

本郷 満（中国地方総合研究センター 地域経済研究部長・主任研究員）

Jリーグ設立を契機に、プロスポーツを日常的に観戦できる地域が全国に広がっている。広島東洋カープとサンフレッチェ広島が代表的存在であった中国地域でも、Jリーグへのファジアーノ岡山とガイナレ鳥取の相次ぐ加盟やレノファ山口FCの準加盟申請、島根スサノオマジックのbjリーグへの加盟等により、近年、大きく様変わりしている。また全国同様、中国地域ではスポーツイベント開催や総合型地域スポーツクラブ育成など、地域内外の人々が生涯にわたりスポーツに親しめる環境整備も進展している。さらに、スポーツを地域活性化の手段として積極的に活かす動きが広がりつつある。

こうした状況を踏まえ「中国地域経済白書 2013」（2013年9月刊行）では、スポーツによる地域活性化の様々な動きについて概念整理と分析視点の提示を行った上で、中国地域各県の取り組みとともにプロスポーツやスポーツツーリズム等の特定テーマについて分析し、スポーツによる地域活性化の課題と方向性を検討した。本稿では、スポーツを活かした地域づくりを促進する観点からその概要を紹介する。

1. 概念整理と分析視点

スポーツによる地域活性化の取り組みは、わが国初のスポーツ振興関連計画となる「スポーツ振興基本計画」の策定に伴い2000年代に進展した。さらに2010年以降は、文部科学省による「スポーツ立国戦略」の策定とスポーツ基本法の制定、観光庁によるスポーツツーリズム（スポーツ資源と観光を融合させた誘客・交流活動）の推進などを背景に加速化している。これは、経済・社会の成熟化に伴って地域活性化の必要性が高まる中、スポーツ振興が地域活性化に結び付くことへの認識が広まり、その手段にもなってきた動きとして捉えられる。

スポーツの効果は、個人的行動であるスポーツ行動の効果と、組織的行動であるスポーツ振興の効果に二分できる（図表1）。前者は「する」スポーツの効果、後者はそれに「観る」「支える」および「語る」スポーツの効果を含めたものとして捉えられる。なお、「語る」スポーツとは、プロスポーツの発展・多様化に伴う新たな関わり方として注目される形態で、人々が地元プロスポーツクラブ等を話題に語り合うことを意味する。また、スポーツの効果は、アウトプットである直接的効果とアウトカムである間接的效果に二分され、間接的效果は地域レベルと全国・国際レベルの効果に区分できる。

このうち本稿で特に注目するのは、スポーツ振興の地域活性化効果（地域レベルの間接的效果）であり、これは経済的效果と社会的効果に分けられる。経済的效果とは、物やサービスの生産・消費に関わる効果であり、金額として捉えることが可能な効果が中心となる。一方、社会的効果とは、経済的效果以外のすべての効果であり、ソーシャルキャピタル（社会関係資本）の蓄積につながる人の意識に関わる内面的効果が中心となる。このほか、スポーツ振興のハード面での地域活性化効果として、交通網等の社会資本整備や民間都市開発等の地域開発を誘発する効果もあるが、これら従来型の物的効果については優先的には扱わないこととした。

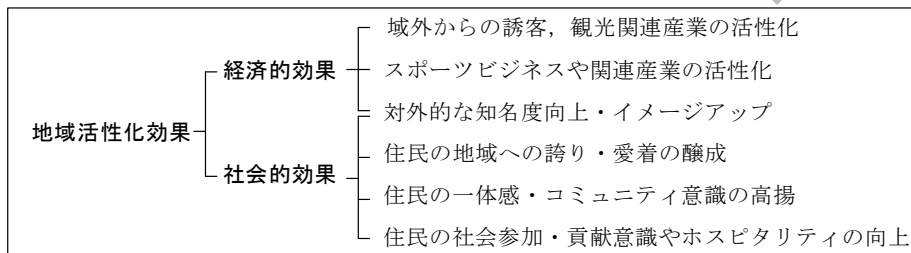
以下では、スポーツ振興の地域活性化効果に着目して、中国地域各県の事例分析および特定テーマに焦点を絞った調査分析を行っている。具体的には、まず、中国地域各県ごとに、プロスポーツクラブの創設、市民参加型スポーツイベントの開催、総合型地域スポーツクラブの運営などの地域活性化効果や課題等について事例分析を行う。次いで、プロスポーツの運営、特定スポーツの振興、スポーツツーリズムの推進の3テーマを取り上げ、地域活性化効果の実態とこれを踏まえた課題・方向性について調査分析を行う。そして最後に、スポーツによる地域活性化の課題と方向性を提言している。

図表 1 スポーツの効果およびスポーツ振興の地域活性化効果

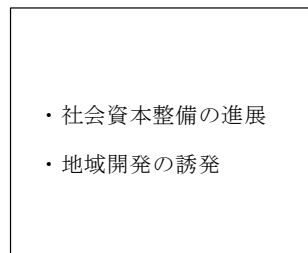
(スポーツの効果)

