

小 論 文

注 意

1. 問題は全部で4ページである。
2. 解答用紙に氏名・受験番号を忘れずに記入すること。
3. 解答はすべて解答用紙に記入すること。
4. 問題冊子の余白等は適宜利用してよいが、どのページも切り離してはいけない。
5. 解答用紙は必ず提出のこと。この問題冊子は提出する必要はない。

問題

次の記事はフランスのツール・ド・フランスという自転車競技に関するものです。ここに記載されている活動は地域の活性化という点でどのような意義を有しているかを論じてください。

また、日本の地域にこのような活動を適用する場合、どのような課題が想定されるかを述べ、展望を論じてください。

これらの解答は全体で900字以上1200字以内にまとめ、記述してください。

洋の東西を問わず、スポーツは人を熱狂させる。その魅力を地域振興に生かしているスポーツは何かとなると、まずはその地域の自然環境を生かしたものの、例えば海や山のスポーツが思い浮かべられる。これに「フランスならでは」となると、その名も「ツール・ド・フランス(以下、ツール)(注1)」、「自転車」が代表格ではないだろうか。

自転車に関する記事は、本誌でも以前より環境、観光などさまざまな切り口で紹介されているが、今回は、その自治体が「厳しい山にあることにより」サイクリストの間で有名になり今や世界中から人が訪れることになった事例を紹介したい。

ユエズ(Huez)村は、ローヌ・アルプ州イゼール県のコミューン(基礎自治体)で、人口1,300人程度のアルプス山脈に位置する村である。熱烈なサイクリストであっても村の名前を聞いただけではピンと来ないかも知れないが、村にあるあまりにも有名な峠の名前、アルプ・デュエズ(Alpe d'Huez)の名前を聞けば、つづら折で壮絶な坂道のその風景を思い浮かべることができるのではないだろうか。なお、アルプ・デュエズという名は、元々はユエズほか周囲のコミューンにまたがる世界的に知られるウインターリゾートの総称である。村のウェブサイトを検索しても、アルプ・デュエズが自治体名ではないことに気づくのに時間がかかるほどである。

1968年に近郊の都市グルノーブルで冬季オリンピックが開催されたことも手伝い、これと前後してユエズはウインターリゾートの村としてヨーロッパ中の多くの人を迎え入れることになったが、世界的に有名になったのは1970年代後半、ツールのコースに度々登場するようになってからと言える。ツールの全行程終盤に設定されたアルプ・デュエズが総合優勝を決めるとも言え、フランス全土に数ある峠の中でも抜きん出て知名度が高くなったのである。

とはいえ、ツールが村にやって来るのは開催年の内1日、世界的に有名になってもそれだけで年中人が訪れるわけではない。冬はともかく、ほかの季節にどのようにして誘客を図っているのか調べてみたところ、例えば今年の6月から8月では、大きく分けても一般向け自転車レースが3回、トライアスロン(スイム・バイク・ラン)、デュアスロン(ラン・バイク・ラン)とランニングの大会がそれぞれ1回ずつと、立て続けにスポーツイベントが開催された。もはや知名度は、スキーヤーとサイクリストの間だけにとどまっていないことがうかがえる。また、英語にも常時対応しており、

世界中に参加を呼びかけていること、また世界中から参加者が来ていることが分かる。(注2)

人口1,300人の村でどうやってこのような世界的スポーツイベントを次々と実施していけるのか、その運営体制は、その収支は、など興味は尽きないもののインターネットなどでは多くの情報が得られなかったため、ユエズ村に取材を申し込むことにした。

取材に応じていただいたファブリス・ユルトゥ氏は、他の団体勤務も含めスポーツイベントの開催に携わって25年のベテランである。村の観光部門およびスポーツ・会議施設の運営管理部門を統括している。なお、観光部門の職員(全員が民間)、施設管理部門の職員(全員が公務員)で、2部門併せて100人ほどの職員がいる。ちなみにユルトゥ氏は、年間300~400件の取材申し込みを受ける大変多忙な人物であるが、今回は、日本からの取材であること、自治体という視点であること、に興味を覚えたので取材を受けたとのことであった。

ユルトゥ氏が取材の前半に力を入れて語ったのが、冬と夏の収入バランスについてである。前述のとおり、元々は圧倒的に冬に客が多い村であり、商店なども含めた村全体に入る収入の割合は冬が95%、夏が5%であったが、年間通じて安定した収入を得られることを目指し各種イベントを多く開催した結果、今はこれが冬80%、夏20%に改善された。冬の客数はほぼ横ばいとのことであるので、年間を通じた村全体の収入は伸びていることになる。まだスキーに依存している感はあるが、昔はスキーのアルプ・デュエズだったのが、特にフランス以外では今や自転車のアルプ・デュエズとして定着しつつあり、これは逆にスキー場のPRにも貢献しているという。なお夏の収入は、ベストの年で約2千万ユーロであるが、夏にスポーツイベントを開催していなかったらその10分の1程度ではないかとユルトゥ氏は分析している。

(注1)観客、TV中継の国数の多さなどから、夏のオリンピック、サッカーワールドカップに次ぐ規模のスポーツイベントと言われる。選手たちは、チーム編成で険しい勾配の山岳、横風が厳しい海岸など主にフランス国内中3千数百kmを3週間で駆け巡る。世界に配信される映像はまさにフランス(特に地方)の観光プロモーションビデオであり、またコースは毎年変わるため、自治体間では激しい招致合戦が繰り返

広げられる。

(注2)ラ・マルモットという一般向け自転車イベントでは、約7千～8千人の参加者のうち外国人は8割を超すという。

出典：田中義明. 山にあるから人が来る～地勢を生かしスポーツ愛好家を誘客～. 自治体国際化フォーラム. 300号. p.12-14. 2014. 10.

