



神戸市活性化に繋がるSNSの活用に注目したWMG2021 の持続可能な大会運営案

長崎, 美優

(Citation)

課題研究優秀論文集, 2020:78-91

(Issue Date)

2021-01

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCOI)

<https://doi.org/10.24546/81012905>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/81012905>



神戸市活性化に繋がる SNS の活用に着目した

WMG2021 の持続可能な大会運営案

A Sustainable Plan of the Management of WMG2021 which Focuses on SNS Utilization for the Activation of Kobe City

長崎美優
Miyu Nagasaki

Abstraction

The purpose of this study is to activate Kobe city by holding WMG2021 in Kansai Japan. Especially this study focused on SNS and SDGs. For example, the author checked the accounts with many followers of Instagram and Twitter. Then I found two common points with the accounts with many followers. One of the points is that they post photos or comments about twice a day and the other is that they use the city name for a hashtag. Therefore, I thought that the committee of WMG2021 should make the most of their SNS accounts more frequently and with effective hashtags. As for SDGs, this study suggested that WMG2021 should contribute about environment of sustainable development goals. For example, they can try to sell a commemorative bottle, and selling it would promote the trend of having their own bottles. This study suggested that based on the advice that mayor Kobe and the people of the travel agency. In addition, due to the pandemic of coronavirus, I also feel the necessity of some system of precaution.

Keywords: Kobe, SDGs, SNS, Environment, Revitalize the community

第1章 背景

第1節 元日本通運株式会社旅行事業部の山崎良夫さんの先行研究

元日本通運株式会社旅行事業部の山崎良夫さんによると、「スポーツツーリズム」とは、世界観光機構（WTO）の定義を採用し、「スポーツやスポーツイベントへの参加・観戦・応援を主目的に目的地を訪れ、少なくとも24時間以上その目的地に滞在する旅行」のことを指す。スポーツツーリズムは「スポーツ」と「ツーリズム（観光事業・旅行）」を組み合わせた観光形態としての新しい用語であるが、双方に共通するキーワードは「感動」である。旅行で世界遺産を訪れたり、壮大な大自然などを観た時に感動したことがあるように、スポーツもまた多くの感動を与えてくれる。スポーツ産業と旅行産業が結び付いたものであり、今後国内外での事業・産業は、飛躍的に拡大していくといわれている。国も「観光」を経済活性化の重点施策として位置付けており、今後「スポーツツーリズム」もその一つとして官民産学の連携により更なる事業推進が期待される。わずか数十年の間に新興産業として立ち上り急成長し、その後市場減速や停滞を余儀なくされ、岐路に立たされている日本の旅行産業において、スポーツツーリズムは次世代の成長過程に大きな期待と影響力をもたらさうといっても過言ではないだろう。東京五輪の決定により、政府もスポーツ庁の創設を検討し始めた。誰もが身近に気軽にスポーツを楽しめるようになれば、健康・レジャーといった観点を併せ持つ観光との一体化に一段と期待が高まり、市場の拡大に大いに拍車がかかるであろう。

第2節 スポーツ庁鈴木大地長官に対して行われた「インタビュー」

下記の表は、スポーツ庁鈴木大地長官に対して行われた「スポーツによる地域活性化」についてのインタビューをまとめたものである。

（引用：PUBLIC RELATIONS OFFICE GOVERNMENT OF JAPAN/Yukiko Ishikawa

〈https://www.gov-online.go.jp/eng/publicity/book/h1j/html/201806/201806_01_jp.html〉）

Q.1 スポーツが地域活性化に与える影響についてお聞かせください。	A1. スポーツ庁では、スポーツによる地域活性化を大きなテーマの一つに掲げています。なぜなら、スポーツをすることで地域の皆様の心身が健康になり、ひいては医療費が削減されて国全体が元気になります。また、その地域ならではのスポーツをアピールすることで、地域固有のスポーツを楽しむ旅行「スポーツツーリズム」の推進にもつながり、インバウンドを含む多くの人々を呼び込めて経済的にも活性化すると考えています。
Q2. スポーツによる活性化は、どの地域でも可能なものでしょうか？	A2. 自然に恵まれた国土をもつ日本は、どの地域にもスポーツ資源があり、アウトドアなら川や山、海、ダムなどがそれに当たりますし、「うちの町には何もない」という地域でも、信号もないからマラソンができると考えられます。ス

	ポーツは種類がとて多いので、何らかのスポーツに適した資源があると思います。例えば徳島県三好市は、急峻な川を活用し 2017 年に「ラフティング世界選手権」が開催され、1 万人もの観客が訪れたことで世界的に知られるようになりました。こういったチャンスは、どここの地域にもあると言えるでしょう。 また、柔道や弓道といった武道も日本の大きなスポーツ資産です。海外では武道に魅力を感じる方も多く、日本を訪れて学校の部活動見学や武道体験を希望する人もいますので、こうした方々に向けて「武道ツーリズム」をアピールすることも大切です。
Q3. スポーツ庁が設立された 2015 年と現在では、スポーツを取り巻く環境にどのような変化があったのでしょうか？	A3. 当時に比べると「スポーツツーリズム」という言葉はだいぶ浸透していますが、まだまだこれからです。需要拡大のための官民連携協議会を立ち上げ、スポーツメーカーや旅行者といった企業から良い意見をいただいています。スポーツ庁の役割は、こうした企業が「スポーツツーリズム」の実現に向けて取り組みやすいよう、規制の枠を広げて方向付けしていくことです。 また、スポーツによる地域活性化を推進する取組の一つとして、各自治体に向けた成功事例の発信にも力を入れています。「スポーツによる地域活性化まんが事例集」の制作はその一環で、全国で成功した 12 の事例取材し、地元の専門学校などでまんが制作を専攻する学生さんたちに描いてもらいました。
Q4. 今後の展望を教えてください。	A4. 2019 年の「ラグビーワールドカップ」を皮切りに、2020 年の「東京オリンピック・パラリンピック」（以下、オリ・パラ）、2021 年の「関西ワールドマスターズゲームズ」と、日本では 3 年連続で国際的なスポーツイベントが開催されます。44 日間に渡り、全国 12 の会場で行われる「ラグビーワールドカップ」は観客 200 万人、そのうちの 40 万人は海外からとの試算され

	ており、翌年のオリ・パラ同様、経済効果も非常に高い大きなイベントです。続く「ワールドマスターズゲームズ」は、概ね 30 歳以上のスポーツ愛好者なら誰でも参加できる国際競技大会で、例年およそ 4 万人が参加しています。2019 年～2021 年の「ゴールドen・スポーツイヤーズ」を機に日本中が総スポーツ社会となることを目指し、全国的に盛り上げられるよう、アクションを起こしていきたいと考えています。
--	--

元日本通運株式会社旅行事業部の山崎良夫さんの先行研究やスポーツ庁鈴木大地長官に対して行われたインタビューから、「スポーツツーリズム」は地域活性化に繋がると考えられ、大きな可能性があると仮定した。
そのうえで企画提案を行った。

第2章 目的

第1節 目的・仮定

まだ歴史が浅く、知名度の低いワールドマスターズゲームズという国際的スポーツイベントが 2021 年、日本の関西で開催されることになったのを一つのきっかけに関西、特に兵庫県神戸市に、より人を多く集める方法を提案し、神戸市の観光客を増加させ、さらに WMG の知名度も上げる。この二つの目的を達成するため、自らオリジナリティーのある案を作成し、最終的には行政（神戸市長）に提案する。

