

「ツール・ド・おきなわ」参加者増加要因に関する研究

—沖縄チャンプルーモデル—

江頭 満正

Factors Causing the Increase of Participants in the “Tour de Okinawa”: Okinawa Chanpuru Model

ETOH, Mitsumasa

Abstract

Sporting events such as marathons and cycling race are expected to have an economic impact on the local economy as a resource for tourism, so in recent years there have been an increasing number of cases in which local governments have established new events including marathons. While new marathon events are being created due to the continued popularity of marathons, there are a number of local governments that are deciding to eliminate them for various reasons such as the Heisei municipal amalgamation, economic burden and the creation of marathon courses.

This research project selected Tour de Okinawa, whose participants have steadily increased over the recent years, as a case study, based on the hypothesis that the “diverse menu of competitive events,” was one of the factors which contributed to its success. The Tour de Okinawa features competitions that span vertically and laterally racing, cycling and cycling tours which showcase differences in the underlying purpose, which is a combination that is rarely seen in Japan.

Based on over two years of interviews and participant observation of the event, the diverse make-up of the competitive events was found to have a positive effect of increasing the number of participants. The goal of this research is to create a general theory that is applicable to events in other regions by generalizing the Okinawa “chanpuru” model based on interviews with sponsors and participants.

要約

マラソン大会・自転車大会などのスポーツ・イベントは、観光資源としての地域への経済的効果が期待されており、近年多くの地方自治体がマラソン大会などを開始する事例が増加している。マラソン人気が続く大会が新設される一方で、中止に踏み切る自治体も少なくない。平成の大合併絡みや経済的な負担、コース設定など、理由は様々だ。

本稿では、近年参加者を着実に増加させてきた「ツール・ド・おきなわ」を事例として選定し、その成功要因のひとつは「多彩な競技メニュー」であると仮説を立てた。ツール・ド・おきなわの競技メニューは、縦方向（走行距離）と、横方向（レース、サイクリング、観光サイクリングなど志向の違い）とに展開しており、日本国内でも希少な例である。

競技メニューが多彩であることが、参加者増加によい影響を与えている事を2年間以上のインタビューと大会への参与観察から明らかにした。主催者と参加者へのインタビューを中心とし、沖縄チェンブーモデルを一般化することで、他地区の大会で応用可能な一般化された理論とすることが目的である。

キーワード

スポーツイベント／スポーツ ツールズム

参加動機／自転車／沖縄

はじめに

本稿では、自転車ロードレースである「ツール・ド・おきなわ」の参加人口が増加した理由を、多彩な競技メニュー構成とその内容に焦点をあて明らかにする。

マラソン大会、自転車大会などのスポーツ・イベントは、観光資源として地域への経済的効果が期待されており、近年多くの地方自治体がマラソン大会などを開始する事例が増加している。全国各地で自治体が相次ぎ市民マラソン大会開催に取り組むのは、大がかりな施設整備が不要な上、宿泊など地域経済への波及効果が望める点が大きい。景気低迷下において、地域おこしのイベントとして「優等生的」存在になっているからだ。

代表的な成功事例は東京マラソンである。東京マラソンは2009年大会で、沿道に観客136万人を集め、経済効果は推計240億円に及んだ。参加希望者も年々増え、2010年の大会は3万5千人の定員に31万人が殺到。倍率はフルマラソンで8.5倍、10キロでは13.1倍に達した。参加費はフルマラソンで1万円。

決して安くはないが、それでも人気が集まるのは、普段は渋滞が激しい都心部を独占して走れるのに加え、「沿道の応援やボランティアの支援に感動したという声が、毎年多く寄せられる」(東京マラソン事務局)。人間関係の希薄さが指摘される大都会にあって、地域の一体感を生み出す貴重な場となっている⁽¹⁾。

新設された大会からの成功事例も存在する。2008年4月5日の神戸淡路鳴門自動車道(明石海峡大橋)開通10周年を記念して、徳島県と徳島市が「とくしまマラソン」をスタートさせた。第1回大会の参加者は高校生を除く18歳以上の者で、当初3,000人規模と見込まれていたが、予想以上の人気で応募が殺到。調整の結果5,000人へと拡大された。翌2009年第2回大会では定員は4,000人の先着順で募集が行われ、1週間ほどで定員に達したため申し込みが締め切られた。2010年第3回大会の定員は、2,000人増の6,000人の先着順で、12月1日より募集を開始したが、翌日12月2日の24時を以て早々定員に達し締め切られた。とくしまマラソンは第1回大会より経済的にも成功し、大会運営組織に約1,300万円の余剰金を残し、2回目以降の運営を積

極的にしてゆく原資となった。1回目終了後に公開された、参加者アンケートでは9割以上が「次の開催があれば参加したい」と答えたほか、ボランティアも5割が参加を希望。委員からも「経済効果に加え、県民の健康増進にも寄与している」などの意見が出された。こうして、とくしまマラソンは第1回大会より成功裏に現在も継続されている地域おこしの代表的マラソン大会となった⁽²⁾。

京都市は2011年度から従来の「京都シティハーフマラソン」を格上げし、フルマラソンを開催する。平安神宮や金閣寺などの観光名所を巡るコースになる見通し。市では1万5000人の参加者を募る考えだ。ハーフマラソンをフルマラソンに格上げした場合、参加者や応援者の滞在期間が長くなるため、宿泊や観光などの消費行動が増えて経済効果が高まるという。市が算出した経済効果はハーフマラソンが4億7500万円であるのに対し、フルマラソンはその3倍弱の12億8500万円にのぼる⁽³⁾。

本学所在地である川越市も2010年秋に20キロメートルのマラソン大会を開催する計画があり、青年会を中心に準備が進んでいる。

マラソン人気が続き大会が新設される一方で、中止に踏み切る自治体も少なくない。平成の大合併絡みや経済的な負担、コース設定など、理由は様々だ。

名水と国蝶オオムラサキの里マラソン。毎年11月に行われてきた大会が、2003年を最後に中止となった。理由は町村合併。2004年11月1日、長坂町、須玉町、白州町など7町村による「北杜市」が誕生した。「大会運営の事務作業の量も仕組みも変わると予想され、開催を見送った」(長坂町教委)特別な施設がいらなかわり、道路を長時間占有するのがマラソンの宿命。交通量の多い都市部

ほど、開催が難しくなっている⁽⁴⁾。

「吉備路マラソン」は岡山県総社市で10年続いた大会だが、2004年から大会実施を一時断念した。参加者約6,000人と県内有数の規模だったがそれが災いした。「警察とも協議し、一般市民への影響が大きすぎると判断した」(同市教委体育振興課)。栃木市も似た理由で大会を中止。道路問題は主催者共通の悩みだった。2009年より市民に理解を求め、警察と度重なる協議を経て再開している⁽⁴⁾。

「網走ハーフマラソン」からは多くのトップアスリートが巣立った。この名門大会が幕を閉じたのは2002年夏。理由は財政難だ。網走市は開催費のうち800万円と、一部選手の渡航費などを負担してきたが、それに耐えられなくなった。「有名なアスリートと一緒に走る機会をつくろう」(同市教委スポーツ課)との意気込みだったが、1998年の710人をピークに参加者は減少、2002年には400人台に落ち込んだ。最後の優勝者はアテネ五輪で金メダルを手にした野口みずき選手だった⁽⁴⁾。

「東京マラソン」は、現在日本を代表するマラソン大会に成長しているが、それ以前に東京都が開催していた臨海部を走る「東京ハーフマラソン」は2001年に中止されている。中止の理由はリストラ。当時、都の負担は約1億8000万円と巨額で、石原知事の判断で中止を決定した⁽⁴⁾。

本稿では、近年参加者を着実に増加させてきた「ツール・ド・おきなわ」を事例として選定している。ここで、先に挙げたマラソン大会と自転車大会との相違点を整理する。

マラソン大会が各地で開催されるようになった背景には、ここ数年のマラソンブーム⁽⁵⁾が存在する。開催すれば参加者が集まってくるといふ好況に恵まれているからだ。主催する自治体としては大がかりな施設整備が不要

