

平成 29 年度「スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業
(スポーツ文化ツーリズム創造・発信事業)」

海外事例調査 報告書

平成 30 年 3 月

調査の目的

今後も全国で「スポーツ文化ツーリズム」で推進、定着を図っていく上で、海外の好事例を調査し、主催者の実情や特に文化面、自然資源の活用、海外からの参加者受け入れ態勢など、国内事例の参考となる視点で海外5事例をまとめた。

【事例選定条件】

- ・ 全国の自治体やNPOの団体等が、参考にできるような事例であること。
- ・ 「スポーツ×文化×観光」を基本とする事例であること。
- ・ 継続性や通年型の事例も選定すること。
- ・ 文化財等を活用していること。
- ・ その他、下記の視点も留意すること。
 - ※ 継続性、通年型、海外からの参加者動向

【調査方法】

文献、ウェブサイトを中心に、情報収集を行い、必要に応じて関係機関等に直接ヒアリングを行った。

① グレートウォーク（ニュージーランド） 通年型 スポーツ：○ 文化：○ 観光：◎

【概要】

グレートウォークは、表1にあるニュージーランド自然保護局（DOC^{注1}）が定めた9つのウォーキングやトレッキングコースであり、シーズンを通して楽しむことができる。何千キロにも及ぶ自然遊歩道が整備されており、ドラマチックな景観と雄大な自然、素晴らしい野生動物の世界に迫ることができる。中には世界遺産登録地域であるフィヨルドランド国立公園内にあるコースもある。自然保護局のホームページには、表1のようにコンテンツやアクセス、目安期間、距離、難易度などが詳細に明記されている。

それぞれに様々な（ガイドや食事付きなど）ツアーがあり、大自然の中で、珍しい固有種の野鳥や野生動物に触れ合えるだけでなく、史跡などを見学することもできる。料金は、簡単なツアーの25NZドル（約1,920円）からヘリコプターを使ったツアーの13,500NZドル（約104万円）のツアーまで様々である。

表1. ニュージーランド自然保護局が定めた9つのコース

コース名	ロケーション	必要日数	距離	難易度
1 レイク・ワイカレモアナ	北島	3～4日間	46 km	中級者向け
2 トンガリロ・ノーザンサーキット	北島	3～4日間	41 km	中級者向け
3 ファンガヌイ・ジャーニー	北島	5日間	145 km	カヌーを使用
4 エイベル・タスマン・コーストトラック	南島	3～5日間	51 km	中級者向け
5 ヒーフィー・トラック	南島	4～6日間	78.4 km	初級～中級者向け
6 ルートバーン・トラック	南島	3日間	32 km	中級者向け
7 ミルフォード・トラック	南島	4日間	53.5 km	初級～中級者向け
8 ケプラー・トラック	南島	3～4日間	60 km	中級者向け
9 ラキウラ・トラック	南島	3日間	36 km	初級者向け

出典：ニュージーランド政府観光局ウェブサイト www.newzealand.com に加筆



ほぼ全てのコースに宿泊が伴い、ハット（山小屋）の予約が必須である。コースマップ、山小屋の予約、チケット購入などの必要事項は、自然保護局のホームページや各町にある DOC 事務局にて全て可能である。ハイシーズンでも混雑を避けるために政府組織が人数も管理・制限しており、確約された自然景観がそこにはある。

※ニュージーランド政府観光局の公式ホームページは中国、韓国、日本語が対応されている。

注1) DOCとは、Department of Conservation(自然保護局)のことで、自然公園の管理等を扱う政府の組織であり、トレッキングの管理を行っている。自然公園の管理だけではなく、海洋生物の管理や歴史的建造物の保全活動などの幅広く管理している。日本であれば、環境省自然環境局と文化庁、水産庁、林野庁などを一括した組織。

【事業の背景】

今からおよそ 100 年前、「世界一の散歩道」と評されたミルフォード・トラックは、2018 年 11 月に 130 周年を迎え、グレートウォークの最も有名な遊歩道として長年人々の心を魅了してきた。ミルフォード・トラックは、ニュージーランド南島に位置する国内最大の国立公園、フィヨルドランド国立公園を横断するルートで、テ・アナウからミルフォードサウンドまでの 53 km を歩くコースである。マオリの人々がジェイド（ヒスイ）を求め、1888 年に道が開拓されたと伝えられている。そして、ミルフォードサウンドに初めて住みついたヨーロッパ人探検家により、ミルフォードサウンドの価値は世界に広められた。世界に周知されたにもかかわらず、手つかずの風景は今も変わらないことが魅力的な destinations のひとつで在り続ける理由であると考えられる。

