

Sports in Japan as resources for tourists

1K10C396-9 松本 浩介

主査 宮内孝知 先生

副査 木村和彦 先生

【1. 序論】

観光としてのスポーツが盛んな国といえば欧米諸国である。欧米諸国では世界中から来た観光客が観光の目的の一つとしてスポーツ観戦を行っている。しかし、日本ではスポーツを観光の目的とした観光客が非常に少なく、スタジアムで外国人観光客を見ることは稀である。

この章では観光資源として多くの観光客を集めている例に、ツール・ド・フランスとメジャーリーグベースボール（MLB）を挙げ、日本のプロ野球と女子サッカーのどの点に観光資源としての価値を見出していくべきであるかを具体的に考察する。

【2. ツール・ド・フランス】

ツール・ド・フランスはその歴史、環境、競技としての性質、歴代スター選手など多くの魅力を持っている。ツール・ド・フランスは競技そのものの魅力と競技以外の環境の付加価値に観光資源の価値を見出すことができた。

競技としての醍醐味とは戦術とドラマ性である。23 日間 21 ステージを戦う中でロードレースならではの攻防を見ることができる。また、それぞれの選手の思惑やプライドを垣間見ることができる。競技以外の付加価値とはフランスの美しい景観である。観客は 23 日間のレースを観戦することで、フランス中を旅行していることになる。

【3. メジャーリーグベースボール（MLB）】

メジャーリーグベースボールでは世界最高レベルのプレーと国籍の多様性、そしてビジネス性が観光資源としての価値を生み出している。

メジャーリーガーはアメリカ人にとってスーパースターであり、彼らの派手なプレーはメジャーリーグ以外のリーグにはないものである。また、メジャーリーガーのおよそ 3 割はアメリカ以外の国籍を持った選手であり、メジャーリーグには世界各国のトップレベルの選手が所属している。メジャーリーグでは 30 球団の合同出資によるインターネットビジネスを積極的に行うことで、その 3 割を占める外国人選手の母国のベースボールファンをメジャーリーグのファンにし、メジャーリーグに外国人観光客を呼び込むことに成功している。

それ以外にもメジャーリーグはスタジアム自体が観光資源としての価値を持っている。30 球団それぞれのスタジアムにはユニークな名物が存在しており、同じ対戦カードであってもスタジアムが変わることで、全く異なった雰囲気の出場を演出することができる。

【4. 日本のプロ野球（NPB）】

日本のプロ野球は日本での人気が非常に高いが、プレー面や規模でメジャーリーグより低いレベルになってしまっている。プロ野球は昔からの伝統や技術に囚われることが多く、日本独特の堅実な野球をしており、リスクの高い派手なプレーに消極的である。その上メジャーリーグへの日本人選手流出も相俟って華やかなスター選手の不足が懸念されている。

ビジネスの観点では、リーグ全体の利益ではなく限られた強豪チームが自らの利益を求めているため、12 球団共同でのビジネスが行われていない。スタジアムも地震大国であることや、多目的施設として利用されることが原因で、画一的なスタジアムとなっている。

【5. 日本女子サッカーリーグ】

日本女子サッカーリーグは日本での知名度は高いものの、チーム不足や選手不足に悩んでいる。また、女子サッカーファンを増やすために地方での試合も積極的に行っているため、選手への負担が大きい。しかし、プロアマ混合のリーグであることや、中高生だけのチームが参加しているなど、他のリーグにはない魅力を持っている。

世界の女子サッカーリーグを見ても欧州で徐々に人気は高まっているが、確固たる地位を築いているリーグはない。日本女子サッカーリーグがメジャーリーグのように女子サッカー界で確固たる地位を築く可能性は十分に残されている。

【6. 観光資源化への考察】

ベースボールの中心がメジャーリーグである以上、プロ野球が世界一のリーグになることは不可能である。プロ野球が観光資源としての価値を有するためには、他の付加価値が必要である。付加価値として考えられるのは、メジャーリーグでは抱えきることのできない地域の選手開拓市場になることである。外国人の出場制限を緩和し、多くの外国人選手が活躍することで、メジャーリーグファンやその他海外のベースボールファンにとって価値のあるリーグになることができる。

現在女子サッカー界では、FIFA クラブワールドカップのように毎年世界一を決定する大会が行われていない。日本女子サッカーリーグが世界選手権を行うことで、ツール・ド・フランスやメジャーリーグのように女子サッカー世界一が決まる瞬間を見ようと観光客が集めることができる。発展途上である女子サッカー界で日本が世界中の女子サッカー選手や女子サッカーファンにとって憧れの存在になることにより、観光資源としての価値を生み出すことが可能になる。