

スポーツによる地域活性化

－「中国地域経済白書2013」の概要－

公益社団法人中国地方総合研究センター
中国電力株式会社エネルギー総合研究所

公益社団法人中国地方総合研究センター（広島市、会長：熊野義夫）と中国電力株式会社エネルギー総合研究所（広島市、所長：平野正樹）は、このたび、書籍「スポーツによる地域活性化－中国地域経済白書2013－」を出版した。

なお、中国地域経済白書は、1998年から毎年刊行しており、今年が16回目となる。

「中国地域経済白書2013」の構成と特集テーマ

「中国地域経済白書2013」の構成

- ◇ 「中国地域の経済情勢と景気動向」を概観する第1部（第1章～第2章）、特集テーマを「スポーツによる地域活性化」とした第2部（第3章～第6章）からなる。

特集テーマ「スポーツによる地域活性化」の意図

- ◇ Jリーグの設立を契機として、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な存在であった中国地域においても、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、島根ササノオマジックのbjリーグへの加盟などにより、近年、大きく様変わりしている。
- ◇ また、全国と同様に中国地域では、スポーツイベントの開催や総合型地域スポーツクラブの育成など、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の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。
- ◇ このため、本白書では、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。

「中国地域経済白書2013」のポイント

第1部. 中国地域の経済情勢と景気動向

第1章. 2012年の中国地域経済の動向 [p1～p12]

《第1節. わが国および中国地域の経済動向 [p1～p6]》

- 2012年の国内経済は、前年からの歴史的な円高と海外経済の停滞により、輸出額が低下したため貿易赤字が拡大するなどの影響を受けた。ただ、2012年の実質経済成長率は全国が2.0%、中国地域(推計)は1.4%となり、経済に回復傾向がみられるようになったが、依然デフレは解消しておらず先行きの懸念材料となっている。（図1.1.3、図1.1.5）

《第2節. 景気動向 [p7～p12]》

- 景気動向指数などから中国地域の景気動向をみると、2011年半ば以降停滞傾向にあったものの、2012年に入って以降はやや持ち直していた。その後は円高による製造業の低迷もあって再び景気は悪化基調で推移していたが、2012年末以降は政権交代に伴う政策転換や円高是正などを背景によりやく回復傾向に入りつつある。（図1.2.1）

第2章. 主要項目別にみた中国地域経済 [p13～p54]

《第1節. 個人消費 [p13～p22]》

- 消費支出は、円高などに伴う雇用不安や所得の伸び悩み、2010年から2011年にかけての経済対策による需要先食いの反動などもあり、全国的に伸び悩みが強い状況にあった。不透明感の強い経済情勢を背景に、消費者マインドも不安定な動きをしていたものの、2013年に入り緊急経済対策や円安、株価上昇など明るい材料が出てきたことから改善しており、今後の消費支出の回復が期待できる。（図2.1.2、図2.1.7、図2.1.8、図2.1.13）

《第2節. 住宅投資 [p23～p30]》

- 新設住宅着工は、貸家を牽引役として緩やかに増加している。貸家の新設が好調となった背景の一つとして、高齢者単独世帯数の増加と高齢者向け設備を備えた借家の不足といった借家需要と貸家供給にミスマッチが生じていることが挙げられる。今後も来るべき高齢社会に向けて新設を含めて高齢者向け賃貸住宅を拡充することが必要である。（図2.2.1、図2.2.2、図2.2.10、図2.2.11）。

《第3節. 民間設備投資 [p31～p38]》

- 民間設備投資は、内外経済の先行き不透明感が強まる中で企業マインドが慎重さを増したことなどから、2012年度は前年を下回った。一方、業種別では航空機向け素材、医薬品・医療機器、再生可能エネルギー関連など将来の成長が期待される分野への設備投資が盛んに行われた。2013年度以降も成長分野への設備投資が下支えとなる。（表2.3.3、表2.3.5）

《第4節. 生産活動 [p39～p46]》

- 生産活動は、円高の長期化や海外経済減速の影響によって大きく下押しされた。ただし、全国の鉱工業生産指数は、震災からの挽回生産や復興需要、エコカー補助金の復活などが押し上げたため、わずかに前年を上回った。一方、中国地域の鉱工業生産指数は、これらの効果が限定的であった上、輸出依存度が高いこともあって前年を下回った。（図2.4.1）