	直接的効果 (アウトプット)	間接的効果 (アウトカム)	
		地域レベル	全国・国際レベル
スポーツ行動 (個人的行動) 「する」スポーツ	<ul style="list-style-type: none"> 健康増進, 体力向上 精神修養 (知性や社会性の修養を通じた人格形成) 	<ul style="list-style-type: none"> 子どもや青少年の成長 長寿社会の形成 	<ul style="list-style-type: none"> 医療・介護費の低下 国内外の人々との親交
スポーツ振興 (組織的活動) 「する」+「観る」「支える」 +「語る」スポーツの振興	<ul style="list-style-type: none"> スポーツ関連人材の育成 スポーツ関連施設の充実 	<ul style="list-style-type: none"> 他者の感動・行動の喚起 地域コミュニティの活性化 	<ul style="list-style-type: none"> 地域間・国際交流の活発化 ○地域活性化効果 (経済的・社会的効果) 地域間や国際社会での相互理解や友好親善の進展 国際的なアイデンティティ・連帯感や奉仕意識の高揚

(スポーツ振興の地域活性化効果 -ソフト面の効果-)



(同左 -ハード面の効果-)



資料：原田宗彦「スポーツイベントの経済学」2002年、堀繁・木田悟・薄井充裕「スポーツで地域をつくる」2007年、大阪府立産業開発研究所「スポーツの視点から産業、地域振興を考える」2008年等

2. 中国地域各県の取り組み

中国地域各県の取り組みについては、プロスポーツを中心とする競技スポーツと、市民参加型スポーツイベントや総合型地域スポーツクラブに代表される生涯スポーツを対象に、事例調査を行い地域活性化効果と課題等を分析した(図表2)。

プロスポーツを中心とする競技スポーツにおいては、ガイナレ鳥取やファジアーノ岡山の経済波及効果の試算にみられるようなスポーツビジネスを核とする経済的効果に加えて、住民の郷土愛や一体感を育むなどの社会的効果が指摘される。また、地域ブランド力の向上につながるなど、地域の知名度向上・イメージアップの効果もみられる。

市民参加型スポーツイベント開催などの生涯スポーツの振興においても、交流人口の増加とこれに伴う観光消費の拡大に示されるような経済的効果が大きい上、住民が大会運営等のボランティア活動に参加することで地域貢献意識が高まるなどの社会的効果がある。このほか、イベント開催は、参加者等への地域PRやイメージアップの機会ともなっている。

こうした経済的・社会的効果を発現し高めるための課題として、競技スポーツと生涯スポーツのいずれにおいても、資金面や人材面における運営基盤の

強化が挙げられる。このうち資金面においては、集客力の強化とともに、スポンサー企業の獲得・コラボレーションの必要性が指摘される。また、人材面は、主に生涯スポーツに関わるイベント・クラブ運営での課題とされ、ボランティア等の運営スタッフや指導者の確保・育成が求められる。

さらに、運営基盤強化にもつながらる魅力向上あるいは地域活性化効果を高める仕掛けとして、例えば、プロスポーツにおいてはファンクラブの充実や企業連携の強化など地域密着度を高める取り組み、また、市民参加型スポーツイベントの開催においては観光分野と連携したプロモーションの展開などが必要といえる。

3. スポーツによる地域活性化の諸相

(1) 地域密着型プロスポーツ

宮城県・仙台市(楽天イーグルス、ベガルタ仙台、仙台49ERS)および広島県・広島市(広島カープ、サンフレッチェ広島)を対象とする事例分析によると、地域密着型プロスポーツは、「観る」「する」「支える」「語る」の四つの視点から多様な取り組みを行い、経済的効果を中心に地域に様々な活性化効果をもたらしている。

図表 2 中国地域各県の取り組みからみたスポーツ振興の地域活性化効果と課題

区分	県	クラブ・大会等名称	効果	課題
競技スポーツ	鳥取	ガイナーレ鳥取	経済的効果（年間約5億円）とともに、郷土愛の醸成や地域を盛り上げる社会的効果を生む	集客力の強化、安定した財政基盤の確立、そのためのビジョンの明確化
	島根	島根スサノオマジック	地域の一体感を醸成し、青少年の夢を育むとともに、地域企業の活力増進に寄与	地域活動への参加、企業とのコラボレーションなど地域と協力し高め合う関係の強化
	岡山	ファジアーノ岡山 岡山シーガルズ 岡山湯郷 Belle	経済的効果（ファジアーノ岡山は年間約11億円）のほか、地域一体感の醸成、地域情報発信と知名度アップ、人材育成といった社会的効果が大きい	ファンクラブの充実など地域密着度を高めるほか、安定した財政基盤の確立、有力スポンサー獲得など
	広島	トップス広島 アンジュヴィオレ広島	地域コミュニティの活性化、地域アイデンティティの確立、地域ブランド力の向上に寄与	資金面等の運営基盤強化
	山口	レノファ山口 FC	スポンサー企業のグッズ企画・開発など経済的効果	J3参加への財務基盤強化
	山口	広島東洋カープ二軍練習場	年間約3万人の来場者	観光消費促進（来場者の大半が他へ立ち寄りすることなく帰宅）
生涯スポーツ	鳥取	皆生トライアスロン等	交流人口の増加と地域イメージアップに寄与	類似イベントとの連携による盛り上がりの持続・拡大、支援者や参加者へのメリットの還元
	島根	なかうみマラソン全国大会等	観光消費のほか、住民の地域再認識、交流人口拡大や住民・参加者等のネットワーク構築	観光消費への波及効果を高める仕掛け、運営スタッフの確保・育成など
	岡山	そうじゃ吉備路マラソン等	特産品販売やボランティアとの触れ合いは地域PRにつながり、住民の地域貢献意識を育む	参加者の満足度を高める工夫、多くの地域住民を巻き込む仕掛け
	広島	ツネイシ・スポーツアクト	スポーツ普及や選手育成に貢献	指導者確保や広報活動充実
	山口	ゆうスポーツクラブ 下関海響マラソン	会員相互の人的ネットワーク形成等の効果 宿泊面の効果が大きくスポーツツーリズムへの発展もみられる	運営人材・指導者の確保・育成 一層の交流人口拡大に向けた観光キャンペーンとの連携などによる魅力向上・発信