ワールドマスターズゲームズの知名度（15%）はオリンピック（95%）やラグビーワールドカップ（88%）等と比べ低いため、ワールドマスターズゲームズをより多くの人に認知してもらうことが必要であるとする。時代に沿うなど少しでも多くの人にワールドマスターズゲームズの情報が届くように、工夫した企画などを提案する。それに加えて、神戸市は関西の中でみると観光客の数が少ないというデータがあり、その要因として神戸港の歴史が挙げられると仮定する。港町神戸は開港以来西洋文化がいち早く取り入れられた異国情緒にあふれた町であり、日本人の観光客は多く訪れるのに対して、外国人観光客からすると日本らしさがないため神戸市は、外国人観光客が多く訪れる大阪や京都と比べ、観光客が少ないといえるだろう。やはり、外国人観光客が訪れない分、総観光客数（国内外観光客の数）は伸びないとする。

第2節 神戸市に注目した経緯

関西（大阪府、京都府、兵庫県、和歌山県、奈良県、滋賀県）の延べ宿泊者数を比較した結果、兵庫県は WMG2021 で何らかの工夫が必要であると考えた。観光客数の比較を行う予定だったのだが、行政が発表しているデータの中に観光客数というデータがなく、信憑性の高いデータが存在しないと判断したため、近畿運輸局観光部が発表している延べ宿泊者数のデータを用い、関西地域の比較を行った。その結果を観光客の比較に繋げる形で仮定したため、例えば京都府に訪れたが、大阪府に宿泊した観光客がいたとすると、京都府

で観光したともいえるが、大阪府の延べ宿泊者数に数えられるため大阪府のデータに加算されることになる。そのためこのような場合を例外として考えることとした。(データ比較での課題点として、後ほど記載する。)この仮定によって観光客数のデータ比較に関しては少し曖昧になってしまった。

大阪府…33,917,350人

京都府…15,440,290人

兵庫県…10,581,180人

和歌山県…3,800,710人

奈良県…1,923,360人

滋賀県…3,743,110人

(引用：近畿運輸局観光部 関西の観光統計について～2019年9月分～ 延べ宿泊者数のデータ〈www.tb.mlit.go.jp〉)

第3節 ワールドマスターズに注目した経緯

ワールドマスターズゲームズは、1985年にトロントで第1回大会が開催され、直近では2017年に第9回大会がニュージーランド・オークランドで開催された。そして2021年、第10回の記念大会を日本・関西で開催されることになった。まだ9回しか行われていないWMGは他の国際的スポーツイベントと比べ、歴史が浅い。そして、知名度に関しても、他の国際的スポーツイベントとの比較を行った。まずワールドマスターズゲームズ同様、4年に一度開催されているオリンピックの知名度との比較。次に2019年、日本で非常に盛り上がったラグビーワールドカップとの比較。このデータに関しては、神戸市国際スポーツ室の方にインタビューをさせていただいた際に、実際にラグビーワールドカップ・ワールドマスターズゲームズに関わられている方から聞いたものである。

- ・オリンピック・パラリンピック…約95%
- ・ラグビーワールドカップ…約88%
- ・ワールドマスターズゲームズ…約15%

三種類の国際的スポーツイベントの知名度のデータを並べてみると、ワールドマスターズゲームズの知名度が非常に低いことがわかる。

ワールドマスターズゲームズならではの取り組みなどをアピールしていけばもっと注目され、大きく変えられる可能性があると考えた。

第3章 方略

第1節 方法

ラグビーワールドカップ2019「神戸開催メディア向けプロポーショナル事業」の受託会社である株式会社近畿ツーリストにどのような工夫を行ったのか、その工夫はどのような結果を生んだのか失敗談も含めてお話を伺った。

→旅行会社がどのような工夫を行い、その工夫がどのようにイベント自体に影響を与えて

いるのか、という情報を得た。

第2節 インタビューについて

WMG2021「交通及び宿泊の受託業務に係る公募型プロポーサル」の受託候補である株式会社近畿ツーリスト、株式会社日本旅行、株式会社JTBの3社にお話を伺う。

→今現在どのような対策や企画を予定しているのか、可能な範囲で情報収集。

規模の大きいイベントだけではなくいろいろなジャンルから情報を得た。

→人を集めることを目的としている企業、イベント、企画

実際にご協力いただいた企業・団体

- ・近畿日本ツーリスト様
- ・日本旅行様
- ・神戸市 市民参画推進局 スポーツ振興部 国際スポーツ室の方々

第4章 調査

第1節 WMG2021について

WMGは4年ごとに世界各地で開催され、これまでに延べ17万人のスポーツ愛好家が参加している世界最大級の生涯スポーツの総合競技大会である。そしてWMGは30歳以上の人なら、誰でも出場が可能であり、30歳以上の人全員にメダリストの可能性が当て得られ、障がいを持っている人も健常者とほぼ同じ条件下で参加が可能で、出場者全員が同じ条件下で勝負することが可能である。さらにプロ・アマチュアを分けられていないため、プロを引退した元プロの方と一緒に出場・対戦が実現可能である。

このような3つのポイントからWMGはとても夢のある大会で、多くの人に希望を与えることができるような素晴らしいスポーツ大会である。このような素晴らしい大会の知名度が低いということは勿体なく、残念に感じた。なので、そんなWMGが日本・関西で開催されるこの機会をうまく利用し、もっと世界に広め、さらにその活動が地域活性化に少しでも繋げられたらと考えた。

第2節 ラグビーワールドカップ2019について

RWC2019とは2019年、日本で開催された国際的スポーツ大会の1つである。観客動員数は延べ170万4443人、1試合の平均観客数は3万7877人だったといわれており、チケット販売数は、最終的には約185万3000枚を販売可能席とし、約184万枚となった。日本代表は予選4連覇で初のベスト8入りを果たし、自国開催を大いに盛り上げたといわれており、知名度は約88%ともいわれている。

第3節 SDGs について

SDGs とは「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称であり、2015 年 9 月、SDGs の前進である MDGs（ミレニアム開発目標）を継承し、国連サミットにおいて全会一致で採択された。「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、設定された 17 の国際目標である。

SDG s	目標	内容
1	貧困をなくそう	貧困
2	飢餓をゼロに	飢餓
3	すべての人に健康と福祉を	保健
4	質の高い教育をみんなに	教育
5	ジェンダー平等を実現しよう	ジェンダー
6	安全な水とトイレを世界中に	水・衛生
7	エネルギーをみんなにそしてクリーンに	エネルギー
8	働きがいも経済成長も	成長・雇用
9	産業と技術革新の基盤をつくろう	イノベーション
10	人に国の不平等をなくそう	不平等
11	住み続けられるまちづくりを	都市
12	つくる責任 つかう責任	生産・消費
13	気候変動に具体的な対策を	気候変動
14	海の豊かさを守ろう	海洋資源
15	陸の豊かさを守ろう	陸上資源
16	平和と公正をすべての人に	平和
17	パートナーシップで目標を達成しよう	実施手段

