

3. 「観光資源」としてのスポーツ

岡本 純也

I. はじめに

2008年10月1日に国土交通省の外局として発足した観光庁の現在のホームページには「スポーツ観光」という項が設けられ、スポーツを「資源」とした観光の意義について次のように説明されている。

「スポーツ観光の意義

我が国には豊富なスポーツ資源が存在します。まず、『観るスポーツ』では、プロ野球、Jリーグをはじめ高いレベルを誇る競技が数多くあり、多くのファンを魅了しています。

次に、『するスポーツ』では、ランニング、ウォーキング、サイクリングなどが世代を超えて人気を集め、スポーツイベントに集う人々が地域に活力を与えています。

さらに、地域に密着したスポーツチームの運営、市民ボランティアとしての大会支援、国や地域を挙げての国際競技大会・キャンプ誘致等の『支えるスポーツ』は、国・地域の魅力の効果的発信に寄与しています。

スポーツは感動を生み、人々の交流を呼び起こし、異なる国や地域の間の相互理解を促進します。つまり、スポーツと観光は、非常に密接な関係にあると言えます。

観光の内需拡大が急がれる今、これら魅力あるスポーツ資源を最大限に活用し、インバウンド拡大及び国内観光振興の『起爆剤』とすることが求められています¹⁾。

「スポーツ観光」もしくは「スポーツ・ツーリズム」というまだまだ一般的ではない言葉を用いて、スポーツを活用した観光が政策的に取り上げられたのは、2010年1月に、2代目の観光庁長官

として溝畑宏氏が就任して以降のことである²⁾。溝畑氏は、わが国の観光政策実施の中心的な役職に就く数ヶ月前まで、日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)に加盟する株式会社大分フットボールクラブ(大分トリニータ)の代表取締役であったということもあり、その経験を観光政策の現場で大いに発揮しようと考えているのであろう。急遽打ち出され、短期間でその振興策を検討している観光庁の動向からは、長官の「スポーツ」への思い入れや意気込みが感じられるとともに「観光」という枠組でスポーツをとらえるまなざしが、従来のスポーツをどのような方向へと導くのであろうかとの疑問が浮かび上がってくる。

ここで着目したいのは「スポーツ資源」という、一般的には普及していない言葉である。上記の説明の文脈からは、この言葉が、観光の「資源」としてスポーツをとらえるために用いられているということが理解できる。しかし、スポーツを観光の「資源」としてとらえるということはいったいどのようなことであり、それがスポーツという文化に対してどのような変化をもたらすのであろうか。本論では「資源」という概念を観光という文脈の中で整理する中で、この問いについて考えていきたい。

II. 観光「資源」とは何か

手元にある辞書を引くと「資源」という言葉には以下のような意味があることが分かる。

- ① 自然から得る原材料で、産業のもととなる有用物。土地・水・埋蔵鉱物・森林・水産生物など。天然資源。「海洋——」「地下——」
- ② 広く、産業上、利用しうる物質や人材³⁾。

「人的——」「観光——」
用例に示されているように、「観光資源」といっ

た場合、②の意味で使用されているということが理解できるが、しかしながら、現在の観光に「利用しうる」対象は、物質や人材のみではないことは周知の事実であろう。

たとえば 2007 年 1 月から施行された『観光立国推進基本法』の 13 条には「観光資源」について以下のように記されている。

「国は、観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成を図るため、史跡、名勝、天然記念物等の文化財、歴史的風土、優れた自然の風景地、良好な景観、温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発に必要な施策を講ずるものとする⁴。」

「歴史的風土」や「文化」という表現からも分かるように、観光資源は「物質」や「人材」だけでなく、広く、文化・社会的な環境によって作り上げられる対象をも含み込むものとして考えられているのである。したがって「伝統芸能」や「スポーツ」、「食文化」という、特定の場所や物理的な対象として規定しにくいものであっても、観光資源としてとらえられるのである。

