

1. 平成 23 年度シンポジウム・情報交換会 講演内容

社団法人スポーツ健康産業団体連合会

第 7 回シンポジウム

開催日：平成 23 年 7 月 20 日（水）15:00～17:40

場 所：弘済会館 4 階会議室「菊」

震災復興とスポーツの底力

I. プレゼンテーション

パネリスト

- 大石 順一 氏（社団法人日本ゴルフ場事業協会 専務理事）
- 岡本 常光 氏（社団法人日本ボウリング場協会 顧問）
- 財津 宜史 氏（笹塚ボウル 専務取締役支配人）
- 吉田 正昭 氏（社団法人日本フィットネス産業協会 副会長）
- 加藤 誠 氏（株式会社ジェイティービー 地域交流ビジネス統括部長）

II. パネルディスカッション

コーディネーター

- 丁野 朗 氏（社団法人日本観光振興協会 常務理事・総合研究所長）

パネリスト

- 加藤 誠 氏（前出）
- 近藤みちよ 氏（総合ユニコム株式会社
「月刊レジャー産業資料」企画事業部 課長）
- 古屋 武範 氏（株式会社クラブビジネスジャパン 代表取締役）

司会 予定の時間となりましたので、始めさせていただきます。

本日は、私ども社団法人スポーツ健康産業団体連合会主催の第 7 回シンポジウム「震災復興とスポーツの底力」にご参加いただき、誠にありがとうございます。

開催に先立ちまして、会長の斎藤敏一から、ご挨拶をいたします。

斎藤会長 本日の第 7 回のシンポジウムは

「震災復興とスポーツの底力」というタイトルです。私どもの団体で、主に場を提供している方々に発表していただくのですが、もちろん、観戦するスポーツ、スポーツ用品を作ったり、売ったりしている人たちは、大いに関係してくるわけです。

その件で、本日は、この事を話すに尽きるというのが「なでしこジャパン」です。私も若者に負けないというようなことでツイッターで打ち込むと、それがフェイスブックに

流れる。そうすると、フェイスブックにどんどん書き込みがされるというような、非常に一体感を持つことになります。現場に行くのが一番いいでしょうけれども、お互いに知っている人、あるいは、かすかに知っているという人と一体感を持ちながら盛り上がりました。

なでしこジャパンは、社会的現象になっている。日本経済新聞も、これが消費にどうつながっていくかというようなことも含めて、大きく取り上げている。特に震災に関連して、今後かなり意味づけがなされるのではないかと思います。「なでしこジャパン」が体現してくれたという、本当にいいタイミングだったのではないかと思います。

それと、いかに、きちっとバックアップしていないところがまだまだあることを知らされたことではないかと思います。いろいろな意味でスポーツを応援していく。そこで感動をつくっていくということにつながっていくのではないかと思います。

震災復興というテーマでは、我々も打撃を受けていると同時に、それを復旧した後、それが地域の元気あるいは健康づくりに大いに役に立っているというようなことを実感しております。

私は経済同友会のサービス産業活性化委員会の委員長をしています。毎年、夏に軽井沢セミナーというのを正副代表幹事と委員長が30人くらい集まって、記者に囲まれて会議をするのですが、今年は、そのセミナーを仙台で行いました。その中で、スポーツ産業のことも私は発言しましたし、サービス産業についてもいろいろな意見が出ました。今、政治と経済と、それを実行していく地方自治体との間で、必ずしもピッタリと一致しているというような状況ではないということをお互いに率直に意見交換しながら、少なくとも震災の被害を被った人たちにマイナスになることは避けていこうというような意味で、今後、

協力していこうというようなことで一致しております。

経済産業省の中にヘルスケア産業課ができました。厚労省だけではなくて、経済産業省も健康とか、介護予防とか、病気予防を新産業としてバックアップする。こういうようなことも常々話しています。スポーツが大いなる力を発揮する。

そういう意味で、今日は、今の時期でなければできないテーマを扱う会になるのではないかと思います。

I. プレゼンテーション

司会 本日、プレゼンテーションにおいて発表していただく方々をご紹介させていただきます。

社団法人日本ゴルフ場事業協会専務理事の大石順一様。

社団法人日本ボウリング場協会顧問の岡本常光様。

笹塚ボウル専務取締役支配人、財津宜史様。

社団法人日本フィットネス産業協会副会長、吉田正昭様。

株式会社ジェイティービー地域交流ビジネス統括部長の加藤誠様。

本日は、「震災復興とスポーツの底力」をテーマに、それぞれの業界の東日本大震災に関わるお話を、10分程度お話をさせていただきます。

最初に、社団法人日本ゴルフ場事業協会専務理事 大石順一様、お願いいたします。

大石 ご紹介にあずかりました、社団法人日本ゴルフ場事業協会の大石です。

今、ゴルフ場業界が置かれている状況を、被害状況等を踏まえてお話しします。

ゴルフ場は、18ホールのゴルフ場で100haくらいの土地を持って営業しております。そのゴルフ場が、東日本大震災、3月11日の大震災、4月11日に起きました余震によって、

どんな被害を受けているか。

まず、東日本大震災における被害状況、これは3月28日調べで、東北地方6県で、青森県と山形県と秋田県は、震災による大きな被害はあまりございません。一番地震の激しかった、岩手県、宮城県、福島県の被害状況がひどい。

岩手県は22のゴルフ場があるのですが、うち21だけ回答をいただいております、大きな被害を受けてコースの中に地割れができた、クラブハウスが使えなくなった、天井が落ちた、そういうような被害が大きかったところが4クラブ、4つのゴルフ場がございました。岩手県は意外と震源地に近い、本当の震源地なのですが、ほとんどのゴルフ場が内陸部にあります。三陸海岸にあるのは2つ。ほとんど東北本線沿い、内陸部にある関係から、地震による被害というのは揺れた被害のみで終わっているということで、こちらは4ゴルフ場がかなり大きな被害を受けている。

宮城県は、東北ゴルフ連盟に加盟しているところが33あり、32のゴルフ場から回答をいただいております。大きな被害を受けたところが13クラブ。特に、津波の被害を受けたコースが2コース。松島近辺にあるゴルフ場が2カ所、津波の被害を受けている。あとは、揺れてグリーンが陥没してしまった、地割れができた、クラブハウスが使いものにならなくなった、というようなことで、13のゴルフ場で復旧するのに2カ月以上を要するようなコースがございました。

被害が一番大きいのは福島県。こちらはゴルフ場が全部で63あるうち、大きな被害を受けたところが26クラブ。どういうことで被害が大きくなってしまったかといいますと、4月11日にありました余震の被害。本震よりも余震の被害が大きかった。福島の場合には、いまだに収束しない原発の問題を抱えている。本当は2、3カ月で復旧できるけれども、復旧する元気も出てこない、復旧さ

せて営業をやったところでお客さんが来ないということで、それだけ力が入らないコースもある。

震災以降、依然として営業が再開できないコースを申し上げますと、宮城県では、3コースが7月20日時点で営業が再開できない状況。年内一杯、もしくは9月までというコースもあり、それが3コース。福島県では、現状、10コースが営業が再開できない。そのうち、原発から20kmもしくは30kmの圏内に入っているゴルフ場が2コースあります。ここは避難対象区域で、完全に復旧もあるいは営業も一切できないということで営業が止まっております。

宮城、岩手、福島で地震の揺れで受けた損害額は、平均的に、おおよそ1ゴルフ場につき3千万円くらいの被害。一番多いところで復旧するのに4億円くらいかかるようなコースもございますが、平均値でいうと3千万円くらい。

それと、福島の場合、福島原発の事故による風評被害が、4月と5月、2カ月間でだいたいどのくらいかという、データが出ている40コースくらいで、対前年比の売上げで約12億円の減少。これは原発だけではなく、震災による自粛ムード等のマイナスによるものも含まれますので、原発のせいだけとは言いきれないが、福島県内のゴルフ場というのは、1コース平均3千万円くらい、原発による風評被害での売上げの減少に苦しんでいる。

その他、千葉県、群馬県、山形県、栃木県、茨城県、そういうところで原発の被害を調査しますと、だいたい1コース800万円強くらいの風評被害を受けているというデータが出ております。原発の問題に関しましては、政府は、7月末までに、第2次指針として、風評被害の産業認定を行うと伺っております。その産業に認定されないと風評被害の補償対象にならないというようなことがあり、これ

は少し気合いを入れて、風評被害の対象にゴルフ場も認定業種になればなどと思って、今、経産省並びに各県に対して、各地区での要望を陳情してもらっているところです。

東北ゴルフ連盟加盟倶楽部の入場者動向で、東北6県の6月の来場者は、青森県秋田県、岩手県までは、だいたい80%~90%くらいの対前年比の回復。ところが、残念ながら、宮城県は、まだ4つのコースが開場できなかったために、前年対比で宮城県は66.7%で、まだ34%ほどお客さんが減った状態。特に福島県は、10クラブ開場ができていないということと、原発の風評被害ということもあって、68%までしか回復していない。他県が9割くらいまで戻っているにもかかわらず、宮城県と福島県は7割弱の回復にしかいっていない。

売上げですが、なかなかデータが集まってこないのですが、過去4年間の平均の売上げと、今年の3、4、5月の売上げでは、茨城県の6つのクラブで、例えば3月は、1カ月間で4,369万円売り上げていたのが、今年は1,450万円、33.1%しか売上げがなかった。5月でも6,686万円が3,912万円で、58%という数字が出ております。特に福島県は3月が32.5%、4月が52.0%、5月が56.3%。これに関しましては、営業をやっているコースだけの数字で、営業を既に再開しているコースでも、このような売上げの中で推移しているというようなところ。上の来場者に比べて、下の売上げの戻りがあまりよくないのは、客単価、要するに、お客さんの料金を引き下げて、少しでもお客さんの数だけは確保したいという気持ちの表れで、こういう数字になっていると思われま。

設備的な被害に関しては、おおよそ9月までに95%くらいまでのゴルフ場が回復して、営業を再開することが可能になる。ただ、残念ながら、福島原発に関係する風評被害等で活動できない、営業を再開できないという

コースは、年内一杯で10~15コースくらい。本当に廃業も考えている、「廃業します」と宣言してしまったようなコースが2コースくらい。国が立ち入り禁止を解除してくれないと営業が再開できないコースが2コース。