図1 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



日本では多くの企業が上記の SDGs に賛同し、様々な取り組みを行っている。

2018 年 7 月に Bertelsmann Stiftung（ベルテルスマン財団）と SDSN（持続可能な開発ソリューション・ネットワーク）から発表された SDGs 達成ランキングにおいて日本は 156 カ国中 15 位であった。このことから、日本は同年に開催された SDGs に関する政府フォーラムで、2030 年に向けて民間企業及び市民団体への SDGs の取り組みを普及・拡大を促進しながら、“オール・ジャパン”で SDGs に取り組むことを表明した。政府が地方の SDGs の取り組みを支援しながら成功事例を増やすことで、全国的に持続可能なまちづくりの普及を加速させる狙いがあるといわれている。このような取り組みから、WMO もスポーツ大会として SDGs の取り組みに参加し、持続可能な大会運営を目指すことで世界から注目を集めることが可能であると考えた。さらにその活動が持続可能なまちづくりにも発展すれば、大会自体の価値も上がり、知名度アップにつながると考えた。

第4節 インタビュー結果

近畿日本ツーリスト

- ・顧客のニーズを考えることが大切である。
- ・大会の観戦チケットにツアーをつけたプランを用意するなど、観戦目的の旅行を地域活性化に繋げる工夫を考える必要がある。
- ・観光客に関西のなかでも神戸を選んでもらうためには、「他の地域には負けない神戸らしさ」をアピールする必要がある。
- ・ビフォーゲーム・アフターゲームの企画にこだわると地域活性化につながると考える。
- ・情報発信をしっかりと行うことが必要である。メディアを活用。
- ・チケット付加価値にこだわることで地域活性化に繋げる。アクティビティーや体験プランが有効的。
- ・観客に選択肢を多く与えることで、興味を持ってもらう機会を増やす。

神戸市 市民参画推進局 スポーツ振興部 国際スポーツ室

- ・顧客のニーズを考えることが大切である。ラグビーワールドカップでは富裕層の観客、アクティブで知的好奇心が強い観客、スポーツを見るのもするのも好きな観客、飲兵衛が多いと仮定され、夜遅くにバーを開くなど観客の求めるものを考えた上での企画を行っていた。
- ・ラグビーワールドカップでは、神戸のまちへ観客を誘導するために魅力的なコンテンツの提供、戦略的なプロモーションの実施、おもてなし環境の充実化を行っていた。例えば、六甲・摩耶情報発信強化、商店街・小売市場の盛り上げイベントの開催、海外メディアの活用、都市装飾、異文化理解イベント、キャッシュレス決済の促進、おもてなしガイドブックの作成などを行っていた。
- ・ワールドマスターズゲームズでは、「広域開催の特徴を活用×参加者おもてなし」のため、「マスタービレッジ」を各府県に設置したり、大会期間中に開催エリアを周遊できるオリジナル交通パスを提供するという企画が予定されている。
- ・ボランティアを通しての異文化交流も国際的スポーツイベントの長所ともいえる。

第5章 考察

第1節 提案した企画書（送信したもの）

WMG2021 を利用した神戸市活性化企画案

長崎美優

スポーツツーリズムが地域活性化に有効的であると仮定したうえで、WMG2021 において神戸市により多くの人を集めるために行うべきだと考える、オリジナルで作成したルール整備・企画を提案する。企画案は文献調査とともに、近畿日本ツーリスト株式会社様、株式会社日本旅行様、神戸市市民参画推進局スポーツ振興部国際スポーツ室の方々にインタビューの機会を頂き、参考に作成した。

【ルール・企画案】

1. ワールドマスターズゲームズの認知度・2021 年大会の期待度を上げる。
2. SNS で情報を発信。
3. 開催地、神戸を知ってもらう企画。
4. プリペードカードシステムを導入。
5. 大会に向けた交通整備。
6. 障がいを持つ来場客に対するの対応について。
7. SDG s に沿ったルール作り・企画。

【ルール・企画案の説明】

1. ワールドマスターズゲームズについて知ってもらう必要がある。歴史が浅く、認知度も約 20%といわれており、オリンピック・パラリンピック（約 95%）やラグビーワールドカップ（約 88%）のデータと比較しても、ワールドマスターズゲームズの認知度が非常に低いということがわかる。このことから、ワールドマスターズゲームズの認知度を上げ、2021 年大会の期待度を上げる必要があると考えた。

ワールドマスターズゲームズは、30 歳以上の人なら参加が可能で、応募した直後から誰もが日本代表であり、メダリスト候補になることができる。オリンピックやワールドカップのように、予選会や技術に関する条件が存在しないため、夢のある大会である。それだけではなく、障がいを持った人も健常者と同じ条件下で競技が行われる。（競技によっては分けて行われることもあるが、基本的には線引きをせず、同じ環境、同じ条件下で行われる。）過去大会の障がい者競技実施状況に関して、シドニー大会（2009 年）では 0 競技だったのに対し、4 年後に行われたトリノ大会では 3 競技（アーチェリー、陸上競技、水泳）に増え、さらに 4 年後に行われたオークランド大会では 8 競技（アーチェリー、陸上競技、水泳、カヌー、ボート、自転車、トライアスロン、ローンボウルズ）まで増え、2021 年に開催される関西大会では、36 種目中 25 種目（アーチェリー、陸上競技、バスケットボール、カヌー、自転車、柔道、ボート、射撃、水泳、卓球、テニス、トライアスロン、パレーボール）実施される予定となっている。このように、とてもインクルーシブな大会であり、他の国際的スポーツ大会では見られないような特徴が存在する。そして、このようなインクルーシブな大会を運営していくにあたり、いろいろな工夫や人と人の助け合いが必要不可欠となる。このような助け合いの場面を、スポーツを通して発信していくことで、差別のない世界へ繋げていくこともできると考える。社会に大きな影響を与えることができるスポーツ大会だと思うので、より多くの人にワールドマスターズゲームズの存在を知ってもらう機会を作る活動が必要ある。

他にも、元プロ・元アマ選手も出場が可能であるということも大きな特徴だと考える。キャリアにとらわれず参加することができるため、憧れのアスリートとのドリームマッチの可能性も存在する。このようにワールドマスターズゲームズは大きな可能性があつて、夢のある大会を国際的に行える。このような点は集客する際の大きな強みになると考えられるため、他の大会との違いなど、ワールドマスターズゲームズだからこそというものをもっと世界にアピールしていく必要があると考える。

2. SNS での情報発信が有効的であると考え。

・公式 SNS 開設案

→公式インスタグラムや公式ツイッターを開設し、大会情報を掲載することで多くの人に情報を発信する機会が生じると考える。少しでも発信力を上げる必要があるため、情報発信には神戸市出身の著名人・スポーツ選手に、投稿する写真に写ってもらうなど協力してもらう。また大会に関する写真・コメントなどを発信してもらい、多くの人の目に留まるような工夫を行う。

3. 企画案を作成するにあたって「顧客のニーズを考える」ということが重要であると考えた。

外国人観光客が日本に旅行するにあたって求めているものとは、物珍しいものであり、つまり日本特有の文化である。そのことを前提として考えると、港町神戸は開港以来西洋文化がいち早く取り入れられた異国情緒にあふれた町であり、日本人の観光客は多く訪れるのに対して、外国人観光客からすると日本らしさがないため神戸市は、外国人観光客が多く訪れる大阪や京都と比べ、観光客が少ないといえるだろう。やはり、外国人観光客が訪れない分、総観光客数（国内外観光客の数）は伸びないと考える。そのような問題の解決策として、私は下記のような「神戸らしさかつ日本らしい観光地」の提案・紹介を行う。

