

メガスポーツイベントからみる 今後のスポーツツーリズム研究の展望 —過去6年間に開催されたスポーツイベントに着目して—

Prospects for Sport Tourism Research Overviewing from Mega Sport Events
—Focusing on Sport Events Held in the Last 6 Years—

山下 玲
YAMASHITA Rei

要旨

2020東京オリンピック・パラリンピックが開催されることが決定したことを契機に、日本国内におけるツーリズムへの関心は急速に高まっている。日本では、2020東京オリンピック・パラリンピックだけでなく、2019年にはラグビーワールドカップ、2021年には関西ワールドマスタースゲームズなどといった、メガスポーツイベントを開催することが決定している。本研究では、過去6年間に開催されたメガスポーツイベントに着目し、そのイベントによって海外から来た外国人観光客数と経済的効果ならびに社会的効果について、どのような効果をもたらしたかを考察することとした。その結果、ほとんどのメガスポーツイベントを開催することで、外国人観光客数を伸ばし、経済的効果や社会的効果を生み出していることが明らかとなった。また、近年のスポーツツーリズム研究で用いられているキーワードを抽出し、抽出された語句を分析することによって、今後どのような研究を行うべきか、学術面からの考察も行った。その結果、近年行われている研究においても、経済的効果や社会的効果に関する研究が行われており、さらに効果の継続性についての研究も行われていることが明らかとなった。今後、多くのメガスポーツイベントの開催を予定している日本は、ポジティブな効果もちろんだが、同時にネガティブな要因についての検討も行い、どのようにして、ネガティブ要因を予めマネジメントをするかが重要である。

キーワード：スポーツツーリズム、メガスポーツイベント、外国人観光客、効果

背景

ツーリズム産業は、世界的にその規模を拡大しており、現在では世界のGDPの10%はツーリズム産業であると言われている (UNWTO, 2016)。ツーリズム産業の拡充は、経済の活性化、雇用の創出に貢献するとされており、社会経済を発展させる重要産業へと発展した。日本においても、ツーリズム産業は急速に発展している産業のひとつである。国内におけるツーリズム産業が隆盛を迎えた理由として、2020年のオリンピック・パラリンピックが東京で開催されることが決定したことが背景にある。これをきっかけに日本国内を訪れる外国人観光客数は急激に増え (2013年：10,363,904人、2015年：19,737,409人)、2020年には、4,000万人を数値目標として、様々な施策が施されている。訪日外国人旅行者数を増やすことは、人口減少を危惧している日本にとって、特に人口減少が著しい地域活性化のキータラゲツトとなりえ、彼らに大きな期待を寄せている。

日本はこの先5年の間に、様々なスポーツイベントを開催することが既に決定している。これらを開催することは、日本国内の経済、特に地方経済の活性化を促す起爆剤になることが期待されている。2019年には、ラグビーワールドカップが日本で開催されることが決定しており、東京や神奈川など都市圏やラグビーのメッカ、花園ラグビー場のある大阪府だけでなく、岩手県釜石市でも試合が開催され、東日本大震災で甚大な被害を受けた、東北地方の復興のきっかけになることに期待が寄せられている。また、2020年には夏季オリンピック・パラリンピックが東京で開催されることは周知の事実であるが、その次の年には、関西圏にて、ワールドマスターズゲームという国際イベントが開催される。これは、国際マスターズゲームズが4年に一度開催する、原則30歳以上のスポーツ愛好者が参加できる国際総合競技大会である (関西ワールドマスターズゲームズ、2016)。この大会はアジアではじめて開催される国際大会であり、参加者数は5万人 (国外2万人、国内3万人) を目標とし、海外からも多くの参加者・観戦者の来場を見込んでいる。