な上、宿泊など地域経済への波及効果が望める点大きい。今後日本が経済成長を続けていく上で、観光産業により注力してゆく必要が考えられており、観光立国推進基本法が2000年に成立したのである。マラソンや自転車の大会はスポーツ・ツーリズムに分類されることもあり、観光という視点からも、その効果に注目がよせられている。スポーツ・イベントは観光資源と同等の経済効果を産み出す例もあり（東京マラソンの経済効果240億円）⁽¹⁾、初開催から観光資源として確立するまでの期間が短いこともあり、町おこしのために取り組む自治体が後を絶たない。

自転車愛好家も増加傾向にあるものの、マラソンほどのブームにはなっていない。従って大会を開催すれば、少ないマーケティングコストで参加者が集まってくるという状況には至っていないのが現状だ。主催する自治体としては、大がかりな施設整備はマラソン大会同様不要だが、自転車大会は走行距離が長くコース選定の難易度が高くなる。地域経済への波及効果はマラソン大会と同様と宿泊、飲食などがある。

マラソン大会は続々と新設されているが、自転車大会の新設は少ない。その原因は前述したマラソン大会と自転車大会の相違点が、そのまま問題点となっているからだろう。そこで本稿では、少ないマーケティングコストで参加者を確実に集めている「ツール・ド・おきなわ」を事例として選定し、その成功要因を明らかにする。

1. ツール・ド・おきなわ

ツール・ド・おきなわは、毎年11月第2土曜から日曜に沖縄県名護市を中心に沖縄本島北部地域で2日間にわたり、1989年から開催

されている自転車ロードレース大会である。主催は特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会、北部広域市町村圏事務組合、日本自転車競技連盟である。

大会を開催するようになった契機は、昭和48年に名護市が「モデル自転車都市」に地域指定されたこと。昭和62年の「沖縄海邦国体」では、北部地区の6市町村が「自転車ロードレース競技会場」となったことが挙げられる。北部地区6市町村は「やんばる」という名称で行政区画を越えた地域性が残されていたものの、その地域性は希薄化しており、そのことを苦慮する人物も存在していた。沖縄海邦国体での成功体験もあり、「自然に優しいサイクルスポーツを通じた地域作り」をテーマに大会開催に向けた運動が開始された。検討を進めてゆく中で大会開催の意義が整理され「やんばるをひとつにする」ということと「地域活性化と経済効果」そして「地域住民のアイデンティティ形成」という3点が明確に示された。この意義が明確になったことで大会開催準備は順調に進行し、平成元年に第1回ツール・ド・おきなわが開催された。

ツール・ド・おきなわは観光地である沖縄の特性を活かして、純粋なレースだけでなく、様々なイベントを組み合わせで開催されている。レースイベントの中で最上級クラスの「チャンピオンレース」はUCIアジアツアーに組み込まれており、アジアツアーでのレースグレードは2.2と世界的にも評価されている。2007年までのチャンピオンレースは日曜日のみ開催されるワンデーレースだったが、2008年より土曜開催が含まれた2日間のステージレースに移行した。1日目は名護市街地を走るタイムトライアルが行われる。市街地レースは1.7キロメートルのコースを30周するもので、競技者にとっても難易度が高く、

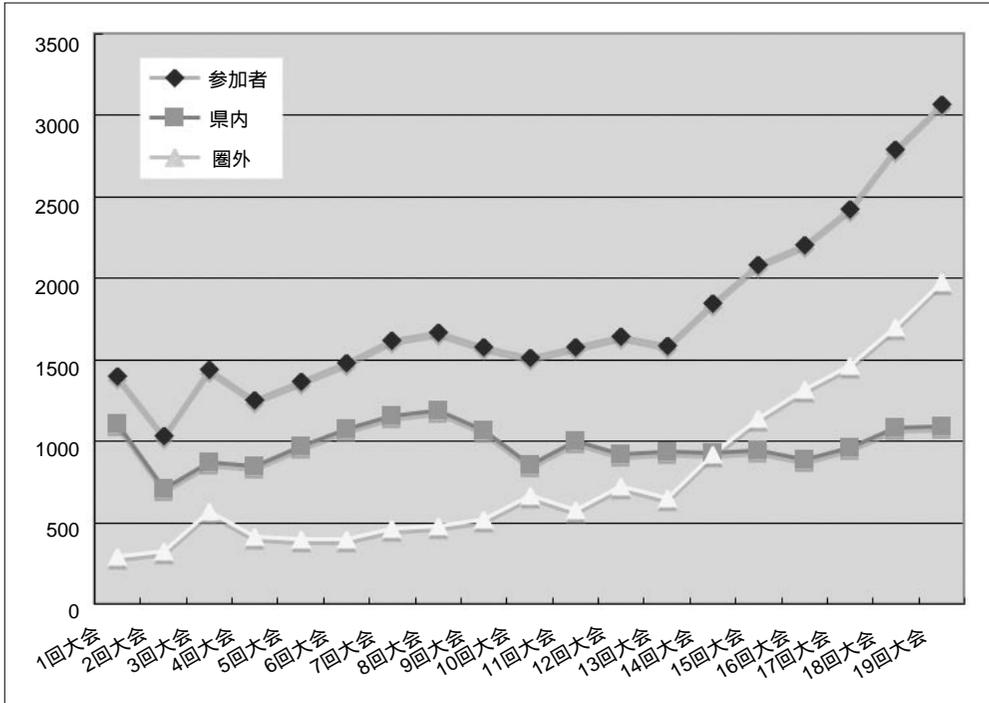


図1.参加者推移

観戦者はレースの展開を終始観られるのが特徴である。

1日目に開催される競技は、沖縄本島一周サイクリング、やんばるセンチュリーライド、タラソ体験デラックスサイクリング、伊平屋島体験サイクリング、伊是名島体験サイクリング(いずれも1泊2日のメニュー)名護市街でのクリテリウム、小学生レース、一輪車リレーである。

2日目に開催される競技は、男子チャンピオン200kmレース、女子国際85kmレース、中学生50kmレース、市民200kmレース、市民85kmレース、シニア50kmレース、市民レディース50kmレース、市民50kmレース、チャレンジサイクリング、伊江島体験サイクリング、恩納ファミリーサイクリング。

ツール・ド・おきなわは、競技メニューが非常に豊富である。競技者が参加するチャンピオンレースから、実力ある市民自転車愛好

家(以降ホビーレーサーと記す)向けの長距離レース、観光要素の高いサイクリングまで幅広い。

類似した大会にツール・ド・北海道があるが、競技メニューはレースに限定されている。市民レースも1種だけであり、走行距離によって参加者が、参加者自身の競技レベルに合わせて選択出来る余地が無い。サイクリングや観光要素の高いメニューも存在しない。

図1は、第1回(1989年)から第19回(2007年)までの大会参加者数の推移を示した。2001年まで参加者数は漸進的に増加しているが、2002年以降右肩上がりになっている。

開催当初に比べて競技メニューを多様化することで、より多くの人参加可能となるような改善を行ってきた。その結果、日本国内の自転車イベントでは他に例を見ない、国際レース、市民レース、ジュニアレース、シニアレース、女子レース、市民サイクリン

グ、離島サイクリングなど、多彩なメニューが混在する大会と変化していった。

本稿では、ツール・ド・おきなわの成功要因のひとつを、競技メニューの豊富さによるものだと仮説を立て考察してゆくこととする。

2. 先行研究の整理

当該分野の先行研究は、3つの分野が存在する。市民参加型スポーツ・イベントへの参加活動に関するもの。市民参加型スポーツ・イベントへの再参加に関するもの。スポーツ・ツーリズムに関するもの。それぞれの研究群の中から関係性のあるものを紹介し議論をしてゆく。

マラソン大会をはじめとした、市民参加型スポーツ・イベントへの参加活動に関する研究群が存在する。Gill, Gross and Huddleston (1983)、Gould, Peltz and Weiss (1985)によると楽しさ(enjoyment)や、面白さ(fun)への欲求がスポーツ参加を促す最大の要因であり、その欠如や減少はスポーツ・ドロップアウトの原因となるとしている⁽⁶⁾。池田らはCloagh (1990)の楽しみ思考の市民マラソン大会に参加するランナーの参加動機を調査・分析した研究を紹介している⁽⁷⁾。その中で参加動機を「挑戦(Challenge)」、「健康・体力づくり(Health/Fitness)」、「習慣性(Addiction)」、「豊かな生活(Status)」、「社交性(Social)」の6要素に集約されると報告し、ランニングイベント参加者の強い動機は「挑戦」と「健康・体力づくり」であると結論づけている。