原発による被害、営業できなかつたら営業補償まで含めて、コースを元に戻してほしいということで見積金額を出しているコースがある。1つのコースで「61億円の損害賠償請求を出す」と言っているコースもございます。経営者の方の考え方でいろいろ差はあると思いますが、原発の被害というのは、福島県内、あるいは茨城県の北部、栃木県の北部に関しては、かなりひどいところがあるということです。那須にあるゴルフ場で、経営者の方が、年内一杯、放射能の問題で営業を再開すべきではないというお考えの下に、「従業員を解雇することなく雇用し続けたまま、来年の4月1日までは営業いたしません」と決定したコースが1コースございます。

ゴルフ場というのは設備産業で、クラブハウス等いろいろ持っています。今回の大震災の後、25のクラブが被災者の方にお風呂を無料で提供。ロッジを被災者の方の宿泊施設として提供したところが3コース、あるいは、そのほか食堂とかを入れますと、全国で約60コースくらいが、いろいろな施設の提供等によって貢献をしようということで行われました。

復興支援にゴルフ界として何をしているのかということですが、一つは、「震災復興支援グリーン・ティー・チャリティー強化月間」。グリーン・ティー・チャリティーというのは、ゴルフ関連団体、20団体で復興支援を行おうということで、当初、「50億円の義援金を集めましょう」ということで始めました。実際、そこまでは至っておりません。石川プロの言っている、今年の獲得賞金、及びパーディー1個10万円を義援金とする等も全部加算していったら、50億円ということになる

予定だそうです。これはかなり厳しい話の部分があります。4月くらいまではかなり義援金も集まったのですが、5月以降、パタッと止まっている。グリーン・ティー・チャリティという目的を3つに分けて活動をしています。

一つは、ゴルフ、スポーツをもっともっとみんなでやろうよ、それで経済を回そうよと。要するに、スポーツを一所懸命にやることによって経済を回そうよということが一つの目的です。もう一つは、関西方面、西日本も全部そういうことになったようですが、節電15%、西日本は10%、節電をしろということですので、節電を多くの方に理解をしていただくための活動をしようよと。地球温暖化防止問題のことにもつながる、こういうエコ・ランドリーバック、これは洗濯物を入れる袋なのですが、よくゴルフをされる、あるいはフィットネスクラブへ行かれても、濡れたものを入れるビニール袋というのを使われているケースが多いと思うのですが、そういう使い捨てのものはやめて、何度でも使えるものにしようよと。こういうものをプレイヤーの方にお配りして、こんなノベルティを使いながらプレイヤーの数を増やして、ゴルフをもう一度見直してもらおうというような活動をやろうよということです。日本ゴルフ場事業協会としては、現状、そんな呼びかけをしております。

司会 続きまして、社団法人日本ボウリング場協会顧問の岡本常光様、よろしくお願いたします。

岡本 岡本です。

ボウリング業界の被災状況につきまして、発表します数字は、私どもの会員センター、協会に加盟しているセンターの話がほとんど(センター＝ボウリングセンター)。

前半は、私から被災状況をお話しして、後

半は、財津委員から協会で行いました復興支援イベントについて発表させていただきます。

まず、被災の状況と復旧の状況です。青森県は、加盟センターが4。4センターとも、大きな被害がありませんで、営業が継続できております。

岩手県は加盟センターが5で、多少の被害はあったけれども営業を継続できたのが2。残り3のうち、5月中に再開したのが1センター、6月中に再開したのが1センター、残り1センターは現在も休業中。岩手県の休業は、高台なので津波の被害はなかったのですが、防煙ガラスなどが落下する、こういう被害でございます。

宮城県は、協会の加盟は5センター。休業中が3センター。これは、津波でやられたのが気仙沼と石巻のボウリング場で、建物は残っているが、津波が入ってしまった。今、石巻の1センターは、ボランティアの力を借りてセンター内にあったヘドロのかき出しですとかをやって復旧に向けて頑張っているところ。気仙沼の1センターについては、どうなるか、わからないということ。もう1センターは、複合ビルの中に入っていて、天井が落ちて、今のところ再開は不明。5センターのうち、2センターが廃業。その2センターのうち1センターは、地震が来なくても5月くらいには廃業の予定だったのが、地震がきっかけに早まったということ。あと1センターについては、完全に地震でやられて、再開ができないということで廃業のやむなきに至った。

秋田県は4センター。停電で営業できなかった2日間を除いては営業が続けられた。

山形県は、7センターのうち営業を継続できていたのが6センターで、1センターのみ被害があったのですが、これも3月中に復旧ができております。

福島県は12センターあります。営業を継続できていたのが2センター、3月中に復旧

できたのが1センター、5月中に再開できたのが3センター、7月に復旧したのが1センターで、休業中が3センターと、閉鎖・廃業が2センターあります。廃業の2センターのうち、1センターは浪江にあり、原発で避難状態でどうにもならないということで閉めて、やめてしまったということ。もう1センターは、郡山、老朽化していたもので、地震で揺すられて被害甚大で再起できなかった。休業中が3つ。1つは福島市で、被害が甚大で、ただいま休業中。もう1つは鏡石町。建物の被害があったということで、避難状態で休業中。

東北6県の加盟センター37のうち、営業が継続できたものが14。3月中に再開できたのが6。5月中に再開したのが4。6月中に再開したのが1。7月に再開したのが1。休業中が7。閉鎖・廃業が2で、2のうち1は5月に廃業する予定であったということです。

次に、関東、これは北関東を中心にいたしまして、茨城、14センターあるうち4センターが営業を継続できた。4月中に再開したのが6。5月中に再開したのが1。6月中に再開したのが1。休業中が2。休業中のところは、天井が落ちたとか、配管が破損したと、こういう状況です。もう1つの休業は、やはり天井が落ちたということ。ボウリング場というのは非常に面積の広いところに柱がないものですから、揺すられて天井が落ちる。特に、70%以上のボウリング場が昭和45年～48年にかけて建てられたところが多く、40年近くたっているということから、今回、そういう被害も出てきたと思います。

栃木県は、10センターのうち営業を継続できたのが5。3月中に再開したのが1。4月中が1。5月中が1。休業中が1。廃業が1です。廃業のところは被害甚大で、再開意欲をなくして廃業された。

群馬県は、9センターのうち営業を継続できたのが7で、5月中に再開が1。6月中に

再開が1。

埼玉県は、20センターのうち18が営業継続で、3月中に再開したのが2。

千葉県は、14センター中、10センターが営業を継続できていて、残り4センターのうち3月中に3センター、4月中に1センターが再開できた。

東京都は、37センターのうち、営業継続が28。3月中に復旧したのが8で、閉鎖が1センター。これも、地震がなくても4月には廃業をする予定だったというのが、地震がきっかけに1カ月ほど閉鎖が早まったということ。

神奈川県は、27のうち14が営業を継続できており、3月中に再開したのが10。4月中が1。5月中が1。7月中が1。

私どもの協会では関東の中に甲信越も含まれており、山梨は5センターで被害なし、新潟も6センターで大丈夫だった。長野だけ、10センターのうち9センターは営業できておりましたが、1センターだけちょっと休業したが、3月中に復旧ができております。

東北6県、関東1都9県、両方を合わせて16都県のうち、会員数が189。多少被害はあるも営業を継続できたのが120。休業するも3月中に再開できたのが31。4月中に再開したのが9。5月中に再開したのが8。6月中に再開したのが3。7月に再開したのが2で、現在休業中が10。廃業したのが6。このうち2は、地震がなくても廃業した、廃業予定であったということ。

被害の金額的なものは調査しておりませんので不明ですが、ボウリング場の場合、被害としては、揺すられての天井の落下、もう一つは、スプリンクラーの作動です。火災が起きた時に作動するのがスプリンクラーなのですが、地震が起きてスプリンクラーが作動しますと、ボウリング場のレーンにとって一番困るのは水に浸かるということです。ボウリング業界としては、役所その他、消防庁等に

相談して、揺すられてスプリンクラーが作動しないような何かをやっていたかかないと、今後、問題点があるということでございます。

あと、義援金の件ですが、義援金募集をやりまして、5月10日で第1次締め切りまして、義援金総額796万4,233円。このうち、80%を東北へ、20%を関東へ割り振りをいたしまして、現在、第2次の義援金の募集をいたしております。今、第2次分が484万円くらい集まっています。

被害の状況その他につきましては以上です。

それでは、財津さん、お願いします。

財津 ボウリング場協会の事業の一環として東北の福島と気仙沼、2カ所に行っていました。その1カ月後に、もう一度、福島に行ってきました。その映像を簡単に流します。(ビデオ上映)

福島は、原発で避難してきた人たちがたくさんいました。テーマは、子どもたちにボウリングをさせてあげたい。遊ぶ場所がなくなって、狭い場所に閉じこもった子どもたちにボウリングをさせてあげたいという企画で行ってまいりました。その時にすごく感じたのは、子どもたちももちろん楽しんでくれたけれども、それ以上にお年寄りの方たちがたくさん楽しんでくれました。現地では、子どもたちは、ゲームだったり、鬼ごっこだったり、いろいろな遊びをしているけれども、実は、一番ストレスを抱えているというか、何もできていないのがお年寄りの方たち。働きにも行けない。段ボール1枚にふさがれた狭いところで、ずっとお年寄りたちが暮らしている中、この時は2カ月後だったけれども、お年寄りの方たちが本当に徐々にボウリングを楽しんでくれました。

気仙沼にも行って、学校の授業の一環としてボウリングをしていただきました。そして、僕たちが炊き出しをしたご飯を給食の一部と

して出していただきました。

当初は、子どもたちにボウリングをさせたいという気持ちもあったのですが、実は裏側に、小さい時にボウリングをしてもらえるという行動は将来的にもつながるのだろうなという思いもあって、こういう活動をしてきました。地域のボウリング場の人たちが一緒になってやってくれたので、もしかすると、大人になったときに、震災があった時に、地元のボウリング場の方たちが僕たちのためにいろいろな場所を回って、ボウリングで遊ばせてくれたなという思い出が一つ残ればいいなと思っております。

そのあと、6月22日に中山律子さんと一緒に福島へ行って、今回は避難所ではなくてボウリング場で、避難している人たちをバスで迎えに行って、ボウリング場に連れてきて、中山律子さんがボウリングを教えたり、一緒に投げたりするという企画をやりました。大型バスでボウリング場に入ってやりました。プロボウラーも何人か来て、ボウリングを教えていました。中山律子さんも福島に来ていただいて、中山律子さんに会えるということ、徐々に遊べるということで、これも非常に喜んでいただきました。

