

2022年5月18日

政策研究レポート

アウトドアスポーツ人口拡大の鍵を握るのは？

取り組みやすいスポーツからアウトドアスポーツに誘導する仕掛けを考える

公共経営・地域政策部 研究員 境 翔悟
主任研究員 妹尾 康志

【本稿の概要】

1. 「アウトドアスポーツ」の範囲と実施状況

(1) 「アウトドアスポーツ」の範囲

- ✓ 本稿では、「アウトドアスポーツ」を、自然環境下(アウトドア要素)で行われる、運動競技その他の身体活動としてのアクティビティ(スポーツ要素)と定義した。
- ✓ ただし、エンジンを推進力として用いるスポーツや、プロ競技等の本格的なシーンは対象から除外した。

(2) アウトドアスポーツの実施状況

- ✓ アウトドアスポーツブームといわれているが、世論調査によると、わが国におけるスポーツ実施率上位に「アウトドアスポーツ」にあたるものは含まれておらず、振興の余地は大きいと考えられる。

2. 入口となる「ベーシックスポーツ」の存在

- ✓ スポーツ人口の多くは、現在、取り組んでいるスポーツに加えて、ウォーキングや体操等の、比較的手軽かつ気軽に取り組みやすいスポーツ(ベーシックスポーツ)にも取り組んでいることが指摘できる。

3. ベーシックスポーツからアウトドアスポーツへの誘導

(1) ベーシックスポーツとアウトドアスポーツの関係性

- ✓ アウトドアスポーツ人口は、ベーシックスポーツの中でも特にウォーキング実施率が高い。

(2) アウトドアスポーツ人口増加のためのポイント

- ✓ 「健康のために」、「気軽に」取り組まれるベーシックスポーツに対し、アウトドアスポーツはそれらに加えて「楽しみ」や「仲間との交流」のために取り組まれている。アウトドアスポーツ人口を増やすには、ウォーキング実施者に対して、これらの要素を提案することが効果的・効率的と考えられる。

4. アウトドアスポーツ振興の方向性

(1) ウォーキング実施者をアウトドアスポーツに誘導する仕掛け

- ✓ ベーシックスポーツに取り組んでいる人々に対して「自然に触れる楽しみ」を感じたり、「仲間との交流」が生まれたりするような仕組みやプログラムを提案することで誘導を図る。

(2) アウトドアスポーツ実施者が身近のウォーキング実施者を誘うような仕掛け

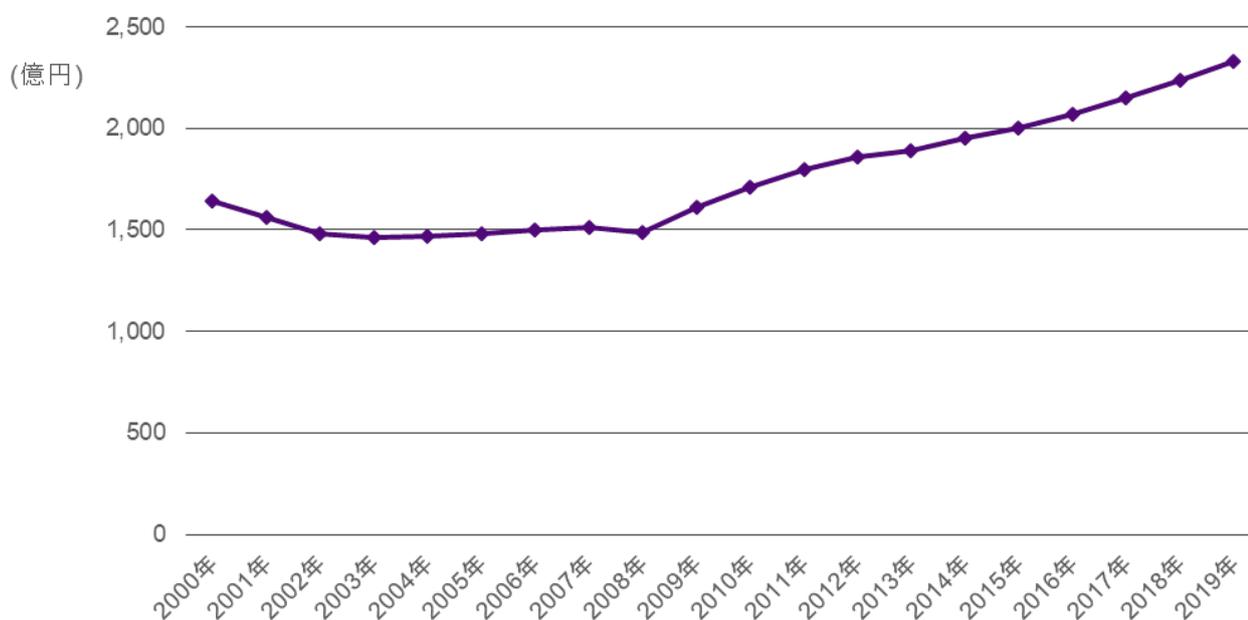
- ✓ 実際にアウトドアスポーツに取り組むきっかけとしては、仲間との交流、友人からの誘いが重要となっている。アウトドアスポーツは、身体負荷も比較的高く、自然環境下における知識、経験も求められるため、当初は経験豊富な仲間と一緒に取り組むことで、初心者にとっての安心にもつながり、参加のハードルを下げることができる。