① 観光地案（海側）

観戦すると仮定した競技：野球（ほっともっとフィールド神戸）

宿泊先：神戸メリケンパークオリエンタルホテル

移動方法（球場からホテル）：神戸市営地下鉄（総合運動公園駅→三宮駅）約20分、徒歩
ホテル近辺のおすすめ観光地：神戸港（神戸クルージング）、神戸市内観光（シティーループバス）、兵庫区能福寺（大仏）、アニメイト三宮（昔ながらのゲームセンター）、兵庫県立美術館、神戸メリケンパークオリエンタルホテルラウンジ&ダイニングピア（夜景&神戸ビーフ）

② 観光地案（山側）

観戦すると仮定した競技：バスケットボール（神戸市立中央体育館）

宿泊先：兵衛向陽閣（有馬温泉）→グローバル化を目指している旅館。

移動方法（体育館から旅館）：JR高速バス有馬エクスプレス号（三宮→有馬温泉）、徒歩
ホテル近辺のおすすめ観光地：有馬稲荷神社、ROSE GLASS GALLERY（ガラス細工体験教室）、有馬炭酸力（炭酸ボディーメンテナンス）、兵衛向陽閣（ごはん、温泉はホテルで）

③ 観光地案

観戦すると仮定した競技：水泳（ポートアイランド）

宿泊先：ホテルオークラ神戸

移動方法（ポートアイランドからホテル）：神戸新交通ポートライナー（中公園駅→三宮駅）、徒歩

ホテル、ポートアイランド近辺のおすすめ観光地：アシックス工場見学、灘五郷酒造巡り（沢の鶴資料館→白鶴酒造資料館→菊正宗酒造記念館→神戸酒心館→浜福鶴吟醸工房→白鷹水苑→日本盛酒造通り煉瓦館）、六甲山、アンパンマンミュージアム

4. プリペイドカードの使用を推奨する。（すでに、本大会ではプリペイドカードシステム導入予定）

大会期間中の移動の円滑化（切符売り場の混雑が予定される。）のために「オリジナル交通パス」を提供する。

「オリジナル交通パス」は神戸市営バス・地下鉄やJRなど多くの公共交通機関で使用可能にする。

↓下記のような案内をホームページに記載する。（参考：ラグビーワールドカップ2019公式ホームページ）

地方の電車・地下鉄・バスによる移動の支払いをする場合、プリペイドのトラベルカード、またはICカードを利用すると便利である。これらのカードは地域ごとに提供されており、あらかじめ入金しておくため、移動の最初と最後に改札でカードをかざすだけで運賃が正しく引き落とされる。このカードはほとんどの駅の券売機や窓口で購入可能。

5. 交通機関の運営については市営バスなどと協力して、少しでも運営の円滑化を図る必要がある。競技が始まる時間・終わる時間など、公共交通機関使用者が増えると予想される時間帯は通常より電車やバスの本数を増やすなど「大会期間中の特別ダイヤ」の作成が必要であると考えられる。さらに、タクシーやバスの行き来が多くなり、道が混雑すると考えられるため、事前にバスが優先的に通る道などを決めておくなど交通整備も行う必要がある。

6. 車椅子の移動について、車いすチケットを購入のお客様で駐車場の利用を希望の方は、チケットカスタマーセンターまで問い合わせが必要とする。
障がいをお持ちのお客様専用の問い合わせフォームからの連絡を行わないと基本、駐車場の使用を禁止とする。車での来場は、混雑・環境保全の面などを考慮したうえで運営側としては推奨しないべきだと考える。だが、車いすの来場者など車での移動が必要な場合の方のため、駐車場の準備は最低限行うとする。

7. SDGsと関連させての提案

大会をただ楽しいだけものにするのではなく、社会貢献に繋げるための企画を提案する。

・大会を通して募金活動を行う。（①、④）
→チャリティーTシャツの作成。募金ブースの配置。

・公共交通機関の使用を推奨。（⑦）
→車から発生する排気ガス削減を目指した、環境保全活動を行う。

・食品ロスを減らす。（②、⑩）
→食べ残し対策として、屋台や売店の食べ物の基本量（一品の量）を少なめに設定し、「食べ残し削減活動」を行う。例：たこ焼き1皿3個からの注文を可能にする等。

・スポーツ活性化 (③)

→大会自体を盛り上げることでスポーツ活性化を目指す。大会期間中、観客も体を動かすことができるような競技体験ブースなどを設ける。

・スタジアム発電 (⑦、⑬)

→床発電システムを導入。太陽光パネルをスタジアム・体育館の天井に備え付けて太陽光発電を導入。

・人の不平等をなくす活動 (⑩)

→障がいを持つ参加者もできる限り同じ条件下で大会を行う。

・異文化交流・理解活動 (⑩)

→日本文化を紹介するブースを設ける。

・安全なトイレ・水の管理 (⑥)

→公衆トイレなど会場に設置するトイレの清掃は丁寧に行う。

以上。

【研究背景・研究資料】

背景

→

・元日本通運株式会社旅行事業部の山崎良夫さんによると、「スポーツツーリズム」とは、世界観光機構（WTO）の定義を採用し、「スポーツやスポーツイベントへの参加・観戦・応援を主目的にして目的地を訪れ、少なくとも24時間以上その目的地に滞在する旅行」のことを指す。スポーツツーリズムは「スポーツ」と「ツーリズム（観光事業・旅行）」を組み合わせた観光形態としての新しい用語であるが、双方に共通するキーワードは「感動」である。旅行で世界遺産を訪れたり、壮大な大自然などを観た時に感動したことがあるように、スポーツもまた多くの感動を与えてくれる。スポーツ産業と旅行産業が結び付いたものであり、今後国内外での事業・産業は、飛躍的に拡大していくといわれている。国も「観光」を経済活性化の重点施策として位置付けており、今後「スポーツツーリズム」もその一つとして官民産学の連携により更なる事業推進が期待される。わずか数十年の間に新興産業として立ち上り急成長し、その後市場減速や停滞を余儀なくされ、岐路に立たされている日本の旅行産業において、スポーツツーリズムは次世代の成長過程に大きな期待と影響力をもたらさうというと言っても過言ではないだろう。東京五輪の決定により、政府もスポーツ庁の創設を検討し始めた。誰もが身近に気軽にスポーツを楽しめるようになれば、健康・レジャーといった観点を併せ持つ観光との一体化に一段と期待が高まり、市場の拡大に大いに拍車がかかるであろう。

