

スポーツによる地域活性化のトレンドと自治体の役割【前編】

拓殖大学商学部准教授 松橋 崇史

編集者注：本稿は、広く地方公共団体の今後の施策に役立てていただけるようなコンテンツを提供すべく御執筆いただいたものです。

※ 後編は、次回発信の予定です。

1. 地域活性化におけるスポーツの特徴とその持続性

スポーツを地域活性化に活かそうとする動きが加速している。

こうした動きは 2000 年代以降に徐々に加速し、認知されてきたものだ。地域密着を掲げ実践した Jクラブが、スポーツによる地域活性化の流れを作りだした。2002 年 FIFA ワールドカップ日韓大会では、大会会場になった自治体に限らず、参加国代表チームのキャンプ地となった自治体でも地域活性化に結び付く取り組みが進んだ。

2000 年代前半と比べ、プロクラブやマラソン大会など、市民が関わりながら応援できるスポーツコンテンツが各地に誕生し、スポーツと地域活性化の関係を意識するシーンが増えた。

2009 年には 2019 年のラグビーW杯、2013 年には 2020 年東京オリンピック・パラリンピック

(以下：東京オリパラと呼ぶ) の開催が決まった。内閣官房東京オリンピック・パラリンピック推進本部事務局は、東京オリパラに参加する国と地域の事前キャンプなどをホストする地域を募る「ホストタウン事業」を展開し、東京オリパラを全国各地の地域活性化のきっかけに活用してもらおうとしている。

地域活性化においてスポーツが持つ特徴とは何だろうか。そして、その役割を果たし、スポーツが持続的に地域活性化に寄与するために必

要なことは何だろう。本稿では、3つの特徴を紹介し、その後、持続性を持たせる方法の概要に触れながら考えていきたい。

2. 外のチカラを呼び込み地域活性化を促す

1つ目の特徴は、域外のトップクラブやアスリートなどを呼び込むことによってゲーム・大会や交流を生み出すことである。地域活性化の源泉が、地域に存在する「資源」(人、施設、祭り、伝統・文化、自然等)であり、その活用や発見、創出を重視することであるとすれば、スポーツの特徴は、域外からトップクラブやトップアスリートという「資源」を引き込んでゲーム・大会を生み出し、地域活性化の源泉となる地域資源を新たに生み出せることにある。スポーツはもともと大会やリーグ戦、合宿で移動を伴うことを前提にしているため、交流人口を増やすための方策を考える立場からすると、検討・選択しやすいコンテンツである。地域活性化として期待される効果は扱うコンテンツによって変わるものの、以下で触れるような交流人口増加に伴う経済効果、観光振興、地域の情報発信の促進、市民協働の促進などが想定できる。これは、市町村においても、都道府県においても、国家でも同じ議論が可能だろう。

経済効果の創出

2015年にJ1に初昇格した松本山雅FCを持つ松本市では、ホームゲームのたびに繁華街が賑わい、ホテルの宿泊数が伸び、試合翌日にはアウェイチームのサポーターが市内観光に繰り出す光景が見られた。大規模なスポーツイベントは、域外から多くのアスリートを呼び込む。地域内のアスリートも参加する。多くの人々が観

戦、応援を行うことで活気が生まれ、来訪者による宿泊や飲食に伴う経済効果も期待できる。国際的なメガスポーツイベントでは、海外から多くのトップアスリートや観戦者が来日する。2019年のラグビーW杯では4300億円を超える経済効果が生まれたとされる。昨今、全国的に進められているサイクリングコースの拡充は、アスリートを呼び込むインフラを整備していくことで、観光振興として加速する。

市民協働の推進

プロクラブやスポーツイベントは、市民の地域への愛着や誇りを高めることにも寄与するだろうし、市民が協働するシーンが生まれればソーシャルキャピタルの醸成にも寄与することが考えられる。伝統的なマラソン大会として知られている鹿児島県指宿市の「いぶすき菜の花マラソン」は、2020年大会で第39回目を迎える。当初は、指宿温泉の来訪者を増やす目的で正月明けの土日に開催されたものである。現在は、コース沿いで、ランナーたちに様々なおもてなし（自発的に始まったもので私設エイドと呼ばれている）をする大会として知られている。振る舞う人々にとっても地域をあげた年始の行事として、地域の一体感を感じるイベントとして定着している。

一過性のイベントも地域活性化の貴重な機会

スポーツの場合、イベントが一過性になることも多い。国民体育大会（国体）や全国高等学校総合体育大会（インターハイ）はその分かりやすい例である。オリンピック・パラリンピックやワールドカップの開催も同様である。こうしたメガスポーツイベントの受け入れは自治体の負担が大きくなり、国際理解など教育的な効果などが期待できる一方で、準備にかかった予算や労力に見合った経済効果が生み出されることはあまり無いとされる。しかし、一過性のイベントを受け入れたことを通じて地域活性化の

契機を掴む場合もある。

大分県の旧中津江村が、2002年FIFAワールドカップ日韓大会に参加するカメルーン代表チームのキャンプ地になったことがその好例である。「九州の菅平」を目指して整備した鯛生スポーツセンターの稼働率がカメルーンのキャンプ効果によって大きく上昇した。鯛生スポーツセンターは、戦前東洋一と呼ばれた鯛生金山の廃石を山間部に積み上げた結果生まれた平地に建設された。「山の上の平地」という金山が遺した地域資源を村の活性化に活かそうする重要施策が実を結ぶことになったのである。W杯やオリンピック等のメガスポーツイベントに伴うキャンプ誘致が当該地域の活性化に与える影響は次回発信の後編で詳しく触れる。

