

はじめに

- 本委員会は、2014年の発足以来、2019年から始まる3大スポーツイベントに焦点を当て、この機会に如何に大阪・関西を活性化させるかについて研究を行ってきた。
- 特に2017年度は、2021年のワールドマスターズゲームズを意識し、「するスポーツ」を多方面から検証。その人口増によってスポーツ産業や国民の健康を増進させる取り組みを企業目線で検討、検証した。

1. 現状と課題

①働く世代の現状

- 超高齢化社会、健康寿命の伸び悩みにより医療費が高騰。
- 労働災害においては、近年、運動不足が原因と思われる転倒災害率の割合が高くなっている。
- 企業内でのスポーツ大会や企業保有のグラウンドの減少により、企業でスポーツをする文化が衰退。
- 社員の健康増進や生産性向上に向け、経営戦略の一環として「健康経営」を取り組む企業が増え、関連する認定制度の設定も進んでいる（「健康経営銘柄」、「健康経営優良法人」、「スポーツエールカンパニー」等）。

スポーツ実施率について

②子供の現状

- 日本では、スポーツは「運動・体育」として発展。学校施設で教員が体育の授業を通じてスポーツを指導しており、運動部活動も教育活動の一環との意識が強い。
- 少子化に伴い運動部活動に所属する生徒の絶対数が減少し、特にチーム競技等において活動に支障をきたしている。また、運動部活動が「楽しい」と答える生徒の割合は、小中高と成長とともに下降。
- 運動部活動指導教員の多く（4～5割）は、「多忙な校務との両立、自身の指導力不足等」の悩みを抱える。
- 運動部活動以外でも、学校グラウンドや公園の使用制限、携帯ゲームやスマートフォンの普及により子供の屋外遊び等、体を動かす機会が減少。
- 欧米では、スポーツは「楽しむもの」であり、タイトルを競う「競技スポーツ」に加え、生涯を通じて楽しんでプレイする「レクリエーションスポーツ」がある。スポーツを行う場として地域社会のスポーツクラブが発達。

③関西の課題

- 都道府県別健康寿命のデータでは、全体的に関西が低い。
- スポーツ行動者率（10才以上、1年間にスポーツをした人の割合）は全国的に都心が上位の傾向にあるが、大阪は含まれない。
- 人口10万人あたりのスポーツ施設数、総合型地域スポーツクラブ数ともに大阪は最下位。

スポーツツーリズムについて

①スポーツツーリズムの現状

- スポーツは交流人口を生み出す力を有している。スポーツと景観や環境、文化等の地域資源との掛け合わせにより新たな観光市場が形成され、地域経済が活性化することがスポーツツーリズムの要諦。
- 国も、このスポーツツーリズムの可能性に着目している。
- 国（スポーツ庁）の動きと連動し、日本スポーツツーリズム推進機構等、各方面で様々な取り組みが進んでいる。

②マーケティング調査分析

- 国（スポーツ庁）は昨年、スポーツツーリズムに関わる国内外の消費者心理や動向等を調査。
- 調査分析によると、スポーツツーリズムと合わせて実施したいことは、その土地の観光、食事、温泉。また、入浴施設、周辺観光や行事案内、荷物預かり、スポーツ用品レンタル等のサービスにも期待が高い。

③関西の現状とポテンシャル

- 関西はスポーツツーリズムに係るシーズが豊富で、振興の潜在力は高いと言える。
- スポーツツーリストは総じてアウトドアスポーツへの参加意向が高い。関西は都心部から海・山・河川・湖沼といったアウトドアスポーツの体験適地へのアクセスが良好で、「広域周遊観光」への誘導にも貢献する。
- 関西インバウンド観光は堅調に拡大しているが、リピーターを中心に「See型観光」から「Do型観光」にシフトするトレンド変化が予測され、その意味からもスポーツツーリズムの振興が待たれる。
- スポーツツーリストの所得階層は総じて高く、滞在期間も長いことから、一般ツーリストよりも期待値が大きく関西インバウンド観光の課題の1つである「富裕層の取り込み」にも貢献が期待できる。

その他

④関西の課題

- 観光資源の豊富な関西では、スポーツを始めとしたニューツーリズムへの関心が必ずしも高くなかった。
- スポーツツーリスト向けの情報発信、需要開拓、販促プロモーションが不足。インフラ、サービスも不十分で2020年「インバウンド4000万人」に向け、空港から宿泊施設まで基本的インフラが決定的に不足する。
- 「みる」スポーツツーリズムは、プロスポーツや実業団の経営基盤の強化、実業団スポーツの活性化も課題。
- 昨今、ニューススポーツも注目されつつある。例えば、eスポーツ（Electric Sports）は、海外では様々な企業がスポンサーとなり、プロチームやプロリーグも多数存在するなど既にブームとなっており、今後、注視が必要。