再参加に関する要因に関する研究群で平松ら(1993)⁽⁸⁾は、継続参加者の要因として「クラブへの所属」、「友人の影響」、「競技への魅力」などがあるとしている。中島ら(1999)

は、短期大学スキー大会に対する再参加に関する研究の中で、再参加者は初参加者に比較して明らかに大会を日々の活動目標としていた。再参加者の参加動機として自己に対する刺激などの緊張感、技術を含めた自己成長欲求、大会の雰囲気、他者との交流意欲が強く、大会自体を重要視し、大会に楽しさを感じていると言う特徴が明らかになった。と述べている。

また市民参加型のスポーツ・イベントがしばしば「旅」を伴うことから、スポーツ・ツーリズムとしての研究群が存在する。富山(1999)は⁽⁹⁾、北九州関門健康マラソンの参加者を対象に調査分析を行い、大会参加地の観光資源を、大会参加要因と回答する参加者が少ないと述べている。工藤ら(1996)⁽¹⁰⁾は、指宿菜の花マラソン大会を対象に調査、意思決定要因を魅了要因(Pull factors)と参加要因(Push factors)に分けて分析を行い参加者が重要視する項目を明らかにした。魅力要因として「コースの良さ」、「開催時期」、地理的な条件として「温泉施設」、「気候」、「観光資源の存在」。参加要因として「気分のリフレッシュ」、「温暖な気候」、「開催地の歓迎」、「質の高い運営」などが重視されていることを明らかにした。

2.1 先行研究との相違点

本稿は、競技メニューに焦点を当てたものであり、前述の先行研究と性格を異にするものである。また競技メニューと、参加者意思決定の関係に触れた研究は存在しない。

先行研究にある参加意思決定要因は、地理的要因や観光資源なども含まれており、研究対象特有の優位性が顕在化してしまっており、研究対象事例以外への、応用を前提とした一般化が難しい。本稿は、競技メニューの構造による参加者増加要因を明らかにするこ

とで、地域性や観光資源などに左右されずに、多くの市民参加型スポーツ・イベントに応用可能な理論の一般化を目標とする。同時に競技種目によって左右されにくいモデルを構築する事で、多くの大会主催者の参考となる議論を展開したい。

2.2 研究方法

調査は2つのフェーズに分けて行った。第1フェーズはツール・ド・おきなわの成功要因と考えられる仮説を立てるための調査。第2フェーズは、仮説を立証するための調査である。

仮説を立てるために行った第1フェーズの調査は、2008年8月に事前インタビュー調査を行い、2008年11月の大会実施期間中に調査者がサイクリングに参加する参与観察を行うと同時に、参加者へランダムなインタビュー調査を行った。

第2フェーズは、「ツール・ド・おきなわの成功要因のひとつは、多彩な競技メニューである」という仮説を検証するために2009年5月にインタビュー調査を実施し、2009年6月に再調査、2009年11月の大会実施期間中に参加者とボランティア者へのインタビューを行った。

参加者を対象とした調査は、以下の様に行った。サイクリングなど時間を競う事を主眼とされていない競技の参加者へは、コース途中の休憩所で調査を行った。レースなど時間を競う競技への参加者にはゴール後に実施。共通質問項目を設定した構造的インタビューを行った。必要に応じて共通項目以外の事項も質問を行い、質問紙による対面調査と、臨機応変に質問事項を変化させるインタビュー調査の両面を採用した調査方法をとった。

第1フェーズ インタビュー調査・参与観察調査 【事前調査】

2008年8月19日 名護市観光協会 会長
2008年8月18日 JTB 沖縄 営業本部長
2008年8月19日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 次長
2008年8月20日 恩納村村長
2008年8月20日 国頭村スポーツ振興課 課長

【大会当日調査】

2008年11月7日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 次長
2008年11月7日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 会長
2008年11月7日 大会前夜参加者説明会 参加者インタビュー 19組
2008年11月8日 クリテリウム会場 コース周辺住民インタビュー 5組
2008年11月8日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 会長
2008年11月8日 クリテリウム優勝チーム監督インタビュー
2008年11月8日 クリテリウム優勝選手インタビュー
2008年11月8日 レース参加チームインタビュー
2008年11月8日 サイクリング参加者インタビュー 14組
2008年11月8日 伊平屋島体験サイクリング 調査者参加
2008年11月8日 伊平屋島体験サイクリング 参加者インタビュー 17組
2008年11月9日 ボランティア協力者(地域住民)インタビュー 4組
2008年11月9日 ゴール後 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 会長
2008年11月9日 ゴール後 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 会長

2008年11月9日 ゴール後 参加者インタビュー
- 12組

第2フェーズインタビュー調査

【事前調査】

- 2009年5月22日 沖縄県自転車協会 会長
- 2009年5月29日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 課長
- 2009年6月19日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 課長
- 2009年6月19日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 次長
- 2009年9月27日 沖縄県自転車協会 会長
- 2009年9月27日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 課長
- 2009年9月27日 特定非営利活動法人ツール・ド・おきなわ協会 次長

【大会当日調査】

2009年11月8日 参加者インタビュー 5組

【参加者構造的インタビュー質問項目】

- ・参加メニューと、参加回数、参加グループ
- ・この大会に参加する理由は何ですか
- ・競技メニューが多彩であることが参加行動に影響を与えますか。
- ・次はどのメニューに参加したいですか

3. 考察

3.1 ツール・ド・おきなわの競技メニュー

議論を進めてゆく上で、ツール・ド・おきなわの競技メニューを整理しておく必要がある。2008年に行われた全競技メニューを表1に記した。



図2.競技メニューマトリックス

ツール・ド・おきなわ・競技メニュー一覧

競技メニュー	走行距離	日程	定員	参加料	宿泊費	参加対象	概要
国際ロードレース							
チャンピオン	200	1	100名(5名×20チーム)			19歳以上の国内外招待・優待選手及び国内の強豪選手が白熱したチームレースをやんばる(沖縄県北部地域)で繰り広げる国際レース。	UCI(国際自転車競技連合)のアジアツアークラス2にランクされる、国内最長のロードレース。海外招待選手及び国内の強豪選手が白熱したチームレースをやんばる(沖縄県北部地域)で繰り広げる国際レース。
女子国際85キロ	85	1	100	8,000		国内外招待、優待選手及び高校生以上の競技登録女子選手	海外招待選手と国内ランキング上位の選手が競う女子国際レース。チャンピオンレースと同じ山岳コースが1回組み込まれており、女子のレースとしては国内で最高レベルのレースとなる。
ジュニア国際130キロ	130	1	60	8,000		国内外招待、優待選手及び高校連推薦及び高校生以上の競技登録男子。	国内ジュニア選手の競技力向上を目指し、海外の強豪選手と競いながらハードなコースを走り、将来ヨーロッパでも活躍できる選手育成に繋げるレース。JCF規則による、ギア比検査有。
市民レース							
市民レース200キロ	200	1	370	15,000		19歳以上60歳未満の男子ロードレース経験者	全国のおびレーサーが目指す「究極」の種目で、市民レースの国内最高レベルで競技力のある選手が競い合う。やんばる(北部地域)の自然の中で繰り広げる200kmにもおよび過酷な市民レース。
市民レース130キロ	130	1	370	14,000		高校生以上の男子ロードレース経験者	2006大会からコースが130km、山岳横断が2回となって、より競技レベルが上がり、体力や経験、駆け引きなど実力が試される本格的なレースができるハードなコース。
市民レース85キロ	85	1	370	13,000		高校生以上の男子	2007大会からスタート位置を変更し、国頭村辺戸岬入口からのスタートとなる。競技レベルアップを目指す選手が多く参加し、中距離レースの為に序盤から積極的なレース展開が繰り上げられる。
市民レース50キロ	50	1	370	10,000		高校生以上35歳までの男子	比較的フラットなコースで、ビギナーから楽しめる。序盤はやんばる(沖縄県北部地域)の美しい海岸沿いを走る。
レディース50キロ	50	1	150	9,000		中学生以上の女子	市民レディースレース50km女子選手の競技普及を目指し、市民レース50kmと同じコースを走る。年々参加者も増加し、幅広い年代の選手が参加している。
シニアレース	50	1	370	10,000		36歳以上の男子(競輪選手不可)	年齢が36歳以上を対象にし、レースビギナーから記録を狙う選手まで参加者の層が大きい種目。市民50kmと同じコースを走る。
中学生50キロ	50	1	50	3,000		中学生男子	国内でも数少ない中学生レースの一つで、将来レーサーを目指す全国の中学生在が競いあふ。現在国内外で国際レースに参加している選手の中にも、過去にこのレースで経験を積んだのち活躍している選手もいる。
小学生5キロ	5	1	50	1,000		小学5・6年生男女	2009大会からの新種目として小学生レースを設定。市街地の中の特設コースを周回する。子供達の熱い戦いに沿道からの観戦も楽しみの一つとなる。