このように、国内で近年話題になっている、ツーリズムには様々な種類が類型化されているが、その中でも特に、ニューツーリズムへの関心が高いとされている。ニューツーリズムとは、従来の物見遊山的な観光旅行とは異なり、これまで観光資源として捉えられていなかった、地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行形態である (観光庁、2016)。ニューツーリズムの中には、エコツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズムが含まれており、その中でも国内で多くのメガスポーツイベントを開催する背景もあることから、特にスポーツツーリズムへの関心が年々高まりつつある。これは、「スポーツツーリズム推進基本方針」が2011年6月にも取りまとめられており、より日本国内におけるスポーツを、観光資源として捉え、国内観光振興及びインバウンド拡大の促進に力を注いでいる。つまり、日本で今後開催されるスポーツイベントを「観光資源」として捉え、どのように外国人観光客を増やすしていくかは、今後の日本にとって非常に重要となってくる。

実務面だけでなく、教育の場面でもツーリズムへの関心度は高い。国内の大学で「観光学部」と称する学部は、2005年には20程度だったのにも関わらず、2015年には42校と、10年間で2倍に増えている (日経産業新聞、2016年)。来年度には東洋大学でも「国際観光学部」が新設されるが、「観光学部」の創設が右肩上がりに増加傾向にあることから、いかにツーリズム産業に注目が集まっているかが理解できる。



図1. 2016年7月25日 朝刊 日経産業新聞

先行研究

スポーツに関わるツーリズム・観光をスポーツツーリズムというが、これは、大きく「アクティブ・スポーツツーリズム」、「イベント・スポーツツーリズム」、「ノスタルジア・スポーツツーリズム」の3つに分類できる (Gibson, 1998)。まず一つはアクティブ・スポーツツーリズムである。これはいわゆる、「する」スポーツと同義であり、旅行中に何らかの形で体を動かすことである。北米を中心に、このアクティブ・スポーツツーリズムに関する研究が多く行われており、メガスポーツイベントでボランティアを行う動機 (Alexander et al., 2015)、アクティビティへの参加行動を阻害する要因 (Williams and Lattery, 1994) など、多くの知見が蓄積されている。次に、イベント・スポーツツーリズムとは、オリンピック・パラリンピック、FIFAワールドカップといったメガスポーツイベントや、地域で開催される地区大会などといった、スポーツイベントを観戦することである。Neirotti et al. (2001) の研究では、バルセロナオリンピックとアトランタオリンピックを観戦に来た外国人観光客を対象に、なぜ観戦に来たのか、その動機を探る研究を行っている。その研究では、「アスリートの競技性」、「文化的経験」、「歴史的経験」がオリンピックを観戦する動機として説明している。また、外国人観光客が現地で滞在している際の行動パターンを把握し、地域経済にどのような影響を与えているのかを検証した研究も行なわれている (Irwin et al., 1996)。外国人観光客がもたらす地域

への経済的効果に関する研究も少なからず行われているものの、経済的効果を正しく測定するのは非常に難しいことが指摘されている (Irwin et al., 1996)。また、地域にもたらす効果として、心理的効果にも期待が寄せられている。この心理的効果は、地域に対するイメージの向上や、地域住民の地域に対する誇りが醸成されるといった効果が含まれるが (原田, 2002)、より小規模のスポーツイベントの方が、地域住民に効果が波及しやすいと理解されている (Walo et al., 1996)。最後は、ノスタルジア・スポーツツーリズムである。これは、例えばバスケットボールの名誉殿堂 (ホール・オブ・フェイム) を訪問することや、大会で使用されたオリンピックスタジアムなどといった、スポーツ施設の見学に行くなど、歴史的な場所に赴くことが含まれる。

このように、ツーリストが体験するスポーツツーリズムは大きく3つに分類されるが、所謂「イベント・スポーツツーリズム」は数え切れないほど催されており、これらを類型化をすることで全体像を明らかにすることができるとされている (山下・原田, 2015)。Gratton et al. (2000) は、スポーツイベントを4つの視点から類型化した (表1 参照)。