【効果】

ニュージーランドは積極的に自然を観光利用に勧めており、日々グレートウォークの整備と訴求を行っている。その効果としてウォーキングやハイキングを目的とした旅行者の平均消費額は、一般の旅行者に比べ 200NZ ドル（15,380 円）多く、平均滞在日数も 3 日多いことが明らかになっている（Tourism New Zealand, 2018）。ニュージーランドへ訪れる観光客の最大の目的は「自然を楽しむことにある」と言われていることから、自然を最大限に生かしたグレートウォークというハイキングコースを設定している。

2015/2016 シーズンにグレートウォークに訪れた参加者は約 12 万人に上り、前年シーズンよりも 12.4%増加した。2016/2017 シーズンも増加が見込まれるが、参加者のうち 60%が海外旅行者で、ワンデーウォーキングを楽しむ人が多いことが、政府の調査で分かっている（図 1 参照）。そこで政府は開発費を投入し、1 日や半日程度で楽しめる「グレートワンデーウォーク」「グレードショートウォーク」のコースを新設し、さらに海外旅行者を取り込んでいく。

ミルフォード・トラックでは、年間 14,000 人が訪れ、ハイシーズン中は 1 日最大で 40 人の個人ウォーカーが、トラックを歩いている（各山小屋の人数制限が 40 人）

※ 1 NZD を 76.9 円換算（2018 年 3 月 7 日現在）

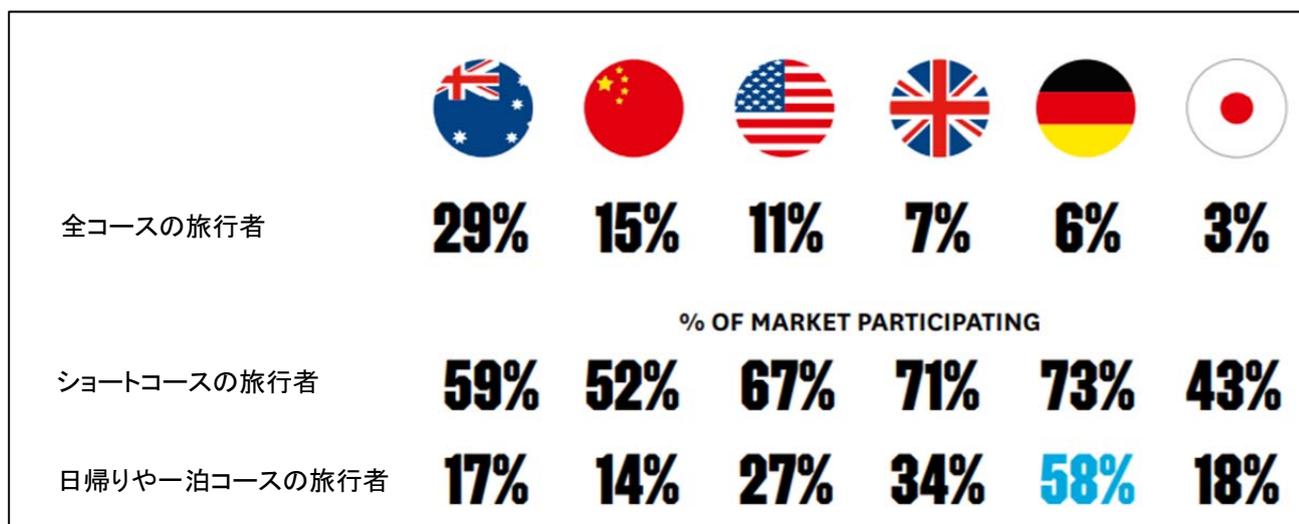


図 1. グレートウォーク参加者の国別海外旅行者
（出典：Tourism New Zealand）

【まとめ】

自国の持つ「自然・文化」と、海外旅行者の比較的誰もが参加できる「ウォーキング・トレッキング」を融合させた「グレートウォーク」は思い切った観光施策であると考えられる。また、イベント型ではなくシーズン型のコンテンツを開発することで地域に安定した収入と雇用を生むことができる。市場調査にも力を入れ、図 1 のように海外旅行者をマーケットリサーチから細分化し、マーケティング戦略につなげている。

日本は島国かつ山国（国土の約 73%が山地）である。また特徴的で多様な文化を持つ。このポテンシャルを生かした商品パッケージの開発という視点では、ニュージーランドと同じポテンシャルを持つ国としては、参考になる要素が多い。世界的に、フィットネススポーツ（健康運動）やアウトドアスポーツ（野外活動）の実施率は上昇傾向にあり（Physical Activity Council, 2017）、日本にとって追い風であると言える。日本がポテンシャルとして持つ自然・文化的観光資源に、現在最も行われている、または誰もが親しみやすいスポーツを取り入れることで、新規旅行者およびリピーターが確保できるものと考えられる。



写真 1 .

