

スポーツツーリズムを通したまちづくり

～Surfing × Health～

大阪経済大学 田島ゼミナール 1班

○高橋 正和 具嶋 健太 橘 知里 葛野 光

1、緒言

「日本再興戦略 2016」では、現在（2015 年度）500.5 兆円の GDP を 600 兆円にするといった目標を設定している。また、政府はあと約 100 兆円分の経済力を高めるために、今後成長が期待される 10 の分野を提示している。この 10 の分野には、(4)スポーツの成長産業化と(9)観光立国の実現があり、私たちが政策提案を行う「スポーツツーリズムを通したまちづくり」は、その 2 つともに対応する、成長戦略に貢献できる分野だと考えている。

■ スポーツが好き ■ スポーツが嫌い

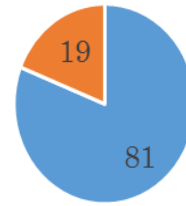


図1：スポーツが好きか、嫌いか

私たちが大学生に向け行った独自のアンケートでは、まずスポーツが好きか嫌いかを質問したところ、81%が「スポーツ好き」と回答し、24%の人がスポーツをテーマとした旅行の経験があり、テーマ別ランキングでは5位という結果が示されている。現在の多岐にわたるスポーツツーリズムの活動は、単に観光地を回るという旧来型のものではなく、自らが主体的に行動する「経験」をベースとした旅行にシフトしてきている。

以上の現状から、本研究グループでは、大学生（特に女子大生）を対象に、2020 年の東京オリンピックに新たに採用された「サーフィン」を用いて、和歌山県和歌山市磯ノ浦と加太を活性化する政策を提案する。

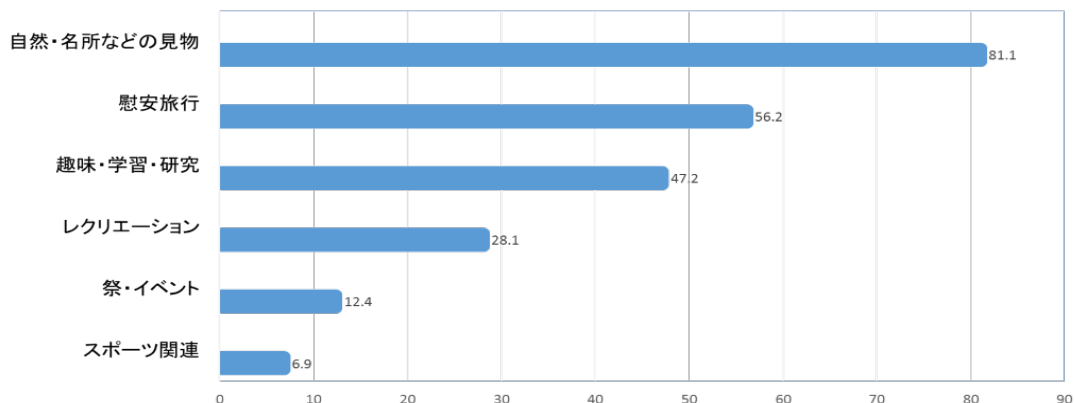


図 1：性・年代別 旅行テーマ別経験率 (%)

(出典：レジャー白書(2015)を修正して製作)

2、対象の現状分析

(1)女子大生

本政策提案では、スポーツツーリズム参加者の対象を関西在住の大学生、なかでも女子大生をメインターゲットとした。

その理由は、図1によると、20代女性の6.9%が「スポーツ活動を楽しむ」「スポーツ観戦を楽しむ」旅行の経験があり、全体ではスポーツをテーマとした旅行は6位であった。独自アンケートの結果や、図1から、まったく関心がないわけではないが、まだまだ市場として開拓できると考えたのが、女子大生をターゲットにした理由のひとつである。また、女子大生は平均で年に2回旅行をしており、「華やかさ」、「癒し」、「思わず友達に共有したくなるような体験」を求めていると指摘されている。

流行は若い女性から発信されることが多い。現在、流行しはじめているバブルランやパンケーキ等のグルメは、まず女子大生が「新しい可愛さ」、「楽しさ」、「おしゃれさ」に気づき、拡散し、次第に世代を超えた多くの人に広がっていった。

(2)和歌山県和歌山市磯ノ浦 & 加太

今回の提案は、主に私たちが住んでいる関西地区を想定している。大阪、兵庫、京都といった人口の多い都市から交通アクセスが良く、サーフィンのできる環境がある場として、和歌山県和歌山市磯ノ浦&加太を対象地として設定した。和歌山県は、楽天トラベルが行った2014、2015年の年間国内旅行都道府県別伸び率ランキングで全国2位（観光客数も和歌山県が実施している調査を始めて以降、最多となる約33,345千人を記録した）という結果を残すなど、観光資源も豊富で「サーフィン」+αの喜びや価値を提供できると考えた。

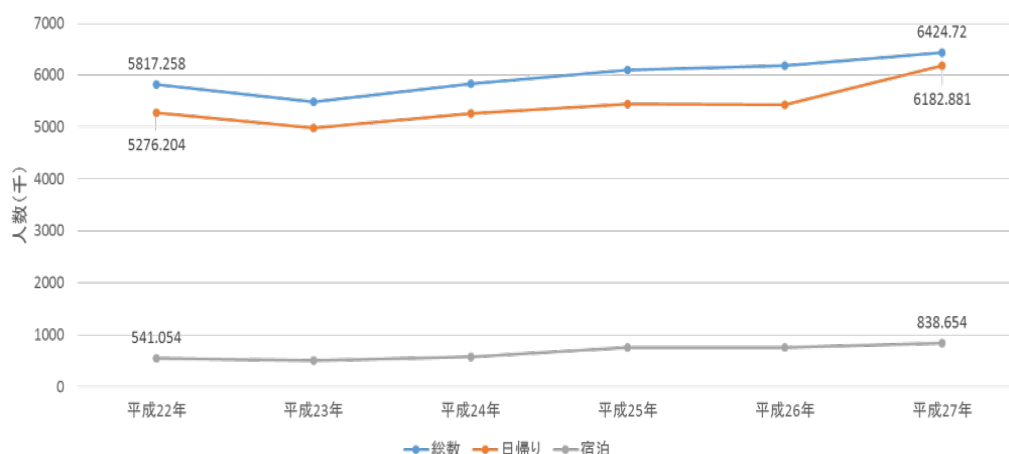


図2：和歌山市入込者推移

(出典：和歌山県観光振興課(2015) 和歌山県観光客動態調査結果)