「観る」視点では、試合に勝つ、高いレベルのプレーを魅せるというプロとしての試合価値の追求だけでなく、観客の満足度を高める来場価値向上への取り組みが集客に寄与している。例えば、楽天イーグルスは球場周辺で「世界のビール祭」等の多彩なイベントを催し、ベガルタ仙台のサッカー専用スタジアムでは観客席全体を覆う屋根やサポーターの意見を取り入れた席割りが臨場感・一体感を高め、仙台49ERSはFM仙台と連携しそのノウハウを活かして音楽・照明等と融合した迫力ある試合演出を行っている。また、広島カープの本拠地であるマツダスタジアムではバラエティーに富んだ観客席の開発など野球の雰囲気を楽しむための様々な工夫が施されており、サンフレッチェ広島は地域に根差した育成型クラブのアイデンティティがユースチーム出身選手等の活躍と相まって独特の魅力となっている。

「する」視点では、各クラブが保有する人材や指導ノウハウ、施設・設備、ブランドなどの資産を有効活用して、スクール事業やスポーツ教室等を行っており、これにより競技人口やファン層の拡大など「観る」スポーツへのフィードバックも期待できる。また、地域の多様な主体がプロスポーツクラブを「支える」ことは、地域密着型プロスポーツクラブの安定運営において重要な要素となっており、宮城県・

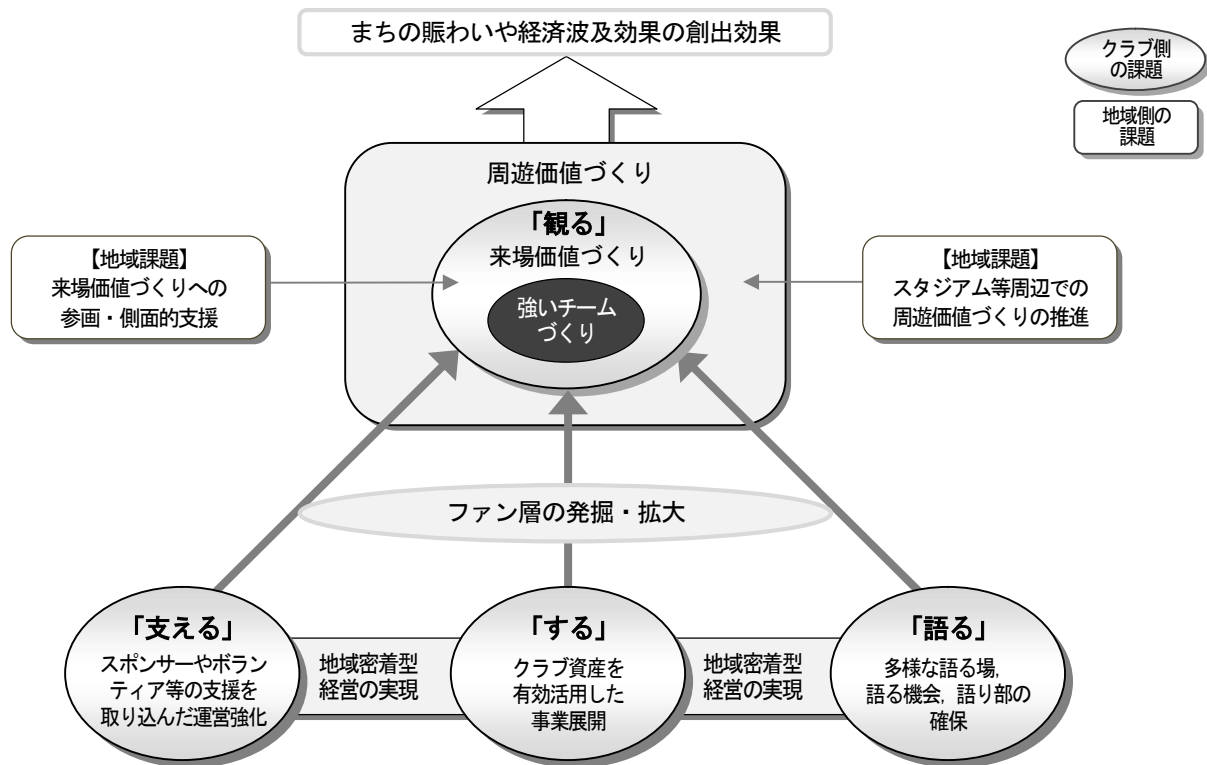
仙台市および広島県・広島市では、地域・クラブ特有のスポーツボランティア組織が設置され継続的に活動していることが注目される。さらに、「語る」視点での取り組みも進んでおり、例えば、楽天イーグルスが大学の講義を通じ語り部として情報発信を行っているほか、ベガルタ仙台は中期経営計画において「語る」スポーツの創出を目標に掲げその場・機会や人材の計画的確保を図っている。

