

スポーツツーリズムの多様な可能性 ——持続可能なスポーツツーリズムと消費の変化——

高山啓子*

Diverse Possibilities of Sports Tourism Changes to Sustainable Tourism

Keiko TAKAYAMA

要 旨

本稿ではスポーツツーリズムの多様なあり方が、スポーツ自体の多様性、スポーツへの関わり方や地域活性化への活用のしかたの変化、情報発信の多様化と受け取り方の変化などに関連していることを示している。第一にスポーツ自体の多様性とそれゆえスポーツツーリズムが多様でありうること、第二に日本国内の観光政策とスポーツ政策によるスポーツツーリズム推進政策のあり方、第三にスポーツツーリズムによる地域活性化のあり方と持続可能性、第四に産業化されるスポーツツーリズムとそれにとどまらないスポーツツーリズム文化の可能性について明らかにしている。

これにより、従来のような施設建設、イベント開催という方法だけではなく、自然環境や既存の設備を活用することにより地域をスポーツ観光資源化することや、マスメディアだけではなく多様な情報をスポーツ愛好者やスポーツファンが発信・受信することにより多様なスポーツの実施、イベント参加、観戦、それに関連した旅行がおこなわれる文化が生まれ出されていることがわかる。

キーワード：スポーツツーリズム、地域活性化、観光資源化、持続可能性、情報の多様化

1. はじめに

近年、スポーツツーリズム推進政策を背景として、スポーツツーリズムを通じた地域活性化への注目が集まっている。これはスポーツを通じた観光まちづくりにより経済効果や人的交流などが期待されているものだが、こうしたまちづくりはどのような特徴を持っているのであ

*教授 社会学

うか。一つには、地域におけるスタジアムやアリーナといった施設の整備やスポーツコミッションの組織化などによる、試合や大会などのスポーツイベント開催や合宿誘致などへの取り組みがある。しかし近年ではそうした従来イメージされてきたようなスポーツツーリズムだけでなく、スポーツツーリズムのあり方はさらに多様化し、その範囲は拡大している。

本稿では、まずスポーツ自体の多様性とそれゆえスポーツツーリズムが多様でありうることを示し、日本国内の観光政策とスポーツ政策によるスポーツツーリズム推進政策のあり方を概観する。そうした政策の中にあるスポーツツーリズムによる地域活性化とスポーツの成長産業化という点に注目し、スポーツツーリズムによる地域活性化のあり方と持続可能性、産業化されるスポーツツーリズムとそれにとどまらないスポーツツーリズム文化の可能性について示していく。

2. スポーツとスポーツツーリズムの多様性

スポーツツーリズムとはツーリズム（観光・旅行）の一形態であり、スポーツの要素を含む観光・旅行のことである。スポーツツーリズムの定義のされ方は多様であるが、それらに基本的に含まれているのは「スポーツ参加や観戦を主目的とした旅行」である（工藤，野川，2002，pp. 184-185）。例えばJTB総合研究所の観光用語集ではスポーツツーリズムは「スポーツを見に行くための旅行およびそれに伴う周辺観光や、スポーツを支える人々との交流などスポーツに関わる様々な旅行のこと」と説明されている（<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/sports-tourism/>）。ただしツーリズムを観光とのみ捉えると楽しみのための旅行という意味合いが強くなり、職業として競技に携わるスポーツ選手や関係者（コーチ，監督，審判，その他の競技運営者など）の試合や合宿等への移動としての旅行，またスポーツイベントの開催やそれにとまなう観光客を受け入れる地域やボランティアの活動といったことを含めにくくなるという問題もある。

2011年に出された国土交通省の「スポーツツーリズム基本方針」では、観光に活用されるスポーツ資源は「観るスポーツ」「するスポーツ」「支えるスポーツ」の三つに分類されており、それぞれスポーツ観戦，スポーツイベントへの参加とレジャーでのスポーツ，競技会の開催や合宿の誘致などがそれにあたる（スポーツツーリズム推進連絡会議，2011，p. 2）。この場合，スポーツツーリズムには観光客が「旅行をする」ことだけでなく，ツーリズムを実施する観光・旅行者，イベントや競技会や合宿の開催地での業務，ボランティア等に関わることも含まれている。また旅行をする立場であるスポーツ観光客にも，観戦やイベントに参加す