Milford Track Great Walk

（出典：ニュージーランド政府観光局）

写真 2 .

Lake Harris, Routeburn Track

（出典：ニュージーランド政府観光局）



【引用・参考文献】

DOC ニュージーランド政府観光局

<http://media.newzealand.com/ja-jp/story-ideas/new-zealands-nine-great-walks/>
(retrieved February 8th, 2018)

Great Walks on Facebook page

<https://www.facebook.com/GreatWalks> (retrieved February 8th, 2018)

Tourism New Zealand (2018)

<https://www.tourismnewzealand.com/markets-stats/sectors/special-interest/walking-and-hiking/> (retrieved February 8th, 2018)

多和田新也 (2017) 「急成長を見せるニュージーランド観光の商談会「TRENZ 2017」レポート (その 1) 」

<https://travel.watch.impress.co.jp/docs/news/1068091.html> (retrieved February 8th, 2018)

Physical Activity Council (2017) “2017 Participation Report”

<http://www.physicalactivitycouncil.com/pdfs/current.pdf> (retrieved February 8th, 2018)

② レッヒ村の観光整備（オーストリア） 通年型 スポーツ：○ 文化：○ 観光：◎

【概要】

オーストリアフォアアールベルク州にあるレッヒ村は、人口約 1,300 人の小さな村であり、1,300 の人口のうち 1,000 人以上が観光産業に従事しているほど観光で成り立っている町である。しかし、「ヨーロッパでもっとも美しい村」、「オーストリアで最も美しいお花の村」、「アルプスの真珠」などの称号を得ており、自然環境保護、省エネルギー推進のモデル地域となっている。環境保護を最も重要視し、毎年のように「オーストリア国家環境保護賞」を受賞しているレッヒには自然を守る様々な工夫がなされている。具体的には、景観保守、建築規制、雇用増大の 3 点があげられる。

1 つ目の景観保守として、村の約半分を結ぶトンネルシステムの開拓である。美しい景観・空気を保つため、駐車場や業務用の食品などは、写真 1、2 のように全て地下を走る電気自動車で運搬できるシステムになっている。

2 つ目は、建築基準である。この村では、建物の形や高さ、材料に至るまで細かく基準が設けられている。建坪率も厳しく決められていることから、敷地に余裕があり、それぞれの建物が景観を崩さない作りとなっている。建築規制は、増改築の時期にまで及び、観光産業のオフシーズンに増改築の工事をするように協力が促されているほど、観光に対する意識の高さが伺える。

3 つ目は、雇用の増大である。この村では、村内農家からは他の業者に比べ高値で買い取りを行っている。地産地消の視点はもちろんのこと、自律性やモチベーションという心理的な視点からも大きな要因になっている。また、農家とホテルを結ぶ仲介業者（加工処理業者など）を組合が共同で雇用している。これも地域住民の自律性が芽生え、ボトムアップ的に魅力ある環境が作り出されている（小林, 2001）。

※オーストリア政府観光局公式サイトは、22 言語に対応している。

※1995 年、日本の白馬八方と友好協定を締結している。

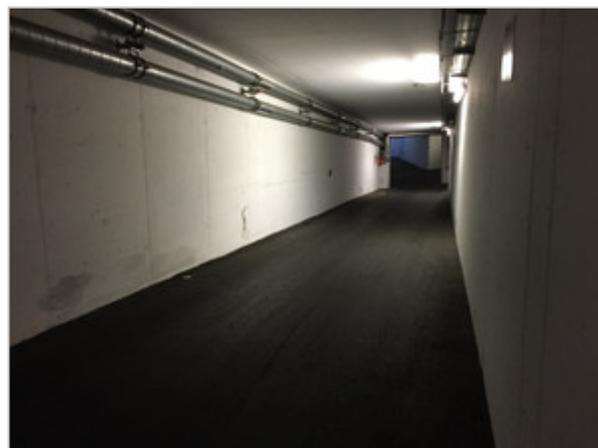


写真 1.
レッヒの地下駐車場
(出典：H.I.S.ホームページ)

写真 2 .

