

「あいちスポーツ事業振興研究会」参加報告 —— スポーツ大会を通じた地域活性化方案 ——

元 晶煜

A Report of the Aichi Sport Event Promotion Conference : Regional Revitalization Plans by Sport Events

Jung-uk, Won

要約：愛知県は2013年7月から地域振興部企画調整監ポストを新設することを発表した。地域振興部企画調整監は、主にスポーツ大会を活かした地域振興やリニアインパクトを活かした地域づくりなどに関する総合調整を担う。スポーツ大会を活かした地域振興は大村秀章知事のマニフェストの1つでもある(2013.7.13東愛知新聞から抜粋)。その一環として、「あいちスポーツ事業振興研究会」が設立されたが、本稿では当研究会で議論されたテーマについて論点を整理し、今後の議論に活かしていくとともに、関係者や研究者に中間報告の位置づけとして情報提供することを目的としている。本稿では主に、スポーツ大会を通じた地域活性化のために、(1) スポーツ大会の育成策・誘致策について、(2) 地域活性化に向けた展開策について、(3) 推進体制の在り方についての3つの観点から論点を整理し、検討を行う。

キーワード：スポーツ振興，地域活性化，スポーツ大会

I. 緒論

愛知県は2013年7月から地域振興部企画調整監ポストを新設することを発表した。地域振興部企画調整監は、主にスポーツ大会を活かした地域振興やリニアインパクトを活かした地域づくりなどに関する総合調整を担う。スポーツ大会を活かした地域振興は大村秀章知事のマニフェストの1つでもある(2013.7.13東愛知新聞から抜粋)。また、県はスポーツ大会を通じた地域活性化を目指し、「あいちスポーツ事業振興研究会」を立ち上げ、2013年7月12日に第1回研究会が県庁で開かれた。研究会のメンバーは、島岡清(座長・東海学園大学スポーツ健康科学部教授)、赤崎まき子(エイ・ワークス代表取締役)、元 晶煜(ウォン・ジョンウク、愛知大学地域政策学部准教授)、小林住彦(電通スポーツ局アジア部長)、津田誠(県体育協会理事)、古田真一(中日新聞社事業局スポーツ事業部長)、松本高徳

(名古屋グランパスエイトホームタウン担当部長)で構成されている(2013.7.14東愛知新聞から抜粋)。

近年スポーツ大会開催による地域活性化や経済効果が注目され、オリンピックやワールドカップなどのメガ・スポーツイベントの誘致合戦も激しさを増している。その背景には、経済のグローバル化、衛星テレビ誕生などによるメディアの多様化、スポーツの高度化などがあるが、具体的なきっかけになったのは、1984年アメリカのロス五輪大会である。

1970年代後半までのオリンピックは収入源が限られていた中で、大会規模が膨張し、開催都市の財政的負担が大きかった。その中で、1984年のロス五輪開催の是非を問う市民投票の結果、公的資金(税金)に頼らない大会開催を余儀なくされ、民間資本(テレビ局の放送権料、企業からのスポンサー料、観客からの入場料収入など)で大会を開催するというパラダイム転換が行われ、オリンピックの商業化が始まった。それを機に「メガ・スポーツイベント

＝開催国・都市の莫大な財政負担、赤字経営」から「メガ・スポーツイベント＝開催国・都市の直・間接的経済効果、ブランドイメージ向上、観光誘発効果、世界への情報発信、黒字経営」に転換したことで、今はオリンピックやワールドカップ、世界陸上などの世界3大スポーツイベントの誘致合戦が繰り広げられている。

その中で、愛知県もスポーツ大会による地域活性化について本格的な検討に乗り出している。その第1歩として「あいちスポーツ事業振興研究会」が設立されたが、本稿では当研究会で議論されたテーマについて論点を整理し、今後の議論に活かしていくとともに、関係者や研究者に中間報告の位置づけとして情報提供することを目的としている。本稿では主に、スポーツ大会を通じた地域活性化のために、(1) スポーツ大会の育成策・誘致策について、(2) 地域活性化に向けた展開策について、(3) 推進体制の在り方についての3つの観点から論点を整理し、検討を行う。