はじめに

わが国のスポーツ行政を所管するスポーツ庁では「スポーツで、人生が変わる!」「スポーツで、社会を変える!」「スポーツで、世界とつながる!」の3つの観点を挙げ、スポーツの枠を超えて人々や社会に好影響を与えるものとして「アウトドアスポーツ推進宣言」をまとめ、公表している。これを水端に、2017年より「スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業」が実施されるなど、地方行政においても、アウトドアスポーツは地域活性化に寄与するものとして認識されつつある。

長く縮小、停滞傾向にあったアウトドア市場であるが、山ガールやソロキャンプの流行などに象徴されるような第三次アウトドアブーム¹、キャンプブームを背景に回復基調にある。近年では、快適さや手軽さを売りにした「グランピング」の登場や、各メーカーによるアウトドアの要素を取り入れたファッションやライフスタイルの提案等によって、市場の活況は続いている。なかでも代表的な商品分野である、登山・キャンプ用品の市場規模をみると、2008年頃より右肩上がり成長を続けていることがわかる。

図表1 登山・キャンプ用品市場規模の推移



資料) 公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書 2020」より作成

このようなアウトドア人気を背景に、アウトドア活動の促進や自然資源を生かした体験型観光による交流人口の拡大、地域活性化に取り組む自治体も増えている。一方、地域住民自身のアウトドアスポーツ実施機会が少なく、地域に根付いていないことが課題となっているケースも多い。例えば、西条市「アウトドア活動促進による地域観光活性化に向けたランドデザイン」では、「市民にアウトドア文化が浸透していない」として、「地域住民自らアウトドアを楽しむまちの実現」を目標の1つとして掲げている。

そこで本稿では、「アウトドアスポーツ推進宣言」に挙げられた3つの観点のなかでも「スポーツで、人生が変わる!」(人生を健康で生き生きとしたものにできる)の観点に特に注目し、人々をアウトドアスポーツの実施に誘導する仕掛けを考え、アウトドア人気に着目した地域活性化の取り組みを行う土壌を整えるため、地域のアウトドア人口を増加させる施策や取り組みについて検討する。

¹ 週刊東洋経済編集部(2013)本格化するアウトドアブーム—週刊東洋経済 e ビジネス新書 No.35

1. 「アウトドアスポーツ」の範囲と実施状況

(1) 本稿における「アウトドアスポーツ」の範囲

一口にアウトドアスポーツといっても、資料によってもその指し示す範囲はさまざまである。そこで、本稿の議論において「アウトドアスポーツ」とする範囲について検討した。

図表 2 既存資料における「アウトドアスポーツ」

引用元	定義	定義の文脈
スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携協議会	日本各地に存在する海・山・川・湖等の自然環境下で、その地域ならではの景観・環境・文化に親しみながら体験が可能な、身体活動を伴うアクティビティ	一般的
厚生労働省 e-ヘルスネット	野外で活動する運動の総称。一般には自然の中（特に野山）で活動する運動をさすことが多い 自然と一体となる爽快感、時々刻々と変化する気象条件を知識・経験と体力で上手に利用していく楽しさを魅力とするスポーツ	
みなかみ町アウトドアスポーツ振興条例	季節を問わず山、河川、湖など自然の中で、自然の恵みを享受し、自然とふれあひながら行うレクリエーション及びスポーツ	地域限定的
佐々木志保 「アウトドアスポーツから見る徳島の魅力と優位性」	「自然環境の中での身体活動を伴う運動（競技かは問わず、体験アクティビティを含む）。“する”ことを目的とし、人の力を原動力とするもの」	

そもそも「アウトドア+スポーツ」でできあがっている用語であることから、アウトドア要素とスポーツ要素のいずれも有するものを「アウトドアスポーツ」と定義することがわかりやすいと考えられる。本稿では「アウトドア要素」および「スポーツ要素」について、下記のように整理した。

① アウトドア要素の検討

本来、アウトドアは屋外という意味であるが、既存資料の整理結果からは、野球やサッカーのような屋外で行うスポーツ一般までを含めて、インドアスポーツと対比する意味で幅広くアウトドアスポーツと呼んでいる例は少ない。多くの資料では、アウトドアという用語について、自然環境をフィールドとし、とりわけその地域特有の自然環境下で行うことに主眼を置いていると考えられる。

そこで本稿では、あくまでも自然環境下を「アウトドア」と捉えることとして、屋外であっても、コートやグラウンド、人工的に建設されたコース、一般的な屋外空間等については範囲に含めないこととする。

図表 3 フィールドの観点からの屋外スポーツの分類例

フィールド	代表的・特徴的なスポーツの例
コート、グラウンド	テニス、サッカー、野球、フィールドホッケー、ポロなど
人工的に建設されたコース	ゴルフ、マラソン、BMX、スケートボード、馬術など
一般的な屋外	ウォーキング、ランニング、サイクリング、ラジオ体操など
自然環境	登山、トレイルラン、マウンテンバイク、スキー、ラフティング、ダイビングなど