表1. Gratton et al. (2000) の4つの類型化

	定義	具体例
1	大規模な経済活動とメディアの関心が強い、開催都市が固定化されていない国際的な観戦型イベント	夏季オリンピック大会
2	大規模な経済活動とメディアの関心を伴う、毎年行われる国内の大規模イベント	ロンドンマラソン、東京マラソン
3	不定期的に行われる1回限りの大規模な観戦型・競技型イベント	陸上グランプリ
4	各種スポーツ競技団体が定期的に開催する、大きな経済活動を伴わない主要な競技型イベント	国内選手権

Gratton et al. (2000) では、表1の通り、経済規模の大小や開催地が固定されているか否かなどといった視点で、スポーツイベントを類型化している。

一方で、Müller (2015) は、メガスポートイベントの定義は、研究者によって様々であることを指摘している。Müller (2015) の行った研究では、「コスト」、「観光客への魅力」、「メディア露出」、「インパクト」という4つの視点を用いて、メガスポートイベントの類型化を行った。彼らの視点の中に、「観光地としての魅力」が含まれており、特にGratton et al. (2000) にもあるよう、経済規模の大きいメガスポートイベントほど、観光との関連が強いことが予想されるため、本研究では経済規模の大きく、観光地としての魅力あふれるメガスポートイベントに着目した。

上述の通り、学術的にスポーツツーリズムは、観光目的によって類型化されており、さらにメガスポートイベントも地域に与える効果によって分類されているが、具体的にどのようなメガスポートイベントがどういう効果を国や地域もたらしているのかは明確にされていない。また、ツーリズム研究においてスポーツを行うこと、あるいはスポーツを現地で観戦することを主目的とする「スポーツツーリスト」を対象とした研究は多く行われておらず、今後発展の期待される分野であると言える。

目的

本研究の目的は、過去6年（2011年から2016年）の間に開催されたメガスポーツイベントを中心に、海外からの外国人観光客数の変動と、実際に開催国や開催都市に与えた経済的、社会的効果について明らかにすることとする。これらを明らかにすることによって、今後メガスポーツイベントの開催を控えている日本にとって有益な情報を提示することが可能となる。また、学術面においても、近年スポーツツーリズム研究において取り扱われているキーワードを抽出することで、今後どのような研究課題に取り組むべきか、どのような研究を蓄積していくべきか見解を述べることとする。

研究方法

本研究の目的は、過去6年間に開催されたメガスポーツイベントの報告書を対象に、そのイベントによって、開催国を訪れた外国人観光客数がどれくらい増え、開催国にどれくらいの効果をもたらせたかを明らかにすることとした。なお、対象とする大会は表2の通りである。先行研究で、メガスポーツイベントを経済規模の大きいイベント・スポーツツーリズムについて言及したが、本研究では、メガスポーツイベントをGratton et al. (2000) の大規模な経済活動とメディアの関心が強い、国際的な観戦型イベントと定義した。

表2. 対象とするメガスポーツイベント

No.	開催年	大会名	開催国
1	2011年	ラグビーワールドカップ	ニュージーランド
2	2012年	夏季オリンピック大会	イギリス
3	2014年	サッカーワールドカップ	ブラジル
4	2015年	ラグビーワールドカップ	イギリス
5	2015年	サッカー・プレミアリーグ	イギリス
6	2016年	夏季オリンピック大会	ブラジル

結果

1. 夏季オリンピック大会

夏季オリンピック大会は1896年にアテネで初めて開催され、2016年にブラジル・リオデジャネイロオリンピック大会は31回目の大会であった。ブラジルは2014年にFIFAサッカーワールドカップを開催しており、Tourism Review (2014) によると、このFIFAサッカーワールドカップの成功を機に、ブラジルは海外旅行を行う目的地として人気を博してきた。今回開催されたオリンピック・パラリンピック期間中、38万人の観光客がブラジルを訪れると予想しており (Trek Soft, 2015)、オリンピックを観戦する以外では、リオデジャネイロ市内、ブラジル国内を観光し、カーニバルに参加するなどの観光行動をとっていたとされている (Tourism Review, 2014)。また、ブラジルに滞在中、消費した総金額は15億8,500万ドル（日本円で約1,600億円）と報告されている（ブラジル中央銀行、2016）。