以上の結果を踏まえ、四つの視点に基づく地域密着型プロスポーツクラブの事業運営の構造と地域課題を示したのが図表3である。プロスポーツクラブの基本的課題は「観る」スポーツとしての魅力向上であり、その中心には「強いチームづくり」がある。加えて、それを補完する「来場価値づくり」が進化することで、集客力は安定感を増し、試合結果に左右されずに観客の来場満足度を高めている。

また、プロスポーツクラブにおける「する」「支える」「語る」取り組みは、地域密着型経営を実現する要素に位置付けられる。これらはボランティアの育成など様々な社会的効果をもたらしているが、最終的には地域との多様な接点を通じて、ファン層を発掘・拡大することで、集客基盤に厚みを加え、「観る」スポーツを支えている。

地域においては、プロスポーツクラブとの関わり

図表 3 四つの視点に基づく地域密着型プロスポーツクラブの事業運営の構造と地域課題



資料：(公社)中国地方総合研究センター作成

を深め、共存共栄を図っていけるような活動を展開・強化していくことが重要となる。そのための課題として、スタジアム等の整備・活用を核とする来場価値づくりへの参画・側面的支援が挙げられる。とりわけ地域企業においては、高い専門性やノウハウを活かして集客戦略や付加価値創出に参画することが求められる。また、スタジアム等周辺で飲食や観光等の関連需要を取り込む周遊価値づくりの推進も地域側の課題に挙げられる。その際には、来場価値づくりとの一体性・連動性を確保した取り組みを進める必要があり、マツダスタジアム周辺で進められている「広島ボールパークタウン構想」には、こうした周遊価値づくりの具現化が期待される。

(2) 特定スポーツによる地域づくり

井原市（興譲館高校の女子駅伝、県立井原高校の男子新体操）および安芸高田市（湧永製薬ハンドボール部）等を対象とする事例分析によると、特定の競技種目のスポーツを振興することによる地域づくりの成功要因として、高い競技力の養成とこれを支える人材育成の好循環が挙げられる（図表 4）。

例えば、興譲館高校の女子駅伝は、駅伝強豪校の

復活を目指し OB が中心となって女子陸上競技部を創設したことが発端であり、OB が独自に寮を用意し監督・コーチを務めて選手強化を図ったことで、全国トップクラスの強豪校へと成長した。また、井原高校の男子新体操は、国体での開催種目となったことを機に行政主導で振興を図り、地元高校を強化指定校とし元全日本選手権チャンピオンを監督に迎え入れるとともに、井原ジュニア新体操クラブを組織し小学生から高校生まで一貫して育成できる体制を構築したことにより、全国トップクラスの競技力が維持されている。さらに、湧永製薬ハンドボール部「ワクナガレオリック」（以下、レオリック）は、練習環境改善のため大阪市から移転し専用コートを整備したことで日本ハンドボール界の盟主の地位を確立するとともに、現役選手が地元小中学生を指導する仕組みが形成され、レオリックで地元出身選手が活躍するまでになっている。

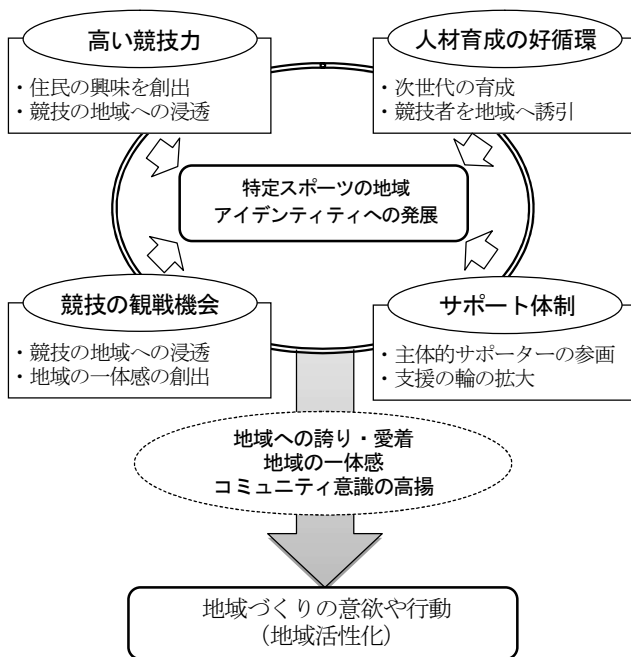
以上に加えて、観戦機会の創出が地域の一体感を高め、多様な主体によるサポート体制の確立が地域住民を巻き込むことにより、特定スポーツが地域アイデンティティへと発展し、住民の地域づくりへの意欲と具体的行動を喚起していると考えられる。

