

埼玉学園大学・川口短期大学 機関リポジトリ

スポーツツーリズムの発展と今後についての考察

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2021-02-22 キーワード (Ja): キーワード (En): sports tourism, marathon, covid-19, regional activation 作成者: 城本, 高輝, SHIROMOTO, Takateru メールアドレス: 所属:
URL	https://saigaku.repo.nii.ac.jp/records/1324

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



スポーツツーリズムの発展と今後についての考察

Consideration on the Development and Future of Sports Tourism

城 本 高 輝

SHIROMOTO, Takateru

2020年初頭より新型コロナウイルスが世界各国に感染が拡大し、大会が、次々に中止、消滅となっている。現在、スポーツツーリズムは、新しい展開を迎えているといえる。本論文では、新型コロナウイルス感染拡大前のスポーツツーリズムの現状、新型コロナウイルス感染拡大後のスポーツツーリズムの現状、今後のスポーツツーリズムの展望等について言及する。

1. はじめに

現在、「スポーツツーリズム」という言葉が、一般的に使われるようになってきた。日本国内における野球観戦、サッカー観戦等についても観光や地域活性化の面で経済効果が高いことから、こうしたスポーツ観戦自体をスポーツツーリズムと呼ぶこともある。また、近年は、欧州でのサッカー、北米でのメジャーリーグの観戦に訪れる日本人も増えている。このように海外に訪問して、スポーツを観戦する旅行形態についてもスポーツツーリズムと呼ばれる。

現在、延期となっている東京オリンピックパラリンピック2020については、スポーツツーリズムによる大きな経済効果が期待できる最大級のイベントであった。現在、東京オリンピックパラリンピック2020は、延期されており、残念ながら、開催の見通しが立っていない状況である。こうしたスポーツ観戦型

の旅行は、広義のスポーツツーリズムと考えている。

一方、参加型のスポーツツーリズムについては、世界中の大都市、地方都市において、大きな人気となっている。マラソン、トライアスロンが最も多い事例であろう。世界各国において、マラソン、トライアスロンが毎週のように開催され、大きな市民参加型のスポーツイベントとなっている。こうしたスポーツ参加型の旅行は、狭義のスポーツツーリズムと考えている。



写真1 マラソン大会
(東京マラソン財団公式フェイスブックより)

キーワード：スポーツツーリズム、マラソン、新型コロナウイルス、地域活性化
Key words : sports tourism, marathon, covid-19, regional activation



写真2 トライアスロン大会
(大阪城トライアスロンHPより)

しかし、2020年初頭より新型コロナウイルスが世界各国に感染が拡大し、大会が、次々に中止、消滅となっている。現在、スポーツツーリズムは、新しい展開を迎えているといえる。

本論文では、新型コロナウイルス感染拡大前のスポーツツーリズムの現状、新型コロナウイルス感染拡大後のスポーツツーリズムの現状、今後のスポーツツーリズムの展望等について言及する。

2. 新型コロナウイルス感染拡大前のスポーツツーリズム

2.1. 日本国内のスポーツツーリズム

社会全体の高齢化、健康ブームの到来もあり、マラソン、トライアスロン、トレイルランニングが大きな熱を帯びている。日本の各都道府県においても観光振興、地域経済活性化の観点から様々なマラソン大会、トライアスロン大会、トレイルランニング大会が開催されている。

2.1.1 マラソン

世界6大マラソン大会の一つである東京マラソンは、非常に人気の高いマラソン大会である。（世界6大マラソンの他の大会に

は、ニューヨークシティマラソン、ボストンマラソン、シカゴマラソン、ロンドンマラソン、ベルリンマラソンがある。）東京マラソンには日本人だけでなく、多くの外国人も参加している。こうした外国人については、近隣のアジア諸国だけでなく、欧米からの参加者も非常に多い。アジア唯一の大会であるこの東京マラソンに憧れ、特に欧米人は、6大マラソンの全大会の完走を目指し、その大会に魅了されているようである。東京マラソンの成功事例から、各都道府県、市町村でもこうしたスポーツイベントを誘致しようと、各エリアにおいて開催されるようになった。都市型マラソンの代表例は、大阪マラソン、神戸マラソン、京都マラソン、横浜マラソン、名古屋ウィメンズマラソン等が挙げられる。