しかし、今回のオリンピック・パラリンピック大会では、インフラストラクチャーの整備が遅れていることや、ジカ熱の流行、テロの脅威など、外国人観光客にとってリスク (Quintal et al., 2010) となりうる要因への懸念もあり、このようなメガスポーツイベントはポジティブな効果だけを生み出すものではないことも、同時に考慮していく必要がある。

2012年ロンドンで開催されたオリンピック大会についてまとめた、「The London 2012 Olympic & Paralympic Games」(Visit Britain, 2012) によると、68万人が大会期間中(7月から9月)に来英したと報告されており、オリンピックが閉幕した2012年9月にイギリスを訪れた外国人観光客は、2011年9月よりも1%多いことが分かった。さらに、オリンピック期間中に滞在した外国人観光客は、滞在期間中一人あたり平均で1,350ポンド(日本円で約17万円)を消費したとされ、期間中に、総額約9,200万ポンド(日本円で約1億2,000万円)が消費されたと報告した。これは、2011年全体の消費額と比較すると、5%も上昇したことになる。これらの結果はすべて、Visit Britainという英国の観光局の戦略に基づいたプログラムを行った結果であるとされ、イギリスは、大会期間中にスポーツ以外に「カルチュアルオリンピアド」という大規模な文化プログラムをイギリス国内の1,000箇所以上で開催し、イギリス各地の地域活性化にも貢献したとされている。

イギリスはロンドンオリンピック大会を開催したことを契機に、2020年までに4,000万人の訪英外国人旅行者数を延ばすことを目標とし、それに関連して20万人の雇用を創出できるよう、Visit Britainが主導し、引き続きマーケティングを行っていく。

2. ラグビーワールドカップ大会

ラグビーワールドカップは、この6年間でニュージーランド(2011年)とイギリス(2015年)で開催されている。また、次回の大会が日本で開催されることが決定しており(2019年)、過去2大会が開催国にどのような効果をもたらしたかを把握しておく必要があると言えよう。

まず2011年にニュージーランドで開催された大会を概観する。ニュージーランドで開催された大会は2011年9月9日から10月23日に第7回大会として開催され、20ヶ国が出場した。大会期間中、13万3,200人が観光客としてニュージーランドを訪れたとされ、その中でオーストラリア(55,000人)からの観光客がもっとも多く、ついでフランス(15,000人)、南アフリカ(8,600人)であった。ニュージーランドを訪れた観光客は平均13.2日滞在しており、ラグビー観戦者一人当たり3,400ニュージーランドドル(日本円で約30万円)消費したと報告されている(New Zealand Government, 2011)。また、試合が開催されたオークランドは評価報告書内に、オークランド市民は、89.1%が大会を誘致したことを誇りに思うと回答し(Auckland Council, 2011)、ニュージーランドでのラグビーワールドカップ開催は成功裏に終わったと記している。

2015年に開催されたイギリスでのラグビーワールドカップでは、466,000人が来英することを予想している(EY, 2015)。特にこの大会は、イギリス国内の地方都市でも試合を開催していることもあり、地域活性化にも貢献したとされている(EY, 2015)。

3. サッカーワールドカップ

FIFAサッカーワールドカップは2014年にブラジルで2週間に渡り、開催された。大会が開会した

6月にブラジルを訪れた外国人観光客数は101万8,876人であったとされ、これは2013年6月の35万人と比較して約3倍になったと言われており（ブラジル政府、2015）、ブラジル観光の関係者によると、ワールドカップ大会の成功にはツーリズム産業の発展が含まれていると述べた。また、ブラジル銀行は、1,730億円も外国人旅行者はブラジルで消費したことが報告されている。さらに、Tourism Review（2014）によると、Brazilian Tourism Instituteが外国人観光客を対象とした調査では、ブラジルを家族や知人・友人に旅先として薦めるかといった質問に対し、98.3%が薦めると回答したことも明らかとなっている。