レツヒの地下トンネル

(出典 : H.I.S.ホームページ)



【事業の背景】

レツヒは「リッカ」、「岩の水」という名前から由来している。過去には、主な産業は牧畜を中心とした乳業であったが、冬の唯一の道路が雪で埋もれるなど、厳しい生活を強いられていた住民は、他の地域への移住が絶えなかった。

しかし、表 1 からも見とれるように、計画されたインフラの整備、住民の努力により、現在のリゾートへと移り変わっていった。

オーストリアはモーツァルトやシューベルトなど偉大な音楽家を多く輩出していることから音楽の都とも呼ばれ、伝統的な音楽文化が存在する。またハーブを始め色とりどりの花々が広がる、ウォーキングコースは牧歌的景観として人気エリアとなっている。

表 1 . レツヒの歴史

1400 年	レツヒの地にスイスのワリス地方から来たワルザー民族が定住
1895～ 1900 年	・初めて山間部に細い道が完成 ・さらなる道路建設によってようやく観光名所として注目を浴びる
1906 年	ビクター・ゾームによって初めてレツヒでスキー教室開催
1920～ 1930 年 代	・スキーエリア拡大 ・スキー学校完成 ・小さな農民の村から世界的に有名なスキーリゾート地へと変貌 ・イギリス王家やオランダ王家の一族が、レツヒで休暇を過ごすようになる
第二次世界大戦後	・戦争中は観光地としての全ての機能が停止 ・戦後の住民の努力により、スキー産業が拡大され、海外との交流も徐々に再開
現在	・夏はウォーキング・ハイキング、冬はスキーを楽しめる高級リゾート地として発展 ・ヨーロッパ各国の王侯貴族、VIP、ハリウッド・スターが訪れる場所として栄える

(出典 : チロル州観光局日本担当オフィス・オフィシャル HP 内情報を加筆修正)

【効果】

レヒ住民の景観保全に対する高い意識と観光産業の振興という共通目的は、年間 100 万人を超える観光客が足を運ぶ理由となっている。実際、この村では、新規顧客の獲得よりもリピーターをターゲットに戦略的にマーケティング施策を施している。その一つが、スキー場の入場制限として、エリア全体で 1 日に発行するスキーリフト券を 14,000 枚と決めていることである。また、毎年 8 日以上続けて訪れるゲストには、10 年目以降節目の年に名誉バッジを贈り、村の広報紙で紹介。すでに名誉バッジの贈与者は、15,000 人にのぼり、中には、50 年目を超えるゲストもいる（小林，2001）。

【まとめ】

自然環境を意識した観光整備は、レヒ観光局のマーケティング活動（コンテンツの企画運営、スポンサー獲得など）が大きな要因である。地域住民および民間企業（スポーツ施設、旅行会社、スキー用品会社、自動車メーカーなど）との協働は、コミュニティビジネスとして文化を創造し、年間を通じた観光客およびリピーターの増大とその効果による雇用機会の場ともなり得る。また、自治体レベルでの、長期的・総合的なビジネス感覚を日本に導入することで、地元の住民と企業が連携したツーリズムコンテンツの開発にも繋がると考える。

潜在顧客の満足度向上の意識は、グレートウォークに入場規制の視点が用いられていたように、観光の質と観光客の数を比例して拡大していくことの難しさがこの成功事例からも見受けられる。日本では、訪日観光客を増やすことが、近年では大きな目的となっている。しかし、レヒでは、宿泊客と公共交通機関の利用者には優先的にスキーリフト券を販売することや、潜在顧客などへの重点的な配慮として入場規制をすることは、新たな視点であると考えられる。

「スモールバットグッド」、小さい村だからこそできる大きなことがある。地方創生が大きな国の施策になっている傍ら、各自治体や地域住民自らが主体的に行なっていくことの重要性を考えさせられる事例である。



写真 3.

夏のレヒでハイキングを楽しむ観光客
（出典：オーストリア政府観光局）

写真 4.

冬のレッチでハイキングを楽しむ観光客

(出典：オーストリア政府観光局)



写真 5.

冬のレッチ村の様子

(出典：オーストリア政府観光局)

【引用・参考文献】

チロル州観光局日本担当オフィス・オフィシャル HP

<http://www.jtc.at/site/index.php> (retrieved February 20th, 2018)

小林英俊 (2001) 『観光地の自律性が求められる時代』 —海外から見えてくる「新しい観光の流れ」—

小林英俊 (2014) 「環境がこれからの観光の鍵だ!」. 白馬 EV・PHV ワンダーランド 2014「EV・PHV を利用する観光と地域の活性化を考える

」http://www.cev-pc.or.jp/event/images/hakuba_0907/pdf/6.pdf (retrieved February 20th, 2018)

中島由紀子 (2014) 平成 26 年度 地域づくり海外調査研究事業調査報告書 環境保護と地域資源活用による地域づくり—オーストリア・レッチの取り組みから見えること—