るスポーツファンや愛好者と、試合や競技会に出場するスポーツ選手が含まれる。この「観るスポーツ」「するスポーツ」「支えるスポーツ」という3分類はあくまでもスポーツに対してどのように関わるかが基準となっており、具体例は示されているものの「スポーツ」とは何か、またどのような種類のものがスポーツとして想定されているかは明確に示されていない。

こうした3分類やさまざまなスポーツツーリズムの定義やスポーツツーリズムとして想定されていることは、基本的にスポーツ観戦（「観る」）か参加（「する」「支える」）が中心であるが、それとは別にスポーツに関連する特定の施設や場所などに対して何らかの思い入れがあるファンがそこに訪れる「聖地巡礼」タイプの旅行もスポーツツーリズムの一種と見なされている⁽¹⁾。

実際スポーツをツーリズムに活用しようという文脈では、スポーツが何かというのは問われることなく前提とされているが、その理由は、スポーツとは何かという定義の難しさ、スポーツという言葉が指すものの多様さが存在するためである。例えばスポーツに関する基本理念とスポーツに関する施策の基本事項を定めるスポーツ基本法の前文では「スポーツは、心身の健全な発達、健康及び体力の保持増進、精神的な充足感の獲得、自律心その他の精神の涵（かん）養等のために個人又は集団で行われる運動競技その他の身体活動」と定義されている。この定義の前半部分（「心身の健全な発達～精神の涵（かん）養等のために」）はスポーツに求める理念であり、スポーツそれ自体は「個人または集団で行われる運動競技その他の身体活動」ということになる。スポーツという言葉が指すものをこのように「運動競技その他の身体活動」とすれば、多種多様な身体活動がスポーツに含まれることになり、実際遊戯として行われていたさまざまな身体活動が制度化されスポーツ化されて来た経緯をみると、新しいスポーツが次々と生まれるのは当然のこととも言えるであろう⁽²⁾。

こうしたことを踏まえると、スポーツツーリズムの対象となるスポーツは観戦するものであれ参加するものであれ、非常に幅広いものとなり、またその対象はいくらでも拡大増加する可能性があるが、このスポーツツーリズムの対象が拡大増加するということには二つの意味がある。一つにはそれまでツーリズムの対象でなかったスポーツがツーリズムの対象となるということであり、もう一つはそれまでツーリズムの対象であったものであれなかったものであれ、スポーツと見なされていなかったある身体活動がスポーツであると見なされるようになり、それがスポーツツーリズムの対象となるということである。とはいえ、スポーツツーリズムの観戦対象となっているものは、一般にスポーツという言葉でイメージされるプロスポーツに代表されるようなあるいはオリンピック種目となっているようなポピュラーかつメジャーで、競技種目として制度化され確立されたものであり、実際にマイナースポーツを観戦するための旅行

をする人がいたとしても、そのことに注目されたり商品化されることはあまりないと考えられる。

また参加して「する」スポーツの場合も一般によく知られているレジャースポーツ（ゴルフ、スキー、ダイビング、サーフィン、サイクリング、登山など）やスポーツイベント（マラソン、トライアスロン、自転車ロードレースなど）が主に行われているのであり、マイナーなスポーツ競技やイベントへの参加やレジャーの実施を把握することは難しいと思われる。

また競技種目として制度化され確立されている近代スポーツではなく、特定の地域、民族のみによっておこなわれている伝統的な競技（舞踊、競漕、格闘技、武術、闘牛など）が民族スポーツ（エスニックスポーツ）と呼ばれることはあるが、そうした競技を観戦することを目的とした旅行をスポーツツーリズムと呼ぶことが適しているかどうかという問題もある。そうした観光は民族観光や伝統観光の一種と見なされるが、スポーツツーリズムが幅広い対象を持つという説明の中では伝統的な競技の観戦もスポーツツーリズムに含まれるものと考えられている。