4. 英国プレミアリーグ

最後に、英国プレミアリーグについての報告を紹介する。英国プレミアリーグは、五大サッカーリーグの一つであり、多くの観客、ファンを魅了している。その範囲はイギリス国内を超え、プレミアリーグのファンは「グローバル」になっていることを指摘している（Visit Britain, 2015）。「Foresight-issue 141: Football tourism scores for Britain」によると、その一例として、2010年にプレミアリーグを観戦に行く外国人観光客は75万人であったところ、2015年にはその人数が80万人になったと報告されている。また、外国人観光客の中で、プレミアリーグを観戦した外国人観光客は、イギリス滞在中に約855ポンド（日本円で約11万円）を消費しているとされており、プレミアリーグを観戦していない外国人観光客は、約628ポンド（日本円で約8万円）に留まり、プレミアリーグを観戦した外国人観光客の方が現地でより多くの消費活動を行なっていることが伺える。

また、プレミアリーグを観戦に来る外国人観光客が増えることは、繁忙期と閑散期の溝を埋めるとされている。イギリスを訪れる外国人観光客は、1～3月が最も少なく、その後7～9月が最も多く、また徐々に減少すると言われている。しかしプレミアリーグが開催されている時期は、このイギリスの観光客が閑散期に入っている冬のため、プレミアリーグを観戦に来ている外国人観光客の存在は、繁忙期と閑散期のギャップを補うといった効果もある（図2参照）。

これまでに複数のメガスポーツイベントについて報告書を中心に、メガスポーツイベントを開催することで、外国人観光客数と滞在期間中の消費額について述べてきたが、これらをまとめたものが表3の通りである。

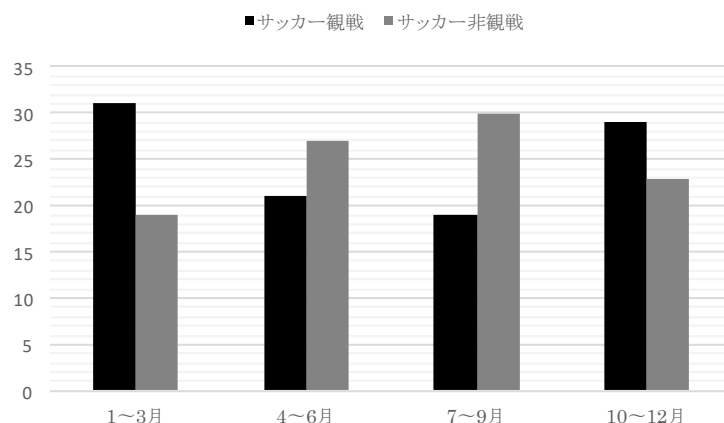


図2. 来英外国人推移（Visit Britain, 2015をもとに筆者作成）

表3. 過去6年間に開催されたメガスポーツイベントのまとめ

年	開催国・都市	大会名	外国人観光客数	平均消費額
2011	ニュージーランド	ラグビーワールドカップ	132,000人	250,070円
2012	イギリス・ロンドン	夏季オリンピック・ パラリンピック	680,000人	181,643円
2014	ブラジル	サッカーワールドカップ	1,018,876人	1,730億円 (総消費額)
2015	イギリス・ロンドン	ラグビーワールドカップ	466,000人	1,164億円 (総消費額)
2015	イギリス	プレミアリーグ	800,000人	114,570円
2016	ブラジル・ リオデジャネイロ	夏季オリンピック・ パラリンピック	380,000人	1,600億円 (総消費額)