② スポーツ要素の検討

スポーツ基本法において「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」と定められており、本稿においてもこの定義を基礎とする。ただし、既存資料におけるアウトドアスポーツの整理では、ハイキング、キャンプ等、一般にはスポーツというよりもアクティビティやレクリエーションとして意識されているものを含めていることも多いので、本稿においてもこれらは原則として含めて考えている。

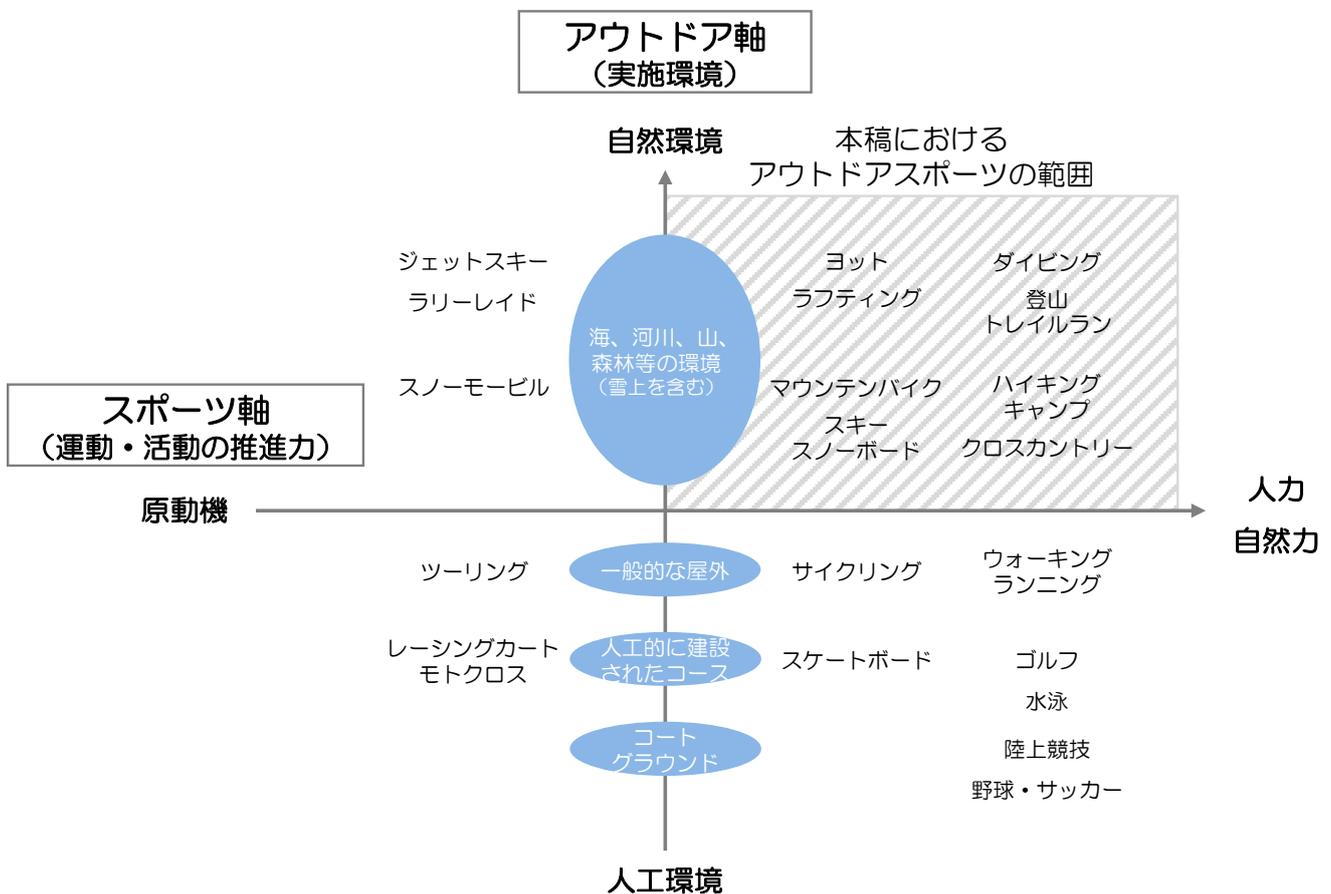
一方で、アクティビティやレクリエーションとしては、ジェットスキー、スノーモービル等のような、いわゆるエンジンを主たる推進力に用いた競技や遊技等も含まれており、実際、これらについてもアウトドアスポーツの範囲に含めている例もある。本稿は健康及び体力の保持増進等についての検討を目的としていることから、これらのエンジンを利用するようなアクティビティやレクリエーションは対象には含めないこととした。

また、スポーツの定義からは競技シーンが幅広く含まれるが、本稿のポイントである「スポーツで、人生が変わる！」の観点からは、プロスポーツ等のきわめて競技性の高いシーンを含めてしまうと誤解がおきやすいと考えられるため、本稿ではこれらの本格的な競技シーンは対象に含めないこととした。

③ 「アウトドアスポーツ」の範囲設定

まとめると、「アウトドアスポーツ」は、自然環境下(アウトドア要素)で行われる運動競技その他の身体活動としてのアクティビティ(スポーツ要素)と定義できる。この範囲は下図のように示されるが、用語としては、屋外というよりは野外、スポーツというよりは活動やアクティビティという言葉をあてて、野外活動と称した方がしっくりくる向きも多いかもかもしれない。

