域的な特性を戦略的に活用した奈良県の政策が正の機能を生み出しているといえる。

だが、実行委員会事務局へのインタビュー調査からは新たな課題も浮かび上がってくる。詳細は別稿に譲ることとするが、①マラソンから派生する関連イベントと地元商店との関係がまだ希薄であることや、②社会的マイノリティの参加といった市民マラソンの理念をどのように強化していくのかなどの課題があることがわかった。②に関しては、2011 年の第 2 回大会では東日本大震災の影響があり、参加料にチャリティの分を上乗せするという試みが行われたものの、その後は行われていない。また、障がい者の参加枠なども設けられていない。市民マラソン、あるいは世界のスポーツで大きな理念となっている、社会階層や障がいの有無を超えた交流機会の増大という意味では、課題を残しているといえるだろう。

5. 結論にかえて

本稿では、従来のスポーツツーリズム研究の領域における社会的効果の定義ではなく、社会学における「機能」の概念をもとに、その社会的効果を広くとらえるための視座を提示した。インタビュー調査を通じて、いくつかの知見は得られたが、このような方法論から社会におけるさまざまな効果を析出するためには、さらなる社会調査が必要である。とりわけ、可視化されない潜在的機能や、大会関係者への聞き取りからは浮かび上がってこない逆機能、負の側面については、質的調査などを通じて今後明らかにしていく必要がある。

スポーツツーリズム、あるいは地域におけるスポーツイベントの社会的効果が論じられる際、顕在的で直接的なものが注目される傾向がある。しかし、たとえば、公共空間の私有化、ショッピングモール化が進む現代の社会空間において、「非日常的な共同体験を共有する特有の時空間を構成する機能」（佐伯 2000）や、異質な他者が交流し新たな関係を取り結ぶような空間をつくることなど、その潜在的で長期的な効果が探求されなければならない。

謝辞

本研究にあたり、奈良マラソン大会実行委員事務局および奈良県南東部振興課には、資料の収集や聞き取り調査などご協力をいただきました。あらためて感謝致します。

【参考文献】

一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構 <http://sporttourism.or.jp/>（平成 27 年 3

月 17 日閲覧)

木田悟 (2013)「地域社会を活かす」木田悟・高橋義雄・藤口光紀編『スポーツで地域を拓く』東京大学出版会

木村和彦 (2009)「スポーツ・ヘルスツーリズムの概念と現状」原田宗彦・木村和彦編『スポーツ・ヘルスツーリズム』大修館書店

佐伯聰夫「スポーツイベントと地域形成」(2000) 佐伯聰夫編『スポーツイベントの展開と地域社会形成』不昧堂

奈良県くらし創造部スポーツ振興課編 (2013)『奈良県スポーツ推進計画』

野川春夫 (1992)「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」『鹿屋体育大学学術研究紀要第 7 号』

巫坤達 (2009)「メディア・イベント論の再構築」『応用社会学研究』第 51 号

マートン, R.K. (1949=1961)『社会理論と社会構造』森東吾ほか訳、みずず書房

i 2014 年 6 月 28 日、29 日に奈良県天川村で行った。当日の参加者は約 200 名であったが、有名参加者の応援に駆け付けるファンや声援を送る友人の姿も多く見られた。また地元の住民、観光客も多数沿道で応援を行っていた。

ii インタビューは 2015 年 2 月 10 日、3 月 9 日に行った。これらのインタビュー調査のから得られた詳細な知見は、本稿をもとにした論文としての発表を予定している。