

新たなまちづくり手段としてのスポーツとは

一般財団法人日本スポーツコミッション 理事長 木田 悟

※1 社会的効果とは：筆者論文「地域におけるスポーツイベントの社会的効果—サッカーワールドカップキャンプ地を中心として—」において、以下の8項目に分類している。

①地域情報発信効果、②スポーツ推進効果、③地域アイデンティティ醸成効果、④コミュニティ形成効果、⑤地域間・地域内交流効果、⑥国際交流の促進効果、⑦青少年の健全育成効果、⑧ボランティア・NPO組織の育成効果

※2 イングランドサッカー協会の略

※3 スポーツ庁は、SCの要件として、①一団組織要件、②常設組織要件、③対域外活動要件、④広域通年活動要件の4要件を挙げている。

日本のスポーツは明治期以降、体育として行われてきたことから、公的な活動となっていたと言える。しかし、近年のビジネスツールとしてのスポーツは、収益を求めることから、ある意味私的な活動としての展開であることと理解していく必要がある。むしろ、地域を巻き込んだ公的な活動も行われてきてはいるが、あくまでもその主目的は利益を得ることであり、まちづくりや地域の活性化ではない。

要は、地域においてビジネスとしてのスポーツを展開していくためには、企業の収益と地域のまちづくりを含む地域活性化のバランスをいかに取っていくかが課題となるのである。この視

点が多くの自治体関係者には欠けているのではないかと考える。

スポーツとまちづくり及びビジネスとの関係

まちづくりは公的活動であり、地域の活性化に繋がり、さらにはそれが地域経済の活性化にも繋がってくるケースがある。例えば、筆者が都市計画の立場から関わった大分県日田市の「豆田の町並み保存」は、この町で生活している人を巻き込んだ活動で、まちづくり活動である。しかし、その町並みの保存によって地域の歴史文化が継承されていることから、結果として観光地化に繋がり、地域経済の活性化に資するものとなってきている。

一方、ビジネスツールとしてスポーツを活用する場合には、企業等の収益を最大にすることが求められ、まちづくりや地域の活性化が主目的にはならない。このようなことから、地域の行政や住民は、それを十分に理解したうえで企業の活性化とまちづくりや地域の活性化を、いかにバランスを取って活動していくかが重要である。これは、古くから行われてきている企業誘

致と同じであり、いくら大企業を誘致して地元で創業させても、地元住民の就業や地元産品などの購入に繋がらないと意味がない、ということである。

行政は、このようにスポーツビジネスを展開していくことは、企業誘致と同様でいかにして地元人材や資材、あるいは産品を活用してもらえるかを考え、まさにスポーツというソフト産業の誘致という視点で活動を行っていく必要がある。

現在、各地でスポーツを活用した地域活性化として行われているスポーツツーリズムもこれと同様であろう。地域でスポーツを活用した大会などを開催しても、大会などを活用したまちづくりや収益などによる地域経済の活性化に繋がる仕組みが用意されていないのでは意味がない。

また、スポーツキャンプや合宿の誘致も同様で、まちづくりや地域の活性化とどのように連携していくのかなどの仕組みやシステムなどを明確にしていくことが重要である。

文化としてのスポーツの課題

半面、日本における「文化としての

VOICE

ス ポ ツ 施 設 の 周 辺

はじめに

イタリアのミラノ・コルティナで行われていた第25回冬季オリンピック・パラリンピック競技大会における日本選手の活躍は、日本国民や選手の出身の人々に大いに感動を与えた。しかし、この感動をどのように評価したらよいのかなど、スポーツによる地域アイデンティティの醸成や形成、交流の促進、あるいは地域情報発信などの社会的効果^{※1}は明確ではない。また、2025年9月に改定されたスポーツ基本法には、「スポーツは、世界共通の人類の文化である」と附則の最初に謳われているように、世界では、スポーツは文化と位置づけられている。しかし、この「文化としてのスポーツ」も、体育として長い間行われてきた日本では、どのようなものか明確ではない。さらに、日本では近年、スポーツビジネスが盛んとなり、各種のプロスポーツ組織や団体などが創設され、地方の活性化に貢献するものと言われてきている。しかし、このプロスポーツによるまちづくりや地域活性化についても、各地で問題も発生しているなど、その