II. 本論

II. 1. スポーツ大会の育成策・誘致策

スポーツ大会の育成策・誘致策については、まずどういったスポーツ大会を育成・誘致すべきかに対して検討する必要があるが、1つ目の条件は、参加者数・集客力など直接的な経済波及効果のある大会であることだ。例えば、東京マラソンのような大規模マラソン大会は、するスポーツ（一般ランナー）であり、みるスポーツ（トップランナー）であり、支えるスポーツ（大勢の大会ボランティア）でもある大会で、他地域や国からの参加者や観光効果も見込まれる大会である。2つ目は、地域産業への間接的な波及効果（モータースポーツ等）、マスコミの関心など情報発信力（世界選手権大会等）であり、3つ目は、継続的な開催可能性である。

また、上記のスポーツ大会を育成・誘致するために必要な取り組みとしては、1) 地域全体を挙げた育成・誘致体制作り、競技団体との連携体制強化、2) 開催構想や情報の早期収集、3) 事業費・スポンサー確保、4) ボランティアなどの運営面のサ

ポート体制、5) 国際大会に対応した競技場の改修などが挙げられる。

II. 2. スポーツ大会の育成・誘致方針（素案）

愛知県内には様々なスポーツ競技場があるが、多くの観客を収容できる競技施設は限定的（豊田スタジアム・ナゴヤドームなど）であり、また国際スポーツ大会開催に相応しい国際規格に合った競技施設は非常に限られている。それに、愛知県は都市と山間地域・沿岸地域が近接し、自然や街並みを舞台とした大会を開催しやすい環境であることが特徴といえることから、愛知県は、アジア大会や世界陸上のような本格的な競技施設が必要となる大会の誘致については、施設整備方針と予算的裏付けを検討した上で、中長期的目標とし、県内の自然や街並みを舞台とするスポーツ大会を念頭に、地域活性化への高い波及効果が見込める大会を育成・誘致・支援することを基本方針として提案した。それについて研究会では、アジア大会や世界陸上のような大会は既に何年先の大会まで開催国や都市が決まっており、施設を含めたすべての条件を整えてから大会誘致に乗り出すのではなく、施設の整備と誘致方針を同時に進めるべきであるとの意見が出されたものの、基本方針については大筋で合意できたと考えられる。また具体的に目指すべき大会像としては、県外からの参加者や観戦者が多く見込まれる大会、国内外に対して開催地の魅力・特色を発信できる大会、継続的に開催され、成長が期待できる大会にすることも基本的に合意された。

II. 3. 地域活性化への展開策

スポーツ大会の開催が地域活性化につながるためには、まず大会参加者や観戦者を観光客にできる仕組み作りが大事になってくる。そのためには、例えば、大会情報が観光情報誌や観光サイトに掲載されるような情報ルートづくりや地域の観光キャンペーン主体とスポーツ大会主催側との連携体制づくり、大会出場・プロスポーツ観戦を目的としたモデルツアー・テーマ性のあるモデルツアー造成支援などのスポーツツーリズムの促進が必要とされる。実際、「東京マラソン2008」参加者の3割は関東以外の地

域から参加されていたし、数千人の外国人参加者（アメリカ601人、韓国460人、イギリス263人、ドイツ128人、フランス113人など）が参加していたと発表された（東京マラソン2008オフィシャルプログラムより）。また、Jリーグ（日本プロサッカーリーグ）で最も人気のある浦和レッズの場合、数千人規模のサポーターが遠征試合を観戦しており、地域に与える観光効果も大きい。

また、大学と連携した活動も必要とされる。県内には約10大学のスポーツ関係学部が設置されており、インターンシップ制度を活用した学生ボランティア参画なども期待される。スポーツ大会にボランティア募集を始めたのも1984年ロス五輪からであるが、その狙いは経費削減である。つまり、観客案内やチケットの確認などの単純作業から、通訳など大会に掛かる人件費削減の狙いがあるが、ボランティア参加者にとっては、地域貢献や思い出、大会運営体験などメリットもあり、ボランティアの活用は非常に重要なテーマである。例えば、本学地域政策学部には学生地域貢献活動があり、学生自ら地域のPR活動やイベントなどに参加し、大学側は活動費支援や学生指導を行っている。その成果の一つとして、豊橋駅周辺の食堂などのお店を紹介するマップを作成している。今後は、こういった活動をスポーツイベントに活かし、スポーツ大会参加や観戦のために地域を訪れた人たちに地域の特産物やおいしいお店を紹介することや地域住民向けのスポーツ大会見どころガイドなどの作成・配布なども地域の大学生主導で行うことも可能であろう。

