

スポーツによるまちづくり戦略

早稲田大学スポーツ科学学術院 教授
原田 宗彦



はじめに

スポーツが体育や社会教育の範疇と考えられた時代、「スポーツ」と「まちづくり」は異質の概念として扱われ、両者が融合することはなかった。しかしながら、スポーツのパワーが増大し、社会的あるいは経済的な効果に注目が集まり、スポーツレガシー（遺産）に対する理解が深まるにつれて、スポーツがまちづくりに与える影響を無視することができなくなった。

まちづくりとは、さらに良い生活が送れるように、道路や街並み、景観といったハード部分と、歴史文化、芸術、スポーツ等のソフト部分の両面から改善を図ろうとするプロセスのことであるが、スポーツに関しては、ハードとソフト両面に改善を促す力を備えている。筆者は、拙著『スポーツ都市戦略』^{*1}の中で、スポーツとの親和性が高い都市とは、スポーツが重要な政策課題とされ、すべての住民やビジターが、「する」「見る」「支える」スポーツに積極的に関与できる機会に満ち溢れた都市のことであると指摘したが、スポーツを都市発展のプラットフォームとして活用する動きは活発化している。

スポーツ・健康まちづくりに対する国の支援

国土審議会（国土交通省）は、2050年の日本の人口が1億192万人まで減少し、現在人が居住している地域の約2割が無居住化すると予測し、新しい国土の姿を描く作業を行って

いるが、国土が縮小する計画づくりの中で、スポーツや健康を主軸としたまちづくりをどう行うかが問われている。

内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局および内閣府地方創生推進事務局は、2019年6月に「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」を定めた。これは第2期地方創生であり、第1期で定めた①地方にしごとをつくり安心して働けるようにする、②地方への新しいひとの流れをつくる、③若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる、④時代に合った地域をつくり安心な暮らしを守り、地域と地域を連携するといった4つの基本目標を踏まえ、Society5.0の実現やSDGsを原動力とした地方創生など、時代の流れに沿った新しい視点が盛り込まれている。さらに、地域の経済社会構造全体を俯瞰して地域をマネジメントするなど、地域経営の視点が強調されているのが特徴である。

地域スポーツ戦略に関しては、④の時代に合った地域づくりの目標のひとつに「スポーツ・健康まちづくりの推進」が掲げられ、3つの政策の柱が定められた。第一は、「スポーツを活用した経済・社会の活性化」であり、スポーツツーリズムの推進、地域スポーツコミッションの設置支援・機能強化の他、スポーツ大会の開催都市やホストタウンのレガシー形成支援等が明記されている。その中には、プロスポーツチームを地域のイノベーション創出の核にする提案の他、筆者が座長を務めるスポーツ庁の「スポーツツーリズム需要拡大のため

の官民連携協議会」が進める「アウトドアツーリズム」や「武道ツーリズム」を強力に推進することが明記されている。

第二は、「スポーツを通じた健康増進・心身形成・病気予防」であり、スポーツ実施率向上に向けた推進体制の構築、学校体育施設の活用促進、学校体育と地域スポーツの連携・協働、そして医療機関との連携の促進等の項目が含まれている。そして第三は、「自然と体を動かしてしまう『楽しいまち』への転換」であり、国土交通省が推進するウォークブルシティ（Walkable City）の実現、公園のさらなる活用によるスポーツがしたくなる環境整備（広場の芝生化）、そして自転車の活用推進（自転車通行空間の整備促進等）などが示されている。^{*2}

スポーツ庁によるスポーツによるまちづくり戦略

スポーツまちづくりは、スポーツ庁においても重要な政策課題に位置付けられており、ポスト2020に向け、「スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業」を行っている。この事業が狙うのは、スポーツによる継続的なまちづくりと地域活性化の実現である。その成果として期待されるのが、＜社会的効果＞としての「スポーツのまちとしてのアウトターブランディング」「ローカルアイデンティティ・地域一体感の醸成」「地域スポーツ人口・関心層の拡大」「季節・年間を通じての誘客による、従事者の雇用安定」であり、地域への＜経済効果＞として期待されるのが「合宿参加者・スポーツツーリストの滞在に係る消費（宿泊・飲食・観光・物販など）」「スポーツアクティビティの参加料収入」などである。この支援事業を通じて、スポーツ庁は、地域スポーツコミッション等の「地域活性化組織」が核となって創出された優良事例を全国に横展開し、東京2020オリンピック・パラリンピック大