具体的には、興譲館高校女子陸上競技部が全国屈

指の強豪チームとなる中、岡山県高等学校駅伝競走大会が井原市で開催され地域住民の楽しみとなり、選手を応援する地元ファンも増えるとともに、OB会や卒業生等による支援の輪が広がっている。また、井原市等は井原カップ男子新体操競技会や井原新体操フェスティバルなどの競技会を開催しており、地域住民の応援を通じた一体感醸成につながるほか、保護者やOBを中心に組織された井原新体操後援会が大会運営を支援する体制が構築されている。さらに、安芸高田市では中国四国地域等の中学生チームによるハンドボールカップや、小学生チームによるレオリック杯が開催され、市民向けの応援バスツアーが住民交流を促進しているほか、選手・関係者を民泊で受け入れるなど、市民が大会運営を支援する体制が確立されている。

こうして特定スポーツは地域のアイデンティティとして広く認識されるようになり、地域への誇りや愛着の醸成、地域の一体感やコミュニティ意識の高揚などの社会的効果を引き出し、具体的な行動を通じて地域活性化へとつながっていくと考えられる。なお、こうした特定スポーツ振興の課題としては、ビジネス的要素を取り入れた資金確保とともに、多面的な活性化効果を発揮させるためのスポーツマネジメント手法の導入および資源活用の相乗効果を生むような域内体制の整備が挙げられる。

図表 4 特定スポーツによる地域活性化イメージ



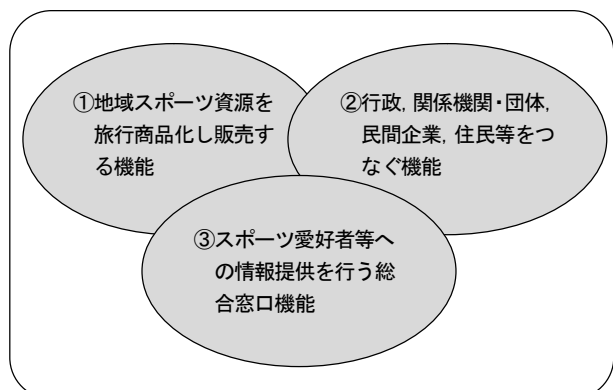
資料：(公社)中国地方総合研究センター作成

(3) スポーツツーリズムの推進

スポーツツーリズムには「観る」「する」スポーツと旅行の融合のほか、「する」スポーツと宿泊が融合した合宿誘致などがある。このうち「する」スポーツを対象とするツーリズムの事例(しまなみ海道サイクリング、皆生トライアスロン、JTB スポーツステーションの支援ビジネス、行政のスポーツ合宿誘致、ツネイしまなみビレッジのスポーツ体験型合宿誘致)の分析から、スポーツツーリズムの推進には、①地域スポーツ資源を旅行商品化し販売する機能、②行政、関係機関・団体、民間企業、住民等をつなぐ機能、③スポーツ愛好者等への情報提供を行う総合窓口機能を有するマネジメント組織の整備が重要といえる(図表 5)。

第一に、スポーツを活用した様々な観光メニューを、地域から企画し、着地型観光商品として造成・販売していく機能が必要である。すなわち、地域スポーツ資源を活かして、地域の観光消費を喚起する取り組みである。ツネイしまなみビレッジのスポーツ体験型合宿誘致や行政が主導するスポーツ合宿誘致の事例では、宿泊施設や観光施設が旅行業登録を受けていない例も多く、営業はウェブページのみであることも多い。また、市民参加型スポーツイベントでは開催地で交通・宿泊の手配に対応できない状況もみられ、JTB スポーツステーションの支援ビジネスを活用するなど、開催地とスポーツ愛好者をつなぐ重要な機能を地元外の旅行代理店に依存せざるを得ない事例も多い。こうした中、皆生トライアスロン開催地でツアーデスクの役割を担う皆生未来開発やしまなみ海道地域の尾道観光協会のように、第三種旅行業の登録を受ける例も出始めており、今後、スポーツを活用した観光商品を地域から造成・販売し、地元消費につなげられる機能が重要となる。