<https://www.jcrd.jp/images/13-chousa/docu/08.pdf> (retrieved February 20th, 2018)

オーストリア政府観光局公式サイト

<https://www.lechzuers.com> (retrieved March 7th, 2018)

H.I.S.旅プロ (H.I.S.ホームページ内)

<https://blog.his-j.com/ecotour/tirol/> (retrieved March 16th, 2018)

③ ロックンロール・ラスベガス・マラソン (アメリカ)

イベント型 (連携) スポーツ : ○ 文化 : ○ 観光 : ◎

【概要】

ロックンロール・ラスベガス・マラソンは、Competitor Group, Inc. (中国系コングロマリットである大連万達グループ) が運営・主催するマラソン大会で、毎年 11 月に開催されており、ロックンロール・マラソン・シリーズのひとつ。北米を中心に 30 を超える世界中の都市で、シリーズのマラソン大会が開催されており、沿道で音楽バンドやチアリーダーが配置され、ランナーを応援していたことが、大会名の由来となっている。なお、ロックンロール・ラスベガス・マラソンは、午後 4:30 から午後 9:30 まで、夜の街中を走るナイトマラソンである。ラスベガス大会のコースとしては、マラソン、ハーフマラソン、10km マラソン、5km マラソンの 4 つがある。

このラスベガス大会自体では、ヘルス&フィットネスエキスポが同時に開催されており、2017 年は参加者は 68,000 人を超えると報告されている。ゴール地点では有名アーティストによるコンサートも開催されている。このヘルス&フィットネスエキスポとは、マラソン大会前の 3 日間開催されており、マラソン大会参加者は全員事前に会場を訪れることが義務付けられている。会場では最新のランニングテクノロジーを紹介するブースや、アパレル、栄養セミナーなどを開催している。

これは、ロックンロール・マラソン・シリーズを開催している Competitor Group, Inc. が、人々のアクティブライフの創出に注力していることが背景にあることが考えられる。ただ走るだけではなく、走りが自身の健康にどのような効果をもたらすのかを理解した上で、「また走りたい」という欲求を掻き立てている。

なお、30 都市でマラソン大会が開催されていることもあり、ホームページは充実しており、海外からの参加者のためにも、Westin や United Airlines がシリーズのスポンサーとなり、フライトやホテル情報、現地での交通手段についての情報を分かりやすく提供している。



写真 1. ロックンロール・ラスベガス・マラソン トラベル情報

(出典：ロックンロール・ラスベガス・マラソンホームページ)

【事業の背景】

ロックンロール・マラソン・シリーズは、1998年にマラソン大会に参加する人たちを応援するバンドが沿道で演奏したことがきっかけとなり、このシリーズが始まったとされている。Competitor Group, Inc.が運営に携わるようになったのは、2012年のスペイン・マドリッドマラソンからである。

【効果】

表1は2016年にSan Diego State UniversityのSports MBA Programが調査を行った「ロックンロール・ラスベガス・マラソン」の効果、および大会ホームページに掲載されている情報をまとめた表である。ラスベガスという世界的な観光地であるため、特に2016年は観光客のうち約90%がアメリカ国外から来ており、ホテルの多くが満室となり、ラスベガスで行われるイベントの中でも、観光面では大きく貢献しているイベントであることが伺える。

2017年は85の国と地域から参加者がラスベガスに集まったと報告されており、多くの海外からの観光客が、ラスベガスを訪れた。

表1. ロックンロール・ラスベガス・マラソンの効果と東京マラソン 2017との比較

主な効果	2016年実績	2017年実績	東京マラソン 2017
参加者	43,100名	83,700名	35,824名
観戦者	100万名以上	—	151万2,000名
経済効果	226,000,000USD (約240億6,674万円)	250,700,000USD (約265億7,420万円)	165.9億円(東京都) 284.2億円(全国)
宿泊数	108,768室	122,300室	—
観光客数	63,000名	—	—

※1US\$を106.49円換算(2018年3月14日現在)

また、ロックンロール・マラソン・シリーズは、アメリカ、アイルランド、イギリス、スペイン、メキシコ、ポルトガル、カナダの7つの国、30の都市を市場として有しており、今までに50万人の参加者、100万人を越える観戦者が会場に足を運んだとされ、6億8,500万ドル(約746億6,500万円)の経済効果をもたらしたとされている。また、このシリーズはチャリティー活動も盛んに行われており、累計3億ドル(約327億円)の寄付が集まっている。