日本ボウリング場協会の事業としてやってきたのですが、最後に、感想ですが、気仙沼、東北、福島、被害がたくさん出ているところは本当に数多くあると思うのですが、きっと10年くらいでは復興しないだろうなと心から感じています。神戸の震災と大きく違うのは、原発の問題が非常に深刻で、まだまだ続くと思う。今、ボウリング場としてやっている行動は、月にだいたい3本~4本くらいの震災イベントをやっています。10年続くので、5月になって募金が一気に少なくなりましたので、震災のことを忘れないためにも継続的に長くやっていくことが大事なのだなというのをつくづく感じています。

最後に、一番大事だと思うのは、まず、自

分たちの会社がうれしい。投げに来た人もうれしい。それでできたお金が震災のほうに行き、喜んでいただける。プレイヤーと、経営者側と、そのお金が向こうに行くという、この3者がハッピーでないと、本当に10年続く復興という問題に対して長く続けられないというのを、今、非常に感じています。

司会 続きまして、吉田さん、よろしく願いいたします。

吉田 日本フィットネス産業協会で副会長をしておりますルネサンスの吉田です。

フィットネス業界全体の被害の状況は、数字では押さえておりますが、フィットネス産業協会に加盟しておりますクラブ以外のところが特に被害が大きかったということもあり、今日は、よりリアリティのあるご報告ができますように、当社の事例を含めて発表させていただきます。

当社を含めまして、全国展開をしているクラブ、会社におきましては、特に東北地区を中心にした被害が大きかったということが前提です。

3月11日の14時46分に地震が発生して、当社は15時に緊急対策本部を立ち上げました。そこで全体の状況の把握をし、まず決めたことは、当初、震度5を記録したところは全て営業を止めることを決めました。ところが、余震が続いた中で、震度5というところを4に変えて、そのクラブは、会員に退避していただいて、その後に休館という形をとらせていただきました。その後、12日～13日、2日間の休館を決めました。これは、特に施設の安全をしっかりと確保するというこの中で2日間の臨時休業を行いました。

その中で、刻々と被害の状況というのが分かってきました。特に深夜に、当然、その日は夜通し確認作業をし、プールの水が漏れたという報告が相次いで来ました。プールは配

管から漏れるケースが多いけれども、今回の場合は、地震の揺れでプールの水が波になって、それが出た。多いところでは半分くらいのプールの水が出て、それが階下に落ちたというような状況もございました。それと、大きな被害は、仙台の当社のクラブのプールの天井が全て落ちたという報告も入ってきました。

そういう現状把握をしながら11日を終えて、12日。ここでは、継続的な現状把握をして、原発の状況によりまして、当社のいわき並びに原町の2施設に関しましては、国の指示も含めまして、緊急避難という対処をとりました。

その中で、クラブごとの状況を把握していったわけですが、一つ、私どもが考えていたのは、安全を確保することが前提ですが、このような状況の時というのは、一人でいることが不安であったり、特に、家族がおられなくて一人で住んでいる方とかを含めて、そういった方が集える場所を早く作るべきだということ踏まえて、安全確認を終えたクラブについては早期に営業するということを決めました。基本的には、12日～13日の臨時休業を終えて、14日から営業の再開というのを決めておりました。これは関東圏中心のところでは、仙台地区並びに茨城、福島、ここにつきましては被害が甚大であった状況で、長期の休業ということがやむを得ない状況になっておりました。

その中で、12日、13日の休館で安全点検を全てやりました。スタンバイして14日から再開というところに、例の計画停電というのが急遽発表されました。これが情報としては前日の8時くらいに計画停電の内容が発表されるということだったのですが、結局、夜が明けてもそれがなかったということの中で、やむを得ず14日は休館いたしました。関東圏のクラブについては、15日から再開をいたしました。残るところについては、仙

台の4クラブ。仙台泉中央、これは真ん中のほうです。あと、仙台長町南、これはちょうど活断層の上に当社の施設がございました。仙台南光台、テニス単体の新富谷クラブでございます。この4クラブはライフラインが全て止まっており、長期の休業ということがやむを得ない状況となりました。

原町については、ライフラインもそうですが、原発ということがあって休業をしております。いわきは、ようやく再開できました。

水戸につきましては、これも揺れが大きかった状況の中で、工事がなかなか進まなかったということと、ちょうどこの時期は資材の調達が現地優先になりましたので、当社のようなフィットネスクラブに対して資材が回ってくるというのはなかなか難しい状況でもありました。そういう状況でオープンのもどが立たなかったということです。

当社の創業の店であります幕張は、液状化の状況ではなかったのですが、ここは当社の歴史のあるクラブですので、経過している年数も長いということもあり、若干躯体に損傷がありました。おそらく、このまま営業することも可能でしたが、余震が来た場合、会員の方の安全ということを考えて、躯体の抜本的な改修をしないと、これは営業すべきではないと判断いたしました。その中で、先週、開示いたしました。建て替えることに決定いたしました。

仙台地区を含めたクラブについては、5月1日並びに5月15日を最後にして、今は全てオープンをさせていただいております。

ライフラインが止まって、地域の方が本当に生活に困っておられる状況の中で、プールの天井が全部落ちた当社の仙台泉中央ですが、ここの温浴のゾーンだけは無事で、油も残っていました。お風呂は焚ける状況です。我々の仕事からすると、横で天井が落ちている状況を会員の方とか地域の方に見せながら、そういうところのゾーンに入っていた

だくことは本当に腹をくくらないとできないことなのですが、地域の方が困っている度合いのほうが明らかに大きいということで、当社の姿勢ということも含めて、お風呂の焚き出しをさせていただきました。この時に、後に分かったのですけれど、会員の方と地域の方が来られましたけれど、フィットネスクラブの敷居が高いと思われていた方も初めてフィットネスクラブに入られて、思っていたほど敷居が高くないのではないかと思われて、後々フィットネスクラブに参加してくださっている方もおられます。

ちょうど当社の決算時期で、3月の決算時期の中で、被害ということも、なかなか想像できないくらい大きなものがございました。当然、長期の休館クラブは1カ月以上休むわけで、規約の中では、会費の返金はこのような場合はしなくていいと書かれているわけですが、道義的に考えて、規約に基づいて、こういう天災だから返しませんというのは、会社としてはいかななものかという中で、返す決断をいたしました。これが約1億円で、見た瞬間に、胸が止まりそうなくらいドキドキしましたが、そういう額の問題ではなくて、しっかり会社として姿勢を示すべきだ考えます。工事はスピーディにやるということで、当社の開発部の日頃の仕事のあり方ということが一つはお取引先から支持されて、早期に復旧が図られたという状況でございます。

そういう中で、地域の貢献活動というのを、被災クラブでは様々やっておりました。学校においても、小学生たちも地域の復旧活動に向けて動かれていたようで、学校の教頭先生に「何かできることがありますか」と聞きにいった時に、たまたま、「今日、6年生たちが地域の後片付けに行きます」と。まだ3月ですから本当に寒い日だったのです。それを聞いた支配人が、その6年生たちのためだけにお風呂を沸かして、開放したという話を聞きました。その後で、今度は6年生たちが、

そのお礼として当社の前に花壇を造って花を植えられた、という地域との触れ合いというもの、こういう中でございました。

施設としては、ほぼ復旧しましたが、原町が、原発の影響もありまして、今、営業ができておりません。人口が約7万人おりましたところが、最低の時は1万人くらい。今は3万人くらいまで戻りました。原町は当社のスイミングスクール単体です。お子さま専用の施設で、今、3万人の中で、お子さまはほぼおられないという状況の中で、営業ができない状況。このような中で、原町を残して、なんとか再オープンが整った状況であります。

3月の段階では次年度の予算を組んでいたのですが、当然、入会とか、先も分からない中で、去年と同じような傾向というのは、まずないという形で、もう一回組み直しをしました。

地震が起きて、東京の都内で交通機関が止まったときに、体力のある方は家まで歩いて帰ります。自信のない方はどこかにウエイティングしていかないと、なかなか帰れない。次の日からは駅のエスカレーターも止まって、自力で上がらないといけない。東京駅の地下からの一番長いエスカレーター、一気に駆け上るのは相当勇気が要ると思います、そういうことも含めて、これから災害があった時に、身体の頑強さが重要ではないかということも多くの方が思われたと考えています。

そういった4月、5月、まったく当社が読めなかった状況の中で、実は、既存クラブの入会が、4月が前年に比べて103.6%で、5月が108.6%、6月が116.4%という形で増えている。こういうのは過去になかった数字です。これは、入会が多いことに一喜一憂するのではなくて、世の中の人々が本当に健康づくり、フィットネスクラブを必要と考えていただいている、そういうふうにも私どもは考えております。

そういう意味では、本当の意味で健康づく

りに我々が関与できることを、一つの仕事の使命として思うとともに、この業界が、こういったことを起点として、しっかりした枠組みの中で再成長できるような状況を目指していきたいと考えております。

司会 続きまして、加藤さん、よろしく願いします。

加藤 ジェイティービーの加藤です。

私からは、画面を通して「ツーリズム産業における震災復興とスポーツの底力」、内容に関しては、ツーリズム産業にとり、どのような被災があったか等々ではなく、観光業、ツーリズム産業が、震災を受けて、復興・復旧のために地域とともにどのような計画を立て、考えの下にこの4ヶ月進めてきたかということについてお話をさせていただければと思っております。

こちらの表は、訪日外国人旅行者数の推移なのですが、今回の震災は広域かつ複合的です。福島原発もございました。これで、国内の国民の旅行よりも、海外の方の日本に対する危機感、要は原発で大変だということで、この3月、4月、5月、訪日外国人が激減しております。

次の表は、ツーリズム産業への影響。この災害において、被災地の観光産業への直接的なダメージというのが大きかった。それと、自粛ムードで旅行の需要が完全に低迷しました。原発、計画停電、これによってツーリズム産業全体に及ぼしている影響は甚大でございました。

国内においては、国民の国内旅行、これはゴールデンウィークの時期ですが、やはりゴールデンウィークの落ち込みはかなり厳しいものでした。しかし、夏を見てみますと、今日、明日から夏休みが始まるわけですが、いくぶん戻ってきております。これは、今回の大震災を受けて、我々が東北地区を観光す

ることによって、一つの復興のお手伝いになるという考えが浸透してきた表れだと考えております。回復傾向にあり、旅行日数は長短の2極化が出てまいりました。計画停電、節電の関係もありますが、7泊～10泊の旅行が例年になく増えてきております。