ツール・ド・おきなわ・競技メニュー一覧

競技メニュー	走行距離	日程	定員	参加料	宿泊費	参加対象	概要
サイクリング							
プレミアムサイクリング 130キロ	130	2	30	50,000	含む	高校生以上男女	ツール・ド・おきなわ初の「超」デラックスなサイクリング。走りと一緒に一流ホテルのセレブな時間を満喫する種目。宿泊は沖縄随一の敷地と施設充実度を誇るカヌチャリゾートホテル。ホテルでは、広大な敷地でカート利用自由、大浴場（スパ）、プール、トレーニングジム利用無料。おまけに「琉球整体」付き。もちろん食事もホテルの味を和洋中お好きなところで。極めつけはクリスマス先取りのイルミネーションであなたの疲れを癒す。それ以外にも、琉球歴史遺産を現地ガイドの説明でまわる他、日本一長寿のむら大宜味村で「長寿膳」を食べる。恩納村ではグラスボートで水中散策もあり、これ以上ない満足感を提供。
本島一週 313キロ	313	2	380	21,000	含む	高校生以上男女	全国で開催されている長距離サイクリングの中でも走りごたえがあり、サイクリスト憧れのコース。1日目はやんばる（沖縄県北部地域）の自然を満喫し、2日目は南部地域の海岸線や那覇などの都市部を走る。
センチュリーライド 189キロ	189	1	300	10,000		高校生以上男女	これまで本島一周コースの1日コースが名前を変えて新種目として独立。やんばる（沖縄県北部地域）の海岸線を主に走り、アップダウンもあり走りごたえ十分。また、翌日の種目に参加（二種目参加）できる種目。もちろんこの種目だけでもOK。ロングライドの魅力たっぷり。
チャレンジ 100キロ	100	1	200	7,000		高校生以上男女	2008大会より距離を伸ばし走りごたえを増した設定。恩納村を南下し霧手納町を折り返す。後半は東海岸を眺めながらアップダウンのコースを北上しゴールを目指す。
恩納村ファミリー 70キロ	70	1	250	5,000		小学校1年生以上男女	沖縄本島有数のリゾート地域を持つ恩納村の美しい海岸沿いを走り、家族で楽しみながら参加できる。
バリアフリー 40キロ	40	1	20	-	-		
体験サイクリング							
伊平屋島76キロ	76	2	100	17,000	含む	小学校1年生以上男女	沖縄県北部にある美しい島、伊平屋島を一周するコースで、風光明媚な山と海を満喫でき、島の人々との交流、体験が楽しめる。
伊是名島56キロ	56	2	100	17,000	含む	小学校1年生以上男女	琉球王朝第二尚氏の開祖尚円王ゆかりの地伊是名島独特の石垣がある家並みなど、歴史と自然を感じることができる。また、島内参加者との交流も企画されている。
伊江島50キロ	50	1	150	7,000		小学校1年生以上男女	伊江島の中央に立つ、美しいイジマタッチュー（城山）を眺めながら走る日帰りコース。島の人々のあたたかい応援を受けながら、美しい自然の中を走る。
一輪車競技大会		1					

ツール・ド・おきなわ・競技メニュー一覧

競技メニュー	走行距離	日程	定員	参加料	宿泊費	参加対象	概要
参加者随行バスツアー							
伊平屋島76 キロ	20	2	20	17,000	含む	参加者の家族のみ	「伊平屋島体験サイクリング」参加者の家族を対象としたバスツアー。
伊是名島56 キロ	20	2	20	17,000	含む	参加者の家族のみ	「伊是名島体験サイクリング」参加者の家族を対象としたバスツアー。

第一の特徴は「縦」方向への展開である。縦方向の展開とは、参加者が自分の経験や実力に合わせた選択可能なメニュー構成を意味する。高校生以上の男子を対象とした「市民レース」を例に挙げる。

50キロレース：序盤は沖縄県北部地域の美しい海岸沿いを走る。比較的フラットなコースで、ビギナーから楽しめる。

85キロレース：沖縄本島北端の辺戸岬からスタートし、序盤海沿いを走行、中盤で険しい峠を越え市街地に入る。

130キロレース：海沿いからスタートし、北部山岳地帯の峠越を2度通過する。

200キロコース：沖縄本島北部を1周する。

このように、距離、コース難易度、コース景観の異なる4つのステップが用意されている。縦方向の展開はレースだけでなく、サイクリングにも当てはまり、参加者の経験や実力に応じたメニューを選択出来るよう、守備範囲を広く設定している。

第二の特徴は「横」方向への展開である。横方向の展開とは、参加者の志向、経験、実力に応じ選択可能なメニュー構成を行っている。

国際ロードレースは、協会に競技登録をしている選手を対象に行われるレースであり、ハイエンドに位置する「国際チャンピオンレース」では世界の強豪チームを招待し、市民

自転車愛好家にトップレベルの選手と接触する機会を創出している。

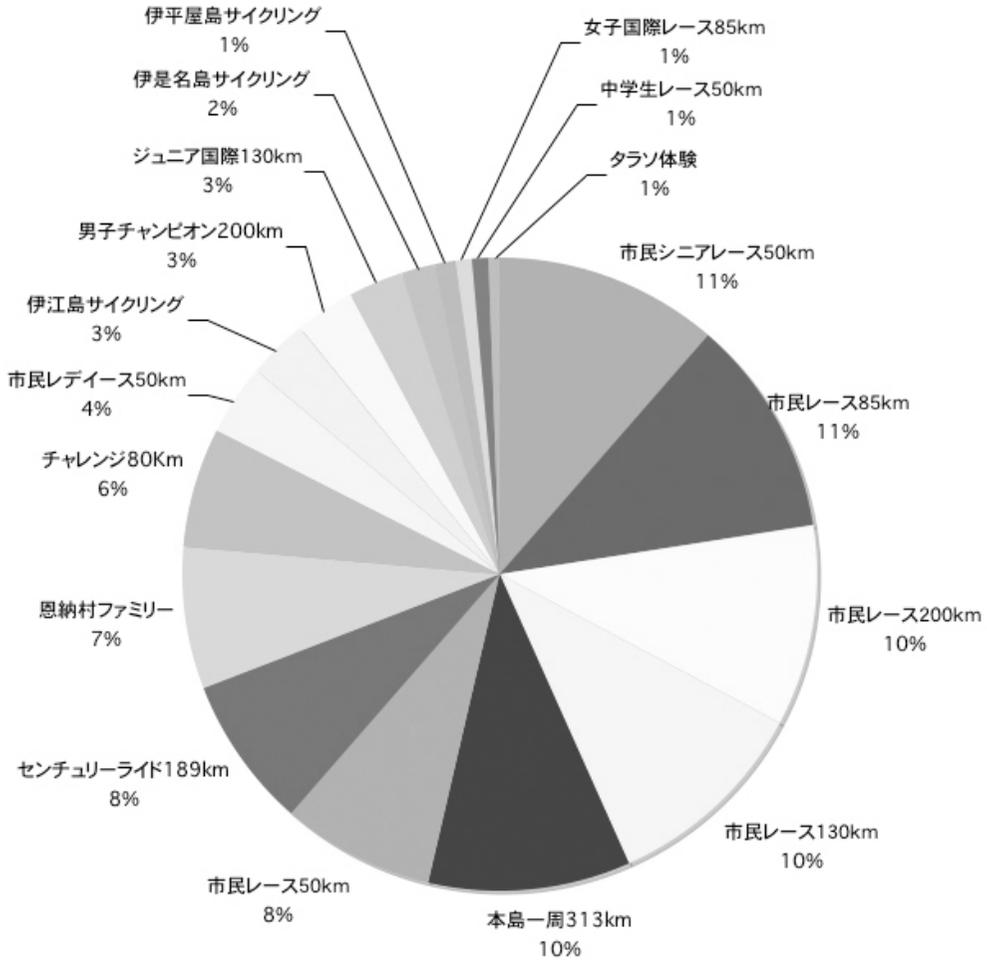
市民レースは、競技登録していない自転車愛好家（以下ホビーレーサーと記す）を対象とし、コース走破時間を競う。

