

地域資源活用に向けた課題の抽出と構造化

—我が国のスポーツコミッションに着目して—

弓田恵里香*

棟田雅也** ***

抄録

2011年にスポーツ庁がスポーツツーリズム推進基本方針を示して以降、国内でのスポーツツーリズム推進は急速に進んでおり、各地のスポーツツーリズム推進の主体として期待される地域スポーツコミッションの設置数も急増している。しかし、それら組織の実態や取り組み、活動範囲などはさまざまで、状況把握や課題の整理はなされていない。そこで、本研究ではスポーツツーリズム推進における地域資源活用に向けた課題を抽出し、地域固有の特徴を構造的に明らかにする。本研究は、今後の国内におけるスポーツツーリズム推進やスポーツコミッション設置の増加において基礎的資料になると考える。

研究目的を達成するため、定性的及び定量的調査を実施した。定性的調査では、地理的に分散し、都市規模や活動範囲なども多様な14の地域スポーツコミッションを訪問し、半構造化インタビューによってどのような課題を抱えているかヒアリングを行った。その結果、スポーツツーリズム推進における課題として「情報」「資源」「意識」「組織」「構想」「蓄積」「受入体制」「相互作用」という8つの要素が抽出された。「情報」「資源」「意識」「組織」は本研究の枠組みとして参考にした地域ブランディングにおける課題構造でも確認されているが、「構想」と「蓄積」は先行研究において「推進体制」とひとくくりになされていた要素を細分化する結果となった。また、今回新たに「受入体制」と「相互作用」が抽出され、この2つはスポーツツーリズム推進特有の課題であることが示唆された。

次に、定量的調査を全国の地域スポーツコミッションに実施し、76団体から回答を得ることができた。各団体の課題傾向を用いて類型化したところ、3つのクラスターが出現した。最も課題認識が低いクラスターは比較的行政主導型で地域のスポーツ事業に注力する傾向が見られ、対外的な取り組みは少ないことが分かった。課題認識が中程度のクラスターは行政の外郭組織や民間組織の形態が多く、観光分野などと連携を図りながらバランス良くスポーツツーリズム推進に取り組む様子が見られた。最も課題認識が高いクラスターは多様な分野との連携や幅広い活動を行っている傾向が見られ、スポーツツーリズム推進に積極的に取り組んでいる結果さまざまな課題も見えてきていると推察される。

以上から、スポーツツーリズムの推進においては主に8つの課題が存在することが明らかとなった。また、課題傾向によって組織形態や連携先、取り組み内容に違いが見られる可能性が示唆された。今後、スポーツツーリズム推進や地域スポーツコミッションの活動においては、これら8つの視点で現状や課題を客観視することが可能になると考えられる。

キーワード：スポーツツーリズム，スポーツコミッション，課題構造，半構造化インタビュー調査

* 仙台大学 〒989-1693 宮城県柴田郡柴田町船岡南2丁目2-18

** 金沢学院大学 〒920-1392 石川県金沢市末町10

*** 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 〒202-0021 東京都西東京市東伏見2-7-5

Exploring the Problem Structure of Regional Resource Usage

—Focusing on Sport Commissions in Japan—

Erika Yumita *

Masaya Muneda ** ***

Abstract

In 2011, the Japan Sport Agency announced the “New Strategy for Expanding Sports Tourism Demand”, and sports tourism in Japan has started to grow. At the same time, the number of local sport commissions has drastically increased since then. However, such organizations vary in size, aim, operations, and there is a lack in understanding the present situation and problems that sport commissions have. Therefore, this research aims to explore the problem structure among organizations working on sports tourism enhancement in local communities. Furthermore, this paper examines the characteristics of different groups classified by the problem patterns. The results of this research will contribute to enhancing sports tourism and increasing the number of sport commissions in Japan.

A semi-structured interview was conducted to 14 organizations different in location, operating areas, size of the city to consider the problem structure. From the interviews, 8 factors were extracted as problems related to sports tourism enhancement in local areas. The 8 factors were Information, Resource, Awareness, Organization, Concept, Accumulation, Hosting System, and Interaction.