また、地元企業やプロスポーツチームと連携した活動も展開する必要がある。例えば、東京マラソンと東京メトロと連携した「東京メトロ乗り放題1日乗車券」、「旅行者用オープンチケット」などで大会参加者や観戦者が東京メトロを利用し、東京の観光名所を自由に移動できるような取り組みも有効と考えられる。あるいは、新城ラリー観戦と自動車産業観光ツアーなどの組み合わせた企画や地域のプロスポーツチームや実業団チームが一同に会したスポーツ教室の開催なども考えられる。

次はスポーツ大会の有効な広報活動も重要であり、愛知県は2013年8月22日からスポーツ大会情報

だけでなく、周辺観光情報や合宿地情報なども掲載する専用Webサイト「あいスポ@びあ」を開設した。これはFacebookやTwitterなどとも連携されている。この運営については今後広告収入を確保し、自立的な運営を目指すと考えられている。さらに、参加者や観戦者への地域PR活動として、大会会場における物産フェア・観光フェアの開催、大会ポスター・大会公式サイトなどに地域PR情報を紹介できるように働きかけること、参加賞や副賞などへの特産品活用、観光スポットを巡る競技コース（マラソンや自転車ロードレースコース）の設定支援、在住外国人への参加奨励による海外への大会情報発信なども検討されている。

II. 4. スポーツ事業や大会誘致の推進体制

本格的なスポーツ大会の開催や振興のためには、競技団体だけではなく、マスメディアや広告代理店、大手スポンサー企業への働きかけや大会会場やボランティアの確保、道路使用許可申請などの地域住民参加や行政サービス、観光協会との連携などの様々な関係者や機関が効率よく連携することが大事であり、そのためにはすべてが一体となり、ワンストップで対応できる「スポーツコミッション」が有効的であると考えられる。愛知県が現在、イメージするスポーツコミッションの在り方としては、体制として、県だけでなく、市町村、スポーツ関連団体、プロスポーツチーム、スポーツ施設管理者、マスメディア、観光関連団体、経済界など幅広い団体の参画が望ましいとしている。その機能は、1) 大会誘致機能（大会情報収集、大会スポンサーのマッチング、大会会場あっせんなど）、2) 大会育成機能（大会PR、ボランティア募集・マッチング）、3) 広報機能（大会関連情報の発信、例えば交通条件や宿泊地情報など）、4) 地域活性化促進機能（観光協会、商工会議所など地域活性化主体との大会関係者とのマッチング）、様々な連携活動の調整役・PR活動」とされている。

III. まとめと提言

愛知県と「あいちスポーツ事業振興研究会」の現

在までの議論では、今後愛知県が育成・誘致すべき大会として、愛知県の自然環境や地理的条件、競技施設の状況を踏まえ、自然や街並みを舞台とするスポーツを念頭に、地域活性化への大会波及効果が見込める大会を集中的に育成・支援することで基本的な合意が得られた。具体的には、県外からの参加者・観戦者が多い大会、国内外に開催地の魅力や特色が発信できる大会、継続性や成長が期待できる大会を目指すとしている。