《第5節. 雇用・労働 [p47～p54]》

- 雇用情勢は、失業面や労働需給面からみると、経済対策や復興需要などに支えられた非製造業の改善によって、ほぼリーマンショック前の水準まで回復している。ただし、製造業は円高の長期化等の影響で厳しい状況が続いている。非正規社員率が低い製造業の不振は、全体の非正規社員率の上昇に拍車を掛けたとみられ、賃金面の改善を遅らせる一因となっている。（図2.5.1、図2.5.3、図2.5.4、表2.5.2、表2.5.3）

第2部. スポーツによる地域活性化

第3章. スポーツによる地域活性化の動き [p55～p65]

《第1節. スポーツによる地域活性化の進展 [p55～p60]》

- スポーツによる地域活性化は、20世紀末に萌芽がみられ、2000年代以降に本格化・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。（表3.1.1）

《第2節. スポーツによる地域活性化の効果と分析視点 [p61～p65]》

- スポーツ振興の地域活性化効果には、「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」といった経済的效果と、「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があり、「対外的な知名度向上・イメージアップ」は双方に関わる。（図3.2.2）

第4章. 中国地域各県の取り組み [p66～p116]

《第1節. 鳥取県 [p66～p75]》

- ガイナーレ鳥取は、経済的效果（年間約5億円）とともに、郷土愛の醸成や地域を盛り上げ

る社会的効果を生んでおり、集客力の強化、安定した財務基盤の確立、そのためのビジョンの明確化が課題である。また、皆生トライアスロン等のイベントは、交流人口増加と地域イメージアップに寄与し、連携による盛り上がりの持続・拡大、支援者や参加者への還元が課題となっている。

《第2節. 島根県 [p76～p85]》

- 島根スサノオマジックは、地域一体感を醸成し、青少年の夢を育み、企業の活力を増進する効果があり、地域と協力し高め合う関係強化への取り組みなどが期待される。また、なかうみマラソン全国大会等のイベントは、観光消費のほか、住民の地域再認識、交流人口拡大やネットワーク構築の効果があり、波及効果を高める仕掛け、運営スタッフの確保・育成などが課題である。

《第3節. 岡山県 [p86～p95]》

- ファジアーノ岡山、岡山シーガルズ、岡山湯郷Belleの地域密着型三クラブは、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。また、そうじゃ吉備路マラソン等のイベントは、特産品販売やボランティアとの触れ合いなどが地域PRにつながり、住民の地域貢献意識を育む効果もある。

《第4節. 広島県 [p96～p105]》

- 9クラブが加盟するトップス広島やアンジュヴィオレ広島の地域活動は、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し、それぞれ資金面等の運営基盤強化が課題である。また、総合型地域スポーツクラブを目指すツネイシ・スポーツアクトは、スポーツ普及や選手育成に貢献する一方、指導者確保や広報活動充実が課題となっている。

《第5節. 山口県 [p106～p116]》

- レノファ山口FCはスポンサー企業のグッズ企画・開発など経済的効果がある中でJ3参加への財務基盤強化が課題であり、カープ二軍練習場では年間約3万人の来場者の観光消費促進が求められる。ゆうスポーツクラブは人的ネットワーク形成等の効果があり、運営人材・指導者の確保・育成に課題がある。また、下関海響マラソンは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中で魅力向上・発信が課題となっている。なお、山口県では2011年国体の成果を活かした「我がまちスポーツ」推進事業などスポーツ振興を通じた地域活性化が進展しつつある。

第5章. スポーツによる地域活性化の諸相 [p117～p171]

《第1節. 地域密着型プロスポーツによる地域活性化 [p117～p134]》

- 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。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、その中心は「強いチームづくり」であり、それを補完する「来場価値づくり」も進化し観客の満足度を高めている。地域側の課題は、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・側面的支援であり、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挙げられる。
(表5.1.8、図5.1.13)

《第2節. 特定スポーツによる地域づくり [p135～p151]》

- 特定スポーツの振興による地域づくりの成功要因は、高い競技力の養成とこれを支える人材育成の好循環である。さらに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で、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する。こうした特定スポーツ振興の課題として、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。(表5.2.5、図5.2.10)