A survey was conducted to all the local sport commissions in Japan listed by the Japan Sport Agency, and 76 data were collected. 3 groups emerged when classified by the problem patterns. The most Low-problem-aware group showed to be run or supported by the local administration and tended to work on activities for the local residents. The Mid-problem-aware group's organizations were either an administration-related or a private organization, and works closely with the tourism sector. The most High-problem-aware group showed a wide connection to various sectors and is active in sports tourism enhancement.

From this research, the problem structure in sports tourism enhancement among local sport commissions in Japan was clarified including 8 factors. Using this structure, local sport commissions may objectively examine the present situation of the organization or the level of sports tourism enhancement in the area.

Key Words : sports tourism, sport commission, problem structure, semi-structured interview

* Sendai University 2-2-18 Funaokaminami, Shibata-machi, Miyagi, 989-1693, Japan

** Kanazawa Gakuin University 10 Sue-machi Kanazawa, Ishikawa, 920-1392, Japan

*** Graduate School of Sport Sciences, Waseda University 2-7-5 Higashifushimi, Nishitokyo, Tokyo 202-0021, Japan

1. はじめに

2011年にスポーツ庁が「スポーツツーリズム推進基本方針」を発表したことを機に、日本ではスポーツツーリズムによる地域活性化に取り組む地域が急増し、その実現に寄与すべく各地では地域スポーツコミッションの設立を進めている。しかし、それらの組織形態は大きく4つに分類されると考えられ(原田, 2016)、スポーツコミッションが対象とする地域も市区町村レベルから県を跨ぐ広域に及ぶものまで多様である。

本郷(2013)は、スポーツコミッションには地域のスポーツ資源、文化・歴史的資源などを効果的・効率的に活用し、地域の実情に適したスポーツツーリズム推進に取り組むことが求められると指摘している。しかし、各地での取り組み状況や課題、今後の可能性についてはいまだ整理、検討がなされていない(北濱, 2015)。今後のスポーツコミッション設置数の増加や円滑な運営、延いてはスポーツツーリズムを各地で推進していくためには、まず現状を客観視できる指標を見出すことが必要だと考えられる。

2. 目的

北濱(2015)は、今後のスポーツツーリズム推進には、各地が備え持つ「自己の魅力・特産を含む『目的』を明確にし、(省略)各自治体に見合った形式によるスポーツコミッションの設立や広域連携コミッションの推進が急務である」(pg25)と指摘するが、各地の地域スポーツコミッションの事情は全国一律ではなく、抱える課題も一元化されていない(細田・瀬田, 2018)。

そこで、本研究の目的は我が国のスポーツコミッションに着目し、各地でのスポーツツーリズム推進における地域資源活用に向けた課題を抽出し、地域固有の特徴を構造的に明らかにすることである。本研究は、今後の国内のスポーツツーリズム推進における基礎的資料になると考えられる。

3. 方法

研究目的を達成するため、定性的及び定量的調査を実施し、分析する。なお、研究枠組みにはスポーツツーリズムの類似領域として地域ブランドに着目し、地域ブランド構築における課題構造を明らかにした崔・岡本(2012)の研究を参考にする。

崔・岡本(2012)は、地域ブランドに関する研究をレビューし、有識者3名での議論を経て5要素18項目から構成される地域ブランド構築における課題構造を明らかにしている。5要素は、情報収集や発信に関す

る「情報」、ブランド化対象範囲の難しさや資源不足という「資源」、行政・地域住民・関連事業者などの意欲不足という「意欲」、地域関係者間の調整・連携不足や地域ブランド構築活動を担う人材不足に関する「組織」、そして体系的戦略や成果評価システム、ノウハウなどの欠如という「推進体制」で構成される。本研究が対象とするスポーツコミッションでもこれら課題は存在することが考えられ、課題抽出、整理を行う上でこの構造を軸に研究を進めていく。

3.1. 定性的調査

スポーツ庁が示す地域スポーツコミッション一覧に記載がある団体の中から14団体を対象に、半構造化インタビューを実施した。多様な団体からデータを収集するため、全国をまず地理的に「北部・中部・南部」と「内陸・沿岸・島や半島」の9タイプに分類し、活動範囲が広域レベル、都道府県レベル、市区町村レベルなのか、また、都市規模も考慮した上で対象団体を選定した。調査は、2019年5月24日～2019年9月30日にかけて実施し、主なヒアリング内容は組織に関すること(組織形態、活動内容など)、活用や重視している地域資源に関して、そしてどのような課題を抱えているか、とした。