位置づけや役割が明確ではない。日本におけるスポーツは、明治期以降、富国強兵を推進していく中で、若者を対象とする体育教育として150年にも渡って国策で行われてきたという経緯がある。スポーツが体育として長い間行われてきた日本ではあるが、近年になってスポーツは「ルールに基づいた遊び」、あるいは「遊び」などと捉えられるようになり、平安の昔に貴族が行っていた「蹴鞠」などもスポーツであると言えるようになってきた。

要は、日本のスポーツは、戦いが無く安定した時代における貴族をはじめとした、時の権力層の遊びとして発展してきたともいえる。

しかしながら、明治期以降の日本のスポーツは、体育としてその後も行われてきたことから、今日多くの国民は「スポーツ＝体育」と誤解して認識するようになり、文化としてよりも教育の手段として捉える人が多いのではないかと。とは言うものの、日本のスポーツが体育として長い間行われてきたことは、諸外国のスポーツとは異なり、教育的要素を多く有しているだけでは無く、多くの国民が誤解しつつも生活の一部としてスポーツ（体育）を身近

に感じており、「文化」として捉えているとも言えなくもない。

本稿では、スポーツの専門家ではなく、むしろ体育の専門家でもない筆者が、まちづくりや地域政策の立場から、体育的要素を強く持ち、公的活動とも位置づけられる日本のスポーツを、いかにしてまちづくりに活用していくかということについて述べることにする。

世界のスポーツと日本のスポーツ

世界をみると、イングランドの貴族の遊びとして始まったスポーツは、その後アメリカ合衆国にも広がっていく。アメリカには、イングランドなどとは異なり、貴族階層が存在しなかったことなどから、スポーツを行うには経費が必要となり、必然的に「見せる・観る活動」としても発展し、スポーツを紹介したさまざまなビジネスが発達した。その結果、現在では、スポーツはビジネスの一つの大きなコンテンツになるに至っている。このアメリカで発展したスポーツビジネスは、世界中に広がり、各地で盛んとなりつつある。むしろ、日本においても近年、スポーツビジネスは産業の新たなコンテンツとな

スポーツ」の展開には、次のようなさまざまな課題が上がってきている。

- ・国においては、スポーツ基本法に示されるようにスポーツと体育は異なる活動であると謳われているが、自治体におけるスポーツは、所掌する地元自治体の教育委員会に置かれているケースが多く、文化的ツールなのに体育という教育だけに力点が置かれている。
- ・その結果、スポーツは多様な効果や機能、あるいは役割を有しているのに、それらが有効に活用されていない。
- ・日本のスポーツは現在、これまで主として体育として行われ、公的活動となっていた文化としてのスポーツと、近年、主としてアメリカから導入されたビジネスツールとしてのスポーツに分かれるが、自治体を含めた多くの人々は区別ができていない。
- ・地域文化としてのスポーツであれば、行政のみではなく、地域住民などと連携した活動が求められるが、スポーツというだけで地元スポーツ協会やスポーツ団体の取扱となるケースが多く、一部の人々のみの活動となっている。

**課題解決に向けた
スポーツコミッションの試み**

特にソフトテニスクラブに関しては、その誘致から始まり、選手の仕事の斡旋や行政との折衝だけではなく、ソフトテニスを地域の代表的スポーツへ育てていくための活動を行っている。現在も、ソフトテニス場などの施設整備や関連環境整備をはじめ、ソフトテニスクラブを中心とした全国レベルの大会の開催、クラブを応援する組織の設立支援などについても、行政や地域の企業を含む住民とともにを行っている。

その他、近年では地元の若者の流出防止なども含め、地元の公立高校と連携して生徒の国内外でのスポーツ交流促進に関わる活動やeスポーツ体験などをを行い、魅力ある高校を創設していくための活動も展開してきている。まさに、地域文化としてのスポーツを活用した活動を展開するSCとなつてきている。

(2) (一社) 志摩スポーツコミッションの試み

三重県志摩市で活動を行っている(一社)志摩スポーツコミッション(志摩SC)では、一般にスポーツツーリズムと呼ばれるスポーツ大会を活用した地域活性化やまちづくりへの貢献活