ここまでスポーツツーリズムとは何かということスポーツがどのようなものと想定されているかという観点から見てきたが、さまざまなツーリズムの中でスポーツツーリズムはどういった特徴を持つものとして捉えることができるのであろうか。スポーツツーリズムは観光・旅行の一形態であるが、中でも特定のテーマに関する観光・旅行という意味で、スポーツツーリズムはテーマ観光の一形態ということができる。テーマ観光とは何らかの特定のテーマに沿っておこなわれる観光であり、従来の観光が特定の場所を目的地としてその「場所」にある観光対象を見るものであるのとは異なった観光の様式である。テーマ観光は従来の観光とは異なる様式の新しい観光であり、マスツーリズムに対する批判的観点や、観光者の関心の多様化から生じていると考えられる。テーマ観光としてのスポーツツーリズムは、そうした新しい観光が生み出される流れの中に位置付けることができる。

3. 観光政策とスポーツ政策におけるスポーツツーリズム

スポーツツーリズムの対象が一言でスポーツといっても多様でありうるということは何を意味しているのであろうか。まずあるスポーツが観戦対象であり観客を前提としたものなのか、またその観客の規模が多数なのかどうか、またレジャースポーツのように観客を前提としないものであるかによって、一言でスポーツツーリズムと言ってもそのあり方はまったく異なるものとなる（大橋, 2014, pp. 46-47）。それゆえにスポーツツーリズムがどのようなツーリズム

のことを指しているのかは、誰がどのように何の目的で言っているのかによっても異なってくる。

近年の日本国内におけるスポーツツーリズム振興は政策的な側面が大きく、さらに観光政策とスポーツ政策の双方からアプローチされてきている。スポーツツーリズムに対して日本国内で注目が集まるようになったのは、観光庁によるスポーツツーリズムへの取り組みが始まった2010年以降のことである。さらに言えば、こうした観光への取り組みの元となっているのは2003年以降の「観光立国政策」によるものである。

観光立国政策は、主に経済効果をねらった訪日外国人旅行者の増加と国内観光需要の拡大を目指す観光推進政策である。この政策は観光客の増加を目指すとともに、観光行動の多様化を踏まえ、従来の観光のあり方だけでなく「新しい観光」も積極的に振興していこうとする。これにより従来は観光資源と見なされていなかったものが観光資源として捉えなおされ、観光地ではなかった場所が観光地と見なされるようになっていった。このように観光立国政策は従来観光対象ではなかったものを観光資源化する契機になっている⁽³⁾。

スポーツツーリズムに関しても、レジャースポーツを目的として旅行をすることやリゾート地でスポーツをすることは従来行われてきたものの、スポーツと観光が積極的に結び付けられていたわけではなかった。しかし観光立国政策により従来観光対象でなかったものが観光資源化される流れの中で、スポーツもまた観光資源化され、スポーツツーリズムという観光の一分野が確立されつつある。観光対象でなかったものを観光対象化または観光資源化することをJ.アーリの言う「観光のまなざし」(Urry, 1990=1995)で捉えなおすことと見るならば、近年のスポーツツーリズムの推進は既存のスポーツ関連事象を「観光のまなざし」で観光資源としてとらえなおし、スポーツツーリズム政策として推奨、普及して行っているということなのである⁽⁴⁾。既存のあるいは新しく作り出された何らかのスポーツ資源を活用した観光が国の考えているスポーツツーリズムであり、そこでスポーツ資源とみなされているのは、スポーツ種目、スポーツの環境、スポーツの大会、スポーツに関わる地域、団体、組織、ボランティアといったものである⁽⁵⁾。

一方、観光政策からだけでなくスポーツ政策からもまた、スポーツツーリズムへのアプローチがある。2011年に成立したスポーツ基本法によりスポーツ基本計画が定められたが、そこでは地方公共団体もそれぞれの地方に即したスポーツ推進計画を定めるよう求められている。2017年度に策定された「第2期スポーツ基本計画」(平成29～33年度)では「スポーツを通じた経済・地域の活性化」が目標として定められており、スポーツによる地域活性化の方法としてスポーツツーリズムの推進、地域スポーツコミッションの設置促進、オリンピック・パラ