・下記の表は、スポーツ庁鈴木大地長官に対して行われた、「スポーツによる地域活性化」についてのインタビューをまとめたものである。

Q1. スポーツが地域活性化に与える影響についてお聞かせください。	A1. スポーツ庁では、スポーツによる地域活性化を大きなテーマの一つに掲げています。なぜなら、スポーツをすることで地域の皆様の心身が健康になり、ひいては医療費が削減されて国全体が元気になります。また、その地域ならではのスポーツをアピールすることで、地域固有のスポーツを楽しむ旅行「スポーツツーリズム」の推進にもつながり、インバウンドを含む多くの人々を呼び込めて経済的にも活性化すると考えています。
Q2. スポーツによる活性化は、どの地域でも可能なものでしょうか？	A2. 自然に恵まれた国土をもつ日本は、どの地域にもスポーツ資源があり、アウトドアなら川や山、海、ダムなどがそれに当たりますし、「うちの町には何もない」という地域でも、信号もないからマラソンができると考えられます。スポーツは種類がとても多いので、何らかのスポーツに適した資源があると思います。例えば徳島県三好市は、急峻な川を活用し2017年に「ラフティング世界選手権」が開催され、1万人もの観客が訪れたことで世界的に知られるようになりました。こういったチャンスは、どの地域にもあると言えるでしょう。 また、柔道や弓道といった武道も日本の大きなスポーツ資産です。海外では武道に魅力を感じる方も多く、日本を訪れて学校の部活動見学や武道体験を希望する人もいますので、こうした方々に向けて「武道ツーリズム」をアピールすることも大切です。
Q3. スポーツ庁が設立された2015年と現在では、スポーツを取り巻く環境にどのような変化があったのでしょうか？	A3. 当時に比べると「スポーツツーリズム」という言葉はだいぶ浸透していますが、まだまだこれからです。需要拡大のための官民連携協議会を立ち上げ、スポーツメーカーや旅行者といった企業から良い意見をいただいています。スポーツ庁の役割は、こうした企業が「スポーツツーリズム」の実現に向けて取り組みやすいよう、規制の枠を広げて方向付けしていくこと

	です。 また、スポーツによる地域活性化を推進する取組の一つとして、各自治体に向けた成功事例の発信にも力を入れています。「スポーツによる地域活性化まんが事例集」の制作はその一環で、全国で成功した12の事例を取材し、地元の専門学校などでまんが制作を専攻する学生さんたちに描いてもらいました。
Q4. 今後の展望を教えてください。	A4. 2019年の「ラグビーワールドカップ」を皮切りに、2020年の「東京オリンピック・パラリンピック」（以下、オリ・パラ）、2021年の「関西ワールドマスターズゲームズ」と、日本では3年連続で国際的なスポーツイベントが開催されます。44日間に渡り、全国12の会場で行われる「ラグビーワールドカップ」は観客200万人、そのうちの40万人は海外からとの試算されており、翌年のオリ・パラ同様、経済効果も非常に高い大きなイベントです。続く「ワールドマスターズゲームズ」は、概ね30歳以上のスポーツ愛好者なら誰でも参加できる国際競技大会で、例年およそ4万人が参加しています。2019年～2021年の「ゴールドen・スポーツイヤーズ」を機に日本中が総スポーツ社会となることを目指し、全国的に盛り上げられるよう、アクションを起こしていきたいと考えています。

WMGについて

→ワールドマスターズゲームズは、国際マスターズゲームズ協会（IMGA）が4年ごとに主催する、概ね30歳以上のスポーツ愛好家であれば誰もが参加できる生涯スポーツの国際総合競技。オリンピックの翌年に開催され、第1回は1985年にトロントで開催され、直近では2017年に第9回大会がニュージーランド・オークランドで開催された。そして、次回2021年には、アジアで初めて開催されることが決定している。第10回の記念大会、舞台は日本・関西である。

主催…（公財）ワールドマスターズゲームズ2021関西組織委員会

共催…（公財）日本スポーツ協会、（公財）日本障がい者スポーツ協会

後援…スポーツ庁

開催期間…2021年5月14日（金）～5月30日（日） 17日間

競技種目（全35競技59種目）

アーチェリー（アウトドア/インドア）、陸上競技（トラック&フィールド/10km ロードレース/ハーフマラソン/駅伝/競歩）、バドミントン、野球（硬式野球/軟式野球）、バスケットボール、カヌー（マラソン/スプリント/スラローム/ボロ/ドラゴンボート）、自転車（トラック/ロードレース/マウンテンバイク/BMX）、ダンススポーツ、サッカー（サッカー/フットサル）、フライングディスク（アルティメット）、ゲートボール、ゴルフ、グラウンド・ゴルフ、ハンドボール、ホッケー、柔道、空手道、ライフセービング、オリエンテーリング（スプリント/フォレスト）、ボート、ラグビーフットボール、セーリング（セーリング/ウィンドサーフィン）、射撃（クレー/ライフル）、ソフトボール、ソフトテニス、スカッシュ、水泳（競泳/飛込/水球/アーティスティックスイミング/オープンウォーター）、卓球、テコンドー、テニス、ボウリング、トライアスロン（トライアスロン/アクアスロン/デュアスロン）、綱引、バレーボール（インドア/ビーチ）、ウエイトリフティング

オープン競技（全30競技）

ディスクゴルフ<福井県>、パドルテニス/トレイルランニング<滋賀県>、スポーツクライミング<京都府>、ボート<大阪府>、バトントワーリング/囲碁ボール/ローンボウルズ/ノルディック・ウォーキング/ペタンク/ウォーキング/西宮市障害者スポーツ競技大会（車いすバスケットボール、ローリングバレーボール、ボッチャ）<兵庫県>、キンボールスポーツ/還暦野球<奈良県>、ビーチラグビー/スポーツウェルネス吹矢<和歌山県>、グラウンド・ゴルフ/マラソン/トライアスロン/SEA TO SUMMIT（カヤック+自転車+登山）<鳥取県>、ビリヤード/マラソン/ラフティング/軟式野球/サーフィン/タッチラグビー<徳島県>、ダブルダッチ/ペタンク<京都市>、フラッグフットボール/ウォーキング<神戸市>

神戸で開催される競技

→

区	競技（種目）	会場
東灘区	陸上競技（競歩）	六甲アイランド甲南大学周回コース
灘区	バスケットボール	市立王子スポーツセンター
〃	オリエンテーリング（スプリント）	神戸大学六甲台キャンパス
須磨区	野球（硬式野球）	ほっともっとフィールド神戸
〃	〃	G7 スタジアム
〃	バスケットボール	グリーンアリーナ神戸
〃	卓球	グリーンアリーナ神戸
北区	野球（硬式野球）	あじさいスタジアム北神戸

中央区	バスケットボール	市立中央体育館
〃	オリエンテーリング(スプリント)	ポートアイランド
〃	水泳(競泳)	市立ポートアイランドスポーツセンター
〃	卓球	市立中央体育館
西区	オリエンテーリング(スプリント)	兵庫県立大学
(兵庫県三木市)	野球(硬式野球)	三木総合防災公園野球場

SDG s について

SDG s とは「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称であり、2015 年 9 月、SDG s の前進である MDG s (ミレニアム開発目標) を継承し、国連サミットにおいて全会一致で採択された。「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、設定された 17 の国際目標である。

SDG s	目標	内容
1	貧困をなくそう	貧困
2	飢餓をゼロに	飢餓
3	すべての人に健康と福祉を	保健
4	質の高い教育をみんなに	教育
5	ジェンダー平等を実現しよう	ジェンダー
6	安全な水とトイレを世界中に	水・衛生
7	エネルギーをみんなにそしてクリーンに	エネルギー
8	働きがいも経済成長も	成長・雇用
9	産業と技術革新の基盤をつくろう	イノベーション
10	人に国の不平等をなくそう	不平等
11	住み続けられるまちづくりを	都市
12	つくる責任 つかう責任	生産・消費
13	気候変動に具体的な対策を	気候変動
14	海の豊かさを守ろう	海洋資源
15	陸の豊かさを守ろう	陸上資源
16	平和と公正をすべての人に	平和
17	パートナーシップで目標を達成しよう	実施手段