会のレガシーとして残すことを企図している。^{*3}

さいたま市のスポーツ都市戦略

国やスポーツ庁が、スポーツや健康をベースとしたまちづくりに力を入れる一方、独自のスポーツ都市戦略を展開する自治体もある。それが、さいたま市である。同市が狙うのは、2011年に設立した「さいたまスポーツコミッション」を一般社団法人化し、従来のスポーツイベントの誘致支援事業と開催事業を中核事業としつつ、スポーツ施設の管理運営事業とスポーツビジネスの創出事業に力を入れる「スポーツ都市戦略」である。具体的には、さいたま市内に集積するスポーツ施設群を中心に、宿泊、飲食、研修施設等のネットワーク化によって、スポーツを「する場」と「学ぶ場」を確保するとともに、企業、大学、団体等が持つ最新の知見や技術を活用した実証研究など、新たなスポーツ産業の成長の場とするという計画である。^{*4}

さいたま市は、このようなネットワークを「さいたまスポーツシュール」と呼び、スポーツを活用したコミュニティ形成を狙っている。スポーツシュールとは、複数の競技種目に対応した、ドイツの滞在型総合スポーツトレーニング研修施設のことであるが、さいたま市では、施設にとらわれない、民間活力を最大活用するネットワーク型シュールという構想を描いている点が特徴的である。^{*5}

スマート・ベニューとスマートシティ

スポーツまちづくりにおいては、新しく建設されるスタジアムやアリーナを核としたまちづくりが提案されている。それが日本政策投資銀行の提唱する「スマート・ベニュー」であり、スポーツまちづくりの具体的方向性を示唆する考え方のひとつである。同社によれば、スマート・ベニューとは、周辺のエリ

アマネジメントを含む、複合的な機能を組み合わせたサステナブルな交流施設であり、税収や雇用の増加といった経済的価値に加え、地域内外の人々の交流空間としての機能や、防災拠点といった社会的価値の両面を創出するものと説明されている。具体的には、スタジアムやアリーナといった多機能複合型施設を街の中心に建設し、市街地に賑わいと経済的なインパクトをもたらすという考え方である。新潟県長岡市に建設された「アオーレ長岡」や、水戸市は、それぞれ新潟アルビレックスBBや茨城ロボッツといったバスケットボールのチームが本拠地にしているという点で共通している。

さらに、ICT (Information and Communication Technology) やIoT (Internet of Things)、そしてロボット、AI、次世代モビリティサービスなど、急速に発展する多様なテクノロジーを、これからのまちづくりに活用しようとする動きも盛んである。これがスマートシティ構想であり、国土交通省によれば、「都市の抱える諸課題に対して、ICTなどの新技術を活用しつつ、マネジメント（計画、整備、管理・運営など）が行われ、全体最適化が図られる持続可能な都市または地区^{*6}」と定義されている。

日本でスマートシティとスポーツが組み合わせられた事例はないが、アメリカでは、スポーツとエンターテインメントによるスマートシティ構想が動き出している。そのひとつの例が「ジョンソンコントロールズ殿堂ビレッジ」(Johnson Controls Hall of Fame Village) である。ジョンソンコントロールズは、ビル管理会社であるが、防災・セキュリティシステムやコスト管理、HVAC（暖房、換気、空調）まで施設の総合的な管理システムを提供する会社として、オハイオ州のカントンにある「プロフットボール殿堂」(Hall of Fame) の「オフィシャル・スマートシティ・パートナー」として18年間の命名権も獲得している。さら

に毎年夏に開かれるプロフットボール殿堂のセレモニーやイベントも、ジョンソンコントロールズがスポンサーとなるなど、施設の管理からイベント運営まで、包括的なスポーツまちづくり事業を展開している。