図表 5 マネジメント組織に求められる機能



資料：(公社)中国地方総合研究センター作成

第二に、スポーツツーリズムを継続して推進していく上では、地域の行政、関係機関・団体、民間企業、住民等の相互連携が必要である。また、スポーツツーリズム効果が広範囲で多くの主体に及ぶことから、県境や市町村境を越えて広域にまたがる多様な主体を連携させ、それぞれの利害を調整しまとめていく機能も必要である。例えば、広島県の尾道市と愛媛県の今治市・上島町にまたがるしまなみ海道地域におけるサイクリングを活用した観光まちづくりでは、関係主体が多岐にわたり相互の調整が容易ではなく、利用者のきめ細かなニーズに対応できないという問題にもつながっており、主体間の連携を強めていく取り組みが求められている。ツネイシしまなみビレッジのスポーツ体験型合宿誘致においても、中高生以外への対象者拡大や広域からの誘客、体験メニューの多様化・魅力向上や集客効果の周辺地域への波及に向けて、グループ企業の枠を越えた周辺地域の観光施設等との広域的な連携のあり方を検討していく必要があると考えられる。

第三に、スポーツを活用した着地型観光商品を販売していくためには、様々なスポーツ資源を見出し、調整し、組み合わせ、情報提供を行う総合窓口機能が必要である。具体的には、地域の様々な主体が保有しているスポーツ資源を取り上げ、他の観光メニューと組み合わせ、最終的なスポーツツーリズムのプログラムとして仕上げ、スポーツ愛好者にスポーツツーリズム情報として提供していくものである。それにとどまらず、参加申込や決済、交通・宿泊の手配、体験プログラムの提供なども行う、ワンストップサービスともいえる総合窓口機能が必要である。

以上のようなマネジメント組織を核に、地域活性化を目指して、地域独自の文化・歴史や観光資源を活用しながら、地域の視点でスポーツツーリズムに取り組んでいくことが重要である。その推進役として、スポーツコミッションは大きな可能性を持った組織であり、さらに多様な関係主体との連携のもとに、観光振興を中心とした地域活性化に取り組むことができるよう、地域プラットフォーム（複数の主体が参加し、コミュニケーションや交流を図ることで、相互に影響し合って何らかのものや価値を生み出す仕組み）の形成を図ることが求められる。

4. スポーツによる地域活性化に向けて

(1) スポーツ振興の地域活性化効果と課題

①スポーツ振興の地域活性化効果

スポーツ振興の地域活性化効果は、図表1に示したように、経済的効果と社会的効果に二分できる。そこで中国地域を中心とする事例分析等の結果から、まずプロスポーツを中心とする競技スポーツ振興の経済的効果を整理すると（図表6）、「域外からの誘客、観光関連産業の活性化」については、試合や大会の開催などが観光客・宿泊客を誘引し観光消費を誘発する効果が指摘されるとともに、こうした効果を積極的に発現させるスポーツツーリズムへの発展もみられる。また、「スポーツビジネスや関連産業の活性化」としては、プロスポーツクラブの事業運営が多様な生産・消費を生むことでスポーツ関連産業の活性化につながる事が挙げられる。

これにとどまらず、地域密着型クラブとしての地元企業等との協力関係が、スポンサー企業等や地域産業に利益をもたらす効果もみられる。さらに、「対外的な知名度向上・イメージアップ」については、試合や大会の開催が観客や選手等の参加者に地域をPRする機会になるとともに、試合結果の報道などによる対外的な地域PR効果が指摘される。

次に社会的効果をみると、「住民の地域への誇り・愛着の醸成」としては、チームの存在が住民に地域への誇り・愛着を醸成するだけでなく、特に進学・就職に伴う若年層の域外流出が大きい地域においては、青少年の地域への思いや志（地域で夢を叶える

図表6 スポーツ振興の地域活性化効果

経済的効果
域外からの誘客、観光関連産業の活性化
○観光客・宿泊客の誘引、観光消費の誘発
○スポーツツーリズムへの発展
スポーツビジネスや関連産業の活性化
○スポーツ関連産業の活性化
○スポンサー企業等への貢献
○地域産業への貢献
対外的な知名度向上・イメージアップ
○参加者への地域PR
○対外的な地域PR
社会的効果
住民の地域への誇り・愛着の醸成
○地域への誇り・愛着の醸成
○青少年育成の定住促進効果
住民の一体感・コミュニティ意識の高揚
住民の社会参加・貢献意識やホスピタリティの向上
○住民のボランティア意識・ホスピタリティの向上
○効果の多面的な波及
○地元参加者のボランティア意識の向上

醍醐味)を育むことなどを通じた定住促進効果も期待されている。このほか、競技スポーツが「住民の一体感・コミュニティ意識の高揚」や「住民の社会参加・貢献意識やホスピタリティの向上」につながることを裏付ける具体的事例等も確認された。