インタビュー調査で得られたテキストデータは、「文字データからコードを抽出する手法としてのみでも用いることもできる」(寺下, 2011; pg. 416)ため、4ステップコーディング SCAT の手法の一部を用いて研究者2名でコード化を行った。その後、抽出されたコードの集約、カテゴリ化をKJ法にて実施した。

3.2. 定量的調査

スポーツ庁の地域スポーツコミッション一覧の118団体を対象に2019年12月～2020年2月にかけて質問紙をメールやファックス、郵送にて送付し、回答を求めた。回収部数は76部であった(回収率64.4%)。調査内容は組織の基本的属性、活動内容、対象地域における地域資源の重要性と活用性、スポーツツーリズム推進における取り組み度合(課題)である。各項目は、5段階評価のリッカート尺度によって評価された。

分析方法は、定性的調査により抽出された8要素26項目を用いて類型化を行ない、セグメントごとの特徴を明らかにした。類型化には階層的クラスター分析を実施し、個体間距離の測定方法はユークリッド平方距離、クラスター間距離の測定方法はWard法により分析することとした。またクラスターごとの比較については一元配置分散分析、およびカイ二乗検定を用いた。

表1 インタビュー対象の属性

	A	B	C	D	E	F	G
調査日	2019年5月24日	2019年6月24日	2019年7月8日	2019年7月17日	2019年7月18日	2019年7月18日	2019年8月14日
組織形態	専任4名 行政外部組織 予算968万円	専任6名 行政の外郭組織 一般社団の別組織	専任1名 民間組織 予算700万円	専任7名 任意団体 予算3500万円	臨時1名 行政外郭組織 予算500万	専任4名 行政外郭組織 予算300万	専任2名 行政内組織 市の負担金で
目的・内容	交流人口拡大 スポーツ振興 支える力の強化	イベントの誘致・支援 イベント企画・運営 域外へのPR活動	イベントの誘致・支援 イベント企画・運営	インバウンド拡大 地域資源活用 誘致や支援 PR活動	交流人口拡大 合宿誘致 施設確保、支援	PRと経済効果 スポーツ振興 誘致と施設手配	事前キャンプ誘致 資源活用 助成金配布
地域資源	スポーツ施設 人材、ノウハウ 地元の名店	文化・歴史、食、武 道、茶道	食、文化、自然、湖 海、施設、メガス ポーツイベント	雪、スキー場 食、温泉、自然 ボランティア組織	スポーツ施設 温泉	スポーツ施設 地元企業(チーム) アクセス、自然	スポーツ施設 ボランティア アクセスの良さ
	H	I	J	K	L	M	N
調査日	2019年8月20日	2019年8月27日	2019年9月6日	2019年9月6日	2019年9月10日	2019年9月18日	2019年9月30日
組織形態	兼務3名 行政外部組織 事業別予算	専任2名 行政内組織 予算420万	専任0名 行政主導の組織 SCとしての予算は0	団体・部署で24名 民間組織 民間資金が主	専任3名 行政の外郭組織 予算1,000万円弱	専任1名、嘱託7名 行政外郭組織 予算4500万	専任5名 行政主導の財団法人 市の補助金や寄付
目的・内容	スポーツ振興 まちづくり 地域経済活性化	地域経済活性化 資源活用 地域商社動き 誘致活動	キャンプ・合宿誘致 イベントの誘致・支援	キャンプ・合宿誘致 イベントの誘致・支援	キャンプ・合宿誘致 イベントの誘致・支援	地域経済活性化 プロモーション 競技力向上	イベント企画・運営 住民向けの事業
地域資源	スポーツ施設 観光資源 歴史や文化	アリーナ	標高、アクセス、施 設、食	アクセス、施設、雪 自然、ラグビー、高 地	施設、プロスポーツ チーム、海山川、地 形、地元企業	スポーツ施設 道路や自然環境 知識、ノウハウ	豊かな自然、野生 動物、世界遺産、伝 統芸能、海産物

4. 結果及び考察

4.1. 定性的調査の結果・考察

4.1.1 インタビュー対象の属性

インタビュー調査を実施した 14 団体の属性は表 1 に示した通りである。まず、組織形態では、行政内部や行政主導の組織がある一方で、行政の外郭組織や民間組織もあることが分かった。また、スポーツツーリズム推進専任スタッフ数は専任スタッフが 0 名～7 名、予算規模も数百万円～数千円と開きがあることが明らかとなった。

