

ホワイトスペースを地域振興につなげる

●地域は疲弊している

シャッター通りは増加、公共交通(バス・ホーバー)赤字撤退、
アパート・ビルの空室率増加、誘致企業の縮小・撤退、就職
先が無い……

地域産業の先行きは暗い…

●地域のスポーツやお祭りは、年々盛んに、そして洗練され、 観て楽しめるコンテンツになってきた。



スポーツやお祭りコンテンツを地域再生のきっかけに出来ないか、
ホワイトスペースを活用出来ないだろうか。

●例えばスポーツ

- ・全国の自治体には平均20のスポーツ団体。プロ化の動きも活発。
Jリーグ(サッカー)、bjリーグ(バスケットボール)、フットサル、プロ野球独立リーグ、ソフトボール、バレーボール……
- ・せっかく地域のスポーツがあっても球場やドームに行かないと観られない。
- ・米国のプロスポーツは、ほとんどが地域フランチャイズ。資金も豊富。ファンは全てのゲームをテレビで観ることが出来る。

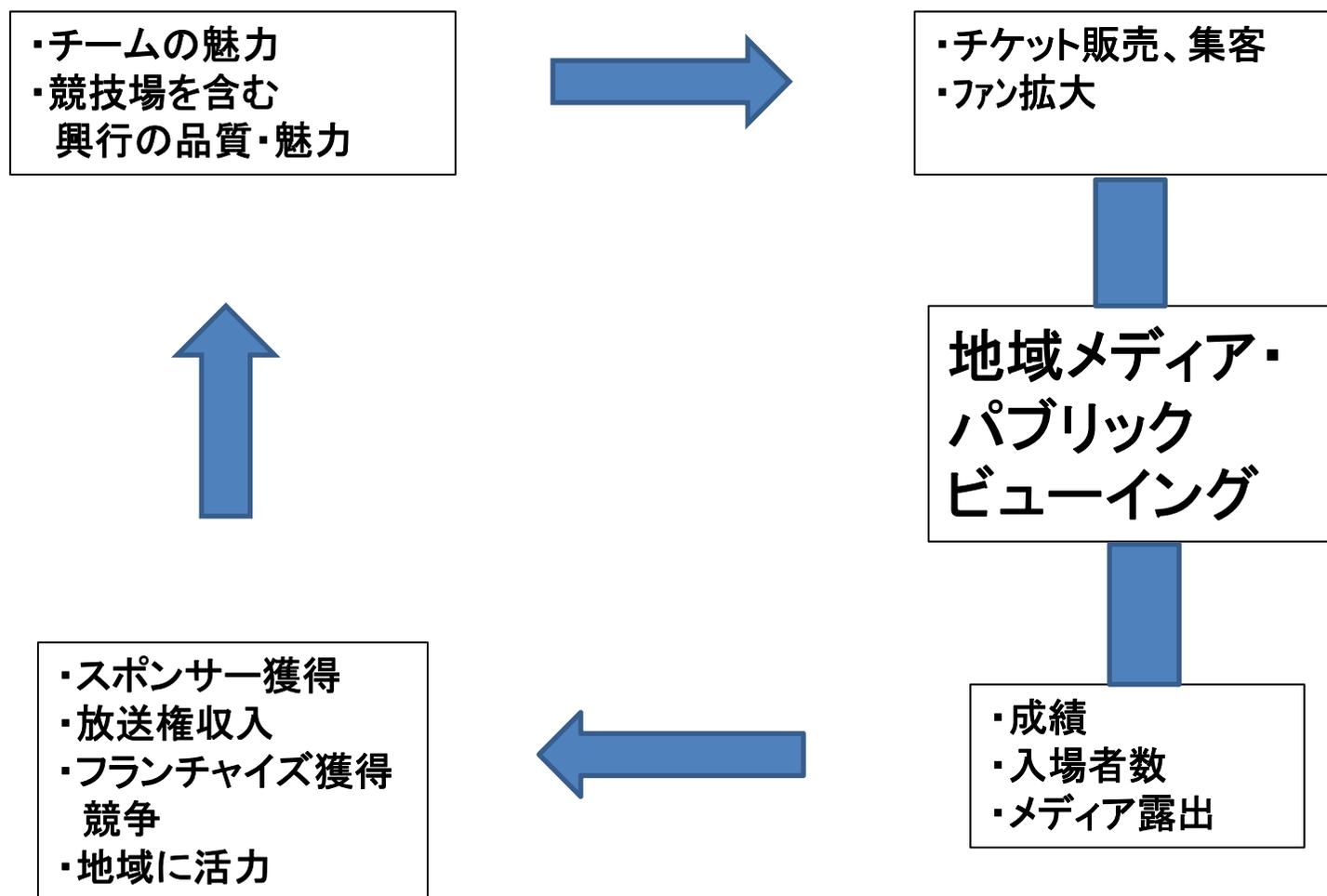
●米国の地域フランチャイズシステムが成功している理由

- ・広い国土
- ・ケーブルテレビ局の普及（80%以上が加入）。
地元ケーブルでほとんどの地元ゲームを楽しめる。
- ・スポーツのテレビ向けコンテンツ化。
- ・自治体が積極的にチームを誘致。

<ミルウォーキーブリュワーズの例>

- ・2001年球場開設
- ・土地は自治体が無償提供
- ・建設費4億ドルの77.5%は自治体負担
- ・資金調達は地方債の発行
- ・所有・運営者は第3セクター
- ・球場運営費の不足分は自治体負担
- ・ブリュワーズの支払う賃貸料は年間1ドル
- ・球場・駐車場から発生する収入は全てブリュワーズに
- ・ネーミングライツ収入(年205万ドル)はブリュワーズに・・・など。

●米国方式を参考に



●ホワイтスペースでパブリックビューイング

- ・シャッター通り、バス・市電の停留所、駅前・・・
人の賑わいが戻ってくる
- ・制作～各スポーツのファンクラブがボランティア制作
- ・地域間のコンテンツ交流

●多様なコンテンツ

- ・プロスポーツ
- ・高校・大学スポーツの地域大会
- ・お祭り
- ・留学生や海外旅行者向け外国語放送・・・