文化としてのスポーツを活用して、地域の課題を解決しようとする試みは多くはない。しかし、スポーツを活用して地域課題を解決していく組織としてのスポーツコミッション(SC)や類似組織、あるいはスポーツビジネス推進組織、さらには自治体などで、次に示すような活動が行われている。

(1) (一財) どんぐり財団の試み

広島県北広島町には、筆者が知り得るうえで日本において最も進んでいるSCのひとつだと認識している(一財)どんぐり財団がある。

この組織は、北広島町の外郭団体として創設されたが、その後スポーツに関係したさまざまな活動を行い、まちづくりに資する活動を積極的に行っており、まさにSCそのものとなつてきている。その活動は、通常のスポーツ施設の指定管理だけではなく、地域を代表するソフトテニスクラブの支援、あるいはそのソフトテニスクラブを応援する地元高齢者組織の形成や支援、地元高校の活性化に資する交流活動など、スポーツを通して地域課題を解決すべくさまざまな活動を推進している。

動を行っている。

サイクルスポーツ関連の取組をはじめ、さまざまな活動を展開しており、浜島地域ではトライアスロン大会を開催している。この地域は、高齢化が進み人口も減少しつつあるが、古くから漁業で栄えた地域であり、コミュニティも未だ形成されているとともに、お祭りが好きな人々が多く残っている。地元で祭りを開催する時に、地域に1本しかない幹線道路を数時間交通止めしても苦情が出ないなどの特性を活かしている。地域の人々は、このトライアスロン大会を「新たな祭り」として捉えており、地域住民の多くがなんらかの形で参画している。

このようなことから、地域外から訪れる人は祭りに参加する人、あるいは祭りを観に来る人と地域の人々は捉え、アスリートや見学者に対しても十分なホスピタリティを与えている。地域外からの来訪者にまた来たい、と思わせるだけではなく、地域のまちづくりに貢献している。

(3) NPO 希楽々の試み

新潟県村上市で活動を行っているNPO希楽々(キララ)は、総合型地域



(一社) 志摩スポーツコミッションのトライアスロン大会



(一財) どんぐり財団のカヤック体験会

スポーツクラブではあるが、その活動はSCより幅広い。施設等の指定管理を行うだけではなく、高齢者や障がい者を対象とした「スポーツとおした福祉活動」の展開や、地域の子供のアフタースクール、さらには部活動の地

域展開に資する活動なども実施し、まさにインクルーシブな活動を行っている。この希楽々の活動は、スポーツとおして幅広い活動を行っているという点ではどんぐり財団とは異なるものの、同様な活動となっている。



NPO法人希楽々の活動

(4) スポーツビジネス組織の試み
ビジネスとしてのスポーツを展開している企業や団体の中では、「共創・協働」を謳うJリーグが、設立当初から地域との密着を展開してきており、現在は「シャレン！」という地域課題を解決する活動を推進してきている。このような組織団体は多くはないものの、日本独自の試み（イングランドではFA^{※2}と連携して同様な活動が行われているようであるが）として評価されるものではないか。

しかしながら、アメリカのようにビジネスとしてのスポーツがより盛んになってきた時に（より収益を求めてきた時に）、地域との関係をどのように捉えていくかは注視していく必要がある。

(5) 行政の試み

一方、行政としても、教育委員会に所属するスポーツ部局を首長部局のまちづくりと連携させるため、まちづくり課の中に「スポーツ推進室」を設けている広島県北広島町や、情報未来課という企画部局の中に「スポーツ担当」を設けている佐賀県みやき町など

がある。これらの組織における活動は始まったばかりであり、地域住民や関係組織などから認知してもらう必要もあるなどの課題を抱えてはいるものの、新たな試みとして注目される。

以上のような組織や自治体は、「文化としてのスポーツ」を活用してまちづくりを展開しており、いずれの組織・自治体も日本の多くの地域で行われているようなスポーツツーリズムは行っていないところに注目する必要がある。さらに、SCやそれに類する組織での活動は、大いにリーダーの存在があり、リーダーなしには組織の運営だけではなく、まちづくりや地域の活性化に資する活動も行うことは難しいとも言えるのではないか。

今後に向けて

「文化としてのスポーツ」を確立させていくためには、地域の人々にスポーツは体育ではないことを十分に理解してもらわなければならない。そのうえで、地域社会の活性化のためのツールとして、スポーツをどのように活用していくことが良いのかなどを検討していくこと

