

# 「スポーツツーリズムと地方創生」菅文彦

## 「しまなみ海道」のサイクリングを例として

### 一・スポーツは役不足なのか？

日本の人口減少問題や地域経済縮小の克服等を意図して「地方創生」という政策キーワードが登場したのは2014年秋のことである。翌2015年に「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」が閣議決定され、2016年からは施策の本格推進が見込まれている。本稿では、「地方創生」にスポーツが果たしうる役割や意義に触れるために、近年注目される「スポーツツーリズム」に着目して、筆者が触れた事例から今後の可能性を考えてみたい。

2015年10月に「地方創生先行型交付金」が発表された。709事業に対して総額236億円が交付される。「先駆的事業(タイプ1)」の分野別では、観光(188件)、人材育成・移住(156件)、農林水産(153件)、まちづくり(108件)、地域産業(104件)とあり、個別の事業一覧を見てもスポーツに関連するものはごく僅かである。一見するとスポーツと「地方創生」の相性は必ずしも良くないことがうかがえるが、その理由は図1からも明らかになる。「地方創生」の基本的な考え方は、「地方における安定した雇用を創出する」ことを基本目標の先

頭に掲げている。「しごと」が「ひと」を呼び、さらに「ひと」が「しごと」を呼ぶ循環を作り、その循環を支える「まち」に活力を取り戻すことを意図している。

地方で「しごと」として期待される産業には、観光業、製造業、農林水産業などが挙がる。これらの産業は域外を主たる市場としており「基盤産業」とも呼ばれ、地方からすると「外貨」を稼げる点が共通している。地方で「基盤産業」が成長して従事者が増えれば、「しごと」が「ひと」を呼ぶ、域内の消費市場が拡大して小売、飲食、建設・不動産、公共サービス、金融などの「非基盤産業」も成長し、「ひと」が「しごと」を呼ぶ、雇用がさらに増えたとされる。

「地方創生」において「基盤産業」の育成・充実が不可欠なことは理解できる。ではスポーツはその点で役不足なのであろうか。スポーツを産業と捉えると、その規模は決して無視できない。GDPSP(国内スポーツ総生産)は7兆725億円(2012年・公営競技除く)と試算され、同年の名目GDPの1.5%を占める。しかしスポーツが「外貨を稼ぐ基盤産業」として

早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 博士後期課程  
株式会社スポーツ&ソーシャル総合研究所 代表

雇用を創出し、地方に「ひと」を呼ぶかとなるかと心許ない。約7兆円の内訳は、施設(30%)・小売(24%)・教育(22%)・旅行(11%)・放送・新聞(6%)・興行(4%)等で、この中で「外貨」を稼げるのは、施設の一

**総合戦略**

**基本的な考え方**

①人口減少と地域経済縮小の克服  
②まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立

「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立するとともに、その好循環を支える「まち」に活力を取り戻す。

**政策の企画・実行に当たっての基本方針**

①政策5原則  
従来の施策(短制、全国一律、バラマキ、表面的、短期的)の検証を踏まえ、政策5原則(自立性、将来性、地域性、直接性、結果重視)に基づき施策展開。

②国と地方の取組体制とPDCAの整備  
国と地方公共団体とともに、5か年の戦略を策定・実行する体制を整え、アウトカム指標を原則としたKPIで検証・改善する仕組みを確立。

**今後の施策の方向**

基本目標① 地方における安定した雇用を創出する  
基本目標② 地方への新しいひとの流れをつくる

基本目標③ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる  
基本目標④ 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

図1 まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」総合戦略<sup>1)</sup>

### 二・スポーツツーリズムへの期待と限界

スポーツ自体が「基盤産業」になるのは難しいとしても、「基盤産業のアシスト役」への期待はかかる。「基盤産業」にスポーツの要素を掛け合わせることで新たな市場を獲得し、成長と雇用創出を促す考え方である。その代表例が「観光業」にスポーツを掛け合わせた「スポーツツーリズム」であろう。スポーツツーリズムの推進母体となるスポーツコミッションを設立する自治体も増えており、その定番施策はスポーツイベント開催やスポーツ合宿誘致、プロスポーツ興行の強化などである。スポーツ庁の地域振興担当の重点施策のひとつがスポーツコミッション設立であることから、スポーツツーリズムは「スポーツを活かした地方創生」の切り札の存在にも映る。

スポーツツーリズムの「地方創生」への貢献度ははかるうえで、地域への経済効果はひとつの目安になる。たとえば愛媛県では「愛媛マラソン」(松山市)が4億3635万円、「サイクリングしまなみ」(今治市)が6億2898万円とされている。この中には、参加者による交通費・宿泊費・観光費などの直接効果に加えて、それによる県内産業の生産促進に伴う間接効果も含まれる。しかし、年間の総生産額が約1.6兆円の松山市や約6600億円の今治市からすると、一万人近い参

加者を集める両イベントであっても、地域経済全体に占める割合は0.1%にも満たない。

イベントではなく通常のスポーツツーリズムの効果はどうであろうか。「しまなみ海道」には国内外から年間17万人がサイクリングを楽しむために来訪している。17万という数字は、今治市の人口(約16.6万)とほぼ同じである。来訪者の約6割は、高性能の自転車を所有して専用ウェアに身を包み、一日に数十キロ以上を走行するとされる。こうした「コア層」の人たちが安全で快適に走れるように、地元では路面や標識の整備を進め、休憩・立ち寄り拠点の充実を通じた消費拡大に期待している。しかし筆者の聞き取りによれば、自転車走行そのものを目的とした同層の人たちは、食事や休憩には極力時間をかけず、おにぎりやペトボトルの水などで簡単に済ませることも多い。また荷物を増やさないために、道中での土産物の購入も控えるという。県内の観光関係者からは「サイクリストはお金を落とさない、経済効果が低い」との声まで聞こえてくる。