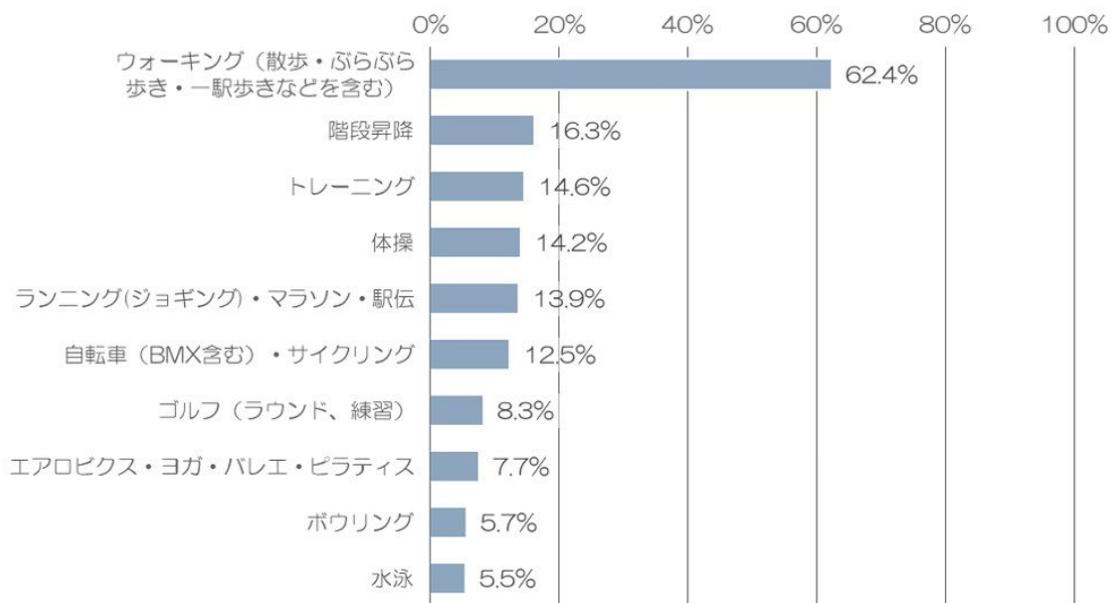
図表 4 本稿における「アウトドアスポーツ」の範囲



(2) 「アウトドアスポーツ」の実施状況

スポーツ庁が実施した「スポーツの実施状況等に関する世論調査」(令和元年度)によると、成人における週1日以上のスポーツ実施率は53.6%で、過去1年間のうちに何らかの運動やスポーツを行った割合は79.5%となっている。種目別では、ウォーキングの実施率62.4%が、2位以下に大きく水をあけて最も高い。上位種目の特徴としては、一般的な屋外、または屋内においても個人でも取り組めるスポーツであることや、日常生活圏の範囲で実施できること、地方部、都心部問わず競技施設または練習施設が普及している等、参加のハードルが低いスポーツであることが指摘できる。言い換えると、自然環境下のフィールドで実施する「アウトドアスポーツ」は実施率上位には含まれておらず、アウトドア人気とは言っても、まだ市場の拡大余地は大きいことがわかる。

図表5 この1年間に行った運動・スポーツの種目 実施者率上位10種目



注釈)「ゴルフ(ラウンド、練習)」は「ゴルフ(コースでのラウンド)」「ゴルフ(練習場・シミュレーションゴルフ)」を統合、再集計したものである。

資料)スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」より作成

2. 入口となる「ベーシックスポーツ」

前章で見たとおり、アウトドアスポーツ人口は、他の一般的なスポーツと比べるとまだまだ少なく、今後の振興においては、実施人口の増加という視点が欠かせない。本稿で定義したアウトドアスポーツは自然環境のなかで取り組まれるものであり、整備されたグラウンドやコースといった人工的な環境下において取り組まれる一般的なスポーツに比べると、体力面の不安、知見の不足、そして移動に必要な費用負担等、さまざまな側面から敷居が高いものと考えられる。

したがって、いきなりアウトドアスポーツに取り組むということは難しく、現在、取り組んでいる人たちも、まずは何らかのスポーツを入口としてアウトドアスポーツにたどり着いたと想定した。その入口となったスポーツを見いだすため、さきほどのスポーツ庁の世論調査を分析することとした。

成人のスポーツ実施には、年齢や性別といった基本属性による影響が強く表れる。実施者の多かったスポーツ上位10種目を抽出して基本属性で分布割合を整理し、調査者全体の分布割合と比較を行った。基本属性のうち、特に違いがみられた項目(年齢、性別、世帯年収、学歴)について、下表に整理した。