5. 近年のスポーツツーリズム研究の洞察

最後に、近年のスポーツツーリズム研究で用いられているキーワードを抽出し、どのような研究が蓄積されているのかを検証するため、共起ネットワークを作図し、キーワードごとの関係性を検証することとした。対象とした論文は、Journal of Sport Tourism（以下、JST）の過去6年（2011年～2016年）に掲載された論文とする。分析方法として、フリーソフトウェアKHCoderを用いた計量テキスト分析を行った。KHCoderとは、定性データを量的に分析するために用いられるテキストマイニングソフトウェアであり、抽出されたキーワードを語句ごとに分類して応用的な分析に繋ぐことが可能である。また、従来から質的研究の弱点として指摘されてきた、分析過程が不明瞭で主観的な解釈が行われる傾向があるという点に対して、本ソフトを使用することで、データの客観性を優先することが可能であるといわれている（樋口、2004）。さらに、語句間の関係性を視覚化することが可能な共起ネットワーク分析を、同様のソフトを用いて行った。

はじめに、JSTに掲載された論文265の筆頭著者の所属する大学の所在国を表に示したものが、表4の通りである。

表4. Journal of Sport Tourism掲載論文

No.	国名	掲載論文数
1	アメリカ合衆国	14
2	イギリス	12
3	オーストラリア	7
4	南アフリカ	4
5	ドイツ	4
6	カナダ	3

表4の通り、アメリカ合衆国の大学に所属する研究者がもっとも多くの論文を掲載しており、ついで多くのメガスポーツイベントを開催してきたイギリスが12本、オーストラリアが7本であった。アジア諸国は、この表には国名が記載されていないが、アジア諸国の中でも、タイ、シンガポール、韓国がそれぞれ1本ずつ論文を掲載している。

次に抽出された単語間の関係性について考察をするため、共起ネットワーク分析を行った結果が図

3の通りである。なお、共起ネットワーク図の検出方法としては、比較的強く結びついている部分を自動的に検出してグループ分けを行い、色分けによって結果を示すサブグラフを検出した。

図3より、近年JSTに掲載されていた論文の傾向として、「メガスポーツ (mega sports, mega-events)」「イベント (events)」の「レバレッジ (leverage)」や「戦略 (strategies)」に関する研究がもっとも多く行われていることが伺える。また、「社会的 (social)」「効果 (impact)」「経済的 (economic)」「便益 (benefit)」「継続性 (sustainability)」の関係性も見受けられることから、スポーツツーリズムが地域にもたらす社会的・経済的效果をいかに継続的に地域に浸透させていくかも重要な見解であることが予想される。

実際にJSTに掲載された論文を一例に挙げると、Kim et al. (2015) の研究では、韓国で開催されたFormula One Grand Prixを催すことが、住民にとって社会的インパクト（経済的、社会的）効果を与えるかを検証する研究を行っている。この研究では、確かに地域に対する誇りが醸成され、地域が発展し、経済が潤うという結果が導出されたが、一方で渋滞や安全面、経済的なコストがかかることに対する懸念もあることが明らかとなっている。