上記の政令指定都市以外の地方都市でも有名なマラソン大会は増えている。いびがわマラソン、防府読売マラソンは、岐阜県揖斐市、山口県防府市という非常にローカルな地域で開催されている大会であるが、大会参加のエントリー開始から、数十分間で受付が終了する人気のある大会である。

さらにローカルな地域になると、マラソン大会が、一年間で、そのエリアで最も集客力のあるイベントであるという地域もある。例えば、北海道のサロマ湖周辺で開催されるサロマ湖ウルトラマラソンは代表例といえる。サロマ湖は、北海道で最大の湖で、日本では三番目の湖である、サロマ湖は、ホタテ貝の養殖などで有名な場所となっている。しかし、サロマ湖は、主要空港からのアクセスが悪く、観光客は多いとはいえない。しかし、サロマ湖100kmウルトラマラソンは、伝統もあり日本で最も人気のあるウルトラマラソンとなっている。（ウルトラマラソンとは、フルマラ

ソンを超える距離の長距離のマラソンのこと。)大会当日は、大会関係者だけでなく、周辺住民のほとんどが観戦や応援に訪れている。

世界遺産を活用した大会も行われている。世界遺産姫路城マラソン、白山白川郷ウルトラマラソン、富士山マラソンは、その典型である。

又、希少性、独自性を打ち出している大会もある。千葉アクアラインマラソンのように、東京湾アクアライン(車道専用道路)を通行止めして2年に一度開催している大会もある。



写真3 東京湾アクアラインのコース
(千葉県のHPより)

また、コースではなく、食料品において、特色性を打ち出している大会もある。マラソンのエイドといえば、一般に水とスポーツド



写真4 マラソンコース途中でのお地元の
特産品の提供 (NAHAマラソン公式HPより)

リンク、食料はバナナ程度である。しかし、大阪マラソンでは、たこ焼きやその他の大阪の特産品がエイドで配布される。NAHAマラソン(毎年12月、沖縄県那覇市開催)では、沖縄の特産品であるオリオンビールやサターアンダギー、ちんすこう等がエイドで配布される。

また、マラソンのコースの途中でイベントが開催されるケースもある。鹿児島県の指宿市で開催される「いぶすき菜の花マラソン」では、足湯があり、参加者に対し、競技の途中で、おもてなしをするケースもある。こうした独自性を打ち出した大会は、非常に人気がある。

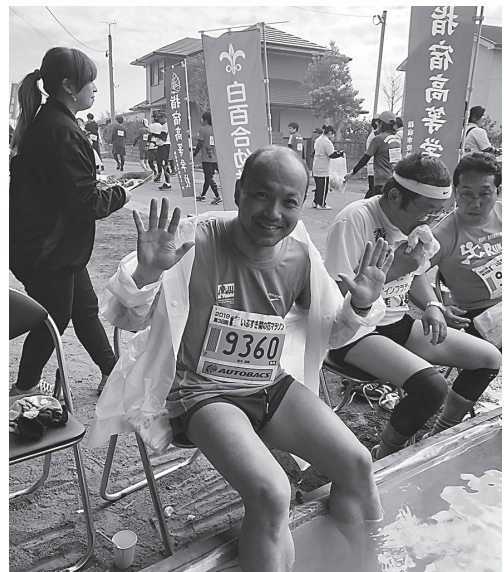


写真5 コース途中にある足湯
(いぶすき菜の花マラソン)

さらに、日本のマラソンにおいては、日本のクールジャパンの要素も感じられる。日本のアニメやご当地キャラクターが日本国内だけでなく、海外の方にも人気がある。日本のマラソン大会では、仮装(コスプレ)したランナーが参加している。参加者自身が大会を



写真6 仮装（コスプレ）ランナー

盛り上げる役割を担っている。

このようにマラソン大会は人気が高く、参加者数は右肩上がりの傾向があり、各都道府県の各市町村において競うように開催されるようになった。

マラソン大会の費用は、右肩上がりに上がっていった。東京マラソンについては、2019年までは1万円程度の参加費であったが、2020年以降は1万6千円程度になっている。安全対策、交通対策、事前告知（PR等含む）などに費用が嵩むためである。

日本のマラソン大会の魅力は何なのか。日本人は、日本のマラソン大会が世界中で愛されているイベントであることになかなか実感を持っていない。海外のマラソンランナー、とりわけ、香港人、台湾人は、日本のマラソン大会を愛してやまないようである。香港、台湾では、マラソン熱も高く、香港、台湾から日本の各地域へは、他国からに比べてアクセスが良いこともあり、日本のマラソン大会に多く参加している。これは、日本の大会の「おもてなし」に魅力を感じているようである。実際、海外のマラソン大会には、日本の大会のように「おもてなし」を感じるシーンは少ない。日本は、この「おもてなし」をマラソン大会に取り入れ、参加者の満足度を高