図表 6 スポーツ実施率上位 10 種目の実施者の特徴

	調査者全体	ウォーキング...	階段昇降	ランニング...	自転車...	トレーニング	体操	エアロビクス・ヨガ...	水泳	ゴルフ...	ボウリング	
性別	男性	49.8%	50.0%	54.4%	71.3%	62.4%	57.5%	41.8%	14.7%	52.9%	84.2%	63.7%
	女性	50.2%	50.0%	45.6%	28.7%	37.6%	42.5%	58.2%	85.3%	47.1%	15.8%	36.3%
年齢	～ 19	2.5%	2.5%	4.2%	5.3%	6.2%	3.2%	2.4%	1.9%	3.6%	0.4%	6.2%
	20 ～ 29	12.7%	13.3%	17.8%	25.4%	15.9%	17.4%	9.0%	11.8%	13.4%	8.6%	25.1%
	30 ～ 39	15.2%	14.8%	14.4%	24.8%	14.9%	18.0%	12.9%	15.9%	17.1%	12.7%	17.2%
	40 ～ 49	19.6%	17.7%	15.8%	20.9%	19.1%	17.6%	16.2%	17.6%	18.9%	16.8%	19.8%
	50 ～ 59	16.7%	15.3%	14.2%	11.2%	13.7%	13.8%	16.2%	16.8%	13.4%	17.5%	12.5%
	60 ～ 69	17.5%	17.9%	14.8%	7.6%	13.8%	15.5%	19.6%	18.6%	17.9%	22.0%	10.5%
	70 ～	15.9%	18.5%	18.8%	4.7%	16.3%	14.3%	23.7%	17.4%	15.5%	21.9%	8.8%
世帯収入	収入なし	1.5%	1.2%	1.2%	0.6%	1.2%	0.7%	0.8%	1.2%	0.8%	0.6%	0.6%
	100万円未満	3.0%	2.9%	3.0%	2.6%	3.4%	2.3%	2.4%	2.6%	2.8%	0.8%	2.5%
	100～200万円未満	6.4%	6.0%	5.1%	3.8%	7.0%	4.6%	6.5%	4.6%	4.1%	2.0%	3.0%
	200～300万円未満	11.6%	11.4%	9.8%	6.7%	11.3%	9.6%	12.1%	10.8%	9.0%	5.7%	7.6%
	300～400万円未満	14.9%	14.6%	14.9%	11.8%	13.2%	13.2%	16.3%	14.0%	12.8%	12.7%	12.3%
	400～500万円未満	13.5%	13.4%	12.8%	13.2%	12.6%	12.4%	13.3%	13.3%	12.2%	12.6%	13.1%
	500～600万円未満	11.5%	11.5%	12.0%	12.4%	11.5%	12.9%	11.6%	11.0%	11.5%	10.2%	12.9%
	600～700万円未満	8.4%	8.7%	8.5%	11.0%	7.9%	9.4%	8.5%	8.4%	8.6%	8.8%	10.3%
	700～800万円未満	8.0%	8.1%	7.8%	8.9%	9.0%	8.6%	8.1%	8.6%	9.4%	10.6%	10.2%
	800～1,000万円未満	9.8%	10.3%	10.9%	11.8%	10.8%	11.6%	9.1%	11.1%	10.2%	14.4%	11.2%
1,000～1,200万円未満	5.7%	6.2%	7.0%	9.1%	6.0%	7.2%	6.1%	6.7%	8.4%	10.6%	8.6%	
1,200万円以上	5.6%	5.9%	6.9%	8.0%	6.2%	7.5%	5.1%	7.7%	10.3%	11.0%	7.6%	
学歴	中学校	2.1%	1.6%	1.1%	0.8%	1.2%	1.6%	1.8%	0.7%	1.3%	1.1%	1.8%
	高校	29.3%	27.0%	24.9%	19.6%	24.2%	24.6%	28.5%	24.3%	20.3%	23.9%	24.1%
	短大・高专	11.1%	11.4%	10.1%	7.5%	8.8%	9.8%	12.8%	18.4%	10.0%	5.3%	8.7%
	専門学校	11.5%	10.6%	10.2%	9.5%	10.8%	9.9%	11.9%	12.8%	9.7%	7.8%	9.9%
	大学	41.2%	44.2%	47.1%	54.1%	47.9%	47.7%	40.2%	39.8%	50.0%	56.0%	48.3%
	大学院	4.7%	5.2%	6.6%	8.5%	7.0%	6.4%	4.8%	4.1%	8.6%	5.8%	7.2%

※「ゴルフ(ラウンド、練習)」は、「ゴルフ(コースでのラウンド)」「ゴルフ(練習場・シミュレーションゴルフ)」を統合し、再集計したものである。

注釈) 当該選択肢の回答割合と調査者全体の割合を比較し、(100÷選択肢の数×0.2)%以上の差が見られた場合、調査者全体の割合より高いものを黄色網掛けで、低いものを青色網掛けで示した。

資料) スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」より作成

(1) 性別、年代

多くのスポーツにおいて、女性に比べて男性の実施率が高い傾向があり、特に「ゴルフ」「ランニング」「ボウリング」「自転車」は圧倒的に男性の実施率が高い。既往研究²では球技系種目は男性、エクササイズ系種目は女性の実施率が高いとされ、この調査においても、代表的なエクササイズ系種目である「体操」は女性の実施率が高い。「エアロビクス・ヨガ…」は、女性の実施率が男性を大幅に上回っているが、同じ既往研究では、2005年頃に起こったブームから、女性にのみ関心の高い種目として定着したとの指摘もある。

年齢別では、多くのスポーツで若年層の実施率が高くなる傾向があるが、ラジオ体操をはじめとする健康体操が普及している「体操」と、道具に対する出費が大きく、年収の影響を受けやすいと考えられる「ゴルフ」は、年齢が高い層において実施率が高くなる傾向があり、特徴的である。