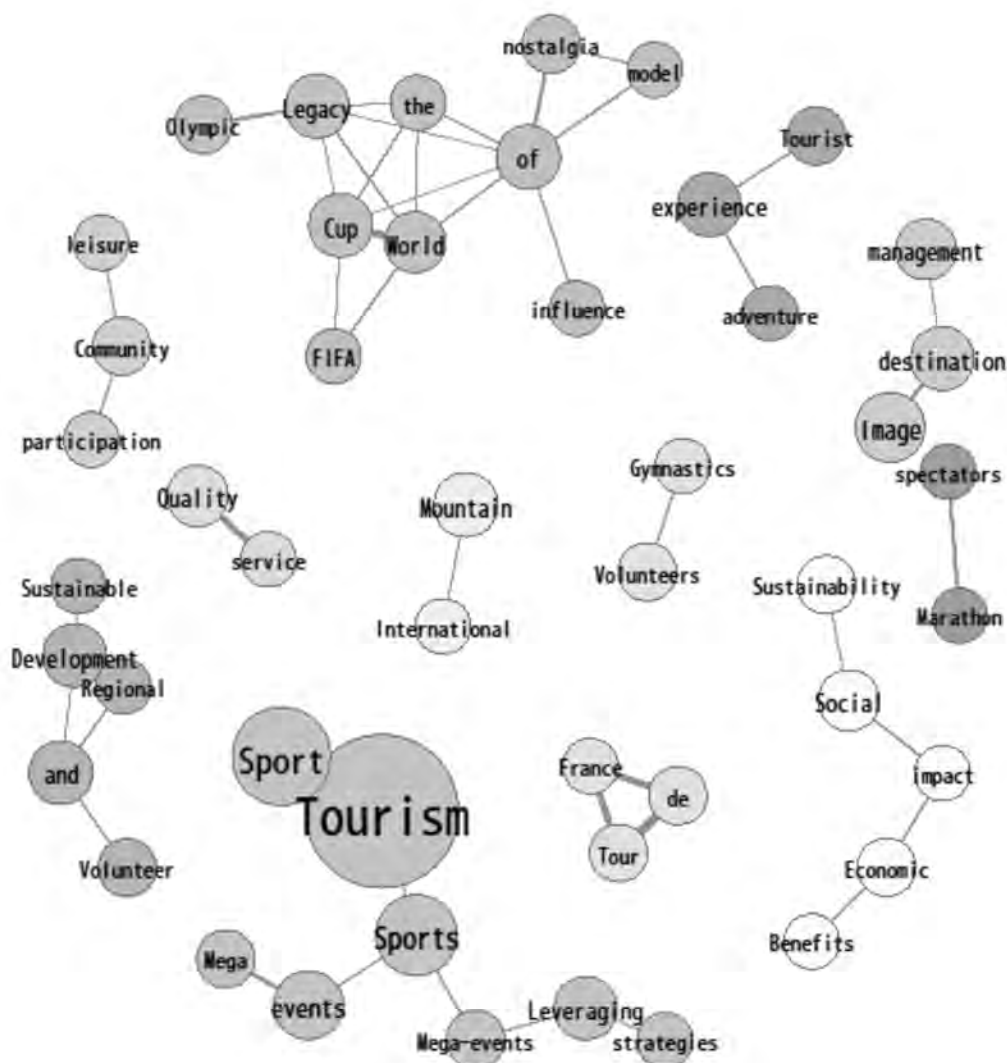


図3. JSTから抽出されたキーワードに関する共起ネットワーク図

考察

本研究では、スポーツツーリズムに着目し、過去6年間で行われたメガスポーツイベントがどのような効果をもたらしたかを、報告書をもとに考察した。さらに、スポーツツーリズム研究に掲載されている論文のキーワードを抽出し、研究テーマの傾向を把握した。

メガスポーツイベントを開催することで、その土地に外国人観光客が多く訪れ、様々な効果をもたらすことが明らかとなった。外国人観光客が来ることによって、消費が誘導され、それによって雇用が創出される。また、開催地に住む地域住民にとって、メガスポーツイベントを開催することは、地域へのプライド・誇りを醸成させることも明らかとなった。しかし、このようなポジティブな面だけでなく、ネガティブな面もKim et al. (2015) や2016年に開催されたりオデジャネイロオリンピック・パラリンピック大会で明らかにされていることから、今後日本で行うメガスポーツイベントも、ポジティブな効果だけでなく、ネガティブな結果を導く可能性があること、またどのようにしてネガティブな結果を招かないようにするかを考えていく必要があると考える。

さらに、スポーツツーリズム研究の傾向について分析を行った結果、「継続性 (sustainability)」という言葉が抽出された。今回取り扱ったメガスポーツイベントは、単発のイベントが多く、また、報告書に記述されている効果は、一時的な効果に過ぎないという懸念もあるため、これらの効果を一過性のものでなく、持続させるようなマネジメントを行っていくことが必須である。