オリンピック教育やホストタウンの推進が挙げられている（スポーツ庁，2017）。

この第2期スポーツ基本計画における「スポーツを通じた地域活性化」の施策目標の中では「スポーツツーリズムの活性化とスポーツによるまちづくり・地域活性化の推進主体である地域スポーツコミッションの設立を促進」することが目指されており、これによって「スポーツ目的の訪日外国人旅行者数」「スポーツツーリズム関連消費額」「地域スポーツコミッションの設置数」の拡大が期待されている（スポーツ庁，2017，p. 22）。この「スポーツを通じた地域活性化」は第2期スポーツ基本計画の第3章2の「(2) スポーツを通じた経済・地域活性化」の中に置かれており、スポーツの成長産業化とスポーツを通じた地域活性化は並列されている。スポーツの成長産業化施策の中にもスタジアム・アリーナ整備によるまちづくり等で地域活性化と関連する部分も見られ、スポーツツーリズムに関しては特に地域活性化と結び付けられて捉えられていると考えられる。

4. スポーツツーリズムによる地域活性化の変化

(1) スポーツツーリズムと地域活性化

地域活性化とスポーツの関わりについても、さまざまなレベルでの活性化が想定されている。スポーツ基本計画で目指されているようにスタジアムやアリーナなどのスポーツ施設を整備することでその地域のスポーツビジネスを活性化することや、地域住民がスポーツ活動することにより地域の他の人と関わりを持ち、それによってコミュニティや人間関係が活性化することもある。また地元のスポーツチームを応援することにより、地域住民やその地域出身者の連帯感やアイデンティティを強化するという活性化の側面もある（高橋，2011）。スポーツツーリズムの推進による地域活性化とはそうしたさまざまな地域活性化のうちの一つである。

国レベルでのスポーツツーリズム推進は、主にメガイベントと呼ばれる五輪やワールドカップ等の国際的スポーツイベント開催、相撲をはじめとしたプロスポーツ観戦、スノーリゾートを中心としたアウトドアレジャーによる訪日外国人旅行者増加による経済効果を期待したものである。それに対し、地方自治体レベルでのスポーツツーリズム推進は、観る／する／支えるスポーツいずれの方法をとるにしても、観光客増加による経済効果だけでなく人的交流などを含めた地域活性化が想定されている。

スポーツが観光政策の中に組み込まれスポーツツーリズムが推進される際に求められているのは、地域・地方自治体におけるスポーツの観光資源化であるが、現在のような形でスポーツツーリズムとして地域活性化への活用が目されるようになったのは前述したように2010年

以降のことである。しかしそれ以前にも地域活性化にスポーツは関わってきた。従来のスポーツによる地域活性化は地元プロスポーツチームの試合観戦や応援、国体、インターハイ、市民マラソン大会といったスポーツイベントの開催、リゾートにおけるアウトドアレジャースポーツの実施によるものなどである。特に1980年代後半からのいわゆるバブル経済期のリゾート法⁶⁾によって推進された、全国各地のリゾート開発はまさにスポーツツーリズムの一種と呼べるものであり、ゴルフ場、スキー場、海浜リゾートなどが開発され、そうしたリゾートではレジャースポーツが行われたが、現在のような形でスポーツツーリズムとして注目されていたわけではなかった。またこうしたリゾート開発は、地域活性化の中でも経済的効果という点においては、地域外のリゾート経営企業が主に利益を得る仕組みとなっていたことや、さらにその後の経営悪化等による施設の閉鎖や倒産を招いたこと、また大規模な開発による自然環境の喪失など、地域にとってネガティブなイメージをもたらした。

(2) 持続的スポーツツーリズムによる地域活性化

こうした大規模リゾート開発中心の地域活性化に対し、近年のスポーツツーリズムによる地域活性化は異なった形で推進されようとするものである。近年のスポーツツーリズムによる地域活性化には、スタジアム・アリーナなどの施設整備によりスポーツを通じた観光まちづくりをおこなうという要素も見られるが、それだけではなく新しいスポーツイベントの創出、大会や合宿の誘致、また新しくレジャースポーツをする場を整備することなどが期待されている(スポーツツーリズム推進連絡会議, 2011, pp. 5-6)。