普遍性…先進国を含め、全ての国が行動
包摂性…人間の安全保障の理念を反映し「誰一人取り残さない」
参画型…全てのステークホルダーが役割を
統合性…社会・経済・環境に統合的に取り組む



前身であるミレニアム開発目標 (Millennium Development Goals : MDG s) について
→

- ・2001 年に国連で専門家間の議論を経て策定。2000 年に採択された「国連ミレニアム宣言」と、1990 年代の主要な国際会議で採択された国際開発目標を統合したもの。
- ・発展途上国向けの開発目標として、2015 年を期限とする 8 つの目標を設定。
(① 貧困・飢餓、②初等教育、③女性、④乳幼児、⑤妊産婦、⑥疾病、⑦環境、⑧連帯)

SDG s 実施に関する日本政府の取組
→

- ・総理を本部長、官房長官・外務大臣を副本部長、全閣僚を構成員とする SDG s 推進本部を設置。
- ・同本部の下、広範な有識者が集まり意見交換を行う SDG s 推進円卓会議を設置。 など…

日本では多くの企業が上記の SDG s に賛同し、様々な取り組みを行っている。
この研究では関西の企業や行政の取り組みを取り上げ、参考にする。

吉本興業の取り組み

→吉本興業は、国際社会の一員として、持続可能な開発目標(SDGs)に賛同し「笑顔」につなげる活動を通じて、より良い国際社会の実現に貢献している。

下に吉本興業のSDGsへの2019年の取り組みを記す。(引用：吉本興業ホームページ)

・「空飛ぶレジ袋」PRムービー制作

吉本興業株式会社は国連広報センターと連携し、貧困や格差など世界が抱える課題解消を目指して国連が設けている持続可能な開発目標「SDGs」(エスディージーズ)推進の取り組みとして、よしもと芸人によるPRムービーの第3弾となる新作「空飛ぶレジ袋」を制作している。

2019年4月17日(水)から国連広報センターと吉本興業のYouTubeチャンネルで公開。さらに、2019年4月18日(木)から21日(日)に開催する「島ぜんぶでおーきな祭第11回沖縄国際映画祭」の各会場でも上映し、その後は、国連本部のSNS公式アカウントや国連広報センターのイベント、吉本興業の日本全国の劇場やイベント、SNS公式アカウント等でも放映予定。また、所属タレントのSNSや様々なメディアでの動画展開を予定している。日本語版と英語字幕版からスタートし、順次多言語化していく予定である。

この作品は、SDGsの活動内容の認知を促し、自分にできることを考えてもらうことを目的に、国連広報センターと連携のもと制作されたものである。

前回制作しました第2弾「SDGsについて考えはじめた人々」では、SDGsについて考えるきっかけとなる訴求映像を制作されたが、今回は、より見る人に驚きを与え、SDGsについて行動を喚起させる内容となっている。今回の制作テーマとして、地球を将来世代につないでいく上で緊急性の高い「海洋プラスチックごみ」の課題を取り上げ、市民一人ひとりのアクションを促すことを狙いとし、ゴール14「海の豊かさを守ろう」をテーマにした「空飛ぶレジ袋」では南海キャンディーズ・しずちゃん好演。そして今、日本で活躍する気鋭のクリエイターを起用している。吉本興業は国連の協力のもと、これから笑いの力でSDGsの推進に貢献する予定である。

このムービーは私たちが普段から使っているプラスチックのゴミが、海の生態系を壊している事実を伝えるために制作。空を気持ちよさそうに飛んでいるレジ袋たちが、最後は海にたどり着き、生き物の生態系を壊していた。作品の前半と後半で生まれるショッキングなギャップを描くことで、この事実をより印象的に伝えている。また、この作品では、レジ袋を使うことが多い母親と娘を主人公にした。

これから地球の未来を担っていく子どもが、レジ袋を断り、未来を守っていく意思表示をすることで、普段何気なくレジ袋を使っている視聴者にも行動を喚起してもらえるような構造にした。母親役は、数々のドラマや映画で、その演技力の高さを評価されている南海キャンディーズ・しずちゃんが演じている。

テーマ：SDGs14「海の豊かさを守ろう」

監督：くろやなぎてつべい

主演：しずちゃん(南海キャンディーズ)

出演：尾形貴弘(パンサー)、関町知弘(ライス)、小川暖奈(スパイク)

YouTube「吉本興業チャンネル」にて配信中。

(90秒) <https://youtu.be/ODXTeKwJByU>

(30秒) <https://youtu.be/ppAU1StgZoM>

【英語字幕版】

(90sec.) <https://youtu.be/cF2gnatsvjY>

(30sec.) <https://youtu.be/ZEuZwNxr3GU>

NTT 西日本

→NTT西日本グループの「社会の課題解決をめざす」という事業方針そのものがSDGs(持続可能な開発目標)の理念と重なっていることから、日頃の事業活動を通じてSDGs(持続可能な開発目標)を積極的に推進し、社会の持続的発展に貢献している。

【参考文献】

- ・NTT西日本グループのCSR活動の考え方とSDGs／公式ホームページ
(<https://www.ntt-west.co.jp/csr/2017/activity/>)
- ・SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS 吉本興業のSDGsの取り組み／公式ホームページ
(<http://www.yoshimoto.co.jp/sdgs/>)
- ・PUBLIC RELATIONS OFFICE GOVERNMENT OF JAPAN／Yukiko Ishikawa
(https://www.gov-online.go.jp/eng/publicity/book/hlj/html/201806/201806_01_jp.html)
- ・スポーツツーリズムと旅行ビジネス ～旅行産業におけるスポーツツーリズムの可能性～／山崎良夫(元日本通運株式会社 旅行事業)
(https://www.jstage.jst.go.jp/article/jafit/21/0/21_KJ00009355247/_pdf/-char/ja)
- ・神戸クルージング／Feel KOBE 神戸公式観光サイト
(<https://www.feel-kobe.jp/feature/cruising/>)
- ・グローバル志向の方へ グローバル化に向けて／兵衛 向陽閣ホームページ
(<https://www.hyoec.co.jp/recruit/global/>)
- ・2014年12月号 外国人留学生から見た有馬の魅力「私のARIMA」(神戸のタウン誌-月刊神戸っ子)／歩く人 ユリタ・ウルバニャックさん(Julita Urbaniak)
(<https://kobeco.hp.g.co.jp/16553/>)
- ・モデルコース 灘五郷酒蔵めぐり／HYOGOナビ 兵庫県公式観光サイト
(<https://www.hyogo-tourism.jp/course/result/35>)
- ・ワールドマスターズゲームズ2021関西／公式ホームページ
(<https://www.wmg2021.jp/>)
- ・ラグビーワールドカップ2019／公式ホームページ
(<https://www.rugbyworldcup.com/>)