【引用文献】

- ・ Auckland Council. (2011) Rugby World Cup 2011: Evaluation Report.
- ・ Ernest & Young. (2015) The Economic Impact of Rugby World Cup 2015.
- ・ Gratton, C., Shibli, D., and Dobson, N. (2000) The Economic Importance of Major Sports Events. *Managing Leisure*, Vol.5, 1, pp.17-28.
- ・ Gibson, H. (1998) Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1, 45-76.
- ・ 原田宗彦 (2002) スポーツイベントの経済学. 平凡社新書, 平凡社. 東京.
- ・ 樋口耕一. (2014) 社会調査のための計量テキスト分析. ナカニシヤ出版. 京都.
- ・ Irwin, R., Wang, P., and Sutton, W. (1996) Comparative Analysis of Diaries and Projected Spending to Assess Patron Expenditure Behavior at Short-term Sporting Events. *Festival Management and Event Tourism*, 4, 29-37.
- ・ 観光庁. (2016) http://www.mlit.go.jp/kankocho/page05_000044.html. 2016年3月11日閲覧。
- ・ 関西ワールドマスタースゲームズ <http://www.wmg2021.jp/summary.html>. 2016年10月11日閲覧。
- ・ Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., and Drane, D. (2015) Evaluating the Perceived Social Impacts of Hosting Large-Scale Sport Tourism Events: Scale Development and Validation. *Tourism Management*, 48, 21-32.
- ・ Müller, M. (2015) What Makes an Event a Mega-event? Definitions and Sizes. *Leisure Studies*, 34, 627-642.
- ・ Neirotti, L. D., Bosetti, H. A., and Teed, K. C. (2001) Motivation to Attend the 1996 Summer Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 39, 3, 327-331.
- ・ New Zealand Government (2011) New Zealand's 2011 Rugby World Cup: A Tourism Perspective.
- ・ Quintal, V. A., Lee, J. A., and Geoffrey, N. S. (2010) Risk, Uncertainty and the Theory of Planned Behavior: A Tourism Example. 31, 6, 797-805.
- ・ Tourism Review. (2014) <http://www.tourism-review.com/olympics-2016-expected-to-boost-tourism-industry->

- in-rio-de-janeiro-news4231. 2016年11月10日閲覧。
- ・ Trekk Soft. (2015) <https://www.treksoft.com/en/blog/rio-olympics-2016-tourism-impact>. 2016年11月10日閲覧。
 - ・ UNWTO. (2016) <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>. 2016年7月19日閲覧。
 - ・ 山下玲, 原田宗彦. (2015) スポーツツーリズム・ハンドブック. 第1章2節スポーツツーリズムのこれから. 学芸社, 京都.
 - ・ Visit Britain. (2012) The London 2012 Olympic & Paralympic Games OUR STORY.
 - ・ Visit Britain. (2015) Foresight-issue 141: Football Tourism Scores for Britain.
 - ・ Visit Britain. (2016) Inbound Football Tourism Research. <https://www.visitbritain.org/inbound-football-tourism-research>. 2016年7月21日閲覧。
 - ・ Walo, M., Bull, A., and Breen, H. (1996) Achieving Economic Benefits at Local Events: A Case Study of a Local Sports Event. *Festival Management and Event Tourism*, 4, 95-106.
 - ・ Williams, P. and Lattey, C. (1994) Skiing Constraints for Women. *Journal of Travel Research*, 32, 21-25.

Prospects for Sport Tourism Research Overviewing from Mega Sport Events
—Focusing on Sport Events Held in the Last 6 Years—

YAMASHITA Rei

Abstract

After the 2020 Olympic Paralympic Games were decided to be held in Tokyo, many international travelers are coming to Japan and the governments' interests toward tourism is increasing drastically. The purpose of this research is to reveal the economical and sociological impacts given from holding the mega sport events in the last 6 years. Also the keywords were extracted to overview the trend of research theme in the sport tourism aspect. As a result, all mega sport events held in this 6 years helped to increase the international tourists and gave economic and social effects for the host city. From overviewing the keywords of published articles, many research focused on these effects given from holding the mega sport events which had both positive and negative effects. It is crucial to manage both positive and negative consequences to have these given effect as a long-time outcome.

Keyword: Sport Tourism, Mega Sport Event, International Travelers, Effects