サイクリングは、時間を競う競技ではなく、コースを制限時間内に完走することを目的とした競技。ツール・ド・おきなわのサイクリング競技は、完走時間が記された完走証が発行されるため、参加者目的を「自己タイム更新」に置いている例も少なくない。

体験サイクリングは、サイクリングの途中で、サトウキビ工場体験や、シーサーづくり体験などのメニューが用意されており、コースを走破した時間を問題にしないメニューだ。観光ツアー的な要素が強いが、バスなどでは感じられない沖縄の風を体験できるサイクリングとなっている。この体験サイクリングの中でも離島へ行くメニューには、自転車が悪手な家族が随行するためのバスツアーも用意されている。

このように、競技としてレースに参加する参加者からホビーレーサー、観光目的まで多彩な目的を充足出来るメニューを横方向に展開している。

縦方向と横方向へのメニュー展開が、参加者拡大に寄与していると考えられるのである。



3.メニュー別参加者比率

3.2 自転車大会比較

ツール・ド・おきなわの競合となるレースは国内には少ない。

大会主催者であるツール・ド・おきなわ協会会長の森氏はインタビューで「メニューの問題がありますので、直接競合する大会はあまりないです。サロベツ自転車まつりがありましたけれども、そういうのもあんまり問題じゃない。ただ、今後のサイクルスポーツ・イベントという方向から見ると、どうも中高年齢の方々に人気があるのはロングライドです。佐渡島一周とか、ツール・ド・ちば、海

外での大会ですが、ハワイのセンチュリーライドがそれに該当します。ツール・ド・くまのは、レースですから、ああいうところは、ライバルというよりも協力者です」⁽¹¹⁾と考えている。

本項では、森氏へのインタビューで具体的に名称の上がった大会のメニューを確認し、ツール・ド・おきなわとの違いを考察する。

【2010 スポニチ佐渡ロングライド210】

ロングライドが中心の大会で、佐渡観光グルメリライド40というメニューが存在するが、レースは行われていない(表2)。

表2.佐渡ロングライド開催競技メニュー

	カテゴリー	距離	参加費	募集定員	コース説明	ルート
Aコース	佐渡ロングライド210	210km	8,000円	2,000人	佐渡一周コース 経験者向き	佐和田スタート～ 佐和田フィニッシュ
Bコース	佐渡ロングライド130	130km	6,000円	600人	大佐渡一周と 農道里山を横 断する	佐和田スタート～ 両津経由 佐和田フィニッシュ
Cコース	佐渡ロングライド100	100km	6,000円	200人	大佐渡一周コース 両津フィニッシュ	佐和田スタート～
Dコース	佐渡観光 グルメライド40	40km	3,000円	200人	歴史を巡る観光と グルメコース	佐和田スタート～ 相川AS折り返し
小学生	全コース 保護者の 同伴が必要です		1,500円		各コース定員に含む	

表3.ツール・ド・千葉競技メニュー

コース	内容	大人	小人	定員
Aコース (3日間)	Stage-1～3の347kmを3日間 で走るコースです。	20,000円	10,000円	大人590人 小人10人
Bコース (2日間)	Stage-1,2の229kmを土・日 の2日間で走るコースです。	15,000円	7,500円	大人290人 小人10人
Cコース (2日間)	Stage-2,3の228kmを日・祝 の2日間で走るコースです。	15,000円	7,500円	大人290人 小人10人
Dコース (1日間)	Stage-1の119kmを土曜日に 走るコースです。	8,000円	4,000円	大人390人 小人10人
Eコース (1日間)	Stage-2の110kmを日曜日に 走るコースです。	8,000円	4,000円	大人390人 小人10人
Fコース (1日間)	Stage-3の118kmを月曜日 (祝日)に走るコースです。	8,000円	4,000円	大人390人 小人10人

【ツール・ド・ちば】

最長3日間を掛けて347キロを走るロングランだけの大会。最短のメニューでも110kmで初心者としては参入障壁が高い大会である。短距離サイクリングやレースは行われていない(表3)。

【ホノルル・センチュリーライド】

カピオラニ公園をスタート及びゴールとして、20マイル・25マイル・40マイル・50マイル・75マイル・100マイルに分かれているが、折り返し地点が違うだけで、全参加者は同じルートを通る事となる。コース全体の高低差は50m程度である為、自転車に乗らなくても参加可能。ゴールクローズ時間までは11時間半の余裕がある為、体力

にある程度自信があれば高齢者でも完走可能。公式タイムが存在しないツーリングイベントである事から、各参加者とも昼寝したり、写真を撮りながら走ったり、思い思いの楽しんで走行が行われる。特に25マイルエイドステーション過ぎに見られる景色は絶景であり、ここで海水浴に切り替えてしまう参加者もいる。

2010スポニチ佐渡ロングライド210には、「佐渡観光グルメライド40」というメニューが存在しているが、他の大会において競技メニューは、同一内容で走行距離の違いがある、本稿でいう「縦」方向への展開に限定されている。ツール・ド・おきなわの様に、縦・横方向への展開はされていない。ホビーレーサーにターゲットを絞った大会を開催してお

り、家族での参加や、志向の異なる自転車愛好家の参加を取り入れようとしていない。

しかしながら募集定員は2010スポニチ佐渡ロングライド210で3,000人、実参加者2,650人⁽¹²⁾、ツール・ド・ちばで2,400人、実参加者2,253人⁽¹³⁾となっている。ツール・ド・おきなわの3,900人と比較して参加者は、2010スポニチ佐渡ロングライド210で67%となっている。しかしながら参加定員の設定が異なるため、単純な参加者数で比較するのは適切ではない。

これらの情報から、ツール・ド・おきなわのメニューが多彩であることは明らかになった。特に横方向への展開を行っている希な例と言える。だが、そのことが参加者増加の要因と考えるには、情報が不十分であり更なる研究が必要である。

3.3 大会主催者インタビュー

本項では大会主催者へのインタビューから、ツール・ド・おきなわの成功要因のひとつに、多彩なメニューの存在があることを明らかにしてゆく。

3.3.1 メニュー多彩化敬意

2009年9月27日に行った、ツール・ド・おきなわ協会会長の森氏はメニューが多彩であることと参加者数に関して言及している。

「ツール・ド・おきなわは、自転車のイベントとしてツール・ド・おきなわという名前を冠していますがツール・ド・フランスみたいなものではありません。中身が非常に沖縄で言うとチャンプルー文化といって何でもかんでもミックスにして。もう何でもありっていう感じです。自転車のイベントとしては、UCI公認の国際レースをはじめとして、ホビーレーサーが集まってくるレース、あるいはサイクリング。サイクリングも沖縄本島一周

といった長距離のメニューから、ちょこっとした距離だけ走ってあとは島に行って寝っ転がってるとか、海に潜っているかというようなサイクリングもあります。

今年（2008年）作ったのは参加費5万円という、超デラックス、セレブだけ集めるサイクリングを計画しました。この様にメニューをどんどん増やしていっています。ファミリーサイクリングもあるし、離島の体験型サイクリングもあるし、ホビーレースも50kmがあれば85km、130km、200kmといってその体力に応じてね、ホビーレーサーが挑戦できるようにしてありますから、どの切り口から取っても参加できるんですよ。

このメニュー構成から考えると、沖縄に来るという旅費のハンデさえ無ければね、もうとっくに1万人は集められていると思います。現在4,000人弱で定員を設定していますが、募集を開始してスグに定員が一杯になりお断りしている状態が何年も続いています」⁽¹⁴⁾