物質や有形物としてとらえられがちな「資源」という言葉を、社会・文化的な所産との関連性から定義したのは、戦前の経済地理学者であるエリック・ジンマーマンである。彼は 1933 年の大著『世界の資源と産業』の中で「……人的および文化的資源を無視して、いわゆる自然資源だけを考えることは、資源の真の性質に対する明確な理解と、その範囲に対する完全な把握をさまたげる」と、一般的な「資源」の静的な見方を批判し、『資源』という語は、物または物質に関するものではなく、物または物質の果たしうる機能、あるいはそれが関係する作用に関するものである。すなわち、欲望の充足というごとき所与の目的を達成するための機能あるいは作用をいうのである」と規定している⁵。

ジンマーマンの「資源」のとらえ方の特徴は、人間をとりまく「環境」の中から、人間の欲望を

満たすことや集団の目標などを達成させるために利用できる機能をもつ対象としてそれを把握するところにある。したがって「資源」は「存在する」ものではなく、資源に「なる」ものとしてとらえられ、その「資源化」を規定するのが、人間の欲望であり、それを満たすための知識や科学技術の蓄積であると考えるのである。たとえば、環境の一部としてあたりまえにあり、意識化されてこなかった、もしくはそれだけを取り出して操作できる対象として捉えられていなかった太陽光は、有限な化石エネルギーの代替となるものを希求する人間の欲望と、それを熱や電気に変換する科学技術の進歩の出現によって「資源化」されることになったのである。

このジンマーマンの「資源」のとらえ方を承けて、文化の資源化について論じたのは人類学者の山下晋司である⁶。

まず、山下は、ジーン・レイヴとエティエンヌ・ウエンガーの理論とジェームズ・ギブソンの「アフォーダンス理論」の類似性に着目し、動物行動学的に環境と行為者（動物）の相互規定関係をとらえた後者を、前者の「実践コミュニティ」の場における「文化の資源化の基本モデル」を提供するものと評価する。「アフォーダンス」とは、「動物を取り囲んでいるところ（環境）に潜んでいる意味であり、動物の行為のリソース（資源）になるもの」である。これは、「所与のものではなく、動物の行動によって環境の中から「意味」あるもの（リソース）として生成され、それを「ピックアップ」して動物は生きるというのである⁷。ウエンガーとレイヴの理論では主体（行為者）はヒト・モノからなる「実践コミュニティ」の中で、知識・技能の獲得進度によってさまざまなリソース（学習が進まないと見えてこない）を利用しながら日常の実践を行っている」と説明する。両者ともに、主体（行為者）をとりまく（人間の場合には自然・文化・社会を含めた）「環境」の中から、主体の有り様によって、生きるために必要な「資源」が見いだされるというモデルを設定するという点で、ジンマーマンの「資源化」の理論と共通

しているのである。

Ⅲ. 「歴史」「伝統」「文化」が「資源化」される社会とは

観光という文脈では地域にある歴史的な建造物、自然景観だけでなく、その土地独自の伝統や文化といったものが「資源」として活用されるべきものとして対象化される。先にみたジンマーマンの定義から考えるならば、「資源化」される対象は、人間の欲望、集団の目標によって意識化され「発掘」されるのである。では、地域の「歴史」「伝統」「文化」を資源化しようとする人間の欲望、集団の目標とはどのようなものであろうか。

『観光立国推進基本法』の前文では、この法律の制定によって観光を振興する意義について以下のように謳っている。

「観光は、国際平和と国民生活の安定を象徴するものであって、その持続的な発展は、恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活を享受しようとする我らの理想とするところである。また、観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するものであることに加え、国際相互理解を増進するものである。

我々は、このような使命を有する観光が、今後、我が国において世界に例を見ない水準の少子高齢社会の到来と本格的な国際交流の進展が見込まれる中で、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、我が国固有の文化、歴史等に関する理解を深めるものとしてその意義を一層高めるとともに、豊かな国民生活の実現と国際社会における名誉ある地位の確立に極めて重要な役割を担っていくものと確信する⁸。」