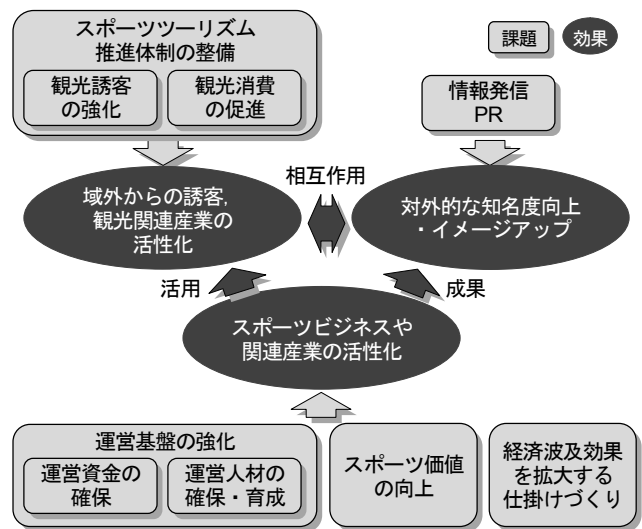
また、市民参加型スポーツイベントに代表される生涯スポーツ振興の地域活性化効果についても、競技スポーツの場合と同様な枠組みで整理できる(図表6)。こうした中、両者の相違点、すなわち生涯スポーツ振興の特色として、経済的効果では「域外からの誘客、観光関連産業の活性化」、社会的効果では「住民の社会参加・貢献意識やホスピタリティの向上」に関する効果が多く挙げられる傾向にあることが指摘できる。このうち「域外からの誘客、観光関連産業の活性化」については、プレーヤーであると同時にツーリストでもある大会参加者等を観光客・宿泊客として誘引し観光消費を誘発する効果が広く指摘される。さらに、旅行代理店による大会エントリー代行サービスなどスポーツイベント支援ビジネスの普及も背景に、皆生トライアスロンや下関海響マラソンなどではスポーツツーリズムへの発展がみられる点も注目される。また「住民の社会参加・貢献意識やホスピタリティの向上」としては、住民のボランティア意識・ホスピタリティの向上にとどまらず、これらがリピーター拡大や地域の一体感醸成などの効果へ多面的に波及する好循環を生むことが指摘されるほか、大会等への地元参加者のボランティア意識の向上につながる効果がみられることも好循環の一例として注目される。

②地域活性化効果発現の課題

中国地域を中心とする事例分析等の結果から、上記の経済的効果を発現するための課題を整理すると、図表7のような全体像を描くことができる。まず、経済的効果発現の基本的課題といえるのが「スポーツビジネスや関連産業の活性化」であり、具体的には、まずスポーツクラブや大会等の運営基盤強化に向けた資金の確保と人材の確保・育成が求められる。その際には、地元のスポンサーやボランティア等の支援を受ける一方で、それに応える経済的・社会的価値を提供できるような、相互に利益のある関係を構築することが重要と考えられる。

また、こうした関係構築のためにも競技力等の魅力、すなわちスポーツ価値の向上を図る必要がある。特に、プロスポーツにおいては「観る」スポーツと

図表7 経済的効果発現のための課題の構図



資料：(公社)中国地方総合研究センター作成

しての多面的な魅力を高めることが求められ、アマチュアスポーツにおいても、関連大会の誘致や観光施設と連携したスポーツツーリズムの展開など、他の地域資源との相乗効果も生むようなスポーツ価値の向上を図ることが課題といえる。

さらに、経済波及効果を拡大する仕掛けづくりも課題として指摘される。具体的には、スポーツクラブや大会等と地元企業との間で、スポーツ価値向上や関連商品開発などにおいてコラボレーションを推進することが求められる。また、多様な主体の連携によるスタジアム等周辺での周遊価値づくりも経済波及効果拡大の仕掛けとして重要である。

加えて「域外からの誘客、観光関連産業の活性化」に向けた課題として、観光誘客を強化し観光消費を促進するスポーツツーリズム推進体制の整備が挙げられるとともに、「対外的な知名度向上・イメージアップ」のための情報発信・PRも必要といえる。

このほか社会的効果発現の課題として、競技スポーツにおけるスクール事業や地域活動の充実、ファンづくりや「語る」スポーツの振興など、「する」「観る」「語る」「支える」スポーツと住民との接点拡大・多様化を図ることが挙げられる(図表8)。さらに、社会参加・貢献意識やホスピタリティを具体的な行動に結実させるには、「支える」スポーツへの参画機会を提供し行動を促していく必要があると思われる。

(2) スポーツによる地域活性化の方向性

スポーツによる地域活性化を図る上では、各地域

が有するスポーツ資源や期待する効果等に応じて、他分野との連携あるいは多様な主体の連携のもとに、取り組みを戦略的に推進していく必要があると考えられる。スポーツ振興を地域活性化に結び付けていくためには、狙いを明確化しその道筋を関係者で共有して活動していく戦略性が求められるといえる。こうした戦略の立案や実行の中核を担う組織として注目されるのがスポーツコミッションである。