特に新しいスポーツイベントの創出と新しいレジャースポーツの場の整備に関しては、従来の「開発」とは異なる観点での取り組みがおこなわれている。近年のスポーツツーリズムのあり方は、村田周祐によれば「持続的スポーツツーリズム」と呼ばれるものであり「地域空間を『そのまま』利用することで自然環境や地域生活を保全しつつ地域発展を志そうとするスポーツツーリズム」(村田, 2017, p. 5)である。つまり近年のスポーツツーリズムはかつてのリゾート開発とは異なり、持続的開発という特徴を持っているということが言える。実際地域で開催されるスポーツイベントはマラソン、トライアスロン、自転車ロードレースなどであり、こうしたスポーツイベントの場合はスタジアムやアリーナなどの競技施設は必要なく、既存の道路や海や湖沼を競技コースとして使用する。また「するスポーツ」として取り組みがおこなわれているサイクリング、ダイビング、サーフィン、シーカヤックのようなレジャースポーツも環境を大きく改変することなく実施できるスポーツであり、こうしたレジャースポーツをするために旅行することも持続的スポーツツーリズムであると言える。

スポーツツーリズムを地域活性化にいかして観光まちづくりをおこなうことは、地域の自然環境に対してリゾートなどの観光開発をおこなうのではなく、既存の自然環境をスポーツの場と見なしていくことにより、さらにその場に観光客を呼び込むということである。これは既存の地域空間の観光資源化と言えるが、その観光資源化をスポーツを通しておこなうということである。つまり近年の地域におけるスポーツツーリズムの推進による観光まちづくりとは、単にスポーツの観光資源化がおこなわれるのではなく、まず地域空間を最小限の開発でスポーツ資源化する過程があり、そのうえでスポーツ資源化された地域を観光資源化する過程があると言える⁽⁷⁾。

5. スポーツツーリズム消費の多様化

(1) スポーツツーリズムの商品化／消費と自発性

スポーツツーリズム推進政策には地域活性化と並んでスポーツの成長産業化という側面があり、ここではスポーツツーリズムは成長産業として期待されるスポーツビジネスの一分野と見なされている。「スポーツツーリズム基本方針」によれば、スポーツツーリズムの推進によって、訪日外国人旅行者の増加、国際イベント開催の増加、国内観光旅行の宿泊数増加と消費額増加が期待されている（スポーツツーリズム推進連絡会議，2011，pp. 3-4）。

スポーツそれ自体が初めから産業であるわけではないが、現代においてスポーツは産業やビジネスとなりうるものと位置づけられ、実際にさまざまな形で産業化されている。また観光が産業化・商品化されているなかで、観光資源化されたスポーツは当然観光産業の一部となる。またスポーツを観る／することを目的とした旅行をスポーツツーリズムと呼ぶ時点で既に、その旅行が産業化・商品化されていること、その旅行によって消費が行われるという意味を含ませようとしていると見ることができる。

一方で必ずしも産業化・商品化されていない、スポーツに関連した旅行も存在する。旅行が交通機関の利用、宿泊、飲食をともなうという点で、そうしたスポーツに関連した旅行も消費自体をおこなうことには間違いはないが、「スポーツツーリズム」と明確に産業化されたさまざまなツーリズムのひとつとしておこなわれるわけではない。あくまでもある個人がレジャースポーツをおこなうことを目的として旅行をすること、またスポーツ観戦や応援を目的として旅行をすること、あるいは好きなスポーツ競技、スポーツイベント、スポーツ選手ゆかりの地を訪れる「聖地巡礼」と呼ばれる旅行をすることなどは、旅行者個人の行為である。それらはスポーツに関連した旅行という意味ではスポーツツーリズムであるが、スポーツ愛好者の文化、

またはスポーツファンの文化に基づく活動という見方もできる。

このことはいわゆるコンテンツツーリズムのあり方と類似しているように見える。コンテンツツーリズムはアニメ、漫画、映画、ゲーム、文学作品といったコンテンツゆかりの地（撮影が行われたロケ地やモデルとなった場所、作者ゆかりの場所など）への旅行のことであるが、コンテンツのファンが自発的に聖地巡礼のような形でおこなうもの、旅行会社による旅行商品化されたコンテンツツーリズム、コンテンツツーリズムによる地域活性化を期待してフィルムコミッションによるロケ誘致やコンテンツ関連イベントの開催などをおこなうことなどがあり、自発的な側面、商品化の側面、地域活性化の側面がある。スポーツツーリズムも同様に愛好者やファンによる自発的な旅行、旅行会社による旅行商品としてのスポーツツーリズム、地域活性化を期待しておこなわれるスポーツイベントの開催や合宿誘致、レジャースポーツ空間の整備などがある。