観光業界が震災を受けてどのような活動をしたか。3月11日、この日を境に観光業界も営業活動そのものが遮断されました。ですが、翌週から新幹線が一部開業になりました。4月21日、1カ月と10日たった時ですが、我々としても、誰も経験していない大災害だったので、どんなことをやっていいのか、本当に自粛なのか、自粛を自粛しなければいけないのか、と様々な思いをめぐらせておりました。そのような状況の中でも「何か行動を」ということで、観光庁と連携をして、官民合同による「東北復興支援の集い」というものを開催し、我々が自ら行動することによって、被災3県の復興を我々の力で立ち上げていこうという区切りの日を21日に決め、業界が一堂に会して、「集い」を行いました。

その後、29日に地元楽天ゴールデンイーグルスの試合があり、ここを機に、現地も、過去を見て悲しむだけでなく、未来へ向かって歩いていこうと。ここにもスポーツの力が見直されたのではないかと思います。

観光庁長官自ら現地に足を運んでいただき、ゴールデンイーグルスとオリックスバファローズの試合においては、東北の食と観光のPRブースも設けて、様々な取り組みをしました。ベガルタ仙台の試合においては、応援メッセージを送り、その結果この震災で避難所にいる方々も、悲しみに明け暮れていた中、スポーツを見ること、地元の球団とともに未来を向くこと、これによって皆さんが元気づけられたというお話を聞いております。

このような催事を設けて、様々な取り組みをさせていただきました。

運良く、開幕戦において楽天が勝利して、弾みがついたということです。新聞にも取り上げていただいております。

その後、我々の業界と観光庁を中心に、東北をどうにか元に戻すように協力ができないかということで、「がんばろう！東北」キャンペーンを4月から早速開始をさせていただきました。被災3県及び青森、秋田、山形。災害的にはそれほど被災状況がひどくはないところでも、風評被害でお客さんがまったく来ない状況になっている。そういうところを含めて東日本全体、茨城も、群馬も、栃木も、なかなかお客さんが入らない状態だったので、その辺も含めて業界で具体的な商品を作って、キャンペーンに取り組みさせていただきました。

夏になってからは、「日本を元気に、旅で笑顔に。」ということで、国内全体の国内旅行の活性化、このキャンペーンを、今、仕掛けさせていただいております。計画停電、節電によって長期滞在の流れが出てきている。その受け皿も旅行業界できっちり作って、そのような流れに向かっていっているという状況でございます。

JTBグループの取組みでお話しさせていただきましたと、震災を受けて、我々は、政府、観光業界の動きと連動して、グループ総力を挙げて復興に取り組んでまいりました。ここで非常に重要だったのは、どうしていいかわからない、しかし、やはり動かざるを得ない。その時に、今までの経験をもとに仮説を立て、それと旅行業界としての構想力をもって行動をとりました。

一つは、被災地への観光業・旅行業としての支援です。様々な業界が被災地支援をしているわけなので、我々としては、観光業・旅行業の強みを出せる支援をさせていただきました。それと、復興へ向けた素早い行動です。

「なでしこジャパン」ではないですが、強い意志と信念、粘り強い行動。それと、JTB

グループの強い結束力の発揮で、東北に力を我々としても捧げようということで様々な取り組みをさせていただきました。

グループとしては、大震災発生で、翌週早々に、「JTB 東北臨時受付デスク」を設けました。震災に遭われた方々も旅行のお申し込みをされているのです。日本人は真面目で、勤勉で、被災を受けた方もちゃんと電話をしてきて、取消をしたいという流れがありまして、臨時のデスクを設けまして、30名体制で5千名強のお客様からの電話への対応。それで返金をさせていただきました。

3月30日、グループ本社に「緊急営業対策本部」設置。対策本部は当日に立ち上げたわけですが、具体的に動ける組織を社として設けました。「被災地復興支援プロジェクト」と「全社営業リカバリープロジェクト」。我が社もかなり厳しい状況に陥っており、被災地を助ける、応援する仕組みと、我が社としてもここを踏ん張らなくてはいけない、2つのプロジェクトを立ち上げて進ませていただきました。

様々なキャンペーンを実施し、7月1日には、東北6県の知事の皆さんと協議をさせていただき、「東北まるごとパック」という東北の物産を販売できるような仕組みを作って、各県を応援させていただいております。

「緊急営業対策本部」立ち上げと具体的に動けるように「被災地復興支援プロジェクト」と「全社営業リカバリープロジェクト」により、被災地における救済・復旧・復興支援に資する中央省庁および各自治体などからの協力要請に対して、JTBは東北にも分社をしまして本社を持っており、JTB東北本社との一体推進による対応をしました。危機管理の観点から全ての行政機関の情報を集約して、その実施可否判断をグループ全体として行って、直接支援活動の企画提案をここでさせていただきました。これにおいては、事業という観点と、CSRの観点で、震ヶ関と向き合って様々

な提言をさせていただきました。

3月11日のあとの土・日、13日に国土交通省からもお話をいただいて、今、飯舘村が有名になっておりますけれども、福島県における被災者の移送です。これは、先ほど、仮説と構想力と申し上げましたけれども、国土交通省はバスの手配というのは慣れていない。バス会社にいろいろと電話をされて取り組みをしていたけれども、我々の知見があれば、電話を一本するだけで取り計らえる。それが我々の事業なので、そういうお手伝いをきっちりさせていただきました。強みを活かして迅速に被災地の方々を助けるということは、官民が連携すれば、たやすくできるということも、ここで学んだことでございます。

一番重要だったのが、時系列で、その時期に合わせた行動を我々はとろうという考えです。

まず、救済期においては、救済支援ステージということで、被災者の支援、あとは、お客様です。我々も、東北に行かれていますお客様の安否確認が一番重要になりますから、そういう手立てをきっちり行いました。ほぼ3月中に2週間で終わりました。

それから、復旧期です。交通インフラの復旧がこれから必要になってくる。その中で、工事関係者が数多く東北に行かれております。その宿泊の手続きとか、宿泊先から工事現場への移送手段、こういうお手伝いをこの時期にしております。今も、まだ続いている部分がございます。

復興期においては、これも、今、重なりつつありますけれども、復興プランの策定、観光まちづくり、新たな雇用創出等々、雇用もままならない状況になっています。その中で、まず第一弾としてボランティアツアーを仕掛けました。県の社会福祉協議会が中心になり、仕組みはできておりましたが、雇用創出の観点から、宮城県なり岩手県の緊急雇用事業を活用させていただき、20名～30名を雇用し

て、今、現地はどういうような状態なのかという情報の集約の事業などもさせていただいております。このように、時系列を立てて様々な取り組みをしたということが大きな流れでございました。

その中で、復興においては、国内観光振興と訪日外国人振興に分けてシナリオを作りました。まずは4月12日に、観光庁長官名で「当面の観光に関する取組」についてという発信文書が我々の業界に流れて、自粛を自粛しましょうと。やはり、きっちりと旅行で、特に東北中心に、お客様が東北に行っていただくことによって東北の経済がある程度潤ってくるのだというような流れがありましたので、それに伴って時系列で様々な取り組みをしています。

6月に平泉の世界文化遺産の登録が決まりました、これも一つの大きな流れで、イベント等々もさせていただきました。

8月上旬、来月になりますと、東北の祭りシーズンです。ここできっちりとお客様を送って、東北を元気にさせるのだと。

最終的には、2012年の4月にWTTCという、観光におけるダボス会議というものを日本で初めて誘致することができました。この4月に向けて、訪日外国人が戻るような施策をこれから打っていかうと考えております。

5月からは、観光庁の事業によって15カ国にPRをして、各国のメディア関係者も日本に呼んで、福島は厳しい部分がありますが、ほかの地域は安全だということを、きっちりと正しい情報を海外に伝えていく。このような事業も、今、させていただいております。

最後に、この震災を受けて、今後、我々観光業界、JTBグループとして強化するところは、背景としては、震災によるライフスタイルの転換です。夏季の節電によって長期休暇が促される。もう一つは、絆という言葉が出てきておりますけれども、ボランティアへの意識の高まり。こういう社会的な現象を、旅

行会社として、観光業界として受け皿を作る必要がある。その中で新たな旅行商品や仕組みを創出してしております。

東北復興への支援。これは長く続くもの、こういうものを受け皿として商品化しております。東北応援プランであったり、ボランティアツアーの商品であったり。

長期滞在型の観光の促進。ロングステイ商品を数多く創出することができました。ここで、今日一番の議題ですけれども、長期滞在観光が促進されると、長い旅行の期間で、そこで何をするかということが重要になってくるわけです。ここで滞在コンテンツとしてのスポーツというものが浮き彫りになってくるのではないかと。このような流れの中、滞在時のスポーツのコンテンツを、我々としても、もっともっと増やしていきたいと思っております。

あと、国内観光の需要喚起ということで、旅行ポイント。家電とか、自動車、エコカー減税、エコポイントがありましたけれども、経済的な波及効果も含めて、旅行ポイント。旅ポイントというものを創出することによって経済の循環がよくなって、産業全体に、様々な産業にも付加価値が付いていくのではないかと。ということで、観光庁を中心に、我々としても政策提言をさせていただいて、今、考えていただいているところです。

司会 ありがとうございます。

観光庁のスポーツ観光推進室の山本様から、「スポーツツーリズム推進基本方針」等について、ご案内をさせていただきます。

山本さん、よろしく願いいたします。

山本 私は、観光庁スポーツ観光推進室、山本と申します。

手短に、資料を2点用意させていただきましたので、ご紹介させていただきます。

1点なのですが、「スポーツツーリズム推

進基本方針～スポーツで旅を楽しむ国・ニッポン～」ということで、昨年より、スポーツ団体様、観光団体様、旅行業界様、メディアさんと協力しまして、スポーツツーリズム推進連絡会議を行ってございまして、その中で、今後のスポーツツーリズム推進の基本方針を策定させていただきました。