第2節 企画書を送信した企業（担当者様）・団体

企画書を送信した企業（担当者様）・団体

- ・「わたしから神戸市への提案」（神戸市長）
- ・ワールドマスターズゲームズ 2021 関西 兵庫県実行委員会様
- ・神戸観光局様
- ・関西広域連合 広域観光・文化・スポーツ振興部 スポーツ部様
- ・近畿日本ツーリスト株式会社 矢田 圭吾様
- ・株式会社日本旅行 福住 光弘様

第3節 企画書に対して頂いた意見

「わたしから神戸市への提案」に対して頂いた意見

印象的な記述について

- ・「予選会や技術に関する条件が存在しないため夢のある大会」
- ・「助け合いの場面をスポーツを通じて発信していくことで、差別のない世界へつなげていくことができる」
- ・「キャリアにとらわれず参加することができるため、憧れのアスリートとのドリームマッチの可能性も存在」

観光プランの提案（第3章）について

- ・ 具体的なプランの提示は〇。アニメイトやアンパンマンミュージアムなどユニークな場所も周遊先に含まれていて面白い。
- ・ 今回の論文テーマが「WMG2021 を利用した神戸市活性化企画の作成及び提案」なので、これらのコースを具体化する方法とその効果まで踏み込んでいるとより読み応えがあったと思う。コースをHPなどで提案するにとどめるのか、案内人などがガイドするのか、有料か無料か。利用者数の想定や有形無形の効果など。

大会に向けた交通整備（第5章）〇障がい者対応（第6章）について

- ・ 特別ダイヤ編成やバス優先レーン整備を行うほどの来場者数は、今大会では想定していない。
- ・ 市街地の会場については指摘のとおり。一方で郊外の会場は車で来場の方が利便性は高い。参加者の利益を優先するのか、環境面を優先するのかは主催者側も悩むところ。

SDGs 関連提案（第7章）について

- ・ チャリティーTシャツ販売、募金ブース配置などは実現可能な提案。WMG 組織委にも共有し、可能性を探りたい。

全体的に

- ・ 論点をもう少し絞ってもよかったかもしれない。WMG 開催による神戸市の活性化を

目指すというテーマであれば、参加者目線での提案のほか、おもてなしする神戸市民側の目線からの記述があってもよかったかもしれない。

・ SDGs はこれだけでも1本の論文が書けるほど深いテーマと思われるので、今後もっと深掘りしてみてもいい。

近畿日本ツーリスト矢田様から頂いた意見

『ワールドマスターズ関西』の誘客コンセプトについて、現在想定されるバラエティーに富んだスキームが利用されており、分析の幅広さを、大きく感じ取ることができた。

神戸観光局様から頂いた意見

公式SNSの開設について

特定のハッシュタグ#をつけて投稿してもらうキャンペーンの実施などを取り入れれば、大会の盛り上げのために活用することはできると思う。

開催地神戸を知ってもらう企画について

モデルコースをつくるのはとてもいいと思うが、それをどう周知するかが課題である。例えば、動画の制作やSNSでの発信など、手法についても記載があればなおいいと思う。

企画案を作成するにあたっての①～③ 観光地案について

競技会場と宿泊ホテルの距離感ですが、競技選手目線で考えると、ポートアイランドスポーツセンターで開催される競技であれば神戸ポートピアホテルなど近隣のホテルに宿泊するほうが利便性が高い。

WMG2021 関西兵庫県実行委員会様から頂いた意見

「7. SDGs と関連させての提案」であった、「大会を通して募金活動を行う」「食品ロスを減らす」といった観点は、当方になかったのとても新鮮に感じた。このような高校生らしい発想の提案をたくさん用意いただければ、企画案として成功だと思う。友人などグループでアイデア出しをしたら、更に多様な提案ができるかもしれない。

等の意見を頂いた。

第6章 展望

第1節 2次案について

第5章の第3節にあるように、「SNS 活用案」と「SDGs に沿った企画案」は高校生らしい発想で新鮮だったというものや、チャリティーTシャツの作成や募金ブースの設置等はいずれも実現可能な提案という意見が多くみられたため、2次案では特に2つの案に絞り、提案を作成した。WMG は他のスポーツ大会と比べると知名度が低く、神戸市活性化に繋げるためには、まず WMG の知名度を上げる必要があると考えた。知名度を上げる方法として、

ハーゲンダッツジャパンが実施した「あのフレーバーをもう一度“フレーバー復活総選挙”」という SNS を活用したキャンペーンと、日本コカ・コーラの「い・ろ・は・す もも」がツイッターを利用して実施した、新フレーバーを当てる 4 択クイズというキャンペーンが商品や会社の知名度アップに貢献したというデータから、SNS は知名度を上げるのに有効な方法であるといえるため、表 3～4 より「1 日 2 回以上の頻度で更新する。」、表 1～2 と図 2「都市、固有名詞にハッシュタグをつけて投稿する。」という大きく分けて 2 つの SNS 活用案を提案する。さらに、短期間で国内外から数万人が集まり、莫大なモノとエネルギーが消費されている上に、あるスポーツ大会では 1500 万食のうち、1500 トン食べ残しがあったことからスポーツを通して SDGs 7、12 の目標に貢献する必要があると考える。7 の目標にはトイレで使用するペーパータオルをハンドドライヤーに変更したり、太陽光パネルをスタジアムに設置する等の方法で貢献することができると提案する。12 の目標には、屋台や売店で販売する食べ物の基本設定量を少なめにしたり、リユース食器を使用する等大会を運営するうえで貢献が可能であると提案する。そのほかにもマイボトル使用を促すことでごみを削減することができ、またマイボトル使用を促すにあたって 500 ml の記念ボトルのようなものを販売することで使用するコップのマイボトル化を促進することができるのではないかと提案する。

表 1 インスタグラムのフォロワー数が多い上位 5 つのアカウントとそのアカウントと関連性の高いハッシュタグ 5 つ (2019 年 2 月 17 日現在)

順位 名前	フォロワー数 (人)	関連性の高いハッシュタグ (5 つ)
1 渡辺直美	9,060,000	#誕生日 #京都 #ランチ #かわいい #スタバ
2 Tasty Japan	6,430,000	#おうちごはん #猫 #TOKYO #ランチ #沖縄
3 ROLA	5,860,000	#京都 #大阪 #誕生日 #かわいい #ランチ
4 水原希子	5,480,000	#沖縄 #誕生日 #渋谷 #花火 #FASHION
5 木下優樹菜	5,330,000	#誕生日 #かわいい #幸せ #スタバ #渋谷

順位 名前	フォロワー数 (人)	関連性の高いハッシュタグ (5 つ)
1 恋はつづくよどこまでも	415,000	#おいしい #YUMMY #HAIR #カジュアル #今日のコーデ
2 山下智久	4,370,000	#誕生日 #大阪 #渋谷 #ジェルネイル #美容室
3 KURASHIRU	2,520,000	#おうちごはん #暮らし #ランチ #ママコーデ #朝ごはん

4 上白石萌音	272,000	#映画 #京都 #渋谷 #可愛い #東京
5 河北麻友子	1,480,000	#京都 #スタバ #誕生日 #渋谷 #沖縄

表 2 フォロワー数が急上昇している上位 5 つのアカウントとそのアカウントと関連性の高いハッシュタグ 5 つ (2019 年 2 月 17 日現在)