「前文」にも記されている「少子高齢社会」——急速に進む高齢者人口の増加とそれを支える労働人口の減少——はわが国の将来に暗い影を投げかける大きな問題となっている。特にこのような傾向は都市部では緩やかに進むが地方においてはその進行速度が速くなる。このような非常に大きな問題を解決する方法として国が考えているのが「減少していく定住人口を交流人口で補う」という方法だ。これは、一定の圏域に定住している人々が減って失われる経済活動を一時的に滞在する人々の経済活動で代替するという発想から生み出された方策である。人口減少によって停滞する各地域の経済活動を域外から人々を呼び込むことによって活性化することを目指すのだ⁹。

「少子高齢化」の打開策として上記の方策が導出された背景には、「世界大交流時代」とも呼べる、国際観光の急激な進行状態があげられる。世界観光機関（UNWTO）の統計によれば 2008 年の国際観光到着数は 9 億 2,200 万人であり、今後、2010 年に 10 億人を超え、2020 年には 16 億人に達すると見込まれている¹⁰。特に近隣諸国である中国、韓国、台湾、香港から日本を訪れる観光客の人口はここ数年で急激に伸びている。これらの観光客を呼び込むための「資源」が、それぞれの地域独自の「歴史・伝統・文化」や「自然景観」などなのである。

つまり、まとめると、国・各地域の目標・欲望とは「豊かな生活を維持・向上させるために足る域外者の招致」であり、そこで地域独自の「歴史・伝統・文化」や「自然景観」に求められるのは「域外者を引きつける」機能・効果であり、地域の社会的・経済的活性化を促す機能なのである。

Ⅳ. 「観光資源」としてのスポーツ

政府は 2010 年 1 月に観光立国推進本部(本部長: 国土交通大臣)観光連携コンソーシアムの第 1 回会合において、政府の会議として初めて「スポーツ観光」を取り上げ、2 月の第 2 回会合では「スポーツ観光」をメインテーマとして有識者からのヒア

リングや関係省庁連携策案に基づく議論を行っている¹¹。それを承け、観光庁は、5月に「スポーツツーリズム推進連絡会議」を立ち上げ、各スポーツ関連団体・組織や旅行関連団体・企業などのほか、文部科学省などの関係省庁が協同して、この分野の観光を振興する方策を検討する場が設けられた。また、推進連絡会議の下には「スポーツツアー造成ワーキングチーム」「チケット改善ワーキングチーム」「国際化・国際交流推進ワーキングチーム」「施設魅力化・まちづくりワーキングチーム」の4つのワーキングチームが設置され、6月にそれぞれ2回の会合を開催し、それぞれの視点から課題抽出を行っている。今後、各ワーキングチームから提出された課題の解決方法を探るために、実証実験や調査事業を行い、「スポーツツーリズム推進基本方針」を年度末までに取りまとめていくことになっている。

以上のように急ピッチで作成が進められている「スポーツ」を観光資源として振興していこうという政策であるが、このような動向はわが国のスポーツをどのような方向へ導くのであろうか。

これまでのスポーツに関する政策を振り返れば、スポーツのさまざまな機能が「資源」として掘り起こされ、開発されてきた。「体育」として学校教育の中で普及していく中では、教育の「資源」としてスポーツは見いだされ、活用されてきた。ここでの国の目標は「健康で標準的な国民の身体の育成」であり、求められたのはそのような身体をつくりあげる機能であった。また、豊かな国民生活の余暇を充実させるためには、スポーツの持つ「非日常性」や「気晴らし」といった機能が開発されていった。「総合型地域スポーツクラブ」を振興するという政策では、地域の人々や企業、行政を交流させる機能で社会的・経済的な活性化が意図された。

スポーツ観光という視点でとらえるならば、これまで、オリンピックやサッカー・ワールドカップの招致により、経済的な効果が求められてきた。そのような機会には、他国との招致競争に勝つために、また、大量にやってくる観光客へ対応

するために、外部の者のまなざしで、スポーツが展開される現場をみつめることが促された。しかし、そのような観光資源としてスポーツを開発する取り組みは、一時的なものにすぎなかったといえるであろう。