この中で、5章に分かれてございまして、「復興への寄与」ということで、復興に関するスポーツツーリズムの寄与も書かせていただいております。

あとは、47ページが基本方針のポイントになっておりますので、こちらをご覧くださいのもよろしいかと思っております。

もう1枚なのですが、外国からのお客さんも震災の影響でだいぶ減少しておるのですが、国際競技大会、スポーツの世界大会も日本での開催が震災の影響によって危ぶまれるという状況がございまして、「観光庁・関係省庁から世界のスポーツ界への働きかけ」ということで、長官レターを海外に向けて発出したり、海外の競技大会の委員会に直接参加して、そこで、日本の安全性、ここであれば生活はできていますよ、平穩にスポーツ大会が開催できますよというPRを行って、世界体操、ワールドカップバレー、トライアスロン、ラグビーなどの開催を何とか日本で食い止めた、というような取り組みを紹介させていただいております。

その裏側の「国際会議等の日本開催に関する対応について」というものについては、参考なのですが、国際会議でも同じような状況が発生してございまして、これについても長官レター等を発出して観光庁として対応させていただいております、という紹介でございませう。

最後なのですが、「スポーツツーリズム推進基本方針」については、官公庁ホームページでPDFでダウンロードすることも可能になっておりますので、皆さん、どうぞご活用

いただくようお願いいたします。「なでしこジャパン」の優勝もございまして、これから、スポーツを通じて日本から世界に元気を発信していくことだとか、国内のスポーツツーリズムをもっともっと推進していくことを観光庁としても取り組んでまいりますので、皆様、どうぞ、ご協力をよろしくお願いいたします。

司会 山本様、ありがとうございました。

(休憩)

II. パネルディスカッション

司会 それでは、「震災復興とスポーツの底力」をテーマにパネルディスカッションを始めさせていただきます。

コーディネーターの丁野朗様は、社団法人日本観光振興協会常務理事兼総合研究所長。財団法人余暇開発センターでハッピーマンデー制度の創設やサマータイム制度などを提唱、産業遺産活用の産業観光などの地域活性化事業、「レジャー白書」の編集・発行等に携われ、2008年から現職。財団法人日本生産性本部「観光地域経営フォーラム」のコーディネーター、法政大学、日本大学の講師等々、多方面でご活躍をされております。

パネリストの皆様方をご紹介させていただきます。

加藤誠様は、2000年から2年間、東日本旅客鉄道株式会社本社営業部びゅう旅行企画センター副所長に出向、その時に、シニア戦略として「大人の休日倶楽部」を立ち上げられました。2004年、ジェイティービーの地域観光開発課長としてジェイティービーの地域交流ビジネスを創設され、2008年4月から現職。これまで、内閣府、国土交通省、観光庁、農林水産省、経済産業省の各種委員を歴任されております。

近藤みちよ様は、総合ユニコム株式会社

「月刊レジャー産業資料」企画事業部 課長。総合ユニコム株式会社は、「月刊レジャー産業資料」を昭和43年に創刊され、事業開発、経営のためのノウハウを発信する情報企業。「月刊レジャー産業資料」は、レジャー、集客事業の経営・運営、不動産開発における事業計画、業態創造等の経営専門誌で、総合ユニコム株式会社の基幹事業。近藤みちよ様は、昭和61年に入社され、「月刊レジャー産業資料」を中心に、情報発信のための企業や施設情報の収集と各種企画業務を行っておられ、主に都市レジャー、リゾート、スポーツ系の取材が多く、入社以来20数年、事業の流れを取材を通じて見てきておられます。

古屋武範様は、株式会社クラブビジネスジャパン代表取締役。2002年に会社を設立され、現在、社長。「フィットネスビジネス」「月刊NEXT」「LIVE」や学生向けの「フィットネスビジネス リクルートマガジン」などを創刊。求人サイト「フィットネスジョブ」、Web事業を統括する株式会社フィットネスオンラインを設立され、現在、フィットネス産業協会の理事としてもご活躍をされております。

それでは、丁野さん、よろしく願いいたします。

丁野 私は、このスポーツ健康産業団体連合会で理事をさせていただいております。その中に事業部会という部会があり、そこの部長もさせていただいております。

6月22日のウインブルドンの2回戦、大好きなクルム伊達さんが、3時間の大激闘をおやりになった。そのあとテレビのインタビューに大変感銘を受けました。記者が「いつまで頑張るのですか」みたいな質問をしたのですが、その答えが、技術は永遠に未完成なのだ。だから、限界、つまり、やめる時期は自分で決めるものだというようなことをおっしゃっていました。非常に印象に残るインタビューでした。今日はスポーツの底力と

いうテーマなのですが、こういうスポーツする人々の強い心が、今日のようなテーマの底流にあるのではないかなと思ひまして、伊達さんの話をさせていただきました。

今日は「震災復興とスポーツの底力」、前段で、関係の業界から、いろいろな状況について、あるいは対応についてお話をいただきました。これを受けてのシンポジウムということになるわけでありませう。

スポーツの底力、言葉は非常に強く、言語は明瞭であります、その中身を果たして我々はどう考えればいいのかということ、この中で議論をしなければいけないと思っております。

私は、スポーツあるいは観光が持っている多様な可能性と申しますか、平時ではなかなかその可能性に気がつかなかったものが、こういう大震災を通して、私たちは、この新しい可能性、もともと持っていた可能性みたいなものを、今、いろいろな形で発見しているのではないかなと思ひます。

テーマ1は、まさにスポーツの持つ多様な可能性ということについて、皆さん、それぞれのお立場から本当に勝手に、いろいろお話をいただければと思っております。

テーマ2では、こういう底力あるいは可能性というものをどういうふうに活かしていくのか。実は、スポーツ業界も、あるいは観光業界も、産業として見るとかなり成熟産業です。ですから、ある意味、構造的に厳しい、あるいは消費者との価値観の中でミスマッチも起こしている。そういうものを、気がつかないスポーツあるいは観光の底力、可能性というもので、これからどう切り開いていくのか。今日は復興という話も出ましたが、むしろ、私は、その先を超えて、再生とか、創成とか、そういうような分野にまで少し踏み込んで皆さんと議論ができればと思っております。

今日は、そういう2つのテーマを中心に議

論を進めてまいりたいと思います。

加藤さんにまず、スポーツの持つ多様な可能性、底力とは何かといったようなことについてお願いします。

加藤 今、丁野さんからお話がありましたスポーツの底力、分かりやすいようで、我々からも定義をするのが非常に難しいテーマの一つと感じております。

今回、震災を受けて、我々旅行業、ツーリズム産業が様々な手立て、受け皿を用意しても、すぐさま被災地の皆さんというのは元気にならない。4月29日に楽天イーグルスとオリックスの試合、ベガルタ仙台、こういうスポーツを見ることによって、それだけで、被災地の皆さんが暗い感情から明るい元気をそこでもらうことができている。

「なでしこジャパン」。試合で勝った、世界一になった、そこで、被災地の方々にテレビがインタビューしているシーンがありました。閉ざされた暗い生活から、あの世界一を見て明るくなったと。こういう言葉がテレビのニュースから出てきております。これがまさにスポーツの底力ではないか。

スポーツツーリズムの基本方針にも書いてありますが、スポーツは、楽しむ、やるだけではなく、見るだけでも心がワクワクする、非常に元気になる。支えることもできる。楽天イーグルスの試合で、観光庁、農林水産省と連携をして、地元の物産も販売させていただきました。これも、要は、スポーツを中心にして様々なイベントを催すことができ、それが融合される。ここもスポーツの底力ではないかなと思いました。

人を元気にする。これは、身体を動かすだけでなく、見ることによって、身体がどんどん、どんどん活気づいてくる。これはまさにスポーツの力だと思います。

もう一つ感じたのは、地域のプロスポーツチームや地域に根ざしたスポーツは、これは

地域のアイデンティティそのものではないかと。楽天イーグルスが勝ち続けること。今、3位になりました。これで仙台、東北の方々は、地域のアイデンティティ、自分がその立場になりきれぬ。二人称、三人称ではなく、一人称なのです。スポーツというのは、そういう力がある。要は、地域に根ざしたプロスポーツというのは、自分と一体になることができる。勝ったことによって、自分の気持ちも、戦ってはいないけれども、見るだけで気持ちが高揚してきて、自分も勝った気になり、アイデンティティそのものになってくる。こういうものは、スポーツ以外にはあまりないのではないかなど。食なんかもそうかもしれませんが、おいしいという感動よりも、スポーツ、自分が応援しているチームが勝った、この感動のほうが非常に大きい。人の心を揺さぶる。これがスポーツの底力ではないかと思えます。

私は観光業界に属しておりますが、旅にも5つの力があると言われております。

一つは文化の力。これは、多様な国や地域の歴史、自然、伝統、芸能、こういうものを育成したり、保存・振興ができる力。

もう一つは、経済の力。要は、旅行・観光産業の発展によって、雇用拡大とか、国・地域の振興ができる、この経済の力。これをもって東北復興に、今、当たっているわけです。

もう一つは、教育の力。自然や人とのふれあいを通して人間形成の機会、これが旅にはある。

あとは、健康の力。人間は、旅に出る、移動することによって高揚する。転地効果という、医学用語があります。βドーパミンという体内にあるものが活性化し、それで健康になる。

最後は交流。様々な国の方々、地域の方々とコミュニケーションをとることによって、安全で平和な社会の実現に貢献するという交流の力。旅にはこれら、5つの力があると言

われております。

これをスポーツに置き換えて、スポーツの力とも言えるのではないかと思います。スポーツは、文化の力、まさに地域の歴史。そういうものを背負って様々なスポーツ、オリンピックも、一つの文化になっている。

経済。様々なスポーツやプロスポーツを開催することによって、地域に経済波及効果を生み出すことができる。

スポーツによる教育の力。日本独特かどうか分かりませんが、人を敬う。私もずっと野球をやっておりましたが、先輩、後輩に対する教育、こういうものもスポーツにある。

健康の力、当たり前です。もちろんある。

交流もあります。世界大会なり国際大会、国内の大会でも様々な地域とぶつかり合うことによって、戦いはあるのですが、戦いを終わった後、ラグビーではノーサイドと言いますが、そこでコミュニケーションが生まれ、友情が芽生える。こういう交流の力。スポーツにも、この5つ以上の力があるかもしれませんが、旅と同じような力があるのではないかと。

その奥には、もっともっとすばらしい底力があるのではないかとこのように感じております。以上です。

丁野 ありがとうございます。

旅の力をスポーツに置き換えると、全て言えるかなと思いつつ見えてきました。例えば、モンテディオ山形が、サッカーはホーム・アンド・アウェイですね。つまり、ファンがお互いに交流をする。その交流を、実は山形県というのは明確な意識を持っていて、せっかく山形に来ていただくアウェイのチームの皆様方を観光にどんどんご案内しようじゃないかということで、県を挙げてそういう取り組みをしている。まさに、これは交流の力。同時に、また観光、あるいはスポーツと共通項があります。