同インタビューで森氏は、メニューを多彩にして行った経緯についても言及している。

「今市民レーサーというのが実は今2,000名くらい参加しています。これは市民レース200キロとか130キロ、85キロ、50キロという4つのコースに対してホビーレーサーが2,000名くらい申し込まれています。距離だけを考えると50キロのレースの場合は、市民50キロと、それから中学生50キロ、女子50キロのレースがありました。市民50キロの参加者が500名を超えた時に、これはもう翌年から2つに分けようということになり、シニアというのを作りました。シニア50キロです。ところがその時に、何歳からシニアにするかというのを、通常スポーツの区切り方を参考にしました。陸上大会のマスターズ大会は、36歳以上が対象です。それにならっ

て36歳から我々もシニアと設定しました。ところがシニアの方が一杯になって、従来の市民レースは定員割れしちゃった。去年35歳の方が36歳になってシニアに申し込む。同様に去年18歳だった人は19歳になったら市民レースに申し込みます。ところが少子化で19歳になる人は数が少ない。ということもあって、シニアレースはどんどん増え、今大問題になっています。大会を20年やってきて、毎年参加される方も年齢を重ねてゆく、それにメニューを合わせていかなければなりません。シニアは50キロレースしかないの、85キロレースを新設するための検討に入っています。シニアの優勝タイムは、市民レースとほとんど同じぐらいになってしまった。これではシニアを分けた意味がありません。参加者からは、50代も36歳以上も同レベルはおかしいと。もう一つスーパーシニアかなにか、別のカテゴリーが必要だ。というご意見を頂きました。これも現在検討を開始しています」⁽¹⁴⁾

主催者の戦略だけでメニューが多彩になったわけではなく、参加者のニーズをくみ取っていった結果でもあるようだ。

3.3.2 安全性重視

メニューを多彩にした背景には、主催者の戦略と参加者のニーズ以外に、大会運営の安全性も考慮した面がある。

「2,000名が一緒にスタートしたら、先頭と最後尾とでは、スタートラインを越えるまでで数分掛かってしまいます。それではレースになりません。今電子掲示だとか、実際にスタートした時の時間と実際にゴールした時間をチップで計測するなどのハイテク技術を使う方法もあります。ですが、そこまでやる必要があるのかなど。また安全面も重要です。2,000名一斉スタートのレースは非常に危険

です。自転車もレースになると結構なスピードが出ています。転倒すると大きな怪我に繋がることがあります。ですのでメニューを細分化して、安全にスタートしゴールまで走行出来るようにしなくてはなりません。スタート時間をみていただければ、コース上の混雑なども考えられていることが解ると思います」⁽¹⁴⁾

安全にスタートが出来、コース上の混雑などを配慮してゆくと1メニューへの参加者を限定するしかない。その結果メニュー数が増加していったのである。

3.3.3 グループへの有効性

森氏は2008年11月7日のインタビューで、グループ参加者に多彩なメニューが有効であること説明している。

「参加者の声を聞くと、メニューが多彩であることを歓迎しています。今年は(2008年)台湾から120名参加者がいます。台湾の旅行代理店の人から聞いた話ですが、沖縄には色々なメニューがあるからツアーが組めるそうです。沖縄以外にも日本には多くの自転車イベントがありますが、エリートレースだけだったり、サイクリングだけしかない大会がほとんどです。ですが沖縄は何でもある。レースも、サイクリングも、ファミリーも、離島に行く観光メインのものも。沖縄は全部やっているの、台湾の人たちも、自分の実力や志向に合わせて、どれか選べる。シニアから子供まで、どれかに参加出来る。参加者も集まりやすいので、ツアーとしても成立しやすいそうです。

これは台湾だからわかりやすいですが、県外参加者の小さなグループにも同じ事が起っています。スポーツクラブや自転車販売店でツアーを企画しても、23人ではスタッフが同行するのは難しい。ツール・ド・おきなわ

は、メニューが多彩なので多くの人に参加出来る。参加者が10人になれば、スタッフも同行出来ますし、10人のグループ内でのコミュニケーションもある。グループの人たちが別々のメニューに参加することで、終わった後の会話が弾みます。東京のスポーツクラブから3人のグループで参加するのと、10人のグループで参加するのと、面白さが変わると参加者に聞いた事があります。10人になると楽しみ方の幅が広がるそうです。

また私たちは完走率を高めるために、色々努力をしてきました。道路閉鎖時間を長く設定するために地域住民の方に理解を求め、警察へ理解を求め、出来るだけ制限時間を長くとって多くの人ゴール出来るように工夫してきました。10人で参加して全員が完走できたら、そのグループの満足度は高くなると思っています。ツール・ド・おきなわは現在、県外参加者が2,000人近くになり過半数を占めるようになりました。メニューが多彩なことで、参加するグループの人数が増える。その結果、満足度が上がりリピーターになってゆくという好循環が出来ていると思います」⁽¹⁵⁾

3.3.4 主催者インタビューまとめ

本項では大会主催者がメニューを多彩にして行った経緯が明らかになった。その要因は3つあった。ひとつは参加者増加の為に主催者が戦略的に行った。ふたつめは、参加者の要望に応えるため。みつめは、スタート時と走行時の安全性を確保するために、1メニューの参加者上限を設定していたこと、であった。以上3要素が、参加者満足度を高めリピーター増加に寄与することで参加者増加に結びついたと考えられる。

メニューを多彩にした副産物として、グループ参加の集団人数が増加し、満足度も向上

させたのである。

3.4 参加者インタビュー

この項では参加者へのインタビューから、ツール・ド・おきなわの成功要因を明らかにする。特に本稿で仮説とした「競技メニューが多彩であること」に関して回答を得た資料を中心に議論をすすめる。

今回インタビューを行った参加者を大きく分けると、参加回数、参加グループ、参加メニューに分けられる。参加回数が多くなると、参加グループの人数が多くなる傾向があり、参加メニューは他の2要素との関係は希薄であった。

3.4.1 初参加者

20代男性2人組、初参加80kmチャレンジサイクリング「ツール・ド・おきなわがどんなものなのか、全然解らなかつたので一番参加しやすいサイクリングに参加します。今年出してみて、色々な事が解ると思います。来年はレースとか、ロングライドとか、もっと本格的なものに出場したいです」⁽¹⁷⁾

大学生2人組初参加、189kmやんばるセンチュリーライド「筑波大学のサイクリング部部員の中では、日本全国48都道府県を自転車で走破する取組みが行われています。私たちは沖縄県を自転車で走った事が無かつたので、この大会に参加しました。道も走りやすいし気候もいいので、とても楽しんでいます。もし次回参加する機会があったら、レースに参加してみたいです。公道を閉鎖して行う長距離レースは少ないですから」⁽¹⁷⁾

20代女性10人組初参加313km本島一周サイクリング「昨年はハワイのセンチュリーライドに参加しました。それがすごく楽しかったので、ハワイより費用の掛からないこの大会に参加しました。コースに起伏があつて八

ワイよりしんどかった。ですが車も少なく道もいいですし、運営もしっかりしているので充分楽しむ事が出来ました。レースに参加したいとは思いません。時間を競うよりも、仲間と長距離を走る達成感が好きですから」⁽¹⁶⁾

初参加の場合にはグループで参加し、その中の誰かが既にツール・ド・おきなわ経験者というケースがある。参加者の経験談を聞き参加意欲を高めたものだ。この場合には初参加であっても、目的のメニューを選択している。一方で2人程度の少人数グループは、グループ全員が初参加であるケースが多かった。この場合には将来ステップアップを前提とした「お試し」として完走が容易なメニューを選択している例が多い。このことから、完走が容易なメニューが存在することで、初参加者に対して多くの「入り口」を用意することになり、初参加者への参入障壁を低くすることに競技メニューが多彩なことが役立っていると考えられる。