活動目的は地域経済の活性化が軸となっているケースが多く、そのためのキャンプ・合宿や大会誘致を行っている団体が多かった。しかし、まちづくり、住民向けの事業など地域スポーツ振興にも力を入れる団体があり、対外的な動きのみではないことが理解できる。

地域資源については、スポーツ施設に限定せずアクセスの良さ、地域の文化や歴史といった観光資源、人材やノウハウなども地域資源であると回答する地域があった。属性情報より、多様な 14 団体からデータを収集することができたと考えられる。

4.1.2 課題抽出

スポーツツーリズム推進における課題として 8 つの要素が抽出された。

まず、「スポーツコミッションの存在が知られていない」「この地域にあるスポーツ施設が認識されていない」という認知度の低さ、また、「来訪者に関する情報が少ない」など情報不足に言及する団体があった。これらのことから、認知度向上のための PR 活動や情報発

信、そしてニーズ調査などの情報収集に関する課題が存在することが理解できた。これらは情報に関する課題であり、1 つ目の概念は「情報」と命名した。

次に、「スポーツ施設がない」「楽しんでもらえるところがない」という施設不足、「偏ったイメージがある」というイメージ形成の問題、「県有と市有施設があり扱いが難しい」という活動範囲の設定において問題意識があることが分かった。これらは地域資源に関わることであり、スポーツツーリズム推進において何を取り扱っていくのか、という課題であると理解できる。そこで、2 つ目の要素は「資源」と設定することとした。

3 つ目の要素には、「自治体の積極性にばらつきがある」「行政によって認識が異なる」「県民のボランティア意識が低い」「競技団体は来訪者対応の意識が薄い」「宿泊施設に掃除の指導を行うことがある」という回答が含まれた。これらは自治体や行政、住民、そして関係者における意欲不足が共通項として浮かび上がる。よって、この概念は「意識」と設定した。

課題抽出を行う中で、もっとも多く回答が集約されたのが 4 つ目の要素である。「ボランティアを管理する主体の不在」からは取りまとめる主体の不在、「現状の業務で手一杯」「ビジネスモデルを作れるような人材がいない」「ボランティア確保の難しさ」では人材が不足している様子、そして「観光分野との連携不足」「地元業者との関係構築の必要性」では関係者間の連携や調整の改善の必要性が示された。これらはすべて組織形成や運営に関わる問題だと考えられるが、スポーツコミッションという組織の在り方については、全国的に統一された見解はない。したがって、4 つ目のスポーツツーリズム推進課題の要素は、「組織」と命名した。

5 つ目の要素には、「目的がなく活動が限定される」「五輪後はどうしていくべきか」「他地域とどう差別化するか」というビジョンや計画に関する内容、また、「経済効果だけでいいのか」「費用対効果をどう測定するか」などの評価に関わる問題、そして、「利益が得られていない」「自己財源がないので独立できない」といった資金面に関する問題点が抽出された。これらは組織や活動の基盤となる「構想」が関わっている考え、「構想」を要素名に設定した。

6 つ目の要素は、「観光のノウハウがない」「誘致するためのコネクションやネットワークが必要」「国内外のスポーツチームと継続的な関係づくりが必要」といった推進活動におけるノウハウや人脈構築に関する課題、「嘱託職員が多く、人の入れ替わりがあるためノウハウが蓄積されない」「担当者の異動によって人脈が途絶えてしまう」という引継ぎの問題も集約された。特に行政では約3年で異動人事があるため、担当者の入れ替わりによってノウハウや人脈の引継ぎ、定着が実現していないことが推察される。そこで、6 つ目の要素は「蓄積」という用語を用いた。

次は、地域ブランドとは異なりスポーツツーリズムならではの側面が確認された。「スポーツ施設や宿泊施設のキャパオーバー」「二次交通が整っていない」「案内はできても予約代行はできない」など、来訪者を受け入れる際の施設やインフラ整備、ニーズに応えられる体制づくりの問題点が挙げられた。また、「来て欲しい季節と実際に人が来る季節にはズレがある」というシーズンに応じた柔軟性の課題も抱えていると考えられる。スポーツツーリズムは人を迎え入れ、サービスを提供するという活動になるため、「受入体制」を整えることはスポーツツーリズムを推進していく上で欠かせない要素であり、7 つ目の要素に設定した。