² 大勝志津穂「運動・スポーツ種目の実施率の男女差について－実施率の時系列変化に着目して－」(スポーツとジェンダー研究, 2015)

(2) 世帯年収、学歴

別の既往研究³で指摘されているように、この世論調査でも世帯年収が高く、そして学歴が高い方が、スポーツ実施率が高まる傾向が顕著にみられたが、ウォーキングと体操は例外的で、その影響が小さい。

ウォーキングと体操の2種目はスポーツ未実施者に対する門戸として機能し、手軽かつ気軽に実施できるスポーツと認識されていると考えられる。なかでも、実施率が唯一過半に達しているウォーキングが、多くのスポーツに取り組む上での入口、いわば「ベーシックスポーツ」として機能していると考えられる。

3. ベーシックスポーツからアウトドアスポーツへの誘導

(1) ベーシックスポーツとアウトドアスポーツの関係性

ここまでの分析から、ウォーキングが他のスポーツの入口として機能するベーシックスポーツとなっていると考え、本稿の興味の対象であるアウトドアスポーツについて、ウォーキングとの関係性を分析した。

スポーツ庁の世論調査から、各スポーツ実施者におけるウォーキングの実施率をみると、「ハイキング・ワンダーフォーゲル・オリエンテーリング」、「登山・トレッキング・トレイルランニング・ロッククライミング」、「キャンプ・オートキャンプ」等の、山や森林環境で行うアウトドアスポーツにおいて、軒並みウォーキング実施率が高い結果となった。そもそも双方の実施人口が多いためウォーキングとの重複者の割合が高くなりやすい「階段昇降」「体操」「自転車・サイクリング」等に比べると、アウトドアスポーツの実施人口は多くはなく、ウォーキングの実施人口と一定の関係性があることがうかがえる。

図表7 実施者数におけるウォーキング実施者率の上位10種目

	スポーツ	ウォーキング実施率	実施者総数
1	ハイキング・ワンダーフォーゲル・オリエンテーリング	94.5%	525人
2	階段昇降	90.1%	3,259人
3	器械体操・新体操・トランポリン	88.3%	137人
4	登山・トレッキング・トレイルランニング・ロッククライミング	86.9%	886人
5	縄跳び	85.3%	443人
6	体操	85.0%	2,837人
7	グラウンドゴルフ・パークゴルフ・マレットゴルフ 等	84.9%	252人
8	キャンプ・オートキャンプ	84.6%	479人
9	レクリエーションスポーツ	83.9%	168人
10	自転車 (BMX 含む)・サイクリング	83.8%	2,491人

注釈) 実施者総数が100人未満のスポーツを除く。

資料) スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」より作成

³ 丸山富雄・日下裕弘「一般成人のスポーツ参与と社会階層」(仙台大学紀要, 1988)の研究では、男性についての手軽な体操や球技、女性についてのダンスなどは社会階層による相違が見られない一方で、特に施設を利用する運動や野外スポーツでは社会階層による違いがあることを明らかとしている。

(2) アウトドアスポーツ人口増加のためのポイント

アウトドアスポーツ実施者の多くは、ウォーキング実施者でもあり、アウトドアスポーツに取り組みたいと考えて、その前段階となる必要な体力づくり等のためにウォーキングに取り組んだ者と、ウォーキングに取り組んでいるうちに、興味を持ってアウトドアスポーツを始めた者がいると想定した。

本稿の興味である「アウトドアスポーツ人口の増加」を考える上では、後者に属する人々がどのような理由でアウトドアスポーツを始めたかを分析することが有用である。再びスポーツ庁の世論調査を分析してみると、ウォーキングをはじめた理由は、他のスポーツに比べて「健康のため」「肥満解消、ダイエットのため」「運動不足を感じるから」等の健康維持に類するものが多いが、アウトドアスポーツをはじめた理由は、それに加えて「楽しみ、気晴らしとして」「友人・仲間との交流として」等の割合が大幅に高いことが特徴的である。

既往研究においても、岡本・藤原⁴は「男女とも最も多い登山動機は他者からの影響で友人などに誘われること」であり、「女性は外的な影響（パートナーの存在、富士登山契機、自然景観など）」、「男性はどちらかといえば自分のために行う（自己探求、体力増強、懐古など）」と指摘している。また朴ら⁵は、日本でのハイキング参加理由として「健康」、「仲間と交流」、「達成感」、「楽しい」を身体・心理要因による理由として挙げている。

図表 8 各スポーツ実施者における運動やスポーツを実施した最も大きな理由

	調査者全体	ウォーキング	ハイキング ワンダーフォーゲル オリエンテーリング	登山 トレッキング トレイルランニング ロッククライミング	キャンプ オートキャンプ
健康のため	33.3%	35.5%	36.8%	29.1%	21.7%
体力増進・維持のため	10.1%	10.1%	12.4%	12.5%	11.1%
筋力増進・維持のため	5.5%	5.3%	4.8%	4.7%	5.6%
楽しみ、気晴らしとして	14.1%	12.0%	20.0%	25.8%	24.2%
運動不足を感じるから	10.1%	11.0%	6.1%	5.9%	7.3%
精神の修養や訓練のため	0.4%	0.4%	0.6%	0.9%	0.6%
自己の記録や能力を向上させるため	1.2%	0.9%	2.1%	2.0%	2.5%
家族のふれあいとして	2.5%	2.4%	1.7%	1.7%	5.8%
友人・仲間との交流として	4.3%	3.5%	6.3%	6.2%	8.1%
美容のため	1.0%	0.9%	0.6%	0.8%	1.0%
肥満解消、ダイエットのため	11.0%	11.4%	7.0%	8.6%	8.8%
その他	1.5%	1.5%	1.0%	1.1%	0.8%
わからない	4.9%	5.0%	0.8%	0.6%	2.3%