(2) 情報の多様化とスポーツツーリズムへの影響

スポーツの産業化に関しては、マスメディアによる情報発信と切り離して考えることはできない。スポーツは新聞、ラジオ、テレビ、広告といったマスメディアによってイベント化され、競技のあり方についてルール変更等を含む大きな影響を受け、マスメディアの有力なコンテンツとなってきた（須藤，2005，pp. 29-31）。しかし近年の情報通信技術の発達によって情報入手手段は多様化しており、スポーツに関しても従来の放送、出版、広告といったマスメディア以外、例えば動画配信や SNS などから情報を受け取る機会は増加している。こうしたことはスポーツツーリズムに対してどのような影響を与えるだろうか。

テレビ放送の多チャンネル化の中でのスポーツ専門チャンネルによる試合放送や、インターネットを通じた試合映像配信が増加することによって、現地に行かなければ見られなかった試合を自宅等で見ることができるようになり、現地観戦の減少を引き起こし、それゆえにスポーツツーリストを減少させるのではないかという見方もある。一方で、従来の地上波テレビ放送などでは伝えられてこなかった多種多様なスポーツの情報を受け取ることが可能になり、従来マイナーであったスポーツ競技に選手や愛好者として参加したり、新しいレジャースポーツを体験したり、またプロスポーツやメガイベントではなく地方の開催規模の小さいイベントに参加、観戦する可能性も出てくると言える。またそうした多様なスポーツの情報を受け取ることにより、スポーツ愛好者やスポーツファンが自発的に「聖地巡礼」をおこなうきっかけにもなり、そうした聖地巡礼をおこなったファンが自ら情報発信をすることによってさらなるツーリストを生み出す可能性があるとも考えられる。スポーツに関する情報の増加や多様化は、従来

のマスメディアが結びついてきたスポーツ産業やスポーツビジネスとは異なった形で、スポーツツーリズムを含むスポーツに関連する行動を引き起こすものとなるのである。

6. 終わりに

本稿では、スポーツツーリズムの多様なあり方がさまざまな現象と関連していることを見てきた。それはスポーツ自体が持つ多様性、スポーツへの関わり方や地域活性化への活用のしかたの変化、情報発信の多様化と受け取り方の変化によるものである。近年日本ではスポーツツーリズムに関して、国レベルでも地域レベルでも推進される方向にあるが、従来のような大きな資金を投入しての施設建設、イベント開催という方法だけではなく、自然環境や既存の設備を活用することにより地域をスポーツ観光資源化することや、マスメディアだけではなく多様な情報をスポーツ愛好者やスポーツファンが発信・受信することによりメジャーなものではないスポーツの実施、イベント参加、観戦、それに関連した旅行がおこなわれる文化も生み出されている。

現代社会の共通の課題である持続可能性という観点からも、持続可能な観光、持続可能なスポーツ、そして持続可能なスポーツツーリズムはますます求められるものになっていくと思われる。またスポーツツーリズムによって地域活性化を目指そうとする地域の場合、現実的に施設建設や大規模イベント開催よりも持続可能なスポーツツーリズムによるまちづくりのほうが実現可能性が高いといえるであろう。そして、産業化されたメジャーなスポーツツーリズムではない、愛好者やファンによるスポーツツーリズムも文化としてそのあり方の可能性を広げていくものだと思われる。

注

- (1) かつてオリンピックで使用されたスタジアムやプロスポーツクラブの博物館を見学するといった歴史的、記念的な場所を訪れるスポーツツーリズムは、ノスタルジア（懐古）スポーツツーリズムと呼ばれる（二宮，2009，p.11）。
- (2) 近年ではストリートカルチャーである身体活動のスケートボードやブレイクダンスがスポーツとして制度化され、オリンピックの競技種目となるといった例もある。
- (3) 観光立国政策に基づき、それまでの観光基本法を全面改正した観光立国推進基本法が2007年より施行されている。
- (4) 岡本純也によれば「2010年以降、政府は『スポーツ・ツーリズム』という概念を観光政策に位置づけ、『スポーツ』を観光資源としてとらえ直す『新たな見方＝まなざし』を推奨・普及していこうとして