スポーツまちづくり戦略：新しい社会課題への挑戦

地域のスポーツ政策には、「地域資産形成」のためのインナーの政策と、「域外交流振興」のためのアウトターの政策がある^{*1}。アウトターの政策とは、スポーツツーリズムの推進によって、域外からスポーツ参加者や観戦者を呼び込み、地域に経済・社会効果を生むことが主たる目的であるが、インナーについては、学校の部活動やスポーツ実施率の向上、そして健康増進や成人病予防など、地域住民のウェルビーイングを高めることが目的となる。地方自治体は、インナー政策とアウトター政策の両輪を＜駆動＞することによって、スポーツやスポーツイベントに備わっている、社会課題を解決する力を高めることが可能となる。そのひとつが、人口減と高齢化がもたらす地域の衰退を防ぐ、スポーツによる新しいコミュニティづくりである。

コミュニティスポーツに求められる新しい役割

コミュニティスポーツは、日本が高度経済成長期に突入し、経済最優先の社会へと転換した1960年代から1970年代に注目されたスポーツ振興政策のひとつである。当時は、働くことが美德とされ、長時間労働が一般的だった時代で、地域の連帯感の希薄化や生きがいの喪失が社会問題としてクローズアップされるようになった。そこで注目を集めたのが、コミュニティという生活の場を介して、人間連帯の回復を求める手段としてのスポーツの役割であった。1973年に経済企画庁が発表し

た「経済社会基本計画」の中では、コミュニティスポーツは、日本経済の高度成長の中で失われてきた「ふるさと」を再建し、人びとの心のよりどころや連帯感を生み出す地域活動の一環と考えられた。

当時の社会課題は、長時間労働によるコミュニティの「崩壊」であり、働き手（世帯主でほぼ男性）が地域と疎遠になることによって起きる地域活動の停滞であった。その一方、現代の地域が直面する社会課題は、急速な高齢化と人口減によるコミュニティの「消滅」であり、問題はより深刻化している。

現代日本が抱える深刻な課題

日本は、先進諸国の中でも特に少子高齢化の進行が顕著である。この現象の厄介なところは、台風や津波のような天災や、建造物の崩落や自動車事故のような人災と異なり、目に見えないところで時間をかけて、ゆっくりと静かに、国土全体で進行する点にあり、大規模な国際人口の移動（例えば移民政策）がない限り確実に悪化する。2018年に生まれた子どもの数は、前年より2万7,668人少ない91万8,397人となり、統計をとり始めた1899年以降最低となった。1人の女性が生涯に産む子どもの数を示す合計特殊出生率も、前年より0.01少ない1.42で、改善する兆しは見えていない。

「日本全体の人口減」については、少子高齢化の影響が強く、この流れを止めることはできないが、「地域別の人口減」は、転出・転入の影響を強く受ける。すなわち、地域における人口減は、主に若者の転出が最大の要因であり、特に若い女性の流出によって、未来の人口増の可能性が消滅する。衰退が止まらない地方都市では、医療や介護等の行政サービスの低下や雇用の減少など、住むことが困難な状況が生まれる。

そうなると、店を閉じる「店じまい」や、墓を処分する「墓じまい」と同じ文脈で、住

む人がいなくなった街を閉じる「街じまい」が、各地で頻出することになる。人口減少によるサバイバルレースに負ける自治体はその対象となるが、その一方で、ある一定の人口を保ちつつ、行政機能を維持できる自治体も多数存在する。では、その違いはどこにあるのだろうか？ひとつの手掛かりになるのが、若年層の流出を防ぐコミュニティの存在であり、そこにスポーツやスポーツイベントがどのような役割を果たすかを検証することは、今後のスポーツ政策を考える上で重要な作業となる。

若年層の流出を防ぐコミュニティの創出

高松^{*7}は、ドイツの社会都市論を援用しつつ、都市を「地縁・血縁」の前近代的な人間集団ではなく、「赤の他人」の密集空間であると考え、都市機能のひとつとして、赤の他人同士が知り合う「装置」が必要であると指摘した^{*1}。それが、都市を「赤の他人」の集まりから「コミュニティ」要素のある空間にするための文化政策やNPO（に相当する組織）であり、例えばドイツの場合、全国に8万強ある地域密着型のスポーツクラブが、この機能を果たす不可欠の装置として存在している。