めている。「おもてなし」は、日本のスポーツツーリズムの発展に大いに貢献したといえる。

特に、大きなマラソン大会となると、大会前日にEXPOが開催される。EXPOでは、主に大会参加者の事前受付が行われ、その際に、本人の身分確認、ビブス（大会のゼッケン）の引き渡し、大会記念品（Tシャツやタオル）の提供が行われる。このため、EXPOは、マラソン大会の全参加者が集まる一大イベントとなる。このイベントには、大会のスポンサーのPRブースや商品のサンプリング、イベントが行われる。限定商品の販売なども行われる。参加者の交通費、宿泊費、買い物代金、飲食代金などを考慮すると、地元経済には非常に大きな効果がある。こうした経済効果が、各自治体が、スポーツツーリズムに力を入れる最も大きな要因となっている。



写真7 マラソン大会のEXPO
（大阪マラソン）

2.1.2 トライアスロン

また、トライアスロンの発展も目覚ましい。マラソンに比べると、競技人口は少ないが、富裕層を中心に人気がある。トライアスロンに富裕層が多いのは、参加費が高いという理由だけでなく、ランニング以外に、スイミング、自転車ロードレースがあり、競技内容が

複数にわたることから、備品の購入や運搬費などが非常に高額となるためである。近年は、アクアスロン（自転車ロードレースを除いた2競技）、デュアスロン（スイミングを除いた2競技）等もあるため、参加のハードルは少しずつ下がってきている。沖縄県の宮古島、長崎県の五島列島、新潟県の佐渡島で開催されるトライアスロン大会は非常に有名で、参加人数も多い。

また、2017年には、重要文化財である大阪城において大阪城トライアスロンが開催された。大阪城の濠が、スイミングのコースとなっており、世界初の城の濠を活用した大会として注目を集めた。本大会は、観光庁、スポーツ庁、文化庁が実施する、「スポーツ文化ツーリズムアワード2017」を受賞するなど、スポーツ以外の面からも評価をされている。



写真8 大阪城トライアスロン
(大阪城トライアスロンHPより)

こうしたユニーク性を強調した大会の開催は、今後も増えていくものと予想される。

2.1.3 トレイルランニング

近年は、トレイルランニングという競技も人気がある。トレイルランニングは、舗装されていない山野を走るレースである。また、参加者の年齢はマラソン大会、トライアスロ

ン大会に比べ、比較的高い。雄大な景色を見ながら、山岳を駆け抜けるこうしたレースは、比較的新しいスポーツツーリズムである。また、競技人口が少なく、マラソン以上に今後発展していく可能性を持っている。例えば、富士山の山頂まで走る富士登山競争は、過酷なレースとして非常に有名である。また、世界遺産である富士山が競技の舞台になっていることも人気の要素である。

参加のハードルは非常に高いが、ウルトラトレイルマウントフジ（100マイルレース）は、外国人参加ランナーも多く、人気の大会である。



写真9 トレイルランニング大会
(ウルトラトレイル・マウントフジ公式HPより)

2.2. 諸外国のスポーツツーリズムの動向

海外のスポーツツーリズムにも目を向けてみる。海外の各国もスポーツツーリズムには、非常に力をいれている。スポーツツーリズムにおいては、日本と同様に、マラソン大会、トライアスロン大会が、非常に人気があるようである。

各エリア別に概説する。

2.2.1. アジア地域

アジアの主要国、中国、韓国、シンガポール、マレーシア、タイ、台湾において、多く

のマラソン大会が開催されている。主要大会としては、北京マラソン、上海マラソン、ソウル国際マラソン、慶州さくらマラソン、シンガポールマラソン、クアラルンプールマラソン、ボルネオマラソン、バンコクマラソン、台北マラソン、高雄国際マラソンが、外国人の参加者も多く、最も人気のある大会である。特に、台湾は人口も少なく、国土も狭いが、ほぼ毎週のように、マラソン大会がどこかの町で開催されている。カンボジアでは、世界遺産であるアンコールワット周辺において、毎年、フルマラソン、ハーフマラソンが開催されている。ベトナムにおいても観光リゾート都市ダナンにおいてマラソン大会が開催されている。