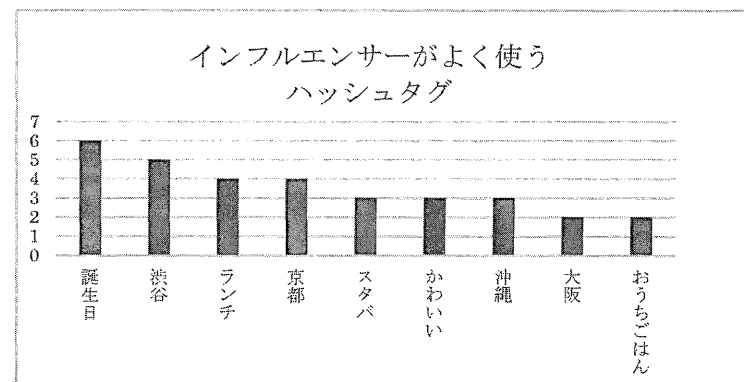


図 2 インフルエンサーがよく使うハッシュタグ、表 1 を図にまとめたもの

表 3 日本でツイッターのフォロワー数が多いアカウント上位 5 つの活動日数と更新頻度 (2019 年 2 月 17 日現在)

順位 名前	フォロワー数 (人)	活動日数 (年)	頻度 (回/日)
1 有吉弘行	7,220,459	10	5.3
2 松本人志	7,042,440	6	0.2
3 前澤友作	7,025,927	9	1.4
4 BTS	6,597,720	6	1
5 きゃりーぱみゅぱみゅ	5,232,213	9	5
平均		8	2.6

表4 日本でツイッターのフォロワー数が急上昇したアカウントの活動日数と更新頻度
(2019年2月17日現在)

順位 名前	フォロワーの数 (人)	活動日数(年)	頻度(回/日)
1 きくちゆうき(漫画家)	892,257	9	4.8
2 モンスターハンターライダース 公式	96,627	0.4	1142.8
3 【公式】恋はつづくよどこまでも	195,563	0.3	1.2
平均		3.3	382.9

第2節 今後の展望

本研究は、2020年に開催される予定であった東京オリンピックの結果も考慮し、2021年に開催されるWMGに向けて提案を行う予定であった。だが、その東京オリンピックがコロナウイルスの影響で2021年に延期されることになった。この変化はWMG2021にも大きく影響してくるだろう。さらに2021年に東京オリンピックの開催が不可能な状況になった場合、オリンピックは中止されるという公式発表もあった。そのような場合に至ると、WMG2021も開催が難しくなるだろう。研究を行っていた時には予想が不可能な事態であるため、本研究はウイルスの感染に対する提案等全く行っていなかった。そのため2021年に東京オリンピックが開催されることを視野に入れた新しい提案を考えたい。また、2020年緊急事態宣言が出された際、ウイルス感染によるスポーツ大会の中止が度々みられ、それに反対するファンの署名活動などがよく報道されていた。さらに、このような状況以外にも、1995年阪神淡路大震災が起きた年、「がんばろう KOBE」というワッペンを掲げたオリックス・ブルーウェーブというプロ野球チームがリーグ優勝を勝ち取り、市民を勇気づけたという話がある。このような出来事から、スポーツにはきっと人々を動かす力があるのだと思う。だから、このような時だからこそスポーツ大会は必要である。もちろん、何の対策もせず大会を開催するのは危険であるが、しっかりとした対策を行えば問題はないのではないかなと思う。簡単なことではないというのは承知しているが、その提案をするのが、今の私にできることであると考えている。

参考文献

- (1) NTT西日本グループのCSR活動の考え方とSDGs／公式ホームページ
(<https://www.ntt-west.co.jp/csr/2017/activity/>)
- (2) SUTAINABLE DEVELOPMENT GOLS 吉本興業のSDGsの取り組み／公式ホームページ
(<http://www.yoshimoto.co.jp/sdgs/>)
- (3) PUBLIC RELATIONS OFFICE GOVERNMENT OF JAPAN／Yukiko Ishikawa
(<https://www.gov-online.go.jp/eng/publicity/book/hlj/html/201806/201806>

[01_jp.html](#))

- (4) スポーツツーリズムと旅行ビジネス ～旅行産業におけるスポーツツーリズムの可能性～／山崎良夫(元日本通運株式会社 旅行事業)
(https://www.jstage.jst.go.jp/article/jafit/21/0/21_KJ00009355247/_pdf/-char/ja)
- (5) 神戸クルージング／Feel KOBE 神戸公式観光サイト
(<https://www.feel-kobe.jp/feature/cruising/>)
- (6) グローバル志向の方へ グローバル化に向けて／兵衛 向陽閣ホームページ
(<https://www.hyoe.co.jp/recruit/global/>)
- (7) 2014年12月号 外国人留学生から見た有馬の魅力「私のARIMA」(神戸のタウン誌・月刊神戸っ子)／歩く人 ユリタ・ウルバニャックさん(Julita Urban iak)
(<https://kobeco.hp.jp/16553/>)
- (8) モデルコース 灘五郷酒蔵めぐり／HYOGOナビ 兵庫県公式観光サイト
(<https://www.hyogo-tourism.jp/course/result/35>)
- (9) ワールドマスタースゲームズ2021 関西／公式ホームページ
(<https://www.wmg2021.jp/>)
- (10) ラグビーワールドカップ2019／公式ホームページ
(<https://www.rugbyworldcup.com/>)
- (11) 関西の観光統計について ～2019年8月分～／近畿運輸局観光部
(<http://www.tb.mlit.go.jp/kinki/content/000103474.pdf>)
- (12) 持続可能な開発目標(SDGs)とは？／大阪市公式ホームページ
(<https://www.city.osaka.lg.jp/seisakukikakushitsu/page/0000450087.html>)
- (13) 大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略 平成30年9月／大阪市公式ホームページ
(<https://www.city.osaka.lg.jp/seisakukikakushitsu/cmsfiles/contents/0000450/450087/kaitei1.pdf>)
- (14) 朝日新聞／前田大輔
(<https://www.asahi.com/articles/ASL7N3Q09L7NUTQP00C.html>)
- (15) WMG知名度調査／WMG2021 関西組織委員会
(https://www.wmg2021.jp/upload_file/201908291404241253420289.p)
- (16) 祇園祭後祭エコ屋台村／京都市情報館
(<https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000253993.html>)
- (17) ツイプロ
(<https://twipro.jp/>)
- (18) Social Insight
(<https://instagram.userlocal.jp/>)
- (19) SDGsのアイコン／国際連合広報センター
https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/sdgs_icon/

(20) Rugby Republic2019

[〈https://rugby-rp.com/2019/11/03/worldcup/43459〉](https://rugby-rp.com/2019/11/03/worldcup/43459)

(21) nippon.com

[〈https://www.nippon.com/ja/guide-to-japan/gu900114/〉](https://www.nippon.com/ja/guide-to-japan/gu900114/)

(22) 朝日新聞

[〈https://miraimedia.asahi.com/sdgs-description/〉](https://miraimedia.asahi.com/sdgs-description/)

ご協力いただいた方々

近畿日本ツーリスト株式会社

矢田 圭吾様

株式会社日本旅行

福住 光弘様

神戸市 市民参画推進局 スポーツ振興部 国際スポーツ室

東野 陽子様、小山 政次様、新明 正也様