一つだけ意地の悪い質問ですが。私も実は観光というところに身を置いて、今、仕事をしておりますが、観光の業界とスポーツの業界というのは意外と疎遠だったりするので。今日も参加者の方、スポーツが7割、観光が3割くらいでしょうか、いろいろな意味でこの場ならでは、いい場所になっていると思います。業界の垣根を越えて、いろいろな交流できる、そういう仕組みみたいなものを考えていらっしゃると思うのですが、急な質問で難しいかもしれませんが、何か一言コメントをいただけませんか。

加藤 難しいですね。その仕掛けというのは、僕は、このスポーツ健康産業団体連合会だと思う。このコミュニケーションというのは今まであまりなくて、要は、スポーツとツーリズムというのは、例えば、今日、ゴルフ場事業協会の方もいらっしゃっていますが、目的がゴルフで、そこに足をつけるお手伝いをしていたところが今までの関係だったと思うのですが、今回、観光庁を中心に、我々が事務局を担わせていただいたけれども、さらなる融合が必要です。スポーツが目的ですが、自宅からの移動の中でも、何かスポーツと戯れられるような仕組みを作っていくというようなツーリズム、これがスポーツツーリズムになると思うのですが、これを新しく開発したいと思います。

丁野 ありがとうございます。最近、特に震災後は、観光の分野も、ある目的とかテーマを持った旅でないと、なかなか人が動かなくなっています。まさにテーマとしてスポーツは、観光の面から見ても非常に大きな魅力を持っている。

続いて、近藤さん。広くレジャー分野全般を見ておられるお立場から、底力というお話をお願いします。

近藤 皆さん、こんにちは。

加藤さんが観光、古屋さんがスポーツ、私どもはレジャーという広い切り口でいろいろな取材活動をしていることで、その中間に座るのがちょうどいいということで、丁野さんのコーディネーターのお役割にまんまとはまったという感じで、この場に出させていだいたことを本当に感謝しております。

今日のテーマが「震災復興とスポーツの底力」ということで、ものすごく難しいテーマで、私の立場からいきますと、スポーツの底力というよりは、スポーツ事業界の底力というものがこれからどうなっていくのかということを考えてみるということで、今日は幾つか事例を持ってまいりました。

ご承知の方ばかりだと信じたいのですが、「月刊レジャー産業」という雑誌を出しております。是非一度、ご覧になっていただければと思います。

私は、昭和61年という、バブルちょい前くらいからずっとおまして、2回くらい波を乗り越えるところを経験してきております。ちょうどリゾートがブームの時、まだテニスなんかリゾートの主要なアイテムになっている時も見たりしながら取材をしてきております。

やはり、今日はこのネタだなということで「なでしこジャパン」。スポーツの底力というのはこれに尽きておまして、ここに私が付け加えることはありません。ただ、見ていただいたとおりに、かなりスポーツの趣味も特化してきていて、好きなものは好き、嫌いなものは嫌い、こだわるものはこだわるという時代に明らかに入ってきている。これが震災を機に、はっきりしてきたというのが、実は、私が持っている実感です。

復興支援をアスリートの方々がやっているということで、各アスリート団体が横断的にいっちゃう日本アスリート会議もできて、これは震災を契機にした、一つの宝だな

と思っております。

スポーツ産業界、スポーツの底力というよりは、スポーツ事業界の底力というものが、今、試されている時代で、本当に余暇の経営を持続して、スポーツをする場が事業者の方から提供されていくのか。原発などを通じて、今、ものすごく野外が不安定で、安全さが求められる中で、安全で、しかも指導できて、さらには楽しさを提供できる旅もあるみたいな、そういう経営持続が本当にこの場にあるかどうかということが試されているのではないかと思います。

産業界に求めることは、先ほど申した生活者の意識の変化、それに即したサービスの提供ができていくかといったことを、今、思っているところです。

一つ事例を申し上げます。6月2日に石巻に行ってまいりました。私どもが思っている以上に被害がものすごく、何とも言葉も出ないという状況でした。スポーツアカデミーの店舗の前に立ってみただけでも、今まで使っていたマシンが、泥まみれになって外に出されていて、しかも、屋根のところ、この高さまで津波が来ているなんていう状況を目の当たりにして、そのひどさを痛感しました。

ところが、同じ石巻でも元気な場所がありました。カーブスです。やはり、こういうことなのだろうなと思いました。「頑張ろう石巻」ということで、取材に行った時に、6名、だいたい70歳前後のご婦人の方が元気にグルグル回っていました。元気というものの、よく聞いてみると、何人もご家族を亡くされたとか、そういう方々ばかりで、お話を聞いていても、グッと身に詰まるものがあるのですが。その中でも、この地震あるいは災害の中で、自分の身体を大切にして、自分の身体で逃げましょう、なんていう看板を立てている。太ももの筋肉が大事だと、自分の足で逃げるためにも。ここで、「やるな」と思った

のです。

その下に張り紙がしてあり、これなのです。カーブスにご了解をいただいて持ってまいりました。「震災太り」「震災ストレス障害」。こういうところに集まってくる方、もちろん運動をしたい、スポーツをしたいという気持ちと同時に、やはり痩せたいとか、圧倒的な女性の心理をくすぐる、うまい打ち出し方をしてビジネスチャンスに変えている。こういうことこそ、すごく大切なのではないかと。私どもは、どうしても、ドロドロした数字ばかりお伺いするような取材ばかりしており、つついビジネスに結びつけたくなってしまうのですけれども。こういうことは、産業界としてもダイレクトにやってもいいことなのかと感心しました。

お手元にお配りした資料の中で、産業界全般的にどうなっているのだということで、若干数字を見ていきたい。基本的に、震災前、震災後、3月の数字については、どこについても非常に悪い、動態調査を見てもお分かりいただけるかと思えます。ただ、耳に入ってくる主要企業さんの動向でいくと、もちろん3月はひどかったというけれども、「4月以降、だいぶ戻ってきています」ということをよく聞きます。特に、例えばパチンコホール、3月14日～20日は30%まで減少したけれども、その後、業績が回復をして、90%以上になっていることで、若干、動態調査との差異があります。

こうやって見ていくと、エシカルな、いわゆる社会貢献的な、あるいは自粛ムードみたいな認識が確かにあるけれども、遊びたい人は遊びたい、スポーツをしたい人はスポーツをしたい。私は、スポーツクラブのお休みの期間が明けて、すぐに参りましたが、だいたいいつものメンバーがいて、「よかったね、開いてくれて」という言葉を聞きました。やはり、そういう場を提供する側の、本当に安全で、さらにはニーズに即した場を提供し続

けるということの大切さをすごく感じました。

さらに、長期的なトレンドで見れば、全ての業界、下降トレンドです。パチンコもずっと下がってきている中で、実質的な市場、売上げについては、ついに4兆円を切り、今年もさらにダウントレンドにあるという中で、人口も減り、市場ニーズも拡散していく中で、事業者がどういう事業の内容を提供できるかという底力が本当に試される。そういう難しい時代に入ったということ、まず一つ問題提起をしたいと思えます。

じゃあ、どういうふうにな人が変わっていったのということで、資料に「震災後の10の生活者意識」の変化ということで、電通総研や新生銀行が出されたものをそのまま添付させていただきます。安全志向だとか、節電、メリハリ、無駄排除だとか、明らかに志向が変わってきている。さらに、お金は結構使っているかという、サラリーマンの使えるお金は、全然少なくなってきた。今のサラリーマンの減ったもの、1番は昼食で、今、平均で490円。この490円を見て、私は「ちょっと高いな」と思うけれども。私、実際に外へ食べに行ったら、牛丼代290円で済ませています。そう考えると、本当に限られたお金をスポーツに使うというところに、相当究極に入ってきていることが、今、取材の中から感じ取れております。

今日のテーマ「底力」について、よくよく私たちもしっかり取材をして情報提供をしていく気運に今あるのだなと思えます。

丁野 ありがとうございます。体系的な資料もいただき、ありがとうございます。

1点だけ。資料の「震災後の10の生活者意識」の変化。レジャー白書がまもなく出ますが、似たような傾向が出てくると思うのです。この中の「エシカル」、この辺は、実は、社会に貢献しようというよりも、社会とどこか

関わっていたい、絆とも似ていると思うのですが、こういう意識が非常に強くなっていると思う。その辺は何か現象的に感じるものがございますか。

近藤 アスリート会議で、ステージの目の前で斎藤会長が一所懸命ツイッターをやっている、ツイッターとかインターネットに関する、つながるという意識が、今、すごく高くなっている。

同時に、この震災で、あれだけの甚大な被害を目の当たりにして、社会的な自分の置かれている立場というものを見直す、いいきっかけになっている。これが、つながる。それから、考えて、自分の置かれている立場を見直したというところが、今、震災前からの、いわゆるインターネットのつながる意識と、さらに震災を契機にした意識の変化というのが、ちょうど線で結ばれたというふうなイメージを私は持っております。これが、「エシカル」という言葉が急速に普及して、それは私も実感しているところでございます。

丁野 ありがとうございます。

さて、古屋さんは、レジャー分野全体、特にフィットネスの分野。「底力」というテーマで、動画を使われるようですが、よろしくお願いします。

古屋 クラブビジネスジャパンの古屋です。

今日のテーマは「スポーツの底力」。我々はフィットネス業界に属していますので、フィットネスの底力、フィットネスの可能性ということについてお話することになるかと思いますが、今日は、スポーツと併せて、スポーツ・フィットネスの持つ可能性といったテーマで動画を作ってまいりましたので、まず、それを見ていただきたい。エモーショナルな意味で理解していただけたらと思います。

(ビデオ上映)

もう1本、あります。被災に絡んだ映像になっています。

(ビデオ上映)

皆さん、観光の方も含めて、スポーツをされている方が多いと思いますから、この映像を見て、何かをそれぞれ感じていただけたことと思います。

「なでしこジャパン」が、奇跡的な活躍をしましたね。僕は編集者なので、「きせき」の3文字にちなんで、スポーツの可能性みたいなことを簡単に話をさせていただけたらと思います。