東南アジアは、マラソンに非常に厳しい気象環境（高温多湿）であるが、マラソン大会は、非常に人気がある。（ただし、東南アジアでは、高温、多湿であることを考慮し、フルマラソンでなく、ハーフマラソンの開催も多い。）



写真10 シンガポールマラソン
（シンガポールマラソン公式フェイスブックより）

2.2.2. ヨーロッパ

ヨーロッパでは、主要都市、ローマ、パリ、バルセロナ、プラハ、モスクワ等、主要都市



写真11 アンコールワット
国際ハーフマラソン

で人気のマラソン大会が開催されている。世界6大マラソン大会の中の一つである東京マラソンは、非常に人気の高い大会である。前述の通り、ロンドンマラソン、ベルリンマラソンは、世界六大マラソンに位置付けられている。また、ヨーロッパにおいては、中小規模の街でも、マラソン大会が数多く開催されている。ヨーロッパの各国間では、LCCが主要各都市を繋いでいるため、どこに行くのもアクセスが良い。このため、どの都市の開催の大会でも国籍に関係なく多数の外国人の参加者がいる。

マルタ、エルサレム等、町全体が世界遺産になっている場所でのマラソン大会の開催もある。世界遺産が数多く登録されているヨーロッパならではの特徴だろう。

また、フランスのボルドー周辺の地方都市ボーイヤックにおいては、「メドックマラソン」という非常にユニークな大会が開催されている。この大会は、毎年、大会の主催者が大会テーマ（例：遊園地、スーパーヒーロー等のテーマ）を設定し、参加者はその大会テーマに合わせて、仮装（コスプレ）をする。ほぼ全ての参加者が仮装をするという非常に面白い大会である。また、通常、エイドでは、水、スポーツドリンク、バナナ等が提供されるが、この大会では、ワインが提供される。ボーイ



写真12 メドックマラソン
(メドックマラソン公式HPより)

ヤックの周辺は、ワインの名産地のため、数多くのシャトーが存在する。各シャトーにおいて、自慢のワインをランナーに提供するという内容が特徴になっている。

2.2.3. 北米

北米でも数多くのマラソン大会が開催されている。北米では、世界六大マラソンの、ニューヨークシティマラソン、ボストンマラソン、シカゴマラソンが圧倒的に人気がある。それ以外にも西海岸で開催されるバンクーバーマラソン、ロサンゼルスマラソンは、非



写真13 ニューヨークシティマラソン

常に人気のある大会である。

日本人において、最も人気があるのは、ホノルルマラソンである。参加者約2万5千人のうち、約1万2千人が日本人となっている。制限時間も無く、参加しやすい大会ともいえる。夜明け前の午前5時頃にスタートし、日差しが強くなる午前中のうちに、ゴールする設定となっている。しかし、初マラソンがホノルルマラソンという人も多く、6時間以上かけてゴールする人も多い。年中常夏のハワイは、一年中どの時期に大会を開催しても気候の面においては大差がない。12月の上旬はハワイのイベントが少ないため、その観光の閑散時期にスポーツツーリズムを活用した成功事例といえる。



写真14 ホノルルマラソン
(ホノルルマラソン公式HPより)

3. 新型コロナウイルス感染拡大後のスポーツツーリズムの現状

3.1. 新型コロナウイルスによる大会の延期、キャンセルの状況

2019年末頃から、中国湖北省武漢市などで、新型コロナウイルスの感染拡大が広がり、2020年度初頭には、全世界に感染者が広がり、パンデミックとなった。日本にも感染者が広がってきていたものの、当初は大会は通常通

り開催されていた。

大会主催者側で、消毒液の使用、参加ランナーとのハイタッチの禁止、大会運営側スタッフのマスクの着用等の対策を行いながら、大会が中止になることはなかった。

マラソン大会の中止は、台風、大雨、降雪等、気象条件による理由しか、過去に無かった。こうした、気象条件による中止・延期は、大会の運営者側もある程度の判断材料もあったであろう。しかし、新型コロナウイルスに関しては、感染症拡大という過去にない状況に、判断のしようが無かったと推察される。特に、マラソン大会で、パンデミックは発生した事例も無かったので、他の大会の開催状況を確認しながら開催していた。