2. カナダ・しまなみ海道の取り組みに学ぶべきもの

生涯スポーツ文化振興の先進国 カナダでもスポーツ実施率は高くなく、市民のスポーツ離れ、特に青少年の「screen timeの削減」が課題。「Sports=アスリート」のイメージを変え、「Sports」を「Activity」とすることで日常生活の一部に「身体活動を取り入れる工夫が行われている。また、国と非営利団体が連携し、地道な活動を行っており、日本でもスポーツ庁に大いに期待したいところである。スポーツ大会におけるボランティアの重要性も忘れてはならない。しまなみ海道で地域の観光促進を行う「しまなみジャパン」からは、隣接する地域や県との協力、広域連携が重要であるとの話があった。サイクリングは、徒歩より行動範囲が広く、車より景色を楽しんだり、町への立ち寄りが容易であり、地域振興の点から、スポーツサイクリングに加え、観光サイクリングも注目を集めている。

【 】は想定している提言の実行主体者

3. 提言

企業が率先する
スポーツ実施率を上げ、より健康な体づくりを！

●企業内でスポーツをする文化の復活を - 働く世代の健康づくり

①企業対抗スポーツ大会への積極的参加【企業】

企業内のスポーツ文化醸成や、「する」スポーツの大会であるWMG関西の成功につながる取り組みとして、近年活発化している様々な企業対抗スポーツ大会に積極参加し、社員がスポーツに触れる機会をつくる。

②定期健康診断の時期を活用した体を動かす習慣づくり【企業】

- 気軽に体を動かす仕組みとして、企業内の定期健康診断と連動させる。
- スマートフォンやウェアラブル端末を活用する。

③スポーツ目的での有給休暇の利用促進【企業】

休暇によりスポーツ大会等へ参加しやすい環境をつくり、スポーツをする人、みる人、ささえる人を増やす。

●地域でのスポーツ活動への参画（企業リソースの活用）- 子供や年配者の健康づくり

①企業スポーツ選手の活用【企業・自治体】

学校出前授業や「総合型地域スポーツクラブ」等に關西企業のスポーツ選手を指導者として活用する。企業スポーツ選手引退後のキャリア形成にもつなげる。

②企業スポーツ施設の活用【自治体】

企業保有のグラウンドや体育館の民間開放を、例えば固定資産税免除等のインセンティブで促進する。

③社員や家族、OBが地域のスポーツクラブを利用することを積極的に支援する【企業】

地域のスポーツクラブの情報等を社員やOB、その家族に提供する。

●WMG関西をスポーツツーリズム振興の好機と位置づけ、開催効果の最大化を

WMG関西の目的は、第1に「生涯スポーツ文化の定着」であるが、同時に「スポーツツーリズム振興のトリガー」としても期待できる。富裕層が多く参加し、初の広域開催となる本大会は、「富裕層の取り込み」と「広域周遊の促進」等、インバウンドを中心とした「関西観光の課題解決」に資するものである。

①関西独自のスポーツツーリズム調査を【広域の行政機関・観光セクターなど】

スポーツツーリズム振興のプラン策定には、国内・海外のスポーツツーリスト（及びその予備軍）の実態やニーズの把握が不可欠である。各地・各機関の個別調査に加え、広域視点での「関西商圈」に則したマーケティングが必要。それに基づいて、オール関西で、さらには各々の自治体や企業でも、WMG関西に向けた準備・対策が進められることが望ましい。

②「旅行商材としてのWMG関西」の設計と対策を【WMG組織委員会、観光関連事業者など】

滞在が平均2週間に及ぶ参加者の大きな関心事は観光にある。競技参加から前後の過ごし方までを一連の流れとしてとらえ、ツーリスト目線で関西を周遊する仕組みを整備する必要がある。関西在住の外国人の視点から、スポーツツーリズムの資源・資産の洗い出しや、SNS等を活用した事前の情報発信も効果的。

③体制・組織整備の議論の加速化を【広域の行政機関・観光セクター、経済界など】

スポーツツーリズムは「広域」の観光であり、行政の区割りや組織の縦割りを克服するとともに、民間との有機的な連携による取り組みが求められる。このスポーツツーリズム振興のための広域プラットフォームに関しては、当会の提言に基づいて開設され、「関西」を冠する広域組織としての一定の活動実績もある「スポーツコミッショング関西」の発展的活用も念頭に体制整備が進められることを望む。

おわりに

「スポーツをする」ことを徹底していくには、「働き盛り世代」や「子供達」に対し、如何に習慣付けるか、する機会を増やすかが重要で、また「スポーツを全くしない人」、「スポーツが好きでない人」に対しても、まず体を動かすことから始められるような取り組みが大変重要と思われる。スポーツをして健康寿命を延ばしていく取り組みは、変化を起こすまで時間がかかるため、今まさに取り組まなければ社会保障制度が破綻するという危機感を官民で共有することが必要。また、スポーツツーリズムを上手く活用することで観光課題を解決し、関西のさらなる発展につなげたい。これらの取り組みを開西で行うには「2019・20・21年が絶好のチャンス」であり、オール関西で各行政、関係機関、企業が危機感と使命感をもち、まず一步を踏み出す、具体的なアクションを試みる努力を行なうべきである。