そのために、すでに開催されている名古屋ウィメンズマラソン、アイアンマン70.3セントレア知多・常滑ジャパン（トライアスロン）、ASP公認世界プロサーフィン大会（田原市）、全日本トライアル選手権in新城（自転車）、新城ラリーなどの大会の育成や地域活性化につなげる取り組みを検討することにした。今後、トレイルランニング（山野を走るランニングスポーツで、48時間制限で富士山の周り156kmを走るUTMFなどが代表的な大会、県内でもOSJ新城トレイルなどの大会が存在する）、ウルトラマラソン（フルマラソンを超える距離を走る。一定の距離を走るタイプと、一定時間を走り続けるタイプがある。100kmや24時間走は世界的に行われており、世界選手権大会も開催されている）、自転車ロードレース、公道自動車レース（例えば、フォーミュラEは世界各都市の公道でレースを実施）などの大会を新規に検討することとしている。しかし、こういった大会が本当に従来と異なる、差別化された大会として、地域活性化と継続性のある大会になるためには、いくつかの条件があると考えられる。まず、地域活性化の観点からは、東京マラソンの事例が参考になる。つまり、今後のスポーツ大会の在り方は、複合的で幅広く地域の住民や組織、資源等を巻き込む形である必要がある。東京マラソンは先述のように、一般ランナーが参加できる「参加型スポーツ」であり、トップアスリートが参加し、競技力を競う「みるスポーツ」でもあり、その話題性やドラマ性は新聞記事やテレビの番組としても有力なコンテンツになりうる。それに企業はスポンサーとして参加し、企業の認知度、ブランドイメージ構築などのマーケティング活動や社会貢献の役割を果たしている。そこに、地域の人々はボラン

ティアや観戦者として大会に関わり、多くの思い出や体験、感動を味わう「支えるスポーツ」である。そういった観点から今後は、競技スポーツ中心の「みるスポーツ」を如何に「参加型スポーツ」や「支えるスポーツ」に拡大していけるかの検討も必要と思われる。

もう一つ重要なポイントは継続性にある。自治体主導のスポーツイベントは、大会当時は非常に大きな注目を浴び、短期的には経済波及効果や地域活性化になるが、大会終了後は競技施設の維持費などの負担が残る場合が多く見受けられる。そこに不足していたのは、スポーツ大会を通じたスポーツ文化の育成・定着やその地域にスポーツ大会が何を残すかの観点である。スポーツ大会や事業の継続性には、①財政面の安定性と②スポーツ文化の育成の2つの条件が必要とされる。財政面では、大会が注目されている間は行政やスポンサーからの積極的な支援があるが、自治体の財政難や企業の業績不振の状況下では、安定的な支援は期待しにくい。そのためには、大会開催費用を参加者や観戦者の受益者負担で賄えるようにする必要がある。たとえば、陸上のマスターズ大会などは開催経費を参加者の会費で賄っており、大会参加に掛かる諸経費も本人負担となっている。まさに、マスターズ参加者はスポーツ参加者でありながら、スポーツツーリストでもあり、地域経済に与える効果も大きいと期待される。それに大会運営に関する人件費等は多くボランティア参加で自主的に運営できる構図とし、大会開催に必要な財政負担を少なくすることが求められる。

スポーツ大会開催の継続性を維持するために重要なもう一つの観点がスポーツ文化の育成や定着である。つまり、大会を通じ、そのスポーツがより生活に密接なもので、ライフスタイルの一部になっていくことを目指す必要がある。スポーツは身体活動を含む遊びの文化であるが、こういった文化的営みは人間の基本的な欲求の対象でなく、その価値や楽しさを内面化し、生活の一部として取り込むかどうかによって、それに対する欲求が生じるものである。近年のランニング・ブームがブームとして去ってしまうのか、生活の一部として染み込み、一つの文化（生活様式）として定着するかが大きな課題であり、

スポーツ大会の継続性を支える重要な要素として考えられる。

「あいちスポーツ事業振興研究会」は2013年10月9日に第3回目の研究会が実施され、2014年3月に第4回研究会を予定しており、そこで最終的なスポーツ事業振興政策のとりまとめを行うことになっている。それについては、次回最終報告を行うこととする。

参考文献

- 1) 『東愛知新聞』2013年7月13日
- 2) 『東愛知新聞』2013年7月14日
- 3) 愛知県ホームページ「あいちスポーツ事業振興研究会・委員名簿・開催結果-第1回～第3回研究会議事録・次第・資料・参考資料」(2013年12月8日取得)
<http://www.pref.aichi.jp/0000063602.html>

受稿：2013年12月10日

受理：2013年12月20日