【まとめ】

アメリカ国内でも、観光名所として有名なラスベガスで開催されるマラソン大会がもたらす効果は、大きいものであることが伺える。「ロックンロール」の要素は、時代とともに変貌しつつ、今ではアメリカで人気歌手がエキスポ会場やゴール地点でコンサートを実施している。

このマラソン大会の特徴的な点は、ヘルス&フィットネスエキスポと同時開催をしているところにもある。日本に置き換えると、7月下旬に開催されるヘルス&フィットネスジャパンで、マラソン大会参加者の事前受付を行い、同時に産業展でランナー向けのセミナーを開催し、自身の走りについて考えるきっかけや、企業の新商品の体験コーナー、販売など、エキスポとマラソン大会を同時開催することによって、マラソン大会参加者はもちろんのこと、企業にとっても実際の消費者に商品を手にとってもらう機会にもなっている。



写真 2.

スタート前の参加者の様子

(出典 : Rock'n Roll Las Vegas Marathon)

写真 3.

ラスベガスの街と参加者

(出典 : Rock'n Roll Las Vegas Marathon)





写真 4.

ロックンロール・ラスベガス・マラソンでバンドが演奏する様子

(出典 : Rock'n Roll Las Vegas Marathon)

【引用・参考文献】

About Competitor Group, Inc.

<http://competitorgroup.com/about/> (retrieved February 19th, 2018)

Las Vegas Review Journal

<https://www.reviewjournal.com/sports/las-vegas-marathon-generated-economic-impact-of-226-million-study-says/> (retrieved February 2nd, 2018)

Rock'n Roll Marathon Quick Facts 2016

http://cdn.competitorgroup.com/wp-content/uploads/2016/02/16_RNR_Series_QuickFacts.pdf (retrieved February 2nd, 2018)

Rock'n Roll Marathon Series

<http://www.runrocknroll.com/> (retrieved February 2nd, 2018)

東京マラソン 2017 の経済波及効果

<http://www.marathon.tokyo/news/detail/images/EconomicImpactOfTheTokyoMarathon2017.pdf> (retrieved March 16th, 2018)

④ アンコールワット・マラソン（カンボジア）

イベント型 スポーツ：○ 文化：◎ 観光：○

【概要】

アンコールワット・マラソンは、1992年にユネスコ世界遺産に登録されたアンコールワット遺跡公園内がマラソンコースとなっているマラソン大会であり、毎年12月に開催されている。レースは午前5:30から午前11:00まで行われている。世界75カ国以上から参加者が集まる大会であり、チャリティ大会の特徴がある。主催者は、カンボジアオリンピック委員会である。なお、1998年から2012年までは日本国内の特定非営利活動法人ハート・オブ・ゴールドが大会の運営を担っていた。

レースカテゴリーとして、ハーフマラソン、10kmマラソン、3kmマラソンの3つがあり、車いす、義足部門も存在する。なお、それぞれのレースカテゴリーのエントリー費については、表1の通りである。ハーフマラソン、10kmマラソン、3kmマラソンでコースは異なっており、ハーフマラソンコースは、コース内にアンコールワットをはじめとする、世界遺産の風景を楽しむスポットが約20点あることも特徴。レース中は、遺跡内で観光ができないといった制限は設けられておらず、沿道でランナーと子供達が触れ合える様子も伺える（写真1参照）。

表1. アンコールワット・マラソンレースカテゴリー

レースカテゴリー	年齢	エントリー料金
		(9月30日まで/10月1日～10月27日)
国際ハーフマラソン	16歳以上	7,920円/9,000円
10kmロードレース	13歳以上	7,200円/8,160円
3kmファミリーコース	大人・子ども	4,800円/5,760円
21km車椅子	16歳以上	無料
10km義手・義足コース	16歳以上	無料

なお、アンコールワット・マラソン公式ホームページでは、英語による情報発信しか行われていないものの、海外からの参加者も多いことから、日本語による情報も多く存在する（2013年大会は、437名の日本人が参加している）。

【事業の背景】

アンコールワット・マラソンは、地雷の犠牲者となった人々の救済を目的としたチャリティイベントとして、1996年から開催されている。選手からの参加費の一部や協賛金、スポンサー費用は、地雷の犠牲者への支援やAIDS患者支援、カンボジアでの小児病院の建設費用、開発途上国の義足製造といった社会貢献に使用されている。元々は日本各地の市民マラソン大会に呼びかけ、大会参加費の一部を開発途上国の義足製造に充てるため活動の発展版が、アンコールワットマラソンとなった。