注釈) 調査者全体の数値を上回る数値に着色した。

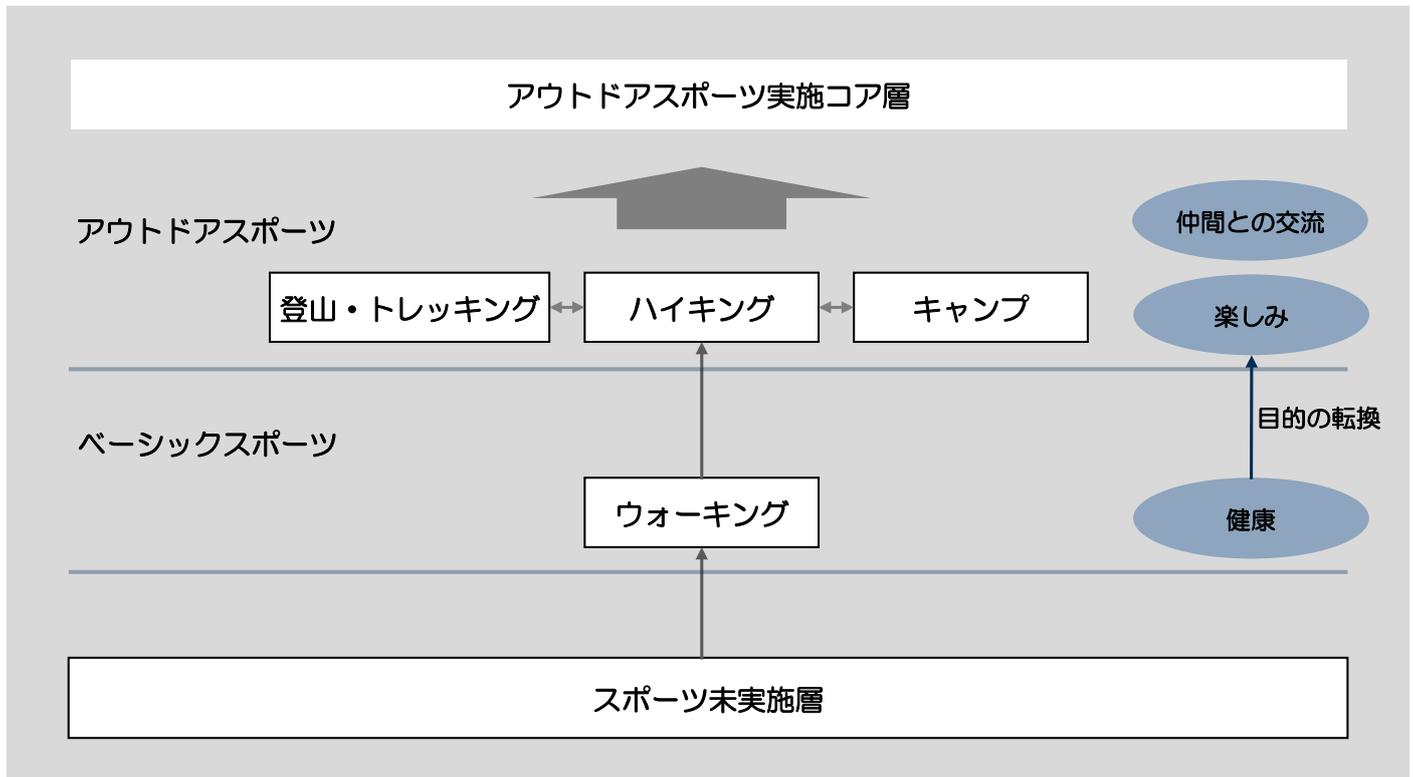
資料) スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」より作成

⁴ 岡本卓也・藤原武弘「登山行動に関する社会心理学的研究：登山動機の構造とその変遷」(関西学院大学社会学部紀要, 2015)

⁵ 朴永晔ほか「日・韓における中高齢者のハイキング活動と生活満足度に関する実証的研究」(2017年度笹川スポーツ政策研究, 2018年)

つまり、スポーツ実施者の目的が、健康づくりから仲間との交流や楽しみなどに傾いてきた結果、アウトドアスポーツへの参加につながっていると考えられる。このことから、現在ウォーキングに取り組んでいる人々に対して、「楽しみ」や「仲間との交流」といった要因を提供していくことが、今後、アウトドアスポーツ人口を増やしていくための重要な視点と考えられる。