ドイツのスポーツクラブは、日本の同好会のような仲良しクラブとは異なり、スポーツ施設の計画・建設・運用についても、対象区域内のクラブが深く関わるなど、都市経営の一翼を担う点が特徴である。よって日本においても、現在のスポーツクラブを、都市経営に関わることができる事業経営体へと発展させ、文化や観光を取り込むことによって経営規模を拡大し、都市に新しいコミュニティをつくる装置として活用するための議論が必要となる。具体的には、法人化された事業経営体としてのスポーツクラブや、アウターの機能だけでなく、インナーの機能も併せ持った地域スポーツコミッション等の新しい地域ス

スポーツの司令塔が必要であり、都市経営のアクターとして、確固たる地域を築く必要があると考えられる。

持続的なノン・メガスポーツイベント

コミュニティを築く上で、もうひとつ重視されるべき装置として、地域主導のスポーツイベントがある。スポーツイベントにおいては、普段の生活で顔を合わす必要のない多様なアクター（人材）が、イベントの企画・実施のために一堂に会し、話し合いを進めるところに醍醐味がある。これは地域の祭りも同じく、イベントの準備や片付けのときにも、新しい情報環境やコミュニケーションの場を作ることができるなど、地域のコミュニティづくりのために、有用な装置として機能する。

以下にふたつのノン・メガスポーツイベントを紹介したい。最初の事例は富山県南砺市（旧利賀村）である。人口わずか500人強、高齢化率が約40%で、複数の限界集落を抱える小さな地域であるが、毎年実施している「TOGA天空トレイルラン」が第4回スポーツ振興賞において「スポーツ庁長官賞」を受賞した。^{*8} 筆者は審査委員長として選考に関わったが、受賞の理由は、まさに高齢化と人口減という危機的状況の中、スポーツイベントによるコミュニティの維持・発展を試みる努力が評価されたからである。「地図を引っ張り出して、村の森林組合や高齢者に聞き取りしました。舗装される前に集落と集落を繋いでいた山越えの道の存在を聞き出しては、現地調査に入り、地図にマーカーする。その繰り返しでした。なんども藪漕ぎをして、村民総出で草刈りをし、古道や廃道を復活させたわけですけど、苦勞しました^{*9}」という関係者のコメントは、スポーツイベントによるコミュニティ形成のプロセスを活写する貴重なデータである。

もうひとつは、2019年に4回目を迎えた兵

庫県佐用町の「いなちくロングライド」である。同町は、人口1万7,500人で65歳以上の高齢化率が43.0%（全国平均は28.9%）の消滅可能性都市であるが、ここで開かれたスポーツイベントが「優良なノン・メガスポーツイベント」（Hallmark non-mega sports event）として自走化に成功した。スタートから3年目までは、一部地方創生交付金を使って実施されたが、4回目からは自走化に成功した。回を重ねるごとにイベント運営に改善が加えられ、大会参加者の満足度と再参加意図は極めて高くなっている。

以下に示すのは、2018年大会の実行委員会の依頼を受けて、筆者の研究室がまとめた報告書からの抜粋である。^{*10}

●参加者の平均年齢は44歳で、年齢は10代から60代後半まで、きれいに正規分布している。参加者の7割は兵庫県内から来訪するなど、日帰り行楽圏のアクティビティとなっている。

●初めての参加が56.6%で2回目が27.7%、そして3回目が15.7%であった。イベントの持続性のある発展には、毎年3割程度の新陳代謝（すなわち初参加者）が必要であるが、本イベントでは、より多くの新規参加者が獲得できている。来年あたり、4回連続参加のライダーがいれば、ロイヤルカスタマーとして何らかの形で表彰（発表）することも重要だと思われる。