3.4.2 複数回参加者

参加回数の多い参加者は、参加メニューも固定されている。

30代男性6人組、参加7回目、313km本島一周サイクリング「ここ数年この6人で毎年参加しています。メニューも同じ本島一周です。今回から仲間プロチームを真似たジャージを着用しました。この仲間は毎年この大会でしか会わない人もいて、走る事も大事ですが、友人に会う事も楽しみのひとつになっています。毎年同じメニューで同じコースですが、自分自身の練習度合によって苦しさが変わり、景色が違って見えます。ですからメニューが多彩であるかどうかは、僕にとっては重要ではありません。ただ、参加し始めた当初は、他のメニューにも参加しましたので、

自分にあったものを試行錯誤しながら探せるという利点はあると思います」⁽¹⁶⁾

70代男性4組、参加10回目、加伊是名島体験サイクリング「毎年楽しみにしています。最初は他のサイクリングメニューにも参加しましたが、ここ8回は離島サイクリングに決めています。昨年は伊平屋島で、今年は伊是名島です。この2つを交互に参加しています。2日間離島を自転車で走って、黒糖工場でさとうきびを絞ったり、シーサー作りをみんなで行っていると、自然と参加者が打ち解けて仲間になっていきます。8回も離島サイクリングに参加していると、仲間も増えて今ではツール・ド・おきなわで年に1回会う仲間は10人を超えました。石川県から参加している男性や、兵庫県から毎年この大会にひとりで来る女性がそうです。みんなの元気な顔を見て、離島を満喫して沖縄のきれいな景色の中を自転車で走る。それが僕たちのツール・ド・おきなわの楽しみ方です」⁽¹⁷⁾

40代男性5人組、参加6回、市民レース85km「レースに参加するのは今年が初めてです。昨年まではやんばるセンチュリーライドで長距離を走っていました。何度かやっているうちに、他者とスピードを競うレースに出てみたくなったのです。終わった後のパーティーでレース参加者に話を聞いたのもありますし、見ていて楽しそうでしたから。レースは自転車も違うし、走り方や練習方法も全然違う。年甲斐も無く挑戦してみたくなりました。幸いこの大会にはレースもありますし、毎年一緒に来る仲間とも参加する競技が違うだけで、顔ぶれが変わる事はありません。交通手段や宿もいつも通りでいい。レースに参加する為に、他大会に挑戦する気はありません。慣れた沖縄だからレースに挑戦する気になったんだと思います」⁽¹⁸⁾

参加回数の多い参加者はメニューが固定さ

れており、メニューが多彩であることが参加要因にはならない。しかし、メニューが固定されるまでの期間にレースやサイクリングなど複数のメニューに参加し試行錯誤が行われている。この試行錯誤期間においてはメニューの多彩さは有効であると考えられる。

参加者の志向が変化した場合に、変化したニーズを満たす多彩なメニューが充足している。他の大会に参加者が流出するのを防止する役目を果たしている可能性も考えられる。

3.4.3 団体参加者

スポーツジムや自転車ショップのグループは人数も多くなりメニューもバラバラになる傾向があった。

センチュリーランを走る会、北海道4人東京、神奈川など8人組「毎年誰かがツール・ド・おきなわには参加しています。会の名称の通りセンチュリーランを走る事が目的の人たちが集まっているので、参加するのも本島一周か、やんばるセンチュリーライドだけです。本島一周は1泊2日でコースもハードでここだけにしかない景色や雰囲気もあります。終わったあとのパーティーも楽しみのひとつです。メニューが多彩であることは僕たちにメリットはありません。レースには出ないし家族参加もしませんから。ただ自転車愛好家を育む上ではとても良いと思います。トップレベルの選手を間近に見る事は、自転車に限らず効果的です。僕だってイチローのバッティングを間近で見たら野球ファンになってもおかしくないですから」⁽¹⁸⁾

セントラル・スポーツ8人組「ツール・ド・おきなわは、私たち業者にとって、とてもいい大会です。初心者から上級者までが同じ日程で参加出来る。沖縄は観光スポットも多いですし、食べ物やお酒も特徴があります。東京や大阪から来ると非日常的な雰囲気

が随所にあります。今回は6人が313キロの本島一周で、2人はレース参加です。参加者同士でコースのアドバイスをしたり、自転車の部品や装備に関する話題が出たり、経験豊富な人が初心者を指導したり、色々な拡がりがある大会です。メニューが多彩であることは大事です。他にこんな多くのメニューがある大会はありませんから。参加人数が10人を超すと交通費も団体割引が使えるようになりますし、客さんにとっても団体で行くメリットが出てきます。レースだけの大会では参加者希望者が少なくツアーを実施出来ないこともあります。その点ツール・ド・おきなわは大勢集まるので私たちも助かっています」⁽¹⁸⁾

沖縄県うるま市アウトドアショップ6人組「このグループは皆さんウチで自転車を買っていただいたお客さんです。今までバラバラで参加していたのですが、今年(2008年)からグループで本島一周に参加してみました。せっかくロードレーサーを購入したのだから思いっきり走りたい。練習の成果を確認したい。という目的にはピッタリです。県外からも色々な方が参加していて、高額な自転車に乗っている方もいますし、珍しい装備をしている方もいます。レースに出る方は、ロングライドと自転車が違います。僕たちスタッフにとってはいい勉強になりますし、お客さんには刺激なので、また何か買ってくると嬉しいのですが(笑)。昨年までレースに参加していたお客さんが、今回はロングライドに転向しました。早く走ることは卒業だそうです。スピードではない距離への挑戦に興味が変わったのだそうです。ツール・ド・おきなわの場合は、そういった変更も簡単なので、参加する側は本当に便利です」⁽¹⁷⁾

3.4.4 参加者インタビューまとめ

初参加の場合には、難易度の低いメニューから参加し、ステップアップする例が存在する。このケースでは、競技メニューが多彩であることは、入り口が多くなり、初参加障壁を下げる事に貢献していると考えていいだろう。体験サイクリングから参加して、レースにステップアップすることも、短距離レースから参加して長距離レースにステップアップすることも可能だ。実力と経験が不十分な参加者にも広く門戸を開き、コースの良さや気候の良さなど、メニューが多彩であること以外のツール・ド・おきなわの魅力を感じられる機会を創出することに成功している。

ツール・ド・おきなわ参加者どうしでのコミュニティが誕生している。同じメニューに参加し、一緒に長い距離を走破し、苦楽を共有することで言葉を交わさなくとも親近感が生まれてゆく様だ。大会最後に用意されている、「ふれあいパーティー」で会話を交わす事で、友人へと昇華してゆくのである。そうしてコミュニティが形成され、リピーターへととなってゆく。この人と人とのつながりを形成する段階で、競技メニューが多彩であることが貢献している例は無かった。

ステップアップ、ステップダウンを行う参加者郡が存在した。この参加者郡にとって、競技メニューが多彩であることは重要であろう。縦方向へのステップだけでなく、レースに疲れたからサイクリングに転向することもツール・ド・おきなわなら可能である。レースに特化した大会から、サイクリング主体の大会へと、出場する大会そのものを変更するのは、心理的にも時間的にもコストが掛かる。だがツール・ド・おきなわの様に多彩なメニューが存在していれば、申し込み時のちょっとした手間で変更が可能だ。大会に参加する

仲間との会えなくなる事も無い。最小限のコストでポジションチェンジが出来るのである。競技メニューが多彩なことは、指向が変わった参加者を離さない効果もあると考えられよう。

団体での参加に、競技メニューが多彩であることは有効であった。フィットネス・クラブや、自転車ショップからの参加は、グループの人数も多くそれぞれの志向も異なる。様々なニーズに応えられるメニュー構成が無ければ、参加者のグループが大人数化する機会も少なかっただろう。台湾からの参加者の例を見ても、団体だからツアーを組む事が可能になり、添乗員も同行出来る。沖縄までの交通費も団体になることで割引が可能になる。参加者の経済的優位性を生み出すことに貢献しているとも考えられる。団体参加者の中には実力差がある。この実力差があることで、参加者同士で指導やアドバイスも行われており、参加者満足に寄与していると考えられる。

- 1.初参加者に対して参入障壁を下げる効果。
- 2.複数回参加者に対してポジションチェンジコストを下げる効果。
- 3.ステップアップ、ステップダウンを容易にすることでブランドスイッチを抑制する効果。
- 4.団体参加者に対して経済優位性を創出する効果。団体内の参加者実力のバラつきが参加者育成をする効果。