《第3節. スポーツツーリズムの推進 [p152～p171]》

- 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。「する」スポーツを対象とするツーリズムを推進するには、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。また、スポーツツーリズムを核に多様な取り組みで地域を活性化させるため、複数の主体が連携する「地域プラットフォーム」の形成が求められる。(図5.3.9)

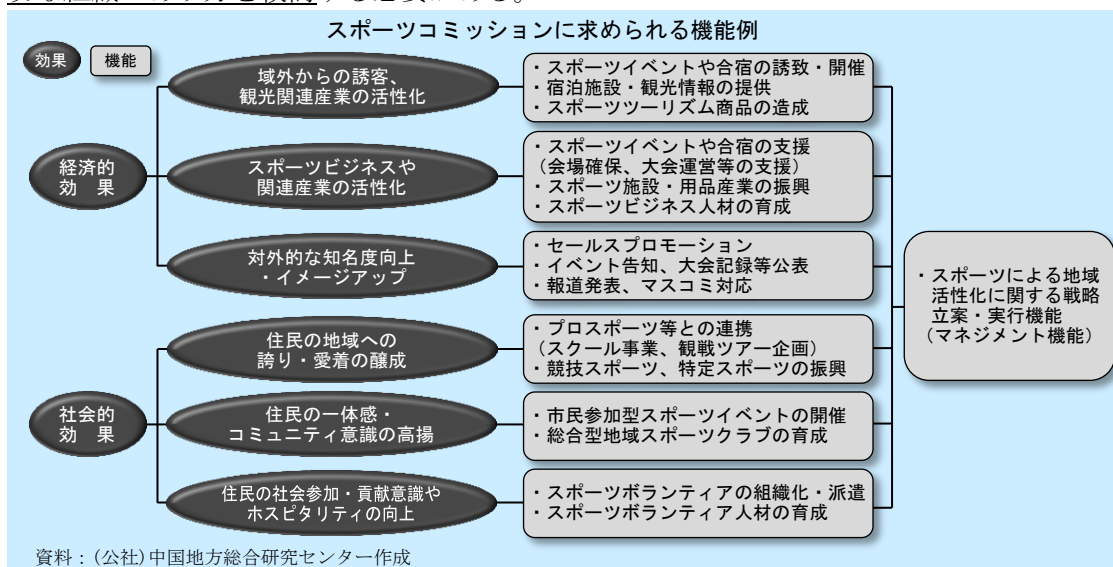
第6章. スポーツによる地域活性化に向けて [p172～p184]

《第1節. スポーツ振興の地域活性化効果と課題 [p172～p177]》

- スポーツ振興の経済的効果発現のための課題は、「スポーツビジネスや関連産業の活性化」に向けたクラブやイベントの運営基盤(資金、人材)の強化、スポーツ価値の向上とその増幅の仕掛けづくりである。これを基礎に「域外からの誘客、観光関連産業の活性化」に向けたスポーツツーリズム推進体制の整備や「対外的な知名度向上・イメージアップ」に向けた情報発信・PRも必要となる。また、社会的効果につながる住民意識の向上のためスポーツと住民の接点を拡大・多様化しつつ、「支える」スポーツへの参画機会を提供し具体的な行動に結実させる必要がある。(図6.1.1、図6.1.2)

《第2節. スポーツによる地域活性化の方向性 [p178～p184]》

- スポーツによる地域活性化を図るためには、各地域が有するスポーツ資源や期待する効果等に応じ、他分野との連携あるいは多様な主体の連携のもと、取り組みを戦略的に推進していく必要がある。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。その設立に当たっては、経済的効果を重視する一方で社会的効果にも配慮した機能整備を検討するとともに、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・連携を図るため、地域の実情に応じた適切な組織のあり方を検討する必要がある。



《補論. プロスポーツのソーシャルキャピタル蓄積促進効果に関する定量的分析 [p185～p203]》

- 地元チームは住民の応援意識・行動を喚起し地域の誇りや魅力として認知される。そして、こうした意識・認知は地域貢献意識を高め、応援を通じた人々の関係づくりが家族・友人・近隣住民との関係を親密化させる結果、ソーシャルキャピタルの蓄積が促進される。(図14)

- ◆ 定 価 2,940円(消費税込み)
- ◆ 発売時期 2013年10月上旬から官報販売所および主要書店等で販売予定
- ◆ 問合せ先 (公社)中国地方総合研究センター(TEL:082-245-7900、E-mail:ccrc@ccrc.or.jp)