最後の要素もスポーツツーリズム特有の課題であると考えられる。「誘致するために県内利用者の利用を制限することがありバランスが難しい」「商店はターゲットが県内か県外かによって売るものを変えなければいけない」という点から、地域内外のバランスの問題が示された。また、「誘致したものを市民にも見てほしい」「誘致しても地域にお金が落ちる仕組みになっていない」という内容から、スポーツツーリズムを推進し地域でどのような好循環を生み出すのか模索する様子が見えてくる。つまり、ここには来訪者と地域の関係性における課題が存在すると捉えることができる。よって、8 つ目の要素は「相互作用」と命名した。

以上、スポーツツーリズム推進における課題には8 つの要素が存在することが示唆された。各要素の定義

は表2にまとめた通りである。

表2 スポーツツーリズム推進における課題構造

上位構成概念	定義
情報	来訪者の情報収集、対象地域やスポーツコミッションの情報発信に関する課題
資源	スポーツツーリズム推進における活動範囲の明確化、地域資源、イメージに関する課題
意識	スポーツツーリズム推進における自治体、地域住民、関連事業者や団体の意欲に関する課題
組織	スポーツツーリズム推進における関係者間の調整・連携や人材に関する課題
構想	スポーツツーリズム推進における体系的な戦略や計画、資金の調達や成果の評価システムに関する課題
蓄積	スポーツツーリズム推進における知識やノウハウ、来訪者とのネットワークや人脈構築および継承に関する課題
受入体制	来訪者を受け入れるためのスポーツ、観光、宿泊施設などのインフラ整備やそれらのニーズに応じたサービス提供に関する課題
相互作用	来訪者と地域住民との接点や交流、スポーツツーリズムを推進したことによる地域への貢献に関する課題

4.1.3. 地域ブランドの課題構造との比較

スポーツツーリズム推進における8課題を地域ブランド構築における課題構造(崔・岡本, 2012)と照らし合わせ内容的妥当性を検討した。

その結果、「情報」「資源」「意識」「組織」の4要素は地域ブランディング同様にスポーツツーリズム推進においても存在することが確認された。地域ブランディングは地域資源を活用して価値を創造し、地域内外へ訴求していく活動である。スポーツツーリズムでも、地域のスポーツ資源や観光資源、その他地域資源を効果的に活用し価値を見出して提供していくという一連の流れがある。そのような共通点から、地域ブランド構築の課題と合致する部分が見られたと考えられる。

一方で、地域ブランド構築の課題構造の「推進体制」はスポーツツーリズム推進の場合1つの概念で説明することができず、「構想」と「蓄積」に細分化する必要があることが示唆された。スポーツツーリズムの推進は2011年にスポーツ庁が「スポーツツーリズム推進基本方針」を発表し急速に拡大、活発化している領域である。そのため、先例や参考にできる基本的枠組みはなく、各地では手探りの状態であると推測される。

さらに、本研究ではスポーツツーリズム推進特有の課題として新たに「受入体制」と「相互作用」が抽出された。これはスポーツツーリズムがさまざまな地域内外の相互関係によって成立するからだと考えられる。

4.2. 定量的調査の結果・考察

定性的調査により抽出された8要素26項目を用いて階層的クラスター分析を行なった結果、3つのクラスターに分類された。一元配置分散分析及びカイ二乗検定(表3)を用いて3つに分類されたクラスターごとの比較を行なった結果、スポーツツーリズム推進課題尺度の上位構成概念において統計的有意差が認められたが、組織形態、外部組織連携、主な活動内容における統計的有意差は認められなかった。そこで統計的