【効果】

アンコールワット・マラソン大会の参加者数は 7,871 名（2014 年）から 9,150 名（2016 年）と年々増加傾向にあり、その半数は海外からの参加者であることから、ある程度の経済効果をもたらしている。Inoue（2016）は、アンコールワット・マラソン大会が誕生する前は、カンボジアにはスポーツという文化が根付いていなかったが、今では現地の人々がスポーツに参加することによって、自身の健康を維持・増進させることの重要性を理解し、スポーツを通してアクティブライフの推進を図ろうとしていると指摘している。

【まとめ】

アンコールワット・マラソン大会は、世界遺産を走るという参加者にとって魅力的なコンテンツを含んだ大会であるものの、実行委員会が公的な組織であり、カンボジアからのバックアップ体制が整っていることから、他のマラソン大会と比較して、スポンサー企業が少なく、マラソン大会を通じてカンボジアの経済面活性化につなげる視点が薄いような印象を受けた。しかし、地雷が多く除去されないままとなった時代が長かった歴史的背景もあり、チャリティーや社会貢献活動に注力している大会色が非常に強いことや、障がい者もマラソン大会に参加できるといった視点は、これからの日本のスポーツ産業の発展には、重要な観点と思われる。



写真 1.

アンコールワット内を走る参加者

（出典：Cambodia Events Organizer）

写真 2.

アンコールワット・マラソン参加者 2

（出典：Ankor Wat Half Marathon Facebook）



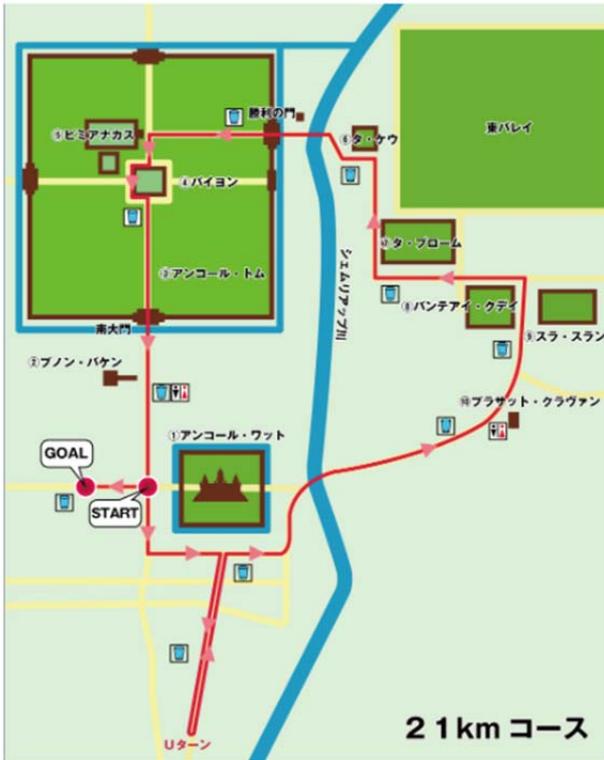


写真 3. アンコールワット・ハーフマラソン コース

(出典 : Go To Race)

【引用・参考文献】

Angkor Wat International Half marathon 2015: Giving Courage and Hope in Cambodia

<https://www.runsociety.com/news/angkor-wat-international-half-marathon-2015-giving-courage-and-hope-in-cambodia/> (retrieved February 6th, 2018)

DTAC カンボジア観光情報局

http://www.dtac.jp/asia/cambodia/news_703.php (retrieved February 6th, 2018)

Go to Race

<http://www.gotorace.com/event/angkor-wat-international-half-marathon-2017/> (retrieved February 6th, 2018)

Inoue, Y. (2016)

<https://umnkinesiology.wordpress.com/2016/01/04/assistant-professor-inoue-studies-how-international-marathon-can-positively-affect-cambodian-residents/> (retrieved February 6th, 2018)

特定非営利活動法人ハート・オブ・ゴールド

<http://www.hofg.org/project/sport/awhmmwalk/> (retrieved February 19th, 2018)

⑤ オーシャン・スイム・シリーズ（ニュージーランド）

イベント型（連携） スポーツ：○ 文化：△ 観光：○

【概要】

オーシャン・スイム・シリーズは 2005 年から始まり、7 つの町・都市で開催されるイベントによって構成されている（表 1 参照）。各イベントは、Banana Boat®というニュージーランドの日焼け止めメーカーが運営を行なっている。参加種目は 4 種類（200m、500m、1000m、2.6km～3.5km）あり、子供からアスリートまで、遊びからフィットネスまで、幅広い参加者の欲求を網羅するイベントである。また、参加するためにトレーニングを必要とする参加者は、ニュージーランド各地でイベントやクリニックが常時開催されており、自由に参加することができる。なお、シリーズのうち 3 つ以上に参加する場合は、“Series Pass”というものがあり、参加費が割安になる。