現在、観光庁が中心になって押し進めているスポーツ・ツーリズムの振興策は、一過性のイベントに向けた取り組みだけでは終わらない。継続的に外国からの観光客を呼び込むための「まなざし」がそこには必要になるのである。

たとえば、Jリーグはこれまで、地域密着をかけた、ホームタウンにおけるサポーターの獲得を至上命題としてマーケティング活動を行ってきたが、外国人をサポーターにする方策や海外から観戦にくるファンを増やすための施策はほとんど講じられていないというのが現状であろう。それぞれのクラブの公式ウェブサイトには、日本人ファン・サポーターの必要とする情報は充実しているが、外国語バージョンのページを設けているクラブはまだまだ少ない¹²。また、設けてあったとしても英語のページのみであり中国語や韓国語のページはない。プロ野球機構に所属するチームに関しては、リーグが一括して設けている英語のページはみられるが、各チームがつくっている、独自の外国語ページは認められない。

観光庁が設けた「スポーツツーリズム推進連絡会議」の中には「チケット改善ワーキングチーム」がつくられ、外国人旅行客がスポーツの観戦チケットを購入しやすい環境を整えていく方策について検討を行っている。このことにより、各スポーツチームの外国人向けウェブサイトの利便性は高まるかも知れない。しかし、外国人旅行客が、日本のスポーツ観戦のどのような点に惹きつけられ、どのような楽しみ方をするかなどの総合的な観点から現在のリーグやチームの有り様を見直す、すなわち、グローバルな市場の視点でドメスティックなスポーツの場をとらえ直すのは、まだまだこれからしばらく時間がかかるであろう。

昨年の本誌(28号)の中で、日本の地域の伝統、文化、歴史は、観光というグローバルな市場の視

点でとらえられる中で観光資源として再構成、再構築され、地域のアイデンティティが活性化されていくということについて述べた。同様に、日本のドメスティックなスポーツの場も、グローバルな市場に投げ込まれることによって、観光資源として再構成されるようになるであろう。観光庁によるスポーツ・ツーリズム振興策の検討開始は、わが国のスポーツの姿を変える、大きな一歩となるのかもしれない。

10 アジア太平洋観光交流センター『2008年国際観光概観』2008年

11 観光庁「スポーツツーリズム推進連絡会議」、『スポーツツーリズムの推進について 中間報告』2010年

12 試みに、2010年シーズンのJ1、J2のクラブのウェブサイトについて、外国語のページを設けているかどうかについて調べてみた。J1クラブの半数が英語のページを設けているが、J2に関しては、すべてのクラブについて、そのようなページは認められなかった。

1 観光庁「スポーツ観光」ホームページ

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/sports/index.html>

2 これまでも「スポーツ・ツーリズム」は政策として取り上げられることはあったが、「ニュー・ツーリズム」の一部として「エコ・ツーリズム」や「グリーン・ツーリズム」などと併記して触れられるに留まってきた。

3 『大辞泉』[増補改訂版]小学館，2008年

4 『観光推進基本法』第13条

5 エリク・ジンマーマン著，後藤誉之助ら訳『世界の資源と産業』時事通信社，1954年，34～35ページ

Erich W. Zimmermann, *World resources and industries : a functional appraisal of the availability of agricultural and industrial resources*, New York : Harper & Brothers, 1933

6 山下晋司「序——資源化する文化」山下晋司責任編集『資源化する文化』[資源人類学02]，弘文堂，2008年

7 同上

8 『観光立国推進基本法』前文

9 門間俊也「観光立国へ滞在型観光を促進—2泊3日以上滞在がなぜ必要なのか—」『月刊地域づくり』第241号

観光庁の試算では、「国内宿泊旅行者が二十二人増えることによって、定住人口の減少一人分の経済活動の縮小を補うことができる」という。そして観光庁門間俊也観光地域振興課係長は「人口一人当たりの年間消費額は百二十一万円であり（総務省統計）、ある町の人口が百人減った場合、その町が「失った」消費額は単純な計算で一億円を超える。こうした人口減少による経済活動の縮小を補うものとして、観光による交流人口の拡大を挙げることができる」と述べている。