が重要である。これまでのスポーツを体育として捉えて活動してきた組織や団体などの改革、あるいは新たに「文化としてのスポーツ」を活用していくための組織の創設などが望まれる。

その新たな組織としてSCが適していると考えられるが、現状のSCはスポーツ庁に登録されている中では、行政が中心で、単にスポーツ大会やキャンプ・合宿の誘致を行うだけという組織が多い。しかしながら、それらの活動だけでは、まちづくりや地域活性化には寄与してこない。このようなことから、新たな機能の付加や行政のみでの組織を官民が連携した組織に変革するなど、SCのあり方を再構築していくことが求められる（スポーツ庁ではSCは4つの要件^{※3}を有していることを求めているが^{※4}）。

現在、体育としてのスポーツはそれなりの役割を果たしてきているが、それ以上に文化としてスポーツを活用していくための仕組みや組織、あるいはそれを推進する行政の態勢なども含めて検討していくことが求められる。

その第一歩は、スポーツが体育とは異なることを行政や地域住民に認識し

てもらわなければならない。そして、「文化としてのスポーツ」の有する機能や役割を十二分に発現させ、活用していくための方策や施策を検討するなど、どのようにまちづくりや地域の活性化に資するスポーツとしていくかを幅広い視点から捉えていく必要がある。

いずれにしても「体育」から「文化としてのスポーツ」に捉え方を変えていくことが、スポーツの活用に関わってくるはずである。それに合わせて、行政外の関連組織の改革や新たな組織の設立を図っていく必要もある。

第二步は、スポーツによる社会的効果を明確化することである。スポーツ施設整備などによる経済的効果については、評価手法がそれなりに存在しており、さまざまな場面で数値が示されている（その数値が正しいかどうかは不明であるが）。

一方、スポーツによる社会的効果については、「社会」の定義を含めたさまざまな要因があり、明確化されていなかった。しかしながら、近年のビッグデータ解析やAIなどの活用によってその評価手法を曲がりなりにも確立させていくことが可能ではないかと考える。これらが「ビジネスツールとし

てのスポーツ」が盛んな今日、「文化としてのスポーツ」の位置づけの確立に向けた対応策ではないかと考える。150年に渡って体育として行われてきたスポーツ感や概念を変えていくためには、自治体の首長から議員、あるいは関連組織の代表など、官民のトップがスポーツの捉え方を変えていくことが肝要である。しかし、これがなかなか進んでいないことから、国は自治体に対して改革に伴うメリットを与えるなどの積極的対応策を推進していく必要があるのではないかと考える。

さらに、いかに民間のリーダーを擁護し、支援し、活動させていくかということも国や行政の役割ともいえる。このリーダーの発掘については、推進組織のリーダーは必ずしもスポーツに関係した人でなくても良く、むしろまちづくりに資する活動など幅広い活動を行っている人になってもらうことを検討すべきだと考える。組織の活動目的は、まちづくりや地域の活性化であるのだから。

一方、スポーツの有する多様な機能や力を地域の状況に応じて活用していくためには、地域の体育関係者の役割は大きいのではないか。また、「ビジ

ネスツールとしてのスポーツ」の活用を図っていくためには、地域住民のスポーツに対する捉え方や考え方を改めていくことが最も重要である。

今後の日本のスポーツを活用したまちづくり、地域の活性化を進めていくには、「文化としてのスポーツ」の活用と「ビジネスツールとしてのスポーツ」の活用の二つの方向がある。

そして、それぞれ地域の状況に応じて具体的な検討を進めていく必要があることは言うまでもない。また、SCにコディネート機能やリエゾン（繋ぎ役）機能を求めていくことや体育関係者がその一翼を担っていくことなども、今後検討すべき課題ではないかと考える。

木田 悟
(きだ・さとる)

(一財)日本スポーツコミッション理事長 博士(工学)、一級建築士、内閣府地域活性化伝道師。大学卒業後、財務省所管のシンクタンクで国土政策や地域計画等にかかわる調査研究を行う。2009年より現職。2011年に「地域におけるスポーツイベントの社会的効果に関する研究」で博士号授与。令和2年度スポーツ庁「地域スポーツ振興組織の在り方検討会」座長。元日本大学理工学部・千葉工業大学創造工学部講師。