表3 クラスタ別の分析結果

因子 / 項目	クラスター1		クラスター2		クラスター3		F値
	n = 19		n = 34		n = 23		
スポーツツーリズム推進課題	<i>Mean</i>		<i>Mean</i>		<i>Mean</i>		
情報	3.66		3.07		2.39		14.335 ***
資源	3.70		3.22		2.93		8.113 **
意識	3.65		3.25		2.48		22.935 ***
組織	3.62		2.79		1.98		47.211 ***
構想	3.32		2.71		1.93		23.490 ***
蓄積	3.79		2.95		2.34		26.355 ***
受入体制	3.58		2.70		2.81		9.008 ***
相互作用	3.47		3.16		2.09		38.612 ***
基本的属性	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	χ^2
組織形態							
行政の外郭組織	4	21.1%	11	32.4%	4	17.4%	27.542 n.s.
行政主導の組織	8	42.1%	7	20.6%	7	30.4%	
行政内組織	1	5.3%	6	17.6%	3	13.0%	
民間組織	2	10.5%	8	23.5%	6	26.1%	
NPO法人	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%	
その他	1	5.3%	2	5.9%	3	13.0%	
外部組織連携(複数回答)							
観光分野	15	78.9%	27	79.4%	17	73.9%	4.393 n.s.
教育分野	10	52.6%	15	44.1%	11	47.8%	2.660 n.s.
文化・芸術分野	4	21.1%	6	17.6%	6	26.1%	3.038 n.s.
商業分野	10	52.6%	12	35.3%	6	26.1%	5.590 n.s.
医療分野	1	5.3%	1	2.9%	4	17.4%	6.648 n.s.
その他	0	0.0%	3	8.8%	1	4.3%	4.802 n.s.
主な活動内容(複数回答)							
スポーツキャンプ・合宿等の誘致	13	68.4%	25	73.5%	18	78.3%	1.828 n.s.
スポーツイベントの誘致・開催支援	13	68.4%	23	67.6%	16	69.6%	1.262 n.s.
主催イベントの企画・運営	9	47.4%	17	50.0%	12	52.2%	1.366 n.s.
域外へのPR活動	11	57.9%	16	47.1%	12	52.2%	1.681 n.s.
住民向けのスポーツ事業	9	47.4%	9	26.5%	7	30.4%	3.583 n.s.
その他	3	15.8%	8	23.5%	2	8.7%	3.579 n.s.

n.s. : not significant ; ** : p < .01 ; *** : p < .001

有意差が認められたスポーツツーリズム推進課題尺度の傾向を中心に各クラスターの解釈を試みた。

1つ目のクラスターは、サンプル数が全体の25.0% (n = 19) で最も小さいクラスターとなった。組織形態は、行政主導組織が42.1%で最も高く、次いで行政の外郭組織が21.1%であった。他のクラスターと比較すると外部組織連携では教育と商業分野が52.6%、主な活動内容では住民向けのスポーツ事業が47.4%で高い傾向であった。スポーツツーリズム推進課題尺度の上位構成概念全てにおいて最も値が高かった。これは、行政を主導とし、域内をターゲットとした事業が中心で、域外に目を向けたスポーツツーリズム推進は限定的であることが考えられる。推進を積極的に行わなければ課題を見出すことはできず「行政主導型のスポーツツーリズム推進課題認識低群」と命名した。

2つ目のクラスターは、サンプル数が全体の44.7% (n = 34) で最も大きいクラスターとなった。組織形態は、行政の外郭組織が32.4%で最も高く、次いで民

間組織が23.5%であった。他のクラスターと比較すると外部組織連携では観光分野が79.4%で高い傾向が見られ、主な活動内容では域外へのPR活動が47.1%で低い傾向であった。スポーツツーリズム推進課題尺度で比較すると受入体制因子を除き全ての上位構成概念が中間の得点であった。これは、行政の外郭組織や民間組織が観光分野と連携し、バランスよくスポーツツーリズム推進に取り組むことができていると考えられ、「バランス多様型のスポーツツーリズム推進課題認識中群」と命名した。

3つ目のクラスターは、サンプル数が全体の30.3% (n = 23) となった。組織形態は、行政主導の組織が30.4%で最も高く、次いで民間組織が26.1%であった。他のクラスターと比較すると外部組織連携では医療分野が17.4%、主な活動内容ではスポーツキャンプ・合宿等の誘致が78.3%、スポーツイベントの誘致・開催支援が69.6%、主催イベントの企画・運営が52.2%で高い傾向が見られた。また、スポーツツーリズム推進

課題尺度において受入体制因子を除き全ての上位構成概念で最も値が低い結果となった。これは、スポーツツーリズム推進には積極的に進んでいる、もしくは進みたい意欲はあるものの、行政主導の組織や民間組織などが混在しており、組織や構想、相互作用に課題を抱えていることが考えられ、「混在複合型のスポーツツーリズム推進課題認識高群」と命名した。