(3) サーフィン

私たちが、今回注目したスポーツは2020年にオリンピックの正式種目となるサーフィンだ。今後、オリンピックが近づくにつれて、サーフィンのメディア露出度が増加し、人気が高まることが予想される。私たちは、競技者視点ではなく、普及という観点で「サーフィン」とツーリズムを結びつけていきたい。代表的な同じシーズンスポーツのスノーボードは普及している。和歌山の磯ノ浦が「サーフィン」の町として認知されるにはどうすればよいのか、スノーボードを参考に検討した。

表1：スノーボードとサーフィンの比較

	スノーボード	サーフィン
人口	630万人	200万人
使用用具	ウェア・ボード	ウェットスーツ・ボード
季節	11月～2月	6月～9月
オリンピック	1924～正式種目	2020～正式種目
旅行プラン	ある	ない

(出典：日本サーフィン連盟、レジャー白書(2011))

表1の通り、スノーボードとサーフィンで使用用具はよく似ているが、実施人口や旅行プランの有無など、「普及」や「ビジネス」面において、違いがあることが分かった。「怖い」「難しそう」「馴染みがない」という女子大生の持つサーフィンのイメージの解消と、政策・ビジネス面の改善がサーフィンの町として認知度を高める解決策だと考えている。

3、提言

以上の現状から、関西圏からアクセスが良く、初心者向けの波がある和歌山の磯ノ浦、加太をマリンスポーツの町とする「Sup加太ノ浦」を提案する。Supというのは、元々ハワイを中心に波にのることはもちろん、水平面を楽しむ様々な遊びが無限に広がるものの総称である。これを活用して、サーフィンが未経験な人にも簡単にできるプログラムを提供し、最終的にサーフィンを楽しめるプログラムを目指す。

そして、この「Sup加太ノ浦」には他にも女子大生が求める「癒し」や「非日常」を与えるために、おしゃれ要素のあるSupヨガなども取り入れる。雨の日にも対応できるように、施設の創設を検討する。(以下4、(3)参照)

4、サーフィンの町「Sup加太ノ浦」に向けた3つの施策

(1) 景観の統一

例えば、滋賀県長浜市は閑散としていた商店を黒壁で統一的な景観にしたことで、年間200万人が訪れるまちとなった。景観が統一されると街のイメージ形成ができ、より多くの

記憶に残りやすくなる。「Sup 加太ノ浦」では、サーフィン発祥の街マンリーのように白を基調とした落ち着いた街にする。しかし、景観の統一のためには景観条例を制定する必要がある。地域の人々に理解を得て、地域の人々と共により良い街を作ることが課題となる。

(2) Instagram を用いたプロモーション

20代の女性の3人に1人はInstagramを活用している。Instagramの利用者は、旅行を趣味としていて、美容・ファッションへの関心が高く、また自分の体験を共有したい人が多い。よって、今回の私たちの企画のプロモーションにInstagramを活用する。アカウントを作成し、情報の投稿、地域の人々に体験をシェアしてもらう。

(3) 多様なエクササイズができる地元発信のスポーツ（フィットネス）クラブ の創設

磯ノ浦地区にはフィットネスクラブが1つもない。そこで、普段から地元の人がスポーツ（フィットネス）に親しむことができる場とプログラムをつくっていく必要がある。

近年、海外から取り入れられたユニークなエクササイズ（Feel cycle、エアリアルヨガなど）が流行しており、数多くのメディアで取り上げられている。このようなユニークなエクササイズを提供できる場があることで、①地域の人がサーフィンやスポーツに、より関心を持ち、触れ合う機会をつくる。②旅行客の雨天時のプログラムとしても対応できると考えている。以上のような、地域住民、ツーリズム客を対象とした地域スポーツクラブができれば、サーフィンの町「Sup 加太ノ浦」の拠点づくりにもつながるだろう。

5、まとめ

上記の女子大生を巻き込んだスポーツツーリズムにより、今までスポーツをしていない女子大生がこの政策を通じてスポーツ経験する良い機会を与えられる。そして、大学生の拡散効果により、より幅広い世代の人にも楽しんでもらえる一連の流れができるだろう。その結果、「日本再興戦略 2016」ある（4）スポーツの成長産業化と（9）観光立国の実現に大きく貢献できる。

以上の施策により磯ノ浦と加太の経済効果の向上が見込まれる。また、磯ノ浦、加太は「住んでいい街、訪れていい街」になるだろう。この一連の政策をすることが、この街に「人」と「環境」というレガシーを残すことができる。地域愛着度が高く、すべての世代の人が住みやすい街は他の地域の人にとって“住んでみたい街”になるのではないか。

<参考文献>

- ・株式会社マクロミル自主調査(2015)「Instagram ユーザープロフィール分析」
- ・公益財団法人日本生産性本部(2015)「レジャー白書」日本人旅行行動に関する実態調査結果
- ・観光庁(2008)「日本人の旅行行動に関する実態調査」