人口と同程度のサイクリング来訪者を目の前にする今治市ではあるが、市内中心部の大型デパートは閉店して跡地は更地のままで、近隣の小学校も4校が統廃合され(2015年春)、「消滅可能性都市」にも数えられる中で人口減少は深刻の度を増している。サイクリングにより域外から人呼び込むことで「交流人口」は増やせても、地元の雇用創出はまだ十分でなく、「定住人口」を増やすには力不足な実態が垣間見える。

今治市は一例であり、より小規模の自治体であれば、イベント開催やスポーツ合宿誘致による雇用創出が一定程度の意義を有することも想定される。この点で、スポーツツーリズム振興に

よる経済効果の試算のみならず、雇用創出の実証研究の蓄積が今後求められる。またスポーツツーリズムの効果は経済的側面に限らず、自治体の知名度向上や地域コミュニティの活性化、スポーツ施設の整備など多面的に広がることも忘れてはならない。しかしながら、本稿で取り上げる「スポーツを活かした地方創生」の文脈の下での経済効果や雇用創出において、スポーツツーリズムだけに大きな期待を寄せるとは慎むのが賢明であろう。

### 三 ツーリストの多様を二ス開拓

話題を再び今治市に戻すと、それにして17万人の来訪を目の前にして「もったいない」現状がある。今後の活路として、「観光コンテンツとの組み合わせ」や「長期滞在化」が考えられる。

「しまなみ海道」の残り4割の来訪者は、自転車をレンタルして、距離や速度を気にせずに思い思いのコースを巡っている。こうした層を「ライト層」と呼ぶならば、その姿はサイクリングというよりも「ボタリング(自転車散歩)」に近い。自転車走行はあくまで手段であり、道中の観光やグルメを楽しむ、「コア層」に比べて消費額が大きいことが想定される。神奈川県や和歌山など他県でも専門ガイド付きの「ボタリングツアー」が女性を中心に人気を得ており、2〜3時間の体力的に無理がないコース設定の中でスイーツやランチを堪能して、地元産品の買い物を楽しんでいる。ツアーには自動車も伴走して、参加者が道中で買ったものはその車に積めるようになっていく。

筆者は「しまなみ海道」を昨年走行したが、道中の魅力的な立ち寄りスポットはまだ多いとはいえない。新たな観光コンテンツ開発と組み合わせたモ

デル周遊プラン(日帰り型・宿泊型)を複数設けることで訪日外国人も含めた「ライト層」の獲得をはかり、「自転車+」の経済効果を導き出すことが期待される。

「コア層」については「長期滞在化」を促すことでさらに経済効果を生み出したい。愛媛県では「愛媛マルゴト自転車道」と銘打ち、内陸部に計26コースを設定している。今後、路面整備やサイクルステーションの充実等により、「しまなみ海道」から内陸部へのサイクリストの誘導はある程度見込まれる。

しかし、より大きな効果を得るには、「サイクリング以外にやること、見ること」の提供が欠かせない。例えば、今治市の眼前に広がる風光明媚な瀬戸内海をめぐるクルージングやフィッシング、岡田武史氏(サッカー日本代表元監督)がオーナーを務める「FC今治」のホームゲーム観戦、また将来的には自転車走行に関わるトレーニングやリハビリ施設を充実させて、本人だけでなく所有自転車のメンテナンスやチューニングにも対応するなど、「コア層」のニーズに応えるアイデアの具現化も求められよう。

スポーツツーリズムに伴う経済効果といえば「宿泊滞在費・飲食費・交通費」が定番であるが、その他の消費行動が乏しいことも否めない。来訪者のスポーツ熱練度や嗜好に応じて複合的な消費機会を提供することで、「スポーツツーリズム産業」と呼ぶうる業種を作り出すことが期待される。そうすることで、受け入れ側の地域の雇用創出にも寄与し、「交流人口」のみならず「定住人口」の維持・増加につながる道筋が見えてくる。

ラグビーW杯日本開催(2019年)、東京オリンピック・パラリンピック(2020年)、関西ワールドマスタ

ーズゲーム(2021年)と続く「ゴールデン・スポーツイヤーズ」を一過性のものとせず、地方創生の成果に結びつけるためにも、スポーツツーリズムの今後の進化が求められている。

### 【引用参考文献】

- ㊦ 内閣官房 まち・ひと・しごと創生本部事務局(2015) まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」「総合戦略」
- ㊧ 中村良平(2015) 地方創生に求められる地域経済構造分析、土地総合研究
- ㊨ 株式会社日本政策投資銀行 地域企画部(2015) 2020年を契機とした国内スポーツ産業の発展可能性およびスポーツ支援
- ㊩ いよぎん地域経済研究センター(2015) ニュースリリース
- ㊪ 瀬戸内しまなみ海道振興協議会(2012) 調査資料



菅 文彦  
Fumihiiko Kan

1970年生まれ。早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 博士後期課程。株式会社スポーツ&ソーシャル総合研究所 代表。愛媛県今治市および同市に本拠を置く「FC今治」を調査対象にプロスポーツクラブ振興と地域活性化をテーマとした研究を行う。