図表 9 アウトドアスポーツ人口拡大のステップ



4. アウトドアスポーツ人口拡大の施策・取り組みの方向性

ウォーキングがアウトドアスポーツの入口として機能しているとすれば、ウォーキング実施者はアウトドアスポーツの潜在層と捉えられる。したがって、既にウォーキングに取り組んでいる人たちにターゲットを絞り誘導していくことが、アウトドアスポーツ人口の拡大増加に向けて効果的と考えられる。ここまでの分析をふまえ、そのための仕掛けを大きく2つの方向性に整理した。

(1) ウォーキング実施者をアウトドアスポーツに誘導する仕掛け

今後のアウトドアスポーツ振興方策には、「健康のために」、「気軽に」参加できて、その中で「自然に触れる楽しみ」を感じたり、「仲間との交流」が生まれやすくなるような仕組みやプログラムを据えるべきである。わかりやすい例としては、JR東日本の「駅からハイキング」⁶やJR東海の「さわやかウォーキング」等の取り組みがある。これは、都市生活者をちょっとした郊外に引っ張り出し、安全で信頼できる枠組の中で非日常を体験させる仕組みであり、気軽に参加できる点やどの地域でも展開可能な点から、ウォーキング実施者にハイキング行動を促す事例となっている。

また、前章で考察したように目的の転換・発展を促すという視点からは、一般社団法人かなぎ元気村が運営する

⁶ JR 東日本 HP (<https://www.jreast.co.jp/ekihai/confirm.aspx>)

「DAZAI 健康トレイル」⁷のように、ヘルスツーリズムとして負担の少ないトレッキングを行うツアープログラムも、アウトドアスポーツへの誘導事例として示唆が大きいだろう。

いずれの事例も、そのものがアウトドアスポーツ人口の拡大という視座から行われている取り組みではないが、本稿が注目するアウトドアスポーツ人口の拡大策について考える上では大いに参考となる。

(2) アウトドアスポーツ実施者が身近のウォーキング実施者を誘うような仕掛け

アウトドアスポーツ人口を拡大するためには、前章で示した世論調査の分析結果や岡本・藤原⁸の指摘のように、仲間との交流、友人からの誘いも実施の契機として重要である。アウトドアスポーツ実施者が身近にいる人間を誘い、ともにアウトドアスポーツに取り組みたくなるような仕掛けも重要といえる。

例えば、アドベンチャーレース⁹を全国で展開することで、アウトドアスポーツの裾野を広げ、地域の活性化を目指す有限会社エクストレモの取り組み¹⁰のように、初心者から熟練者まで幅広く対応した、チーム単位でのアウトドアアクティビティの展開は一案である。

アウトドアスポーツは、ウォーキングなどの日常的なスポーツに比べて身体への負荷が高いだけでなく、自然環境下における知識、経験が必要となるため、安全面を考慮しても、当初は友人などと参加することがハードルを下げる仕組みとなり得る。アウトドアスポーツ実施者が潜在層を「誘う」仕掛けは、アウトドアスポーツにおける導入部分のハードルを「越える」仕掛けとしても機能するだろう。

5. まとめ

本稿では、スポーツ庁の世論調査を中心にスポーツの実施状況を分析した結果に基づいて、ウォーキング実施者と登山、ハイキング、キャンプの実施者の間での「目的の転換」に着目し、ウォーキング実施者を対象としたアウトドアスポーツの実施に誘導する仕組みを考察した。この考え方や着眼点は、幅広く横展開が可能であり、水中・水上で泳ぐ・浮く・潜るアウトドアスポーツでは「水泳」が、乗り物や道具に乗るアウトドアスポーツでは「自転車(サイクリング)」がベーシックスポーツとして機能していると考えられ、やはり同様に「目的の転換」が、アウトドアスポーツ人口を拡大させることに繋がるだろう。

昨今では、コロナ禍によってアウトドアスポーツに集まる注目を追い風に捉え、新たに地域への誘客に取り組む事例¹¹も出てきている。これまでの各地域におけるアウトドアスポーツ振興方策は、地域の入込客を増加させることを目指したものが多く、地域住民によるアウトドアに対する機運を高め、根付かせることを目的とした取り組みはほとんどみられていない。今後、スポーツ庁の目指すアウトドアスポーツによる地域の活性化を見込むためには、まず「スポーツで、人生が変わる！」とする考え方を、さらに普及させる必要があると考える。

アウトドアブームに需要が下支えされている状況下においては、地域におけるアウトドア人口拡大を図る、アウトドア機運の醸成、需要の底上げ策も効果的に機能すると考えられる。地域活性化を目的としたアウトドアスポーツ振興方策においては、地域外からのアウトドアスポーツ人口の呼び込みに加え、地域内におけるアウトドアスポーツの人口拡大に資する取り組みも行っていくことで、両輪として機能させていくことが望ましい。

⁷ 一般社団法人かなぎ元気村 HP (https://kanagi-genkimura.org/dazai_trail/)

⁸ 4に同じ

⁹ 数名で構成されたチームで協力しあい、自然環境下において複数の競技を行いながらゴールを目指すスポーツである。

¹⁰ スポーツ庁・文化庁 報道発表資料 (https://www.mext.go.jp/sports/content/20210208_stiiki_000012638_1.pdf)

¹¹ 例えば、豊かな自然を活かした交流人口の拡大を目的に、山口県の推進する「スポーツフィールドやまぐち」の取り組みなど。

－ ご利用に際して －

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。