しかし、2020年2月15日（日）までは、主な市民マラソンは開催された。2月15日（日）に開催された北九州マラソン、熊本城マラソン等は、コロナウィルスの影響もあったが、無事開催がされた。（2月上旬には、2月15日の大会自体も中止になるのではないのか、など参加者ランナーの間では、SNS等では色々な憶測があったようである。）

しかし、2月19日の東京マラソンの中止の発表が大きな影響を及ぼすことになる。

2月19日（木）において、一般財団法人東京マラソン財団は、2020年3月1日に開催される東京マラソン2020について、一般ランナーの参加を取りやめ、来年の東京マラソン2021に出走する権利を付与する決定を公表した。東京マラソン2020は、エリートランナーのみでの開催となった。この発表は、他の大会を中止に導くことになり、2月22日（日）以降の大会は、次々に中止となった。

2月22日（日）以降、有名ないわきサンシャインマラソン等を含めた主な大会が全て中止

となった。大会運営者は、感染症対策のために大会を中止にすることなど、前例もなく踏み切れなかった。東京マラソンの英断は、他の大会の中止を次々に決定させることになった。2月22日（日）以降、大きなマラソン大会は全く開催されないようになった。

3.2. 新型コロナウイルスによる大会の延期、キャンセルに対する大会運営者側の対応

このようにマラソン大会は延期、キャンセルとなったが、大会規約に基づきキャンセル料は、ほとんどの大会において、返却されなかったようである。大会運営者は、PR、通行止めの事前告知、会場設営など、既にイベント会社等に多くの経費を支払った事などが理由のようである。

この対応には、マスコミには様々な意見があったが、参加者側にはやむを得ないといった意見が多かった。大会運営者は、返金には応じず、大会当日配布予定だった参加記念品や完走記念品の配布のみを行なった。ほとんどの参加者は、この対応も止むを得ないと受け止めていたが、一部の参加者には、キャンセルなどについての理解がないため、大会運営側の在庫処分にしか感じられなかった。

2020年5月以降位から大会運営の対応はそれぞれ異なるようになった。早めに大会延期やキャンセルを告知する事で、大会の準備に必要な費用を削減し、参加者には、一部返金、クオカード配布、ポイント還元等の対応を行った。

東京マラソンは、対応が一転二転し、2021年や2022年への参加権を付与したようである。

海外マラソンは、さらに混乱したようである。ニューヨークシティマラソン、シカゴマラソン、ボストンマラソン、ベルリンマラソ

ンは中止となった。ロンドンマラソンは、一般参加は中止となり、2020年10月にエリートランナーのみでの開催（予定）となる。パリマラソン2020については、2度の延期後、結局中止となった。

海外のマラソン大会については払い戻しはせず、延期となった大会への振替や来年の大会への振替の選択というケースが多くあったようである。しかし、日本人を含めた外国人は日程や移動の制約があるため、参加を断念するといったケースも多いようである。日本国内の大会と異なり海外マラソンには、現地の情報の入手が困難であったり、大会によって、大会中止や延期に関する払い戻しや次回大会への参加費の繰り越しが様々で、SNS等の情報によると、大会事務局への不信感を相当募らせていたようである。

また、海外のマラソンに参加する場合は、航空券やホテルの宿泊等を確保しているだろう。しかし、大会が延期になったからといって、航空券やホテルの宿泊等が無料でキャンセルは出来る訳では無い。直前になって大会がキャンセルとなったケースも多かったと聞く。ましてや、割安の料金で手配した予約は、全額返金が不可となったというケースもあったという。

しかし、新型コロナウイルス感染拡大が世界中に広がる中、各国に出入国制限が設けられるなど、航空会社も運休や減便を余儀なくされたため、3月以降は、航空券、ホテルの予約が無料で払い戻しをされたケースが多いと聞く。しかし、大会参加予定者は、海外の情報収集ということもあり、対応には非常に苦慮されたと考えられる。

2020年ほど、スポーツツーリズムに混乱をもたらした年はないだろう。

4. 今後の展開今後のスポーツツーリズムの展望等

一般的に、新型コロナウイルス感染下で、スポーツツーリズムの今後は、前途多難だと考えるのが普通だろう。ここでは、新型コロナウイルス感染拡大後の観戦型及び参加型スポーツツーリズムの現状及び今後の展開について概説する。