表 1. オーシャン・スイム・シリーズ 7 カ所のイベント（2017-2018 シーズン）

	イベント名	開催都市	開催時期
1	Harbour Crossing	Auckland	2017 年 11 月 18 日
2	Duke of Marlborough Hotel bay of Islands Classic	Russell	2017 年 12 月 16 日
3	Interislander Capital Classic	Wellington	2018 年 1 月 28 日
4	Donelley Sawmillers Legend of the Lake	Rotorua	2018 年 2 月 17 日
5	Generation Homes Sand to Surf	Mt. Maunganui	2018 年 3 月 10 日
6	Interislander The Big Tahuna	Nelson	2018 年 3 月 31 日（予定）
7	King of the Bays	Auckland	2018 年 4 月 14 日（予定）

表 1.にある 7 つのオーシャン・スイム・シリーズの中で 2013 年に 1,700 名が参加した、最も大きなオープンウォータースイミング大会である「King of the Bay」を【効果】の事例として取り上げる。

海外からの誘客戦略やプロモーションも行っており、海外からスイマーも参加している。現在、公式ホームページは英語のみでの情報提供となっているが、今後、多言語による告知でさらに海外からの参加者も増えることが予想される。

【事業の背景】

ニュージーランドでオーシャン・スイム・シリーズが開催されたきっかけは、世界有数の美しい海や海岸といった、ニュージーランドが保有する数々の自然資源を多くの住民・観光客に体験してもらいたいという狙いがあったようだ。なお、現在では全国で 8,000 人のスイマーが、毎年このシリーズにエントリーしている。

【効果】

表 2 は、2013 年に開催された「King of the Bay」(Auckland) が経済・社会にもたらした効果として、Auckland City Council のまとめによると、「King of the Bays」は、オークランド在住者の水泳能力、水教育、健康、フィットネスについてのモチベーション向上を目的となっていることで、地元への経済的・社会的波及効果がより期待されている。

表 2. King of the Bay 開催効果

主な効果	数 値
参加者	1,700 名 (海外含む)
観戦者	4,000~5,000 名
収入	126,000NZD (約 968 万円) (内訳：自治体補助金 17,500NZD (約 134 万円)、 スポンサー 55,500NZD (約 426 万円)、参加費 7,500NZD (約 57 万円))
支出	131,030NZD (約 1,007 万円) ※収支差額は Auckland Council や North Shore City Council など、自治体が支援をしている。
社会的効果	健康への効果、多世代に渡る交流

※ 1NZD を 76.9 円換算 (2018 年 3 月 7 日現在)

【まとめ】

オーシャン・スイム・シリーズのイベントディレクターは、ニュージーランド人がオーシャン・スイム・シリーズを通して、健康的なライフスタイルを送れるよう、常に新しいロケーションを開拓していると述べている。特にこの動きは、今年から新たにシリーズが開催された「Interislander The Big Tahuna」の Nelson City (自治体) での期待は大きく、Tahunanui Beach の魅力を伝える絶好の機会と捉えている。

このシリーズの特徴として、11 年で 6 つの自治体が連携をして、シリーズ化した参加型イベントを形成している点にある。日本でも類似した自然資源を持つ自治体が連携し、イベントに参加するといった一過性のものにするのではなく、各地域が連携してイベントをシリーズ化し、人の流れを作るといった取組は有効と思われる。

写真 1.

オーシャン・スイム・シリーズ参加者の様子

(出典：オーシャン・スイム・シリーズ)



写真 2.

Tahunanui Beach の写真

(出典：Media Works TV)



【引用・参考文献】

About Banana Boat

<http://www.bananaboat.co.nz/about-us/> (retrieved February 19th, 2018)

NelsonMail

<https://www.stuff.co.nz/nelson-mail/sport/93857888/nz-ocean-swim-series-heading-to-nelson-after-decade-in-christchurch> (retrieved March 7th, 2018)

Ocean Swim Series

<https://oceanswim.co.nz/> (retrieved January 31st, 2018)

Regional Event Fund 2012-2013 Event Summary

<http://temp.aucklandcouncil.govt.nz/SiteCollectionDocuments/aboutcouncil/committees/cultureartseventsforum/meetings/cultureartseventsforumminattitem1120121114.pdf>
(retrieved January 31st, 2018)

Swimming New Zealand Ocean Swim Series

https://www.swimming.org.nz/article.php?group_id=15594 (retrieved February 5th, 2018)