5. まとめ

本研究では、スポーツツーリズム推進における地域資源活用に向けた課題構造を明らかにすることを目的とし、また、地域固有の傾向を検討することを試みた。地域ブランド構築における課題構造を参考に検討を進めた結果、スポーツツーリズム推進における課題は8要素26項目で構成されることが明らかとなった。

図1にはこれら課題がスポーツツーリズム推進全体の流れ（「スポーツによる地域活性化推進事業」スポーツ庁、2011）とどのような関係があるか示した。

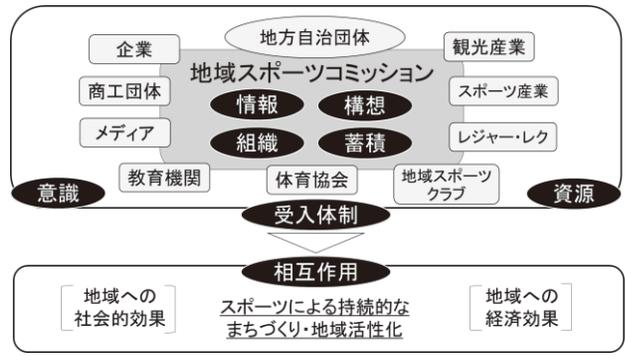


図1 本研究で抽出された8要素と「スポーツによる地域活性化推進事業」（スポーツ庁、2011）の関係性

まず、スポーツツーリズム推進の主体である地域スポーツコミッションに関わる課題として、「情報」「構想」「組織」「蓄積」が存在すると考えられる。これは、主体となる組織の運営に直接的に関連する課題だといえる。一方で、スポーツツーリズムを推進するためには地域の各関係者や団体と連携していく必要があり、その中で直面し得る課題としては「意識」や「資源」があると推測される。これらはスポーツコミッションのみで解決できる課題ではなく、地域全体で意識統一や共有を図り、ともに資源開発していく必要がある。

また、主体となる地域のスポーツコミッションと地域の関係者や住民と協働することで、来訪者を受け入れられる「受入体制」の整備を行うことになるが、ここでもさまざまな課題が生まれる可能性がある。「受入体制」の課題においては、ときに地域スポーツコミッ

ションや地域関係者のみでなく、地域住民にも参画してもらいながら解決方法を導き出す必要があるかもしれない。しかし、それら課題を乗り越えれば交流人口拡大が実現し、地域に多くの来訪者が訪れるようになる。すると、来訪者と地域間で効果的な「相互作用」が生まれているかの検証が必要となり、実現していれば地域に社会的、経済的効果をもたらされ、スポーツによる持続可能なまちづくり・地域活性化がスポーツツーリズムの推進によって実現していくと考えられる。

これら8つの課題要素に着目することで、今後各地のスポーツツーリズム推進団体の現状や課題を客観視できるようになり、また、どのように地域資源を活用し具体的に取り組むべきか、というフューチャーリサーチにも発展させていける重要な意味合いを持つ内容であると考えられる。

【主な参考文献】

崔瑛・岡本直久（2012）観光地における地域ブランド構築の内部関係者による資源活用パターンと課題構造に関する研究：関東・甲信越地域の市町村を対象として。都市計画論文集, 47(2): 105-116.

原田宗彦（2016）スポーツ年戦略：2020年後を見ずえたまちづくり。学芸出版社：京都。

本郷満（2013）特集スポーツによる地域活性化：中国地域経済白書2013より。中国電力エネルギー総合研究所エネルギー地域経済レポート No. 472: 1-8.

細田隆・瀬田文彦（2018）地域スポーツコミッションによる地域活性化の在り方に関する研究。日本都市計画論文集, 53(3): 439-444.

北濱幹士（2015）地方中心都市におけるスポーツツーリズムの取組の検討。東海大学短期大学紀要, 49: 19-26.

スポーツ・ツーリズム推進連絡会議(2011)スポーツツーリズム推進基本方針：スポーツで旅を楽しむ国・日本。Retrieved February 23, 2020, from <https://www.mlit.go.jp/common/000160526.pdf>

寺下貴美（2011）第7回質的研究方法論：質的データを科学的に分析するために。日本放射線技術学会雑誌, 67(4): 413-417.

この研究は笹川スポーツ研究助成を受けて実施したものです。