4.1. 新型コロナウイルス感染拡大後の観戦型スポーツツーリズムの現状

2020年9月現在、海外のメジャーリーグ、ヨーロッパのサッカーは全て無観客で実施されている。（日本のプロ野球やJリーグは、観客を入場させているが、一試合あたり人数を相当制限している。主催者側も一定のリスクを負うことになるが、感染による影響は今後見守る必要がある。）

ただし、メジャーリーグでは、テレビやパソコンでのリモート観戦を意識して、CGなどを活用して、スタジアムがまるで有観客であるかのような演出を行っている。画面上はCGによりスタンドに観客がいるような演出をしたり、観客による音声を演出している。さらに、メジャーリーグについては、スタットキャスト（軍事技術である追尾レーダーを活用したデータ解析ツール）によるデータ解析によって、統計学的な分析による戦術が展開されており、リモート観戦は、コアなファンには非常に興味深い情報が得られる観戦方法となる可能性がある。VR等によりさらに観戦については臨場感のある新しい観戦方法になる可能性がある。

ヨーロッパのサッカーについても、リモート観戦を意識して、歓声の演出やカラフルな

客席の演出も行っている。最近は、VAR（ビデオアシスタントレフリー）導入により、リモート観戦の方が、わかりやすく感じる時もある。

しかし、いずれにしてもITによるスポーツ観戦の初期的な試みであり、スポーツツーリズムという観点では、大きく後退することになるであろう。

観戦型スポーツは、新しい時代を迎えていると考えても良い。大会スポンサーも従来のようなスタジアムの看板でなく、観戦者の嗜好、年齢、性別、行動状況等のマーケット情報にあわせたITによる広告等が一層進むことになるであろう。

4.2. 新型コロナウイルス感染拡大後の参加型スポーツツーリズムの現状

2020年2月22日以降から、2020年9月現在、マラソン、トライアスロン、トレイルランニングの大会は、ほとんど開催されておらず、今後の大会についても中止や延期のアナウンスばかりが目立つ。例年であると、来年3月までのマラソン大会等のエントリーが開始されている。今後、こうした参加型のスポーツツーリズムは、どのような展開を迎えるのだろうか。

皇居周辺や大阪城周辺では、ランナーの姿は見られるが、バフやマスクをつけて、走る姿が日常となっている。2020年の夏場に、40℃近い気温がある暑い中、バフやマスクをつけて走る姿は異常としか言いようがない。

体験型のスポーツツーリズムであるマラソン大会は難しい状況が待っている。

4.2.1 現在の大会運営方法の課題、問題点

景気後退によるスポンサー離れ、マラソン



写真15 バフをつけた練習風景
(BUFF公式フェイスブックより)

ブームの衰退もあり大会運営側も躊躇するであろうし、新型コロナウイルス感染防止対策のためのコスト増なども考えられる。今後は、ダウンサイジングした少人数参加型の大会、ボランティアの少ない大会、観客を集めない大会、ハイタッチ等を制限した大会等、全く様変わりした大会となる可能性がある。

しかし、こうした大会にスポンサーは従来と同様の協賛金の支出には躊躇するであろう。また、スポンサーが撤退すれば、参加費等の高騰につながるであろうし、負の連鎖となる。大会主催者が中止の保証の担保のため、イベント保険に加入すればさらに参加費が高騰することも予測される。

4.2.2 現在の大会運営方法の課題、問題点

現在でも、東京の皇居、大阪の大阪城の周辺は、マスクやバフをつけながらマラソン、トライアスロン、トレイルランニングの参加に向けて、日々練習している姿を見る。

現在、大会は中止、延期となっているが、やはり多くのランナーが大会に参加する目的がなくても、多く集まり、スポーツを楽しんでいる。スポーツが終わってからは、カフェで休憩したり、小規模な宴会を楽しんでいる

ようである。こうした身近な場所で、身近な友人と気楽に楽しむスポーツツーリズムが浸透していく可能性がある。

2020年8月現在、大きなスポーツ大会は、全く開催されていない。そのため、スポーツツーリズムは、大きく衰退してしまった。今後の大会予定については、検討は続いているものの、開催の予定はまだ無い。しかし、河川敷や地方部などでは、大会規模（参加人数等）を大幅に縮小しながら大会を開催しているケースもある。こうした大会では、新型コロナウイルス感染防止のため、スタートは時間を分けたウェーブスタートとなる。また、河川敷や地方部での開催のため、沿道の応援はほとんどいない。ハイタッチなどの、接触も禁止されている。同じコースを走り、タイムは計測されるので、一定の競技性は確保される。スポーツ大会の従来の運営を維持した方法であるが、スポーツツーリズムにおいては、大会規模や地域への経済効果の面で大きく後退したであろう。