「きせき」の「き」は、絆です。スポーツをやっていた仲間は一生の仲間です。仲間の作り方自体もスポーツで覚えたという方が多いのではないのでしょうか。スポーツには、そういう素晴らしさ、力があるということが一番、僕は思う。つい最近、業界のフットサル大会を6、7チームでやった。普段は切磋琢磨して競争をしている会社同士ですけれど、すぐに打ち解けます。そして、まだフィットネス人口は少ないですから、そういうところでもっとこれから頑張っていかなきゃいけないねということを、フットサル大会が終わったあとの居酒屋も含めて、みんなでコンセンサスを取り合ったというような、いい関係性もあります。

「インビクタス」という映画を知っていますか。南アフリカのネルソン・マンデラさんが、ラグビーを使って、国家を融和しました。スポーツには、こういう可能性もあります。

「きせき」の「せ」は、精神です。健全な精神は健全な肉体に宿る。このことばのもとの意味はちょっと違うようですが、肉体と精神がつながっているというのは、皆さん、お感じになられているかと思います。身体が元気でなければ、やる気にならない、復興、復旧とか言っても。やはり、身体をつくっておくということは非常に大事ということ。今

回の震災で多くの生活者が体力の必要性というものを感じたのではないかと思います。

「きせき」の3つ目の「き」は、気晴らしです。これは、もともとスポーツの語源でもあると思います。スポーツをすることでリフレッシュできます。フィットネスクラブでもお客様に作文を書いていたいたりすることがあるが、僕が、ある作文で覚えているのは、ご主人を交通事故で亡くされた奥様が引きこもり気味、鬱状態だったけれども、フィットネスクラブでスイミングをやっていた近所の奥さんが訪ねて行って「一緒に泳ごうよ」ということで、連れ出して、スイミングだけ行くようになったのです。そうしたら、泳いでいるうちに辛かったこととかを忘れて、普段の状態に戻ってきました。コーチも立派だったと思うのですけれども、そういう力がスポーツにはあるのだということです。

スポーツは、やるだけではなくて、見るとか、応援するとか、東北の楽天が頑張っているとか、「なでしこジャパン」が頑張っているとか、いろいろそういう意味でも力になると。

絆、精神、気晴らしという3つの要素が、スポーツの底力として、あるのではないかなと思います。

丁野 ありがとうございます。「きせき」というキーワードをいただきまして、ありがとうございました。

テーマ2は、皆さんから語っていただいたスポーツあるいは観光の底力、つまり、今まで見落としていた、新しいというか、我々が見落としていた魅力、これをこれからのスポーツや観光の再生・創造にどう活かしていくのかといったような、ちょっと重いテーマではあるが、5分くらいずつ、メッセージ風にいただいて、まとめをしていきたいと思えます。

近藤さんから、お願いします。

近藤 お二方がスポーツにこだわっているので、私は、あくまでもスポーツ事業界にこだわってお話をさせていただきたいと思えます。

スポーツの持っている可能性はすごく大きいし、私もそれに助けられていることがたくさんあります。事業界として見たときに、実は、将来明るいかどうかというと、いろいろ考えなければいけないことがあります。

一つは、やはり人口動態。少子高齢とかと言っているけれど、よくよく考えると、生産をしない高齢者が増えて、さらに消費をしない若者が増えるということで、日本にとって本当にこの状況がいいのかどうかということが、実は、すごくおっかないことで、私どもが取材をするたびに、ここのところをものすごく、皆さん、心配をされております。

資料の中で、「スポーツ&レジャー事業者の取材から聞こえてくる声」で書かせていただいているのですが、今、こういう事業の中で「備える」「変革する」「見直す」という言葉を本当によく聞きます。

経営について「備える」。この状況で身を縮めて経営のスタンスをやり直すところを、よく聞きます。その一つが、今でいけば戦略的な節電ということで、資料の⑨に、業界団体がどのような節電をしているかということ資料で付けました。併せて、コスト削減と、競争に備えた過剰サービスの見直しと効率化ということを、よく聞きます。ちょっと前の景気のいい時に、いろいろなサービスを付加して、至れり尽くせりでお客様に接してきたのではないかと思う。これを見直して、実際こんなサービスは要らないのではないかと。フィットネス業界は、いち早くいろいろなことをやっています。フロントのカードの機械とか、何年も前にやっています。ほかの産業界で見ると、案内に1人付けていたのをもう少し効率化するとか、いろいろな取り組みをする中で、コストの削減を一所懸命にやろう

ということになってきています。

運営について「変革する」。サービスシステムの変更、高齢者対応、圧倒的な優位性の模索ということで競争の脱却。

事業構造の改革ということで、一つの事例として、北海道の阿寒湖にある鶴雅グループで、長期滞在への変更を、今、一所懸命にやっています。北海道の旅館業は、どこへ行っても、みんな「長期滞在、長期滞在」と。先ほどの消費を見て、長期滞在なんていうことはできるのですかという話もある。休暇が分散化して、家族が一緒に行ける日なんてあるのですかと、そういうことも、うがった見方をすると、聞きたくなります。この鶴雅さんにも「本当に、これでお客さんが来るのですか」と聞きましたら、阿寒湖の観光地は、観光客が100万人いたところが、3年、5年くらいで半分になりましたと。その中で、「空いた客室を何とかして埋めるための戦略です」と正直におっしゃっていました。「なるほどな」という感じです。

実際に、その旅館は食事を付けてナンボだったのですけれども、ルームチャージの形に変更しているという例で、よく冷蔵庫の上にあるような物を置く場所ですけれども、電子レンジとシンクを付けている。こうやって高級旅館が変わり始めています。

もう一つ。ゴルフ練習場も新しい形に変更してきていて、打席幅を広く取って、長期にゆっくり滞在してもらおうという方向性に変ってきている例です。サンソフィアクラブで、旧旭ゴルフクラブという大田区にある練習場です。一つのやり方として、高齢化していく中で、ゆっくり滞在してもらおうのいいということが目指されています。

ゴルフ練習場は、通常、ボールが料金として発生するけれども、これから長期に滞在するとなると、打席も課金制でいいのではないかと、やり始めています。

スキー場ですが、今までの大量に集客する

という形をやめて、学校団体にシフトして成果を上げている運営企業があります。7つのスキー場で600近くの学校が来ています。これも、一つの例としてはおもしろいと思います。

今、いろいろと見直すというところで考えていくと、お客様のセグメントも、「お金を使える人」と「お金を使えない人」に分けているところはかなり多くなりました。今までは客層で「何歳」「何歳」と分けていたけれど、そうではなくて、お金を使える人にはこういうプラン、お金を使えない人にはこうだということに変更しています。

ターゲティングも、年齢ではなくて、エコ・学ぶ・自分磨き・趣味とか、そういう志向の価値訴求に対して、セグメント、ターゲティングしているという時代になってきています。

動機も、ただプレーをするのではなくて、満足度をどれだけ得られて、共感して、つながるかという、先ほどのつながりも出てくる。それを実演するのが人ということで、最後にスライドを見ていただきます。もう一回来てもらいたい自分の施設を作るのに、やはり人というところに、どうしてもキーインしてしまつて。私どもが取材しているレジャー産業も、かなり最後は「人ですよ」という話で終わって、「人って何ですか」という分解がなかなかできなくて、いつも、もどかしいのです。

例えば、ゴルフ場経営の鹿沼グループは、「また来たい」と思わせる顧客対応のためにミッションをやっていて、12の約束をして、それを具体的に実行しています。

これは大阪のクリスタルプランニングのテニススクールですけれども、テニススクールがあまりよくない中で、約3千人くらいを集めています。やはり、サービス業として、コーチの育成だとか、フロントと連携して、めちゃくちゃよくやっている。コーチの研修をして

いるのをよく見ると、歩き方をやっている。変に歩いていると、みっともないと。

実は、そういう産業界を見直したり、備えたり、変革するということをこまめにやっぺいかないと、サービス業としてのあり方がうまくいかないような、そんな時代に事業構造が変革してきているのではないかということを実感しております。

丁野 ありがとうございます。

加藤さん、2つ目のテーマの提案というところをお話いただけますでしょうか。

加藤 スポーツの底力を観光振興につなげるということ。旅行形態も、ライフスタイルの変化から、物見遊山型の旅行から、目的指向型のニーズが非常に高まってきています。その目的は何かというと、スポーツは非常に高いニーズになってきています。例えば「山ガール」とか「農ガール」。登山をする女性たちが増えてきている。「釣りガール」なんていうのも出てきております。旅+スポーツというのは非常にニーズが高まっているので、我々観光業界としても、そういう組み合わせた商品をどんどん市場に提供するということが、スポーツ業界と観光業界をつなぐ橋渡しになるのではないかと考えています。

この震災で、もう一つのライフスタイル、休暇の取り方が変わってきており、長期休暇を取る方も増えてきました。実際、まだまだ市場は大きくないとはいうものの、我が社においても、7泊～10泊の国内旅行が相当増えてきております。北海道でも、北海道のロングステイ商品を発売しましたら、既に3千名くらいのお客様が申し込みをされております。通常はそんなにありません。軽井沢プリンスホテルは、震災で長期休暇が増えるであろうということで、5月過ぎから商品開発をして提供しましたら、もう、夏は満杯です。6泊、7泊のお客様が多いと伺っております。

このように、長期滞在型旅行が増えれば、滞在した時にどのような楽しみ方があるのか、地域においてのコンテンツの提供が必要となり、その中で、スポーツは大きな要素であり、可能性を秘めているということが言えるのではないかと考えております。観光振興とスポーツというのが非常につながってくるのではないかと思います。

丁野 ありがとうございます。

続けて、古屋さん、お願いいたします。

古屋 スポーツの底力を新たなスポーツ・観光振興にどうつなげるかということですが、僕は、ビジネス化すること、つまり、イノベーションでビジネスを興すということだと思っけれども、幾らでもその可能性はあると思っています。僕たちは、スポーツマンあるいはフィットネスマンであると同時に、スポーツビジネスマンでもありますし、フィットネスマンでもあるわけです。震災を言い訳にするのではなくて、逆に利用するくらいでないといけません。カーブスの話とか、JTBの「がんばろう！東北」応援キャンペーンですとか。ビジネスマンなのだから、活用しないと。笹塚ボウルの方が言っていましたけれども、利害関係者がみんなハッピーになるようなビジネスのスキームを作ることがすごく大事だと思う。

その時にキーワードになるのが、「利益連動型社会貢献事業」だと思います。英語で Cause Related Marketing、利益と連動させた社会貢献をどうやっていくのかということです。そういう視点を持ってビジネスを考えれば、いろいろな切り口があり、既存事業に関しても、新規事業に関しても、いくらでもアイデアが出てくると思うのです。