競技メニューが多彩であることで、以上4つの効果の存在が明らかになった。

今回の調査では、定性的な調査になってしまった。インタビュー対象者が希少な例であり、ツール・ド・おきなわ自体を正確に捉えられていない可能性も残っている。今後定量的な調査を行い、検証を進めてゆく必要があるだろう。しかしながら、本稿で行ったインタビュー調査対象52組120名以上の意見とし

ては、競技メニューが多彩なことは、ツール・ド・おきなわの成功要因と考えるのに充分だ。

3.5 チャンプルーモデル

チャンプルーとは、野菜や豆腐などを炒めた沖縄料理。チャンプルーとは沖縄方言で「混ぜこぜにした」というような意味があり、野菜や豆腐に限らず、さまざまな材料を一緒にして炒める。「ゴーヤーチャンプルー」「タマナーチャンプルー」などのように主な材料の名を冠して呼ばれることが多い。

チャンプルーの語源は、インドネシア語・マレー語の campur との説がある。この語は、同語源の日本語のちゃんぽんと同様「混ぜる」「混ぜたもの(料理)」という意味を持つ。さらに朝鮮語にも同様の意味で「チャンボン」がある。

沖縄県は古くから、日本本土や中国文化の影響も受けてきたほか、第二次世界大戦後のアメリカ軍による統治を経験し、それぞれの文化と接することで常に影響を受け続けてきた。それらを柔軟に受け入れて、独自に生み出された沖縄県の文化を「チャンプルー文化」と呼ぶことがある。例えば、江戸時代に日本と中国の貿易の中継点とされたことから、沖縄県では採れない昆布を用いた料理が盛んになった点や、米軍基地に滞在するアメリカ人からの影響を受けて、紫など「オキナワン・ロック」と呼ばれるロックの系統を生み出した点などはチャンプルー文化の産物である。⁽¹⁹⁾

2009年9月27日に行った、ツール・ド・おきなわ協会会長の森氏がメニューが多彩であることをチャンプルーという表現を使って説明している。

「ツール・ド・おきなわは、自転車のイベントとしてツール・ド・おきなわという名前

を冠しているけどもツール・ド・フランスみたいなものではありません。中身が非常に沖縄で言うとチャンプルー文化とって何でもかんでもミックスにして。もう何でもありって感じです」

このチャンプルーモデルが、ツール・ド・おきなわの成功要因のひとつであると考えている。

秋葉原モデルは、同じ電気製品を扱う店舗が密集することで形成される「街モデル」である。同一商品を扱う店舗が複数軒集まっている。本来競争が激化し淘汰される競合店が、あるしきい値を超えて集まることで、消費者に対しての利便性を高め、集客力へと転化させている。同一商品を扱う店舗は横方向への展開と言える。秋葉原の縦方向への展開は、コンシューマーからプロまで様々な消費者のニーズを満たす取扱商品の幅の広さである。トランジスタなどの電子部品や、盗聴器など、一般の消費者にはあまり需要の無い電気製品を扱う店舗も数多く存在する。いわば複数店舗が集まることによって、乗算的に品揃えを充実させているのである。このモデルは秋葉原に限らず、古本店の神田神保町など問屋街に散見されるモデルである。

フード・テマパークは、一つの料理・食べ物のジャンルに特化して、その専門店を集めた屋内型施設である。専門店の集め方には、全国からそのジャンルの有名店を集める場合と、出店地域に限定する場合とがある。食の観光におけるワンストップソリューション施設。新横浜ラーメン博物館などに端を発するテマパークの形態で、多数の料理店が「昭和30年代」「港町」などのテーマを持った内装で統一された施設に林立しているものである。通常の店舗では味わえない雰囲気を持っており、それがテマパークと言われる所以である。対して、単に専門店を集めただ

けの施設は「フードコンプレックス」と呼ばれる。フード・テマパーク自体は新横浜ラーメン博物館などが1994年頃から営業しているが、2000年以降は全国的に数が増え、テーマにする料理もラーメンに餃子、プリンやパンと多様化している。

このモデルも本来競合するラーメン専門店を複数店舗密集させることで、単独店舗で営業を行うより集客力増強を戦略的に行っている。しかし、フード・テマパークモデルは、秋葉原モデルと異なる。フード・テマパーク内には同じメニューを出す店舗を置かないのである。ラーメンというカテゴリーは同じだが、「熊本とんこつラーメン」を出す店は1店舗に限られている。秋葉原は全く同じ「アップルコンピューター」を扱っており、製品には一分の違いも無い。

フード・テマパークモデルは、品揃えを増やすための集合体であり、整然としている。同様に秋葉原モデルは、製品以外のサービス（価格、専門知識など）のバリエーションを拡大させ消費者の欲求に応えることで集客力を創出している。

ツール・ド・おきなわに見られる沖縄チャンプルーモデルは、消費者自身のニーズに応える縦展開と、一緒に参加するパートナーのニーズに応える横方向を備えており、前述の2モデルとは異なるものなのだ。

4. まとめ

ツール・ド・おきなわの競技メニューが多彩であることで、様々なニーズを持った参加者を集めることに成功し、ニーズの変化にも応えられる構造になっていることが明らかになった。このことから、競技メニューが多彩であることが成功要因のひとつであるという仮説は、妥当であると考えられよう。

主催者インタビューからは、メニューが多彩になってゆく経緯と目的が明らかになった。参加者インタビューからは、初参加者、リピーター、志向変化者、団体に対して多彩なメニューが有効であることが明らかになった。

チャンプルーモデルを、秋葉原モデル、フード・テマパークモデルと比較することで、参加者増加にプラスに作用する特殊性を明らかにすることが出来た。

本稿ではインタビューを中心とした定性的調査を行ったため、インタビュー対象の意見が小数派である可能性は否定しきれない。今後定量的な調査を行い、参加者グループと参加メニューの関係性、参加回数とメニューの関係性などを明らかにしてゆく必要がある。

また、沖縄チャンプルーモデルを一般化する際に、秋葉原モデルと、フード・テマパークモデルと比較し考察しているが、論拠が不十分で説得力のある議論が行えていない。今後さらなる研究が必要である。

本稿でメニューが多彩であることは、参加者ニーズを満たす事がわかった。しかしメニューが多彩であることは、運営サイドに大きな負担を強いる。東京マラソンの様に、メニューはフルマラソンだけ。42.195kmを1万人で走るだけのメニューで成功する事例もある。ホノルルマラソンも1メニューでの成功事例である。運営者の負担を考えると少ないメニューで成功することが理想的といえよう。しかし大会そのものに強い個性が無く、参加者が減少傾向にある場合には、運営者サイドの負担を増加させるとも、メニューを縦方向と横方向に配するチャンプルーモデルを基盤として見直してみることも価値はあるだろう。

引用文献

- (1) 日本経済新聞、2010/01/28
- (2) 日本経済新聞 地方経済面 (四国) 2008/07/24
- (3) 日経MJ、2010/01/08
- (4) 日本経済新聞、2004/10/11
- (5) 日本経済新聞、2010/02/20
- (6) Gill, Gross and Huddleston (1983), Gould, Peltz and Weiss (1985)
- (7) 池田克紀 地域における体力作りイベントへの参加動機と継続意欲 Trim Japan 健康・体力づくり事業財団、Summer No33 29-34 1992
- (8) 平松利文他「達成動機と継続意識の研究」日本体育学会第38回大会号 P149 1993
- (9) 日本体育学会大会号 (50), 374, 1999-09-15 日本体育学会大会号 (50), 374, 1999-09-15
- (10) 日本体育学会大会号 (47), 189, 1996-08-25
- (11) 森会長インタビュー、2009年5月22日
- (12) 朝日新聞2008年05月19日 朝刊2008年05月19日 朝刊
- (13) ツール・ド・ちば公式サイト
- (14) 森会長インタビュー、2009年9月27日
- (15) 森会長インタビュー、2008年11月7日
- (16) 森会長インタビュー、2009年9月27日
- (17) ゴール後 参加者インタビュー、2008年11月9日
- (18) 参加者インタビュー、2009年11月8日
- (19) Wikipedia 2010/7/18
<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%81%A1%E3%82%83%E3%82%93%E3%81%B7%E3%82%8B%E3%83%BC>