スポーツツーリズムの多様な可能性

- いる」(岡本, 2015, p. 33)。
- (5) 「スポーツツーリズム推進基本方針」においてはこうしたスポーツ資源が多くあることを「アジア諸国と比較して優位」ととらえ、ツーリズムと融合したスポーツツーリズムを推進することによって観光立国の実現に寄与すると見なしている(スポーツツーリズム推進連絡会議, 2011, p. 2)。
 - (6) 1987年に制定された総合保養地域整備法(リゾート法)は地域振興、内需拡大を目的として総合保養地域の整備を促進する法律であるが、ここで想定されている総合保養地域の施設のひとつがスポーツまたはレクリエーション施設であり、具体的にはゴルフ場、スキー場、マリナーなどである。
 - (7) ただしそれが持続的スポーツツーリズムによるものであろうと、地域空間を観光資源化することで空間利用に関して地域社会で軋轢が生じうる(村田, 2017, p. 5)。

参考文献

- 藤本芳一, 輪の国びわ湖推進協議会, 2019, 『サイクルツーリズムの進め方—自転車をつくる豊かな地域—』, 学芸出版社。
- 伊藤央二, Hinch, T., 2017, 「国内スポーツツーリズム研究の系統的レビュー」, 『体育学研究』, 62, pp. 773-787.
- 伊藤央二, 2020, 「ポスト東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会のスポーツツーリズム政策」, 『観光学評論』, Vol. 8-1, pp. 45-53.
- 工藤康宏, 野川春夫, 2002, 「スポーツ・ツーリズムにおける研究枠組みに関する研究—“スポーツ”の捉え方に着目して—」, 『順天堂大学スポーツ健康科学研究』, 第6号, pp. 183-192.
- 村田周祐, 2017, 『空間紛争としての持続的スポーツツーリズム—持続的開発が語らない地域の生活誌—』, 新曜社。
- 日本スポーツ社会学会編, 2013, 『21世紀のスポーツ社会学』, 創文企画。
- 日本スポーツツーリズム推進機構編, 2015, 『スポーツツーリズム・ハンドブック』, 学芸出版社。
- 二宮浩彰, 2009, 「日本におけるスポーツ・ツーリズムの諸相—スポーツ・ツーリズム動的モデルの構築—」, 『同志社スポーツ健康科学』, 1, pp. 9-18.
- 大橋昭一, 2014, 「スポーツツーリズム論の展開—スポーツ観客のツーリズム問題を中心に—」, 『経済理論』, 377, pp. 43-67.
- 岡本純也, 2015, 「『スポーツ観光』のまなざし」, 『一橋大学スポーツ研究』, 34, pp. 30-35.
- 須藤春夫, 2005, 「スポーツとメディアの融合—スポーツコンテンツの問題性—」, 『スポーツ社会学研究』, 13, pp. 23-37.
- 高橋豪仁, 2011, 「スポーツ観戦を介した同郷人的結合」, 『スポーツ応援文化の社会学』, 世界思想社, pp. 65-94.
- 高山啓子, 2019, 「コンテンツツーリズムとしてのスポーツツーリズム—観るスポーツ・するスポーツにおける物語と情報の消費—」, 『川村学園女子大学研究紀要』, 30 (2), pp. 15-25.
- Urry, J., 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Society*, Sage Publications Ltd. = 1995, 加太宏邦訳, 『観光のまなざし—現代社会におけるレジャーと旅行—』, 法政大学出版局。
- 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基本方針—スポーツで旅を楽しむ国・ニッ

高山 啓子

ポン〜』, 国土交通省, (<https://www.mlit.go.jp/common/000160526.pdf>).

文部科学省, 2011, 『スポーツ基本法 (平成 23 年法律第 78 号) (条文)』, (https://www.mext.go.jp/a_menu/sports/kihonhou/attach/1307658.htm).

スポーツ庁, 2017, 『第 2 期スポーツ基本計画』, (https://www.mext.go.jp/sports/content/1383656_002.pdf).