実際に僕らの業界の既存事業で、一回利用するごとに10円を支援金として東北に寄付するというような活動をしているクラブがあ

ります。これは、フィットネスクラブの場合、利用率と定着率はすごい相関があって、利用してもらわなかったら定着も進むわけがない。そういう意味でも論理的にも合っていますし、すごくいい。

個人的に思ったのは、歩くことが大事だと気づいたのだったら、チャリティウォークみたいなことをどうしてやらないのかなど。競歩の人を呼んで、正しい歩き方を教えてもらい、ちょっと長い距離、それこそ観光地になるようなところまで歩いていくようなイベントをやってもいいのではないのかと。京都大学の森谷先生が、早足の人は長生きするとも言っています。

新規事業では、今、アウトドアフィットネスクラブというのを作っている会社があります。これはブレイクイーブンが200人くらいですが、葉山でやっているクラブは、今、500人くらい、代々木でやっているところなんかは1,500人以上いるという。40坪くらいの施設しか必要なくて、ランニングコストもそんなにかからない。ほとんど利益ですね。こういうアウトドアスポーツを、別にゴルフ場を拠点にしてやってもいいと思いますし、地方の公園、山、海、いろいろなところでできると思う。これはまさに観光の振興ということにもつながるのではないのかと思います。

我々の業界で新規事業で出てきているのがデイサービス。小規模デイサービス事業。これは午前と午後でやるのですが、夕方以降は、時間が余る。ここは、オーナーが格闘技を趣味にしていたら格闘技ジムにすればいいし、サーキットトレーニングを趣味にしていたらサーキットトレーニングを、子どものスポーツをやっている人だったら、その指導をやればいいし、そういうことで成功している人の事例がいっぱい出てきています。これも自分で考えてやればできることです。

僕の友だちで、千葉にスポーツリゾートを

作っている人がいるのですが、ここは、フットサルコートは何面か作って、合宿を売りにしています。宿泊型のスポーツレジャーみたいなサービスを提供しています。

アイデアはいろいろあって、多くが成り立つ可能性があると思う。ただ、きちんと成り立たせるには幾つか条件があると思う。自分がそのことを本気で好きなのかとか、やるべき使命を持っているのか、心の内側からの声に忠実なのかどうかということが一つです。

もう一つは、自分がスポーツとかフィットネスを好きなのは分かるけれども、もう1つ何か専門、あるいは2つでもいい、成功するには、ほかの専門を持たなければダメだなどと思います。例えば、開発だったら、宅建の資格を取って開発の知識をつけているとか、経営とかマーケティングの勉強をしているとか、あるいは、僕みたいに編集をやって、サイトで全国のフィットネスクラブの検索システムみたいなものを作っているとか、これがフットサルコートの検索であってもいいし、ゴルフ場の検索であってもいいわけです。そういうものを作って、各事業者の方と仲良くしているとか。英語ができるとか、ICTのリテラシーが高いとか、あるいは旅行業務取扱管理者の資格を持って、旅行にも詳しい、そういう何か専門以外で1つか2つ、ほかの分野の勉強していなければダメだというふうに思います。

もう一つは実践力です。やるということ。勇気を持ってやる。そして、やり続けるということです。以上の3つが必要だと思います。

もう一つ別の切り口で、僕らは生産者であると同時に消費者なので、自粛をするのではなく、消費者としてどんどん利用する。スポーツもやるんだ、フィットネスもやるんだと。そうすることによって、一般の生活者のペインポイント、一番困っているところ、不満や不足が分かると思う。そこに、ビジネスアイ

ディアにつながるヒントがあります。

と同時に、僕の会社でもやっているが、フィットネスを流行らせようと思ったら、自分たちがやっていないのはおかしい。特に日本の場合、フィットネスの参加人口増加を一番妨げている外的要因は、働き過ぎの労働慣行とか労働環境だと思う。上司の目が気になって、「すみません」といって、堂々と帰れる人はなかなかいないと思います。やはり経営者が、皆に提案をして欲しい。僕の会社では、水曜日は1日3時間まで、どの時間でも、スポーツとかフィットネスをやっていいというふうにしている。そういうことを主体的にやる。自分たちでフィットネスをやっていくようにすることが大事だと思います。そして、その動きを広げていく。これは提案です。

丁野 ありがとうございます。

スポーツの底力というところから、こういうものを活かして、次の新しい、いろいろな事業の考え方だとか、特に、この震災を受けて、顧客のいろいろな心の変化とか、行動の変化といったものをどう受け止めていくのかといったようなことで、いろいろなお話が出ました。

最後に、会場の皆さん方に対する最後の一言。今日、本当はこれが一番言いたかったのだというようなことがありましたら、お願いいたします。

加藤さん。

加藤 メッセージというよりも、私が、今日、お話しさせていただいて、また改めてスポーツの底力に気づいた点を2つだけ挙げさせていただきます。

今お話が出ているように、生活において、やる気とか、元気とか、そういうものを与えてくれるのがスポーツだと思います。それ以外に、我々観光業界としても、ワールドカップサッカー、オリンピック、特にワールド

カップサッカーは、海外旅行に行かない若いサポーター世代を外に連れ出す力があるわけです、それを実践するのが、私たち観光業界でしょう。

もう一つは、スポーツは何が強いのだろうと、今、考えていましたら、生活だけではなくて、ビジネスにも強い。例えば、企業の採用です。我が社も体育会系の学生を採る。スポーツをやっているから、礼儀正しさとか、根性とかというものがその方の身に付いている。だから、企業としても採用するのだと思います。これもスポーツの底力ではないか。

生活、ビジネスにおいても、はたまた、行かない世代を海外に連れ出す、こういう様々な力をスポーツは持っている。旅の5つの力にプラスして、これらの力がスポーツの底力としてあるのではないかと、改めて感じました。

丁野 ありがとうございます。

では、近藤さん。

近藤 何しろ、スポーツも含めて、生活者の意識が量から「質」へ、個性から「専門」へ、オールから「セレクト」へという方向性、これは明らかな状況です。

スポーツの持つ、すごい底力を事業者サイドがどう活かすかということで、一つ、最後に事例を挙げると、フィットネスクラブ「ピノス」。ここは不思議ですけども、オープンから会費を一切下げている、ずっと値上げしていて。会員様のサポートを全てやって、大人もバス送迎をしている。是非、一度お読みいただくとおもしろい。地域に密着した圧倒的な強さを持っていて、取材して、ちょっと鳥肌が立ちました。やっていることがスタンダードにすごい。「さすがだな」と思う。すばらしい。それプラス、「そういうアプローチでくるか」ということを思わせる施設は、なにか光っているところがございます。

「生活者ニーズを“うらぎらない”」ということで、「感動・共感の3S + 1 (すごい!さすが!すばらしい! +そうくるか!)」と書いております。私なんかがこんなことを言うのは本当に恥ずかしいのですが。せっかく、現状、スポーツということを媒介にした新しい動きが出てきている中で、生活者のニーズを裏切らない、「そうくるか」という感動をお与えになれる事業者には、是非、お願いしたい。また私どもに取材機会を、是非、お与えいただけますようお願いをしたいと思います。

丁野 どうもありがとうございます。

では、古屋さん、一言。

古屋 チャップリンが、「日々の暮らしに必要なのはユーモアである。そして、人生に必要なのは希望と勇気と少々のお金である」ということを言いましたけれども、僕は、「日々の暮らしに必要なものはスポーツである。そして、人生に必要なものは元気と勇気と仲間たちである」と、こういうふうに言いたいなと思います。

最後に耳の痛い話。スポーツ選手は経営が苦手だと思う。やはり、もっと勉強をしなければいけない。スポーツ以外のことも勉強しなければいけないし、スポーツから得たことで、経営にも活かせることをもっと整理していくことも大切だと思います。スポーツをしない人の気持ちに立つ、こういうことも大事だと思う。そこから、事業のエッセンス、課題、アイデアが出てくると思う。それを、是非、やってもらいたいと思います。もうイノベーションしかないと思います。これからスポーツの振興につながるビジネスを開発して、経済を活性化するには。

丁野 ありがとうございます。

今日は、お話が多岐にわたりました。皆さ

んに一言ずつ、まとめを言っていただいたのですが、これを最後の言葉にしたいと思います。

実は、レジャー白書などで、観光なり、あるいはスポーツ、レジャーのピークの時期というのはバブルからちょっと遅れるのですが、平成8年、1996年くらいがピークであり、それから、今、下降線の一途をたどっている。今回の震災というのは本当にいろいろなところで大きな影響が出てきたが、単なる復興ではダメなのだと。それを超える何か新しいものを生み出していかなければいけない、というのがテーマ2だったのですが、これはまた改めて、一度、是非シンポジウムのテーマにさせていただきたいと思っています。

今日は、特に、「エシカル」というキーワードとか、「きせき」というキーワードとか、あるいは「旅の力」「スポーツの力」という、いろいろなキーワードをいただきましたが、考えてみると、こういうものをどう受け止めていくのか。例えば、私は観光業界におりますが、最後に、一つだけエピソードの話をして終わりにしたい。

本来、旅に行ったとき、少しその地域と馴染んで、ゆっくり滞在をしたい。そこでスポーツもしたい。アートにも触れたい。そういうふうなことを本来は考えるはずであり、日本的にそれがなかなかできなかった。ヨーロッパなどでは、2週間とか1カ月とかの滞在型の旅が主流です。つまりバカンス。そういうふうな滞在ということを考えたときに、旅先でも、もっともっとスポーツとか、アートとか、いろいろな日常的なレジャーも活発になるはずなのです。地域の美味しい食材やレストランが人気を呼び、市場なども賑わう。まさに地域が活性化する。そういうことが、なぜできなかったのか。それは、我々もいろいろ反省しなければいけないし、今、観光業界のほうでも、これを機に、次の新しい観光の事業モデルみたいなものをどう作り出してい

くのかというふうなことに、研究会なんかを作りながら、活動しております。スポーツも同じだと思う。

今日は結論的な話はあまりできないのですが、これをきっかけに、次の新しい、いろいろな事業のビジョン、事業のモデル、具体的な仕組みづくり、こういったことに繋げるためのきっかけになればということをご提案

し、この会議を締めたいと思います。

これでシンポジウムを終了させていただきます。

司会 長時間にわたって、ありがとうございました。

(終了)