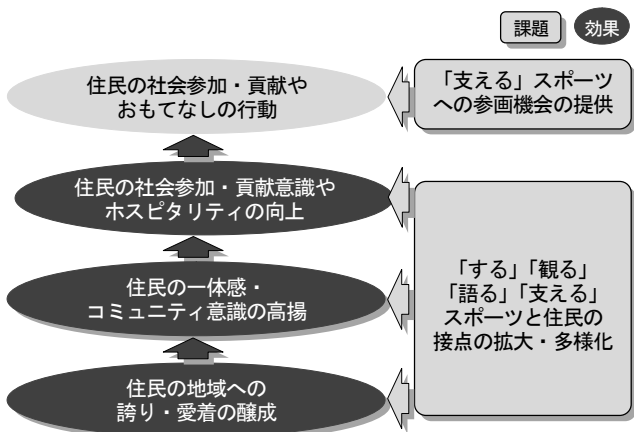
スポーツコミッションの設立に際しては、スポーツツーリズムの推進をはじめとする経済的効果を重視する一方で、地域における暮らしの豊かさの増進につながる社会的効果にも配慮した機能整備を検討することが求められる。なお、既設のスポーツコミッションにはスポーツツーリズムの推進に重点を置く組織が多い中、こうした経済的効果だけでなくむしろ社会的効果に着目し、スポーツ振興による多面

的な地域づくりを目指している組織として出雲スポーツ振興 21 が注目される。

こうした観点から、中国地域を中心とした事例分析結果等を踏まえると、スポーツコミッションには「域外からの誘客、観光関連産業の活性化」「スポーツビジネスや関連産業の活性化」「対外的な知名度向上・イメージアップ」といった経済的効果に結び付く機能、「住民の地域への誇り・愛着の醸成」「住民の一体感・コミュニティ意識の高揚」「住民の社会参加・貢献意識やホスピタリティの向上」といった社会的効果に結び付く機能とともに、スポーツによる地域活性化に関する戦略立案・実行機能（マネジメント機能）の整備が必要といえる（図表 9）。

また、スポーツコミッションの設立に当たっては、フィルムコミッションや観光・コンベンションビューロー等の類似組織との役割分担・連携を図ることも求められる。各組織が有する誘致機能や支援機能は共通性が高いと考えられることから、スポーツコミッションをはじめとするこれら組織全体の効率的で効果的な機能発揮に向けて、地域の実情に応じた適切な組織のあり方を検討していく必要がある。

図表 8 社会的効果発現のための課題の構図



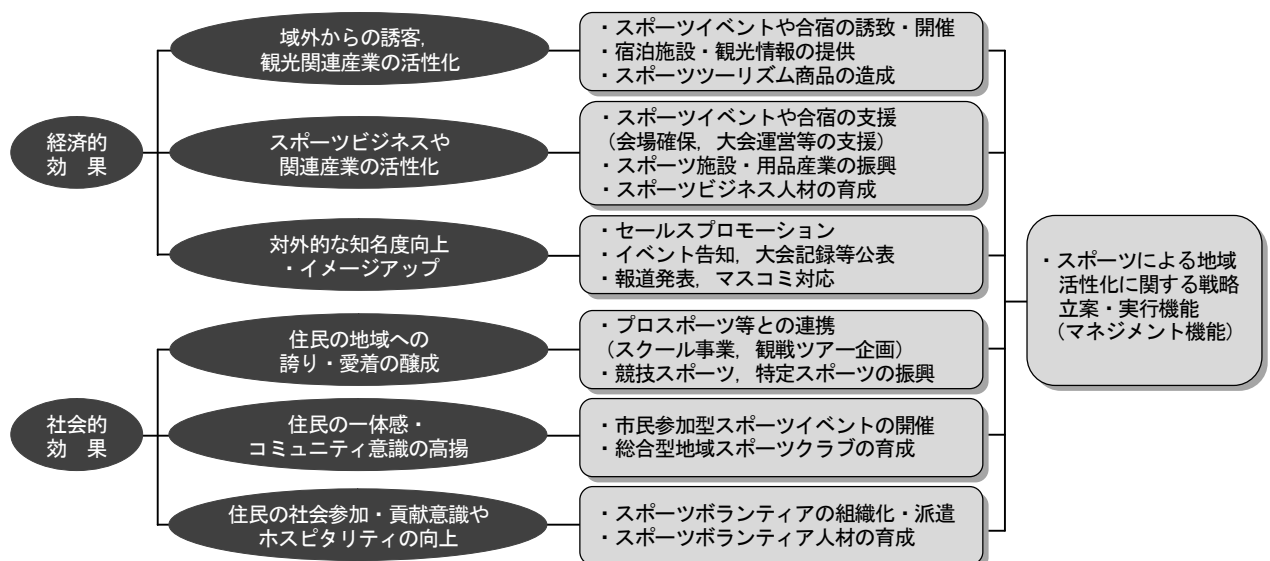
資料：(公社)中国地方総合研究センター作成

プロフィール

ほんごう・みつる

公益社団法人中国地方総合研究センター 地域経済研究部長・主任研究員。1961（昭和 36）年生まれ。1983（昭和 58）年 立命館大学文学部地理学科卒。2001（平成 3）年 社団法人中国地方総合研究センター入所。著書に、『歴史に学ぶ地域再生』（共著、吉備人出版）等。

図表 9 スポーツコミッションに求められる機能例



資料：(公社)中国地方総合研究センター作成