3. 全国や世界レベルへのアプローチがもたらす地域活性化効果

2つ目の特徴は、地元のクラブやアスリートが、全国や世界レベルの大会やリーグに参加することで、地域の盛り上がりを創出できることにある。地元クラブがプロリーグに昇格する、プロリーグで活躍する、地元の高校が甲子園に出場する、地元出身者がプロ選手になって活躍する、オリンピックに出場する、などのニュースは、地域内での注目を集める。新聞やテレビのメディアソースになって地域を活気づける情報となり、そのことで応援が盛り上がり、スポーツが、地域の「資源」を集約する役割を果たしていることになる。

Jリーグ参入が生み出した協働

ヴァンフォーレ甲府は、参入当初に経営危機を経験した（当時は創設初期のJ2に所属）が、その後にクラブの経営方針を刷新し、徹底して地域密着を図る。今では当たり前になっているが、スポンサーメニューに低額メニューを設けて多くのスポンサーを募り、地域に支援を依頼する中で、物品協賛（食品などの提供）からサ

ービス協賛（散髪や銭湯入湯の無償化など）まで様々な支援を受け入れる。クラブは、頑張っ
てリーグ戦を戦うと同時に、地域のお祭りに参
加し、支援に応えるようにした。新聞を通じて
様々な協力に対する御礼記事を掲載し、多くの
支援を「可視化」した。その後、クラブは経営
立て直しに成功し、J1 昇格を果たす。ヴァンフ
ォーレ甲府の経営は地域密着経営として、多く
のプロクラブに参照されていくことになるが、
ヴァンフォーレ甲府が行ったことは、地域に存
在する資源を、クラブを通じて繋ぎあわせ、地
域のチカラを体現したことであった。

プロ野球球団がもたらす都市開発

2004 年の球界危機を乗り越えて 2010 年代に
入ってから花開いた東北楽天ゴールデンイー
グルスや広島東洋カープの経営的成功は、大きな
経済効果を広島市と仙台市にもたらしている。
両球団による、公共施設である球場増改築に対
する多額の支出（毎年 10 億円前後）は、自治体
の負担を低減しながら球場の魅力を高め、各球
団の事業展開を支えている。楽天ゴールデンイ
ーグルスによって増改築が進む宮城球場（現：
楽天生命パーク宮城）は仙台駅東側のランドマ
ークとなり、年間 200 万人前後の観戦者が訪れ
る。広島市では、広島市民球場の新築後に、近
隣地域の開発だけでなく、最寄りの都市再開発
案件（新幹線広島駅の南側の再開発プロジェク
ト）が一気に動き出し、200 メートル級の複合
ビルが 2 棟建った。広島市内の地価の中心部も、
旧広島市民球場周辺から新広島市民球場の方向
へと移動した。

「スポーツのまち」の波及効果

全国には「スポーツのまち」として頑張る地
域がある。「ホッケーのまち」と呼ばれる自治体
もその一例だ。岩手県岩手町、富山県小矢部市、
福井県越前町、島根県奥出雲町などが有名だ。
これらの自治体は国体のホッケー会場になるこ

とを契機にホッケー振興に取り組み、各世代で
強豪チームを輩出し、多くの日本代表選手を輩
出してきた。「ホッケーのまち」では、指導はも
ちろんのこと、遠征費の寄付を集め、全国大会
の会場になれば皆で支える体制を作る。体制維
持は大変ではあるが、ホッケーで育った人材が
大学を卒業して地元に戻るなどして、地域活性
化としてホッケー振興を担っている。

「ホッケーのまち」や「ハンドボールのまち」
と呼ばれる自治体は古い歴史を持ち、一朝一夕
に体制を構築できるわけではないが、他地域で
種目振興が進まない中で、先行的に取り組んだ
ことが、現在の地位を築いている。スポーツ界
には次々に新しい種目が仲間入りしている。東
京オリンピックからも「スケートボード」や「ス
ポーツクライミング」「サーフィン」が新種目と
してエントリーされている。普及強化の担い手
や方法は時代と共に変化が求められるが、特定
の種目振興への特化は、地域活性化にスポーツ
を活かす 1 つの切り口となる（詳細は、松橋崇
史・金子郁容・村林裕、「スポーツのちからーソ
ーシャルイノベーションの実践ー」、慶應義塾大
学出版会、2016 年を参照頂きたい）。次回発信
の後編では「自転車の聖地」に名乗りを上げた
山梨県山中湖村の事例にも触れる。

著者略歴

拓殖大学商学部准教授
松橋 崇史（まつはし たかし）

専門は、スポーツマネジメント、スポーツ政策、ソーシ
ヤルイノベーション。

慶應義塾大学総合政策学部卒業。慶應義塾大学大学院
政策・メディア研究科博士課程単位取得退学。博士（政
策・メディア）。東京工科大学メディア学部助教を経て、
2016 年 4 月より現職。

他に慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科特任准
教授、一般社団法人スポーツによる地方創生推進会議代
表理事を務める。