●全体の46%が知人や友人、31%がHPから本イベントの情報を得ている。よって口コミによるバズマーケティングやHPの次年度に向けた定期的更新が重要となる。

●宿泊したのは全体の1割で、3割が1人で参加している。お1人様マーケットへの対応も考慮すべきであろう。

●経済効果に関しては、参加者の商圏が狭くて日帰り参加者が多いため、それほど大きな額にはならなかったが、それは宿泊客が少な

く、イベント後も地元でお金を使う場所や仕組みがないためである。地元でしか使えないクーポン券を配布するなど、地元にお金が落ちる仕組みがあることが望ましい。

●チェックポイントで最も満足度が高かったのは、ロング・ショートともに佐用町役場（ゴール）であった。

地方で開かれるスポーツイベントの本質は、開催地のファンづくりにある。佐用町のように、著名な観光資源がない自治体では、交流人口を増やすことは困難である。その場合、一時的に多くの参加者を集めるスポーツイベントは、佐用町のファンづくりに重要な役割を果たすとともに、隠れた観光資源を顕在化させることが可能である。実際、ロングライドに参加した人の満足度と再訪意図は高く、佐用町に対しても良いイメージを持つなど、ファンづくりは着々と進んでいる。佐用町のスポーツまちづくりにおいては、これまでのロングライド参加者を顧客化し、四季を通じた観光マーケティングのターゲットとする戦略が必要とされる。

まとめ

スポーツによるまちづくり戦略は、国やスポーツ庁がバックアップする新しい地域活性化戦略であり、補助金の額も増加傾向にある。現在は、成功を取めたラグビーワールドカップ2019や2020年東京オリンピック・パラリンピック大会、そして2021年開催の関西ワールドマスターズゲームズといったメガスポーツイベントによって、スポーツに対する注目度は高まっているが、重要なポイントは、これらの大会のレガシーを持続的なまちづくりや地域活性化にどう活用するかという戦略的な視点である。今後、時代の追い風を受けて、地方が持つ独自の資源を活用した多様なスポーツまちづくり戦略が実現することが期待

される。

- *1 原田宗彦『スポーツ都市戦略』学芸出版、2016年
- *2 「スポーツ・健康まちづくり」を目指す自治体は、地方版総合戦略の策定の中で、総額1,000億円の地方創生交付金を獲得するための事業計画の提案が可能となる。
- *3 スポーツ庁による「スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業（令和2年度）」では、65,456千円の予算が確定している。
- *4 Business ASPECT「スポーツのまち・さいたま市が挑むスポーツ都市戦略とは？」週刊東洋経済2019年2月9日号
- *5 これまで「公益財団法人さいたま国際観光協会」の一部門であった「さいたまスポーツコミッション」を分離し、一般社団法人化することによって、上記の「アウター」（スポーツイベントの誘致）と「インナー」（地域スポーツの振興）に関するスポーツ政策の同時展開が可能となった。
- *6 国土交通省「スマートシティの実現に向けて【中間とりまとめ】（本編）」（<http://www.mlit.go.jp/common/001249774.pdf>）
- *7 高松平蔵「補助的プログラムとしてのドイツの『社会都市』」NIRA My Vision. No.40,2019,p.19
- *8 スポーツ庁HP:https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/shingi/001_index/bunkabukai/attach/1375424.htm
- *9 TrailRunner.jp (http://trailrunner.jp/toga_1.html)
- *10 早稲田大学スポーツビジネスマネジメント研究室「いなくちロングライド参加者報告書」2019年1月16日（非公開資料）

著者略歴

原田 宗彦（はらだ・むねひこ）

1954年大阪生まれ。ペンシルベニア州立大学博士課程修了。鹿屋体育大学助手を経て大阪体育大学教授。フルブライト上級研究員（テキサスA&M大学）を経て現職。日本スポーツマネジメント学会会長、（一般社団法人）日本スポーツツーリズム推進機構代表理事、（公益社団法人）日本トライアスロン連合顧問、日本バレーボール協会理事等を務める。著書に『スポーツ産業論第6版』（編著）、『オリンピックマーケティング』（監訳）、『スポーツマーケティング改訂版』（共著）、『スポーツ・ヘルスツーリズム』（編著）、『スポーツ都市戦略』（2016年度不動産協会賞受賞）他多数。