一方、最近、「リモートマラソン」、「クラウドマラソン」という言葉を聞くようになってきた。手法としては、新型コロナウイルス感染拡大予防の観点から、3密（密閉、密集、密接）を避ける狙いから、参加者には、任意のコースを好きな時間に、同じ距離（フルマラソンの場合は、42.195km等）を走ってもらい、参加タイムを比較し、競技性を持たせている。参加者には、スマートフォンアプリをダウンロードし、GPSを活用してもらいながら、位置、距離情報を正確に計測し、SNS機能を活用して参加者間でのコミュニケーションを深めるという手法である。参加者全員が、同じ場所で、大会に参加することは出来ないが、一箇所に大人数を集めるわけでは

ないので、大規模な人数の参加も可能である。従来の参加者より拡大することも可能である。ただし、人によって、コースや気象条件が異なるため、公式な大会になることは出来ず、あくまでに、レジャーのみに特化した、大会運営になる。スポーツツーリズムの面から考えると、人の移動が大幅に少なくなることが容易に想像され、地域への経済効果は、参加者が分散することにより、統計が困難になる。ただし、スポーツツーリズムの面を除くと、参加者は、無限大に募ることもでき、大会規模拡大により、一定の経済効果は期待できる。

こうした大会の運営方法と、「リモートマラソン」、「クラウドマラソン」という言葉が一致しているようには思えないが、「リモート」、「クラウド」等の流行りの言葉を利用することにより、多くの人の関心を集める狙いが感じられる。スポンサーは、今までの様に、大会での看板やサンプリングなどでなく、動画配信サイトやSNSサイトでのスポンサーとなる可能性がある。観戦者は、大会に行かずに、動画配信サイトで、応援する。大会参加型のスポーツツーリズムは、大きく変化を遂げる可能性がある。今後は、SNSを中心とした個人参加型の大会、少人数参加型の大会が、普及する可能性がある。現代の人々は、仲間とのコミュニケーションを求めている。また、ライブバル等との競技性を求めている。

こうした大会のあり方が、スポーツとして定着してくるのかは、今後の感染拡大の状況を含め、見守っていく必要がある。しかし、経済波及効果が小さくても、新型コロナウイルスと共存した新しいスポーツツーリズムのあり方を示唆している可能性がある。

5. おわりに

新型コロナウイルスは、世界中の人々のライフスタイルに大きな影響を与えた。スポーツツーリズムという観点では、東京オリンピックパラリンピック2020の延期（2020年9月現在）が最大のインパクトであろう。

社会全体が成熟化する中で、世界各国間でビザの規制緩和、LCCの新規就航により、世界がボーダレスの時代に突入した。こうしたことを背景に、この数年間は、世界中のスポーツツーリズムが最も繁栄した時代といえるだろう。中国を筆頭に、日本の周辺アジア諸国が豊かになり、インバウンド大国を目指す日本は、こうした、チャイナマネー等により、観光業はかつてないほど潤ったといえる。

しかし、新型コロナウイルス感染拡大後、状況は一変した。世界中の国境が事実上閉鎖に近い状態になった。現在、日本人の旅行者は、どの外国に訪問しても、数週間、自宅やホテルでの隔離等が余儀なくされる。また、外国人旅行者も、日本に訪問した場合も同様の措置となる。（2020年9月現在）

こうした状況下、スポーツツーリズムは、今や迷走状態に突入した。スポーツは、人間の衣食住とは異なり、生活になくてはならないものでなく、あくまで余暇を楽しんだり、健康増進の目的のためにある。そのため、国策による支援等はそれほど期待できない。しかし、スポーツツーリズムという観点では、地域経済への貢献も大きくなってきたため、特に、地方都市では想像以上に経済面でダメージが大きかった。

今までのスポーツツーリズムは大人数を一か所に集めて、有名な場所で、大規模に実施されてきたといえる。しかし、今後、新型コ

ロナウイルス感染拡大が続くようであれば、コンパクトな規模で、身近な場所で、身近な友人とSNS等で繋がりながら、実施されていくものと考えている。しかし、新型コロナウイルス感染拡大の影響の予測は非常に困難である。数年後には、さらに状況が変わっていることも予測される。今後、さらに事例を集めながら、検証していく必要があるであろう。